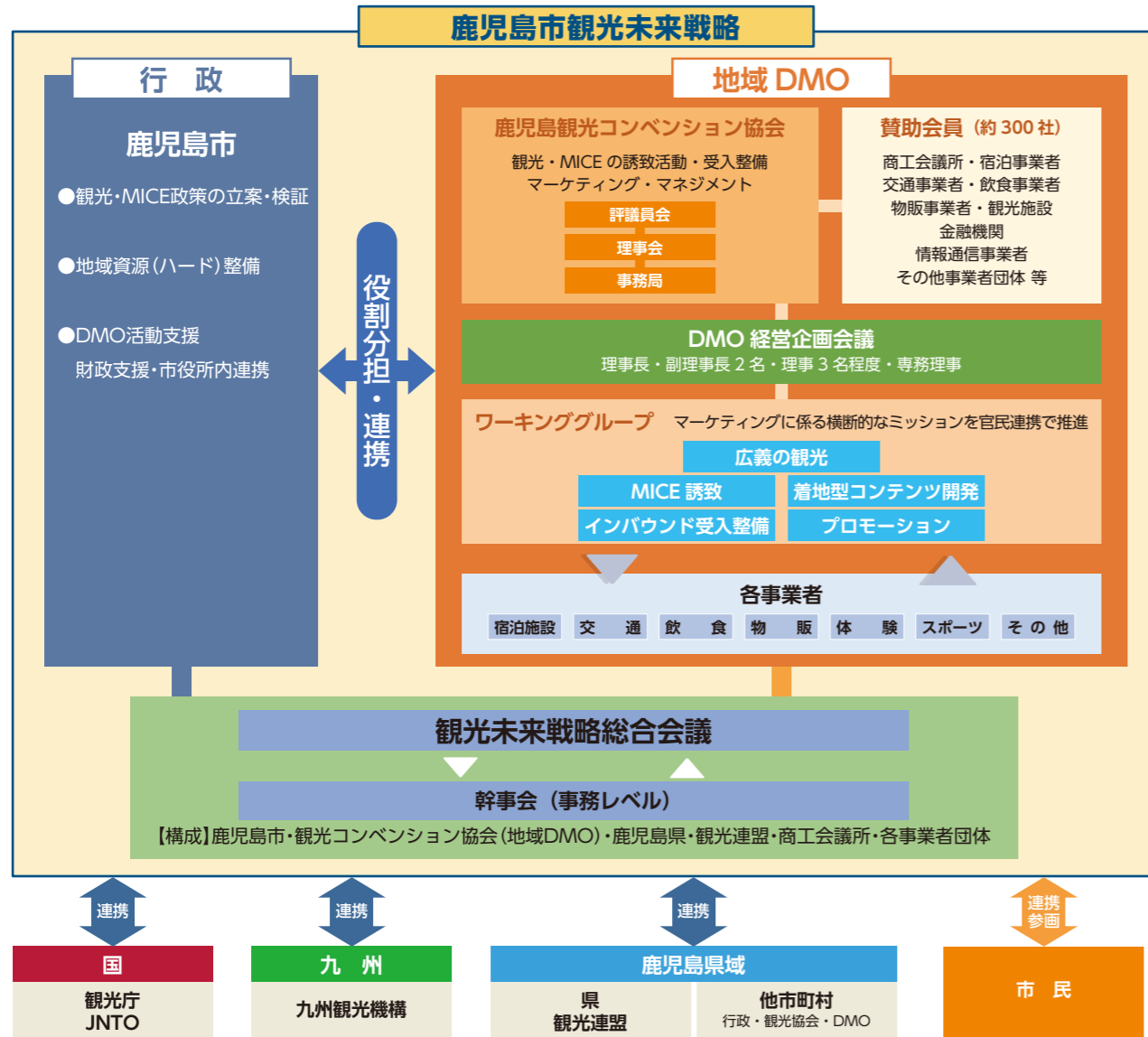


実施体制図



鹿児島市 DMO 戦略 (概要版)

DMO KAGOSHIMA

KPI (実績・目標)

指標項目	2022 (R4)年 [実績値]	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
観光消費額(億円)	869	1,500	1,540	1,580	1,600
うち外国人	7	150	170	180	200
延べ宿泊者数(千人)	2,958	3,920	3,960	3,990	4,000
うち外国人	22	490	530	570	600
来訪者満足度(%)					
日本人	66.6	100	100	100	100
外国人	-	100	100	100	100
リピーター率(%)					
日本人	61.3	59	60	61	62
外国人	-	19	20	21	22
1人1泊あたりの観光消費額(円)					
日本人	23,500	28,500	29,000	29,600	30,000
外国人	-	30,700	31,500	32,200	33,000
経済波及効果(億円)	1,204	2,060	2,110	2,170	2,200
WEBサイトのアクセス数(PV数)					
※年度で測定	3,940,345	4,780,000	4,860,000	4,940,000	5,000,000
うち外国人	166,799	1,000,000	1,090,000	1,170,000	1,230,000

鹿児島市 DMO の目指す姿

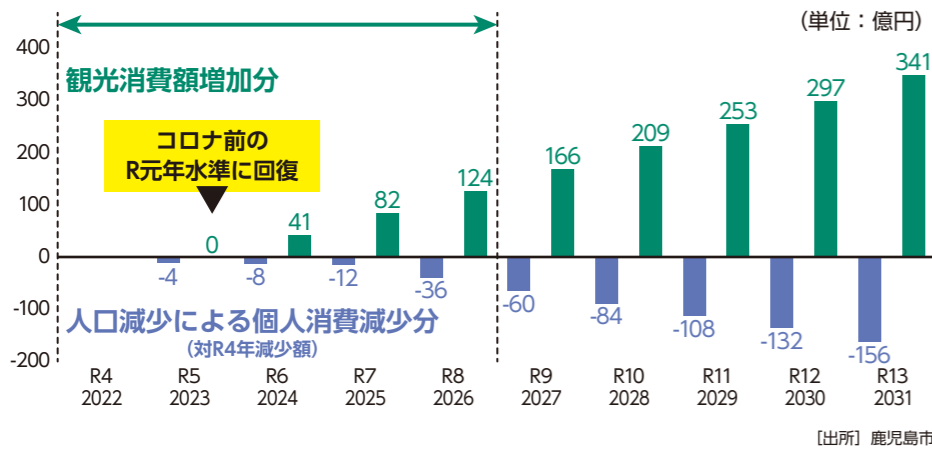
VISION (ビジョン) DMO KAGOSHIMAの基本目標	訪れる人の感動・暮らす人の幸せをつくる“稼ぐ観光”の実現 ～ 世界を魅了するまち KAGOSHIMA ～
MISSION (ミッション) DMO KAGOSHIMAの使命	観光地域づくりの舵取り役として「訪れる人の満足度・消費額」 「地域事業者の収益」「暮らす人の満足度」を向上させます。
VALUE (バリュー) 使命を達成するためにDMO KAGOSHIMAの目指す姿	マーケティングを通じて訪れる人へ新たな価値を創造し マネジメントを通じて地域事業者・暮らす人へ観光の効果を拡大します。

DMO 戦略の位置づけ

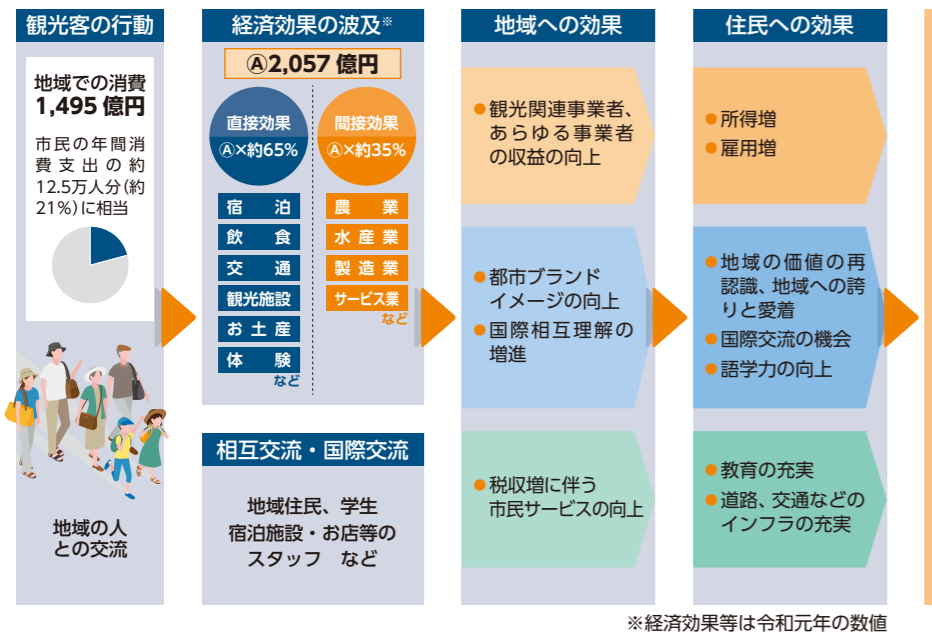


観光に注力する背景

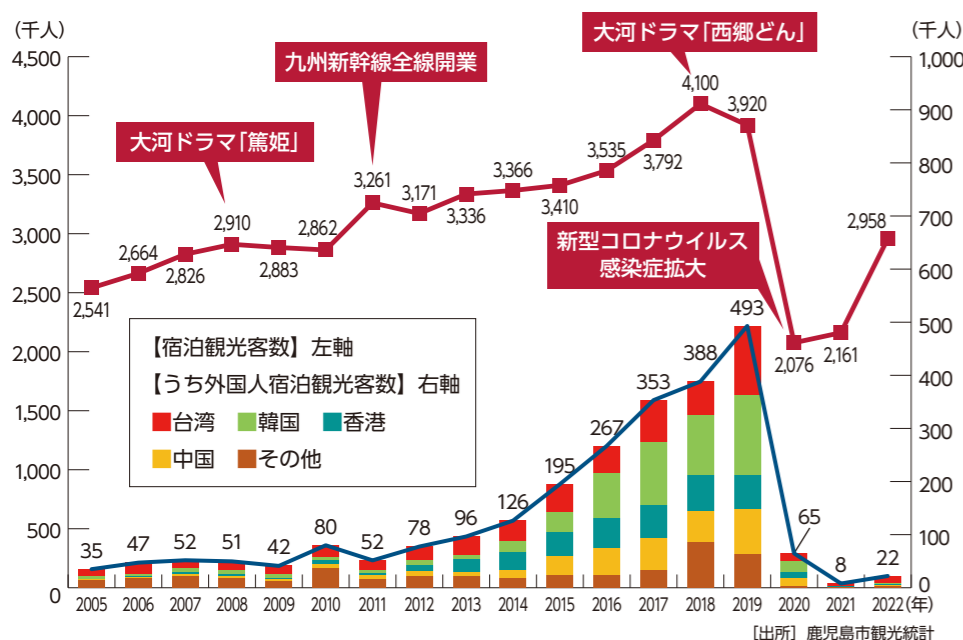
- 人口減少に伴い個人消費が減少する見通し
- 個人消費の減少分を上回る観光消費額増を創造



観光による様々な効果



鹿児島市宿泊観光客数の推移



戦略の体系

基本戦略	基本方針	取組方針			関連する主な KPI	
		2024年度 (R6)	2025年度 (R7)	2026年度 (R8)		
マーケティング・マネジメント	1 稼ぐ体制・仕組づくり	(1)地域マネジメントの体制構築	①多様な関係者と連携した推進体制の構築	②関係者が実施する観光関連事業と戦略等の整合性に関する調整	③行政（観光庁・県・市）や他の DMO 等との連携	・観光消費額 ・経済波及効果
		(2)地域マーケティングの仕組づくり	①統計データ・観光客データの収集・分析・共有	②観光 CRM 等によるニーズ把握・分析・共有		
		(3)持続可能な観光地づくり	①SDGs に資する観光地づくりの取組推進			
	2 MICE 誘致	(1)MICE の誘致・受入	①MICE 誘致戦略プランの推進			・観光消費額 ・延べ宿泊者数
		3 誘客促進	(1)戦略的なプロモーションの展開	①データを活用した国内外からの誘客につながるプロモーションの展開	②鹿児島ファン拡大に向けたプロモーションの推進	
	(2)観光クルーズ船の誘致・受入		①県・市・関係団体等と連携した観光クルーズ船の誘致・受入			・観光消費額
4 魅力あるコンテンツ開発	(1)キャッシュポイント（商品）づくり、高付加価値化・差別化	①多様な関係者による観光商品・観光サービスづくり・高付加価値化・差別化	②体験型観光メニューの充実等			・延べ宿泊者数 ・1人1泊あたりの観光消費額
		5 受入体制の充実	(1)国内外の観光客の受入・案内機能の充実	①多言語化などインバウンド対応の充実	②観光案内機能の強化	③受入環境整備に関する地域の取組の調整・支援
6 観光による波及効果の拡大（広義の観光）	(1)地域経済循環を高める (2)旅アトの消費機会の創出		①地消地産の促進	②マイクロツーリズムの促進		
			①旅アトの観光客への情報発信			
基盤強化プロジェクト ～戦略の円滑な推進のために～	(1)観光の意義・効果、DMO の役割等の理解促進	①観光の意義・効果、DMO の役割等の啓発	・市民・関係者向けの DMO の事業報告会・セミナー等において、観光の意義・効果や DMO の役割・取組等について周知・啓発を実施			
	(2)DMO の経営基盤の強化	①安定的な財源確保	・自律的・継続的な DMO 戦略の取組の実行に必要な安定的かつ多様な運営資金を確保するため、自主財源（特定財源、負担金）などの確保に向け、具体的な行動計画を策定し計画的に取り組む			
		②求められる職員像の整理や人事評価制度の導入による DMO 職員の人材育成	・DMO 職員には、マーケティング・マネジメント等の専門性が必要であることから、求められる職員像の整理や人事評価制度の導入を行い、DMO 職員の人材育成に取り組む			
	(3)観光分野のデジタル化の推進	①横断的なデジタル化の推進	・観光客の利便性向上やマーケティングデータの取得・分析等に向け、観光分野の横断的なデジタル化を推進する			

誘客ターゲット

国内		海外	
第1ターゲット	第2ターゲット	第1ターゲット	第2ターゲット
■三大都市圏（関東・関西・中部）の旅行愛好者	■九州地方（福岡・熊本）や中国地方（広島）のリピーター	■東アジア（香港・台湾・中国・韓国）、東南アジア（ベトナム・タイ・シンガポール など）	■桜島・錦江湾の自然、文化、食、暮らしなどの資源を強みとして誘客可能な高付加価値旅行者
■三大都市圏の MICE 主催者		■インセンティブトラベル主催者	