



みんなが、観光をまちの力に変えて、  
地域を豊かにする

# 益田市観光振興計画 2026 - 2030

令和8年3月  
益田市



## 豊かな自然のもと、 人と人のつながりがある益田



本市は、日本海に面した豊かな自然環境、歴史と文化に育まれた地域資源、そして人々の温かいおもてなしの心を有する魅力あるまちです。また、中世の歴史を今に伝える文化財や、四季折々の美しい風景、地域に根差した伝統や食文化など、ここにしかない多様な観光資源に恵まれています。

近年、全国的なインバウンド需要の急増に加え、旅行者の個人化、多様化や価値観の変化などにより、観光を取り巻く環境は大きく変化しています。また、人口減少が続き、地域内消費が減少する中、観光は単なる交流人口の拡大にとどまらず、地域経済の活性化や関係人口の創出、さらには地域への誇りや愛着の醸成にもつながる重要な取組として注目をされています。

このような中、市内の事業者、団体、専門家などと協働しながら、明確なコンセプトに基づく観光資源の魅力向上や掘り起こしを行い、地域で「稼ぐ力」を引き出す取組として、観光地域づくり法人「一般社団法人ますだプライドクリエーション」が令和6年度に設立されました。今後は、当法人がこれらの中心的役割を担いながら、事業者の横連携やデータ収集と分析によるマーケティングを行い、地域の魅力を磨き上げ、広く発信していきながら観光誘客と地域内消費の拡大に取り組むこととしています。

本計画は、本市の観光の現状と課題を踏まえ、今後の観光振興の方向性と具体的な施策を示すものとして策定いたしました。行政だけでなく、地域の皆様、観光事業者、関係団体の皆様と連携しながら、また役割分担を行いながら、持続可能で魅力ある観光地域づくりを進めてまいります。

今後、本計画に基づき、本市の魅力をさらに高め、多くの方々に訪れていただけるまちづくりを推進するとともに、市民の皆様が誇りを持てる地域づくりにつなげてまいります。

結びに、本計画の策定にあたり、活発なご審議をいただきました益田市観光戦略会議の皆様をはじめ、貴重なご意見やご協力をお寄せいただきました市民の皆様、関係者の皆様に心より感謝申し上げますとともに、引き続き本市の観光振興に対しましてご理解とご協力をお願い申し上げます。

令和8年（2026年）3月

益田市長 山本 浩章



# 目次

第1章 はじめに	
1.1 高津川が育ててきた、益田の価値 .....	1
1.2 なぜ観光振興に取り組むのか — 観光を地域の力に変えていく — .....	2
1.3 益田市における「観光」の定義 .....	3
1.4 基本理念 .....	4
第2章 計画の位置づけ	
2.1 計画の目的 .....	5
2.2 計画の位置づけと計画期間 .....	5
2.3 観光地経営の視点 .....	6
第3章 現状と課題	
3.1 現状整理 .....	8
3.2 環境分析（SWOT分析） .....	24
3.3 課題整理 .....	25
第4章 将来像・行動指針	
4.1 将来像 .....	27
4.2 行動指針 .....	27
第5章 将来像の実現に向けた具体的な施策	
5.1 施策体系 .....	28
5.2 施策 .....	29
第6章 数値目標	
6.1 数値目標 .....	44
第7章 計画の推進体制と進捗管理	
7.1 計画の推進体制 .....	45
7.2 計画の進捗管理 .....	46
7.3 計画の推進スケジュール .....	47
資料編 .....	49

# 第1章 はじめに

## 1.1 高津川が育ててきた、益田の価値

水質が最も良好な河川に何度も選ばれてきた高津川。その支流の源流域に広がる匹見峡は、切り立つ岩壁と澄み渡る水が織りなす、全国でも稀有な自然の姿を今に伝えています。山々に降った雨は長い時間をかけて森に蓄えられ、やがて高津川へと流れ込み、日本海へ注ぎます。この循環が、益田の海と山に豊かな恵みをもたらしてきました。

この自然環境は、食の風土にも深く影響しています。寒暖差がもたらす農作物の力強い味わい、透き通る水が育てる匹見わさびや鮎、高津川が日本海へ運ぶミネラルによって形成される豊かな漁場。山里では四季の移ろいが食材に表情を与え、里山の恵みが人々の暮らしを支えてきました。ここで採れる食材は派手さこそありませんが、一度口にすればその“本物の力”を実感できます。

さらに、高津川が日本海へ注ぐ入り江周辺は、かつて領主・益田氏が主導し海上交通の要衝として栄え、交易を通じて多様な文化がもたらされました。中世には京都や大陸との往来も盛んで、雪舟による作庭をはじめ、石見の武家文化・芸能・信仰が育まれています。今日の石見神楽の躍動や地域の誇りある暮らしには、こうした歴史の積み重ねが息づいています。

山と川と海が一本の線につながり、自然の循環が食と文化を育て、人の営みまでも形づくってきた場所、それが益田です。

この地に受け継がれてきた価値は、地域の生活や文化の営みによって守られ、未来へと手渡されてきました。こうした価値を、これからも持続可能なものとして磨き、高め、次世代へと確実につなげていくためには、地域の魅力を適切に伝え、地域経済と暮らしの循環を生み出していくことが不可欠です。



益田市街（上空より撮影）

## 1.2 なぜ観光振興に取り組むのか — 観光を地域の力に変えていく —

益田市が持つ自然環境、食の恵み、歴史や文化は、私たちの暮らしの中で育まれてきた大切な地域の財産です。これらを将来世代へ引き継いでいくことは、今を生きる私たちの重要な役割です。一方で、人口減少や担い手不足などにより、こうした価値を守り続ける基盤は年々厳しさを増しています。地域の魅力を守り、活かし、持続可能な形で未来へつないでいくためには、地域の内外を結び、新たな循環を生み出す仕組みが必要です。

観光振興は、その循環を生み出す有効な手段の一つです。観光は、益田の自然や文化、食の魅力を届け、地域の内と外の人をつなぎます。訪れる人との出会いは、私たち自身が身近な価値を見つめ直し、誇りを持つきっかけにもなります。

また、観光は地域経済を支える重要な政策でもあります。来訪者の消費は、宿泊・飲食・交通・体験サービスなど多様な分野に波及し、雇用の創出や所得の循環を生み出します。人口減少が進む中であっても、外からの需要を取り込むことで、地域経済を下支えし、一次産業や地場産業の振興にもつながります。さらに、観光を通じて交流人口や関係人口が増えることは、将来的な移住・定住のきっかけとなり、地域の活力維持にも寄与します。

益田市が目指す観光は、来訪者の増加だけを目的とするものではありません。地域の暮らしや生業と調和し、市民にとっては「住んでよし」、訪れる人にとっては「訪れてよし」と感じられる観光まちづくりを進めていきます。観光を通じて地域の魅力と暮らしの質を高め、自然・食・文化とともに、まちの未来を育てていくことが、益田市が観光振興に取り組む意義です。



## 1.3 益田市における「観光」の定義

### 益田市における観光とは「郷土の強みを守り、活かすこと」

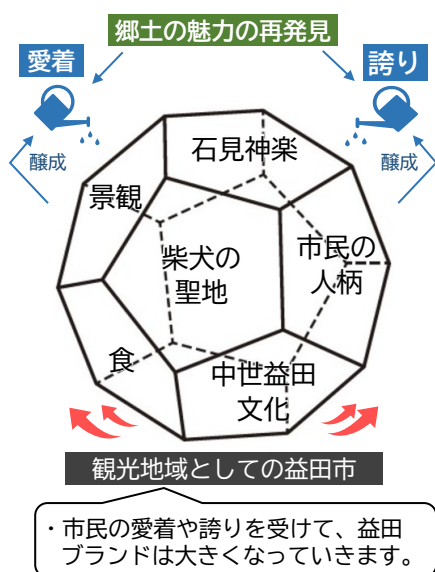
「観光」とは、有名な観光地を訪れることだけを指すのでしょうか。いいえ、それだけではありません。たしかに、益田市には、全国的に名の知れた集客型の観光地は多くありません。けれども、石見神楽、高津川の豊かな自然がもたらす食の恵み、柴犬の聖地であることのオリジナリティなど、世界に誇れる「資源の原石」があふれています。さらに、そうした資源のもとで育まれてきた私たちの「あたりまえの暮らし」でさえも外から来る人にとっては新鮮で、驚きや温かさとして、多くの人の心に響くのです。

人口減少が進む中、私たちが誇りある郷土の歴史、文化、魅力を失うことなく、次の世代へとバトンを引き継いでいくためには、「郷土の魅力を再発見」し、市民一人ひとりが地域に「愛着」と「誇り」を持ち、観光地域づくりに取り組んでいく必要があります。

行政はもとより、市民、事業者等が協力・連携し、益田の郷土に根付く資源一つ一つの質を高めていき、みんなで協力して「観光地域としての益田市（益田ブランド）」を大きく育て、また、その魅力を伝えて一人でも多くの人にファンになってもらう。それが益田市における観光の考え方です。

#### 参考

#### 観光地域としての益田市（益田ブランド）のイメージ



- ・「観光地域」とは、我々の生まれ育ったこの益田に根付く一朝一夕では作り上げることのできない、その地域ならではの価値・強みの源となる様々な資源から構成される「多面体」の形をしています。
- ・ブランドは、お客様が抱く「記憶、イメージの積み重なり」です。それぞれの資源に対するお客様からの評価が積み重なっていくことで、益田市全体としての観光の印象「益田ブランド」が緩やかに形成されていきます。
- ・私たちが一つ一つの資源を磨き上げ、それぞれの質や価値を少しずつ高めていくことで多面体は徐々に大きくなっていき、まち全体としての総合力や価値が高まっていきます。
- ・まちとしての価値が高まると、その価値の提供者である私たち「益田市民」の郷土への愛着や誇りも徐々に醸成されていき、また、その愛着や誇りを受け、まち全体の価値もさらに高まります。
- ・本市には様々な資源がありますが、特に「柴犬」「石見神楽」「食」「高津川」「人の温かさ」「のどかでゆったりとした癒しをもたらす雰囲気」などは、多くの人を引き付ける、高いポテンシャルを持つ資源であると考えられます。

## 1.4 基本理念

### みんなが、観光をまちの力に変えて、地域を豊かにする

※基本理念は、このまちが観光でどんな役割を果たし、何を大切にしていくのかを示す“基本姿勢”です。

観光に取り組むときのぶれない軸として、市民・事業者・行政が共通して持つ考え方をまとめたものです。

本計画の基本理念である「みんなが、観光をまちの力に変えて、地域を豊かにする」という言葉には、観光を地域の誇りや魅力として育てるだけでなく、暮らしを支える経済の力へとつなげていくという思いが込められています。

観光は、観光事業者だけが担う特別な取組ではありません。地域に住む方々、商店や農林水産事業者、文化団体、行政など、まちに関わる多くの人に関わることで初めて大きな力となります。

観光を通じて生まれる消費や交流は、地域の事業を支え、新たな仕事を生み出し、まちの経済に活気をもたらします。また、自然や文化が守られ、地域への誇りやつながりが育まれることで、暮らしそのものの豊かさにもつながります。

こうした好循環をつくるために、私たちは観光を「まち全体で取り組むプロジェクト」として捉えています。

本理念は、市民・事業者・行政が共通して持つべき“まちの基本姿勢”として、観光の価値を広く共有し、地域の未来をともに育てていくための指針となるものです。

## 第2章 計画の位置づけ

### 2.1 計画の目的

益田市では、平成 28 年 3 月に「益田市観光振興・MICE 誘致計画」を策定以降、「益田市総合振興計画」の中に観光振興に関する基本的な考え方や目標値などを定めて、観光振興に取り組んできました。

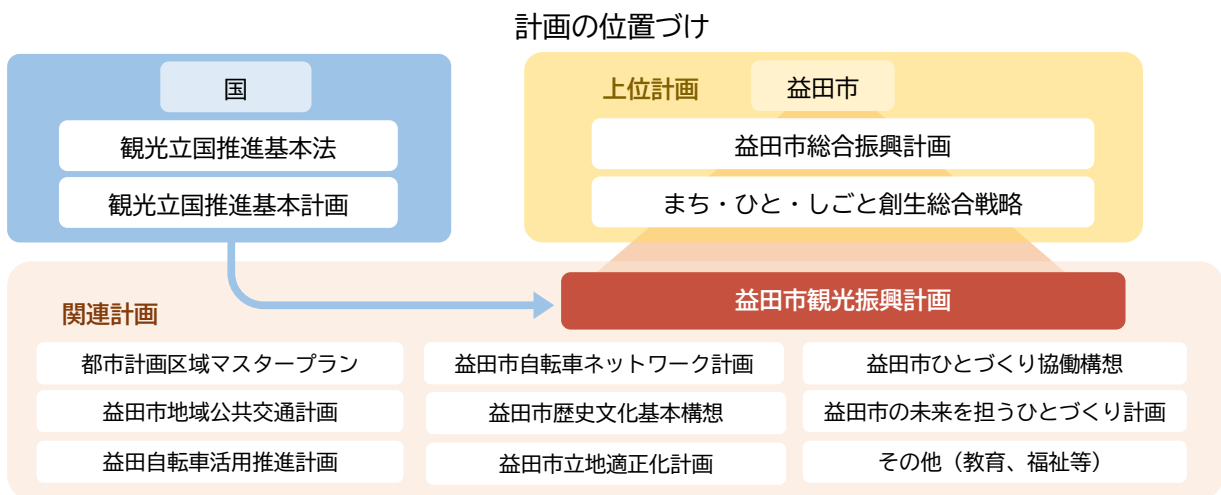
近年は、全国的なインバウンド需要の急増に加え、旅行者の個人化・多様化や価値観の変化などにより、観光市場が大きく変化しています。こうした状況を踏まえ、令和 7 年 3 月には益田版 DMO（一般社団法人ますだプライドクリエーション）が観光庁の候補 DMO に登録され、地域のかじ取り役として、事業者・団体・専門家等と協働し、明確なコンセプトに基づく資源の磨き上げと掘り起こしを進め、地域の「稼ぐ力」を引き出す取組を推進しているところです。

以上のことから、本市では、交流人口・関係人口の拡大による地域経済の活性化と持続可能な観光まちづくりの実現に向け、行政・観光協会・事業者・住民等の役割を明確化し、官民一体で目標達成を図る指針として、本計画を策定します。

### 2.2 計画の位置づけと計画期間

本計画は、益田市の最上位計画である「益田市総合振興計画」との整合を図りながら、観光分野の基本計画として策定するものです。

本計画の期間は、令和 8 年度から令和 12 年度までの 5 年間とし、5 年ごとに更新します。また、本計画では、目標の達成状況について毎年、評価・検証を行います。



## 2.3 観光地経営の視点

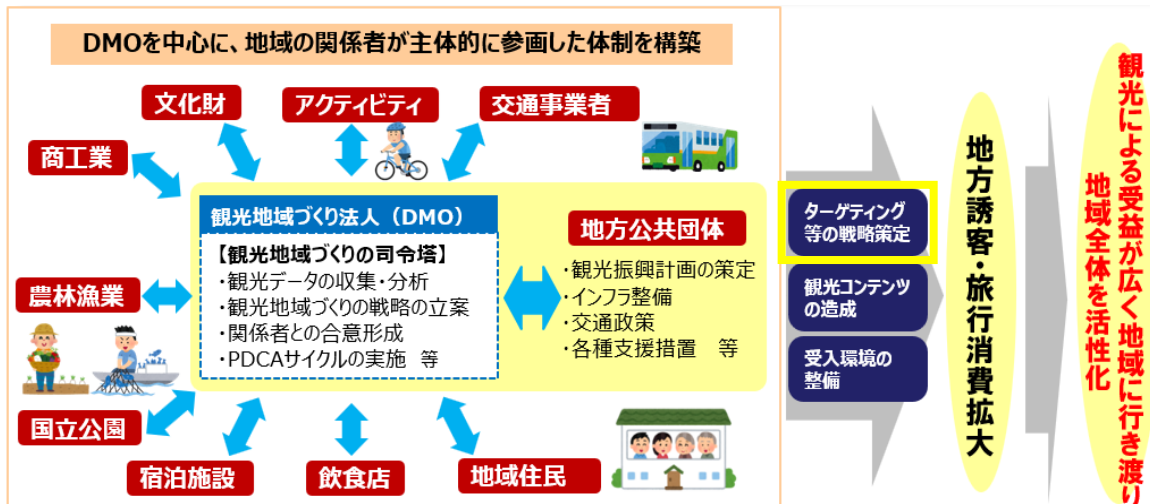
### ● 観光地経営とは(観光地経営に求められる視点)

観光地経営とは、観光を単なる誘客施策として捉えるのではなく、地域全体を一つの経営体と見立て、戦略的に価値を創出・循環させていく考え方です。自然環境や歴史文化、産業、人材といった地域資源を活かし、観光を通じて経済的・社会的な成果を生み出しながら、将来にわたり「住んでよし・訪れてよし」の持続可能な観光まちづくりを目指すことが、観光地経営に求められる重要な視点といえます。

この観光地経営を推進する中核的な役割を担うのがDMOです。DMOは、市、観光事業者、関係団体、地域住民など多様な主体をつなぐ司令塔として、関係者と連携・協働しながら、明確なコンセプトに基づく観光地域づくりの戦略を策定し、着実に実行していく機能を備えた法人です。

また、観光地経営においては、行政による制度づくりや基盤整備、事業者による質の高いサービス提供、地域住民による受け入れや日々の地域活動が互いに支え合い、一体となって取り組むことが重要です。そうした連携のもとでこそ、観光による成果が地域全体に行き渡り、持続的な好循環が生まれていきます。

### ● 観光地経営の体制



#### 観光地域づくり法人(DMO)の役割

- 各種データ等の継続的な収集及び分析
- 明確なコンセプトに基づいた観光地経営戦略の策定
- 重要業績評価指標(KPI)の設定
- PDCA サイクルの確立
- 着地整備に関する取組の推進
- 関係者が実施する観光関連事業と観光地経営戦略の整合性を図る調整、仕組みづくり
- プロモーション
- DMOを中心とした多様な関係者との体制構築や合意形成

## ● 持続可能な観光地経営

観光分野において、「持続可能な開発目標（SDGs）」を達成することは、「住んでよし・訪れてよし」の観光地づくりにつながります。

本計画では、持続可能な観光地運営を実践するための枠組みである「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」（2020年観光庁公表）を参考に取組を進めます。

ガイドラインには、「A. 持続可能なマネジメント」「B. 社会経済のサステナビリティ」「C. 文化的サステナビリティ」「D. 環境のサステナビリティ」といった4つの分野が示されており、関係者と共有しながら観光地経営を総合的に推進し、持続可能な観光地マネジメントを実現することが重要です。

### 日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の4つの分野

分野	キーワード
<b>A. 持続可能なマネジメント</b>  戦略・体制整備、データ管理、合意形成、負荷管理、危機対応を含めた、観光地経営の総合的マネジメント体系	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光地経営の基盤整備</li> <li>データに基づく経営管理</li> <li>ステークホルダー参画（合意形成と共創）</li> <li>意識醸成と適正行動の促進</li> <li>観光負荷の管理</li> <li>危機対応と適応力</li> </ul>
<b>B. 社会経済のサステナビリティ</b>  観光が地域経済に公平に利益をもたらす、雇用・人権・安全・包摂性を確保しながら地域社会と共生するための枠組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域に利益を残す仕組み</li> <li>適正な雇用機会の確保</li> <li>地域社会との共生</li> <li>ハラスメントの防止</li> <li>安全と治安の確保</li> <li>多様な受入環境整備</li> </ul>
<b>C. 文化的サステナビリティ</b>  文化遺産を地域の主体性のもとで保全し、その価値を適切に伝えながら、旅行者の行動を管理することで持続的に継承していく枠組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>文化遺産の保全</li> <li>地域及び個人の知的財産権の保護</li> <li>文化資源における旅行者管理</li> <li>文化資源の理解促進</li> </ul>
<b>D. 環境のサステナビリティ</b>  自然資源と生態系を保全しつつ、観光活動による環境負荷を管理・低減し、気候変動にも対応する持続可能な観光地づくりの枠組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>自然遺産の保全と管理</li> <li>生態系と野生生物の保護</li> <li>資源管理（エネルギー・水）</li> <li>廃棄物・環境負荷低減</li> <li>気候変動対策と脱炭素</li> </ul>

## 第3章 現状と課題

### 3.1 現状整理

統計資料等を用いて観光を取り巻く本市の現状を把握するとともに、全国を対象とした Web アンケート調査、関係者ヒアリング等の各種調査の実施、観光事業者等を対象とした意見交換会の開催等により、観光振興に係る本市の現状と課題を整理しました。

#### [現状整理]……統計資料等の整理

- 国の統計資料など各種データ等を用いて、地域を取り巻く社会情勢や観光動向等を把握するとともに、県の観光統計資料や本市の既存調査(高校生アンケート等)を用いて、人口動態や地域資源など、本市の現状を整理しました。

#### [観光客のニーズ等の把握]……観光ニーズ調査(Web アンケート調査)

- 既存ターゲット層(首都圏・北九州のファミリー層)における旅行ニーズ、関心の傾向を把握するとともに、本市に対する認知度、訪問意欲、期待および不安を明らかにし、また、現ターゲット層以外における潜在的な可能性のある層を整理・抽出することを目的として、Web アンケート調査を行いました。

調査手法：楽天インサイトのパネルモニターに対する Web アンケート  
調査対象：(エリア) ①首都圏(東京・神奈川・埼玉・千葉) 300件  
②山陽圏(広島・岡山・山口) 400件  
③福岡県(北九州を含む) 300件  
(年代) 国内旅行経験者 20～69歳  
サンプルサイズ：1,000(性別・居住地割り付け)  
配信期間：令和7年10月31日(金)～11月4日(火)(5日間)

#### [事業者・団体の現状・課題・今後の方向性等の把握]……関係者ヒアリング

- 計画策定のための基礎資料を得ることを目的として、観光関連団体(観光施設、宿泊施設、商工・飲食等の事業者等)に対して現状の取組、観光に関する課題、将来の展望等をヒアリングしました。

調査手法：ヒアリングシートを用いた現状、課題、展望等の聞き取り  
調査対象：市内の観光関連15団体  
調査項目：回答者属性、観光振興の現状と課題、役割分担、行政支援への期待、  
将来の方向性、地域の魅力と今後の方向性、その他(自由意見)  
調査時期：令和7年10月～11月

#### [地域資源の把握、課題、活用の方向性等の把握]……観光事業者意見交換会

- 地域事業者の視点から、地域資源の価値・現状の課題・今後の方向性等を把握することを目的として、観光事業者・地域活動団体・関連産業の代表者による意見交換会を開催しました。

開催概要：(開催日程) 令和7年11月11日(火) 14:00～16:00  
(意見交換テーマ) A. 益田らしい観光とは  
B. 益田ならではの観光の魅力や強みとは  
C. 観光振興に向けた連携のあり方  
参加対象：一般社団法人ますだプライドクリエーションにおける  
ワーキンググループメンバー14名

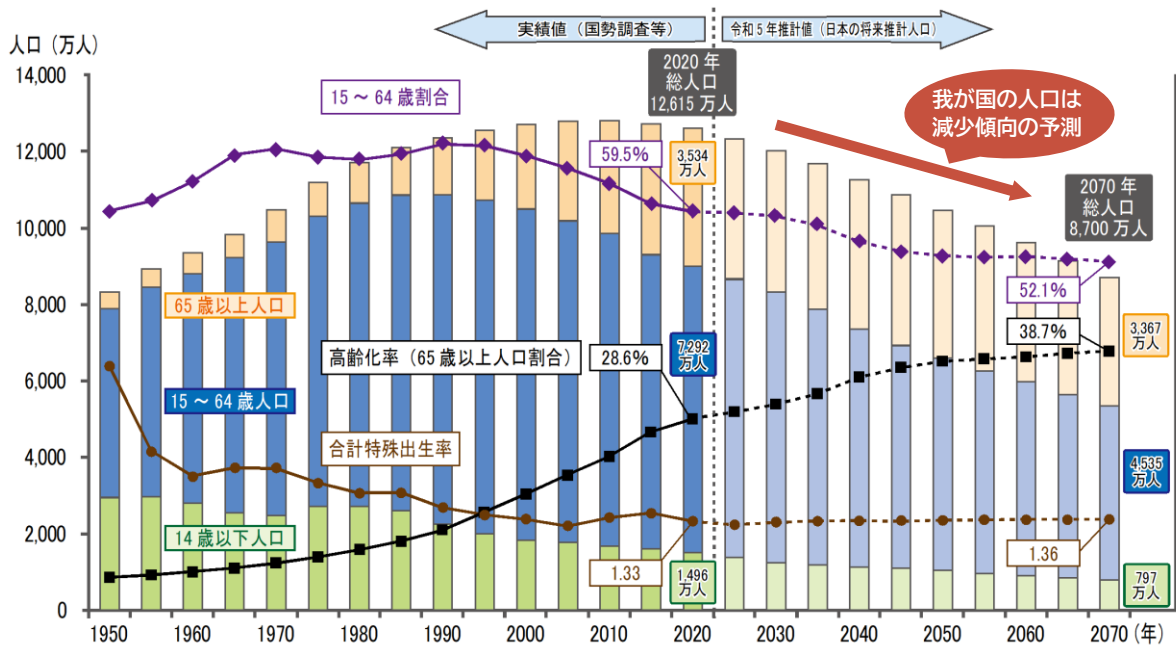
● 観光を取り巻く現状(外部環境)

A. 国の観光に関する取組

- 観光立国推進基本法の規定に基づき、令和 5 年 3 月 31 日、観光立国の実現に関する基本的な計画として「第 5 次 観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。
- この基本計画では、観光立国の持続可能な形での復活に向けて、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の 3 つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の 3 つの戦略に取り組むこととしています。

B. 日本の将来推計人口

- 我が国の人口は、2008 年の 1 億 2,808 万人をピークに減少に転じており、2023 年 10 月時点の総人口は 1 億 2,435 万人となっています。
- 国立社会保障・人口問題研究所の将来推計人口では、2070 年には我が国の人口が 9,000 万人を割り込むと推計されており、国内の観光市場は中長期的には縮小が予想されています。

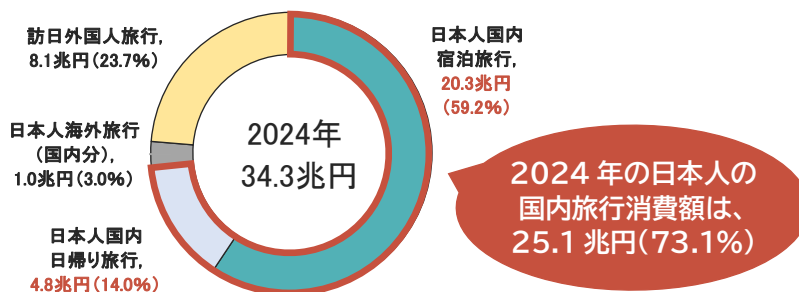


※2020 年までの人口は総務省「国勢調査」、合計特殊出生率は厚生労働省「人口動態統計」、  
2025 年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口 (令和 5 年推計) (出生中位 (死亡中位) 推計)」

出典：国土交通省「令和 7 年度 国土交通白書」 図-将来推計人口 (令和 5 年推計) の概要 を加工

## C. 日本の旅行消費額

- 2024年の国内の旅行消費額 34.3兆円のうち、日本人の国内旅行消費額は25.1兆円(73.1%)となっており、現状の日本の旅行消費額の約7割は国内旅行客が支えています。



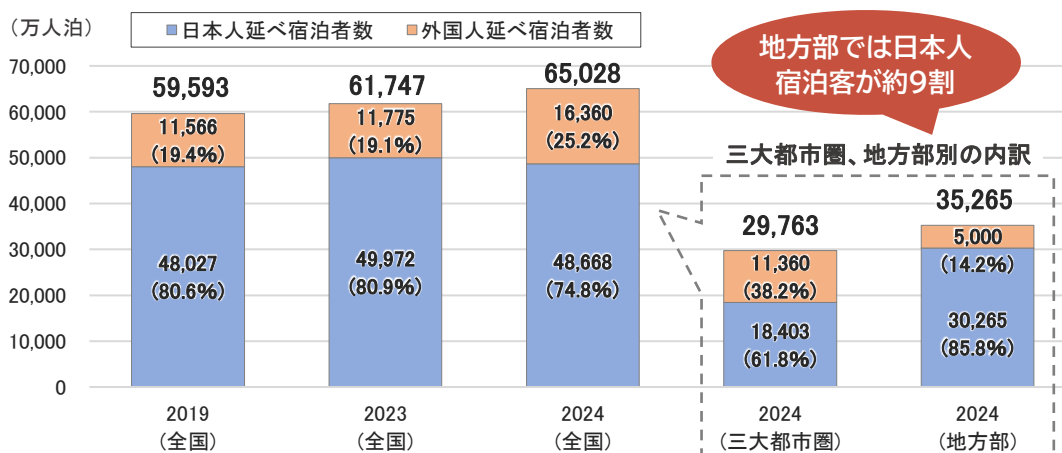
(単位:兆円)

区分/年	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
日本人国内宿泊旅行	15.8	16.0	16.1	15.8	17.2	7.8	7.0	13.7	17.8	20.3
日本人国内日帰り旅行	4.6	4.9	5.0	4.7	4.8	2.2	2.2	3.4	4.1	4.8
日本人海外旅行(国内分)	1.0	1.1	1.2	1.1	1.2	0.3	0.1	0.6	0.9	1.0
訪日外国人旅行	3.5	3.7	4.4	4.5	4.8	0.7	0.1	0.9	5.3	8.1
合計	24.8	25.8	26.7	26.1	27.9	11.0	9.4	18.7	28.1	34.3

出典：国土交通省「令和7年度 観光白書」 図-国内の旅行消費額の推移 を加工

## D. 国内の宿泊旅行の状況

- 2024年の国内の延べ宿泊者数は、6億5,028万人となり、過去最高となったほか、外国人延べ宿泊者数が1億6,360万人泊と、全体の約3割を占めています。
- 他方、地方部においては、日本人宿泊者が9割を占めており、三大都市圏を除いた地方部の主な旅行需要は日本人によって支えられています。
- 観光産業はすそ野が広い産業であることを踏まえると、成長軌道にあるインバウンド市場の将来的な確保を視野に入れつつ、国内旅行市場の維持・拡大は本市の経済の持続可能な発展において特に重要となっています。



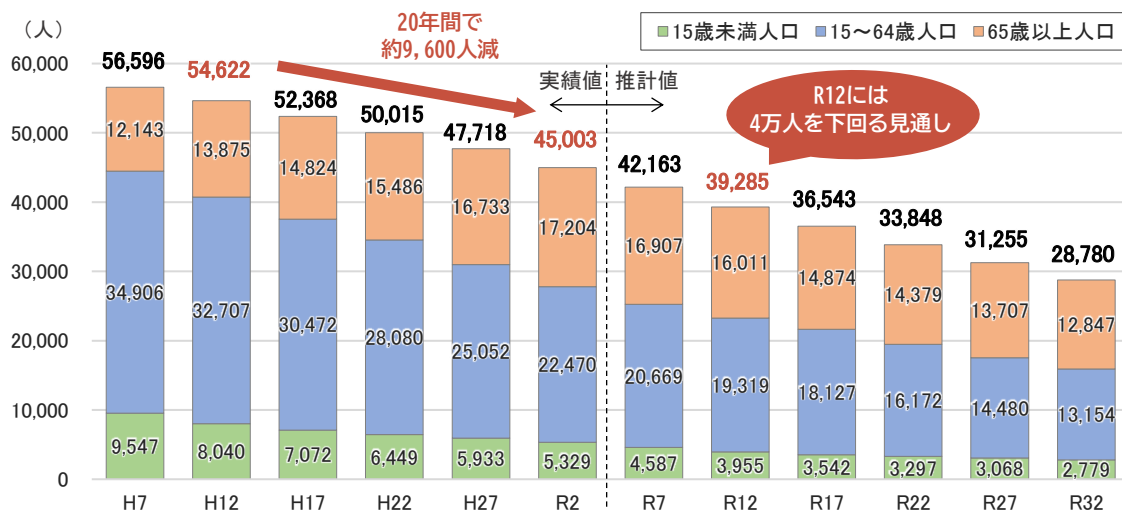
出典：国土交通省「令和7年度 観光白書」 図-日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移、

図-全国、三大都市圏及び地方部における日本人・外国人延べ宿泊者数の割合(2024年) を加工

● 益田市の現状(内部環境)

E. 年齢 3 区分別人口動態の推移

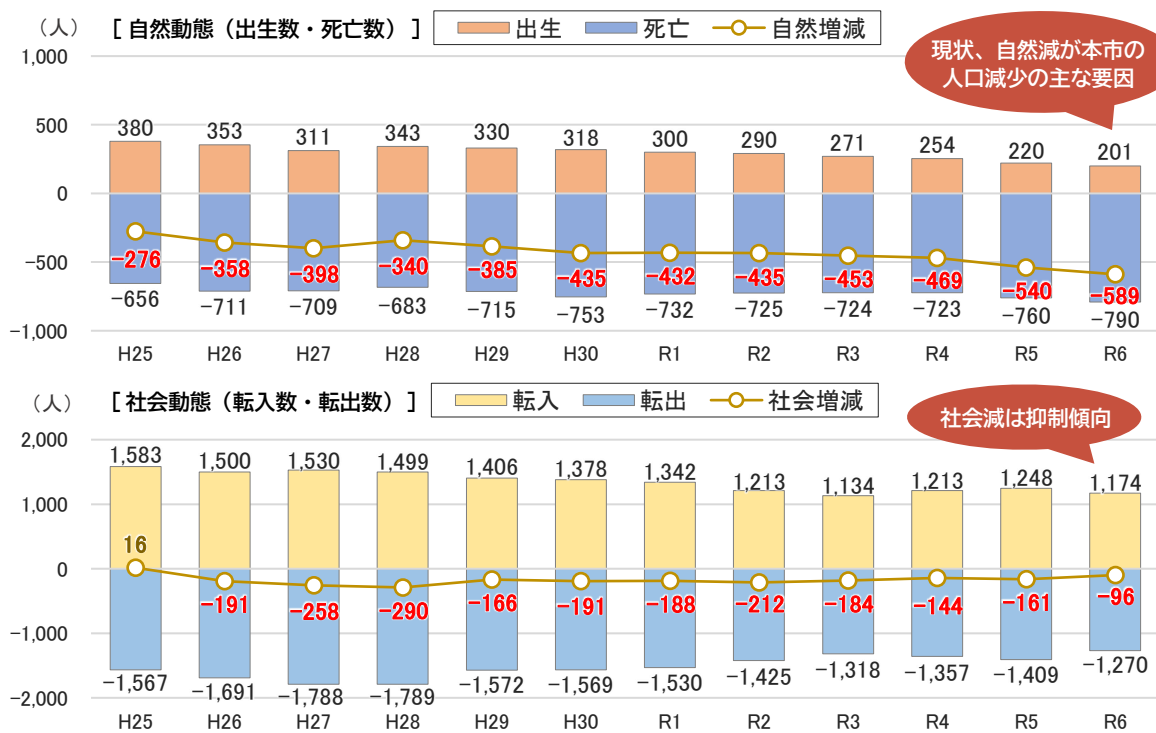
● 本市の令和 2 年の人口は 45,003 人となっており、平成 12 年からの 20 年間で約 9,600 人減少しています。令和 7 年以降、どの人口区分においても人口減少が推計されており、令和 12 年には本市の人口は 4 万人を下回る見通しとなっています。



出典：益田市「第 6 次 益田市総合振興計画後期計画 現状分析資料」(令和 7 年)

F. 自然動態・社会動態の推移

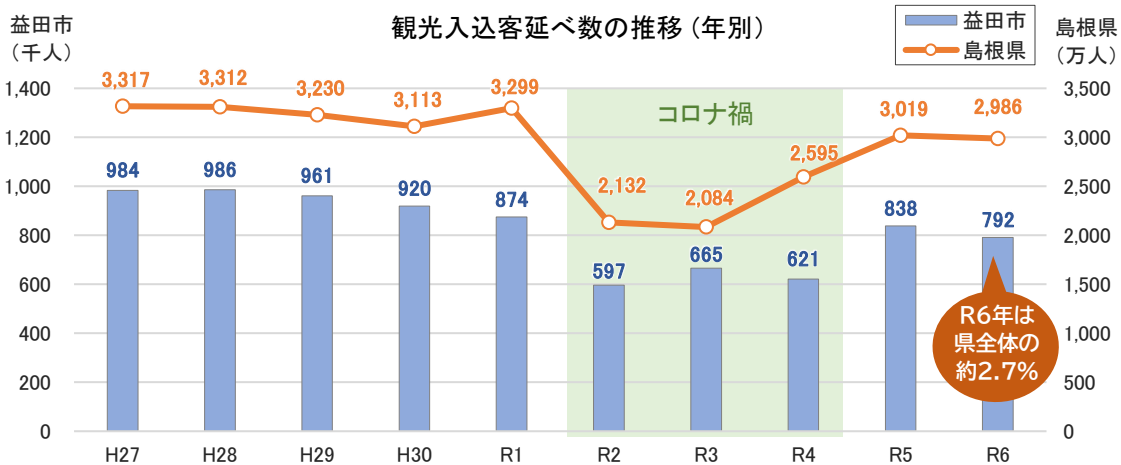
● 人口減少においては、自然減が主な要因となっており、年々進行しています。他方、社会減は抑制傾向にあります。



出典：益田市「第 6 次 益田市総合振興計画後期計画 現状分析資料」(令和 7 年)

## G. 観光入込客延べ数の推移

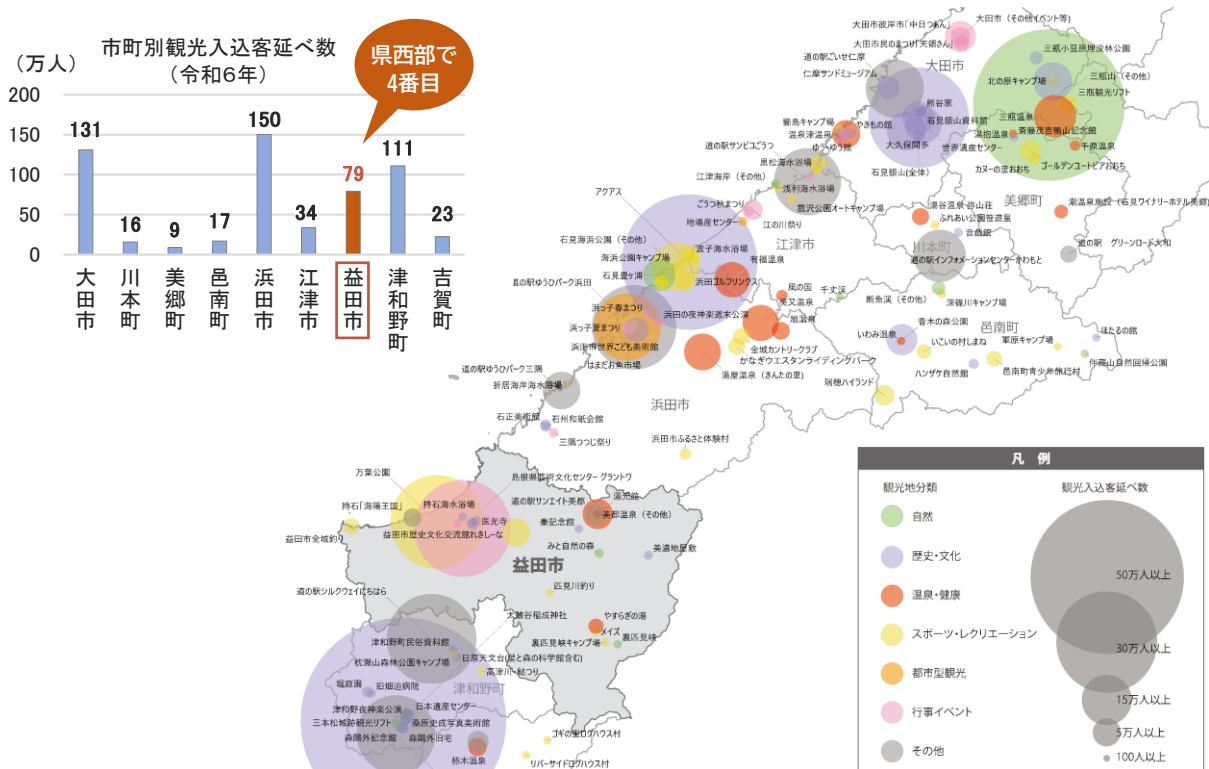
- 令和6年の本市の観光入込客延べ数は、約79.2万人となっています。
- 平成27年の98万人からやや減少傾向であり、コロナ禍を経て80万人前後で推移します。
- 全県の約2,986万人に対しては約2.7%に留まり、伸びしろが大きいものと考えられます。



出典：益田市提供、島根県「島根県観光動態調査」（令和6年）

## H. 観光資源別分類

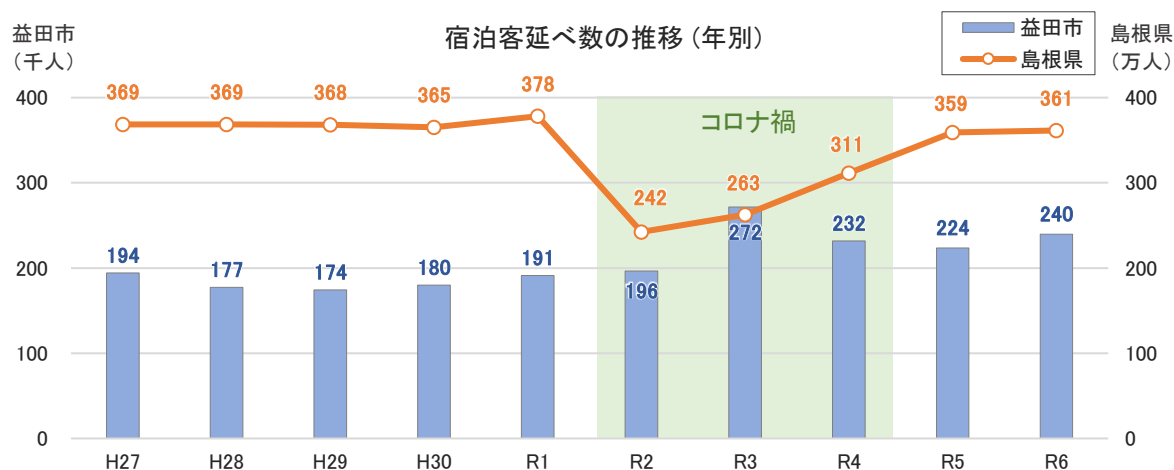
- 島根県西部の観光入込客延べ数を見ると益田市（79万人）は、津和野町（111万人）に次ぐ4番目の入込客数となっています。
- 観光資源別では、「島根県芸術文化センターグラントワ（26万人）」「万葉公園（25万人）」の延べ数が多く、その他の観光地点は7万人以下となっています。



出典：グラフ：島根県「島根県観光動態調査」（令和6年）、分布図：島根県「島根県観光動態調査」（令和6年）

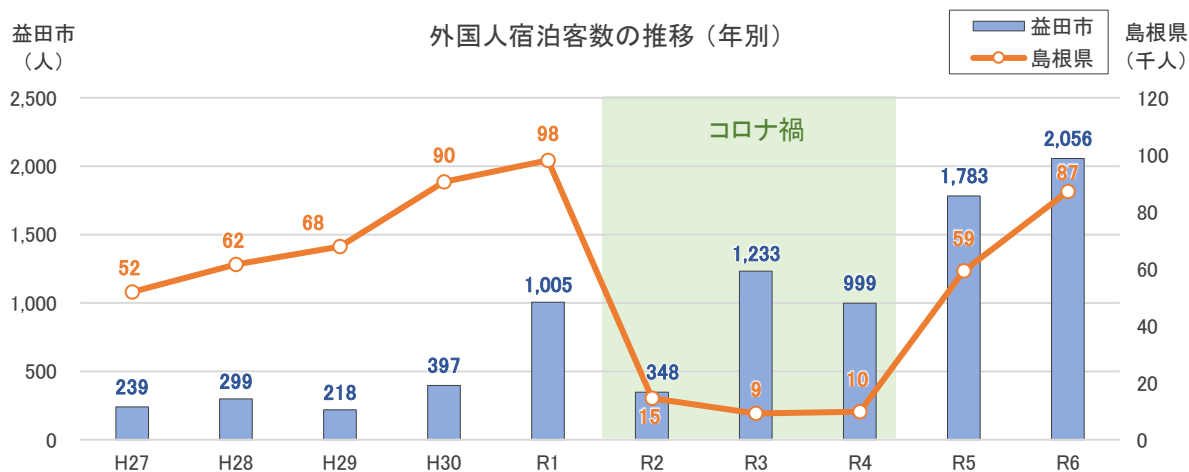
## I. 宿泊客延べ数、外国人宿泊客数の推移

- 令和6年の本市の宿泊客延べ数は約24万人、そのうち、外国人宿泊客数は2,056人となっています。
- 三隅火力発電所等の工事関係者、外国人労働者等のビジネス利用により、宿泊客延べ数は令和3年のコロナ禍に過去10年で最大の約27万人、外国人宿泊客数は令和6年に約2,000人となりましたが、ビジネス需要が中心で、観光需要は大きく高まっていません。



出典：益田市提供、島根県「島根県観光動態調査」(令和6年)

※宿泊客延べ数については、令和3年以降の三隅発電所の外国人労働者による長期宿泊等、ビジネス利用による影響を含む



出典：益田市提供、島根県「島根県観光動態調査」(令和6年)

※宿泊客延べ数については、令和3年以降の三隅発電所の外国人労働者による長期宿泊等、ビジネス利用による影響を含む

## J. 宿泊客の観光消費額単価

- ・島根県観光連盟 Web 調査に基づく、本市を含む「石西エリア」における宿泊客の観光消費額単価は、県内宿泊客が 20,117 円、県外宿泊客が 26,995 円となっています。
- ・全国と比較して観光消費額単価が低く、向上の余地があるものと考えられます。

(単位：円)

宿泊客の 観光消費額単価	県内宿泊客		県外宿泊客		旅行単価： 全国（人回）
	全県	石西エリア	全県	石西エリア	
総額（交通費除く）	20,544	20,117	32,311	26,995	54,032
宿泊費	13,779	10,728	21,233	14,805	22,388
飲食費	5,094	7,395	7,217	7,978	9,676
土産代（買物代）	2,332	2,546	5,102	3,795	9,032
入場料（参加費）	1,812	2,335	2,412	2,125	7,175
娯楽等サービス費・その他	704	629	1,604	1,547	5,761
交通費	3,615	5,671	10,010	8,896	16,077

出典：島根県観光連盟「島根県 Web 観光動態調査（R6.10～R7.3）」、島根県「令和 6 年 島根県観光動態調査」

## K. 本市に訪れている観光客の特性

- ・本市を訪れる観光客の構成は、全体では「家族」が 54.2%と約半数を占め、次いで「ひとり」が 30.1%となっています。年代別では「家族」は 30 代以上で割合が高く、「ひとり」は 40 代～50 代で割合が高くなっています。
- ・観光客の居住地は、全体では「中国地方（島根県を除く）」が 35.2%と最も多く、次いで「島根県」21.2%、「関東地方」21.0%となっています。同行者別にみると、「中国地方（島根県を除く）×家族」20.5%、「島根県×家族」12.8%、「関東地方×ひとり」9.6%の順となっています。ほか、訪問回数は「4 回以上」の来訪者が全体の 6 割以上を占めています。

(年代×同行者)

割合	全体 (n=572)	10代 (n=15)	20代 (n=57)	30代 (n=98)	40代 (n=124)	50代 (n=159)	60代以上 (n=119)
ひとり	30.1%	0.3%	3.7%	4.4%	7.0%	8.4%	6.3%
家族	54.2%	1.9%	4.2%	9.3%	11.5%	15.7%	11.5%
友人・恋人	10.1%	0.0%	1.6%	3.0%	1.6%	2.6%	1.4%
上司・同僚	4.4%	0.0%	0.3%	0.5%	1.2%	0.9%	1.4%
団体旅行	0.7%	0.3%	0.0%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%
その他	0.5%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%
計	100.0%	2.6%	10.0%	17.1%	21.7%	27.8%	20.8%

・現状、本市を訪れている観光客は、中国地方や県内の「家族連れ」が多く、来訪回数も「4 回以上」が多い。

・ほか、「関東地方からひとり」で訪れる旅行者も比較的多い傾向。

(訪問回数)

割合	全体 (n=571)	1回目 (n=134)	2回目 (n=53)	3回目 (n=34)	4回目以上 (n=350)
東北北海道	1.2%	1.1%	0.0%	0.2%	0.0%
関東	21.0%	8.4%	2.6%	1.2%	8.8%
北陸東海	3.2%	1.8%	0.5%	0.2%	0.7%
近畿	9.1%	1.8%	0.5%	0.4%	6.5%
島根県	21.2%	1.1%	1.1%	0.7%	18.4%
中国（島根県を除く）	35.2%	5.6%	3.2%	2.3%	24.2%
四国	0.7%	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%
九州沖縄	8.4%	3.7%	1.2%	1.1%	2.5%
計	100.0%	23.5%	9.3%	6.0%	61.3%

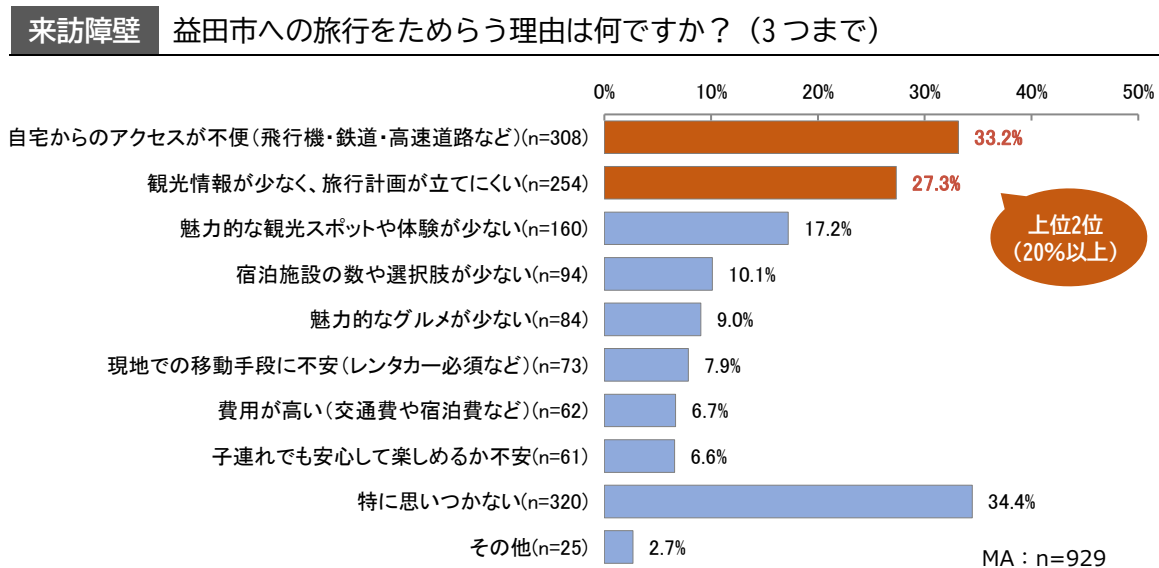
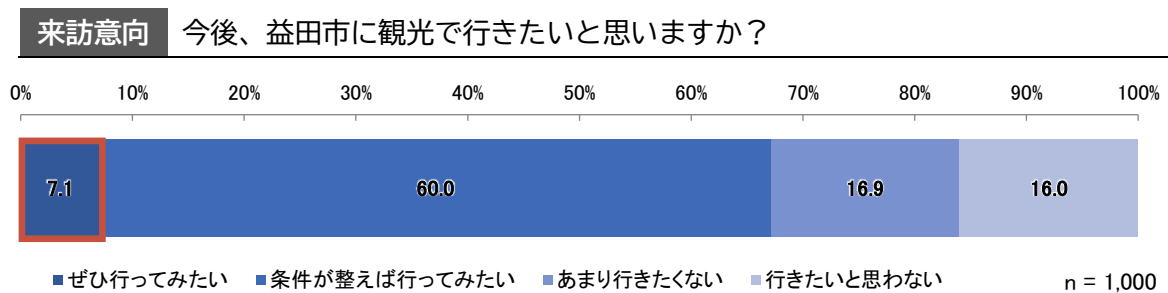
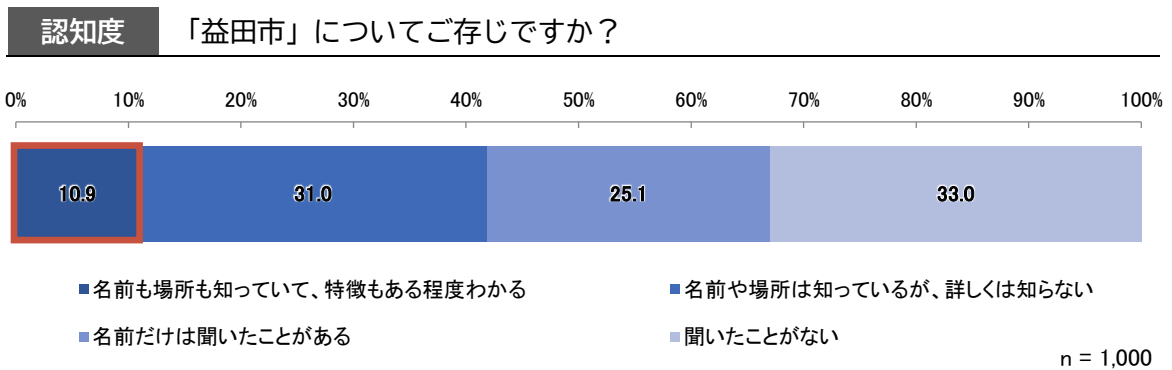
(居住地×同行者)

割合	全体 (n=571)	ひとり (n=171)	家族 (n=310)	友人・恋人 (n=58)	上司・同僚 (n=25)	団体旅行 (n=4)	その他(n=3)
東北北海道	1.2%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%
関東	21.0%	9.6%	7.5%	3.2%	0.7%	0.0%	0.0%
北陸東海	3.2%	1.4%	1.4%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
近畿	9.1%	2.1%	6.1%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%
島根県	21.2%	5.3%	12.8%	1.6%	0.7%	0.5%	0.4%
中国（島根県を除く）	35.2%	8.4%	20.5%	4.0%	2.3%	0.0%	0.0%
四国	0.7%	0.2%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
九州沖縄	8.4%	3.0%	4.4%	0.4%	0.7%	0.0%	0.0%
計	100.0%	29.9%	54.3%	10.2%	4.4%	0.7%	0.5%

出典：益田市「益田市観光アンケート（R4.10～R5.9）」

## L. 全国における本市の認知度、来訪意向、来訪障壁

- 全国を対象とした Web 調査に基づく本市の状況をみると、認知度について、「聞いたことがない」が 33.0%と最も多く、「詳しく知っている」は 10.9%と約 1 割となっています。
- 訪問意向は「条件が整えば行ってみたい」が 60.0%と最も多い一方で、「ぜひ行ってみたい」は 7.1%に留まっており、潜在的な関心層は一定数有していますが、積極的な訪問意向や認知等については十分に醸成されていない状況です。
- 来訪障壁は「自宅からのアクセスが不便」(33.2%) のほか、「観光情報が少なく旅行計画が立てにくい」(27.3%) も主な理由となっており、情報提供の改善も必要となっています。



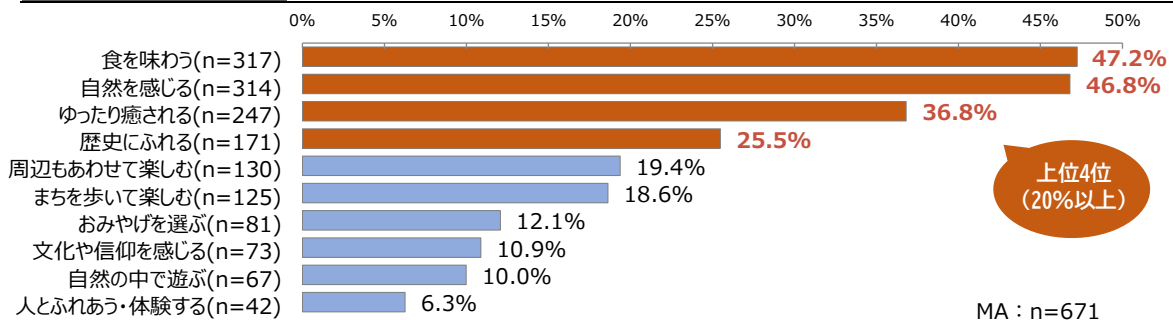
出典：益田市「益田市観光ニーズ調査」(令和7年)

## M. 全国における本市に魅力を感じる点、本市のイメージ

- 全国を対象とした Web 調査に基づく、本市に魅力を感じる点は、「食を味わう」(47.2%)、「自然を感じる」(46.8%)「ゆったり癒される」(36.8%) が主となっています。
- 本市のイメージについて、山陽圏では「自然」「海」「高津川」「匹見峡」等の自然資源や、「温泉」「神楽」「美味しい」「魚」など食・体験資源の認知が高い傾向にありました。
- 首都圏では「石見美術館」「焼きもの」等の芸術・工芸系が認知されていました。
- 福岡県では「自然」「海」「焼きもの」「美術館」等、首都圏と山陽圏の中間的な認知の構造となっています。

### 魅力を感じる点

益田市に関して、どの項目に魅力を感じますか？(3つまで)



### 選択肢一覧

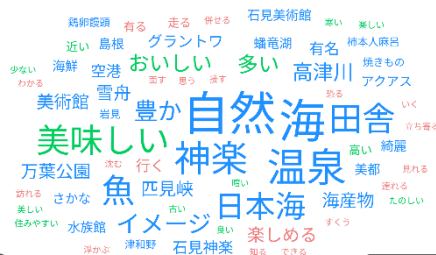
- ① 自然を感じる (清流・高津川、日本海の海岸線、匹見峡の渓谷等)
- ② 歴史にふれる (萬福寺、医光寺、雪舟庭園、中世益田氏ゆかりの史跡等)
- ③ まちを歩いて楽しむ (賑わいある益田駅～グラントフ周辺、旧益田地区の歴史景観、原風景が残る匹見の山間集落等)
- ④ 食を味わう (日本海の新鮮な海鮮、天然鮎、地元野菜や果物、わさび、益田の地酒等)
- ⑤ ゆったり癒される (美都温泉、匹見峡温泉、自然に囲まれた宿泊・滞在)
- ⑥ 文化や信仰を感じる (石見神楽や益田糸あやつり人形の鑑賞・体験、柿本神社等の歴史ある神社仏閣)
- ⑦ 自然の中で遊ぶ (サイクリング、川遊び、カヌー、釣り、登山、キャンプ等)
- ⑧ 人とふれあう・体験する (石見神楽体験、農業・漁業体験、地域の人との交流等)
- ⑨ おみやげを選ぶ (日本海の高津川、地酒、工芸品、地元の農産品や加工品等)
- ⑩ 周辺もあわせて楽しむ (津和野、萩、石見銀山、浜田・江津等の近隣地域との組み合わせ)

### 益田市のイメージ

「益田市」で思い浮かぶ観光のイメージを自由に教えてください

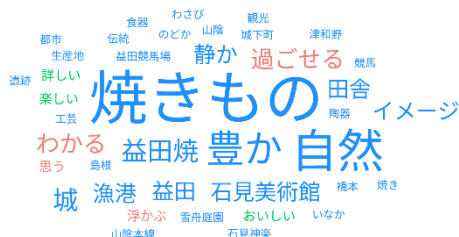
#### 山陽圏

単語数 390  
(回答件数 185 件)



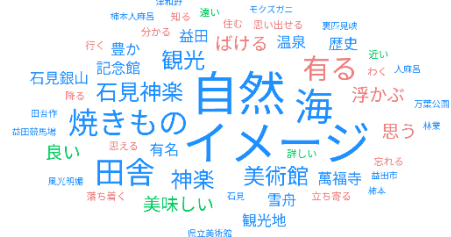
#### 首都圏

単語数 85 (回答件数 60 件)



#### 福岡県

単語数 167 (回答件数 83 件)



出典：益田市「益田市観光二ーズ調査」(令和7年)

## N. 本市へのアクセス経路

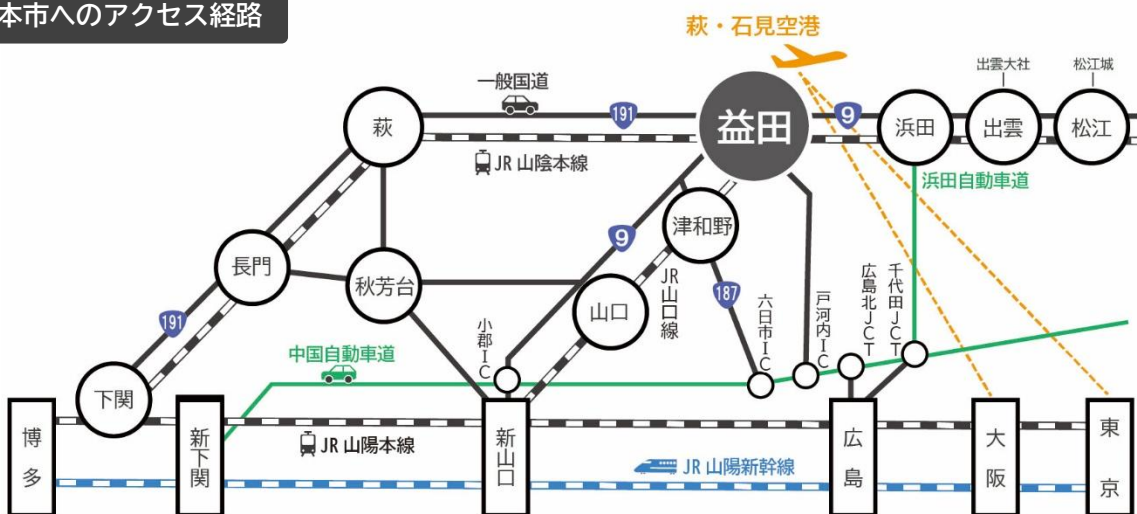
- 本市は島根県の西端に位置し、山口県と接する山陰・山陽を結ぶ交通の要衝であり、広域からの観光誘客を支える交通基盤を有しています。
- 道路交通は、一般国道9号などで東部は浜田市、松江市、南部は山口市などと連絡するほか、一般国道191号で西部は萩市などと連絡し、また、山陰道の整備も進められています。
- 鉄道は、JR山陰本線および山口線が運行され、特急列車により松江市とは約2時間で結ばれています。また、市内には空港を有し、首都圏等との航空ネットワークを有しています。

### 交通の概況



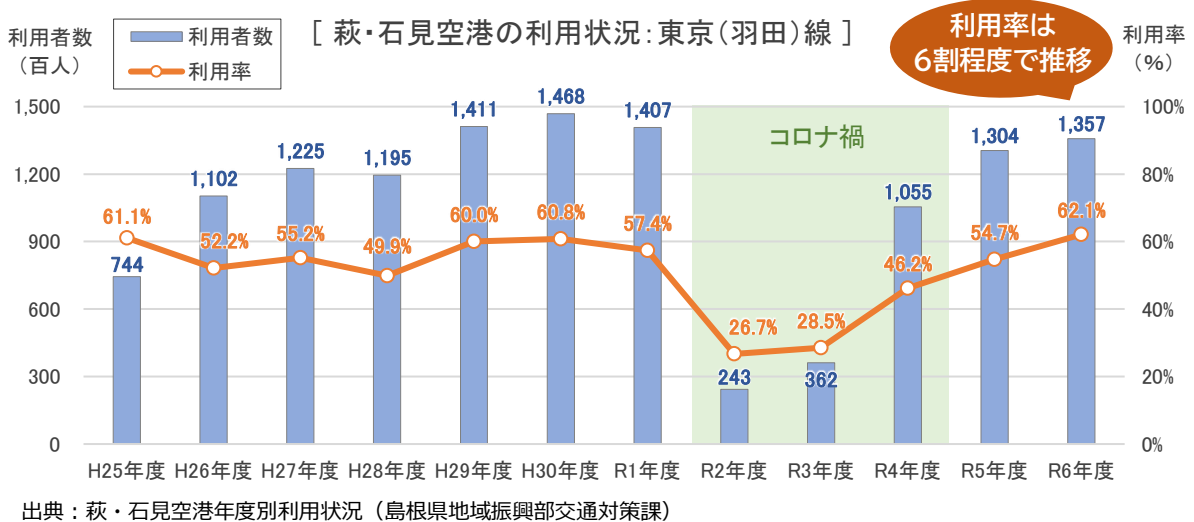
出典：益田市「益田市地域公共交通計画」（令和4年9月策定（令和7年9月改定））

### 本市へのアクセス経路



## ○. 本市へのアクセス経路「萩・石見空港」

- 本市は県営「石見空港」（愛称：萩・石見空港）を有し、現在は、東京-益田間を約 90 分で結ぶ東京（羽田）線が 1 日 2 往復運航しており、島根県西部及び山口県北東部の空の玄関口として観光やビジネスに利用されています。東京（羽田）線の利用は平成 30 年度の 146,800 人をピークに微減したものの、この数年は 13 万人前後で推移しています。
- また、大阪（伊丹）線は、平成 23 年に定期便は運休となりましたが、それ以降は 8 月（お盆前後）の期間限定運航が続いています。



### 連絡空港間の片道の所要時間

【萩・石見空港（外観）】



資料提供：益田市

## P. 本市へのアクセス経路「山陰道(三隅・益田道路)」

- 山陰道は、鳥取県鳥取市を起点とし、山口県下関市を終点とする延長約 380km の高規格道路です。うち、浜田市三隅町から益田市遠田町を結ぶ延長 15.2km の「三隅・益田道路」は、令和 7 年度（令和 8 年 3 月 28 日）に開通しました。
- 一般国道 9 号の当該区間は、急カーブが多く、起伏も激しく、迂回路もないため「三隅・益田道路」の開通により、地域住民の利便性・安全性の向上が見込まれるほか、県東部や広島県をはじめとする山陽方面からのアクセス向上による本市の経済活動の活発化が期待されます。
- 他方、昨今の観光市場における自治体間競争の激化などから、本市の素通りや通過型観光に拍車がかかることも懸念されています。

### 山陰道（三隅・益田道路）位置図



資料提供：益田市

## Q. 事業者からの意見聴取:観光事業者意見交換会

- 「観光事業者意見交換会」の結果より、以下①～④を整理しました。

### ①益田の価値

意見総括	“自然 × 人 × 暮らし” の三層構造が、益田の最大の観光価値。これは他地域と比べて極めて希少である。	
グループ別意見の方向性・例	<b>グループ (A) 「人の豊かさ」</b> ○「本業以外にスツと地域活動をする」「心の豊かさ」「物質的ではない豊かさ」等が益田の魅力。 ○「地域に貢献する姿勢を生きがいにしている」「外から見ると日本のフィンランド的」。	<b>グループ (B) 「自然の豊かさ」</b> ○「高津川」「美都の農村」「匹見の絶景」「海と山の距離の近さ」といった“異常なぐらいのダイナミズム” が益田の核ではないか。 ○益田市民にとって自然は“当たり前”で気づきにくい、外から見ると極めて強い魅力になっているのではないか。

### ②益田観光の方向性

意見総括	益田観光は「人に会う × 自然に浸る」の両軸で成立するのではないかと。 “高津川とともに暮らす人々の豊かさに触れる旅”として観光をデザインすることが益田市の最大の強みを発揮する方向性として考えられる。	
グループ別意見の方向性・例	<b>グループ (A) 「人×体験」</b> ○神楽、食、地域の人の活動、地域住民のトレーニングカードなどを用いて“人に会いに行く観光”の提案が良いのではないかと	<b>グループ (B) 「自然×滞在」</b> ○高津川を中心に“高津川の〇〇”と統一ブランド化すべき。 ○美都・匹見も高津川流域として位置づけることで、一体的な価値が生まれる。 ○絶景・自然・土地のダイナミズムを体験価値にする方向。どちらか一方ではなく、両者を組み合わせることで総合力が高まる。 ○高津川、絶景、古民家、車中泊、バーベキューなど、“自然の中に滞在する観光”を重視する方向性はどうか。

### ③ターゲット

意見総括	ファンづくり、体験価値を届けたい人（ファミリー） “心の豊かさに触れる旅”を提供することが益田の強みになるのではないかと。	
グループ別意見の方向性・例	<b>グループ (A)</b> ○ファミリー層にとって価値のある体験	<b>グループ (B)</b> ○ファンの育成、“素通りされる益田”をどう変えるか ○自然体験・農業体験・食体験・地域の人との触れ合いは価値が生まれやすい。都市生活では得られない「お金では測れない豊かさ」を感じてもらえるのではないかと。

### ④課題意識

意見総括	“素通りのまち”からの脱却 「いつ来ても楽しめるまち」へ 年間で訪れる理由づくり × 一泊する理由づくり	
グループ別意見の方向性・例	<b>グループ (A)</b> ○イベントの重複・分散の課題：年間を通した整理が必要。 ○果物や野菜の旬の宣伝など、季節ごとの情報提供が必要。 ○神楽の社中を継続させる仕組みが必要（企業スポンサー確保、ふるさと納税等）	<b>グループ (B)</b> ○大阪・兵庫-萩間、大分-出雲間などへ向かうルート上にあるため、どう一泊させるかが鍵

## R. 事業者からの意見聴取:関係者ヒアリング調査

- 「関係者ヒアリング」の結果より、以下1～4を整理しました。

### 1. 益田市の強み(特に魅力的な観光資源・コンテンツ)

益田市においては、大きく下記5点が「強み」であると考えられています。

- 山、海、川の3種の「自然」
- 自然がもたらす良質で豊富な「食材」
- 石見神楽、柿本人麿、雪舟、益田氏などの中世文化遺産等の「歴史」資源
- 柴犬のルーツ「石号(石見犬・石州犬)」
- 歴史の元で受け継がれてきた「芸術性」の高さや、穏やかな時間の流れ、過ごしやすさ、人の温かさといった首都圏や大都市圏等にはない「暮らし・営み」などの「文化」

### 2. 観光振興により目指す将来像のイメージ、方向性

- 観光客をはじめとする交流人口、及び、リピーター、新規参入事業者等の関係人口の増加による「売上拡大」「雇用創出」「移住者増加」等、及び「持続可能な地域社会」の実現

### 3. 行政、事業者、地域に求められる役割

行政	<ul style="list-style-type: none"> <li>○観光戦略、進むべき方向性の明示</li> <li>○まとめ役・リーダーシップ</li> <li>○予算確保と資金面での事業者サポート</li> <li>○連携・協働の場づくり</li> <li>○観光受入基盤の整備</li> </ul>
事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>○事業の推進、企画・運営</li> <li>○行政の取組に対する理解、方向性の共有</li> <li>○事業者間の連携強化(横連携)</li> <li>○益田市の魅力発信、認知度向上</li> </ul>
地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>○観光振興に対する理解と受入体制の構築</li> <li>○地域のアイデンティティとなる文化財、伝統行事、営みの維持・継承</li> <li>○地域の魅力・強みの認知・再認識</li> <li>○地域イベント等</li> </ul>

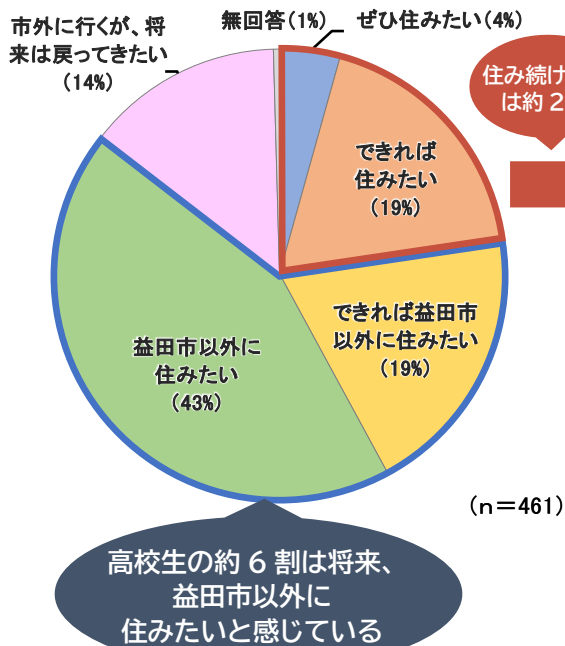
### 4. 現状の観光関連の取組における主な課題と期待する行政支援

主な課題	課題解決のために期待する主な行政支援
・既存の取組が事業者の直接利益に繋がっていない場合がある	⇒ ・マネタイズ(無収益のサービスやコンテンツの収益化)のための伴走支援
・人手不足	⇒ ・事業者間の橋渡しや意見交換の場づくり等 による事業者連携の補助・促進 ・資金的補助
・認知不足	⇒ ・認知度向上のためのアクションの充実

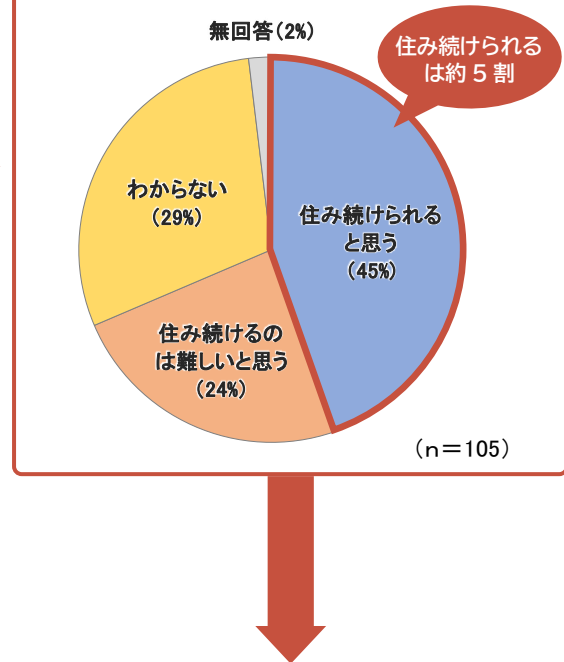
## S. 次世代を担う若者の居留意向(持続可能性)

- 「第6次 益田市総合振興計画後期計画」策定のための基礎調査として実施された「高校生アンケート」より、本市の高校生の約6割が、将来益田市以外に住みたいと考えています。
- また、上記で「益田市に住みたい」と回答した高校生のうち、「将来も益田市に住み続けられると思う」については約5割となっており、「進学先の不安」のほか、「地域の衰退」や「活気の不足」等を理由に、継続的な居住に向けての不確定要素や不安等を抱えています。

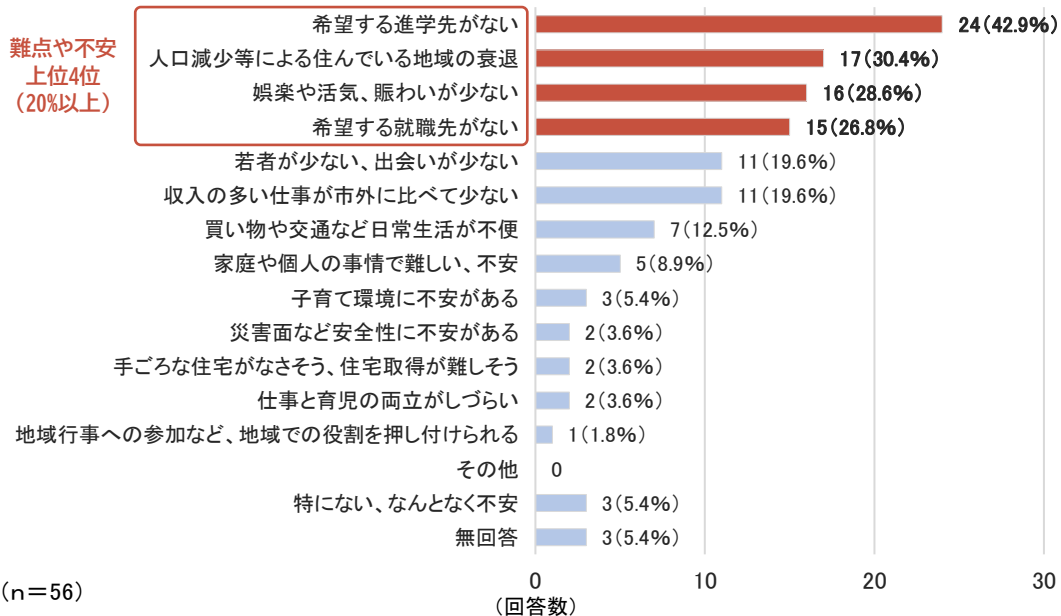
### 将来、益田市に住みたいと思う高校生の割合



### 住んだ(引き続き住む)として、将来も住み続けられると思う高校生の割合



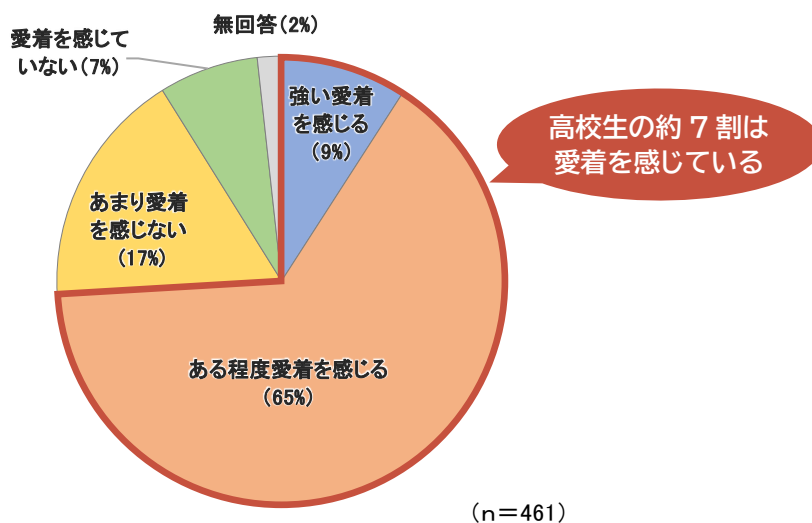
### 益田市に住み続ける上でどのような点が難しい、不安な要素となっているか(上記で「住み続けるのは難しいと思う」「わからない」と回答した人のみ回答)



出典：益田市「益田市高校生アンケート報告書」(令和7年)

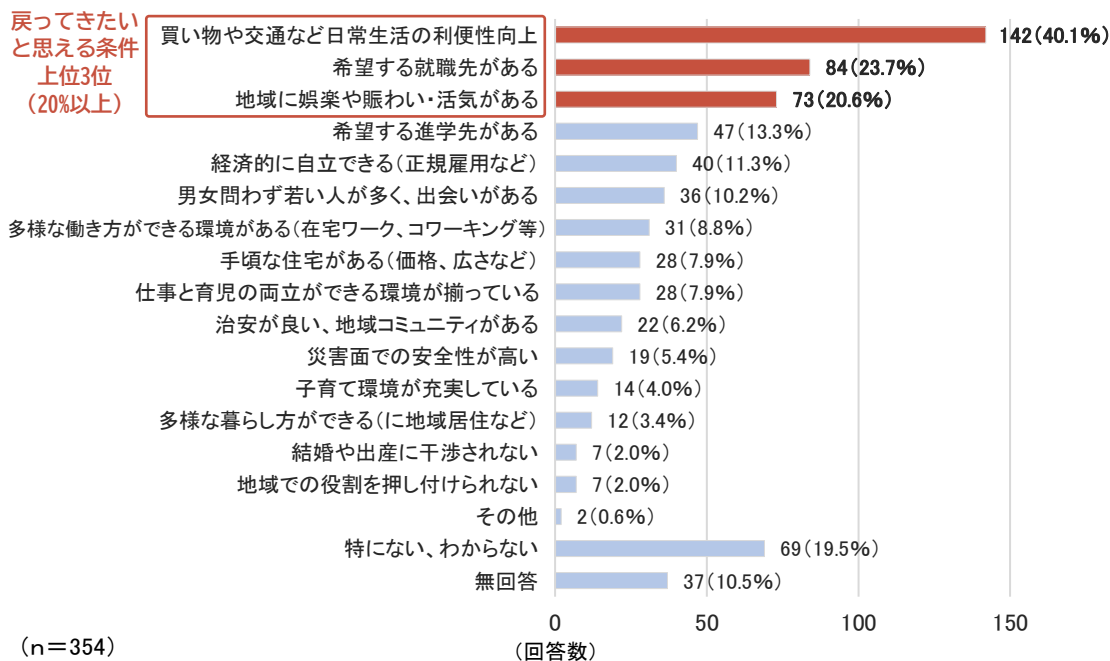
- 益田市への愛着については、高校生の約7割が「愛着を感じている」と回答しています。

### 益田市に愛着を感じる高校生の割合



- 市外転出後、益田市がどのような状態になれば「戻ってきたい」と思うかについては、「買い物や交通など日常生活の利便性向上」のほか、「希望する就職先がある」や「地域に娯楽や賑わい・活気がある」の割合が高くなっています。
- U・Iターンなどの定住や関係人口の拡大においては、将来に渡って地域に住み続けられることが思い描けるよう、今を頑張る事業者を応援し、働き口の確保やまちの活気、自己実現できる気風を醸成し、それらを未来へとつなげていくことが必要です。

### 市外転出後、益田市がどのような状態になれば、「益田市に戻ってきたい」と思いますか (「将来、益田市以外に住みたい」と回答した人のみ回答)



出典：益田市「益田市高校生アンケート報告書」(令和7年)

### 3.2 環境分析(SWOT 分析)

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ DMOの設立を契機とする、持続可能な観光地づくり、経済の域内循環等の今後の進展</li> <li>・ 「ひとが育ち、輝くまち益田」をスローガンとしたひとづくり施策の推進等による地域への愛着形成、自己実現等の支援の充実</li> <li>・ 豊かな自然（海、山、川） 日本海、清流高津川、国定公園「匹見峡」 自然アクティビティ体験（カヤック他）</li> <li>・ 伝統芸能「石見神楽」（日本遺産）</li> <li>・ 日本遺産（中世日本の傑作を味わう）</li> <li>・ 雪舟庭園（医光寺、萬福寺）</li> <li>・ 島根県芸術文化センター「グラントワ」</li> <li>・ 恵まれたサイクリング環境（100ZERO）</li> <li>・ 人（人と人のつながり、ひとづくり）</li> <li>・ 柴犬のルーツ「石号（石見犬・石州犬）」</li> <li>・ 駅前飲食店（夜の飲食の楽しみ）</li> <li>・ 海の恵み（鴨島はまぐり、イカ、魚貝類）</li> <li>・ 川の恵み（高津川の天然鮎、ツガニ他）</li> <li>・ 山の恵み（匹見のわさび、美都のゆず他）</li> <li>・ 太陽の恵み（メロン、ぶどう、トマト他）</li> <li>・ 自然災害が少ない（地震、台風他）</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 認知や興味を獲得するためのメッセージの方向性（ブランド）が定まりきっていない。また、情報の発信力、誘客やリピーターの獲得に向けた仕掛けの訴求力が弱い</li> <li>・ 宿泊需要の大半が工事や火電関係者（外国人労働者含む）等であり、観光客需要が高くない</li> <li>・ MICEやインバウンド誘客等含む、受入環境整備や住民機運の醸成、誘客プランなどの提案が十分でない</li> <li>・ 事業者間の横連携や情報共有の体制構築が十分でない</li> <li>・ 地域の団体・事業者等における人手不足、人材不足</li> <li>・ 二次交通の利用を検討する来訪者等に対する情報の可視化が十分でない</li> <li>・ 伝統文化の運営・継続等にかかるコストを十分に補うための収益化の仕組みづくりが構築できていない</li> <li>・ 観光施設の老朽化が進行しており将来的に修繕等が必要</li> <li>・ 持続可能な観光地域づくりにおいては安定的な財源確保とその有効活用が必要</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光立国推進基本法に基づく「観光立国政策」の推進</li> <li>・ 訪日外国人旅行者の増加</li> <li>・ 益田市を対象区域に含む広域連携DMO、地域連携DMOの存在 （山陰インバウンド機構、島根県観光連盟）</li> <li>・ 山陰道「三隅・益田道路」の開通による県東部および広島県をはじめとする山陽方面からのアクセス性の向上</li> <li>・ 萩・石見空港を有しており、首都圏など、都市部からの直接的な玄関口が存在</li> <li>・ 隣接地には萩・津和野等、年間100万人を超える観光客が訪れている地域もあり地域の誘客ポテンシャルが高い</li> <li>・ ガーデンツーリズム登録制度「雪舟回廊」や石見グルメ「神楽めし」等の広域連携事業</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人口減少による国内市場の縮小</li> <li>・ 地方衰退、若者の市外流出</li> <li>・ 観光市場における自治体間競争の激化</li> <li>・ 国内のオーバーツーリズム発生等に鑑みる観光客の受け入れに対する住民理解の獲得や、地域資源や地域住民の日常生活などの保全の必要性の高まり</li> <li>・ 山陰道「三隅・益田道路」の開通により、地域の素通りや通過型観光に拍車がかかるおそれ</li> </ul>

### 3.3 課題整理

環境分析を踏まえて、行動指針に示す「住んでよし」「訪れてよし」「稼いで回してよし」の3つの観点から、課題を整理しました。

#### 行動指針：「住んでよし」に照らす地域の現状

- ① 観光振興にオール益田で取り組むためには、市民に本市の目指す方向性や価値観を共有し、理解してもらうことが重要です。
- ② 本市には高校卒業後の進学を受け皿がないことから次世代を担う高校生が市外に出ていきやすい構造となっています。地域で活躍できる人材を育成するとともに、地域への愛着を育て、まちなみや暮らし、自然、歴史、文化、伝統芸能等の継承を促進することが重要です。

【課題】	<p><b>「シビックプライドの醸成」</b> ⇒市民や地域の事業者が、益田市のもつ「魅力」を理解し「愛着」「誇り」を持って観光体験を提供していくための共通認識の醸成が必要です。</p> <p><b>「人材育成」</b> ⇒地域の次世代の担い手を創出するため「人材育成」が必要です。</p>
------	---

#### 行動指針：「訪れてよし」に照らす地域の現状

- ① 観光客に少しでも長く滞在してもらい、観光消費額を向上させるためには、本市の優れた観光資源を活かしながら、必要な対策を施すなど、受入環境の整備が重要です。
- ② 本市の魅力を中心に提案できていないことから、旅の目的地となっておらず、地域の素通りや通過型の短時間滞在などが多くなっています。首都圏と連絡する強力なゲートウェイ「萩・石見空港」、山陽と山陰の陸の交通の要衝地である「JR益田駅」を有する等の優位性が活かされていません。
- ③ 人口減少が進む本市においては、新たな地域の担い手であり、将来の移住・起業につながる入り口となる関係人口の創出が重要です。

【課題】	<p><b>「受入環境の整備」</b> ⇒観光客の消費額や滞在時間を向上させるためには「受入環境の整備」が必要です。</p> <p><b>「観光コンテンツ等の充実と商品化の仕組みづくり」</b> ⇒地域資源の魅力を磨き上げるとともに、お客様のニーズを踏まえた「観光コンテンツ等の充実や商品造成」が必要です。</p> <p><b>「交流人口・関係人口の創出」</b> ⇒広域連携事業の活用をフックとした認知機会の活用や、空港を活用した首都圏の若者等との関係性の構築など「交流人口・関係人口の創出」に向けた取組が必要です。</p>
------	---

## 行動指針：「稼いで回してよし」に照らす地域の現状

- ① 本市のこれまでの観光関連の取組は、地域の事業者・団体等の個々の活動が主であり、**オール益田で観光に取り組むための連携体制の構築が十分ではありません。**
- ② 本市の持続可能性を高めるためには、すそ野の広い総合産業である「観光」分野の取組のより一層の強化が必要ですが、観光振興に資する人材育成、より高度な観光戦略などを実施するために必要となる**安定的な運営資金の確保策が確立されていません。**
- ③ 「観光立国政策」が推進され、観光市場における自治体間競争が激しさを増す中、人口減少が進み、経営資源（ヒト、モノ、カネ）が限られる本市においては、観光地域づくりにおいて効果的な施策の選択が必要となっています。**消費者の目線による「売れる仕組みづくり」であるマーケティングの考え方にに基づき、戦略的に本市ならではの魅力を磨き上げ、伝えていくことが重要です。**
- ④ 多くの事業者・団体間で、パンフレットの作成や Web サイトの運営等、重複する事業が存在しており、**限られた予算を効率的に活用するための体制構築が十分ではありません。**
- ⑤ 地域の稼ぐ力を育てるためには、観光客の消費額を向上させることに加えて、**市民や事業者等の地域内消費を促進することが重要です。**

### 【課題】

#### 「運営体制・組織づくり」

⇒地域全体のマーケティング及びマネジメントを担う組織であるDMOの設立を契機とした観光振興を推進していくための土台となる「運営体制・組織づくり」が必要です。

#### 「戦略的な観光マーケティングの推進」

⇒マーケティングの考え方にに基づき、効果的かつ持続的な観光振興に戦略的に取り組むことが必要です。

#### 「ブランドイメージづくり」

⇒来訪者の認知や興味を獲得するために、本市ならではの個性を活かした「ブランドイメージづくり」が必要です。

#### 「地域内経済循環の促進」

⇒地域経済の活性化を図るため「地域内経済循環の促進」が必要です。

## 第4章 将来像・行動指針

### 4.1 将来像

#### 豊かな自然のもと、人と人のつながりがある益田

人口減少が進む益田市において、豊かな自然や歴史文化、そして人の温かさといった地域固有の資源を守り、活かし続けることは、まちの未来を支える重要な営みです。

観光を通じて、訪れる人と迎える人、地域で暮らす人同士のつながりが生まれ、その関係が再訪や継続的な関わりへと広がっています。こうした交流が地域内での消費や産業の活性化につながり、暮らしの豊かさとして実感されることで、住んでよし、訪れてよしの好循環が生まれています。

益田市は、観光を通じて人と人のつながりを育み、地域の価値が未来へと受け継がれていくまちを目指します。

### 4.2 行動指針

#### ○住んでよし

- ・地域の未来を担う次世代が、観光を通じて学び、働き、挑戦できる環境をつくります
- ・地域資源の価値を再発見し、住民一人ひとりが自分のまちに誇りを持てるようにします
- ・住民の理解と参加が広がるように、暮らしに寄り添う観光の土台と仕組みを整えます

#### ○訪れてよし

- ・地域の豊かな資源を磨き上げ、益田でしか得られない体験と物語の魅力を高めます
- ・訪れる人の目線に立ち、心地よく滞在できる受け入れ・おもてなしの環境を整えます
- ・観光をきっかけに交流を生み、地域を応援し関わり続ける関係人口を広げます

#### ○稼いで回してよし

- ・観光を通じて人を呼び込み、観光消費を地域の収益につなげる仕組みをつくります
- ・地場産業と観光をつなぎ、観光による消費が地域の中で経済として巡る仕組みをつくります
- ・DMO・観光事業者・住民が協働し、変化に強い地域経済へ育て、支える力を高めます

## 第5章 将来像の実現に向けた具体的な施策

### 5.1 施策体系

本計画は、「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」に示されている4つの観点（A：持続可能なマネジメント、B：社会経済のサステナビリティ、C：文化的サステナビリティ、D：環境のサステナビリティ）を参考にしています。JSTS-Dの指標に関連する施策には注釈を付記します。（関連指標の内容については、巻末をご参照ください。）

施策の柱 (行動指針)	KGI (最終成果目標)	No.	施策	KPI (実績評価指標)	主な取組	主な役割分担			
						DMO	観光協会	益田市	事業者
住んでよし	住民の持続可能な観光に関する満足度 ・現状：調査中 ・将来：調査後設定	1	<b>重点施策</b> シビックプライドの醸成	・子ども教育プログラムの参加者アンケートで、「益田の魅力を伝えたい」と答えた児童生徒の割合	・郷土の魅力の再発見 ・観光インナーブランディングの実施 ・守るべき資源の保全・継承	○		◎	
		2	人材育成	・市民に対する講演会等の意識啓発事業参加者アンケートで、「益田の魅力を伝えたい」と答えた人の割合	・ライフキャリア教育の推進	○		◎	
訪れてよし	来訪者満足度 ・現状：93.4% ・将来：95.0%	3	受入環境の整備		・散策しやすい雰囲気や環境づくり ・二次交通や観光ガイドの充実 ・インバウンド誘客に向けた受入基盤の整備 ・閑散期対策	◎	○	◎	
		4	<b>重点施策</b> 観光コンテンツ等の充実と商品化の仕組みづくり	・リピーター率 ・益田の魅力を感じる観光コンテンツ数	・観光コンテンツ等の充実 ・コンテンツ造成時における商品化の仕組みづくり	◎	◎		○
		5	交流人口・関係人口の創出		・首都圏・関西圏をターゲットとした観光誘客の推進 ・姉妹都市等との都市間交流事業の推進 ・空港利用促進（民間活動の支援、情報発信） ・広域観光の推進	○	○	◎	
稼いで 回してよし	観光消費額 ・現状：19.0億円 ・将来：23.8億円	6	運営体制・組織づくり		・DMO・観光協会・行政の三位一体の観光経営 ・重複事業の棚卸・最適化 ・持続財源の確保	○	○	◎	○
		7	<b>重点施策</b> 戦略的な観光マーケティングの推進	・観光消費額単価 ・観光入込客延べ数	・マーケティングデータの収集 ・データ分析に基づくターゲット設定 ・ターゲットに応じたサービスや商品の提供 ・ターゲットに応じたプロモーションの展開 ・マーケティング活動の効果検証と改善	◎			○
		8	ブランドイメージづくり	・観光を目的とする宿泊客延べ数	・統一的なメッセージを用いた観光プロモーション ・キラーコンテンツの創出の検討	◎	○	○	
		9	地域内経済循環の促進		・地場産業と観光産業の連携促進 ・市内の飲食店等における地元産食材の活用促進	◎		○	○

◎主体 ○連携

## 5.2 施策

### 施策の柱Ⅰ 住んでよし

◎主体 ○連携

#### 重点施策

### 施策1 シビックプライドの醸成

DMO	観光協会	益田市	事業者
○		◎	

#### 郷土の魅力の再発見

外から来るお客様に「益田市の素晴らしさ」を伝えるためには、我々市民こそがその素晴らしさを深く知っており、かつ、魅力を伝えられる立場とならなければなりません。

地域へのヒアリング、SNS 等を用いたデジタル上での「地域に対する声」の収集、成り立ちや歴史といった益田市の来歴の把握、実際に益田市の観光を体験するなどの五感を使ったフィールドワーク等を通じて、郷土の魅力を再発見します。

また、取組から得られた知見は体系的に整理し、観光マーケティング等の施策への活用や市民、事業者等に共有するなどして、発見した郷土の魅力を波及させていきます。

#### 観光インナーブランディングの実施

【参考】JSTS-D:A8 観光教育

インナーブランディングとは、市民や地域の事業者が益田市ならではの魅力や価値を理解・共感し、愛着や誇りを持って観光体験を提供していくための基盤を作る取組です。

市民に「観光」という言葉の定義や観光振興の目的、方向性等を共有するとともに、地域の人々が地域のことを知る機会を創出するなど、まち全体で「本市にはお客様におすすめできる素晴らしい価値があること」などの共通意識を持てるように図ります。

あわせて、「地域のことを悪く言わない」といった約束ごとなども共有し、地域の人々が心を合わせて観光振興に取り組んでいくための基盤を醸成します。

#### 施策内容

##### ● 観光地域づくり講演会

市民や事業者をはじめ、誰でも気軽に参加できる講演会を定期的で開催し、益田市の誇る歴史文化や伝統文化、豊かな自然環境や豊富な食材などの観光資源のほか、本市の観光資源の魅力や価値について、市民と共有します。

また、萩・石見空港の利用拡大につながるよう、全国に誇れる本市の魅力や価値について、再整理し、市民と共有します。



観光地域づくり講演会

## 施策内容

### 観光出前講座

市内の子ども達を対象として、益田市の誇る歴史文化や伝統文化、豊かな自然環境や豊富な食材などの観光資源を知ってもらう出前講座を開催し、地域への誇りの醸成を図ります。



学校での出前講座

## 守るべき資源の保全・継承

【参考】JSTS-D:C(a)文化遺産の保護/D(a)自然遺産の保全

観光振興を持続的に進めていくためには、地域の基盤となる資源を守り、次世代へ引き継いでいく視点が不可欠です。雪舟庭園をはじめとする歴史的資源や景観、石見神楽などの伝統文化、清流高津川や匹見峡に代表される自然環境は、本市ならではの価値を形づくる大切な財産です。

これらの資源について、適切な維持管理や担い手の確保、利用と保全のバランスを図るとともに、その価値や意義を共有します。また、観光振興により地域の自然、歴史・文化、生活の営みが損なわれることがないように、保全と観光利用のルール設定を検討します。

来訪者に対しても、益田市の自然や文化財に対する良識と節度ある観光、保護の在り方等を周知し、資源価値が損なわれることがないように、配慮を促します。

## 施策内容

### ・地域資源の保全・清掃活動

「日本遺産の雪舟庭園の定期清掃」や「清流高津川一斉清掃」など、地域住民や企業、団体等が自ら実施している地域資源の保全活動等を支援し、観光、文化、自然などの地域が誇る地域資源の保全と次世代へ継承に取り組みます。



雪舟庭園の定期清掃

推進スケジュール	1年目	2-3年目	4-5年目
郷土の魅力の再発見	資源整理		
観光インナーブランディングの実施	手法検討	実証事業	仕組み化
守るべき資源の保全・継承	事業の定着		

## 施策 2 人材育成

DMO	観光協会	益田市	事業者
○		◎	

### ライフキャリア教育の推進

【参考】JSTS-D:A8 観光教育

本市では、多様な人との対話やロールモデルとの出会いを通じて、自分の人生を能動的に生きる力を養うライフキャリア教育を推進し、子ども達の生きる力を育成しています。

あわせて、地域伝統芸能「石見神楽」など、地域の歴史や文化に触れる機会を通じて、ふるさとへの誇りと愛着を育み、地域のアイデンティティへの理解を深める取組を進めます。

こうしたライフキャリア教育を通じて、次世代を担う子ども達の地域観光への理解を促進し、地域を支え、その魅力を伝える観光人材の育成を図ります。

#### 施策内容

##### ・石見神楽次世代育成プロジェクト

子どもから大人まで幅広い年代に支持される地域伝統芸能「石見神楽」の魅力を再認識し、誇りと愛着を育む取組を進めている市内の神楽団体等の取組を支援します。

- ・MASUDA石見神楽WEEK
- ・小さな子ども向け石見神楽公演
- ・小中高生向けの教育プログラム など



小中高生向けの教育プログラムの様子

##### ・「対話プラス」

対話プラスは、子どもと地域の大人が1対1で語り合い、地域の仕事や生き方を等身大で共有するライフキャリア教育です。失敗談も交えた本音の対話を通して、人と地域に誇りを持つ観光人材の育成につなげます。



対話プラスの様子

推進スケジュール	1年目	2-3年目	4-5年目
ライフキャリア教育の推進	企画	実証事業	仕組み化 事業の定着

### 施策3 受入環境の整備

DMO	観光協会	益田市	事業者
◎	○	◎	

【参考】JSTS-D:B8 多様な受入環境整備/C8 観光資源の解説

本市の優れた観光資源を活かしながら、お客様に少しでも長く滞在してもらえるよう、散策しやすい環境や雰囲気づくり、二次交通や観光ガイドの充実、インバウンド誘客に向けた受入基盤の充実、閑散期対策など、必要な受入環境を整備します。

#### 施策内容

##### ● 二次交通の充実

観光客の目線から、分かりやすい二次交通の情報提供を行い、萩・石見空港やJR益田駅等から観光地までの交通アクセスの向上を図ります。また、レンタサイクル等を活用した周遊施策を図ります。



益田市観光協会（益田市観光案内所）

##### ● 観光ガイド養成講座

座学による汎用的なガイドスキルの習得や、実践的なフィールドワークを通じて地域理解を深め、現場で必要な知識とスキルを体系的に身に付けてもらい、観光客のニーズや持ち時間等も考慮しながら、柔軟に対応できるなど、質の高い観光案内を行うことのできる人材を養成します。また、地元の子供達にも歴史等について学んでもらい、ガイドとして活躍できる場づくりを行います。



観光ボランティアガイド養成講座

##### ● 観光ナビゲーター養成講座

座学や事例を通じて本市の構造や観光資源の関係性を理解してもらい、観光客が自分で観光ルートを設定したり、本市での快適な過ごし方が選べるように支援するなど、観光客の興味や滞在時間に応じて益田市の観光を後押しできる人材を養成します。



日本遺産ナビゲーター養成講座

## 施策内容

### • 通訳案内士の養成

既存の外国語観光ガイド組織である「高津川流域通訳案内士協議会」と連携し、外国人観光客に多言語ガイド対応のできる人材を養成します。



高津川流域通訳案内士協議会の研修

### • おもてなし研修（講演会）等の開催

宿泊事業者や交通事業者、その他観光施設等の関係者を対象とした研修会等を開催し、来訪者の満足度向上に繋がります。



観光おもてなし研修

### • サイクリストの受入環境の整備

高津川かわまちづくり計画に基づく、清流高津川沿いを走るサイクリングコースや、休憩のできる親水空間の整備を進めるほか、自転車ネットワーク計画に基づき、市内を安心安全に走れる自転車通行空間の整備を進めます。また、サイクリングガイドの養成等を行うことで来訪者が自然環境や歴史文化等の地域資源を楽しみながらサイクリングができる受入体制の整備も進めます。



益田 I・NA・KA ライド

推進スケジュール	1年目	2-3年目	4-5年目
散策しやすい雰囲気や環境づくり	企画・準備	事業実施	
二次交通や観光ガイドの充実	企画・準備	実証事業	仕組み化
インバウンド誘客に向けた受入基盤の整備	企画・準備	実証事業	仕組み化
閑散期対策	企画・準備	実証事業	仕組み化

## 重点施策

### 施策4 観光コンテンツ等の充実と商品化の仕組みづくり

DMO	観光協会	益田市	事業者
◎	◎		○

「施策1：郷土の魅力の再発見」「施策7：データに基づくマーケティング戦略の推進」等を踏まえて、本市の地理的な特性や地域資源の魅力を活かした観光コンテンツ等の充実に取り組み、お客様の滞在時間の延長や観光消費額の向上、また、新規客層やリピーターの獲得を図ります。

また、今後、より良いコンテンツ等を造成するため、関係者が協働で商品化に取り組むための仕組みについても整備します。

#### 施策内容

- **清流高津川を活用したコンテンツ造成**

自然アクティビティ体験の充実や高津川で楽しめる新たなコンテンツを造成します。



高津川カヤック体験

- **豊富な“食資源”の活用**

太陽や山、川、海など豊かな自然の恵みを受けておいしく育った本市の豊富な食資源をブランド化し、食に焦点を当てたキャンペーン等をまちぐるみで実施します。

また、これらの食資源を活用した加工品や土産品の開発にも取り組み、観光消費額の拡大につながる取組を進めます。



特産品「アールスメロン」

- **柴犬の聖地としての情報発信**

柴犬の祖に選ばれた、忠実で賢く健康な石州犬「石号」が生まれ育った益田の山は、全世界に発信できる本市独自のコンテンツ「柴犬の聖地」であることから、その強みを最大限磨き上げ、柴犬ファンをはじめ、多くの人に魅力が届くよう発信します。



石号の里「石号記念館」

## 施策内容

- **日本遺産「中世日本の傑作～益田を味わう～」の推進**

日本遺産事業を推進する民間団体等が主体となって行う事業（中世益田を味わえる様々な観光コンテンツ等）に対する支援を強化します。



古文書をもとに中世の饗応料理を再現した「歴食」コンテンツ 「サムライ御膳」

- **伝統芸能「石見神楽」の発信**

観た人を魅了する伝統芸能「石見神楽」の情報発信や県外公演等での認知度向上策を強化し、観賞者の誘客を図ります。市外県外からの夜神楽定期公演や奉納神楽等への誘客など宿泊につながる観光誘客に取り組みます。



石見神楽 演目「大蛇」

- **島根県芸術文化センター「グラントワ」との連携**

グラントワと連携し、企画展や公演事業に対する市外県外からの観光誘客に取り組みます。

また、グラントワでの公演事業に合わせて来訪される方々を対象として、公演前の空き時間や公演後の食事や宿泊等の充実を図り、消費額向上に資する取組を進めます。



島根県芸術文化センター「グラントワ」

推進スケジュール	1年目	2-3年目	4-5年目
観光コンテンツ等の充実	実証事業	仕組み化	事業の定着
コンテンツ造成時における商品化の仕組みづくり			

## 施策5 交流人口・関係人口の創出

DMO	観光協会	益田市	事業者
○	○	◎	

### 交流人口の創出

「萩・石見空港」は人口規模（マーケット）の大きい首都圏と本市を片道約 90 分で、また季節限定運航ではありますが関西圏と本市を片道 60 分で結ぶ強力なゲートウェイです。観光の目的地として選ばれるよう、本市ならではの魅力を磨き上げ、首都圏・関西圏をターゲットとした観光誘客を推進します。

また、姉妹都市「大阪府高槻市」、友好都市「神奈川県川崎市」「大阪府豊中市」等との都市間交流事業の促進や、民間活動の支援や情報発信等を通じて、空港利用の促進と交流人口の拡大に取り組みます。

なお、国際交流については、友好都市「中国・寧波市」と様々な分野における交流を継続し、多文化共生の理解の促進と交流人口の拡大に取り組みます。

#### 施策内容

##### ・姉妹都市や友好都市との更なる交流促進

大阪府高槻市、神奈川県川崎市、大阪府豊中市等との交流については、スポーツ等をはじめとした従来の交流に加え、更なる交流促進を図ります。

また、商工会議所、観光協会など、民間レベルでも交流が進んでおり、今後も官民連携により様々な分野において交流人口・関係人口の創出につながる取組を進めます。



高槻市との交流事業（益田に泊まろう！）

### 広域観光の推進

本市には、県内 4 市 5 町で構成する日本遺産「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～」をはじめ、吉賀町を源流とし津和野町を経て本市から日本海へと注ぐ高津川、ガーデンツーリズムに登録された中国地方 6 市で構成する「雪舟回廊」など、周辺自治体との連携により魅力を一層高めることができる観光資源が数多く存在します。

これらの広域的な観光コンテンツを活かしながら、関係自治体や関係団体と連携し、周遊性の向上や新たな観光商品の造成を進めることで、交流人口及び関係人口の拡大を図ります。

また、島根県が推進する「美肌県しまね」による美肌観光や、山口県・広島県など県境を越えた広域観光連携、既存の広域観光団体等との連携も図りながら、広域的な視点に立った観光振興に取り組みます。

## 関係人口の創出

人とのつながりを求める都市部の若年層等を対象に、地域の課題解決や地域活動への参画の協力を呼びかけ、参加者が短期的な滞在等の中で地域と関わりながら益田市を第2のふるさとと感じてもらえるよう、来訪者が地域と円滑に関われるような情報提供や相談対応を行うとともに、地域住民や受入団体が来訪者を受け入れやすい体制づくりや交流の場の創出を支援することで、親しみやすく滞在しやすい環境づくりを進め、継続的な来訪や関係人口の形成を図ります。

推進スケジュール	1年目	2-3年目	4-5年目
首都圏・関西圏をターゲットとした観光誘客の推進	企画・準備	実証事業	仕組み化
姉妹都市等との都市間交流事業の推進	事業の定着		
空港利用促進(民間活動の支援、情報発信)	企画・準備	実証事業	仕組み化
広域観光の推進	事業の定着		
関係人口の創出	企画・準備	実証事業	仕組み化

## 施策 6 運営体制・組織づくり

DMO	観光協会	益田市	事業者
◎			○

### DMO・観光協会・行政の三位一体の観光経営

【参考】JSTS-D:A2 デスティネーション・マネジメント

行政に関わる組織の役割分担を明確にし、三位一体となった観光地経営を推進します。

・各組織の主な役割

DMO	観光協会	行政
<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域事業者の相談窓口・伴走型の支援</li> <li>・地域事業者間の横連携の促進</li> <li>・観光コンテンツ等の企画・立案・商品造成</li> <li>・データ収集・分析</li> <li>・マーケティング</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光案内所の運営</li> <li>・観光客との直接対応</li> <li>・受託事業の実施(地域イベント等の運営)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光政策の策定(方向性の提示)</li> <li>・予算確保</li> <li>・交流人口・関係人口の創出</li> <li>・広域連携の促進</li> </ul>

### 施策内容

#### ・DMO：ワーキンググループ会議の開催

ワーキンググループとは、実行力ある観光施策を検討し、推進するためのDMOの内部部会です。

様々な事業者が参画し、現場の視点と課題を共有しながら、観光コンテンツ造成や受入環境整備の具体策を企画・実践します。

今後も新たな事業者の参画等を推進し、まち全体を巻き込んだ取組へとつなげます。



ワーキンググループ会議の様子

## 重複事業の棚卸・最適化

各団体で実施されているホームページの作成・運営や、パンフレット作成、イベント企画等の棚卸を行い、漏れやダブりのある事業を把握するとともに、情報発信サイトの一元化等、事業の最適化を行い、限りある予算を効率的に活用するための基盤整備を行います。

### 施策内容

#### ・役割分担の明確化と重複事業の見直し

DMO、観光協会、行政の3者の役割を明確にして、重複している事業を見直します。また、市内3観光協会の今後の方向性を検討します。

## 持続財源の確保

【参考】JSTS-D:A4 観光による負荷軽減のための財源

観光振興に資する人材育成、より高度な観光戦略等を実施するために必要となる安定的な運営資金を確保するため、宿泊税等、新たな財源確保策について検討します。

推進スケジュール	1年目	2-3年目	4-5年目
DMO・観光協会・行政の三位一体の観光経営	DMO登録	戦略に基づく事業実施	
重複事業の棚卸・最適化		事業実施	仕組み化
持続財源の確保		検討開始	制度導入

## 重点施策

### 施策 7 戦略的な 観光マーケティングの推進

DMO	観光協会	益田市	事業者
◎			○

#### マーケティングデータの収集

【参考】JSTS-D:A11 旅行者の数と活動の管理／B1 観光による経済効果の測定

本市はこれまで、県の観光動態調査における観光地点アンケート調査の調査対象地に含まれておらず、観光に関する統計的なデータの蓄積等が十分ではありませんでした。今後は「市独自の観光統計調査」等を実施し、お客様のニーズや動向などに関するマーケティングデータを収集し、お客様の詳細な動向等の把握を図ります。

また、トレンド、国の統計情報、市内店舗の状況、郷土史など、観光マーケティングの推進に必要な様々なデータについても継続的に収集します。

#### 施策内容

##### ・データの収集、分析

DMOが主体となり、益田市への来訪者を対象とした観光アンケート調査による来訪者データの取得や、島根県観光動態調査等のデータを活用した石西エリアを訪れる観光客の属性等について、分析を行います。



観光アンケート調査

#### データに基づくマーケティング戦略の推進

【参考】JSTS-D:A10 プロモーションと情報

収集したデータを分析し得られたお客様の傾向等に基づき、事業別のターゲット設定やお客様ニーズに基づくサービスや商品の販売促進、プロモーションの展開など、戦略的なマーケティング活動を展開します。

また、実施した事業については、その効果を検証し、改善や新規事業等に取り組むなど、効果的かつ持続的な観光振興を推進します。

#### 施策内容

##### ・データに基づく具体的施策の推進

調査や分析の結果から取組のターゲットを明確にするとともに、データに基づく具体的施策を推進します。

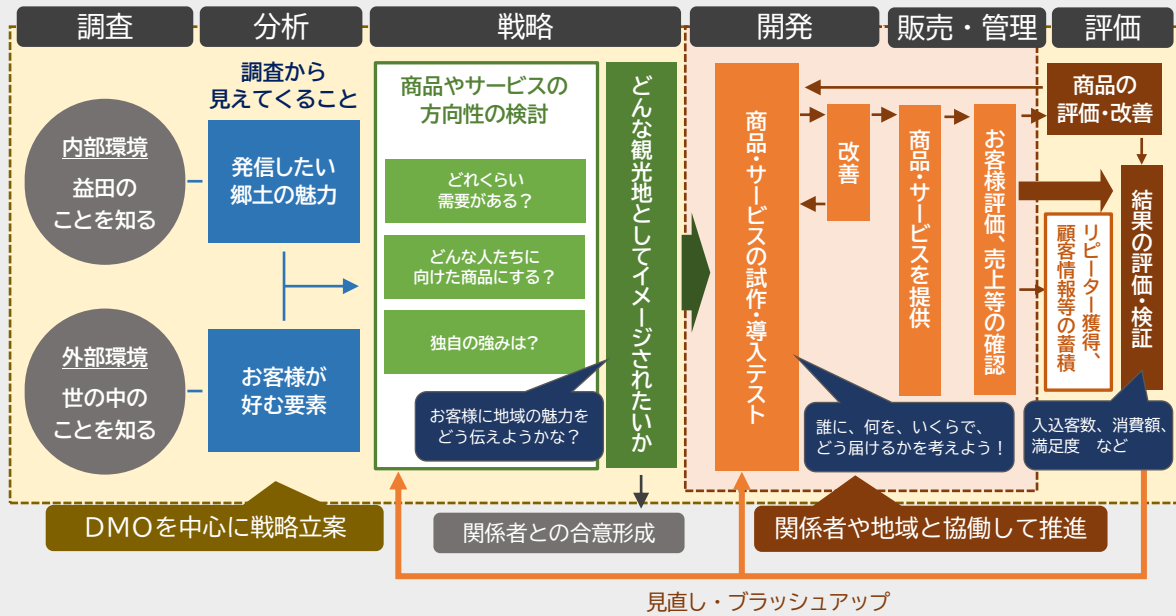


体験プログラム

「なりきり益田氏（甲冑・乗馬体験）」

## 観光地域マーケティングの流れ

戦略的なマーケティング活動を展開するためには、市場動向や益田市の特性等を踏まえながら、DMOが中心となって戦略を立案し、関係者や地域と協働して施策を推進することが重要です。本図は、その一連の流れをイメージ図として示したものです。



マーケティング活動では、都度、検証を繰り返し、行ったり来たりをしながら少しずつ改善を重ねていきます。

推進スケジュール	1年目	2-3年目	4-5年目
マーケティングデータの収集	[Progress bar]		
データ分析に基づくターゲット設定	[Progress bar]		
ターゲットに応じたサービスや商品の提供	実証事業	仕組み化	事業の定着
ターゲットに応じたプロモーションの展開	[Progress bar]		
マーケティング活動の効果検証と改善	[Progress bar]		

## 施策 8 ブランドイメージづくり

DMO	観光協会	益田市	事業者
◎	○	○	

### 統一的なメッセージを用いた観光プロモーションの推進

「施策 1：郷土の魅力の再発見」「施策 7：データに基づくマーケティング戦略の推進」等を踏まえて、本市の様々な資源、商品、コンテンツ等において統一的なメッセージの使用や共通の見せ方等を徹底し、お客様に対する本市のイメージづくりのための情報発信を行い、本市の認知度を高めます。

#### 施策内容

##### ・清流高津川ブランド（仮称）

水質が最も良好な河川に何度も選ばれてきた清流「高津川」の恵みを受けた魚介類、農産物等を含む、益田市内の様々な食材について、「清流高津川ブランド（仮称）」として一貫した展開や発信ができるよう取組を進めます。



清流高津川

### キラコンテンツの創出の検討

「施策 1：郷土の魅力の再発見」「施策 7：戦略的な観光マーケティングの推進」等を踏まえて、本市の看板となり、来訪につながる決定打として大きく貢献するコンテンツ「キラコンテンツ」の創出に向けた検討を行い、本市の認知度の向上や来訪動機の創出を目指します。

#### 施策内容

##### ・キラコンテンツの創出

本市には世界に通じるコンテンツとして、石見神楽等の郷土の伝統文化や、山・川・海のつながりがもたらす味わい深い食材や郷土料理、「中世日本の傑作～益田を味わう～」をはじめとする日本遺産、「石号」生誕の地（柴犬の聖地）など、様々な資源があります。そうした中から、本市の看板となる、より強いコンテンツを見出し、磨き上げます。



萩・石見空港「柴犬のお出迎え」

推進スケジュール	1年目	2-3年目	4-5年目
統一的なメッセージを用いた観光プロモーション		検討・決定	合意形成・定着
キラコンテンツの創出の検討	検討・決定	合意形成・プロモーション展開	

## 施策 9 地域内経済循環の促進

DMO	観光協会	益田市	事業者
◎		○	○

【参考】JSTS-D:B3 地域事業者の支援と公正な取引

人口減少による地域内消費額の減少額を補うためには、旅行者の観光消費額を高めることに加えて、市民や事業者等が市内の商品やサービスを少しでも多く消費し、市外へのお金の流出を防ぐことが大切です。商品やサービスを提供する市内の飲食店等における地元産食材の活用促進等、地場産業と観光産業の連携により、消費の地域内循環を高め、地域経済の活性化を図ります。

### 施策内容

#### ・地域でお金を回す仕組みづくり

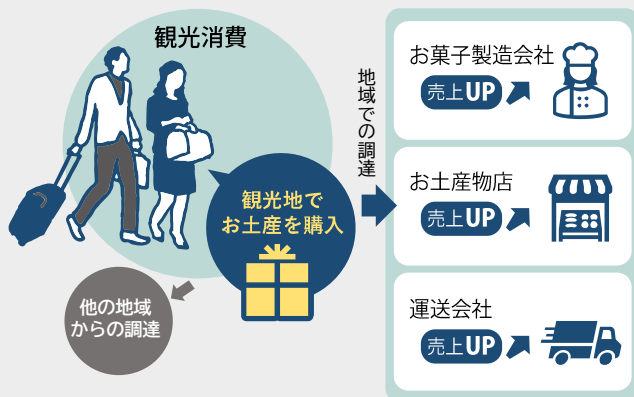
地域の飲食店や事業者等に、できる限り地域産の食材や商品を使ってもらえるよう、呼びかけや事業者間のマッチング機会の創出等の取組を進めます。

参考

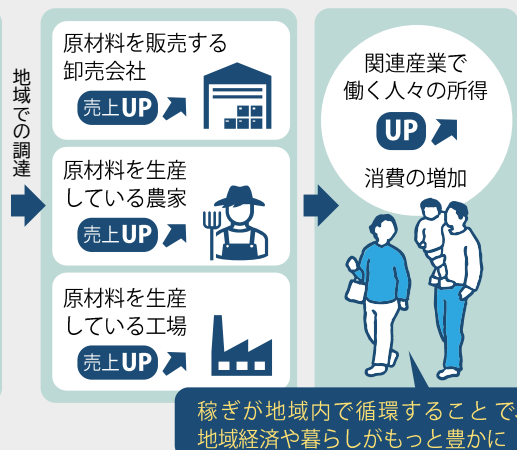
## 観光で稼ぎ、地域で回す経済の仕組み

観光消費を呼び込み、市民が地元で使う。その小さな積み重ねが、地域経済を支えます。

### サイクル① 観光消費の獲得



### サイクル② 地域内経済の循環



推進スケジュール	1年目	2-3年目	4-5年目
地場産業と観光産業の連携促進	手法検討	実証事業	仕組み化
市内の飲食店等における地元産食材の活用促進	企画・準備	実証事業	仕組み化

## 第6章 数値目標

### 6.1 数値目標

【参考】JSTS-D:A3 モニタリングと結果の公表

本計画の推進により目指す将来像「豊かな自然のもと、人と人のつながりがある益田」を実現するため、5年（本計画期間）をかけて目指す計画目標（KGI）と、5年後に KGI が達成できるように、毎年、進捗状況または達成状況を確認する KPI（年度目標）を設定し、施策の着実な実行により、目標の達成を目指します。

施策の柱	計測項目	現状	将来(5年後)	
住んでよし	KGI (計画目標)	・住民の持続可能な観光に関する満足度	アンケート調査により 現状値の確認中	令和7年度調査結果を持って設定
	KPI (年度目標)	・子ども教育プログラムの参加者アンケートで、「益田の魅力伝えたい」と答えた児童生徒の割合	アンケート調査により 今後計測予定	今後のアンケート調査結果を持って設定
		・市民に対する講演会等の意識啓発事業参加者アンケートで、「益田の魅力伝えたい」と答えた人の割合	アンケート調査により 今後計測予定	今後のアンケート調査結果を持って設定
訪れてよし	KGI (計画目標)	・来訪者満足度	93.4%	95.0% (現状の水準を維持)
	KPI (年度目標)	・リピーター率	79%	80% (現状の水準を維持)
		・益田の魅力を感じる観光コンテンツ数	33 件	45 件
稼いで回すよし	KGI (計画目標)	・観光消費額	19.0 億円	23.8 億円 ※計画改定時は最新値として確認可能な R11 の値で達成状況を検証:22.8 億円
	KPI (年度目標)	・観光消費額単価 (宿泊) 県内宿泊客 県外宿泊客 (日帰り) 県内観光客 県外観光客	13,088 円 17,206 円 3,777 円 4,157 円	【宿泊】 年間 (5年後) 県内 +100 円 (500 円) 県外 +150 円 (750 円) 【日帰り】 年間 (5年後) 県内 + 50 円 (250 円) 県外 +100 円 (500 円)
		・観光入込客延べ数	730,488 人 (R7 速報値)	882,000 人 ※計画改定時は最新値として確認可能な R11 の値で達成状況を検証:851,000 人
		・観光を目的とする宿泊客延べ数	54,834 人 (R7 速報値)	60,000 人 ※計画改定時は最新値として確認可能な R11 の値で達成状況を検証:59,000 人

KGI:5年(本計画期間)をかけて達成を目指す目標値

KPI:5年後に KGI(計画目標)が達成できるように、毎年、進捗状況または達成状況を確認する目標値

# 第7章 計画の推進体制と進捗管理

## 7.1 計画の推進体制

【参考】JSTS-D:A6 住民参加と意見聴取

DMOを中心に観光協会、益田市、事業者及び地域の関係者が連携して、本計画の施策を推進します。本計画の推進体制は、関係者がそれぞれの役割を担いながら協働する観光地経営の枠組みとし、継続的に意見交換を行い、合意形成を図る仕組みを構築します。

【参考】JSTS-D:A9 旅行者意見の調査

DMOは企画・開発機能を担い、データ収集・分析に基づくマーケティング戦略の策定や、商品・コンテンツ造成、プロモーションを戦略的に展開するほか、事業者支援や地域づくりの支援を行います。また、旅行者満足度や来訪者動向等の調査を実施し、施策の改善につなげます。

観光協会は現場運営の主体として、観光案内所の運営やイベントの開催のほか、団体向け誘客施策を実行し、来訪者の声を直接把握する役割を担います。

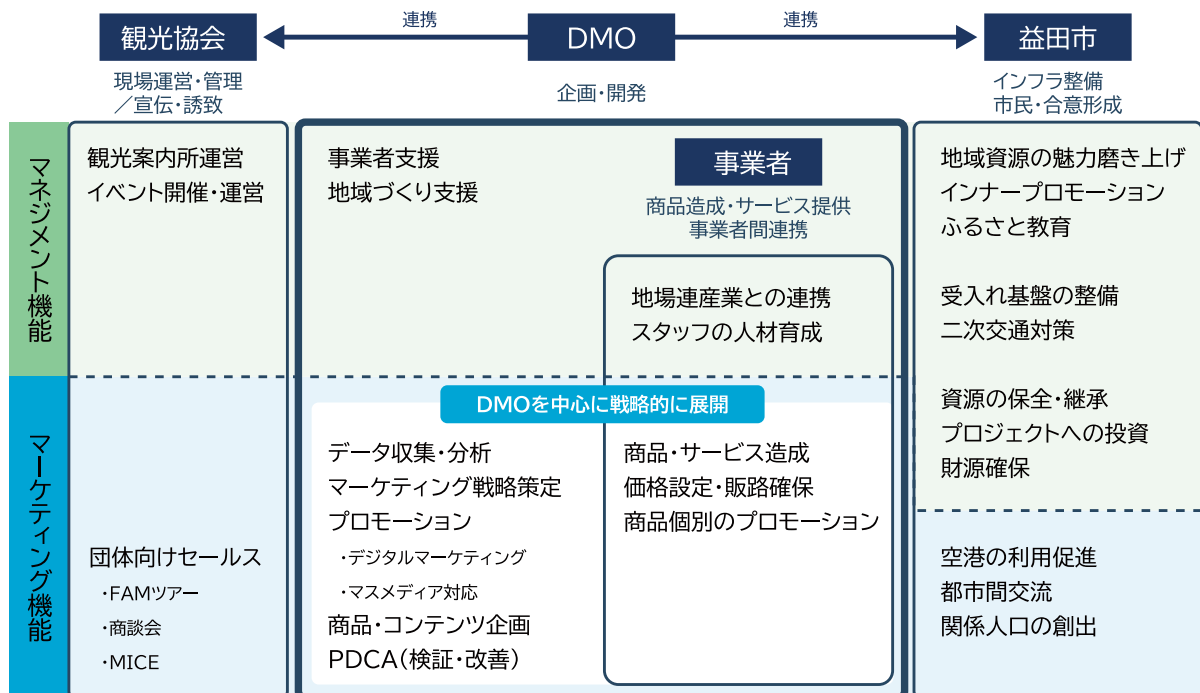
事業者は、DMOと連携し、商品・サービスの提供や事業者間連携、人材育成を担い、地域産業との連動を図ります。

【参考】JSTS-D:A7 住民意見の調査

益田市は、観光振興にかかるインフラ整備や市民合意形成、資源の保全・継承、財源確保など基盤づくりを担うとともに、観光に対する住民の期待や不安、満足度等について定期的に把握し、その結果を施策の見直しに反映します。

各主体が連携し、住民および旅行者の意見を踏まえた改善を継続的に行うことで、持続可能で競争力のある観光地域づくりを推進します。

推進体制と役割分担イメージ図



## 7.2 計画の進捗管理

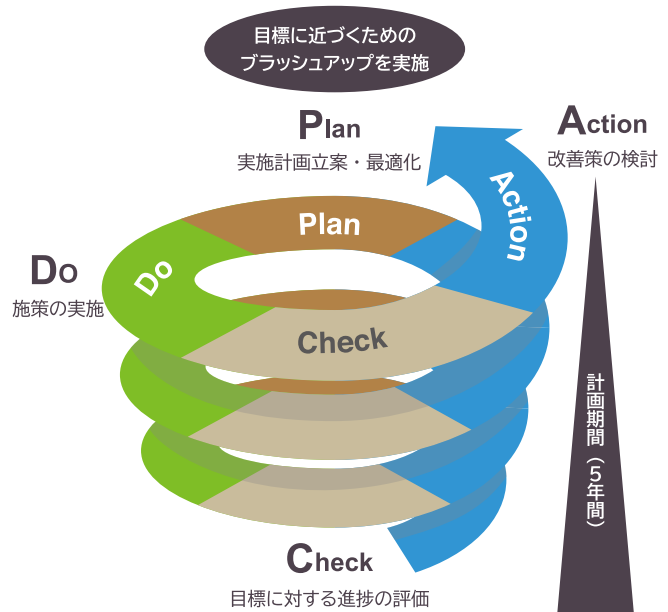
本計画に掲げる「将来像の実現」に向けて、目標（Plan）の確実な達成を図るため、計画的に施策を実行（Do）し、その取組結果について評価・検証（Check）を行います。検証の結果、課題や改善点が認められた場合には、要因分析を踏まえた見直し（Action）を行い、その成果を反映させた新たな取組計画（Plan）を策定します。

この一連の PDCA サイクルを継続的に運用し、取組内容の質と効果を段階的に高めていく「スパイラルアップ」の考え方にに基づき、事業内容の充実と質の向上を図るとともに、着実な推進を図ります。

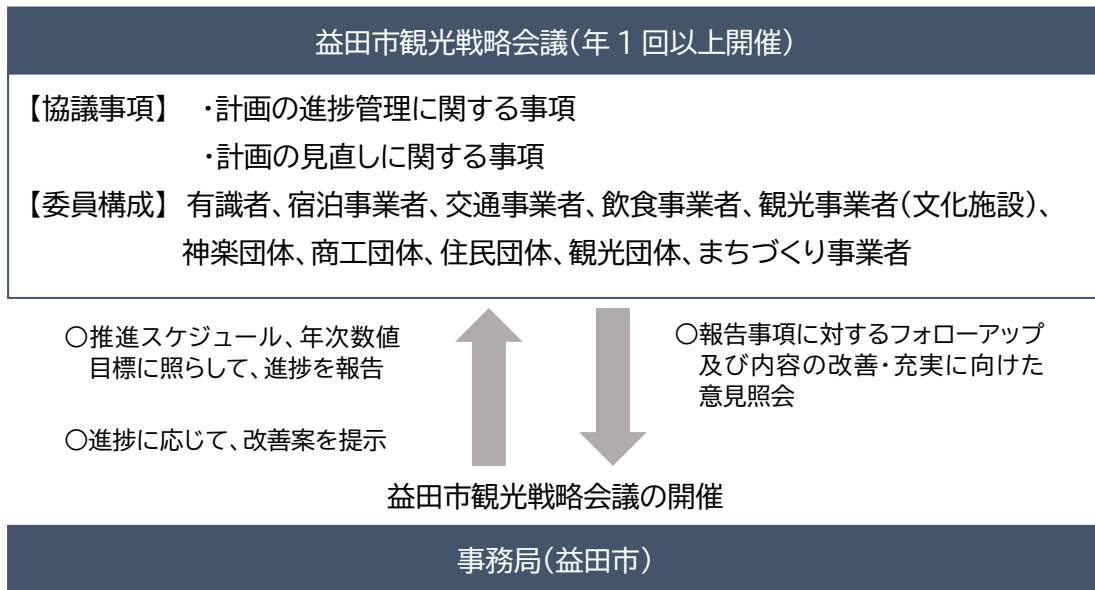
なお、取組結果の評価・検証およびフォローアップについては、「益田市観光戦略会議」において実施するものとし、当該会議は年1回以上開催するものとします。

【参考】JSTS-D:A3 モニタリングと結果の公表

### PDCA によるスパイラルアップのイメージ



### 益田市観光戦略会議の体制イメージ



### 7.3 計画の推進スケジュール

実証事業を通じて効果や課題の検証を行い、継続的な取組となるよう仕組みづくり及び仕掛けづくりに着手します。さらに、これらの仕組みの定着を図り、持続的に機能する段階へと発展させるため、民間事業者や市民との連携・協調のもとで事業を推進していきます。

	No.	施策	推進スケジュール			
			1年目	2-3年目	4-5年目	
住んでよし	1	<b>重点施策</b> シビックプライドの醸成				
		・郷土の魅力の再発見	資源整理			
		・観光インナーブランディングの実施	手法検討	実証事業	仕組み化	
		・守るべき資源の保全・継承	事業の定着			
	2	人材育成				
		・ライフキャリア教育の推進	企画	実証事業	仕組み化	事業の定着
訪れてよし	3	受入環境の整備				
		・散策しやすい雰囲気や環境づくり	企画・準備	事業実施		
		・二次交通や観光ガイドの充実	企画・準備	実証事業	仕組み化	
		・インバウンド誘客に向けた受入基盤の整備	企画・準備	実証事業	仕組み化	
		・閑散期対策	企画・準備	実証事業	仕組み化	
	4	<b>重点施策</b> 観光コンテンツ等の充実と商品化の仕組みづくり				
		・観光コンテンツ等の充実	実証事業	仕組み化	事業の定着	
		・コンテンツ造成時における商品化の仕組みづくり				
	5	交流人口、関係人口の創出				
		・首都圏・関西圏をターゲットとした観光誘客の推進	企画・準備	実証事業	仕組み化	
	・姉妹都市等との都市間交流事業の推進	事業の定着				
	・空港利用促進（民間活動の支援、情報発信）	企画・準備	実証事業	仕組み化		
	・広域観光の推進	事業の定着				
	・関係人口の創出	企画・準備	実証事業	仕組み化		
稼いで回ってよし	6	運営体制・組織づくり				
		・DMO・観光協会・行政の三位一体の観光経営	DMO登録	戦略に基づく事業実施		
		・重複事業の棚卸・最適化		事業実施	仕組み化	
		・広域観光の推進		検討開始	制度導入	
	7	<b>重点施策</b> 戦略的な観光マーケティングの推進				
		・マーケティングデータの収集	実証事業	仕組み化	事業の定着	
		・データ分析に基づくターゲット設定				
		・ターゲットに応じたサービスや商品の提供				
		・ターゲットに応じたプロモーションの展開				
		・マーケティング活動の効果検証と改善				
8	ブランドイメージづくり					
	・統一的なメッセージを用いた観光プロモーション		検討・決定	合意形成・定着		
	・キラーコンテンツの創出の検討	検討・決定	合意形成・プロモーション展開			
9	地域内経済循環の促進					
	・地場産業と観光産業の連携促進	手法検討	実証事業	仕組み化		
	・市内の飲食店等における地元産食材の活用促進	企画・準備	実証事業	仕組み化		



## 資料編

---

● 益田市観光振興計画 策定経緯

時 期	実施内容
令和7年 10月23日(木)	<b>第1回 益田市観光戦略会議</b> 1.市長あいさつ 2.委員紹介・観光戦略会議の概要 3.会長・副会長選出 4.益田市観光振興計画策定について 5.議 事 (1)観光を取り巻く状況 (2)益田市の観光動向 (3)講演：益田の観光課題と必要な戦略 講師：益田版DMO推進アドバイザー 山田 桂一郎 (JTIC.SWISS 代表) (4)意見交換：益田の観光課題とめざす姿、必要な取組について
10月31日(金) ～11月4日(火)	<b>益田市観光ニーズ調査(Web)</b> 対象エリア：①首都圏 300件、②山陽圏 400件、③福岡県 300件 対象者：20～69歳 国内旅行経験者
10月27日(月) ～11月28日(金)	<b>関係者ヒアリング調査</b> 事業所数：15団体
11月11日(火)	<b>観光事業者意見交換会</b> 主なテーマ：A. 益田らしい観光とは B. 益田ならではの観光の魅力や強みとは C. 観光振興に向けた連携のあり方 参加者：一般社団法人ますだプライドクリエーションにおける ワーキンググループメンバー14名
12月25日(木)	<b>第2回 益田市観光戦略会議</b> 1.各種調査結果報告 (1)観光ニーズ調査結果 (2)関係者ヒアリング調査結果 (3)観光事業者意見交換会 2.益田市観光振興計画素案 (1)計画の構成 (2)将来像・基本理念・行動指針 (3)課題の整理 (4)将来像の実現に向けた具体的な施策
令和8年 2月9日(月)	<b>第3回 益田市観光戦略会議</b> 1.益田市観光振興計画(案) (1)益田市における観光の定義について (2)将来像について (3)施策内容・施策の主な役割分担について (4)数値目標、計画の推進体制と進捗管理について
2月25日(水) ～3月18日(水)	<b>パブリックコメント(意見公募)</b>
3月	<b>益田市観光振興計画策定</b>

● 益田市観光戦略会議 委員名簿

委員

分野	氏名	所属先	肩書
有識者	西藤 真一	桃山学院大学	経営学部教授
有識者	恒川 久美	(株)ANA 総合研究所	産業連携部主席研究員
宿泊事業者	洪 昌 督	(株)マスコス	代表取締役社長
交通事業者	藤原 政志	益田地区タクシー共同組合	理事長
飲食事業者	森谷 典子	(有)森谷	代表取締役
観光事業者 (文化施設)	木原 義博	島根県芸術文化センター 「グラントワ」いわみ芸術劇場	館長
神楽団体	藤原 博美	益田市石見神楽神和会	会長
商工団体	城市 和人	益田商工会議所	専務理事
住民団体	田原 修	益田市連合自治会長会	副会長
観光団体	河上 信男	ますだプライドクリエーション ／益田市観光協会	会長
まちづくり 事業者	石橋 留美子	益田市まちづくりコーディネーター	

アドバイザー

氏名	所属先
山田 桂一郎	益田版DMO推進アドバイザー (JTIC.SWISS 代表)

## ● 益田市観光戦略会議規則

益田市規則第 48 号

### 益田市観光戦略会議規則

(趣旨)

第 1 条 この規則は、益田市附属機関設置条例（平成 25 年益田市条例第 13 号）第 3 条の規定に基づき、益田市観光戦略会議（以下「戦略会議」という。）の組織及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

(補欠委員の任期)

第 2 条 委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員の再任)

第 3 条 委員は、再任されることができる。

(役員)

第 4 条 戦略会議に会長及び副会長を置く。

2 会長及び副会長は、委員の互選により定める。

3 会長は、戦略会議を代表し、会務を総理する。

4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第 5 条 戦略会議の会議（以下この条において「会議」という。）は、会長が招集する。ただし、会長及び副会長が在任しないときの会議は、市長が招集する。

2 会長は、会議の議長となる。

3 会議は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

4 会議の議事は、出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

5 戦略会議は、必要があると認めるときは、委員以外の者に会議に出席させ、その説明若しくは意見を聞き、又は資料の提出を求めることができる。

(庶務)

第 6 条 戦略会議の庶務は、産業経済部観光交流課において処理する。

(その他)

第 7 条 この規則に定めるもののほか、戦略会議の運営に関し必要な事項は、会長が会議に諮り別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この規則は、公布の日から施行する。

(益田市集客交流戦略会議規則の廃止)

2 益田市集客交流戦略会議規則（平成 25 年益田市規則第 17 号）は、廃止する。

● 本計画の施策に関連する「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」 指標

本計画書の施策と関連する JSTS-D の指標について、JSTS-D の本文を以下に示します。

カテゴリー (大)	カテゴリー (小)	該 当 ページ	JSTS-D 本文	
SECTION A: Sustainable management A. 持続可能なマ ネジメント	A(a) Management structure and framework マネジメントの 組織と枠組	p.38	A 2 デスティネーション・ マネジメント (観光地経営) の責任	持続可能な観光を推進する責任を担う管 理組織があること
		p.44 p.46	A 3 モニタリングと 結果の公表	観光に起因する環境、経済、社会、文化、 人権に関する課題について定期的に調査 し、一般公表していること
		p.39	A 4 観光による 負荷軽減のための財源	観光による負荷(オーバーツーリズム関 連の課題等) 軽減のための財源が確保さ れていること
	A(b) Stakeholder engagement ステーク ホルダーの参画	p.45	A 6 住民参加と意見聴取	デスティネーションマネジメント(観 光地経営) について行政・民間事業者・地 域住民の三者で構成される体制があるこ と
			A 7 住民意見の調査	観光地経営に関する住民の期待、不安、満 足度などのデータは、定期的に調査され ていること
		p.29 p.31	A 8 観光教育	地域コミュニティ、学校、高等教育機関に おいて、観光の可能性や課題に関する教 育プログラムがあること
		p.45	A 9 旅行者意見の調査	旅行者満足度について、アンケートなど を通じて調査を実施していること
	A(c) Managing pressure and change 負荷と 変化の管理	p.40	A 10 プロモーションと情報	市場調査及びデータに基づく観光地域が 求めるターゲット層の誘致促進策は、地 域コミュニティや自然・文化的資産を尊 重していること
			A 11 旅行者の数と活動の管理	旅行実態(訪問者数、活動内容) を把握し ていること

カテゴリー (大)	カテゴリー (小)	該 当 ページ	JSTS-D 本文	
SECTION B: Socio-economic sustainability B. 社会経済のサ ステナビリティ	B(a) Delivering Local economic benefits 地域経済への貢献	p.40	B 1 観光による経済効果の測定	観光による経済効果の測定をしてい ること
		p.43	B 3 地域事業者の支援と 公正な取引	地域事業者の支援と公正な取引の実現に 取り組んでいること（観光の効果がおよ ぶ地元の職人、農業者等も対象とする）
		p.32	B 8 多様な受入環境整備	外国人旅行者を含む観光客の受入環境整 備を推進していること
SECTION C: Cultural sustainability C. 文化的サステ ナビリティ	C(a) Protecting Cultural heritage 文化遺産の保護	p.31	C 1 文化遺産の保護	歴史的建築物や農漁村、都市の景観など、 観光資源となる文化遺産の保全管理体制 があること
			C 2 有形文化遺産	有形文化遺産（工芸品等）の保護に関する 計画や規制等があること
			C 3 無形文化遺産	無形文化遺産の保護に関する計画や規制 等があること
			C 4 地域住民のアクセス権	地域住民の自然、文化的な場所や公共ス ペースへのアクセスのしやすさについて 調査していること
			C 5 知的財産	地域及び個人の知的財産権を保護する規 則や取組があること
	C(b) Visiting Cultural Sites 文化的場所への訪 問	p.32	C 8 観光資源の解説	観光地において、解説を含む適切な情報 が提供されていること
SECTION D: Environmental sustainability D. 環境のサス テナビリティ	D(a) Conservation of natural heritage 自然遺産の保全	p.31	D 1 自然遺産	自然遺産の保護に関する計画や規制等が あること
			D 2 自然遺産における 旅行者の管理	旅行者の行動を管理する体制があること
			D 3 自然遺産における 旅行者のふるまい	特に配慮が必要とされる場所における旅 行者のふるまいについて、行動規範がリ ストアップされ、旅行者に向けて周知さ れていること
			D 4 生態系の維持	生息・生育地、野生生物、生態系を保護し、 外来種の侵入を防ぐための体制を整えて いること

● 用語解説

1. 基礎概念・戦略	
マーケティング	顧客のニーズを把握し、価値を提供することで、売れる仕組みを作ること。単なる宣伝だけでなく、市場調査、商品企画、価格設定、流通までを含む一連のプロセス。
ブランド	競合他社と自らを区別するための、名称、デザイン、シンボル、またはそれらから連想される「信頼」や「イメージ」の総体。顧客の頭の中に形成される、独自の識別価値。
コンセプト	事業やプロジェクトの貫かれた「一貫した考え方」や「基本理念」。何のために、誰に、どのような価値を提供するのかを定義する、すべての意思決定の軸となるもの。
ターゲット / ターゲティング	市場全体の中から、自らが狙うべき特定の顧客層を設定すること。年齢、性別、居住地だけでなく、ライフスタイルや価値観なども考慮して明確化する。
ポテンシャル	潜在的な能力や可能性。観光地や商品が、現在は十分に活かされていないものの、磨き次第で将来的に大きな価値を生み出す力。
地域のアイデンティティ	その土地が持つ独自の歴史、文化、景観、風土など、他にはない「その地域らしさ」。差別化の源泉であり、ブランディングの核となる要素。
2. ビジネス・運営手法	
マネタイズ	事業から継続的に収益を生み出す仕組みを構築すること。特に公的事業や無料サービスを、持続可能なビジネスモデルへ転換する考え方を指す。
PDCA サイクル	Plan（計画）、Do（実行）、Check（評価）、Act（改善）の4段階を繰り返す管理手法。継続的な品質向上や、事業の精度向上に不可欠なプロセス。
KGI（Key Goal Indicator）	重要目標達成指標。最終的に達成すべき成果目標を数値化したもの。
KPI（Key Performance Indicator）	重要業績評価指標。KGIを達成するために必要な、各プロセスの実施状況を測る指標。
モニタリング	事業の進捗状況や成果を、定期的・継続的に観察・記録すること。
スパイラルアップ	PDCAサイクルを回すことで、螺旋状に質やレベルを高めていくこと。単なる繰り返しではなく、改善を重ねながら次の段階へ発展させることを意味する。
3. 観光・地域振興	
観光地域づくり法人 （DMO）	Destination Management/Marketing Organizationの略。地域の多様な関係者を巻き込み、データに基づいた戦略策定やマーケティングを一体的に担う舵取り役となる組織。
インバウンド	訪日外国人旅行。または、海外から国内へ入ってくる観光需要。地域経済の活性化において重要なターゲット層とされる。
MICE	Meeting（会議）、Incentive Travel（報奨・研修旅行）、Convention（国際会議等）、Exhibition/Event（展示会・イベント）の総称。一般観光に比べて消費額が大きく、経済波及効果が高いとされる。
観光コンテンツ	旅行者がその地を訪れる目的となる魅力的な資源や体験。景観、体験プログラム、食、宿泊施設など、具体的に提供される要素の総称。

<b>3. 観光・地域振興</b>	
<b>キラコンテンツ</b>	数ある観光コンテンツの中でも、圧倒的な集客力や注目度を持ち、それだけで旅行の決定打となるような強力な資源。
<b>FAM ツアー</b>	Familiarization Tour の略。旅行会社、メディア、インフルエンサー等を招き、現地の魅力を体験してもらう招聘・視察型ツアー。商品化や情報発信を促すことを目的とする。
<b>ガーデンツーリズム</b>	庭園や公園、地域の花や緑を主目的として巡る観光形態。地域の景観美を活かし、環境保全と観光を両立させる手法として注目されている。
<b>ゲートウェイ</b>	地域への入口となる拠点。空港、主要駅、道の駅、観光拠点など、旅行者が最初に訪れ、周辺へ分散していくハブ機能を担う場所。
<b>4. 広報・顧客との関係</b>	
<b>プロモーション</b>	製品やサービスの認知度を高め、購買・来訪意欲を促進するための情報発信活動。広告、SNS、イベント、PR 等を含む。
<b>デジタルマーケティング</b>	インターネット、SNS、Web 広告、データ分析などのデジタル技術を活用したマーケティング手法。顧客行動を可視化し、個別最適化したアプローチを可能にする。
<b>リピーター</b>	一度利用・来訪した後に、再度同じ商品や地域を選択する顧客層。獲得コストが比較的安く、経営安定に寄与する重要な存在。
<b>関係人口</b>	移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、特定の地域と継続的に多様に関わる人々。地域づくりの新たな担い手として期待される。
<b>シビックプライド</b>	市民が自分の街に対して抱く「誇り」や「愛着」。単なる郷土愛にとどまらず、街をより良くするために自分たちが関わっているという当事者意識を含む。
<b>インナーブランディング</b>	外部ではなく、地域住民や組織内部に向けて行うブランド浸透活動。理念や価値観を共有し、内側から発信力やサービスの質を高める取組。
<b>5. 社会的価値・持続可能性</b>	
<b>持続可能な開発目標 (SDGs)</b>	2030 年までに持続可能でより良い世界を実現するための国際目標。17 のゴールで構成され、経済・社会・環境の統合的向上を目指す。
<b>サステナビリティ</b>	持続可能性。将来世代のニーズを損なうことなく、現代のニーズを満たすという考え方。観光分野では、自然環境や地域文化の保全と経済活動の両立が前提となる。
<b>ステークホルダー</b>	事業や政策に関わる利害関係者。地域づくりにおいては、住民、事業者、行政、観光客など、その事業に関わるすべての人や組織を指す。
<b>オーバーツーリズム</b>	観光公害。特定の時期や場所に観光客が過度に集中し、住民生活や自然環境、景観に悪影響を及ぼしたり、観光客の満足度が低下したりする現象。
<b>地域内経済循環</b>	地域内で生み出した所得が、外へ流出せず、地域内の消費や投資として再循環する状態。地産地消や地元事業者活用の促進が重要となる。
<b>ライフキャリア教育</b>	職業選択にとどまらず、人生全体の在り方を考える教育。地域との関わりを通じて、自身の将来像を描く力を育む。
<b>自然アクティビティ体験</b>	登山、カヤック、サイクリング等、自然環境を活用した体験型プログラム。自然を単に消費するのではなく、理解を深める機会として提供される。

益田市観光振興計画  
2026 - 2030  
令和8年3月

---

発行：益田市

編集：益田市 産業経済部 観光交流課

住所：〒698-0024

益田市駅前町 17-1（益田駅前ビル EAGA1 階）

TEL：0856-31-0331 FAX：0856-23-4655

URL：<https://www.city.masuda.lg.jp>

---

