

阿久根市観光まちづくり戦略



県指定天然記念物（名勝） 牛之浜海岸

平成29年3月

阿久根市

目次

第1章	はじめに.....	1
第2章	観光まちづくり戦略策定の背景と目的.....	3
1	背景.....	3
2	目的.....	4
第3章	観光まちづくり戦略の位置付けと対象期間.....	5
1	各種計画との関係.....	5
2	対象期間.....	6
3	観光まちづくり戦略の体系図.....	6
第4章	阿久根市の特性と現状の課題.....	7
1	阿久根市の成り立ち.....	7
①	阿久根市の地勢.....	7
②	阿久根市の歴史.....	8
③	阿久根市の産業.....	13
2	観光の現状.....	14
①	入込観光客数.....	14
②	主な観光施設・観光資源.....	17
③	近年のトレンド.....	19
3	観光の課題.....	22
①	情報発信.....	22
②	観光コンテンツ.....	23
③	インフラ.....	23
④	市民意識.....	23
第5章	観光まちづくり戦略の基本的な方針.....	25
1	観光まちづくり戦略における目標 <定量>.....	25
2	目指す方向・将来像 <定性>.....	25
3	来訪客に提供するストーリー.....	25
①	ストーリー.....	25
②	サブストーリー.....	26
第6章	観光まちづくり戦略に基づく施策.....	27
1	優先ターゲット.....	27
①	個人客.....	27
②	ツアー客.....	27
③	ストーリーと観光資源、顧客嗜好性の関係.....	27

2	施策の柱.....	29
3	個別施策.....	29
①	プロモーション.....	30
②	他地域・事業者連携.....	33
③	観光コンテンツの充実.....	35
④	受入環境整備.....	37
⑤	市民への啓発・周知.....	40
⑥	推進組織の設立・運営.....	41
4	2021年度（平成33年度）までのスケジュール.....	42
第7章	リーディングプロジェクト.....	44
1	リーディングプロジェクトとは.....	44
2	リーディングプロジェクトの詳細.....	44
①	食のブランド化（6次産業化の推進）及び域内消費拡大.....	44
②	観光推進組織の設立・運営.....	45
③	阿久根大島活用プロジェクト.....	47
④	観光地整備（ハード面）.....	48
	《巻末資料》.....	49
1	観光まちづくり戦略会議における検討委員会概要.....	49
2	市民ワークショップ開催概要.....	50
3	WEB調査の実施概要.....	51
4	阿久根市観光戦略及び推進組織検討の参考とした他事例.....	55
①	神奈川県小田原市.....	55
②	（一社）豊岡観光イノベーションの事例.....	56
③	NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構の事例.....	57

第1章 はじめに

この度、2017年度(平成29年度)から2021年度(平成33年度)までの5年間を対象期間とし、本市の観光振興の指針となる「阿久根市観光まちづくり戦略」を策定しました。

本市は、古くから海と陸の交通の要衝として海運業や商業等が栄えてきた歴史があります。

また、東シナ海に面した約40キロメートルにも及ぶ美しい海岸線を有し、温暖な気候と相まって新鮮な魚介類や四季折々の農産物が生産されており、「アクネ うまいネ 自然だネ」の統一ブランドで全国に「食のまち阿久根」として情報発信しています。これまで「うに井祭り」や「伊勢えび祭り」など、食のイベントに取り組み定着してきているものの、本市を訪れる来訪客は滞在時間が短いという傾向があります。

美しい自然と、そこから育まれる海の幸、山の幸、長い歴史に培われた地場産業や伝統行事など、本市ならではの「みどこい^{※1}」が、本市を訪れる多くの方々にまだまだ認知されておらず、魅力を十分に生かしきれていないのが実情であり、これらをうまく連携させ、効果的に発信していく必要があります。

2018年(平成30年)には明治維新から150周年という大きな節目を迎えることから、鹿児島県内に多くの来訪客が訪れることが予想され、2020年(平成32年)には東京オリンピック・パラリンピックといった世界的なイベント開催を背景に、外国人来訪客の増加が見込まれています。

この機会を捉え、観光を取り巻く環境の変化や本市の現状を踏まえつつ、目標や方向性を定め、観光関連団体や市民団体、特産品事業者など、全ての観光の担い手が一丸となって、観光振興に取り組んでいくために、本戦略を策定いたしました。

本戦略をもとに、本市の資源を最大限に活用して、訪れた人に「阿久根ファン」になってもらうことを目指し、魅力的なまちづくり、観光振興に取り組んでまいります。

最後に、本戦略の策定に当たり、活発な議論をいただいた「阿久根市観光まちづくり戦略策定検討委員会」の皆様、3回にわたり開催したワークショップに参加いただいた皆様、歴史的な観点から御助言をいただいた日本経済大学の竹川克幸先生(アクネ大使・日本計画行政学会・日本観光学会会員)をはじめ、御協力をいただきました全ての皆様に対しまして、心からお礼申し上げます。

阿久根市長 西平良将



※1 みどこいとは、阿久根の方言で、中心の良いところを指すことば、みどころ。阿久根みどこい祭りでは、みどころに「魅・美・味・見」の4つの意味を持たせています。



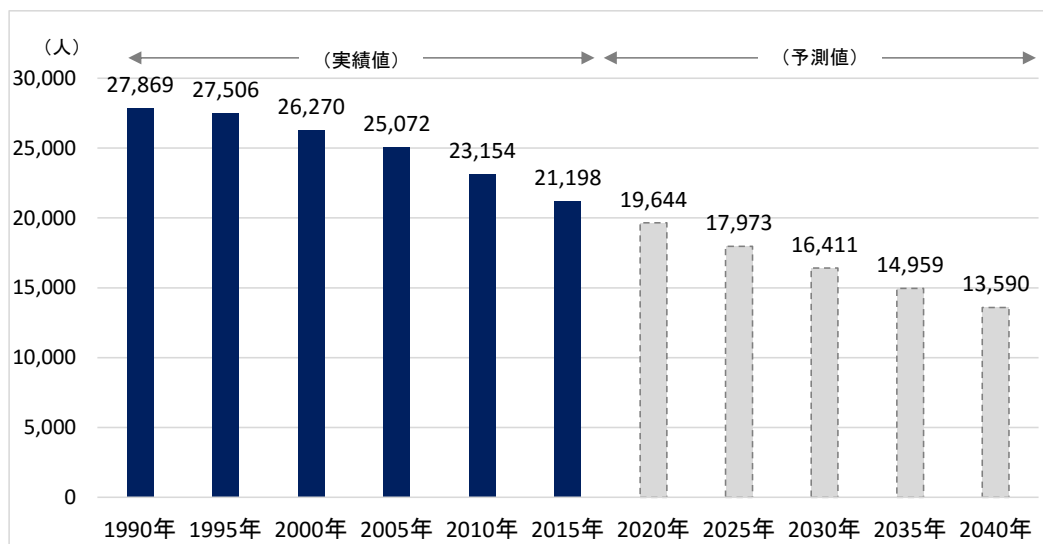
第2章 観光まちづくり戦略策定の背景と目的

1 背景

阿久根市（以下「本市」という。）では、温暖な気候や東シナ海の豊かな恵みを生かした第一次産業を基幹産業として、農林水産物を原料とする食品加工業を中心に地域の振興と発展に努めてきました。しかしながら、近年の少子高齢化による人口減少に歯止めがかからない状況に直面しており、人口減少による地域経済の衰退を防ぐために、従来の産業体系だけに頼らない取組が求められています。

図1は、本市の人口推移をグラフにしたものですが、本市の人口は一貫して減少傾向にあり、近年では減少のペースが高まりつつあります。また、2020年（平成32年）には2015年（平成28年）に比べて約9割まで人口が減少することが見込まれています。

図1 阿久根市の人口推移



出所：総務省「国勢調査 2015年（平成27年）」
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口2013年（平成25年）3月推計」

この人口減少の地域経済に与える影響は甚大であり、総務省の家計調査（平成25年実施）によると定住人口1人当たりの年間消費額は124万円とされていますので、本市において2015年（平成28年）から2020年（平成32年）までの5年間の人口減少が経済的に与える影響は約29億円と推計されます。

2 目的

本市の強みである「食」や「自然」を生かした観光業により交流人口を拡大することによって、人口減少による地域経済への影響を軽減し、地域経済の持続的な発展に寄与していくことを目的とします。

本戦略においては、農業、水産業、商工業の全てを観光関連産業と位置付け、「食のまち」のブランディングと観光によるまちづくりを推進していくこととします。



阿久根大島

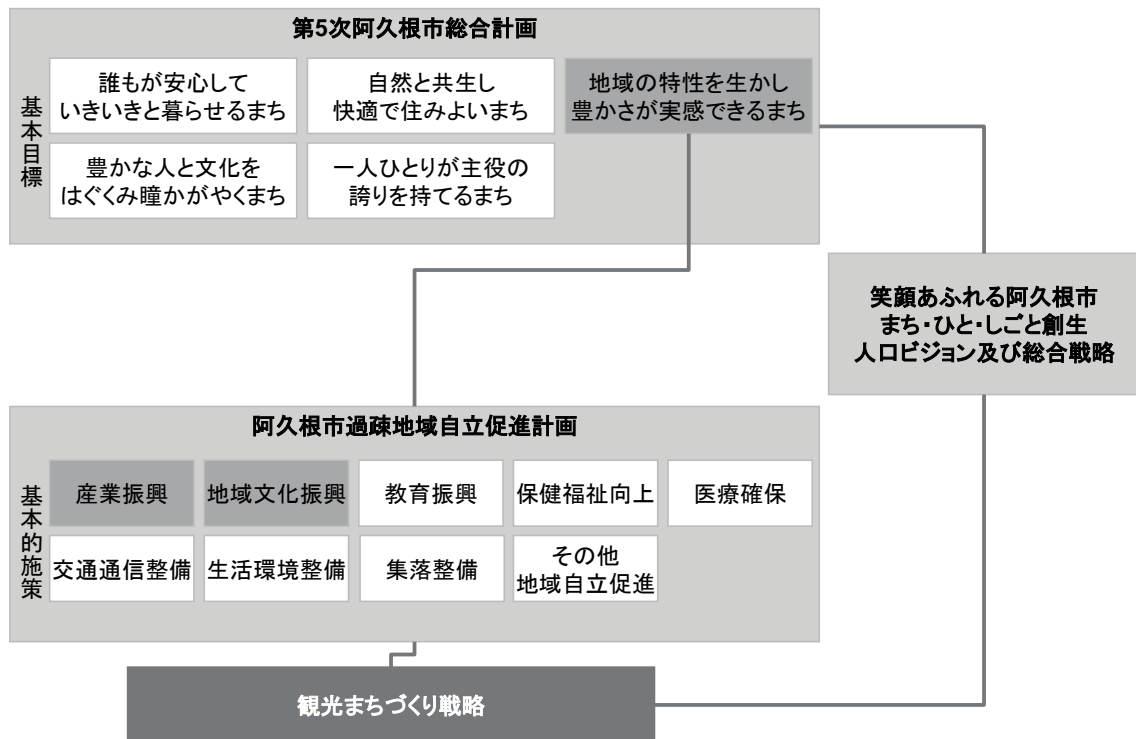
第3章 観光まちづくり戦略の位置付けと対象期間

1 各種計画との関係

2010年（平成22年）に策定した「第5次阿久根市総合計画」では、基本目標として「地域の特性を生かし豊かさが実感できるまち」として、各産業の振興や観光振興を掲げました。また、2016年（平成28年）に策定された「阿久根市過疎地域自立促進計画」では、基本的政策として「産業の振興」「地域文化の振興等」を定めました。さらに、本市における将来の展望、今後5年間の目標や施策の基本的方向、具体的施策を取りまとめ、「笑顔あふれる阿久根市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン及び総合戦略」を2015年（平成27年）に策定しました。

本戦略はこれらを上位計画・戦略とし、これらを観光分野から実現するための戦略として策定するものです。

図2 観光まちづくり戦略の位置づけ



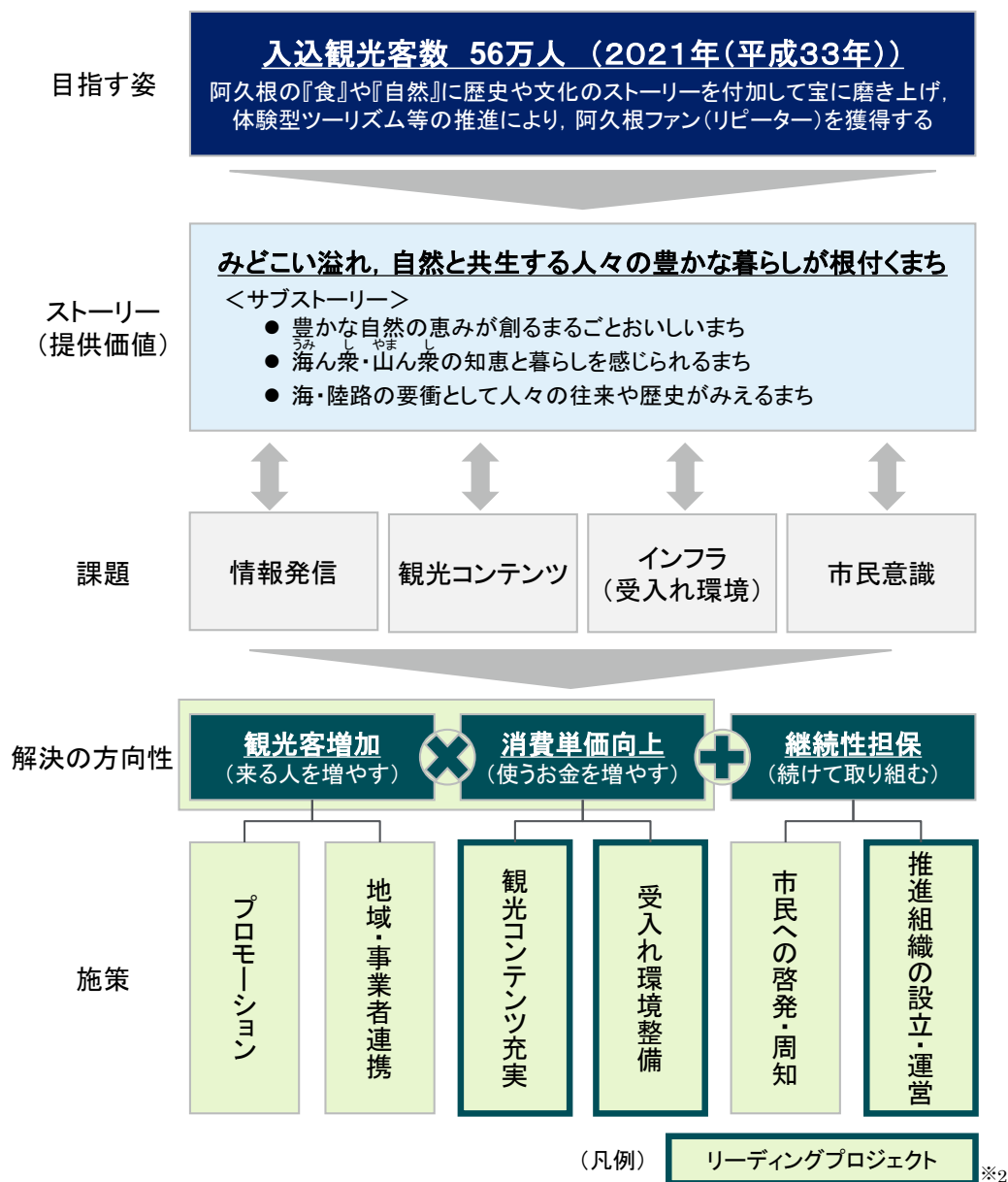
出所 第5次阿久根市総合計画後期基本計画（2015年度（平成27年度）～2019年度（平成31年度））、笑顔あふれる阿久根市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン及び総合戦略（2015年度（平成27年度）～2017年度（平成29年度））、阿久根市過疎地域自立促進計画（2016年度（平成28年度）～2020年度（平成32年度））

2 対象期間

本戦略は、2017年度（平成29年度）から2021年度（平成33年度）までの5年間を対象期間とします。

3 観光まちづくり戦略の体系図

図3 観光まちづくり戦略体系図



※2 リーディングプロジェクトとは、戦略対象期間中に、本市の観光に関与する民間事業者、観光関連団体・市民・行政が特に力を入れて取り組む事業のことです。詳細は第7章に記載しています。

第4章 阿久根市の特性と現状の課題

1 阿久根市の成り立ち

① 阿久根市の地勢

本市は鹿児島県北西部に位置し、高松川河口の阿久根港を中心に古くから海上・陸上交通の要衝として海運業・商業などが栄えたまちです。

北部は激流が渦巻く日本三大急潮のひとつ黒之瀬戸を隔て長島町と接し、東部は出水市、南部は薩摩川内市と接しています。東シナ海に面した約40キロメートルにも及ぶ美しい海岸線や沖合およそ2キロメートルに浮かぶ阿久根大島は、海水浴や釣りの名所として知られており、毎年多くの観光客が訪れます。



黒之瀬戸の渦潮

沿岸を洗う黒潮は、至るところに亜熱帯の植物を育み、温暖な気候を利用した農業や水産業が盛んです。品質の高い数多くの生鮮品や加工品は、「アクネ うまいネ 自然だネ」の統一ブランドで全国に向けて出荷されており、なかでも特産品の「阿久根ボンタン」をはじめ、^{だいまさき}大将季や紅甘夏など柑橘類の生産は全国有数の生産量を誇ります。

市内を縦断するように国道3号や肥薩おれんじ鉄道が通っており、来訪客の玄関口としては、車・バス利用者向けには道の駅阿久根や交通結節点の阿久根駅、鉄道利用者向けには肥薩おれんじ鉄道の各駅（折口駅、阿久根駅、牛ノ浜駅、薩摩大川駅）があります。特に、牛ノ浜駅周辺では名勝地である「牛之浜海岸」等の絶景を車窓から楽しむことができます。牛之浜海岸は、古くから景勝地として知られ、その海岸の岩礁は、鹿児島県内で最も古い地

層のひとつメランジ堆積物であり、学術的価値とともに、その地層が優秀な風致景観を成すものとして平成26年4月に県文化財の指定を受けました。名勝地としては、桜島に次いで2番目の指定です。

② 阿久根市の歴史

A) 縄文・弥生時代～古墳時代～飛鳥時代

阿久根には縄文時代の波留貝塚や古里遺跡、宮脇遺跡、脇本古墳群など古代遺跡もあり、大陸との交流を物語る多くの遺跡・遺物が出土しています。

特に脇本古墳群（出土品・遺構は鹿児島県指定文化財）は、横穴式石室をもつ高塚古墳と薩摩隼人たちの墳墓とされる地下式板石積石室が同一丘陵上に隣あって存在しています。脇本地区における高塚古墳群の出現は、阿久根が対隼人政策の軍事基地的役割を担ったものの一つと考えられ、薩摩隼人に対する大和政権の支配体制が進む過程、水と陸の交通の要衝・軍事拠点として、また肥後国との国境でもあった阿久根の地理的重要性がうかがえます。

B) 奈良時代～平安時代～鎌倉時代～室町時代

阿久根の地名は、古代の奈良朝末期頃は「国形郷」と呼ばれ、次いで平安時代末期には「英祢（あくね）院」と称され、その院司に任命されていた英祢氏によって統治されてきました。「英祢（あくね）」の地名は古代より存在したと考えられ、「アク」は魚や漁業を意味する言葉、「ネ」は岩礁を表し、古くから漁港としても栄えてきた土地でもあります。

のちに「英祢」は「莫祢」とも書かれ、15世紀中期に現在の「阿久根」に変わったとされています。また「阿久根」には、特別な「狩場・射場」という意味があるとも言われています。これは、かつて阿久根に鶴が飛来してきていたことに由来するかもしれません。

古代は、遠の朝廷と呼ばれた大宰府から、国境を接する肥後国を經由し、薩摩国府（現在の薩摩川内市）へと向かう古代官道も通じ、阿久根には古代の宿駅「英祢駅」も置かれていたと推定されています。

また阿久根は古くから、坊津などと同様、琉球や奄美から唐（中国）にも通じる南海航路の要衝で、大陸との海外貿易も行われ、「海に開かれたまち」でした。阿久根市立図書館（郷土資料館）にある「阿久根砲（鹿児島県指定文化財）」と呼ばれる南蛮渡来・ポルトガル製大砲や、中国からの渡来銭や「糸印」、琉球漆器など、当時の遺物や遺跡・史跡、文化財などからもその様子がよくわかります。

日本最古の和歌集である「万葉集」には、本市と長島町の間海峡で、「隼人の瀬戸（現在の黒之瀬戸）」が登場します。激流と巨岩に感動を覚えた大宰帥・大伴旅人の歌や、薩摩・隼人の瀬戸を眺めた感慨深さを詠んだ長田王の歌があります。黒之瀬戸は万葉集の中で詠まれた最南端の地であり、日本三大急潮でも知られる観光名所でもあります。

室町時代以降は、琉球王国や奄美群島を経由しての明国との貿易やポルトガル船やスペイン船など南蛮船が入港していたことなどから、阿久根が日本、南九州の主要な貿易港の一つであったことは間違いありません。

C) 江戸時代

江戸時代には、阿久根は薩摩藩の外城（直轄地）の一つとして地頭仮屋が設置され、出水郡・阿久根郷として地区の行政が行われました。また米ノ津（現出水市）と並び、長崎や大阪・江戸方面にも向かう船の寄港地、北薩・西目（西海岸）側の薩摩藩の貿易港、密貿易の拠点として発展し、海運業が盛んな商人のまちとして栄えました。

阿久根には河南家、丹宗家、折口家などの海商・豪商がいたようです。特に河南家の初代河南源兵衛は、江戸時代初期に明国から阿久根に帰化し、はじめは藩の唐通詞（通訳）となり、のちに御用商人を兼ねました。幕末に至るまで代々の当主が河南源兵衛を名乗り、代を経るにつれて海運業を広げ、藩の財政に貢献しました。

その中で最も活躍した七代根心（もとなか）は、藩内船主仲間の中心的な存在として活躍、文化的素養もあったことから阿久根の経済的、文化的発展に大きく貢献しました。現在に伝わる旧暦三月十日祭りは、1日目は航海安全を金毘羅神に祈願するとともに土地の役人たちを接待し、2日目は船乗りや船大工等雇用者に対する慰労の宴が始まりと言われています。

陸路では、薩摩街道（出水筋・西目筋）が市内全域を通り江戸に通じる主要道、参勤交代路として整備されました。また宿駅（宿場町）として阿久根宿が置かれました。後には阿久根と西方間の大川地区にも宿場町に近い機能もあったようです。

阿久根は江戸時代には自然・風土が豊かな景勝地としても知られ、「三国名勝図絵」には、薩摩之瀬戸（黒之瀬戸）、牛之浜海岸や「阿久根七不思議」として知られる、「光礁」や「尻無川」などの「阿久根七奇」などの風光明媚な景勝地・風景が紹介されています。

阿久根を訪れた儒学者で漢詩人の頼山陽もその風景の美しさに感銘を受け、絶賛した「阿嶠嶺」の詩（石碑有）を残しています。また合わせて「阿久根七名品」として、江戸時代は薩摩藩の代表的産物として全国に名前が知られ、藩主にも献上された「阿久根焼酎（阿久根諸白・阿久根千酒、「江戸買物独案内」に掲載）」や唐人「謝文旦」の名前に由来し、唐通詞・原田喜左衛門を通じて伝わったという「文旦（漢種乳柑、現在のボンタン）」、「阿久根茶」、「ワカメ」などの名産・名物も紹介されています。

幕末には薩摩藩の西郷隆盛や小松帯刀、坂本龍馬や中岡慎太郎など多くの志士が往来しました。特に坂本龍馬が阿久根（大川地区も）を訪れた記録があり、道中日記である『坂本龍馬手帳摘要』による1865年（慶応元年）5月17日「大川泊ニリ阿久根宿ニリ」とあります。また、中岡慎太郎は彼の道中日記の『海西雑記・行々筆記』によれば、慶応3年（1867年）年2月30日に船で隼人の瀬戸を通過し、阿久根に到着し、阿久根で宿泊し、「阿久根焼酎」を堪能しています。

そして幕末の薩摩藩士で、明治時代、初代外務大輔に就任し近代外交の基盤をつくった寺島宗則（松木弘安）も本市の出身です。寺島は、薩摩藩の医師（島津斉彬公の侍医）・蘭学者で、江戸に遊学後、幕府の蕃書調所教授（後に開成所教授）となり幕府の遣欧使節団として派遣され、また五代友厚とともに薩英戦争の和平交渉を担当、薩摩藩英国留学生（出発地のいちき串木野市・羽島に記念館）として海外渡航・留学を経験するなど、その海外経験を買われ、明治政府の外交を担当します。

寺島宗則は外国相手の諸問題を解決するには速やかな情報伝達が不可欠

であると痛感し、電信事業の創始者として近代通信事業の基盤を確立したことから「電気通信の父」とも呼ばれます。寺島は、明治6年に外務卿に就任後も、文部卿、元老院議長、枢密院副議長など明治政府の要職を歴任しました。

D) 明治時代～戦前期

明治時代までの長期にわたり鹿児島を治めた島津氏（薩摩藩）の統治後は、明治4年の廃藩置県で鹿児島県に属し、1889年（明治22年）の市町村制実施によって阿久根村として現在の阿久根市の基礎が確立しました。

1912年（明治45年）、医師中村静興により高松川沿いで阿久根温泉が発掘されました。大丸地区には、その後多くの温泉旅館が立ち並び、阿久根の中心街を形成しました。

1922年（大正11年）には鉄道（後の鹿児島本線）が開通し、阿久根駅、牛ノ浜駅が開業しました。鉄道の開設により、阿久根駅周辺は、商業地帯として発展しました。

その後、1925年（大正14年）に町制を施行し阿久根町となりました。また、この頃、江戸期に薩摩藩主島津光久から移殖され、絶滅の危機を迎えていた阿久根大島の鹿を繁殖させるために、種子島に近い馬毛島から野生の馬毛鹿6つがいを放ち保護に努めました。

E) 戦後～

1945年（昭和20年）8月、戦災により阿久根市街地は焼土とがれきの山と化しましたが、いち早く戦災復興に取り組ました。そして1952年（昭和27年）4月に県下6番目の市として発足しました。さらに1955年（昭和30年）には、隣接の三笠町と合併して現在の市域となりました。

国道3号をはじめ道路の整備も進み、1964年（昭和39年）の9月には東京オリンピックの聖火中継点となるなど活況を呈しました。1974年（昭和49年）には、黒之瀬戸大橋が開通、国民宿舎あくねも完成し、

脇本海岸や阿久根大島での海水浴やレジャー、保養を中心に、観光地としても発展しました。

しかし、日本の高度経済成長とともに都市部への若者の流出が進み、阿久根市の人口は、1955年（昭和30年）の41,180人をピークに減少を続けています。

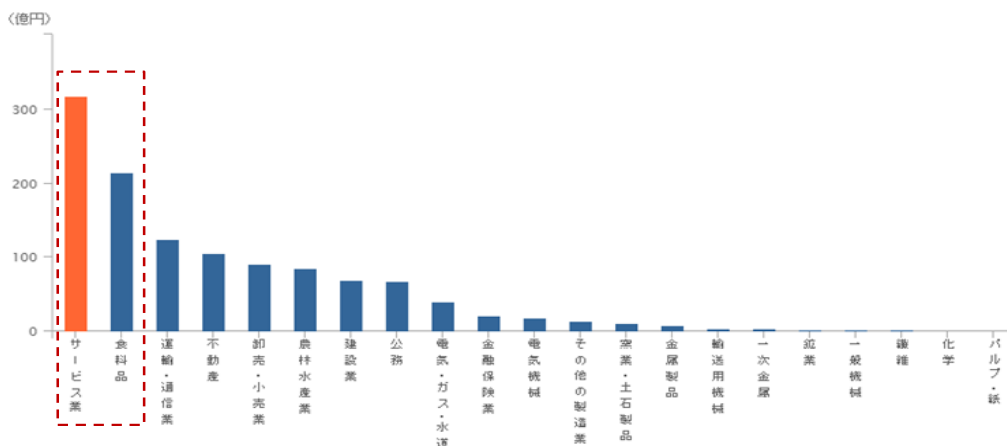
未来を担っていく子どもたちが夢と希望を持てるまちづくりを目指して、2015年（平成27年）12月に「笑顔あふれる阿久根市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン及び総合戦略」を策定しました。

そして「アクネ うまいネ 自然だネ」を合い言葉に、伊勢海老やウニ、サバ、イワシ、キビナゴなど豊富な海産物を生かした地域グルメ（祭り）、文旦漬やボンタンアメ（原料果汁）でもよく知られる特産のボンタンを活かした特産品開発、阿久根焼酎や阿久根温泉、季節ごとの「阿久根みどこい祭り」、「恵比須祭り」、「三月十日の金比羅祭り」「ひな女祭り」、「華の50歳組」など伝統や地域行事、黒之瀬戸、脇本海岸、牛之浜景勝地など風光明媚な自然風土、ふるさとの宝物を大事にしながら、人と自然との共生を目指すまちづくり、「みどこい（実どこい）」のあるまち阿久根として更なる発展を目指しています。

③ 阿久根市の産業

本市は、豊かな自然に恵まれた特性を生かして第1次産業を基幹産業に発展し、現在では、サービス業と食料品産業が中心の産業構造となっています。図4は、本市における産業別の生産額総額を示したものです。

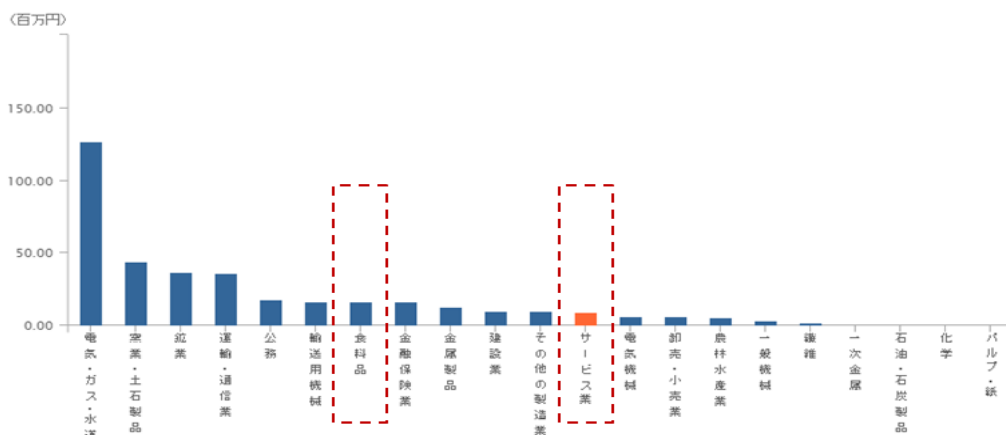
図4 生産額（総額 産業別）2010年



出所 RESAS

しかしながら、図5の一人当たり生産額でみると、サービス業と食料品産業は他の産業に比べていずれも低い水準であることが分かります。これは、今後、農林水産業や食料品等の産業を巻き込んで観光事業を推進し、付加価値を上げていくことによって阿久根市の産業が更に発展できることを示しています。

図5 生産額（一人当たり 産業別）2010年



出所 RESAS

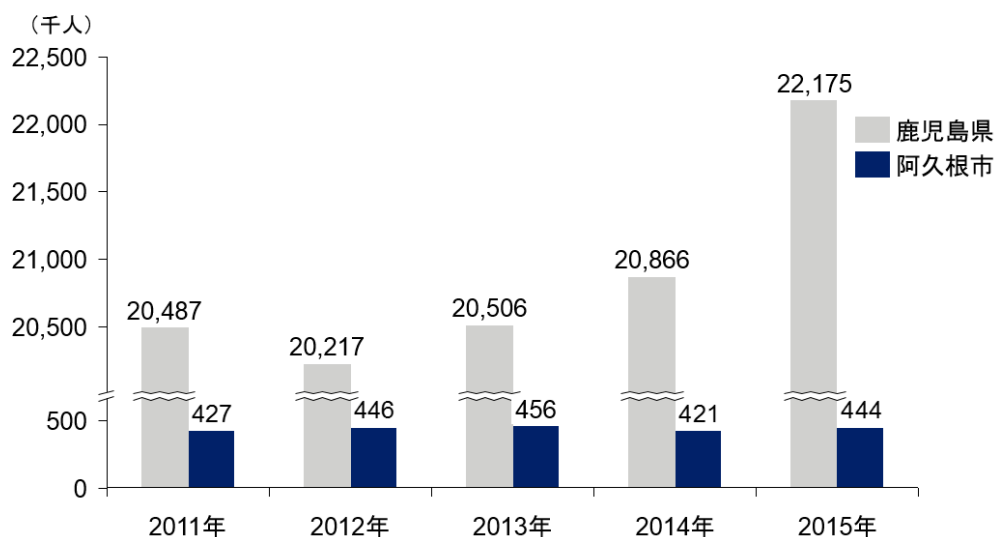
従業者数	9,376人(平成26年経済センサス-基礎調査)
第1次産業	222人(平成26年経済センサス-基礎調査)
第2次産業	2,554人(平成26年経済センサス-基礎調査)
第3次産業	6,600人(平成26年経済センサス-基礎調査)

2 観光の現状

① 入込観光客数

入込観光客数は鹿児島県全体では増加傾向にありますが、本市ではほぼ横ばいとなっています。現在停滞している入込観光客数を増加させるためには、本市の豊富な観光資源を組み合わせ、来訪客を惹きつける楽しみ方を提案する必要があります。

図6 入込観光客数の推移



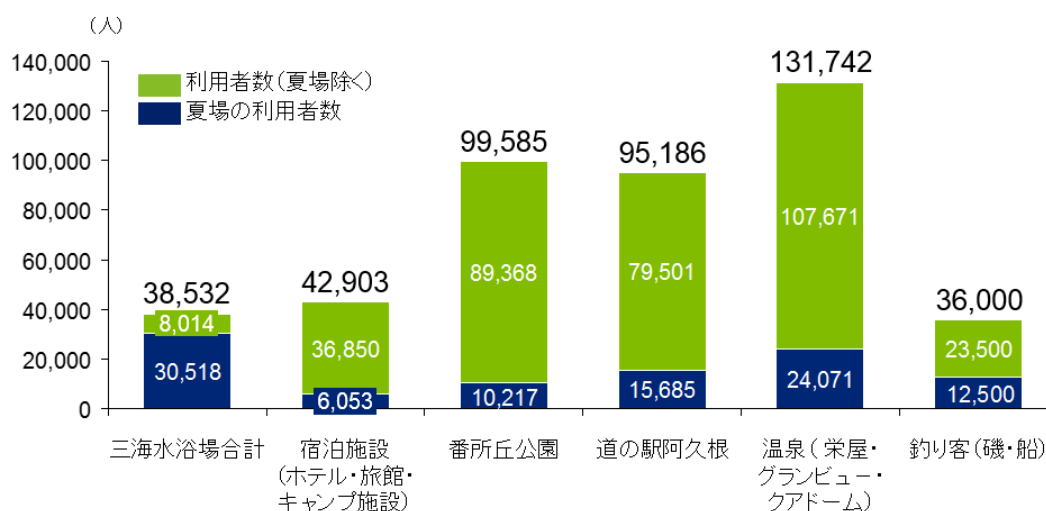
出所 鹿児島県「鹿児島県の観光の動向 ～鹿児島県観光統計～」(2011年(平成23年)～2015年(平成27年))、阿久根市「統計あくね」(2011年(平成23年)～2015年(平成27年))^{※3}

また、観光統計によると年間約44万人の施設利用は、番所丘公園、道の駅阿久根、温浴施設がメインになっています。

道の駅阿久根については、約10万人の年間利用者のうち、7割は市民による利用とのヒアリング結果もあります。また、阿久根の観光客は日帰りが9割で、トイレ休憩と食事で2時間程度の滞在が大半となっており、通過観光地となっています。

^{※3} 鹿児島県の値は「地区別延べ宿泊者数+地区別延べ日帰り客数」、阿久根市の値は「観光施設等の推計利用者数」

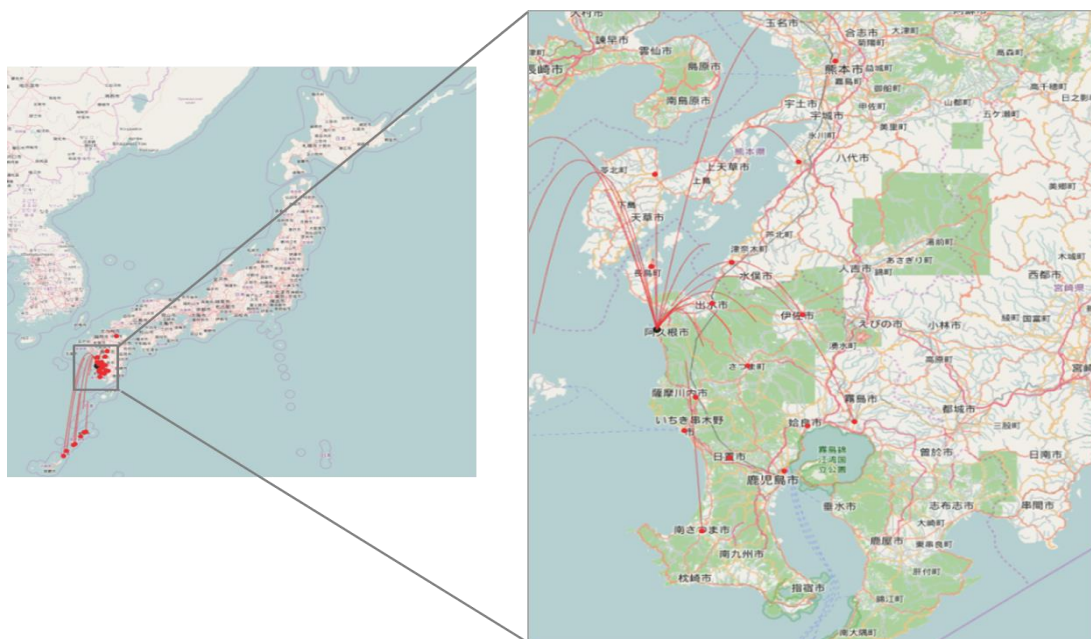
図 7 阿久根市の施設利用者



出所 観光統計(2015年(平成27年))

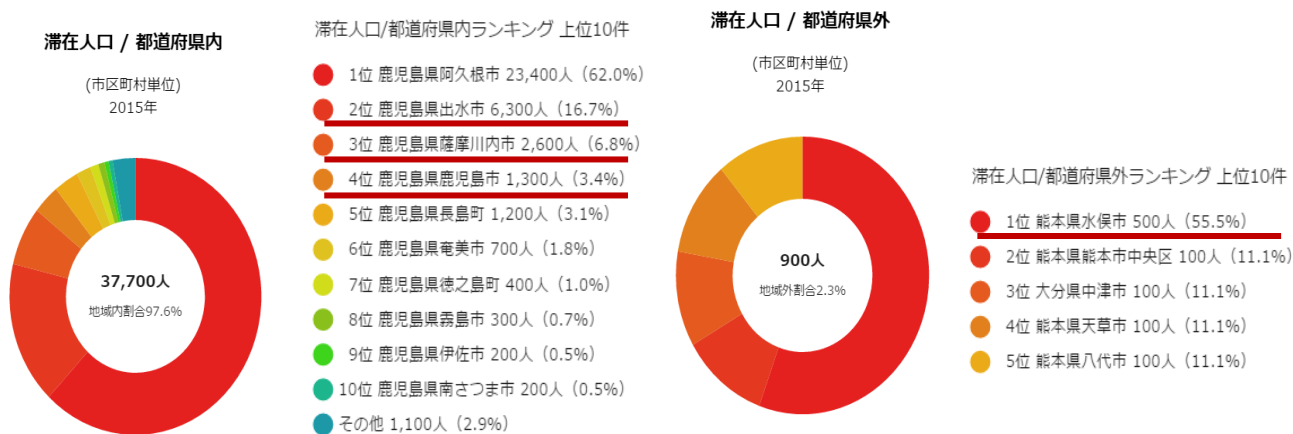
本市への来訪者のほとんどは、近隣エリアの出水市や薩摩川内市からであり、2015年(平成27年)休日平均でそれぞれ6,300人、2,600人の人々が訪れています。しかしながら、鹿児島市内からは、1,300人の来訪となっており、自動車ですら1時間15分という距離にありながら、人口1%未満の訪問に留まっています。また、県外においては、熊本県水俣市からの訪問者500人が最も多くなっており、多くの来訪者が来ているとは言い難い状況になっています。

図8 阿久根市 From-To分析・滞在人口 2015年 休日平均



出所 RESAS

図9 阿久根市の休日平均滞在人口（市町村→市町村）



出所 RESAS

② 主な観光施設・観光資源

本市は、恵まれた自然に独自の歴史が存在することから、多くの観光資源が存在しています。また、近年リニューアルオープンしたにぎわい交流館阿久根駅は新しい観光スポットとして市内外から注目され、今後の本市の観光の拠点となることを期待しています。図10は、市民ワークショップで挙げられた観光資源の一覧です。

図10 阿久根市の主な観光資源

食			
魚介	<ul style="list-style-type: none"> ✓ うに ✓ 伊勢えび ✓ たかえび(薩摩甘えび) ✓ 鯛 ✓ アジ・きびなご ✓ 川エビ 	果物	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ぼんたん ✓ デコポン・大将季 ✓ 温州みかん・紅甘夏
	肉	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 黒毛和牛 ✓ 鹿・イノシシ等ジビエ 	加工品
野菜	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 早掘りたけのこ ✓ そらまめ・グリーンピース ✓ しいたけ・えのき・薩摩クイーン茸 	酒	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 焼酎
米	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 米 	グルメ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ うに丼 ✓ たかえび丼 ✓ さばめし
歴史・人物			
歴史・歴史人物	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 阿久根市郷土資料館 ✓ 河南源兵衛(江戸時代御用商人) ✓ 寺島宗則(明治政府外務卿・電信の父) ✓ 中尾純利(国産飛行機による世界初の世界一周) ✓ 丹宗庄右衛門(八丈島に焼酎の製法伝授) ✓ 薩摩街道出水筋 ✓ 謝文旦の碑 ✓ 坂本龍馬 ✓ 西南戦争(平出石の水) ✓ 古墳 ✓ ルイス アルメイダ ✓ とつぼどんの墓 ✓ 対中貿易 ✓ 中岡慎太郎 ✓ 西郷隆盛 ✓ 小松帯刀 ✓ 頼山陽 	人	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 華の50歳組 ✓ 明るい人柄と人の良さ ✓ 鳥飼源晴医師 ✓ 村井英明氏(ウィルソン社のクラブ製作) ✓ ミシュランシェフ(中村勝宏シェフ) ✓ (伊地知雅シェフ) ✓ アクネ大使

イベント・自然・レジャー

イベント	<ul style="list-style-type: none"> ✓ えびす祭り ✓ 金毘羅祭り(三月十日祭り) ✓ 春の農業祭 ✓ 脇本地区花と歴史のウォーク ✓ 阿久根うに井まつり ✓ 阿久根みどこい春まつり ✓ 番所丘公園グリーンフェス ✓ 道の駅さつきフェア ✓ ひな女祭り ✓ 阿久根みどこい夏まつり ✓ 神舞(波留の南方神社) ✓ 道の駅青空市 ✓ 阿久根みどこい秋まつり ✓ 花火大会 ✓ あくね華のBBQ ✓ あくね新鮮おさかな祭り ✓ あくね洋画展 ✓ 阿久根伊勢えび祭り ✓ 阿久根市文化祭 ✓ 阿久根市産業祭 ✓ あくねボンタンロードレース大会 ✓ 駅HALLライブ(JAZZ Live) ✓ あくね新鮮朝市 ✓ 阿久根旬の朝市 ✓ くあからんじょふるさと市 ✓ グローバルメディアプロデューサー 	自然	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 夕景 ✓ 牛之浜海岸 ✓ 阿久根大島 ✓ 脇本海岸 ✓ 大川島海水浴場 ✓ 黒之瀬戸(渦潮) ✓ 梶折鼻公園 ✓ 肥薩おれんじ鉄道沿線のカノコユリ ✓ 笠山あじさい園 ✓ 番所丘からの星空 ✓ ウミガメ ✓ 竹林 ✓ 蛍 ✓ 奇岩・奇礁 ✓ 七不思議
		レジャー	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リバートレッキング ✓ キャンプ ✓ 釣り ✓ サーフィン

施設

娯楽施設	<ul style="list-style-type: none"> ✓ にぎわい交流館阿久根駅 ✓ 温泉 ✓ 道の駅阿久根 	公園	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 番所丘公園 ✓ 戸柱公園 ✓ 頼山陽公園 ✓ サンセットロード ✓ 着生らんの里
産業施設	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ジビエ食肉加工施設 ✓ 阿久根港 		



にぎわい交流館阿久根駅



華の50歳組



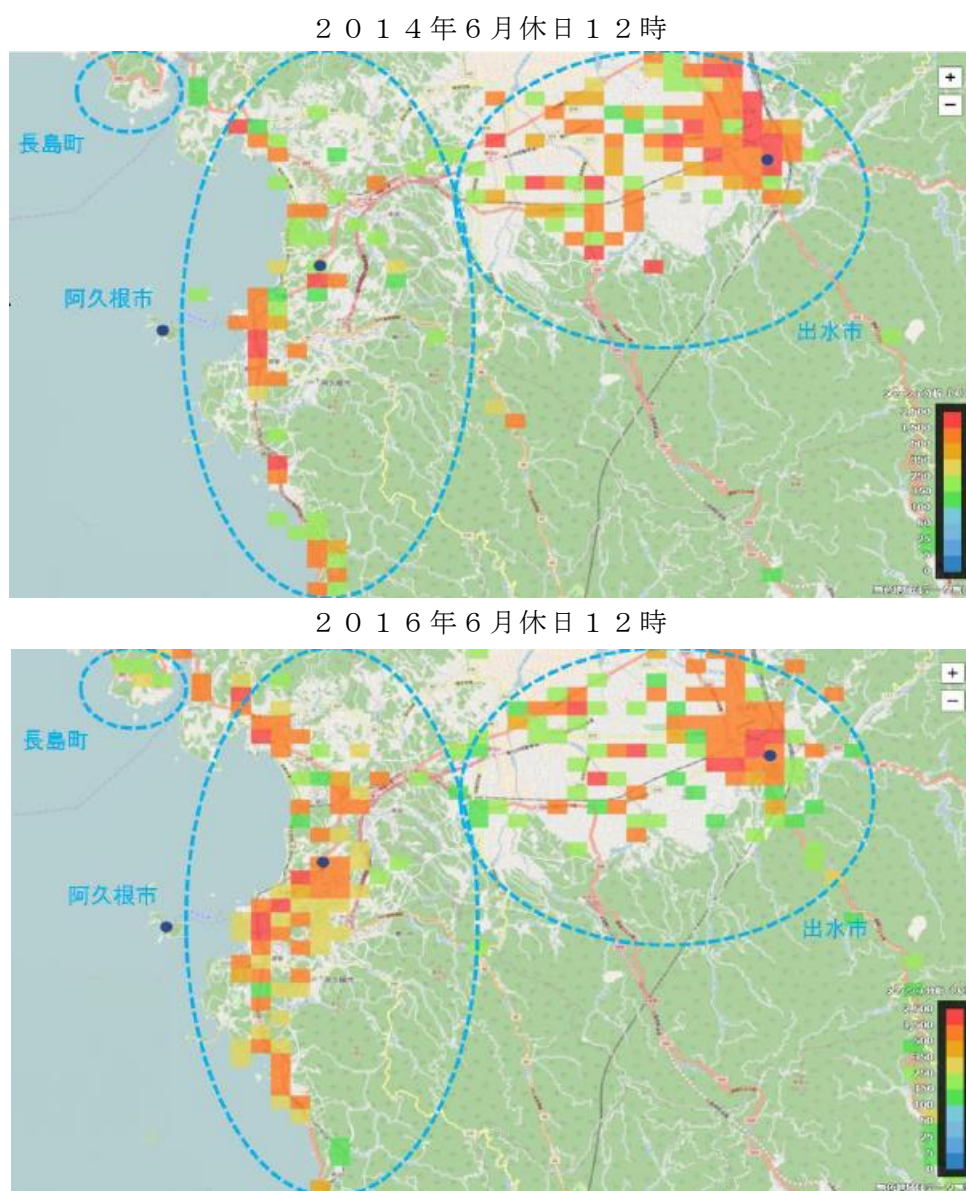
阿久根ボンタン

③ 近年のトレンド

最近のトレンドとしては、高速道路の無料区間の延伸等により周辺エリアへのドライブ客が増加傾向にあります。

今後これらの人々の興味を惹きつけ立寄り先となり、滞在時間を伸ばしていくことが重要となってきます。

図 1 1 阿久根市を含む近隣エリアの流動人口分布（メッシュ分析）

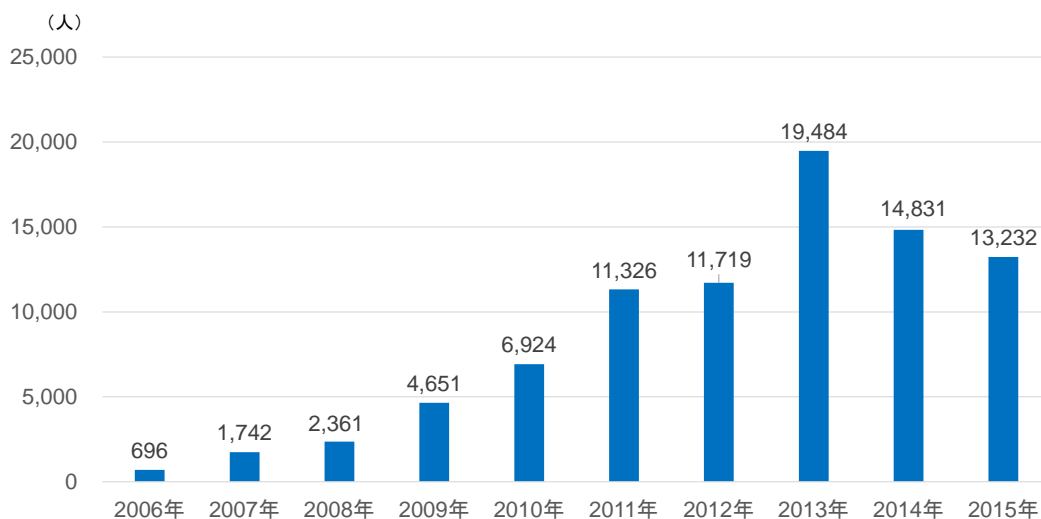


出所：RESAS

近年エコツーリズムが流行し、民泊型教育旅行の需要が伸びています。

教育旅行経験者が再度地域を訪れて移住するケースもあると聞いており、本市のファンづくりにも有用であると考えます。

図 1 2 鹿児島県内の民泊教育旅行の受入れ推移（民泊事業者実績）

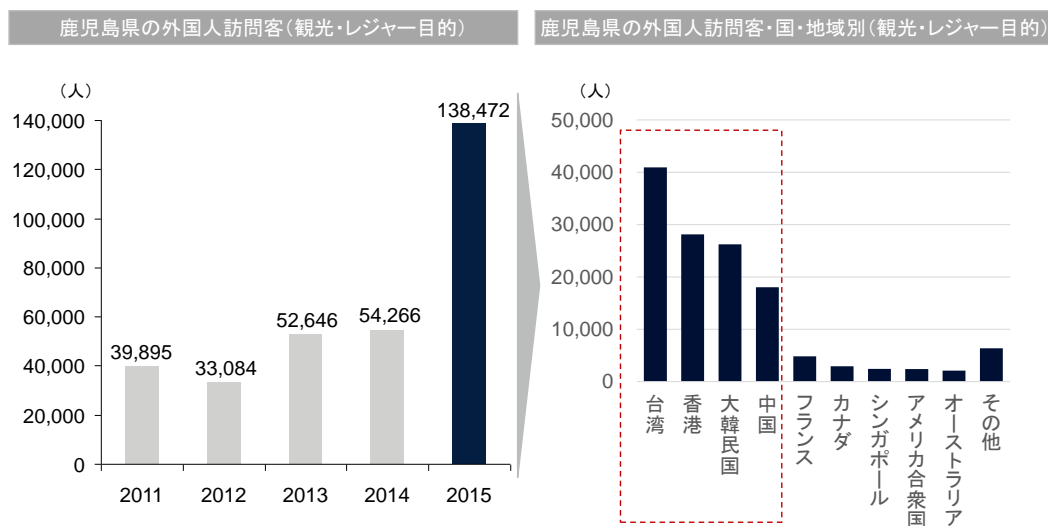


出所：エコリンクアソシエーション

また、近年は日本への外国人観光客が増加傾向にありますが、鹿児島県においても外国人観光客は増加傾向にあります。また、国籍別にみると、台湾・韓国・中国（香港含む）は全体の8割を占めています。

アジアからの旅行者には、日本へ美しい自然や景観を楽しみにやってくる人も多く、本市の強みを活かせると考えます。

図 1 3 外国人旅行者の現状



出所 RESAS

阿久根市の観光の現状をまとめると、図 1 4 のとおりとなります。

図 1 4 阿久根市の観光の現状

入込観光客数	<ul style="list-style-type: none"> ■ 阿久根市への観光客数は近年横ばい傾向にあり、年間約44万人です。 ■ 阿久根市へは、出水市、薩摩川内市等の近隣エリアからの訪問客が大多数を占めています。
観光施設・観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市内に存在する観光施設は多くなく、温浴施設、公園、道の駅阿久根の利用がメインとなっています。 ■ 宿泊施設はほとんどなく、阿久根への観光客は日帰り旅行者が9割を占めています。 ■ 阿久根市内の観光施設の利用は、市民や近隣エリアの住民の利用が多数を占めています。
最近のトレンド	<ul style="list-style-type: none"> ■ 高速道路の無料区間の延伸もあり、ドライブ客が増加傾向にあります。 ■ 民泊型教育旅行が盛んになり、鹿児島県内において拡大傾向にあります。 ■ アジア系のインバウンドが拡大しており、肥薩おれんじ鉄道の誘致等により近隣エリアでも来日客が増加する傾向にあります。

3 観光の課題

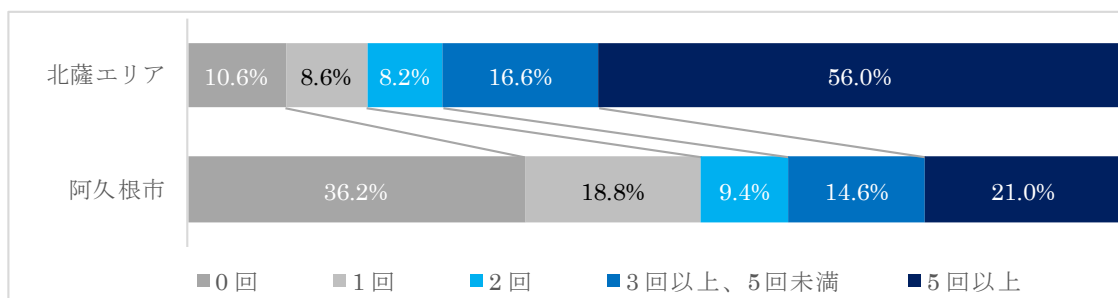
① 情報発信

入込観光客数の増加に向けて来訪客を本市へ誘客するためには、観光資源を活用し、来訪客を惹きつけるような本市の楽しみ方を提案し、情報発信する必要があります。

2016年（平成28年）12月に実施した鹿児島市在住者500名を対象としたWEB調査において、鹿児島市からの北薩エリア及び阿久根市への訪問経験（回数）は図15のとおりとなっています。

北薩エリアへの訪問経験は5回以上が半数を占めますが、阿久根市への2回以上の訪問経験者は多くなく、経験がない（0回）及び1回が全体の半数以上を占めています。これは、情報発信が不十分であり、阿久根訪問への関心を喚起しきれていない現状を示しています。

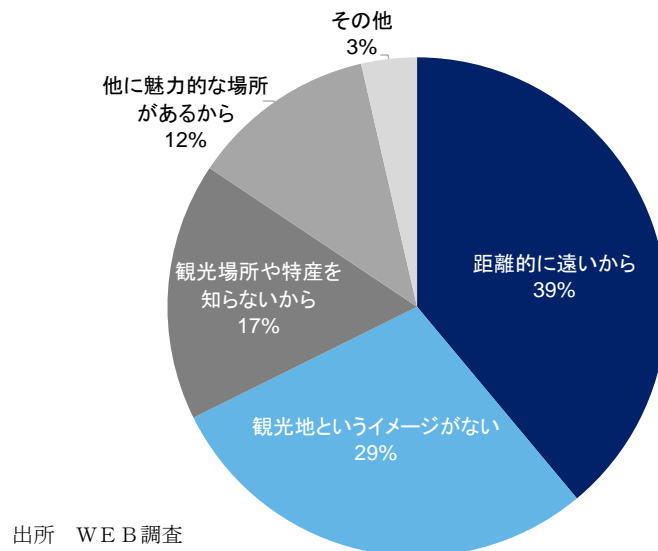
図15 北薩エリア・阿久根市への訪問経験



出所：WEB調査

また、阿久根市を訪問しない理由としては、「距離が遠い」、「観光地のイメージがない」の2つが主な理由であり、鹿児島市内から1時間15分程度でアクセスが可能なことに加え、観光のイメージ作りや魅力的な観光資源の発信が重要になってきます。

図 1 6 阿久根市を訪問しない理由



また、現在来ている観光客に対しても、本市の観光情報を効果的に伝えきれておらず、観光客に本市内で回遊してもらい、より長い時間滞在してもらえるように情報発信をしていく必要があります。

② 観光コンテンツ

阿久根産品は域外消費が大半を占めており、来訪客が本市内で阿久根産品を購入できる場所や食事を体験できる場所が限定的です。また、阿久根の観光客は日帰りが約9割を占め、また日帰りの場合においてもトイレ休憩と食事で2時間程度の短時間滞在が大半となっており、観光客を楽しませ、滞在時間を伸ばすためのコンテンツを充実する必要があります。

③ インフラ

宿泊場所が少なく、また案内板や外国語表記、クレジット支払対応の遅れ等受入環境整備が弱く、またサービス従事者の高齢化が進んでおり人材確保が難しいこともあり、受入環境を整備する必要があります。

④ 市民意識

自然や食といった誇れる観光資源を持ちながら、阿久根ならではの魅力（みどこい）として何を“ウリ”にして、どう伝えるべきかの意識・取組がまち全体で統一できていません。また、市民が阿久根の魅力を理解し、伝えきれていないため、市民意識を醸成する必要があります。

以上を整理すると観光の課題は図17のようになります。

図17 阿久根市の観光の課題

<p>情報発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 阿久根への訪問客は決して少なくなく、またドライブ客も増加しているが、阿久根に立ち寄り、観光や買い物を楽しんでもらう為の情報発信が弱い ■ 阿久根が持つ魅力を訴求できるターゲットを特定した、効果的なプロモーションが出来ていない
<p>観光コンテンツ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 阿久根産品は域外で消費される事が多く(域外消費9割)、域内で購入できる場所や食事を体験できる場所が限定的 ■ 阿久根の観光客は日帰りが9割で、トイレ休憩と食事で2時間程度の滞在が大半となっており、観光客を楽しませるコンテンツが不足している
<p>インフラ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 宿泊場所が少なく、また案内板やクレジット支払対応の遅れ等受入れ体制整備が弱い ■ サービス従事者の高齢化が進んでおり、人材確保が難しい
<p>市民意識</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 誇れる自然や食を持ちながら、阿久根らしさとして何を“ウリ”にして、どう伝えるべきかの意識・取組がまち全体で統一できていない ■ 市民が阿久根の魅力を理解し、伝えきれていない



3kmの砂浜が続く脇本海岸

第5章 観光まちづくり戦略の基本的な方針

1 観光まちづくり戦略における目標 <定量>

入込観光客数 56万人 (2021年(平成33年))

本市は、総合戦略において2019年(平成31年)に「入込観光客数52万人」の目標を掲げています。本戦略においては、さらに踏み込んで、平成33年に「入込観光客数56万人」を目標とします。また、今後は本市を訪れる観光客一人当たりの消費額を調査し、調査結果を踏まえて「観光消費総額」についても目標設定を行うものとします。

2 目指す方向・将来像 <定性>

本市が提供するストーリーをより多くの来訪客に実感していただくために、本市が観光振興を通じて目指す方向性を定めます。

阿久根の『食』や『自然』に歴史や文化のストーリーを付加して宝に磨きあげ、体験型ツーリズム等の推進により阿久根ファンの増加を目指す

3 来訪客に提供するストーリー

① ストーリー

「ストーリー」とは本市の魅力を物語化することにより、地域全体の魅力やブランドを高め、来訪客の関心や注目を集めるものです。本戦略では豊かな自然環境やその自然に育まれた食をはじめとした本市既存の「魅力(みどこい)」だけでなく、新たな本市の「魅力(みどこい)」に注目し、次のストーリーを設定します。

**みどこい溢れ、自然と共生する
人々の豊かな暮らしが根付くまち**

② サブストーリー

本市には独自の「みどこい」が多くあります。それらを来訪客に感じていただけるように、イメージを明確にするために次の「サブストーリー」を設定しました。

A) 豊かな自然の恵みが創るまるごとおいしいまち

本市は豊かな自然が育んだおいしい食べ物が沢山あります。食べておいし
いだけでなく、見て、感じて、食べておいしい、人々の五感を心地良く刺
激し、心から休まり健康になれるまるごとおいしいと感じてもらえるよう
にしていきます。

B) 海ん衆・山ん衆の知恵と暮らしを感じられるまち

本市の人々は、地域ならではの暮らしや文化を持ち、自然とともに生活を
してきました。本戦略策定時に、海の近くや里山で生活している人を指す
「海ん衆」「山ん衆」という言葉を造りましたが、旅行に来た人が自然と共
生する地域の人々「海ん衆」「山ん衆」との触れ合いにより、本市の本当の
良さを感じてもらえるようにしていきます。

C) 海・陸路の要衝として人々の往来や歴史がみえるまち

本市は古くから海・陸路の要衝として栄え、多くの人々の交流がしてきま
した。貿易港としても大いに発展し、明国やポルトガル、スペイン等との
交易から新しい文化を取り込んできた歴史があります。県指定有形文化財
である「阿久根砲」は、16世紀頃のポルトガルのものと推定され、南蛮
船の往来があったことを裏付けています。また、陸路としては、江戸に通
じる薩摩街道が市内を走り、西郷隆盛や篤姫、坂本龍馬も通った記録が残
っています。こうした本市の独自の歴史を訪れた人に感じてもらうよう
にしていきます。

第6章 観光まちづくり戦略に基づく施策

1 優先ターゲット

① 個人客

来訪客については、前章で掲げた本市の目指す方向である「阿久根の『食』や『自然』に歴史や文化のストーリーを付加して宝に磨きあげ、体験型ツーリズム等の推進により阿久根ファンの増加を目指す」という将来像を実現するために、まずは本市から片道1時間～2時間程度の都市圏在住の都市圏日帰り観光客（鹿児島市・熊本市）の阿久根ファン化（リピーター化）を目指します。

さらに、気軽に立ち寄れる来訪者として、出水市、薩摩川内市等近隣エリアからの日帰り観光客の本市内への回遊・立寄り促進を目指します。

② ツアー客

ツアー客については、体験型ツーリズムの需要を持つ域外の学生や外国人旅行客の誘客を目指します。外国人観光客は、国内観光客よりも消費金額が多く、地域への経済効果も高いと想定されます。

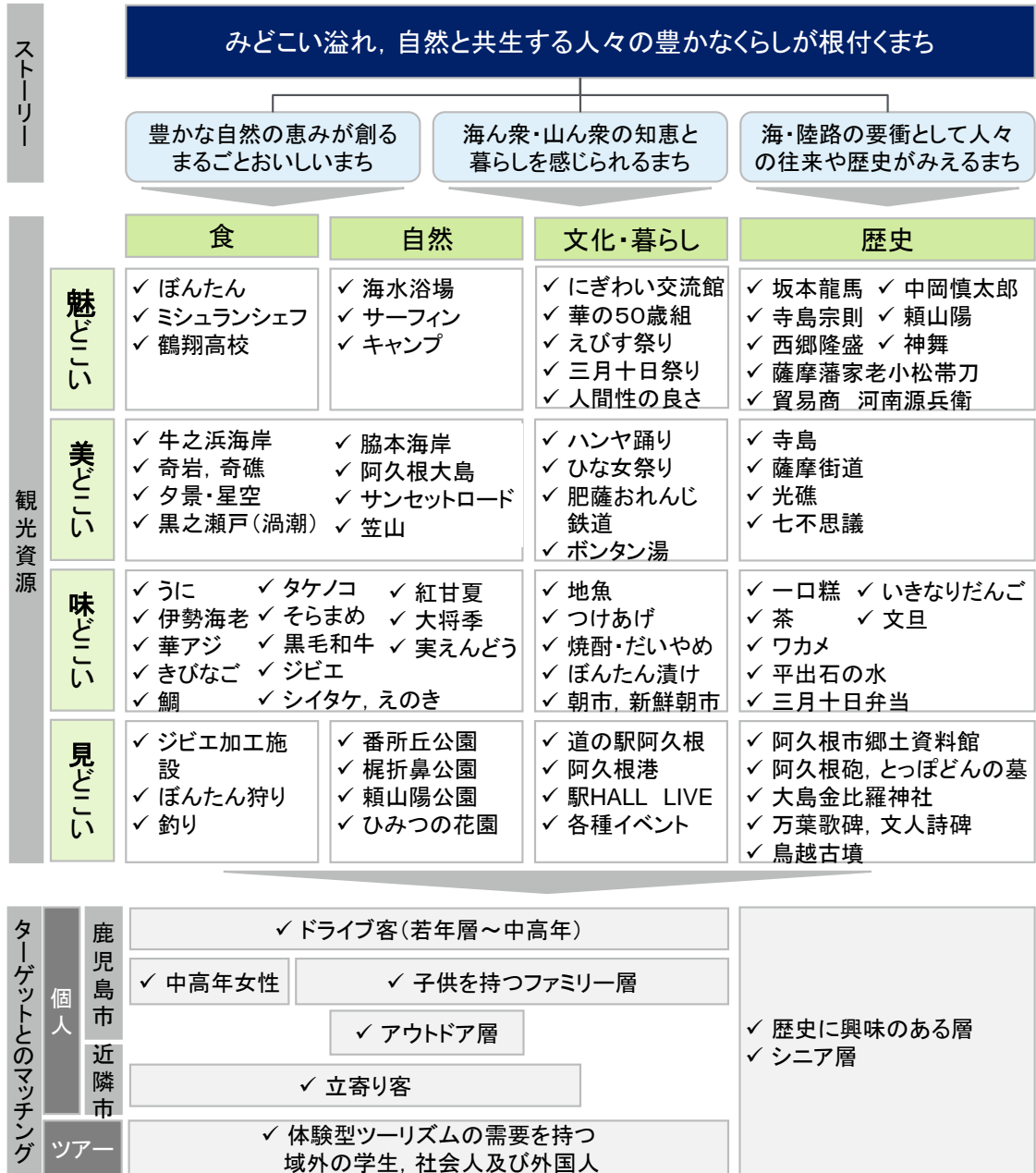
図18 優先ターゲットの全体像

目指す方向性	阿久根の『食』や『自然』に歴史や文化のストーリーを付加して宝に磨きあげ、体験型ツーリズム等の推進により阿久根ファンの増加を目指す
個人客	阿久根市から片道1時間～2時間程度の都市圏在住日帰り観光客 (鹿児島市, 熊本市 等)
	近隣エリアからの日帰り観光客 (出水市, 薩摩川内市, 長島町 等)
ツアー客	体験型ツーリズムの需要を持つ 域外の学生や外国人旅行客

③ ストーリーと観光資源、顧客嗜好性の関係

全章で定めた本市のストーリーに基づきターゲット特性やニーズを勘案して観光資源との紐づけをしたものが図19です。優先ターゲットが求める価値を本市が持つ観光資源によって提供し、旅行者を引き付けることは十分に可能です。

図 1 9 ストーリーと観光資源、顧客嗜好性の関係の全体像

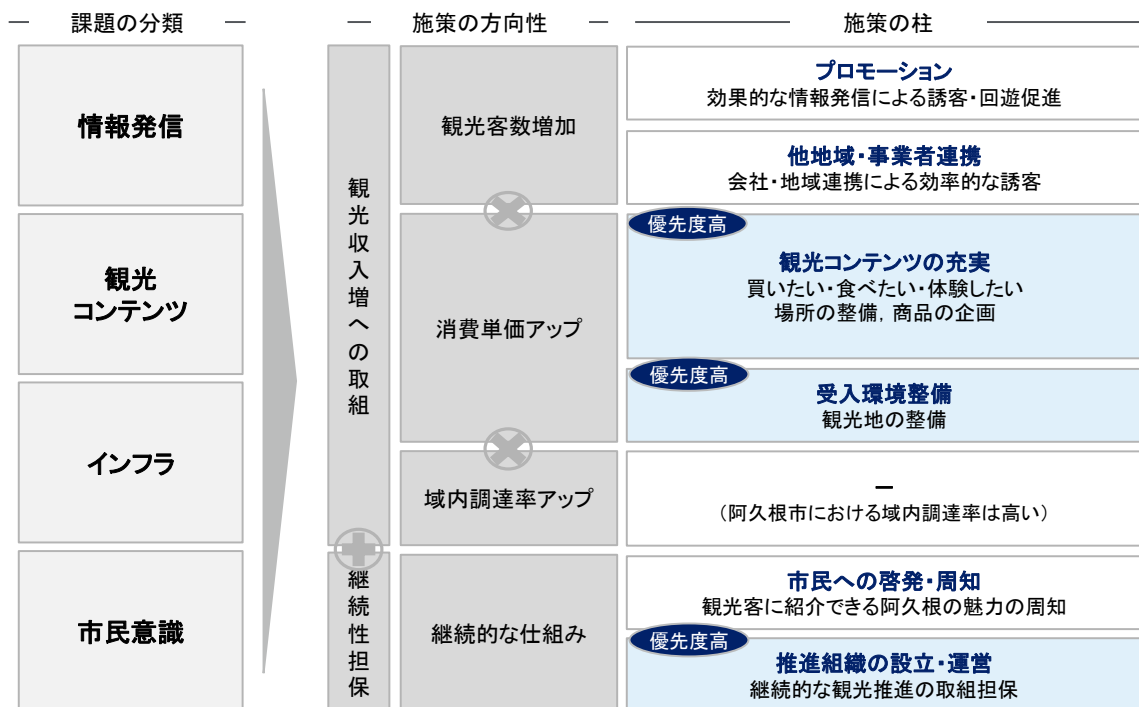


(注)ターゲットと資源のマッチングは一例を示すものであり、個別のモデルプランに応じて変更の可能性がある。

2 施策の柱

前章までに明らかになった課題や目指す方向・将来像を踏まえ、施策の柱を「プロモーション」、「他地域・事業者連携」、「観光コンテンツの充実」、「受入環境整備」、「市民への啓発、周知」、「推進組織の設立・運営」の6つとします。このうち、「観光コンテンツの充実」、「受入環境整備」、「推進組織の設立・運営」については、本市が抱える課題の解決に向けて重要度が高いため、優先的な取組事項とします。

図 2 0 課題及び解決の方向性



3 個別施策

施策の柱に基づき、考えられる施策(案)をまとめると図 2 1 のとおりです。これらの施策(案)を基に本戦略対象期間中に取組を進めていきます。

図 2 1 個別施策

施策の柱	施策(案)
プロモーション 効果的な情報発信による誘客・回遊促進	-A ターゲットに応じた効果的なプロモーションの実施 -B 話題性のあるイベントの実施
他地域・事業者連携 会社・地域連携による効率的な誘客	-A 旅行事業者との連携, -B 本市企業との連携 -C 他地域企業との連携, -D 他自治体との広域連携
優先度高 観光コンテンツの充実 買いたい・食べたい・体験したい 場所の整備, 商品の企画	-A 食のブランド化(6次産業推進)と域内消費拡大 -B 地域産品販売場所の充実による消費拡大 -C 観光資源を生かした旅行商品の造成
優先度高 受入環境整備 観光地の整備	-A 観光地の整備(ハード面) -B 受入体制の確立(ソフト面)
- (阿久根市における域内調達率は高い)	- (継続的に調達率アップへの取組を行う)
市民への啓発・周知 観光客に紹介できる阿久根の魅力の周知	-A 阿久根“みどこい”紹介 -B あくねサポータークラブの設置
優先度高 推進組織の設立・運営 継続的な観光推進の取組担保	-A 観光推進組織の設立 -B 観光まちづくりワーキンググループ設置

① プロモーション

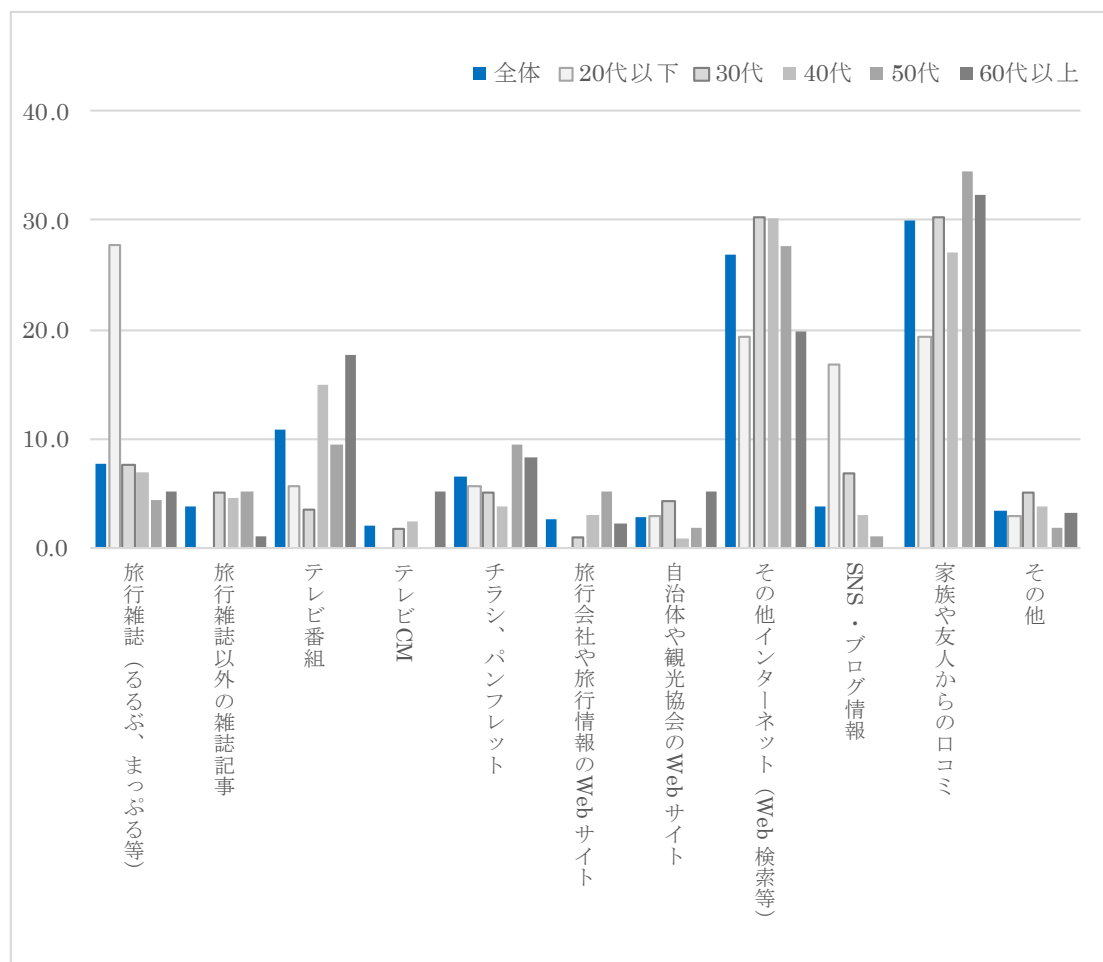
A) ターゲットに応じた効果的なプロモーションの実施

優先的に誘客を図るターゲットに応じて効果的なプロモーションを行っていきます。その過程において「ターゲットの旅行行動の特性」や「情報収集の媒体」、「興味のあるコンテンツ」や「ニーズ」等ターゲットとする旅行客を理解した上で実施していきます。

■ 鹿児島市在住の日帰り観光客

鹿児島市の在住者(全体)では、「インターネット検索」と「家族や友人からの口コミ」で旅行先を決める割合が非常に高い傾向にあります。年齢別にみると、20代以下は「旅行雑誌」と「SNS」を参照する割合が高く、30代～50代では、「インターネット検索」と「口コミ」を参考にする割合が高く、また、60代以上においては、「テレビ番組」と「口コミ」による影響が大きい等、年代ごとに特性が異なります。こういったターゲットごとの特性を加味して、それぞれの観光資源の訴求ターゲットを見極めた上で効果的なプロモーションを実施していきます。

図 2 2 鹿児島市在住者の旅行先を決める上で最も参考にする媒体



出所：WEB調査

■ 出水市・薩摩川内市等の近隣エリアからの日帰り観光客

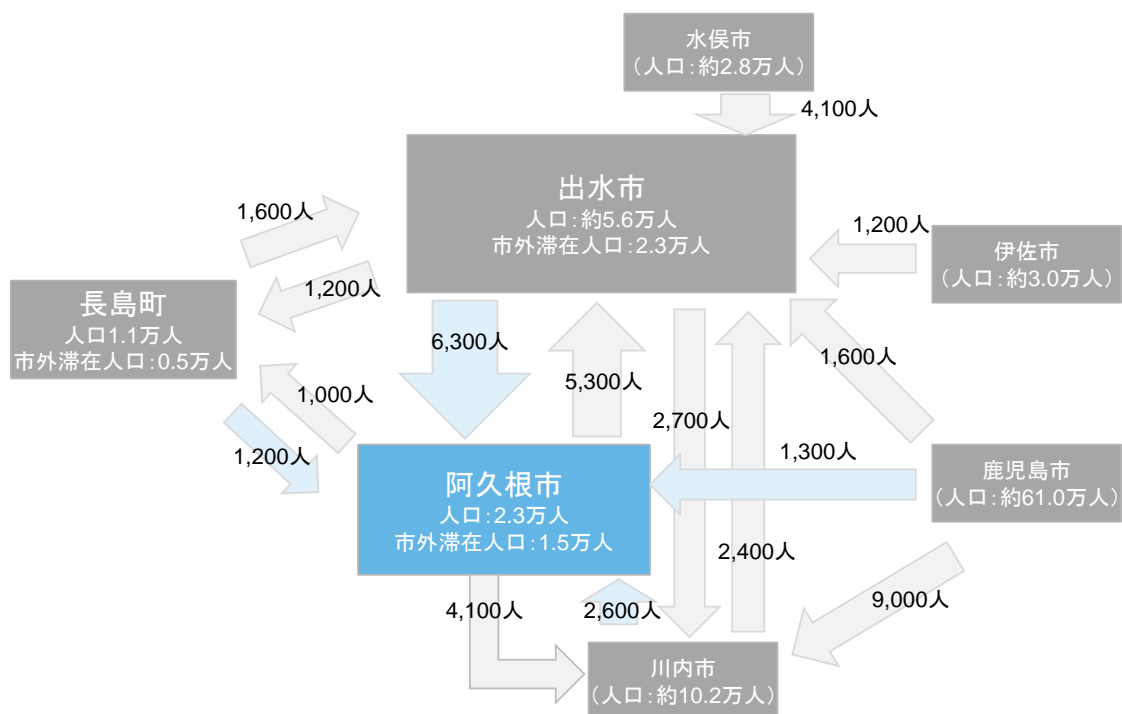
現在、出水市や薩摩川内市エリアからの来訪者が最も多くなっており、2015年（平成27年）における休日平均でそれぞれ6,300人、2,600人もの人々が本市を訪れています。

しかしながら、本市の入込観光客数44万人に対して、年間来客数が650万人とされる本市にある大型スーパーへの買い物を目的とする人が大部分を占めると推測され、本市の観光関連事業者への経済的な波及が限定的となっています。

これらのエリアの日帰り観光客は、今後も継続的な来訪が見込まれることから、にぎわい交流館阿久根駅や道の駅などのゲートウェ

イにおいて情報発信を行うことで本市内への回遊を促進させ、地域活性化につながる取組を行っていきます。

図 2 3 阿久根市への休日の人の流れ（2015年休日平均）



出所：RESASから作成（滞在人口1,000人以上の出発地のみを表示）

B) 話題性のあるイベントの実施

現在、本市においては図24のように1年を通して様々なイベントを実施しています。今後もこれらのイベントを継続的に実施し市内外からの誘客や消費喚起を促進する取組を行います。一方で、各イベントの集客効果や消費金額による地域経済への影響を把握・検討した上で、イベント事業の精査を行い、効果のあるイベントにより特化して取組を進めていきます。

図24 本市で実施しているイベント一覧

(伝統的なもの)	12 阿久根みどこい夏まつり(ハンヤ踊り)
1 えびす祭り	13 阿久根みどこい秋まつり(花火大会)
2 金毘羅祭り(三月十日祭り)	14 あくね華のBBQ
3 ひな女祭り	15 あくね新鮮おさかな祭り
4 神舞(波留の南方神社)	16 あくね洋画展
5 華の50歳組	17 阿久根伊勢えび祭り
	18 阿久根市総合文化祭
(各種イベント)	19 阿久根市産業祭
6 阿久根うに丼祭り	20 あくねボンタンロードレース大会
7 花と歴史の絶景ウォーク(脇本地区)	21 駅HALLライブ
8 梶折鼻桜まつり	22 あくね新鮮朝市
9 阿久根みどこい春まつり	23 阿久根旬の朝市
10 番所丘公園グリーンフェス	24 くあからんじょふるさと市
11 道の駅さつきフェア	25 道の駅青空市

(2017年3月時点)

C) ボンタンの活用

ボンタンは阿久根を象徴する独自の資源であるので、プロモーション時に十分に活用を図り、『阿久根といえば、ボンタン』、『ボンタンといえば、阿久根』と相互連想させ、地域ブランド化を含めた取組を進める。

② 他地域・事業者連携

A) 旅行事業者との連携

前章のターゲットの内、教育旅行等のツアー客については、事業者等と連携を取りながら、効果的な呼び込みを図っていきます。

■ 体験型ツーリズム需要を持つ域外の学生・外国人旅行者

近年、体験型ツーリズムをプログラムとして組み入れた民泊型教育旅行が増加傾向にあります。また、教育旅行のみならず、都市部の社会人や外国人の体験型ツーリズムの需要が増加傾向にあります。

本市の自然と食の強みを十分に生かし、自然体験、環境教育、また食育等をテーマにこれらのニーズを持つ層の需要取込みを図ります。

しかしながら、需要の取込みを独自で行うには難易度が高いため、民泊型教育旅行受入事務局といった事業者との連携や関係機関の協力を得ながら取組を進めます。

また、旅行事業者に本市のみどころを理解し、適切なプロモーションや情報発信を行ってもらうため、本市のみどころを体験する現地視察ツアーを企画・推進します。

B) 本市企業との連携

本市には、優良企業が多く存在しています。また、鶴翔高校の商品は全国的に知られ、JR九州のななつ星の素材としても活用されています。これらの企業や学校と協働して旅行商品や土産商品の企画や開発、またはキャンペーン等の取組を実施することにより、『阿久根』をより魅力的な地域としての認識を強め、地域のブランド力を高めていきます。

C) 他地域企業との連携

本市は、DEAN&DELUCAとの共同事業を行う等、全国的に知名度が高くブランドイメージのよい企業との関係を保有しています。こういった企業との関係性を高め、共同事業を拡大させていくことで『阿久根』と『阿久根の食』の知名度を向上させていきます。また、他企業と連携することによりダイニングアウト等の本市の「食」と「自然」を大いにアピールでき、ブランド力を高めることができるイベントの開催も検討していきます。

D) 他自治体との広域エリア連携

本市は、遠方地域より『北薩の阿久根』、『肥薩の阿久根』、『鹿児島県の阿久根』として認知されています。今後更に遠距離地域からの誘客を図る上においては、北薩・肥薩エリアの自治体や鹿児島県と連携し、誘

客に向けたプロモーションを実施することも検討していきます。

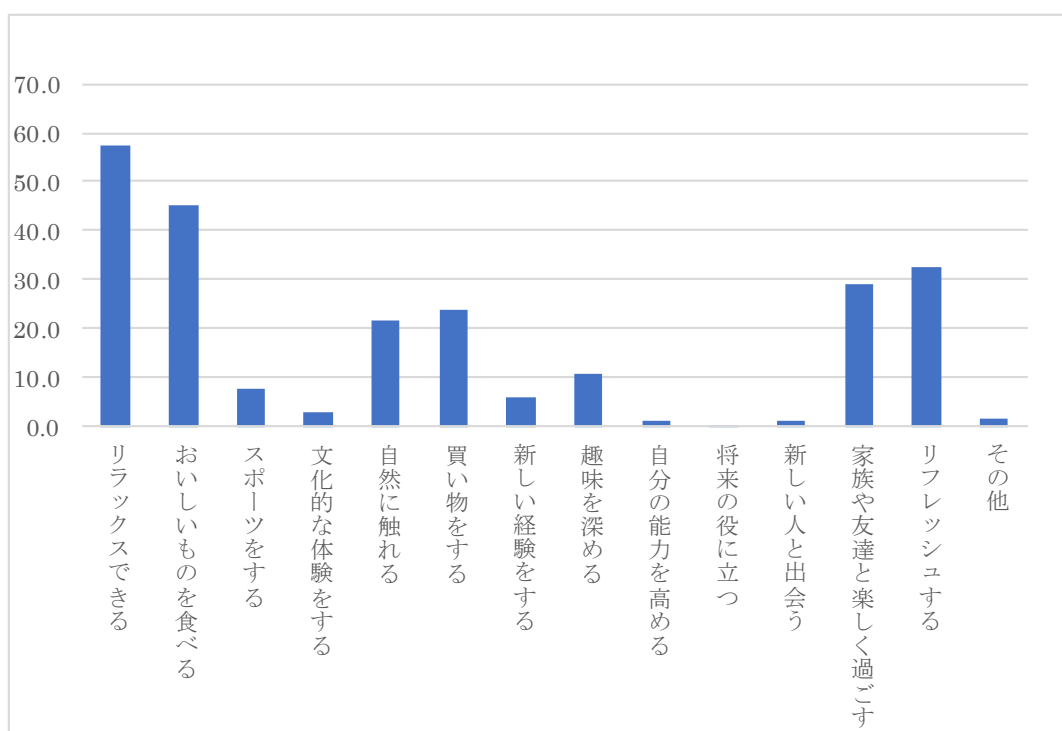
③ 観光コンテンツの充実

本市は、長らく第一次産業を中心に発展してきたことから、観光コンテンツが十分に発達していません。『食』や『自然』など観光の素材は多く存在しており、これらの素材をうまく磨きプロデュースして、旅行客に適切に提示していくことが必要になってきます。

図25は、鹿児島市在住者の休日の過ごし方で重視するもの（複数回答）でアンケートを取ったものです。「リラックスできる」、「おいしいものを食べる」が約半数と最も多い回答になっており、「リフレッシュする」、「家族や友達と楽しく過ごす」や「買い物をする」、「自然に触れる」が約3割と3人に1人が重視するものになっています。

これらの旅行者のニーズは本市が持つ強みとの相性が良く、適切なコンテンツ開発が需要の喚起につながると考えています。

図25 休日に過ごし方で重視するもの



出所：WEB調査

A) 食のブランド化（6次産業化）と域内消費拡大

【リーディングプロジェクト】

本市の最大の強みであり、旅行者の関心度が高い『食』のブランド化を推進し、旅行者の本市における消費の拡大を推進していきます。しかしながら、人口減少による生産人口の減少を背景に農林水産事業者の高齢化、後継者不足の問題が食のブランド化と域内消費拡大の取組を進める上でのボトルネックとなっています。本市における取組を継続的に実施していくにあたっては、こういった状況下で機能する物流の仕組みや販売機能を整備していくことが必要になってきます。

また、ブランド化を進めることによって、販売単価、数量の増加により産業の高収益体制を確立させ、担い手の確保、ひいては、地域経済の発展につなげていきます。

B) 地域産品販売場所の充実による消費拡大

本市において、本市産品を購入する場所が限定的であることから、来訪者が本市の様々な場所において自然に恵まれた農林水産物や阿久根が誇る地場産品を購入できる場所の拡大を図っていきます。また、現存の施設のみならず、本市の魅力を総合的に展示アピールでき、様々な商品を販売できる物産館の整備についても検討を進めていきます。

C) 観光資源を生かした旅行商品の造成

旅行者のニーズに沿った時間で効率的に阿久根のみどころに触れられる回遊プランを作成し、誘客・消費拡大を図ります。本市の提供するストーリーに合った体験やモノ作りを見学できる施設やプログラムの充実化を図ります。

また、これらのプログラムの実行体制や受入体制も併せて検討し、旅行商品化を目指していきます。

■ 阿久根大島活用プロジェクト【リーディングプロジェクト】

本市の阿久根大島は、渡船により約10分で気軽に行くことができる無人島です。現在、夏場の海水浴客がメインですが、近年増加傾向にあるアウトドアを楽しむ人々やファミリー層をターゲットに、冬場

の船が欠航する時期を除く周年観光を目指し、必要な受入環境の整備について検討を進め、自然と人との共生を体感できる体験型旅行商品の造成に取り組んでいきます。

■ 「海ん衆」「山ん衆」の生活体験ツアー

本市には独自の文化が多く存在しています。海と里山が地理的に近く、海と里山それぞれに昔ながらの生活や食文化が根付いています。こういった地域独自の文化を、都市部在住で自然に触れる機会の少ない、特に幼少期の子供を持つ若いファミリー層や好奇心の旺盛な20～30代の若い層を対象として、ボンタン狩りやボンタン漬け、磯釣りやウニ等の水産加工品作りを旅行商品として活用することで、旅行者の興味を引き付けることができると考えます。

■ 歴史散策ツアー

本市は、江戸時代～明治時代にかけて重要な役割を担った歴史があり、歴史的なスポットが各所に点在しています。阿久根の七不思議などを活用しながら。特に、歴史に興味のある層をターゲットに情報発信を行うことで旅行者が訪れると考えています。また、年配者向けには、ウォーキングと組み合わせる等ヘルスツーリズムをうまく組み合わせることにより、更なるニーズの開拓が可能であると考えます。

■ まるごとおいしいあくね体験ツアー

本市の「食」に焦点を当てたツアーを造成し、楽しめる環境を整えます。主に40～50代の女性をターゲットとして、旅行会社とも協力してツアーを企画し、プロモーションを実施することで誘客を図ります。

④ 受入環境整備

来訪客に見やすくわかりやすい案内看板・パンフレットの整備を進めるとともに、交通アクセスを高め回遊を促進するために駐車場の整備を推進します。また、観光振興に向けて、人材面での受入体制の整備も進めていきます。

A) 観光地の整備（ハード面）【リーディングプロジェクト】

本市のみどころである以下の観光地域については特に重点的に整備し、集客が見込める着実な観光地にしていきます。

■ 阿久根駅～旧港活用事業

阿久根駅がにぎわい交流館としてリニューアルした後、メディアで取り上げられる機会も増え、鉄道利用者のみならず、自動車で遠方から訪れる人が増えています。こういった来訪者が阿久根駅のみならず、駅から港へ、また、本市内を歩いて回遊できるように、玄関口の整備を進めます。

■ 薩摩よりみち風景街道整備事業

九州風景街道に認定された「薩摩よりみち風景街道」は、東シナ海を望む豊かな自然、薩摩の歴史・文化を伝える史跡・名勝を地域資源に有しており、本街道を活かした地域活性化や観光振興が期待されています。

本市においては、日本三大急潮の一つである黒之瀬戸の渦潮を眺望できる梶折鼻公園の周辺整備を進め、ビュースポット、散策路、駐車場等の整備を進め、観光資源としての活用を図ります。

■ 明治維新150周年事業

本市が持つ歴史資源を適切に保全、管理し、観光分野における活用を進めます。歴史資源を活用した旅行商品の開発に向けた取組も進めて行きます。

■ あくねサンセットライン薩摩街道整備事業

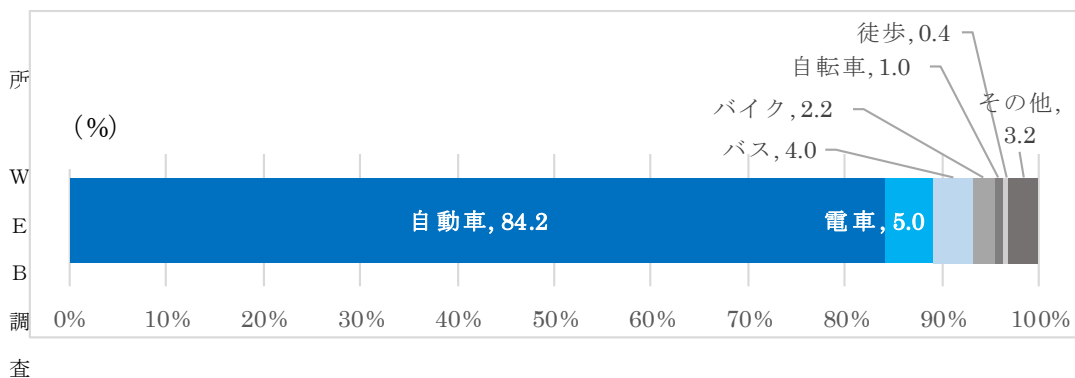
東シナ海を望む本市の西海岸には、牛之浜海岸、阿久根大島、脇本海岸、黒之瀬戸など自然豊かな景観や観光地が存在し、西の海に沈む夕日は人々を魅了しています。

中でも、名勝地として県文化財に指定されている牛之浜海岸は、本市屈指のみどころの一つであることから、案内板等の整備を行い、観光客の立寄りを促進します。

また、ヒアリングでは、旅行者が迷って目的地にたどり着けなかったという声も聞かれ、分かりやすい案内看板（観光サイン）の設置が必要です。また、近隣都市からの旅行者は通常交通手段が自動車であることから、駐車場の整備は観光客が立ち寄る上で重要になってきます。加えて、本市には現

状150床程度の宿泊キャパシティを有していますが、今後観光のまちとして人を受け入れる体制が整っているとは言い難く、宿泊施設の誘致や空き家の活用等についても検討を進めていく必要があります。加えて、飲食店におけるキャパシティも不足していることから、域外の飲食店企業の誘致も合わせて検討していきます。

図26 日帰り観光／旅行する際の交通手段



また、近年の決済は、クレジットカードがメインになりつつありますが、本市における対応は遅れています。今後、域内消費を拡大させる上で支障にならないよう、各施設における決済設備の整備が重要になってきます。

観光案内所の整備や機能拡充も検討する必要があります。特に、道の駅阿久根や阿久根駅等の玄関口における観光案内情報の集約と発信を行い、体験ツアーの応募等旅行者へワンストップでサービスを提供できる整備を進める必要があります。

B) 受入体制の確立 (ソフト面)

観光は、人手を必要とするサービス産業であることから、観光振興を行うに当たっては観光サービスの従事者の確保と育成が大変重要になってきます。人口減少を背景に働き手の不足を補うための取組が必要です。また、旅行者の満足度は、旅行者に接する人の対応に大きく左右されることから、良い評判を作り、リピーターとして何度も本市に旅行者に訪れてもらうためには、サービス従事者の水準を向上させる必要があります。

サービス従事者の確保においては、本市在住者のみではなく、他市在住者の活用を図る等様々な方法を検討していくことが必要です。例えば、他県・他地域からの短期的な移住者（ワーキングホリデーの活用）の促進や都市部在住者の週末の副業機会の提供が考えられます。また、本市のシンボルであるボンタンについては、生産農家の減少に歯止めをかけるために、ボンタンの新たな活用や付加価値を付ける取組もあわせて推進していく必要があります。

人材育成に関しては、観光関連従事者に向けた研修の実施や他地域との交流機会の提供を行います。また、今後取組を進めていく体験型ツアーには観光ガイドが必要になることから、ガイドの養成とレベルに応じた認証制度の導入も検討していきます。

⑤ 市民への啓発・周知

観光振興への継続的な取組には、市民の理解と協力が不可欠です。市民が自慢して紹介したくなる本市の魅力を市民へ情報発信して行きます。また、市民が求める本市の在り方との整合も図っていきます。

A) 阿久根 “みどこい” 紹介

市民向けの情報誌やメディアを通じて、本戦略で設定したストーリーを活用しながら、阿久根の“みどこい”をアピールします。また、阿久根の観光資源には、日常に溢れている自然・食・歴史が含まれていることも併せて発信して行きます。

B) あくねサポータークラブの設置

本市のサポータークラブを設置し、市民と協働して観光まちづくりを推進します。会員は本市民のみに限定せず様々な地域の人を会員として迎え入れます。主にインターネットサイト上での交流を中心とし、新商品や新しいツアーのアイデアの紹介や意見交換を行います。また、モニターツアーやイベントの協力人員募集等も行っていきます。さらに、市外の会員が増えれば、顧客情報として活用し、新商品やツアーでアンケートを取るなどの活用も考えられます。

また、全国のあくね大使を有力なサポーターとして、積極的な巻き込みや協業を検討していきます。

⑥ 推進組織の設立・運営

A) 観光推進組織の設立【リーディングプロジェクト】

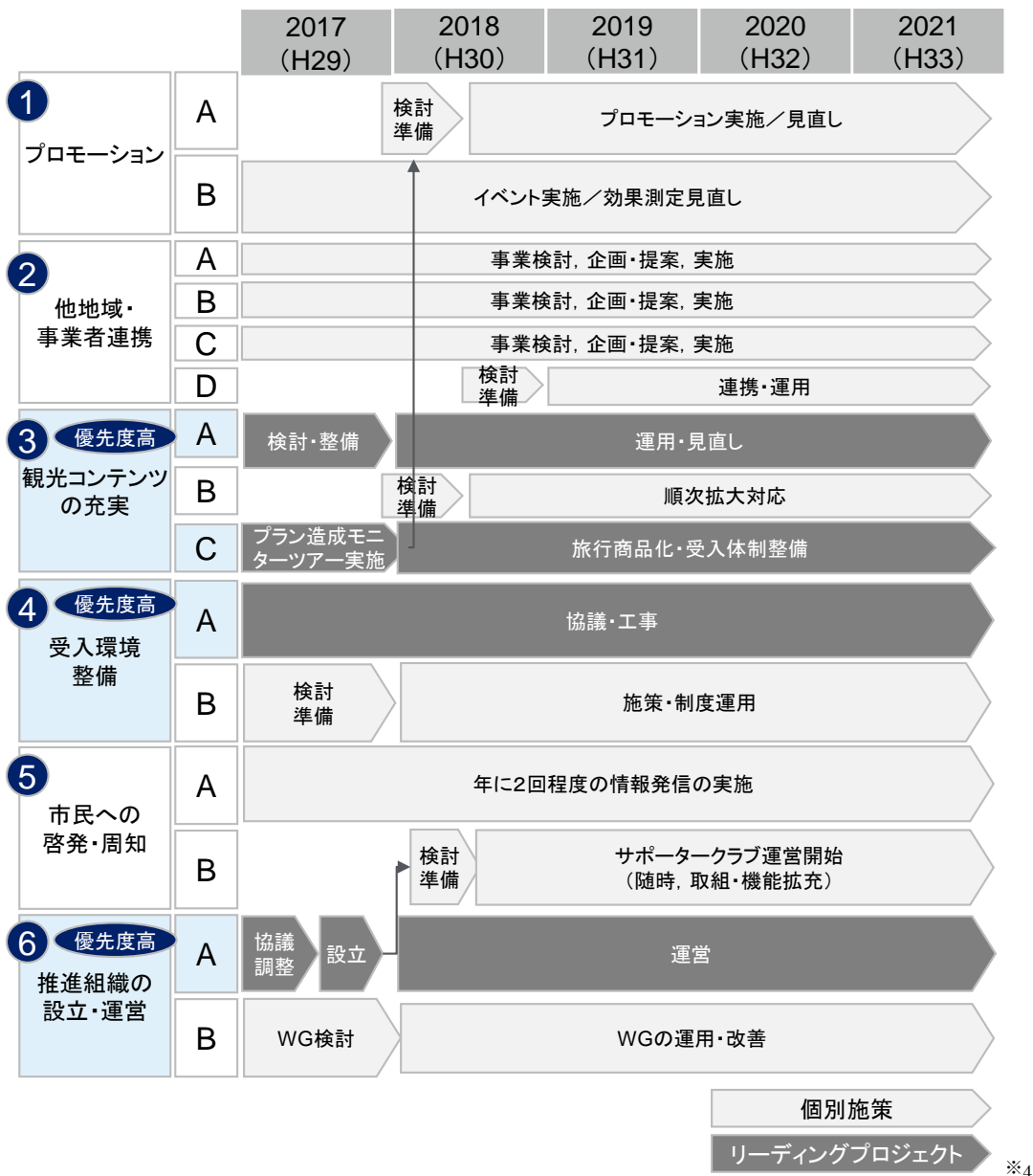
観光まちづくりに向けて継続的に実施していくためには、長期的なスパンで地域の観光を考え、関連事業者と協力しながら持続的な取組を推進していくことが必要になってくることから、財源や母体組織の検討や地域における合意形成を進め、観光推進組織の設立に向けて取組ます。

B) 観光まちづくりワーキンググループ設置

観光まちづくりにおいて、観光推進組織のみならず、関係団体や観光関連事業者、行政や市民行政をメンバーとするワーキンググループを設置し、本市における観光振興や新たな取組に関して様々な角度から幅広い意見を交換し、より良いまちづくりができるように体制を整備します。

4 2021年度（平成33年度）までのスケジュール

図27 2021年度（平成33年度）までのスケジュール



※4 リーディングプロジェクトとは、戦略対象期間中に、本市の観光に関与する民間事業者、観光関連団体・市民・行政が特に力を入れて取り組む事業のことです。詳細は第7章に記載しています。

図 28 個別施策及びリーディングプロジェクト一覧

- ① プロモーション
 - －A ターゲットに応じた効果的なプロモーションの実施
 - －B 話題性のあるイベントの実施
- ② 他地域・事業者連携
 - －A 旅行事業者との連携
 - －B 本市企業との連携
 - －C 他地域企業との連携
 - －D 他自治体との広域エリア連携
- ③ 観光コンテンツの充実
 - －A 食のブランド化（6次産業推進）と域内消費拡大【リーディングプロジェクト】
 - －B 地域産品販売場所の充実による消費拡大
 - －C 観光資源を生かした旅行商品の造成【リーディングプロジェクト】
- ④ 受入環境整備
 - －A 観光地の整備（ハード面）【リーディングプロジェクト】
 - －B 受入体制の確立（ソフト面）
- ⑤ 市民への啓発・周知
 - －A 阿久根“みどこい”紹介
 - －B あくねサポータークラブの設置
- ⑥ 推進組織の設立・運営
 - －A 観光推進組織の設立
 - －B 観光まちづくりワーキンググループ設置

第7章 リーディングプロジェクト

1 リーディングプロジェクトとは

リーディングプロジェクトとは、戦略対象期間中に、本市の観光に關与する民間事業者・観光関連団体・市民・行政が、特に力を入れて取り組む事業のことです。

2 リーディングプロジェクトの詳細

① 食のブランド化（6次産業化の推進）及び域内消費拡大

阿久根の強みである『食』を核とした観光地化を目指し、食のブランド化、6次産業化を推進する取組を進めていきます。しかしながら、取組に当たって、農林水産業従事者の高齢化による物流機能の低下が域内消費拡大への妨げとなりつつあります。本施策では、食のブランド化・6次産業化の推進と合わせて、後継者不足の環境においても継続して機能する物流の仕組みの検討及び整備を行っていきます。

まず、農林水産業者に関する商流の現状把握や、食のバリューチェーン^{※5}における課題を整理します。次いで、食のブランド化に向けた取組やビジネスモデルを検討します。さらに、実現に向けた体制として、物流システム及び商社機能の検討を行います。現状に対する理解を行った上で十分に検討し、関係者間の役割や計画を策定した上で取組を行います。

図29 食のブランド化（6次産業化推進）及び域内消費拡大（詳細）

施策概要 (何をすべきか)	● 食のブランド化、6次産業化を実現する事業の検討・実施 後継者不足の環境においても継続して機能する物流の仕組みの検討・整備
課題 (起こっていること)	● 本戦略策定を契機に阿久根の強みである『食』を核とした観光地化を目指し、食のブランド化、6次産業化推進への取組を進めていくが、農林水産業従事者の高齢化により、物流機能等が低下しつつあり、域内消費拡大への妨げになりつつある。
期待効果 (何が可能になるか)	● 『食』を核とした観光地として地域経済の活性化及び持続的発展の実現

※5 バリューチェーンとは、原材料の調達から製品・サービスが顧客に届くまでの企業活動を一連の価値の連鎖として捉える考え方のこと。

施策(詳細)			スケジュール	
			2017	2018
1	分析	『食』事業の現状把握 (関連事業者の課題整理) ■ 農林水産業者に関する商流の現状把握 ■ 食のバリューチェーンにおける課題整理		
2	計画	食のブランド化に向けた事業検討 ■ ブランド化, 6次産業化の取組検討 ■ ビジネスモデルの検討		
3		実現に向けた体制検討 ■ 物流システムの検討 ■ 商社機能の検討		
4	実行	実行・見直し ■ 関係者間における役割整理, 計画策定 ■ 計画に基づいた取組実行と進捗管理		

② 観光推進組織の設立・運営

実施施策の中でも特に重要な施策が観光推進組織の設立・運営です。観光需要の発掘と取込みにおいては、変化する旅行者のニーズに的確に対応し、地域の関係者を巻き込み、効果的な施策を継続的に実施していくことが非常に重要です。

日本各地には、多様化する旅行者ニーズや情報通信技術の普及による情報化の進展といった社会環境の変化に対応ができず、また人口減少を背景に来訪者数が減少し、結果として、宿泊施設や飲食店、土産物屋、観光施設といった観光関連事業者の経営が悪化し、新たな投資も行われないため、観光地の街並みが衰退している地域も多く存在しています。

観光庁においても、日本の観光地経営の在り方として大きな課題を3つ挙げており、本市も例外ではないと認識しています。

図 3 0 日本の観光地の課題

関係者の巻き込みが不十分	データの収集・分析が不十分	民間手法の導入が不十分
<ul style="list-style-type: none"> ■文化、農林産業、商工業、環境、スポーツ等地域の事業者や住民堂の多様な関係者の巻き込みが不十分 ➢地域の幅広い資源の最大限の活用につながらない ➢地域住民の誇りと愛着を醸成する豊かな地域づくりに繋がらない 	<ul style="list-style-type: none"> ■来訪客に関するデータの収集・分析が不十分 ■観光客を一括りに扱っている地域が少なくない ➢ターゲットとなる顧客層や地域のコンセプトが十分に練られていない ➢変化する観光市場に対応できない 	<ul style="list-style-type: none"> ■効果的なブランディングやプロモーションといった民間的な手法の導入が不十分 ➢観光客に対して「刺さる」競争力を持つ観光地ブランディングができていない

出所 観光庁

地域そのものの価値を高め、自ら集客を図るためには、継続的なマーケティング活動が必要であり、こういった機能を持った組織が本市には必要だと考えています。現時点においては、観光推進組織は図 3 1 に掲げるような機能や役割を持つべきであると考えていますが、平成 2 9 年度以降、当該組織が持つべき役割・機能について、研究や検討し、合意形成を進めていきます。

図 3 1 推進組織が持つべき役割・機能

<ul style="list-style-type: none"> ● 推進組織を中心として観光地域づくりを行うことについての関係者への合意形成 ● 各種データ等の継続的な収集・分析 ● データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略(ブランディング)の策定 ● KPI(Key Performance Indicators: 重要業績評価指標)の設定 ● PDCA(Plan-Do-Check-Action)サイクルの確立 ● 観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり

図 3 2 観光推進組織の設立・運営(詳細)

<p>施策概要 (何をすべきか)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 阿久根市における観光推進の中心的な役割を担い、観光戦略に沿った観光関連事業を実行する組織の設立(H30年度に設立・運営開始を目標とする)
<p>課題 (起こっていること)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 阿久根市の観光は現状行政が率先して取組を進めているが、長期的に拡大や継続性を考慮すると民間主導すべき ● 地域における観光振興に関する役割が不明確で、継続的な取組体制がない
<p>期待効果 (何が可能になるか)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 観光推進組織を設立・運営することで、戦略を着実に実行することができる ● 推進主体を含め、地域の関係者の役割を明確にすることで、取組の継続性を担保できる

施策(詳細)		スケジュール	
		2017	2018
1	観光関連事業者の合意形成	<ul style="list-style-type: none"> ■ 観光推進組織に関する認識醸成 ■ 各組織との観光推進組織の役割整理 	
2	推進組織が実施する事業検討	<ul style="list-style-type: none"> ■ 観光戦略における推進組織の役割整理 ■ 観光推進組織で行う事業内容の検討 ■ 機能要件・人材要件整理 	
3	推進組織の設立	<ul style="list-style-type: none"> ■ 法人形態の検討, 財源の検討 ■ 事業計画及び収支計画の策定 ■ 設立, 運営 	

③ 阿久根大島活用プロジェクト

本市の独自の観光資源としての可能性が高い阿久根大島を優先的に活用し、旅行者を惹きつける取組を行っていきます。無人島である阿久根大島は、少々の不便はあっても、非日常の世界に身を置くことができ、自然が気づかせてくれる幸せや緩やかな時間を感じてもらえる場という魅力があります。この魅力を生かしたキャンプ場としての活用や自然体験ができるプログラムの開発、提供、また環境教育の場としての活用を図っていきます。

2016年(平成28年)度には、地域外のアウトドア製品の製造企業によるモニタリングキャンプ等の取組を実施しており、今後これらの取組から得られた知見を生かしながら、通年の観光コンテンツの開発や自然体験型旅行商品の企画を行っていきます。

図33 阿久根大島活用プロジェクト(詳細)

施策(詳細)		スケジュール	
		2017	2018
1	活用方針の検討	<ul style="list-style-type: none"> ■ 旅行商品の検討 ■ 環境整備方針の検討 	
2	実現に向けた準備	<ul style="list-style-type: none"> ■ モニターツアー実施, フィードバック ■ 通年旅行商品としての受入体制整備 ■ 環境整備計画策定・予算確保 	
3	実施と改善	<ul style="list-style-type: none"> ■ 旅行サービス提供開始 ■ 見直し, サービスバリエーション追加 	

④ 観光地整備（ハード面）

本市を魅力的な観光地としていくために、受入環境整備，特に観光地整備は重要であると考えています。旅行客を惹きつける本市の魅力のある観光資源やエリアの整備を順次進めていきます。

図 3 4 観光地整備（ハード面）（詳細）

施策（詳細）			スケジュール					
			2017	2018	2019	2020	2021	
1	阿久根駅～旧港活用事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 駅前広場、ロータリー整備 ■ 案内板、バス停集約 ■ 港活用の検討 	工事	活用				
2	薩摩よりみち風景街道整備事業（梶折鼻公園整備）	<ul style="list-style-type: none"> ■ 公園・駐車場整備 ■ 案内板 ■ 公園活用 	工事	活用				
3	明治維新150周年事業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 内容検討（ソフト面含む） ■ 歴史資源の保全、活用 	内容検討及び活用					
4	あくねサンセットライン 薩摩街道整備事業	大川～牛之浜 <ul style="list-style-type: none"> ■ 展望台、観光案内用事務所整備 ■ 観光案内板（説明板）整備 ■ ビュースポット、駐車場整備 	内容検討及び活用					

≪ 巻末資料 ≫

1 観光まちづくり戦略会議における検討委員会概要

① 開催時期

- 1 第1回 平成28年10月28日（金）
 - 1) 背景・目的
 - 2) 現状把握・分析
 - 3) 課題
 - 4) 方向性・ターゲット
 - 5) 施策
 - 6) 今後のスケジュール

- 2 第2回 平成29年2月13日（月）
 - 1) 観光まちづくり戦略（案）
 - ① 戦略の位置づけ
 - ② 現状と課題
 - ③ 基本的な方針（目指す方向性，ストーリー）
 - ④ 施策（優先ターゲットと個別施策）
 - ⑤ リーディングプロジェクト
 - 2) 今後のスケジュール

② 検討委員メンバー

< 検討委員長 >

島中 義文 （公財）阿久根市美しい海のまちづくり公社

< 検討委員 >

福永 光伸	阿久根市観光連盟「阿久根まちの駅」
安田 安希子	阿久根市観光連盟「阿久根まちの駅」
倉津 成仁	阿久根青年会議所
倉津 雄介	阿久根商工会議所青年部
白坂 佐代子	阿久根商工会議所女性部
中村 健二郎	（一社）あくね夢のまちプロジェクト
太田 信子	花を咲かせ隊
小泉 智資	阿久根市企画調整課参事地方創生担当
寺地 正吉	阿久根市副市長

<事務局>

小園 政昭 有限責任監査法人 トーマツ
染谷 将人 デロイトトーマツコンサルティング合同会社
久保田 千絵 デロイトトーマツコンサルティング合同会社

2 市民ワークショップ開催概要

① 開催時期及び内容

- 1 第1回 平成28年10月11日(火) 「観光資源の棚卸をする」
- 2 第2回 平成28年11月21日(月) 「ストーリーを考える」
- 3 第3回 平成28年12月13日(火) 「モデルプランを考える」

② 参加者(順不同)

田上 雄二
下園 正博
浜崎 敬史
秋野 洋
西園 知広
松元 薫久
松木 洋輔
上野 新太郎
川崎 徹志
千年原 茜
松永 真美
太田 寿代
播磨 あき子
上松 めぐみ
川畑 ゆかり
佐潟 福美
田辺 由美子
吉野 美代子
石川 秀和
細原 裕香
中村 秀海
山田 利宏

3 WEB調査の実施概要

① 調査概要

- | | |
|----------|-----------------|
| 1 調査対象者 | 鹿児島市在住の20歳以上の男女 |
| 2 調査人数 | 500人 |
| 3 調査実施時期 | 平成28年11月 |

② 質問事項

Q 1 あなたは鹿児島市にお住まいですか？（属性質問）

- A はい
- B いいえ

Q 2. あなたはご結婚されていますか。（属性質問）

- A はい
- B いいえ

Q 3. お子様はいらっしゃいますか。（属性質問）

- A はい
- B いいえ

Q 4. 休日（週末等）に「日帰り観光／旅行」として市外へ出かける頻度を教えてください。

- A 週に1回以上
- B 月に2～3回程度
- C 月に1回程度
- D 半年に2～5回程度
- E 半年に1回程度
- F 年に1回程度
- G 上記以下の頻度

Q 5. 「日帰り観光／旅行」する際の主な交通手段を教えてください。

- A 自動車
- B 電車
- C バス
- D バイク
- E 自転車
- F 徒歩
- G 上記以外の交通手段

Q 6. 「日帰り観光／旅行」として頻繁に出かけるのはどこですか。(3つまで)

- | | | |
|---------|---------|-----------|
| A 指宿市 | B 枕崎市 | C 南九州市 |
| D 南さつま市 | E 日置市 | F いちき串木野市 |
| G 始良市 | H 霧島市 | I 伊佐市 |
| J 湧水町 | K 薩摩川内市 | L 出水市 |
| M 阿久根市 | N さつま町 | O 長島町 |

Q 7. 「日帰り観光／旅行」一回当たりの消費金額を教えてください。

- A 5 千円未満
- B 5 千円以上, 1 万円未満
- C 1 万円以上, 2 万円未満
- D 2 万円以上, 3 万円未満
- E 3 万円以上

Q 8. 「日帰り観光／旅行」先で消費するもののうち, 多いものを教えてください。

- A 食事代
- B 交通費 (高速代, 電車代, バス代等)
- C 入館料 (博物館, 資料館等)
- D 買い物, お土産代
- E その他

Q 9. 「日帰り観光／旅行」先を決める際に最も参考にする情報源 (ツール) は何ですか。

- | | |
|---------------------|------------------------|
| A 旅行雑誌 (るるぶ, まっぷる等) | B 旅行雑誌以外の雑誌記事 |
| C テレビ番組 | D テレビCM |
| E チラシ, パンフレット | F 旅行会社や旅行情報のWeb サイト |
| G 自治体や観光協会のWeb サイト | H その他インターネット (Web 検索等) |
| I SNS ・ブログ情報 | J 家族や友人からの口コミ |
| K その他 | |

Q 10. 休日の過ごし方で重視するものを教えてください。(3つまで)

- | | | |
|-------------|--------------|----------------|
| A リラックスできる | B おいしいものを食べる | C スポーツをする |
| D 文化的な体験をする | E 自然に触れる | F 買い物をする |
| G 新しい経験をする | H 趣味を深める | I 自分の能力を高める |
| J 将来の役に立つ | K 新しい人と出会う | L 家族や友達と楽しく過ごす |
| M リフレッシュする | N その他 | |

Q 1 1. 興味があるものは次のうち何ですか。(3つまで)

- | | | |
|-------------|--------|-------------|
| A 食・グルメ | B 歴史 | C 温泉 |
| D 人との交流 | E 伝統工芸 | F 農業・漁業 |
| G 風習・文化 | H 自然風景 | I アウトドアスポーツ |
| J 地域の特産品土産品 | K その他 | |

Q 1 2. 過去に、北薩摩エリア（薩摩川内市、阿久根市、出水市、伊佐市、さつま町、長島町）へ行った回数を教えてください。

- A ない（0回）
- B 1回
- C 2回
- D 3回以上，5回未満
- E 5回以上

Q 1 3. 過去に、阿久根市に「日帰り観光／旅行」で行った回数を教えてください。

- A ない（0回）
- B 1回
- C 2回
- D 3回以上，5回未満
- E 5回以上

Q 1 4. 阿久根市に行かない理由を教えてください。

- A 距離的に遠いから
- B 観光地というイメージがない
- C 観光場所や特産を知らないから
- D 他に魅力的な場所があるから
- E その他

Q 1 5. 過去に、阿久根市で行った事がある場所を教えてください。(MA)

- | | | |
|-------------------|----------|--------------|
| A 阿久根大島 | B 脇本海水浴場 | C 大川島海水浴場 |
| D にぎわい交流館
阿久根駅 | E 道の駅阿久根 | F 番所丘公園 |
| G 温浴施設 | H 阿久根漁港 | I 着生らんの里 |
| J AZ(あくね) | K その他 | L あてはまるものはない |

Q 1 6. 阿久根市の観光地・特産品で知っている阿久根のものを教えてください。(MA)

- | | | |
|-------------------|-----------|--------------|
| A 阿久根大島 | B 脇本海水浴場 | C 牛之浜海岸 |
| D にぎわい交流館
阿久根駅 | E 道の駅阿久根 | F 番所丘公園 |
| G 黒之瀬戸 | H 梶折鼻公園 | I ひみつの花園 |
| J うに井祭り | K 伊勢えびまつり | L ぼんたん |
| M でこぼん (大将季) | O そら豆 | P 3年A組の豚味噌 |
| Q 鮮魚 | R 水産加工品 | S つけあげ |
| T 牛肉 (華鶴和牛) | U その他 | V あてはまるものはない |

Q 17. 今後、行ってみたい場所・食べてみたいものを教えてください。(MA)

- | | | |
|-------------------|----------------------|-------------|
| A 阿久根大島 | B 脇本海水浴場 | C 牛之浜海岸 |
| D にぎわい交流館
阿久根駅 | E 道の駅阿久根 | F 番所丘公園 |
| G 黒之瀬戸 | H 梶折鼻公園 | I ひみつの花園 |
| J うに井 | K 伊勢えび料理 | L ジビエ料理 |
| M 海鮮料理 | N 牛肉 (華鶴和牛) | O 阿久根食材のBBQ |
| P 水産加工品 | Q ぼんたん, でこぼん等
柑橘類 | R その他 |
| S あてはまるものはない | | |

4 阿久根市観光戦略及び推進組織検討の参考とした他事例

① 神奈川県小田原市

(ア) 基礎情報

自治体	神奈川県 小田原市
人口	約20万人
面積	114.1 km ²
観光戦略策定時期	2016年(平成28年)3月
推進組織(DMO)	小田原市観光協会

(イ) 観光戦略ビジョン概要

2016年(平成28年)3月に観光戦略ビジョンを策定し、「小田原ファン倍増宣言」として、平成26年時点において450万人の入込観光客数を平成34年に700万人、平成41年に、000万人まで増加させることを目標としている。また、同年に観光消費総額440億円を目標として設定している。

(ウ) 目指す姿

- ① 日常溢れる城下独自の「光」が見えるまち
- ② 訪れた人が住みたくなるまち
- ③ 市民一人ひとりの「小田原自慢」が聞けるまち

(エ) ストーリー

旅人の交流を軸として浄化独自のなりわい・文化がいきづくまち、小田原

- ① 【歴史】「江戸が手本にした小田原」を探る
- ② 【文化】政財界人・文化人の足跡を辿る
- ③ 【海なりわい】小田原のいろいろな表情を見る
- ④ 【山なりわい】豊かな森林の恵みと技を知る
- ⑤ 【里なりわい】小田原を食べつくす

(オ) 施策

- ① 観光推進体制の効果
- ② 城下独自の「光」をターゲットに知ってもらう回遊プラン・仕組みづくり
- ③ ターゲット別のPR戦略立案・実施

- ④ 観光インフラ整備
- ⑤ 外国人来訪客の受入環境整備
- ⑥ 観光まちづくりへの市民参画の促進

② (一社) 豊岡観光イノベーションの事例

(ア) 基礎情報

法人名	豊岡観光イノベーション
法人形態	一般社団法人
職員数	9人
所在地	兵庫県 豊岡市、京都府 京丹後市
法人化時期	平成28年
事業目的	「小さな世界都市」をめざし、2020年に外国人旅行者の10万人泊への拡大を目標に、「観光」と「地域」にイノベーションを起こすための取り組みを行う

(イ) 事業内容

1) マーケティング事業

データを活用したマーケティングリサーチに基づいて地域ブランドの確立と魅力の発信を行う。具体的には、以下のようなデータの収集を実施。

- ✓ 来訪者の属性等調査
- ✓ 催事における来訪者の属性等調査
- ✓ 事業者向け調査
- ✓ 来訪者の消費金額
- ✓ 観光客のリピート率
- ✓ 観光客のルート分析
- ✓ 観光客の平均滞在日数
- ✓ 住民満足度

2) インバウンド向け宿泊予約事業

英語とフランス語による宿泊予約サイト「VISIT KINOSAKI」を運営。地域の魅力を全世界に発信し、地域のビジネスチャンスを拡大に向けた取組を実施。

3) 着地型ツアー企画・販売事業

地域が持つ素材を「着地型ツアー」として企画・商品化し、国内外へ向けた流通経路を確保し、地域の魅力を発信する取組を実施。

4) 視察受入事業

豊岡ならではの取組をより多くの人に理解してもらうための視察アレンジ事業を実施。

③ NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構の事例

(ア) 基礎情報

法人名	阿寒観光協会まちづくり推進機構
法人形態	NPO法人
職員数	9人
所在地	北海道 釧路市
法人化時期	平成17年
事業目的	「住んでよし、訪れてよし」の観光まちづくりに向けて、観光の視点とともに住民の視点も重視した滞在型温泉観光地へ向けた取り組みを進める

(イ) 事業内容

1) 情報発信

独自性のある阿寒の本物の魅力を発信していくため、「まりも」、「丹頂鶴」、「住民の歴史（アイヌ文化を含む）」をメインテーマとして情報発信を実施。今後は「まりもの阿寒湖」をユネスコ世界遺産に登録することを目指した取組を実施。

2) 財源確保

まちづくりの安定財源を確保するため、2015年（平成27年）4月に入湯税を150円から250円に変更。国際観光地に向けた環境整備、おもてなし事業への活用を検討。

3) 周遊ルート・ツアー提案

阿寒湖温泉を含む「ひがし北海道の広域観光周遊ルート」が広域観光周遊ルートに認定され、将来的にドイツの「ロマンチック街道」のような周遊ルート化に向けた取組を実施。また、公式HPにおいてエリアのツアーを紹介と予約の受付を行っている。

以上