

令和 8 年度 第 1 回出雲市観光戦略会議 議事録

1. 開催日時 令和 8 年 8 月 20 日（木） 14 時 30 分～16 時 30 分

2. 開催場所 ラピタウェディングパレス 孔雀

3. 出席者

（委 員）

会長	田邊 達也	((一社) 出雲観光協会 会長)
副会長	錦田 剛志	(万九千社 宮司)
委員	石原 稔功	(出雲ホテル連絡協議会 会長)
	今岡 真治	(出雲市議会 環境経済委員会 委員長)
	今岡 真澄	(富士酒造合資会社 常務)
	坂本 水穂子	(株出西窯 取締役)
	平井 敦子	((一社) 木綿街道振興会 専務理事)
	福岡 正純	(出雲市商工団体協議会 会長 (出雲商工会議所 会頭))
	三島 貴子	(NP0 法人スサノオの風 事務局長)

(9 名)

（事務局）

三成 敏幸	(出雲市観光交流部長)
岩崎 和人	(出雲市観光交流部次長 兼 観光課長)
田中 寛	(出雲市観光交流部付課長 ((一社) 出雲観光協会駐在))
原 哲也	(出雲市観光交流部インバウンド推進課長)
鴨木 淳	(出雲市観光交流部観光課課長補佐)
岡 敬一郎	(出雲市観光交流部インバウンド推進課課長補佐)
原 育也	(出雲市観光交流部観光課係長)
高橋 達充	(出雲市観光交流部観光課副主任)
稲根 克也	((一社) 出雲観光協会事務局長)

4. 会議内容

（事務局）

ただいまから令和 8 年度第 1 回出雲市観光戦略会議を開始いたします。

議事に入るまで進行役を務めさせていただきます。どうぞよろしくお願いします。

開会にあたりあいさつを申し上げます。

本日は、大変お忙しい中、令和 8 年度第 1 回出雲市観光戦略会議にご出席いただき、誠にありがとうございます。

また、皆様方には、日頃から本市の観光振興に対しまして格別のご理解とご協力をいただいておりますことに厚く御礼を申し上げます。

さて、「出雲市観光基本計画」の実効性を高めるために策定したアクションプランについ

て、毎年度取組の進捗状況について評価・検証を行うこととしております。本日は計画の初年度となる令和7年度の取組状況、また、K P Iの実績値等をご報告させていただきます。委員のみなさまからは昨年度の取組を振り返りながら、「こういう取組を行ったほうがいいのではないか」「この取組は更に進めるべきではないか」など、それぞれの立場から率直なご意見をいただければと考えております。

皆様方からいただいたご意見を踏まえながら、アクションプランの更なる改善、見直しや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り」の実現に向けて、取組を進めてまいりたいと考えております。

委員のみなさまには、忌憚のないご意見をいただきますようお願い申し上げます、開会にあたってのあいさつとさせていただきます。本日はよろしくお願い申し上げます。

続きまして、田邊会長にごあいさつをいただきます。

(会長)

本日はお忙しい中、お集まりいただきまして誠にありがとうございます。

3月にこの会を開いてから、あっという間に時間が過ぎて本日の会となりました。

余談になりますが、まちおこしの第一人者と名乗る者がお盆の暑い時期に広島に集まりまして、10年後の観光はどうなるんだという話をしました。

第一に、2036年には東京・大阪・京都から地方へ観光客が移動するだろう。第二に、人数より一人当たりの消費額が重要になるだろう。第三に、人手不足をA I・ロボットが補うだろう。第四に、オーバーツーリズムが観光地経営の中心課題になるだろう。第五に、観光と地域産業の壁がなくなるだろう。農業と観光とか漁業と観光といったかけ合わせがもっと進むということですね。第六に、インバウンドよりもむしろ日本人向けの観光が重要になるだろう。2025年度の国内旅行消費額は27兆円、外国人の消費額は9兆円とされておりますので、やはり国内を重視していくことが大事だろう。第七に、高付加価値になるような日本らしい商品を作ることが必要だろう。

そんな意見が出たことを申し上げて、開会のあいさつとさせていただきます。

(事務局)

ありがとうございました。

本日の会議は、委員10名のうち9名のみなさまにご出席いただいておりますので、観光戦略会議設置要綱第6条第2項の規定により会議が成立していることをご報告いたします。

会議に入る前に、資料の確認をさせていただきます。会議次第・委員名簿・席次表・「令和8年度第1回出雲市観光戦略会議」になります。

1点、ご連絡がございます。本日の配布資料は、事前にお配りした資料に、さらに説明用の参考資料を挟み込んだものになりますので、ページ番号にずれが生じています。説明は本日の資料のページ番号で行わせていただきますので、ご承知おきください。

それでは議題に移らせていただきます。

ここからの進行は、田邊会長にお願いいたします。

（会長）

この戦略会議については、本年3月に出雲市観光基本計画アクションプランの実施状況の中間報告を受け、検証の流れを確認したところであります。

本日は、令和7年度の実施状況、評価及び改善策がまとまったとのことですので、これから事務局の説明を受け、委員の皆様から評価や今後に向けた意見をいただけたらと思います。

本日の会議は16時までの予定としていますので、会議の進行にご協力いただきますようお願いいたします。

それでは、議題「令和7年度KPI実績値及び出雲市観光基本計画アクションプランの取組状況について」事務局から一括して説明をお願いします。

（事務局）

それでは、事務局から説明いたします。

本日は、令和7年度のKPI実績値と、出雲市観光基本計画アクションプランの取組状況について、一括してご説明いたします。

資料の2ページをご覧ください。観光基本計画では、「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」を目指す将来像として、その実現に向け、戦略A～Dとそれぞれの主要施策を掲げています。

4ページをご覧ください。令和7年3月に策定した出雲市観光基本計画の実効性を高め、その具体の取組を示す、出雲市観光基本計画アクションプランを令和7年度に策定しています。このアクションプランは、観光基本計画に掲げた主な取組ごとに、事業内容と評価指標、実施スケジュールを定め、PDCAサイクルにより事業の進捗を管理し、毎年度見直し、公表することとしています。

5ページをご覧ください。観光基本計画に掲げる目指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になります。目指す将来像である「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」に向けて、基礎となる取組として、下段の戦略Aと戦略Dを重点的に進めながら、中段の戦略Bと戦略Cの取組の推進を図ります。令和7年度の重点取組を赤字で示しています。

6ページをご覧ください。進捗管理になります。6月末までのところで、令和7年度のアクションプランの実施状況やKPIの数値を取りまとめ、7月下旬に市内部の庁内推進本部会議において内容を報告いたしました。本日、この戦略会議におきましても、同様に、取りまとめ内容を報告させていただき、委員の皆様方からご意見や評価をいただきたいと思えます。いただいたご意見や評価を踏まえて、アクションプランを見直し、9月の市議会で報告するとともに、ホームページで公表する予定としています。今後は、毎年度このサイクルで進めていくことになります。

7ページをご覧ください。KPI実績値①になります。本市の観光における主な指標を入込、滞在、消費額、周遊性、リピーター、繁閑差、インバウンドといった観点で整理しています。表の赤字の部分が令和7年の実績値です。

まず入込客延べ数は1,213万人で、前年の1,172万人から増加いたしました。また、宿泊

客延べ数も 89 万人となり、過去最高値を更新し、目標の 100 万人に向けて着実に増加しております。要因としましては、出雲大社周辺の入込客数が 734 万人で前年比 105% となり、平成の大遷宮の平成 25 年の 804 万人に次いで過去 2 番目に多い結果となったこと、日御碕が前年の道路崩落から回復し 110 万人を超え前年比 130% であったこと、また須佐神社の遷宮も前年比 125.7% であったことが主な増加要因と考えております。

一方、観光消費額は 603 億 1 千万円です。2023 年の基準値 535 億 5 千万円は上回っているものの、前年の 622 億 2 千万円からは減少しております。消費額単価を見ますと、日帰り客が 5,261 円、宿泊客が 29,828 円で、宿泊単価は目標値の 29,625 円を上回っておりますが、いずれも前年からは低下しております。考えられる理由としては、物価高の影響により旅行者の節約志向が強まったことが考えられます。

続いて、周遊性についてであります。平均訪問箇所数は 1.32 箇所と前年と横ばいで、目標の 1.6 箇所とは開きがある結果となりました。周遊滞在型の観光まちづくりの取組強化が必要であると考えます。

続いて 8 ページをご覧ください。K P I 実績値②になります。

リピーター率につきましては、日帰りが 72.9% と前年から増加、宿泊が 52.6% と前年から減少となりました。宿泊のリピーター率減少の理由として考えられるのは、外国人などによる新規の宿泊客の増によるものだと考えます。繁閑差については、81.1% で前年から増となっています。昨年は閑散期である 12 月に神在月が含まれたことも増となった要因の一つだと考えます。

次に、インバウンドです。外国人宿泊客延べ数は 17,496 人となり、過去最高の外国人宿泊客延べ数となりました。台湾が定期路線等により前年比 218% の増、ベトナムがチャーター便等により 277% の増と、大きく伸びております。目標の 3 万人に向けて、順調に推移しているものと考えております。

続いて 9 ページをご覧ください。令和 7 年度の主な取組実績を、戦略 A ～ D ごとにトピックスとして整理したものです。

戦略 A 「マーケティング力強化戦略」では、令和 7 年 10 月 1 日付けで DMO 登録を受けた出雲観光協会がマーケティング戦略を策定したこと、地域 O T A 「出雲旅」の運用が本格化したこと、宿泊データの分析から毎月「観光 D X レポート」を発行していることなどが挙げられます。

戦略 B 「観光まちづくり戦略」では、国の重要文化財である旧大社駅の保存修理が完了し、本年 4 月 15 日に供用開始したこと、出雲縁結び空港が過去最多の 113 万人、一畑電車が 140 万人となったことなどが挙げられます。

戦略 C 「誘客・ファン拡大」では、外国人宿泊客が過去最多となったこと、観光協会のインスタグラムのフォロワーが約 1.7 倍の 14,582 人となったこと、DMO が「出雲の観光ブランド」を地域とともに確立していくプロジェクトを始動したことなどが挙げられます。

戦略 D 「観光地経営体制・人づくり戦略」では、観光協会の DMO 登録や、事務局組織を再編強化したこと、新たな観光財源検討委員会で、観光振興のための安定した財源が必要であるとしたうえで、宿泊税導入を主軸に議論を重ねたことなどが挙げられます。

それでは、ここから各戦略の主な取組、Do：実施状況、Check：評価、Action：改善策につきまして、ご報告いたします。

では戦略Aについて、説明いたします。

10 ページの体系図をご覧ください。戦略Aは、「戦略的なマーケティング活動の展開」と「データの収集・活用による分析力・説明力の強化」の2つの主要施策で構成しております。

11 ページ、観光地としてのマーケティング戦略の策定です。評価指標は戦略の策定及び見直しで、令和7年度は策定を完了いたしました。

実施状況ですが、令和7年6月の観光協会の理事会で組織強化委員会の設置を決定し、10月から本年2月までに計4回開催いたしました。この委員会におきまして、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にし、観光協会の根幹となる全体方針を策定しております。あわせて、地域課題の解決に向けた事業方針を定め、これを進めていくための事務局体制を整備し、数値目標により成果を測定する仕組みを構築いたしました。

評価といたしましては、ターゲット設定から方針の策定、体制整備、測定の仕組みまで一体で構築し、マーケティング戦略を策定できたものと考えております。今後は、この戦略に基づいて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を踏まえ、適宜見直しを行ってまいります。

12 ページから20 ページは、そのマーケティング戦略の中身につきまして、観光協会の令和8年度事業計画書から抜粋してお示ししたものです。

12 ページ、DMOとしての取組の考え方です。令和8年度は組織改革1年目として、観光地域づくりの司令塔となり、地域の稼ぐ力を引き出すべく、第一に、出雲に関心を持つ人を明確に把握すること、第二に、その人たちに、出雲の魅力を効果的に届けること、第三に、来訪しやすい予約・手配の環境を整えること、第四に、訪れた人が求める商品やサービスを提供すること。この四つを、調査・分析、プロモーション、環境整備、商品・サービスの磨き上げとして取り組んでまいります。

13 ページは全体方針です。ミッションは基本計画と同じく「神々の国、未来へ八雲立つ」とし、ビジョンとして、訪れる人に感動を、事業者に潤いを、住む人に誇りを、という三方よしの観光地経営を掲げております。

14 ページから16 ページが現状分析です。まず14 ページ、出雲市内の平均訪問箇所数は1.32箇所。下段の図で出雲大社を訪れた方の同行訪問先をみますと、松江城、玉造温泉、足立美術館、石見銀山周辺となり、市外が上位を占めており、続いて、市内の日御碕、道の駅キララ多伎、ワイナリーと続きます。出雲大社で参拝して次の街へ向かう、通過型観光となっていることが数値として表れております。

15 ページは松江市との比較です。入込客延べ数は約1,213万人と松江市の約1.3倍でございますが、宿泊客は約88万人と松江市の約半分です。外国人宿泊客も松江市の約2割です。ここには掲載していませんが、松江市と出雲市では宿泊施設のキャパシティも倍半分違っております。ただ、両方で稼働率はほぼ変わりません。いずれにせよ、多くの入込を宿泊に結び付けられていないことが課題です。

16 ページは繁閑差です。月別では夏と秋に集中し、冬の1月・2月に落ち込みます。曜日

別でも、土曜が 19.7%に対し木曜は 12.4%と偏りがございます。年間 100 万人泊の達成には月平均約 8 万 4 千人泊が必要であり、閑散期・閑散日の需要喚起が課題です。1、2 月はハードルが高いとしても、4 月、6 月、9 月は、気候も悪くはないですので何とかしたいところです。

これらを踏まえ、17 ページの事業方針では、ドライブスルー型からフルコース型への転換を掲げ、一人あたりの消費額を増やす、宿泊者数を増やす、地域間・繁閑の格差を減らす。この 3 つの方針で、質を高めてまいります。

18 ページ、19 ページがターゲット戦略です。国内の第 1 ターゲットは「課題解決期待層」とし、三大都市圏、特に関東にお住まいの 40 代から 50 代、世帯年収 1,000 万円以上で、旅を自己投資と捉える層を主軸に据えます。海外は、日本の地方の価値を理解する層とし、重点国はフランスと台湾としています。国内第 2 ターゲットは、母数が限られる第 1 ターゲットを補う層と考えています。19 ページには、それぞれのペルソナをお示ししております。

20 ページは、これらを 4P、すなわち商品・価格・流通・プロモーションの枠組みで事業に落とし込んだ構造です。番号を付した 12 の事業を主要事業として実施してまいります。

21 ページからは、データの収集・活用でございます。

まず、地域 O T A（旅行商品等販売サイト）「出雲旅」から得られたデータの活用です。評価指標である利用者数は、目標 1,200 人に対し実績 2,327 人と、目標を上回りました。登録事業者数は 55 事業所、売上は約 1,200 万円です。

評価といたしましては、宿泊事業者への展開ができた一方、体験のご利用の多くが協会主催の周遊バス・タクシープランであり、その他の体験プランへの訴求を強める必要があると考えております。今後は、登録支援を進めるとともに、決済データを商品造成やプロモーションへ反映する、一貫した P D C A サイクルを構築してまいります。

22 ページから 24 ページに、サイトの概要をお示ししております。

25 ページ、宿泊データ分析システムの活用です。評価指標である参画宿泊事業者数は、目標 40 に対し実績 36 事業者となりました。市内 36 事業者にシステムを導入し、毎月「出雲市観光 D X レポート」を発行して、出雲ホテル連絡協議会等で共有しております。

26 ページから 30 ページが、そのレポートの抜粋です。入込客数と宿泊者数の月次動向、宿泊需要の予測、平均宿泊単価、居住地域別の動向などを、毎月、事業者と共有しております。レポートは事業者の皆様から好評をいただき、情報共有の手段として一定の定着が図られた一方、参画は 36 事業者にとどまっており、さらなる拡大が課題です。今後は、レポートの内容の質を高めるとともに、データに基づく価格設定や集客強化といったメリットを具体的にお示しし、未参画の事業者への働きかけを強化してまいります。

戦略 A の説明は以上でございます。

続きまして戦略 B、観光まちづくり戦略につきまして、説明いたします。

31 ページから 34 ページが戦略 B の体系図です。

戦略 B は、観光まちづくり戦略です。出雲大社への来訪客と出雲ファンの存在という強みを生かしつつ、各エリアの価値・魅力とターゲットを定め、住民・事業者と連携したコンテンツの磨き上げや、それをつなぐ周遊の仕掛けづくりを進めるものです。住民自身が地域価

値を再認識し、伝統文化、景観など守るべき資源が継承されるための取組も重要です。また、渋滞や二次交通対策、危機管理、ユニバーサルツーリズムといった受入基盤の充実を図るとともに、特産品販売や移住定住も見据えた情報発信に取り組みます。

36 ページ、体験コンテンツの商品化及び販売、収益力強化です。評価指標である地域O T Aへの体験コンテンツ掲載数は、目標 10 件に対し実績 55 件となりました。地域の事業者向けに、販売スキルや、送客したくなる観光地づくりをテーマとした研修を 3 回開催し、商品造成を勧めました。また、モニターツアーを 6 社 7 プランで実施したところです。今後は、想定する客層・価値・価格を先に定義したうえで磨き上げを行い、販売件数や売上のK P Iを設定し、造成から販売、収益化までを一貫して観光協会が伴走支援してまいります。

37 ページ、周遊を促す旅行商品の充実です。ツアー商品数は目標 3 コースに対し実績 5 コース。周遊観光バス「しんわ号」は 61 便で 691 名にご乗車いただき、1 便あたり平均 11.3 人と、前年の 9.4 人から乗車率が向上しております。このほか、出雲大社の朝参りに 241 名、八足門内参拝プランに 274 名、特別祈祷プランに 46 名のご参加をいただきました。出雲大社プラスアルファのテーマ型商品を多様に展開できた一方、これらが宿泊や地域消費にどの程度結びついたかを把握する仕組みが十分でなく、効果検証が課題です。今後は、夜や早朝の体験と宿泊を組み合わせ、連泊につながる商品づくりを進めるとともに、しんわ号につきましては令和 8 年度の乗車率 65%を目標に、効果検証に基づく改善につなげてまいります。

40 ページ、グーグルマップ情報の整備です。支援事業者数は目標 80 に対し実績 81 事業者。あわせて、令和 5 年度以降に支援した 226 事業者へのフォローアップを行いました。グーグルマップは国内外の旅行者が利用する重要なツールであり、各店舗等による掲載情報の充実のため支援体制が必要と考え、観光協会職員が受託事業者に同行しノウハウを習得する取組を行いました。また、アカウント連携する 60 事業所のデータ分析にも着手したところです。今後は、効率的、継続的なフォローアップ、情報整備を希望する事業者の掘り起こし、分析データのプラン作成・集客への活用を図ってまいります。

41 ページに、優良事例をお示ししております。市内のカフェ&ビストロ「あん」では、支援後も自店舗で更新（自走）され、17 日間で 10 本の投稿を継続しておられます。季節の商品と使う場面を組み合わせ、写真一枚で続けられる型ができていること、「出雲市駅前徒歩 5 分」など検索される言葉が投稿本文に入っていることが、効果につながっております。支援のゴールは登録ではなく自走であると考えており、今後は、こうした事例を横展開してまいります。

45 ページ、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です。平田地域の木綿街道への制度導入につきまして、文化庁や県の指導・助言を受けながら検討を進め、令和 7 年度は全国の事例収集を行うとともに、地域団体が開催された研修会や先進地視察に参加し、地元住民の皆様と情報共有を図りました。今後は、庁内関係部署と連携して体制を整備し、地元説明会や研修を通じて合意形成を図ってまいります。

48 ページ、旧大社駅の保存・活用です。令和 7 年 12 月に重要文化財の保存修理工事及び

活用整備工事が完了し、本年3月までに多目的棟の建設、再現看板の整備、展示など、公開に向けた準備も完了いたしました。まずはこれらが無事に完了したことを評価しており、活用につきましては、本年4月15日の供用開始以降、本格化いたします。49ページから52ページに、4月18日に開催いたしましたリニューアル記念「大社駅 はじまりフェスタ」の様子をお示ししております。今後は、新設した多目的棟を含め、旧大社駅が持つ歴史的・文化的価値を活かしたイベント活用など、積極的な利用を進めてまいります。

55ページ、56ページは、市民が地域を知る機会の充実・PRです。博物館の講座や体験教室、生涯学習講座、43地区のコミュニティセンターの自主企画事業などが開催されました。生涯学習講座は目標を上回り、受講者から「さらに知りたい」との感想があるなど、受講満足度は高いと評価しています。今後は、講座周知の強化や体験の取り入れ、SNSを活用して興味関心を高めるなど、新規受講者の獲得を図ってまいります。

58ページ、データに基づく渋滞対策です。多客日の駐車場満空情報・交通渋滞情報のWEB発信に加え、ソフトバンクとの連携協定に基づきAIカメラ6台を設置し、新たなデータ活用による対策の準備を進めました。評価指標の神在月期間の最大渋滞長は目標2.2kmに対し2.3kmで、交通規制により一定の緩和が図られた一方、WEB配信する駐車場満空情報は日中「満車」を表示するのみで誘導につながっていないため、有効な情報提供によるさらなる対策が必要と評価しています。今後は、AIカメラのリアルタイム映像とデータを、警備管理と観光車両の誘導の両方に活用できるよう検討を進めます。

60ページ、61ページ、サイクルツーリズムの推進です。サイクリングロードの整備延長は目標2.0キロメートルに対し2.5キロメートル、多伎エリアのシェアサイクル利用件数は目標63件に対し67件と、いずれも上回りました。道の駅キララ多伎から北へ約2.5キロメートルの区間で、自転車通行を知らせる「青い矢羽根」の路面標示を完了しております。今後は、需要のあるポートの配置検討やルートの造成を進め、ポタリングツアー商品の造成を図ってまいります。

62ページから64ページ、一次交通の維持・向上です。21世紀出雲空港整備利用促進協議会が路線PR番組の制作や各種キャッシュバックキャンペーンを実施し、評価指標の出雲縁結び空港の年間利用者数は、目標104万人を上回る過去最多の113万人となりました。広島出雲間高速バスでは、外国人利用促進の補助も令和6年度に続き実施しました。各種利用促進事業に加え、朝の連続テレビ小説「ばけげん」の放送効果もあり、利用者増となったと評価しています。今後も協議会の活動を通じ、路線の維持・拡充と利用促進を図ってまいります。63ページ、64ページに、路線別の利用状況の推移をお示ししております。

65ページ、一畑電車の観光資源としての活用です。令和7年度は、市も支援し、一畑電車の新造車両が導入されたほか、台湾鉄路と一畑電車の相互ラッピング車両が導入されました。評価指標の年間輸送人員は目標の140万人に達し、台湾からの外国人観光客を含め観光利用が進んだものと評価しています。今後は、令和8年秋導入予定の新造車両PRなどでさらなる観光利用を促し、パークアンドライドによる渋滞対策についても促進を図りたいと考えています。

67 ページ、快適な旅行環境の整備です。出雲大社周辺の多客期に仮設トイレ設置、トイレ案内マップの掲出により応急対策を講じたうえで、トイレ待ち行列状況の調査、地域観光戦略会議での事業者からの意見聴取を通じて、国の補助を活用する本格整備に向けた準備を行いました。評価指標の環境改善施設数は目標 1 件に対し 0 件で、令和 8 年度以降に改善を図ることとしています。今後は、神門通り観光案内所の再整備と併せて、関係者の意見も取り入れながら、観光庁補助金を活用したトイレ機能強化や分煙の促進を進めてまいります。

74 ページ、観光・移住公式 LINE「出雲ファンクラブ」の活用です。出雲そばと美食の旅デジタルスタンプラリーの実施や、LINE 画面のレイアウト改善、毎日触れたいくなるコンテンツの実装により、評価指標の友だち数は目標 3,500 人に対し 7,124 人と大きく上回りました。友だちの多くはスタンプラリー参加によるものであり、アカウント独自の魅力向上が必要と評価しています。今後は、観光中に便利な情報を集約している強みを生かし、周知策を検討・実施するとともに、庁内各課と連携し、定住にもつながるツールとしての活用を探ります。

戦略 B の説明は以上でございます。

続きまして戦略 C、誘客・ファン拡大戦略につきまして、説明いたします。

80 ページ、81 ページが戦略 C の体系図です。出雲の特別性と各エリアの認知向上、個人客・リピーターとオフシーズン等の誘客強化、新市場の創出、この 3 つの主要施策で構成しております。

82 ページ、83 ページ、「出雲ブランド」の新たなイメージに基づく情報発信です。DMO では、4P 戦略の根幹となる出雲の観光ブランド、いわば真の価値を確立し地域に定着させるため、市内デザイン会社等と協働する共創型ブランド創造プロジェクトを起動し、職員ワークショップを実施いたしました。市におきましては、シティプロモーション戦略を策定し、キャッチコピーとロゴマークを制作しております。また、神在月のポスター・リーフレットは、JR 西日本の主要駅や日比谷しまね館等に配布・掲出し、パンフレットは 2 万 4 千部の在庫がなくなるほどのご要望をいただきました。今後、DMO のブランディングについては、コンセプト・タグライン・キービジュアルの素案を取りまとめ、地域の事業者や関係団体との意見交換を通じて合意形成を図るとともに、神在月のブランディング、市全体のシティプロモーションとも矛盾が生じないよう、整合性をとりつつ進めてまいります。

84 ページ、マスメディア等への広報活動の強化です。パブリシティの獲得回数は、目標 30 回に対し実績 26 回。テレビ 9 件、雑誌 7 件、WEB 9 件、ラジオ 1 件の取材に対し、現地アテンドや取材先との調整、情報提供を行いました。丁寧な対応により出雲の魅力を全国へ発信できた一方、メディア側からのご要望に応じる受け身の対応にとどまっています。今後は、観光協会側から能動的にアプローチする体制へ転換し、ターゲット層に響く媒体を選定して、戦略的に発信してまいります。

87 ページ、データに基づくプロモーション及び商品造成です。観光協会のホームページやインスタグラムのデータ分析により顧客動向を把握し、四半期ごとの SNS コンセプト「静寂の出雲」に基づいて、出雲大社の八足門内特別参拝など 4 つの商品のプロモーションを磨き上げました。その結果、閑散期である 1 月単月におきまして、最盛期である神在月・

11月の40万アカウントを上回る、43万を超えるアカウントへの訴求を実現し、「出雲旅」へのサイト流入数も過去最高を記録いたしました。閑散期の需要喚起策として、有効に機能したものと評価しております。

88 ページ、Instagram「I z u m o 3 6 5」を活用した情報発信です。投稿回数は目標 100 回に対し実績 148 回。毎月途切れることなく投稿を行いました。一方、WEB 記事「聞き書き I z u m o 3 6 5」は投稿 7 回、時期も年度末に偏っており、改善の余地があると考えております。

92 ページ、ターゲット国マーケティング事業の実施です。評価指標である旅行会社によるツアー販売数は、目標 5 件に対し実績 8 件となり、目標を上回りました。重点ターゲットであるフランスと台湾に現地レップ事務所を設置してマーケティングを実施し、フランスの旅行会社 4 社、台湾のメディア 2 社を招請した F A M ツアーを実施いたしました。また、英国の権威ある旅行雑誌「ワンダーラスト」の日本特集号に出雲市の記事が 10 ページにわたり掲載されたほか、台湾の V O G U E にも 3 本の記事が掲載されました。

93 ページ、広域団体等と連携した情報発信の実施です。広域連携事業の実施件数は、目標 2 件に対し実績 11 件。雲南市や三次市、松江市、県観光連盟石見事務所などと連携し、台湾・フランス・イギリスの F A M を実施いたしました。また、圏域観光局におきまして、令和 8 年度に海外戦略を再考したうえで、インバウンドプロモーションを広域的に実施する方針を確認しております。

戦略 C の説明は以上でございます。

続きまして戦略 D、観光地経営体制・人づくり戦略につきまして、説明いたします。

98 ページが戦略 D の体系図です。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、この 3 つで構成しております。

100 ページ、専門人材、スペシャリストの確保、育成です。グーグルビジネスプロフィールや地域 O T A 「出雲旅」といったツールの事業者支援を専門家へ業務委託し、その現場に協会職員も同席して、支援のノウハウの習得を進めました。あわせて、観光データの収集・分析・可視化による意思決定への活用について、研究を進めております。外部への委託に職員が同席することで、支援ノウハウを協会内部に蓄積する取組に着手できたものと考えております。今後は、習得した技術を活かし、職員が主体的に事業者支援を担える体制を整えるとともに、データ活用を実務へ展開したいと考えておるところでございます。

102 ページ、庁内推進本部・ワーキンググループの活用です。評価指標である庁内連携取組事業数は、目標 4 事業に対し実績 1 事業でございました。アクションプランの初版を庁内推進本部会議に諮り、関係各課と調整して作成いたしました。また、交通ワーキンググループにおいて、タクシー不足に関するアンケートを踏まえた協議を行い、令和 7 年秋にタクシー配車アプリの本格運用が始まっております。今後は、会議体にこだわらず、関係課が横断的に連携して、アクションプランを推進してまいります。

104 ページ、地域プロジェクトの実施です。実施件数は目標 2 件に対し実績 7 件となっております。佐田・出雲南部では須佐神社の遷宮にあわせた「すさのおわけマーケット」を協働開催し、多伎・湖陵・大社では「出雲神楽とふれあいマルシェ」を開催、斐川では地域紹

介動画の活用と周遊マップの作成、平田ではインスタグラムへの共同投稿を開始いたしました。イベント等の当日の誘客にとどまらず、事業者が連携して地域をPRする取組の始まりとして効果を感じております。105 ページはそのときのイベント等の状況をまとめたものになっております。

106 ページ、地域の推進体制の確立です。地域事務局の設置等は、目標2 地域に対し実績2 地域。地域で実施可能な範囲を協議しながら地域の団体へ業務委託を行い、地域の中で事業を進められる体制を作っていきたいと考えているところです。様々な地域の団体がございしますが、その体制等にも配慮しつつ、一緒に活動できるよう、市と役割分担しながら考えていきたいと思っております。

最後に、新たな観光財源の検討状況につきまして、説明いたします。

109 ページをご覧ください。

令和7 年7 月に新たな観光財源検討委員会を設置し、市長から「出雲市の観光振興のための新たな安定財源の導入について」諮問を受け、令和7 年度中に4 回の会議を開催しました。この中で、観光基本計画の推進に必要な新たな財政需要額を、年間約2 億3 千万円と整理し、宿泊税を主軸に、補完する財源として市営駐車場料金の有料化や見直しを進めるべきとの見解が示されました。これを受け、令和7 年12 月から8 会場で宿泊事業者説明会を開催するとともに、令和8 年度に入って、第2 回宿泊事業者アンケートを実施して、宿泊税を徴収するにあたっての課題を検証し、第5 回の会議で委員会の答申案がまとめられました。

去る8 月10 日には、委員会から市長へ答申があり、110 ページの答申書が提出されたところです。答申では、課税方式は「一律定額制」、税率は「1 人1 泊につき200 円」、免税点は「1 人1 泊につき5,000 円未満の宿泊には課税しない」、課税免除は「対象を修学旅行に限定する」とされております。

今後、市では、いただいた答申をもとに、宿泊税の導入にむけた基本方針をまとめ、パブリックコメントなど必要な手続きを進めてまいります。

以上で、事務局からの説明を終わります。

(会長)

ありがとうございました。

重要なのは、こうして作られたアクションプランを計画通り進めて成果を出すことでありまして、素晴らしい資料ではありますが、机上のものであってはいけないとつくづく思いました。

なんでも結構ですので、ご質問のある方はいらっしゃいますか。なければ、順番にご意見を伺いたいと思います。

観光というのは、今後、地域経済における成長産業だと思いますが、地域経済全体を俯瞰的にみていらっしゃるA 委員からお願いします。

(A 委員)

最初にご指名いただき、ありがとうございました。

データがこれまでと異なってはっきりしてきていて、大変わかりやすくなっているかなということを実感させていただきました。

少し趣旨とは違うかもしれませんが、今後、観光にかかわる市の予算がどういう風に動いていくのか、お金と人の部分が気にかかりました。わかる範囲でお聞かせいただけますでしょうか。

また、インバウンドのお客様がこういった交通手段を一番多く使われているのかということ把握なさっているようでしたらお伺いしたいと思っております。JALさんの機体が小さくなるということを伺っておりまして、そこに対する対策も必要になってくると感じております。よろしくお願いいたします。

（事務局）

まず、市のお金と人についてです。予算については、新たな観光財源として2億3千万円は賄うことができるだろうということで、融通の利くお金が入ってくるなど考えております。ご心配いただいている人の部分ですが、観光協会でも人材の強化をD戦略に入れております。そうした中で、人員も含めて検討していく必要があると考えております。

JALさんについては、いまのところ利用者数は右肩上がりなので、急に小型化ということではなく現在の機体を使っていくということを聞いております。

（会長）

JALさんの小型化というのは決定事項ではないのですか。1日70人くらい減るということで伺っていましたが、まだ検討段階なのでしょうか。

（事務局）

いまずぐの話ではないと聞いておりますが、改めてご回答させていただきます。

（会長）

1日70人ということだと、合計すれば相当な数になりますよね。出雲市だけでできることではなくて、県や経済界を巻き込んで対応しなければならない大きな問題だと思いますので、よろしくお願いします。

（事務局）

インバウンド客についてのご質問ですが、宿泊者数は1万7,000人くらいですが、訪れている方はもっと多いのかなと思います。そうした方全員の交通手段は把握できていないです。把握しているものでは、台湾の旅行会社さんなどで、広島空港や関西空港から入ってきて、バスをチャーターされてこちらに来られるツアーなどをやっていらっしゃいます。

フランスの富裕層については、出雲に入ってから後はタクシーを貸切って回られるお客さんがいらっしゃいます。

個人の方については、観光案内所等で二次交通の不便さを訴えられることもありますので、

公共交通機関等を使って回っていらっしゃると考えています。

外国人の方にアンケート調査もしていますが、サンプル数が少ないということもございまずので、やり方を改善してサンプルを増やし、分析を進めていきたいと考えています。

（会長）

ありがとうございました。

昔、広島でやったインバウンドのアンケートでは、意外な結果が出ていました。多くの方が来られているので、相当の方が泊っていらっしゃるのかと思ったら、あまり泊っていらっしやいませんでした。みんな、関西から入って九州に抜けたり、九州から入って関西に抜けたりして、広島は通過するんですね。昔話でした。

それでは、B委員、お願いします。

（B委員）

資料を事前にいただいて、全体を読ませていただいたのですが、1年目の取組としては順調に進んでいると感じました。

その中で何点か気になった点をお話しさせていただきます。

KPIの繁閑差について、繁閑差が改善した理由というのが神在月が閑散期に含まれたからだとおっしゃっていたと思います。ですが、そういう理由では改善したとは言えないと思います。繁閑差の解消というのは、全ての観光事業者が願っている部分だと思います。繁閑差のために、常勤者が雇えず、パート社員しか雇用できないことで、継続的な業務の質の向上が難しいといったこともあるので、繁閑差の解消は重要な項目です。2029年の88%に到達するまで長い道のりがあるのではないかと感じますので、しっかり取り組んでいく必要があると思います。

出雲大社中心の観光になると、繁閑差が解消されにくくなるので、他地域の閑散期の魅力について適切な発信をするなど、様々な施策で閑散期にも魅力のある場所にしていけないということを改めて感じました。

ほかに、しんわ号に関してですが、いま、AコースとBコースがあって、Bコースが出雲大社や日御碕神社、万九千神社へ立ち寄るコース、AコースはBコースに須佐神社を加えたコースでいずれも出雲市駅発着だと思います。

先ほど、出雲大社に立ち寄った方がほかにどこに立ち寄っているのかというデータがあり、その中に松江城や玉造温泉などもありました。しんわ号は出雲から出発して終着点も出雲にならないといけないのでしょうか。出雲大社に行って、次の日に松江城に行きたい方も結構多いと思います。大社から松江までの交通の便がよろしくないことから、翌日のために先に移動しておいて宿を松江にとろうという方もいると思います。ですが、出雲大社周辺に泊って、しんわ号で道の駅湯の川や出西窯、木綿街道などに立ち寄りながら松江に行ければ、料金は出雲側に入るのではよいのではないかと思います。お客様にとって、「出雲に行く」と言ったとき、出雲市だけに行くという意味ではないと思います。出雲に行って、松江城など他の市の有名などところにも行きたいという方は多いので、もう少し旅行者の気持ちを考えたルー

トづくりをしたらどうかと感じます。

また、出雲大社に來られて、出雲に泊って、次の日に木綿街道に來られる人も多いです。その人たちが困られるのが、空港への行き方です。一回、出雲に戻るか、松江に行くかして、空港連絡バスに乗って空港に向かわないといけません。そうすると、結構時間がかかります。それなら、大社からほかの観光地をめぐって、その日のフライトに間に合うような時間で着くバスのようにするといいかもかもしれません。例えば、出西窯でお土産を買いたい人とかも多いので、出西窯や木綿街道に立ち寄ったうえで空港に連れて行ってあげるようにすれば案外乗る人がいるんじゃないかと思いました。

ほかに、文化施設の話ですが、53 ページに「出雲市の歴史文化を語る遺跡や博物館等の活用促進」という項目があります。平田なら本陣記念館がありますが、交通の便がとても悪いです。弥生の森や荒神谷の交通の便を調べてみても行きにくい場所にあります。レンタカーなどでしか行く手段がありません。18 ページに観光協会のメインのターゲットが載っていますが、学びとか自己投資への関心が高い方々が、行きたいと思う場所として、歴史や文化を知ることが出来る場所があり、出雲市内にもいくつかあると思います。これらの施設は指定管理施設のことも多く、観光課の所管ではなくて、文化スポーツ課の所管になっていると思います。所管が違くと内部の職員さんの考え方が異なるように感じます。本陣には、無料で見学できる価値ある展示物が数多くあります。しかし、本陣宿木佐家や地域の歴史・伝統についての解説が十分ではありません。観光客が本当に知りたいのは、こうした本陣ならではの歴史ではないかと思います。観光課が所管していないと、観光客への対応といったものに考えが及びません。日本の文化を見ることが観光の目的になるのであれば、所管課から変えていくことも必要じゃないかと感じました。

最後に、オープンチャットの件ですが、89 ページにありました。管理料や維持費がいらないからいいのかもしれないですが、活用があまりされていなくて、この存在がプラスなのかマイナスなのかから考えたほうがいいのではないかと思います。画面の上部に広告が入りますが、閲覧履歴などが反映されて、行政が運営するオープンチャットとしてはふさわしくない広告が出てくることもなくはないと思います。そうになってしまうことがいいことなのか疑問もあるので、検討されるとよろしいかと思います。

(事務局)

まず、繁閑差につきまして、1 月・2 月は雪など天候の面で難しいところもあると思いますので、6 月や9 月といった比較的気候の悪くなく、人の来ていない時期に何か仕掛けていくことを考えたいなと思っております。また、平日のことも考えると、通常の国内旅行者だけでは厳しいので、MICE やインバウンドで埋めていくことを進めていきたいと考えております。積極的に取り組むべきではないかというご意見、ありがとうございました。

それから、しんわ号についてです。おっしゃるとおり、職員の知識も表面的なところがあったので、アドバイザーに入ってもらったり、木綿街道や宇美神社もみせていただく中で歴史的・文化的な知識も勉強して商品造成につなげようとしています。その理由としては、第1 ターゲットの人たちに刺さる商品を作るには我々自身がそこをきちんと理解しないとい

けないと考えるからです。勉強していったスポットをつなげてコースにしようと思いますので、乞うご期待と思っていただけると幸いです。

そのほか、他市や空港、荒神谷・弥生の森といったところは我々の視点に入っていなかったもので、観光客の気持ちになって改めて考えてみたいと思います。ご意見、ありがとうございます。

続いて文化施設の関係です。学芸員さんに庭の石の配置の意味などを伺うとすごく勉強になるといったこともあります。そのような文化施設も行先のひとつにできるように引き続き連携を図っていきたいと思います。

観光課だけが、観光のセクションというわけではなく、文化スポーツ課であったり、交通であったり、市全体が観光の視点を持ちましょうというのが、市内部の統一した考え方になっています。それが行き届いていないところもあるかとは思いますが、そういった考え方を持って動いています。施設を全部観光課の所管にするということは、人員のこともあって厳しい話だと思いますので、市全体で観光に取り組んでいきたいと考えております。

オープンチャットについては、もともとコアなファンを作っていくこととそうした方に対して情報発信する、関心をつなぎとめるという目的で始めています。ただ、コミュニティが固定化しているようにもみえますし、ご指摘の件もありますので、今年度、このままでいいのか、違うことを考えるのか、見直しをしようと思いますので、お待ちいただきたいと思います。

(会長)

ありがとうございます。では、C委員、お願いします。

(C委員)

ターゲット層、ペルソナについて19ページに書いてあります。

第1ターゲットの自己投資を求める40代経営者夫婦とありますが、おそらくはもっと上の層の方が出雲にきたいと思っていると思います。関東においても「一生に一度は出雲にきたい」という話を聞いております。ツアーはいやだけどどういった行程にすべきかということがまとめてみられるポータルサイトのようなものがなくて、いくのを断念しているという方もいらっしゃると思います。自分で情報を探す力がない方でもわかりやすい情報の発信ができないかなと思っております。世代にあった情報発信方法も必要なのかなと思います。情報が点在せず、ひとつのサイトから情報が得られるといいのかなと思います。オープンチャットも知っている方は活用できるけど、なじみのない方は使えないと思います。私も久しぶりに開いてみましたが、ログインできずに中身を確認できなかったんですね。そういう使いづらさもあるのかなと思いました。

もう一つ、佐田町で八雲風穴が開園中ですが、1か月で来場者数が1万人を超えたと伺いました。要因を調査する甲斐があるかなと思いましたので、ご報告させていただきます。

(会長)

ありがとうございました。続きまして、D委員お願いします。

(D委員)

事前に資料を送付いただいております、各ページに記載されている個々の取組については大変細やかな配慮をしたうえで、検討・実施されていると思えました。素晴らしいなと思うところもありましたし、効果がすぐ出るもの・出るのに時間が必要なものというところも明確に整理していらっしゃるがよくわかりました。

アクションプランについて全体的な視点に立って、3つの対象を考えて整理しますと、一つ目が、市民に対してどういう風に伝えていくか。どんな観光施策が考えられているかを知っていただくのか。二つ目が、観光客に対してというところ。三つ目が、それらに関わる事業者に対してというものです。

まず、市民に対しては観光基本計画と毎年のアクションプランのインナープロモーションの一層の強化が必要で、出雲市がどのように持続可能なまちづくりをしようと思っているかということをごんときでも伝えることが大事だと感じます。

観光客・事業者に対しては、いまの取組や既にできる仕組みを集約して発信することが必要ではないかと思えます。先ほど、C委員から観光客に対してポータルサイトがあるとよいのではないかというお話がありました。おそらく観光協会ではそういったものを構築中だと思えますが、加えて、事業者に対しても観光に関する情報が集約されたサイトといったものがあると画期的だと思います。地域の観光戦略会議に参加しておりますと、詳しい方は、既にある仕組・取組についてよく知っていらっしゃるのですが、新たにそういうものに参加したいと思ってもよくわからないと感じる場合があります、活用が進まないと感じます。地域の会議の中でも、「いま、どんな仕組があるんだっけ」「どれを使ったらいいんだっけ」「どれだったらどう使えるんだっけ」という声をよく聞きますので事業者向けにも最新情報を統合的に伝える何らかがあるとよいと思えます。人手を使った説明会などは大変な面もあるので、そこはITを活用する工夫などにもよって戦略のA～CがDに遡及していくことになると思えます。

それから、最近の観光客はAIを使って、「出雲に行きたいけど、どこに行くといいですか」というような質問をされることが多いと聞きます。そういったAI対策も入れていくことが望まれるのではないかなと思えます。

(事務局)

ありがとうございます。

協会のホームページは、今年は春から不幸な事故が起こりまして、ようやくこないだ復旧できたところです。今回の経験を踏まえて、セキュリティの面も高めていこうと思えます。また、ホームページ自体も古くなってきているので、改修を考えていこうと思っています。その改修においては、おっしゃられたような事業者のみなさま、市民のみなさま向けのコンテンツがあってもよいのではないかと考えております。そして、AIに回答させることも狙ったホームページ構築ができるそうですので、そういったことも考えていきたいと思って

おります。

(D 委員)

79 ページについて、トキの放鳥が来年あると思います。その中で、農産物のブランド化推進がありますが、トキの放鳥を観光につなげていく何かがあればお聞かせください。

また、サイクリングロードが多伎のほうにあると伺いましたが、市内をみると、斐伊川土手などサイクリングに適している道もいろいろあるかと思います。自転車専用道路みたいなものが市内にないのかな、今後どうなっていくのかなというところをお聞かせいただければと思います。

(事務局)

「トキ」については、トキのアクションプラン側で観光との連携も書かれていますが、みることに限っては慎重にしなければいけないということで、「トキが育つようなまち」だという環境をPRしています。そうした全体的な視点からやっていきたいと思いますが、食料品についてもいい効果があるかと思っています。

サイクリングにつきましては、出雲市自転車活用推進計画を令和7年6月に策定したところです。その中で、重点的に整備するエリアとしてキララ多伎から大社までの海岸道路を選定しています。そこで、先ほどご紹介した矢羽根の表示をやっておりますが、その整備の延長を随時伸ばしていくというところかと思っています。

(E 委員)

サイクルツーリズムについて、60 ページになりますが、矢羽根の整備については目標値以上に進んでいるとみさせていただきました。自転車の青切符制度もでき、交通違反が気になる方も増えている中でございますので、サイクリングロードについては計画の中だけではなく、インバウンド機構も含めて考えていく必要があるのではないかと感じました。

ただ、30 年の国スポに向けて平成スポーツ公園のほうに自転車競技場が整備されるということもあります。一般の方の利用には向かないところもあるかもしれませんが、県外の同じような施設にききますと、大学生の合宿等でも利活用があるそうですので、そういう方を引き込むかたちでの観光というものも考えていただければと思います。平成スポーツ公園ですと、多伎・湖陵地域に近いところでもありますし、そちらへの周遊も考えられますので、ぜひご検討いただければと思います。

もう1点、65 ページの一畑電車の観光資源としての活用と利用促進です。目標値をすでに達成したということを示されております。こちらは市の担当課で立てられた数字ではないかと思いますが、今後パークアンドライドの利活用であったり、一畑電車自体の観光資源としての利活用を考えていくということであれば、目標値がもう少し高くてもよいのではないかと思います。そういったところもぜひご検討いただければと思います。

(事務局)

自転車競技場については、2028 年度には完成して、2029 年度にはプレ大会を開催する予定です。大学の合宿等、旅行会社とも話をしながらいろいろ進めておりましたが、観光誘客に結びつく取り組みだと考えております。引き続き文化スポーツ課とも連携しながらやっていきたいと思ひます。

一畑電車の件については、交通政策課とも連携を取りながら進めていきたいと考えております。

(F 委員)

観光のお客さんが増えていることは絶対に確かだと思ひます。去年は関西万博があったという理由もありますが、データとしては 2 年前より去年のほうが入込は多いですね。

いま 8 月ですが、神在月よりも 8 月のほうが宿泊数は多いです。例年と違うのは、お盆が終わった今週もずっと満室で宿泊ができない状態です。たまたま、全中の野球とバスケットが松江・出雲であって、お客さんが多くなっています。選手を受けているホテルもありますが、親・祖父母・兄弟がくるわけで、そういうお客さんが大変多くなっています。昨日も大会を応援した後に出雲大社にいかれて、お土産をたくさん買われて帰ってこられました。こういう大会があるとかかなり潤うかなと思ひます。

出雲市は浜山球場も拡張になりましたし、総合体育館も出雲ドームもあります。そういう施設が多いので、そうしたところもターゲットにしていけないと思ひます。

もう一つ、例年と違うのは 8 月 1 日・2 日に水郷祭がありました。そのときは松江で泊れないからということで、8 月 2 日の日曜日も満室でした。聞いたところでは、出雲市中のホテルがそうだったようです。去年はバスケットのスサノオマジックが、松江の総合体育館が改修中だったためカミアリーナで試合をしていましたが、そのサポーターの方で平日に満室になるということもありました。こちらの努力ではない、そういうイベントでお客さんが来られることもあるかと思ひます。

観光とビジネスはだいたい 50 対 50 と言われていますが、今年は観光 60 : ビジネス 40 で観光が多くなっています。今週はビジネスの方が泊まれなくて、見知った方からよく電話がありました。

ビジネスで来られた方も観光客と同じサービスを受けれますし、ビジネスで来られた方は必ずと言っていいほど大社に行っていっぱいます。仮にそのときに行けなくても、後から家族で来られたりされますので、2029 年に 100 万人というのは可能かなと思ひます。

最後に、ホテルが 2026 年～2027 年に 6～7 軒できる予定ですので、出雲にとってはいいことかなと思ひます。

(事務局)

スポーツ大会等のお話があったかと思ひます。繁閑差のところでもお話しさせていただきましたが、格差をなくすという観点からすれば、平日を埋めることは必要不可欠だと思っております。そのため、スポーツ大会やビジネス、学会といったものが開ける仕掛けづくりをしていきたいと思っております。調べてみますと、松江市のほうが大型の学会を結構やってお

ります。松江にはコンベンションビューローがありますので、そこに相談に行くことも検討しております。またご意見いただきたいなと思っております。

スポーツツーリズムのことですが、出雲駅伝だけではなくくにびきマラソンや一畑薬師マラソンについても旅行会社と連携して進めていくことを検討しています。新しい総合体育館についてももう少しイベントをやっていただくよう話をしております。そのようなスポーツを活かした観光誘客をやっていこうと思っております。

（会長）

医大がありますので、以前、学会の誘致を目指して研究室を一軒一軒回ったことがあります。そのとき、いわれたのは学会については全て業者に一括して委託するということでした。それで、業者のほうにもいきましたが、同時通訳できる方やひとつの会場で分科会まで開ける施設が欠けているということでした。しかし、それはいまの話ですので、それを充実させていくという方法があります。

スポーツについては、天然芝のサッカーグラウンドが車で15分くらいの距離にいくつも存在しているというのは全国でも稀です。なので、いいものを非常に持っています。けど、少し足りないというところを観光協会としてもこれから埋めていきたいと考えております。

（G委員）

個別の事項については、各委員の皆さんがおっしゃっていただいたことと共通しますので、大きな話をさせていただければと思います。

戦略B：観光まちづくり戦略について、2つの課題があると思います。ひとつは出雲大社周辺の交通渋滞が、次の行先を阻害しているのは間違いないと思います。先週1週間、出雲大社に詰めていましたが、ものすごい渋滞でした。この猛暑の中、なんとか駐車して、お参りして、門前町を歩いて、今は休館中ですが、歴博があればそちらに行って、となれば、そのくらいでおしまいになると思います。余裕があれば、日御碕に行ってみようと思うけど、渋滞でやめよう、せいぜい稲佐の浜まで歩くかどうかだと思います。もともと通過型観光でしたが、今年は猛暑で余計にそれを感じました。なので、観光だけではなくて、抜本的に全庁挙げて県と一緒に、国も絡めて周辺道路の交通状況の改善をすることが一番ではないかと思います。そのあたりをぜひ組み込んでいただきたいと思います。

せっかく素晴らしい観光基本計画ができましたが、やはり市民があまり認識しておりません。これはインナープロモーションが不足しているためなのではないかと思います。数値にはただちにあらわれない知る機会の増強をぜひお願いできればと考えています。

例えば、職員による出前講座でもいい、広報いずもに「こうした誇るべき観光スポットがあるよ」というコーナーを設けてもいい、高齢者もお孫さんも見ているケーブルテレビを活用してもいい。ケーブルテレビでいい番組を作れば、全国に広く流れる可能性もあります。

観光行政を経験したことのある職員は観光業が出雲の牽引力になるということをご存じですが、農林畑にずっといる人、文化財畑にずっといる人はそうしたことがなかなかわかりません。観光から依頼が来ても面倒だなと思ってしまうでしょう。でも、実際はwin-winな

んです。

市民も職員も出雲にはこんな観光資源があるんだ、これが経済発展の原動力になるんだということを伝える必要があります。

また、組織について観光課長とインバウンド推進課長が並置されていますが、インバウンド推進は課ではなくて室でもいいのではないかと思います。全体の観光戦略を進めていくにあたっての、インバウンドはひとつの手段ですから、それを「課」として置くべきなのか。全ての人員が観光スタッフとしていて、そのなかのひとつのポジションがインバウンドということでもよいのではないのでしょうか。インバウンドで東京・京都・広島に勝つことは難しいわけです。インバウンドを頑張ろうとしていることは評価したいですが、現実的にほかに多くの課題を抱えている中でインバウンドが課としてあってよいのか。むしろ一本化して本当に必要な施策は何か、どこに力を入れるべきかも考えてみてよいのではないかと思います。

最後に、戦略C：誘客・ファン拡大戦略です。鳥取では、知事が先頭に立って蟹取県とか星取県などとPRしています。出雲・蟹在月なんてどうでしょうか。それくらい柔軟に考えてみてもいいじゃないでしょうか。ぜひご検討をお願いしたいと思います。

(会長)

ありがとうございました。

私も最後に申し上げたいのは、この資料の中に費用対効果が出ていないということです。

民間人としては投入した費用に対してどれだけの効果があったかということをみていかないといけないと思います。

また、パブリシティをもっともっとやってほしいと思います。何百万円かけて広告で載せてもあまり人はみません。でも、記事になると見るんですね。ぜひそういうことにも努力していただきたいとお願い申し上げて、事務局にお返しします。

(事務局)

本日は熱心にご議論をいただきまして、誠にありがとうございました。

ご意見を踏まえて見直し等を行ったうえで、9月議会でご報告をさせていただきます。そののち、ホームページでの公開を行いたいと思います。

戦略会議については、来年もこの時期に開催したいと思います。

もし時間的な制約もあってご発言いただけなかったことがあれば引き続きご意見いただきたいと思います。

本日は長時間にわたりご議論いただきまして、ありがとうございました。