

# 第2次琴浦町観光ビジョン (案)

令和2年度(2020年度)~令和6年度(2024年度)

ロゴマーク等を挿入

---

令和2年4月  
琴浦町

## 第2次琴浦町観光ビジョン策定にあたって

### 1. 計画策定の背景・趣旨

琴浦町では、平成25年2月に琴浦町観光ビジョン（以下、「第1次ビジョン」という。）、平成27年10月には総合戦略「琴浦町まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、5年後の観光客数を92万7千人、鳥取中部圏域観光客数を260万人の数値目標を掲げ、目標の実現に取り組んできました。

今までの琴浦町の地域社会を取り巻く情勢として、平成23年2月町内に山陰道（自動車専用道路）が開通したことから、国道沿いの飲食店等を経営する地元有志がストロー現象を懸念しNPO法人 琴浦グルメストリートプロジェクトを立ち上げました。当時はB級グルメが注目された時期であり、地元の魚を活用した「あご（飛魚）カツカレー」の開発や、町内飲食店を巡るスタンプラリーなど定期的なイベントにより”食”による活性化を図ってきました。また、地元では当たり前前の風景であった海岸を、全国的にも珍しい丸石ばかりの海岸として地元住民が再注目、「鳴り石の浜」と称してブラッシュアップし、修学旅行の生徒や外国人も立ち寄るまでの観光地となりました。

道路環境の変化をきっかけとして上記のような活動が見られる中、町においても平成25年2月に「食のるつぼ琴浦」を掲げ、第1次ビジョンを策定、「食」を中心とした観光振興の充実を図り、観光客入込数も平成26年（71万4千人）までは順調に増加していたものの、平成28年鳥取中部地震の影響、新たなグルメ・着地型観光メニュー等の観光商品の創出が停滞したため、ここ数年（平成30年67万6千人）は減少傾向となっています。

しかし、何より琴浦町の最大の特色は「食」にあります。今回、策定する第2次琴浦町観光ビジョン（以下、「第2次ビジョン」という。）においても、第1次ビジョン策定のねらい「食」のキーワードはそのままに、さらに「食」を中心とした観光消費の拡大を目指し、地域経済を循環させる必要があります。近年、町内3施設（光の鰻絵、神崎神社、塩谷定好写真記念館）の「ミシュラン・グリーンガイド山陰Web版」への掲載、山陰道沿い道の駅「琴の浦」観光案内所の開設や新たなインターチェンジの開通、ご当地サーモン（とっとり琴浦グランサーモン）の誕生、新たな国登録有形文化財に登録された古民家の民泊施設の整備など新たな展開を見せており、「食」に関連した観光商品の開発や町内にある飲食店、農畜水産物の販売所への誘導など外貨獲得に向けて観光戦略を練り直す必要があります。また、一向平キャンプ場においては、令和2年度より新たな指定管理者を指定し民間の活力を生かした大山隠岐国立公園内の雄大な自然の中で行うキャンプなど体験型観光を売り出す施設としてリニューアルします。

こうした状況を踏まえ、琴浦町の玄関口に位置する道の駅「琴の浦」のゲートウェイ機能を十分に発揮させるため、観光案内所の情報発信の強化のほか2つの道の駅の役割分担や統一的なマネジメントで道の駅の活性化を図り観光客を呼び込む必要があります。

### 2. 第2次ビジョンの取組期間 令和2年度～令和6年度〔5年間〕

第1次ビジョンの取組期間を10年間としていましたが、近年、観光客の多様なニーズやインバウンド市場が急速に変化していることを鑑みて5年間に設定します。

### 3. 第2次ビジョンの管理・推進体制

第2次ビジョンの策定にあたっては、観光関連事業者、団体、行政等で組織する「琴浦町観光戦略推進会議」において戦略的で効果的な観光振興の施策の検討を行いました。

今後、第2次ビジョンに示した方針に基づく取組みの推進にあたり、「琴浦町観光戦略推進会議」において計画及び取組み状況を適切に管理します。各取組みについては、「PDCAサイクル（計画⇒実行⇒確認⇒改善）」を用いて、効率的かつ効果的に、着実な取組みの進行管理を図ります。また、取組みの進捗状況や観光を取り巻く状況の変化に応じて、適宜、計画等の見直しを行いながら、実態に即した取組みを進めていきます。

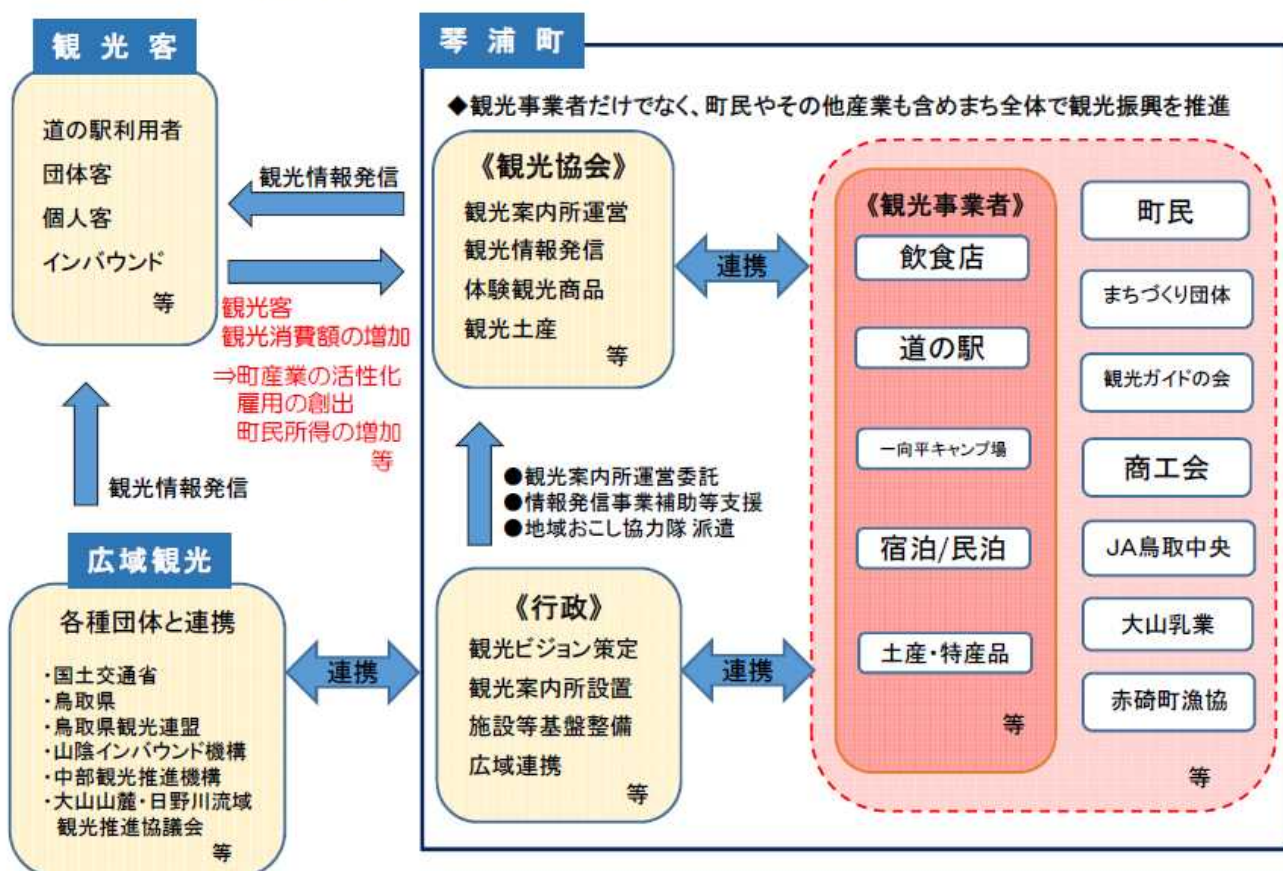
#### 【委員構成】

琴浦町商工会、琴浦町観光協会、（株）ことうら、JA鳥取中央、赤碕町漁協、大山乳業、（株）中部旅行社、鳴り石の浜プロジェクト、鳥取県観光戦略課、（公社）鳥取県観光連盟、（一社）中部観光推進機構、（一社）山陰インバウンド機構、大山山麓・日野川流域観光推進協議会、（株）JTB、琴浦町

#### 【外部専門家の招聘】

体験型観光商品の開発など観光に関する専門的な知識・技術が必要な場合は、外部専門家の指導・助言を受けながら実施します。

### ■観光ビジョン推進体制イメージ



## 基本理念

# ”旬”で魅せる自然の恵みが豊かなまち

～四季折々を楽しめる観光まちづくりを目指して～

琴浦町は、先人から受け継がれた文化や歴史と、大山山系から日本海へつながる自然の恵みを生かし、農林水産業をはじめとする産業の振興と美しい景観とまちなみに囲まれた豊かな暮らしを創造しています。

自然豊かな琴浦町は、食文化が魅力的で、旬の野菜、フルーツ、乳製品、魚介類、ブランド牛、あごカツカレー、牛骨ラーメン、とっとり琴浦グランサーモンなどバラエティに富んだ食が楽しめ、四季折々の旬の味覚に恵まれたまちです。また、たくさんの観光スポットが存在し、大地を育む「大山滝」をはじめ、長寿の大木「伯耆の大シイ」、「船上山」など長い年月をかけて育まれた神秘的な自然が溢れ、春は桜、夏はキャンプや海水浴、秋は紅葉や登山、冬は真っ白に染まる雪景色など四季折々の豊かな表情を魅せます。

このような「食・自然・歴史・文化」の観光資源をさらに磨きあげ、四季を通じた“旬”の観光まちづくりを推進します。

## 基本方針

# 稼ぐ観光で町産業全体の底上げを図る！！

### (1) ”稼ぐ観光”により町産業全体を活性化

観光振興の推進においては交流人口の拡大も必要としますが、本格的な人口減少社会の到来に伴い大幅な拡大は困難な状況です。そのため、今後は観光客数という量的目標だけではなく、滞在時間や域内消費額といった質を高めることが重要であると考えられます。したがって、観光客の滞在時間の延長を図り、域内での消費活動を高めることによる経済的な波及効果を増大させること目指します。特に、道の駅「琴の浦」の立ち寄り客を地域に取り込む必要があります。

### (2) ”食”を観光資源としたフードツーリズムの推進

琴浦町は、秀峰大山から日本海に繋がる肥沃な大地で発展し、豊かな自然を活かして、水稲、酪農・畜産、ミニトマト・ブロッコリー等の野菜、梨・ぶどう等の果樹、漁業等を多様に営む食のまちです。地域で生産される豊富で高品質な農畜水産物が集積されることから、琴浦町全体がまちの台所として、四季折々の新鮮な食を楽しめることがまちの最大の観光資源です。多くの観光客に町内周遊をしてもらい、琴浦町ならではの旬の食・食文化や農畜水産物、食の魅力をつたえ楽しんでもらう観光まちづくりを推進し、農畜産業、漁業、飲食業など地域産業と連携し、町全体の産業振興を図ります。

### (3) 中国地方及び近畿圏をメインターゲットとした情報発信

効果的な観光施策を実施していくためには、琴浦町が観光市場でどのように位置付けられているかを整理・分析し、戦略的にターゲットを絞った施策の展開が必要です。

鳥取県に関するイメージ調査（H30）及び鳥取県観光客入込動態調査（H30）によると、鳥取県に関する観光の現状は以下のとおりにまとめられ、この傾向は琴浦町においても同様であると考えられます。

- ・鳥取県の観光地等の認知率は、「鳥取砂丘」が90%以上と突出しており、特に首都圏、



中京九州圏では、「鳥取砂丘」を除く認知度が低く、訪問意向も同様に低い。

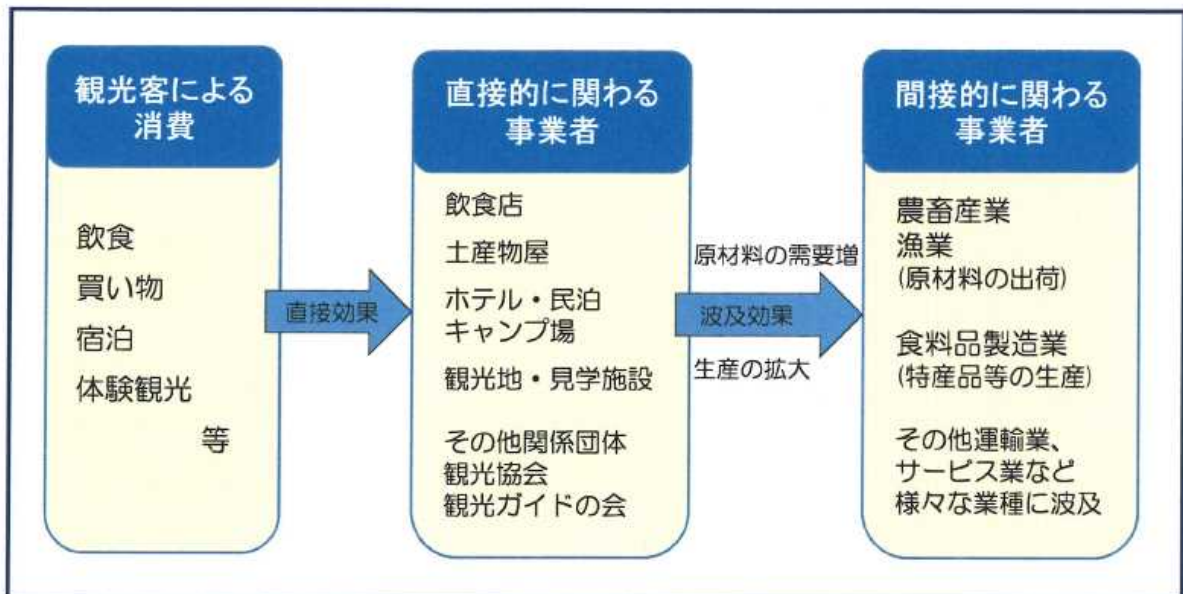
- 発地別の観光入込客数は、県内観光客が最大の37%で、次いで近畿・中国地方の順となっている。県外観光客では、近畿・中国地方が約8割を占める。
- 利用交通機関別の観光入込客数では、77%が自家用車の利用

このことから、町の目指すターゲティングは、中国地方及び近畿圏の観光客とし、多くの観光客が利用する道の駅において、偶然立ち寄った観光客へ町の魅力を効果的に伝え、町内へ誘導することが重要な取組みとなります。また、ターゲットについては、現在取り組んでいるAI Beacon システム（観光客の来町状況をデータで収集・分析できるシステム）を活用した人流の分析により適宜見直していきます。

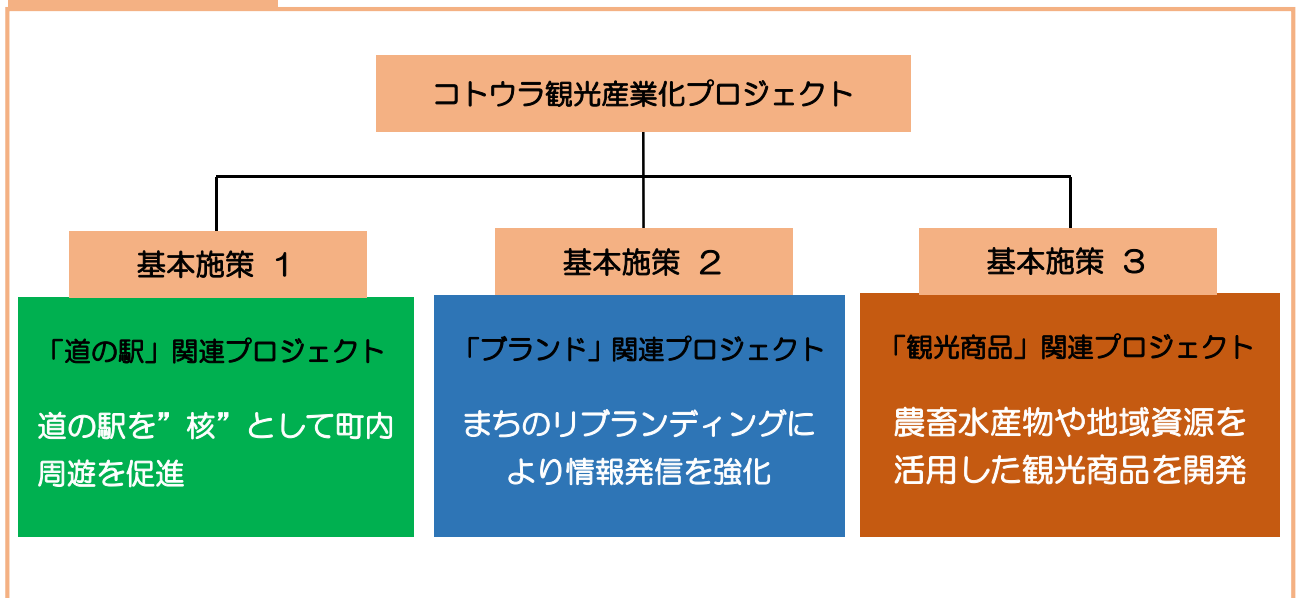
### ■観光振興による経済効果イメージ

観光客の増加 ⇒ 観光消費額の増加

- 飲食店、特産品・土産物屋、宿泊施設など観光に直接関わる事業者の収入の増加
- 食材など原材料の需要の増加⇒農畜産業、漁業、食料品製造業などに波及効果
- 町民の所得増加、雇用の創出などに経済効果



### 基本施策



「道の駅」関連プロジェクト

道の駅を”核”して町内周遊を促進



道の駅「琴の浦」地域外から活力を呼ぶゲートウェイ機能の強化

まちの玄関口 道の駅「琴の浦」を観光情報発信拠点とした町内への誘導・周遊滞在をよる交流人口の拡大など地域経済の活性化を目指します。

■現状と課題【道の駅活用】

琴浦町観光客入込数は、平成 26 年の 71 万 4 千人をピークに、現在 67 万 6 千人と減少傾向です。道の駅の観光客入込数が全体の 86%を占めており、道の駅「琴の浦」に立ち寄ってそのまま山陰道に戻るといった通過型観光になっている。  
道の駅から町内観光地へ誘導し、観光客の消費拡大や滞在時間の延伸に取り組む必要がある。

■「道の駅」関連プロジェクトの取り組み

- 道の駅「琴の浦」はインターチェンジ化により、琴浦町の観光情報発信拠点としての重要性がさらに高まっているため、観光案内所において町内周遊の情報発信の強化に取り組みます。
- 町内への誘導・周遊滞在の促進による交流人口の拡大や地元特産品の6次産業化など地産地消の推進による地域経済の活性化を図ります。
- 道の駅の新たな経営スタイルを確立し、収益力と地域貢献力を高めながら、地域課題を解決する取り組みを積極的に行う施設として、2つの道の駅の連携、機能強化を推進します。

■「道の駅」関連プロジェクトの行動計画

展開施策	行動計画	短期	中期	長期
道の駅の機能強化	道の駅の統一的なマネジメントの確立		○	
	「琴の浦」と「ポート赤碕」の連携機能強化		○	
	観光案内所にデジタルサイネージ等の導入	○		
道の駅「琴の浦」	観光案内所に地域おこし協力隊の配置	○		
	「物産館ことうら」のリニューアル	○		
	旬の琴浦グルメイベントの開催		○	
道の駅「ポート赤碕」	日本海&大山 写真スポットの環境整備		○	
	「ポート赤碕」のリニューアル			○
	サイクリストの受入環境整備		○	
町内周遊へ向けた取り組み	観光案内看板等の整備			○
	観光客動態調査分析(AI Beacon システムの運用)	○		
	琴の浦 IC を起点とした観光周遊ルートの創出		○	
	広域観光周遊ルートの創出		○	
	町内周遊ツール「まちなびカード」の制作	○		

「ブランド」関連プロジェクト

まちのリブランディングにより  
情報発信を強化

仮画像 新ロゴマーク挿入



「旬の食」を中心とした琴浦ブランドの確立と情報発信の強化

「琴浦町といえば・・・」のブランドメッセージを確立し、町民に誇りや愛着をもってもらい、琴浦ブランドの認知度の向上を目指します。

■現状と課題【ブランド力】

山陰道の開通を機に、食のブランド化に取り組んだが、その後新たな観光資源の掘り起こしや展開が出来ていないことからブランドイメージの向上に繋がらなかった。  
拡大傾向にあるインバウンドに対する地域ブランディングも必要です。

■「ブランド」関連プロジェクトの取り組み

- 「琴浦町とは、こんなまち」を表すブランドメッセージをビジュアル化し、琴浦町の魅力を確立し、町内外に対しブランドイメージの向上に取り組めます。
- 琴浦の地域ブランドを効果的に情報発信するため、広域観光連携を推進し、国内外より観光客を幅広く呼び込みます。

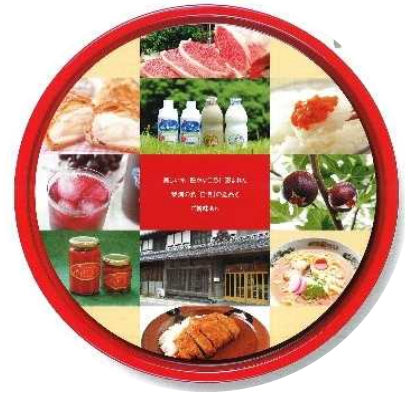
■「ブランド」関連プロジェクトの行動計画

展開施策	行動計画	短期	中期	長期
琴浦ブランドの創出	琴浦ブランドのロゴマーク等の発信ツールの充実 琴浦ブランドの定着に向けた住民への機運の醸成 観光パンフレット・プロモーション動画の制作 観光ホームページのリニューアル SNS等を活用した情報発信の強化 道の駅「琴の浦」観光案内所による情報発信 旬の琴浦グルメ等のブランドイメージ創出 イベントにおいて琴浦グルメ出店による情報発信	○	○	
広域観光・広域連携の推進	県内外観光関連施設等にパンフレット・チラシの配架 県内道の駅との相互連携により情報発信の強化 広域観光団体との連携による観光振興事業の展開 広域観光周遊ルート等の観光商品の造成 町観光大使を活用した情報発信	○	○	
インバウンド対策	観光案内所のインバウンド対応の強化 海外向け SNS 等を活用した情報発信 町内観光施設や各種広報媒体の多言語化対応 公衆wifiの環境整備	○	○	○

## 基本施策 3

### 「観光商品」関連プロジェクト

農畜水産物や地域資源を活用した  
観光商品を開発



### 琴浦町ならではの「食・自然・歴史」を活かした魅力ある観光商品の充実へ

「琴浦町に行かなければ、出来ない・買えない・食べられない」をモットーに、体験観光・観光土産・グルメメニューなど琴浦ブランドの観光商品の開発を目指します。

#### ■現状と課題【経済効果】

観光協会による旅行会社への売り込みにより、観光バスツアーによる観光客が増加したが、土産物店や飲食店への立ち寄りがなく経済効果に結びつかなかった。  
旅行客に観光消費してもらい、琴浦グルメ、観光商品、土産物、サービスなどが不足している。

#### ■「観光商品」関連プロジェクトの取り組み

- 琴浦町は豊かな自然に恵まれ、海の幸、山の幸の農林水産業が盛んであり、四季折々の恵みや幸を活かした観光振興を推進します。
- 琴浦らしい土産・物産品の開発・販売や、特色ある農畜産物・水産物等の食材を用いた食事の提供など、様々な分野での取り組みを進め観光による地域への経済面での波及効果を高めます。
- 地域資源を活かした着地型体験観光商品を開発し、観光客の滞在時間の拡大を図ります。

#### ■「観光商品」関連プロジェクトの行動計画

展開施策	行動計画	短期	中期	長期
食(グルメ)を活かした 観光振興	琴浦 旬の食材を使用したメニュー開発 乳製品、東伯牛、サーモンなど農畜水産物に関するブラッシュアップ あごカツ、牛骨ラーメンなど既存グルメのブラッシュアップ 旬の琴浦グルメ巡るツアーコースの造成 ふるさと納税を活用した琴浦グルメの情報発信		○ ○ ○	○ ○
自然・歴史を活かした 観光振興	船上山の自然・歴史を活かしたトレッキング等で観光振興 大山滝トレイルなど一向平の自然で観光振興 一向平キャンプ場のリニューアルで施設の充実 鳴り石の浜など自然を活かした体験型観光商品の造成 斉尾廃寺跡など史跡・文化財を活用した観光振興 ミシュラン・グリーンガイド観光地の情報発信の強化	○ ○ ○ ○	○	○
体験型観光・土産物の 観光商品	サイクリングルートを活用した観光振興 ウォーキングイベントを活かした観光振興 古民家を活用した農家民宿の情報発信 旬の食を活かした体験型観光商品の造成 赤碕漁港を活用した体験型観光商品の造成 光の鰻絵・神崎神社などの観光土産の開発	○ ○	○ ○ ○	○

〔行動計画実施時期の目安〕 短期:令和2年度事業実施、 中期:1~2年のうちに事業検討・実施、 長期:3~5年先を見据えて事業検討・実施