おもてなしの心あふれる、“可能性全開”のまちづくり

AIRA

第3次姶良市観光おもてなし計画

～ともに磨き、創ろう　光り輝く「あいら観光」の魅力～

令和６年３月

姶 良 市

はじめに

おもてなしの心あふれる、“可能性全開”のまちづくり

姶良市は、薩摩半島と大隅半島の結束点、鹿児島県本土のほぼ中央に位置し、良好なアクセス環境を有しています。また、豊かな自然と悠久の歴史を持ち、これまで育まれてきた文化と豊富な人材に恵まれるなど、多くの可能性を秘めています。

本市が持つ観光資源を生かし、進む方向性を明確にするため、平成２５年度に第１次計画、平成３０年度に第２次計画を策定し、様々な施策に取り組んできました。

一方で、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大の影響で、観光産業や地域経済にも多大な影響を与えました。令和５年度は、感染症対策の緩和、イベント等の通常開催が行われていますが、観光を取り巻く環境は大きく変化しました。

このようなことを踏まえ、本市観光の第３ステージとなる今後５か年間を見据えた上で、本市における観光施策を総合的かつ計画的に推進するための指針として、『第３次姶良市観光おもてなし計画』（姶良市観光基本計画）を策定いたしました。

本市観光の魅力づくり実現のためには、市民、事業者、関係団体、行政の協働が必要でありますので、今後とも、皆様方のご理解とご協力をよろしくお願いいたします。

結びに、本計画の策定にあたり、貴重なご意見やご提言をいただきました姶良市観光開発審議会委員、市民の皆様をはじめ関係各位に対し、心からの感謝を申し上げます。

令和６年（２０２４年）３月

姶良市長　湯 元　敏 浩

目　次

第１章　計画策定の基本的考え方

1　計画策定の目的 1
2　計画策定の背景 2
(1)国の観光の動向 2
(2) 鹿児島県の観光の動向 4
3　計画の位置づけ 5
4　計画の期間 6

第２章　本市の観光の課題

1　本市の観光の強み・弱み 7
2　本市の観光の課題 8
(1) 観光資源の活用における課題 8
(2) 観光環境における課題 8
(3) 観光情報の発信における課題 8
(4) 市民活動に関する課題 9
(5) 経済効果における課題 9

第３章　本市の観光戦略

1　本市の観光の目指す姿 11
2　本市における観光まちづくりの方向性 12
3　本市の観光振興の基本方針 13
4　本市の観光振興を実現するための基本施策 14
(1) 観光メニュー・プログラムづくり 15
(2) 観光イベント・ＰＲイベントの企画実施 18
(3) 地域資源周辺の環境整備 20
(4) 人、組織をつなぐ体制づくり 22
(5) 市民、地域の取組の維持、強化 24
(6) 情報発信手法の多様化とメディアの活用 25
(7) 広域での観光連携の強化 26
(8) 観光関連事業者等との連携強化・育成 28
(9) 地域経済活性化の促進 29
5　本市の観光振興の重点プロジェクト 30
(1) 多様な観光メニューづくり 30
(2) 観光イベントの企画、開催 32

第4章　計画の推進体制

1　計画の推進体制 33

資料編

1　姶良市観光開発審議会 34
(1) 姶良市観光開発審議会条例 34
(2) 姶良市観光開発審議会委員名簿 35
2　姶良市の現状 36
(1) 位置 36
(2) 地勢 37
(3) 人口 37
(4) 交通 38
(5) 観光入込客数の状況 38
(6) 宿泊者の状況 40
3　用語集 42

第1章　　計画策定の基本的な考え方

1　計画策定の目的

姶良市では、「第２次姶良市観光おもてなし計画」に基づき、令和元年度以降、観光振興による交流人口の獲得、地域の活性化を目指すため、観光事業者、行政、市民が一体となって、観光の持続的発展に取り組んできました。

しかし、令和２年以降の新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、日本においても外国人観光客の入国制限が行われ、インバウンド観光は大幅に減少しました。また国内の観光需要も大きく減少し、地域経済に多大な影響を与えました。本市においても、観光イベントの中止や海水浴場、キャンプ場の閉鎖などを余儀なくされました。

令和５年は、新型コロナウイルス感染症対策の緩和、イベント等の通常開催が行われていますが、マイクロツーリズムの増加やアウトドア活動の需要の高まりなど観光を取り巻く環境は大きく変化しました。

このような背景の中、観光産業を取り巻く国内外の状況の変化を的確に把握し、本市の観光振興の方向性を示すため、「第３次姶良市観光おもてなし計画」を策定します。

2　計画策定の背景

(1) 国の観光の動向

【観光行政をめぐる最近の動き】

国においては、観光立国推進基本法（平成 19 年 1 月施行）の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として第 4 次となる「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました（2023 年 3 月 31 日）。

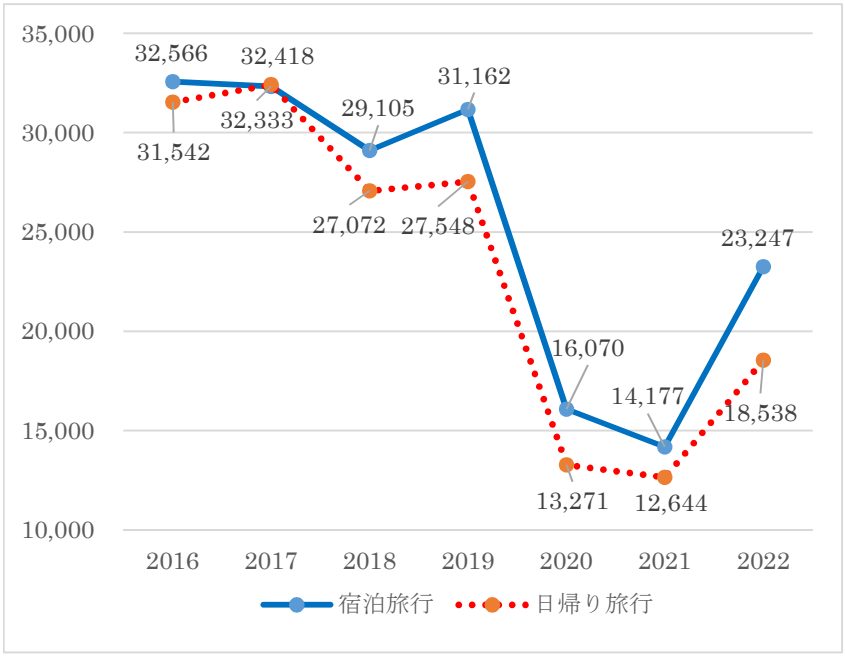
計画期間を 2023 年～2025 年の 3 年間とし、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」、「消費拡大」、「地方誘客促進」の 3 つをキーワードに、①持続可能な観光地づくり、②インバウンド回復、③国内交流の拡大の 3 つの戦略に取り組むこととしています。

【日本人国内旅行の動向】

2022 年の日本人国内延べ旅行者数は、4 億 1,785 万人となっており、その内訳は日帰り旅行が 1 億 8,538 万人、宿泊旅行が 2 億 3,247 万人となっています。（表1）

新型コロナウイルス感染症の影響で 2020 年、2021 年は大幅に減少しましたが、2022 年は、まん延防止等重点措置の解除や水際対策が段階的に緩和されたことで、旅行マインドが国内旅行にも広がりました。また、全国旅行支援などにより、旅行者数は回復傾向にあります。

【表 1　日本人国内旅行者の推移】



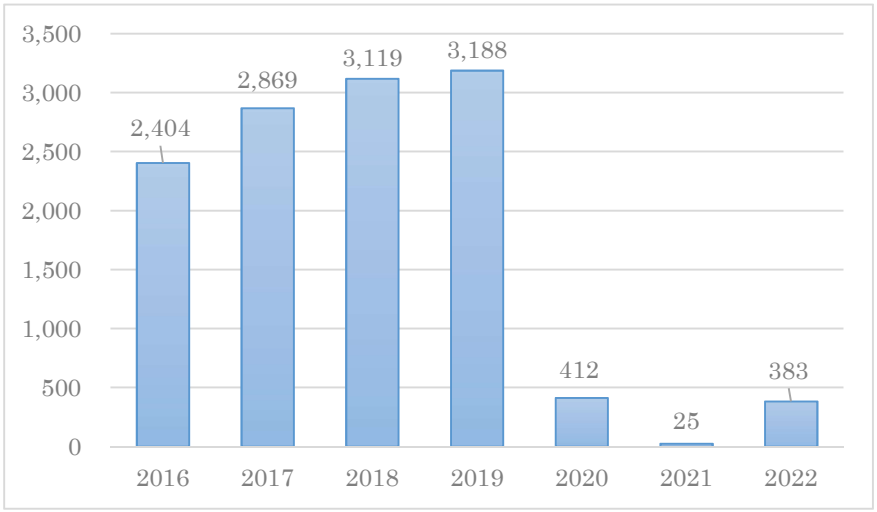
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

【訪日外国人旅行者数の動向】

2022 年の訪日外国人旅行者は 383 万人でした。2011 年から 2019 年までは毎年増加を続けてきましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020 年以降大きく減少しました。2022 年は 10 月以降政府による旅行受け入れや査証免除措置が再開されたことから、回復傾向を見せています。（表 2）

訪日外国人旅行者の内訳は、韓国 101.3 万人（26.4%）、台湾 33.1 万人（8.6%）、米国 32.3 万人（8.4%）、ベトナム 28.4 万人（7.4%）、香港 26.9 万人（7.0%）の順となっています。

【表 2　訪日外国人旅行者の推移】



資料：日本政府観光局「訪日外客数」

【日本国内における旅行消費額の動向】

2022 年の旅行消費額は 18.7 兆円と推定されており、その内訳をみると、日本人国内宿泊旅行 13.8 兆円（73.7%）、日本人国内日帰り旅行 3.4 兆円（18.4%）、訪日外国人旅行 0.9 兆円（4.8%）、日本人海外旅行（国内分）0.6 兆円（3.1%）の順となっています。新型コロナウイルス感染症の影響で、2020 年、2021 年は大幅に減少しましたが、回復傾向にあります。

一人当たりの旅行単価は、訪日外国人が 15 万 3,921 円、日本人国内旅行が 4 万 1,146 円（宿泊旅行 5 万 9,174 円、日帰り旅行 1 万 8,540 円）となっています。

(2) 鹿児島県の観光の動向

鹿児島県では、県、市町村、県民、観光関係事業者等の共生と協働により、観光立県の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、「観光立県かごしま県民条例」を平成 21 年 4 月から施行しています。また、この条例を踏まえ、平成 22 年 3 月には、県、市町村、県民、観光関係事業者及び観光関係団体が、相互に特性や役割を認識し、尊重し合いながら、一体となって「観光立県かごしま」の実現に向けた施策に、総合的かつ計画的に取り組むためのよりどころ（指針）となるものとして「鹿児島県観光振興基本方針」を策定しました。

この中で、「姶良・伊佐地域」（霧島市、伊佐市、姶良市、湧水町）の施策の方向性については、次のように定められています。

地域の特性を踏まえ、火山や地震活動でできた特色ある地形を有する霧島ジオパークを生かした観光地づくりや教育旅行を含めたグリーン・ツーリズムをはじめ、トレッキングや森林セラピー、フットパスなど、癒しや健康の増進等を提供するウェルネスをテーマにする体験型観光等を推進します。

また、鹿児島空港、九州縦貫自動車道、東九州自動車道、ＪＲ等が集中する交通の要衝としての利点も生かしながら、スポーツキャンプの誘致や芸術性・文化性の高いイベントの開催等により地域イメージを発信するとともに、交流人口の拡大を目指した活動に取り組みます。

2021 年における鹿児島県の観光入込客数は、延べ宿泊者数が 492.6 万人となっており、前年比で 3.9%の減少となっています。また、延べ日帰り客数が 1,442.6 万人となっており、これを合わせると、1,935.2 万人と前年比で 17.8%の増加となっています。

そのうち、訪日外国人における延べ宿泊者数は 15,790 人で、前年比 87.0%の減少となりました。国別でみると、ベトナム 15.7%、米国 12.0%、中国 10.0%の順となっています。

鹿児島県内における旅行者の一人当たり旅行単価は、訪日外国人が 3 万 7,000 円、県外からの日本人が宿泊旅行 3 万 3,837 円、日帰り旅行 6,642 円となっています。

3　計画の位置づけ

この計画は、2019 年 3 月策定の『第 2 次姶良市総合計画』に沿ったものとし、基本理念である「可能性全開！　夢と希望をはぐくむまちづくり　～ひとりひとりが主役　住みよい県央都市　あいら～」の実現に向け、観光分野の短期的・中期的な個別計画として策定します。

『第 2 次姶良市総合計画』では、「施策の大綱」のうち観光に関連したものとしては「産業・交流～まちの魅力が輝き活力にあふれる～」を掲げています。また、「基本計画」のうち観光に関連したものとしては「地域特性を活かした観光の振興」を掲げ、主要施策として下記の 6 項目を示しています。

第 2 次姶良市総合計画

計画期間　基本構想：2019 年度から 2026 年度までの 8 年間
前期基本計画：2019 年度から 2022 年度までの 4 年間
後期基本計画：2023 年度から 2026 年度までの 4 年間

基本理念　**可能性全開！　夢と希望をはぐくむ　まちづくり**
～ひとりひとりが主役　住みよい県央都市　あいら～

（観光に関連した）将 来 像　**まちの魅力が輝き活力にあふれる**

（観光に関連した）基本方針　**地域特性を活かした観光の振興**

（観光に関連した）主要施策

- 観光ＰＲ事業
- 市観光協会育成事業
- 観光地等維持管理事業
- 島津義弘公顕彰事業
- 日本遺産魅力発信推進事業
- まつり補助金

【個別計画】

第 3 次姶良市観光おもてなし計画

第 2 次姶良市総合計画（実施計画）

【関連計画】

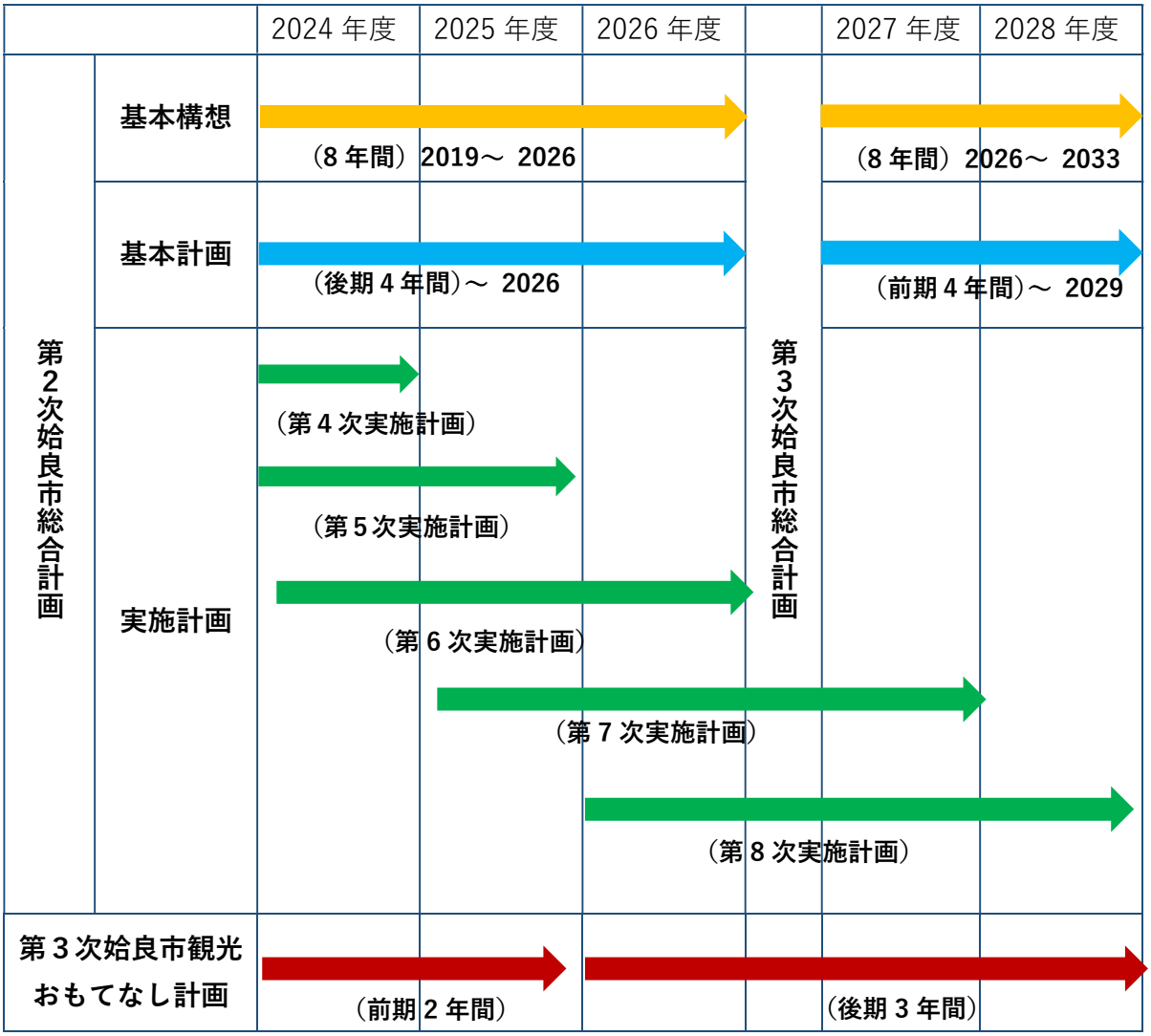
- **姶良市都市計画マスタープラン**
- **姶良市環境基本計画**
- **姶良市過疎地域持続的発展計画**
- **姶良市教育振興基本計画**
- **姶良市地域公共交通計画**
- **姶良市スポーツ推進計画**
- **姶良市立地化計画**

4　計画の期間

計画期間は 2024 年度を初年度とし、長期的な展望も視野に入れた 5 か年を対象に前期 2 か年と後期 3 か年とし、2028 年度を目標年次とします。

また、前期 2 か年の進捗を検証して新たな課題等を見極め、後期 3 か年における計画の見直しを行い、『第 2 次姶良市総合計画』の後期基本計画との整合を図ります。

年次ごとの検証については、『第 2 次姶良市総合計画』及び『第 3 次姶良市総合計画』の実施計画に即したローリングができるような連携を行います。



第２章　本市の観光の課題

1　本市の観光の強み・弱み

本市の観光の現状に基づく観光の強みと弱みを、以下のとおり整理しました。

	強　み	弱　み
観光資源	・文化財の指定数が県内一 ・霧島錦江湾国立公園 ・桜島・錦江湾ジオパーク ・日本遺産「蒲生麓」 ・姶良市加治木町くも合戦、太鼓踊りなど伝統的なイベントが豊富　など	・各資源の存在があまり知られていない ・各スポットでの資源の案内が不足している（資源への誘導、資源自体の説明）など
観光環境	・交通の要衝（３つのインターチェンジ、５つのＪＲ駅） ・鹿児島市、霧島市に隣接し、立ち寄りやすい位置関係（両エリアから観光客を取り込める可能性） ・広域交通拠点（鹿児島空港、ＪＲ鹿児島中央駅）との近接性　など	・各観光資源やイベントには、自動車での来訪者が多い ・ＪＲ駅から観光資源・施設への交通アクセス（自動車での移動がほとんど） ・本市を通過する観光客が多い　など
情報発信・ＰＲ	・「ココシルあいら鹿児島」、観光協会等観光関連団体による情報発信 ・広域での情報発信（姶良・伊佐地域観光連絡協議会、錦江湾奥会議、桜島・錦江湾ジオパーク）　など	・姶良市の知名度が低い（存在を知らない、読み方がわからない） ・ＪＲ駅や桜島サービスエリアでの情報発信が不足している　など
市民活動	・ＮＰＯ法人、校区コミュニティ協議会による多彩な活動 ・地域ぐるみの体験プログラム、学習機会の提供（カモコレ、エコツーリズム） ・観光ボランティアガイドの存在　など	・各団体の取組と観光振興の目指すべき方向性の共有がされていない ・各地域との連携 ・観光ボランティアガイドの養成　など
滞在的可能性	・スポーツキャンプが可能な姶良市総合運動公園、コンベンション機能を備えた加音ホールの存在 ・大型商業施設による集客（多くの人が本市を訪れる） ・サイクルツーリズム ・スマートインターチェンジを備えた桜島サービスエリア　など	・大規模宿泊施設がない ・宿泊施設と連携した観光メニューが少ない ・桜島サービスエリアの立ち寄り客を本市へ誘導できていない など

2　本市の観光の課題

本市の観光の現状に基づく、①観光資源、②観光環境、③情報発信・ＰＲ、④市民活動、⑤潜在的可能性の５つの視点における本市の観光の強み、弱みを踏まえ、本市の観光振興の課題を以下のとおり整理します。

(1) 観光資源の活用における課題

本市には、海岸部から山間部に至る多様な自然環境に加え、各地域に歴史や文化が息づいており、一つの市内で多彩な楽しみ方ができます。特に県下一の指定数を誇る指定文化財や霧島錦江湾国立公園である重富海岸をはじめとした海岸部は、重要な観光資源です。その一方で、その観光資源はマーケットとして磨きあげられることが少なく、姿を変えていない場合があります。

今ある観光資源をただ単に見せるのではなく、それぞれの観光要素を整理して、その中から魅力的なエピソードやストーリーを抽出し、集積、活用することで、観光客の驚きや好奇心を刺激し、観光行動を誘発させる機能を付加させていくことが必要です。

(2) 観光環境における課題

本市には、ＪＲの駅が５か所、高速道路のインターチェンジが３か所立地し、鹿児島空港やＪＲ鹿児島中央駅からの広域交通アクセスが良好であるものの、観光客の動向は通過型観光にあり、市内での滞在性や周遊性を向上させることが極めて重要な課題となっています。

また、県内観光客の 53%（2021 年）以上を占める鹿児島地区と霧島地区間に位置する主要観光動線上にあり、両エリアの観光客を取り込める可能性を秘めていますが、通過する方が多く、本市に立ち寄る人は少ない状況です。コンベンションやグルメ大会の誘致などの広域交流拠点としての可能性を秘めていますが、その一方で、市内に大規模宿泊施設が少なく、多くの宿泊客を受け入れることができないのが現状です。

今後は、周辺の観光地や点在する観光要素をつなげることで、周遊性を向上させ、立ち寄り型の観光から滞在型の観光へと観光客の動向をシフトさせていく必要があります。

また、増加する外国人観光客の受入態勢の整備として、共通言語（英語）に対応した観光案内や誘導看板の設置、外国人観光客を積極的に受け入れる宿泊施設や飲食店の確保などに、官民が連携して取り組む必要があります。

(3) 観光情報の発信における課題

本市には、公式観光案内アプリ「ココシルあいら鹿児島」や観光パンフレット、また、一般社団法人姶良市観光協会（以下、市観光協会）ホームページなど様々な情報発信ツールが存在しており、その種類は豊富です。また、姶良・伊佐地域観光連絡協議会や錦江湾

奥会議、桜島・錦江湾ジオパーク等の市域を越えた広域連携の中での情報発信の体制が構築されています。その一方で、本市の全国的な認知度はあまり高くないのが現状です。市内には、「姶良といえば○○」というシンボル的なものが乏しく、ブランドイメージの確立が求められるとともに、情報発信力の不足も指摘されています。

一方、観光情報に対する観光客の志向・ニーズは変化してきており、情報を受信する側がある程度の知識を有していると、その観光地のある程度の中身が類推できることから「驚き」がなく、観光動機につながらないことも考えられます。観光客にとっての「驚き」とは、写真や動画に加え、本市の深い魅力、たとえば歴史・文化的な背景やストーリーなどを新たに発見したり、知ることであると考えられます。こういったことからも、テーマやストーリー性を前面に、より深い情報を打ち出すことで、魅力ある観光地として選んでもらえるきっかけにもなります。

こうした視点に立ち、観光客の志向・ニーズに応じた情報発信を随時研究しながら魅力ある情報の発信に努める必要があります。

(4) 市民活動に関する課題

本市は、地域ごとの取組が盛んで、神社仏閣、史跡、伝統芸能等の地域の歴史・文化の伝承・ＰＲ、重富海岸や森林・田園等の自然環境の保全などを主体的に担う活動団体が各地域に存在しています。観光面においては、観光ボランティアガイドツアーのほか、蒲生地域で取り組まれている日本遺産「蒲生麓」プロジェクト、NPO 法人 Lab 蒲生郷による「カモコレ」やＮＰＯ法人くすの木自然館による「エコツーリズム」など、市民が主体となった動きがみられます。また、校区コミュニティ協議会を中心とする地域の特性を生かした取組も出てきていますが、地域間、様々な主体間が連携した取組はまだ少ない状況です。

本市観光の魅力である、それぞれの地域が有する歴史・自然・食といった魅力ある観光要素を、テーマや目的により結ぶことで、滞在性や周遊性を向上させ、経済的な面でも地域への波及効果をもたらすようつなげていく必要があります。

(5) 経済効果における課題

観光による消費は地域への経済効果を生み出します。そのためには、観光客に楽しんでいただきながら消費が促されるような商品や環境等の魅力づくりが必要です。

特に、市内での観光ルートの整備・発信により滞在性や周遊性を向上させるとともに、ストーリーや目的を明確にした観光商品の販売や、時間別に設定した観光ルートの整備など、時間消費に対応できる魅力づくりを進めていかなければなりません。

観光は総合産業ともいわれ、地域の産業を生かす絶好の機会であり、また、魅力があれば少量生産であっても生かせるという特性があります。こうした中、地域ブランドによる活性化の推進は大変重要であり、本市らしい土産・特産品の開発・販売や、特色ある有機野菜等の食材を用いた食事の提供など、様々な分野での取組を進めていくことで、観光に

よる地域への経済面での波及効果を高めていくことが重要です。

　なによりも、こういった観光客の消費行動に関しては、受け皿となる観光関連事業者との連動した事業の展開が重要となります。観光客の滞在性・周遊性を高めるために、民間事業者や地域住民の観光客を「もてなす」意識を醸成し、官民が一体となって取組を進めていくことが必要です。

第３章　本市の観光戦略

1　本市の観光の目指す姿

本市では、本計画の上位計画である『第２次姶良市総合計画』で掲げた基本理念「可能性全開！　夢と希望をはぐくむ　まちづくり～ひとりひとりが主役　住みよい県央都市あいら～」に基づき、まちづくりを進めています。

「観光立国推進基本法（平成 19 年１月施行)」において、観光立国の実現を進める上で「住んでよし訪れてよしの国づくり」を基本理念の１つと定めています。本市においても、市民が本市に誇りと愛着を持って暮らしていると「自分のまち」を自慢したくなり、市内外から人々を呼び込むきっかけとなると自然と誰もが訪れたくなります。市民一人ひとりの暮らしの中に観光によるまちづくりが息づくことこそが本市の目指すべき観光の姿であり、「まち」の真の魅力を伝えることにつながると言えます。

また、観光は、関連する産業の裾野が極めて広く、総合的戦略産業と言い得るものであり、限りなく多様な可能性を備えています。市内外はもとより、国外の多くの人々に対して本市の観光をＰＲし、地域経済を力強くけん引する産業としての本市観光の振興を目指すことが大切です。

本市は、海岸部から山間部に至る多様で豊かな自然環境に加え、歴史や文化が市民生活の中に深く息づいており、観光資源となり得る素材は多彩です。豊富な観光資源を市民全体で守り育て、新たな観光の魅力として磨き上げることが、本市の個性を更に輝かせることになるなど、本市の観光分野は限りない可能性を秘めております。

以上の基本的考え方に基づき、「ひとりひとりが主役　住みよい県央都市」の実現に向けて、市民一人ひとりのおもてなしの心があふれ、全ての観光資源を総動員した可能性全開のまちづくりを目指し、本計画の基本理念を次のとおり掲げます。

【基本理念】

おもてなしの心あふれる、“可能性全開”のまちづくり

～ともに磨き、創ろう　光り輝く「あいら観光」の魅力～

２　本市における観光まちづくりの方向性

⑴ 本市の知名度アップ、イメージアップを目指す

本市の良いところ（地域資源）を活用し、広くアピールすることによって、まちの知名度アップ、イメージアップを図ります。

⑵ まちのファンを増やし、定住指向を強める

市民が地元への誇りや愛着が深まり、「住み続けたい」と思えるようになります。また、訪れた人が本市のよさを多く発見し、本市に「住みたい」と思う「あいらファン」を増やします。

⑶ 人が育ち、ネットワークを広げる

観光まちづくりを進めるために、市民・関係団体等が協力し、おもてなしの心を広げ、地域社会全体で取り組みます。

⑷ 観光消費の向上による地域経済への波及を目指す

本市を訪れる人が、飲食や買い物などをすることによる経済効果の他、人の交流が増えることでビジネスの機会が広がります。

3　本市の観光振興の基本方針

基本理念に基づき、以下の４つの基本方針を掲げます。

基本方針①　姶良市の「宝物」を観て、体感してもらう

本市内には、豊富な観光資源がある一方で、市外からの入込客や経済波及効果が期待できるものは一部に限られています。

既存の観光資源に新たな価値（ストーリー性）を加える、見せ方を工夫するなど、個性を際立たせることで多様な素材に磨きをかけ、市内に点在する資源をつなぐことにより、普段得ることのできない時間や空間を提供し、人を外から惹きつける魅力の向上を図ります。

また、マイクロツーリズムやアウトドア活動の流行や今後増加することが予想される訪日外国人旅行者の嗜好にあった自然・歴史・伝統・文化や食を通じた体験交流型観光メニューの企画・実践や受入体制の整備などに取り組みます。

基本方針②　市民が活躍できる仕組み・場を創る

本市内には、あまり知られていない地域資源もまだ数多くあります。これらのポテンシャルを引き出すなど観光資源としての掘り起こしを行い、新たな魅力の創造に取り組みます。

そのために、「人」に焦点を当て、活動者の多様な思いを共有する仕組みを創るとともに、市民一人ひとりが観光振興に参画できる場を創ります。また、地域との連携を図り、認識を共有し、協働できる体制を創ります。

基本方針③　戦略的な情報提供と広域連携を行う

既存メディアや市公式ＬＩＮＥなど多様なツールを活用し、ターゲットに応じた情報発信を行います。特に近年、ＳＮＳによる情報発信とその影響力が注目され、日本はもちろん、世界中の人々が日々情報を発信しています。これらの情報発信・コミュニケーションツールを活用したＰＲ戦略などにより、市のイメージ向上につながるプロモーションを推進します。

また、広域連携やテーマ別連携の際の本市の立ち位置を明確にした上で、メニューづくりやＰＲを行います。

基本方針④　　観光関連事業者等の育成と連携を促す

中心部にある大型商業施設は、大きな集客力を有しています。さらに、都市近郊の地理的特性を生かした質の高い農業など、観光資源としても価値のある産業があります。これらの地域にある産業の強みを観光の視点で生かした取組を推進します。

また、本市における観光関連事業者等の育成を図り、地域経済に波及効果をもたらすことができるよう連携を図ります。既存の支援事業についてはその効果を検証し、主体的、持続的な活動となるよう促進します。

4　本市の観光振興を実現するための基本施策

4 つの基本方針に位置付ける基本施策として、以下の 9 つの施策を掲げます。

【基本理念】　おもてなしの心あふれる、“可能性全開”のまちづくり
～ともに磨き、創ろう 光り輝く「あいら観光」の魅力～

【始良市における観光まちづくりの方向性】

- ①本市の知名度アップ、イメージアップを目指す
- ②まちのファンを増やし、定住志向を強める
- ③人が育ち、ネットワークを広げる
- ④観光消費の向上による地域経済への波及を目指す

【基本方針】	【基本施策】
1.市の観光資源を観て、体感してもらう	(1) 観光メニュー・プログラムづくり
	(2) 観光イベント・ＰＲイベントの企画実施
	(3) 地域資源周辺の環境整備
2.人が活躍できるプロセスづくり	(4) 人、組織をつなぐ体制づくり
	(5) 市民、地域の取組の維持、強化
3.戦略的な情報共有と広域連携	(6) 情報発信手法の多様化とメディアの活用
	(7) 広域での観光連携の強化
4.観光関係事業者などの育成と連携	(8) 観光関連事業者等との連携強化・育成
	(9) 地域経済活性化の促進

(1) 観光メニュー・プログラムづくり

① 本市の資源を生かした多様な観光メニューづくり

個別の観光資源をつなぐテーマ別のストーリーに基づき、本市の「宝物」を観て、体感してもらう市域全体をつなぐ観光ルート、メニュー、プログラムをつくり、周辺市町村との差別化を図ります。具体的には、ＪＲ駅やスマートインターチェンジ等を起点とした観光ルートを整備し、観光客の利便性や周遊性の向上を図ります。

観光メニュー等の作成に当たっては、歴史・文化や自然体験等、本市の観光資源を最大限生かす内容を検討するとともに、癒し体験やパワースポット巡り等、特定のターゲット層を想定した多様なメニューづくりに取り組みます。

また、観光地としての魅力を高め、リピーターやインバウンドを増やすためにも、地域の奥深い情報や、訪れることで発見できる驚きを伝え、人との出会いが旅の楽しみになるよう、対面での観光ガイダンスの一層の強化を、関係機関・団体等との連携により取り組みます。

さらに、古民家を生かした食事処やカフェ、焼き物や手芸品を販売する店舗等、市内に点在する魅力的な観光スポットを巡るプログラム等の企画、実施を図ります。

【事業・取組】

- 市内をめぐる観光ルートの作成（スマートインターチェンジやＪＲ駅を起点とした観光ルートづくりなど）
- 歴史・自然等を生かした観光イベントの企画・実施
- 自然体験メニュー（海、山、川、農業等）の企画・実施
- 癒し体験、パワースポット巡りメニューの実施
- 市内のお店巡りプランの企画、実施

▲金山橋と板井手の滝

▲精矛神社

② 観光資源・施設の魅力づくり

各種文化財をはじめ、既存の観光資源を整理した上で、個別の資源を磨き、魅力を引き出すとともに、まだ光の当たっていない潜在的な資源にも焦点を当て、既存の資源と組み合わせた展開を図ります。

特に、日本遺産に認定された蒲生麓地区は、蒲生の大クスや蒲生観光交流センターをはじめ、多様な歴史・文化資源を有していることから、地域に点在する歴史、文化財、伝統文化等の把握とストーリーによるパッケージ化を図り、情報発信や人材育成・伝承、環境整備などの取組を効果的に進めていきます。

また、重富海岸をはじめとした海岸や周辺の山々、河川等、自然の中にある観光スポットにおいては、自然環境の保全を図り、その場所の魅力が損なわれないよう配慮し、観光地としての整備を行います。

2021 年 2 月、エリア拡大により日本ジオパークに認定された「桜島・錦江湾ジオパーク」についても、自然環境の保全を図りながら、ツアー、イベント、体験プログラムなどに取り組むとともに、世界ジオパークの認定に向けた取組を進めていきます。

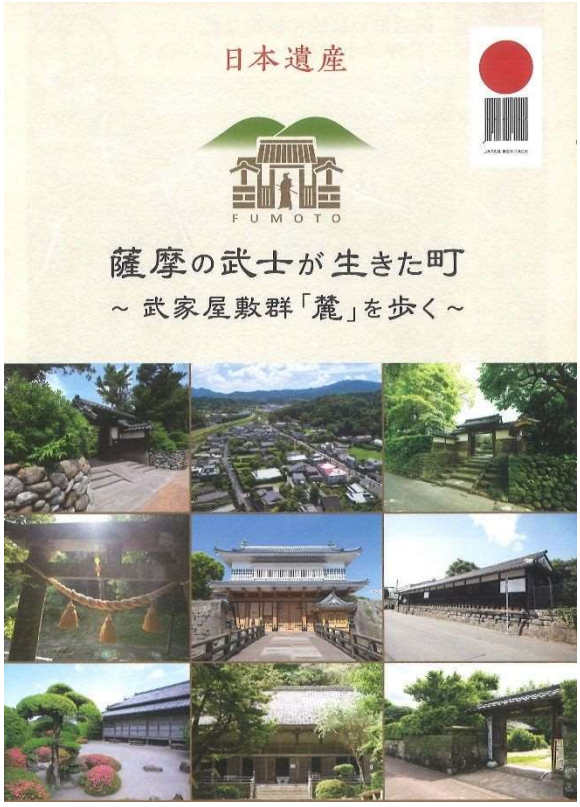
さらに、観光資源となる自然、景観を保全するために必要な支援を図ります。

【事業・取組】

- 国、県、市指定文化財の観光地としての整備
- 民俗文化財の公開と活用
- 蒲生麓地区などの歴史的な建造物やまちなみの景観保全
- 桜島・錦江湾ジオパークの取組（ツアー、イベント、体験プログラム、世界ジオパーク認定に向けた取組など）
- 霧島錦江湾国立公園（重富海岸）などの観光スポットの保全
- 日本遺産、ジオパークに関する副読本を活用した普及

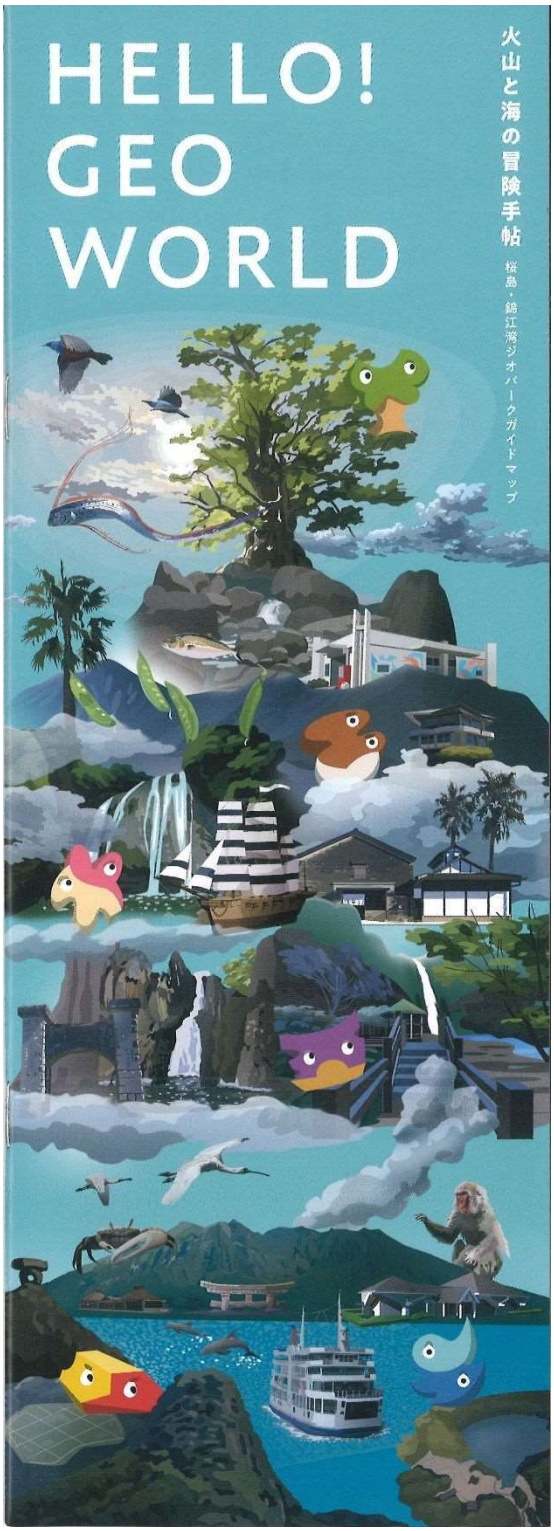
▲蒲生武家門通り

▲森山家



▲日本遺産「蒲生麓」

▲重富海岸海開き



▲桜島・錦江湾ジオパーク

(2) 観光イベント・ＰＲイベントの企画実施

① 本市の資源を売り出す企画・イベントの実施

本市の全国的な認知度はあまり高くなく、市内には、「姶良といえば○○」というシンボル的なものが乏しいことから、ブランドイメージの確立が求められます。その手段として、本市の資源を売り出す企画・イベントを実施します。

市観光協会のウォーキングイベント「歩こうよ！ あいら」等の本市に点在する多様な観光資源を活用した観光に関する各種企画について、今後も継続・強化し、新たな取組や企画、各地域への取組への波及など次なる展開を図るとともに、「姶良市加治木町くも合戦」や「あいら春まつり」、「あいら市花火大会」「日本一大楠どんと秋まつり」の継続的な実施や新たな観光イベント・取組についても企画、実施します。

また、姶良市には多くの高校があります。若い人たちが中心となって、各学校の特徴を生かしたコンサートやイベントを開催するなど、地域の祭りやイベントを支援し、観光資源としての価値を高めることにより、一年を通して市全体の賑わいを創出し、本市のイメージアップにもつなげていきます。

さらに、観光資源のＰＲや特産品の販売などの企画実施を行うなど、情報発信の拠点として、観光案内所、蒲生観光交流センター、桜島サービスエリア等の活用を図ります。

【事業・取組】

- 「歩こうよ！ あいら」の継続的実施
- ｅスポーツを活用したイベントの開催
- 「姶良市加治木町くも合戦」「あいら春まつり」「あいら市花火大会」「日本一大楠どんと秋まつり」への継続的な支援
- 桜島サービスエリアの情報発信拠点としての活用

▲あいらフットパス「れんげの里コース」

▲姶良市花火大会

② 新たな観光素材による体験型観光の推進

本市観光の魅力である、それぞれの地域が有する歴史・自然・食といった魅力ある観光要素を、テーマや目的により結ぶことで、滞在性や周遊性を向上させる取組として、日本遺産「蒲生麓」、ジオパーク、サイクルツーリズムなど体験型観光を推進していきます。

現在、民間主導で進められているエコツーリズムやグリーン・ツーリズム、蒲生地域で取り組んでいる「カモコレ」等の既存のニューツーリズム・着地型観光の取組を今後も維持できるように支援するとともに、新たな観光素材の掘り起こし・活用や健康・美容要素との組み合わせなどによる魅力あるメニューの創出や他地域への取組の拡大を図ります。

【事業・取組】

- サイクルツーリズム、グリーンツーリズム等体験型メニューの企画・運営
- ニューツーリズム・着地型観光の維持・強化

▲あいら春まつり

▲さくらまつり「扇和宴」

▲姶良市加治木町くも合戦大会

▲日本一大楠どんと秋まつり

(3) 地域資源周辺の環境整備

① 観光情報発信拠点の整備

本市の認知度を高めるために、情報発信力を強化していきます。

本市にはＪＲの駅が５か所、高速道路のインターチェンジ３か所、さらには鹿児島空港やＪＲ鹿児島中央駅からの広域交通アクセスが良好です。その恩恵を最大限に活用し、市内での滞在性や周遊性を向上させるために、観光情報発信拠点の整備を進めます。

さらに、県外の方々が本市に来て、その地域を知ろうとする効果も生まれることから、総合運動公園や加音ホール等の既存施設を生かし、各種スポーツイベントやキャンプ、コンベンション等の誘致を促進します。また、外国人観光客に配慮した受入れ環境の整備を行います。

【事業・取組】

- 地域の中心となる観光施設の拠点機能の強化
- 各種スポーツイベントやキャンプ・コンベンション等の誘致促進
- 薩摩おいどんカップ、かごしまマラソン等への支援
- インバウンドに向けた観光対策

▲蒲生観光交流センター

▲加音ホール

▲総合運動公園

▲鹿児島マラソン

② 魅力ある観光地形成のための周辺施設整備

観光資源を誰もが訪れやすい場所にするため、現在の状況を把握した上で、観光資源周辺のトイレや駐車場、歩道の整備、バリアフリー化について推進します。

また、市内主要駅での整備を進める駅前広場については、情報発信拠点施設とともに、案内・誘導サインの設置などを行い、分かりやすく、安全な観光を実現するための整備を行うとともに、魅力ある道中を演出するための景観配慮を行います。

案内サインについては、色彩やロゴ等のデザインの統一を図るとともに、全体として外国語表示を徹底するなど、海外からの来訪客にも対応したサインデザインを行います。

【事業・取組】

- 観光資源周辺における遊歩道、トイレ、駐車場等の整備、バリアフリー化の推進
- 駅前広場への観光案内サイン等の整備

▲龍門滝温泉

▲黒川岬展望公園

▲ＪＲ帖佐駅前

▲ＪＲ重富駅トイレ

(4) 人、組織をつなぐ体制づくり

① 観光受け入れ体制づくり

本市の観光に関する活動が横でつながるための組織を構築し、市内の活動主体間で情報を共有する仕組みやそれぞれの取組状況、取組における悩み等の話ができる機会を設けるなど、活動連携のきっかけとなる仕掛けを行います。観光協会については、本市の観光振興に関する企画・立案・実行機関として、また地域の観光資源と観光客をスムーズに結び付ける役割を持つ機関として、今後の本市観光において重要な役割が期待されることから、その自立的活動の支援を図ります。

また、市内の観光ガイド組織については、組織間の交流や連携が生まれる場づくりを行うとともに、来訪者と観光ガイドを結びつける体制の強化を図ります。

さらに、観光振興に関わる団体の方向性を統一し、その具現化を図るための新たな観光推進組織の構築を目指します。

【事業・取組】

- 観光関係団体の主体的活動の促進
- 各主体の活動情報を共有する仕組みの構築（ＰＲイベント企画立案検討会など）
- 観光協会の自立的活動の支援
- 新たな観光推進組織の構築

▲始良市の観光を考えるワークショップ

▼ジオパーク講座

② 姶良市の観光振興を担う人材の確保・育成

本市の今後の観光振興を担う人材を確保、育成するため、地域の祭りやイベント、郷土芸能の後継者や本市の「食」を支える担い手等の育成を推進し、これからの本市の観光資源を維持、強化するために必要な人材を確保します。観光ガイドについては、ガイドに必要な知識や技能について学ぶ場を設け、その育成のための仕組みづくりを行います。

【事業・取組】

- 地域の祭り・イベント、郷土芸能の継承（無形民俗文化財保存会への助成、後継者の育成など）
- 観光ガイド養成講座の開催

▲蒲生太鼓踊り

▲加治木太鼓踊り

▲姶良市加治木町くも合戦大会

(5) 市民、地域の取組の維持、強化

① 各地域の体制強化と魅力の向上

各地域で取り組まれている観光振興に寄与する様々な市民活動を今後も維持できるよう支援するとともに、市民が主体となった活動が更に取り組みやすくなるように、市民と行政の協働体制を強化します。

また、市民一人ひとりが自分の居宅周辺等をきれいにするとともに、地域が一体となって魅力ある景観づくりに取り組みます。

【事業・取組】

- 観光振興に寄与する市民活動の支援、市民と行政の協働体制の強化
- 自治会ごとの清掃、植栽、花植え等による観光資源周辺のきれいな景観づくりの促進

② 市民主体のおもてなしの促進

魅力ある観光を推進し、持続的に発展させていくために、本市の各校区コミュニティ協議会やＮＰＯ法人等が主体となった市民参画組織を構築し、各地域に存在する観光資源の管理を地域主体で行う仕組みづくりを推進します。

また、地域からの着地型観光を進めていくためには、観光業に従事する人だけでなく、農商工事業者や市民団体やＮＰＯ法人など、関係者が一体となって観光についての意識を持ち、おもてなしの心を持つことが大切であり、おもてなし講習会の開催や来訪者へのあいさつ運動の実施等を通じて、市民一人ひとりがおもてなしの心で来訪者を迎えることができるように、おもてなしの裾野を市民全体に広げる取組を行います。

【事業・取組】

- 観光資源管理のための市民参画組織の構築
- おもてなし講習会の開催

▲自然体験ツアーと NPO 法人くすの自然館

▲山田の凱旋門と観光ボランティア

(6) 情報発信手法の多様化とメディアの活用

① 情報発信・共有の仕組みづくり

各資源の魅力を最大限に伝え、来訪意欲に結びつくような情報発信を行うため、姶良市公式観光案内アプリ「ココシルあいら鹿児島」の更なる活用を図るとともに、「姶良市公式ＬＩＮＥ」などＳＮＳの活用によってリアルタイムの発信へのニーズに対応した体制の強化を図ります。

また、観光 DX を活用することで、観光施設・事業者間の各種情報を共有する仕組みをつくり、イベント情報や観光メニュー・プログラム等の、観光情報の発信に反映させます。

さらに、ＪＲ各駅や桜島サービスエリア、主要な観光スポット等において、観光案内の強化を行い、ＪＲ鹿児島中央駅や鹿児島空港等の市外の施設においても積極的に本市の観光ＰＲを行います。

【事業・取組】

- 姶良市公式観光案内アプリ「ココシルあいら鹿児島」のさらなる活用・更新
- 観光 DX の活用
- ホームページ、「姶良市公式ＬＩＮＥ」などＳＮＳの活用によるリアルタイムに情報発信できる仕組みの更なる活用
- 市内外の主要施設における観光ＰＲの強化
- 観光地への案内誘導の工夫

▼一般社団法人　姶良市観光協会ホームページ

▲ココシルあいら鹿児島

② メディアの活用による姶良市のＰＲ

本市を全国的に売り出すキーワードや本市の観光価値を高め、ブランド化につながる要素を明確にし、観光ターゲットに応じたＰＲ戦略づくりを行います。

本市のＰＲに当たっては、イベントの情報発信等におけるテレビやラジオ、新聞、定期発刊の情報誌等の既存メディアの活用により、多くの人の目に触れる仕掛けを行います。具体的には、映画、テレビ番組、ＣＭ等のロケ地として誘致し、ＳＮＳ等で発信されることで本市のＰＲにも繋がることから、全国的な展開を目指します。

また、全国の旅行雑誌や旅行会社、鹿児島県内の情報誌等へ新たな観光メニュー・プログラムを売り込み、本市が県内外の人の観光の目的地として候補に挙がるよう情報発信を行います。

【事業・取組】

- イベント情報の効果的な発信
- 映画、テレビ番組、ＣＭ等の誘致
- 全国の旅行雑誌、旅行会社、県内の情報誌等への売り込み強化

(7) 広域での観光連携の強化

① 広域連携メニューづくり

霧島錦江湾国立公園や桜島・錦江湾ジオパーク、サイクルツーリズム錦江湾奥地域部会との連携を図り、錦江湾全体でのツアーを企画するなど、周辺市町を含めた観光圏域の中で観光メニューを企画、実施します。

また、本市の地理的条件から、鹿児島市や霧島市の観光地と相互のアクセスが容易な地域であるなど、他の自治体が有する観光資源と本市の観光資源を結ぶことで、テーマ性や回遊性の高い観光ルートをつくることも可能となります。そのため、観光メニューの企画の際は、ＪＲ鹿児島中央駅や鹿児島空港を起点とした観光プランをつくるなど、県央に位置する立地特性を生かした展開を図ります。

また、島津義弘公の歴史の観光資源をテーマでくくり、市外の関連する資源と連携（三州同盟会議）を図ることにより、共同ＰＲやメニューづくりを行います。

【事業・取組】

- 錦江湾まるごと体験（国立公園、ジオパーク、サイクルツーリズム等）の企画、実施
- ＪＲ鹿児島中央駅や鹿児島空港を起点とした観光ツアーの企画、実施
- 島津義弘公顕彰事業の広域的な取組（三州同盟会議）

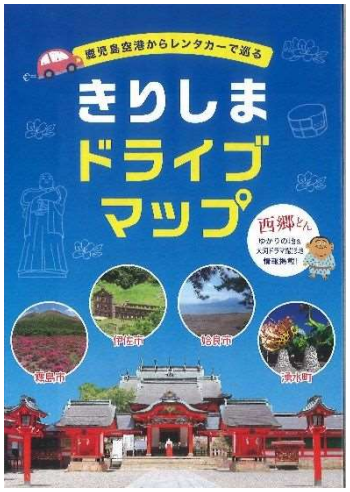
② 広域連携体制の維持、強化

姶良・伊佐地域観光連絡協議会、錦江湾奥会議、桜島・錦江湾ジオパーク等の広域連携体制を維持するとともに、広域での情報の共有化や情報発信体制の強化を図ります。

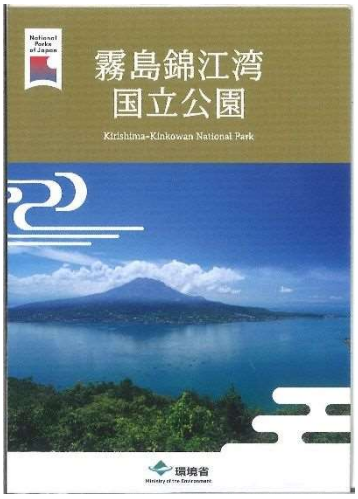
また、鹿児島県観光連盟等の関係機関・団体との連携を強化し、鹿児島県全体としてＰＲする上での本市の位置付けについて、他の自治体との差別化を図ります。

【事業・取組】

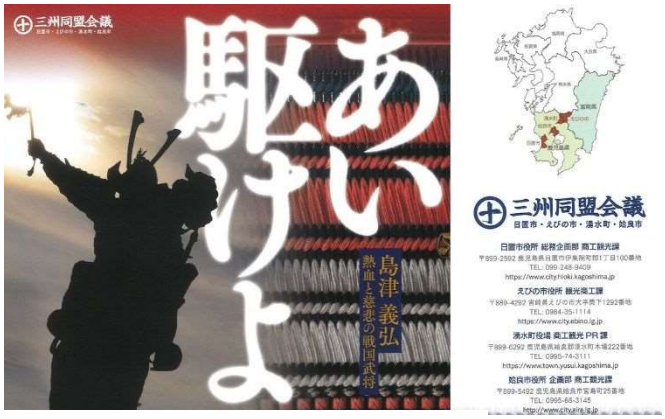
- 周辺市町との広域連携体制の強化（姶良・伊佐地域観光連絡協議会、錦江湾奥会議等）
- 広域連携情報の集約、発信
- 鹿児島県観光連盟等の関係機関・団体との連携強化



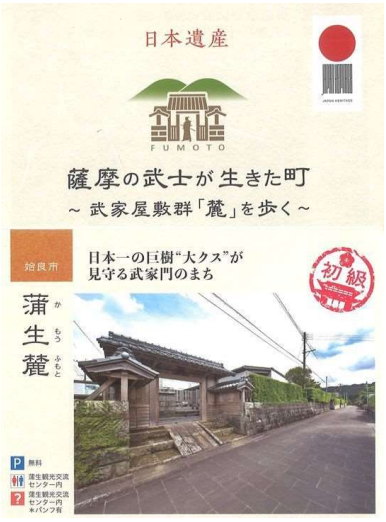
▲姶良・伊佐地域観光連絡協議会「きりしまドライブマップ冊子」



▲霧島錦江湾国立公園冊子



▲三州同盟会議「島津義弘公冊子」



▲日本遺産冊子

(8) 観光関連事業者等との連携強化・育成

① 観光関連事業者等との連携強化

観光協会や特産品協会、商工会等の観光関係団体が主体となった観光メニューづくりやイベントの企画、実施を促進し、その活動を積極的に支援するとともに、企画、実施の際には、発信力のある企業との連携・タイアップについても併せて検討します。

観光協会においては、市内の観光関係団体の活動をつなぎ、情報を集約するコーディネート機能の役割を担うなど、自立的活動の支援を図ります。

また、本市の観光振興において欠かせない民間の交通事業者（ＪＲ、バス、タクシー等）との連携の強化を図るため、協議の場や情報共有の仕組みづくりを行うとともに、駅からのウォーキングツアー等の公共交通機関と連携したツアーやサービスの企画、実施します。

【事業・取組】

- 観光協会や特産品協会、商工会等の観光関係団体の自立的活動の支援
- 民間企業との連携
- 公共交通機関（ＪＲ、バス、タクシー等）と連携したツアー企画、実施

② 観光関連事業者等の育成

市内の食材を使った特産品やお土産、食事メニュー（料理、スイーツ）等を開発するグループや福祉施設、それを販売・提供する店舗への支援や共同ＰＲを行います。

また、市内の観光関連事業従事者が観光について学ぶ場を設け、おもてなし意識や接遇、マナー等のスキルの底上げを図ります。

さらに、観光施設を維持、管理している指定管理者等に関しては、地域のまちづくりの拠点施設として魅力的な施設となるように、スタッフの意識の向上と運営面の改善・強化、施設間の連携・情報共有を図ります。

【事業・取組】

- 本市の特産品、お土産等を販売する店舗の育成
- 本市の特産品や食の開発のための担い手の確保、育成のための支援
- 観光関連事業従事者のおもてなし講座の開催
- 観光施設管理者（指定管理者等）の意識啓発、施設の運営強化

▼加治木まんじゅう・帖佐人形・龍門司焼

(9) 地域経済活性化の促進

市内の宿泊施設や店舗において、地域人材の雇用や地域の食材利用を促進し、地域内で経済が循環するまちづくりを目指します。

また、生産者と加工業者、販売店舗、飲食店との接点をつくり、つながりを強化することにより、本市の農産物等を使った加工品や有機栽培の農産品を市内で気軽に購入又は食すことのできる店舗を拡大し、そのＰＲを強化するとともに、本市の特産品開発や農産品のブランド化を促進し、市内生産者の所得の向上を目指します。イベントの開催の際にも、本市の食材や郷土料理等の観光資源を前面に掲げ、その良さ、魅力をＰＲすることにより、イベントを重ねるごとに本市のファンが増えていくような仕掛けを行います。

宿泊施設に関しては、既存施設の活用、ＰＲを行うとともに、本市旅館・ホテル施設誘致促進条例に基づき、積極的な誘致を図ります。

さらに、着地型観光メニューを提供することによって、交流人口を増やし、地域全体として収入が向上する仕組みづくりを行います。

【事業・取組】

- 本市の特産品の開発（６次産業化の推進）
- 有機栽培の農産品及び農家の PR、ブランド化
- 生産者と加工業者、販売店舗、飲食店との接点をつくる異業種交流会の開催
- 旅館・ホテル等の宿泊施設の誘致
- 既存の宿泊施設の活用促進
- 着地型観光メニューの提供による交流人口の増大、地域全体収入の向上

▲はだか麦みそ

▲蒲生物産館「くすくす館」

▲桑茶

▲檸檬桑茶（龍桜高校）

5　本市の観光振興の重点プロジェクト

本市の観光振興の基本理念として、「おもてなしの心あふれる、“可能性全開”のまちづくり」を掲げ、これを具現化するために４つの基本方針を定めました。

これを受けた形で、基本方針の実現に向けた９つの施策を示し、項目ごとの具体的な取組等を定めていますが、その中でも、今後５年間で、特に重点的に推進していくものを、重点プロジェクトとして位置づけます。

(1) 多様な観光メニューづくり

① “歴史”を楽しむ観光の推進

歴史や文化を生かした観光を推進するには、市内に「点」として存在する個々の歴史的文化遺産につながりをつけて「線」へと展開し、周辺環境を併せて整備しながら「面」へ広げ、市民と行政が協働して本市のストーリーを描くまちづくりを進めることが重要です。市内に残る貴重な歴史的文化遺産は保存と活用を図りながら、まちづくりに活かしつつ次の世代に継承すべきものであり、そうしたまちづくりは、まちなみの景観保全や観光振興、さらには教育の資質向上に寄与するものです。

本市には、歴史資源が豊富にありますが、若い人たちにも魅力が伝わるように、これらを観光素材として磨き上げるとともに、テーマ性を持ったストーリーとしてつながりを付けて観光メニューへと展開するための取組を進めます。

▲白銀坂

▲掛橋坂　大河ロケ

▲龍門司坂　大河ロケ

② “食”を楽しむ観光の推進

本市は有機野菜の生産が盛んな一方、その魅力の全てが伝えきれていないものが多く存在することから、“食”のまちをアピールするため、生産者や食品製造事業者と連携し、産業観光へ取り組む体制を整備していきます。

また、「煮しめグランプリ」「姶良ばあちゃんすいーつ」などについては、その取組を継続して支援していくとともに、消費者と生産地をつなげる取組を進め、これらと連動したツアー等の企画を検討していきます。

さらに、観光ルートの整備により滞在性・周遊性を高める取組を更に魅力的なものとするため、飲食・物販店との連携や特典付きの商店街ツアーなど、まちなかの歴史・文化施設と商店街の共同事業を推進していきます。

▲姶良ばあちゃんすいーつ

▲姶良市煮しめグランプリ

▼白金酒造石蔵

▲蒲生観光交流センター別館
「カフェらびゅう」

③ “体験”を楽しむ観光の推進

本市観光の魅力である、それぞれの地域が有する歴史・自然・食といった魅力ある観光要素を、テーマや目的により結ぶことで、滞在性や周遊性を向上させる取組として、サイクルツーリズムなどの体験型観光を推進していきます。

民間主導で進められているエコツーリズムやグリーン・ツーリズム、スポーツツーリズム、蒲生地域で取り組んでいる「カモコレ」等の既存のニューツーリズム・着地型観光の取組を今後も維持できるように支援するとともに、新たな観光素材の掘り起こし・活用や健康・美容要素との組み合わせなどによる魅力あるメニューの創出や他地域への取組の拡大を図ります。

また、特に外国人観光客に人気のある、農業・林業体験など、本市の産業を観光化したプログラムを、地域事業者などと連携しながら開発していき、日帰りツアーや市民団体などによる着地型コンテンツの企画・実践によるインバウンド観光に取り組みます。

(2) 観光イベントの企画、開催

① 本市の資源を売り出す企画・イベントの実施

本市に点在する多様な観光資源を活用した観光に関する各種企画について、今後も継続・強化し次なる展開を図るとともに、「加治木町くも合戦」や「あいら春まつり」、「あいら市花火大会」「日本一大楠どんと秋まつり」などの継続的な実施やｅスポーツを活用した新たな観光イベントについても企画、実施します。

② 情報発信拠点を活用した物産展等の開催

本市観光情報の発信拠点である観光協会による「観光案内所」や「蒲生観光交流センター」等において、観光資源のＰＲや特産品の販売などの取組を進めます。同時に、「食」に携わる市内の飲食店や事業者、団体等の多様な主体が連携する動きの継続、展開を図るとともに、本市の「食」のブランド開発についても積極的に支援します。

▲蒲生観光交流センター（館内）

▲あご肉

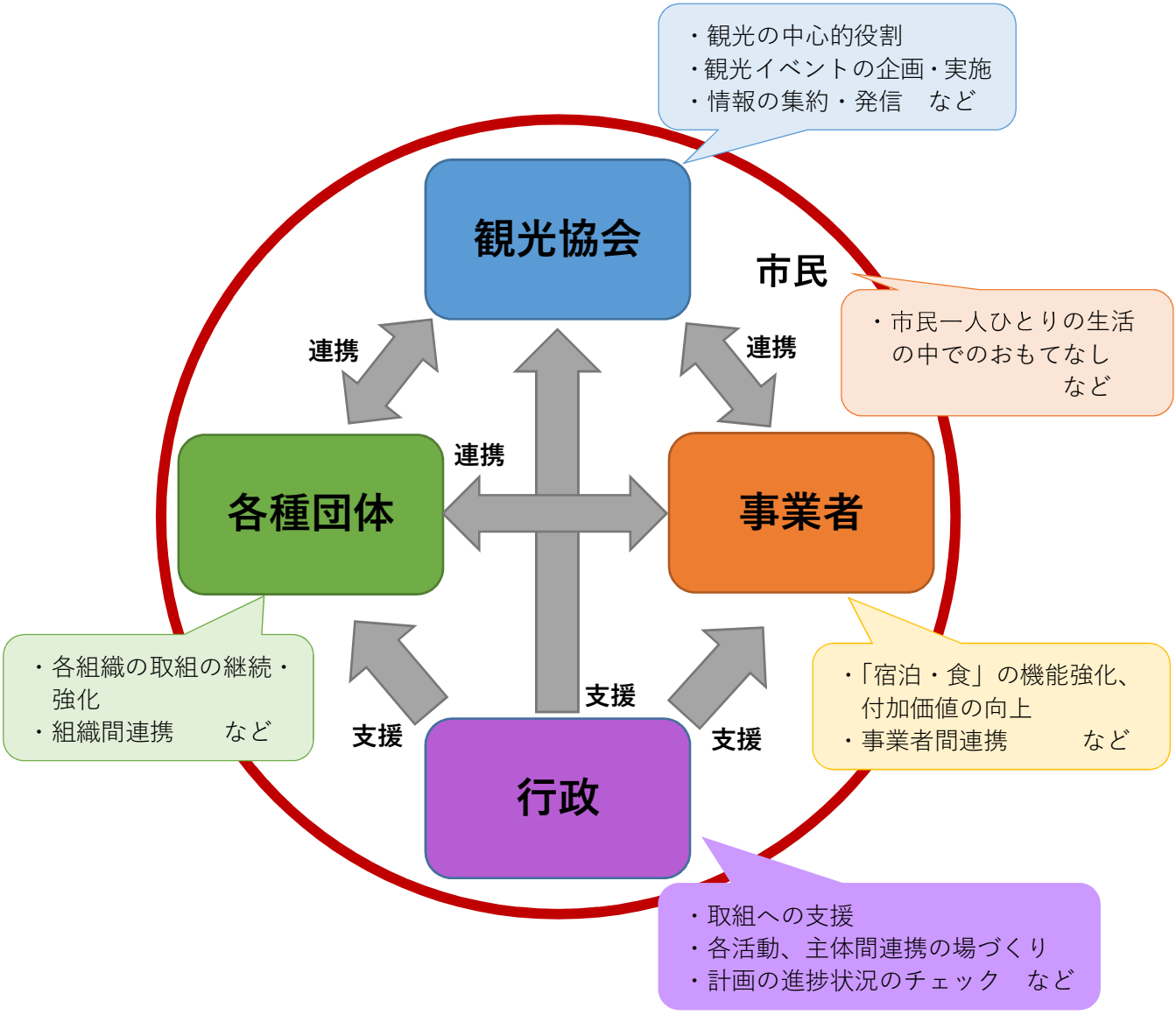
第４章　計画の推進体制

1　計画の推進体制

この計画は、本市の５か年の観光振興の方向性と具体的な行動を示す計画であり、計画で位置付けられた事業・取組について、市民、事業者、団体、観光協会、行政等の多様な主体が一体となって推進していくことが大切です。

また、各事業・取組の推進にあたっては、個別のアクションプランを定め、それぞれの事業を計画的かつ効果的に進めていくとともに、計画期間の５年間（前期：２か年、後期：３か年）の中で実行と見直しを繰り返しながら進めていくことが必要であり、事業・取組の実施状況を把握し、計画の見直しを含めたチェック体制を構築します。

■推進体制



資料編

1　姶良市観光開発審議会

(1) 姶良市観光開発審議会条例

（設置）
第１条 観光に関する重要事項を調査審議するため、姶良市観光開発審議会（以下「審議会」という。）を置く。
（所掌事務）
第２条 審議会は、市長の諮問に応じ、次に掲げる事項について調査審議する。
（１）観光地の選定及びその開発計画の策定に関する事項
（２）観光道路その他観光施設計画の樹立に関する事項
（３）観光事業と他の産業との調整に関する事項
（４）その他観光に関する重要事項
（組織）
第３条 審議会は、委員20 人以内で組織する。
２ 前項の委員は、市長が任命する。
（任期）
第４条 委員の任期は、２年とする。ただし、委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。
２ 前項の委員は、再任を妨げない。
（会長及び副会長）
第５条 審議会に会長及び副会長を置き、委員の互選により定める。
２ 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。
３ 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。
（会議）
第６条 審議会の会議（以下「会議」という。）は、会長が招集する。
２ 会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。
３ 会長は、会議の議長となり議事を整理する。
４ 会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。
（庶務）
第７条 審議会の庶務は、商工観光課において処理する。
（委任）
第８条 この条例に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、別に審議会が定める。
附 則
この条例は、平成 22 年３月 23 日から施行する。

（2）姶良市観光開発審議会委員名簿

（任期　令和５年９月１９日～令和７年３月３１日）

番号	氏　　名	所　　属
1	柳鶴　　勉	姶良市観光協会会長
2	山崎　　司	姶良市特産品協会会長
3	川原　竜平	姶良市商工会会長
4	福元　寅典	元南日本新聞社専務取締役
5	東川　隆太郎	ＮＰＯ法人まちづくり地域フォーラム・かごしま探検の会　代表理事 日本遺産「蒲生麓プロジェクト」顧問
6	髙野　俊明	姶良市観光ボランティアガイド会会長
7	柊原　美恵	社会教育委員、生涯学習推進会議委員 蒲生麓プロジェクト
8	野口　治將	校区コミュニティー協議会連絡会会長
9	長谷川きよみ	姶良市観光協会理事
10	弥永　雄作	㈱ミソラリンク　観光部部長
11	春花　伸一	ファン・コートランド・ホテル支配人
12	濱川　ゆかり	斯文堂株式会社　出版事業部・常務取締役
13	村田　昌平	姶良市観光協会理事
14	田中　健太	姶良市特産品協会副会長
15	サンディ・ユハス	国際ジャーナリスト
16	種子田　璃紗	姶良市商工会　青年部副部長
事務局	姶良市企画部商工観光課観光係	

2 姶良市の現状

(1) 位置

本市は、薩摩半島と大隅半島の結束点、鹿児島県本土のほぼ中央に位置し、南は県都鹿児島市、西は薩摩川内市、東は鹿児島空港のある霧島市と隣接しています。

市域は、東西が23.7㎞、南北が24㎞に広がり、面積は231.25㎢で、鹿児島県の総面積の約2.5％を占めています。

また、市役所本庁から鹿児島市中心部まで約20㎞、鹿児島空港まで約12㎞と、交通の利便性に優れています。

(2) 地勢

西部に真黒岳、北部に烏帽子岳、長尾山など北薩火山群に属する標高400ｍから700ｍの山岳が連なり、そこからつながるなだらかな傾斜の平野は、古くから繰り返し噴出した火砕流によって形成された円形の中凹地形（姶良カルデラ火口内壁）や、これまでの火山活動によって形成されてきた山地の上に火山噴出物が堆積してできた十三塚原と呼ばれる台地と、この台地を侵食する河川によって形成された平野から成っています。

この傾斜を北から南に思川、別府川、網掛川等の主要河川が流れ、鹿児島（錦江）湾に注いでおり、市街地は湾に面した平野部に形成されています。

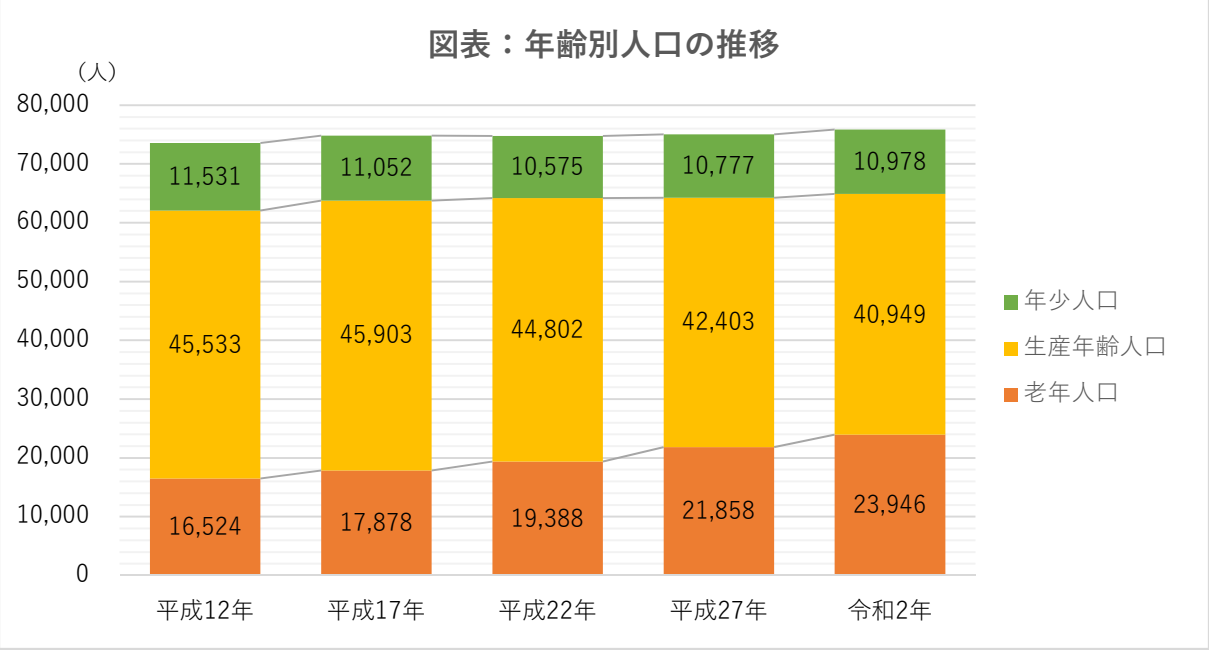
鹿児島市と霧島市に隣接していることから都市化が進んでいますが、まとまりのある地域の中に豊かな自然を身近に感じることができます。

(3) 人口

本市の人口は、2020年（令和2年）の国勢調査では76,348人で、1970年（昭和45年）以降、増加の一途をたどっていた人口が、2005年（平成17年）から2010年（平成22年）で一旦横ばい傾向になった後、2010年（平成22年）から2015年（平成27年）で363人、2020年（令和２年）で1,175人増えており、再び増加に転じています。

世帯数は増加傾向が続いているが、１世帯当たりの平均人口は、2005年（平成17年）2.54人、2010年（平成22年）2.45人、2015年（平成27年）2.39人、2020年（令和２年）2.32人と年々減少しており、核家族化が進行し、高齢者の単身世帯も増加しています。

年齢別人口の推移をみると、15歳から64歳までの生産年齢人口が減少し、０歳から14歳の年少人口、65歳以上の老年人口が増加しています。



(4) 交通

本市には、九州縦貫自動車道および隼人道路が横断し、姶良インターチェンジ、加治木インターチェンジおよび加治木ジャンクションがあります。また、令和３年３月に桜島スマートインターチェンジが全面開通し、姶良市街地へのアクセスが短縮され、利便性が向上しています。

また、国道10号および10号バイパスや主要地方道伊集院蒲生溝辺線等が横断し、物流の拠点地域としての条件を備えています。

加えてＪＲ九州日豊本線の重富駅、姶良駅、帖佐駅、錦江駅および加治木駅があり、鹿児島市や霧島市方面への通勤・通学者の日常の移動手段として、また、市外からの観光客の移動手段としての機能を備えています。2021年（令和３年）の鉄道利用状況（１日あたりの乗車人員）は4,754人で、加治木駅（1,604人）、帖佐駅（1,369人）の順に多いです。

(5) 観光入込客数の状況

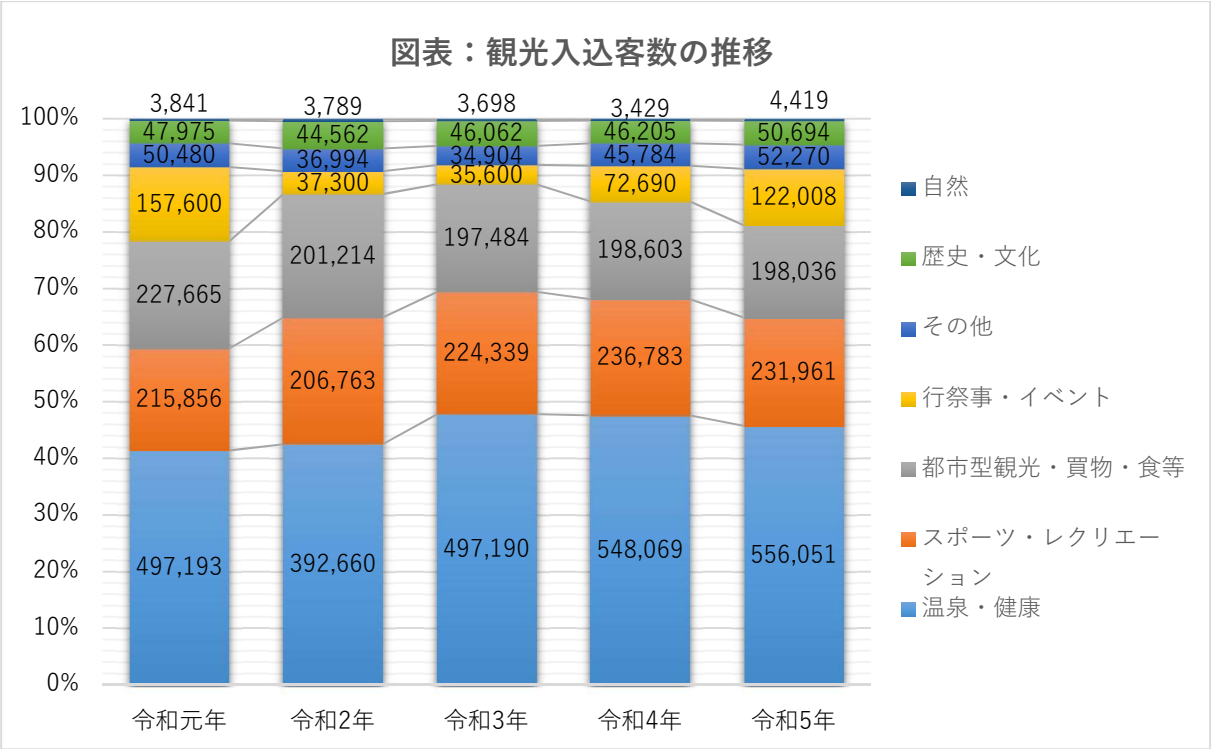
観光入込客数は、2020年（令和２年）に新型コロナウィルス感染症の拡大に伴い、大幅に減少したものの、2023年（令和５年）では回復基調が見られています。

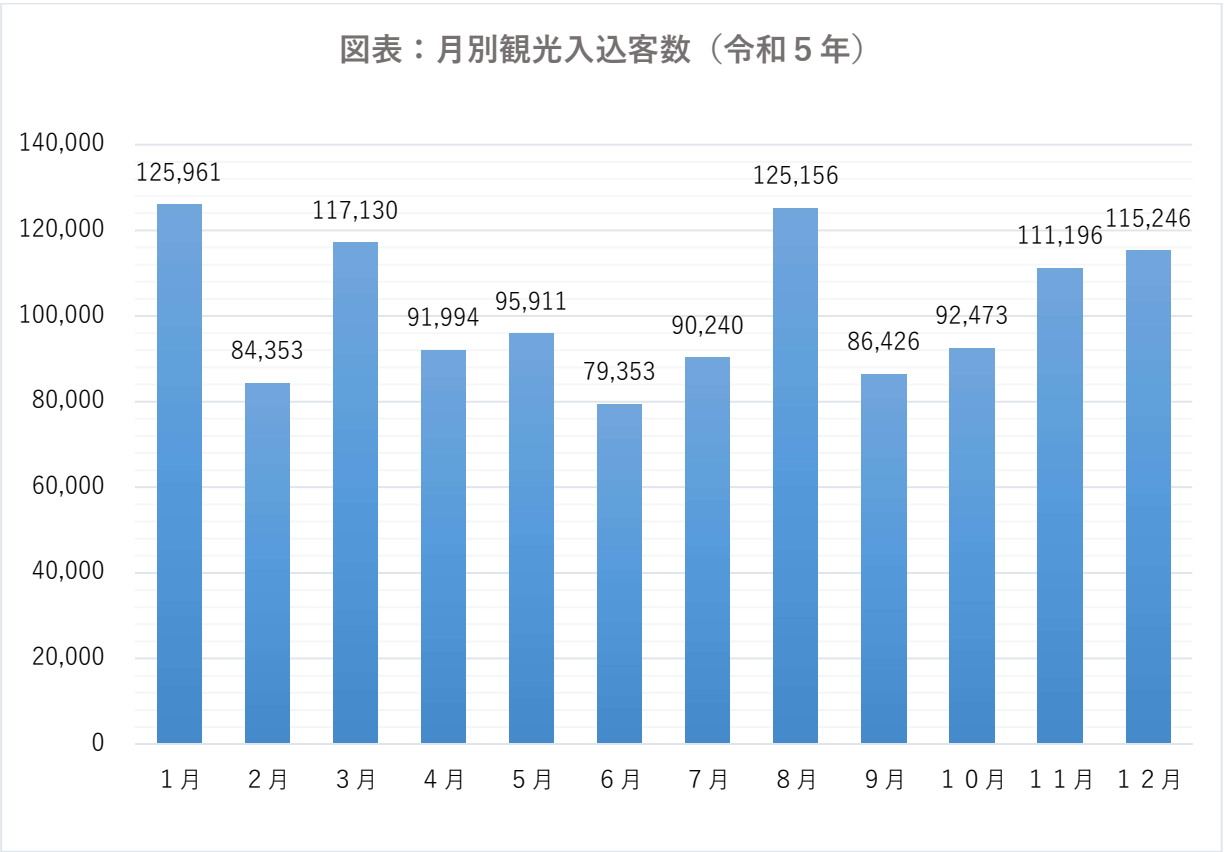
観光入込客数の分類ごとに占める割合としては、「温泉・健康」が最も多く、全体の約４5%を占めており、次いで「スポーツ・レクリエーション」が約19%、「都市型観光-買物・食等」が約16%、「行祭事・イベント」が10%、「歴史・文化」が4.2%という状況です。

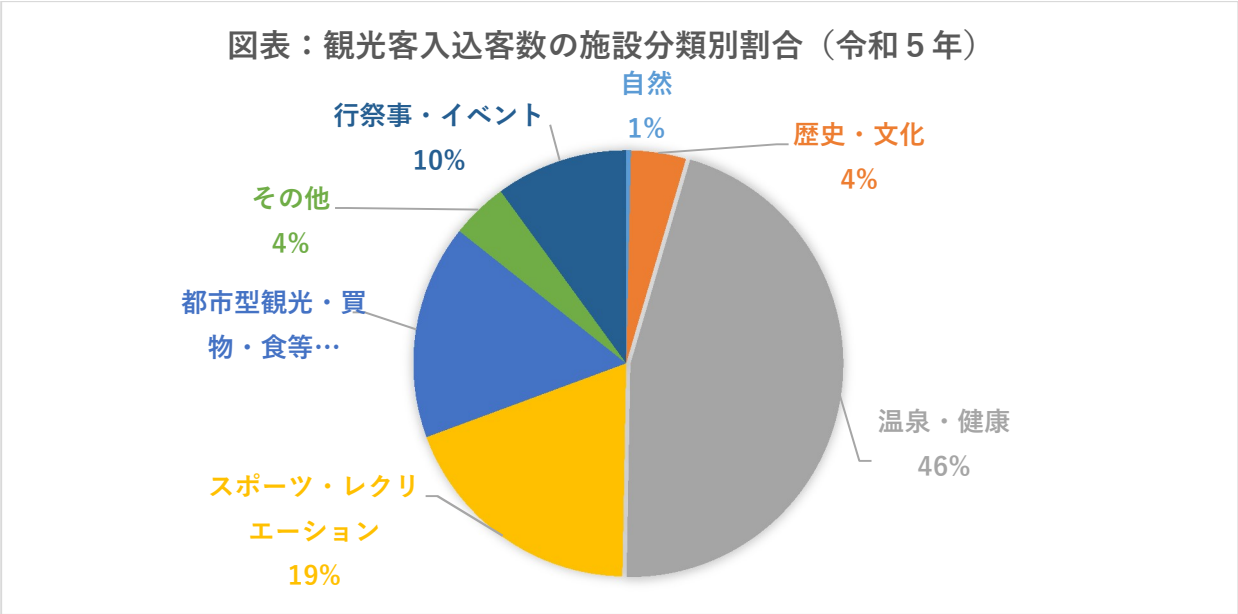
特に、「蒲生物産館くすくす館」や「姶良市温泉センター龍門滝温泉」の観光入込客数が多く、それぞれ年間約20万人、約10万人となっています。「霧島・錦江湾国立公園　重富海岸自然ふれあい館『なぎさミュージアム』」は、令和２年にリニューアルし、入込客数が伸びており、本市の観光メニューとして期待されています。

月別にみると、これまで本市が取り組んでいる着地型観光が定着してきていることもあり、近年、11月～１月、３月、８月が年間を通して観光入込客が１１万人以上と多い時期となっています。

なお、月別で入込客数が少ないのは２月、６月、９月となっており、月間約８万人程度となっています。


図表：観光入込客数の推移
3,841
3,789
3,698
3,429
4,419
100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
47,975
50,480
157,600
227,665
215,856
497,193
44,562
36,994
37,300
201,214
206,763
392,660
46,062
34,904
35,600
197,484
224,339
497,190
46,205
45,784
72,690
198,603
236,783
548,069
50,694
52,270
122,008
198,036
231,961
556,051
令和元年
令和2年
令和3年
令和4年
令和5年
自然
歴史・文化
その他
行祭事・イベント
都市型観光・買物・食等
スポーツ・レクリエーション
温泉・健康

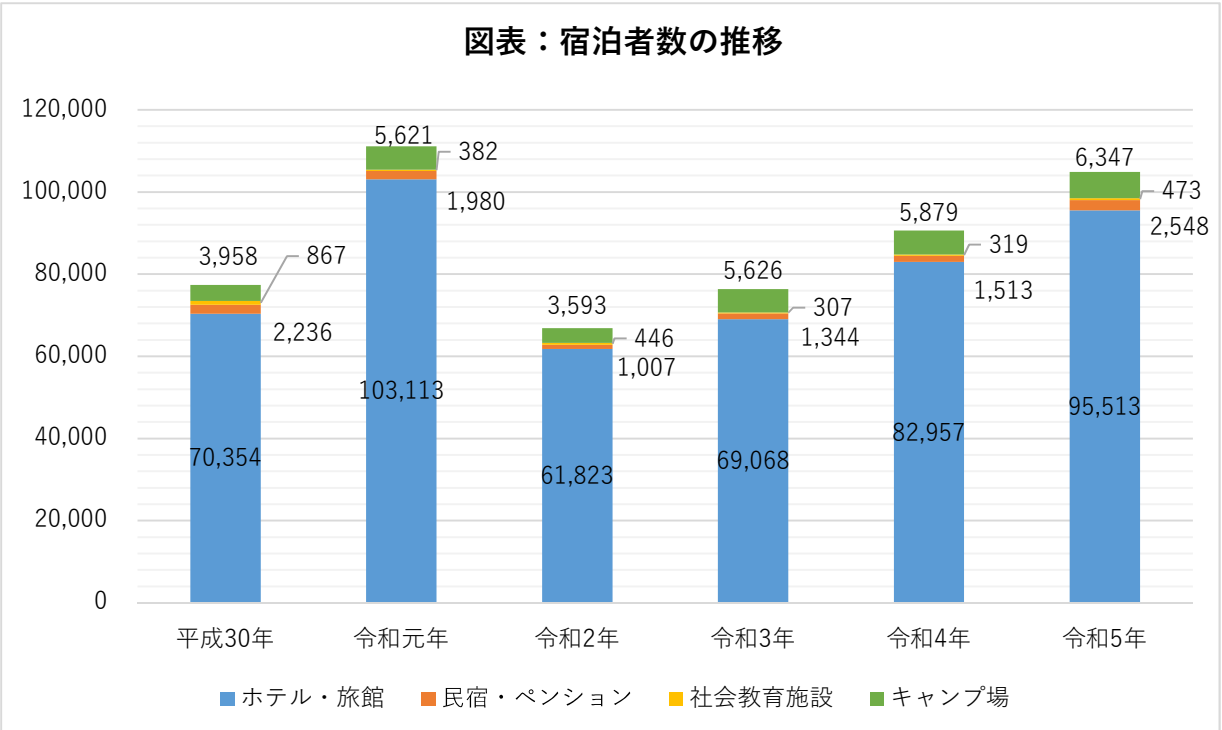

図表：月別観光入込客数（令和５年）
140,000
120,000
100,000
80,000
60,000
40,000
20,000
0
125,961
84,353
117,130
91,994
95,911
79,353
90,240
125,156
86,426
92,473
111,196
115,246
１月
２月
３月
４月
５月
６月
７月
８月
９月
１０月
１１月
１２月

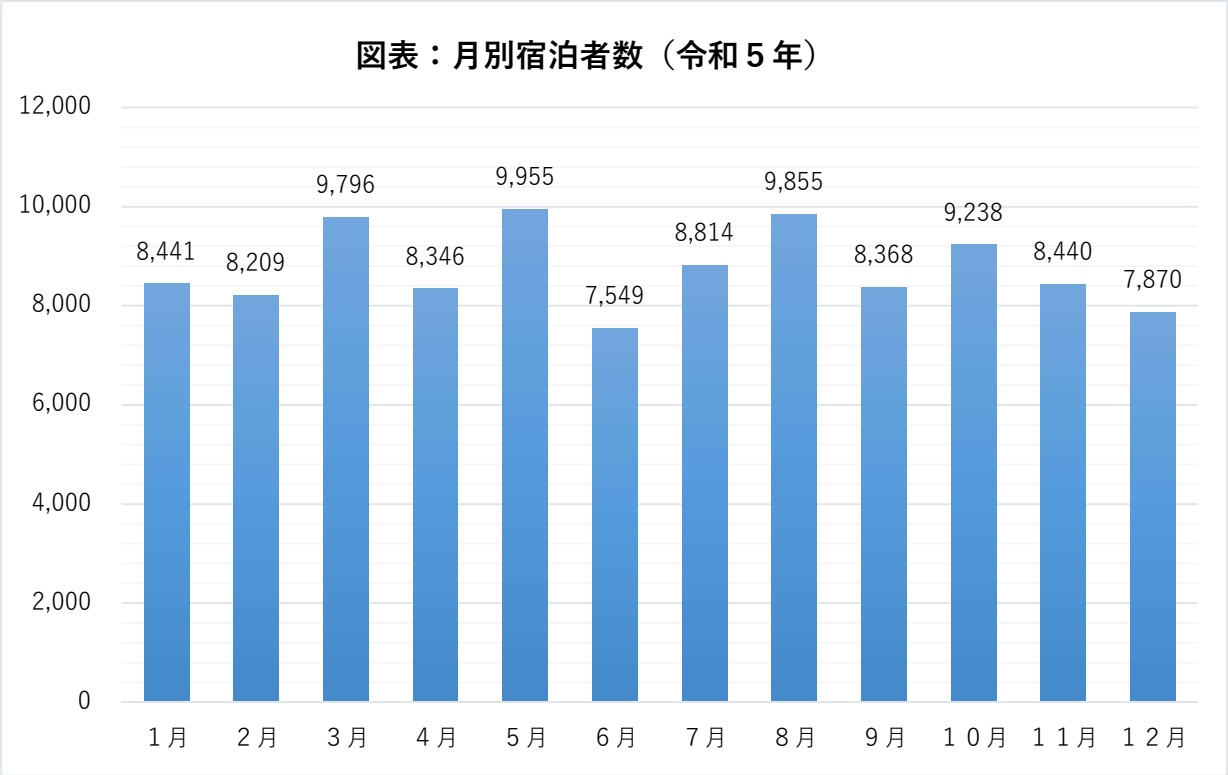


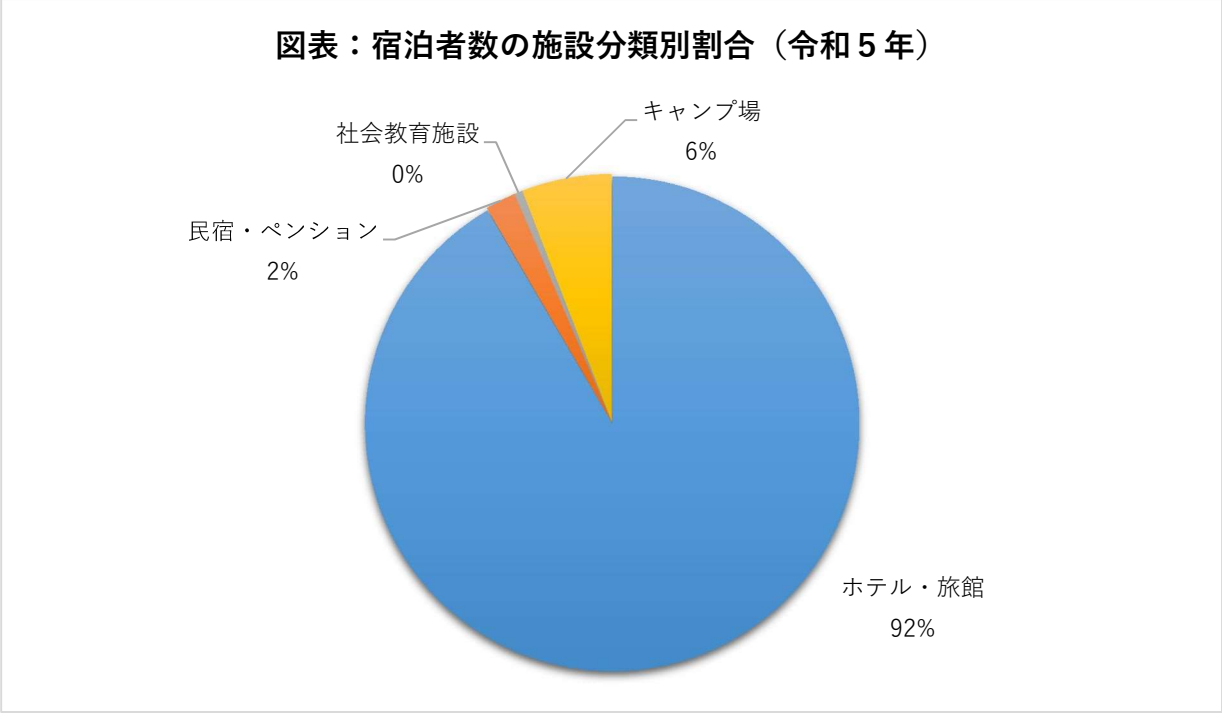
(6) 宿泊者数の状況

観光入込客数に占める宿泊者数の割合は8.6%となっており、日帰りで姶良市を訪れる人が多く、宿泊して長時間滞在する人は少ない状況です。しかし近年、宿泊者数は、2020年（令和２年）に新型コロナウィルス感染症の拡大に伴い、大幅に減少したものの、2023年（令和５年）では回復基調が見られています。

観光入込客数の施設分類ごとに占める割合としては、「ホテル・旅館」が最も多く、全体の約92%を占めています。月別にみると、３月、５月、８月が多く、春休み、ＧＷ、夏休み等での旅行需要の増加に伴い、ホテル・旅館やキャンプ場の利用が他の月よりも多く見られます。




図表：月別宿泊者数（令和５年）
12,000
10,000
8,000
6,000
4,000
2,000
0
8,441
8,209
9,796
8,346
9,955
7,549
8,814
9,855
8,368
9,238
8,440
7,870
１月
２月
３月
４月
５月
６月
７月
８月
９月
１０月
１１月
１２月


図表：宿泊者数の施設分類別割合（令和５年）
キャンプ場
6%
社会教育施設
0%
民宿・ペンション
2%
ホテル・旅館
92%

1　用語集

用　　語	説　　明
ア行	
姶良ばあちゃんすいーつ	姶良市で昔からおばあちゃんが手作りしている「ふくれ菓子」や「あくまき」などの郷土菓子
アクションプラン	ある政策や企画を実施するための行動計画のこと。
アクセス	ある場所へ行く経路。目的地までの交通手段。
アクティビティ	観光地などで体験できる様々な遊びのこと。
アプリ	アプリケーションの略。ＯＳ上で作業の目的に応じて使うソフトウェア。スマートフォンが普及して以降、スマートフォンやタブレット向けに多種多様なアプリが提供され利用が広がっている。
e スポーツ	エレクトロニック・スポーツの略。コンピュータゲームをスポーツ競技として捉える際の名称。
インバウンド	外国人が訪れてくる旅行のこと。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行または訪日旅行という。これに対し、自国から外国へ出かける旅行をアウトバウンドまたは海外旅行という。
インフラ	Infrastructure（インフラストラクチャー）の略。経済活動や社会生活の基盤を形成する構造物。ダム・道路・港湾・発電所・通信施設などの産業基盤、及び学校・病院・公園などの公共の福祉にかかわる施設が該当する。
ＷＥＢ（ウェブ）	インターネットで標準的に用いられる情報提供システムの一つ。
ＷＥＢサイト	インターネット上でひとまとまりに公開されている複数のＷＥＢページの集合体のこと。
ウェルネス	「元気」や「爽快」を意味する英語。
エコツーリズム	環境問題に重点を置きながら、自然と調和した観光開発を進めようという考え方。
ＳＮＳ	Social Networking Service（ソーシャル・ネットワーク・サービス）の略。個人間のコミュニケーションを促進し、社会的なネットワークの構築を支援するインターネットを利用したサービスのこと。 ライン、フェイスブック、ユーチューブ、インスタグラム、ウィーチャット、ティックトック、Ｘ（旧ツイッター）等
ＮＰＯ	Non-Profit-Organization（非営利組織）の略。営利を目的とせず、社会貢献を目的として活動する民間の団体のことをいう。市民活動団体やボランティアグループ、自治会等もＮＰＯに含まれる。
カ行	
ガイダンス	特定の物事に対して基本的な知識がない人向けに実施される説明。
カルデラ	火口周辺の崩壊・陥没によってできた大規模な円形または馬蹄形のくぼ地のこと。
蒲生麓	江戸時代、薩摩藩が武士集落として築いた武家屋敷群を「麓」と呼び、蒲生地区は9つの馬場と3つの小路からなる町割りである。 　令和元年5月に「薩摩の武士が生きた町～武家屋敷群「麓」を歩く～」が県内唯一の日本遺産に認定され、姶良市をはじめ1県9市の自治体で構成されている。
カモコレ	姶良市蒲生町「蒲生郷」を再発見し楽しむためのイベントの総称。蒲生ワクワクコレクションを省略して「カモコレ」と呼んでいる。
基幹産業	経済活動を支えている最重要な産業分野のこと。

協働	同じ目的のために、協力して働くこと。ここでは、まちづくりを市民・行政が協力して進めることを指す。
グリーン・ツーリズム	農村や漁村での滞在型休暇のことで、都市住民が農家などに宿泊して農作業を体験したり、その地域の歴史や自然に親しむ余暇活動のこと。
交通結節点	異なる交通手段を円滑に転換させるための機能を持った場所で、電車とバスの乗り換えを行う駅前広場等をいう。
コミュニティ	居住地域を同じくし、利害をともにする共同社会。町村・都市・地方など、生産・自治・風俗・習慣などで深い結び付きを持つ共同体のこと。
コンテンツ	インターネットやテレビ、紙などのメディアを通して伝えられる情報内容のこと。
コンベンション	博覧会や見本市などの大規模な催しのこと。
サ行	
サイクルツーリズム	自転車を利用した観光。 国が自転車活用推進法のもと、地方自治体や民間と一緒に「環境・健康・観光・安全」の４つの分野で自転車の活用を推進している。
三州同盟会議	島津義弘公が５年以上居住し、縁の深い４市町（日置市、えびの市、湧水町、姶良市）が義弘公の功績を顕彰し広く伝えることで、各自治体の魅力を発信するために、平成２６年８月１８日に同盟締結。三州は「薩摩」「大隅」「日向」を指す。
ジオパーク	ジオ（地球）に親しみ、ジオを学ぶ旅、ジオツーリズムを楽しむ場所のこと。足元の地面の下にある岩石から宇宙まで、数十億年の過去から未来まで、山と川と海と大気とそこに住む生物について考える、つまり地球を丸ごと考える場所のこと。ジオパークと名乗るには、日本ジオパーク委員会の審査に合格する必要があり、世界ジオパークネットワークの審査に合格すれば「世界ジオパーク」を名乗ることができる。「桜島・錦江湾ジオパーク」は姶良.・鹿児島・垂水で構成されている。
指定管理者	民間等のノウハウを導入するため、地方自治体が所管する公の施設の管理・運営を委託した民間事業者を含む法人やその他の団体のこと。
スマートインターチェンジ	高速道路の本線上またはサービスエリア（ＳＡ）、パーキングエリア（ＰＡ）、バスストップ（ＢＳ）に設置されているＥＴＣ専用のインターチェンジ（ＩＣ）のこと。
総合産業	多様な地域産業を巻き込んだ裾野の広い産業のこと。 観光産業は、ホテル・レジャー施設、航空、鉄道、飲食、代理店のみならず多産業間にわたり、効果的な連携、ホスピタリティの質のコントロールなどにより、はじめて成り立つ総合産業である。
タ行	
地産地消	地域生産地域消費の略。地元で生産されたものを地元で消費すること。
着地型観光	旅行者を受け入れる側の地域（着地）側が、その地域でおすすめの観光資源を基にした旅行商品や体験プログラムを企画・運営する形態のこと。
ツール	道具、工具、手段のこと。また、コンピューターを効率良く利用したり、アプリケーションソフトの開発を支援したりするソフトウエア。
トレッキング	登頂を目指す登山に対し、山頂にこだわらない山歩き。
ナ行	
ニューツーリズム	従来の物見遊山的な観光旅行に対して、これまで観光資源としては気付かれていなかったような地域固有の資源を新たに活用し、体験型・交流型の要素を取り入れた旅行の形態のこと。

ハ行	
バリアフリー	高齢者や障がい者の活動の場を広げ、自由な社会参加が可能となる社会にしていくため、道路、建物等の段差など生活環境面における物理的な障壁（バリア）を除去（フリー）するという意味。また、高齢者や障がい者等に対する差別や偏見といった心のバリアを除去するという使い方もされる。
パワースポット	その場所に行くことによって、それまでに感じなかった不思議な力を感じ、その力によって元気になったり、健康になったりするような気がする場所。いわゆる自然崇拝や山岳信仰の対象となる場所で、大きな岩や湧き水、滝、洞窟などがあることも多い。 最近では神社などもパワースポットとされることがある。
フットパス	イギリスを発祥とする「森林や田園地帯、古いまちなみなど地域に昔からあるありのままの風景を楽しみながら歩くこと（Foot）ができる小径（こみち）(Path)」のこと。
プロモーション	消費者の購買意欲を喚起するための活動のこと。広告・広報（PR)、パブリシティ、セールスプロモーションなど、観光マーケティング活動における「販売促進活動全般」 を指す。
ポテンシャル	潜在的な力。可能性としての力のこと。
マ行	
マイクロツーリズム	自宅から１時間から２時間圏内の地元または近隣への宿泊及び日帰り観光のこと。
マスタープラン	全体の基本となる計画のこと。都市計画マスタープランは、長期的視点にたった都市の将来像を明確にし、その実現にむけての大きな道筋を明らかにするもの。
森山家	森山家は、江戸時代から明治時代にかけて鋳物業で繁栄した加治木の豪商である。幕末には磯の集成館で大砲の鋳造にも関わり、薩摩藩の財政を支えた奄美や沖縄の黒糖製造用の鍋を製作・販売に携わった。
ヤ行	
有機野菜	農薬や化学肥料を原則として使用せず、たい肥などによって土づくりを行った水田や畑で栽培された野菜のこと。
ラ行	
歴史国道	歴史上重要な幹線道路として利用され、歴史的・文化的価値を有する道路として国土交通省が選定した道路である。
ローリング	計画の実行⇒分析・評価⇒計画の修正・実行というサイクル（循環）を繰り返していく方法のこと。
６次産業化	農畜産物の生産（第１次産業）だけでなく、食品加工（第２次産業)、流通・販売（第３次産業)にも農業者が主体的かつ総合的に関わることで農業者所得の向上を図るもので、第１次産業から第３次産業までの数字を乗じた造語のこと。
ワ行	
ワークショップ	参加者同士がアイデアを出し合い、意見交換を行いながら、提案として取りまとめる、 意見集約のための手法のこと。いろいろな人と話をする中で、新たな視点や気づきが 期待できる。