



宮本武蔵・二天一流を通じた修行体験  
～武蔵の聖地・熊本で会得する武士道精神～

熊本武士道ツーリズム協議会

# アジェンダ

---

- ・ 団体紹介及びこれまでの取り組み
- ・ 背景と課題
- ・ 取組概要
- ・ 取り組み紹介
- ・ アンケート結果（一部）及び考察
- ・ KPI達成度
- ・ 次年度以降の取り組み

## 団体紹介及びこれまでの取り組み

剣豪・宮本武蔵が『五輪書』や『二天一流』を完成させ、この宮本武蔵・二天一流を受け継ぐ17代目・18代目宗家が今なお息づく熊本。

「宮本武蔵/二天一流」を通じ、武蔵の精神を発信・周知することで「強くやさしい人」づくりに寄与し、より良い世の中を創り出していきたいという想いのもと、取り組みを開始した。

私たちはこれまで、「武蔵や細川家の世界観について体感できる滞在ツアーや訪日外国人向けプログラム等）」を造成し、「武蔵/二天一流」の認知度向上、国内外観光客の滞在推進、地域経済発展、文化・武道の継承や発展に努めている。



例) 居合道体験コンテンツの造成販売



例) 肥後象嵌体験コンテンツの造成販売

# 背景と課題

## ■背景：

「侍体験」コンテンツとして、これまで欧米観光客をターゲットとした商品造成/誘客に努めてきた。台湾観光客を中心にアジアからの旅行需要は高まりつつあるものの、訪日外国人の地域全体での消費額でみると、決して大きいとはいえない現状であり、インバウンド需要を充分取り込めているとは言えない。

## ■課題：

インバウンド需要を取り込み、地域消費額拡大へ貢献を図るために、現状として以下の課題があると考え、本事業において取り組むこととした。

### 上位課題：訪日外国人の地域消費額向上

#### 【課題①】

#### 「宮本武蔵・二天一流」の 認知度向上

##### 【当エリアの現状】

熊本への訪日外国人観光客の来訪志向として、歴史文化に対する興味関心度は高い。併せて剣豪・宮本武蔵が執筆した「五輪書」の認知度も世界的に高い。

しかし、観光客の多くは熊本城への来訪に留まっており、宮本武蔵の精神が息づく侍体験プログラムを始め、武蔵関連施設等の歴史文化資源への来訪には十分に繋がっていない。

#### 【課題②】

#### 「武道プログラム」の 高付加価値化

##### 【当エリアの現状】

侍体験として既にベーシックプログラムは作成しており、体験参加者から好評は得ているものの、単なる居合道体験のみに留まっており、宮本武蔵の精神について会得できるような魅力あるプログラムには至っていない状況である。

#### 【課題③】

#### さらなる 「地域連携体制」の構築

##### 【当エリアの現状】

現在、体験提供のみに留まっており、お宿や飲食店、関連施設との連携はまだまだ出来ておらず、誘客パッケージ提供において、地域連携や地域経済への波及への寄与ができていない。

# 取組概要

|         |                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| プロジェクト名 |                     | 宮本武蔵・二天一流を通じた修行体験～武蔵の聖地・熊本で会得する武士道精神～                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 実施目的    |                     | <p>この熊本ならではの武士道精神である『宮本武蔵の精神』を体感することができる「侍体験」コンテンツとして、これまで欧米観光客をターゲットとした商品造成/誘客に努めてきたものの、インバウンド需要を充分取り込めているとは言えない状況である。</p> <p>本事業において、『宮本武蔵の精神』を軸とし、指南役とともに長期滞在する中で、技術や心身の研鑽を図り、己の生き方を見つめ直す唯一無二の魅力ある武道コンテンツを開発し、「熊本＝宮本武蔵の聖地」という資源価値を高めることを目指す。</p> <p>これにより、関心が高まりつつあるインバウンド需要を取り込み、地域消費額拡大へ貢献を図る。</p> |
| ターゲット設計 |                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国籍：アメリカ、フランス、イギリス</li> <li>・ 属性等：武道経験があり、より武士道精神について極めたいと思っている高所得層の個人旅行客</li> </ul>                                                                                                                                                                            |
| 取組事項    | (1)<br>インバウンドニーズ調査  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ マーケティング調査</li> <li>・ 専門家意見聴取</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                        |
|         | (2)<br>高付加価値コンテンツ開発 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンテンツ企画開発</li> <li>・ ガイド研修</li> <li>・ モニターツアー</li> <li>・ ガイド補助ツール</li> <li>・ PRチラシ・認定書</li> </ul>                                                                                                                                                              |
|         | (3)<br>情報ツール整備      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ウェブサイト制作</li> <li>・ 宣伝素材撮影</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                          |

# 取り組み紹介

## (1) インバウンドニーズ調査

### ■マーケティング調査

| 項目             | 内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 目的             | コンテンツ造成において、より確実にターゲットに刺さる唯一無二の武道コンテンツとして造成するため                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 実施項目           | 観光動態調査、地域資源リサーチ、海外旅行会社ヒアリングを実施。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 調査結果<br>(一部抜粋) | <ul style="list-style-type: none"><li>・観光動態調査・地域資源リサーチの結果、熊本では歴史文化に関する資源が豊富かつ旅行者のニーズがある一方で、この分野のアクティビティは充実していない現状が見受けられた。宮本武蔵を切り口とした熊本の地域資源は、他コンテンツ/他エリアと比較し、特別性・特異性が強く本エリアでのコンテンツ造成の意義があるとして整理することができた。</li><li>・現在、長期滞在の武道ツアーはなく、更に、宮本武蔵をテーマにした武道ツアーもないことから、唯一無二性としての造成意義が整理できた。</li><li>・海外旅行会社ヒアリングの結果、送客エリアとして認知度が低いエリアである一方で、本事業で造成するコンテンツの分野・テーマに関心が強いことが整理できた。</li></ul> |

# 取り組み紹介

## (1) インバウンドニーズ調査

### ■専門家意見聴取

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 目的   | ターゲットに訴求する高付加価値なコンテンツを造成のため意見聴取                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 実施期間 | 2024年11月18日(月)～11月19日(火)                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 招聘者  | 太田光柁氏<br>誠心館道場所属、全日本居合道連盟無双直伝英信流八段、侍造成ツアーアドバイザー                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 実施内容 | <p>ターゲットに訴求し、ストーリー性の高いコンテンツ造成を行うため、これまで未連携のコンテンツ候補先を中心に、ターゲット及び商品軸との関連性や訴求性、滞在価値についての指導や、滞在における造成ポイントやガイディングにおける留意事項の指導を実施。</p> <p>【エリア及び視察先】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 熊本県熊本市：武蔵館道場</li><li>・ 熊本市山鹿市：日輪寺、とき処南無、栗川商店、さくら湯、武蔵の銅像、山鹿灯籠民芸館、山鹿灯籠の店なかしま</li><li>・ 熊本県八代市：妙見宮、新免武蔵之塚、松浜軒、松井神社</li></ul> |
| 成果   | 設計するターゲットおよび商品軸との関連性や訴求性、さらには滞在価値を中心に指導を行われ、これまで未連携の部分が多かった中で、商品軸からぶれず、いかにストーリー性のある滞在を設計する重要性和ポイントが明らかになった。                                                                                                                                                                                                         |



栗川商店視察



さくら湯視察



新免武蔵之塚視察



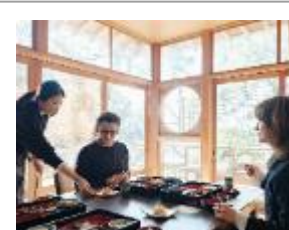
松浜軒視察

# 取り組み紹介

## (2) 高付加価値コンテンツ開発

### ■コンテンツ企画開発

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 商品タイトル   | 宮本武蔵・二天一流を通じた修行体験～武蔵の聖地・熊本で会得する武士道精神～                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 所要時間     | 7日間 ※7日間をベースに、参加者が行程を自由にカスタマイズできる工夫を検討・調整                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 概要       | 宮本武蔵の精神を軸に、指南役（コーディネーター）とともに滞在し学びと鍛錬を図る長期滞在プログラム                                                                                                                                                                                                                                                |
| 活用する地域資源 | <p>武蔵に所縁ある熊本県内の各地の資源</p> <p>■熊本市：武蔵館道場、二天一流、水前寺成趣園、武蔵塚公園、熊本城、島田美術館、霊巖洞</p> <p>■山鹿市：さくら湯、栗川商店、山鹿温泉</p> <p>■八代市：新免武蔵之塚、松井神社、松浜軒、</p>                                                                                                                                                              |
| 特徴       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 熊本県内の武蔵と所縁あるエリアに滞在し、武蔵関連の多様な文化資源に触れる滞在</li> <li>・ 宮本武蔵の精神を軸に、コーディネーターとともに長期滞在</li> <li>・ コンテンツを全て修練することでオリジナル認定証を授与</li> <li>・ 宮本武蔵の精神性、居合道の侍スピリットを学べる商品として、単に楽しい滞在をしたい人向けではなく、本格的に学びたい人向け商品として造成</li> <li>・ 深い学びと自己鍛錬を図ることができる唯一無二の武道ツーリズム</li> </ul> |
| 販売方法     | 旅行会社からの問い合わせ                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 販売価格     | 7日間：765,000円～1,100,000円《コンテンツ・ローカルガイド・宿泊・移動（タクシー）・手数料 込》                                                                                                                                                                                                                                        |



# 取り組み紹介

## (2) 高付加価値コンテンツ開発

### ■ガイド研修

|      |                                                                                                                                            |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 目的   | 宮本武蔵の精神を軸とした長期滞在プログラムを造成するにあたって、参加者がより、高い満足や理解を得られる滞在とするためのコーディネーターとして対応するガイドを育成することを目的として実施。                                              |
| 実施期間 | 2024年12月13日(金)                                                                                                                             |
| 招聘者  | ・ 太田光柁氏<br>誠心館道場所属、全日本居合道連盟無双直伝英信流八段、侍造成ツアーアドバイザー<br>・ 田島已起子氏<br>Three Dot Rain & Co. 代表                                                   |
| 参加者  | 本事業で造成するコンテンツに対する今後の連携における英語ガイド候補者                                                                                                         |
| 実施内容 | ■座学<br>・ 宮本武蔵についての解説・英訳説明のポイント<br>・ 刀の精神性の解説・英訳説明のポイント<br>・ 五輪書についての解説・英訳説明のポイント<br>■ディスカッション<br>■居合道稽古における参加者に伝えるべき注意事項の共有および英語説明のポイント    |
| 成果   | ・ 商品軸は、単に資料を読むだけでは理解しづらい部分も多い。そのため、本実施においては、ディスカッションを含めた研修で理解の深堀りが進んだことが大きな成果の一つとなった。<br>・ ガイド自身の理解が深まるだけでなく、他の参加者との意見交換を通じて新たな視点を得る機会となった |



# 取り組み紹介

## (2) 高付加価値コンテンツ開発

### ■モニターツアー

|      |                                                                                                                                                                                            |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 目的   | 造成したコンテンツにおいて、より魅力的磨き上げやオペレーション等への検証のため                                                                                                                                                    |
| 実施期間 | 2025年1月14日(月)～20日(日)6泊7日                                                                                                                                                                   |
| 招聘者  | <p>■6泊7日参加：1名（フランス人/アートディレクター及び写真家）</p> <p>■1泊2日参加：2名（インドネシア人/（株）JAPAN PRIVATE TOUR、アメリカ人/インサイドジャパントアーズ）</p> <p>※次年度以降の実販売に備え、1泊2日プランについてのモニタリングを実施すべく、1泊2日間の行程にて、商品に親和性のある海外旅行会社2社を招聘</p> |
| 実施内容 | 造成したコンテンツに沿って、モニターツアー及び参加者調査を実施。                                                                                                                                                           |



【1日目】ストーリーや背景の説明



【1日目】細川家所縁ある宿に宿泊



【2日目】水前寺成趣園散策



【3日目】新免武蔵之塚散策



【4日目】島田美術館鑑賞



【5日目】居合道稽古



【6日目】五輪書の学び



【7日目】霊巖散策・座禅体験

# 取り組み紹介

## (2) 高付加価値コンテンツ開発

### ■ガイド補助ツール制作

ガイド解説を補足サポートし、参加者の理解促進と満足度向上につなげるべく、4点の補助ツールを制作。

#### 坐禅のやり方マニュアル



#### 日本人が刀を大切にする理由/危険性

なぜ？日本刀に礼をするのか？  
日本人が刀を大切にする理由。

居合道に礼について  
日本は古くから剣道、刀、弓、槍、薙など武術が発達する中で、特に剣道が発達していると考え、その中でも最も重要な「居合道」(居合)と「居合」を重視し、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。

刀に礼をする理由  
日本は古くから剣道、刀、弓、槍、薙など武術が発達する中で、特に剣道が発達していると考え、その中でも最も重要な「居合道」(居合)と「居合」を重視し、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。

刀と床が神様に尊敬される  
日本は古くから剣道、刀、弓、槍、薙など武術が発達する中で、特に剣道が発達していると考え、その中でも最も重要な「居合道」(居合)と「居合」を重視し、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。

太刀(太刀)は剣道(太刀)である  
日本は古くから剣道、刀、弓、槍、薙など武術が発達する中で、特に剣道が発達していると考え、その中でも最も重要な「居合道」(居合)と「居合」を重視し、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。

だから日本刀は武器から芸術になったのです。

#### 居合道の目的

居合道を通じて人間形成を行うことが目的です。

#### 安全マニュアル

- 日本刀(居合道)の危険性  
日本刀は鋭利な刃物であり、取り扱いには注意が必要です。刃物を扱う際には、刃先を人に向けないように注意してください。
- 居合道の目的  
居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。
- 居合道の基本  
居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。
- 居合道の安全  
居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。
- 居合道の礼  
居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。

●居合道の礼  
居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。居合道は、礼を重んじてきた。

#### 宮本武蔵年表

宮本武蔵先生の年譜

| 年齢   | 出来事      |
|------|----------|
| 1594 | 宮本武蔵誕生   |
| 1611 | 父・宮本武蔵の死 |
| 1618 | 母・宮本武蔵の死 |
| 1625 | 兄・宮本武蔵の死 |
| 1632 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1639 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1646 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1653 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1660 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1667 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1674 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1681 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1688 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1695 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1702 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1709 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1716 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1723 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1730 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1737 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1744 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1751 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1758 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1765 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1772 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1779 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1786 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1793 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1800 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1807 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1814 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1821 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1828 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1835 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1842 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1849 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1856 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1863 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1870 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1877 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1884 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1891 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1898 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1905 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1912 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1919 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1926 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1933 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1940 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1947 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1954 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1961 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1968 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1975 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1982 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1989 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 1996 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 2003 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 2010 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 2017 | 弟・宮本武蔵の死 |
| 2024 | 弟・宮本武蔵の死 |

#### 二天一流伝承図(松永家の家系図)の巻物



# 取り組み紹介

## (2) 高付加価値コンテンツ開発

### ■PRチラシ・認定書

商品発信と、参加者の満足度向上につなげるべく、PRチラシ及び認定書を制作実施

#### PRチラシ

熊本だからできる特別なサムライ体験。



KUMAMOTO  
The Story of  
THE BOOK of  
FIVERINGS  
MIYAMOTO MUSASHI

- 二天一流・合道 体験
- 道楽屋・金持体験
- 五輪書・歴史講座
- 宮本武蔵・秀吉作品鑑賞

宮本武蔵と五輪書の世界を学ぶ。

宮本武蔵が熊本に築いた文化を今も受け継ぐ人々から学ぶサムライ体験。伝説、六十余歳の剣術修行で一度も負けなかった「宮本武蔵」。二刀流の持ち主としても有名です。武蔵は生涯にわたって剣術を磨き、己の生き方を見つめ、武士としての兵法を探究し続けました。その偉大さとなった「五輪書」は、熊本で書かれたものです。武蔵の考えは、剣術や兵法にとどまらず、「人を斬る前には、人を生かす道」へと進化しています。今回は、その武蔵の文化を今も受け継ぐ人々から学ぶ特別なサムライ体験をご紹介します。



熊本 伝統を受け継ぐ人々から直接学ぶ特別な体験。

お問い合わせ先  
発行：熊本武士道ツーリズム協議会  
住所：熊本県中城下通1-6-4 武蔵ビル3階  
電話：090-6429-4373

#### 認定書

修了証書

殿

あなたは武蔵館武士道体験  
において全過程を  
終了されましたのでここに  
修了証を授与いたします。

年 月 日

熊本武蔵館  
代表 松永哲典

# 取り組み紹介

## (3) 情報ツール整備

### ■ウェブサイト制作

- ・ 英語版 [https://gray144473.studio.site/destinations\\_en/VvUzQaNw](https://gray144473.studio.site/destinations_en/VvUzQaNw)
- ・ 日本語版 <https://gray144473.studio.site/destinations/5PPW0bG6>

(一部抜粋)



## What is Samurai Tourism in Kumamoto?

Miyamoto Musashi, one of Japan's most famous and strongest samurai, is said to have never lost in over 60 life-or-death duels. Musashi spent his later years in Kumamoto, where he composed *The Book of Five Rings (Go Rin no Sho)* in a cave called Reigandō, summarizing his tactics, strategies, and mindset for victory. Additionally, he refined his unique style, Niten Ichi-ryū.

This tour allows participants to learn authentic samurai swordsmanship and philosophy, passed down for about 380 years, from the 18th headmaster of Niten Ichi-ryū. Whether you're a beginner or someone looking to deepen your connection with samurai culture, this Kumamoto-exclusive experience teaches not only swordsmanship but also the self-discipline and personal growth central to samurai philosophy.

# 取り組み紹介

## (3) 情報ツール整備

### ■宣伝素材撮影の実施

本事業で造成した宮本武蔵の精神を軸とした長期滞在プログラムを、今後販売展開していくに際し、ウェブサイト、商談資料等で活用するための宣伝素材として撮影。



# アンケート結果（一部）

※回答について（1～7から1つ選択）

《選択肢：【1】全くそう思わない～【4】どちらともいえない～【7】とてもそう思う》

| セクション | アンケート項目                                     | 回答（n=3）   |
|-------|---------------------------------------------|-----------|
| B     | このコンテンツは私が知っていた地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効に活用していた  | 4：1名、7：2名 |
|       | このコンテンツは私が知らなかった地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効に活用していた | 7：3名      |
|       | 全体的にこのコンテンツは特色ある地域資源（自然、文化、人的資源等）を有効に活用していた | 7：3名      |
| C     | 今回のコンテンツに関わる地域の雰囲気が気に入った                    | 7：3名      |
|       | 今回のコンテンツに関わる地域の中にお気に入りの場所ができた               | 6：1名、7：2名 |
|       | 今回のコンテンツに関わる地域が好きになった                       | 7：3名      |
|       | 全体的に今回のコンテンツに関わる地域は素晴らしい（また訪ねたい）と思った        | 7：3名      |
| D     | このコンテンツは期待以上のものだった                          | 7：3名      |
|       | このコンテンツを心から楽しむことができた                        | 7：3名      |
|       | このコンテンツは自分にとって価値のある経験だった                    | 7：3名      |
|       | このコンテンツを友人にも勧めたい                            | 7：3名      |
|       | このコンテンツに再び参加したいと思う                          | 7：3名      |
|       | ここのコンテンツに関係なく、実施地域を再び訪れたいと思う                | 7：3名      |
|       | 全体的にこのコンテンツは満足のいくものだった                      | 7：3名      |

# アンケート結果をふまえた考察

| 項目      | 分析内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 平均スコア   | <p>■平均スコア</p> <p>: ほとんどの項目で最高評価の【7】の回答をいただき、商品における満足度は非常に高かったと言える。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 評価の成功要因 | <p>■行程の流れとストーリー設計</p> <p>: 7日間の滞在で体験や訪問が多岐に渡るが、ほぼ全てが400年前の武蔵に繋がっていて、ストーリーで整理が出来て、最終日に近づくにつれて徐々に参加者自身の中で歴史や関係者、文化が体系立てて繋がっていき、最後に霊巖洞で武蔵という最強の侍のマインドセットを感じることが出来たといえ、ストーリー設計と流れが目的に沿っていたと言える。</p> <p>■ホンモノ体験の充実</p> <p>: 「深く豊かな体験」「哲学」「すべてが本物」というコメントが複数見受けられることから、開発したコンテンツがホンモノかつ唯一無二の経験であったと言える。</p> <p>■講師・ガイドの対応</p> <p>: 「関係者の情熱」「居合いの稽古や指導は真摯で心がこもっていた」等というコメントが見受けられることから、ゲストの満足度が高い受け入れ体制を提供できていたと言える。</p> <p>■ターゲット設計</p> <p>: 「歴史的本質と哲学」「より深く理解することができた」というコメントが見受けられることから、ターゲットの設計と参加者がマッチしていたことが言える。</p> |

# KPI達成度

| 課題                 | 目標数値：効果測定方法                                                                                                                                                                           | 結果                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①「宮本武蔵・二天一流」の認知度向上 | <p>■モニターツアー参加者へ体験推奨度調査:80%以上<br/>：7段階評価（【1】全くそう思わない～【4】どちらともいえない～【7】とてもそう思う）で、【6】以上の%</p>                                                                                             | <p>■【このコンテンツを友人にも勧めたい】というアンケート項目への7段階評価において、最も高い【7】と参加者全員3名が回答。<br/>▷目標達成</p>                                                                                                                                                                              |
| ②「武道プログラム」の高付加価値化  | <p>■モニターツアー参加者へ満足度調査:80%以上<br/>：7段階評価（【1】全くそう思わない～【4】どちらともいえない～【7】とてもそう思う）で、【6】以上の%</p> <p>■モニターツアー参加者への販売価格の納得度調査:80%以上<br/>：7段階評価（【1】全くそう思わない～【4】どちらともいえない～【7】とてもそう思う）で、【6】以上の%</p> | <p>■【このコンテンツを心から楽しむことができた】というアンケート項目への7段階評価において、最も高い【7】と参加者全員3名が回答。<br/>▷目標達成</p> <p>■【このコンテンツの提案価格は妥当だと思う】というアンケート項目への7段階評価において、【5:1人、6:1人、7:1人】という結果であった。<br/>▷80%以上が納得しており、目標達成</p>                                                                     |
| ③さらなる「地域連携体制」の構築   | <p>連携協力事業者を発掘し、地域連携体制を強化する</p>                                                                                                                                                        | <p>この度以下の新規連携事業者が発掘され、地域連携体制が強化された</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●交通（神園交通：八代エリア）：タクシーチャーター</li> <li>●各施設：ツアーコンテンツ提供</li> </ul> <p>＜熊本市エリア＞<br/>熊本城、武蔵塚公園</p> <p>＜八代市エリア＞<br/>盛高鍛冶刃物、新免武蔵之塚、松浜軒、上野焼</p> <p>＜山鹿市エリア＞<br/>日輪寺、栗川商店、八千代座、さくら湯</p> |

# 次年度の自走化に向けた取組案・体制案

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>取組案</p> | <p>▷販売展開について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・熊本（九州）への送客が可能で、ターゲット層を有する海外旅行会社への営業/連携強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>└株式会社地域ブランディング研究所と引き続き連携し、営業展開を積極的に実施する。</li> <li>└商談資料の再整理、磨き上げを行う。</li> </ul> </li> <li>・武道や宮本武蔵、五輪書の愛読者を対象に、SNSを活用したファンコミュニティを形成 <ul style="list-style-type: none"> <li>└公式ハッシュタグを設定し、訪問者の体験共有を促して継続的な関心を高めながらリピーター創出を図る。</li> </ul> </li> <li>・継続してPR活動を積極的に展開 <ul style="list-style-type: none"> <li>└メディア取材、イベントの参加等を継続的に実施</li> </ul> （対応例：日本政府公式SNSアカウント「JapanGov」掲載、地元テレビ局取材、イベント参加での居合・二天一流披露等） </li> </ul> <p>▷プログラムについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・歴史の体系化による内容磨き上げの実施 <ul style="list-style-type: none"> <li>└武蔵と熊本の関係性を更に深掘りし、参加者がより没入できる流れを作るため、さらに魅力あるストーリーとして磨き上げを行う。</li> </ul> </li> <li>・顧客ニーズに対応した行程対応 <ul style="list-style-type: none"> <li>└7日間をベースに、参加者が行程を自由にカスタマイズできる工夫を検討・調整し、ツアーの柔軟性を向上させる。</li> </ul> </li> </ul> <p>▷受け入れ体制について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイドの連携体制強化 <ul style="list-style-type: none"> <li>└より質の高い解説をお客様に提供できるよう、地方在住の歴史ガイドや神社ご住職等との連携を強化し、引き続き連携強化する。</li> </ul> </li> <li>・ツアー催行時の宿泊・移動の最適化 <ul style="list-style-type: none"> <li>└参加者の満足度向上のため、宿泊施設や移動手段について多様な顧客ニーズへの対応を見据えたリストアップの再整理を行う。</li> <li>└＜例＞（宿）：一棟貸しゲストハウス、シティホテル、高級宿等、（移動）：ハイヤー、ワゴン、タクシー等</li> </ul> </li> </ul> |
| <p>体制案</p> | <p>当協議会は、「宮本武蔵の精神」を軸とした各種体験商品の開発・提供を推進し、地域のローカルDMCとしての役割を果たすために、各種整備等を行い、持続的かつ発展的な運営を行っていく。</p> <p>■既存体験商品のブラッシュアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・これまで造成してきた各体験商品の内容を精査し、コンセプト・対象顧客・提供価値を再整理</li> </ul> <p>■組織化強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・持続可能な運営体制の確立と組織強化</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |