



香美町観光振興計画

2023-2027

「日本一を食べに行こう！兵庫県香美町」

令和5年3月

香美町

はじめに

2019年に発生した新型コロナウイルス感染症の発生は、観光業に大きな影響を及ぼしました。それまではインバウンド需要の増加により、観光産業の市場規模も拡大していた中の感染拡大であり、多くの観光事業者が多大な影響を受けています。

しかし、コロナ禍がひとつの契機となり、近隣への旅行需要（マイクロツーリズム）やテレワーク、ワーケーションやDX（デジタルトランスフォーメーション）化、観光客の数から質への転換など、パラダイムシフトが起きています。

そのような中、2022年（プレ）・2023年の兵庫デスティネーションキャンペーン、2025年には大阪・関西万博の開催など、本町において観光需要の回復に期待ができる明るい話題もあります。

平成25年から令和4年（平成34年）の10年間を期間とした香美町観光振興計画が期限を迎えることから、新計画の内容を実現するための観光振興計画をここに策定し、計画的に観光施策を展開します。

このたびの観光振興計画策定にあたり、ご協力をいただきました観光関係の皆様には感謝を申し上げます。

本観光振興計画は、目まぐるしく変化する社会情勢に鑑み、短い期間で実現可能な取組に優先順位を付け、計画的に実施してまいります。

1. 2019-2022 香美町観光振興計画アクションプランの検証

2019-2022 香美町観光振興計画アクションプランについて、観光振興計画検討委員に10段階評価を実施した。

実施主体・期間・予算が不明確であったという課題、コロナ禍であった背景を踏まえた採点結果となり、今後のアクションプラン策定の基礎となる検証となった。

2019-2022 香美町観光振興計画アクションプラン検証

基本戦略	アクションプラン	合計	個別意見	全体意見
① カニと但馬牛を中心に、四季の食を核とした年間誘客	A ひとめでわかる香美町グルメ&遊び体験年間表の作成	51	・継続	・大部分は観光HP統合する際に大きく改善できると思う
	B 予約なしで行ける香美町グルメ情報冊子の作成	78	・香美町観光アプリKami-Tabiを作ったのは良いが、各施設の登録数が少なく活用できていない ・ブランド力をつけるために必要 ・デジタルスタンプラリーなどに対応できず、使い勝手があまり良くない ・継続	
	C カニと但馬牛を使った地域一体での商品(グルメやお土産)開発と情報発信	63	・継続 ・ブランド力をつけるために必要 ・ダブルブランド鍋があったと思いますが、それに対する宿の評価、継続されているのか ・事業の継続等について、継続必要	
	D カニとニクを美味しく食べさせるコンシェルジュ(マイスター)制度導入	48	・やり方次第かと思うので、やり方を変えて継続 ・カニとニクを美味しく ⇒ この研究を進めることが重要である	
	E 新たな素材の開拓と地域ブランド化へ向けた取り組み	55	・事業の継続等について、継続必要	
	基本戦略①評価(平均点)		59.0	
② 海・山・川を活用した年間楽しめる遊び体験づくり	A 毎月楽しめる香美町の遊び体験カレンダー	41		・大部分は観光HP統合する際に大きく改善できると思う
	B 新たな体験プログラムの作成	59	・閑散期に人を呼ぶひとつの手段 ・継続	
	C 体験プログラムのモニターツアー 売れる商品へブラッシュアップ	52	・閑散期に人を呼ぶひとつの手段 ・継続	
	D 悪天候による当日キャンセル対応時の対策	45	・閑散期に人を呼ぶひとつの手段 ・継続すべき ・切り口がわかりづらい⇒代替の体験作ると具体化が必要? ・継続	
	E 年間遊び体験情報の整理と商品販売強化	61	・継続 ・既存の地域資源の活用、ブラッシュアップを優先。他の地域から受け入れられる体制の強化。 ・事務体制の統一	
	基本戦略②評価(平均点)		51.6	
③ 人材育成 観光関係者のスキルアップ	A 香美町(3区)の魅力発見勉強会の開催	53	・継続	
	B 最新の観光の現状ニーズ、情報発信などスキルアップセミナーの開催	58	・継続	
	C 第三者(客観的な視点を持つ有識者)を入れた戦略ミーティングやワークショップの開催	50	・継続	
	D 先進成功事例の見学	45	・やり方次第かと思うので、やり方を変えて継続 ・継続	
	E 個別事業者の課題解決(事業承継など)において、積極的な商工会の活用	53	・継続	
	基本戦略③評価(平均点)		51.8	
④ 観光関係者との連携と情報発信強化	A 平成34年度(令和4年度)観光協会の統合(一本化)に向けた準備	60	・統合については様々な意見があり、協議が必要 ・継続	
	B 観光協会の交流強化(合併に向け、新連絡協議会(仮)の開催を月1回程度)	74	・継続	
	C 麒麟のまち観光局(DMO)との連携と活用	82	・継続	
	D 話題性の高い観光PR動画の制作と発信	76	・やり方次第かと思うので、やり方を変えて継続 ・継続	
	E 四季に応じた旅行メディアを活用した情報発信とプレスリリースの定期的な発信	78	・やり方次第かと思うので、やり方を変えて継続 ・継続	
	基本戦略④評価(平均点)		74.0	
⑤ インバウンド受入準備	A 多言語対応 バンフ・ホームページ・看板・マップ	83	・今後の需要のため、強化していくべきだと思う ・継続	・インバウンド受入に対して町内の宿や飲料店の多くが抵抗があり、受入準備に難航しそう
	B 受け入れ組織の意識の向上強化 インバウンド向けOTAの参画促進 活用セミナー	57	・OTAに参画促進を共に活用セミナーの活用を重要視したい ・継続すべき ・コロナ禍で仕方なかった	
	C インバウンド向けコンテンツの開発とモニターツアー	64	・今後の需要のため、強化していくべきだと思う ・コロナ禍で仕方なかった ・継続	
	D ターゲット国の設定とニーズの把握などインバウンド対応に向けた勉強会	64	・継続	
	E ハード整備、キャッシュレスの導入	75	・継続	
	基本戦略⑤評価(平均点)		68.6	

2. インターネット調査の実施（GAP 調査）

アクションプランの策定にあたり、本町の観光の状況を調査・分析。

本調査では 10 問、1,000 サンプル（スクリーニング調査により本町来訪者 500 サンプルを取得）で実施し、分析を行った。

【調査まとめ】観光の状況・機会

●観光の状況

- **関西在住者のリピーターが多く** 中国在住は来訪経験・認知ともに少ない。
- **来訪者の宿泊旅行比率が58%**とコロナを経ても高水準。
- 全世代では、知人からの紹介での来訪が多いが**ファミリー世代(30~44歳)**については、**旅行雑誌・旅行サイト・インターネット**の比率が他の年代よりも高い。
- カニに関する期待・満足が高いが、**エリア・性年代によっては、自然景観・肉料理の比率も高い**

●香美町の観光に関する機会

- **中国在住者への認知・誘客には白地がある**
- **自然・景観に関する資源**は、認知・興味・期待度において、前回よりも増加傾向。
一方で満足度は維持・減少傾向。
→ **受け入れ環境整備・磨き上げ余地あり。**
- **自然・景観のポテンシャルが高い&日帰り比率が低い**
→**自然・景観をフックにした日帰りドライブ**需要は白地がある。

※調査結果概要は巻末参考資料「兵庫県香美町 GAP 調査（2022 年度）」参照

3. 香美町の基本方針（観光関連）

香美町のまちづくりの基本計画である「第2次香美町総合計画 後期基本計画」では観光振興に関する方針を次のとおりとしている。

■基本方針Ⅱ 「若者がいきいきと働くまち」

・基本的な方向性

地域資源を活用することで、商工業や観光業が発展するまちをつくりま

す。ものづくりに関するセミナーの開催や、観光商工業の振興等、本町がさらににぎわ
う取組を進めます。

●主要施策4 「地域資源を活かし 人と経済の循環を生みだすまち」

・社会を取り巻く状況とこれまでの取組

「地域経済活性化対策の推進」

地域経済の活性化とにぎわいの創出を図るため、豊かな食材をはじめとした地域資源を活用したイベントや「香美町フェア」の開催、神戸営業所によるマスコミを通じたPRを行い、香美町の知名度の向上に努めました。また、インバウンド対策を強化するため、外国語版ホームページやパンフレットの作成、外国語翻訳機導入補助及び訪日外国人行動分析調査を実施しました。

・今後の取組の方向性

「新たな食材等を活用した誘客の推進」

体験型観光やアクティビティ、新たな食材を活用した誘客を進め、従前より取り組んできたさまざまな地域資源を活用したイベントや「カニ」と「但馬牛」に依存した誘客に頼らない地域の活性化に取り組みます。また、訪日外国人行動分析調査の結果を踏まえたインバウンド対策とあわせ、多言語に対応した看板整備やキャッシュレス化等をさらに推進します。そのほか、新たな媒体によるPR活動を検討するとともに、神戸営業所を中心に行っている京阪神地域でのPR活動をさらに強化します。

* 香美町総合計画後期基本計画より抜粋（観光関連）

4. 香美町観光振興計画の基本方針

2019-2022 香美町観光振興計画アクションプランの検証、インターネット調査結果の考察、「第2次香美町総合計画 後期基本計画」の方向性を踏まえ、観光振興計画の基本方針と骨格となる取り組みを次の通りとする。

■観光振興計画【5ヵ年計画】

策定する観光振興計画は、コロナ禍での国内観光の状況及びインバウンド回復の状況、世界情勢を考慮し、2023年から2027年までの5ヵ年の計画とする。

■アクションプラン【2ヵ年計画】

アクションプランについては、目まぐるしく変化する情勢（外的要因）を踏まえ、2023年から2024年までの2ヵ年のプランとする。

■計画の目標像

「日本一を食べに行こう！兵庫県香美町」

■指標（KPI）

基準年度は2021年度とし、目標年次を香美町観光振興計画にあわせた2027年度とし、継続的に指標を把握することで、PDCAサイクルを確立する。

また、2022年度に公式観光WEBサイトを統合・リニューアルすることから、新たな指標を設けることとした。

指標	目標（2027年）	備考
観光入込客数	1,800千人	アクションプランとあわせて見直しを実施
宿泊者数	500千人	
公式観光WEBサイト (UU数、PV数、平均滞在時間)	※今後設定	

- ・観光入込客数 … 香美町が把握する数値（兵庫県観光客動態調査） ※継続
- ・宿泊者数 … 香美町が把握する数値（兵庫県観光客動態調査） ※継続
- ・公式観光WEBサイト … UU数、PV数、平均滞在時間 ※新規

■観光振興計画の骨格

- ① 「但馬牛」「カニ」日本一食材の「商品」化
 - ・「食材」だけでなく「商品（食べられる店、メニュー）」
 - ・客体別（宿泊・日帰り）の高付加価値メニューとプロモーション
 - ・気軽なメニューとプロモーション
 - ・他地域（北陸）との優位性の比較
 - ・「但馬牛」と「松葉ガニ」2大高級食材を同時に食べられるまち
 - ・「松葉ガニ」と「香住ガニ」のブランドを活用した食べ比べできるまち
- ② 香美町の自然景観を生かした体験・アクティビティ
 - ・客体別（宿泊・日帰り）の体験商品の造成
 - ・鳥取砂丘、浦富海岸アクティビティとの連携、セット
 - ・海と山のアクティビティ連携（荒天時対応）
 - ・スキー場の平日活用、夏季利用（アクティビティ）
 - ・海水浴場の特徴と鳥取市、岩美町、新温泉町との連携
- ③ 香美町グルメ満喫
 - ・香美町グルメコンシェルジュ制度
 - ・「活魚（海鮮）」「ジビエ」「米」などの食材の「商品化」と情報発信
 - ・地元食材を活用したランチ戦略とカフェ利用促進
 - ・自然景観を生かしたグルメ（バーベキューができるまち、グランピング）
 - ・新たな食材（若い世代・ファミリー向け、通年供給）の商品化
 - ・高額の商品だけではなくリーズナブルな価格帯の食事・食材・料理の商品化
- ④ 主たるターゲット設定
 - ・1泊2日の「カニ」「温泉」宿泊客
 - ・マイクロリズム需要に対応した日帰り客
 - ・サイクリング、ツーリング客
 - ・アウトドアを求める客
 - ・鳥取と連携した中国地方（鳥取、岡山、島根）
 - ・マイカー来訪客
 - ・観光以上・移住未満の来訪する客（ワーケーション等）
- ⑤ 観光振興の体制
 - ・香美町公式観光WEBサイト構築による情報発信強化と連携
 - ・香美町内3観光協会の連携強化
 - ・プレイヤー（ガイド）人材育成
 - ・広域連携（DMOとの連携、山陰海岸ジオパークエリア連携、豊岡との連携）
 - ・DMOと連携した香美町全体の顧客情報管理（CRM）
 - ・DMOと連携した宿泊データ分析による来訪者の可視化

5. 2023-2024 香美町観光振興計画アクションプラン

① 「但馬牛」「カニ」日本一食材の「商品」化

骨格①
「食材」だけでなく「商品化（食べられる店、メニュー）」
アクションプラン
香美町の日本一食材の調理法やメニューを洗い出し（例：焼きガニ、牛刺し）、町として売り出す商品を決定
香美町として売り出す商品を提供する店を集め商品だけでなく、エリアとしても集客できるように整備

骨格②
客体別（宿泊・日帰り）の高付加価値メニューとプロモーション
アクションプラン
カニの「食べ放題」をしない町としてアピール
神戸・大阪など主要ターゲットエリアからのカニ・温泉の競合エリアとの移動時間を比較し、アクセス情報などで近さをアピール
9月、10月、4月、5月の香住ガニを使った目新しいカニ×温泉プランを作成

骨格③
気軽なメニューとプロモーション
アクションプラン
日帰りやランチで楽しめる単価の高いカニメニューを開発し、きれいな写真を撮影してアピール

骨格④
他地域との優位性比較
アクションプラン
関西圏からの距離、カニの品質や価値、サービス、宿泊プランの優位性をPR

骨格⑤
「但馬牛」と「松葉ガニ」2大高級食材を同時に食べられるまち
アクションプラン
高級食材のカニと牛の両方を食べられるエリアとしてアピール

骨格⑥
「松葉ガニ」と「香住ガニ」のブランドを活用した食べ比べできるまち
アクションプラン
カニの情報を整理したカオスマップを作成しアピール
松葉ガニと香住ガニの相場価格と味の特徴を WEB サイト・WEB 広告や紙媒体で比較して紹介
飲食店や旅館等へ松葉ガニと香住ガニ、黄金ガニの食べ比べコースやプランを作成依頼
香美町で食べられるカニのシーズンカレンダーを作成し紹介。香住ガニだけのシーズンもしっかりアピール

②香美町の自然景観を生かした体験・アクティビティ

骨格①
客体別（宿泊・日帰り）の体験商品の造成
アクションプラン
日にち限定ではなく手軽に参加でき、数時間で完成できる自由研究プログラムを作成しWEB 広告などを用いてアピール

骨格②
鳥取砂丘、浦富海岸アクティビティとの連携、セット
アクションプラン
海岸沿いでできるアクティビティをリストアップし、特集ページでその楽しさをコンテンツ化し、お申し込み画面に誘導する

骨格③
海と山のアクティビティ連携（荒天時対応）
アクションプラン
香美町でできるアクティビティを抽出し、雨天決行を分類。晴天時、海と山を結び付けたモデルコースや雨天時対応のアクティビティ特集などをデータベースに整備 ※同時に雨天でも遊べるカテゴリも作成

骨格④
スキー場の平日活用、夏季利用（アクティビティ）
アクションプラン
エリアにあるスキー場の特徴を直行バスやツアーなどと共に紹介
おじろスキー場を WEB 広告や専門媒体を使いペット愛好家へアピール
スキー場のグレンデを活用したキャンプ場での楽しみ方を紹介
夏場のスキー場を活用したバイイベントの開催
夏場のスキー場を活用した小学生夏期講習の継続的な誘致

骨格⑤
海水浴場の特徴と鳥取市、岩美町、新温泉町との連携
アクションプラン
香美町の海のキレイさをアピールするキャッチコピーを作成
マリンアクティビティなど各種媒体に掲載されている写真が海のキレイさが伝わるものになっているかを見直し差し替える
岩美町観光サイトに海水浴の情報を追加する

③香美町グルメ満喫

骨格①
香美町グルメコンシェルジュ制度
アクションプラン
カニと但馬牛に対する知識が豊富な人を募集・抽出しインタビュー。美味しい食べ方とあわせておすすめな店をインタビューし記事化してWEBで紹介

骨格②
「活魚（海鮮）」「ジビエ」「米」などの食材の「商品化」と情報発信
アクションプラン
モサエビを幻のエビとして情報を整備しアピール
見栄えの良いモサエビ丼を開発
エリアの旬の果物カレンダーや梨の種類を視覚的に理解できる表を作成しアピール
糖度の高い果物を発掘しアピール
地元の最高級食材を使ったプレミアムなレストランをシェフと空間とあわせてグルメページ（一休.comなども）でアピール

骨格③
地元食材を活用したランチ戦略とカフェ利用促進
アクションプラン
地元食材を使い見た目も重視した2,000円前後の豪華ランチを開発
カフェのデータベースを基本情報だけでなく「ロケーション」や「ベストタイム」なども項目に入れ作成しアピール
カフェに写真映えする客席など写真をとりたいスポットを設置
カフェ付近で見られる絶景を探し名前をつけてプロモーション
果物を使ったスイーツを開発しアピール

骨格④
自然景観を生かしたグルメ（バーベキューができるまち、グランピング）
アクションプラン
森林浴・森林セラピーにあわせた地元食材を使った高単価の健康グルメを開発・アピール（宿泊施設やディナーで）

骨格⑤
新たな食材（若い世代・ファミリー向け、通年供給）の商品化
アクションプラン
麒麟のまちエリアでPRするグルメ素材の整理し表記を統一する

骨格⑥
高額の商品だけではなくリーズナブルな価格帯の食事・食材・料理の商品化
アクションプラン
全エリアで提供できるゆるい縛りのご当地グルメを開発
海鮮丼やラーメンなどの人気カテゴリや、食べ歩きやテイクアウトができるカテゴリで、香美町の食材を使った商品の開発や既存店舗からの掘り起こしを行う
リーズナブルな価格帯の商品をエリア分け、カテゴリ分けを行いアピール

④主たるターゲット設定

骨格①
1泊2日の「カニ」「温泉」宿泊客
アクションプラン
香美町の温泉宿の紹介とあわせて、各店のおすすめカニ料理を取材し紹介（写真が重要）

骨格②
マイクロツーリズム需要に対応した日帰り客
アクションプラン
日帰り入浴ができる施設情報を収集しデータベースを作成
日帰りで楽しめる観光スポットを結び付け各方面からの日帰りモデルコースを作成

骨格③
サイクリング、ツーリング客
アクションプラン
年配ライダー向けにラグジュアリーな宿プランを作成（自転車も対象）
各エリアをまたがるツーリングモデルコースを作成（自転車も対象）
ツーリングモデルコースを記事広告で紙媒体に出稿（自転車も対象）
ツーリングモデルコースを興味関心でターゲットを絞り込み WEB 広告で出稿（自転車も対象）

骨格④
アウトドアを求める客
アクションプラン
各エリアのアウトドア・キャンプでここならではの特徴・魅力を発掘（地元ならではの食材、星空がきれいなど）
地元食材を購入できる店をリスト化し、地元ならではの食べ方を紹介し調味料とセット販売するように依頼
地元食材を購入できる店に食材を小さいポーションの組み合わせや使い切りサイズでの販売ができないか依頼
地元食材を購入できる店に手ぶらでも BBQ を楽しめるような機材レンタルや販売ができないか依頼
各エリアからキャンプ場の情報を収集しデータベースを作成
キャンプ場のキレイな写真を収集し各種ポータルサイトへ登録
森林浴・森林セラピーを含めたモデルコースやプログラムを作成し紹介
森林浴・森林セラピーを気軽に体感（手ぶらでふらっと短時間でよれる）できるスポットを整備し紹介

骨格⑤
鳥取と連携した中国地方（鳥取、岡山、島根）
アクションプラン
合宿誘致したいターゲットを設定し該当団体へアプローチ（企画書を作成し営業）

骨格⑥
マイカー来訪客
アクションプラン
観光スポットを結び付け各方面からマイカーでのモデルコースを作成

骨格⑦
観光以上・移住未満の来訪する客（ワーケーション等）
アクションプラン
ワーケーション施設・コワーキングスペース・民泊等の情報を収集しデータベースを作成

⑤観光振興の体制

骨格①
香美町公式観光WEBサイト構築による情報発信強化と連携
アクションプラン
観光サイトのアクセスマップに鳥取砂丘からの距離をわかりやすく記載し近いことをアピール
観光スポットのデータベースに観光消費目線から出来る事の詳細カテゴリを設定して整備
各観光WEBサイトで足りないコンテンツは近隣から借りて掲載

骨格②
香美町内3観光協会の連携強化
アクションプラン
小代観光協会、村岡観光協会、香住観光協会のサイト閉鎖と新サイトへの転送設定
旧3町での独自サイト展開は今後設定せず、新サイトサブディレクトリに動的にコンテンツを追加

骨格③
プレイヤー（ガイド）人材育成
アクションプラン
WEBサイトやSNSでの広報活動担当を決め月○本など具体的な発信目標数を設定したうえで、発信効果を数値化し継続的な改善に取り組めるよう運用ルール作成
現地ガイドや施設見学ガイドトークのオモシロ化とトークレッスン、セミナー開催
現地ガイドや施設見学ガイドトークが話すトーク内容の文章オモシロ化（文章をリライト・台本作成）

骨格④
広域連携（DMOとの連携、山陰海岸ジオパークエリア連携、豊岡との連携）
アクションプラン
3DMO、豊岡、鳥取市等の各連携サイト掲載の主要スポットと香美町エリアスポットを組み込んだモデルコース策定、または需要が多く、更新が多いページとのフレームリンク

骨格⑤
DMOと連携した香美町全体の顧客情報管理（CRM）
アクションプラン
ANAマイレージクラブ会員を活用したメールマガジンでの需要喚起
ファーストパーティクッキーを利用した（個人情報を取得しない）匿名ナーチャリングによるコンテンツのPOPUP表示

骨格⑥
DMO と連携した宿泊データ分析による来訪者の可視化
アクションプラン
RESAS と宿泊データ、Google Analytics を組み合わせた複合的な客動態分析

6. 観光振興計画実践委員会（アクションプランの実効検証組織）

このたび策定した観光振興計画アクションプランの実効性を高め、事業の主体、優先度、進捗管理と成果検証のため、「観光振興計画実践委員会」にて継続的に検証を行うこととする。

付属資料

香美町観光振興計画検討委員会設置要綱

(設置)

第1条 香美町観光振興計画を検証、見直しを行うため。香美町観光振興計画検討委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事項)

第2条 委員会は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 香美町観光振興計画の検証、見直しに関すること。
- (2) その他関連する事項に関すること。

(組織)

第3条 委員会は、委員10名以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、町長が委嘱する。

- (1) 各区観光協会関係者
- (2) 商工会観光部会関係者
- (3) 自治体関係者
- (4) その他町長が必要と認める者

3 委員の任期は、町長が委嘱した日から、当該日の属する年度の末日までとする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長)

第4条 委員会に委員長を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 委員長は、委員会を掌理する。

3 委員長に事故があるときは、あらかじめ委員長の指定した委員がその職務を代理する。

(会議)

第5条 委員会は、委員長が必要に応じて招集する。

2 委員長は、第3条に規定する委員のほか、必要な者の出席を求め、意見を聴取することができる。

(庶務)

第6条 委員会の庶務は、観光商工課において行う。

(その他)

第7条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、別に定める。

附 則

この要綱は、平成30年7月2日から施行する

香美町観光振興計画検討委員名簿

所属	氏名	備考
香美町商工会	清水 浩仁	委員長
香美町香住観光協会	寺川 武志	
〃	毛戸 祐介	
香美町村岡観光協会	田丸 明人	
〃	田中 徹	
香美町小代観光協会	松田 晃宏	
〃	田尻 茜	
香美町商工会	増馬 大吾	
香美町農林水産課	緒方 親吾	
香美町神戸営業所	松井 範好	
一般社団法人麒麟のまち観光局	田村 正弘	計画策定業務委託先
〃	石塚 康裕	計画策定業務委託先
株式会社トラベルジップ	大泉 敏郎	計画策定業務委託先
香美町観光商工課	田中 徳人	課長（事務局）
〃	本城 良彰	担当（事務局）

香美町観光振興計画アクションプラン策定の経緯

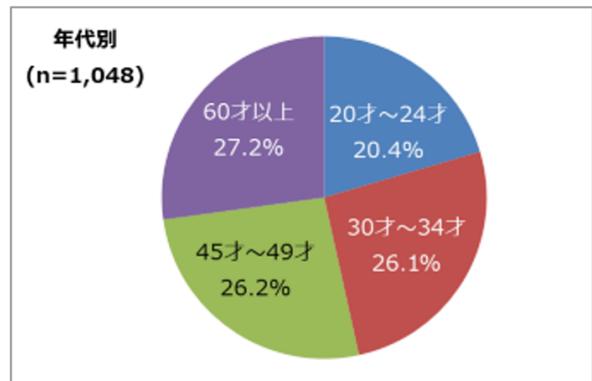
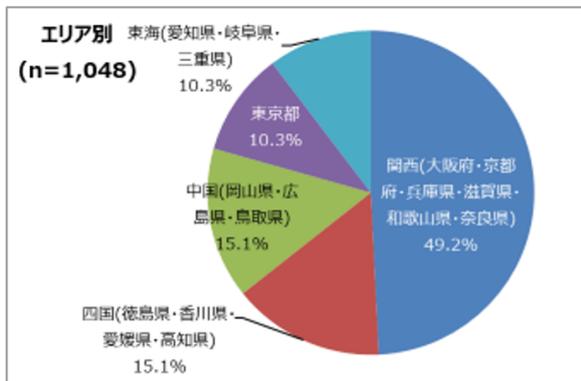
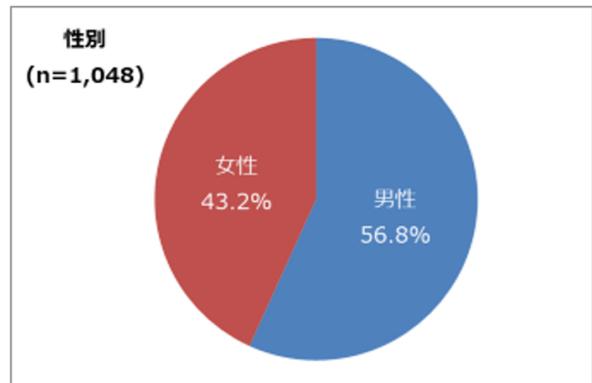
年月日	検討内容
令和4年6月15日(水)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現行計画の基本戦略とアクションプランの検証 ・ 計画見直しスケジュールについて ・ インターネット調査実施について
令和4年9月9日(金)	<ul style="list-style-type: none"> ・ GAP 調査の結果について ・ 基本戦略の骨格について
令和4年10月17日(月)	<ul style="list-style-type: none"> ・ アクションプランの検討
令和5年2月13日(月)	<ul style="list-style-type: none"> ・ アクションプランについて ・ 観光振興計画実践委員会について
令和5年2月13日(月)	<ul style="list-style-type: none"> ・ アクションプランについて ・ 観光振興計画実践委員会について

參考資料

兵庫県香美町G A P 調査 (2022 年度)

兵庫県美方郡香美町 G A P 調査 対象者プロフィール

- ◆ 実査期間 2022年07月15日(金)~2022年07月21日(木)
- ◆ 対象者 インターネットリサーチ「マクロミル」のモニタ会員 1,048名
※SQインターネットリサーチ「マクロミル」のモニタ会員 10,000名を対象として、スクリーニング調査を実施。
- ◆ ターゲット設定
 - [年代] 20代・30歳~44歳・45歳~59歳・60歳以上
 - [性別比] 男性 54.2% : 女性 45.8%
 - [居住エリア]
 - ・関西(大阪府・京都府・兵庫県・滋賀県・和歌山県・奈良県) : 516名
 - ・四国(徳島県・香川県・愛媛県・高知県) : 158名
 - ・中国(岡山県・広島県・鳥取県) : 158名
 - ・東京都 : 108名
 - ・東海(愛知県・岐阜県・三重県) : 108名
- ◆ 各表における割合につきましては、全て小数点以下第2位を四捨五入し、整理していますので、割合の和と各表の数値が異なる場合があります。ご了承ください。

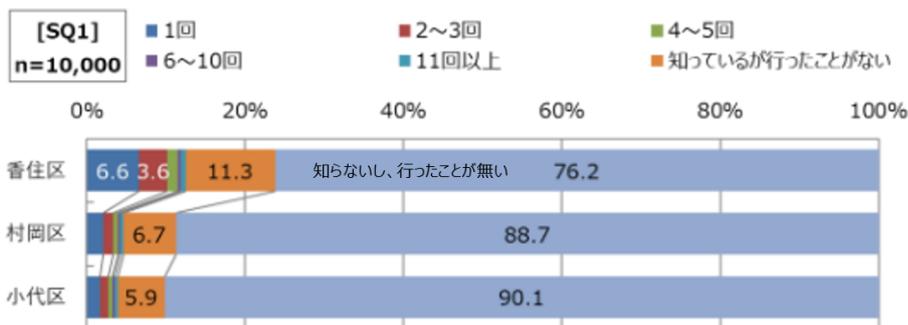


(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

● 兵庫県美方郡香美町 G A P 調査 ●

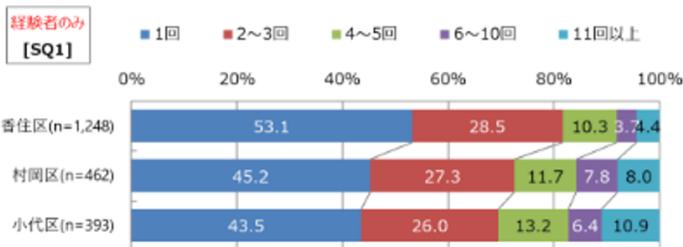
3

SQ 1. 兵庫県美方郡香美町への来訪経験



各エリア共通で、
・リピーター比率が高い。
→地域ファンが中心の観光

一方で、
・非来訪者は、香美町のことを知らない。
・中国地方の来訪経験・認知が低い。



参考：香住区への来訪経験

エリア	来訪経験あり	知っているが行ったことが無い	知らないし、行ったことが無い
関西(2府4県)	28.0	22.3	49.5
中国(岡山・広島・鳥取)	11.8	12.5	75.7

(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

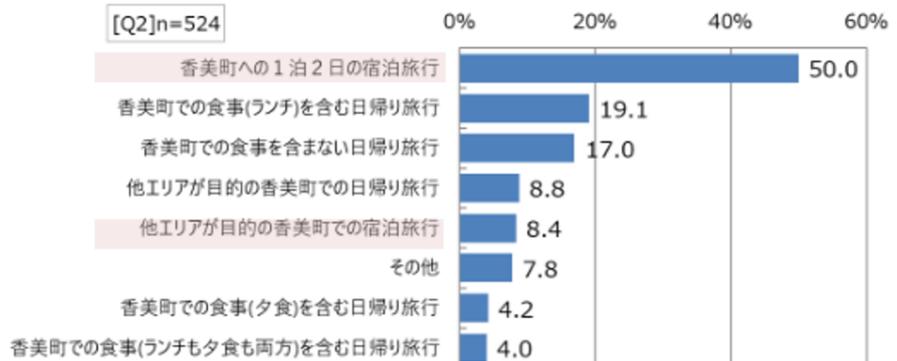
● 兵庫県美方郡香美町 G A P 調査 ●

4

GAP調査 Q 2. 兵庫県美方郡香美町への旅行形態

宿泊旅行者が
全体の約6割を占め、コロナを経て
も高い宿泊率を維持。
性年代問わず宿泊率が高い。

参考：他地域の主簿旅行者比率
豊岡市(H29)：28%
京丹後市(H28)：16%



Q2 旅行形態			
2018年度		2022年度	
香美町への1泊2日の宿泊旅行	45.9%	香美町への1泊2日の宿泊旅行	50.0%
香美町での食事(ランチ)を含む日帰り旅行	20.8%	香美町での食事(ランチ)を含む日帰り旅行	19.1%
香美町での食事を含まない日帰り旅行	18.2%	香美町での食事を含まない日帰り旅行	17.0%
他エリアが目的の香美町での日帰り旅行	11.3%	他エリアが目的の香美町での日帰り旅行	8.8%
他エリアが目的の香美町での宿泊旅行	10.7%	他エリアが目的の香美町での宿泊旅行	8.4%
香美町での食事(夕食)を含む日帰り旅行	4.4%	香美町での食事(夕食)を含む日帰り旅行	4.2%
香美町での食事(ランチも夕食も両方)を含む日帰り旅行	4.2%	香美町での食事(ランチも夕食も両方)を含む日帰り旅行	4.0%

(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

●兵庫県美方郡香美町 GAP調査●

5

SQ 2. 兵庫県美方郡香美町の情報収集方法

ランキングの順位には大きな変化はない。
知人からの紹介は引き続き高いが、
ネットサービスの比率が増加。

●前回からの変化

・増加(増加率順)

Instagram 0.8→5.3(4.5 pt)

食ブログなどの口コミサイト 4.1→7.9(3.8pt)

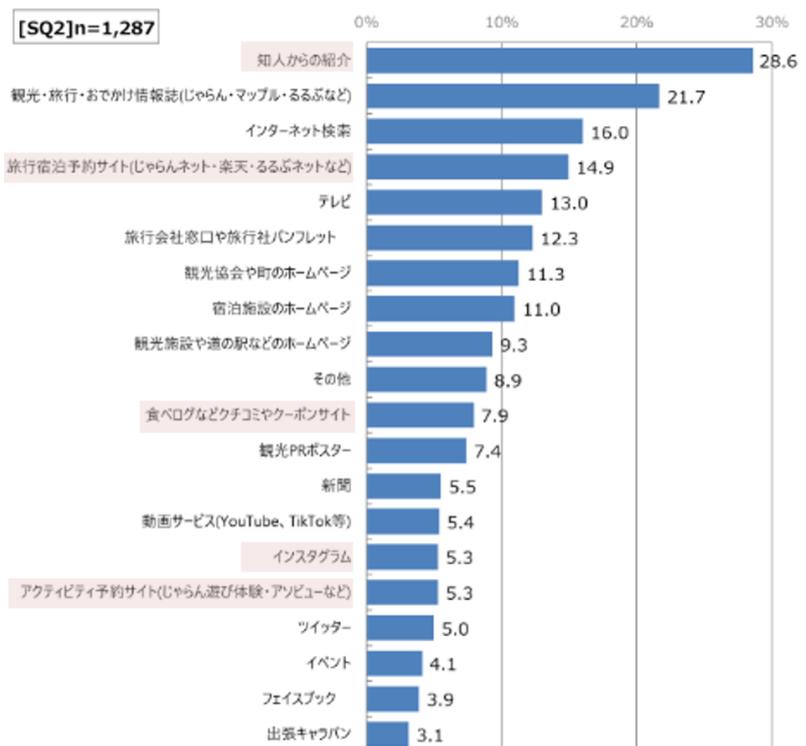
宿泊旅行予約サイト 11.9→14.9(3.0pt)

・減少(減少率順)

知人からの紹介 33.1→28.6(-4.5pt)

新聞 8.5→5.5(-3.0 pt)

テレビ 15.0→13.0(-2.0 pt)



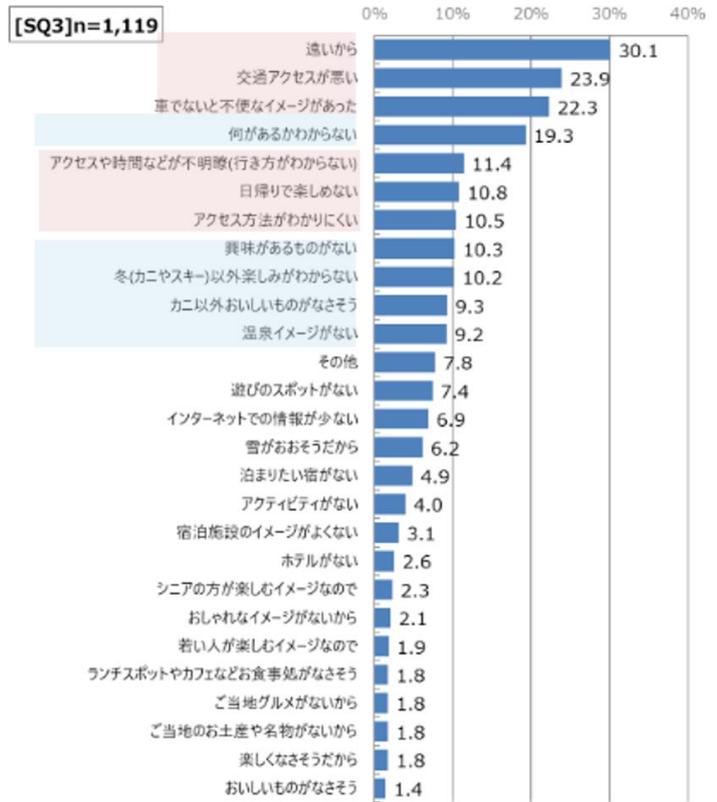
(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

●兵庫県美方郡香美町 GAP調査●

6

SQ 3. 兵庫県美方郡香美町への非来訪理由

「交通・アクセス」と「滞在イメージ」に関する回答が多い。
→ドライブに関していいイメージが無い？



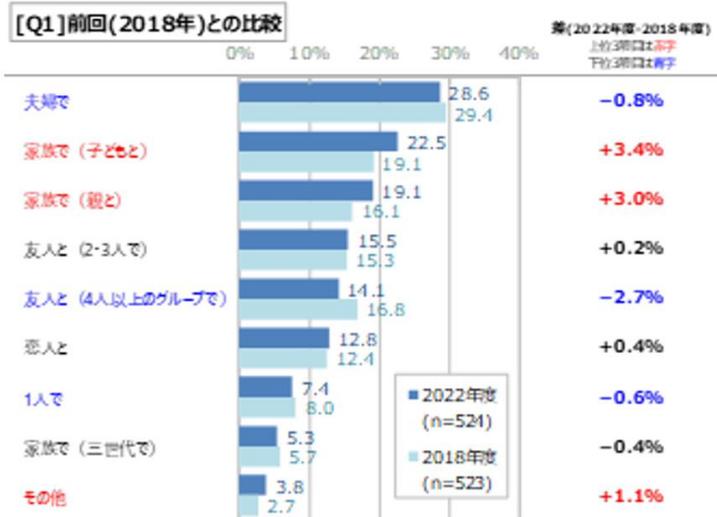
(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

●兵庫県美方郡香美町 G A P 調査●

7

Q 1. 兵庫県美方郡香美町への旅行同行者[前回調査との比較]

コロナ影響もあり、家族旅行の比率が増加。
一方で、友人との旅行比率も高い。



※参考：じやらん宿泊旅行調査2022
宿泊旅行の同行者



(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

●兵庫県美方郡香美町 G A P 調査●

8

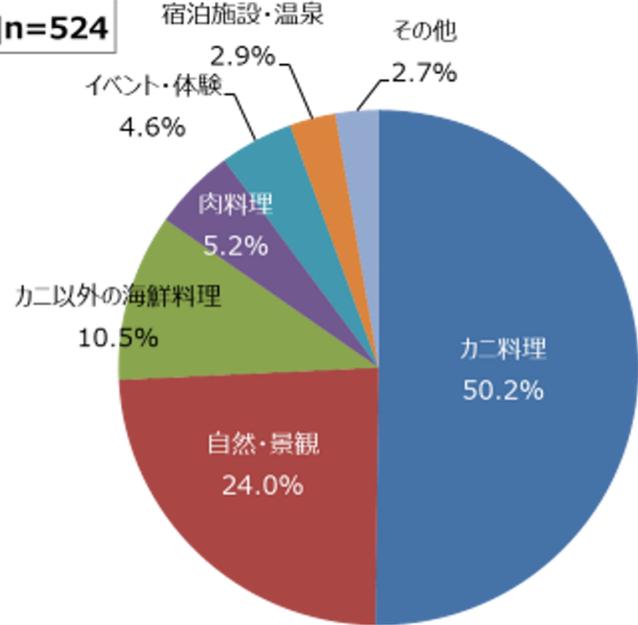
Q 3. 兵庫県美方郡香美町で満足した資源・体験(単一回答)

来訪者の半数はカニ料理に満足。
自然・景観に関する満足度も24%と、
 カニ料理に次いで高い。

関西・四国在住者は、カニ料理が57%
 中国在住者は、カニ料理29%、自然景観39%

20代男性は、肉料理が24%
 20代女性は、自然景観が30%
とエリア・性年代で満足した資源に差異がある。

[Q3]n=524

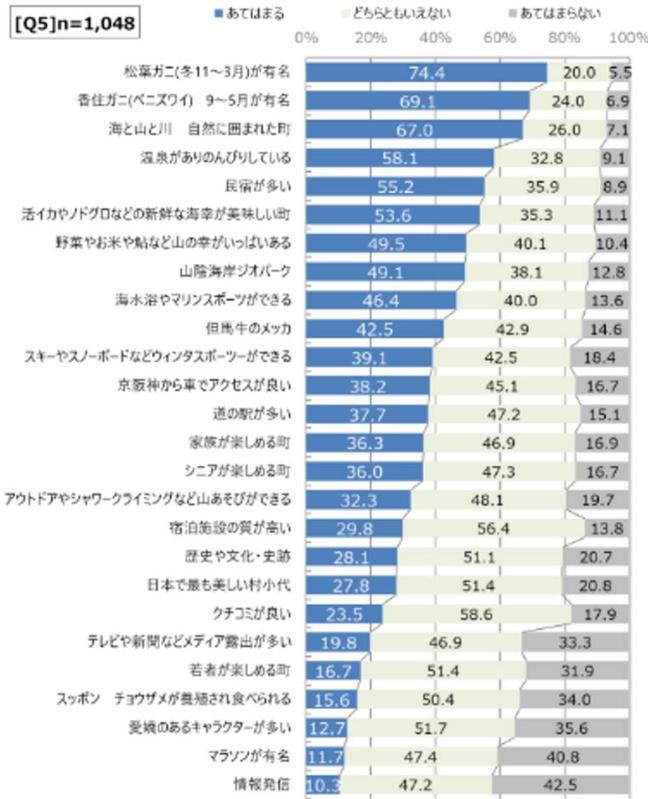


Q 4. 兵庫県美方郡香美町の推奨コンテンツ[フリーコメント(1/2)]

Q4
 旅行で兵庫県美方郡香美町（香住・村岡・小代（おじろ））へ行ったことのある人にお聞きします。
 香美町（香住・村岡・小代（おじろ））への旅行を友人・知人におすすめをする場合、具体的にどのようなコンテンツ(過ごし方・楽しみ方)をお勧めしますか？
 ※後学旅行、林間学校など、学校行事やビジネスでの旅行を除いてお答えください。
 ※得意は含めずにお答えください。
 ※宿泊を伴わない旅行も含めてお答えください。
 ※兵庫県美方郡香美町に任んでいる（住んでいた）方も、香美町内へのお出かけの経験についてお答えください。

おすすめの過ごし方		
カニ料理 × 173名	自然を満喫する × 49名	温泉 × 33名
和・日本酒 × 32名	海鮮・海産物 × 28名	食事・食べ物 × 23名
海水浴 × 19名	余部鉄橋 × 18名	景色・景観 × 17名
スキー・スノーボード/ウィンタースポーツ × 15名	のんびり過ごす × 12名	但馬牛 × 6名
ジオパーク × 6名	釣り × 4名	観光 × 4名
ドライブ × 4名	花火大会 × 3名	カニが食べられる温泉宿 × 3名
ほか × 3名	御殿山公園や武家歴史など歴史を探究するコース	チューリップ祭りはいろんなチューリップがあって良かった
大勢の親戚と車数台で行った。体育館やテニスコートを利用できたし、飯食炊飯でカレーを作ったり、花火をしたり、夜は天体望遠鏡で星を観めたりと、子供たちも楽しめる。宿泊料金も安く、施設の中で十分自然を楽しめる。	この地域だけを自当てにするにはインパクトが小さいかも。れないけど自然がいっぱいあって何処かの僻地にでも立ち寄りた場所だと思います。普通にドライブしているだけでも海と切り立った崖を合むやまとが両方あって景色もいいです。カニも美味しいです。有名な城崎や天橋立等観光名所に飽きて日立たないかもいいですがそれゆえ人が少なくてゆったりした時間が過ごせると思います。	スキーが好きな人には、パチ富原スキー場もしくはパチ北ススキー場をおすすめする。自分が泊まった夕風の丘はとてきれいで、料理が美味しいので、泊まる場所を決めかねたら、おすすめする。食事としては、やはりカニが美味しいので、絶対食べるように言う。
日本海側の道路が整備されていて、景観もよく、軽快に周遊できるようになった。隣接するエリアではお酒や食べ物、景観などがあがり、暖かな中級地として過ごしやすい。自然が豊かで宿泊施設の方が親切。自分が山菜料理店に行こうと思えば宿泊施設の方に聞いたら、予約が必要と言われご飯に困ったことがあった。近くの飲食店が、その日は貸切だったのがわざわざ連絡して、良事を取れるように手配してくれた。	特別大きな旅費は余りありませんが良福が多くカニ料理、但馬牛、新鮮なお刺身、鮓、家庭料理のような感じで楽しんで頂けます。やはり食べ物と自然ですね。	高い建物もない、派手さもない。そんな場所だから非日常を感じられるのかも。時間に追われずのんびりとおいしい空気を吸う、素晴らしいお出かけがしたい。
日本海が綺麗で良いのと、自然に恵まれているのだから空気が良いところと、電車で余部鉄橋を通る楽しみ	昨日会った友達家族数人でキャンプ場に行き近くの温泉も含めるとも楽しい旅が楽しめる広海の綺麗な素晴らしい場所です。	自然豊かで、都会の雑音から離れられるところが良い。カニもおいしい、のどかでのんびり時間を忘れられる所が良い。
	田園に開かれた静かなオーベルジュがあるので、温泉に浸かったり良事を楽しんだり良闊な風景を楽しんだらいいのでゆっくり過ごせる。	自然豊かで都会の雰囲気からは異質なものを感ずることができるところがおすすめ。そして料理も美味しいものも食材も豊富。

Q5. 兵庫県美方郡香美町のイメージ



*「あてはまる」の値の高い順

- 兵庫県美方郡香美町のイメージについては、「松葉ガニ(冬11~3月)が有名」が約74%で最も高く、次いで、「香住ガニ(ベニズワイ) 9~5月が有名」約69%、「海と山と川 自然に囲まれた町」約67%となっている。

Q5 イメージ TOP10				
順位	2018年度		2022年度	
		割合	属性	割合
1	72.8%	松葉ガニ(冬11~3月)が有名	74.4%	松葉ガニ(冬11~3月)が有名
2	69.2%	香住ガニ(ベニズワイ) 9~5月が有名	69.1%	香住ガニ(ベニズワイ) 9~5月が有名
3	66.0%	海と山と川 自然に囲まれた町	67.0%	海と山と川 自然に囲まれた町
4	61.3%	ブランド食材の宝庫	58.1%	温泉がありのんびりしている
5	55.5%	民宿が多い	55.2%	民宿が多い
6	53.5%	温泉がありのんびりしている	53.6%	活イカやノドグロなどの新鮮な海産物が美味しい
7	49.9%	活イカやノドグロなどの新鮮な海産物が美味しい	49.5%	野菜やお米や鮎などの山の幸がいっぱいある
8	44.6%	海水浴やマリンスポーツができる	49.1%	山陰海岸ジオパーク
9	43.2%	野菜やお米や鮎などの山の幸がいっぱいある	46.4%	海水浴やマリンスポーツができる
10	40.4%	山陰海岸ジオパーク	42.5%	但馬牛のメッカ

(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

● 兵庫県美方郡香美町 G A P 調査 ●

11

Q6. 兵庫県美方郡香美町の観光資源に関する認知度 [前回調査との比較]

カニ・但馬牛を引き続き高水準を維持。海岸の夕陽・登山トレッキングが増加。



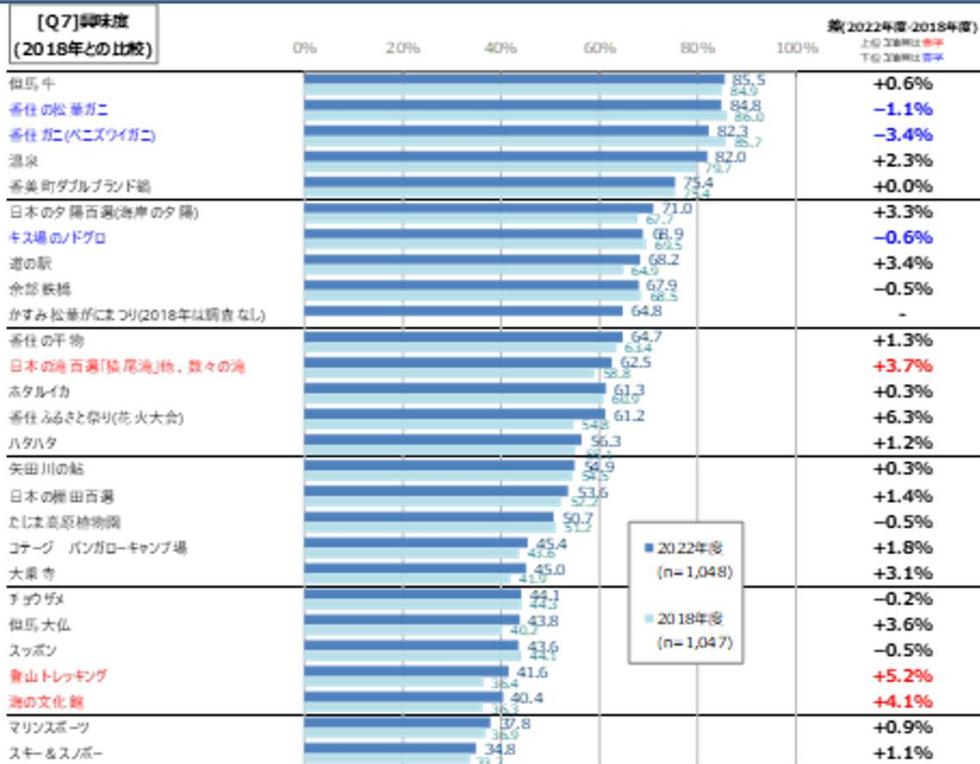
(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

● 兵庫県美方郡香美町 G A P 調査 ●

12

Q 7. 兵庫県美方郡香美町の観光資源に関する興味度 [前回調査との比較]

興味に関しても認知と同様の傾向



(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

●兵庫県美方郡香美町 G A P 調査●

13

Q 8. 兵庫県美方郡香美町の観光資源に関する期待度 [前回調査との比較]

カニ・但馬牛・温泉は、高い期待度を維持。夕陽・キャンプ場・海の文化館の期待度が向上。



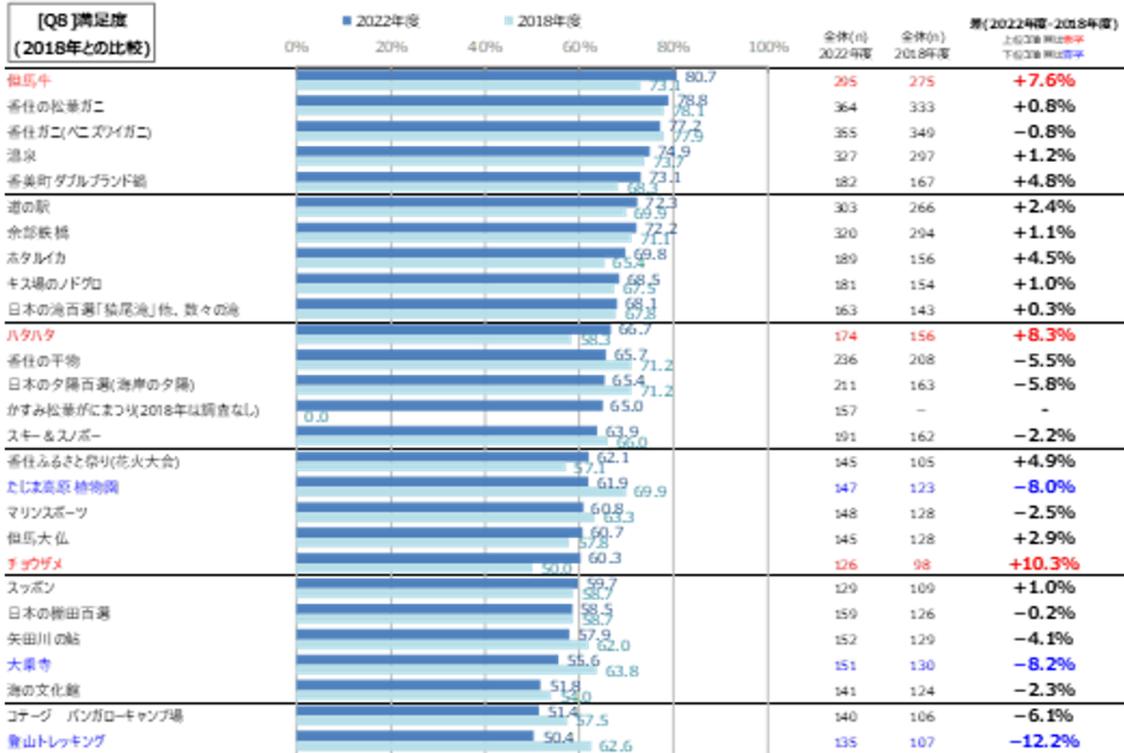
(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

●兵庫県美方郡香美町 G A P 調査●

14

Q 8. 兵庫県美方郡香美町の観光資源に関する満足度 [前回調査との比較]

カニ・但馬牛・温泉は満足度も向上。合わせて、ハタハタ・チョウザメ等も満足度も向上。自然景観の満足度は維持・低下傾向。



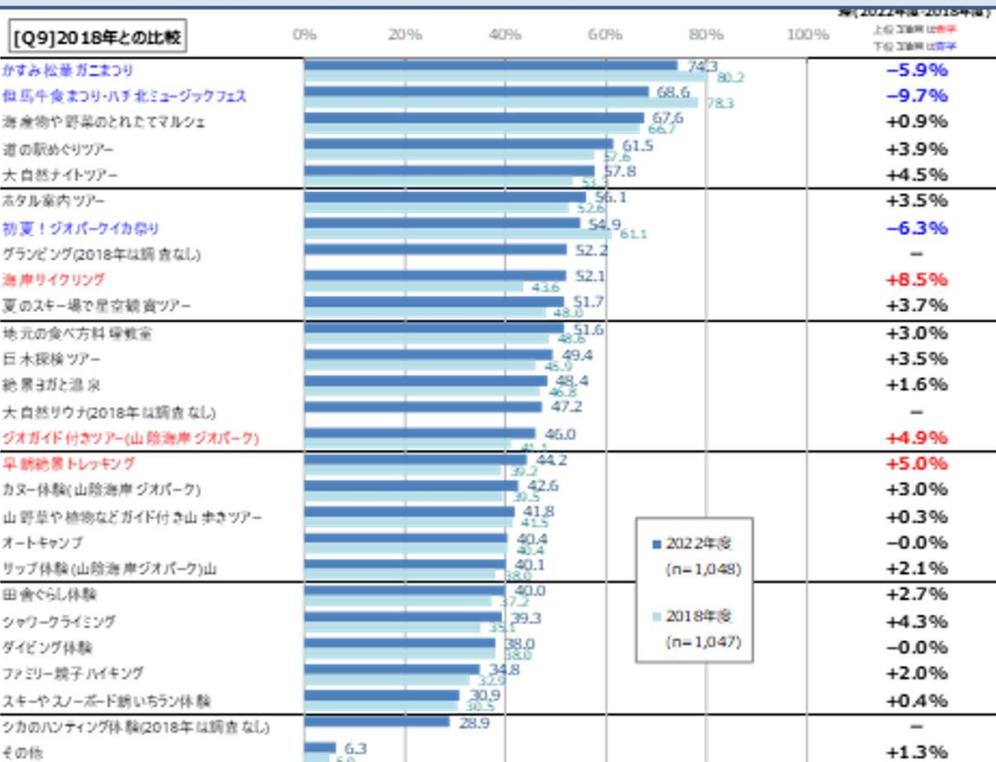
(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

●兵庫県美方郡香美町 G A P 調査●

15

Q 9. 兵庫県美方郡香美町のコンセプト(イベント・企画・周遊コース)評価[前回調査との比較]

大人数が集まる企画は減少傾向。ツアー・自然関連の増加率が高い。



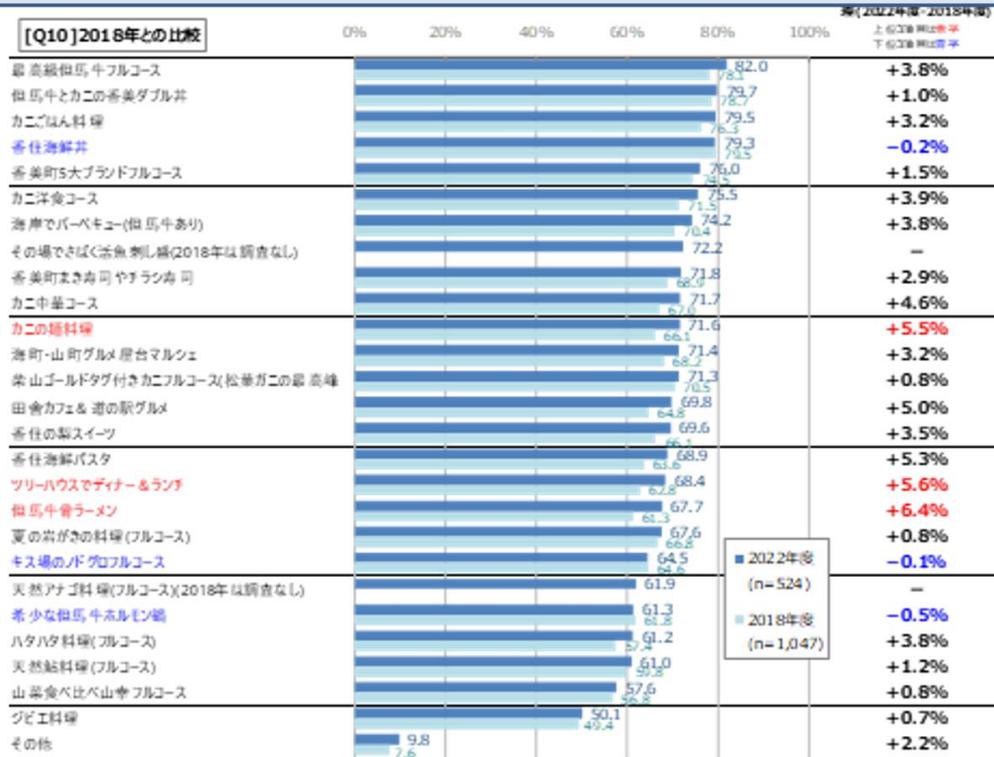
(C) Recruit Lifestyle Co.,Ltd.

●兵庫県美方郡香美町 G A P 調査●

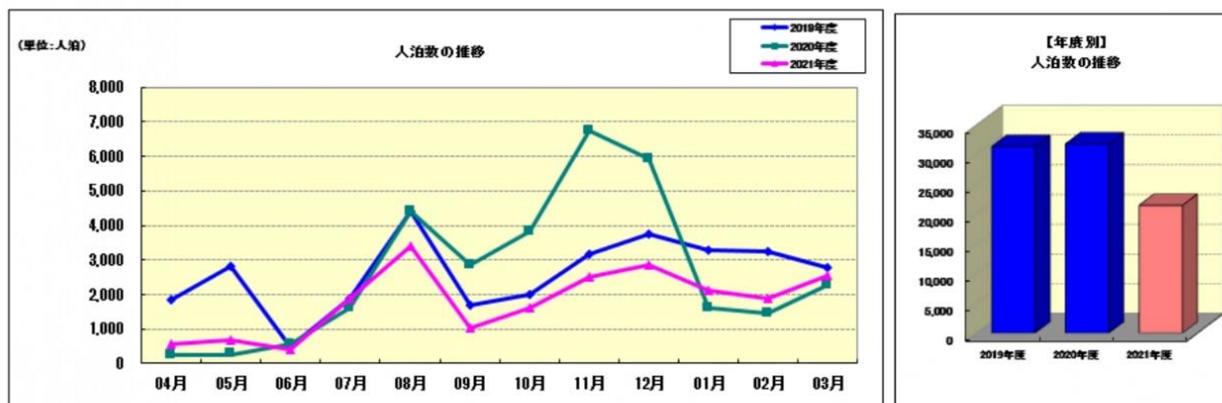
16

Q10. 兵庫県美方郡香美町のコンセプト(グルメ・お土産・宿泊プラン)評価[前回調査との比較]

食に関しては全体的に増加傾向。



2019年度~2021年度の人泊数



※数字はチェックアウトベースです

		04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	年度合計
2019年度	人泊数	1,862	2,828	478	1,871	4,416	1,670	2,008	3,162	3,737	3,295	3,248	2,763	31,338
	前年比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2020年度	人泊数	263	270	578	1,599	4,398	2,844	3,814	6,753	5,931	1,604	1,470	2,265	31,789
	前年比	14.1%	9.5%	120.9%	85.5%	99.6%	170.3%	189.9%	213.6%	158.7%	48.7%	45.3%	82.0%	101.4%
2021年度	人泊数	575	680	405	1,891	3,389	1,029	1,604	2,505	2,844	2,127	1,880	2,526	21,455
	前年比	218.6%	251.9%	70.1%	118.3%	77.1%	36.2%	42.1%	37.1%	48.0%	132.6%	127.9%	111.5%	67.5%

株式会社リクルート調査による

0



2019年度~2021年度の平均客単価



※数字はチェックアウトベースです

		04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月
2019年度	平均客単価	16,501	16,343	15,635	13,180	13,432	17,675	18,255	22,223	25,034	25,075	24,251	23,110
2020年度	平均客単価	18,039	17,534	16,988	15,143	15,315	18,879	19,929	25,583	26,896	27,039	26,440	24,942
2021年度	平均客単価	19,301	20,365	16,818	15,200	15,486	20,037	20,423	28,102	29,369	29,409	29,333	28,131

株式会社リクルート調査による

1

