

## 「～出雲力で地域と人が輝く～ 持続可能な観光地域づくり」 の 実 現 に 向 け た 取 組 の 推 進 に つ い て

出雲市総合振興計画「出雲新話 2030」に掲げた「期待（来たい）が膨らむ観光のまち出雲」に向けたまちづくりを進めるにあたり、社会経済の再生と、更なるステップアップを図るとともに、2025 年大阪・関西万博も見据えた今後 3 年間に、国内外の観光客の受入環境整備や、誘客情報の発信等を加速させる必要があります。

また、この好機に、「観光」を活用した中山間地域振興や地域公共交通の維持、産業振興、関係人口の創出、自然や文化の継承など、多様な地域課題へ貢献する取組を進めることが求められています。

このため、下記の観光戦略に基づき、デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生タイプ)を活用した事業を実施するとともに、市内の連携強化を図り施策を推進します。

### 1. 今後 3 か年の観光戦略

～出雲力で地域と人が輝く～ 持続可能な観光地域づくり ※詳細は別添資料参照

#### 観光振興により目指す姿・価値

- (1) 「出雲力」を生かした経済効果の最大化
- (2) 観光を活用して多様な地域課題へ貢献

#### コンセプト



### 5つの「重点施策」と今後の施策例

#### ① 周遊滞在・消費環境整備

観光客が周遊滞在・消費をしやすいよう、観光施設情報等のDXを推進するとともに、バスツアー等により交通手段の充実を図り、移動の円滑化を推進します。

#### ② 戦略的コンテンツの充実、高付加価値化

「365 日楽しめる出雲」と「第二のふるさと出雲」をコンセプトとして、市内消費の拡大や関係人口創出につながるような戦略的コンテンツの充実と高付加価値化に取り組みます。

平成 29 年度に日本遺産の認定を受けた「日が沈む聖地出雲」については、更なる波及効果の拡大等に取り組み、再認定をめざします。

#### ③ ロイヤルカスタマーの獲得、関係人口創出につながる情報発信

情報発信においては、SNS「izumo365」(仮称)を開設し、出雲ファン個人にダイレクトにアプローチすることで、ロイヤルカスタマーの獲得や関係人口の増加をめざします。

#### ④ 2025 大阪・関西万博を見据えた国内外旅行者の誘客

国内旅行者も含め、2025 年大阪・関西万博の機会を生かした誘客にも取り組みます。

#### ⑤ 地域の総力戦で挑む観光地経営体制の構築

これらの取組を効果的に実施し、地域と観光客が win-win となる持続可能な観光地域づくりを推進するため、官民の多様な関係者との情報共有・連携強化や、マーケティングの強化に取り組みます。

## 2. 庁内推進体制の強化

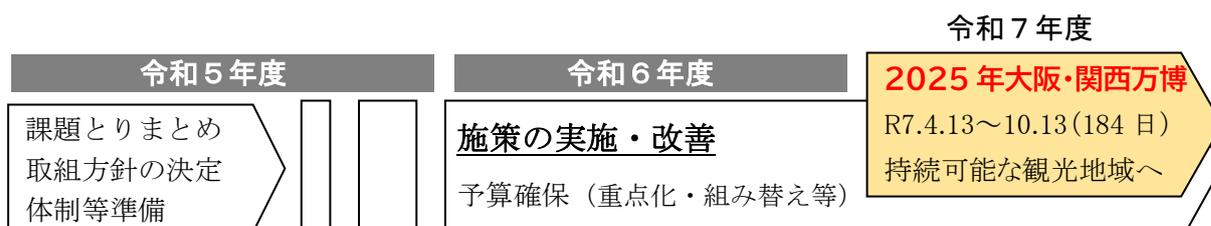
### (1) 「新たな観光戦略」 庁内推進本部の設置

「観光」に関連する施策を全庁横断的に推進するとともに、関係課題に対応していくための推進本部を置く。(本部長：市長、副本部長：観光担当副市長、本部員：他の特別職及び各部等の長)

### (2) 「新たな観光戦略」 庁内推進ワーキンググループの設置

推進本部の下部組織として、職員によるワーキンググループを置く。

### (3) ロードマップ

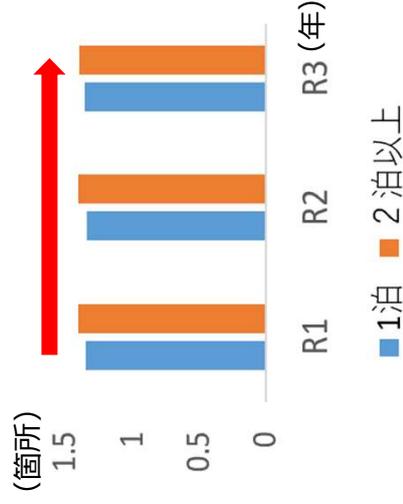


## <出雲市観光を取り巻く現状と課題、目指す将来像>

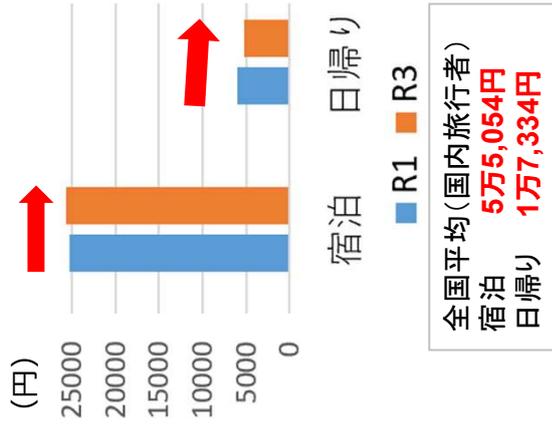
出雲大社を始めとする歴史文化や海・山・湖の美しい自然・景観など、観光資源に恵まれているが、**通過型観光**が課題。

これまでの取組により成果は出ているが、**繁閑差**が大きく、**訪問箇所数**や**消費単価**も伸び悩み。

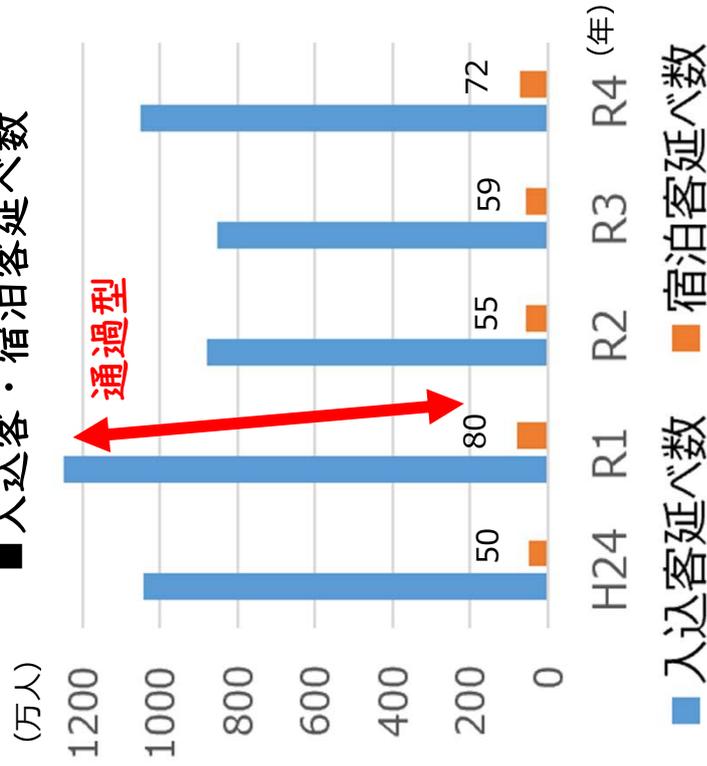
■市内訪問箇所数



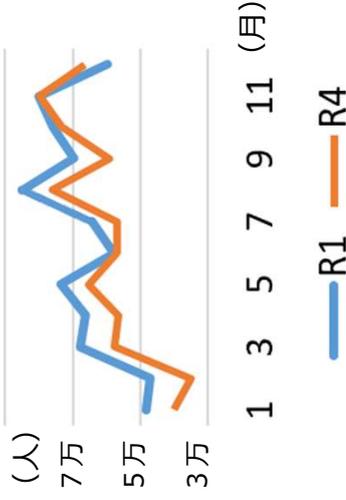
■観光消費額単価



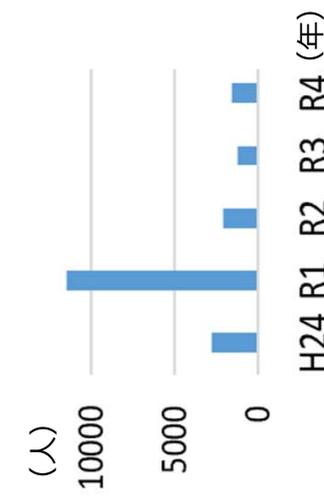
■入込客・宿泊客延べ数



■月別宿泊客延べ数



■外国人宿泊客延べ数



一方で、少子高齢化が進展する地域社会においては様々な課題が山積。  
観光客という販路や関係人口増により、地域の持続可能性を高めることが重要

## 観光振興により目指す姿・価値

### ①出雲力を生かした経済効果の最大化

通年化、周遊滞在・域内消費促進、高付加価値化

### ②多様な地域課題への貢献

産業振興、中山間振興、公共交通利用促進、  
自然文化継承、関係人口・移住定住促進 等

～新たなコンセプト～

第二の  
ふるさと

楽しむ  
365日

出雲

#### (参考) 観光の意義

人口減少を迎える日本では、「観光は成長戦略の柱、地域活性化の切り札」

##### 定住人口

1人当たり年間消費額  
130万円

1人

##### 国内旅行者（宿泊）

1人1回当たり消費額  
5万5,054円

23人分

##### 国内旅行者（日帰り）

1人1回当たり消費額  
1万7,334円

75人分

##### 訪日外国人旅行者

1人1回当たり旅行支出  
15万8,531円

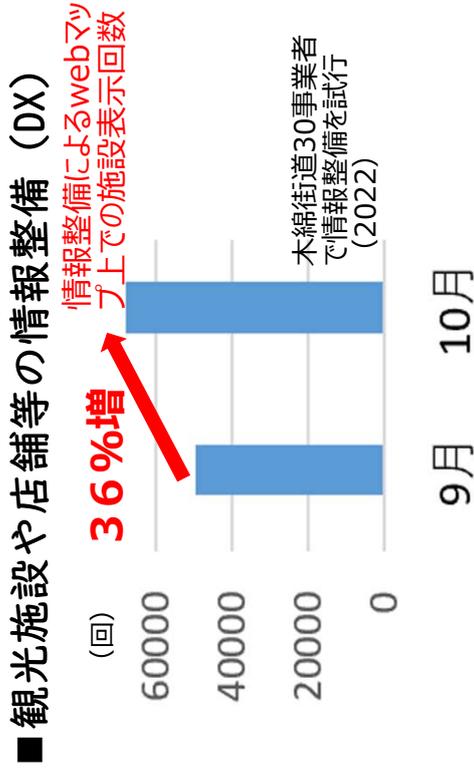
8人分

(観光庁資料を基に作成)

## ＜重点施策Ⅰ＞周遊滞在・消費環境整備

観光客が周遊滞在・消費をしやすいよう、観光施設情報等のDXを推進するとともに、バスツアー等により交通手段の充実を図り、移動の円滑化を推進します。

(今後の施策例)



■ 出雲市地域公共交通計画 (R5.1) に基づく施策

- スマホひとつで利用できる公共交通システムの構築

➢ 観光客や帰省客などの利用も見据えた公共交通サービスの検討

- 出雲大社周辺の周遊手段の検討

- 観光利用の多いバス路線はそのサービスレベルを維持または向上

■ 周遊観光タクシー・バスツアーの充実

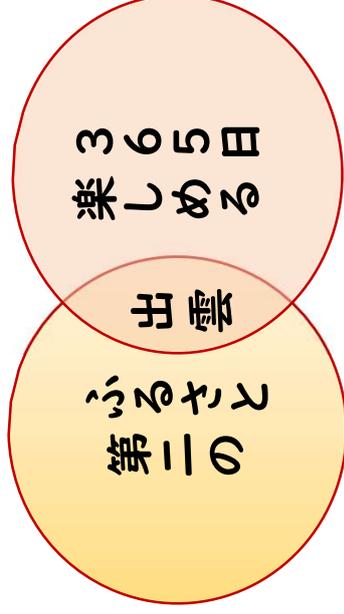


## ＜重点施策2＞戦略的コンテンツの充実、高付加価値化

「365日楽しめる出雲」と「第二のふるさと 出雲」をコンセプトとして、市内消費の拡大や関係人口創出につながるような戦略的コンテンツの充実と高付加価値化に取り組みます。  
平成29年度に日本遺産の認定を受けた「日が沈む聖地出雲」については、更なる波及効果の拡大等に取り組み、再認定をめざします。

(イメージ)

地域経済の活性化や  
交流促進につながる  
コンテンツ



通年化、周遊、滞在、  
高付加価値化につながる  
コンテンツ

(検討例)

- 地域交流や自然・食・文化を体感できるオプションの充実
- 周遊性の高いモデルルートの磨き上げ
- 特産品ファン拡大にも資する収穫期のサポーター
- 出雲の豊かな自然を活かしたアクティビティ

【テントサウナ】



【自然の水風呂（川）】



【自然の中で外気浴】



出典：出雲市若手政策提案「サウナの活用による関係人口拡大プロジェクト」資料

～出雲力で地域と人が輝く～持続可能な観光地域づくり

## ＜重点施策3＞

# ロイヤルカスタマーの獲得、関係人口創出につながる情報発信

情報発信においては、SNS「izumo 365」（仮称）を開設し、出雲ファン個人にダイレクトにアプローチすることで、ロイヤルカスタマーの獲得や関係人口の増加をめざします。

（イメージ）

365日楽しめる出雲から第二のふるさと出雲へ

出雲に愛着を持ち何度も繰り返し来訪  
出雲の様々ないいものを沢山消費してくれる  
出雲の良さを発信し続けてくれる

出雲に  
関心

通年・旬の  
コンテンツ

来訪

再来訪したくなる  
新たな情報

リピーター  
出雲ファン

関心に沿った情報  
地域交流情報

ロイヤル  
カスタマー

関係人口

継続的に多様な関わりをしてくれる「観光以上移住未満」

- ・特産品継続購入、生産者支援
- ・祭りやイベントサポーター
- ・ワーケーション、テレワーク、兼業、副業
- ・情報交換、地域活性化支援 等



Amazing



Gourmet



Sweets&cafe



Bar



Sake

## <重点施策4>

～出雲力で地域と人が輝く～持続可能な観光地域づくり

# 2025(R7年度)関西万博を見据えた国内外旅行者の誘客

国内旅行者も含め、大阪・関西万博の機会を生かした誘客にも取り組みます。

(今後の施策例)

- ターゲットの重点化
  - ・ フランス（歴史文化に関心、欧米旅行への影響力）
  - ・ 台湾（中海・宍道湖・大山圏域等で交流）

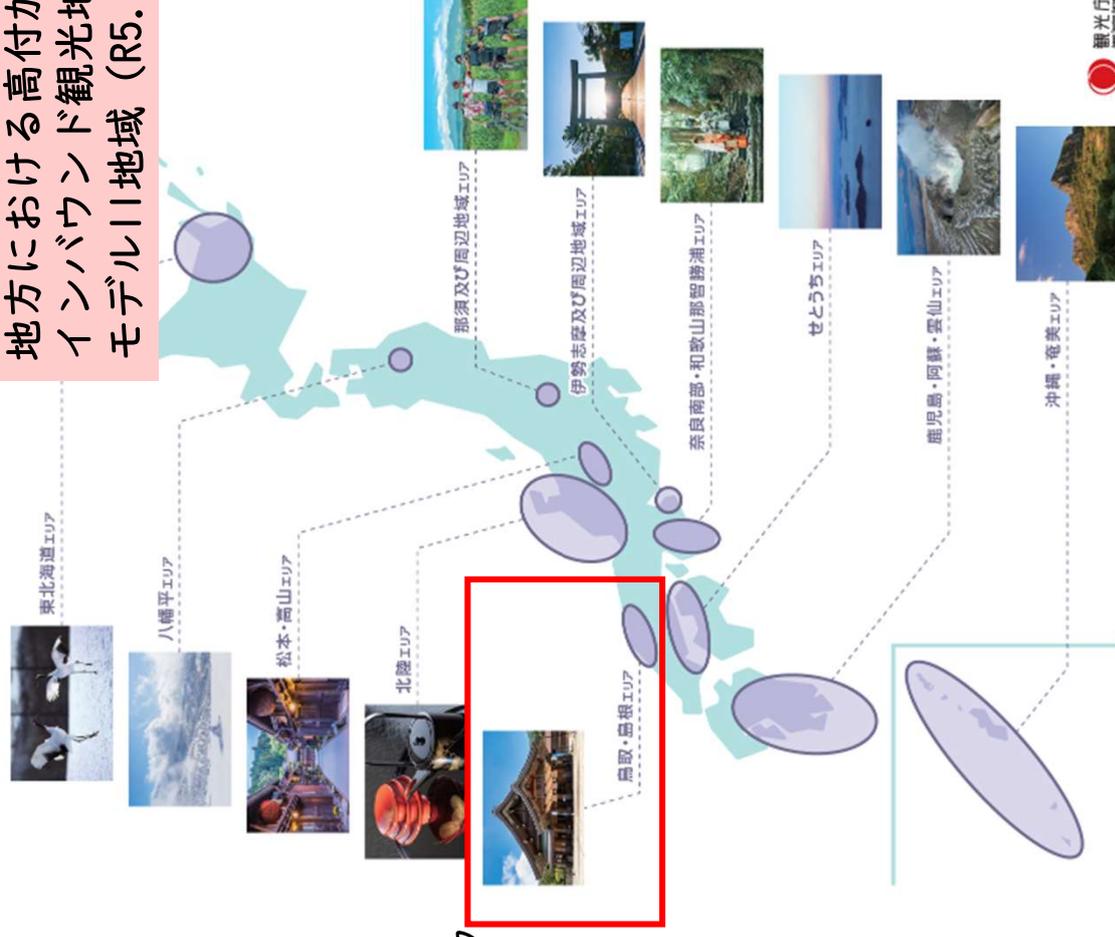
■ 情報発信・プロモーション

- ・ フランス人インバウンドスタッフ
- ・ 台湾の現地パートナー
- ・ 海外メディア
- ・ 外国語WEBサイト
- ・ デジタルマーケティング

■ 関西・山陽からの来雲・周遊促進

■ 官民連携・広域連携の推進

地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデルII地域（R5.3選定）

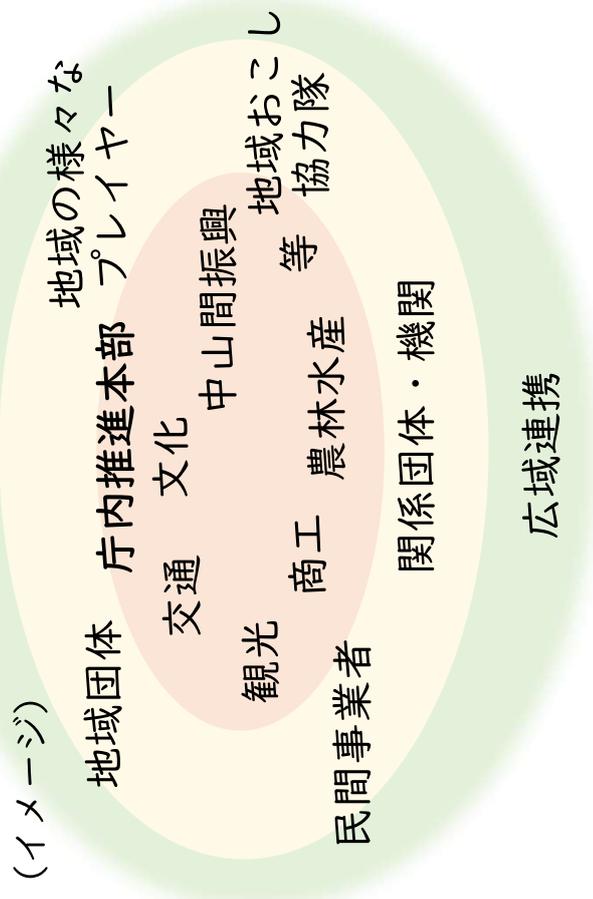


## ＜重点施策5＞地域での総力戦で挑む観光地経営体制の構築

これらの取組を効果的に実施し、地域と観光客がwin-winとなる持続可能な観光地域づくりを推進するため、**官民の多様な関係者との情報共有・連携強化や、マーケティング体制の強化**に取り組みます。

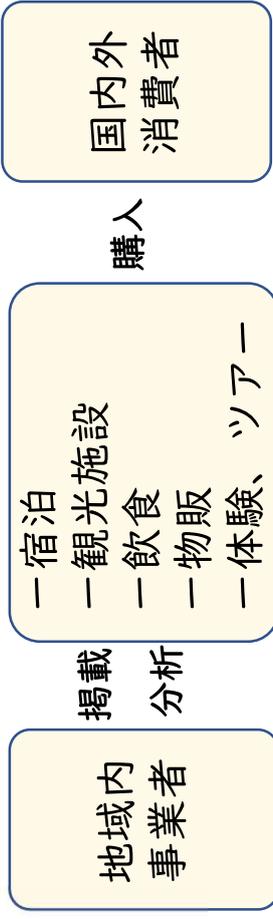
(今後の検討例)

■官民の多様な関係者の情報共有・連携強化



■地域マーケティング+販売促進の新たな仕組み  
(イメージ)

＜地域共通の販売サイト＞



※他の販売サイトと在庫連動