

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

2023年 2月分

発行：2023年 3月 22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

2023年2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
346,206	157.88%	66.23%	115,496	161.76%	81.83%

## <主要施設入込客数実績>

- ・2月は美保関灯台が最も多い入込客数で、**37,744人**だった。
- ・2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**6.12%**となった。

## <宿泊施設実績>

- ・2月は松江エリアでの宿泊者数が全体の**70.6%**を占めていた。
- ・当月までの年間実績では松江エリアが**72.3%**で最も多い割合となっている。
- ・2月はビジネスホテルの宿泊者数が全体の**54.7%**を占めており、観光ホテル/旅館は全体の**41.0%**を占めていた。
- ・当月までの年間実績では松江エリアが**53.5%**で最も多い割合となっている。

## <Twitterクチコミ>

- ・2月は1月19日に投稿された山陰まんなか観光局による観光情報投稿の拡散と、2月14日にしまねっこアカウントからの松江フォーゲルパークを紹介する投稿が話題となっていた。
- ・2月はしまねっこによる投稿や17日にTVerから投稿された「バナナマンのせっかくグルメ!!」の紹介など、スポット（観光スポット）に触れる投稿が多かった印象。

## <松江市を訪れた観光客の属性>

- ・2月は**女性比率が若干上回る**実績となった。
- ・2月は**40代以上の年代が全体の半数以上**を占めており、ファミリー/シニア層の観光客が多かったと考えられる。
- ・2月は鳥取が66.3%、広島が16.5%、岡山が3.0%と**約85%が近隣圏からの観光客**となっていた。  
次いで関西エリア（大阪 / 兵庫）からの観光客が11.1%を占めており、東京は2.3%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.20～

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.30～

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.36～

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。

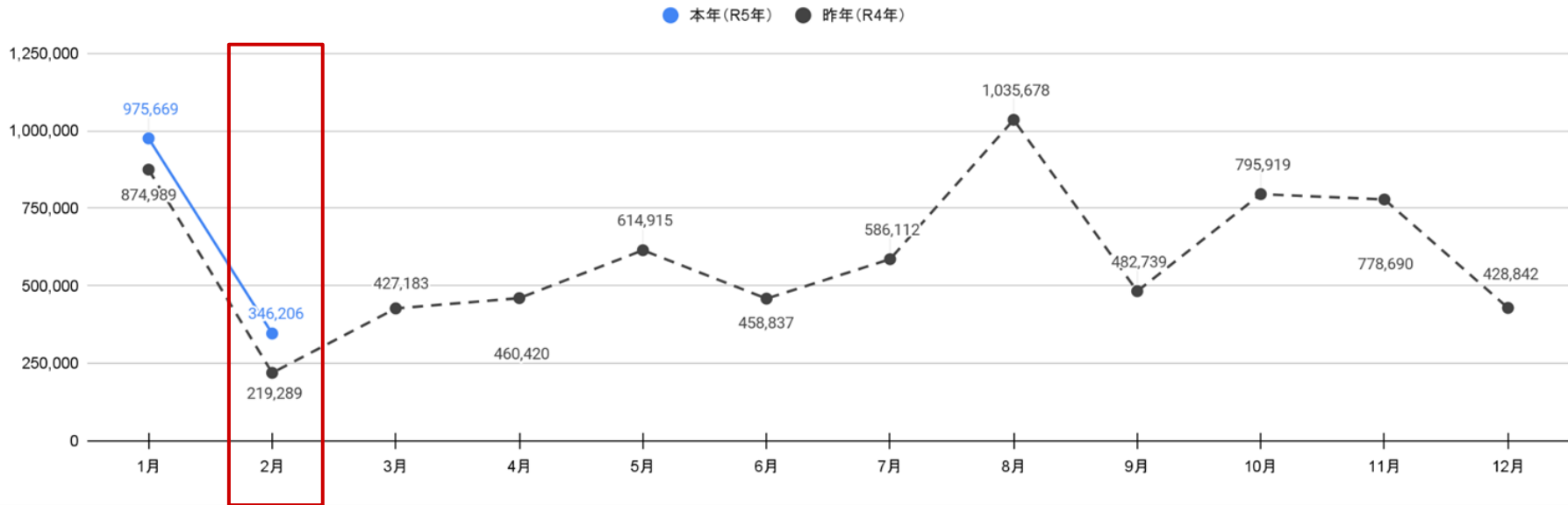
# 1-1-1 観光入込客延べ数実績（昨年比）

## TOPICS

- ・ 2月の観光入込客延べ数実績は**346,206人**だった。
- ・ 昨年比としては**157.88%**となり、大きく上回る実績となった。

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（R5年）	975,669	346,206											1,321,875
昨年（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	428,842	7,163,613
昨年からの割合	111.51%	157.88%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	18.45%

観光入込客延べ数



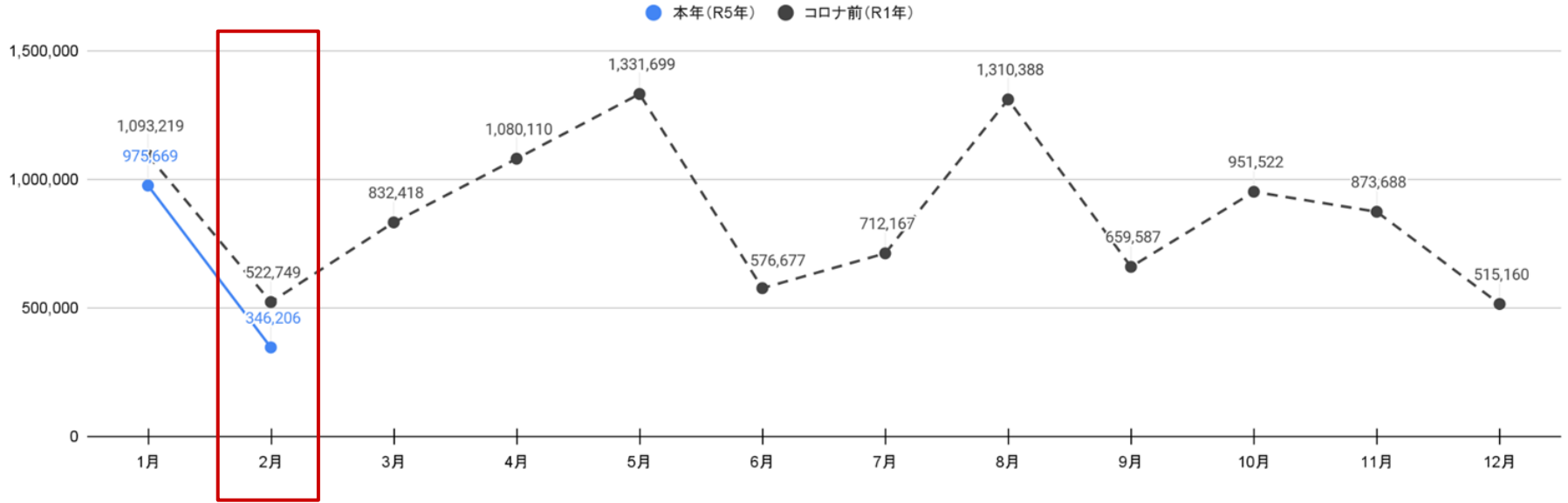
# 1-1-2 観光入込客延べ数実績（コロナ前R1年比）

## TOPICS

・コロナ前（R1年）比としては**66.23%**となり、約6.5割の水準となった。

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（R5年）	975,669	346,206											1,321,875
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
コロナ前からの割合	89.25%	66.23%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	12.64%

### 観光入込客延べ数



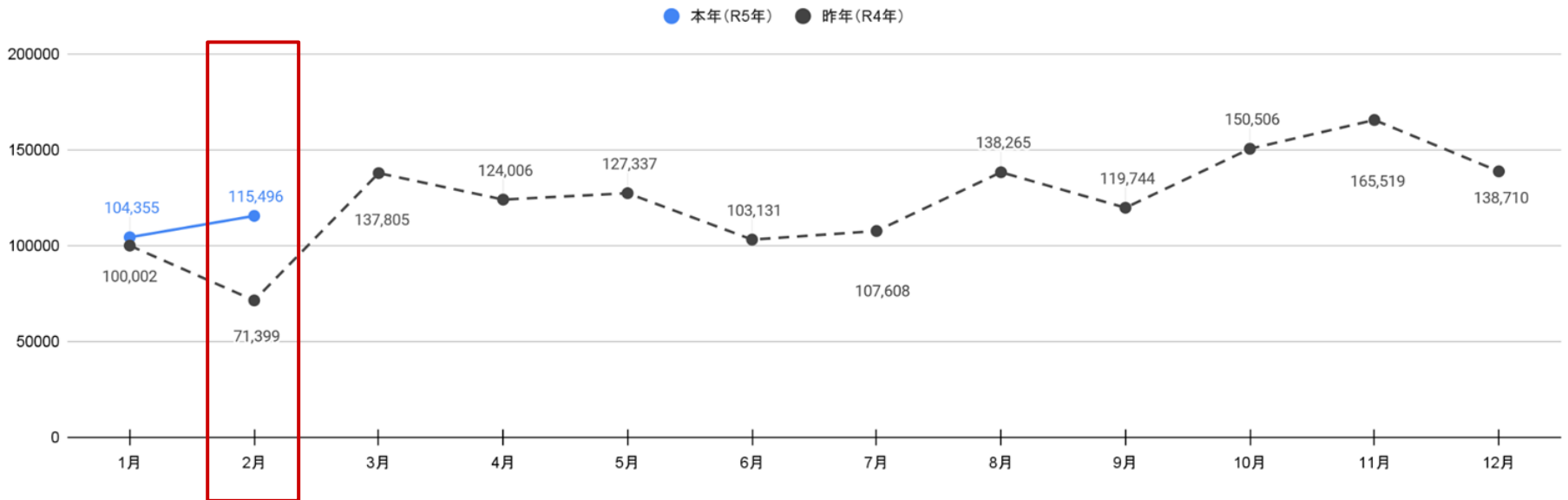
# 1-2-1 宿泊者延べ数実績（昨年比）

## TOPICS

- ・ 2月の宿泊者延べ数実績は**115,496人**だった。
- ・ 昨年比としては**161.76%**と、大きく上回る実績となった。

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（R5年）	104,355	115,496											219,851
昨年（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
昨年からの割合	104.35%	161.76%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	14.81%

宿泊者延べ数





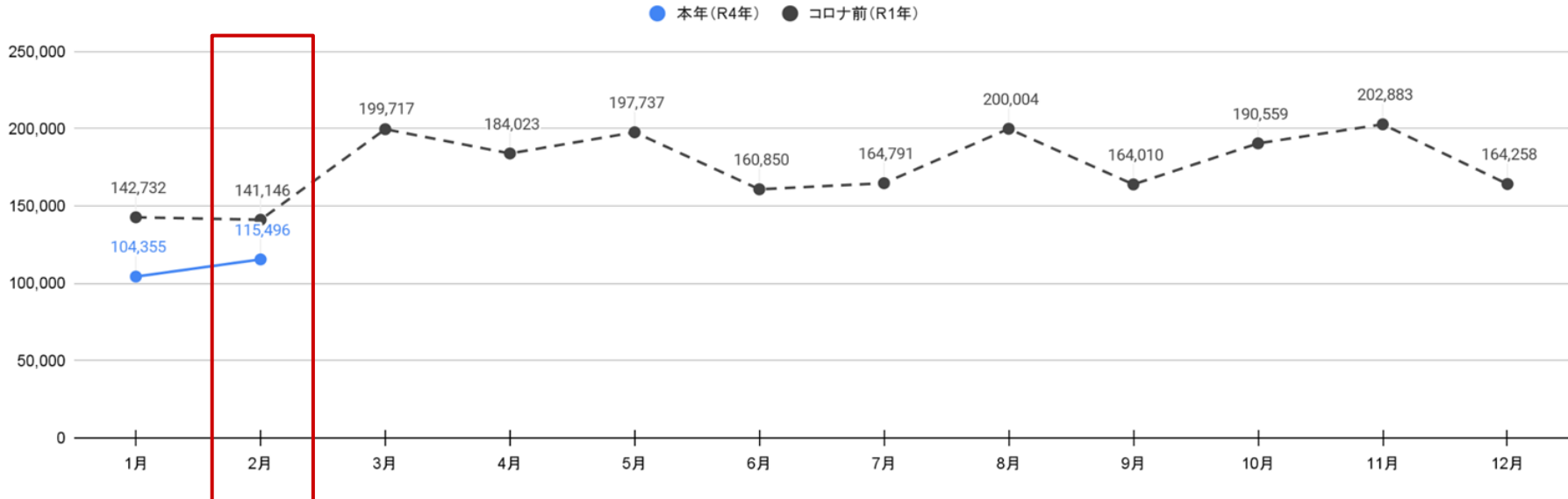
# 1-2-2 宿泊者延べ数実績（コロナ前R1年比）

## TOPICS

・コロナ前（R1年）比としては**81.83%**となり、約8割の水準となった。

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）	104,355	115,496											219,851
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
コロナ前からの割合	73.11%	81.83%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	10.41%

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 まつえ花酔い散歩～立春シン酒まつり～

## 施策名

### まつえ花酔い散歩～立春シン酒まつり～

施策種別	飲食イベント
実施日(期間)	2023.2.4～2023.2.8

松江バル事業

春の訪れを感じる新酒を、  
県内の酒蔵さんが  
振る舞います。

参加店舗  
専用お猪口を持って飲食店(参加店)に行くの特典が受けられます。

**立春**  
SHINSHU-MATSURI  
2023

まつえ花酔い散歩  
～立春シン酒まつり～

2023.2.4 SAT 15:00～19:00  
※参加店舗の営業時間はサイトでお確認ください

会場 橋北：カラコロ広場 橋南：出世稲荷神社境内

01. 会場専用お猪口(500円)をご購入いただけます。
02. 会場で搾りたての地酒や島根県内の酒蔵の新酒の試飲が沢山出来ます。
03. 専用お猪口を持って飲食店(参加店)に行く特典が受けられます。(地酒のサービスなど)

※飲食店での特典は2023年2月8日まで受けられます。

主催：立春シン酒まつり！実行委員会  
(堀ふくまる、AAO 様、衛酒屋の宇山)  
協賛：松江商工会議所 協力：出世稲荷神社

お問い合わせ  
酒屋の宇山 ☎0852-26-7788  
(担当：宇山清平)

### ■ 施策概要

<松江バル事業> 春の訪れを感じる新酒を、  
県内の酒蔵さんが振舞います! 🐷🍷

【参加予定酒造】  
米田酒造(立春朝搾りあり)／簸上清酒(立春朝搾りあり)／  
李白酒造／富士酒造／旭日酒造／若林酒造／奥出雲葡萄園

🍷2月4日(土)15:00～19:00  
【会場】(橋北)カラコロ工房、(橋南)出世稲荷神社境内  
会場専用カップ(500円)を購入すると、  
搾りたての地酒や島根県内の酒蔵の新酒の試飲が出来ます。  
※各会場先着100名様は「しまねっこお猪口」

🍷2月4日(土)～2月8日(水)  
【会場】参加店舗  
専用カップ／お猪口を持ってイベント参加飲食店に行く  
特典が受けられます!

# 2-2 石見神楽 IN 玉造温泉

施策名

## 石見神楽 IN 玉造温泉

施策種別 演劇

実施日(期間) 2023.1.14~2023.3.5



### ■ 施策概要

日本国内はもちろん、海外でも大きく評価され、2019年5月には「日本遺産」にも登録された「石見神楽」は、島根県の西部の石見地方に伝わる里神楽で、各地区毎の祭礼の際に夜を徹して演じられてきました。演目の数は30数演目に及び、その多くが日本書紀を題材とし、現在では、各種大会、婚礼のアトラクション等でも欠かす事のできない郷土の代表的な伝統芸能となっています。

今回は、神話ゆかりの地松江市玉湯町「玉造温泉」で、石見でも人気のある「都治神楽社中」による演目をお楽しみいただけます。

なお、各旅館では「石見神楽鑑賞券付の特別プラン」も登場!

【一般販売分のご予約・お問合せ】玉造温泉旅館同組合 事務局 TEL:0852-828286 FAX:0852-828287 E-MAIL: 0852-62-0634 (FAX) https://tamayoshi.com/

# 2-3 牡丹コラボレーション假屋崎省吾展 2023

**施策名**

牡丹コラボレーション假屋崎省吾展 2023

<b>施策種別</b>	展覧会
-------------	-----

<b>実施日(期間)</b>	2023.1.21~2023.3.31
----------------	---------------------



**■ 施策概要**

繊細で大胆な作風と独特の色彩感覚に定評があり、国内外で幅広く活躍する華道家 假屋崎省吾氏を迎え、「江戸をいける 花札の図柄をテーマにした試み part5」をテーマにした作品が登場します。期間中は、由志園内各所にて、牡丹の新しい世界を引き出す作品が展示されます。

🌸 假屋崎省吾展 極彩色ライトアップ ファイナルイルミネーション 🌸  
 夜間に桜色のライトアップイルミネーションと桜吹雪のプロジェクションが、假屋崎氏の極彩色の作品群を桜色に染め上げます。  
 2023年1月21日(土)～2月26日(日)  
 17:00～20:00

由志園 YUSHIEN  
 0852-76-2255  
 10:00～17:00  
<https://www.yushien.com>

# 2-4 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。

# 2-5 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★～

# 2-6 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  
※18時までにご予約下さい。

### ■ 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。



# 2-7 縁雫を巡る旅

施策名

## 縁雫を巡る旅

施策種別 観光イベント

実施日(期間) 2020.7.1~2023.3.31

Happy Raindrops IN MATSUO

縁雫を巡る旅

あまつぶおんでん

あえにしづく

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!

参加申込場所 松江観光観光案内所 .....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センター .....TEL.0852-20-7000 月9:30~18:00

参加料 1,500円 ※47~ストーン小瓶代・消費税込含む 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

- ・2月は美保関灯台が最も多い入込客数で、**37,744人**だった。
  - ・2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**6.12%**となった。
- ※松江フォーゲルパークは集計中となります。

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	12,848	18,264											31,112
	松江市 観光入込客延べ数割合	1.32%	5.28%											3.30%
ぐるっと 松江堀川めぐり	本年度実績	7,582	9,378											16,960
	松江市 観光入込客延べ数割合	0.78%	2.71%											1.74%
カラコ工房	本年度実績	9,952	12,741											22,693
	松江市 観光入込客延べ数割合	1.02%	3.68%											2.35%
松江 フォーゲルパーク	本年度実績	10,718	-											10,718
	松江市 観光入込客延べ数割合	1.10%	-											1.10%
由志園	本年度実績	10,483	9,848											20,331
	松江市 観光入込客延べ数割合	1.07%	2.84%											1.96%
八重垣神社	本年度実績	59,017	12,028											71,045
	松江市 観光入込客延べ数割合	6.05%	3.47%											4.76%
美保神社	本年度実績	145,100	36,900											182,000
	松江市 観光入込客延べ数割合	14.87%	10.66%											12.77%
美保関灯台	本年度実績	43,873	37,744											81,617
	松江市 観光入込客延べ数割合	4.50%	10.90%											7.70%
平均	本年度実績	41,299	21,176											62,474
	松江市 観光入込客延べ数割合	4.23%	6.12%											5.17%

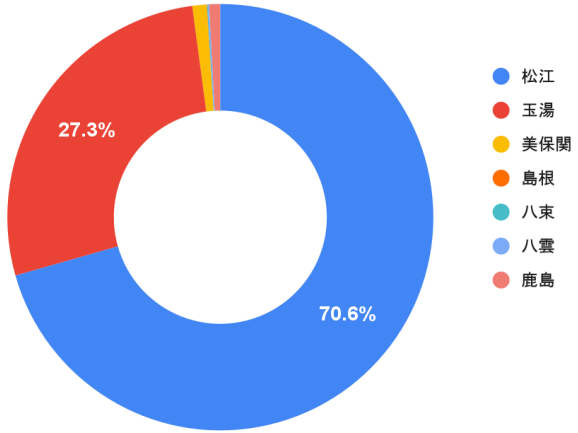
# 3-2-1 宿泊施設の種別毎宿泊者数実績（エリア別）

## TOPICS

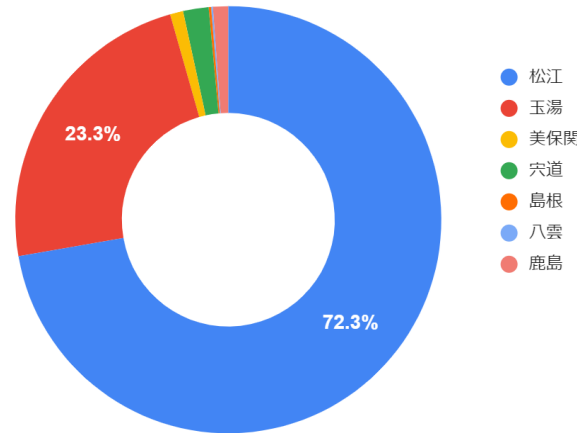
- ・ 2月は松江エリアでの宿泊者数が全体の**70.6%**を占めていた。
- ・ 当月までの年間実績では松江エリアが**72.3%**で最も多い割合となっている。

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	76,112	81,523											78,818
玉湯	23,733	31,538											27,636
美保関	1,004	1,233											1,119
穴道	1,976	-											1,976
島根	195	37											116
八束	28	80											54
八雲	130	115											123
鹿島	1,177	970											1,074
合計	104,355	115,496	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	110,914

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)



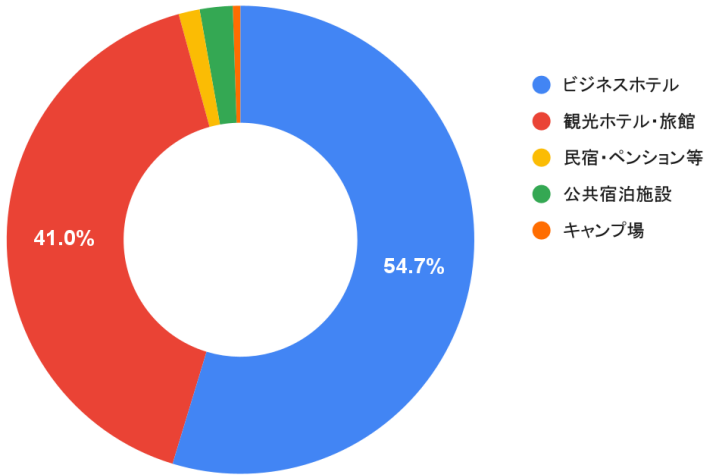
### 3-2-2 宿泊施設の種別毎宿泊者数実績（種類別）

#### TOPICS

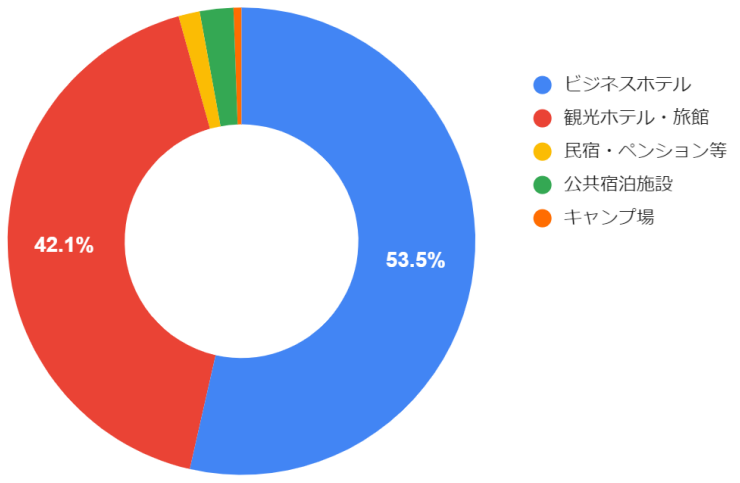
- ・ 2月はビジネスホテルの宿泊者数が全体の**54.7%**を占めており、観光ホテル/旅館は全体の41.0%を占めていた。
- ・ 当月までの年間実績では松江エリアが**53.5%**で最も多い割合となっている。

種類別 / 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	57,072	59,236											58,154
観光ホテル・旅館	42,833	54,347											48,590
民宿・ペンション等	1,524	1,087											1,306
公共宿泊施設	2,372	826											1,599
キャンプ場	554	-											554
合計	104,355	115,496	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	110,203

宿泊施設の種別毎宿泊者割合\_種類別(当月)



宿泊施設の種別毎宿泊者割合\_種類別(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）

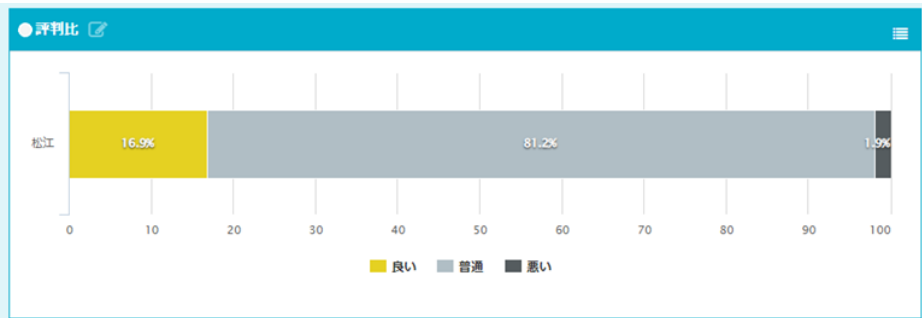
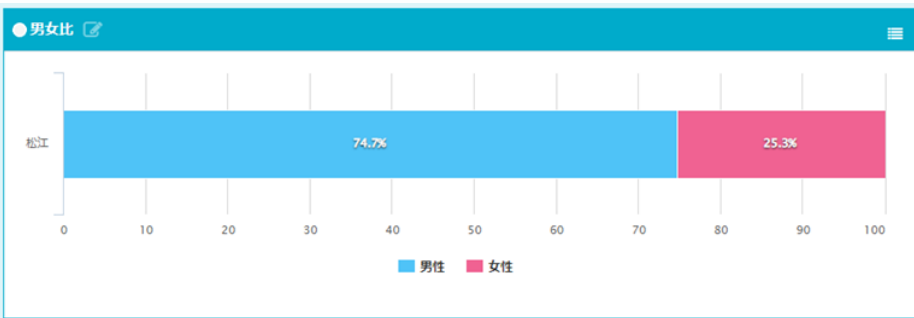
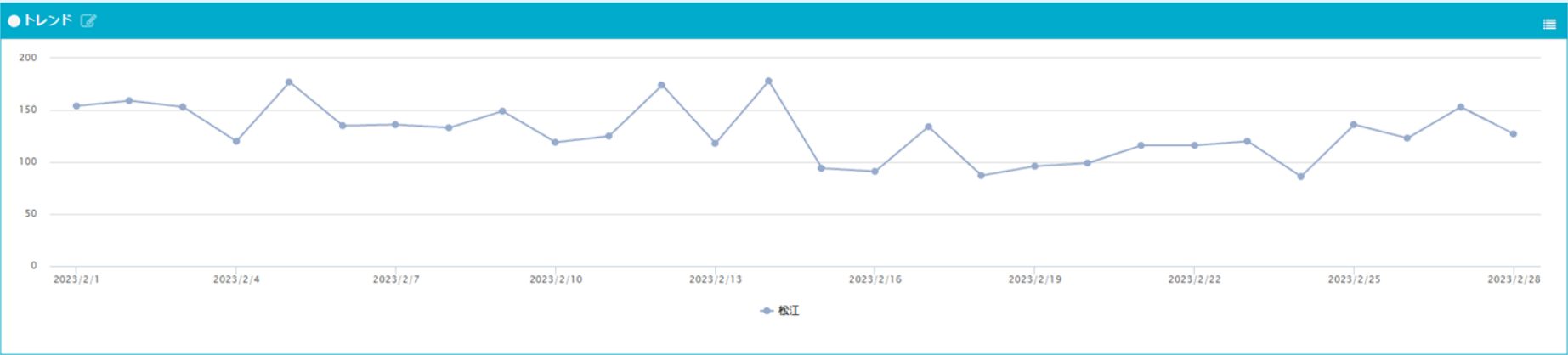
## TOPICS

- ・ 2月は1月19日に投稿された山陰まんなか観光局による観光情報投稿の拡散と、2月14日にしまねっこアカウントからの松江フォーゲルパークを紹介する投稿が話題となっていた。

投稿数

想定 **3,608** 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。  
※「人身事故」キーワードを除外。



※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】2月に話題になっていた投稿

 **山陰まんなか観光局**  
@saninmannaka

鳥根県東部（出雲・松江・安来）～鳥取県西部（米子・境港・大山エリア）の観光情報を発信中📢  
ブログ「ココピトの綴り」では山陰まんなか在住のインスタグラマーたちが有名どころからマイナーどころまでご紹介🌟  
鳥取・島根旅のヒントにどうぞ👀

時々Instagramでフォトコンテストも開催しています📷



午前11:20 · 2023年1月19日 · **63.2万** 件の表示

148 件のリツイート 7 件の引用 1,029 件のいいね 9 Bookmarks

参考：Twitter  
(<https://twitter.com/saninmannaka/status/1615896908442259458>)

 **しまねっこ【公式】**  
@shimanekko\_

こんにちはやう！  
キレイにや花がたくさんや🌸  
ハッピーにや気分になやるにや(๑\_๑)  
#松江フォールパーク #バレンタイン  
#花 #観光スポット #しまねっこ



午前11:55 · 2023年2月14日 · **1.5万** 件の表示

86 件のリツイート 1 件の引用 833 件のいいね

参考：Twitter  
([https://twitter.com/shimanekko\\_/status/1625327949045207040](https://twitter.com/shimanekko_/status/1625327949045207040))

### 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

- ・2月はしまねっこによる投稿や17日にTVerから投稿された「バナナマンのせっかくグルメ!!」の紹介など、スポット（観光スポット）に触れる投稿が多かった印象。

#### ● 頻出関連語 ワードクラウド

安来 玉造 奥出雲 玉造温泉 楽天 トラベル 島根旅行 島根 全国旅行 出雲 湖温泉 支援 米子 宍道湖 紹介 松江観光 松江城 鳥取 感想 5点満点 出雲大社  
スポット 美味しい 開催 詳細 評価 境港 景色 山陰 matsue 参加 クーボン 小泉八雲 温泉旅館 アップ エリア 良い サンテレビ クチコミ ランキング 国内宿 売上  
西部 お知らせ ヒント お待ち フォトコンテスト 青柳尊哉 ココピトの綴り 館プロ 観光情報 saninmannaka bilibili最新 是非ご覧 有名どころ  
まんなか在住 マイナーどころ Instagram 大山エリア ブログ bilibili 島根旅 東部 大使 松江国際 tachipro 島根の温泉 ホテル一畑 inc バナナマン  
美術館 国内旅行 グルメ おすすめの温泉 島根観光 終了 島根県立 松江市内 文アル アルスタンプラリー 受付時間 各館最終 嬉しい 天然温泉 しま  
人気ホテル matsuenjoy 島根の人気 フォーゲルパーク TVer 湯元 一畑電車 一橋 寒波 堀川の川 大寒波襲来 人気 horikawa yuuran kankou 御宿 キレイ  
松江神社 バレンタイン 大好き 宿泊 早い 野乃松江 プラン 気分 田舎 バス 松江旅行 shimanekko matsuekatsurice ラジオ 下り 節分 新温泉 地名表示 じみ  
兵庫県内 ハッピー 案内標識 やるにゃ 鳥取県内 こん masu 再訪 場所 山陰の人気 mikan | メール 出雲そば 珍しい 300室部門 訪問 お得 翠苑 中央テレビ  
山陰の城 栗原響大 興味津々 使用 一畑 目の前 島根半島 ユニバーサルホテル 出雲松江 県庁所在地 登場 絶景 OFF 満天の星空 23無限バス 家族旅行  
アウトドア施設 水の都 パノラマ tbs 高台 cameragirls 非常 マリンパーク多古鼻 玉井別館 可愛い オフ 観光プラン ご覧 支援割 お茶 天気 和菓子 TBS  
ツイート 最高 水の都松江 わらび餅 付近 お菓子 風呂 一体 あんこ スサノオマジック お庭 ニッキ sekkaku 浮城 寒い 是非 LiLica 秋山結希 掲載

※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。

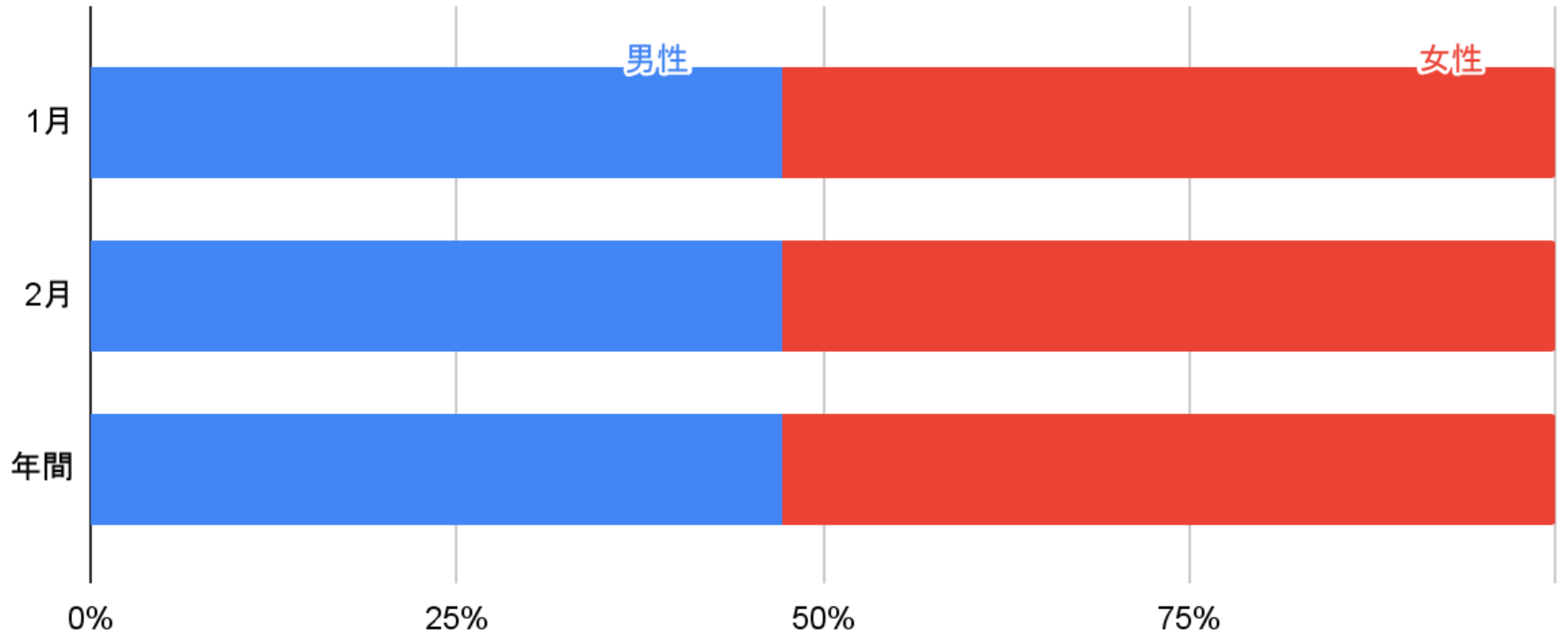


### 3-4-1 松江市を訪れた観光客の属性（性別）

#### TOPICS

・2月は**女性比率が若干上回る**実績となった。

#### 島根県民を除く松江観光客の性別割合実績（2023年）



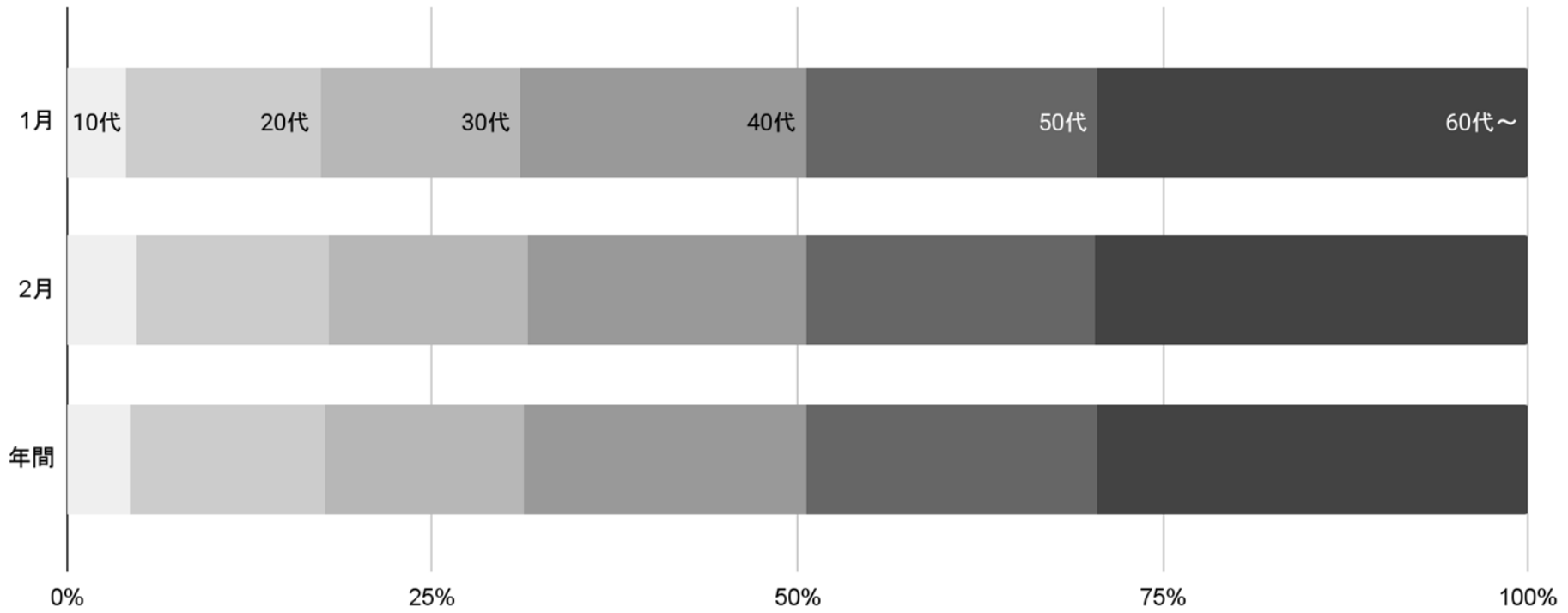
※本データは生活者のスマートフォン端末等からデータを分析する「トチカチ」ツールを基に算出しています。  
※対象エリアは「松江駅」「松江城」「松江しんじ湖温泉」「玉造温泉」の各エリア周辺となります。

### 3-4-2 松江市を訪れた観光客の属性（年代別）

#### TOPICS

・ 2月は**40代以上の年代が全体の半数以上**を占めており、ファミリー/シニア層の観光客が多かったと考えられる。

島根県民を除く松江観光客の年齢別割合実績(2023年)



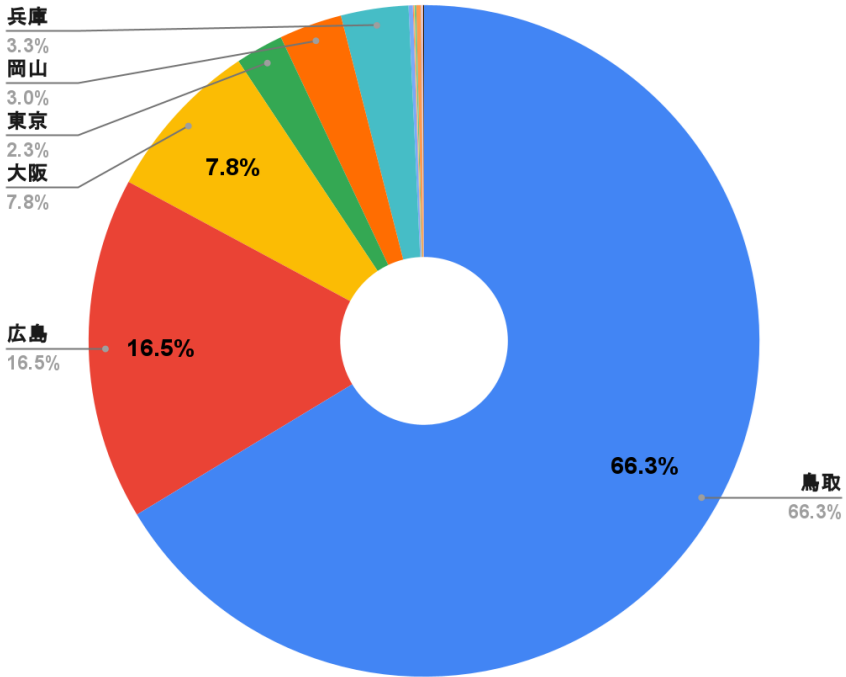
※本データは生活者のスマートフォン端末等からデータを分析する「トチカチ」ツールを基に算出しています。  
※対象エリアは「松江駅」「松江城」「松江しんじ湖温泉」「玉造温泉」の各エリア周辺となります。

### 3-4-3 松江市を訪れた観光客の属性（都道府県別）

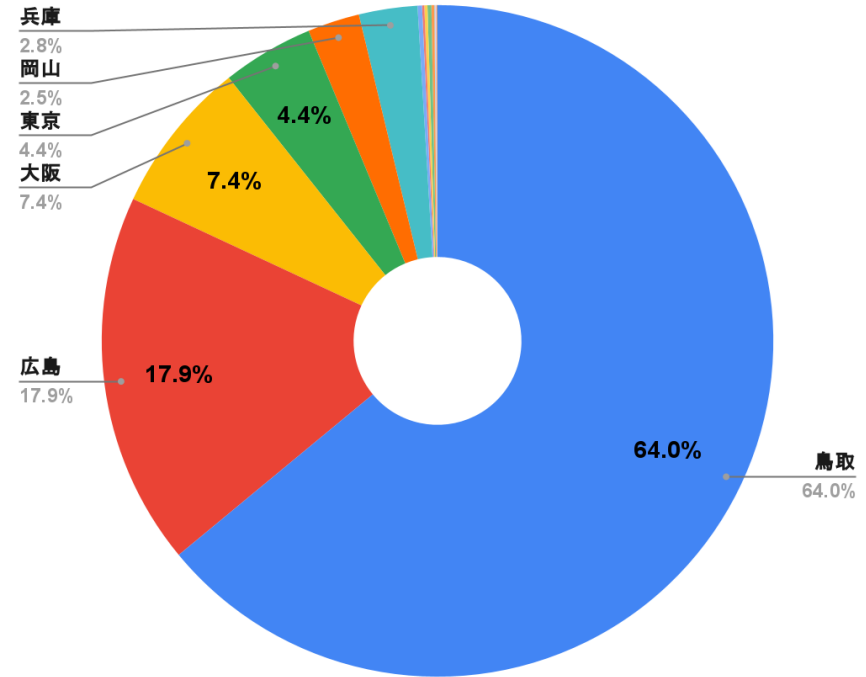
#### TOPICS

・2月は鳥取が66.3%、広島が16.5%、岡山が3.0%と約85%が近隣圏からの観光客となっていた。  
 次いで関西エリア（大阪 / 兵庫）からの観光客が11.1%を占めており、東京は2.3%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（2023年2月）



島根県民を除く松江市への都道府県別観光客割合（2023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 アウトバウンド（日本人の海外旅行）促進の動き

### TOPICS

観光庁がアウトバウンド（日本人の海外旅行）の本格的な回復を進める動きを展開。コロナ前(2019年)の出国日本人数2,000万人水準への回復を図る政策パッケージを策定した。2022年度は全国旅行支援などの取り組みによる国内観光を活性化する動きが目立ったが、各国の水際対策緩和を鑑みて、イン・アウトバウンド強化に注力されていくと推測される。

### 観光庁、出遅れている日本人の海外旅行の回復に向け3本柱を推進、若者やシニア層、海外修学旅行の促進など

2023年03月15日 [#海外旅行](#) [#行政、政策](#) [#観光庁](#)

ツイート

おすすめ 24

メールに転送

英語で読む

このページを印刷

観光庁は、アウトバウンド（日本人の海外旅行）の本格的な回復を進めるため「アウトバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」を策定した。日本旅行業協会(JATA)などと連携し、2019年の出国日本人数2000万人水準への回復を目指す。

政策パッケージでは、東アジア、欧米豪、ASEANなどの各方面でイン・アウト双方の観点から重点国・地域を設定し、一層強力な取り組みを推進するため、3つの柱を掲げた。



参考：トラベルボイス  
(<https://www.travelvoice.jp/20230315-153133>)

# 4-2 2023年2月の外国人旅行者実績

## TOPICS

日本政府観光局（JNTO）の発表では、2023年2月の訪日外国人旅行者数は147万5,300人で、シンガポールや中東など、2019年を超えた市場もあった。韓国・台湾・香港・タイなどのアジア諸国を中心に、日本への海外旅行需要は増加が見られ、今後の重要ターゲットになると考えられる。

### 【図解】訪日外国人数、2月も150万人、シンガポールや中東は2019年超えに — 日本政府観光局（速報）

2023年03月15日 #図解シリーズ #訪日インバウンド #訪日外客数 #JNTO #統計

[ツイート](#) [おすすめ 23](#) [メールで送信](#) [英語で読む](#) [このページを印刷](#)

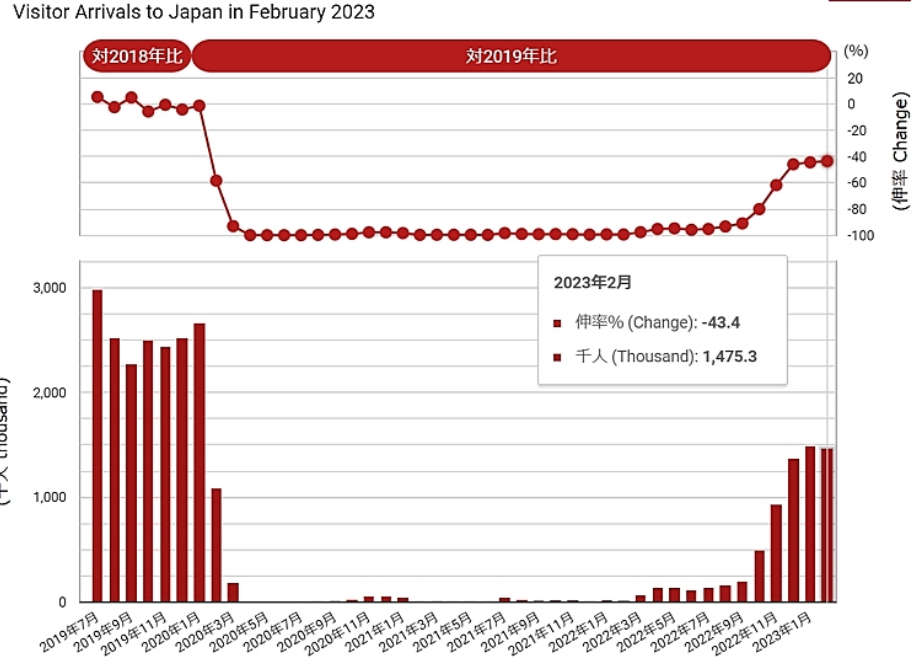
日本政府観光局（JNTO）によると、2023年2月の訪日外国人旅行者数（推計値）は147万5300人で、前月（2023年1月：149万7300人）とほぼ同水準となった。JNTOでは、1月の旧正月の反動と桜シーズンを控えた閑散期であることが影響し、特に東アジア市場の客足が鈍かったと説明。ただし、それ以外の市場は回復傾向が続き、シンガポールや中東など、2019年を超えた市場もあった。2019年の実績との比較では、43.4%減（2019年の実数：260万4322人）。



地域別では、訪日客数の多い順に、韓国が56万8600人（2019年比20.6%減）、台湾が24万8500人（同37.8%減）、香港が11万9400人（同33.4%減）、米国が8万6900人（同6.2%減）、タイが7万3300人（同32.0%）。

航空データOAG社のデータを見ると、国内主要空港（成田、関空、羽田、福岡、名古屋、札幌）に到着した国際線の便数は前年比275.8%増の1万721便、座席数は263.9%増の256万3140席。主要6空港以外にも、函館や青森など14空港に広がっており、地方を訪れる訪日客が増えている。

### 訪日外国人数 2023年2月期 travel voice



出典：日本政府観光局 source: Japan National Tourism Organization

参考：トラベルボイス  
(<https://www.travelvoice.jp/20230315-153132>)

## TOPICS

日本政府が3月1日、中国からの入国者に対する水際対策を緩和、中国からのインバウンド観光市場が復調の兆しを見せ始めている。SNSでは「今年の桜には間に合わないが、夏には必ず日本に旅行に行く」などの投稿も観られており、5月のGW頃から復調が見られると推測される。

### 国内観光が回復する中国、海外との往来も活発化。日本政府 中国からの入国規制を緩和

2023.03.01 やまごころ編集部

印刷用ページを表示する >

いいね! 4 シェアする Tweet

#### 世界の動きまとめ >

中国政府は海外への団体旅行を一部再開したが、これに伴い、今年は中国の観光市場が急回復するとの予測が示されている。一方、日本政府は中国からの入国者に対する水際対策の緩和を発表したため、日中間の往来正常化への期待が膨らみつつある。今回は中国の観光市場の動きを中心に紹介する。

#### 2023年の出入国旅行者数、前年比2倍の9000万人と予測

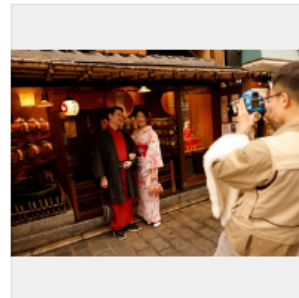
海外への団体旅行を解禁した中国では、出入国旅行が回復に向かうと見られている。中国政府系シンクタンク、中国旅行研究院が2月23日に発表したレポートによると、今年は外国から中国を訪れる観光客や、海外旅行に出かける中国人観光客が前年比2倍の延べ9000万人に上ると予想されている。コロナ禍前の2019年比では、31.5%まで回復する見通しだ。

コロナ禍前の2019年には、中国人海外旅行者数は延べ1億6600万人、観光消費額が2700億ドル（約36兆8000億円）に上り、中国が世界最大の観光客送り出し国となっていた。

参考：やまごころ.jp  
([https://yamatogokoro.jp/column/corona\\_world/49489/](https://yamatogokoro.jp/column/corona_world/49489/))

### 復活する中国人観光客 「爆買い」後の消費スタイルとは？

3/20(月) 6:01 配信 8 8 8 8 8 8 8 8



中国人観光客が日本に求めるものは変わりつつある（ロイター/アフロ）

中国からのインバウンドがいよいよ本格化しそうだ。日本政府は3月1日、中国からの入国者に対する水際対策を緩和した。日本から中国に戻る際のPCR検査や隔離措置がなくなったこと、中国で個人旅行のビザ発給が再開されていること、3月下旬から、中国からの航空便の増便が決定したことなどの要素が重なり、追い風となっている。果たして、中国人観光客の「爆買い」は復活するのか。

#### 「日本に行きたい」中国人観光客像は

東京で桜の開花が過去最速で宣言された日、上海に住む筆者の友人はSNSにこう書き込んでいた。

「今年の桜には間に合わないが、夏には必ず日本に旅行に行くぞ！」

参考：Wedge  
(<https://wedge.ismedia.jp/articles/-/29751>)

## 4-4 企業とDMOの連携事例（日産×青森県・津軽14市町村）

### TOPICS

日産自動車、青森県津軽圏域14市町村を束ねる地域連携DMO「Clan PEONY 津軽（クランピオニー つがる）」、日産サテオ弘前の三者は、津軽圏域14市町村での日産キャラバン（車中泊の車両）を活用した「津軽圏域14市町村の観光推進に向けた連携に関する」協定を締結した。地域観光を担うDMO組織として、企業との連携による課題解決・魅力づくりの先進事例になると考えられる。

## 日産とDMOが連携で、青森県・津軽14市町村を「車中泊」でめぐるツアープラン、2次交通や宿泊施設不足の解消へ実証実験

2023年03月22日

#DMO

#国内旅行

#業務提携

ツイート

おすすめ1

メールに転送

このページを印刷

日産自動車、青森県津軽圏域14市町村を束ねる地域連携DMO「Clan PEONY 津軽（クランピオニー つがる）」、日産サテオ弘前の三者は、津軽圏域14市町村での日産キャラバン（車中泊の車両）を活用した「津軽圏域14市町村の観光推進に向けた連携に関する」協定を締結した。津軽圏域14市町村で、車中泊をベースとした市内観光プランの実証実験を行う。



参考：トラベルボイス  
(<https://www.travelvoice.jp/20230322-153158>)



# 4-5 観光資源を活かす体験価値提供事例（プリンスホテル）

## TOPICS

西武・プリンスホテルズワールドワイドは、全国で運営するプリンスホテルでブランディング新戦略を展開、そこでしかできない特別な体験価値を広く伝えていく方針を進めている。ザ・プリンス 箱根芦ノ湖では、「棧橋プライベートBAR」として、1日1組限定で湖の波の音や風の音、夕日とともに富士山や箱根外輪山の絶景を眺めながら食事ができる時間を提供する。

### プリンスホテル、新ブランディング戦略で「本物の絶景」を訴求、一等地に立地する強み活かした体験価値を提供

2023年03月20日 #ホテル・旅館 #経営戦略、事業計画

ツイート おすすめ6 メールに転送 このページを印刷

西武・プリンスホテルズワールドワイドは、全国で運営するプリンスホテルでブランディング新戦略を展開する。そこでしかできない特別な体験価値を広く伝えていく方針だ。



100年を超える歴史を持つプリンスホテルは、その多くの施設が、地域の一等地に立地していることから、全国で「本物の絶景」を訴求する。この強みを活かし、ただ眺めるだけではない「本物の絶景体験」を提供するホテルに進化させていく。

例えば、ザ・プリンス パークタワー東京では、窓全体に映る「東京タワー」を観るだけではなく、宿泊者自身の手で彩る窓アート体験ができるステイプラン「Tokyo Window Art」を販売。ザ・プリンスギャラリー 東京紀尾井町では、35階の「WASHOKU 蒼天 SOUTEN」で時間や席で景色が変わるレストラン内5つのエリアを巡りながらコンテンポラリーな料理とペアリングを楽しめるラウンドディナーを用意する。

ザ・プリンス 箱根芦ノ湖では、プライベート空間として演出した「棧橋プライベートBAR」を設置。1日1組限定で、湖の波の音や風の音、夕日とともに富士山や箱根外輪山の絶景を眺めながら、食事ができる時間を提供する。



報道資料より

参考：トラベルボイス (https://www.travelvoice.jp/20230320-153146)

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 イン・アウトバウンド復調による外国人観光客の増加

2022年は全国旅行支援など、国内観光の復調を主な取り組みとして推進していた政府や各地域だったが、2023年は各国の水際対策緩和に伴う、イン・アウトバウンド復調を目指す制作や取り組みが増加すると考えられる。国内観光客は外国も旅行先として検討しやすくなったことにより、競合増加するデメリットな側面もあるが、外国人旅行客をターゲットとした取り組みにより新規層の誘客・宿泊を促進する機会になると考えられる。

### 2 企業連携や観光資源を活用した課題解決・体験価値創造

各地域の強みを活かす、弱みを解決する取り組みとして、企業との連携や観光資源を見直した体験価値の創造など、様々な手法が展開され始めている。組織や既存概念に捉われず、新しい視点や協力体制を築いた柔軟な取り組みが求められる。岐阜県の武者行列に木村拓哉氏が信長役として出演した話題を例としても、「映画や舞台」などのPRを兼ねた取り組みとして招致を行うなど、各地域が取りうる手法は多岐に渡っていることが市場傾向としても読み取れる。時には地域の観光資源を引き出し、時には外部コンテンツ（企業の技術やタレントの影響力）を取り入れるなど、商品造成・情報発信などの活動で幅広い視点が重要になると考えられる。