

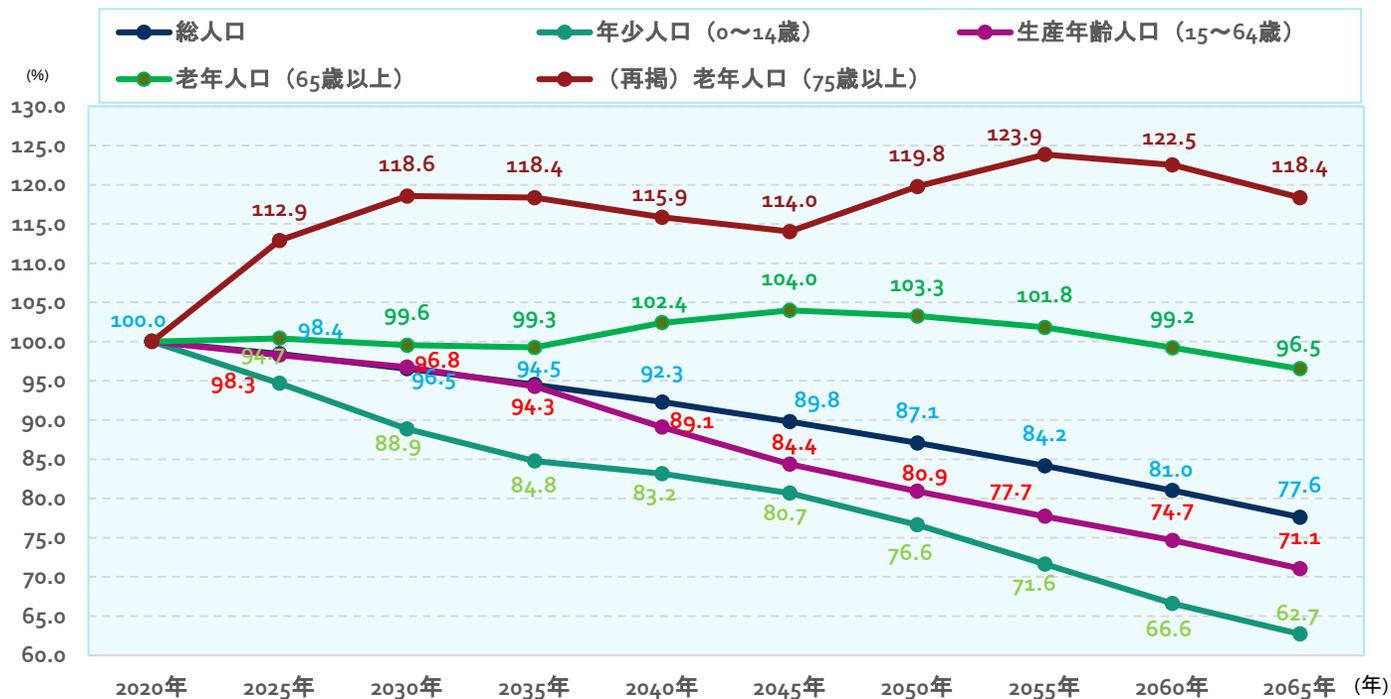
# 新たな観光財源の検討にかかる 宿泊事業者説明会資料

令和8年（2026）1月・2月

# ①なぜ観光振興に取り組むのか？

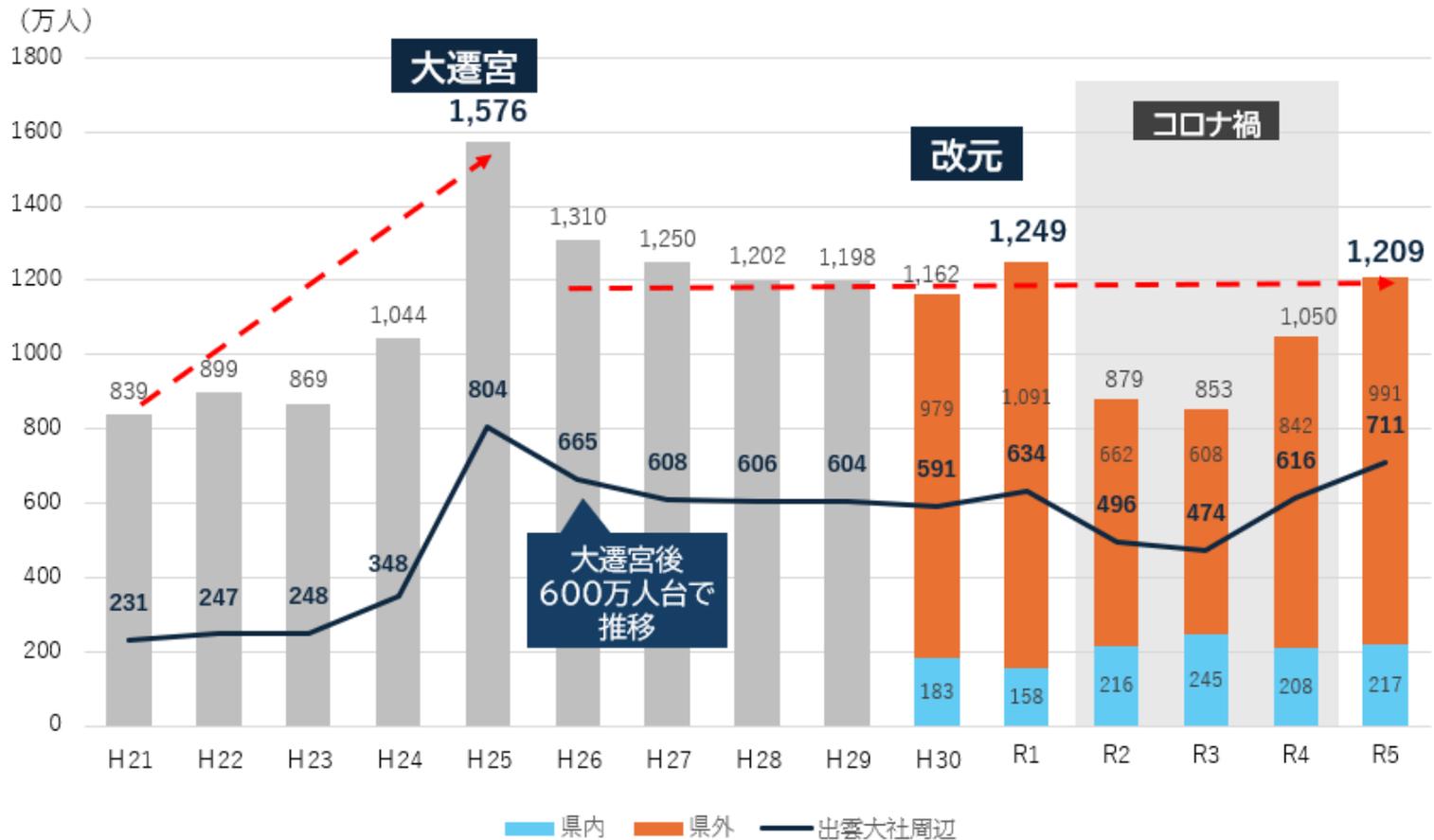
観光産業は、人口減少・少子高齢化が進展する中、国内外からの交流人口と旅行消費の拡大による経済効果は地方創生の鍵であり、観光地としてのブランド力を有する出雲市にとっても、極めて重要な成長産業です。

将来人口推計における年齢区分別人口の推移 ※



※出雲市総合計画評価検討会議及び出雲市デジタル田園都市構想総合戦略推進会議 第2回会議資料5「出雲市の将来人口推計について」から作成

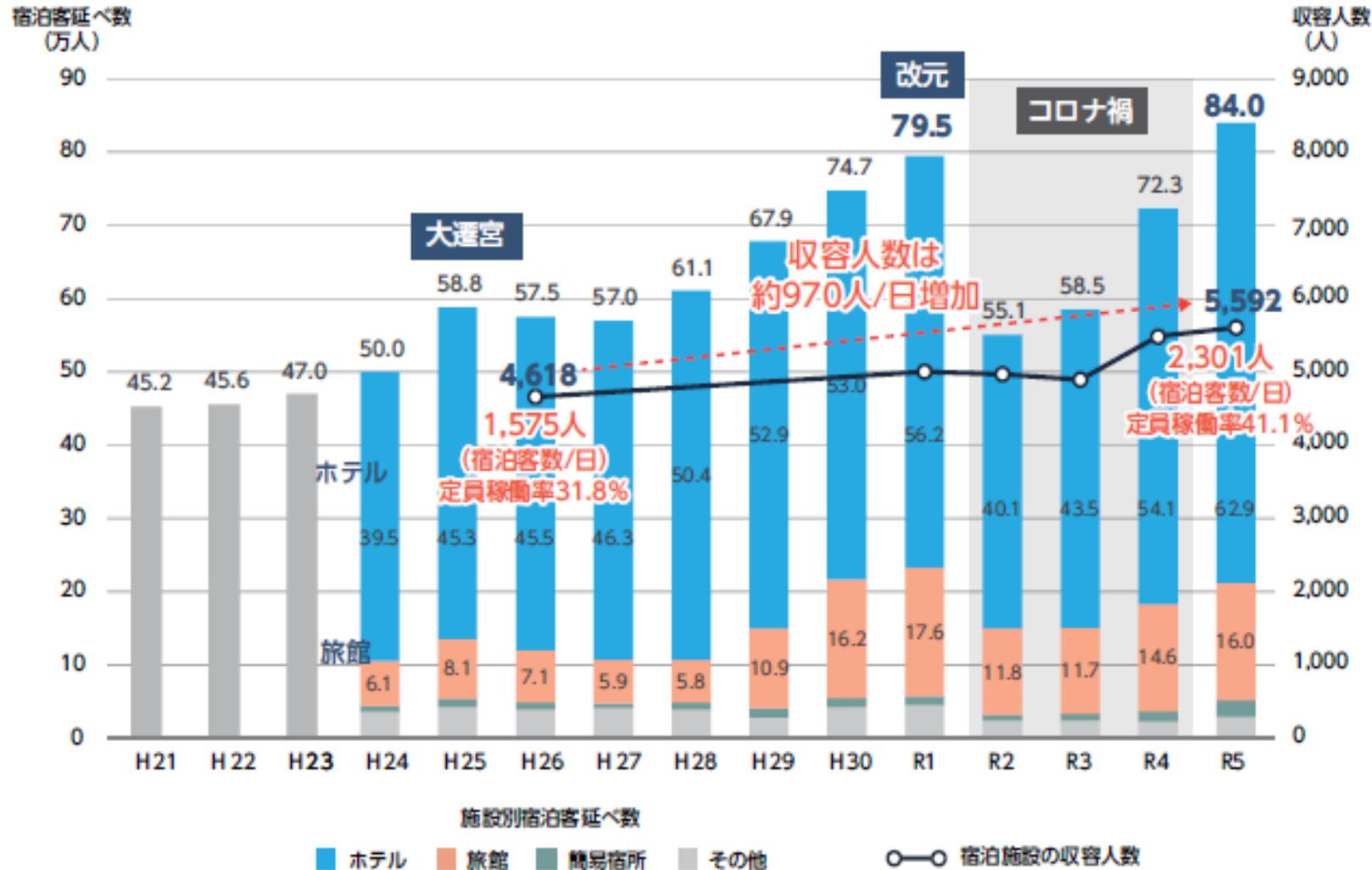
## ②出雲市の観光入込客数の推移



出雲大社の平成の大遷宮「本殿遷座祭」が行われた平成25年(2013)に大幅に増加し、以降、コロナ禍を除き1,100万人以上で推移している。コロナ禍により減少したものの、令和5年(2023)には令和元年(2019)と同程度まで回復しています。

出雲大社周辺入込客数は大遷宮以降600万人台で推移し、令和5年(2023)は711万人と平成25年(2013)に次ぐ入込となりました。

### ③観光宿泊客延べ数・宿泊施設の収容人数の推移

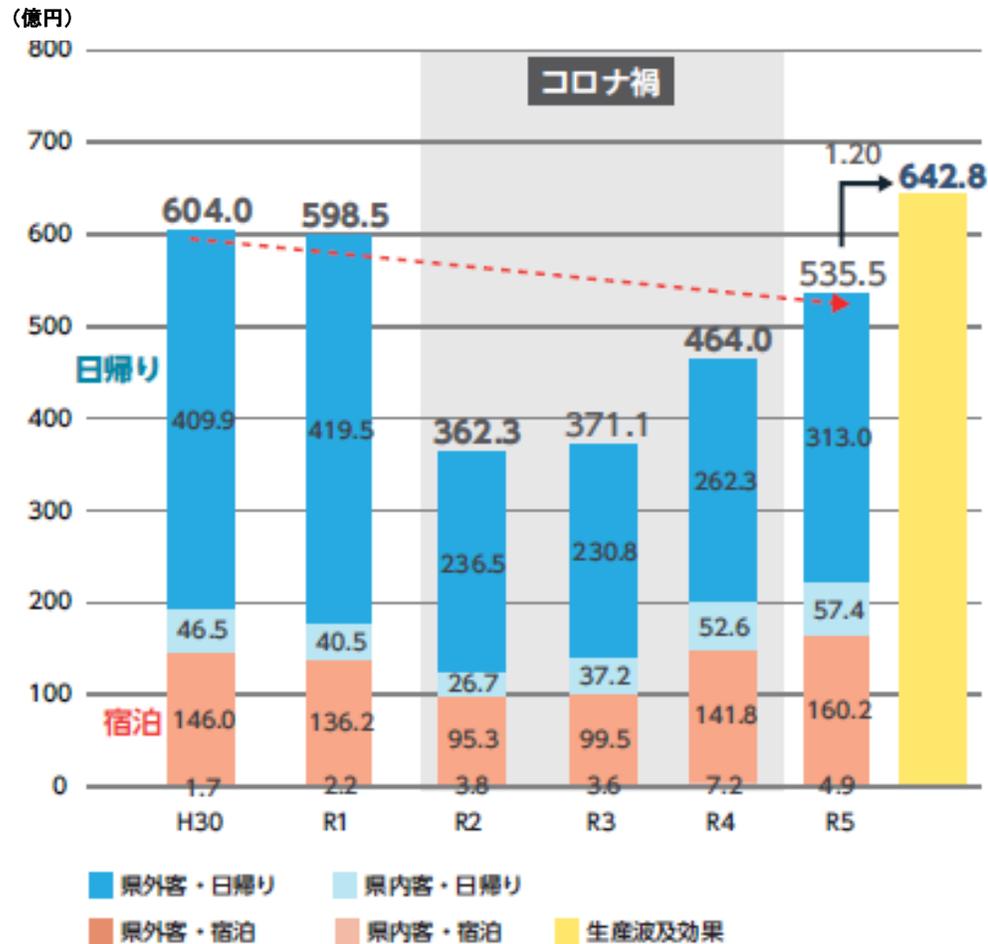


大遷宮以降、主にホテルや旅館などの客室数の増加に伴い、宿泊客延べ数は着実に増加しています。

令和5年(2023)には過去最高の84万人となりましたが、新規立地にともなう収容人数の増加量を考慮すると、既存施設における宿泊客数の伸びは小さいと考えられ、新たな需要を創出できていない可能性があります。

# ④観光消費額・生産波及効果

観光消費額・生産波及効果の推移



日帰り消費額単価

全国  
(観光・レクリエーション目的)

項目	円/人回
交通費	5,464
宿泊費	—
飲食費	2,802
買物代	4,438
その他*	3,778
合計	16,483

\*娯楽サービス、参加費ほか

出雲市

項目	円/人回
交通費	879
宿泊費	—
飲食費	1,661
土産代	1,313
その他*	682
合計	4,535

\*入場料、その他

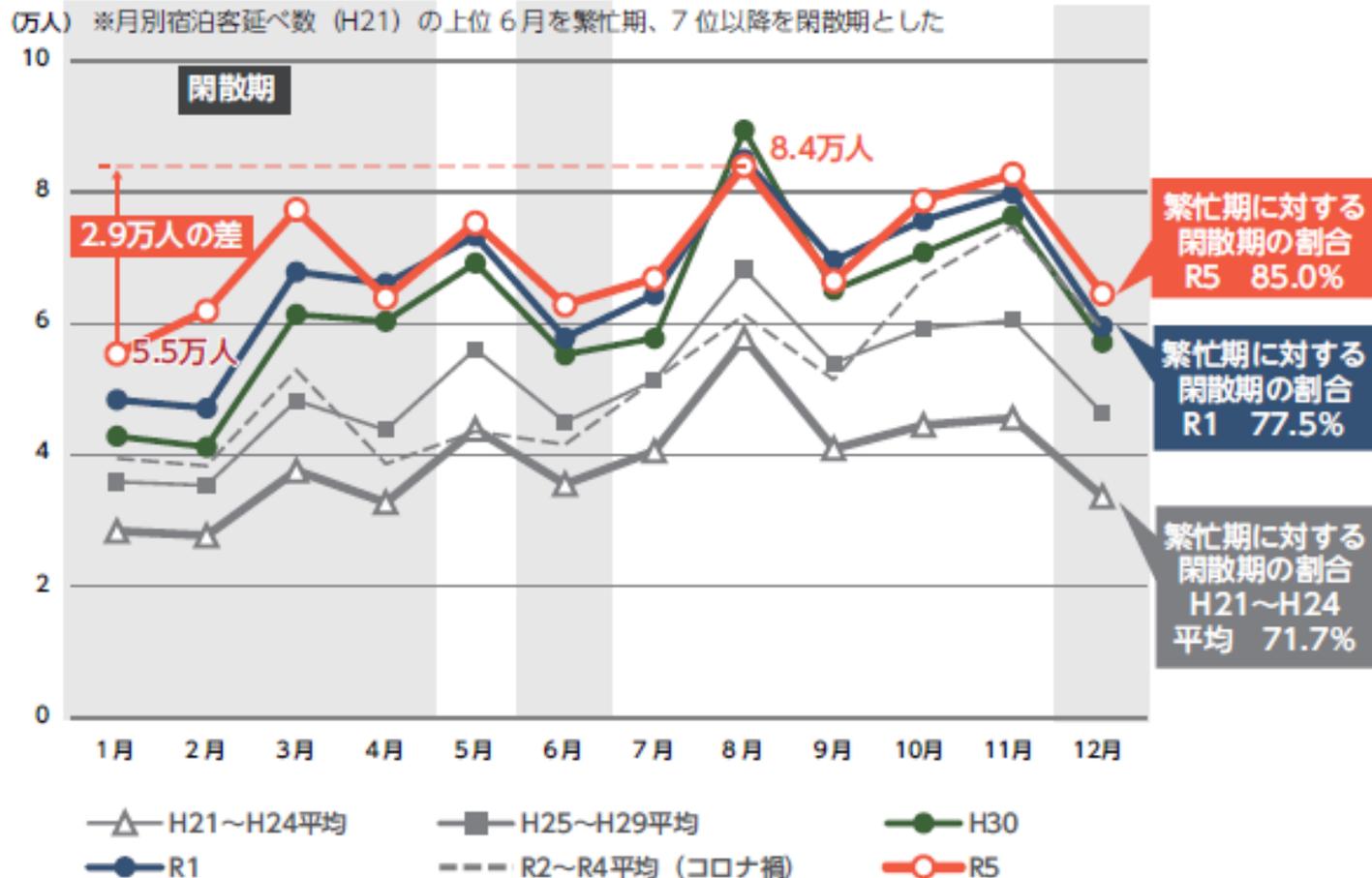
観光消費額(出雲市来訪者の県内消費額)は平成30年(2018)以降減少傾向にあり、コロナ禍を除くと500~600億円台で推移しています。

生産波及効果は約1.2倍となっており、国の約1.9倍(令和元年(2019))と比較すると、地域の関連産業との連携を強めるなど拡大の余地があります。

また、消費額単価も、全国平均と比較すると金額規模が小さく、消費拡大の余地があります。

# ⑤ 繁閑差

出雲市月別宿泊客延べ数 (全体)

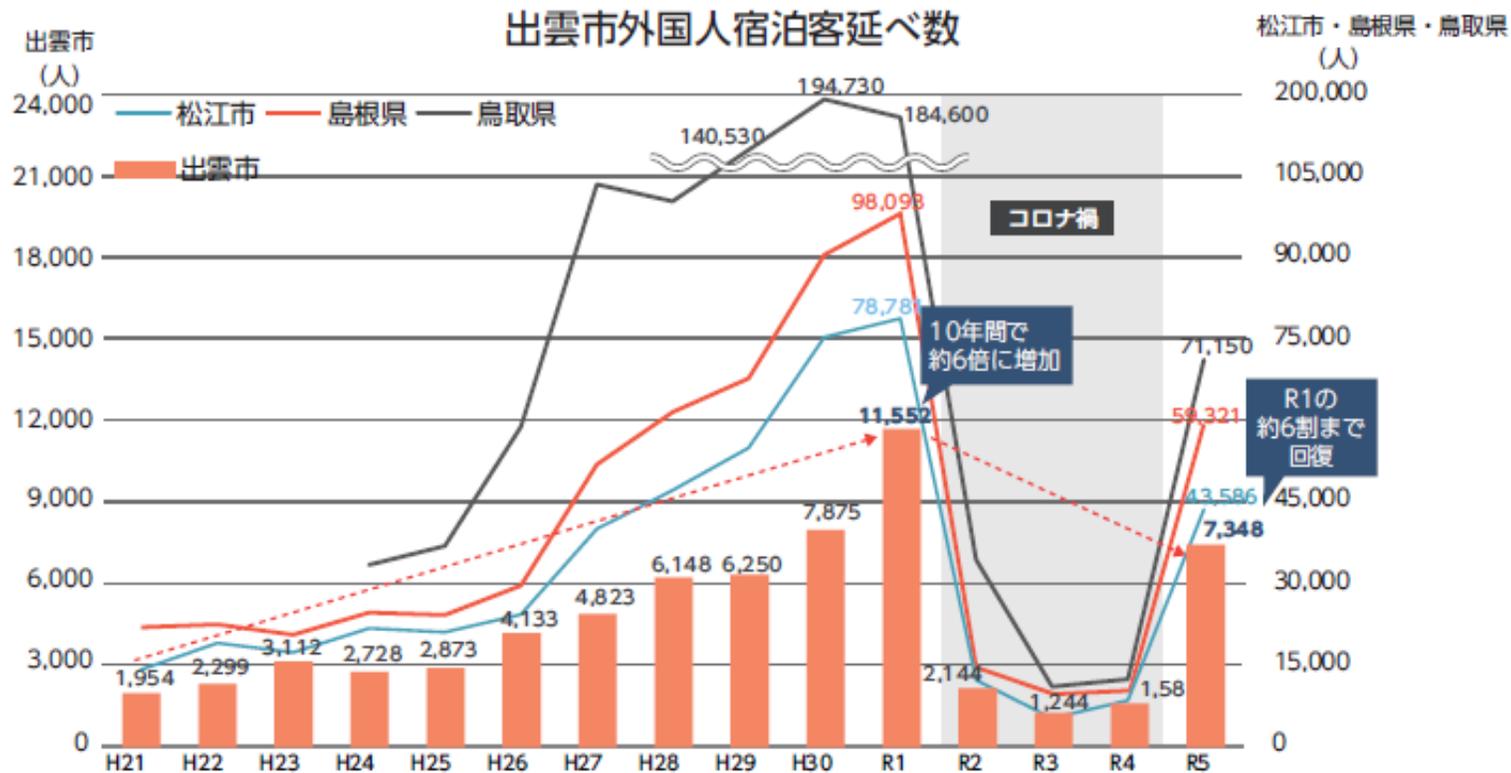


月別宿泊客延べ数における繁忙期(年内の上位6か月)と閑散期(同下位)を比較すると、繁閑差は減少傾向にあります。

しかしながら、令和5年(2023)においても最多月(8月)と最少月(1月)の差が2.9万人あるなど、更なるオフシーズン対策が必要です。

## ⑥ インバウンド客の推移

出雲市の外国人宿泊客延べ数は、令和元年(2019)には、改元、出雲ソウル間の連続チャーター一便就航等で賑わい、平成21年(2009)の約6倍の11,552人まで増加しました。コロナ禍後、令和5年(2023)には令和元年(2019)の約6割まで回復していますが、宿泊客全体に占める割合は1%未満の状況です。



### 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。

『古事記』に記される  
スサノオノミコトが詠んだとされる  
最古の和歌

その八重垣を

八重垣つくる

妻籠みに

出雲八重垣

八雲立つ

### 【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。

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)

## ②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

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、旅マエや旅アドにおいても、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。

# ③戦略

## 施策体系

### 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。

### 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付き、楽しんでいきます。

### 5つの行動指針

- 地域協働の推進
- 地域価値の再認識と磨き上げ
- 経済と交流の活性化
- ブランド力向上
- 人材育成

## 戦略名

## 主要施策

### A マーケティング力強化戦略

- 戦略的なマーケティング活動の展開
- データの収集・活用による分析力・説明力の強化

### B 観光まちづくり戦略

- 地域と連携した魅力の磨き上げ
- 守るべき資源・文化の継承と価値の再認識
- 受入基盤の充実
- 観光客への情報発信ルート等の活用

### C 誘客・ファン拡大戦略

- 出雲の特別性と各エリアの認知向上
- 個人客・リピーターやオフシーズン等の誘客強化
- 新市場の創出（インバウンド、多面的な誘客促進）

### D 観光地経営体制・人づくり戦略

- DMOを中心とした観光地経営体制の構築
- 地域との協働体制の構築
- 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

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



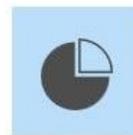
Instagram  
属性データ



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・旅アート消費の推進

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

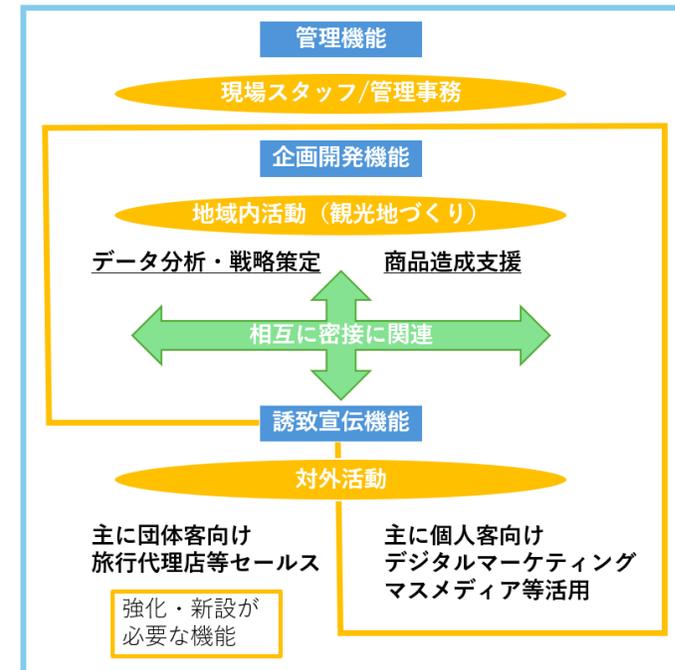
- ・観光協会のDMOへの発展的改組に向けた支援

## 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

## 【総括】

(内訳)

**事業費総額 2億3,000万円/年度**

	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

## 新たな観光財源検討委員会第3回終了時における方針

本市における現状や観光振興に必要な予算規模を踏まえ、次の方針で検討することを決定しています。

- ア 必要な予算規模を安定的・継続的に確保するため、「**宿泊税**」を主軸に検討する。
- イ 平行して、**観光用駐車場**の有料化や料金改定についても検討する。

# ①宿泊税の導入（予定）自治体

令和7年11月末現在

導入している自治体	R7年度中 導入予定自治体	R8年度中 導入予定自治体※	計
15	4	24	43

※導入が決定している自治体、検討中を含まない。

## ② 宿泊税の概要

(1) 宿泊税を払う人 (納税義務者)	市内の宿泊施設に宿泊した者
(2) 宿泊税を払う時	原則、宿泊施設に宿泊する際
(3) 対象となる宿泊施設	旅館業法の許可を受けたホテル、旅館、簡易宿所 住宅宿泊事業法規定の住宅宿泊事業施設（民泊）
(4) 宿泊税の徴収と納入をする人 (特別徴収義務者)	宿泊事業者（申告書の提出と宿泊税の納入をします）

### 宿泊税のイメージ



## ③ 宿泊税の算出例

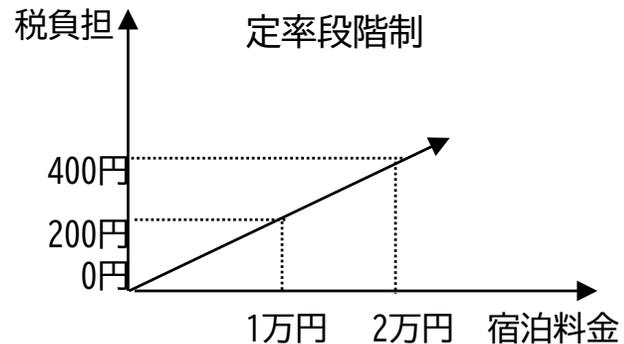
(1) 定率方式

\* **宿泊料金** × ○%

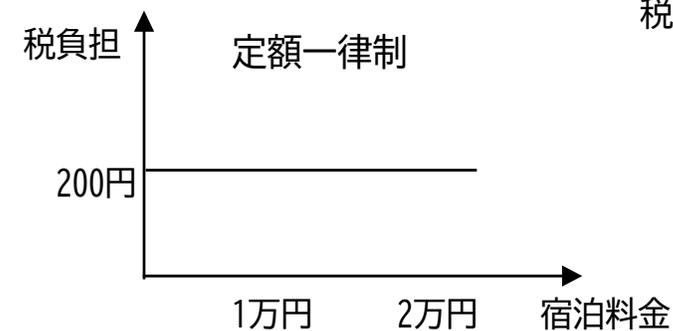
(2) 定額方式(一律制または段階制)

\* **宿泊数** × 1人1泊 ○○円

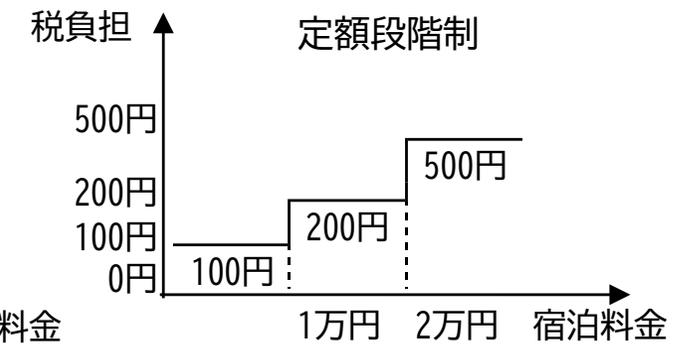
< 倶知安町の例 >



< 常滑市の例 >



< 長崎市の例 >



## ④宿泊税における課税免除と免税点とは

### 【課税免除】

課税することが不相当であると認められるとき、課税しないこととするもの

先行自治体の例：小・中・高校の修学旅行（導入率81%）

小学生以下または12歳未満（導入率14%）など

### 【免税点】

宿泊料金がその金額未満の場合、課税をを免除するもの（導入率26%）

先行自治体の例：1万円未満 東京都

8千円未満 赤井川市

6千円未満 宮城県、長野県、仙台市、広島県

5千円未満 大阪市、金沢市、松江市、白馬村、阿智村

※導入率：R7.11月現在宿泊税導入決定43自治体に占める割合

## ⑤ 先行自治体の例

R7.4月時点で施行済自治体

自治体名	課税標準	1人あたり1泊の宿泊料金							R7年度 当初予算
		～5千円未満	5千円～ 7千円未満	7千円～ 1万円未満	1万円～ 1.5万円未満	1.5万円～ 2万円未満	2万円～ 5万円未満	5万円以上	
東京都	宿泊数				100円	200円	200円	200円	69億
大阪府	宿泊数		200円	200円	200円	400円	500円	500円	73億
京都市	宿泊数	200円	200円	200円	200円	200円	500円	1,000円	59億
金沢市	宿泊数		200円	200円	200円	200円	500円	500円	8.2億
倶知安町	宿泊料金	2%							5.6億
福岡県	宿泊数	200円 ※市は50円	200円 ※市は50円	200円 ※市は50円	200円 ※市は50円	200円 ※市は50円	200円 ※市は50円	200円 ※市は50円	19.6億
福岡市※	宿泊数	200円 県税50円含	200円 県税50円含	200円 県税50円含	200円 県税50円含	200円 県税50円含	500円 県税50円含	500円 県税50円含	31億
北九州市※	宿泊数	200円 県税50円含	200円 県税50円含	200円 県税50円含	200円 県税50円含	200円 県税50円含	200円 県税50円含	200円 県税50円含	4.8億
長崎市	宿泊数	100円	100円	100円	200円	200円	500円	500円	3.7億
二セコ町	宿泊数	100円 ※5,001円未満	200円	200円	200円	200円	500円	1,000円 10万以上 2,000円	1.2億
常滑市 熱海市	宿泊数	200円	200円	200円	200円	200円	200円	200円	2億 5.7億

施行日順、ただし、大阪府の税率はR7.9.1改正後を記載、東京・京都・倶知安町は税率の見直し作業中

## 【参考】松江市の宿泊税について

松江市では、令和7年12月1日から宿泊税が導入されました。

【納税義務者】 宿泊施設に宿泊する宿泊者

【 目 的 】 国際文化観光都市としての魅力を高める、将来にわたって持続可能な観光地として発展していく

【 税 額 】 宿泊料金が 5千円以上の場合 200円  
5千円未満の場合 課税しない（安価な宿泊に配慮し、免税点5,000円を設定）

【 歳 入 】 3.3億円（見込）

【 その他 】

ア 課税免除（税金を徴収しない）

学習指導要領等に基づく学校行事（修学旅行、集団宿泊活動等）で、全校又は学年単位で実施されるもの。対象者は、学校（大学を除く）の児童、生徒、学生とその引率者。

イ 徴収方法

特別徴収（宿泊事業者が宿泊者から徴収し、市に収める）の方法による。

ウ 特別徴収義務者

旅館業又は住宅宿泊事業の経営者等

エ 納入方法

毎月末日までに、前月1日から同月末日までの期間の分を申告納入（一定の要件を満たす場合は3か月ごとに申告納入）

ご清聴ありがとうございました。

今後、より詳細な事業者アンケートを予定  
しています。

事業者様の実態に即した制度とするため、  
ご協力をお願いします。