

さつま町観光振興基本計画

（概要版）

令和5年3月
鹿児島県 さつま町

1 計画の策定にあたって（第1章抜粋）

（1）本計画の位置づけ

本計画は令和3年度に策定した「第2次さつま町総合振興計画」の観光分野の個別計画であり、本町の観光振興の基本的な方針を示すとともに、施策展開の考え方を定めたものです。

また、同計画では、持続可能な開発目標（SDGs）と取組の関係を位置付け、SDGsの理念や目標を踏まえ、施策を推進することとしており、本計画においても関連するゴールや理念・目標を踏まえて施策を推進するものとします。

（2）本計画の期間

計画期間は令和5年度（2023年度）から令和9年度（2027年度）までの5年間とします。

2 観光振興の基本方針（第3章抜粋）

（1）目指す方向性

観光振興によって地域外からの交流人口を増やすことは、地域内消費を維持・拡大するための手段として、重要な施策の1つとなっています。また、魅力的な観光資源の発掘と磨き上げや、来訪者をもてなして交流を深めるという観光振興（「質の観光」と「持続可能な観光」）は、住民自らの地域に対する愛着と誇りを育て、地域の魅力を向上するといった大きな役割を担っています。

本町においても、自らの地域を愛し誇り（シビックプライド）を持って暮らしていれば自然と誰もが訪れたいとなるといった観光の原点に立ち「住んでよし訪れてよし」を具現化させていくことで、観光振興による地域づくりを推進する必要があります。

国内外から本町へ観光客として訪れていただくためには、多くの方々がさつま町を知り、行きたいと思えるきっかけづくりが重要となり、メディア、SNS等を活用し、若者から高齢者までの幅広い世代に向けて、積極的な情報発信を行っていく必要があります。

これらを踏まえ、これまでの観光施策の取組に加え、本町ならではの特徴・強みを活かした収益力の高い体験型観光の推進により、「さつまファンの拡大」、「観光消費額の拡大」、「地域づくりの推進」による【稼ぐ観光による持続可能な地域社会づくり】を目指します。

（2）基本理念及び基本方針

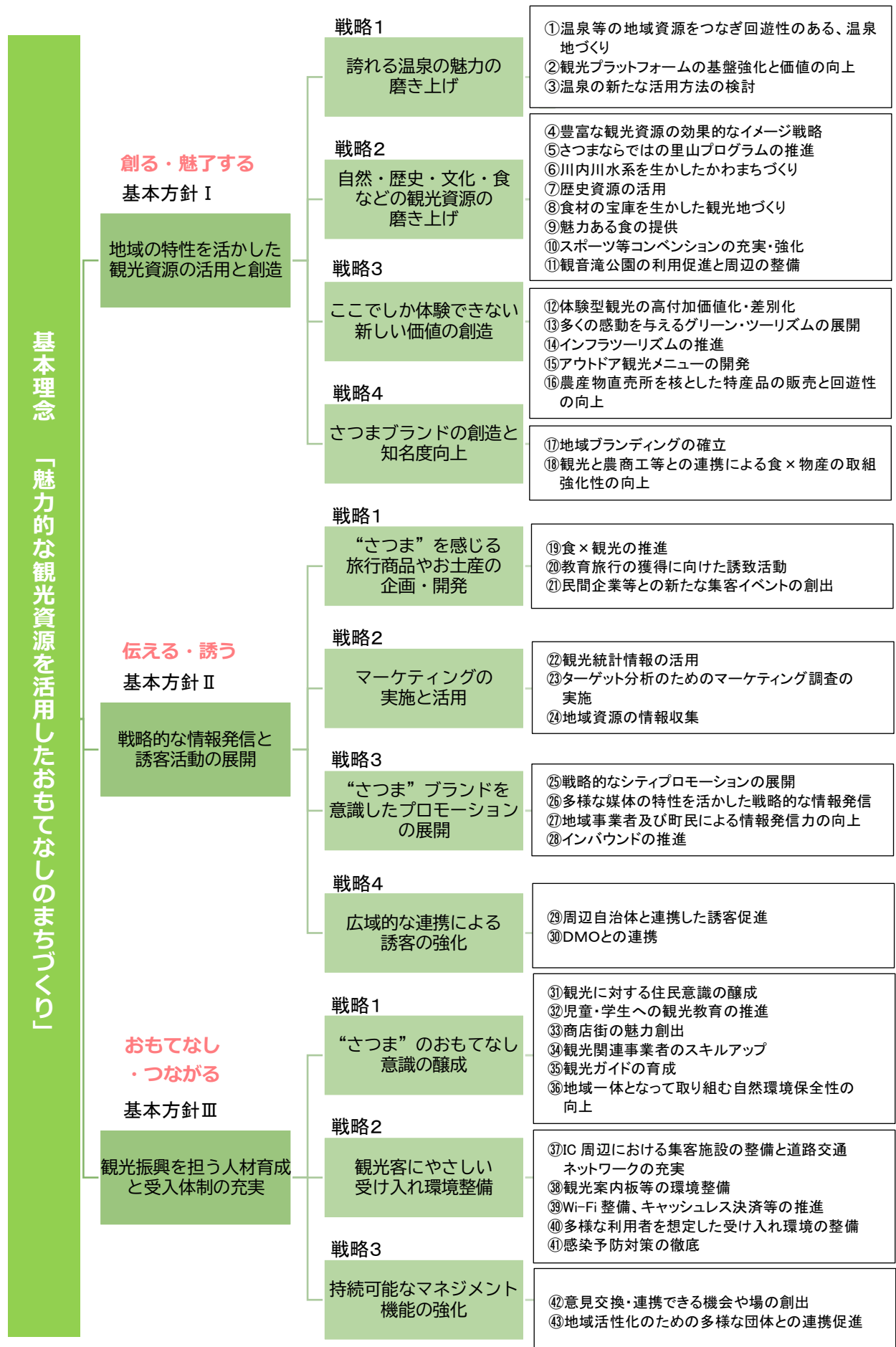
本町においては、「温泉」や豊かな自然で育まれた「食」、地域の温かな「人」を核とし、多彩な魅力に触れ、人々と交流することで、来訪者の心と体が笑顔になり、満足感が得られるおもてなしのまちづくりを展開します。

これらに基づき、計画の基本理念を「魅力的な観光資源を活用したおもてなしのまちづくり」とします。

基本理念 「魅力的な観光資源を活用したおもてなしのまちづくり」

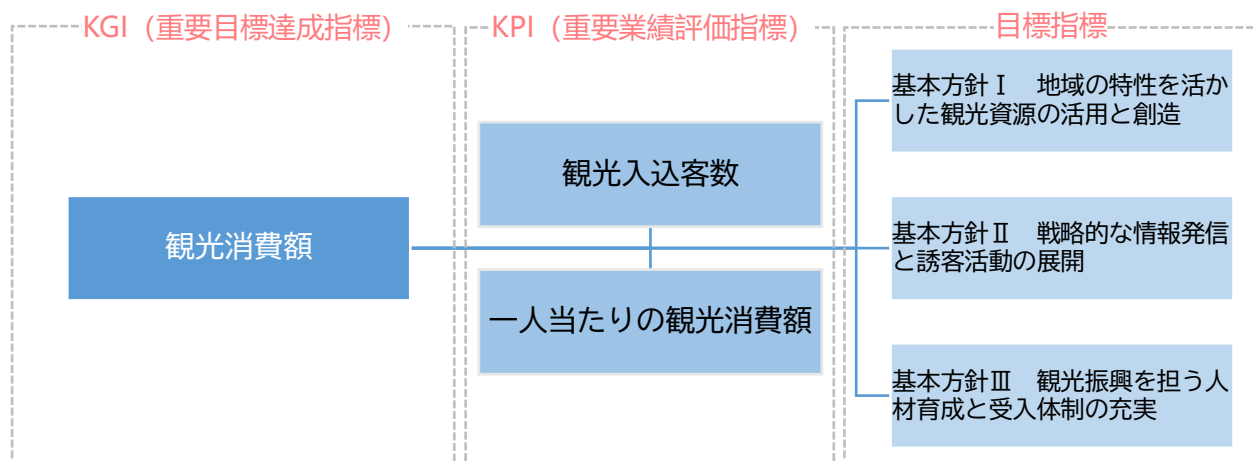
目指す方向性 （稼ぐ観光による持続可能な地域社会づくり）

(3) 施策体系



(4) 成果指標の設定

計画を推進するための指標として、計画期間の最終年度である令和9年度における「KGI（重要目標達成指標）」を設定するとともに、それを達成するための「KPI（重要業績評価指標）」「目標指標」を設定し、各施策の進捗管理として継続的に検証します。なお、目標値についてはコロナ禍前の令和元年度の数値を基準に設定します。



目標	項目	令和元年度実績	令和9年度目標
KGI	観光消費額	12,982,595 千円 →	22,012,787 千円 170%増
KPI①	観光入込客数	1,134,743 人 →	1,500,000 人 132%増
KPI②	一人当たりの観光消費額※	11,441 円 →	14,675 円 128 増
目標指標①	宿泊客数	57,397 人 →	60,000 人 105%増
目標指標②	コンベンション受入数	3,633 人 →	4,000 人 110%増
目標指標③	宮之城ちくりん館利用者数	204,730 人 →	240,000 人 117%増
目標指標④	温泉施設利用者数 (22 施設)	393,166 人 →	440,000 人 112%増
目標指標⑤	鶴田ダムインフラツーリズム見学者数	3,353 人 →	4,000 人 119%増
目標指標⑥	農家民泊、農家民宿の受入数	8 軒 →	10 軒 125%増
目標指標⑦	SNS フォロワー数 (町公式 Instagram)	1,383 フォロワー (R5.2.26 現在) →	7,000 フォロワー 506%増
目標指標⑧	来訪者満足度	未計測 →	今後設定 -

※一人当たりの観光消費額の令和元年度実績については、町単独での把握を行っていないことから、県の実績を記載する。今後においては、調査により本町の実情を明らかにし、必要に応じて令和9年度目標を見直すこととする

※一人当たりの観光消費額の令和9年度目標については、県内宿泊は実績+2,000 円、県内日帰りは実績+1,000 円、県外宿泊は実績+5,000 円、県外日帰りは実績+2,000 円と算定

※物価上昇 10%を加味

3 観光振興基本計画の主要施策（第4章抜粋）

基本方針Ⅰ 「創る・魅了する」地域の特性を活かした観光資源の活用と創造

【方針】（施策①～⑮）

本町には、宮之城温泉と紫尾温泉はもとより、地域毎に特徴があり、豊かな自然や歴史・文化、四季折々の食や祭りなどの地域資源があります。

農林業、商工業、観光業と、地域毎に特色のある産業が発展しているほか、日帰り温泉施設や農産物直売所が、地域全域に配置されているなど、産業資源にも恵まれた地域です。

これらを掘り起こし、磨き上げ、本町独自のホスピタリティを醸成し、“さつま”ならではの魅力的な観光資源へと高めます。

魅力的な観光資源を埋もれさせないためには、人が集まってくる仕組みや仕掛けづくりが必要です。また、本町を訪れた観光客に「再び訪れてみたい」と思ってもらえるような動機付け出来る魅力ある観光コンテンツの創出や観光客のニーズや観光スタイルの変化を考慮し、その時々に応じた観光コンテンツの提供を創造します。

【施策①】温泉等の地域資源をつなぎ、回遊性のある温泉地づくり

- 「食」「農産物」「神社仏閣」「四季折々のイベント」など、多様な資源との連携
- 温泉街の街並み環境や地域資源をつなぎ回遊性の強化
- 地域住民、来訪者に愛される地域づくり
- わかりやすい温泉施設マップの充実



神の湯紫尾温泉

【施策⑤】さつまならではの里山プログラムの推進

- 紫尾山登山、雄大な川内川でのアクティビティや滝めぐりなどの体験ツアーの磨きあげ
- 県外やインバウンドをターゲットとした広域からの集客



自然体験

【施策⑫】体験型観光の高付加価値化・差別化

- 収益力の高い本町ならではの体験メニューの高付加価値化・差別化
- 夜のイベントや早朝の体験メニューの創出
- 宿泊をセットにしたメニュー開発を検討



夜のイベント（キャンプイメージ）

【施策⑬】多くの感動を与えるグリーン・ツーリズムの展開

- 農業体験、果物狩り、食品加工の体験などを推進
- より魅力のあるグリーン・ツーリズムメニューの造成・拡充



果物狩り

【施策⑯】農産物直売所を核とした特産品の販売と回遊性の向上

- 更なる品揃えの充実や通販対応、集客イベント開催、SNS 等を活用した情報発信など農産物直売所の充実
- まちなかへの回遊性の向上、まちなかでの消費拡大に繋がっていくような「しくみ」の構築



宮之城ちくりん館

【施策⑰】地域ブランディングの確立

- 地域のコンセプトやストーリー、産地としての定評を確立
- 本町が誇る観光資源を付加価値の高いパッケージ化
- 地域の行事や祭り、風習等、守り引き継がれてきた伝統を資源として再発見・再評価
- JA 北さつま、町商工会・町観光特産品協会、各種団体組織との連携強化
- さつまブランドの創造と知名度向上



薩摩のさつまブランドロゴ

【施策⑱】観光と農商工等との連携による食×物産の取組強化

- 観光業と農商工業等が連携し、お互いの強みを活かした新商品、新サービスの開発、生産、販路開拓等の取組支援
- 商品等を購入、予約ができる販売サイトの充実・強化

基本方針Ⅱ 「伝える・誘う」戦略的な情報発信と誘客活動の展開

【方針】（施策⑱～⑳）

観光客の動向やニーズなどのマーケティングに基づいて、県内外や外国人など新たなターゲット層の誘客を図るため、“さつま”ならではの観光ルートや旅行パッケージ、土産品、サービスの企画・開発や販売拠点の充実を目指します。

また、豊かな観光資源を発信し、本町をより多くの人に知ってもらい、認知度向上に取り組みます。また、観光客が旅行前、旅行中に情報収集する際にインターネットやSNSなど各種メディア媒体を効果的に活用し、時代のニーズに応じた情報発信の強化に努め、来訪意欲の高揚や来訪時におけるタイムリーな情報発信など、観光客のニーズに応えます。

なお、様々な団体と連携した周遊・滞在型商品の共同開発やプロモーションを推進するとともに、民間事業者、周辺市町、観光関連団体との連携やトップセールスによる営業活動を推進します。

【施策㉑】教育旅行の獲得に向けた誘致活動

- 九州、関西地方を中心に誘致活動の展開
- おもてなしによるリピーター継続につながる関係性の確保



農村交流風景

【施策㉒】民間企業等との新たな集客イベントの創出

- 春夏秋冬の季節に合わせた魅力あるイベントの実施
- 他の観光コンテンツと組み合わせた町外から宿泊を伴う誘客

【施策㉓】ターゲット分析のためのマーケティング調査の実施

- SNSのアクセス分析、口コミ分析

【施策㉔】戦略的なシティプロモーションの展開

- 温泉やホテル、竹林など、癒しや自然等を活かしたテーマ性の強い戦略的な観光PRやプロモーションの展開

【施策㉕】地域事業者及び町民による情報発信力の向上

- 観光関係団体、事業者、町民等にSNSを活用した情報発信のノウハウ習得の機会創出

【施策㉖】周辺自治体と連携した誘客促進

- 周辺自治体や公共交通機関等と連携
- 地域の特色を活かしたイベントの実施や観光ルートづくり

基本方針Ⅲ 「おもてなし・つながる」観光振興を担う人材育成と受入体制の充実

【方針】（施策③①～④③）

幼少期から地域への関心を持ち、新たな発見や好奇心を持って様々な活動に参加するなど、ふるさとを愛する地域住民の育成と、多世代が連携して地域づくりに取り組むことを通じて、本町への愛着の醸成を図り、次世代に継承する人づくり、地域づくりを推進します。

年齢、性別、文化、身体状況など、人々の様々な個性や違いにかかわらず、誰もが訪れやすい観光地としての受入環境の整備を推進します。

観光産業に携わる方々がよりやりがいを感じられ、持続可能な観光振興につながる取組を実施します。

【施策③①】観光に対する住民意識の醸成

- 住民に対する観光 PR を強化
- 学習機会の提供や講演会などを通じた観光意識の向上

【施策③⑦】 IC 周辺における集客施設の整備と道路交通
ネットワークの充実

- ゲートウェイ機能としての「道の駅」の整備を検討
- ICと国道、県道を結ぶ道路ネットワークの充実



【施策③⑧】 観光案内板、観光トイレ等の環境整備

- 観光案内板やデジタルサイネージ等の整備
- 外国人観光客に対応した多言語化の推進
- 観光客が快適に利用できる観光施設の適切な維持管理



【施策③9】 Wi-Fi 整備、キャッシュレス決済等の推進

- Wi-Fi 環境の充実、キャッシュレス化の推進と支援

【施策④②】意見交換・連携できる機会や場の創出

- 地域の関連団体が集まり、まちづくりについて協議する機会や場の創出

4 計画の推進に向けて（第5章抜粋）

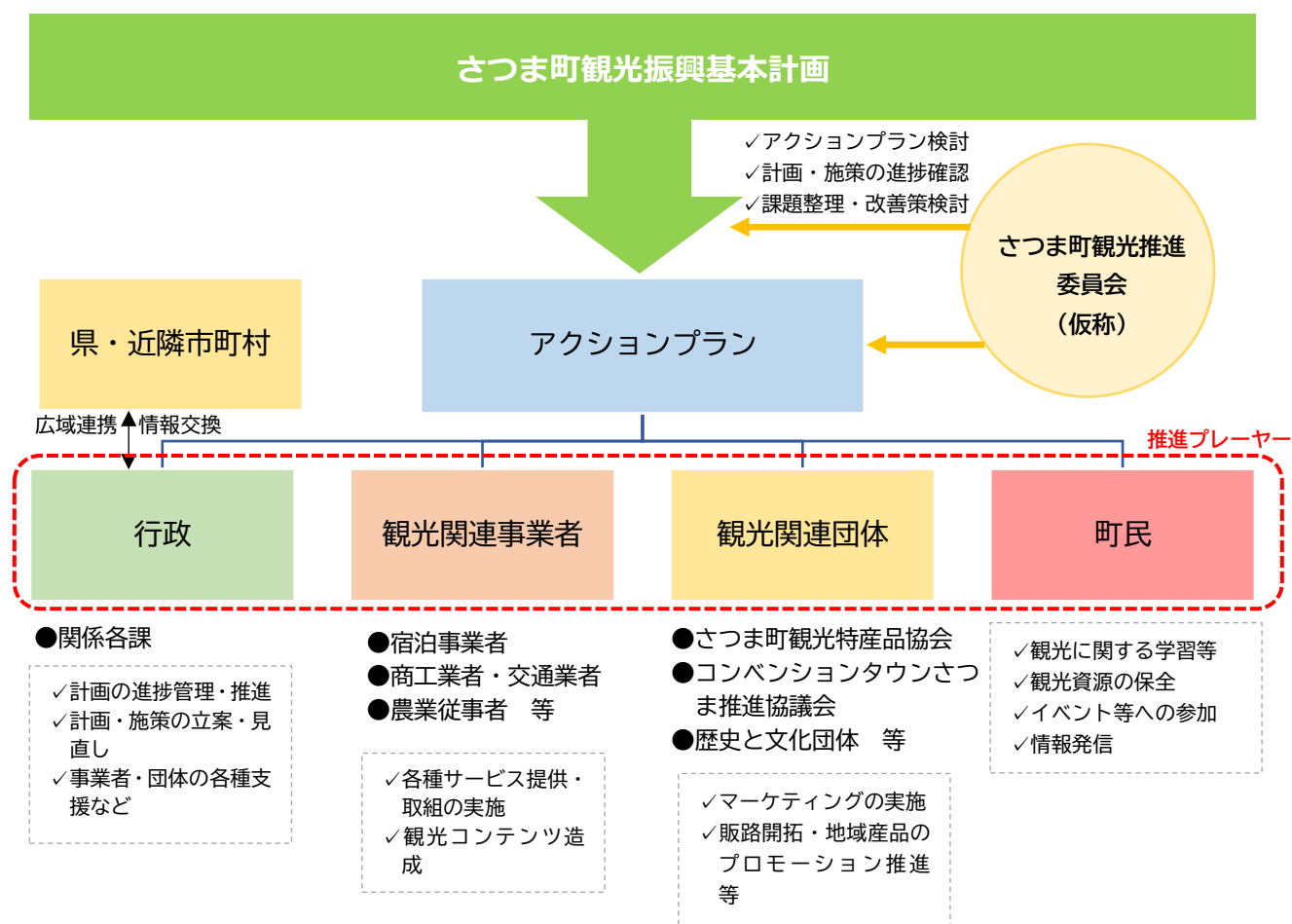
（1）推進体制及び役割

観光関連事業者は、経営基盤の安定、人材育成の充実に努めるとともに、地域特性を活かした事業展開を図り、他産業と連携した観光地域づくりに努めるものとします。

観光関連団体は、観光関連事業者の事業活動を支援するとともに、行政等と協働して観光振興のための施策を実施するよう努め、活動を通じて観光振興への貢献に努めるものとします。

町民は、観光振興が経済的及び社会福祉的に地域にもたらす効果への理解を深め、観光振興のための事業協力に努めるとともに、活動プレーヤーの役割を担う一員として地域への愛着とおもてなしの心を持ちつつ魅力発信していくよう努めるものとします。

行政が行う施策について、観光関連事業者および観光関連団体との協働ならびに、県、近隣市町村との連携強化に努めるものとします。



（2）進行管理

本計画の進捗管理方法にあたっては、PDCA（計画・実施・評価・改善）サイクルを実施して管理を行い、事業の進捗度に応じて、見直し案や新たな事業を検討します。

また、PDCA サイクルの運用においては、「さつま町観光振興基本計画策定委員会」の中で計画や取組の進捗状況、達成状況等の共有を図りながら、取組方策や施策、KGI や KPI などについて計画の検証や見直しの方向性を協議・決定します。