

指宿市観光・経済戦略会議

令和8年度事業計画





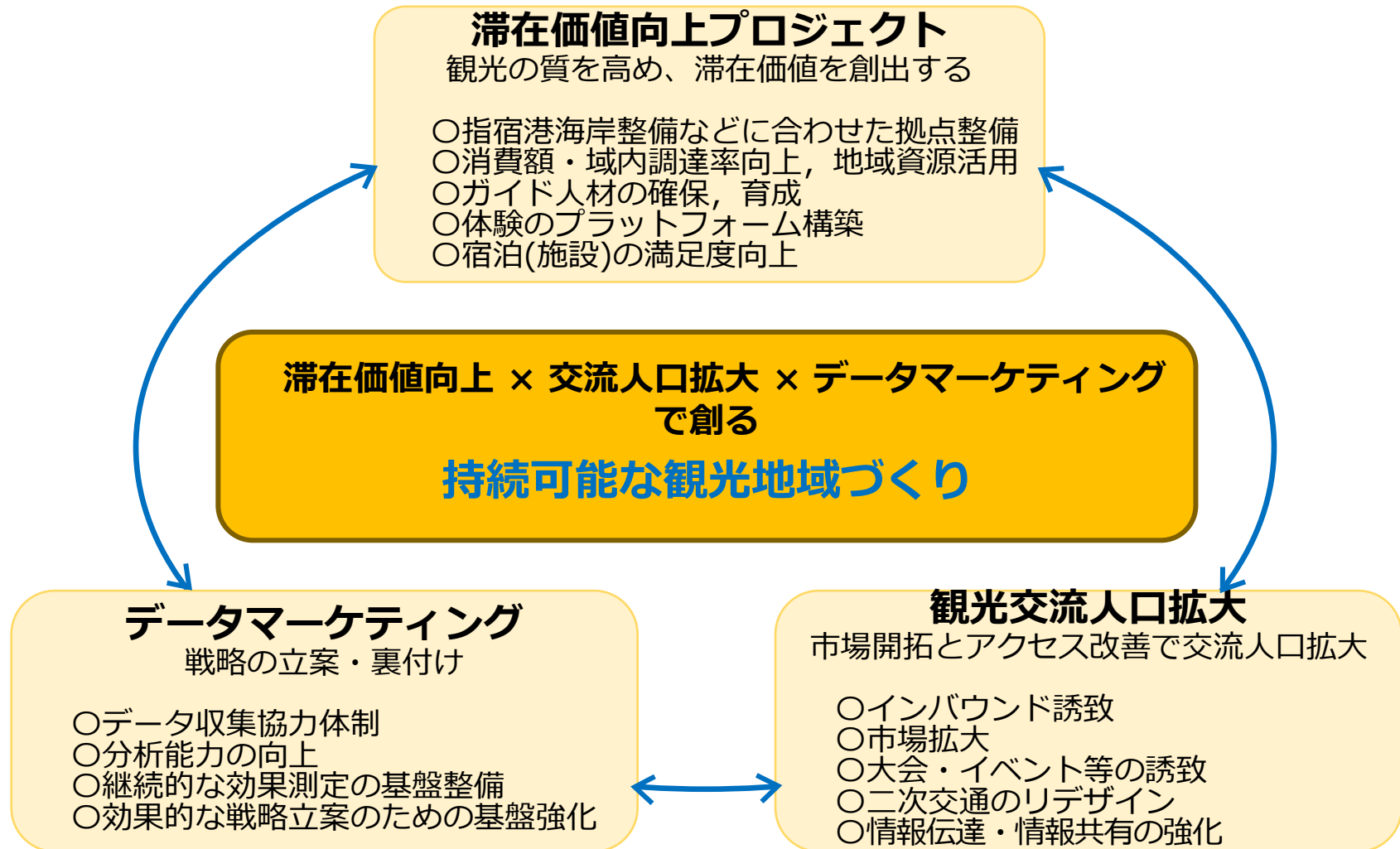
指宿市の状況

	強み	弱み
内部環境	・キラーコンテンツ「砂むし温泉」の知名度 ・CRMアプリ・デジタル MAPの基盤整備 ・県内需要が堅調 ・日帰り観光としてのポテンシャル ・食・自然・文化体験など多層的な資源の保有 ・そうめん流し、砂むし、開聞岳、指宿港海岸整備などキラーコンテンツの存在 ・菜の花マラソン ・グルメ祭りの開催 ・指宿ならではの観光ホテルの良さ ・観光特急「たまた箱号」 ・「指宿」の認知度の高さ ・宿泊施設が他市に比べて多い ・（質の高い・高価格帯）本枯れ節の生産量日本一 ・全国レベル商品「唐船峡食品めんつゆ」メディア露出多い ・全国レベル特定店舗「指宿に回るそうめんを食べに行こう」 ・特定店舗「指宿のTAKETORAにラーメンを食べに行こう」 ・特定店舗「指宿の永谷豆腐にスイーツを買いに行こう」 ・温泉配湯がある ・山川・根占フェリーが運航している ・指宿港海岸整備、ふれあい公園整備計画といった新たなチャンス	・宿泊客数の回復が遅れ ・宿泊形態の固定化（1泊2食）、ニーズとのギャップ ・人材不足（宿泊施設、ガイド等） ・道路整備不足（草払い含む） ・鹿児島市泊＋日帰りというパターンの固定化 ・夜間コンテンツ不足 ・訪日客の約7割が台湾・韓国・香港に集中 ・宿泊施設が増えていかない ・宿泊施設の老朽化が進んできている。 ・土産、加工品が弱い ・町全体の統一感 ・地域一体となった連帯、連携が弱い ・宿泊状況を把握する場の喪失（予約部会） ・市内の周遊が少ない（滞在時間が短い） ・体験コンテンツの受け入れが分かりづらい（統一されてなく複雑） ・認知度の低さ ・指宿港・山川港に大型船が直接接岸できない ・グルメ(食材)のイメージが弱い「指宿に〇〇を食べに行こう」 ・主要道路でも補修・雑草伐採の遅れが見られる(清潔・治安のイメージ低下) ・いぶたまを上手く利用していない（グッズ：指宿限定プラレールとか） ・そうめん流しの衛生面（口を付けた箸でそうめんをすくう。） ・レトロピカルの認知度（知っていても指宿の何がレトロ？） ・観光スポット＝自然公園区域が多く、開発が容易でない
外部環境	機会 ・円安による訪日旅行機会の高まり ・国内旅行市場は堅調 ・データ活用の機会が増加 ・個人旅行の回復により、高単価層の取り込みが可能 ・インバウンドの地方訪問ニーズや体験志向の高まり ・指宿港海岸整備 ・ふれあい公園サウンディング ・フラワーパークサウンディング（利活用） ・CRMアプリを使った宿泊者データの取得開始 ・「モノ」消費から「コト」消費への転換 ・国体開催を契機としたスポーツ施設の新設、改修 ・ヘルシーランド（保養館・露店風呂・砂むし）全面再開 ・池バラ営業終了に伴う開聞・山川地域飲食店への誘客 ・池田湖畔の観光スポット増（レイクグリーンパーク、金鳥居） ・観光協会HPを活用し、観光プランのオンライン販売の導入整備	脅威 ・インバウンド市場は為替の影響を受けやすい ・関西万博による影響 ・災害等の風評被害 ・政治、選挙による情勢不安 ・人口減少（全国・本市） ・気候変動（暑さ）、異常気象（豪雨など） ・競合観光地の発展 ・交通インフラの制約 ・物価上昇、賃上げ ・欧米圏からのアクセス性が悪い ・競合・近隣地域でのホテル新規オープン ・鹿児島市が4000～5000円で宿泊可 ・DMO登録要件の変更 ・池バラ営業終了に伴う池田湖～開聞・山川周回への影響 ・JR指宿枕崎線（指宿・枕崎間）のあり方が議論されている ・知林ヶ島の島内周遊現在不可・砂州も細くなっている ・温泉配湯の維持が困難になりつつある



持続可能な観光地域づくり事業 -概要

- 訪問者の満足度と滞在時間を伸ばすことで、地域経済や観光の持続性を強化する
- 市場開拓+アクセス改善で交流人口拡大へ繋げ、観光地の持続的な成長を図る
- 「質を高める」「交流人口を増やす」ための戦略をデータで裏付けるために、多角的かつ継続的なデータ収集と高度な分析能力が不可欠



ビジョン達成に向けた年ごとの目標

		2019年 (令和元年)	2023年 (令和5年)	2024年 (令和6年) 実績	2025年 (令和7年) 目標	2025年 (令和7年) 着地見込み	2026年 (令和8年) 目標	R7着地見込みと R8目標値 との差	2027年 (令和9年) 最終年度目標
観光消費額		381億円	254	306	346	309	400	-91億円	458
観光入込客数		371万人	3,456,712	3,360,536	3,477,024	3,265,955	3,593,512	-327,557人	3,710,000
日帰り		309.6万人	2,977,065	2,909,400	2,971,600	2,838,206	3,033,800	-195,594人	3,096,000
宿泊者数	全体	61.4万人	479,647	451,136	505,424	427,749	559,712	-131,963人	614,000
	県内	9.5万人	79,823	73,691	80,794	68,401	87,897	-19,468人	95,000
	県外	44.6万人	377,359	347,481	380,321	332,109	413,161	-80,919人	446,000
	インバウンド	7.4万人	22,465	29,964	44,643	27,078	59,322	-32,244人	74,000
一人あたりの観光消費額	平均	¥10,200	¥7,348	¥9,106	¥10,111	¥9,461	¥11,206	¥-1,745	¥12,300
	県内宿泊	¥22,243	¥17,625	¥31,294	¥23,243	¥34,464	¥23,243	¥11,221	¥23,243
	県外宿泊	¥35,163	¥28,941	¥35,483	¥37,043	¥35,115	¥38,603	¥-3,488	¥40,163
	日帰り	¥4,727	¥3,827	¥4,589	¥4,968	¥5,134	¥5,347	¥-213	¥5,727
	インバウンド	¥77,041	¥76,181	¥85,906	¥86,468	¥85,906	¥96,755	¥-10,849	¥107,041

※R7宿泊者数等は速報値

※R7インバウンド単価は県発表値を利用するため前年同額としてある（例年、翌年11月ごろ発表）

※消費額単価は来訪者アンケート結果を基に算出（n=745 内訳：県外宿泊424，県内宿泊48，日帰り273）



●指宿港海岸整備，道の駅いぶすき，ふれあい公園など

の機会に合わせた拠点整備

基本戦略1(1)

- 来訪者満足度を高める環境整備（ハード）の効率的な実施検討（機会の最大限活用）
 - ―海岸工事竣工に合わせた後背地の適切な整備実施
- 指宿駅から砂むし会館砂楽までの環境整備や，賑わい創出の検討
 - ―駅前マルシェ，ワンコイン横丁など，各通り会との連携推進
- 指宿の玄関口（ゲートウェイ）としての，道の駅いぶすきの観光交流拠点整備検討

●域内調達や地域資源の活用

基本戦略2(1)(2)，基本戦略3(2)

- 域内調達率を高め、地域全体の稼ぐ力を強化
 - ―春・秋のグルメ祭り開催を通じた地域産品の利用促進
 - ―グルメ祭り認知拡大に向けたプロモーション
 - ―つながる指宿協議会での商談会出展
 - ―域内経済循環促進事業（域内消費を高めるための取り組み）
- 地域資源を活かした「ここでしか体験できない特別な価値」の提供による消費単価向上
 - ―指宿でしか体験できないイベント，体験，演出等の検討
 - ―各イベントや，施設関係者との連携推進
 - （イベント）グルメ祭り，駅前マルシェ，いぶすきバル，山川みなと祭り，かいもん夏祭り，産業まつり，
 - （体験）砂むし温泉，ちりりんロード，池田湖遊覧船，鯉節工場見学体験，スメ，玉手箱温泉貸切プラン，ブルーカーボン
 - （演出）湯けむりライトアップ，摺ヶ浜灯籠，スズメ通り提灯



●体験コンテンツプラットフォーム構築

基本戦略5(3), 基本戦略6

- 専門家の意見を踏まえた、観光協会を中心とした実施体制の構築
- 体験コンテンツの販売、予約、ガイド手配等を一元管理するプラットフォームを構築し、観光客の利便性向上と地域事業者の参画を促進する

●ガイド人材の確保, 育成

基本戦略4(4)

- 市内ガイド体制図の整理
 - __ 観光ガイド運用体制の構築, 認証制度の制度設計
- 地域の魅力を伝える質の高いガイド人材の確保するための手段の検討
 - __ 体験事業者向け相談・観光ガイドスキルアップセミナー
- ガイド経験者を活用した後継者支援事業
- 各施設の観光ガイド育成
- 限られた人材を活用するため, 副業人材の活用について調査を進める
 - __ 公務員や団体職員など, 副業可能とするための法整備や調査

●宿泊(施設)の満足度向上

基本戦略1(2)

- 砂むし温泉を核とした「いぶすきでしか体験できない」宿泊プランの造成
 - __ 人流データを活用した新たな周遊観光・宿泊プランの造成
 - __ 来訪者及び宿泊者のニーズ調査・分析
- 宿泊者のニーズを捉えた新たな宿泊(施設)形態や事業の支援
 - __ いぶすきさんぽを活用した宿泊者のニーズ調査や, 人流データの活用
 - __ 宿泊施設等生産性向上セミナー及び専門家伴走支援
- 施設間でのサービス連携などによる満足度向上



●インバウンド誘致

基本戦略4(5), 基本戦略6

- 専門家を活用した商品造成, 多言語対応プロモーションの展開
 - __ 多言語デジタルMAPを活用した周遊観光プロモーション
 - __ 県実施のプロモーションと合わせた鹿児島からさらに指宿への誘客
- 海外市場のニーズに合わせた観光体験の情報提供
- 海外エージェントとの連携による新たな市場開拓

●市場拡大

基本戦略2(1)(2)

- 農産品, 水産品など一次産品を含めた特産品の販路拡大
 - __ 国内・海外展開に向けたセミナーの開催, 意欲的な事業者の抽出
 - __ 価値向上や販路拡大に向けた伴走支援

●大会, イベント等の誘致

基本戦略4(5), 基本戦略6

- 豊富なスポーツ施設を活かしたスポーツ合宿誘致活動
 - __ 宿泊事業者と受入協議会等との受入需要や体制に関する調査・課題整理
- プロスポーツキャンプの誘致
- オフシーズン需要の創出

●二次交通のリデザイン

基本戦略1(3)

- 住民と観光客双方に利益となる交通体制の整備
- 地域内の移動の利便性向上
- 持続可能な交通システムの構築
 - __ 市内関係者を対象とした会議の開催, 具体的方向性の検討
- 限られた人材を活用するため, 副業人材の活用について調査を進める
 - __ 公務員や団体職員など, 副業可能とするための法整備や調査



●情報伝達，情報共有の強化

基本戦略4(6)，基本戦略6

- 求めている人への確実な情報伝達（手元へ届ける）強化
 - __これまで公開している動画やSNS広告等のクリック数，閲覧数を基にした効果検証
 - __いぶすきさんぽ会員属性に合わせた効果的な情報発信の検討
- メディア向け，プレスリリースの強化
- 視察誘致のための広報活動
 - __スポーツ合宿など，ターゲットに応じたプロモーション素材の制作
- 地元食材を使った高所得者層へのプロモーション
 - __いぶすきさんぽ会員属性に合わせた効果的な情報発信の検討



●データ収集協力体制

基本戦略6

- 観光統計等のデータをいつでも閲覧できる仕組みづくり（ダッシュボード化）
- 地域CRMアプリを活用した会員データ属性の取得，活用
- 各団体が共有で使えるパソコン・タブレット等の整備（プロモーション等への活用）

K G I 達成に向けて継続的に把握していくデータ種類

【宿泊者にかかるデータ】

- ①発地（県別・国別） ②団体・個人の別 ③予約経路 ④稼働率（実稼働率）
- ⑤訪問頻度（リピーター） ⑥旅行形態（一人旅，夫婦等） ⑦性別 ⑧年齢 ⑨交通手段

【来訪者にかかるデータ】

- ①日帰り入込客数 ②来訪者満足度

【消費額にかかるデータ】

- ①平均宿泊費 ②消費単価 ③さんぽ利用単価 ④域内調達率 ⑤経済波及効果

●分析能力の向上

基本戦略6

- データマーケティングを可能とする専門人材の配置や育成

●継続的な効果測定の基盤整備・強化 ●データに基づいた効果的な戦略立案

基本戦略6

- 労力的・経済的に持続可能な形でのKPI取得体制の構築
- データの確からしさの確保，観光施策の効果を客観的な評価
- 取得KPIのダッシュボードでの閲覧，新たな戦略の策定，PDCAサイクルの確立
- 観光・経済戦略会議を主とした地域マネジメント体制の推進