

令和7年度 第1回
出雲市観光戦略会議

令和8年(2026)3月23日

出雲市観光交流部

出雲市観光基本計画アクションプラン

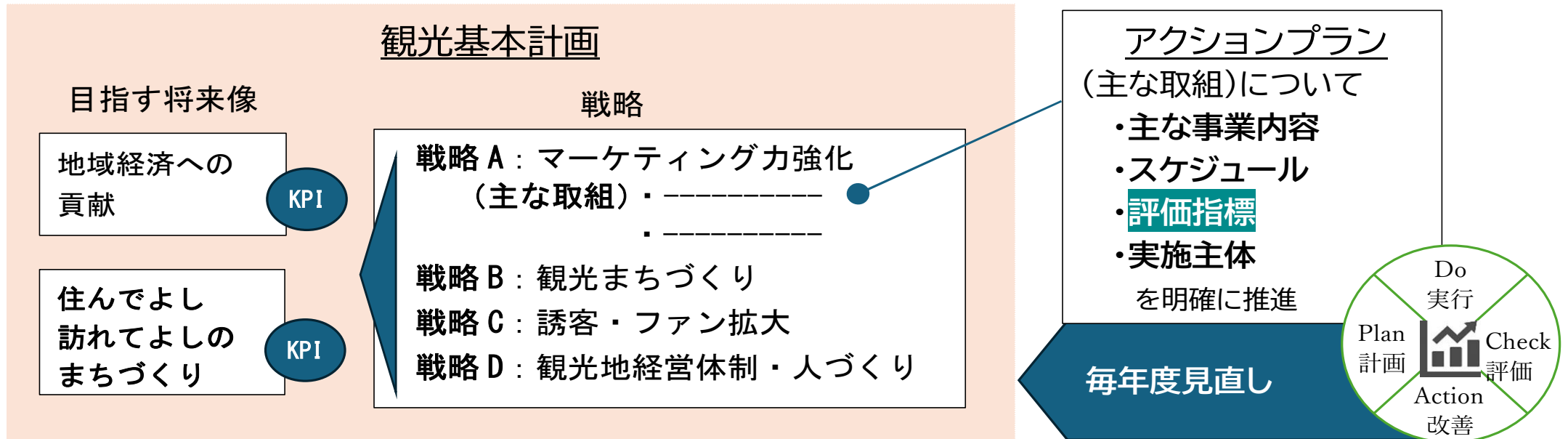
1. 策定の目的

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。





出雲市観光基本計画 アクションプラン（令和7年度版）

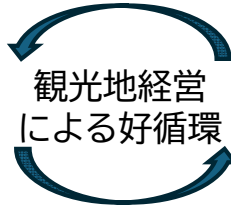
2

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

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



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

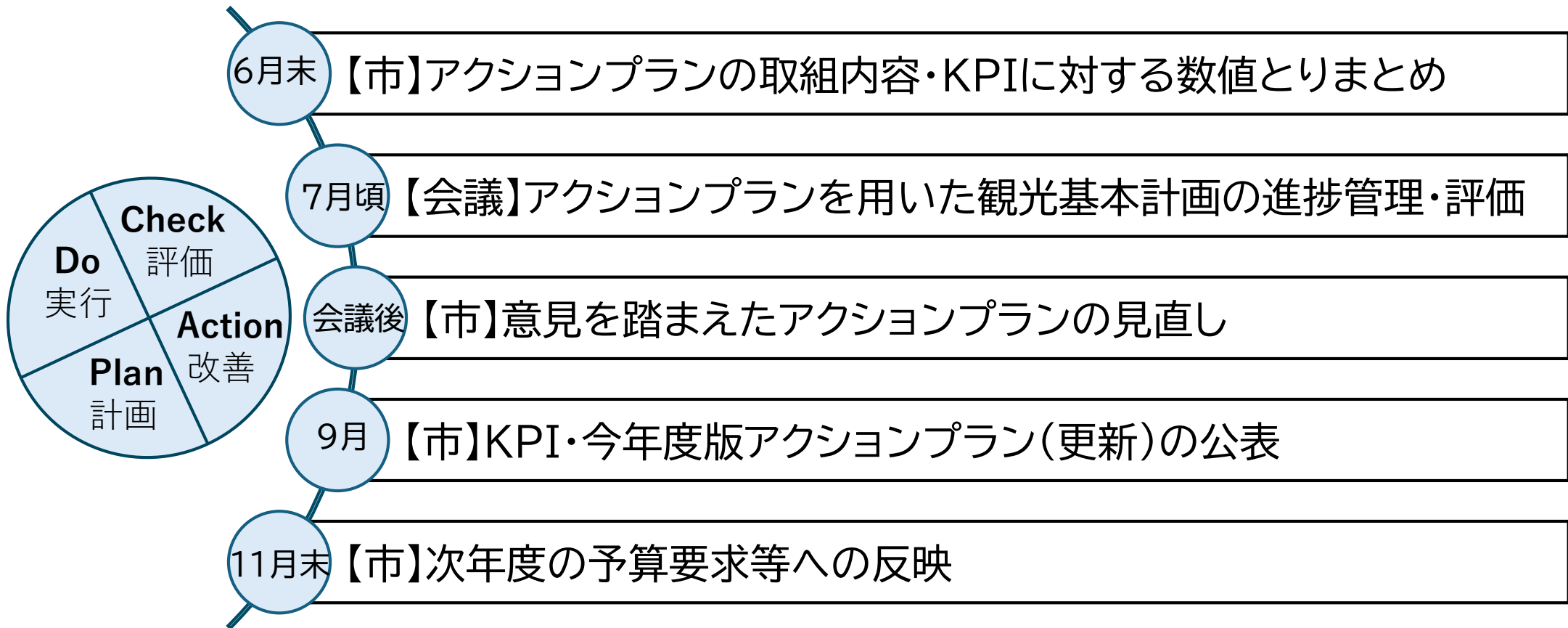
※庁内連携による作成

Step2:PDCAサイクルの実施(毎年度見直し)

Step1:新たな財源検討

② 観光戦略会議による観光基本計画の進捗管理について

出雲市観光戦略会議にアクションプランの取組状況・KPIを報告し、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、アクションプランを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。



令和7年度の実施状況について

ア.数値目標（速報値）

観点	指標名	単位	参考値	基準値		速報値	目標値	備考
			2019	2023	2024	2025	2029	
地域経済 への貢献	【入込】入込客延べ数	万人	1,249	1,209	1,172	1,213	1,440	<ul style="list-style-type: none"> ・日御碕が前年の道路崩落から回復し、令和7年の入込客数は111万人を超え（前年比130%）で令和5年も上回った。 ・閑散期である12月について、令和7年では神在月期間が含まれていたため来訪客が増加。 ・須佐神社（入込客数138,500人、前年比125.7%）の遷宮も増加要因だと考えられる。
	【滞在】宿泊客延べ数	万人	80	84	85	88	100	
	宿泊施設収容人数	人/日	4,993	5,592	5,734	5,792	6,000	新規2件（47室）+改修による増
	宿泊施設定員稼働率	%	43.6	41.1	40.7	41.8	45.7	宿泊客延べ数/宿泊施設収容人数×365日×100
	【消費】観光消費額（出雲市来訪者の県内消費額）	億円	598.5	535.5	622.2	算定中	663.6	入込客実数、宿泊客実数、消費額単価の目標が達成された場合の推計値
	入込客実数	万人	893.5	874.5	840.8	算定中	900.0	現状水準を維持
	宿泊客実数	万人	55.5	57.7	58.1	算定中	68.6	宿泊客延べ数の目標が達成された場合の推計値
	日帰り客の消費額単価（県内・県外平均）	円	5,489	4,535	5,422	算定中	5,535	消費額単価を1,000円増加（200円/年）
	宿泊客の消費額単価（県内・県外平均）	円	24,953	28,625	34,056	算定中	29,625	消費額単価を1,000円増加（200円/年）
	【周遊性】平均訪問箇所数	箇所	1.33	1.35	1.32	算定中	1.60	0.05pt増/年×4か年（R8～R11）
	【リピーター】出雲大社のリピーター率（日帰り）	%	80.2	69.0	62.7	算定中	74.0	1pt増/年×4か年（R8～R11）
	【リピーター】出雲大社のリピーター率（宿泊）	%	56.0	50.1	54.4	算定中	54.0	1pt増/年×4か年（R8～R11）
	【繁閑差】繁忙期に対する閑散期の割合	%	77.5	85.0	80.8	81.1	88.0	月別宿泊客延べ数の上位6か月に対する下位6か月の割合 ※繁忙期＝月別宿泊客延べ数（H21）の上位6か月 閑散期＝月別宿泊客延べ数（H21）の下位6か月
【インバウンド】外国人宿泊客延べ数	人/日	11,552	7,348	11,547	17,165	30,000	<ul style="list-style-type: none"> ・台湾：定期路線等による増（前年比218%増） ・ベトナム：チャーター便等による増（前年比277%増） 	

主な取組

① DMOの構築と役割分担の明確化

新規

継続

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
-	-	-	-	-	-

Do:実施状況 3月時点

(1) DMO登録

出雲観光協会は、令和7年10月1日付で登録観光地域づくり法人(登録DMO)に登録(観光庁長官)

(2) 組織・事業強化の検討

DMOの全体方針や事業方針、事務局体制等の改編について検討するため、理事会内に組織強化委員会を設置し、検討。

Check:評価

- ・登録観光地域づくり法人(登録DMO)の登録を受けることができた。
- ・DMOの全体方針や事業方針の決定、その方針に基づく事業を実施する事務局体制を構築することができた。

Action:改善策

- ・方針に基づき各事業を着実に実施するとともに、事務局が推進機能を十分に発揮し、具体的な成果を上げる。
- ・事務局を支える組織基盤の強化に向け、理事会の体制や会員制度のあり方について検討を行う。

1 観光地域づくり法人(DMO)の登録

出雲観光協会は、令和7年10月1日付で観光庁長官より登録観光地域づくり法人(登録DMO)の登録を受けたことを報告する。
なお、全国および近隣地域における登録状況は以下のとおりである。

登録日	令和7年10月1日
登録区分	地域DMO(単独市町村の区域)
申請区分	登録DMO

★全国のDMO登録件数(R7.10.1現在)

区分	登録DMO	候補DMO
広域連携DMO	10	0
都道府県DMO	38 ※広域連携2含む	0
地域DMO	286	31
計	332	31

★近隣のDMO登録状況

★県内の地域DMO

- (一社)松江観光協会
- (一社)大田市観光協会
- (一社)ますだプライドクリエーション(候補DMO)

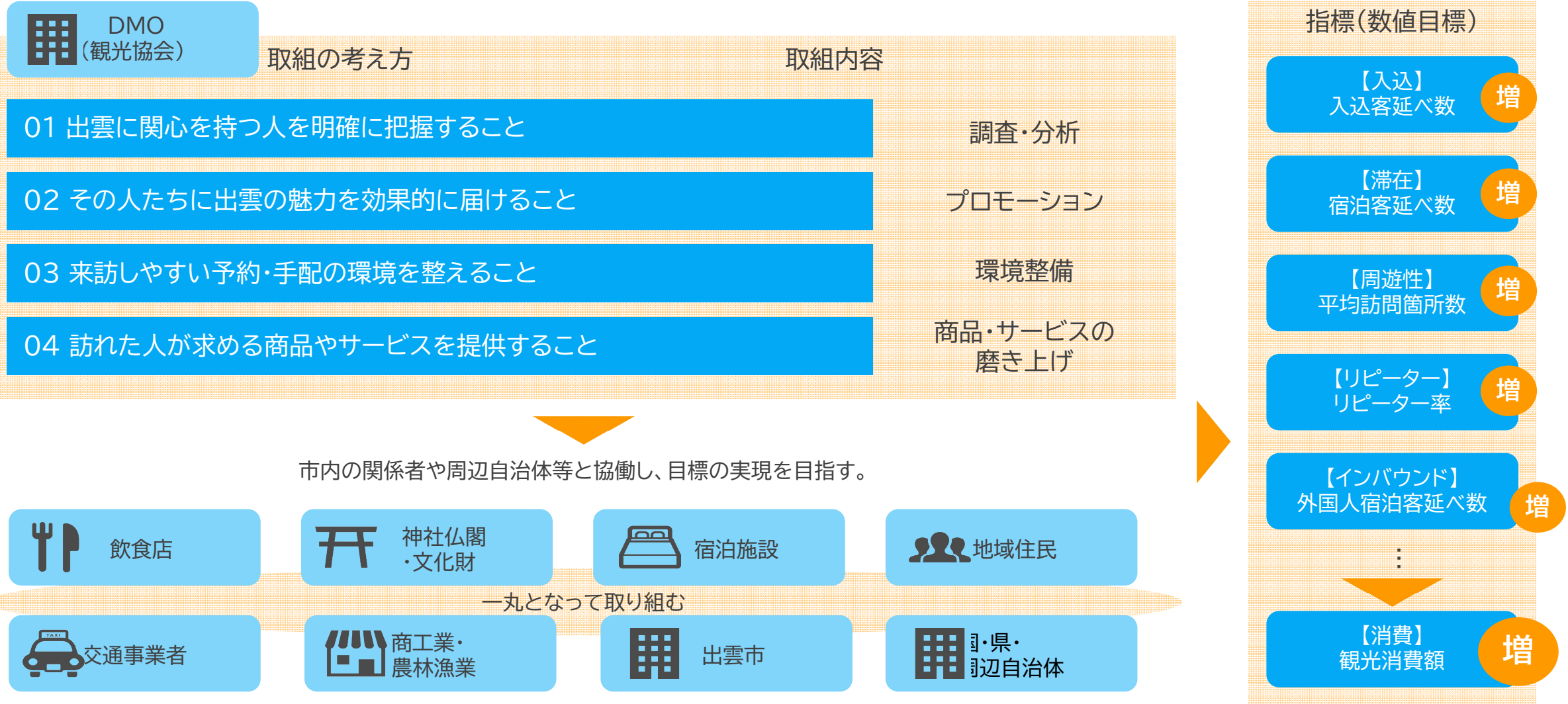
★出雲市が属するDMO

- (一社)山陰インバウンド機構(広域連携DMO)
- (公社)島根県観光連盟(都道府県DMO)
- (一社)中海・宍道湖・大山圏域観光局(地域DMO)



2 DMOとしての取組の考え方

DMOとは、**地域の「稼ぐ力」を引き出す**ため、多様な関係者と協働し、科学的根拠に基づく観光地経営の司令塔となる組織。
 出雲観光協会は、DMOとしてより多くの方々に出雲を訪れていただき、市内全域で宿泊や消費を促進することを目指す。



出雲観光協会はDMO登録を契機として、組織基盤と観光戦略を新たな段階へと進めることで、地域の魅力向上につながる。

1 役割の明確化

市との役割分担が明確になり、観光戦略を効率化できる。

2 地域連携の強化

事業者・住民・行政との連携強化で、一体感ある観光地づくりができる。

3 組織力の向上

協会職員の専門性が高まり、事業の質と継続性が担保できる。

4 財源の多様性

国の補助金や支援メニューが活用できる。

※ただし、事業の公益性を維持するためには、安定した財源確保も必要。

DMOとしての体制を強化していくにあたり、全体方針や事業方針の決定、事務局体制等の改編について検討するため、理事会内に組織強化委員会を設置し、検討を進めた。

実施状況

回	実施年月日	議 題	回	実施年月日	議 題
第1回	R7.10.8	1.検討すべき内容とスケジュールについて 2.全体方針(ミッション・ビジョン)について 3.組織の役割と課題について	第3回	R8.1.19	1.全体方針(バリュー)について 2.事業内容について 3.事務局体制について 4.理事会体制について 5.財源確保について
第2回	R7.11.12	1.全体方針(ミッション・ビジョン)について 2.数値目標(KGI・KPI)について 3.事業方針と事業内容について 4.事務局の機能について 5.理事会の機能と理事の役割について	第4回	R8.2.18	1.全体方針について 2.事務局体制について 3.理事会体制について 4.財源確保について

構成メンバー

職名	氏 名	所 属
委員長	田邊 達也	神門通りおもてなし協同組合
副委員長	錦田 剛志	万九千神社
委員	渡部 稔	(有)出雲観光タクシー
委員	神田 圭子	出雲市観光交流部 部長
委員	森 正幸	(株)島根ワイナリー
委員	武志 俊太郎	ホテル武志山荘
委員	高木 隆慈	出雲ナイトビジネス協議会
委員	平井 敦子	一般社団法人木綿街道振興会
外部有識者	井上 夏穂里	国土交通省(前出雲市副市長)
アドバイザー	村木 智裕	一橋大学MBA ホスピタリティマネジメント非常勤講師
オブザーバー	水 良弘	出雲市観光交流部 観光課 主査
オブザーバー	原 育也	出雲市観光交流部 観光課 係長

主な取組

① 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

アクション・スケジュール

実施主体

観光協会（DMO）

市担当課

観光交流部

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



Do:実施状況 3月時点

(1) マーケティング戦略の策定

- ・現状分析に基づくターゲット設定により旅行者像を明確化し、観光協会の根幹となる全体方針を策定した。
- ・全体方針に基づき、地域課題の解決に向けた事業方針を定めるとともに、その事業を遂行するための事務局体制を整備した。
- ・加えて、数値目標により成果を測定する仕組みを構築し、マーケティング戦略を策定した。

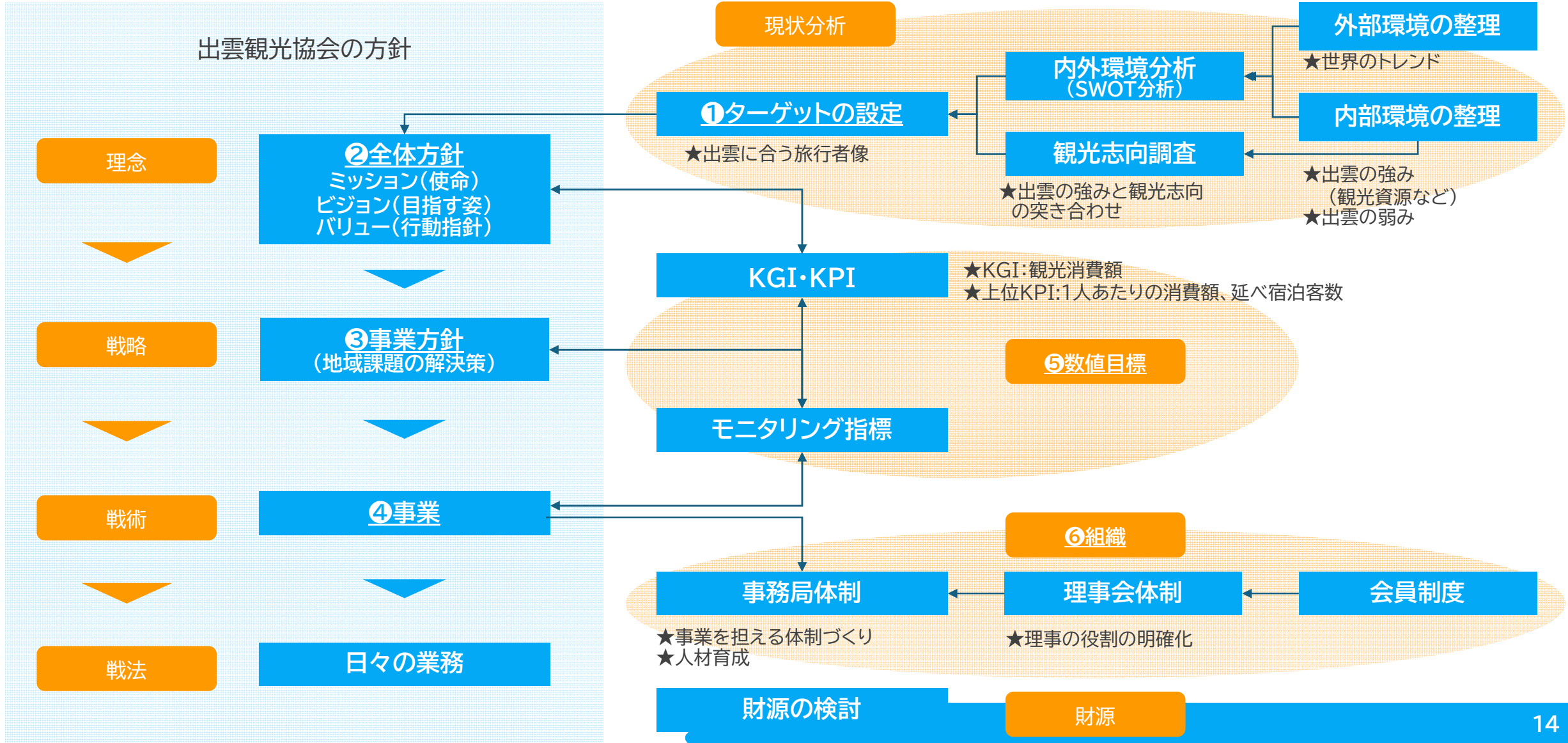
Check:評価

・現状分析に基づくターゲット設定、全体方針及び事業方針の策定、事務局体制の整備、数値目標による成果測定の仕組みの構築を行い、マーケティング戦略を策定することができた。

Action:改善策

・策定したマーケティング戦略に基づき各事業を推進するとともに、数値目標の達成状況や社会情勢の変化等を踏まえ、戦略の見直しを適宜行う。

現状分析に基づくターゲット設定により旅行者像を明確化し、協会の根幹となる全体方針を策定した。
 全体方針に基づき、地域課題の解決に向けた事業方針を定めるとともに、その事業を遂行するための事務局体制を整備した。
 加えて、数値目標により成果を測定する仕組みを構築し、マーケティング戦略を策定した。



①ターゲットの設定

ターゲット設定にあたっては、世界の観光トレンドや出雲の強み・弱み等を整理した「内外環境分析」に加え、12の旅行スタイルへの関心度を測る「観光志向調査」を実施し、これらを総合的に分析して決定した。

具体的には、本市の観光課題解決に寄与する可能性が高い層を「第1ターゲット」とし、その市場規模を補完する層として「第2ターゲット」を定めた。あわせて、外国人旅行者を対象とした「海外ターゲット」も設定した。

国内 第1ターゲット層

※最も地域課題の解決に寄与する可能性があると考えられるターゲット層

「旅を単なる娯楽ではなく、自己投資や人生の質向上の機会と捉える層」

(三大都市圏(特に関東)在住の 40～50 代中心)

国内 第2ターゲット層

※比較的市場規模の小さい上記を補完するターゲット層(大衆層)

「名所・話題のスポット、地域グルメ、観光地巡りなどのライトな旅行を楽しむ層」

(中国地方及び三大都市圏(特に関東・近畿)在住者)

海外 ターゲット層

※市の既存インバウンド戦略と整合

「日本の地方の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層」

(重点ターゲット国:フランス、台湾)

※イギリス、アメリカ、香港、東南アジア(シンガポール、タイ、ベトナム)もターゲットとして取組む)

神々の国、未来へ八雲立つ ～「はじまりの地出雲」から普遍的な価値を未来へつなぐ～

私たちは、出雲が育んだ神話から続く歴史と文化、豊かな自然という普遍的な価値を未来へつなぐため、事業者、地域住民、訪れる人と共に持続可能な観光地をめざすとともに、人々とのご縁を結び、次世代が誇りを持てる地域社会を実現します。

訪れる人に感動を、事業者に潤いを、住む人に誇りを。三方よしの観光地経営をめざす！

地域の個性を活かし、出雲全域が連携して周遊滞在型・通年型の観光まちづくりを戦略的に進めることで、すべての立場の人たちが出雲の魅力を発見し、感動を上げています。

誰もが憧れる「はじまりの地出雲」
をめざす！（訪れる人よし）

「はじまりの地出雲(ゴールデンルーツ)」として、出雲全域が一つの物語として広く発信され、神話や歴史文化へのリスペクトを抱く人々が訪れています。また、快適でストレスのない環境が整い、何度でも訪れたい「出雲ファン」の輪が広がっています。

観光産業で地域が潤うこと
をめざす！（事業者よし）

事業者が創意工夫を凝らし、365日を通じて満足度の高い商品(宿泊・交通・食・体験)を提供することで、観光消費額が向上し、雇用が拡大するなど地域全体が潤っています。

市民が誇りを持つ活力ある地域
をめざす！（住む人よし）

観光を通じて地域の文化、伝統、人々の暮らしが支えられ、若者が地域の担い手として活躍し、地域住民が誇りと愛着を持つ持続可能な観光地となっています。

①戦略的な観光地マネジメントの展開

地域経営の司令塔として、データと科学的根拠に基づく戦略的な観光地マネジメントを推進し、誘客促進と消費拡大による経済効果の最大化を図ります。

②観光資源への敬意と地域特性の尊重

出雲の歴史文化や自然環境に敬意を払い、各地域の特性と発展段階に応じた観光戦略を実行することで、地域の魅力と価値の向上を図ります。

③関係者との連携強化

事業者、住民、行政との信頼関係を築き、共通のビジョンのもと役割分担と合意形成を進め、地域一丸となった観光地域づくりの推進を図ります。

④ブランド発信と誘客プロモーション

「はじまりの地・出雲」のブランド価値を国内外へ発信し、ターゲット層の共感を呼ぶプロモーションを展開することで、認知度向上と誘客促進を図ります。

⑤DXの活用と対面コミュニケーションの両立

地域OTAの推進による流通促進などDXを活用しつつ、関係者や観光客との対面コミュニケーションを大切に、消費拡大と信頼関係の深化を図ります。

⑥持続可能な観光地づくりの推進

自然や文化を守り、受入環境の適正な管理によりオーバーツーリズムを未然に防ぎ、地域経済の活性化と住民生活の質の向上の両立を図ります。

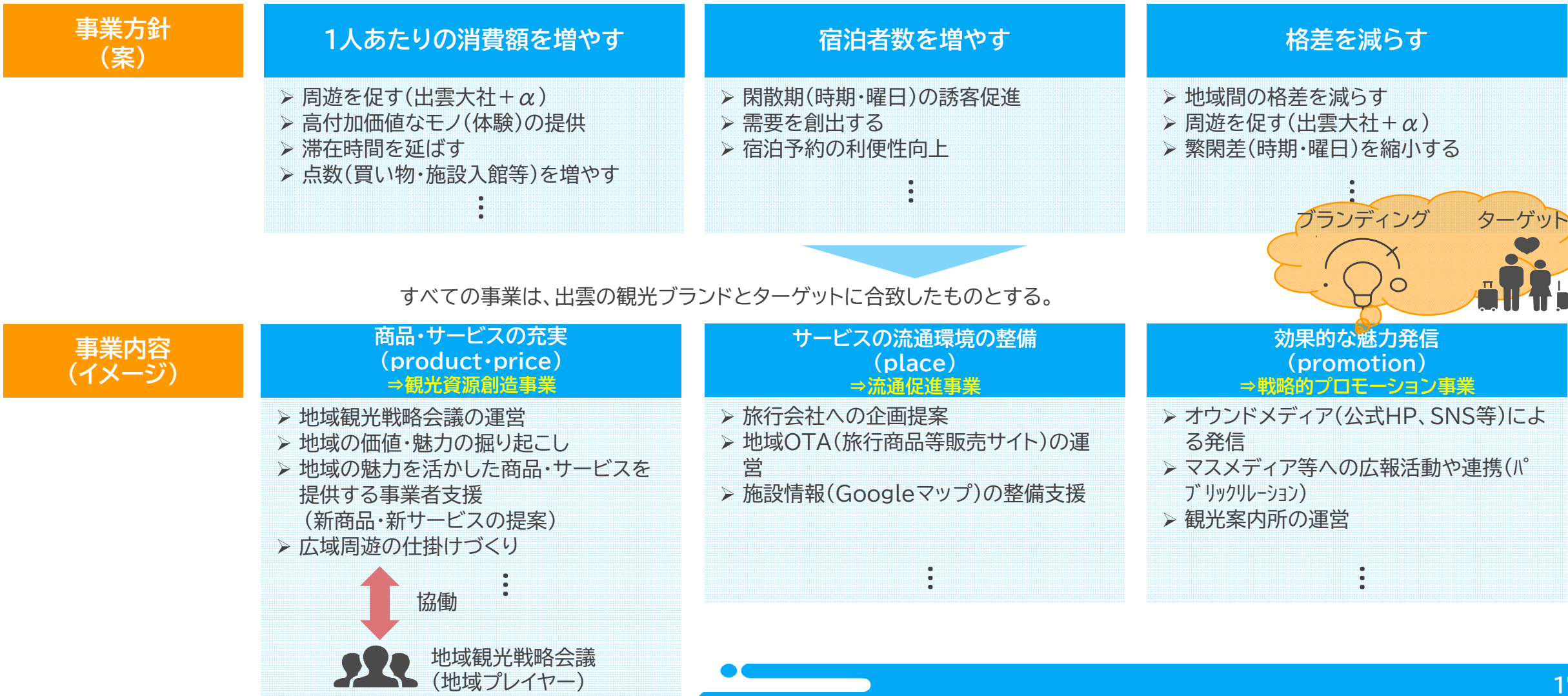
ミッション
(果たすべき使命)

ビジョン
(目指すべき姿)

バリュー
(価値観/行動指針)

ビジョンに掲げる「地域の個性を活かし、出雲全体が連携して周遊滞在型・通年型の観光まちづくりを戦略的に実現する」ため、以下の3点を事業方針として定めた。

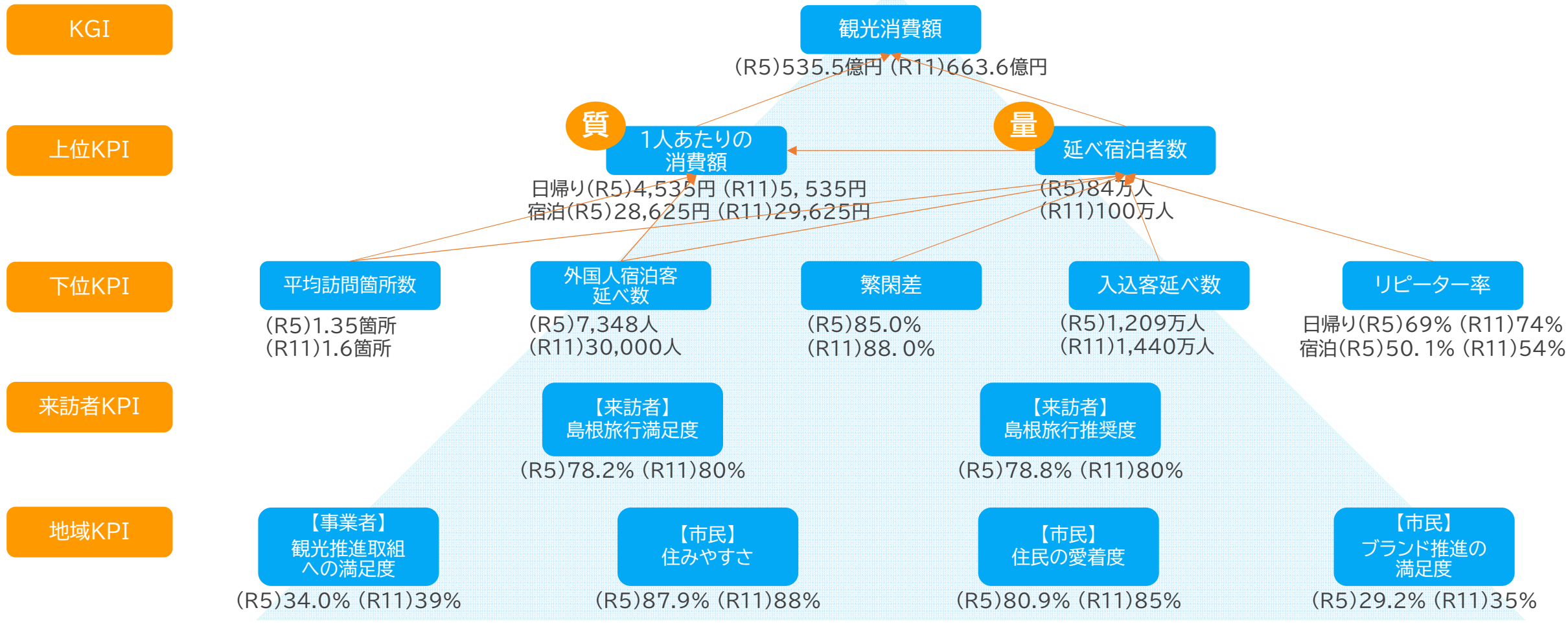
また、これらを達成するための具体的な事業は、マーケティングの基本フレームワークである4P(製品・価格・流通・プロモーション)の観点から構築した。



マーケティング4Pに基づく3事業に加え、全体のPDCAサイクルを推進するマーケティング事業を含む計4事業を実施していく方針である。赤字で示した項目は、今後強化が必要と考える取組であり、令和10年度を目途に、上段の見直し後の取組へ移行したいと考える。

事業区分	マーケティング事業 コンセプト・ターゲティング・ PDCA(データ活用・ CRM(顧客関係管理))	観光資源創造事業 商品・サービスの充実 (product・price)	流通促進事業 サービスの流通環境の整備 (place)	戦略的プロモーション事業 効果的な魅力発信 (promotion)
見直し後 (R10目途)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 観光コンセプトの構築 ➢ ブランドマネジメント (観光ブランド管理) ➢ インナーブランディング (ブランド価値の浸透) ➢ マーケットリサーチ (市場調査) ➢ データの収集・活用 ➢ CRM(顧客管理)の導入 ➢ 専門人材の育成 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 地域観光戦略会議の事業連携 ➢ 地域の価値・魅力の掘り起こし ➢ 地域の魅力を活かした商品・サービスを提供する事業者支援 (新商品・新サービスの提案) ➢ 広域周遊の仕掛けづくり ➢ プロモーション活動との連動 ➢ 周辺団体・観光協会との連携 ➢ 旅行商品の造成(モデル・公益) ➢ 観光ガイドの育成 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 旅行会社(高付加価値層)への企画提案の強化 ➢ 旅行会社(マス層)への企画提案 ➢ 地域OTA(旅行商品等販売サイト)の運営 ➢ 施設情報(Googleマップ)の整備支援 ➢ 観光ガイドの手配 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ オウンドメディア(公式HP、SNS等)による発信の強化 ➢ マスメディア等への広報活動や連携 (パブリックリレーション) ➢ 観光案内所の運営 ➢ 旅ナカ情報の提案 (観光案内所) ➢ 会員への情報提供
現状 (R7)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 観光コンセプトの設計 ➢ 専門人材の育成 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 地域観光戦略会議の運営 ➢ 地域の魅力を活かした商品・サービスを提供する事業者支援 ➢ 旅行商品の造成 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 旅行会社(高付加価値層)への企画提案 ➢ 旅行会社(マス層)への企画提案 ➢ 地域OTA(旅行商品等販売サイト)の運営 ➢ 施設情報(Googleマップ)の整備支援 ➢ 観光ガイドの手配 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ オウンドメディア(公式HP、SNS等)による発信 ➢ 観光案内所の運営

重要目標達成指標(KGI)「観光消費額」達成のため、「旅行者1人当たりの消費額(質)」と「延べ宿泊者数(量)」を上位KPIに設定する。
 これらの向上には、平均訪問箇所数や繁閑差などの下位KPIの改善が不可欠である。あわせて、来訪者の満足度・推奨度向上と、地域住民・事業者の受入意識や愛着度を高めることも重要である。
 各指標の目標数値は、出雲市観光基本計画で定められた数値とする。

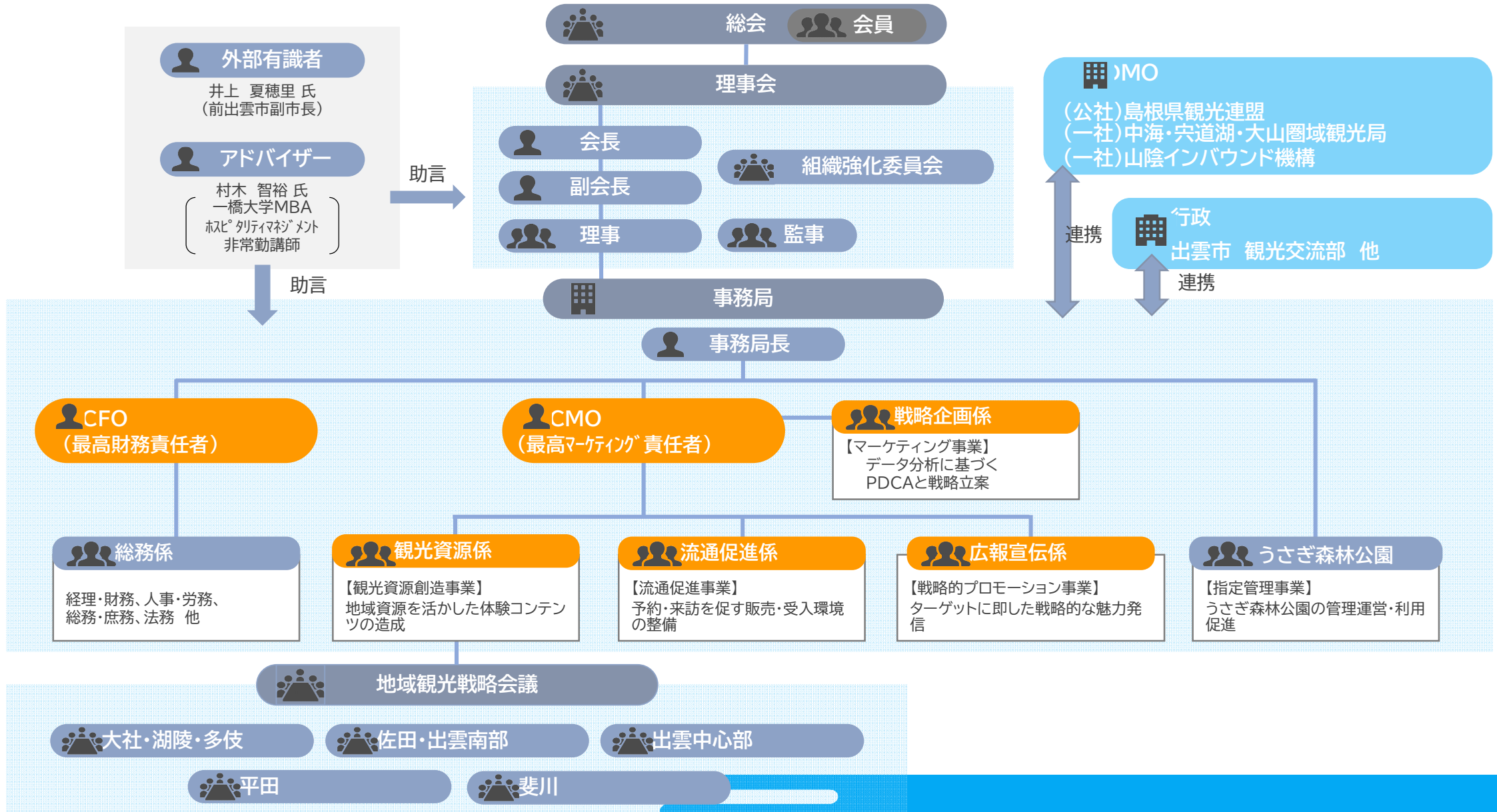


モニタリング指標(案)
 今後検討予定

モニタリング指標は、事業内容の詳細を決定する過程において、上記KPIを踏まえて定める。

Webサイト PV・訪問者数, SNS フォロワー数, 出雲旅登録数, 定時ガイド数, 観光タクシーバスの手配数, ……

令和8年度から、機能別の係編制とし、事業の進捗管理を行う戦略企画係を新設するほか、CFO・CMOを配置する。



主な取組

① 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

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

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。

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)															
<p>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</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>基準値2023</th> <th>目標値2025</th> <th>2026</th> <th>2027</th> <th>2028</th> <th>2029</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>—</td> <td>24</td> <td>24</td> <td>24</td> <td>24</td> <td>24</td> </tr> </tbody> </table>						基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029	—	24	24	24	24	24
基準値2023	目標値2025	2026	2027	2028	2029												
—	24	24	24	24	24												

Do:実施状況 3月時点

(1) 地域観光戦略会議の運営

- 【佐田・出雲南部】NPO法人スサノオの風を中心に、事業者主体の会議を開催。須佐神社の遷宮奉祝行事を機と捉え、地域製品のPR・周遊促進について議論。
- 【多伎・湖陵・大社】日本遺産地域プレイヤーズ連絡会議を、目的に応じて地域別に開催。多伎・湖陵地域では、冬神楽公演に合わせたマルシェ開催を検討。大社地域では、神門通りのまちあるき環境、特にトイレ不足について情報交換。
- 【斐川】「なおいす〜か」(地域紹介動画)の活用等、エリアの情報発信を議論。空港周辺の立地を活かす出発前の立寄り、周遊プランを検討。
- 【平田】予約制ガイド付きの体験プラン(外国人向け)、SNS共同投稿、コミュニティセンター・地域団体の組み込むを議論。

(2) 市や観光協会の地域担当の配置

- ・地域内事業者を主体に、観光協会と市が役割分担しつつ議論を推進。

Check:評価

- ・複数のエリアで、地域内事業者の新たな議論の場となり、具体的に事業が動いたことで、お互いを知り、地域で観光地経営を進めていくためのスタートを切ることができた。
- ・会議を通じて、地域資源や特性の再確認が進んでいる。

Action:改善策

(1) マーケティング戦略等全体方針の共有

- ・今後3年間かけて行う体験等の商品を含む観光地ブランディングにおいて、全体プランを共有し、地域における議論を深めていく。

主な取組 ② 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

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

Do:実施状況 3月時点

(1) 地域プロジェクトの実施

【佐田・出雲南部】須佐神社の遷宮奉祝行事に合わせた「すさのおわけマーケット」を協働開催(11/24)。自店舗も営業し、来訪客の周遊を促進。
・一畑バス車内に地域産品「すさのおわけ」PRサイトのQRコードを設置

【多伎・湖陵・大社】「出雲神楽とふれあいマルシェ」開催(2/14・28, 3/14・28)
・日本遺産PR商品のラインアップ増(現在24商品)

【斐川】「なおいす～か」(地域紹介動画サイト)のバナー貼付を各事業所へ依頼

【平田】Instagram「みんなで作る！平田観光案内所」への共同投稿を開始

Check:評価

- ・イベントについては、当日の誘客だけでなく、事業者が連携して地域をPRできるはじまりの取組として効果を感じた。
- ・地域内コラボ商品が生まれるなど、波及効果も見られる。

Action:改善策

・今後3年間かけて地域ブランディングを進め、市の中でも地域ごとに異なる特性に触れることができる体験コンテンツの充実を図っていく。

主な取組

③ 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、地域にお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			
2025	2026	観光協会 市・地域	(DMO) 市担当課	観光交流部	
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

Do:実施状況 3月時点

(1) 地域の体制構築

- 【佐田・出雲南部】NPO法人スサノオの風に、①地域戦略会議の運営、②地域プロジェクト実施の業務を委託。
- 【多伎・湖陵・大社】日本遺産推進協議会地域プレイヤーズ会議が兼ねており、当面は市、観光協会が共同事務局を担当。
- 【その他地域】市、観光協会が共同事務局で地域観光戦略会議を運営

Check:評価

- ・地域で実施可能な範囲を協議しながら業務を委託している。
- ・地域にあって、事業者と蜜に連携できる体制は重要であり、持続可能なものとなるよう、観光協会や市との役割分担を考える必要がある。

Action:改善策

- ・引き続き、地域団体の体制等に配慮しつつ、可能な業務を委託し、地域の推進体制構築を図る。
- ・他エリアの情報を共有できる場や方策を設け、それを参考に担い手づくりが進むよう取り組む。



日にち: 11月24日(月祝)
 時間: 9時~14時
 会場: すさのおの郷内 駐車場
 宿とカフェすさのわ 前庭
 すさのおわけ 各協力店舗

須佐神社御遷宮奉祝行事にあわせての開催となります

須佐神社の御祭神であるスサノノミコは、農耕の神、健康の神など多様な神として人々の心に根付いています。また、佐田・乙立地域には、豊かな自然があり、その土地で育まれた豊かな恵みがたくさんあります。スサノノミコが愛したこの地域の恵みを「おすそわけ」する意味をこめて、特産品ブランド『すさのおわけ』としました。今回、その品々を集めた『すさのおわけマーケット』を開催します。ぜひ、お楽しみください。

お問い合わせ NPO 法人スサノオの風 ☎0853-84-0833
 主催: 佐田・出雲南部地域観光戦略会議 共催: NPO 法人スサノオの風



佐田・出雲南部エリア

- 須佐神社の遷宮奉祝行事に合わせた「すさのおわけマーケット」で地域の恵みを発信
- 須佐神社周辺を語れるように分かりやすいガイドブックを作成し共有



斐川エリア

- 「いらいす〜か」(地域紹介動画サイト)を活用した地域一体PRに向け、バナー貼付を事業所へ依頼
- 空港周辺の立地を活かす出発前の立寄り、周遊プランを検討

minnano_hirata :

みんなで作る!平田観光案内所[非公式]

投稿120件 フォロワー396人 フォロワー中134人

島根県出雲市にある、平田地域。ふだんの平田の魅力が、一度にまとめて見られる「観光案内所」のようなアカウントを目指しています🌱😊
 【平田の情報、共同投稿募集中!】皆さんの共同投稿によって作り上げていきたいと思ひます🌱
 平田町, Izumo, Shimane 6910001

平田エリア

- Instagram「みんなで作る!平田観光案内所」への共同投稿を開始

文化体験 竹細工やわら細工を体験することができます。 [有料] 詳細はこちら	うまいもんコーナー 多伎・湖陵エリアの美味しいものやお土産をご用意しています。平日のようなマルシェです。 [有料]	日本遺産PRコーナー 日本遺産「日が沈む聖地出雲」のストーリーを紹介します。 [無料]
神楽体験 実際の子ども神楽の衣装を着て、記念撮影ができます。ぜひご家族でお越しください! [無料]	図画・ぬり絵展示 多伎小学校の児童が描いた図画や多伎子ども園の園児のぬり絵を展示します。 [無料]	出雲神楽冬季公演 舞座を囲み、神々の物語が無い障りません。多伎の冬夜に広がる、出雲神楽の世界をお楽しみください! [有料] 事前申込可

多伎・湖陵・大社エリア

- 出雲神楽冬季公演に合わせた「出雲神楽とふれあいマルシェ」で神楽を楽しみながらの飲食を提供
- 「日が沈む聖地出雲」に因んだ、日本遺産PR商品の大幅増

【主催】 出雲市日本遺産プレイヤーズ連絡会議 ☎0853-21-6801
 【問合せ先】 出雲市観光交流部-インバウンド推進課 対応時間: 8:30-17:15 | 定休: 土日祝

主な取組

③ 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	
2025	2026	2027	2028	2029			観光課・市民税課
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	調整中		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		
—	—	—	—	—	—		

Do:実施状況 3月時点

- ・令和7年7月に「新たな観光財源検討委員会」を設置し、4回開催。
- ・観光基本計画の推進に必要な新たな財政需要を「年間約2億3,000万円」と整理。
- ・財源手法として「宿泊税を主要な軸」とし、市営駐車場のあり方等を補完的手法として検討。
- ・宿泊事業者説明会を全8回開催(参加率56.1%、収容人数ベース88.4%)。
- ・説明会意見を踏まえ、3月17日に課税要件(税率、免税点、課税免除等)の委員会案を整理。

Check:評価

- ・財源確保の必要性について概ね共通認識を形成。
- ・制度の分かりやすさ、事務負担軽減、公平性、用途の明確化が課題。

Action:改善策

- ・事業者意見を踏まえ制度設計を精査。
- ・用途の明確化と丁寧な説明を継続。
- ・安定的な財源確保に向け総合的に検討を進める。

令和7年3月に策定した「出雲市観光基本計画」に基づき、安定的かつ持続可能な財源確保の検討を行うため、出雲市新たな観光財源検討委員会を7月に設置し、これまで4回の検討委員会を開催しました。

【委員】

No	区分	委員氏名	所属等
1	委員長	奥谷 健	広島修道大学 法学部長
2	副委員長	高橋 研	出雲市自治会連合会 副会長
3	委員	飯塚 有依	東横INN出雲市駅前 支配人
4		石飛 成夏	(有)小田温泉 女将
5		坂本 水穂子	(株)出西窯 取締役
6		武志 俊太郎	島根県旅館ホテル生活衛生同業組合 副理事長
7		田邊 達也	(一社) 出雲観光協会 会長
8		中村 真実子	山陰合同銀行 取締役監査等委員
9		福間 正純	出雲市商工団体協議会 会長
10		森山 勲	出雲一畑交通(株) 常務執行役員

第1回検討委員会(7月30日開催)の概要

- 出雲市観光基本計画の将来像「住んでよし、訪れてよしの観光まちづく」を実現するため、新たな観光財源の必要性について議論。
- 委員からは、財源確保の必要性自体について概ね共通認識が得られた一方、財源手法や受益と負担の在り方については幅広く検討が必要との意見が出された。

第2回検討委員会(9月16日開催)の概要

- 観光戦略推進に必要な財政需要
⇒観光基本計画の4戦略に基づき、新たな財政需要は「2億3,000万円」と整理委員会として、当面の目標値として承認された
- 新たな観光財源の選定
⇒宿泊税を新たな観光財源の主要な軸とし、駐車場の利用料金のあり方(有料化や駐車税など)を補完的に検討対象とする方向が確認された。

第3回検討委員会(11月20日開催)の概要

- 宿泊税は用途を限定する法定外目的税とし、事業者が徴収を行う特別徴収方式を採用
- 課税要件である、税率(定額・定率等)や、課税免除等の取り扱いは、事業者説明会の意見等を踏まえ、検討委員会で改めて検討
- 市営駐車場の有料化や料金改定、および交通対策協力金についても検討する。

【実施状況】

実施期間 1月15日(木)～2月5日(木)全8回

(旅館組合等单位を含む)

案内送付先 123施設

(【島根県】旅館業施設一覧(R7.1月末時点)及び【島根県】住宅宿泊事業(民泊)情報
(2025年11月30日現在)から休業中と思われる施設等を除く)

参加数 69施設 ※オンライン参加、期間後の個別訪問含む

参加率 56.1%

※ 施設収容人数ベースの参加率 88.4%

(5,211人/5,892人。収容人数を把握していない一部施設を除く。)

このほか、欠席するものの検討委員会の方針に協力する意向を示された施設が**10施設**

【宿泊事業者からの主な意見】

	区分	事業者意見の傾向
1	観光振興の必要性	観光振興のための財源が必要であることに対する異論は出なかった。
2	財源確保の手段	観光振興に必要な予算を確保するため「宿泊税」を軸に検討することに大きな反対意見はなかった。
3	財源の使途について	二次交通の充実、公衆トイレの維持管理、宿泊客の安全確保など、具体的な還元を求める声が多かった。
4	税率 (定額・定率)	制度の分かりやすさや事務負担の軽減、フロントでの説明のしやすさから「定額一律制」を求める意見が多かった。
5	免税点 (一定金額未満に課税しない)	不要との意見と、低価格施設への配慮から設定を求める意見の両論があった。
6	課税免除 (課税しない:修学旅行など)	フロントで個別判断の生じない制度を求める意見があった。また、入湯税との基準統一や証明書提示方式の提案があった。

【課税要件】※検討委員会方針

	項目	委員会案	理由
1	算定方式(定額・定率)	定額制	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊事業者にとって可能な限りシンプルで事務負担の少ない制度とする。 ・但し、高額な宿泊料金に対する段階的定額制は引き続き検討
2	免税点 (一定金額未満に課税しない)	設定する	<ul style="list-style-type: none"> ・近隣で先行実施されている自治体(松江市)の状況を考慮する ・入院付き添いなどのため、低価格の施設に長期間宿泊する方への配慮
3	課税免除	修学旅行に限定	<ul style="list-style-type: none"> ・判断が曖昧になりやすい項目を避け、客観的に判断可能な「修学旅行」に限定する。