

令和7年度洲本市における観光地域づくりに関わる事業 (中心市街地エリアの再活性化に向けた遊休地等利活用可能性調査業務) 報告書 概要版

事業概要と観光動向

■本業務の目的

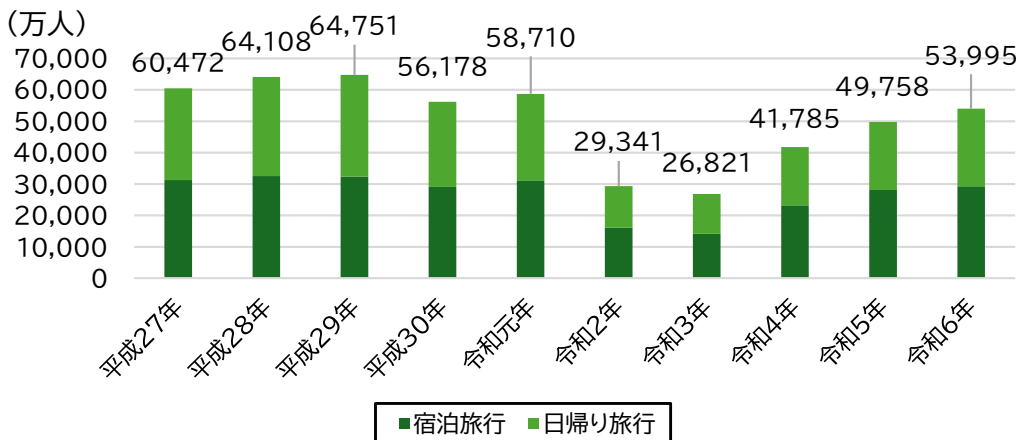
洲本市の中心市街地(本町・栄町周辺等)には、十分に活用されていない遊休地が点在しており、地域の景観や活力の低下を招く要因となっている。令和7年1月には、城下町地区が兵庫県の「空家等活用促進特別区域」に指定され、空家等の流通・利活用の促進が期待される一方、淡路島内では空家を活用した民泊施設の増加に伴い、騒音やごみ、違法駐車などによる住民とのトラブルも発生し、適切な利活用の在り方が求められている。

上記の背景を踏まえ、中心市街地エリアにある遊休地や地域資源を適切に活用して地域の再活性化や持続可能な観光振興を図るため、遊休地等利活用可能性調査を実施し、利用者ニーズや住民の意見を多角的に分析することで、今後の政策立案や誘客強化を目的とし、本業務を実施した。



■我が国の観光動向

日本人国内旅行者数は、新型コロナウイルスの影響で令和2年以降大きく減少した。その後、令和4年以降は回復傾向となっている。

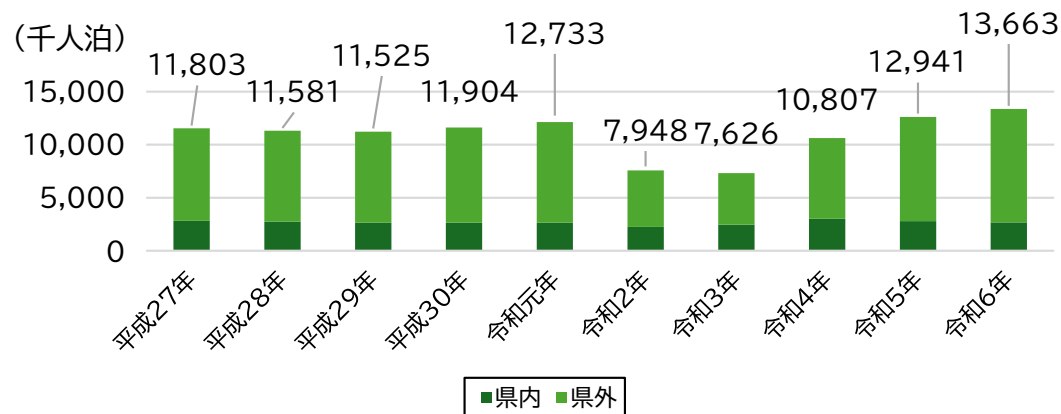


日本人国内宿泊旅行及び日帰り旅行延べ人数の推移(観光庁「旅行・消費動向調査」)

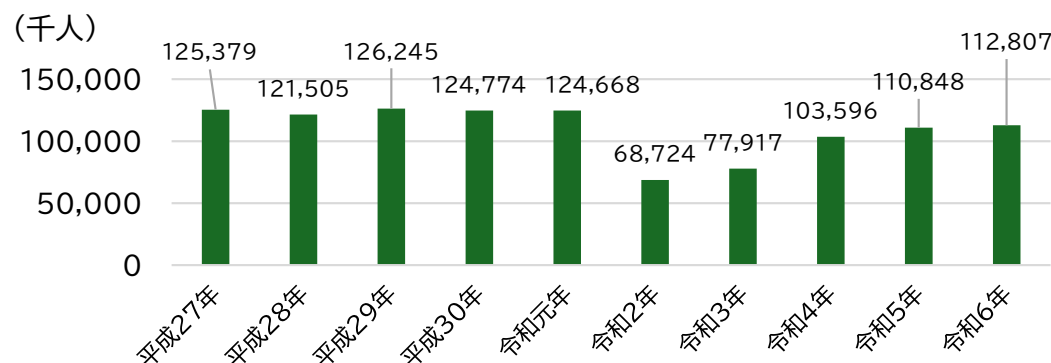
■兵庫県の観光動向

兵庫県内の延べ宿泊者数は、令和2年以降、新型コロナウイルスの影響を受け、特に県外の来訪者が大幅に減少し、落ち込んでいたが、令和5年にはコロナ前を上回る12,941千人となった。

一方、延べ日帰り者数はコロナ前の水準では、例年125,000千人前後で推移していたが、コロナ禍の令和2～3年には70,000千人程度に減少し、徐々に回復しているものの、令和6年時点で112,807千人と、コロナ前の水準を下回っている。



兵庫県の延べ宿泊者数の推移(観光庁宿泊旅行統計調査)



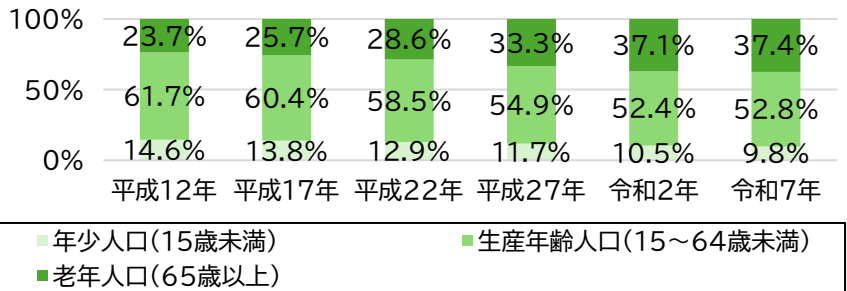
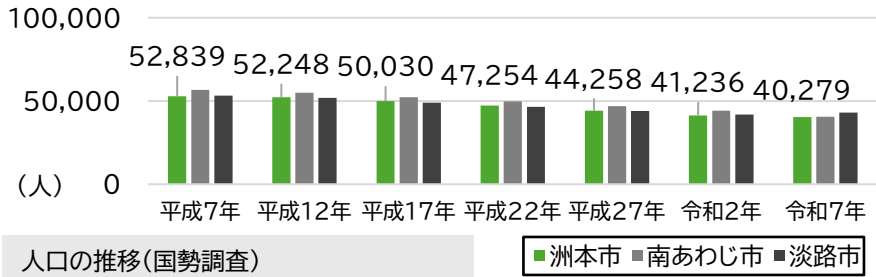
兵庫県の延べ日帰り客数の推移(兵庫県観光客動態調査)

洲本市の観光の状況

洲本市内の観光の状況については、人口/淡路島・洲本市への入込者数/洲本市中心市街地へのアクセス/活用が考えられるエリアの地域資源/地域ビジネス環境の観点について調査を行った。概要版では、人口・入込者数に限り、掲載する。

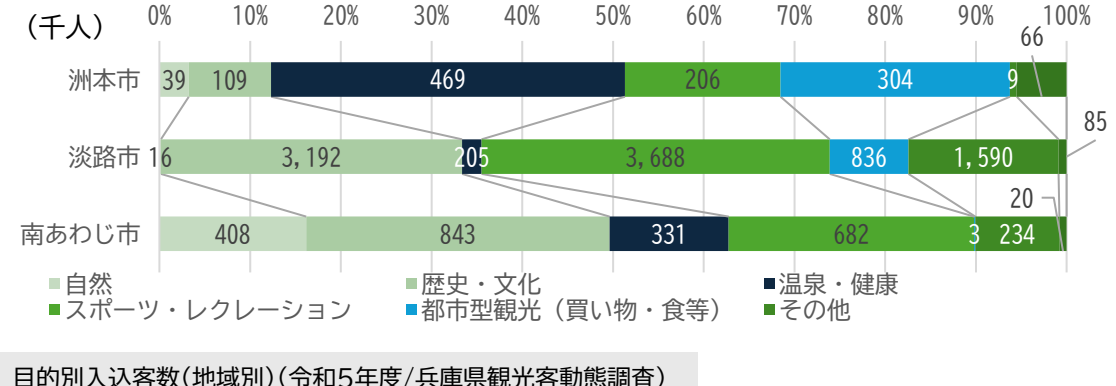
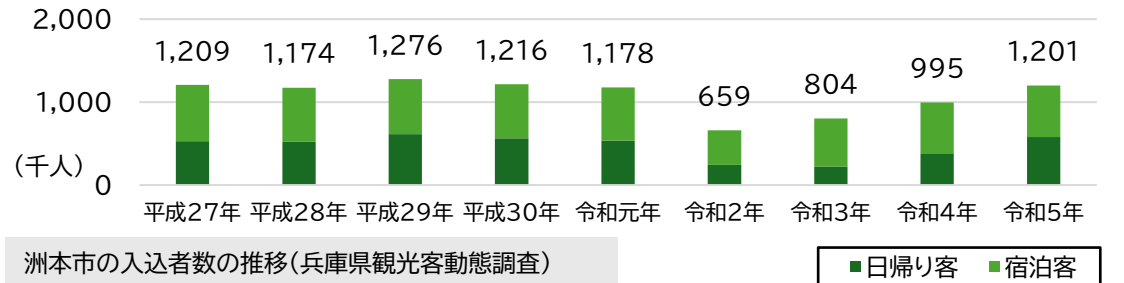
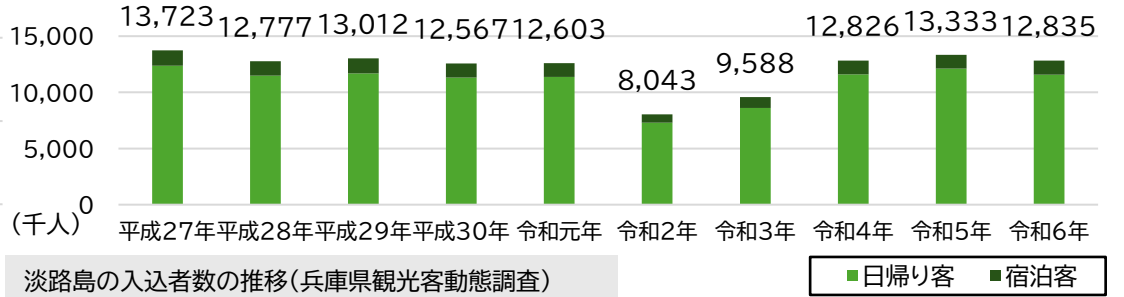
■人口と淡路島・洲本市への入込者数

洲本市の総人口は、令和7年時点で40,279人である。3区分別人口割合は、年少・生産年齢人口が減少している一方、老年人口は平成12年から令和7年までで13.7%増加し、少子高齢化が進行している。



■淡路・洲本市への入込者数

淡路島全体と洲本市を比較してみると、洲本市の入込者数に占める宿泊客の割合が非常に高いことがわかる。また、目的別にみると、〈温泉・健康〉やく〈都市型観光〉で訪れる人の割合が淡路市・南あわじ市と比べて高いことが分かる。



人流データから見る洲本市の状況

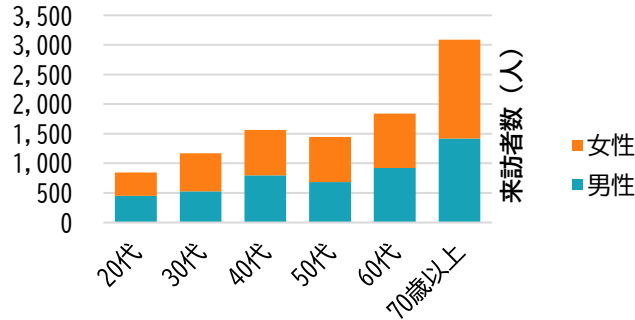
洲本市中心市街地における観光地域づくりを進めるにあたっては、中心市街地に「どのような人が、いつ、どれくらい訪れているのか」を定量的に把握することは、遊休地の利用方針を検討する上で欠かせない基礎情報となる。本分析では、KDDI Location Analyzerを用いて、中心市街地の来訪者数の推移、来訪者の属性、滞在人口の分布や傾向等を明らかにする。

■人流分析(中心市街地全体)

【分析条件】

◇集計方法:全人口推計値(日ユニーク)◇
 データ期間:2024/11/01-2025/10/31◇
 日にち区分:期間全体◇時間帯:05:00~29:00◇来訪日数:1日以上◇滞在時間:30分以上◇性別:男性,女性◇年代別:20代,30代,40代,50代,60代,70歳以上◇居住者/勤務者/来街者:来街者◇商圈タイプ・サイズ:フリーハンド

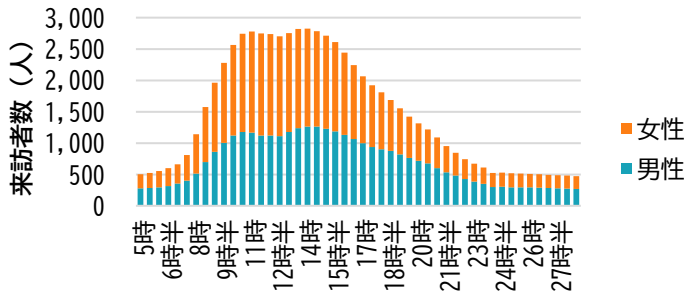
年代×性別：1日あたり平均



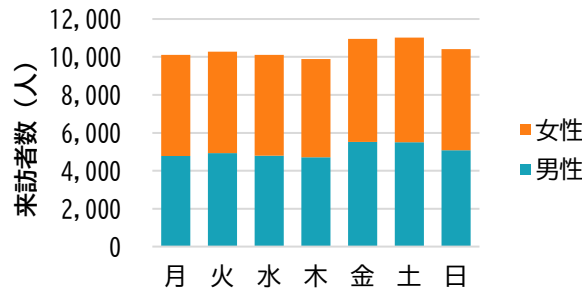
来訪者居住地(市区町村) 来訪者数上位10位



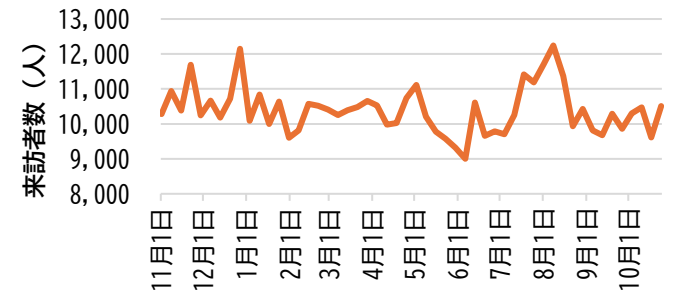
時間帯別平均・性別



曜日別来訪者数



来訪者数の推移(週平均)



■人流分析(エリア別)：中心市街地全体と比較して、以下のような特徴がみられた。

地区	年代×性別	時間帯	来訪者居住地	曜日傾向	来訪者数の推移	年代構成	リピーター率
炬口漁港周辺	20-30代 女性比率が低い	昼ピーク 14:30頃から減少	兵庫県内がほぼ全て	金曜多・日曜少	5月最多 次いで10月	40-50代が比較的高い	32%
大浜海水浴場周辺	20-30代女性比率高 40代以降男性比率高	16時前後に多く 11時台は少ない	大阪府からの来訪 比較的高い	土日多	夏休み最多 11月にもピーク	70歳以上が高い	32%
商店街周辺	女性比率高 70歳以上の女性多い	10-16時が多い 午前は女性比率高	四国(徳島・香川) から多い	金曜多・日曜少	8月と11月で 2回ピーク	70歳以上が高い	37%
旧鐘紡洲本工場周辺	男女ほぼ半々	10時台にピーク① 14時頃にピーク②	兵庫県内 +徳島市内から	平日多・土日少 ※火曜S-BRICK定休	年間を通じ 概ね一定	20-30代が低く 70歳以上が高い	43%
洲本温泉周辺	40代以上男性が高い	夜間多く 19:30頃ピーク	兵庫県外(大阪等) 比較的高い	土日多・水曜最少	11月最多	70歳以上が高い	27%

地域住民向け調査

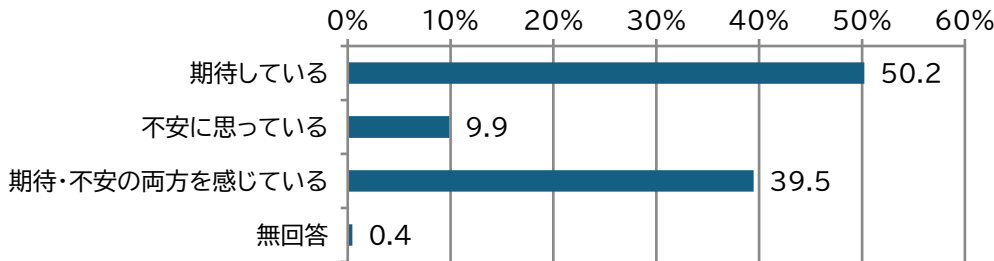
観光まちづくりと遊休地の活用に関して、地域住民の意向を把握するため、2つの調査を行った。地域住民向けアンケート調査では、洲本市中心市街地(本町、山手、栄町、海岸通、塩屋、炬口)にお住いの全世帯を対象に、アンケート調査を行った。ヒアリング調査では、宿泊事業者、交通事業者、商業・ものづくり事業者、観光中間支援組織等、観光・まちづくりに関わる多様な主体へのヒアリングを行った。

■地域住民向けアンケート調査

実施期間	令和7年11月8日～令和7年12月12日
実施方法	○郵送回収による紙媒体でのアンケート調査 中心市街地(本町、山手、栄町、海岸通、塩屋、炬口)の全世帯を対象に、回覧板に封入する形で紙媒体でのアンケート調査票を配布。返信用封筒を同封し、回答いただいた。 ○WEBアンケート調査 広報すもと令和7年11月号に「洲本市の観光地域づくりに関するアンケート調査ご協力をお願い」として回答用二次元コードを掲載し、洲本市全域の方に回答いただいた。
回収数	446件

Q3:洲本市に観光客が増えることについて、どのように感じますか。あてはまるものを1つ選んでください。

期待しているが約半数の50.2%と最も多く、次いで期待・不安の両方を感じてるが39.5%、不安に思っているが9.9%であった。



期待すること

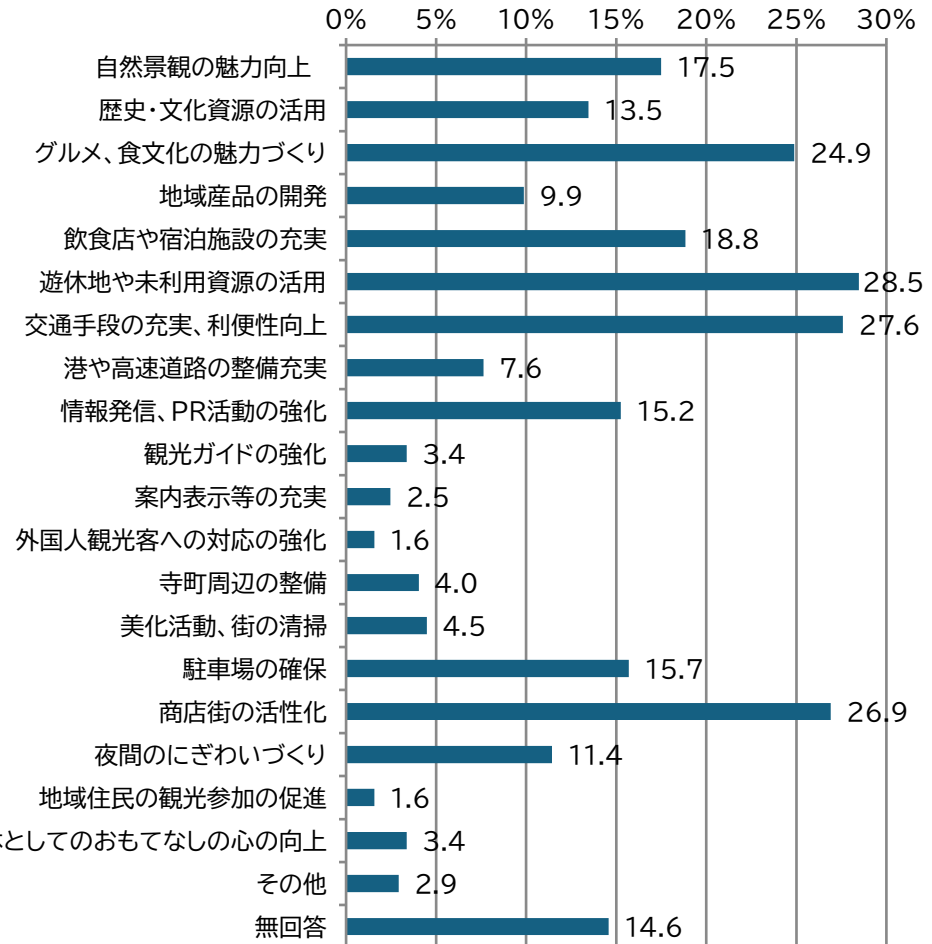
- ・地域経済の活性化:77.8%
- ・雇用や収入の機会増加:44.0%
- ・移住・定住の促進:36.3%

不安に感じること

- ・混雑や騒音・ゴミなど生活環境の悪化:71.8%
- ・道路渋滞等の交通状況悪化:60.9%
- ・観光客とのトラブル増加:35.9%

Q9:中心市街地の魅力的な観光地域づくりを進めていくためには、何が必要であると思いますか。あてはまるものを3つまで選んでください。

最も多かったのは「遊休地や未利用資源の活用」で28.5%、次いで「商店街の活性化」が26.9%、「交通手段の充実・利便性向上」が27.6%、「グルメ・食文化の魅力づくり」が24.9%、「飲食店や宿泊施設の充実」が18.8%であった。



観光ニーズ調査(インターネット調査)

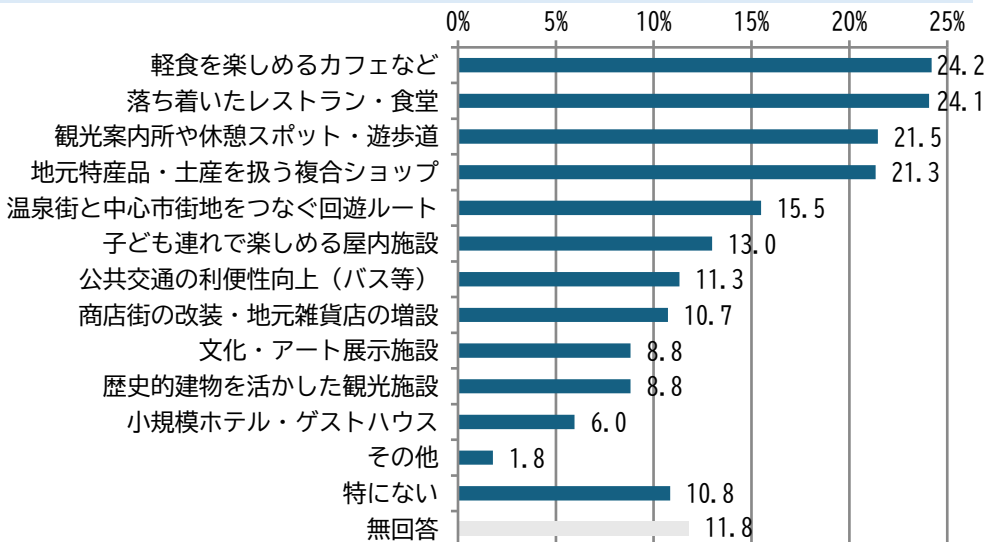
観光ニーズを把握するため、2つの調査を行った。来訪者調査では、実際に洲本を訪れている人や直近で洲本を訪れたことがある方を対象にWEBアンケート調査と留め置きアンケート調査を行い、非来訪者調査では、洲本市を認知しているが訪れたことがない方を対象にWEBアンケート調査を行った。

■来訪者調査

実施期間	WEB調査:令和7年12月10日~12月15日 留め置き調査:令和7年11月27日~令和8年1月9日
実施方法	○WEB調査 以下の条件を設定し、各対象で30票ずつ回収する形でWEB調査を実施。(回収数:420件=30件×7年代×2性別)年代:20歳未満、20歳代、30歳代40歳代、50歳代、60歳代、70歳代、性別:男性、女性 ○留め置き調査 8つの宿泊施設にアンケートを設置し、回答いただいた。
回収数	839件(内訳:WEB調査420件、留め置き調査419件)

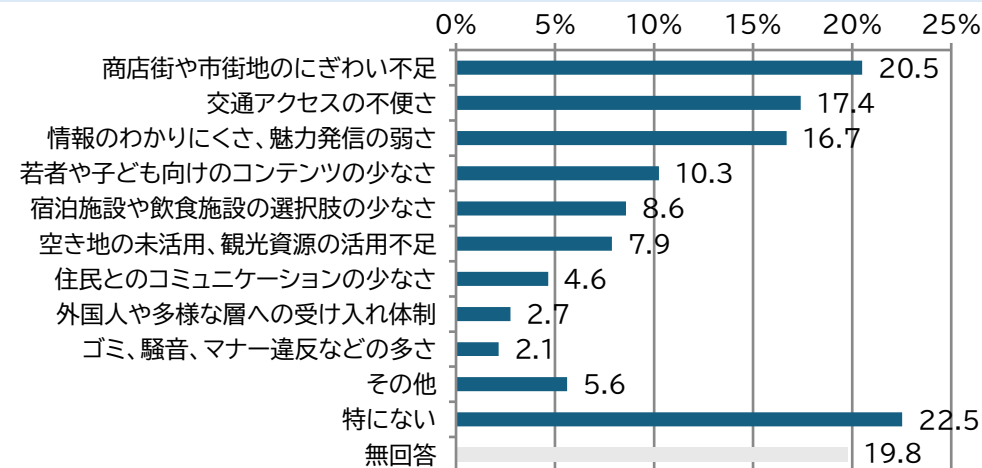
Q5:洲本市中心市街地を訪れてみて、今後特に充実してほしい、もっとこんな場所があればいいなど感じるものはどれですか。特にあてはまるものを3つまでお選びください。

「軽食を楽しめるカフェ・フードコートなど」が24.2%と最も多く、次いで「落ち着いたレストラン・食堂」が24.1%、「観光案内所や休憩スポット・散策できる遊歩道の充実」が21.5%、「地元特産品・土産を扱う複合ショップ」が21.3%となっている。



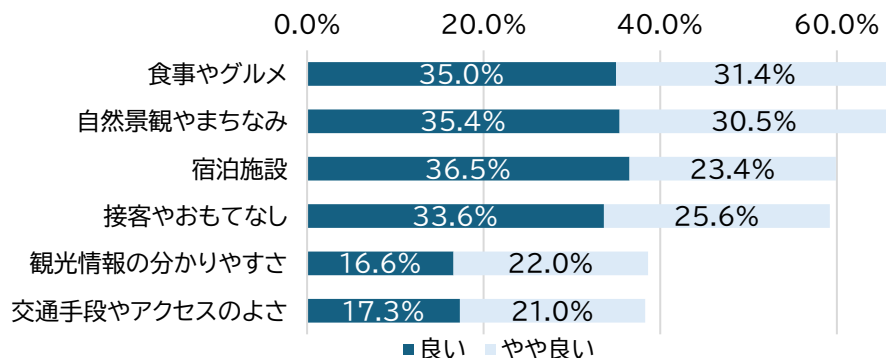
Q6:洲本市中心市街地を訪れてみて、不便や期待にそぐわないと感じたことはありませんか。特にあてはまるものを3つまでお選びください。

「特にない」が22.5%と最も多く、次いで「商店街や市街地のにぎわい不足」が20.5%、「交通アクセスの不便さ」が17.4%、「情報のわかりにくさ、魅力発信の弱さ」が16.7%となっている。



Q9:洲本市中心市街地で滞在してみた際の評価をお選びください。

来訪者の満足度は、「自然景観やまちなみ」、「食事やグルメ」が高い一方、「観光情報のわかりやすさ」や「交通手段のアクセスのよさ」が低い。



観光ニーズ調査(インターネット調査)

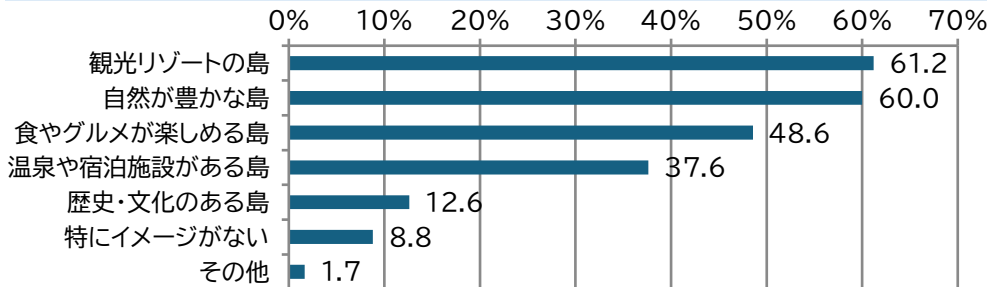
観光ニーズを把握するため、2つの調査を行った。来訪者調査では、実際に洲本を訪れている人や直近で洲本を訪れたことがある方を対象にWEBアンケート調査と留め置きアンケート調査を行い、非来訪者調査では、洲本市を認知しているが訪れたことがない方を対象にWEBアンケート調査を行った。

■非来訪者調査

実施期間	WEB調査:令和7年12月10日~12月15日
実施方法	OWEB調査 以下の条件を設定し、各対象で30件ずつ回収する形でWEB調査を実施。(回収数:420件=30票×7年代×2性別) 年代:20歳未満、20歳代、30歳代40歳代、50歳代、60歳代、70歳代、性別:男性、女性 ※なお、15-19歳の男性のみ27名、20代の男性のみ33名となっている。
回収数	420件

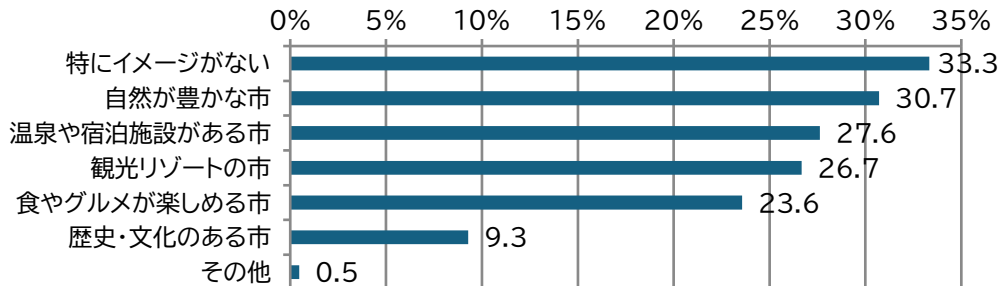
Q1:あなたは、淡路島といえばどのようなイメージがありますか。

「観光リゾートの島」が61.2%と最も多く、次いで「自然が豊かな島」が60.0%、「食やグルメが楽しめる島」が48.6%となっている。



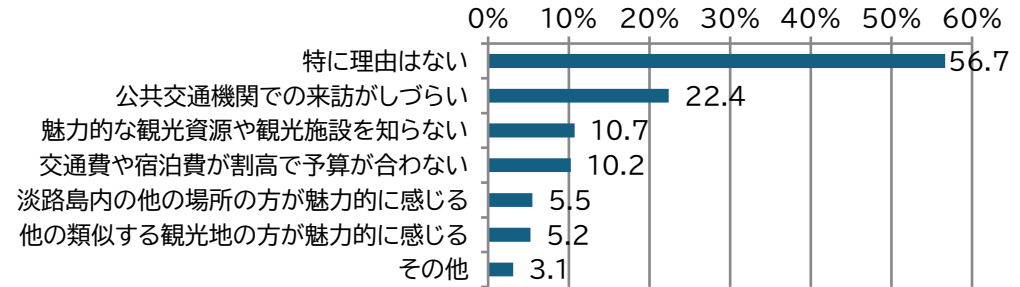
Q2:あなたは、洲本市といえばどのようなイメージがありますか。

「特にイメージがない」が33.3%と最も多く、次いで「自然が豊かな市」が30.7%、「温泉や宿泊施設がある市」となっている。



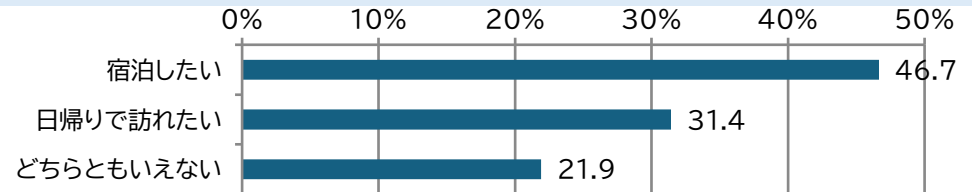
Q4:あなたがこれまで洲本市を訪れたことがない理由は何ですか。(複数)

「特に理由はない」が56.7%と最も多く、次いで「公共交通機関での来訪がしづらい」が22.4%となっている。



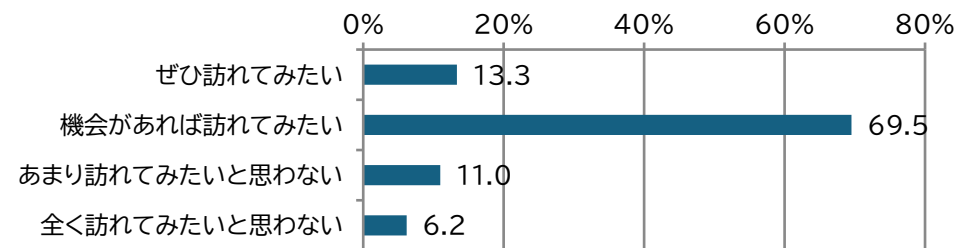
Q8:淡路島を訪れる場合、宿泊したいと思いますか。

「宿泊したい」が46.7%、「日帰りで訪れたい」が31.4%、「どちらともいえない」が21.9%となっている。



Q10:洲本市を訪れてみたいと思いますか。

「ぜひ訪れてみたい」が13.3%、「機会があれば訪れてみたい」が69.5%と、82.8%が訪れたい意向がある一方、「あまり訪れてみたいと思わない」が11.0%、「全く訪れてみたいと思わない」が6.2%となっている。



調査分析及び活用に向けた構想

中心市街地全体および、今後空家・空地の活用が期待されるエリアごとにSWOT分析を行った。概要版では、中心市街地の分析結果のみ記載する。また、遊休地等の活用に向けた構想を練るため、その他特徴的な点についても分析を行った。

■調査内容の分析

1. SWOT分析

SWOT分析とは、現状を把握し、戦略策定に役立てるためのフレームワークであり、課題や可能性を把握し、より効果的な戦略を立てることができる。SWOT分析の簡略概念図を以下に示す。

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	Strength	Weakness
外部環境	Opportunity	Threat

2. 調査全体から明らかになったこと

- ① 洲本市では、宿泊滞在型の来訪者割合が50%以上
- ② 洲本市を訪れたことがない方にとって、淡路島は「観光リゾートの島」などのイメージがある一方で、洲本市については「特にイメージがない」
- ③ 洲本市を訪れたことがない方にとって、淡路島は「観光リゾートの島」などのイメージがある一方で、洲本市については「特にイメージがない」
- ④ 来訪者の満足度は、「自然景観やまちなみ」、「食事やグルメ」が高いが、「観光情報のわかりやすさ」や「交通手段のアクセスのよさ」が低い。
- ⑤ 市民にとって、洲本市の観光は「期待している」と「期待・不安の両方を感じている」が挙げられている。観光課題は「商店街や市街地のにぎわい不足」が最多。魅力的な観光地域づくりには「遊休地や未利用資源の活用」「交通手段の充実」「商店街の活性化」が求められている。

中心市街地のSWOT分析

Strength(強み)

- 来訪ピークが明確で、日中回遊を設計しやすい。
- 男女比は概ね半々で、幅広い層にリーチできる。
- 70代以上が約1/4と高齢層需要が厚い。
- リピーター率が高く、関係人口化の可能性あり
- 兵庫県内(淡路島内3市)を中心に、大阪・徳島など近隣広域から安定的な来訪がある。
- 複線なアクセス手段が整っている。
- 「宿泊客の割合が高い」構造で、滞在型への展開余地が大きい。
- 市外からの目的上位に「温泉・健康」「都市型観光」が並び、まちなか滞在と親和性が高い。
- 季節的ピーク(夏・年末)や曜日(主に金・土)が把握でき、需要平準化の設計基盤がある。
- 地区ごとの役割差(昼/夕/夜・平日/週末)が明確で、周遊設計の核となる。

Opportunity(機会)

- 国の観光政策で「持続可能」「地方誘客」「消費額拡大」が重視され、補助・制度活用余地がある。
- 次期観光立国計画に向け、30年目標と連動した施策資源にアクセス可能。
- 市場回復が追い風。
- ウェルネス滞在の政策的後押し。
- 地区別ピークの違いをつなぐ周遊ルート需要が示唆されている。
- 大規模遊休地に対する活用期待。
- 四国側/阪神側の二面需要を活かしたターゲティングと回遊導線の最適化。
- 夜間移動・周遊のモビリティ実証の知見の展開。
- 季節・曜日に合わせた編成で分散集客が可能。
- 温泉×外食・体験の「泊食分離」強化により、まちなか消費の拡大が見込める。

Weakness(弱み)

- 若年層の比率が相対的に低く、若者向け体験・ナイトタイムの訴求が弱い。
- 市民・来訪者双方から「にぎわい不足」「情報発信の弱さ」「交通アクセス不便」の指摘。
- 空き家・空地の増加が景観・治安・にぎわいに悪影響を与えている。
- 梅雨～初夏(GW後)に来訪のオフ期が存在。
- 自家用車依存が高く、徒歩・回遊を促す「ラストワンマイル」や滞在者向け二次交通が脆弱。
- デジタル施策が低調で、情報到達効率が低い。
- “学びの滞在”が弱い。
- 通年収益モデルが組みにくい。
- 夜間は温泉・宿内完結になりがちで、まちなかの消費流動が限定される。
- 体験価値の“決め手”が不足。

Threat(脅威)

- 空き家・空地の放置が景観悪化・安全面リスク・ブランド毀損に直結。
- 住民が懸念する混雑・騒音・渋滞など、観光公害的課題の顕在化。
- 駐車需給・動線が逼迫すると、体験価値が低下。
- オフ期の収益減による投資回収・人材維持困難
- 若年層需要の取り込みに遅れると、将来の基盤が痩せる。
- 島内外の他エリアへ流出しやすい来訪動線。
- 宿内完結化により、中心部のナイトタイム消費が伸び悩む。
- 人手・採算課題により、移動サービスの持続性が揺らぐ危険性がある。
- デジタルの弱さが、競合地域との比較で不利。
- 気象(梅雨・台風)による来訪変動が大きい。

調査分析及び活用に向けた構想

調査結果を基に、「めざすべき将来像(案)」「エリアゾーニング」「施策の方向性」「まちへの波及効果」を構想した。概要版では、特に将来像とエリアゾーニングについて記載する。

■活用に向けた構想

1. めざすべき将来像(案)：調査結果から、以下の将来像を提示した。

中心市街地内それぞれのエリアの特性を生かした淡路島観光における滞在型拠点の面的な活用推進

課題となっている交通手段や情報発信を強化するとともに、地域を訪れるきっかけとなるよう商店街の活性化や遊休地の未利用資源活用を推進することで、淡路島内でも数少ない「歩いても過ごせる滞在観光エリア」を作り出すことをめざす。

2. エリアゾーニング：以下のエリアにて、観光地域づくりを推進する



商店街周辺

事業者同士が連携し、回遊が生まれる散策エリア

商店街周辺エリアは、飲食、買い物、歴史的な町並みといった多様な機能がコンパクトに集積し、淡路島内でも数少ない「徒歩や公共交通による回遊が可能なエリア」として高いポテンシャルを有している。本エリアでは、事業者同士の連携による回遊性の向上を軸に、遊休地や未利用資源を活用しながら、昼から夜まで滞在を楽しめる散策型エリアとしての再構築を図る。

あわせて、夜間の移動手段や情報発信の強化により、宿泊者が自然にまちなかへ足を運びやすい環境を整備することで、宿内完結型の消費行動から市街地回遊型の消費への転換を促進し、商店街を核とした滞在型観光拠点としての機能強化をめざす。

旧鐘紡洲本工場周辺

洲本の魅力と観光客を「つなぐ」エリア

S BRICKを起点とした既存の来訪行動に寄り添い、「次に選べるもう一つの選択肢」を提供する拠点として位置づける。平日昼間を中心とした短時間利用、生活圏利用者による反復利用という特性を踏まえ、強い目的を必要とせず、日常行動の延長として無理なく組み込まれる機能を配置する。本エリアは、「目的地」ではなく、「行動の途中で自然に立ち寄れる場所」として整備することで、滞在時間の延伸と回遊性の向上を図り、エリア全体の価値向上をめざす。

炬口漁港公園周辺

水産業と観光が融合した「海業」エリア

バイパス開通に合わせ、アクセス性が向上する炬口漁港。その周辺地を、水産庁が推進する「海業」として観光客との交流促進や、水産物をはじめとした地場産品の消費拡大につながる拠点とする。これら観光事業の展開により、漁業以外での収益の場を漁港周辺に整備することにより、「半漁半X」を基軸とした新規漁業就業者の創出もあわせて展開する。