

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

周遊滞在型観光をめざした戦略的情報発信による「ご縁のまち“出雲”」
創出プロジェクト

2 地域再生計画の作成主体の名称

島根県出雲市

3 地域再生計画の区域

島根県出雲市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

出雲市の観光入込客数は、平成25年の出雲大社の大遷宮をピークに減少傾向にあるものの、現在でも島根県内最多の約1200万人である。しかしながら、宿泊者数（平成30年）は近年増加傾向にはあるものの、約74.7万人しかなく、入込客数の僅か約6%しかない。隣接する松江市の宿泊者202.9万人に対しても、約37%にとどまっており、宿泊者数が少ないことが本市の最も大きなボトルネックとなっている。

本市に訪れる観光客の多くは、国内では知名度のある出雲大社周辺には集中して訪れるが、市内のその他に点在する観光資源へ周遊しないため、滞在時間が短く、宿泊を伴わない「通過型の観光」となっている。この要因としては、市内に点在する観光資源は、素材自体は他の地域に劣らないものであるが、素材のブラッシュアップ不足、二次交通の脆弱性、また、効果的な情報発信がなされておらず、認知度が低く知られていないことがあげられる。

また、外国人宿泊客数については、島根県の外国人宿泊客数は約9万人と全国最下位であり、この状況が長らく続いている。このうち、出雲市での外国人宿泊者数は、増加傾向にはあるものの約8千人と県全体の10%にも満たず、外国人宿泊客の絶対数が少ないことがボトルネックとなっている。隣接する松江市の外

国人宿泊客7.5万人（県全体の83%）と比較しても大きな開きがある。

「出雲」は、国内では出雲大社で認知されているが、海外では「Izumo」=「護衛艦」としか認知されておらず（Google画像検索）、海外での「Izumo」の認知度は限りなく低い状況である。

このことを踏まえ、出雲大社以外の観光資源を磨きあげるとともに、その魅力を総花的に情報発信するのではなく、単体ではなくストーリー性を持って、届けたいところへの的確に情報を届け、周遊を促す仕掛けが必要となる。出雲には出雲大社以外にも訪れてみたい多くの観光資源があることを知ってもらい、興味関心を持ってもらうことが旅につながる重要なポイントと考える。

また、インバウンドを推進するためには、海外での「Izumo」の認知度高める等の施策展開が必要となる。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

縁結びの神様で知られる出雲大社では、平成の大遷宮を契機に全国から多くの方に来訪いただき、神門通りを含む出雲大社周辺エリアは、現在も多くの観光客で賑わっている。しかしながら、出雲市における観光は宿泊を伴わない通過型の観光ということが長年の課題となっており、本市観光の更なる発展のためには、出雲大社に訪れる観光客を市内他のエリアに回遊させる施策を展開し宿泊客数を増加させることが大きな柱となっている。

本市には、豊かな自然、歴史・文化や神話、また地域独特の風習や温泉、更には酒や出雲そばに代表される食など数多くの観光資源があり、一つ一つの観光資源は他の地域に劣らない素材であるが、それぞれ単独では観光誘客につながっていない。宿泊客数を増加させるためには、この小さな観光資源を点と点でつなぎ合わせ、周遊・滞在に結びつく着地型観光を展開していくことが重要である。

出雲大社+αの第2の核となる観光資源を磨き上げ、周遊を促す仕掛けを確立し、本市観光の最大の課題であった宿泊を伴わない通過型の観光スタイルから脱却し出雲の観光が波及効果をもたらす観光産業へ進化することを目指す。

また、東京オリンピック・パラリンピックの開催で日本への外国人観光客が

増加することが見込まれる中、「日本の起源“出雲”（Ancient Japan, IZUMO）」を海外に向けプロモーションすることで、外国人観光客の誘客にも力を入れ、交流人口の増加や消費の拡大などにより経済効果を高め、本市全体の観光産業の振興を図っていく。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2020年度増加分 1年目	2021年度増加分 2年目
出雲市の宿泊者数(人)	780,000	20,000	20,000
外国人宿泊者数(人)	10,000	2,000	2,000
観光消費額(百万円)	61,054	395	395

2022年度増加分 3年目	K P I 増加分 の累計
30,000	70,000
2,000	6,000
593	1,383

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金(内閣府)：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

周遊滞在型観光をめざした戦略的情報発信による「ご縁のまち“出雲”」
創出プロジェクト

③ 事業の内容

令和2年度から令和4年度の3か年を集中戦略期間と位置付け、「周遊滞在型観光の推進」「戦略的な情報発信」「インバウンドの推進」の3つの側面から本市観光の課題を整理し、各事業に取り組む。

具体的には、国内誘客については、新たに観光事業に精通する人材「観光地域づくりプロデューサー」を活用し、出雲大社+αの観光素材のブラッシュアップ及び周遊を促す観光商品の造成に取り組む。それと並行して、ターゲットを明確化した情報発信「デジタルマーケティング」を実施する。

また、実行委員会が実施する「スポーツ」「食」「歴史的文化財」など各団体の特徴を生かした取組を推進し、官民連携し滞在時間の延長につなげていく。

さらには、長期滞在が見込める外国人観光客については、「Izumo」の認知度向上を図るため、海外へのデジタルマーケティングを実施するほか、東京オリパラで日本に来訪した外国人観光客の誘客にも積極的に取り組み、誘客拡大を図る。また、2025年の大阪万博を見据えた誘客にも取り組む。

各事業の実施にあたっては、事業実施後の効果検証を行うことで、1年目2年目、3年目と段階的にブラッシュアップを重ね、効果的な手法で実施していく。

また、あわせて、観光地域づくりプロデューサーが実践する集客手法のノウハウを出雲観光協会職員一人一人が学び、稼ぐ力を身につけ、持続可能な取組として確立させていく。

【周遊滞在型観光の推進】

出雲大社へ一極集中し、そのまま通過してしまう観光客を市内他の地域に周遊させるため、周遊滞在型旅行商品の造成とまち歩きを促すイベントを開催するほか、二次交通対策として、広範囲に点在する各地域の観光資源をつなぐ出雲版「はとバス」の実施、自転車を活用したツーリズムを行う。

【戦略的な情報発信】

スマートフォンの急速な普及等を背景に旅行者の情報収集源はインターネット・デジタル媒体（Web・SNS・動画サイト）へと広がりを見せている。

観光情報については、広範囲にまんべんなく情報発信していくのではなく、本市が課題とする宿泊につながる発信、いわゆるターゲットを明確にした戦略的な情報発信を行う。宿泊しなければ来ることの出来ない地域（首都圏・FDA就航地等）や、旅行に興味を持つ人などをターゲットとし、国内外への動画やSNSを活用したデジタルマーケティングを実施する。このことにより、計測可能なデータの収集・分析を行うことが可能となり、戦略的な観光誘客政策・プロモーションの継続的改善、最適化を進め効果的な情報発信が実現できる。この他、出雲大社以外の観光についても積極的に情報発信し興味関心を持ってもらい周遊・滞在時間の延長につなげていく。

【インバウンドの推進】

出雲の認知度向上を図るため、国際交流員の取材による「外国人目線」をメインにした多言語Webサイトの充実、海外商談会やバス・空路を利用する外国人、個人旅行者に向けた取組も実施し、外国人宿泊客の増加を図る。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

行政、（一社）出雲観光協会等が一体となり、観光振興に取り組むことにより、観光客の効果的な増加を図り、観光関連業界全体の収益増加につながる。また、旅行業の登録事業者である（一社）出雲観光協会が本事業で得られた旅行商品等の販売促進の強化を図り、収益増による自立をめざす。

【官民協働】

官民の多様な主体が、それぞれの特徴を生かし共に知恵を出し合い、相互に利益を生み出す関係を構築しながら、本プロジェクトの推進を図る。特に、観光協会は、地域の観光素材を磨き上げ着地型やツアーとした商品を開発し、本市においてその情報を発信していく。

【地域間連携】

出雲市を含む宍道湖・中海圏域は、圏域内交流が盛んで魅力ある観光資源を豊富に有する潜在能力の高いエリアである。観光振興事業による誘客など、本圏域を中心とした連携に加え、島根県や近隣市町など、自治体間の相互連携により一体となった観光PRやインバウンド対策を推進する。

【政策間連携】

本市の観光地は、歴史・文化的遺産、伝統など今ある素材を生かす場所が多いため、文化財部局と連携することにより、観光の面だけでなく、文化的価値も国内外に発信できる。また、本プロジェクトにおける観光振興の推進により、観光産業の活性化を図り、労働雇用政策、交通政策などの政策についても関連付け、推進を図っていく。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

出雲市まち・ひと・しごと総合戦略推進会議設置条例に基づき、産官学金労言士の有識者を中心に構成する会議において、事業の進捗状況の評価・検証を行う。評価・検証にあたっては、毎年、KPIの達成状況を検証し、その進捗の確認を行うとともに、必要に応じて取組等の見直しの検討を行っていく。

【外部組織の参画者】

産業界（出雲商工会議所専務理事、出雲観光協会事務局長、出雲青年会議所理事長）、官庁（ハローワーク出雲所長）、学校（島根大学地域未来協創本部講師、島根県立大学看護栄養学部准教授、トリニティカレッジ出雲医療福祉専門学校校長）、金融機関（山陰合同銀行出雲支店長）、労働団体（連合島根出雲・雲南地域協議会出雲地区会議副事務局長）、報道機関（山陰中央新報社出雲総局長）、士業（税理士）、出雲市議会総務委員長、出雲市自治会連合会（会長又は副会長）ほか

【検証結果の公表の方法】

出雲市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進会議の会議結果を出雲市のホームページで公表

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 162,948千円

⑧ 事業実施期間

2020年4月1日から2023年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2023年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。