観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年 8 月 12 日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･(地域ＤＭＯ)	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人 大田市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 島根県大田市	
所在地	島根県大田市	
設立時期	平成２７年４月１日	
事業年度	４月１日から翌年３月３１日までの１年間	
職員数	３３人【常勤８人（正職員４人・出向等４人）、非常勤２５人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 山下　正一「非常勤」（出身組織名） ㈱山一電設代表取締役	（有）山一電設の代表取締役であり、地域の伝統的なお祭り「天領さん」久手会場の実行委員長を長年務める。大田市観光協会の理事でもあり、この度、前任の谷本に代わって、大田市観光協会代表理事に就任した。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 平田　志織「専従」	営業企画課課長。データ収集・分析等を行い、関係各所に提供している。ＤＭＯの実務を取り仕切る。総合旅行業務取扱管理者の資格を有しており、旅行会社勤務の経験を活かし営業の統括を担っている
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 有邊　保「専従」	（一社）大田市観光協会の総務課長。前職の大手カード会社にて経理・システム部門を中心に幅広い職務経験を有し、持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右	（氏名） 戸島　美佳　「専従」	地域で長年勤務し、この度プロモーション、観光広告を担う。

横に「専従」と記入すること		
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 新　和也「専従」 （出身組織名） 大田市役所派遣職員	大田市の日本遺産を活用した体験造成等を行っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	〈島根県〉 ・観光振興課（マーケティング、受入環境整備、行政間連携、日本遺産事業） ・自然環境課（国立公園満喫プロジェクト関連） ・世界遺産室（世界遺産「石見銀山遺跡」、日本遺産「石見の火山が伝える悠久の歴史」の保全と活用） ・島根県東京事務所、大阪事務所、名古屋情報センター、広島事務所（現地情報提供、情報発信） 〈島根県大田市〉 ・観光振興課（プロモーション、統計調査、受入環境整備、行政間連携） ・産業企画課（特産品開発・販売促進、道の駅の管理運営） ・農林水産課（農林水産物を活用する商品の販売・促進） ・まちづくり定住課（地域公共交通の立案・推進） ・環境政策課 （国立公園「三瓶山」の保全と活用、国立公園満喫プロジェクト） ・石見銀山課（世界遺産「石見銀山遺跡」、日本遺産「石見の火山が伝える悠久の歴史」の保全と活用、天然記念物（小豆原埋没林、琴ヶ浜等）の保全と活用、文化活動の推進）	
連携する事業者名及び役割	＜宿泊、食、商品造成＞ 大田旅館組合、温泉津温泉旅館組合、大田料飲組合 ＜まちづくり、地域素材の商品造成等＞ 国立三瓶青少年交流の家、島根県立三瓶自然館サヒメル、（株）necco（山の駅さんべ運営）、（株）さんべ開発公社（国民宿舎さんべ荘運営）、石見銀山ガイドの会、石見銀山世界遺産センター、特定非営利活動法人石見銀山資料館、（株）石見銀山生活観光研究所（群言堂グループ）、仁摩サンドミュージアム、石見銀山神楽連盟 ＜ふるさと特産品の開発、諸調査等＞ 大田商工会議所、銀の道商工会、ＪＡしまね石見銀山地区本部、 ＪＦしまね大田支所 ＜土産品の販売促進＞ （株）大田ふるさとセンター（ロード銀山）、（株）サクセス山陰（道の駅ごいせ仁摩） ＜アクセス改善＞ ＪＲ西日本山陰支社、石見交通（株） ＜二次交通＞ 石見交通（株）、日本交通（株） ＜情報発信＞ 石見銀山テレビ放送（株）、（株）山陰中央新報社、山陰観光連盟 ＜資金調達等＞ （株）山陰合同銀行、島根中央信用金庫、(株)島根銀行 ＜インバウンド事業＞	

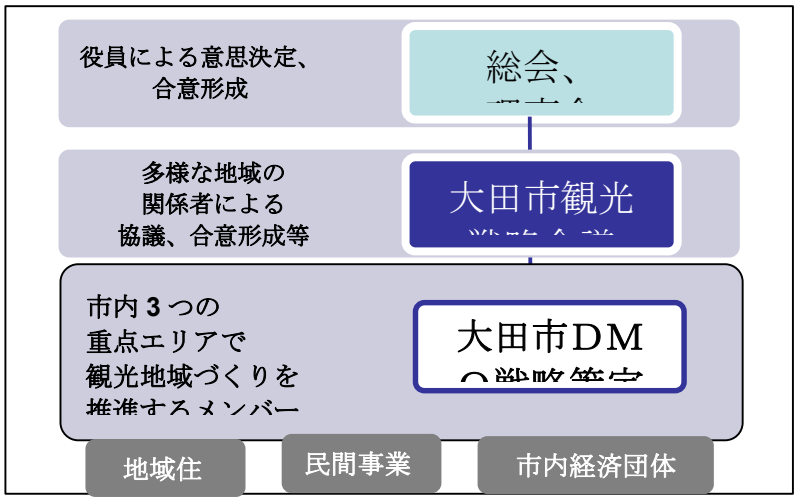
<table>
<tr><td></td><td>山陰インバウンド機構、三瓶山広域ツーリズム振興協議会</td></tr>
<tr><td>官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</td><td>（【該当する登録要件】①②
①
・当協会は域内の多様な事業者を会員とした組織である。各支部の代表からなる理事会と、全会員による総会にて意思決定を行っている。理事会の開催は年4回程度行っており、事業計画、予算案を審議し決定している。
②
・地域の多様な関係団体の代表者等が参加する「大田市観光戦略会議」を設置し、大田市観光協会が主導し連携・合意形成に努める。
具体的な関係団体としては、宿泊施設（大田旅館組合、温泉津温泉旅館組合）、飲食店（大田料飲組合）、商工業（大田商工会議所、銀の道商工会ほか意欲的な事業主、企業等）、農林漁業（ＪＡ石見銀山、ＪＦしまね）、地域住民、交通事業者（ＪＲ西日本、石見交通（株））、意欲的な会員事業者、行政（島根県、市観光振興課長、市産業企画課長など）、有識者・アドバイザー（JW.SWISS 代表/山田桂一郎氏）である。
・大田市観光協会が主導し、令和６年度、外部講師とともに大田市ＤＭＯの体制見直しを進めた。今まであった４つのＷＧ（ワーキンググループ）を一度整理し、戦略策定チーム、受け地づくりチームに分けた。
⇒令和７年度は、戦略策定チームとして、３つの重点エリア（三瓶、大森、温泉津）から地域づくりを担っている中心メンバーとともに、合意形成を図りつつ、大田市ＤＭＯの体制づくりを行う。</td></tr>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td>大田市が発行する冊子「広報おおだ」にて大田市ＤＭＯの認知及び大田市観光への関心を高めることを目的とした折込チラシの配布を行う。
　若年層へのアプローチとして市内小中高等学校の体験授業等（キャリア教育）に講師として積極的に参加するなど観光地域づくりの意識啓発を図り、観光に対する理解を深める。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>・観光情報発信、観光広告業務
（1）大田市観光サイト特集記事、SNS 広告
（2）認知層の増加を目的とした、島根県サイトへの広告
（3）市内観光情報発信の一元化（Google フォーム使用）
（4）市内宿泊、飲食店支援事業
・観光誘客宣伝事業
（1）商談会の参加
（2）山陰道開通の利用と大田市への誘客を目的とした
　チラシの作成と近隣道の駅等への設置
（3）広島開催、「島根ふるさとフェア」での PR</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・大田市 DMO プロモーション業務（市民、民間事業者向け）
(1)住民を対象とした市民向けツアー
(2)観光施設等観光関連事業者を対象とした
「情報発信研修会」

・大田市 DMO インバウンド WG 業務
(1)台湾黄金博物館×石見銀山世界遺産センターとの
姉妹館締結式支援
(2) ＳＮＳ、オンラインでの情報発信</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

観光資源の磨き上げ	・3 重点エリアの民間事業者を中心とした観光資源の磨き上げが進められている。 〇三瓶エリア・・さんべツアーズ https://sanbe-tours.com/ 〇温泉津エリア 「みなとオアシス＃湧くで温泉津」を始めとした、地域の宿泊施設、飲食店舗等による受け地づくりが進められている。 〇大森エリア・・石見銀山みらいコンソーシアムを中心とした観光資源の磨き上げが進んでいる。 https://mirai.iwamiginzan.jp/kankou/

【定量的な評価】

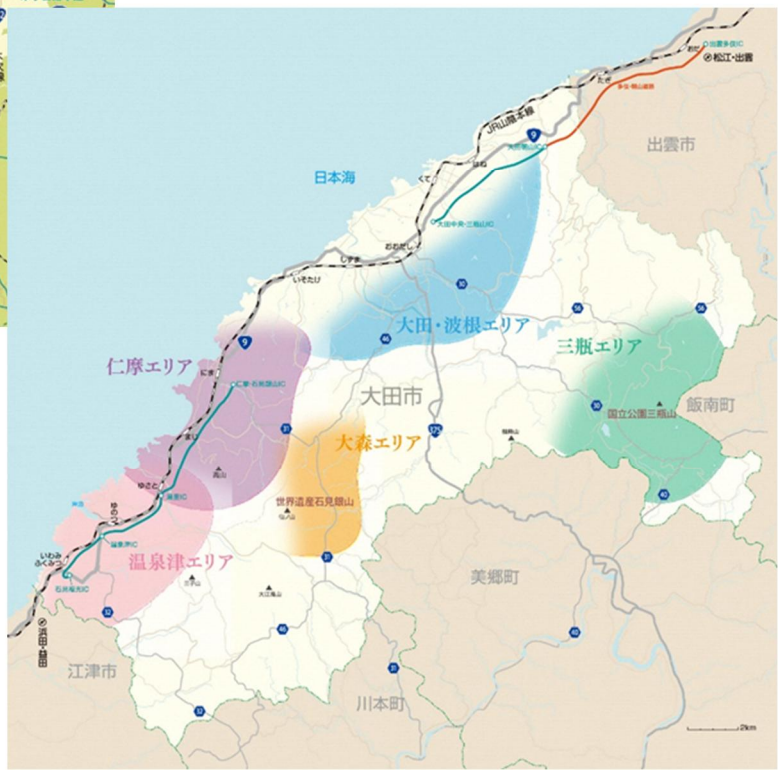
〇会員数（R7 年 6 月 26 日定時総会時）
正会員 167、賛助会員 74、合計 241
〇公式ホームページ
R 4：Web アクセス数　82 万 7 千件
R 5：Web アクセス数　76 万 7 千件
R 6: Web アクセス数　83 万件
〇観光入込客延べ数
R 4：1,126 千人
R 5：1,347 千人
R 6：1,311 千人
〇宿泊客延べ数
R 4：101 千人泊
R 5：109 千人泊
R 6：111 千人泊
〇外国人宿泊客延べ数
R 4：　178 人
R 5：　932 人
R 6：1,755 人
〇観光消費額
R 4：4,690 百万円
R 5：3,759 百万円
R 6：3,870 百万円
〇龍源寺間歩の入込客数
R 4：72,214 人
R 5：82,592 人
R 6：88,039 人
〇住民満足度（R2 より計測）
R4：33%
R5：47%
R6：61%

実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** ＜大田市観光戦略会議＞ 合意形成の場として設置し、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農林漁業者、商工業者、地域住民など多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。 ＜大田市ＤＭＯ戦略策定チーム＞ 市内の３つの重点エリア（大森、三瓶、温泉津）で観光地域づくりを推進するメンバーを戦略策定チームとした。戦略策定、事業企画立案、単年度計画策定、事業検証を行う。また、戦略会議への原案作りを行う。 ＜外部支援組織＞ 必要に応じ、「事業化支援チーム」等の外部支援体制を構築する。 ＜事務局＞ 大田市観光協会が担う。 ＜意思決定＞ 戦略会議で合意形成した事項についての意思決定は、当該ＤＭＯ の「理事会」「総会」において行う。 **【実施体制図】** 

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

＜島根県大田市＞



【区域設定の考え方】

現行大田市の行政区域を対象区域とした計画（協会：「将来ビジョン(H28 年 10 月)」、大田市：「大田市新観光振興計画（H29 年 3 月）」）を

（一社）大田市観光協会と大田市がそれぞれ策定し、今日に至るまで連携しながら諸事業を進めているため。

＜現行大田市とその行政区域に併せた（一社）大田市観光協会が誕生するまでの経過＞

平成 17 年 10 月に旧大田市、温泉津町、仁摩町の 1 市 2 町が合併し、現在の区域を持つ新大田市が誕生した。一方、合併を受け、平成 19 年 5 月には旧大田市、温泉津、仁摩の各観光協会が統合し、大田市観光協会（任意団体）を設立。さらに一層の一体的な観光振興と組織強化を進めるため、一般社団法人として法人登記し、新たなスタートを平成 27 年 4 月 1 日に切った。

【観光客の実態等】

・令和 6 年の大田市の観光入込客延べ数は約 131 万 1 千人。
世界遺産登録年の平成 19 年は約 166 万 3 千人であり、当時の約 7 割～8 割程度となっている。

・近年の観光消費額について、観光消費額単価は、「宿泊・県外客」を除いた区分において R5 比で減少した。「宿泊」では「宿泊・県内客」7,277 円(-56.0%)、「宿泊・県外客」31,972 円(+53.0%)、「日帰り」では「日帰り・県内客」1,461 円(-32.7%)、「日帰り・県外客」3,015 円(-22.6%)であった。観光消費額単価に観光入込客実人数を乗じて推計した令和 6 年の大田市の観光消費額の推計値は約 38.7 億円となり、R5 比で約 1.2 億円増加(+3.2%)した。

観光消費額について、コロナ流行以前(R1)との比較では、観光消費額に占める割合が大きい県外客

において、「宿泊・県外客」は R1 比で約 11.7 億円増加(+85.3%)、「日帰り・県外客」は R1 比で約 5.1 億円増加(+101.6%)となった。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

施　　設：石見銀山世界遺産センター、石見銀山資料館、群言堂、熊谷家、龍源寺間歩、
大久保間歩、三瓶自然館サヒメル、国立三瓶青少年交流の家、仁摩サンドミュージアム
自　　然：国立公園三瓶山、国指定天然記念物（三瓶小豆原埋没林、琴ヶ浜、波根西の珪化木）、
大田市海岸、ハマナスの花（日本海沿岸の自生西限地）
文　　化：世界遺産「石見銀山」、日本遺産「石見神楽」「石見の火山」、ヨズクハデ、石州瓦、
食文化（箱寿司、三瓶そば、一日漁、へか焼き）
スポーツ：三瓶クロスカントリー、石見グランフォンド（サイクリング大会）
イベント：彼岸市（中日つぁん）天領さん（夏祭り）、仁摩ごいせ祭、ゆのつ温泉夏祭り、
時の祭典（仁摩サンドミュージアム）
温　　泉：三瓶温泉、温泉津温泉、湯迫温泉

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

大　田：　4 施設、収容力 270 人
波　根：　2 施設、収容力　55 人
三　瓶：　4 施設、収容力 788 人
温泉津：　21 施設、収容力 282 人
仁　摩：　4 施設、収容力　48 人
大　森：　3 施設、収容力　37 人

【利便性：区域までの交通、域内交通】

飛行機

出雲縁結び空港
東　京（羽田）1 日 5 便（85 分）
静　岡　　1 日 1 便（75 分）
名古屋（小牧）1 日 2 便（60 分）
名古屋（中部）1 日 1 便（60 分）
大　阪（伊丹）1 日 4 便（50 分）
福　岡　　1 日 2 便（70 分）
札幌（新千歳）1 日 1 便（115 分）＜季節便＞

萩・石見空港
東　京（羽田）1 日 2 便（90 分）
大　阪（伊丹）1 日 1 便（60 分）＜季節便＞

鉄道

東京方面
寝台特急サンライズ出雲（12 時間）→　出雲市駅・山陰本線（40 分）→　大田市駅
新幹線（4 時間）→　岡山駅・特急やくも（3 時間）→　出雲市駅・山陰本線（40 分）
→　大田市駅

バス

広島方面
2 時間 40 分　→　石見銀山（大森）（20 分）→　大田市駅
東京方面
11 時間　→　出雲市駅・山陰本線（40 分）→　大田市駅
大阪方面
5 時間 30 分　→　出雲市駅・山陰本線（40 分）→　大田市駅

自家用車
　関西方面（約 4 時間 30 分）
　　中国自動車道→米子自動車道→山陰自動車道→大田市
　広島方面（約 2 時間）
　　広島自動車道→中国自動車道→浜田自動車道→大朝ＩＣ→国道 261 号・県道 31 号→大田市

【外国人観光客への対応】
　・MAP 類作成及び観光協会ホームページ
（石見銀山みてあるきＭＡＰダウンロード：英語・仏語、繁体字対応）
・観光協会内及び観光案内所（JNTO 認定外国人観光案内所カテゴリー１に認定）に英語対応できる職員を配置。

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	観光客の消費動向把握、観光戦略の効果検証のため	「大田市観光動態調査(毎年実施)」による 以下の調査を踏まえ分析・算出 ①観光庁共通基準調査 ②全国観光統計基準による調査 ③市内宿泊施設への行政独自調査 ④観光地点アンケート調査
延べ宿泊者数	観光客の入込動向把握、観光戦略の効果検証のため	大田市による観光施設への毎月の聞き取り調査
来訪者満足度	観光客の満足度動向把握、観光戦略の効果検証のため	「大田市観光動態調査(毎年実施)」による 以下の調査を踏まえ分析・算出 ①観光庁共通基準調査 ②全国観光統計基準による調査 ③市内宿泊施設への行政独自調査 ④観光地点アンケート調査
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	「大田市観光動態調査(毎年実施)」による 以下の調査を踏まえ分析・算出 ①観光庁共通基準調査 ②全国観光統計基準による調査 ③市内宿泊施設への行政独自調査 ④観光地点アンケート調査
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や観光戦略の効果検証のため	大田市観光協会 HP のアクセス状況を分析・算出
住民満足度	地域住民の誇りと愛着の醸成、参画や協力の一つの指標とするため。	大田市観光協会が主催する住民との「意見交換会や市民向けツアー」の際にアンケートや聞き取りで収集する

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

大田市では今後も人口減少の傾向が続くことが予想され、このような状況の中、地域が活力を維持していくためには、雇用の場の確保や地域を担う人材の育成等、本市の定住人口を増やす取組だけでなく、交流人口の拡大による地域活性化に向けた取組が重要である。
交流人口の拡大に大きく貢献する観光産業は幅広い分野に波及効果がある。また、観光振興に向けた取組は地域活性化だけでなく、魅力ある地域づくりにも繋がる。
　世界遺産「石見銀山」や国立公園「三瓶山」、日本遺産「石見の火山」といった世界に誇れる観光資源を商品化し流通させ、滞在型観光に繋げるため官民一体となって観光振興に取り組んでいくこととしている。
　大田市の新観光振興計画の見直しでは、大田市観光の重点エリアとして３つのエリアを中心に観光地域づくりを進める方針を示した。大森、温泉津、大森の観光関連事業者と大田市ＤＭＯ戦略策定チームを構成し、令和６年度においては、外部講師を交え、戦略策定チームとの協議を重ね、大田市観光振興課、大田市 DMO、地域で観光地域づくりを推進するメンバーで活発に意見交換を重ねている。
引き続き、大田市ＤＭＯのあり方や大田市観光の体制の見直しを図る。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・世界遺産「石見銀山」 ・国立公園「三瓶山」 ・日本遺産「石見神楽」「石見の火山」 ・国指定天然記念物 三瓶小豆原埋没林 琴ヶ浜 ・三瓶山周辺の星空 （環境省 H24 全国星空継続観測で “夜空の暗さ”が日本１位） ・温泉津温泉、三瓶温泉等、特色ある温泉 ・世界一の砂時計 ・日本海の豊富な魚介類（一日漁） ・希少な在来種の三瓶そば ・石見神楽 ・道の駅ごいせ仁摩の開業（2022 年１月） ・大田の大あなご ・温泉津、大森への移住者の増加、温泉津温泉街の飲食店舗の増加 ・三瓶エリアで旅行業を取得した事業者による旅行商品造成の開始 （さんべツアーズ）	弱み（Weaknesses） ・日帰り客が８割と多い （短期滞在型、通過型観光地） ・龍源寺間歩までの移動手段に時間と体力を要す ・観光商品が乏しい ・土産物が少ない ・食の魅力発信不足 ・観光客は県東部に集中する ・冬期の入込みが減少 ・旅行形態の変化に対応できていない （個人客の体験型への移行） ・観光施設の老朽化 ・交通アクセスが悪い （高速交通体系、二次交通） ・外国人受け入れ環境が不十分 （Wi-Fi、外国語表記） ・観光地としての認知度の低さ ・情報発信力の弱さ ・観光に係る人材の不足 ・関係機関同士の協力・連携の不足 ・旅行者にとってのワンストップ体制ができていない ・夜のアクティビティが少ない

	機会（Opportunity）	脅威（Threat）
外部環境	・国県による観光立国に向けた取り組み ・山陰道の全線開通による出雲部からの所要時間の短縮 ・車で 45 分の出雲大社に参拝者 800 万人 ・観光庁が認定する広域周遊観光ルート「縁の道～山陰～」上に大田市はあり、「石見銀山」は広域観光拠点エリアとなっている ・2027 年、石見銀山発見 500 年、世界遺産登録 20 周年を迎える	・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・地域間競争の激化 ・人口減少、労働力人口の減少、少子高齢化 ・地域の衰退 ・国内旅行市場の縮小 ・世界遺産登録効果の薄れ ・地球温暖化による天候不順（台風、酷暑、豪雨など） ・地震の多発

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層
①居住地
関東圏（東京中心）、近畿圏（特に神戸）、中国地方（車で行ける範囲、片道 4 時間以内）
②キャラクター
30 代女子。姉御的性格で、頑張り屋さん。学生時代にはホームステイ、海外旅行、部活動で中心的な働きをするなど、アクティブな活動をしていた。現在もアクティブな活動ぶりは変わらない。オンオフ問わず、自ら企画して友達、家族と食事会をしたり、遊びに行ったりしている。関心のあることには、お金を惜しまない。モノよりも経験こそ宝だと思っている。最近は歴史的なことや文化的なことにも関心がある。 ただ、人に囲まれているとつい頑張りすぎてしまい、たまには 1 人になりたいとも考えている。自分はこれからどうしたいのか、自分自身を見つめる時間も作りたい。いつのまにか姉御といわれているけど、本当は、子供の頃、おじいちゃん、おばあちゃんに甘えていた時の安らぎを感じたい。パワーを与えるだけでなく自分にもパワーを養う時間と場所があったなら、そんなことも時々考えている。

〇選定の理由
①他地域との比較において、関東圏、関西圏、中国地方からの来訪者が多く、市場としても大きいため。
②当市の動態調査によると、来訪者の世代は各世代とも平均的なことから、山、海、歴史文化などの多様性のある当市の訴求先として、本物志向、健康志向を好み、アクティブな活動を求める 30 代女子とした。
③リピーターとして再来訪を目指し、更に友人、家族との来訪を促すため若い世代とした。
〇取組方針
大田市の観光ブランドイメージに共感する層に対して、リピーターになってもらえるような旅行商品の造成と検証を行っていく。

〇第２ターゲット層
①居住地
台湾、香港、中国、米国、フランス、韓国
②キャラクター
旅慣れた、新しい発見を求める日本の心を探求するリピーター。特に日本の文化やアウトドアに関心の高い 20 代から 50 代。FIT 層。

〇選定の理由
①大田市のインバウンド来訪客の上位を占めている。台湾を中心とした中華圏、欧米を主な対象とすることは、（一社）山陰インバウンド機構や島根県の戦略に合致しており、効果的なインバウンド対策を進めることが期待できる。
②フランスについては、コロナ前、これまでに来訪があったフランス人からの聞き取りで、世界遺産石見銀山地内は「観光地化されていない、落ち着いた雰囲気がいい」「歴史・文化が色濃く残っていてすばらしい」「寺院、遺跡の佇まいがいい」等、フランス人には高評価をいただいている。
③台湾は、石見銀山の鉱山技術者がかつて台湾で活躍した歴史的背景から、台湾の黄金博物館と石見銀山の石見銀山世界遺産センターで施設間の交流が活発になっている。そのため、主なターゲットとなる。
〇取組方針
来訪者の国・地域は主に、欧米、台湾。ターゲットは、国内、海外観光客共通で、大田市の観光ブランドイメージ、歴史、自然、暮らしに共感する趣味趣向を持つ層に対して、“刺さる高付加価値化商品の造成、サービスの提供”を目指す。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「自然に宿る力とともに」～永遠の中の一瞬に気づく旅～
②コンセプトの考え方	・大田市の観光資源の【事実】を踏まえ、そこから当市観光の基底となる特性【大田市ブランドの源泉】を見出した。 ・その上で当市の観光動態調査のデータを踏まえるとともに、将来的な観光の在り方を加味しながらメインとなる【ターゲット】を設定した。 ・そのターゲットに対して当市の地域特性をもって【どんなことが出来るのか？】【どんな気持ちを引き起こさせるのか？】【その結果、どんなことがもたらされるのか？】を考え、それらを総合的に表現するブランドコンセプトとして標記①のコンセプトを創出した。 【事実】 世界的に希少性のある自然（世界遺産石見銀山遺跡、三瓶小豆原埋没林公園、仁摩サンドミュージアム内『世界一大きい砂時計』など）とそれを守り活かす生活文化がある。 【大田市のブランドの源泉】 自然の産物や営みを畏敬し、ありのままを受け入れ、そこに宿る力を大切に活かし続ける生き方 【ブランド・ステイトメント】 大田市は、いにしえより自然の産物や営みを畏敬し、ありのままを受け入れ、そこに宿る力を大切に活かし続ける暮らしに触れることができる場所です。 ここにきたら、日常の時を一旦止めてみませんか。そう、肩の力を抜いて、飾ることもひと休みしましょう。 そして、ふたたび日常に戻るとき、あなたは、あなたらしく、自分の時間を動かし始めることでしょう。 まるで、砂時計の砂が、穏やかに木綿の糸を紡いでいくかのように。 ここは、あなたが、自然体の自分になれる場所なのだから。 【ターゲット】

	30 代・40 代の女性。パワーを与えるだけでなく、自分にもパワーを養う時間と場所を求めている人たち。 【どんなことが出来るのか？】 多種多様な資源に恵まれている。自然、文化的空間で十人十色の時間が過ごせる。 【どんな気持ちを引き起こさせるのか？】 人の温かさ、素朴さ、なつかしさ（郷愁）に触れることができる。自然の力、たくましさ、神秘を感じられる。 【その結果、どんなことがもたらされるのか？】 自然体の自分になれる。素直な感情表現ができる。自分らしさを取り戻す。

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	「大田市観光戦略会議」を中心に、地域の関連事業者を集めた合意形成の場を年 3 回程度設けるとともに、関連事業者に対し適切な情報提供と共有を図る。半年に１度は事業検証の機会とし、事業効果を上げていく場としている。また、年に１度は有識者を会議に招聘し、専門的な知見からアドバイスをいただく。 令和 6 年において、「大田市ＤＭＯ戦略策定チーム会議」を計 8 回開催し、外部講師である山田桂一郎氏同席のもと今後の大田市ＤＭＯの体制について協議を行った。今後はＤＭＯガイドライン改定も考慮した大田市ＤＭＯの体制を整えていく。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	来訪者の満足度を上げ、リピーターへ繋ぐことを目指し、事業者を対象とした研修会を実施する。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	大田市観光協会のホームページに一元化を進め、掲載する情報を整理す るなど観光客にとってより便利なものになるようＤＭＯが中心となって 調整を行う。また、当協会による従来の情報発信、ＳＮＳを利用した 効果的なプロモーションを引き続き実施していく。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	5,700	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	4,690	3,759	3,870			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	183	146	146	146	146	146
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	101	109	111			
		(0.17)	(0.93)	(1.75)			
●来訪者満足度（%）【日帰り】	目標	98	70	70	70	70	70
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	54.3	48.7	49.1			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●来訪者満足度（%）【宿泊】	目標	98	76	76	76	76	76
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	72.4	69.2	59.9			
●リピーター率（%）【日帰り】	目標	52.0	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	65.3	59.3	53.0			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●リピーター率（%）【宿泊】	目標	55.0	55.0	55.0	55.0	55.0	55.0
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	50.5	60.0	54.0			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

大田市（行政）において、長年にわたり観光客へのアンケート調査と各観光施設・旅館・ホテル・民宿からの報告等を踏まえ、データ収集・分析を行っている。
市内の優れた観光資源を活かし、より多くの観光客に訪れてもらうためには、どういった人が・どこから・どのような目的で・どのコースで来訪しているのかを調査し、経年変化を把握することが引き続き必要となる。なお、これらの目標数値と実績数値は、「大田市新観光振興計画改定版（R4年度策定）」と同数である。

【設定にあたっての考え方】

●観光消費額
観光客一人当たりの観光消費額単価に観光入込客実人数を乗じて算出した額。アンケートにより観光客１人の１回の旅行における市内での観光消費額（交通費、宿泊費、土産代、飲食費、入場料等）を採取している。各年次の観光入込客延べ数や宿泊客延べ数の目標数値と連動して設定している。
●宿泊客延べ数
アンケート調査と市内宿泊施設からの報告により取りまとめた、1日単位でみた宿泊客　（1人2泊3日の場合2人泊）の人数。各年次の観光入込客延べ数や観光消費額の目標数値と連動して設定している。
●来訪者満足度
観光客のアンケート調査により算出。調査内容に、滞在時間、景観や雰囲気、人々の対応、再訪希望、改善して欲しい事項などを盛り込むことで大田市の印象をより詳細に把握することができる。
●リピーター率
観光客からのアンケート調査により算出。観光客誘致の基礎数値として活用している。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●観光入込客延べ数（千人）	目標	1,624	1,624	1,624	1,624	1,624	1,624
		(6.3)	(6.3)	(6.3)	(6.3)	(6.3)	(6.3)
	実績	1,126	1,347	1,311			
		(1.2)	(3.6)	(4.4)			
●Web アクセス数　（件）	目標	390,378	993,138	1,191,765	1,430,118	1,716,141	2,059,369
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	827,615	767,444	830,525			
		（　）	（　）	（　）			
●石見銀山龍源寺間歩（観光坑道）入込数（人）	目標	110,000	110,000	110,000	110,000	110,000	110,000
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	72,214	82,592	88,039			
		（　）	（　）	（　）			
●住民満足度（%）	目標	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0
		（　）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	33.0	47.0	61.0			
		（　）	（　）	（　）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

R4 年度市の観光振興計画の見直しが図られたことから、市の目標数値と整合性を図った。

【設定にあたっての考え方】

●観光入込客延べ数

年々減少の歯止めがかからない状況の中、2022 年以降の目標については、世界遺産登録 10 周年の年の観光入込客延べ数 132 万人に対し 13.5%増を目標数値と設定した。

●Web アクセス数

近年の増加率から、R5 年以降、年＋20%増加とした。

●龍源寺間歩（観光坑道）の入込客数

石見銀山において最も代表的な観光施設の入込客数把握は、観光入込客延べ数の動向を知る上での基礎データとして有効。世界遺産登録 10 周年事業を行った平成 29 年の入込客数は 105,723 人であり、この実績を最低限、維持させることを目標として設定した。

●住民満足度

観光地域づくり法人から地域住民に対し、観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進を促すことで地域住民の自らの地域への誇りと愛着を醸成し、観光地域づくりへ参画や協力をしてもらう必要がある。住民満足度を誇りと愛着の醸成、参画や協力の一つの指標とするため設定した。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	77,298,961（円）	【県市からの補助金】 25,280,212 【市からの委託金】 32,272,027 【会費収入】 2,249,000 【販売事業収入】 15,975,206 【その他収入】 441,335（円）
2023（Ｒ５）年度	74,980,815（円）	【県市からの補助金】 27,008,948 【市からの委託金】 25,552,828 【会費収入】 2,137,000 【販売事業収入】 19,353,365 【その他収入】 928,674（円）
2024（Ｒ６）年度	75,156,337（円）	【県市からの補助金】 29,191,614 【市からの委託金】 22,699,681 【会費収入】 2,407,000 【販売事業収入】 18,930,998 【その他収入】 1,927,044（円）

2025（Ｒ７） 年度	77,685,000（円）	【県市からの補助金】 27,880,000 【市からの委託金】 25,423,000 【会費収入】 2,458,000 【販売事業収入】 20,923,000 【その他収入】 1,001,000（円）
2026（Ｒ８） 年度	77,685,000（円）	【県市からの補助金】 27,880,000 【市からの委託金】 25,423,000 【会費収入】 2,458,000 【販売事業収入】 20,923,000 【その他収入】 1,001,000（円）
2027（Ｒ９） 年度	77,685,000（円）	【県市からの補助金】 27,880,000 【市からの委託金】 25,423,000 【会費収入】 2,458,000 【販売事業収入】 20,923,000 【その他収入】 1,001,000（円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	71, 640,978（円）	【県市補助事業】 25,347,334 【市受託事業】 28,339,106 【販売事業】 8,181,482 【事務局費（管理費）】 9,773,056（円）
2023（Ｒ５） 年度	73,228,988（円）	【県市補助事業】 27,118,327 【市受託事業】 23,311,912 【販売事業】 9,000,470 【事務局費（管理費）】 13,798,279（円）
2024（Ｒ６） 年度	74,604,147（円）	【県市補助事業】 29,478,350 【市受託事業】 22,641,113 【販売事業】 9,318,862 【事務局費（管理費）】 13,165,822（円）
2025（Ｒ７） 年度	77,685,000（円）	【県市補助事業】 25,132,000 【市受託事業】 24,432,000 【販売事業】 11,257,000 【事務局費（管理費）】 16,864,000（円）
2026（Ｒ８） 年度	77,685,000（円）	【県市補助事業】 25,132,000 【市受託事業】 24,432,000 【販売事業】 11,257,000 【事務局費（管理費）】 16,864,000（円）
2027（Ｒ９） 年度	77,685,000（円）	【県市補助事業】 25,132,000 【市受託事業】 24,432,000 【販売事業】 11,257,000 【事務局費（管理費）】 16,864,000（円）

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

・物販事業の拡大（売店事業、レンタル事業）
・国、県、市等からの補助金の増額（新たな財源の確保検討）
・会費収入の拡大
・御城印等の自社製品の販売による収益確保

・宿泊税の導入要望（宿泊税導入等検討委員会を設置し、目的、使途、税率等の要望事項について地域関係者と協議中）

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

島根県と大田市は、一般社団法人大田市観光協会を当市における地域ＤＭＯとして連携を密にし、観光による地域振興を推進します。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

エリアが重複する、候補/地域連携ＤＭＯ/（一社）江の川・さくらライン観光推進機構と情報交換を行う。

【区域が重複する背景】

・（一社）江の川・さくらライン観光推進機構の設定する対象区域に大田市が含まれている理由は、対象エリアの端に位置する大田市の入込客数の母数が大きいことから、ここでの宿泊客数を伸ばし、江の川区域へのエリア誘導を図ることを狙いとしているためである。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

・それぞれの DMO で掲げるターゲットや観光地域づくりのコンセプトは異なっており、市内の同じ観光資源を用いて、異なるターゲットに向けた体験プランの造成が見込める。地域連携 DMO では、アクティブに旅をするシニア層、30 代～50 代のソロ、アドベンチャーツーリストがターゲットとなっている。地域連携 DMO では、“アクティブ”をキーワードにした旅行商品造成を想定する。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

・対象区域が“広島から石見銀山へのルート（車）”と重なることから、地域連携 DMO での取り組みにより、広島からの誘客という課題に対し、効率的、効果的な活動となることが期待できる。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	平田志織
担当部署名（役職）	（一社）大田市観光協会営業企画課　課長
郵便番号	699-2303
所在地	島根県大田市仁摩町大国 42 番地 1

電話番号（直通）	0854-88-9950
ＦＡＸ番号	0854-88-9960
Ｅ－ｍａｉｌ	hirata002@g.visit-ohda.or.jp

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	島根県
担当者氏名	横田 智昭
担当部署名（役職）	島根県商工労働部観光振興課（係長）
郵便番号	690-8501
所在地	島根県松江市殿町１
電話番号（直通）	0852-22-6323
ＦＡＸ番号	0852-22-5580
Ｅ－ｍａｉｌ	yokota-chiaki@pref.shimane.lg.jp

都道府県･市町村名	島根県大田市
担当者氏名	寺岡　宏二
担当部署名（役職）	大田市産業振興部観光振興課（課長補佐）
郵便番号	694-0064
所在地	島根県大田市大田町大田口 1111
電話番号（直通）	0854-83-8192
ＦＡＸ番号	0854-82-9150
Ｅ－ｍａｉｌ	o-kankou@city.oda.lg.jp

（登録）【地域DMO】 大田市DMO

様式2

記入日： 令和7年8月21日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
島根県大田市
【設立時期】 平成27年4月1日
【設立経緯】
区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 山下　正一
【マーケティング責任者（CMO）】 平田　志織
【財務責任者（CFO）】 有邊　保
【職員数】 33人（常勤8人（正職員4人・出向等4人）、非常勤25人）
【主な収入】
販売事業　19百万円、委託事業　26百万円、県市補助金29百万円
（令和6年度決算）
【総支出】
事業費　61百万円、一般管理費　13百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
大田旅館組合、温泉津温泉旅館組合、大田料飲組合
大田商工会議所、銀の道商工会、石見銀山神楽連盟

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	5,700（　）	5,000（　）	5,000（　）	5,000（　）	5,000（　）	5,000（　）
	実績	4,690（　）	3,759（　）	3,870（　）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	183（　）	146（　）	146（　）	146（　）	146（　）	146（　）
	実績	101（0.17）	109（0.93）	111（1.75）	—	—	—
来訪者満足度宿泊(%)	目標	98.0（　）	76.0（　）	76.0（　）	76.0（　）	76.0（　）	76.0（　）
	実績	72.4（　）	69.2（　）	59.9（　）	—	—	—
リピーター率宿泊(%)	目標	55.0（　）	55.0（　）	55.0（　）	55.0（　）	55.0（　）	55.0（　）
	実績	50.5（　）	60.0（　）	54.0（　）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①関東圏（東京中心）、近畿圏（神戸）、
中国地方の車で行ける範囲（片道 4時間以内）
②台湾、香港、中国、米国、フランス、韓国
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
火山の歴史が育んだ観光資源として、世界遺産「石見銀山」、国立公園「三瓶山」、日本遺産「石見の火山」等素材×ガイド×体験×食を掛け合わせ、旅行商品造成、ITを活用し誘客する。
【観光地域づくりのコンセプト】
「自然に宿る力とともに
永遠の中の一瞬に気づく旅」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・日本語の体験プランを英語対応へブラッシュアップし、実施した。

【受入環境整備】
・インバウンド業務
・観光案内・おもてなし業務
・おもてなしセミナー、
情報発信力向上セミナーの実施

【情報発信・プロモーション】
・SNS広告
・県サイト広告出稿業務
・観光情報説明会等誘客業務

【その他】
・地元学生の体験学習受入