

三瓶エリア観光計画

【第4期（令和8～10年度）】

三瓶山広域ツーリズム振興協議会

はじめに

大田市、飯南町、美郷町にまたがる三瓶山周辺地域（以下、「三瓶エリア」という）では、三瓶エリア観光を広域で推進するため、平成 23 年度に「三瓶山広域ツーリズム振興協議会」（以下、「協議会」という）を組織し、一市二町ならびにその観光協会、および関係施設等を会員として、観光振興に取り組んでいる。

協議会では、三瓶エリア観光を推進するための指針として、平成 29 年度に「第 1 期三瓶エリア観光計画（計画期間：平成 29 年度～令和元年度）」を策定、令和元年度に改定し、取り組みを進めてきた。第 2 期（令和 2 年度～令和 4 年度）においては、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、十分な取り組みを実施できなかったことから、引き続き、三瓶エリア観光を推進するため、第 2 期三瓶エリア観光計画を基本とした、「第 3 期三瓶エリア観光計画（計画期間：令和 5 年度～令和 7 年度）」を策定した。第 3 期（令和 5 年度～令和 7 年度）では、計画に基づき、広域の観光連携やプロモーション、商品造成などを進めてきた。コロナ禍からの旅行需要の回復、アウトドア・ウェルネス需要の増加など、三瓶エリアを取り巻く環境は大きく変化しつつある。

一方で、観光動態は日帰り比率の高さ、冬季閑散、満足度の伸び悩み、公共交通の課題など、依然として改善すべき点が残る。

こうしたこれまでの取組の成果と課題、ならびに社会環境の変化を踏まえ、第 3 期の基本的な考え方や施策の流れを継承・発展させながら、三瓶エリアを「持続可能な自然滞在型観光地」として着実に成長させていくため、「第 4 期三瓶エリア観光計画（計画期間：令和 8 年度～令和 10 年度）」を策定するものである。

昨今の観光動向は、個人旅行需要やアウトドア人気、依然として増加傾向であり、地元の観光地を訪れるローカル旅行や、歴史・文化を学ぶツアーも注目され、コロナ禍を経てインバウンド観光の回復が進んでいる中、観光業は新たな時代に向けた変革を遂げている。これらの動向を踏まえた観光計画の策定は、現代の旅行者のニーズに応え、より魅力的なプランを提供するために重要な要素となっている。

引き続き、国内旅行者はもちろん、訪日観光客（インバウンド）の地方における需要を取り込むためにも、観光関連施設や観光広報媒体を有効に活用していくことが重要である。

また、山陰自動車道も、令和 5 年度に大田・静間道路、静間・仁摩道路が、令和 6 年度に出雲・湖陵道路、湖陵・多伎道路が開通した。中国横断自動車道松江尾道線と合わせ、山陽、島根県東部、鳥取県から三瓶エリアへのアクセスが更に向上した。市内の国道 9 号線と山陰自動車道を合わせた交通量は開通前後で約 1 割、また、開通後から半年間で県東部から西部の観光施設への来訪者数は令和 3 年と比較して 2 割弱、それぞれ増加していることから、今後更なる観光客入込の増加が見込まれる。

三瓶エリアの観光振興には、これらの好機を最大限に生かしていくことが重要である。

本計画書は、大田市、飯南町、美郷町の一市二町にまたがる「三瓶エリア」の今後 3 年間の観光計画として策定したものであり、この計画を指針として、協議会、事業者、地域住民等が、計画のコンセプトとなる『エネルギー+（プラス）三瓶スタイル』に基づくプロモーションや商品造成などに取り組み、三瓶エリア観光の振興を目指す。

目次

第1章	三瓶エリア観光のブランドコンセプト	1
第1節	三瓶エリアのブランド構成	
第2節	三瓶エリア観光のあるべき姿	
第2章	三瓶エリア観光の現状	3
第1節	三瓶エリアの観光の現状	
第3章	三瓶エリア観光の課題	5
第1節	三瓶エリア観光の課題	
第4章	三瓶エリア観光の推進方針	7
第1節	基本方針	
第2節	行動方針	
第3節	推進体制	
第4節	重点ターゲット	
第5章	三瓶エリア観光振興に向けた取り組み	11
第1節	取り組み内容及び目標	

第1章 三瓶エリア観光のブランドコンセプト

第1節 三瓶エリアのブランド構成

三瓶エリア観光推進の大きな方向性として、「やさしい観光地」（競合地域に比べ易しい、優しい）を目指す。初めてでも、気軽に楽しめる要素が多く、幅広い世代の観光客を受容できる点を、差別化のポイントとして、以下のとおりブランドコンセプトを設定する。

『エネルギー+（プラス）三瓶スタイル』

三瓶エリアは、どんな状態のあなたでも温かく迎え入れ、あなたの「初めて」を見守り、あなたのさらなる「挑戦」にも寄り添います。古代より地底に宿り続けるエネルギーが、あなたの緊張を解き放ち、新たな活力を蘇らせてくれることでしょう。それが「エネルギー+（プラス）三瓶スタイル」です。

体験プログラムや提供する商品・サービスを紹介する際の展開例

あなたに合わせた+（プラス）を。

- ・エネルギー+リフレッシュ
- ・エネルギー+遊び心
- ・エネルギー+好奇心
- ・エネルギー+没頭
- ・エネルギー+リラックス
- ・エネルギー+ビューティー
- ・エネルギー+ヘルシー
- etc...

コンセプト（観光客に地域特性を端的にどう伝えるか）

エネルギー+（プラス）三瓶スタイル

ブランド価値（差別化要素を支えるもの）

豊かな土壌、清らかな水と空気、
火山エネルギー

パーソナリティ（他地域との差別化要素）

世界的に珍しい埋没林、森林セラピー拠点、
多種類の泉質の温泉、初心者から上級者まで楽しめる登山ルート

情緒的価値（観光客の深層的な来訪目的は何か）

ストレス発散、リフレッシュ、発奮、思い出づくり、気晴らし

機能的価値（観光客は何があるから来るのか）

特性

多種類の泉質の温泉、三瓶山、スポーツアクティビティ、キャンプ、
手ごろな宿泊施設、豊かな自然及び美しい景観、美味しい水と空気、健康的な食、
森林セラピー拠点、サイクリングロード、ウォーキングコース、埋没林、カヌー

公共交通機関の少なさ（日常からの遮断）、サイクリングロード、ウォーキングコース、天体観測所、アウトドア体験、手ごろな宿泊施設、アクティビティ、野鳥の宝庫、世界的に珍しい埋没林、田舎の人の温かさ、素朴なおもてなし、寒暖差の大きさ、甘味ある米や山菜、巨木の多さ、霧の海、美しい星空、季節感、豊かな土壌、美味しい水と空気、旬の野菜・果物、豊かな及び美しい自然景観、牧歌的風景、山野草、神楽、神話、森林セラピー拠点

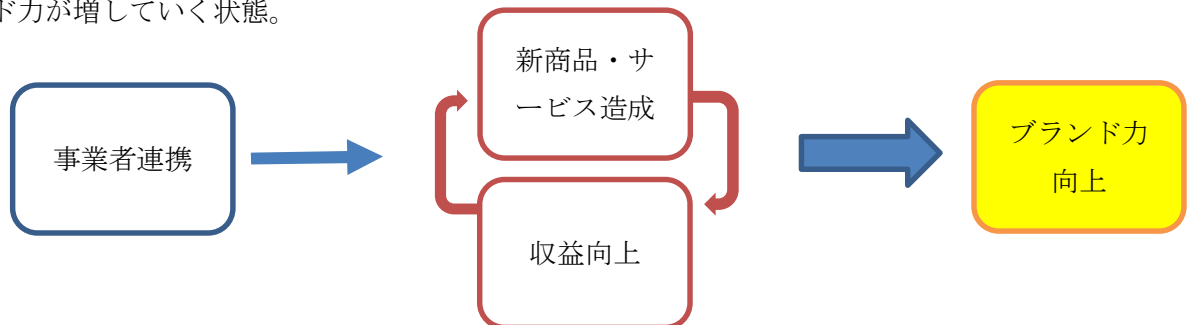
図1：三瓶エリアのブランドコンセプトの構築図

第2節 三瓶エリア観光のあるべき姿

ブランドコンセプトに基づき、三瓶エリアをブランド化していくことによって、下記のような状態を作ること为目标とする。

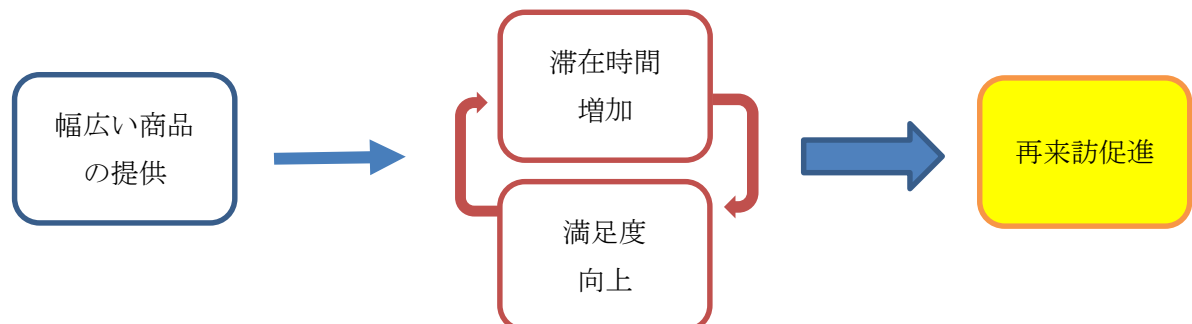
【事業者】

自治体の枠を超えた広域連携により事業や取引の機会が増え、収益が向上する。収益が向上することで主体的に新商品・新サービスを造成するようになり、より三瓶の魅力・ブランド力が増していく状態。



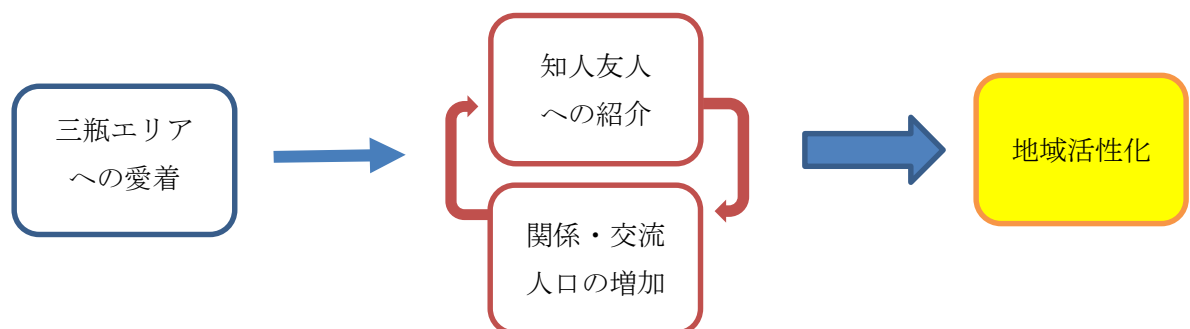
【観光客】

幅広い商品やサービスを楽しみ、三瓶エリアでの滞在時間が増大する。三瓶での体験が「良い記憶」として残り、また足を運びたいと思うような状態。



【地域住民】

三瓶エリアに暮らす人や働く人が地域に愛着を持つ。愛着を持つことで、友人や知人に誇りを持って三瓶エリアを紹介するようになる。友人や知人が三瓶エリアに興味を持ち、来訪や交流が活発になることで地域が活性化する状態。



第2章 三瓶エリア観光の現状

第1節 三瓶エリア観光の現状

観光入込客数は、平成30年の島根県西部地震（大田市東部を震源とする地震）による影響と令和2年からの新型コロナウイルス感染症の感染拡大による旅行需要の減退により平成30年は約100万人、令和元年、2年は100万人を下回る状態となったが、令和3年以降、密になりにくいアウトドア需要の拡大により、100万人を超えコロナ禍前の水準に回復し、令和5年及び令和6年においては、入込客数が110万人を超えコロナ禍からの回復が着実に進んでいる。過去2年間の入込客数を市町別に見ると大田市と飯南町は増加傾向にあり、美郷町は復調傾向にはあるが依然としてコロナ禍前の水準には戻っていない。

宿泊者数については、各市町とも観光入込客数の復調に伴い令和3年以降増加に転じているが、コロナ禍前の10万人には程遠く令和4年も7万人弱となっている。三瓶エリア全体としては、令和5年度から令和6年度にかけて宿泊者数は概ね横ばいで推移しており、観光入込客数が増加傾向にある中で、宿泊需要の伸びが限定的である状況がうかがえる。市町別に見ると、大田市では令和6年度にやや減少している一方、飯南町および美郷町では増加が見られるなど、宿泊者数の動向には地域ごとの差異が生じている。外国人宿泊者数は、令和2年度以降、コロナ禍による水際対策の強化により入国が制限されたことにより激減していたが、令和4年度以降入国制限の段階的な緩和により、令和5年度および令和6年度には増減を伴いながらも、一定の回復基調で推移している。市町別に見ると、飯南町および美郷町は復調傾向にあり、令和6年度においてはコロナ禍前を超える水準となっている一方、大田市においては復調傾向にあるものの、コロナ禍前の水準には戻っていない状況である。

また、令和7年度には、三瓶エリアにおける観光関係者や地域団体等が参画する組織として「さんべぐるみ」が設立された。同団体は、地域の事業者同士がゆるやかにつながり、「お互いを知り、地域をともに育てる」ことを目的に、関係主体の連携強化や情報共有、受入体制の整備等に取り組んでおり、三瓶エリアにおいて面的かつ持続的な観光推進を行うための基盤が整いつつある。

区分	観光入込客数				区分	観光入込客数			
	大田市	飯南町	美郷町	3市町計		大田市	飯南町	美郷町	3市町計
R1	477,500	403,593	93,465	974,558	R4	598,400	374,140	71,651	1,044,191
R2	516,400	336,810	69,228	922,438	R5	677,000	377,234	84,318	1,138,552
R3	594,000	355,249	65,246	1,014,495	R6	656,100	388,594	89,647	1,134,341

※大田は三瓶地域のみ、飯南、美郷は町内全域

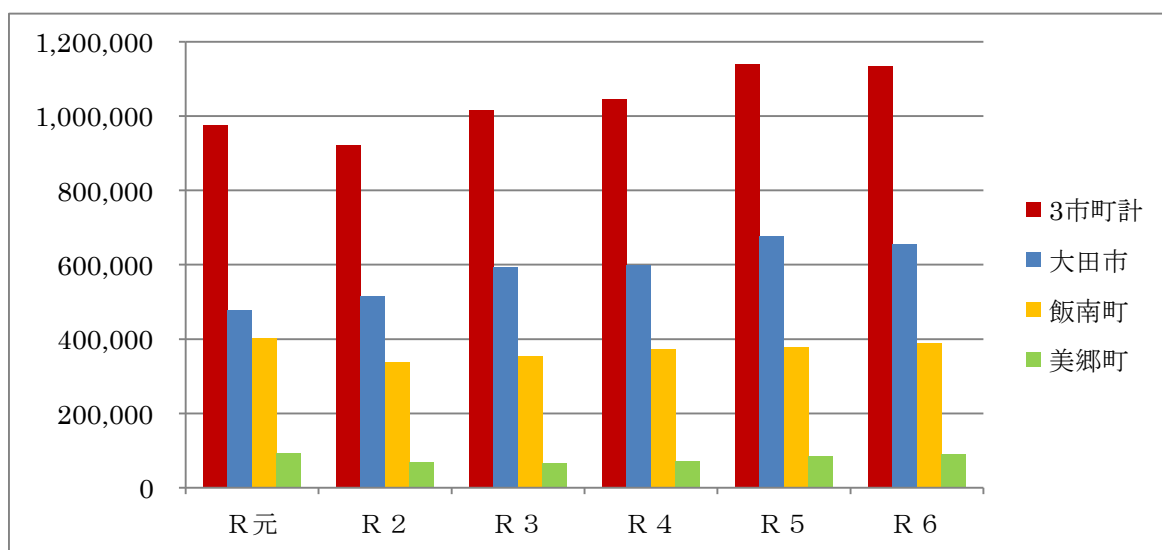


図2：令和元年～令和6年 大田市（三瓶地域）、飯南町、美郷町観光入込数推移

区分	宿泊客数				区分	宿泊客数			
	大田市	飯南町	美郷町	3市町計		大田市	飯南町	美郷町	3市町計
R1	68,733	12,399	10,639	91,771	R4	51,272	9,933	7,391	68,596
R2	35,661	8,599	9,659	53,919	R5	54,506	10,001	8,529	73,036
R3	40,457	9,572	5,530	55,559	R6	49,565	9,649	10,244	69,458

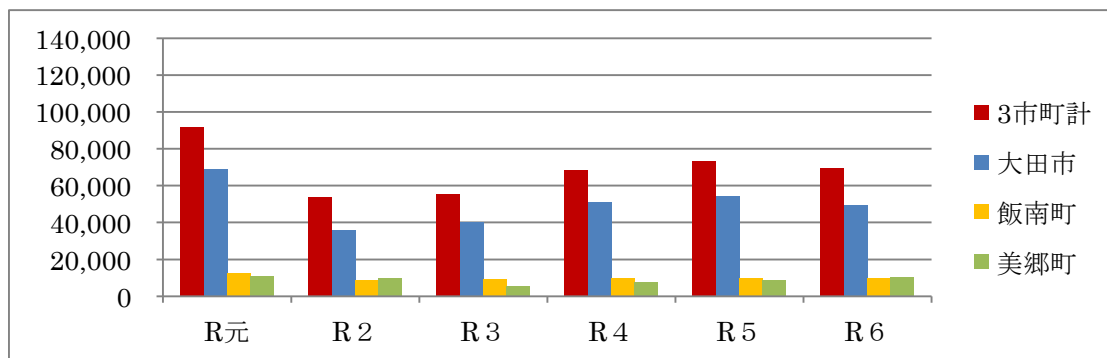


図3：令和元年～令和6年 大田市（三瓶地域）、飯南町、美郷町宿泊者数推移

※大田市は三瓶地域の旅館、キャンプ場、社会教育施設への宿泊数を計上

区分	外国人宿泊客数				区分	外国人宿泊客数			
	大田市	飯南町	美郷町	3市町計		大田市	飯南町	美郷町	3市町計
R1	534	24	20	578	R4	21	0	5	26
R2	0	0	6	6	R5	199	0	79	278
R3	1	21	0	22	R6	197	41	94	332

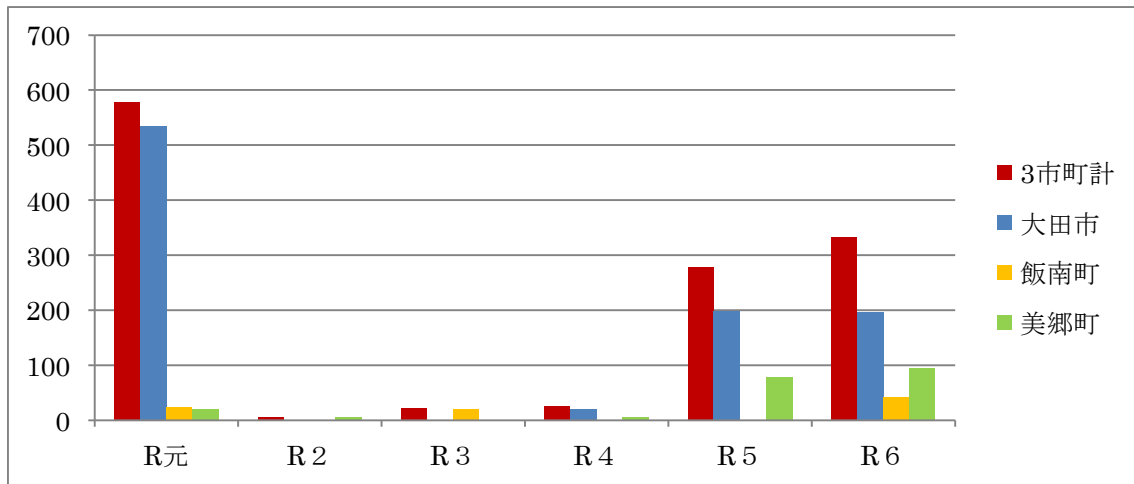


図4：令和元年～令和6年 大田市（三瓶エリア）、飯南町、美郷町外国人宿泊者数推移

※大田市は三瓶地域の旅館、キャンプ場、社会教育施設への宿泊数を計上

第3章 三瓶エリア観光の課題

第1節 三瓶エリア観光の課題

第3期計画策定時には、三瓶エリア（大田市・美郷町・飯南町）を訪れる観光客の滞在時間、満足度等について独自の調査を実施していた。一方で、現在は同一手法による継続的な調査を実施していないことから、第3期計画時の数値との単純比較は困難な状況となっている。

なお、「しまねの観光認知度調査」及び「島根県観光動態調査」等の結果を参照した。今後の三瓶エリアの観光振興を進める上での課題は次のとおりである。

（1）三瓶エリアの認知度が依然低い

島根県が実施する首都圏在住者を対象とした「令和6年度しまねの観光認知度調査」結果では、知っている事柄で「三瓶山」と回答した割合が2.0%程度となっている。また「島根県への来訪経験がある」と回答したうち「三瓶山」を訪問した割合は3.9%程度である。過去数年の調査結果も大きな変化はない。

三瓶エリアの観光情報が十分に伝わっていないことが、認知度に影響していると考えられる。

旅行先としての興味を高めるには、三瓶エリアを旅行先として認知してもらい、興味を持ってもらうこと、そして興味を持った人々に対して適切な情報を届けることが重要である。

（2）三瓶エリアの滞在時間が短い、年間を通じて楽しめる環境が整っていない

令和6年度島根県観光動態調査によると、三瓶エリアを訪問した旅行者の行程は県内全体のうち「三瓶エリアを含む日帰り及び宿泊」が5.6%、となっており、宿泊を含む観光の

誘致が十分にできていない。県内の滞在時間については「2～4 時間程度」が最も多く、半日程度の滞在が中心となる傾向がみられる。三瓶エリアにおいても同様に短時間滞在型の観光が多いと考えられる。旅行者の立寄り観光地の分析では、三瓶エリア内で複数箇所を周遊する傾向が弱いことが分かる。島根県と広島県からのリピーターが多い一方で、1 施設のみを目的として来訪する旅行者が多く、周遊を誘導できていないことが三瓶エリアの滞在時間が短いことにつながっている。

また観光入込客数のピークはゴールデンウィークのある 5 月と夏休み期間の 8 月で、12 月～2 月は来訪者が少ない。自家用車、バイクでの来訪がほとんどであり、冬季は積雪のある山道を運転しなければならないことも影響していると考えられる。また冬季は登山ができないこともあり、来訪者が減ることで休業する施設も多く、飯南町にスキー場などがあるものの、冬場に三瓶エリアを楽しめる環境が十分に整っていない。三瓶エリアでは、登山やカヌー、森林セラピーなどの自然を体感できるコンテンツが多く、魅力的なアクティビティが提供できる一方、観光入込客数が天候に影響されやすい性質がある。

滞在時間を増加させるためには「温泉」と「食」、「宿泊」と「体験プログラム」などのコンテンツを組み合わせた商品や、はじめてからリピーターまで魅力とを感じる新たなコンテンツの提供を行うことが重要であり、観光客がいつ来ても三瓶エリアを楽しめるように、冬季や雨天などの悪天候でも楽しめるようなコンテンツを提供できることも重要である。

（３）来訪者の満足度の減少

大田市観光動態調査によると三瓶エリアの満足度について、日帰りでは「満足」と回答した割合は 49.1%であり、前年と比較し 0.4%向上しているものの満足度が高いとはいえず、「ほぼ満足」と回答した割合は 28.7%であった。宿泊では「満足」と回答した割合は 59.9%であり、前年と比較し 9.3%減少しており、宿泊の満足度についても高いとはいえず、「ほぼ満足」と回答した割合は 24.8%であった。日帰り、宿泊の満足度はともに「満足」、「ほぼ満足」を合わせると 75%以上の割合であるが、令和 4 年度以降いずれも減少傾向にあり、

三瓶での体験が「良い記憶」として残り、また足を運びたいと思うような状態をつくる上で、来訪者の満足度を高めることが課題となっている。

（４）三瓶エリアにおいて、観光地域づくりの推進体制が十分に整っていない

観光誘客を持続的に進めていくためには、地域全体で観光客を受け入れる体制を構築し、観光地域づくりを一体的に推進することが必要である。三瓶エリアにおいては、これまで個々の事業者の取組、近隣の事業者同士の連携が中心であり、地域全体を束ねる体制づくりが課題となっていた。

こうした中、令和 7 年度には、三瓶エリアの観光関係者が参画する観光地域づくり組織「さんべぐるみ」が設立され、地域が一体となって観光振興に取り組むための新たな枠組みが生まれたことは、観光地域づくりの推進に向けた前向きな動きといえる。一方で、設立から間もないことから、組織の役割や活動内容、運営体制については、今後の取組を通じて整理・充実を図っていく必要がある。また、これまで観光振興に一定の役割を果たしてきた「さ

んべエリアツーリズムネットワーク」との関係性についても、今後は相互の特性を生かし、それぞれの役割を担いながら機能することで、三瓶エリア全体としての観光地域づくりを段階的に推進していくことが必要である。

第4章 三瓶エリア観光の推進方針

第1節 基本方針

三瓶エリアをブランド化するためには、共通の観光イメージでプロモーションを行うことが必要となる。また実際に来訪した際に、その観光イメージを体感できる商品・サービスを提供できる状態となっていることが望ましい。下記のように協議会と事業者で役割を分担し、三瓶エリアのブランド化を効率的かつ効果的に進めていく。

○協議会の役割：ブランド化を推進するためのプロモーション

○事業者の役割：ブランドコンセプトに沿った商品・サービスの造成

第2節 行動方針

協議会はブランド化を推進するためのプロモーションを展開していく。ホームページやSNSの運営に加え、ガイドブックやチラシ等を作成し、効果的に三瓶エリアの魅力を発信し、誘客を図る。Webサイトの掲載内容の充実や、ターゲットにあった掲載内容の検討など情報発信の質の向上に取り組む。

プロモーションにあたっては、趣味嗜好に重点を置き、ターゲットに効果的に訴求する。趣味嗜好の中でも、特に島根県が進める「美肌観光」を意識した取り組みを進めることで、島根県との連携を図り、より効果的にプロモーションを展開する。また旅行決定の大きな要因となり得る「温泉」、「食」、三瓶エリアの代表的なアウトドアコンテンツである「登山」のプロモーションを行うことで、三瓶エリアの「温泉」、「食」、「登山」及び三瓶エリア全体としての認知度を向上させ、三瓶エリアのブランド化を一層加速させる。

また、事業者がブランドコンセプトに沿った商品・サービスの造成を図れるように、ブランドコンセプトの意味・意義を伝え、支援していくことも協議会の役割である。ブランドコンセプトに沿った事業者の取り組みを支援し、また事業者間の連携を促すことで、来訪者の満足度を高め、三瓶エリアのブランド化を推進していく。

第3節 推進体制

協議会は主に事業者の活動をサポートし、事業者が主体的に観光事業を推進することを促す。

平成29年3月に立ち上げた、事業者等が任意で参加する組織「さんべエリアツーリズムネットワーク」は、協議会と連携した研修実施や事業成果共有の場としての機能を持っている。現状は情報共有を主な目的としたゆるやかな集まりであるが、令和4年度からは事業者間の連携が少しずつ進みつつあり、令和6年度時点においては、56の事業者に参画いただいている。今後は事業者間の自発的な連携を促進し、将来は、主体的に三瓶エリアの観光事

業を推進する観光地域づくり組織となることを目指す。

第4節 重点ターゲット

既存計画では、「ファミリー」、「シニア」、「女子」、「外国人」をターゲットとして施策を展開してきた。本計画でも引き続きターゲットとして取り組むが、効果的に施策を展開するため、重点的にプロモーションを行うターゲットを定め、事業を実施する。

（１）自然体験・ウェルネス志向のある島根県及び広島県在住の女性

近年、日本国内では女性同士で旅行を楽しむ「女子旅」が定着しており、観光業界においても重要なマーケットとなっている。特に近年は、単なる観光地巡りだけでなく、自然環境の中で心身をリフレッシュする体験型の旅行への関心が高まっている。森林セラピーや星空観賞、キャンプなど、自然を活かした体験型観光は若い女性の関心が高く、SNSを通じて旅行体験が発信・拡散されることで、新たな旅行需要の創出にもつながっている。

初めてでも気軽に楽しめる要素の多い三瓶エリアは、三瓶山の登山をはじめ、満天の星空、森林セラピー、キャンプ、温泉など、自然を楽しみながらリフレッシュできる観光素材が豊富であり、20～30歳代女性の女子旅ニーズに適した地域である。

三瓶エリアへの観光入込客は、島根県および広島県からの来訪者が多く、近隣からの入込が大多数を占める。一方で、年代別にみると20～30歳代の来訪割合は他の年代と比較して低く、若年層の来訪拡大が課題となっている。特に若年層はSNSを通じて旅行情報を取得する傾向が強く、情報発信の工夫によって新規来訪を促す余地が大きいと考えられる。また、一度訪れた人の満足度を上げることで、再来訪につながる可能性が高い地域である。

このため、島根県及び広島県へのプロモーションでは、観光入込客数が比較的少なく伸びしろのある20～30歳代をターゲットとして取り組み、新たな年齢層の観光入込増加を目指す。特にSNSで情報発信力を持つ女性をターゲットとすることで、観光入込客数の増加だけでなく、SNS等での情報発信による相乗効果を期待する。

（２）美肌に関心の高い女性

島根県は、大手化粧品メーカーが実施している「ニッポン美肌県グランプリ」において、5回にわたり全国一位を獲得した。島根県は、日照時間や湿度など潤いを保ちやすい気象条件であり、「美肌の湯」、「美人の湯」として知られる温泉や、日本酒、そば、しじみなどの美肌にも効果が期待される豊かな食材があることなどから、女性に関心の高い「美肌」を育む環境が整っているといえる。島根県では、それらの地域資源を活用し、「美肌県しまね」のイメージを定着させ、「美肌観光」を推進している。

三瓶エリアにおいても、「美肌の湯」、「美人の湯」として知られる温泉があり、また美肌に効果が期待される、そばやワイン、どぶろく、はちみつなど多種多様な食材もある。美肌に関心の高い女性をターゲットとし、三瓶エリアの特色を活かした「温泉」と「食」の連携を基本とした取り組みを実施していく。

（３）日本に何度も来訪経験のある東アジア(台湾・香港・韓国・中国)からの旅行者

近年、日本全国で訪日外国人旅行者が増加しているなかで、その興味・関心は都市部から地方部へと向き始めている。山陰地方では国立公園満喫プロジェクトの推進や、アジア圏を中心とするトレッキング需要の高まりにより、島根・鳥取を訪れる外国人観光客数は急激に伸びており、今後もさらなる誘客が期待されている。また米子空港においては、韓国（ソウル）や香港との国際定期便が運航され、近年は台湾との定期便も就航するなど、東アジアとの航空ネットワークが拡充している。これにより山陰地域への外国人観光客の来訪環境は改善しつつあり、山陰全体の外国人観光客の誘致の追い風となっている。

豊富な自然資源を保有する三瓶エリアにおいてもインバウンド対応の向上は急務であり、積極的な情報発信や受入れ体制の強化を行っていく必要がある。そこで現在島根県への来訪数が最も多く、ゲートウェイとなる空港が近くにある東アジアの４カ国を主なターゲットに設定する。言語環境整備を行うとともに各国の趣味嗜好にあった商品造成やルート提案を行う。

東アジア各国・地域の特徴と近況

※参照：JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック、令和６年島根県観光動態調査

台湾	島根県外国人宿泊客第１位(R6年)。親日家が非常に多く、生活習慣や性格も日本人と似ている。自国にはない四季折々の風景を求めて来訪する傾向があり、温泉人気も高いため三瓶エリアの観光資源や地域性にマッチしている。現在は広島空港と岡山空港が定期便を就航しているほか、山陰地域では米子空港と台湾（台北）を結ぶ定期便（週２便）が就航し、東アジアとの航空アクセスが向上している。
香港	島根県外国人宿泊客第６位(R6年)。ストレスが溜まる過密都市の生活から離れて、心身ともに一新したいという欲求が強い。英語が堪能で海外旅行に慣れている人が多く、訪日リピーター率は香港が最も高い。中国・四国地方ではサイクリングやハイキングなど、アウトドア体験が外国人旅行者の間で人気が高まっており、個人旅行者を中心に自然体験型観光への関心が高まっている。米子－香港の定期便は令和７年８月時点運休中。広島－香港の定期便就航（週４便）がある。
韓国	島根県外国人宿泊客第３位(R6年)。登山とハイキング愛好者が全世界の中でも非常に多い。トレッキングを専門とした旅行会社も多く、三瓶エリアにおいても複数回の視察とツアー催行の実績がある。米子－韓国の定期便就航（週７便）がある。その他、広島－韓国の定期便就航（週１４便）、岡山－韓国の定期便就航（週３便）がある。
中国	島根県外国人宿泊客第２位(R6年)。台湾や香港とは異なり、まだ中国人観光客

	は初来日が多くリピーター率が低い。一方で近年の経済発展やビザ緩和の影響で海外旅行が身近になっているものの、国際的な政治・経済情勢の影響で中国本土から日本への直行便運航状況等に変動がみられるため今後も航空アクセスの改善と市場動向の注視が必要。米子ー上海の定期便は現在運休中。その他、広島ー上海の定期便就航（週4便）がある。
--	--

第5章 三瓶エリア観光振興に向けた取り組み

第1節 取り組み内容及び目標

三瓶エリアの観光振興を進め、ブランド化していくため、「来訪者の増加」、「収益性の高い商品の提供」、「来訪者の満足度の向上」、「事業者主体の観光振興」の4つを目標として取り組む。

また目標を達成するため、「プロモーション」、「商品・サービスの造成」、「サービス品質向上」、「連絡会組織体制整備」の取り組みを行っていく。

取り組み内容と数値目標は次のとおりである。

目標1 <u>来訪者の増加</u> (1) プロモーション ◆観光入込客数 75 千人増	目標2 <u>収益性の高い商品の提供</u> (2) 商品・サービスの造成 ◆1人あたり観光消費額単価 県内宿泊客 16,000 円 県外宿泊客 26,000 円 県内日帰り客 3,200 円 県外日帰り客 4,800 円
目標3 <u>来訪者の満足度向上</u> (3) サービス品質向上 ◆来訪者満足度 (日帰り・宿泊ともに「満足」と答えた割合) 65%	目標4 <u>事業者主体の観光推進</u> (4) 連絡会組織体制整備 ◆連絡会組織登録事業者数 65 団体

(1) プロモーション

三瓶エリアのブランド化を進めるため、ブランドコンセプトに沿った商品・サービスのプロモーションを展開し、来訪者の増加を目標とする。また外国人観光客へのプロモーションを展開し、国内外からの来訪者の増加を目標とする。

生成 AI を活用した旅行先の検討といった旅行者の行動変容を踏まえ、Web サイトや SNS を活用した情報発信をするほか、パンフレット作成や雑誌等への広告掲載などの紙媒体、イベント等の開催・出展によるプロモーションなど、様々な手法を用いて、効果的にプロモーションを展開する。

指標	現在 (R6)	目標 (R10)
観光入込客数	1,134 千人	1,209 千人
外国人宿泊者数	332 人	750 人
日本語版 Web サイト閲覧数	186,734PV	300,000PV
英語版 Web サイト閲覧数	1,339PV	60,000PV

(2) 商品・サービスの造成

事業者が主体となって、ブランドコンセプトに沿った商品・サービスの造成を行い、また既存の商品・サービスの刷新をすることで、収益性の高い商品・サービスを提供できることを目標とする。「温泉」と「食」、「宿泊」と「体験プログラム」など、コンテンツを組み合わせた商品を造成し、来訪者の長期滞在と三瓶エリア内周遊を促し、収益性を高める。

協議会は、事業者が主体となって行うコンテンツを組み合わせた商品造成や、はじめてからリピーターまで魅力とを感じる新たなコンテンツの提供を行うことを支援することで、滞在時間を増加させ、宿泊を促し、一人あたりの観光消費額単価の増加を目指す。

指標	現在 (R6)	目標 (R10)
1 人あたり観光消費額単価 (宿泊客)	県内 7,277 円 県外 31,972 円	県内 16,000 円 県外 26,000 円
1 人あたり観光消費額単価 (日帰り客)	県内 1,461 円 県外 3,015 円	県内 3,200 円 県外 4,800 円
宿泊客数	69 千人	95 千人
助成事業継続率 ※第 4 期計画より追加	—	100%

(3) サービス品質向上

商品・サービスに関する来訪者の評価を集約し、事業者と共有できる仕組みを確立する。また事業者の品質向上に関する取り組みを支援することで、来訪者の満足度を高めることを目標とする。

来訪者の満足度を高めることで、三瓶での体験が「良い記憶」として残り、また足を運びたいと思うような状態をつくることで再来訪を促す。

指標	現在 (R6)	目標 (R10)
来訪者満足度	54.5%	65%

(4) 連絡会組織体制整備

事業者間の連携が容易となる環境づくりを進め、連絡会組織「さんべエリアツーリズムネットワーク」が主体的に観光事業を推進できる組織となることを目標とする。

事業者間が連携する環境づくりのため、連絡会組織の登録事業者を増加させ、活動を活発化させる。

指標	現在 (R6)	目標 (R10)
連絡会組織登録事業者数	55 団体	65 団体
研修会、ワークショップ等の年間活動回数	2 回	3 回

表1：令和8～10年度における各年度の取り組みと目標

取り組み内容	目標達成方針	R8 年度末達成目標	R9 年度末達成目標	R10 年度末達成目標
プロモーション	プロモーションを展開し、来訪者の増加を目標とする。 外国人観光客の増加を目標とする。	【内容】 ・Web サイトや SNS を活用した情報発信 ・パンフレットなどの紙媒体による情報発信 ・イベント等の開催・出展 ・その他、効果的な手段による情報発信		
		【数値目標】 ・日本語版サイト閲覧数 23 万 PV ・英語版サイト閲覧数 2 万 PV	・日本語版サイト閲覧数 26 万 PV ・英語版サイト閲覧数 4 万 PV	・日本語版サイト閲覧数 30 万 PV ・英語版サイト閲覧数 6 万 PV
商品・サービス造成	収益性の高い商品・サービスを提供できることを目標とする。	【内容】 ・はじめてからリピーターまで魅力とを感じる新たなコンテンツの造成支援 ・既存の商品・サービスの刷新の支援 ・コンテンツを組み合わせた商品造成支援		
		【数値目標】 ・宿泊客数 77 千人 ・助成事業継続率 100％	・宿泊客数 86 千人 ・助成事業継続率 100％	・宿泊客数 95 千人 ・助成事業継続率 100％
サービス品質向上	来訪者の満足度を高め、再来訪を促すことを目標とする。	【内容】 ・商品・サービスに関する来訪者評価の集約、分析 ・事業者と来訪者評価を共有 ・事業者の品質向上に関する取り組み支援		
		【数値目標】 ・来訪者満足度 60％	・来訪者満足度 62％	・来訪者満足度 65％
連絡会組織体制整備	事業者間の連携が容易となる環境づくりを進め、事業者主体の自立した組織となることを目標とする。	【内容】 ・事業者間が連携する環境づくり ・連絡会組織登録事業者数増加のための取り組み ・研修会、ワークショップ等の開催及び開催補助		
		【数値目標】 ・登録事業者数 58 団体 ・研修会等の活動回数 3 回	・登録事業者数 61 団体 ・研修会等の活動回数 3 回	・登録事業者数 65 団体 ・研修会等の活動回数 3 回

表 2：令和 8～10 年度における各年度の目標値（KPI）

目標指数	目標達成方針（R10 年度末）	R8 年度末目標値	R9 年度末目標値	R10 年度末目標値	備考
観光入込客数	令和 6 年（1,134 千人）比で 約 6.5%増	R6 年比 4.5%増 （1,186 千人）	R6 年比 5.5%増 （1,197 千人）	R6 年比 6.5%増 （1,209 千人）	75 千人増
宿泊客数	令和 6 年（69 千人）比で 26 千人増	R6 年比 8 千人増 （77 千人）	R6 年比 17 千人増 （86 千人）	R6 年比 26 千人増 （95 千人）	宿泊施設の収容人数 減により目標値修正 （25 千人減）
外国人宿泊客数	令和 6 年（332 人）比で 126%増	R6 年比 44%増 （570 人）	R6 年比 80%増 （660 人）	R6 年比 126%増 （750 人）	418 人増（令和 6 年比）
観光消費額単価	県内宿泊 16,000 円 県外宿泊 26,000 円 県内日帰 3,200 円 県外日帰 4,800 円	県内宿泊 15,500 円 県外宿泊 25,500 円 県内日帰 2,800 円 県外日帰 4,400 円	県内宿泊 15,750 円 県外宿泊 25,750 円 県内日帰 3,000 円 県外日帰 4,600 円	県内宿泊 16,000 円 県外宿泊 26,000 円 県内日帰 3,200 円 県外日帰 4,800 円	（参考：令和 6 年） 県内宿泊 7,277 円 県外宿泊 31,972 円 県内日帰 1,461 円 県外日帰 3,015 円

**三瓶エリア観光計画
第4期（令和8～10年度版）**

令和8年3月 策定

三瓶山広域ツーリズム振興協議会
（事務局：大田市役所産業振興部観光振興課）
〒694-0064 島根県大田市大田町大田口 1111
☎0854-82-1600（代）
<https://www.sanbesan.jp/>