

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 5 年 7 月 14 日

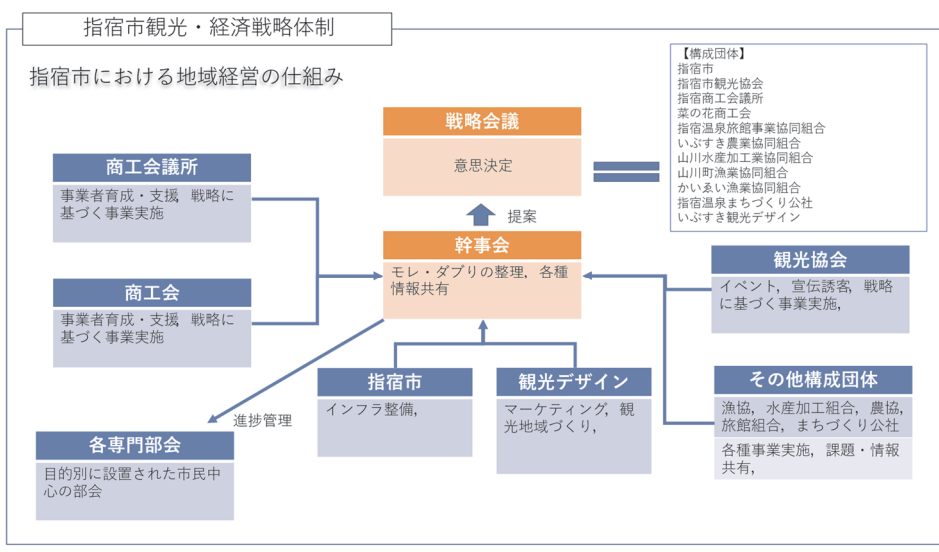
1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 該当する ものを で 囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の 名称	(一社)いぶすき観光デザイン	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	鹿児島県指宿市	
所在地	鹿児島県指宿市十町2424番地	
設立時期	令和2年1月24日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	28人【常勤25人(正職員17人・出向等4人・契約社員4人),非常勤3人(正社員1人・契約社員2人)】	
代表者(トップ人材:法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	(氏名) 秋元 雅博「専従」 (前・JA共済連)	前・JA共済連代表理事専務。全国共済農業協同組合連合会出身であり、業務執行を統括する優れた能力と多方面の経験・人脈を有する。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO:チーフ・マーケティング・オフィサー)	(氏名) 秋元 雅博「専従」 (前・JA共済連)	上に同じ

<p>財務責任者 (CFO: チーフ・フィナンシャル・オフィサー) 必ず記入すること</p>	<p>(氏名) 邊見 重英「専従」 (前・指宿商工会議所)</p>	<p>指宿市会計管理者, 総務部長, 指宿商工会議所専務理事を歴任。財務業務の幅広い経験と知識を持ちながら, 組織の財務戦略の策定や経営戦略の実行に貢献。地域の商工業者や企業の発展に尽力した。</p>
<p>各部門 (例: プロモーション)の責任者(専門人材) 各部門責任者のうち専従の者については, 氏名の右横に「専従」と記入すること</p>	<p>(氏名) 園田 浩一郎「専従」 (出身組織名) 指宿市役所</p>	<p>平成 18 年 1 月 1 日, 市町村合併により新指宿市発足時には, 第一次指宿市総合振興計画策定を担当。その後, 観光行政に約 6 年携わり, 国内外への誘客セールスや海外からの誘客戦略策定, W i - F i 環境整備や多言語サイン整備など外国人受入体制の整備に関わった実績を持つ。</p>
<p>プロモーションの責任者(専門人材)(例: 旅行商品の造成・販売)の責任者(専門人材)</p>	<p>(氏名) 前田 昭市「専従」 (出身組織名) 指宿市役所</p>	<p>市土木課, 農政課在籍時には, まちづくり政策や一次産業(農業)の推進に携わった実績を持つ。現在, C R Mシステムの導入に取り組んでおり, 導入後は, システムの会員獲得に努め顧客データの収集を図るとともに, システムから得られたデータを活用した, 効果的な誘客・販売戦略の展開を図っていく。</p>
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>観光課(受入環境整備, 補助事業等), 総務課(運営支援) ふるさと納税課(ふるさと納税, 特産品振興・販路開拓等) 商工水産課(公共交通, 商店街振興, 水産等) 農政課(農産物振興等), 農産技術課(農産物ブランド構築等) スポーツ振興課</p>	
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>指宿市 指宿市観光協会 指宿商工会議所 菜の花商工会 指宿温泉旅館事業協同組合 いぶすき農業協同組合 指宿漁業協同組合 山川町漁業協同組合 かいゑい漁業協同組合 山川水産加工業協同組合 一般財団法人指宿温泉まちづくり公社</p>	

官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み

【該当する登録要件】
 (概要)
 基礎自治体である単独市町村の区域を一体とした観光地域として、マネジメントやマーケティング等を行うことにより観光地域づくりを行う。



法人の正会員，理事は，農水産業，商工業者，宿泊業者，行政など多様な団体の代表者，関係者で構成されており，法人の意思決定に関与できる立場の方々が発画している。

地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組

観光住民満足度調査の実施
 住民自身が感じる指宿の魅力や市民の観光への関心度，経済的恩恵の実感，地域への愛着度等を調査し，その結果を各観光施策の助言等に活かす。

指宿市立小学校での授業
 次世代を担う子供達へ地域と観光業をテーマとした授業を開催した。

ブルーツーリズム推進事業
 指宿漁業協同組合のブルーオーシャンツーリズムと連携し，釣りやクルージング等の体験を地域住民へ行う。アンケートを実施しツアーの改善点に役立てた。

地域活性化セミナーの開催
 山田桂一郎氏を講師に招き，令和4年度は3回，令和5年度は現時点で1回のセミナーを開催し，地域経済の循環の仕組みづくりや地域経営が持続する仕組みづくりなどについてご講話をいただいた。

いぶすきBASEの実施
 角田圭也氏を講師に招き，ふるさと納税のトレンドやバイヤーが求める商品や品質などの勉強会を開催するとともに，個別相談会や事業者間の交流会を通じて新たな価値の発掘や商品開発に取り組んでいる。

法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】	
事業	実施概要
情報発信・プロモーション	<p>【令和2年度事業】 博多駅花いっぱいプロジェクト事業 鹿児島県福岡事務所とJR博多駅と連携し，九州新幹線全線開通10周年記念・いぶたま運行10周年記念イベントを開催。菜の花による装飾や指宿市の観光ポスターの掲示を行った。</p> <p>海外エージェントとの商談会</p>

		<p>2020 台湾オンライン商談会が 11 月 12 日開催され、台湾現地の旅行エージェント 3 社（山富旅行社、雄獅旅行社、五福旅行社）へ本市のセールスと現状について情報交換を行った。</p> <p>宿泊減緊急対策事業</p> <p>(1) プレミアム率 200%!! いぶすき倍返しキャンペーン 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、観光客の動向が低迷する観光業界の支援及び地域振興を目的に、宿泊者を対象としたプレミアム付商品券の販売及び SNS を活用した情報発信等を実施。市内宿泊施設 40 社が参画し販売。商品券の取扱店として、飲食店や土産品店など市内 165 店舗の登録となった。 期間：令和 2 年 11 月 1 日～令和 3 年 3 月 31 日 商品券発行数：5,000 セット （1,000 円券×3 枚を 1 セットとし、1,000 円で販売）</p> <p>(2) これぞ倍返しシリーズ第 2 弾 「いぶすきみらい宿泊券」 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、市内宿泊施設は 1 月から 3 月にかけて臨時休館や営業日程の調整など、稼働率は大きく落ち込むことが見込まれたことから、緊急事態宣言の終了が見込まれる時期以降の観光需要の喚起を促すことを目的に、市民及び県民をメインターゲットとしたプレミアム付き宿泊券の販売を実施。 期間：令和 3 年 2 月 20 日～3 月 31 日 商品券発行数：3,000 セット（10,000 円券を 5,000 円で販売）</p> <p>農産物 P R 緊急支援事業 新型コロナウイルス感染症により需要が低迷する「牛肉」や「観葉」などの農産物を P R するため、「指宿のたまて箱」の乗客や、主要観光地等を訪れた観光客に、抽選で本市のふるさと納税の取扱商品をプレゼントする企画を実施した。併せて、博多駅・大分駅・鹿児島中央駅の大規模マルチビジョンや駅構内のデジタルサイネージの活用、ポスター掲出の他、テレビやラジオ出演で情報発信を実施した。 実施期間 令和 2 年 8 月 1 日～12 月 31 日 応募者総数 6,705 名</p> <p>ふるさと納税受託事業 新規返礼品の登録や受発注、イベント企画の考案、寄附者及び返礼品登録事業者等の事故・トラブル対応、専門誌や WEB 広告等を活用したプロモーションを実施した。 寄付額 14 億 8,167 万 5,998 円（前年度比 114%）</p> <p>主な事業内容 新規返礼品の登録 イベント企画の考案 / 母の日ギフト・父の日ギフト・お中元ギフト・敬老の日ギフト・おせち・定期便・コロナ支援（菜の花マラソン） 寄附者及び返礼品登録事業者等の事故・トラブル対応 専門誌や WEB 広告等を活用したプロモーション</p> <p>アンケート調査の実施</p>
--	--	--

		<p>観光等に関するデータ収集及び分析を行うため、本市を訪れる観光客等を対象に、全 15 問の「指宿市来訪者アンケート」を実施した。</p> <p>期間 令和 2 年 6 月 1 日～令和 3 年 3 月 3 1 日 回答数 768 人</p> <p>中央大学によるデータ分析 国内・インバウンド誘客戦略策定等の参考とするため、上記アンケート調査で実施したアンケート結果 619 人分（10 月 18 日時点）及び市が所有する観光統計等を中央大学に提供し、データ分析を委託した。</p> <p>【令和 3 年度事業】 宿泊減緊急対策事業 第 1 弾及び第 2 弾いぶすき今だけ直割キャンペーン 新型コロナウイルス感染症拡大の影響で深刻化している宿泊事業者への支援を目的に、対象宿泊施設へ直接予約申し込みを行った宿泊者に対し、宿泊費の一部助成(最大 5,000 円)を行うことで需要喚起を促した。</p> <p>期間：令和 3 年 8 月 1 日～ 3 月 27 日 対象宿泊施設：(第 1 弾) 45 施設,(第 2 弾) 46 施設 利用状況：(第 1 弾) 5,388 人 (第 2 弾) 6,466 人</p> <p>G A P 調査の実施 地域の観光資源について「認知度」と「興味度」を把握、そのギャップを明らかにし、今後の方向性を探る基礎調査を実施した。 サンプル数 1,040 対象エリア：東京、大阪、福岡、鹿児島</p> <p>全 3 回のワークショップの開催（8/31、9/10、10/8） G A P 調査から見える指宿市の現状と課題の把握に対し、整理された課題の解決に向けたアイデア出しやコンセプトに基づいた自然・温泉・食に関するアイデア出しを行った。</p> <p>アンケート調査 弊社の事業目的である観光等に関するデータ収集及び分析を行うため、本市を訪れる観光客等を対象に、全 16 問の「指宿市来訪者アンケート」を実施した。 期間：令和 3 年 10 月 1 日～令和 3 年 11 月 30 日 回答数：643 人</p> <p>中央大学によるデータ分析 国内・インバウンド誘客戦略策定等の参考とするため、上記で実施したアンケート結果を中央大学に提供し、データ分析を委託した。九州をエリアに焦点を当てたクロス分析を行い、現在の指宿市の観光実態を把握した。</p> <p>九州観光素材説明会への参画</p>
--	--	---

		<p>国内主要都市（東京・大阪・福岡）の旅行業者に向けて、観光素材のPRや旅行商品造成、九州外からの送客へ繋げることを目的に、九州観光推進機構が主催。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2022年上期説明会（9月6日～8日） ・2022年下期説明会（3月3日） <p>メディア等からのロケ支援及び素材提供等の対応 テレビ番組のロケやCM撮影、フリーペーパー、県が実施する動画作成事業など、素材及び観光情報の提供や関係機関へのロケ許可の支援を20件実施した。</p> <p>その他特産品の販売・PRの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自治労鹿児島県本部70周年記念事業 ・鹿児島銀行よかどフェアへの出店 ・夏ギフト（お中元）販売事業 ・JA共済連マルシェへの出品 ・歌舞伎座いぶすきフェア ・旬八オンラインでの「いぶすきBOX」販売 <p>ふるさと納税受託事業 新規開拓として、4～12月で新規事業者を18社、新規返礼品を77社303品追加登録した（12月末現在の登録総数142社、973品）。</p> <p>この他、指宿市ふるさと納税の更なる寄附額向上を図るため、カタログや特集チラシの作成をはじめ、Yahoo!を活用したWEB広告の実施や大手企業・地方自治体等も導入する福利厚生サービス「リロクラブ」の会員向けWEBサイトへの掲載及び会報誌への掲載、ふるさと納税専門誌「ふるさと納税ニッポン」、富裕層向け雑誌「アフルエント」、「読売新聞」への記事掲載、口コミの増加や満足度の向上に向けた「レビュー＆アンケートキャンペーン」等を行った。</p> <p>【令和4年度】 アンケート調査・分析 弊社の事業目的である観光等に関するデータ収集及び分析を行うため、本市を訪れる観光客等を対象に、全16問の「指宿市来訪者アンケート」を実施した。 実施方法：グーグルフォームを活用 期間：令和4年4月1日～令和4年9月30日 場所：指宿駅、砂むし会館砂楽、道の駅いぶすき 回答数：358件</p> <p>専門家派遣事業 DMOの専門的見識を有した人材を招請し、観光関係者や農水・商工関係者と持続可能な観光地域づくりの機運醸成を図る取り組みを推進するため、観光庁が実施する広域周遊観光促進のための専門家派遣事業を活用し、JTIC.SWISS代表の山田桂一郎氏を講師として招いての意見交換会やセミナーの実施のほか、事例紹介のあった先進地の宮城県気仙沼市で現地調査を実施した。</p> <p>気仙沼市現地調査</p>
--	--	---

		<p>期 日：令和4年8月22日～24日 調査先：一般社団法人気仙沼地域戦略</p> <p>第1回地域活性化セミナー タイトル：地域が豊になるためにやるべきこと 講 師：山田桂一郎氏 日 時：令和4年6月27日 会 場：指宿市役所指宿庁舎大会議室A B 対象者：観光デザイン会員及び理事，市内事業者等 参加者数：53名</p> <p>第2回地域活性化セミナー タイトル：地域が潤う仕掛けづくり 講 師：山田桂一郎氏 日 時：令和4年10月27日 会 場：指宿いわさきホテル キャプリコーン 対象者：観光デザイン会員及び理事，市内事業者等 参加者数：66名</p> <p>第3回地域活性化セミナー タイトル：気仙沼市の事例から学ぶ～水産業と観光業が融合した新しい観光の形～ 講 師：山田桂一郎氏 日 時：令和5年1月18日 会 場：ふれあいプラザなのはな館 視聴覚室 対象者：観光デザイン会員及び理事 参加者数：49名</p> <p>気仙沼市現地調査 期 日：令和4年11月7日～9日，令和5年3月17～18日 調査先：一般社団法人気仙沼地域戦略，気仙沼市役所</p> <p>ふるさと納税受託事業 新規開拓として，4～9月で新規事業者を11社，新規返礼品を121品追加登録した。 その他，指宿市ふるさと納税の寄附額向上を図るため，以下取り組みを実施した。 ・事業者訪問による生産（寄附）見込みのヒアリングや新規返礼品の開発相談（72件） ・商品写真のブラッシュアップ（233件） ・新商品開発プログラムの実施（計4回，6社） ・新生活ギフト（3/4～4/17）46件 ・母の日ギフト（3/16～4/24）149件 ・父の日ギフト（4/11～6/5）122件 ・丑の日企画（6/2～7/10）114件 ・お中元ギフト（6/8～7/18）89件 ・敬老の日ギフト（8/15～9/11）58件</p> <p>観光資源の磨き上げについて，観光庁が実施する看板商品創出事業に採択され「指宿鯉節」を看板商品とした食コンテンツの開発に</p>
--	--	---

	<p>取り組んだ。結果として食を通した新しい体験コンテンツや新メニューが構築された。成果として都内スーパー・小売店でのフェア，ANAふるさと納税サイトでの特集展開，WEB広告に繋がり指宿のPRに結び付いた。</p> <p>JA共済連マルシェへの出品 JA共済連本部ロビー（東京都千代田区）にて開催されたマルシェへ，IPM栽培オクラ・ゴーヤを出品した。出品にあたっては，JAいぶすきや生産者等と連携し，調理方法の提供や指宿の観光及びふるさと納税のPRを合わせて実施した。</p> <p>ふるさと納税受託事業 指宿市ふるさと納税の更なる寄附額向上を図るため，カタログや特集チラシの作成をはじめ，Yahoo!・GoogleやLINEを活用した広告運用，福利厚生会員向けのWEB及び誌面広告，雑誌・新聞等のふるさと納税記事広告，観光地でのカタログ配布などのPRを実施した。</p> <p>さらに，返礼品のブランディングを意識したWEBページ及びリーフレットの制作を行うとともに，ポータルサイトに掲載する写真や画像に関する研修を行い，より返礼品の魅力が伝わる情報発信に取り組んだ。結果として前年度を上回る寄付額を達成した。</p> <p>指宿市公式LINEを活用した取り組み 令和4年9月に指宿市が運用を開始した公式LINEの周知を図るため，友だち登録した応募者の中から抽選で特産品が当たるキャンペーン及びふるさと納税に関するアンケートキャンペーンを実施（令和4年10月28日～令和5年2月10日）。併せて，チラシやPOP等を制作し，市内の宿泊施設，飲食店，観光施設等へ設置した。</p> <p>また，市と共同でLINEの配信を行い，ふるさと納税やイベント情報を発信した。</p> <p>道の駅いぶすきの運営 令和4年度より指定管理者を受託し，地域の玄関口として地元で採れる旬の野菜や新鮮な鮮魚を取りそろえ，特産品であるオクラを使った加工品や鰹節，焼酎などをコーナー展開し，地域産品の情報発信に取り組んでいる。</p> <p>また，SNSでの情報発信や出荷者が参画するイベントの実施など，誘客促進や生産者と消費者の交流機会の創出につながる取り組みを実施している。</p> <p>地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業 観光庁が実施する本事業で「指宿鰹節」を看板商品とした食コンテンツの開発に取り組み，航空キャリアと連携した空港でのサンプリングや都内スーパー・小売店でのフェア，ANAのふるさと納税サイト内「特産どうしよう」での特集展開，WEB広告の配信等を行った。</p> <p>指宿市立小学校での授業 タイトル：指宿の産業を知ろう</p>
--	---

		<p>次世代を担う子供達へ地域と観光業をテーマとした授業内でのレクチャーを行った。</p> <p>日時：令和3年11月5日 日時：令和4年12月20日 参加人数：児童103名，教諭3名</p> <p>○観光住民満足度調査 観光地域に暮らす住民自身が感じる，指宿の魅力や市民の観光への関心度，経済的恩恵の実感，地域への愛着度等を調査した。 調査対象者：指宿市に居住する方 調査期間：令和5年1月18日（水）～令和5年2月28日（火） 調査方法：市公式LINE及びGoogleフォームを活用</p> <p>【令和5年度】</p> <p>JA共済連マルシェへの出品 JA共済連本部ロビー（東京都千代田区）にて開催されたマルシェへ，そら豆・実えんどう・オクラを出品した。出品にあたっては，JAいぶすきや生産者等と連携し，調理方法の提供や指宿の観光及びふるさと納税のPRを合わせて実施した。</p> <p>ふるさと納税受託事業 指宿市ふるさと納税の更なる寄附額向上を図るため，カタログやチラシの作成・配布をはじめ，雑誌への記事掲載やアプリ・ポータルサイトでの広告配信を実施した。また県内外でのフェアや道の駅・砂むし温泉等でもPRイベントを実施した。</p> <p>SNSでの情報発信 指宿市と連携し，Instagram及びLINEを運用。Instagramでは主に観光・イベント情報を週2回，LINEではふるさと納税を中心に月2～3回程度，情報発信を実施している。</p> <p>地方局と連携したメディアプロモーション 夏休みに向けた誘客・プロモーションの一環として，指宿を特集した30分のテレビ番組を制作。指宿市観光ビジョンのコンセプトに合わせ，「ALOHA」をキーワードに観光スポットや体験，グルメを紹介する内容となっている。また，ダイジェスト版を道の駅等の観光施設で放映する予定としている。</p> <p>第1回地域活性化セミナー タイトル：稼げる地域づくりの為に必要なこと 講師：山田桂一郎氏，檜垣敏氏 日時：令和5年6月29日 会場：ふれあいプラザなのはな館2階 視聴覚室 対象者：観光デザイン会員及び理事，市内事業者等 参加者数：90名</p>
--	--	---

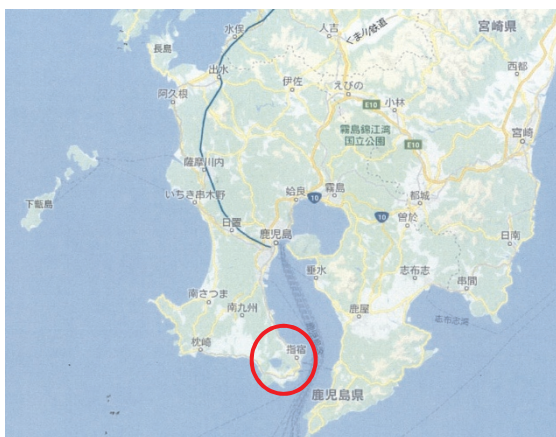
	受入環境の整備	<p>【令和2年度事業】</p> <p>インバウンド着地型旅行商品造成事業 滞在時間の延長やそれに伴う観光消費額を目的として、インバウンド向けの着地型旅行商品（観光体験等）の発掘や磨き上げによる商品造成事業を実施した。</p> <p>外国人観光客受入体制整備事業 外国人観光客の受入体制整備の充実を図るため、観光目的で利用できる施設が、受入環境整備を通じた訪問時及び滞在時の利便性向上を図るための取組を加速化させることを目的に、必要となる経費について、その一部を補助する事業を実施した。</p> <p>【令和3年度事業】</p> <p>既存観光拠点再生・高付加価値化推進事業 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、危機的状況にある観光地域の再生のための施設の改修等による高付加価値化を目的とし、以下の6事業者で申請し、いぶすき観光デザインが代表事業者としてとりまとめを行った。</p> <p>【令和5年度】</p> <p>地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業 「DMO本登録に向けた取り組み」の「補助事業等の活用」に基づき、『地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業』への取り組み。 本事業に参画する指宿地域の事業者を集約し、申請に向けて取り組みを進めた。なお、いぶすき観光デザインが取りまとめを行うが、事業者対応については、指宿市、指宿商工会議所、指宿市観光協会、菜の花商工会と連携を図りながら地域一体となって取り組みを進めた。</p> <p>参画事業者 宿泊施設：19事業者 観光施設：14事業者</p> <p>いぶすきBASE ふるさと納税事業を生かした地域産業の活性化の一環として、地域内の事業者の交流基地となる「いぶすきBASE」を実施。外部講師によるふるさと納税や市場のトレンド、バイヤーが求める商品や品質などの勉強会を開催するとともに、個別相談会や事業者間の交流会を通じて新たな価値の発掘や商品開発に取り組んでいる。 や品質などの勉強会を開催するとともに、個別相談会や事業者間の交流会を通じて新たな価値の発掘や商品開発に取り組んでいる。</p>
	観光資源の磨き上げ	<p>【令和2年度】</p> <p>地域の医療・観光資源を活用した外国人受入れ推進のための調査・展開事業（厚生労働省） 指宿版医療・観光ツアーを、健康に関心の高い海外層（中国）をターゲットに地域資源（医療・温泉・食など）の活用、新たな滞在プランを造成した。モニター実証を踏まえつつ、新たな来客層の獲得を図り、地域経済振興の一助とすることを旨とする。R2年度は国</p>

	<p>内連携体制の構築，コンテンツの造成，海外連携・広報などを実施した。</p> <p>【令和3年度】 これからの6次産業化等商品開発・販路開拓モデル育成事業 ・フェア，物産展等での物販によるテストマーケティング及び小売店連携 ・バイヤー招聘による商談の実施 ・テストマーケティング(物販)の実施による流通体制の構築 ・付加価値化に向けたセット商品の開発</p> <p>【令和4年度】 観光地域づくり事業 ・ブルーツーリズム推進事業 指宿漁業協同組合のブルーオーシャンツーリズムと連携し，釣りやクルージング等の体験メニューの利用促進を行う。モニタリングによる商品ブラッシュアップの検討，「じゃらん体験サイト」によるメニュー販売を開始，ふるさと納税返礼品としての登録を行った。 ・指宿の名湯！温泉巡りプラン 各町湯に温泉巡りに関する意見を聴取。6か所の町湯に聞き取りを行い，同施設のPR動画を制作配信した。 ・星空観察会 指宿の観光体験メニューを販売している事業者と共に，観光客へ星空観察会を実施。</p> <p>地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業 「指宿鰹節」を看板商品として，山川水産加工業協同組合及び指宿鰹節協会と連携した食コンテンツの開発。 鰹節の磨き上げはもちろんのこと，異業種とのマッチングを行い，鰹節加工事業者と共同で鰹茶漬け，菓子店と共同で出汁風味コーヒーゼリー，芋加工事業者と共同でかつお風味芋チップなど計14事業者が参画し，12商品の開発を行った。また，観光コンテンツとして，鰹節の多様さを感じられる削り節のブレンド体験や，出汁のテイasting体験など3つの体験企画開発にも取り組んだ。</p> <p>【令和5年度】 観光地域マネジメント，マーケティング力の向上を図る取り組み 専門人材を活用し地域課題の話し合いを進めている。 現在，連携を進めている専門人材は以下の通り。 <u>山田桂一郎氏</u> 地域経済循環の仕組みづくりや地域経営が持続する仕組みづくりなどについて幅広く知見の提供をいただいております。今期は，指宿地域の総合プロデューサーとして引き続き地域のマネジメントなどについてお願いしていく予定。 <u>檜垣 敏氏</u> リクルート社，観光庁観光地域振興課広域連携推進室長（兼）観光地域づくり法人支援室長などの経歴をもち，マーケティングをはじめ，地域の消費額増大など全国各地で観光による地域活性化に取り組まれている。いぶすき観光デザイン理事，指宿地域のエグゼク</p>
--	---

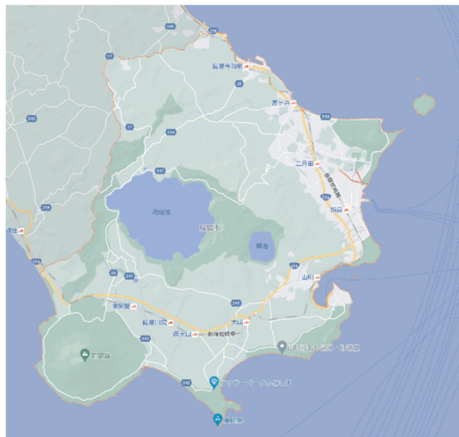
2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

(鹿児島県内位置図)



(指宿市域図)



【区域設定の考え方】

指宿市は薩摩半島の最南端、鹿児島湾口に位置し、平成 18 年 1 月に 1 市 2 町が合併し誕生した人口約 37,299 人(R5.6.1)の都市である。世界的にも珍しい天然砂むし温泉を核に、九州一の広さを誇る池田湖や薩摩富士と呼ばれる開聞岳など豊富な観光資源を有する。区域は指宿市単独による区域をマーケティング・マネジメント区域と設定する。

【観光客の実態等】

指宿市の観光統計より

	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
入込客数 (人)	3,977,000	3,710,541	2,295,396	2,191,669	2,842,188
うち延べ宿泊者数 (人)	682,406	614,357	339,774	259,531	387,762
うち延べ日帰り客数 (人)	3,294,594	3,096,184	1,955,622	1,932,138	2,454,426
観光消費額 (百万円)	43,507	38,127	16,328	12,831	—

【観光資源：観光施設，商業施設，自然，文化，スポーツ，イベント等】

(観光施設)

砂むし温泉「砂むし会館 砂楽」,「山川砂むし温泉 砂湯里」,ヘルシーランド露天風呂「たまたま箱温泉」,鰻温泉,公衆温泉浴場, JR 最南端「西大山駅」,フラワーパークかごしま,山川地熱発電所等,開聞山麓自然公園,開聞山麓ふれあい公園,えぷろんはうす池田

(商業施設)

唐船峡そうめん流し，道の駅いぶすき「彩花菜館」，道の駅山川港活お海道，IKEDAKO PAX

(自然)

開聞岳，知林ヶ島，魚見岳，池田湖，鰻池，長崎鼻，伏目海岸，錦江湾，新永吉・尾下の棚田

(文化)

竜宮伝説「龍宮神社」，最古の井戸「玉乃井」，薩摩一の宮「枚聞神社」，揖宿神社，真言宗不動産青隆寺，考古博物館「時遊館 COCCO はしむれ」，薩摩伝承館，岩崎美術館，篤姫・西郷隆盛ゆかりの地，山川製塩工場跡等

(スポーツ・イベント)

いぶすき菜の花マラソン，いぶすき菜の花マーチ，いぶすきフラフェスティバル，指宿温泉祭り，山川みなと祭り，かいもん夏祭り，九州オールドカーフェスタ in 指宿かいもん

【宿泊施設：域内分布，施設数，収容力，施設規模等】

(域内分布)

多くの宿泊施設が，温泉が湧出する指宿港海岸沿いを中心に立地している。

【利便性：区域までの交通，域内交通】

指宿市の観光統計（令和5年）より

単位：軒・室・人

R1.10.1 現在

種 別	軒数	部 屋 数				収容人員	
		和室	洋室	和洋室	計	一般	団体
政府登録	2	135	246	1	382	650	650
政府登録・日旅協	7	304	135	171	610	2,277	2,177
日 旅 協	3	39	6	2	47	176	170
小 計	12	478	387	174	1,039	3,103	2,997

寮及び保養所	0	0	0	0	0	0	0
国民休暇村	1	30	11	15	56	165	230
ユースホテル	1	4	0	0	4	14	14
民 宿	12	50	14	2	66	190	188
ビジネスホテル	3	31	145	3	179	298	298
一般旅館等	10	109	76	19	204	502	575
小 計	27	224	246	39	509	1,169	1,305

一般宿泊施設計	39	702	633	213	1,548	4,272	4,302
---------	----	-----	-----	-----	-------	-------	-------

湯治宿	3	15	1	0	16	35	40
研修施設	0	0	0	0	0	0	0
ペンション・ゲストハウス	7	28	15	22	65	201	209
キャンプ場	2	2	5	5	194 (サイト・棟)	1,052	1,052
小計	12	45	21	27	275	1,288	1,301

その他宿泊施設計	12	45	21	27	275	1,288	1,301
----------	----	----	----	----	-----	-------	-------

総 計	51	747	654	240	1,823	5,560	5,603
-----	----	-----	-----	-----	-------	-------	-------

【利便性：区域までの交通，域内交通】

1．区域までの交通

飛行機（国内線）

東京～鹿児島 約1時間30分

名古屋～鹿児島 約1時間10分

伊丹～鹿児島 約1時間5分

飛行機（国際線）

韓国：仁川～鹿児島 約1時間35分

中国：上海～鹿児島 約2時間05分

台湾：桃園～鹿児島 約2時間30分

香港：香港～鹿児島 約3時間35分



九州新幹線

新大阪～鹿児島中央駅 約3時間40分

広島駅～鹿児島中央駅 約2時間20分

博多駅～鹿児島中央駅 約1時間20分

J R

鹿児島中央駅～指宿駅

観光特急「指宿のたまて箱」約55分

普通列車 約1時間15分

バス

鹿児島空港～指宿駅 約1時間40分

鹿児島中央駅～指宿駅 約1時間25分

フェリー

山川港～根占港（フェリーなんきゅう カーフェリー） 約50分

高速船

鹿児島港～指宿港 約40分

種子島（西之表港）～指宿港 約1時間5分

屋久島（安房港）～指宿港 約1時間15分

車・レンタカー

鹿児島中央駅～本市 約1時間20分

2．域内交通

路線バス のったりおりたりマイプラン

タクシー 指宿遊覧タクシー，市内事業者8社（指宿地域6社，山川地域2社）

レンタカー 2社

【外国人観光客への対応】

市観光サイトの多言語化（5言語）をはじめ，パンフレット・マップ（5言語）作成やWi-Fi環境整備，多言語サインの整備等を進めている。J R指宿駅内の観光案内所（市観光協会運営）はカテゴリーではあるものの，英語・中国語が対応可能なスタッフを配置し，インバウンド対応強化に努めている。主要な観光・宿泊施設では主に東南アジア圏からの人材登用が進み，外国人観光客へ対応している。またJNTOウェブサイトを通じた訪日観光情報の提供。

平成 29 年 2 月には、砂むし会館「砂楽」内にシャワー個室棟を新築し、宗教的・身体的な理由で大浴場を利用できない外国人も砂むし入浴が体験できる施設整備を行っている。

また、平成 28 年 12 月には、近隣市町と連携し、「香港を中心としたアジア圏からの誘客戦略」を策定し、外国人観光客のニーズ把握や戦略策定等を実施している。今後は、さらにアンケート等の実施により、データやニーズの収集・分析に努め、戦略策定に活用したい。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	観光地の集客状況把握のため	独自アンケート調査による
来訪者満足度	観光地、観光体験等の満足度状況把握のため	独自アンケート調査による
リピーター率	観光地、観光体験等の満足度状況把握のため	独自アンケート調査による
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため	Google アナリティクスを活用

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

指宿市では、人口減少が進んでおり、地域経済における消費市場の規模縮小による経済力の低下や、税収等にも影響を与えるとともに、本市の基幹産業である観光業及び農業等において人手不足を生み出している。こうした地域の課題に対し、観光資源を活用した観光地域づくりをに取り組み、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげる。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> 世界でも珍しい「天然砂むし温泉」 市内に 1,000 箇所を超える泉源 霧島錦江湾国立公園に含まれる開聞岳や知林ヶ島、池田湖、長崎鼻等の自然や景観 温暖な気候がもたらす生産量日本一のオクラ、ソラマメ、鰹本枯節 いぶすき菜の花マラソン、いぶすき菜の花マーチ、フラフェスティバル等の大規模イベント 充実したスポーツ施設 指宿港海岸整備事業 地域で意思決定する戦略体制が整っている 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> 自然や景勝地を楽しむだけの通過型観光地が多く、滞在時間の延長につながりづらい 二次交通が不十分 宿泊、観光施設の老朽化 団体旅行中心の観光形態 観光業、商工業、農林水産業の連携不足 人材流出や人手不足が深刻 インバウンド向けの観光地整備が不十分

外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・奄美大島の世界遺産登録 ・かごしま国体の開催 (2023 年) ・大阪万博の開催 (2025 年) ・働き方改革による「ワーケーション」といった新たな需要の増加 ・新幹線や観光特急によるアクセス向上 ・アフターコロナによる経済活動の回復 ・指宿港海岸整備事業 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・国際情勢に左右されやすいインバウンド観光客 ・近隣都市のビジネスホテル増加による「日帰り観光客」の増加 ・地震等の自然災害によって、交通アクセスの遮断 ・旅行形態の変化 ・県内地域間競争力の低下
------	--	---

上記に加え、P E S T 分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入 (様式自由)

(3) ターゲット

第1ターゲット層 九州管内・関東、関西などの大都市圏の若い世代
選定の理由 <ul style="list-style-type: none"> ・指宿市観光統計の発地別宿泊客数入込率から、上位4エリアをターゲットとしておこなったGAP調査の来訪経験が低い若い世代を新たなターゲット層とし、高齢層の来訪率60~70%を目標とすることで、全世代の底上げを図る。 取組方針 <ul style="list-style-type: none"> ・観光地域マーケティングの基盤となる各種情報の収集及び分析。 ・観光地域マーケティングチームによる課題共有及び対応策の協議。 ・地域団体と連携した地域資源の魅力向上。
第2ターゲット層 富裕層の個人客
選定の理由 <ul style="list-style-type: none"> ・本市においても、年々個人客比率が増加し、約90%に達する状況 (指宿市観光統計から) であることから、個人客をターゲットとした誘客を進めたい。また、今後人口減少が進む中で、旅行者数の大幅な増加が見込めないことを考えると、商品やサービスの高付加価値化を図り、消費単価増を図る必要がある。このことから、現状の本市消費額が123億円 (R4年度)、2025年度の消費額の目標が323億円であり、当該目標値を達成するためには、一人あたり21,613円以上の単価が必要であるため、当該単価以上の消費を行う富裕層をターゲットとする。 取組方針 <ul style="list-style-type: none"> ・商品・サービスの高付加価値化の取り組みの推進。 ・地域団体と連携した地域資源の魅力向上。
第3ターゲット層 台湾・香港を中心としたインバウンド
選定の理由 <ul style="list-style-type: none"> ・鹿児島へのアクセス (地理的距離や就航路線) や市場規模を勘案し、香港を中心としたアジア圏域からの誘客戦略調査を実施 (2016年)。台湾 (H27/H23 対比伸び率8.7倍) 香港 (H27/H23 対比伸び率13.1倍) と入込率の拡大が期待できる国をターゲットとする。両国はSNSでの情報発信力が高く、同調査のWEB回答による嗜好結果では、市が有する温泉 (砂むし温泉) や自然景観、日本食や新鮮な魚介類の嗜好性が上位にランクインされた。

取組方針

- ・商品・サービスの高付加価値化の取り組みの推進。
- ・観光地域マーケティングの基盤となる各種情報の収集及び分析。
- ・観光地域マーケティングチームによる課題共有及び対応策の協議。
- ・地域団体と連携した地域資源の魅力向上。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

コンセプト	ALOHANAまち指宿 ～観光6Gへ～
コンセプトの考え方	<p>本市には世界的にも珍しい砂むし温泉に代表される豊かな「温泉資源」、圧倒的な美しさに誰もが感動する開聞岳や、九州最大の湖である池田湖に代表される「自然」等、市内の至る所で火山の恵みを感じることができます。また、日本一の生産量を誇るオクラやソラマメ、鯉本枯本節に代表される「食」、いぶすき菜の花マラソン大会のボランティアや特急「指宿のたまて箱」への旗振りに代表される「おもてなし」等、本市には多くの宝と言える観光資源があります。</p> <p>本市は長年「東洋のハワイ」として親しまれ、まちの至るところに「南国」「ハワイ」「トロピカル」な雰囲気を感じることができます。また、現在実施されている指宿港海岸整備についても、南国をイメージした計画で進められています。これらのイメージを連想させる言葉として浮かんできたのが「アロハ(ALOHA)」という言葉です。</p> <p>この「ALOHA」は、ハワイ語において『A：思いやり、L：調和・団結、O：心地よさ、H：謙虚さ、A：忍耐強さ』の想いが込められた言葉です。これになぞらえて、指宿の魅力・観光資源の一例を挙げてみると、 『A：activity(体験)、L：lake(湖)・landscape(風景)、O：ocean(海)、H：hospitality(思いやり)・history(歴史)・health(健康)、A：agriculture(農業)』のように、それぞれの文字に意味を込めることができます。</p> <p>また、本市の観光をとりまく歴史の変化を思い返してみると、湯治場として発展、ハネムーンブーム、アロハ宣言、いぶすき菜の花マラソン大会開催・イッシーブーム、大河ドラマ放映、九州新幹線・指宿のたまて箱運行開始、というように、5つの時代(Generation)を迎えて発展しています。これから先、指宿港海岸の完成や、アフターコロナにおける観光意識の変革等、新しい時代(Generation)を迎えることとなります。</p> <p>その新しい時代(6G)に向け、古き良き「東洋のハワイ」を残しつつも、指宿の魅力・人々の想いを調和させ、失敗を恐れない辛抱強い心で、思いやりと慎みを絶やさず、市民一丸となって、心地よい時間を過ごすことができる新しい指宿を目指していくため、上記コンセプトを設定します。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
----	----

<p>戦略の多様な関係者との共有 頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>地域マネジメント体制の確立 指宿市への交流人口の増加や地域内消費促進を目的とした産業振興を行うため、また、効率的かつ効果的な予算の活用や方針決定をするため、官民ワンチームとなって意思決定をする地域マネジメント体制を確立するための検討を進める。 【指宿市観光・経済戦略会議】 第1回指宿市観光・経済戦略会議（令和5年4月25日開催） 指宿市観光・戦略経済戦略 幹事会（令和5年5月17日開催） 指宿市観光・戦略経済戦略 幹事会（令和5年6月14日開催）</p> <p>○観光地域づくり法人（DMO）のプラットフォームとして、総会ならびに理事会を開催しDMOの取り組みに対する方向性や戦略、事業報告等についての説明、検討・決定や情報共有を行っている。 （令和2年度）総会1回、臨時総会2回（内1回は書面）、理事会9回 （令和3年度）総会1回、臨時総会2回、臨時理事会2回、理事会6回 （令和4年度）総会1回、臨時総会1回、臨時理事会1回、理事会5回 （令和5年度）総会1回、臨時理事会2回、理事会2回（6月末現在）</p>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<p>○「指宿市来訪者アンケート」の実施 アンケートの回答を基にデータ分析をおこない、現在の指宿市の観光実態を把握している。また、体験メニューの企画開発にあたり、モニターアンケートを収集し、地域プレイヤーにアンケート結果のフィードバックを行うことで、メニューのブラッシュアップに役立てている。各種データの収集と分析を継続することで地域のファンを増やし、リピーターの増加に繋げる。</p> <p>CRMシステムの導入 指宿を訪れた観光客をリピーターに、そして指宿ファンに繋げて関係性を構築・継続し、観光客に有益な情報を発信するとともに、観光客の顧客情報を一括管理してマーケティングにつなげるツールとして、CRMシステムの導入を目指す。 実証事業の実施 令和5年度は、道の駅いぶすきにおいてCRMシステムを導入し、必要なデータの収集（顧客情報）、旬な情報（イベント等）の発信等を行うとともに、ベンダーとの詳細な協議を重ね、指宿に適したシステムに向けて内容を検証する。 会員拡大に向けた取り組み より効果的にCRMシステムを生かすには、幅広い事業者の加入が必要となる。このことから、より多くの事業者に対してデータ活用の効用と優位性を訴求し、積極的な会員拡大を図る。</p>
<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>地域団体と連携した地域資源の魅力向上 ブルーツーリズム推進事業 指宿漁業協同組合のブルーオーシャンツーリズムと連携し、釣りやクルージング等の体験メニューの利用促進を行う。モニタリングによる商品ブラッシュアップの検討。「じゃらん体験サイト」によるメニュー販売を開始。ふるさと納税返礼品としての登録を行った。 指宿の名湯！温泉巡りプラン 各町湯に温泉巡りに関する意見を聴取。6か所の町湯に聞き取りを行い、同施設のPR動画を制作配信した。</p>

	<p>星空観察会 指宿の観光体験メニューを販売している事業者と共に、観光客へ星空観察会を実施した。</p> <p>指宿市の「鰹節」×兵庫県三木市の「鮑」コラボ商品マッチング支援 日本有数の鰹節生産量を誇る山川水産加工組合の「鰹節」の価値の最大化を図るため、三木市の播州三木打刃物常三郎による家庭用削り節コラボセット開発のマッチング支援を行った。</p> <p>地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業 「DMO本登録に向けた取り組み」の「補助事業等の活用」に基づき、『地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業』への取り組み。 本事業に参画する指宿地域の事業者を集約し、申請に向けて取り組みを進めた。なお、いぶすき観光デザインが取りまとめを行うが、事業者対応については、指宿市、指宿商工会議所、指宿市観光協会、菜の花商工会と連携を図りながら取り組みを進めた。</p>
--	--

各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	(-)	(-)	12,342 (73)	20,706 (1,330)	27,174 (4,680)	32,389 (6,000)
	実績	(-)	11,202 (3.6)	12,268 ()			
延べ宿泊者数 (千人)	目標	- (-)	430.0 (0.7)	498.8 (7.4)	406.0 (19.0)	450.9 (51.9)	497.0 (60.0)
	実績	339.7 (9.9)	259.5 (0.09)	387.7 (1.6)			
来訪者満足度 (%)	目標	- (-)	88 (-)	89 (-)	88 (-)	88.5 (-)	89 (-)
	実績	90.5 (-)	89.7 (-)	87.1 ()			
リピーター率 (%)	目標	- (-)	67 (-)	67 (-)	62 (-)	64 (-)	66 (-)
	実績	66.9 (-)	59.3 (-)	56.4 (-)			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

K P Iの目標値については、年毎の各データが揃った段階で、見直しの有無を検討し、理事会や各種会議等で共有を行う。また、地域内関係者や市民向けにも公表し、意識の共有・醸成に努める。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

市内の主要観光施設において実施した、来訪者アンケートを活用し、旅行消費額は推計値 を実績値としている。 推計値（アンケート結果に基づいた旅行消費額単価（日帰り・宿泊）に指宿市観光統計のそれぞれの入込客数をかけたものと、鹿児島県の訪日外国人の旅行消費額単価に指宿市観光統計の外国人宿泊客数をかけたものを合計し算出）

指宿市観光ビジョンの目標に基づき、2027年に延べ宿泊者数を61.4万人、インバウンドにおいては7.4万人にすべく数値を設定。

2023年から商品・サービスへの高付加価値化の取り組みの推進を行うこと、また物価の上昇に伴い上方修正を行った。

延べ宿泊者数

市が年毎に集計している「指宿市の観光統計」からその実績を抽出。

指宿市観光ビジョンの目標に基づき、2027年に延べ宿泊者数を61.4万人、インバウンドにおいては7.4万人にすべく数値を設定。

来訪者満足度

指宿市来訪者アンケートを活用し市内の主要観光施設にて調査を実施。2022年の実績が87.1%まで落ち込んだことから2023年は目標を88%へと下方修正。以後は0.5%ずつ上昇で設定。インバウンドの数値収集については現在検討をしている。

リピーター率

指宿市来訪者アンケートを活用し市内の主要観光施設にて調査を実施。2022年の実績が56.4%まで落ち込んだことから2023年は目標を62%へと下方修正。以後は2%ずつ上昇で設定。インバウンドの数値収集については現在検討をしている。

(2) その他の目標

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
Webサイトの アクセス状況 (件)	目標		586,839	616,181	812,000	901,994	994,000
		(-)	(-)	(-)	(25,000)	(20,000)	(25,000)
	実績	558,894	585,589	709,319			
		(11,366)	(7,705)	(11,304)			
入込観光客数 (人)	目標	-	2,597,379	2,961,012	3,306,000	3,400,997	3,487,000
		(-)	(743)	(7,428)	(19,000)	(51,997)	(60,000)
	実績	2,295,396	2,191,669	2,842,188			
		(9,989)	(98)	(1,629)			
砂むし温泉の 入浴者数 (人)	目標	-	237,218	260,940	289,960	394,674	410,400
		(-)	(619)	(6,187)	(34,960)	(95,674)	(110,400)
	実績	157,909	117,473	178,643			
		(7,949)	(60)	(5,420)			

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

KPIの目標値については、年毎の各データが揃った段階で、見直しの有無を検討し、理事会や各種会議等で共有を行う。今後住民満足度収集も視野に入れる。

【設定にあたっての考え方】

Webサイトのアクセス状況（件）

市観光サイト「いぶすき観光ネット」を調査対象とし、Google アナリティクスを活用し、年毎の実績を調査する。宿泊見込みに対して2倍の目標値を設定。

入込観光客数（人）

市が年毎に集計している「指宿市の観光統計」からその実績を抽出。

指宿市観光ビジョンの目標に基づき、2027年に入込観光客数を371万人にすべく目標値を設定。

砂むし温泉の入浴者数（人）

2022年は目標を下回った。2021年からは52%増加したことから、2024年度は2023年国内入浴者目標値から40,000人増、外国人に関しては各年のインバウンド宿泊の1.8倍とし目標値を設定。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。
現に活動している法人にあつては、過去3年間の実績も記入すること。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2020（R2） 年度	149,897,643（円）	【市からの負担金】 98,047,000（円） 【受託費】 45,817,000（円） 【事業収入】 5,810,150（円） 【補助金収入】 222,440（円） 【その他】 1,053（円）
2021（R3） 年度	144,248,071（円）	【補助金】 1,236,504（円） 【市からの負担金】 110,084,533（円） 【受託費】 30,776,600（円） 【事業収入】 2,001,765（円） 【その他】 148,669（円）
2022（R4） 年度	226,075,895（円）	【市からの負担金】 84,796,000（円） 【補助金収入】 6,000,000（円） 【受託費】 51,048,651（円） 【事業収入】 80,721,014（円） 道の駅指定管理事業開始 【雑収入】 3,510,230（円）
2023（R5） 年度	200,034,000（円）	【市からの負担金】 68,900,000（円） 【受託費】 48,018,000（円） 【事業収入】 80,502,000（円） 【雑収入】 2,614,000（円）
2024（R6） 年度	208,150,000（円）	【市からの負担金】 68,900,000（円） 【受託費】 50,390,000（円） 【事業収入】 85,860,000（円） 【雑収入】 3,000,000（円）
2025（R7）	211,330,000（円）	【市からの負担金】 68,900,000（円）

年度		【受託費】	50,390,000 (円)
		【事業収入】	89,040,000 (円)
		【雑収入】	3,000,000 (円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)	
2020(R2)年度	143,931,480 (円)	【事業費】	109,664,920 (円)
		【一般管理費】	34,266,560 (円)
2021(R3)年度	131,610,741 (円)	【事業費】	93,502,262 (円)
		【一般管理費】	38,108,479 (円)
2022(R4)年度	213,277,754 (円)	【事業費】	137,817,882 (円)
		【一般管理費】	75,459,872 (円)
2023(R5)年度	195,414,000 (円)	【事業費】	144,368,000 (円)
		【一般管理費】	51,046,000 (円)
2024(R6)年度	200,150,000 (円)	【事業費】	149,104,000 (円)
		【一般管理費】	51,046,000 (円)
2025(R7)年度	203,330,000 (円)	【事業費】	152,284,000 (円)
		【一般管理費】	51,046,000 (円)

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

○ふるさと納税寄附額向上や地域事業者の魅力ある商品・サービス作りを支援するため、事業者と連携した商品・サービス開発やプロモーションの実施など市から事業を受託し、受託手数料を収入とすることにより一定の自主財源の確保に努める。

○道の駅いぶすきの指定管理者として、地域事業者と連携して魅力ある売り場づくりに努め、地域製品の販売により収益性を高め、生産者の利益に寄与するとともに、自主財源の確保に努める。

市からの適正な補助金の確保に努める。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

一般社団法人いぶすき観光デザインは、関係団体と連携し、戦略に基づいた観光・商工業・農水産業等の産業全般の振興を図り、指宿市の地域経済の振興に寄与することを目的に設立された法人であり、観光で地域が稼げる仕組みづくりや環境整備をすることによって、地域経済を活性化させることが期待されています。

このため、鹿児島県指宿市は一般社団法人いぶすき観光デザインを本市の地域DMOとして登録したいので、一般社団法人いぶすき観光デザインとともに申請します。

**9 . マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）
や地域DMOと重複する場合の役割分担について（ 重複しない場合は記載不要）**

重複しない

10 . 記入担当者連絡先

担当者氏名	黄川田 まなぶ
担当部署名（役職）	プロデューサー
郵便番号	891-0497
所在地	鹿児島県指宿市十町 2424
電話番号（直通）	0993-23-1070
F A X 番号	0993-23-1073
E - m a i l	ibusuki-td@po.minc.ne.jp

11 . 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	指宿市役所
担当者氏名	前川 貴志
担当部署名（役職）	産業振興部観光課観光企画係（主査）
郵便番号	891-0497
所在地	鹿児島県指宿市十町 2424
電話番号（直通）	0993-22-2111（内線 324）
F A X 番号	0993-23-4987
E - m a i l	kanko@city.ibusuki.jp

記入日: 令和5年 7月 11日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

鹿児島県指宿市

【設立時期】 令和2年1月24日

【設立経緯】

区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者・マーケティング責任者(CMO)】 秋元 雅博

【財務責任者(CFO)】 邊見 重英

【職員数】 28人(常勤25人[正職員17人・出向等4人・契約社員4人]、非常勤3人[正職員1人・契約社員2人])

【主な収入】

226百万円(負担金85百万円 受託事業51百万円 事業収入81百万円 その他9百万円) 令和4年度決算

【総支出】

213百万円(事業費138百万円、一般管理費75百万円) 令和4年度決算

【連携する主な事業者】

指宿市、指宿市観光協会、指宿市温泉旅館事業協同組合、指宿商工会議所、菜の花商工会、いぶすき農業協同組合、指宿漁業協同組合、山川町漁業協同組合、かいらい漁業協同組合、山川水産加工業協同組合

KPI(実績・目標)

()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	(-)	(-)	12,342 (73)	20,706 (1,330)	27,174 (4,680)	32,389 (6,000)
	実績	(-)	11,202 (3.6)	12,268 ()			
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	(-)	430.0 (0.7)	498.8 (7.4)	406.0 (19.0)	450.9 (51.9)	497.0 (60.0)
	実績	339.7 (9.9)	259.5 (0.09)	387.7 (1.6)			
来訪者 満足度 (%)	目標	()	88 ()	89 ()	88 ()	88.5 ()	89 ()
	実績	90.5 (-)	89.7 (-)	87.1 (-)			
リピーター率 (%)	目標	()	67 (-)	67 (-)	62 (-)	64 (-)	66 (-)
	実績	66.9 (-)	59.3 (-)	56.4 (-)			

具体的な取組

【地域資源を活用した稼げる地域づくり】

- ふるさと納税事業を生かした地域産業の活性化
事業者と連携した返礼品の質の向上
戦略的かつ効果的なプロモーションの実施
事務作業効率化のための体制見直し
- 道の駅いぶすきを活用した地域の一次産業の活性化
新たな出荷者並びに魅力ある商品の発掘
野菜の夏枯れ対策
顧客情報の獲得と観光情報等の発信
地域創生型農業の推進
指宿市民の利用向上対策と近隣地域への情報発信
季節に応じた旬なキャンペーンやイベントの実施
- 地域団体と連携した地域資源の魅力向上
ブルーーツーリズム事業(指宿漁業協同組合)
温泉巡り動画制作(各町湯施設)
星空観察会、指宿鯉節体験(NPO法人指宿観光&体験の会)
指宿鯉節を使用した開発商品の周知や販売促進(山川水産加工業協同組合、市内製造事業者)



道の駅いぶすき彩花菜館



地域活性化セミナー

戦略

【主なターゲット】

- 九州管内・関東、関西などの大都市圏の若い世代
- 富裕層の個人客
- 台湾・香港を中心としたインバウンド

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- DMO機能を発揮した観光地域づくり
- 地域資源を活用した稼げる地域づくり
- 商品・サービスの高付加価値化の取り組みの推進

【観光地域づくりのコンセプト】

ALOHAなまち指宿 ~観光6Gへ~

【DMO機能を発揮した観光地域づくり】

1「観光地域マーケティング力の向上」を図る取組み

観光地域マーケティングチームによる課題共有及び対応策の協議

CRMシステムの導入

専門人材の活用

観光地域マーケティングの基盤となる各種情報の収集及び分析

・観光地やイベント等における調査の実施(年2回+主要イベント)

・観光施設における調査の実施(月次)

・児童意向調査や観光教育(年次)

・収集した内容の分析・共有

2「地域マネジメントシステムの構築」を図る取組み

地域マネジメント体制の確立

3 DMO本登録に向けた取組み

高付加価値化事業等の補助事業等の活用

登録DMOに向けた取り組みの推進