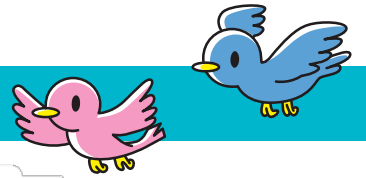


第2次



# 志布志市 観光振興計画

概要版

令和4年3月  
志布志市







# 目次

観光志源マップ	・P1
---------	-----

## 第2次志布志市観光振興計画策定の趣旨

1. 観光振興計画策定の目的	・P3
2. 観光振興計画の位置付けと期間	・P3
3. 第1次観光振興計画の総括	・P4

## 志布志市観光の現状

1. 人口・世帯数の動向	・P5
2. 観光入込客数及び宿泊者数の推移	・P5
3. 観光客の分析とニーズ	・P6

## 志布志市観光の課題

1. 課題整理（5つの課題）	・P7
----------------	-----

## 第2次志布志市観光振興計画の基本的な方向性

1. 基本目標	・P8
2. 数値目標	・P8
3. 主要なターゲットと重点コンテンツ	・P8

第2次志布志市観光振興計画体系図	・P9
------------------	-----

## 観光振興計画の基本施策とアクションプラン

1. 基本方針Ⅰ 志布志を“創る”	・P11
2. 基本方針Ⅱ 志布志を“届ける”	・P12
3. 基本方針Ⅲ 志布志が“賑わう”	・P13
4. 基本方針Ⅳ 志布志から“広がる”	・P14
5. 基本方針Ⅴ 志布志の“おもてなし”	・P15

計画推進の視点	・P16
---------	------



ふいやしき公園



お茶畑



松山城跡



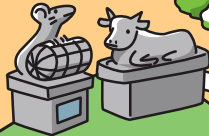
道の駅松山



都城志布志道路



普現堂湧水源



岳野山12支



蓬の郷



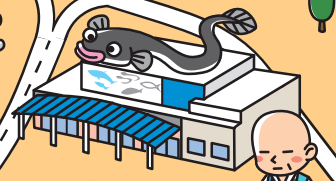
コスモスロード



大クス



安楽山宮神社



うなぎの駅



大慈寺

東九州自動車道



国道 220 号



しおかぜ公園



焼酎蔵

志布志鉄道記念公園

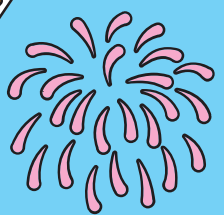
JR 志布志駅



貨物船



さんふらわあ



志布志湾



# 観光志源マップ

tourist attractions map



イチゴ農園

御在所岳

神楽

とどろ渓谷

うるがのフレンドパーク

志布志城跡

シャンシャン馬

陣岳国際の森

武家屋敷群

宝満寺公園

ダグリ岬遊園地

ダグリ岬海水浴場

花火大会

ボルベリアダグリ

ダグリ岬展望台

枇榔島

イルカランド

# 第2次志布志市観光振興計画策定の趣旨

## 1. 観光振興計画策定の目的

志布志市では、「第1次志布志市観光振興計画」に基づき、平成24年(2012年)度以降、賑わい創出のための拠点整備や地域の魅力的な食・農資源、歴史・文化資源を有効活用し、地域一体となった観光施策を展開してきました。更には、志布志麓地区の日本遺産への認定(令和元年(2019年))、都城志布志道路・東九州自動車道の一部開通による交通アクセスの改善が図られ、観光によるまちづくりの推進が期待されています。

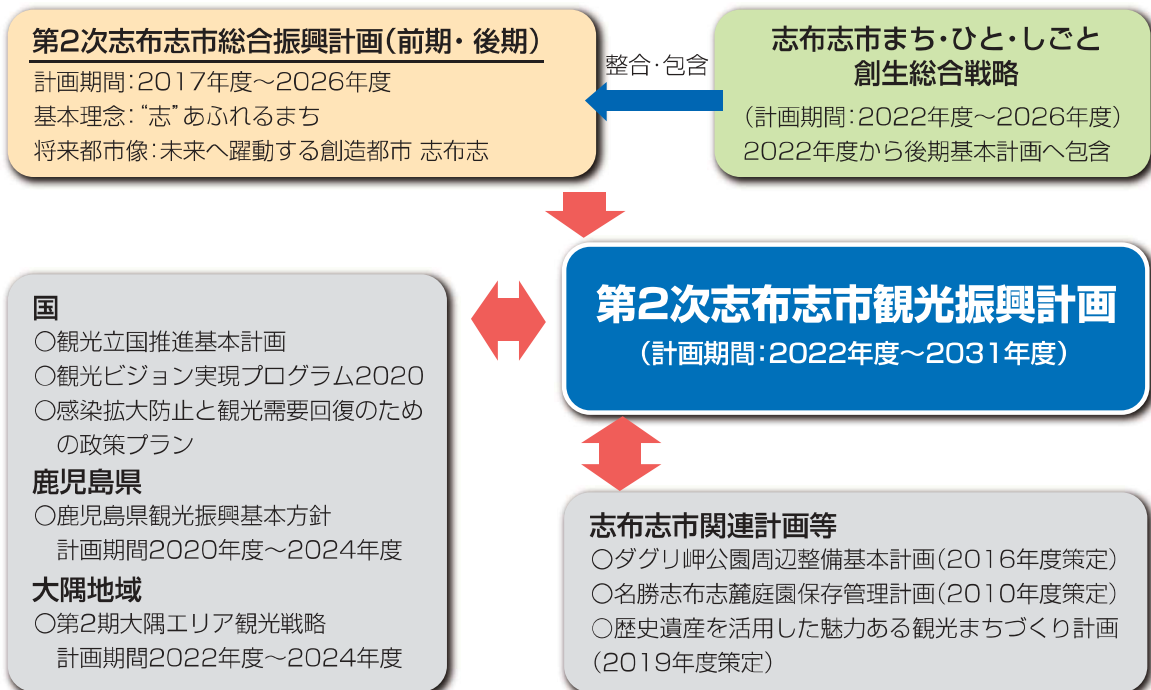
また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により世界的に観光の在り方が変化する中で、本市を取り巻く環境や情勢は変わり続けると見込まれ、「新たな旅のスタイル」に柔軟に対応し、これまで以上に戦略的な施策を展開していく必要があります。

このため、「第2次志布志市観光振興計画」では、本市がSDGs<sup>\*1</sup>の考えにも配慮した観光振興の推進と実現を目指すことを目的として策定しました。

## 2. 観光振興計画の位置付けと期間

本計画の位置付けは、国の観光関連計画やプラン、県の「鹿児島県観光振興基本方針」、本市の最上位計画である「第2次志布志市総合振興計画」や「志布志市まち・ひと・しごと創生総合戦略」との整合性を図りつつ、策定しました。

また、本計画期間は令和4年(2022年)度から令和13年(2031年)度までの10年間とします。前期計画(令和4年(2022年)度～令和8年(2026年)度)と後期計画(令和9年(2027年)度～令和13年(2031年)度)に分け、令和8年(2026年)度を中間目標年度とし、達成状況の確認や検証を行い、より効果的な施策の実践に努めます。



\*1 SDGs:「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、2030年を年限とする17の国際目標。



### 3. 第1次観光振興計画の総括

第1次観光振興計画(平成24年(2012年)度～令和3年(2021年)度)では、『志民による歓交まちづくり～おもてなし日本一を目指して～』を基本目標に掲げ、おもてなしの心を醸成し、魅力ある資源を生かした市民(志民)の力による観光振興を目指し、ソフト・ハード両面から官民一体となった観光施策を展開しながら基本目標の実現に向けた取組を進めてきました。



JR志布志駅舎の改修や多目的イベント広場の整備、ダグリ公園周辺の景観整備などのハード面の整備も着実に実行しながら、食を生かした新たな取組(ご当地丼など)や特産品の販売促進、観光特産品協会の法人化などのソフト面も推進し、数値目標の達成に向けて堅調に推移してきています。一方で、令和2年(2020年)1月以降の新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、観光を取り巻く状況が一変し、外出控え・旅行控えに拍車がかかったことで観光業や飲食業を中心に大きな影響を受けていることから、早期の観光需要回復・経済回復に向けた準備、対応力が求められます。

今後は、働き方の変化や生活スタイルの変化、新たな旅行スタイルへの変化に柔軟かつスピーディに対応し、中長期的な観光トレンド等を考慮して施策を推進していきます。

### ■第1次観光振興計画の数値目標と達成状況

#### 数値目標

指標名		平成23年(2011年)度 (現状値)	平成28年(2016年)度 (中間目標)	平成33年(2021年)度 (最終目標)
①観光入込客数		平均708千人	850千人	1,000千人
②宿泊観光客数		平均70千人	77千人	84千人
③着地型旅行商品	旅行商品 参加人数	—	10商品 1,200人	20商品 2,400人
④志ツーリズム	受入家庭	25軒	50軒	60軒
	受入実績	—	240人	500人
⑤スポーツ合宿実績		平均8,300人	10,000人	12,000人



#### 達成状況

指標名		平成33年(2021年)度 (最終目標)	令和2年(2020年)度 (最新値)	※参考 令和元年(2019年)度
①観光入込客数		1,000千人	313千人	794千人
②宿泊観光客数		84千人	66千人	94千人
③着地型旅行商品	旅行商品 参加人数	20商品 2,400人	2商品 34人	12商品 250人
	④志ツーリズム	受入家庭 受入実績	60軒 500人	11軒 171人
⑤スポーツ合宿実績		12,000人	3,739人	9,667人

※令和2年(2020年)度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響があるため、令和元年(2019年)度の実績を併記。

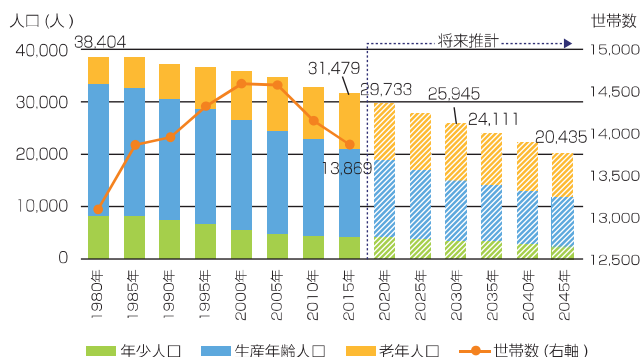


# 志布志市観光の現状

## 1. 人口・世帯数の動向

人口については、昭和55年(1980年)から一貫して減少傾向にあり、将来推計をみると、令和2年(2020年)に29,733人と3万人を下回り、令和27年(2045年)には20,435人になると見込まれています(図表1)。令和2年(2020年)の国勢調査の人口等基本集計結果では、令和2年(2020年)の志布志市の人口は29,329人と推計より少なく、人口減少が加速している状況にあります。

〔図表1 志布志市の人口・世帯数の推移と将来推計〕



(資料)総務省「国勢調査」、将来推計は国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計(平成30年(2018年)推計)」

### 【人口減少と観光がどう影響するの?】

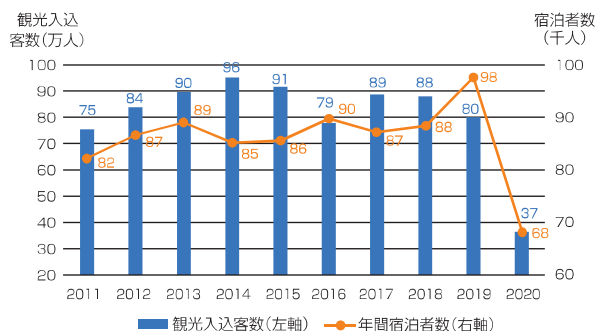
人口減少は、地域社会の活力や労働力の確保に大きな影響を与えるだけでなく、市民が使うお金(個人消費)も減少することになり、地域経済を脅かす要因となります。個人消費が減少すると、市内の経済が回らなくなったり、産業の衰退やコミュニティ、文化が消滅したり、地域の活力が失われてしまいます。

このような問題を解決するために「観光」で盛り上げる必要があります。観光は、総合産業と言われているほど裾野の広い産業で、観光の発展により新たな働き場所が増えたり、賑わいが生まれるなど、様々な効果があります。そのため、観光客(ビジネス含む)に使ってもらうお金(観光消費額)を増やすことで、個人消費の落ち込みをカバーし、私たちの生活が豊かになり、新たな雇用や賑わいの創出、移住定住の促進、市民の幸せと誇りを実感し続けられる「まち」につながります。

## 2. 観光入込客数及び宿泊者数の推移

コロナ禍以前、志布志市の観光入込客数及び宿泊者数は、近年増加傾向にあったものの、令和2年(2020年)は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により激減しました。(図表2)

〔図表2 志布志市 観光入込客数と宿泊者数〕



(資料)港湾商工課



### 3. 観光客の分析とニーズ

志布志市の観光客の動向や観光に対する評価、ニーズ等を把握するため、本市への来訪経験者(全国)、フェリーさんふらわあ乗船客、市内宿泊施設や観光施設の利用客を対象としたアンケート調査や、関連事業者・団体等へのヒアリング調査、外部有識者視察を行いました。(詳細は、本編に掲載)

項目	調査結果のまとめ
1 旅行者の属性	・来訪経験者(全国)では、関東、九州からが多く、フェリーさんふらわあ乗船客は、関西からが6割を占めている。女性よりも男性の割合が高い。
2 旅行目的、目的地	・観光・レジャー目的での来訪が多いが、2割がビジネス目的、帰省目的客である。フェリーさんふらわあ乗船客で、志布志市を目的地として来訪しているのは、宿泊者以外で2割に満たない。
3 旅行日数	・フェリーさんふらわあ乗船客は、2泊3日から3泊4日が多い中、宿泊・観光施設利用のうち宿泊客は1泊2日が5割。
4 宿泊地	・来訪経験者(全国)のうち3割は市内で宿泊していない。フェリーさんふらわあ乗船客においては、市内での宿泊はほとんどない。
5 同行者	・新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって旅のスタイルが変化。ひとりでの旅行が多く、夫婦、家族と続くなど、少人数旅行が中心。
6 志布志市認知度、訪問回数	・来訪経験者(全国)の認知度は4割。「知っている」と回答した人のうち実際に志布志市を訪れたことがある人は2割。 ・訪問回数では、「はじめて」が3割で、残りの7割が「2回以上」の訪問であり、リピーターが多い。
7 立ち寄った施設・場所	・ダグリ岬周辺、飲食施設が多いものの、「立ち寄った施設はない」、「特になし」も多い。観光地として認知されておらず、通過点のイメージ。
8 志布志市観光の魅力	・食体験(食資源)が突出して多く、特にうなぎが好評。 ・志布志市ならではのモノ・コトが乏しい。
9 観光情報の入手手段	・「旅行案内サイト」が最も多くYouTube、SNS※2での入手も見られる一方、「観光パンフレット」や口コミも上位に挙がる。
10 市内での消費額、地域の稼ぐ力	・来訪経験者(全国)の平均消費額は24,270円であるが、5割が1万円未満。 ・見るだけ、訪れるだけのスポットも多い。
11 観光満足度	・観光満足度が高いのは「食」、「おもてなし」、「自然・景観」、「観光施設」であり、一方、満足度が低いのは「交通の便」、「情報・案内」。

※2 SNS : 「Social Networking Service」の略称で、登録された利用者同士が交流できるWebサイトの会員制サービスのこと。



# 志布志市観光の課題

## 課題整理(5つの課題)

### 課題1 観光地への発展がカギ

観光地としての潜在的な魅力があるものの、それぞれの観光スポットやコンテンツが点在し、総じて印象に残りづらいことや「志布志市といえば○○」と言うような志布志市がどのようなまちであるか、全体としてブランディングできていないため、志布志市に対し観光のイメージを想起できない状況となっています。

また、観光客視点に立つと「志布志市の食」を体験することや目玉となる観光拠点(志布志市に行ったらまずここに)がないことなど、情報と現地とのギャップがあり、ターゲットを絞った戦略的な仕掛けづくりや立寄り促す拠点づくり、消費行動を促すコンテンツの充実を図り、観光地への発展に取り組む必要があります。

### 課題2 魅力を伝える手段に注力

情報入手方法については、旅行案内サイトが上位を占めている一方で、従来からある観光パンフレットも重要とのニーズがある中、多数の観光パンフレットが存在するため、どれを見れば良いのか、どちらが新しい情報であるか、情報の重複等もあり、観光客(見る側)が困惑します。

また、観光施設等への誘導看板や観光施設でのインフォメーション機能が乏しく、有益な情報が行き届いていない状況もあり、デジタル技術を活用した情報の一元化をはじめ、情報発信の在り方を十分に検討し、旅行フェーズを意識した戦略的な情報発信を行う必要があります。

### 課題3 観光消費を促す地域の賑わい創出や域内循環の向上

第1次観光振興計画でも課題に挙げているように、イベントや季節限定的な集客での賑わいだけでなく、年間を通した集客が依然として課題となっています。特に近年では、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、外出控えやイベントの自粛等が続いていたことも人の往来が減った要因であると考えられます。魅力的なまちの形成と集客につなげるため、地域や商店街などと連携した新たな取組や仕掛けづくりによる賑わい創出を行う必要があります。

### 課題4 交通アクセス改善による広域連携

志布志市までの交通アクセスとして、自家用車やレンタカーの利用が多いことから、都城志布志道路や東九州自動車道の一部開通により、薩摩半島や空港、宮崎県からのアクセス面での改善が見られたものの、同時に市外への流出が懸念されることから、これまで以上に広域的にマイクロツーリズム(近場観光)の観点からも市内にとどめる仕掛けづくりを近隣自治体と連携して取り組む必要があります。

### 課題5 市全域での観光に対する機運醸成と未来への人材育成

来訪者の属性として、観光・レジャーに次いで、ビジネスでの訪問が多い土地柄であることからリピート率が高い傾向にあります。アンケートにおいても「店員や住民の対応」の満足度が一番高い結果が出ています。飲食店等を利用することで地域との接点が生まれ、職場でも家庭でもない第3の居場所としてビジネス層から一定の支持を受けているものと推測されます。

その一方で、未来への人材育成・確保も必要です。市民が自分たちの地域を知り、地域への誇りや愛着を持ち、地域自慢の人材を増やすことが「まちづくり」の第一歩であり、地域の未来を担う人材育成やまちづくりのキーマンとなる人材発掘のため、観光事業者だけでなく学生や企業等とも連携した取組が必要です。



# 第2次志布志市観光振興計画の基本的な方向性

## 1. 基本目標

### 志の融合するまち志布志～オンリーワンをあなたへ～

- 志布志市の人や文化・歴史・自然・取組などの資源\*（志源）を最大限に活用し、かつ融合させ、志布志市らしさのあふれる観光を推進します。
- 市民が地域への愛着を深め、市民一丸となった観光創生を目指します。
- 人の記憶と記録に残る個性ある志布志市観光の実現に向け、市民も訪れる人も感動する・ワクワクするまちを目指します。

※第2次志布志市観光振興計画の基本的な方向性以降は、資源を「志源」として表記します。

### キャッチフレーズ 美味しぶ志・楽しぶ志・おもてな志2.0

- 本市の魅力や個性をわかりやすく、対外的にPRしていくため、第1次観光振興計画でも用いたキャッチフレーズをバージョンアップし活用していきます。

## 2. 数値目標

### KPI(Key Performance Indicator: 重要業績評価指標)

	平成30年(2018年)度 (コロナ禍以前)	令和2年(2020年)度 (現状値)	令和8年(2026年)度 (中間目標)	令和13年(2031年)度 (最終目標)
観光入込客数	875千人	313千人	900千人	1,000千人
宿泊観光者数	88千人	66千人	90千人	100千人

※本計画全体におけるKPIとし、各基本方針のKPIを個別に設定します。

※本計画策定年度がコロナ禍であり、目標を設定するに当たり、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けていない平成30年(2018年)度との比較による目標設定にしています。

## 3. 主要なターゲットと重点コンテンツ

### ■主要なターゲット

ニーズ把握により、本市へ訪問する目的として「観光・レジャー」が最も多く、かつ夫婦や家族での来訪経験が高い傾向にあり、交通アクセスに乏しい環境で自家用車やレンタカーの利用が高いこと等から総合的に分析した結果、主要なターゲットとして3つ設定します。

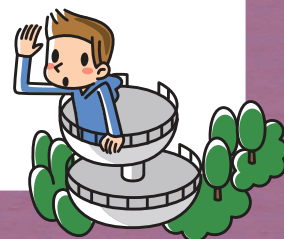
#### 主要なターゲット

ファミリー層・アクティブシニア層・ビジネスマン層

### ■重点コンテンツ

ターゲットの設定と連動し、今後の観光振興を推進するため、「強み」に特化したエリアブランディング、地域ブランディングが必要となります。重点コンテンツを設定し、「強み」を生かした志布志市観光のイメージ定着化を促進します。

ダグリ岬 × うなぎ



# 第2次志布志市観光振興計画体系図

## 基本目標

志の融合するまち志布志くオンラインワンをあなたへく

## 基本方針

### I 志布志を“創る”

多様化する旅行スタイルの変化に柔軟に対応し、稼ぐ観光地経営を目指します。また、観光施設の機能充実と志源の磨き上げによる価値向上を図り、魅力ある観光地づくりを目指します。

### II 志布志を“届ける”

本市の観光情報を効果的に発信する(届ける)ことやユニバーサルデザイン<sup>※3</sup>による誰もが観光しやすいまちづくりを推進します。

### III 志布志が“賑わう”

体験型観光の充実を図り、志布志ならではの魅力と賑わいを創出します。

### IV 志布志から“広がる”

交通アクセスの改善等による広域的な移動に対応し、近隣自治体との観光圏の形成、圏域での交流を推進します。

### V 志布志の“おもてなし”

市民ひとりひとりがまちへの誇りと愛着を持ち、未来へつなぐ人材育成に取り組みます。

## 基本施策

① “稼ぐ” 観光地経営～域

② エリア別観光拠点の価

③ 食の志布志ブランディ

④ “本物” 志布志を感じる

① “届ける” 志布志観光プ

② 観光客にやさしいまち

① 賑わい創出による交流

② 魅力あふれる体験コン

① 広域観光への連携体制

② 広域的な観光プロモーシ

① 志布志レガシー（遺産）

② 多様なプレイヤーの交

<sup>※3</sup> ユニバーサルデザイン：文化、言語、国籍や年齢、性別・能力などの違いに関わらず、出来るだけ多くの人が利用でき、暮らしやすい社会となるよう、町や建物、モノ、仕組み、サービスを提供する考え方。



## 策

## アクションプラン

内循環の向上～

●ICT<sup>※4</sup>活用(データ活用)による分析(見える化) ●マーケティング<sup>※5</sup>機能の内在化 ●観光消費の拡大と域内循環による経済波及

価値・魅力向上

●ダグリ岬ベイサイドパーク化～観光サービス機能の集約～ ●ゲートウェイ機能の強化(JR志布志駅・フェリーターミナル・観光船バース) ●市街地回遊性の向上 ●港湾・農村地域での体験サービスの提供 ●新たな観光拠点の創出や観光志源の掘り起こし

ブランディング

●志布志ブランド力の向上 ●デザインによる新商品開発の推進 ●食×志源のマリアージュ<sup>※6</sup> ●特産品“うなぎ”を活用した誘客多角化 ●特産品販売の促進

歴史・文化の醸成

●日本遺産認定“志布志麓”の魅力発信と歴史・文化コンテンツの磨き上げ  
●観光ガイド活用によるまちあるきルート整備 ●ICT<sup>※4</sup>活用によるまちあるきルート整備

プロモーションの展開

●情報の一元化による効率的・効果的な情報発信 ●情報の蓄積による充実した情報提供 ●SNS<sup>※2</sup>戦略による誘客促進 ●旅行会社、交通事業者と連携した旅行商品の造成 ●重点PR強化地区(関西、鹿児島、宮崎)へのプロモーション拡充 ●メディアミックス<sup>※7</sup>による情報発信

景観づくりの推進

●景観に配慮した案内板、誘導サインの整備 ●インフォメーション機能の強化・充実 ●観光客にやさしい観光情報の提供

観光の拡大

●スポーツ交流・各種ツーリズムの推進 ●イベントの磨き上げ  
●イベント実施による賑わい創出

観光コンテンツの造成

●テーマ性を持った体験コンテンツの開発と造成 ●体験と宿泊を組み合わせた旅行商品化の検討 ●フェリーさんふらわあやJRを活用した広域的な旅行商品づくり ●売れる体験コンテンツの実証 ●新たな観光旅行の分野の開拓

観光の構築と交流促進

●広域連携による既存体制の強化 ●近隣自治体の観光関連事業者間の交流・連携の推進 ●ターゲット設定による広域観光の実証

観光推進体制の構築

●近隣自治体との連携強化によるエリアプロモーション拡充 ●近隣自治体との連携によるPR活動の推進 ●東京駐在所との連携によるプロモーションの拡充 ●関西地区との交流事業の推進 ●連携自治体と観光情報の発信力強化

観光の継承と醸成

●志布志“未来人材”育成 ●学生による(仮称)未来研究チームの発足  
●市民による景観づくり・環境美化活動の推進

観光交流促進

●まちづくり人材発掘プロジェクト ●新たな旅のスタイルに即した交流促進  
●一般社団法人志布志市観光特産品協会との連携強化

※4 ICT：「Information and Communication Technology」の略称で、通信を使ってデジタル化された情報をやりとりする技術(情報通信技術)。

※5 マーケティング：消費者の求める商品やサービスを作り、その情報を届け、消費者がその商品を得られるようにする活動を表す概念のこと。

※6 マリアージュ：食に関して、組み合わせや相性がいい場合の表現。

※7 メディアミックス：テレビ、ラジオ、インターネットなど複数のメディアを使うこと。



# 観光振興計画の基本施策とアクションプラン

## 基本方針Ⅰ 志布志を“創る”



### 基本方針Ⅰ KPI

創る	平成30年(2018年)度 (コロナ禍以前)	令和2年(2020年)度 (現状値)	令和8年(2026年)度 (中間目標)	令和13年(2031年)度 (最終目標)
観光消費額	477,383万円	103,717万円	500,000万円	600,000万円
港湾通り・ ECサイト販売額	1,100万円	1,162万円	1,400万円	1,700万円

基本施策	アクションプラン	実施内容
基本施策① “稼ぐ”観光地 経営～域内循環 の向上～	ICT*4活用(データ活用)による分析 (見える化)	●ICT*4を活用した客観的データから“見える化”し、エビデンス(根拠)に基づく施策立案に取り組む
	マーケティング*5機能の内在化	●事業者向けセミナー等でマーケティング*5手法のノウハウを内在化し、誘客促進や販売促進を推進する
	観光消費の拡大と域内循環による経済波及	●魅力ある商品(サービス)、売れる商品(サービス)づくりによる域内調達率拡大と観光消費拡大を図る
基本施策② エリア別観光 拠点の価値・ 魅力向上	ダグリ岬ベイサイドパーク化 ～観光サービス機能の集約～	●国際の森も含めたダグリ岬一帯のエリア開発を推進する ●パークマネジメント(稼ぐ公園)の概念の下、PFI・PPP*8手法を取り入れ、新たな観光拠点施設の整備を推進する
	ゲートウェイ機能の強化(JR志布志駅・ フェリーターミナル・観光船バース)	●観光客を迎える施設としての機能強化や利用促進を図る
	市街地回遊性の向上	●商店街と連携し、市街地のまちあるきを促進させ、人が回遊することでの賑わいと消費する仕組みづくりを検討する
	港湾・農村地域での体験サービスの 提供	●“学び”に軸を置いたグリーンツーリズム*9、環境学習、社会学習の体験メニュー化を目指す
	新たな観光拠点の創出や観光志源の 掘り起こし	●観光志源を発掘し、新たな観光志源としての利活用について検討する
基本施策③ 食の志布志 ブランディング	志布志ブランド力の向上	●ブランド力の強化による付加価値向上を図る ●志布志ブランドの推進を担う組織、体制を構築する
	デザインによる新商品開発の推進	●デザインによる商品ブラッシュアップやデザイナー等の活用による“売れる”商品づくりを目指す
	食×志源のマリアージュ*6	●食の強みを生かした魅力創出に取り組む ●“食”の参加型イベントを企画・実践し、商店街と連携を促進する
	特産品“うなぎ”を活用した誘客多角化	●市の特産である“うなぎ”を活用し、志布志市のイメージ戦略につなげ、誘客の多角化を図る
	特産品販売の促進	●観光施設等やダグリ岬ベイサイドパーク化と連動しながら、特産品の販売促進に取り組む

\*8 PFI：公共施設等の建設、維持管理、運営等を民間の資金、経営能力及び技術的能力を活用して行う新しい手法。

PPP：官民連携とも呼ばれ、民間資本や民間のノウハウを活用し、効率化や公共サービスの提供を行う手法。

\*9 グリーンツーリズム：農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動。

基本施策	アクションプラン	実施内容
基本施策④ “本物”志布志を感じる歴史・文化の醸成	日本遺産認定“志布志麓”の魅力発信と歴史・文化コンテンツの磨き上げ	●日本遺産認定エリアの強化を図り、歴史・文化遺産を“観光志源”として活用を推進する
	観光ガイド活用によるまちあるきルート整備	●旅の満足度を高める要素の一つである観光ガイドの利活用促進とまちあるきルートの整備に取り組む
	ICT※4活用によるまちあるきルート整備	●団体旅行から個人・少人数への旅行スタイルの変化に対応し、ICT※4等を活用したまちあるきルートの開発に取り組む

## 基本方針Ⅱ 志布志を“届ける”



### 基本方針Ⅱ KPI

届ける	平成30年(2018年)度 (コロナ禍以前)	令和2年(2020年)度 (現状値)	令和8年(2026年)度 (中間目標)	令和13年(2031年)度 (最終目標)
SNSフォロワー数 (運用アカウント)	運用開始前	301人	2,500人	5,000人
PR回数	11回	1回	15回	20回

基本施策	アクションプラン	実施内容
基本施策① “届ける”志布志観光プロモーションの展開	情報の一元化による効率的・効果的な情報発信	●観光パンフレットを含めた観光情報の一元化による効率的・効果的な情報発信に取り組む ●新型コロナウイルス感染症拡大の影響による新たな旅のスタイルに対応した“届ける”観光PRを実施する ●東京駐在所と連携した効果的・広域的な情報発信の強化を図る
	情報の蓄積による充実した情報提供	●スマートフォンやタブレット端末の保有状況を鑑み、ローカル検索に対応した情報の蓄積による来店率・リピート率の向上につなげる
	SNS※2戦略による誘客促進	●SNS※2を活用した特性(ターゲット等)に合わせた継続的な情報発信に努め、誘客促進を図る
	旅行会社、交通事業者と連携した旅行商品の造成	●旅行会社や交通事業者と連携した旅行商品を造成し、誘客促進を図る
	重点PR強化地区(関西、鹿児島、宮崎)へのプロモーション拡充	●各地区との相互連携による効果的なPR事業を展開する
	メディアミックス※7による情報発信	●マスメディアを組み合わせたメディアミックス※7による効果の高い情報発信に取り組む
基本施策② 観光客にやさしいまちづくりの推進	景観に配慮した案内板、誘導サインの整備	●初めて訪れる方にもわかりやすく、景観に配慮した案内板や目的地への的確な誘導サインを整備する
	インフォメーション機能の強化・充実	●近隣自治体の観光施設におけるインフォメーション機能を充実させ、志布志市内への誘導を促進する
	観光客にやさしい観光情報の提供	●ユニバーサルデザイン※3の観点での観光客ニーズに沿った観光情報の提供に努める ●インバウンドに対応した受入体制と情報発信に取り組む



# 観光振興計画の基本施策とアクションプラン

## 基本方針Ⅲ

## 志布志が“賑わう”



### 基本方針Ⅲ KPI

賑わう	平成30年(2018年)度 (コロナ禍以前)	令和2年(2020年)度 (現状値)	令和8年(2026年)度 (中間目標)	令和13年(2031年)度 (最終目標)
スポーツ合宿受入数	16,287人	3,739人	10,000人	17,000人
イベント開催数	17回	5回	17回	20回

基本施策	アクションプラン	実施内容
基本施策① 賑わい創出 による交流拡大	スポーツ交流・各種ツーリズムの推進	●施設や志源を活用したスポーツ大会、合宿、教育旅行の拡充や新たな大会誘致を推進する
	イベントの磨き上げ	●魅力あるイベントの創出に向け、3大まつりや既存イベントの再開と内容の充実を図る
	イベント実施による賑わい創出	●商店街やJR志布志駅周辺等において、集客力の高いイベント実施による賑わい創出に取り組む
基本施策② 魅力あふれる 体験コンテンツ の造成	テーマ性を持った体験コンテンツの開発と造成	●ターゲット・属性に応じたプログラムの開発や地域の特色ある体験プログラムのメニュー化を推進する
	体験と宿泊を組み合わせた旅行商品化の検討	●宿泊施設と連携した特色ある体験プログラムを商品化し、市内での滞在時間の延長を図る
	フェリーさんふらわあやJRを活用した広域的な旅行商品づくり	●フェリーさんふらわあやJR日南線を利用した旅行商品の開発と利用促進を図る
	売れる体験コンテンツの実証	●新たな体験コンテンツの商品化を目指し、実証による効果検証を行い、魅力ある体験コンテンツの造成につなげる
	新たな観光旅行分野の開拓	●ブルーツーリズム <sup>*10</sup> 、ウェルネスツーリズム <sup>*11</sup> 等の観点から新たな観光志源の開発を推進する

<sup>\*10</sup> ブルーツーリズム：漁業体験やマリンレジャーなどの豊かな自然や文化を体感し、心身をリフレッシュさせる余暇活動。

<sup>\*11</sup> ウェルネスツーリズム：旅先でのスパ、ヨガ、フィットネス、ヘルシー食、レクリエーション、交流などを通して、心身のリフレッシュや健康の増進を図ることを目的としている余暇活動。



多目的イベント広場

フェリーさんふらわあ





## 基本方針Ⅳ 志布志から“広がる”



### 基本方針Ⅳ KPI

広がる	平成30年(2018年)度 (コロナ禍以前)	令和2年(2020年)度 (現状値)	令和8年(2026年)度 (中間目標)	令和13年(2031年)度 (最終目標)
広域連携での共同事業	11本	10本	13本	15本

基本施策	アクションプラン	実施内容
基本施策① 広域観光への連携体制の構築と交流促進	広域連携による既存体制の強化	●日南・大隅地区観光連絡協議会や都城広域定住自立圏、大隅広域観光開発推進会議、おおすすめ観光未来会議(DMO <sup>※12</sup> )などの既存の連携体制を強化し、共同事業の充実を図る
	近隣自治体の観光関連事業者間の交流・連携の推進	●近隣自治体の観光協会や観光ガイド間の交流の活性化を図る
	ターゲット設定による広域観光の実証	●近隣自治体と連携し、ターゲットを絞った広域での観光プログラムの実証を行い、誘客促進に向けた今後の可能性を検討する
基本施策② 広域的な観光プロモーション推進体制の構築	近隣自治体との連携強化によるエリアプロモーション拡充	●マイクロツーリズムを意識した近隣自治体でのPR活動を相互に展開する
	近隣自治体との連携によるPR活動の推進	●観光需要回復を見据えた県内外へのプロモーションを強化する
	東京駐在所との連携によるプロモーションの拡充	●東京駐在所と連携した観光プロモーションの拡充による関東地区への認知度向上を図り、本市への来訪機会を創出する
	関西地区との交流事業の推進	●観光振興やフェリーさんふらわあの利用促進の観点から、関西地区との交流事業を実施し、本市への来訪機会を創出する
	連携自治体と観光情報の発信力強化	●連携自治体と相互の広報手段を活用した定期的な情報発信を図る

※12 DMO：「Destination Management Organization」の略称で、地域の稼ぐ力を引き出し、観光地経営の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた組織。

### ■広域連携による情報発信(おおすすめ観光未来会議HP)



# 観光振興計画の基本施策とアクションプラン

## 基本方針V 志布志の“おもてなし”



### 基本方針V KPI

おもてなし	平成30年(2018年)度 (コロナ禍以前)	令和2年(2020年)度 (現状値)	令和8年(2026年)度 (中間目標)	令和13年(2031年)度 (最終目標)
総合観光案内所訪問者数	13,552人	8,419人	15,000人	17,500人
観光ガイド登録者数	12人	11人	14人	14人

基本施策	アクションプラン	実施内容
基本施策① 志布志レガシー (遺産)の継承と 醸成	志布志“未来人材”育成	●志布志市の歴史・文化・自然環境への理解を深め、地域への誇りと愛着を醸成し、将来の観光を担う人材育成及びガイド育成に取り組む
	学生による(仮称)未来研究チームの発足	●学生の人材育成を目的に、観光に関する調査・研究を通して、課題解決に取り組むチームを発足する
	市民による景観づくり・環境美化活動の推進	●市民によるクリーン活動や環境美化活動を推進し、観光客を迎え入れる「おもてなし」の機運醸成を目指す
基本施策② 多様なプレイヤーの交流促進	まちづくり人材発掘プロジェクト	●まちづくりを推進する人材の発掘と交流を促進し、官民一体となったまちづくりへの機運を高め、持続的な賑わいを創出する ●地域包括連携協定を締結している企業との連携を図り、企業人材の活用も検討する
	新たな旅のスタイルに即した交流促進	●ワーケーション*13やプレジャー*14での利用者等が余暇を楽しむための情報の提供と受入体制の整備を推進し、交流機会の創出を図る
	一般社団法人志布志市観光特産品協会との連携強化	●観光振興を牽引する役割を担う志布志市観光特産品協会との連携強化を図る

\*13 ワーケーション：ワークとバケーションを組み合わせた造語。

\*14 プレジャー：ビジネスとレジャーを組み合わせた造語。

大慈寺



日本遺産  
志布志麓



宝満寺公園



埋蔵文化財センター



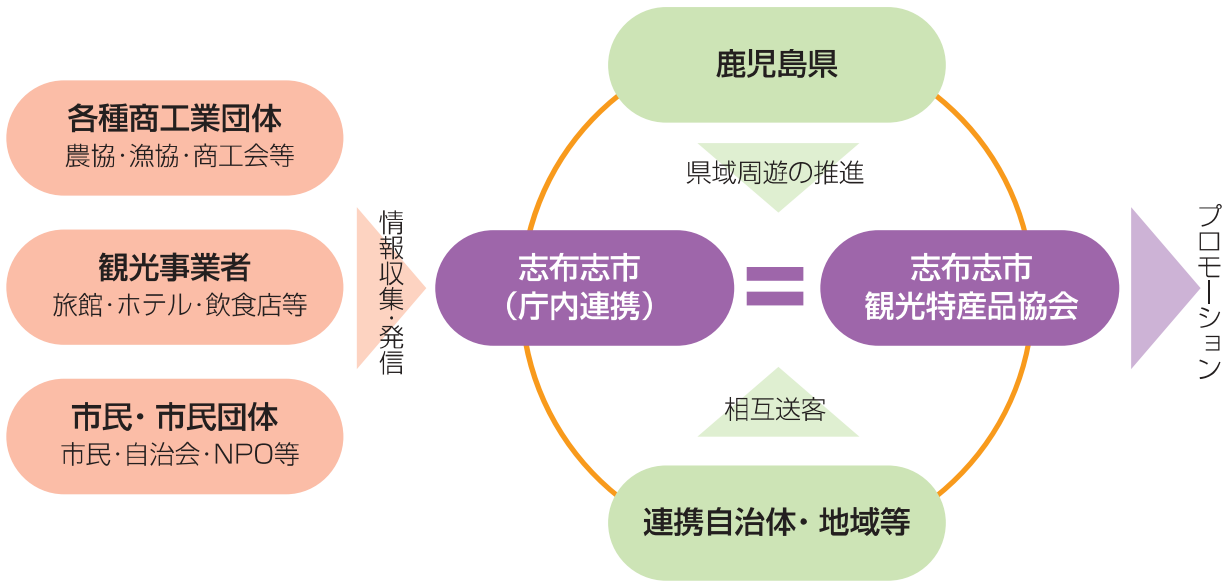


# 計画推進の視点

観光振興計画を効果的に推進するため、以下の3つの視点に留意して、施策に取り組みます。

## 視点1 計画推進にかかわる主なステークホルダー

観光振興における各施策を推進していくためには、関係する方々の共通認識の下、自分たちの役割を果たしながら互いに連携した取組が必要です。



## 視点2 デジタル技術の活用

全国的にDX(デジタルトランスフォーメーション)の推進による様々な取組が行われており、IT技術の進化や消費行動の変化も後押しとなり、これからの観光振興には、デジタル技術の活用は不可欠です。1人1台以上のデバイス(スマートフォンなど)を持っていることが当たり前の時代となり、あらゆる消費行動についての大量のデータが日々蓄積されています。

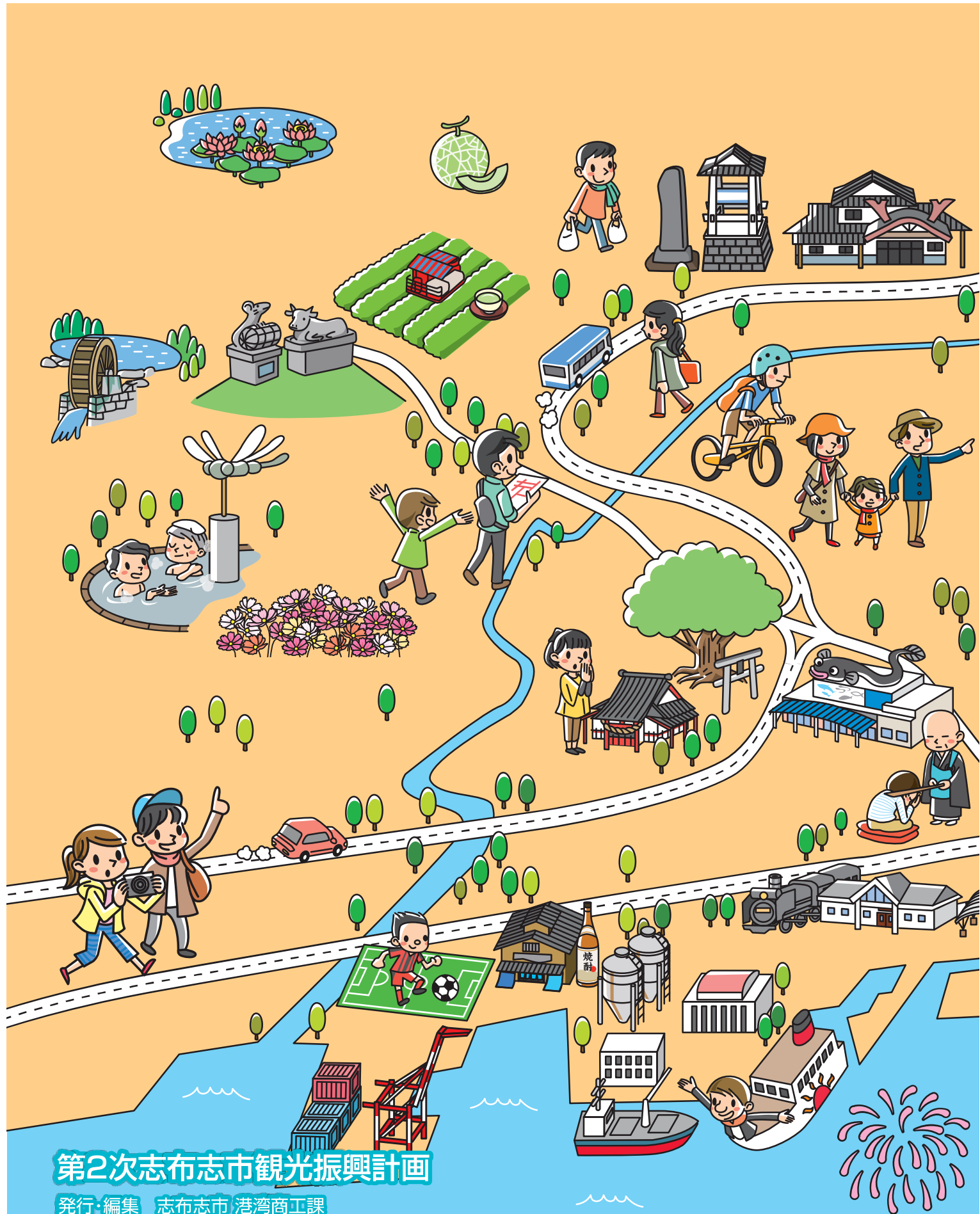
施策の効果把握のために、デジタルマーケティング<sup>\*15</sup>による志布志市滞在動向のデータ等を収集して、より質の高い施策の実現やプロモーション等へつなげていきます。

## 視点3 効果検証とフィードバック

計画を進めるに当たり、視点1に記載した各ステークホルダーの連携を深め、アクションプランに基づく、より効果の高い施策の立案や実施方法等の検討・実施に取り組みます。事業実施後は、マネジメントサイクル(PDCA)を実践し、事業の効果を測定・検証し、事業の改善へつなげます。また、事業結果等については、関係する事業者へのフィードバックを積極的に行うことで、地域一丸となった観光振興・計画推進が図られます。

<sup>\*15</sup> デジタルマーケティング：Webサイトへのアクセス分析や消費者の行動、購買をビックデータ技術やAIなどを活用して消費者の嗜好や行動を分析するマーケティング手法。





## 第2次志布志市観光振興計画

発行・編集 志布志市 港湾商工課

〒899-7192志布志市志布志町志布志三丁目1番1号

TEL 099-472-1111

FAX 099-473-2203

E-mai [kankou@city.shibushi.lg.jp](mailto:kankou@city.shibushi.lg.jp)

