



出雲市観光DXレポート VOL.0

出雲市観光交流部観光課

目次

1.出雲市の観光動向の速報（入込数・宿泊数）

2.宿泊データ分析システムから見えたこと

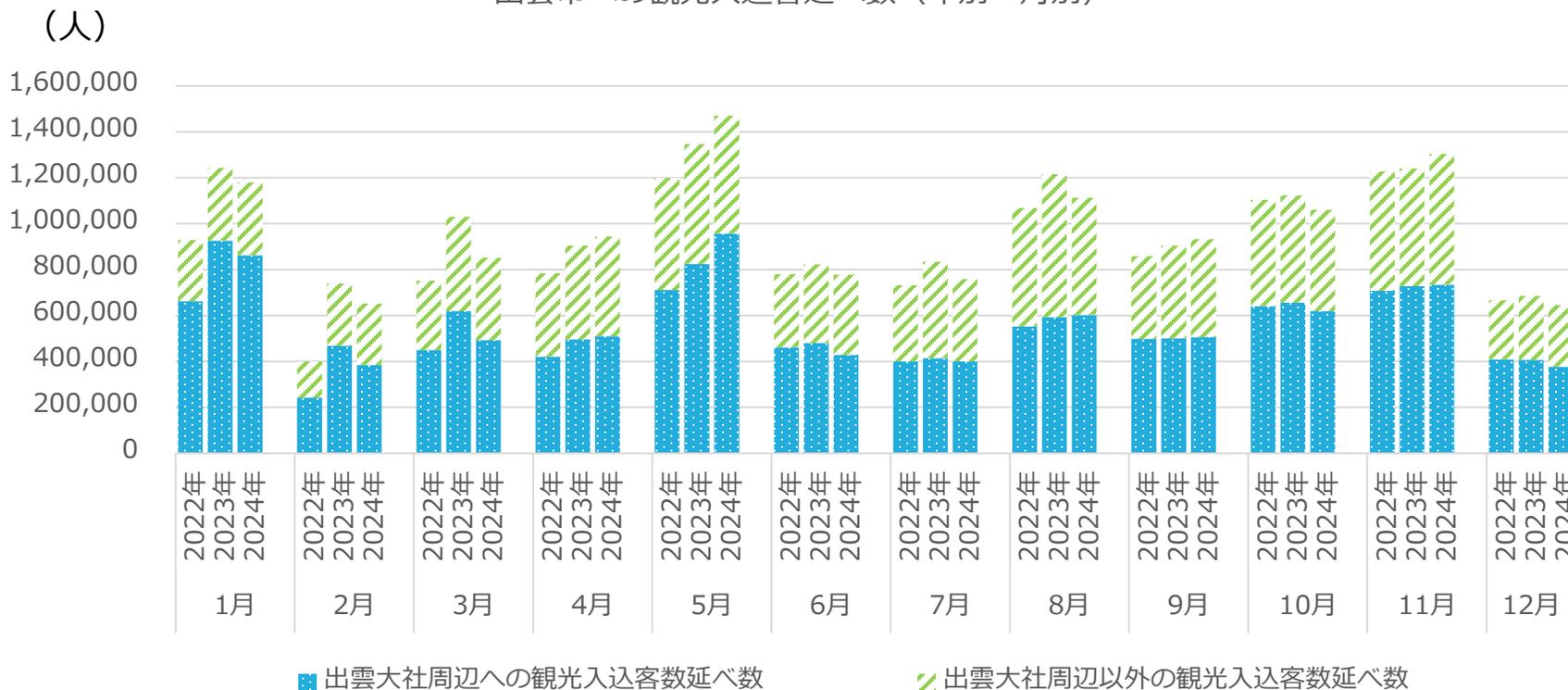
3.観光予報プラットフォームから見えること

4.おでかけウォッチャーから見えること

5.イベント情報等の共有

6.コラム

出雲市への観光入込客延べ数（年別・月別）



・ 令和6年の出雲市の観光入込客数は速報値で、**11,692,001人**（前年比96.8%）

・ うち出雲大社周辺への観光入込客延べ数は速報値で、**6,876,000人**（前年比96.7%）

■ 出雲大社周辺への観光入込客数延べ数 ▨ 出雲大社周辺以外の観光入込客数延べ数



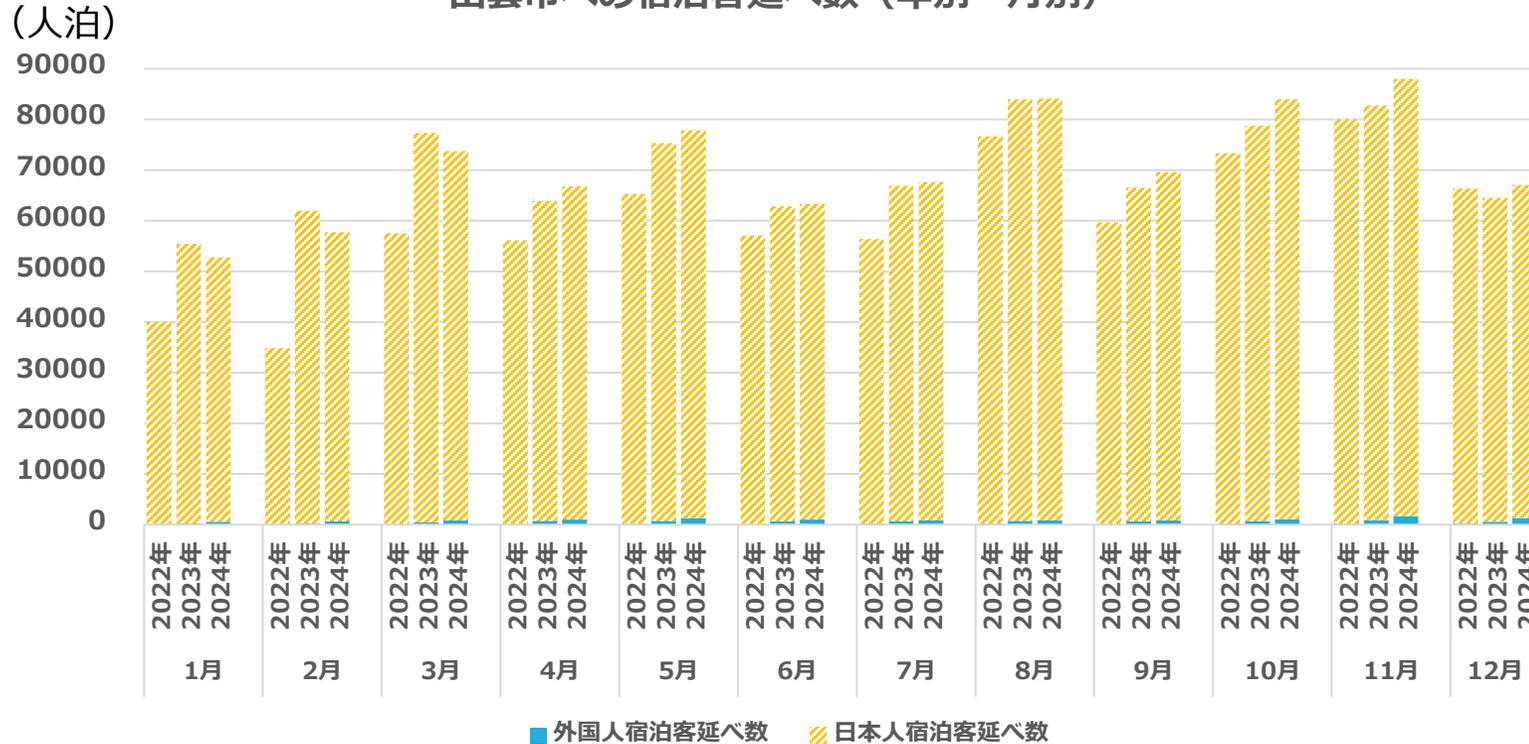
・ 7月豪雨で日御碕での観光が一時制限されたことが、前年の数値を下回った要因と考えられる（制限期間：7月9日-9月6日）。

・ 2月・3月が前年比8割にとどまったのは、令和5年と比較し、**サイコロ切符**の実績が芳しくなかったことが、要因の1つとして考えられる（全国的には前年同期比11.8%増）。

・ 出雲市全体に占める出雲大社周辺の入込客の割合は、年間を通じて50～60%代で推移し、**1月や5月**には高くなる傾向にある。一方で、**夏季（7月・8月）**は割合が下がる傾向にある。そのため、夏季に地域連携をより強化することで、他月と比較し、市内周遊が促進されやすい可能性がある。

参考） 島根県全体の観光入込客延べ数は**30,194千人（R5年）**。松江市の入込は8,570千人（R5年）。

出雲市への宿泊客延べ数（年別・月別）



・令和6年の出雲市への宿泊客延べ数
852,766人（前年比101.5%）

・うち外国人宿泊客者数
11,961人（前年比162.8%）

○ **8月～11月の4か月間は宿泊客数が高水準で安定**

- ・早期予約促進⇒プランの事前告知で繁忙期のオンハンドを増やしましょう。
- ・宿泊単価の引き上げを検討⇒繁忙期を見越し、価格設定を最適化
- ・外国人宿泊客数が全体に占める割合⇒全国平均19.3%（2023年）を大幅に下回る。全国的には閑散期の在庫を外国人観光客で埋めようとする動きがある。

○ **冬季の閑散期対策に重点を置くことで考えられる効果**

- ・安定的な収益の確保
- ・新しい顧客層の開拓：長期滞在向けプラン・ワーケーション利用
- ・ブランド力の向上：オフシーズンの利用が増えることで、「一年を通して利用しやすい宿泊施設」としての認知度



➤ **中国・台湾・香港・韓国は団体ツアー客が多い**

⇒広島・岡山から団体バス利用で出雲へ
⇒香港・韓国は米子空港からの国際定期便あり

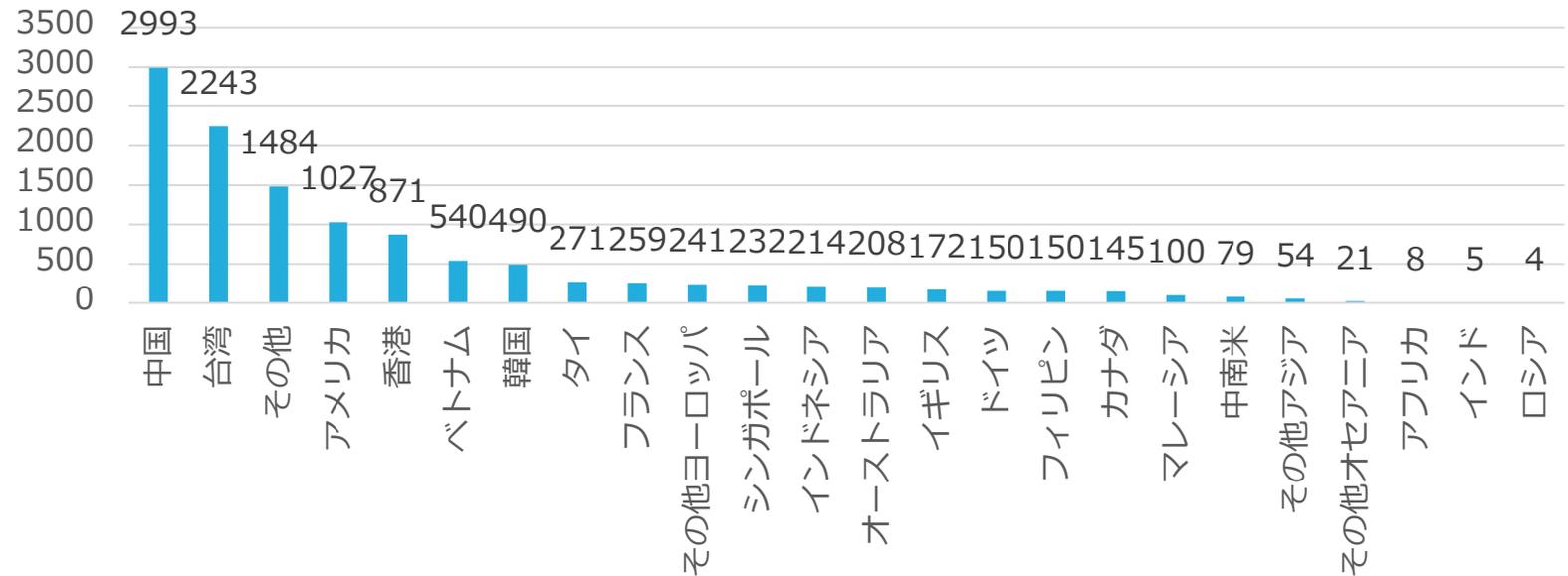
➤ **一方で、アメリカやフランス等の欧米圏は個人客の割合が高い**

⇒出雲の歴史・文化に興味がある場合が多い

➤ **ベトナム人宿泊者数増加の要因**

⇒令和6年5月に出雲空港とベトナム・ハノイ間で運行された、チャーター便の影響

国籍別外国人宿泊者数



○ **主要な予約プラットフォーム**

中国・台湾 Trip.com（中国旅行者の約70%）が利用

アメリカ・欧米圏 Booking.com、Expedia

⇒同じインバウンドでも、流入が期待できるOTAは異なる。

ただ単に、「インバウンドを取込もう！」ではなく、国籍までしっかり絞ったターゲティングが必要。

□ 概要

出雲市が導入した、JTBの「**宿泊データ分析システム**」は、宿泊施設から収集した匿名化された宿泊者データを蓄積・分析し、地域の観光動向を把握するためのツールです。

□ 主な特徴

• データ収集と分析

宿泊者数、年代、性別、利用プランなどのデータを自動で取り込み、グラフ化して視覚的に分析できます。

• 地域比較

全国の観光関連データと組み合わせることで、他地域との比較分析が可能です。

• プラットフォーム連携

観光予報プラットフォームやRESAS（地域経済分析システム）と連携し、市区町村単位の基礎データを活用できます。



概要 2024年9月 宿泊人数が多い都道府県別ランキング

令和6年9月

令和5年9月

順位	属性	値	(単位：人)
1	東京都	2431	<div style="width: 100%;"></div>
2	福岡県	2408	<div style="width: 100%;"></div>
3	広島県	1869	<div style="width: 100%;"></div>
4	大阪府	1499	<div style="width: 100%;"></div>
5	島根県	1241	<div style="width: 100%;"></div>
6	愛知県	1046	<div style="width: 100%;"></div>
7	神奈川県	989	<div style="width: 100%;"></div>
8	兵庫県	969	<div style="width: 100%;"></div>
9	山口県	860	<div style="width: 100%;"></div>
10	岡山県	758	<div style="width: 100%;"></div>

順位↑	属性	値	(単位：人)
1	東京都	1981	<div style="width: 100%;"></div>
2	島根県	1541	<div style="width: 100%;"></div>
3	大阪府	1375	<div style="width: 100%;"></div>
4	広島県	1237	<div style="width: 100%;"></div>
5	兵庫県	825	<div style="width: 100%;"></div>
6	神奈川県	790	<div style="width: 100%;"></div>
7	愛知県	701	<div style="width: 100%;"></div>
8	福岡県	629	<div style="width: 100%;"></div>
9	埼玉県	580	<div style="width: 100%;"></div>
10	岡山県	513	<div style="width: 100%;"></div>

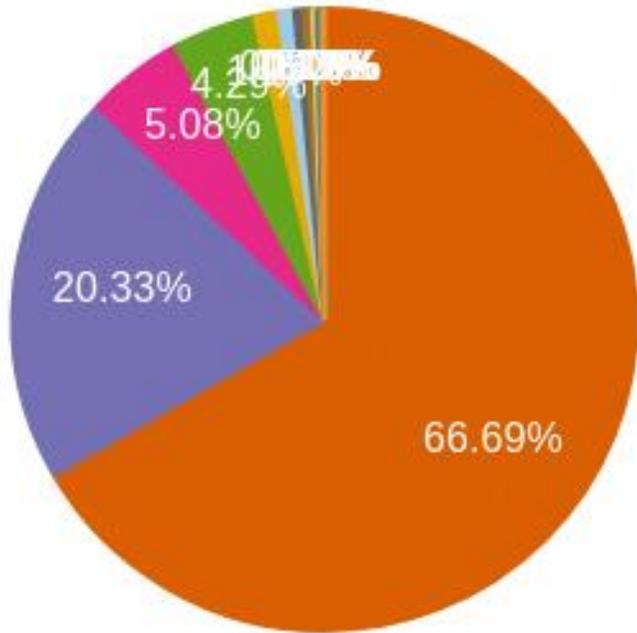
- **トップ10の顔ぶれに大きな変動はない**
- 首都圏・空路が確立している都府県・近隣県からの宿泊が多い傾向
⇒**視点**) 自施設と市の傾向に違いがあるか？
 - 福岡県は令和5年から急激に宿泊数が増加している←**注目ポイント**
 - 宿泊需要の変化をとらえた戦略が重要
⇒ランキング変動を参考に、プロモーションやターゲット層の明確化を図る
 - 観光課としても、プロモーションを行っていくうえで非常に重要なデータ

※前年比較で顕著な変動があったため、9月のデータを記載しています。
次回以降は、前月or前々月の速報値データを使用します。



概要 2024年11月 宿泊日数

延べ宿泊者数_宿泊日数別



■ 短期滞在が圧倒的に多い

➢ 1泊の需要が高い。短期滞在客向けのプランや価格戦略の最適化。

■ 長期滞在の需要も一部あり

➢ 「5泊以上」の宿泊者が一定数存在。ワーケーション・長期滞在向けの割引プラン、連泊特典を強化。

⇒視点) 自施設と出雲市の傾向には違いがあるか？

⇒観光課としては、観光コンテンツを充実させ「もう1泊したくなる魅力」を作る必要がある。

例) 出雲市がR6年に導入した、地域OTA「ちいプラ」の体験サイトをと自社HPの連携



※データの安定的な蓄積まではあくまで参考データとしていただければと思います

概要 2024年9月 宿泊人数が多い都道府県別ランキングTOP10×宿泊日数

(単位：人)

	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊	6泊	7泊	9泊	10泊	11泊	18泊	29泊
東京都	930	209	112	1	0	0	0	0	9	0	0	0
神奈川県	261	98	26	4	0	0	0	0	0	0	0	0
愛知県	460	86	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
大阪府	484	54	21	136	50	0	0	0	0	0	55	0
兵庫県	288	25	15	0	0	0	0	0	0	40	0	0
島根県	449	60	17	5	5	8	5	0	0	0	0	29
岡山県	280	66	66	0	0	0	0	0	0	0	0	0
広島県	739	93	9	128	36	0	0	138	0	0	0	0
山口県	162	9	27	52	0	0	0	0	0	0	444	0
福岡県	363	70	0	0	0	0	0	0	0	0	230	1332



■レポート7ページの考察 福岡県からの宿泊者の増加要因

- 18泊以上の宿泊が1,332人⇒増加した要因がビジネス目的の長期滞在であることが推測できる。
- 山口県が令和6年にトップ10に入った要因も、ビジネス目的の長期滞在があったことだと推測できる。

⇒様々な角度からデータを分析することで、増減の要因が明確に！

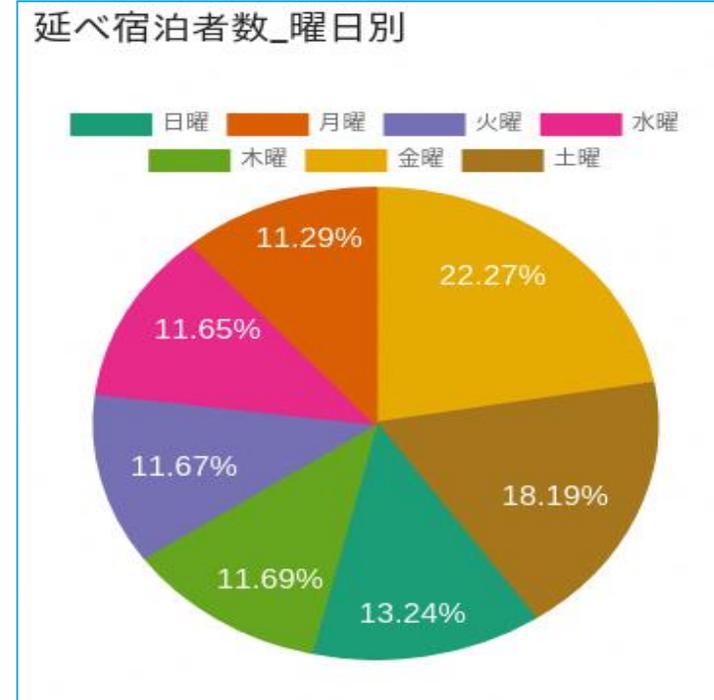
※前年比較で顕著な変動があったため、9月のデータを記載しています。
 次回以降は、前月or前々月の速報値データを使用します。

概要 2024年11月宿泊人数動向

(単位：人)



(単位：人)



※青丸が土曜日、赤丸が日曜日・祝日のマークです



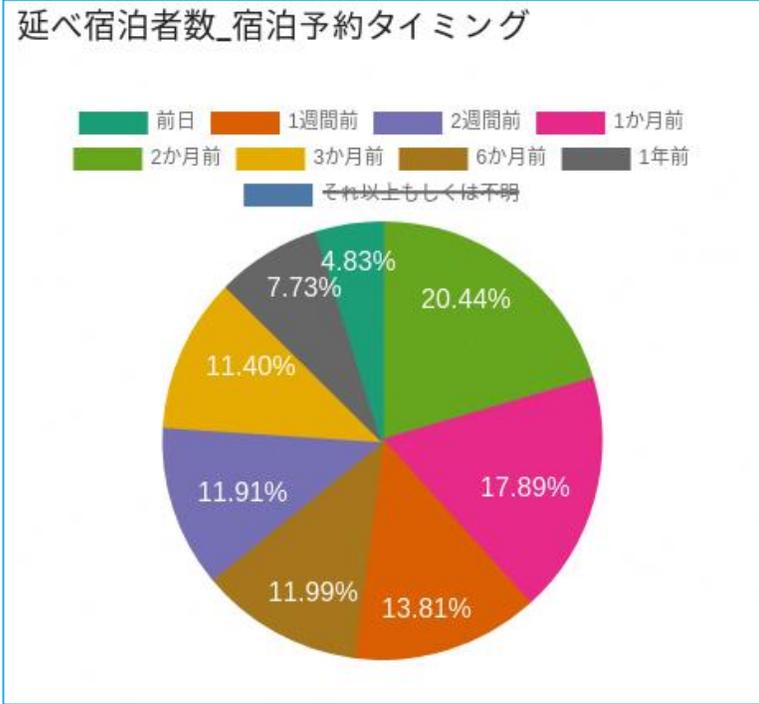
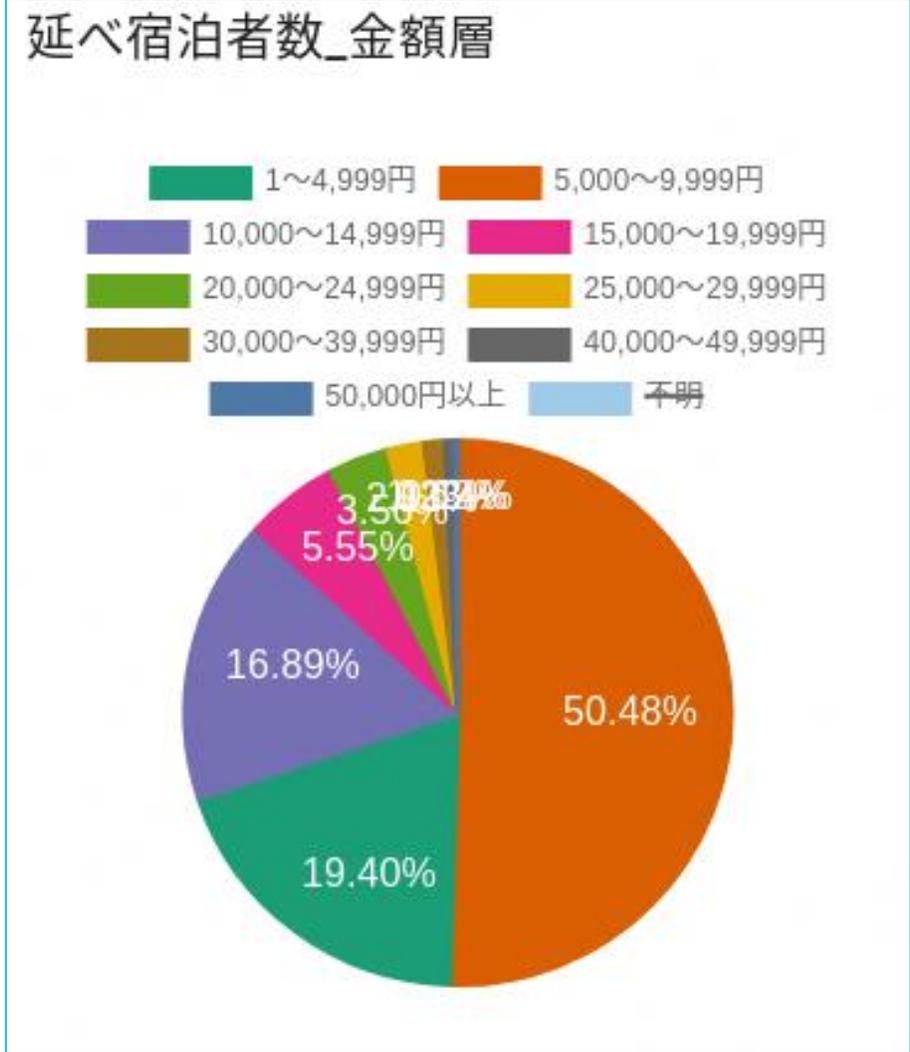
■週末（日・土・金）に宿泊者が集中

- 週末の予約増加に備え、価格調整・稼働率最大化を狙う
- 神在祭期間中の宿泊者数は平日でも高水準で推移

■閑散日（月～木）をどうとらえるか

- プラン等の検討で、集客増を図るorスタッフの勤務時間の調整日として活用

概要 宿泊予約タイミング・宿泊金額層×延べ宿泊者（2024年11月）



- **宿泊金額層**
 - ~14,999円の金額層が85%以上を占める
- **予約の多くが「2~6か月前」に集中**
 - 大まかな稼働率を把握するためにも、**早期予約促進**がカギ
- **特に前日~1か月前の予約が全体の34%を超える（予約の直近化）**
 - 「当日割」・「ラストミニッツプラン」を用意することで、稼働率を最大化
 - **当日ギリギリまで価格をコントロールして在庫を売り切る工夫**

※データの安定的な蓄積まではあくまで参考データとしていただければと思います

□ 2-⑥宿泊データ分析システムから見たこと

概要 クロス集計 都道府県×金額層（2024年11月）

（単位：人）

	1～4,999円	5,000～9,999円	10,000～14,999円	15,000～19,999円	20,000～24,999円	25,000～29,999円	30,000～39,999円	40,000～49,999円	50,000円以上	合計
東京都	597	1000	424	81	106	24	36	30	11	2309
広島県	299	989	229	85	54	9	8	0	0	1673
大阪府	211	748	291	117	74	24	12	13	0	1490
島根県	368	616	332	61	21	4	21	6	0	1429
愛知県	143	663	287	43	63	9	16	8	0	1232
神奈川県	242	435	168	45	44	28	9	10	2	983
兵庫県	165	442	179	75	43	30	15	9	2	960
福岡県	74	459	178	45	44	10	21	4	0	835
埼玉県	248	238	112	56	28	1	2	3	0	688
岡山県	85	335	93	53	11	6	8	0	1	592

※色塗り部分がその他を除く最もウェイトが大きい金額層



■ 中価格帯（～14,999円）までがほとんどを占める

■ 都道府県別に価格帯の傾向が異なる

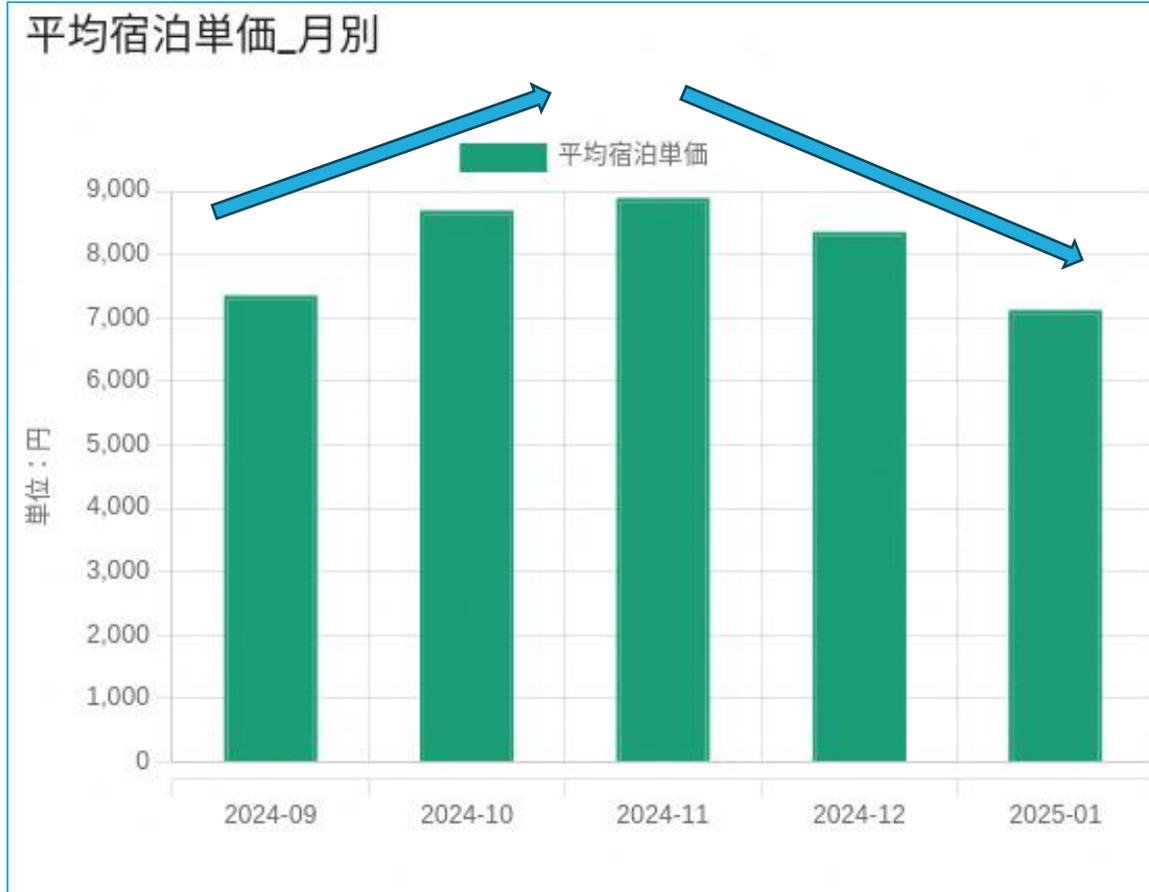
⇒ 東京都・広島県・大阪府は比較的高単価層（30,000円以上）が多い

参考）30,000円以上の高価格帯の割合 **東京：3.3%** **岡山：1.52%**

⇒ **観光利用が多い施設**はエリア別マーケティングが有効。

ビジネス利用が多い施設は、エリア別マーケティングの効果が低い。法人契約・アクセス訴求・価格戦略を最適化することが効果的。

概要 平均宿泊単価_月別 (2024年9月-2025年1月)



○平均宿泊単価

- 11月が最も高く8,891円
 - 1月が最も低く7,128円
 - 観光入込客が大きく落ち込む12月も8,813円と比較的高単価を維持
- ⇒出雲地域の価格変動の波を把握し、ダイナミックプライシングを強化



□ 概要

観光業のデータを収集・分析し、地域ごとの観光需要や動向を予測するためのツールです。

これにより、観光事業者は地域の観光動向を把握し、効果的なマーケティング戦略やリソース配分を行うことができます。

観光業に関わるデータ（宿泊、観光施設の利用状況、イベント情報など）をもとに、観光客の流れやピーク時期を予測し、観光地の運営や政策立案をサポートします。

事業主体：公益社団法人日本観光振興協会



□ 利用条件

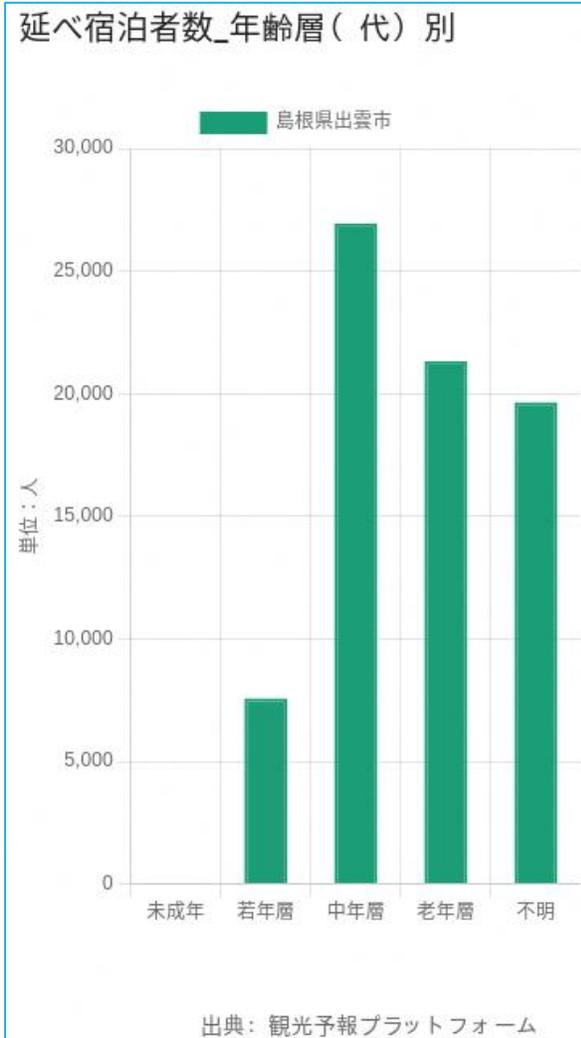
会員登録を行う必要有。無料会員で閲覧できるデータと有料会員で閲覧できるデータには違いがある。

□ WEBページはこちらから↓

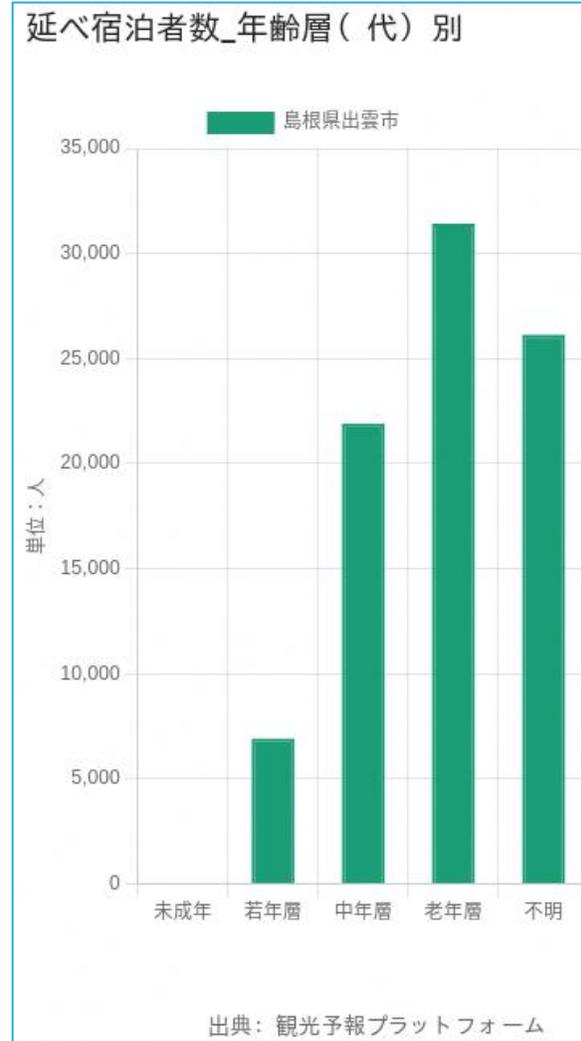
<https://kankouyohou.com/>

概要 延べ宿泊数_年齢層別 (2024年9月と11月)

令和6年9月

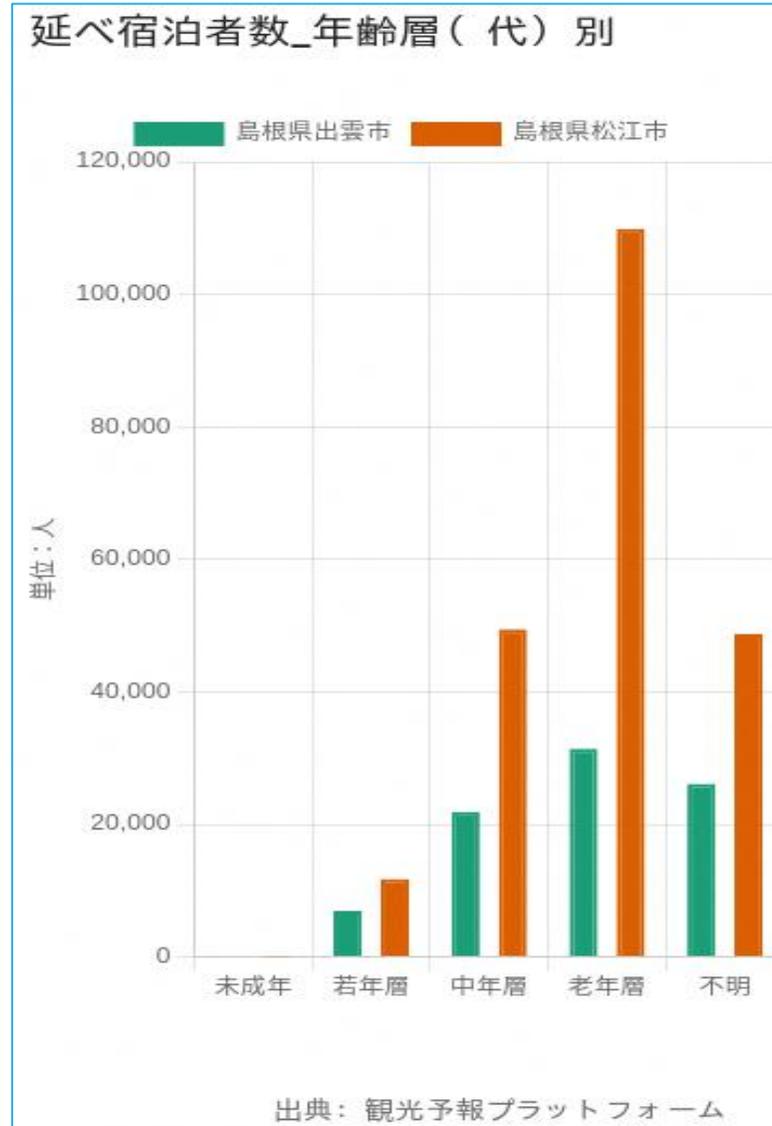
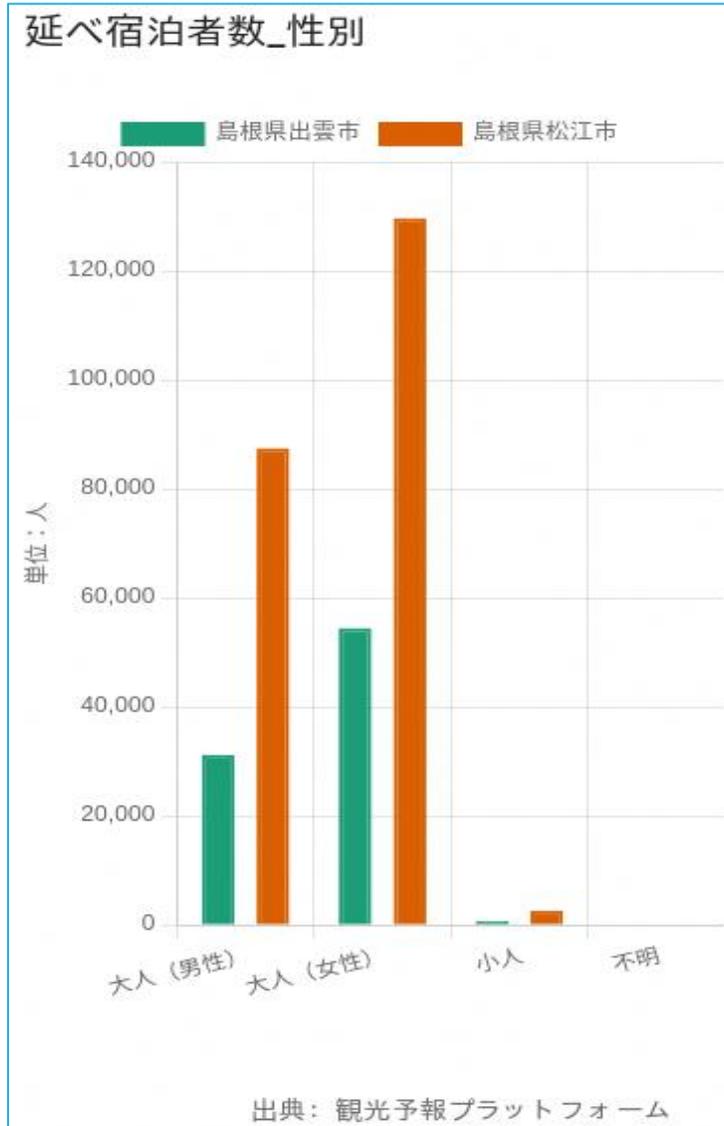


令和6年11月



- **宿泊者の年齢層 ボリュームゾーン**
 - 9月は中年層。11月は老年層がボリュームゾーン。
 - 年齢層が高めなので、ある程度、高付加価値のプランでも需要の開拓が可能
- **「若年層」(20代~30代)の取込が課題**
 - SNS等を有効に活用したPR施策を実施(観光課)

概要 延べ宿泊数_性別・年齢層 松江市との比較 (2024年11月)

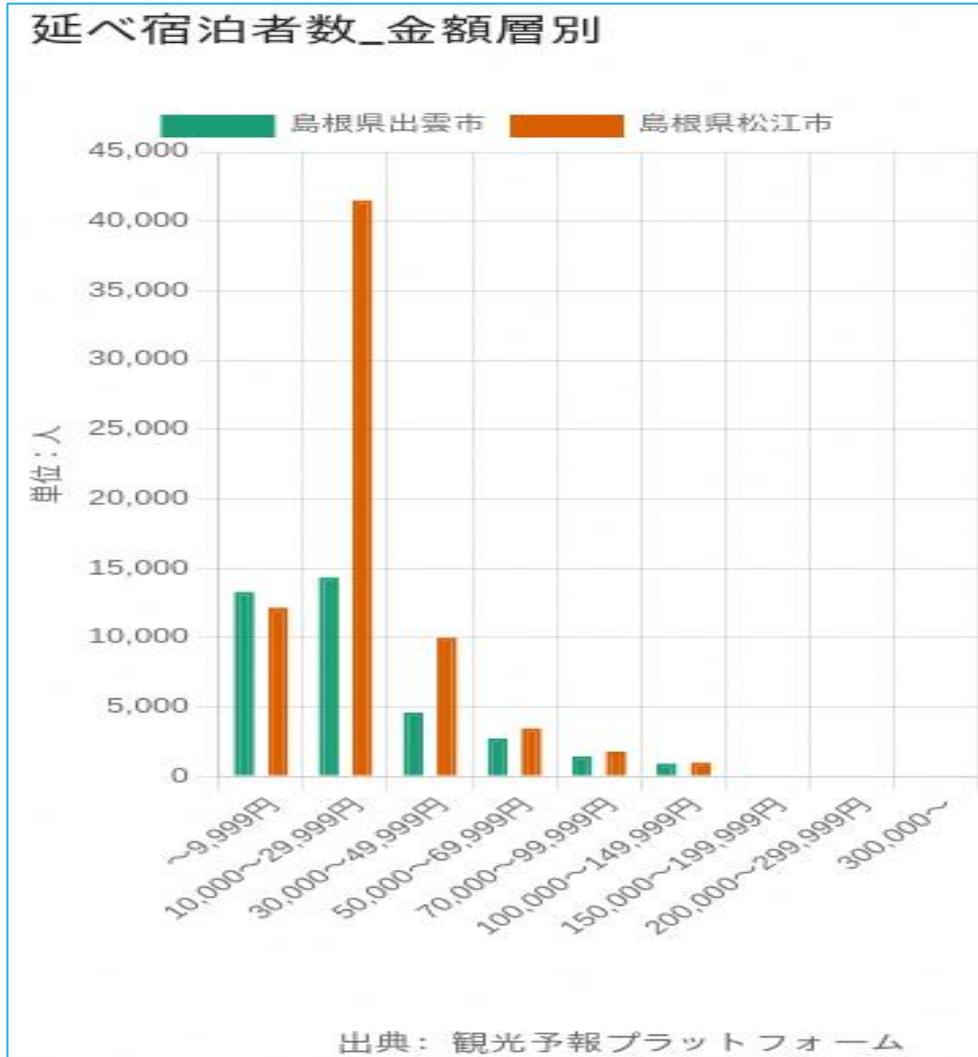


■ 出雲・松江両市とも、女性の宿泊者数が多い。
 ⇒ 「女性」に特化した宿泊プラン
 例) アメニティの充実・レディースプラン・女子会プラン

■ 出雲・松江は「老年層」が最も多い
 ➤ 近隣の市で同じ年齢層がボリュームゾーン



概要 延べ宿泊数_金額層別 松江市との比較 (2024年11月)



- 出雲は松江市に比べて客室単価が低めの層が多い
 - 低~中価格帯の層が主流
 - ⇒コストパフォーマンスを重視する若年層は取り込むべき層 (観光課からの若年層へ特化したプロモーションも有効?)
 - 松江は温泉街があり1泊2食付きが基本設定の場合が多く、単価は高め
 - メインの年齢層の違い等から、松江と出雲ではターゲットすべき層に違いがある可能性
- 一方で、高価格層向けの需要もグリップする工夫も必要



□概要

観光地やイベントなどのリアルタイムデータを提供するサービスで、観光業者や地域自治体が観光客の動向を把握し、効果的な対応を行うためのツールです。

主に、観光地の混雑状況や訪問者数をリアルタイムで追跡・分析し、観光業の運営や施策に活用されます。

事業主体：公益財団法人 九州経済調査協会



□利用条件

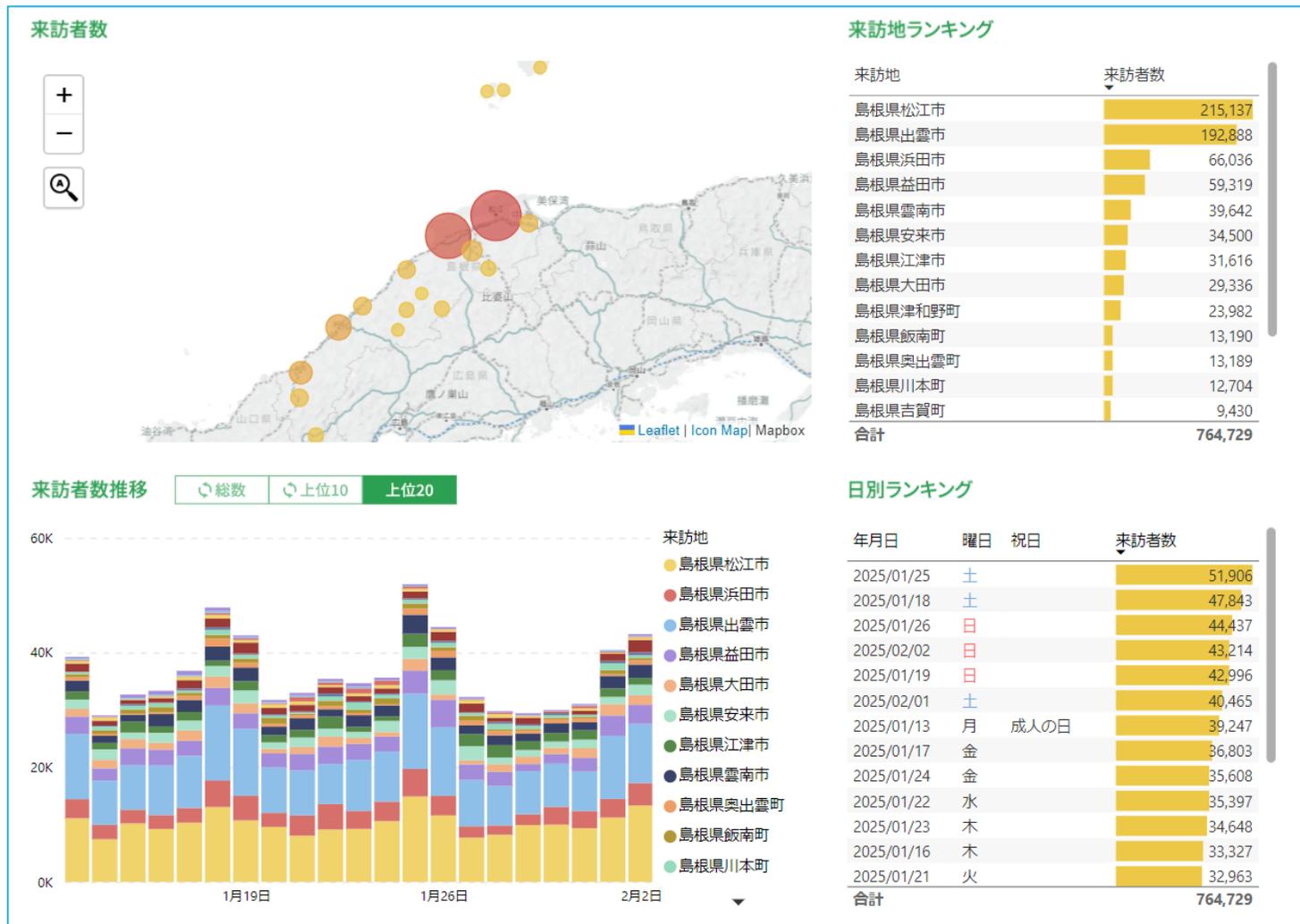
アカウントの無償登録ができるのは、行政・自治体・DMO・観光協会の方、大学・研究機関・メディア関係の方（基本機能のみ無償で使用可）。

民間企業はプレミアムサービスの登録が必要（有償）

□WEBページはこちらから↓
<https://odekake-watcher.info/>

□おでかけウォッチャー概要

140以上のスマホアプリを通じて、利用者から明示的な同意を得て取得した月間3,000万人の位置データを活用した、人流モニタリングツール。公益財団法人九州経済調査協会と(株)ブログウォッチャーが運営。※アプリの位置データからの集計のため、観光動態調査とは数値が異なります。



□松江と出雲の人流の比較

➤ 松江市は平日・週末ともに安定した集客がある一方、出雲市は週末や特定日の流入が目立つ。松江市はビジネス・観光のバランスが取れていることが推測さえる。

□平日（月～木）の集客が課題

➤ 平日向けのプラン等を強化することで、観光需要の底上げが期待できる。



概要 3月以降の出雲市及び周辺地域のイベントや海外の連休情報をまとめています

■ 市内及び周辺地域のイベント

○ **3月30日（日）**

- ・ 桜祭り @真幸ヶ丘公園
- ・ MONGOL800 × WANIMA 愛彌々 TOUR -2025-
@島根県民会館

○ **4月12日（土）～13日（日）**

- ・ 第79回出雲陸上 @浜山公園陸上競技場

○ **7月下旬**

- ・ 島根県中学校体育大会 @市内各所

○ **7月31日（木）～8月3日（日）**

- ・ 令和7年度全国高等学校総合体育大会（インターハイ） @だんだんトマトアリーナ

■ 海外の連休

○ 4月18日（金）～21日（月）

- ・ イギリス・ドイツ・カナダ・オーストラリア 4連休
- ⇒イースター（復活祭）が4連休の要因。
キリスト教の重要な祝日で、イエス・キリストの復活を記念する日です。

宿泊業界では、宿泊プランの選択肢が多いほど顧客にとって良いわけではありません。これは「**選択のパラドックス**」と呼ばれ、選択肢が多すぎると顧客が決断を先延ばしにし、最終的に予約しないことが増える現象です。

■ **ジャム実験：選択肢が多すぎると予約率が低下**

有名な「ジャム実験」では、24種類のジャムを提供したグループの購入率がわずか3%に対し、6種類のジャムを提供したグループでは購入率が30%に達しました。この結果から、選択肢が多すぎると顧客が迷って購入を避けることがわかっています。

■ **適度な選択肢が効果的**

宿泊プランも同様で、プランが多すぎると顧客は決められず、予約をしない可能性が高くなります。

■ **プランを整理することでの事業者様のメリット**

• **予約率の向上**

シンプルなプランで顧客が決断しやすくなり、予約率が向上。

• **顧客満足度の向上**

選択肢が整理され、顧客が満足できるプランを見つけやすくなる。

• **運営の効率化**

プランを整理することで、管理がしやすく、業務が効率化。

まとめ

適切な数の選択肢を提供することで、顧客の予約率が向上し、事業運営の効率も改善されます。選択肢の数を絞ることが、顧客にとっても事業者にとっても大きなメリットをもたらす可能性があります。

- ・DXレポートを最後までお読みいただきありがとうございました。
- ・「こんな情報が欲しい（システムで確認できるもの以外でも可）」・「この情報は事業者目線からだと有益に感じない」等のご意見は下記QRコードよりお寄せください。
- ・データが安定的に取れるようになりましたら、エリア別の分析・宿泊形態別の分析等多様な観点でレポートを発行していきたいと思っています。

次回発行 4月上旬ごろ。

