報告　観光２

全員協議会資料
令和７年（2025）１２月２２日
観光交流部観光課

出雲市観光基本計画アクションプラン（令和７年度版）について

１．策定の目的

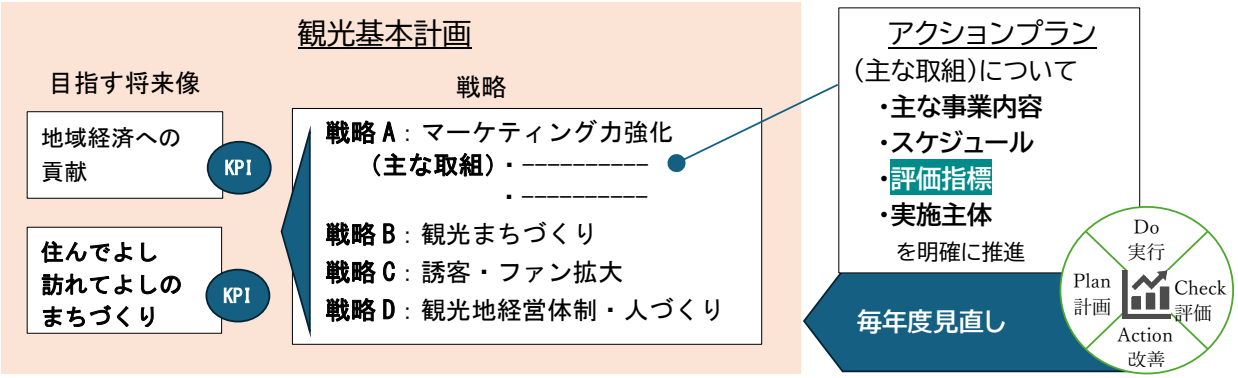
令和７年（2025）３月に策定した「出雲市観光基本計画」の実行性を高め、その進捗を評価・管理するために、「出雲市観光基本計画アクションプラン」を作成しました。

このアクションプランは、毎年度見直すとともに、公表し、PDCA サイクルによる効果的な計画推進を図ります。

２．アクションプランの概要

⑴　構成

出雲市観光基本計画記載の「主な取組」について、主たる事業内容とそれぞれの評価指標（KPI）、実施スケジュールを定め、実施主体を明確にして推進します。



⑵　全体の進め方

計画初年度となる今年度は、基礎となる取組として、戦略 A：マーケティング力強化と**戦略 D**：観光地経営体制・人づくりを重点的に進めます。

今後、強化を図った体制により、戦略 B：観光まちづくり、**戦略 C**：誘客・ファン拡大の取組を拡充し、計画の推進を図ります。

戦略 A：マーケティング力強化
　観光施策のデータに基づく戦略策定、地域 OTA などのデータ収集ツールの整備
戦略 B：観光まちづくり
　価値を提供できる、周遊滞型・通年型の観光まちづくり、多様な地域課題への貢献
戦略 C：誘客・ファン拡大
　出雲の特別性を伝えるブランディング、継続的な発信、リピーター獲得
戦略 D：観光地経営体制・人づくり
　DMO 構築、地域との協働体制構築、アクションプラン策定、新たな財源確保

⑶　進捗管理

年度末に実績をまとめて、出雲市観光戦略会議に報告し、計画の進捗について評価を受けます。市はこれを踏まえて、アクションプランに必要な修正を加えて推進を図ります。

出雲市観光基本計画　アクションプラン（令和７年度版）

目次

1．アクションプランの策定の目的　03

2．アクションプランの体系図　05

3．施策シート

戦略Ａ　マーケティング力強化　13

戦略Ｂ　観光まちづくり　15

戦略Ｃ　誘客・ファン拡大　35

戦略Ｄ　観光地経営体制・人づくり　43

出雲市観光基本計画アクションプラン

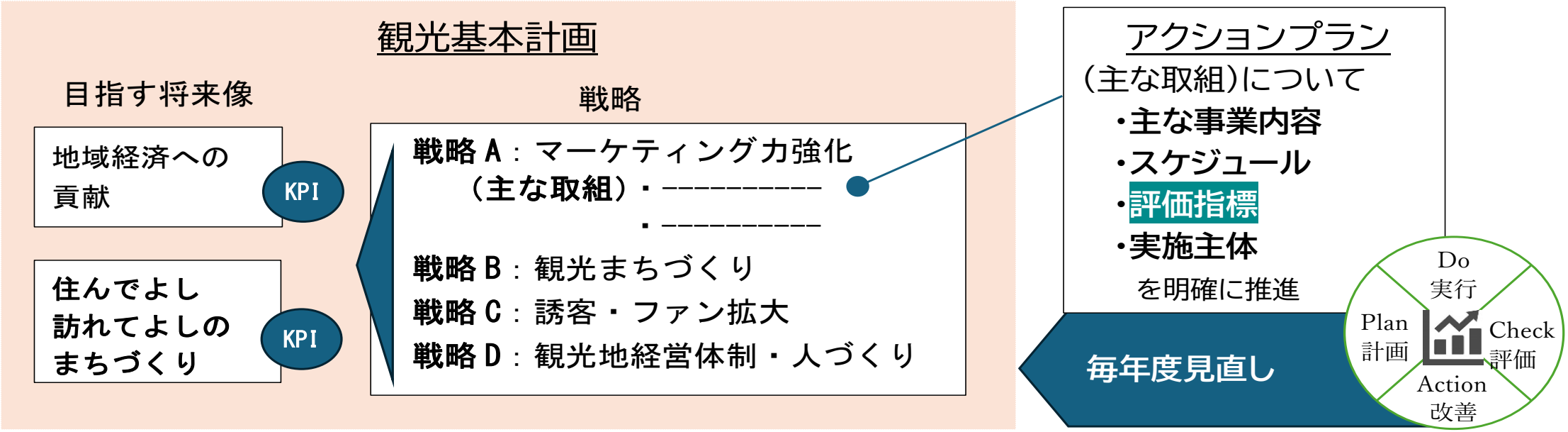
1. 策定の目的

令和7年(2025)3月に策定した「出雲市観光基本計画」の実行性を高め、その進捗を評価・管理するために、「アクションプラン」を作成します。

アクションプランは、毎年度見直すとともに、公表し、PDCAサイクルによる効果的な計画推進を図ります。

2. アクションプランの構成

出雲市観光基本計画記載の「主な取組」について、主たる事業内容とそれぞれの評価指標(KPI)、実施スケジュールを定め、実施主体を明確にして推進します。



将来像の実現に向けたアクションプラン（全体の進め方）

目指す将来像

観光地経営でなす（地域経済の発展）
・関連産業への波及

観光地経営による好循環

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
・歴史文化や自然資源の保全と継承
・各地域の活性化・持続可能性の向上
・店舗・事業・公共交通等の維持、継続性の向上

計画の推進

戦略B：観光まちづくり

価値を提供できる、周遊滞型・通年型の観光まちづくり、多様な地域課題への貢献

Step1：地域戦略会議によるエリア別マーケティングの体制づくり
Step2：旅行商品の充実、収益力強化支援（周遊ストーリーなどのしかけ、ツールの整備）

Nextstep：移住定住の促進・特産品販路拡大

Step1：市民へのインナープロモーション

Step1：喫緊の課題への対応
・交通確保・渋滞対策
・観光客の危機管理
Step2：受入基盤の充実
・歴史文化資源の保存と活用
・宿泊機能強化

戦略C：誘客・ファン拡大

Step1：出雲の特別性を伝えるブランディング、各エリアの多様な魅力への気付き
Step2：つながる情報コンテンツの整備
Step3：継続的な発信、リピーター獲得

※赤字はR7の重点取組

基礎となる取組

戦略A：マーケティング力強化

地域が来てほしいと望む観光客に選ばれるための活動
Step1：マーケティング戦略策定
Step2：データ収集ツールの整備
Step3：マーケティングのしくみの事業者等への普及

戦略D：観光地経営体制・人づくり

Step1：DMO構築
Step2：新たな役割分担による観光地経営体制の構築

Step1：地域との協働体制構築
Step2：地域プロジェクトの検討

Step1：アクションプラン（初版）作成・公表
※庁内連携による作成
Step2：PDCAサイクルの実施（毎年度見直し）

Step1：新たな財源検討

アクションプラン体系図

戦略名	主要施策	主な取組	具体的な施策項目		計画頁
戦略A マーケティング力強化戦略	1.戦略的なマーケティング活動の展開	⑴観光地としてのマーケティング戦略の策定等	①	観光地としてのマーケティング戦略策定	40
	2.データの収集・活用による分析力・説明力の強化	⑴データの収集強化と地域/事業者における分析・活用	①	地域OTA（旅行商品等販売サイト）の活用	42
			②	宿泊データ分析システムの活用	42

戦略名	主要施策	主な取組	具体的な施策項目		計画頁
戦略B 観光まちづくり戦略①	1.地域と連携した魅力の磨き上げ	❶地域ごとのマーケティング戦略の検討	①	地域観光戦略会議におけるマーケティング戦略の検討	46
		❷コンテンツの磨き上げ・充実	①	体験コンテンツの商品化及び販売、収益力強化	48
		❸周遊に向けた仕掛けづくり（周遊戦略）	①	周遊を促す旅行商品の充実	50
			②	地域と連携した周遊マップ整備	50
			③	周遊バス・タクシープランの充実	50
		❹着地情報の充実・案内力の向上	①	グーグルマップ情報の充実支援	52
			②	イベントマップの活用促進	52
			③	オープンチャットでの地域案内の促進	52

戦略B 観光まちづくり戦略②	2.守るべき資源・文化の継承と価値の再認識	❶街並みや自然景観の保全	①	景観計画に基づく街並み・自然景観保全の促進	53
			②	景観形成地域、重要伝統的建造物群保存地区制度の	53
			③	日御碕地区における滞在環境の上質化の推進	53
			④	県立自然公園の環境整備	53
		❷歴史文化資源の保存と活用	①	旧大社駅の保存・活用	54
			②	出雲市の歴史文化を語る遺跡や博物館等の活用促進	54
		❸市民へのインナープロモーション	①	市民も意識した観光情報・文化的コンテンツの発信	55
			②	市民が地域を知る機会の充実・PR	55
			③	ふるさと出雲の魅力を発信する次世代の育成	56

戦略B 観光まちづくり戦略③	3.受入基盤の充実	❶繁忙期の渋滞対策の強化	①	データに基づく渋滞対策	58
		❷公共交通等の利便性の向上と活用促進	①	地域公共交通計画の関連施策の推進 中心市街地形成エリアの利便性向上	58
			②	サイクルツーリズムの推進	58
			③	一次交通の維持・向上	59
			④	一畑電車の観光資源としての活用と利用促進	59
			⑤	高規格道路の整備促進と活用	59
		❸快適な旅行環境の整備・ユニバーサルツーリズムの推進	①	快適な旅行環境の整備	60
			②	ユニバーサルツーリズム環境の向上	60
		❹インバウンド受入れに対する事業者支援	①	インバウンド客おもてなし講座の開催・個社支援	60
		❺宿泊機能の強化	①	稼働率向上の取組（時季・エリア・平日）	62
			②	宿泊キャパシティの確保	62
		❻観光危機管理	①	庁内連携による危機管理体制の強化	62
			②	災害関連情報の多言語化	62

戦略B 観光まちづくり戦略④	4.観光客への情報発信ルート等の活用	❶移住定住の促進	①	観光・移住公式LINE「出雲ファンクラブ」の活用	63
			②	観光フェア等での移住ＰＲ	63
		❷特産品の販路拡大	①	出雲ファンによる旅マエ・旅アト消費の推進	63
			②	特産品ＰＲイベント開催	63
			②	地域OTAにおける特産品販売の検討	63
			③	トキを生かした農産物のブランド化推進等	63

アクションプラン体系図

戦略名	主要施策	主な取組	具体的な施策項目		計画頁
戦略C 誘客・ファン拡大①	1.出雲の特別性と各エリアの認知向上	❶出雲のブランドイメージ・歴史文化的意義の発信	①	「出雲ブランド」の新たなイメージに基づく情報発信	66
		❷多様なメディアの活用による各エリアの認知向上	①	マスメディア等への広報活動や連携強化	66
			②	SNSの効果的な活用	66
	2.個人客・リピーターやオフシーズン等の誘客強化	❶デジタルマーケティングの強化	①	データに基づくプロモーション及び商品造成	67
		❷出雲ファンとつながる情報発信・デジタル化	①	インスタグラム「Izumo365」を活用した情報発信	67
			②	オープンチャット「みんなでつくる出雲旅」の登録促進	67
			③	キャンペーンやアンケートのデジタル化	67
		❸オフシーズン対策等に資する民間イベント等の支援	①	民間イベント等の集客支援	68

戦略C 誘客・ファン拡大②	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			
		❶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	①	ターゲット国マーケティング事業の実施	69
		❷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	①	広域団体等と連携した情報発信の実施	71
		❸成功事例の創出、繁閑差対策の観点の強化	①	閑散期におけるインバウンド誘客の推進・ツアー販売	71
		2)多面的な誘客促進			
		❶団体客への多様なプラン販売の強化	①	新たな体験を含むプラン販売の推進	71
		❷スポーツツーリズムなど多様なツーリズムの推進	①	スポーツツーリズムの検討	71
		❸MICE等の誘致	①	広域団体等と連携した旅行会社の視察受け入れ	71

アクションプラン体系図

戦略名	主要施策	主な取組	具体的な施策項目		計画頁
戦略D 観光地経営体制・人づくり戦略	1.DMOを中心とした観光地経営体制の構築	❶DMOの構築と役割分担の明確化	①	観光協会の実質的なDMO化に向けた検討	74
			②	専門人材（スペシャリスト）の確保・育成	74
			③	市との役割分担の見直しと連携強化	74
		❷幅広い分野の連携促進・意識改革	①	庁内推進本部・WGの活用	77
	2.地域との協働体制の構築	❶人的ネットワーク化と情報共有・連携の推進	①	地域観光戦略会議の運営	78
		❷地域プロジェクトの検討	①	地域プロジェクトの実施	78
		❸地域側の担い手・運営体制の検討	①	地域の推進体制の確立（地域事務局設置等）	78
	3.地観光地経営の透明性向上と財源確保	❶データに基づくPDCA サイクルの実施・公表	①	アクションプランに基づく評価・検証	80
		❷人材確保・育成等への予算確保	①	本計画記載事業の推進に係る専門的人材の確保・育成に係る予算の確保	80
		❸安定的な財源確保の検討等	①	新たな観光財源確保策の検討	80
		❹広域的な連携の推進	①	広域団体等と連携した取組の提案	80

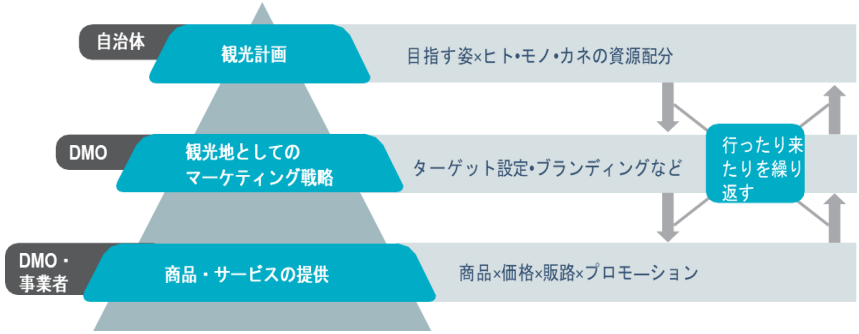
主な取組　❶ 観光地としてのマーケティング戦略の策定等　　新規　継続

主な事業内容　観光地としてのマーケティング戦略の策定

観光協会（DMO）がマーケティング戦略策定

データに基づき定める戦略

- ターゲット市場の選定
- 観光地としてのコンセプト
- 商品造成・プロモーションの方向性



実施主体　観光協会（DMO）　**市担当課**　観光交流部

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
戦略策定	マーケティング戦略の見直し(毎年度)			

評価指標　戦略策定及び見直し　単位：回／年度

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	1	1	1	1	1

主な取組　❶ データの収集強化と地域／事業者における分析・活用

主な事業内容　地域ＯＴＡ（旅行商品等販売サイト）から得られたデータの活用

市内の体験・宿泊等の旅行商品を予約販売できるＷｅｂサイト「地域ＯＴＡ」の決済データをマーケティングに活用します。
まずは、掲載プランの充実などサイトの利用を促進し、マーケティング戦略策定後は、戦略を踏まえた事業者のマーケティング力強化を図ります。

出雲観光協会公式予約サイト
出雲旅
IZUMOTABI

実施主体　観光協会（DMO）　市担当課　観光交流部

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
体験等の旅行商品化の支援（掲載プランの充実）				
	決済データの活用			

評価指標　地域ＯＴＡ・利用者数　単位：人

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
－（導入前）	1,200	2,400	3,600	4,800	6,000

主な事業内容　宿泊データ分析システムの活用

宿泊データを各宿泊施設から収集し、分析結果や打ち手を参加施設に共有することで、適切な価格設定や観光動向に沿ったプラン作成、集客強化につなげます。併せて、参加施設増に取り組みます。

実施主体　観光協会（DMO）　市担当課　観光交流部

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
収集データの分析				
分析データの参画事業者への共有・独自活用に向けた支援				
未参画事業者の勧誘				

評価指標　参画宿泊事業者数　単位：事業者

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
－	40	42	44	46	50

主要施策B-1　地域と連携した魅力の磨き上げ

基本計画 P.46,48

新規　継続

主な取組　❶ 地域ごとのマーケティング戦略の検討

主な事業内容　地域観光戦略会議におけるマーケティング戦略の検討

地域に眠る真の価値を掘り起こし、それを核として地域の独自の価値を確立し、イメージを浸透させる活動を持続的に推進するため、まずは地域の体制づくりを進めます。

実施主体　観光協会（DMO）市・地域

市担当課　観光交流部

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
地域体制づくり				
地域の価値の掘り起こし・確立				
	地域の価値の発信			

評価指標　地域観光戦略会議における検討回数　単位：回

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	10	10	10	10	10

主な取組　❷ コンテンツの磨き上げ・充実

主な事業内容　体験コンテンツの商品化及び販売、収益力強化

観光客の滞在価値と地域消費を高めるため、地域資源を活かした体験コンテンツの磨き上げと商品化を支援し、地域OTAを活用して販売・収益の強化を図ります。

実施主体　観光協会（DMO）

市担当課　観光交流部

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
体験コンテンツの磨き上げと商品化の支援				
	地域OTAの発信による販売強化			

評価指標　地域OTA体験コンテンツ掲載数　単位：件（累計）

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
5	10	20	25	25	25

主な取組　❸周遊に向けた仕掛けづくり（周遊戦略）

主な事業内容　周遊を促す旅行商品の充実

地域の豊富な観光資源を活かし、地域のストーリー性を伝える“ローカルツーリズム”や“テーマ型性のある周遊”を提案します。
出雲大社＋αの多様な旅の目的を創出し、リピーターを中心に宿泊につなげていきます。
体験や滞在時間を盛り込み、より出雲を楽しみ、消費にもつながるコースづくりを行います。

実施主体　観光協会(DMO)・市　**市担当課**　観光課、文化財課 ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ推進課

ｱｸｼｮﾝ・ｽｹｼﾞｭｰﾙ

2025	2026	2027	2028	2029
歴史・文化・地形等の裏付けのあるストーリーの構築・見直し				
	ストーリーをたどるモデルコースの作成			
		ツアー造成・販売		

評価指標　ツアー商品数　単位：コース数

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
3	3	3	3	3	3

主な事業内容　地域と連携した周遊マップの整備

出雲市全域の周遊マップを中心に、観光客目線で各地の周遊がしやすいマップ整備に取り組みます。

実施主体　観光協会（DMO）　**市担当課**　観光課、文化財課 ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ推進課

ｱｸｼｮﾝ・ｽｹｼﾞｭｰﾙ

2025	2026	2027	2028	2029
		周遊マップ設計	周遊マップ整備・更新	

評価指標　地域別・テーマ型周遊マップ整備数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
0	-	-	-	1	2

主な取組　❸周遊に向けた仕掛けづくり（周遊戦略）

主な事業内容　周遊バス・タクシープランの充実

公共交通の不足を補い、周遊ニーズに応えるためのバス・タクシープランの一層の充実に力を入れ、更なる発展に取り組みます。

アクション・スケジュール　実施主体　観光協会（DMO）　市担当課　観光課

2025	2026	2027	2028	2029
ストーリーをたどる新コースの造成及び見直し				

評価指標　乗車人数　単位：人数（上段バス、下段タクシー）

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
204 172	220 175	240 180	260 185	280 190	300 200

主な取組　❹ 着地情報の充実・案内力の向上　食情報、案内所充実

主な事業内容　グーグルマップ情報の整備

グーグルマップ上の施設情報等を充実させるため、地域のIT人材等の協力を得て個別支援に取り組みます。
地域全体でグーグルマップ情報を充実させることにより、外国人観光客を含む旅行者が周遊しやすく、地域での購買活動がしやすい環境づくりを進めます。

アクション・スケジュール　実施主体　観光協会（DMO）　市担当課　観光課

2025	2026	2027	2028	2029
未整備事業者の新規支援				
整備済み事業者の継続的支援及びフィードバック実施				

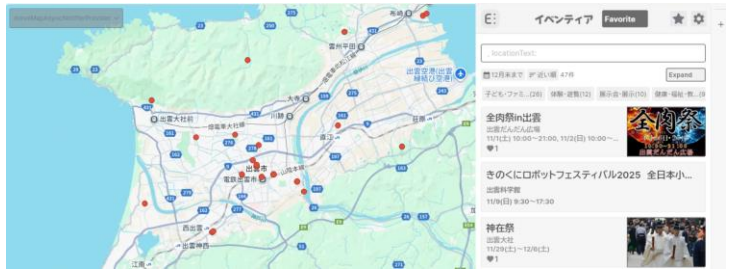
評価指標　支援事業者数（単年度）　単位：事業者

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
100	80	30	30	30	30

主な取組　❹ 着地情報の充実・案内力の向上　食情報、案内所充実

主な事業内容　イベントマップの活用促進

市内のイベント情報をマップ形式で分かりやすく発信できる『イベントマップ』を、出雲観光・移住公式LINEの機能として活用し、今後さらに情報発信を充実させます。多様なプレイヤーが自らイベントを登録し、地域内での情報集約と相互案内の促進を図ります。



実施主体　市　　市担当課　観光課

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
イベントマップの活用に係る周知				
希望事業者に対する活用支援				

評価指標　掲載支援件数（単年度）　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
30	30	30	30	30	30

主な事業内容　オープンチャットでの地域案内の促進

LINEヤフー社と連携して開設したオープンチャット『みんなでつくる出雲旅』を活用し、出雲を訪れたい人と地域住民・リピーターとの交流の場を運用します。

実施主体　市　　市担当課　インバウンド推進課

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
オープンチャットの運用				
	見直し・運用継続			

評価指標　オープンチャットともだち数（年末時点）　単位：人

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	1800	1800			

主要施策B-2　守るべき資源・文化の継承と価値の再認識

基本計画 P.53

主な取組　❶ 街並みや自然景観の保全

主な事業内容　景観計画に基づく街並み・自然景観保全の促進

出雲市景観計画に基づき、一定規模以上の建設行為等について、景観形成基準による指導や助言を行います。

実施主体　市　　市担当課　建築住宅課

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
景観計画に基づく建設行為等の着工前届出での助言・指導				

評価指標　景観計画に準じた指導・助言　単位：％

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
100	100	100	100	100	100

主な事業内容　景観形成地域、重要伝統的建造物群保存地区制度の導入等の検討

意匠等の基準を定める景観形成地域について、住民協定のある出雲大社周辺地域や、木綿街道周辺地域等、新たな指定に関する具体的な検討を開始します。

実施主体　市　　市担当課　建築住宅課
文化財課

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
		出雲市景観計画見直し（景観形成地域指定の検討（出雲大社周辺など））		
重要伝統的建造物群保存地区に係る検討（木綿街道周辺地域）				

評価指標　（計画を踏まえて調整）

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029

主な取組　❶ 街並みや自然景観の保全

主な事業内容　日御碕地区における滞在環境の上質化の推進

大山隠岐国立公園・島根半島エリアの日御碕地区において、店舗、宿泊施設と協力し、市の「日御碕地区まちあるき環境向上基本計画」(2020～2029)に基づき、修景補修等に併せた滞在環境の上質化を推進します。
また、ビューポイントの枯損木の伐採や松くい虫対策を行います。

実施主体　市・地域　　市担当課　ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ推進課

ｱｸｼｮﾝ・ｽｹｼﾞｭｰﾙ

2025	2026	2027	2028	2029
地域への情報提供・協議				
年度計画調整(～R11) ※廃屋撤去含む。				
上質化事業の推進(各年度)				

評価指標　上質化計画（民間事業）の実施件数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
2	4	3	2	2	2

主な事業内容　県立自然公園の環境整備

県立自然公園では、遊歩道の維持管理等により自然景観を楽しめる環境を整備します。

実施主体　市　　市担当課　観光課

ｱｸｼｮﾝ・ｽｹｼﾞｭｰﾙ

2025	2026	2027	2028	2029
地元住民団体の保全活動に係る支援				

評価指標　パトロール及び草刈り　単位：回

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
12	12	12	12	12	12

主な取組　❷ 歴史文化資源の保存と活用

主な事業内容　旧大社駅の保存・活用

国の重要文化財である旧大社駅本屋の保存修理工事が完了します。出雲大社参詣の歴史や当時の鉄道文化を体感できる展示の充実を図るとともに、官民連携による新たな活用や街歩きの拡大を進め、地域全体の魅力向上につなげます。

アクション・スケジュール　実施主体　市　市担当課　観光課、文化財課

2025	2026	2027	2028	2029
「本屋」保存修理工事	観光周遊を促進する拠点としての活用			
「多目的棟」整備工事	（直営による管理・活用）		（指定管理者による管理・活用	
利用計画策定	旧大社駅の保存・活用促進			

評価指標　観光入込客数　単位：人

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
83,000（R1）	0	85,000	90,000	95,000	100,000

主な事業内容　出雲市の歴史文化を語る遺跡や博物館等の活用促進

荒神谷遺跡や古墳群、出雲大社遺構などの歴史資源に加え、古代出雲歴史博物館、荒神谷博物館、出雲弥生の森博物館等の3館をはじめ、出雲文化伝承館や平田本陣記念館、民間の文化施設も含めた観光コンテンツとしての魅力向上やPRを推進します。

アクション・スケジュール　実施主体　市　市担当課　文化財課　文化スポーツ課　観光交流部

2025	2026	2027	2028	2029
市内文化施設PR				
ストーリー構築	市内文化施設を活用したコンテンツ造成・販売			

評価指標　市内博物館入込客数　単位：人（上段：弥生の森、下段：荒神谷）

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
30,924 10,279	31,400 17,000	31,800 18,000	32,200 19,000	32,600 20,000	33,000 21,000

主な取組　❸市民へのインナープロモーション

主な事業内容　市民も意識した歴史的・文化的コンテンツの発信

出雲の歴史文化の特別性や地域の価値を再認識できるような文化的コンテンツを、市民に向けて積極的に発信します。
あわせて、SNSを通じて、歴史・文化についても情報発信していきます。

アクション・スケジュール　実施主体　市　市担当課　観光課

2025	2026	2027	2028	2029
市内の歴史的・文化的情報を含むSNS投稿				

評価指標　ＳＮＳ投稿回数　単位：回

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	10	10	10	10	10

主な事業内容　市民が地域を知る機会の充実・ＰＲ

市内各博物館において、魅力的な企画展や特別展の開催、市民向けの学習講座の充実を図ります。あわせて、コミュニティセンター自主企画事業への出前講座・商業施設での出張展示等を通じて、地域における観光まちづくりの取組との連携も検討します。

アクション・スケジュール　実施主体　市　市担当課　市民活動支援課、自治振興課、文化財課、インバウンド推進課

2025	2026	2027	2028	2029
市民向け講座の開催、市内各博物館における企画展・特別展の開催（文化財課）				
市民向け生涯学習講座（市民活動支援課）				
コミュニティセンター自主企画事業の支援（自治振興課）				

評価指標　市民向け講座の開催回数　単位：回（上段：文化財課、中段：市民活動支援課、下段：自治振興課）

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
19 2 37	19 2 40	19 2 40	19 2 45	19 2 45	19 2 50

主な取組　❸市民へのインナープロモーション

主な事業内容　ふるさと出雲の魅力を発信する次世代の育成

出雲の神話や歴史等を次世代へ伝えるため、文化財・観光部署等が連携し、出前授業の充実や副読本での紹介を進め、子どもたちが地域の魅力に触れる機会を増やすとともに、修学旅行生が“ふるさと観光大使”として出雲をPRする取組を引き続き推進します。

アクション・スケジュール　**実施主体**　市　**市担当課**　学校教育課、教育政策課、観光課

2025	2026	2027	2028	2029
		子ども観光大使事前授業 修学旅行等でのPR		

評価指標　子ども観光大使の申込学校数　単位：校（上段：中学校、下段：小学校）

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
7 2	7 2	7 2	7 2	7 2	7 2

主な取組 ❶ 繁忙期の渋滞対策の強化

主な事業内容 データに基づく渋滞対策

大社交通渋滞対策実行委員会において、令和6年度の渋滞対策実証事業を踏まえ、実効性の高い対策を推進します。
データに基づく計画的な対策や混雑予報による来訪時期の分散化を進めるとともに、新たな駐車場整備や交通規制・道路環境に関する対策等を検討します。

アクション・スケジュール　実施主体 実行委員会・市　市担当課 観光課

2025	2026	2027	2028	2029
データ活用	検証・対策・発信	検証・対策・発信	検証・対策・発信	検証・対策・発信
（新駐車場整備・誘導方針の検討・基盤整備の促進等その他の渋滞対策）				

評価指標　最大渋滞長（神在月期間）　単位：km

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
2.7	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8

主な取組 ❷ 公共交通等の利便性の向上と活用促進

主な事業内容 地域公共交通計画の関連施策の推進（中心市街地形成エリアの利便性向上）

出雲市地域公共交通計画に基づき、市内交通手段の利便性の向上に取り組むとともに、観光客の利用を促進します。また、利便増進計画に基づく路線等の見直しを行い、中心市街地の利便性向上を図ります。
宿泊施設等において観光客のタクシー確保が困難であるとの指摘を踏まえ、タクシーの不足状況の把握や勉強会の開催など、関係者による検討を開始します。

アクション・スケジュール　実施主体 市　市担当課 交通政策課、観光課、インバウンド推進課

2025	2026	2027	2028	2029
利便増進計画策定・調整	利便増進計画実施			
共通時刻表・マップの作成				
タクシー不足状況把握・関係者による検討				

評価指標　（計画を踏まえて調整）

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029

主な取組 ❷ 公共交通等の利便性の向上と活用促進

主な事業内容 サイクルツーリズムの推進

令和6年度のシェアサイクル実証実験を踏まえ、既存のレンタサイクル事業と併用し、持続可能な自転車利用環境を整えます。
自転車活用推進計画に基づき、多伎地域から稲佐の浜までの海岸線を活かしたサイクリングロードの整備や、官民連携によるルートの魅力向上を図り、コンテンツ化を進めます。

（計画中：ｻｲｸﾙﾂｰﾘｽﾞﾑによる観光地域づくり）
❶日本遺産と周辺環境を活かしたサイクリングルートの造成
❷交通・観光拠点間の誘導案内
❸ご縁サイクルステーションの充実
❹シェアサイクルを導入した周遊型観光の促進
❺サイクルトレインの取組支援
❻宿泊施設におけるサイクリストの受入環境の整備
❼SNSを活用した情報発信
❽サイクリング観光による富裕層インバウンド誘致

ｱｸｼｮﾝ・ｽｹｼﾞｭｰﾙ　**実施主体** 市　**市担当課** 道路建設課、農林基盤課、観光課、ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ推進課

2025	2026	2027	2028	2029
自転車走行空間の整備				
シェアサイクル・レンタサイクルの運用改善				
出雲市自転車活用推進計画に定める8つの事業を推進				
	「薗の長浜」サイクリングルートの策定（情報発信）	ご縁ｻｲｸﾙｽﾃｰｼｮﾝの充実等周遊環境整備（順次）		

評価指標 ｻｲｸﾘﾝｸﾞﾛｰﾄﾞにおける自転車走行区間の整備延長　単位：km

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
0	2.0	3.9	4.3	3.7	0.4

評価指標 ｼｪｱｻｲｸﾙ（多伎ｴﾘｱ）利用件数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	63	80	100	120	140

主な取組　❷ 公共交通等の利便性の向上と活用促進

主な事業内容　一次交通の維持・向上

出雲縁結び空港では、東京・大阪等への定期路線が就航しており、年間利用者は約100万人に上ります。今後も21世紀出雲空港整備利用促進協議会において、通年利用の促進や路線の維持・拡充に努めます。
また、事業者との連携を強化し、新型車両の特急やくも号や、高速バス（深夜便を含む）の利用促進を図ります。

アクション・スケジュール　実施主体　促進協・交通事業者　市担当課　観光課、インバウンド推進課 交通政策課

2025	2026	2027	2028	2029
航空機・JR・高速バスの利用促進、路線の維持・拡充の取組				
外国人観光客の広島・関西からの利用促進（WEB予約の導入・広報）				

評価指標　出雲縁結び空港就航便の年間利用者数　単位：万人

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
100	104	105	106	108	110

主な事業内容　一畑電車の観光資源としての活用と利用促進

一畑電車は、パターンダイヤ運行や多言語対応車両の導入といった利用環境の向上、イベント列車の運行や台湾鉄路との車両の相互ラッピングなど魅力化が図られています。
引き続き、鉄道事業者と連携し、一畑電車を、観光資源として活用し、来訪、利用を促進します。

アクション・スケジュール　実施主体　鉄道事業者・市　市担当課　観光課、インバウンド推進課 交通政策課

2025	2026	2027	2028	2029
一畑電車沿線地域公共交通計画実施				

評価指標　一畑電車の年間輸送人員　単位：万人

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
134	140	140	140	140	140

主な取組　❷ 公共交通等の利便性の向上と活用促進

主な事業内容　**高規格道路の整備促進と活用**

山陰道の出雲インターチェンジ以西の開通により、市内東西のアクセスが整備され、市内の周遊性が向上しました。

高規格道路「境港出雲道路」は、国内外のゲートウェイである米子空港や境港とのアクセスを向上させることから、出雲・美保関間幹線道路整備促進期成同盟会や中海・宍道湖8の字ルート整備推進会議において、圏域の官民の関係者が一丸となってその実現を目指します。

ｱｸｼｮﾝ・ｽｹｼﾞｭｰﾙ　**実施主体**　期成同盟会等・県・市　**市担当課**　建設企画課 観光交流部

2025	2026	2027	2028	2029
国等への要望活動				
県西部とも連携したツアー造成等				

評価指標　県西部と連携したツアー造成数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
-	-	1	2	2	2

主な取組　❸　快適な旅行環境の整備・ユニバーサルツーリズムの推進

主な事業内容　快適な旅行環境の整備

トイレや手荷物預かり、キャッシュレス決済、フリーWi-Fiなど、快適に旅行できる環境整備を計画的に進めるとともに、効率的維持管理を図ります。
訪日外国人や外国籍住民に配慮し、要所におけるピクトグラムや多言語表示を推進します。
（令和6年度の取組）
・すさのおの郷トイレ改修
・空港連絡バスクレカ決済導入
・神門通りエリアWi-Fi整備　など

アクション・スケジュール　実施主体　観光事業者・市　市担当課　観光交流部

2025	2026	2027	2028	2029
公共施設（公衆トイレ等）整備・大規模改修計画検討		計画に基づく整備・改修		
既存施設の長寿命化計画検討				
観光施設の効率的維持管理				

評価指標　環境改善を行った施設・取組数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
-	1	1	1	1	1

主な事業内容　ユニバーサルツーリズム環境の向上

ユニバーサルツーリズムの視点から、多様な旅行者の声を踏まえ、接遇やバリアフリー情報発信など、おもてなし環境の向上を図ります。
（多様な旅行者の声）
・車椅子利用者
・乳幼児連れから高齢者まで全年齢
・訪日外国人

アクション・スケジュール　実施主体　観光事業者・市　市担当課　観光交流部

2025	2026	2027	2028	2029
課題の整理				
	優先的課題への対応・担当課との調整			

評価指標　環境改善に資する取組数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
0	1	1	1	1	1

主な取組　❹ インバウンド受入れに対する事業者支援

主な事業内容　インバウンド客おもてなし講座の開催・個社支援

令和6年度から、外国語対応の不安を解消し、コミュニケーションを向上する『おもてなし講座』を開催しています。
今後も事業者の課題やニーズを踏まえ、しまね国際観光推進協議会の支援メニューを活用するなどしてインバウンド対応の向上を支援します。
英語を基本とし、旅行者や旅行会社からの問い合わせに対応できる環境を市、観光協会が協力して整備します。

アクション・スケジュール　実施主体　市・観光協会（DMO）　市担当課　インバウンド推進課

2025	2026	2027	2028	2029
おもてなし講座（接客・食の対応）の開催				
個社支援（観光協会・市）				

評価指標　おもてなし講座参加人数・個社訪問回数の合計　単位：人

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
20	25	25	25	25	25

主な取組　❺ 宿泊機能の強化

主な事業内容　稼働率向上の取組（時季・エリア・平日）

宿泊データ分析によって閑散期や稼働率の低いエリアを特定し、その時期ならではの魅力発信や体験コンテンツの創出を通じて、新たな宿泊需要を喚起します。
季節需要の大きな偏りなく地域へ来訪するインバウンドの受け入れを、地域の理解を得ながら推進します。

アクション・スケジュール　実施主体　市・観光協会（DMO）　市担当課　観光課　インバウンド推進課

2025	2026	2027	2028	2029
稼働率向上の取組検討（エリアマーケティング）				
閑散期・エリアを捉えた魅力発信・誘客PR				

評価指標　閑散期・エリアにおける誘客PR・取組数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
2	2	2	2	2	2

主な事業内容　宿泊キャパシティの確保

宿泊客数の増加に向け、宿泊施設の稼働率向上とともに、新規立地または既存施設の改修、空き家の活用などによる宿泊機能の強化支援について、改めて検討します。
引き続き、事業者の相談に応じ、国事業等の情報提供を行い、宿泊キャパシティの確保を図ります。

アクション・スケジュール　実施主体　市　市担当課　観光課

2025	2026	2027	2028	2029
宿泊機能強化対策補助事業の実施				
実質的宿泊機能強化対策の再検討				
新規立地検討事業者への相談支援・情報提供				

評価指標　補助金交付件数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
2	4	3	（検討を踏まえ設定）		

主な取組 ❻ 観光危機管理

主な事業内容 庁内連携による危機管理体制の強化

令和6年7月豪雨による日御碕地区の県道崩落、一時孤立の経験を踏まえ、まずは対応マニュアルを整理します。
①災害時の旅行者の安全確保
②迅速・確実な情報提供
③帰宅支援（残置車両の対応など）
観光危機管理計画の策定について先進事例の情報収集を行い、庁内連携した対応、備えの強化を検討します。

アクション・スケジュール　実施主体　市　市担当課　市災害対策本部（観光交流部）

2025	2026	2027	2028	2029
他自治体の先進事例収集	観光危機管理計画策定の検討			
喫緊の対応マニュアル化（日御碕地区の孤立対策等）	優先的課題への対応・マニュアル化（観光危機管理計画への反映検討）			

評価指標　観光危機管理計画の策定・点検　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
–	–	1	1	1	1

主な事業内容 災害関連情報の多言語化

災害関連情報の多言語化が進みましたが、外国人観光客がメール登録等していないため、現状では災害危険度が高まった時点で、宿泊施設や観光案内所などを通じて情報取得ツールを知らせたり、直接情報提供する必要があります。事業者への情報周知や指差しボード等伝達ツールの活用により、地域全体で対応力の向上を図ります。

アクション・スケジュール　実施主体　市　市担当課　市災害対策本部（インバウンド推進課、文化国際室）

2025	2026	2027	2028	2029
市災対本部からの緊急時情報の多言語伝達手段の検討	宿泊施設・観光案内所における多言語情報伝達手段整備			
	宿泊施設への普及・啓発・確認			
	外国人旅行者への災害時対応マニュアルの普及			

評価指標　課題への対応着手　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
			30	20	

主な取組　❶ 移住定住の促進

主な事業内容　観光・移住公式LINE「出雲ファンクラブ」の活用

令和6年10月に、移住相談の公式LINEを『観光・移住公式LINE（出雲ファンクラブ）』としてリニューアルしました。今後は、観光客や出雲ファンなど幅広い層の中から、移住関心者を創出できるよう取り組みます。
記事を適宜配信しつつ、閲覧状況等を踏まえて機能の検討を行います。

実施主体：市　　市担当課：観光課、縁結び定住課

アクション・スケジュール	2025	2026	2027	2028	2029
観光施設の効率的維継続的情報発信					
観光施設の効率的維継続的デジタルスタンプラリー等、付随機能を活用したキャンペーンの実施					
ユーザーのニーズ把握					
機能改修					

評価指標　友だち（フォロワー）数　単位：人

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	3,500	4,250	5,000	5,750	6,500

主な事業内容　観光フェア等での移住ＰＲ

日比谷しまね館をはじめとするアンテナショップ等と連携し、観光客や出雲ファンとの交流促進や現地でのPRを進めます。

実施主体：市　　市担当課：縁結び定住課

アクション・スケジュール	2025	2026	2027	2028	2029
各種イベントにおける観光客・出雲ファンとの交流及び出雲の魅力の情報発信					

評価指標　各種PRイベントへの参加会数　単位：回

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
4	5	5	5	5	5

主な取組　❷ 特産品の販路拡大

主な事業内容　出雲ファンによる旅マエ・旅アト消費の推進

ミライビジネスいずもと連携し、出雲推奨商品「おいしい出雲」の県外フェア等の実施情報を出雲ファンに情報発信し、集客を促進します。
来訪時には、食戦略会議やそばと美食の旅実行委員会の活動により、特産品の消費拡大を図ります。
さらに旅アトに「おいしい出雲」商品を購入してもらう仕組みを検討し、観光地としてのブランド力を生かした食の販路拡大に取り組みます。

アクション・スケジュール　実施主体　市 ミライビジネスいずも　市担当課　商工振興課 観光課

2025	2026	2027	2028	2029
		おいしい出雲と旅行(予定)者との接点づくりの検討	おいしい出雲の旅アト消費の拡大PR	

評価指標　ミライビジネスいずも実施等の商談会における商談成約件数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
41	30	30	30	30	30

主な事業内容　特産品ＰＲイベント開催

観光客に出雲の旬の特産品を知ってもらうため、JAと連携し、実りの時期を中心にPRイベントを開催します。

アクション・スケジュール　実施主体　ＪＡ・市　市担当課　農業振興課

2025	2026	2027	2028	2029
特産品PRイベント				

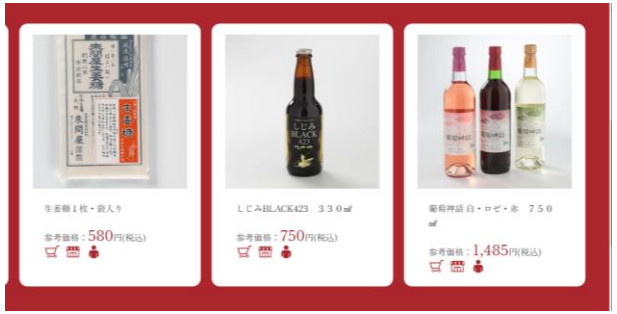
評価指標　特産品PRイベント実施回数　単位：回

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
2	2	2	2	2	2

主な取組　❷ 特産品の販路拡大

主な事業内容　地域ＯＴＡにおける特産品販売の推進

令和6年度に導入した地域OTA(旅行商品等販売サイト)を活用した『おいしい出雲』認定商品を含む特産品の販売に向けて、関係団体と連携・検討を進めます。



アクション・スケジュール

実施主体　観光協会（DMO）・市

市担当課　商工振興課　観光課、農業振興課

2025	2026	2027	2028	2029
		物販機能実装に係る検討	物販機能実装	
				特産品販売

評価指標　地域OTA特産取扱件数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
-	-	-	-	10	20

主な事業内容　トキを活かした農産物のブランド化推進

令和9年度のトキの放鳥目標にあわせて、有機農産物等、トキを育む自然環境を生かしたブランド化を検討します。放鳥時には、出雲の豊かな自然を発信することでブランド化を推進し、関連商品の造成・販売を検討します。

アクション・スケジュール

実施主体　農業者団体・市

市担当課　農業振興課　政策企画課

2025	2026	2027	2028	2029
環境にやさしい農業研究会での検討・実証実験		新ブランド農産物の販売		

評価指標　新ブランド農産物（米）の販売点数　単位：点

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
			1（放鳥予定）	1	1

主要施策C-1　出雲の特別性と各エリアの認知向上

基本計画 P.66

主な取組　❶出雲のブランドイメージ・歴史文化的意義の発信　　新規　継続

主な事業内容　「出雲ブランド」の新たなイメージに基づく情報発信

実施主体　観光協会（DMO）　**市担当課**　観光交流部・文化財課
縁結び定住課・広報課

出雲のブランドイメージとなるConcept・Tagline（キャッチコピー）・Visualを定め、それに基づいた情報発信によりブランドイメージの浸透を図ります。

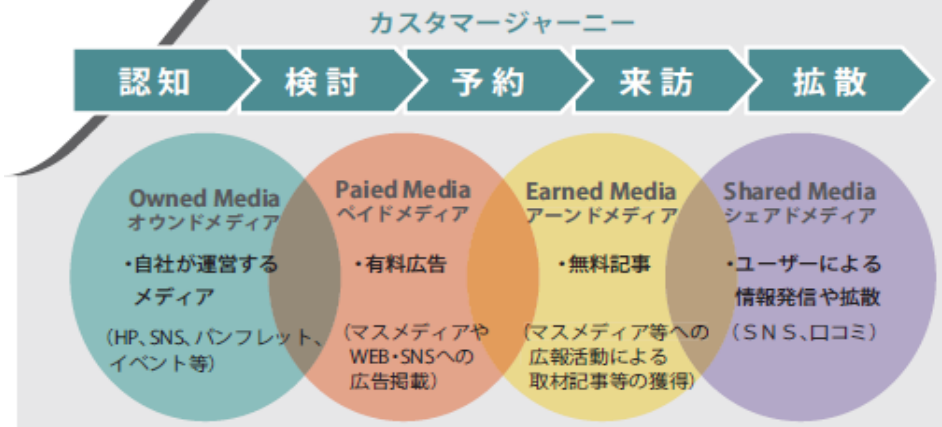
ｱｸｼｮﾝ・ｽｹｼﾞｭｰﾙ

2025	2026	2027	2028	2029
「出雲ブランド」にかかる検討	「出雲ブランド」イメージに基づく情報発信			
	「出雲ブランド」イメージのマーケティング・ブラッシュアップ			

評価指標　「出雲ブランド」ｽﾄｰﾘｰの構築・磨き上げ　単位：回

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	0	1	1	1	1

Column（コラム）　カスタマージャーニーと各種メディア



顧客の製品・サービスとの出会い、購入からその後の継続利用に至るまでの道筋のことをカスタマージャーニーと言います。

この道筋のなかで、様々なメディアを通じて接触することで、顧客の取り込み、ファン化を図ります。

主要施策C-1　出雲の特別性と各エリアの認知向上

基本計画 P.66

主な取組　❷ 多様なメディアの活用による各エリアの認知向上

主な事業内容　マスメディア等への広報活動の強化

出雲のターゲット層に響くメディアを選定し、プレスリリースの配信や関係構築を通じて、広告ではない記事掲載（パブリシティ）の獲得を目指します。また、地域のイベントやツアーと連携し、メディアを効果的に活用した情報発信を強化します。

実施主体　観光協会（DMO）　**市担当課**　観光課・広報課　インバウンド推進課

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
マスメディアとの関係構築				
マスメディアを活用した広報活動				

評価指標　パブリシティ獲得回数　単位：回

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
-	30	30	30	30	30

主な事業内容　ＳＮＳの効果的な活用

SNSは認知拡大に不可欠なツールです。シェアされる企画や広告運用など、SNSの特性を活かした情報発信を推進します。あわせて、これを担う観光協会職員の人材育成にも力を入れ、組織的な発信力の強化を目指します。

実施主体　観光協会（DMO）　**市担当課**　観光課・広報課　インバウンド推進課

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
情報発信人材の育成・ノウハウの共有				
	専門的知見に基づく効果的な情報発信			

評価指標　出雲観光協会 Instagram「izumoguide」フォロワー数　単位：人

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
5,308	12,000	16,000	21,500	28,500	37,000

主な取組 ❶ デジタルマーケティングの強化

主な事業内容 データに基づくプロモーション及び商品造成

実施主体　観光協会（DMO）　市担当課　観光交流部

観光HPや地域OTAのデータ分析で顧客動向を把握し、PDCAサイクルでプロモーションを最適化します。分析結果は商品造成にも反映させ、特にオフシーズンや平日、各エリアへの誘客という課題に対し、顧客ニーズに合った商品造成とプロモーションを連携させて取り組みます。

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
	データに基づくプロモーションの実施（PDCA）			
	データ分析結果を活用した商品造成及び既存商品の改廃			

評価指標　データ分析結果を反映した商品造成件数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	3	5	5	5	5

主な取組 ❷ 出雲ファンとつながる情報発信・デジタル化

主な事業内容 インスタグラム「Izumo365」を活用した情報発信

実施主体　市　市担当課　観光課

令和５年度に開設したインスタグラム「Izumo365」を活用し、年間を通じた旬の地域情報を発信します。
令和６年度から始めたWEB記事『聞き書きIzumo365』も併せて充実を図り、出雲の魅力を継続的に発信します。

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
ムラなく365日･24時間の魅力を伝える情報発信の継続				

評価指標　インスタグラム「Izumo365」投稿回数　単位：回

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	100	100	100	100	100

主な取組 ❷ 出雲ファンとつながる情報発信・デジタル化

主な事業内容 オープンチャット「みんなでつくる出雲旅」の登録促進

LINEオープンチャット『みんなでつくる出雲旅』を運用し、情報発信とコミュニティ内での観光情報の共有、出雲ファン、地域プレイヤーによる観光案内を促進します。
また、当初の目的である観光地ドライバー確保を目指す、「ローカルドライバープロジェクト」への貢献について検証します。

実施主体 市　　市担当課 インバウンド推進課

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
オープンチャットの運用				
	運用見直し			

評価指標 オープンチャットともだち数　単位：人

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	1,800	1,800	－	－	－

主な事業内容 キャンペーンやアンケートのデジタル化

紙媒体で行っていたキャンペーンやアンケート等をデジタル化し、希望者への継続的な情報発信とデータ取得を行います。
スタンプラリー等においては、令和７年２月導入のデジタル地域通貨『いずも縁結びPAY』の活用も検討します。

実施主体 観光協会（DMO）　　市担当課 観光課・商工振興課

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
キャンペーンやアンケートのデジタル化				
	データに基づく情報発信			

評価指標 デジタル化件数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	2	2	2	2	2

主な取組　❸　オフシーズン対策等に資する民間イベント等の支援

主な事業内容　民間イベント等の集客支援

　オフシーズン対策や夜の魅力向上に向け、『出雲ウィーク』イベントをはじめ、事業者・団体によるイベント等の充実を支援し、情報発信を通じて集客に取り組みます。
　あわせて、島根フィルムコミッション等と連携し、出雲の魅力を発信するアニメや映画等の関連企画を推進します。

実施主体　市・観光協会（DMO）　市担当課　観光課

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
民間イベント等に係る情報収集・情報共有				
民間イベント等に係る適時・適切な情報発信の協力				

評価指標　民間イベント等の情報発信連携件数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	5	5	5	5	5

主要施策C-3　新市場の創出（インバウンド、多面的な誘客促進）

基本計画 P.69～71

主な取組　1）インバウンド　❶ 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

主な事業内容　ターゲット国マーケティング事業の実施

訪日リピーターを念頭に、国・地域の特性や出雲との親和性を踏まえ、重点市場と旅行者像を明確化して誘客を進めます。この中で、フランス、台湾では、ツアー商品の造成を促進し、個人旅行への波及を狙います。旅行会社へは宿泊施設を積極的に紹介し、宿泊増につなげます。

- 東アジア…台湾を最重点に香港・シンガポール
- 欧米…フランスを中心に米国・英国
- 東南アジア…ベトナム・タイ

アクション・スケジュール　実施主体　市　市担当課　インバウンド推進課

2025	2026	2027	2028	2029
メディア・旅行会社への情報発信・FAM受入れ（フランス、台湾からの拡散）				
業務委託（フランス・台湾における旅行商品のマーケティング）				

評価指標　業務を通じた旅行会社によるツアー販売数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	5	5	5	5	5

主な取組　1）インバウンド　❷ 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

主な事業内容　広域団体等と連携した情報発信の実施

中海・宍道湖・大山圏域観光局や山陰インバウンド機構といった広域の取組を、連携して推進しつつ、市としても出雲のブランド力を生かしたプロモーション活動を進めます。

島根県や近隣自治体とも連携を図り、海外に向けた効果的な情報発信を進めます。

この中で、予約、手配など来訪につながるしくみの整備を検討していきます。

アクション・スケジュール　実施主体　市・広域団体　市担当課　インバウンド推進課

2025	2026	2027	2028	2029
圏域内市町・県協議				
役割整理（広域推進を強化する取組／市が担う取組）				
	広域共同プロモーション			

評価指標　広域連携事業（FAM等）の実施　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	2	2	2	2	2

主な取組　1）インバウンド　❸ 成功事例の創出、繁閑差対策の観点の強化

主な事業内容　閑散期におけるインバウンド誘客の推進・ツアー販売

　インバウンド誘客への理解と機運醸成のため、成功事例の創出、情報共有に取り組みます。先行事例の紹介や、関心ある事業者と連携したターゲット国からの受入モデル事業を実施し、受入効果や課題を検証します。
　また、オフシーズンの魅力発信や平日の宿泊増に取り組み、繁閑差の緩和に貢献します。

アクション・スケジュール　実施主体　市　市担当課　インバウンド推進課

2025	2026	2027	2028	2029
受入モデル事業実施・課題検証				

評価指標　閑散期の外国人宿泊者数（12月～3月の4か月計）　単位：人

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
1,652	4,496	5,058	5,620	6,182	6,744

主な取組　2）多面的な誘客促進　❷ 団体客への多様なプラン販売の強化

主な事業内容　新たな体験を含むプラン販売の推進

　観光協会による団体旅行向け営業活動において、地域事業者との連携を強化し、旅行会社への提案力を高め、新たな体験やシーズンのコンテンツを含む旅行プランの販売を促進します。

アクション・スケジュール　実施主体　観光協会（DMO）　市担当課　観光課　インバウンド推進課

2025	2026	2027	2028	2029
定番ルート以外を含む旅行商品化の検討	造成した旅行商品の改廃			
	旅行会社等への滞在型商品の営業			

評価指標　観光協会体験付き旅行商品販売数　単位：商品

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	4	4	4	4	4

主な取組　2）多面的な誘客促進　❷ スポーツツーリズムなど多様なツーリズムの推進

主な事業内容　スポーツツーリズムの検討

出雲駅伝や各種マラソン大会など、県外から多くの参加者や関係者が来訪するスポーツイベントが開催されています。また、女子サッカーチーム『ディオッサ出雲FC』の活躍も全国に出雲を発信しています。
こうしたスポーツによる発信力や来訪者を観光と結びつけ、スポーツツーリズムの推進を図ります。

アクション・スケジュール　実施主体　市 NPO・スポーツ団体　市担当課　文化スポーツ課

2025	2026	2027	2028	2029
	可能性検討		可能性検討	

評価指標　商品造成数　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－		3		3	

主な取組　2）多面的な誘客促進　❸ ＭＩＣＥ等の誘致

主な事業内容　広域団体等と連携した旅行会社の視察受け入れ

MICEや修学旅行の誘致では、（公社）島根県観光連盟や（一社）中海・宍道湖・大山圏域観光局等と連携し、旅行会社の現地視察受入など、効果的な取組を進めます。
コンベンションについても、関係機関と連携し、医学系学会やスポーツ大会の誘致に取り組みます。

アクション・スケジュール　実施主体　市 広域観光団体　市担当課　観光課 インバウンド推進課

2025	2026	2027	2028	2029
広域団体等と連携した旅行会社の視察受け入れ				

評価指標　旅行会社視察受け入れ　単位：件

基準値 2023	目標値 2025	2026	2027	2028	2029
－	3	3	3	3	3

主要施策D-1　DMOを中心とした観光地経営体制の構築

基本計画 P.74

新規　継続

主な取組　❶DMOの構築と役割分担の明確化

主な事業内容　観光協会の実質的なDMO化に向けた検討

実施主体　観光協会（DMO）　市担当課　観光課

DMO登録した観光協会の目的や事業内容を改めて整理し明確にするとともに、組織強化を進めます。働きやすい職場づくりや既存事業にも配慮し、円滑な移行を図ります。

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
DMO登録申請	組織・事業強化の検討	新体制確立	新体制による事業遂行	

評価指標　調整中　単位：

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
－	－	－	－	－	－

主な事業内容　専門人材（スペシャリスト）の確保、育成

実施主体　観光協会（DMO）　市担当課　観光課

DMOの体制強化に向け、必要な専門性を高めるため、副業人材や業務委託など多様な手法を活用し、地域内外から人材を確保・育成します。
専門人材の協力も得ながら内部人材の育成を進めます。

アクション・スケジュール

2025	2026	2027	2028	2029
専門人材の活用				
観光協会職員の育成				

評価指標　調整中　単位：

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
－	－	－	－	－	－

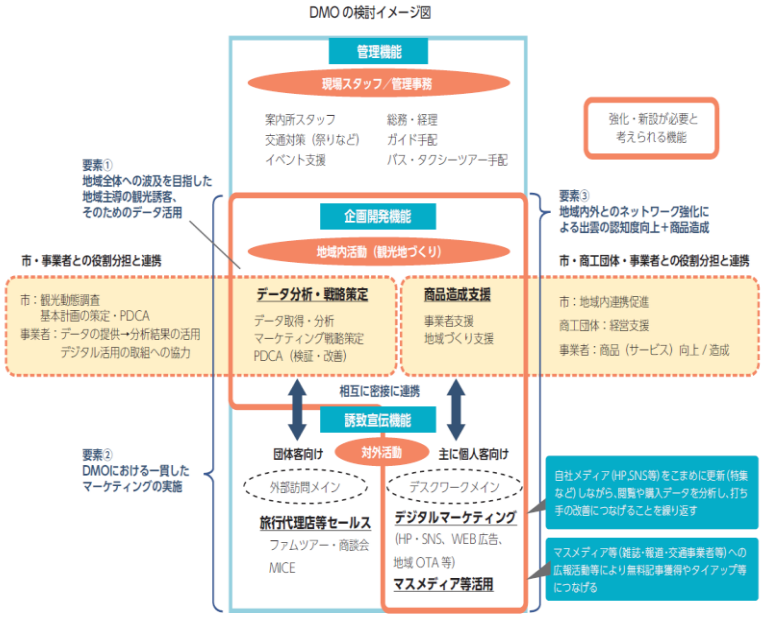
主要施策D-1　DMOを中心とした観光地経営体制の構築

基本計画 P.74

主な取組　❶ DMOの構築と役割分担の明確化

主な事業内容　市との役割分担の見直しと連携強化

市と観光協会の役割を見直し、観光マーケティングは観光協会が一貫して担う方向で、段階的に事業を移行します。併せて、全体のマネジメントに向け情報共有と連携を強化します。



アクション・スケジュール　実施主体　市・観光協会（DMO）　市担当課　観光交流部

2025	2026	2027	2028	2029
組織強化委員会		新体制による事業遂行		
役割分担の見直し				

評価指標　調整中　単位：

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
－	－	－	－	－	－

主要施策D-1　DMOを中心とした観光地経営体制の構築

基本計画 P.77

主な取組　❷ 幅広い分野の連携促進・意識改革

主な事業内容　庁内推進本部・WGの活用

戦略B：観光まちづくりをはじめ、本計画に基づく施策について、庁内推進本部やWGや関係課連携を通じて横断的に推進を図ります。

実施主体　市　　**市担当課**　観光交流部

アクション・スケジュール	2025	2026	2027	2028	2029
アクションプラン策定		庁内推進本部・WGの再編			

評価指標　庁内連携取組事業数　単位：事業

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
－	4	4	4	4	4

主要施策D-2　地域との協働体制の構築

基本計画 P.78

主な取組 ❶ 人的ネットワーク化と情報共有・連携の推進

主な事業内容 地域観光戦略会議の運営

令和６年度の地域観光戦略会議では、情報共有や地域連携の場の継続を望む声が多く寄せられたことから、令和７年度以降も地域ごとに会議を継続します。市や観光協会の地域担当を通じて、マーケティング戦略等全体方針の共有を図ります。

実施主体　観光協会（DMO）市・地域　　市担当課　観光交流部

アクション・スケジュール	2025	2026	2027	2028	2029
各地域の体制構築	地域観光戦略会議（市内5地域）の運用（情報共有ツールの活用等）				

評価指標　情報の受発信回数（会議開催・ツールによる共有）単位：回

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
－	24	24	24	24	24

主な取組 ❷ 地域プロジェクトの検討

主な事業内容 地域プロジェクトの実施

地域のニーズや合意形成の状況に応じ、地域が主体的に関わり、市や観光協会が伴走する『地域協働プロジェクト』の実施を検討します。
（取組例）
・地域プレイヤーが連携・企画した地域のＰＲ
・地域プレイヤーも地域を紹介していけるための、エリアマップや素材集づくり
・地域の滞在を魅力化する体験コンテンツの充実、住民参画

実施主体　観光協会（DMO）市・地域　　市担当課　観光交流部

アクション・スケジュール	2025	2026	2027	2028	2029
地域戦略会議における地域プロジェクトの検討・実施					

評価指標　プロジェクト実施件数（継続含む）　単位：件

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
－	2	3	5	5	5

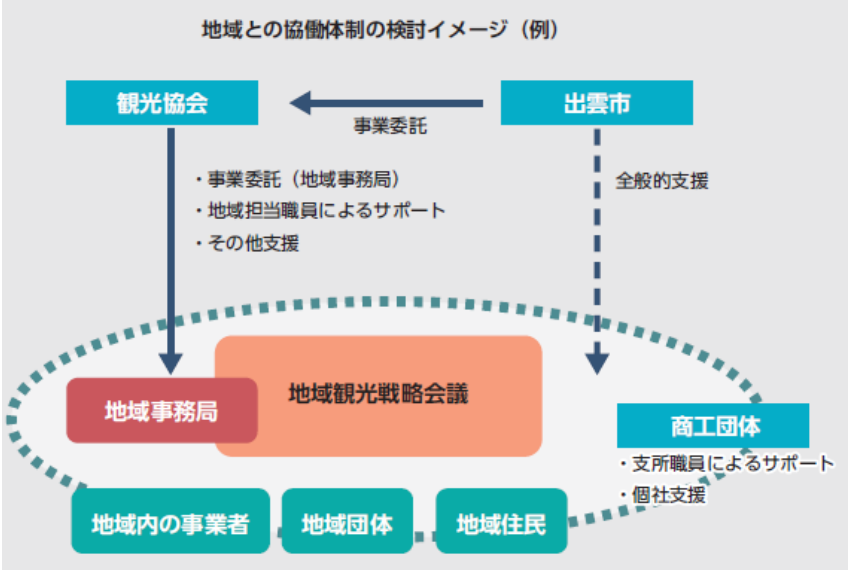
主要施策D-2　地域との協働体制の構築

基本計画 P.78

主な取組　❸ 地域側の担い手・運営体制の検討

主な事業内容　地域の推進体制の確立（地域事務局設置等）

　地域協働プロジェクトの推進にあたっては、地域にいて調整や運営を担う地域事務局の設置が望まれます。地域に精通した団体や中核的なプレイヤーと協議し、実情に応じた形で設置を検討します。
　観光協会や市は、役割分担を考えながら、地域事務局を支援します。



アクション・スケジュール　**実施主体**　観光協会（DMO）市・地域　**市担当課**　観光交流部

2025	2026	2027	2028	2029
各地域ごとの体制構築				
		地域の推進体制確立（地域事務局の設置等）		

評価指標　地域推進体制の確立（地域事務局設置等）単位：地域（累計）

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
－	2	4	5	5	5

主要施策D-3　観光地経営の透明性向上と財源確保

基本計画 P.80

主な取組 ❶ データに基づくＰＤＣＡサイクルの実施・公表

主な事業内容 アクションプランに基づく評価・検証

戦略や主要施策に基づく事業をアクションプランとして整理し、実施年度・主体・KPIを明示して公表します。
毎年度、計画の進捗について評価を受け、更新して推進を図ります。

アクション・スケジュール　実施主体 市　市担当課 観光交流部

2025	2026	2027	2028	2029
アクションプラン作成・公表	観光戦略会議における検証・市によるプランローリング（各年度）			

評価指標　アクションプランの作成及び見直し回数　単位：回

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
－	1	1	1	1	1

主な取組 ❷ 人材確保・育成等への予算確保

限られた予算を有効に活用し、広域施策を補いながら、市に求められる重点施策に配分します。周遊促進や地域活性化、出雲の特別性を生かした発信を重視し、専門人材の確保や体制整備、既存事業の見直しを含め、予算確保に取り組みます。

アクション・スケジュール　実施主体 市　市担当課 観光交流部

2025	2026	2027	2028	2029
予算確保（各年度）				

評価指標　観光交流部予算総額

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
－	－	－	－	－	－

主な取組 ❸ 安定的な財源確保の検討等

主な事業内容 新たな観光財源確保策の検討

観光基本計画で定める諸施策の推進に必要な安定的な財源の確保に向け、「新たな財源検討委員会」を開催します。この中で、宿泊税の導入や、出雲大社周辺の駐車場収入について調査・検討します。

アクション・スケジュール　実施主体 市　市担当課 観光課・市民税課

2025	2026	2027	2028	2029
新たな観光財源検討委員会の開催	新たな観光財源導入準備	新たな観光財源導入		

評価指標 新規財源の導入　単位：回

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
–	–	–	–	–	–

主な取組 ❹ 広域的な連携の推進

主な事業内容 広域団体等と連携した取組の提案

島根県や観光連盟など広域団体等と情報共有を図り、限られた予算を効果的に活用します。
特に、広域周遊の旅行者ニーズに応えたいインバウンドでは、広域の取組を効果的に進めるため、圏域観光局への構成市の関わりを強め、連携して推進します。

アクション・スケジュール　実施主体 市　市担当課 観光交流部

2025	2026	2027	2028	2029
島根県・県内市町との連携に向けた協議				
広域団体等と連携した取組の推進・効果検証				

評価指標 広域団体と連携する事業数　単位：事業

基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029
–	2	2	2	2	2