



いちき串木野市

観光マスタープラン



**平成26年3月
いちき串木野市**

市長あいさつ

「いちき串木野市観光マスタープラン」

の策定にあたって



我が国では、少子高齢化社会の到来や社会・経済の成熟化により人々の価値観は、「物質的な豊かさ」から「心の豊かさ」へと変化してきています。

観光の動向も、これまでの物見遊山的な趣向から、体験や学習を通じて観光客自身が何かを感じ取れる趣向へと変わりつつあります。

平成 23 年 3 月に九州新幹線が全線開業したことに伴い、鹿児島県では交流人口が増加し、観光業でも多くの経済効果が見られました。本市でも、この効果を一過性のものに終わらせることなく持続的な波及を図ることが必要と考えております。

我がまちいちき串木野市は、食、歴史、伝説、自然、温泉、祭り、イベント等、豊富な観光資源に恵まれ、平成 25 年 10 月には総合体育館が完成し、平成 26 年 7 月には薩摩藩英国留学生記念館が開館いたします。また、平成 21 年 4 月に「食のまちづくり条例」、平成 25 年 6 月に「本格焼酎による乾杯を推進する条例」といった本市独自の条例を制定し、「食のまち いちき串木野」として、全国に情報発信しております。

本市の活性化のため、観光交流人口の拡大を図っていくことが不可欠であり、こうした観光資源の有効活用及び情報発信、関係団体や地元事業者との連携・協力、地域の特性を活かした観光の推進等に取り組む上で、本市の観光振興の指針となる観光マスタープランを作成いたしました。

最後に、本マスタープラン策定にあたり、精力的に議論していただきました「いちき串木野市観光マスタープラン策定検討委員会」の委員のみなさまをはじめ、貴重なご意見をお寄せいただきました関係各位に深く感謝申し上げますとともに、今後のプランの実施に際し、さらなるご支援、ご協力をお願い申し上げます。

平成 26 年 3 月

いちき串木野市長 田畑 誠一

目次

第1章 いちき串木野市観光マスタープラン策定の目的

(1) 策定の目的

- 1 策定の目的 1
- 2 策定の位置づけ 1

第2章 いちき串木野市観光マスタープラン策定の背景

(1) 策定の背景

- 1 全国および九州における観光を取り巻く情勢 2
 - ① 総人口の減少及び高齢化社会の進行 3
 - ② 価値観・ライフスタイルの多様化 3
 - ③ 自然や健康に対する意識の高まり 4
 - ④ ICT社会の進展 4
- 2 鹿児島県および鹿児島市における観光を取り巻く情勢 5
- 3 いちき串木野市の現状 6
 - ① 人口の推移 6
 - ② 就業構造 6
- 4 いちき串木野市における観光を取り巻く情勢 6-7
 - ① いちき串木野市の観光エリア・観光施設ほか 8
- 5 いちき串木野市における観光を取り巻く課題・問題点 9-10

第3章 いちき串木野市観光マスタープラン

(1) 基本コンセプト 11

(2) 取組にあたっての基本テーマと基本施策（一覧） 12

(3) 基本テーマに基づく基本的施策 13

- 1 観光基盤の整備・強化・充実 13
 - ① 正確な情報収集 13
 - ② 正確・的確・積極的な情報発信 14
 - ③ 観光資源の発掘・整備・充実 15
 - ④ 受入体制の整備・強化 16
- 2 観光プログラム・メニューの充実 17
 - ① 食・食産業を活かした観光 17
 - ② 歴史・文化・景観・地域を活かした観光 18
 - ③ 体験・スポーツを活かした観光 19

(4) 推進体制 20

(5) 今後の取組推移イメージ 21

第4章 いちき串木野市観光マスタープラン策定経緯 22

- いちき串木野市観光マスタープラン策定検討委員会 委員名簿 23
- 用語集 24

第1章/ いちき串木野市観光マスタープラン策定の目的

(1) 策定の目的

1 策定の目的

本市は、「いちき串木野市第一次総合計画」に基づき、新しい観光ルートの創出や滞在型の観光開発、イベント、祭りなどを活用した参加型の観光開発に官民一体となって取り組んできました。

「いちき串木野市第一次総合計画」の策定以降、観光を取り巻く社会経済情勢や本市観光を取り巻く評価が変化し、観光に対する期待もさらに高まっています。

また、九州新幹線の全線開業により、これまで以上に人・モノ・情報が活発に行き交う「新幹線・大交流時代」が到来し、観光における都市間競争は、ますます激化するものと予想されます。

着地型観光の拡大を図ることは、交流人口の増加やにぎわいの創出とともに、消費や雇用など地域経済全体の発展につながることから、本市においては、観光を産業の重要な柱として位置づけています。

このようなことを踏まえ、官民一体となった観光施策を展開し、本市全体の発展につなげていくために、平成26年度以降の本市の観光振興の指針となる「いちき串木野市観光マスタープラン」を策定することとします。

2 策定の位置づけ

「いちき串木野市観光マスタープラン」は、「いちき串木野市第一次総合計画」の基本理念「ひとが輝く 地域が輝く～地域ブランドによる自立したすこやかな都市の創造～」の実現に向けた観光振興の指針となるものです。

「いちき串木野市観光マスタープラン」策定以降は、観光に対する市民の意識の高まり及び施策の進捗状況により、マスタープランの評価を行い、継続的な改善を図ります。

第2章/ いちき串木野市観光マスタープラン策定の背景

(1) 策定の背景

1 全国および九州における観光を取り巻く情勢

我が国においては、「観光立国推進基本法」の制定(平成19年1月施行)や「観光立国推進基本計画」の策定、観光庁の発足(平成20年10月)など、観光を21世紀の日本の政策の重要な柱として位置づけ、観光立国の推進に積極的に取り組んでいます。

国土交通省がまとめた平成23年版観光白書によると、平成22年度の国民一人当たりの国内宿泊観光旅行回数、宿泊数は、ともに前年に比べて減少しています。また観光庁「旅行・観光消費動向調査」により、年代別の年間旅行回数を見ると40代、50代が増加傾向にあるのに対して、20代、30代の落ち込みが顕著となっています。

一方、訪日外国人旅行者数については、平成15年度からビジット・ジャパン事業を推進するなど、国を挙げて海外からの観光客誘致に取り組んできた結果、近年、東アジアを中心に順調に増加し、平成22年には860万人を超え、過去最高を記録しました。その後、平成23年は東日本大震災で621万人と大幅に減少しましたが、受入環境整備や風評被害対策などに取り組み、平成24年は835万人を超えるまでに回復し、平成25年はビジット・ジャパンの目標であった1,000万人を達成しました。

九州においては、平成17年4月に「九州観光推進機構」が発足し、「観光王国・九州」の実現に向けて、官民一体となった取組が行われています。

高速自動車道の整備や国際航空路線の拡充などによって、九州内での移動時間の短縮や海外との交通ネットワークも向上し、それらを活かした周遊型の観光が推進されるなか、九州新幹線全線開業に伴い、その効果を九州全域に波及させる取組が進められています。

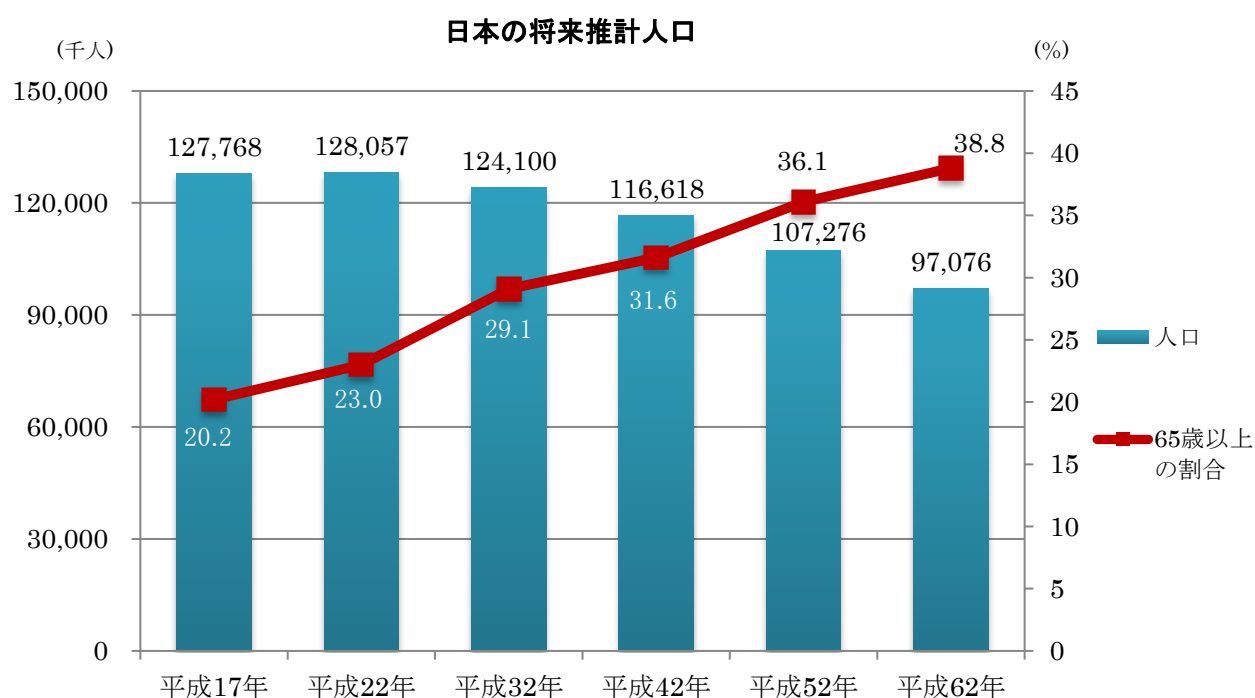
また、海外観光客船の誘致にも積極的に取り組んでおり、その寄港数は増加傾向にあります。

① 総人口の減少及び高齢化社会の進行

日本の総人口は、平成22年の国勢調査によると、前回調査の平成17年から横ばいで推移していましたが、平成24年発表の国立社会保障・人口問題研究所によると、今後、総人口は減少していくと推計されています。さらに少子高齢化の進行に伴い、生産力や消費への影響が懸念されます。

地方においては、定住人口が減少傾向にある中、国内外からの交流人口を増加し、地域経済の活性化を図ることができる観光振興の重要度が一層増してくるといえます。

また、団塊世代など、元気なシニア層が増加してきており、観光振興においては、これらの人々の需要、供給の両面に取り組んでいくことが必要となっています。



出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（平成24年1月推計）

② 価値観・ライフスタイル^{※1}の多様化

国内旅行の形態は、物見遊山的な団体旅行を中心とする観光から、少人数や個人での観光が主流となってきました。また、日本人出国者数は平成24年には約1,849万人となり、前年比約150万人増加、過去最高となっています。

個人のライフスタイルの多様化や、経済優先の意識から、生活の豊かさを求める意識へと価値観が変化することにより、観光へのニーズもこれまでとは異なってきています。日常の生活圏を離れて、他地域の歴史や文化に触れるなど、テーマ性を探求する観光や、地域の人々との交流を楽しむ観光も人気となっています。

③ 自然や健康に対する意識の高まり

近年の地球環境や社会情勢の変化に伴い、エコライフの実践や、ロハス※²な生活への移行など、人々の自然や健康に対する意識も高くなっています。

観光においても『ゆとり』、『やすらぎ』というニーズが増加し、各地で自然環境を活かしたグリーン・ツーリズム※³やエコツーリズム※⁴が行われています。

グリーン・ツーリズム施設の宿泊者数も、平成21年には年間延べ840万人を超え、今後さらに体験・体感型観光の充実が期待されます。

④ ICT※⁵ 社会の進展

ブログ※⁶やツイッター※⁷など、個人でも情報を発信できるツールが開発され、よりリアルタイムで地域性の高い情報が発信されるようになってきています。

また、近年はスマートフォン※⁸やタブレット型情報端末※⁹の登場により、移動中の情報収集や情報発信も容易に行われるようになってきています。

下表の携帯電話によるインターネット利用の推移をみると、「地図情報提供サービス」や「マイクロブログ※¹⁰の閲覧・投稿」などの新しいサービスができるとともに、携帯電話によるソーシャルネットワーキングサービス※¹¹の利用などが増加しています。

また、屋外・交通機関など様々な場所において、ディスプレイに電子的に情報を表示することができるデジタルサイネージ※¹⁴の登場により、まちなかの案内看板なども、より視覚的な表現が可能となり、情報の更新も頻繁に行うことが出来るようになってきています。

観光面におけるこれらの技術活用の可能性がより一層広がっていますが、一方でこうした技術に対して不慣れな人々への対応も必要となっています。

携帯電話（PHS・PDAを含む）からインターネットで利用した機能・サービスと目的・用途の比較

機能・サービス	平成16年	平成22年	比較
電子メールの受発信	55.8%	52.8%	→
商品・サービスの購入・取引	7.3%	28.2%	↑
メールマガジンの利用※ ¹²	5.3%	17.7%	↑
地図情報提供サービスの利用※ ¹³	－	14.5%	NEW
動画投稿サイトの利用	－	7.6%	NEW
ソーシャルネットワーキングサービスの利用	0.3%	4.8%	↑
マイクロブログの閲覧・投稿	－	3.3%	NEW
電子ファイルの交換・ダウンロード	－	2.2%	NEW

出典：総務省「ICTインフラの進展が国民のライフスタイルや社会環境等に及ぼした影響と相互関係に関する調査研究」（平成23年）

2 鹿児島県および鹿児島市における観光を取り巻く情勢

鹿児島県においては、観光を県の重要な産業の一つと位置付け、「観光立県かごしま県民条例」を制定(平成21年4月施行)し、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しています。

また、中国市場の情報収集や鹿児島県産品のPR及び販売促進、中国人観光客の誘致等を行うために、これまでの香港事務所に加え、平成22年7月に上海事務所を設置するなど、外国人観光客の誘致にも積極的に取り組んでいます。

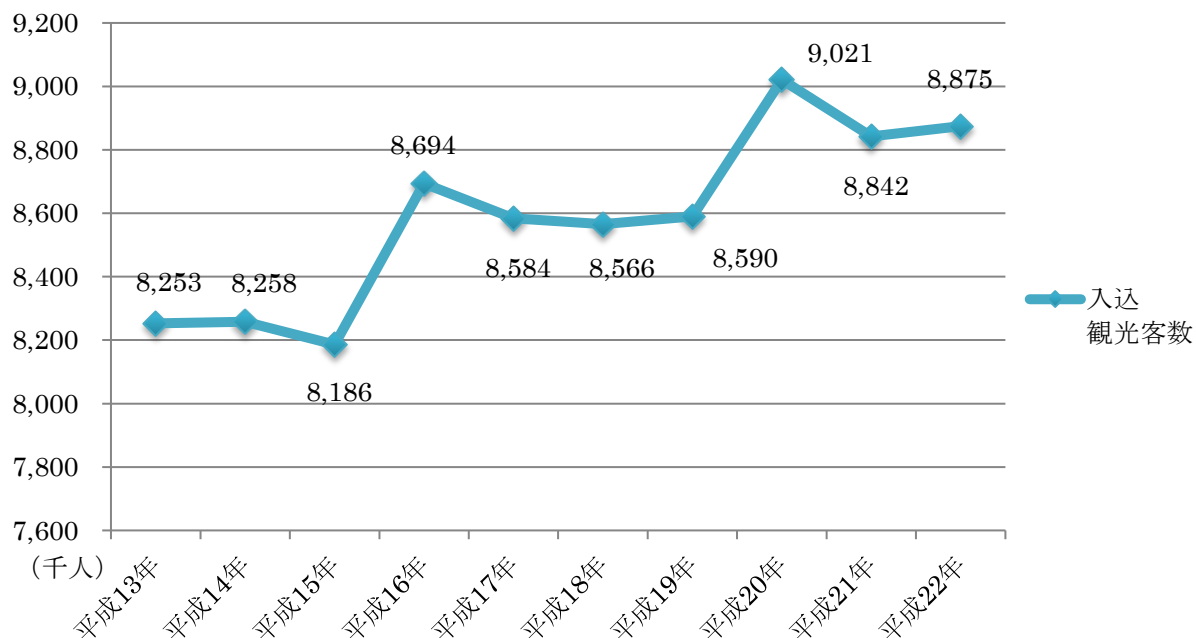
近年の宿泊観光客数、日帰り観光客数を見ると、NHK大河ドラマ「篤姫」の放映効果のあった平成20年をピークに減少に転じています。

平成23年は、新燃岳の噴火や東日本大震災の影響により一時的に減少しましたが、同年5月以降は九州新幹線全線開業の効果が現れてきています。

鹿児島市では歴史ロード「維新ふるさとの道」や桜島「溶岩なぎさ公園」足湯の整備、維新ふるさと館のリニューアルのほか、鹿児島ぶらりまち歩きの実施、“美味のまち鹿児島”魅力づくり事業など、官民一体となってハード・ソフト両面からの取組を進めています。

九州新幹線全線開業以降、主な観光施設等の利用者も増加するなど、その効果が現れてきています。

鹿児島市 入込観光客の推移



出典：「平成22年鹿児島市観光統計」

3 いちき串木野市の現状

他地域と同様、いちき串木野市においても、少子高齢化や過疎化が進行しており、それに伴う地域の課題も増えてきています。今後、本市の観光への取組によって、交流人口の増加や、U I ターン者による人口の増加が望まれます。

①人口の推移

住民基本台帳に基づく人口は、昭和30年に44,132人、昭和50年で38,151人、平成2年で36,790人、平成25年には30,288人と推移しています。近年は国勢調査のたびに、1,000人以上の減少となっています。

②就業構造

『統計いちき串木野』経済センサス基礎調査の平成24年統計によると、事業所で最も多いのはサービス業で610事業所、従事者は4,424人となっています。次いで多いのは、卸売・小売業・飲食店業の394事業所の2,046人、さらに建設業157事業所866人、製造業117事業所2,584人となっています。事業所、従事者数は、平成21年の統計より減少しています。

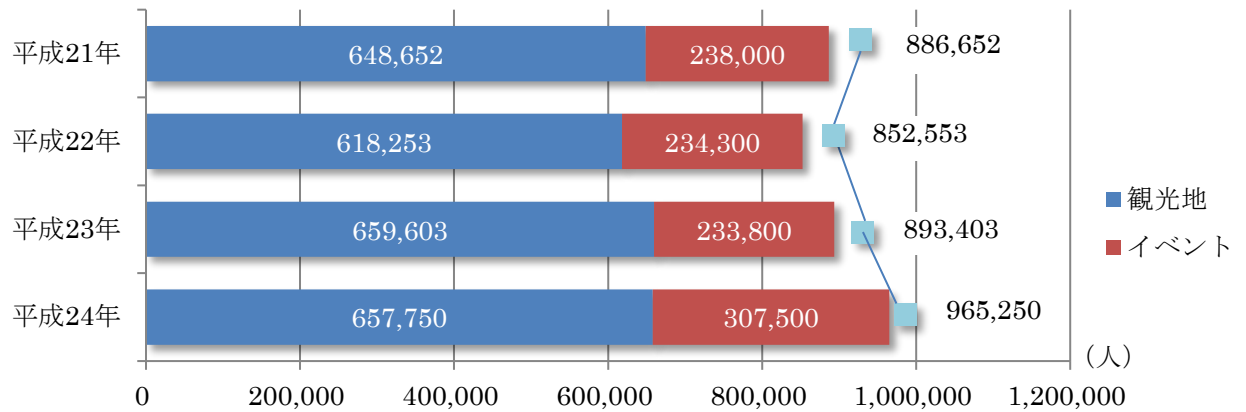
4 いちき串木野市における観光を取り巻く情勢

本市は、吹上浜県立海浜自然公園の北端に位置し、東シナ海に浮かぶ甬列島と広大な吹上砂丘を眺望する奇岩や白砂青松などの景観に恵まれ、日本の黎明を告げた薩摩藩英国留学生渡欧の地である羽島、徐福伝説の残る霊峰冠岳、さつま焼き陶工が上陸した照島など様々な観光資源を有しています。

本市は食のまちづくりに力を入れており、推進体制の充実を図っています。

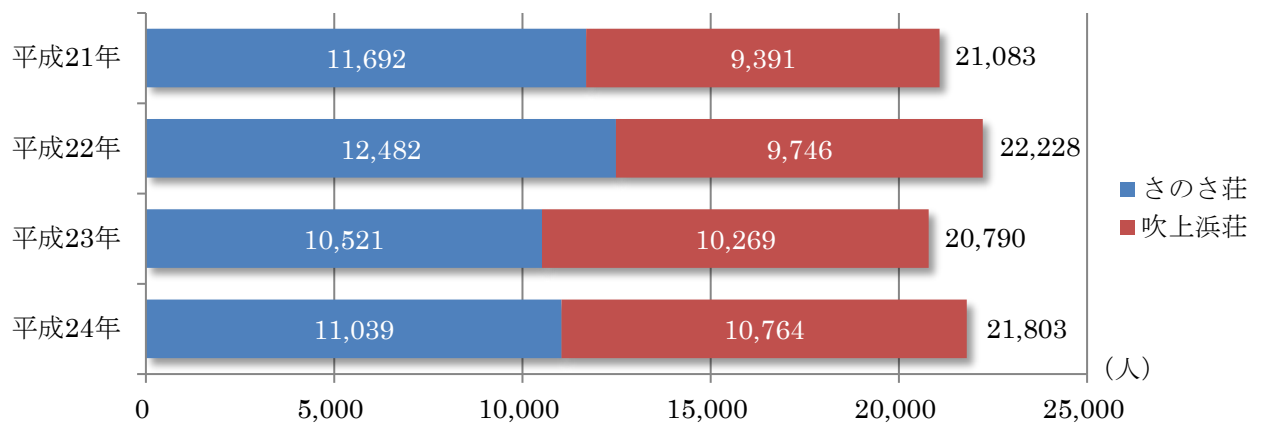
産業型観光では、「市来焼酎」の名で古くから特産品として知られ、現在本市に7社8蔵元がある焼酎製造業や水産加工業が挙げられます。また、イベント・祭りなどを活用した参加型観光及び観光農園等の体験型観光、グリーン・ツーリズムなど農林水産業を活用した体験型民泊やスポーツ合宿等の受入推進による観光客誘致、甬島を含めた周辺市町村の広域連携ルートの開発・整備も推進しています。

いちき串木野市・観光客入込状況（平成21年～平成24年）

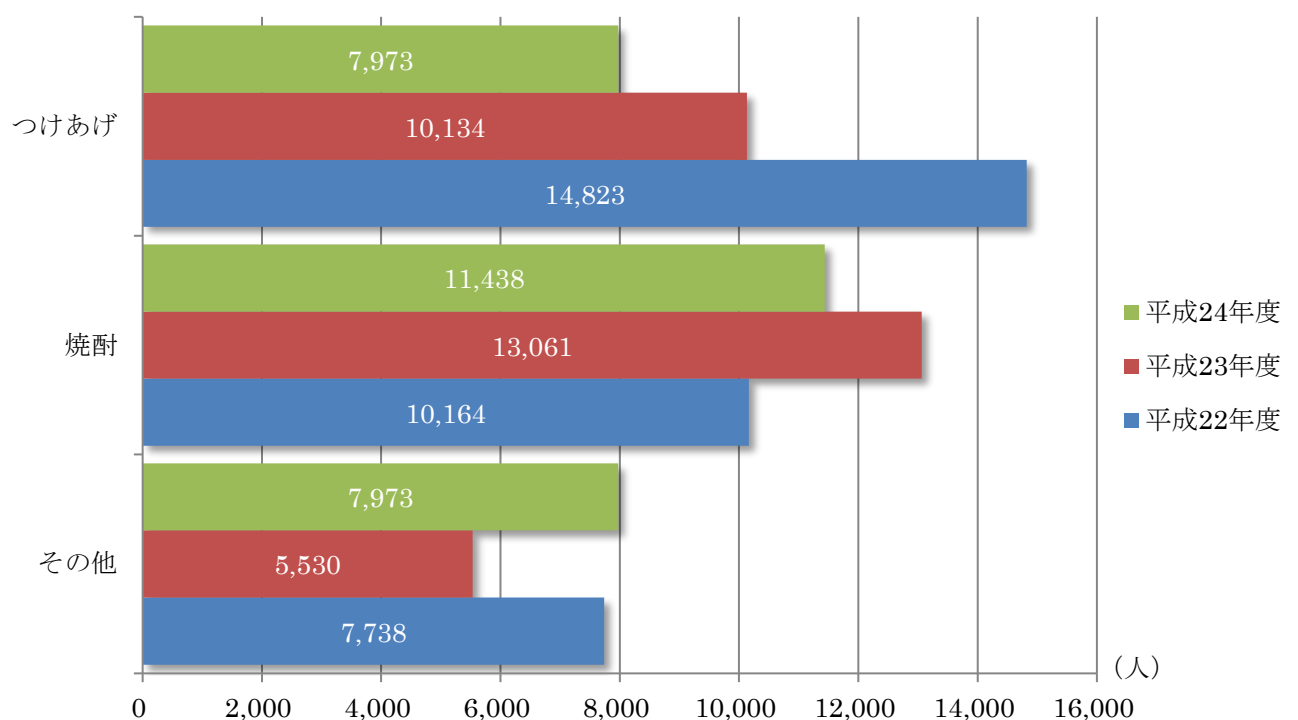


※平成22年度は口蹄疫のため、串木野さのさ祭り・祇園祭七夕踊・川上踊が中止となった。
 ※平成23年度は大震災のため、徐福花冠祭は中止となった。

いちき串木野市・宿泊客状況（平成21年～平成24年）



いちき串木野市・体験型観光状況（平成22年～平成24年）



①いちき串木野市の主な観光エリア・観光施設ほか

観光エリア	羽島、冠岳、照島、串木野漁港、長崎鼻公園 島平漁港（フィッシャリーナ） 吹上浜（照島海岸・市来海岸）、観音ヶ池市民の森
観光施設	冠嶽園、冠岳花川砂防公園、ちかび展示館 薩摩藩英国留学生記念館 （酒蔵見学） 薩摩金山蔵、薩州濱田屋伝兵衛 （工場見学） 勘場蒲鉾店、日高水産加工、高浜蒲鉾 ヒガシマル、吉村醸造
特産品	焼酎、さつまあげ（つけあげ）、まぐろ、ポンカン サワーポメロ、ハム・食肉加工品、ちりめん
ご当地 グルメ	串木野まぐろラーメン、いちきポンカレー 験担ぎ御飯三大カツ、まぐろ舵取り丼
物産館 （物産店）	さのさ館、季楽館、シーポイント、羽島前浜育ちのうんのもん 照島海の駅、市来えびす市場、まぐろの館
観光農園	（ぶどう狩り） 楮山文二ぶどう園、楮山マリ子ぶどう園 福蘭果樹園、西果樹園 （みかん狩り） 武田果樹園、池之上果樹園、西果樹園 松崎果樹園 （いちご狩り） いちごハウス木場、ひら農園 （梅狩り） 池之上果樹園、内田果樹園 （ブルーベリー狩り） 生野農園
お祭り・ イベント	ガウンガウン祭、太郎太郎祭、さくら祭、徐福花冠祭 串木野浜競馬大会、串木野まぐろフェスティバル 荒川ほたるでナイト、串木野さのさ祭り、祇園祭、七夕踊 川上踊、虫追踊、かんむりだけ山市物産展、ふれあいフェスタ いちき串木野づくし産業まつり～地かえて祭り～ アートフェスタ in 市来、サマーフェスタ
国民宿舎	シーサイドガーデンさのさ、国民宿舎吹上浜荘
温泉	くしき野白浜温泉みすまるの湯、市来ふれあい温泉センター 冠岳温泉
その他	総合体育館、パークゴルフ場、テニスコート、アクアホール 多目的グラウンド、B & G海洋センター 次世代エネルギーパーク （西薩中核工業団地・串木野れいめい風力発電所など）

5 いちき串木野市における観光を取り巻く課題・問題点

■ いちき串木野市の観光イメージが希薄

現在、市域全体の統一した観光のイメージが出来上がっておらず、本市の統一したイメージやブランド力を戦略的に練り上げることが必要となっています。

また、市民をあげて観光施策に取り組む姿勢が大切であることから、観光に取り組む組織や市民を育成・支援していくことが課題となっています。

■ 正確な観光統計データの把握が必要

本市の観光の現状を把握するためには、詳細なデータを捉えることが重要です。正確な数字を様々な観光施策に反映することが課題となっています。

■ 市民の意見を取り入れるシステムの構築

市民参加型の観光地化を推進しているところではありますが、観光施策に市民の声が十分に活かされていないのが現状です。市民が意見を出しやすい場の創出を図り、観光施策に反映させることが課題となっています。

■ 観光施設の周遊ルートの確立

本市には、大規模な観光施設はないものの、薩摩藩英国留学生記念館をはじめ、薩摩金山蔵・焼酎蔵・さつまあげ工場・物産館・ちかび展示館・温泉施設などの観光施設及び文化施設、総合体育館やパークゴルフ場などのスポーツ施設が点在しており、全般的に個々の誘客力は底堅いものがあります。

しかし、全体的な連携があまり見られなかったこともあり、施設の周遊ルート不足・観光施設のネットワーク化が課題となっています。

■ 自然環境・地域の歴史文化の活用

本市は、冠岳地区や吹上浜（市来海岸）、羽島地区など美しい景観と、そこに根付く歴史・文化に恵まれています。

しかし、それら山麓や海岸で育まれてきた生活文化を体験するものが少ない状況です。恵まれた自然環境と地域文化をもっと活用することが課題となっています。

■ 日帰り観光が中心

本市には、多くの観光スポットや、水産加工場、焼酎蔵など視察型観光施設や観光農園が存在し、それらを周遊する日帰り観光が多いのが現状です。宿泊を含めた体験型観光も取り入れていくことが課題となっています。

■ J R串木野駅・神村学園前駅・市来駅の活用

現在、市外からの観光客動員を図るために必要なJ R利用客への対応が充分ではありません。駅利用客のためのレンタカー制度の導入、観光タクシー料金制度の研究、路線バスの運行ダイヤの見直し、各駅の観光案内機能の充実などが課題となっています。

■ お祭り・イベント効果の持続的な活用

本市は魅力的なお祭りやイベントが数多くありますが、イベント当日以降の集客、物産販売等が十分にできていないのが現状です。イベントをきっかけとした持続的な集客と、物産販売等のシステムづくりが課題となっています。



第3章/ いちき串木野市観光マスタープラン

(1) 基本コンセプト

本市では「いちき串木野市食のまちづくり条例」、「いちき串木野市本格焼酎による乾杯を推進する条例」施行や「食のまち推進課」、「観光交流課」の設置など、食のまちづくりや観光振興による交流人口の増加に力を入れています。

また、市内には、美しい景観や歴史的・文化的なストーリーを味わうことのできるエリアが数多く点在しています。

さらに、自然や産業、地域に受け継がれてきた祭事や地域の特色を活かしたイベント、市民の暮らしの佇まいなど、本市を訪れる人々が楽しめる資源が豊富にあります。

そのような本市の魅力を存分に味わうことのできる観光まちづくりを目指し、本プランの基本コンセプトを次のとおり掲げます。

基本コンセプト

食べる・観る・楽しむ

～出会いと体験・体感が感動をよぶ街 いちき串木野～



（２）取組にあたっての基本テーマと基本的施策（一覧）

基本テーマ	基本的施策
1.観光基盤の整備・強化・充実	①正確な情報収集
	②観光資源の発掘・整備・充実
	③受入体制の整備・強化
	④正確・的確・積極的な情報発信
2.観光プログラム・メニューの充実	①食・食産業を活かした観光
	②歴史・文化・景観・地域を活かした観光
	③体験・スポーツを活かした観光

（３）基本テーマに基づく基本的施策

基本テーマ１ 観光基盤の整備・強化・充実

①正確な情報収集

市域全体の統一した観光イメージが確立されておらず、いちき串木野市の観光イメージが希薄なことから、本市のイメージやブランド力を戦略的に練り上げていくことが必要だと思われます。

今後本市の観光イメージを確立し、観光振興を推進していくためには、様々な角度からの統計を参考に、取組の検討や、取組結果の検証を行う必要があります。

そのため、統一されたシステムによる観光統計調査を行い、観光ニーズの把握とターゲットの明確化を図ります。

【 具 体 的 な 取 組 】

- 宿泊施設の利用者数、イベント動員数の調査
- 市内各観光施設やイベント会場等において、「来訪者の居住地」、「交通アクセス」、「来訪の目的」、「来訪回数」、「本市の魅力」、「消費額」のアンケート調査
- モニターツアーによる観光客のニーズ調査の実施
- 市内観光資源の情報管理
- 調査結果のデータベース化
- 県内外の旅行会社への観光情報の提供と情報収集



②観光資源の発掘・整備・充実

本市は、自然環境や地域文化、産業、施設などの観光資源に恵まれています、それらを楽しむ周遊ルートやプログラムが少なく、現状では日帰り観光が中心となっています。

そのため、本市既存の魅力ある観光資源を発掘・整備し、ハード・ソフト面の充実を図るとともに、宿泊も含めた体験型観光なども視野に入れ、新たな観光資源の発掘を推進します。

【具体的な取組】

- 観光資源化への取組強化
- 既存プログラムの充実
- 新たなプログラムの開発
- 宿泊型周遊ルートづくりの推進
- 合宿等の誘致推進
- 各関係機関・各関係団体・関係者によるネットワークの構築



③受入体制の整備・強化

本市を訪れる観光客の利便性を向上するには、J R利用者への対応や交通網の検討など、市内周遊に必要なソフト整備も重要だと思われます。

また本市では、市民参加型の観光地化を推進しているところですが、観光施策に市民の声が活かされていない現状があります。

今後、観光客を持続的・安定的に確保するために、市民、地域、N P O等団体、観光・特産品関連団体、行政が一体となり、おもてなしの心をもって観光客を迎え入れる体制づくりに取り組みます。

【具体的な取組】

- J R駅、交通網に係る観光ソフト整備
- 市民参加型の観光地化計画推進
- まちづくり団体等との意見交換会の実施
- 観光ガイドの育成
- 観光案内所の強化・充実
- 各関係機関・各関係団体・関係者の連携強化



④正確・的確・積極的な情報発信

本市の観光イメージを向上させるため、収集した正確な情報を的確に、積極的に発信する必要があります。

従来の新聞や雑誌、テレビ、ラジオ等による情報発信に加え、パソコンや携帯電話、スマートフォン、タブレット利用者などをターゲットとした、ソーシャルネットワークサービスや動画などをツールとした即時性のある情報発信にも取り組みます。

【具体的な取組】

- 既存の広報内容の見直し
- 情報発信体制の整備
- ターゲット層別に見た効果的なメディア選択による情報発信
- 県内外の観光客をターゲットとした情報発信の強化
- 観光大使、市民会を活用した情報発信



基本テーマ2 観光プログラム・メニューの充実

①食・食産業を活かした観光

本市の特産品やご当地グルメ、豊かな自然が作る魅力ある食材を活用した観光プログラム・メニューの充実に取り組みます。

【具体的な取組】

- 食のまちづくりの推進
- 食のまちを活用した観光への取組強化
- 『食のまち』ブランドのアピール強化
- 『まぐろのまち』イメージアップの推進
- 地元の食材を生かした新たな商品の開発
- 地産地消の推進
- 各関係機関・各関係団体・関係者の連携強化



②歴史・文化・景観・地域を活かした観光

本市は、冠岳地区や吹上浜（照島海岸・市来海岸）、羽島地区などの美しい景観と、地域に根付く歴史や文化に恵まれています。しかし、現在は、それらの山麓や海岸で育まれてきた生活文化を体験するものが少ない状況にあり、これらの恵まれた自然環境と地域文化をさらに活用することが重要だと思われます。

そのため、本市の特長ある歴史や文化、魅力あふれる景観を活かした集客力の向上に取り組みます。

【具体的な取組】

- 伝統的な行事、イベント、郷土芸能、歴史文化の活用、ストーリー性を活かした観光への取組強化
- 観光資源のイメージアップ推進
- 観光ルートづくりの推進
- 観光プログラムづくりの推進



③体験・スポーツを活かした観光

本市には、豊かな自然のもとに育まれてきた産業があり、また観光施設、文化施設、スポーツ施設等が点在しています。しかし、周遊ルート不足などにより、十分に観光に活かされていないのが現状です。

そのため、本市の観光資源を体験・体感し、地域住民との交流が生まれる観光や、既存の施設を有効に活用した観光客誘致に取り組めます。

【具体的な取組】

- 宿泊需要に対応した受入体制の整備
- 宿泊型観光企画商品の造成
- 既存の観光施設・観光資源の組合せによる観光商品の企画推進
- グリーン・ブルー・エコツーリズムの推進。
- 修学旅行等の受入推進
- スポーツ合宿等の誘致



（４）推進体制

本プランを推進していくためには、市民、地域、NPO等団体、観光・特産品関連団体、行政の各主体の役割を明確にし、相互の連携を図りながら観光ネットワークを構築し、取り組む必要があります。

市の役割

観光マスタープランを基に、多様な観光資源をはじめとした地域の特性を伸ばすため、第一次総合計画を踏まえ、基盤の整備やまちづくりを推進するとともに、既存施設の整理統合などの見直しを図ります。また、観光・特産品関連団体や市民などとの連携・協働体制による観光交流施策の円滑な推進を図るとともに、観光事業者の自立支援や指導、助言を行います。

観光・特産品関連団体の役割

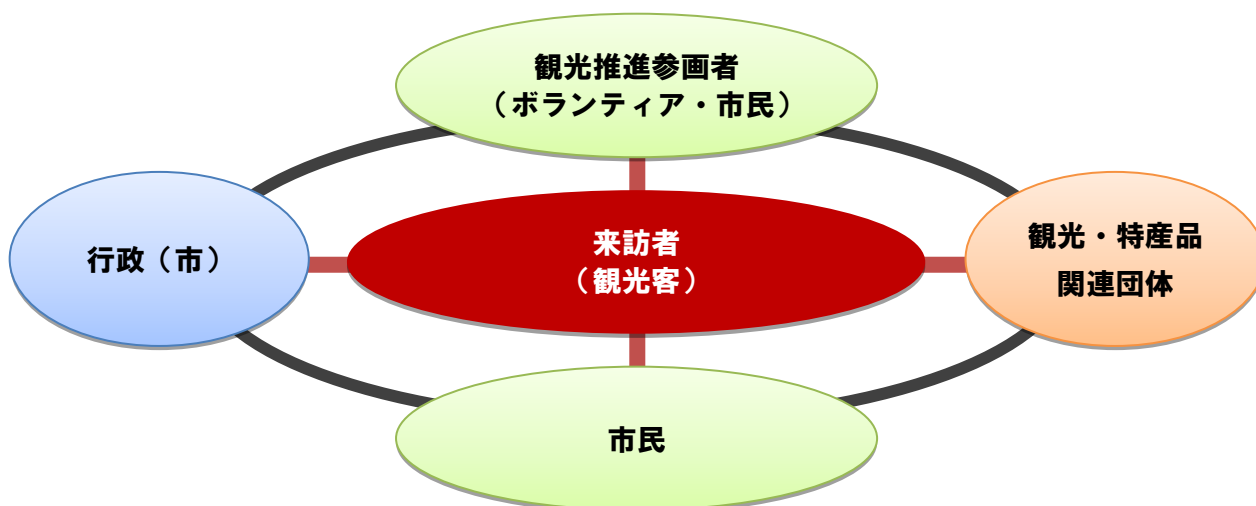
観光・特産品関連団体等は、地域の観光交流を活性化するため、それぞれが自立するための目標を持ち、実務者の育成や「おもてなしの心」の向上を図るほか、行政と連携・協働しながら、それぞれの役割分担に基づき、地域におけるイベントの開催、観光PR、観光資源の発掘、いちき串木野ブランドの開発などの事業推進に取り組むとともに、活動が円滑にできるように組織の充実・強化に努めます。

市民の役割

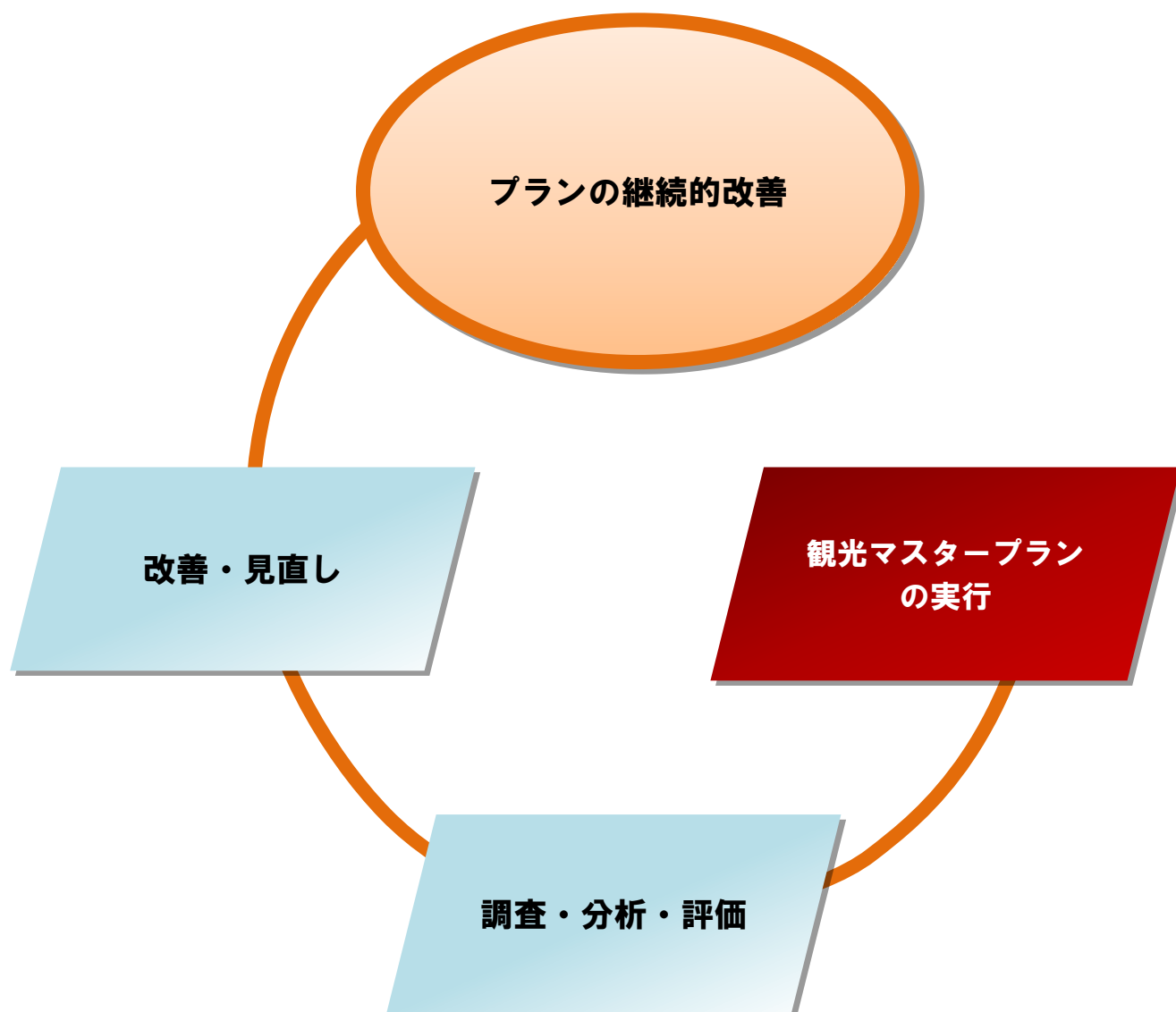
いちき串木野市に愛着心と誇りを持って、楽しみと生きがいをもって観光に関することに取り組むとともに、来訪者が再び訪れてみたいくなるよう「おもてなしの心」で迎えるよう心がけます。

観光ネットワーク構築のイメージ

観光に携わる個人・団体と連携して、来訪者に必要な情報の共有化を図り、観光事業を推進するためのネットワークを構築します。



(5) 今後の取り組み推移イメージ



第4章/ いちき串木野市観光マスタープラン策定経緯

「いちき串木野市観光マスタープラン」を策定するため、いちき串木野市観光マスタープラン策定検討委員会を設置し、24名の委員を委嘱しました。委員には観光業界、教育、歴史文化、商工各分野に精通した観光関係団体、民間事業者、NPO法人、市民、行政から選任し、本市の観光に関する様々な課題・問題、基本施策について、検討をしていただき、その意見を集約して策定いたしました。

いちき串木野市観光マスタープラン策定スケジュール

日 程	活 動	内容等
平成 25 年 7 月 19 日	第 1 回いちき串木野市観光マスタープラン策定 検討委員会	・ 現状報告 ・ 参考資料の提示 ・ テーマごとの自由意見記入依頼
9 月 6 日	第 1 回ワーキンググループ検討会	・ 委員より出された意見の検討
9 月 17 日	第 2 回ワーキンググループ検討会	・ 推進施策等の意見抽出、整理
9 月 20 日	第 3 回ワーキンググループ検討会	・ 推進施策等の意見整理。
10 月 31 日	第 2 回いちき串木野市観光マスタープラン策定 検討委員会	・ マスタープラン構成の検討
11 月 14 日	第 4 回ワーキンググループ検討会	・ 素案の検討
11 月 21 日	第 5 回ワーキンググループ検討会	・ 素案の検討
12 月 3 日	第 6 回ワーキンググループ検討会	・ 素案の検討
平成 26 年 1 月 27 日	第 3 回いちき串木野市観光マスタープラン策定 検討委員会	・ 素案の検討
2 月 21 日 ～2 月 27 日	パブリックコメント	
3 月 13 日	第 7 回ワーキンググループ検討会	・ パブリックコメント意見反映検討 ・ いちき串木野市観光マスター プラン（案）の検討
3 月 20 日	第 4 回いちき串木野市観光マスタープラン策定 検討委員会	・ パブリックコメント意見反映検討 ・ いちき串木野市観光マスター プランの作成

いちき串木野市観光マスタープラン策定検討委員会 委員名簿

役 職	氏 名	所 属
委員長	石 田 信 一	いちき串木野市 副市長
副委員長	上 夷 慶 克	いちき串木野市観光協会 会長
委員	濱田 雄一郎	いちき串木野市商工会議所 会頭
委員	宇 都 保 介	市来商工会 会長
委員	久木山 睦男	いちき串木野市特産品協会 会長
委員	金 氣 文 隆	いちき串木野総合観光案内所 所長
委員	平 石 智 也	観光施設代表者
委員	宇 都 栄 一	宿泊施設代表者
委員	山 崎 典 男	交通関係代表者
委員	小 園 一 夫	飲食業者代表
委員	丸 山 善 一	いちき串木野市 まちづくり連絡協議会 会長
委員	勝 目 眞 理 子	いちき串木野市 地域婦人団体連絡協議会 会長
委員	川 口 勝 則	いちき串木野観光ガイド 会長
委員	木 場 由 美 子	いちき串木野市グリーンツーリズム協議会 会長
委員	高 濱 良 太 朗	公益社団法人 串木野青年会議所 理事長
委員	上 竹 秀 人	鹿児島まぐろ船主協会 会長
委員	松 下 明 弘	NPO法人 いちき元気会 理事長
委員	奈良迫 英光	公益社団法人 鹿児島県観光連盟 鹿児島県観光プロモーター
委員	床 次 俊 和	鹿児島地域振興局 総務企画部 総務企画課長
委員	田 中 和 幸	いちき串木野市 政策課長
委員	満 園 健 士 郎	いちき串木野市 農政課長
委員	中 尾 重 美	いちき串木野市 食のまち推進課長
委員	中 村 昭 一 郎	いちき串木野市 水産商工観光課長
委員	種子田 幸 廣	いちき串木野市 観光振興アドバイザー

用語集

- ※1 ライフスタイル:生活行動の様式のことであり、生活に対する価値観、生き方を意味する
- ※2 ロハス (LOHAS:Lifestyles Of Health And Sustainability):健康で持続可能な社会生活を心がけるライフスタイルのこと。
- ※3 グリーン・ツーリズム:緑豊かな農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動のこと。
- ※4 エコツーリズム:自然環境や歴史文化を対象とし、それらを体験し、学ぶとともに、対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全に責任を持つ観光のありかた。
- ※5 ICT:Information and Communication Technology の略で、情報通信技術従来の「IT」とほぼ同義。
- ※6 ブログ:ウェブログ (Weblog) の略。個人の意見や感想を日記風に記して、それに対する感想などを閲覧者が自由にコメントできる形式の Web サイトのことである。
- ※7 ツイッター:米国 Twitter 社が提供しているオンラインでメッセージを交わすサービスの一種で、個々のユーザーが「ツイート」(tweet)」と称される短文を投稿し閲覧できるコミュニケーション・サービスのことである。
- ※8 スマートフォン (Smart Phone) :通話やメールなどの通信機能はもちろん、パソコンとしてインターネット検索やスケジュール管理などの機能も併せ持った多機能な携帯電話のことである。
- ※9 タブレット型情報端末:液晶ディスプレイなどの表示部分にタッチパネルを搭載し、指で操作する板状の携帯情報端末の総称である。
- ※10 マイクロブログ:ミニブログとも呼ばれ、パソコンや携帯電話等で 200 字程度の短い文章を書いて公開するブログの一種であるツイッターをマイクロブログに含めることも多い。
- ※11 ソーシャルネットワーキングサービス (SNS):Web 上で人と人とのコミュニケーションを図るサービスで、Facebook や Twitter、Mixi などのサービスがある。
- ※12 メールマガジン:発信者が定期的にメールで情報を流し、読みたい人が購読するようなメールの配信の一形態
- ※13 地図情報提供サービス:GPS 機能を使って写真データに撮影した位置情報を地図と組み合わせることで位置情報を視覚的に分かりやすくしたもの。
- ※14 デジタルサイネージ:ディスプレイなどの電子的な表示装置に映像や情報を表示するシステムである。