

菊池温泉街リブランディング実行計画（前期）

2025年1月
熊本県 菊池市

目次

1. 菊池温泉街リブランディング実行計画の位置づけと目的	1
2. 取組期間.....	1
3. 目指す将来像及びターゲット.....	1
4. 取組の方針.....	2
(1) 旅館・ホテルの経営基盤強化.....	2
(2) 食を通じた温泉街魅力化.....	2
(3) 景観まちづくりの推進.....	2
5. 対象エリア.....	3
6. 推進体制.....	3
II 実行計画の概要.....	4
1. ターゲットを踏まえた戦略.....	4
(1) 共通コンセプト.....	4
(2) 取組方針別の戦略.....	5
III 取組の推進.....	6
1. 旅館・ホテルの経営基盤強化.....	6
2. 食を通じた温泉街魅力化.....	10
3. 景観まちづくりの推進.....	13

I 基本的な考え方

1. 菊池温泉街リブランディング実行計画の位置づけと目的

近年の菊池温泉街の旅館・ホテルにおいては、個人旅行中心の旅行ニーズの変化等への対応の遅れにより宿泊者数は減少傾向にあり、さらには、人材不足、施設の老朽化、後継者不在の状況にあり、菊池温泉街そのものの存続が危ぶまれています。

旅館等が抱える構造的課題等の解決による菊池温泉街の再生及び魅力向上を図るため、市民、観光関連事業者、観光関連団体及び行政が目指す将来像を共有し、地域一体となって菊池温泉街の活性化に向けて取り組めるよう、菊池温泉街の目指す方向性を示すものとして、「菊池温泉街リブランディング基本構想（令和6年3月策定）」（以下「基本構想」という。）を策定しました。

基本構想は、「菊池市観光振興ビジョン（令和4年3月策定）」を基調として、菊池温泉街における取組を重点的に推進するものとして位置づけています。

実行計画は、基本構想で掲げる各種取組を実現するための具体的な手法や成果指標に即応する毎年の数値目標を定め、様々な事業を計画的に推進するものとして策定します。

策定後は、具体的な事業の中で検証及び精査し、必要に応じ見直しを加えながら、基本構想が定める将来像の実現に向けて取り組んでいくものとして位置づけます。

2. 取組期間

各取組を具体化・加速化し、将来のありたい姿を着実に実現すべく、基本構想の取組期間である10年間で1期5年間の前期・後期に分け、前期5年間に推進する取組を前期実行計画として取りまとめます。

<取組期間>

基本構想取組期間	：	令和6年度から令和15年度の10年間
前期実行計画期間	：	令和6年度から令和10年度の5年間
後期実行計画期間	：	令和11年度から令和15年度の5年間

3. 目指す将来像及びターゲット

<将来のありたい姿>

菊池温泉街の再生及び魅力向上を図るため、市民、観光関連事業者、観光関連団体及び行政が目指す将来像を共有し、地域一体となって菊池温泉街の活性化に向けて取り組めるよう、基本構想において以下のとおり将来のありたい姿を掲げています。

『菊池溪谷の恵みと白龍が宿る温泉街』

<ターゲット>

福岡・熊本都市圏 × 夫婦・パートナー、家族・親族
台湾 × 夫婦・パートナー、家族・親族

4. 取組の方針

(1) 旅館・ホテルの経営基盤強化

地域一体となった菊池温泉街全体の再生及び魅力向上に向けた取り組みを推進するためには、菊池温泉街の顔となる旅館・ホテルの経営基盤を強化することが重要です。

そこで、長年培ってきた地縁や人脈といった強みは生かしつつ、事業承継を希望する旅館・ホテルへの支援やマーケティング支援による集客強化、宿泊予約システムの導入や従業員管理等の運営効率化の仕組みづくりによる地域一体となった旅館・ホテル運営を検討していきます。

(2) 食を通じた温泉街魅力化

来訪者に目的地として選ばれるためには、目的地を決める際のポイントの一つであるその土地ならではの「食」を楽しむことができる拠点の拡充を図ることが重要です。

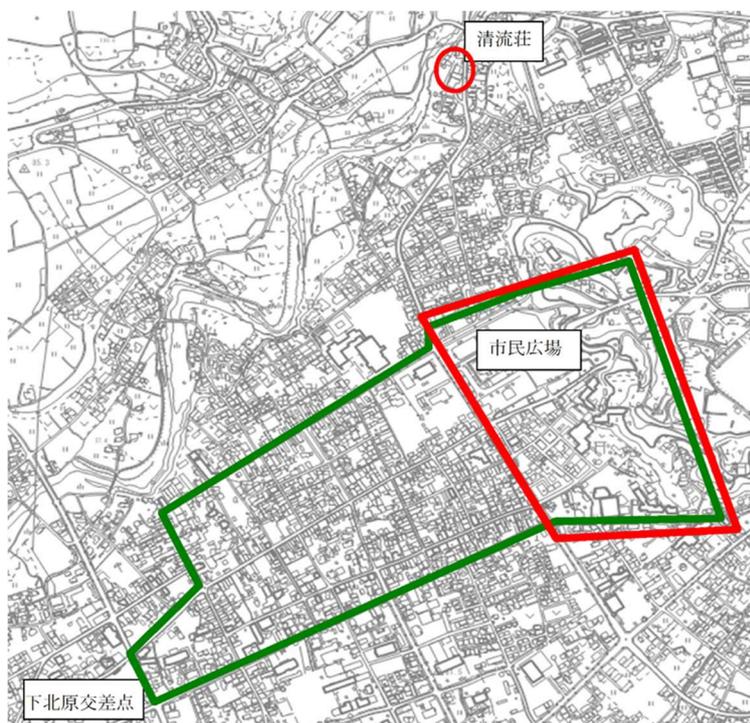
そこで、旅館・ホテルや飲食店等において、本市の豊富な農産物を活用した統一メニューを提供し、「菊池といえば〇〇」と言えるようなブランドイメージの確立に繋げるとともに、多様な旅行ニーズの変化に対応した泊食分離の推進、商工会や金融機関との連携による創業に向けた伴走支援スキームの構築に取り組みます。

(3) 景観まちづくりの推進

魅力的な温泉街を創出するためには、地域特性を生かしつつ温泉街の情緒が感じられる統一的な景観づくりが重要です。

菊池温泉街が再生するために必要な建築等の適切かつ効果的な配置や観光客の周遊を促進するような夜間ライトアップやイベント等の開催、ブランドイメージに合った「菊池温泉街の絵」となるような景観づくりに取り組みます。菊池市ふるさと創生市民広場のような昼間の賑わいが期待される場所、飲食店等が建ち並んでいる夜間の賑わいが期待される場所等、場所が持つ特性を踏まえたゾーニングを示し、来訪者が周遊する際の動線も踏まえて新たな景観ガイドラインを策定します。

5. 対象エリア



赤線：旅館・ホテルの経営基盤強化、景観まちづくりの推進
緑線：食を通じた温泉街魅力化

6. 推進体制

事業を確実に推進し、基本構想が定める成果を実現するためには、毎年の数値目標を掲げ、PDCAサイクルの考え方に基づき、段階的な事業の進捗確認及び成果検証を行う必要があります。

その検証にあたっては、「菊池温泉街リブランディング検討委員会」において定期的に実施することとし、基本構想実現に向けた効率的かつ効果的な取組の推進を図ります。

Ⅱ 実行計画の概要

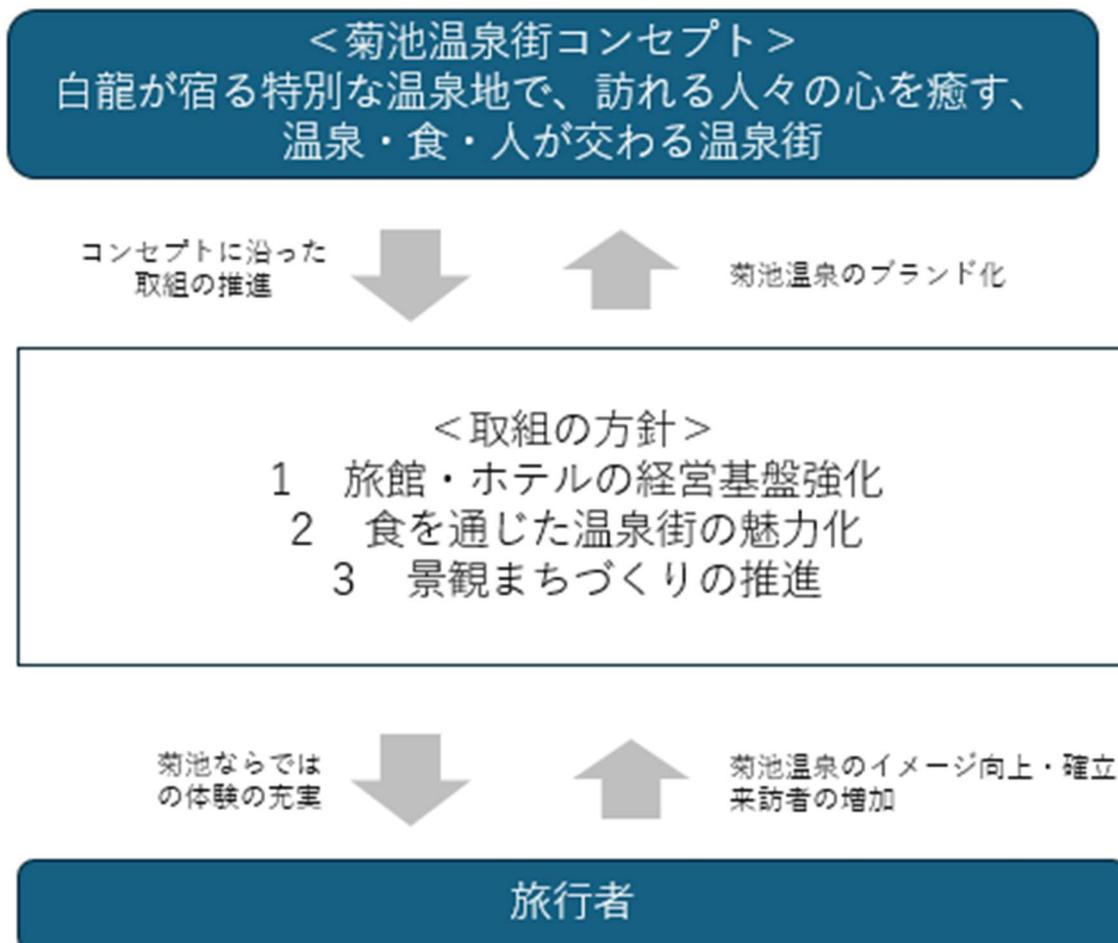
1. ターゲットを踏まえた戦略

ターゲットを対象とした市場調査結果をもとに、戦略及び具体的な事業に官民連携で取り組んでいきます。

(1) 共通コンセプト

菊池温泉を訪れる旅行者を増やすためには、菊池温泉を認知してもらうだけでなく、他地域にはない、菊池温泉ならではの具体的なイメージを持ってもらうことが重要です。

菊池温泉には温泉湧出にまつわる「白龍伝説」が語り継がれており、白龍は幸せを呼ぶ吉兆龍ともいわれています。「菊池温泉＝白龍が宿る特別な温泉地」として、街並み、建物、おもてなしを通じて視覚的に「白龍」の露出を増やすことで菊池温泉のブランド化を目指します。



(2) 取組方針別の戦略

①旅館・ホテルの経営基盤強化

- ・共通コンセプトに基づく、魅力ある温泉地の4条件の要素（泉質、自然と美しい景観、ならではの食体験、宿のおもてなし）を含む「菊池温泉のキービジュアル¹」を活用し、一定の認知度はあるが来訪経験に乏しい熊本都市圏・福岡都市圏の若年層及び台湾を中心に様々なメディアを活用してプロモーションに取り組む。
- ・小規模旅館を中心とした経営コンサルタント支援や補助金等の手続き支援を通じて、ニーズにあった個別宿泊施設の設備改修、足湯・手湯等の気軽な温泉体験ができるスポットの設置、「旅館食」など“中での食の楽しみ方”のニーズが高い40代以上の中年層を意識した「菊池ならではの」食事付き宿泊プランの造成に取り組む。
- ・地域や事業者と連携し、観光産業の生産性向上に向けた取組みを推進する。

②食を通じた温泉街の魅力化

- ・「泊食分離」や「温泉街の食べ歩き」といった、“外での食の楽しみ方”のニーズが高い20～40代の若年層を意識した宿泊プランの造成、商品開発、新規開業支援の拡充に取り組む。
- ・共通コンセプトに基づき、近隣の競合温泉地が高い評価を獲得していない「地域ならではの食体験」を前面に押し出したプロモーション展開を図るため、菊池ならではの看板グルメや季節毎のグルメを地域一体となって推進する。

③景観まちづくりの推進

- ・新・景観ガイドラインを策定し、共通コンセプトに基づく、魅力ある温泉地の4条件の要素（泉質、自然と美しい景観、ならではの食体験、宿のおもてなし）を含む「菊池温泉のキービジュアル」の作成、「菊池ならではの食」「気軽な温泉体験」「食べ歩きできる飲食店」をキーワードにした街づくりを推進する。
- ・歩きたくなる温泉街の景観づくりを推進するため、清潔感のある街並みの形成、軒先空間を活用したおもてなし、菊池ならではの食体験の提供機会を増やし、温泉街を周遊したくなるイベントの開催に取り組む。

¹ 菊池温泉全体のイメージを象徴的に表現し、旅行者に対して視覚的に伝える役割を持ち、Web サイトや紙媒体のパンフレット等で菊池温泉の象徴として活用するもの。

Ⅲ 取組の推進

基本構想に掲げた3つの取組の方針を踏まえ、菊池温泉街の活性化に係る取組をより具現化し、各主体間で相互に連携・協力を図り、地域一体となって横断的に推進していく。

＜各主体の役割分担＞

★：中心となって事業を推進する主体

○：中心主体と連携して事業を推進する主体

1. 旅館・ホテルの経営基盤強化

1-（1）事業承継及び経営コンサルタント支援

（ア）小規模旅館を対象に経営コンサルタント又は中小企業診断士が訪問し、各施設における経営基盤強化、マーケティング支援による集客強化、営業課題の解決へ向けたヒアリングや支援に取り組む。

成 果	成果指標	単位	基準 (R5)	R6	R7	R8	R9	R10
	菊池温泉街宿泊者数	人	66,004	75,000	77,500	80,000	86,500	93,500
事業承継に向けた計画策定数	軒 ※累計	-	0	3	5	5	5	

◆関連する事業及び工程表

取組内容	令和6年度				令和7年度				令和8～10年度			
	前期		後期		前期		後期		前期		後期	
重点事業＜小規模旅館への経営コンサルタント支援＞★宿泊施設 ○商工会等・行政												
小規模旅館を対象とした経営コンサルタント支援												
事業承継に向けた計画策定支援												
事業承継に向けたマッチング支援												

1- (2) 官民連携による宿泊施設・設備の改修及びマーケティング支援

- (ア) 旅館・ホテルの施設・設備改修等に対して関連補助金等に関する支援窓口を開設し、補助事業の周知や手続き支援に取り組む。
- (イ) 共通コンセプトに基づく、魅力ある温泉地の4条件の要素(泉質、自然と美しい景観、ならではの食体験、宿のおもてなし)を含む菊池温泉共通キービジュアルを活用したプロモーションに取り組む。
- (ウ) 小規模旅館を対象に経営コンサルタント又は中小企業診断士が訪問し、各施設における経営基盤強化、マーケティング支援による集客強化、営業課題の解決へ向けたヒアリングや支援に取り組む。【再掲】

成 果	成果指標	単位	基準 (R5)	R6	R7	R8	R9	R10
	補助金活用相談実績	回 ※累計	0	5	10	15	20	25
	菊池温泉街リブランディング事業に関するメディア露出件数	件	-	20	25	30	35	40
	菊池温泉街宿泊者数	人	66,004	75,000	77,500	80,000	86,500	93,500

◆関連する事業及び工程表

	令和6年度		令和7年度	令和8~10年度
	前期	後期		
取 組 内 容	<旅館・ホテルの施設及び設備改修に向けた関連補助金等の手続サポート> ★商工会等 ○行政 施設・設備改修に向けた補助金等手続きサポート			
	<菊池温泉共通キービジュアルを活用したプロモーション> ★宿泊施設 ○観光関連団体 ブランドイメージ及びキービジュアルの策定(ロゴマーク含む) ※取組3-(1)と連携 菊池温泉共通キービジュアル等のプロモーション			
	重点事業<小規模旅館への経営コンサルタント支援>【再掲】 ★宿泊施設 ○商工会等・行政 小規模旅館を対象とした経営コンサルタント支援			

- 1- (3) 高単価食事プラン等宿泊サービスの高付加価値化及びマーケティング支援
- (ア) 「旅館食」など“中での食の楽しみ方”のニーズが高い40代以上の中年層を意識した「菊池ならではの」食事付き宿泊プラン（白龍を想起させるような宿泊プラン等）を造成することで、宿泊単価の向上を図る。
- (イ) 共通コンセプトに基づく、魅力ある温泉地の4条件の要素（泉質、自然と美しい景観、ならではの食体験、宿のおもてなし）を含む菊池温泉共通キービジュアルを活用したプロモーションに取り組む。【再掲】
- (ウ) 小規模旅館を対象に経営コンサルタント又は中小企業診断士が訪問し、各施設における経営基盤強化、マーケティング支援による集客強化、営業課題の解決へ向けたヒアリングや支援に取り組む。【再掲】

成 果	成果指標	単位	基準 (R5)	R6	R7	R8	R9	R10
	開発コンテンツ数	個 ※累計	0	2	4	6	8	10
	宿泊販売平均単価	円	12,608	13,610	13,610	14,610	14,610	15,110
	菊池温泉街リブランディング事業に関するメディア露出件数	件	-	20	25	30	35	40
	菊池温泉街宿泊者数	人	66,004	75,000	77,500	80,000	86,500	93,500

◆関連する事業及び工程表

	令和6年度		令和7年度	令和8~10年度
	前期	後期		
取 組 内 容	<「共通ターゲット」に選ばれる高付加価値宿泊・体験・食事プランの開発> ★宿泊施設 ○観光関連団体 			
	<菊池温泉共通キービジュアルを活用したプロモーション> 【再掲】 ★宿泊施設 ○観光関連団体 			
	重点事業<小規模旅館への経営コンサルタント支援> 【再掲】 ★宿泊施設 ○商工会等・行政 			

- 1 - (4) 地域一体となった旅館・ホテルの運営効率化（清掃業務の効率化等）
 (ア) デジタルの活用による地域一体の経営基盤強化（DX）や、仲居の共同雇用の仕組み等を構築して人手不足の解消に取り組む。

成 果	成果指標	単位	基準 (R5)	R6	R7	R8	R9	R10
	システム構築実績	件	0	0	0	0	0	1
	セミナー開催回数	回	-	0	2	3	3	3

◆関連する事業及び工程表

	令和6年度				令和7年度	令和8~10年度
	前期		後期			
取組内容	<DX・集客データ活用・施設間の情報連携による地域一体となった運営効率化による「おもてなし」の追求 や人手不足の解消>★宿泊施設 ○商工会等、行政					
	DX・集客データ活用・施設間の情報連携に向けた先進地事例調査				集約・分析システムの試験運用	
	人手不足解消に向けた先進地事例調査				集約・分析システムの実装・運用	
	DX等に関するセミナーの開催				体制構築に向けた協議	
					実装・運用	

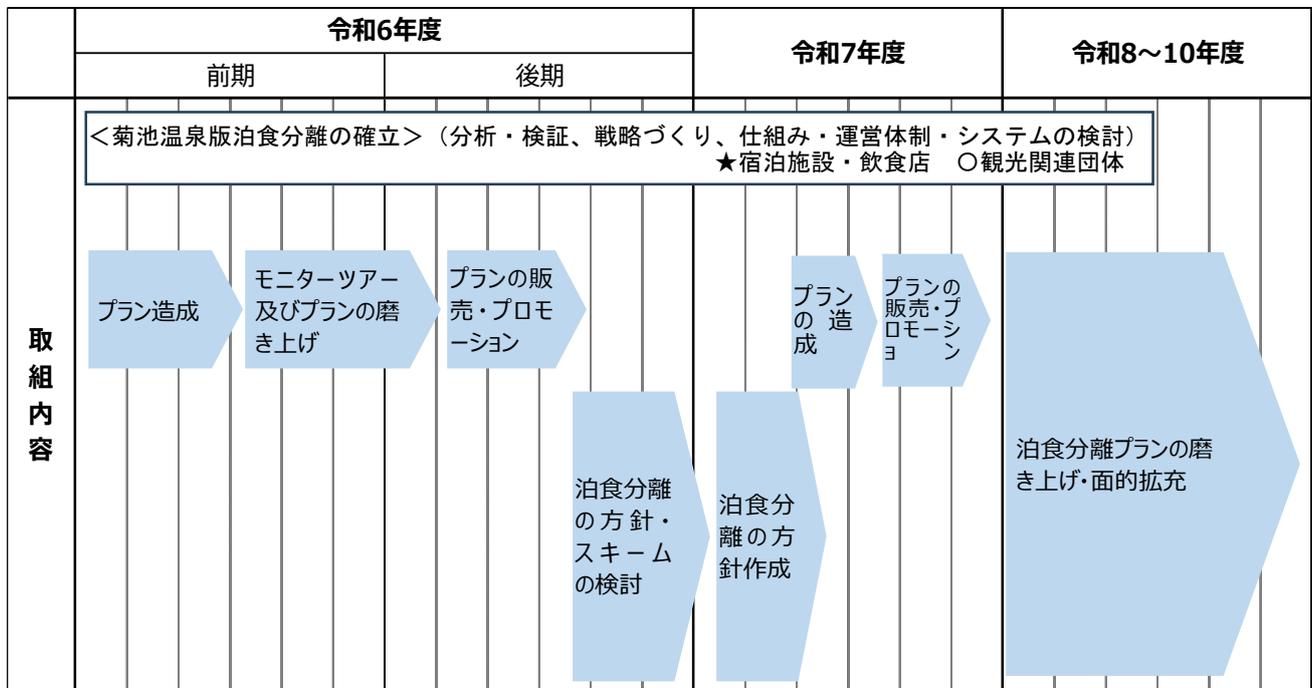
2. 食を通じた温泉街魅力化

2-(1) 旅館・ホテルと飲食店の連携による泊食分離の推進（先進的モデルプランの造成・販売等）

(ア) 基本構想が定める「共通のターゲット」の中でも、「泊食分離」や「温泉街の食べ歩き」といった、“外での食の楽しみ方”のニーズが高い20～40代の若年層の誘客に向けて、「菊池温泉版泊食分離」の仕組みや実施体制を検討・構築する。

成果	成果指標	単位	基準 (R5)	R6	R7	R8	R9	R10
	宿泊プラン造成施設数	軒 ※累計	-	2	5	7	11	11

◆関連する取組事業及び工程表



2-(2) 空き店舗等への新規飲食事業者開業支援（金融機関との連携による伴走支援スキームの構築等）

(ア) 基本構想が定める「共通のターゲット」に訴求でき、歩きたくなる温泉街を実現できるような魅力ある店舗（飲食店、カフェ、雑貨屋等）の開業支援に取り組む。

成 果	成果指標	単位	基準 (R5)	R6	R7	R8	R9	R10
	新規創業事業者	軒 ※累計	4	6	8	11	11	15

◆関連する取組事業及び工程表

	令和6年度		令和7年度	令和8～10年度
	前期	後期		
取組内容	重点事業<菊池温泉街エリアにおける新規創業支援>★商工会等 ○行政			
	菊池温泉街エリアの空き家・空き店舗調査の実施		官民金連携による支援スキーム構築	菊池温泉街エリアにおける開業支援に係る補助金等の支援

2-(3) 本市農産物を活用した統一メニューの面的展開（ご当地グルメの開発・プロモーション等）

- (ア) 菊池市新看板グルメとして押し出している「くまもと黒毛和牛和王」を提供する飲食店及び旅館の面的拡充、食べ歩きにつながる「くまもと黒毛和牛和王」のテイクアウトメニューへの展開、四季折々の統一した食事プランの販売を行い、「菊池ならではの食」を活用した誘客を図る。（温泉水の活用、白龍をイメージしたドリンクや土産品開発等）。
- (イ) 様々な世代・エリアへ広く菊池の魅力を周知できるよう、SNSを活用して飲食店やスナック等の紹介、グルメの情報発信、回遊性向上に向けたキャンペーンに取り組む。

成 果	成果指標	単位	基準 (R5)	R6	R7	R8	R9	R10
	開発商品数	個 ※累計	0	5	7	10	15	20
	SNS投稿数	件 ※累計	-	25	49	74	98	122
	SNSフォロワー数	人 ※累計	-	150	300	400	500	600

◆関連する取組事業及び工程表

	令和6年度		令和7年度	令和8~10年度
	前期	後期		
取組内容	<「菊池市新看板グルメ和王」や温泉水などの地域ならではのかつ季節折々の食コンテンツの開発> ★宿泊施設・飲食店 ○観光関連団体			
			和王・温泉水等を活用した食コンテンツの販売・プロモーション 四季折々の食コンテンツの販売・プロモーション	磨き上げ・取組の面的拡充 磨き上げ・取組の面的拡充
			和王・温泉水等を活用した食コンテンツ検討 四季折々の食コンテンツ検討	
	多言語支援ツールに関する情報提供			
	<食を通じた市内飲食店・スナックのプロモーション>★宿泊施設・飲食店 ○観光関連団体			
			プロモーション戦略等の策定 磨き上げ・取組みの面的拡充 プロモーション展開	

3. 景観まちづくりの推進

3- (1) 「新・景観ガイドライン」の策定による統一感のある街並み形成

- (ア) 菊池温泉街の地域特性を生かしつつ温泉街の情緒が感じられる統一的な景観づくりを推進するため、官民連携による景観づくりの方向性を示す「新・景観計画」を策定する。
- (イ) 民間と行政が連携して、「新・景観計画」に基づき魅力ある温泉街の景観の実現に向けたハード整備・改修を推進する。
- (ウ) 基本構想の「共通のターゲット」に定める台湾人をはじめインバウンドの誘客促進及び満足度向上のため、市内観光案内看板の多言語化整備に取り組む。

成果	成果指標	単位	基準 (R5)	R6	R7	R8	R9	R10
	官民連携による整備実績	箇所 ※累計	-	0	0	0	3	5

◆関連する取組事業及び工程表

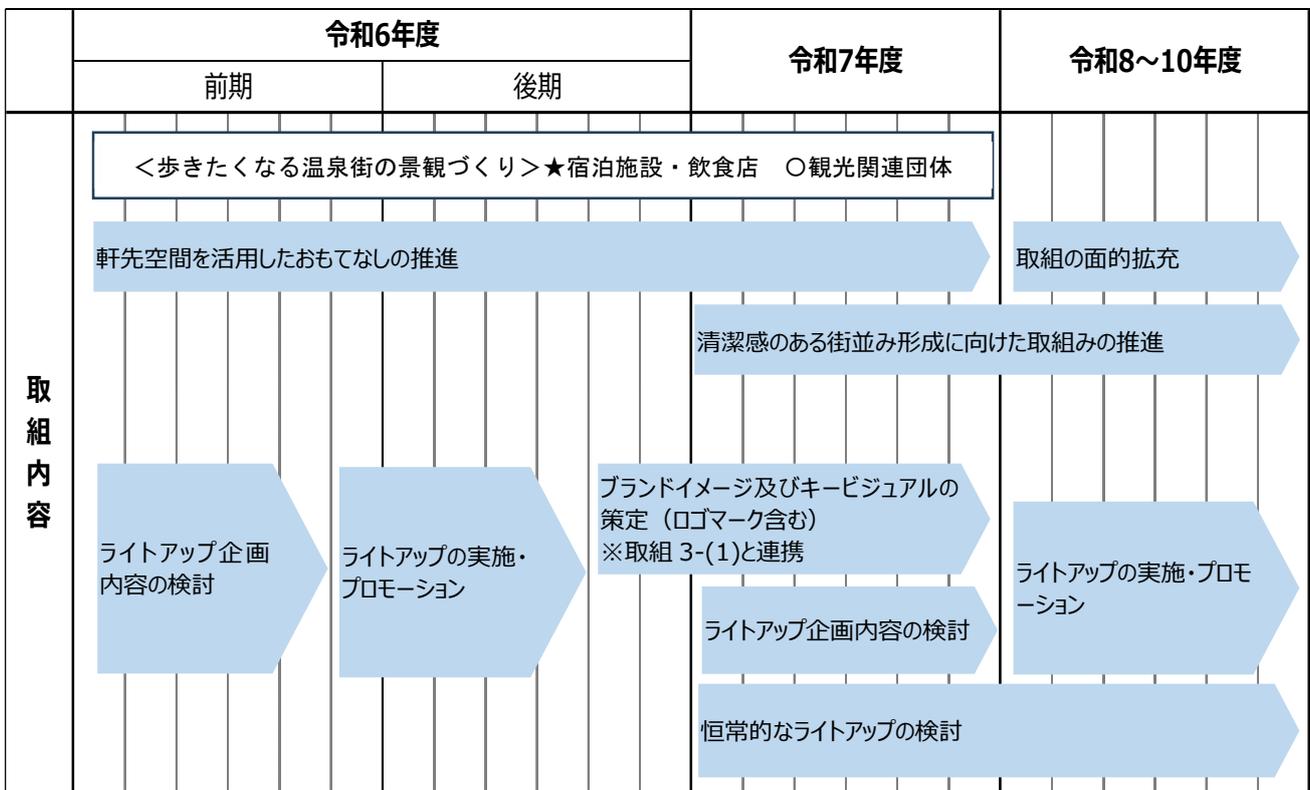
	令和6年度		令和7年度	令和8~10年度
	前期	後期		
取組内容	重点事業<菊池温泉街における「新・景観計画」の策定>★行政 ○宿泊施設、飲食店、行政（県）			
			ブランドイメージ及びキービジュアルの策定（ロゴマーク含む） ブランドイメージに基づく景観形成基準案の検討	計画案の作成・審議 「新・景観計画」の運用
	<「新・景観計画」に基づく官民連携によるハード整備・改修>★宿泊施設・飲食店 ○行政、行政（県）			
			ハード整備に向けた官民の役割分担の整理	補助金等を活用したハード整備の推進
	<多言語案内の充実に向けた看板整備>★行政		先進地事例調査	菊池温泉街エリアにおける現況調査 整備方針案の策定 多言語案内看板整備の推進

3-(2) 歩きたくなる温泉街づくり（夜間ライトアップ、軒先空間を活用したおもてなし等）

（ア）昼夜通して浴衣でそぞろ歩きが楽しめるような景観づくりを通年を通して取り組む。
 （清潔感のある街並み形成に向けた清掃活動、軒先空間を生かしたおもてなし、恒常的な温泉街のライトアップ、ベンチ等の佇む場所の充実等）

成 果	成果指標	単位	基準 (R5)	R6	R7	R8	R9	R10
	観光客満足度	%	-	50 ※実証事業	-	60	65	70

◆関連する取組事業及び工程表



3- (3) 回遊性向上に向けたナイトタイムコンテンツの実施（イベント等）

(ア) 地域の特性を生かし、特に夜間における回遊性向上を図るため、民間主導による継続的なナイトタイムコンテンツの創出に取り組む。（はしご酒等）

成果	成果指標	単位	基準 (R5)	R6	R7	R8	R9	R10
	イベント来場者満足度	%	-	50 ※実証事業	-	70	75	80
イベント来場者数	人	-	350 ※実証事業	-	400	450	500	

◆関連する取組事業及び工程表

	令和6年度		令和7年度	令和8~10年度
	前期	後期		
取組内容	<回遊性向上に向けたナイトタイムコンテンツの充実> ★宿泊施設・飲食店 ○観光関連団体			
	イベント内容の検討		ブランドイメージ及びキービジュアルの策定（ロゴマーク含む） ※取組 3-(1)と連携	
	イベント等の実施・プロモーション		ブランドイメージ等を踏まえ たイベント内容の検討	イベント等の実施・プロモーション
				企画内容の磨き上げ・企画の定例化の検討