

隠岐諸島における今後の観光振興の 中長期ビジョン

令和2年3月

隠岐観光協会

はしがき

本書は、隠岐諸島における今後の観光振興策を検討する観点から、今年度、隠岐観光協会、隠岐郡4町村役場・観光協会・商工会及び関係する各支援機関、民間事業者等により構成される「隠岐諸島における今後の観光振興のあり方に関する検討委員会」において、島内事業者へのアンケートやヒアリング、意見交換会等をもとに、隠岐諸島の観光が目指す姿（将来像）、数値目標、取り組みの方向性などについて検討を行い、中長期ビジョンとしてとりまとめたものである。

他方、観光に対する市場のニーズや事業者の意向は刻々と変化していくものであり、また、今後の社会・経済環境の変化等も見込まれる。したがって、本書の内容は、あくまでも一つの出発点であり、今後の取り組みを実際に進めていく中で、フォローアップを行いながら、より実効性を高めていくべく、適宜かつ継続的に必要な見直しや改善を行っていく。

なお、隠岐諸島における観光の実態と課題、これまでの観光振興策の評価・検証等については、「平成30年度 隠岐諸島における今後の観光振興のあり方に関する検討（調査・分析）報告書」（平成31年3月・島根県隠岐支庁県民局）を参照されたい。

令和2年3月

隠岐観光協会 会長 池田 高世偉

目次

第1章 ビジョン策定の経緯	- 1 -
1) ビジョン策定の背景と目的	- 1 -
2) ビジョンの位置づけ	- 1 -
3) 目標年次	- 2 -
第2章 隠岐諸島観光の目指す姿	- 3 -
1) 隠岐諸島における観光振興の意義	- 3 -
2) 目指すべき将来像と基本戦略	- 4 -
第3章 推進施策	- 7 -
I マーケティングの充実	- 7 -
II 島内消費の拡大	- 8 -
III 島内経済循環の向上	- 9 -
IV 安定した経営基盤の確立	- 9 -
第4章 推進体制・仕組みづくり	- 11 -
1) 隠岐諸島における観光地域づくり	- 11 -
2) 人材育成	- 18 -
第5章 目標達成に向けてのロードマップ	- 19 -
1) 推進施策の役割分担と実施スケジュール	- 19 -
2) 推進体制・仕組みづくりの実施スケジュール	- 20 -
資料編	- 23 -

第1章 ビジョン策定の経緯

1) ビジョン策定の背景と目的

【背景】

人口減少社会を迎え、将来の国内需要や経済の縮小が懸念されるなか、国は、平成28年（2016年）3月に、「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、観光を成長戦略と地方創生の大きな柱として位置付けるとともに、「観光先進国」の実現を目指して、官民一体となった取り組みをはじめています。

隠岐諸島全体では、少子高齢化や若者の島外流出などにより、生産年齢人口が著しく減少し、地域経済の負のスパイラルが進む中、持続可能な地域社会の構築（島づくり）が課題となっています。

また、観光産業においても、観光客の減少、担い手や後継者の不足、宿泊施設の撤退や廃業、客単価の減少、インバウンドの伸び悩みが問題となっていますが、その要因として、隠岐諸島内での連携不足により、関係機関における業務や役割分担のダブリやモレが散見されることや、「隠岐ユネスコ世界ジオパーク」の観光資源を誘客コンテンツとして十分に活用できていないことなどが指摘されています。

人口減少による地域内消費の減少に加え、外貨を稼げる観光産業の衰退は地域に大きな影響を及ぼすものであり、隠岐諸島においては、こうした極めて厳しい状況にある観光産業の立て直しが急務となっています。

【目的】

このような背景をふまえ、観光振興に携わる関係者（事業者、観光協会、自治体、その他関係機関等）が危機感や意識を共有し、目指すべき将来像や効果的な戦略を立て、隠岐諸島全体が一丸となって取り組む体制づくりを行うため、隠岐諸島における今後の観光振興の中長期的なビジョンを策定します。

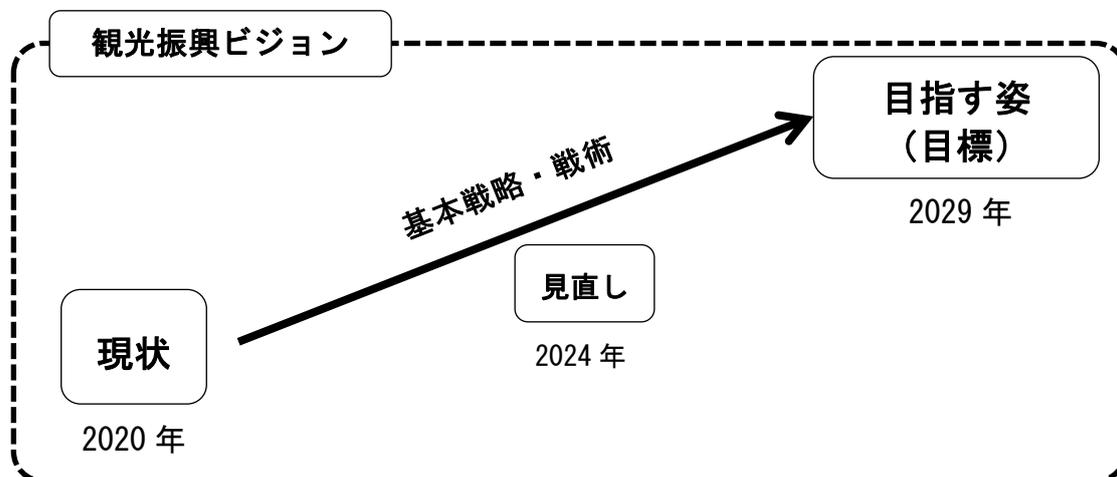
2) ビジョンの位置づけ

このビジョンは、隠岐諸島における観光振興を推進するため、今後の隠岐諸島観光の目指す姿、取組の方向性や内容、目標を示し、関係機関や島民などが共有するバイブルとします。

また、隠岐諸島4町村（海士町・西ノ島町・知夫村・隠岐の島町）の総合振興計画や総合戦略、各施策等との整合性を図りながら、今後の観光振興における新たな視点に立って策定するものとします。

3) 目標年次

観光に対する市場のニーズや事業者の意向は日々変化しており、また、今後の社会・経済環境の変化等も見込まれます。今回策定するビジョンは、長期的な視点を持ちつつ、中期的な取組の指針とするため、概ね10年後（2020年⇒2029年）を目標年次とします。また、5年後を目安に見直します。



第2章 隠岐諸島観光の目指す姿

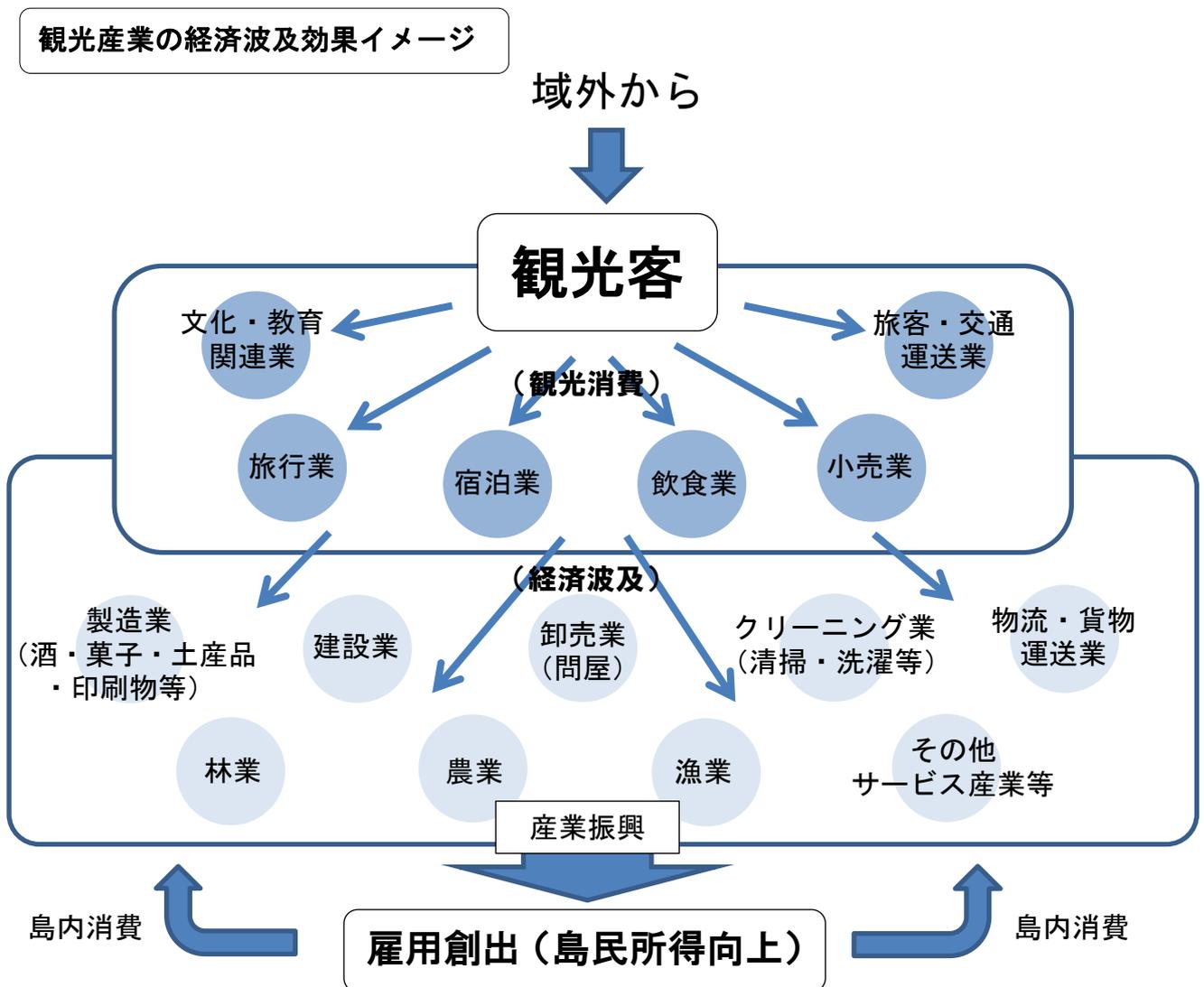
1) 隠岐諸島における観光振興の意義

何のために観光振興をやるのか？

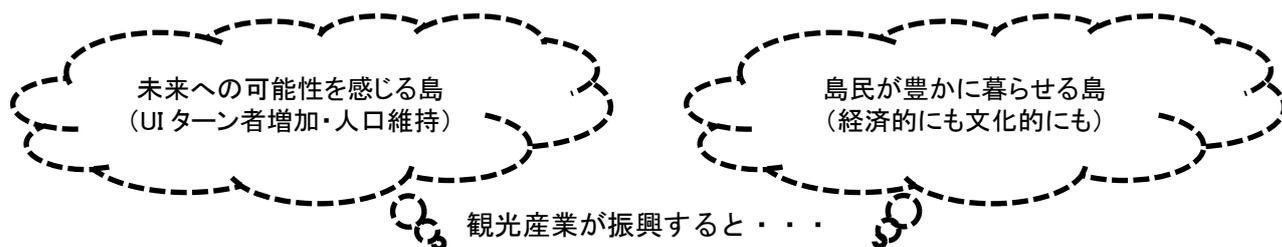
観光は、地域の外から「人」と「財」をもたらす観光客を呼び込み、観光客1人1人の消費を拡大させ、地域全体に循環させる仕組みを構築することで、地域経済の活性化（＝持続可能な地域社会の構築）に結び付けることができる、極めて重要な**戦略産業**です。

隠岐諸島は、少子高齢化や若者の島外流出などにより、生産年齢人口の減少が著しく進行し、このままでは持続可能な島での暮らしが危ぶまれる状況です。

隠岐諸島において、外貨獲得や雇用促進に寄与し、他の産業への波及効果も高い、**観光産業の振興・継承は重要な施策**の一つです。



2) 目指すべき将来像と基本戦略



隠岐ユネスコ世界ジオパークの恵まれた地域資源^(*)を活かした観光産業の振興により地域及び経済が持続的に発展していく島

* 自然、歴史、文化、特産物、人材、島民の暮らしなど、隠岐の強みの総称＝「島の宝」

【総括目標値】(注1)
観光目的の延べ宿泊客数／年間 68,000 人泊 [2018 年] ⇒ 95,000 人泊 [2029 年]

世界中から人が訪れる島 (交流・関係人口の増大)	のんびり、ゆっくりできる島 (滞在日数の延長)	何度も訪れたいくなる島 (リピーター・ファンの増大)
【個別目標値】 ●推定観光客数／年間 (うち外国人入込客数) ≪日帰り観光客を含む≫ [2018 年] [2029 年] 53,000 人 → 55,000 人 (500 人) (5,500 人)	【個別目標値】 ●平均宿泊数 (観光目的) ≪日帰り観光客を除く≫ [2018 年] [2029 年] 1.5 泊 → 2.0 泊	【個別目標値】 ●リピーター (※) の割合 ※2 年以内に再来島する観光客 [2018 年] [2029 年] 3.7% → 20%
【取り組みの方向性】 日本人口の減少や高齢化に伴う国内旅行の需要減少予測の下、訪日外国人観光客の誘致促進	【取り組みの方向性】 滞在日数を延ばすことで、島内消費額を増大	【取り組みの方向性】 定期的に訪れるリピーター、ファンを増やし、安定した消費を確保

I. マーケティングの充実 ・マーケティングの体制づくり ・新たなマーケティング手法の導入 ・効果的なプロモーション (広報・宣伝)	II. 島内消費の拡大 ・誘客の維持・促進 (入込客数) ・質の向上 (客単価の向上)
III. 島内経済循環の向上 ・観光関連事業における島内調達率の向上 (食材・人材・資材など)	IV. 安定した経営基盤の確立 ・設備投資に対する支援 ・人手不足対策

推進体制・仕組みづくり
(役割分担・人材育成等)

(注1) 将来的な総括目標値は、2021 年度を目途に、観光客がもたらす経済効果を示す「観光消費額」とするが、現時点では算定に必要なデータが集積されてないことから、当面は観光消費額に大きく影響する「延べ宿泊客数」とする。

①目指すべき将来像

隠岐の各島（町村）は、人口減少などにより、地域活力が低下しつつある中、島民が豊かに暮らすことができ、未来の可能性を感じ、若者の定住が促進され、持続可能な島になるためには、産業の活性化（稼ぐ力）や働き場の確保が必要不可欠です。

観光は、その経済波及効果や雇用創出が期待できる戦略的な産業の一つであり、隠岐ユネスコ世界ジオパークの恵まれた地域資源^(*)を活かした観光産業の振興により地域及び経済が持続的に発展していく島を目指します。

そのためには、まずは地域に収入をもたらす、隠岐諸島を訪れ、滞在する観光客を増やしていくことが必要であり、以下の3つの目指すべき将来像を設定し、観光産業の振興に取り組むものとします。

また、この隠岐諸島の目指すべき姿を実現するための指標（総括目標値）として、年間の観光目的の延べ宿泊客数を設定するほか、3つの将来像にも個別目標値をそれぞれ設定します。

* 自然、歴史、文化、特産物、人材、島民の暮らしなど、隠岐の強みの総称＝「島の宝」

世界中から人が訪れる島（交流、関係人口を増やす）

国内人口の減少や高齢化の進展により、将来的に国内旅行需要の減少が予測される中、主に訪日外国人観光客（インバウンド）の誘致促進等に取り組むとともに、国内の潜在需要を掘り起こすことにより、入込観光客数を維持（微増）します。

隠岐諸島は、ユネスコ世界ジオパークの恵まれた地域資源を持ち、世界中から人を惹きつける魅力を持った地域です。外国人入込客数（2018年）は約500人で、増加傾向にあります。日本全体でも外国人観光客は年々増加しており、隠岐でも誘客促進に取り組むことで、2029年には5,500人を受け入れることを目指します。

のんびり、ゆっくりできる島（滞在日数を延ばす）

入込観光客数を維持（微増）する一方、滞在日数を延ばすことで、島内消費を増やします。

隠岐諸島への訪問者の平均宿泊数（2018年）は1.5泊です。離島の環境を活かし、隠岐をのんびり、ゆっくり楽しむことのできるコンテンツを増やし、隠岐でもう1泊する人が増え、平均宿泊数を2.0泊に延ばすことを目指します。

何度も訪れたくなる島（リピーター・ファンを増やす）

安定した消費を確保するために、定期的に訪れてくれるリピーターや隠岐諸島の商品を購入して貰えるファンを増やします。

隠岐を訪問し、2年以内に再来島するリピーターの割合（2018年）は全体の3.7%です。初回来島時の満足度を向上させ、来島経験者向けのコンテンツを増加させることで、リピーターの割合を20%に伸ばすことを目指します。

②基本戦略

目指すべき将来像を達成するために、4つの基本戦略に取り組むとともに、その取り組みを迅速かつ効果的に実行できる推進体制・仕組みづくりを行います。

I. マーケティングの充実

観光を取り巻く環境変化や訪日外国人観光客（インバウンド）をはじめとする観光客のニーズを迅速かつ的確に把握し、適正な施策に結び付けていくために、体制づくり、新たな手法の検討、効果的なプロモーションの実行など、マーケティングの充実を図ります。

II. 島内消費の拡大

地域への消費の拡大を図るため、入込客数の維持、滞在日数の延長やリピーターの確保など量的な維持・向上とともに、魅力あるサービスや商品の提供により、消費単価の向上を図ります。特に訪日外国人観光客の誘客促進に向けて、観光資源の磨き上げや受入環境の整備等の着地整備に重点的に取り組みます。

III. 島内経済循環の向上

観光客が島内で消費した費用をできるだけ、島内で回し、経済波及効果が高まるように、島内調達率の向上を図ります。

IV. 安定した経営基盤の確立

宿泊・観光事業者などにおける、老朽化した設備や旅行者ニーズへの改善や人手不足対策などの支援に取り組みます。

●推進体制・仕組みづくり

上記4つの基本戦略を迅速かつ効果的に実行できるように、関係機関の役割分担を明確化するとともに、適正な推進体制や仕組みづくりに取り組みます。
また、その組織運営に必要な人材の確保、育成を図ります。

第3章 推進施策

4つの基本戦略に基づいた具体的な取り組みとして、以下の施策を実践していきます。

今後、施策項目ごとに具体的な行動計画（アクションプラン）を作成するとともに、必要に応じて評価指標を設定し、PDCAサイクルで継続的に改善をしていきます。

I. マーケティングの充実

《主な取り組み》

施策I-① マーケティングの体制づくり

近年の観光地域づくりには、客観的なデータに基づいたマーケティングが強く求められています。旅行業界関係者・交通関係者などの観光地域づくりに関わる多くのプレーヤーが、効果的に事業活動に取り組めるよう、調査・分析などのマーケティングを行う体制をつくります。

- マーケットに特化した組織づくり
- アンケートの調査結果の活用
 - KPI への設定
 - ターゲット分析（クロス集計など）
- インバウンドのニーズ把握・広報対策など

施策I-② 新たなマーケティング手法の導入

観光客が活用するツールは日々新たなものが導入されており、それに伴ってマーケティングに活用できるデータやツールも変化しています。時代の流れに合った適切な手法で、マーケティングを行っていきます。

- SNS などを活用したデジタルマーケティング
- ファンクラブ組織構築によるリピーター顧客管理
- ポイントカードなどの対応
 - 既存地域通貨の拡充などでの導入検討

施策I-③ 効果的なプロモーション（広報・宣伝）

観光誘客のプロモーションを行うには、情報を求める相手に、適切な情報を、適切なタイミングで伝達することが重要です。隠岐4島が一体で効率的・効果的にプロモーションを行う仕組みをつくります。

- 情報伝達（発信）の充実
 - SNS などの投稿の増大対策など
 - 隠岐4島のポータルサイト（ワンストップ）
- 対外的な売り込み
- 個別PRとの連携のあり方
 - 個別事業者への魅力向上支援対策など

II. 島内消費の拡大

《主な取り組み》

施策Ⅱ-① 誘客の維持・促進（入込客数など量の維持・向上）

隠岐への観光客数は、若干の減少傾向にありますが、国外からの入込客数は年々増加しています。ターゲットを明確にし、その属性に対して適切な誘客対策を実施し、観光客数の維持・向上に取り組めます。

- インバウンド対策
 - ターゲットを絞った積極的な営業活動（山陰インバウンド機構等との連携）の実践
 - 受け入れ環境の充実（施設・ソフト・キャッシュレス・人材など）
 - 研修会の開催など
- 国内旅行対策
 - ターゲット（地域、年齢層、属性など）を絞った積極的な営業活動（プロモーション）の実践
 - 春・秋のショルダー期、冬の閑散期対策
 - 教育機関や社会教育等との連携強化（修学・研修旅行など）
 - 健康増進などのテーマツアーの提案
- 滞在日数の延長対策
 - 体験メニューやコンテンツの充実（質の向上との連動）
 - 複数泊のメリットづくり
- リピーターの確保（安定）対策
 - 再来島のメリットの対策（リピートさせる目的づくり）
 - 隠岐のブランディング
- 船旅の魅力化対策
 - 七類・境港から旅が始まる雰囲気づくり
 - 観光客を退屈にさせない船内での過ごし方
 - 観光客に至便な航路ダイヤの検討
- その他の誘客の維持・促進策
 - WEB 予約対応の促進
 - 企画乗船券（おき得乗船券など）、企画航空券を活用した隠岐への初めての旅のきっかけづくり

施策Ⅱ-② 質の向上（消費単価の向上）

人口減少が進む中、観光客数の維持も難しい状況です。そうした中でも消費額を向上させることで、地域経済を維持・向上させることが可能です。島内のあらゆる観光資源を活用し、付加価値の高いサービスや商品を提供することで、観光客の消費単価を向上させ、隠岐4島に経済効果をもたらします。

- 「食」の魅力向上対策（⇒ご島地グルメ実施中）
 - 地元産の食材情報のPR強化
 - 隠岐産水産物の流通改善
 - 飽きさせないメニューの提供（食に関する情報共有の推進）
 - 外国人のニーズに応じたメニューの提供
- お土産品の充実（地元産・商品のブランド化等）
 - 6次産業化サポートなどによる地元産品の開発
 - PRの充実、販促技術向上（商品陳列やPR手法など）の講習会などの実施

- お金が取れるコンテンツの開発
 - ガイドのPR及び充実、ガイド育成
 - 既存体験コンテンツの充実（ブラッシュアップ）
 - 島くらし・島あそび体験コンテンツの充実
 - 外国人も楽しめるコンテンツの充実
 - のんびり・ゆっくりプレミアム体験（コーディネート）の充実
 - 学びや気づきがある島
 - その他の新規コンテンツ等
 - 収益性のある地域イベント・祭
 - ガイド・コンテンツ等のサポート店の増加
 - 見学地で料金徴収・ご利益コンテンツの開発

- 悪天候代替メニュー対策
 - 遊覧船等欠航時の代替え対策
 - 季節や天候（気象・海象）に左右されない全天候型コンテンツの開発

- 二次交通対策（円滑な二次交通がないことによる機会損失対策）
 - レンタカー不足対策（自家用有償輸送、シェアカーなど）
 - タクシー不足対策（乗合タクシー輸送システム、自動運転導入）
 - 観光コンテンツとしても利用できる電動自転車等の導入
 - 外国人向け交通案内の充実（交通機関における外国語やピクト表記など）
 - 島前島後間の連携（他島でのレンタカー乗捨、新たな交通手段の導入、航路ダイヤの調整など）

- 施設の充実など
 - 観光拠点の充実（隠岐世界ジオパークビジターセンターなど）
 - 宿泊・観光施設等のバリアフリー対応
 - 外国人観光客の利便性の向上（Wi-fi環境、外国語表記など）

Ⅲ. 島内経済循環の向上

《主な取り組み》

施策Ⅲ-① 観光関連事業などにおける島内調達率の向上

観光に関わるモノ・サービスの島内調達率を高め、地域内経済循環の向上を図ります。

- 島内調達率の増加（農林水産品、リネン、人材、サービスなど）

Ⅳ. 安定した経営基盤の確立

《主な取り組み》

施策Ⅳ-① 設備投資に対する支援

団体・ツアー型から個人型への旅行形態の変化・インバウンドの増加・長期滞在・決済方法の多様化等をふまえた観光インフラの整備への支援を行います。

- 多様な旅行ニーズに対応した宿泊施設の整備・改修（大部屋の小割、洋室・シングル化）
- キャッシュレスサービス（クレジットカード、電子マネーなど）の導入
- トイレやサインなどの整備・改修
- 地元食材（隠岐産水産物等）の流通改善に向けた設備投資（急速冷凍等）

施策Ⅳ-② 人手不足対策

観光関連事業者の働き方の多様化や、直接的・間接的な観光事業従事者の確保への対策に隠岐全体で取り組みます。

- マルチワーカーの促進
- 総合的な人材確保対策

★Ⅲ. 島内経済循環の向上、Ⅳ. 安定した経営基盤の確立の各施策については、特に行政（国・県・町村）及び商工団体（商工会等）との連携を図ります。

第4章 推進体制・仕組みづくり

1) 隠岐諸島における観光地域づくり

「目指すべき将来像」の達成に向けて、4つの基本戦略を迅速かつ効果的に実行でき、地域の多様な関係者の主体的な参画による地域経済の活性化（持続可能な地域社会の構築）に導く適正な推進体制や仕組みづくりとして、観光庁が推進する観光地域づくり法人（DMO）の設立に取り組めます。

【観光地域づくりの方向性】

①ダブリ、モレの解消（役割分担の明確化）

各組織間や事業のダブリ、モレを解消するとともに、役割分担を明確化し、効率的に事業を実施できるようにします。

②広域組織の拡充

対外的には、隠岐諸島全体として取り組むことが効果的であり、隠岐ユネスコ世界ジオパークの観光資源を誘客コンテンツとして最大限に活用していく観点からも、広域組織の統合などにより推進体制を強化し、戦略的に事業実施を展開するとともに、4島の連携がより強化されるような観光地域づくりを進めます。

③意思決定の迅速化・明確化

行政主導の遅滞・不明確な意思決定に起因する実行力の弱い組織運営体制から、民間主導の迅速・明確な意思決定スキームによる円滑で実行力の強い体制への転換を目指します。

④安定的かつ多様な財源の確保

組織が自律的に運営、継続的に活動していくために必要な財源として、現在の主な財務基盤である行政（町村・県）の財政支援を補完する一定の自主財源（例：国の助成や民間投資など）による、安定的かつ多様な財源を確保するための方策を検討します。

【観光地域づくりのメリット・デメリット】

	メリット	デメリット
現 状	<ul style="list-style-type: none"> ○各町村（行政）の意向を反映しやすい ○各団体独自の取り組みを進めやすい 	<ul style="list-style-type: none"> ●意思決定が遅く、不明確、実行力が弱い ●各機関の業務・事業にダブリ・モレ ●対隠岐の窓口が複数あり、わかりにくい ●国（観光庁等）の支援が受けにくい ●各団体間の情報共有、人事交流が難しい
今 後	<ul style="list-style-type: none"> ○隠岐全体（4町村）での意思決定が円滑化 ○各機関の業務・事業の効率化 ○対外的な窓口一本化により、わかりやすい ○国（観光庁等）・県の支援が受けやすくなる ○組織を一本化することで、職員間異動による情報共有、スキルアップが見込める 	<ul style="list-style-type: none"> ●多様な関係者間での合意形成が困難 ●各団体独自の事業（受託事業を含む）が取り組みにくくなる

(参考)

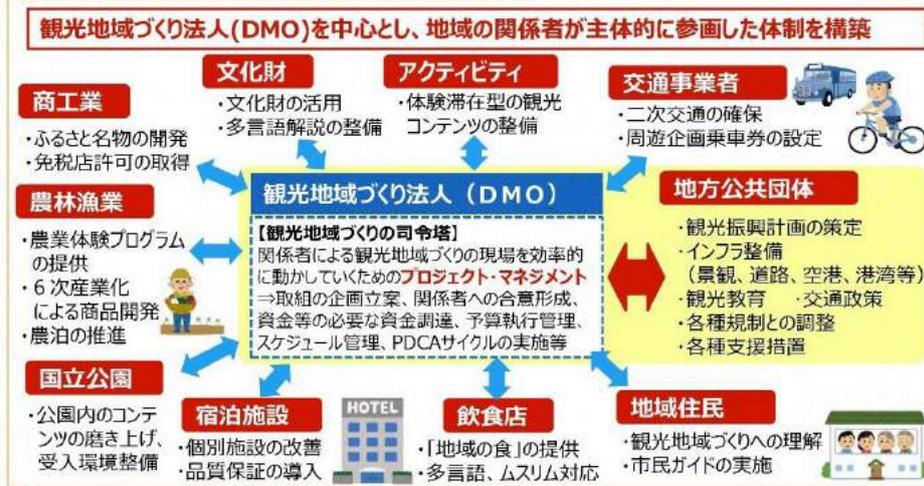
観光地域づくり法人(DMO)の形成・確立

観光地域づくり法人 (DMO)

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる法人

DMO : **D**estination **M**anagement/**M**arketing **O**rganization

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築



「日本版DMO登録制度」

「日本版DMO」登録の5要件

- (1) 「日本版DMO」を中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- (2) データの継続的な収集、戦略の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- (3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーションの実施
- (4) 法人格の取得、責任者の明確化、データ収集・分析等の専門人材の確保
- (5) 安定的な運営資金の確保

すでに該当している = 「日本版DMO」
 今後該当する予定 = 「日本版DMO候補法人」

「日本版DMO登録制度」における登録法人として267団体(※)が登録(R2.1.14時点)



※「日本版DMO」登録数：150団体、「日本版DMO候補法人」登録数：117団体

①ダブリ、モレの解消（役割分担の明確化）

隠岐諸島内での連携不足により、各組織間や事業のダブリ、モレが散見され、効果的・効率的な事業展開の支障となっていることから、実施主体、役割分担を明確化し、各組織におけるムリ、ムダ、ムラ（やらなくてもいいこと）を整理します。

【現状と課題】

- 誘客対策やプロモーション（広報・宣伝）においては、役割分担が不明確であり、非効率
- 情報発信面（ホームページ等）でも4島の連携が不十分で分かりにくい
- ランドオペレーション（手配業務）も複数の窓口で行われており、非効率
- インバウンド（訪日外国人観光客）の誘客や受入態勢も不十分な状況

【役割分担の方向性】

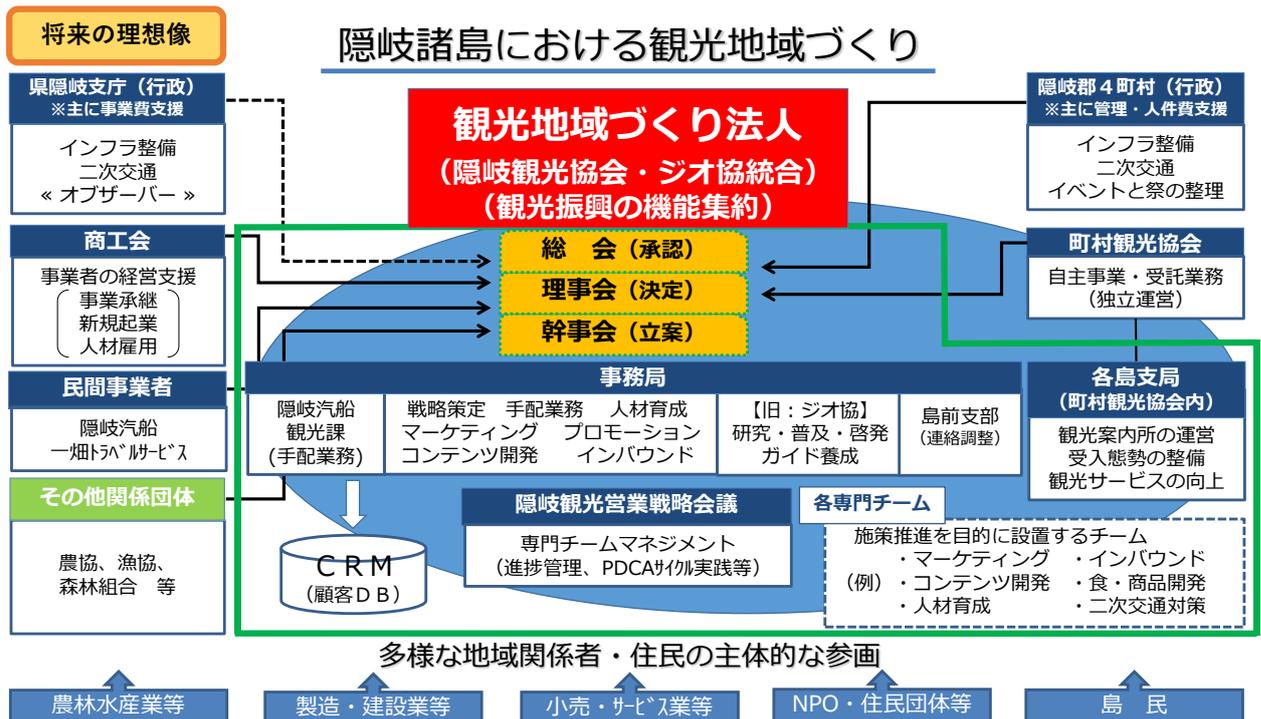
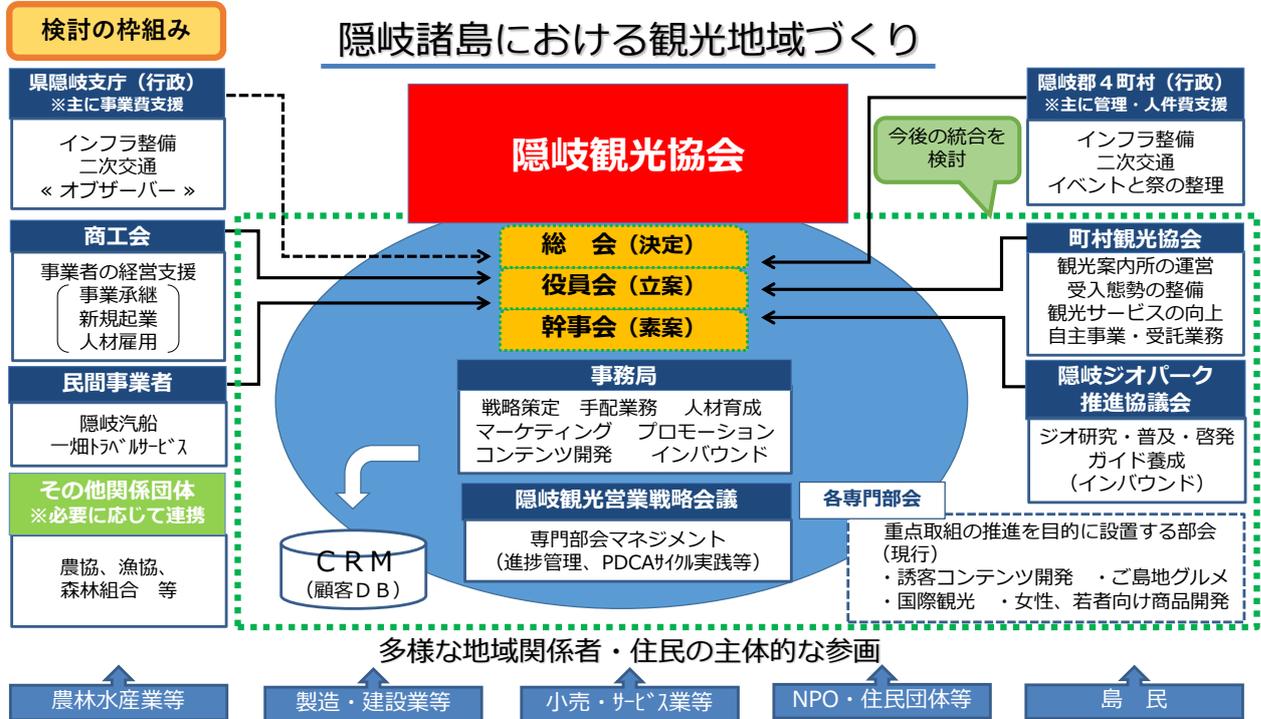
	業務内容	隠岐観光協会	ジパーク協議会	各町村の観光協会	隠岐汽船	民間事業者	備考
現	誘客対策 (国内・海外)	○	△ (海外)	○ (一部)	○	○	各機関が独自に実施
	観光案内所業務	○		○	△		広域・各町村の連携不足
	ランドオペレーション (団体・個人)	○ (団体)		○ (団体)	○ (団体)	○ (個人)	対応窓口が複数で非効率
	観光パンフレット	○ (広域)	○ (広域)	○ (各町村)	○ (商品)	○ (商品)	類似内容の印刷物が散在
状	旅行商品等の 造成、開発	△		△	○	○	有人国境離島交付金により商品開発・実証を支援
	情報収集・分析 (マーケティング)	○	○	○	△	△	データ集計に留まり、共有・活用に展開できず
	人材育成	○	○	○	○	○	各機関が独自に実施



	業務内容	広域機関	各町村の観光協会	隠岐汽船	民間事業者	備考
今	誘客対策 (国内・海外)	◎		○		広域機関が主体で
	観光案内所業務		◎			窓口業務は各町村で
	ランドオペレーション (団体・個人)	○ (団体)		○ (団体)	◎ (個人)	役割分担の明確化や整理 (将来的に民間に集約)
	観光パンフレット	○ (広域)	○ (各町村)	○ (商品)	○ (商品)	目的の明確化と分担整理
後	旅行商品等の 造成、開発	造成支援	造成支援	◎	◎	民間の取り組みを支援
	情報収集・分析 (マーケティング)	◎	調査協力	調査協力	調査協力	広域で実施したデータを各町村で共有・活用
	人材育成	◎				広域での一体的な取り組みによる効率化

②広域組織の拡充

各組織の役割分担や事業における実施主体を明確化した上で、隠岐諸島における観光振興施策を戦略的に推進していくため、広域組織の統合や、隠岐汽船との連携強化、島前3町村の広域業務を担う島前支部の新設など、今後の隠岐諸島における観光地域づくりの骨格となる組織運営体制を構築（観光地域づくり法人を設立）し、広域業務の拡充と島間連携の強化に取り組めます。

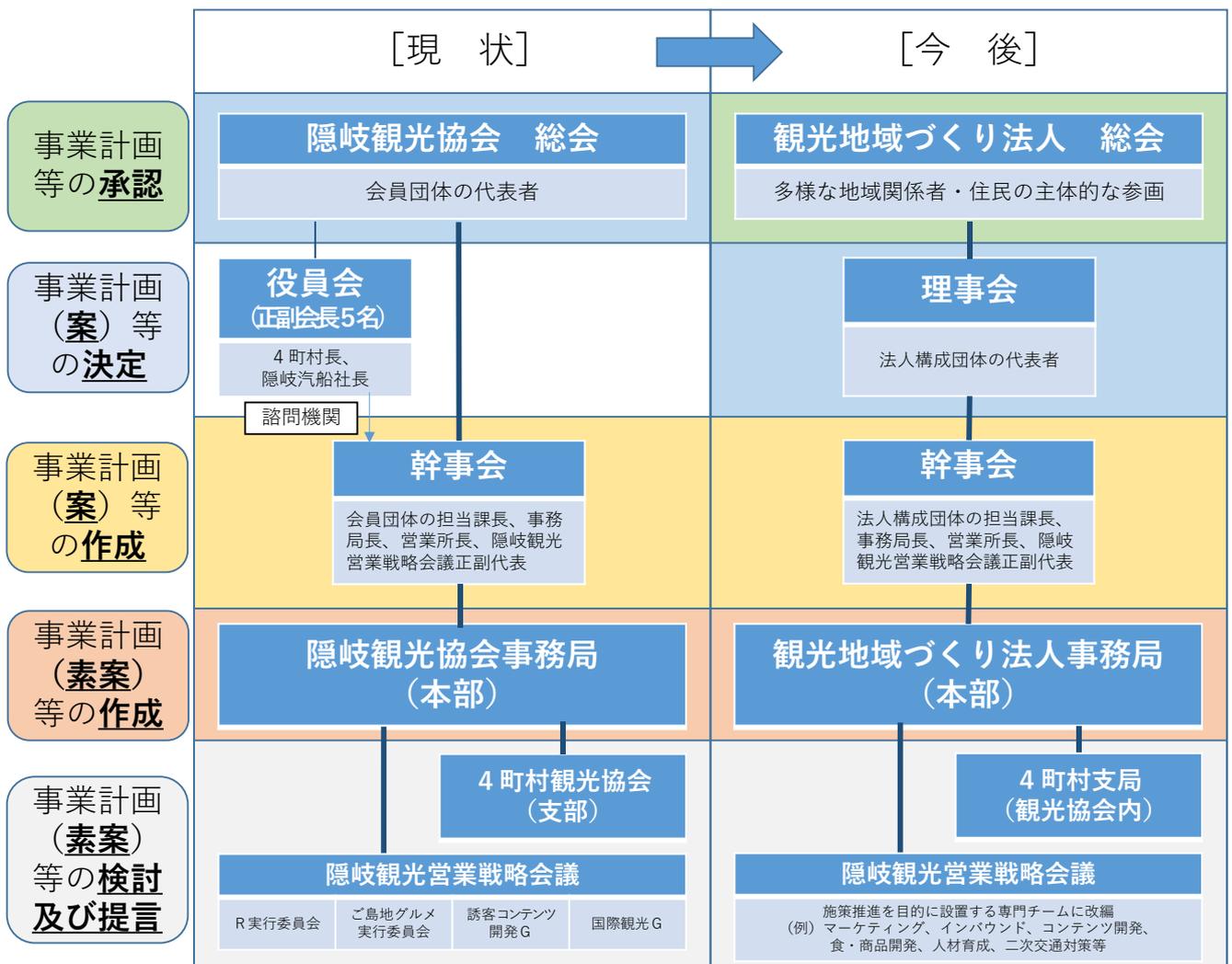


③意思決定の迅速化・明確化

行政主導の遅滞・不明確な意思決定が、組織運営体制の実行力（ガバナンス）を弱めている現状を踏まえて、円滑で実行力の強い体制を構築するため、観光振興の中心的役割を担う観光地域づくり法人が、戦略や事業計画を民間主導により立案する一方で、その事業実施のための資金（主に公金）投入を担う行政が、それらを共有・承認・監査する、明確かつ迅速な意思決定スキームへの転換を図ります。

また、その原因のひとつに各行政機関から観光関係団体への資金複流化があることから、今後は資金の流れを単純化することにも取り組みます。

【意思決定のフロー図】

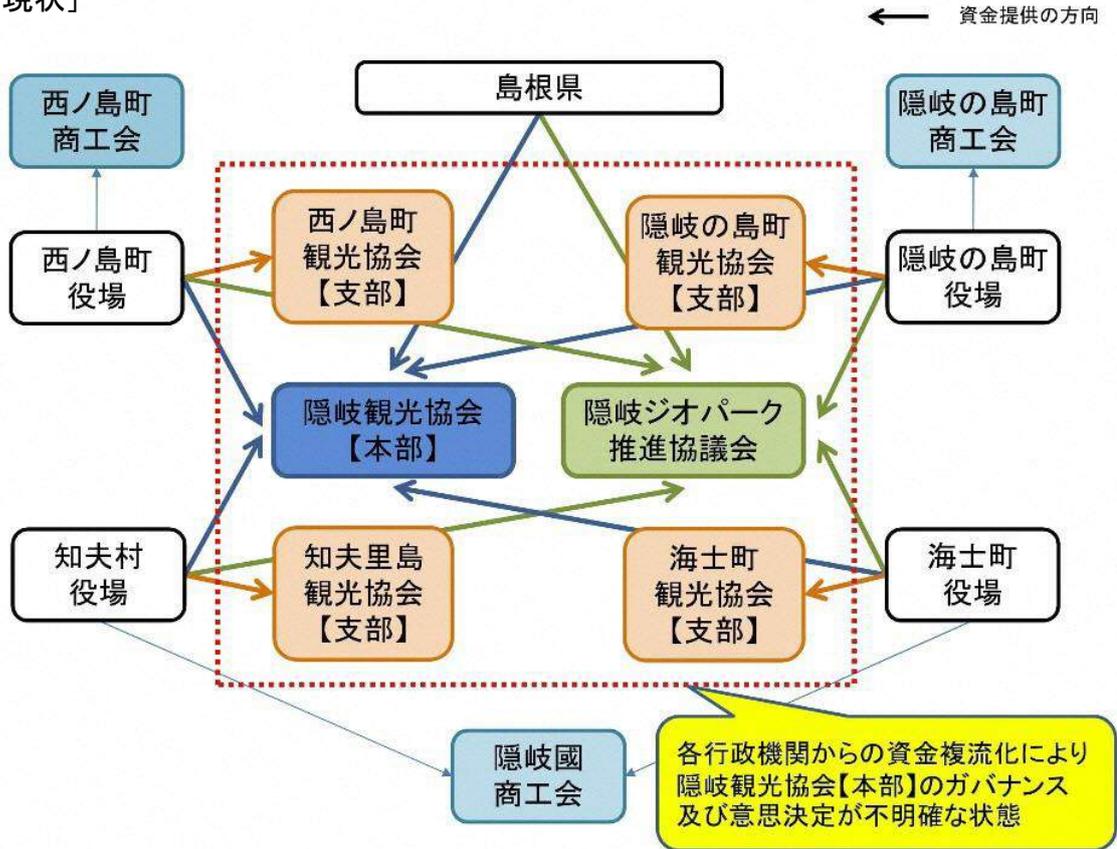


- 総 会（事業計画等の承認：会員機関・団体等の代表者）
- 理事会（事業計画等の決定：観光協会・商工会・民間企業・行政の代表者等）
- 幹事会（事業計画等の立案：観光協会・商工会・民間企業・行政の担当者等）

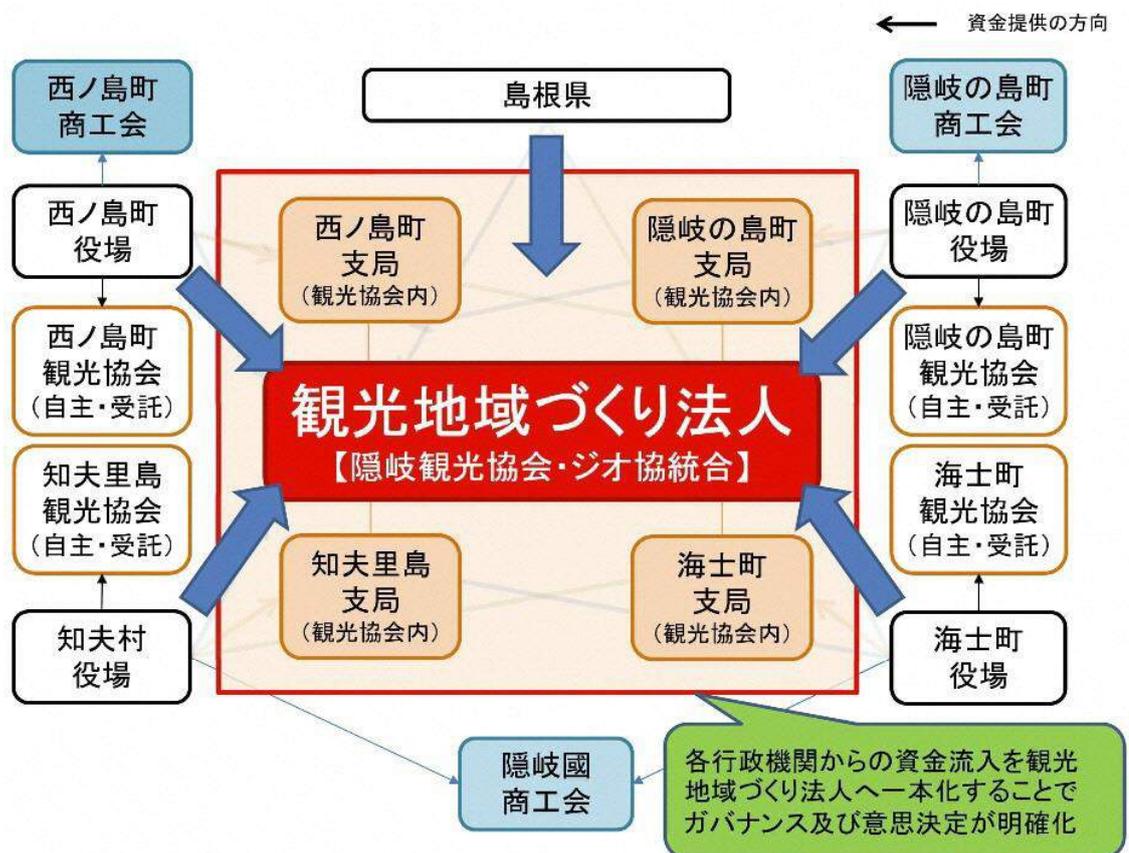
※民間主導による取り組みを支援する観点から、行政は、観光地域づくり法人に明確な権限と責任を付与した上で、事業計画等の立案には主体的に参画せず、事業計画等が資金（主に公金）を投入すべき適切な内容・適正な執行かを判断し、必要に応じて助言するとともに、活動実績の監査を行うことに専念することが望ましい。

【行政機関から観光関係団体への資金の流れ】

[現状]



[今後]



④安定的かつ多様な財源の確保

観光地域づくり法人の主たる役割は、地域のマネジメント・マーケティング活動を通じて、観光誘客により地域全体の利益を向上させ、地域を活性化させることであり、法人自身が収益を上げることはありません。そのため、今後、戦略的に観光振興をマネジメントしていく組織として、自律的に運営、継続的に活動していくためには、安定的な財源の確保が必要です。

しかしながら、現在の主な財務基盤である行政（町村・県）の財政支援の将来にわたる安定的・継続的な確保は見込みにくいことから、将来に向けて、町村・県の財政支援を補完する一定の自主財源による、安定的かつ多様な財源を確保するための方策を検討していきます。

【観光地域づくり法人の主な財政基盤（例）】

区分	内容及び取り組み方針
会費	組織の趣旨・事業・目的に賛同する会員から資金を調達するもので、金額は限定的であるが、継続して資金提供を受けられるようにする。
公的助成	これまでも観光協会の人件費や事業推進の費用の多くは、町村や県の公的助成で賄われてきた。今後も安定した財源の一つとして重要かつ不可欠な資金であり、観光振興に対する地域住民の理解を深め、継続的に財政支援を受けられるようにする。 また、国（観光庁）からDMO立ち上げ時期を中心に厚い資金提供が行われており、これらの資金を活用し、組織の基盤づくりや事業推進を加速させることも検討する。
業務委託	行政が担う事業のうち、ビジネスマインドも求められる業務を組織で受託することで、財務基盤を強化することができる。 観光案内所の運営や観光イベントの主催、観光施設などの指定管理などが考えられる。
観光賦課金	観光施策の便益を一次的に享受する観光客から、徴税あるいはそれに準じたシステムでその費用に見合った金額を賦課するもので、入島税や環境維持税のような資金調達の方法も検討する。
クラウドファンディング	インターネットを通じて不特定多数の人に資金提供を呼びかけ、趣旨に賛同した人から資金を集める方法で、隠岐諸島の魅力の維持・向上に関するプロジェクトなどについて導入を検討する。

2) 人材育成

観光が隠岐諸島を地域経済の活性化（持続可能な地域社会の構築）に資する基幹産業となるためには、観光地域づくりを担う層の厚い人材の育成は不可欠であり、今後の重要な柱です。

隠岐諸島の観光産業の経営力強化や生産性向上を実現させ、国内外での競争力をさらに高めるとともに、次世代の観光地域づくりの担い手の発掘、継承を図るためにも、自立的かつ持続可能な観光地域づくり人材の育成・強化に取り組めます。

また、隠岐諸島の宿泊・観光施設における慢性的な人材不足の課題についても、自治体等との連携による人材確保対策に取り組めます。

- 次世代を担う観光専門人材、職員等のスキルアップ
現在も実施している「島の観光会議」やセミナー・勉強会のほか、先進事例の視察など、研修制度をより一層充実し、能力の高い観光人材の育成に取り組めます。
また、組織間の人材交流を促進し、職員等のスキルアップにつなげていきます。
- 観光コンシェルジュの育成・充実
観光客の多様なニーズに応え、満足度を高めるために、島内の各種の観光関連情報を共有し、提供できる人材（観光コンシェルジュ）の育成や仕組みづくりを推進します。
- 人材確保対策
宿泊・観光施設における慢性的な人材不足対策として、自治体等との連携による人材採用プログラムや事業者との人材マッチング等に取り組めます。

(参考)

観光庁が推進する「経営人材」の育成・強化

【観光産業の担い手を3層構造により育成】

- 観光経営を担う人材育成(トップ人材)
- 観光の中核を担う人材育成の強化(中核人材)
- 即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成強化(実務人材)



- 2018年度開講に向け、一橋大学及び京都大学が観光MBAを設置予定
- 産学が連携してサービス経営人材を育成する事業において、2016年度は、観光に重きを置いた事業の大学を、2015年度よりも多く採択(東洋大学、近畿大学、愛媛大学等)
- 2019年の開学に向け、実践的な職業教育を行う新たな高等教育機関を制度化
- 成長分野等における中核的専門人材養成等の支援事業において、2016年度は、横浜商科大学や富山情報ビジネス専門学校など、5件の観光分野事業を採択

出典:観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」(2017年1月)



島の観光会議(海士町)



観光コンシェルジュ養成講座(長門市)

今後、新たに育成を目指す“地域観光コンシェルジュ”のイメージ

お客様それぞれのニーズに合った情報や、滞在交流観光を推進する観点から地域のより奥深い情報を提供することで、

- ①旅行先での魅力的な過ごし方を提案する
- ②お客様の評価・要望を観光地域づくりの担い手へフィードバックする役割が期待されます。

このような業務を担当する人材を、この「育成ガイド」では、「地域観光コンシェルジュ」と称します。

扱う情報の範囲	扱う情報の内容	提供する手段
実際に周遊して楽しめるエリア(行政区域の枠を越えて文化圏等の範囲)の情報	従来の観光資源・施設の情報に加えてものづくりの現場や普段の暮らし等について	従来のカウンターでの対応に加えて、ホームページやSNSでの情報発信力も強化

出典:観光庁「地域観光コンシェルジュ育成ガイド概要版」(2014年3月)

第5章 目標達成に向けてのロードマップ

1) 推進施策の役割分担と実施スケジュール

隠岐諸島における観光地域づくりの将来像の達成に向けた各推進施策の主体を整理した、2024年までの実施方針を以下のロードマップに示します。

今後、2021年度の「観光地域づくり法人」の設立に向けて、2020年度に計画主体が中心となって、推進施策毎に実施主体やより詳細な実施内容を示した行動計画（アクションプラン）を作成し、確実に実施していきます。また、実施状況については、毎年、幹事会にて検証・評価し、必要に応じて対策を講じるとともに、推進体制の変更に合わせた見直し等を行い、施策の強化を図っていきます。

■ロードマップ

目指すべき将来像との関係			推進施策	計画主体	実施方針(目標)	重点的に取り組む期間				
世界中から人が訪れる島	のんびり、ゆっくりできる島	何度も訪れたくなる島				2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
			I. マーケティングの充実							
●	●	●	①マーケティングの体制づくり	【本部(事務局)】	客観的なデータに基づくマーケティングを行うため、専門的に調査・分析等を行うチーム体制を構築し、ターゲット戦略への提言や目標値に対する効果測定に活用できる仕組みを作ります。					
	●	●	②新たなマーケティング手法の導入	【本部(事務局)】	SNSなどのデジタルツールを活用した新たな手法を導入し、日々変わるニーズに速やかに適応できるマーケティング活動に取り組みます。					
●		●	③効果的なプロモーション(広報・宣伝)	【本部(事務局)】	隠岐4島のポータルサイト(ワンストップ窓口)の構築をはじめとするWEBメディアの活用などにより、情報を求める相手(ターゲット)に、適切なタイミングかつ効率的・効果的な手法で情報伝達(発信)する仕組みを作ります。					
			II. 島内消費の拡大							
●	●	●	①誘客の維持・促進	【本部(事務局)】	年々増加している訪日外国人観光客を満足させる受入環境の充実・強化や、離島の環境を活かして、隠岐をのんびり、ゆっくり楽しむことができる体験メニューやコンテンツの開発・充実、安定した消費が期待できるリピーターやファンの確保、増加を図るなど、ターゲットを明確にし、その属性に対して適切な誘客対策を実施し、観光客数の維持・向上に取り組めます。					
	●	●	②質の向上	【各島(支局)】 民間・町村	既存コンテンツのブラッシュアップのほか、ニーズに基づく今お客様向けの着地型商品造成の強化、遊覧船等欠航時の速やかな代替メニュー提案や、季節や天候に左右されない全天候型コンテンツの開発に取り組み、観光消費機会を逃さず、観光客の満足度を高めます。					
			III. 島内経済循環の向上							
	●	●	①観光関連事業などにおける島内調達率の向上	町村・商工会等	隠岐諸島内での資源活用が可能な、観光に関わるモノ・サービスの島内調達率を積極的に高め、地域内経済循環の向上を図ります。					
			IV. 安定した経営基盤の確立							
●	●		①設備投資に対する支援	町村・商工会等	個人客やインバウンドの増加、長期滞在等、多様な旅行形態やニーズの変化に対応した宿泊・観光施設の整備・改修や、多様化が進むキャッシュレス決済サービスの導入、地元食材の流通改善に向けた設備投資などについて、各町村の実情に応じた支援策を講じていきます。					
	●	●	②人手不足対策	町村・商工会等	人材需要の繁閑差が大きい観光産業において、安定的に人手を確保するため、海士町のマルチワーカーの仕組みの隠岐全体への展開など、新たな仕組みづくりを構築するとともに、自治体等との連携による隠岐全体での観光人材の採用・育成プログラムの構築や事業者との人材マッチング、組織間の人材交流など、総合的な人材確保対策に取り組めます。					
推進体制・仕組みづくり(役割分担・人材育成等)						観光地域づくり法人(DMO)				
						第1期【準備】	第2期【設立】	第3期【拡充】		

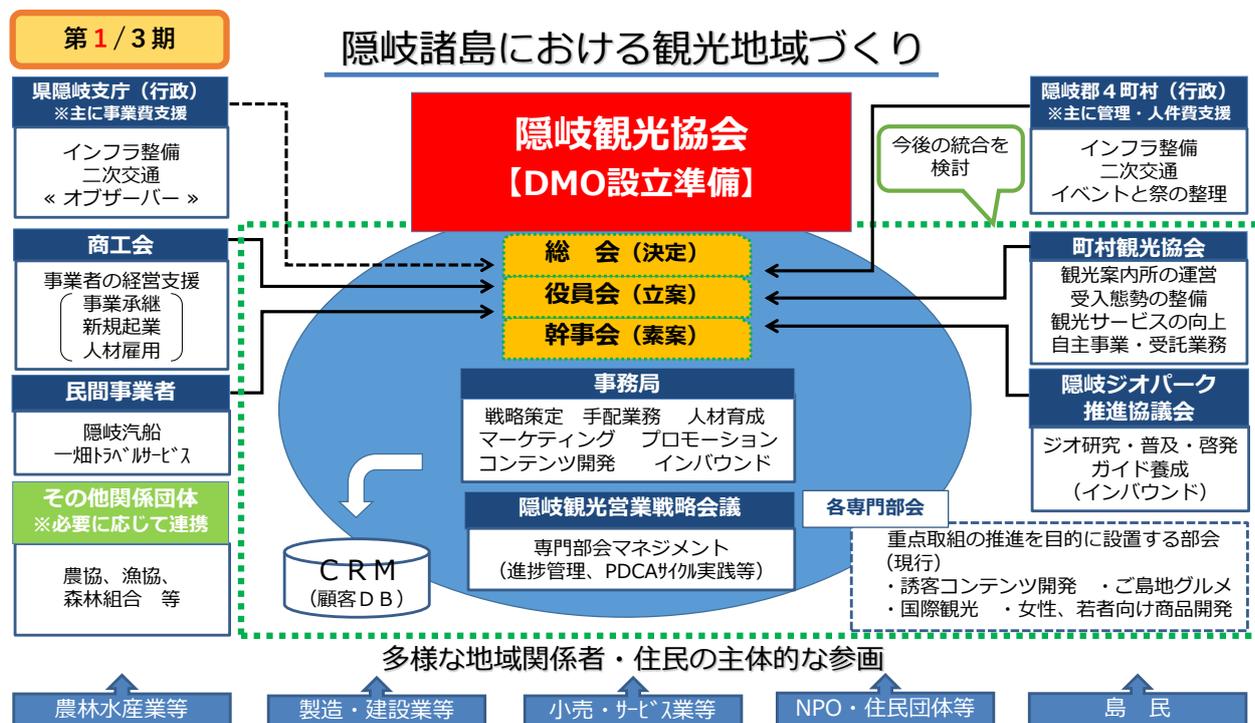
2) 推進体制・仕組みづくりの実施スケジュール

隠岐諸島の観光地域づくりの枠組みは、観光振興の機能を集約する理想的な推進体制の早期確立に向けて、第1期（2020年度）・第2期（2021年度）・第3期（2022年度以降）に分けて、段階的に進めていきます。

【第1期／2020年度】

隠岐4町村の広域で取り組む観光地域づくりの準備期と位置付け、各組織間や事業のダブリ、モレを解消するとともに、役割分担を明確化します。

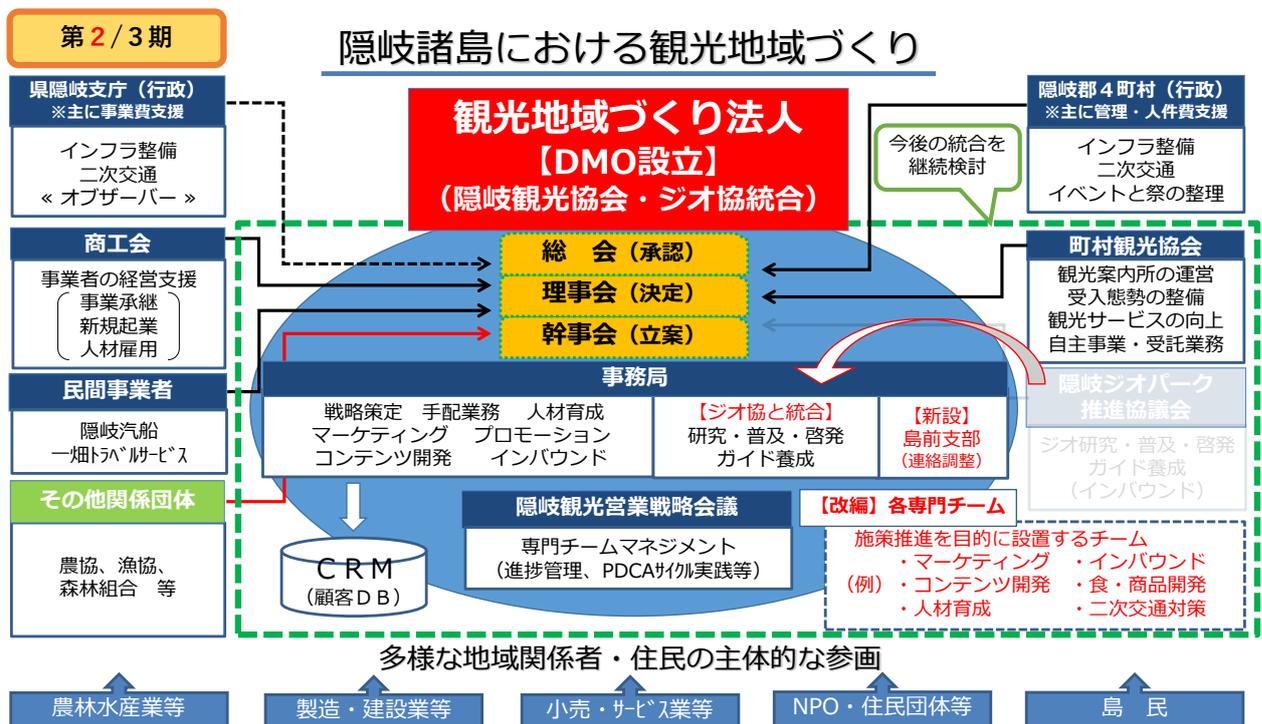
- ダブリ業務等の集約化や効率化の推進
 - インバウンドを含む誘客対策・プロモーション（広報・宣伝）の役割分担の整理・実行
 - 案内業務の役割分担の明確化
 - インバウンド対応機能の拡充
 - 役割分担した上記の業務を円滑に進めるための人材配置や人材交流 など



【第2期／2021年度】

観光地域づくりの中核的機能を担う法人を立ち上げ、多様な地域関係者・住民の参画体制の基礎作りを行います。

- 広域業務の拡充及び効率化の促進
 - 広域的な業務を担う隠岐観光協会と隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会の統合による効率化
 - 島前3島の連携強化（広域機関に島前支部の設置）
- 骨格となる組織運営体制の構築
 - 広域的な業務・機関の統合にともなった、円滑な組織運営（意思決定の迅速化・明確化、実行力の強化）ができる体制の構築（観光地域づくり法人の設立） など



【第3期／2022年度以降】

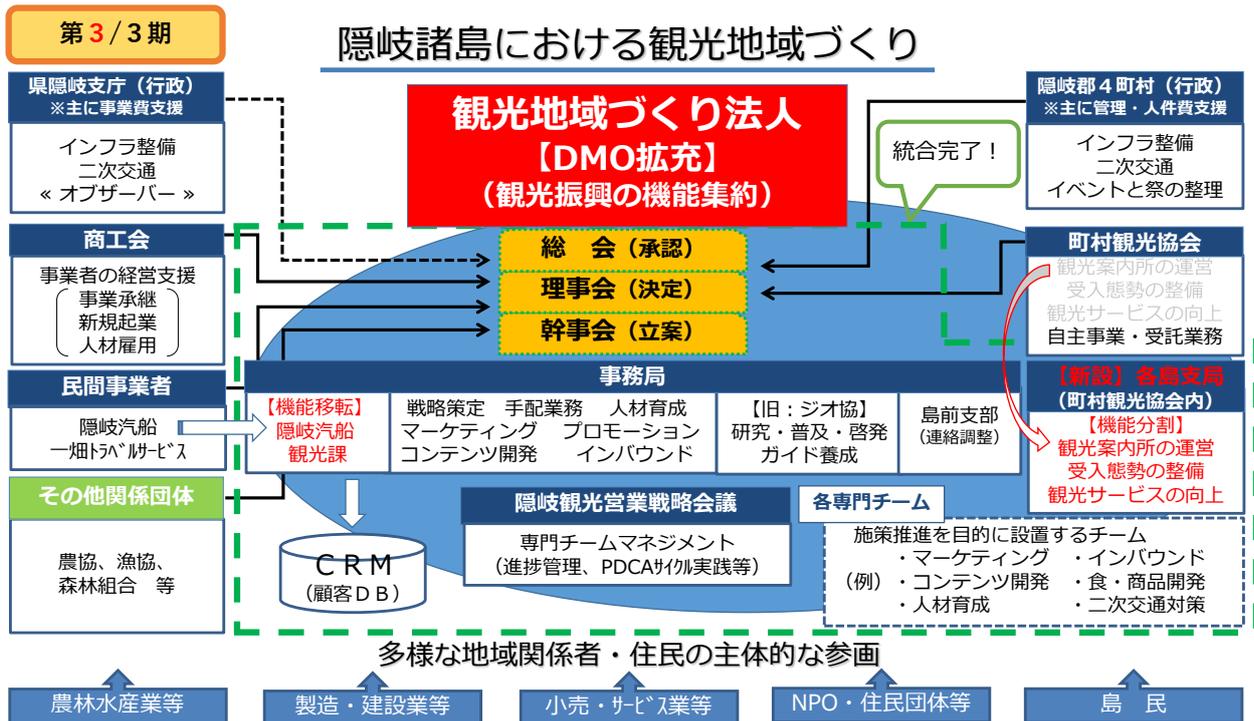
隠岐諸島が一体となって観光振興に取り組める体制を確立していきます。

● 推進体制の拡充

- 第2期までの組織運営体制の運用を通し、より効率的・効果的な推進体制を目指して、組織の再編を検討し、改善を行う など

(例)

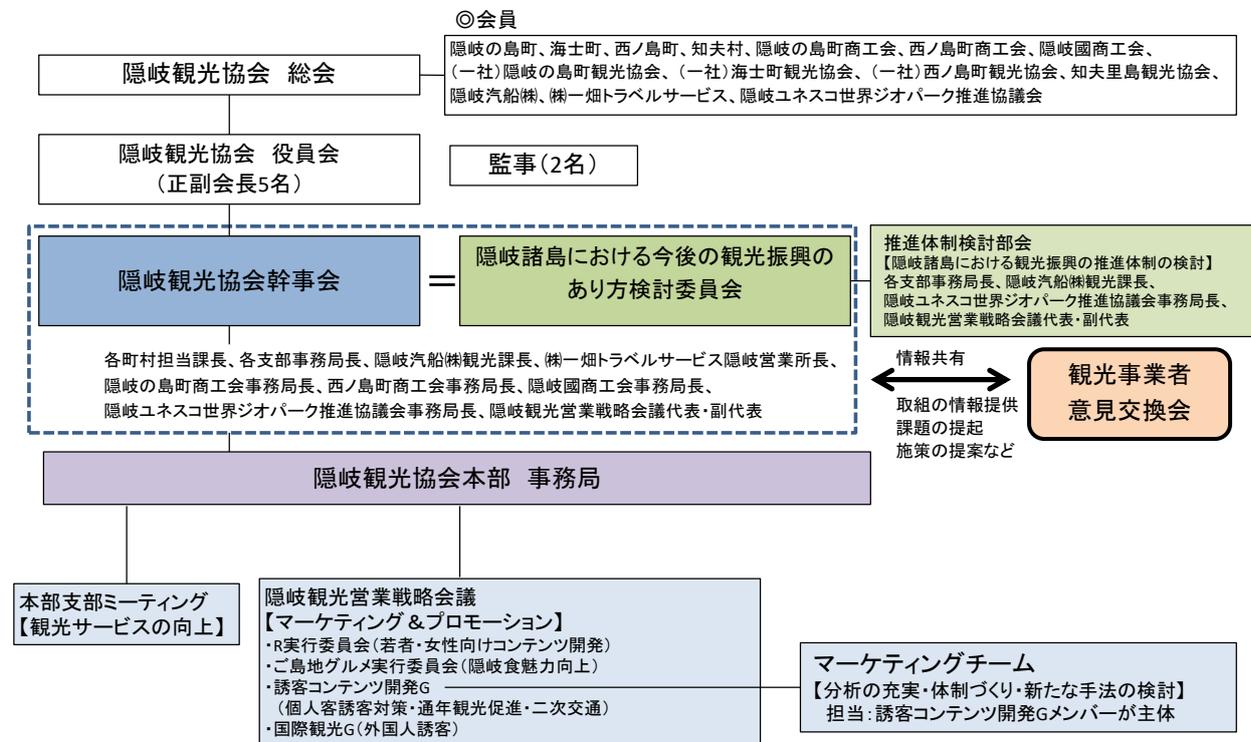
- ・ 町村観光協会の観光案内所運營業務等を機能分割して観光地域づくり法人に集約
- ・ 隠岐汽船の観光手配業務等を機能移転して観光地域づくり法人に集約 など



資料編

■観光推進体制

●策定体制



●隠岐諸島における今後の観光振興のあり方に関する検討委員会

		所属・職名	氏名
委員	委員長	隠岐の島町 商工観光課長	鳥井 登
	副委員長	西ノ島町 観光定住課長	福岡 章仁
		海士町 交流促進課長	柏谷 猛
		知夫村 地域振興課長 兼 知夫里島観光協会 事務局長	崎 博一
		一般社団法人隠岐の島町観光協会 事務局長	井上 朋張
		一般社団法人西ノ島町観光協会 事務局長	中山 佳昭
		一般社団法人海士町観光協会 事務局長	波多 努
		隠岐汽船株式会社 観光課長	石田 圭
		株式会社一畑トラベルサービス 隠岐営業所長	山村 正樹
		隠岐の島町商工会 事務局長	齋藤 福昌
		西ノ島町商工会 事務局長	小中 一成
		隠岐國商工会 事務局長	佐藤 賢一
		隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会 事務局長	野邊 一寛
	副委員長	隠岐観光営業戦略会議 代表	横地 廉平
隠岐観光営業戦略会議 副代表		青山 敦士	
事務局		隠岐観光協会 事務局長	角橋 隼人
		隠岐観光協会 観光コーディネーター	楨原 尚樹

●推進体制検討部会

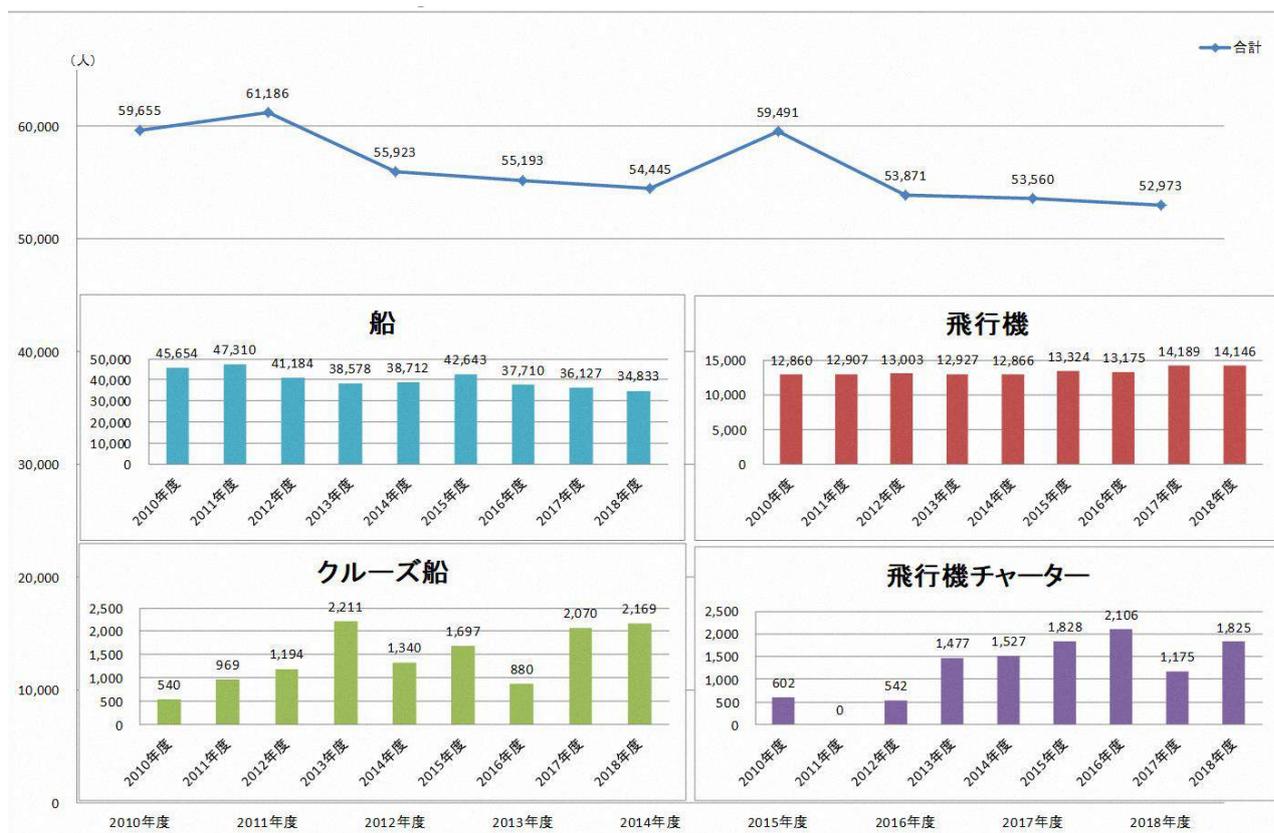
		所属・職名	氏名
部会員	部会長	隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会 事務局長	野邊 一寛
		一般社団法人隠岐の島町観光協会 事務局長	井上 朋張
	副部会長	一般社団法人西ノ島町観光協会 事務局長	中山 佳昭
		一般社団法人海士町観光協会 事務局長	波多 努
		知夫里島観光協会 事務局長	崎 博一
		隠岐汽船株式会社 観光課長	石田 圭
	副部会長	隠岐観光営業戦略会議 代表	横地 廉平
		隠岐観光営業戦略会議 副代表	青山 敦士
		隠岐観光営業戦略会議 副代表	八幡 洋公
事務局		隠岐観光協会 事務局長	伊藤 将宏
		隠岐観光協会 観光コーディネーター	角橋 隼人 楨原 尚樹

●策定経過

年月	あり方検討委員会	推進体制検討部会	意見交換会
2019年 6月	○策定方針の確認		① 検討の方向性（4本柱）の共有、 重点的な取組
7月	① 重要取組項目の検討 目標数値の設定方針 重点取組項目		
8月	② 中長期的なビジョン骨子 （素案）の検討 ビジョン骨子について議論		
9月		① 各組織の現状と課題の共有	
10月	③ 中長期的なビジョン骨子につ いて	② 課題解決に向けた方策及び目 指す姿の方向性の検討	② 目指す姿の共有及び中長期ビ ジョンに取り込むべき推進施 策（案）の検討
11月		③ 推進体制（案）の共有と推進 体制づくりのスケジュール	
12月	④ ビジョンの検討 具体的な取組検討、組織運営体制、 連携体制等について検討		
中間報告書（ビジョン骨子）			
2020年 1月	⑤ ビジョンのまとめ ビジョン（案）について検討		
2月			③ 中長期的な観光振興ビジョン （案）に対する意見交換会
3月	⑥ 最終報告書（案）の確認		
最終報告書			

■隠岐諸島における観光の現状

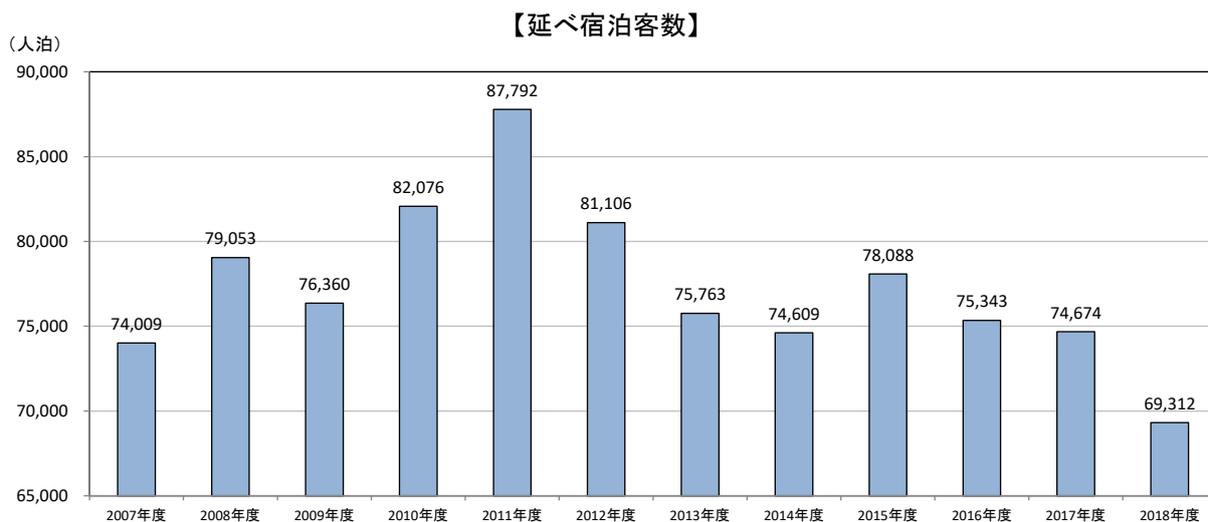
●推定観光客数



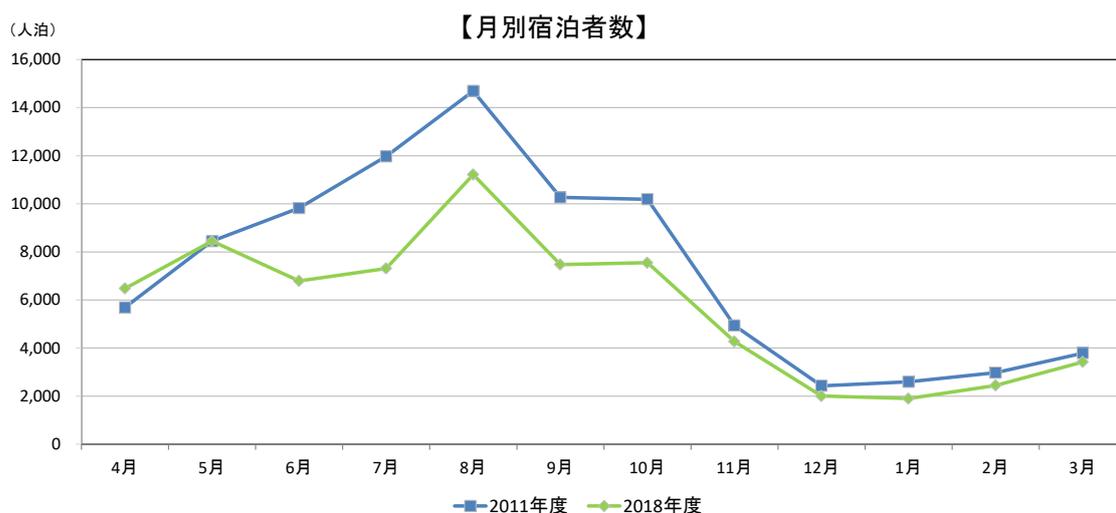
出典:隠岐観光協会集計資料

隠岐諸島への観光客数は、50,000～60,000人程度で推移しており、減少傾向にあります。交通手段別では、船での来島が最も多く、全体の約65%です。次に多いのは飛行機での来島で、微増傾向にあります。クルーズ船・チャーター便での来島は数としては少ないですが、増加傾向にあります。

●宿泊客数（隠岐観光協会の調査対象施設（15施設）の調査データ）



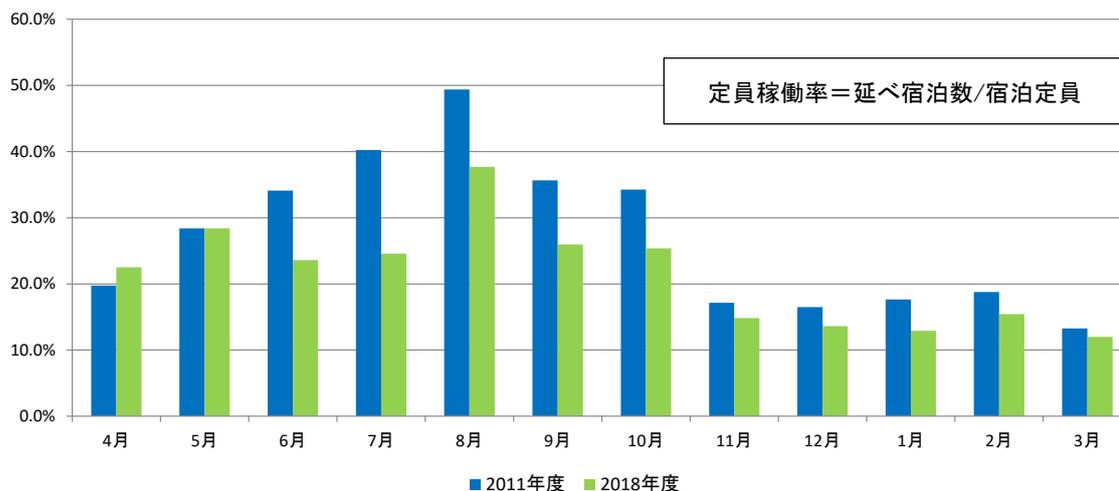
隠岐の主要宿泊施設への宿泊客数は、2011年度のピーク時から約18,000人泊減少し、2018年度はここ10年で最も少ない宿泊客数となっています。



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
2011年度	5,691	8,445	9,822	11,971	14,690	10,265	10,191	4,935	2,429	2,595	2,973	3,785	87,792
2018年度	6,479	8,446	6,792	7,312	11,215	7,474	7,548	4,271	2,006	1,901	2,444	3,424	69,312

月別宿泊者数は、8月の夏休みシーズンが最も多くなっており、12・1・2・3月の冬の時期は観光施設やアクティビティが休みに入ることもあり、閑散期となっています。2011年度時点では、5月のゴールデンウィーク時に増加がみられましたが、2018年度では大幅な増加は見られません。

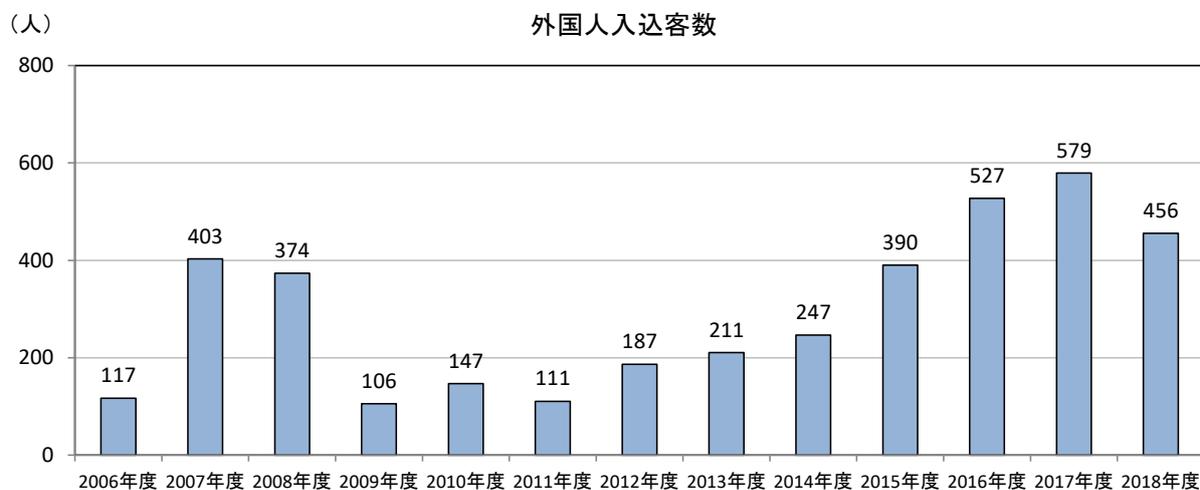
【月別定員稼働率】



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
月客室数	7,830	8,091	7,830	8,091	8,091	7,830	8,091	7,830	4,264	4,264	4,592	7,704	84,508
宿泊容量	28,800	29,760	28,800	29,760	29,760	28,800	29,760	28,800	14,716	14,716	15,848	28,520	308,040
2018年度	22.5%	28.4%	23.6%	24.6%	37.7%	26.0%	25.4%	14.8%	13.6%	12.9%	15.4%	12.0%	22.5%
2011年度	19.8%	28.4%	34.1%	40.2%	49.4%	35.6%	34.2%	17.1%	16.5%	17.6%	18.8%	13.3%	28.5%

宿泊施設における月別の定員稼働率は、2018年度では最も高い8月でも40%以下で、冬の閑散期には15%程度となっています。

●外国人入込客数

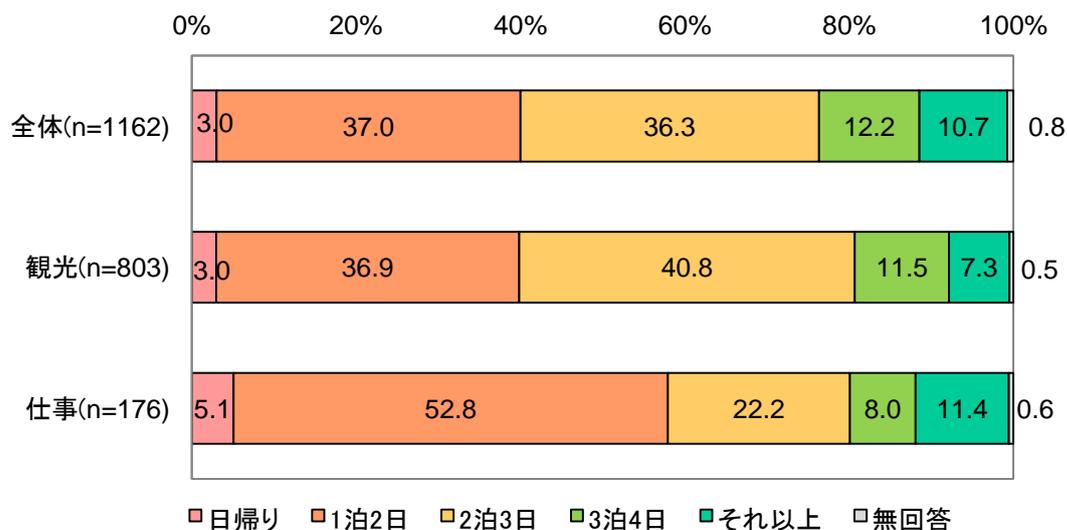


出典: 隠岐汽船データ

外国人入り込み客数はここ10年で見ると増加傾向にあり、近年は500人前後で推移しています。

●滞在日数

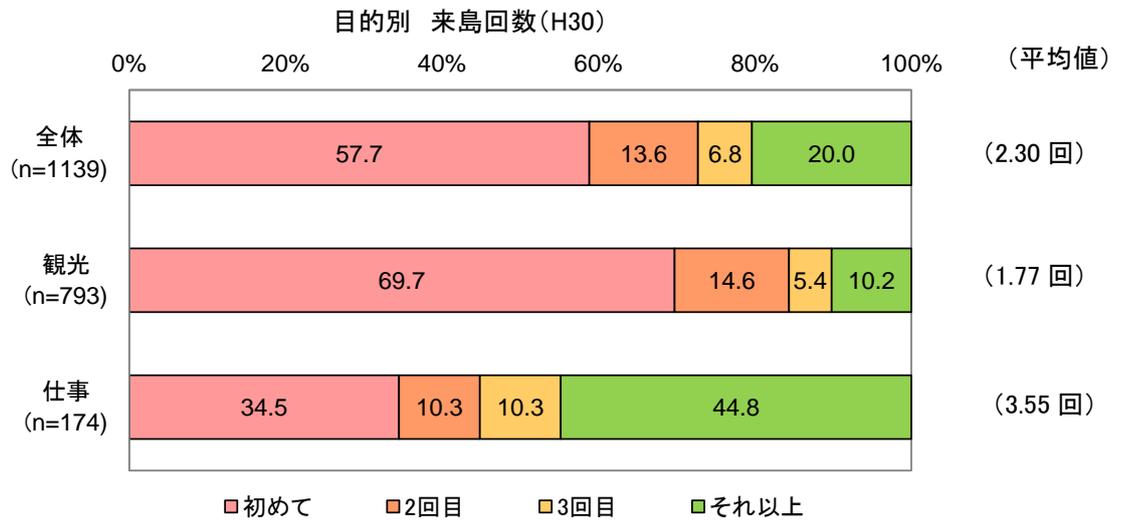
目的別 宿泊滞在日数(H30)



出典: 隠岐観光協会のアンケート調査

観光目的での隠岐での滞在日数は、2泊3日が1番多く、1泊2日がそれに続き、この2つで全体の75%以上を占めます。4泊以上する人も7.3%と一定数います。

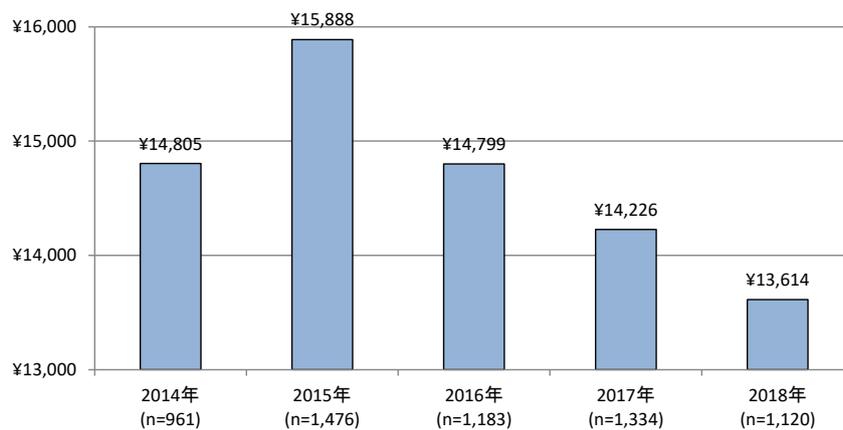
●来島回数



出典: 隠岐観光協会のアンケート調査

観光目的での隠岐訪問者の来島回数は、初めての人が約 70%と最も多く、4 回以上のリピーターも 10%程度います。

●消費金額（宿泊費・隠岐までの交通費を除く）



出典: 隠岐観光協会のアンケート調査

隠岐来島者の消費額は、1 万 3 千~5 千円程度で推移していますが、ここ数年は減少傾向です。

■隠岐諸島の特徴と観光産業の位置づけ

隠岐地域は、宿泊業・飲食サービス業、運輸業、漁業などの付加価値額の割合が高く、これらは地域の重要な産業となっています。業種別従業者数で見ても、宿泊業・飲食サービス業の従業員数の割合も高くなっています。

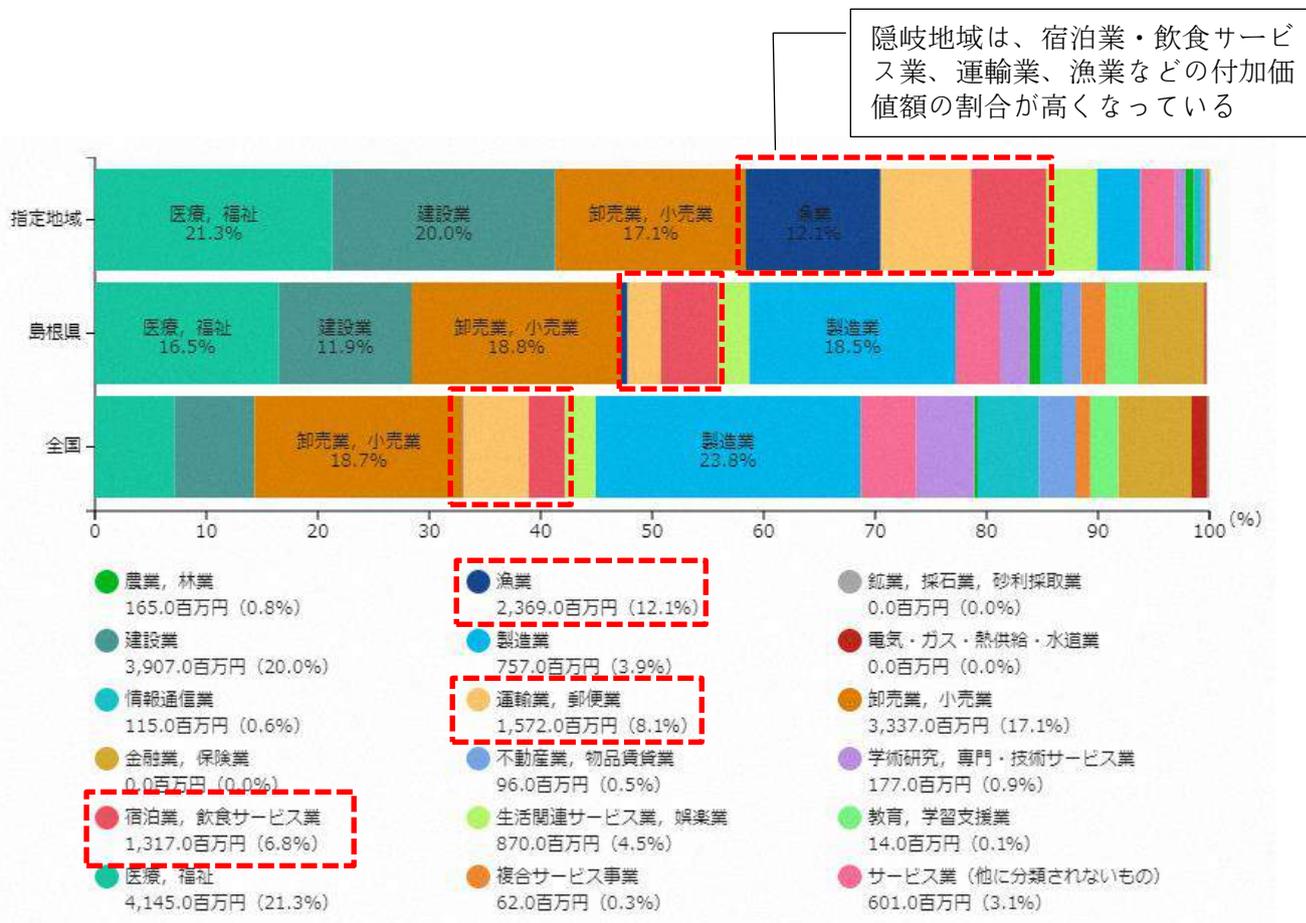
ユネスコ世界ジオパークにも認定された世界有数の自然環境を有し、離島ならではの農林水産資源が豊富にあります。これらの地域資源を活かしながら、観光産業（宿泊、飲食サービス業、小売業等）が発展してきました。

持続可能な地域社会を構築していくには、外貨獲得や若者の雇用促進に寄与し、他の産業への影響力も高い（すそ野が広い）観光産業の維持・継承が重要となってきます。

将来的にも、地域が、観光産業が盛んな、観光で稼ぐことのできる島であり続けることは、隠岐全体が豊かな島であり続けることにつながる、必要な要素となります。

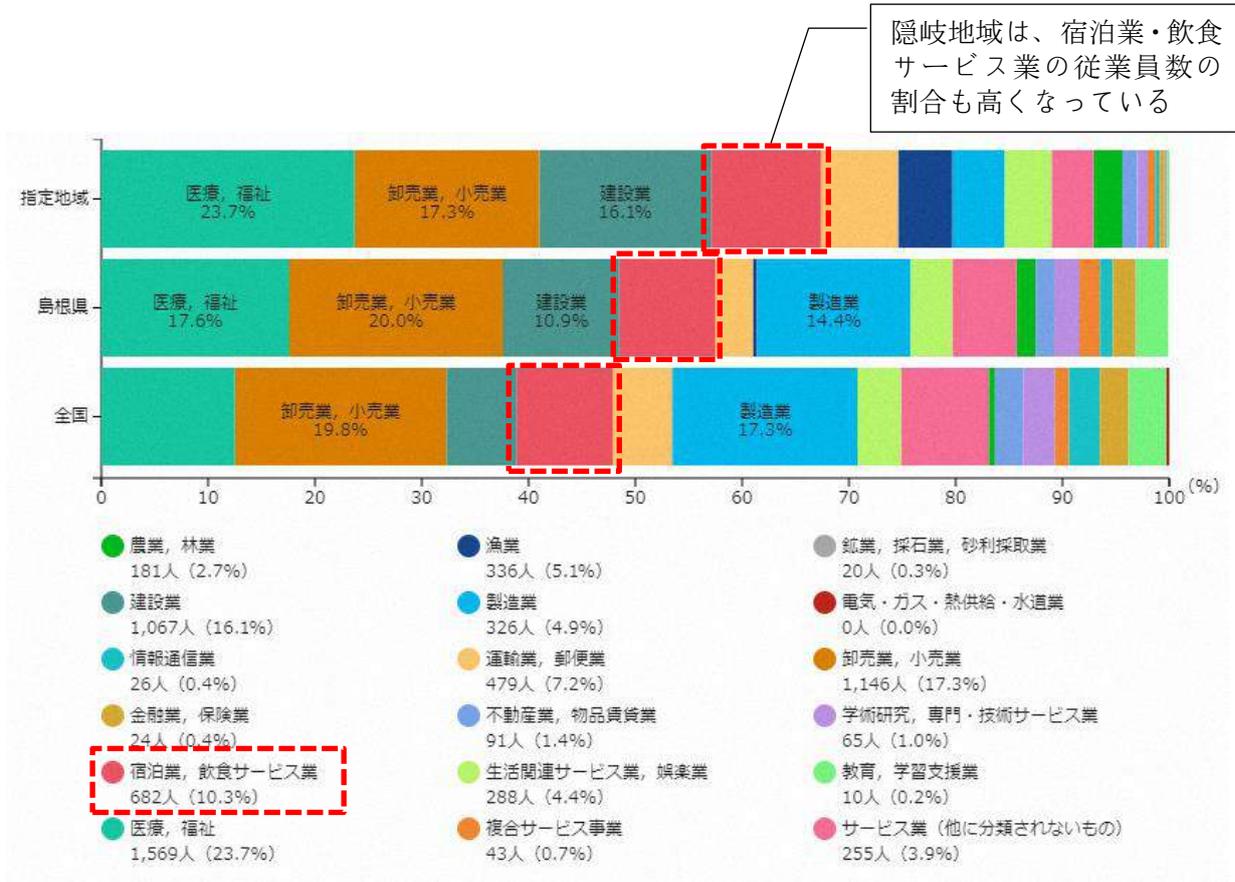
付加価値額(企業単位)2016年

指定地域：海士町、西ノ島町、知夫村、隠岐の島町



従業員数(企業単位)2016年

指定地域：海士町、西ノ島町、知夫村、隠岐の島町



■目標数値の設定に関する資料

●個別目標

①世界中から人が訪れる島

項目	現状値 (2018年)	2024年	2029年	出典
推定観光客数	52,973人/年	54,000人/年	55,000人/年	隠岐観光協会の集計データ
外国人 入込客数	456人/年 (0.9%)	3,000人/年 (5.6%)	5,500人/年 (10.0%)	隠岐汽船データ

※推定観光客数は、外国人観光客の誘客強化により、概ね現状維持（微増）とし、平均宿泊数の増による総括目標達成を目指す。

参考(外国人宿泊客数・島根県観光動態調査・鳥取県観光入込動態調査)

- ・ 松江市(75,351人泊)
- ・ 出雲市(7,875人泊)
- ・ 隠岐諸島(896人泊)
- ・ 鳥取県東部(31,932人泊)
- ・ 水木しげる記念館来場者数(12,260人)
- ・ とっとり花回廊(18,494人)

※山陰両県の外国人延べ宿泊者数の2011年から2018年の年間伸び率＝約128%

今後10年間、年間128%増大すると試算すると、2029年には5,384人となり、5,500人/年と設定

②のんびり、ゆっくりできる島

項目	現状値 (2018年)	2024年	2029年	出典
観光目的の 平均宿泊数	1.5泊 (1.3泊)	1.7泊 (1.5泊)	2.0泊 (1.7泊)	延べ宿泊客数 /推定観光客数
(2泊3日以上の 宿泊比率)	(約60%)	(約65%)	(約70%)	隠岐観光協会 アンケート調査

※観光目的の平均宿泊数は日帰り客など宿泊施設を利用しない推定観光客を除いて算出(宿泊者の平均宿泊数)。下段の()内は日帰り客などを含めた場合の参考数値。

日帰り観光客数を推測する適当なデータはないが、概ね15%(約8,000人)と推定し、今後も現状維持するものとして算出。

宿泊者の平均宿泊数=68,085人泊÷(52,973-8,000)人=1.514泊⇒1.5泊

平均宿泊数=68,085人泊÷52,973人=1.285泊⇒1.3泊

③何度も訪れたいくなる島

項目	現状値 (2018年)	2024年	2029年	出典
2年以内に来島 するリピーター 観光客の割合	3.7% (1,960人/年)	10% (5,400人/年)	20% (11,000人/年)	隠岐観光協会 アンケート調査 ×推定観光客数
ファンクラブの 人数	—	累計27,000人	累計55,000人	今後の検討
(観光目的の 平均来島回数)	1.77回	—	—	隠岐観光協会 アンケート調査

※2年以内のリピーター来島観光客(30/803=3.7%): 隠岐観光協会アンケート(H30)
毎年、推定観光客数の概ね10%のファンクラブ登録者の確保を想定

●総括目標

項目	現状値 (2018年)	2024年	2029年	出典
延べ宿泊客数 (調査対象施設)	122,676人泊/年 (69,312人泊/年)	135,000人泊/年	150,000人泊/年 (約85,000人泊/年)	隠岐観光協会集計 データを基に推計
延べ宿泊客数 (観光目的)	68,085人泊/年 (55.5%)	80,000人泊/年 (59.3%)	95,000人泊/年 (63.3%)	隠岐観光協会推計値 ×隠岐観光協会調べの 比率で算定
旅行消費額 (島へのアクセ ス費用は除く)	(R1年調査中)	－円/人	－円/人	隠岐観光協会 アンケート調査 (宿泊事業者・来訪者)

※延べ宿泊客数(総数・2018年)は、隠岐観光協会集計データ(調査対象:全宿泊施設容量の56.5%)から推計。伸び率は、宿泊事業者アンケート(H31)における理想とする宿泊数を参照(約20%増)。

観光客比率はH30年調査(島根県隠岐支庁)で55.5%となっている。ビジネス客(約55,000人泊)は現状維持とし、増加分は概ね観光客での達成を目指す。

延べ宿泊客数=69,312人泊/年(調査対象施設)÷56.5%=122,676人泊/年

目標値=122,676人泊/年×1.2=147,211人泊/年⇒150,000人泊/年

(調査対象施設=150,000人泊/年×56.5%=84,750人泊/年⇒85,000人泊/年)

延べ宿泊客数(観光目的)=122,676人泊/年×55.5%=68,085人泊/年

延べ宿泊客数(ビジネス)=122,676人泊/年-68,085人泊/年=54,591人泊/年⇒55,000人泊/年

延べ宿泊客数(観光目的)目標値=150,000人泊/年-55,000人泊/年=95,000人泊/年