

山都町の暮らし・産業・自然景観に関する意見

- ♥ 農林業などの産業の営みが里山の美しい景観を生み出し、豊かな暮らしや観光の魅力につながっている。
- ♥ 観光は目的ではなく、地域の景観・暮らしを守り、次世代へ産業を継承するための手段として重要視されている。

観光客を対象にした満足度調査の結果 有効回答 252名(全体483名中)

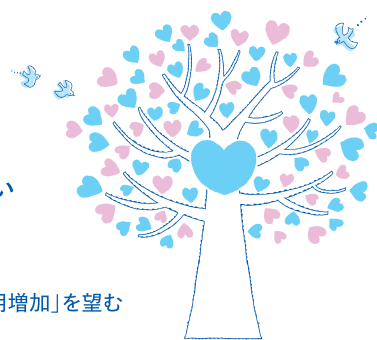
- | | |
|---|---|
| <p>回答者の半数が「日頃のストレスから離れて、のんびり過ごしたかった」と回答</p> <p>訪問目的は「自然の施設」(20.2%)・「風景地の訪問」(17.1%)など景観鑑賞型が上位、次いで「矢部町エリアでの買い物・訪問」(16.3%)・「史跡」(15.9%)</p> | <p>具体的な訪問先は「道の駅 通潤橋」(76.6%)・「通潤橋」(42.1%)が圧倒的</p> <p>同行者は「家族旅行」が半数を占める</p> <p>来訪者の多くが九州地方から訪れており、熊本県在住者は3回以上の来訪が最多で強いリピーター傾向。</p> <p>訪問のきっかけは「家族や友人の口コミ」、情報収集は「Instagram」が主流</p> |
|---|---|

観光客を対象にした魅力度調査の結果

- POINT 1** 山都町の認知率・訪問率は、調査対象10地域(阿蘇市・南小国町・美里町・人吉市・小国町・南阿蘇村・高千穂町・九重町など)の中で最低水準
- POINT 2** 関東・関西・九州で共通して認知率・訪問率が高いのは阿蘇市・別府市・人吉市・高千穂町 南小国町・九重町は九州での認知率・訪問率が高い
- POINT 3** 各コンセプトへの評価は「魅力的に思う」「訪れたいと思う」が最頻値。中でも以下2つは関東からの評価が特に高い「国内唯一の石橋の国宝〈通潤橋〉」「上質な里山時間 里山×おしゃれなスポット」
- 参考コンセプト一覧
- ◎ 国内唯一の石橋の国宝「通潤橋」
 - ◎ 九州のおへそで自然探訪「山都×散策スポット」
 - ◎ 上質な里山時間「里山×おしゃれなスポット」
 - ◎ 山の都暮らし(農)体験「里山×ガイドツアー」

住民を対象にした観光満足度調査の結果

- POINT 1** 住民の半数近くが、住民あることに誇りや幸せを感じている
回答者の約44%が「誇りに思う」、46%が「幸せに感じる」と回答
- POINT 2** 観光地としての満足度は低い
「観光地としての現状に満足」と回答したのはわずか15%
- POINT 3** 過去5年間で「飲食店・小売業の数」「宿泊施設の数」は悪化したとの回答が多い
一方、約20%は「移住者の数」「交通渋滞」「インフラ設備」が改善されたと回答
- POINT 4** 観光関連事業への期待が高く、回答者の46.4%が期待している
約70%が「若い世代が移り住みたい地域」「子どもたちが住み続けたい地域」「地域の雇用増加」を望む
- POINT 5** 40%近くの住民が観光への取り組みを「実感している」と回答
「伝統芸能など地域文化への関心」「道路・駐車場などのインフラ整備」への積極的な取り組みを評価する声も
- POINT 6** 「新しい飲食店・小売店を増やすこと」「農林業など地域産業への関心を集めること」が、町民目線の最優先課題



町内での協働組織

山都町役場

山都町観光地域づくり団体

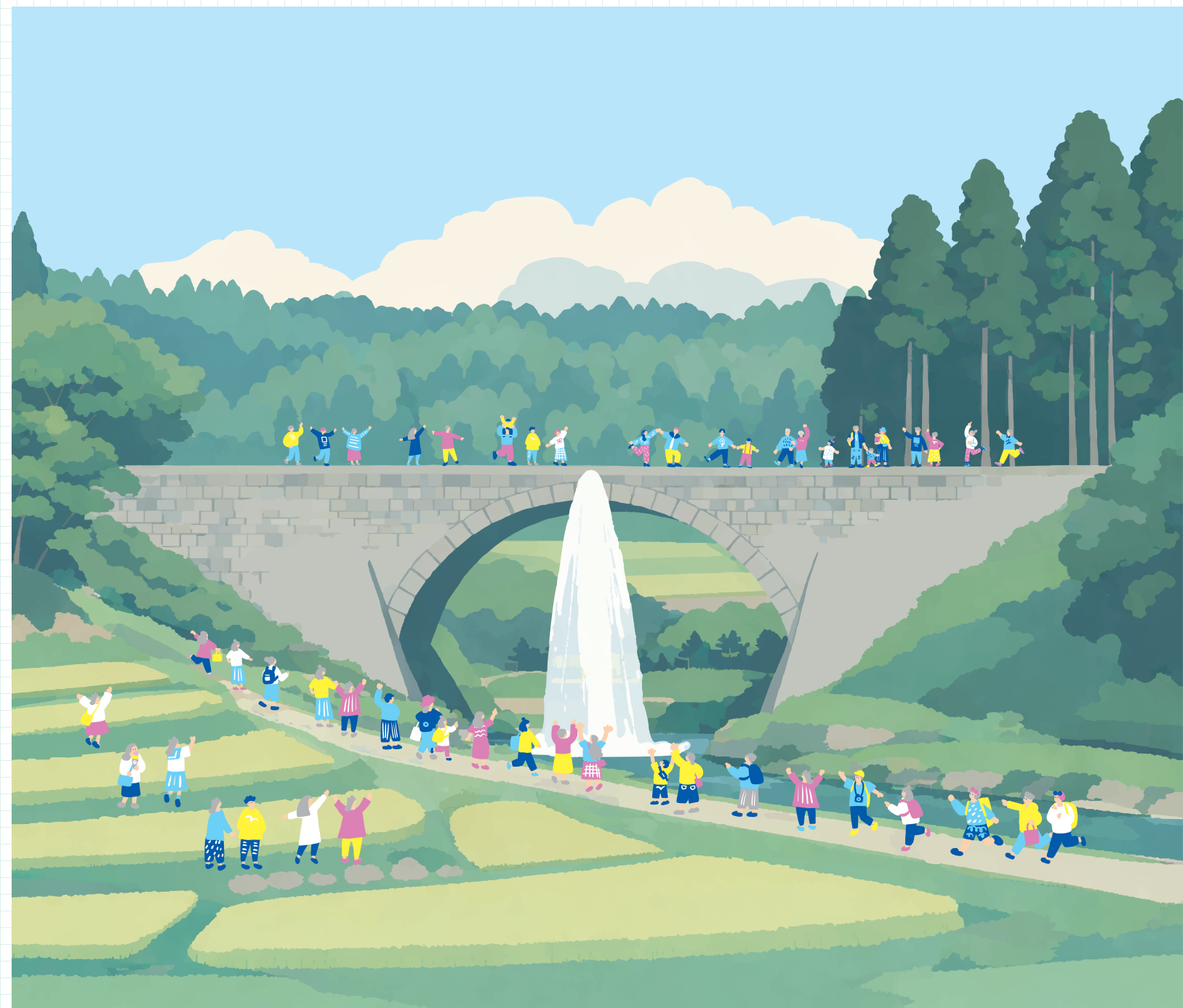
山都町観光協会

山都町内関係団体

持続可能な自然と暮らしの調和による
「住んでよし・訪れてよし」の山の都づくり

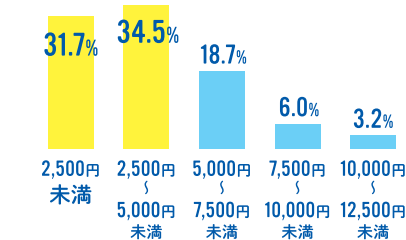
YAMATO-CHO TOURISM PROMOTION PLAN

山都町観光振興計画【概要版】



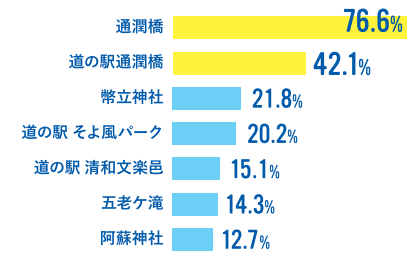
「いま」を知り、

観光消費額が低い



観光消費額の現状
(宿泊費を除く1人あたり観光支出額)

主要観光資源への依存と 町内回遊性の低さ



季節による観光客数の偏り



深刻な後継者・ 人材不足



情報発信の一貫性の欠如



宿泊施設・商業基盤の不足



駐車場の不足



農林業の衰退と 景観維持の 危機



若者・定住環境整備の遅れ



未来を描く。

山都町では調査結果と現状課題を踏まえ、**4つの戦略**を柱とした観光振興計画を策定しました。自然と暮らしの調和を守りながら、「住んでよし・訪れてよし」の山の都づくりを推進します。

1

「山の都」にふさわしい 自然と暮らしに調和した 観光地域づくり

地域景観・生活環境との調和を前提に里山ブランドを確立し、住民が前向きに評価し来訪者が再訪を望む観光地を目指します。

2

観光による 地域内経済循環の活性化 (観光消費額の拡大)

「食」を主たる観光イメージとして確立し、付加価値の高い滞在と購買を促進。観光消費の拡大を地域全体の活性化につなげます。

3

観光地域づくりへ向けた 町内推進体制の構築

民間・行政・関係団体の役割を明確にし、専門人材の育成と安定した財源確保により継続的な観光施策を推進します。

4

観光振興による 町内全般の課題解決

観光を手段として活用し、人材不足・インフラ・移住定住など地域が抱える課題の解決を総合的に図ります。

戦略

「山の都」にふさわしい自然と暮らしに調和した観光地域づくり

ACTION PLAN 1 ▶ 地域の景観と暮らしを守り、次世代へつなぐ観光地づくりを推進

ACTION PLAN 2 ▶ 通潤橋と「食」を核とした「山の都」ブランドの確立と情報発信



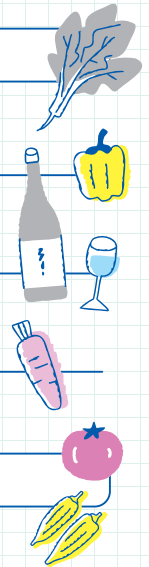
戦略

観光による地域内経済循環の活性化(観光消費額の拡大)

ACTION PLAN 3 ▶ 農林業と観光の連携を強化し、地域全体の活性化に繋げる

ACTION PLAN 4 ▶ 「食」による観光消費で経済を循環させ、持続可能な社会を実現

ACTION PLAN 5 ▶ データ活用で資源を磨き上げ、デジタル発信で選ばれる地域へ



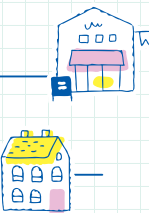
戦略

観光地域づくりへ向けた町内推進体制の構築

ACTION PLAN 6 ▶ 創業支援や飲食振興により、観光を起点とした雇用の拡大を図る

ACTION PLAN 7 ▶ 若者や移住者・関係人口の参画を促し、観光を支える人材を育成

ACTION PLAN 8 ▶ 収益機会の創出と戦略的な予算活用により、安定した財源を確保



戦略

観光振興による町内全般の課題解決

ACTION PLAN 9 ▶ 高齢化や担い手不足に対応し、次世代へ継承する仕組みを構築

ACTION PLAN 10 ▶ 観光客の利便性向上のため、駐車場の確保と配置を最適化する

ACTION PLAN 11 ▶ 住民と来訪者の双方が、心地よく安心して過ごせる環境を整備

ACTION PLAN 12 ▶ 観光を通じた交流・関係人口を創出し、移住定住の流れを促進

ACTION PLAN 13 ▶ 二次交通の導入を含む公共交通の改善とインフラ整備を推進

ACTION PLAN 14 ▶ データに基づいた町内DXを推進し、効率的な観光運営を確立

ACTION PLAN 15 ▶ 災害時受入体制を整備し、観光と防災を両立した地域づくりへ

