



甕島ツーリズムビジョン

平成 27 年 3 月
—薩摩川内市—

目 次

第1章 ビジョンの基本的な考え方	1
1 ビジョン策定の背景と目的	1
2 ビジョン策定のフロー	3
2-1 甌島ツーリズムビジョン策定委員会の設置	3
2-2 策定スケジュール	4
3 ビジョンの位置付け	5
4 ビジョンの計画期間	6
第2章 全国的な観光動向と甌島の現況	7
1 全国的な観光動向	7
1-1 国内観光・旅行の推移	7
1-2 観光・旅行への意識	8
1-3 観光・旅行の満足度・再来訪意向	9
2 甌島の観光をとりまく現状	10
2-1 位置・面積	10
2-2 地形・気候	10
2-3 歴史・文化	10
2-4 人口	11
2-5 産業	11
2-6 交通	11
3 国定公園の概要	12
3-1 国定公園指定の経緯	12
3-2 甌島国定公園の特徴	12
3-3 規制と効果	13

第3章 甌島観光の現状と課題	15
1 甌島観光の統計.....	15
1-1 観光入込客数(日帰り、宿泊).....	15
1-2 宿泊可能な施設数と総収容人数.....	15
1-3 主要観光施設、観光スポットの利用者数.....	16
1-4 航路利用者の状況.....	16
2 甌島観光の現状と課題.....	17
2-1 地域資源.....	19
2-2 受入環境.....	20
2-3 商品・サービス.....	23
2-4 人材育成.....	24
2-5 情報発信.....	25
2-6 マネジメント機能.....	26
2-7 推進体制.....	27
3 課題への対応.....	28
第4章 甌島ツーリズムビジョン	29
1 甌島ツーリズムビジョンの構成.....	29
2 基本理念.....	30
3 基本方針.....	31
4 コンセプト.....	33
5 ターゲット.....	34
6 ビジョン実現に向けた行動計画.....	36
方針1 地域資源の保護と活用.....	36
方針2 受入環境の向上.....	40
方針3 魅力的な商品・サービスの提供.....	46
方針4 甌島ツーリズムの担い手の育成・確保.....	49
方針5 効果的な情報の発信.....	51
方針6 持続可能なマネジメント機能の確保.....	54
方針7 地域一体となった推進体制の構築.....	56
7 ビジョンの実現のために.....	61

第1章

ビジョンの基本的な考え方

1 ビジョン策定の背景と目的

甌島には、8,000万年の歴史が積み重なった地形・地質、全国的にも珍しい自然景観や動植物、時代に合わせて営まれてきた生業と食、離島ならではの護り受け継がれてきた独自の生活文化、そしてそこに暮らす人々など、固有の価値ある資源が豊富に息づいている。これらの多様で魅力的な地域資源を生かした甌島の観光振興を図るべく、これまで、地域住民や事業者等によって様々な取組が行われ一定の成果も挙げられてきた。

しかし、観光振興を進める中で、価値ある資源の掘り起こしや受入環境・情報の整備、おもてなし意識の醸成などの解決すべき課題も顕在化してきた。また、かつては2万5,000人が住み、活気があった甌島も、人口減少、少子・高齢化による産業の衰退といった問題に直面している。

一方、平成26年度には、希少価値の高い自然景観の重要性が認められ、国定公園に指定される見込みであるとともに、現在工事中の藺牟田瀬戸架橋が竣工すれば、上甌島、中甌島、下甌島がひとつにつながる予定である。

国定公園の指定、藺牟田瀬戸架橋の完成を控えた甌島は、今、次のステージに向けて新たな一歩を踏み出す絶好の契機にある。このため、顕在化してきた課題を整理し、課題解決に向けた明確なビジョンを掲げ、住民と事業者と行政が共有し実践することで、社会的・経済的に持続可能な甌島を形成していくことが必要とされる。

甌島の資源を活かした「オール甌島」の観光振興を推し進め、島内外の交流の活発化と地域産業全体の隆盛による島民の所得向上と雇用機会の拡充を実現する。同時に、これらの資源を護り伝えることで、誰もが誇りに思う甌島の姿を後世に引き継いでいく。これこそ、甌島が直面する社会的・経済的な問題への突破口であり、最も重要な命題である。観光を主軸とした地域振興を実現するため、「甌島ツーリズムビジョン」（以下、「ビジョン」という）を策定するものである。

【観光振興に関するこれまでの主な動き】

年次	薩摩川内市	甑島
平成 21 年度	<ul style="list-style-type: none"> ○観光元年の宣言：平成 21 年 3 月 ○「薩摩川内スピリッツ」ロゴマークの商標登録 	
平成 22 年度	<ul style="list-style-type: none"> ○九州新幹線の全線開業 ○体験型プログラム「薩摩川内スピリッツ・きんせ博覧会（通称きんぱく）」の開始 ○ご当地グルメ・スイーツ事業の開始 ○川内観光協会の N P O 法人化 ○メールマガジンの配信開始 ○薩摩川内市ブランド・シティセールス推進計画の策定 	<ul style="list-style-type: none"> ○甑島ブルーツーリズム推進協議会の発足の発足 ○手打バイパスの開通
平成 23 年度	<ul style="list-style-type: none"> ○薩摩川内観光特産ガイド「こころ」の開設 ○ぼっちゃん計画（第 1 期）開始 	<ul style="list-style-type: none"> ○「甑島ふるさと案内人の会」発足 ○新観光船「かのこ」の就航 ○甑島地域資源調査の実施 ○市営バス（薩摩川内市自動車運送事業）廃止
平成 24 年度	<ul style="list-style-type: none"> ○フェイスブックページの開設 ○観光ルートの現況調査 ○観光・シティセールス課の設置 	<ul style="list-style-type: none"> ○甑島地域コミュニティバス運行開始 ○下甑島観光案内所の開設 ○甑島への初の修学旅行生の受入れ ○地元組織との意見交換会開催
平成 25 年度	<ul style="list-style-type: none"> ○（株）薩摩川内市観光物産協会の発足 ○ぼっちゃん計画（第 2 期）開始 ○地域おこし協力隊の導入 	
平成 26 年度	<ul style="list-style-type: none"> ○川内港シャトルバス「こしきバス」運行開始 	<ul style="list-style-type: none"> ○高速船「甑島」の就航 ○里・長浜港旅客待合所増築改修（平成 27 年 7 月完成予定） ○甑島国定公園の指定

【観光振興に関する取組の主な成果】

<ul style="list-style-type: none"> □ 新設した観光案内所の利用者は年間 2,988 人 □ 平成 25 年度、誘致した旅行ツアーは 198 ツアー、3,021 人（前年度比 171%） □ 「ぼっちゃん計画」により平成 25 年までに 50 以上の商品が開発され、累計 1 億 5,000 万円以上の販売売り上げ □ 平成 25 年度、県外からの教育旅行の受入れ 15 校、1,960 人 □ 観光物産協会売上げ 53,652 千円（平成 25 年度全市分、前年度比 7,665%）
--

2 ビジョン策定のフロー

2-1. 甌島ツーリズムビジョン策定委員会の設置

平成21年3月の観光元年の宣言より、甌島の多様で魅力的な地域資源を生かした観光振興を図るべく、これまで、地域住民や事業者等によって様々な取組が行われ一定の成果も挙げられてきた。しかし、観光振興を進める中で、価値のある資源の掘り起こしや受入環境・情報の整備、おもてなし意識の醸成などの解決すべき課題も顕在化してきた。

平成26年度の国定公園の指定、藺牟田瀬戸架橋の竣工などを控え、顕在化された課題を整理し、課題解決に向けたビジョンを掲げるために、地域住民、事業者等を入れた甌島ツーリズムビジョン策定委員会（以下、策定委員会という。）を設置し、ビジョン策定に向けての議論を行った。

【甌島ツーリズムビジョン策定委員会 委員名簿】

（五十音順、敬称略、◎は委員長）

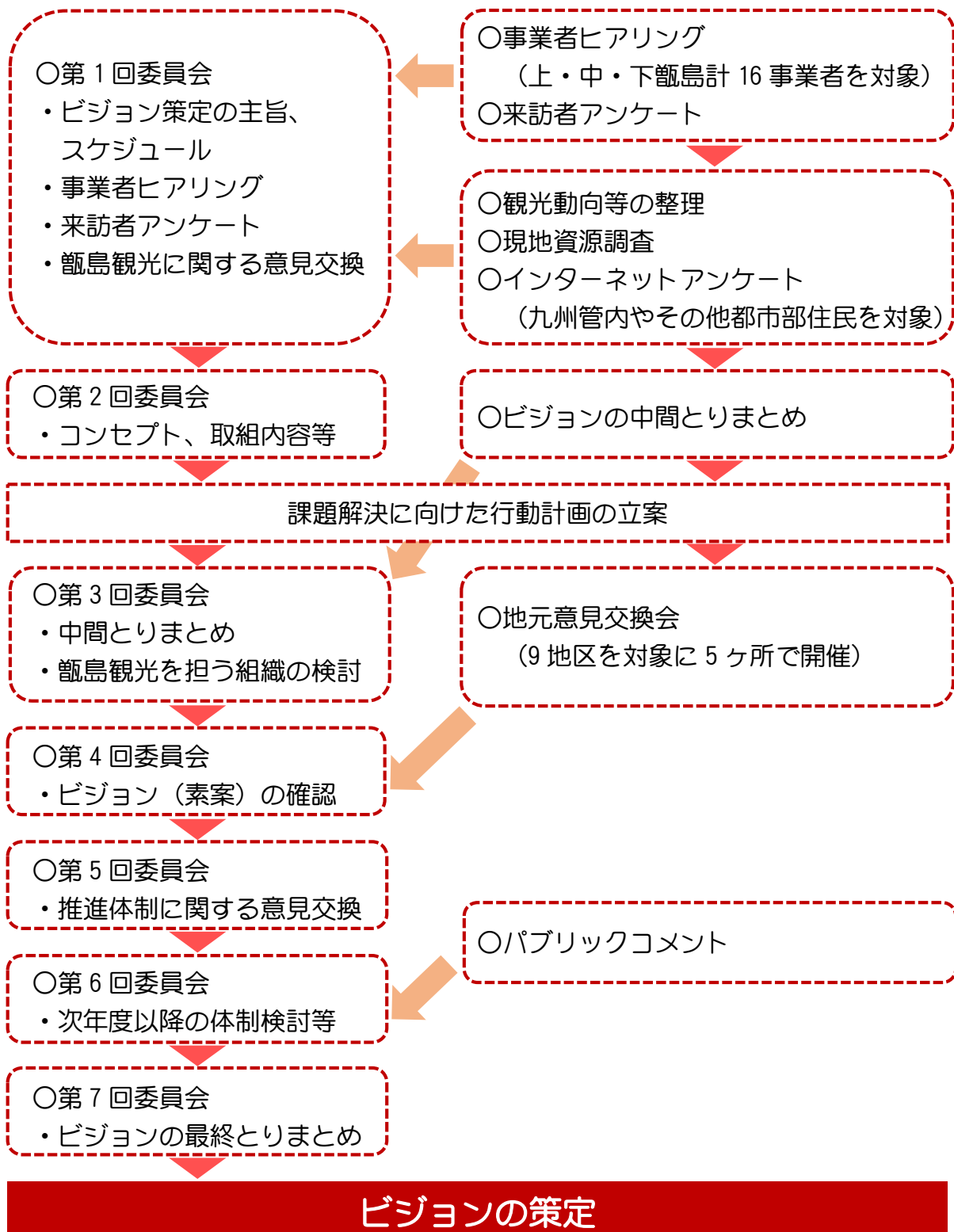
◎石原 昭憲	上甌地区コミュニティ協議会 会長
石原 功一	甌島ブルーツーリズム推進協議会 会長
大重 玄正	甌島漁業協同組合 副組合長
川畑 兼吾	ホテル・旅館組合 副会長（民宿かわばた）
木佐貴 大輔	観光物産協会こしきしま事業部 部長
藏元 保海	薩摩川内市商工会上甌支所 支部長
斉藤 智顕	観光物産協会こしきしま事業部 上甌島支店
純浦 勝志	薩摩川内市商工会里支所 支部長
純浦 嘉孝	里地区コミュニティ協議会 副会長
中野 重洋	鹿島地区コミュニティ協議会 会長
中村 成宏	ホテル・旅館組合 会長（竜宮の郷）
日笠山 直宏	手打地区コミュニティ協議会 会長
東 実	青瀬地区コミュニティ協議会 会長
宮 和勇	薩摩川内市商工会下甌支所 理事
宮野 藏郎	西山地区コミュニティ協議会 会長
本 一春	甌島漁業協同組合 組合長

2-2. 策定スケジュール

ビジョン策定に関わる調査等スケジュールおよび策定委員会の開催経過は、以下のとおりである。

甌島ツーリズムビジョン策定委員会

ビジョン策定に係る調査等



3 ビジョンの位置付け

本ビジョンでは、「第2次薩摩川内市総合計画・基本構想・基本計画」（計画期間：平成27年度～平成36年度）を上位計画とし、甑島の観光を主軸とした地域振興に特化した計画として位置付け、県の観光施策や本市の関連する各分野の既存計画との整合性を図り、年度ごとの実行計画を立て、甑島地域における観光振興を進める。

第2次薩摩川内市総合計画・基本構想・基本計画

分野別計画

()は計画期間

薩摩川内市観光振興基本構想（19～26年度）

薩摩川内市ブランド・シティセールス推進計画（21～26年度）

薩摩川内市環境基本計画（27～36年度）

薩摩川内市六次産業化基本計画（26～30年度）

薩摩川内市ふるさと景観計画（27～31年度）

等

連携・整合

甑島ツーリズムビジョン

関連する分野計画での取組と整合を図り、観光を柱とした地域振興を実現するために、共有すべき基本理念や基本方針などを構築するとともに課題解決型の行動計画として策定するもの

4 ビジョンの計画期間

ビジョンの計画期間は、平成 27 年度から平成 31 年度までの 5 年間とする。

平成 26 年度に策定した後、毎年度進捗状況の把握に努めるとともに、1 年ごとに評価を行い、必要に応じてビジョンの内容の見直しを行うこととする。

なお、計画期間の最終年度である平成 31 年度には、社会経済の情勢や地域の実情に応じて、行動計画を更新する。

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度
ビジョンの 行動計画	短期計画	中期計画		長期計画	
	各取組の行動計画を短期（1 年後）、中期（2～3 年後）、長期（4～5 年後）で設定				
ビジョンの 進行管理	← 毎年度進捗評価・検証（PDCA） →				行動計画の更新

第 2 章

全国的な観光動向と 甌島の現況

1 全国的な観光動向

1-1 国内観光・旅行の推移

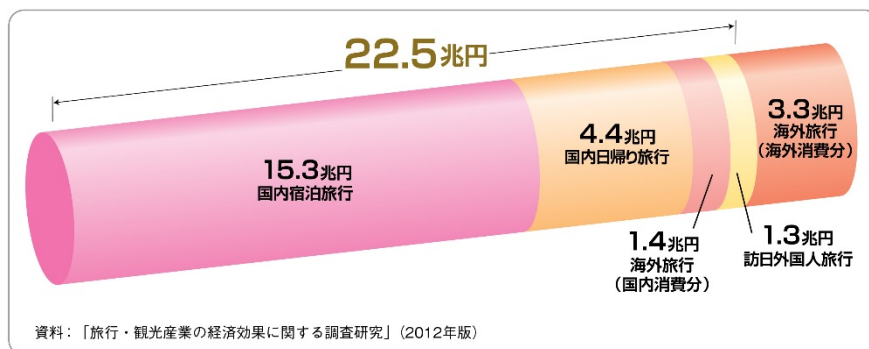
平成 24 年の旅行消費額の内訳は、国内旅行が 21.1 兆円（うち宿泊旅行 15.3 兆円、日帰り旅行 4.4 兆円、海外旅行の国内消費分が 1.4 兆円）となっており、訪日外国人旅行 1.3 兆円も含めると国内の旅行消費額は 22.5 兆円と推計される。（※）

平成 24 年度における国民 1 人当たりの国内宿泊旅行回数は 1.40 回、国民 1 人当たりの国内宿泊数は 2.24 泊と推計される。

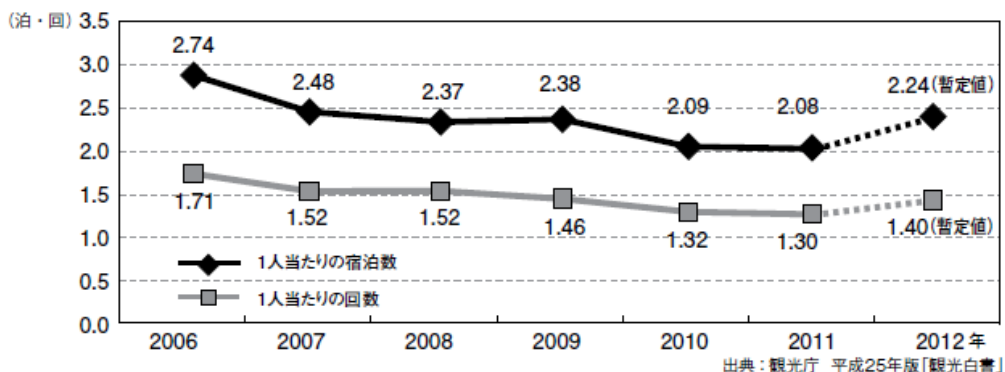
なお、平成 23 年度の宿泊観光旅行の主な目的は、「自然・名所などの見物や行楽」「慰安旅行」が 6 割強を占めている。

※国内旅行とその内訳の合計値の誤差（0.1 兆円）は、内訳が四捨五入によって端数切り下げになっているためであり、ともに数値は正しい。

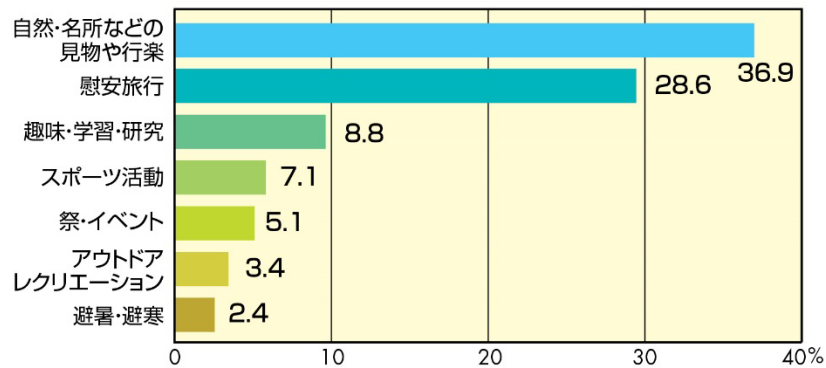
◆国内における旅行消費額（平成 24 年）



◆国民 1 人当たり国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



◆宿泊観光旅行の主な目的（平成 23 年度）



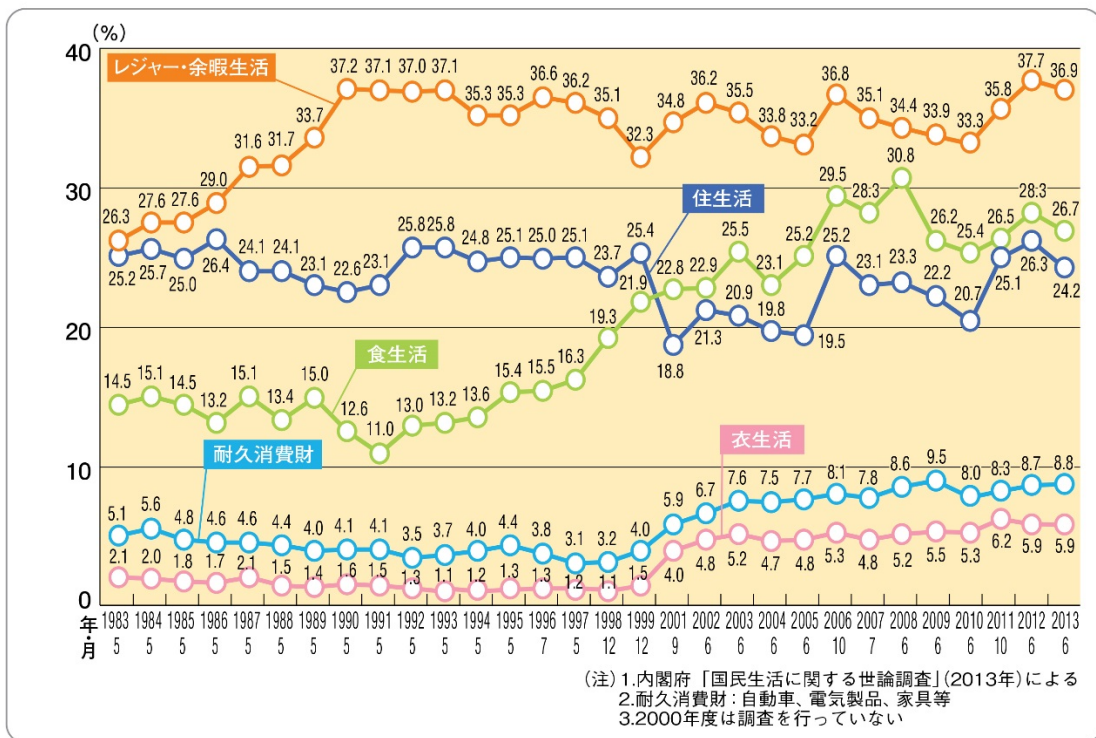
資料：(公社)日本観光振興協会 平成24年度版「観光の実態と志向」

1-2 観光・旅行への意識

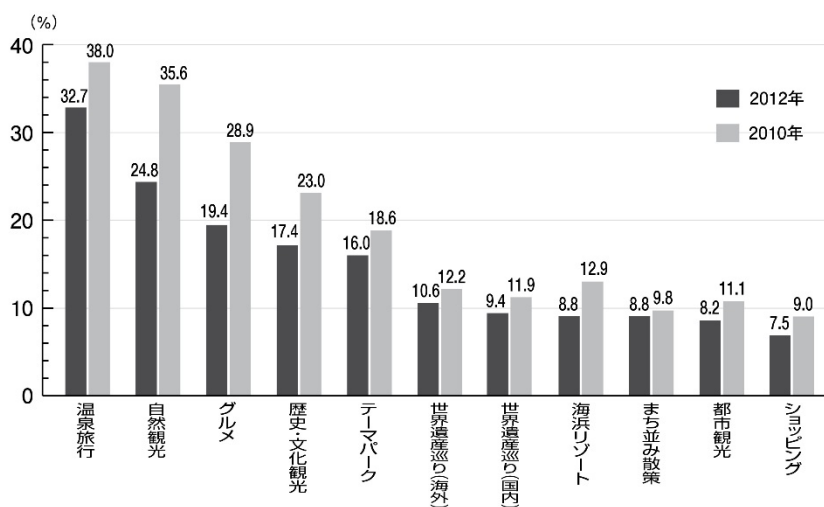
国民が今後の生活で特に重点を置きたい分野としては、平成 25 年 6 月時点では「レジャー・余暇生活」が 36.9%と最も高く、昭和 58 年以来連続して第 1 位を占めている。次いで、「食生活」が 26.7%となっている。

また、行ってみたい旅行タイプでは、「温泉旅行」「自然旅行」が 6 割近くを占めており、次いで「グルメ」、「歴史・文化観光」となっている。

◆今後の生活の力点（推移）



◆行ってみたい旅行タイプ

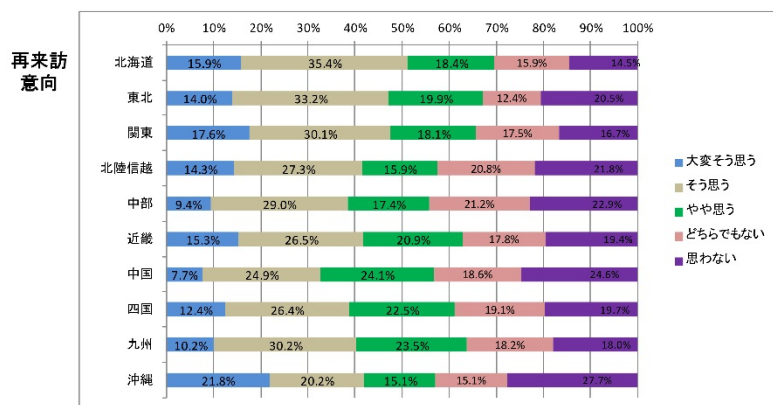


出典：(公財)日本交通公社「旅行者動向2013」

1-3 観光・旅行の満足度・再来訪意向

主目的別の満足度・再来訪意向において、九州地域は、満足度が18.3%、再来訪意向が10.2%である。また、沖縄地域は満足度が29.5%、再来訪意向が21.8%と他地域に比べ高い水準となっている。

◆主目的地別の満足度・再来訪意向（宿泊旅行＋日帰り旅行）（平成24年1～6月分）



出典：旅行・観光消費動向調査（H24 観光庁）

2 甌島の観光をとりまく現状

2-1 位置・面積

甌島は、薩摩川内市の川内川河口から西方に約 26km の東シナ海上に位置し、北東から南西方向に約 35km にわたり連なっている列島である。北部に位置する上甌島、中部に位置する中甌島、南部に位置する下甌島の 3 つの島で形成されている。

面積は、全体で 117.56 k m²（上甌島 44.14 k m²、中甌島 7.30 k m²、下甌島 66.12 k m²）となっている。



2-2 地形・気候

甌島の地形は、全体的に山肌が海にせまり、沖積平野の発達が極めて少なくなっている。

上甌島と中甌島は比較的緩やかな丘陵が広がるが、下甌島は 400~500m 級の山地が卓越し、特に西岸には切り立った断崖が点在する。古くは約 8,000 万年前の白亜紀の地層が存在し、国内で初めて「角竜類」と呼ばれる恐竜で最も進化したケラトプス類の化石が発見されている。また上甌島には、里集落の陸繋砂州（トンボ口）、3 つの池と東シナ海とが砂州で区切られた長目の浜、奥地まで海が入り組んだリアス式海岸の浦内湾があるなど、国内でも貴重な複数の地形を有している。気候は、本土の同緯度地域よりもやや気温が高く温暖である。夏・秋には台風、冬には季節風の影響を受ける。

2-3 歴史・文化

甌島の名前は、上甌島と中甌島の間位置する「甌」（米を蒸すせいろ）の形をした巨石を、甌大明神として崇拜したことに由来している。また、古書には「古敷島」「小敷島」「子敷島」「古志岐島」とも書かれている。古くは、上甌島の里遺跡で甌島唯一の縄文土器が出土したほか、桑之浦で神功皇后の三韓征伐の伝説が残る。鎌倉時代中期から 370 年間、13 代に渡って小川氏が統治を行った。江戸時代には島津藩の直轄地となり、藩政時代には下甌島西岸の金山海岸で金・銀・銅などの採掘が行われ、薩摩藩の南蛮貿易の中継基地にもなった。

下甌島の手打と上甌島の里には、小川氏の統治時代の名残である武家屋敷通りがあり、玉石垣（丸石の石垣）が特徴である。平成 21 年には里の武家屋敷跡の玉石垣が、日本の有人離島にある優れた景観を選定する「島の宝 100 景」（国土交通省）に選出されている。

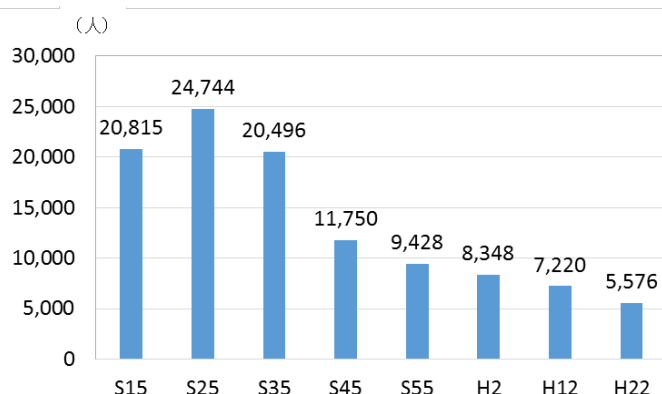
下甌島の各集落では、大晦日の伝統行事としてトシドンが現在まで伝承されており、昭和 52 年に国の重要無形民俗文化財、平成 21 年にユネスコ（国連教育科学文化機関）無形文化財に登録されている。また、ウミネコの繁殖地で知られる鹿島断崖では、ウミネコに餌付け体験をすることができるなどウミネコの保護と自然とのふれあいをテーマに、ウミネコ祭りが開催されている。

2-4 人口

平成 22 年の国勢調査による甑島の人口は 5,576 人（里地域 1,260 人、上甑地域 1,536 人、下甑地域 2,289 人、鹿島地域 491 人）となっている。

平成 12 年の人口に比べて 22.8%の減少、ピーク時の昭和 25 年の人口に比べて 75%以上と著しく減少している。

◆人口の推移（昭和 15 年～平成 22 年）



2-5 産業

平成 22 年の国勢調査による産業分類別就業者数は、第一次産業が 12.3%（うち水産業が 10.9%）、第二次産業が 19.4%（うち建設業が 16.0%）、第三次産業が 68.1%（うち医療・福祉が 13.1%、飲食・宿泊業 5.8%）である。

第一次産業の「水産業」、第二次産業の「建設業」、第三次産業の「医療・福祉」「飲食・宿泊」で、全体の 45%を占める。

水産業に関しては、周辺海域はアジ、サバ、ブリ、バショウカジキなどの回遊魚に加え、キビナゴ、タカエビなどの水産資源が豊富で、鹿児島県内有数の漁場となっている。これまで中心だったキビナゴ漁の水揚げ高は、近年減少傾向にあるものの、上甑地域でのマグロの養殖漁業は、水揚げ高を着実に伸ばしてきている。



2-6 交通

本土から甑島までの主要な交通手段は船のみで、甑島商船（株）が川内港から運航している「高速船甑島」と、串木野新港（いちき串木野市）から運航している「フェリーニューこしき」である。一日あたりそれぞれ往復 2 便が運航されており、高速船は上甑島の里港まで約 40 分、フェリーは約 75 分である。

一方、島内交通は、上甑島と中甑島では「甑ふれあいバス」（里・上甑地域コミュニティバス）、下甑島では「甑かのこゆりバス」（下甑・鹿島地域コミュニティバス）が市委託の民間事業者によって運行されている。基本的にどの路線も定期船の発着時刻に合わせたダイヤが組まれており、一日あたり 4~7 便が運行されている。

3 国定公園の概要

甌島の多様な海岸景観をはじめとした優れた景観などが国に評価され、平成 27 年 3 月 16 日に国定公園に指定された。

3-1 国定公園指定の経緯

甌島の有する自然環境は、県立自然公園指定に際しての学術調査において、海岸景観、植物景観、海中景観など国定公園級の景観要件を備えているとの総合評価がなされていた。

近年では、平成 13 年 12 月に甌島周辺沿岸が日本の重要湿地 500 に、平成 21 年 5 月に、鹿島断崖に見られる特異な地質構造である「甌島の白亜紀—古第三紀層」が日本の地質 100 選に選定され、さらには平成 24 年 5 月に「甌島の鹿の子断層」が日本の地質構造 100 選に選定されるなど、高い評価を得ている。

このような経緯を踏まえ、鹿児島県において、改めて甌島の自然環境が調査され、県立自然公園区域から陸域を拡大し、海域を追加する形で環境省へ国定公園の指定申し出がなされ、決定の運びとなった。

3-2 甌島国定公園の特徴

テーマ「太古の地球を感じる宝の島」

(1) 評価された主な自然資源

海食崖、海食洞、岩礁、砂州と潟湖、リアス海岸、多種多様な化石、海岸植生、多島海、照葉樹林、湿地生態系、サンゴ群集

(2) 主な動植物

動物…チュウサギ、ミサゴ、ハヤブサ、セイタカシギ、カラスバト、ウミネコ
植物…ツメレンゲ、ヘゴ、ダルマガク、カノコユリ、ニシノハマカンゾウ

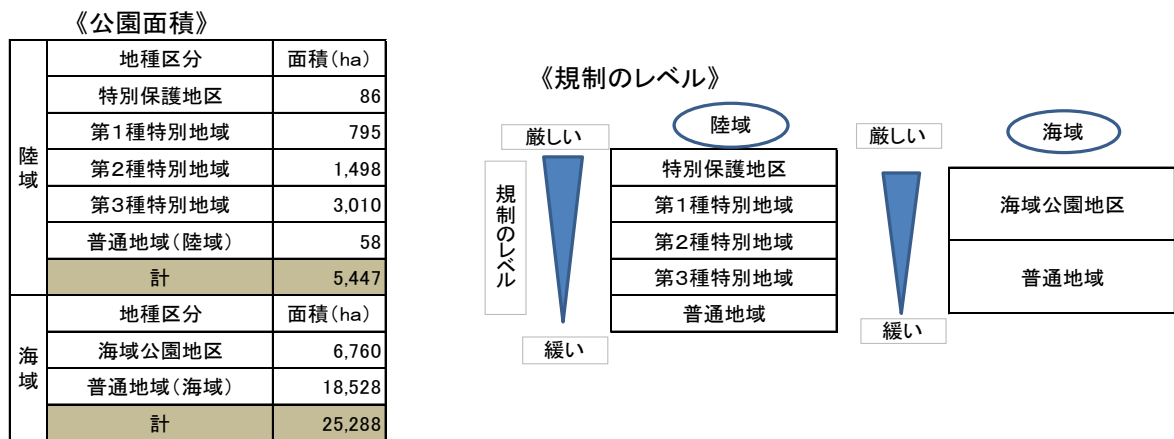
(3) 公園区域

優れた海岸景観を構成する陸域、海岸景観と一体をなす森林地域、希少種の生息が確認されているなど植物の生育地として重要な地域、海岸景観と一体的に海域景観を維持するための海域が公園区域となっている。

3-3 規制と効果

国定公園は、地域の自然そのものや自然風景を保護するため、指定されれば一定の行為には規制がかかる（許可制または届出制）。

なお、公園の面積及び規制のレベルについては、下図のとおりである。



また、国定公園に指定されることにより、全国で紹介される機会が増えることで、知名度の向上による交流人口の拡大など観光振興への寄与が期待される。

【参考：国定公園とは】

自然公園法に基づき、国立公園に準ずる景勝地として、自然の保護と利活用を目的に指定される「自然公園」の一種で、現在は56ヶ所が指定されている。

今回の甑島国定公園指定は、57ヶ所目となり、県内では、奄美群島、日南海岸に次いで3ヶ所目となる。

なお、昭和56年10月に県立自然公園に指定されているが、今回の国定公園指定と同時に、その指定が解除されている。

○甌島国定公園 計画図

長目の浜



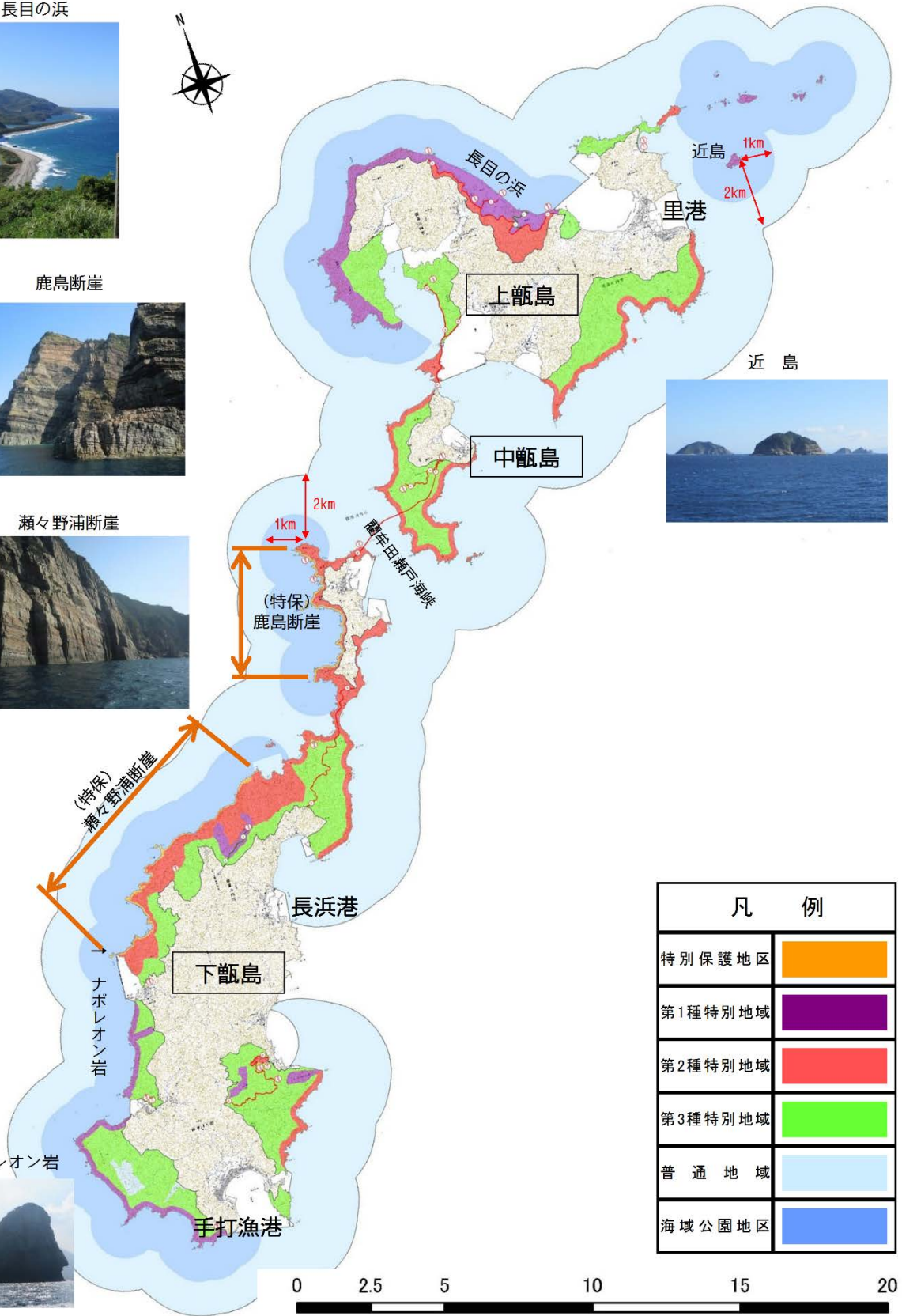
鹿島断崖



瀬々野浦断崖



ナポレオン岩



凡 例	
特別保護地区	
第1種特別地域	
第2種特別地域	
第3種特別地域	
普通地域	
海域公園地区	

キロメートル

第 3 章

甌島観光の現状と課題

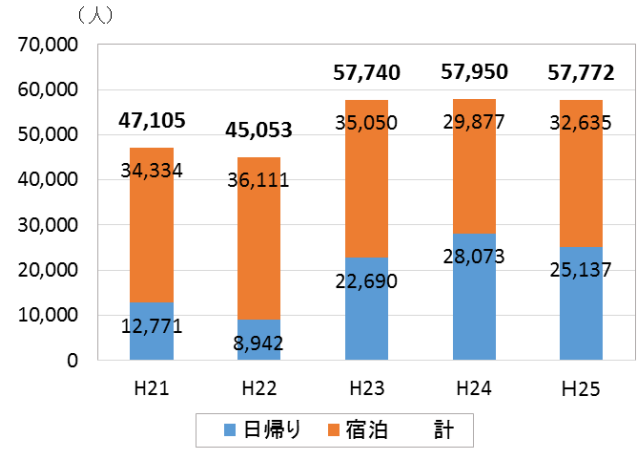
1 甌島観光の統計

1-1 観光入込客数（日帰り、宿泊）

平成 25 年度の観光入込客数は 5 万 7,772 人で、その内訳は、日帰りが 2 万 5,137 人（43.5%）、宿泊が 3 万 2,635 人（56.5%）となっている。

平成 21 年度と比べると、全体で 2 割以上増加しており、なかでも日帰りは 2 倍近くの伸びを見せている。一方で、宿泊は若干の減少となっている。

◆観光入込客数の推移（平成 21 年度～平成 25 年度）



資料：観光・シティセールス課

1-2 宿泊可能な施設数と総収容人数

平成 25 年度における甌島の宿泊可能な施設数は 36 施設あり、各施設の収容人数を合計した総収容人数は 760 人となっている。

【地区別の施設数と総収容人数】

地区	施設数	総収容人数
里	8	273
上甌	5	60
下甌	19	380
鹿島	4	47
合計	36	760

1-3 主要観光施設、観光スポットの利用者数

平成 25 年度における主要観光施設の利用者数は、観光船（観光船かのこ、水中展望船きんしゅう、観光船おとひめの合計）が 4,536 人と最も多く、上甌県民レクリエーション村の 3,384 人、市の浦キャンプ場 2,375 人と続いている。

特に観光船は、平成 21 年度と比べると 2.5 倍以上に増加している。

◆主要観光施設の利用者数の推移（平成 21 年度～平成 25 年度）

観光施設	H21	H22	H23	H24	H25
観光船(かのこ・きんしゅう・おとひめ)	1,753	1,188	2,618	4,109	4,536
上甌県民レクリエーション村	3,565	2,978	4,659	3,220	3,384
市の浦キャンプ場	2,167	1,892	2,593	2,317	2,375
瀬尾観音三滝キャンプ場	215	337	198	252	215
芦浜キャンプ場	62	156	85	20	146
下甌スノーバーダイビング	165	114	77	88	143
片野浦キャンプ場	172	74	101	69	59

資料：観光・シティセールス課

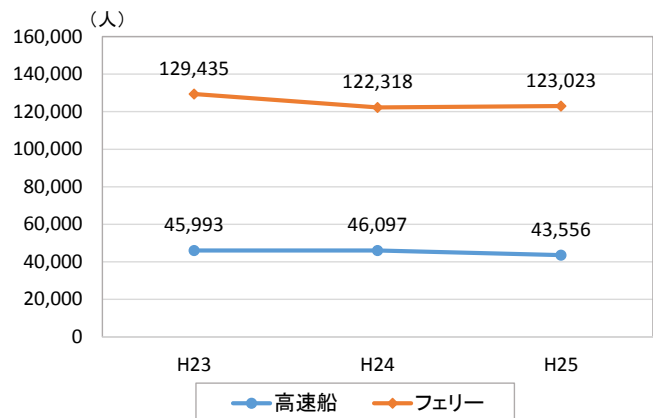
1-4 航路利用者の状況

平成 25 年度における航路利用者は、フェリーが 12 万 3,023 人、高速船（※）が 4 万 3,556 人となっている。

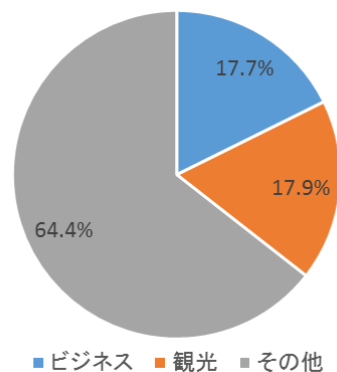
平成 23 年と比べると、フェリーは 5.0%減少、高速船は 5.3%減少している。

また、航路利用者の目的は、ビジネスが 17.7%、観光が 17.9%、その他 64.4%となっている。なお、その他の利用目的の多くは、島民の利用である。

◆航路利用者の推移（平成 23 年度～平成 25 年度）



◆航路利用者の目的（平成 25 年 1 月～12 月）



資料：観光・シティセールス課

※平成 25 年までの状況であるため、高速船の航路利用者は、串木野新港発の高速船「シーホーク」のデータとなっている。

2 甌島観光の現状と課題

甌島観光の現状と課題を把握するために、甌島の観光関連事業者へのヒアリング調査及び甌島を訪れる人を対象にしたアンケート調査、都市部に住む住民を対象としたインターネットアンケート調査、現地資源調査（上甌、下甌）を実施した。

【各調査の実施概要】

◆甌島の観光関連事業者へのヒアリング調査 実施概要

調査日程	平成 26 年 8 月 17 日（日）～19 日（火）
調査対象	上甌島および下甌島で甌島観光に関する取組や特産品の生産・加工を行っている事業者を対象。（宿泊業、物販業、農業・漁業、食品加工業、観光案内業、飲食業等の分野の計 16 事業者）
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・各事業者の事業実態と課題について ・地域資源の活用可能性について ・甌島におけるツーリズムビジョンの方向性について 等

◆甌島を訪れる人を対象にしたアンケート調査

調査日程	平成 26 年 8 月 18 日（月）～19 日（火）／9 月 30 日（火）～10 月 28 日（火）
調査対象	里港旅客待合所（上甌島）および長浜港旅客待合所（下甌島）で、甌島から本土へ渡る高速船及びフェリーの待合客を対象。
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・来訪者の属性 ・旅行の同行者について ・出発地から甌島までの所要時間、利用した交通手段について ・甌島への来訪回数、滞在時間について ・旅行における消費金額について ・甌島の資源に対する評価・満足度、再来訪意向について ・旅行の情報源について ・甌島の宿泊施設の評価について ・甌島観光の改善点について
回収数	里港（上甌島） 220 票 / 長浜港（下甌島） 162 票

◆都市部に住む住民を対象としたインターネットアンケート調査

調査日程	平成 26 年 9 月 29 日（月）～10 月 1 日（水）
調査対象	インターネットリサーチ会社に登録するモニターを対象に、1,500 サンプルの調査を実施。旅行経験（年 1 回以上）でスクリーニングを行い、性別、年代 5 区分（20・30・40・50・60 歳代）、居住地 5 区分（鹿児島県、福岡県、広島県、大阪府、東京都）を対象。
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・世帯の年収について ・旅行形態、スタイルについて ・事前予約の必要なものについて ・島旅への興味について ・九州圏内の主な離島の認知度について ・甕島のイメージについて 等

◆現地資源調査

調査日程	上甕島：平成 26 年 8 月 17 日（日）、9 月 4 日（木） 下甕島：平成 26 年 10 月 27 日（木）
調査対象	上甕島、下甕島の主な地域資源 【上甕島】 長目の浜／須口池／貝池／甕大明神／帽子山展望所／トンボ口展望所／武家屋敷通り 等 【下甕島】 前の平展望所／ナポレオン岩／片野浦キャンプ場／釣掛埼灯台／武家屋敷通り／手打海岸／夜萩円山公園／鳥ノ巣山展望所 等
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> ・各地域資源の現場を訪問、観察するとともに、資源の歴史や特徴等に関する情報を口承や既往文献によって収集・整理した。 ・また、各資源について、案内の充実度や見せ方、体験のあり方など、観光のコンテンツとしての課題を整理した。

以上の調査結果を踏まえて、甕島の観光における現状と課題を大きく 7 つの項目（地域資源、受入環境、商品・サービス、人材育成、情報発信、マネジメント機能、推進体制）に分類し次頁以降にとりまとめた。現状について、「特長（強み）」と「問題点（弱み）」に分けて整理し、そこから取り組むべき課題を導き出している。

特に問題点（弱み）については、現状において、取組が見られたり、解決策が講じられている部分についても記述しているが、上記調査及び策定委員会の審議において、今後の課題として、現場の率直な声を表しているものである。

2-1 地域資源

①自然環境

<p>特長（強み）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○国定公園に指定される希少価値の高い自然環境 ○太古から現代まで8,000万年の長い年月をかけて形成された地形・地質 ○地形・地質、生業、生活・文化など、甌島の歴史の中で積み重ねられてきた、固有の風景・景観が残っている ○甌島固有の風景・景観の維持、再生、魅力向上を図る活動が行われている
<p>問題点（弱み）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○国定公園指定に関するメリットが子供たちや住民に十分伝わっていない ○自然環境の成り立ちや希少性が明らかになっていない ○自然環境の本質的な価値を学び、体験する機能が十分でない ○自然環境の保護に関するルールが明確でない ○海岸漂着物によって景観が阻害されている ○不法投棄によるゴミの散乱が見受けられる



<p>課 題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●資源保護と観光振興の機運の醸成 ●動植物保護・管理の仕組みと適正な利活用方策の検討 ●甌島固有の風景・景観の維持、再生、魅力向上の推進
------------	--

②農林水産物

<p>特長（強み）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○キビナゴやタカエビをはじめとする豊富な水産資源 ○新たに事業展開されつつあるフルーツ産業
<p>問題点（弱み）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○甌島産の農林水産物を食べることができる場所が少ない



<p>課 題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●甌島の農林水産物を活用した地域産業の活性化
------------	--

③生活・文化

特長（強み）	○甌島の歴史や自然環境・歴史的経緯に由来する集落形成や建築様式とここで営まれている生活の日常的な風景
問題点（弱み）	○甌島の日常的な風景が失われつつある



課 題	●甌島固有の生活文化や日常風景の価値の再認識
-----	------------------------

2-2 受入環境

①宿泊・飲食

特長（強み）	○地元の魚を使った食事の提供 ○オーシャンビューの施設環境
問題点（弱み）	○釣客を主な顧客とし、来訪者に対するサービスが行き届いてない宿もみられる ○お客様に「泊まってもらう」「選んでもらう」という意識の更なる向上が必要である ○長期滞在の工事関係者を受け入れることで一定の収入が得られるため、経営的に観光に踏み出すことが難しい状況も実態としてある ○「アクセスの利便性」「温泉・大浴場」「食事の魅力」が宿泊施設に特に足りないこと（もの）としてあげられる ○宿泊施設の「浴場」に関しては満足度が低い



課 題	●宿泊・飲食業の品質確保
-----	--------------

②移動手段

<p>特長（強み）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○デザイン性の高い高速船と本土の電気バスの運行 ○EVレンタカーの導入
<p>問題点（弱み）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○レンタカー・タクシーが少なく、事前に予約しなければ島内での移動手段に困ることがある ○コミュニティバスは基本的に生活路線であるため、観光スポットを訪れるには適していない ○臨時の高速船とコミュニティバスの乗り継ぎが連絡していない便がある ○法律上、ガイドが自家用車を使って島内を案内することが規制されているため、ボランティアガイドのサービスが限定される ○お盆の時期は多くの人々が帰省するため、予定しているフェリーに乗ることができないことがある



<p>課 題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●レンタカー、タクシー、コミュニティバスなど、島内移動手段の環境整備 ●観光ガイド等による自家用車送迎に対する法規制への対応 ●藪牟田瀬戸架橋を契機とした自転車の観光利用 ●海上交通の利用環境の向上
------------	--

③観光インフラ

<p>特長（強み）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○景勝地を眺めるための展望所が多い ○藪牟田瀬戸架橋の竣工が予定されている
<p>問題点（弱み）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○一部地域における公衆トイレの不足、公衆トイレ設置場所に関する情報が少ない ○道路整備が行き届いていない観光スポットがある ○登山道の草刈りが行き届いていない観光スポットがある ○高速船内での飲食機能の不足や待合所のお土産コーナーの改善の必要がある ○雨天時に過ごすことができるコンテンツが不足している ○通信環境の向上が必要である



<p>課 題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●管理が十分でない道路や登山道等の調査及び整備と維持管理 ●公衆トイレの利用環境の向上 ●バリアフリー環境の向上 ●待合所ターミナルの魅力向上 ●全天候型の観光交流施設の整備 ●通信環境の向上
------------	---

2-3 商品・サービス

①滞在コンテンツ

特長（強み）	<ul style="list-style-type: none"> ○体験活動が推進されつつある（協議会設立、観光船、ダイビング、シーカヤック、定置網観光等） ○島の資源を活用した様々な体験型プログラムが提供されている（きゃんぱく）
問題点（弱み）	<ul style="list-style-type: none"> ○体験型の滞在コンテンツは商品化されつつあるが、海や漁業を活かしたプログラムをはじめ全体的に不足している ○地域資源と歴史や文化、人々の生活を関連付けた滞在プログラムが不足している ○雨天時に過ごすことができるコンテンツが不足している（再掲）



課 題	<ul style="list-style-type: none"> ●魅力的な交流・イベントの開催 ●海や漁業を活かした滞在コンテンツの商品化 ●甌島独自の個性を生かした滞在コンテンツの提供 ●雨天時に対応可能な滞在コンテンツの提供
-----	---

②特産品

特長（強み）	<ul style="list-style-type: none"> ○近年少しずつ特産品の商品開発が進んでいる
問題点（弱み）	<ul style="list-style-type: none"> ○依然として甌島ならではのお土産が少ない ○甌島とは直接関係のないお土産（本土の企業が製造したお土産）が販売されている ○お土産を買うことができるお店が少ない、解りにくい、拠点となる店舗がない



課 題	<ul style="list-style-type: none"> ●甌島ならではの高付加価値の商品開発・販売の更なる促進
-----	---

2-4 人材育成

①ガイド

特長（強み）	○観光ガイドによる島内案内が行われている
問題点（弱み）	○体験型観光を専門的にガイドできる人材が少ない ○ガイドサービスにおける危機管理システムが未整備である



課 題	●観光ガイドの案内技術の水準確保 ●満足度の高いガイドサービス導入 ●ガイドシステムのリスクマネジメントの実施
-----	---

②環境教育

特長（強み）	○国定公園に指定される希少価値の高い自然環境 ○太古から現代まで8,000万年の長い年月をかけて形成された地形・地質
問題点（弱み）	○国定公園指定に関するメリットが子供たちや住民に十分伝わっていない（再掲） ○自然環境の成り立ちや希少性が明らかになっていない（再掲） ○自然環境の本質的な価値を学び、体験する機能が十分でない（再掲） ○自然環境の保護に関するルールが明確でない（再掲）



課 題	●環境教育の推進と学術調査の実施
-----	------------------

2-5 情報発信

①案内機能

特長（強み）	○里港と長浜港に案内所が設置されており、来訪者への窓口対応等を担っている
問題点（弱み）	○案内サインが未整備であるため、トイレや目的地までのルートを把握することが難しいところがある ○総合案内板の整備が行き届いておらず、島内のどこにいるのか、周辺との関係性を把握することが難しい ○長目の浜やトンボ口、断崖など、魅力的な景勝地は、これらが形成されてきた由来や歴史、伝説、自然現象等の非常に魅力的で価値のある背景を有しているが、専門知識がなければ真の価値を伝えることは難しい



課題	<ul style="list-style-type: none"> ●わかりやすい案内標識・サイン、総合案内板の整備 ●地域資源の価値や魅力を解りやすく伝えるための機能の確保
----	--

②情報発信ツール

特長（強み）	○ガイドブック、ホームページ（※1）、フェイスブック（※2）など一通りの情報発信ツールが活用されている ※1 インターネットにおける専用の掲示板 ※2 インターネット上において仲間同士で交流ができるシステム
問題点（弱み）	○甑島において移動手段、宿、昼食は事前に予約をしておく必要があるが、このことが来訪者に十分伝わっていない状況が見られる ○観光案内所において電話や対面式での案内機能しか整備されていない ○島外の人やメディアに対する理解が不足しており、効果的な情報発信ができていない



課題	<ul style="list-style-type: none"> ●情報発信のための基本情報の整理 ●昼食や移動手段などの各種サービスにおける予約の必要性の事前周知 ●各種予約システムの構築 ●甑島の観光情報を解りやすく伝えるホームページ・ガイドブック等の情報コンテンツの整備
----	--

2-6 マネジメント機能

①品質管理

特長（強み）	—
問題点（弱み）	○甌島観光の商品やサービスに関する品質管理の体制が整っていない



課 題	●観光事業者（商品・サービス）の品質水準の向上
-----	-------------------------

②マーケティング

特長（強み）	—
問題点（弱み）	○適確なマーケティング戦略がない



課 題	●マーケティング戦略の構築 ●安定した集客の誘致促進
-----	-------------------------------

③財源確保

特長（強み）	—
問題点（弱み）	○観光振興や自然環境を維持していくための安定した財源の確保が求められる



課 題	●自然環境の持続的な保護等のための安定した財源の確保
-----	----------------------------

④推進

特長（強み）	—
問題点（弱み）	○甌島の観光振興を推進するための統一プログラムや計画がない



課 題	●計画策定と進捗管理
-----	------------

2-7 推進体制

①連携、関係者の理解と関与

特長（強み）	<ul style="list-style-type: none"> ○観光物産協会による観光事業が進められている ○地区コミュニティ協議会による地域づくり活動が行われている ○地域おこし協力隊が地域で活動している
問題点（弱み）	<ul style="list-style-type: none"> ○若い世代とベテラン世代のコミュニケーションが十分に図られていない ○地域間で観光に対する温度差がある ○甌島産の加工品（干物など）は、コストが高い等の理由から宿泊施設で使われることが少ない ○市が先導して観光振興を図っているが、島民や事業者の意識と意欲が合っていない部分もある ○人材育成の取組等への参加者が少ない



課 題	<ul style="list-style-type: none"> ●世代間及び地域間の情報交換・交流機会の確保 ●事業者間の情報交換・交流機会の確保 ●多様な業者間の連携による島内資源の有効活用 ●地域住民の観光振興の取組への参画意欲の向上
-----	--

②甌島ツーリズム推進組織の設置

特長（強み）	—
問題点（弱み）	○甌島の観光を包括的に推進する体制が整っていない



課 題	●甌島観光の品質管理、マーケティング活動、進行管理、人材育成、財源の確保を担う組織の設立・運営
-----	---

3 課題への対応

甌島の現状（特長・問題点）を踏まえて分野別（地域資源、受入環境、商品・サービス、人材育成、情報発信、マネジメント機能、推進体制）に抽出した課題については、それぞれ個別に対策を講じていく必要があるとともに、全体の横串を通す共通の方向性を定めることが必要となる。

また、各課題に対して「いつ、誰が、どのように取り組んでいくのか」といった行動計画と役割分担を明確に位置付けていくことも求められる。

このため、策定するビジョンは、甌島の振興に関わるすべての人々や団体が自ら担うべき役割を認識し、具体的な行動に移していくための理念や方針、取組と行動計画及び役割分担を整理する必要がある。

第 4 章

甌島 ツーリズムビジョン

1 甌島ツーリズムビジョンの構成

ビジョンを実現するためには、地域住民、地域団体、事業者、行政等の多様な主体が共通の理念（基本理念）を持ち、観光振興が甌島の地域振興そのものに寄与すること（甌島ツーリズムの意義）を理解し、同じ方向を向いて（基本方針）甌島ツーリズムの具体的な取組を進めていくことが重要である。その際、甌島の魅力を一言で表す合言葉（コンセプト）を関係者が共有するとともに、観光マーケティングの側面から甌島ツーリズムの主なターゲットを設定することが求められる。

また、各課題について「課題解決に向けた取組」と「取組の具体例」を示したうえで、「行動計画（短期・中期・長期）」、「役割分担（主体、連携・協働）」を甌島ツーリズムの行動計画として明示する。

基本理念…甌島ツーリズム推進に当たっての共通の理念

甌島ツーリズムの意義…観光振興が甌島の地域振興そのものに寄与すること

基本方針…甌島ツーリズム推進に当たっての基本的な方向性

行動計画

- 課題
- 課題解決に向けた取組
 - 取組の具体例
 - 行動計画（短期・中期・長期）
 - 役割分担

分類別
に整理

コンセプト

…甌島の魅力を一言で表す合言葉

ターゲット

…甌島ツーリズムの主な対象者

2 基本理念

<基本理念のキャッチフレーズ>

皆が誇れる甌島の風土と営みを、護り磨いて次世代に受け継ぐ

ビジョンの真の目的は観光振興を主軸とした地域振興である。甌島が誇れる固有の風土（自然、歴史・文化）と人々の営み（生業・生活、コミュニティ）の本質的価値を理解し、護り、より魅力的な形に磨いて次世代や観光客などの来訪者に伝えることで、誰もが誇れる甌島の姿を次世代に受け継ぐ。この考え方をビジョンの基本理念とし、島民皆が共有し行動に移すことを推進する。

<4つの基本理念>

■地域経済への寄与

…多様な産業間の連携による観光振興を図ることによって、観光業のみならず、農業・漁業、製造加工業、宿泊業、飲食業、交通サービス業など、様々な産業分野の発展に寄与し、島民の所得向上と雇用機会の拡充に寄与する。

■交流の促進

…観光振興によって、地域間の交流（上甌と下甌、地区と地区、島と本土）、業種間の交流（観光業とその他の産業）、官民の交流（島民・民間事業者と行政（市、県、国））を促進する。

■誇りの醸成と継承

…甌島の自然や歴史・文化、生業・生活、そして甌島の人々のあたたかい心に対する認識と共有が進み、島民の誇りが醸成されるとともに、それらを次世代に継承する仕組みを構築する。

■持続可能な地域社会の形成

…地域経済への寄与、交流の促進、誇りの醸成と継承によって、「住んでよし、訪れてよし」の地域社会が形成され、豊かな甌島を将来にわたり持続していく。

3

基本方針

基本方針

甌島の資源の保護と活用による観光振興を主軸とした地域振興 ～エコツーリズムからジオツーリズムへ～

平成 26 年度に甌島は国定公園に指定され、甌島の自然環境及び自然景観の価値が国に認められることとなる。また、自然のみならず、歴史・文化、生活など、地域独自の価値を有する資源が多く存在していることが、前章で示された。基本理念においても「護り磨いて」としたように、これらの地域資源は甌島の宝物として保護していくことが求められる。

このため、これらの地域資源は、護るだけではなく活用することで観光振興を、ひいては地域振興を実現することが期待できる。

以上を踏まえて、「甌島の資源の保護と活用による観光振興を主軸とした地域振興」をビジョン実現のための基本的な方向性、すなわち基本方針と位置付ける。

そして、地域独自の自然や歴史・文化、生業・生活に由来する資源の保護と活用の両輪展開による観光振興を主軸とした地域振興を図るということは、「自然環境の保全」、「観光振興」、「地域振興」、「環境教育の場としての活用」の 4 つを基本理念とするエコツーリズムの思想に合致している。

このことから、甌島ツーリズムは、エコツーリズム推進法の認定を視野に入れたエコツーリズムへと方向性を定めるものとする。

また、エコツーリズムにおいて保護と活用が求められる自然観光資源は、一般的に山や海、動植物などが認識されるが、甌島ツーリズムにおいては、甌島独自の歴史・文化、生業・生活も含めて自然観光資源と捉えるとともに、地形、地質をはじめとした学術的な研究を深めること等により、将来的には、ジオツーリズム（ジオパーク）へと昇華する考えを「甌島の資源の保護と活用による観光振興を主軸とした地域振興」という基本方針により、具体的な制度に沿って体現するものとして、「エコツーリズムからジオツーリズム（ジオパーク）へ」を基本方針の副題に位置付ける。

【参考】

エコツーリズム

■エコツーリズムとは

…観光旅行者が、知識を有する者から、自然観光資源について案内又は助言を受け、自然観光資源の保護に配慮しつつ、自然観光資源と触れ合い、これに関する知識及び理解を深めるための活動

■エコツーリズムの基本理念

○自然環境の保全 ○観光振興への寄与 ○地域振興への寄与 ○環境教育としての活用

■エコツーリズムの認定を受けるための要件

- ・エコツーリズム推進協議会の設立
- ・全体構想の作成（エコツーリズムの実施方法、自然観光保護措置を規定）

■エコツーリズム推進法の認定によるメリット

- ・資源調査・利用実態調査の実施及び講習会・研修会等の開催に対する支援
- ・ガイドの育成に関する支援
- ・環境省主体による全国への広報
- ・自家用車による送迎行為の認可

（参考：エコツーリズム推進法、WEB サイト「エコツーリズムのススメ」（環境省自然環境局））

ジオパーク、ジオツーリズム

■ジオパークとは

…ジオ（地球、大地）を科学的に観察して、特別に重要で貴重な、あるいは美しい地質遺産（例えば、地層、岩石、地形、火山、断層など）が数多く点在する地域、大地の公園をジオパークという。さらに、ジオパークは場所だけでなく、その土地の風土ならではの祭事や暮らしといった"そこに住む人々の文化"もまた対象となる。

自然遺産を保護しながら、大地の成り立ちについての研究を重ね、自然と人間との関わりを理解する場所として整備し、科学教育や環境教育、防災教育の場として活用する場である。

■ジオツーリズムとは

…ジオツーリズムとは、ジオ（地球や大地）のストーリーを楽しむ旅のことである。単に景観を楽しむだけではなく、地球科学的な現象に対して興味を持ち、それについて学び理解するのがジオツーリズムの目的であり、地質学や地形学、景観、地形、化石、岩石、鉱物などの大地の自然を対象として行われる。

（参考：阿蘇ジオパーク オフィシャルサイト）

4 コンセプト

コンセプトの考え方

甌島ツーリズムのコンセプトは、対外的な観光PR用のキャッチフレーズではなく、甌島の魅力を甌島ツーリズムの多様な担い手が共有するための共通言語として位置付ける。

【コンセプトの設定条件】

- 共感性：皆が共感し共有できるものである
- 利便性：言葉にしやすいものである
- 独自性：甌島独自の価値を表すものである
- 印象性：インパクトの強いものである
- 普遍性：将来にわたって変わらないものである

コンセプト

こころ・自然・^{と き}時空 がつながる島

- **こころ**：甌島の人々の優しい心
- **自然（しぜん）**：国立公園に指定されるほどの貴重で豊かな自然環境
- **時空（とき）**：8,000万年前の太古から現代の生活までの悠久の時間と、そこに現れる空間
- **つながる**：心と心がつながること、上甌と中甌、下甌が橋でひとつにつながることで、これからの未来へ今の風景をつなげていくことを象徴

【コンセプトの遊び心】

「こころ」と「しぜん」と「とき」と「つながる島」を右のように並べると、「こしき島」が浮かび上がります。甌島に住む皆様のご意見をヒントに、みんなが誇れる「こしきしま」のコンセプトとして印象に残るコンセプトを組み立てました。

こころ
しぜん
とき
つながる島

5 ターゲット

ターゲット設定の考え方

甌島ツーリズムを推進していくにあたっては、自然環境や歴史・文化などの固有の価値を有する地域資源を活用した滞在コンテンツや商品の開発、宿泊・飲食・交通・案内などの受入環境などの行動計画を位置づける必要がある。そのためには、来訪者の年齢や性別、居住地、所得など、甌島ツーリズムに適正の高いターゲットを明確にすることが求められる。そこで、以下の考え方に基づき、甌島ツーリズムのターゲットを設定する。

- 市場動向に基づき、具体的な属性（年齢、性別、家族構成、住まい、趣味、所得等）を想定する。
- 属性に応じた観光スタイルのパターンを想定する。
- 1万人が1回訪れる観光ではなく、1,000人が10回訪れる観光を目指す。
- 「いつでも、どこでも、誰にでも」ではなく「今だけ、ここだけ、あなただけ」を提供する。
- メインターゲットとサブターゲットで設定する

また、国では平成15年よりビジット・ジャパン事業による訪日プロモーションを推進しており、事業開始から10年目の節目となった平成25年には史上初の訪日外国人旅行者数1,000万人を達成した。東京オリンピックが開催される平成32年には訪日外国人旅行者数2,000万人の達成を目指し、国の重点施策として今後も事業を推進していく見込みである。

甌島にあっては、現時点において外国人旅行者を積極的に受け入れるだけの環境が十分に整っているとは言えないが、このような国の動きを鑑みると、将来的に外国人旅行者の誘致も視野に入れて観光振興を進めていくことが望ましいことから、以下のターゲット設定においてもその点を配慮する。

甌島ツーリズムのターゲット

〈メインターゲット〉

九州圏内及び都市部在住のシニア層と

九州圏内及び一次交通直結都市部の20代～40代女性

…多くの価値ある資源を有する甌島は、今後のエコツーリズムの方針も踏まえ、シニア層や独身女性の求める「自然や文化に触れ合う」ニーズに最もマッチしている。

〈メインターゲット〉

メインターゲット①：九州圏内及び都市部在住のシニア層（60歳以上）

社会的傾向	<ul style="list-style-type: none"> ・団塊の世代が定年退職を迎え、時間と経済的な余裕が生まれている ・中高年層におけるエコツアー（自然に親しむツアー）への関心は高い ・九州圏内や新幹線が直結している都市部、とりわけ鹿児島市、熊本県南部地域などの近隣都市部のシニア層が期待される
関連する調査結果	<ul style="list-style-type: none"> ・全体に比べて60代は、「季節の花の観賞」に関心が高い

メインターゲット②：九州圏内及び一次交通直結都市部の20代～40代独身女性

社会的傾向	<ul style="list-style-type: none"> ・単身世帯の女性は、男性に比べて友人との交流や趣味に対する消費の傾向が高い ・新幹線が直結している都市部、とりわけ鹿児島市、熊本県南部地域などの近隣都市部の女性層が期待される
関連する調査結果	<ul style="list-style-type: none"> ・「季節の花の観賞」「地域の文化」「地元のおいしい料理」に興味を持つ傾向が高い

〈サブターゲット〉

サブターゲット①：県内在住のファミリー層

社会的傾向	<ul style="list-style-type: none"> ・子育て世代は、長期旅行が難しく、日帰り又は短期滞在型の旅行が主となるため、子どもに負担のかからない短距離移動（鹿児島県内）の旅行ニーズが想定される ・子どもに自然を体験させたいと考えている親が増えている
関連する調査結果	<ul style="list-style-type: none"> ・甕島旅行の同行者として30～40代は「こどもを含む家族」が最も多い

サブターゲット②：九州圏都市部在住の20代男女

社会的傾向	<ul style="list-style-type: none"> ・経済的理由により、一般的に低コストの旅行に対するニーズが高い
関連する調査結果	<ul style="list-style-type: none"> ・他の年齢層に比べて「甕島」、「島旅」、「海のスポーツ」や「トレッキング」に興味を持つ傾向が高い

サブターゲット③：外国人旅行者

社会的傾向	<ul style="list-style-type: none"> ・国の施策により全国的に外国人旅行者が増加していくことが見込まれる
関連する調査結果	<ul style="list-style-type: none"> ・訪日外国人旅行者数が増加している

6 ビジョン実現に向けた行動計画

第3章において抽出された課題に対し、課題解決に向けた取組を定めるとともに、計画期間の時期と内容及び実施主体等を位置付け、行動計画として以下にとりまとめる。

また、行動計画を実施するためには、甌島ツーリズム全体を統括しマネジメントする組織が求められる。そこで、以降に示す課題解決の取組の実施主体が当該組織である際には「推進組織」と記載する。なお、この組織のあり方については、方針7において具体的に示す。

方針1：地域資源の保護と活用

甌島には数多くの魅力的な地域資源があるが、貴重な資源を保護するルールが定められておらず、また、有効に活用されていないものも多いため、甌島の魅力的な地域資源を改めて掘り起こし、保護と活用の方策を定める。

①自然環境

課題：資源保護と観光振興の機運の醸成

国定公園に指定されることによる利点や効果が地域住民に十分に伝わっていない状況がみられることから、国定公園に関する情報を発信する季刊誌を推進組織（※1）が主体となって刊行する。また同時に、行政は自然保護のための規制に関して、ホームページやパンフレット、看板等を設置し、地域住民や自然環境を求めて訪れる来訪者に対して周知していくことを推進組織と行政（※2）が協力して行っていく。

※1 推進組織とは…甌島の観光振興を総合的に推進していくための新しい組織（詳細は方針7を参照）

※2 行政とは…基本的には薩摩川内市

〈課題解決に向けた取組〉

■国定公園に関する広報紙等での更なる周知

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
季刊誌の刊行				推進組織	—

■自然保護のための規制の周知

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
ホームページやパンフレット、看板等による自然保護規制の周知				行政	—

課題：地域資源の保護・管理の仕組みと適正な利活用方策の検討

甌島には国定公園に指定されるほどの豊富で貴重な地域資源があるが、学術的な調査が十分に行われていないことから、これらの本質的な価値がまだ潜在している状況にある。

このため、推進組織は甌島の自然環境に関する調査を実施し、保護・管理のルールを定める。

また、観光物産協会は推進組織との連携のもと、海や山の自然環境を活かした甌島ならではの体験プログラムを開発・商品化する。

〈課題解決に向けた取組〉

■ 学術調査の実施による自然環境の保護・管理の仕組みづくり

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
甌島の自然環境に関する調査				推進組織	—
保護・管理のルールづくり				推進組織	—

■ 自然環境を活かした滞在コンテンツの開発

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
シーカヤック・ダイビングなど海の体験プログラムの開発・商品化				観光物産協会	推進組織
トレッキングなど山の体験プログラムの開発・商品化					

課題：甌島固有の風景・景観の維持、魅力向上の推進

甌島固有の自然景観や集落の風景を保護し、更なる魅力向上を図るため、推進組織は主体となつて地域（※）と連携・協働し、花の植栽や清掃活動等の快適な環境づくりを実践する。

また、地域は、ゴミの不法投棄対策として、注意喚起のための看板設置や不法投棄物の回収を行う。

さらに、各地区における海岸清掃活動や海岸清掃活動を含めた交流イベントは、推進組織が主体となつて企画・実施し、地域や建設業者及び観光に関連する事業者はこれらの活動の実践者として連携・協働する。

※ 地域とは…甌島地域の住民、地区コミュニティ協議会

〈課題解決に向けた取組〉

■甌島固有の風景・景観の保護、魅力向上の推進

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
花の植栽や清掃活動等の地域の快適な環境づくりの実践				推進組織	地域

■不法投棄の対応

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
注意喚起のための看板設置				行政	地域
不法投棄物の回収				地域	—

■海岸沿いのゴミの除去

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
各地区における海岸清掃活動の定期的な実施				推進組織	地域 建設業者
海岸清掃活動を含めた交流イベントの実施					地域 事業者

②農林水産物

課題：甌島の農林水産物を活用した地域産業の活性化

近年、甌島の農林水産物を活かした商品開発や販売促進、体験型観光が少しずつ取り込まれるようになってきた。今後も甌島の農林水産物を活用した六次産業化を促進するため、引き続き様々な取組による支援を行うほか、関係機関の連携体制を構築する。

〈課題解決に向けた取組〉

■甌島の農林水産物を活用した六次産業化の促進

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
農林漁業の六次産業化に対する支援				行政	農業協同組合 漁業協同組合

③生活・文化

課題：甌島固有の生活文化や日常風景の価値の再認識

甌島の魅力的な地域資源のひとつであり、時代とともに少しずつ失われつつある、昔から営まれてきた生活文化や日常風景にも光をあて、これらの価値を見える化することが重要である。

このため、推進組織が地域住民と連携・協働し、甌島の日常風景のマップ化や島民目線で島の魅力をPRする映像等の作成、島の方言の掘り起こし、生活・文化に関する調査を実施する。

〈課題解決に向けた取組〉

■甌島固有の生活文化や日常風景の掘り起こしと独自の価値の見える化

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
ワークショップによる甌島日常マップの作成				推進組織	地域
島民目線で島の魅力をPRする地域紹介ムービーやフォトブックの作成					
島の方言の掘り起こし					
生活・文化（歴史・民俗等）に関する調査の実施				推進組織	
有形・無形文化財を含めた保存、伝承				地域	—

方針2：受入環境の向上

宿泊・飲食業、移動手段、観光インフラ（道路やトイレ拠点施設等）といった受入環境は、来訪者にとってその地域の印象を左右する重要な要素であり、甌島においては、これらのサービスにおける問題点がしばしば指摘されていることから、受入環境向上のための方策を定める。

①宿泊・飲食

課題：宿泊・飲食業の品質確保

観光の要となる甌島の宿泊業、飲食業においては、事業者間の観光振興に対する意識の温度差やサービス面での品質の格差が見受けられる。

このため、推進組織は各事業者や地域の参画を促し、事業者間の定期的な意見交換やソフト面での「おもてなし」体制の構築を図る場を設けるとともに、事業者や地域を対象とした研修会を実施し、宿泊・飲食業のサービス品質の向上を図る。

また、甌島観光の実態を客観的に把握するため、行政が主体となり、宿泊・飲食事業者等の協力のもと、観光事業に関する実態調査を実施する。

〈課題解決に向けた取組〉

■事業者間の定期的な意見交換、ソフト面での「おもてなし」の体制構築

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
甌島旅行客受入対策意見交換会を毎月開催し、全員で情報を共有				推進組織	各事業者（宿泊・飲食・土産） 地域
一定水準の料理やサービスを提供するための勉強会の開催					

■宿泊・飲食業者のサービス品質の向上

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
事業者・地域との意見交換会や研修会の開催				推進組織	各事業者（宿泊・飲食・土産） 地域

■観光事業（飲食、宿泊等）に関する実態調査の実施

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
四半期ごとの甌島観光に関する統計調査の実施				行政	宿泊・飲食事業者

②移動手段

課題：レンタカー・タクシー・コミュニティバスなど、島内移動手段の環境整備

現在、甕島のレンタカー・タクシー・コミュニティバス等の移動手段は、量の不足や制度上の理由等から利便性の低さが指摘されている。このため、行政は観光用バス交通の導入や船のダイヤに合わせた島内移動手段の配備など、観光面での二次交通機能の確保について交通事業者との連携・協働のもとに進めるとともに、交通事業者におけるレンタカー・タクシーの追加導入の検討を進める。

〈課題解決に向けた取組〉

■島内における観光面での二次交通機能の確保

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
観光用のバス交通の導入 (短期：検討、中期：実証実験、長期：導入)				行政	交通事業者
船のダイヤに合わせた効率的な島内アクセスの確保 (短期：検討、中長期：実施)					
レンタカー (EVを含む)・タクシーの追加導入の検討				交通事業者	—

課題：観光ガイド等による自家用車送迎に対する法規制への対応

甕島の島内移動手段を確保する方法の一つとして、観光ガイドによる観光スポット等への自家用車送迎が考えられるが、道路交通法等による規制により、現状では実施が困難な状況にある。このため、推進組織において、エコツーリズム推進法の認定を目指すとともに、地域・観光事業者・交通事業者との連携・調整を図り、自家用車送迎サービスの実施に向けた検討を進める。

〈課題解決に向けた取組〉

■エコツーリズム推進法の認定を受けることによる規制の解除

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
全体構想の作成				推進組織	—

■島民及び島内交通機関との調整

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
自家用車送迎に関する検討会の開催				推進組織	地域 観光事業者 交通事業者

課題：蘭牟田瀬戸架橋を契機とした自転車観光の推進

蘭牟田瀬戸架橋の完成により、甌島全島が一つにつながる予定である。一方、近年「しまなみ海道」などにみられるサイクリスト向けのツーリズムも全国的に盛り上がってきている。

このため、推進組織が主体となって地域と連携し、島内移動の自転車利用の検討を行い、サイクリングマップを作成する。

〈課題解決に向けた取組〉

■ 自転車観光専用ルートの設定

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
島内移動の自転車利用の検討				推進組織	地域
サイクリングマップの作成				推進組織	地域

課題：海上交通の利用環境の向上と安定航行の確保

海上交通の利用環境の向上と安定航行の確保は離島特有の課題であり、観光振興を図る上で非常に重要な要素である。このため、チャーター船事業者が推進組織との連携・協働のもと、海上タクシーの利用促進を図るとともに、甌島商船が高速船・フェリーの料金の軽減等による利用促進（地域、観光事業者、交通事業者の連携・協働）及び船舶の維持管理・タイヤの見直しによる高速船の安定的運航、周遊割引や停泊中の利活用方法の検討（地域の連携・協働）を実施する。

〈課題解決に向けた取組〉

■ 海上タクシーによる交通利便性の向上

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
海上タクシーの情報発信による利用促進				チャーター船事業者	推進組織

■ 高速船料金・フェリー料金の軽減等による利用促進

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
キャンペーン等による旅行者への高速船・フェリー料金の割引				甌島商船	地域 観光事業者 交通事業者

■ 高速船の安定的運航

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
船舶の適正な維持管理 タイヤの随時見直し				甌島商船	—

■ 高速船の利用促進

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
周遊割引の実施				甌島商船(株)	地域
停泊中の利活用の検討					

③ 観光インフラ

課題：管理の行き届いていない道路や登山道等の調査・整備・維持管理

甌島内においては、しばしば管理の行き届いていない道路や登山道等に関する指摘があるため、推進組織が道路や登山道等を定期的に巡回・点検する。また、行政は、地域との連携・協働により、計画的な道路等の整備と維持管理を行う。

〈課題解決に向けた取組〉

■ 定期的な地域の巡回

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
地域内パトロールの実施				推進組織	地域

■ 計画的な道路等の整備と維持管理

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
計画に基づく整備				行政	地域
地元住民との協働による維持管理					

課題：公衆トイレの利用環境の向上

公衆トイレ設置場所に関する情報不足、設置環境の不足等に関する指摘が見られるため、行政が推進組織や観光物産協会、地域との連携・協働によりトイレの場所の周知を行うとともに、必要性に応じて新たな公衆トイレの整備・管理について検討する。

〈課題解決に向けた取組〉

■ トイレ設置場所の周知

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
トイレ設置場所の周知				行政	推進組織 観光物産協会 地域

■新しい公衆トイレの設置

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
必要性に応じた公衆トイレの整備の検討				行政	—

課題：バリアフリー環境の向上

ターミナルや展望所・案内所等の観光スポットには、誰もが訪れやすい環境であることが望まれる。このため、行政において、バリアフリー化の必要性が高い観光施設の調査と調査を踏まえたバリアフリー整備の検討を行う。

〈課題解決に向けた取組〉

■観光施設等のバリアフリー化

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
バリアフリー化の必要性が高い観光施設等の調査及び整備検討				行政	—

課題：待合所の魅力化

里港・長浜港は定期船が就航する港として非常に重要な観光拠点であり、ターミナルは甕島の玄関口として魅力的な場所であることが期待されている。

このため、2港の待合所を改修し、お土産店等の再配置を行うことにより魅力向上を図る。

また、中甕港・手打港の旧待合所においても、その有効利用が期待されていることから、地域・土産物店・飲食業者等が主体となって両港における物産・飲食機能を確保する。

〈課題解決に向けた取組〉

■待合所におけるお土産店等の配置

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
里港・長浜港のターミナルへのお土産店の配置				行政	—
中甕港・手打港の旧待合所の有効利用（物産・飲食機能）				行政	事業者

課題：観光の拠点となる全天候型交流施設の整備

甌島には、雨天時に利用できる観光拠点施設が少なく、雨天時にも充実した観光プログラムが提供できる全天候型交流施設が必要である。

このため、行政が推進組織と連携・協働し、学習・体験・物販・休憩・情報発信の機能を持つツーリズムの中核施設の整備を検討する。

〈課題解決に向けた取組〉

■学習・体験・物販・休憩・情報発信の機能を持つツーリズムの中核施設の整備

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
鹿島支所の展示施設の拡充				行政	推進組織
雨天での活用や情報発信等の機能を踏まえた施設整備の検討					

課題：通信環境の向上

スマートフォン等の普及により、旅行中におけるインターネットを利用した観光情報収集の機会が増えている。

このため、観光地域においてインターネット利用環境を充実させることは、魅力的な観光地域づくりの重要な取組のひとつであることから、推進組織がWi-Fi（※）環境が必要な箇所を調査し、整備を進める。

〈課題解決に向けた取組〉

■Wi-Fi 環境の整備

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
Wi-Fi 環境の整備必要箇所の調査及び整備				推進組織	—

※Wi-Fi とは…無線LANを利用したインターネットへの接続、公衆無線LAN

方針3：魅力的な商品・サービスの提供

地域資源を活かした体験プログラムや特産品は、観光地域の魅力を示す代名詞である。

甌島には価値ある地域資源が豊富にあることから、滞在中に体験できるコンテンツ（滞在コンテンツ）や付加価値の高い特産品を開発・商品化し、より一層の魅力的な観光地域づくりを目指す。

①滞在コンテンツ

課題：魅力的な交流・イベントの開催

甌島では、年間を通じて様々なイベントが開催されているが、観光誘客としてより一層の魅力的なイベントの実施が望まれる。このため、既存の交流・イベントの精査を行うとともに四季を通じたテーマ型のエコツアーなど、リピーターの確保につながる新たな魅力的なイベントを推進組織が中心に地域と連携・協働し実施する。

〈課題解決に向けた取組〉

■ビジョンに照らした既存の交流・イベントの精査と新たなイベントの検討

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
四季を通じたテーマ型のエコツアーイベントの開催（例：フォトロゲイニング）				推進組織	地域

課題：海や漁業を活かした滞在コンテンツの商品化

甌島の海は透明度が高く、また主産業である漁業も、訪れる人にとっては、普段体験することのない貴重な資源である。このため、地域が観光物産協会・漁業協同組合と連携・協働し、定置網体験などの体験型漁業メニューを開発・提供する。

〈課題解決に向けた取組〉

■体験型漁業メニューの開発・提供

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
定置網体験プログラムの提供				住民 漁業集落	観光物産協会 漁業協同組合

■ 自然環境を活かした滞在コンテンツの開発(再掲)

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
シーカヤック・ダイビングなど海の体験プログラムの開発・商品化				観光物産協会	推進組織
トレッキングなど山の体験プログラムの開発・商品化					

課題：甌島独自の個性を活かした滞在コンテンツの提供

甌島の自然環境や生活・文化の本質的な魅力を来訪者に伝えるため、推進組織が主体となり、これらの資源の価値を掘り起こし、テーマ・ストーリー性のある滞在コンテンツとして提供する。

また、藺牟田瀬戸架橋の完成を契機に、推進組織等が架橋クルーズや、架橋ウォーキング・駅伝等の滞在コンテンツの開発・商品化を図る。

〈課題解決に向けた取組〉

■ テーマ、ストーリー性のある滞在コンテンツの商品化

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
自然環境（生態系・地形・地質）、生活・文化（歴史・民俗）等について、見せる、学ぶ、感じるなどテーマを設定した滞在交流の工夫				推進組織	観光物産協会

■ 藺牟田瀬戸架橋を契機とした滞在コンテンツの開発・商品化

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
海から見る架橋クルーズ				行政 観光船業者	推進組織
藺牟田瀬戸架橋ウォーキング 架橋完成記念イベント（駅伝等）の検討				推進組織	観光業者

課題：雨天時にも対応可能な滞在コンテンツの提供

甌島には雨天時に体験できるコンテンツが不足している。このため、推進組織との連携・協働のもと、農園業者や地域が主体となったハウス栽培のフルーツ農園見学や、玉石の絵付け体験、化石レプリカ・クリーニング作業体験など、雨天時にも体験可能な地域資源を活かした滞在コンテンツを開発・提供する。

〈課題解決に向けた取組〉

■雨天時にも対応可能な滞在コンテンツの開発

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
ハウス栽培のフルーツ農園見学				農園業者	推進組織
玉石の絵付け体験				地域	
化石レプリカ、クリーニング作業等の体験				地域	

②特産品

課題：甌島における高付加価値の商品開発・販売の更なる促進

近年、少しずつ開発されている甌島産の食材を使った土産品の商品開発を更に促進し、甌島の顔となる商品の開発と販売をより一層進めていくことが望まれる。このため、観光物産協会や食品加工業者が推進組織と連携・協働し、甌島産の食材を使った加工商品の開発と生産体制の構築を進める。

また、加工、宿泊、飲食、物産関係の事業者が主体となって、甌島固有の特産品を販売する仕組みを確立するとともに、物産展等への積極的な参加を通じて、新たなブランドとなる特産品の開発と地域経済の浮揚を図る。

〈課題解決に向けた取組〉

■土産品の充実及び新たな特産品の開発

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
甌島産の食材を使った加工商品の開発及び生産体制の構築				観光物産協会 食品加工業者	推進組織

■より多くの地元開発商品を販売する仕組みの確立

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
地元関係者間による情報交換・勉強会の開催				推進組織	各事業者 地域
物産展、マルシェ・フェア等の開催・参加				観光物産協会	各事業者

方針4：甌島ツーリズムの担い手の育成・確保

観光地域においては、地元ならではの視点と高度な知識によって、地域の魅力を効果的に伝えるガイドが必要不可欠である。このため、観光ガイドの案内技術の水準を確保するとともに、満足度の高いサービスを提供するガイドを育成する。また、来訪者の安全を確保するための仕組みづくりを行う。

さらに、甌島の貴重な自然環境を活かしたエコツーリズムの実践、将来的にはジオパークへの認定も見据えて、環境教育や学術調査を進める。

①ガイド

課題：観光ガイドの案内技術の水準確保

観光ガイドによる案内技術の水準を確保するため、推進組織が、地域や観光ガイド及び観光物産協会と連携し、観光ガイドの技能向上に関する研修を実施する。

〈課題解決に向けた取組〉

■観光ガイド技能向上に関する研修実施

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
観光ガイドの技能向上のための研修実施				推進組織	地域 観光ガイド 観光物産協会

課題：満足度の高いガイドサービスの導入等

満足度の高いガイドサービスを確立するため、行政が観光物産協会と連携し、専門性の高いガイドの育成及び認定制度を構築するほか、専門知識を持つ人材を育成・確保する。

〈課題解決に向けた取組〉

■公認観光ガイド制度の制度化確立

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
専門性が高いガイドの育成・認定制度の実施				行政	観光物産協会

■専門知識を持つ人材の確保

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
各専門分野の有識者指導に基づく、専門性の高い人材の育成				行政	推進組織 地域

課題：ガイドサービスのリスクマネジメントの実施

自然体験や漁業体験等の体験型ガイドサービスを実施するに当たっては、安全性を確保するため、リスクマネジメントを実施することが重要である。このため、推進組織が観光物産協会や観光ガイドと連携し、専門家の招へい等によるリスクマネジメントに関する研修会を開催する。

〈課題解決に向けた取組〉

■リスクマネジメントに関する研修会の開催

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
専門家の招へい等によるリスクマネジメントに関する研修会の開催				推進組織	観光物産協会 観光ガイド

②環境教育

課題：エコツーリズムと将来的なジオパークを見据えた、環境教育の推進と学術調査の実施

貴重な自然環境等の特長を活かし、エコツーリズムの推進と将来的なジオパークの認定を目指すための取組が求められている。このため、行政は地域や小・中学校と協働し、小・中学校への出前授業等による環境教育を実施する。さらに、将来的な教育旅行の受入も想定し、推進組織は地域や観光業者と連携して教育旅行における環境教育を実施する。

また、ジオパークの認定を見据えて、推進組織は、有識者の指導に基づく見学コースの設定や恐竜化石発掘等の学術調査を進める。

〈課題解決に向けた取組〉

■環境学習の推進

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
学校に対し、出前授業などによる環境に関する知識や技能の教育支援				行政	地域 小・中学校
教育旅行の受入における環境教育の実施				推進組織	地域 観光業者

■ジオパークの認定を見据えた学術調査の実施

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
各専門分野の有識者指導に基づく、見学コースの設定や継続的な恐竜化石発掘調査等の実施				推進組織	地域 観光業者

方針5：効果的な情報の発信

来訪者に対して地域の情報をわかりやすく魅力的に伝えることは、旅行の満足度に大きく影響を与える。このため、今まで以上にわかりやすい案内サインの整備、地域資源・観光サービス（昼食、移動手段等）に関する情報の整理・発信及び予約システムの整備、ホームページ・ガイドブック等の情報コンテンツの充実を図る。

①案内機能

課題：わかりやすい案内標識・サイン、総合案内板の整備

甌島の既存の案内標識やサイン、総合案内板については、情報が古いものや案内が不十分なもの、設置箇所の不足といった指摘がみられる。このため、行政が地域と連携し、既存の案内設備の現状を確認するとともに、自然や景観に配慮しつつ、サイン計画の見直しを行い、計画に基づいたサイン施設の整備を観光物産協会と連携して行う。また、推進組織は昼食場所やお土産販売店等の案内を充実させるため、飲食・土産物業者と連携・協働し、これらの店舗の案内看板を設置する。

〈課題解決に向けた取組〉

■既存の案内設備の現状確認等

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
総合案内板の現状確認及びニーズの把握、対応の検討				行政	地域

■機能性のある案内サインの整備

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
サイン計画の見直し				行政	—
計画に基づくサイン施設の整備				行政	観光物産協会

■昼食場所やお土産販売店等の看板設置

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
食事可能な店、お土産取扱店等の統一したデザインのアイコンの設置				推進組織	飲食・土産業者

課題：地域資源の魅力を解りやすく伝えるための機能の確保

甌島の地域資源には、独自の成り立ちやストーリー性を有するものが多いため、これらの魅力をわかりやすく伝えるための機能を確保することが望まれる。このため、行政は推進組織や地域と連携・協働し、地域資源の成り立ちやストーリー性をわかりやすく伝える説明板を設置する。

〈課題解決に向けた取組〉

■地域資源の魅力をわかりやすく伝える説明板の設置

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
地域資源の成り立ちやストーリー性をわかりやすく伝える説明板の設置				行政	推進組織 地域

②情報発信ツール

課題：情報発信のための基本情報の整理

来訪者に地域の情報を的確に行うためには基本的な情報を整理しておくことが必要となる。このため、推進組織は地域や観光物産協会と連携し、地域資源に関するデータを整備するとともに、各事業者と連携して、宿泊施設・飲食店・お土産販売店・交通機関等の営業情報のデータベースを整備する。

〈課題解決に向けた取組〉

■観光情報に関するデータベースの整備

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
地域資源に関するデータ整備				推進組織	地域 観光物産協会
宿泊施設、飲食店、お土産販売店、交通機関等の営業情報（規模・営業日・予約の可否等）のデータベース整備				推進組織	地域 観光物産協会 各事業者（宿泊・飲食・土産）

課題：昼食や移動手段などの各種サービスの予約の必要性の事前周知

現状の甌島では、とりわけ観光シーズンにおいて、昼食やレンタカー・タクシー等の移動手段が不足する傾向がみられる。このため、推進組織は地域と連携し、来訪者へこれらのサービスを利用するに当たっての予約の必要性について事前に周知する仕組みをつくる。

〈課題解決に向けた取組〉

■来訪者への事前の周知

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
「甌島を楽しむための心得」の作成・配布				推進組織	地域 観光物産協会

課題：各種予約システムの構築

現在、甌島の各種観光サービスについては、各事業者への直接連絡か観光案内所を通じて予約をする仕組みとなっているが、観光案内所のオペレーションの効率化や来訪者の計画的な旅行を実現するため、推進組織が観光物産協会と協働し、各事業者と連携した予約システムを構築する。

〈課題解決に向けた取組〉

■各種(宿泊・飲食・交通・体験プログラム等)予約システムの構築

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
各事業者と連携した予約システム構築				推進組織 観光物産協会	—

課題：観光情報をわかりやすく伝えるホームページ・ガイドブック等情報コンテンツの整備

観光情報をわかりやすく伝える情報コンテンツについては、より一層の充実化を図ることが望まれる。このため、行政と観光物産協会が主体となり、既存のウェブサイト「こころ」やガイドブックを更新するとともに、推進組織は、島民目線で甌島の魅力をPRする地域紹介ムービーやフォトブックを作成し、情報発信につなげる。

〈課題解決に向けた取組〉

■ホームページ・ガイドブックの更新

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
WEBサイト「こころ」のリニューアル				行政 観光物産協会	推進組織
ガイドブックの更新				行政	推進組織

■島民による地域情報の発信

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
島民目線で島の魅力をPRする地域紹介ムービーやフォトブックの作成				推進組織	地域

方針6：持続可能なマネジメント機能の確保

甌島ツーリズムを推進するに当たって重要となる観光商品・サービスの品質管理、マーケティング活動、地域資源を持続的に保全するための財源確保、甌島ツーリズムビジョンの進行管理といったマネジメント機能を確保する。

①品質管理

課題：観光事業者が提供する商品・サービスの品質水準の向上

来訪者の甌島に対する印象を損なわないようにするため、宿泊・飲食・物販・観光案内・交通サービス等の商品・サービスの品質水準を一定レベル確保することが求められる。このため、推進組織は地域や事業者と連携し、観光事業者が提供する商品・サービスの実態把握と品質管理を行う。

〈課題解決に向けた取組〉

■観光事業者が提供する商品・サービスの実態把握と品質の確保

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
観光事業者の基本情報の整理と品質管理制度の導入				推進組織	地域事業者

②マーケティング

課題：マーケティング戦略の構築・安定した集客の誘致促進

現状、甌島の観光入込の動向はシーズンによって大きく異なるとともに、来訪者の満足度も十分に把握されていない。このため、推進組織は地域や各事業者、観光物産協会と連携し、来訪者を対象とした満足度調査等の定期的な市場調査を実施し、甌島ツーリズムのマーケティング戦略の構築と安定した集客の誘致促進を図る。

〈課題解決に向けた取組〉

■定期的な市場調査の実施

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
来訪者を対象とした顧客満足度調査の実施				推進組織	地域各事業者 観光物産協会

③財源確保

課題：自然環境の持続的な保全等のための安定した財源確保

甌島の魅力を維持・向上していくに当たっては、地域資源の保護と活用を効率的に進めていくための財源が必要とされる。このため、行政は地域や事業者と連携し、安定的な財源確保策を検討する。

〈課題解決に向けた取組〉

■来訪者からの自然環境保護に対する資金の確保

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
地域資源の保護と活用を目的とした安定した財源確保の検討				推進組織	地域各事業者

④ビジョンの進行管理

課題：ビジョンの推進

ビジョンの推進に当たっては、適確な進行管理を行い、必要に応じて随時見直していくことが必要とされる。このため、推進組織が主体となって、行動計画の進行管理を行うとともにビジョン全体の方向付けを確認する。

〈課題解決に向けた取組〉

■ビジョンの進行管理

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
マネジメント機関によるビジョンの進行管理				推進組織	全て

方針7：地域一体となった推進体制の構築

甌島の観光振興が地域の振興に寄与するためには、地域一体となった推進体制を構築し、利害調整や合意形成を図りながら各自の役割分担に応じて取組を進めていくことが必要となる。このため、世代間・地域間・業種間の連携と協力を促進し、地域住民の観光振興への参画意欲の醸成を図る。また、甌島ツーリズムを包括的にマネジメントするための新しい組織を設立する。

①連携、関係者の理解と関与

課題：世代間及び地域間の情報交換・交流の機会の確保

若い世代とベテラン世代、上甌地域と下甌地域など、世代間・地域間の観光振興への意識を共有し、一体となった甌島ツーリズムの取組を展開するため、推進組織は各事業者と連携し、世代間等での情報交換を行う交流会を開催する。

〈課題解決に向けた取組〉

■世代間、地域間で情報交換を行う交流会の開催

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
若手とベテラン、上甌と下甌など、世代や地域を越えて、情報を交換・共有する交流会の開催				推進組織	事業者

課題：事業者間の情報交換・交流の機会の確保

事業者間の情報交換・交流機会を確保するため、観光物産協会は各事業者と連携し、事業者間の定期的な意見交換を実施する。

〈課題解決に向けた取組〉

■事業者間の定期的な意見交換(再掲)

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
観光物産協会が組織する「友の会」や「取引業者会」との意見交換会の実施				観光物産協会	各事業者（宿泊・飲食・土産） 地域

※甌島旅行客受入対策意見交換会についての記述は省略。

課題：事業者間の連携促進による島内資源の有効活用

地域の農林水産物や加工品を地元のホテル・旅館等でPR・販売することにより、地産地消が促進され地域内での経済循環が生まれる。このため、各事業者（水産加工・宿泊・飲食・土産等）は推進組織や地域と連携し、地元関係者間による情報交換や勉強会を実施する。

〈課題解決に向けた取組〉

■より多くの地元開発商品を販売する仕組みの確立(再掲)

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
地元関係者間による情報交換・勉強会の実施				推進組織	各事業者 地域

課題：地域住民の観光振興の取組への参画意欲の向上

ビジョンは、地域住民が幸せに暮らし続けていくための計画であることから、地域住民の観光振興への参画は必要不可欠となる。このため、地域が主体となって、ワークショップや各地区持回りの島民向けツアーを実施するなど、地元の人々が活動したくなるようなムード作りを行う。

〈課題解決に向けた取組〉

■地域住民参画のムードづくり

取組の具体例	行動計画			主体	連携・協働
	短期	中期	長期		
地域やコミュニティ単位のワークショップの実施				地域	—
地区持回りの島民向け地元自慢モニターツアーの実施				地域	—

②推進組織の設置

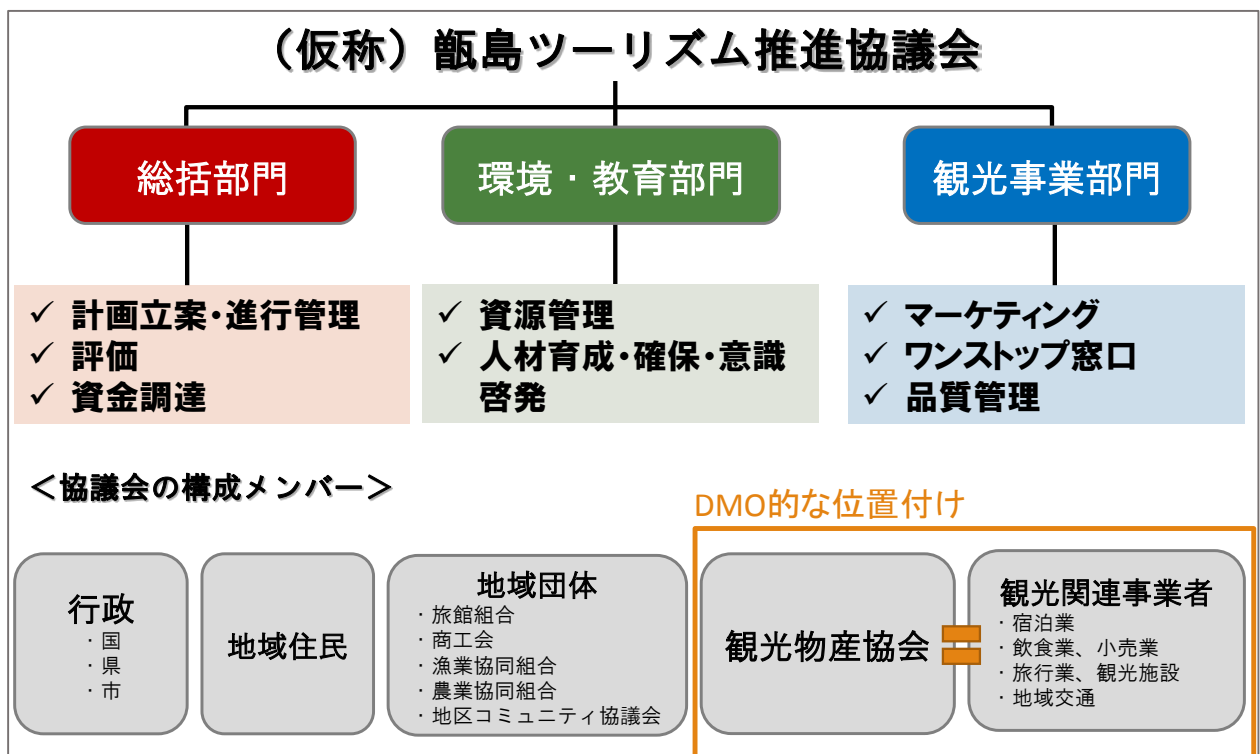
課題：自然環境の保全と活用による観光の推進、甌島観光の品質管理・マーケティング活動・進行管理・人材育成・財源の確保を担う組織の設立と運営

甌島ツーリズムを具体的に推進していくためには、甌島全体の観光振興をマネジメントする組織が必要となる。このため、行政・地域・各事業者等の多様な主体の参画による新たな推進組織を設置し、エコツーリズム推進法認定のための全体構想の作成や甌島ツーリズムのマネジメントを実施する。

なお、この推進組織にあってはいわゆるDMO（※）としての機能が強く求められ、特に観光分野においては、観光物産協会と観光事業者が連携してこの機能を担保していくことが期待される。

※DMOとは Destination Marketing/Management Organization の略で、観光地のマーケティング&プロモーションやブランディングのほか、クオリティコントロール、安全管理、資源管理などを担う機関を意味する。欧米諸国において先進的に観光集客の核として機能しており、近年日本でも少しずつ浸透してきている。（参考：観光地域づくりプラットフォーム推進機構 研究経過）

【推進組織のイメージ】



【甌島ツーリズムにおける推進体制に必要な機能】

1. 推進体制に必要な機能・役割

甌島ツーリズムの推進に当たっては、以下の機能・役割が必要とされる。

■計画立案・進行管理

アクションプランの進捗状況を個々に把握し、必要に応じて計画期間や取組内容を見直すなど、ツーリズムビジョンのPDCAサイクルを回すとともに、適宜ビジョンを更新する。

■資源管理

自然環境・食・生活・文化・風景・景観などの地域資源を掘り起こし、価値を磨き上げ、保存と活用のマネジメントを行う。

■品質管理

宿泊・飲食・観光案内・物販・移動サービス等の受入環境を把握し、必要に応じて品質向上に関するアドバイスをを行うなど、甌島ツーリズムの安全と品質の管理・向上を図る。

■人材育成・確保、意識啓発

観光ガイド、商品開発、マーケティング活動などの専門的人材の育成及び確保するとともに来訪者の受入に関連する各種研修会を通じて、島全体のおもてなし意識の向上を図る。

■マーケティング

発地側の市場（ニーズ）調査、着地側の現況（シーズ）調査を行い、分析を踏まえた甌島ツーリズムのブランド戦略の構築、旅行商品の造成・販売・プロモーション活動を行う。

■ワンストップ窓口

甌島ツーリズムに関する地元、来訪者等に関する課題解決、地域内の滞在コンテンツの集約と旅行会社や個人消費者への情報発信等、地域と市場をつなぐワンストップ窓口を確保する。

■評価

宿泊者数（入込客数）、案内所利用者数、ホームページ等のアクセス数、施設利用者数、人口等を把握し、雇用創出や所得向上、他産業への波及効果などを分析し評価を行う。

■資金調達

補助金、会費、適切な資金調達のスキームを構築し、持続可能な運営を図る。

〈基本理念〉

皆が誇れる甌島の風土と営みを、護り磨いて次世代に受け継ぐ

〈基本方針〉

甌島資源の保護と活用による観光振興を主軸とした地域振興 ~エコツーリズムからジオツーリズムへ~

甌島ツーリズムビジョンの課題と取組

方針1：地域資源の保護と活用

- 自然環境**
 - 資源保護と観光振興の機運の醸成
 - 国定公園に関する広報誌等での更なる周知
 - 自然保護のための規制の周知
 - 地域資源の保護・管理の仕組みと適正な利活用方策の検討
 - 学術調査の実施による自然環境の保護・管理の仕組みづくり
 - 自然環境を活かした滞在コンテンツの開発
- 風景・景観**
 - 甌島固有の風景・景観の維持、魅力向上の推進
 - 甌島固有の風景・景観の保護、魅力向上の推進
 - 不法投棄の対応
 - 海岸沿いのゴミの除去
- 農林水産物**
 - 甌島の農林水産物を活用した地域産業の活性化
 - 甌島の農林水産物を活用した六次産業化の促進
- 善・花**
 - 甌島固有の生活文化や日常風景の価値の再認識
 - 甌島固有の生活文化や日常風景の掘り起こしと独自の価値の見える化

方針5：効果的な情報発信の実施

- 案内機能**
 - わかりやすい案内標識・サイン、総合案内板の整備
 - 既存の案内設備の現状確認等
 - 機能性のある案内サインの整備
 - 昼食場所やお土産販売店等の看板設置
 - 地域資源の魅力をわかりやすく伝えるための機能の確保
 - 地域資源の魅力をわかりやすく伝える説明板の設置
- 情報発信ツール**
 - 情報発信のための基本情報の整理
 - 観光情報に関するデータベースの整備
 - 昼食や移動手段などの各種サービスにおける予約の必要性の事前周知
 - 来訪者への事前の周知
 - 各種予約システムの構築
 - 各種（宿泊・飲食・交通・体験プログラム等）予約システムの構築
 - 観光情報をわかりやすく伝えるホームページ・ガイドブック等の情報コンテンツの整備
 - ホームページ・ガイドブックの更新
 - 島民による地域情報の発信

方針2：受入環境の向上

- 宿泊・飲食**
 - 宿泊・飲食業の品質確保
 - 事業者間の定期的な意見交換、ソフト面での「おもてなし」の体制構築
 - 宿泊・飲食業者のサービス品質の向上
 - 観光事業（飲食、宿泊等）に関する実態調査の実施
- 移動手段**
 - レンタカー・タクシー・コミュニティバスなど、島内移動手段の環境整備
 - 島内における観光面での二次交通機能の確保
 - 観光ガイド等による自家用車送迎に対する法規制への対応
 - エコツーリズム推進法の認定を受けることによる規制の解除
 - 島民及び島内交通機関との調整
 - 蘭牟田瀬戸架橋を契機とした自転車観光の推進
 - 自転車観光専用ルートの設定
 - 海上交通の利用環境の向上と安定航行の確保
 - 海上タクシーによる交通利便性の向上
 - 高速船料金・フェリー料金の軽減等による利用促進
 - 高速船の安定的運航
 - 高速船の利用促進
- 観光インフラ**
 - 管理の行き届いていない道路や登山道等の調査・整備・維持管理
 - 定期的な地域の巡回
 - 計画的な道路等の整備と維持管理
 - 公衆トイレの利用環境の向上
 - トイレ設置場所の周知
 - 新しい公衆トイレの設置
 - バリアフリー環境の向上
 - 観光施設等のバリアフリー化
- 待合所の魅力化**
 - 待合所におけるお土産店等の配置
- 観光の拠点となる全天候型交流施設の整備**
 - 学習・体験・物販・休憩・情報発信の機能を持つツーリズムの中核施設の整備
- 通信環境の向上**
 - Wi-Fi環境の整備

方針6：持続可能なマネジメント機能の確保

- 品質管理**
 - 観光事業者が提供する商品・サービスの品質水準の向上
 - 観光事業者が提供する商品・サービスの実態把握と品質の管理
- マーケティング**
 - マーケティング戦略の構築・安定した集客の誘致促進
 - 定期的な市場調査の実施
- 財源確保**
 - 自然環境の持続的な保全等のための安定した財源確保
 - 来訪者からの自然環境保護に対する資金確保
- ビジョンの進行管理**
 - ビジョンの推進
 - ビジョンの進行管理

方針3：魅力的な商品・サービスの提供

- 滞在コンテンツ**
 - 魅力的な交流・イベントの開催
 - ツーリズムビジョンに照らした既存の交流・イベントの精査と新たなイベント開催の検討
 - 海や漁業を活かした滞在コンテンツの商品化
 - 体験型漁業メニューの開発・提供
 - 自然環境を活かした滞在コンテンツの開発（再掲）
 - 甌島独自の個性を生かした滞在コンテンツの提供
 - テーマ、ストーリー性のある滞在コンテンツの商品化
 - 蘭牟田瀬戸架橋を契機とした滞在コンテンツの開発・商品化
 - 雨天時にも対応可能な滞在コンテンツの提供
 - 雨天時にも対応可能な滞在コンテンツの開発
- 特産品**
 - 甌島における高付加価値の商品開発・販売の更なる促進
 - 土産品の充実及び新たな特産品の開発
 - より多くの地元開発商品を販売する仕組みの確立

方針4：甌島ツーリズムの担い手の育成・確保

- ガイド**
 - 観光ガイドの案内技術の水準確保
 - 観光ガイド技能向上に関する研修実施
 - 満足度の高いガイドサービスの導入
 - 公認観光ガイド制度の制度化確立
 - 専門知識を持つ人材の確保
 - ガイドサービスのリスクマネジメントの実施
 - リスクマネジメントに関する研修会の開催
- 環境教育**
 - エコツーリズムと将来的なジオパークを見据えた、環境教育の推進と学術調査の実施
 - 環境学習の推進
 - ジオパークの認定を見据えた学術調査の実施

方針7：地域一体となった推進体制の構築

- 連携、関係者の理解と関与**
 - 世代間及び地域間の情報交換・交流機会の確保
 - 世代間、地域間で情報交換を行う交流会の開催
 - 事業者間の情報交換・交流機会の確保
 - 事業者間の定期的な意見交換（再掲）
 - 事業者間の連携促進による島内資源の有効活用
 - より多くの地元開発商品を販売する仕組みの確立（再掲）
 - 地域住民の観光振興の取組への参画意欲の向上
 - 地域住民参画のムードづくり
- 推進組織の設置**
 - 自然環境の保全と活用による観光の推進、甌島観光の品質管理・マーケティング活動・進行管理・人材育成・財源の確保を担う組織の設立と運営

(凡例) ●：課題

7 ビジョンの実現のために

ビジョン策定にあたって抽出・整理した課題を解決するための取組を行動計画に沿って実行していくためには、行動計画の進行管理を行う推進組織が必要である。この推進組織にあっては、行動計画の進行管理を行うと同時に、観光分野においては、市場調査を実施し、その結果を踏まえたマーケティング戦略の構築、プロモーション、品質管理等の機能を担うことも求められる。そこで、推進組織の中でも観光事業部門を専属で担う部隊を設け、これらの役割を実践していくこととする。

また、本ビジョンの計画期間は5年間であり、計画期間の最終年度である平成31年度には、社会経済の情勢や地域の実情に適した形で計画を更新するが、計画期間中であっても社会経済や地域の実情、国政の転換等に臨機応変に対応できるよう、進行管理を行うこととする。

表紙コンセプト

甑島ツーリズムビジョンのコンセプトである

『**こころ・自然・時空** がつながる島』
をテーマにしました。

長い年月とともに育まれてきた甑島の雄大な自然を背景に、ツーリズムビジョンを通して、甑島と本土の距離がますます近くなるように、また、藺牟田瀬戸架橋の完成により、上甑地域と下甑地域が繋がることから、心(ハート)も一つになるようにという思いが込められています。



甑島ツーリズムビジョン

平成 27 年 3 月
—薩摩川内市—

裏表紙コンセプト

美しくも、どこか神秘的な魅力のある甑島。

そんな青い海に浮かぶ甑島に、訪れる者は期待や楽しみに心を躍らせ、帰る者は島の雄大な自然や暖かい島人との別れを惜しみ、島に想いを馳せます。

甑島と本土を繋ぐ船で往来する旅行客の想いを一枚の写真にのせています。



甑島ツーリズムビジョン
平成 27 年 3 月発行
編集・発行 薩摩川内市 企画政策部 企画政策課
〒895-8650 鹿児島県薩摩川内市神田町 3 番 2 2 号
TEL. 0996-23-5111
FAX 0996-20-5570
<http://www.city.satsumasedai.lg.jp>
E-mail koshikishima@city.satsumasedai.lg.jp



太古の地球を感じる宝の島

甌島ツーリズムビジョン

平成27年3月発行

編集・発行 薩摩川内市 企画政策部 企画政策課

〒895-8650 鹿児島県薩摩川内市神田町3番22号

TEL 0996-23-5111

FAX 0996-20-5570

<http://www.city.satsumasendai.lg.jp>

E-mail koshikishima@city.satsumasendai.lg.jp