

出雲市観光基本計画（案）について

出雲市観光戦略会議における議論を踏まえ、基本計画（案）がまとまりました。今後、パブリックコメント制度に基づく意見聴取や第 4 回観光戦略会議を経て計画を策定します。

1. 計画の期間

令和 7 年度（2025）から令和 1 1 年度（2029）までの 5 年間

なお、本計画において定めた基本理念や将来像は、長期的なものとして位置づける。

2. 計画策定の目的

本計画は、出雲市が観光振興に取り組む上での基本理念や将来像を示すとともに、事業内容と推進体制の戦略を定め、幅広い関係者が一体となって観光地域づくりに取り組むための羅針盤とするため策定します。

また、共通の目的やそれぞれの役割を明確化することにより、関係者間のコミュニケーションの円滑化・活性化を図り、行政と（一社）出雲観光協会（以下「観光協会」）だけでなく、事業者、団体、市民の皆様が同じ方向を向いて、連携・協働した観光まちづくりを推進します。

3. 計画策定までの経緯と今後の予定

平成 5 年 7 月 「新たな観光戦略」庁内推進本部設置

令和 6 年 6 月～ 観光戦略会議を開催

第 1 回：6 月 6 日、第 2 回：8 月 2 3 日（追加意見交換会：9 月 1 0 日）

第 3 回：1 1 月 7 日

6 月～ 地域戦略会議を開催（5 地域）

1 2 月 市議会に基本計画（案）を報告

[今後の予定]

令和 6 年 1 2 月 1 3 日 パブリックコメントを実施（～令和 7 年 1 月 1 4 日）

令和 7 年 1 月 2 9 日 第 4 回観光戦略会議を開催

3 月 市議会に基本計画の確定版を報告

計画推進スケジュール（想定）

R6 (2024)	R7 (2025)	R8 (2026)	R9 (2027)	R10 (2028)	R11 (2029)
観光基本計画策定	アクション プランver.1作成 (市・協会ほか)	毎年度 KPI を公表、アクションプランの充実を図る			
	観光協会の発展的改組検討 観光庁への DMO 登録検討 マーケティング戦略の策定	マーケティング戦略に基づく事業実施			
	財源確保検討	(時期未定) 財源確保に伴う人材強化等			

1. なぜ観光振興に取り組むのか？

p.6

(1)観光振興による地域経済の発展・競争力向上

観光産業は、地方の成長産業

人口減少・少子高齢化が進展する中、国内外からの交流人口と旅行消費の拡大による経済効果は地方創生の鍵であり、観光地としてのブランド力を有する出雲市にとっても、極めて重要な成長産業です。

(2)住んでよし、訪れてよしの観光まちづくり

地域の魅力・価値の再認識、誇りや愛着の醸成

地域外からの評価や観光客との交流により、当たり前すぎて気付かなかった地域の魅力や価値を再認識し、地域に対する誇りや愛着を育むことにつながります。

観光振興による地域づくり・地域活性化

地域ぐるみで観光振興に取り組むことにより、地域のつながりや暮らしの充実、賑わい創出による地域活性化につながります。

地域の店舗や公共交通等の持続性の向上

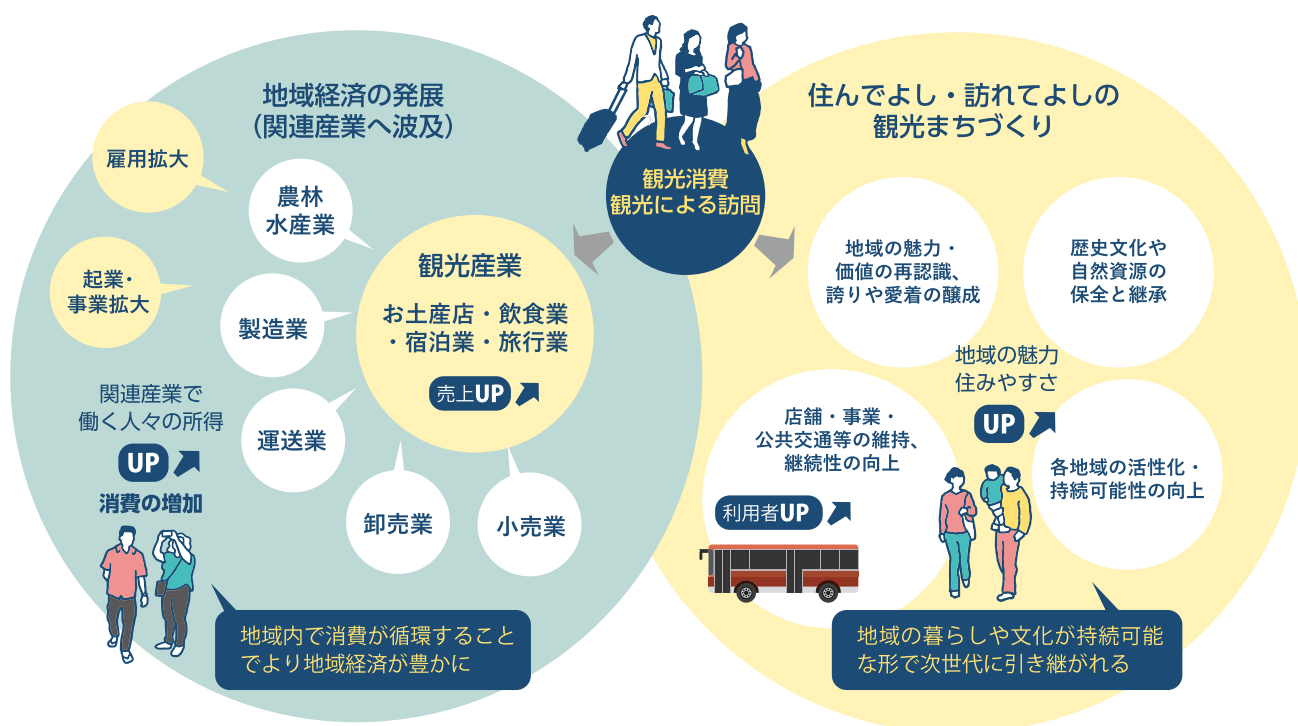
地域生活に必要な店舗や公共交通について、観光客の利用を取り込むことによって地域需要を補い、その持続性が高まります。

歴史文化や自然資源の保全と継承

地域で育まれてきた歴史文化や伝統、自然景観等を観光資源として活用していくことによって、その保存と継承につながります。

観光振興がもたらす効果イメージ

(地域経済の発展／住んでよし・訪れてよしの観光まちづくり)



2. 計画の策定趣旨

p.8

(1) 計画策定の目的

本計画は、出雲市が観光振興に取り組む上での基本理念や将来像を示すとともに、事業内容と推進体制の戦略を定め、幅広い関係者が一体となって観光地域づくりに取り組むための羅針盤とするため策定します。

また、共通の目的やそれぞれの役割を明確化することにより、関係者間のコミュニケーションの円滑化・活性化を図り、行政と（一社）出雲観光協会（以下「観光協会」）だけでなく、事業者、団体、市民の皆様が同じ方向を向いて、連携・協働した観光まちづくりを推進します。

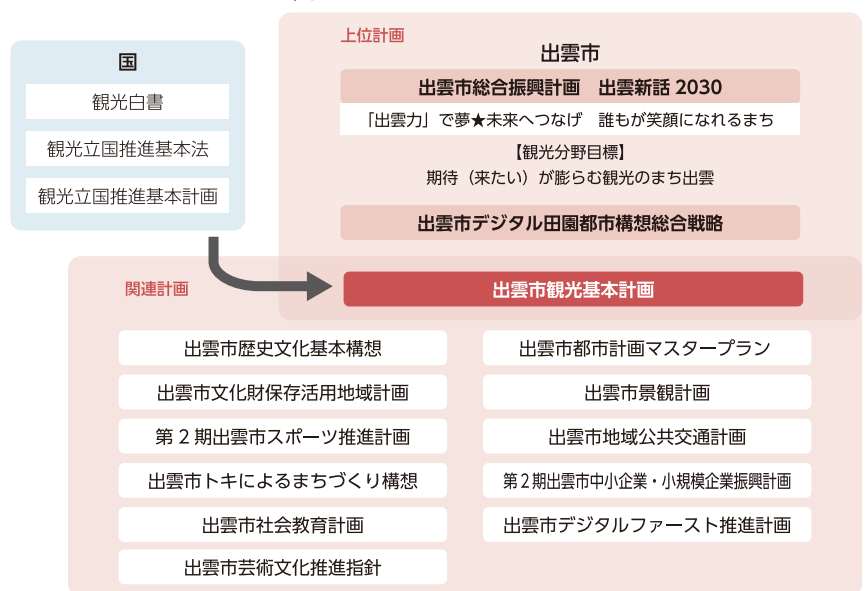
(2) 計画の位置づけと計画期間

本計画は、出雲市の最上位計画である「出雲市総合振興計画 出雲新話 2030」において掲げた「期待（来たい）が膨らむ観光のまち出雲」の実現に向け、観光分野における施策及び事業の推進指針を示すものです。

また、出雲市の他分野の計画や他部局で実施する施策等における観光分野に係る部分は、本計画との整合を図るものとします。

計画期間については、令和7年度(2025)から令和11年度(2029)までの5年間とし、本計画を推進していきます。なお、本計画において定めた基本理念や将来像は、長期的なものとして位置づけ、次期計画への継承を妨げません

出雲市観光基本計画の位置づけ



経緯と計画期間



3. 基本理念と行動指針

p.10

基本理念

神々の国、未来へ八雲立つ

私たちは、観光産業を持続可能なまちづくりの原動力とし、
神々の国出雲の文化とともに、豊かな出雲の地を次世代に引き継ぎます

行動指針

地域協働の推進

長期的な視野に立ち、おかげさまとおもてなしの心で地域全体で良くなることを目指します。

地域価値の再認識と磨き上げ

出雲の歴史文化や本物の豊かさを誇りに思い、磨き上げることで地域全体の価値を高めます。

経済と交流の活性化

観光を起点に地域内外の交流を活性化させ、経済の好循環と人的交流による活力向上を図ります。

ブランド力向上

はじまりの地出雲の物語を国内外に発信し、出雲のブランド力を更に高めます。

人材育成

持続可能なまちづくりの原動力として、出雲の未来を創造する次世代の観光人材を育成します。

【八雲立つに込めた思い】

「八雲立つ」とは、生命力あふれる多くの雲が次々と沸き起こり立ち上る様をあらわした出雲の枕詞ですが、転じて、様々な物事が幾久しく発展する意にも用いられることがあります。

通常「八雲立つ〇〇」と使用されますが、観光まちづくりにより地域全体が盛り上がり、産業や文化など様々な分野へ、そして未来へと発展する躍動感を文末で表現しました。

八雲立つ 出雲八重垣 妻籠みに
八重垣つくる その八重垣を

『古事記』に記されるスサノオノミコトが詠んだとされる和歌

たくさんの生命力あふれる雲が立ちのぼるこの出雲の地に、雲のように幾重にも垣をめぐらせ、妻を守り住まわせるための宮をつくろう ああ、幾重にも幾重にも垣をめぐらして

(意識提供：戦略会議委員 錦田剛志氏)

4. 現状分析と重点課題

	課題 (戦略会議における委員・有識者からの主な意見)		SWOT 分析		重点課題
データ活用 と戦略	✓ データやデジタル技術の活用によるマーケティング力向上や PDCA サイクルの実施 ✓ 宿泊余力等を分析した上で、各エリアの宿泊増と更なる平準化などの対策を講じること	強み	✓ オンリーワンの歴史文化、出雲のブランド力 ✓ 豊かな観光資源	強み×機会	A マーケティング力強化
観光地づくり	【地域と連携した魅力の磨き上げ】 ✓ エリアのウリを整理・差別化し、ターゲット設定の上、魅力の磨き上げ・発信を行うこと ✓ 資源を活かし出雲の良さを伝える体験コンテンツ等の充実、集客力や収益の向上 ✓ 飲食店の営業時間の観光客ニーズへの対応や、より食文化を楽しんでもらえるような PR・施策の実施 ✓ お土産・名産の魅力向上、PR、購入しやすさの向上 ✓ 散在する資源のストーリー性ある PR や、周遊ルート・周遊商品の確立等、周遊 PR の強化 【受け入れ基盤の充実】 ✓ 渋滞対策の強化 ✓ 観光地間の移動手段の充実・利用しやすさの向上、タクシー不足の改善 ✓ その他周遊に必要な基盤整備（コインロッカー、ユニバーサル対応など） 【守るべき資源の継承】 ✓ 周辺観光地などの景観、街歩き環境等の整備・保全（街並み、海岸道路等） ✓ 歴史文化の継承、市民へのインナープロモーション	弱み	【データ活用と戦略】 ✓ データに基づく戦略策定や PDCA サイクルが構築されていない 【観光地づくり】 ✓ 地域と連携した魅力の磨き上げ ✓ 守るべき資源の継承・受け入れ基盤が不足 【誘客】 ✓ 出雲の特別性と周辺観光地の発信力 ✓ 個人客・リピーター誘致 ✓ インバウンドなど新市場への対応方針の明確化 【体制】 ✓ 観光推進組織の専門性・継続性の確保、地域との協働体制の構築 ✓ 安定的な財源の確保、有効活用	弱み×脅威	B 観光まちづくり
誘客	✓ 出雲の歴史文化的意義の継続的な発信、多様な観光資源の認知度向上 ✓ 認知や来訪意欲につながる多様なメディアの活用・交通事業者と連携したPR ✓ 地域主導のデジタルマーケティングの実施（プロモーションを委託業者に任せきりにせずノウハウを取得） ✓ 周遊の可能性の高い個人客やそのリピーターへの発信力強化 ✓ インバウンドへの取組方針の整理・理解醸成	機会	✓ 個人客の増加によるニーズの多様化や、少人数向け施設等での機会増加 ✓ 旅行市場におけるサステナビリティ、歴史文化継承への関心の増加 ✓ 国策（経済成長・地方創生の切り札）としての地方誘客推進		C 誘客・ファン拡大
体制	✓ 専門性・継続性を有する観光地経営の牽引組織の構築 ✓ 市と観光協会をはじめ関係者の役割分担の明確化、重複や漏れがない施策実施、全体マネジメント、広域連携 ✓ 観光地域づくり（地域での資源発掘・資源磨きや情報共有・連携強化、事業者支援） ✓ 観光人材の育成（ガイドや接遇力とともに観光事業経営や観光地域づくりに資する人財育成） ✓ ビジョンや戦略の明確化による地域合意の形成、巻き込み力の向上による多様な主体の参画 ✓ 財源の安定的な確保	脅威	✓ 観光地間の競争激化 ✓ 人口減少による国内市場の縮小 ✓ 予期せぬオーバーツーリズム		D 観光地経営体制・人づくり

固有の観光資源やブランド力を生かせる市場になっている

他の観光地との競争激化に対し戦略・体制が整っていない

5. 目指す将来像

p.34

目指す将来像

観光地経営でなす 住んでよし・訪れてよしの観光まちづくり

周遊滞在型・通年型の観光まちづくりを戦略的に実現し、
住む人・訪れる人双方が出雲の多様な魅力に気づき、楽しんでいます。

【Side:住む人】

市民がもっと出雲のことを知り、楽しんでいる

当たり前すぎて気付かなかった出雲の価値や、知らなかった魅力を発見し、四季折々に楽しみ、誇りと愛着が高まっています。

観光まちづくりに取り組む人の輪が広がっている

観光まちづくりによる地域の発展を多くの市民・事業者が期待し、様々な形で取り組む人やビジネスの輪が広がっています。

観光地経営の推進力が高まっている

観光を牽引する関係者が共通のビジョンや戦略のもと、観光需要の取り込みによる地域経済の活性化を力強く推進しています。

【Side:訪れる人】

出雲の多様な魅力を知り、楽しんでいる

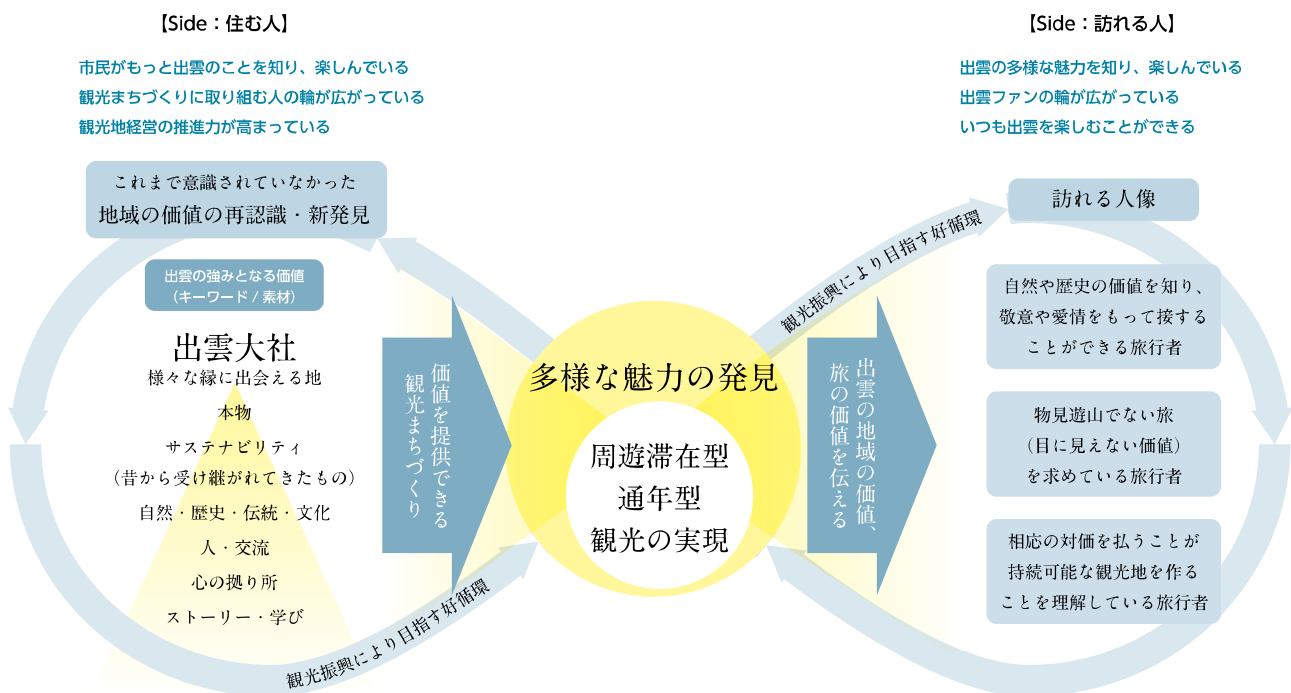
“出雲大社がある出雲”だけでない、歴史文化や出雲各地の多様な魅力を多くの人が発見し、四季折々に楽しみ、滞在しています。

出雲ファンの輪が広がっている

出雲を特別に感じて頂ける方が増え、リピーターや関係人口として地域内外の交流が活性化し、出雲への関心の輪が広がっています。

いつも出雲を楽しむことができる

旅ナカはもちろん、旅マエや旅アトにおいても、出雲のモノやコトに対してアクセスがしやすく、出雲への消費を楽しめる環境が整っています。



6. 数値目標

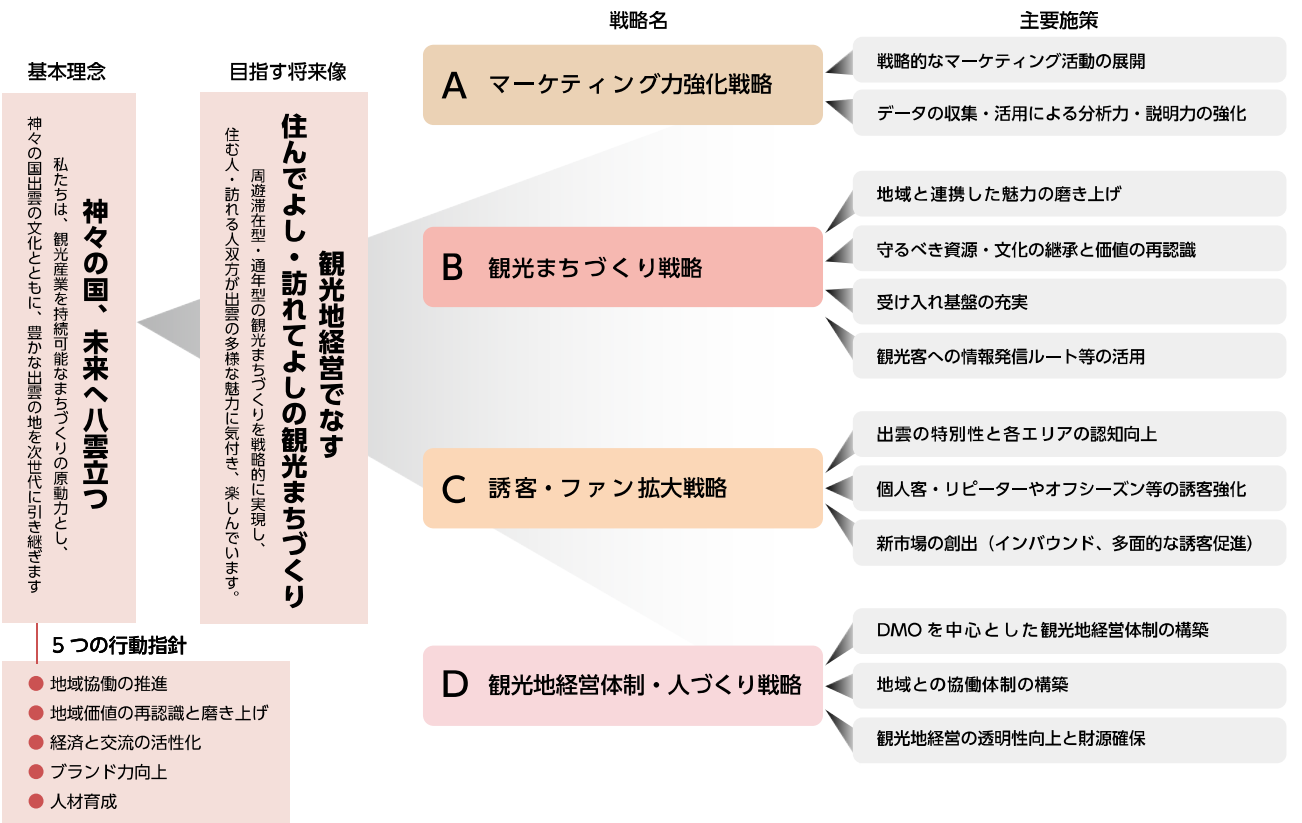
p.36

観点	指標名	単位	参考値①	基準値	目標値	備考
			2019(R1)	2023(R5)	2029(R11)	
地域経済 への貢献	【入込】入込客延べ数	万人	1,249万人	1,209万人	1,440万人	平均訪問箇所数の目標値を考慮して設定 併せて総合振興計画チャレンジ目標（8年間で交流人口 1億人）を達成
	【滞在】宿泊客延べ数	万人	79.5万人	84.0万人	100万人	総合振興計画（前期基本計画）目標値 収容人数と定員稼働率の目標が達成された場合の推計値
	宿泊施設収容人数	人/日	4,993人/日	5,592人/日	6,000人/日	年70人増程度（H26～R5の年増加平均）
	宿泊施設定員稼働率	%	43.6%	40.1%	45.7%	宿泊客延べ数/宿泊施設収容人数×365日×100
	【消費】観光消費額（出雲市来訪者の県内消費額）	億円	598.5億円	535.5億円	663.6億円	入込客実数、宿泊客実数、 消費額単価の目標が達成された場合の推計値
	入込客実数	万人	893.5万人	874.5万人	900万人	現状水準を維持
	宿泊客実数	万人	55.5万人	57.7万人	68.6万人	宿泊客延べ数の目標が達成された場合の推計値
	日帰り客の消費額単価（県内・県外平均）	円	5,489円	4,535円	5,535円	消費額単価を1,000円増加（200円/年）
	宿泊客の消費額単価（県内・県外平均）	円	24,953円	28,625円	29,625円	消費額単価を1,000円増加（200円/年）
	【周遊性】平均訪問箇所数	箇所	1.33箇所	1.35箇所	1.6箇所	0.05pt増/年×4か年（R8～R11）
	【リピーター】出雲大社のリピーター率（日帰り）	%	80.2%	69.0%	74%	1pt増/年×4か年（R8～R11）
	【リピーター】出雲大社のリピーター率（宿泊）	%	56.0%	50.1%	54%	1pt増/年×4か年（R8～R11）
	【繁閑差】繁忙期に対する閑散期の割合	%	77.5%	85.0%	88.0%	0.05pt増/年×4か年（R8～R11）
	【インバウンド】外国人宿泊客延べ数	人	11,552人	7,348人	30,000人	総合振興計画（前期基本計画）目標値 宿泊客延べ数の3%（県平均程度）
住んでよし・ 訪れてよしの まちづくり	【来訪者】出雲市来訪者の島根旅行満足度	%	—	78.2%	80%	令和5年は第2四半期以降（8～10点の割合/現状水準を維持）
	【来訪者】出雲市来訪者の島根旅行推奨度	%	—	78.8%	80%	令和5年は第2四半期以降（8～10点の割合/現状水準を維持）
	【市民】出雲市の住みやすさ	%	(R3) 85.9%	87.9%	88%	市民満足度調査結果より（現状水準を維持）
	【高校生】出雲に愛着や、魅力・誇りを感じる	%	(R3) 81.1%	80.9%	85%	総合振興計画チャレンジ目標
	【誇り】出雲ブランド化の推進（地域の魅力情報発信）	%	(R3) 26.0%	29.2%	35%	市民満足度調査における施策満足度（1pt増/年）
	【事業者】観光客を誘客するための取組の満足度	%	(R3) 33.4%	34.0%	39%	市民満足度調査における施策満足度（1pt増/年）

※出雲市単独での数値の把握は今後の課題であり、把握が可能となった場合には目標値を再検討します。

7. 施策体系

p.37



A. マーケティング力強化戦略

p.39

住んでよし・訪れてよしの周遊滞在型・通年型観光を実現し、地域経済に好循環を生み出していくため、戦略的なマーケティング活動の展開を推進します。

また、効果的な施策立案と効果の検証を行うとともに、関係者との合意形成や市民理解を図るため、データの収集・活用を進めます。

A-1

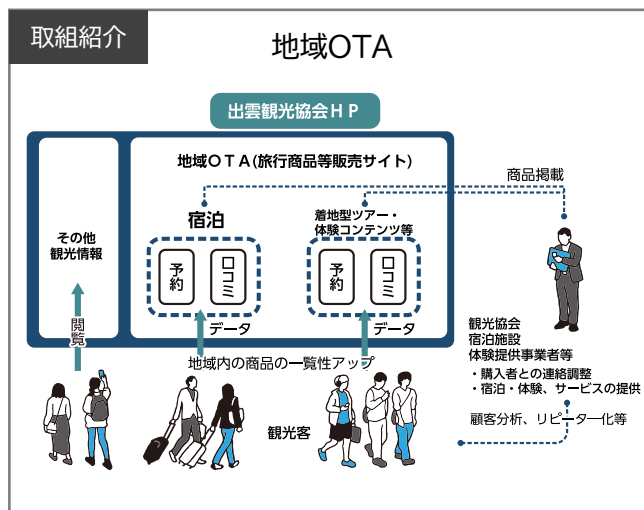
戦略的なマーケティング活動の展開

- ① 観光地としてのマーケティング戦略の策定等

A-2

データの収集・活用による 分析力・説明力の強化

- ① データの収集強化と
地域/事業者における分析・活用



B. 観光まちづくり戦略

p.45

中国地方でも有数の観光客数や出雲ファンの存在は、出雲市の大きな強みであり、まちづくりにおいて、より積極的に観光という切り口を活用することが期待されます。

観光まちづくりは幅広い分野に関わる総合的な取組であり、観光による経済効果を最大化するとともに、観光を活用した多様な地域課題への貢献を目指していきます。

B-1

地域と連携した魅力の磨き上げ

- ① 地域ごとのマーケティング戦略の検討
- ② コンテンツの磨き上げ・充実
- ③ 周遊に向けた仕掛けづくり(周遊戦略)
- ④ 着地情報の充実・案内力の向上

B-2

守るべき資源・文化の継承と価値の再認識

- ① 街並みや自然景観の保全
- ② 歴史文化資源の保存と活用
- ③ 市民へのインナープロモーション

B-3

受け入れ基盤の充実

- ① 繁忙期の渋滞対策の強化
- ② 公共交通等の利便性の向上と活用促進
- ③ 快適な旅行環境の整備・ユニバーサルツーリズムの推進
- ④ インバウンド受け入れに対する事業者支援
- ⑤ 宿泊機能の強化
- ⑥ 観光危機管理

取組紹介

Izumo365 プロジェクト

- ・Instagram『Izumo365』
- ・ブックレット『聞き書き IZUMO365』
- ・Izumo 観光アイデアソン



B-4

観光客への情報発信ルート等の活用

- ① 移住定住の促進
- ② 特産品の販路拡大

C. 誘客・ファン拡大戦略

p.65

出雲の特別性や多様な魅力の認知向上に取り組むとともに、個人客やリピーター確保、オフシーズン対策に向けたプロモーションを強化します。新市場の創出に向け、広域の取組を生かしたインバウンド誘客や、多面的な誘客促進に取り組みます。

C-1

出雲の特別性と各エリアの認知向上

- ① 出雲のブランドイメージ・歴史文化的意義の発信
- ② 多様なメディアの活用による各エリアの認知向上

C-2

個人客・リピーターやオフシーズン等の誘客強化

- ① デジタルマーケティングの強化
- ② 出雲ファンとつながる情報発信・デジタル化
- ③ オフシーズン対策等に資する民間イベント等の支援

C-3

新市場の創出(インバウンド、多面的な誘客促進)

1)インバウンド

- ① ターゲットの特定とターゲットに応じた誘客戦略の実施
- ② 広域団体等への連携の働きかけ、出雲のブランド力の活用
- ③ 成功事例の創出、繁閑差対策の観点の強化

2)多面的な誘客促進

- ① 団体客への多様なプラン販売の強化
- ② スポーツツーリズムなど多様なツーリズムの推進
- ③ MICE等の誘致

取組紹介

出雲ファンクラブ 「ディープないずも」



D. 観光地経営体制・人づくり戦略

p.73

市、観光協会、関係団体など、観光に携わる主体が共通の目的やそれぞれの役割を明確化しながら観光地経営の体制構築し、地域全体をマネジメントしていきます。

また、観光地経営の透明性を確保するため、データに基づく PDCA サイクルを実施するとともに、安定的な財源の確保を検討します。

D-1

DMO を中心とした 観光地経営体制の構築

- ① DMOの構築と役割分担の明確化
- ② 幅広い分野の連携促進・意識改革

D-2

地域との協働体制の構築

- ① 人的ネットワーク化と情報共有・連携の推進
- ② 地域プロジェクトの検討
- ③ 地域側の担い手・運営体制の検討

D-3

観光地経営の透明性向上と財源確保

- ① データに基づく PDCA サイクルの実施・公表
- ② 人材確保・育成等への予算確保
- ③ 安定的な財源確保の検討等
- ④ 広域的な連携の推進

取組紹介

地域戦略会議

