

2026▶2035

第2次喜界町観光振興計画 概要版

★計画の期間

本計画の期間は、令和8年度（2026年度）から令和17年度（2035年度）までの10年間

★目指す方向性

本町は、既存の観光資源を最大限に活かしつつ、文化・歴史・地域産業に重点を置いたツーリズムを展開します。特に、地形・地質・自然史等を基盤とした「学び」を伴う観光を推進するとともに、農業など一次産業と地域の食を結び付け、来訪者が生業や暮らしを体感できる体験・交流・購買の文脈を形成します。これにより、「見て終わる観光」ではなく、「理解し、学び、体験し、次の来訪や応援につながる観光」を実感できる環境づくりを進めます。

また、先人から引き継がれた「喜界島」に誇りを持ち、“愛される島”“心を癒す島”を志向し、地域の特性が感じられる観光地づくりを推進します。あわせて、一過性の誘客にとどまらず、再訪につながるリピーター（ファン）の育成と、来訪後も継続的に関わる関係人口の創出を重視し、地域づくりと観光振興が相互に高め合う構造の形成を図ります。

基本理念

地域価値を育て、めぐらせる観光による持続可能な喜界島づくり

鹿児島県喜界町

基本方針1

地域の特性を活かした観光資源の活用と創造

戦略① ジオパーク・自然・景観資源の磨き上げと「学び」の体系化

喜界島は、隆起サンゴ礁に由来する地形・景観をはじめ、島全体が「学びの場」となり得る特性を有しています。奄美群島国立公園の区域としても、段丘地形と土地利用の特徴を踏まえつつ、トンビ崎や志戸桶海岸、荒木海岸等における景観の維持、施設整備等が位置づけられており、自然・景観の価値を保全しながら体験へつなげる視点が求められます。

このため、「ジオ・ミュージアム（島全体をミュージアムと捉える考え方）」を踏まえ、自然・景観資源を単なる名所として位置づけるのではなく、地形・生態系・暮らし・産業・文化を結ぶストーリーとして整理し、来訪者の理解を促す解説・学習・体験の仕組みをアカデミック観光として体系化します。

- 施策① ジオ・自然資源のストーリー化と解説コンテンツの整備
- 施策② フィールド学習・体験プログラムの体系化
- 施策③ 自然・景観資源の保全と適正利用の推進
- 施策④ 「学び」を支える拠点機能・解説環境の整備と、学習プログラムの体系化



戦略② 農・食・一次産業と観光の連携強化

本町の観光価値を高めるうえでは、自然・景観資源と並び、一次産業や地域の食を観光の文脈で結び直すことが重要です。調査では、旅行のきっかけとして「食べ物が美味しい」ことが上位に挙げられており、食は来訪動機の中核になり得ます。さらに自由記述でも、畑の収穫体験等の体験メニュー拡充を求める声が見られることから、農・食を“消費”だけでなく“学び・体験”として設計し直す必要があります。

また、島の成り立ちと暮らし・産業の関係性を価値として捉え、地域資源（例：在来柑橘、白ごま等）を活かした取組を推進します。

- 施策① 一次産業体験（農・加工等）の受入と着地型プログラムの開発
- 施策② 地産地消と食体験の磨き上げ（メニュー開発・食イベント等）
- 施策③ ジオパーク×農・食のブランド
- 施策④ 特産品の商品開発・販路拡大と観光消費の域内循環の強化



戦略③ 余白のある滞在（何もしない体験）の価値化

喜界島の魅力は、明確なアトラクションの多寡だけではなく、静けさ、風景の広がり、島の日常のリズムといった「余白」にあります。旅行の動機として「日常からの解放」や「癒やされたい」といった志向がみられ、過度に作り込まれた観光よりも、自然と暮らしに寄り添う滞在への潜在需要がうかがえます。

一方で、余白の価値は、来訪者にとって“分かりにくい価値”になりやすく、滞在の過ごし方提案や環境の維持管理が伴わなければ満足度につながりにくい側面があります。また、観光客増加に伴うマナーやごみの問題、環境影響への懸念も示されているため、低負荷での滞在を促すルールづくりと啓発を行い、住民生活との調和を前提に価値化を進めます。

- 施策① 「余白」を楽しむ滞在提案の整備（スローリズムのメニュー化）
- 施策② 自然・景観空間の居場所づくりと利用マナーの定着
- 施策③ 暮らし・文化に寄り添う小さな体験と交流機会の創出
- 施策④ セルフガイド・行動規範等の整備による低負荷滞在の促進



戦略④ 教育旅行・合宿等の誘致強化

観光の通年化と安定的な地域経済への波及を図るためには、季節変動の影響を受けにくい需要の獲得が重要です。総合戦略においても、入込客数の目標設定やスポーツ合宿誘致等が位置づけられており、観光振興計画としても整合的に取組を推進します。

喜界島は、ジオパーク構想が掲げる「学び」を核に、教育旅行（探究学習、自然・地学学習等）と親和性が高いと考えられます。また、スポーツ合宿や大会等は、一定期間の滞在と地域消費を見込みやすく、オフ期稼働の底上げに有効です。これらを“受入側の準備”と“旅行商品としての見せ方”の両面から整備し、来訪後も継続的に関わる関係人口化へつなげます。

- 施策① ジオパーク・地域学習を核とした教育旅行プログラムの充実・誘致
- 施策② スポーツ合宿・大会等の誘致
- 施策③ ワンストップ窓口の構築
- 施策④ 学習成果の発信とリピーター・関係人口化（観光DXの活用）



戦略③ マーケティングの強化と誘客の重点化

本計画の基本理念では、「地域価値」を経済価値・関係価値・情報価値の循環として捉え、情報価値として観光 DX、観光データの蓄積・分析と改善を位置づけています。また、来訪者に対する一過性の誘客にとどまらず、リピーター（ファン）の育成や関係人口の創出を重視し、観光 DX により来訪中の利便性と満足度を高めることとしています。

県の方針でも、SNS 等によるデータ分析に基づいた情報発信や、特定分野に関心を持つ層への情報発信等が示されており、本町においても、データと仮説検証に基づくマーケティングを実施し、限られた資源を「効果の高いターゲット・時期・媒体」に重点配分していくことが必要です。

- 施策① 来訪者データの収集・分析と施策改善
- 施策② 誘客の重点化
- 施策③ 旅行流通・販売チャネルとの連携強化と商品情報の標準化
- 施策④ ファン・関係人口を育てる継続コミュニケーションの構築



戦略④ 広域連携による周遊・商品開発の強化

本町は奄美群島に位置し、群島内外の観光動線や情報発信と連動することで、単独誘客だけでは得られない相乗効果が期待されます。奄美群島内には、一般社団法人奄美群島観光物産協会をはじめ、各島の観光協会等が存在し、喜界島観光物産協会も含めた体制が整理されています。

また、奄美群島のうち「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」は世界自然遺産に登録されており、本町は登録地ではないものの、同じ群島として自然・文化の価値を守りながら交流を促進する取組との連携は、周遊促進や誘客の裾野拡大の観点から重要です。

本戦略では、奄美群島内の関係団体等と連携し、周遊ルート・旅行商品開発・共同プロモーション等を推進するとともに、本町のジオパーク構想を核とした独自性を明確化し、広域の中で選ばれる位置付けを確立します。

- 施策① 奄美群島内連携による周遊導線の整備
- 施策② テーマ型周遊商品の検討と販売チャネルの強化
- 施策③ 広域プロモーション・相互送客の仕組みづくり
- 施策④ 広域連携におけるサステナブル観光の共通化



基本方針Ⅲ

観光振興を担う人材育成と受入体制の充実

戦略① ガイド・体験提供者の確保と育成

本町の観光は、地形・地質・サンゴ礁等の成り立ち、集落の歴史文化、暮らしや産業などを背景に、来訪者が「学び、理解し、共感する」ことで価値が高まる特性を有しています。そのため、地域の魅力をわかりやすく伝え、安全に案内し、過ごし方を提案できるガイドや体験提供者を計画的に確保・育成し、質の高い体験を安定して提供できる体制づくりを進めます。特に、計画骨子に示される「ジオ・文化・自然を語るガイド育成」や、「何もしない体験」を支える案内技術の研修化、若年層の関心喚起等を踏まえ、担い手の“量”と“質”の両面を強化します。

- 施策① ガイド人材の発掘・育成
- 施策② 体験提供者（ホスト）の育成と商品化・運営支援
- 施策③ 安全管理・リスクマネジメントの徹底と持続的運営
- 施策④ 次世代の担い手育成と地域参画の拡大



戦略② 滞在・受入環境の整備と滞在拠点機能の強化

本町での満足度向上と滞在時間の延伸には、体験コンテンツだけでなく、宿泊・飲食・案内・休憩・サイン・予約導線等の受入環境が重要です。観光関連事業者アンケートでは、滞在環境や二次交通に関する不満が示されており、受入環境の改善は喫緊の課題です。

また、島内の宿泊施設数・収容規模には限りがあることから、現状の把握と改善を進めるとともに、段階的に滞在拠点機能を強化します。あわせて、ジオパーク基本構想が掲げる「喜界島サンゴ礁ミュージアム」づくり等の方向性とも整合を図り、学びと交流の拠点としての機能の充実を図ります。

- 施策① 観光案内・ツアー受付等のハブ機能の段階的整備
- 施策② 宿泊・飲食等の受入力向上と予約導線の整備
- 施策③ 観光地の快適性・安全性を高める受入環境整備
- 施策④ 行動規範の周知と地域と調和した持続可能な受入



戦略③ 二次交通・島内回遊の強化

本町の観光は、来島時のアクセスに加え、島内での移動のしやすさが満足度と消費機会を左右します。観光関連事業者アンケートでも二次交通への不満が示されていることから、移動情報の提供、移動手段の選択肢、周遊モデルの形成等により、島内回遊の利便性向上を図ります。

また、既存交通資源である「喜界町バス」を活用した観光案内路線「めぐり」の検討など、公共交通も含めた移動の仕組みを具体化します。

あわせて、本町の地域脱炭素の取組と整合を図り、国立公園におけるゼロカーボンパーク構想に基づき、来訪者の移動の脱炭素化と行動変容の促進を進めます。

- 施策① 来島前からの移動情報提供・案内の充実
- 施策② 島内移動手段の選択肢整備と予約・決済の利便性向上
- 施策③ 喜界町バス等を活用した周遊導線（観光案内路線）の構築
- 施策④ 交通と体験・飲食・買物を結ぶ回遊モデルの整備



戦略④ 推進体制の強化とデータに基づく進行管理

観光振興を継続的に推進するためには、企画・開発、販売、受入調整、データ収集・分析等の機能を明確化し、関係主体が役割分担のもとで連携できる体制が必要です。住民アンケートでも「行政・企業・住民が一体となって推進（役割分担）」が求められていることから、推進体制を整理し、計画の実行力を高めます。

- 施策① 推進体制の確立と役割分担の明確化
- 施策② 観光データの収集・分析基盤の整備と共有
- 施策③ 住民・事業者との共創と便益の見える化



III 計画の推進体制

本計画に基づき、喜界町の観光振興を実現させるためには、宿泊施設等の観光事業者だけでなく、島内の農業・漁業関係者、飲食物販、観光推進団体や行政機関等とともに、喜界島に住む多くの方が広く連携し、観光を推進する「喜界町観光推進協議会」を設置します。

その際、既存の観光物産協会等が担っている物販、情報発信、受入調整等の機能を生かし、協議会の構成団体として明確に位置づけるとともに、事務局機能や実務（商品販売・導線整備・受入調整等）を担う主体として連携を図ります。

成果指標の設定

本計画の推進にあたっては、計画期間の最終年度における KGI（重要目標達成指標）を設定するとともに、KGI の達成に向けた KPI（重要業績評価指標）及び目標指標を設定し、各施策の進捗状況を継続的に把握・検証します。

区分	指標(案)	算出方法・データソース	現状値 令和6年(基準年)	中間目標 令和12年	最終目標 令和17年
KGI	観光消費額(推計)	観光入込客数×一人当たり消費額(県統計・来訪者調査等で推計)	26.6 億	35.8 億	44.0 億
KPI	観光入込客数(人)	奄美群島の概況等の統計	57,156 人(R6)	64,000 人	70,000 人
KPI	一人当たり観光消費額(円)	観光消費額(推計)÷観光入込客数	46,579 円	55,895 円 (+20%増)	62,882 円 (+35%増)
目標指標	喜界島の認知率(「知っている」割合)	県外在住者アンケート等(同設計で継続実施)	42.50%	55%	65%
目標指標	学び・体験プログラム数(ジオ/自然/文化/アカデミック等)	町・観光物産協会・事業者の造成商品を年次集計	1 件	11 件	21 件
目標指標	教育旅行・合宿等の受入人数(人)	学校・団体・スポーツ合宿等の受入実績を年次集計	58 人	70 人	87 人
目標指標	デジタル接点の強化(公式Instagramフォロワー数)	町(企画観光課)の公式 Instagram	1,199 人	3,000 人	10,000 人
目標指標	公式 Web 等の閲覧(年間アクセス数/PV)	公式 Web 解析(GA 等)で年次集計	42 万 PV ・町HP12 万 ・喜界島ナビ 30 万	55 万 PV	67 万 PV
目標指標	特産品の高度化(客観データ掲載・成分特性可視化の商品)	成分分析・規格・エビデンスを整備した商品数を年次集計	-	15 品目	30 品目
目標指標	サステナブル施策(ゼロカーボンパーク等)関連プログラム数	実施プログラム(体験・ツアー・取組)を年次集計	-	10 件	20 件
目標指標	観光プラットフォーム参画事業者数(情報連携・造成・販売等)	連携協定/参画登録事業者を年次集計	-	30 人	50 人

第2次喜界町観光振興計画

令和8年3月

編集・発行 喜界町(企画観光課)

〒891-6292 鹿児島県大島郡喜界町大字湾 1746 番地

TEL 0997-65-3683 FAX 0997-65-4316