

邑南町観光戦略

(観光ビジョン)



はじめに

基本理念

「観光」やめます 「関係」はじめます

～それが新しい観光スタイルです～

20世紀の人口増加社会が終焉を迎え、人口減少に転じた今、多くの人々が社会の変革期を実感しています。

邑南町においても、いままで顧みられなかった里山の景観や、そこでの地に足の着いた暮らしこそ次の時代の価値ではないか、という価値転換が若者を中心として始まっています。

この価値転換のもと、「人口減少」は、「人間が持続可能で豊かな暮らしを営むための最適な人口密度に回帰する現象」として前向きに捉えられないでしょうか。

邑南町で永い時間とともに育まれてきた「うつくしき」には、21世紀の社会が必要とする「豊かな暮らし」と「持続可能な仕組み」といった新しい観光をつくるヒントが豊富に残されています。

本計画では、『邑南町の「うつくしいまち」の姿を未来の社会デザインのモデルとして町内外に発信し、ともに創る仲間を得るための手段』として新しく観光の概念を捉えなおし、そのビジョンを描きます。

その新たな概念は、従来の「観光」を脱却するものです。

資源は、地域に暮らす人々とその営みそのものです。

いま、人と人の繋がりとしての「関係」を新たに育み、地域に暮らす人々、邑南町に共感する人々の共創によって「うつくしいまち」を未来に紡ぎます。

それが新しい観光スタイルです。

目次

1. 観光ビジョン策定にあたって	1
1) 計画策定の背景と目的.....	2
2) 計画対象年次.....	2
3) 上位計画との関係.....	2
2. 観光を取り巻く動向	3
1) わが国における観光の動向.....	4
(1) 日本人の国内旅行の状況.....	4
(2) 観光消費額と経済波及効果.....	5
(3) 外国人観光客（インバウンド）の状況.....	6
(4) 我が国における観光政策の動向.....	7
2) 島根県における観光の動向.....	8
(1) 観光入込客数の推移.....	8
(2) 観光消費額と経済波及効果.....	9
(3) 外国人観光客（インバウンド）の状況.....	10
(4) 県内における観光政策の動向.....	12
3) 新たな観光に関する動向.....	13
(1) アルベルゴ・ディフューゾ（Albergo Diffuso）.....	13
(2) コミュニティ・ツーリズム.....	14
(3) スタディ・ツアー.....	14
3. 邑南町における観光の現状	15
1) 邑南町の現況.....	16
(1) 歴史・地勢.....	16
(2) 人口.....	17
(3) 産業.....	17
2) 邑南町の観光の現状.....	18
(1) 観光入込客数の推移.....	18
(2) 施設別に見た年間入込客数の推移.....	19
(3) 町内における観光スポット・宿泊施設等の分布.....	20
(4) 外国人観光客数の推移.....	21
(5) ヒアリング調査から見る観光の現状.....	22
(6) アンケート調査から見る観光の現状.....	33
3) 観光振興に向けた取組み.....	35
(1) 特色ある観光施設の活用とイベントの開催.....	35
(2) 地域食材を活かした取組み.....	35
(3) 豊かな自然を活かした交流事業の推進.....	36

(4) 歴史的・文化的資源を活用した取組み	36
(5) 伝統芸能・地域行事を活かした取組み	36
(6) 生涯活躍の推進と地域の担い手の確保	37
(7) 国際交流の推進	37
(8) 新たな地域公共交通の仕組みづくり	37
4) 新たな観光に関する取組み	38
(1) 三江線の鉄道資産を活用に向けた取組み	38
(2) おおなん DIY 木の学校プロジェクト	39
(3) 学生向けスタディ・ツアー	40
(4) 企業経営者向けスタディ・ツアーの運営	41
5) 邑南町の観光の課題	42
(1) 少子高齢化と担い手不足	42
(2) 観光客のニーズの変化	42
(3) 「観光」の価値の転換	42
(4) 地域外の関係人口の巻き込み	43
(5) 既存の観光施設の整備	43
(6) 価値の編集機能(課題の転換)	43
(7) 推進体制の構築	44
(8) 財源の確保	44
4. 基本理念と基本方針	45
1) 基本理念	46
(1) 社会構造のパラダイムシフト	46
(2) 社会デザインのモデルとしての邑南町	46
(3) モデルづくりとしての観光戦略	47
2) 基本方針	48
(1) 内面を磨くことでの「うつくしいまち」づくり	48
(2) 住民の誇り・幸せづくり	48
(3) 「関係案内所」による「協創型・共生型」の観光の推進	49
(4) 従来型の観光を基盤とする新しい観光への展開	50
(5) しなやかな協働	50
5. 推進する取組みと推進体制	51
1) 推進する取組み	52
(1) 推進体制	52
(2) 推進する取組み	53

1. 観光ビジョン策定にあたって

1) 計画策定の背景と目的

邑南町では、これまで、町内の特産物や旧三江線の鉄道資産などを活用したまちづくりを推進しており、食と農による学びと交流拠点の整備や香木の森公園をはじめとする観光施設の整備、一般社団法人邑南町観光協会の設立など、観光入込客数 100 万人の実現に向けた取組みを展開しています。

近年では、グローバル化や個人のライフスタイルの変化などに伴い、観光の目的や形態の多様化が進んでおり、従来型の量（人数）を志向する消費型観光だけではなく、地域に根差した自然や文化、生業や暮らしといった生活そのものに価値を見出し、これらとの触れ合いを旅行の契機とした、「新しい観光」への需要も高まってきています。

しかしながら、少子高齢化に伴う担い手不足や施設の老朽化といった課題も表面化しており、課題解決へ向けた効果的な施策を検討する必要があります。

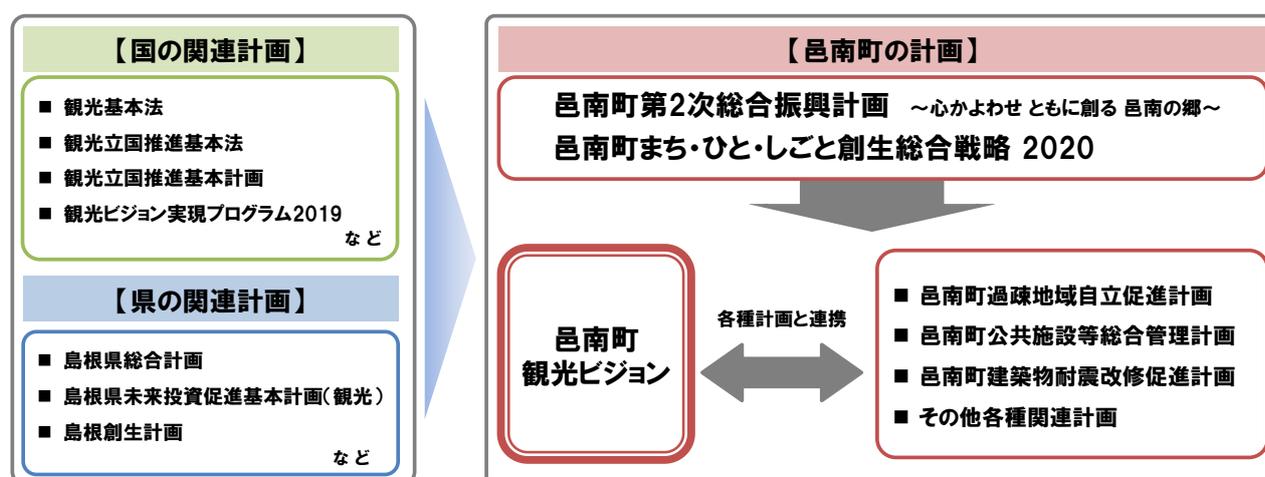
このような状況を踏まえ、本町における観光を取り巻く動向やその実態を整理し、今後、国連の持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals¹）である「誰一人取り残さない」=持続可能な観光を実現するために、本町の観光が「目指すべき姿」とその実現に向けて必要となる取組みなどを明らかにすることを目的として、邑南町観光戦略（観光ビジョン）を策定します。

2) 計画対象年次

本計画の期間は、2020 年度（令和 2 年度）から 2024 年度（令和 6 年度）までの 5 年間とします。

3) 上位計画との関係

本計画は、本町における観光に関する現状と課題を踏まえつつ、「邑南町第 2 次総合振興計画」などの上位関連計画との整合を図りつつ、本町の観光振興の方向性を示すものとします。



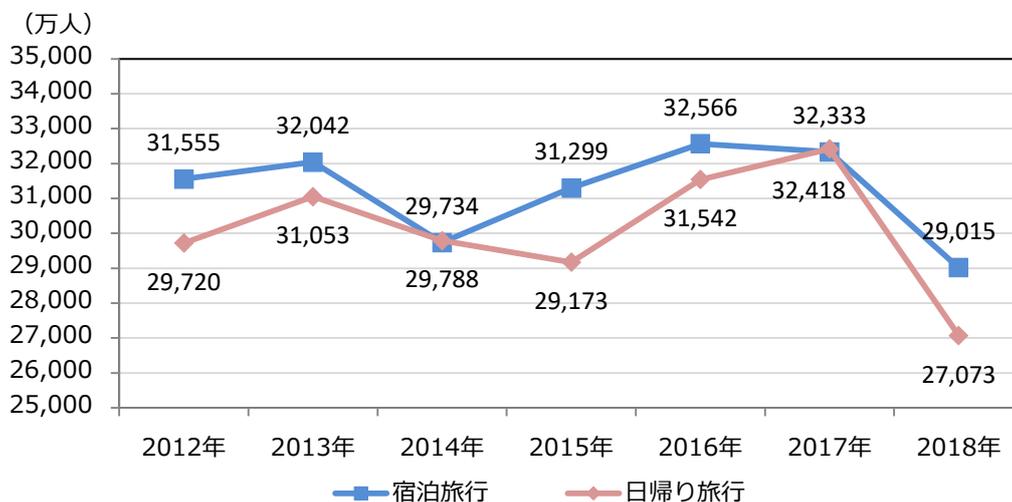
¹ すべての人が現在および将来にわたって平和と豊かさを享受できる社会を目指した世界共通の目標で、2030 年までの達成に向け 17 の目標が設定されている。通称「SDGs」。

2. 観光を取り巻く動向

1) わが国における観光の動向

(1) 日本人の国内旅行の状況

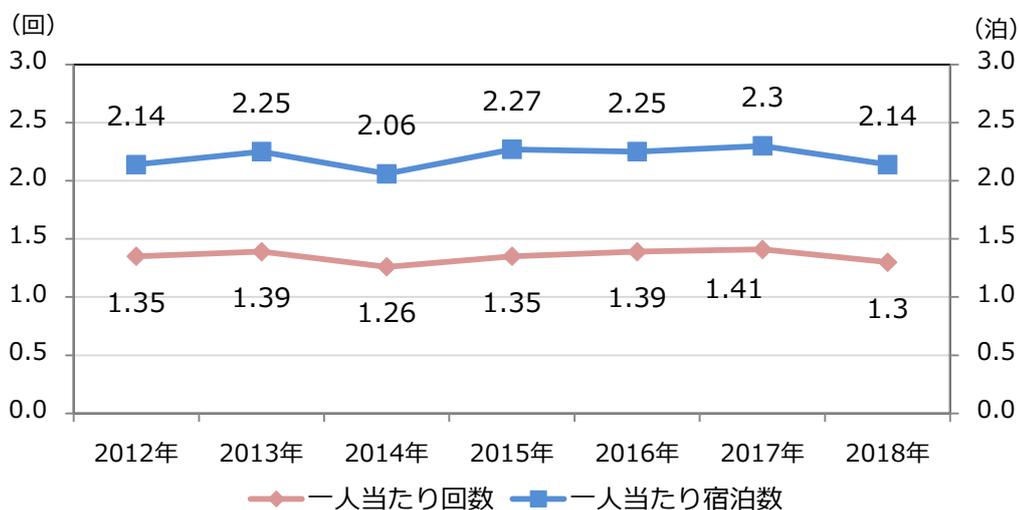
観光庁による調査では、2018年(平成30年)に国内宿泊旅行に行った日本人の人数は、延べ2億9,015万人、国内日帰り旅行は延べ2億7,073万人となっています。



国内宿泊旅行延べ人数・国内日帰り旅行延べ人数の推移

資料：国土交通省 観光庁（2019）『令和元年度版 観光白書』

また、2018年(平成30年)における日本人の国民一人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.30回となっており、宿泊日数は2.14泊となっています。



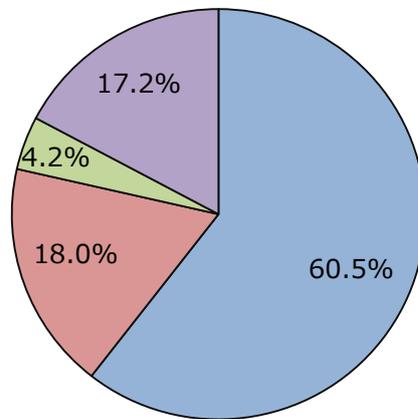
国民一人あたり旅行平均回数

資料：国土交通省 観光庁（2019）『令和元年度版 観光白書』

前年と比較すると、2018年(平成30年)は、日帰り、宿泊ともに旅行者の数は減少しており、平均旅行回数も少なくなっていることがわかります。

(2) 観光消費額と経済波及効果

2018年（平成30年）における日本人および訪日外国人旅行者による日本国内での観光消費額は、26.1兆円となっています。経年での変化に着目すると、訪日外国人旅行者による観光消費額が年々増加傾向にあることがわかります。



■ 日本人国内宿泊旅行 ■ 日本人国内日帰り旅行
■ 日本人海外旅行【国内分】 ■ 訪日外国人旅行

2018年（平成30年）における観光消費額の内訳

資料：国土交通省 観光庁（2019）『令和元年度版 観光白書』

観光消費額の推移

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
日本人国内宿泊旅行（兆円）	15.0	15.4	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8
日本人国内日帰り旅行（兆円）	4.4	4.8	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7
日本人海外旅行【国内分】（兆円）	1.3	1.2	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1
訪日外国人旅行（兆円）	1.1	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5
合 計	21.8	22.8	21.5	24.9	25.7	26.7	26.1

資料：国土交通省 観光庁（2019）『令和元年度版 観光白書』

また、観光産業がもたらす経済波及効果について、観光庁は、2017年（平成29年）時点では、生産波及効果（直接効果を含む）が55.2兆円に上ると試算しており、このうちの付加価値効果は27.4兆円であると試算しています。また、これに伴う雇用効果として、470万人以上の雇用の創出につながったと報告されています。

観光産業による経済波及効果

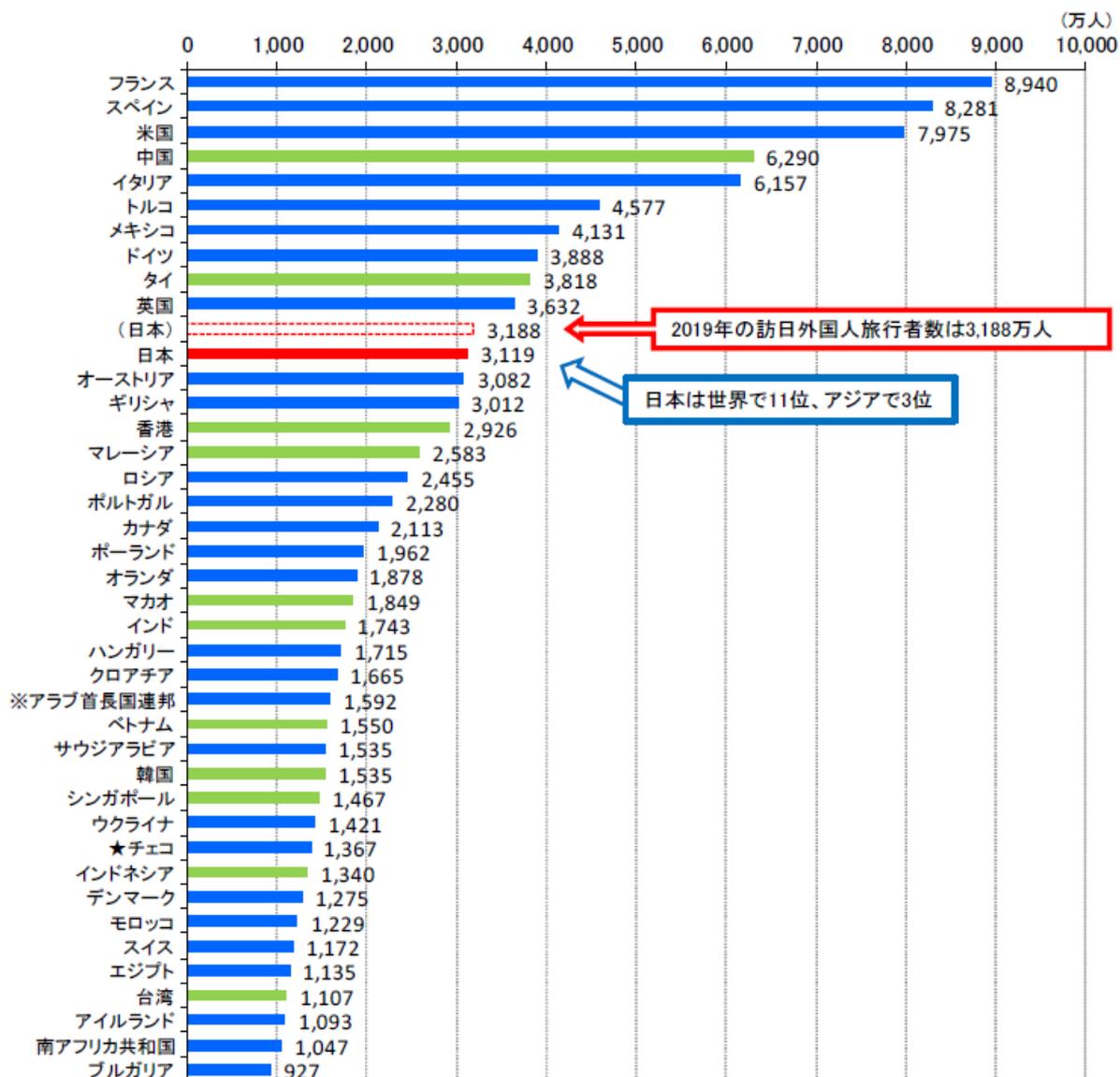
	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
生産波及効果（兆円）	46.7	48.7	46.2	52.0	53.8	55.2
付加価値効果（兆円）	23.8	24.8	22.9	25.7	26.7	27.4
直接効果（兆円）	10.9	11.3	10.7	12.1	12.7	12.9
雇用効果（万人）	399	417	388	440	459	472
直接効果（万人）	213	223	203	230	243	249

資料：国土交通省 観光庁（2019）『旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究』

(3) 外国人観光客(インバウンド)の状況

我が国における 2018 年（平成 30 年）の訪日外国人旅行者数は、3,119 万人となっており、我が国は 11 位となっています。

今後、東京オリンピック・パラリンピックや大阪万博の開催などに伴い、外国人観光客はさらに増加すると見込まれており、国や地方自治体におけるインバウンド対策がより重要になると考えられます。



外国人旅行者受入数ランキング（2018 年）

資料：国土交通省 観光庁（2019）『令和元年度版 観光白書』

(4) 我が国における観光政策の動向

近年における我が国の観光政策は、1963年（昭和38年）に観光基本法²が制定されたことを契機に本格的な議論が始まりました。観光基本法は、国際観光の発展と国民の観光旅行の普及を推し進め、国際収支の改善や経済の発展を促進することなどを主たる目的として制定されており、政府、地方自治体を中心に、観光産業の振興と観光客受け入れのための諸整備が進められてきました。

1990年代以降、バブル経済の崩壊や少子高齢化の進行などに伴い、多様な社会問題が表出しており、とりわけ、地方都市においては、都市自体の存続や持続性にも大きく関わる極めて深刻な問題として認識されるようになりました。このような状況の中、地域の様々な観光資源を活かし、観光振興による地域活性化を推進する地域が多く見られるようになりました。

1990年代後半から2000年代にかけて、外国人観光客（インバウンド）への対応についての議論が拡大すると、「国際観光」の有用性やその対応策を講じる必要性が認識され始めました。このような状況を踏まえ、政府は「観光立国³」構想を提唱し、インバウンド観光を中心とした観光施策が進められてきました。

2017年（平成29年）には、第二次安倍内閣により、「観光立国推進基本計画⁴」が策定され、インバウンド対策をさらに推し進める方針が改めて示されることとなりました。

2019年（令和元年）には、新たに、「観光ビジョン実現プログラム2019」が策定され、訪日外国人旅行者の拡大へ向けた取組みを進めるとともに、地域の新たな観光コンテンツの開発やDMO⁵の設立や各自治体との連携強化も進められています。

「観光ビジョン実現プログラム2019」の概要

訪日外国人旅行者数2020年4,000万人、2030年6,000万人などの目標の確実な達成のため、①外国人が楽しめる環境整備、②外国人が喜ぶ観光コンテンツの充実、③日本政府観光局と地域（自治体・観光地域づくり法人^{*}）の適切な役割分担と連携強化等に取り組み、外国人の地方への誘客・消費拡大等に一層力を入れて取り組んでいく。

<p>1.外国人が真の意味で楽しめる仕様に変えるための環境整備</p>  <p>外国人に伝わる多言語解説 Wi-Fiの環境整備</p>	<p>3.日本政府観光局と地域（自治体・観光地域づくり法人[*]）の適切な役割分担と連携強化</p>  <p>グローバルキャンペーン等の先進的プロモーション</p>
<p>2.地域の新しい観光コンテンツの開発</p>  <p>体験型宿泊コンテンツ(城泊等) スノーリゾート活性化</p>	<p>4.出入国の円滑化等</p>  <p>顔認証システムなどによる出入国の迅速化</p>

「観光ビジョン実現プログラム2019」の概要

資料：国土交通省 観光庁（2019）『「観光ビジョン実現プログラム2019」の概要』

² 国の観光政策に関する基本方針を示した法律。1963年（昭和38年）に施行された。

³ 国内の観光資源を整備し、国内外からの観光客を誘致し、観光による経済効果を、その国の経済基盤にすること。

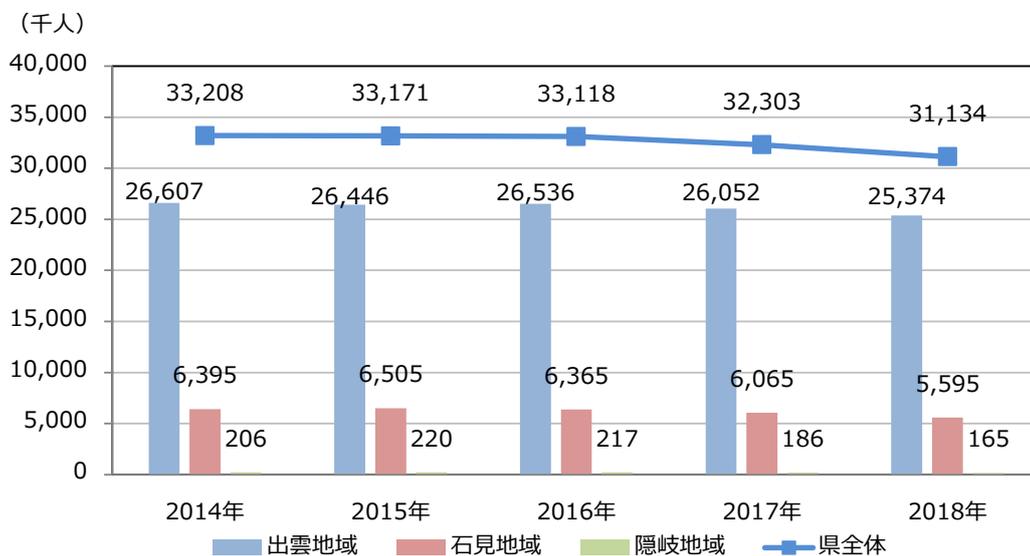
⁴ 2006年に閣議決定された観光立国推進基本法を計画化し、観光立国を目指す上での具体目標などを掲げたもの。

⁵ Destination Management Organizationの略称で、当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。

2) 島根県における観光の動向

(1) 観光入込客数の推移

島根県の観光動態調査によると、2018年（平成30年）の観光入込客数は、延べ数で、約3,113万人となっており、前年よりやや減少しているものの、過去5年間は、概ね横ばいで推移しています。



島根県における観光入込客数の推移

資料：島根県観光動態調査（平成30年）

観光入込客数を市町村別に見ると、出雲市が、約1,162万人と最も多く、次いで、松江市が約974万人、浜田市が約151万人となっています。また、対前年増減に着目すると、飯南町の増減率が+9.7%で最も増加率が高いのに対し、知夫村については、増減率-49.5%と最も減少幅が大きくなっていることがわかります。

市町村別の観光入込客数

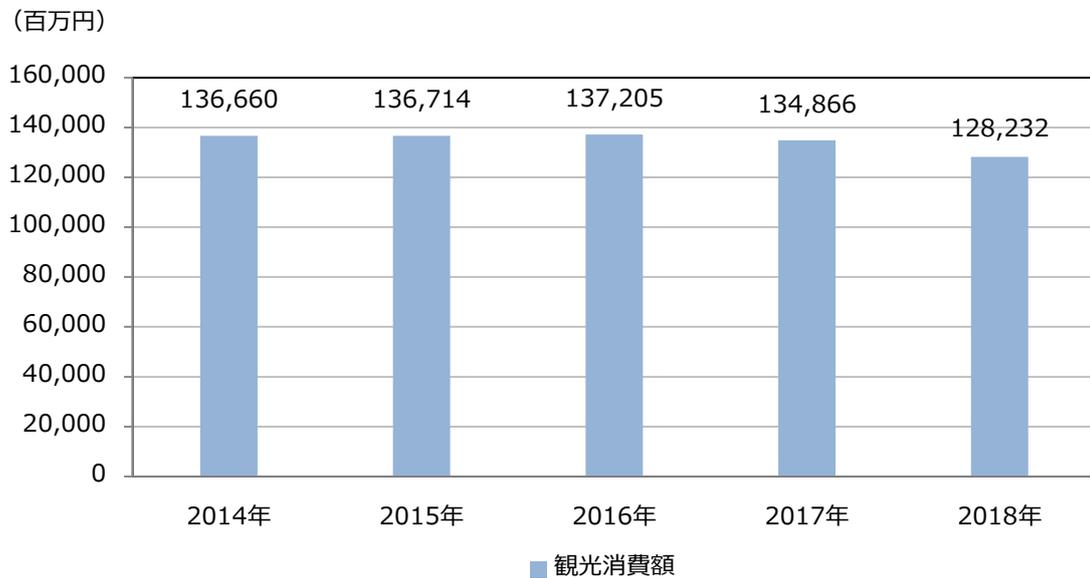
(単位:人)

市町村名	2018年	2017年	対前年増減(%)
出雲市	11,618,836	11,983,084	-3.0%
松江市	9,737,345	9,981,844	-2.4%
浜田市	1,510,321	1,554,078	-2.8%
安来市	1,490,315	1,511,130	-1.4%
雲南市	1,297,183	1,388,600	-6.6%
津和野町	1,134,738	1,213,853	-6.5%
大田市	1,113,452	1,319,568	-15.6%
益田市	919,892	961,464	-4.3%
奥出雲町	801,413	801,031	+0.0%
飯南町	424,251	386,787	+9.7%
邑南町	354,330	374,734	-5.4%
江津市	214,147	246,686	-13.2%
吉賀町	211,381	241,292	-12.4%
隠岐の島町	104,406	116,845	-10.6%
美郷町	102,697	120,810	-15.0%
川本町	34,690	32,366	+7.2%
西ノ島町	32,098	31,594	+1.6%
海士町	28,580	31,236	-8.5%
知夫村	3,212	6,363	-49.5%
合計	31,133,287	32,303,365	-3.6%

資料：島根県観光動態調査（平成30年）

(2) 観光消費額と経済波及効果

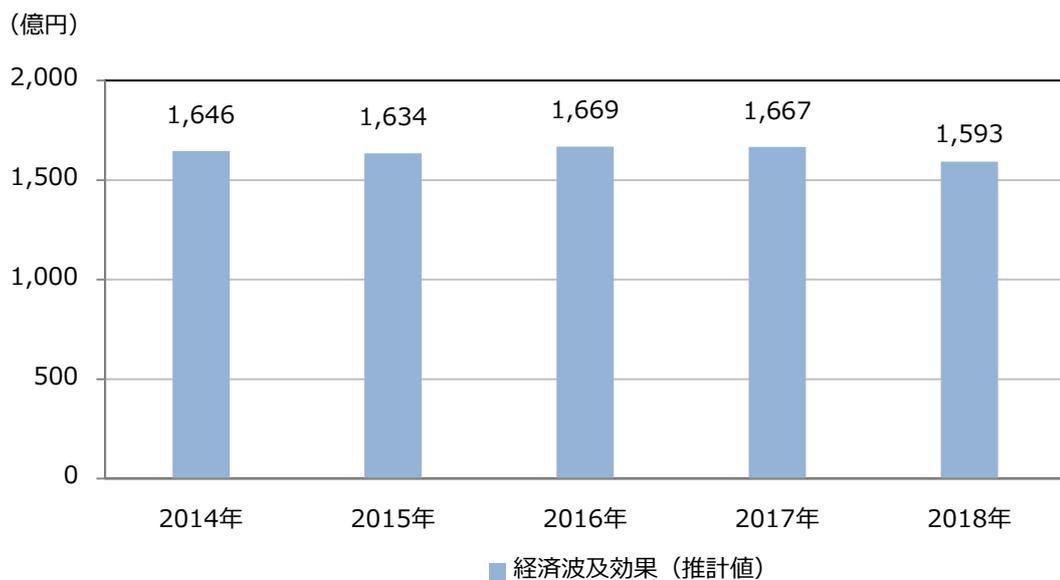
観光消費額に着目すると、2018年（平成30年）の島根県の観光消費額は、約1,282億円であり、前年より約66億円減少しています。過去5年間の傾向として、2014年（平成26年）から2017年（平成29年）までは、1,360億円前後で金額が推移していましたが、2018年は、過去5年間では最も低い金額となっています。



島根県における観光消費額の推移

資料：島根県観光動態調査（平成26年～平成30年）

また、観光消費額が県内に及ぼす経済波及効果に関して、島根県観光動態調査では、2018年（平成30年）は1,593億円の経済波及効果があったと試算されており、過去5年間では、最も低い水準となっています。

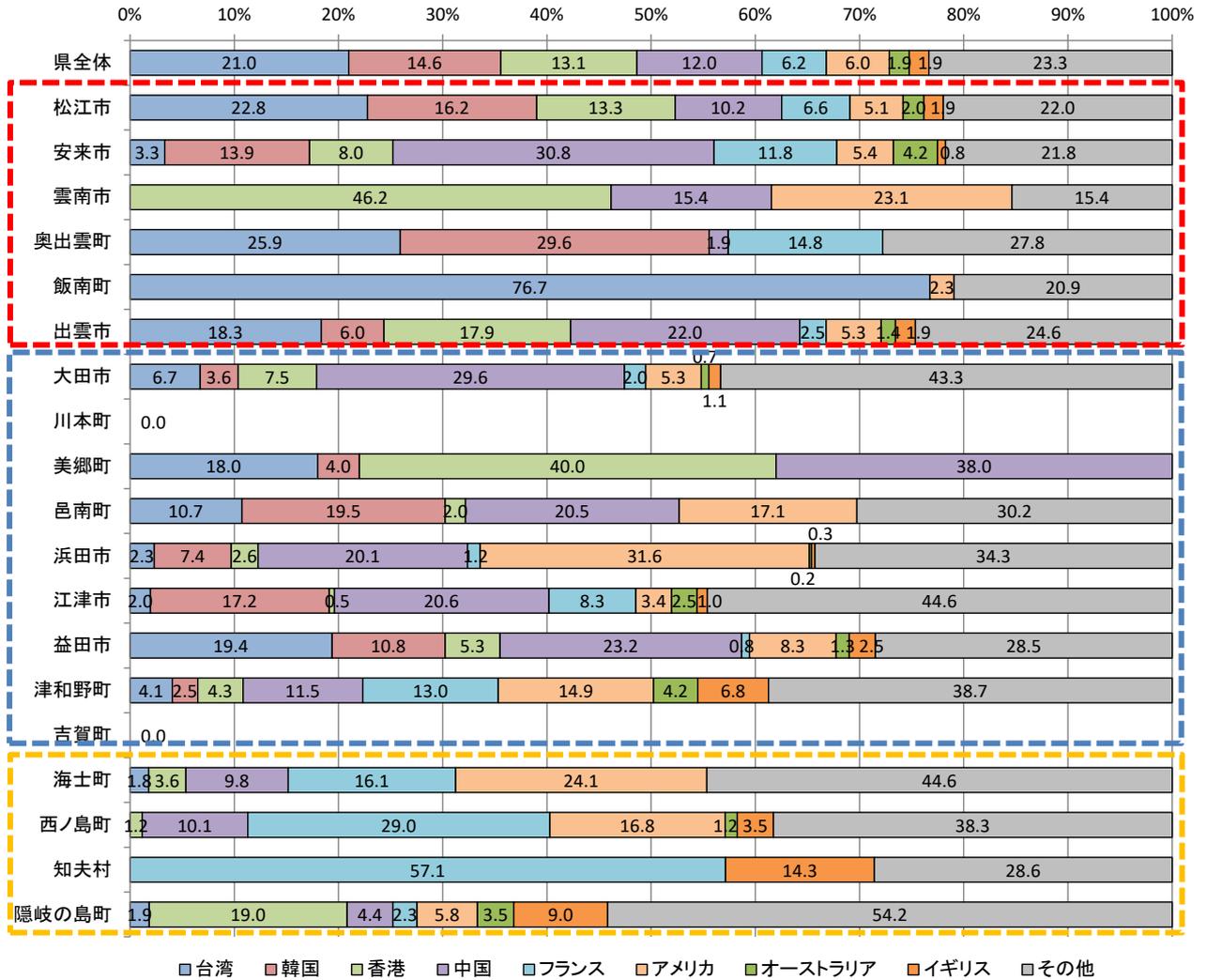


観光消費額が県内に及ぼす経済波及効果の推移

資料：島根県観光動態調査（平成26年～平成30年）

2. 観光を取り巻く動向

市町村別の外国人宿泊者の内訳を見ると、東部圏域の自治体（下図赤枠内）については、県全体の傾向と同じく、台湾、韓国、香港、中国からの観光客の割合が高くなっています。また、西部圏域（下図青枠内）の自治体のうち、浜田市、江津市、津和野町では、アジア圏以外の地域からも多くの外国人観光客が訪れています。さらに、隠岐圏域（下図黄色枠内）の自治体では、フランス、アメリカ、イギリスなどの欧米諸国からの訪問者の割合が他地域より高い傾向にあり、圏域ごとに、異なる特徴があることが見て取れます。



市町村別に見た地域別外国人宿泊客の割合

資料：島根県観光動態調査（平成30年）

(4) 県内における観光政策の動向

2020年度から運用が開始される予定の「島根創生戦略（2020-2024年度）」では、島根県における主要産業として「観光」を位置付けられており、豊かな自然や歴史・文化等を活かした観光事業の創出が推進されています。また、それに伴い、各地域が有する固有の地域資源の積極的活用や地域の魅力向上に努めるとともに、国内外への情報発信を行うことの必要性についても言及されています。

近年では、島根県を訪れる外国人観光客（インバウンド）も増加傾向にあることから、インバウンドに対応した環境整備等を進めることの重要性も認識されています。

島根県を取り巻く様々な情勢を踏まえ、県では、4つの大きな取組方針を定め、各種施策を展開することとしています。

取組方針① 地域資源を活用した魅力ある観光地域づくり

国宝の出雲大社・松江城、世界遺産の石見銀山、隠岐ユネスコ世界ジオパーク、日本遺産や大山隠岐国立公園などの豊かな自然や歴史・文化など、島根の魅力ある資源を活かしながら、地域や民間事業者が主体となって行う地域資源の磨き上げや観光商品の造成、観光客のおもてなしの取組を支援し、観光地域づくりを推進します。

取組方針② 美肌観光の推進

これまでの“ご縁の国”のイメージに加え、新たに“美肌県しまね”をキーワードに、温泉や食などを素材とした観光地域づくりや、イメージ定着のための情報発信を推進します。

取組方針③ 島根に行きたくなる観光情報の発信

素材やターゲットに応じたプロモーションを展開し、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、インターネット、SNSなどのメディア活用や県内ロケの誘致など多様な手法による情報発信を行うことにより、島根の魅力を国内外に向け戦略的に発信します。

取組方針④ ターゲット国を中心とした外国人誘客の推進

国際航空路線の誘致による、海外からの直接的なゲートウェイの開設をはじめとして、ターゲットとする国や地域に応じた海外プロモーション活動の強化や外国人の来県ルートに応じたゲートウェイ別の対策、多言語化対応など外国人の利便性向上を図る受入環境の整備などにより、外国人観光客の誘客を推進します。

島根県における観光分野の取組み

資料：「島根創生計画 2020-2024（案）」をもとに作成

また、県では、「しまね田舎ツーリズム」をはじめとする体験型の観光事業にも焦点を当て、都市部人材の島根県への理解促進や地域住民との交流拡大にも力を入れています。

本計画では、既述のような国や県における観光分野の現状等も踏まえながら、効果的かつ実行可能な観光戦略を検討していきます。

3) 新たな観光に関する動向

先述の通り、近年では、観光客にお金を使わせる「消費型観光」に留まらず、地元住民との交流や地域の伝統行事への参加といった、旅行先での人々とのふれあいや、地域における社会的課題の解決につながる活動への参画などを目的とした観光をはじめ、従来とは異なる観光事業に注目が集まっています。

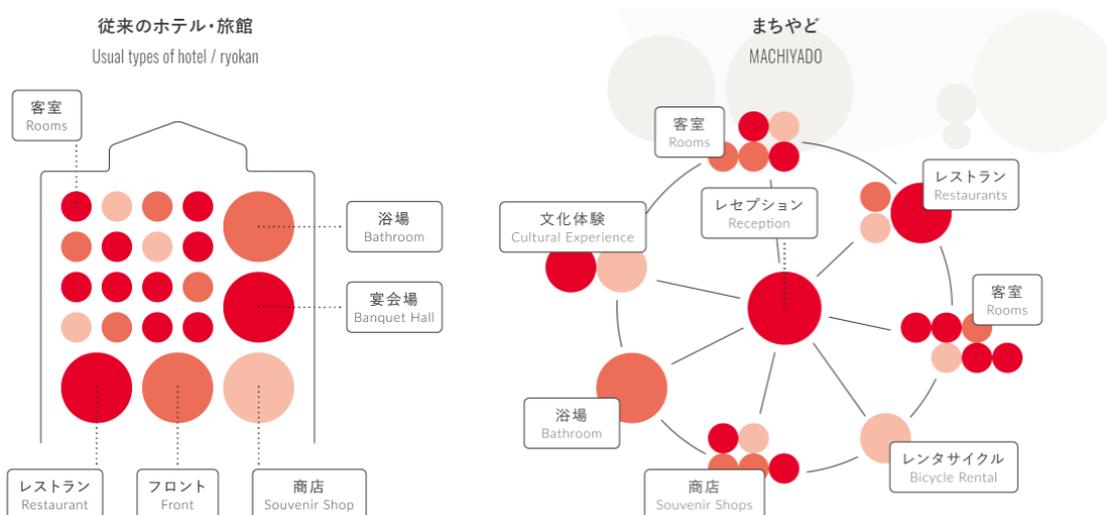
ここでは、邑南町における観光戦略を立案するにあたり、参考となりうる事例について、①アルベルゴ・ディフーゾ (Albergo Diffuso)、②コミュニティ・ツーリズム、③スタディ・ツアーの3つの観点から整理します。

(1) アルベルゴ・ディフーゾ (Albergo Diffuso)

アルベルゴ・ディフーゾとは、まち全体を宿に見立て、宿泊、飲食、浴場などの設備や施設が地域内に分散し、まちぐるみで観光客をもてなす取組みのことで、1980年代に、北イタリアの小さな村から発展した考え方のことを指します。

アルベルゴ・ディフーゾは、地域に散らばっている複数の空き家を利用し、宿泊施設や受付、食堂などを別々に配置することで、観光客が地域を巡り、地域に溶け込みながら滞在してもらう点が大きな特徴です。

地域内に存在する様々な資源や地元事業者などとの連携を促進し、「地域における日常(生業)」を最大のコンテンツとすることで、利用者には地域固有の宿泊体験を提供し、地域住民には、新たな活躍の場や事業機会を提供することが期待されており、邑南町における空き家活用へ向けたプロジェクトとも親和性が高いと考えられます。



アルベルゴ・ディフーゾのイメージ

資料：日本まちやど協会ホームページ (<http://machiyo.jp/>) より引用

(2) コミュニティ・ツーリズム

コミュニティ・ツーリズムは、一般的に、「地域の文化や産業、暮らしなどのその地域ならではの魅力を味わうことを目的とした観光」として理解されています。

地域を訪れた観光客と地域住民との交流の機会を創出することで、関係人口⁶の構築や定住人口の拡大などにも寄与すると考えられており、地域コミュニティの活性化といった分野からも注目を集めています。

コミュニティ・ツーリズムは、日本の原風景を実体験できることから、都市部に居住する人々や外国人観光客（インバウンド）をターゲットとした事業が多数存在しており、邑南町の観光振興を考えるうえでも、重要な視点を有しているものと考えられます。

(3) スタディ・ツアー

スタディ・ツアーとは、一般的に、「地域課題の現場を実際に訪れ、地域が抱える諸問題の原因や背景などを学ぶとともに、実際に地域住民とともにボランティア活動などに取り組むことに主眼が置かれた観光」として理解されています。

地域外の人材が、地域課題解決のための取組みに参画することで、地域活動の担い手不足解消に寄与するだけでなく、実際の地域課題の現場を体験することで、自己アイデンティティの形成や地域住民などとの交流の促進も期待されています。

スタディ・ツアーの考え方は、「関係人口」の概念とも共通する部分が多いことから、本町の既存の取組みとも連携しやすく、既存の取組みのさらなる発展にも寄与するものと考えられます。

⁶ 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、地域や地域の人々と多様に関わる人を指す言葉。

3. 邑南町における観光の現状

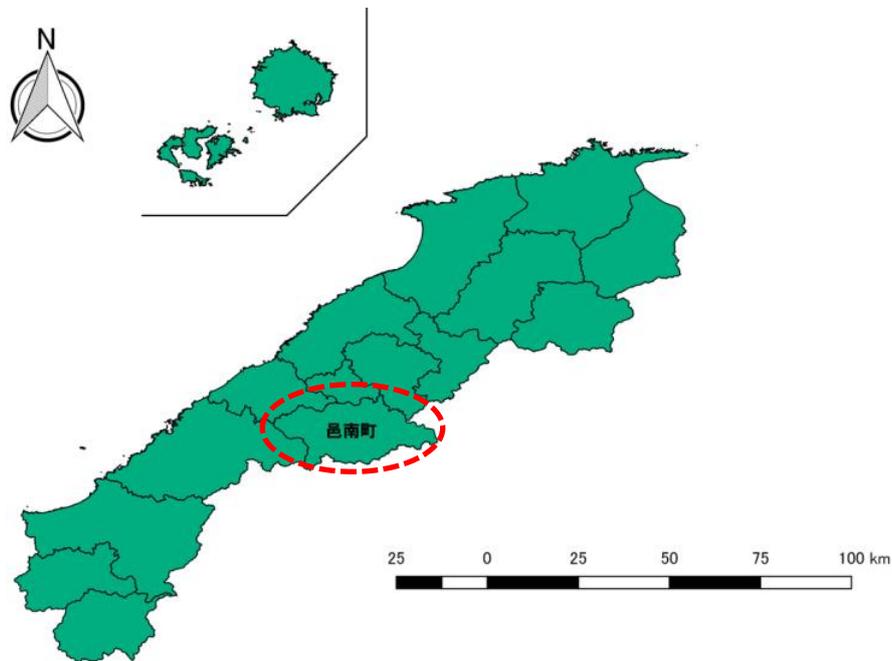
1) 邑南町の現況

(1) 歴史・地勢

邑南町は、島根県の中南部に位置し、419.2km²の面積を有する地域です。2004年（平成16年）10月に、羽須美村・瑞穂町・石見町の3町村が合併し、現在の邑南町が誕生しました。

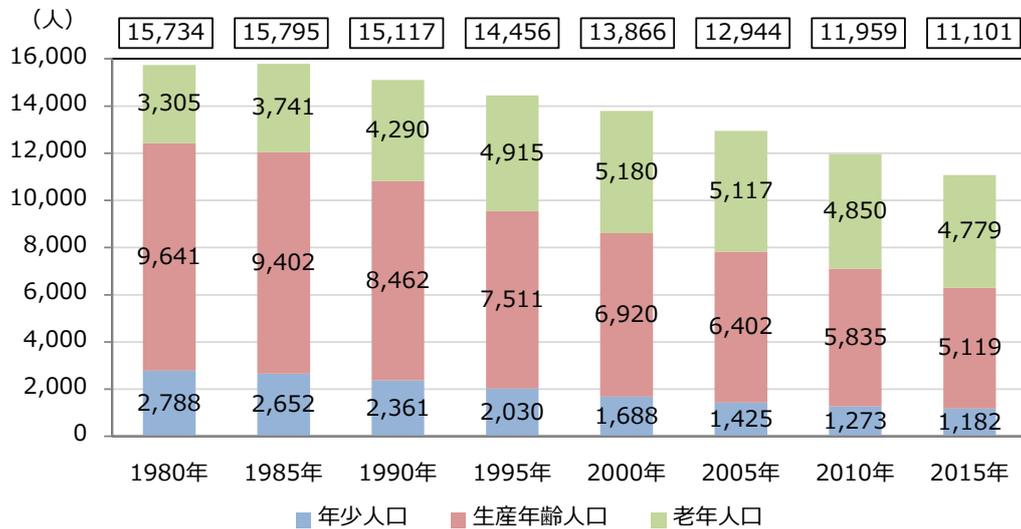
本町は、鉄や銀などの地下資源に恵まれ、さらには、江の川流域の舟運や街道交通の結節点として繁栄してきました。現在でも、町内には製錬に関わる遺構が多く点在しているほか、神楽をはじめとする伝統芸能も継承されてきています。

本町は、中山間地に代表的な盆地の多い地形で、その多くが標高100～600mの地域となっています。また、瑞穂地域、石見地域の南側から西側にかけては、標高1,000m級の急峻な地形も存在しています。



(2) 人口

本町の総人口は、2015年（平成27年）時点で11,101人となっており、1985年（昭和60年）以降、年々減少傾向にあります。また、年齢3区分別人口を見ると、年少人口（0～14歳）、生産年齢人口（15～64歳）の減少幅が大きく、少子高齢化の影響が顕著に見て取れる結果となっています。



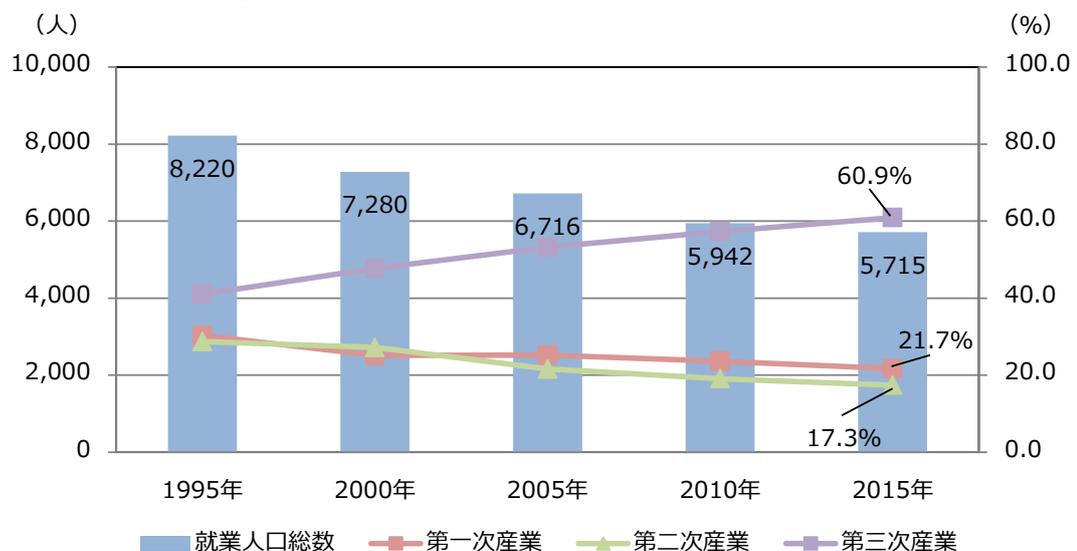
3区分別人口推移

資料：国勢調査

注釈：□内は総人口を表している

(3) 産業

本町の就業者数は、2015年（平成27年）時点で5,715人となっており、その割合は、第一次産業が21.7%、第二次産業が17.3%、第三次産業が60.9%となっています。今後、さらに人口減少が進めば、地域内の産業の担い手の確保がより困難となる可能性もあり、課題解決へ向けた取組みを進めていく必要があります。



就業者数および就業割合

資料：国勢調査

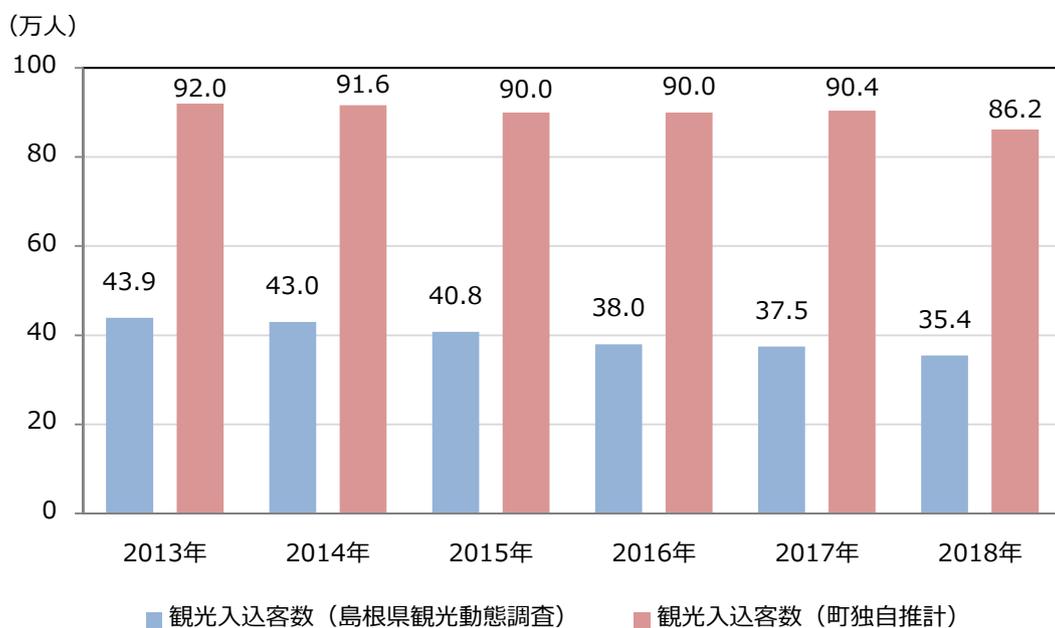
2) 邑南町の観光の現状

(1) 観光入込客数の推移

島根県の観光動態調査による2018年（平成30年）の観光入込客数は、35.4万人となっています。過去5年間の推移を見ると、観光入込客数は年々減少傾向にあり、2013年（平成25年）と2015年（平成27年）のデータを比較すると、8.5万人程度観光客が減少していることがわかります。

一方、邑南町独自の推計では、観光入込客数は90万人前後で推移しており、県の観光動態調査の結果より多くなっています。

両データの間乖離がある理由としては、観光・レクリエーション施設や生涯学習施設を主体とする従来型の観光が頭打ちの傾向にあるのに対し、町内各地で行われる「INAKAイルミ」や「花桃まつり」などの大小さまざまな祭りやイベントの参加者が多いことなどが考えられます。



観光入込客数の推移

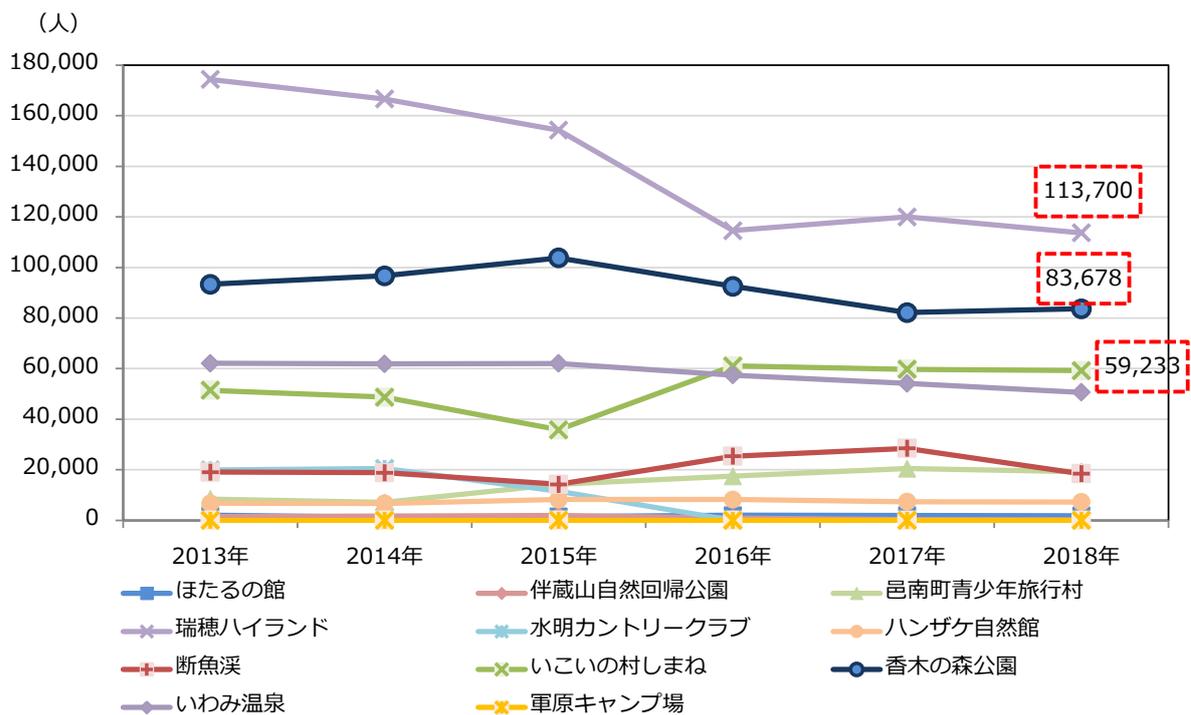
資料：島根県観光動態調査および邑南町調査結果

(2) 施設別に見た年間入込客数の推移

施設別の年間入込客数の推移に着目すると、2018年（平成30年）は、「瑞穂ハイランド」が約11.4万人で最も多く、次いで「香木の森公園」が約8.4万人、「いこいの村しまね」が5.9万人となっています。

過去5年間の経年変化を見ると、年によってデータの増減はありますが、各年ともに、「瑞穂ハイランド」、「香木の森公園」が上位を占めています。

各施設とも、入込客数は年々減少傾向にあります。邑南町青少年旅行村、断魚溪については、入込客数がやや増加傾向にあることがわかります。



観光施設別の入込客数の推移

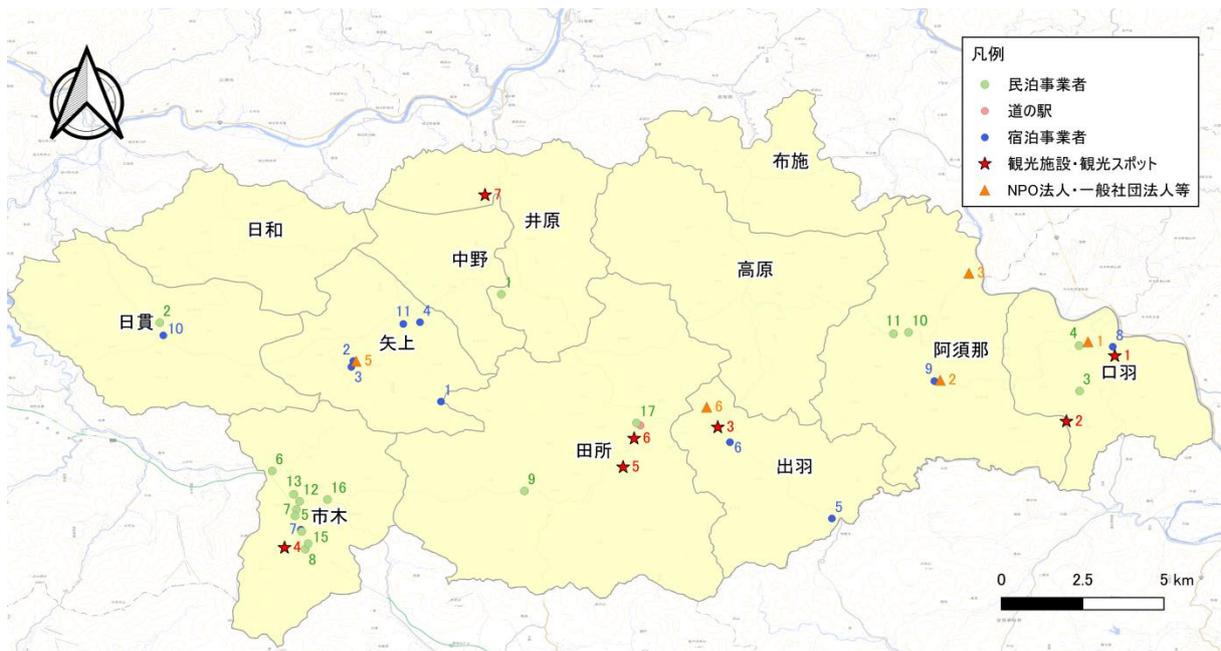
資料：島根県観光動態調査

(3) 町内における観光スポット・宿泊施設等の分布

下図は、邑南町内における主な観光スポットや宿泊施設等の立地状況を示したものです。

これを見ると、「香木の森公園」等の比較的集客力の大きい観光スポットは、瑞穂・石見地区に集中して立地している傾向にあり、羽須美地区には大きな集客力を持つ観光施設が少ないことが見て取れます。

しかしながら、地域づくり・観光振興に取り組む NPO 法人や民泊事業者、宿泊事業者は、町内各地に点在している傾向にあり、田舎ツーリズム等の体験型観光受け入れに対する一定程度の潜在能力を有しているものと考えられます。



観光スポット・宿泊施設等の分布

資料：鳥根県観光動態調査（平成 30 年）・邑南町観光協会ホームページ等をもとに作成

■民泊事業者(●)

No.	名称
1	古民家為田屋
2	岡田屋
3	桃源の館
4	今ちゃんの家
5	民宿日高
6	民宿にいや
7	土居ランド
8	やまぼうし
9	気まぐれけーじのそば屋
10	のぶしの宿
11	ことぶき
12	民宿マーボーの家
13	民宿石橋
14	山小屋ロッキー
15	市木倶楽部
16	グリーンロッジみずほ
17	民宿日野

■観光施設・観光スポット(★)

No.	名称
1	ほたるの館
2	伴蔵山自然回帰公園
3	邑南町青少年旅行村
4	瑞穂ハイランド
5	水明カントリークラブ ※
6	ハンザケ自然館
7	断魚溪

■NPO法人・一般社団法人等(▲)

No.	名称
1	NPO法人ひろしまね
2	NPO法人はすみ振興会
3	NPO法人江の川鐵道
4	(一社)食と農人材育成センター
5	(一社)邑南町観光協会
6	邑南町田舎ツーリズム推進研究会

■宿泊事業者(●)

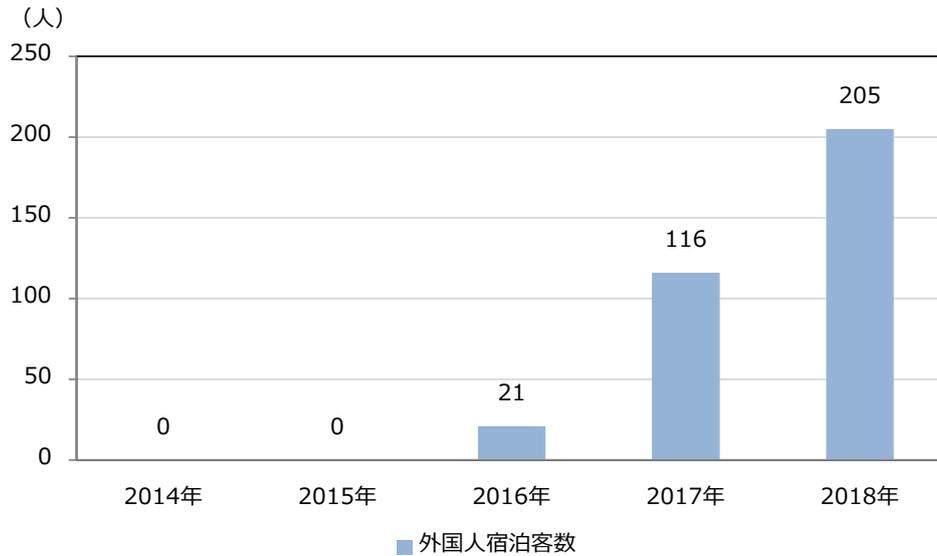
No.	名称
1	いこいの村しまね
2	香木の森公園
3	いわみ温泉(香遊館)
4	福沢屋旅館
5	久喜林間学舎
6	ペンションじろうさんの家
7	ヴィラ季節風
8	はすみ交流センター
9	mikke
10	日貫一日 安田邸
11	エキノマエ

※水明カントリークラブは、平成27年7月をもって営業を終了している。

(4) 外国人観光客数の推移

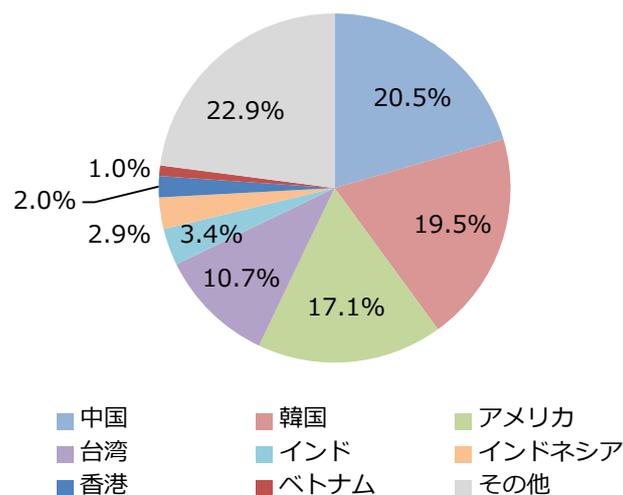
島根県の観光動態調査による 2018 年（平成 30 年）の外国人観光客数（宿泊客数）は、205 人となっています。内訳を見ると、中国からの観光客が 20.5%と最も割合が高く、次いで、韓国 19.5%、アメリカ 17.1%となっています。主に、東アジア地域（中国、韓国、台湾、香港）からの観光客が多い傾向にあり、外国人観光客全体の 5 割以上を占めていることがわかります。

過去 5 年間の推移を見ると、外国人観光客数は 2016 年（平成 28 年）を境に増加傾向にあることが見て取れます。



外国人宿泊客数の推移

資料：島根県観光動態調査



2018 年（平成 30 年）における国籍別外国人宿泊客数の割合

資料：島根県観光動態調査（平成 30 年）

(5)ヒアリング調査から見る観光の現状

① 調査の概要

観光ビジョン策定に際し、町内各地域で営まれる祭りなどの伝統芸能や地域の景観など、これまで注目されていなかった新たな観光資源を把握するとともに、地域内の各種活動団体や地域住民一人ひとりの「思い」や「意見」を把握するため、町内各地域の有識者に対し、ヒアリング調査を実施しました。

調査の概要については、下表のとおりです。

ヒアリング調査の概要

実施期間	● 平成 30 年 8 月 30 日～平成 30 年 9 月 6 日 ● 令和元年 12 月 6 日～令和 2 年 1 月 31 日
調査場所	邑南町内各地区（公民館区）
調査対象者	公民館長、自治会長、地域活動団体の代表者、農業従事者、飲食店経営者、その他民間事業者 など、計 62 名

注釈：平成 30 年 8 月 30 日から 9 月 6 日に行った阿須那地区、口羽地区住民へのヒアリング調査は、平成 30 年度「関係人口」創出事業の中で実施。

② 調査結果の概要

各地区のヒアリング調査から見えてきた地域の課題や地域住民の代表的な意見について、以下のとおり内容を整理しました。

住民の思い

- 田舎ならではの風景と暮らしを活かしていくべき
- 伝統文化や伝統行事を継承していきたい
- 地域の外の人との関係をつなぎたい
- 地域に暮らす人の気質や優しさが都会の人に感動を与える など

地域の課題

- 少子高齢化による地域活動の担い手不足
- UI ターン者や観光客の受け入れ
- 空き家の活用のための人手の不足と利権問題
- 里山の維持管理
- 交通問題 など

各地区ともに、これまであまり外部に発信されてこなかった地域資源が数多く存在しており、住民の地域に対する強い思いを把握することができました。

一方、人材不足や空き家問題など、地域の課題についてもその現状が明らかとなりました。今後の観光振興、地域づくりを考える上では、各地区の有する資源や人材を上手く活用しつつ、地域課題の解決へ向けた具体的な取組みを検討する必要があると考えられます。

③ 住民の思い（抜粋）

【田舎ならではの風景と暮らしを活かしていくべき】

- 今頃は、作った観光資源はうまくいかない。投資しても、一時は流行るがなかなか継続しない。ここに住んでいる人が案内して、ここにある暮らしを体験してもらうのが田舎の観光だと思う。土の着いた野菜を掘って持ち帰ったり、高いところに生った柿を竹を使ってもぎ取ったり、水車かごを使って、自然に里芋の皮がむけるのを体験したり。古くなって酸っぱくなった漬物は、醤油と鯉節でフライパンで炒ると酒のつまみになる。鍋に鯖缶と白菜を切って煮ると、調味料要らずで美味しい。こんなことを教えてあげると喜ばれる。田舎の人たちは、人が来れば大サービスでもてなす。それが一つの観光資源になる。道の駅に出荷している農家で、受け入れてくれる人がたくさんいるはず。田舎の良さは「あるがままの自然」。これを守っていかなければ。
- 昔と比べると、貨幣価値に左右されない人が増えている。季節、気温の変化、太陽の上る位置などの変化など、オフィスの中では感じられないことを伝えたい。農業は生活に溶け込んだ仕事なので、暮らし方の一つとして「農業」という提案ができれば。農業で人を呼ぶとなると、今までは体験や観光農園が中心だったが、これからは生活の一部として来てもらうようになるのでは。邑南町は、食を通じてIターンを招き入れる方向なので、もう一步踏み込んで農業の生活スタイルを提案できると良い。この土地で農業をする上で、美しい「瞬間」がたくさんある。
- 「生活スタイル」を売ることができたら良い。何にもないから暇で退屈かと言われると、忙しいし楽しい。
- 町内の名勝、史跡について知識があり、語れる人が少なくなっている。町内の名勝、史跡について興味を持ってくれる人を集めて、今の語り部が地域のことを語る機会を増やすとともに、語り部を後世に継承していく必要がある。
- 地域の家庭料理に「マキ餅」（マキ餅は、柏餅みたいなもの）や「紫蘇巻き」（梅干しを砂糖と赤紫蘇の葉で漬ける）などがある。また、雪田では石垣にお茶の木を植えており、どこの家でも自分の家で作っている。家庭料理、おばあちゃんの味といったものを体験型観光で教えてもらうのもよいのではないか。
- 邑南には心をいやす美しさがある。ホッとするような心になれる場所にしていきたい。
- 田舎を売りにして、昔からあった文化に伴ったものを売っていくのがよい。地産地消といっても、知らない人の名前を出しても分からない。こんにやくを作っているおばあちゃんの得意料理が置いてあります、といったことが売りになる。

【伝統文化や伝統行事を継承していきたい】

- 神楽は人を集められると思う。神楽団が各自治会に一つはある。行事の際には自分たちの神楽が舞える。
- 派手なことではなくてよいので、昔からの日本の食事・生活は残したいし、若い人には忘れないでほしい。昔ながらの暮らしを知って、続けてもらいたい。子や孫に少しでも伝えられれば良いと思う。なんでも買える時代だが、買うものではなく、作るもの、自分の手で作るということから知ることがあり、面白いし、愛着もわく。

【地域の外の人との関係をつなぎたい】

- 外から夢を描いてくる人と地域をつなぐ必要がある。現時点では離れている。ジブリのような世界の農業をイメージする人もいる。夢を持ってきてくれることは有難いので、地域がすり寄っていきたい。理想の生活スタイルが実現できるような環境を一緒に整備していきたい。具体的には「どうすることがしたい？」「こういうイメージ!」を共有する。自分たちの世代も、農村の現実に引っ張られているだけで、本来そういうことは嫌いではない。
- 出羽氏など、邑南町とのつながりとなる歴史的資源を活用して、関係人口を呼び込み、地域の担い手となってもらうことに可能性がある。
- 関係人口等の交流型観光は、地域の人にお金以外の価値を与えてくれる良いツールだと思うので観光ビジョンとしても力を入れてほしい。
- 地域を守ること、農地を守ること。米・野菜は雑用が多く、草刈りなどの労力がかかる。有償ボランティアが来てくれると良い。米を報酬にして、都会から来てくれるようにプログラムを作れるとよいと考えている。景観を守ってもらうためにも必要なことだと思う。ボランティア募集には情報発信が必要だと考えている。年に3回くらい、できるときに来てもらえるとよく、農家のお宅などに泊まっていただくことは可能。5人くらいから始められると良いと思う。家族同士の付き合いができるとうい。来年でもすぐに実施できるとよい。農地の管理はするので、稲刈り・田植えなどを体験しながら手伝ってもらえると良い。3年続けられればうまく回っていくと考えている。
- 外から来たマネジメントができる人や企画ができる若い人と、地元で信頼の厚いおじいさんがセットで動くとうい。現場で動ける人と、企画できる人、どちらも求めているが、最初は動けなくても企画できなくても良い。
- 人材確保のためには、生まれなど、何らかの縁がある人にアクションするのが良い。ふるさとの米を買ってもらうことも間接的な支援になる。

【地域に暮らす人の気質や優しさが都会の人に感動を与える】

- 日本全国の農村漁村に都会の人が訪れると、「人の人情」に感動するのでは。田舎の人は、良くも悪くも親しくしたがる。集落の向こう三軒両隣とともに生活していく気質や人の優しさに憧れるのではないか。

④ 地域の課題（抜粋）

【少子高齢化による地域活動の担い手不足】

- 放っておけば、人が減り、地域コミュニティが崩壊し、どの地域も消滅集落になっていく。現状維持できることが大事。
- 町内の名勝、史跡について知識があり、語れる人が少なくなっている。
- 町で何かをしてみるといっても、人が少ない。若い人は自分たちの事をするので時間がなく、70 くらいになると体が動かなくなってくる。会社を辞めた 60 代の人が活躍できる場と時間があるとよい。

【UI ターン者や観光客の受け入れ】

- 邑南町は、U・I ターン者増加に向けて様々取り組んでおりメディアも活用して宣伝しているがせっかく来てもらっても定着率が低い。知らない土地に来て、疎外感を感じている人もいるのではないか。
- 個人的に移住者はどんどん増えてほしいと思っているが、長く住んでもらうためには、住んでいる住人と、新しく住む人との「通訳者」のような人が必要なのではないかと思っている。
- 地元側は、年々高齢化している。地元の若い人がいないと、都会のボランティアも受け入れられないので、地元側への声掛けを拡大すべきと考えている。
- 外の人を呼ぶのは良いことだが、地元の理解が必要。そういう意味では、外の問題ではなくて、地域の問題。事前に話し合いをしておけば、住民の理解度は違う。地域の人と外の人とのニーズを合わせることが大事だろう。

【空き家の活用のための人手の不足と利権問題】

- 空き家の活用が進んでいない。早急に対策を取らなければと思っているが、所有権の問題等ありなかなか前進しない。
- 空き家が年々、増えてきているが管理状況が曖昧であるため土地の活用も進んでいない。若い人の中には、自分の家を建てたいと思っている人もいるが土地が無いため困っている。空き家問題を解決するためには、地域内の影響力のある人物に頼んで地区内を回ってもらい、空き家の活用について誓約書を書いてもらうのはどうか。

【里山の維持管理】

- 人口が減りつつある中で、田畑が荒れないように保っていきたい。

【交通問題】

- 公共交通がまったく発達していない。車を運転できるうちはよいが、できなくなった時のことを考えると怖い。雪が降るのは良い面と悪い面両方を持っていると思う。
- 雪・冬の時期の対応をどうしていくかが問題。雪道は安全性が担保できないので運転したくないが、雪目当てに来る人も考えられるので、連携が必要と考えている。

⑤ 活かしたい地域資源

ヒアリング調査を通じ、今後活かしていきたい地域資源として以下のような意見が得られました。

【地域組織・団体】

各地区の公民館

邑南町は、公民館活動が非常に盛んである。料理教室などのイベントも定期的開催されるほか、部に分かれての活動も活発に行われている。

桜成会（出羽地区内の青年会）

出羽地区の活性化、地域おこしに取り組んでいる。とんど焼きやお祭りへの参加から夏期に行われる鮎のつかみ取りまで、その取組み内容は多岐にわたる。

雑楽団（地域音楽組織）

地元の人たちで地域のお祭りの音響設備を担当するための組織。地域のお金を極力外部へ出さない経済循環率を高める取組みである。

星が丘一座（地域紙芝居組織）

1998年、高原公民館30周年のときに立ち上げ、現在は15名で活動。累計公演回数は21年間で98回。町内での公演が比較的多いが、2019年12月には広島で初めての県外公演を行った。演目は、森の石松や吉良上野介の「刃傷松の廊下」など。高原出身の偉人の生涯を描いたオリジナル作品「小林徳一郎物語」もある。

百石自治会

百石集落では、16町の山を共同財産として所有していた。もとは2つの家が所有していたが、家がなくなっても地域として財産を引き継ぐ仕組みをつくるため、「百石自治会」を立ち上げ、法人登記した。これにより、空き家や土地を自治会の持ち物にして管理し、移住者などに貸し出せるようにしている。

晴れる会

地区の若い人が集まる青年会。大体20代後半～30代くらいが構成メンバー。イベントとして盆踊りや神楽フェス、バザーや桜並木のライトアップを行う。

文化財愛護協会（高原）

文化財の史跡を見て歩くプログラムを年2回実施。古文書や民具の展示、戦国時代の山城跡、縄文時代の遺跡や化石、たたら穴、三滝の観音などの自然遺産を見る活動を行っている。

化石研究会

地域の観光資源の主力として高海の化石を活用。主に春休みと夏休みの期間に、子供向けに発掘体験イベントを開催している。

【景観】

石州瓦

石州瓦の続く街並みは外から来る人に感動を与える。石州瓦の街並みは山の上から見るとまた格別。

【神楽】

日和大元神楽団

六調子の比較的穏やかなリズムで行われ、月に1回ペースで公演（例祭）が行われる。

高原神楽団

高原地区と布施地区のメンバーで活動している。かつては雪田神楽団の教えを受けて、六調子の旧舞だったが、その後北広島町の上本地神楽団の神楽を習ったことをきっかけに新舞となった。

【地名】

星ヶ丘

標高が高く星がたくさん見えるのでこの地域は「星ヶ丘」と言う。

濁川

鉄穴流して砂鉄を出して濁ったことに由来する川。

【地域イベント】

日和騒祭

日和地区の青年部による祭り。楽しくみんなでそうづいて頂きたいという思いから「騒祭（そうづきんさい）」と名付けられた。

INAKA イルミ

地上 20mの日本一高い駅「旧 JR 三江線宇都井駅」周辺で開催されるイルミネーションイベント。

ノルディックウォーキング

フィンランドとの交流の一貫でもあり、クラブもある。大体 50~100 人くらいクラブには所属している。井原地域以外では阿須那地区で盛んで、月に 1, 2 回開催されている。

やまんば祭り

矢上地区の一番メインのお祭り。毎年 8/14 に開催。起源は「矢上姫」が孤児を育てていたところにある。山姥は普通怖いおばあさんを想像するが、矢上の山姥は良いイメージの山姥。

鮎小屋

出羽地区の若者でつくる「出羽桜成会」が鮎やヤマメをつかみ取りして塩焼きで食べるイベント「鮎小屋」を開催している。

オオサンショウウオ生息地ガイドツアー

ハンザケ自然館が7月の毎週土曜日の午前に実施しており、参加者は年々増加している。いずれも広島からの参加者がほとんど。

出羽ひな街道

3月上旬～4月上旬まで、通りに面した民家が縁側を提供して、お雛様を並べる。公民館主体で実施している。総理大臣賞を取ったことも。公民館から三日市、八日市の町並みが美しい。始めて10数年が経つ。

【歴史・文化資源】

出羽鋼

「出羽」は出羽鋼の製鉄の産地。出羽鋼は、日本刀に使用する鋼として、千草鋼と並ぶ日本最高ブランドの鋼である。「出刃包丁」の由来と言われている。安来の和鋼博物館に当時の鋼生産用具などを展示している。現在、久喜銀山を日本遺産に認定しようと試みている。

古墳

全国で最初に確認された四隅突出型墳丘墓である「順庵原一号墳」が邑南町上亀谷にある。

久喜・大林銀山

久喜銀山は根強いファンを持っている。銀山として、昭和30年頃まで稼働しており当時銀の採掘に従事された方が現在もご存命である。また久喜銀山では、当時京都よりも先に電灯の使用が始まったとされ発電施設の跡も残っている。住居跡の石垣も立派に残っており当時の面影をしのぶことができる。かつては林業が盛んだったので、炭の文化も残っている。

志都の岩屋

古くからの様々な文献に載っている歴史のある岩屋。万葉集にも詠われており、大国主命（大汝：おおなむち）と少彦名命（すくなひこなのみこと）がここで国造りを行ったとも言われている。

志都の岩屋は、巨岩を多くみることのできる景勝地で、志都神社の隣の岩の間からは岩清水が湧き出ている。お正月には多くの初詣客でにぎわう。

たたら製鉄遺跡

島根県内のたたら製鉄遺跡のうち半数が邑南町に存在する。

鉄穴残丘

鎮守の杜や墓地などがあつたために鉄穴流しで削らずに残されたことによる特徴的な地形。

小林徳一郎

高見村（現・邑南町）に生まれ、15歳まで高見村で育つた。後に小倉で実業家として成功し、出雲大社大鳥居・参道の松の寄進や千家尊福氏との親交があつた名士として知られている。

山城

町内最大規模の山城である「二ツ山城」に出羽氏が居城した歴史があり、近年、出羽氏に養子入りした出羽元俱（毛利元就の六男）の生誕450年を迎えた。

寺院

かつては採掘で栄えた時代には、久喜・大林地区に14の寺があつた。現在、邑南町周辺にある大林山満行寺（井原）、久喜山西福寺、久喜山高善寺、正蓮寺（桜江）といったお寺は、その山号が示すように、もとは久喜にあつた寺が、鉱山が衰退して今の場所に移つたもの。

【伝統行事】

田植え囃子

毎年7月に開催される。矢上では「半夏(はんげ)」という。地区によりメロディが違い、小笠原流はかなり特殊なメロディ。

虫送り

稲の茎につく害虫（にかめえ虫）を捕獲して神様にお願いするために川下に流す行事。矢上地区では200年続く虫送り踊りが開催されている。

火舟祭り

矢上地区で7/20頃に行われる。郡山の巖島神社の分霊の祭。矢上の姫が招待を受けて管弦祭に向かう際に、乗船した男衆が女装で警護に当たつたことから、火舟には女装をした男衆が乗り込む。自治会を挙げて開催している。

とんど焼き

古い神札、書物などを燃やし、残り火で餅を焼いたり、青竹で酒を温めて飲む。

【自然】

高海の化石

海が隆起した地形のため化石がとれる。化石の発掘を通じて、高見が太古の時代に海だったという歴史に思いをはせることができる。

ブッポウソウ

絶滅危惧種に指定されている鳥。東京から野鳥会の人が見に来る。

オオサンショウウオ

邑南町はオオサンショウウオの生息数が全国でもトップクラス。ハンザケ自然館は、邑南町地域をまるごと博物館と考えるエコミュージアム構想の拠点施設として設立されている。自然のオオサンショウウオを観察できることが邑南町のオリジナル。

滝

雲井の滝など、多くの滝がある。シャワークライミングのガイドが居る。

金比羅山

日貫のまちが一望できる。登山客に人気であり、登山道の管理が課題になっている。

渓谷

断魚渓、千丈渓など。

【産業】

酒造

邑南町に3つの酒蔵(玉櫻酒造、池月酒造、加茂福酒造)がある。昔ながらの、酒米だけで作るお酒で、値段は少し高めだが、質のよいものを造っている。

炭焼き

薪として昔は使っていたが、現在は使わなくなったので里山の管理と、炭窯を作る技術の継承が課題。

酪農

邑南町は酪農が盛んであり牛舎のある家も多い。

【食文化】

そば

邑南町にはそば文化がある。在来種の在来そばの栽培や、在来そばを提供するそば屋がある。

【特産品】

ギョウザ

町内でとれたキャベツやイノシシ肉でギョウザをつくっている。

ヒアリング調査から得られた観光資源（各地区別）

阿須那地区

- ・旧三江線 宇都井駅
- ・ゲストハウス ミツケ
- ・西蓮寺
- ・賀茂神社
- ・池月酒造
- ・音楽活動

口羽地区

- ・旧三江線 口羽駅
- ・花桃祭り（川角集落）
- ・棚田（上田・平佐集落）
- ・鯉料理

田所地区

- ・邑南カレー
- ・ひょっとこおどり
- ・オオサンショウウオ
- ・味噌づくり（亀谷集落）
- ・順庵原一号墳
- ・チョウザメ養殖
- ・産直市みずほ
- ・瑞穂ハンザケ自然館

出羽地区

- ・出羽雛街道
- ・牛馬市
- ・鮎小屋
- ・出羽鋼
- ・志都の岩屋
- ・久喜大林銀山
- ・久喜林間学舎

高原地区

- ・神楽大会「桜まつり」
- ・地芝居「星ヶ丘一座」
- ・鍛冶屋
- ・化石
- ・高原野菜栽培
- ・古材バンク
- ・玉櫻酒造

布施地区

- ・THE 神楽 BIG4（若宝会）
- ・山野草園
- ・龍岩あられ
- ・集落営農（ファーム布施）
- ・いきいきサロン

市木地区

- ・蕎麦
- ・キクイモ
- ・浄泉寺の山門
- ・雪んこまつり（丸瀬会）
- ・瑞穂ハイランド

矢上地区

- ・諏訪神社・杉並木
- ・やまんばの里づくり
- ・火舟祭り
- ・ミニ四駆
- ・於保知盆地、鉄穴残丘
- ・田植え囃子
- ・原山登山道
- ・虫送り

中野地区

- ・移動販売車にこ丸くん
- ・於保知盆地
- ・賀茂神社
- ・加茂の春市
- ・ちぎり絵
- ・民謡・大正琴

井原地区

- ・ノルディックウォーク
- ・断魚溪
- ・東明寺山
- ・雲井城跡（雲井山）
- ・石見冠山
- ・天蔵滝

日貫地区

- ・東屋在来そば（日貫そば）
- ・盆踊り唄、谷舞
- ・鳴滝、聖滝、観音滝
- ・旧安田邸、山崎邸
- ・田植え囃子
- ・大元神楽
- ・地芝居「日貫劇団」
- ・日貫一日

日和地区

- ・騒祭
- ・蜘蛛居滝
- ・古漬菜
- ・日和高原牛乳
- ・千丈溪
- ・食の学校
- ・邑南そばの学校（千蓼庵）
- ・ヒワココ

(6) アンケート調査から見る観光の現状

① 調査の概要

観光ビジョン策定に際し、町内における宿泊・飲食事業者を対象として、現状の顧客動向や地産地消の状況等を把握するためのアンケート調査を実施しました。

調査の概要については、下表のとおりです。

アンケート調査の概要

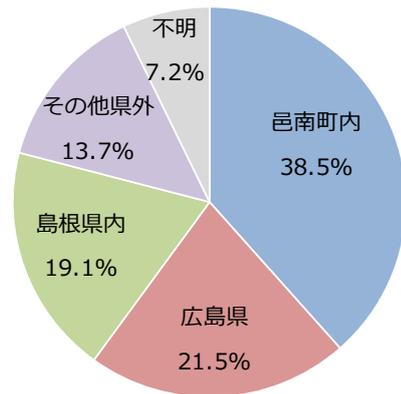
実施期間	・ 令和元年 12 月 25 日～令和 2 年 2 月 7 日
調査対象	邑南町内の宿泊・飲食事業者（44 事業者）
調査方法	郵送による調査票の配布・回収
有効回答数	22（回収率：50%）
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営動向や今後の意向 ・ 食材の調達状況や意向 ・ 他施設との連携状況 など

② 調査結果

【顧客の属性】

各事業者の顧客を居住地別に整理すると、顧客全体の 4 割程度を町内の居住者が占めており、次いで、広島県からの訪問者が 21.5%となっています。

主な顧客は邑南町内の地域住民ですが、広島県をはじめ、島根県外からの訪問者も多いことから、町内外への情報発信や顧客の受入れ体制強化を図る必要があると考えられます。



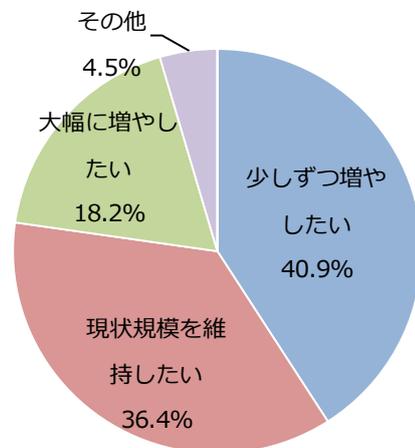
居住地別顧客属性 (n=22)

注釈：事業所ごとの入込客数の差は考慮せず
単純平均により算出

【邑南町産の農作物の取り扱いについて】

邑南町産の農作物の取り扱いに関して、全体の 4 割程度の事業者が、「少しずつ増やしたい」と回答しており、「大幅に増やしたい」と回答した割合と合わせると、全体の 6 割程度が、町内産の農作物の取り扱い拡大に前向きな見解を示していることがわかります。

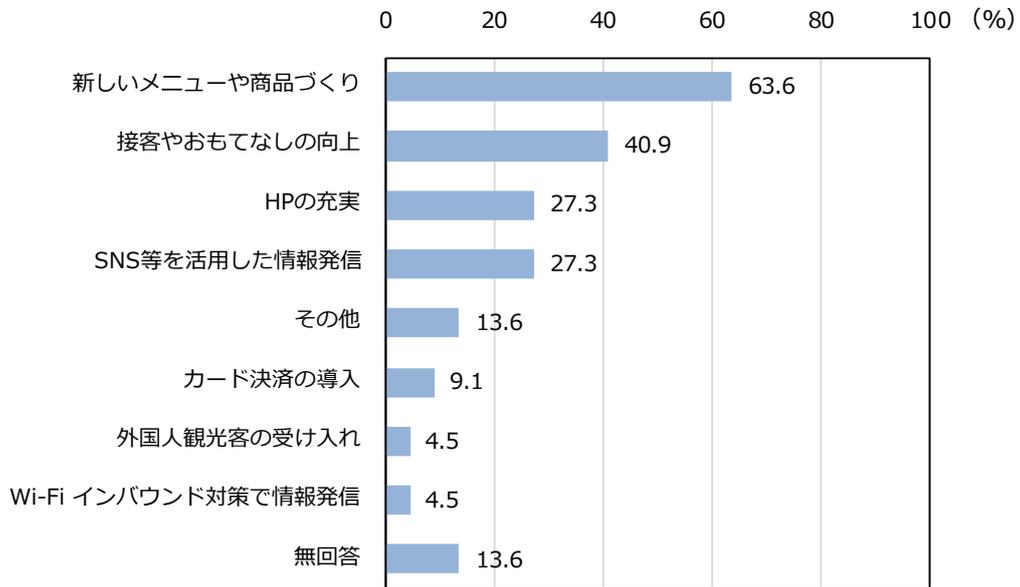
今後、邑南町産の農作物を活かした「A 級グルメ」のさらなる展開が期待できる結果となりました。



町内産農作物の取り扱いについて (n=22)

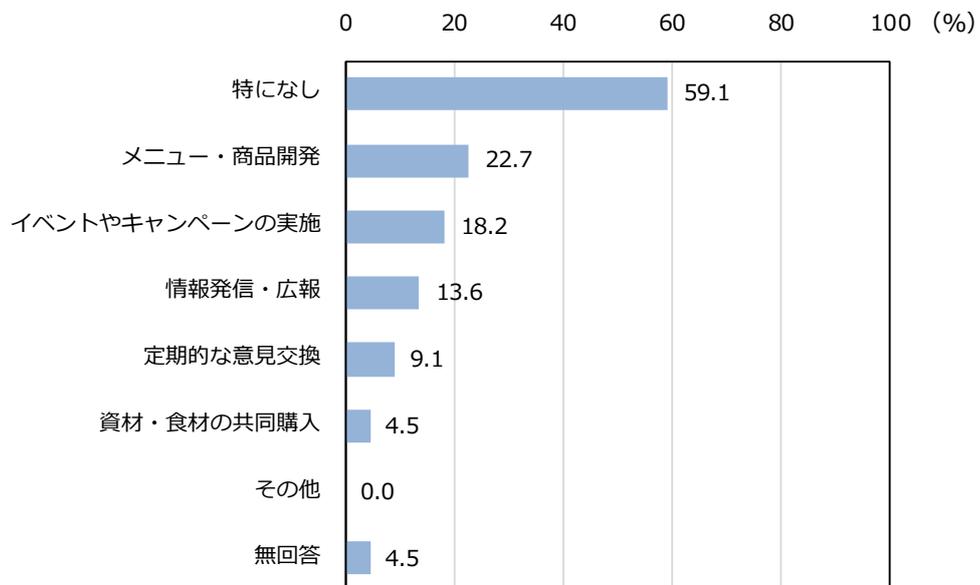
【今後必要となる取組みと事業者間連携の現状】

事業の安定・拡大に向け、今後必要と思われる取組みとして、多くの事業者が「新しいメニューや商品づくり」や「接客やおもてなしの向上」を挙げており、新たな観光資源の開発や観光客受け入れへ向けた体制づくりの必要性を認識している傾向にあります。



今後必要と思われる取組み (n=22)

しかしながら、他の事業者や生産者などと連携して取組みを行っている事業者は比較的少ない傾向にあり、今後は、分野の枠組みを超えた事業者間連携を促進することで、新たな観光コンテンツの開発などがより活発になるものと考えられます。



他事業者との連携した取組みの実施状況 (n=22)

3) 観光振興に向けた取り組み

本町では、町の独自推計に基づく観光入込客数の目標値を100万人に設定しており、目標の達成を目指して各種施策を展開しています。

(1) 特色ある観光施設の活用とイベントの開催

邑南町は「香木の森公園」など集客力の大きな観光・レクリエーション施設、「瑞穂ハンザケ自然館」などの生涯学習施設や各種のまつりなど大小の催事を有しており、施設整備などを通じた観光客の誘客に努めています。

近年では「花桃まつり」や「INAKA イルミ」など地域資源を活用した新たな取り組みも生まれているほか、これまであまり注目をされてこなかった新たな地域資源の発掘にも力を入れています。



道の駅瑞穂



香木の森公園

(2) 地域食材を活かした取り組み

邑南町には、石見高原ハーブ米や石見和牛肉、石見ポーク、自然放牧牛乳、サクランボ、ブルーベリー、ピオーネなどをはじめとした特色ある農畜産物を有しています。ここでしか味わえない食や体験を「A級グルメ」と称し、食と農を通じた交流人口・関係人口の拡大を推進しています。

また、近年農の六次産業化の一環として、在来種そばの栽培拡大とブランド化、そば職人の育成及び起業支援を行い、新たな地域ブランドの確立と賑わいづくりに取り組んでいます。



邑南そば

(3)豊かな自然を活かした交流事業の推進

本町は、中国山地の山々の美しい緑に囲まれ、神秘的な雲海が広がる於保知盆地や自然回帰高原、断魚溪や千丈溪、志都の岩屋などの恵まれた自然景観や棚田が作り出す美しい農村景観を有しています。

近年では、「田舎ツーリズム」と呼ばれる、農山村の暮らしや地域住民との交流を目的とした観光需要も高まりを見せています。

邑南町では、「邑南町田舎ツーリズム推進研究会」が中心となり、体験型交流事業や民泊事業の活性化に取り組んでおり、今後、都市住民の自然回帰志向の高まりとともに、さらに需要の拡大が図られるものと考えられます。



於保知盆地の雲海

(4)歴史的・文化的資源を活用した取組み

邑南町は、かつて、中国山地で盛んにおこなわれていた「たたら製鉄」や木材製造などの産業で栄えた地域であり、現在でも、これらに関連する歴史的・文化的資源・遺構が町内各地に残されています。

これまで、歴史的・文化的資源・遺構は、「保全・保存」の観点から多くの議論がなされてきましたが、近年では、「保全・保存」の観点のみならず、資源を「有効活用」することにより、地域の魅力向上や次世代への継承を行うことの重要性が認識されてきています。

邑南町内にも、自然素材や伝統的な技法が垣間見える旧家屋などの歴史的遺構が数多く存在しています。このような旧家屋を有効活用し、宿泊施設や地域の交流拠点として再整備する取組みが各地で展開されており、邑南町の悠久の歴史や文化を次世代に継承する動きが盛んになっています。

(5)伝統芸能・地域行事を活かした取組み

邑南町内には、「大元神楽」、「石見神楽」をはじめ、「虫送り踊り」、「田植えばやし」、「次の日祭り」など、地域特有の伝統芸能や行事が現代まで継承されています。

邑南町は、古くから、江の川流域の舟運の要衝であるとともに、山陰と山陽という歴史・文化的背景の異なる2つの地域の結節点としての側面を有しており、当時最先端の文化や産業が集積した地域であったと考えられます。



虫送り踊り

そのためこの地域には、国・県等の指定文化財をはじめ貴重な文化遺産が数多く残されており、学術調査などが続けられています。これらの個性ある伝統文化を新しいまちづくりの原動力として活用し、郷土を愛するところを育むとともに、地域外の人々も含めた「交流の輪」の拡大に努めています。

(6) 生涯活躍の推進と地域の担い手の確保

豊富な知識と人生経験を有する高齢者の皆さんは、まさに、地域における「生き字引き」といっても過言ではありません。邑南町では、現役引退後も社会とつながり、地域活動における重要な人財として高齢者の皆さんに活躍していただけるよう、「邑南ノルディックウォーキング」等をはじめとする運動の推進や医療・福祉制度の充実にも力を入れてきました。

先述のように、近年では、農山村の生活や住民交流を目的とした体験型の観光需要が高まっており、このような取組みを推進するうえでは、町内の元気な高齢者の皆さんの協力が必要不可欠です。

今後、人口減少がさらに加速することが予想される中、高齢者の皆さんの長年の経験や知恵が地域活動や観光振興の側面において重要な要素となると考えられます。

(7) 国際交流の推進

2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、わが国では国際競技大会等の積極的な招致や国際交流が推進される中、本町においても、「瑞穂アジア塾」や「おおなんフィンランド協会」等が主体となって、国際交流や開発教育が盛んに行われています。日本とフィンランドの外交樹立100周年を迎えた2019年には、フィンランドエスパー市の合唱団の公演を開催したほか、ゴールボールチームの合宿が決定するなどフィンランドとの国際交流を強化しています。

このような国際交流の機会を通じて、異なる文化に触れ、多様性の理解と互いに認め合うことで、将来の担い手となる子どもの育成につながることが期待されます。

近年、邑南町を訪れる外国人観光客も増加傾向にある中、多様性を認め合い、自分らしく暮らせる地域社会の土壌づくりに取り組む必要性があると考えられます。

(8) 新たな地域公共交通の仕組みづくり

町内では、住民の移動手段の確保のため、コミュニティバスのような公共交通に加え、各地でデマンド型交通の導入が進んでいます。

2020年4月からは、羽須美地域においてJR西日本と共同で「地方版MaaS（マース）⁷」の実証実験を実施しています。既存の有料デマンド型送迎サービスの登録者にタブレットを配備。JR西日本の配車管理システムを利用して、配車指示や運行状況、運転記録をシステム化し、効率よい運用を目指しています。

これにより、公共交通の利便性向上を図り、さらには既存の観光素材と連携することで、地域住民のみならず、観光客にとっての利便性向上や滞在延伸につながることが期待されます。

⁷ ICTを活用して交通をクラウド化し、公共交通か否か、またその運営主体にかかわらず、マイカー以外のすべての交通手段によるモビリティ（移動）を1つのサービスとしてとらえ、シームレスにつなぐ新たな「移動」の概念。Mobility as a Serviceの頭文字をとったもの。

4) 新たな観光に関する取組み

前述の通り、本町では観光振興に向けてさまざまな取組みが展開されている一方、地域活動の担い手不足が大きな課題となっています。このような状況を踏まえ、地域との触れ合いや体験学習等をテーマとし、観光客を地域の担い手として取り込む「新しい形の観光」を提供する取組みも多く存在します。

(1) 三江線の鉄道資産を活用に向けた取組み

① 概要

目的	廃線となった三江線の鉄道資産の活用や「INAKA イルミ」継続に向けた担い手やアイデアの確保といった地域の課題解決への貢献機会を提供する。
実施期間	平成 30 年 10 月 13 日～11 月 25 日
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> 三江線の鉄道資産を活用したトロッコ運行実証実験の支援 「INAKA イルミ」の運営支援、新たなコンテンツづくり
参加者数	延べ 300 名（内訳は以下の通り） INAKA イルミ事前準備：延べ 135 名 三江線トロッコ運行：延べ 89 名 INAKA イルミ当日運営：60 名 三江線アイデアソン：14 名 INAKA イルミ後片付け：36 名
参加費	なし（保険加入実費のみ徴収）
主催	INAKA イルミ実行委員会、NPO 法人江の川鐵道

② 事業の意義

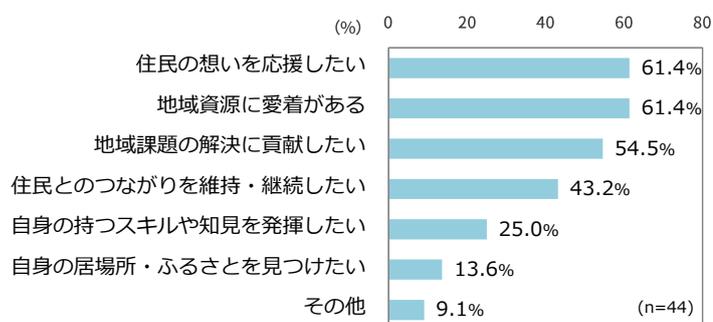
旧三江線は、地域の“足”としての側面だけでなく、地域における一つの資源として、世代を超え多くの人々から愛されてきました。廃線以降も、地域固有の資産を有効活用し、将来にわたって維持・継承していくことの重要性・必要性を多くの人々に伝え、活動を盛り上げる仲間を得るきっかけとして大きな意義があると考えています。

③ 事業の成果

都市部でのワークショップや地域での活動を通じて、上記の取組みに関する地域の想いを発信したところ、のべ 300 名を超えるイベントボランティアが活動に参画しました。その結果、都市住民が住民の輪に入り込み、多岐に渡る役割の一翼を担ったことで、担い手不足の解消とイベント成功につながりました。

活動に関与した都市住民へのアンケート調査によると、地域に関わる動機は「住民の思いを応援したい」「地域資源に愛着がある」などが上位を占め、全員が、今後も何らかの形で地域に関わり続けたいとの意向を示しました。

あなたが羽須美地域に関わる動機は？



参加者アンケート調査結果より

(2) おおなん DIY 木の学校プロジェクト

① 概要

目的	都市部の DIY 愛好家に対し、空き家の活用や地域の拠点整備などの地域課題解決への貢献機会を提供する。
実施期間	令和元年 8 月 29 日～11 月 10 日 7 科目 12 日程（各 1 泊 2 日）
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> • 共通科目：木の知識と木材加工の技術を学ぶ • 専門科目①三和土 • 専門科目②床の再生 • 専門科目③土壁の再生 • 専門科目④造り付け家具 • 専門科目⑤造り付けキッチン • 専門科目⑥自然塗装
参加者数	延べ 87 名（実質 59 名）
参加費	20,000 円/科目
主催	邑南町（運営事務局：NPO 法人はすみ振興会）

② 事業の意義

近年急増する空き家に関する問題は、多くの自治体が共通して抱える社会課題として認識されています。しかし、少し視点を変えると、「空き家」は、移住・定住促進や地域の新たな拠点として有効活用できる立派な「資源」にもなりえます。本事業では、実際に空き家の改修に取り組みながら、空き家問題に対する理解を深めることに大きな意義があると考えています。

③ 事業の成果

空き家の改修現場を DIY 実習のフィールドとした DIY 実践講座を開催することで、DIY への関心を入り口として「関係人口」を呼び込み、空き家再生という地域課題を解決する仕組みを試行・検証しました。

アンケート調査では、無回答を除く全員が講座について「大変満足」あるいは「おおむね満足」と回答し、その理由について「地元住民の思いに感動した」といった意見が多く聞かれました。古民家改修や DIY への関心・ニーズだけでなく、取り組みの背景にある地域の課題や住民の思いに触れたことが満足度の高さにつながったと考えられます。

加えて事業終了後も、二拠点居住を開始した、他の活動やイベント運営を支援するなど、多様な関わり方で地域を継続的に訪れる人が多数現れています。

このことから「おおなん DIY 木の学校」が、DIY への関心を入り口に、都市部の人材を地域に呼び込み、継続的な関与につながる仕掛けとして有効であることが確認できました。



実習現場となった「旧 服部医院」

(3) 学生向けスタディ・ツアー

① 概要

目的	地域とのかかわりを求める都市部の学生等に対し、仕事とボランティアの中間としてある「お手伝い」を通じて、地域との交流機会を提供することを目的として事業を実施
実施期間	令和2年3月2日～3月6日
活動内容	・ 池月酒造での新酒のラベル貼り作業（3日間） ・ 空き家のリノベーション作業（2日間） ※滞在期間中、ゲストハウスに宿泊し、地域住民との交流を図った。
参加者数	1名（応募人数6名）
参加費	アルバイト費用として22,800円を支給
主催	邑南町、池月酒造

② 事業の意義

近年、地域住民との触れ合いや地域の暮らし体験を目的とした観光への需要が高まっており、地域の新たな担い手確保といった観点でも注目が集まっています。今後、少子高齢化に伴う人口減少がさらに進展する中、都市部で生活する若者が、地域に興味を持ち、地域の魅力に触れ、そして、地域の新たなパートナーとなってくれるきっかけをつくることのできた点に、大きな意義があると考えています。

③ 事業の成果

池月酒造では、冬季の蔵仕事の担い手が不足する中、「株式会社おてつたび」のサービスを通じて、参加希望者と地域とのマッチングを行い、都市部の大学生が地域に滞在。日本酒のラベル貼り作業などの「お手伝い」に参加するとともに、地域との交流を楽しみました。



(4) 企業経営者向けスタディ・ツアーの運営

① 概要

目的	創意工夫で新たな利益、商品、サービス、価値を生み出す町内の事例を紹介し、実践者との交流を通じた新たな価値創造のきっかけづくりの場とする。
実施期間	令和元年 11 月 26 日～11 月 27 日
活動内容	<p>【1 日目】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 小林建設（株式会社セレビア）訪問 ・ 千蓼庵（せんりょうあん）《昼食》 ・ 邑南町立食の学校 訪問 ・ 垣崎醤油店 訪問 ・ 里山イタリアン「AJIKURA」《夕食》 ・ いこいの村しまね・日貫一日《宿泊》 <p>【2 日目】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 宇都井駅・ゲストハウス mikke 訪問 ・ 日貫一日 訪問 ・ レストラン香夢里 《昼食》 ・ 香木の森公園・シックスプロデュース・自然放牧酪農 訪問 ・ 道の駅瑞穂 訪問
参加者数	24 名（全国各地から参加）
参加費	15 万円/名
主催	日本経営合理化協会

② 事業の意義

「学生向けスタディ・ツアー」同様に、本事業では、実際に、企業を運営している方々と地域における実践者との交流に旅の主眼が置かれており、全国から様々な業種の経営者が本町を訪問しています。「学生向けスタディ・ツアー」は、現状、試行段階にありますが、本事業では、企業経営者と地域の事業者が有機的につながる仕組みが構築されてきており、本事業が、多方面での新たな価値を生み出すうえでの土壌となることが期待されます。

③ 事業の成果

日本経営合理化協会が運営するビジネスセミナーの一環として、“儲かる「里山ビジネス」探検隊 in 島根邑南町”をテーマとした企業視察ツアーを実施し、企業経営者に対し、町内企業の取組みを紹介しました。

参加者からは、過疎・高齢化・町土の 9 割が山林などの厳しい経営環境を逆手に取り、埋もれていた価値に焦点を当てることで、離れていた人、モノ、金を惹き寄せる取組みを評価する声が多数寄せられました。地域内のビジネスの発展に期待し、継続的に地域を訪れるようになった人もいます。

5) 邑南町の観光の課題

(1) 少子高齢化と担い手不足

邑南町の人口は、戦後およそ半分になっており、対策を講じなければさらなる少子高齢化が進行する恐れがあります。里山は荒廃し、さらに、住民の意欲が減退し、地域の伝統や文化が失われ、少子高齢化がさらに進行し、里山の荒廃がさらに進むという悪循環に陥りかねません。

また、少子高齢化は、地域の伝統を受け継ぐ担い手不足にも大きい影響があります。町内で昔ながらの暮らしの知恵、料理などが年々失われ、伝統ある祭りや行事などが人手不足で規模の縮小や一部では中止せざるを得ない状況が生まれています。

今後さらなる人口減少が予想されるなかで、持続的な地域づくりの仕組みを構築することが必要です。

(2) 観光客のニーズの変化

邑南町は、地域の食材を生かした「A級グルメ」の取組みも含め、県内屈指の売上を誇る産直市みずほ、寒冷な気候を生かした瑞穂ハイランドスキー場、香木の森、ハンザケ自然館などの観光資源を活かして、「観光客 100 万人」の達成を目指してきました。しかし、実際は 2013 年度の 92 万人を記録したもののその後は漸減傾向にあり、2018 年度は雪不足の影響も加わり、86.2 万人に落ち込みました。これは、人口減少などのほか、観光客のニーズの変化が背景にあると考えられます。施設のリニューアルや刷新も必要な時期に来ています。財政難もあり、新たな施設整備を続けることは困難であると考えられます。

人口減少が続く中で、観光について「なりわい」として継続していくことは、特に中山間地域においてますます困難になっています。スキー場や遊戯施設等のハード整備を進め、一定の観光客を迎えるという方法は、地域経済や雇用創出の観点から大きな意味を持つものの、観光の担い手そのものが少子高齢化でじり貧になりかねない現実もあり、施設の経年劣化に伴う維持費や修繕費の増大を考慮すれば、観光のかたち自体を見直していくことも必要になっていると考えられます。

また、情報技術が進むなかで、Wi-Fi 環境の整備やキャッシュレス決済を導入することにより、観光客が町内での情報収集や消費行動をストレスなく行える環境を整える必要があります。

(3) 「観光」の価値の転換

邑南町では、少子高齢化による人口減少が進んでいるものの、一方では若者による移住が増加している傾向がみられます。その背景には、若者の意識の変化があります。具体的には、いままで顧みられなかった里山の景観やそこでの地に足の着いた暮らしにこそ次の時代の価値ではないか、という価値転換が若者を中心として始まっています。地域おこし協力隊を含む新しい価値観を持った若者たちの行動や視点が、地域に失われそうになっていた誇りの再生や、循環可能な資源を有する里山の暮らしの価値を再定義することに繋がりがつつあるといえるでしょう。

従来の流行を創り出しながら消費を促す施設型の観光が頭打ちとなる中、先人達が手間と時間をかけて維持してきたうつくしい里山の景観、そこにある住民の暮らしこそが、邑南町の最大の価値であるとして、「観光」の価値もまた捉えなおされる必要があると考えられます。

(4) 地域外の関係人口の巻き込み

今後、さらなる人口減少が予想されるなかで、持続的な地域づくりの仕組みづくりを構築するためには、地域外の関係人口を巻き込むことが必要になると考えられます。

その1つの手法として、地域の伝統や文化を体験メニューの開発や地域を守るための関わりしらの提示により、里山の暮らしに関心を持つ層を「関係人口」として取り込むことができれば、住民は地域への将来への希望を失わずに意欲を持ち続け、それによって、里山の景観や暮らしの再生が進みます。関係人口と住民との協働が実現すれば、地域が未来への希望を抱くことに繋がり、地域住民の主体性が形成されることになると考えられます。

さらに、こうした住民の「意欲」、「挑戦」の姿勢こそ、さらなる関係人口を引きつける魅力になることが、「新たな観光に関する取組み」として示した邑南町の過去のプロジェクトの経験によって明らかになっています。

島根県や他県の近隣自治体などと広域的に連携し、従来の観光客の集客に加えて、関係人口の巻き込みを推進することが必要です。

(5) 既存の観光施設の整備

邑南町には、「香木の森公園」や「道の駅瑞穂」といった集客施設が多く立地しており、年間を通じて、多くの観光客が本町を訪れています。今後もこれらの観光施設が、入込客数の観点からは中心的役割を担うことは明らかです。しかしながら、例えば「香木の森公園」などでは施設の老朽化などに伴い、その魅力、集客力が下振れ傾向にあります。同公園の入込客数は、周辺の多くの受け入れ先の入込客数に影響すると考えられます。

「香木の森公園」に加え「道の駅瑞穂」などは邑南町の観光の集客の拠点施設であり、それらの求心力を維持、向上させるための仕組みと財源確保は不可欠です。

具体的には、町内の既存観光施設を利用した短期・長期のスポーツ合宿、大学のゼミ合宿の誘致を図り、入込客数を維持・向上すること等が課題となります。

(6) 価値の編集機能(課題の転換)

地域の課題解決の主役は、課題の現場で奮闘している住民です。地域を守る活動は、経済的な効果にとどまらず、地域の自然を守り、循環型の生産活動や暮らしを後世に伝えていく取組みとして極めて重要です。都市部に暮らす住民は、住民同士のつながりが薄れてきている現代社会の綻びを感じており、こうした地域での共同活動に対して強い関心を持っています。

自然の中から得られる恵みを先人達が積み上げてきた知恵と技を駆使して生み出していく営みは、それ自体が魅力的で、支援したい対象であり、自らにとっても参画すること

で喜びを得られる活動になっていくと考えられます。地域の人々、地域の人々の暮らしそのものに、課題を転換することによって新たな価値が創出される潜在力が存在しています。

しかし、住民自身が新たな価値創出の担い手になるにはハードルがあります。高度成長期には、田舎としてその価値が顧みられなかった長い時代があり、住民自身が自分たちの暮らしの価値に気づいていない側面があります。このため、住民の取組みを、関係人口が参加できる「かかわりしろ」に転換し、体験を入り口に住民と関係人口のつながりや信頼関係を構築し、次第に協働していく仕組みにできるような編集機能が必要となると考えられます。

新たな価値として転換しうる課題は、地域固有のものであり、個別的に地域で発掘されるものです。観光客のニーズの変化への対応が求められる既存観光施設の活用法も、新たな価値を創出する潜在力を秘めた課題のひとつであると考えられます。

具体的には、地域の野菜や果実、そばなどの町の伝統食材には大きな価値がありますし、暮らし自体を価値として提供する農家民泊やゲストハウスは、価値を編集する取組みとなります。課題を転換して価値を創出する試みとしては、空き家の改修や登山道の整備そのものを体験価値として提供する事例があります。

(7) 推進体制の構築

新しい観光を推進するために、行政と地域住民、観光協会、NPO 等各種の地域活動団体、ゲストハウスなどの多様な主体が連携し、推進体制を構築していく必要があります。具体的には、町全体の観光を担うマネジメント機能の構築、地区ごとで住民との調整や関わりしろの調整を行う中間支援組織による案内機能、課題の発掘や顧客の受け入れを実際に担う体験価値の編集機能、情報発信機能、などの機能が必要であり、これらの機能を、どの主体がどのように受け持つかを設定し、それらが連携して推進できる体制が構築されなければなりません。

なお、地域課題は、それぞれの地域で個別のものになるため、各機能を担う主体の在り方も地域個別で設定される必要があると考えられます。

道の駅瑞穂などの観光の拠点となる施設では、案内ガイドを配置するなど受け入れ環境の整備に取組み、観光客の満足度の向上によるリピーターの獲得が必要になります。

(8) 財源の確保

全国的な人口減少が進行する今後の社会において、財源を税収や補助金に頼るのは持続可能ではありません。今後は、クラウドファンディング型ふるさと納税や、企業版ふるさと納税の仕組みを活用し、財源についても持続可能な仕組みを構築する必要があります。

4. 基本理念と基本方針

1) 基本理念

「観光」やめます 「関係」はじめます

～ それが新しい観光スタイルです ～

(1) 社会構造のパラダイムシフト⁸

大量生産・大量消費を基調として急激な人口増加を生んだ 20 世紀の成長社会が終焉を迎え、人口減少に転じた今、多くの人々が社会の変革期を実感しています。人口減少は、過疎化による集落の存続不可能性、農業などの産業の後継者不足、高齢化の進行といった、現代における多くの問題を生む「悪者」とされています。

しかし、時間的なスケールを大きくして広い視野で見れば、人口減少は私たちにとって喜ばしいことかもしれません。例えば 100 年単位のスケールで日本の人口推移をみると、明治期から高度経済成長期を経て現在に至る人口爆発が如何に特殊な現象だったかが分かります。社会の変革期を迎える今、「人口減少」を「人間が持続可能で豊かな暮らしを営むための最適な人口密度に再び回帰する現象」として捉えることができます。

(2) 社会デザインのモデルとしての邑南町

このような視座に立つとき、邑南町における人々の暮らしとその風景は重要な示唆を与えます。邑南町はうつくしいまちです。その風景には、永い時間をかけて培われてきた生活文化に則った維持管理が丁寧になされていることが感じられ、自然との調和や人々の繋がりとといった豊かな暮らしがそのまま集落や町並みの魅力として表れています。このような「うつくしいまち」は、20 世紀の経済発展から「取り残された」からこそ、現在に至るまで維持されてきました。

私たちは都市を中心とする経済的発展の陰で、人口減少と地域の活力低下に直面し、郷土に対する誇りを失いつつもありました。しかし、邑南町に今なお残る「うつくしいまち」の姿は、近代化の過程で多くのコミュニティが失ってきたものであり、そこには、21 世紀の社会が必要とする豊かな暮らし、持続可能な仕組みを考えるヒントが詰まっています。これらを今一度、価値あるものとして編集・発信することで、町外の人をひきつけ、町民の誇りを育むきっかけとすることが可能です。

社会変革期のもとで多くの人々が新たな価値を模索している現在、邑南町から社会モデルとしての発信が適切になされれば、その社会的波及効果は大きいと考えられます。

⁸ 思考や概念、規範や価値観が、枠組みごとに移り変わること。

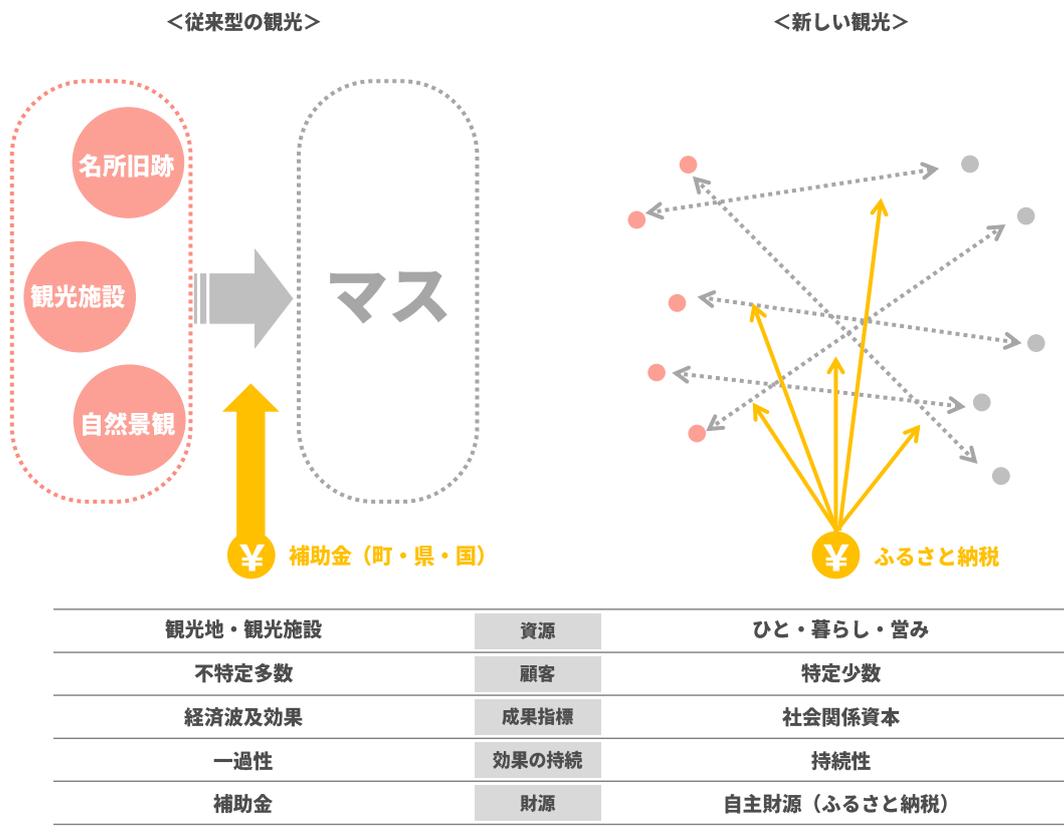
(3) モデルづくりとしての観光戦略

本計画では、邑南町の目指す姿を「うつくしいまち」とし、邑南町の「うつくしいまち」の姿を未来の社会デザインのモデルとして町内外に発信し、ともに創る仲間を得るための手段として「新たな観光」を位置づけ、観光ビジョンを描きます。

既にみてきたように「観光」の概念は近年大きく変化しており、従来型の物見遊山的な在り方から、新たな価値の提供機会としての側面を強めています。

本計画では、従来の「観光」の概念を発展させ、個と個の繋がりとしての「関係」を育む新たな観光戦略を推進します。その意義は、社会モデルとして、「うつくしいまち」を対外的に発信することで、邑南町に共感する仲間をつくること、そして同時に、他者との関わりや足元にある地域資源を見つめなおすことを通じて、町民自身の「うつくしいまち」邑南町に対する理解や誇りを育み未来につなぐことにあります。

このような「新しい観光」は従来型の観光とはその在り方が異なります。従来型の観光が、一過性型・消費型の観光であるとするならば、新たな観光とは、持続型・生産型の観光として位置づけられます。観光資源は、観光地やハード整備によってつくられる観光施設だけではなく、地域の暮らしそのものであり、そこに暮らす人々とその営みです。また、個と個の繋がりが重要になるなかで、従来のマスツーリズム⁹が対象としたような不特定多数だけではなく、少数への特定の顧客との関係づくりが求められると考えられます。そして成果指標は、単に観光客の消費額だけで測れるものではなく、地域の歴史・文化を紡ぐための社会関係資本として、直接的な経済効果以上の大きな利益として、観光消費額と同時にその向上が図られるべきです。



⁹ 大量生産・大量消費に基づく観光の大衆化や大量の観光客を想定した観光産業のこと。第2次世界大戦後の経済発展を背景に、それまで富裕層に限られていた観光旅行が、幅広く大衆にまで拡大した。

2) 基本方針

(1) 内面を磨くことでの「うつくしいまち」づくり

邑南町の何がうつくしいのかを考えると、豊かな自然や里山、豊富な食材、暮らしに密着した古民家や古くから伝わる道具、赤瓦の屋根が成す景観、神楽などの伝統文化、など、多くのものが挙げられます。これらのうつくしいものが何故うつくしいのか、それは、その背後にある人々の営みと心意気がそれらに表れているからです。うつくしさの理由は、里山や町並みが長い時間と手間をかけて育ててこられたこと、また、その背後にふるさとへの誇りや、協働してまちをつくってきた人と人との繋がりにこそ存在します。このような歴史・文化資本と社会関係資本こそが、世界に向けて発信されるべきモデルとなります。

風景のうつくしさは、表層に表れるものではあるのですが、単に表層のものだけではありません。内部の構造が表層に表れるのです。例えば「景観を美しくする」というときに、それが表面的な化粧術に留まってしまっただけでは意味がありません。本来の「うつくしさ」とは、背後にある生活・文化・歴史・産業・経済といった深層の現れにあります。

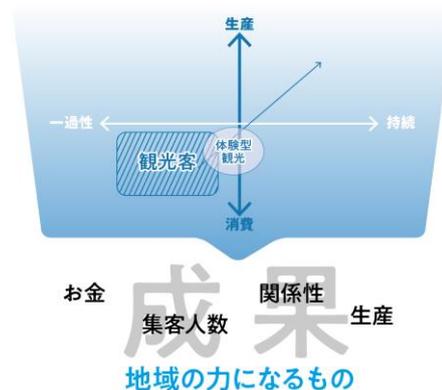
本計画では、「うつくしいまち」を、単にうつくしい「モノ」があるということではなく、そのまちをつくる大きな方向性や理念、そして、人々が協働してその理念に向かう取り組みを含めた概念として定義します。

(2) 住民の誇り・幸せづくり

邑南町の観光を、「未来の社会デザインのモデルを世界に発し、共に創る仲間を得ること」へと発展させます。その方向性のもとで、観光客の「数」や「消費額」などの量を求める従来型の価値観を見直し、地域との触れ合い、固有の文化や風習への理解、地域課題へのかかわりなどを通じて、邑南町民の誇りや幸せづくりにつなげることを目指します。

社会学や経済学の分野では、人々の信頼関係や人間関係を資本とみなす「社会関係資本 (Social Capital)¹⁰」の概念が定着しており、社会関係資本が豊かな地域ほど、経済的社会的に好ましい結果を生んでいると同時に、人々の幸福度が高いことが明らかにされています。

本計画における観光戦略の大きな目的のひとつは、邑南町における社会関係資本を増大し、邑南町民が邑南町に住まうことへの誇りと幸せをより深く感じられるために、地域の力を創出していくことにあります。



¹⁰ 人々の間にある信頼関係や、社会的な人間関係のこと。人が他の人に対して抱く「信頼」、持ちつ持たれつなどの言葉で表現される「互酬性の規範」、人々の中の絆などを資本として捉える考え方。

(3) 「関係案内所」による「協創型・共生型」の観光の推進

関係人口を創出するような「協創型・共生型」の観光には、従来の「観光客」と「観光地（観光施設・観光事業者）」のほかに、地域に暮らす「住民」の存在が重要な役割を担います。住民との触れ合いを通じて、来訪者が求める「当地ならではの価値ある体験」を提供できるかどうか生命線になり、その担い手となる「人材」を掘り起こし、新しい観光の担い手として取り込んでいくことが求められます。

本計画では、従来の観光案内所ではない「関係案内所」を定義し、「人と人との関係を案内できる場所」として位置づけます。観光とは「光を観る」と書きます。関係案内所の役割は、世界に向けて発信すべき場所やプレイヤーにスポットライト（光）をあてることです。

「関係案内所」を実行力のあるかたちで推進するためには、まず、以下のようなマネジメント機能が全体として必要になります。

① 情報発信機能

各種の団体や、事業者などが企画するイベントやツアーなどの情報をとりまとめて発信する情報機能が必要です。

② 資金調達機能

資金調達の方法として、クラウドファンディング型ふるさと納税や企業版ふるさと納税の仕組みを活用する方法、ツアーやイベントの参加者が支払う参加費から手数料を回収する方法、組織自体が事業を行って利益を得る方法、などが考えられます。これらの方法を組み合わせて、持続可能な財源を確保する資金調達機能が必要です。

③ 人材育成機能

邑南町に存在する資源を編集し、当地ならではの価値ある体験として提供するためには、相応の能力が求められます。地域おこし協力隊をはじめとして、新しい観光の担い手となる「人材」を掘り起こし、育成する人材育成機能が必要です。

④ ビジネスアイデア機能

各種の団体や、事業者などが企画するイベントやツアーの運営に際しては事業としてその採算性が求められます。各種団体や事業者が持続可能な運営を継続できるよう、ビジネスアイデアを支援、提供し、事業者などの経営安定化及び革新を図るビジネスアイデア機能が必要です。

実際には、体験価値の提供の実際のフィールドは地域になるため、地域住民への事前説明や、住民側のかかわりしるの調整が必要となります。その役割を担うのが関係案内所です。

以上のマネジメント機能の構築ができた段階で、地区ごとの情報集約・発信、受け入れ環境の整備、交流の機会づくり、住民の意識醸成といった中間支援組織としての関係案内所を、地域に段階的に設置します。

(4) 従来型の観光を基盤とする新しい観光への展開

地理的な分布をみるとスキー場や大型宿泊施設などが邑南町の西側に集中しており、町の東部地域ではこれらの既存の観光施設が少ない状況にあります。一方で、東部地域には、JR 三江線の鉄道資産や空き家など、人口減少・過疎化の進行等を背景に、関係人口の受入に向けた「協創型・共生型」の観光資源が豊富に存在しています。

邑南町の観光戦略は、従来型の観光と新しい観光の両者が共存し、ともに成長するものであることが求められます。

従来型の観光を基盤として新しい観光へ展開する、という方針のもとで、既存観光施設と連携をとって取組みを推進することにより、従来型観光と新しい観光とが両輪となって観光戦略を展開します。

従来型の観光と新しい観光の両者が共存し、 ともに成長する仕組みづくり



(5) しなやかな協働

邑南町内には、様々な地域活動に取り組む団体・個人がいます。これら地域への誇りと愛着を持ち地域活動に取り組む人材を「協創型・共生型」の観光の担い手と位置づけます。現代社会では、人々の結び目「knot」をつくりながら参加者の役割が刻々と自在に変化していく、「ノットワーキング」と呼ばれるしなやかな協働の形態が注目を集めています。従来のネットワークとの概念との違いは、関係が固定されず、必要に応じて、結んだり解いたりできる、という「しなやかさ」にあります。

本計画では、「ノットワーキング」の考え方に基づいて「協創型・共生型」の観光の担い手の関係性をデザインします。社会構造の変化が起こっており、それに対応していく必要があることは確かですが、その変化に急激に対応するのではなく、しなやかな協働によりゆるやかなパラダイムシフトを起こすことが本計画の狙いです。



5. 推進する取組みと推進体制

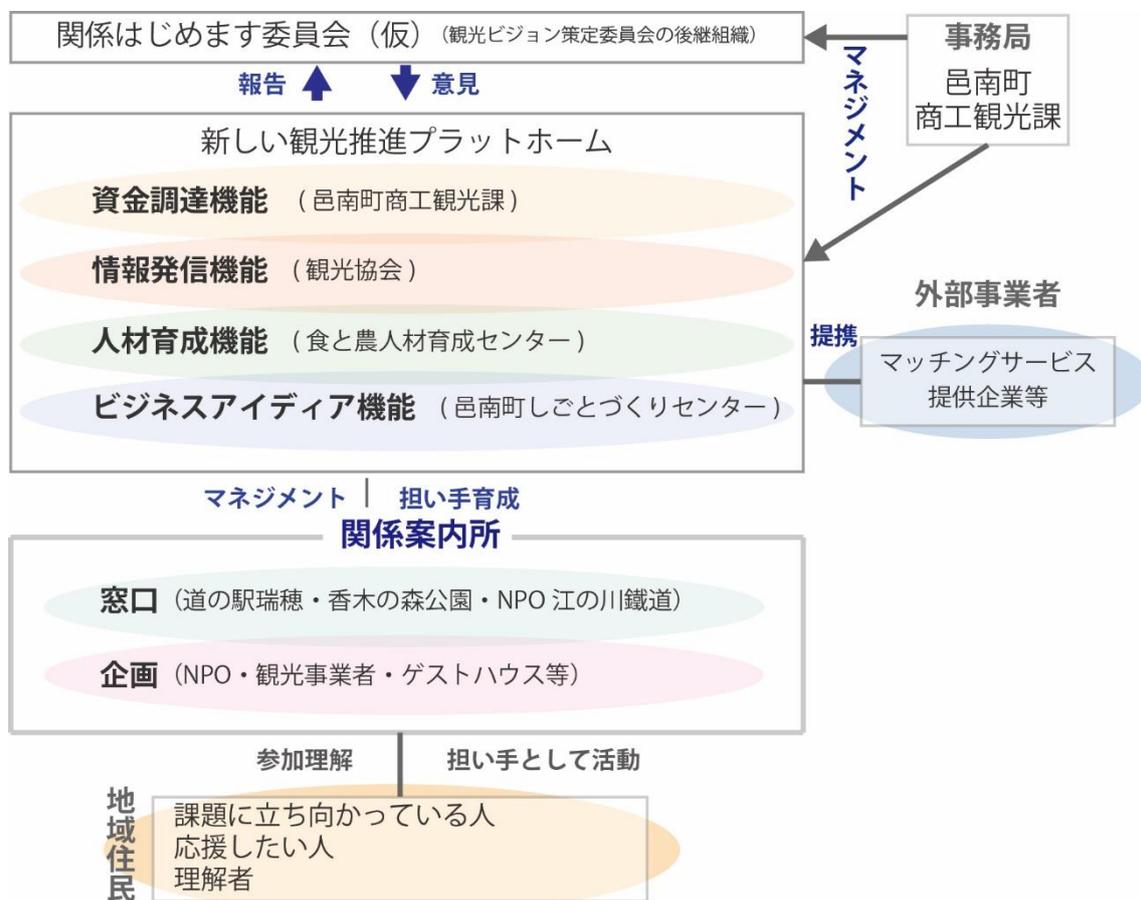
1) 推進する取組み

(1) 推進体制

持続型・生産型の新しい観光を推進するため、本ビジョンを共通の羅針盤として連携・協力し、町全体で新しい観光を推進する機能を確認します。

具体的には、以下の機能ネットワークを整備します。情報発信、資金調達、人材確保などのマネジメント機能は町全体で集約した上で、地区の情報集約と受入体制づくりを担う「関係案内所」を設置します。個別具体的なプログラム開発や受入調整は、観光事業者や住民組織等が主体となって担います。

【推進体制】



(2) 推進する取組み

具体的に推進する取組みは以下の通りです。

なお、以下に示す通り、各取組みにおける数値目標（KPI）を設定します。

ただし、本計画は理念としてビジョンを示すものですので、ビジョンの KPI は設定しません。

マネジメント機能

● 情報集約・発信

町内の観光情報を集約し、ホームページ、SNSなどで外部に発信します。マネジメント機能として、各種イベントやツアーなどの情報を公益的な機関としてオーソライズして発信します。

観光協会が推進主体となります。効果検証のための数値目標は、情報発信の実施件数などではなく、町内宿泊施設延べ宿泊者数として、情報発信によって得られた成果を検証します。

数値目標（KPI）の設定

指 標	基準値 (2018 年度)	目標値 (2024 年度)
町内宿泊施設延べ宿泊者数	23,299 人	25,000 人

※ 邑南町まち・ひと・しごと創生総合戦略 2020 に基づく

● 資金調達

ふるさと納税による資金確保のほか、クラウドファンディング¹¹や企業向けネーミングライツ¹²の営業などによる資金調達を行います。さらに、この財源確保のプラットフォーム機能を担う地域商社の立ち上げを検討します。

邑南町商工観光課が推進主体となります。

数値目標（KPI）の設定

指 標	基準値 (2018 年度)	目標値 (2024 年度)
ふるさと納税の寄付金額	0.5 億円	5 億円

¹¹ 「クラウド」（群衆：crowd）と「ファンディング」（資金調達：funding）を組み合わせた造語で、インターネット上で、自身のやりたいことを発表し、賛同してくれた人から広く資金を集める仕組みのこと。

¹² スタジアムやアリーナ等の施設に、スポンサー企業の社名やブランド名を名称として付与する権利のこと。

● 人材育成

地区での取組みや、NPO¹³、ゲストハウス¹⁴、観光事業者などの個々の取組みにおいて、人的資源を確保することが必要になります。地域の状況に即して、適宜、資源発掘やプログラム企画の専門家の招へいや、地域おこし協力隊などの実働人材の育成と派遣を行うプラットフォームの構築を検討します。

食と農人材育成センターが推進主体となります。

数値目標（KPI）の設定

指標	基準値 (2018年度)	目標値 (2024年度)
地域おこし協力隊の定着率	41.5%	62.8% ※

※全国平均値（総務省、2020年1月）

指標 ※	基準値 (2018年度)	目標値 (2024年度)
観光ガイド登録者数	36人	60人

※邑南町まち・ひと・しごと創生総合戦略2020に基づく

● ビジネスアイデアの支援と提供

各種団体や事業者が持続可能な運営を継続できるよう、ビジネスアイデアを支援、提供し、事業者などの経営安定化及び革新を図ります。

邑南町しごとづくりセンターが推進主体となります。

数値目標（KPI）の設定

指標	基準値 (2018年度)	目標値 (2024年度)
起業者数	0社	25社

¹³ 日本語では、「非営利組織」と訳され、市民・民間の支援のもとで社会的な公益活動を行う組織・団体のこと。

¹⁴ 風呂や台所等を共用して生活する単身用住宅のこと。近年、安価かつ短期滞在しやすいことから、日本国内でも増加傾向にある。居住者には外国人や外国生活経験者が多い傾向にある。

関係案内所

● 情報集約・発信

地区ごとに、NPO、ゲストハウス、観光事業者などのプレイヤーが企画・提案するプログラムを顧客に提示しやすい情報として集約し、観光協会をはじめとする公益的機関に情報提供する機能が必要です。

※必要な項目：実施日時・場所、活動内容、写真、地図、受入人数、参加費など

● 受入環境の整備

ゲストハウスや飲食・宿泊事業者、食の学校などと連携し、食事・宿泊の手配や移動手段の案内の仕組みなど、顧客受入にあたって必要な受入環境を整備します。受入時の経費負担や支払いの仕組みについても、事前に検討・共有します。

● 交流の機会づくり

住民と顧客が持続可能な関係を築くためには、顧客が地域住民の思いに共感を育むプロセスが重要です。そのため、住民との交流・対話を通じ、地域の思いを発信する機会を積極的に用意します。イベント終了後の打ち上げなどが効果的であると考えられます。

● 住民の意識醸成

自治会などの地域コミュニティが中心となって、顧客の受け入れに対する住民の前向きな意識づくりに取り組みます。おもてなしに対する“負担感”を払拭するため、新しい観光の動向や町の取組方針などを住民向けに発信し、理解促進を図ります。

● 新しい観光の発信・受入拠点機能の整備

まず、既存の観光資源が乏しい羽須美地域において、本町の新しい観光の玄関口として情報発信や観光客等の受け入れを担う観光拠点機能の整備を進めます。具体的には、廃線となった三江線の鉄道資産を活用した「鉄道公園」を旧宇都井駅・口羽駅を中心として整備することを想定しています。

価値の編集・提供

本計画で示す新たな観光の概念である『「うつくしいまち」の姿を未来の社会デザインのモデルとして町内外に発信し、ともに創る仲間を得るための手段』を実現する核になるのが、「価値の編集・提供機能」です。

本項で、町全体の観光ビジョンを実現するために必要となる機能を整理していますが、これらの機能は全て、この「価値の編集・提供機能」を支援する機能として位置づけられます。価値の編集・提供機能の主体的な担い手は、NPO、ゲストハウス、観光事業者などになると想定されます。これらの担い手に対して、町の観光行政がどのように支援体制をつくるかが、本計画の施策の核となります。

- 資源の発掘 ● 課題の抽出 ● 価値の編集 ● 交流の機会づくり
- 関わりしらの提示 ● 情報発信 ● 受入調整

受け入れ・運営支援

● 思いの発信

住民の思いを応援したいという気持ちが、顧客にとって地域を再訪する大きな動機となります。そのため、顧客との交流や対話を通じ、地域住民の思いを積極的に発信し、顧客が地域に継続的に関与する動機となる“共感”を育みます。

● 顧客の受け入れ

資源となるのは、地域に暮らす人々とその営みそのものです。「うつくしい暮らし」を実際に顧客に提供するのには、地域コミュニティや住民がその機能を担うこととなります。その上で、食事の提供、宿泊場所や移動手段の確保は、必須機能です。これらの機能は、地域の魅力を伝える価値の提供機会と、地域の課題解決の機会として前向きにとらえられる必要があります。

『注文の多い料理店』序

わたしたちは、氷砂糖をほしくらゐもたないでも、きれいにすきとほつた風をたべ、桃いろのうつくしい朝の日光をのむことができます。

またわたくしは、はたけや森の中で、ひどいぼろぼろのきものが、いちばんすばらしいびろうどや羅紗や、宝石いりのきものに、かはつてゐるのをたびたび見ました。

わたくしは、さういふきれいなたべものやきものをすきです。

これらのわたくしのおはなしは、みんな林や野はらや鉄道線路やらで、虹や月あかりからもらつてきたのです。

ほんたうに、かしはばやしの青い夕方を、ひとりで通りかかつたり、十一月の山の風のなかに、ふるへながら立つたりしますと、もうどうしてもこんな気がしてしかたないのです。ほんたうにもう、どうしてもこんなことがあるやうでしかたないといふことを、わたくしはそのとほり書いたままでです。

ですから、これらのなかには、あなたのためになるところもあるでせうし、ただそれつきりのところもあるでせうが、わたくしには、そのみわけがよくつきません。なんのことだか、わけのわからないところもあるでせうが、そんなところは、わたくしにもまた、わけがわからないのです。

けれども、わたくしは、これらのちいさなものがたりの幾きれかが、おしまひ、あなたのすきとほつたほんたうのたべものになることを、どんなにねがふかわかりません。

大正十二年十二月二十日

宮沢賢治

島根県



邑南町