

改定版
大田市新観光振興計画

2023-2026

資料編

令和5年3月

大田市 産業振興部 観光振興課

株式会社コスモブレイン

目 次

I. 観光を取り巻く状況

- 1 全国の状況1
- 2 大田市の状況.....5

II. 誘客促進施策等の検討に資する分析

- 1 顧客層（クラスター）分析.....14
- 2 GoogleMaps レビュー分析17
- 3 周遊動向（ビッグデータ）分析.....20

III. 市内外の観光振興の動向調査

- 1 事業者アンケート23
- 2 市内における観光振興の動向（観光施策の取組状況）23
- 3 市内事業者のアフターコロナの動向等30
- 4 県内他市等のアフターコロナの動向等32

IV. 観光消費額目標数値の算出

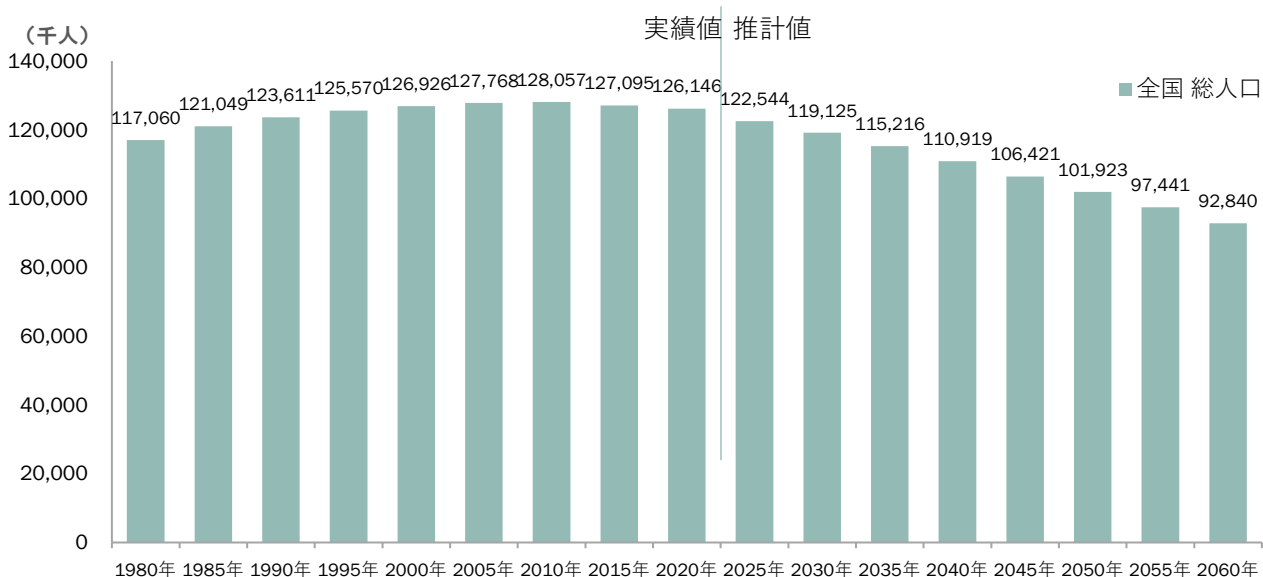
- 1 観光消費額目標数値の算出～類似都市との比較による試算.....33
- 2 人口減少にともなって必要となる観光消費額.....35
- 3 コロナ禍の影響と景気回復予測.....36

I. 観光を取り巻く状況

1 全国の状況

1.1 将来推計人口

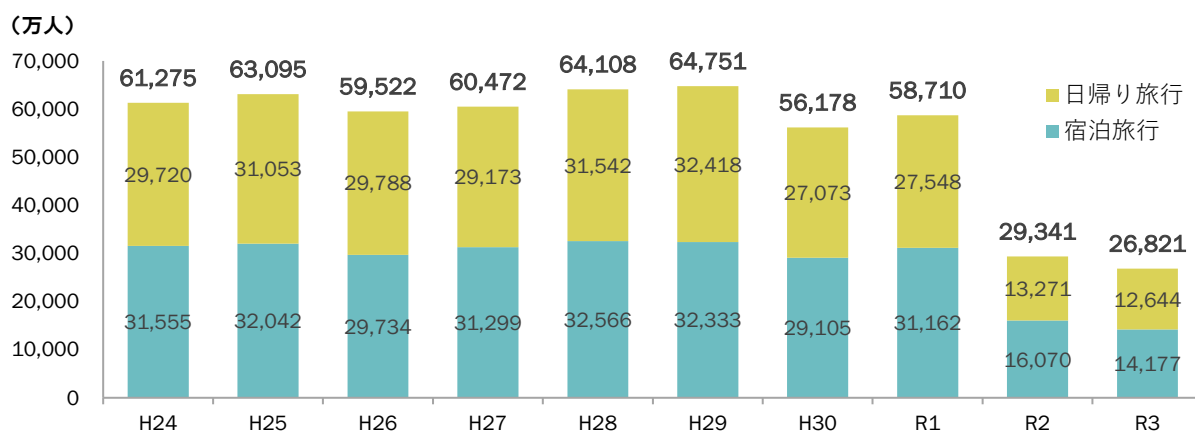
全国の人口は2010年以降減少傾向にあり、推計によると今後約40年でさらに減少する。



出典：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「国立社会保障・人口問題研究所」のデータに基づく推計値

1.2 国内旅行の動向

国内旅行観光客数は近年横ばいで推移していたが、令和2年(2020年)の新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、観光需要が大きく減少した。



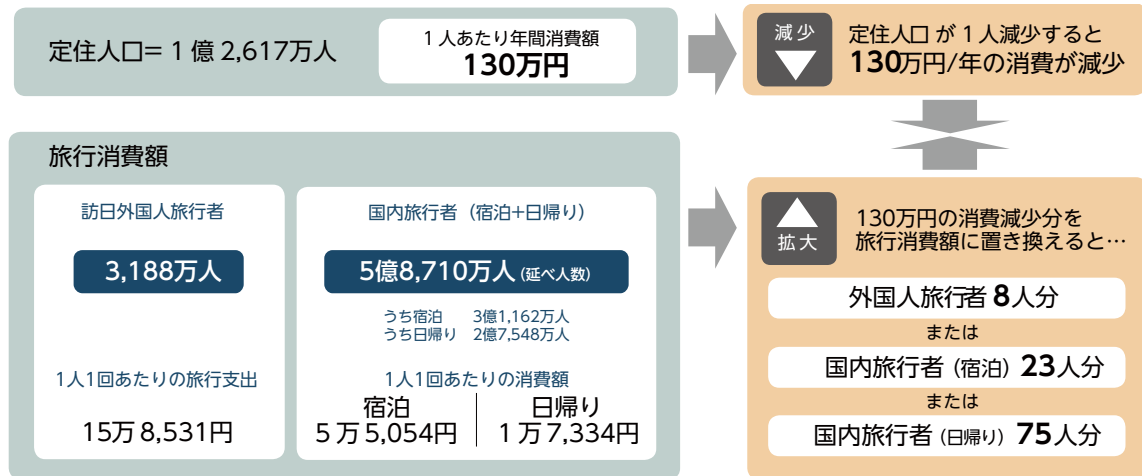
出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

1.3 観光が地域経済に与える効果

①観光交流人口増大の経済波及効果（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/年の消費が減少する。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人分となる。

図表 観光交流人口増大の経済波及効果

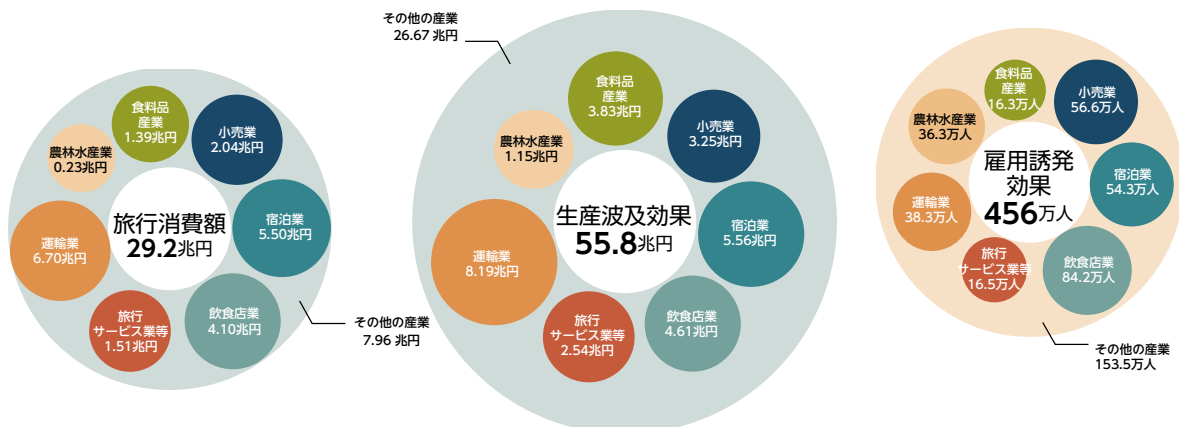


出典：観光庁「観光交流人口増大の経済効果(2019年)」

②旅行消費額の経済波及効果（2019年）

観光庁によると、令和元年の旅行消費額は総額29.2億円とされており、これにより観光産業の需要が他産業にもたらす経済波及効果は約1.9倍の55.8兆円、雇用誘発効果は456万人と試算される。

図表 旅行消費額の経済波及効果

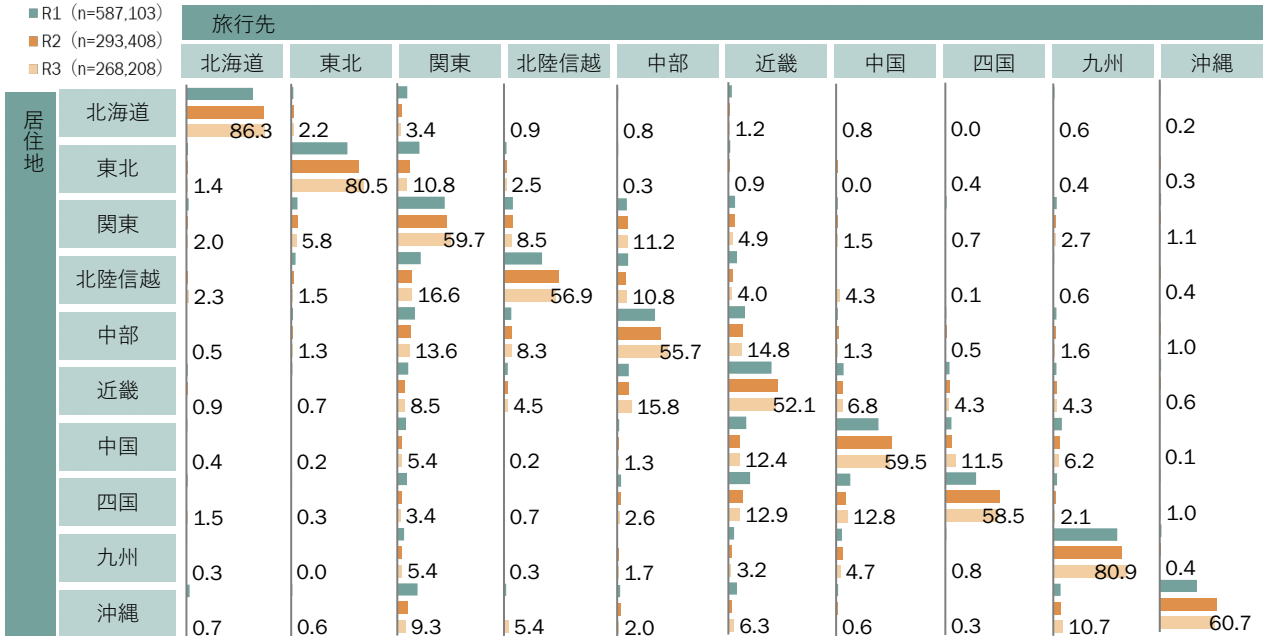


出典：観光庁「旅行・観光産業の経済波及効果に関する調査研究」

1.4 新型コロナウイルス感染症拡大による影響

①居住地エリア別地域ブロック内の域内旅行者割合

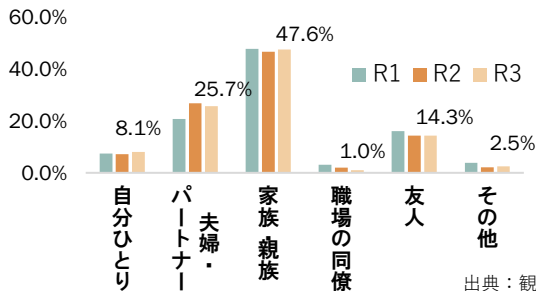
近隣地域内での旅行観光の割合は、令和元年（2019年）から令和3年（2021年）にかけて、すべてのエリアで増加傾向にある。



出典：観光庁「旅行・消費動向調査」国内旅行

②同行者の割合の推移

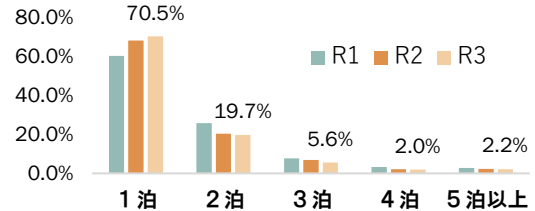
夫婦・パートナーの割合が増加し、同僚や友人の割合が減少した。



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行

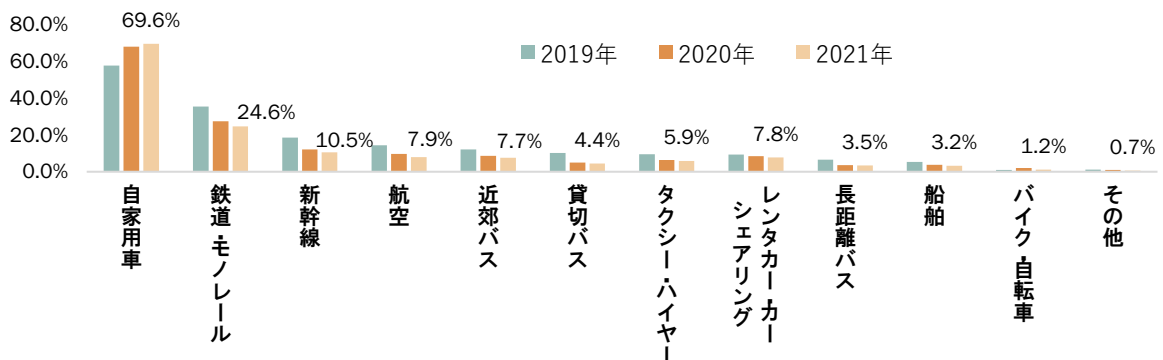
③宿泊日数の推移

1泊の割合が増え、2泊以上の割合が減少した。



④交通手段割合の推移

交通手段は、「鉄道・モノレール」「新幹線」「航空」などの公共交通機関が減少し、「自家用車」が増加した。

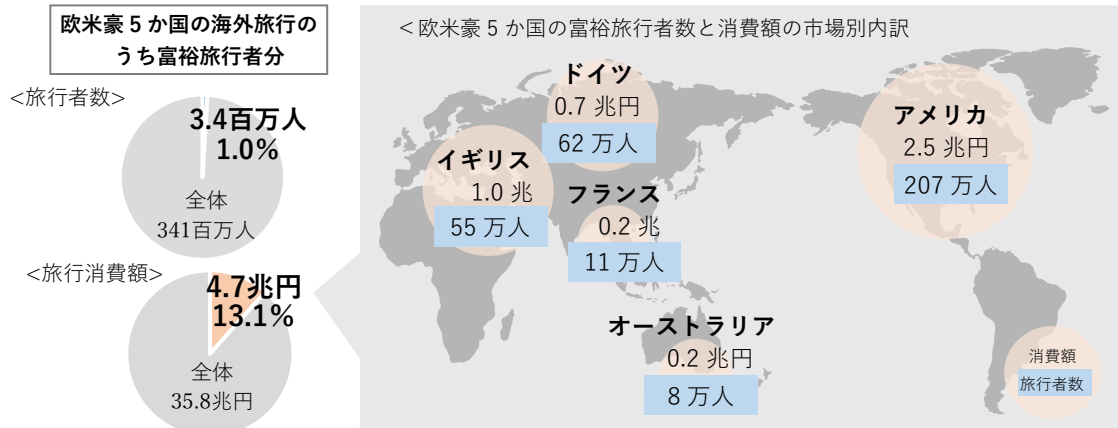


出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的の国内宿泊旅行

1.5 富裕旅行市場

① 富裕旅行の市場規模

欧米豪5市場の富裕旅行消費額の規模はアメリカが2.5兆円と最も大きい。
消費額単価は6万円/人回と、訪日旅行全体平均の約9倍。



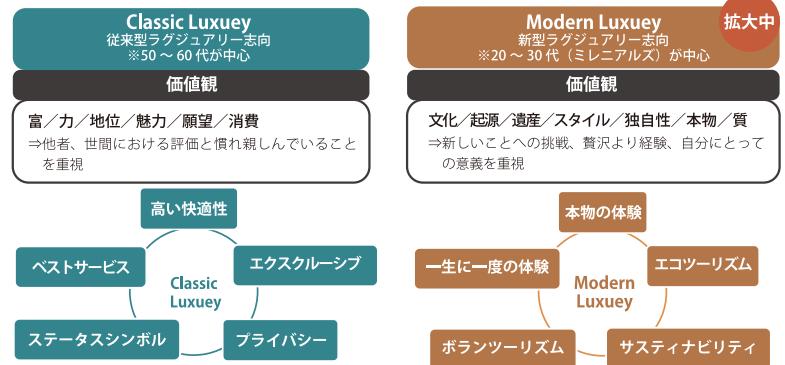
・欧米豪5市場において、全海外旅行者のうち1%の富裕旅行者が、海外現地での消費額全体のうち13.1%を消費しています。
市場別にみると、消費額の規模ではアメリカが最も大きく、全体の半分を占めています。
また、ヨーロッパ（イギリス、ドイツ、フランスの合計）も約2兆円規模のマーケットとなっています。
※着地で100万円以上支払っている旅行を富裕旅行として集計
※クレジットカード会社決済集計データに基づき、UNWTOデータを用いて拡大集計

出典：JNTO「H29 富裕旅行市場調査」

② 富裕旅行者の価値観

「ラグジュアリー」の定義・価値観は変化・多様化しており、大きく分けると Classic Luxury (従来型) と Modern Luxury (新型) の志向 (マインドセット) が存在する。

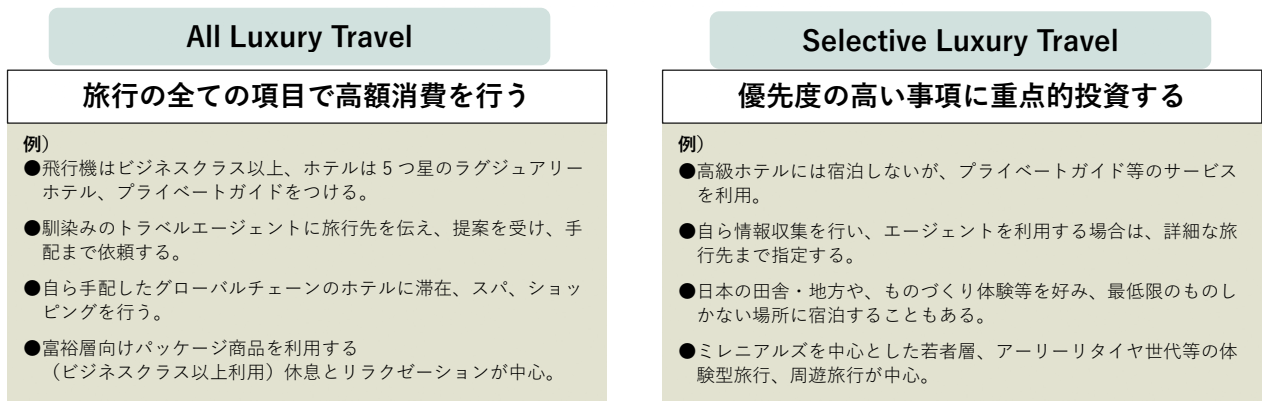
図表 富裕旅行者の志向 (マインドセット)



出典：JNTO「富裕旅行市場に向けた取組について」、JNTO「H29 富裕層旅行市場調査結果」

志向の特徴と同様に、消費性向 (旅行タイプ) にも多様化がみられ、旅行の全ての費目で高額消費を行う All Luxury Travel と、優先度の高い事柄に重点的に投資をする Selective Luxury Travel という形態に分けられる。

図表 富裕旅行者の消費性向 (旅行タイプ)

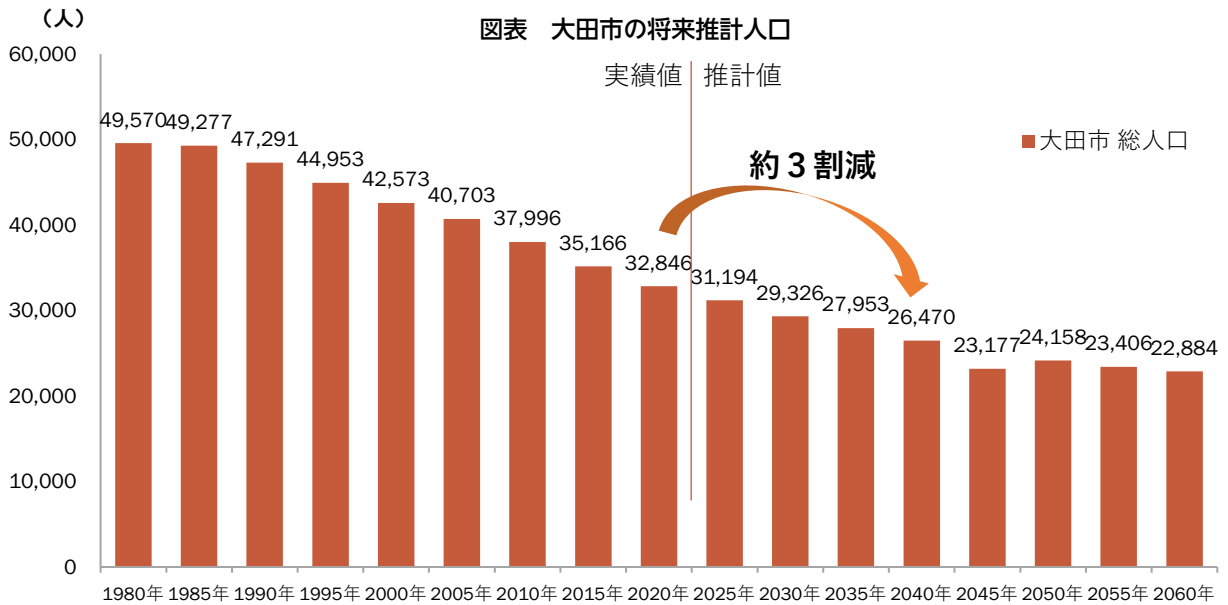


出典：JNTO「富裕旅行市場に向けた取組について」
JNTO「H29 富裕層旅行市場調査結果」

2 大田市の状況

2.1 大田市の将来推計人口

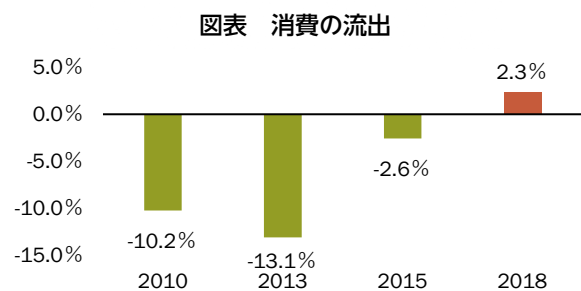
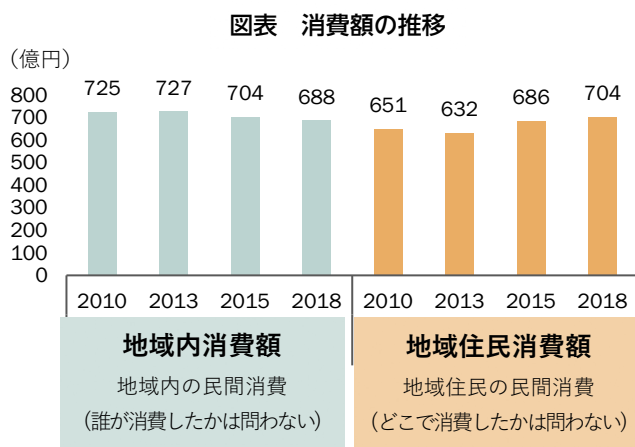
「大田市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン」における将来人口推計では、令和 22 年（2040 年）の本市の総人口は 26,470 人と現在より約 3 割の減少が予測されており、人口減少の傾向は今後も続くものとされています。



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

2.2 大田市の地域内消費額と地域住民消費額の推移

2010 年、2013 年、2015 年は地域住民消費額よりも地域内消費額の方が大きく、消費は流入している。2018 年の流出率は 2.4% となり、流入から流出に転じている。

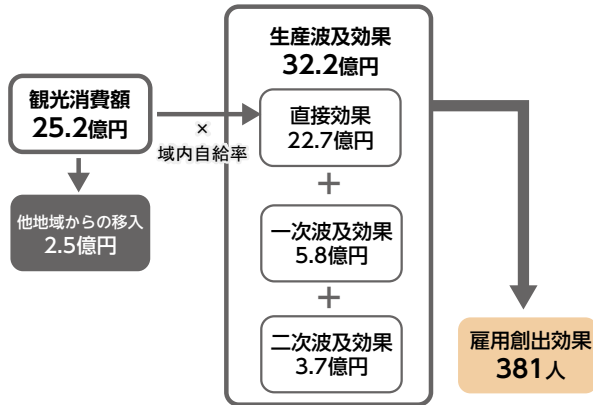


注) 消費の流出率(%)
= (地域住民消費額 - 地域内消費額) / 地域内消費額 × 100

出典：環境省、DBJ、株式会社価値研究所
「大田市の地域経済循環分析」経年変化の分析 Ver3.0

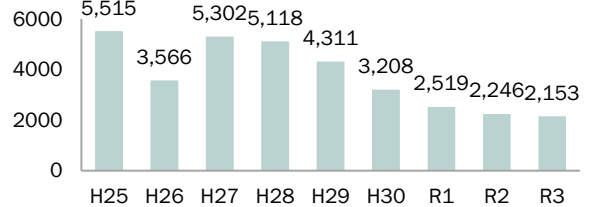
2.3 大田市の観光消費額の経済波及効果

大田市の令和元年（2019年）の観光消費額は約25.2億円であり、この観光消費額が県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人と推計される。

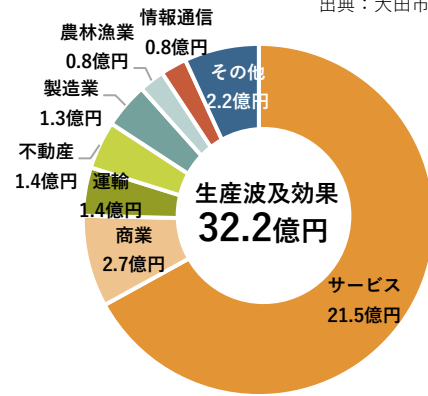


出典：令和元年大田市観光動態調査 産業分類：島根県産業連関表（13部門）平成20年度版による

図表 大田市の観光消費額の推移



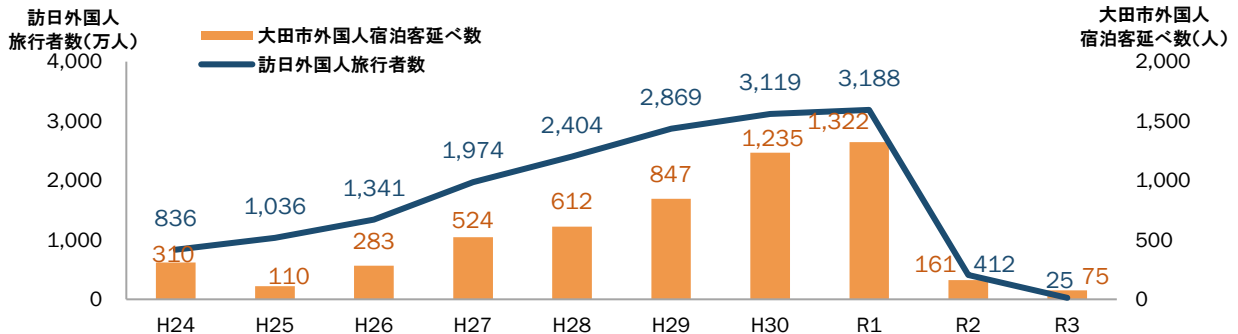
出典：大田市観光動態調査



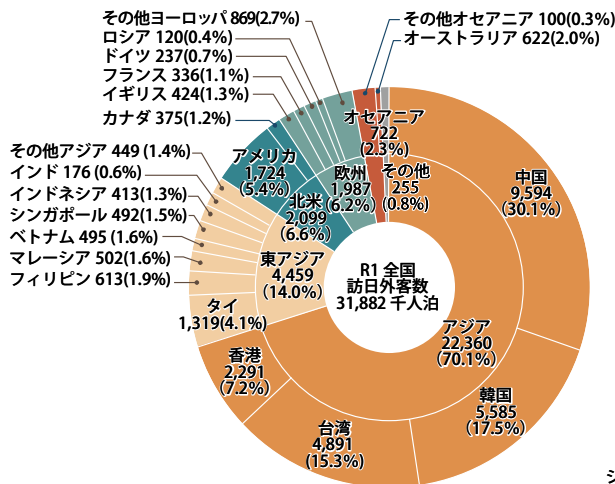
2.4 インバウンドの状況

コロナ以前の訪日外国人旅行者数は堅調に増加しており、大田市でも同様の傾向がみられる。また、大田市は全国と比較して、欧米、オセアニアからの割合が大きくなっている。

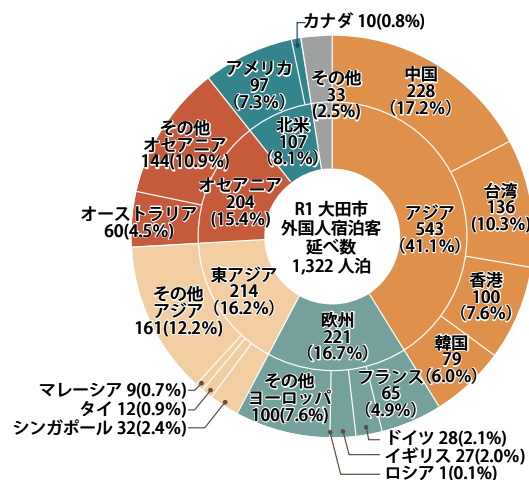
図表 訪日外国人旅行者数の推移・大田市外国人宿泊客延べ数の推移



出典：日本政府観光局（JNTO）、大田市観光動態調査



出典：日本政府観光局（JNTO）



出典：大田市観光動態調査

2.6 主な観光資源の分布

大田市の観光資源は大きく「大森エリア」「三瓶エリア」「温泉津エリア」「仁摩エリア」「大田エリア」の地域に分布している



出典：平成 29 年大田市新観光振興計画（R4 加筆）

2.7 エリアごとの体験プログラム

大森エリア



世界遺産センター
大久保間歩ガイドツアー
大森町並みガイドツアー
龍源寺間歩ガイドツアー

大田エリア

わさび田見学と収穫体験
（かじか農場）
福光石の石切場見学ツアー

三瓶エリア



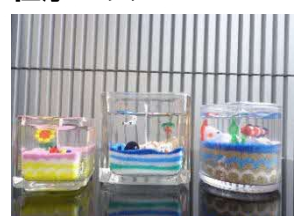
三瓶観光リフト（三瓶観光リフト）
三瓶こもれびの広場 木工館/木工体験
（三瓶こもれびの広場 木工館）
三瓶山登山（（一社）大田市観光協会、
三瓶青少年交流の家）
三瓶でアウトドアクッキング /
三瓶ナイトハイク（三瓶青少年交流の家）
三瓶でノルディックウォーキング
（北の原キャンプ場）

温泉津エリア



やきもの体験
（温泉津やきもの館）
神楽面絵付け体験
（温泉津やきもの館）

仁摩エリア



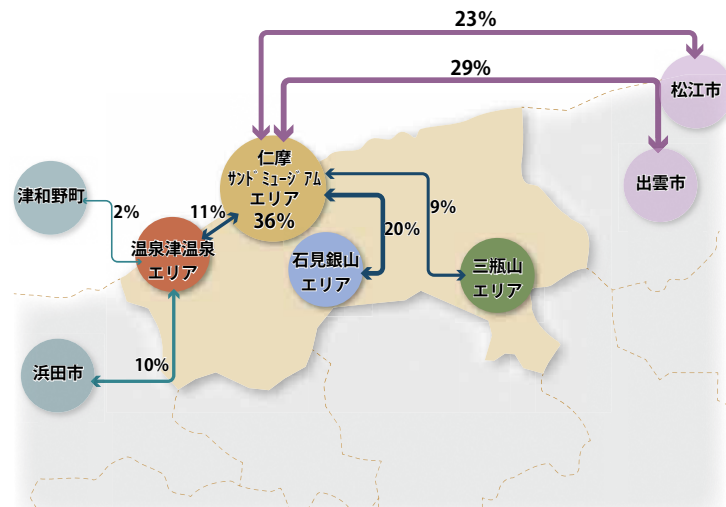
クリアキャンドルづくり
サンドプレスト体験
フェージング体験
（ふれあい交流館
（ガラス工房））

出典：公益社団法人 島根県観光連盟「島根県教育旅行素材集」、三瓶広域ツーリズム振興協議会「GOGO さんべ！三瓶エリア観光ナビ」

2.8 エリアごとの観光周遊ルート・調査地点ごとのメイン観光地

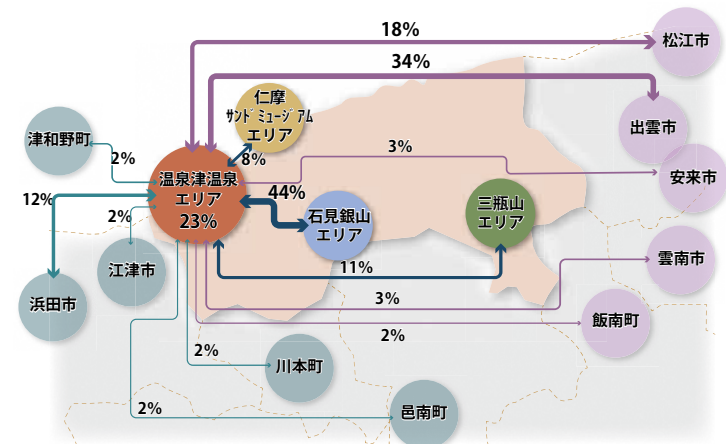
仁摩エリア

- ・ 出雲市と併せた周遊が29%と最も高く、次いで松江市23%と他市観光地との結びつきが強い。
- ・ 市内では石見銀山エリアと併せた周遊が20%となっている。

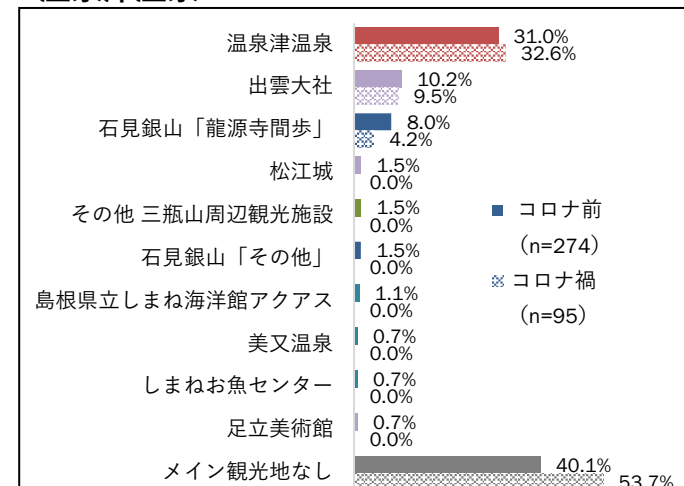


温泉津エリア

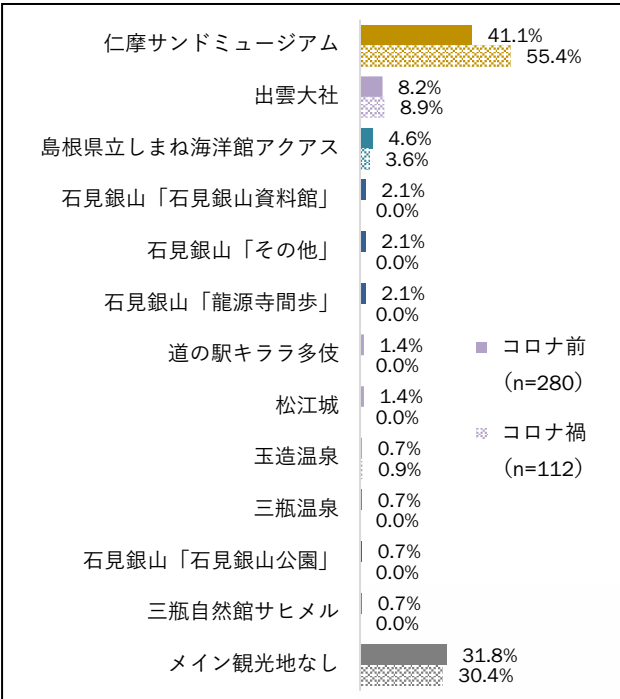
- ・ 大森エリアと併せた周遊が44%と高い
- ・ 次いで出雲市34%、松江市18%と他市観光地との結びつきが強い



温泉津温泉

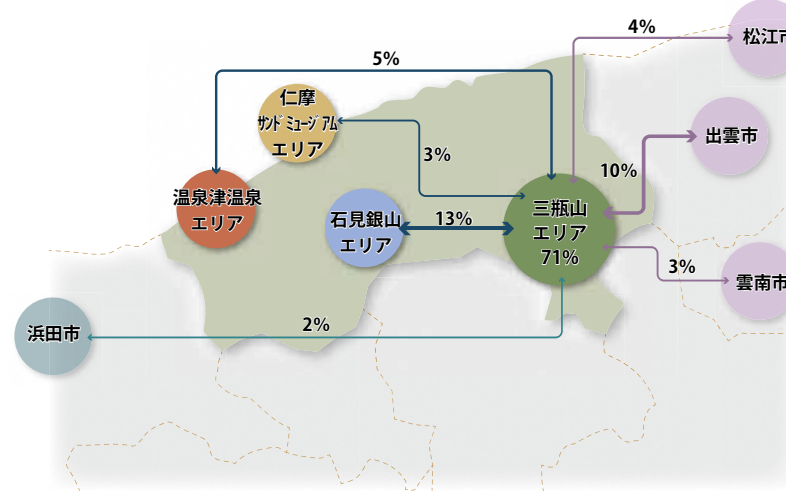


仁摩サンドミュージアム

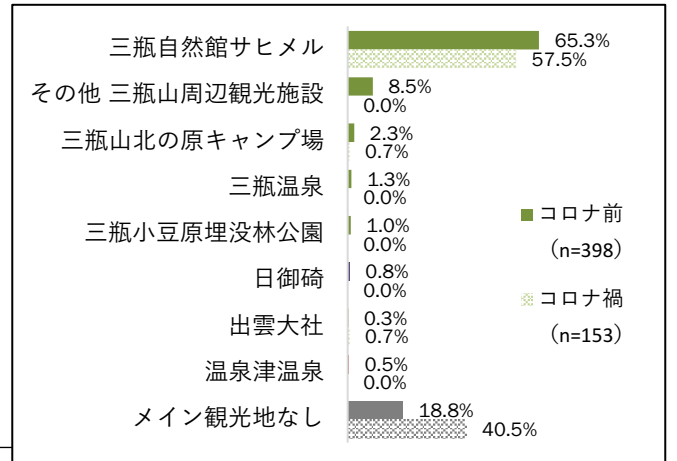


三瓶エリア

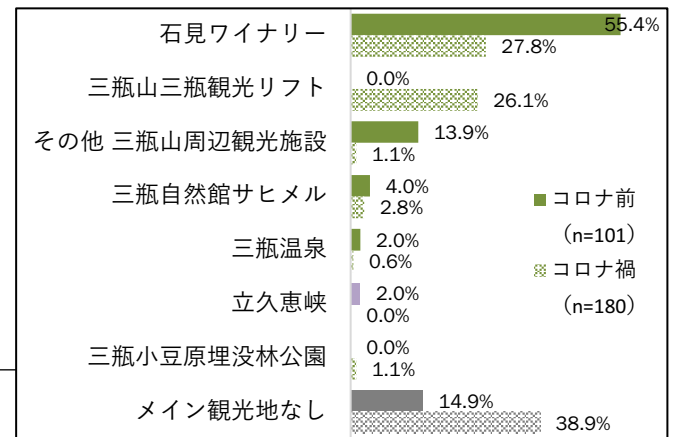
- ・ 同エリア内での周遊が最も高く、71%
- ・ 市内及び他市の観光地との結びつきは低い



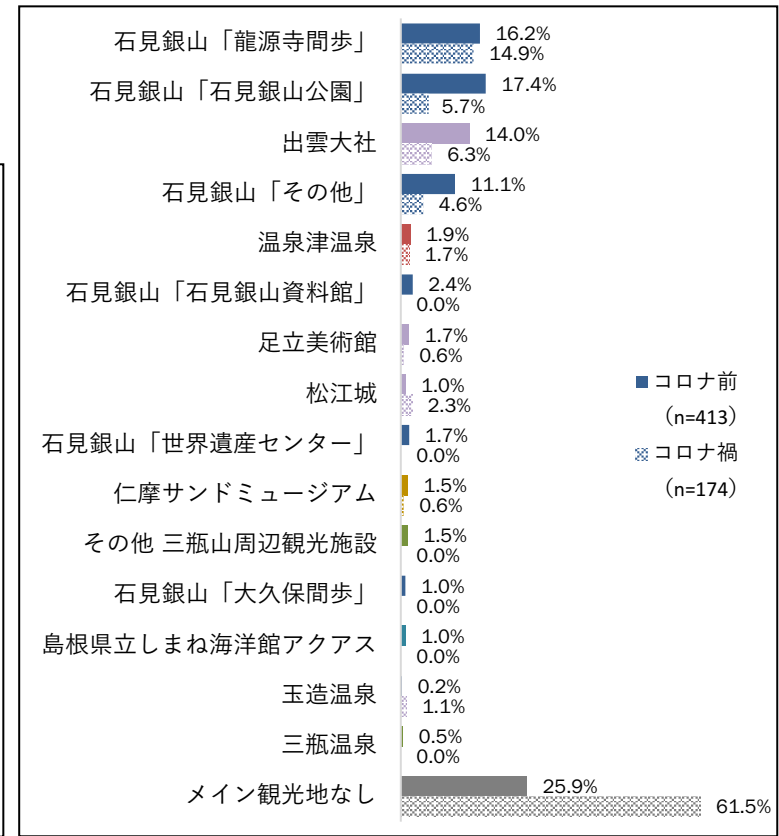
三瓶自然館サヒメル



東の原駐車場

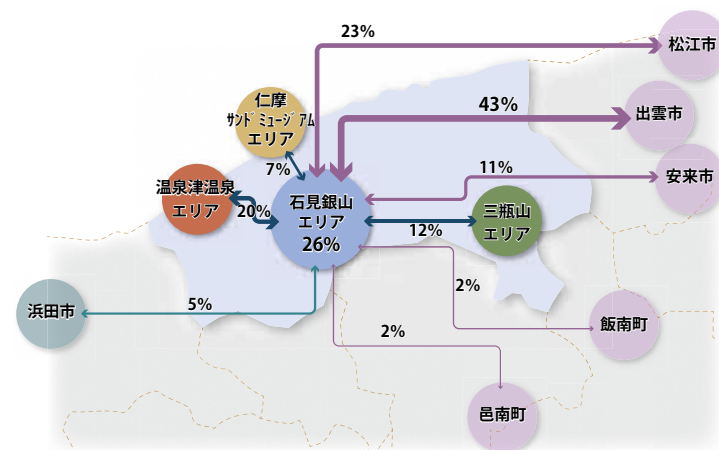


石見銀山公園

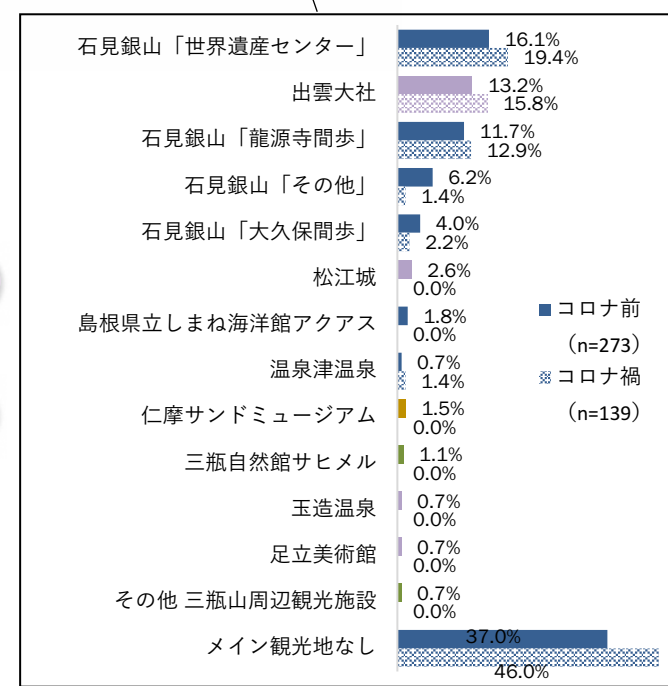


石見銀山エリア

- ・ 出雲市の観光地と併せた周遊が43%と最も高い
- ・ 同エリア内での周遊は26%



世界遺産センター



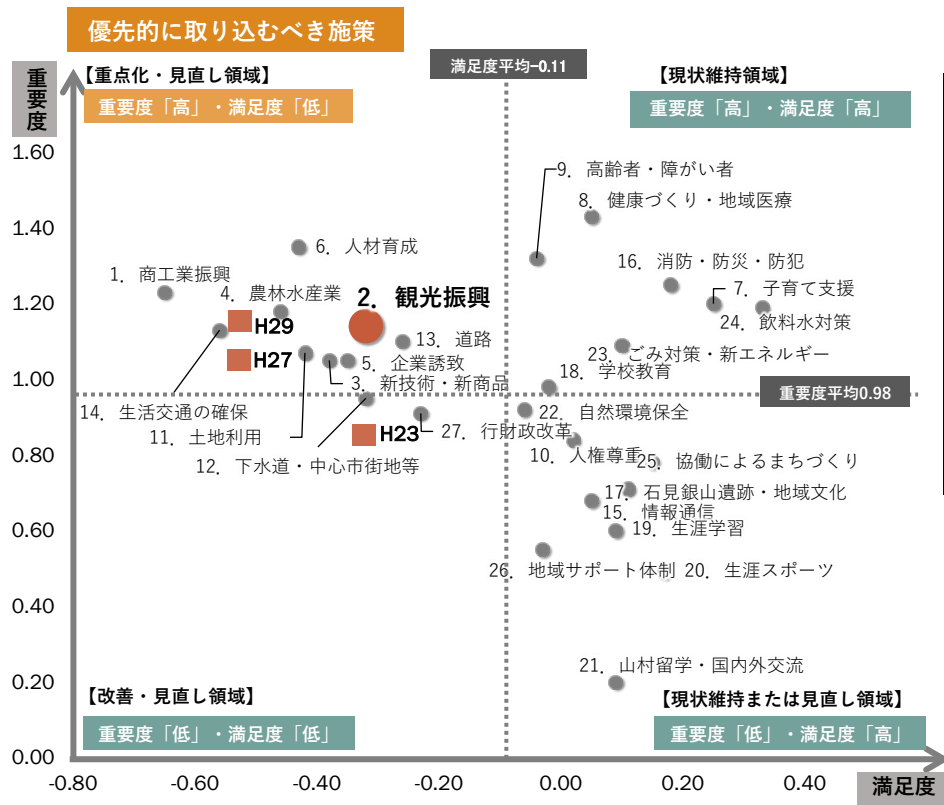
※メイン観光地は2件以上回答があったものを表示している

2.9 市民の観光施策への認識

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における、施策に関する満足度と重要度の相関図によると、観光振興施策は「優先的に取り組むべき施策」に位置している。

図表 施策の満足度と重要度

- 【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いませんか。5段階で評価してください。



【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】

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

2.10 大田市の宿泊施設数

エリアごとの宿泊施設数と収容力をみると、三瓶エリアの収容力が788人と最も多く、全体の半分以上を占めている。

図表 大田市の宿泊施設数



	施設数	収容力	特徴
大森エリア	3施設	38人	石見銀山の街並みにゲストハウスや旅館等が立地している
三瓶エリア	4施設	788人	温泉旅館の他、青少年自然の家や、キャンプ場が立地している。
温泉津エリア	15施設	256人	温泉街には温泉旅館やゲストハウス等が立ち並んでいる。
仁摩エリア	3施設	46人	温泉旅館や海沿いにゲストハウス等が立地している。
大田エリア	6施設	205人	駅周辺にホテルや温泉旅館、ゲストハウス等が立地している。
波根エリア	3施設	75人	海沿いに旅館等が立地している。

出典：（一社）大田市観光協会 観光地域づくり法人形成・確立計画
 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

2.13 観光客の特徴

平成 29 年～令和 3 年 大田市観光動態調査

件数

エリア名	調査地点名	件数
三瓶 エリア	三瓶自然館サヒメル	551
	石見ワイナリー	281
大森 エリア	世界遺産センター	412
	石見銀山公園	587
温泉津 エリア	温泉津温泉	369
仁摩 エリア	仁摩 サンドミュージアム	392
	合計	2,592

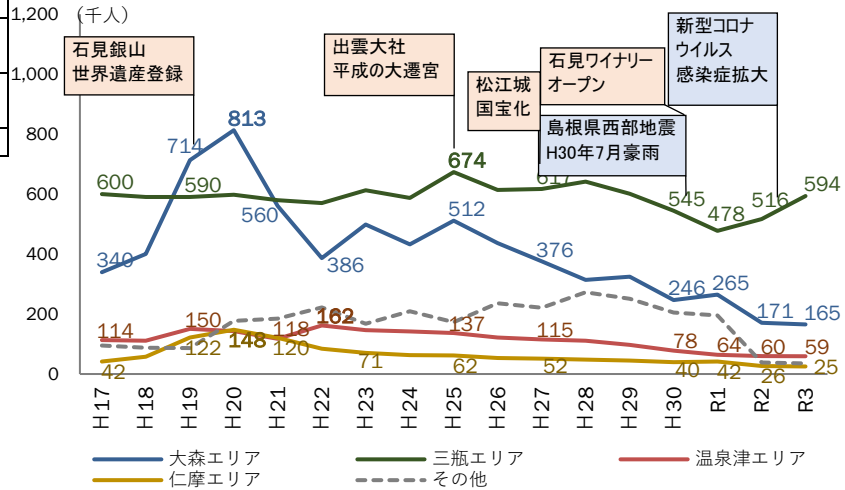
大森エリア：石見銀山が世界遺産に登録された翌年のH20年をピークに減少傾向

三瓶エリア：世界遺産登録の影響は大きく受けず、一定の水準で推移

地震等の影響で落ち込んだが、その後コロナ禍でも回復傾向

温泉津エリア：H22年の162千人をピークに減少傾向にあり、さらに地震やコロナの影響もありピーク時の3分の1まで減少

仁摩エリア：H20年の148千人をピークにH23には半分まで減少しその後も減少傾向

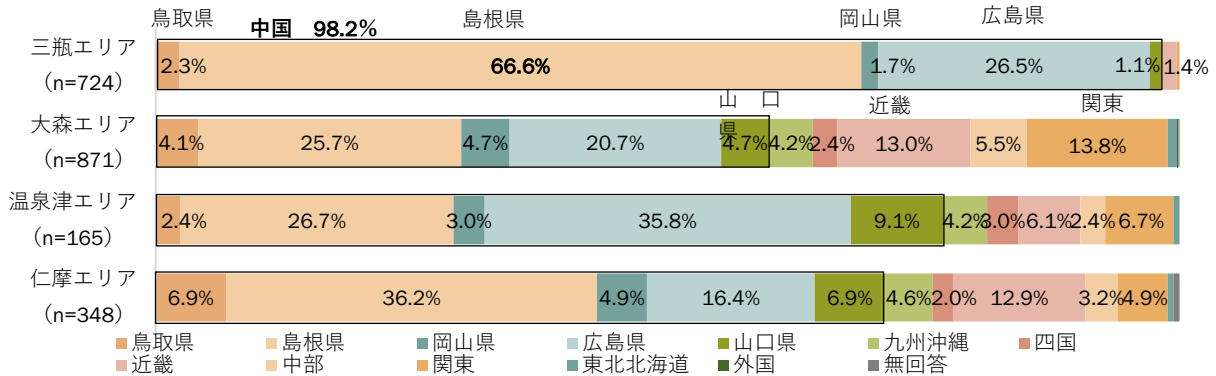


来訪者の属性

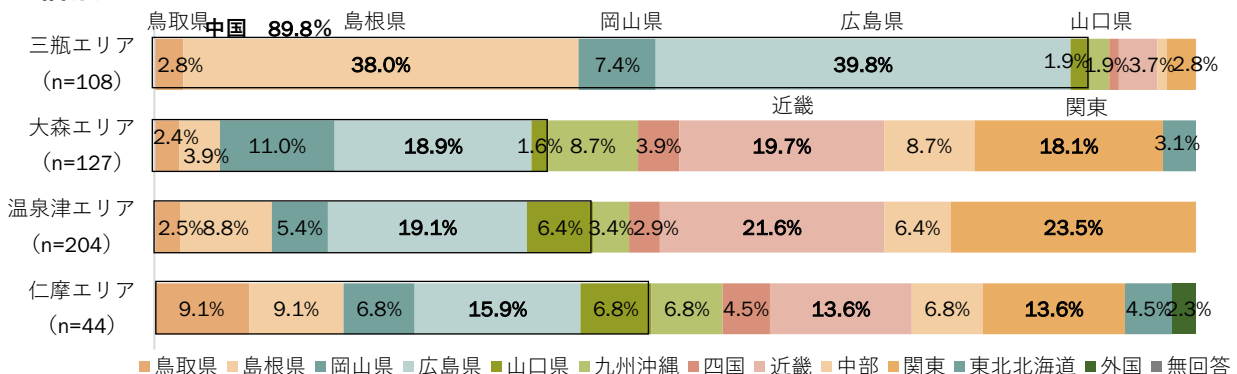
② 発地 (住所)

- ・三瓶エリアでは、日帰り宿泊ともに「島根県」や「広島県」からの割合が大きい
特に日帰りでは県内からの来訪が約7割
- ・三瓶以外のエリアでは、日帰りで「島根県」と「広島県」、
宿泊では、「広島県」「近畿」「関東」からの割合が大きい

日帰り



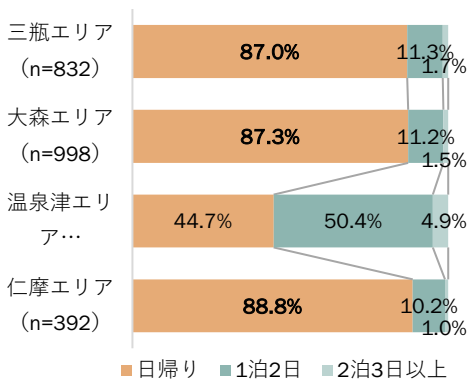
宿泊



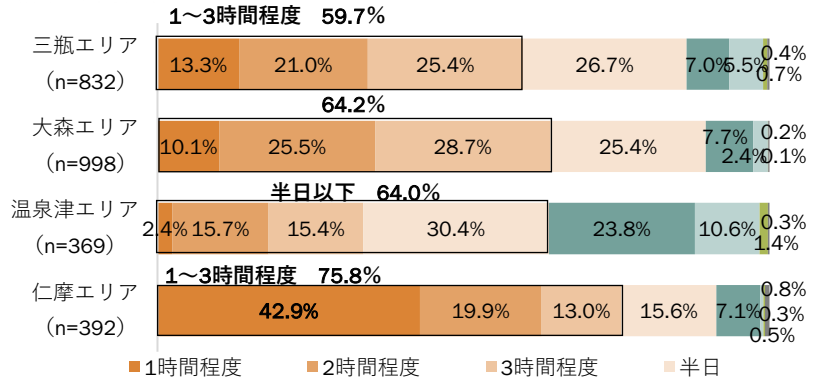
③ 旅行日程と観光時間

・温泉津エリア以外は日帰りが約9割、観光時間は1時間～3時間程度が約6割、特に仁摩エリアで短い

旅行日程

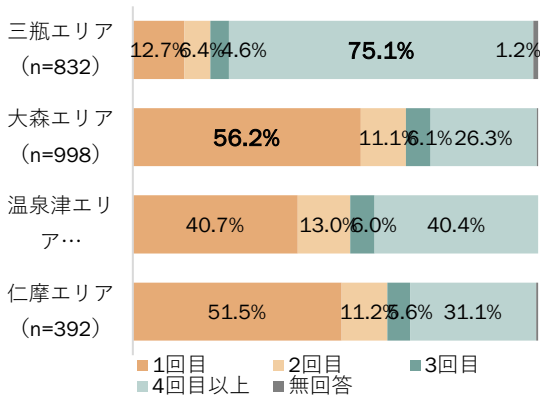


観光時間



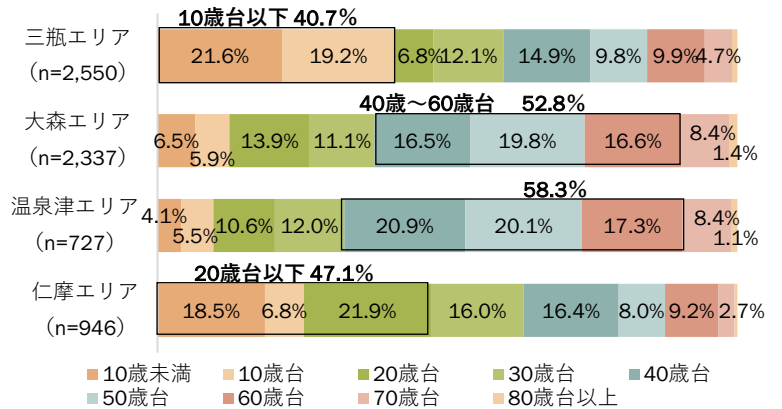
④ 大田市への訪問回数

・三瓶エリアでは「4回目以上」が約8割
 ・大森エリア、仁摩エリアでは初めての来訪が半分以上、温泉津エリアでは約4割



⑤ 年齢

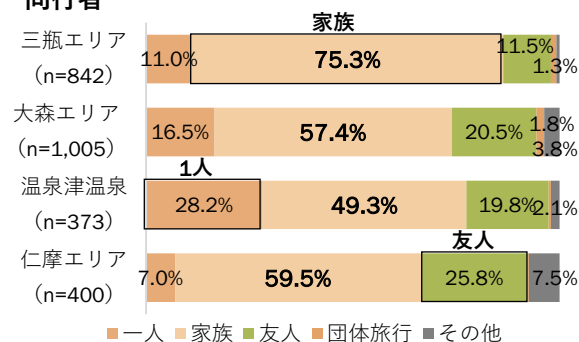
・三瓶エリアでは10代以下が約4割
 ・大森エリア、温泉津エリアでは40歳～60歳台が半数以上
 ・仁摩エリアでは20歳台以下が約5割



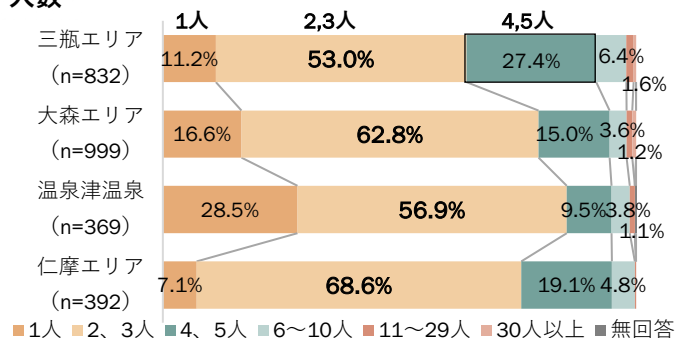
⑥ 同行者と人数

・全てのエリアで「家族」の割合が大きく、特に三瓶エリアでは約8割
 ・温泉津エリアでは「一人」が約3割
 ・仁摩エリアでは「友人」が約3割

同行者



人数



※グラフの数値は1%以上を表示

II. 誘客促進施策等の検討に資する分析

1 顧客層（クラスター）分析

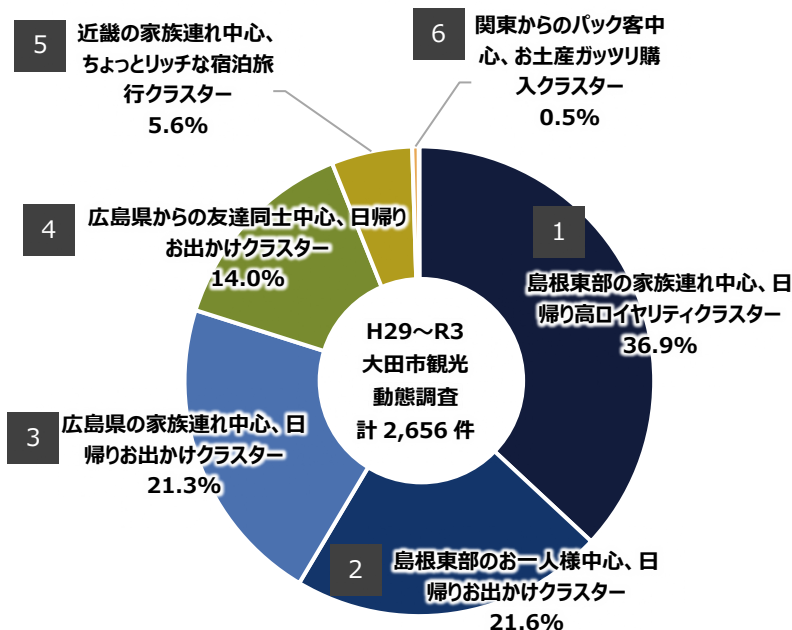
1.1 分析概要

目的	大田市を訪問している観光客について、居住地や旅程、訪問箇所数や消費行動等、属性が類似している顧客層をまとめ、その特徴を理解することを目的として、クラスター分析を行った。
分析データ	平成 29 年～令和 3 年大田市観光動態調査（アンケート）2,656 件 （無回答がある回答、10 名以上の大人数グループ回答除外）
分析手法	以下の特徴が似ている回答のまとまり（クラスター）をクラスターリングにより抽出。 ・居住地 ・旅行目的 ・同行者の種類 ・人数 ・消費額 （宿泊費・土産代・飲食費・入場料・その他・パック） ・周遊地点数（全県・大田市） ・宿泊数（全県・大田市）

1.2 分析結果

以下の通り、6 つのクラスターを抽出し、その特徴から以下の通りに抽出・命名した。

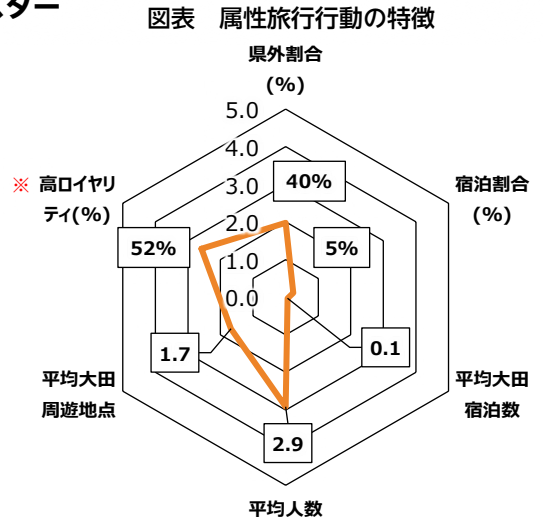
図表 大田市の顧客総クラスター分析結果



	クラスター名	件数	割合
1	島根東部の家族連れ中心、日帰り高ロイヤリティクラスター	981	36.9%
2	島根東部のお一人様中心、日帰りお出かけクラスター	574	21.6%
3	広島県の家族連れ中心、日帰りお出かけクラスター	567	21.3%
4	広島県からの友達同士中心、日帰りお出かけクラスター	373	14.0%
5	近畿の家族連れ中心、ちょっとリッチな宿泊旅行クラスター	148	5.6%
6	関東からのバック客中心、お土産ガッツリ購入クラスター	12	0.5%
-	(その他)近畿の家族連れ	1	0.0%

①島根東部の家族連れ中心、日帰り高ロイヤリティクラスター

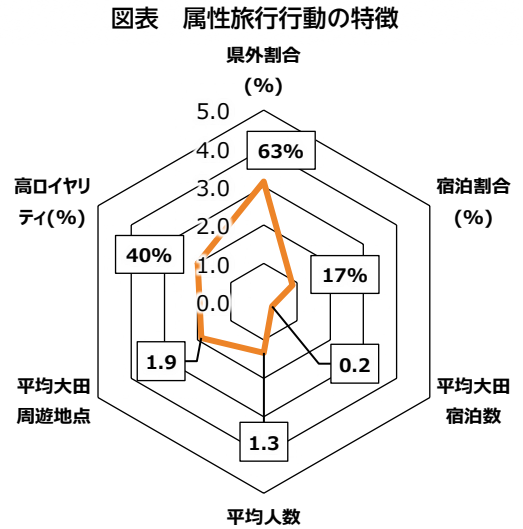
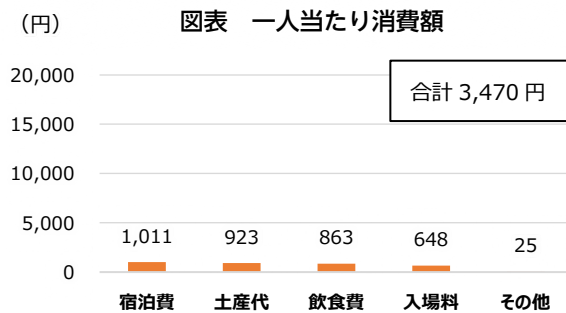
県内客や近隣県の家族連れ中心。
消費は控え目であり。繰り返し来訪する傾向が強い。



※高ロイヤリティ (%)：訪問回数が4回以上、かつ再訪意向があると回答したものの割合

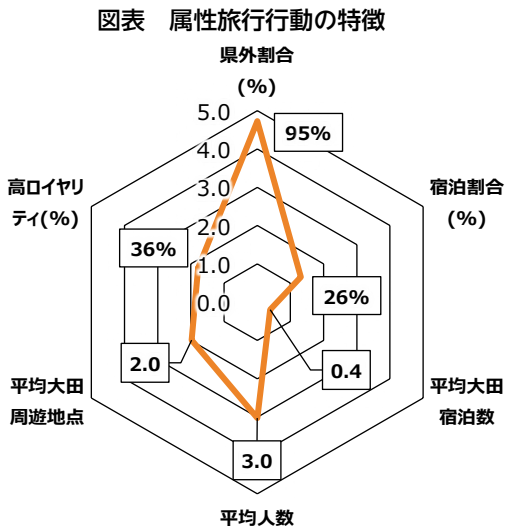
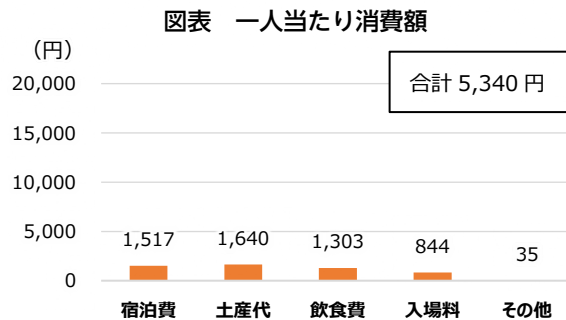
②島根東部のお一人様中心、日帰りお出かけクラスター

県内客や近隣県のお一人様中心。
クラスター1よりも一人当たり消費がやや多い。



③広島県の家族連れ中心、日帰りお出かけクラスター

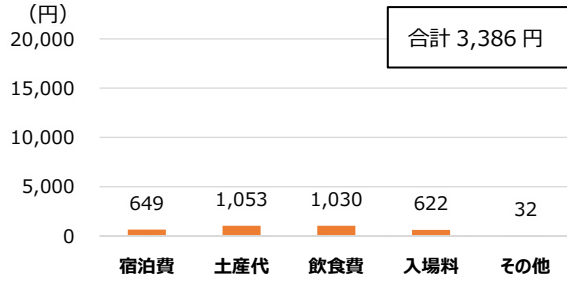
広島県からの2~4名の家族連れ。
日帰り中心のクラスター中で最も消費が多い。



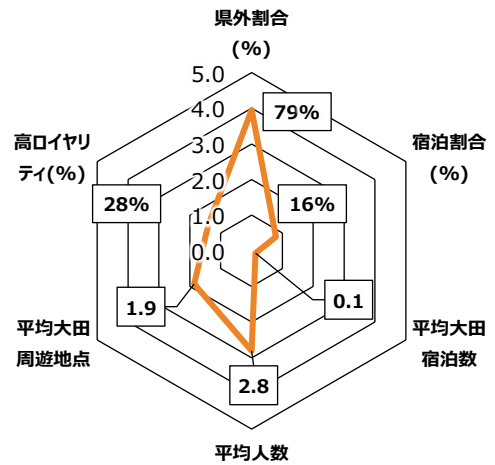
④広島県からの友達同士中心、日帰りお出かけクラスター

広島県からの友人同士中心。
リピーター率がやや低い。

図表 一人当たり消費額



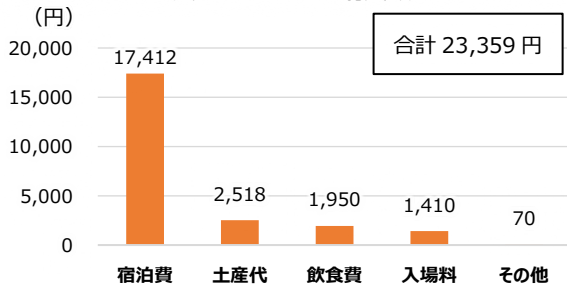
図表 属性旅行行動の特徴



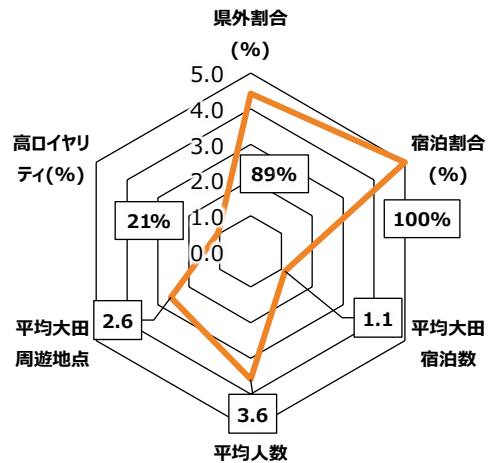
⑤近畿の家族連れ中心、ちょっとリッチな宿泊旅行クラスター

近畿からの2~4名程度の家族連れ。
温泉津の宿泊中心。周遊地点数がやや多い。

図表 一人当たり消費額



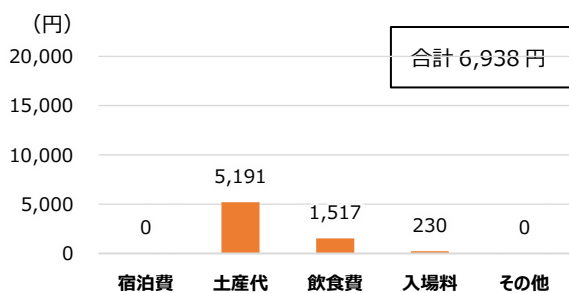
図表 属性旅行行動の特徴



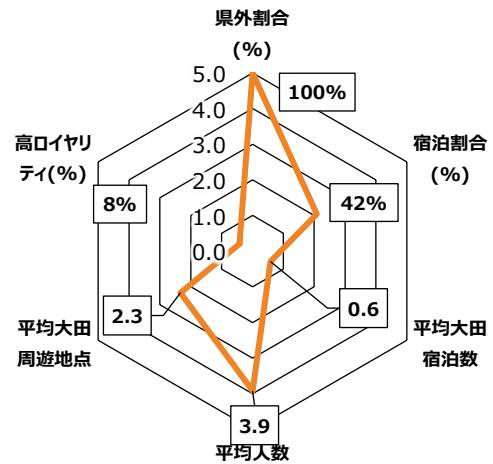
⑥関東からのパック客中心、お土産ガッツリ購入クラスター

関東からのパックによる旅行客中心。
お土産代が平均的に高い傾向。

図表 一人当たり消費額



図表 属性旅行行動の特徴



2 GoogleMaps レビュー分析

2.1 分析概要

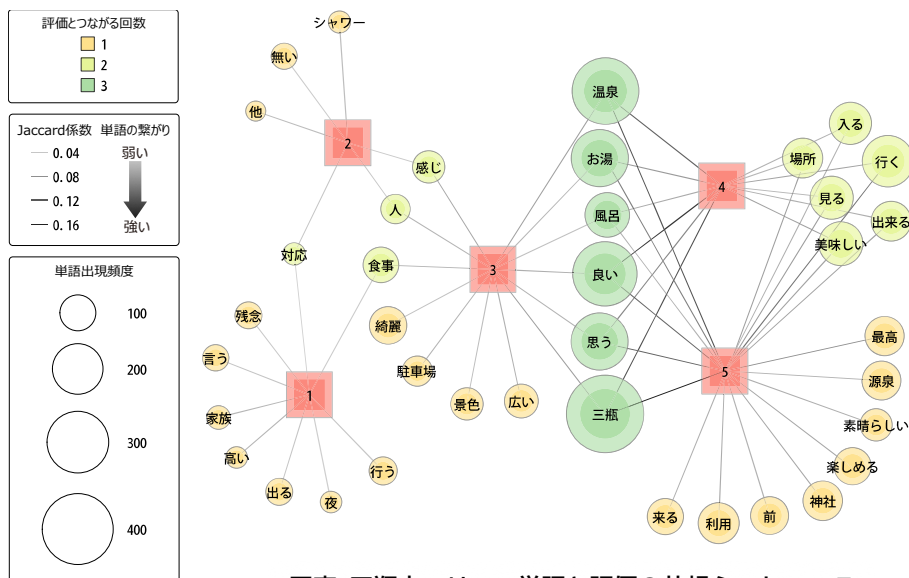
目的	大田市の観光に関連する口コミの話題の内容や、そこからみえてくる大田市内各エリアを訪問する観光客のニーズ理解を目的として、GoogleMaps における大田市内の観光地に対するレビューと星の数について、テキストマイニングの手法により分析した。
データ	地点の選出：大田市内の観光地点のうち、コメントなしのものを含めて 50 件以上のレビューがあるもの、計 64 地点 抽出期間：2017 年 1 月～2022 年 8 月
分析手法	単語と評価の共起ネットワーク分析 ある単語と結びつきの強い評価（5 段階評価）とのネットワーク図を作成

2.2 分析結果

三瓶エリア

温泉や登山を楽しむことや、蕎麦を中心として土地ならではの食を味わうこと等のニーズを満たすことができることが強みと考えられる。

温泉津温泉と比較して、「源泉」かけ流しであることが注目されることが特徴的であり、じっくりお湯に浸かれる点が魅力として捉えられていると考えられる。

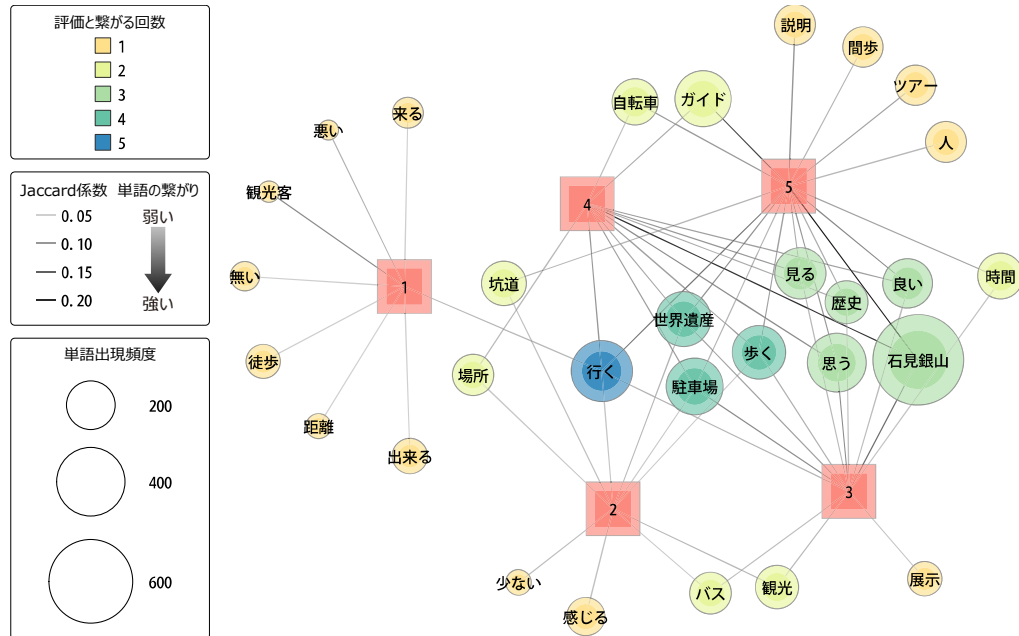


図表 三瓶山エリア 単語と評価の共起ネットワーク

大森エリア

世界的に価値のある歴史、文化等について触れ、知的な刺激をうけるニーズを満たせることが強みと考えられる。このため、ガイドを利用すると評価が高まるものと考えられる。

一方で、間歩までアクセスしづらく、時間が奪われることや、道中の魅力が見過ごされがちであることが、低評価につながっていると考えられる。

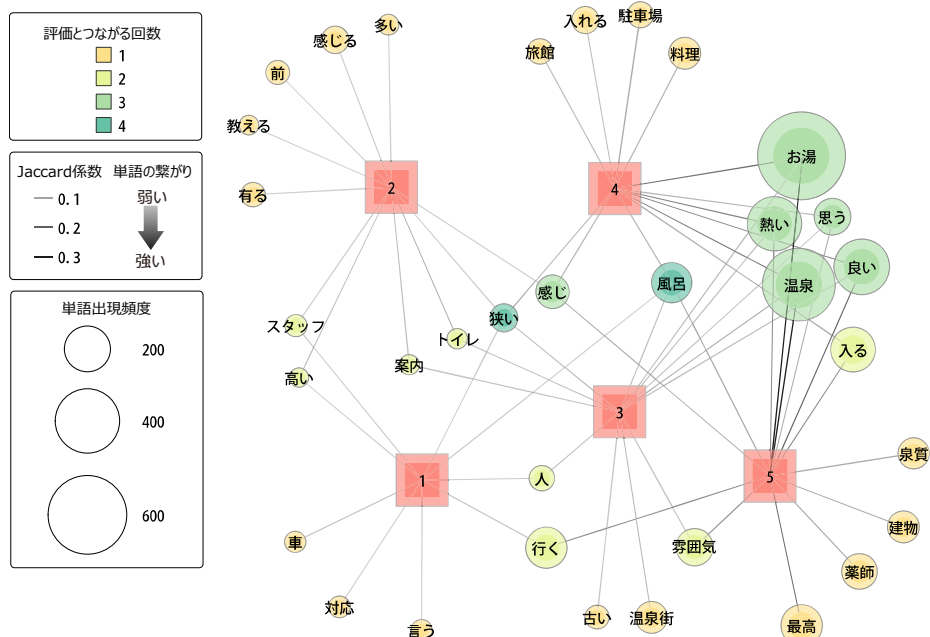


図表 大森エリア 単語と評価の共起ネットワーク

温泉津エリア

泉質やレトロな建物とまちなみなど、温泉津温泉ならではのモノにより、ユニークな体験をするニーズを満たせることが強みであると考えられる。

三瓶温泉と比較して「泉質」が注目され、しかも評価が高いことが特徴的であり、その効能が観光客に対して強い訴求力を有していると考えられる。



図表 温泉津エリア 単語と評価の共起ネットワーク

3 周遊動向（ビッグデータ）分析

3.1 分析概要

目的	大田市内の観光地点間の周遊の動向と、各地点がその促進等において果たす機能を理解することを目的とし、観光地点ネットワークについて分析を行った。
人流のビッグデータ 混雑統計®の概要	対象期間 2022年1月から2022年12月まで 地点の設定とカウントについて 石見地域（大田市・美郷町以西9市町）内外の主要な観光地点50地点を選出。 基準地域メッシュ（第3次地域区画・約1km四方）のうち、これらの地点を含むものを抽出し、メッシュ内に一定時間以上滞在した場合、その地点に訪問したものとしてカウント。（ただし、当該メッシュ内に居住地や勤務地があるユーザーは除外） 人流の定義 固有の携帯電話ユーザー数 UU（unique user）により、メッシュ間の人流の実人数をカウントし、国勢調査により母集団の UU を推計。
ネットワーク分析	観光地点ネットワークの定義 ネットワークを作る点（ノード）を石見地域内の観光地点、点と点を結ぶ線（リンク）とその強度を人流（UU）として定義する。 中心性傾向 観光地点ネットワークについて、人流の促進に重要な地点を理解することを目的に、人流の要衝としての機能の強さを表す媒介中心性を算出する。 この値が大きいほど地点間の人流のなかだちとしての機能が強く、周遊促進に重要であると考えられる。 コミュニティ検出 ネットワークの中で、繋がりノードのまとまりを「コミュニティ」と呼ぶ。 観光地点ネットワークについて、人流が集まりやすい地点同士（観光地点が作るコミュニティ）の発見を目的に、インフォマップ法と呼ばれる手法でコミュニティ検出を行う。

混雑統計®について

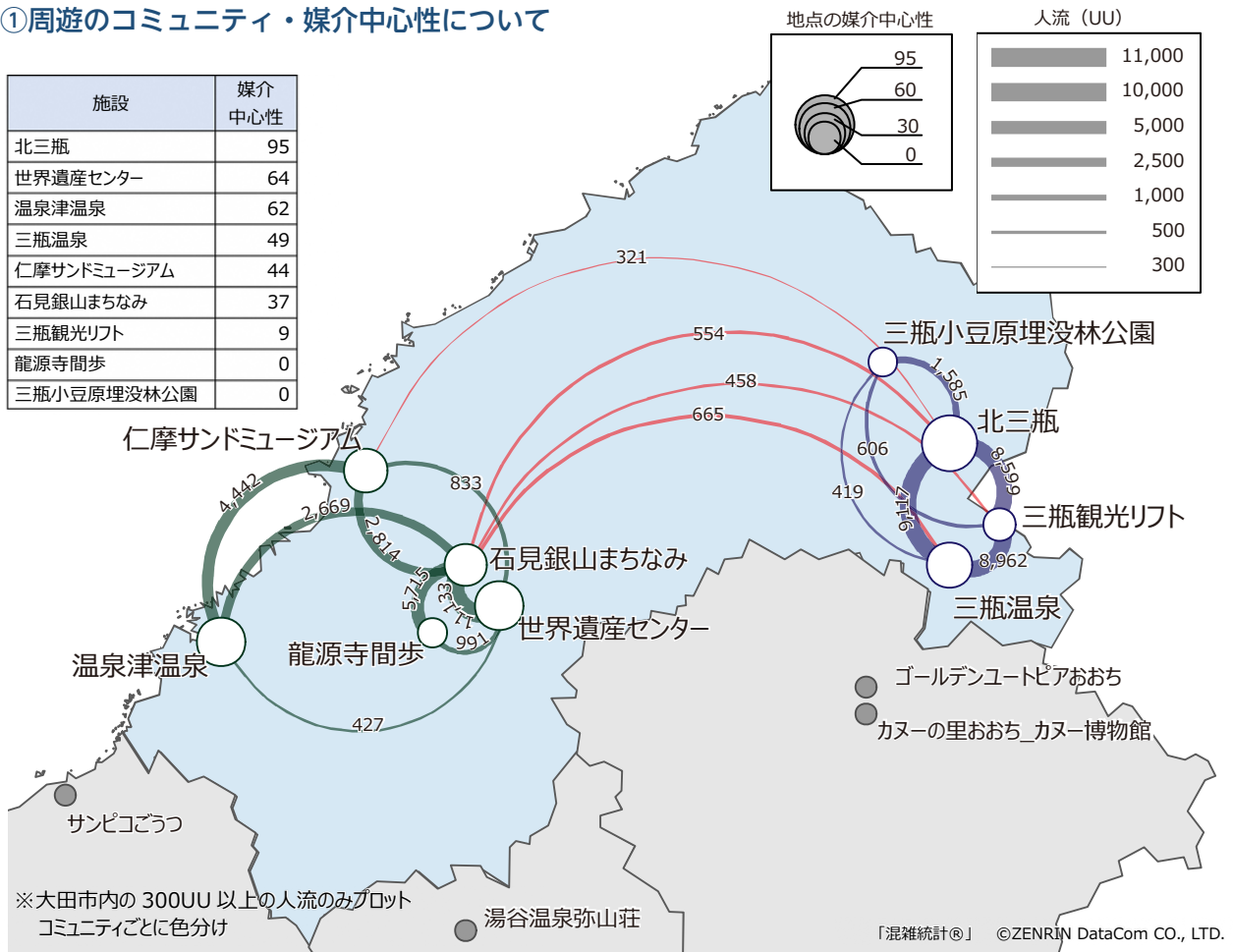
「混雑統計®」データは、NTT ドコモが提供するアプリケーションの利用者より、許諾を得た上で送信される携帯電話の位置情報を、NTT ドコモが総体的かつ統計的に加工を行ったデータ。

位置情報は最短5分毎に測位される GPS データ（緯度経度情報）であり、個人を特定する情報は含まれない。

3.2 集計・分析結果

①周遊のコミュニティ・媒介中心性について

施設	媒介中心性
北三瓶	95
世界遺産センター	64
温泉津温泉	62
三瓶温泉	49
仁摩サンドミュージアム	44
石見銀山まちなみ	37
三瓶観光リフト	9
龍源寺間歩	0
三瓶小豆原埋没林公園	0



地図：「国土数値情報（令和3年行政区域データ）」を加工

コミュニティについて

三瓶山周辺の地点からなる「三瓶山エリア」と、石見銀山、仁摩サンドミュージアム、温泉津温泉からなる「銀山・仁摩・温泉津」が抽出された。

媒介中心性について

「三瓶エリア」では「北三瓶」が最も大きく 95、「銀山・仁摩・温泉津」では「世界遺産センター」が最も大きく 64 であった。

これらの地点は、大田市外の地点との間の移動も含めて、人流の要衝となっている地点であると考えられる。

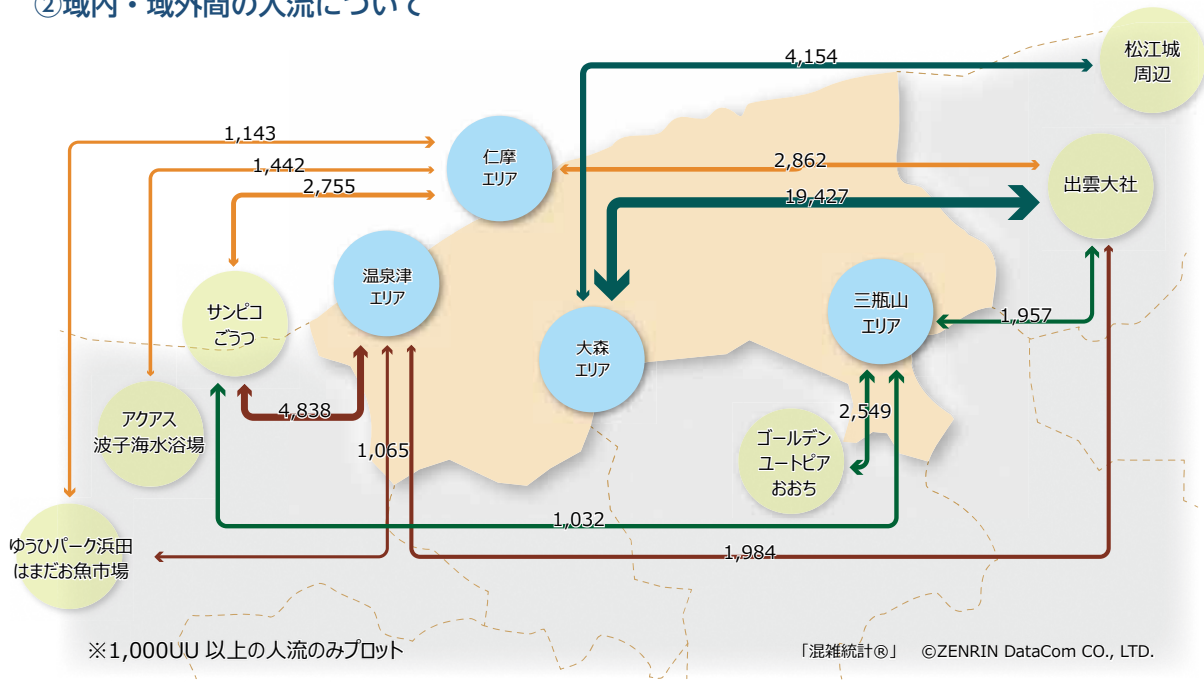
結果について

地理や観光地点としての特徴などを要因に、大きく 2 つの観光地のコミュニティが形成されているものと考えられる。

三瓶山周辺においては「北三瓶」、石見銀山から温泉津にかけては「世界遺産センター」と「温泉津温泉」が、人流の要衝、あるいはハブとしての機能が低いと考えられる。

コミュニティ内・間の周遊促進のためには、これらの地点を絡めた取り組みが重要となると考えられる。

②域内・域外間の人流について



地図：「国土数値情報（令和3年行政区域データ）」を加工

三瓶山エリア

県東部・中部・西部それぞれからの人流があり、「ゴールデンユートピアおおち」間が2,549UUと最も多かった。

大森エリア

「出雲大社」間では19,427UU、「松江城周辺」間では4,154UUと、県東部のメジャーな施設との人流が多かった

仁摩エリア

江津市、浜田市の観光地点間でのUUが比較的多く、「出雲大社」間との人流も2,862UUであった。

温泉津エリア

「サンプコごうつ」間で4,843UU、「出雲大社」間も1984UUであった。

III. 市内外の観光振興の動向調査

1 事業者アンケート

大田市の観光施策の取組状況及びアフターコロナの動向を把握するため、観光関連団体及び観光関連事業者に下記のとおりアンケート調査を実施した。

実施期間	令和4年10月20日～11月30日	
実施手法	あらかじめ設問項目を通知したうえでの対面型ヒアリング調査	
実施対象	観光施策の取組状況	市内5事業所・18団体
	コロナ禍の影響・アフターコロナの動向	市内14事業所・県内他市3団体2事業所

2 市内における観光振興の動向（観光施策の取組状況）

市内の観光関連団体及び事業者にアンケート調査を実施し、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）を検証し、計画改訂において盛り込むべき、今後必要とされる取組を整理した。

I. マネジメントとマーケティングができる組織づくり	
観光地域 1 マネジメント 組織の構築	取組内容
	<p>(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 (R3.3)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 (Web、SNS、You Tube、JNTO へのオウンドメディア配信等) ・4つのWG (情報発信、インバウンド、宿泊・食、石見神楽・文化芸能) の立ち上げ・運営 <p>(2) 大田市のブランディングの方針等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・誘客のメインターゲット層を首都圏、関西圏を中心とした30代～40代の女性と設定 ・ハードな印象の資源×自然×地域の人との交流の掛け合わせによる周辺地域との差別化、旅行商品の高付加価値化の推進
	<p>前期 (2017～2021) で十分に出来なかったこと</p> <p>市・観光協会・民間団体それぞれの役割の明確化、認知が今後の課題であり、DMOの役割の明確化、業務内容の棚卸しと役割分担などが必要。DMOや各エリアで活動している協議会等への積極的な関わり、課題共有とあわせ市の伴奏型の支援を継続していく必要がある。</p> <p>DMOは安定的な自主財源を確保する仕組みが必要である。</p> <p>目指す観光の将来像などが市、DMO、地域で一体となっておらず、地域住民や事業者と目指すべき姿の共有が必要である。</p>
今後必要とされる取組	<ul style="list-style-type: none"> ○市、DMO、民間団体の業務内容の棚卸しと役割分担等 ○DMOの安定的な自主財源確保の仕組みづくり ○地域住民、事業者とのめざす姿の共有

2	観光を担う 人材育成	取組内容	
		<p>(1) 人材発掘</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMOとして、三瓶、石見銀山（大森、温泉津）など各地域で地域活性化に取り組む人材のWGへの加入の促し、商品造成等の連携による関係づくりなどを実施 <p>(2) ガイドの状況等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMO⇒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 銀山ガイド <ul style="list-style-type: none"> 令和4年11月時点 会員数 49名、平均年齢73歳、H29以降の新規会員数 6名 ・世界遺産登録時をピーク時に会員数は減少 ⇒有料ボランティアとして独自財源で運営しているが、ここ2年は1万円程の赤字 ・おおだ観光ビューロー ヘルスツーリズムガイド <ul style="list-style-type: none"> 令和4年11月時点 60代の方2名が活動中 ・サイクリング、ヨガのガイド講座を開設（R1） 	
		前期（2017～2021）で十分に出来なかったこと	
		<p>大田市版DMOの各WGリーダーや民間事業者の地域リーダーがそれぞれにリーダーシップを発揮し、事業者間連携を進め、成果をあげることが期待されている。</p> <p>担い手の確保が困難な中での、ガイドの在り方についての検討が必要である。</p> <p>商品のブラッシュアップに合わせて、地域ガイドの養成や効果的な情報発信が必要である。</p>	
	今後必要とされる取組	<p>○地域リーダーの育成、活躍機会の創出</p> <p>○ガイドの育成</p> <p>（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）</p> <p>（ネイチャーガイドなどの地域ガイドの養成 など）</p>	
3	観光ニーズの把握	取組内容	
		<p>(1) 調査等の実施状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMOにより毎年「観光動態調査」の実施・分析 ・観光戦略会議や座単会等の場などで調査結果の情報を開示 <p>(2) 大都市圏でのニーズ把握</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大都市圏の商談会、イベントなどへの参加によるニーズ把握 <p>(3) 観光地におけるヒアリング実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大田市に来訪した観光客を対象としたアンケート調査の実施 	
		前期（2017～2021）で十分に出来なかったこと	
		<p>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の検討が必要である。</p> <p>WEB調査の導入の検討が必要である。（但し、調査精度の低下が懸念材料となっている）</p> <p>コロナの影響により変化する市場動向を的確に捉えるため、従来の実数調査以外の方法の検討が必要である。</p>	
	今後必要とされる取組	<p>○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</p>	
4	市民総ぐるみのおもてなし向上	取組内容	
		<p>(1) DMO等による各種研修等の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光意識醸成のための「市民向け意見交流会」の開催 ・市内宿泊施設を対象とした「外国人アドバイザーを招いた意見交換会」の開催（H31） ・市内在住外国人を対象に、三瓶小豆原埋没林公園で「おもてなし研修」を実施（R1） ・飲食店を対象とした「ウイルス感染予防策に関する講演会、消毒実演」の実施（R2） ・大田市アドバイザー派遣制度活用による「おもてなし研修」を実施予定（R4） 	
		前期（2017～2021）で十分に出来なかったこと	
		<p>温泉津については良かったとよく聞けるが、大田市全体のお店の雰囲気として、「いらっしやいませ」という空気が弱いとよく言われる。</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響も含め、インバウンド対策等の方向性の検討が必要である。</p>	
	今後必要とされる取組	<p>○市民のおもてなし意識の醸成</p> <p>○インナープロモーションによる市民の愛着や誇りの醸成</p>	

5	地域の魅力を学ぶ機会の拡大	取組内容	(1) 魅力再発見の取組やシンポジウムの実施 ・世界遺産登録 10 周年観光キャンペーンで、閑散期の「冬」の魅力発掘を目的に、「石見銀山の魅力の新発見・再発見」を実施 (H30) ・「地域の資源を活かす 日本遺産の活用に向けたシンポジウム」を開催 (R1) .
		前期 (2017~2021) で十分に出来なかったこと	日本遺産認定を受け、市民一人ひとりが大田の魅力を再発見し、より自分ごととして観光地の保全と活用に取り組む機運の醸成のため、官民連携した取組みが必要である。 民間事業者等と連携した作った商品を、実際に市民の方や民間事業者の方に体験してもらう機会を設けており、今後も継続することが必要である。 世界遺産であることは知っているが、日本遺産であることを知っている人はまだ少ない。
		今後必要とされる取組	○日本遺産と関連した地域住民参加型事業などによる住民意識、認知度の向上

II. 観光地域としての魅力向上と観光資源の磨き上げ			
6	エリアのブランドイメージづくり	取組内容	(1) ブランドイメージづくり ・三瓶エリアにおける「三瓶エリア観光計画」の策定 (H29) ・大森、温泉津、仁摩などでは、地域のブランドイメージの検討や WS 等は未実施
		前期 (2017~2021) で十分に出来なかったこと	大田市は地域ごとに性質が異なる。意識共有のために大森、温泉津、三瓶などの各地域のみんなが共有する将来像を設定し、市と地域と観光協会 DMO との関係性などが見えるようにする必要がある。
		今後必要とされる取組	○大森、温泉津、三瓶などの地域 (エリア) ごとの将来像等の設定
7	滞在型の新たな観光商品づくり	取組内容	(1) DMO による商品造成等 ・大田市日本遺産事業、誘客多角化事業により多数の体験プラン、コンテンツを造成 ・県、山陰インバウンド機構事業：4 商品を OTA に登録 (2) 三瓶山における体験プログラム等 ・天空の朝ごはん、ガイド付き E-BIKE 体験、蒸留体験 (和精油作り)、わさび収穫体験、そば打ち体験などの実施 (3) 神楽公演について ・地元神社の例大祭奉納神楽のほか、出張公演の実施 コロナ禍により、活動がほぼ止まったが、令和 4 年は回復傾向 ・一方で、市内の神楽団 10 団体のうち、活動が低迷している団体もあり、活動できる団体に負荷が偏るなどの問題も発生 (4) ヘルスツーリズムについて ・コロナ前は、各地の企業などからクアオルトの申し込みがあったが、コロナ禍以降は大きく減少
		前期 (2017~2021) で十分に出来なかったこと	実施が不安定な商品も多いが、市場ニーズに合わせた既存プログラムの高付加価値商品が必要である。また、日本遺産認定を受けた、構成文化財を含めた商品造成に向けた、関係団体等の連携した取組みが必要である。 あわせて、事業者、地域、ガイドの会との連携を強化する必要がある。 三瓶エリアでは、ファミリー層をターゲットにしたマネタイズ、三瓶そばの継承、温泉配管設備の老朽化や地震被害の建物除去に課題がある。 石見神楽では、運営資金、伝統芸能としての継承に課題がある。
		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改良、実施の安定化、利用促進 ○地域や団体等に応じた柔軟な支援

8	教育旅行の誘致	取組内容
		(1) 旅行商品の造成等 (DMO) ・日本遺産事業や旅行会社の依頼により、教育旅行のプランや石見銀山街歩きの造成
		(2) 銀山学習 ・石見銀山ガイドの会による、石見銀山まち歩き (市内の全小・中学校で毎年実施中)
		前期 (2017~2021) で十分に出来なかったこと 既存観光素材の紹介に留まっており戦略が不十分であり、教育旅行誘客に向けた具体的な戦略の確立が必要である。 教育委員会、観光振興課、関係各課が連携し、「未来の教室」実証事業などと絡めた暮らし観光の推進事業が進められると良い。
今後必要とされる取組	○教育、観光、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)	
9	地域食・特産品の充実	取組内容
		(1) 大田ブランド・特産品等 ・おおだブランド認証制度は令和3年度に終了したが、市では20事業者・37商品を認定 特産化が進むアナゴ、三瓶そばは収益性の高い商品に発展中 ・特に「大田一日漁」「大アナゴ」は全国でも農林水産資源を活用した優良事例として注目され、高く評価 ・「天空の朝ごはん」も集客を集めており評価が高い ・今後は「三瓶そば」、「さんべ高原森の絹(サツマイモ)」等にも注力
		前期 (2017~2021) で十分に出来なかったこと 新たな顧客、リピーターの獲得には「食べる観光」を推進する必要がある。これまでよりも「食」が大きく取り扱われることが期待される。 ブランディングにおいては地元事業者がプロジェクトをスピーディーに推進し、行政は補助金や伴奏型で支援するなどの役割分担が必要である。
		今後必要とされる取組
10	まつりやイベントの活用と魅力発信	取組内容
		(1) 伝統行事・地域のお祭り ・県内でも規模の大きなお祭りである彼岸市のほか、さんべ志学の雪明かり、キャンドルナイト in 波根などの地域イベントの開催 (2) スポーツツーリズムの推進 (NPO サイクリストビュー) ・サイクリングイベント「石見グランフォンド」「グルメフォンド in 温泉津」を毎年開催。
		前期 (2017~2021) で十分に出来なかったこと 補助金がなくなるとイベントが自然消滅することが多い。行政主体ではなく地域と専門事業者が組んでやるなど、イベントを継続して実施できる体制について、官民一体での検討する必要がある。
		今後必要とされる取組
11	歩いて楽しめる健康プログラムづくり	取組内容
		(1) ヘルスツーリズムのウォーキングプログラム ・需要のある「登山」と「ウォーキング」に活動内容を絞って不定期開催 (2) 石見銀山でのガイドと巡るコース設定 ・大きく6コースのうち、利用者が多いのは龍源寺間歩、大森街並み、沖泊の3コース ・銀山学習への利用、近年は1~2人の少人数での利用者が増加
		前期 (2017~2021) で十分に出来なかったこと プログラムへの参加者の増加、コロナ終息後の新たな顧客層を狙った宣伝手法の工夫が必要である。コロナ対策で一回当たりの収益性低下が懸念されており、コロナ禍における利益の確保が必要である。 ヘルスツーリズム等、「登山」の際に三瓶山頂上にトイレがないことが課題として挙げられる。
		今後必要とされる取組

III. 計画的な受け入れ環境の整備		
12	観光地の受け入れ環境整備	取組内容
		<p>(1) 観光案内機能の充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大森地区、温泉津地区にはQRコードによる多言語解説システムを設置 ・世界遺産センターにおける映像及び展示物の多言語化 ・サヒメルにおける拡張実現（AR）を活用した展示解説の導入 <p>(2) 道の駅「ごいせ仁摩」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道の駅「ごいせ仁摩」のオープン（R4） ・地域の魅力発信、特産品販売、観光客の周遊・滞在、消費促進等の他、ステージを活用した神楽の定期公演などの開催 <p>(3) 道の駅「ロード銀山」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域のコミュニティ機能、特産品メニューを提供するレストラン、特産品の通信販売 <p>(4) 交通弱者のための龍源寺間歩への移動手段の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R4.4月よりGSMを本格運行開始 <p>(5) 銀山街道について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サインの更新、被害箇所の復旧、小学校での踏破が年数回実施 ・ガイドの会ツアー <p>(6) 北の原キャンプ場の有効活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続中のキャンプ人気に、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し、県内東部、広島県を中心に初心者から上級者まで多くの人が利用
		前期（2017～2021）で十分に出来なかったこと
		<p>世界遺産センターの日本遺産事業ビジターセンター化の推進、また、ごいせ仁摩では市内周遊を促進する取組み、ロード銀山では高速道路の整備が進む中、利用者確保に向けた取り組みの強化が必要である。グリーンスローモビリティの交通弱者対策への活用検討が必要である。</p>
<p>今後必要とされる取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ○道の駅、観光案内施設の機能の充実 ○銀山カートの運用について、事業者との連携や支援など 		
13	交通利便性の向上	取組内容
		<p>(1) 石見銀山パークアンドライドの見直し</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在までパークアンドライドの大きな見直しは行われていない。 <p>(2) 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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光タクシーのルートの作成 ・島根県による、外国人観光客を対象としたレンタカー助成の実施 <p>(3) 石見銀山号</p> <ul style="list-style-type: none"> ・輸送人員は令和元年の26,000人が最も多く、コロナ禍で半減 ・令和3年は19,000人と若干の戻りがあるが、そもそもの利用者が少なく維持が厳しい路線
		前期（2017～2021）で十分に出来なかったこと
		<p>大森地区ではパークアンドライドの案内が非常に難しい。行政内での旗振りの主導者を明確にする必要がある。石見銀山号については、更なる利用促進が必要</p>
<p>今後必要とされる取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ○石見銀山の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 		
14	景観の保全	取組内容
		<p>(1) 町並みの景観維持</p> <ul style="list-style-type: none"> ・重要伝統的建造物群保存地区整備事業により、これまでに約160件の家屋改修を竣工（うち、約40件は温泉津地区で実施） <p>(2) 市民ボランティアによる景観保全活動のサポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クリーン銀山、クリーン三瓶の実施 <p>(3) 三瓶山西の原の火入れの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続して実施、作業員を除く来客数は、コロナ前約100人、コロナ後約50人
		前期（2017～2021）で十分に出来なかったこと
		<p>コロナ禍の影響で市民ボランティア活動が中止となり観光地の景観が悪化した。住民に石見銀山遺跡を保全することの意味を知ってもらう意図があるが、多くが企業単位での参加であり、目的が実現できているといい難い。</p> <p>重要伝統的建造物群保存地区については、空き家が増えつつあり、多くは危険家屋化している。</p>
<p>今後必要とされる取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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 ○重要伝統的建造物群保存地区の景観保全のため、空家対策が急務 		

IV.効果的な情報発信		
15	ターゲットにあわせた情報発信	取組内容
		<p>(1) パンフレットの作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大田市公式ガイドブックの他、各種パンフレットを作成 ・SNSによる情報発信は、ターゲットが定まっていなかったが、来年度からInstagram投稿は、ターゲット層と同じ30-40代女性職員が発信を行う予定 <p>(2) ホームページ、Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> ・WEBでは「大田市観光サイト」を運営（英語、ポルトガル語、中国語（繁体字）翻訳済み） ・SNSはFacebook（日本語）とInstagram（日本語、英語）を運営 <p>(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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京や大阪などの大都市圏のイベントで旅行商品を紹介（R1）
		<p>前期（2017～2021）で十分に出来なかったこと</p> <p>観光情報集約の仕組み、デジタル上での情報の充実が必要である。 パンフレット等の中には似たようなものが2～3冊あり、見直しなどが必要である。</p>
		<p>今後必要とされる取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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
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	取組内容
		<p>(1) マスコットキャラクター らとちゃんの活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内外のイベント出演、イラスト使用、Twitterでの情報配信で利用 ・コロナ禍によりきぐるみの活用機会は縮小 <p>(2) 観光大使の協力によるプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在5名に委嘱し、主に委嘱状の更新、特典付き名刺の配布を実施（観光大使について、情報発信力は高いが、肖像権等の権利関係について慎重な取り扱いが必要）
		<p>前期（2017～2021）で十分に出来なかったこと</p> <p>らとちゃんについては、地域の子どもたちの愛着を育てる、ハイシーズンに石見銀山等での観光地PR、歓迎ムードの創出など、積極的な活用方法の検討が必要である。 観光大使については、事業効果の分析が必要である</p>
		<p>今後必要とされる取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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		
17	周辺地域との連携強化	取組内容
		<p>(1) (一社) 山陰インバウンド機構との連携</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMOインバウンドWGを中心にコロナ前より連携 毎年、機構が採択された観光庁事業でインバウンドの研修、体験プランの造成や磨き上げ等を実施 <p>(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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・両協議会の会員として所属。情報発信、イベント出展等で連携 <p>(3) その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広域観光周遊ルート「緑の道～山陰～」、周辺観光地と連携した広域観光ルートについては具合的な連携は行っていない。
		<p>前期（2017～2021）で十分に出来なかったこと</p> <p>観光協会同士の横連携はあるが自治体との連携はほぼない。 広域でのポジショニングづくりが必要である。 松江・出雲部からの誘客のため、積極的な事業連携が必要である。</p>
		<p>今後必要とされる取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ○市外との連携、特に出雲市などの東部との連携

18	共通する資源による連携	取組内容	
		(1) 連携の状況等	・「三瓶山広域ツーリズム振興協議会」で1市2町が連携し、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中
		前期（2017～2021）で十分に出来なかったこと	世界遺産を有する都市（広島市、廿日市市、萩市）との連携は、素材が似ていてもブランドイメージは異なる。
		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
19	インバウンド受け入れ体制の整備	取組内容	
		(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	・立ち寄り施設における Wi-Fi 整備は整備済み ・サヒメルでは、表示機能を強化し、英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語、ポルトガル語等の多言語に対応 ・案内看板の多言語化は順次整備中 ・多言語表記パンフレットはコロナ禍によるインバウンド需要低下のため配架を制限
		(2) 対象国に対する積極的な情報発信	・DMO で行う SNS や Youtube、JNTO のオウンドメディア配信、島根県 HP や山陰インバウンド機構 HP での体験コンテンツ等の情報を掲載
		(3) その他の取り組み	・外国人おもてなし研修、民間施設における外国人旅行者の受け入れ環境整備に対する支援については、現在、島根県による具体的な事業なし。
		前期（2017～2021）で十分に出来なかったこと	コロナ収束後に向け、広島、ゴールデンルートからの誘客促進、継続的な情報発信や、キャッシュレス化など受入環境整備が必要である
今後必要とされる取組	○ゴールデンルートからの誘客促進 ○継続したインバウンド受け入れ体制の整備		

3 市内事業者のアフターコロナの動向等

市内の主な観光関連団体及び事業者にアンケート調査を実施し、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状況を整理した。

・大田全市（大田市観光協会、各エリアの事業者の声）

(ア) 本市における近年の動向
<ul style="list-style-type: none"> ・ コロナ流行前から市の観光入込客数は減少傾向にある ・ コロナ流行前後とも、マイカー、個人旅行、立ち寄り型の来訪が多い
② 今後、注力が必要と感じる観光施策（全市）
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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） ・ 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） ▼各エリアの事業者からの意見（全市） <ul style="list-style-type: none"> ・ 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） ・ 「コト消費」と「人に会う観光」の推進 ・ 修学旅行や遠足等による市の観光施設の利用促進
③ 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"> ・ インバウンド向け観光動態調査の実施 ・ SNS、Youtube を活用した継続的な情報発信 ・ 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 ・ デジタルによる決済、情報収集、予約等の一括化 ・ 広島、ゴールデンルートからの誘客（石見銀山号の活用 等）

・大森エリア（事業者の声）

① 大森エリアにおける近年の動向
<ul style="list-style-type: none"> ・ 石見銀山では、観光客数、団体客数、インバウンド観光客数のいずれも減少している ・ 旅行者の割合は、中国地方、特に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 ・ 移動規制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である
② 今後、注力が必要と感じる観光施策（エリア内）
<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 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） ・ 生活観光コンテンツ作りの推進（暮らし方や生き方に触れ好きになって帰ってもらう） ・ 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等）
③ 今後、注力が必要だと感じるインバウンド対策（全市・エリア内）
<ul style="list-style-type: none"> ・ 国内客のみならず、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）

・温泉津エリア（事業者の声）

①温泉津エリアにおける近年の動向
<ul style="list-style-type: none">・温泉津温泉街では、他の地域と比べてコロナ禍の大きな影響は感じていない 概ね、広島、山口、岡山、関東、近畿、大阪、兵庫の順に利用が多く、出雲空港におけるFDAの運行再開後は宮城県、兵庫県等からの宿泊もある・ドミトリー等の安価な宿も増え、需要が増えた一人旅などにも対応できている
②今後、注力が必要と感じる観光施策（エリア内）
<ul style="list-style-type: none">・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 （福光石切り場のガイドの手配など）・観光客に温泉津の街中を歩いてもらうためのフリーの駐車場の整備
③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">・インバウンド観光客は公共交通機関を多く利用するため、タクシーの割引などの、公共交通機関で訪れた観光客の移動を助ける施策が必要 （例えば、バスで温泉津駅から三瓶山に行こうとすると乗り換えが必要であり、また、スムーズに移動ができたとしても1時間半程度を要するなど時間的な制約が大きい）

・三瓶エリア（事業者の声）

①三瓶エリアの近年における動向
<ul style="list-style-type: none">・三瓶山（北の原、西の原周辺）では、三瓶自然館サヒメル、温泉、登山等を旅行目的とする、県内、広島県からの旅行者が大部分を占める （新型コロナウイルス感染症流行前と同傾向）・エリア内の宿泊施設の利用状況はコロナウイルスの動向と直結しており、移動規制の解除等により現在は回復傾向にある・コロナ流行後、団体客は無くなり、高齢層の夫婦などの個人旅行が増加している
②今後、注力が必要と感じる観光施策（エリア内）
<ul style="list-style-type: none">・アクティビティ等の充実・ファミリー層にも楽しくお金を落としてもらえらる仕組みづくり （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）・北三瓶の山村留学と絡めた観光施策の充実・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）
③今後、注力が必要だと感じるインバウンド対策（エリア内）
<ul style="list-style-type: none">・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）

4 県内他市等のアフターコロナの動向等

県内他市の主な観光関連団体にアンケート調査を実施し、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状況を整理した。

・松江市（松江市観光協会）

①主な誘客ターゲット、コロナ禍による客層の変化

- ・主なターゲットは首都圏・関西圏（移動規制中は近隣県へとシフト）
- ・移動規制中は修学旅行の受け入れが増えていたが、規制解除は減少傾向

②今後の取り組み方針

- ・メディアを活用した観光プロモーションの強化・継続による誘客促進
- ・新たに需要が見込まれる「暮らすように旅する」モデルコースの企画、情報発信
- ・トイレ・休憩所の設置、住民の文化意識の向上

③今後のインバウンド対策

- ・海外需要を遅滞なく取り込んでいきたい。重点市場である韓国からの誘客を促進
- ・広島方面からのインバウンド誘客の促進のため、広島松江間のワンコインバス事業を実施予定。今後は中国地区と協力して観光素材で売ること検討したい

・出雲市（出雲市観光協会）

①主な誘客ターゲット、コロナ禍による客層の変化

- ・主なターゲットは首都圏・中京圏・関西圏などの大都市圏（移動規制中は島根県や鳥取県など中国地方をメインターゲットとした）
- ・コロナ禍により、マイカー利用による顕著な個人旅行化が進展

②今後の取り組み方針

- ・一定額以上の観光消費額が見込める40歳以上の方や、本市での宿泊が込める一人旅者層を意識した質の高い商品の企画
- ・国立公園（島根半島西部地区）をフィールドにした商品の企画

③今後のインバウンド対策

- ・多言語ガイドとの連携
- ・出雲縁結び空港への国際定期便、クルーズ客船（出雲市での寄港）の誘致

・石見地方（石見観光振興協議会）

①主な誘客ターゲット、コロナ禍による客層の変化

- ・主なターゲットはマイカー手段での来訪者、近隣のファミリー層
- ・貸切を好む等の密回避的行動の増加、単身旅行者や少人数での旅行者の増加
- ・アウトドア系の需要の増加

②今後の取り組み方針

- ・安全・安心等といった旅のニーズの変化への対応
(この時代に旅をする人は、本当に旅が好きの方だと思われる。サービス面は減らさずに、満足いただけるようなパーソナルな交流やサービスが必要となる。)

③今後のインバウンド対策

- ・電子マネーの普及
- ・有料等のモビリティサービスの普及（エリア毎にシャトルバス等の設置も要検討）

IV. 観光消費額目標数値の算出

1 観光消費額目標数値の算出～類似都市との比較による試算

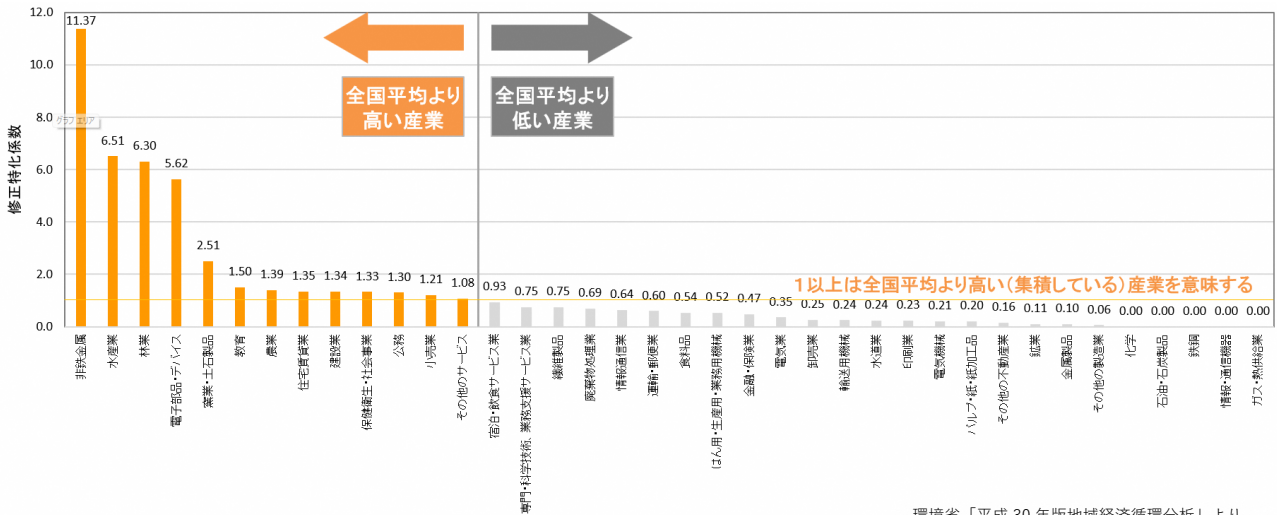
観光消費額における大田市のポテンシャルを検討するため、大田市と産業構造の類似した市町村を抽出し、域内総生産とそれに対する観光消費額の割合を比較した。

①抽出条件

以下の条件で自治体を抽出した。

- ① 大田市の「※産業別修正特化係数」の上位3位の産業「非鉄金属」「水産業」「林業」のいずれかが最も高いこと（1以上であること）
※産業別修正特化係数…その産業が全国と比較して優位（=得意）なのかを示す係数。
1より大きければ全国平均より優位。
- ② 比較対照可能な「域内総生産」と「観光消費額」を公表していること（平成30年）
- ③ 大田市より観光消費額が多いこと（目標となる観光消費額のため）

図表 大田市の修正特化係数（平成30年）



環境省「平成30年版地域経済循環分析」より

②抽出結果

以下10市町村を抽出した。

図表 産業構造等が大田市と類似する自治体

抽出自治体		域内総生産 (億)	人口一人当たり 生産額(千円)	観光消費額 (億円)	観光消費額の 占める割合	産業別修正特化係数		
都道府県	市町村					非鉄金属	水産業	林業
島根県	大田市	1,119	3,147	32.1	2.9%	11.37	6.51	6.3
宮城県	気仙沼市	2,635	4,058	94.0	3.6%		21.15(1)	1.79
秋田県	男鹿市	754	2,653	84.5	11.2%		5.89(1)	4.15
秋田県	仙北市	814	3,016	279.6	34.3%			11.58(1)
栃木県	日光市	2,932	3,501	1,576.5	53.8%	3.86		5.2(1)
岐阜県	郡上市	1,529	3,583	274.0	17.9%		1.3(11)	8.69(1)
和歌山県	田辺市	2,401	3,184	243.4	10.1%	2.18(4)		4.80(1)
広島県	三次市	1,913	3,595	53.2	2.8%	11.57(1)		2.51(4)
長崎県	平戸市	860	2,677	98.7	11.5%		60.11(1)	18.08(2)
長崎県	五島市	1,107	2,937	90.0	8.1%		22.24(1)	2.27(7)
長崎県	新上五島町	579	2,936	41.9	7.2%		79.11(1)	4.75(2)

域内総生産は各自治体の市町村民経済計算より抜粋（平成30年）

観光消費額は各自治体の公表値、またはDMO確立計画より抜粋（平成30年）

人口は住民基本台帳より（平成30年1月1日時点）

産業別修正特化係数は、環境省「平成30年版地域経済循環分析」より抜粋

③分析結果

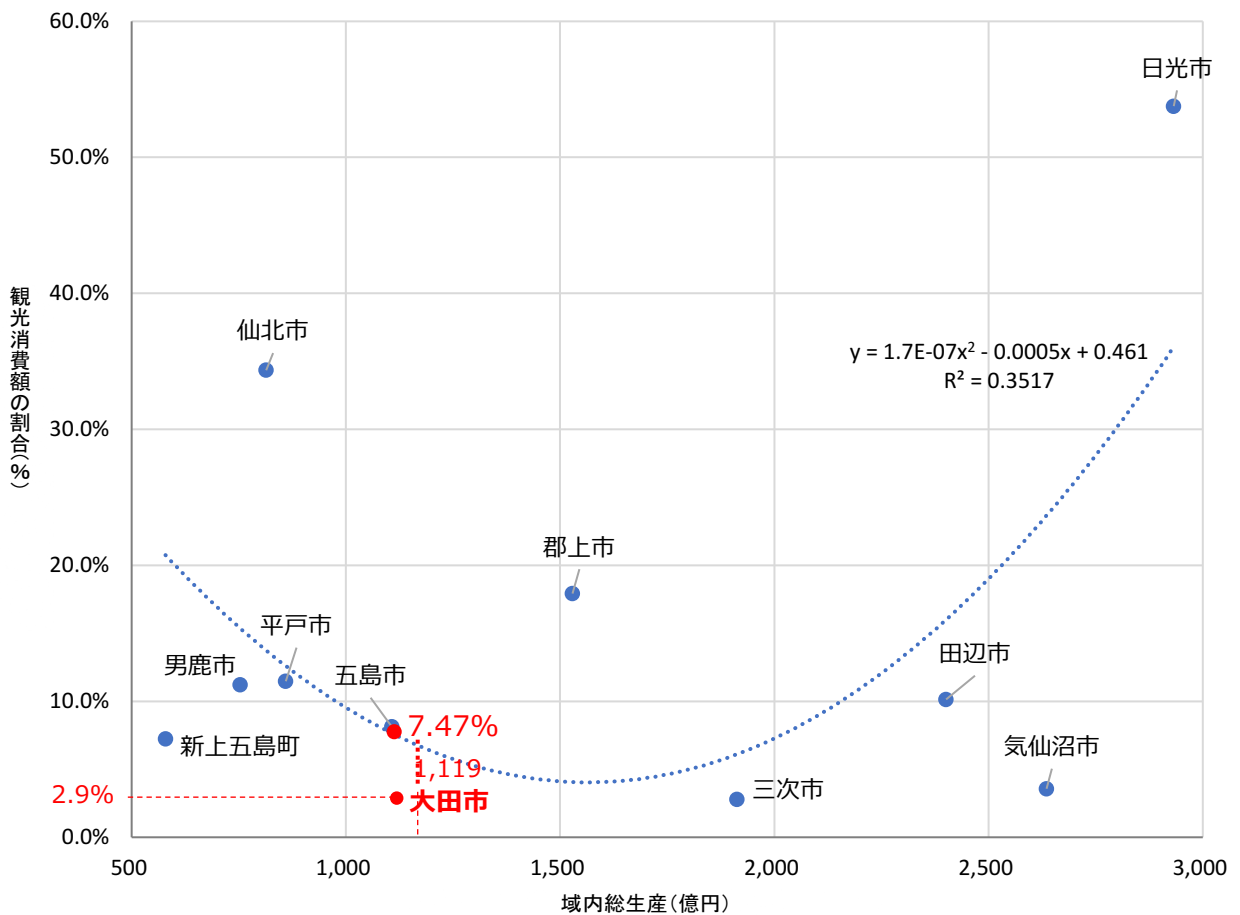
大田市における域内総生産（平成 30 年 1,119 億円）に対する観光消費額（平成 30 年 32.1 億円）の割合は 2.9%だが、この曲線と交わる観光消費額の割合をみると 7.47%となり、域内総生産ベースの金額に換算すると約 83.6 億円（ $\approx 1,119 \text{ 円} \times 7.47\%$ ）となる。

このように、産業構造が類似した自治体と比較すると、大田市は観光消費額 83.6 億円のポテンシャルを持っている可能性があると考えられる。

図表 目標消費額

	H30	目標額
観光消費額	32.1 億円	83.6 億円
観光消費額の割合	2.9%	7.47%

図表 産業構造等が大田市と類似する自治体における域内総生産と観光消費額の割合（2018 年）



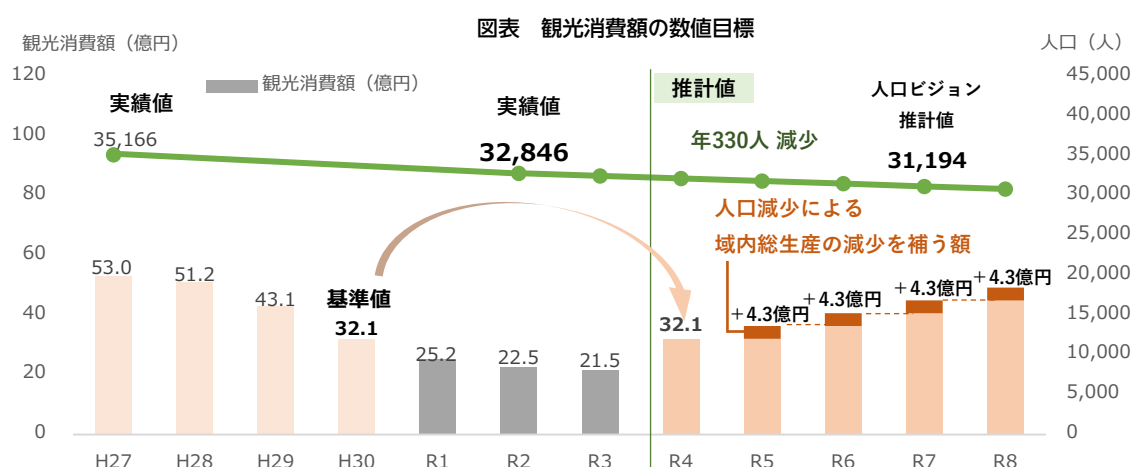
2 人口減少にともなって必要となる観光消費額

大田市人口ビジョンを基に、計画期間（令和4年～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た。

家計調査によると定住人口一人あたりの年間消費額を130万円といわれている。

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る。この減少分について、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。

※定住人口一人あたりの年間消費額は130万円（家計調査による）と仮定
 ※この試算においては、新型コロナウイルス感染症や西部地震、豪雨災害等の影響を受ける前のH29（43.1億円）を基準値とし、「令和4年に基準値に回復する」という想定で数値設定している。



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。

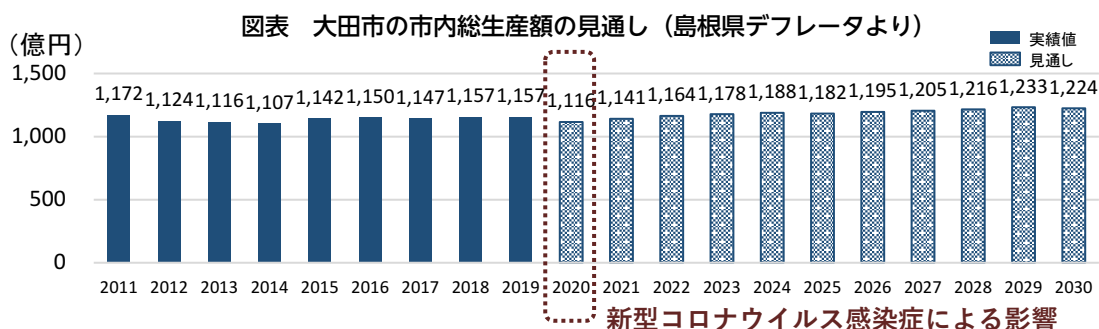
図表 計画期間における観光消費額の数値目標

大田市（人口ビジョン）	H27	H28	H29	H30 (基準年)	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8
人口（人） ※H27、R1は国勢調査による実績値 R7は社人研による推計値	35,166					32,846	32,516	32,185	31,855	31,524	31,194	30,864
年間人口減少数（人） ※社人研推計値の5年区分の人口減少を 単年で均等割した数値							330.4	330.4	330.4	330.4	330.4	330.4
人口減少による域内消費額の減少分（億円） (130万円/人 × 年間人口減少数) (観光消費額の増加で補う額)							-4.3	-4.3	-4.3	-4.3	-4.3	-4.3
観光消費額（億円）【H30基準】	53.0	51.2	43.1	32.1	25.2	22.5	21.5	32.1	36.4	40.7	45.0	49.3
観光消費額（億円）【H29基準】	53.0	51.2	43.1	32.1	25.2	22.5	21.5	43.1	47.4	51.7	56.0	60.3
観光消費額（億円）【H27-29基準】	53.0	51.2	43.1	32.1	25.2	22.5	21.5	49.1	53.4	57.7	62.0	66.3
観光消費額（億円）【R1基準】	53.0	51.2	43.1	32.1	25.2	22.5	21.5	25.2	29.5	33.8	38.1	42.4

3 コロナ禍の影響と景気回復予測

新型コロナウイルス感染症の影響による大田市の市内総生産の減少額とその後の回復の見通しについて、予測値を基に試算した。ここでは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した場合、どの程度の減少が見込まれるか試算した。

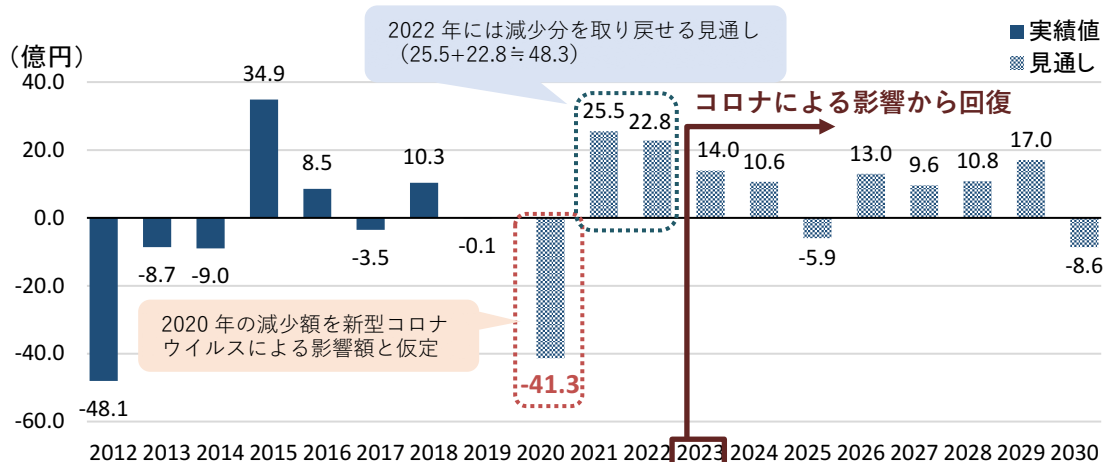
大田市の実質市内総生産額と国内総生産（GDP）を比べると、大田市の全国に占めるシェアは平成23年（2011年）～令和元年（2019年）の平均値で0.021%であった。



※三菱UFJリサーチ&コンサルティングの予測値、島根県デフレータを基に試算
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

これをふまえると、大田市の市内総生産の毎年の増減額は以下の通りとなる。このうち令和2年（2020年）に41.3億円程度の減少が見込まれており、これを新型コロナウイルス感染症による影響額とみなすこととする。その後、翌年に25.5億円程度、令和4年（2022年）に22.8億円程度の回復が見込まれており、令和5年（2023年）以降には影響額から回復する見通しである。

図表 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）



本市の実質総生産（GDP）の推移（実績値：2011～2019）									
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

本市の実質総生産（GDP）の推移（予測値：2020～2030）											
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