

えびの市観光振興計画 (令和7年度～令和9年度)



概要版

令和7年6月19日作成

観光商工課

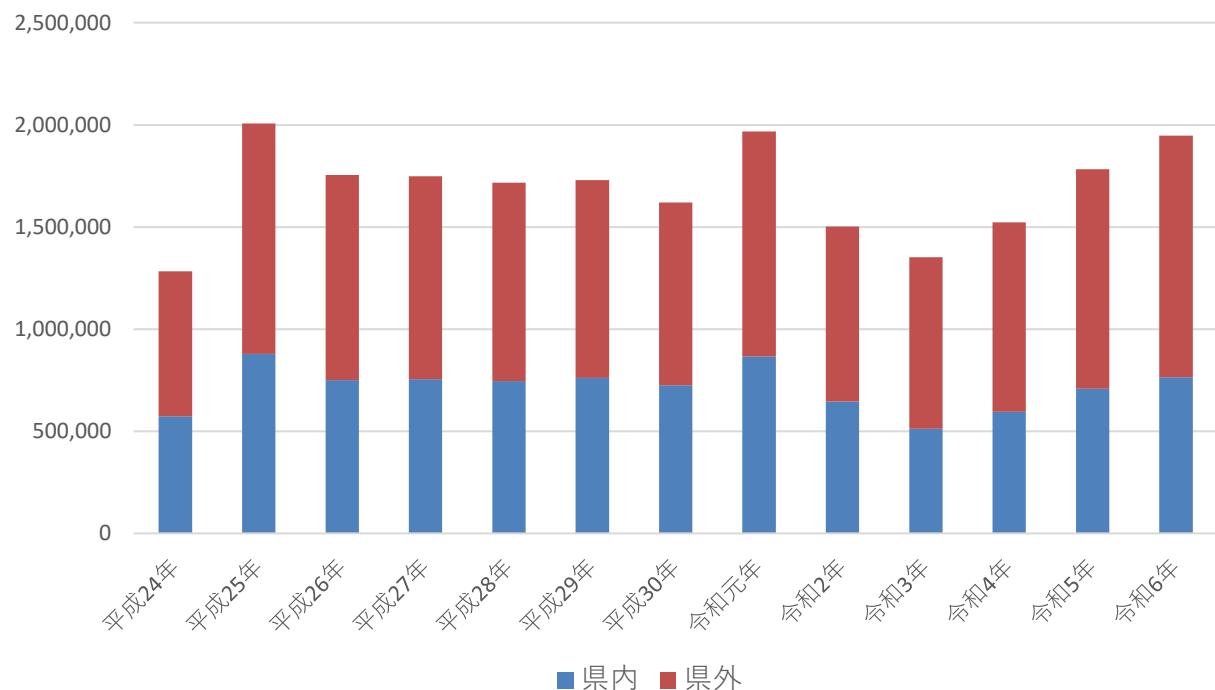
県観光統計と人流データ分析



観光客入込数推移

県観光統計より

えびの市の観光客入込



	県内	県外	計
平成24年	573,001	709,312	1,282,313
平成25年	878,745	1,128,489	2,007,234
平成26年	750,209	1,003,880	1,754,089
平成27年	754,292	993,646	1,747,938
平成28年	745,222	972,330	1,717,552
平成29年	761,578	968,610	1,730,188
平成30年	724,702	894,743	1,619,445
令和元年	866,687	1,100,455	1,967,142
令和2年	645,086	857,231	1,502,317
令和3年	511,265	840,712	1,351,978
令和4年	594,576	927,877	1,522,453
令和5年	707,741	1,075,060	1,782,801
令和6年	763,570	1,183,819	1,947,389

令和6年度の観光客入込数は、コロナ前の令和元年の98.9%に復調しています。

県内から

令和元年 **866,687人** ▶ 令和6年 **763,570人**
 【参考】平成24年度以降の最大値 平成25年 878,745人

えびの高原

令和元年 **699,635人** ▶ 令和6年 **893,501人**
 【参考】平成24年度以降の最大値 平成25年 931,854人

県外から

令和元年 **1,100,455人** ▶ 令和6年 **1,183,819人**
 【参考】平成24年度以降の最大値 平成25年 1,128,489人

京町温泉

令和元年 **209,272人** ▶ 令和6年 **194,737人**
 【参考】平成24年度以降の最大値 平成25年 394,710人

白鳥温泉

令和元年 **70,627人** ▶ 令和6年 **55,849人**
 【参考】平成24年度以降の最大値 平成25年 84,029人

県外からの観光客は伸びているものの、県内からの観光客入込がコロナ前の水準と比較すると低調です。

GW期間中のえびの高原の観光客入込数

県観光統計より

■人流データ分析（おでかけウォッチャー）によるGWのえびの高原の人出の計測

※スマートフォンアプリの位置情報

	R7年	R6年
えびの高原 GW観光客入込	66,311人	44,979人
(期 間)	11日間 4/26 (土) ~5/6 (火)	10日間 4/27 (土) ~5/6 (月)
(天 候)	期間中降水量0は4日間	期間中降水量0は3日間

	R7年	R6年
えびの高原 GW人流補足数	32,426人	19,750人
(期 間)	11日間 4/26 (土) ~5/6 (火)	10日間 4/27 (土) ~5/6 (月)
(スポット)	①えびのエコミュージアムセンター、②えびの高原、③えびの岳、④ピクニック広場、⑤キャンプ村、⑥えびの高原展望台、⑦えびの高原ホテル、⑧七折の滝、⑨不動池、⑩二湖パノラマ、⑪六観音御池、⑫白鳥山、⑬白鳥山北展望台、⑭足湯の駅えびの高原	①えびのエコミュージアムセンター、②えびの高原、③えびの岳、④ピクニック広場、⑤キャンプ村、⑥えびの高原展望台、⑦えびの高原ホテル、⑧七折の滝、⑨不動池、⑩二湖パノラマ、⑪六観音御池、⑫白鳥山、⑬白鳥山北展望台、⑭足湯の駅えびの高原

■人流データ分析（おでかけウォッチャー）によるえびの市への人流計測（年間） ※スマートフォンアプリの位置情報

■人流データ分析（おでかけウォッチャー）によるえびのPA前後の周遊傾向※令和6年分。SAとPAは除く。

	R6年	R5年
えびの市への 人流（年間）	1,953,801人	1,898,125人
えびのPA (上・下)	674,385人	623,345人
道の駅えびの	428,843人	425,365人
えびの高原	159,648人	156,275人
足湯の駅 えびの高原	145,872人	136,507人
HOTEL AZ	88,765人	70,122人

えびのPA 前の来訪地(R6)		えびのPA 後の来訪地 (R6)	
鹿児島市 中心部	6.62%	鹿児島市 中心部	6.77%
鹿児島空港	2.37%	鹿児島空港	3.31%
霧島神宮	1.81%	霧島神宮	1.81%
鹿児島中央駅	1.64%	鹿児島中央駅	1.70%
イオンモール 宮崎	0.98%	熊本城周辺	1.68%
道の駅えびの	0.97%	天神中心部	1.43%

(参考) 宮原SA 24.47%

(参考) 宮原SA 20.41%

■人流データ分析（おでかけウォッチャー）による道の駅前後の周遊傾向※令和6年分。SAとPAは除く。

道の駅えびの 前の来訪地(R6)		道の駅えびの 後の来訪地 (R6)	
霧島神宮	5.07%	足湯の駅 えびの高原	4.20%
十兵衛の宿	4.76%	十兵衛の宿	4.19%
鹿児島空港	3.97%	白鳥温泉上湯	3.37%
足湯の駅 えびの高原	3.49%	鹿児島空港	3.24%
えびの高原	3.46%	えびの高原	3.13%
道の駅 ゆーぱるのじり	3.32%	霧島神宮	3.05%

(参考) 宮原SA 6.99%

(参考) 宮原SA 11.73%

■人流データ分析（おでかけウォッチャー）による「カーフェスタえびの」への人流計測 ※スマートフォンアプリの位置情報

R6/4/27		R5/4/28	
イベント会場 計測人流	3, 0 1 6 人	イベント会場 計測人流	1, 5 5 2 人
滞在時間	68.8分	滞在時間	40.6分
(発地) どこから		(発地) どこから	
都城市 13.26%	鹿児島市 12.83%	鹿児島市 16.37%	日向市 11.02%
霧島市 12.83%	宮崎市 6.63%	霧島市 10.95%	福岡県篠栗町 7.35%
曾於市 6.43%	始良市 6.43%	大分県日出町 5.86%	宮崎市 5.54%

(注意) 会場のグリーンパークえびのは広大であるため、数値は建物内のスポットで計測されたものであるため、数値はイベント参加者総数ではなく、あくまでも人流の傾向である。

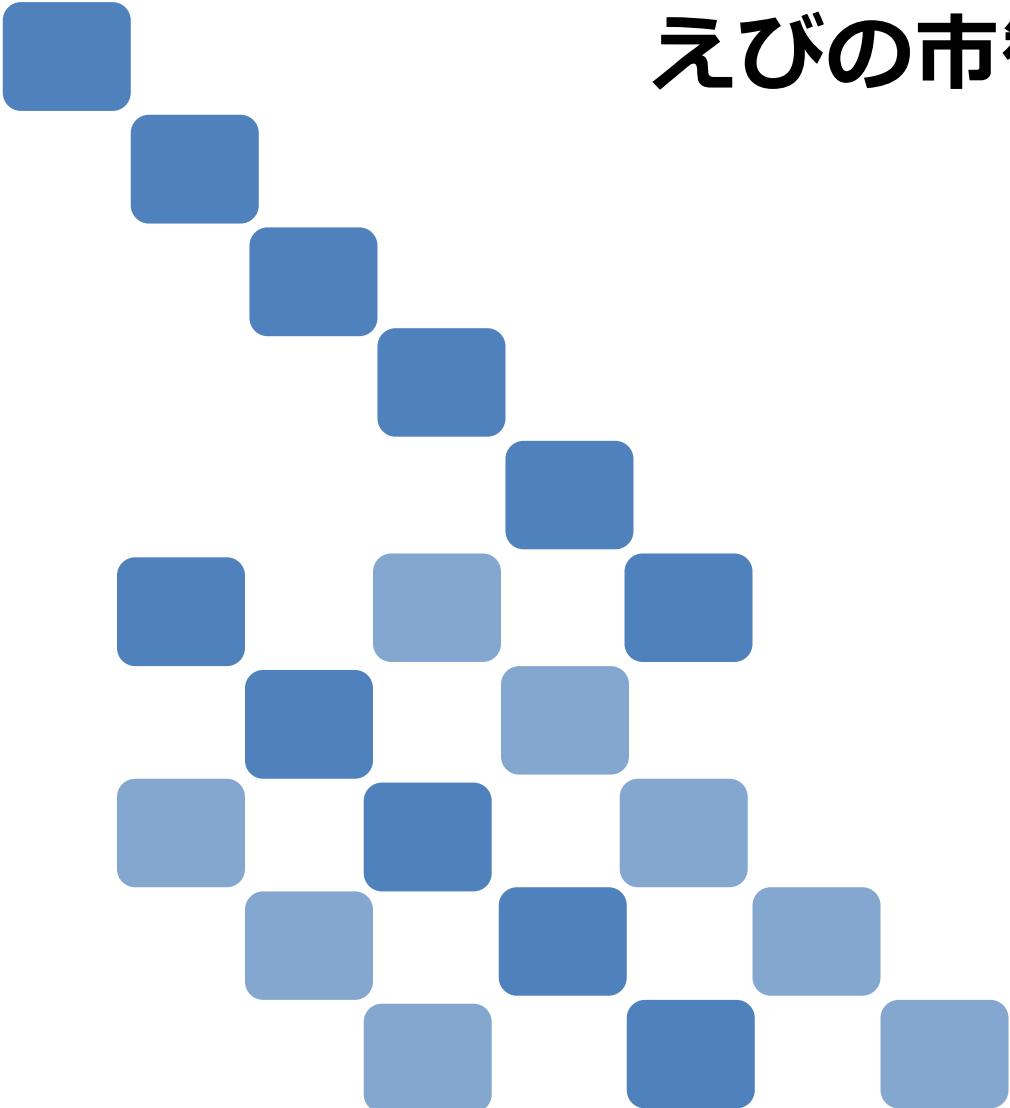
■人流データ分析（おでかけウォッチャー）によるえびの高原の周遊傾向※令和6年分。えびの高原関係を除く

えびの高原 前の来訪地(R6)		えびの高原 後の来訪地 (R6)	
霧島神宮	4.34%	霧島神宮	5.57%
道の駅えびの	3.26%	道の駅えびの	3.65%
鹿児島空港	2.45%	白鳥温泉上湯	3.36%
宮原SA	1.26%	鹿児島空港	3.14%
白鳥温泉上湯	1.19%	白鳥温泉下湯	1.67%
HOTEL AZ	1.04%	鹿児島中心部	1.60%
生駒高原	0.94%	高千穂牧場	1.22%

■人流データ分析（おでかけウォッチャー）による「カーフェスタえびの」の前後の人流計測（年間） ※スマートフォンアプリの位置情報

カーフェスタ 前の来訪地(R6)		カーフェスタ 後の来訪地 (R6)	
えびのPA	57.29%	道の駅えびの	30.37%
道の駅えびの	42.71%	道の駅 ゆーぱるのじり	23.18%
		皇子原温泉健康村	23.18%
		霧島神宮	22.91%

(注意) 人流分析ツールはスポット間の移動を計測するものであるため、自宅、コンビニ、ガソリンスタンドなどスポット設定されていない発地は周遊人流として計測がされない。



えびの市観光の現状と課題、解決の糸口

外的・内的環境

- (1) 少子高齢化とユニバーサルツーリズム
- (2) 脆弱な2次交通
- (3) SNSの隆盛
- (4) 自然災害
(肥薩線・新燃岳・硫黄山・南海トラフ地震臨時情報)
- (5) 国スポ・障スポ開催（令和9年）
- (6) インバウンド訪日客

現状、課題及び解決の糸口

- (1) 情報発信の内容と手法
- (2) 自信をもって勧めることができる観光地づくり
- (3) 地元食材の活用
- (4) また来たい、人に勧めたい観光地 未来の創客
- (5) 観光施設の老朽化

(1) 情報発信の内容と手法

○2024年8月4日開催 山の日イベント 広報内容等

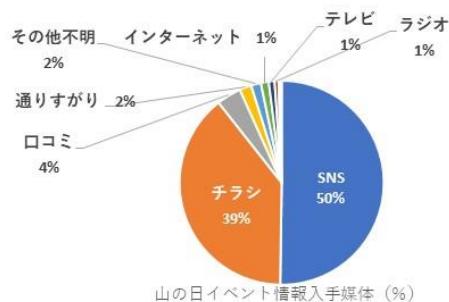
国立公園90周年を記念して、アウトドアイベント大手代理店のインスタでエリア・年代等を絞ってSNS広告をかけ、興味を持ったユーザーが着地するホームページを作成



○FB、Instagramにて5日間の広告（7/5から）
○九州全県（沖縄県除く）
○18歳以上
※推定リーチ数は2万人

○2024年8月4日開催 山の日イベント 参加者アンケート状況

(来場者総数) 633名 ※抽選会を行うことでほぼすべての方がアンケート回答（例年の3倍以上の集客）



【観光協会のSNS活用を!!】

近隣の観光協会と比較してえびの市観光協会SNSフォロワーが多い。令和6年度はさらにフォロワーを獲得するためのSNS広告を展開した結果、

○Facebook

2024年4月	フォロワー数	2,370件
2025年3月末	フォロワー数	5,492件
※投稿数	532件	総閲覧数 2,536,721回

○Instagram

2024年4月	フォロワー数	2,046件
2025年3月末	フォロワー数	3,939件
※投稿数	535件	総閲覧数 1,201,181回

観光協会のSNSで観光情報を発信しましょう。

(2) 自信をもって勧めることができる観光地づくり

自慢できるところ（観光大学WSより）

【えびの高原と霧島】

えびの高原、韓国岳、足湯、アイススケート、キャンプ村、紅葉、樹氷、星空、野生動物、山の日、朝日、すすき、霧島山、火山など

【白鳥】

白鳥温泉、白鳥神社、サウナ、アバンダント、東大寺、展望台、白鳥山

【イベント】

花火大会、マラソン大会、二日市、カーフェスタ、銀天街ナイト、第九、綱引き・十五夜、どんど焼き、ほぜ祭

○「温泉」×（ ）の取組を

飯野高校×京町温泉スプラッシュフェス 2024年9月15日

温泉×（アクティビティ）



注目度 急上昇!!

○宮崎ローカルテレビ局は当然ながら、NHK朝の全国ニュース「おはよう日本」でも地域の話題として放送される。

○当日は、県外からも参加。
※東京の会社員連合チーム（リクルートなど）

○「こうだったら、いいな」から、
↓
「だったら、やってみよう」の好事例

○ウェルネスツーリズムの視点で新たな価値を!!

○「アクティビティ」×「自然」×「歴史文化」

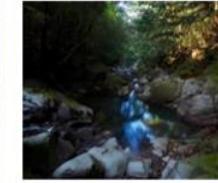
トレッキング



アバンダントしらとり郷士の森



スタジイの巨木



白鳥川の谷

温泉、性空上人



「アクティビティ」×「自然」×「歴史・文化」

○独創性を生かす

○市民が愛着と誇りを持つ資源を「コアバリュー（地域の観光価値）」とする。



○「コアバリュー」を観光資源として磨き、PRし、来訪を促進する。



○観光事業者や市民は訪れる観光客に「コアバリュー」を提案する。



○市民の当事者意識が高まり、市民自身が「コアバリュー」の資源を守り、育てる意識が芽生えることで、「持続性」が担保される。

▶地方の差別化ポイント？

地域固有の「文化」

地域の独創性

〈箱根の例〉

「歴史文化」
江戸時代の石畳の旧街道
東海道の関所

「伝統文化」
寄木細工の職人の村

「自然文化」
自然湧出17湯の温泉湯治文化
金時山のトレッキング

「食文化」
箱根西麓野菜
小田原漁港の新鮮な魚

(3) 地元食材の活用

本市の食材は、素晴らしい自然の中で創り出された農産物をはじめ、昔ながらの伝統的なものが多数存在します。ほとんどの観光客は温泉、観光地景観などと併せて、食も観光地を選ぶ際の選択肢となります。魅力ある食材を使った、「えびのならではの特産品」の開発を進めることが、観光資源となり、観光誘客の一助となることが期待されます。特に令和9年には、第81回国民スポーツ大会・第26回全国障害者スポーツ大会が開催されることから、それを機会としたアスリート食などの開発が求められます。



香蘭女子短期大学_アスリート食献立実践



えびの産ハーブ牛のハンバーガー



地元焼酎の愛飲者会（明月会）

(4) また来たい、人に勧めたい観光地 未来の創客

令和3年社会生活基本調査 生活行動

「男女、スポーツの種類別行動者数（10歳以上）全国都道府県」

【登山・ハイキングをしている人口（人/千人当）】

登山・ハイキング人口	
1位 東京都	98.4人/人口千人当
2位 兵庫県	97.9人/人口千人当
平均	76.5人/人口千人当
36位 鹿児島県	55.9人/人口千人当
44位 宮崎県	43.1人/人口千人当

えびの高原を主要な観光地として持つえびの市にとって、少子高齢化の中において、宮崎県と鹿児島県の登山・ハイキング人口が下位に沈んでいることは5年後を考えると危機的状況。

アウトドアシティを標ぼうするえびの市にとって、登山・ハイキングをウェルネスツーリズムやアドベンチャーツーリズムなどの新たな視点で、霧島ジオパークや北きりしま広域観光とともに振興していくことが強く求められる。



(5) 観光施設の老朽化

主な周遊ポイントとなる市有観光施設が老朽化している。

施設名	管理運営形態	敷地面積 (ha)	経過年数
白鳥温泉上湯	指定管理	1.7841	82年
白鳥温泉下湯	指定管理	7.5654	69年
えびの高原キャンプ村	指定管理	0.3059	54年
矢岳高原ベルトンオートキャンプ場	指定管理	8.0363	23年
八幡丘公園	直営	9.3536	55年
足湯の駅えびの高原	直営	0.3209	28年
えびの高原露天風呂	廃止	1.2399	— (57年)
白鳥キャンプ場	廃止	0.6248	— (38年)

年次計画を立てて、修繕・更新していき、えびの市での滞在時間延長を目指す。



観光振興計画の概要

外的・内的環境

①人口減少 ②交通（2次交通・県道1号線） ③情報発信（SNSの隆盛） ④自然災害 ⑤国スポ・障スポとユニバーサルツーリズム
⑥インバウンド訪日客

現状と問題点

①情報発信 ②自信をもって勧めることができる観光地づくり ③地元食材の活用 ④リピーター率 ⑤観光施設の老朽化

推進目標

①観光消費額向上 ②滞在時間延長 ③新規顧客開拓 ④満足度向上 ⑤観光基盤整備

次期コンセプト：**カラダ ココロ エビノ** ～霧島山のめぐみめぐる えびの～

既存資源の磨き上げ・高付加価値化

- 拠点施設の機能強化
- 産業観光とアウトドア事業者との連携
- アドベンチャーツーリズムやウエルネスツーリズムのプログラム構築**
- イベントの創出
- 空き家・空き店舗活用
- 廃業防止・事業継承
- ユニバーサルツーリズム推進**
- 物語性のあるルートづくり**

地域内経済循環の仕組み構築

- 地元農畜製品のブランド化
- 外貨獲得と地産地消
- 農家民泊の推進
- スポーツ合宿推進
- アスリート食開発**
- スポーツイベントの積極的誘致

観光施設の再整備

- 状況を踏まえた整備計画と実施

情報発信

- 多様な情報発信媒体の活用
- マスコミとの連携
- 旅行会社との連携
- マイカー利用者に特化した地図
- 発地・着地型のPR
- SNSの強化**
- 観光人口の構築（観光アンバサダー）
- 観光情報の一元化

広域周遊観光の仕組み構築

- 北きりしま広域観光の推進**
- 吉都線の活用
- DXによる周遊分析
- AIの活用

受入体制の構築・人材育成

- えびの市観光大学**
- 観光ガイドの育成
- 学校における人材育成
- 受入施設評価・意識調査

赤文字は重点項目。下線部は重点項目ではないが、前期計画にはなかった項目

【重点プロジェクト】

1) えびの高原・白鳥温泉等におけるアドベンチャーツーリズムやウエルネスツーリズムのプログラム構築

「健康増進」の視点から、民間事業者等と連携してえびの高原等の登山・ハイキングを市民・県民を対象にして取り組みます。また、八幡丘公園や矢岳高原等での「軽登山・低山登山」コースの検討を行います。

2) SNSの強化

市職員や関係機関・団体、観光事業者及び市民がクオリティの高いSNSを発信できるように、「canva」などのアプリケーションツールの取得の機会を創出します。

3) 史跡めぐりサイクリングプログラムの創出

アーツカウンシルみやざきが取り組む「えびの版時空散走」に協力し、歴史・文化が楽しめる発見型サイクリングツーリズムのプログラムを構築します。

4) ユニバーサルツーリズムの推進

民間宿泊事業者を中心として、「心のバリアフリー認定制度」取得推進し、高齢者や障がい者にやさしい施設環境につなげます。

5) えびの市観光大学を通じた学びと実践の促進

令和6年度から開催している「えびの市観光大学」を継続することで、「学び」と「実践」の機会を創出します。

6) 国スポ・障スポ開催を見据えた取組

令和9年に開催が予定されている国スポ・障スポを見据えて、ユニバーサルツーリズムを推進し、アスリート食の開発など受入体制を整備します。

7) 広域的連携によるインバウンド訪日客の誘客

北きりしま広域観光を通じてインバウンド訪日客の誘客につなげます。特に、インバウンド専門事業者と連携して、えびの市内における体験プログラムを構築します。