

2026 ▶ 2035

第2次喜界町観光振興計画



令和8年3月

鹿児島県喜界町

第2次喜界町観光振興計画策定にあたって

喜界町は、隆起サンゴ礁が織りなす独特の地形や自然環境、先人から受け継がれてきた文化・暮らし、そして温かい人のつながりなど、他にはない多くの魅力を有しています。近年では、日本ジオパーク及び世界地質遺産100選の認定を受けるなど、本町の価値が改めて注目されつつあります。

一方で、人口減少や少子高齢化、観光需要の変化など、本町を取り巻く環境は大きく変化しており、観光を通じて地域をどのように元気にしていくかが、これまで以上に重要な課題となっています。

このような状況を踏まえ、本町では、今後の観光振興の指針となる「第2次喜界町観光振興計画」を策定することといたしました。本計画は、観光客の増加だけを目的とするものではなく、町民一人ひとりが誇りをもち、暮らしの質の向上につながる「持続可能な観光」の実現を目指すものです。

計画の策定にあたりましては、町民の皆さまや観光関係者の方々の声を大切にしながら、本町の特性を生かした観光のあり方について、丁寧に議論を重ねてまいりました。今後は、本計画を町民・事業者・行政が共有し、それぞれの立場で役割を果たしながら、着実に取り組みを進めていくことが重要であると考えております。

結びに、本計画の策定にあたり、多大なるご尽力と貴重なご意見を賜りました策定委員会の皆さまをはじめ、関係者の皆さまに心より感謝申し上げます。本計画が、「子や孫の世代が住んでよかったと思える元気な島～喜界島」の実現につながる道しるべとなることを期待するとともに、今後とも皆さまのご理解とご協力をお願い申し上げます。

令和8年3月

喜界町長 隈崎 悦男

目次

第1章 計画の策定にあたって.....	1
1 計画策定の背景と趣旨.....	1
2 本計画の位置づけ.....	3
3 本計画の期間.....	4
4 「持続可能な開発目標（SDGs）」との関連.....	4
第2章 本町の観光を取り巻く現状と課題.....	5
1 国の観光動向.....	5
2 鹿児島県の観光動向.....	6
3 本町の状況.....	7
(1) 本町の観光を取り巻く現状.....	7
(2) 統計データの整理.....	9
4 各種調査結果からみえる観光ニーズ.....	12
5 喜界町の観光を取り巻く課題.....	13
第3章 観光振興の基本方針.....	14
1 目指す方向性.....	14
2 基本理念及び基本方針.....	15
3 施策体系.....	17
第4章 観光振興計画の主要施策.....	19
基本方針Ⅰ 地域の特性を活かした観光資源の活用と創造.....	19
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.....	19
戦略2 農・食・一次産業と観光の連携強化.....	23
戦略3 余白のある滞在（何もしない体験）の価値化.....	26
戦略4 教育旅行・合宿等の誘致強化.....	29
基本方針Ⅱ 戦略的な情報発信と誘客活動の展開.....	32
戦略1 公式情報基盤の充実.....	32
戦略2 ジオパークの価値・魅力の創造.....	34
戦略3 マーケティングの強化と誘客の重点化.....	36
戦略4 広域連携による周遊・商品開発の強化.....	39
基本方針Ⅲ 観光振興を担う人材育成と受入体制の充実.....	41
戦略1 ガイド・体験提供者の確保と育成.....	41
戦略2 滞在・受入環境の整備と滞在拠点機能の強化.....	44
戦略3 二次交通・島内回遊の強化.....	46
戦略4 推進体制の強化とデータに基づく進行管理.....	49

第5章 計画の推進に向けて.....	51
1 推進体制及び役割.....	51
2 進行管理.....	51
資料編.....	52
1 喜界町観光振興計画策定委員会設置要綱.....	52
2 喜界町観光振興計画策定委員会名簿.....	53
3 アンケート調査結果.....	54

第1章 計画の策定にあたって

1 計画策定の背景と趣旨

観光は、人の交流や生活文化、地域の自然を来訪者に堪能していただくことにとどまらず、交流を通じた地域文化の再発見や新たな魅力づくりに寄与し、多くの産業へ波及効果を及ぼす広い産業分野です。また、活力ある地域づくりや地域経済の活性化を通じた雇用創出にもつながるものとして期待されています。こうした観点から、観光は地域の将来を支える重要な政策領域の一つとなっています。

国においては、観光を重要な成長分野と位置づけ、法整備や計画策定、専門部署の設置等を通じて観光分野への注力が進められています。新たな観光立国推進基本計画では、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴するキーワードとして「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」を掲げ、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととされています。

鹿児島県においても、「鹿児島県観光振興基本方針」により、将来ビジョンを『多彩な宝物が輝くテーマパーク「南の宝箱 鹿児島」～観光の「稼ぐ力」の向上～』と定め、連携して観光振興を推進する姿勢が示されています。

本町は、隆起サンゴ礁によって形成された独自の地形や、透き通る海、豊かな自然に恵まれ、サトウキビ栽培や黒糖づくりに根差した農業文化、八月踊りや島唄等の伝統芸能、さらに戦争遺構など、自然・文化・歴史の多様な観光資源を有しています。

本町においては、観光を「来訪者数の増加」のみで捉えるのではなく、地域経済への波及、住民生活との調和、資源の保全、学びや体験の質の向上等を一体的に図る観点が求められます。特に本町は、隆起サンゴ礁により形成された地形等、世界的にも貴重で学術的価値の高い地域特性を有しており、こうした特性を将来にわたり守りながら、価値を伝え、地域の収益と担い手につなげていくことが重要です。

また、「喜界島ジオパーク基本構想」では、喜界島全体を「ジオ・ミュージアム」として捉え、島内の自然・文化・歴史等の背景を踏まえたストーリー（成り立ち）を体系的に示し、住民が主役となる「喜界島サンゴ礁ミュージアム」の構築を目指しており、観光を「見て回る」だけでなく、「理解し、学び、体験し、地域に還元する」取組へと高める方向性であり、本町の観光振興の中核的な基盤となり得るものです。とりわけ、白ごまなどの島の農産物は「食」を通じて喜界町らしさを伝える入口となり、また喜界馬は島の歴史や暮らしと結び付いた学びの題材としても活用が期待されます。

一方で、本町の観光振興にあたっては、アクセスや島内移動、情報発信、滞在の仕組み等、基盤面の課題を同時に解決する必要があります。例えば、航路、海路の便数が限られることによるアクセス制約、町内移動手段の不足等が課題として挙げられており、誘客のみならず「滞在・回遊・消費」までを見据えた受入体制の最適化が不可欠です。

以上を踏まえ、本計画は、国の観光政策の方向性に沿いつつ、本町ならではの地形・自然・文化等の価値を、地域一体で磨き上げ、官民連携により「持続可能な地域社会」を図るための基本方針と具体的施策を示すものとして策定するものです。

コラム 喜界島、日本ジオパークに認定

“10万年の奇跡”を地域の学びと交流へつなぐ取組

喜界島は、令和7年10月6日、日本ジオパーク委員会の審査を経て「日本ジオパーク」に正式認定されました。国内ではサンゴ礁を主な地質とする地域として初であり、日本最南端のジオパークとして位置付けられます。隆起サンゴ礁をはじめとする島の自然に加え、歴史・文化等が総合的に評価されたものであり、今後は地域一体となって、自然と暮らしを未来へつなぐジオパーク活動を推進していくことが求められます。

ジオパークは、GEO（地球・大地）とPARK（公園）を組み合わせた概念であり、地域の貴重な地質・地形資源を核に、保全（保護）・教育・研究・持続可能な地域づくりを一体的に進める枠組みです。ユネスコの枠組みにおいても、国際的に重要な地質学的価値を有する場所や景観を、保護・教育・持続可能な開発の観点から統合的に管理する地域であることが示されています。なお、ジオパークは世界自然遺産等とは制度目的・評価軸が異なり、地質遺産を起点に自然環境や文化を含めて理解を深め、地域振興へ活用していく点に特徴があります。

喜界島の強みは、地球規模の時間を体感できる地質・地形にあります。喜界島は、約10万年前から現在に至る気候変動と地殻変動により、何段もの隆起サンゴ礁段丘が発達し、これが特色ある景観と学術的価値を形成しています。日本ジオパーク認定審査結果においても、こうした隆起サンゴ礁段丘の発達と、そこに見られる動植物、人々の暮らしが景観をつくり出している点が示されています。

また本町は、喜界島の完新世サンゴ礁段丘が国際地質科学連合（IUGS）の地質遺産サイト（いわゆる「世界地質遺産100選」）として認定されたことを公表しており、段丘地形が過去の環境・地球史を読み解く上で貴重であること、さらに継続的な隆起や地震性隆起の痕跡が記録されていること等を整理しています。

認定は到達点ではなく、地域で価値を共有し、活用し続けるための出発点です。本町の基本構想では、地域住民や来訪者が自然の価値を学び、地域住民が主体となって発信できる状態を目指し、島全体をジオミュージアムとして捉えた「喜界島サンゴ礁ミュージアム」づくりを掲げています。さらに、白ごま等の農業資源を含め、地質・地形と産業を結び付けた活性化も視野に入れていきます。

認知獲得に加え、理解の深度を高め、来訪・再訪・関係人口につながるコミュニケーションの強化が期待されます。



（写真）奄美新聞

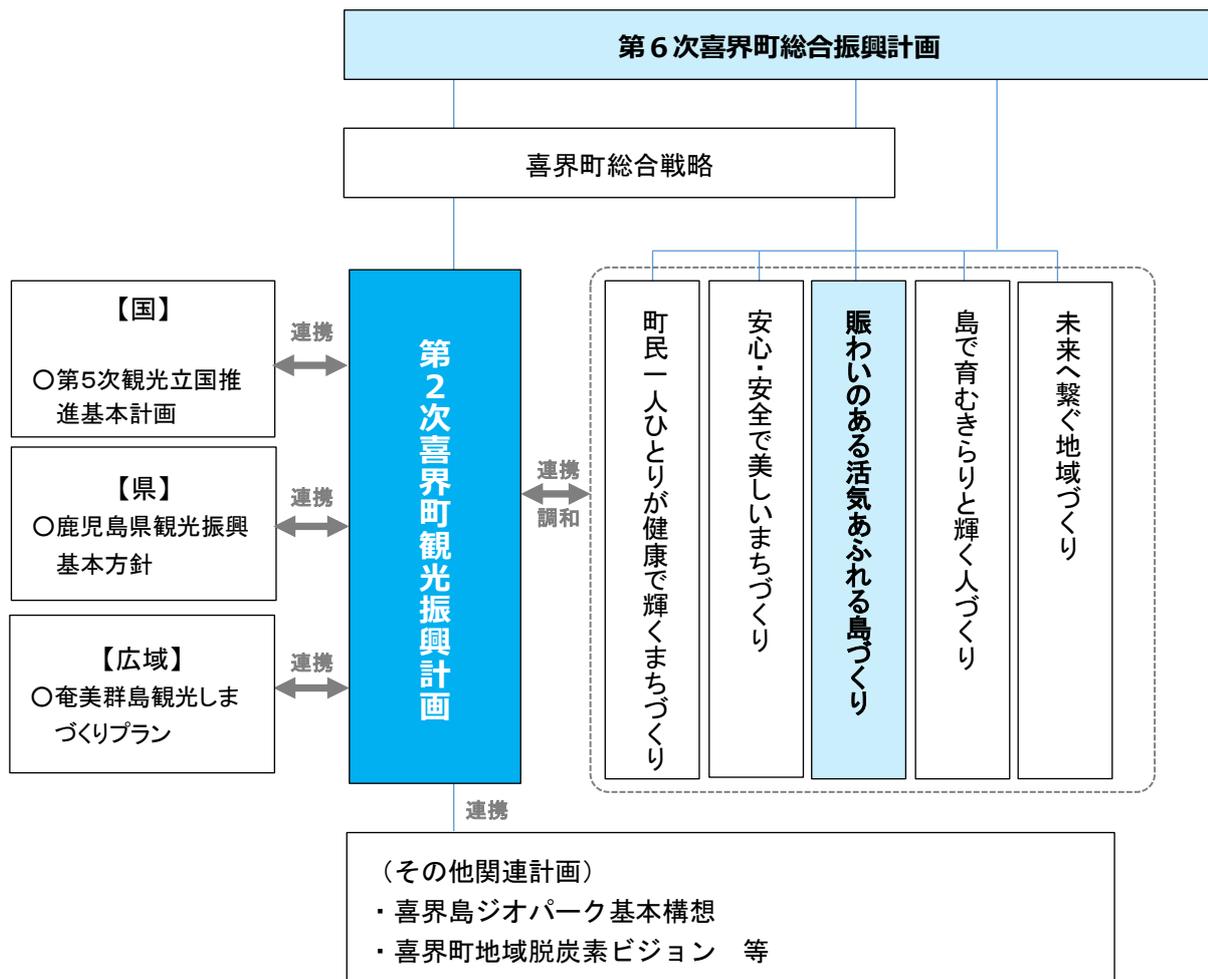
2 本計画の位置づけ

本計画は、町の最上位計画である第6次喜界町総合振興計画の将来像「子や孫の世代が住んでよかったと思える元気な島」の実現に向け、分野別基本計画として位置づけられるものです。第6次喜界町総合振興計画では、5つの基本理念の実現を目標として掲げ、分野別の取組により具体化していくこととされています。

このうち本計画は、総合振興計画の観光分野における個別計画として、本町の観光振興の基本的な方針を示すとともに、具体的な施策を定めるものです。また、町民、事業者、行政など、観光に関わる全ての人々が共通の認識の下、まち全体が一体となって観光施策を推進することを目的としています。

また、本計画は「喜界島ジオパーク基本構想」との連動を重視するとともに、観光振興に加えて教育・研究、防災、保全、運営を含む総合的な地域づくりの取組としても位置づけられます。

なお、本計画は、奄美群島における観光の基本方針・方向性を示す「奄美群島観光しまづくりプラン」等の上位・関連計画との整合を図りながら、喜界島が有する自然環境、歴史、文化、島の暮らしといった特性を生かした観光施策を展開するものです。



3 本計画の期間

本計画の計画期間は、令和8年度（2026年度）から令和17年度（2035年度）までの10年間とします。この期間設定により、将来を見据えつつも実行可能性の高い中期的な視点で、優先的に取り組むべき施策を整理し、計画的かつ継続的に観光振興を推進します。

また、計画策定後は、進捗状況の把握に努めるとともに、観光を取り巻く社会経済情勢の変化や国・県の動向、関連計画の状況等を踏まえ、必要に応じて計画内容の見直しを行います。

本計画は固定的な文書にとどめるのではなく、環境変化に対応しながら実効性を確保する運用を前提として位置づけます。

4 「持続可能な開発目標（SDGs）」との関連

国の観光政策においては、「持続可能な観光」の推進が明確に打ち出されており、観光DX¹や受入環境整備に加え、オーバーツーリズム²の未然防止等を含めた取組が求められています。

本計画は、これらの方向性を踏まえ、観光を通じた地域経済の活性化と、住民生活・自然環境との調和の両立を図る観点から、SDGsの理念と整合する形で施策を構築します。

特に、ジオパークの考え方は、SDGsと高い親和性を有することから、喜界島の自然を次世代に残すため島全体の保全、観光客が学べるよう周辺環境整備、さらに、学校教育や生涯学習等を通じた学びの機会の充実など、観光を教育・研究・防災・保全と結び付けることで、持続可能性を高めることが可能となります。

¹ 観光DX：観光分野でDXを進めること（例：デジタル案内、オンライン予約、データ分析による改善等）。

² オーバーツーリズム：観光客の集中等により、地域の暮らしや自然環境に負荷が生じる状態のこと。

第2章 本町の観光を取り巻く現状と課題

1 国の観光動向

国においては、観光を成長分野として位置づけ、国内外の交流拡大による地域経済の活性化、雇用創出、地方への人の流れの促進等を図る観点から、観光施策の強化が進められています。近年は、単に来訪者数の増加を目指すだけでなく、旅行消費額の拡大や付加価値の向上、地方部への誘客・分散、地域と共生する観光（持続可能性）の確保といった「質」を重視する方向性がより明確になっています。

また、国においては、観光を成長戦略及び地方創生の重要な柱として位置付け、観光立国推進基本法に基づく「観光立国推進基本計画」の改定（第5次）に向けた検討が進められています。政府は、2030年に訪日外国人旅行者数6,000万人、訪日外国人旅行消費額15兆円の目標達成を視野に、地方創生2.0の実現に資する施策を盛り込んだ新たな計画を2025年度末までに策定する方針を示しています。

これらは、観光を「交流の量」だけでなく「消費・滞在・体験の質」により地域の稼ぐ力へつなげていく政策志向を示すものです。

本町の観光振興を検討するにあたっては、こうした国の方向性を踏まえ、環境・文化・暮らしとの調和を前提とした観光地域づくりと、消費額・滞在時間・再訪につながる体験価値の向上を一体的に進める視点が重要となります。

図表 第5次観光立国推進基本計画（概要案）

第4次観光立国推進基本計画		第5次観光立国推進基本計画（案）	
目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> 観光の質の向上、 観光産業の収益力・生産性の向上、 交流人口・関係人口の拡大 により、コロナ前より進んだ形で観光が復活	目指す姿（案）	<ul style="list-style-type: none"> 地域住民と観光客双方の満足度の向上 交流人口・関係人口の拡大、国際相互理解の促進 「働いてよし」の観光産業の実現 により、日本の魅力・活力を次世代にも持続的に継承・発展させる観光
	持続可能な観光		観光の持続的な発展
	消費額拡大		消費額拡大
キーワード	消費額拡大	施策の方向性（案）	地方誘客促進
	地方誘客促進		観光と交通・まちづくりとの連携強化
			新技術の活用・本格展開
施策の柱	持続可能な観光地域づくり戦略 <ul style="list-style-type: none"> 観光地・観光産業の再生・高付加価値化 観光DX、観光人材の育成確保 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等 	施策の柱（案）	インバウンドの受入れと住民生活の質の確保との両立 <ul style="list-style-type: none"> 地方誘客を進めるための広域的な体制、コンテンツ等の整備 交通ネットワーク・宿泊施設等の基盤強化 局所的・地域的に生じているオーバーツーリズムへの効果的な対策等
	インバウンド回復戦略 <ul style="list-style-type: none"> コンテンツ整備、受入環境整備 高付加価値なインバウンドの誘致 アウトバウンド、国際相互交流の促進 		国内交流・アウトバウンドの拡大 <ul style="list-style-type: none"> ラーケーションの推進など休暇の分散・平準化 第2のふるさとづくり、二地域居住との連携 国内・海外旅行の需要喚起に向けた機運醸成等
	国内交流拡大戦略 <ul style="list-style-type: none"> 国内需要喚起 ワーケーション、第2のふるさとづくり 国内旅行需要の平準化 		観光地・観光産業の強靱化 <ul style="list-style-type: none"> 観光DX、省力化投資等による生産性向上 健全な競争環境の整備（民泊の適切な運営等） ユニバーサルツーリズムなど多様なニーズへの対応等

2 鹿児島県の観光動向

鹿児島県は、県内各地の多様な自然・歴史・文化資源を背景に、観光振興を重要施策として展開しており、県域全体での誘客促進と観光消費の拡大に向けた取組を進めています。共有資料では、県の観光振興に係る施策として、①国内外におけるプロモーションの展開、②魅力ある癒やしの観光地の形成、③戦略的な誘客の展開、④県民総ぐるみでのおもてなしの推進が整理されています。

これは、情報発信・受入環境・サービス品質といった要素を総合的に高め、県全体として観光の競争力を強化する方向性を示すものです。

また、参考資料（県計画）においては、県の観光分野の数値目標設定に際し、観光庁等の統計を踏まえた目標管理の考え方が示され、観光の経済波及効果を踏まえた「稼ぐ力」の向上を重視する旨が整理されています。

本町においても、誘客そのものを目的化するのではなく、地域経済や担い手確保に波及する観光の推進、ならびにデータに基づく政策形成・進行管理の視点が求められます。

また、令和3年7月に「奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島」が世界自然遺産に登録されました。喜界町（喜界島）は当該世界自然遺産の登録区域には含まれていませんが、登録を契機として、周辺地域を含む広域で自然資源の価値を損なわない観光の在り方や、地域住民の理解を得ながら取組を進める重要性がより一層重視されている状況にあります。

今後の方向性として、自然・文化資源を活用しつつ、スポーツ合宿・教育旅行の誘致や体験・滞在型観光プログラムづくりを促進し、魅力と個性ある観光地づくりを進める必要があることが示されています。

鹿児島県観光振興基本方針【第4期／体系図】 （観光立県かごしま県民条例第8条に基づく基本方針）
観光立県の実現に関する主要な施策を総合的かつ計画的に推進するため策定

第1 基本的な考え方（「観光立県」の意義・基本方針の性格等）

県、市町村、観光関係事業者、観光関係団体、県民等が観光立県の実現に向けて取り組むべき施策のよりどころとなるもの

第2 本県観光を取り巻く現状と課題

1 本県観光を取り巻く現状

社会環境の変化

- 本格的な人口減少・少子高齢化が進行する中、コロナ禍後も、観光は成長戦略の柱、地域活性化の切り札
- 新型コロナウイルス感染症の拡大により、観光関連産業を取り巻く状況は大きく変動
- コロナ禍を機に旅行需要の変化
- R5.3月「観光立国基本計画」策定、質の向上を重視した観光への転換

本県観光の動向

- 奄美大島・徳之島の世界自然遺産登録、「出水ワルの越冬地」のラムサール条約湿地登録、和牛日本一獲得、かごしま国体・大会、総文祭の開催
- 県のキャッチコピー「南の宝箱 鹿児島」の決定
- コロナ禍では観光関連産業は非常に厳しい状況、観光需要喚起策に取り組み徐々に回復
- 鹿児島空港国際線定期便の運航再開、クルーズ船寄港実績回復
- 「薩摩おいでん」シリーズの開催等スポーツを通じた交流人口の増加、RT大拡散・関西万博を契機とした誘客促進

2 「観光立県かごしま」の実現に向けた課題

- 本県の多彩な観光資源の魅力の発信とWeb等を活用したプロモーションの展開
- 本県の観光資源の活用と持続可能な観光地づくりの推進
- 国内外の観光客の嗜好をしっかりと捉えた戦略的集客と接客の展開
- 観光客を温かく迎え入れるおもてなしの向上と観光を担う人材の育成・確保

第4 「観光立県かごしま」の実現に関する施策

※「観光立県かごしま」を実現するために、観光の担い手が一丸となって「協業の体系」に基づいた協業を展開
※施策の展開に当たっては、観光DX（情報発信、観光マーケティングデータの活用、経営のDX化の推進等）の視点、SDGs（持続可能な開発目標）の理念及び17の目標を踏まえた実施に努める。

施策の体系及び施策の展開例

1 国内外におけるプロモーションの展開

- 「南の宝箱 鹿児島」を活用したプロモーションの展開
 - 県・市の空箱（鹿児島）を活用した第一歩の情報発信
 - 観光地と密着した協業的な情報発信を基に、多岐方向の情報発信の推進
 - 観光客を温かく迎え入れるおもてなしの向上を重視したプロモーションの展開
 - 協業の展開に当たっては、観光DX（情報発信、観光マーケティングデータの活用、経営のDX化の推進等）の視点、SDGs（持続可能な開発目標）の理念及び17の目標を踏まえた実施に努める。
- Web等を活用したプロモーションの展開
 - SNS等によるデータ分析に基づいた情報発信
 - 観光客の嗜好に合わせた情報発信
 - 観光客の嗜好に合わせた情報発信
 - 観光客の嗜好に合わせた情報発信

2 魅力ある癒やしの観光地の形成

- 地域の観光資源の保全、活用及び創出等
 - 地域の観光資源の魅力を十分に活かした観光地の形成の促進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
- 地域の特性を生かした良質なサービスの提供の確保
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
- 観光関係施設等の整備
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
- 持続可能な観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
- 観光地域の高度付加価値化
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
- 地域の特色を生かした多様な旅行分野の開拓等
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
- 観光振興施策を実施するための財源に関する検討
 - 観光振興施策を実施するための財源に関する検討
 - 観光振興施策を実施するための財源に関する検討
 - 観光振興施策を実施するための財源に関する検討

3 戦略的な誘客の展開

- 観光客の集約の促進等
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
- マーケティングに基づく効果的な誘客
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進
 - 観光客の嗜好に合わせた観光地づくりの推進

第3 「観光立県かごしま」の実現に向けた目標 （推定値） 令和7年度から令和11年度までの5年間

主な指標	参考（令和元年（前））	参考（令和9年（前））	目標（令和11年（前））	
● 観光の「稼ぐ力」の向上	経済波及効果	約3,756億円	約2,985億円	5,400億円
	観光消費額	約2,929億円	約2,295億円	4,100億円
● 宿泊客数を増やす	① 延べ宿泊者数	約837万人泊	約815万人泊	995万人泊
	② うち外国人延べ宿泊者数	約84万人泊	約36万人泊	155万人泊
● クルーズ船による観光客を増やす	クルーズ船乗客数	約29万人	約14万人	69万人
● 観光客の満足度を高めるリピーターを増やす	再訪希望	約78%	約88%	100%

※参考指標（令和6年度） 推奨意向 60%

3 本町の状況

(1) 本町の観光を取り巻く現状

本町は、奄美群島の東端に位置し、隆起サンゴ礁により形成された独自の地形をはじめ、透き通る海や豊かな自然に恵まれた島です。加えて、サトウキビ栽培や黒糖づくりに根差した農業文化、八月踊りや島唄といった伝統芸能、戦争遺構など、自然・文化・歴史の多様な観光資源を有している点が本町の特性となっています。

すなわち本町は、自然景観や海洋資源と生活文化・歴史資源が重層的に存在する地域であり、学び・体験・滞在を組み合わせた観光展開の可能性を有しています。

一方で、観光を取り巻く環境は、島嶼部特有のアクセス制約や島内移動の課題等と不可分であり、観光需要の取り込みにあたっては受入体制全体の最適化が求められます。

現状として「航路・海路は便数が限られ、アクセスが不便」「町内の移動手段も限られている」ことが課題として挙げられています。

本町の観光動向を正確に捉えるためには、来島者の目的・行動・回遊・消費の実態を把握し、アクセスから滞在・体験・消費までの一連の行程（ジャーニー）を前提に施策を検討する必要があります。

本町のひと・まち・しごと創生総合戦略においては、「小粒でもきらりと輝くいい島」＝「世界に認められるまち」の実現に向け、取組を加速させる方向性を示すとともに、魅力の創造と発信を進めるにあたり、DXを推進しながら官民一体で取り組むこと、そして本町ならではの自然・食・体験・伝統文化等を活用して交流人口・関係人口の拡大、移住の促進を図ることとしています。

観光は、交流人口の拡大にとどまらず、関係人口や移住・定住、地域産業の高付加価値化にも波及し得る政策領域であるため、観光動向の分析は、地域戦略全体との整合を意識して行うことが重要です。

さらに、本町の観光振興を語る上で、ジオパーク構想は中核的要素です。喜界島は、隆起サンゴ礁が明瞭に確認できる地形等を有する学術的価値の高い島として位置付けられており、島全体を「ジオ・ミュージアム」として捉え、住民が主役となる「喜界島サンゴ礁ミュージアム」の構築をめざしています。

観光振興の観点からは、こうした価値を「学び」と「体験」に転換し、分かりやすいストーリーとして提供することで、滞在の質と満足度、地域内消費の向上につなげることが重要です。

コラム 透明な海とビーチが支える「青の体験価値」

本町の観光資源の中でも、海と海浜は、住民にとっても来訪者にとっても象徴的な魅力となっています。住民アンケートにおいて、観光客に自慢できる・紹介したい資源として「海」「スギラビーチ」が上位に挙げられており、本町の観光イメージ形成の中核を担っていることがうかがえます。加えて、来訪者側の関心としても、海、シュノーケリング、ダイビング等の意見が見られ、海洋体験への期待が一定程度存在しています。

一方で、海・ビーチの魅力は、景観の美しさだけでなく、快適性や安全性、環境配慮（ごみ、マナー、混雑回避等）と一体で評価される性質があります。このため、自然環境の保護保全と適正利用を前提に、情報提供や受入環境の整備、体験の質の向上を図り、本町らしい海の楽しみ方を「持続可能な体験価値」として確立していく必要があります。



コラム 八月踊り・島唄等の伝統芸能と、集落景観・歴史資源が織りなす文化

本町には、八月踊りや島唄等の伝統芸能をはじめとする文化資源が継承されており、島のアイデンティティを体現する重要な観光資源となっています。加えて、戦争遺構などの歴史資源も存在し、自然景観とは異なる角度から本町の成り立ちや記憶を伝える要素を有しています。これらの資源は、単体での見学にとどめるのではなく、地域の背景や暮らしとの関係性を丁寧に編み直すことで、学びと理解を伴う観光コンテンツとして磨き上げることが可能です。

ジオパーク構想においても、歴史や文化、集落景観を生かした観光の推進が位置付けられており、自然資源と同様に、価値の保全と適切な活用の両立が求められます。今後は、文化の担い手への配慮や継承の観点を重視しつつ、来訪者の理解促進、地域への尊重、地域内への波及を意識した取り組みを進めていきます。

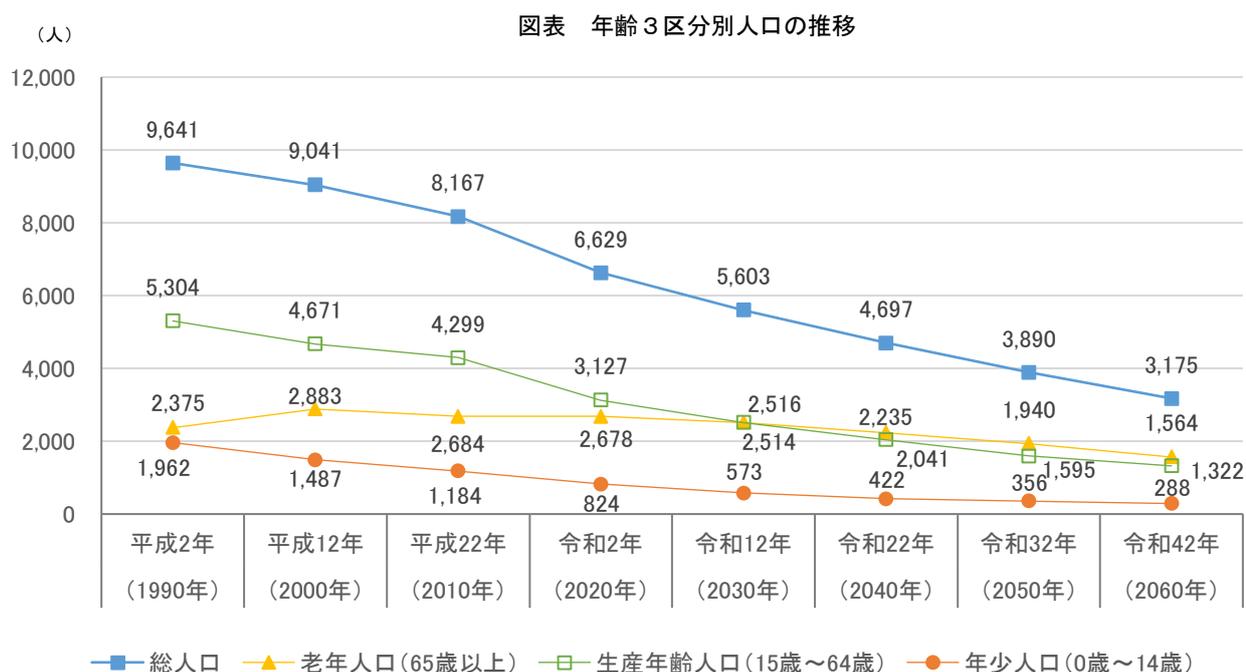


(2) 統計データの整理

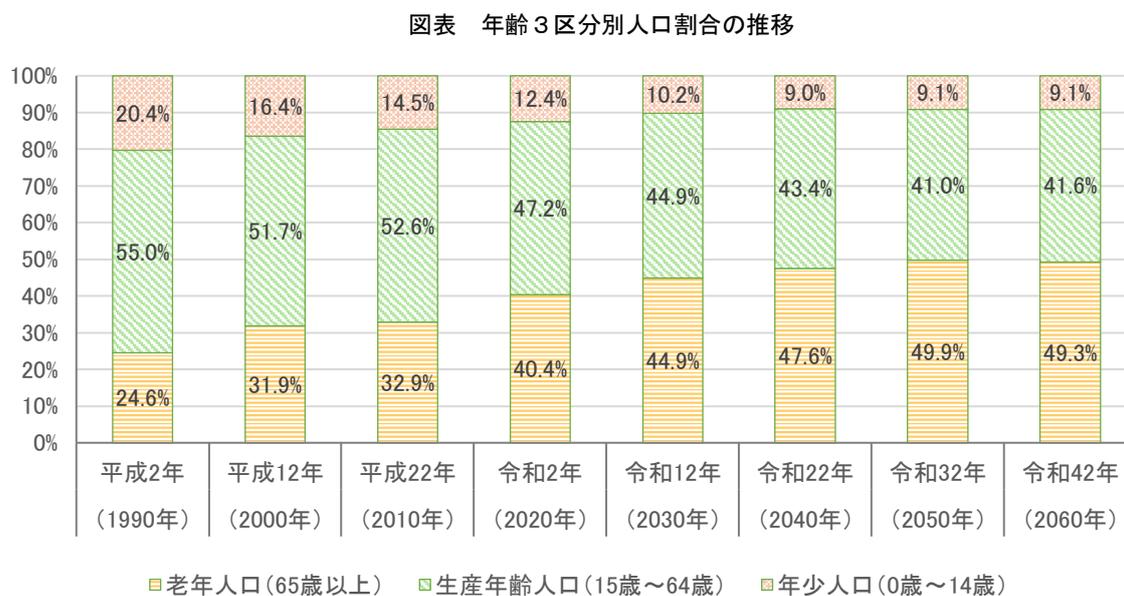
①人口推移

平成2年以降の年齢3区別の人口をみると、年少人口(0歳～14歳)は平成2年(1990)の1,962人、生産年齢人口(15歳～64歳)は5,304人をピークに減少傾向となっています。

また、令和22年(2040)には総人口の約5割が老年人口となることが見込まれます。



出典：「国勢調査」(総務省)、「地域別将来推計人口」(国立社会保障・人口問題研究所)



出典：「国勢調査」(総務省)、「地域別将来推計人口」(国立社会保障・人口問題研究所)

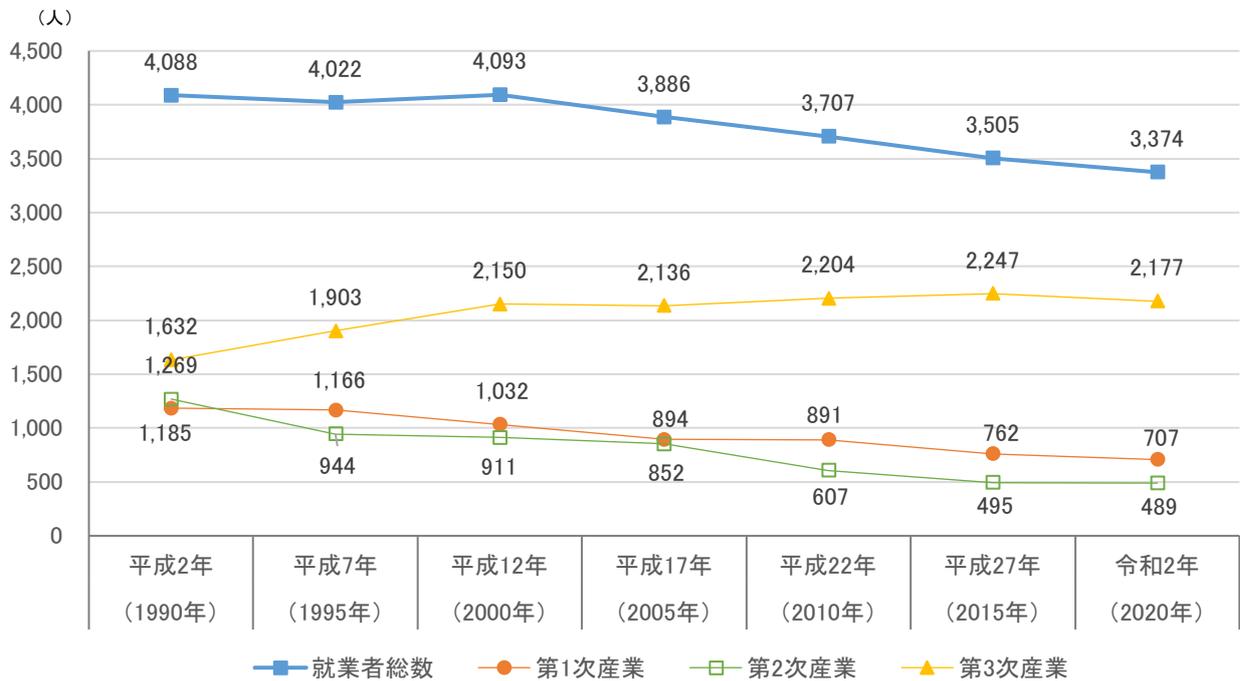
②産業別就業人口

本町の産業別就業人口の推移をみると、就業者総数の減少が続いています。

第1次産業及び第2次産業では減少傾向、第3次産業においては増加傾向にありましたが、令和2年には減少に転じています。

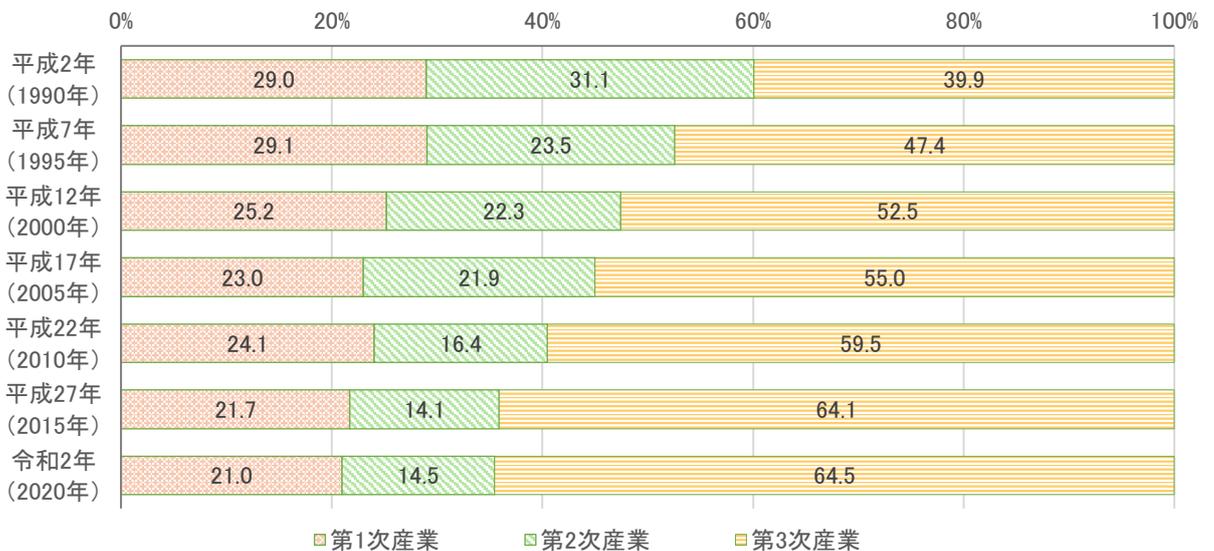
また、産業別就業者割合をみると、令和2年において第1次産業は21.0%、第2次産業は14.5%、第3次産業は64.5%となり、第3次産業においては、平成2年と比較して24.2ポイント増加しています。

図表 産業(3部門)別就業者割合の推移



出典：「国勢調査」

図表 産業(3部門)別就業者割合の推移

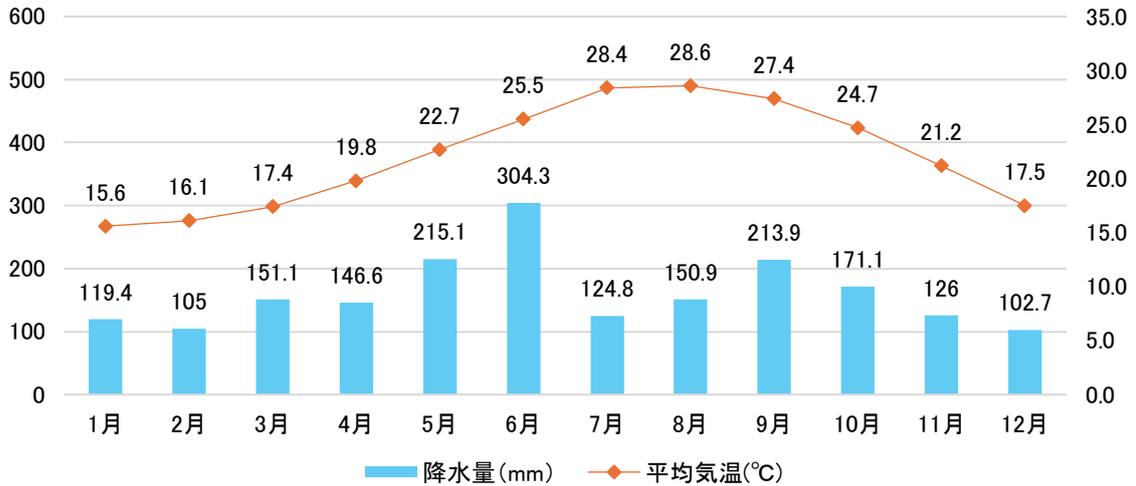


出典：「国勢調査」

③気候概況

過去アメダス気象観測所データから本町における年平均気温は 22.1℃、年降水量は 1892.7 mm となっています。

図表 気候概況（月別：平均気温・降水量）

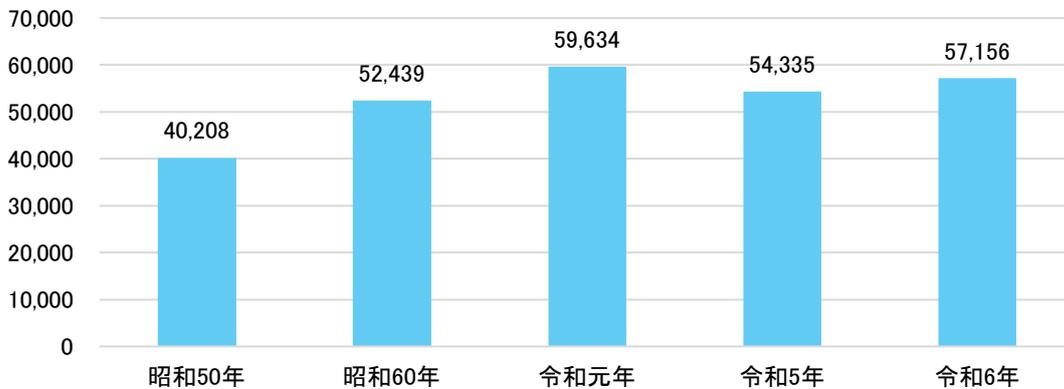


出典：気象庁（アメダス気象観測所データ）（2013年～2023年）

④観光入込客数の推移

本町における観光入込客数の推移は、新型コロナ・ウイルスの影響で令和2年から減少に転じましたが、近年は増加傾向にあります。

図表 観光入込客数の推移



出典：奄美群島の概況

4 各種調査結果からみえる観光ニーズ

町外の潜在需要の観点では、県外在住者アンケートにおいて、喜界島の認知は「知っている」42.5%、「聞いたことはあるが詳しくは知らない」28.7%、「知らない」28.7%とされ、認知が一定程度ある一方で、理解の深度には課題があることが読み取れます。

また、旅行情報の入手経路は「民間WEB」25.1%、「SNS」19.2%、「公的WEB」17.9%等が上位であり、来訪検討段階における意思決定がデジタル媒体に強く依存している実態が示唆されます。加えて、観光・レジャーに行く動機として「食べ物美味しい（食）」が17.9%で最も高いことも示されており、本町の食資源・一次産業と観光の接続は、訴求軸として重要となります。

次に、町民の視点では、町外から人を呼び込むために必要なこととして、「新しいイベントの開催（祭り・体験型観光など）」38.9%、「遊ぶスペースの拡充（公園など）」38.5%が上位となっています。

一方で、観光客増加への懸念として、「観光客のマナー（騒音など）」41.4%、「ごみ（ポイ捨てなど）」28.3%、「景観・自然環境への影響」26.2%が挙げられており、受入環境整備は利便性向上だけでなく、住民生活や環境との調和を同時に満たす必要があります。

さらに、観光振興に期待することとして「地域経済の活性化」59.3%、「交流人口の増加」58.6%が上位であること、美化活動への協力意向（「協力できる」60.7%）が示されていることは、観光と地域づくりを結びつける基盤が存在することを示しています。ただし、観光客との関わりについて「関わりがない」が78.6%であることも示されており、住民参加や交流機会の設計を通じて、観光を「一部の関係者だけの営み」にしない工夫が必要です。

また、中高生調査では、観光に関わる仕事への将来関心について「ない」が73.8%で最も高いことが示されています。併せて、観光に対する不満・改善点として「公園やレジャー施設に魅力がない」41.2%、「ホテルや旅館など宿泊施設に魅力がない」28.5%等が挙げられており、将来の担い手層が体感する“島の魅力”の不足や滞在環境の課題となっています。

一方で、喜界島の観光への関心については「少しある」45.2%、「ある」22.2%も示されており、関心を具体的な参画・職業選択へつなげる仕組みづくりが課題となります。

さらに、観光関連事業者調査では、受入環境に関する評価として「目的地までの移動円滑化（二次交通の充実）」に「やや不満」40.0%、「不満」10.0%が示され、滞在環境として「宿泊環境の整備・充実」に「やや不満」40.0%、「不満」16.7%が示されています。現場の供給側から見ても、移動と滞在のボトルネック³解消の課題が伺えます。

³ ボトルネック：全体の流れの中で、最も詰まりやすい要因（制約）のこと。

5 喜界町の観光を取り巻く課題

本町の観光振興における課題は、観光資源そのものの有無というよりも、来訪検討から来島・滞在・回遊・消費・再訪に至る一連の導線の中で、情報・移動・受入体制・担い手・マネジメントが十分に接続されていない点に集約されます。

また、人口減少や過疎化等による地域経済の活力低下が懸念される中で、観光を含めた稼ぐ産業の育成・強化が求められていることが示される一方、本町ではアクセス面、情報発信面、滞在型観光の充実等が課題として整理され、受入環境整備と島内回遊性の向上が課題となっています。

第一に、価値の言語化と情報発信基盤の強化です。県外在住者の意思決定がWEB・SNS等のデジタル媒体に依存する一方で、公式情報の発信が十分でないこと、またジオパーク情報が現状のHPに掲載されていないことが指摘されており、地図・モデルコース・予約導線・多言語対応等を含む情報発信基盤の強化が求められます。したがって、認知の獲得だけでなく、「理解の深度」と「来訪行動への転換」を促す情報設計（言語化・編集・導線設計）が課題となります。

第二に、アクセス・二次交通を含む移動の課題です。航空便やフェリー等の便数制約や町内の移動手手段の限定といった構造的制約がある中で、観光関連事業者から二次交通の充実に対する不満が大きいことが示されています。この課題は、観光の「滞在・消費拡大の阻害要因」となり得るため、来島前の不安を軽減する情報提供（時刻表、移動手手段等）と、島内周遊を促進する移動手手段の確保・利便性向上を一体的に検討する必要があります。

第三に、滞在環境・拠点機能の不足です。宿泊・飲食の選択肢、観光案内・展示・ガイド手配等の機能が十分でない場合、点の観光に留まりやすくなります。

ジオパーク基本構想においても、拠点施設がないため今後整備を計画する旨が示されており、観光の受入機能とジオパークの展示・学習機能を兼ねる拠点の在り方が重要となります。

第四に、担い手・ガイド等の人材育成です。観光ガイド等の担い手不足は、受入体制の制約となり得ます。ジオパークの観点でも、地質学的内容を説明できるガイドが少数であること、ガイドツアー開発やガイド講座の実施等により体制を整える必要があります。

第3章 観光振興の基本方針

1 目指す方向性

本町の観光振興は、単に来訪者数の増加を目指すものではなく、喜界島の成り立ちや自然・文化・産業が一体となった価値そのものを、来訪者と地域が共有しながら、地域内に消費と関係性を生み出す取組として推進していく必要があります。とりわけ、喜界島は「今もなお隆起しつづけるサンゴ礁の島」であり、手つかずの自然や島の景観が残されていることから、島そのものが“ミュージアム”であるという視点に立ち、観光資源を個別に提示するのではなく、背景にあるストーリー（成り立ち・暮らし・文化）として再構成し、価値を伝える観光へと転換していくことが重要です。

このため、既存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。具体的には、地形・地質・自然史等を基盤とした「学び」を伴うアカデミックな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、来訪者が地域の生業や暮らしを体感できる文脈（体験・交流・購買）を形成していきます。これらを通じて、来訪者が「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推進します。

また、本町が目指すべき観光地像として、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進めます。ここで重視するのは、来訪者に対する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、来訪後も継続的に本町と関わる関係人口の創出です。人と地域のつながりを深める観光の構造を形成することで、地域づくりと観光振興を相互に高め合う関係へとつなげます。

さらに、来訪検討段階から来訪中・来訪後に至る一連の体験価値を高めるため、観光DXの観点を重視します。来訪中の利便性向上を図るため、デジタル技術を活用した観光案内や情報提供を充実させ、滞在満足度の向上と再訪意向の醸成につなげます。加えて、地域脱炭素の取組と整合を図り、エコツーリズムやゼロエミッションツーリズムの推進等を通じて、自然資源・景観の保護保全と観光への適正な活用の両立をめざします。

コラム 学びが旅になる「アカデミック観光」

喜界島は、隆起サンゴ礁段丘やサンゴ礁生態系、そこから育まれた景観・集落・産業が島内にコンパクトに集積しており、現地で学びを深めやすい環境にあります。

研究滞在・フィールドワーク・ゼミ合宿等の受入を“観光の一形態”として整理し、受入窓口・ルール・プログラムを整備することで、オフ期需要の確保、研究成果の地域還元、情報発信力の向上を同時に実現していきます。



2 基本理念及び基本方針

(1) 基本理念

目指す方向性を踏まえ、観光振興に関する各施策を一貫した判断基準の下で推進し、関係者が共通認識を持って取り組めるよう、本計画の基本理念を「地域価値を育て、めぐらせる観光による持続可能な地域社会づくり」とします。

なお、「地域価値」とは、①宿泊・飲食・物販等を通じた域内消費や雇用などの経済価値、②リピーター（ファン）や関係人口の創出、住民参画の拡大等の関係価値、③観光DXの活用、観光データの蓄積・分析と改善等の情報価値を指します。

これら三つの価値を相互に高め合う形で循環させることにより、地域経済への波及と担い手の確保、住民生活との調和、自然資源・景観の保護保全と適正利用を両立し、計画の実効性を確保していきます。

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

(2) 基本方針

基本理念の実現を図るため、基本方針を以下の3つとします。なお、地域脱炭素との整合の観点からは、「ゼロカーボンパーク」の認定を目指す方向性も踏まえ、エコツーリズム・ゼロエミッションツーリズム等を推進しながら、自然資源・景観の保護保全と観光への適正な活用を進める考え方を、基本方針の横断事項として整理します。

基本方針Ⅰ 地域の特性を活かした観光資源の活用と創造

喜界島が“ミュージアム”であるという認識の下、隆起サンゴ礁が形成する地形・景観や自然資源、文化・歴史、地域産業を、学びとストーリーとして整理し、アカデミックな観光として磨き上げます。あわせて、農業など一次産業と地域の食を観光の文脈としてつなぎ、地域でしか得られない体験価値を創出します。

基本方針Ⅱ 戦略的な情報発信と誘客活動の展開

来訪者の意思決定や来訪中の満足度は、情報の分かりやすさと入手しやすさに大きく左右されます。このため、観光DXを推進し、デジタル技術を活用した観光案内・情報提供を充実させることで、来訪前の不安解消、来訪中の回遊促進、来訪後の再訪意向の醸成へつなげます。加えて、地域の価値を一貫したメッセージとして発信し、「喜界島にしか語

れない物語」と「それを語れる島」という方向性を明確に伝えることで、ファン形成を強化します。

基本方針III 観光振興を担う人材育成と受入体制の充実

地域住民が島の魅力を伝える仕組みづくりと人材育成を推進し、観光が一部の関係者だけで担われるのではなく、地域全体で支えられる構造へ転換します。また、移動・回遊の課題に対応する観点から、既存の交通資源を観光に適切に活用することが重要であり、例えば喜界町バスを活用した観光案内路線めぐりなど、島内移動の利便性向上と観光体験の質の向上を同時に図る取組を位置付けます。

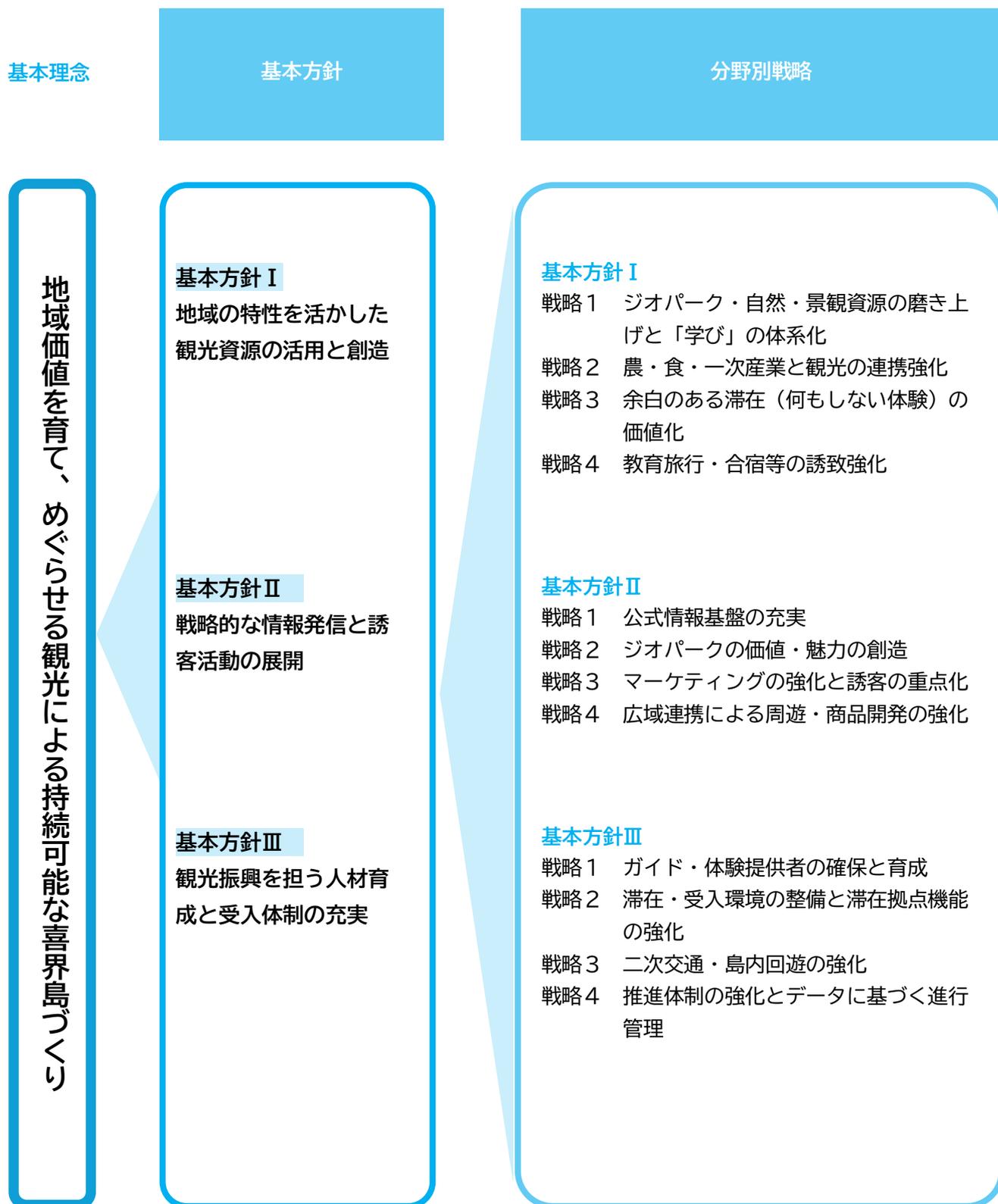
コラム エコツーリズム／ゼロエミッションツーリズムを実装する

エコツーリズムやゼロエミッションツーリズムは、環境負荷を下げる取組であると同時に、地域の自然・文化への理解を深め、体験価値を高める“観光の品質向上”の手段でもあります。

今後においては、移動・廃棄物・エネルギー・消費行動を含めた運用面まで落とし込むことが重要です。例えば、体験プログラムの設計段階で環境配慮を組み込み、受入施設や事業者の取組を見える化することで、来訪者が参加しやすい形に整えることができます。地域が一体で取り組むことにより、自然資源の保全と観光の魅力向上を両立させていきます。



3 施策体系



4 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。

また、指標は、町の上位計画との整合を図りつつ、「喜界島ジオパーク基本構想」との連動を重視し、観光振興に加えて教育・研究、防災、保全、運営を含む総合的な地域づくりの視点から設定します。

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

※「一人当たり観光消費額(R6)」は、現時点では観光庁「旅行・観光消費動向調査(2024年年間・速報)」の国内旅行単価を準用した暫定値であり、今後、町の来訪者調査結果や県観光統計等に基づき確定値へ置換します。

第4章 観光振興計画の主要施策

基本方針Ⅰ 地域の特徴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、トビヨ崎（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。

コラム 島まるごと「ジオ・ミュージアム」

ジオパークは「地質の保全」だけでなく、地形・生態系・歴史文化・産業・暮らしを“つながり”として学び、体験する仕組みです。喜界島ジオパーク基本構想では、島全体をジオミュージアムとして捉え、地域住民が主体となった「喜界島サンゴ礁ミュージアム」づくりを進める方向性が示されています。拠点施設だけに展示を集約するのではなく、露頭・集落・畑・海辺など島の各所を「展示室」に見立て、解説（入門～専門）と周遊導線を整備することで、学びの深度に応じた回遊と滞在の質を高めていきます。



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

島の地形・景観、自然資源、文化・歴史、暮らしの関係性を整理し、来訪者が現地で理解を深められる「ストーリー」として可視化します。そのうえで、紙媒体（パンフレット等）・現地サイン・デジタルを適切に組み合わせ、来訪前後も含めた学びの体験価値を高めます。特に、地域の魅力の情報発信やパンフレット・看板整備等の必要性が指摘されていることを踏まえ、解説内容の充実と更新体制を整備し、誤解のない情報提供を徹底します。

主な取組
島の地形・景観、暮らし・産業・文化のつながりを整理し、ストーリーとして体系化します。
地域文化の掘り起こしやサンゴ礁科学研究所等との連携により、解説の質向上と島の魅力発信を強化します。（ジオパーク推進事業）
研究者・関係機関等の知見も活用し、解説の正確性と分かりやすさの両立を図ります。
サイン・パンフレット・ウェブ等の媒体を連動させ、来訪前後も含めた「学び」の体験価値を高めます。

コラム 喜界島サンゴ礁科学研究所（サンゴ研）と連携した“学び”の地域づくり

喜界島サンゴ礁科学研究所（サンゴ研）は、隆起サンゴ礁から成り立つ喜界島を拠点に、海洋・地質に関わる生物に関する調査・研究を行い、自然科学の発展と普及に寄与することを目的として活動している研究拠点です。研究にとどまらず、気候変動解析や将来予測に資する記録を残す観測拠点としての役割、次世代の科学者・教育者の育成、そして研究者と地域をつなぐプラットフォームとして機能しています。

本町のジオパーク活動において、サンゴ研は重要な連携主体として位置付けられています。日本ジオパークの認定審査結果においても、喜界町とサンゴ研が連携し、専門的知見の蓄積や地域の魅力発信等、ジオパーク活動の推進を担っていることが示されています。

基本構想では、島内小・中学校でのジオパーク学習、児童生徒を対象としたサイエンスキャンプ、県立高校に通う「サンゴ留学生」へのサンゴ塾の開講等、教育・人材育成の取組が整理されており、観光面では教育旅行や体験型滞在と親和性の高い基盤となります。



施策② フィールド学習・体験プログラムの体系化

学びを観光の核として確立するため、フィールドでの体験を「テーマ別（隆起サンゴ礁の地形、段丘と土地利用、島の生業、文化・歴史等）」に整理し、一般観光、家族層、教育旅行、研究・専門人材等、対象に応じたプログラム体系を構築します。

教育プログラムの方向性も踏まえ、サンゴ礁科学研究所等の関係機関との連携を強化し、講座・観察・実習・探究活動などを段階的に設計することで、短時間の体験から滞在型の学びまで幅広く展開します。

主な取組
ジオ・自然・景観資源を「学び」と「体験」に転換する体験プログラム・ガイドツアーを開発に努めます。
喜界島サンゴ礁科学研究所等の関係機関との連携を強化し、短時間の体験から滞在型の学びまで幅広く展開します。
初学者向け、関心層向け、学術的関心層向けなど、理解段階に応じた複数のプログラムを整備します。
参加者アンケート等により満足度・課題を把握し、プログラム改善を継続します。

施策③ 自然・景観資源の保全と適正利用の推進

地域が誇る自然を次世代に引き継ぐというジオパークの考え方を踏まえ、サイト周辺の環境整備を含めた保全の取組を着実に推進します。

あわせて、環境配慮等の観点から、観光が地域の負担ではなく地域の価値向上につながるよう、利用ルールと受入マネジメントを整備します。

さらに、ゼロカーボンパーク認定を目指す方向性も踏まえ、エコツーリズムやゼロエミッションツーリズムの考え方を取り入れ、環境負荷の低減と体験価値の向上を両立させます。

主な取組
ジオパークの理念に沿い、島全体の保全とサイト周辺の環境整備を継続し、来訪者が「気持ちよく見て学べる」受入環境を整えます。
サインや看板等（案内・注意喚起・行動規範の掲示等）の充実を図るとともに、来訪者・事業者・住民への周知啓発に努めます。
ゼロカーボンパーク認定を目指し、環境配慮型の体験設計（移動手段の工夫、廃棄物削減、自然観察の作法の徹底等）を促進します。

コラム 「ゼロカーボンパーク」が示す、環境と観光の両立

環境省は、国立公園において脱炭素型の地域づくりと観光を一体で進める枠組みとして「ゼロカーボンパーク」を推進しています。本町も地域脱炭素の方向性を示し、ゼロカーボンパーク認定を目指すことを掲げています。今後は、国立公園区域における取組の重点化、移動・宿泊・体験・廃棄物等の実行項目の整理、来訪者の行動変容（低炭素移動・分別等）の促進を通じて、「守りながら利用する」観光地としての信頼性を高めていきます。

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

島内に「喜界島サング礁科学研究所」「喜界町埋蔵文化財センター」「歴史民俗資料室」等の展示・学習に資する施設があるものの、ジオパークの拠点施設がないため、今後整備を検討します。

また、既存施設を活用した拠点機能のネットワーク化と、将来的な拠点整備の方向性を段階的に検討しつつ、現地解説や学習コンテンツを体系的に整備します。

主な取組
既存施設の機能強化・代替機能の確保を含め、将来的なジオパーク拠点整備の方向性と段階的な整備手順を整理します。
学校教育・生涯学習・研究受入と連動したフィールド学習の環境整備（教材、受入手順、連携体制等）を進めます。
学びの成果（調査・研究・学習成果）を地域内外に発信する機会（展示、報告会等）を設けます。
デジタル技術（音声ガイド、動画、QR等）を活用し、現地体験の理解を補完します。

コラム 先進事例：室戸世界ジオパークセンターに学ぶ拠点づくり

ジオパークの価値を観光・教育・地域づくりへ波及させるためには、フィールドの整備だけでなく、情報提供・解説・学習受入・ガイド案内等を支える拠点機能が重要です。

先進事例として、室戸世界ジオパークセンター等が挙げられており、拠点整備の具体像を検討する際の参考となります。本町においても、既存施設を含めた段階的な拠点機能の整備と、フィールド（ジオサイト等）との連動により、“学び”と回遊の質を高める方向性を整理します。



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みられることから、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

生産現場（畑、加工現場等）と連携し、作り手から直接学ぶ体験を観光商品として整備します。収穫体験や加工体験等について、季節性を踏まえた年間カレンダーを整理し、来訪時期に応じた体験提案ができる状態をめざします。

体験は単発化しやすいため、受入手順の標準化、品質管理、安全面の配慮を行い、事業者の負担軽減と継続性の確保を図ります。

主な取組
サトウキビ栽培や黒糖づくり等、本町の生業を体験化し、季節性を踏まえたプログラムを開発します。
体験と購買をつなぐ導線（直売、物販、EC等）について、観光物産協会等と連携の強化を図りながら、域内消費の拡大を図ります。
体験収益が担い手確保・技術継承につながる仕組みづくりを検討します。
生産者の負担軽減のため、予約・受入調整の窓口機能や運用手順を整備します。

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）

「食べに来る」だけでなく「食で学び、交流する」観光を実現するため、地産食材の活用を飲食提供の現場へ確実に落とし込み、食のストーリーが伝わるメニュー・提供方法を普及します。あわせて、来訪者ニーズが大きい「新しいイベントの開催」等も踏まえ、食と文化・季節行事を掛け合わせた小規模イベントや体験会を検討し、地域事業者の稼働平準化と地域内の賑わい創出につなげます。

主な取組
地産食材の活用を「食のストーリー」として整理し、飲食店等における提供方法の普及を進めます。

食と文化・季節行事を掛け合わせた小規模イベント・体験会の企画・実施を支援します。

商工会等が実施するイベント開催に係る経費支援等により、商店街の活性化と賑わい創出につながります。(商工会等イベント推進事業)

施策③ ジオパーク×農・食のブランド

農産物や加工品を、地形・土壌・気候等の背景（ジオの視点）と結び付けて説明できるように整理し、地域ならではの価値としてブランド化を図ります。

また、在来作物のブランド力強化や、認定商品等の考え方も参照し、品質・ストーリー性・環境配慮等の観点から、地域として推奨できる仕組みづくりを進めます。

主な取組
観光拠点や港・空港等における物販機能の強化を検討し、購入機会の拡大を図ります。
オンライン販売や広域販売チャンネル ⁴ との連携を進め、来訪前後の購入機会を確保します。
販路開拓やデジタル活用等に関する学習・支援を行い、事業者の稼ぐ力の向上を図ります。
ゴマGI取得や在来作物のブランド化等、関係部局・関係団体が進める取組と連動します。
製糖・酒造等の島内製造業のストーリーを整理し、見学・体験・物販を組み合わせた導線づくりを検討します。

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

域内での消費拡大を図るため、地域資源（主に島内産素材）を活用し、加工・品質向上・ストーリー付与等により付加価値化を図った商品「特産品」の開発・磨き上げと販売導線の整備を一体的に進めます。加えて、特産品（農産物および加工品）の開発・高度化を継続的に支援する観点から、研究機関やジオパーク関係機関等と連携し、農産物・加工品ごとの成分特性等の可視化を進めるとともに、客観的データに基づく商品説明の基盤整備を支援します。来訪者が購入しやすい規格・価格帯の検討、ストーリーを伝えるパッケージ等を含め、観光（宿泊・飲食・体験）と物販が連動する仕組みを構築します。

さらに、来訪後も購入・応援が継続する導線（リピーター化、関係人口化）を整備し、地域価値の循環を強化します。

⁴ チャンネル：情報を届ける経路（媒体・手段）のこと（例：HP、SNS、紙媒体など）。

主な取組
農業・観光関係者の連携体制を整備し、体験造成・受入調整・発信を一体的に推進します。
研究機関やジオパーク関係機関等と連携し、農産物・加工品ごとの成分分析等による特性の可視化、客観的データに基づく商品説明の基盤整備を支援します。
地形・土壌・環境等との関係性を整理し、喜界島ならではのストーリーとして発信します。
制度活用や外部人材活用等により、体験造成・販路開拓を継続的に支援します。
事業効果（参加者数、満足度、消費等）を把握し、改善につなげます。

コラム サトウキビ畑と黒糖づくりに根差す「農」と「食」の文化

本町は、サトウキビ栽培や黒糖づくりに根差した農業文化を有し、地域の暮らしと産業が観光資源としての厚みを形成しています。住民アンケートでは「サトウキビ畑の一本道」等が、自慢できる資源として具体的に挙げられており、日常の風景そのものが“らしさ”として評価されている点が特徴です。こうした一次産業と食の背景を観光の文脈に位置付けることは、来訪者にとっての体験価値を高めるだけでなく、域内消費の拡大や事業者の付加価値向上にもつながります。

また、ジオパーク構想においても、農業など一次産業と地域の食をつなぐ観光の推進が掲げられており、自然・地形の成り立ちと暮らしの関係性を含めて伝えることが求められます。今後は、体験・交流型の視点を取り入れながら、地域資源の磨き上げとストーリーの整理を進め、農と食を「見る」から「理解し、味わい、関わる」観光へと発展させていきます。



(写真)朝日酒造

コラム 隆起サンゴ礁が育む「白ごまの島」

喜界島はごまの産地として知られ、農業景観そのものが島の個性を形づくっています。畑の広がりや農作業の季節感は、ジオ（地形・土壌・気象）と生業が結びついた“見せる価値”であり、一次産業と観光の連携を考える上でも重要な題材です。直売・体験・学び（栽培や加工の話）を組み合わせ、短時間でも参加できるプログラムとして整理することで、島内回遊と滞在価値の向上につなげます。

喜界島白ごまの魅力



(写真)けらじ屋 EC サイト

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、滞在中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、低負荷での滞在中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。

また、本町が加盟する「日本で最も美しい村」連合の趣旨（景観・環境・文化を守り、地域資源を生かしながら自立を目指す考え方）も踏まえ、暮らしの景観や文化の背景と一体で伝える情報設計を強化します。

コラム 自然と暮らしのリズムが整える“島時間”

本町は、自然・景観・集落が近接し、過度に「詰め込む」よりも、滞在中に余白を確保しながら島のリズムに合わせて過ごすこと自体が価値になり得ます。心身のリフレッシュやウェルビーイング⁵志向と親和性の高い滞在型観光の磨き上げが重要です。何もしない時間を「空白」ではなく、風・光・音・人との距離感を味わう体験として言語化し、島内回遊や学びの体験と組み合わせることで、滞在満足度とリピート意向の向上につなげます。



施策① 「余白」を楽しむ滞在中提案の整備（スロートゥリズム⁶のメニュー化）

「何もしない」ことを価値として伝えるため、散歩、海・風景の鑑賞、星空、集落の時間帯ごとの表情など、過度な消費を伴わない過ごし方のメニューを整備します。

短時間の観光だけでは伝わりにくい魅力を、滞在中の文脈で提示することで、滞在時間の伸長と満足度向上につなげます。

主な取組
散歩、風景鑑賞、星空、集落の日常等、低負荷で楽しめる過ごし方メニューを整理し、提案力を高めます。

⁵ ウェルビーイング：心身の健康や満足感など、より良い状態（幸福感）のこと。

⁶ スロートゥリズム：移動や消費を急がず、地域の自然や暮らしを味わいながら、ゆったり滞在中する観光スタイルのこと。

ワーケーション⁷等の長期滞在需要を見据え、拠点の利用案内・周知を強化します。(コワーキングスペース⁸KIKAI BASE 事業)

滞在提案(時間帯別・天候別・季節別)を整備し、滞在時間の伸長と満足度向上につなげます。

来訪者アンケート等により滞実態を把握し、提案内容の改善を継続します。

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

余白の価値を支えるのは、景観・環境の維持と、安心して滞在できる「居場所」になります。このため、清掃や簡易な休憩環境、眺望点の適正管理など、必要最小限の環境整備を行い、来訪者が滞在しやすい状態を確保します。あわせて、マナーやごみ等への懸念が高いことを踏まえ、利用ルールに見える化、啓発、関係者による声かけ等を通じて、住民生活との調和と自然資源の保全を両立します。

主な取組
ワーケーション等の需要を踏まえ、Wi-Fi、電源、作業スペース等の滞在環境整備を検討します。
宿泊事業者と連携し、長期滞に向けプランや受入ルールの整備を促進します。
滞在中の地域交流機会を設計し、再訪・関係人口の創出につなげます。

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

滞在価値を高め、ファン化・関係人口化(関係価値)につなげるため、島の日常に無理なく溶け込む小さな体験メニュー(集落散策、文化・暮らしの聞き書き、地域行事への適正参加、学びのミニ講座等)を整備します。

住民側の負担が過大にならないよう、実施頻度や受入人数、役割分担を明確にし、持続可能な交流モデルとして定着を図ります。

主な取組
集落散策、暮らしの聞き書き、学びのミニ講座等、日常に無理なく溶け込む体験メニューを整備します。

⁷ ワーケーション：旅行先で仕事(ワーク)も行いながら滞在(バケーション)する滞在形態のこと。

⁸ コワーキングスペース：複数の利用者が共有して仕事・学習を行える作業空間のこと。

喜界馬（トカラ馬）の教育・観光分野での活用を見据え、見学・学習等の体験設計を進めます。（喜界馬復活・活用プロジェクト）

受入側の負担軽減のため、実施頻度・人数・役割分担を明確化し、持続可能な運営とします。

コラム 「喜界馬復活プロジェクト」がつなぐ郷土学習・交流・観光

喜界馬は、かつて喜界島で飼育されていた在来馬であり、島の暮らしや農作業を支えた存在として語り継がれています。現在は生体が残っておらず、中央公民館の歴史民俗資料室に剥製が展示されるなど、島の歴史を伝える貴重な資料となっています。喜界馬の物語は、単なる“珍しい動物”ではなく、島の生活史・産業史・文化の厚みを伝える題材です。ジオパークの「自然と人の関わり」を学ぶ導入テーマとして、展示・解説・ストーリー発信を強化することで、文化的関心層への訴求や学びの深度向上につなげます。



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

余白のある滞在は自由度が高い一方で、過ごし方の迷いが満足度低下につながる恐れがあります。このため、来訪者が自律的に島の価値を理解し、適切に行動できるよう、セルフガイド⁹（テーマ別モデルコース、注意点、季節ごとの楽しみ方等）と行動規範を整備します。

観光DXの観点も踏まえ、来訪前後を含む情報提供の質を高め、低負荷での滞在促進と再訪意向の醸成につなげます。

主な取組
集落景観・生活空間での観光行動に関するルールを整理し周知します。
ごみ対策や美化活動等を、住民・事業者・来訪者が協働できる形で実施します。

⁹ セルフガイド：ガイドが同行しなくても、来訪者自身が情報を見て回れるようにした案内（例：モデルコース、注意点、行動の目安等）のこと。

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

本町の学術的価値（地質・地形、サンゴ礁等）や地域の暮らし・文化を「教材」として体系化し、学校の教育目的に合致した教育旅行プログラムを充実・誘致します。

また、喜界島サンゴ礁科学研究所が学習指導要領に基づくジオパーク学習やサイエンスキャンプ¹⁰、サンゴ留学生の受入等に取り組んでおり、こうした既存の学びの基盤を教育旅行への展開を図ります。

また、ジオパークの取組は美しい自然と表裏一体の自然災害への理解を含むことから、フィールド学習に防災・減災の視点を組み込むことで、学びの質と社会的意義を高めます。

主な取組
学習指導要領や探究学習のテーマに対応し、ジオサイト・サンゴ礁・農業・集落景観・歴史文化等を組み合わせたモデルコース、教材を整備します。
学校・教育委員会・旅行会社等と連携し、視察受入、受入可能時期等の明確化を図り、誘致活動を計画的に実施します。
防災・減災の学びも取り入れた安全な学習環境を確保します。
受入後の振り返り（成果共有等）を行い、継続的な関係形成につなげます。

施策② スポーツ合宿・大会等の誘致

スポーツ団体の合宿や大会参加者を安定的に受け入れるため、宿泊・食・練習環境・移動等を含む受入パッケージを検討します。総合戦略に位置づけられる「スポーツ合宿等誘致促

¹⁰ サイエンスキャンプ：科学的テーマに沿って行う体験型の学習合宿・学習プログラムのこと。

進」や「スポーツイベント支援」等の枠組みとも連動し、助成制度、地域資源を活用したおもてなし、リピート誘致につながるフォローアップを一体的に実施します。

主な取組
島内施設・気候・移動条件等を踏まえ、重点的に狙う競技種目とターゲット（大学・実業団・ジュニア等）を設定し、誘致計画を策定します。
旅費の一部助成等を活用し、スポーツ団体の合宿誘致を促進します。（スポーツ合宿等誘致促進事業）
スポーツイベント開催に係る経費支援等により、集客力向上を図ります。（スポーツイベント支援事業）
関係団体への営業、モニター合宿の実施、受入後の満足度把握と改善を通じて、継続的な来島（リピート）につなげます。

施策③ ワンストップ窓口の構築

教育旅行・スポーツ合宿等の団体受入を継続的に拡大するため、相談受付から行程調整、手配、当日運営、精算、事後フォローまでの業務を標準化し、関係者の負担軽減とサービス品質の均質化を図ります。

また、窓口の一本化と業務ルールの共通化により、「誰に何を相談すればよいか」が明確な受入体制を構築します。

主な取組
教育旅行・合宿の相談受付、事後フォローまでを担う窓口機能を設け、役割（町、観光物産協会、教育委員会、宿泊・体験事業者等）を整理します。
観光DX推進による申込フォーム、受入カレンダー、関係者間の情報共有、アンケート集計等をデジタル化し、データ蓄積と改善に資する運用を行います。
関係者による定例会議を設け、受入件数・満足度・課題等を共有し、改善事項を次回受入へ確実に反映させる進行管理を行います。

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）

教育旅行・合宿を「一度きりの来訪」に終わらせず、再訪や関係人口化へつなげるため、来訪後の交流・発信（学習成果の共有、オンラインでの継続学習、SNS等を通じた関係維持）を設計します。

来訪前・来訪中・来訪後を通じた体験価値を高めることで、教育旅行・合宿を通年型の需要として定着させます。

主な取組
学習成果（写真・レポート・動画等）を整理し、教育旅行等の成果として可視化・発信します。
SNS等を通じ、町民・事業者・関係者の発信を促進し、町全体の情報発信力を強化します。
移住体験ツアー、お試し移住、離島留学、サンゴ離島留学等の既存事業と連携し、関係人口から移住・定住への導線を強化します。

基本方針Ⅱ 戦略的な情報発信と誘客活動の展開

戦略1 公式情報基盤の充実

旅行者の来訪検討は、検索・SNS・口コミ等の断片的情報から始まり、最終的には「行けるか（アクセス）」「回れるか（移動・所要時間）」「予約できるか（宿・体験）」「安心できるか（注意点）」といった実務情報の充足により、行動へ転換していきます。

公式サイト等を「信頼できる一次情報の入口」として再定義し、地図・モデルコース・予約導線・多言語対応等の機能強化を図り、認知から理解、理解から予約・来訪へとつながる導線を整備します。

施策① 公式観光サイト等の再構築とジオパーク情報の体系的掲載

本町の公式情報を、来訪検討者にとっての一次情報として機能させるため、公式観光サイト等の構成・情報設計を見直し、ジオパーク構想を核とした情報を体系的に掲載します。

あわせて、観光資源・体験・滞在の情報を「探しやすい」「比較しやすい」「更新され続ける」状態に整備し、信頼性と利便性を高めます。

主な取組
観光情報の掲載体系（カテゴリ、検索性、導線）を再整理し、公式情報の一元化を図ります。
ジオパーク情報（見どころ、学び、ルール等）の掲載と更新体制を整備します。
観光情報と「移住・定住」情報を相互に連携し、体験ツアー・お試し移住等への導線を整備します。
SNS等と連動した発信により、町全体の情報発信力を強化します。

施策② アクセス・移動情報の一元化

島嶼部観光では、アクセスや島内移動の不確実性が来訪判断の障壁になりやすいことから、来訪前の不安を軽減する情報提供を強化します。空路・海路の案内に加え、島内の移動手段、所要時間、移動の組み立て方を分かりやすく整理し、回遊性を高めます。

主な取組
空路・海路のアクセス、乗継、季節変動、欠航時対応等を分かりやすく整理し掲載します。
観光スポット間の所要時間の目安、移動モデル（半日／1日等）を提示します。
島内移動（レンタカー、タクシー、バス等）の利用方法、連絡先、利用上の注意を一元化します。

施策③ モデルコース・マップ整備と予約導線の強化

情報を閲覧して終わるのではなく、来訪行動へつなげるため、モデルコースや地図等により行動のイメージを具体化し、宿泊・体験の予約や問合せへ円滑に接続する導線を整備します。ジオパークの学びや体験が「どこで」「どの順で」「どの程度の時間で」楽しめるかを可視化します。

主な取組
テーマ別のモデルコースを整備し、滞在日数や目的に応じた行程提案を可能とします。
デジタルマップ等を整備し、観光情報の提供強化と周遊促進を図ります。（スマートフォンを活用した観光客満足度向上事業）
地図・コース情報は、交通手段や所要時間、注意事項等を併記し、安全で分かりやすい情報提供を行います。

施策④ 多言語・ユニバーサル対応と安心情報の充実

来訪者の属性や旅行経験にかかわらず、安心して滞在できるよう、多言語対応やユニバーサルな情報提供を段階的に整備します。あわせて、自然環境下での注意点、地域でのマナー、行動規範等を分かりやすく示し、住民生活との調和と安全確保につなげます。

主な取組
主要情報（アクセス、モデルコース、注意点、緊急時連絡等）の多言語化を段階的に進めます。
高齢者や子連れ等にも配慮した表現（やさしい日本語、視認性、FAQ形式等）を取り入れます。

戦略2 ジオパークの価値・魅力の創造

喜界島は、世界有数の隆起スピードで隆起するサンゴ礁で形成された島であり、サンゴの石垣等の集落景観や、サンゴ礁と共生してきた歴史・文化と地形・地質が密接に関係する希少性の高い地域です。この地質・地形資源を核に、自然・文化・産業をつなげて価値を再編集するジオパークの考え方は、本町の観光の中核概念であり、町民の誇りの醸成と観光の差別化の双方に資するものです。

一方で、ジオパーク構想の認知・理解には伸びしろがあり、調査では「ジオパーク構想を聞いたことはあるがよく知らない」「知らない」との回答が一定数見られ、住民向けの説明や学びの機会へのニーズも確認されています。

ジオパーク構想を核に「何が本町らしさなのか」を分かりやすい言葉と構造で整理し、認知獲得に加えて理解の深度を高め、来訪・再訪・関係人口につながるコミュニケーションを推進します。

施策① ストーリーの体系化と価値の言語化

本町の観光価値を一貫して伝えるため、ジオパーク構想を核に「島の成り立ち」「暮らし・文化との関係」「学術的価値」「将来に守り伝える意義」をストーリーとして整理します。来訪者の理解の深度を高める“核となる物語”を整備し、各施策・各媒体で共有します。

主な取組
隆起サンゴ礁と人の営みの関係を軸に、ストーリーを整理します。
学び（教育旅行・探究学習等）にも活用できる解説の階層（入門・標準・専門）を整備します。
地形・地質だけでなく、集落景観、文化、産業とのつながりを一体に魅力を提供します。

施策② ブランドガイドラインの策定・運用

情報発信の効果を高めるため、媒体や発信主体が変わっても、同じ価値が伝わるよう、表現ルールを整備します。観光物産協会、事業者、行政が共通理解のもとで発信できるよう、ガイドラインとして運用します。

主な取組
プロモーション、商品開発、現地案内の各場面で同じ訴求軸となるよう整合を図ります。
運用主体（編集会議等）と改訂手順を定め、継続的に改善します。

施策③ 発信素材の整備と活用

ブランドメッセージを実装するためには、伝えるための素材の整備が不可欠です。本町の魅力や価値が直感的に伝わる写真・映像、理解を助ける図解・地図等を整備し、関係者が適切に二次利用できる状態にします。

主な取組
ジオパーク、自然景観、暮らし、一次産業等をテーマ別に整理し、写真・動画・文章の素材を体系的に整備します。
シマ唄の保存・活用に向け、観光 PR 等への効果的な活用を進めます。（喜界シマ唄・活用プロジェクト）
地域文化の掘り起こし等の成果を素材化し、島内外への発信を強化します。（ジオパーク推進事業）
素材の利用ルール（著作権・クレジット・二次利用等）と更新手順を整備し、持続的に運用します。

施策④ 住民・事業者が「語れる」仕組みづくり

ジオパーク構想を観光の中核概念として定着させるためには、外向け発信だけでなく、内側（住民・事業者）の理解と共通言語化が重要です。説明会や学びの機会を通じて、町民の誇りの醸成と、来訪者に対して「語れる」体制を整えます。

主な取組
住民・事業者向けの説明会、講座、現地学習等を継続的に実施します。
観光物産協会・ガイド・教育機関等と連携し、伝え方（解説・接遇）の標準化を進めます。
来訪者・住民の反応を踏まえ、メッセージや素材を改善するフィードバックを回します。

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

戦略的な誘客を行うため、観光データを継続的に収集・分析し、施策改善に反映するPDCAを確立します。関係者が共通の指標で状況を把握できるよう、データの取り方と活用方法を標準化します。

主な取組
来訪者属性、満足度、回遊動向等のデータ収集手法を整備し、継続的に把握します。
デジタルマップ等の利用状況・フィードバックを分析し、周遊促進策の改善に活用します。（スマートフォンを活用した観光客満足度向上事業）
公式サイト・SNS等の閲覧データを分析し、訴求内容・導線・情報量の最適化を図ります。

コラム データで磨く「観光マーケティング」

情報発信と誘客は「集客」だけを目的とするのではなく、地域の価値を高める仕組みとして設計することが重要です。観光統計・行動データの収集と分析に基づき、ターゲット別に訴求軸（学び、余白、サステナブル等）を整理し、コンテンツ作成・発信・受入改善へPDCAを回すことで、ファンづくりと稼働標準化を両立させます。



施策② 誘客の重点化

本町の強みであるジオパーク構想を核とした学び、余白の滞在、一次産業や食、文化等に関心を持つ層を明確にし、訴求軸と媒体を絞った重点的なプロモーションを展開します。

季節変動や旅行動向を踏まえ、時期別の重点配分も行います。

主な取組
教育旅行、スポーツ、長期滞在等のターゲットを整理し、訴求テーマと媒体戦略を明確化します。
喜界島の魅力発信に向け、地域の観光資源と結び付けた PR を展開します。(島の魅力発信観光推進事業)
イベント・合宿等の誘致実績を蓄積し、再訪・再来島を促す情報発信を強化します。

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

誘客を実来訪につなげるため、旅行会社、オンライン予約、現地案内等の販売チャネルとの接続を強化します。

小規模事業者が多い地域特性を踏まえ、商品情報や予約手続の標準化により、販売・手配のしやすさを高めます。

主な取組
旅行会社・OTA ¹¹ 等と連携し、テーマ型商品やモデルコースの流通を図ります。
事業者向けに、販売・受入の実務支援（説明会、伴走支援等）を実施します。

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

来訪後も継続的な接点を確保し、再訪や関係人口化につなげるため、観光 DX を活用したコミュニケーションを強化します。来訪体験の満足度を高めるとともに、学び・思い出・応援の循環を生む仕組みを整備します。

¹¹ OTA：インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。Online Travel Agent の頭文字の略。

主な取組
多様な形で関われる仕組みを整備し、関係人口の裾野拡大を図ります。(関係人口・交流人口の拡大)
移住体験ツアー、お試し移住等の情報発信を強化し、観光から移住・定住への導線を整備します。 (移住体験ツアー／お試し移住)
学びへの関心層に向け、留学事業等と連動した情報発信・相談対応を行います。(離島留学／サンゴ離島留学)
ファン向けの継続接点 (SNS、メール、イベント案内等) を整備し、再訪・応援消費につなげます。

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

広域周遊を促進するため、島ごとに分断されがちな情報を相互に接続し、旅行者が行程を組みやすい環境を整備します。周遊に必要な情報（アクセス、移動、滞在、体験）を相互に連携させ、群島内での回遊を促しつつ本町への来訪機会の拡大につなげます。

主な取組
テーマ別に「周遊の組み立て方」が分かるモデル行程を共同での開発を検討します。
群島内の観光関係団体と連携し、相互リンク・相互導線を整理します。
周遊検討者向けに、島間移動・接続・所要時間等の情報を統一的に整理します。

施策② テーマ型周遊商品の検討と販売チャネルの強化

本町の強みである隆起サンゴ礁の地形・地質と文化の結び付きを、他地域資源と組み合わせ、学び／自然／文化／食等のテーマ型周遊商品として検討します。

県が示す県全体を1つのテーマパークとしたプラットフォーム構築等の考え方も踏まえ、旅行会社、オンライン、現地案内等の販売チャネルとの接続を強化します。

主な取組
テーマ別に、群島内の資源を編集した周遊コース（複数日）を検討します。
旅行者の関心分野に合わせ、学びの設計を含めたストーリー性のあるメニュー編集を行います。
旅行会社・OTA等と連携し、商品開発から販売までの流れを整備します。

施策③ 広域プロモーション・相互送客の仕組みづくり

広域連携の効果を高めるため、共同キャンペーンや相互送客の仕組みづくりを推進します。

ジオパーク構想を核とした学びの価値等を明確化し、広域の中での役割分担を整理することで、競合ではなく補完関係となる誘客モデルをめざします。

主な取組
イベントやPR施策を連動させ、群島内外の情報露出を高めます。
群島内で共同キャンペーン（季節別・テーマ別）を企画し、相互送客を図ります。
喜界島の“選ばれる理由”を明確化し、広域の中での役割（学びの島等）を共有します。

施策④ 広域連携におけるサステナブル観光の共通化

地域脱炭素との整合の観点からゼロカーボンパーク認定を目指す方向性も踏まえ、エコツーリズム・ゼロエミッションツーリズム等を推進します。

広域連携においても、自然資源・景観の保全と適正利用を前提に、持続可能な観光の考え方を共通化し、来訪者・住民双方にとって納得感のある周遊を推進します。

主な取組
広域プロモーションでも「守りながら活かす」視点を一貫して位置付けます。
環境配慮やマナー、混雑分散等に関する考え方を群島内で共有し、発信します。
体験造成・移動・滞在の各場面で、低環境負荷の選択肢を検討、周知します。

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・自然を語れるガイド育成」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。

また、ジオパーク基本構想においても、ジオガイドや研究機関によるツアー実施の実績はある一方、ガイド不足や研修の必要性が示されており、ジオの視点を含む学習・研修体系の整備を推進します。

施策① ガイド人材の発掘・育成

ジオ・自然・文化・産業等を来訪者へ的確に伝えられるガイドを確保するため、既存の取組（ジオガイドや研究機関によるツアー等）を土台に、基礎から応用まで段階的な育成体系を整備します。

主な取組
ガイドの活動領域（ジオ／集落文化／農業体験等）を踏まえた人材の把握・登録を進めます。
アカデミック観光に対応した専門講座（地質・生態・研究倫理・安全管理等）を研修体系に組み込み、専門性の底上げを図ります。
来訪者の満足度や安全面の観点を踏まえ、改善点を研修へ反映する循環をつくります。

施策② 体験提供者（ホスト）の育成と商品化・運営支援

体験の担い手を、特定の事業者には偏らせず、集落や地域の多様な主体へ広げるため、体験提供者（ホスト）の発掘・育成を進めます。「何もしない体験」を支える案内技術（過ごし方提案、マナー啓発等）も含め、来訪者の滞在満足度を高める“受入の技術”を体系化し、体験の質を底上げします。また、島唄等の伝統芸能は、喜界町らしさを伝える重要な文化資源であり、観光体験の質を高める要素として位置付けます。担い手が継続して活動できるよ

う、体験メニュー化や実施環境の整備等を通じて、対価を得られる仕組みづくりの充実を図ります。

主な取組
予約・決済・集合場所案内など、運営負担を軽減する仕組み（窓口・デジタル導線等）を整えます。
地域の暮らしへの配慮を明確化し、住民生活と調和した受入を促進します。
体験の安全配慮・保険・緊急連絡体制等の基本事項を整備し、安心して提供できる環境をつくりま す。
島唄等の伝統芸能の体験メニュー化と実施環境の整備し、継続的な収入機会の確保につなげます。

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

来訪者の安全確保と地域への負荷低減は、観光の継続性を左右する重要な要素です。マナーや環境配慮、リスクマネジメントを含むガイド講習が必要なことから、安全管理を“個人の経験”に依存させず、体制として整備します。

主な取組
ツアー・体験の種類ごとに、危険箇所、立入配慮、気象条件等を踏まえた運用ルールを整理します。
緊急時対応（連絡網、搬送手順、関係機関連携等）を共有し、訓練等により実効性を高めます。
防災・減災の観点でも、土地の成り立ちや災害リスク理解を深める取組と連動させます。
過度な集中を避けるため、受入可能量や現場状況を踏まえた運用（分散、予約制等）を検討します。

施策④ 次世代の担い手育成と地域参画の拡大

中長期の観光振興を支えるため、次世代が観光や地域の価値に触れ、将来の選択肢として捉えられる環境づくりを進めます。中高生の観光の仕事への関心が高くない傾向も踏まえ、学び・体験・交流の機会を通じて、担い手の裾野を広げます。

主な取組
学校教育・地域学習と連動し、ジオ・歴史文化・産業等を題材とした学習機会を充実します。

体験型インターン、職業理解、ガイド補助等を通じて、観光分野への関与機会を確保します。

町民の参画を促すため、参加しやすい役割（案内、美化活動、受入補助等）を整理します。

オンライン講座等も活用し、多忙な町民でも学びやすい環境整備を図ります。

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

来訪者が到着直後から迷わず行動でき、体験予約や周遊の相談、緊急時の案内等を受けられるよう、観光案内・予約受付・物販等を担うハブ機能を段階的に整備します。既存施設の活用を基本としつつ、ジオパークの学びの要素も含めた拠点機能の検討を進めます。

主な取組
観光案内、ツアー受付、交通案内、物販、学習展示等の機能を整理し、優先順位のもと整備を検討します。
既存の観光関係団体・拠点機能を踏まえ、役割分担と運用体制を明確化します。
災害・トラブル時の案内機能も含め、来訪者が安心できる窓口の整備を進めます。
デジタルと対面を組み合わせ、初来訪者にもわかりやすい案内提供を行います。

施策② 宿泊・飲食等の受入力向上と予約導線の整備

宿泊・飲食の受入力は滞在の質と地域消費に直結します。島内の宿泊規模（宿泊施設数・収容人員）を踏まえ、現状把握、質の向上、予約導線の改善等により、滞在の受入を強化します。

主な取組
宿泊・飲食の提供状況（営業形態、繁閑、受入可能量等）を把握し、情報更新の仕組みづくりに努めます。
予約・問合せの導線（Web、電話、現地窓口等）を整理し、来訪者の手間を軽減します。

受入施設のデジタル化（予約管理等）や業務効率化を支援し、持続可能な運営を図ります。

多様なニーズ（家族、長期滞在、学術・教育旅行等）に対応できる受入環境づくりを推進します。

施策③ 観光地の快適性・安全性を高める受入環境整備

観光スポットや集落において、来訪者が快適に過ごし、学びを深められるよう、トイレ、休憩、案内標識、危険箇所の注意喚起等を計画的に整備します。

主な取組
案内看板の多言語化、デジタルサイネージ等を含む案内環境の整備を進めます。
トイレ情報の提供や老朽箇所の改善等、基本的な受入インフラを充実します。
バリアフリー、Wi-Fi、キャッシュレス等、誰もが利用しやすい環境整備を検討します。
安全確保の観点から、危険箇所の注意喚起や立入配慮等を徹底します。

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

観光と住民生活の調和を図るため、行動規範の周知、マナー啓発、環境配慮、混雑の抑制・分散等を推進します。住民が抱える不安（マナー、ごみ等）も踏まえ、受入の質を高める取組を継続的に実施します。

主な取組
行動規範・マナーを来訪前から周知し、現地でもわかりやすく伝える仕組みを整えます。
地域の美化活動等への協力意向も踏まえ、住民参加を“自分ごと化”できる参画導線を設計します。
自然環境・景観・生活環境の保全と観光振興を両立させる取組を推進します。

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。

コラム 「移動」から始まる旅の満足—二次交通と周遊導線

島の旅行において「移動」は、目的地に到着するための手段であると同時に、旅の満足度や滞在中の消費機会を左右する重要な要素です。特に本町では、喜界空港の便数制約等の構造的条件に加え、町内移動手段の限定が来訪者の不安や行程設計の制約となり得ます。観光関連事業者アンケートでも、「目的地までの移動円滑化（二次交通の充実）」について、約半数が不満を示しており、受入環境上の主要課題となっています。

したがって、来島前からの接続・島内移動手段・運行情報等を分かりやすく整理して提供すること、また移動手段の選択肢の見える化や周遊モデルの形成等により島内回遊の利便性向上が求められます。

既存交通資源である「喜界町バス」のあり方を含め、観光案内路線の検討など公共交通も含めた移動の仕組みが必要です。



施策① 来島前からの移動情報提供・案内の充実

来訪者が不安なく旅行計画を立てられるよう、来島時の接続、島内移動手段、運行情報、注意事項等を、わかりやすく整理して提供します。公共交通の利用促進にもつながるよう、デジタル・紙媒体の双方で情報提供を充実します。

主な取組
時刻表、乗継、予約要否、支払方法等を整理し、来訪前に確認できる環境を整えます。

目的別（観光、教育旅行、ビジネス等）に適した移動手段の案内を行います。
緊急時の情報提供（欠航、悪天候等）を含め、関係機関と連携した周知を進めます。
観光案内・拠点機能と連動し、到着後の相談・案内を円滑化します。

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

島内の移動を円滑化するため、公共交通、タクシー、レンタカー等の選択肢の見える化と利用のしやすさを高めます。予約・決済等の利便性向上も含め、ストレスなく移動できる環境づくりを検討します。

主な取組
主要移動手段の情報を統合し、来訪者が比較・選択できる形で提供します。
予約・決済の簡便化（デジタルチケット等）について、関係事業者と連携し検討します。
高齢者、障がい者、外国人等にも配慮した移動環境の整備を検討します。

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

既存交通資源である喜界町バスを含め、島内回遊の利便性向上を図るため、観光案内路線「めぐり」等の周遊導線を検討し、観光スポット・集落・体験拠点をつなぐ移動の仕組みを構築します。

主な取組
周遊の基本ルート（周回、折返し、主要地点接続等）を整理し、実証運行等を通じて改善します。
解説（音声・多言語等）や停留所案内の工夫により、移動自体が体験価値となる仕組みを検討します。
交通の運用は地域の生活交通とも調和させ、住民利便性と両立する形を目指します。

施策④ 交通と体験・飲食・買物を結ぶ回遊モデルの整備

移動と体験、飲食、買物等を組み合わせたモデルルートを整備し、滞在中の行動が自然に“回遊”へつながる仕組みをつくります。これにより、地域内消費の拡大と、来訪者の満足度向上を同時に図ります。

主な取組
目的別（学び、自然体験、集落散策等）のモデルルートを提示し、周遊の選択肢を増やします。
交通手段との組合せ（バス利用、徒歩区間等）を明確化し、実行可能なルートとして提供します。
体験提供者・飲食店等と連携し、周遊の中で地域と接点が生まれる導線を整えます。
低炭素移動の選択肢（EV ¹² ・e-bike ¹³ 等）について、関係事業者と連携し導入可能性を検討します。

¹² EV：電気自動車（Electric Vehicle）のこと。

¹³ e-bike：電動アシスト自転車のこと。

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

行政、観光関係団体、事業者、住民等が一体となって取り組めるよう、関係主体の役割（企画、開発、販売、受入調整、情報発信等）を整理し、連携体制を確立します。既存の観光関係団体の機能も踏まえ、実務が回る運用を重視します。

主な取組
推進組織の役割分担と意思決定プロセスを明確化します。
現場課題（受入調整、クレーム対応、混雑対応等）に対応できる連携体制を整えます。
地域資源の保全・活用、案内施設や交通施設の整備等、関係分野との連携を強化します。
住民参画の受け皿（美化活動、案内、体験提供等）を整理し、参加しやすい形を整えます。

施策② 観光データの収集・分析基盤の整備と共有

来訪者の属性、来島目的、行動、満足度、消費等の把握を継続的に行い、施策の優先順位付けや改善に活用します。また、アンケート等による実態把握に努めます。

主な取組
観光統計・アンケート・予約データ等の整理と活用を進めます。
事業者・関係団体へフィードバックし、改善の協働につなげます。

施策③ 住民・事業者との共創と便益の見える化

観光の便益（地域経済、交流機会、情報発信、誇り・愛着等）が地域へ還元されていることを可視化し、住民や事業者が参画し続けられる環境を整えます。住民の美化活動等への協力意向も踏まえ、参加の受け皿を拡充します。

主な取組
清掃・案内・体験提供等の活動機会を整理し、参加しやすい制度設計を行います。
行動規範の周知やマナー啓発を、住民と協働で進めます。
来訪者の声や評価を共有し、誇り・愛着の醸成につなげます。
観光に関する学習機会の充実を図り、町民総ぐるみの受入意識を高めます。

第5章 計画の推進に向けて

1 推進体制及び役割

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人々が広く連携し、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。

なお、観光振興計画の施策を推進するためには、施策に基づくアクションプランに基づき、必要に応じワーキンググループ（庁内委員会）を設置して推進するほか、観光関連事業者、観光関連団体、町民、行政がそれぞれの役割を担い、連携・協働していくことが求められます。

観光関連事業者は、経営基盤の安定、人材育成の充実に努めるとともに、地域特性を活かした事業展開を図り、他産業と連携した観光地域づくりに努めるものとします。

観光関連団体は、観光関連事業者の事業活動を支援するとともに、行政等と協働して観光振興のための施策を実施するよう努め、活動を通じて観光振興への貢献に努めるものとします。

町民は、観光振興が経済的及び社会福祉的に地域にもたらす効果への理解を深め、観光振興のための事業協力を努めるとともに、活動プレイヤーの役割を担う一員として地域への愛着とおもてなしの心を持ちつつ魅力発信していくよう努めるものとします。

行政が行う施策について、観光関連事業者および観光関連団体との協働ならびに、県、近隣市町村との連携強化に努めるものとします。

2 進行管理

本計画の進捗管理方法にあたっては、PDCA（計画・実施・評価・改善）サイクルを実施して管理を行い、事業の進捗度に応じて、見直し案や新たな事業を検討します。

また、PDCAサイクルの運用においては、「喜界町観光推進協議会」の中で計画や取組の進捗状況、達成状況等の共有を図りながら、取組方策や施策、KGIやKPIなどについて計画の検証や見直しの方向性を協議・決定します。

また、来訪者データの継続的な把握については、協議会の事務局（町企画観光課）を中心に、観光物産協会、宿泊・体験・交通等の関係事業者と連携し、アンケート、予約・利用実績、デジタルツール等により収集・分析を行い、施策の改善に活用します。

資料編

1 喜界町観光振興計画策定委員会設置要綱

(設置)

第1条 交流人口の拡大による地域活性化に向けて、中長期的な視点での観光振興施策の指針となる喜界町観光振興計画を策定し、観光振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、喜界町観光振興計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会の所掌事務は、次のとおりとする。

- (1) 喜界町観光振興計画の策定に関する事項
- (2) その他喜界町観光振興計画の策定に関し必要な事項

(組織等)

第3条 委員会は、委員15人以内をもって組織する。

2 委員は、町民及び有識者のうちから町長が委嘱する。

(委員長) 第4条 委員会に委員長を置き、委員長は、委員のうちから互選する。

2 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

3 委員長に事故があるときは、委員長があらかじめ指名する委員が、その職務を代理する。

(会議) 第5条 委員会の会議（以下「会議」という。）は、必要に応じて委員長が招集する。ただし、委員長が選任されていない場合は、町長が招集する。

2 委員長は、会議の議長となり、議事を整理する。

3 委員長が必要があると認めるときは、委員以外の専門家に対し出席を求め、又は事務局から意見聴取を実施させることができる。

(庶務) 第6条 委員会の庶務は、企画観光課において処理する。

(その他) 第7条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則 この要綱は、平成28年12月12日から施行する。

2 喜界町観光振興計画策定委員会名簿

	氏名	所属
1	金江 茂	喜界町 副町長
2	宮本 一徹	喜界島観光物産協会 会長
3	原田 尚樹	喜界島観光物産協会 副会長
4	田邊 大智	喜界島観光物産協会 事務局長
5	外内 淳	エコツーリズム協議会 代表
6	体岡 広美	合同会社 喜界島結い 代表
7	松浦 昭浩	喜界第一ホテル 支配人
8	筑紫 綾	わんやー 代表
9	榮 常光	喜界島ファームステイ協議会 代表
10	行本 未沙希	喜界島よろこ Biz 協同組合 事務局長
11	三山 八十三	区長会 代表
12	渡邊 剛	NPO喜界島サング礁科学研究所 代表
13	喜禎 康祐	喜禎運送店 代表
14	中村 幸雄	喜界町役場 企画観光課長

3 アンケート調査結果

(1) 調査概要

調査の目的

「喜界町観光振興基本計画」の策定のために、観光に関する考えをお伺いし、今後の観光振興行政に反映させていただくための基礎資料とすることを目的として実施しました。

調査種類

①一般町民調査

- ・調査対象：喜界町に居住する満18歳～49歳の方を対象に無作為抽出
- ・対象者数：1,500人
- ・回収状況：145件（回収率10.0%）
- ・調査期間：令和7年9月
- ・調査方法：郵送による配布・回収

②中高生調査（中学生・高校生）

- ・調査対象：喜界町の中学校・高校に通う生徒
- ・対象者数：289人
- ・回収状況：221件（回収率76.4%）
- ・調査期間：令和7年10月
- ・調査方法：学校による配布・回収

③観光来訪者調査

- ・調査対象：喜界町に来島した観光者
- ・サンプル数：24人
- ・調査期間：令和7年11～12月
- ・調査方法：町内の事業所・観光地に配布・回収

④県外在住者向けWEB調査

- ・調査対象：鹿児島県外に居住する18歳以上の男女（東京都・大阪府・愛知県・福岡県）
- ・サンプル数：407人
- ・調査期間：令和7年11月
- ・調査方法：モニターアンケート調査

⑤観光関連事業者調査

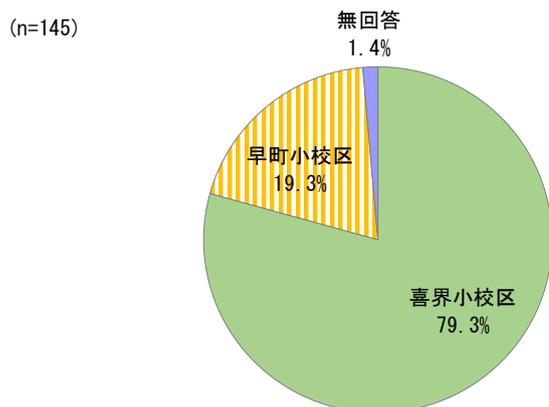
- ・調査対象：喜界町内の事業者
- ・対象者数：160事業所
- ・回収状況：30件（回収率18.8%）
- ・調査期間：令和7年11月
- ・調査方法：郵送による配布・回収

(2) 調査結果

①一般町民調査

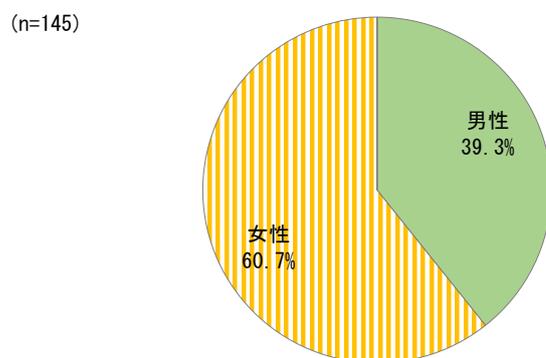
問1 あなたがお住いの地域を教えてください。

居住地については、「喜界小校区」79.3%、「早町小校区」19.3%となっている。



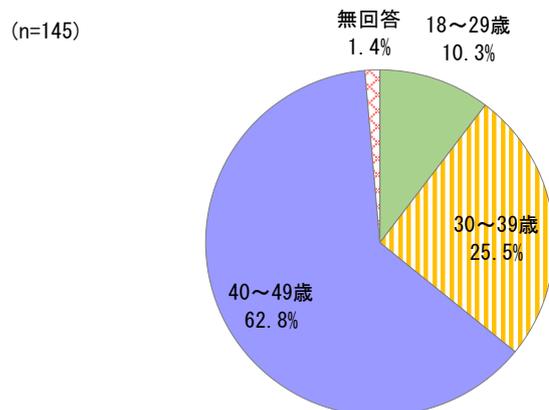
問2 あなたの性別を教えてください。

性別については、「女性」60.7%と「男性」39.3%を大きく上回っている。



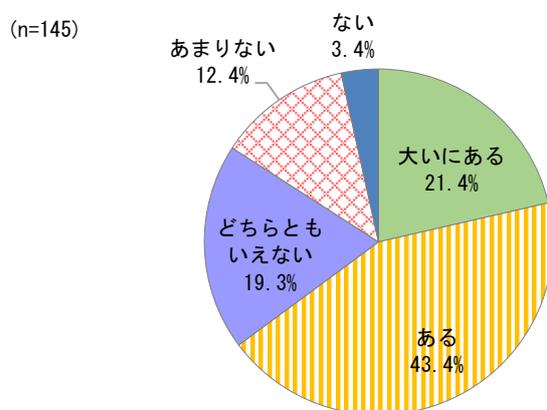
問3 あなたの年齢を教えてください。(令和7年8月1日現在)

年齢については、「40～49歳」62.6%と最も高く、次いで「30～39歳」25.5%となっている。



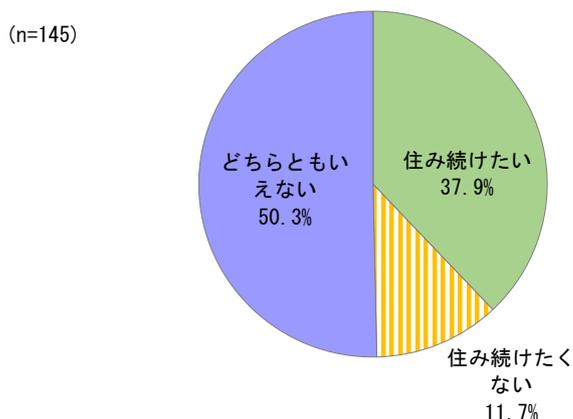
問4 あなたは、自身が住んでいる地域に愛着がありますか。

自身が住んでいる地域に愛着があるかについては、「大いにある」「ある」と回答した人の割合が64.8%と高くなっている。



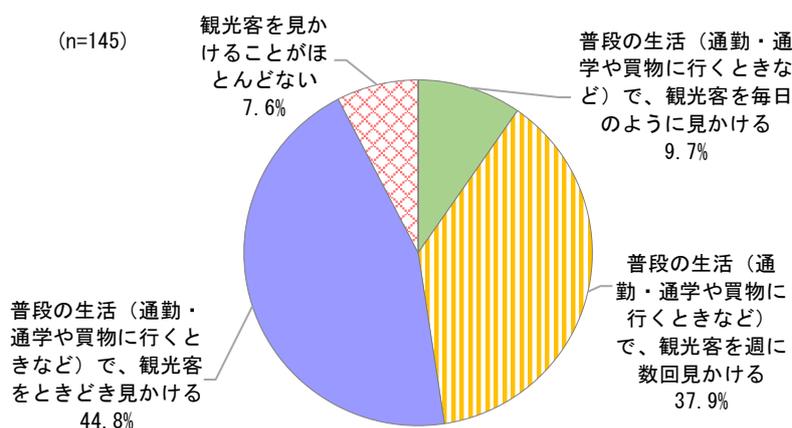
問5 あなたは、ずっと喜界町に住みたいですか。

ずっと喜界町に住み続けたいかについては、「どちらともいえない」50.3%、「住み続けたい」37.9%となっている。校区別でみると、早町小校区で「住み続けたい」が64.3%と最も高くなっている。



問6 あなたは、普段、観光客をどのくらいの頻度で見かけますか。

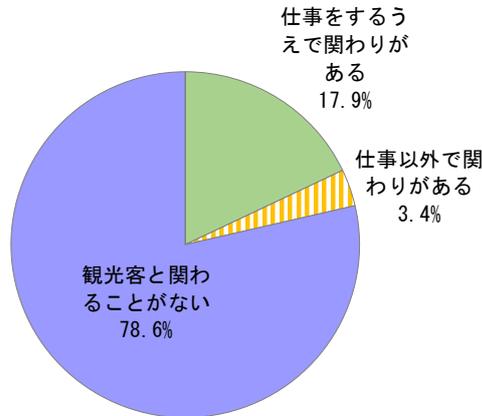
観光客をどのくらいの頻度で見かけるかについては、「毎日のように見かける」「週に数回見かける」「ときどき見かける」で約9割を占めている。



問7 あなたは、観光客と関わりがありますか。

観光客と関わりがあるかについては、「関わりがない」78.6%で最も高くなっている。

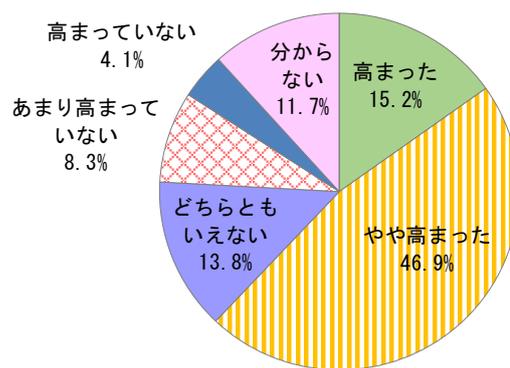
(n=145)



問8 あなたは、この5年間で喜界町の知名度やブランド力についてどう感じますか。

喜界町の知名度やブランド力についてどう感じるかについては、「高まった」「やや高まった」が62.5%で6割を占めている。

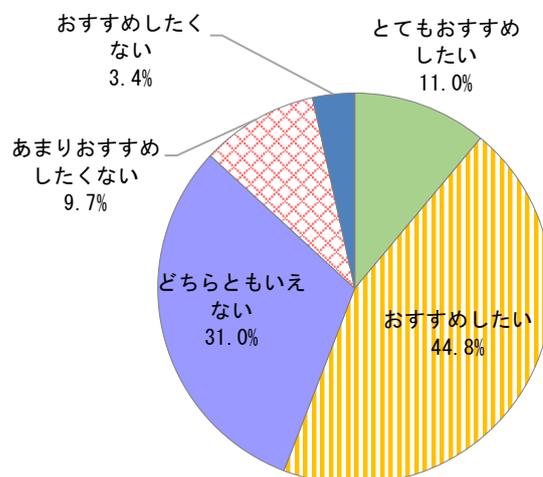
(n=145)



問9 親類、友人、知人等に喜界町観光をおすすめしたいですか。

親類、友人、知人等に喜界町観光をおすすめしたいかについては、「おすすめしたい」44.8%、次いで「どちらともいえない」31.0%となっている。

(n=145)



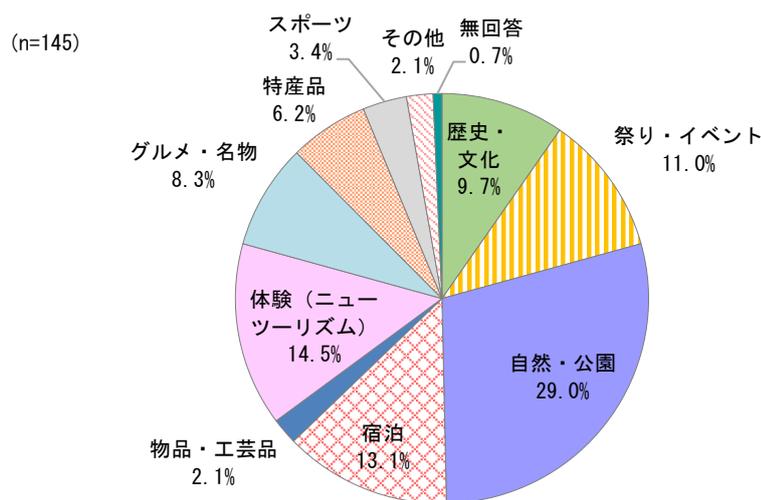
問10 あなたが、観光客に自慢できる・紹介したい喜界町の観光資源は何ですか。

観光客に自慢できる・紹介したい喜界町の観光資源については、「海」30人、「スギラビーチ」25人、「サトウキビ畑の一本道」11人の順で多くなっている。

回答	人数
海	30
スギラビーチ	25
サトウキビ畑の一本道	11
ガジュマル巨木	7
自然	6
小野津海水浴場	4
サンゴ礁	2
海水浴場・ビーチ	2
島遊び	2

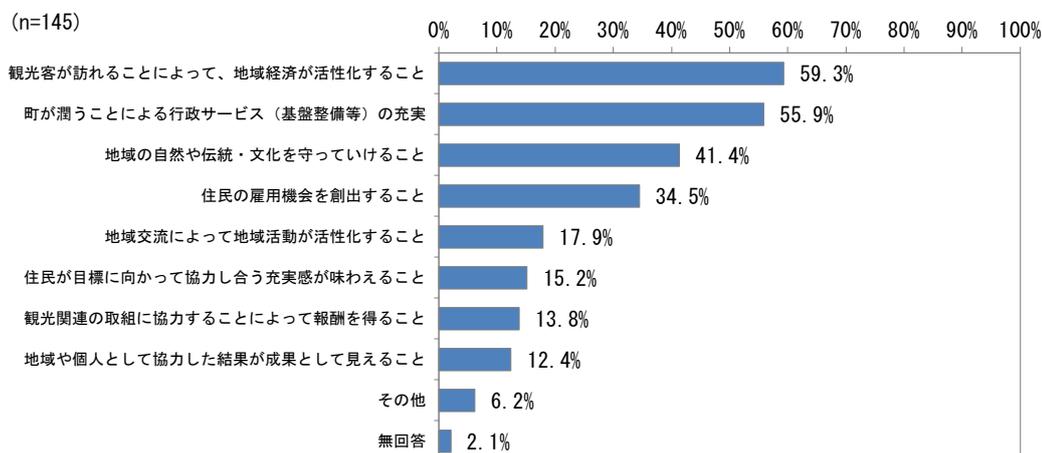
問11 今後、喜界町で力を入れるべき観光資源のジャンルは何だと思いますか。

喜界町で力を入れるべき観光資源のジャンルについては、「自然・公園」29.0%、「体験（ニューツーリズム）」14.5%、「宿泊」13.1%の順となっている。



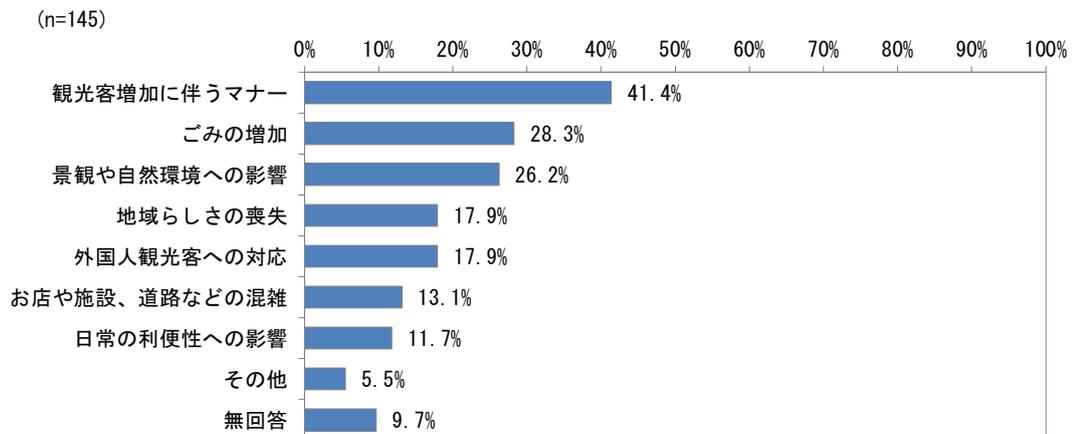
問12 あなたが、観光振興に期待することは何ですか。（複数回答）

観光振興に期待することについては、「観光客が訪れることによって、地域経済が活性化すること」59.3%と最も高くなっている。



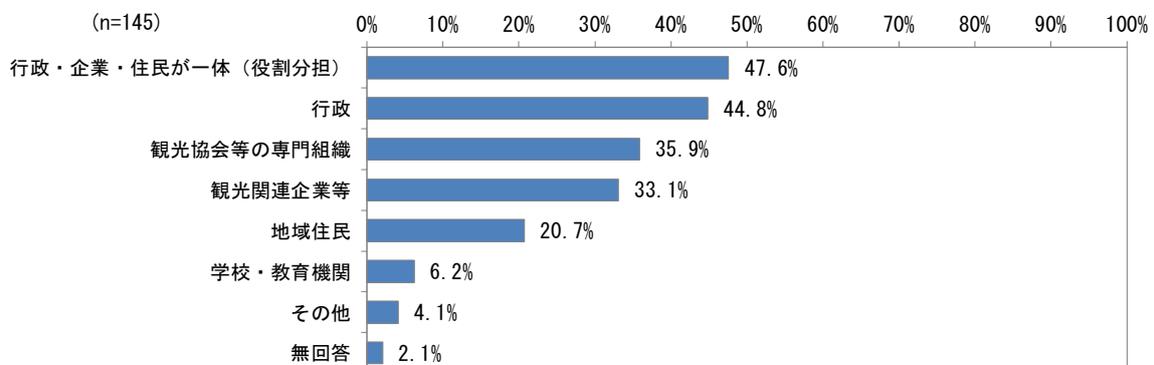
問 13 喜界町の観光による困りごとや心配ごとはありますか。(複数回答)

喜界町の観光による困りごとや心配ごとについては、「観光客増加に伴うマナー」41.4%、「ごみの増加」28.3%、「景観や自然環境への影響」26.3%の順となっている。



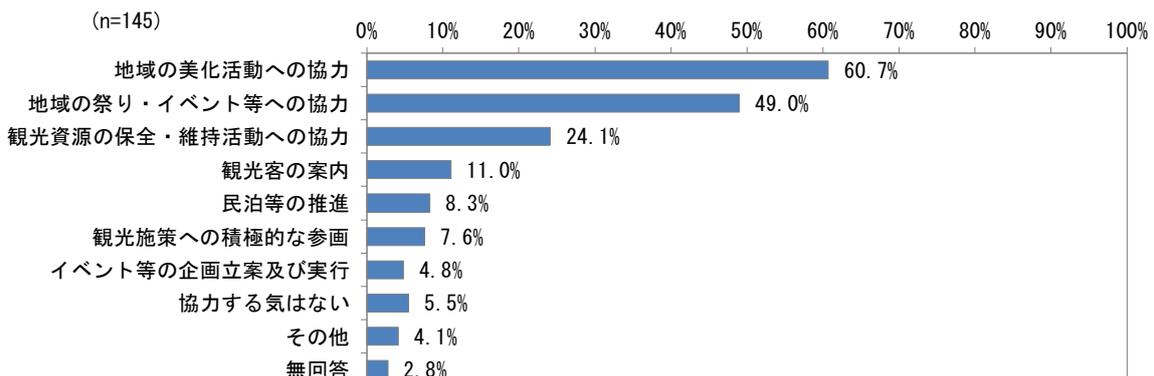
問 14 今後、喜界町の観光をより良くしていくには、どのような人・組織が中心となればもっと良くなると思いますか。(複数回答)

喜界町の観光をより良くしていくには、どのような人・組織が中心となればもっと良くなると思うかについては、「行政・企業・住民が一体（役割分担）」47.6%で最も高くなっている。



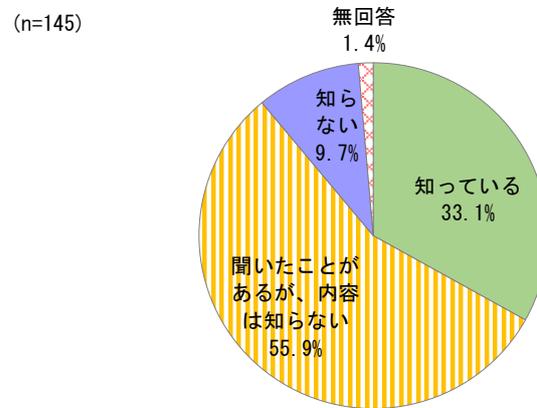
問 15 あなたが、観光振興に住民として協力できることは何ですか。(複数回答)

観光振興に住民として協力できることについては、「地域の美化活動への協力」60.7%が最も高くなっている。



問 16 喜界町ではジオパーク（構想）を目指していますが、ジオパークを知っていますか。

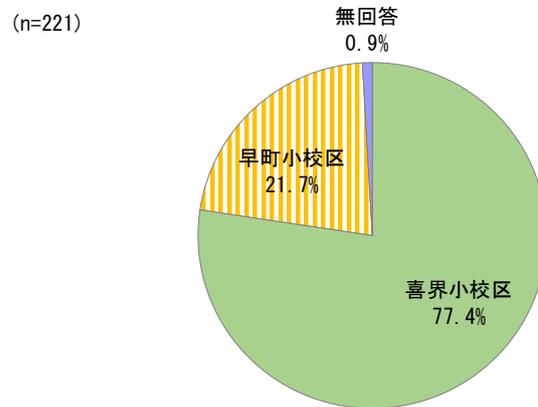
ジオパーク（構想）を知っているかについては、「聞いたことがあるが、内容は知らない」55.9%と最も高くなっている。



②中高校生調査

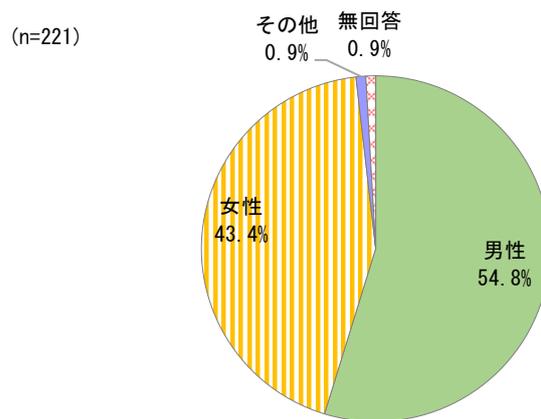
問1 あなたがお住いの地域を教えてください。

居住地については、「喜界小校区」77.4%、「早町小校区」21.7%、となっている。



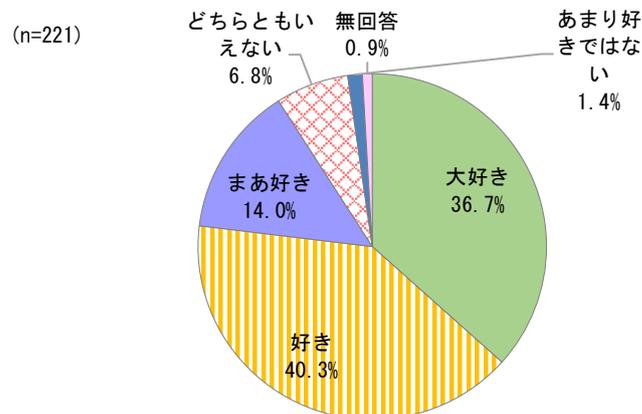
問2 あなたの性別を教えてください。

性別については、「男性」54.8%、「女性」43.4%となっている。



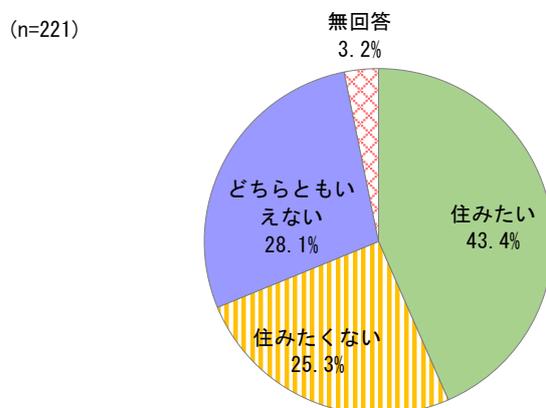
問3 あなたは、喜界町が好きですか。(令和7年8月1日現在)

喜界町が好きかについては、「大好き」36.7%、「好き」40.3%を合わせると約7割を占めている。



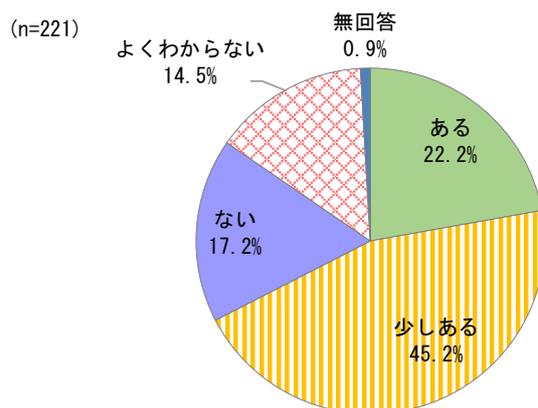
問4 あなたは、将来、喜界町に住みたいですか。

将来、喜界町に住み続けたいかについては、「住みたい」43.4%、「どちらともいえない」28.1%、「住みたくない」25.3%の順となっている。



問5 喜界島の観光に関心がありますか。

喜界島の観光に関心があるかについては、「ある」22.2%、「少しある」45.2%を合わせると約6割を占めている。



問6 あなたが、観光客に自慢できる・紹介したい喜界町の観光資源は何ですか。(3つまで)

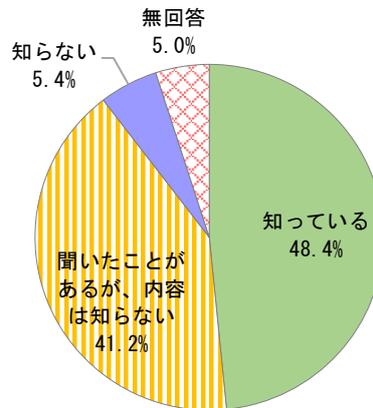
観光客に自慢できる・紹介したい喜界町の観光資源については、「海」30人、「スギラビーチ」25人、「サトウキビ畑の一本道」11人の順で回答した人が多くなっている。

回答	人数
海	30
スギラビーチ	25
サトウキビ畑の一本道	11
ガジュマル巨木	7
自然	6
小野津海水浴場	4
サンゴ礁	2
海水浴場・ビーチ	2
島遊び	2

問7 喜界町ではジオパーク（構想）を目指していますが、ジオパークを知っていますか。

ジオパーク（構想）を知っているかについては、「知っている」48.4%と最も高くなっている。

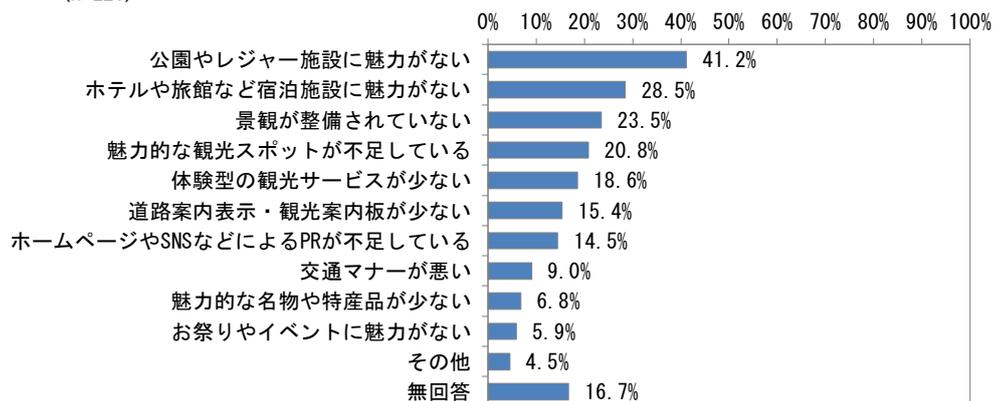
(n=221)



問8 あなたが、喜界町の観光について不満を感じることや改善した方が良いと思うことは何ですか。（〇は3つまで）

喜界町の観光について不満を感じることや改善した方が良いと思うことについては、「公園やレジャー施設に魅力がない」41.2%が最も高くなっている。

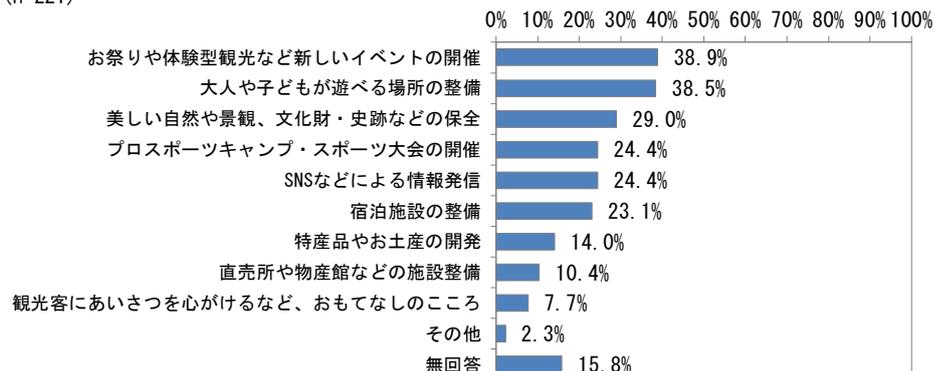
(n=221)



問9 あなたは、喜界町外の人に来てもらえたり、注目されるために何が必要だと思いますか。（〇は3つまで）

外の人に来てもらえたり、注目されるために何が必要だと思うかについては、「お祭りや体験型観光など新しいイベントの開催」38.9%、「大人や子どもが遊べる場所の整備」38.5%の順で高くなっている。

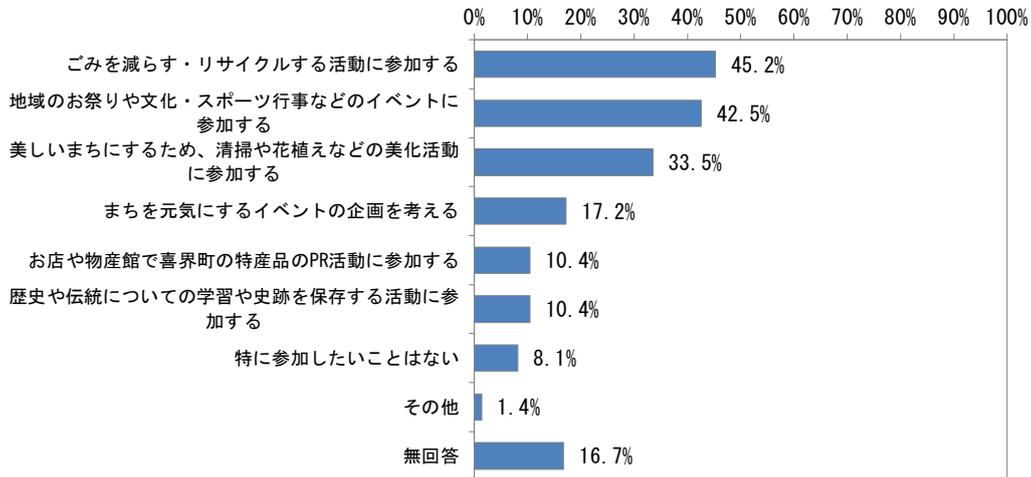
(n=221)



問10 あなたは、まちを良くしていくために、何がしたい（できる）と思いますか。

まちを良くしていくために、何がしたい（できる）と思うかについては、「ごみを減らす・リサイクルする活動に参加する」45.2%、「地域のお祭りや文化・スポーツ行事などのイベントに参加する」42.5%の順で高くなっている。

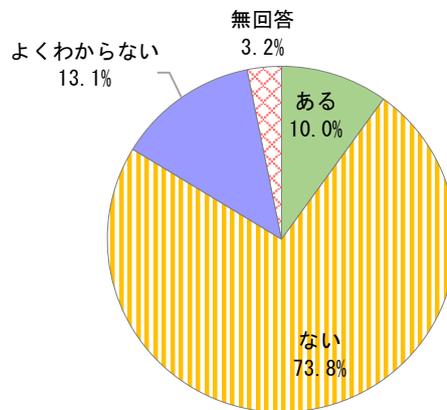
(n=221)



問11 観光に関わる仕事に将来関心がありますか。

観光に関わる仕事に将来関心があるかについては、「ない」73.8%と最も高くなっている。

(n=221)

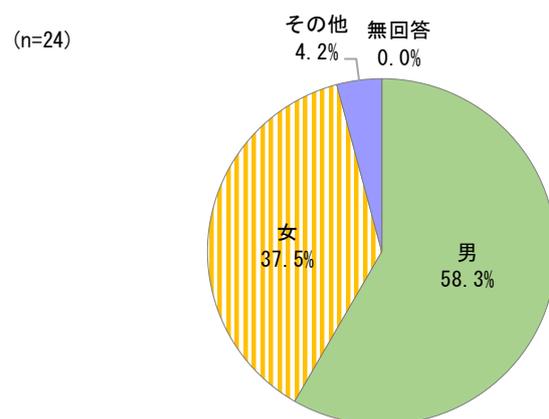


③観光来訪者調査

問1 お客様について教えてください。

(1) 性別

性別については、「男性」58.3%と「女性」37.5%を大きく上回っている。



(2) 居住地

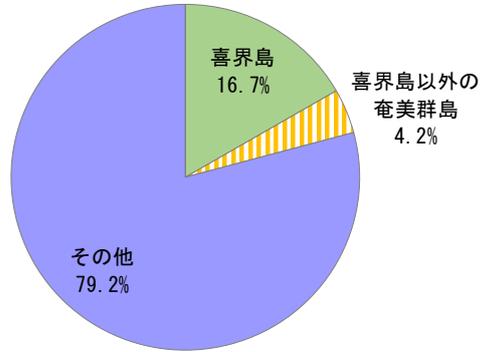
居住地については、「東京」に次いで「沖縄」「大阪」の順で多くなっている。

居住地	人数
東京	4
沖縄	3
大阪府	3
兵庫	2
大阪	2
静岡	1
熊本	1
長野	1
京都	1
福岡	1
北海道	1
埼玉	1
千葉	1
神奈川県	1
長野県	1

(3) 出身地

出身地については、県外出身者が多くを占めている。

(n=24)

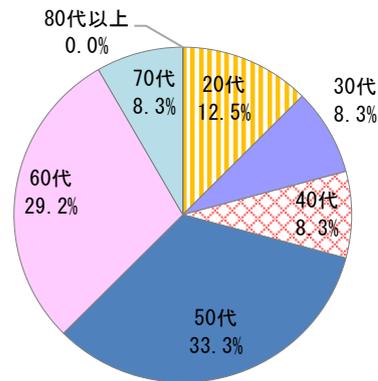


その他回答	人数
大阪	3
兵庫	2
神奈川県	2
静岡	1
福岡	1
長野	1
茨城	1
長崎	1
京都	1
山梨	1
神奈川	1
埼玉	1
千葉	1
大阪府	1
兵庫県	1

(4) 年齢

年齢については「50代」に次いで「60代」が多くなっている。

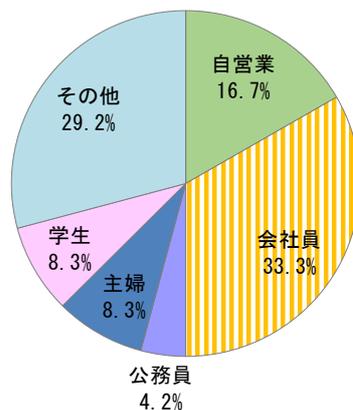
(n=24)



(5) 職業

職業については、「会社員」が最も多くなっている。

(n=24)

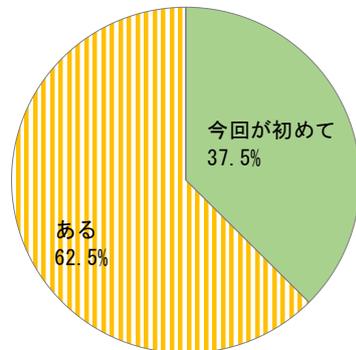


問2 今回のご旅行について教えてください。

(1) 来島経験

来島経験については、「ある」が62.5%、「今回が初めて」が37.5%となっている。

(n=24)

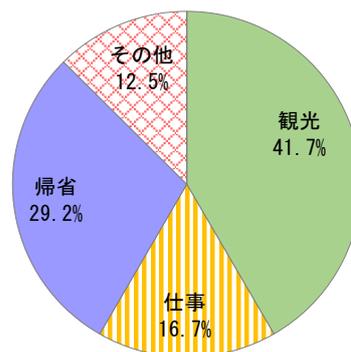


来島回数	人数
1	3
10	2
5	2
3	1
2	1

(2) 来訪の目的

来島の目的については、「観光」が41.7%、「帰省」が29.2%となっている。

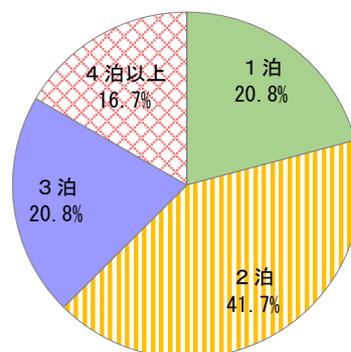
(n=24)



(3) 宿泊日数

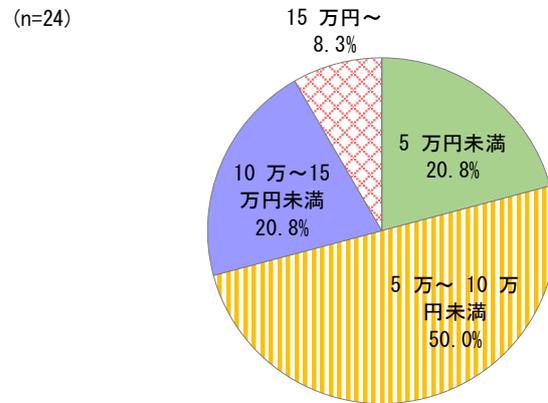
宿泊日数については、「2泊」が41.7%、「3泊」が20.8%となっている。

(n=24)



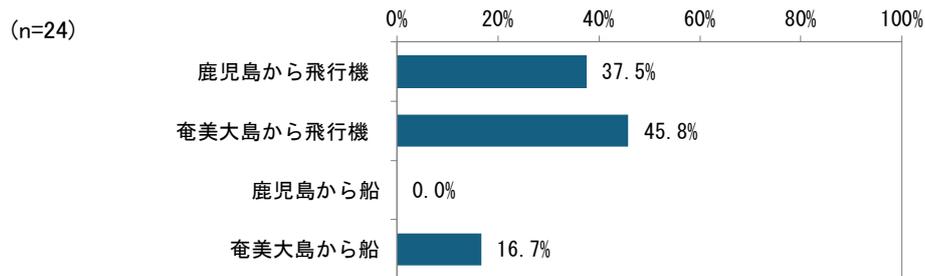
(4) 旅行代金総額

旅行代金の総額については、「5万～10万円」が50.0%と半数を占めている。



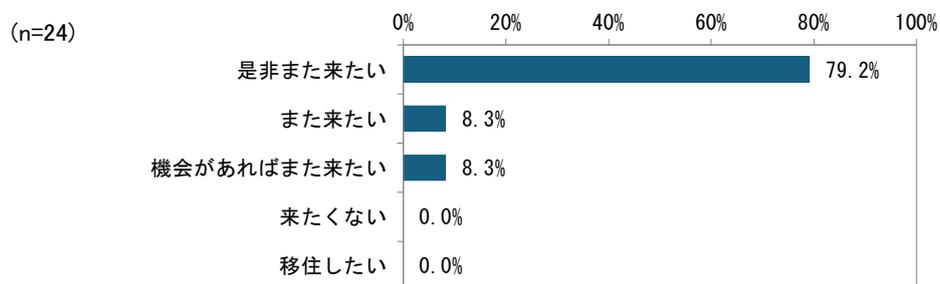
(5) 来島経路

来島経路については、「奄美大島から飛行機」が45.8%、「鹿児島島から飛行機」が37.5%となっている。



(6) また来島したいと思いますか

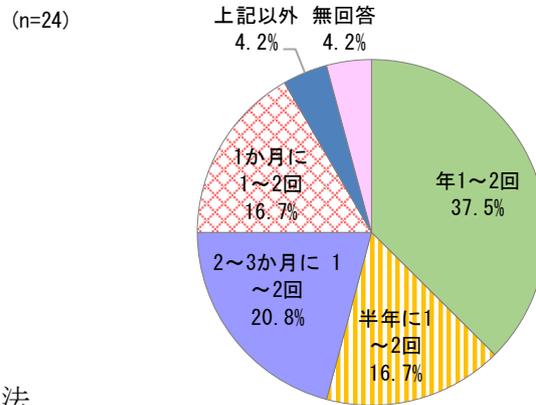
また来島したいと思うかについては、「是非また来島したい」は79.2%となっている。



問3 お客様のご旅行頻度と旅行情報の入手方法をお教えてください。

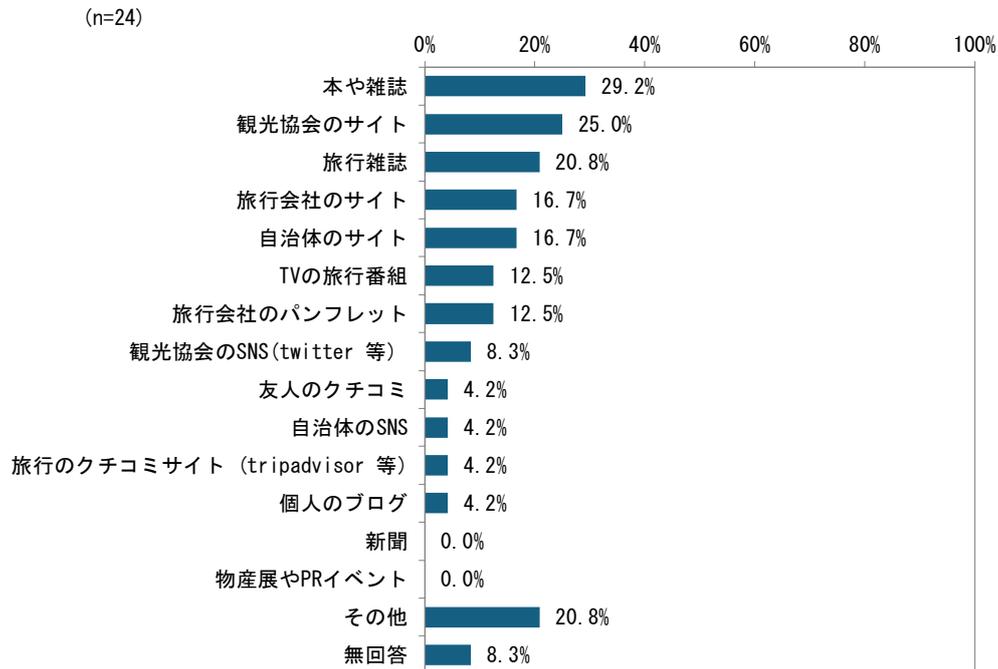
(1) 旅行頻度

旅行頻度については、「年1～2回」37.5%に次いで、「2～3か月に1～2回」20.8%となっている。



(2) 情報入手方法

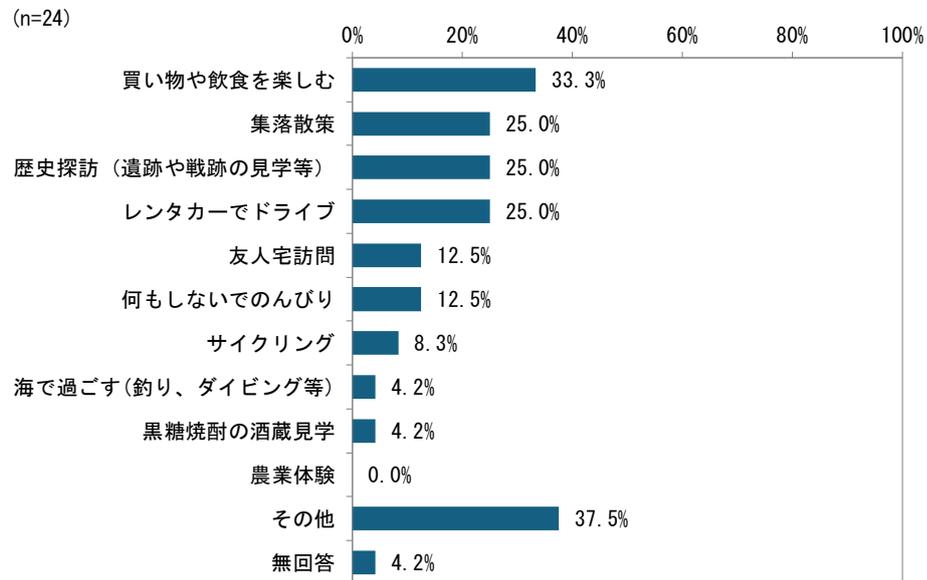
情報の入手方法については、「本や雑誌」29.2%、「観光協会のサイト」25.0%、「旅行雑誌」20.8%の順で多くなっている。



問4 今回の過ごし方とご不満な点、喜界島で楽しみたいことをお教えてください。

(1) 今回の過ごし方

過ごし方については、「買い物や飲食を楽しむ」が33.3%と最も多くなっている。

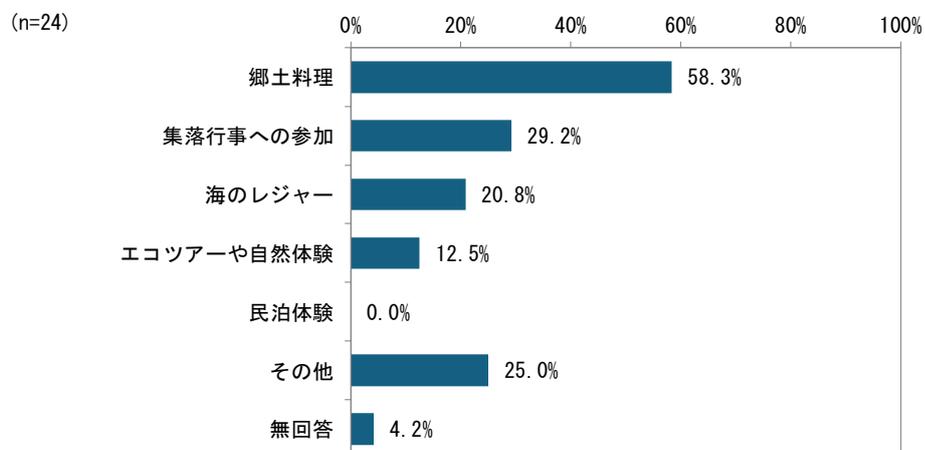


(2) 不満や改善してほしいこと (自由回答)

- バスの運行を継続してほしい
- 集落の中が暗いので街頭をつけてほしい

(3) 喜界島で楽しみたいこと

喜界島で楽しみたいことについては、「郷土料理」58.3%に次いで、「集落行事への参加」29.2%、「海へのレジャー」20.8%となっている。

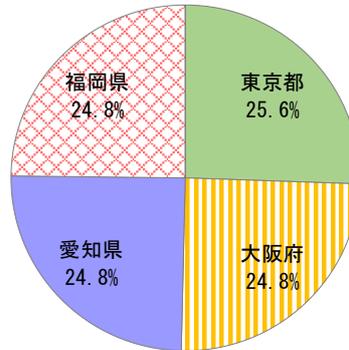


④ 県外在住者調査

問1 あなたのお住まいはどこですか。

居住する地域については、「東京都」のみ 25.6%となっている。

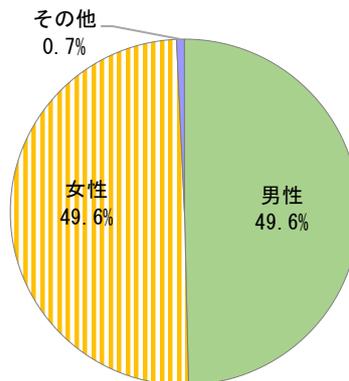
(n=407)



問2 あなたの性別を教えてください。

性別については「男性」「女性」ともおおよそ半数ずつ回答を得ている。

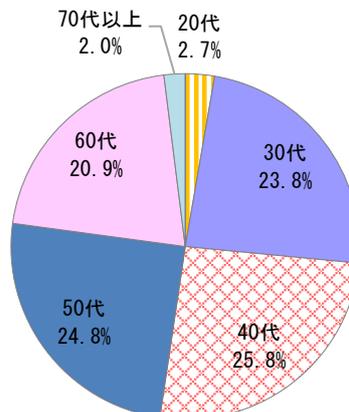
(n=407)



問3 あなたの年齢を教えてください。

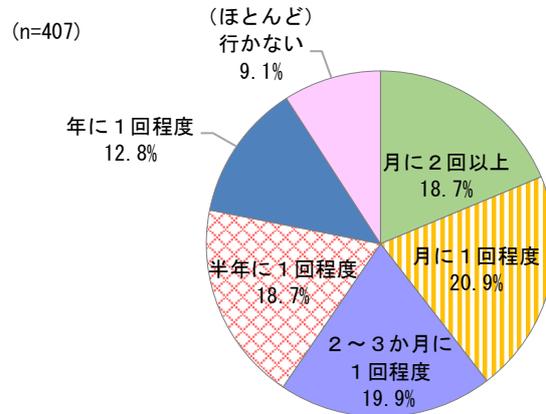
年齢については、「40代」が 25.8%、「50代」 24.8%、「30代」 23.8%の順で高くなっている。

(n=407)



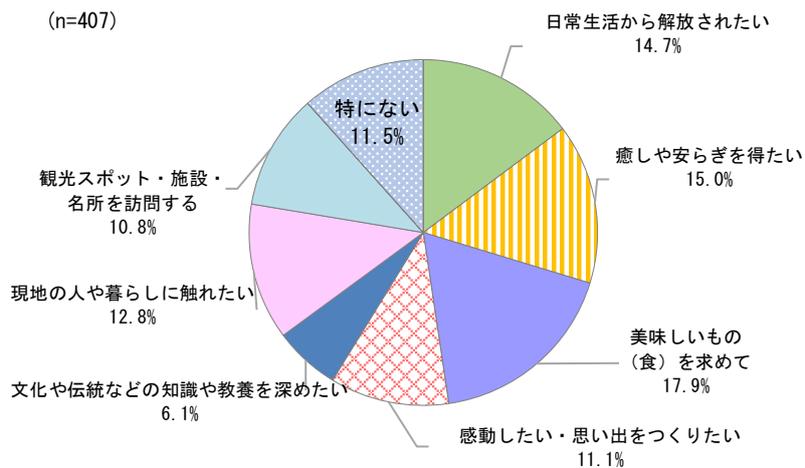
問4 観光・レジャーの頻度はどれくらいですか。

観光・レジャーの頻度については、「月に1回程度」20.9%と最も高くなっている。



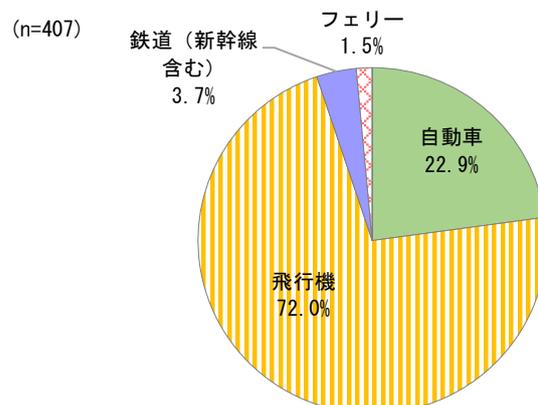
問5 観光・レジャーに行く動機は何ですか。

観光・レジャーに行く動機については、「美味しいもの（食）を求めて」17.9%と最も高くなっている。



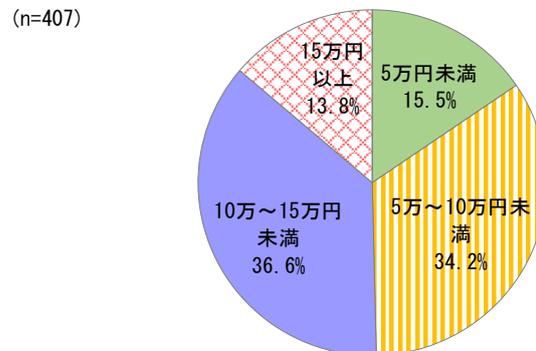
問6 観光・レジャーに行く際の移動手段は何ですか。

観光・レジャーに行く際の移動手段については、「飛行機」72.0%と最も高くなっている。



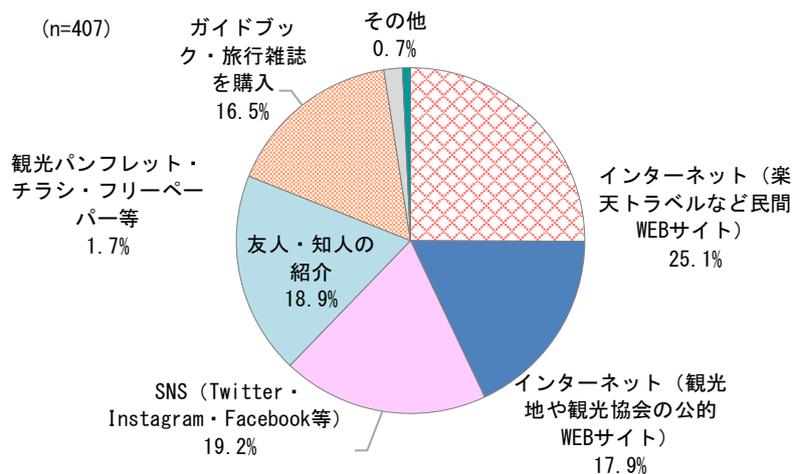
問7 1人あたりの旅行の予算（旅費交通費含む）はいくらですか。

1人あたりの旅行の予算については、「10万～15万円未満」36.6%、「5万～10万円未満」34.2%の順で高くなっている。



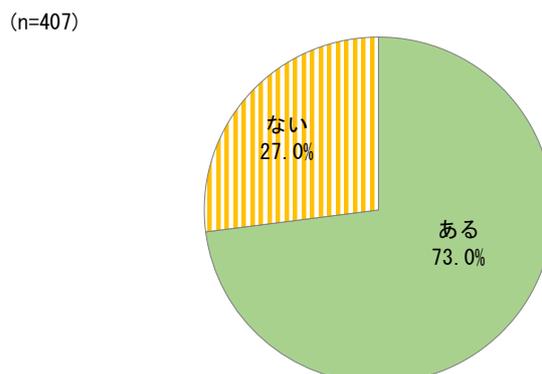
問8 観光・レジャー先を決める際の情報源は何ですか。

観光・レジャー先を決める際の情報源については、「インターネット（楽天トラベルなど民間WEBサイト）」25.1%と最も高くなっている。



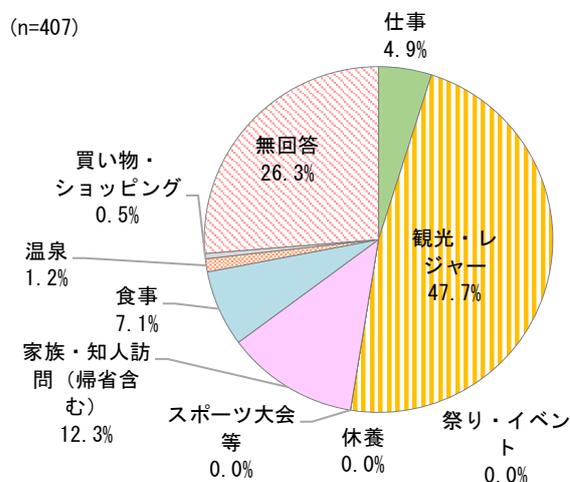
問9 鹿児島県に行ったことはありますか。

鹿児島県に行ったことがあるについては、「ある」が73.0%となっている。



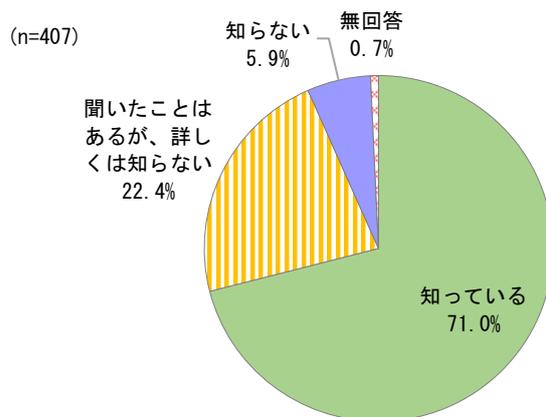
問 10 鹿児島県を訪れた目的は何ですか。

鹿児島県を訪れた目的については、「観光・レジャー」47.7%と最も高くなっている。



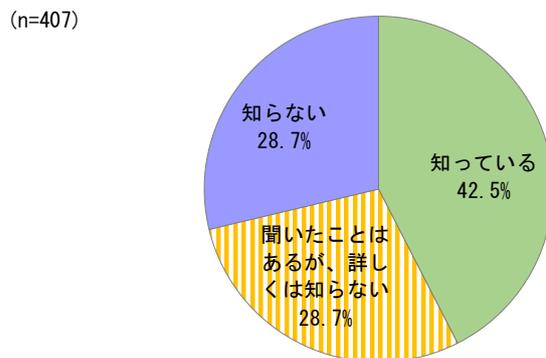
問 11 鹿児島県の奄美群島を知っていますか。

奄美群島を知っているかについては、「知っている」71.0%と最も高くなっている。



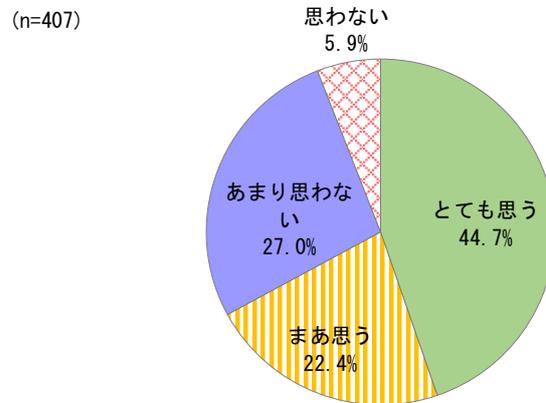
問 12 鹿児島県喜界町を知っていますか。

喜界町を知っているかについては、「知っている」42.5%となっている。



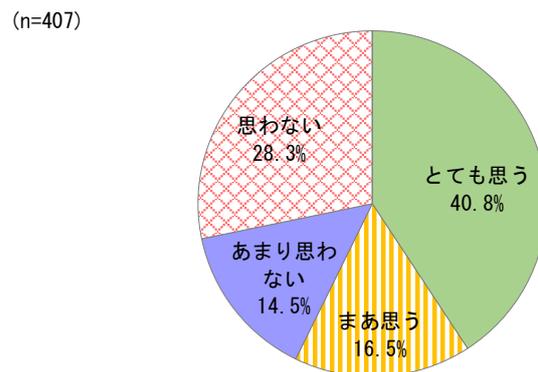
問 13 鹿児島県の奄美群島に行ってみたいと思いますか。

奄美群島に行ってみたいと思うかについては、「とても思う」44.7%、「まあ思う」22.4%を合わせると約6割を占めている。



問 14 鹿児島県喜界町に行ってみたいと思いますか。

喜界町に行ってみたいと思うかについては、「とても思う」40.8%、「まあ思う」16.5%を合わせると半数を超えている。



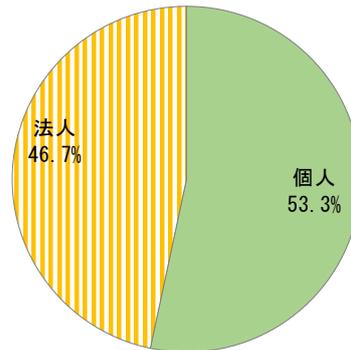
⑤観光関連事業者調査

問1 貴事業所について教えてください。

(1) 運営形態

運営形態については、「個人」53.3%、「法人」46.7%となっている。

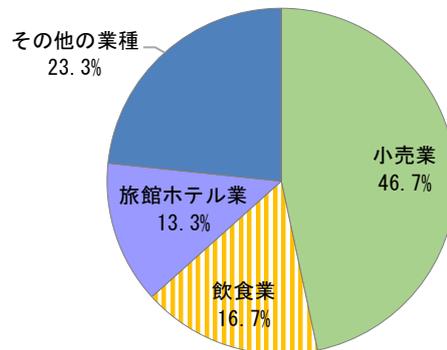
(n=30)



(2) 業種

業種については、「小売業」46.7%、「飲食業」16.7%、「旅館ホテル業」13.3%となっている。

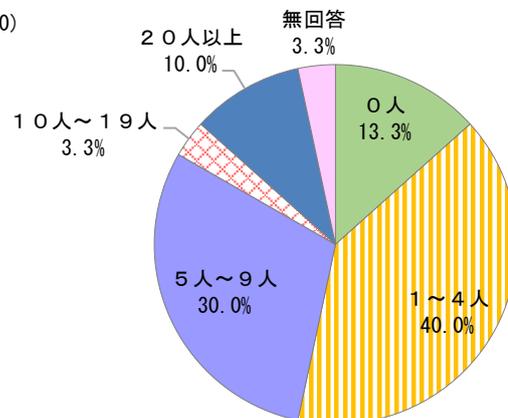
(n=30)



(3) 従業員数

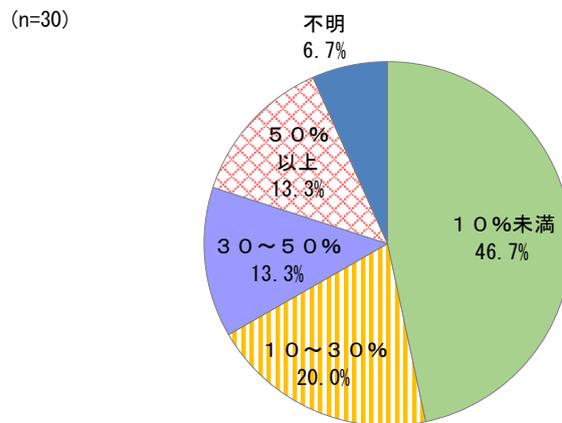
従業員数については、「1～4人」40.0%と最も高くなっている。

(n=30)



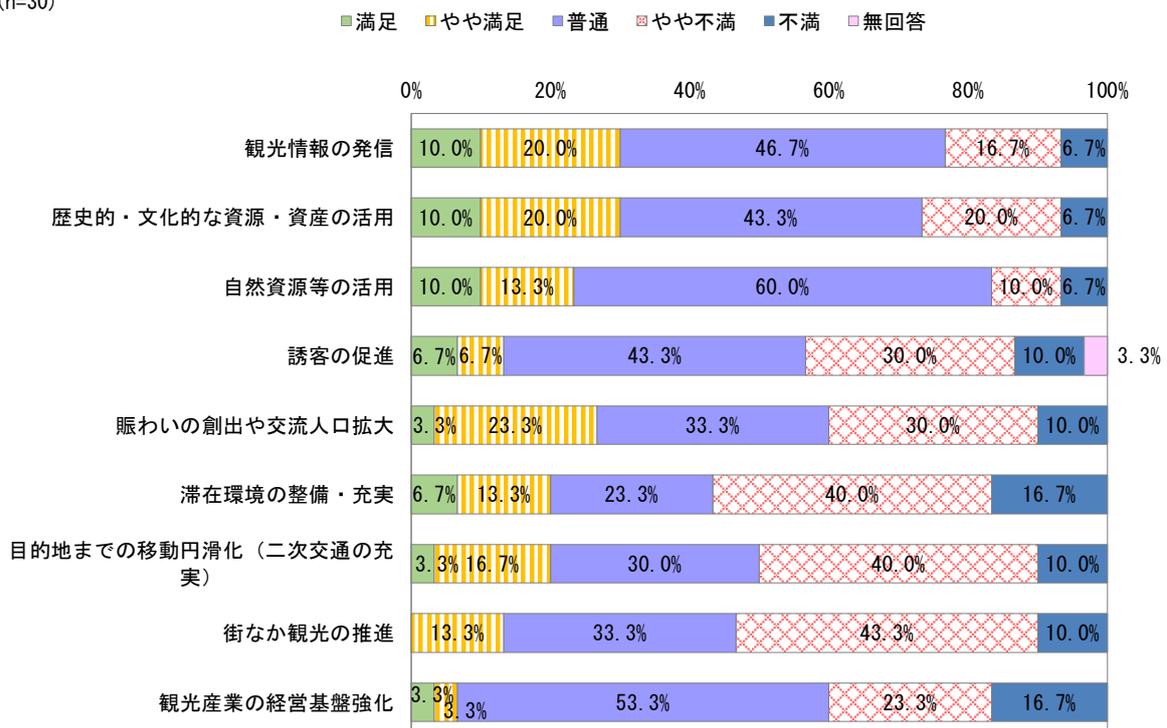
問2 貴事業所において観光客が占める割合はどれくらいですか？（体感で可）

観光客が占める割合については、「10%未満」46.7%と最も高くなっている。



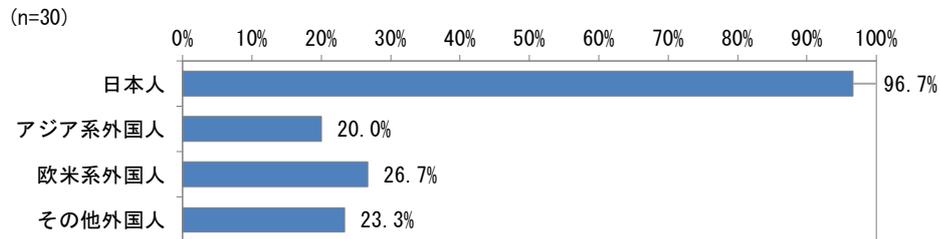
問3 本町における観光振興への取り組みについて、各項目（1～9）の現在の満足度を選んでください。

(n=30)



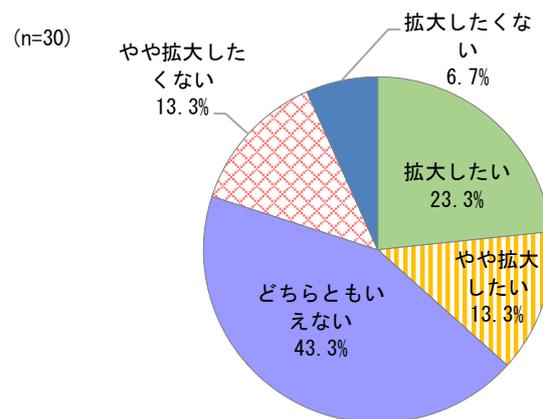
問5 今後、どんな観光客（国籍、客層それぞれ）が増えて欲しいと思いますか。（複数回答）

どんな観光客（国籍、客層それぞれ）が増えて欲しいと思うかについては、「日本人」96.7%と最も高くなっている。



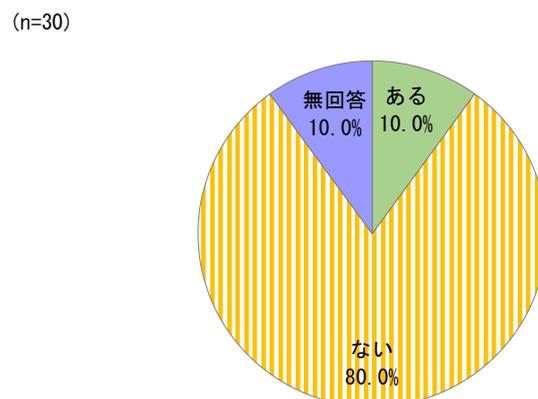
問6 外国人観光客の受入を拡大したいと思いますか。

外国人観光客の受入を拡大したいと思いますかについては、「拡大したい」23.3%、「やや拡大したい」13.3%と合わせて約3割となっている。



問7 今後新たに展開したいと考えている新サービス・新商品がありますか。あるとしたらどんなものですか。

今後新たに展開したいと考えている新サービス・新商品はあるかについては、「ない」80.0%となっている。

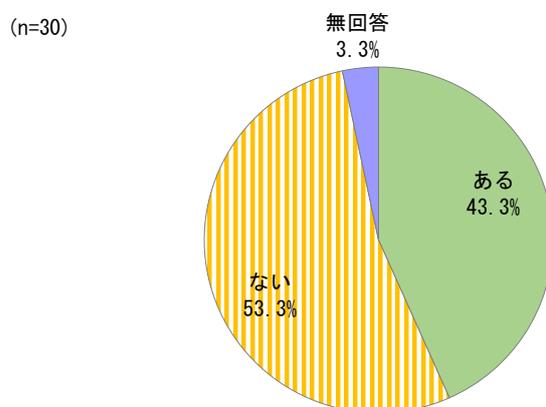


【具体的に】

- 島の食材を使ったメニューを考えたい
- 在来作物・地域産品を活用したジオ商品・サービス(ジオストーリー生成・既存商品ブラッシュアップ・商品開発など)
- 島の素材、ごま、そら豆、しお、ザラメを使ったグルテンフリーのクッキー

問8 今後、事業を継続していく上で、課題等がありますか。あれば、その内容もご記入ください。

今後、事業を継続していく上で、課題等はあるかについては、「ない」が53.3%となっている。



【具体的な理由】

- 人材不足
- 後継者
- 人口が少なくなっていく事
- 修理するにも、買うにも島外から取り寄せないと出来ないことがある
- 観光客の絶対数が足りない、物品を送る際の輸送費が高い
- 人を雇用したいが、人件費が捻出出来るまでの売上がない
- 集客
- 人員不足
- 人口減少により、事業継続と資金調達が年々難しくなっていくと感じている
- 人材確保
- 事業継承問題
- 食材の仕入れ

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