様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：2025 年 7 月 1 日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･(地域ＤＭＯ)	
観光地域づくり法人の名称	公益財団法人 鹿児島観光コンベンション協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 鹿児島県鹿児島市	
所在地	鹿児島県鹿児島市	
設立時期	1995 年 4 月 1 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	45 人【常勤 45 人（正職員 41 人・出向等 4 人）、非常勤 0 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） ※必ず記入すること	（氏名） 池田　哲也　「専従」 （出身組織名） (公財)鹿児島観光コンベンション協会	市の企画財務局長を経て（公財）鹿児島観光コンベンション協会専務理事に就任。行政との調整や政策立案、産業振興に関して幅広い見識を有する。
マーケティング・マネジメント全体の責任者	（氏名） 松村　優也　「専従」 （出身組織名） (公財)鹿児島観光コンベンション協会	（一社）下呂温泉観光協会で 10 年以上、データ収集・分析において中心的な役割を担い、宿泊データ分析システムや CRM 管理、HP などの DX 化の推進だけでなく、客観的データに基づく現状把握や地域課題を具現化し解決に導く事業に従事。 2025 年 4 月から当協会の DMO 戦略部長として、国内・インバウンド・MICE に関するデータ分析・誘客戦略の策定に従事。
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 ※必ず記入すること	（氏名） 岩﨑　真吾　「専従」 （出身組織名） 鹿児島市役所	市の観光プロモーション課（現・観光戦略推進課）を経て、2023 年 4 月から当協会の DMO 戦略課長に就任。これまで観光地域マーケティング戦略となる DMO 戦略の策定のほか、観光 CRM や国内外の観光プロモーション、コンテンツ開発等に取り組む。

様式１

MICE 部門の専門人材	（氏名） 谷脇　真二　「専従」 （出身組織名） （株）JTB	株式会社 JTB にて 18 年間勤務。九州各県において、団体旅行営業、クルーズ旅行の企画・販売、地域交流事業などに従事。協会では、鹿児島県で唯一の MICE 誘致専門部署の責任者として、国内外に向けた MICE 誘致セールスをはじめ、地元観光コンテンツの開発・ブラッシュアップなど、MICE 受入環境の整備事業を統括している。
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	（氏名） 杉原　佑青　「専従」 （出身組織名） (公財)鹿児島観光コンベンション協会	当協会専従の総務課長として財務を担当し、持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	鹿児島県鹿児島市 【観光交流局】 ・観光戦略推進課（観光に係る企画及び調整、観光の広報宣伝並びに観光客の誘致等） ・世界遺産・ジオ・ツーリズム推進課（世界遺産の活用、ジオパーク活動の推進、グリーン・ツーリズムの推進） ・観光振興課（おはら祭等各種イベントの実施、観光施設維持管理） ・スポーツ課（スポーツツーリズムの推進） 【産業振興部】（産業振興全般） 【農林水産部】（農林・水産の振興） 【交通局】 ・電車事業課（市電の運営） ・バス事業課（市バスの運営） 【船舶局】 ・営業課（桜島フェリーの利用や貸切船及びクルーズ船に係る企画・誘致） 【その他】 ・ふるさと納税・シティプロモーション戦略課（シティプロモーション） ・国際交流課（国際交流都市との連携） ・デジタル戦略推進課（デジタル化の推進） ・交通政策課（公共交通政策） ・地域づくり推進課（地域振興） ・文化財課（文化財の保存・活用）	
連携する事業者名及び役割	鹿児島商工会議所（市内経済団体） 鹿児島県観光・文化スポーツ部（観光戦略連携） （公社）鹿児島県観光連盟（広域観光連携） 鹿児島市ホテル旅館組合（宿泊） （公社）鹿児島県特産品協会（地域産品開発・販売） （公社）鹿児島青年会議所（市内経済団体） （公社）鹿児島県バス協会（２次交通） （一社）鹿児島市タクシー協会（２次交通） 鹿児島県飲食業生活衛生同業組合 鹿児島県漁業協同組合連合会 鹿児島みらい農業協同組合 鹿児島市社交業組合 九州旅客鉄道（株）鹿児島支社（関西圏・北部九州からの誘客） 日本航空（株）鹿児島支店（鹿児島空港を起点とした誘客） 全日本空輸（株）鹿児島支店（鹿児島空港を起点とした誘客） （一社）日本旅行業協会九州支部鹿児島地区委員会（旅行商品造成・販売）	

様式１

<table>
<tr><td>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</td><td>【該当する登録要件】①②
ワーキンググループにおいて議論された戦略を DMO 経営企画会議で協議し、多様な業種の関係者が参加する当協会の理事会・評議員会において官民連携事業の合意を図る。
更に多様な業種の各代表が参加する観光未来戦略総合会議において、ＤＭＯの議論を含め持続可能な官民連携事業の全体合意を図る。また、観光地域づくり法人を中心とした事務レベルの幹事会において、具体的な戦略の検討、事業進捗の確認を行い観光未来戦略総合会議で報告、決定を得る。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>・協会役員、賛助会員、ボランティアガイド、市民や学生などへ観光に関する意識啓発を目的としたセミナー及び DMO の取組について理解促進を図る事業報告会を開催。（直近実績：①2024 年 7 月 25 日、②2024 年 12 月 25 日に専門家を招聘したセミナー及び DMO 事業報告会を開催）
・市民等に対して観光の意義や効果をわかりやすく伝えるチラシを制作し、WEB サイト等で公開している。
（URL）https://www.kagoshima-yokanavi.jp/downloads/media/11975.pdf</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・2019 年度 鹿児島市公式観光サイト「かごしま市観光ナビ」リニューアル事業
多言語での情報発信及びスマートフォン対応を行うため、鹿児島市公式観光サイト「かごしま市観光ナビ」をリニューアルした。また、サイトを通して体験メニューや飲食店の予約も可能とした。
・2019 年度 海外市場における「かごしま市観光ナビ」利用促進事業
東アジア・ＡＳＥＡＮ・欧米豪などの海外市場を対象とし、各市場における潜在顧客を鹿児島市公式観光サイト「かごしま市観光ナビ」へ呼び込むためのデジタルプロモーションを実施した。
・2020 年度 鹿児島市の魅力及び観光キャンペーン情報発信のためのデジタルマーケティング事業
国内市場に向けて、当協会・市・県等の各種キャンペーンの認知度向上を図り、誘客に繋げるプロモーションを実施した。
・2021～2022 年度 世界水泳をフックとしたプロモーション事業
世界水泳選手権福岡大会（2023 年）にあわせて、2021 年に九州・鹿児島市周遊観光の魅力を発信する特設サイトを９市町と連携して制作し、2022 年はサイトを活用したプロモーションを実施した。
・2021、2023 年度 JNTO Monthly Web Magazine への掲載
インバウンドの誘客を図るため、JNTO ウェブサイト内に多言語で記事を掲載し、広告配信を行った。
・2021 年度 海外向け観光ＰＲコンテンツ制作事業
体験コンテンツを中心に鹿児島市の魅力を最大限ＰＲする訴求力の高い画像コンテンツの制作を行った。</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		・2021 年度 「かごしま市観光ナビ」の認知度向上のためのプロモーション かごしま市観光ナビの認知度向上を図り、旅行消費の拡大及び観光需要の回復を促進するため、鹿児島ファンアプリ「わくわく」と連動した観光情報の発信を行った。 ・2022～2025 年度 観光ＣＲＭアプリケーション運用 リピーターの確保や観光消費額の向上を図るため、観光情報等を掲載した観光ＣＲＭアプリケーションを活用して地域マーケティングを行う。 ・2023～2025 年度 メディアプロモーション事業 鹿児島市への誘客を図るため、SNS 及び WEB を活用したプロモーション、OTA と連携し造成した宿泊プランを発信するプロモーション等を実施。 ・2023～2024 年度 海外プロモーション事業 鹿児島市の観光消費額の拡大のため、香港・台湾・韓国市場における個人旅行者向けのプロモーションを実施。 ＜ＭＩＣＥ誘致＞ ・2019 年度　法人向けサイトの改修 ・2019～2025 年度　ＭＩＣＥ誘致に向けた国内セールス活動 ※2025 年度から九州・山口エリアの旅行会社をターゲットにインセンティブ旅行誘致を主目的としたセールスを図る。またステークホルダー同行で、首都圏の MICE 主催団体に対するセールスを実施した。 ・2023 年度　海外でのセールス活動（台湾） 地元ステークホルダー同行で、台湾の旅行会社をターゲットとした誘致セールスを実施した。 ・2024 年度　海外でのセールス活動（韓国、台湾） 前年度の台湾に加えて、韓国の旅行会社への誘致セールスを実施した。 ・2019～2024 年度　ＭＩＣＥに特化した商談会出展（国内外旅行会社・ＰＣＯ・ＭＩＣＥ主催団体向け誘致活動） ・2023 年度　海外での商談会出展（台湾） 台湾でＪＮＴＯが主催するインセンティブ旅行商談会に出展し、現地旅行会社と商談を行った。 ・2024 年度　海外での商談会出展（韓国、台湾） 前年度の台湾での出展に加えて、韓国でのインセンティブ旅行商談会に出展し、現地旅行会社と商談を行った。 ・2019～2024 年度　他エリアコンベンションビューローとの連携によるセールス活動 ・2024 年度　法人向けサイトの改修 本市の MICE 開催地としての魅力を掲載するとともに、MICE 誘致・支援事業を分かりやすく紹介する特集ページを新たに作成した。

様式１

	受入環境の整備	・2019 年度 体験プログラム事業者の訪日外国人受入体制強化支援事業 体験事業者が訪日外国人旅行者を 日常的に受け入れるための体制を整えるとともに、オンラインによる販路を確立するための支援を実施した。 ・2019 年度 飲食店における多言語対応力及び情報発信力の強化支援事業 飲食店における多言語メニューやおもてなしツールの整備などにより、訪日外国人旅行者の受入体制の強化を図った。 ・2019～2023 年度 外国人観光客対応人材育成事業 観光関連事業者やボランティアガイドの英語力及びコミュニケーション力向上のための講座を実施した。 ・2020 年度 体験事業者のオンライン販売支援事業 2019 年度に実施した体験事業者のオンライン販売体制を維持・拡大するとともに、マイクロツーリズムの需要を喚起するキャンペーンを実施した。 ・2020 年度 飲食店における顧客満足度向上支援事業 飲食店における基本的なサービス、新型コロナウイルス感染症への対応、将来を見据えた訪日観光客に対する準備など、顧客満足度の構成要素を調査するとともに、事業者へのフィードバックと改善にむけた助言等を実施した。 ・2020、2023～2025 年度 外国語版観光ガイドマップ作成事業 英語・繁体字・簡体字・韓国語の観光情報を掲載したマップを作成し、観光案内所や観光施設などに設置することにより訪日外国人旅行者の受入環境を整備した。 ・2023～2025 年度 インバウンド向けコンテンツ魅力・販売力強化事業 訪日外国人旅行者の受け入れ体制を強化するため、体験事業者が提供しているメニューの翻訳や海外向け OTA への掲載支援を実施した。 ＜ＭＩＣＥ誘致＞ ・2019～2025 年度　ステークホルダー連携及び情報共有事業展開 ・2019～2025 年度　ユニークベニュー開発 ・2019～2025 年度　セミナー等の開催によるＭＩＣＥ受け入れ機運醸成 ・2019～2025 年度　ＭＩＣＥ開催支援事業 ・2023～2025 年度　おもてなしサービス券の発行 ＭＩＣＥ参加者の街なか誘引策として、鹿児島市内 20 店舗で使用できるサービス券を発行・配布した。

	観光資源の磨き上げ	・2019 年度 体験プログラム事業者の訪日外国人受入体制強化支援事業（再掲） 体験事業者に対して、体験アクティビティ市場の現状や他地域における成功事例などを紹介するセミナーを実施した。 ・2021 年度 体験事業推進研究会の開催 体験事業者がそれぞれのアイデアを出し合い、体験コンテンツのブラッシュアップや事業者連携を促進する意見交換会を開催した。 ・2022 年度 福岡市・熊本市・鹿児島市の周遊促進に係る事業 世界マスターズ水泳選手権 2023 九州大会を機に、開催都市である福岡市・熊本市・鹿児島市の魅力を発信することで、3 都市の周遊を促進するとともに、マスターズ大会参加者の増加と観光需要の促進を図るツアーを造成し、特設サイトに掲載した。 ・2023～2025 年度 インバウンド向けコンテンツ魅力・販売力強化事業（再掲） 体験事業者が提供しているメニューのブラッシュアップや高付加価値なメニュー開発に向けた支援を実施した。 ＜ＭＩＣＥ誘致＞ ・2019～2025 年度　ＭＩＣＥ参加者向けコンテンツの造成 ・2019～2025 年度　エクスカーション用コンテンツ造成のためのフィールドワーク ・2019～2024 年度　国際ＭＩＣＥ対応の富裕層向けコンテンツ造成 ・2019～2024 年度　産業観光、テクニカルプログラム勉強会の実施 ・2024 年度　MICE プログラムの商品化に向けたモニターツアーの実施 モニターツアーの実施に併せて、ステークホルダーとの意見交換の場を設け、MICE 向けコンテンツのブラシュアップを図った。

【定量的な評価】

■かごしま市観光ナビ　ＰＶ数

2019 年度：1,680,477　2020 年度：2,053,327　2021 年度：2,829,980

2022 年度：3,940,345　2023 年度：5,333,700　2024 年度：5,793,886

■国内プロモーション（2024 年度）

・新観光 PR 動画制作及びプロモーション

SNS 広告で使用するショート動画「This is KagoSSSSSSSSSShima.」を制作し、プロモーションを実施した。

内容	掲出期間	実績
YouTube	2024 年 11 月 1 日(金) ～12 月 31 日(火)	表示回数：3,315,936 リンククリック数：3,913
Meta (Instagram・ Facebook)	2024 年 11 月 1 日(金) ～12 月 31 日(火)	表示回数：1,910,028 リンククリック数：1,048

様式１

・観光 PR 動画（維新 dancin'）を活用した広告

内容	掲出期間	実績
YouTube	2024 年 9 月 1 日(日) ～10 月 31 日(木)	表示回数：2,164,202 リンククリック数：464

・観光ポスターを活用した広告

内容	掲出期間	実績
Yahoo	2024 年 7 月 1 日(月) ～7 月 31 日(水)	表示回数：25,301,153 リンククリック数： 39,247

・OTA（オンライン旅行代理店）を活用したプロモーション

楽天トラベル内に鹿児島市の特集ページを制作し、バナー広告や OTA 会員へのダイレクトメールを配信。

内容	掲出期間	実績
バナー広告	2024 年 12 月 2 日(月) ～1 月 5 日(日)	特集ページ：30,113PV
楽天会員へのﾀﾞｲﾚｸﾄﾒｰﾙ	2024 年 12 月 4 日(水)	配信数：63,400 通

■海外プロモーション（2024 年度）

インバウンド誘客に向け、主に香港・台湾・韓国 3 市場における個人旅行者向けのプロモーションを展開。

・「かごしま市観光ナビ」へ掲載する特集記事（5 言語）作成
　記事作成件数：9 件
・Web 広告運用（香港・台湾・韓国）
・Facebook ページ「Fun 遊鹿児島」を活用した SNS プロモーション（香港・台湾）
　投稿件数：23 件
・「ＦＵＮ！ＪＡＰＡＮ」と連動したプロモーション（香港・台湾）
　投稿件数：2 件

■インバウンド向けコンテンツ魅力・販売力強化事業（2024 年度）

訪日外国人旅行者の受け入れ体制を強化するため、体験事業者が提供しているメニューの翻訳や海外向け OTA への掲載支援を実施。

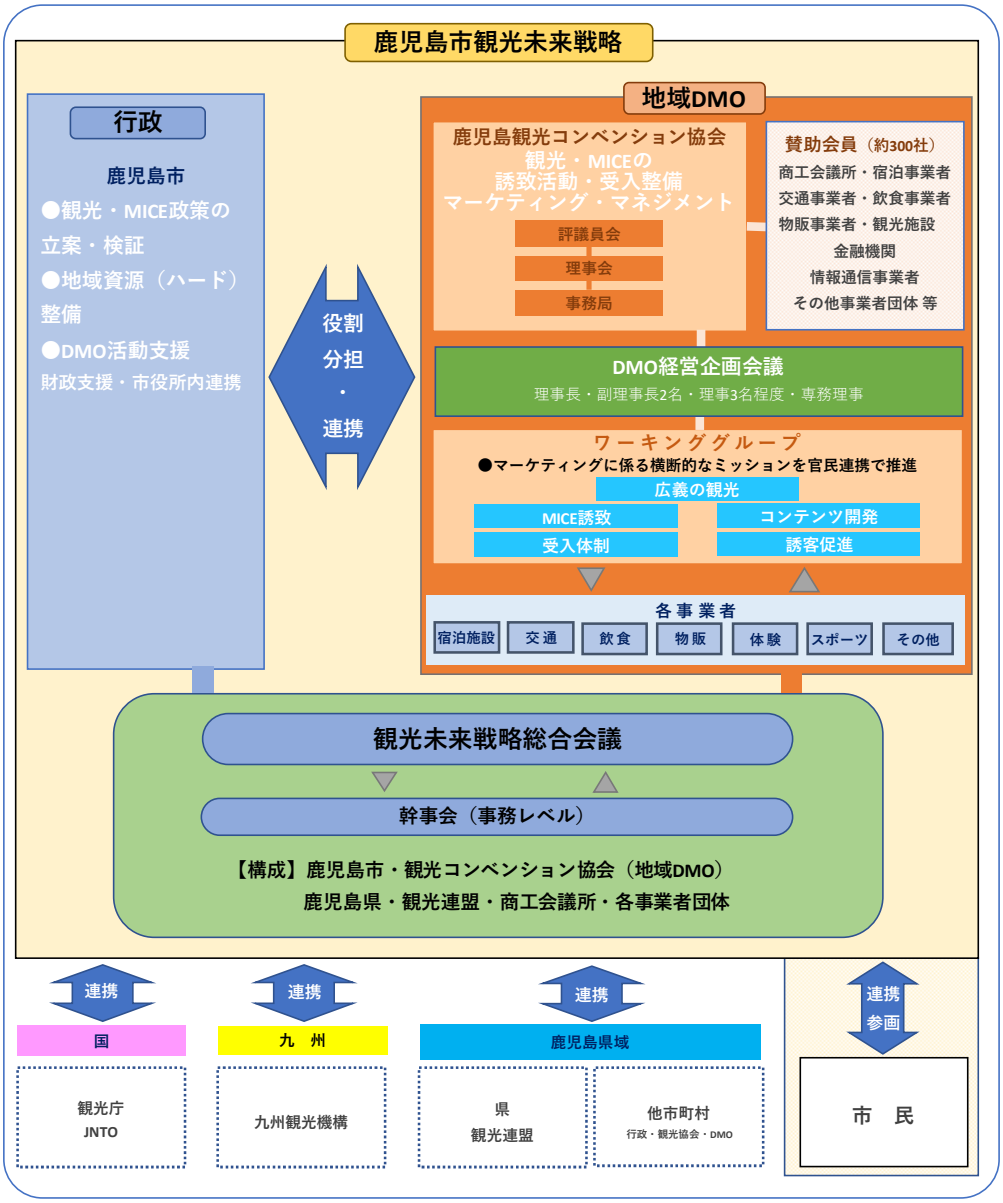
・掲載支援件数：12 件
・販売件数：37 件

■MICE 誘致セールス（2024 年度）

地域内のステークホルダーと連携し、首都圏において共同でセールス活動を実施。地域が一体となった取り組みとして、開催候補地であることの意義や意欲を大会事務局に対して効果的に訴求した。

・首都圏、関西、名古屋等：185 件
・海外セールス
　韓国：19 件
　台湾：14 件
・地元セールス：71 件

様式１

実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** 鹿児島市との役割分担を整理し綿密な連携を図りながら、マーケティングに係る横断的なミッションを官民連携で推進するためワーキンググループを設置する。また、DMO 経営企画会議ではワーキンググループから持ち上がった企画・施策案や DMO の運営全般について協議検討を行い事業計画等に反映する。更に鹿児島市観光未来戦略の着実な推進に向け、観光未来戦略総合会議に構成委員として参画し行政、商工会議所、観光連盟、各事業者団体など多様な関係者と連携を図りながら観光地域づくりを推進する。 **【実施体制図】** 

様式１

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】

©パスコ©IPC

【区域設定の考え方】

当協会は「鹿児島市観光未来戦略」の基本目標の実現のため、鹿児島市と連携して観光地域づくりを推進していることから、当該自治体である鹿児島市をマーケティング･マネジメント対象とする区域として設定する。

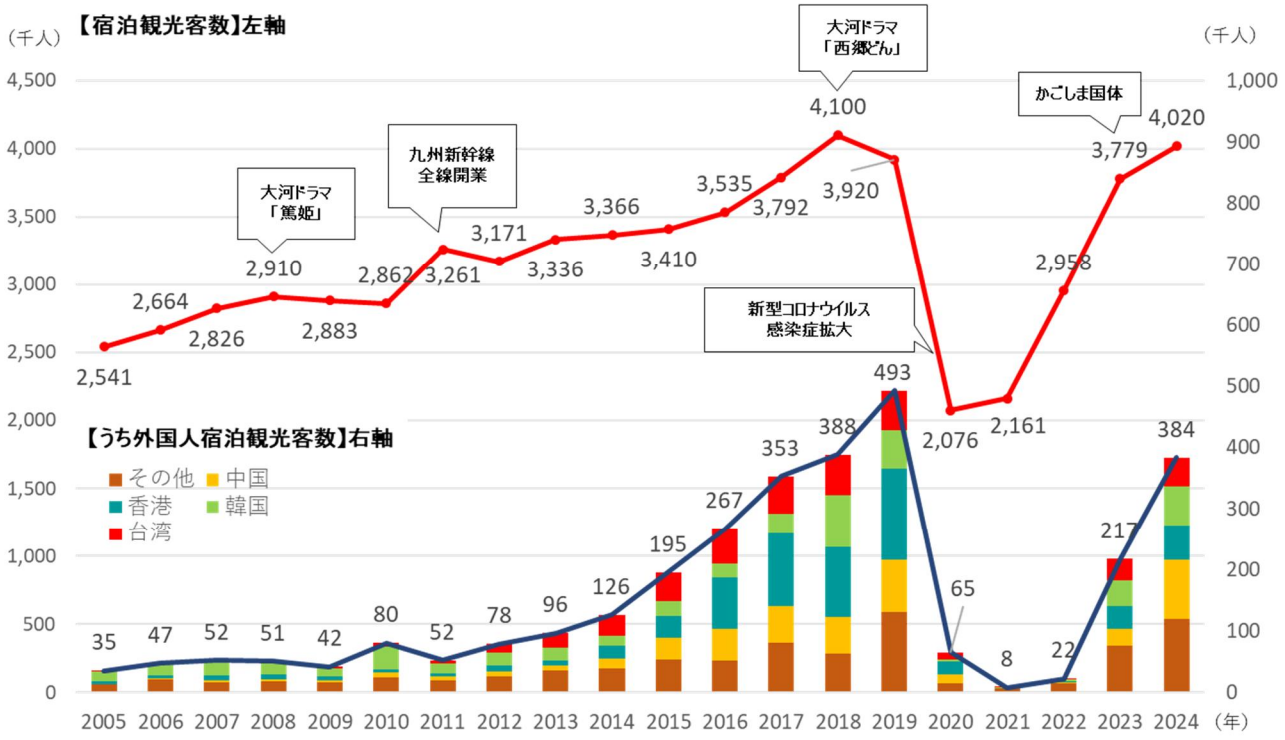
様式１

【観光客の実態等】

・鹿児島市の宿泊観光客数は、2020 年及び 2021 年は新型コロナウイルス感染症の影響により大きく減少したが、その後回復傾向で推移し、2024 年は同感染症流行前の水準まで回復した。

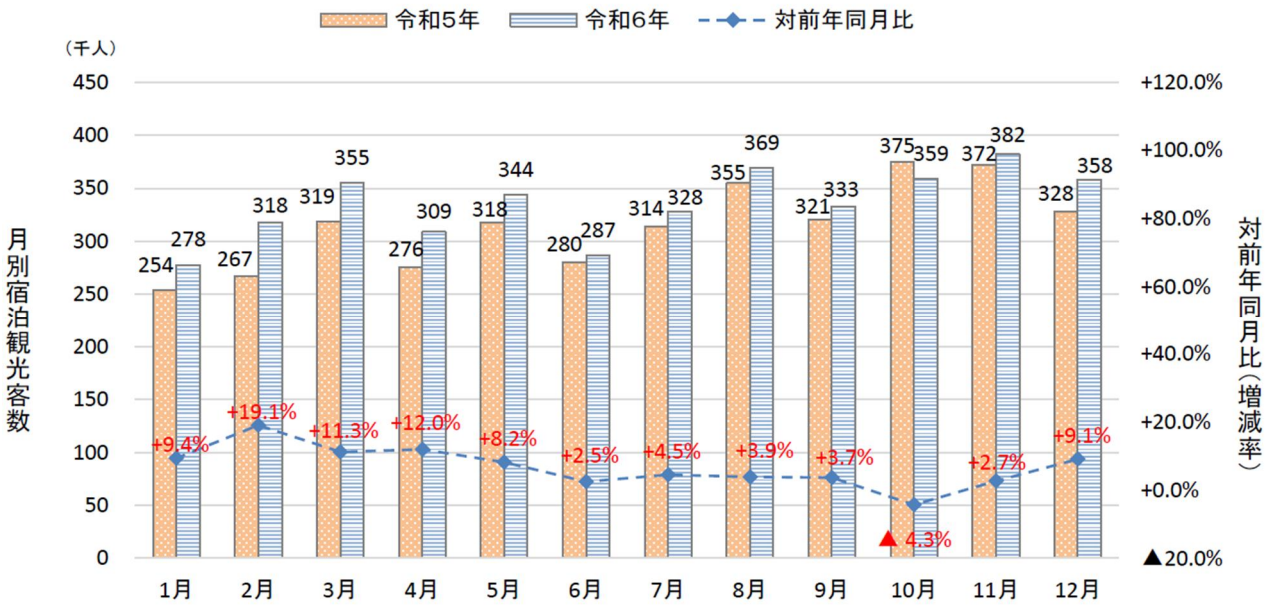
・外国人宿泊観光客数は、2023 年に鹿児島空港の国際線定期路線（香港・韓国）が再開したことなどにより、回復傾向となっている。

■鹿児島市宿泊観光客数の推移



出典：鹿児島市観光統計

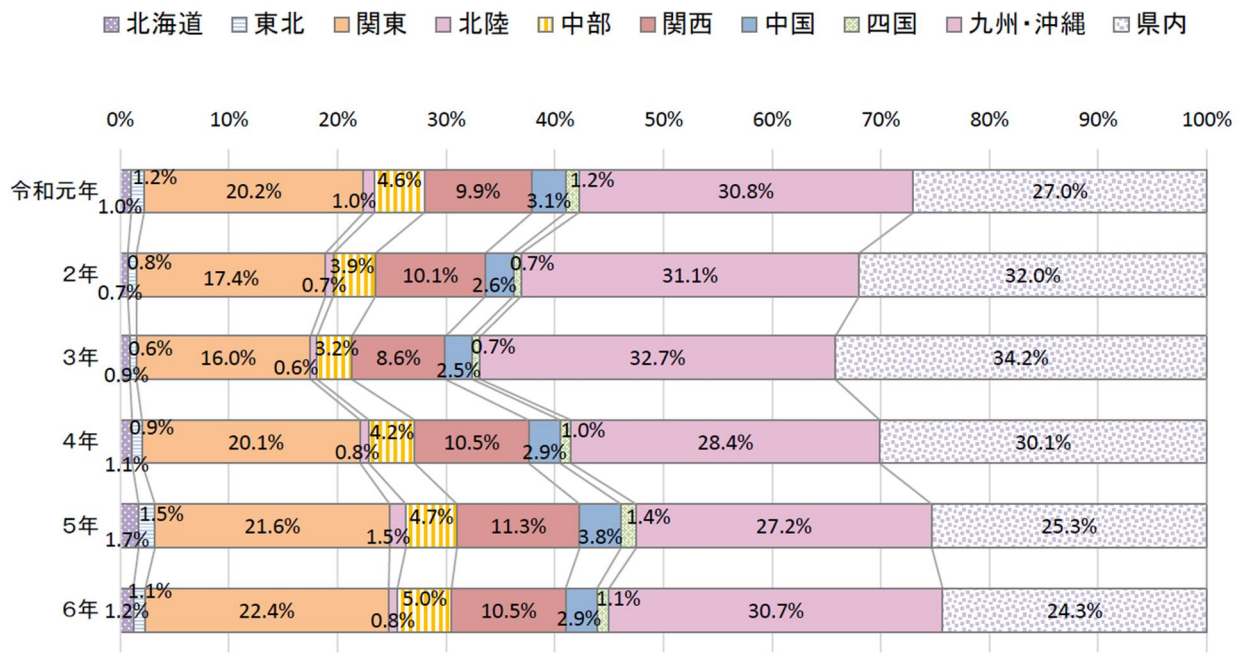
■月別宿泊観光客数



出典：鹿児島市観光統計

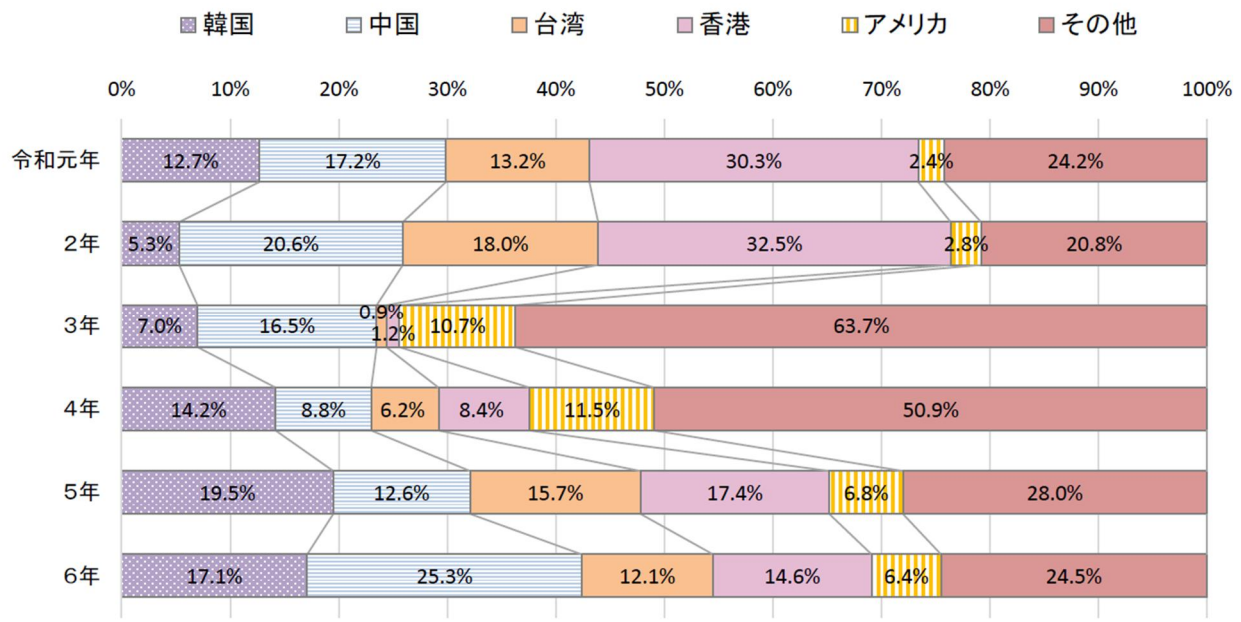
様式１

■発地別宿泊観光客数の構成比



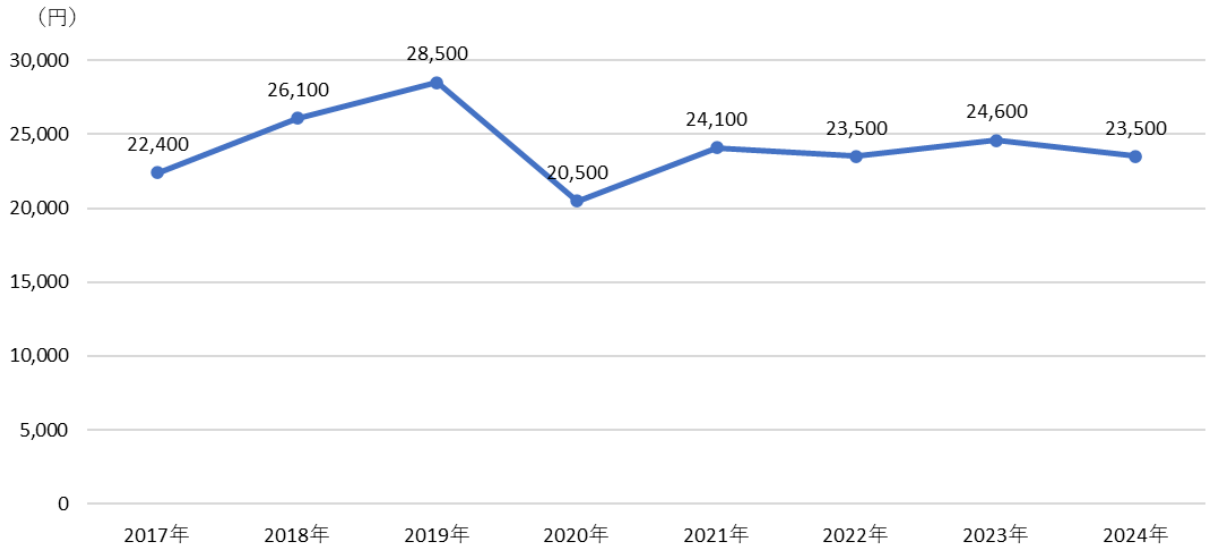
出典：鹿児島市観光統計

■国別外国人宿泊観光客の構成比



出典：鹿児島市観光統計

■鹿児島市での１人１泊あたり観光消費額の推移（日本人）



出典：鹿児島市観光消費額調査・マーケティング分析報告書

・年齢別にみると、50 歳代が 27,000 円と最も高くなっており、次いで 60 歳代が 26,500 円となっている。

■鹿児島市での１人１泊あたり観光消費額（2024 年）

		調査数（※）	交通費（市内）	宿泊費（市内）	土産代（市内）	飲食費（市内）	入場料（市内）	体験料（市内）	その他（市内）	合計
全体		n＝379	¥2,600	¥10,200	¥3,900	¥6,400	¥300	¥0	¥100	**¥23,500**
居住地	北海道・東北	n＝11	¥2,100	¥9,800	¥6,600	¥8,600	¥300	¥0	¥0	**¥27,400**
	関東	n＝124	¥3,600	¥9,900	¥4,000	¥6,300	¥200	¥0	¥100	**¥24,100**
	北陸・中部	n＝45	¥2,700	¥11,900	¥5,500	¥7,300	¥400	¥0	¥0	**¥27,800**
	関西	n＝50	¥2,500	¥10,800	¥3,800	¥6,200	¥200	¥0	¥0	**¥23,500**
	中国・四国	n＝15	¥1,900	¥9,600	¥3,900	¥6,000	¥400	¥0	¥0	**¥21,800**
	九州・沖縄（鹿児島県以外）	n＝71	¥2,000	¥12,300	¥4,300	¥7,000	¥600	¥0	¥400	**¥26,600**
	鹿児島県	n＝62	¥1,600	¥7,200	¥1,800	¥5,100	¥100	¥0	¥0	**¥15,800**
年齢	20歳代以下	n＝72	¥2,100	¥8,800	¥2,700	¥5,600	¥300	¥0	¥0	**¥19,500**
	30歳代	n＝54	¥3,100	¥10,300	¥3,300	¥6,500	¥300	¥0	¥0	**¥23,500**
	40歳代	n＝84	¥2,900	¥9,900	¥3,100	¥6,300	¥300	¥0	¥0	**¥22,500**
	50歳代	n＝79	¥3,000	¥11,000	¥4,900	¥7,200	¥400	¥0	¥500	**¥27,000**
	60歳代	n＝53	¥2,100	¥11,700	¥5,700	¥6,700	¥200	¥100	¥0	**¥26,500**
	70歳代以上	n＝37	¥1,700	¥9,700	¥4,400	¥5,800	¥300	¥0	¥0	**¥21,900**
来鹿回数	トライアラー（1回目）	n＝96	¥3,000	¥11,200	¥4,800	¥6,200	¥300	¥0	¥0	**¥25,500**
	リピーター（2回以上）	n＝266	¥2,500	¥10,000	¥3,400	¥6,600	¥300	¥0	¥200	**¥23,000**

出典：鹿児島市観光消費額調査・マーケティング分析報告書

【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】

行政、民間事業者、関係団体と連携し、下記観光資源を生かして誘客を図る。

観光施設	仙巌園、旧鹿児島紡績所技師館（異人館）、関吉の疎水溝、寺山炭窯跡、城山展望台、西郷隆盛銅像、いおワールドかごしま水族館、維新ふるさと館、鹿児島市平川動物公園、鹿児島市立美術館、奄美の里、鶴丸城御楼門、有村溶岩展望所、湯之平展望所、桜島ビジターセンター、黒神埋没鳥居
商業施設	山形屋、マルヤガーデンズ、アミュプラザ鹿児島、Li-Ka1920、センテラス天文館
自然	桜島、錦江湾
文化	薩摩切子、薩摩焼、示現流
スポーツ	鹿児島マラソン、ランニング桜島
イベント	おはら祭、おぎおんさぁ、かごしま錦江湾サマーナイト大花火大会、鹿児島大ハンヤ春祭り、西郷隆盛生誕 200 年・没後 150 年記念プロジェクト（2026・2027 年度）

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

■鹿児島市における宿泊施設の域内分布

©パスコ©IPC

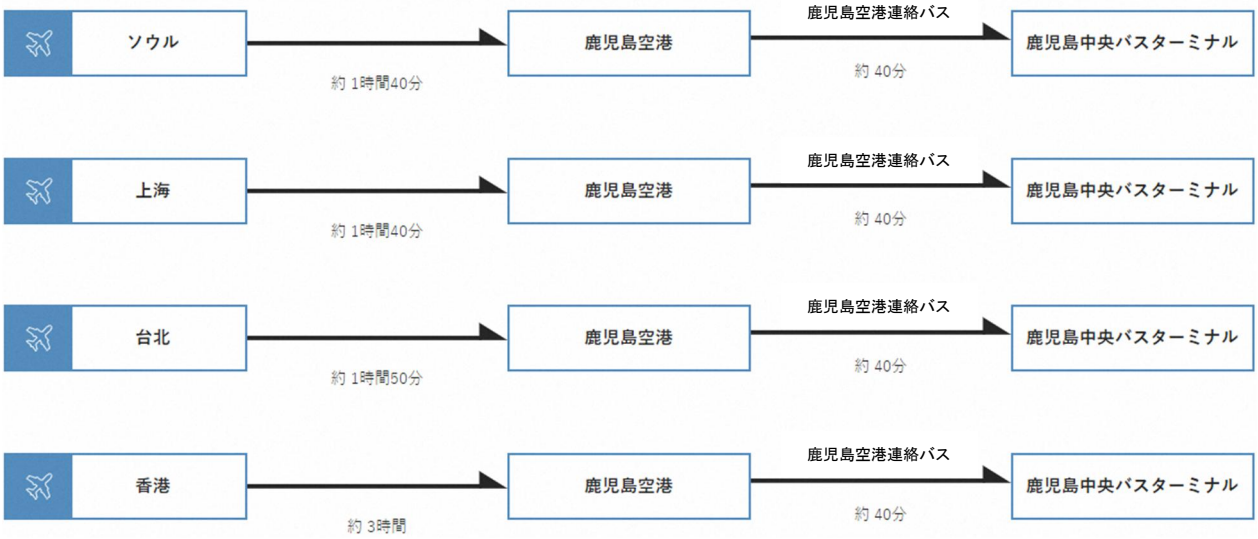
鹿児島市の宿泊施設数は 198 施設、1 日あたりの収容人数は 18,777 人である。（2024 年 12 月 31 日現在）

区域内の分布としては、中央地域 150 施設、谷山地域 6 施設、伊敷地域 4 施設、吉野地域 2 施設、吉田地域 2 施設、桜島地域 8 施設、喜入地域 8 施設、松元地域 7 施設、郡山地域 11 施設となっており、中央地域に集中している。

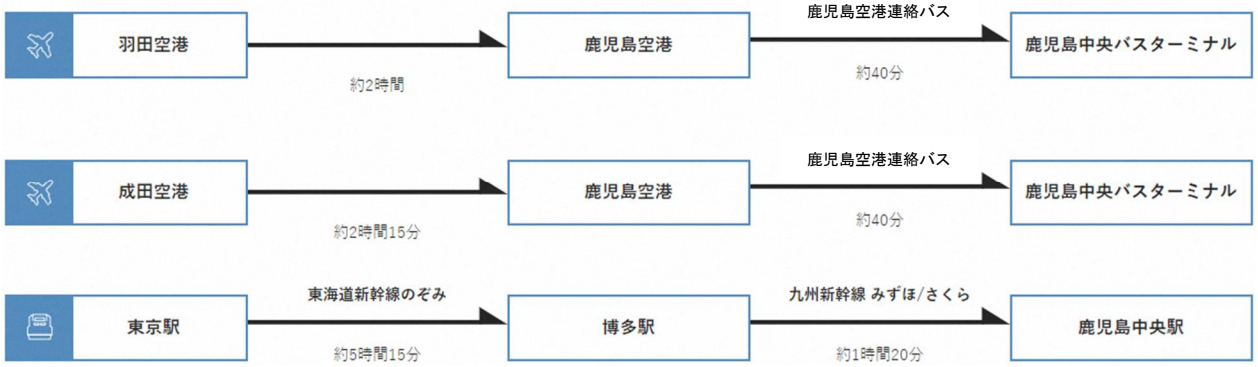
様式１

【利便性：区域までの交通、域内交通】

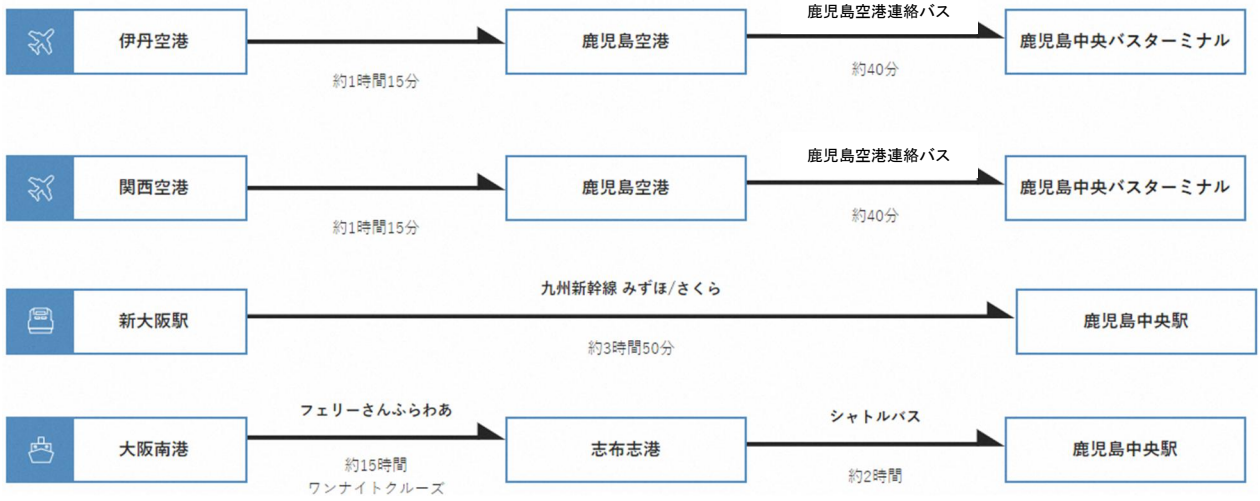
■海外から



■東京から



■大阪から



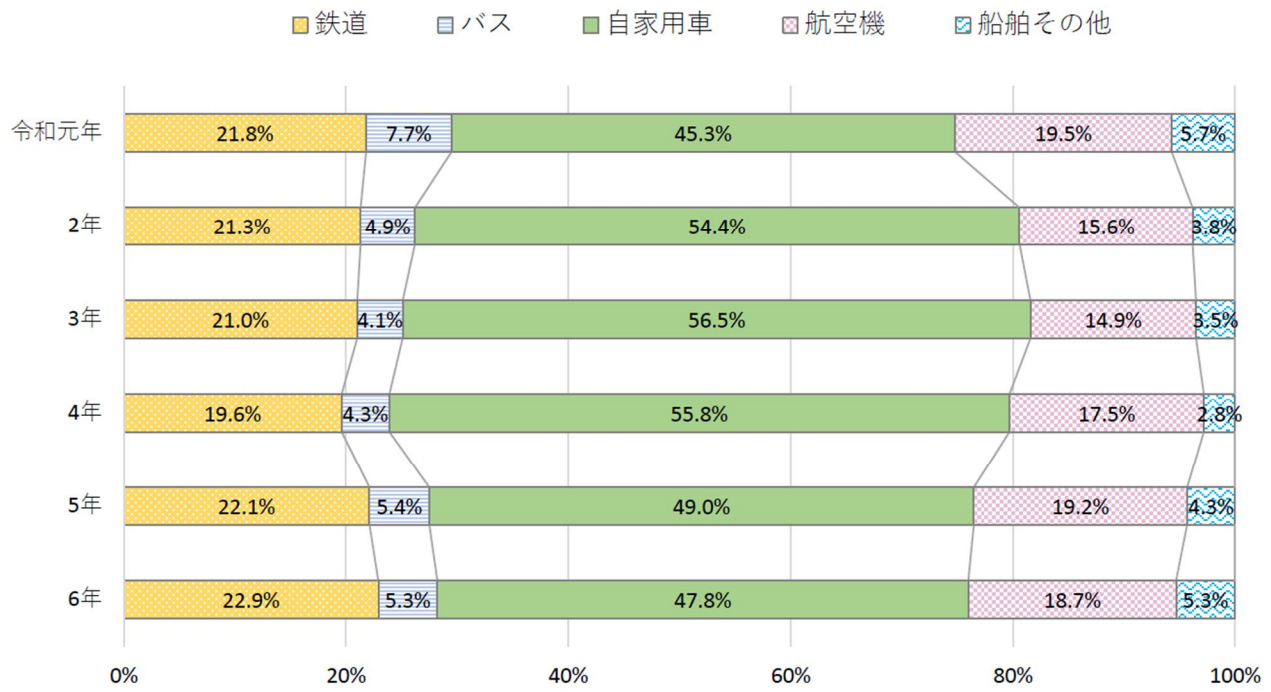
■九州内から

福岡 博多駅	九州新幹線 みずほ/さくら 約1時間20分	→	鹿児島中央駅
博多 バスターミナル	高速バス桜島号 約4時間15分	→	鹿児島中央駅前
熊本駅	九州新幹線 みずほ/さくら 約50分	→	鹿児島中央駅
熊本桜町 バスターミナル	高速バスきりしま号 約3時間30分	→	鹿児島中央駅前
宮崎駅	特急きりしま 約2時間10分	→	鹿児島中央駅

■域内交通

JR や路面電車、観光バス（カゴシマシティビューバス、サクラジマアイランドビューバス）、桜島フェリー等の域内交通が整備されている。

■交通機関別入り込状況（構成比）



出典：鹿児島市観光統計

【外国人観光客への対応】

鹿児島市公式観光サイトや鹿児島ファンアプリにおいて多言語での情報発信を行っている。

また、外国人観光客の受入体制の強化を図るため、2023 年度から体験メニューの海外向けＯＴＡへの掲載支援を実施するとともに、鹿児島市と連携し Google ビジネスプロフィールへの登録支援を行った。

さらに、市内 5 カ所の観光案内所において、年中無休で多言語での観光案内を実施している。

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
観光消費額	来訪者の消費動向を分析し、施策の効果検証、観光消費額向上につなげるため。	鹿児島市観光消費額調査より収集。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握し、施策の効果検証をするとともに、観光消費額等を算出するため。	鹿児島市観光統計より収集。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、満足度向上につなげるため。	鹿児島市観光消費額調査より収集。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、施策の効果検証につなげるため。	鹿児島市観光消費額調査より収集。
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 アナリティクスより収集。
経済波及効果	観光消費額の向上による地域経済への影響を把握するため。	鹿児島市観光消費額調査や鹿児島市観光統計を基に鹿児島市産業連関表により算出。
１人１泊あたりの観光消費額	来訪者の消費動向を分析し、施策の効果検証、観光消費額向上につなげるため。	鹿児島市観光消費額調査より収集。

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

鹿児島市の宿泊観光客数は、2011 年の九州新幹線全線開業や、2018 年の大河ドラマ「西郷どん」の放送などを契機に増加傾向が続いていた。また、外国人宿泊客数も、鹿児島空港における香港・台湾・中国・韓国との国際直行便の増便が相次ぎ、2019 年には最大で週 38 便が運航されるなど好調で、49 万 3 千人と過去最高を記録した。

しかし、2020 年及び 2021 年は新型コロナウイルスの感染拡大により宿泊観光客数が大きく減少。2022 年以降は回復基調となり、2024 年にはコロナ禍前の水準まで戻った。一方で、2024 年の外国人宿泊客数（38 万 4 千人）は 2019 年比で 78%の回復にとどまっている。

DMO としては、2023 年度より新たな合意形成の場として、DMO 経営企画会議や 5 つのワーキンググループを設置し、観光地域マネジメントの強化を図ってきた。さらに、2024 年度には MICE の取組を包含した新たな鹿児島市 DMO 戦略を策定し、「訪れる人の感動・暮らす人の幸せをつくる“稼ぐ観光”の実現」をビジョンに掲げ取組を推進している。

様式１

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・活火山桜島や錦江湾などの自然・景観 ・温暖な気候 ・黒豚・黒牛・黒さつま鶏、焼酎などの多様な食文化 ・幕末・明治維新に象徴される個性あふれる歴史・文化 ・観光循環バスが運行している ・観光地を周遊できる観光交通パスがある ・まち歩きボランティアガイドの充実 ・宿泊施設の充実 ・市内に多くの温泉がある（市街地に237、桜島に30の源泉） ・イベントの充実（おはら祭、鹿児島マラソン等） ・都市機能の充実	**弱み（Weaknesses）** ・インバウンドの受入体制が脆弱 ・桜島のキャッシュポイント不足 ・コンベンション施設数、施設間の距離 ・観光地を結ぶ2次交通が分かりづらい ・ナイトタイムエコノミーに関連するコンテンツ開発不足 ・道路渋滞が多い ・全国的な交通系ICカードが利用できない ・冬期の観光客数の落ち込み
外部環境	**機会（Opportunity）** ・陸・海・空の広域交通の拠点 ・新幹線で大阪から3時間50分、福岡から1時間20分の時間距離 ・大型クルーズ船が2隻同時着岸できる港（クルーズ専用バース） ・併せて小型船用の浮桟橋の設置 ・鹿児島空港から40分の距離 ・インターナショナルブランドホテルの開業 ・屋久島、奄美大島の世界自然遺産登録 ・「明治日本の産業革命遺産」世界文化遺産登録 ・鹿児島空港ビジネスジェット専用施設 ・大阪・関西万博の開催（2025年） ・西郷隆盛生誕200年、没後150年（2027年度）	**脅威（Threat）** ・人口減少に伴う個人消費の減少 ・新型コロナウイルス感染症の影響による地域経済の低迷 ・国際情勢に左右されやすいインバウンド観光客 ・都市間競争の激化（西九州新幹線開業等） ・桜島の噴火による影響、風評被害

※上記に加え、ＰＥＳＴ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

〇国内 第１ターゲット層

三大都市圏（関東・関西・中部）の旅行愛好者
※三大都市圏のＭＩＣＥ主催者

〇選定の理由

・鹿児島市観光統計において、発地別宿泊観光客数の上位（県内、九州・沖縄を除く）が、関東、関西、中部であること、また、かごしま市観光ナビのログ解析（2024 年）において、九州以外の閲覧数は、東京都、大阪府が多くなっており、鹿児島への関心が高いことがわかる。
・三大都市圏は、人口が圧倒的に多く、航空機等の交通利便性も高く、出身者など鹿児島市の関係人口も多くなっている。また、旅行愛好者や MICE 参加者は鹿児島市への誘客や消費増が見込めることから、三大都市圏を国内第１ターゲット層として設定する。

〇取組方針

かごしま市観光ナビのログ解析（2024 年）において、「桜島」の特集ページ（211,909PV）や「グルメ・カフェ」（239,093PV）への流入が多いことから、観光客の関心が高い「桜島」等の「自然」や「食」などの魅力を中心に、イベント等タイムリーな情報も含め、かごしま市観光ナビ、鹿児島ファンアプリ「わくわく」、ＳＮＳなどによりプロモーションを実施する。

MICE 誘致に向けたセールスや MICE 商談会への参加、また、ユニークベニューの開発によりアフターコンベンションの充実を図る。

〇国内 第２ターゲット層

九州地方（福岡・熊本）や中国地方（広島）のリピーター

〇選定の理由

・鹿児島市観光統計の発地別宿泊観光客数の割合（県内を除く）では、九州・沖縄が最も高く、国内第１ターゲット層（関東・関西・中部）の次に中国地方の割合が高くなっている。
・鹿児島市観光消費額調査・マーケティング分析報告書のリピーター率は、「九州・沖縄（鹿児島県以外）」が最も高くなっている。
・福岡・熊本・広島は、一定の人口規模があり、新幹線や自家用車等による交通利便性が非常に高いことから、九州地方及び中国地方を国内第２ターゲット層として設定する。

〇取組方針

第１ターゲット層と同じ

様式１

〇海外　第１ターゲット層

東アジア（香港・台湾・中国・韓国)、東南アジア（ベトナム、タイ、シンガポールなど）
※東アジアのインセンティブトラベル主催者

〇選定の理由

・新型コロナウイルス感染症拡大前の 2019 年の外国人宿泊観光客数は、香港が最も多く、次いで中国、台湾、韓国となっており、これまでの実績から東アジア（香港・台湾・中国・韓国）は鹿児島市にとって重要ターゲットとなっている。
・また、東アジア（香港・台湾・中国・韓国）及び東南アジア（ベトナム、タイ、シンガポールなど）は、九州を訪れる外国人観光客数全体の９割を超える重要市場であり、九州から地理的にも近く、九州各県への直行便も多いこと、今後の伸びしろという観点でも魅力的な市場となっている。

〇取組方針

鹿児島市観光消費額調査・マーケティング分析報告書の外国人観光客の来鹿動機では、「桜島」の回答が最も多く、次いで「黒豚」、「仙巌園」となっている。そこで、観光関連事業者と連携し、桜島等のコンテンツの磨き上げやガイドの育成、飲食・物販等の受入体制の充実を図るとともに、ターゲット層の誘客に向け、ＪＮＴＯ、九州観光機構、鹿児島県観光連盟などの関係機関と連携したプロモーション、セールス活動を展開する。

〇海外 第 2 ターゲット層

鹿児島市の桜島・錦江湾の自然、文化、食、暮らしなどの資源を強みとして誘客可能な高付加価値旅行者

〇選定の理由

・観光庁によると、いわゆる富裕層ともいうべき高付加価値旅行者（着地消費額 100 万円以上／人）は、訪日旅行者全体の約１％（約 32 万人)にとどまっているが、消費額は 14.0%（約 6,700 億円)を占めており、一人当たりの消費額が高くなっている。
・旺盛な知的好奇心を伴う自然体験・文化消費等を通じ、地域の自然、文化・産業等の維持・発展に貢献することで、持続可能な地域の実現を目指す。
・2013 年日本ジオパークに認定された桜島や錦江湾などの地理的優位性を生かし、鹿児島市ならではのストーリー、地域住民との交流、高付加価値な体験を造成し、滞在日数を増加させることで、約 75 兆円と見込まれる欧米を中心としたアドベンチャーツーリズム市場等における高付加価値旅行者の需要獲得を狙う。

〇取組方針

桜島・錦江湾のストーリーの磨き上げとあわせ、ターゲットに対応する高いスキルの観光ガイド育成や食の多様性への対応を行う。

また、高付加価値旅行者コミュニティの多い趣味嗜好にリンクする旅行商談会への出展（例：ゴルフ、アドベンチャートラベル等）や関係機関と連携しそれぞれのニーズに応じた情報発信、高付加価値な商品造成等を実施する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	訪れる人の感動・暮らす人の幸せをつくる“稼ぐ観光”の実現 ～世界を魅了するまちＫＡＧＯＳＨＩＭＡ～ （「第４期鹿児島市観光未来戦略」で目指す基本目標）
②コンセプトの考え方	観光を経済政策として位置付け、「個性豊かな地域資源（桜島・錦江湾、歴史・文化、温泉など）の集積」、「陸・海・空の広域交通の拠点」、「高次都市機能の集積と豊かな自然」という鹿児島市独自の優位性を生かし、人口減少による個人消費の減少分を上回る観光消費額（経済波及効果）を観光で生み出し、鹿児島市経済の活性化、所得・雇用増を図ることで市民一人ひとりの幸せに寄与する稼ぐ観光を実現するとともに、訪れる人に感動体験を提供することにより～世界を魅了するまちＫＡＧＯＳＨＩＭＡ～を目指す。

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
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。	当協会の理事会、評議員会、専門委員会、セミナー、 DMO 経営企画会議、ワーキンググループ（広義の観光、MICE 誘致、インバウンド受入整備、着地型コンテンツ開発、プロモーション） 鹿児島市の観光未来戦略総合会議・幹事会
	DMO 経営企画会議（2023 年度 3 回開催）や各ワーキンググループ（2024 年度 3～4 回開催）において、多様な関係者の意見を踏まえた鹿児島市 DMO 戦略を策定した。 また、理事会、評議員会（各年 2 回開催）において、鹿児島市 DMO 戦略の取組状況や KPI について共有を行う。 なお、鹿児島市の観光未来戦略総合会議・幹事会（各年 2 回程度開催）においても、鹿児島市 DMO 戦略の共有を図っている。
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	観光ＣＲＭアプリを活用し、会員の消費動向やアンケート結果を収集・分析し、加盟店へフィードバックする仕組みを構築することにより、各店舗のサービス及び品質の向上を図る。
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	鹿児島市の観光情報を一体的に発信するかごしま市観光ナビを活用したプロモーションを行うとともに、観光ＣＲＭアプリを活用した情報発信及び地域マーケティングを行う。

※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）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（億円）	目標	1,200	1,500	1,540	1,580	1,600	1,660
		(110)	(150)	(170)	(180)	(200)	(220)
	実績	869	1,193	1,235			
		(7)	(67)	(116)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	3,250	3,920	3,960	3,990	4,000	4,070
		(300)	(490)	(530)	(570)	(600)	(640)
	実績	2,958	3,779	4,020			
		(22)	(217)	(384)			
●来訪者満足度（再訪意向：「何度も行きたい」）（%）	目標	100	100	100	100	100	100
		(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
	実績	66.6	71.3	64.8			
		(－)	(－)	(35.2)			
●リピーター率（%）	目標	63.0	59.0	60.0	61.0	62.0	63.0
		(－)	(19.0)	(20.0)	(21.0)	(22.0)	(23.0)
	実績	61.3	68.6	71.2			
		(－)	(－)	(17.7)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※「来訪者満足度」及び「リピーター率」は、上段は日本人、下段（括弧内）は外国人

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】
2022 年 3 月策定の「第 4 期鹿児島市観光未来戦略」と同じ数値目標を設定。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
１人１泊あたりの観光消費額に宿泊客数を乗じた観光消費額（宿泊客分）と１人１回あたりの観光消費額に日帰客数を乗じた観光消費額（日帰客分）の合計。
●延べ宿泊者数
【日本人】
2023 年は新型コロナウイルス感染症流行前（2019 年）の実績を目標値とし、2023 年以降は現状維持で設定。
【外国人】
2023 年は新型コロナウイルス感染症流行前（2019 年）の実績を目標値とし、2023 年以降は国の「地方での外国人延べ宿泊客数」の伸び率を参考に設定。
●来訪者満足度
鹿児島市観光消費額調査・マーケティング分析報告書の再訪意向を来訪者満足度とし、「第４期鹿児島市観光未来戦略」との整合を図るとともに、究極的に目指すことが重要であると考えるため 100%で設定。
●リピーター率
2023 年は新型コロナウイルス感染症流行前（2019 年）の実績を目標値として設定し、2024 年以降は、リピート率の向上に向け、年 1%の増加を目標に設定。

様式１

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●ＷＥＢサイトのアクセス数（ＰＶ数）	目標	3,113,000	4,780,000	4,860,000	4,940,000	5,000,000	5,090,000
		(66,000)	(1,000,000)	(1,090,000)	(1,170,000)	(1,230,000)	(1,310,000)
	実績	3,940,345	5,333,700	5,793,886			
		(166,799)	(867,247)	(1,116,919)			
●経済波及効果（億円）	目標	1,650	2,060	2,110	2,170	2,200	2,280
		（－）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
	実績	1,204	1,650	1,741			
		（－）	（－）	（－）			
●１人１泊あたりの観光消費額（円）	目標	－	28,500	29,000	29,600	30,000	30,600
		（－）	(30,700)	(31,500)	(32,200)	(33,000)	(33,800)
	実績	23,500	24,600	23,500			
		（－）	（－）	(30,300)			

※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。
※「１人１泊あたりの観光消費額」は、上段は日本人、下段（括弧内）は外国人

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】

ＷＥＢサイトのアクセス数は、鹿児島旅行の関心度を図る指標であることから、当協会が運用している観光サイトのＰＶ数を指標として設定する。また、観光消費額の向上による地域経済への影響を把握するため経済波及効果も指標として設定する。

【設定にあたっての考え方】

●ＷＥＢサイトのアクセス数

Google アナリティクスのデータを活用し、延べ宿泊者数の目標値の増加率をもとに算出。

●経済波及効果

稼ぐ観光の実現に向け、観光消費額を高めるとともに、より域内（市内（県内））の食材等を活用し地域経済循環を高めることが重要であることから設定。

●１人１泊あたりの観光消費額

2023 年は新型コロナウイルス感染症流行前（2019 年）の実績を目標値として設定。2024 年以降は高付加価値化の取組みにより達成を目指す数値目標を設定。

様式１

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っては、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）
2022（Ｒ４）年度	330,126,289	【基本財産運用益】 8,129,433 円 【特定資産運用益】 424 円 【受取会費】 12,865,000 円 【事業収益】 12,639,081 円 【受託事業収益】 173,252,635 円 【受取補助金等】 120,959,419 円 【雑収益】 2,280,297 円
2023（Ｒ５）年度	367,398,849	【基本財産運用益】 4,213,650 円 【特定資産運用益】 256 円 【受取会費】 12,939,000 円 【事業収益】 21,564,337 円 【受託事業収益】 171,358,525 円 【受取補助金等】 148,814,517 円 【雑収益】 8,508,564 円
2024（Ｒ６）年度	382,198,366	【基本財産運用益】 4,215,547 円 【特定資産運用益】 33,890 円 【受取会費】 12,924,000 円 【事業収益】 29,532,609 円 【受託事業収益】 169,423,800 円 【受取補助金等】 159,962,660 円 【雑収益】 6,105,860 円
2025（Ｒ７）年度	392,403,000	【基本財産運用益】 4,212,000 円 【特定資産運用益】 0 円 【受取会費】 13,000,000 円 【事業収益】 28,507,000 円 【受託事業収益】 185,039,000 円 【受取補助金等】 157,576,000 円 【雑収益】 4,069,000 円
2026（Ｒ８）年度	384,189,000	【基本財産運用益】 4,212,000 円 【特定資産運用益】 0 円 【受取会費】 13,000,000 円 【事業収益】 34,208,000 円 【受託事業収益】 185,039,000 円 【受取補助金等】 143,254,000 円 【雑収益】 4,476,000 円
2027（Ｒ９）年度	387,528,000	【基本財産運用益】 4,212,000 円 【特定資産運用益】 0 円 【受取会費】 13,000,000 円 【事業収益】 37,508,000 円 【受託事業収益】 185,039,000 円 【受取補助金等】 143,254,000 円 【雑収益】 4,515,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	343,167,861	【事業費】320,134,271 円 【管理費】 23,033,590 円
2023（Ｒ５）年度	378,754,990	【事業費】355,854,873 円 【管理費】 22,900,117 円
2024（Ｒ６）年度	379,177,132	【事業費】352,685,580 円 【管理費】 26,491,552 円
2025（Ｒ７）年度（見込）	376,786,000	【事業費】350,501,000 円 【管理費】 26,285,000 円
2026（Ｒ８）年度（見込）	380,060,000	【事業費】353,623,000 円 【管理費】 26,437,000 円
2027（Ｒ９）年度（見込）	383,363,000	【事業費】356,773,000 円 【管理費】 26,590,000 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

当協会においては、収入の９割近くが鹿児島市から協会の事業活動における受託事業収益及び補助金となっており、「鹿児島市ＤＭＯ戦略」に掲げた取組を自律的・継続的に行うためには、ＤＭＯ関連事業の実施に必要な安定的かつ多様な運営資金を確保することが重要であることから、「安定的な財源確保に向けた行動計画」を策定し、共通交通チケット販売や民間資金の活用等に計画的に取り組んでいる。更に、マーケティングデータ等の提供により、事業者の経営のレベルアップを支援し、地域全体の収入増加を目指すことで、持続可能な観光地域づくりに貢献する。

また、賛助会員については、当協会の取組に対する理解度を向上させるとともに、賛助会員ならではの有益な情報等の特典を充実させることで、会費収入の維持拡大に努める。

さらに、令和７年度より、鹿児島市が宿泊税について多様な視点から客観的に検討するため、外部有識者から構成される検討委員会を設置し、宿泊税導入の必要性や妥当性をはじめ、具体的な使途や、課税要件等について宿泊事業者等からも広く意見を伺いながら、検討を進めることとしている。

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

鹿児島市は、（公財）鹿児島観光コンベンション協会を鹿児島市における地域ＤＭＯとして、同協会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）

様式１

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	三腰 有哉
担当部署名（役職）	ＤＭＯ戦略部 ＤＭＯ戦略課 マーケティングリーダー
郵便番号	890-0053
所在地	鹿児島市中央町 10 番地キャンセ７Ｆ
電話番号（直通）	099-286-4700
ＦＡＸ番号	099-286-4710
Ｅ－ｍａｉｌ	dmo@kcvb.onmicrosoft.com

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	鹿児島市
担当者氏名	村川　雄大
担当部署名（役職）	観光戦略推進課戦略係 主任
郵便番号	892-8677
所在地	鹿児島市山下町 11 番１号
電話番号（直通）	099-216-1510
ＦＡＸ番号	099-216-1320
Ｅ－ｍａｉｌ	kan-senryaku@city.kagoshima.lg.jp

（登録）【地域DMO】公益財団法人 鹿児島観光コンベンション協会

様式２

記入日： 2025年7月1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】
鹿児島県鹿児島市
【設立時期】 1995年4月1日
【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 池田　哲也
【マーケティング・マネジメント全体の責任者】 松村　優也
【マーケティング責任者（CMO）】 岩﨑　真吾
【MICE部門の専門人財】 谷脇　真二
【財務責任者（CFO）】 杉原　佑青
【職員数】 45人（常勤45人（正職員41人・出向等4人）、非常勤0人）
【主な収入】（2024年度）
受託事業収益 169,423,800円、受取補助金等 159,962,660円　等
【総支出】（2024年度）
事業費 352,685,580円、管理費 26,491,552円
【連携する主な事業者】
鹿児島市、鹿児島商工会議所、鹿児島県、鹿児島県観光連盟、
鹿児島市ホテル旅館組合、鹿児島県特産品協会、鹿児島青年会議所、
鹿児島県バス協会、鹿児島市タクシー協会　等

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（億円）	目標	1,200（110）	1,500（150）	1,540（170）	1,580（180）	1,600（200）	1,660（220）
	実績	869（7）	1,193（67）	1,235（116）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	3,250（300）	3,920（490）	3,960（530）	3,990（570）	4,000（600）	4,070（640）
	実績	2,958（22）	3,779（217）	4,020（384）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	100（100）	100（100）	100（100）	100（100）	100（100）	100（100）
	実績	66.6（—）	71.3（—）	64.8（35.2）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	63.0（—）	59.0（19.0）	60.0（20.0）	61.0（21.0）	62.0（22.0）	63.0（23.0）
	実績	61.3（—）	68.6（—）	71.2（17.7）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
・三大都市圏（関東・関西・中部）の旅行愛好者　※MICE主催者
・九州地方（福岡・熊本）や中国地方（広島）のリピーター
・東アジア（香港・台湾・中国・韓国）、東南アジア（ベトナム、タイ、シンガポールなど）　※東アジアのインセンティブトラベル主催者
・鹿児島市の桜島・錦江湾の自然、文化、食、暮らしなどの資源を強みとして誘客可能な高付加価値旅行者
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・桜島等の「自然」や「食」などの魅力を中心に、観光ナビ、SNSなどを活用し、関係機関と連携したプロモーションを実施するとともに、MICE誘致に向けた取組みを実施する。
・コンテンツの磨き上げや高いスキルのガイド育成、食の多様性への対応を行い、ニーズに応じた情報発信、商品造成等を実施する。
【観光地域づくりのコンセプト】
訪れる人の感動・暮らす人の幸せをつくる“稼ぐ観光”の実現
～世界を魅了するまちKAGOSHIMA～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・体験型観光メニューのブラッシュアップ
・体験型観光メニューの多言語でのOTA掲載支援
・アフターコンベンション用のコンテンツ造成　等
【受入環境整備】
・体験型観光メニューのインバウンド受入スキルの底上げ
・ユニークベニュー開発　等
・Googleビジネスプロフィール登録支援
【情報発信・プロモーション】
・かごしま市観光ナビでの情報発信
・CRMアプリを活用した情報発信
・SNSでのプロモーション　等

（CRMアプリ）