

西都市観光ビジョン

— 令和3年(2021年)6月改訂版 —



西都市

【 目 次 】

序 章 西都市観光ビジョンの策定にあたって

1. 観光ビジョン策定の目的	1
2. 観光ビジョンの期間	1
3. 観光ビジョンの基本理念	1
4. 観光ビジョンの位置づけ	2

第1章 観光を取り巻く現状

1. 国における動向	3
2. 宮崎県における動向	4
3. 西都市における動向	6
4. 新型コロナウイルス感染症の影響	9

第2章 西都市の課題と対策

1. 西都市における観光の課題	10
2. 課題に向けた戦略と主な事業	10
3. 実績評価と数値目標	12

第3章 これからの観光振興

1. 観光振興が地域に与える影響	14
2. 観光振興に向けた取組体制	14

序章 西都市観光ビジョンの策定にあたって

1. 観光ビジョン策定の目的

本市には、日本で最大級の規模を誇り日本遺産にも認定された西都原古墳群をはじめとする歴史・文化資源や、多くの観光資源が存在しています。それらの貴重な資源を有効に活用し、地域が一体となった観光地づくりや観光振興策を推進することは、地域経済活性化の重要な課題です。

本ビジョンは、「第五次西都市総合計画」の将来像である「抜群に住みやすいまち・西都～癒しの風を感じる場所～」の実現に向けて掲げられた観光振興分野の目標である「観光地としての魅力が向上し、交流人口も堅調に増加している」姿を目指して、計画的かつ効果的な観光振興施策を展開していくための基本的な方針を策定するものです。

2. 観光ビジョンの期間

国内外の観光客の多様なニーズとその変化に対応しながら魅力ある観光地づくりを進めるためには、西都市総合計画を踏まえつつ長期的な視野を基本にした上で、短期且つ具体的施策の実行が必要となります。

現在、西都市では第五次西都市総合計画前期基本計画に沿って各事業を進めていますが、その計画期間が令和6年（2024年）度までの4年間となっています。そこで、本ビジョンの期間を、西都市総合計画前期基本計画に沿うものとして考え、次のとおり定めます。

**ビジョンの期間を令和3年（2021年）度から
令和6年（2024年）度までの4年間とします**

3. 西都市観光ビジョンの基本理念

基本理念 = コンセプト

「観光地としての魅力が向上し、交流人口も堅調に増加している」姿を目指します。

4. 西都市観光ビジョンの位置づけ

第五次西都市総合計画の将来像

抜群に住みやすいまち・西都

～癒しの風を感じる場所～



第五次西都市総合計画の政策目標

- やすらぐ・西都 ～暮らしの基盤づくり
- うみだす・西都 ～明日の産業づくり
- ささえろ・西都 ～健やかで温かな地域づくり
- ひきだす・西都 ～心豊かにたくましく生きる人づくり
- つながる・西都 ～市民協働のまちづくり



うみだす・西都 ～明日の産業づくり における基本施策

観光の振興



基本施策のめざす姿

観光地としての魅力が向上し、交流人口も堅調に増加している



めざす姿実現のための基本方針

西都市観光ビジョン

第1章 観光を取り巻く現状

1. 国における動向

政府は、『観光先進国』への新たな国づくりに向けて、平成28年3月30日、『明日の日本を支える観光ビジョン構想会議』（議長：内閣総理大臣）において、新たな観光ビジョンを策定しました。その中で、『世界が訪れたい日本』を目指し、「観光は、真に我が国の成長戦略と地方創生の大きな柱である」との認識の下、3つの視点と10の改革により、質の高い観光交流を加速させるべく、以下の目標に向かって進んでいくこととしています。

「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

視点1	視点2	視点3
観光資源の魅力を極め、 地方創生の礎に	観光産業を革新し、国際競争力を 高め、我が国の基幹産業に	すべての旅行者が、ストレスなく 快適に観光を満喫できる環境に
<ul style="list-style-type: none"> ■「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放 ■「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ ■「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ ■おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ 	<ul style="list-style-type: none"> ■古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ ■新しい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現 ■疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現 ■「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現 ■「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現

目 標 値

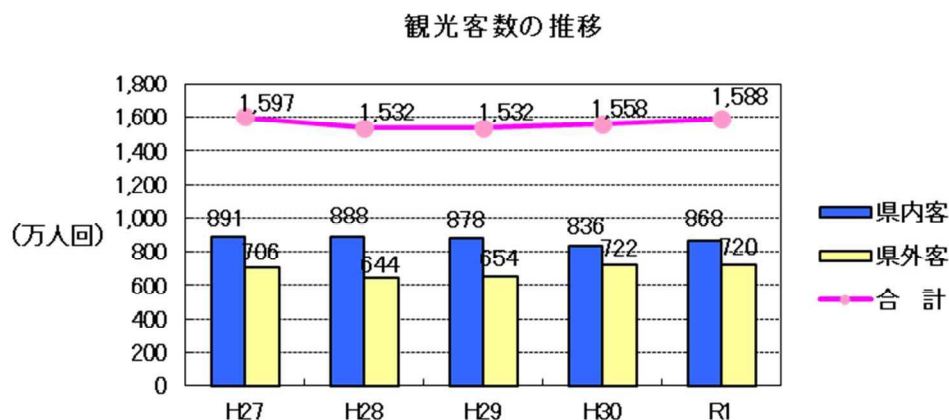
訪日外国人旅行者数	2020年： <u>4,000万人</u> (2015年の約2倍)	2030年： <u>6,000万人</u> (2015年の約3倍)
訪日外国人旅行消費額	2020年： <u>8兆円</u> (2015年の2倍超)	2030年： <u>15兆円</u> (2015年の4倍超)
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年： <u>7,000万人泊</u> (2015年の3倍弱)	2030年： <u>1億3,000万人泊</u> (2015年の5倍超)
外国人リピーター数	2020年： <u>2,400万人</u> (2015年の約2倍)	2030年： <u>3,600万人</u> (2015年の約3倍)
日本人国内旅行消費額	2020年： <u>21兆円</u> (過去5年間の平均から約5%増)	2030年： <u>22兆円</u> (過去5年間の平均から約10%増)

2. 宮崎県における動向

宮崎県では、「宮崎県観光振興計画」（現行計画期間：2019年度から2022年度）を策定し、その計画に基づき様々な施策を展開しています。その中で“地域が潤う・多くの観光客で賑わう・また来たくなる「観光みやざき」の姿を常に思い描きながら観光地域づくりに取り組むこととし、目指す最終的な姿、未来に引き継ぐレガシーとして、“世界から選ばれる「観光みやざき」の実現を目指し、様々な施策を展開しています。

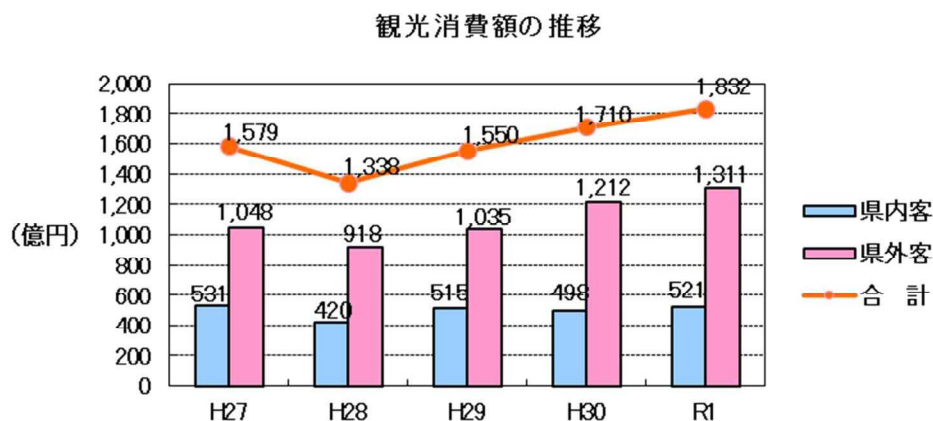
(1) 宮崎県の観光入込客数の推移

宮崎県の平成27年（2015年）から令和元年（2019年）までの5年間の観光入込客数は約1,532万人から1,597万人の間で推移しています。県外客が伸びている状況がわかります。



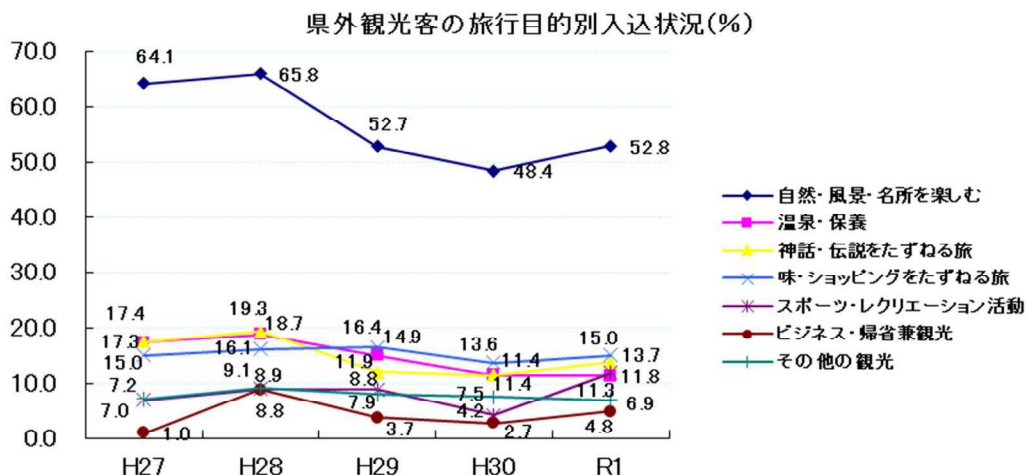
(2) 宮崎県の観光消費額の推移

宮崎県の平成27年（2015年）から令和元年（2019年）までの5年間の観光消費額は平成28年（2016年）の熊本地震の影響で大きく落ち込みましたが、そこから増加傾向にあります。県内客と比較すると県外客の方が高くなっています。これは、県外客は宿泊を伴うことが多いためと推測されます。



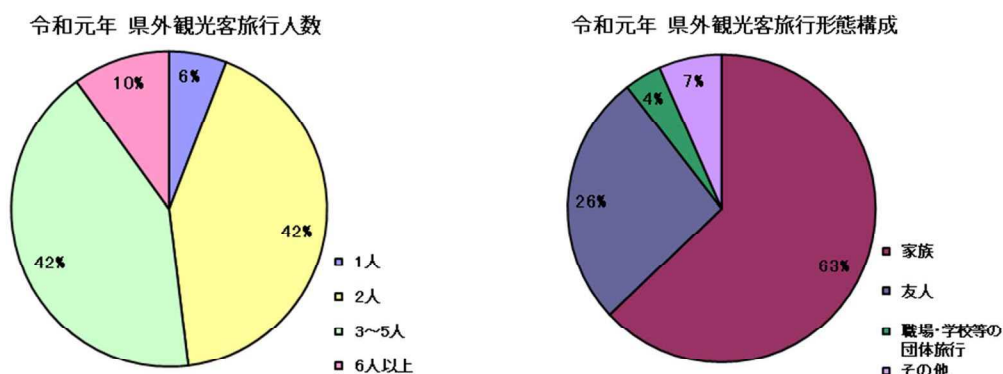
(3) 県外観光客の旅行目的別入込状況の推移

宮崎県の平成27年(2015年)から令和元年(2019年)までの5年間の県外観光客の旅行目的に注目してみると、「自然・風景・名所を楽しむ」が半数程度を占め、自然や景観が宮崎県の観光の主力となっています。また、「味・ショッピングを楽しむ」が近年増加傾向にあり、今後の観光の柱となる可能性を秘めているのではないかと考えられます。



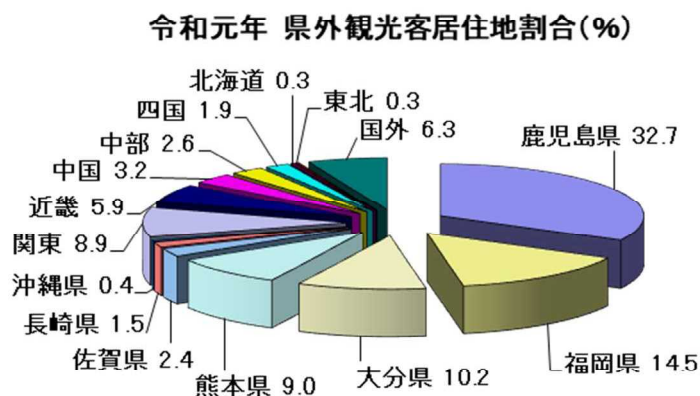
(4) 県外観光客の旅行形態の推移

宮崎県の令和元年(2019年)の県外観光客の旅行形態について、旅行人数と構成から家族や親しい友人との小人数での旅行が現在の主流であることがわかります。



(5) 県外観光客の居住地分析

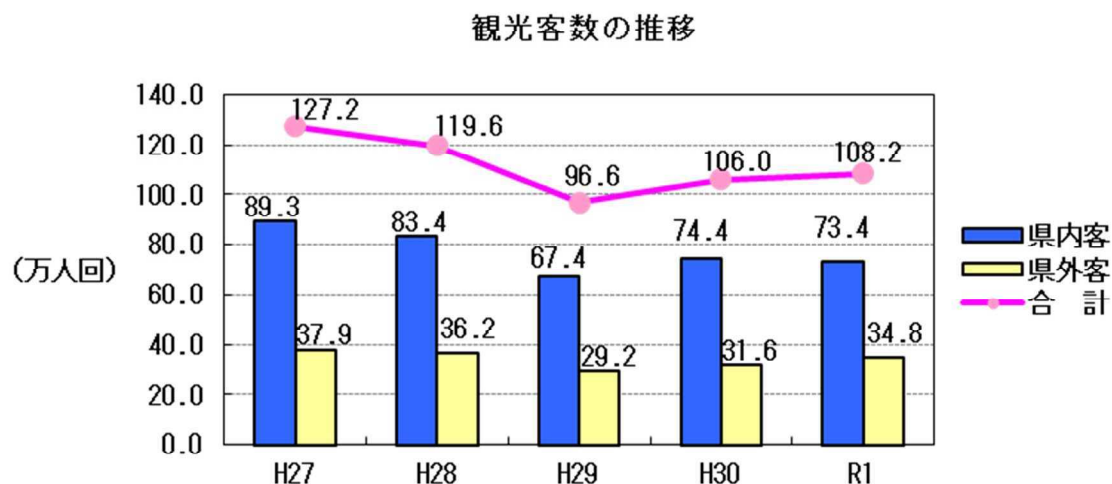
宮崎県の令和元年(2019年)の県外観光客の居住地について見てみると、鹿児島県が一番多く、福岡県、大分県と続き、九州からの観光客が全体の約71%を占めています。



3. 西都市における動向

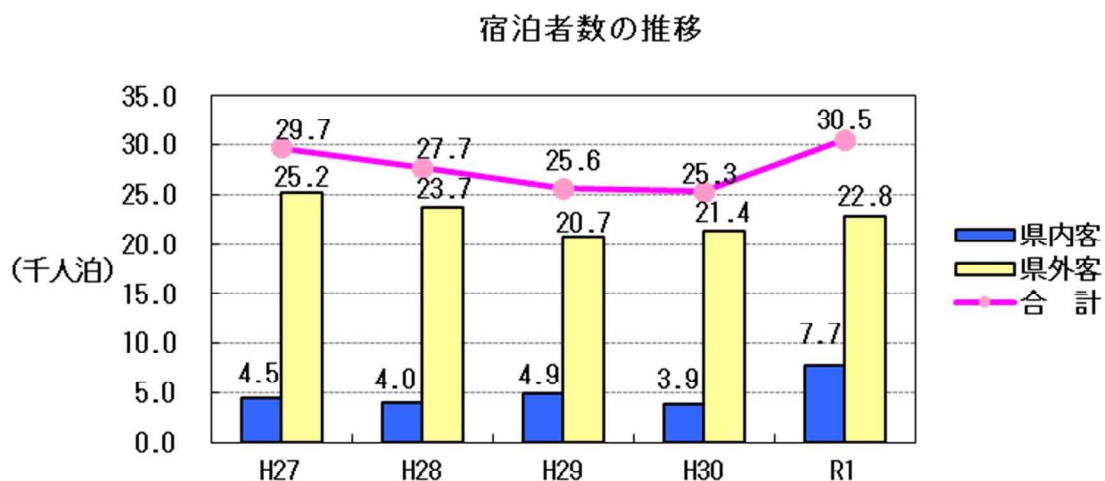
(1) 西都市の観光入込客数の推移

西都市の観光入込客数の推移について平成27年（2015年）から令和元年（2019年）までを見ると、概ね100万人前後で推移していましたが、平成29年（2017年）が大きく減っています。平成29年（2017年）は、地勢回復のため西都原の夏のヒマワリを見送ったことや、台風の影響により秋のコスモスが壊滅的な打撃を受けたことが大きく影響したものとみられます。



(2) 西都市の県内外客の宿泊者数の推移

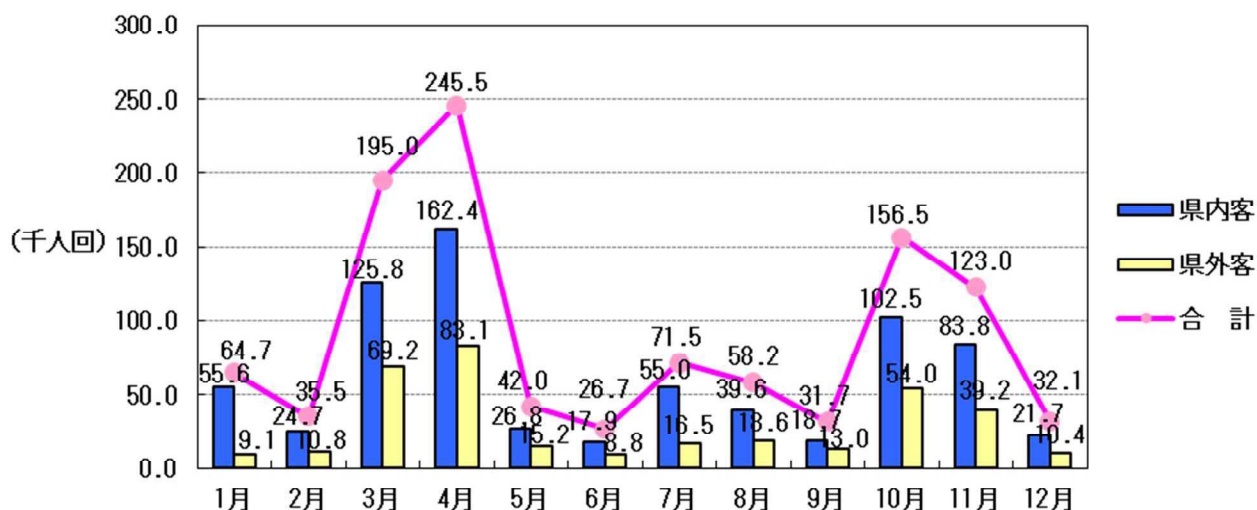
西都市の平成27年（2015年）から令和元年（2019年）までの宿泊者数の推移は、平成30年（2018年）までは減少傾向にありましたが、令和元年（2019年）は初めて3万人泊を超えました。これは、ビジネス関係の宿泊が多かったことが影響しています。また、宿泊者数は、西都市を訪れる観光客のわずか2%程度にとどまっています。



(3) 西都市の入込客数の月毎推移

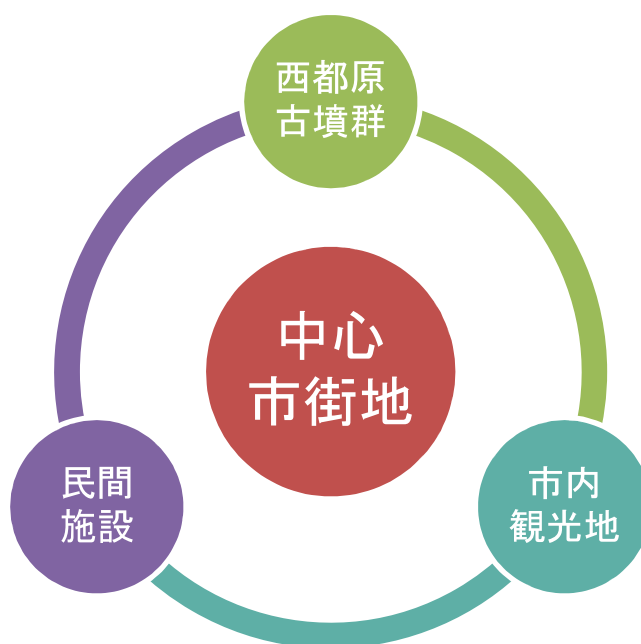
西都市の入込客数の月毎の推移（令和元年（2019年））に着目してみると、春・夏・秋にピークが見られます。春は西都原の桜と菜の花、夏はヒマワリと夏祭り、秋はコスモスと古墳まつりが大きな集客力になっているのではないかと思います。また、いずれの月も県内客が県外客を大きく上回っています。

観光入込客数の月毎推移



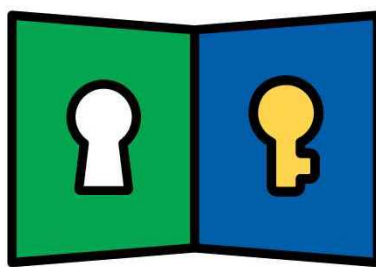
(4) 中心市街地との連携

令和2年（2020年）9月に市街地活性化の拠点として「まちづくり西都KOKOKARAココカラ」が開設し、様々な事業に取り組んでいます。その中で「西都原とまちなかでひとつの観光ルート」の整備を目指しており、新たな誘客の掘り起こしが見込まれます。



(5) 西都市シティプロモーション

令和3年(2021年)3月に「第2期さいと未来創生総合戦略」における基本理念『住んでみたい、そして住み続けたいと思えるまち“西都”』に基づき定めた基本目標に対して、移住・定住の促進を目的として実施するシティプロモーションの3カ年計画書である「西都市シティプロモーション基本方針」が示されました。この基本方針では、西都市の人口構造の若返りを図り、20~30代の若者や子育て世代を中心に、西都市の「住みよさ」を認知してもらい、「西都市に住んでみたい、そして住み続けたい」という思いを醸成することで、関係人口の創出、移住・定住促進につなげていくことを目指しています。そのきっかけとなるよう、「西都の自然をいかした、自然体なワーク&ライフスタイルが、はじめられるまち。」であることを発信していきます。



はじめるまち。
西都市

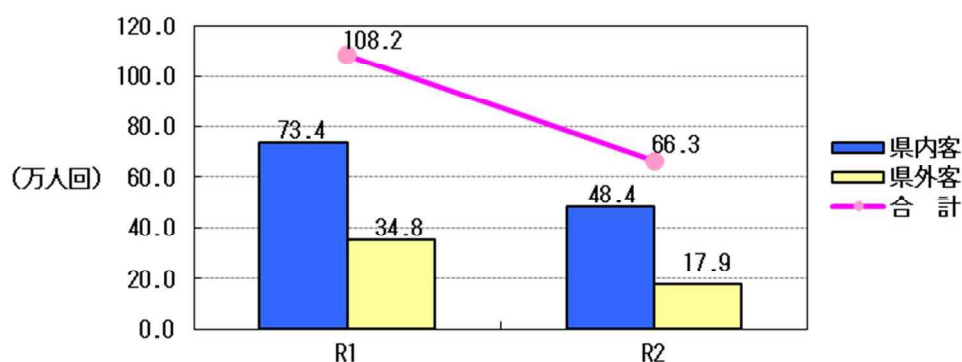
あなたのはじめるを応援するまちへ。

4. 新型コロナウイルス感染症の影響

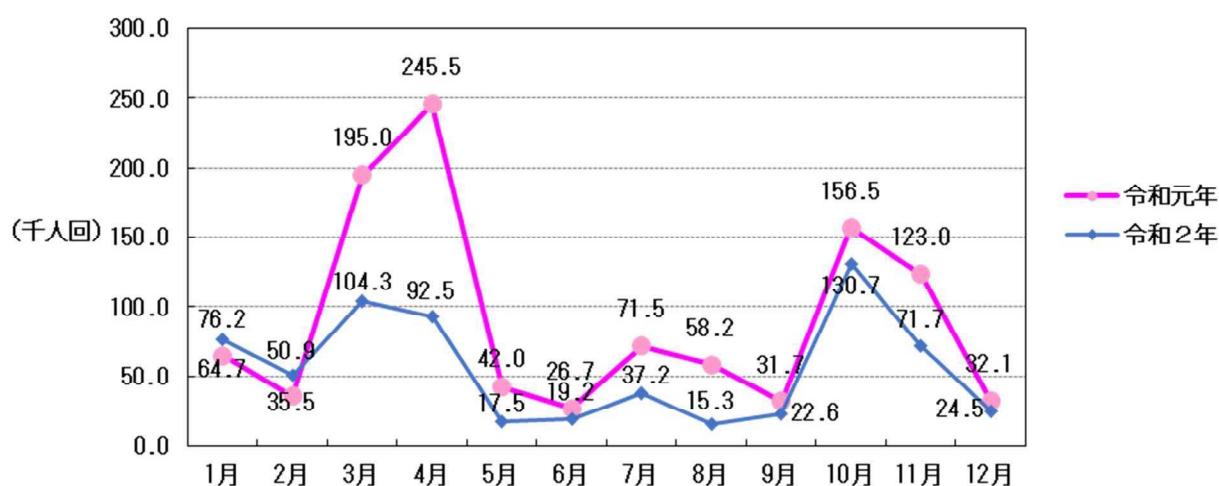
令和2年(2020年)に入ると、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、中国政府により1月27日から国内に加え海外への団体旅行等が禁止され、その後、多くの国において政府による入国制限や海外渡航禁止等の措置が講じられたこと等により、日本向けに限らず、全世界で旅行者の往来が大幅に減少しました。令和2年(2020年)4月の訪日客数は、前年同月比99.9%減の2,900人で、単月として過去最大の下げ幅となりました。訪日外国人旅行者の減少により、令和2年(2020年)1-3月期の訪日外国人旅行消費額は、前年同期比41.6%減の6,727億円で、大きく減少しました。また、日本人の国内旅行消費額も、3月は前年同月比53.1%減の7,864億円で、最大の減少率となりました。このような国内外の旅行者の急速な減少により、観光関連産業は厳しい状況に置かれています。

本市におきましても、令和2年(2020年)の観光入込客数は前年比38.8%減の約66万人、月別の推移は下記のとおりとなり、飲食業、宿泊業を中心に大きな影響を受けています。

観光客数の推移



観光入込客数の月毎推移



第2章 西都市の課題と対策

1. 西都市における観光の課題

本市における観光の課題として、次のことが考えられます。

(1) 観光入込客数について

年間に約100万人もの観光客が本市を訪れていますが、近年、平成27年（2015年）の127万人をピークに減少傾向にあります。

(2) 観光地について

本市を代表する観光地である西都原古墳群には、年間約80～90万人の観光客が訪れています。そのほとんどが、春の桜と菜の花、夏のヒマワリ、秋のコスモスの季節に集中しており、花の無い時期の集客が弱い状況にあります。

(3) 観光消費額について

西都原古墳群を有する西都市は県内有数の観光地としての地位を得ていながらも、観光客1人当たりの観光消費額は県平均よりも大きく低迷しており、観光産業が地域経済に与える影響は小さいものととどまっています。

(4) 地域との結びつきについて

観光客数が多いけれども観光消費額が少ないということは、外部からの集客がある観光地やイベントと経済活動の中心である市街地、観光産業や地域経済との結びつきが弱い事を意味しています。

(5) 新型コロナウイルス感染症の影響について

新型コロナウイルス感染症の影響により、人の動きが鈍り、観光産業や飲食業、宿泊業等が大きな打撃を受けています。

2. 課題解決に向けた戦略と主な事業

課題解決に向けて、以下の5つの基本戦略を設定します。

(1) 既存の観光資源の磨き上げ

本市には、西都原古墳群をはじめとする歴史・文化資源や各地域のまつり・イベントなど多くの観光資源が存在しています。これら既存の観光資源には、それぞれに歴史があり、今まで多くの観光客を魅了してきた力があります。その魅力を改めて認識するとともに、マーケティング調査や外部の意見を参考にブラッシュアップし、更なる観光客の誘致へと繋げます。

西都市スポーツランド推進協議会と連携し、プロチームやアマチュア団体、学校クラブチーム等のスポーツキャンプや合宿等における誘客に取り組みます。また、西都市グリーン・ツーリズム研究会との連携により自然体験型メニューの充実を図り、着地型観光の定着及び移住・定住の促進に努めます。

自転車を活用したまちづくりの事業で中心市街地の賑わいづくりとして取り組んできた「散走」を観光の視点からブラッシュアップし、市外から人を呼び込むための観光商品として確立するための取組みを行います。また、同事業に伴う基盤整備等を活用して、サイクリストを西都市に呼び込む方策を検討します。

【主な事業】

- ① 西都原古墳群等の観光地美化

- ② 西都原花づくり
- ③ 西都原ガイドセンターこのはな館の運営
- ④ 各種観光イベント、まつり等の実施・実施支援
- ⑤ マーケティング調査の実施
- ⑥ 西都市観光協会の運営支援
- ⑦ スポーツキャンプ・合宿等における誘客
- ⑧ グリーンツーリズムの推進
- ⑨ 散走の観光商品化

(2) 新たな観光資源の発掘

西都原を訪れる観光客のほとんどが通過型観光であることから、その方々の滞在時間を延ばし、更なる本市の魅力が伝えられるよう、観光客に対して訴求力の高い商品の開発や西都市内の他の観光地や市街地に周遊させる仕組みづくり、朝型・夜型の観光メニューの開発など新たな観光資源の発掘を関係団体と協力しながら推進します。

年間を通して本市を訪れていただけるよう、西都原に花の無い時期のイベント実施やまち散走、史跡巡りなど、様々な切り口でのテーマ別観光を振興し、多様なニーズに対応できる観光地づくりを推進します。

新型コロナウイルス感染症に対応した「新しい生活様式」を取り入れた観光の在り方やメニューの開発を推進します。

【主な事業】

- ① 西都原を中心とした新たな観光メニューの開発
- ② 市街地周遊のための仕組みづくり
- ③ 朝型・夜型の観光メニューの開発
- ④ 民間施設を活用した観光メニューの開発
- ⑤ 「新しい生活様式」を踏まえた観光メニューの開発

(3) 観光宣伝活動の推進

観光振興を推進していく上で、情報発信は重要な手段の一つです。一般に広く情報を発信することは重要ですが、ターゲットを意識し、その方々に届く媒体と内容で提供することも必要です。その状況を見極めてプロモーションに取り組みます。

ホームページの内容充実や、SNSを活用したリアルタイムで積極的な情報発信などにより、観光PRの推進を図ります。

【主な事業】

- ① マスメディアを活用した広報活動
- ② ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）の活用
- ③ 農産物や特産品と連動した宣伝活動

(4) 関係機関との連携

観光産業をこれからの西都市のリーディング産業の一つとして成長させて行くためには、西都市観光協会をはじめとする各種関係機関との連携を意識した施策の推進が不可欠です。情報発信のみに限らず、その費用対効果を意識し、地元事業所と連携することで地域経済の活性に効果的に繋がる事業、企画を展開します。

各地域の魅力ある観光資源を広域的にネットワーク化し、観光地としての魅力を向上させるとともに、地域における集客力を相乗的に高めていくために、周辺自治体と連携した企画を推進します。

【主な事業】

- ① 西都市観光協会と連携したプロモーション
- ② 中心市街地と連携した事業の推進
- ③ 地場産事業者と連携したPRの実施
- ④ 周辺自治体と連携した企画の推進

(5) 各種計画との連動した事業の推進

西都市自転車活安全利用促進計画をはじめ、西都市都市計画マスタープランや西都市歴史を活かしたまちづくり計画、今後策定を予定している各種計画と連動した事業の展開に努めます。さらには「観光地として魅力が向上する」という視点を各種計画に反映できるよう、関連機関との協議・連携に努めます。

【主な事業】

- ① 西都市自転車安全利用促進計画と連動した事業の推進
- ② 西都市シティプロモーション基本方針に基づいた事業の推進
- ③ 西都市まちづくりビジョンの推進
- ④ 西都市立地適正化推進計画の策定への参画

3. 実績評価と数値目標**(1) 観光入込客数**

入込観光客数	実績					目標
	H28	H29	H30	R1	R2	R6
	2016	2017	2018	2019	2020	2024
(単位:万人)	119.6	96.6	106.0	108.2	66.3	120.0

【これまでの目標】

毎年1.5万人増加させ、2020年には109.0万人を目指します。

【評価・分析】

令和2年(2020年)までに年間109.0万人という目標は、達成することはできませんでした。令和2年は、新型コロナウイルス感染症の影響で大きく減少しましたので、まずは、これを以前の水準に戻すことが必要となります。また、現在の観光入込客数は、西都原の花の開花状況に大きく影響を受ける傾向がありますので、花の開花時期以外でも安定した観光客が確保できるような誘客を図る方法を検討する必要があります。

【これからの目標】

令和6年(2024年)までに年間120.0万人を目指します。

(2) 宿泊者数

延べ宿泊者数	実績					目標
	H28	H29	H30	R1	R2	R6
	2016	2017	2018	2019	2020	2024
(単位:千人泊)	27.7	25.6	25.3	30.5	16.7	40.0

【これまでの目標】

毎年 100 人泊分を増加させ、2020 年までに年間 25.5 千人泊を目指します。

【評価・分析】

令和 2 年（2020 年）までに年間 25.5 千人という目標は、令和元年（2019 年）に達成することができました。入込観光客数と関連しますが、年間を通して宿泊者を確保するためには、宿泊を伴うような観光メニューの開発や新たな宿泊施設の整備についての検討が必要です。

【これからの目標】

令和 6 年（2024 年）までに年間 40.0 千人泊を目指します。

(3) 観光消費額

観光消費額単価	実績					目標
	H28	H29	H30	R1	R2	R6
	2016	2017	2018	2019	2020	2024
（単位：円／人）	-	3,380	3,484	3,894	4,732	5,768

1 年間に西都市内で観光に関して消費された額を、入込客数で割ることで、西都市を訪れた観光客が 1 人当たり平均でどれだけの消費活動をしているのかを知る目安になります。観光消費額が高いほど、観光客が地域経済に与える影響が大きいことになり、西都市の観光産業が発展しているかどうかを判断する材料になります。

【これまでの実績】

2020 年までに 4,350 円を目指し、宮崎県全体（H29）8,701 円の 5 割に近づけます。

【評価・分析】

令和 2 年（2020 年）までに単価 4,350 円という目標は、達成することができました。観光消費額を増やすには、滞在時間の延長や観光客の市街地へ誘導による消費の拡大、宿泊客の増加などが必要になります。

【これからの目標】

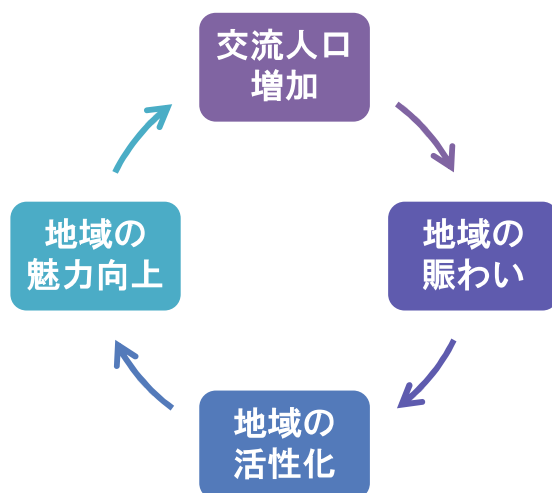
令和 6 年（2024 年）までに 5,768 円（宮崎県全体（R1）11,535 円の 5 割）を目指します。

第3章 これからの観光振興

1. 観光振興が地域に与える影響

観光振興に取り組むことは、単に観光産業の振興を図るのみにとどまらず、地域の活性化に大きな影響を与えることを念頭に置かなくてはなりません。

観光の振興により「交流人口の増加」が発生すれば、地域が賑わいます。「地域の賑わい」は人的・経済的な面での「地域の活性化」を呼び、活気のある地域は外部から見たときに魅力的に映ります。「地域の魅力向上」は新たな誘客を呼び起こし、更なる「交流人口の増加」を生み出します。こうして地域活性化のためのスパイラルが完成するのです。



2. 観光振興に向けた取組体制

これまでに掲げてきた観光推進のための様々な取り組みを効果的に実施するためには、市民、事業者関係機関、観光協会、行政が連携を取りながら、官民協働で事業を推進していく必要があります。

西都市にある観光スポットはもちろんですが、イベント、人・物・企業など、あらゆる地域資源は観光資源として活用できる可能性を秘めています。これらを活用して市外から人を呼ぶ流れを作り出すためには、各々が観光振興の担い手であるという認識の下、主体的に観光振興に携わっていくことが大切です。



西都市観光ビジョン

発行年月／令和 3 年（2021 年）6 月

発 行／西都市商工観光課

〒881-8501

宮崎県西都市聖陵町 2 丁目 1 番地

TEL : 0983-43-3421

FAX : 0983-43-2067