

出水市の観光振興による目指す姿

ツルの越冬地である沿岸部から、豊かな土壌の源である山間部まで、恵みある出水市の自然環境は、地域の風土の象徴であるといえます。この風土を生かして生産されている良質な農林水産物のほか、武家屋敷群などのまちなみ、文化・伝統まで、出水市の地域資源は暮らしのなかで人々が知恵と技術を磨き、発展させてきたものばかりです。

地域資源を育ててきた歴史も含めて、出水市の魅力となっています。市民も観光客も出水市の魅力に触れられるようにし、その体験が心身の豊かさ（ウェルビーイング）につながる観光振興を図ります。さらに、観光で得られた経済的・社会的効果が地域に還元される好循環の構築（サステナブルツーリズム）を目指していきます。

世界に誇れる
豊かな自然
未来へ紡ぐ
いにしえのまち

横断戦略

出水を体験・体感できる

アクティビティをつくる

観光振興で大切なことは、市民が誇りに思う地域の魅力を観光客と共有することです。

まずは「市民がやってみたくなる活動」から始め、その活動に観光客も加わっていくことにより、市民と観光客の交流を育んでいきます。

令和5（2023）年11月に実施した市民ワークショップでは、取り組むアイデアとして体験や食を中心に多様な視点から多くの意見ができました。横断戦略は、市民との協働を軸にアイデアを形にしていきます。

観光基本計画の達成状況を検証するため、5つの目標指標を位置付けます。

目標指標 (数値の出典元)	目標値 (令和10年度)
延べ宿泊者数(市取得)	175,000人
外国人延べ宿泊者数(市取得)	2,800人
観光入込客数(市取得)	800,000人
来訪者リピート意向 (市内宿泊者アンケートおよび ウェブアンケートより取得)	100%
市内観光消費額 (県取得データをもとに市算出)	84億4,300万円

※国立社会保障・人口問題研究所の人口推計、鹿児島県観光統計等により算定

出水市の現在の来訪状況や立地等を鑑みて、3つの観光ターゲットを設定します。

ターゲット1
九州圏・特に新幹線沿線の福岡県、熊本県在住者
ターゲット2
鹿児島県内在住者で、宿泊を伴う小旅行客
ターゲット3
韓国、台湾、マレーシアなどアジア圏のインバウンド客

基本戦略01 宿泊を増やす

- 市内の宿泊機能の強化（おもてなしの質の向上、特徴あるサービスの提供等）
- 夜間・早朝の体験とセットになった宿泊プランの造成
- 近隣自治体の官民で連携した広域観光ルートの整備



基本戦略02 通年で観光客を増やす

- 市内事業者の魅力の訴求（若者を中心とした創業や事業承継の推進）
- 市内事業者の創意工夫を引き出す新たな企画（食メニューの開発等）の実施
- 日本有数の鶏肉・鶏卵の生産地という強みを活かした産地ならではの取組の実施
- 農林水産業者が主体となった取組（通年の農業体験や農家民宿等）の支援
- 良質な農林水産物の販売強化（市内直売所等）
- 飛行機や新幹線等の広域交通との連携や2次アクセスの強化



基本戦略03 インバウンド客を増やす

- インバウンド客の誘致の強化（広域連携や海外エージェント訪問等）
- インバウンド需要の高いコンテンツ（野鳥観察、農家民泊、ゴルフ等）の強化
- ファムトリップ（ターゲットとする国や地域の旅行業関係者やメディア、インフルエンサー等を対象とした現地視察ツアー）の開催
- 夜間コンテンツの充実（ナイトタイムエコノミーの促進）
- 出水市総合観光ステーションにおける観光・交流案内窓口の機能の強化
- Wi-Fiの整備やキャッシュレス決済の普及、多言語対応の強化



基本戦略04 自然・風土を生かす

- 冬季以外も訪れたい新たな観光コンテンツの開発
- エコツアーやアクティビティの運営を担う市内事業者の支援
- ツル・野鳥の多様な楽しみ方を企画（エコツアーガイドの活用等）
- ツルの保全に取り組む人、団体、事業者の活動等を伝える場や交流する機会の創出



基本戦略05 歴史を生かす

- 武家屋敷群における宿泊や飲食、物販などの整備推進
- 出水市の歴史や町並み等を活用した体験メニューやイベント等の企画
- 出水市の歴史を感じられるコンテンツづくり（日本遺産の構成文化財を巡るツアー造成等）



基本戦略06 ファンを育む

- 宿泊や飲食、観光施設等で働く人材を対象とした接客研修の実施
- 地域の魅力の伝え方について事業者とともに学び考える機会や場づくり
- 市外から出水市を応援する熱心なファン（関係人口）の育成（農業の応援チームづくり、ファンクラブの設立等）

