

令和7年（2025）9月16日（火）

第2回出雲市新たな観光財源検討委員会

1. 観光戦略の推進に必要な財政需要について

第1回出雲市新たな観光財源検討委員会で、財源確保の必要性についてご確認いただいたことを踏まえ、新たな観光財源にかかる財政需要及び使途についてご説明いたします。

目次

(1)現在の出雲市における観光振興予算

(2)財政需要の算出と新たな財源の充当にあたっての考え方

(3)今後の観光戦略推進に必要な需要額

(4)今後予算の全体像について

参考：用語解説

(1)現在の出雲市における観光振興予算

新たな観光財源を充当して実施すべき施策及びその経費についてご説明する前提として、現在の予算内訳や具体的にどのような施策に支出をしているのかという点についてご説明します。

ここでは、令和7年度当初予算を例にとります。

令和7年度当初予算（観光交流部）

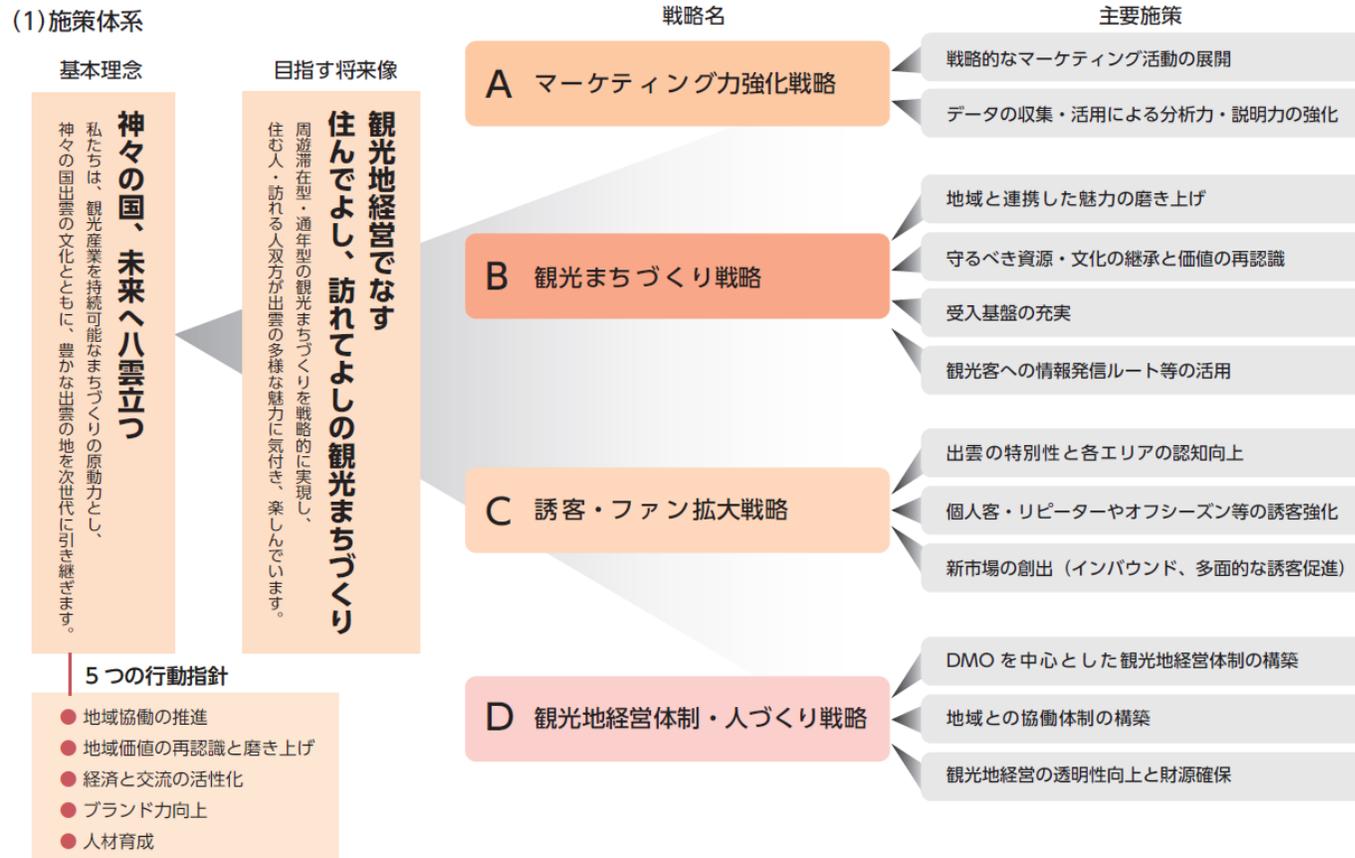
※但し、一部調整

事業名	事業概要	予算額 (千円)
観光振興事業	観光イベント支援、大社交通渋滞対策、オーバーツーリズム防止、宿泊機能強化を実施。	74,200
各種協議会負担	県観光連盟や広域観光団体への会費・負担金。	11,020
観光戦略推進費	観光戦略会議において、観光基本計画の進捗状況の確認・検証を行う。	450
観光誘客推進事業等	「365日楽しめる出雲」「第二のふるさと出雲」をテーマにした体験コンテンツ造成、情報発信等を展開。	55,300
レンタサイクル事業	出雲市駅ほかで自転車貸出。また、シェアサイクルを導入し観光周遊促進。	14,200
旧大社駅活用事業	旧大社駅の保存修理完了後の利活用検討、別棟整備設計、大社駅はじまりフェスタ実施。	5,000
観光案内所管理運営事業	市内3か所の案内所を運営	41,800
出雲観光協会支援事業	観光協会の運営や情報発信、観光ガイド事業等を支援	70,500
一般管理費等	公用車維持管理費、一般事務費等	830
インバウンド推進事業	海外に向けた「IZUMO」の情報発信と受入環境整備による外国人誘客促進	58,750
国立公園満喫プロジェクト推進事業	大山隠岐国立公園の魅力発信と受入環境整備を通じ、インバウンドを含む誘客促進	5,750
日本遺産推進事業	出雲市が認定を受けている「日本遺産」の魅力発信し、国内外からの誘客と地域活性化を図る。	3,000
小計	誘客・振興等関連事業	340,800
わかあゆの里管理運営事業	立久恵峡わかあゆの里の管理経費	6,980
すさのおの郷管理運営事業	出雲市すさのおの郷の管理経費	5,050
目田森林公園管理運営事業	出雲市目田森林公園の管理経費	12,210

事業名	事業概要	予算額 (千円)
旧大社駅管理運営事業	重要文化財旧大社駅の管理経費	1,600
うさぎ森林公園管理運営事業	出雲市うさぎ森林公園の管理経費	12,680
出雲いりすの丘公園管理事業	出雲いりすの丘公園の管理経費	47,600
ひかわ美人の湯管理運営事業	ひかわ美人の湯の管理経費	32,600
木綿街道交流館管理運営事業	木綿街道交流館の管理経費	7,880
ご縁広場管理運営事業	吉兆館・ご縁広場(温泉スタンド含む)の管理経費	20,800
観光施設管理運営事業費	市内観光施設の維持管理	86,400
泉源維持管理運営事業	泉源施設の維持管理	31,000
神門通り交通広場等管理費	神門通り広場(駐車場管理含む)等の維持管理費	80,400
自然公園管理事業	国立公園、県立公園の管理経費	18,000
小計	施設管理関連事業	363,200
合計		704,000
財源内訳		予算額 (千円)
国・県支出金		64,263
(うち新しい地方経済・生活環境創生交付金)		50,000
地方債(公共工事をする際に、銀行などから借り入れる借金)		112,500
使用料その他		206,911
一般財源		320,326
合計		704,000

(2)財政需要の算出と新たな財源の充当にあたっての考え方①

- ・ 出雲市観光基本計画に定める4つの戦略の実施に必要なか。
- ・ 新たな観光財源を充当すべきものか。



(2)財政需要の算出と新たな財源の充当にあたっての考え方 ②

新たな観光財源を充当するにあたって必要となる条件

- ① 出雲市観光基本計画の記載から裏付けられる取組であること
- ② 財源の負担者となる方に利益が還元される取組であること
- ③ 観光客・観光事業者・市民等幅広い方の利益にもつながる取組であること

これを前提に、①②③を満たす次のものに主として充当します。

ア 新規事業

イ 令和5年度～7年度国交付金事業継続分及び拡充分

ウ その他（一部既存事業など）

なお、このほか新規財源の導入に伴う経費にも充当します。

(3)今後の観光戦略推進に必要な需要額

A マーケティング力強化戦略

合計5,000万円

戦略的なマーケティング活動の展開

- ・ マーケティング戦略策定、DMOアンケート実施
- ・ マーケティング専門人材による分析等の実施

など

データの収集・活用による分析力・説明力の強化

- ・ 地域OTAから得られたデータの活用と見える化の検討
- ・ 事業者への伴走支援を含むデータに基づくマーケティングの推進

など

取得可能データ一覧



宿泊データ分析システム
(宿泊データ)



地域OTA
(購買データ)



公式line
属性データ



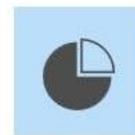
Instagram
属性データ



Googleビジネス
プロフィール



QRコード
アンケート



観光動態調査



ホームページ
閲覧データ

B 観光まちづくり戦略

合計1億3,000万円

地域と連携した魅力の磨き上げ

- ・ 周遊観光バスプランの充実
- ・ Googleマップ情報の整備

など

守るべき資源・文化の継承と価値の再認識

- ・ 旧大社駅の保存・活用
- ・ 景観形成地域周辺観光施設の修繕
- ・ 市民へのインナープロモーションの実施

など

受入基盤の充実

- ・ 多目的トイレの設置・改修、案内表示の改修
- ・ 電動車いすの配備等、ユニバーサルツーリズムへの対応
- ・ 新駐車場整備等渋滞対策の強化
- ・ 宿泊機能の強化のための事業者の支援制度

など

観光客への情報発信ルート等の活用

- ・ 出雲ファンによる旅マエ・旅アト消費の推進

など



体験等販売プラットフォーム(サイト名「出雲旅」)



国重要文化財 旧大社駅



出雲観光案内所

C 誘客・ファン拡大戦略

合計3,000万円

出雲の特別性と各エリアの認知向上

- ・ マスメディアとの連携強化によるパブリシティの獲得 など

個人客・リピーターやオフシーズン等の誘客強化

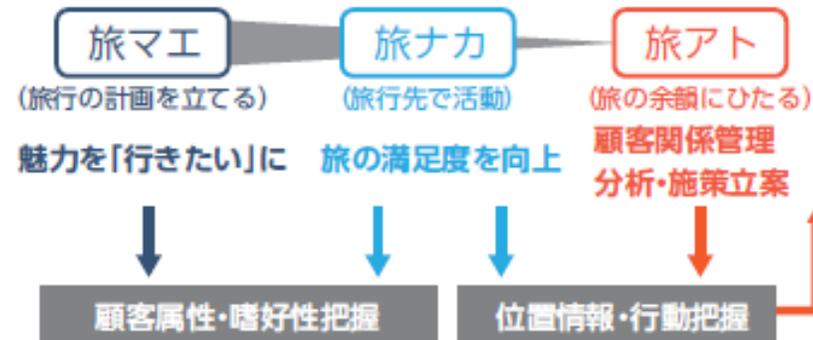
- ・ 出雲ファン獲得のための情報発信の実施
- ・ オフシーズン対策等に資する民間イベント等の支援 など

新市場の創出（インバウンド、多面的な誘客促進）

- ・ ターゲット国へのプロモーションの実施
- ・ 新たな体験を含むプラン販売の推進 など



FAMツアー（フランス）の様子



デジタルマーケティング・観光DX
(出雲市観光基本計画19頁)

D 観光地経営体制・人づくり戦略

合計2,000万円

DMOを中心とした観光地経営体制の構築

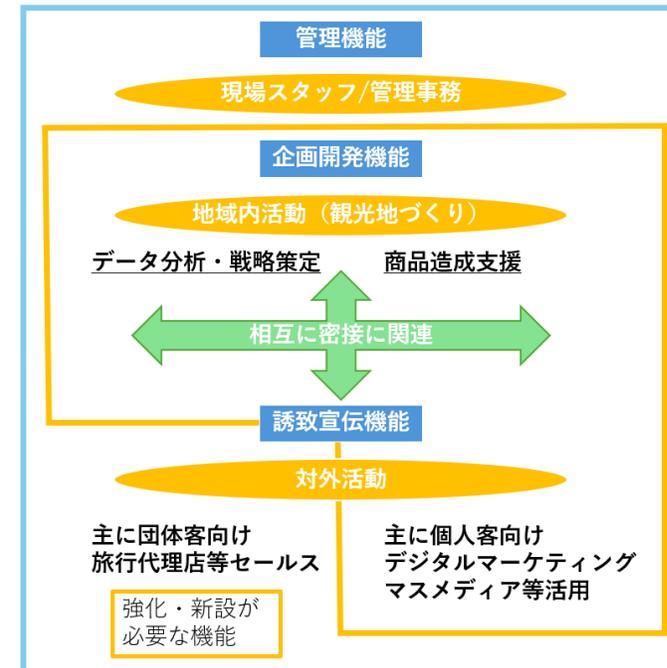
- ・観光協会のDMOへの発展的改組に向けた支援

地域との協働体制の構築

- ・地域プロジェクトの実施



地域戦略会議のようす



DMOのイメージ図

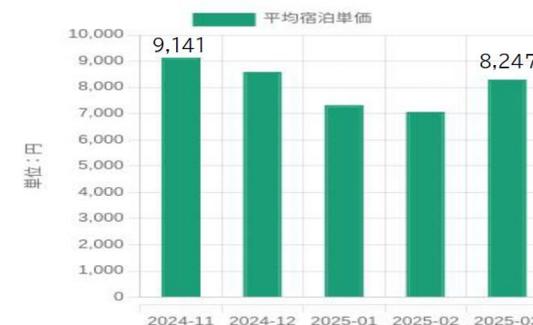
事例紹介①

データに基づくマーケティングの推進

参画同意をいただいた宿泊施設の宿泊者に係る属性情報
(宿泊日・性別・居住地等) を収集・蓄積・分析し、
地域全体及び参画宿泊施設自身のマーケティングに活用

- ☑観光基本計画（42頁）記載
- ☑訪問者の好みにあった商品造成
- ☑幅広い方への利益還元

■宿泊平均単価(1人あたり)(11月-3月) 対前月比 ↑+1,241円

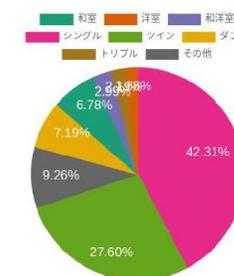


■宿泊者特性 顕著な変化

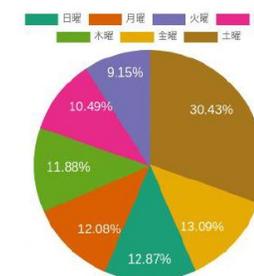
- ▶ 客室タイプ別(3月)(前月比) シングル ↓-12.15%
和室 ↑+2.78%
- ▶ 宿泊日数別(3月)(前月比) 1泊 ↑+11.32%
3泊 ↓-2.36%
- ▶ 曜日別(3月)(前月比) 土曜 ↑+2.05%
火曜 ↓-2.43%

■宿泊者特性

延べ宿泊者数_客室タイプ別



延べ宿泊者数_曜日別



※出雲市宿泊データ分析システムより作成

事例紹介②

Googleマップ情報の整備

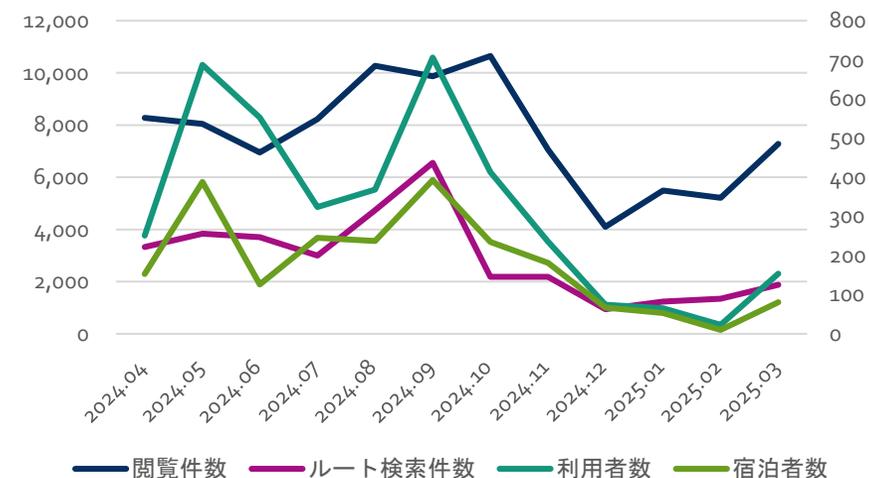
近時、訪問地を決定する際にGoogleマップを利用される方が極めて多いことを踏まえ、Googleマップにおける各施設の情報整備を支援。

☑観光基本計画（52頁）記載

☑訪問者の情報収集コストの低下

☑幅広い方への利益還元

R6年度閲覧件数・ルート検索数の推移



※ある施設のGoogleビジネスプロフィールの閲覧件数やGoogleマップでのルート検索数の推移。こうしたデータも他に収集したデータと統合して分析し、マーケティングに利用します。

事例紹介③

多目的トイレの新設等

多様な観光客に本市で快適に過ごしていただくうえで、トイレの配置や数、機能を改善する必要があるため、多目的トイレの新設等、順次整備を進めていく。

- ☑観光基本計画（60頁）記載
- ☑訪問者の受入環境向上
- ☑幅広い方への利益還元



令和6年度供用開始したすさのおの郷
（佐田地域）多目的トイレ

事例紹介④

出雲周遊観光バス「しんわ号」の運行

本市における二次交通の脆弱さを補い、公共交通機関のみでは立ち寄りづらい観光スポットにも来訪していただくため、観光バスを運行。

- ☑観光基本計画（50頁）記載
- ☑訪問者の移動手段の選択肢の増加
- ☑幅広い方への利益還元

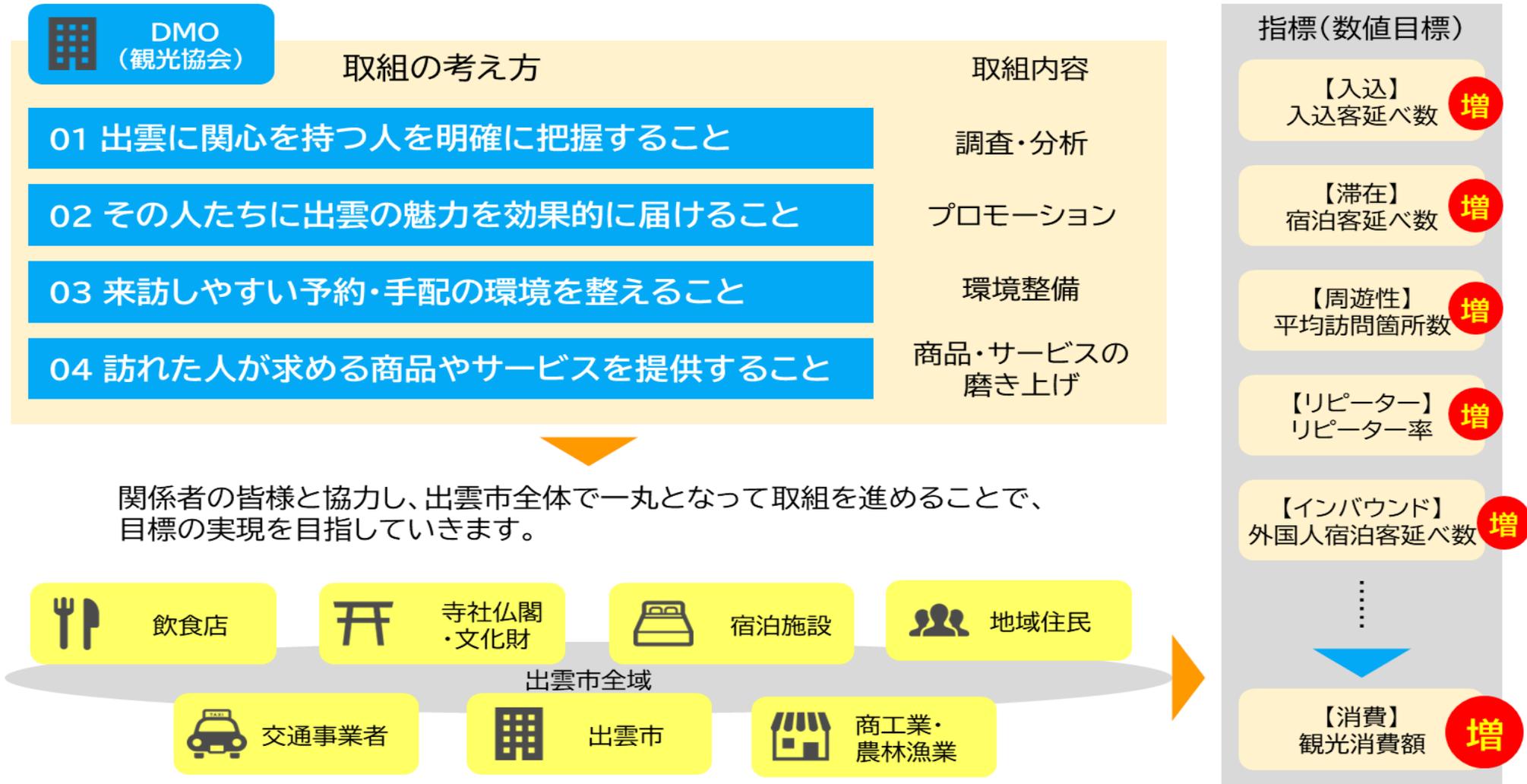


〈立ち寄りスポット（例）〉
須佐神社・稲佐の浜・神門通り・
出雲大社・日御碕神社・日御碕・
万九千神社

補足：出雲観光協会の目指すDMOについて

DMOとは、地域経営の視点に立ち、観光地域づくりの司令塔となる法人です。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育む役割を担っています。

出雲観光協会は、より多くの方々に出雲を訪れていただき、市内全域での宿泊や消費を促進することを目指します。



(3)今後の観光戦略推進に必要な需要額【総括】

事業費総額 2億3,000万円

(内訳)

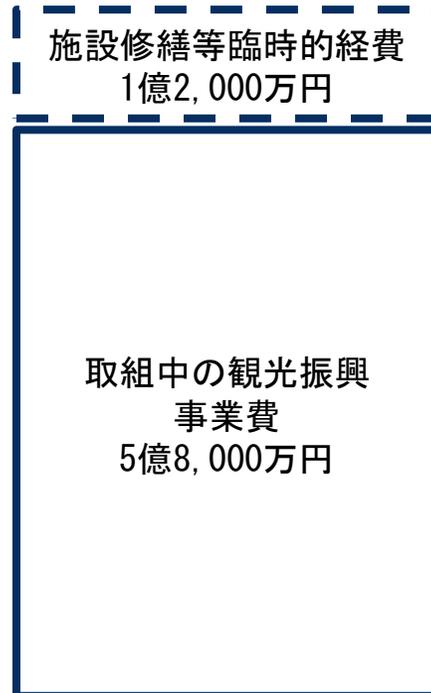
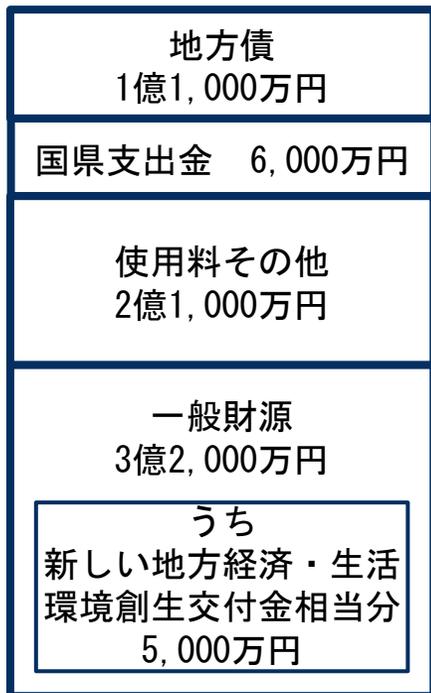
	事業費総額
A マーケティング力強化戦略	5,000万円
B 観光まちづくり戦略	1億3,000万円
C 誘客・ファン拡大戦略	3,000万円
D 観光地経営体制・人づくり戦略	2,000万円
合計	2億3,000万円

※このほか、新たな観光財源の導入に伴う経費に充当することが考えられる。

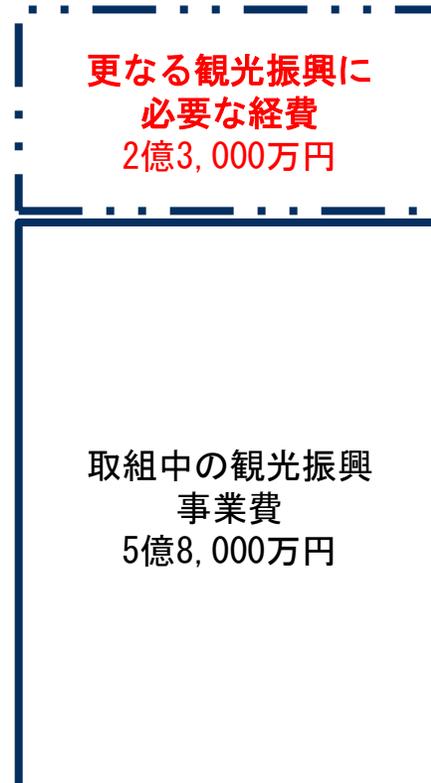
(4) 今後予算の全体像について

令和7年度当初予算
7億円

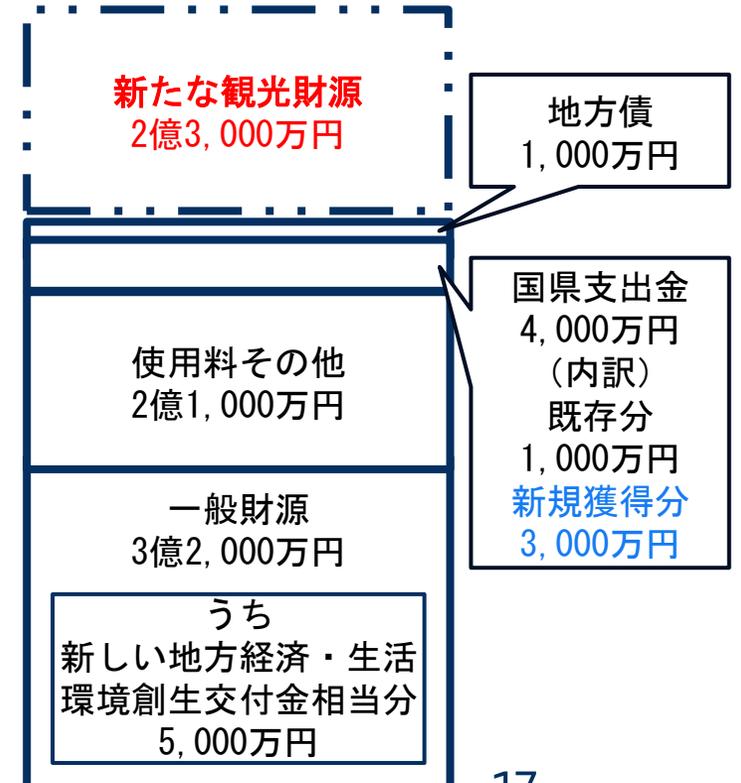
※1千万円単位



今後財政需要額
8億1,000万円



(財源内訳)



参考：用語解説

インバウンド

：自国への海外からの旅行（訪日外国人旅行者）。

OTA（オーティエーエー）

：インターネット上だけで取引を行う旅行会社、またその予約サイトのこと。ある地域内限定のOTAを地域OTAといいます。

パブリシティ

：情報を積極的にメディアに提供し、報道や取材がされるように働きかける広報活動。またはその報道や記事のこと。

インナープロモーション

：内部向けの広報・啓発活動。出雲市観光基本計画では、地域内に向けて地域の価値を伝える取組全般を指します。

観光地域づくり法人（DMO）

：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。

デジタルマーケティング

：デジタルツールを活用したマーケティング。旅の情報収集や予約等の多くがスマートフォン利用となり、デジタル上の接点から旅行者行動を把握しマーケティングに活用する手法が普及しました。

マーケティング

：自社商品の市場でのシェアを伸ばし、売上・利益を拡大するための活動（市場調査、戦略策定、商品造成、販売促進の繰り返し）。

出雲市観光基本計画90頁～91頁から抜粋