

観光地域づくり法人形成・確立計画（様式１） 記入にあたっての留意点

- ・ 様式１について、本記入要領に従い、簡潔かつ明瞭に記入すること。
- ・ 各項目に設定された枠内に記載内容が収まらない場合は、枠組みを拡大する等して記入すること。
- ・ 各項目の記載枠については、適宜、行や欄の追加等を行ってよい。
- ・ 記入に当たっては、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を参照すること。
- ・ 記入に当たっては、各項目について構想段階のものであっても可能とする。
ただし、構想段階の項目は、必ず赤字で記入すること。
加えて、構想段階の項目については、設定された枠内に、必ず各項目の実現・実行に向けたスケジュール等を明確に赤字で記入すること。

※次ページ以降に記入し、提出すること。

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6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 ○で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	株式会社おおすみ観光未来会議	
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 鹿児島県鹿屋市、垂水市、曾於市、志布志市、大崎町、東串良町、錦江町、南大隅町、肝付町	
所在地	鹿児島県鹿屋市	
設立時期	2016年4月1日 日本版DMO法人準備組織「おおすみ観光未来会議」設立 2018年8月1日 株式会社おおすみ観光未来会議として法人化	
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	8人【常勤7人（（プロパー職員3人・派遣1人・パート3人）、非常勤1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	（代表取締役 山下 建一 （出身組織名） （一社）肝付町観光協会	・2019年度から当社取締役として会社経営に尽力 ・鹿屋市で旅行代理店を経営しており、また地域の観光協会会長として、大隅地域の特性にも精通し、地域内外に広い人脈を有している。
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） ※必ず記入すること	CMO チーフディレクター 兼総務課長 小竹 真吾 （専従）	・行政（鹿児島県鹿屋市）での財務統計や推計の経験を生かし、マーケティングや地域の観光戦略策定等を担当するほか、財務・会計・庶務業務を行う。
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	CFO 事業執行責任者 金子 昭広 （専従）	・事業執行責任者として、行政（鹿児島県庁）での行政事務（特に観光分野）の経験を生かし、業務判断を行うとともに、地域のステークホルダーとして国や県、大隅地域の行政や観光協会等の関係団体とのパイプ役及びまとめ役を担う。

・プロモーション、旅行商品の造成等	事業部ディレクター 募集中 (専従)	・
・団体旅行の誘客 セールスや民泊 受入のコーディネーター業務	事業部ディレクター 迫 田 花 梨 (専従)	・ 旅行業界の経験はないが、若さを生かし、若年層の観点も入れつつ、業務を実施している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	鹿児島県鹿屋市、垂水市、曾於市、志布志市、大崎町、東串良町、錦江町、南大隅町、肝付町（４市５町） ○企画担当課 ・連携する地方公共団体の総括 ・地域資源を活用した観光地域づくり事業の推進に関する担当部署の調整 ○観光担当課 ・マーケティング ・地域資源を活用した観光地域づくり事業の推進。 事業推進にあたっては、企画担当課と調整し、関係部署との連携を行う。	
連携する事業者名及び役割	①株 主 ・株主は 41 者(民間事業者 32 者、地方公共団体 9 市町)。 民間事業者の株主は、宿泊・交通事業者や商工業者、金融機関等、地域の幅広い産業分野の事業者が出資している。 ・株式会社おおすみ観光未来会議の経営に関する最高決定機関としての役割を果たしている。 ②民間事業者 株式会社おおすみ観光未来会議は会員組織の会員を中心とする民間事業者の経済活動を支援することにより地域の活性化を図るとともに、おもてなし体制を整え、来訪者満足度の向上等を図る。 ○株式会社おおすみ観光未来会議会員組織 ・会員は、宿泊・交通事業者、商工業者、地域住民等であり、令和 6 年 6 月末現在で 91 者が参画 ・現在も会員を募集中であり、今後も会員数を増やす予定である。 ・大隅地域の地域課題を共有し、解決手法について協議し、大隅地域の課題解決に資する事業等を提案し、戦略や事業に反映する。 ・大隅地域の観光戦略に基づき、各種事業の推進に協力する。 ○地域内事業者等 ・各行政単位の観光協会等 各行政単位の観光協会等と株式会社おおすみ観光未来会議は、機能や役割を分担。各行政単位の観光協会等は来訪者へのおもてなし体制を整え来訪者満足度の向上等を図るための策を講じ(BtoC)、株式会社おおすみ観光未来会議は、地域内人材育成やマーケティングデータの提供、スケールメリットを活用したプロモーション等で業務支援を図る(BtoB)。また、各市町の観光地を結んだツアー造成や教育旅行受入など、地域の実情に応じた着地型旅行商品の造成・販売やランドオペレーター業務などを実施する。 ・金融機関 観光地経営に基づく組織運営の助言、地域内産業成長のための支援等を行っている。	
官民・産業間・地域間との持続可能な	【該当する登録要件】②	

連携を図るための 合意形成の仕組み	○ 株式会社おおすみ観光未来会議会員組織における以下の会議により、会員の連携や大隅地域の課題解決のためのプロジェクトに関する協議、大隅地域の観光戦略の共有、その他の情報共有等を図る。 ①エリア会議 大隅地域を3エリアに分け、エリア幹事を中心に地域課題の共有や課題解決の手法等を協議する。 ②エリア幹事会議 各エリア会議で協議した地域課題や課題解決の手法等について、地域全体で共有し、地域課題解決策の事業化の可否等について協議する。 ○大隅観光戦略会議 ・大隅地域の観光戦略の協議、決定 大隅地域の行政、株式会社おおすみ観光未来会議会員組織エリア幹事、株式会社おおすみ観光未来会議が出席し、大隅地域の観光戦略の協議、決定を行う。 ・観光戦略の共有、戦略に基づく各種の取組み 大隅観光戦略会議において決定した観光戦略を各市町や会員組織会員等に広く共有し、地域全体で戦略に基づく各種事業を展開する。 ・戦略の見直し KPIの達成率や、観光戦略に基づく事業実績等についてチェックを行い、課題等をフィードバックし、観光戦略の見直しを行うことによりPDCAサイクルを循環させる。
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	・構成市町の広報誌や各種媒体を活用し、観光地域づくりの取組について広報周知を行う。 ・各種事業の実施にあたり、地域住民に参画していただくことにより、おもてなしの心の醸成や地域への自信と誇り、愛着を持っていただく機会を創出する。
法人のこれまでの 活動実績	【活動の概要】 ○1994 年度から 大隅地域4市5町が大隅広域観光開発推進会議を設立し、大隅地域の広域観光の推進や特産品振興等の事業を実施 ○2014 年度から 大隅広域観光関連団体連絡協議会（仮称）準備会を設置し、官民が一体となった観光施策を推進し、将来的には民間主導の自立した組織設立を目指すための協議等を行った。 ○2016 年度から 日本版DMO組織の設立に向けた準備組織「おおすみ観光未来会議」を設立。専門人材の投入、「大隅広域観光の基本認識」の策定、マーケティング調査・分析等を行うとともに、新組織設立に向けた取組みを行った。 ○2018 年8月1日 株式会社おおすみ観光未来会議の設立（法人化） ○2019 年3月29日 登録DMO（地域連携DMO）登録 ○2022 年4月28日 登録DMO（地域連携DMO）更新登録

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	【2019 年度】 ○「国内観光活性化フォーラム in くまもと」PR 活動 来場者（観光関係者）へのガイドブック配布等による観光 PR 活動 ○サイクルチューバー招へい・情報発信 大隅地域のサイクルコース及び観光地を YouTubeTV や Instagram、Twitter で情報発信 ○大隅半島食の魅力発信事業（大阪市） 観光物産展、大隅食材を活用したレストランフェア 【2020 年度】 ○JR 観光列車「36 ぷらす 3」での物販及び観光 PR 会員商品の販売及び観光 PR 活動の実施 ○各種広報媒体を活用したプロモーションの実施 ラジオ・テレビ番組への情報提供や航空会社、観光関係事業者の広報媒体への情報提供等によるプロモーション活動の実施 ○関東地区での物販・PR 活動 新宿御苑での会員商品の販売及び観光 PR 活動の実施 【2021 年度】 ○各種広報媒体を活用したプロモーションの実施 ラジオ・テレビ番組、地元新聞や観光関係事業者の広報媒体への情報提供等、SNS の積極的な活用によるプロモーション活動の実施 ○各イベントでの物販・PR 活動 地域内イベントでの物販・PR 活動の実施。博多駅やプロ野球キャンプ時での PR 活動等を予定していたが、コロナ禍により未実施。 【2022 年度】 ○各種広報媒体を活用したプロモーションの実施 ラジオ・テレビ番組、地元新聞や観光関係事業者の広報媒体への情報提供等、SNS の積極的な活用によるプロモーション活動の実施 ○外国人観光客に対する情報発信 日本政府観光局 (JNTO) のメディアを活用した地域内観光地及び祭りの情報発信 【2023 年度】 ○各種広報媒体を活用したプロモーションの実施 ラジオ・テレビ番組、地元新聞や観光関係事業者の広報媒体への情報提供等、SNS の積極的な活用によるプロモーション活動の実施 ○外国人観光客に対する情報発信 未来会議の HP 等の多言語化等のほか、地域内事業者のパンフレットやメニュー表などの翻訳を実施

		【2024 年度】 ○各種広報媒体を活用したプロモーションの実施 ラジオ・テレビ番組、地元新聞や観光関係事業者の広報媒体への情報提供等、SNS の積極的な活用によるプロモーション活動の実施 ○Google アナリティクスの活用 個人旅行客の増加傾向に合わせ、旅行者が欲しい情報の傾向など、ホームページのアクセス解析・分析を行い、ニーズに合わせた情報発信を実施
	受入環境の整備	【2018 年度】 ○おおすみ食とマルシェの祭典 in たからべ森の学校 大隅の良質で豊かな食を通じ、大隅地域の地域資源を広く情報発信するとともに、「大隅を観光する」きっかけをつくることにより観光を活用した地域づくりに生かす。 また、“大隅ならではの食”の提供に向けた取組み、イベント運営への地域住民の参画によるおもてなしの心の醸成や地域への愛着、誇りを再確認することを目指し事業を実施。 【2019 年度】 ○大隅地域の資源を活かした観光商品の造成及び販売体制の構築 鹿児島～大阪を結ぶフェリーさんふらわあで販売する大隅のお土産セットの造成・販売 【2020 年度】 ○GOTO トラベル第三者機関への登録 第三者機関として登録することで地元宿泊業者の同事業利用者受入の支援を行った。 ○おおすみお土産セットのネット販売構築 SNS を活用し、2019 年度に造成したおおすみお土産セットの販売を構築。 ○薩摩半島と大隅半島を結ぶ旅客不定期航路の開設 大隅半島への新たな交通手段として鹿児島市と鹿屋市を結ぶ旅客不定期航路の開設に関係行政及び民間団体等と共同で取り組んだ。 【2021 年度】 ○サイクルツーリズムの拡大に向けた取組 自転車環境整備のため、エリア内へのサイクルスタンド等の設置やサイクルマップの作成し、また、県やシエルブルー鹿屋・鹿屋体育大学自転車競技部等とも連携を図り、国内サイクリストを中心に、国内外サイクリスト誘致に向けた取組を行った。 ○アフターコロナに向けた各種研修会 SNS や Web サイトの活用スキルアップを図るための研修やホスピタリティ向上・ガイドスキルアップ研修を行い、地域内人材の育成に努めた。

		【2022 年度】 ○おおすみ半島お土産パンフレットの作成 大隅 4 市 5 町のお土産を自宅で購入できる「お土産パンフレット」を作成し、大隅での旅行消費額の向上を目指す取り組みを行っている。 ○アフター・ウィズコロナに向けた各種研修会 情報発信の強化やインバウンド客の回復を見込んだ、SNS セミナーや語学研修を行い、地域内人材の育成に努めている。 ○高速船予約手配業務の開始 2020 年度に開設した旅客不定期航路（高速船）の予約手配業務の取扱うことで、大隅地域への誘客促進を図る。 【2023 年度】 ○旅行会社から旅先として選ばれる地域に向けた各種研修会 送客手数料やクーポン契約など、地域内事業者に対するセミナーを行い、地域全体に旅行業界の送客の仕組み等を地域内で共有 【2024 年度】 ○鹿児島県の観光地域づくり支援事業と連携した各種研修会 第 2 期の戦略評価・検証と第 3 期の戦略策定に合わせて、講師を招へいし、課題解決に向けたセミナーを開催予定（イベントや状発信時のチラシデータ作成など、実務的な研修も実施予定）
	観光資源の磨き上げ	【2019 年度】 ○おおすみ特別弁当の開発 豊かな大隅の食材のみを使用した特別弁当の開発 ○クルーズ船観光客誘致に向けた取り組み 既存交通手段を利用すると往復 4 時間以上かかる本地域に滞在時間（約 5 時間）が短いクルーズ船観光客を誘引するため高速船を活用したトライアルツアーを実施 【2020 年度】 ○高速船を活用したツアー造成 官民一体となって開設した不定期航路（高速船）を活用して、各市町の観光地を結んだ着地型ツアーを実施した。 ○「大隅の新しい旅行スタイル」戦略構築事業 大隅の観光を「人」に焦点をあてて「温かさ」を感じる旅行スタイルを構築する事業に取り組んだ。 体験メニューの商品化、FAM ツアーの実施、リモート観光の実証実験、成果発表会 【2021 年度】 ○大隅地域「体験・滞在型コンテンツ」レベルアップ事業 2020 年度に実施した「大隅の新しい旅行スタイル」戦略構築事業のレベルアップ事業に取り組んだ。

	在日外国人向けのコンテンツ調査（体験ツアー）やFAMツアーを行い、体験型コンテンツメニューをまとめたガイドブックを作成。 ○アドベンチャーツーリズムの構築 観光庁「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」を活用し、サイクリングを中心としたアドベンチャーツーリズムの商品化に向けた取組を実施。 【2022 年度】 ○おおすみの体験・滞在型コンテンツプロモーション事業 第2期大隅エリア観光戦略で定めた最も効果的なPR手法であるWEBを活用した各種プロモーションに取り組んでいる。(YouTubeを活用し、大隅地域の体験・滞在型コンテンツのPRや効果的な情報発信を行うための事業者研修会の実施) ○フェリーさんふらわあを活用した観光事業の構築 重点市場である関西地区からの誘客を行うため、フェリーさんふらわあを活用し、バイカー・サイクリスト向けのモニターツアーの実施。 【2023 年度】 ○タリフ化事業 大隅地域内の観光施設や宿泊施設、各種体験メニューなどの各種コンテンツのタリフ（料金表）をHPで公開予定。タリフについては、半年に1回程度、内容や料金体系について確認・更新（各コンテンツの磨き上げ）を実施 【2024 年度】 ○タリフ化事業 2023 年度でシステム化したタリフを活用し、旅行会社等に営業を行うとともに、新たなコンテンツや業界が求めているコンテンツなどの情報アップデートと、既存タリフの内容確認や更新作業を実施 【定量的な評価】 ○大隅広域観光関連団体連絡協議会（仮称）準備会における官民協働事業実施実績 <table border="1"> <thead> <tr> <th>内 容</th> <th>2014 年度</th> <th>2015 年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>旅行会社訪問セールス</td> <td>0 回</td> <td>2 回</td> </tr> <tr> <td>日本版DMO設立に係る先進地研修</td> <td>0 回</td> <td>1 回</td> </tr> <tr> <td>日本版DMO設立に向けた官民合同協議</td> <td>1 回</td> <td>5 回</td> </tr> </tbody> </table> ○大隅広域観光開発推進会議における実績 <table border="1"> <thead> <tr> <th>内 容</th> <th>2013 年度</th> <th>2014 年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>大隅観光ホームページ閲覧者数</td> <td>0 件</td> <td>53,024 件</td> </tr> <tr> <td>大隅地域旅行商品支援事業採択件数</td> <td>25 商品/14 社</td> <td>21 商品/14 社</td> </tr> <tr> <td>団体旅行への助成</td> <td>2,804 人送客</td> <td>1,574 人送客</td> </tr> <tr> <td>「大隅食の新定番土産」認定品 (大隅地域の食材を活用したお土産品のブランド化)</td> <td>94 品</td> <td>80 品</td> </tr> </tbody> </table>	内 容	2014 年度	2015 年度	旅行会社訪問セールス	0 回	2 回	日本版DMO設立に係る先進地研修	0 回	1 回	日本版DMO設立に向けた官民合同協議	1 回	5 回	内 容	2013 年度	2014 年度	大隅観光ホームページ閲覧者数	0 件	53,024 件	大隅地域旅行商品支援事業採択件数	25 商品/14 社	21 商品/14 社	団体旅行への助成	2,804 人送客	1,574 人送客	「大隅食の新定番土産」認定品 (大隅地域の食材を活用したお土産品のブランド化)	94 品	80 品
内 容	2014 年度	2015 年度																										
旅行会社訪問セールス	0 回	2 回																										
日本版DMO設立に係る先進地研修	0 回	1 回																										
日本版DMO設立に向けた官民合同協議	1 回	5 回																										
内 容	2013 年度	2014 年度																										
大隅観光ホームページ閲覧者数	0 件	53,024 件																										
大隅地域旅行商品支援事業採択件数	25 商品/14 社	21 商品/14 社																										
団体旅行への助成	2,804 人送客	1,574 人送客																										
「大隅食の新定番土産」認定品 (大隅地域の食材を活用したお土産品のブランド化)	94 品	80 品																										

○おおすみ観光未来会議における実績

・会員組織の活動

産業別 5 部会ごとに部会を開催し、日本版DMO設立に向けた情報共有や、会員発案プロジェクトの実現に向けた活動等を行った。

(会員数)

基準日	会員数
2016 年 5 月	82
2017 年度末	100
2018 年 7 月末	106

・大隅半島着地型体験プログラム「大隅手帖」

地域資源の発掘と磨き上げ、日本版DMOの設立に向けた地域の「稼ぐ力」の研究を行った。

年度	項目	実績等
2016	プログラム数	20 プログラム
	実施期間	2017 年 1 月 20 日～2017 年 2 月 26 日
	集客実績	148 人
2017	プログラム数	23 プログラム
	実施期間	夏 Ver : 2017 年 8 月 21 日～2017 年 10 月 7 日 冬 Ver : 2018 年 2 月 3 日～2018 年 3 月 1 日
	集客実績	111 人

・おおすみ食のEXPO、おおすみ食とマルシェの祭典

良質な食材の宝庫である大隅地域の魅力を発信するため、著名な料理関係者の監修による大隅の食材を使った料理を提供する食のイベント、大隅の食材の販路開拓等を目的とした商談会や、マルシェイベントを実施した。

・マーケティング調査・分析事業

戦略策定、KPI の設定・検証、PDCAサイクルの確立等を行うために、大隅地域の実情に即したマーケティング調査を実施した。

・「大隅広域観光の基本認識」の策定

大隅地域の観光地域づくりを戦略的に推進するため、理念、目的等の共有を図った。

・地域内人材育成

大隅地域の歴史や、文化、産業等について学ぶ「おおすみ学校」の開校や、フォーラム等を実施し、地域内人材育成、大隅地域の観光地域づくりの機運醸成を図った。

○株式会社おおすみ観光未来会議における実績

・会員組織の活動

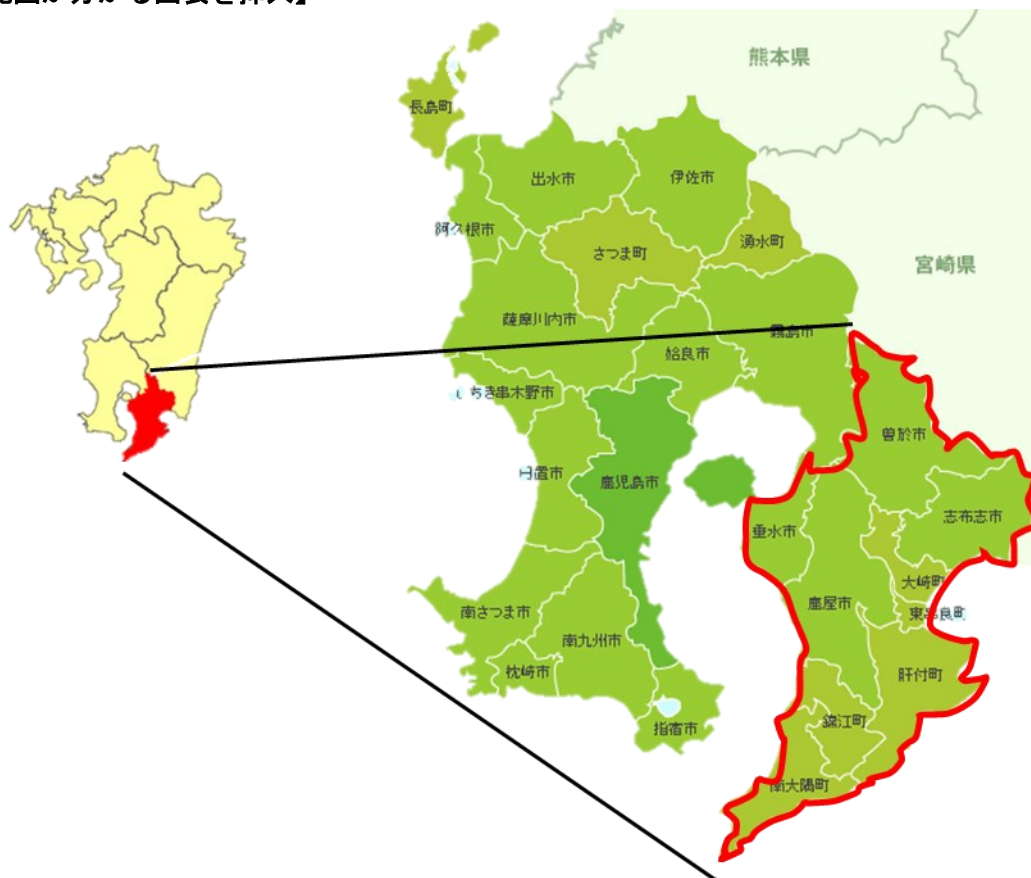
大隅地域を 3 つのエリアに分け、会員同士の連携や、地域課題の共有、課題解決に向けたプロジェクト提案を促進し、観光による地域活性化を目指す活動する会員組織を設立。

(会員数)

	<table border="1"> <tr> <th>基準日</th><th>会員数</th></tr> <tr> <td>2018 年 8 月</td><td>47</td></tr> <tr> <td>2024 年 6 月末</td><td>91</td></tr> </table>	基準日	会員数	2018 年 8 月	47	2024 年 6 月末	91
基準日	会員数						
2018 年 8 月	47						
2024 年 6 月末	91						
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】 株式会社おおすみ観光未来会議が主催する大隅観光戦略会議で大隅地域の観光戦略の合意形成を行い、地域全体で戦略に基づいた各種事業を展開し、また、大隅観光戦略会議に各種事業の実績、KPI の達成率等をフィードバックすることで戦略の見直し、事業精度向上につなげることを目的としている。 【実施体制図】 ●会社社員や会員組織のリーダーが会議参加（6～9人） ●観光担当課長が会議参加（9人） ●株式会社おおすみ観光未来会議が主催。戦略素案について協議、決議する。 ●地域全体で決議された戦略に基づく取組を実施 ●決議された戦略に基づき、KPI の設定、戦術立案、事業実施、DMO 形成計画等への反映 ●決議された戦略に基づき、各市町及び広域観光行政の方針決定・事業実施、プロモーション施策等に反映 ●事業実施により得られたマーケティングデータを戦略会議へフィードバック ●フィードバックされたデータや課題をもとに戦略の見直しを行う。 ●事業実施で出た観光行政の課題を戦略会議へフィードバック						

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】



【区域設定の考え方】

- 1994 年度から、区域を構成する地方公共団体で大隅広域観光開発推進会議を設置し、「大隅はひとつ」という概念のもと、観光、特産品振興等の取組みを広域的に連携し進めている。
- また、2014 年度から、官民一体となった大隅広域観光関連団体連絡協議会（仮称）準備会を設置し、2018 年度の日本版 DMO 組織の設立に向けた準備組織「おおすみ観光未来会議」を設立し、協議を進めるとともに、官民一体となった観光プロモーション活動を協働実施。2018 年 8 月 1 日に株式会社おおすみ観光未来会議を設立。
- 上記取組みの状況や産業連携、交通ネットワークの領域を勘案し、当該地域の区域設定が適切である。

【観光客の実態等】・・・鹿児島県観光統計より

年	延べ宿泊者数	延べ日帰り客数
2017	354,943 人	1,246,784 人
2018	362,292 人	1,215,187 人
2019	359,990 人	1,161,291 人
2020	234,456 人	1,049,801 人
2021	240,785 人	1,430,911 人
2022	292,641 人	1,164,342 人
2023	算定中	算定中

※令和 5 年鹿児島県観光統計は、
令和 6 年 11 月中に公表予定

【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】

※観光資源の活用方法についても記入すること。

エリア	市町名	主な観光施設等
北部 エリア	垂水市 曾於市 志布志市	＜自然＞ ・猿ヶ城溪谷 ・垂水千本イチョウ園 ・高峠つつじヶ丘公園 ・溝ノ口洞穴 ・大川原峡 ・桐原の滝 ・悠久の森
		＜文化＞ ・弥五郎どん祭り ・奇習 鬼追い ・志布志お釈迦祭り ・流鏑馬
		＜歴史＞ ・宇喜多公潜居跡 ・牛根埋没鳥居 ・お長屋 ・島津墓地 ・勝軍地蔵 ・大慈寺 ・宝満寺
		＜食＞ ・カンパチ ・味処 海の桜勘 ・ちりめん ・ハモ ・うなぎ ・黒豚 ・黒牛 ・焼酎 ・ゆず
		＜スポーツ＞ ・志布志運動公園人工芝サッカー場
		＜観光施設＞ ・道の駅（たるみず、たるみずはまびら、たから べ、すえよし、おおすみ弥五郎伝説の里、松 山）
		＜体験＞ ・キャニオニング ・漁業体験 ・農業体験 ・森の駅たるみず ・マリンアクティビティ ・フォレストアドベンチャーおおすみ ・たからべ森の学校（学校跡地） ・スクラブ（南九州畜産獣医学拠点施設）（学校跡地）
中部 エリア	鹿屋市 大崎町 東串良町	＜自然＞ ・高隈山系 ・神野中岳 ・くにの松原 ・柏原海岸
		＜文化＞ ・柏原大相撲 ・鉤引き祭
		＜歴史＞ ・唐仁古墳群 ・横瀬古墳 ・岡崎古墳群 ・鹿屋航空基地史料館 ・戦争遺跡（掩体壕、地下壕電信司令室跡等） ・吾平山上陵 ・荒平天神（菅原神社）
		＜食＞ ・みなと食堂・カンパチ ・ナミクダヒゲエビ ・黒牛 ・黒豚 ・落花生 ・焼酎
		＜観光施設＞ ・かのやばら園 ・輝北天球館 ・道の駅くにの松原おおさき、野方あらさの ・あすばる大崎 ・浜田、高須海水浴場
		＜イベント＞ ・かのやばら祭り ・ツール・ド・おおすみ ・かのやサイクルフェスティバル ・エアーメモリアル in かのや ・ルーピンまつり
		＜スポーツ＞ ・国立大学法人 鹿屋体育大学 ・かのやグラウンド・ゴルフ場 ・ジャパンアスリートトレーニングセンター大隅
		＜体験＞ ・漁業体験 ・農業体験 ・ユクサおおすみ海の学校（学校跡地） ・circular village hostel GURURI

エリア	市町名	主な観光施設等
南部 エリア	錦江町 南大隅町 肝付町	<自然> ・本土最南端 佐多岬公園 ・雄川の滝 ・パノラマパーク西原台 ・神川大滝 ・花瀬自然公園 ・照葉樹の森 ・辺塚海岸 ・轟の滝
		<文化> ・佐多の御崎祭り ・流鏝馬
		<歴史> ・塚崎古墳群
		<食> ・えっがね(伊勢えび) ・辺塚だいたい・焼酎
		<イベント> ・うちのうら銀河マラソン ・高山やぶさめ祭
		<宇宙関連> ・JAXA 内之浦宇宙空間観測所
		<体験> ・漁業体験 ・農業体験 ・ボタニカルファクトリー（学校跡地）

○観光施設

- ・日本最大級の規模を誇る「かのやばら園」
- ・特色ある運営を行う道の駅が地域内に多数存在する。

○自然

- ・手つかずの豊かな自然が残っているため、登山、トレッキング、キャニオニング等のアクティビティが充実しており、本格的なアウトドアを楽しむことができる。
- ・本土最南端の佐多岬周辺は亜熱帯植物が群生。全国で16箇所しかない「森林生物遺伝資源保存林」に指定され、学術的にも貴重とされている高隈山も、登山やトレイルランで注目されている。また、雄川の滝が人気を集め、来訪者が年間10万人を超えている。
- ・霧島錦江湾国立公園、日南海岸国定公園に指定されているエリアがあり、海岸線沿いに景勝地が広がる。

○スポーツ

- ・日本唯一の国立単科系体育大学である鹿屋体育大学を有し、その他の施設として大隅地域内に自転車競技場や各種競技に対応した施設も整備されている。また、2019年には陸上競技のトレーニングに特化したスポーツ合宿拠点施設が完成した。
- ・大隅地域は、関西圏の大学生を中心とするスポーツ合宿が大変盛んであり、鹿児島県内トップの実績を誇っている。
- ・しかしながら、スポーツと観光の市場の経済的優位性が確立されている分野はスポーツ合宿のみとなっており、現時点でのスポーツツーリズムへの投資の優先順位は低いものとなっている。
- ・プロサイクルチーム「シエルブルー鹿屋」や鹿屋体育大学自転車競技部、鹿児島県自転車競技場などもあり、サイクルツーリズムにも適した地域である。

○イベント

- ・海上自衛隊鹿屋航空基地における航空ショー「エアーメモリアル in かのや」
- ・大隅地域のロケーションの良いコースを走る自転車ロードレース、佐多岬やロケット発射場等の地域資源を活用したマラソン大会等、地域の特色を生かしたイベントが数多く実施されている。

○歴史

- ・古墳が数多く残り、武家屋敷群や島津家に縁のある史跡が残されている。

- ・太平洋戦争時に特攻隊員が日本で最も多く飛び立った地域であり、戦争遺跡（掩体壕、トーチカ跡等）が数多く残されている。平和学習ガイドや鹿屋航空基地史料館で平和について学ぶ機会を持つこともでき、平和教育（ピースツーリズム）にも適した地域である。
- ・大隅地域には、戦争遺跡や古墳・登山等の案内をするガイドが地域内で養成されており、観光客の受入を行っている。

○文化

- ・地域に根ざした地域の伝統的な祭りや伝統芸能が息づいており、地域で保存する取り組みが行われている。（奇習 鬼追い、弥五郎どんまつり、やぶさめ祭、佐多の御崎祭り、志布志お釈迦まつり、郷土芸能（棒踊り等）等）

○その他の観光資源

- ・日本初の人工衛星を打ち上げたロケット発射場「JAXA 内之浦宇宙空間観測所」があり、ロケット発射の見学、宇宙科学資料館の見学が可能である。
- ・本土最南端「佐多岬展望公園」の整備を進めており、2018 年度には展望所をはじめとする公園一体の整備が完了した。本土最南端を目指すバイカーにも人気のスポットである。
- ・多様な釣り場スポットが地域内に多く存在し、佐多岬海域をはじめとし、多くの釣り人が訪れる。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

エリア	市町名	施設数	収容人数	施設規模等
北部	垂水市	11	538	・MICE を含む団体客への対応は難しく、少人数への対応は可能。 ・ほとんどがビジネスホテルや民宿の形態であり、観光ホテルは少ない。 ・コロナ禍等により休業施設もある。
	曾於市	9	204	
	志布志市	15	834	
	エリア計	34	1,576	
中部	鹿屋市	40	2,120	
	大崎町	6	529	
	東串良町	1	12	
	エリア計	47	2,661	
南部	錦江町	3	40	
	南大隅町	8	289	
	肝付町	11	612	
	エリア計	22	941	
合 計		102	5,139	

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○区域までの交通（首都圏、中京圏、関西圏、九州北部地域）

<空 路>

- ・各方面と鹿児島空港を結ぶ航空路線（LCC を含む。）が、多数就航している。
- ・鹿児島空港から、大隅地域各地へ連絡バスが運行している。

区 間	所要時間
東京(羽田)～鹿児島空港	1 時間 55 分
東京(成田)～鹿児島空港	2 時間 10 分
名古屋～鹿児島空港	1 時間 20 分
大阪～鹿児島空港	1 時間 10 分

<新幹線>

- ・各方面と鹿児島中央駅を結ぶ九州新幹線が走行している。
- ・鹿児島中央駅から、大隅地域への直行バスが運行している。

区 間	所要時間
新大阪～鹿児島中央	3 時間 44 分
博多～鹿児島中央	1 時間 17 分

<航 路>

- ・「フェリーさんふらわあ」の大阪～志布志航路が就航。2018 年度に新船が就航し、さらなる関西圏からの観光客の利用が期待されている。
- ・志布志港からは、大隅地域内の各地を結ぶバスが運行している。

区 間	所要時間
大阪～志布志港	15 時間

- ・鹿児島市～鹿屋市の旅客不定期航路が 2020 年度に開設。
(マリンポートかごしま～鹿屋港：高速船) 45 分

<自動車利用（高速道路）>

- ・2014 年 12 月に東九州自動車道が、大隅地域の中央部である鹿屋市まで延伸し、九州各地や九州以遠地域、鹿児島空港からのアクセスが向上している。
- ・2021 年 7 月 17 日には、鹿屋串良 JCT から志布志 IC 間が開通し、域内アクセス向上による観光の活性化が期待されている。(39 分→19 分)

区 間	所要時間
福岡 IC～鹿屋串良 JCT	3 時間 30 分
溝辺鹿児島空港 IC ～鹿屋串良 JCT	59 分
鹿屋串良 JCT～志布志 IC	19 分

- ・地域高規格道路「都城志布志道路」が全線開通（令和 6 年度予定）すると、九州縦貫自動車道や東九州自動車道と接続し、広域交流ネットワークの形成による観光の活性化が期待される。

<2 次交通>

- ・鹿児島県内の交通要所からの連絡バスは運行しているものの、本数、ルートに課題があり、2 次交通の整備が不十分である。(コロナ禍により便数が減少)

<鹿児島県内の主要観光地及び宮崎県>

- ・鹿児島県の観光のゴールデンルート（鹿児島市、指宿市、霧島市）及び宮崎県と隣接しており、高速道路や航路、鉄道（JR 日豊本線）の活用により、周遊ルートが確立されている。

区 間	交通手段	所要時間
宮崎 IC～鹿屋串良 JCT	自動車	1 時間 22 分
鹿児島 IC～鹿屋串良 JCT	自動車	1 時間 15 分
鴨池港(鹿児島市)～垂水港	フェリー	35 分
鹿児島港～桜島港	フェリー	15 分
山川港(指宿市)～根占港	フェリー	50 分
マリンポートかごしま～鹿屋港	高速船	45 分

○域内交通

- ・公共交通機関は路線バスが主な手段であり、地域内は自家用車やレンタカー利用者が多い。

【外国人観光客への対応】

- ・大隅観光ホームページや各種パンフレットの多言語化対応。
- ・海外からの修学旅行生等を受け入れており、漁業体験や民泊の提供を行っている。
- ・鹿児島県アジア・太平洋農村研修センターにおいて、各国からの研修生、観光客の受入を行っており、同センターでは、日本文化（着物体験、茶道、華道等）を体験することができる。
- ・構成市町・事業者と連携し、2次交通手段として「自転車」を活用した着地型観光の実証に取り組んでいる。
- ・マリポートかごしまや隣接する宮崎県日南市油津港に入港するクルーズ船の外国人観光客の大隅地域への周遊が、今後期待される。
- ・香港・台湾・韓国等と鹿児島空港間では、今年度から定期便が再開されたことにより、鹿児島県を訪れる外国人観光客の増加が期待され、大隅地域への誘客にも取り組んでいく。

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。	大隅地域内の観光スポットや観光施設でアンケート調査を実施し、推計演算
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	鹿児島県観光統計調査を引用
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、戦略立案に繋げるため。	大隅地域内の観光スポットや観光施設でアンケート調査を実施し、推計演算
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	大隅地域内の観光スポットや観光施設でアンケート調査を実施し、推計演算
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。	・大隅地域の観光サイト「オスミツキ大隅国」のセッション数を月ごとに取得 ・鹿児島県観光連盟サイトから大隅エリア主要観光スポットのセッション数を月ごとに取得
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	・おおすすめ観光未来会議の会員を中心に地域住民へのアンケート調査を実施し、推計演算

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

大隅地域は、鹿児島県内でも高齢化率が高い自治体が存在するなど、少子高齢化の進行により国の推計よりも早く人口減少が進んでいる。

観光分野では、スポーツ合宿の受入は、県内でも高いシェアを占めているが、一方で、宿泊インフラや二次交通に乏しいため、入込客数や宿泊客数が他地域よりも少ない状況である。

このような中、高い経済波及効果や雇用創出効果が期待される観光は非常に重要なものになっていることから、地域連携DMOである当社が、観光地域づくりの司令塔としての役割を果たすことで、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域の誇りと愛着を醸成する地域経営を行い、新たな雇用の創出や交流・関係人口の増加につなげることとしている。

これらを取りまとめた、「第2期大隅エリア観光戦略」を2021年度末に策定（計画年度：2022～2024年度）した。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ○ 錦江湾（内海）や太平洋（外海）に囲まれ、「雄川の滝」や「高隈山系」などの手つかずの自然が残っていること。 ○ 農業、畜産、漁業のいずれの一大産地であり、地の利を生かした新鮮な食材の宝庫であること。 ○ 本土最南端の「佐多岬」や日本に2ヶ所しかないロケット発射場のうちの「JAXA 内之浦宇宙空間観測所」を有していること。 ○ マイクロツーリズム（近場観光）に適した立地であること。 ○ サイクリングやアウトドア、マリナクティビティなど自然を生かした体験型の観光ができること。 ○ ジャパンアスリートトレーニングセンター大隅や人工芝サッカー場などスポーツ宿泊にも対応できる競技施設等があること。	弱み (Weaknesses) ○ 鹿児島県の交通の玄関口である鹿児島空港や鹿児島中央駅からの移動時間を要すること。 ○ 主要移動手段が車であり、2次交通が充実していないこと。 ○ 観光に対する地域の意識が低いこと。 ○ 情報発信を行うところが、バラバラであり、効果的なPRができず、認知不足となっていること。 ○ 個々のコンテンツは良いものがあるが、トータルコーディネートやアテンドする人がいないこと。 ○ 日帰り旅行が多く、滞在型コンテンツが不足していること。
外部環境	機会 (Opportunity) ○ マイクロツーリズム（近場観光）が脚光を浴びていること。 ○ コロナ禍を経験し、農村地域の持っている潜在価値が見直されていること。 ○ 「三密」を回避できるアウトドア体験やサイクリング、バイクツーリングなどのアドベンチャーツーリズムへの注目が高まっていること。 ○ SDGsの取り組みが世界的に広がっていること。 ○ 交通インフラ（東九州自動車道や都城志布志道路、錦江湾海上交通）が整備されつつあること。	脅威 (Threat) ○ 新型コロナウイルス感染症の5類引き下げにより、従前の大型観光地への人流が主流となっていること。 ○ 訪日外国人客についても、従前の大型観光地への人流が主流となっていること。 ○ 国内観光客の基礎となる人口が減少していること。 ○ 地域間での観光客の奪い合いになっていること。

※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

○ 基本的なエリア誘客ターゲット

【基本事項】

個人旅行者・35～45歳の女性、長時間の運転をいとわない人、アウトドア活動や自然に興味のある人

【デスティネーション】

本土最南端「佐多岬」

【PR手法】

WEB（SNS (Facebook・Instagram・Twitter)・YouTube・ホームページ 等)

○第 1 層（国内観光客）

【県内在住者】

セグメンテーション	ターゲティング
宿泊・日帰り	日帰り
同行者	家族、友人
年代	20 代～60 代
観光目的	歴史・文化や自然を体験できるプログラム 着地型ツアー（まち歩き・サイクリングなど）
移動手段	自家用車、自転車

【県外在住者】

セグメンテーション	ターゲティング
都道府県	隣県（宮崎県） 九州中北部（福岡県・熊本県） 関西エリア（大阪府・兵庫県）
宿泊・日帰り	宿泊
同行者	家族、友人
年代	20 代～50 代
観光目的	アドベンチャーツーリズム アウトドア体験
移動手段	自家用車（含むレンタカー）、飛行機、九州新幹線、 フェリーさんふらわあ、バイク

○選定の理由

基本的に第 1 期観光戦略のターゲット層（下表）を引き継ぐこととし、さらに地域内資源や観光トレンドの分析により、第 2 期観光戦略のターゲットとして選定した。

【参考】…第 1 期観光戦略

- ・県外の個人旅行者（観光トレンド・市場規模・プロモーション効率・経済効果）
- ・長時間の運転をいとわない人（立地的条件・九州域内自走者・2 次交通としてレンタカー利用が望ましいこと）
- ・アウトドア活動や自然に興味があること（嗜好条件）
- ・デスティネーションとの相性（重要供給バランス、自然系観光スポットとの相性）

○取組方針

- ・新型コロナウイルスの影響がどこまで続くか不透明であるため、まずは、薩摩半島在住者や本地域の隣接県である宮崎県（特に宮崎市以南）をターゲットにした情報発信やマイクロツーリズム・アドベンチャーツーリズムの推進を中心に行う。
- ・感染状況を見極め、九州中北部（福岡県・熊本県）、関西エリア（大阪府・兵庫県）からの観光誘客に努める。
- ・文化・歴史や自然のほか、大隅地域の基幹産業である「第一次産業を体験するプログラム」の提供やふるさと案内人などの「地域ガイドを活用した着地型ツアー」を造成・実施し、滞在時間を延ばすことにより、域内で観光消費してもらう機会を創出する。
- ・教育旅行（農家民泊）やスポーツを通じた地域活性化を図るためのスポーツ合宿の誘致についても関係機関と連携を図りながら進める。
- ・メディア露出度を高めるため、取り上げられる情報を随時提供し、大隅地域の魅力発見につなげる。

○第2層（訪日外国人客）

【インバウンド】

セグメンテーション	ターゲティング
国	重点市場：台湾・香港 ※将来的に、欧米豪 ※クルーズ船のオプションツアー
年代	30代～50代
所得層	中～高所得層
観光目的	アドベンチャーツーリズム、地元交流型体験 農家民泊
大隅までの移動手段	レンタカー、飛行機、九州新幹線、高速船
大隅での移動手段	レンタカー、ツアーバス

○選定の理由

訪日外国人観光客（インバウンド）については、第1期観光戦略でのターゲットであった「香港」に加え、同じ東アジアで使用文字（繁体字）が同じで親日家の多いと言われている「台湾」をターゲットに追加。

【参考】…第1期観光戦略

- ・香港在住者は、近年、訪日のリピート回数が最も高いことや、香港と鹿児島空港を結ぶ直行便が就航しており利便性が高いこと、日本国内におけるレンタカー利用率が高いことから、大隅来訪がしやすい環境といえる。
- ・また、鹿児島県の外国人観光客の誘客施策についてもアジアをターゲットとしていることから、鹿児島県を訪れる外国人観光客の大隅来訪者の増加が見込めるため。

○取組方針

- ・選定地域（台湾・香港）をターゲットとした情報発信やアドベンチャーツーリズムの推進を行い、将来的には、観光消費額の多い欧米豪の個人客を取り込んでいけるように努める。
- ・コロナ禍により積極的なプロモーションは難しいが、日本政府観光局（JNTO）や鹿児島県・鹿児島県観光連盟とも連携を図りながら、可能な範囲でのプロモーションを実施する。
- ・プロモーションにあたっては、在留外国人にも本国の友人等に向けた SNS 等での情報拡散を行ってもらうようアプローチを行う。

（4）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	EVERGREEN OSUMI
②コンセプトの考え方	マーケティング調査・分析結果から、マーケットが抱く大隅のイメージは、「森林」、「滝」、「海」が上位であり、このうち、大隅地域の地域資源との相関や、商材としての可能性が高く、大隅地域のイメージとして訴求の高いものは、「森林」、「滝」が効率的であると分析した。 また、大隅地域固有の自然、景観、風土などの地域資源が「観光」と「自然」が共生する中で永続的に守り残されていくことを願い「エバーグリーン＝常緑、悠久の自然」を掲げ、地域内外にメッセージとして発信するとともに、今後の国際的なマーケットを視野にいれ、日本語表記ではなく、英語表記「EVERGREEN OSUMI」とした。

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。	※戦略の共有方法について記入すること (例) 部会、ワーキンググループ、HP、事業報告書の説明会 ・ 今後の大隅広域観光の指針となる「大隅広域観光の基本認識(2016年度策定)」の策定等にあたり、株式会社おおすみ観光未来会議の前身である任意組織の「おおすみ観光未来会議」において多様な関係者の意見を聴取するとともに、理念等を共有した。 ・ 株式会社おおすみ観光未来会議会員組織において、地域課題を把握・共有し、解決するための「エリア会議」の設置、エリア会議で提案された地域課題の解決策を具現化するための「エリア幹事会議」を設置。さらには行政と一体となった「大隅観光戦略会議」を設け、地域における観光課題のボトムアップと戦略共有がなされている。 ・ あわせて、地域の観光協会等の人材育成やおもてなしの質の向上のための研修等を実施し、関連事業者の業務支援を行う。 ・ 第2期大隅エリア観光戦略(2022年3月末策定)は、上記のスキームにより策定を行った。
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	・ 株式会社おおすみ観光未来会議の会員組織において、地域課題解決に向け、地域の観光サービスの評価や、課題把握を行うことにより、課題解決のための方策を協議する。 ・ 株式会社おおすみ観光未来会議が行うマーケティング調査のデータをフィードバックすることにより、市場ニーズを反映させたサービスの維持、向上を図る。 ・ 株式会社おおすみ観光未来会議にサクラクオリティ研修修了者を中心としたサービスの評価や、業務改善の助言等を行う体制を整え、大隅地域におけるサービス向上を図る。 ・ 飲食店や土産物店、物産館、宿泊施設等における大隅ならではの食の提供が行えるような研修や、専門家からのアドバイス事業等を行う。 ・ 地域の魅力を再認識する各種研修や各種事業への参画を通じたおもてなしの質の向上、地域内人材育成を行う。
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	・ 「大隅観光戦略会議」で合意・共有された戦略に基づき、株式会社おおすみ観光未来会議、会員組織会員、行政が一体的なプロモーションを行う仕組みが構築されている。 ・ 戦略に定めたターゲットに向けた情報発信を行うため、大隅観光戦略会議における多様な関係者との戦略の共有や、観光地経営への反映、検証を通じ、エリア内の一元的かつ効率的な情報発信・プロモーションを実施する。実施にあたっては、地域の状況を把握し、地域における取組の不足や重複等の調整を定期的に行う。 ・ 大隅の観光情報を提供するポータルサイトとして、大隅広域観光HPやSNS(Facebook・Instagram・X(旧Twitter))での情報発信を行っている。

※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		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (円)	目標	10,500 ()	7,500 ()	9,000 ()	10,800 ()	10,800 ()	10,800 ()
	実績	7,364 ()	8,767 ()	9,026 ()			
●延べ宿泊者数 (人)	目標	450,000 (1,200)	364,000 (7,300)	368,000 (7,400)	372,000 (7,500)	376,000 (7,600)	380,000 (7,700)
	実績	411,022 (735)	292,641 (913)	県算定中 (県算定中)			
●来訪者満足度 (%)	目標	62.0 ()	64.0 ()	66.0 ()	68.0 ()	70.0 ()	70.0 ()
	実績	61.5 ()	65.4 ()	69.3 ()			
●リピーター率 (%)	目標	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()	61.0 ()	62.0 ()
	実績	52.2 ()	56.2 ()	56.2 ()			

※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】

- ・「第2期大隅エリア観光戦略(2022年3月)」の策定にあたり、マーケティング調査結果をもとに、2026年度までの目標値を設定。
- ・毎年度、大隅観光戦略会議にて目標値の見直しを行い、PDCAサイクルを循環させる。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

第1期大隅エリア観光戦略では、2017年鹿児島県旅行消費額単価を2018年度の目標値に設定していたが、コロナ禍により大きな落ち込みがあったことから、2022年度の目標値として対2020年度実績比約15%増加を設定し、2024年度までにコロナ禍前の2019年度の数値回復を目指す。その後、2026年度までは、2024年度の数値の維持を目標にする。

●延べ宿泊者数

見直し前の2019年度実績値(359,990人)をもとに、毎年1.0%の増加を設定。

●来訪者満足度

2020年度の実績値は非常に高かったが、2019年度の実績値62.0%をベースに毎年2.0%の増加を目標として設定。以降70.0%の満足度を目標とする。

●リピーター率

2019年度は、大きく数値が落ち込んだが、コロナ禍に一定程度の回復があったため、2020年度実績値の52.0%をベースとし、2024年度までに60.0%の目標値を設定し、以降5ヵ年で65.0%まで増加する目標値を設定。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●観光HPセッション数 (件)	目標	103,000 ()	99,000 ()	108,900 ()	119,800 ()	119,800 ()	119,800 ()
	実績	89,081 ()	120,366 ()	160,073 ()			
●住民満足度 (%)	目標	— ()	60.0 ()	62.0 ()	64.0 ()	66.0 ()	66.0 ()
	実績	57.7 ()	56.9 ()	59.6 ()			
●エリア内平均 訪問地点数 (箇所)	目標	2.00 ()	1.50 ()	1.65 ()	1.80 ()	1.95 ()	2.00 ()
	実績	1.98 ()	1.45 ()	2.33 ()			
●着地型旅行への 参加者数 (人)	目標	— ()	100 ()	130 ()	170 ()	220 ()	290 ()
	実績	153 ()	144 ()	36 ()			

※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)

- ・大隅広域観光の事業推進にあたり、プロモーション戦略等が適正であるか等について指標となると考えられる項目、目標値を設定。
- ・第2期大隅エリア観光戦略の策定に合わせ、目標値の見直しと指標項目の追加を行った。
- ・今後については、収集するデータの精度を上げ、KPI となり得る指標を構築していく。

【設定にあたっての考え方】

●大隅観光ホームページ来訪者数 (WEB サイトのアクセス状況)

2021 年度にホームページの見直しを行い、89,081 件のアクセスがあったため、この数値と 2020 年度実績値からの伸び率をベースに毎年 10%増加を目標値とした。その後、2026 年度までは、2024 年度の数値の維持を目標にする。

●住民満足度

2021 年度に実施した調査結果をベースに 2022 年度の目標値を 60.0%に設定し、以降、毎年 2.0%の増加を目標として設定し、70.0%の満足度を目標とする。

●エリア内訪問地点数

2018～2020 年度の平均値 1.44 をベースに 2022 年度の目標値を 1.50 に設定し、毎年約 10%程度の増加を目標として設定。以降 2.00 箇所を目標値とする。

●着地型旅行への参加者数

これまでの実績値をベースに 2022 年度の目標値を 100 人で設定し、以降、毎年 130%の増加を目標値として設定。

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）
2021（Ｒ３） 年度	69,844,385 円	【広域行政観光団体からの業務受託料】 22,480,000 円 【市町村からの負担金】 8,418,577 円 【市町村等からの業務委託料】 11,090,179 円 【観光庁事業】 14,638,409 円 【事業収入】（教育旅行等手配業務手数料） 13,217,220 円
2022（Ｒ４） 年度	55,732,035 円	【広域行政観光団体からの業務受託料】 22,362,000 円 【市町村からの負担金】 8,390,758 円 【市町村等からの業務委託料】 14,308,593 円 【観光庁事業】 549,206 円 【事業収入】（教育旅行等手配業務手数料） 10,121,478 円
2023（Ｒ５） 年度	49,161,934 円	【広域行政観光団体からの業務受託料】 22,300,000 円 【市町村からの負担金】 8,284,770 円 【市町村等からの業務委託料】 9,131,500 円 【事業収入】（教育旅行等手配業務手数料） 9,445,664 円
2024（Ｒ６） 年度	52,500,000 円	【広域行政観光団体からの業務受託料】 27,000,000 円 【市町村からの負担金】 8,500,000 円 【市町村等からの業務委託料】 5,000,000 円 【事業収入】（教育旅行等手配業務手数料） 12,000,000 円
2025（Ｒ７） 年度	52,500,000 円	【広域行政観光団体からの業務受託料】 27,000,000 円 【市町村からの負担金】 8,500,000 円 【市町村等からの業務委託料】 5,000,000 円 【事業収入】（教育旅行等手配業務手数料） 12,000,000 円
2026（Ｒ８） 年度	52,500,000 円	【広域行政観光団体からの業務受託料】 27,000,000 円 【市町村からの負担金】 8,500,000 円 【市町村等からの業務委託料】 5,000,000 円 【事業収入】（教育旅行等手配業務手数料） 12,000,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度	69,848,233 円	【事業原価】教育旅行手配原価等 20,811,222 円 【販管費】 49,037,011 円 ・人件費 23,252,926 円 ・物件費 5,382,351 円 ・経費 20,401,734 円

2022 (R4) 年度	53,971,914 円	【事業原価】教育旅行手配原価等 【販管費】 ・ 人件費 ・ 物件費 ・ 経費	21,155,018 円 32,816,896 円 23,416,671 円 5,544,774 円 3,855,451 円
2023 (R5) 年度	46,941,244 円	【事業原価】教育旅行手配原価等 【販管費】 ・ 人件費 ・ 物件費 ・ 経費	17,503,353 円 29,437,891 円 20,674,454 円 5,053,344 円 3,710,093 円
2024 (R6) 年度	51,000,000 円	【事業原価】教育旅行手配原価等 【販管費】 ・ 人件費 ・ 物件費 ・ 経費	15,000,000 円 36,000,000 円 27,000,000 円 4,500,000 円 4,500,000 円
2025 (R7) 年度	51,000,000 円	【事業原価】教育旅行手配原価等 【販管費】 ・ 人件費 ・ 物件費 ・ 経費	15,000,000 円 36,000,000 円 27,000,000 円 4,500,000 円 4,500,000 円
2026 (R8) 年度	51,000,000 円	【事業原価】教育旅行手配原価等 【販管費】 ・ 人件費 ・ 物件費 ・ 経費	15,000,000 円 36,000,000 円 27,000,000 円 4,500,000 円 4,500,000 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

- 滞在型体験メニューや旅行商品の企画、造成による収入
- ワンストップ窓口での旅行商品の一括手配支援による収入（スポーツ合宿一括手配支援についても協議・検証を行う）
- 広域行政観光団体からの業務受託、各市町からの業務受託
- 積極的な DMO 関連事業へのチャレンジ

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

(市町村の意見)

鹿児島県鹿屋市、垂水市、曾於市、志布志市、大崎町、東串良町、錦江町、南大隅町、肝付町は、株式会社おおすみ観光未来会議を当該市町における地域連携 DMO として登録したいので、株式会社おおすみ観光未来会議とともに申請します。

(鹿児島県の意見)

大隅地域全体の観光振興に資するものであり、地域間連携による広域観光の振興を推進するという本県の観光振興に関する施策の方向性とも合致するものであると認められます。

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）

区域の重複なし

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	小 竹 真 吾
担当部署名（役職）	株式会社おおすみ観光未来会議 （チーフディレクター兼総務課長）
郵便番号	893-0007
所在地	鹿児島県鹿屋市北田町 8 番 8 号
電話番号（直通）	0994-35-1266
F A X 番号	0994-35-1277
E - m a i l	info@oosumi-kankou.com c-director@oosumi-kankou.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	鹿児島県
担当者氏名	小 谷 祐 一 郎
担当部署名（役職）	観光・文化スポーツ部 P R 観光課（主査）
郵便番号	890-0064
所在地	鹿児島県鹿児島市鴨池新町 10 番 1 号
電話番号（直通）	099-286-3045
F A X 番号	099-286-5580
E - m a i l	Kg-tourism@pref.kagoshima.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県鹿屋市
担当者氏名	八 木 大 輔
担当部署名（役職）	農林商工部 ふるさと P R 課（主任主事）
郵便番号	893-8501
所在地	鹿児島県鹿屋市共栄町 20 番 1 号
電話番号（直通）	0994-31-1121
F A X 番号	0994-40-8688
E - m a i l	d.yagi@city.kanoya.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県垂水市
担当者氏名	川 畑 健 祐
担当部署名（役職）	水産商工観光課（主査）
郵便番号	891-2192
所在地	鹿児島県垂水市上町 114 番地
電話番号（直通）	0994-32-1486
F A X 番号	0994-32-6625
E - m a i l	t_kankou@po.city.tarumizu.kagoshima.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県曾於市
担当者氏名	大 重 志 保
担当部署名（役職）	商工観光課（係長）
郵便番号	899-8692
所在地	鹿児島県曾於市末吉町二之方 1980 番地
電話番号（直通）	0986-76-8282
F A X 番号	0986-76-7285
E - m a i l	kezai01@city.soo.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県志布志市
担当者氏名	轟原 彩未
担当部署名（役職）	港湾商工課（主事）
郵便番号	899-7192
所在地	鹿児島県志布志市志布志町志布志 2 丁目 1 番 1 号
電話番号（直通）	099-472-1111
F A X 番号	099-473-2203
E - m a i l	kankou@city.shibushi.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県曾於郡大崎町
担当者氏名	坪 内 幸之介
担当部署名（役職）	商工観光課（主事）
郵便番号	899-7305
所在地	鹿児島県曾於郡大崎町仮宿 1029 番地
電話番号（直通）	099-476-1111
F A X 番号	099-476-3979
E - m a i l	kanko@town.kagoshima-osaki.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県肝属郡東串良町
担当者氏名	甫 村 和 哉
担当部署名（役職）	企画課（主査）
郵便番号	893-1693
所在地	鹿児島県肝属郡東串良町川西 1543 番地
電話番号（直通）	0994-63-3122
F A X 番号	0994-63-3138
E - m a i l	kikaku@higashikushira.com

都道府県・市町村名	鹿児島県肝属郡錦江町
担当者氏名	益口 礼華
担当部署名（役職）	観光交流課（主事補）
郵便番号	893-2392
所在地	鹿児島県肝属郡錦江町田代麓 827 番地 1
電話番号（直通）	0994-25-2511
F A X 番号	0994-25-2668
E - m a i l	r_masu@town.kinko.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県肝属郡南大隅町
担当者氏名	大倉野 史 晃
担当部署名（役職）	企画観光課（主査）
郵便番号	893-2501
所在地	鹿児島県肝属郡南大隅町根占川北 226 番地
電話番号（直通）	0994-24-3115
F A X 番号	0994-24-3119
E - m a i l	kanko@town.minamiosumi.lg.jp

都道府県・市町村名	鹿児島県肝属郡肝付町
担当者氏名	中 原 友 裕
担当部署名（役職）	林務水産商工課（係長）
郵便番号	893-1402
所在地	鹿児島県肝属郡肝付町南方 2643 番地
電話番号（直通）	0994-67-2116
F A X 番号	0994-67-2488
E - m a i l	syokou@town.kimotsuki.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

鹿児島県鹿屋市、垂水市、曾於市、志布志市、大崎町、東串良町
錦江町、南大隅町、肝付町

【設立時期】平成30(2018)年8月1日

【設立経緯】

①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】代表取締役 山下 建一

【マーケティング責任者(CMO)】小竹 真吾

【財務責任者(CFO)】金子 昭広

【職員数】8人(常勤7人(正職員3人・出向等4人)、非常勤1人)

【主な収入】

収益事業 9百万円、委託事業 31百万円(2023年度決算)

【総支出】

事業費 18百万円、一般管理費 29百万円(2023年度決算)

【連携する主な事業者】

宿泊施設、飲食店、物産館、交通事業者、旅行会社、商工業者、農林
漁業者、マスコミ、観光協会、商工会、行政等

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年7月1日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (円)	目標	10,500 ()	7,500 ()	9,000 ()	10,800 ()	10,800 ()	10,800 ()
	実績	7,364 ()	8,767 ()	9,026 ()	—	—	—
延べ 宿泊者数 (人)	目標	450,000 (1,200)	364,000 (7,300)	368,000 (7,400)	372,000 (7,500)	376,000 (7,600)	380,000 (7,700)
	実績	411,022 (735)	292,641 (913)	県算定中 ()	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	62.0 ()	64.0 ()	66.0 ()	68.0 ()	70.0 ()	70.0 ()
	実績	61.5 ()	65.4 ()	69.3 ()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()	60.0 ()	61.0 ()	62.0 ()
	実績	52.2 ()	56.2 ()	56.2 ()	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

(基本) 個人旅行者・35～45歳の女性
(国内) 県内在住者: 20～60代、家族・友人
県外在住者: 福岡・熊本・宮崎・大阪・兵庫
20～50代、家族・友人
(国外) 重点市場: 台湾・香港からの訪日來訪者
30～50代、中～高所得者

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

WEBを活用し、メディア露出を高めるために、取り上
げられる情報の随時提供や在留外国人にも本国の
友人等に向けたSNS等での情報拡散を行う

【観光地域づくりのコンセプト】

EVERGREEN OSUMI

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・焼酎トレイル事業
- ・観光コンテンツのタリフ整備
及びシステム化

【受入環境整備】

- ・サイクルツーリズムの推進
- ・大隅地域の資源を活かした
観光商品の造成
※VISIT鹿児島県を活用した
商品造成
- ・外国人観光客の受け入れ体制
整備(翻訳ソフト導入)

【情報発信・プロモーション】

- ・各種広報媒体を用いた
プロモーションの実施
- ・女子旅EXPO出展
- ・HP、Facebook、Instagram、
X(旧Twitter)による情報発信

【その他】

- ・教育旅行受入

