

海 の 観 光 拠 点 整 備
基 本 計 画 (案)

令和5年11月

背景と目的

(背景)

「お魚センターみくりや」は、鮮魚市場と地魚料理恵比須と年間3万人を越える集客があり、海側の観光資源としての機能も持ち合わせています。お魚センターみくりやが抱える課題として、施設の老朽化と鮮魚市場の売り場面積が狭小かつ水産物加工施設の必要があることと、現在2階で運営している地魚恵比須のバリアフリー対策の必要性があります。前述のとおり、同施設は既に年間3万人を越える集客を実現しており、観光戦略で掲げる海から山までの体験・滞在型観光を推進するため、お魚センターみくりやが抱える課題の解決と併せて観光機能強化を目指し検討を開始しました。

(目的)

大山町は、国立公園大山を有しており、大山登山や大山スキー場などの山の資源を中心とした観光産業で賑わいを創出してきましたが、現在は利用者ニーズの変化や雪不足などの影響もあり、山側だけではなく海側も含めた賑わい創出が課題となっています。大山町は、海拔0mから1,729mまで豊かな自然環境がまちの魅力のひとつです。大山町のこの豊かな自然環境を生かして海と山をつなぐ町内周遊観光と海側での体験・滞在型観光の推進による地域活性化を図るため、海側観光の魅力を創出し、山側との観光交流軸の構築を図るため海の観光拠点整備を行います。

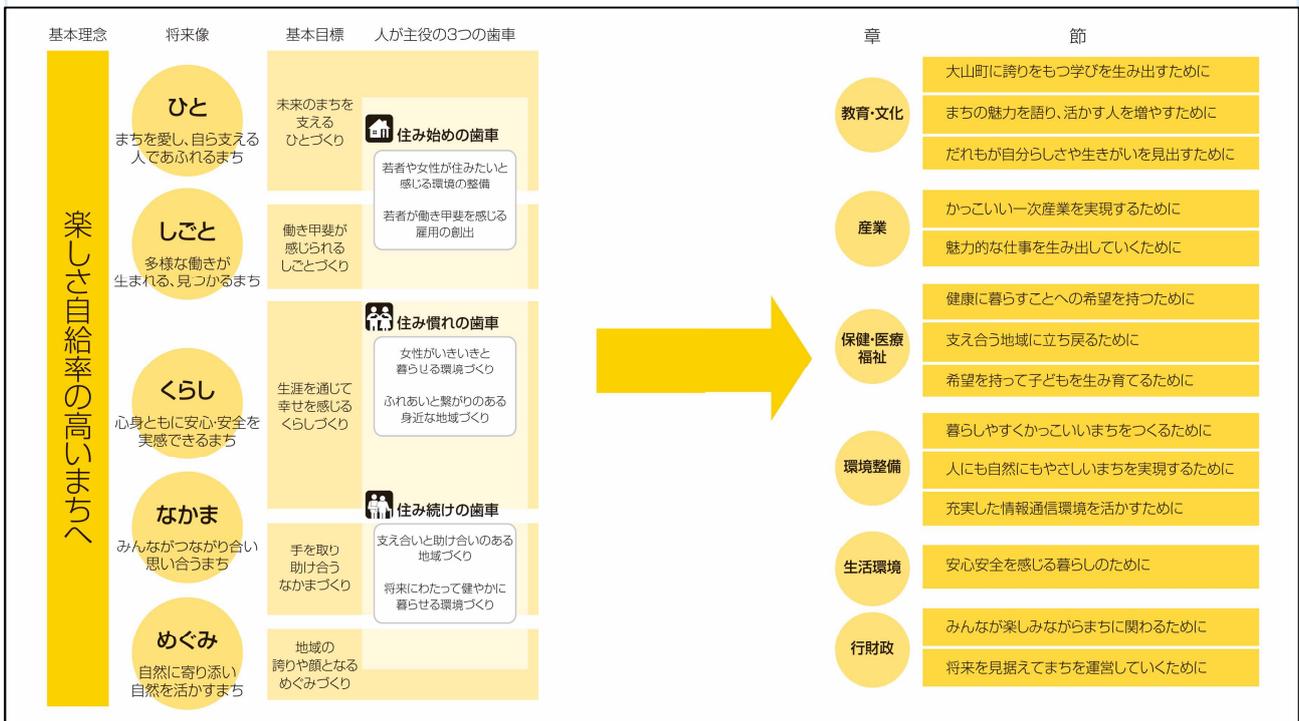
基本計画の位置づけ

1. 拠点整備の上位計画・関連計画等の整理

大山町は「大山町未来づくり10年プラン」を上位計画として各計画を提示し、今回計画に係わると思われる関連計画を整理しています。

① 上位計画：大山町未来づくり10年プラン（第2期大山町総合計画） 2016-2025

- ・大山町でまちづくりを進めていく上での一番の基礎となる計画
- i 基本理念「**楽しさ自給率の高いまちへ**」
- ii 基本目標「ひと・しごと・くらし・なかま・めぐみの視点でみんなで目指す
まちの将来」
- iii 観光
 - ・地域の資源やつながりを観光へ活かす
 - ・体験型・交流型・滞在型観光が生まれやすい観光をつくる
 - ・いつ行っても楽しいことがおこっている大山町を実現する



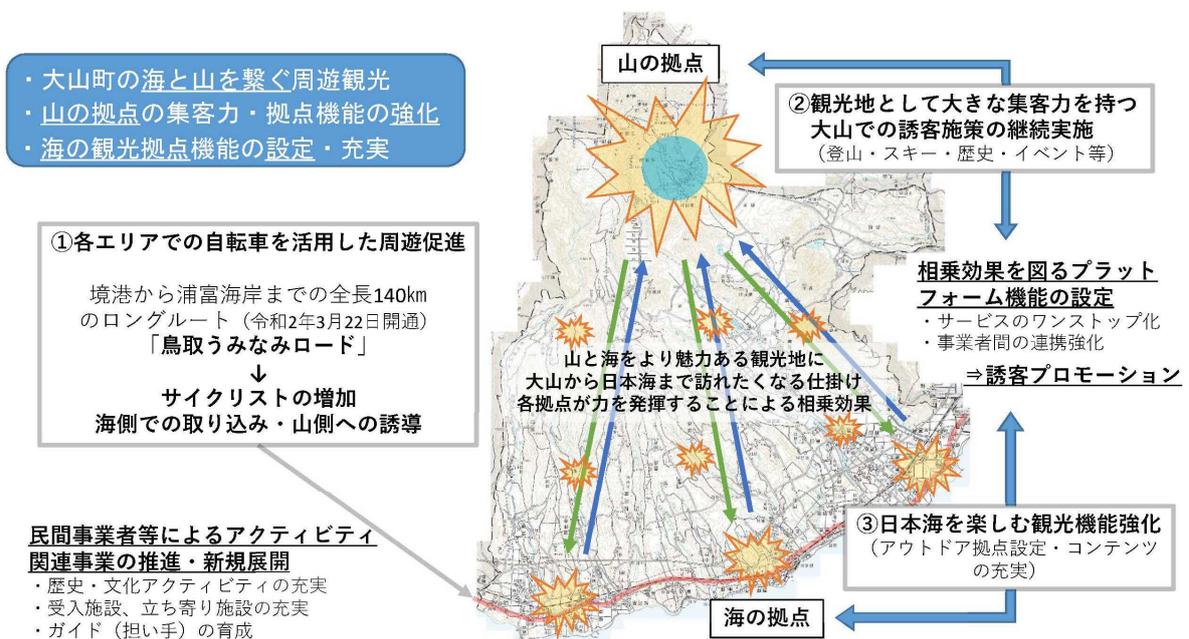
【理念別体系】

【分野別体系】

ii 大山町観光戦略R3.07

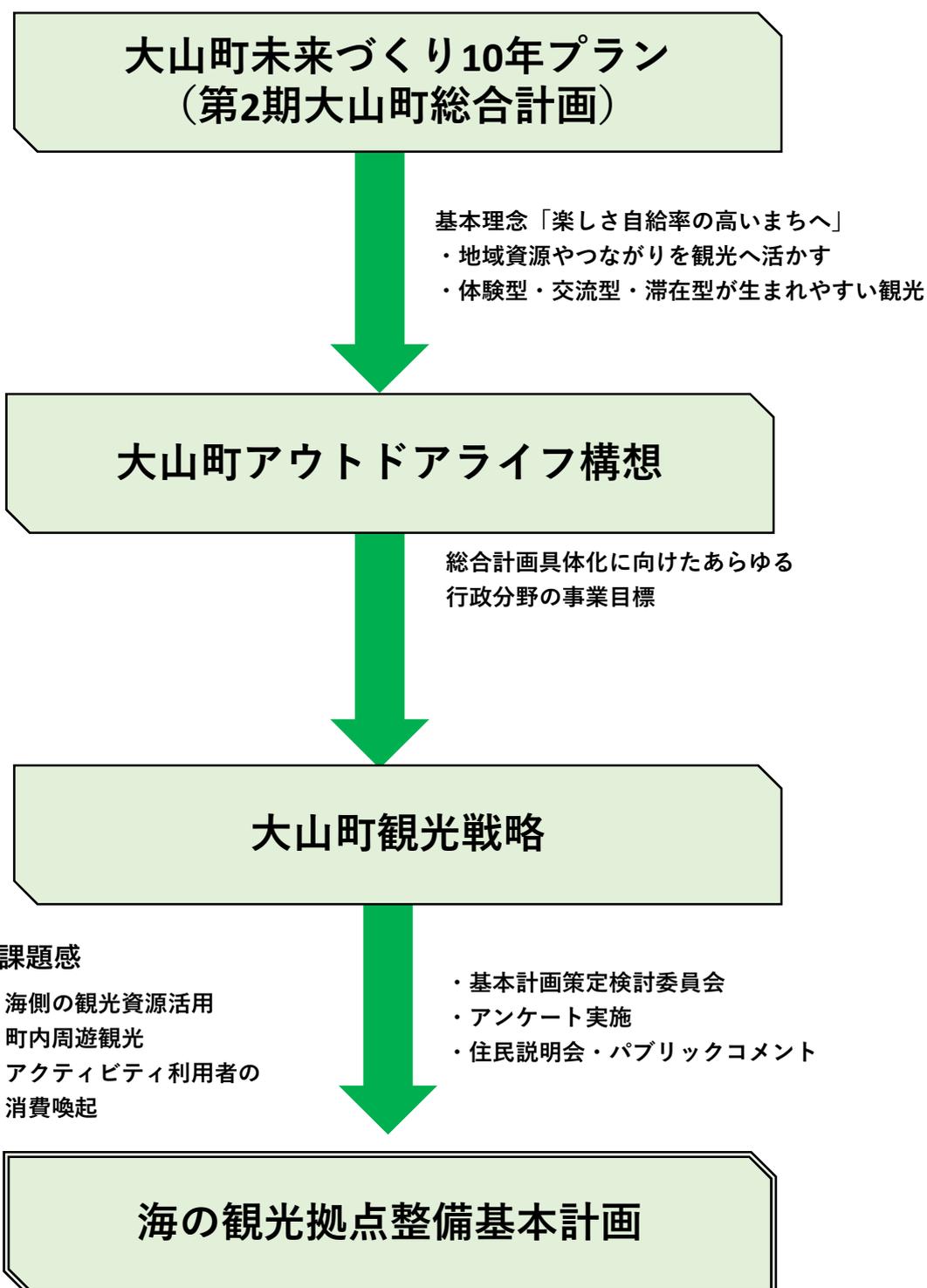
- ・大山の環境に配慮し資源を活かしアクティビティが楽しめる持続可能な観光地域づくり
- ・環境 : 自然環境が土台
- ・資源 : 自然・歴史・食 3つの要素の魅力向上
- ・アクティビティ: アウトドアアクティビティー×文化歴史アクティビティ = 体験の充実
- ・持続 : 持続可能な仕組
- ・地域 : 地域全体を活用する観光

【観光戦術～町内拠点・コンテンツの連携～】



【上位計画・関連計画等の関連図】

海の観光拠点整備に向けた基本的な考え方を定めるうえで、踏まえるべき上位計画や関連計画との関係を下図に示します。

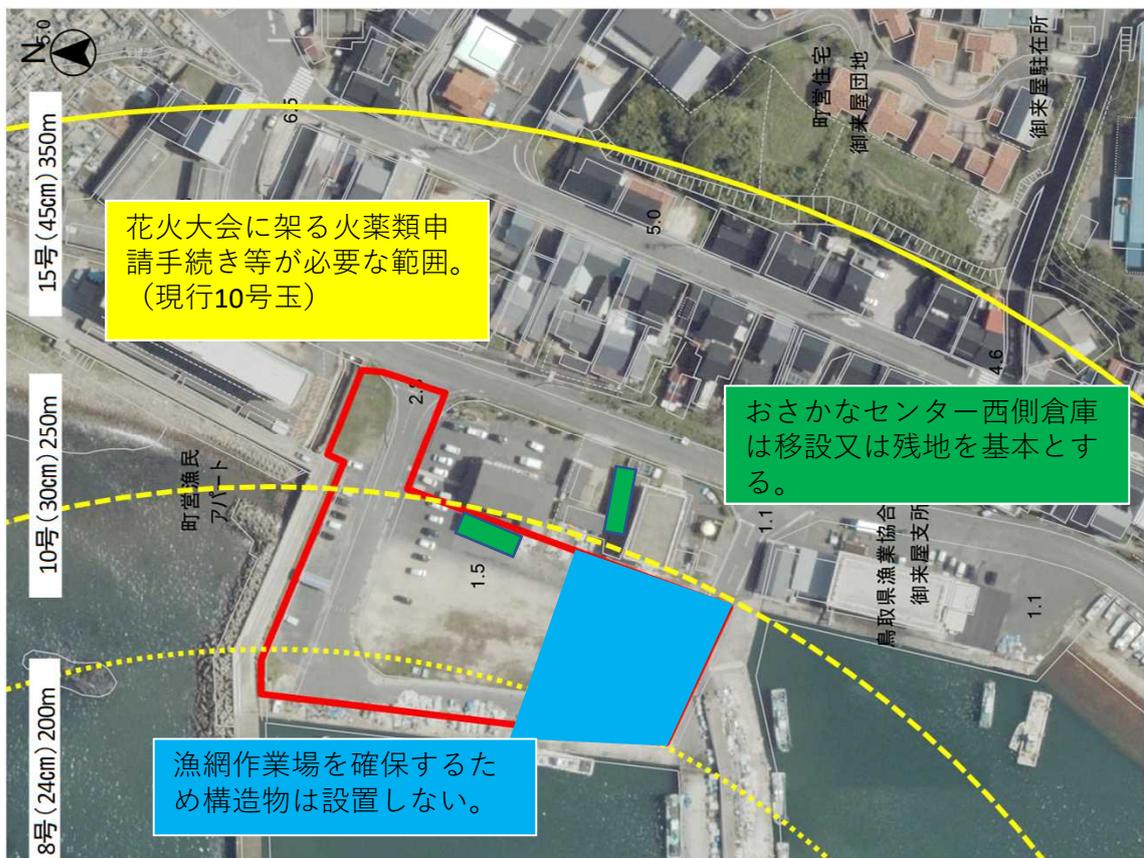


計画地について

1. 事業敷地規模の分析

敷地の利用条件を確認し、検討委員会及び各団体への個別ヒアリング、今回基本計画作成に関するアンケート等から、敷地の利用の可能性を分析します。

① 事業用地の現地状況及び利用状況



② 事業用地の諸条件

計画背景からの条件	①お魚センター鮮魚直売店の狭小解消のために、1間程度の拡張を予定しています。 ②お魚センターみくりやは補助事業で建設しているため改修に当たっては協議が必要。
既存の利用状況からの条件	①敷地内海でのアクティビティ提供は既存の生業と安全面への影響から行わないこととします。 ②現状は赤枠部全体が、漁網作業スペースとなっている。漁網作業スペースについては確保を前提に整備を行うこととするため舗装のみ行う予定です。 ③お魚センター西側倉庫については移設を行います。 ④当該地には殺菌水の配管が存在します。

③. 拠点候補地における法規制・許認可申請等の整理

i 民法

- ・私権は公共福祉に適合（第1条）
- ・不動産の所有権・地上権を定める「物権法」（第2編）を含む

ii 建築基準法

- ・建築物の敷地、構造、設備及び用途に関する最低の基準（第1条）
- ・都市計画区域外（大山町内全域）（第2条）
- ・建物の用途・規模により確認申請が必要（第6条）

iii 消防法

- ・火災の予防・警戒・鎮圧で生命・人体・財産を保護し社会公共福祉の増進に資する（第1条）
- ・建築許可等についての基準に従い消防同意を行う（第5条）
- ・煙火打上（第16条）（県西部広域火災予防条例第45条）

iv バリアフリー法（高齢者障害者等の移動等の円滑化の促進に関する法律）

- ・高齢者障害者等の自立した日常生活及び社会生活を確保（第1条）

v 省エネ法（エネルギーの使用の合理化に関する法律）

- ・燃料資源の有効な利用の確保（第1条）

vi 文化財保護法

- ・文化財の保存・活用（第1条）

vii 港湾法

- ・環境の保全に配慮し港湾の整備と適正な運営を図る（第1条）

viii その他

- ・県条例（景観・福まち）・大山町開発行為協議の手引

海の観光拠点整備事業に対する意見等

1 海の観光拠点整備基本設計作成に関するアンケート (R4.08)

海の観光拠点整備基本計画の作成の検討にあたり、町民または町内事業者のニーズや要望を把握することにより、海の観光拠点が観光客及び町民の利用満足度が高いものとなるよう整備方針の検討材料としてアンケート調査を実施しました。

- (1) アンケート実施期間 令和4年8月9日～8月29日
- (2) 実施方法 鳥取県電子申請サービス
町内施設アンケートBOX設置
大山町役場 本庁、各支所 ・保健福祉センターなわ
・町内各公民館（中山・名和・大山・高麗・佐摩）
・図書館本館 ・お魚センターみくりや
- (3) 回答者数 合計 67人 （内電子 50人 内紙 17人）
- (4) 回答内容 以下に示します。

Q. 海の観光拠点でしてみたいアクティビティや体験を選んでください。

(複数選択可)

	(人)	
釣り（フィッシング）	32	10.9%
シュノーケリング	26	8.9%
シーカヤック	26	8.9%
遊覧船	22	7.5%
遊漁船	22	7.5%
スキューバダイビング	21	7.2%
スタンドアップパドル	21	7.2%
海上アスレチック	20	6.8%
地引網体験	17	5.8%
自然観察	17	5.8%
サーフィン	14	4.8%
SUPフィッシング	7	2.4%
その他	7	2.4%
カヤックフィッシング	6	2.0%
ヨット	6	2.0%
ウォータートイ	6	2.0%
パラセーリング	6	2.0%
なし	5	1.7%
スキンドайビング	4	1.4%
ウインドサーフィン	4	1.4%
ウエイクボード	4	1.4%
合計	293	100.0%

(その他意見)

- ・孫と一緒にカニや貝などを採る海遊び
- ・魚や生き物を鑑賞できる施設
- ・ビーチサッカー、ビーチテニスなどのビーチスポーツ
- ・海のゴミを拾うと割引券をもらえる制度
- ・ウォータースライダー（シーライダー）
- ・漁船と釣り場の住み分け、共存をしてほしい

Q. 海の観光拠点にあつたらいいなと思うサービスや設備を選んでください。

(複数選択可)

バーベキュー	41	18.3%
キャンプ	31	13.8%
天体観察/星空観察	29	13.0%
グランピング	27	12.1%
サイクリング	22	9.8%
自然観察	17	7.6%
ウォーキング	16	7.1%
ヨガ	12	5.4%
文化・歴史体験	12	5.4%
ふっとパス	5	2.2%
なし	5	2.2%
ツリーイング	4	1.8%
その他	3	1.3%
合計	224	100.0%

(その他意見)

- ・コンビニ
- ・博物館のような雨の日でも楽しめる施設
- ・癒しの場所
- ・温泉
- ・若者が集まるファッションや美容
- ・シャワールームやトイレなど
- ・駐車スペース
- ・町内を周回できる歩道整備
- ・屋根付きで空調のある子ども連れが2時間くらい滞在できるスペース
- ・他にない斬新な体験

バーベキューやキャンプ等自然環境を生かしたサービスが上位にある傾向

Q. 海の観光拠点がどのようなものになれば町民の利用があると思いますか。

(2つまで選択可)

公衆トイレ	48	9.4%
飲食 (主に海産物)	46	9.0%
飲食 (カフェ)	44	8.6%
シャワー	40	7.8%
飲食 (テイクアウト)	35	6.8%
物販 (主に海産物)	31	6.1%
更衣室	31	6.1%
飲食 (スイーツ)	27	5.3%
飲食 (ファストフード)	23	4.5%
ロッカー	23	4.5%
物販 (土産物)	22	4.3%
飲食 (主に海産物以外)	21	4.1%
公園	20	3.9%
物販	19	3.7%
多目的スペース	19	3.7%
宿泊設備	19	3.7%
観光案内	16	3.1%
物販 (野菜)	12	2.3%
その他	10	2.0%
コインランドリー	6	1.2%
合計	512	100.0%

飲食・物販が上位にある傾向。
シャワーや更衣室等アクティビティに関連する施設が上位にある傾向

Q. 海の観光拠点の整備に設定したいコンセプトなどがありましたらご記入ください。

飲食サービスの充実	38	34.8%
アクティビティや体験など観光サービスの充実	25	22.9%
多目的スペースなど地域の催しなどに使える空間の充実	21	19.3%
生鮮食品や土産物などの物販の充実	15	13.8%
その他	10	9.2%
合計	109	100.0%

飲食サービスの提供やアクティビティの提供が上位。
物販はコンセプトの設定となると優先度が下がる傾向。

その他傾向分析結果

回答年代における特徴

	アクティビティ	サービス提供	その他
～20代	・ダイビング・釣り ・SUP	飲食（主に海産物・カフェ・スイーツ）	シャワー・トイレ
～30代	他年代と比較し各項目平均的な傾向	飲食（主に海産物・カフェ・スイーツ）	トイレ
～40代	・カヤック・釣り ・サーフィン	飲食（テイクアウト・カフェ）	多目的スペース
～50代	・遊覧船・遊漁船 ・海上アスレチック	飲食（主に海産物） 物販（海産物）	トイレ
60代～	・釣り・シーカヤック	飲食（主に海産物・カフェ・テイクアウト）	トイレ・シャワー・ロッカー

（共通事項）

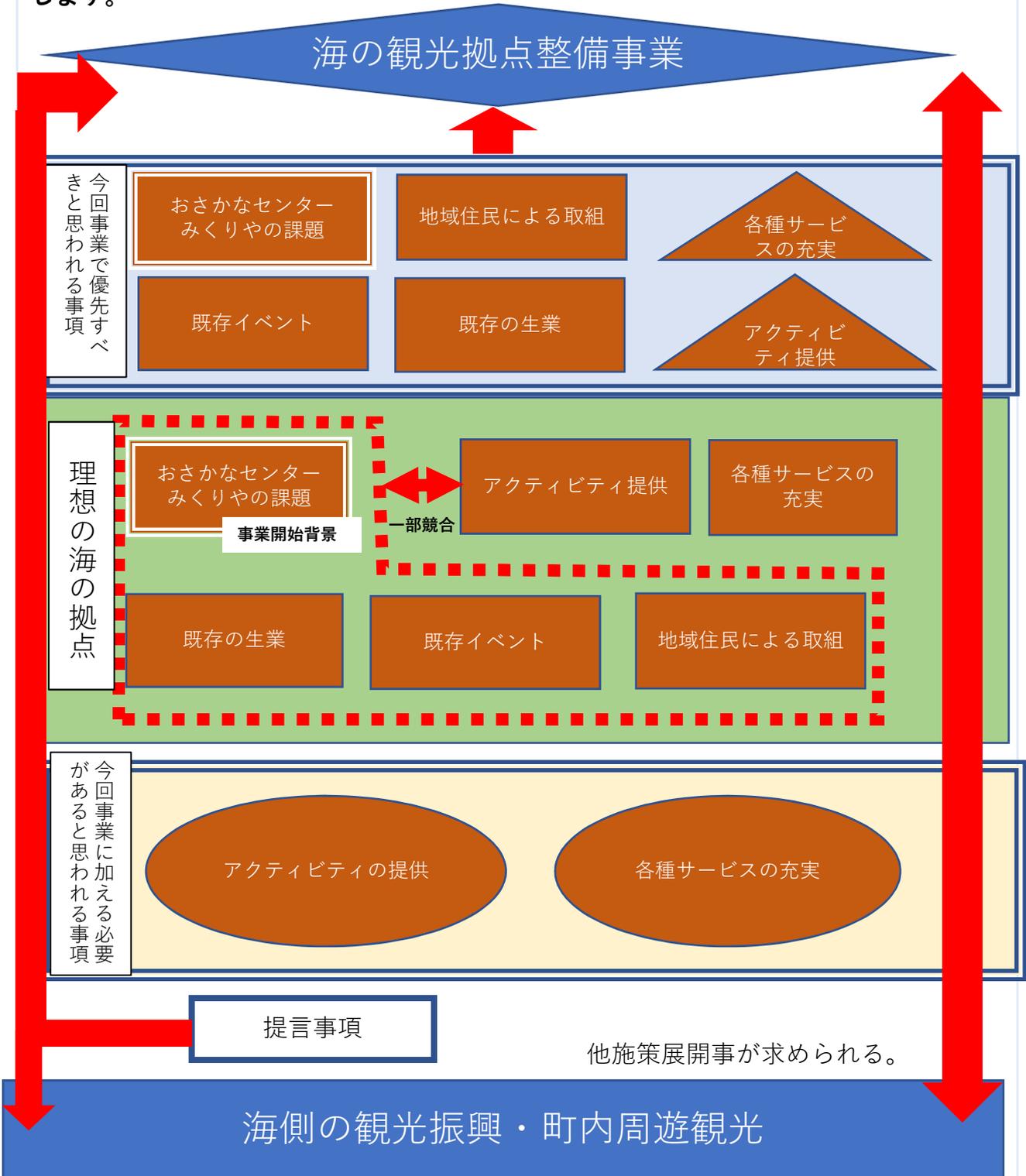
アクティビティ：票の項目に次いで各年代で天体観察

2 検討委員会及び関係団体等個別ヒアリング (R4.09~)

検討委員会意見集約	導入施設に関すること
	カヤックやヨットなど漁港の船の出入りとの調整ができるアクティビティの選択
	駐車場の台数確保
	御来屋の夕日を生かす施設
	宿泊設備の検討
	情報が集まる海カフェのようなものとコーディネーター在住
	アクティビティ後に利用したいシャワーなどの設備
	漁港内ではなく他の場所にカヤックを持っていくなどの動線と連携する。
	整備方針に関すること
	拠点をとおして住民が楽しく魅力あるまちづくり
	海の拠点エリアだけでなく、山と海を繋ぐ
	子どもが危なくなく海で遊べるような環境
	地球温暖化や磯焼けによる影響があるならば海を守る取り組み
	観光だけでなく人口減少対策につながる情報発信拠点としての機能
	住民が楽しそうに暮らしているところでの観光
	海の生き物や魚に触れられて子どもたちが楽しみながら過ごせる環境
	コンセプトに関すること
	余所行きでなくて、地元の素朴な感じを出すような施設
	ハワイやアートをコンセプトにデザインしていく
	自然を求めて来られる方は多いのでそれを活かす
	街道側からと海側からのそれぞれ特徴的な集落の魅力的で貴重な景色
	街道側から見える短冊上にある空き家から見える海の景色
	住み分けに関すること
山の拠点と道の駅と淀江ICとの住み分け	
御来屋のアクセスの利便性活用	
御来屋の拠点づくりだけでなくもっと広域に	
店舗やアウトドアなど他の観光につなげる	
御来屋全体を玄関となり、海岸や街道への動線を作る	
ヒアリング意見	
おさかなセンター東側の敷地での計画を取り込む必要がある	
釣り客が釣った魚を調理できるレストランも面白いが安全面への課題	
この場所だけでの完結は困難。他の場所との連携も必要。	
クラブハウス・バーベキュー等活用したい。	
津波等の安全面への配慮が必要。	
雨の日でも遊べる施設に（プール等）	
海を育むことを学ぶ施設	
御来屋住民の意向をくみ取ることが必要	
漁協が運営するレストランが基本と考える	
規模縮小せざるを得ないと感じている。	
敷地の都合上、漁協に寄り添いながら利用せざるを得ない。	
関係者と調整可能ならシーカヤックで利用したい。	
単独の拠点でなく御来屋全体で活性化するよう民間活力による展開に期待	
海のアクティビティは西坪・木料の海岸で可能性があると思っている。	

施設整備計画

アンケートや検討委員会での検討を踏まえ、事業用地の制約や競合事項の存在により、理想とする海の観光拠点の実現は今回事業用地のみで完結は困難です。海側の観光振興の課題に対応するためには更なる施策展開が必要と思われます。そのため検討委員会として、今回事業地での計画に加え、その他必要と思われる事項について提言いたします。



整備方針

検討委員会での意見交換等も踏まえ、当該事業地には御来屋花火等の地域イベントや、そこで生業を営む人たちが存在しています。既存のイベントや周辺住民等への配慮を行いながら整備していくことが望ましいと思われまます。

それら条件を前提として今回事業の検討開始経過の端緒であるお魚センターみくりやの踏まえ、今回事業予定地での施設の整備方針は以下のとおり設定します。

海の観光拠点の整備方針

- ・御来屋漁港だけで全てのアクティビティを展開するのではなく、木料海岸や名和川河口周辺から御来屋漁港までを面的に捉えて、町民がスポーツをすることができたり、観光客はそれらを体験アクティビティとして楽しめたりするような仕組みづくりを行うなかで、周辺の取り組みとリンクする観光拠点であること。
- ・御来屋で取り組みがあるアートなど地域の特徴を生かしながら、観光だけでなく住民の方々の生活や安全にも配慮し、藻場の再生やブルーカーボンの利用など子供たちの未来のために海の自然資源を守り生かして持続可能な社会につなげる観光拠点であること。
- ・長い海岸線を持つ大山町の海側エリアの情報拠点であり、海側で面的に行われる海側のアクティビティによる海側観光と山側観光を結びつけ、当町の花と山の距離が近いという特徴を生かした町全体の活性化につながる観光拠点であること。
- ・本拠点の予定地は漁港であり、既に生業を営んでいる住民が存在している。本施設が既存の生業と共生できる施設であること。



拠点の位置づけ

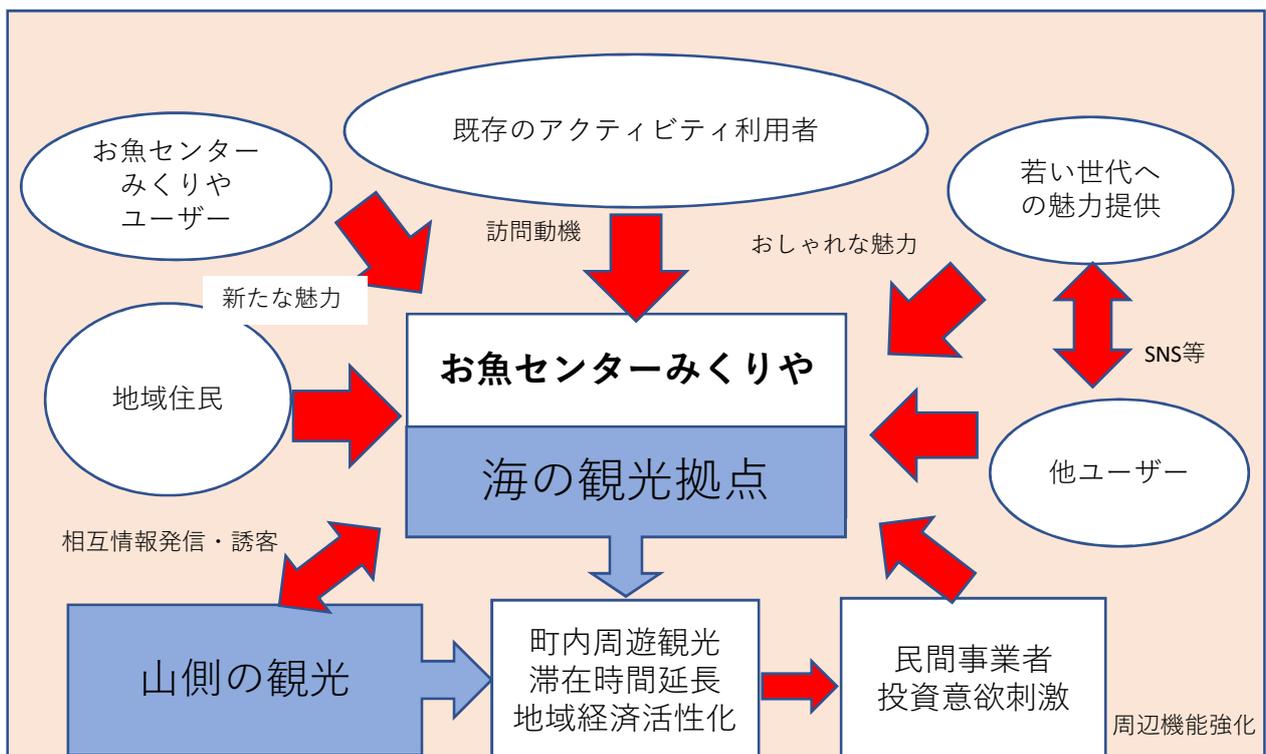
町内には海の観光拠点の他に山の拠点の中心的施設として整備された大山参道市場、また海の観光拠点の整備の検討と並行して活用を検討している山陰道淀江IC跡地周辺の跡地活用も検討しています。町全体の活性化に繋がる海の拠点にするにはこれらの施設との住み分けによる役割分担を設定します。

- ① 海側の玄関口となり観光の山側と海つなぐ町内周遊観光と海側の滞在型観光で地域活性化を図ること
- ② 地域ニーズを踏まえて、住民交流を創出する施設であること
- ③ 観光事業への新たな担い手や雇用を育むこと
- ④ 利用者の増加が地域への経済普及効果を高める施設であること
- ⑤ 御来屋の街の活性化に貢献すること

ターゲット設定

具体的なサービス展開や施設の規模・種類決定のため主たる利用者を想定して設定することが望ましいと思われるため以下のとおりターゲットを設定します。

- ① お魚センターみくりやユーザーに新たな魅力を発信する
- ② 大山の魅力が詰まったサービスで魅力を発信する
- ③ インスタ映えするおしゃれな魅力で若い世代に発信する
- ④ サイクリスト等の滞在を促し山から海への魅力を発信する
- ⑤ 地域交流等のイベントで地域交流を促す



配置施設

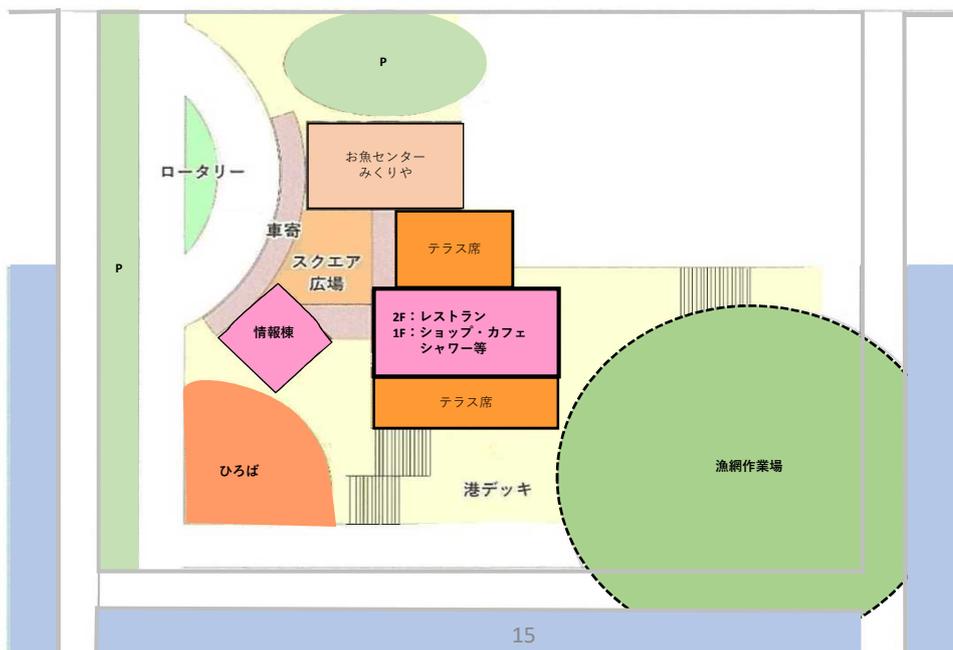
整備方針や敷地の条件面を踏まえ、3つの機能を確保する施設を配置をとし予算状況や実現可能性を踏まえ、その他必要な施設を整備します。

機能	必須	詳細
情報発信機能	★	情報発信スペース
		その他必要な施設
滞在拠点機能	★	レストラン ※海を見ながら食事できるようにすること
	★	イベント広場
		カフェ
		展望スペース
		管理事務所
		駐車場（38台以上の確保を基本とする）
		その他必要な施設
アクティビティ 対応機能	★	トイレ（男女・多目的）
	★	シャワー・更衣室
	★	駐輪場
		その他必要な施設

周辺の利用状況から本施設整備に付随して整備すべき事項は以下のとおりです。

	必須	詳細
周辺条件面から 必要な整備	★	アート倉庫を移設すること。
	★	花火大会の打ち上げ場所近辺のため耐火構造又は準耐火構造とすること
	★	漁具の収納スペースを確保すること。
	★	お魚センター狭小課題に対応するため、1間の拡張を行うこと。

【拠点施設ゾーニングイメージ図】



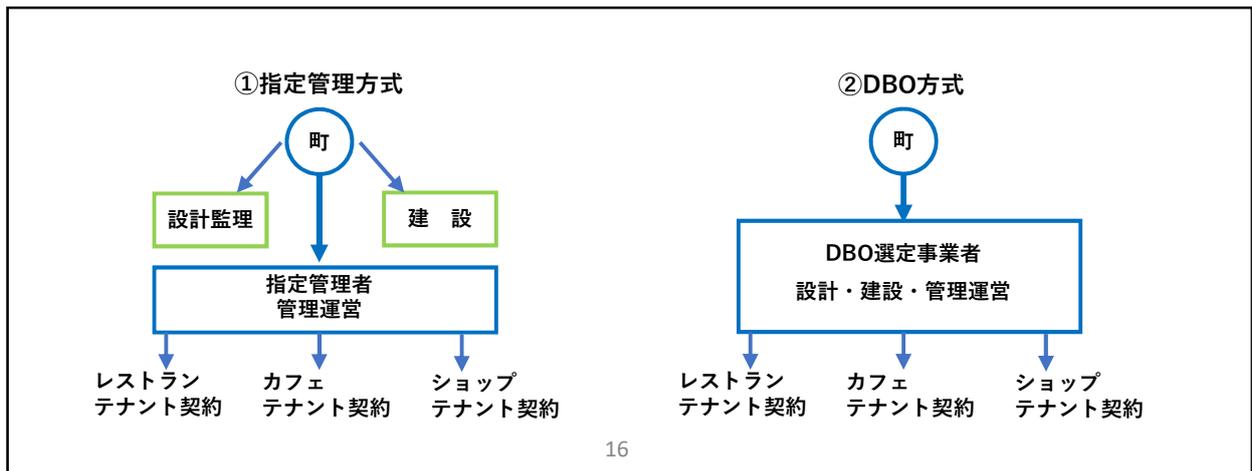
施設運営計画

整備可能性のある方式を検討し、予算状況等を踏まえ適切な方法で実施します。

【計画策定段階の運営方式の評価】

		①	②	③	④	⑤	⑥
方式		公直接 運営方式	DBO方式	リース方式	PFI方式		
					BTO	BOT	BOO
概要		資金調達、建設、運営に関わる全ての業務を公共が行う。	資金調達を除き、設計・建設・管理運営を民間へ一括して委ねる。	民間が資金調達し施設を建設して民間から公共へ施設をリースする	民間が資金調達し施設を建設して公共に所有権を移転し、施設の維持管理運営を事業期間終了まで行う	民間が資金調達し、施設を建設して維持管理運営を行い事業終了時点で民間が公共へ施設を所有権移転する。	民間が資金調達し、施設を建設して維持管理運営を行い事業終了時点で民間が施設を解体撤去する。
主体	資金	公共	公共	民間	民間	民間	民間
	建設	公共	民間	民間	民間	民間	民間
	土地	公共	公共	公共	公共	公共	公共
	建物	公共	公共	民間	公共	民間	民間
	運営	公共 民間	民間	公共 民間	民間	民間	民間
評価		○	○	×	×		
評価事由		運用可能。 (+) 公が直接設計施工の業務を行うため、実施が比較的容易。 (-) 施工完了後に、運営事業者を募集するプロセスになるため、施設に併せて運営事業者が運営する必要がある。	運用可能 (+) 運営事業者が設計から関わることにより、公が直接施工するよりも、実態に即した設計が可能となる。 (-) 主体となる施設の設計と運営の双方を提案するためには単独の事業所では困難でありコンソーシアム等を組む必要がある。手上げが見込みにくい。	現在活用を検討している補助金の対象外。 ・事業の終了期限をきめて行う運用方式のため、今回の事業に合致しない。	現在活用を検討している補助金の対象外。 ・事業の終了期限をきめて行う運用方式のため、今回の事業に合致しない。	現在活用を検討している補助金の対象外。 ・事業の終了期限をきめて行う運用方式のため、今回の事業に合致しない。	現在活用を検討している補助金の対象外。 ・事業の終了期限をきめて行う運用方式のため、今回の事業に合致しない。

【運営形態イメージ図】



概算事業費・想定スケジュール

現段階において、計画における概算事業費及び整備スケジュールは以下に示す通りです。

(1) 概算事業費

	概算事業費	備考
設計業務	約 5300万円	倉庫移設等含む
施工管理業務		
工事費	約 8億8000万円	倉庫移設等含む
合計	約 9億3300万円	

※運営に必要な什器等は別途必要です。

概算事業費は計画策定段階で最大限のものを見込んでいます。

(2) 整備スケジュール

	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
基本計画	■ ■ ■ ■ ■				
基本設計		■ ■ ■			
実施設計			■ ■ ■		
建設工事			■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■	
運営開始				■ ■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■ ■

※本整備スケジュールは工事内容等により時期が変更になる場合があります。

提言事項

検討の中で諸条件により両立が困難なものが存在します。今回の事業敷地だけでは、海側の観光振興は完結するものではありません。本拠点の効果を高め海側の観光振興のため必要と思われる事項について検討していますので以下のとおり提言します。

1. 全体事項

本施設での事業展開は、お魚センターみくりやの課題解決と併せて、海側の観光振興と町内周遊観光を推進するために併せて検討を開始した事業です。

海の観光拠点がハブとしての機能を担い、海側の観光振興や町内周遊観光を促すためには、今回事業用地での展開だけでなく、周辺で取組も併せて行うことが必要です。そのためには「御来屋周辺の空き家活用」「周辺でのアクティビティ提供」など本施設以外での海側の観光振興に貢献する施策展開などが必要です。

2. 御来屋周辺の活性化

今回事業用地のみでの展開だけでは海側の観光としてのコンテンツとしては充分ではありません。全体事項で触れたように海側の観光振興のために「御来屋周辺の空き家活用」等も考慮し、ソフト面・ハード面含めた検討が必要です。

3. 導入施設

検討経過の中で、今回事業地用地には既存の生業が存在している中での展開となり既に周辺に生業がある中でのアクティビティの提供は競合する箇所があります。周辺住民の理解を得ることも考慮し、既存の生業を優先すべき事項として今回の導入施設を設定しました。

しかし、大山町が目指すアウトドアを活用した観光振興や海側の観光振興や町内周遊観光を実現するためにはコンテンツとして不足感があります。海のアクティビティを本施設で提供しない方向で設定しています。その他施策展開等でフォローする必要があります。また、大山町には雨天時に活用できる施設等もないため施設導入の検討も必要と考えられます。

4. その他関係施策展開について

近年境港に寄港しているクルーズ船は集客の契機となりえます。海側の観光振興に関連した取組として、クルーズ船からの誘客は検討すべき課題と考えられます。

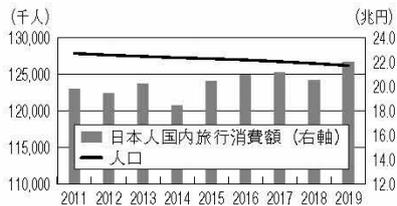
統計データ等に基づく需要予測

1. 観光の現状

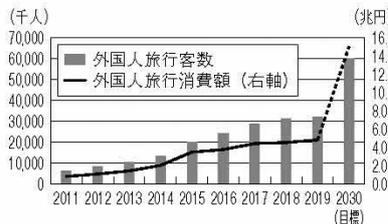
① ファイナンス2021,08 (大臣官房総合政策課)

- ・ コロナによる打撃は回復傾向 マイクロツーリズムが先行 (食事・文化歴史・温泉・自然景勝)
- ・ 国内は人口DNによる需要頭打ち 2019年12,600万人
外国人に期待 2019年3,200万人
- ・ 外国人旅行の60%以上が大都市圏に集中している状況

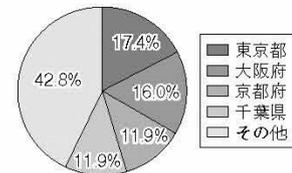
(図表1) 日本の人口推移と日本人国内旅行消費額推移



(図表2) 外国人旅行客数と外国人旅行消費額の推移



(図表3) 外国人旅行客の目的地 (2019年)



(出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」、総務省「人口推計」、日本政府観光局「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

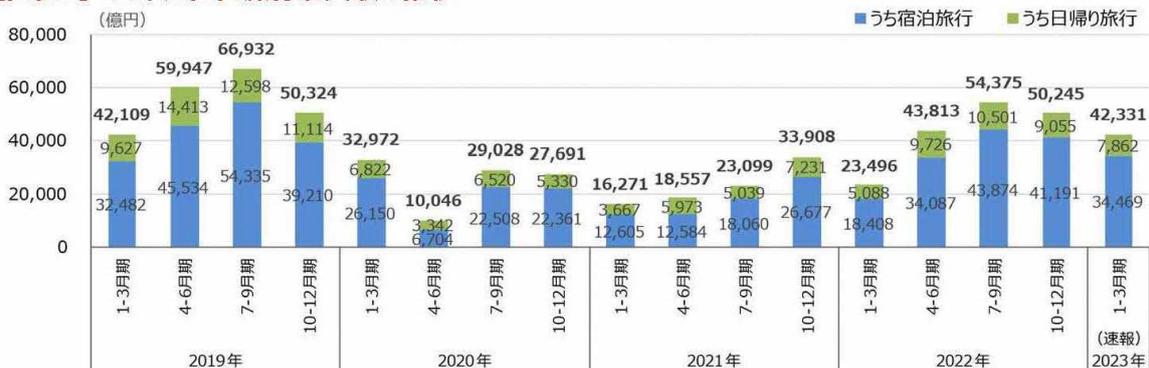
インバウンド・国内観光共に回復傾向ですが、インバウンドの多くは大都市圏への観光で集中しています。本拠点での商圈エリアは県内・近県の範囲と関西四国中心です。

② 旅行・観光消費動向調査2023,01~03 (観光庁2023,05. 17)

- ・ 日本人の国内観光消費額前年比80%UP 4兆2330億円 (2019比0.5%UP)
- ・ 上記の内宿泊旅行消費額前年比87%UP 3兆4460億円 (2019比6.1%UP)
- ・ // 日帰旅行消費額前年比55%UP 7860億円 (2019比18%DN)
- ・ 日本人国内延べ旅行者数前年比55%UP 1億13万人 (2019比17%DN)
- ・ 上記の内 宿泊旅行者数前年比61%UP 5,802万人 (2019比9%DN)
- ・ // 日帰旅行者数前年比48%UP 4,211万人 (2019比26%DN)

【図表1】 日本人国内旅行消費額の推移

(出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査2023年1-3月期 (速報)」



③ 地域における持続可能な観光の実現に向けた調査業務報告書

(観光庁 令和5年3月)

- ・ コロナの影響により各地域の観光関連産業は大変厳しい状況です。
 - ・ 「住んでよし訪れてよし」の観光地域づくりは地方公共団体や観光地域づくり法人DMOが中心となって総合的な観光地マネジメントが必要です。
- 地域観光は厳しい状況。
海と山の観光拠点の整備に加えて近隣観光地との連携等が必要です。

※総括：人の動きはコロナ前程度まで回復、ただしマイクロツーリズム商圏内の宿泊・日帰観光が先行している様子。ただし消費は比較的伸びている。繰り返して利用していただく仕組みを持つことで持続可能で安定したマーケットになる可能性がある。

2. 宿泊

① 宿泊旅行統計調査推移表 令和5年7月分 (観光庁)

- ・ 鳥取県延べ宿泊者数 年計 1,881,870人 2022前年比82% (2019比53%)
- 国観光消費は回復しているが、県内の宿泊数はこの時点ではまだ回復していません。

② ホテル・旅館の国内市場調査結果

2023,04,13 (株式会社富士経済 日本経済新聞)

- ・ 2025予測2019比1.8%UP 8兆6,487億円を予測
- ・ リゾートホテルがマイクロツーリズム需要を獲得
高級リゾートホテルが活況
- ・ ビジネス利用は大幅DN 旅館は厳しい

高級リゾート以外
は伸びがない。
特別な魅力がある
宿泊施設でないと
導入・生き残りは
困難。

■ホテルの国内市場

(出所) 「富士経済、ホテルの国内市場調査結果を発表」 (日本経済新聞)



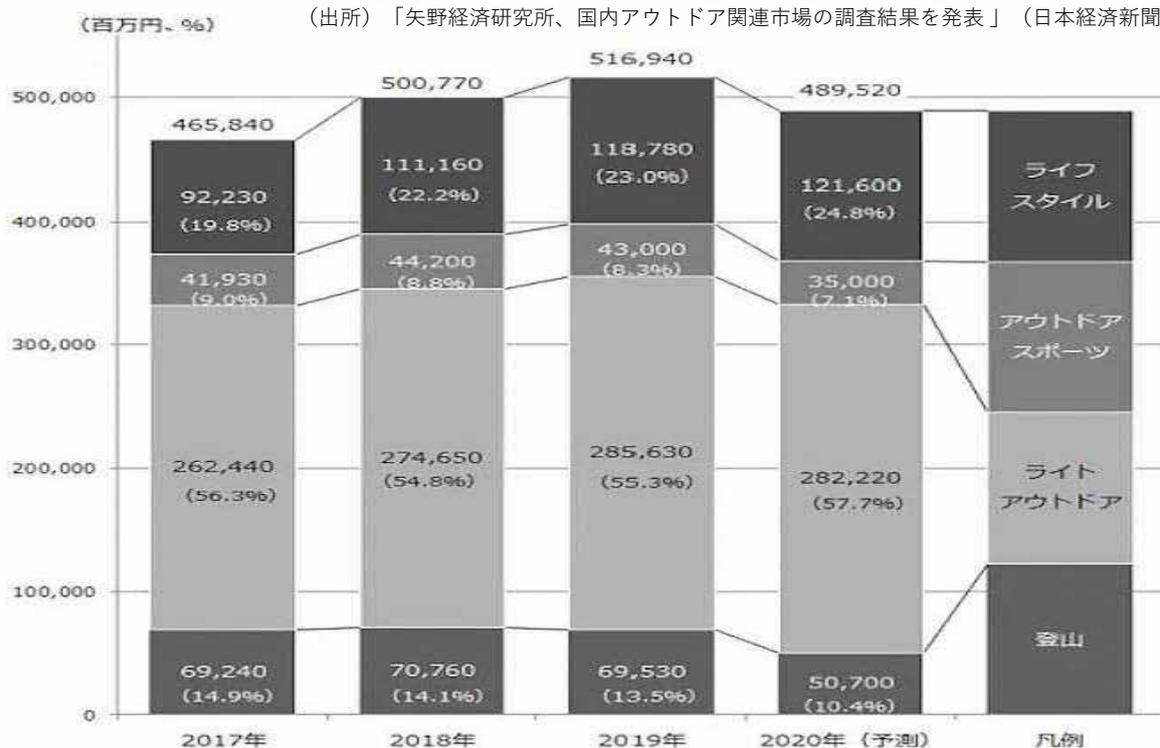
3. アウトドア

① 国内アウトドア関連市場の調査結果 2020.12.02 (矢野経済研究所)

- ・アウトドア市場 2020 5,169億円 前年比3.2%UP
- ・アウトドア市場UPの要因はキャンプ需要
(リスクが低い(屋外・家族・一人))
- ・ライトアウトドア・ライフスタイル分野UP 利便性の高いキャンプがUP
(グランピング)
- ・登山・アウトドアスポーツ分野DN

アウトドア市場スタイル分野別市場規模推移

(出所)「矢野経済研究所、国内アウトドア関連市場の調査結果を発表」(日本経済新聞)



注1. 販売金額ベース
注2. グラフ内()は市場全体の分野別構成比
注3. 2020年は予測値

矢野経済研究所調べ

② オートキャンプ白書2022 (オートキャンプ協会)

- ・オートキャンプ場稼働率 前年比 23%UP 750万人
- ・夏中心から秋・冬需要に移行 焚火を楽しむ14%UP 全体の62%
- ・ソロキャンプ18%UP 全体の13%
- ・平日キャンプ 9%UP 全体の45%
- ・平日利用のソロキャンプ率82%

キャンプがアウトドアの中心を担う状況。傾向とし大自然の中を求める傾向であり、民家周辺のキャンプ場は魅力に乏しく、活動も制限される傾向もあるため、導入しにくい。

③ グランピング業界の市場規模

2020,12（一般社団法人全国グランピング協会）

- ・ 2019旅行者中キャンプ利用者 52%/2062人
- ・ 2019旅行者中グランピングに興味 14%/2062人
- ・ グランピング市場参入：キャンプ場・オートキャンプ場・ホテル・コテージ
- ・ 2020グランピング施設353箇所（泊りのBBQニーズ）

④ 事業再構築補助金によるグランピング市場拡大

2021,01（一般社団法人全国グランピング協会）

- ・ 239箇所の補助採択
- ・ コロナの影響を受けた飲食業・宿泊業からの参入
- ・ 競争激化による生き残りが懸念
- ・ 温泉・サウナ・セキュリティー・利用形態・高級化の付加価値

補助金等もあり、グランピングの新規参入・高級化を助長しています。市場として拡大傾向ですが、先に述べた高級化等で競争が激化傾向。生き残りに相応ブランド力・サービス展開が求められています。制約のある本事業敷地でなく『大山の自然を活かす』ため制約が少ない地域が望ましい。

⑤ サイクリスト国政調査2021

（一般社団法人ルーツ・スポーツ・ジャパン・ワールド・ニッポン）

- ・ サイクルツーリズム経験者 人口の18% 前回比2.1%UP 約1,382万人
- ・ サイクルツーリズム市場 59億UP 前回比4.7%UP 約1,315億円
- ・ 経験者アンケート：その地域をまた走りたい 76%
その地域を観光したい 72%
- ・ 「老後をここで暮らしたい」「この地域にセカンドハウスが欲しい」の意向が上昇
- ・ コロナ後、地元ガイド観光にファミリーでの参加UP
(健康・旅行・レジャーの手段)
- ・ 電動アシストUP 高額サイクルUP

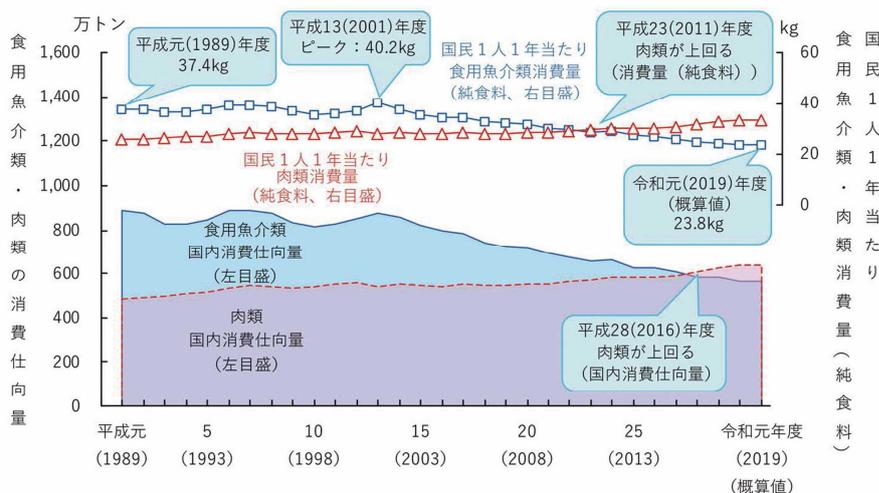
サイクリストは増加傾向であり、指向性も高いものの観光全体で見るとまだ値が小さい。国のインバウンド誘客のための施策であり、鳥取県もナショナルサイクルルート指定に向けた動きなどで展開を行っているため、市場としての将来性は評価が可能。御来屋周辺のアウトドアコンテンツとして展開できるかが課題。

4. ローカルフード

① 国内の水産物需給を巡る状況 (水産白書令和2年度 水産庁)

- ・食用魚介類摂取量はDN傾向。(ピーク時2001の59%DN (2019) 568万トン)
- ・魚介類一人当たり消費量DN。(ピーク時2001の41%DN (2019) 23.8kg/人)
- ・60%の消費者は魚を食べる頻度を増やしたいと考えている
(健康志向・簡便化志向)
- ・購入しない要因は価格の高さや調理の手間等
- ・コロナにより高級魚介類消費DN スーパーマーケット売上UP

図表特-1-5 食用魚介類の国内消費仕向量及び1人1年当たり消費量の変化



資料：農林水産省「食料需給表」

(出所) 水産庁 「国内の水産物需給をめぐる状況」

② 日本における有機食品市場の規模と構造 (2022,02,08 秋田県立大学 酒井徹)

- ・有機食品の市場規模の推移UP傾向 (2017比6.5%UP (2019) 1,902億円)
- ・消費者市場構造推定：直売2% ネット通販8% 小売50% 専門32% 飲食8% (2018)

③ 糸島地域におけるカキ養殖業の発展とカキ小屋の役割

(福岡水技セ研報第26号2016,03)

- ・糸島地域カキ養殖生産量・額共UP (2014約500 t) 糸島水揚量の19%
- ・カキ小屋自家販売82% 直売施設販売17% 福岡中央市場1%
来場者の85%が福岡県内
- ・カキ小屋営業状況：冬季期間仮設小屋 購入後炭火加熱調理して飲食
他にサザエ・ウニ等
- ・水揚漁港周辺に点在、水揚作業や食べ方の情報で雰囲気を楽しむ
- ・来場者平均支出額：日帰2,600円 宿泊22,000円
- ・地元の食材を楽しむのが魅力 地元産しか取り扱わない体験ツアー観光を企画

鮮魚市場は減少傾向である。意向としては頻度を増やしたい傾向にあります。価格や調理の手間等が購入を妨げる要因となっていますが、今回敷地ではお魚センターみくりやが既に存在するため、阻害要因の解決が可能。主たるターゲットが近隣となる本施設においてはバーベキュー方式での提供も可能性が見込める。

6. その他の考察

商圏エリア	インバウンド客や国内観光は回復傾向にあるものの大都市圏が6割以上を占めており、地方都市でのインバウンドがメインターゲットとするのは現段階では困難であると思われます。今回敷地の主なユーザーは、おさかなセンター利用者を含め、県内・近県・高速でつながる関西・四国の範囲となります。
商圏エリアの移動手段	本施設周辺では公共交通機関での訪問は現地状況からは想定しにくく、来訪客の多くは自家用車・バイク・自転車となる見込みです。
近隣観光客	山陰エリアのスポットして大山の立ち寄りは見込めます。(山側)海側への立ち寄りを促すためには、イベントや立寄り動機の提供は必須。
若年層	若年層はSNS等を活用した情報収集で行動する傾向。また同時に利用者がSNS等で発信するので、訴求力が高い傾向にある。利用者増加と広報を同時に実現するための手段として有力であるが、若者が好むお洒落な施設にする必要がある。
敷地外の検討可能性	御来屋の歴史と旧宿場町の街並みに魅力には可能性が眠っている。
漁港の特性	漁港内にある観光施設というポイントにおいて、漁港の鮮魚を活かした飲食提供が導入施設では実現可能性が高い。
クルーズ船との連携	頻度は少ないものの、クルーズ船が鳥取県内に寄港する。インバウンドの視点も含めればバス観光などで利用も視野に入る。

現地利用者に基づく需要予測

1. レストラン利用者予測

地魚・恵比寿

	累計利用者	1営業日平均		備考
	人数	人数(人)	売上(円)	
H29	24,932	82	95,536	
H30	26,369	86	102,829	
R1	23,501	77	104,342	
R2	16,176	72	100,154	※新型コロナウイルス
R3	19,327	65	83,582	※新型コロナウイルス

お魚センター みくりや

	累計利用者	1営業日平均		備考
	人数	人数(人)	売上(円)	
H29	19,151	62	129,847	
H30	19,020	61	135,925	
R1	16,952	55	132,238	
R2	12,474	55	140,103	※新型コロナウイルス
R3	14,148	50	148,228	※新型コロナウイルス

- ・観光拠点複合施設としての相乗効果により利用率1.5倍を想定
 営業日アベレージ予測 120名
 最大日予測 200名
- ・必要駐車台数予測 店舗面積400㎡（既存含）で算出 ピーク時25台
 上記は一般店舗複合等であり、今回は施設複合と広場併用で滞在時間延長を1.5倍で見込む
 $25台 \times 1.5倍 = 38台$ を予測する
 ※大規模小売店舗立地法の指針に基づく計算式により必用駐車台数を算出

2. サイクル利用者予測

- ・SDGsなライフスタイルを目指す取り組みの浸透 インバウンド需要拡大
- ・健康志向、サイクリスポーツ人口の増加、町内サイクリングイベントの増加
- ・鳥取うみなみロード、大山山麓名和ルート、潮風太平記ルートの間接地
- ・需要予測はデータ不足により不明だが、国・県共推進アクションによる増加傾向
- ・県のサイクリストへの安心サポートで未来に向けた利用増に期待

3. 拠点施設周辺の商圈調査

施設の特徴から「鳥取県西部を訪れた県外観光客」及び「県内観光客」が立ち寄っていただける施設を目指し、対象となる商圈を推測し調査する。

1 拠点施設の商圈調査

①施設の特徴から考えると、観光色の強い施設であり日常消費行動ではないため、「店舗の周囲何km以内」や「店舗から車で何分」のような一般的な商圈設定は相応しくないと考える。

②売上構成の大部分が「地元食材を使った飲食物」と「地元の土産物」だと考えられるため、コアターゲットは「鳥取県西部を訪れた県外観光客」「県内観光客」になるはずであり、「大山周辺」・「皆生温泉周辺」・「境港周辺」の旅行行程の途中で立ち寄ってもらえるようなプロモーションを行い誘客する必要があります。

③上記②で挙げたエリアのR5・R6年の観光客入込数の予測値は、コロナ禍の緩和による大きな反動でなく緩やかな戻りを想定した場合でも、(表2)の通り、上記エリア合計でR5年300万人・R6年324万人程度になると予想。

また、御来屋エリアのR5・R6年の観光客入込数予測値は、R5年22万人・R6年24万人程度になると予測し、さらに施設から車で5分程度にある「道の駅大山恵みの里」の入込数予想数値は、R5年16万人弱・R6年で18万人弱程度と予測した。

④仮に上記③の「道の駅大山恵みの里」を訪れたユーザーのうち30%が誘客出来たと仮定すると、R5年4.8万人・R6年5.3万人となる。

(表1) 県外県内別・日帰宿泊客別一人当たり平均消費額のアベレージは9,000円となり、うち20%を当施設で消費してもらったと試算すると、想定売上はR5年86,400,000円・R6年95,400,000円となった。

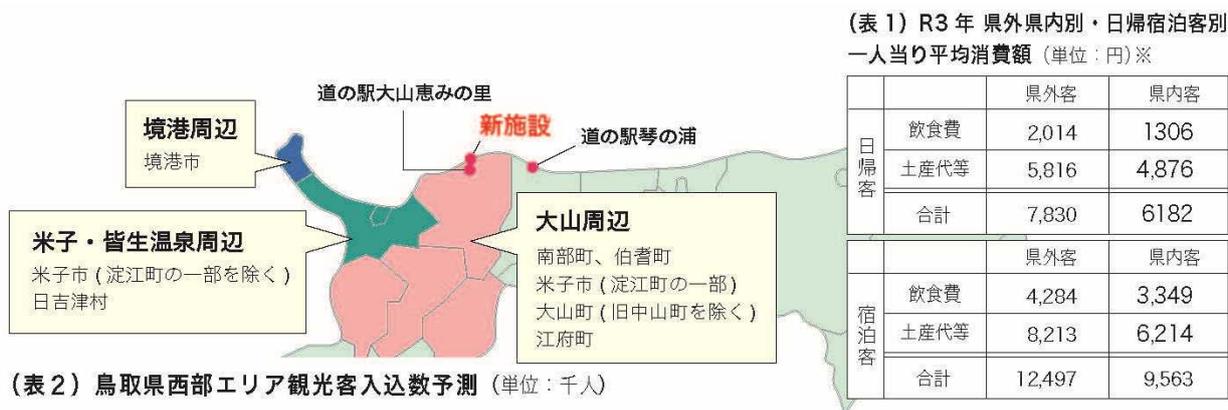
ただしこの試算は入込客全員を収容し、もれなく商品やサービスを提供できた場合であり、営業日を300日と仮定した場合のR6年の売上1日平均は318,000円となるが、あくまで営業時間・駐車場計画・人員計画・提供オペレーション等の要素によって左右される。

⑤鳥取県西部エリアの観光客入込数想定R5年300万人弱、R6年324万人のうち、④で想定した当施設の入込想定であるR5年4.8万人・R6年5.3万人はいずれも1.6%、御来屋エリアのR5・R6年入込想定22%が訪れればクリアできる。

⑥一番影響がある競合施設は、山陰自動車道・道の駅琴の浦になると予想される。いかに名和ICで下りてもらうかが課題。

⑥一番影響がある競合施設は、山陰自動車道・道の駅琴の浦になると予想される。いかに名和ICで下りてもらうかが課題。

⑦エリア内施設での相互送客やSNS等を駆使した効果的なプロモーションの実施や、周辺ターゲットとなる近隣のユーザーに日常使いや定期的なりピート来店してもらえるような商品の提供やイベント実施もポイントとなると考える。



(表2) 鳥取県西部エリア観光客入込数予測 (単位:千人)

	R元年	R2年	R3年	R4年※	R5年※	R6年※	備考
大山周辺	1,084	724	891	980	1,001	1,101	数値資料がR3年分までしかないため、R4・R5年は前年数値110%を適用
米子・皆生温泉周辺	1,024	566	689	758	834	917	数字資料がR3年分までしかないため、R4・R5年は前年数値110%を適用
境港周辺	3,009	965	737	1,014	1,115	1,227	R4年分まで主要観光地入込数.pdfより「水木しげるロード」の入込人数を適用。R5年は前年比110%を適用
合計	5,117	1,745	2,086	2,752	2,960	3,245	
前年対比		34%	120%	132%	110%	110%	

※(表1)及び(表2)…鳥取県交流人口拡大本部 観光交流局 観光戦略課「主要観光地入込数」(PDF)と「観光客入込動態調査結果 令和3年度版」(PDF)より引用。

(表3) 大山町エリア観光客入込数予測 (単位:千人)

	R元年	R2年※	R3年※	R4年※	R5年※	R6年※
大山寺周辺	608	407	500	550	605	666
神田周辺	45	30	37	41	45	50
赤松周辺	143	96	118	130	143	157
御来屋周辺	218	146	180	198	217	238
道の駅大山恵みの里	162	108	132	145	159	175

※R2～6は、上記の鳥取県西部エリア観光客入込数の「大山周辺」の増減数値を適用

- ① コアターゲットは「鳥取県西部を訪れた県外観光客」「県内観光客」と想定し誘客が必要
- ② 観光客の土産代等の消費額は飲食の約2倍であることから拠点としてショッピングは必須と考える
- ③ カフェや外部空間で長時間滞在できる施設が入込数及び消費額UPにつながる
- ④ シャワー・ランドリー設備が必要UPの見込めるサイクリストやアクティビティ利用者の立ち寄りを可能にする

海の観光拠点整備基本計画作成検討委員会構成員名簿

(敬称略)

団体名等	所属・役職	氏名	備考
鳥取大学	地域学部 教授	多田 憲一郎	委員長
鳥取県漁業協同組合御来屋支所	支所長	二宮 瑞穂	副委員長
一般社団法人大山観光局	代表理事	足立 敏雄	
一般財団法人大山恵みの里公社	理事長	山口 隆之	
支え合いのまち御来屋	広報部 部長	富谷 貢	
大山町観光協会名和支部	副支部長	金田 敏彦	
大山町名和地区住民代表 (令和4年大山町区長会名和ブロック区長会長)		近藤 康之	
大山町商工会	副会長	田宮 昭彦	
鳥取県漁業協同組合	代表理事専務	大磯 一清	
米子工業高等専門学校	総合工学科 准教授	小椋 弘佳	
大山町民		今出 恭子	
大山町民		佐藤 亜子	
海のアクティビティ事業者		杉崎 元哉	
海のアクティビティ事業者		井上 達也	
大山町役場職員有志	建設課	湊谷 頼人	
大山町役場職員有志	健康対策課	金田 結花	
大山町	副町長	吉尾 啓介	事務局
大山町	観光課 課長	西尾 秀道	事務局

