



**Bank of Japan Matsue Branch**  
**Sanin Research Papers**

# 山陰の新たな観光 ～持続可能な観光地の形成に向けて～ (概要版)

2023年5月12日

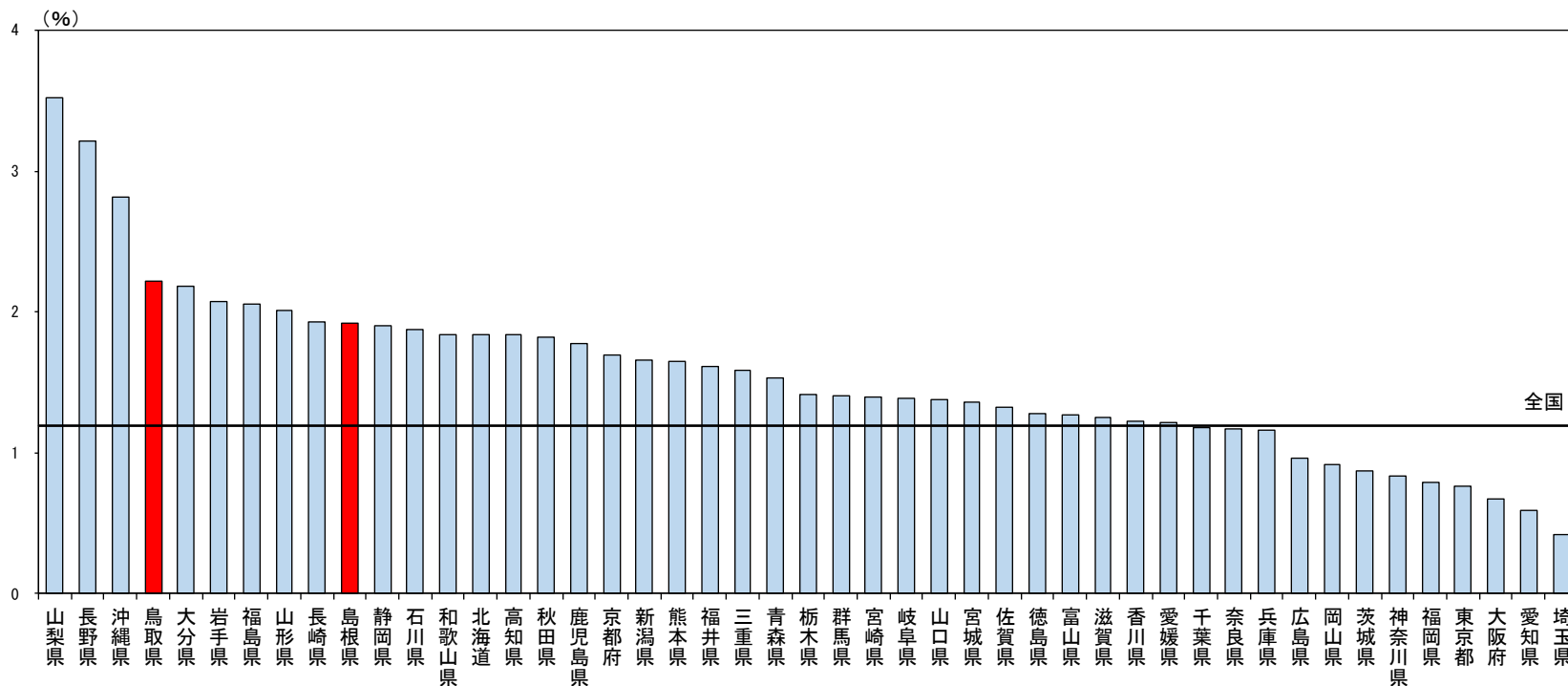
日本銀行松江支店

本稿は、藤原 玲子が作成しました。本稿の内容と意見は筆者個人に属するものであり、日本銀行の公式見解を示すものではありません。本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、あらかじめ日本銀行松江支店までご相談ください。複製を行う場合は、出所を明記してください。  
なお、本稿の内容に関するお問い合わせは、日本銀行松江支店総務課（電話：0852-32-1503、メールアドレス：matsue-b1918@boj.or.jp）までお願いいたします。

# 1. 問題意識（山陰地域における観光産業の重要性）

- 観光振興を図ることで、直接的な経済効果（宿泊、土産物購入等）だけでなく、間接的な経済波及効果（生産量増加、雇用・所得の増加等）が期待できる。
  - 山陰経済における観光産業の経済的役割は大きく、例えば、島根・鳥取両県の全産業に占める宿泊業の従業員数の割合は、全国でも上位に位置する。
- 人口減少に伴う域内需要の縮小を域外需要の獲得により、カバーできる。

▽全産業（公務を除く）に占める宿泊業の従業員数の割合（2016年）



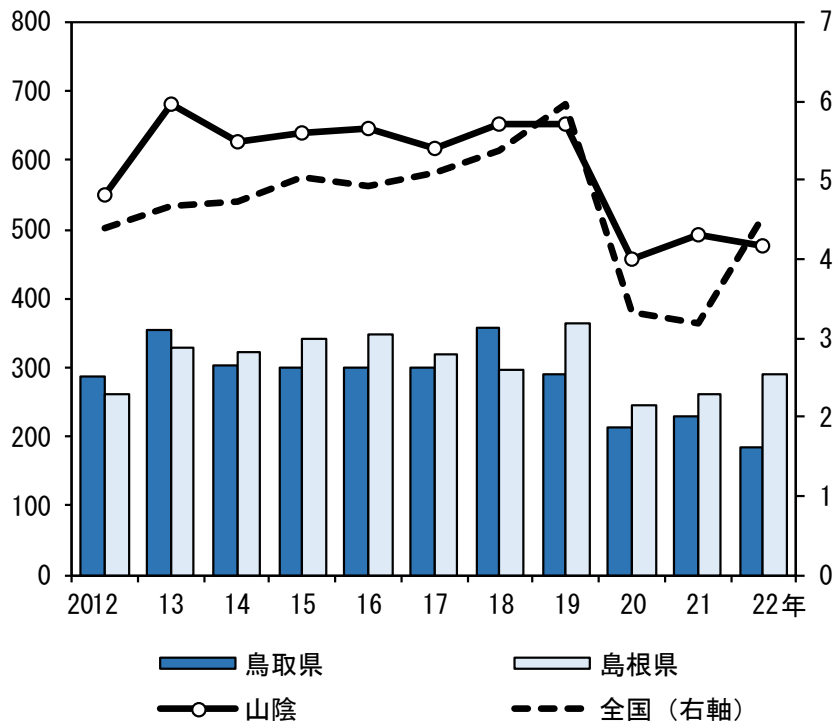
(出所) 総務省・経済産業省「平成28年経済センサスー活動調査結果」

## 2. 山陰の観光業の現状

- 山陰両県の宿泊者数は2013年をピークに、2019年まで横ばい圏内で推移してきたが、2020年以降はコロナの拡大に伴う移動制約により、大幅に減少。
- 外国人宿泊者数は、2019年まで増加傾向にあったが、2020年以降、大幅に減少。

▽全国と山陰両県の宿泊者数（延べ人数）

（万人泊）



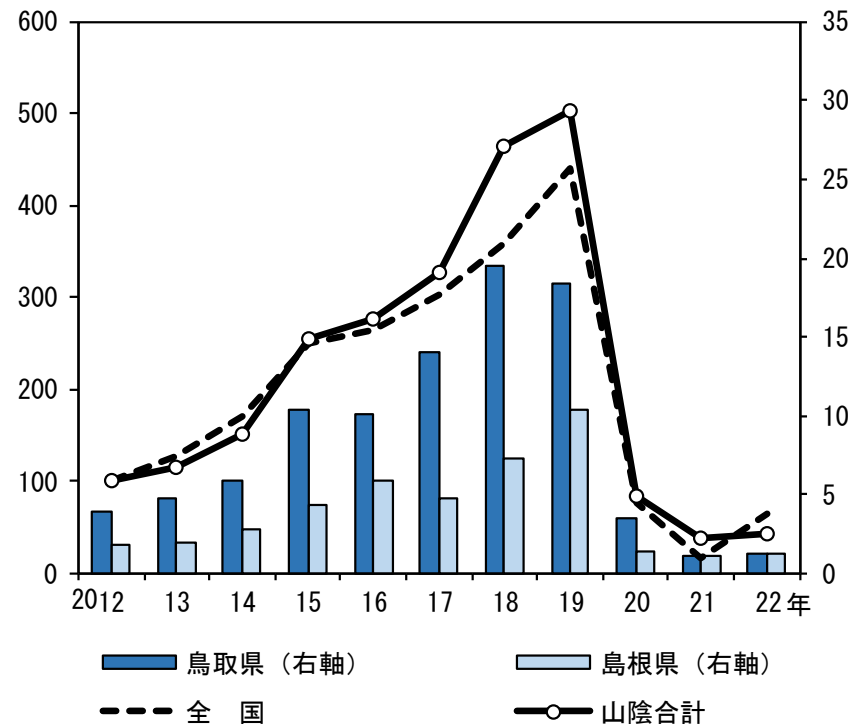
（注）2022年は速報値。

（出所）観光庁「宿泊旅行統計」

▽外国人宿泊者数（延べ人数）

（百万人泊）（2012年=100）

（万人泊）



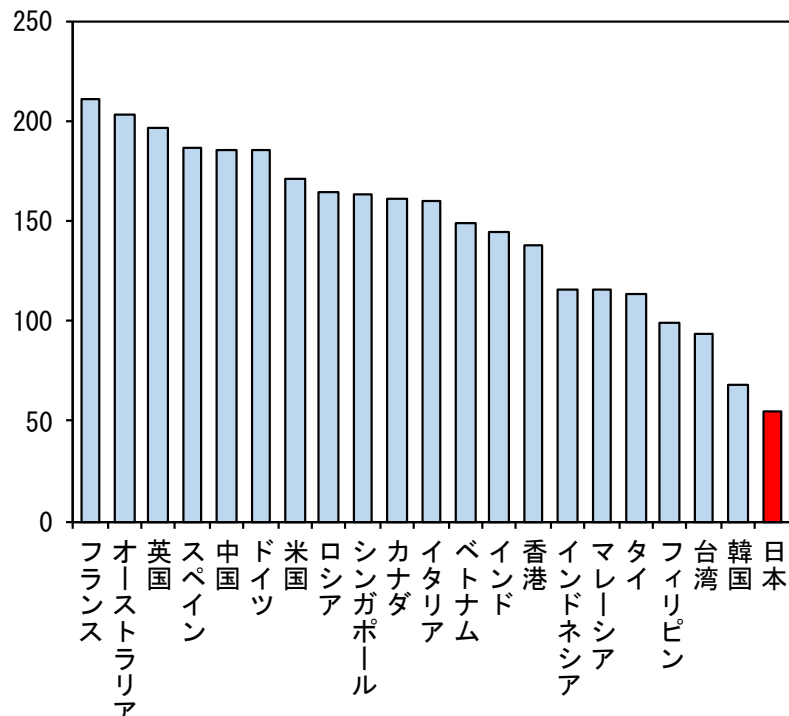
（注）2022年は速報値。

（出所）観光庁「宿泊旅行統計」

## 2. 山陰の観光業の現状

- 1人あたり旅行支出額は、「日本人国内旅行客<訪日外国人」。山陰の訪日外国人で多い東アジア圏の1人あたり旅行支出額も高い。
- 観光消費額の拡大に向けて、国内旅行客のみならず、インバウンド観光客を積極的に取り込むことが重要。

▽国籍・地域別訪日外国人、日本人1人あたり旅行支出（2019年）  
（千円）

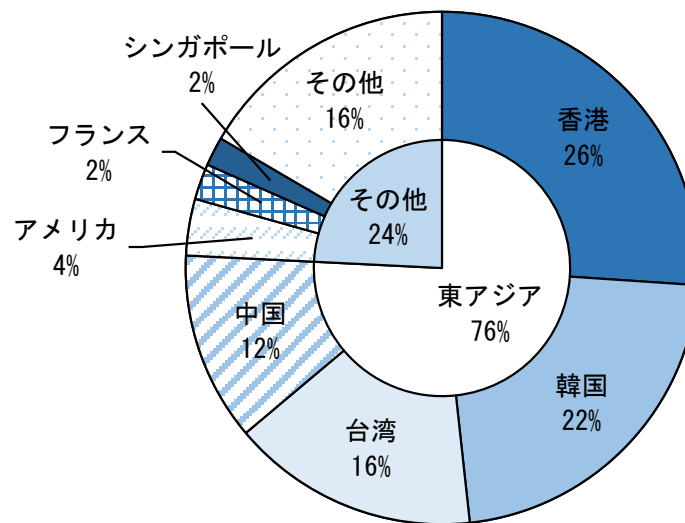


(注) パッケージツアー参加費に含まれる日本国内支出や日本の航空及び船舶会社に支払われる国際旅客運賃を含まず。なお、日本は国内宿泊旅行の支出額（日帰り旅行除く）。

(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

「旅行・観光消費額動向調査の2019年年間値」

▽山陰における外国人宿泊者の国・地域別構成比（2019年）



(注) 従業員10人以上の施設。

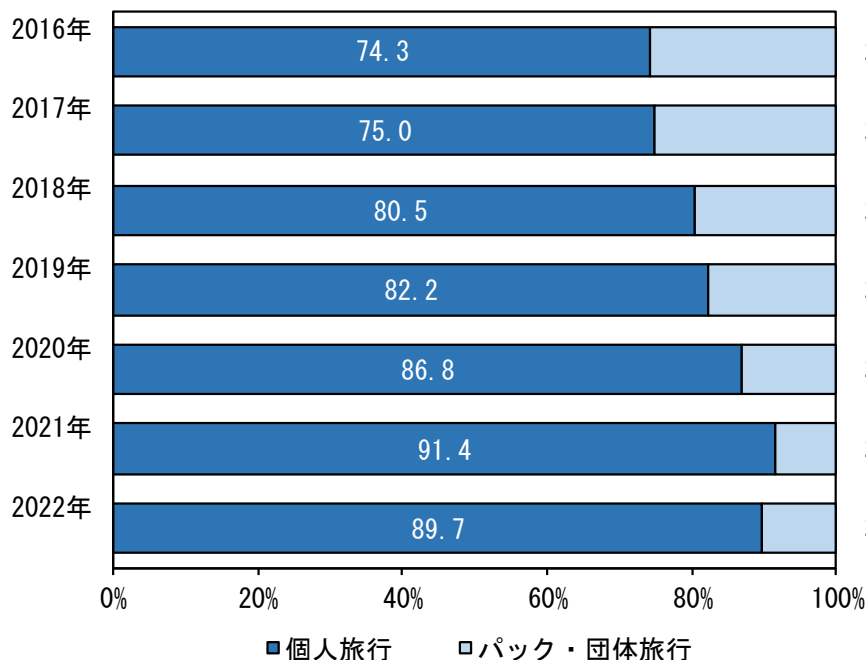
(出所) 観光庁「宿泊旅行統計」

### 3. 近年の旅行傾向 ①個人旅行化

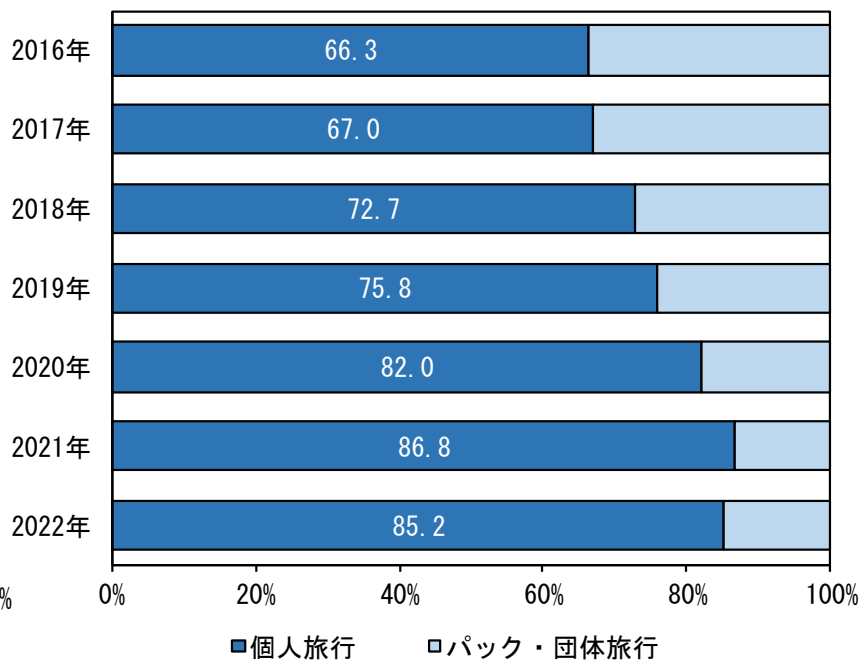
➤ 個人や小グループで旅行する傾向は、年々強まっており、先行きも個人旅行が中心となる傾向に大きな変化はないとみられる。

#### ▽個人旅行・団体旅行の割合（全国）

（延べ旅行者数）



（旅行消費額）



（注）各年国内の宿泊旅行（観光・レクリエーション目的）の個人旅行とパック・団体旅行の割合。なお、2022年の計数は速報値を集計。  
（出所）観光庁「旅行・観光消費動向調査」

### 3. 近年の旅行傾向 ②体験・交流重視

- 個人の多様な趣味嗜好に沿った体験・交流の要素が求められる傾向が強まる。
- なお、観光庁では、体験・交流のニーズを捉える観光として「ニューツーリズム」の概念を打ち出している。

#### ▽主なニューツーリズムのカテゴリー

産業観光	歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした観光で、学びや体験を伴うもの。
エコツーリズム	観光旅行者が、自然観光資源について知識を有する者から案内又は助言を受け、当該自然観光資源の保護に配慮しつつ当該自然観光資源と触れ合い、これに関する知識及び理解を深めるための活動。 ⇒ホエールウォッチングなど野生生物を観察するツアー、植林や清掃などのボランティア的ツアー等。
グリーン・ツーリズム	農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動。農林漁業体験やその地域の自然や文化に触れ、地元の人々との交流を楽しむ旅。
ヘルスツーリズム	自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する観光形態(医療に近いものからレジャーに近いものまでを含む)。
ロングステイ (長期滞在型観光)	その土地に長期間滞在し、旅行者にとって地域とのより深い交流により豊かな生活を実現する観光。
文化観光	日本の歴史、伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とする観光。

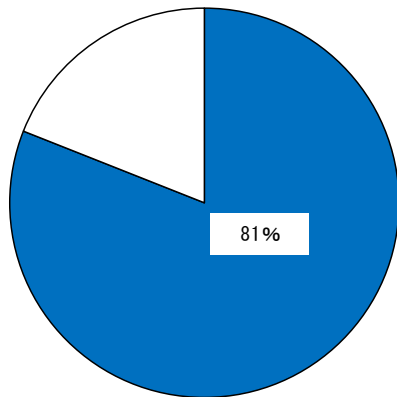
(出所) 観光庁「ニューツーリズム旅行商品 創出・流通促進ポイント集(平成21年度版)」を参考に筆者作成

### 3. 近年の旅行傾向 ③持続可能な観光意識の高まり

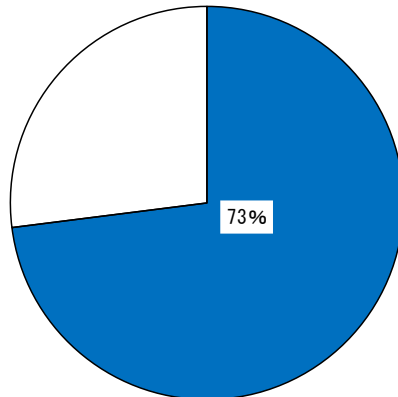
➤ 「オーバーツーリズム」による弊害が指摘される中、持続可能な観光意識が高まっており、こうした意識に沿った取り組みが観光地にも強く求められている。  
 — ブッキング・ドットコム の調査によると、世界で8割、日本で7割が「サステナブルな旅」を重要視。

▽サステナブルな旅は自身にとって重要であると回答した者の割合（2022年）

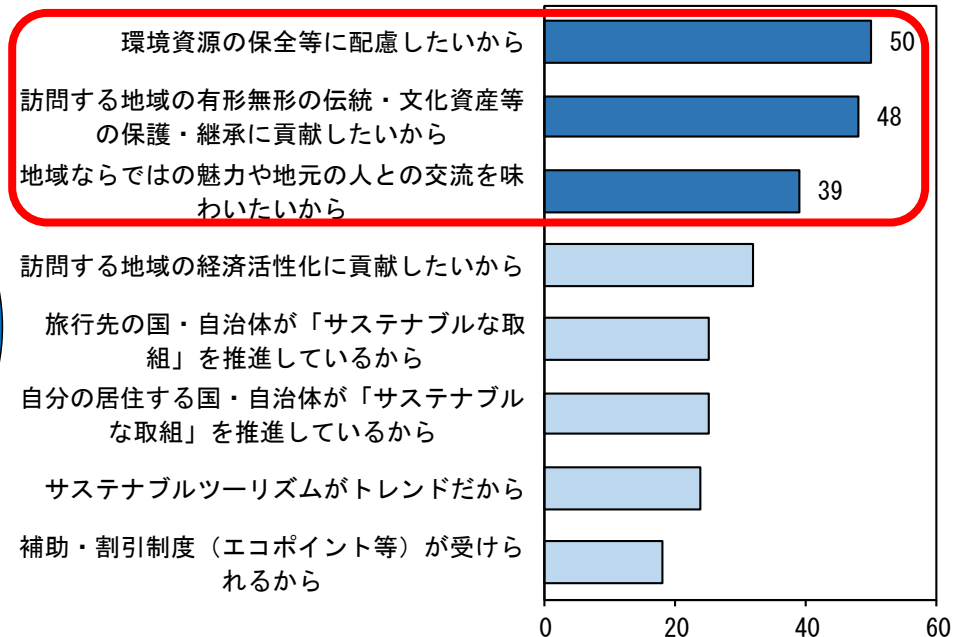
（世界の旅行者）



（日本の旅行者）



▽サステナブルな取組を重視する理由（訪日外国人、2021年）



（注）32か国と地域にわたる30,000名以上の旅行者を対象に実施。

（出所） ブッキング・ドットコム「サステナブル・トラベルに関する調査結果」（2022年度版）

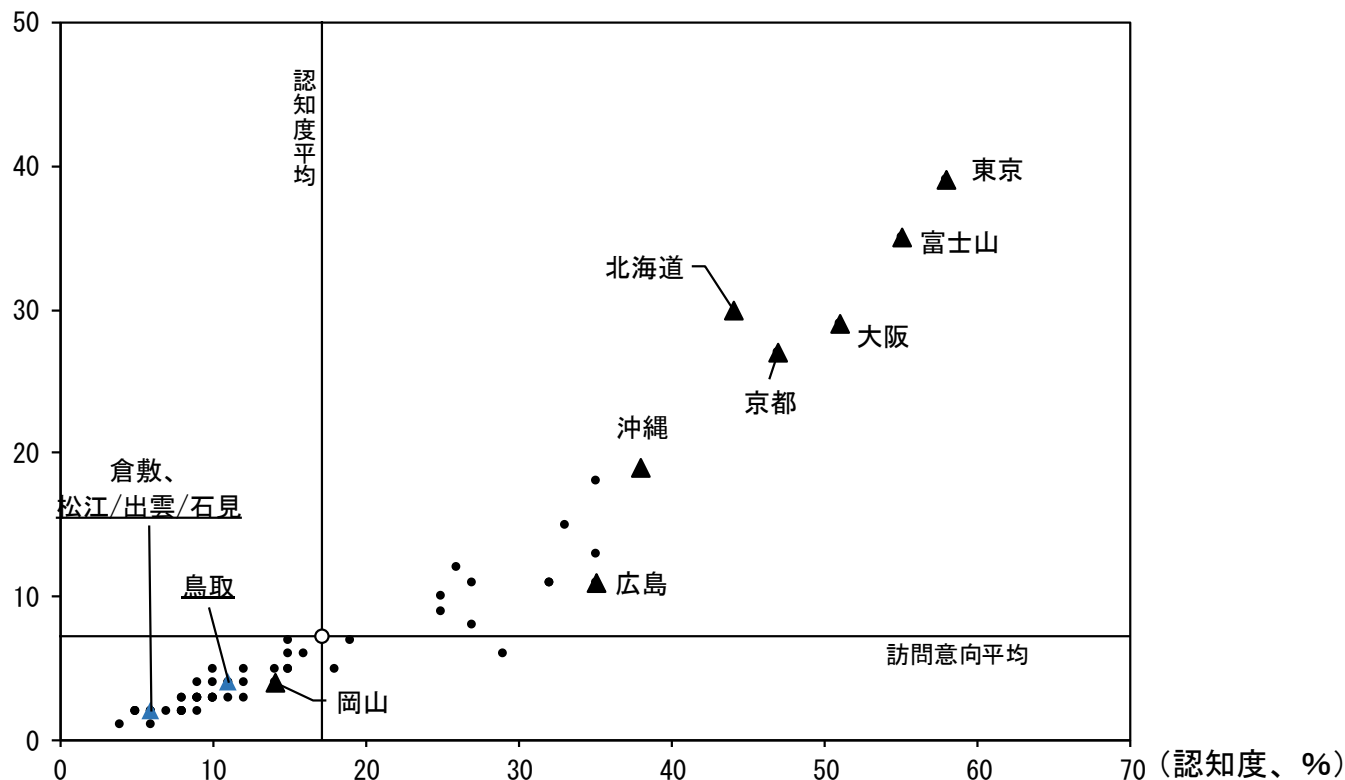
（出所） 日本政策投資銀行・日本交通公社「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」（第3回新型コロナウイルス影響度特別調査）

## 4. 山陰の課題 ①認知度不足

- 鳥取県、島根県とも認知度は低め⇒訪問意向の低さに繋がる。
- 山陰地域のブランド確立や強力なプロモーションが求められる。

### ▽訪日外国人旅行者における日本主要観光地の認知度と訪問意向

(訪問意向、%)



(注) 訪問意向は、「各地名を認知している」と回答した者を対象に調査。

(出所) DBJ・JTBF「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査(2022年度版)」



## 4. 山陰の課題 ②不十分なアクセス・周遊環境

- 二次交通等の不十分さ、Wi-Fi環境、キャッシュレス決済の未整備などのアクセス・周遊環境の改善を求める声が多数聞かれている。

### ▽ヒアリング情報

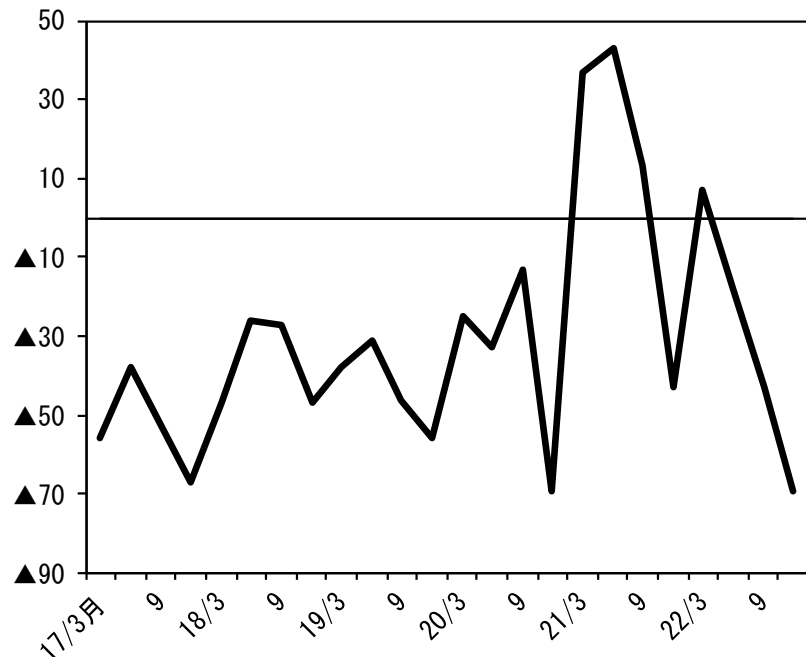
関連団体	コロナ禍以前に多くみられた団体ツアー客は、観光バスで移動していたが、コロナ禍以降は個人旅行が好まれる傾向にある中、 <u>路線バスといった二次交通の未整備が旅行の利便性を阻害する要因</u> となっている。
関連団体	外国人旅行者は、国内での移動が広範囲となる場合が多く、 <u>公共交通機関といった二次交通が不十分（公共交通機関がない、あるいはあったとしても本数が少ない）</u> である山陰は旅行先の選択肢として除外されてしまう可能性がある。
関連団体	<u>キャッシュレス等の決済方法を導入していない宿泊施設や飲食店などが未だ多数存在している</u> 。海外では、日本に比べてキャッシュレス化が相当進んでいるため、外国人観光客がストレスフリーで買い物するためにも、キャッシュレス化の整備は急務である。
金融機関	山陰地域では観光地を周遊する中で <u>無料Wi-Fiの整備、宿泊施設や飲食店等におけるキャッシュレス化が大いに遅れている</u> 。

## 4. 山陰の課題 ③人手不足

- 雇用人員DI（宿泊・飲食サービス）は、足もと再び不足超幅が拡大し、人手不足が深刻化。
- 観光に関わる専門人材（マーケティングやPR、観光プログラム造成等に長けた人材）の確保・育成も課題。

### ▽山陰短観における雇用人員DIの推移 （宿泊・飲食サービス）

（「過剰」—「不足」、%ポイント）



（出所）日本銀行松江支店「山陰地域の企業短期経済観測調査」

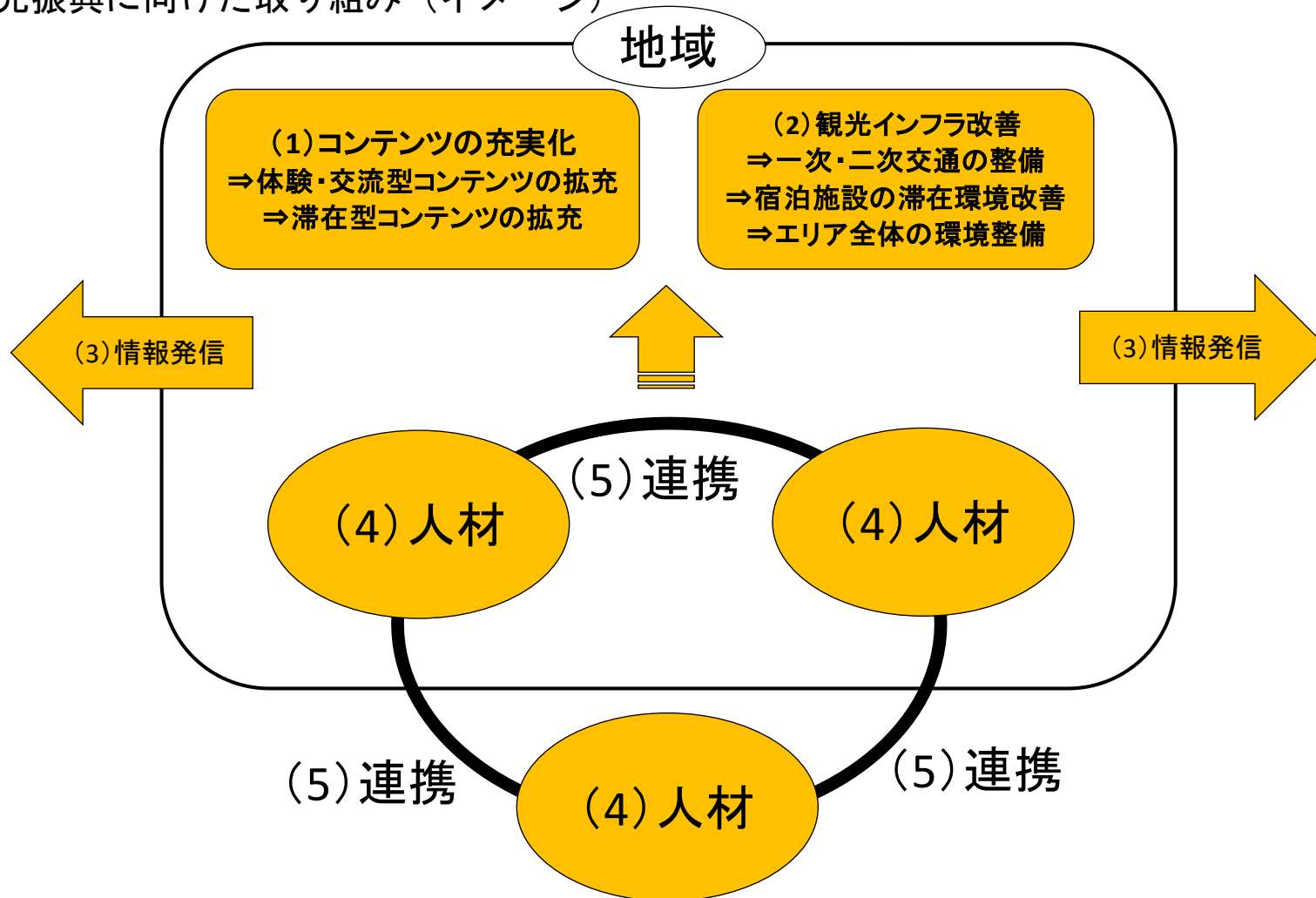
### ▽ヒアリング情報

宿泊施設	客室数に余裕がある中でも、従業員が確保できないため、無理な受け入れによるサービス低下、それに伴うクレーム増加等を避けるため、宿泊客の予約を断っている。
関連団体	観光人材確保およびスキルアップが必要。観光地を魅力あるものにブラッシュアップするためには、専門性を持った人材が必要であり、マーケティングやPR、観光プログラム造成などに長けた人材が求められる。
運輸	自治体の観光部署の担当は、縦割りであるほか2～3年で異動となることも多く、中長期的な視点で観光施策に取り組むことが難しいと感じる。このため、中長期的な視点で、幅広い分野に精通した人材を育てるべきである。

## 5. 観光振興に向けた取り組み

- 山陰の観光活性化のためには、これまで述べた近年の旅行傾向を踏まえ、課題を克服する取り組みが必要。具体的には（１）コンテンツの充実化、（２）観光インフラ改善、（３）情報発信の高度化、（４）観光人材の確保・育成、（５）内外関係者間の連携強化、が必要。

▽観光振興に向けた取り組み（イメージ）



## 5. 観光振興に向けた取り組み

▽旅行傾向を踏まえて課題克服を行う取り組みの方向性

(各取り組みの箇条書き項目の末尾番号はそれぞれ対応する傾向と課題の番号)

### 旅行傾向

#### 【①個人旅行化】

- ・団体旅行から個人旅行へ
- ・旅行における趣味・嗜好の多様化

#### 【②体験・交流重視】

- ・名所・旧跡見学から体験や交流へ
- ・非日常性、特別感志向

#### 【③持続可能な観光意識】

- ・市民生活・自然環境、景観を損ねない観光
- ・環境資源保全、伝統文化資産の保護継承に貢献

### 取り組み

#### 【(1)コンテンツの充実化】

- ✓ 個人の趣味・嗜好の多様化に応じたコンテンツ①
- ✓ 自然環境保全、伝統文化資産保全に貢献する地域独自の体験・交流型コンテンツの拡充②③

#### 【(2)観光インフラ改善】

- ✓ 個人が周遊しやすい一次・二次交通網整備①⑤
- ✓ 個人向け客室整備①
- ✓ 宿泊施設での環境資源保全③
- ✓ システム化による効率化⑥
- ✓ キャッシュレス化やwifi環境整備⑤
- ✓ 体験・交流設備の整備②
- ✓ 地域景観や生活環境、景観を損ねないエリア整備③

#### 【(3)情報発信の高度化】

- ✓ マスから個人一人ひとりの嗜好に合わせた「ONE TO ONEプロモーション」①④

#### 【(4)観光人材確保・育成】

- ✓ 待遇改善による人材確保⑥
- ✓ 教育・研修による機能度向上⑥
- ✓ 外国人労働者の活用⑥
- ✓ 観光専門人材の育成⑥

### 課題

#### 【④認知度不足】

- ・効果的なプロモーション

#### 【⑤不十分なアクセスや周遊環境】

- ・一次・二次交通の不便さ
- ・キャッシュレス化・Wifi整備等が不十分

#### 【⑥人手不足】

- ・従業員不足
- ・観光専門人材の不足

## 5. 観光振興に向けた取り組み ①コンテンツの充実化

- 個人の趣味嗜好の多様化に応じ、体験・交流の要素を取り入れた「体験・交流型コンテンツ」の造成や、観光地での滞在期間を延ばして観光消費額の増加を図る「滞在型コンテンツ」の拡充が重要であり、当地でも、こうした取り組みが進められている。
  - なお、他地域と似通ったコンテンツとならないよう地域独自の魅力を打ち出した、独自性と訴求力があるコンテンツを作る知恵と工夫が求められる。

### ▽主な体験・交流型コンテンツ事例

茶道体験、陶芸体験、紙漉き体験、蕎麦打ち・試食体験、たたら製鉄（製鉄および日本刀作り）、農作業体験、地引網体験、田舎暮らし体験、らくだライド体験、ファットバイク、SUP、ガイド付きサイクリング など

### ▽主な滞在型コンテンツ事例

石見神楽の夜間開催（夜神楽）、出雲大社の早朝参拝（地元ガイド、朝食付き）、ナイトタイムエコノミーの推進（夜間の飲食やイベント開催等）、農泊、湯治、ワーケーション受け入れの推進 など

（出所）ヒアリングやHP情報等をもとに筆者作成

## 5. 観光振興に向けた取り組み ②観光インフラの改善

- 一次・二次交通の整備、宿泊施設の滞在環境改善・生産性向上、エリア全体の環境整備といった取り組みを、今後も更に進めていくことが求められる。
  - なお、エリア全体の整備では、観光地の強みを見出し、そのコンセプトに合った投資・整備を地域一体となって取り組むことが重要。

### ▽一次・二次交通の整備（取り組み事例）

- ・ 地域エアラインフランチャイズの取り組み
- ・ 低速電動カート「グリーンスローモビリティ」の導入や実証実験
- ・ 自動運転バスの実証実験 など

### ▽宿泊施設の滞在環境改善・生産性向上（同）

- ・ 露天風呂付個室への改装などの高付加価値化
- ・ 経費管理システムや宿泊予約システム導入などによる生産性改善
- ・ 施設のバリアフリー・ユニバーサルデザイン化
- ・ キャッシュレス化、Wi-Fi整備、ヴィーガン向けメニューの開発 など

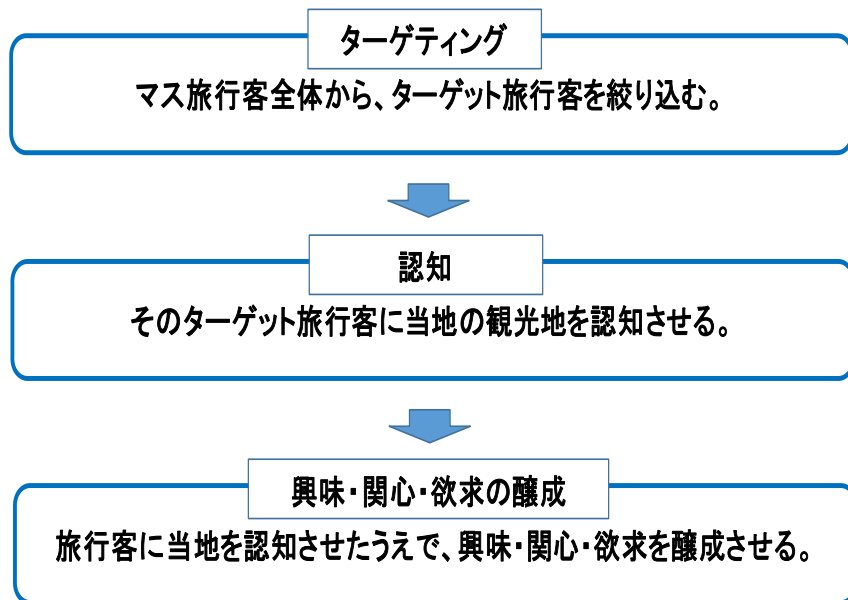
### ▽エリア全体の環境整備（同）

- ・ 電柱地中化や古民家改修（ゲストハウスやレストランなどへの再生）による歴史的街並みの保全
- ・ キャンプ場やグランピング施設、自然体験施設の整備
- ・ まち歩きができる道の整備、パークアンドライド化、歩行者天国 など

## 5. 観光振興に向けた取り組み ③情報発信の高度化

- 個人旅行化が進んで成熟した観光市場では、個人一人一人の嗜好に合わせた「One to One プロモーション」による情報発信が効果的。
- 上記方法は個人とダイレクトに繋がるデジタルコンテンツと親和性が高い。旅行者の「興味・関心・欲求」のデータを蓄積・分析し、スマホ等を媒介とするタイムリーで適切な情報発信が有効。

### ▽観光市場における「One to Oneプロモーション」のフレームワーク



(出所) 牧田幸裕 (2017) 「デジタルマーケティングの教科書 5つの進化とフレームワーク」東洋経済新報社 (第3章) を参考に筆者作成

### ▽旅行前・旅行中・旅行後における情報内容及び発信媒体

	旅行前	旅行中	旅行後	
旅行者の行動	旅行意欲の想起・喚起	旅行の計画・予約・購入	現地周遊・宿泊・飲食	旅行の振り返り
情報内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域特有の魅力</li> <li>・得られる感動・体験・過ごし方</li> <li>・その季節特有の情報</li> <li>・キャンペーン情報など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地の詳細(現地の歴史・文化・自然、得られる体験等)</li> <li>・交通(行程、価格)</li> <li>・宿泊、飲食、買い物、現地ツアー等の内容、質、価格</li> <li>・予約・購入条件、価格(交通、宿泊、ツアー等)</li> <li>・お得・便利な情報(割引チケット、周遊バス等)など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・行先案内</li> <li>・周遊・散策に適したポイント</li> <li>・観光案内(飲食、買い物、現地申込みツアー・体験交流プログラム等)</li> <li>・季節イベント・キャンペーンなど</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者の現地体験(感動、満足/不満)のコメント、画像、動画等</li> </ul>
情報発信媒体	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光地や旅行会社等WEBサイト</li> <li>・テレビ、ラジオ、新聞、雑誌</li> <li>・ポスター、チラシ、パンフレット</li> <li>・ロコミサイト</li> <li>・ブログ</li> <li>・SNS</li> <li>・旅行会社等キャンペーンなど</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイドブック</li> <li>・パンフレット</li> <li>・観光地や旅行会社等WEBサイト</li> <li>・ロコミサイト</li> <li>・ブログ</li> <li>・SNS</li> <li>・コールセンター</li> <li>・旅行会社窓口など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ガイドブック</li> <li>・パンフレット(現地配布)、地図(紙)</li> <li>・地図(アプリ)</li> <li>・ロコミサイト</li> <li>・ブログ</li> <li>・SNS</li> <li>・観光案内所</li> <li>・宿泊施設・交通機関での情報</li> <li>・現地ガイド</li> <li>・地元住民など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ブログ</li> <li>・SNS</li> <li>・ロコミサイト</li> <li>など</li> </ul>

旅行の各段階におけるスマホ等を媒介とするタイムリーな情報発信が重要

(出所) 羽田耕治 編著 (2020年) 「自治体職員のための観光政策立案必携」第一法規 (145頁) を参考に筆者作成



## 5. 観光振興に向けた取り組み ④観光人材の確保・育成

- 人材確保・定着に向けた賃金や福利厚生などの待遇改善、外国人の労働者の活用、教育や研修による人材育成・機能度向上といった取り組みがみられている。こうした取り組みを更に進めて、人材不足や生産性改善に対応していくことが重要。

### ▽取り組み事例

運輸	観光事業者は従業員 <sup>【</sup> の所得改善など待遇改善を図って、人材確保に努めるべき <sup>】</sup> 。当社では、コロナ禍でも人材繋留に努め、足もとの旅行客の回復に伴う繁忙度の高まりにも対応できている。
宿泊	宿泊事業者などの人手不足は、解決が難しい課題であり、中長期的に対策を講じることが必要。外国人労働者を積極的に採用することも手段の一つであり、これは人手不足だけでなく「外からの目線」 <sup>【</sup> が加わることで、事業者にとっても新たな気付きをもたらす可能性がある <sup>】</sup> 。
宿泊 【那覇】	一般的なホテルは、受付や調理など細分化したセクション毎に雇用しているが、当社従業員は、育成に力を入れたうえで全てを兼務する体制。上質かつ均質なサービス提供と労働生産性向上の両立を図っている。
島根大学 (国際観光教育推進センター)	国際観光教育推進センターは、官民と連携して、観光を通じた地域活性化に資する人材育成を目的に2022年4月に設立。観光を学ぶ特別副専攻プログラム「観光教育プログラム」に加え、昨年から開設した主に社会人を対象としたリカレントプログラム「山陰ツーリズム人材育成塾」を実施している。山陰ツーリズム人材育成塾は、講義やフィールドワークを通じた知識の習得および実際に観光プラン等事業計画を作成する実践形式のプログラムである。

(注) 【】内の地名は日銀支店名(当該支店で聴取された情報)。【】がない事例は山陰地域の事例。  
 (出所) 当店ヒアリング情報、日本銀行「さくらレポート別冊 地域の企業における労働生産性向上に向けた取り組みと課題」<sup>15</sup>



## 5. 観光振興に向けた取り組み ⑤連携強化

- 行政、DMO、企業、大学、地域住民など各主体が地域一体となって、また地域外の組織・団体とも連携を強化して取り組みを行っていくことが重要。
  - 海士町や有福温泉では、連携により、人手不足や効率化を図る事例などがみられている。

### ▽取り組み事例

海士町 複業組合	職員が繁忙期の異なる島の様々な仕事を組み合わせ、時期に応じて働く場所を変えていくという組織横断的な複業スタイル。漁業や宿泊業の繁忙期が異なる複数の仕事を行うことで、人手不足を解消。
有福温泉	旅館の宿泊客へ食事提供を行うセントラルキッチンとして、温泉街の中心部に「有福BIANCO」をオープン（2021年10月～）。当社の公式アプリで温泉街の宿泊施設と連携し、事前予約やテイクアウト、料理の配達までを担う。宿泊施設での人手不足解消も見込める。

（出所）海士町複業組合HP、有福温泉HP

## 6. まとめ

- 観光産業は山陰経済の発展にとって重要な役割を担っている。
- 近年の旅行傾向や観光振興を阻む課題を踏まえ、既述の各取り組みをより強化して推進することにより、観光客が一度きりではなく訪れ続けたいと思う観光地を作り上げることが大切。
- 同時に、住民生活や周辺環境に負のダメージを与えることなく、観光の経済効果や観光客との関わりによって、その地域の住民満足度向上や企業活性化も実現できる「持続可能な観光地」を形成していくことが必要。
- 豊かな自然、伝統ある歴史資産、特徴ある文化など、魅力的な観光資源が揃っている山陰地域で、地域一体となって独自の工夫を凝らしながら「持続可能な観光地」が形成されていくことを期待したい。

以 上