

閲覧用

大田市すべての人のための  
観光を通じた地域づくりの羅針盤

改定版  
大田市新観光振興計画

2023-2026

(案)

オール大田で  
取り組もう！





# 目次

---

## 第1章 はじめに

1. 計画の基本理念.....	1
2. 計画の背景：人口減少社会の進展.....	2
3. 計画の狙い：観光による地域経済・地域活動の維持.....	3
4. 計画改定における考え方とポイント.....	4

## 第2章 計画策定の趣旨

1. 計画の位置づけ.....	6
2. 計画期間.....	6

## 第3章 観光を取り巻く近年の社会情勢

1. 観光を取り巻く社会情勢の変化.....	7
2. コロナ禍による変化と影響.....	9

## 第4章 本市の観光の現状

1. 観光の現状.....	10
---------------	----

## 第5章 本市の観光の課題

1. 課題の整理における考え方.....	15
2. 施策の実施状況と今後求められる取組.....	16
3. 事業者ヒアリング.....	19
4. 本市における観光の課題（総括）.....	20

## 第6章 これからの観光戦略

1. 大田市のめざす姿・行動指針.....	22
2. 重点エリアの設定.....	23
2-1. エリア設定の考え方.....	23
2-1. 重点エリアの設定（三瓶エリア）.....	25
2-2. 重点エリアの設定（大森エリア）.....	27
2-3. 重点エリアの設定（温泉津エリア）.....	29
2-4. 地域プレイヤーとの効果的な連携体制の構築.....	31

## 第7章 施策（計画の具体的な取組内容）

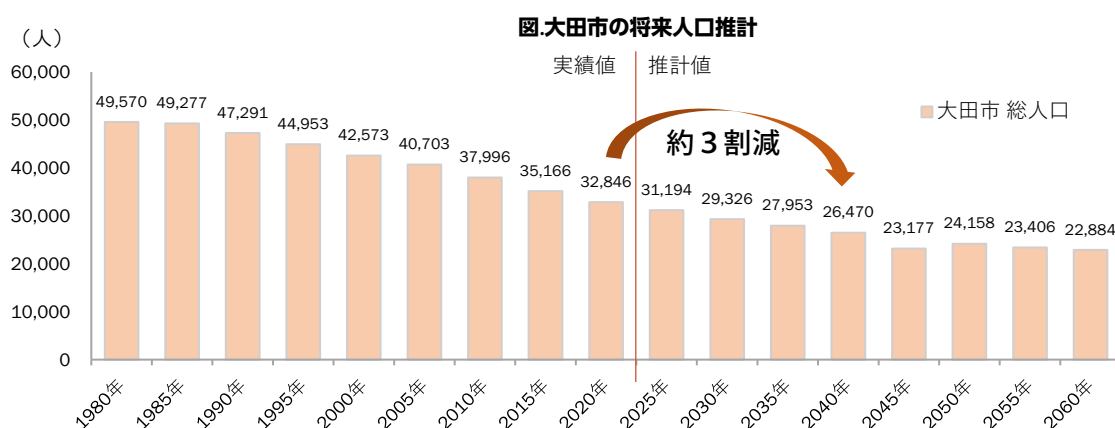
1. 施策の方向性（基本方針と基本施策）.....	32
2. SDGsへの多角的な対応.....	33
3. 施策と具体的な取り組み.....	34
4. 数値目標.....	40
5. 計画の進行管理.....	47



## 2. 計画の背景：人口減少社会の進展

「大田市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」における将来人口推計では、令和22年（2040年）の本市の総人口は26,470人と現在より約3割の減少が予測されており、人口減少の傾向は今後も続くものとされています。

人口減少とそれに伴う地域の個人消費や経済の縮小等は、企業や事業所の減少や担い手不足などにつながり、将来的には地域全体の豊かさが低下することが懸念されます。



大田市総人口：2020年までは「国勢調査」のデータに基づく実績値、  
2015年以降は「大田市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」（平成27年10月）による推計値

図.高齢化・人口減少による地域課題のイメージ



### 3. 計画の狙い：観光による地域経済・地域活動の維持

観光は裾野の広い総合産業であり、観光客による地域内消費が旅行業、宿泊業、運輸業、飲食業、土産物販売を含む小売業、さらには農林水産業、製造業など様々な産業へと広く波及し、このような人口減少社会においても地域経済にいい循環をうみだします。

また、観光振興に向けた取り組みは、地域経済の活性化だけではなく、地域固有の文化や伝統の保持・発展を図り、地域のアイデンティティの確保、地域連携の強化など、地域住民が誇りと生きがいをもって生活していくための基盤づくりにもつながります。

今後、観光振興により地域経済や地域活動を維持していくためには、観光情勢の変化に柔軟に対応していくとともに、本市が有する豊かな自然と歴史文化に恵まれた観光資源にさらに磨きをかけ、積極的に活用していくことが重要となります。

図.観光消費がもたらす地域経済への波及効果のイメージ



課題解決のために・・・



## 4. 計画改定における考え方とポイント

本改定では、「5つの基本方針」と「3つの重点エリア」の設定、「重点エリアにおける地域プレイヤーを核とした観光まちづくり体制形成の推進」により、各種観光施策を通じて、本市の観光の課題解決に取り組みます。

また、数値目標については、経済面の指標の設定のみならず、経済・社会文化・環境の3本の柱を設定し、来訪者から「また来たい」と選ばれ続け、観光振興を通じて市民が豊かで暮らし続けられる持続可能な観光立市の実現を目指していきます。

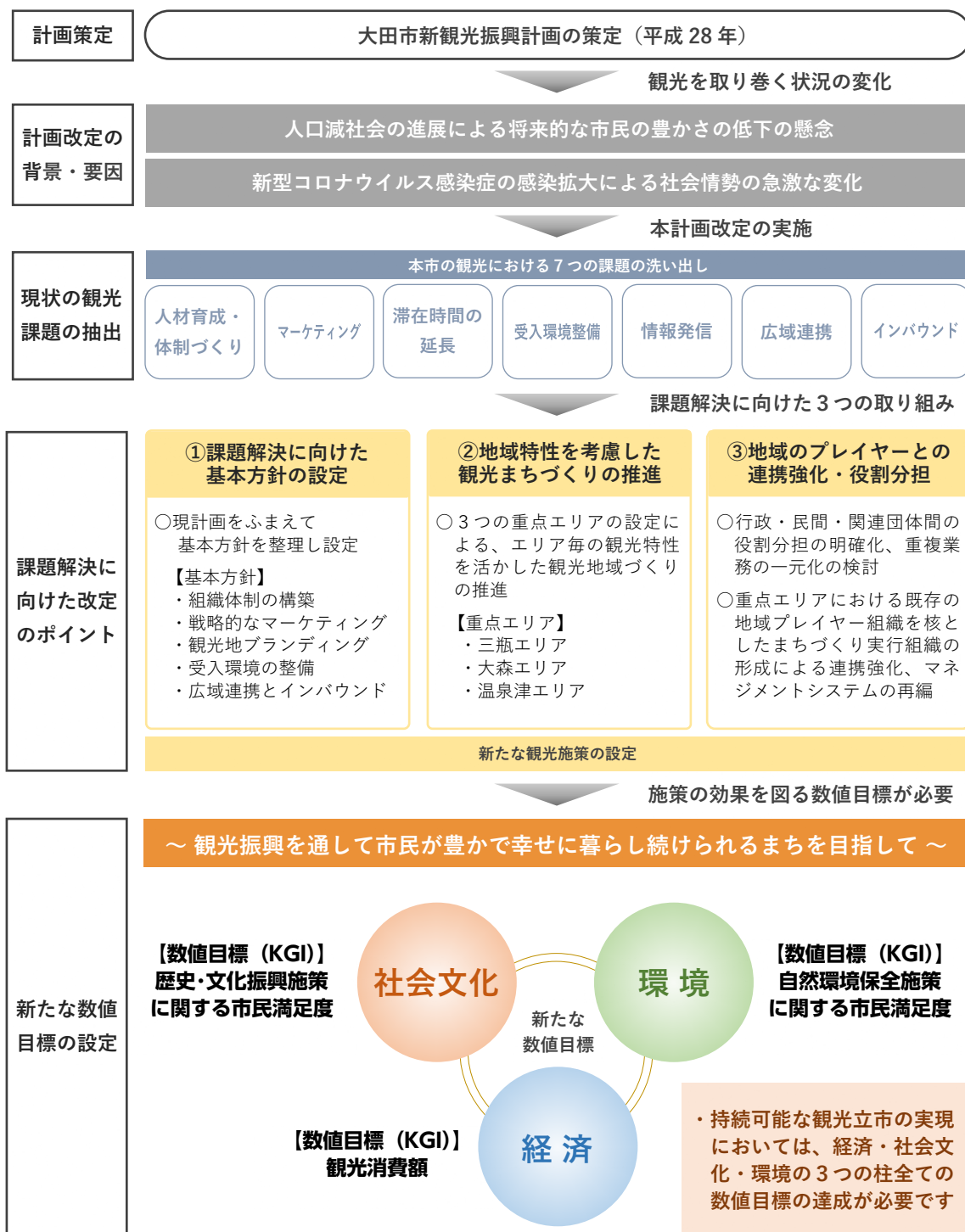


図.計画改定の考え方

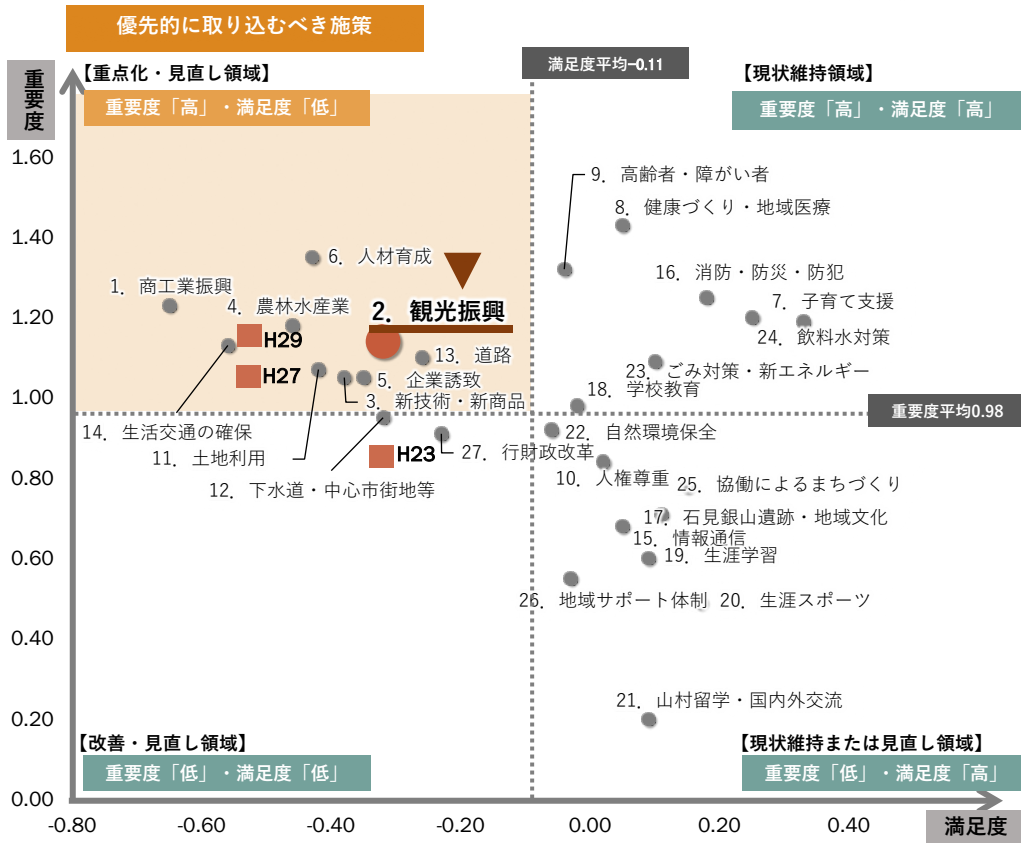
## 参考：市民の観光振興への認識（上位計画との整合）

第2次大田市総合計画（後期計画）策定に係る市民アンケート調査の結果より、観光振興は市民の皆さまからも重要度は高いと考えられていますが、一方で現状の満足度は低いと認識されており、市として「優先的に取り組むべき施策」に位置しています。

【A】現状の満足度：現在の生活の中で、どの程度満足していますか。5段階で評価してください。

【B】今後の重要度：今後、市が取り組むべき施策として重要な項目だと思えますか。5段階で評価してください。

図. 施策に関する満足度と重要度の相関図



【第2次大田市総合計画（後期計画）策定に係る市民アンケート調査概要】

調査の方法	
調査地域	大田市全域
調査対象	市内在住の満18歳以上の男女
配布数	2,011人
抽出方法	住民基本台帳から無作為に抽出
調査方法	郵送配布・郵送回収調査及びしまね電子申請サービス利用による回答
調査実施期間	令和3年12月24日～令和4年1月20日
調査実施機関	大田市政策企画部政策企画課
有効回収数	828件
有効回収率	41.2%

出典：第2次大田市総合計画（後期計画）策定に係る市民アンケート調査結果報告書

## 第2章 計画策定の趣旨

### 1. 計画の位置づけ

大田市ではこれまで、平成 29 年（2017 年）3 月に策定した「大田市新観光振興計画」に沿って観光施策を展開してきましたが、島根県西部地震をはじめとする自然災害や、新型コロナウイルス感染症の感染拡大やこれによりもたらされた社会構造や観光に対する価値観の変化など、観光を取り巻く環境は計画策定時から大きく変化しています。

そのため、新型コロナウイルス感染症流行前後における、観光需要をはじめとする近年の社会情勢や、大田市観光の現状を統計情報等の客観的なデータを用いて分析し、コロナ禍を経た今、少子高齢化・人口減少が進む大田市において「観光振興が果たす役割とは何か」というところから根本的に見直しを行い、今後の観光振興の方向性をまとめました。

本計画は、こうした社会の変化を的確にとらえ、より一層戦略的に「大田市が持つ様々な地域資源の付加価値向上」と「大田市に住む人の魅力向上」に向けて取り組み、観光を起点として地域経済の活性化と定住に寄与することを目指しています。

このようなことから、「観光振興を通して市民が豊かで幸せに暮らし続けられるまちをつくる」を計画の基本理念として設定し、行政、（一社）大田市観光協会はもとより、事業者、市民活動団体、そして市民一人ひとりが手をつなぎスクラムを組んで、観光に携わるすべての方に目指す方向を示す羅針盤として本計画を位置づけます。

また、本計画は大田市の総合的なまちづくりの方針を示す「第 2 次大田市総合計画」（「第 2 期大田市まち・ひと・しごと創生総合戦略」などの上位計画や関連計画、国等における政策との整合を図り、大田市における観光振興を総合的に推進するためのものです。

本計画をもとに令和 8 年度（2026 年度）までに、観光に携わる方々と具体的なアクションを検討し、実行に移していきます。

#### 【本計画の位置づけ】

### 大田市すべての人のための 観光を通じた地域づくりの羅針盤

### 2. 計画期間

計画期間は、平成 29 年度（2017 年度）から令和 8 年度（2026 年度）の 10 年間とし、観光を取り巻く情勢や社会情勢の変化、国・県の動向、本市の上位計画、関連計画等、及び本計画の進捗状況等から令和 4 年度（2022 年度）に見直しをしました。

本計画は、大田市新観光振興計画 改定版として、令和 5 年度（2023 年度）から令和 8 年度（2026 年度）を計画期間とします。

# 第3章 観光を取り巻く近年の社会情勢

## 1. 観光を取り巻く社会情勢の変化

### 人口減少による国内旅行需要の停滞

我が国の総人口は、2065年には8,808万人となり、令和2年（2020年）と比較して約3,800万人（約30%）減少し、これに伴い65歳以上の占める高齢化率は28.6%から38.4%へと上昇することが予測されています。

こうした本格的な人口減少社会の進行により、将来的に国内旅行の需要が伸び悩む可能性があります。

### 地方志向の高まりやテレワークの普及

新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査<sup>1</sup>によると、特に20歳代で都市圏居住者の地方移住への関心が高まっています。

また、職場ではなく自宅等で仕事をする、いわゆるテレワークの実施率は、業種別、企業規模別、地域別で大きく異なっているものの、東京都23区などの人口密集地域での実施率が55.2%と高くなっています。このテレワークの普及に伴い、新しい働き方として働く場所を柔軟に選択しながら仕事ができる「ワーケーション」への関心が高まりつつあります。

### VFR・第2のふるさとづくり

観光庁「旅行・観光消費動向調査」によると、友人や親族の訪問を目的とした旅行であるVFR（Visiting Friends and Relatives）の近年の動向をみると、国内旅行においては約2割強で継続的に推移しています。VFRは、東日本大震災やコロナ禍の影響下においても、底堅く推移しており、観光や出張に比べ災害等に左右されにくい傾向にあることから、VFRを拡大していくことで、旅行需要の安定が期待できます。

観光庁では、「第2のふるさとづくりプロジェクト」として、このVFRに近い感覚の旅である「何度も地域に通う旅、帰る旅」を新たなスタイルとして定着させることを目指しています。

### 持続可能な観光に対する意識の高まり

サステナビリティトラベルに関する調査<sup>2</sup>では、日本人旅行者の約7割が「サステナブルな旅は自身にとって重要である」と回答しており、旅行者は自身の旅による環境や地域への影響を考慮し、よりサステナブルな旅を選択しようとする旅行者が増加していることがうかがえます。

第2次大田市総合計画後期計画では、SDGs（持続可能な開発目標）の理念を踏まえ、持続可能なまちづくりの実現にむけて一体的に取り組んでいくこととしています。



<sup>1</sup> 内閣府「第4回新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」（2021年（令和3年）11月）

<sup>2</sup> Booking.com「サステナブル・トラベル」に関する調査結果（2022年）

## インバウンドの動向や変化と回復

コロナ禍によりインバウンド<sup>3</sup>は著しく落ち込みましたが、徐々に回復基調にあります。UNWTO（国連世界観光機関）の専門委員会によると、国際観光客数の回復見通しは、アフリカ、米州<sup>4</sup>、中東では令和5年（2023年）には回復するという予測が約半数ですが、一方で、アジア太平洋は80%近くが令和6年（2024年）以降と予測しており、世界の観光市場の中で回復が遅れる地域として捉えられています。同委員会の専門家によるとインバウンドの回復に向け、旅行者自身による新型コロナウイルス感染症への感染防止の取組に加え、各国が連携して外国への旅行がしやすい環境づくりを行うことが、重要と考えられています。

また、インバウンド分野において今まで取り込めていない高価格帯の旅行者の誘致は、経済効果が極めて高く、世界的競争に勝ち抜くためには、早期の戦略策定が急務とされています。

## 観光DX

デジタル技術及びデータの活用等を通じて製品やサービス、ビジネスモデルを変革させ市場競争力を高めるDXは観光分野においても注目されています。

競争力を高めるためにもOTA<sup>5</sup>、スマホの位置情報等のビッグデータ活用等による旅行者の利便性向上と周遊促進、Webマーケティング<sup>6</sup>の活用や顧客関係管理（PMS<sup>7</sup>）による観光地経営の高度化、顧客予約管理システム等による観光産業の生産性向上など、観光における新たなビジネスの仕組みや価値の創造を加速していくことが重要です。

### 観光DXの例

- ・旅行者への効果的な情報提供等による利便性向上と周遊促進（OTA、スマホの位置情報等のビッグデータ活用等）
- ・観光地経営の高度化（旅行者のキャッシュレス決済データ等を用いたマーケティング（CRM）、顧客関係管理）
- ・観光産業の生産性向上（顧客予約管理システム（PMS）による情報管理の高度化、人員配置の効率化）など

## 観光リスクへの対応、アフターコロナの地域活性化と観光産業の方向性

コロナ禍以前より、宿泊業及び旅行業では、他の産業と比較して低い生産性や団体旅行誘致などの旧来型の事業モデルへの依存、また近年の旅行形態や消費者ニーズの変化等への対応の遅れに起因する、特に地方部の観光地などにおける疲弊などといった構造的課題を抱えており、コロナ禍によりこれらの構造的課題が顕在化しました。

このような課題の中で観光のV字回復を図り、「稼げる地域・稼げる産業」を実現するためにも、地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化、地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出、観光分野におけるデジタル実装を推進し、観光地を核とした地域活性化の好循環を創出することが重要です。

3 外国人が訪れてくる旅行のこと

4 北アメリカと南アメリカの総体からなる陸地を指す

5 インターネット上だけで取引を行う旅行会社のこと。Online Travel Agentの略。

6 顧客のニーズを探るための市場調査・分析、それらにもとづく商品企画・開発、開発した商品を知ってもらうためのプロモーションなどの商品やサービスが売れる仕組みをつくること

7 ホテル・旅館の予約から客室管理、請求までを処理する宿泊施設の基幹システムのこと。Property Management Systemの略

## 2. コロナ禍による変化と影響

### 全国的な旅行需要の変化、観光関連産業の課題と復活

#### ① コロナ禍における国内旅行需要の変化について (国土交通省 観光庁 令和4年版観光白書より)

- ・ 新型コロナウイルス感染拡大により観光需要が激減しています。
- ・ 国内旅行需要については、全国的に近隣地域内への観光（マイクロツーリズム）が進展しています。（※但し、今後の動向には注視が必要）
- ・ 感染症対策に配慮した少人数での旅行が増えています。（自然景観などを目的とした観光への関心の高まり、自家用車を用いた家族単位での旅行の増加など）
- ・ 人々の旅行に対する意識や行動にも変化がみられており、コロナ禍収束後の旅行においても、自然とのふれあいや地方への旅行等、新たな旅行トレンドの生起が予想されます。

#### ② 観光産業が抱える構造的課題 (国土交通省 観光庁 令和4年版観光白書より)

- ・ コロナ禍による 観光需要の激減により、観光関連産業では経営難や人材の流出などの厳しい状況が続いています。
- ・ 宿泊業および旅行業では、低い生産性や旧来型の事業モデルへの依存など、コロナ禍以前より抱えている積年の 構造的課題が一層顕在化しています。

#### ③ これから目指すべき観光関連産業の方向性 (国土交通省 観光庁 令和4年版観光白書より)

- ・ 地域資源を保全しながら、地域住民が観光の恩恵を感じられる、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりの持続的な推進
- ・ 疲弊した観光地の再生・高付加価値化と持続的な観光地経営の確立、観光関連産業における積年の構造的課題の解決による、コロナ禍からの観光のV字回復
- ・ DXの推進による生産性の向上、観光産業の従事者の待遇改善等

#### 「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりの実現

- ① 地域主体で、オーバーツーリズムをおこすことなく、
- ② 観光で得られた収益を地域内で循環させることにより、
- ③ 地域の社会経済の活性化や文化・環境の保存・再生を図ることができる

#### 観光地の再生・高付加価値化



#### 観光サービスへのデジタル技術の導入



# 第4章 本市の観光の現状

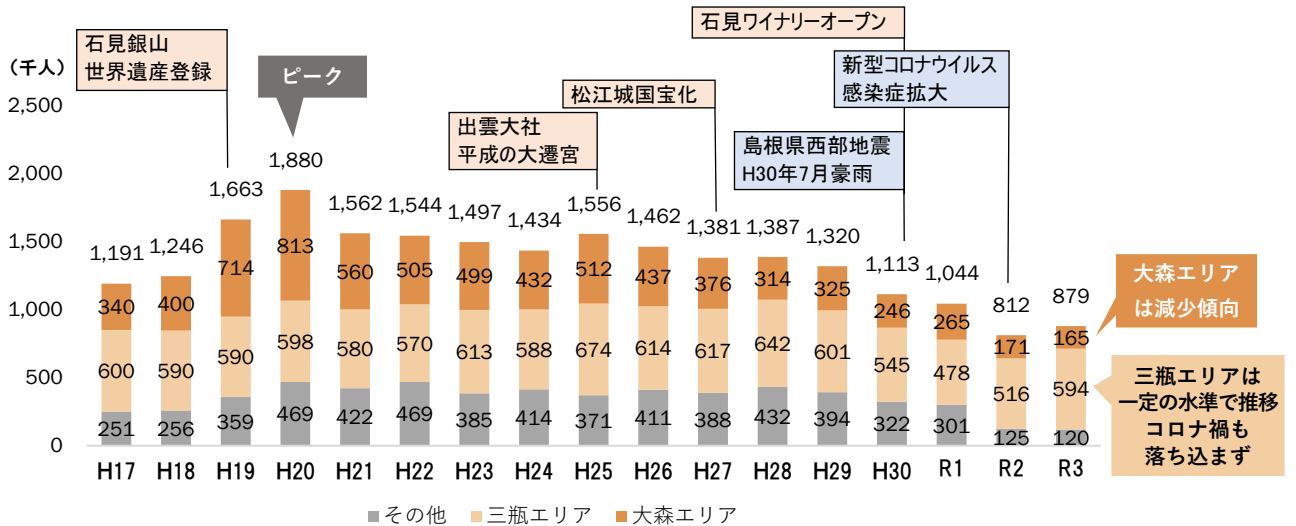
## 1. 観光の現状

### 観光入込客延べ数

本市の観光入込客延べ数は「石見銀山遺跡とその文化的景観」が世界遺産に登録された翌年の平成 20 年（2008 年）の 1,880 千人をピークに減少傾向にあります。

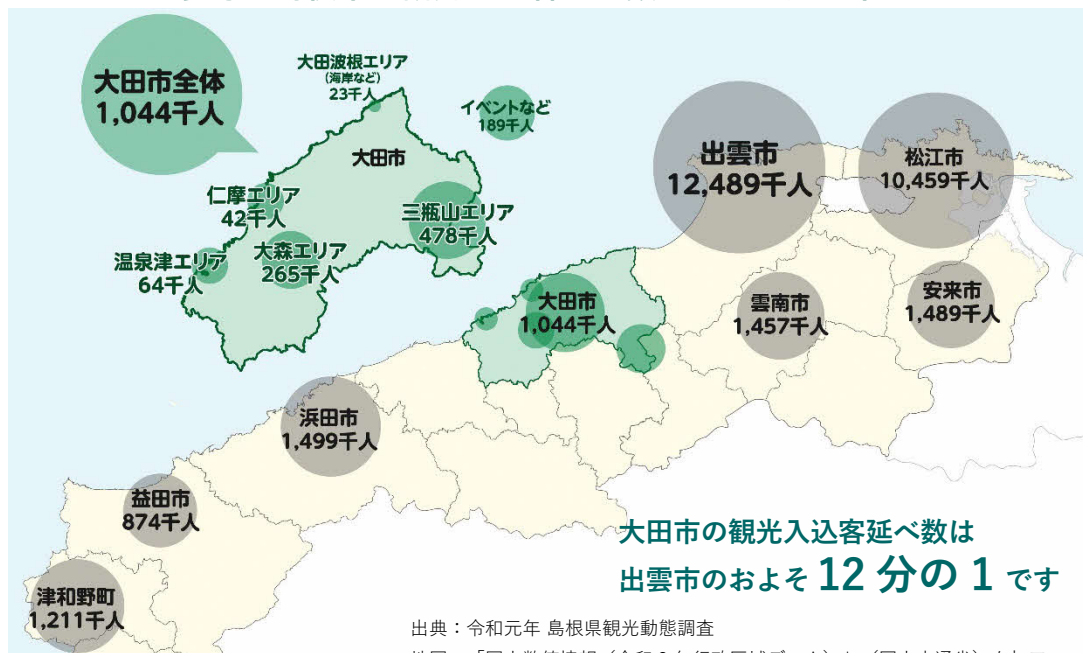
地域別の内訳をみると、大森エリアは減少傾向にある一方で、三瓶エリアは一定の水準で推移しており、島根県西部地震の影響で減少したもののコロナ禍の影響を大きく受けず、令和 3 年（2021 年）には 594 千人にまで回復しています。

図.大田市の観光入込客延べ数の年次推移



出典：島根県観光動態調査、大田市観光動態調査

### 参考：島根県内観光入込客延べ数からみた大田市



出典：令和元年 島根県観光動態調査

地図：「国土数値情報（令和 3 年行政区域データ）」（国土交通省）を加工

## コロナ禍における近年の観光客の動向

本市における近年の観光客の動向は、マイクロツーリズムの進展や、一人旅等の少人数での旅行が増加傾向にあることなど、概ね全国と同様の傾向がみられます。

エリア別の動向をみると、個人旅行の増加やアウトドア人気の高まり等のコロナ禍需要により三瓶エリアの「北の原キャンプ場」「三瓶観光リフト」の利用が好調です。一方で、大森エリアの観光事業者等からは回復にまだ時間かかるとの声があります。移動制限の解除後、三瓶エリアや温泉津エリアの一部の宿泊施設等では宿泊利用の回復がみられます。

### 大田市全体の動向

- ・新型コロナウイルス感染拡大前から市の観光入込客数は減少傾向
- ・コロナ禍を問わず、マイカー、個人旅行、立ち寄り型の来訪が多い印象

(大田市観光動態調査、(一社)大田市観光協会へのヒアリング結果より)

### エリア別の動向

(大田市観光動態調査、市内の事業者へのヒアリング結果より)

・三瓶北の原キャンプ場では、コロナ禍によるアウトドア人気为重なり過去最高レベルの利用が継続。ソロキャンプの流行によるケビン等を用いた一人利用も増加している。

・宿泊施設については、移動制限の解除などにより現在は回復傾向にある。コロナ流行後は団体客の宿泊利用が無くなり、個人旅行が増えている。

・客層はコロナ禍前後とも三瓶自然館サヒメル、温泉、登山等を旅行目的とする、県内、広島からの来訪が大部分である。

### 三瓶エリア

・来訪者数自体は減少しているが、近年はドミトリーなどの安価な宿も増え、コロナ禍で需要が増えた一人旅などに対応することができている。

・移動制限の解除後は、概ね、広島、山口、岡山、関東、近畿、大阪、兵庫の順に宿泊客が多く、出雲空港におけるFDAの運行再開後は宮城県、兵庫県等からも宿泊がある。



大田市の宿泊施設数

出典：(一社)大田市観光協会

### 大森エリア

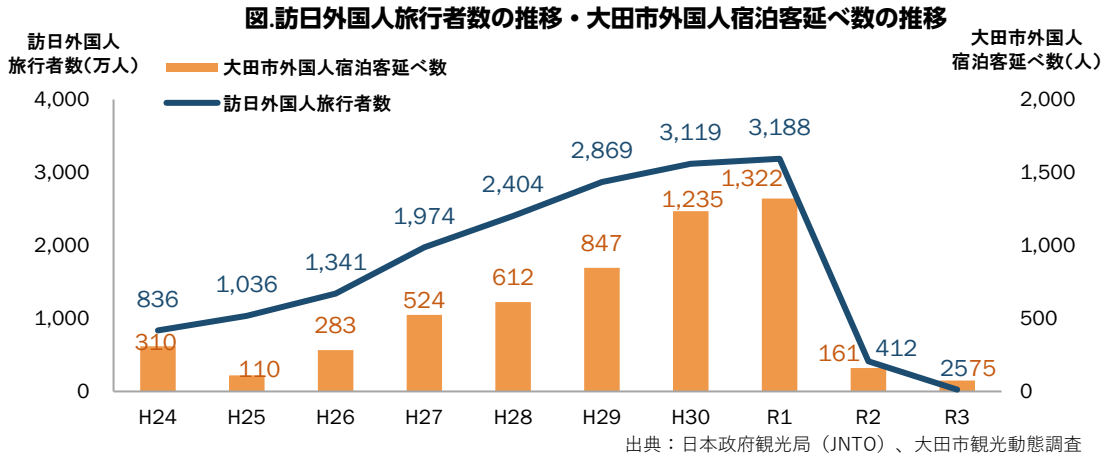
- ・石見銀山では、観光客数、団体客数、インバウンド数のいずれも減少している。
- ・旅行者の割合は、中国地方、県内と広島県が多く、一方で関東・関西圏は減少傾向にある。

・移動制限の解除により観光客数は戻りつつあるが、完全に戻るまでにはまだ時間が必要だと感じる。

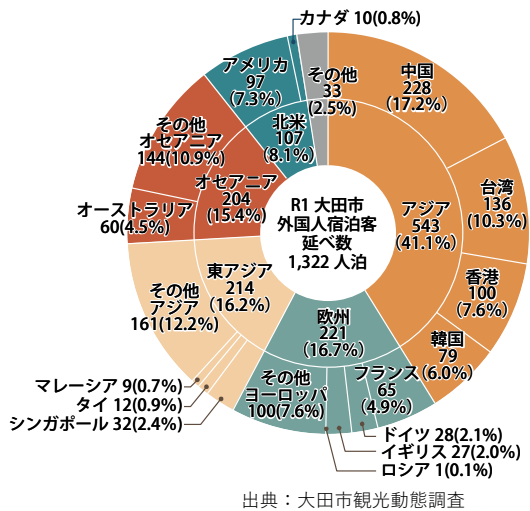
### 温泉津エリア

## インバウンドの状況

本市の外国人宿泊客延べ数は訪日外国人旅行者数と同様の傾向にあり、令和元年（2021年）の新型コロナウイルス感染症拡大前までは堅調に増加を続けていました。



**図.本市の外国人宿泊客の国籍別割合（R1）**

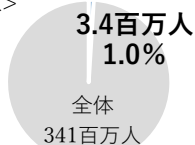


・新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年（2021年）では**アジアからの来訪が41.1%と最も多く**、次いで**欧州からの来訪が16.7%**となっていました。

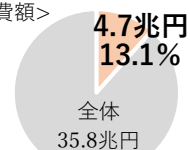
## 参考：インバウンドにおける富裕旅行の市場規模

### 欧米豪5か国の海外旅行のうち富裕旅行者分

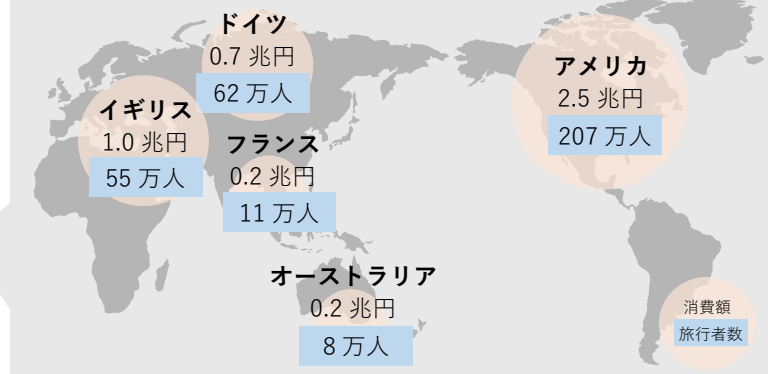
<旅行者数>



<旅行消費額>



<欧米豪5か国の富裕旅行者数と消費額の市場別内訳>



・欧米豪5市場において、全海外旅行者のうち1%の富裕旅行者が、海外現地での消費額全体のうち13.1%を消費しています。市場別にみると、消費額の規模ではアメリカが最も大きく、全体の半分以上を占めています。また、ヨーロッパ（イギリス、ドイツ、フランスの合計）も約2兆円規模のマーケットとなっています。

出典：JNTO H29 富裕旅行市場調査

※着地で100万円以上支払っている旅行を富裕旅行として集計

※クレジットカード会社決済集計データに基づき、UNWTO データを用いて拡大集計

## 観光消費額の推移

大田市の令和元年（2021年）の観光消費額は約25.2億円であり、この観光消費額が市内に及ぼす経済波及効果は1.28倍の32.2億円、雇用誘発効果は381人と推計されます。

図.観光消費額の年次推移

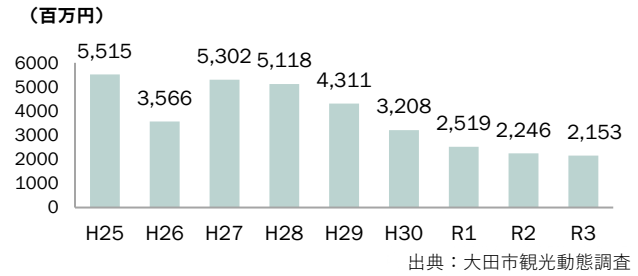
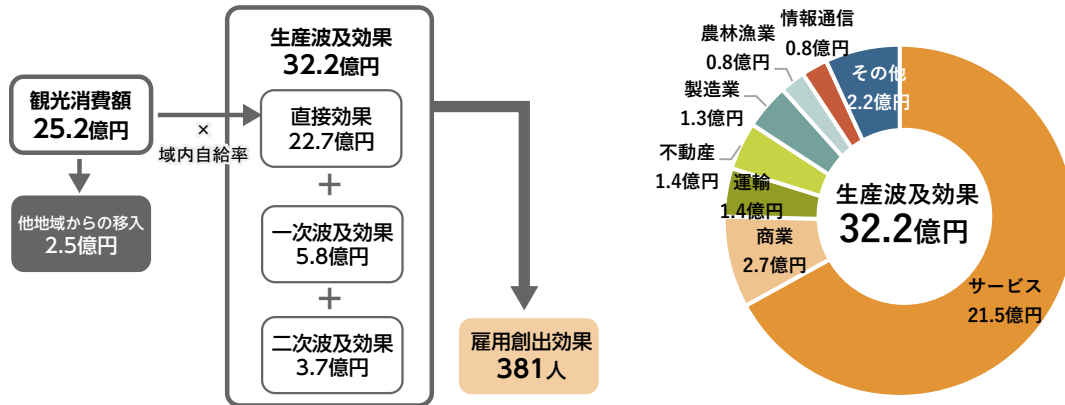


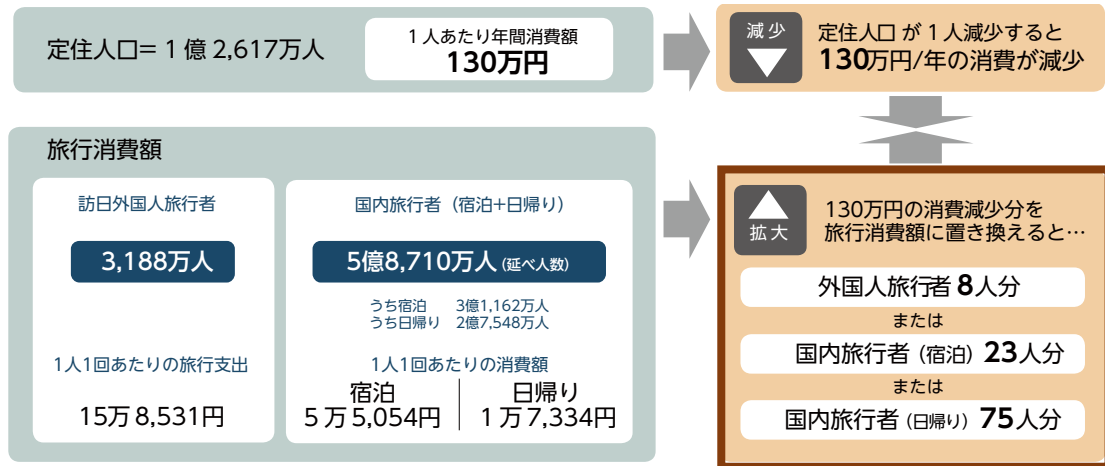
図.観光消費の波及効果



出典：令和元年大田市観光動態調査 産業分類：島根県産業連関表（13部門）平成20年度版による

## 参考：観光が地域経済に与える効果

図.観光交流人口増大の経済波及効果 (R1)



出典：観光庁「観光交流人口増大の経済効果(2019年)」

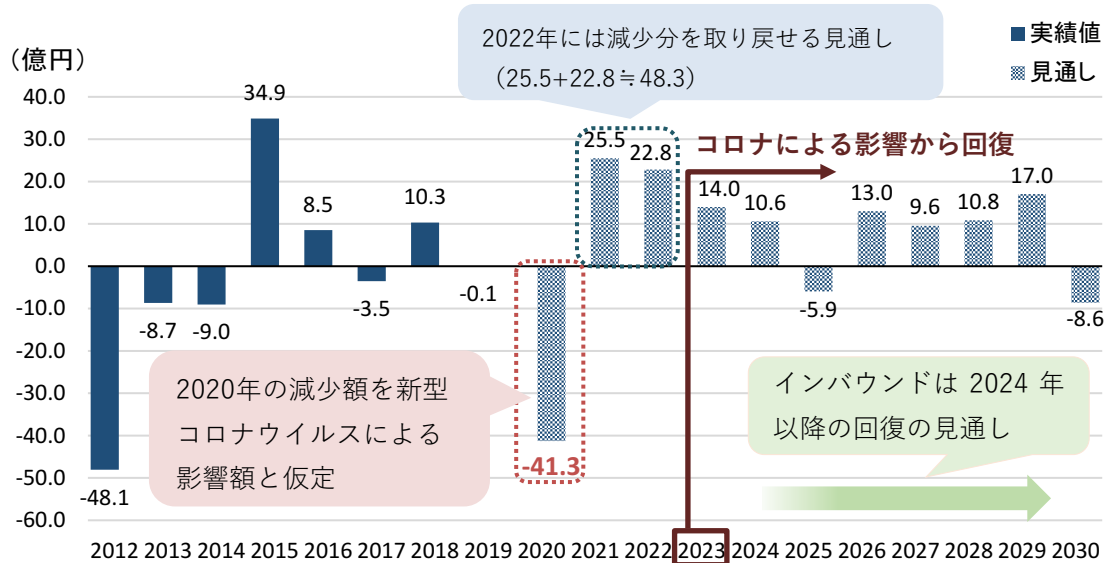
- ・家計調査によると人口1人あたりの年間消費額は130万円であり、定住人口が1人減少すると130万円/年の消費が減少します。
- ・この減少分を旅行消費額に置き換えると、外国人旅行者8人分、または、国内旅行者（宿泊）23人分、または国内旅行者（日帰り）75人分となります。

## 景気回復の予測

本市における新型コロナウイルス感染症の影響からの景気回復時期を予測値等を基に試算により予測します。

本市における令和2年（2020年）の市内総生産は1,116億円であり、試算上では前年から41.3億円程度の減少が見込まれ、これを新型コロナウイルス感染症による影響額とみなしています。試算では、翌年の令和3年（2021年）に25.5億円程度、令和4年（2022年）に22.8億円程度の市内総生産の回復が見込まれ、**令和5年（2023年）以降には新型コロナウイルス感染症による影響額から回復する見通し**となります。

図. 大田市の市内総生産額の増減見通し（前年比における増減部分の抽出）



年度	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
項目	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
大田市 実質 GDP	1,172	1,124	1,116	1,107	1,142	1,150	1,147	1,157	1,157
前年比	—	-48.1	-8.7	-9.0	34.9	8.5	-3.5	10.3	-0.1

年度	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12
項目	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
大田市 実質 GDP	1,116	1,141	1,164	1,178	1,188	1,182	1,195	1,205	1,216	1,233	1,224
前年比	-41.3	25.5	22.8	14.0	10.6	-5.9	13.0	9.6	10.8	17.0	-8.6

（単位：億円）

※島根県デフレータ、三菱UFJリサーチ&コンサルティングの予測値を基に試算

日本全体の経済予測に連動して大田市の市内総生産が変動すると仮定

### 参考：アジア太平洋における国際観光客数の回復見通し

- ・ UNWTO（国連世界観光機関）の専門委員会によると、アジア太平洋におけるインバウンドの回復時期について、国際観光客数の回復見通しに関する**専門家の80%近くが令和6年（2024年）以降になるものと予測**しています。

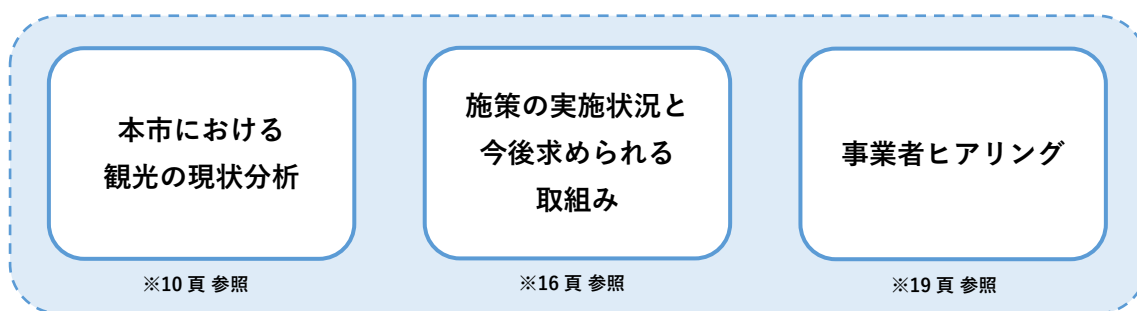
出典：国土交通省 令和4年版観光白書

# 第5章 本市の観光の課題

## 1. 課題の整理における考え方

次ページより、観光の現状分析、これまでの施策の実施状況の整理、事業者ヒアリングをもとに、本市における観光の課題を整理します。

### 各種調査・これまでの取組内容の整理等



### 観光の各分野における課題の洗い出し

本市の観光における7つの課題 (H28年度(2016年度)計画策定時)		課題区分
1	・誘客を図る個別の取り組みを融合させるための、全体のマネジメントができる人材や体制がない	人材育成・体制づくり
2	・観光資源を活かした滞在を促すマーケティングが十分にできていない	観光資源の磨き上げ・マーケティング
3	・日帰り観光中心で滞在型観光となっておらず、観光客に消費を促す仕組みが十分でない	滞在時間の延長・リピーターの確保
4	・周年事業等の契機と受け入れ環境整備が連動していない	受け入れ環境整備
5	・どんな観光資源があるのか知られておらず観光地としての認知度が低い	情報発信
6	・広域的な観光連携ができていない	広域連携
7	・インバウンド受け入れの対応が十分にできていない	インバウンド

※20頁参照

## 2. 施策の実施状況と今後求められる取組

平成28年度（2016年度）の計画策定時に設定した19施策について進捗状況（これまでの主な取組）を整理・検証し、本改定において施策等として取り入れるべき、**今後必要とされる取組を整理**しました。

### I. マネジメントとマーケティングができる組織づくり【施策1～5】

施策1. 観光地域マネジメント組織の構築	
これまでの主な取組	1) 「一般社団法人 大田市観光協会」が登録DMOとして正式登録
今後必要とされる取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市、DMO<sup>8</sup>、民間団体の業務内容の棚卸しと組織間の役割分担</li> <li>・市、DMO、住民、事業者間における「観光の将来像」等の共有・共通理解</li> <li>・DMOの安定的な自主財源確保のための仕組みづくり</li> </ul>
施策2. 観光を担う人材育成	
これまでの主な取組	1) 地域活性化に取り組む人材（地域リーダー等）の発掘、関係づくり 2) 日本遺産観光コーディネーター養成講座の開催 石見銀山ガイドの会、ヘルスツーリズムガイド等の各種ガイド活動の継続
今後必要とされる取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域リーダー等の育成、事業者間の横連携を促進する活躍機会の創出</li> <li>・ガイドの育成…石見銀山ガイドの会における新規会員獲得等の行政支援                ネイチャーガイド等の新たな地域ガイドの養成等</li> </ul>
施策3. 観光ニーズの把握	
これまでの主な取組	1) DMOによる「観光動態調査」等の各種調査の実施・分析 2) 商談会、イベント参加等による大都市圏でのニーズ把握
今後必要とされる取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大田市来訪者の特性や詳細なニーズを把握することができる調査手法等の検討</li> </ul>
施策4. 市民総ぐるみのおもてなし向上	
これまでの主な取組	1) DMO等による研修等の実施 （市民向け意見交流会、おもてなし研修等）
今後必要とされる取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民のおもてなし意識の醸成</li> <li>・市民に向けた宣伝の実施による市民の愛着や誇りの醸成</li> </ul>
施策5. 地域の魅力を学ぶ機会の拡大	
これまでの主な取組	1) 各種シンポジウムの開催 （石見銀山の「冬」の魅力発掘、日本遺産の活用等）
今後必要とされる取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域住民参加型事業等による、日本遺産に関連する住民意識、認知度の向上</li> </ul>

### II. 観光地域としての魅力向上と観光資源の磨き上げ【施策6～11】

施策6. エリアのブランドイメージづくり	
これまでの主な取組	1) 「三瓶エリア観光計画」の策定
今後必要とされる取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大森、温泉津、三瓶等のエリアごとの将来像等の設定</li> </ul>

8 「Destination Management/Marketing Organization」の略で、官民の幅広い連携によって観光地域づくりを推進する法人

**施策7. 滞在型の新たな観光商品づくり**

これまでの主な取組	1) 大田市日本遺産事業、誘客多角化事業等による観光商品・コンテンツの造成 2) 三瓶山における体験プログラムの導入・実施（天空の朝ごはん、E-BIKE 体験等） 3) 神楽公演（地元神社の例大祭奉納神楽、ごいせ仁摩定期公演、出張公演等） 4) ヘルスツーリズムの推進（各地の企業からのクアオルトの申し込み等）
今後必要とされる取組	・市場ニーズに合わせた既存プログラムの高付加価値化、実施の安定化・利用促進 ・地域や各団体等への柔軟な支援

**施策8. 教育旅行の誘致**

これまでの主な取組	1) DMO による、教育旅行のプランや石見銀山街歩き等の旅行商品の造成 2) 銀山学習の実施（市内の全小・中学校で毎年実施）
今後必要とされる取組	・教育委員会、観光振興課、関係各課の連携による、教育を通じた観光推進の検討（例、「未来の教室」実証事業との連携 など）

**施策9. 地域食・特産品の充実**

これまでの主な取組	1) 大田ブランド・特産品の造成 （三瓶そば、おおだ一日漁、大あなご等）
今後必要とされる取組	・食べる観光の推進 ・行政、関連団体、事業者等の役割分担によるプロジェクトのスピーディーな推進

**施策10. まつりやイベントの活用と魅力発信**

これまでの主な取組	1) 伝統行事・地域のお祭りの開催 （天領さん、彼岸市、さんべ志学の雪明かり、キャンドルナイト in 波根 等） 2) 石見グランフォンド、グルメフォンド in 温泉津等のサイクリングイベントの開催
今後必要とされる取組	・催しを自立・継続して開催できる運営体制づくり

**施策11. 歩いて楽しめる健康プログラムづくり**

これまでの主な取組	1) ヘルスツーリズムにおける登山やウォーキングプログラムの実施 2) 石見銀山におけるガイドコースの設定
今後必要とされる取組	・参加者を増加させる取組など、収益性向上に向けた支援

**Ⅲ. 計画的な受け入れ環境の整備【施策12～14】**

**施策12. 観光地の受け入れ環境整備**

これまでの主な取組	1) 観光案内機能の充実（観光施設への多言語解説システム等の導入 等） 2) 道の駅「ごいせ仁摩」「ロード銀山」の営業（R4年「ごいせ仁摩」オープン） 3) 大森エリアにおけるグリーンスローモビリティ（ぎんざんカート）の運行開始 4) 銀山街道の整備の実施（サインの更新、被災箇所への復旧等） 5) 北の原キャンプ場の活用（アウトドア人気の高まりにより利用が好調）
今後必要とされる取組	・道の駅、観光案内施設の機能の充実 ・ぎんざんカートの運用について、事業者との連携や支援など

**施策13. 交通利便性の向上**

これまでの主な取組	1) 県による外国人観光客を対象としたレンタカー助成、観光タクシーのルート設定 2) 石見銀山号の運行開始
今後必要とされる取組	・石見銀山におけるパークアンドライドの運用に関する見直し ・広島県、県東部からの2次交通の充実

施策 14. 景観の保全	
これまでの主な取組	1) 重要伝統的建造物群保存地区における家屋改修（約 160 件の家屋改修を竣工） 2) 市民ボランティアによる景観保全活動（クリーン銀山、クリーン三瓶の実施） 3) 三瓶山西の原の火入れの継続実施
今後必要とされる取組	・継続的にボランティアの活動ができる仕組みづくり ・地域保全に関する市民意識の向上、地域への愛着の醸成 ・空き家対策（重要伝統的建造物群保存地区の景観保全等）

#### IV.効果的な情報発信【施策 15～16】

##### 施策 15. ターゲットにあわせた情報発信

これまでの主な取組	1) 各種パンフレット等の作成 2) 観光ホームページの運営、SNS による情報発信（Facebook、Instagram） 3) 県との連携による大都市圏におけるプロモーション活動
今後必要とされる取組	・プロモーションターゲットの選定 ・観光情報の集約・発信について方法や内容の整理

##### 施策 16. マスコットキャラクターや観光大使等によるプロモーション

これまでの主な取組	1) マスコットキャラクターらとちゃんの活用（イベント出演等） 2) 観光大使の協力による大田市の情報発信（現在 5 名の観光大使に委嘱）
今後必要とされる取組	・効果的な活用手法の検討

#### V.広域連携とインバウンド観光の推進【施策 17～19】

##### 施策 17. 周辺地域との連携強化

これまでの主な取組	1) （一社）山陰インバウンド機構との連携（インバウンド研修、体験プランの造成等） 2) 中国広域観光連絡協議会、石見観光振興協議会との連携(情報発信、イベント出展)
今後必要とされる取組	・市外、特に出雲市などの県東部との連携強化

##### 施策 18. 共通する資源による連携

これまでの主な取組	1) 大山隠岐国立公園満喫プロジェクトのステップアッププログラムに定める事業を実施（「三瓶山広域ツーリズム振興協議会」として連携）
今後必要とされる取組	・日本遺産認定を受けた関係市町との連携強化・交流促進 （共同のプロモーション活動などにおける連携等）

##### 施策 19. インバウンド受け入れ体制の整備

これまでの主な取組	1) 国立公園満喫プロジェクトによる外国人受け入れ環境整備（フリーWi-Fiの整備、観光施設や案内看板、パンフレット等の多言語化等） 2) 誘客対象国への情報発信（JNTOのWebサイト、YouTubeチャンネル、Twitterによるメディア配信等）
今後必要とされる取組	・ゴールデンルートからのインバウンド誘客の促進 ・インバウンド受け入れ体制の継続した整備

### 3. 事業者ヒアリング

地域の事業者を対象に、コロナ禍による影響やアフターコロナにおける観光振興に関する事業者ヒアリングを実施し、今後、注力を望む観光施策やインバウンド対策等についての意見収取を行いました。

①今後、注力が必要だと感じる観光施策	
全市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現地での受け入れ環境の整備 (案内所、売店、駐車場、トイレ等の観光の立ち寄り先、情報拠点などの整備)</li> <li>・旅マエ・旅ナカにおける受け入れ環境の整備 (個人旅行化などにも対応した Web 上における手配や予約機能の充実等)</li> <li>・本市のイメージアップ (豊かな自然、おいしい食材、国立公園や日本遺産等の魅力の発信等)</li> <li>・「コト消費<sup>9</sup>」と「人に会う観光」の推進</li> <li>・修学旅行や遠足等による本市の観光施設の利用促進</li> </ul>
大森	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内外の小学生を対象とした「石見銀山」への学習旅行の誘致</li> <li>・石見銀山周辺の駐車場の整理 (パークアンドライドのシステムの見直し)</li> <li>・生活観光コンテンツ作りの推進 (観光を機に地域の暮らし方や生き方に触れ、地域を好きになって帰ってもらう)</li> <li>・地域の高齢者にも元気になってもらえる観光施策の推進 (高齢者等を巻き込んだ民泊事業 など)</li> </ul>
温泉津	<ul style="list-style-type: none"> <li>・温泉津観光案内所 (ゆう・ゆう館) における温泉津の観光機能の一元化 (福光石石切り場のガイドの手配など)</li> <li>・観光客に街中を歩いてもらうためのフリーの駐車場の整備</li> </ul>
三瓶	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種アクティビティ等の充実</li> <li>・ファミリー層にも楽しくお金を落としてもらえる仕組みづくり (家族で三瓶山を楽しんだ思い出づくりなどからの将来的なりピーターの獲得)</li> <li>・山村留学と絡めた観光施策の充実</li> <li>・受入環境整備の下地づくり (地震で半壊した三瓶志学の建物の撤去、三瓶温泉の供給状況の確認等)</li> </ul>
②今後、注力が必要だと感じるインバウンド対策	
全市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド層も視野に入れた受け入れ環境の充実化 (例.施設の多言語化、ツアー等における多言語による解説等の充実、通訳付き宿泊プラン、インバウンドモニターツアーの設定、サインの整備 など)</li> <li>・インバウンド向けの観光動態調査の実施</li> <li>・継続的な情報発信</li> <li>・デジタルによる決済、情報収集、予約等の一括化</li> <li>・広島県やゴールデンルートからの誘客</li> <li>・県、山陰インバウンド機構と連携した継続的な受け地づくり</li> <li>・公共交通機関で訪れた観光客の移動を助ける施策の実施 (温泉津から三瓶などへのバスでの移動は時間的な制約が大きい。タクシーの割引等、公共交通機関での移動をメインとする観光客向けのサポートが必要)</li> </ul>
三瓶	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三瓶エリアにおける宿泊施設の充実 (ドミトリーやゲストハウス等の海外旅行者に使ってもらいやすい宿泊施設の充実)</li> </ul>

<sup>9</sup> 一般的な物品を購入する「モノ消費」に対し、「事」つまり「体験」にお金を使う消費行為

## 4. 本市における観光の課題（総括）

観光の現状分析、これまでの施策の実施状況、事業者ヒアリング等から、本市における観光の課題を以下の7項目に整理しました。

課題区分：人材育成・体制づくり

### 課題1：誘客を図る個別の取り組みを融合させるための、全体のマネジメントができる人材や体制がない

詳細	<ul style="list-style-type: none"><li>・一般社団法人大田市観光協会が、令和3年3月にDMOとして正式登録されたが、市、民間団体との役割が明確になっておらず、業務内容の棚卸と役割分担の再編が必要。また、本市では民間活力が中心となった個別の取り組みが充実しており、地域で活躍するプレイヤーが活動しやすい体制づくりが必要。</li><li>・石見銀山遺跡においては、ガイドの利用が顧客の高い満足度に繋がっているが、ガイドの高齢化や人材確保、自主財源での運営が困難であるなどの課題がある。</li></ul>
----	---

課題区分：観光資源の磨き上げ・マーケティング

### 課題2：観光資源を活かした滞在を促すマーケティングが十分にできていない

詳細	<ul style="list-style-type: none"><li>・大田市は地域ごとに様々な地域資源があり、エリアごとに特性が異なっている。三瓶エリアにおいては「三瓶エリア観光計画」が策定されており、三瓶周辺1市2町によりブランドコンセプトが設定されているが、石見銀山エリアでは平成18年度に石見銀山協働会議の石見銀山ブランディング準備委員会がブランディング<sup>10</sup>の検討を行っているが、具体的な行動に十分につながっているとは言えない。各エリアに地域のみんが共有する将来像を設定し、それにもとづいた観光資源の磨き上げやマーケティングを進めていく必要がある。</li><li>・また、観光資源を商品化し、商品としての価値を高め、観光客の消費につなげるには、ターゲットとなる「顧客は誰なのか」「何を求めているのか」というニーズの把握が重要だが、現時点では顧客情報を把握する仕組みがない。顧客情報を収集・分析し、ターゲットとニーズを把握したうえで、戦略的にマーケティングを実施するための仕組みが必要。</li></ul>
----	---

課題区分：滞在時間の延長・リピーターの確保

### 課題3：日帰り観光中心で滞在型観光となっておらず、観光客に消費を促す仕組みが十分でない

詳細	<ul style="list-style-type: none"><li>・本市へ訪れる観光客の約9割が日帰り、滞在時間も半数が「1～3時間程度」となっており滞在型観光となっていない状況にある。また、三瓶エリアを除くエリアでは、来訪回数2回目以上が4～5割にとどまっており、リピーター率が低い状況。</li><li>・リピーター率の向上を図るためには、休憩場所、食事場所、お土産等のサービスの充実やおもてなしの向上、何度訪れても楽しめる仕掛けづくり等により観光客の満足度を高めていくことが必要。また、宿泊を伴う新たな魅力づくりにより、滞在型観光をより一層推進する必要。</li></ul>
----	---

10 ターゲットに対して価値やイメージを高く認知してもらうための取組

課題区分：受け入れ環境整備

#### 課題4：受け入れ環境整備が十分にできていない

詳細

- ・令和4年度の石見銀山世界遺産登録15周年、令和5年度の三瓶国立公園指定60周年、令和6年度の山陰道出雲～仁摩間全線開通（予定）等、地域振興の持続・発展を推進する契機が続く。
- ・これらの契機にあわせて、観光客のニーズに合わせた計画的な受け入れ環境整備が求められている。
- ・パークアンドライドの見直しなど、市内交通の不便さの解消や案内サインの整備を進めていくことで、観光客の利便性や快適性・周遊性の向上を図る必要がある。

課題区分：情報発信

#### 課題5：どんな観光資源があるのか知られておらず観光地としての認知度が低い

詳細

- ・どのような観光資源があるか知られていないなど、観光地としての認知度がまだ低い状況。
- ・個人旅行やグループ旅行が主流になるとともに、観光情報の入手も容易になり、パッケージ商品ではなく、個人の好みや興味・関心にあわせた行動をとることができるようになったため、観光地は多様性だけでなく、個人のニーズに合致した個性的な取り組みが求められるようになっている。

課題区分：広域連携

#### 課題6：広域的な観光連携ができていない

詳細

- ・県内で最も入込客延べ数が多い出雲市では、約1,250万人/年規模の観光入込客数があるが、本市ではその12分の1となる約100万人/年となっており、出雲圏域からの誘客の取組が十分に効果を発揮していない状況。
- ・今後、山陰道出雲～仁摩間の全線開通により、近隣圏域とのアクセスが向上することも踏まえ、特に出雲圏域からの誘客が図れるよう広域的な連携を推進する必要がある。

課題区分：インバウンド

#### 課題7：インバウンド受け入れの対応が十分にできていない

詳細

- ・インバウンド（訪日外国人旅行者）による観光客数は今後も大きく伸びることが予想され、地域経済の活性化が期待されている。本市においても三瓶山を含む大山隠岐国立公園満喫プロジェクトの推進などにより、全国的に増加している訪日外国人旅行者の取り込みが重要となる。
- ・訪日外国人旅行者の立場に立った受け入れ環境の整備や観光プログラムの開発を早急に進めることはもとより、他県・他市町とも連携した広域的な視点に立った観光誘致が重要となる。

# 第6章 これからの観光戦略

## 1. 大田市のめざす姿・行動指針

大田市が、観光振興を通して市民が豊かで幸せに暮らし続けられるまちをつくるためには、明確な将来の姿を描き、その「めざす姿」にむかって「オール大田市」で取り組んでいく必要があります。

ここでは、誰もが共通したイメージで計画を推進するため、「めざす姿」と「行動指針」を言葉で表現しています。

### 【めざす姿（将来像）】

#### 地域の独自性を磨き上げ、『共創観光都市』を目指す

地域の独特の個性を磨き上げ、大田市総合計画に掲げる基本姿勢「共創」のもと、様々な人が一緒に夢を語り合いながらアイデアを創り、市民・事業者・行政、“おおだ”に関わるすべての人たちが、一緒につくりあげていく共創観光都市を目指します。

### 【めざす姿を実現するための行動指針】

1. まちに住む人々の暮らしとの調和と、観光を通じた人々との交流により、生活文化をよりよく発展させることをめざします。
2. 経済と文化のバランスを探求することで、質の高い観光消費を促し、住民が豊かに幸せに暮らし続けていくための地域経済の活性化をめざします。
3. まちの魅力を誇りとし、地域の価値を高めあう人づくりをめざします。
4. 自然環境や文化を守り遺し、価値を次世代につなぎます。

## 2. 重点エリアの設定

### 2-1. エリア設定の考え方

本市は、太古から現代に至るまで火山に由来する多くの恩恵を受けてきました。観光面においては、世界遺産「石見銀山遺跡とその文化的景観」、国立公園「三瓶山」の2つの大きな観光資源を有しています。こうした自然そのものをリゾート化せず、文化や生活の中に取り込みながら、「豊かな日常、憧れられる日常」を守ってきました。

また、三瓶小豆原埋没林をはじめとする豊かな鉱物資源や温泉、風光明媚な自然景観、三瓶そばや神楽など、本市の産業や文化は3つの時代の火山と深い関わりがあり、本市の文化伝統を語るストーリーは高く評価され、「石見の火山が伝える悠久の歴史～“縄文の森”“銀（しろがね）の山”と出逢える旅へ～」（地域型）、「神々や鬼たちが躍動する神話の世界～石見地域で伝承される神楽～」（シリアル型・大田市外8市町）2つの日本遺産に認定されています。

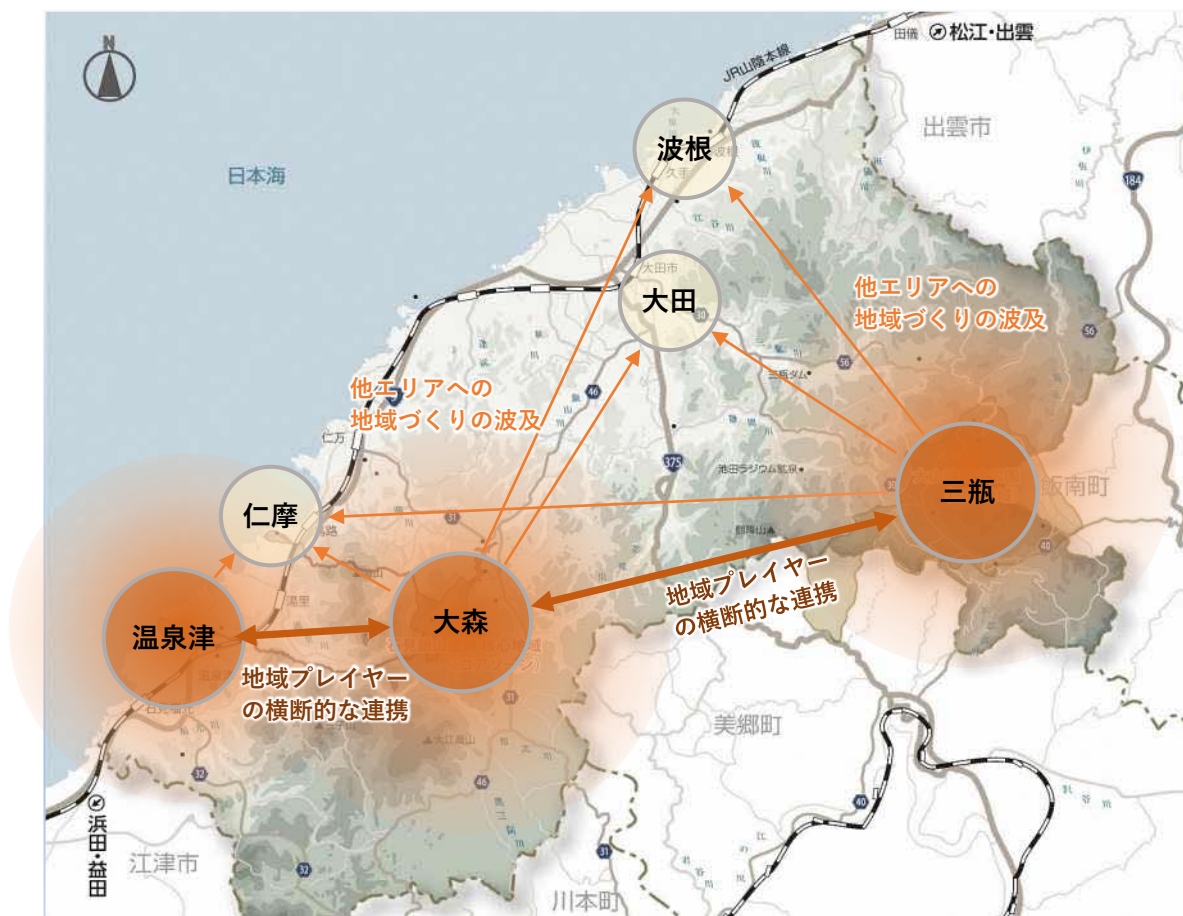
一方で、山陰道の開通によるストロー効果や世界遺産登録による誘客効果の弱まりなどから、観光入込客数は減少傾向にあり、さらにこの度の新型コロナウイルス感染症拡大は、地域で観光に携わる事業者や組織に大きな影響を与えました。

今後、観光産業による早期の経済回復と今後の戦略的・持続的な観光振興を図るためには、社会情勢の変化に即応した短期的・中長期的な施策を実行できる体制づくりが重要です。

そこで本市では、三瓶、大森、温泉津の3エリアを「推進体制づくりの重点エリア」として設定し、地域で精力的に観光地域づくりを進める事業者（以下、「地域プレイヤー」という。）を中心とした官民連携体制の構築を最優先課題として取り組むこととします。

そして、重点エリアでの観光地域づくりの活動を通じて、大田、波根、仁摩をはじめとする他のエリアにも波及させ、「オール大田市の体制づくり」構築に向けて進めていきます。

図.重点エリア位置図



## 2-1. 重点エリアの設定（三瓶エリア）

### 【設定背景】三瓶エリアの状況等

資源特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>三瓶エリアの観光の核である「三瓶山」は国立公園に指定されており、貴重な自然が多く残されています。山裾に広がる高原の散策や登山活動、キャンプやグランピング等、四季を通して大自然の中で非日常を楽しむことができます。</li> <li>世界的にも希少な立木の状態で保存されている「三瓶小豆原埋没林」をはじめ、多くの地域資源が日本遺産構成文化財に認定されています。</li> <li>三瓶山の麓から湧き出る三瓶温泉は、中国地方最大の噴出量を誇り、古くから湯治場として親しまれてきました。しかし、近年では設備不良等により源泉からの温泉供給量が不安定となっています。</li> </ul>
地域課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>山頂付近に志学、池田、北三瓶などの集落が分散して点在しており、エリア自体も広域であるため地域間での交流がしにくい環境にあります。</li> <li>登山やキャンプ、B-BIKE など自然系のアクティビティが楽しめますが、収益性の向上が課題となっています。</li> <li>平成 30 年(2018 年)に発生した島根県西部地震により、多くの建物が被災し、利活用が困難な空き家が多く、景観上の課題があります。</li> </ul>
地域プレイヤー	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域住民との観光資源の魅力や課題の共有が十分ではなく、また、地域の観光の牽引役となる人材等の不足から地域プレイヤーの連携体制の構築も充分ではありません。</li> </ul>

### 【エリアカルテ】三瓶エリアにおける来訪者の属性等（平成 29 年～令和 3 年）

来訪者の傾向	<ul style="list-style-type: none"> <li>約 9 割が日帰り客で日帰り、宿泊とも「島根県」と「広島県」からの来訪割合が大きく、滞在時間は「1 時間～3 時間程度」が約 6 割を占めます。</li> <li>家族での来訪が多く、来訪者の約 4 割が 10 歳以下となっています。また、4 回目以上の来訪が約 8 割とリピーターも多く見られます。</li> </ul>
<b>来訪者の発地</b>	
日帰り (n=724)	<p>中国地方 99%</p> <p>島根県 67% 岡山県 2% 広島県 27% 山口県 1% 近畿 1%</p>
宿泊 (n=108)	<p>中国地方 90%</p> <p>島根県 38% 岡山県 7% 広島県 40% 山口県 2% 四国 1% 中部 1% 関東 3%</p>
<b>旅行日程</b>	
三瓶エリア (n=832)	<p>日帰り 87% 2泊3日以上 11% 1泊2日 2%</p>
<b>滞在時間</b>	
三瓶エリア (n=832)	<p>1～3時間程度 59% 半日 27% 1日 7%</p>
<b>訪問回数</b>	
三瓶エリア (n=832)	<p>4回目以上 75% 1回目 13% 2回目 6% 3回目 5% 無回答 1%</p>
<b>来訪者の年齢</b>	
三瓶エリア (n=2,550)	<p>10歳以下 40%</p> <p>10歳未満 21% 10歳台 19% 20歳台 7% 30歳台 12% 40歳台 15% 50歳台 10% 60歳台 10% 70歳台 5% 80歳台以上 1%</p>
<b>グループ構成</b>	
三瓶エリア (n=842)	<p>家族 75% 友人 12% 一人 11%</p>
<b>同行者数</b>	
三瓶エリア (n=832)	<p>2,3人 53% 4,5人 28% 6～10人 11%</p>

## 三瓶エリアの観光地域づくりのめざす姿

### 三瓶のめぐみを共に分かち合えるまち

三瓶山をシンボルとして、地域づくりや観光振興にともに取り組むことができるまち

### 課題を共有し、ともに乗り越えられるまち

住民一体で課題を共有し、その解決に向かって、ともに取り組むことができるまち

## 重点的に取り組むこと

三瓶エリアは、東西南北のエリアを三瓶山高原道路で結んだ地域が中心で、観光施設が点在するエリアです。現在、エリア内に点在する地域同士を連携させる組織はなく、一体的な観光地域づくりのための地域プレイヤー同士の連携強化が求められています。

そのためには、エリア全体で共有する観光地域づくりのめざす姿を設定することが必要であるため、まずは地域プレイヤー間で課題を共有する機会と課題解決に向けて話し合う場づくりを行い、その活動を将来的には地域の人々にもひろげていくことを目指します。

- 地域事業者と課題を共有する機会づくり
- 地域課題解決のための場づくり

## 地域プレイヤーの役割

- 地域で共有できるプロジェクトの立案
- 連携事業者の掘り起こし



## 2-2. 重点エリアの設定（大森エリア）

### 【設定背景】大森エリアの状況等

資源特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>大森エリアの観光の核である世界遺産「石見銀山遺跡とその文化的景観」は、当時の精錬方法や知恵や工夫、銀生産から流通に至る全体像などを今に伝える歴史的な価値の高い産業遺産です。今なお人々が暮らすことで景観が守られ、遺跡と自然と人々との調和の総体が世界遺産としての価値を支えています。</li> <li>世界遺産登録によるオーバーツーリズム経験後は、「穏やかさと賑わいの両立」を謳った「大森町住民憲章」や町民ルール等が制定されています。</li> </ul>
地域課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界遺産登録から15年の経過し、当時つくられた仕組みやルールの一部が現状と合わなくなってきています。</li> <li>重要伝統的建造物群保存地区に指定されている町並みでは、空き家対策、伝統的建造物の整備修復、様々な自然災害に対する防災対策等が必要です。</li> </ul>
地域プレイヤー	<ul style="list-style-type: none"> <li>近年は民間事業者を中心に、地域での文化的資源の維持と共有、一体の観光地として連携したサービス提供等による収益の最大化、地域プレイヤーが参画する地域運営組織による、「地域一体型経営の推進」などの新たな試みが始まっています。</li> </ul>

### 【エリアカルテ】大森エリアにおける来訪者の属性等（平成29年～令和3年）

来訪者の傾向	<ul style="list-style-type: none"> <li>約9割が日帰り客で、日帰りでは「鳥根県」「広島県」、宿泊では「広島県」「近畿」「関東」がそれぞれ来訪割合の約2割を占めています。また、滞在時間は「1時間～3時間程度」が約6割を占めています。</li> <li>「初めて」「40歳～60歳台」「家族」での来訪が半数以上を占めています。</li> </ul>
<b>来訪者の発地</b>	
<b>日帰り</b>	<p>大森エリア (n=871)</p> <p>鳥根県 4% 中国地方 61% 岡山県 5% 広島県 21% 山口県 5% 四国 4% 近畿 2% 中部 13% 関東 5% 東北北海道 14% 1%</p> <p>九州沖縄</p> <p>■ 鳥根県 ■ 中国地方 ■ 岡山県 ■ 広島県 ■ 山口県 ■ 四国 ■ 近畿 ■ 中部 ■ 関東 ■ 東北北海道 ■ 九州沖縄 ■ 外国 ■ 無回答</p>
<b>宿泊</b>	<p>大森エリア (n=127)</p> <p>鳥根県 2% 中国地方 37% 岡山県 11% 広島県 19% 山口県 1% 四国 9% 近畿 4% 中部 20% 関東 9% 東北北海道 18% 3%</p> <p>九州沖縄</p> <p>■ 鳥根県 ■ 中国地方 ■ 岡山県 ■ 広島県 ■ 山口県 ■ 四国 ■ 近畿 ■ 中部 ■ 関東 ■ 東北北海道 ■ 九州沖縄 ■ 外国 ■ 無回答</p>
<b>旅行日程</b>	
大森エリア (n=998)	<p>日帰り 87% 1泊2日 11% 2泊3日以上 2%</p> <p>■ 日帰り ■ 1泊2日 ■ 2泊3日以上</p>
<b>滞在時間</b>	
大森エリア (n=998)	<p>1～3時間程度 64% 半日 25% 1日 8% 2日 2% 3日以上 2% その他 1%</p> <p>■ 1時間程度 ■ 2時間程度 ■ 3時間程度 ■ 半日 ■ 1日 ■ 2日 ■ 3日以上 ■ 無回答</p>
<b>訪問回数</b>	
大森エリア (n=998)	<p>1回目 56% 2回目 11% 3回目 6% 4回目以上 27%</p> <p>■ 1回目 ■ 2回目 ■ 3回目 ■ 4回目以上 ■ 無回答</p>
<b>来訪者の年齢</b>	
大森エリア (n=2,337)	<p>40歳～60歳台 53%</p> <p>10歳未満 7% 10歳台 6% 20歳台 14% 30歳台 11% 40歳台 16% 50歳台 20% 60歳台 17% 70歳台 8% 80歳台以上 1%</p> <p>■ 10歳未満 ■ 10歳台 ■ 20歳台 ■ 30歳台 ■ 40歳台 ■ 50歳台 ■ 60歳台 ■ 70歳台 ■ 80歳台以上</p>
<b>グループ構成</b>	
大森エリア (n=1,005)	<p>一人 17% 家族 57% 友人 20% 2% 4%</p> <p>■ 一人 ■ 家族 ■ 友人 ■ 団体旅行 ■ その他 ■ 無回答</p>
<b>同行者数</b>	
大森エリア (n=999)	<p>1人 17% 2,3人 63% 4,5人 15% 6～10人 4% 11～29人 1%</p> <p>■ 1人 ■ 2,3人 ■ 4,5人 ■ 6～10人 ■ 11～29人 ■ 30人以上 ■ 無回答</p>

## 大森エリアの観光地域づくりのめざす姿

### 世界遺産での今ある暮らしこそが、観光の価値として光るまち

観光と暮らしの緩やかなつながりを示し「住みたくなるまち」として訪れる人々に感動を与えるまち

### 暮らしのなかの安心と穏やかさ、 賑わいと経済的豊かさを両立するまち

まちのキャパシティを考え、石見銀山の歴史に培われた、穏やかな暮らしと観光による賑わいを両立するまち

地域一体経営により、観光における地域経済の収益最大化を図る

### 人と世代が繋がり、石見銀山を未来に引き継ぐまち

先人から受け継がれてきた歴史、遺跡、自然を守り、人と世代が繋がることで未来に引き継ぐ

## 重点的に取り組むこと

大森エリアでは、観光振興によって得た外貨を原資に、中長期的に町の公益事業を住民が主体的に地域で支えることで、よりよい状態で次世代に町を引き継ぐことができると考えています。

地域プレイヤーが連携した地域一体型経営により、観光振興事業等を推進していきます。

- 共通チケット化による地域全体の収益向上
- グリンスローモビリティ（GSM）の運行主体の地域移管
- 龍源寺間歩指定管理事業
- 特定地域づくり事業協同組合の運営
- 古民家の保存と活用（石見銀山版アルベルゴ・ディフーズ<sup>11</sup>）

## 地域プレイヤーの役割

- 地域一体型経営による各種事業の推進



<sup>11</sup> 街中や集落の古民家を客室に見立て、一帯で宿泊経営を行う分散型宿泊施設の考え方

## 2-3. 重点エリアの設定（温泉津エリア）

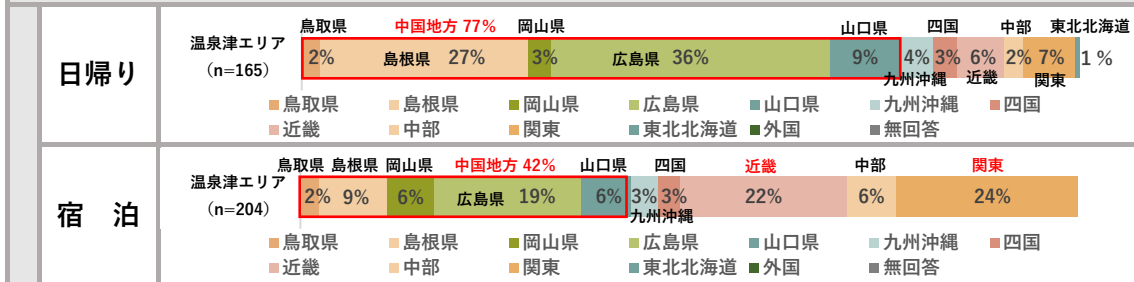
### 【設定背景】温泉津エリアの状況等

資源特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>温泉津エリアの観光の核である「温泉津温泉街」は石見銀山の外港として発展した温泉のある港町です。良質な温泉が湧き出し小規模ながらもノスタルジーと情緒に溢れる温泉街は、世界遺産「石見銀山遺跡とその文化的景観」の構成資産にもなっており、年間を通して多くの宿泊客が訪れています。週末の夜等には、石見地方に古くから伝わる伝統芸能「石見神楽」も公演されています。</li> <li>やきものの里では、日本最大級の現役登り窯と温泉津焼にふれることができ、創作体験が人気です。</li> </ul>
地域課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>江戸時代後期から昭和初期の建物が混在する温泉街の街並みは重要伝統的建造物群保存地区に指定されており、今後も町並みの修理・修景等が必要です。</li> <li>地域外で働く住民が多く、働き手不足や人材育成が課題となっています。</li> </ul>
地域プレイヤー	<ul style="list-style-type: none"> <li>近年は地域プレイヤーの横連携が活発化しており、地域の独自組織を主体としたサイクリングイベントの開催や、中国経済産業局の地域ブランド化事業の採択を受けてのワークショップの開催や宿泊施設等の高付加価値化の推進、地域を巻き込んだ民間事業者によるクラウドファンディングを用いたサウナ出店等の多様な盛り上がりを見せています。</li> </ul>

### 【エリアカルテ】温泉津エリアにおける来訪者の属性等（平成29年～令和3年）

来訪者の傾向	<ul style="list-style-type: none"> <li>約半数が1泊以上の宿泊を伴います。日帰りでは「島根県」「広島県」、宿泊では「広島県」の他、「近畿」「関東」が来訪割合の約2割を占めます。</li> <li>「家族」のほか「一人」での来訪割合が三瓶、大森エリアと比べて高く、また、来訪者の約5割を「3回目以上」のリピーターが占めています。</li> </ul>
--------	---

#### 来訪者の発地



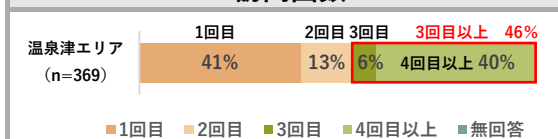
#### 旅行日程



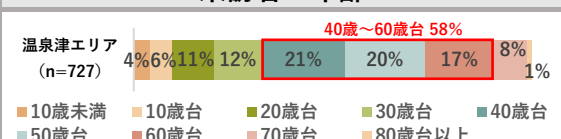
#### 滞在時間



#### 訪問回数



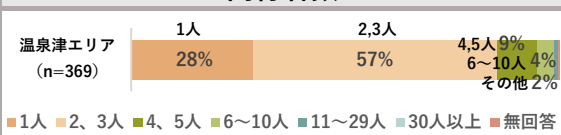
#### 来訪者の年齢



#### グループ構成



#### 同行者数



## 温泉津エリアの観光地域づくりのめざす姿

### まちの人に会いたくなる

### まちづくりの仲間入りをしたくなるまち

暮らすように旅することで、まちの人々との交流、まちの良さを体験できるまち

### 世界中にコアなファンがいるまち

市場は小さくても熱烈的なファン、インバウンドを含めたコアなファンがいるまち

## 重点的に取り組むこと

温泉津エリアは、比較的リピーターが多く、更なる拡大を目指しています。経済産業省の地域ブランド化事業や観光庁の観光地の再生・高付加価値化事業に取り組んでいます。

中長期型の滞在環境を整備する中で、滞在者や二拠点居住者、U・Iターン者が働けるまちづくりや人材育成も視野に入れています。

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業
- 中長期滞在者を対象とした働きながら旅ができる環境の整備
- 地域内でチャレンジする人の支援（人材育成）
- インバウンド向け観光商品・サービスの造成（神楽ややきものの活用）

## 地域プレイヤーの役割

- 住民、地域事業者や観光地域づくりのプレイヤー等の仲介役



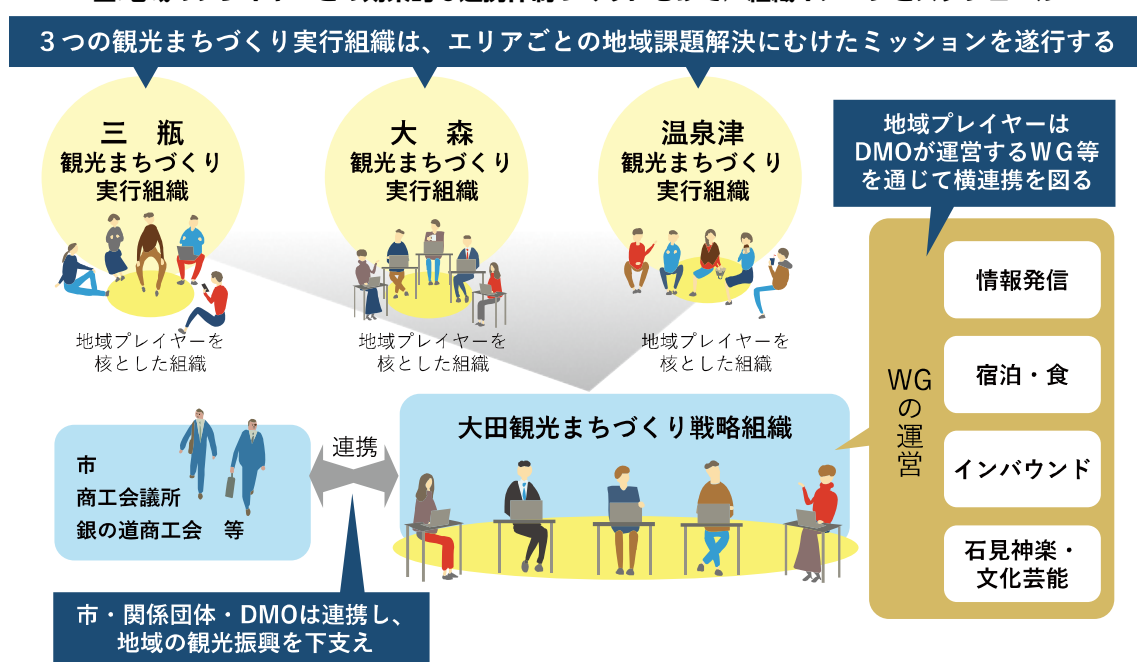
## 2-4. 地域プレイヤーとの効果的な連携体制の構築

本市の目指す観光地域づくりを推進するために、本計画期間内においては、三瓶エリア、大森エリア、温泉津エリアの3エリアで、地域プレイヤーを核とした観光まちづくり実行組織の構築を目指します。

また、エリアごとの地域課題解決に向けたミッションを遂行するため、行政、登録DMOの（一社）大田市観光協会、観光まちづくり実行組織それぞれが行っている観光関連業務のたな卸しと、観光に関する機能を関連組織全体で再配置を行い、業務の効率化・財源確保の検討につなげます。

そして、大田市全体のマネジメント・マーケティング・ブランディングを戦略的に推進するため、登録DMOが果たすべき役割を整理し、大田市観光推進体制の再編の検討に取り組みます。

図.地域のプレイヤーとの効果的な連携体制づくりにむけて/組織イメージとスケジュール



		1年目	2年目	3年目	4年目
関係団体の観光関連業務の情報収集・整理		■			
観光組織再編検討	各エリア		■		
	観光まちづくり実行組織の検討		■		
	大田市 DMO 組織再編検討		■		
組織再編					●

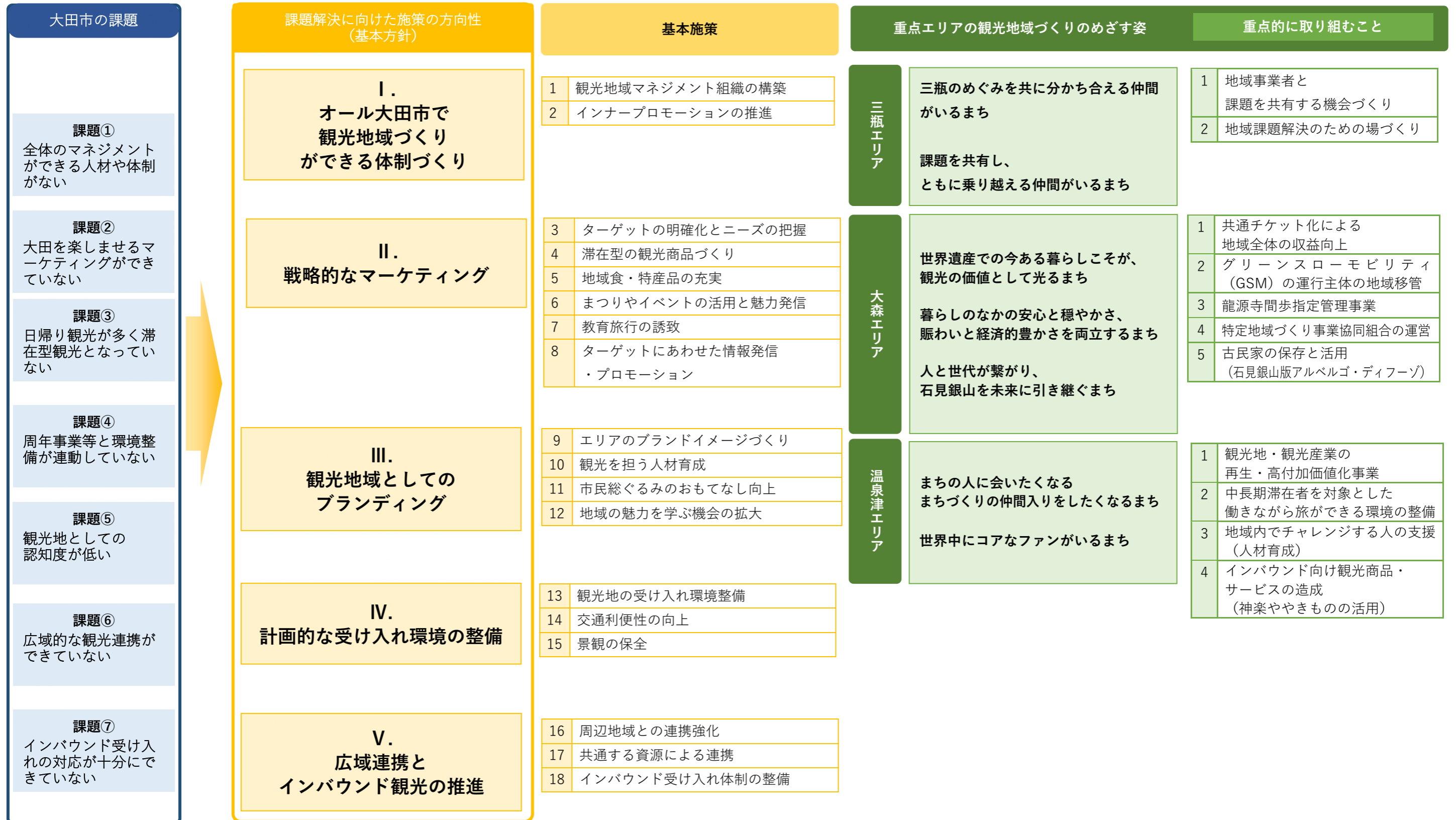
### 【観光まちづくり実行組織の主な役割】

- 観光地域づくりのプラットフォームとして、地域のステークホルダーとの連携・合意形成
- 地域課題の解決にむけたミッションを遂行

# 第7章 施策（計画の具体的な取組内容）

## 1. 施策の方向性（基本方針と基本施策）

本市の観光の課題への対応及び将来像の実現に向けて、Ⅰ～Ⅴの5つの基本方針を定め施策を進めていきます。



## 2. SDGs への多角的な対応

SDGs（持続可能な開発目標）においては、8、12、14 のように具体的な記載がある分野における実践はもちろん、他のゴール・ターゲットの達成に観光がどのように寄与できるのか、多面的に推進する必要があります。

それは、観光客の入込客数や消費額などの経済的な側面だけではなく、例えば観光教育を通じた地域の誇り醸成や、自然や文化的資源の保護、危機管理など、経済、文化、環境など、幅広い分野に及びます。

持続可能な観光地域づくりを目指し、本計画の推進にあたっては、SDGs の達成という視点を全ての施策に盛り込んでまいります。



### 3. 施策と具体的な取り組み

基本方針にもとづき、基本施策と具体的な取り組みを次のように設定します。

#### 基本方針Ⅰ．オール大田市で観光地域づくりができる体制づくり

個々の取り組みが相乗効果を十分に発揮し、戦略的な観光地域づくりを推進できる組織づくりを行います。また、市民一人ひとりが本計画について理解し、観光振興の取組をオール大田市で取り組めるよう意識醸成を図ります。

##### 基本施策1 観光地域マネジメント組織の再編

令和3年3月に一般社団法人大田市観光協会が登録DMOとして正式登録されており、現在、マーケティングデータの収集、市内関係者への情報提供等、観光情報等の発信、WG（情報発信、インバウンド、宿泊・食、石見神楽・文化芸能）の運営等を担っています。

今後は、大田市の観光地域づくりのマネジメントとマーケティングをより効果的に展開できるように、DMO、市、関連する民間団体とそれぞれの役割分担を明確化し、安定的な運営を図ります。

また、三瓶エリア、大森エリア、温泉津エリアにおいては、既存の地域プレイヤー組織を核とした観光まちづくり実行組織を形成します。

各エリアの実行組織は、観光地域づくりのプラットフォームの役割を担うとともに地域課題の解決にむけたミッションを遂行し、地域特性を活かした観光地域づくりを進めます。

##### 基本施策2 インナープロモーション<sup>12</sup>の推進

本計画を「観光を通じた地域づくりの羅針盤」とし、観光振興の取組をオール大田市で取り組むため、市報などの広報媒体を活用し、計画の周知に努めます。

また、市内中高生への出前講座や日本遺産地域学習を通して地域を誇りに思う気持ちを高め、地域活性化の行動につながるよう、普及啓発に努めていきます。

<sup>12</sup> 組織内の意思統一や士気の高揚、意欲の喚起などを目的として組織内の構成員に向けて実施されるプロモーション  
本計画では、市民向けに実施されるプロモーションのことを言う

## 基本方針Ⅱ． 戦略的なマーケティング

本市独自の資源を活かした自然、文化体験ができるプログラムや楽しみ方を創出するなど、ターゲットやニーズに合わせたサービスや商品を造成するとともに、戦略的なプロモーションを展開します。

また、スマートフォンなどの ICT ツールの普及をはじめとする人々の情報収集手段の多様化に対応できる的確で確実に情報が届く仕組みを作り、ターゲットに応じた効果的な情報発信を行います。

### 基本施策 3 ターゲットの明確化とニーズの把握

観光動態調査について、大田市への来訪者の特性をより深掘りできる手法を検討し、ターゲットの明確化を図ります。

客観的な視点で資源を評価し商品として造成するため、ターゲットとなる都市圏における観光ニーズや本市のイメージについて把握します。

また、市内観光地においても来訪客を対象とするヒアリング調査により、魅力の向上に役立つ情報収集を行い、観光商品づくりやプロモーションに活かします。

### 基本施策 4 滞在型の観光商品づくり

観光客が石見神楽をはじめとする伝統文化や自然、温泉や食を堪能しその魅力を満喫できる滞在型の観光商品の開発、販売強化に取り組み、滞在型観光を推進します。

また、石見銀山においては、遺跡の価値を伝えるためのガイドによる解説が有効であり、来訪客の満足度を大きく左右します。ガイドとともに巡るコース設定を行い、利用促進を図り石見銀山訪問の満足度を高いものにします。同時に収益性の高い事業を展開することにより継続した取り組みにつなげます。

### 基本施策 5 地域食・特産品の充実

旅の目的のひとつとして「食」が注目されるようになり、旅行者にとって地域の「食」は不可欠な旅行要素となっています。本市には箱寿司やへか焼き、海産物等の歴史や自然に育まれた固有の郷土料理があり、近年では鮮度・品質で高く評価されている「おおだ一日漁」「大あなご」や三瓶の在来種「三瓶そば」のブランド化を推進しています。これらを観光消費に繋げていくためにも、「食の観光」を進めていきます。

### 基本施策 6 まつりやイベントの活用と魅力発信

大田の風物詩である「天領さん」や「彼岸市」等の伝統行事や祭りの魅力を活用し、地域活性化に力を入れていきます。

また、自然を活かした「石見グランフォンド」「さんべ志学の雪あかり」等の参加型のイベントを地域特性を活かした旅行商品として発展させていき、地域住民と一体となったイベントを通じて、賑わいの創出を図るとともに、地域の魅力発信を行います。

## 基本施策 7 教育旅行の誘致

三瓶山、石見銀山をはじめとする本市固有の地域資源を活用し、修学旅行をはじめとする様々な学びの場として、自然観察、歴史学習等の多様なメニューを準備することで、教育旅行誘致につなげていきます。

## 基本施策 8 ターゲットにあわせた情報発信・プロモーション

市、観光協会、関連団体など、観光情報を発信する主体が複数存在するため、情報の内容や手法について整理し、ターゲットに応じた効果的な情報発信を行います。

また、島根県との連携により、効率的かつ効果的なプロモーション活動を行います。

## 基本方針Ⅲ. 観光地域としてのブランディング

石見銀山と三瓶山等の地域資源や温泉津温泉、三瓶温泉をはじめとする温泉資源、日本海の海岸美や中国山地の自然景観等、歴史や文化、自然等からなる多彩な観光資源をもとに、付加価値の高い優れた価値を創造し、長く過ごしたくなる魅力づくりを行い、リピーターの確保に努めます。

### 基本施策 9 エリアのブランドイメージづくり

本市は地域ごとに多様な観光資源を有しており、それぞれ特性が異なります。

三瓶、大森、温泉津の重点エリアにおいて、それぞれの地域が独自の個性を磨き上げ、付加価値の高い観光価値を創造するために、地域ごとの将来像等を設定し観光地域づくりを進めます。

### 基本施策 10 観光を担う人材育成

観光地域づくりを進めるための、地域の観光を担う人材の発掘と育成に取り組みます。

また、地域の魅力をより多くの方に知って頂き、観光の満足度を一層高めていくため、石見銀山ガイドやネイチャーガイド等のガイドの育成に努めます。

### 基本施策 11 市民総ぐるみのおもてなし向上

本市を訪れる観光客に対して、「市民一人ひとりが観光大使」の気持ちでお迎えできるよう、市民意識の醸成を図ります。

### 基本施策 12 地域の魅力を学ぶ機会の拡大

市民一人ひとりが大田らしさを再発見し、より一層ふるさとに誇りと愛着を持ってもらうため、地域の魅力を学ぶ機会を拡大します。

また、令和 2 年 6 月に「石見の火山が伝える悠久の歴史～”縄文の森””銀の山”と出逢える旅へ～」が日本遺産に認定されました。認定に伴い市民一人ひとりが大田の魅力を再発見し、「地域の宝」として誇りを持ち、自ら保全と活用に取り組む機運の醸成を図るため、地域住民参加型事業などによる住民意識、市民満足度の向上の取組を進めます。

## 基本方針Ⅳ. 計画的な受け入れ環境の整備

本市所有の観光施設については、「大田市公共施設総合管理計画」に基づき適切に管理します。令和4年1月にグランドオープンした道の駅「ごいせ仁摩」のほか、市内の主要な観光施設における観光案内所としての機能充実など、計画的な受け入れ環境の整備を検討します。

また、市内観光の周遊性を高めるために、交通利便性の向上に取り組みます。

地域のまちなみにおいては、歩いて楽しい賑わいのある空間を創出することで、「また来たい」と思われる、環境づくりを推進します。

### 基本施策 13 観光地の受け入れ環境整備

公共施設適正化計画に基づき市所有の観光施設について個別改修計画を策定し、施設のあり方を検討します。また、市全体の観光案内機能の最適化について検討します。

また、道の駅においては、周遊促進や利用者の利便機能を強化するなど観光客の受け入れ体制を整備します。

石見銀山では、観光客、住民の交通利便性向上のため、現在、市営で運行しているグリーンスローモビリティ「ぎんざんカート」の運行主体を地域運営組織へ移管し、持続可能な運行体制を構築していきます。

その他、案内表示や施設展示物の多言語化を進めるなどの受け入れ環境整備を進めます。

### 基本施策 14 交通利便性の向上

観光を目的としたレンタカーやタクシーの利用に対する助成等の支援策や JR と路線バスの連携を検討するとともに、案内サインの充実等、交通利便性の向上を図ります。

さらに、市内路線バス等の公共交通間の交通アクセスの利便性に付加価値をつけることで、利用促進を図ります。

大森エリアにおいては、石見銀山のパークアンドライドの運用に関する見直しを行い、来訪者の利便性向上を図ります。

### 基本施策 15 景観の保全

大森や温泉津の重要伝統的建造物群保存地区では空家が増加しているため、活用及び景観保全のための対策を実施します。

既に定着しているクリーン銀山やクリーン三瓶等の市民ボランティアによる活動を継続的にサポートします。

三瓶山西の原においては早春の風物詩である火入れにより、生態系の保全と草原の維持による良好な原野風景を保全します。

## 基本方針Ⅴ. 広域連携とインバウンド観光の推進

山陰圏域、出雲圏域、石見圏域及び共通の資源を有する関係市などとの広域連携を図り、周辺観光地と一体となった観光地域づくりに参画することで本市への観光客誘致につなげます。

また、今後地方部への市場拡大が期待されるインバウンド観光の受け入れ体制を構築します。

### 基本施策 16 周辺地域との連携強化

年間2,300万人規模の集客力のある出雲圏域や石見圏域の観光地と連携を強めることで山陰地域一体としての魅力向上に寄与しながら、誘客増につなげます。特に鳥取・島根両県からなる（一社）山陰インバウンド機構が推進する「縁の道～山陰～」は、国が訪日外国人旅行者の誘致を支援する広域観光周遊ルートとして認定を受けており、ルートが一体となった観光地域づくりを行います。

また、中国地方3県12市がネットワークを組む中国広域観光連絡協議会や石見圏域の観光資源の魅力を発信する石見観光振興協議会との連携により観光誘客の拡大につなげます。

### 基本施策 17 共通する資源による連携

世界遺産や日本遺産を有する関係市と交流することにより観光地域づくりの情報共有や連携した取り組みを行います。

また、銀山街道においては島根県・広島県両県にまたがる銀山街道沿線市町等連携協議会との連携により観光誘致の拡大につなげます。

三瓶山周辺では、三瓶山広域ツーリズム振興協議会における観光計画や国立公園満喫プロジェクトによる広域的な観光振興の取り組みが進められています。大山隠岐国立公園満喫プロジェクト推進体制及び三瓶山広域ツーリズム振興協議会の関連市町との連携を行い、魅力向上を図るとともに国立公園のナショナルパーク化を推進し、インバウンド誘客を推進します。

### 基本施策 18 インバウンド受け入れ体制の整備

世界遺産である石見銀山は、世界的にも評価の高い観光地です。この優位性を活かし、観光消費が大きく、滞在期間が長い傾向にあるインバウンド誘客を促進するため、世界にむけた情報発信をするとともに、関西や山陽から、山陰、大田市への誘客を促します。

また、周遊を促し、他の観光地への評価にもつなげるためインバウンドの受け入れ体制の整備を推進します。

三瓶山エリアは、「国立公園満喫プロジェクト」を継続的に実施し、国・県・関係機関と連携して訪日外国人旅行者の国立公園への観光客誘客を進めていきます。

インバウンドは今後、地方への拡大が期待されていることから、海外情勢に留意し、（一社）山陰インバウンド機構や島根県と連携して積極的な情報発信を行い、誘客につなげていきます。

## 4. 数値目標

### 4-1. 数値目標

本計画の実施によって、計画期間終了時（令和8年度）に将来像実現のために掲げた目標が、どの程度実現されているのかを測るための指標として KGI<sup>13</sup>（最終目標）とそれを達成するために必要な要素を分解し、その要素がどの程度達成されているのかを測るための KPI<sup>14</sup>（定量評価指標）を設定します。

		KGI（最終目標）	KPI（定量評価指標）	
経済分野	観光消費額	H30 基準 <b>32.1 億円</b> ↓ <b>50 億円</b>	消費額単価	日帰り客 +200 円/年 宿泊客 +250 円/年
			入込客実人数	H30 基準で約 9%/年 UP（H27 と同水準） <b>527 千人 ⇒ 724 千人</b>
			観光入込客延べ数	H30 基準で約 4%/年 UP（H29 と同水準） <b>1,113 千人 ⇒ 1,274 千人</b>
			宿泊客延べ数	H30 基準で約 4%/年 UP（H29 と同水準） <b>126 千人泊 ⇒ 146 千人泊</b>
			来訪者満足度	R3「満足」の割合 日帰り 47.7%・宿泊 75.6% ↓ 日帰り 70%・宿泊 76%
			リピーター率	R3「1回目」以外の割合※無回答を除く 日帰り 63.4%・宿泊 54.4% ↓ 日帰り 65%・宿泊 55%
社会文化分野	歴史・文化振興施策に関する市民満足度	ポジティブな評価の割合 <b>25.9%</b> ↓ <b>30%</b>	日本遺産認定の市民認知度	R3 <b>52% ⇒ 60%</b>
			龍源寺間歩入場者のうちガイドを利用するお客様の割合	R3 <b>30.1% ⇒ 40%</b>
環境分野	自然環境保全施策に関する市民満足度	ポジティブな評価の割合 <b>19.0%</b> ↓ <b>20%</b>	環境保護活動に参加する市民数	R3 <b>648 人 ⇒ 700 人</b>
			環境負荷の少ないモビリティ利用者数	ぎんざんカート利用者数 4月～12月運行 R3 <b>9,255 人 ⇒ 26,000 人</b>

<sup>13</sup> Key Goal Indicator の略

<sup>14</sup> Key Performance Indicators の略

## 4-2. 数値目標の設定の考え方

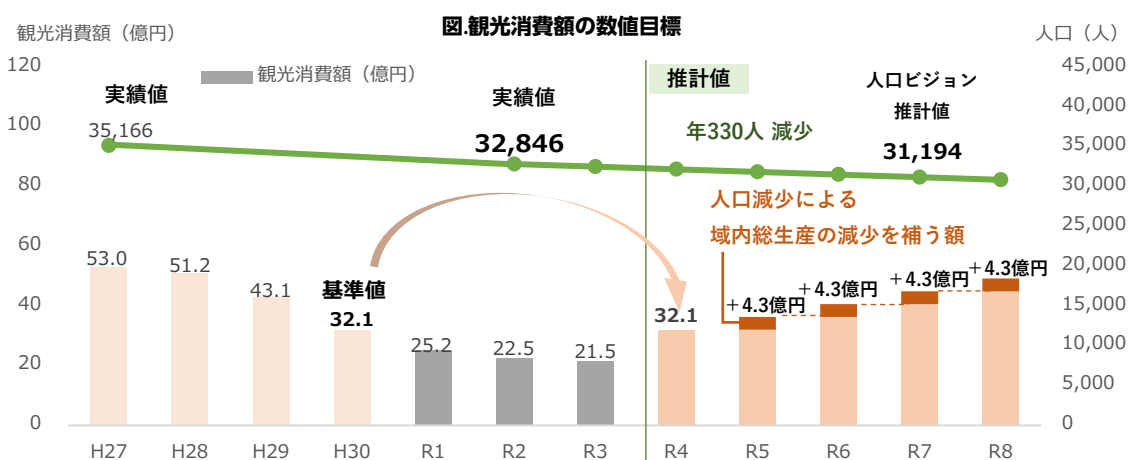
### 経済分野 KGI (最終目標)

#### 【観光消費額】

大田市人口ビジョンを基に、計画期間（令和4年度～令和8年度）の人口減少による域内消費額の減少分を観光消費額で補っていくものとして目標数値を試算しました。

家計調査によると定住人口一人あたりの年間消費額は130万円といわれています。

大田市の人口ビジョンにおける人口推計を基に試算すると、計画期間の人口減少による域内消費の減少分は**年間 4.3 億円**と試算されます。この減少分を観光をはじめとする産業振興によって、補うことが必要となるため、基準年から毎年4.3億円ずつ観光消費額を増加させていくことを目標とします。



基準年は、新型コロナウイルス感染症や島根県西部地震の影響による三瓶エリア大型宿泊施設改修等の影響を受ける前の平成30年（2018年）（32.1億円）を基準値とし、「令和4年（2022年）に基準値に回復する」という想定で数値設定し、計画期間最終年の4年後に**50 億円**（※千万円単位繰り上げ）を目指すこととします。

なお、観光消費額の数値目標については、観光入込客実人数や一人当たりの消費額単価の増加等により達成されるものと考えられ、それらの数値目標は次の通り設定します。

#### 経済分野 KSF<sup>15</sup> (KGI 達成のための鍵となる要因)

自地域のファンである  
リピーター旅行者の誘客

高単価で質の高い  
旅行者の誘客

観光地としての  
認知度の向上

##### 【具体的なアクション例】

- 「大あなご」や「三瓶そば」など、「食の観光」の推進による消費拡大
- 自然や文化遺産を活用したアクティビティなどの提供による滞在促進と消費拡大
- 三瓶温泉や温泉津温泉などの温泉資源や、石見神楽や重伝建地区での滞在など独自の文化を体験できる中・長期滞在型旅行商品の開発・販売
- 宿泊施設・観光サービスの高付加価値化による消費額単価向上

## 経済分野 KPI (定量評価指標)

### 【消費額単価】

観光消費額の増大のためには、入込客実数だけでなく、消費額単価もあわせて増加させる必要があります。入込客実数を平成30年（2018年）比の1.37倍（約9%/年UP）にするとともに、計画期間最終年までに宿泊客で1,000円（250円/年）、日帰り客で800円（200円/年）消費額単価を増加させるものとします。

		(円)	計画最終年まで（4ヵ年） の増加分	(円)
		消費額単価 (H28-H30平均)		令和8年 (計画期間最終年)
宿泊	県内	13,900	1,000円増加（+250円/年）	14,900
	県外	22,100	1,000円増加（+250円/年）	23,100
日帰	県内	1,800	800円増加（+200円/年）	2,600
	県外	2,900	800円増加（+200円/年）	3,700

※100円以下を四捨五入

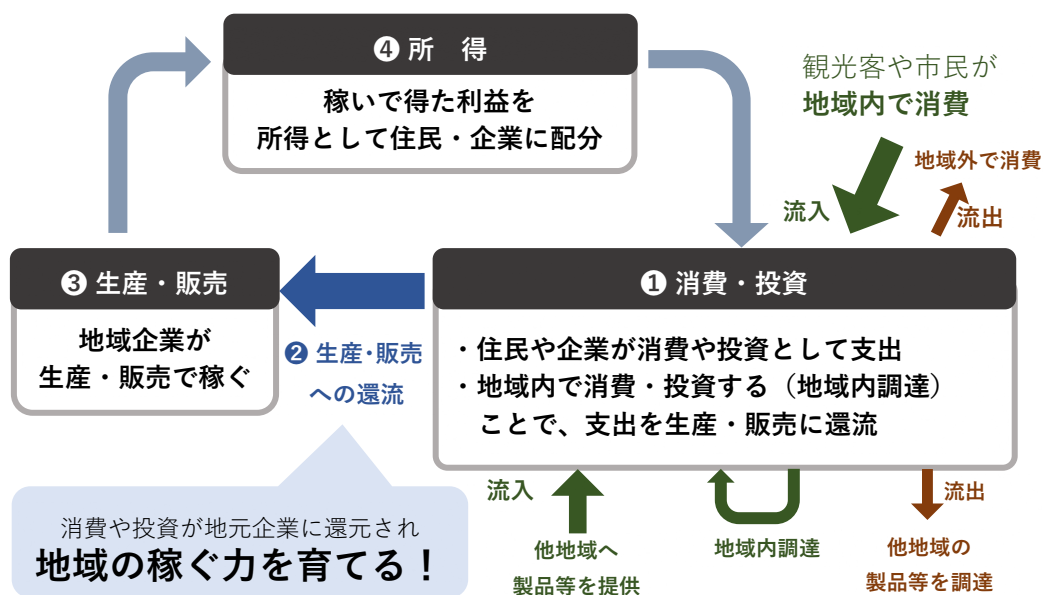
なお、設定した観光消費額（KGI/最終目標）の達成のためには、入込客実数、消費額単価（KPI/定量評価指標）に加えて、事業を成功させるために必要な要因（KSF/目標達成要因）を抽出・設定することが重要です。この点を意識しながら、観光に携わる人々がこれまで以上に連携して観光産業の底上げを図り、来訪者の消費を喚起する取り組みが必要です。

### 参考：観光消費に関する目標値の検討にあたって：地域内の経済循環

観光振興を通じて地域内の稼ぐ力を育てるには、

「**地域内外から所得を得ること**」「**地域内で所得を循環させること**」が重要です。

観光客や市民が地域内で消費したり、企業や事業所などが地域内の製品等を仕入れたりすることで、地域経済の好循環を生み出します。



### 【入込客実人数】

入込客実人数を種別ごとにみると、特に県内宿泊、県外日帰りが大きく変動しています。平成30（2018年）以前の3か年の平均をとると以下ようになります。入込客実人数は年々減少しており、まずは計画期間最終年にこの平均値**724千人**まで実人数を回復させることを目標とします。

これは**平成30年比で1.37倍（約9%/年UP）**を目指すこととなります。

※平成27年の入込客実数762千人と同程度です。

年次別観光入込客実数

		H28	H29	H30	平均
宿泊	県内	4.1	4.6	12.2	7
	県外	136.5	133.7	100.1	124
日帰り	県内	172.6	206.6	234.5	205
	県外	753.6	231.5	180.2	389
合計		1,066.7	576.5	527.0	724

※平均値は百人単位繰り上げ

1.37倍

### 【観光入込客延べ数／宿泊客延べ数】

入込客実人数と同様の考え方により、平成30以前の3か年の平均値まで人数を回復させることとします。

平成30年比で観光入込客延べ数は**1.14倍**、宿泊客延べ数は**1.16倍（ともに約4%/年UP）**を目指すこととなります。

※平成29年の観光入込客延べ数1,320千人、宿泊客延べ数と153千人と同程度です。

年次別観光入込客延べ数・宿泊客延べ数

	H28	H29	H30	平均
観光入込客延べ数	1,387	1,320	1,113	1,274

※百人単位繰り上げ

1.14倍

	H28	H29	H30	平均
宿泊客延べ数	159	153	126	146

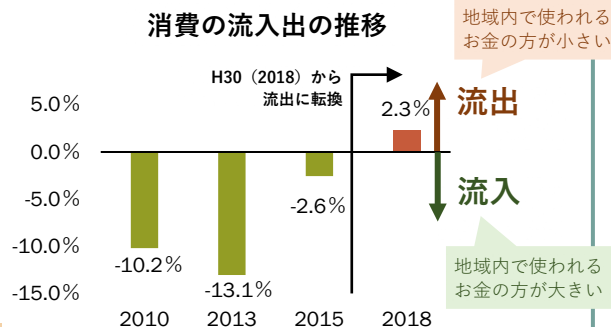
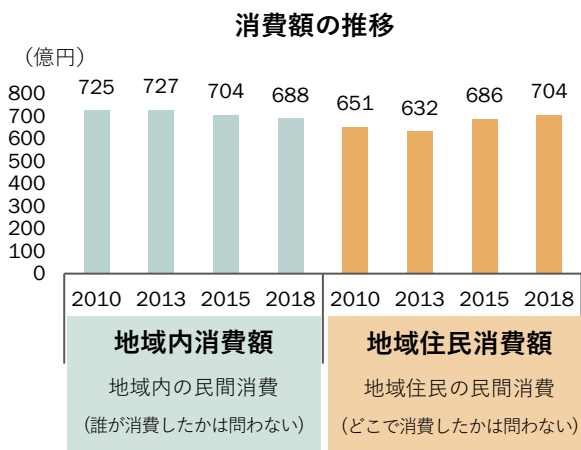
※百人単位繰り上げ

1.16倍

### 参考：観光客数に関する目標値の検討にあたって：大田市内の消費の流入出

大田市の消費の推移を見ると、平成22年（2010年）、平成25年（2013年）、平成27年（2015年）は、観光客や市民により地域内で観光や買い物に使われる「地域内消費額」が、地域住民が市内外で消費する「地域住民消費額」より大きく、消費は流入していましたが、平成30年（2018年）からは、消費額が流出に転じています。

この状況をふまえると、**観光や買い物による消費を流入させるためには、地域内消費の規模を平成30年（2018年）以前の水準まで目指す必要があります。**



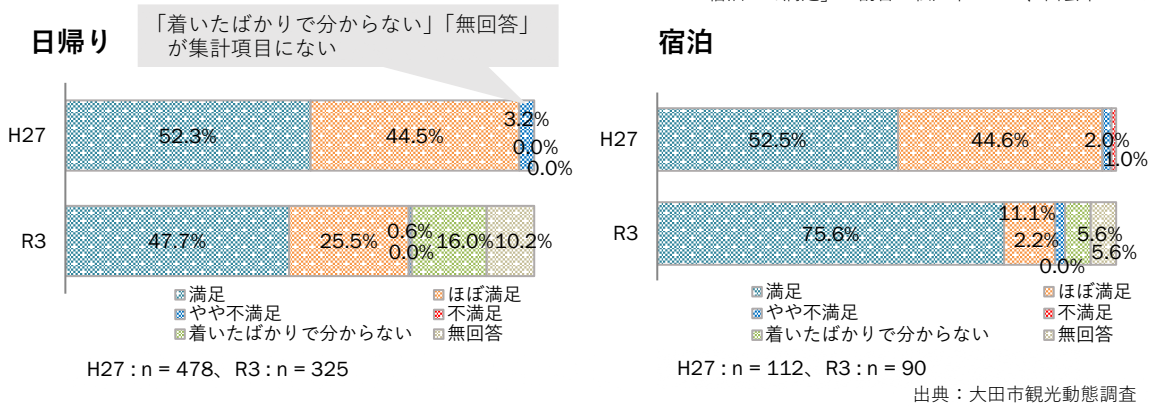
### 【来訪者満足度】

来訪者満足度のうち「満足」の割合は、令和3年では日帰り 47.7%、宿泊 75.6%となっています。

現計画では、平成27年（2019年）の市観光動態調査における「満足」「ほぼ満足」を算した割合（実績値：日帰り 97%、宿泊 97%）をもとに、目標値を定めていましたが、その後「着いたばかりで分からない」が調査項目に加わるとともに、「無回答」も集計に加えられています。

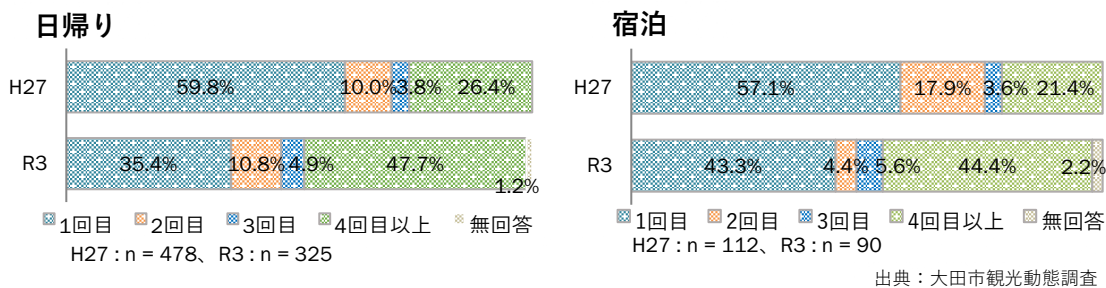
改定にあたっては、満足度の高い顧客層を指標として設定するため、「満足」「ほぼ満足」のうち、「満足」の割合のみを抽出して評価し、**日帰りでは島根県東部（松江・出雲）と同水準の約70%、宿泊では現状水準である約76%を満足度の目標値として設定します。**

R3 両市観光動態調査結果：日帰り「満足」の割合 松江市 72.8%、出雲市 66.7%  
 宿泊 「満足」の割合 松江市 70.1%、出雲市 71.5%

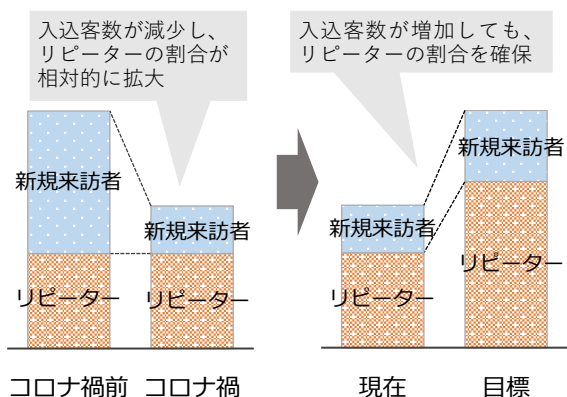


### 【リピーター率】

リピーター率は、令和3年（2021年）では日帰り 63.4%、宿泊 54.4%と平成27年（2019年）と比較して高い割合となっています。



これは、コロナ禍により令和3年（2021年）の新規来訪者を含めた来訪者全体が減少し、相対的に従来から来訪していたリピーター客の割合が大きくなったものと考えられます。したがって、目標値設定においては平成30年（2018年）以前の水準に入込客数が増加しても、令和3年（2021年）と同水準にリピーター率を確保することとし、**日帰り 65%、宿泊 55%を目標値として設定します。**



## 社会文化分野 KGI（最終目標）

### 【歴史・文化振興施策に関する市民満足度】

「第2次大田市総合計画（後期計画）」の策定に伴い、令和3年度（2021年度）に実施した市民アンケート調査によると、教育・文化分野における「遺跡保全と歴史・文化の振興」に関する施策の満足度は、「満足」は4.6%、「やや満足」は21.3%でした。

目標値の設定にあたっては、「満足」「やや満足」のポジティブな評価の割合（令和3年実績 25.9%）を数値目標として設定します。

本施策は平成29年度（2017年度）調査では、ポジティブな評価の割合が29.2%（満足4.6%、やや満足24.6%）となっており、目標値の設定にあたっては、過年度の水準に満足度を向上させることを目指し、**ポジティブな評価の割合30%を目標値に設定します。**

※総合計画策定に伴う市民アンケートは、第2次大田市総合計画（後期計画）の計画期間中の令和7年度に実施される見込みのため、評価検証にあたっては、この令和7年度の調査結果をもとに評価することとします。

## 社会文化分野 KSF（KGI 達成のための鍵となる要因）

観光を通じた  
歴史・文化財の理解や認知度の向上

歴史・文化財の  
観光資源としての保全や振興

### 【具体的なアクション例】

- 日本遺産「石見の火山が伝える悠久の歴史」に関して市民に知ってもらうための取組
- 石見銀山遺跡の保存や重要伝統的建造物群保存地区の町並みの整備
- 観光を通じた石見神楽などの民俗芸能の振興

## 社会文化分野 KPI（定量評価指標）

### 【日本遺産認定の市民認知度】

令和4年度（2022年度）に実施した大田市日本遺産認知度調査によると、大田市の日本遺産「石見の火山が伝える悠久の歴史」について「知っている」と回答した市民は55%でした。令和3年度（2021年度）比で認知度は3%上がっており、今後は若年層に向けた認知度を特に向上させることとし、**認知度60%を目標値に設定します。**

### 【ガイドを利用するお客様の割合】

石見銀山ガイドの会の調査によると、令和3年（2021年）の龍源寺間歩入場者（51,635人）に対し、ガイド利用者数（15,522人）の占める割合は30.1%でした。利用者数の割合は平成29年（2017年）から令和元年（2019年）まで年約3%ずつ増加しており、令和元年（2019年）には38.8%を占めています。

目標値の設定にあたっては、近年最も利用率の高かった、令和元年（2019年）の水準を目指すこととし、**ガイド利用率40%を目標値として設定します。**

## 環境分野 KGI (最終目標)

### 【自然環境保全施策に関する市民満足度】

「第2次大田市総合計画（後期計画）」の策定に伴い、令和3年度（2021年度）に実施した市民アンケート調査によると、生活環境分野における「自然環境の保全」に関する施策の満足度は、「満足」は3.4%、「やや満足」は15.6%でした。

目標値の設定にあたっては、「満足」「やや満足」のポジティブな評価の割合（令和3年実績19.0%）を数値目標として設定します。

本施策は平成29年度（2017年度）調査では、ポジティブな評価の割合が18.8%（満足3.3%、やや満足15.5%）となっており、目標値の設定にあたっては、現在の水準を維持することを旨とし、**ポジティブな評価の割合20%を目標値に設定します。**

※総合計画策定に伴う市民アンケートは、第2次大田市総合計画（後期計画）の計画期間中の令和7年度に実施される見込みのため、評価検証にあたっては、この令和7年度の調査結果をもとに評価することとします。

## 環境分野 KSF (KGI 達成のための鍵となる要因)

自然環境・生態系資源の  
観光資源としての保全・保護

観光を通じた環境負荷の軽減

### 【具体的なアクション例】

- クリーン三瓶やクリーン銀山などの環境保護活動の実施
- ぎんざんカートやE-BIKE、自転車など、環境負荷の少ない移動手段の整備

## 環境分野 KPI (定量評価指標)

### 【自然保護活動に参加する市民数】

大田市では、クリーン三瓶、クリーン銀山、海岸一斉清掃、西の原火入れなどの自然保護活動を実施しており、令和3年（2021年）の参加者は648人でした。今後も自然保護活動を継続して実施するとともに、参加者を確保することとし、**自然保護活動参加者700人を目標値に設定します。**

### 【環境負荷の少ないモビリティ利用者】

大森エリアでは、温室効果ガス削減に寄与し、環境にやさしい交通手段として、ぎんざんカートを運行しており、利用者は令和3年で9,255人、令和4年（2022年）は15,312人と年々増加傾向にあります。ぎんざんカートの利用を促進することで、観光を通じた環境負荷の軽減につながるため、これを評価指標として設定します。

目標値は、観光入込客実人数の目標を平成30年（2018年）比1.37倍に設定することをふまえ、龍源寺間歩入場者数79,502人 $\times$ 1.37=108,917.74 $\div$ 108,918人と仮定し、ぎんざんカートの利用者数を推計すると25,334人となります。

これをふまえ、**目標値を26,000人に設定します。**

## 5. 計画の進行管理

### 5-1. 計画の推進にあたって

本計画は行政だけでなく観光にかかわるあらゆる実施主体や関係者の共通の羅針盤としての位置づけを有することから、観光協会、商工団体、その他観光に関連する事業者と連携しながら、具体的なアクションを進めていく必要があります。そこで、本計画の推進にあたっては大田市新観光振興計画改定委員会を中心とした「大田市新観光振興計画推進委員会（仮称）」を組織し、本計画のアクションプランの策定及び計画の評価・検証を進めていきます。

また、アクションプランの策定と並行して、観光地域づくりをマネジメントする組織づくり、戦略的なマーケティングのための土台づくりについて検討し、令和6年度（2024年度）以降の実施・導入を進めていきます。

検討項目	R5	R6	R7	R8
本計画のアクションプラン策定	検討・策定 →		展開 →	
I. オール大田市で観光地域づくりができる体制づくり	検討 →	関係者調整・構築・運営 →		
II. 戦略的なマーケティング	検討 →	実施・評価・改善 →		
III. 観光地域としてのブランディング	検討 →	実施・評価・改善 →		
IV. 受け入れ環境整備	検討 →	実施・評価・改善 →		
V. 広域連携・インバウンド	検討 →	実施・評価・改善 →		
計画の評価・検証	▲	▲	▲	▲

また、本計画の推進に関する行政内の相談窓口を、観光振興課に集約し、関係各課と横断的に情報共有し、庁内の連携を図ります。

そして、大田市石見銀山プロジェクト推進本部会議、三瓶山広域ツーリズム振興協議会、大田市日本遺産推進協議会等、関連するプロジェクト会議相互の連携を行い、国、県をはじめ関係機関と協議・調整を図りながら積極的に計画を推進します。

## 5-2. 計画の進行管理

本計画を推進するにあたり、PDCA マネジメントサイクルに基づき計画目標の達成状況と各種施策の進捗状況を管理します。計画期間最終年度である令和 8 年度に目標の達成状況を確認し計画の見直しを行います。毎年ローリングを行い指標動向の管理を行います。

### 【計画の進行管理イメージ】

