

Izumo

本計画は、出雲の観光に関わるすべての人のための観光まちづくりの羅針盤。

力を合わせて進む方向であり、迷ったときに立ち返る“拠りどころ”。

共通の目標や役割を明確にすることで、コミュニケーションや連携が活発化するだけでなく、取組に関わる輪が広がり、観光を軸としたまちづくりのエネルギーが大きく高まることを目指しています。

Contents

- 02 1. なぜ観光振興に取り組むのか？
- 03 2. 基本理念と行動指針
- 04 3. 目指す将来像と数値目標
- 06 4. 出雲市観光の現状と重点課題
- 07 5. 戦略と主要施策
- 12 6. 計画推進スケジュール（想定）

Photo by SHOKO TAKAYASU

出雲市観光基本計画

概要版

Tourism Master Plan

2025-2029

1. なぜ観光振興に取り組むのか？

出雲市にとって、観光振興に取り組む意義は何でしょうか。

観光産業は、地方の成長産業。特に出雲市にとっては大きなポテンシャルを有する産業です。

さらに、“住んでよし、訪れてよし”の魅力ある地域づくりにつながる効果が期待されています。

このような多様な効果をもたらすためには、観光振興の取組を、“観光地経営”に進化させていくことが必要となっています。

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)



今まで以上に、様々な地域産業への波及や、地域の魅力や歴史文化の継承など、出雲の素晴らしさを未来につなげる意義を大切にしていきたいわ

新しい出雲市観光の視点

観光地経営への進化

観光地経営とは、「地域の多様な関係者とビジョン・戦略の合意形成を行い、住んでよし、訪れてよしの持続可能な観光まちづくりを経営的な視点でマネジメントすること」です



これからの観光地経営に求められる視点

持続可能な観光開発

地域の社会経済発展と文化・自然の保全・継承とを両立する持続可能なマネジメント・観光開発

出雲にしかないものを大切にする (ユニーク / オンリーワン)

どこかで見たような観光地ではない、地域特有の歴史文化や自然景観、伝統・生業を大切にするオンリーワンの観光地

市民の幅広い支持と協力

観光振興の意義や取組成果を市民の皆様が実感でき、応援や協力・参画頂けるように取り組むこと

2. 基本理念と行動指針

私たちは、観光振興に取り組むに当たって、根底にある考え方を以下のとおりとします。

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。

3. 目指す将来像と数値目標

(1) 目指す将来像

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付き、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
観光まちづくりに取り組む人の輪が広がっている
観光地経営の推進力が高まっている

これまで意識されていなかった
地域の価値の再認識・新発見

出雲の強みとなる価値
(キーワード / 素材)

出雲大社

様々な縁に会える地

本物

サステナビリティ

(昔から受け継がれてきたもの)

自然・歴史・伝統・文化

人・交流

心の拠り所

ストーリー・学び

価値を提供できる
観光まちづくり

多様な魅力の発見

周遊滞在型
通年型
観光の実現

出雲の地域の価値、
旅の価値を伝える

Side : 訪れる人

出雲の多様な魅力を知り、楽しんでいる
出雲ファンの輪が広がっている
いつも出雲を楽しむことができる

訪れる人像

自然や歴史の価値を知り、
敬意や愛情をもって接する
ことができる観光客

物見遊山でない旅
(目に見えない価値)
を求めている観光客

相応の対価を払うことが
持続可能な観光地を作る
ことを理解している観光客

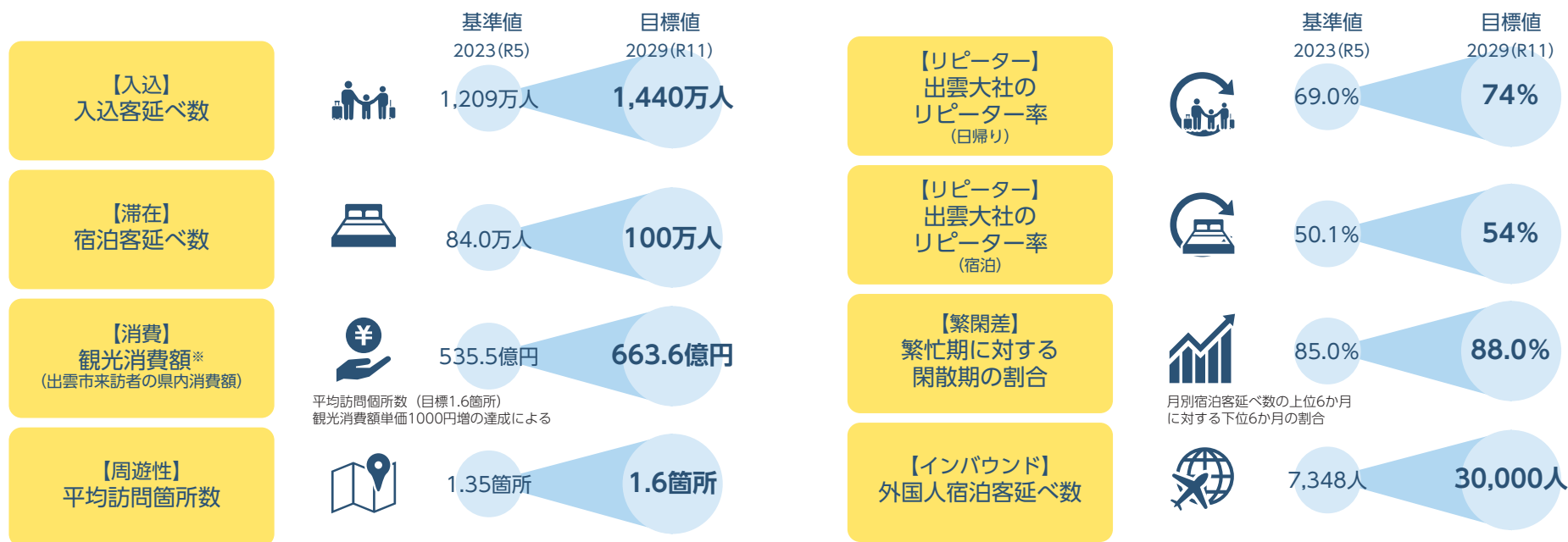
観光地経営による好循環

観光地経営による好循環

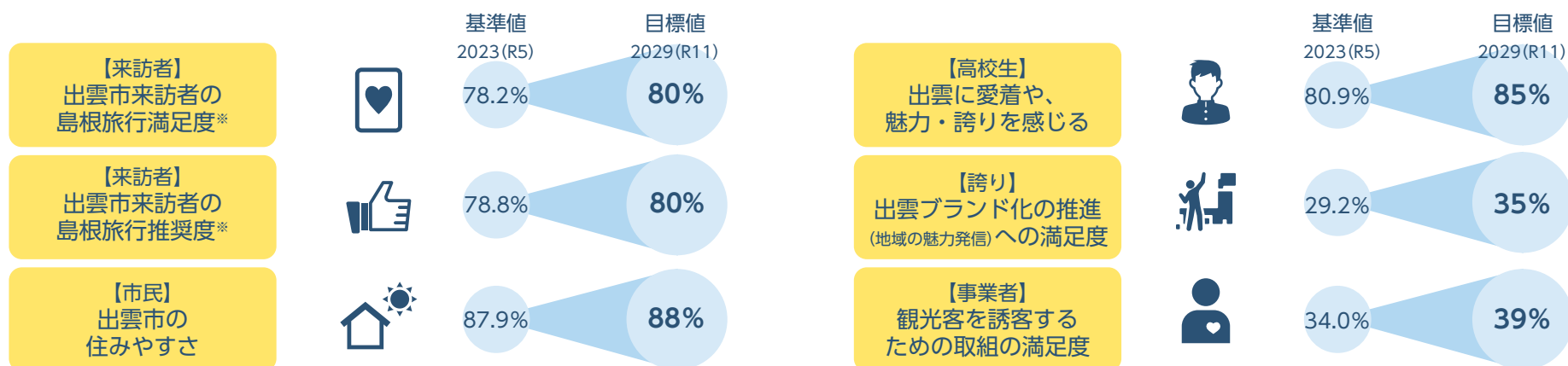
(2) 数値目標

将来像の実現に向けて、具体的な数値目標を設定します。

地域経済への貢献



住んでよし、訪れてよしのまちづくり



*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。

4. 出雲市観光の現状と重点課題

出雲市観光戦略会議や地域観光戦略会議における議論、様々な現状分析から、出雲市観光の課題が見えてきました。



5. 戦略と主要施策

| 戦略名 | 主要施策 | 戦略Dに基づく主な役割分担（想定） | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------------|-----------|----|------------|--|
| | | 観光協会 (DMO) | 観光 交流部 | 地域 | 庁内推 進本部 | |
| 戦略 A マーケティング力 強化戦略 | A-1. 戦略的なマーケティング活動の展開 | ◎ | ○ | | | |
| | A-2. データの収集・活用による分析力・説明力の強化 | ◎ | ○ | ○ | | |
| 戦略 B 観光 まちづくり戦略 | B-1. 地域と連携した魅力の磨き上げ | ◎ | ○ | ◎ | | |
| | B-2. 守るべき資源・文化の継承と価値の再認識 | ○ | ◎ | ○ | ◎ | |
| | B-3. 受入基盤の充実 | ○ | ◎ | ○ | ◎ | |
| | B-4. 観光客への情報発信ルート等の活用 | | ○ | | ◎ | |
| 戦略 C 誘客・ ファン拡大戦略 | C-1. 出雲の特別性と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 | ◎ | ○ | ○ | | |
| | C-3. 新市場の創出 | インバウンド | ○ | ◎ | ○ | |
| | | 多面的な誘客促進 | ◎ | | | |
| 戦略 D 観光地経営体制・ 人づくり戦略 | D-1. DMOを中心とした観光地経営体制の構築 | ◎ | ◎ | | ○ | |
| | D-2. 地域との協働体制の構築 | ○ | ◎ | ◎ | | |
| | D-3. 観光地経営の透明性向上と財源確保 | ○ | ◎ | | ○ | |

A マーケティング力強化戦略

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。

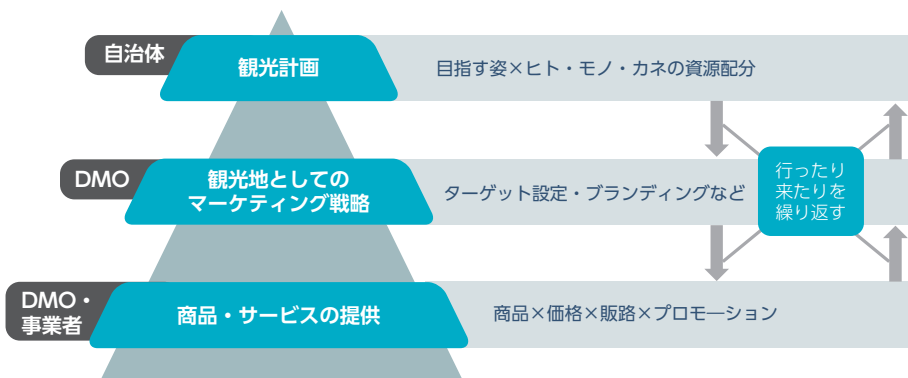
A-1. 戦略的なマーケティング活動の展開

- 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

観光地における観光計画と観光地域マーケティング戦略の関係性



参考：安藤 弘樹．「企業におけるマーケティング機能とは？企業戦略や他部門との関係について詳しく説明します！」．株式会社 H&K．2021-08-31．<https://www.handk-inc.co.jp/blog/marketing-function>．（参照 2022-12-02）
 出典：観光庁「観光地域づくり法人（DMO）による観光地域マーケティングガイドブック」（R4.12）

取組紹介

地域全体のマーケティング力強化に向けて

出雲観光協会 公式予約サイト「出雲旅」の導入

令和6年12月、市内の旅行商品等の公式予約サイト「出雲旅」を導入しました。地域のマーケティング力（販売力）を高めるツールとして注目されている、地域限定の予約販売サイトです。

いわば商品の「陳列棚」が整いましたので、地域の様々な魅力・出雲の暮らしや文化を楽しめる商品の発掘・掲載を進めていきます。

メリット1

大手旅行会社では扱うことが難しい、地域の多様な商品を販売できる仕組みが整う

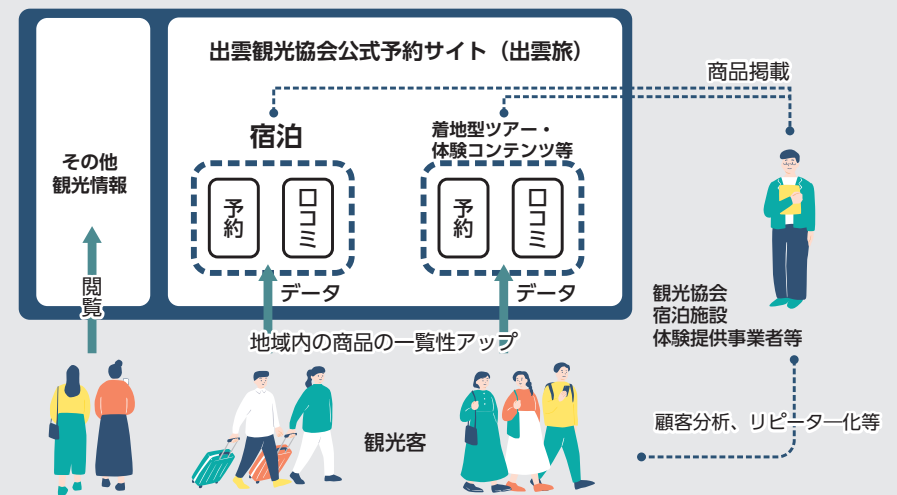
メリット2

顧客データを分析し、地域や事業者の販売力アップ

メリット3

低手数料で利用できる（手数料は市の観光振興に活用）

出雲観光協会HP



B 観光まちづくり戦略

中国地方でも有数の観光客数や出雲ファンへの存在は、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。

取組紹介

地域特有の価値・魅力を発掘

Izumo365プロジェクト

令和5年度から“出雲で過ごす時間そのものの魅力”を発信したいと開始した「Izumo365」プロジェクト。

プロジェクトを通じて、地域特有の価値・魅力の発掘につながっています。

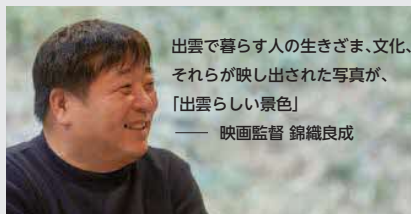
Instagram『Izumo365』

「暮らすように出雲を旅する」をテーマに、ガイドブックには載ってない出雲の魅力を積極的に投稿。出雲で暮らす人の生きざま、文化を映し、出雲にある「目に見えない大切なもの」を表現する発信にも取り組んでいます。

ブックレット『聞き書きIZUMO365』

立場の違ういろんな方から聞いた出雲の魅力を編集しブックレットを作成。

WEB記事化して順次発信しています。



出雲で暮らす人の生きざま、文化、それらが映し出された写真が、「出雲らしい景色」
—— 映画監督 錦織良成

Izumo観光アイデアソン

市内外からの参加者目線で地域の魅力を再発見することができました。いただいた提案を取り入れた施策を進めています。



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. 受入基盤の充実

- 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

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

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めます。

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

潜在している出雲ファンをリピーターへ！

観光・移住公式LINE「出雲ファンクラブ」

令和6年10月から、情報発信のプラットフォームとして「観光・移住公式ライン(出雲ファンクラブ)」を開設しました。

観光協会HPのほか、令和6年度に導入した各種ツール(体験&宿泊の公式予約サイト、旅の相談ができるオープンチャット、イベントマップ、スタンプラリー機能等)を集約しています。

このようなデジタルツールを使うことで、これまでは直接情報を届けられなかった、出雲に関心やご縁のある方々に、継続的/プッシュ型で情報発信を行い、地域とのつながりを広げていきます。

市内の情報が便利に見れますので、市民の皆様にも、また、各施設等でのお客様へのご案内にも、出雲ファンクラブを是非ご活用ください。



「ディープないずも」タブでは移住やお仕事情報等も提供しています。

D 観光地経営体制・人づくり戦略

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を構築し、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

DMO (観光地域づくり法人) とは？

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔となる法人です。

DMO: Destination Management/Marketing Organizationの略。

(参考) 観光庁への登録要件

- 多様な関係者の合意形成
- 戦略、KPI の設定、PDCA サイクルの確立
- 観光関連事業と戦略の整合、プロモーション 等

取組紹介

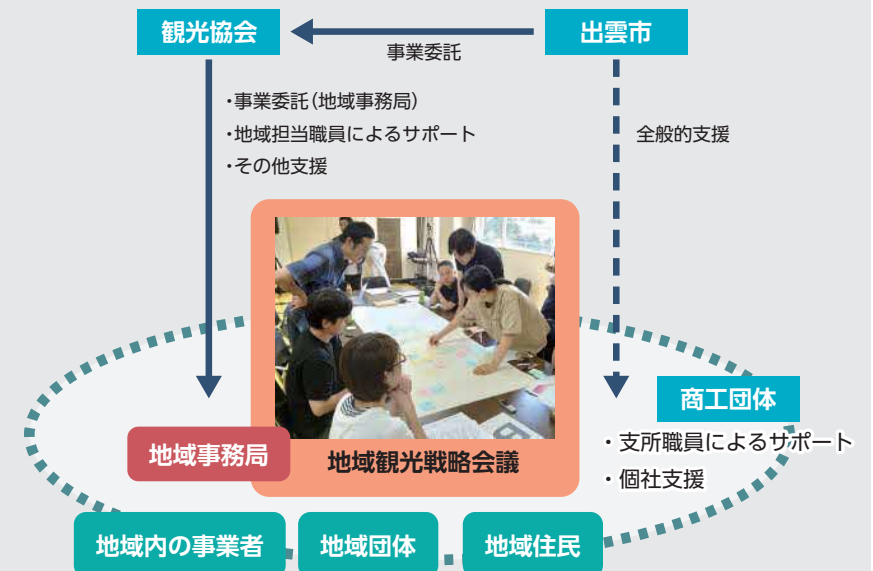
地域の観光まちづくりの活性化に向けて

地域観光戦略会議の開催

令和6年度の地域観光戦略会議において、引き続き情報共有や地域内連携を進めたいとの意見が多かったことから、令和7年度以降も、地域の希望を踏まえた形で地域観光戦略会議を継続することとします。市や観光協会の地域担当を設置して地域との連携を強化し、情報共有や個々のプレイヤーが取り組める活動の推進を図ります。

加えて、地域の希望に応じ、地域協働プロジェクトや地域事務局の設置も検討します。

地域との協働体制の検討イメージ (例)



私たちは、観光を軸としたまちづくりを通じて、地域内外の交流の輪と経済の好循環を広げるとともに、出雲の多様な魅力が住む人・訪れる人に再発見され愛されるよう、出雲の観光に関わる人々を巻き込んで、この出雲市観光基本計画を推進します。

そして、はじまりの地出雲の物語を国内外に広げ、未来を創造する次世代につなげていきます。



出雲市観光基本計画

令和7年(2025)3月
出雲市(観光交流部)

出雲市観光基本計画
についての
Web ページはこちら



出雲ファンクラブ
LINE



Izumo Japan
YouTube



6. 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 | | | |

※観光庁へのDMO登録は、要件を満たせば観光協会の発展的改組に先立ち登録が認められる可能性があります。
タイミングを含め今後検討していきます。