

一般社団法人 松江観光協会

# 松江観光 月次マーケティングレポート

2022年 12月分

発行：2023年 2月 14日

※本資料は会員事業者様の組織内限定でご活用ください。

# 本資料について

本資料は（一社）松江観光協会より発行する協会会員様に向けた資料です。

松江観光のブラッシュアップ、誘客施策（広報・イベント）の強化を目的に、  
松江市内の観光状況や市場トレンドリサーチ、  
SNSや位置情報を基にしたビックデータの分析を実施し、月次レポートとしてまとめています。

本資料の活用例としては、

- ・松江観光の状況を把握し、事業戦略の参考とする。
- ・国内（国外）の観光市場状況を把握し、事業戦略の参考とする。
- ・マーケティングフレームワークに基づく分析から、事業戦略や広報施策の参考とする。 など

各会員事業者様による観光関連事業の一助になることを目的としたレポート資料です。

本資料に関するご質問や、内容に関連するご相談などは、以下の連絡先へご連絡ください。

=====

- 担当者名：（一社）松江観光協会 大野・伊佐
- メール：[mail@kankou-matsue.jp](mailto:mail@kankou-matsue.jp)
- 電話：0852-27-5843

=====

※組織外への2次利用をご希望の際は、上記連絡先へご連絡ください。

# Summary

2022年12月分 松江観光マーケティングレポート

観光入込客延べ数	昨年比	コロナ前 (R1年) 比	宿泊者延べ数実績	昨年比	コロナ前 (R1年) 比
423,889	98.27%	82.28%	138,710	101.46%	84.45%

## <主要施設入込客数実績>

- ・12月は美保神社が最も多い入込客数で、**38,400人**だった。
- ・12月の全8施設における松江市観光入込客数に対する平均割合は**4.09%**となった。
- ・年間実績としては、美保神社が合計入込客数**612,200人**と、最も多い実績になった。

## <宿泊施設実績>

- ・12月は松江エリアでの宿泊者数が全体の**67.6%**を占めていた。
- ・年間実績としては、松江エリアが**67.8%**と、最も多くの割合を占めた。次いで、玉湯エリアが25.8%と2番目の割合を占めている。
- ・12月は観光ホテル、旅館での宿泊者数が全体の**48.8%**を占めており、ビジネスホテルは全体の47.5%を占めていた。
- ・年間実績としては、観光ホテル、旅館が**47.9%**、ビジネスホテルが**46.5%**と、ほぼ同等の割合で市内全体の9割以上を占めていた。

## <Twitterクチコミ>

- ・12月は12日に投稿数が多く、しまねっこ【公式】アカウントによる「なにわー水」に関する投稿が話題となっていた。また、同様に投稿数の多かった8日に関しても、しまねっこ【公式】アカウントによる別投稿が話題となっていた。
- ・12月はしまねっこ【公式】アカウントの存在感が強く、松江しんじ湖温泉「なにわー水」を紹介する投稿が複数あったことから、関連ワード上位にも「湖温泉」「なにわー水」などが反映されていた。その他にも「ハート」「ズキューン」「最後の満月」等のワードも、しまねと【公式】アカウントによる投稿の影響と見られる。

## <松江市を訪れた観光客の属性>

- ・12月は**女性比率が若干上回る**実績となり、年間を通じても類似傾向となっていた。
- ・12月は**40代以上の年代が全体の半数近く**を占めており、シニア層の観光客が目立っていた。年間を通じて、年齢比率は類似傾向となっていた。
- ・12月は鳥取が67.2%、広島が17.2%と、**約85%程度の割合が近隣圏からの観光客**となっていた。
- ・年間を通じては、近隣圏となる中国エリア（鳥取 / 広島 / 岡山）が全体の約85%程度を占め、次いで関西エリア（大阪 / 兵庫）からの観光客が約7.5%を占めていた。首都圏（東京 など）は5%未満となった。

1

## 当月の誘客実績 P.5～

当月における松江市への観光入込客数 および 宿泊客数の実績。

2

## 当月の観光協会による実施施策 および 市内観光トピック P.10～

当月における松江観光協会が実施した誘客関連施策 および 市内で実施されたイベントやキャンペーントピックを紹介。

3

## 松江観光トレンド P.24～

各種観光データやSNS反響などを基に、当月における松江観光のトレンド（傾向）を紹介。

4

## 国内・国外の観光トレンド P.34～

各種観光データやWebメディア、オープン調査結果などを基に、当月における国内・国外の観光トレンド（傾向）を紹介。

5

## 考察 P.40～

①～④の情報を中心に、マーケティング視点での整理・分析による考察を紹介。

1

## 当月の誘客実績

当月における松江市への観光入込客延べ数 および 宿泊者延べ数の実績。

2

## 当月の観光協会による実施施策 および 市内観光トピック

当月における松江観光協会が実施した誘客関連施策 および 市内で実施されたイベントやキャンペーントピックの紹介。

3

## 松江観光トレンド

各種観光データやSNS反響などを基に、当月における松江観光のトレンド（傾向）を紹介。

4

## 国内・国外の観光トレンド

各種観光データやWebメディア、オープン調査結果などを基に、当月における国内・国外の観光トレンド（傾向）を紹介。

5

## 考察

①~④の情報を中心に、マーケティング視点での整理・分析による考察を紹介。

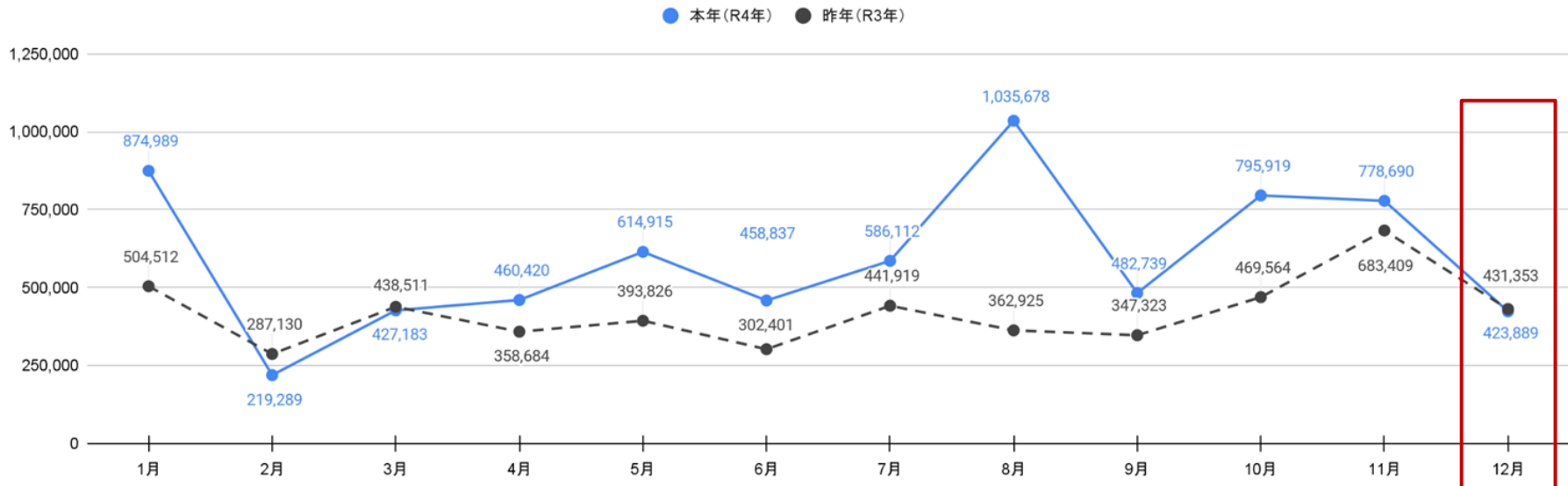
# 1-1-1 観光入込客延べ数実績（昨年比）

## TOPICS

- ・12月の観光入込客延べ数実績は**423,889人**だった。
- ・昨年比としては**98.27%**となり、ほぼ同等の実績となった。年間を通じては昨年比142.56%となり、約1.5倍程度の復調となった。

単位（人）	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年間合計
本年（R4年）	874,989	219,289	427,183	460,420	614,915	458,837	586,112	1,035,678	482,739	795,919	778,690	423,889	7,158,660
昨年（R3年）	504,512	287,130	438,511	358,684	393,826	302,401	441,919	362,925	347,323	469,564	683,409	431,353	5,021,557
昨年からの割合	173.43%	76.37%	97.42%	128.36%	156.14%	151.73%	132.63%	285.37%	138.99%	169.50%	113.94%	98.27%	142.56%

観光入込客延べ数



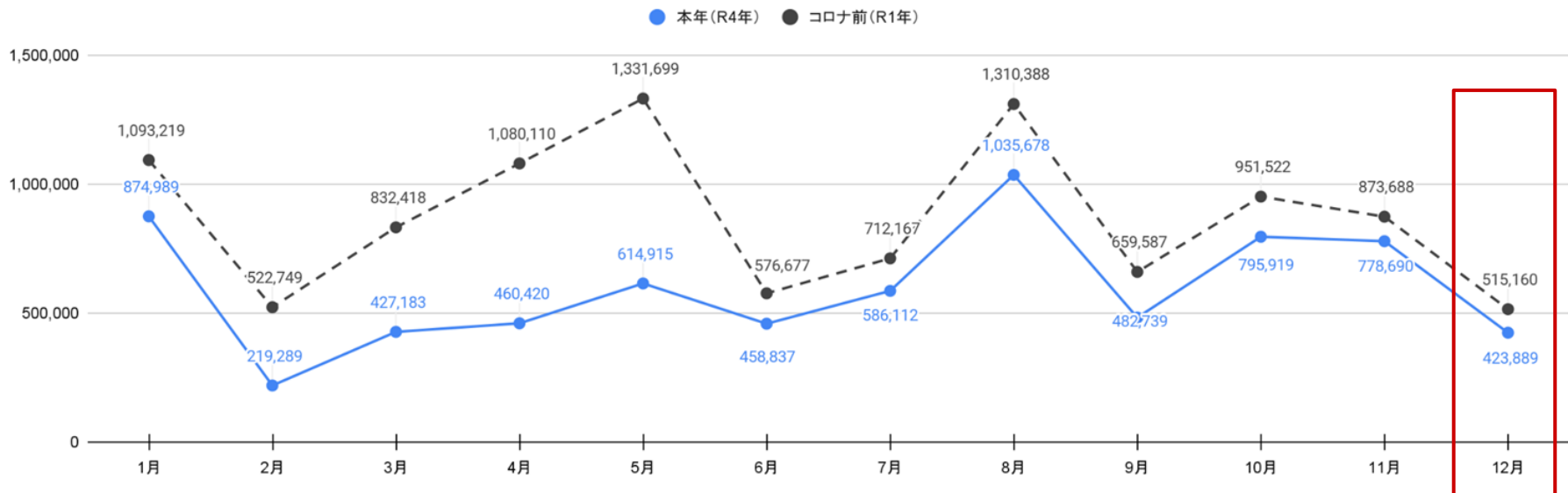
# 1-1-2 観光入込客延べ数実績（コロナ前R1年比）

## TOPICS

- ・コロナ前（R1年）比としては**82.28%**となり、約8割の水準に回復していた。
- ・6月以降、コロナ前に酷似した月別推移（繁忙期 / 閑散期）を辿っている。
- ・年間を通じてはコロナ前比**68.44%**となり、約7割程度の落ち込みとなった。

単位（人）	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年間合計
本年（R4年）	874,989	219,289	427,183	460,420	614,915	458,837	586,112	1,035,678	482,739	795,919	778,690	423,889	7,158,660
コロナ前（R1年）	1,093,219	522,749	832,418	1,080,110	1,331,699	576,677	712,167	1,310,388	659,587	951,522	873,688	515,160	10,459,384
昨年からの割合	80.04%	41.95%	51.32%	42.63%	46.18%	79.57%	82.30%	79.04%	73.19%	83.65%	89.13%	82.28%	68.44%

観光入込客延べ数



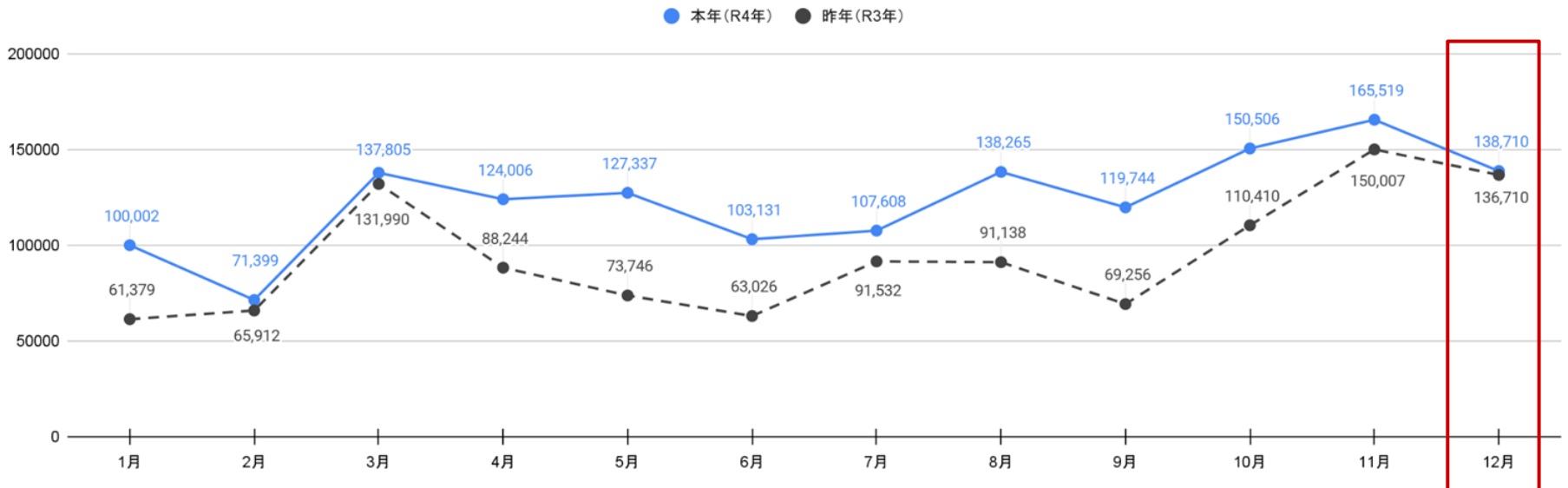
# 1-2-1 宿泊者延べ数実績（昨年比）

## TOPICS

- ・ 12月の宿泊者延べ数実績は**138,710人**だった。
- ・ 昨年比としては**101.46%**と、ほぼ同等の実績となり、1月から12カ月連続での増加となった。
- ・ 年間を通じては昨年比**130.94%**となり、約1.3倍程度の復調となった。

単位 (人)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年間合計
本年 (R4年)	100,002	71,399	137,805	124,006	127,337	103,131	107,608	138,265	119,744	150,506	165,519	138,710	1,484,032
昨年 (R3年)	61,379	65,912	131,990	88,244	73,746	63,026	91,532	91,138	69,256	110,410	150,007	136,710	1,133,350
昨年からの割合	162.93%	108.32%	104.41%	140.53%	172.67%	163.63%	117.56%	151.71%	172.90%	136.32%	110.34%	101.46%	130.94%

宿泊者延べ数





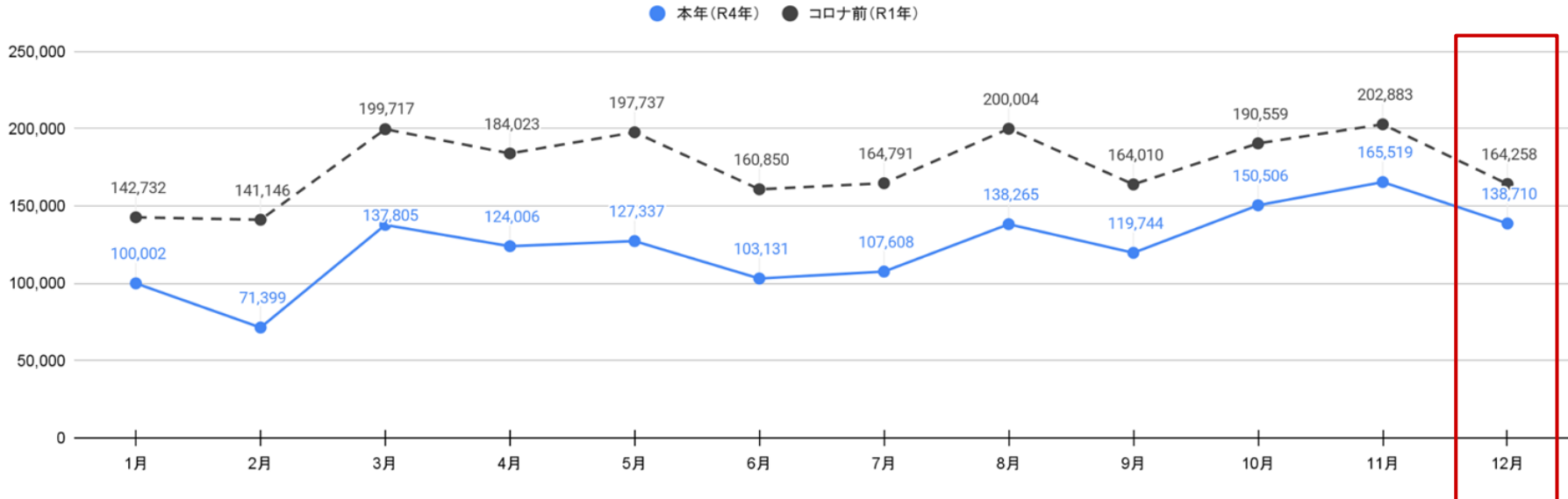
# 1-2-2 宿泊者延べ数実績（コロナ前R1年比）

## TOPICS

- ・コロナ前（R1年）比としては**84.45%**となり、約8.5割程度の水準に復調した。
- ・当年はコロナ前に酷似した月別推移（繁忙期 / 閑散期）を辿っている。
- ・年間を通じては昨年比**70.24%**となり、約7割程度の落ち込みとなった。

単位（人）	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年間合計
本年（R4年）	100,002	71,399	137,805	124,006	127,337	103,131	107,608	138,265	119,744	150,506	165,519	138,710	1,484,032
コロナ前（R1年）	142,732	141,146	199,717	184,023	197,737	160,850	164,791	200,004	164,010	190,559	202,883	164,258	2,112,710
昨年からの割合	70.06%	50.59%	69.00%	67.39%	64.40%	64.12%	65.30%	69.13%	73.01%	78.98%	81.58%	84.45%	70.24%

宿泊者延べ数



1

## 当月の誘客実績

当月における松江市への観光入込客数 および 宿泊客数の実績。

2

## 当月の観光協会による実施施策 および 市内観光トピック

当月における松江観光協会が実施した誘客関連施策 および 市内で実施されたイベントやキャンペーントピックの紹介。

3

## 松江観光トレンド

各種観光データやSNS反響などを基に、当月における松江観光のトレンド（傾向）を紹介。

4

## 国内・国外の観光トレンド

各種観光データやWebメディア、オープン調査結果などを基に、当月における国内・国外の観光トレンド（傾向）を紹介。

5

## 考察

①~④の情報を中心に、マーケティング視点での整理・分析による考察を紹介。

# 2-1 クリスマスマーケット CRANUMA 2022

## 施策名

### クリスマスマーケット CRANUMA 2022

施策種別

マーケット

実施日(期間)

2022.12.3~2022.12.4



## ■ 施策概要

クラフト、工芸、フード、こだわりのものづくりに出会う2DAYS!

山陰には脈々と引き継がれてきた伝統工芸の他、暮らしを彩るさまざまな手仕事があります。確かな技術を持ち、風土と結びついたものづくりをし常に良いものを作ろうと向上心ある作り手があります。

クラフトの魅力にはまる(沼にはまる)作り出されたモノ・作り手をもっと知りたい。伝えたい。

そんな想いを込めて「CRANUMA」と名付けました。クラフトの沼にはまる2日間をお楽しみください!

📍カラコロ工房で行われる、ワークショップ・映画上演は、Instagramにて事前予約受付中です!

📍2日間で2会場回るとCRANUMAオリジナルひろせプロダクトの「竹歯ブラシ」プレゼント!(数量限定。無くなり次第終了)

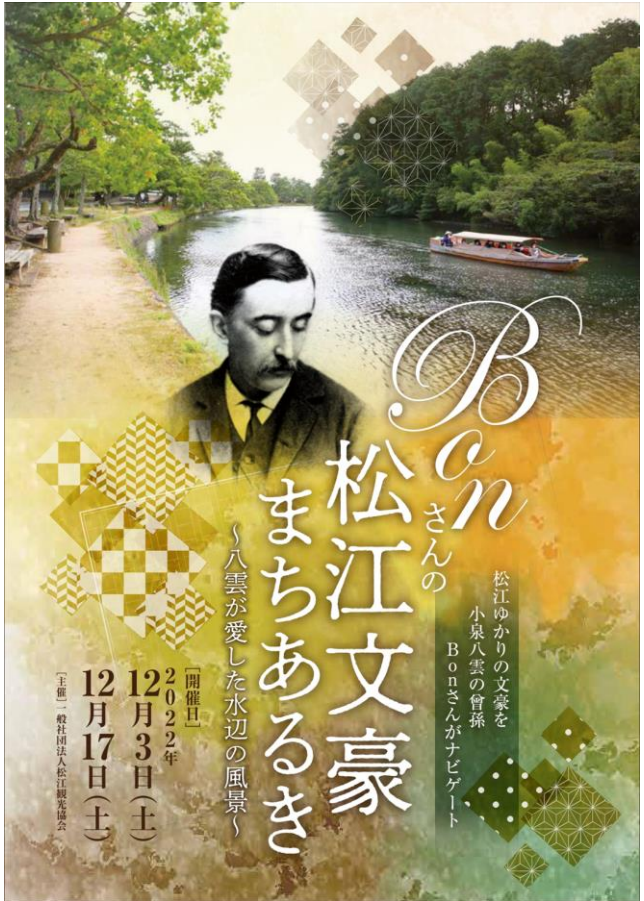
# 2-2 Bon さんの松江文豪まちあるき～八雲が愛した水辺の風景～

施策名

Bon さんの松江文豪まちあるき～八雲が愛した水辺の風景～

施策種別 街歩き

実施日(期間) 2022.12.3・17



### ■ 施策概要

小泉八雲の曾孫Bonさんが小泉八雲や松江ゆかりの文豪をナビゲートするまちあるきです。

4回目を迎える今年は、堀川遊覧船に乗船し、文豪が見た松江城周辺の景色を楽しみながら、Bonさんのナビゲートのもと巡ります。

1年3ヶ月ほど松江で暮らした小泉八雲は、水辺の風景を好みました。

130年前に八雲が五感でとらえた松江の風景や、松江ゆかりの文豪が好んだ水のある風景を、追体験しながら歩きましょう。

最終地点の小泉八雲記念館で、テーマ『八雲が愛した水辺の風景』と題したミニレクチャーを行います。

# 2-3 来待ストーン 冬季企画展 『ウサギとカメ』

## 施策名

来待ストーン 冬季企画展 『ウサギとカメ』

施策種別	展示会
実施日(期間)	2022.12.7～2023.2.27



## ■ 施策概要

2023(令和5)年は卯年(うとし・うさぎどし)です。

また、2022年(令和4)年の夏には、一昨年の台風による宍道湖の増水によって人知れず移動していた宍道湖岸の亀の石像が話題となりました。

今回の企画展では、新しい年を迎えるにあたって縁起が良く、『イソップ寓話(ぐうわ)』などでも馴染みの「ウサギ」と「カメ」にスポットを当て、その歴史・文化や石造物を紹介するとともに、来待石製の彫刻作品なども展示します。

# 2-4 美保関いん石 30 周年記念イベント～星との出会い、人との出会い～

**施策名**

美保関いん石 30 周年記念イベント  
～星との出会い、人との出会い～

<b>施策種別</b>	記念イベント
-------------	--------

<b>実施日(期間)</b>	2022.12.10
----------------	------------

**入場無料**

星との出会い、人との出会い

# 美保関いん石

MITSUBIKI METEORITE 30th

## 30周年記念イベント

2022.12.10(土) 11:00～18:30  
会場: 4階 メテオミュージアム(メテオドーム)

**イベント内容**

- 1 モバイルプラネタリウム** 1回30分 定員30名 11:00～15:30  
専門員による生解説付き  
映画「はやぶさ2」「銀河鉄道の旅」上映  
11:00～ 星空観察(生解説付き)  
12:00～ 映画「はやぶさ2」  
13:00～ 星空観察(生解説付き)  
14:00～ 映画「銀河鉄道の旅」  
15:00～ 星空観察(生解説付き)
- 2 講演** 各20分程度 16:00～17:00  
① 美保関いん石はどこからやって来たか  
 山田信介(松江市の会)  
② 最も新しい星を見つけてみないか  
 天明史(松江市の会)  
③ 対談「美保関いん石物語」  
 松本保(美保関いん石の所有主)、塚田 安樹
- 3 星空観察会** 17:30～18:30  
メテオプラザ駐車場にて天体望遠鏡を使い、木星などを観察  
※申込み不要 2名までが無料にご参加ください。  
※天候により中止する場合があります。

**ミュージアム無料開放** 9:00～17:00  
ミュージアム入場特典 小学生以下へのオリジナル絵本プレゼント！※はずれなしの当てくじにチャレンジ

**申込方法**

①氏名 ②連絡先 ③参加人数を下記の方法にてお申込みください。

メテオプラザ

メテオプラザ事務局

TEL 0852-72-3939

**■ 施策概要**

今年の12月10日(土)で美保関いん石が宇宙から松江市美保関町の民家に飛来してきて30年となります。

これを記念し、メテオミュージアム無料開放や、「モバイルプラネタリウム」(要予約・先着順)、星空観察会など色々なイベントを開催します。

ご家族、ご友人お誘い合わせの上、ぜひ美保関いん石に会いに来てください。

# 2-5 玉造温泉ワクワクマルシェ

施策名

## 玉造温泉ワクワクマルシェ

施策種別 飲食イベント

実施日(期間) 2022.12.10



### ■ 施策概要

人気のキッチンカー、朝採れ野菜、スイーツ、パン、こども縁日、ワークショップなどなど  
約35店舗が出店。おいしい・たのしいが盛りだくさん!

『玉造温泉の地元&近隣住民の方、観光客の方、事業者の方もみんながワクワク出来る場所を作りたい!』  
そんな想いが詰まった、温泉街一帯が会場のマルシェです。

# 2-6 文豪とアルケミストスタンプラリー 神々の国の首都に魅せられた作家たち 第2弾

## 施策名

### 文豪とアルケミストスタンプラリー 神々の国の首都に魅せられた作家たち 第2弾

施策種別	スタンプラリー
------	---------

実施日(期間)	2022.11.11~2023.2.10
---------	----------------------



### ■ 施策概要

文豪とアルケミストのキャラクターとして登場する「小泉八雲」、「志賀直哉」、「島崎藤村」、「芥川龍之介」にゆかりのある松江市内の施設を巡るスタンプラリーを開催。

4つのスタンプを集めて「オリジナルしおり」をゲットしよう!

文豪ゆかりの施設(小泉八雲記念館、堀川遊覧船ふれあい広場乗船場、皆美館、島根県立美術館)では、それぞれの文豪とアルケミストのキャラクター等身大パネルが設置され、全ての文豪スタンプを集めるとコンプリート賞として、「キャラクター入りしおり」をプレゼント! スタンプラリーを通して、文豪が見た松江の風景をお楽しみください。



# 2-7 黄金の島 ジパング 2022

施策名

## 黄金の島 ジパング 2022

施策種別	イルミネーション
実施日(期間)	2022.11.12~2023.1.15

### ■ 施策概要

🌟イルミネーションアワード2022総合エンタテイメント部門において、ベスト3位に中国地方初のランクイン!🌟

錦秋に彩られた日本庭園を日没とともにライトアップ! 日中とは一味違う紅葉の趣をお楽しみください。

12/1~はクリスマスイルミネーション開催。

西洋と東洋の融合「ジャポニズム」伝統的な日本庭園を舞台に最新のテクノロジーを取り入れた新たな光の世界を体感!

今年は新たに全方位ピクセルイルミネーション・メタバースが誕生です!

**黄金の島 ジパング**  
GOLDEN ISLAND ZIPANGU

西洋と東洋の融合「ジャポニズム」伝統的な日本庭園を舞台に **メタバース** 最新のテクノロジーを取り入れた新たな光の世界を体感

第10回 イルミネーションアワード 総合エンタテイメント部門 **ベスト3**

新たに全方位ピクセルイルミネーション・メタバースが誕生

**11/12, 11/30** 紅葉ライトアップ & イルミネーション  
土日祝 20:30まで観覧  
観覧料500円

**12/1, 12/26** クリスマスイルミネーション  
20:30まで観覧

**1/2, 1/15** ニューイヤーイルミネーション  
土日祝 20:30まで観覧  
観覧料500円

2022 11  
1 2 3 4 5  
6 7 8 9 10 11 祝  
12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31  
● 観覧ライトアップ1月21日~2月26日

2023 1  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31  
● 観覧ライトアップ1月21日~2月26日

由緒 由緒  
由緒の園の庭園 由緒の園の庭園  
YUSHIEN YUSHIEN  
〒690-1492 高松松江市八東町渡入1260-2  
TEL.0852-76-2255  
https://www.yushien.com

※写真はイメージです。イベント内容の詳細は詳しくは伊勢へご確認ください。

# 2-8 FeStA LuCe in Matsue ～水の都 "花"と"光"のフェスティバル～

## 施策名

FeStA LuCe in Matsue  
～水の都 "花"と"光"のフェスティバル～

施策種別	イルミネーション
------	----------

実施日(期間)	2022.11.19～2023.2.26
---------	----------------------



## ■ 施策概要

2017年和歌山での開催をスタートに、千葉・栃木・新潟・青森など全国で開催され、70万人以上を動員する光のフェスティバル「FeStA LuCe(フェスタ・ルーチェ)」が、中国地方初🌸松江で初開催🌸

「水と花と光のショー」や、ランタン・ネオンライト・イルミネーションなど10種類以上のエリア、「光」と「花」のフェスティバルの世界観をお楽しみください!

カラフルなライティングが普段は訪れることのできない夜のフォージェルパークを彩ります。松江フォージェルパークは温室などの施設が屋根付き回廊でつながっており、雨や雪の日でも気にせず楽しめます。

～★詳細は随時フェスタ・ルーチェのWEBサイトやSNSで更新されます★～

# 2-9 かに小屋 2022

施策名

かに小屋 2022

施策種別 飲食イベント

実施日(期間) 2022.11.20~2023.2.28

今年の冬もやっぱり  
**かに小屋**  
期間限定  
11/20 - 2/28  
正月も営業!

新登場 カニ鍋  
極上の冬の味覚!!  
楽しくご賞味下さい

サザエにホタテなど  
サイドメニューも充実

感染症対策強化中

- お客様へ感染症予防対策へのご協力をお願い
- ・基本的には予約制となっておりますのでお電話にてご予約下さい。
- ・ご飲食時間を 1 組 1 時間 30 分と制限の制限を設けております。
- ・1 テーブル内での相席は致しません。
- ・店内入店時は、マスクを着用の上、検温、手の消毒をお願いします。
- ・発熱など体調のすぐれないお客様の入店はご遠慮ください。

ご予約方法のご案内

お電話でのご予約  
080-4161-3405  
[受付時間 10時~18時]

WEB からのご予約  
<https://kanikoyaya.com>  
QRコードにてご予約下さい。

### ■ 施策概要

冬の味覚「かに」!!楽しくご賞味ください♪

期間限定の「かに小屋」が今年もオープン！  
今年はスタイルを変え、“かに鍋”が登場です。

※基本的に予約制となっておりますので、事前にご予約をお願い致します。

※1組、1時間30分の時間制限あり。

# 2-10 黄昏謎解列車 ～時を越え、その思い(ルール)がつながる～

## 施策名

<一畑電鉄創立 110 周年イベント ナゾトキアドベンチャー>  
黄昏謎解列車 ～時を越え、その思い(ルール)がつながる～

施策種別	謎解き
実施日(期間)	2022.11.26～2023.1.29



### ■ 施策概要

友達同士や親子で楽しめる、一畑電車沿線が舞台の体験型謎解きイベント第二弾!

一畑電車にはちょっと不思議な話があります。その話とは、"一畑電車沿線には昔からある秘密が隠されている"というものです。しかし、その秘密を解き明かすとどうなるのか、それを知る人は誰もいません。

ある日のこと、あなたはその秘密のうちの1つがあると言われている、出雲大社前駅にある旧型車両"デハニ50形"を見に来ました。

「確か、この電車が過去とつながっているんだっけ?もしも、過去に行ったらどうなっちゃうんだろう・・・」そんな不安が一瞬頭をよぎりましたが、あなたはその電車に乗り込むのでした。ただの作り話だと思いながら・・・。

# 2-11 RIDE MATSUE 電動キックボードレンタル&ツアー

施策名

## RIDE MATSUE 電動キックボードレンタル&ツアー

施策種別	ツアー
------	-----

実施日(期間)	2022.10.15~2022.12.29
---------	-----------------------



**出費** 電動キックボードツアー (所要時間: 1時間)  
**条件** 当日、自動車運転免許or原付1種免許をお持ちの方  
**期間** 2022年10月15日~12月29日 (土・日・祝日)  
 ※最終日の12月29日(木)は平日でも実施します  
 11:00-15:00 (最終受付) ※ツアー終了時間16:00  
**開催場所** カラコロ広場  
**料金** 松江旅館ホテル組合施設を利用された方: 1,000円  
 松江遊覧船を利用された方: 1,000円 (乗船チケット提示)  
 一般利用の方: 2,000円  
 ※松江旅館ホテル組合施設内でチケットを購入された方は、  
 カラコロ広場にて受付時にお渡し下さい

**コース紹介**  
 電動キックボードで大浜や松江城周辺  
 公園(思いがけず、美しい風景と気持ちの  
 良い場所)を巡りながら松江の街を  
 コースをります。  
 ※複数回のご参加に合わせて松江の街を  
 ご案内いたします。(申し込み時)

松江旅館ホテル組合施設

電動キックボードツアーについては 運営: 株式会社Mond itagaki@mond.jp.com 080-2894-5210

### ■ 施策概要

電動キックボードで松江の街を堪能しよう!  
 松江旅館ホテル組合の旅館、ホテルに宿泊するとお得にご  
 利用できます!

~風を感じて松江をめぐる~  
 松江の街を楽しむ新しい乗り物のご提案です!充電式で排ガ  
 スも出ないので環境にも優しく静かで乗り心地も良い、水  
 の都松江市にぴったりのモビリティ。

申込方法や参加条件、注意事項など詳細は下記公式HPにて  
 ご確認ください。

# 2-12 宍道湖サンセットツアー

## 施策名

### 宍道湖サンセットツアー

施策種別	ツアー
------	-----

実施日(期間)	2022.10.15~2023.1.15
---------	----------------------



### ■ 施策概要

＼松江旅館ホテル組合加盟施設ご利用の方限定／

お泊りのホテル・旅館から、直通のバスで宍道湖の夕日スポットへ！便利なバスが出来ました。

- ◆ 申込方法【要事前申込】
- 出発 40 分前までに、宿泊施設フロントにて参加申込書を記入し乗車チケットを購入。
- ※ 集合場所、出発時間や詳細は、お申込み宿泊施設へご確認ください。

申込方法 当日出発時間40分前までに宿泊施設フロントにて参加申込書を記入し、乗車チケットを購入してください。  
 ※松江旅館ホテル組合加盟施設ご利用の方対象です。



注意事項  
 ・運行は季節や状況によって変更になる場合がございます。  
 ・お客車の都合によるキャンセル、運送なしの平歩は、運送なしの場合は運送料は発生しません。  
 ・運行開始時間前日の17時迄キャンセルはキャンセル料は発生しません。  
 ・ツアー料金は別途運行の料金をとります。  
 企画 松江旅館ホテル組合  
 住所 松江市千鳥町83番地  
 TEL 0852-22-0020

# 2-13 縁雲を巡る旅

施策名

## 縁雲を巡る旅

施策種別

観光イベント

実施日(期間)

2020.7.1~2023.3.31

Happy Raindrops IN MATSU

縁雲を巡る旅  
くまげえに降る雨は縁の雲

眩い光が雨粒となり、また降りる。

笑えにしく

縁結びの地であり、水の都でもある松江は、雨の似合うまちです  
松江に降る雨は、心をリセットし、あなたのもとへ素敵なご縁を運ぶ雨なのです

参加者にはオリジナル アンブレラチャームをプレゼント!

参加申込箇所  
松江観光案内所内所.....TEL.0852-21-4034 月1~5月9:00~18:00/6~10月9:00~19:00  
ぶらっと松江観光案内所.....TEL.0852-23-5470 月8:30~17:00  
カワコ工務イノベーション.....TEL.0852-20-7000 月9:30~18:00

参加料 1,500円 ※47~ストーン小瓶代・消費税金含む 主催:お蔭・合む社 一般社団法人 松江観光協会 TEL.0852-27-5843

### ■ 施策概要

松江城周辺に設置されている 8 つのかわいい雨粒御伝 (あまつぶおんでん)。

参加受付時におみくじを引いて 3 か所の雨粒御伝を巡ります。

御伝近くの指定場所で 3 つのパワーストーンを手に入れたら、願い事を書いた「幸せ届」とともに小瓶に入れて持ち帰れます。

1

## 当月の誘客実績

当月における松江市への観光入込客数 および 宿泊客数の実績。

2

## 当月の観光協会による実施施策 および 市内観光トピック

当月における松江観光協会が実施した誘客関連施策 および 市内で実施されたイベントやキャンペーントピックの紹介。

3

## 松江観光トレンド

各種観光データやSNS、各種OTAのデータを基に、当月における松江観光のトレンド（傾向）を紹介。

4

## 国内・国外の観光トレンド

各種観光データやWebメディア、オープン調査結果などを基に、当月における国内・国外の観光トレンド（傾向）を紹介。

5

## 考察

①~④の情報を中心に、マーケティング視点での整理・分析による考察を紹介。



# 3-1 主要施設別入込客数

## TOPICS

- ・ 12月は美保神社が最も多い入込客数で、**38,400人**だった。
- ・ 12月の全8施設における松江市観光入込客数に対する平均割合は**4.09%**となった。
- ・ 年間実績としては、美保神社が合計入込客数**612,200人**と、最も多い実績になった。

単位 (人)		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年間合計/平均
松江城	本年度実績	8,906	2,234	19,008	20,877	32,991	19,576	17,485	29,625	24,083	38,953	39,928	21,471	275,137
	松江市 観光入込客延べ数割合	1.02%	1.02%	4.45%	4.53%	5.37%	4.27%	2.98%	2.86%	4.99%	4.89%	5.13%	5.07%	3.88%
ぐるっと 松江堀川めぐり	本年度実績	4,634	1,138	9,764	11,919	18,865	13,974	8,683	15,559	13,382	23,305	21,495	10,577	153,295
	松江市 観光入込客延べ数割合	0.53%	0.52%	2.29%	2.59%	3.07%	3.05%	1.48%	1.50%	2.77%	2.93%	2.76%	2.50%	2.16%
カラコロ工房	本年度実績	9,591	8,742	16,765	14,124	17,417	21,130	14,380	20,946	21,432	21,909	19,890	14,221	200,547
	松江市 観光入込客延べ数割合	1.10%	3.99%	3.92%	3.07%	2.83%	4.61%	2.45%	2.02%	4.44%	2.75%	2.55%	3.35%	3.09%
松江 フォーゲルパーク	本年度実績	7,262	1,923	13,884	13,440	23,487	14,322	10,377	23,679	13,596	18,958	14,852	11,214	166,994
	松江市 観光入込客延べ数割合	0.83%	0.88%	3.25%	2.92%	3.82%	3.12%	1.77%	2.29%	2.82%	2.38%	1.91%	2.65%	2.39%
由志園	本年度実績	11,918	3,108	6,067	20,809	39,279	9,437	6,605	8,486	9,633	18,017	35,766	22,668	191,793
	松江市 観光入込客延べ数割合	1.36%	1.42%	1.42%	4.52%	6.39%	2.06%	1.13%	0.82%	2.00%	2.26%	4.59%	5.35%	2.78%
八重垣神社	本年度実績	45,723	7,007	12,515	12,111	17,365	11,492	10,422	13,017	12,106	17,988	24,255	10,372	194,373
	松江市 観光入込客延べ数割合	5.23%	3.20%	2.93%	2.63%	2.82%	2.50%	1.78%	1.26%	2.51%	2.26%	3.11%	2.45%	2.72%
美保神社	本年度実績	130,500	24,900	36,600	45,000	50,600	34,900	31,300	42,000	29,100	44,800	104,100	38,400	612,200
	松江市 観光入込客延べ数割合	14.91%	11.35%	8.57%	9.77%	8.23%	7.61%	5.34%	4.06%	6.03%	5.63%	13.37%	9.06%	8.66%
美保関灯台	本年度実績	35,858	49,590	31,035	19,898	21,077	41,874	18,994	28,613	24,300	28,400	49,291	14,964	363,894
	松江市 観光入込客延べ数割合	4.10%	22.61%	7.27%	4.32%	3.43%	9.13%	3.24%	2.76%	5.03%	3.57%	6.33%	3.53%	6.28%
平均	本年度実績	34,639	13,648	19,939	19,624	25,972	22,467	15,949	24,777	19,714	27,759	39,116	17,317	280,920
	松江市 観光入込客延べ数割合	3.96%	6.22%	4.67%	4.26%	4.22%	4.90%	2.72%	2.39%	4.08%	3.49%	5.02%	4.09%	4.17%

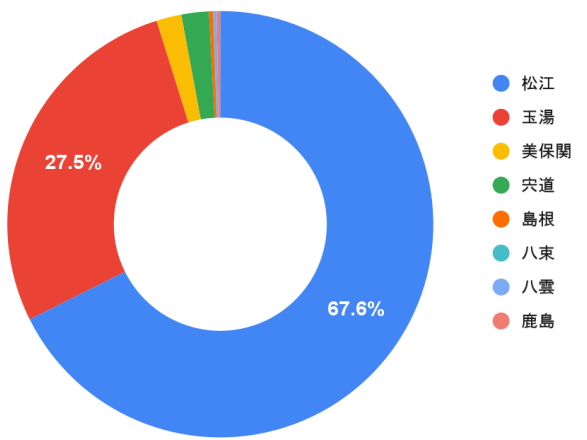
# 3-2-1 宿泊施設の種別毎宿泊者数実績（エリア別）

## TOPICS

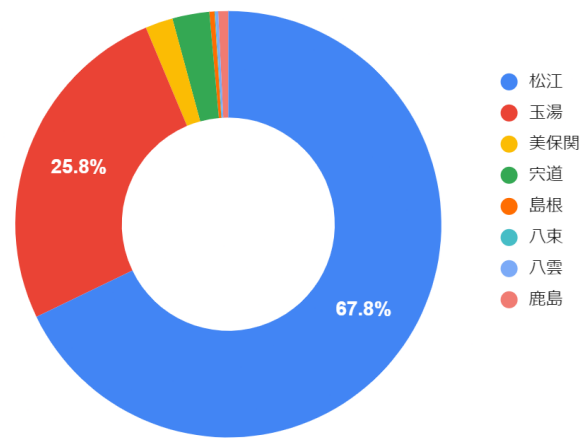
- ・ 12月は松江エリアでの宿泊者数が全体の**67.6%**を占めていた。
- ・ 年間実績としては、松江エリアが**67.8%**と、最も多くの割合を占めた。次いで、玉湯エリアが25.8%と2番目の割合を占めている。

エリア別 / 単位 (人)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	月平均
松江	73,466	55,389	97,235	88,363	82,607	66,002	74,211	86,406	82,685	102,479	103,490	93,811	83,845
玉湯	21,185	13,476	32,139	27,399	36,063	31,095	25,456	38,762	29,603	38,790	50,870	38,182	31,918
美保関	1,704	472	2,210	2,448	2,367	1,692	1,773	5,418	2,052	3,290	5,009	2,642	2,590
宍道	2,165	973	3,968	3,855	4,493	2,597	3,580	5,487	3,752	3,981	3,899	2,897	3,471
島根	139	55	386	396	522	324	844	1,152	532	521	492	431	483
八束	76	46	181	95	112	88	66	113	33	71	91	31	84
八雲	90	18	158	262	246	253	147	334	252	394	533	346	253
鹿島	1,177	970	1,528	1,188	927	1,080	531	593	835	980	1,135	370	943
合計	100,002	71,399	137,805	124,006	127,337	103,131	106,608	138,265	119,744	150,506	165,519	138,710	123,586

宿泊施設の種別毎宿泊者割合\_エリア別(当月)



宿泊施設の種別毎宿泊者割合\_エリア別(年間)



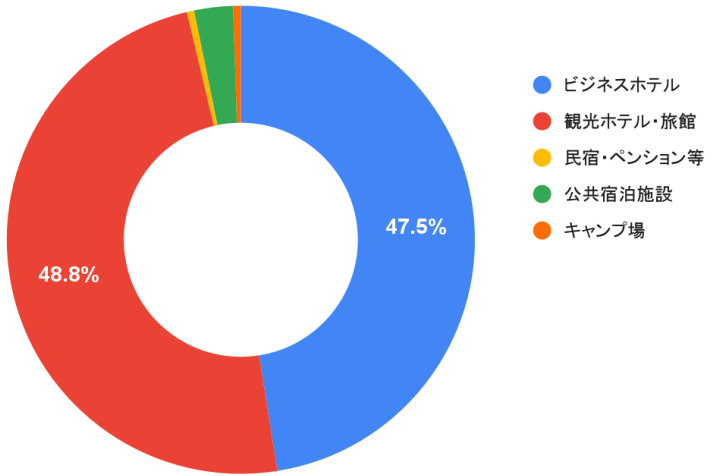
### 3-2-2 宿泊施設の種別毎宿泊者数実績（種別別）

#### TOPICS

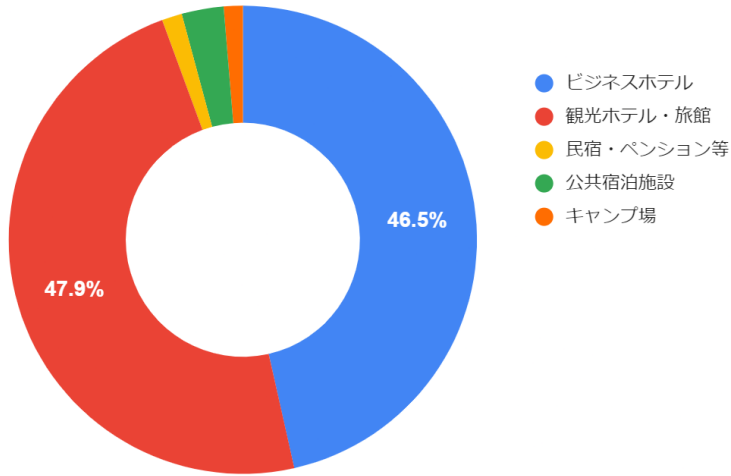
- ・12月は観光ホテル、旅館での宿泊者数が全体の**48.8%**を占めており、ビジネスホテルは全体の47.5%を占めていた。
- ・年間実績としては、観光ホテル、旅館が**47.9%**、ビジネスホテルが**46.5%**と、ほぼ同等の割合で市内全体の9割以上を占めていた。

種別別 / 単位 (人)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	月平均
ビジネスホテル	57,014	43,234	72,792	62,854	54,701	42,070	50,621	54,890	53,542	67,590	64,386	65,892	57,466
観光ホテル・旅館	38,328	25,240	57,382	53,761	64,609	55,195	48,942	72,166	59,454	75,237	93,263	67,677	59,271
民宿・ペンション等	1,763	1,490	2,291	1,895	1,522	1,762	1,755	3,189	1,327	1,429	1,654	691	1,731
公共宿泊施設	2,245	1,075	3,902	3,415	3,831	2,868	3,925	5,715	3,831	3,901	4,558	3,715	3,582
キャンプ場	652	360	1,438	2,081	2,674	1,236	2,365	2,305	1,590	2,349	1,658	735	1,620
合計	100,002	71,399	137,805	124,006	127,337	103,131	107,608	138,265	119,744	150,506	165,519	138,710	123,669

宿泊施設の種別毎宿泊者割合\_種別別(当月)



宿泊施設の種別毎宿泊者割合\_種別別(年間)



# 3-3-1 Twitterでの「松江」キーワードを含む観光関連投稿（基本概要）

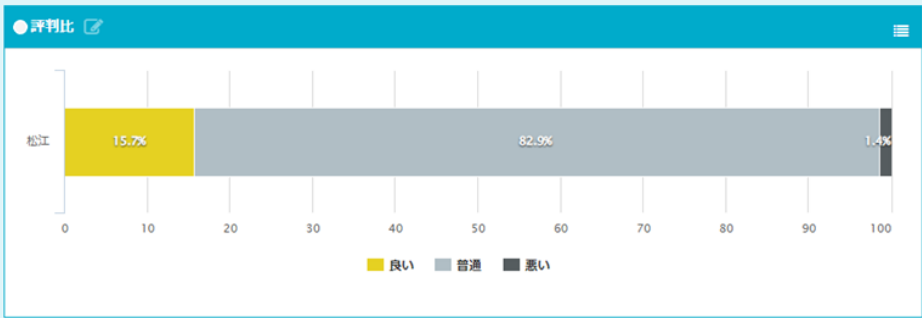
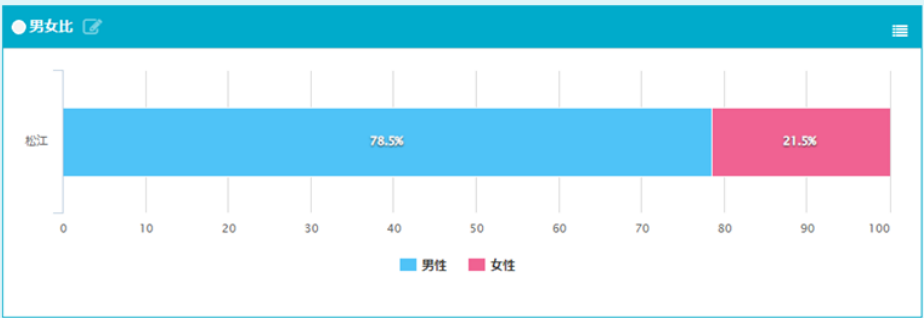
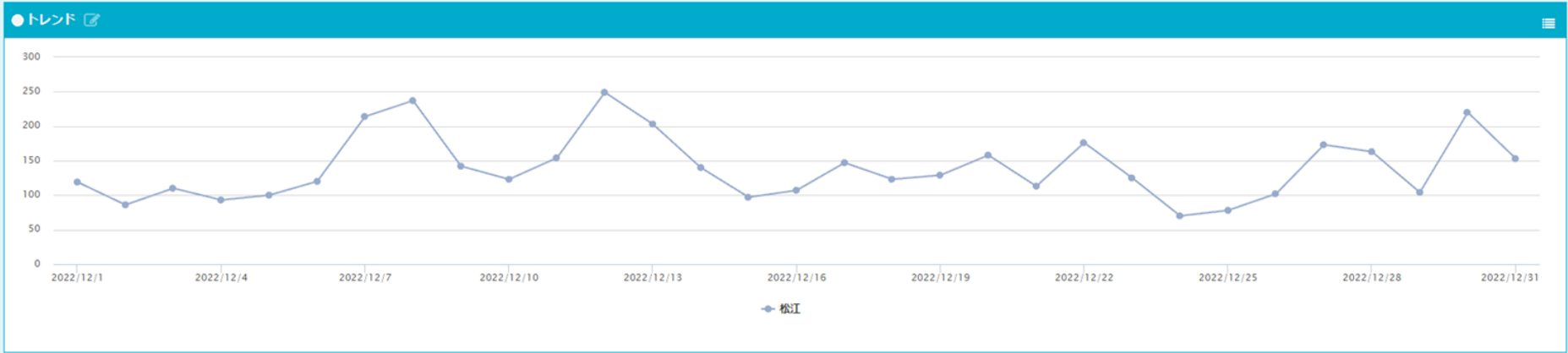
## TOPICS

- ・12月は12日に投稿数が多く、しまねっこ【公式】アカウントによる「なにわー水」に関する投稿が話題となっていた。  
また、同様に投稿数の多かった8日に関して、しまねっこ【公式】アカウントによる別投稿が話題となっていた。

投稿数

想定 **4,328** 件

※「松江」と「観光、旅行、温泉、城、遊覧船、神社、旅館、ホテル」の、いずれかを含む、オーガニック（一般）投稿 および RT投稿を抽出しています。



※本データはTwitterの投稿データを分析する「クチコミ係長」ツールを基に算出しています。

### 3-3-2 【参考】12月に話題になっていた投稿



参考：Twitter  
([https://twitter.com/shimanekko\\_/status/1602092013868167168?s=20&t=f9viSm1hBzVQKScdPZzPnw](https://twitter.com/shimanekko_/status/1602092013868167168?s=20&t=f9viSm1hBzVQKScdPZzPnw))



参考：Twitter  
([https://twitter.com/shimanekko\\_/status/1600639493522214913?s=20&t=qjC758sAJa068NrqPYtRyg](https://twitter.com/shimanekko_/status/1600639493522214913?s=20&t=qjC758sAJa068NrqPYtRyg))

### 3-3-3 Twitterでの「松江」キーワードを含む観光関連投稿（頻出関連語）

#### TOPICS

- ・12月はしまねっこ【公式】アカウントの存在感が強く、松江しんじ湖温泉「なにわー水」を紹介する投稿が複数あったことから、関連ワード上位にも「湖温泉」「なにわー水」などが反映されていた。その他にも「ハート」「ズキューン」「最後の満月」等のワードも、しまねっと【公式】アカウントによる投稿の影響と見られる。

#### ● 頻出関連語 ワードクラウド

湖温泉 しま shimanekko 玉造 なにわー水 玉造温泉 楽天 トラベル 安来 宍道湖 奥出雲 全国旅行 米子 支援 鳥取 ハート ズキューン 絶景  
ご飯 松江城 最後の満月 島根 島根旅行 感想 5点満点 出雲 出雲大社 予約 ランキング 岡山 詳しい クーポン 素晴らしい 温泉旅館 倉吉 matsue 評価 山陰旅行 エリア  
島根の温泉 クチコミ 松江観光 国内宿 売上 おトク 広島市内 イベント 大阪市内 sankanren 美保神社 一畑電車 kankou お店 堀川 温泉津温泉 じみ 良い OFF  
人気ホテル 島根の人気 バス つよい プラン びにゃ 週の始まり 松江市内 利用 観光協会 お城 スキンケア商品 お気 開催 姫ラボ 配合 連携 美肌研究所  
ルーラコイン お越し kumiai matsuekatsurice 湖温泉組合 tama らん ruralcoin 観光プラン shot 翠苑 山陰 ぎの湯温泉 gun ぎの湯荘 お得 足立美術館 knife  
美保関 嬉しい 300室部門 神事 参拝 田舎 元気 宿泊 オフ 写真 夕日 鳥取県内 国宝 事務所 感じ 早い 湯元 八重垣神社 下り 新温泉 地名表示 広島 兵庫県内 案内標識  
綺麗 天守 新しい 美味しい 声優 ホテル一畑 電鉄出雲市 旅行支援 お越しの際 ガイド 安い 情報 少ない 景色 美術館 よい 仕事 玉造アート 機会 お願い  
由志園 タクシー 集い催し 更新 ボックス すごい 限定 神話 amp 都合 山陰中央新報社 japan 注意 支援割 取得 自治体 宍道湖大橋 blueomega 天然温泉  
嫁ヶ島 帰宅 玉造本店 温泉津 現存 到着 おすすめ 対岸 松江カツ 秘湯 かや 初日 唯一 お楽しみ ライス 冬の松江旅 無い 掲載 特設HP 寒い 凄いい 是非  
chii 観光客 場所 onsen 素敵 ユニバーサルホテル 対象施設 中国 新着 皆さん NHK 四国 チェック heaven

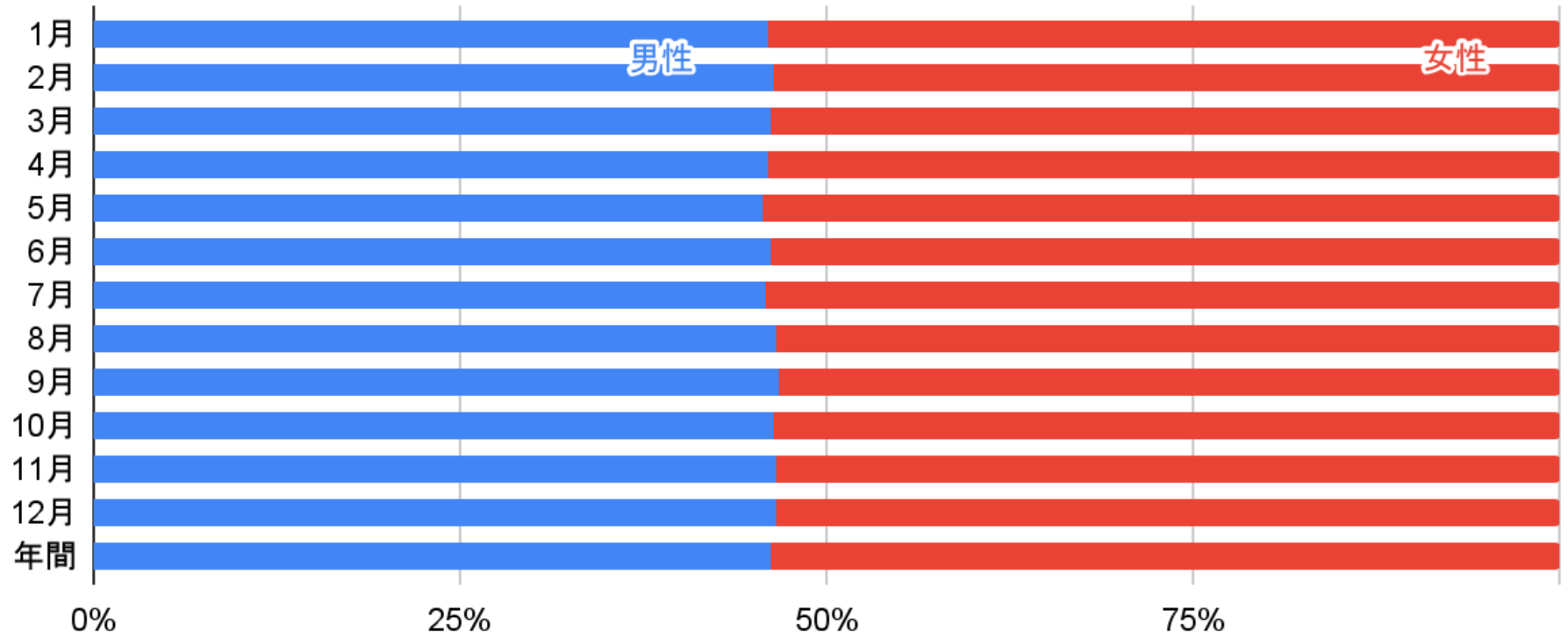
※本データはTwitterの投稿データを分析する「クチコミ係長」ツールを基に算出しています。

### 3-4-1 松江市を訪れた観光客の属性（性別）

#### TOPICS

・12月は**女性比率が若干上回る**実績となり、年間を通じても類似傾向となっていた。

#### 島根県民を除く松江観光客の性別割合実績（2022年）



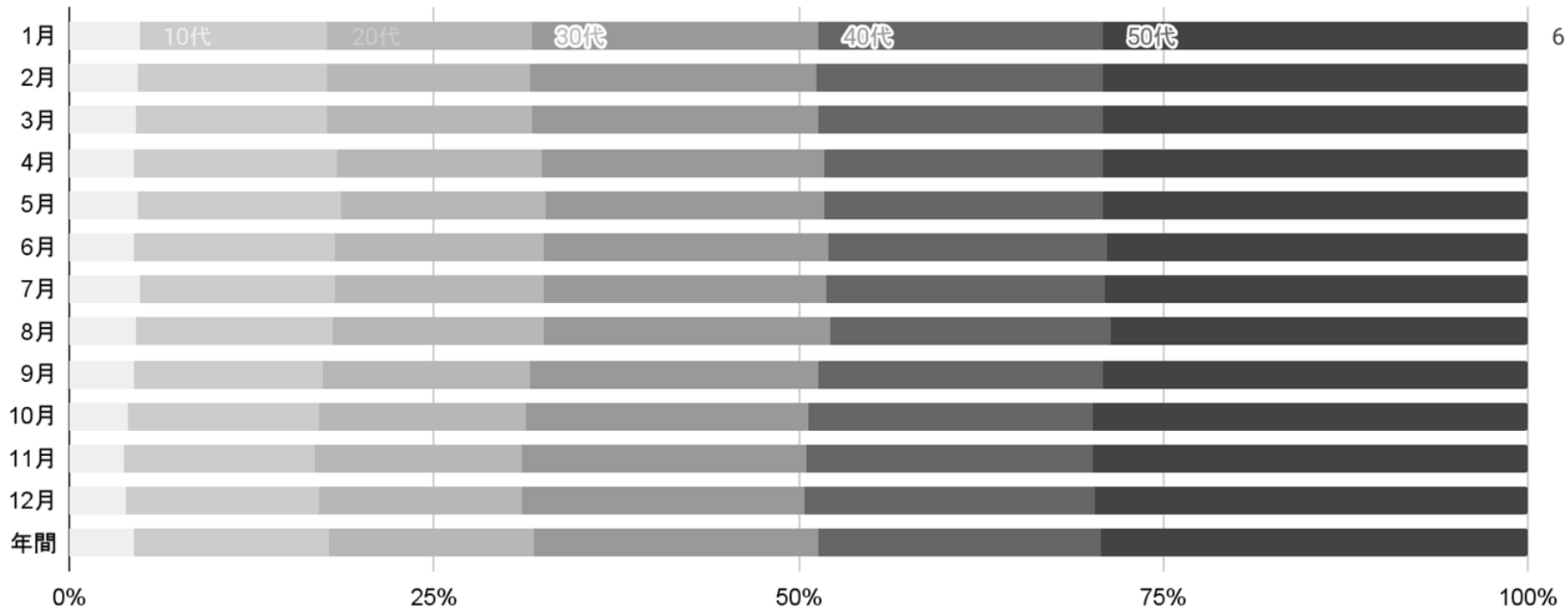
※本データは生活者のスマートフォン端末等からデータを分析する「トチカチ」ツールを基に算出しています。  
※対象エリアは「松江駅」「松江城」「松江しんじ湖温泉」「玉造温泉」の各エリア周辺となります。

### 3-4-2 松江市を訪れた観光客の属性（年代別）

#### TOPICS

・12月は**40代以上の年代が全体の半数近く**を占めており、シニア層の観光客が目立っていた。年間を通じて、年齢比率は類似傾向となっていた。

島根県民を除く松江観光客の年齢別割合実績(2022年)



※本データは生活者のスマートフォン端末等からデータを分析する「トチカチ」ツールを基に算出しています。  
 ※対象エリアは「松江駅」「松江城」「松江しんじ湖温泉」「玉造温泉」の各エリア周辺となります。

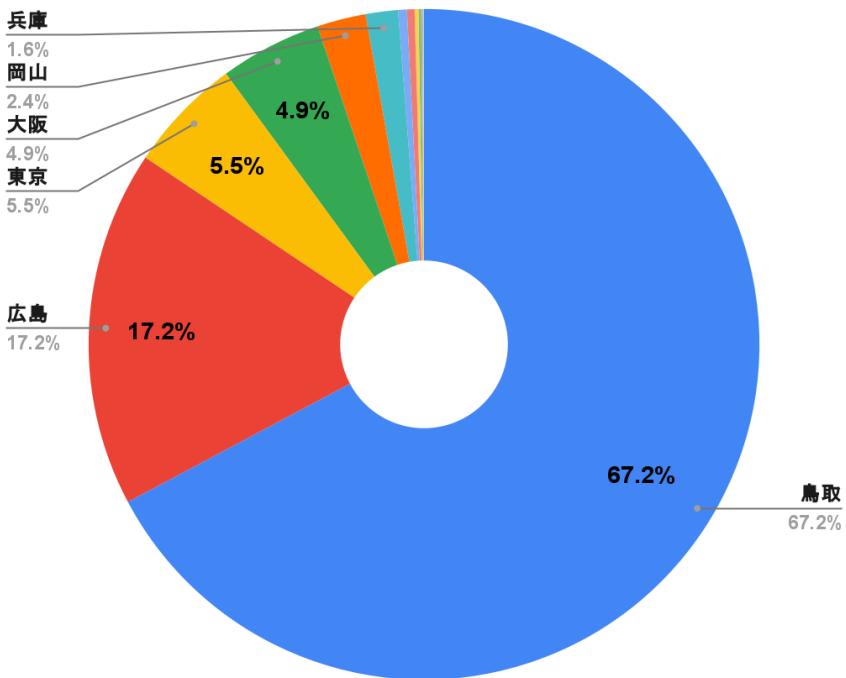


### 3-4-3 松江市を訪れた観光客の属性（都道府県別）

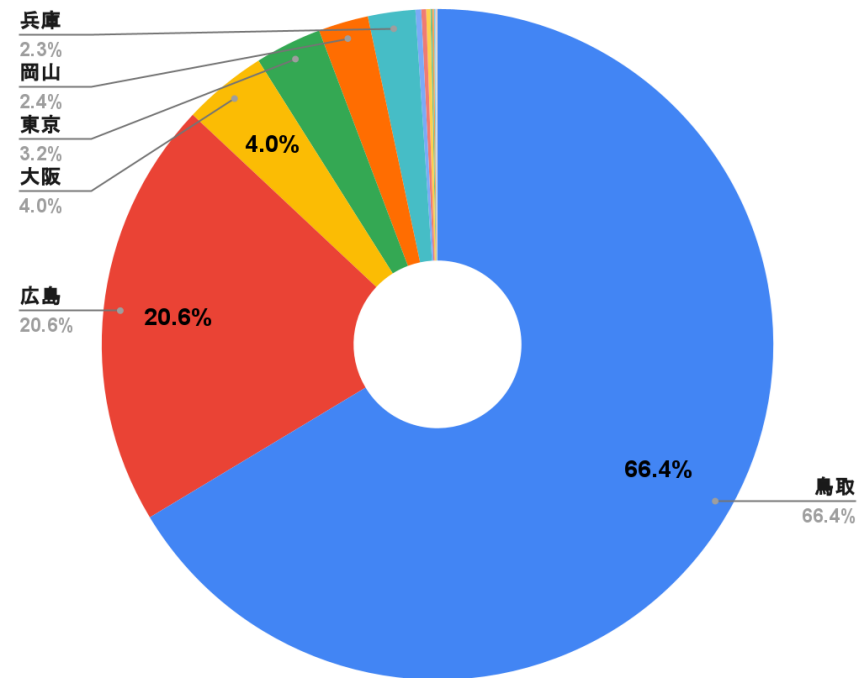
#### TOPICS

- ・ 12月は鳥取が67.2%、広島が17.2%と、**約85%程度の割合が近隣圏からの観光客**となっていた。
- ・ 年間を通じては、近隣圏となる中国エリア（鳥取 / 広島 / 岡山）が全体の約85%程度を占め、次いで関西エリア（大阪 / 兵庫）からの観光客が約7.5%を占めていた。首都圏（東京 など）は5%未満となった。

島根県民を除く松江市への都道府県別観光客割合（2022年12月）



島根県民を除く松江市への都道府県別観光客割合（2022年）



※本データは生活者のスマートフォン端末等からデータを分析する「トチカチ」ツールを基に算出しています。  
 ※対象エリアは「松江駅」「松江城」「松江しんじ湖温泉」「玉造温泉」の各エリア周辺となります。

1

## 当月の誘客実績

当月における松江市への観光入込客数 および 宿泊客数の実績。

2

## 当月の観光協会による実施施策 および 市内観光トピック

当月における松江観光協会が実施した誘客関連施策 および 市内で実施されたイベントやキャンペーントピックの紹介。

3

## 松江観光トレンド

各種観光データやSNS反響などを基に、当月における松江観光のトレンド（傾向）を紹介。

4

## 国内・国外の観光トレンド

各種観光データやWebメディア、オープン調査結果などを基に、当月における国内・国外の観光トレンド（傾向）を紹介。

5

## 考察

①~④の情報を中心に、マーケティング視点での整理・分析による考察を紹介。

# 4-1 全国旅行支援の利用状況

## TOPICS

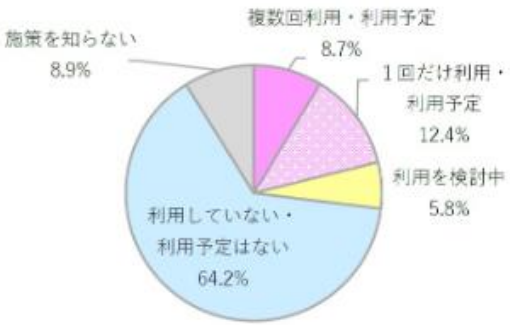
ニッセイ基礎研究所の発表によると、全国旅行支援の利用率は12月下旬の時点で21.1%となり、利用者のうち複数回利用の積極層は41.1%を占めるとい調査結果が出た。主に旅行関心層が利用している傾向が伺えることから、利用層に偏りが発生していると考えられる。

### 1 | 全体の状況～2022年末までの利用率は21.1%、うち41.1%が複数回利用の積極層

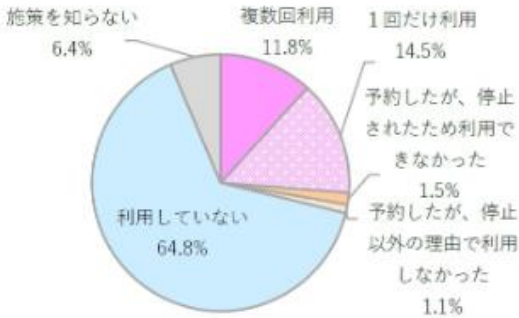
まず、20～74歳全体について「全国旅行支援」の利用状況を見ると、12月下旬の調査時点では利用率は21.1%（「複数回利用・利用予定」：8.7%と「1回だけ利用・利用予定」：12.4%の合計値）であり、利用者のうち複数回利用の積極層は41.1%を占める（図表1）。

一方で「利用していない・利用予定はない」（64.2%）は6割を超えて圧倒的に多い。また、「施策を知らない」（8.9%）も1割弱を占める。

図表1 「全国旅行支援」の利用状況 (n=2,582)



図表2 「Go Toトラベル」の利用状況 (n=2,582)



(資料) ニッセイ基礎研究所「第11回 新型コロナによる暮らしの変化に関する調査」

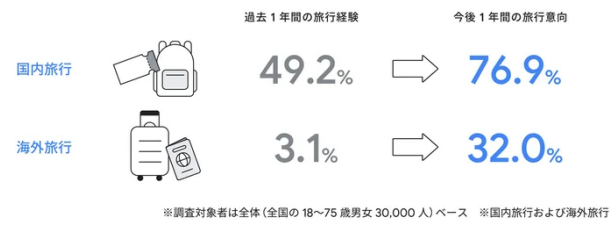
参考：ニッセイ基礎研究所「第11回 新型コロナによる暮らしの変化変化に関する調査」（調査時期：2022年12月）  
(<https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=73631?pno=1&site=nli>)

# 4-2 日本人の旅行意向と情報行動の特徴

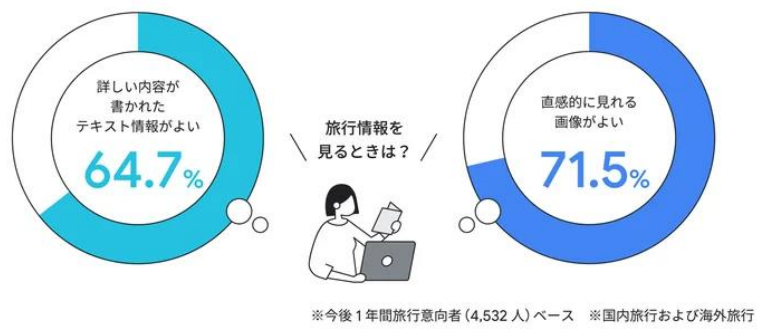
## TOPICS

Googleの調査では日本人の旅行意向は増加傾向にあり、特に海外旅行需要が高まってきている。  
 少人数旅行の流れに変わりはなく、依然として団体旅行需要は縮小していくと考えられる。  
 情報行動においてはテキストよりも画像が好まれ、気になる複数の旅行先から目的地を検討している。

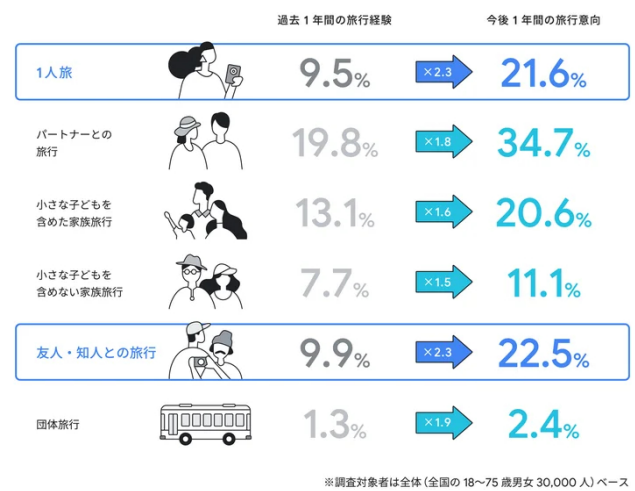
### 旅行の経験・意向



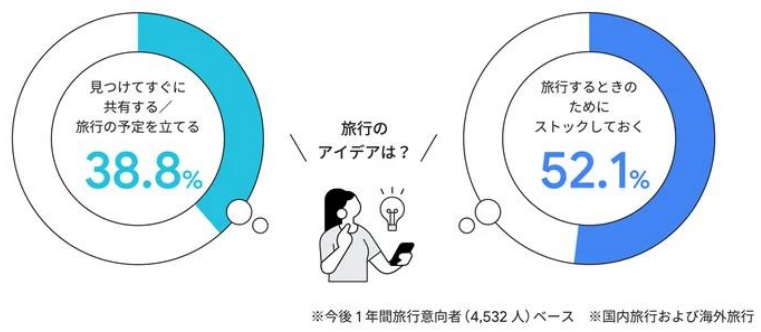
### 旅行の情報意識・行動/旅行情報の形式



### 国内旅行の形態(複数回答)



### 旅行の情報意識・行動/旅行アイデアの活用

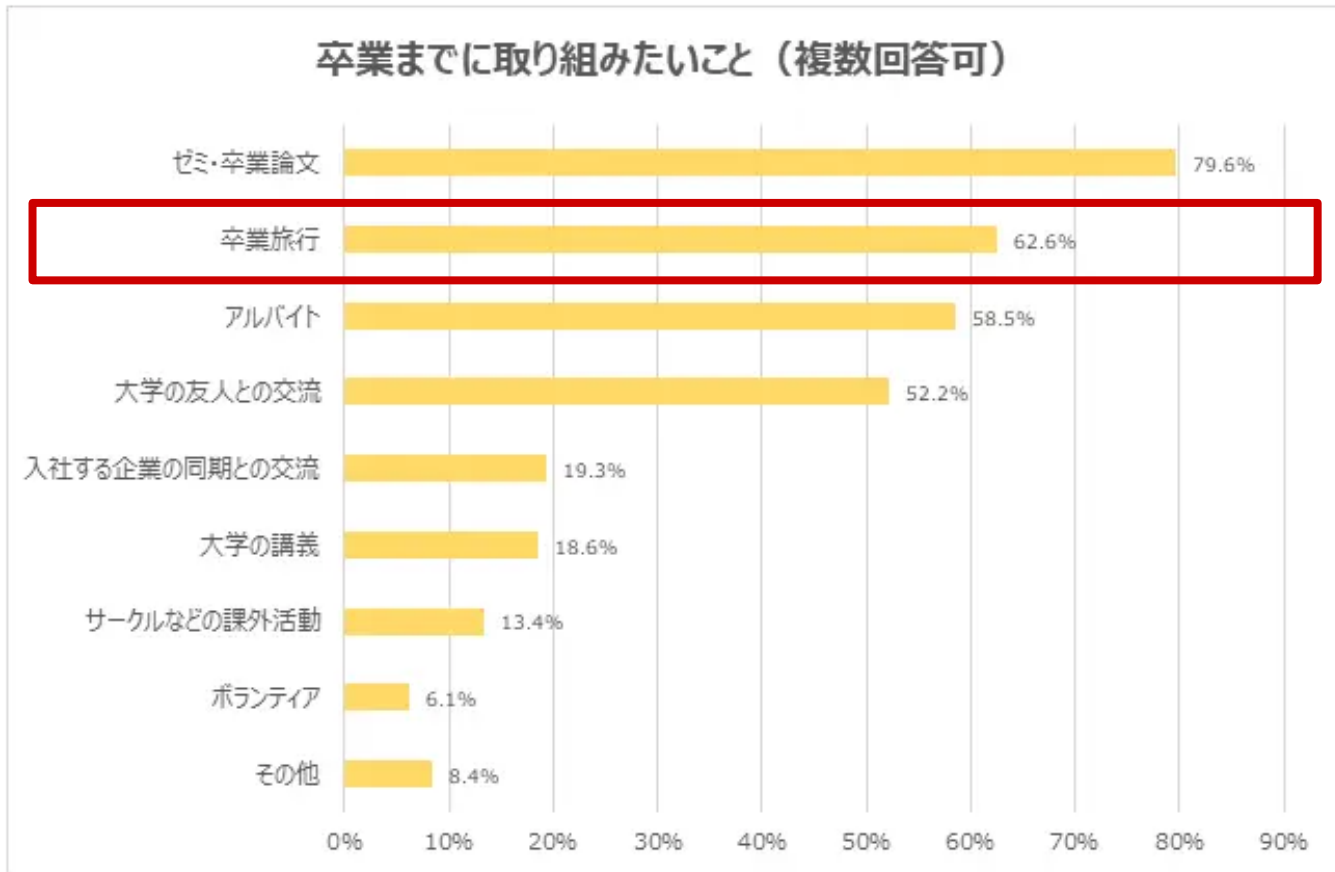


参考: Think with Google  
 (https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ja-jp/consumer-insights/consumer-trends/travel2022-from-quantitativeresearch/)

# 4-3 大学生の卒業旅行意向

## TOPICS

2023年3月卒業（修了）予定の大学生・大学院生への調査で、卒業旅行意向は62.6%と高い結果となった。行動制限により学生生活の多くを自粛期間として満身に過ぎづらかった世代であることから、思い出づくりや友人との交流を動機に、複数回の旅行なども推測される。



参考：EdTechZine  
(<https://edtechzine.jp/article/detail/8590>)

# 4-4 海外旅行市場の動向

## TOPICS

全国旅行支援等で国内旅行市場が活性化するなか、同様に海外旅行需要も徐々に拡大傾向になると考えられる。世界各地で入国規制撤廃の動きも活発化されており、国内生活者も海外旅行が現実的な環境になりつつある。

### JTB、海外ツアー販売を本格再開、タビナカ充実の「航空券 + ホテル」から、添乗員付きサポート充実プランまで

2023年02月03日 #JTB #海外旅行

ツイート

おすすめ 13

メールに転送

このページを印刷

JTBが海外旅行商品の販売を3年ぶりに本格化する。特に、個人型商品のダイナミックパッケージ「ルックJTBMySTYLE」を大幅に強化。2023年6月以降出発の販売を開始した。新型コロナウイルスの「5類」への引き下げ、旺盛なインバウンド需要に伴う航空座席量の回復を機に、海外旅行プロモーションを加速する方針だ。



### ダイナミックパッケージに注力

JTBは、旅行者のオンラインシフト、旅行ニーズの多様化、パーソナライズ化が進んだことから、従来の紙パンフレット展開だけではなく、インターネット販売によってホテルと航空便を組み合わせ、原価に沿った旅行代金を提示する「ルックJTBMySTYLE」を主軸に商品展開する。好きなホテルと航空便を組み合わせる商品だが、商材幅を大きく拡大する。背景には、仕入れ・流通環境のグローバル化、ダイナミックプライシング化が加速していることもある。

参考：トラベルボイス (https://www.travelvoice.jp/20230203-152896)

## データインバウンド

### 2022年夏の旅行需要とトレンド予想、海外旅行者はコロナ禍前65%まで回復へ

2022.07.25 やまごころ編集部

印刷用ページを表示する >

いいね! 13 シェアする Tweet

世界各地で入国規制撤廃の動きが活発化している。旅行市場の回復に期待が高まる中、スペインの旅行調査会社ForwardKeys（フォワードキーズ）が、今夏7～9月の観光動向調査を発表。それによると世界の旅行者数は、コロナ禍前の2019年同期と比較して、全体で65%まで回復する見込みであることがわかった。今年前半（1月～6月）の数値が同46%だっただけに、回復が加速しているといえる。とはいえ、地域によってその回復には偏りがあるとのことだ。また、ホリデーシーズンだけに都市訪問や観光よりも、ビーチリゾートの人気の高いことも明らかになった。

(図・表出典：FrowardKeys, The summer travel outlook 2022 report)

### アフリカ・中近東地域ではパンデミック前の8割強まで回復

下の図は2022年第3四半期（7～9月、6月8日時点）の世界の旅行者数（国際観光客到着数）を2019年同期と比較したものだ。アフリカ・中近東地域は、今年前半よりも20ポイントアップの同17%減と予想され、今夏、最も好調のようだ。

▶全世界の国際観光客到着数の累計（2022年1～6月）および夏季（7～9月）（対2019年比、6月8日時点）

参考：やまごころ.jp (https://yamatogokoro.jp/inbound\_data/47180/)

# 4-5 個人・多様性が尊重される時代の「消齡化」

## TOPICS

博報堂生活総合研究所の30年にわたる調査から、年代ごとの傾向や価値観が減少してきているとされている。今後、年代 / 年齢で価値観や嗜好をセグメントすることは適切ではないと考えられ、観光・旅行市場においても商品開発やプロモーション実施において重要な考え方になると想定される。

マーケ・消費

30年のデータで解析！ 生活者の変化潮流 第37回

### 30年データで突き止めた新ワード「消齡化」 消えゆく年代の壁

2023年01月19日 読了時間：11分

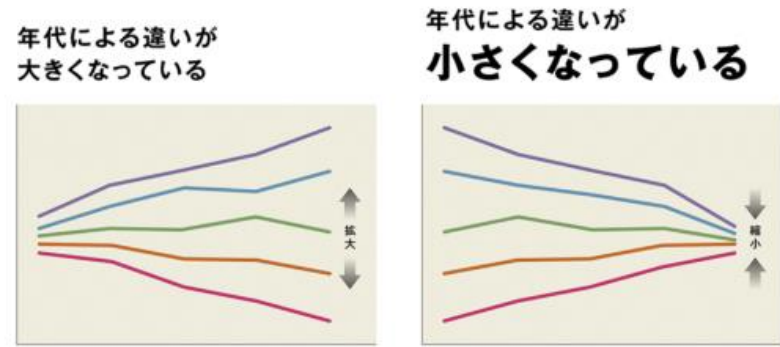
👍 66



近藤 裕香 博報堂生活総合研究所 上席研究員

20代は〇〇、30代は〇〇、40代は〇〇……。価値観や嗜好を年代／年齢によって塊として捉えることはよく行われがちだ。だが、以前は大きかった年代による価値観や嗜好の違いが、実は年々小さくなっていることが分かってきたという。今回は、博報堂生活総合研究所の研究員が、30年にわたる長期時系列調査「生活定点」のデータを基に年代による違いが小さくなっている事柄に着目し、生活者の変化を徹底分析する。

「個の時代」「多様性を尊重する時代」……そんな時流の中、価値観や嗜好の多様化が進み、生活者をまとまりで捉えることが難しくなっています。マーケティングの現場からも、年代でターゲットを区分したりレポートフォリオを構築したりしても、うまくいかないが増えてきたという声をよく耳にすることがありました。皆さんの中にも同様にお感じの方がいらっしゃるのではないのでしょうか。



出典：博報堂生活総合研究所「生活定点」調査

参考：日経XTREND  
(<https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/00401/00037/>)

1

## 当月の誘客実績

当月における松江市への観光入込客数 および 宿泊客数の実績。

2

## 当月の観光協会による実施施策 および 市内観光トピック

当月における松江観光協会が実施した誘客関連施策 および 市内で実施されたイベントやキャンペーントピックの紹介。

3

## 松江観光トレンド

各種観光データやSNS反響などを基に、当月における松江観光のトレンド（傾向）を紹介。

4

## 国内・国外の観光トレンド

各種観光データやWebメディア、オープン調査結果などを基に、当月における国内・国外の観光トレンド（傾向）を紹介。

5

## 考察

①～④の情報を中心に、マーケティング視点での整理・分析による考察を紹介。



**次ページ以降の内容は、松江観光協会（および 専門家）による独自の見解となるため、  
考察内容や今後の動向は保証されるものではありませんので、ご了承ください。**

1

### 観光・旅行需要の中心には「旅行関心層」の影響が大きく 今後は海外旅行需要も高まりを見せ競争激化が想定される

新型コロナウイルスのワクチン接種率や全国旅行支援等の影響もあり高まる観光・旅行需要は、その中心に年に複数回の旅行を行う「旅行関心層」の影響が大きいと伺え、今後は同層において海外旅行も選択肢として現実的になりつつあることから、各地の誘客競争は激化すると考えられる。旅行回数は少ないが関心を持つ層の獲得や、自地域ならではの独自性創出が求められる。

2

### 卒業旅行シーズンは新型コロナウイルス発生以降の活性化が期待

行動制限が緩和されオープンな外出が可能となった現状においては、学生生活の多くを自粛期間として過ごす必要のあった学生にとって重要な時期になると考えられる。特に卒業旅行はこれまでにできなかった思い出作りや友人との交流を動機に、活性化すると推測される。

3

### 年代 / 年齢での価値観や嗜好の傾向が少なくなりつつある「消齡化」で、 これからの観光・旅行ターゲティングはより細かなターゲティングが重要になる。

年代 / 年齢による価値観や嗜好の傾向が少なくなりつつある現代において、市場環境や消費者インサイト（課題や欲求）を読み取り適切なターゲティング設定を行うことが求められる。今後は「消費者にとっての価値」を軸に求めている層を様々な観点でセグメントしつつ、商品開発やプロモーション活動に取り組むことが重要になると考えられる。