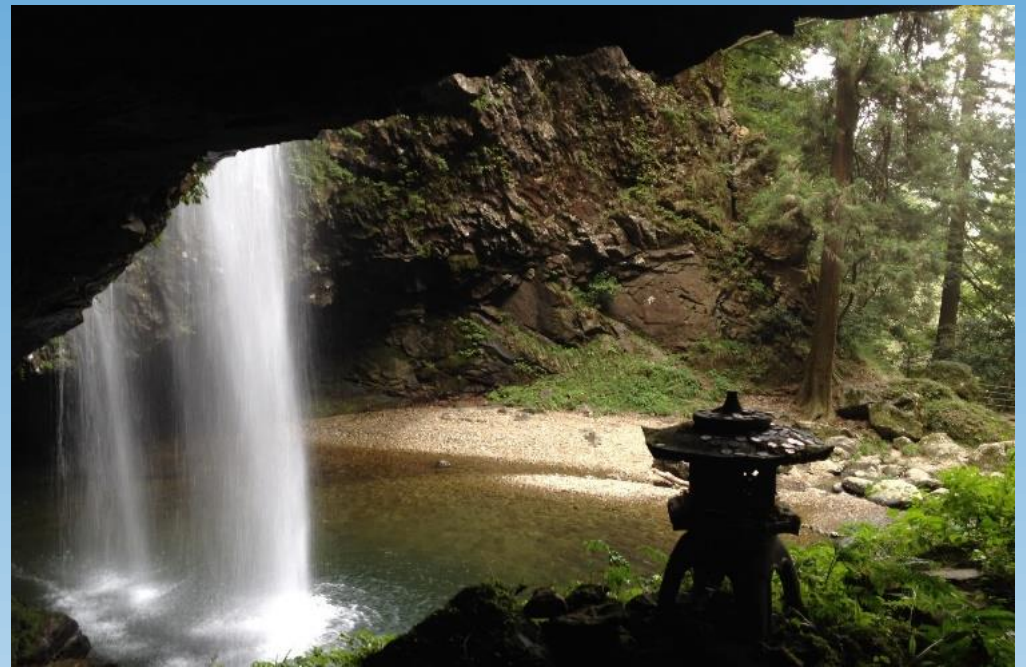


第2期 雲南市観光振興計画(案)

計画期間:令和3年度~7年度
(2021~2025年度)



令和3年3月



島根県雲南市

目次

第1章 雲南市観光振興計画策定の趣旨	
1. 計画策定の趣旨	3
2. 計画の位置付け	4
3. 計画の期間	4
第2章 観光を取り巻く情勢と雲南市観光の現状	
1. 新型コロナウイルス感染症に伴う観光動向	5
2. 観光を取り巻く雲南市の情勢	6
3. 観光市場の動向	7
(1) 国内観光市場の動向	7
(2) 国内旅行単価の推移	7
(3) 訪日外国人客数の推移	8
(4) 島根県訪日外国人客数の推移	8
(5) 国の施策	9
(6) 島根県の施策	10
4. 雲南市観光の現状	11
(1) 観光入込客数の推移	11
(2) 宿泊客数・観光消費額の推移	11
(3) 観光客の動線	12
(4) 宿泊客の居住地・構成	13
(5) 観光客の特性とニーズ	14
(6) 観光客の観光消費額	14
第3章 前計画(平成28年度～令和2年度)の検証	
1. 雲南市観光振興計画の概要	15
2. 施策の振り返り	16
(1) 雲南市観光振興会議と観光マーケティングチームの設置	16
(2) 市民を巻き込んだ観光まちづくりの推進	16
(3) 「たたら」への追い風を活かした観光地づくり	16
(4) 日本版DMOを目指した観光協会の機能強化	17
(5) マーケティング手法を活用した情報発信	17
(6) アクセスの良さを活かした観光ルート開発	17
(7) 道の駅等の目的地化、アウトドア施設等の活用	18
(8) 産業や地域の取組を活かした新たな観光推進	18
3. 数値目標の状況	19
第4章 雲南市観光の方向性	
1. 雲南市の観光課題	20
(1) 雲南市の観光課題の抽出と整理	20
(2) 雲南市のもつ観光の強みと弱み	21
(3) 雲南市の観光の推進要因と阻害要因	21
2. SWOT分析から導き出す観光の方向性	22

目次

第5章 計画の目指す姿

1. 計画の将来像	24
2. 計画の指標	24
3. 計画の目指す姿	25
4. 計画の推進体制	26

第6章 計画の重点戦略と基本事業

1. 本計画の施策体系	27
2. 施策・戦略の展開	28

基本施策 1 観光情報の発信

重点戦略(1) 特色と魅力ある観光情報の発信の充実

基本事業① きめ細やかな情報発信	28
基本事業② 旅行者視点に立った観光案内ツールの作成	28

基本施策 2 観光資源の充実

重点戦略(2) 自然、伝統、神話などの活用と体験素材の充実

基本事業③ 「たたら」の魅力創出への取り組み	28
基本事業④ “ほんもの体験”の提供	29
基本事業⑤ 季節の素材を活かした観光振興	29
基本事業⑥ 地域特有の資源を活かした観光振興	29

重点戦略(3) 本物素材を活かした食の活用

基本事業⑦ 観光商品の充実	30
基本事業⑧ 食と食文化の活用	30

重点戦略(4) コロナ禍での新たな観光振興の取り組み

基本事業⑨ 新たな旅行スタイルへの対応	30
---------------------	----

基本施策 3 受け入れ体制の充実

重点戦略(5) 観光の動向分析とそれを活用した観光振興

基本事業⑩ 観光ニーズの分析による取り組みの実践	31
基本事業⑪ 観光関連団体との連携強化	31

重点戦略(6) 市民との協働による観光まちづくり

基本事業⑫ おもてなし力の向上	31
-----------------	----

基本施策 4 受け入れ施設の充実

重点戦略(7) 観光施設や道の駅の魅力化

基本事業⑬ 道の駅の魅力化	32
基本事業⑭ 観光施設等の環境整備	32

重点戦略(8) インバウンドへの対応と交通手段確保の取り組み

基本事業⑮ 外国人観光客に対する取り組み	32
基本事業⑯ 観光地への交通手段の確保	32

第7章 計画の進捗管理

計画の進捗管理	33
---------	----

○参考資料

雲南市観光振興計画策定検討会要綱	35
雲南市観光振興計画策定検討会委員名簿	36
雲南市観光振興計画策定検討会開催状況	37

第1章 雲南市観光振興計画策定の趣旨

1. 計画策定の趣旨

雲南市では、「みんなで挑戦！雲南のほんものを活かした地域が潤う観光まちづくり」※を基本理念に、平成28年3月に策定した「雲南市観光振興計画（計画期間：平成28年度～令和2年度の5か年）」に基づき、観光振興に取り組んできました。前計画が令和2年度で終了することから、「第2期 雲南市観光振興計画」を策定します。

この計画は、雲南市を取り巻く観光の情勢や今後の観光動向等を考慮しつつ、雲南市ならではの食の幸、伝統文化、自然景観など観光資源を利活用し、雲南市、観光関連団体、事業者、市民などが互いに協働しながら観光振興に取り組む指針とします。

みんなで挑戦！雲南のほんものを活かした
地域が潤う観光まちづくり

※観光消費額のアップをして、雲南市の多様な観光資源を市民総力で有効に活用していこうという思いをストレートに表現したもの

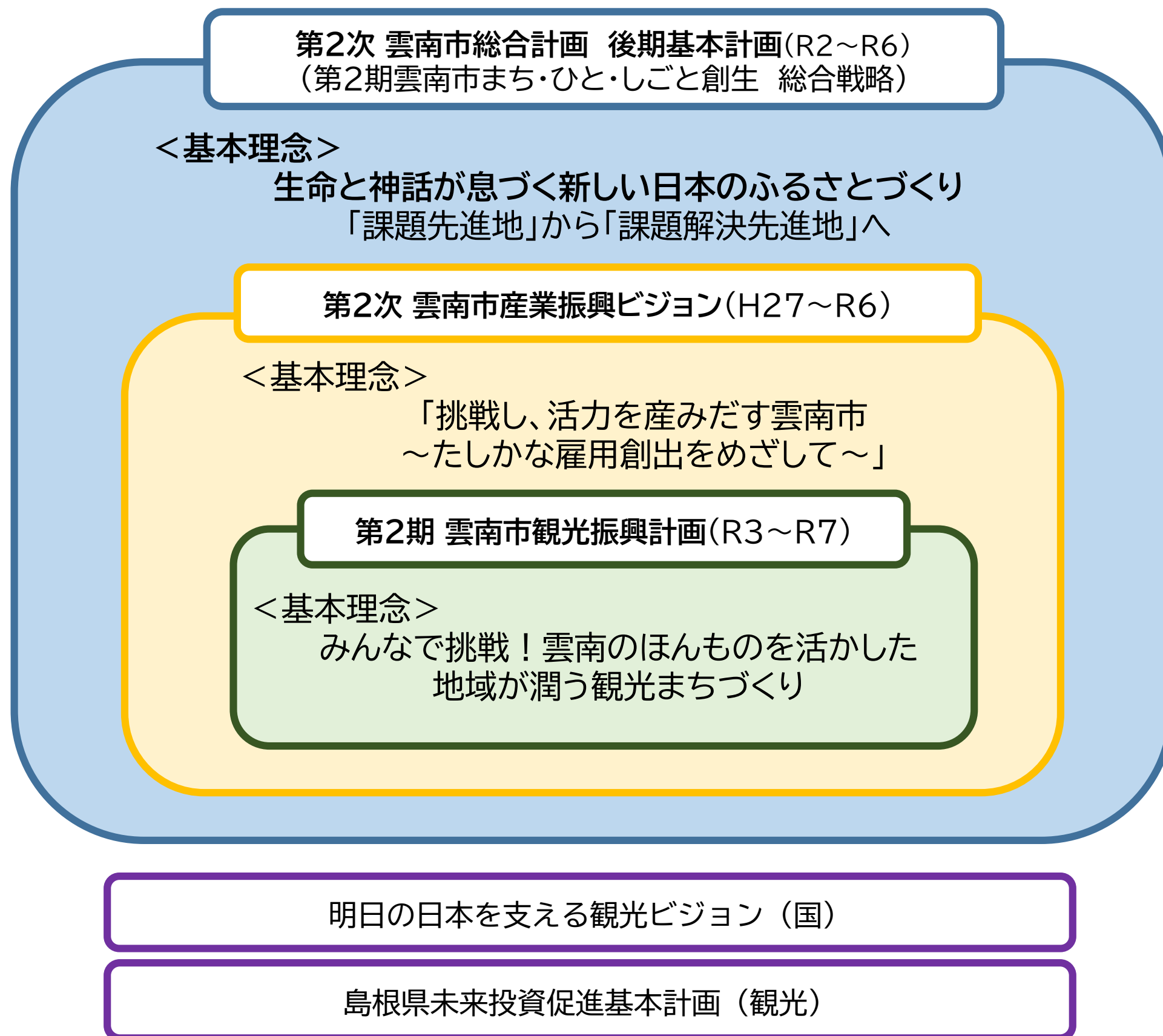
幸運なんです。
雲南です。

2. 計画の位置付け

本計画は、「第2次 雲南市総合計画 後期基本計画（R2～R6）」（以下「総合計画」という。）における「観光振興」施策の個別計画です。

また、雲南市の産業分野における指針を示した「第2次 雲南市産業振興ビジョン（H27～R6）」の一翼を担っています。

なお、国が定める「明日の日本を支える観光ビジョン」や島根県の定める「島根県未来投資促進基本計画」などとの関係を考慮しています。



3. 計画の期間

計画期間は、令和3年度から令和7年度までの5年間です。ただし、観光を取り巻く情勢や国・県の動向、関連計画の状況等を鑑み、必要に応じて計画の見直しを行います。

第2章 観光を取り巻く情勢と雲南市観光の現状

1. 新型コロナウイルス感染症に伴う観光動向

令和元年末に発生した「新型コロナウイルス感染症」は世界的に流行し、日本国内においても感染が拡大しています。

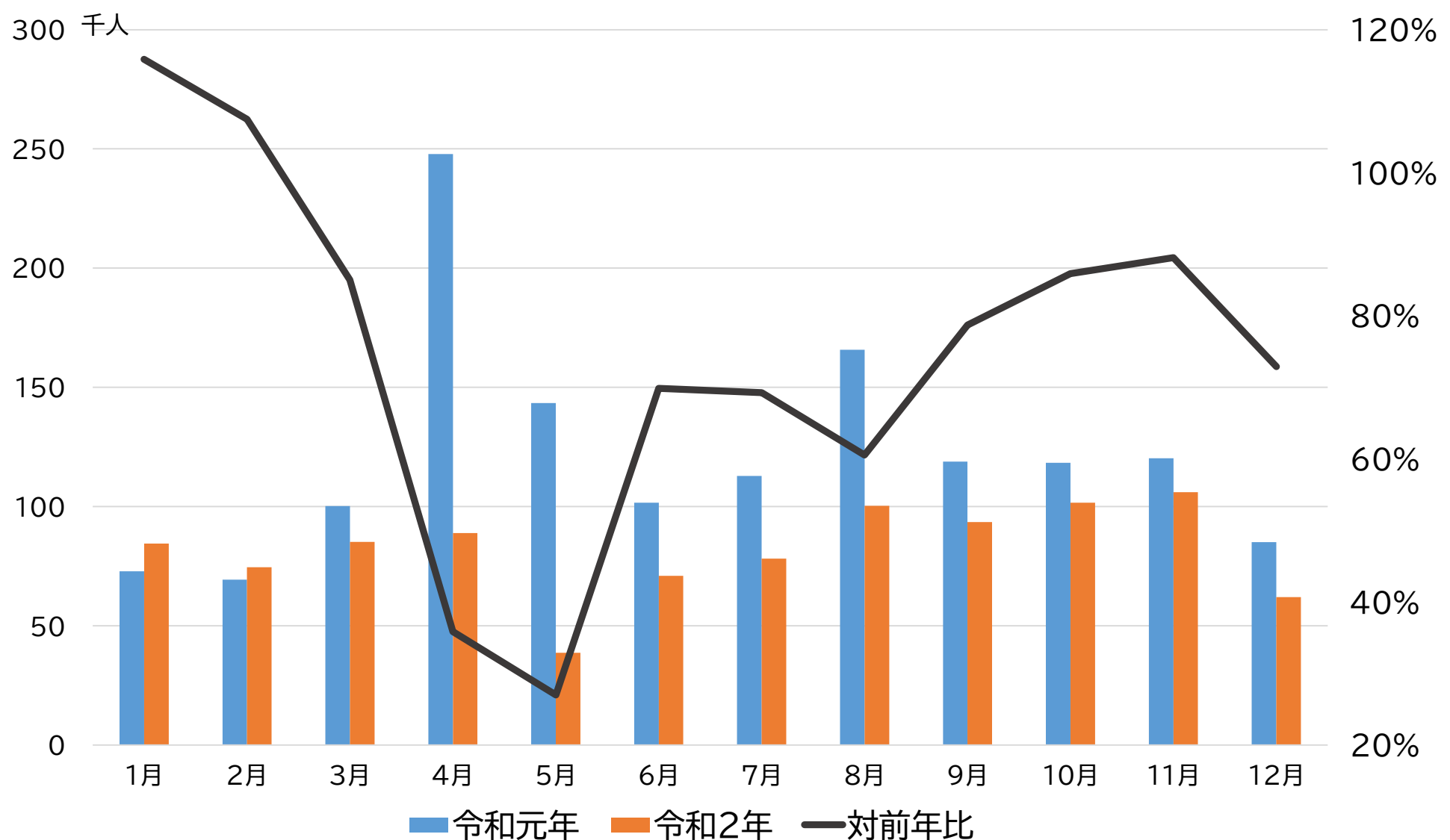
東京2020オリンピック・パラリンピックも延期され、この感染症がもたらす社会経済への影響は計り知れず、わたしたちの生活様式も大きく変化してきました。

また、観光を取り巻く状況についても、コロナ禍においては、観光産業の根幹である人の移動が制限され、外出を自粛することにより、旅行需要は大きく落ち込みました。

令和2年の雲南市観光入込客数は、とりわけ4月から5月の間は、前年比約70%減(4月64%減、5月73%減)となっています。その後、各団体等の消費喚起、観光誘引施策もあり、回復の兆しはあるものの、引き続き、前年に比べ低い水準となり、令和元年と令和2年との比較では、前年比約67.7%減となっています。

こういった状況下において、観光客の動向は3密を回避した観光地や感染リスクに配慮した旅行スタイルへとシフトする傾向にあると考えられ、いわゆる「Withコロナ」や「Afterコロナ」に対応した観光施策を進めていく必要があります。

雲南市観光入込客数推移（令和元年と令和2年との比較）



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
令和元年	72,894	69,370	100,206	247,882	143,427	101,584	112,900	165,754	118,865	118,331	120,268	85,062
令和2年	84,449	74,545	85,212	88,881	38,730	70,953	78,196	100,332	93,495	101,659	105,994	62,004
対前年比	116%	107%	85%	36%	27%	70%	69%	61%	79%	86%	88%	73%

2. 観光を取り巻く雲南市の情勢

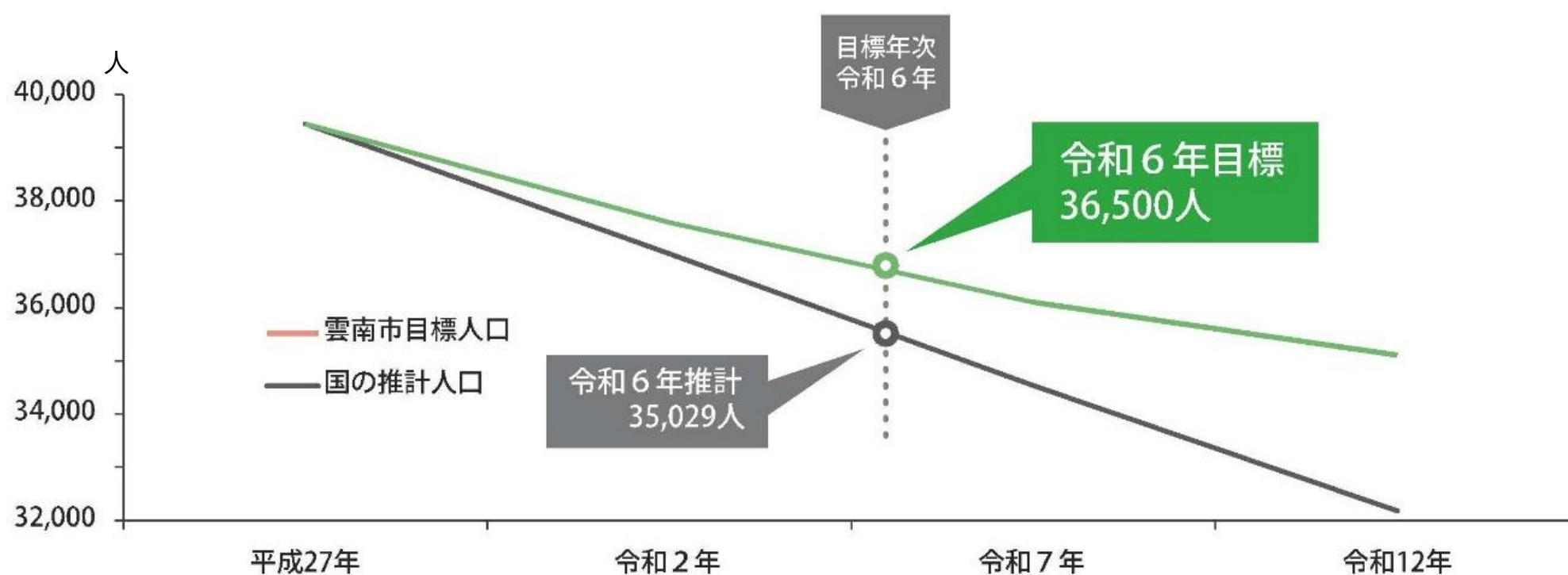
雲南市の人口は、平成17年国勢調査の44,403人から減少し続けています。全国的に人口減少がすすむ傾向が今後も続くと、令和6年には、推計で約35,029人となります。

雲南市における急激な人口減少は、自然減※1と社会減※2の2つの要素によります。要因として、自然減は全国的な傾向である少子化の結果であり、さらに20歳代から30歳代を中心とする子育て世代の社会減が大きく影響しています。このため、持続可能なまちづくりに向け、若者の人口流出を抑制し、移住・交流人口の増加により、次世代の担い手を確保していく必要があります。

そのような中、観光によるまちづくりは、人口減少社会における地域経済の減少を補う施策のひとつとして重要な役割を果たしています。雲南市への観光客による観光交流人口を増加させることで、地域経済の活性化を図り、持続可能な観光まちづくりの実現を目指していく必要があります。

※1自然減…出生数から死亡数を引いた人口が減少している状態。
※2社会減…転入数から転出数を引いた人口が減少している状態。

雲南市の将来人口設計



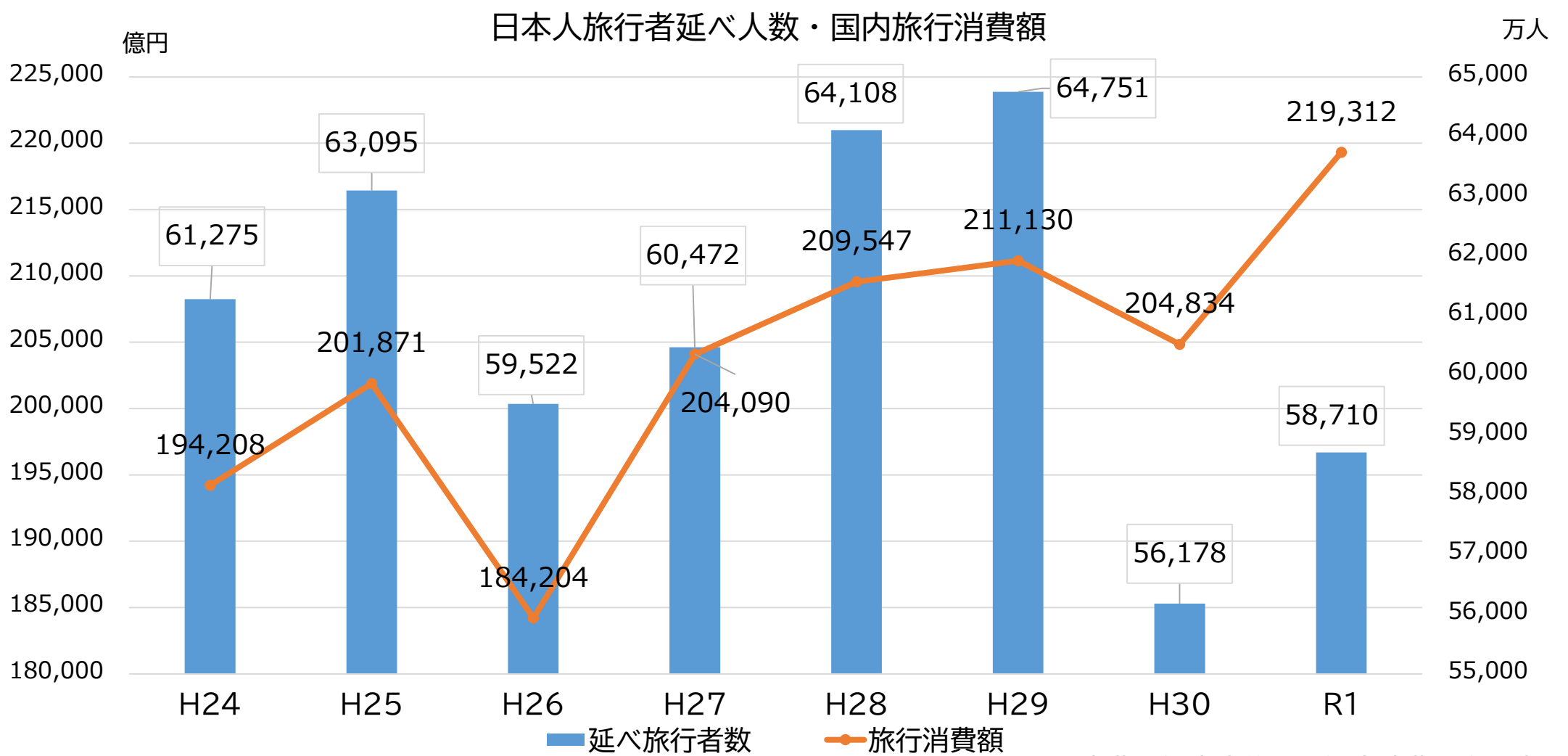
出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来人口推計人口(平成25年3月 推計)」

3. 観光市場の動向

(1) 国内観光市場の動向（旅行者延べ数・旅行消費額）

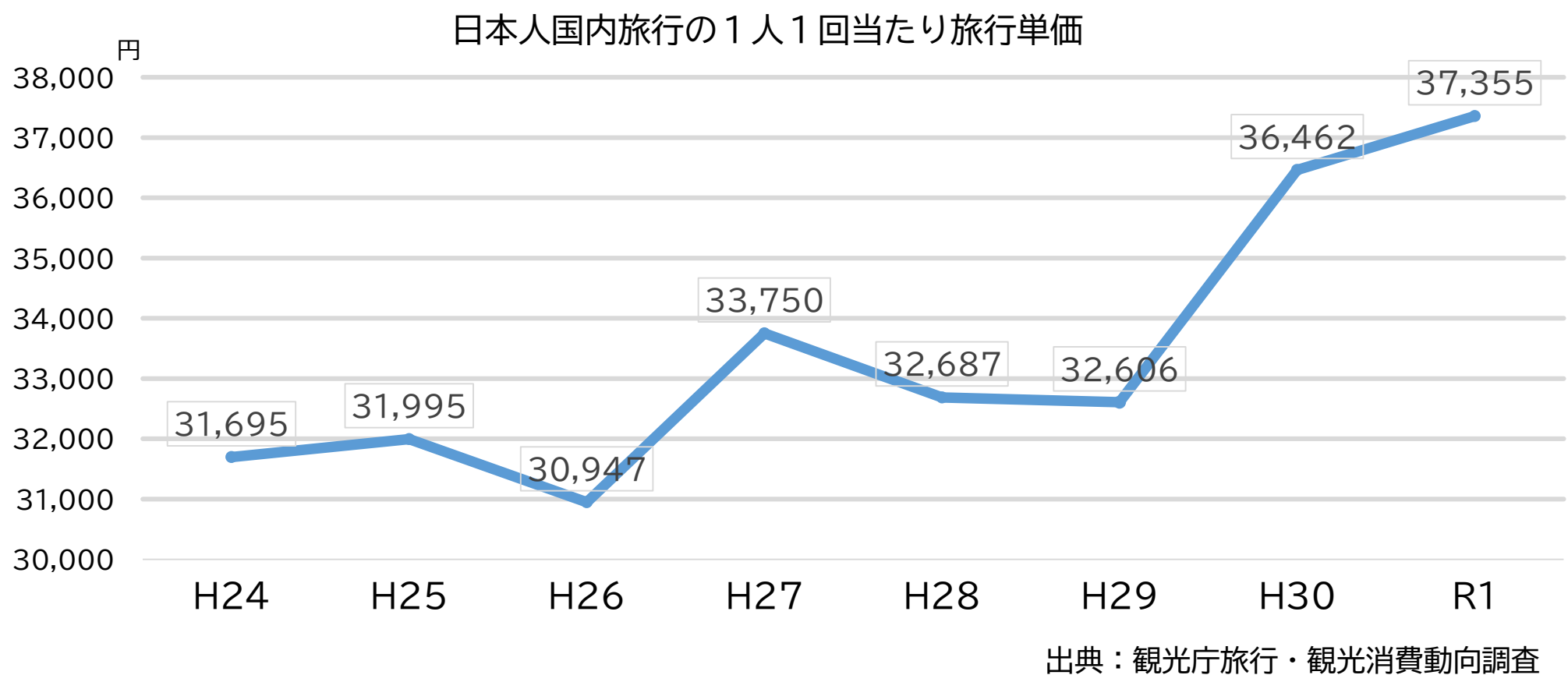
日本人旅行者の延べ人数は、平成26年の消費税引き上げの影響もあり落ち込みましたが、その後、平成29年まで増加傾向にありました。しかし、平成30年や令和元年は、豪雨、地震等の災害が相次いだことや台風、猛暑等の天候などが影響し大幅に減少しています。

また、日本国内の旅行消費額は、概ね日本人旅行者の延べ人数に比例し推移しています。



(2) 国内旅行単価の推移

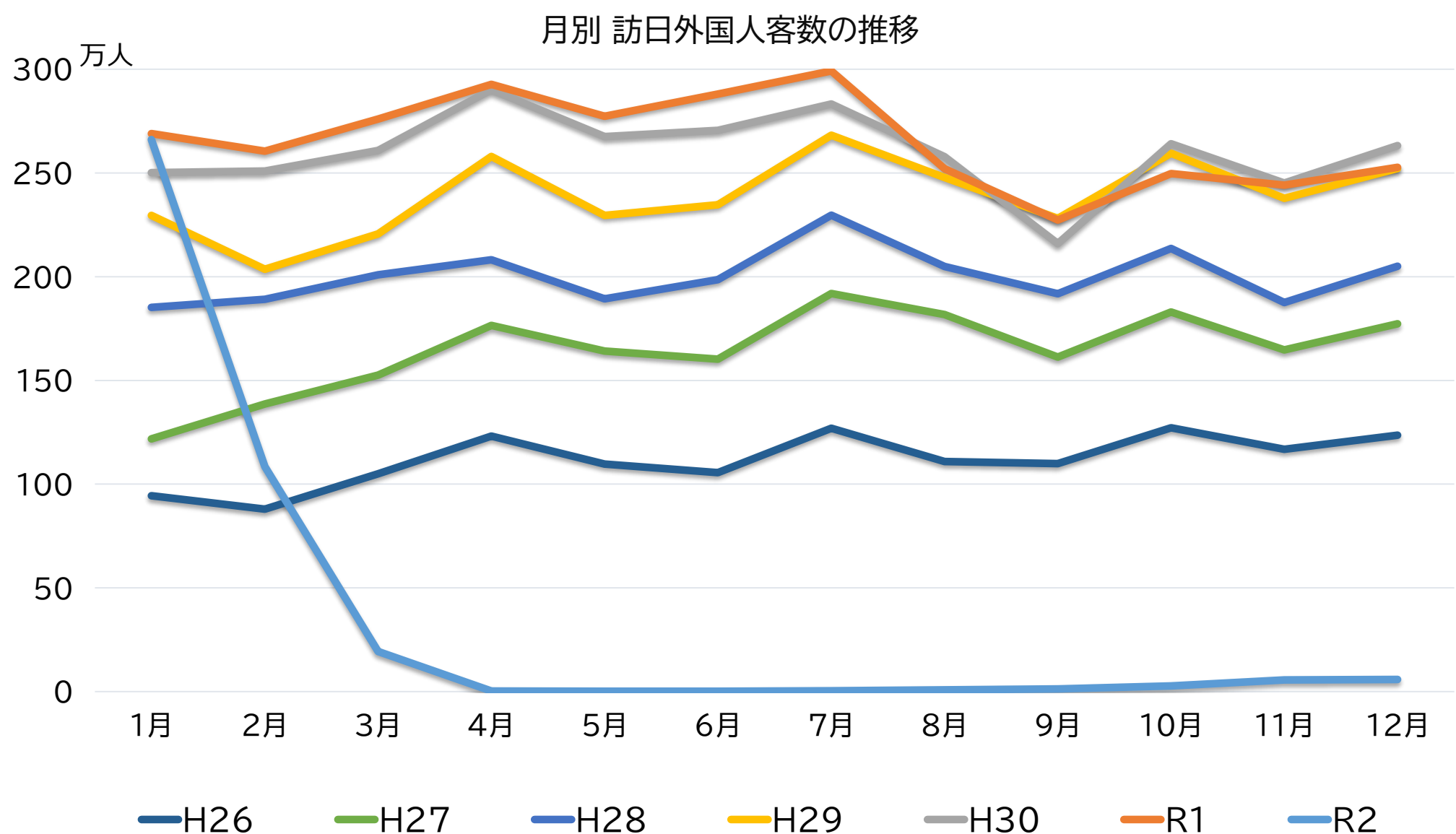
日本人国内旅行の1人1回当たり旅行単価については、平成29年以降は増加しています。平成30年以降の大幅な消費額の増加は、旅行価値観の変化や宿泊費やガソリン代の上昇なども要因として考えられています。



(3) 訪日外国人客数の推移（月別）

日本を訪れる外国人旅行客は平成24年以降増加しており、令和元年において過去最高の3188万2049人（前年比2.2%増）を記録しています。

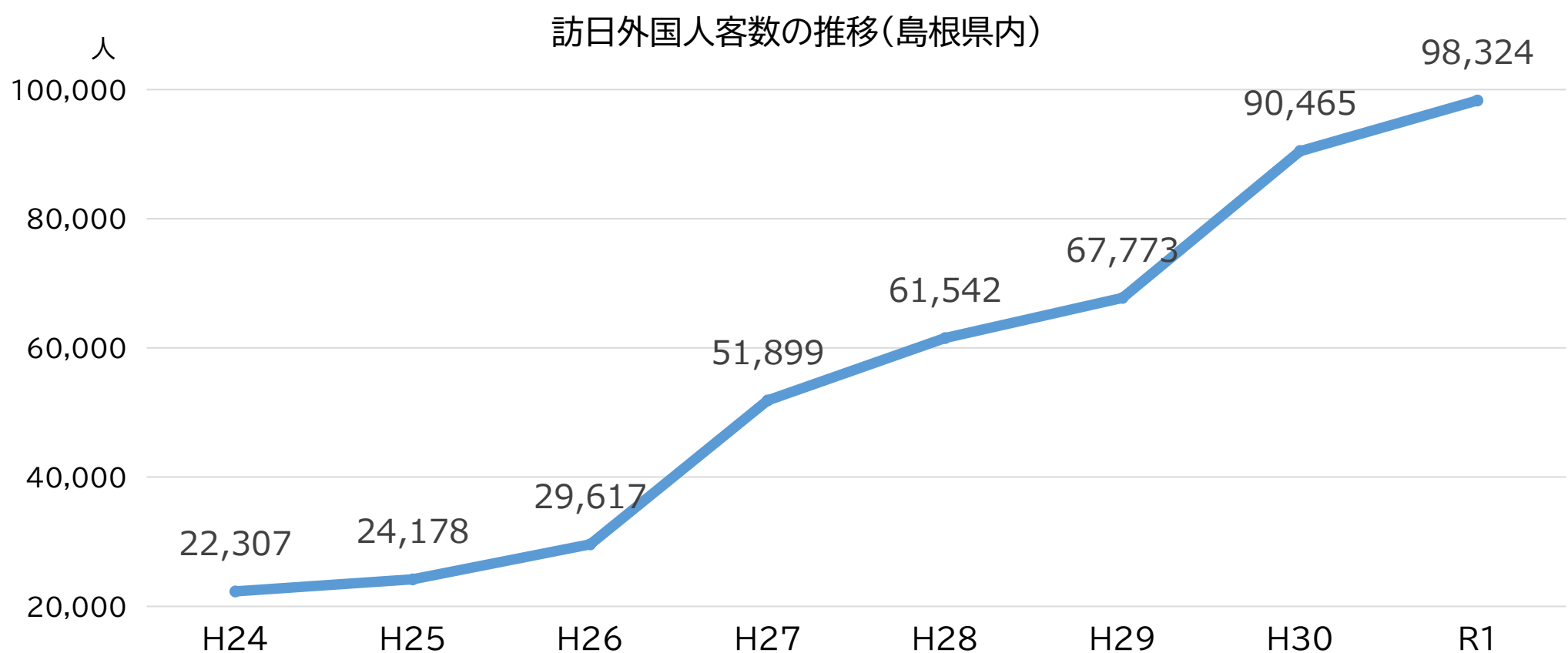
しかしながら、新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、令和2年については、集計値で411万5900人（推計値・暫定値含む）であり、前年比で87.1%減となっています。



出典：日本政府観光局(JNTO)

(4) 島根県訪日外国人客数の推移

島根県を訪れる訪日外国人客の延べ数は、平成24年以降増加しており、平成27年以降の境港への大型クルーズ船の寄港数の増加や平成28年の米子空港への国際定期便の就航などの影響もあり、令和元年において過去最高の98,324人を記録しています。



出典：島根県観光動態調査

(5) 国の施策

① 観光ビジョン実現プログラム2020

平成28年3月に、観光立国の実現を目指し「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定しています。令和2年7月には、今後1年を目途とした行動計画として、「観光ビジョン実現プログラム2020」が示されました。このプログラムでは、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光需要が大幅に減少していることを踏まえ、国内外の感染症の状況を見極めつつ、国内旅行とインバウンドの両輪により、観光立国を実現できるよう、政府、民間、地域が一体となって着実に実行していくこととされています。

I. 国内の観光需要の回復と観光関連産業の体質強化

まずは雇用の維持と事業の継続の支援策を最優先に取り組み、反転攻勢に転じるための基盤整備を行う。この中で、感染の状況等を見極めつつ観光需要を強力に喚起し、国内観光の回復を図ります。

II. インバウンド促進等に向け引き続き取り組む施策

これまで進めてきた受入環境整備や訪日外国人旅行者等の新たなコンテンツづくりを引き続き戦略的に取り組みます。新型コロナウイルスの感染症の状況に応じ、弾力的に取り組みを進めていきます。

② 令和2年版観光白書

観光白書は観光立国推進基本法に基づき作成され、観光の状況や観光施策などを報告しているものです。

I. 国内観光の動向

令和元年の日本の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.36回、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.31泊でした。日本における旅行消費額の8割以上は日本人の国内旅行であり、そのうち6割は都市部でなく地方部で消費されています。また、国内宿泊観光旅行の旅行者数は伸びていませんが、消費単価及び消費額は増加傾向にあります。人口減少が進む中、旅行の高付加価値化が重要となっています。

II. 令和2年度に講じようとする施策

新型コロナウイルス感染症の影響により、全方面からの訪日旅行者は大幅に減少し、国内においても旅行のキャンセル、予約控えや外出自粛の影響を受け、観光需要は大きく減少しました。全国の旅行業、宿泊業をはじめ、地域の交通や飲食業、物品販売業など多くの産業に深刻な影響を与えています。このため、①感染拡大を防止し、早期に収束、②その間、雇用の維持・事業の継続の支援に注力するとともに、反転攻勢に転じるための基盤を整備、③状況が落ち着き次第、強力な国内需要の喚起策を実施、を支援策の3本柱として、観光産業の回復を図ります。その上で、国・地域ごとの感染収束を見極め、誘客可能となった国などからインバウンドの回復を図ることで、再び観光を成長軌道に乗せ、観光で日本の津々浦々が活性化する観光立国の実現を目指しています。

(6) 島根県の施策

平成29年7月に政令・省令が公布され、地域未来投資促進法が施行されました。島根県では、市町村と県において、「島根県未来投資促進基本計画（観光）」を策定し、平成29年9月に国の同意を受けました。（計画期間：平成29年度から平成34年度）

この計画では、観光による地域産業の活性化、雇用の維持・拡大に向けて、豊富な観光資源を活用した魅力ある観光地づくり、誘客対策、観光情報の発信、隣県など広域連携による観光に取り組みながら、観光立県の実現を目指して、観光の振興を県の重要施策の柱のひとつに位置付けると掲げています。

また観光は、引き続き成長が見込める産業であり、宿泊施設、観光施設をはじめとした幅広い観光産業で、観光客のニーズに対応した新しいサービスの創出や、施設・設備の新設やリニューアルを促進することにより、当該事業所の売上額と従業員給与など付加価値額の増加だけでなく、地域全体への観光客の増加などによる幅広い産業への経済波及効果により継続的な地域内経済の好循環を目指しています。

そのうち、雲南市の観光施策に関連する戦略（概要）は次のとおりです。

① 島根の古き良き歴史・文化、豊かな自然などの観光資源を活用した観光

島根県には、古事記、日本書紀、万葉集などに描かれ、古（いにしえ）から今もこの地に残る歴史・伝統文化、豊かな自然などが県内各地域に存在しています。これらの観光資源を活用することで、観光消費額を増加させ、売上額と付加価値額を伸ばし、従業員給与の増加と更なる設備投資の促進などによる地域内経済の好循環を目指します。

② 日本の原風景や自然体験などの観光資源を活用したインバウンド

地域への外国人観光客誘客による経済効果のさらなる取込みを図るため、山陰の情報発信や誘客対策などの取組みを推進しています。今後、外国人観光客を着実に増加させ、県内の経済に好循環を創出させるためには、新たな観光サービスの創出、宿泊施設や様々な体験を提供する観光施設などの新設・増設・改修などを県内全域で促進する必要があります。

③ 地域経済牽引事業※による高い付加価値の創出

観光分野の成長発展の基盤強化を図り、新たな観光ビジネスを創出していくためには、地域の事業者のニーズを的確に把握し、挑戦意欲を喚起する事業環境を整備する必要があります。そのためには、観光客のニーズに対応するための設備投資や新たな観光商品などの開発につながる人材投資など、経営力・技術力の強化を支援することが重要であり、人材、設備投資、財政・金融、情報、規制の特例措置などの面で、国の制度と一体となった支援施策を講ずることで、事業者のコスト負担やリスクの低減を図ります。

※地域経済牽引事業 公益財団法人しまね産業振興財団、公益社団法人島根県観光連盟、山陰インバウンド機構、地域の高等教育機関である島根大学、島根県立大学、松江高専、また、商工会議所、商工会、中小企業団体中央会等の商工団体、地域の金融機関など、県内に存在する支援機関が緊密な連携による支援事業

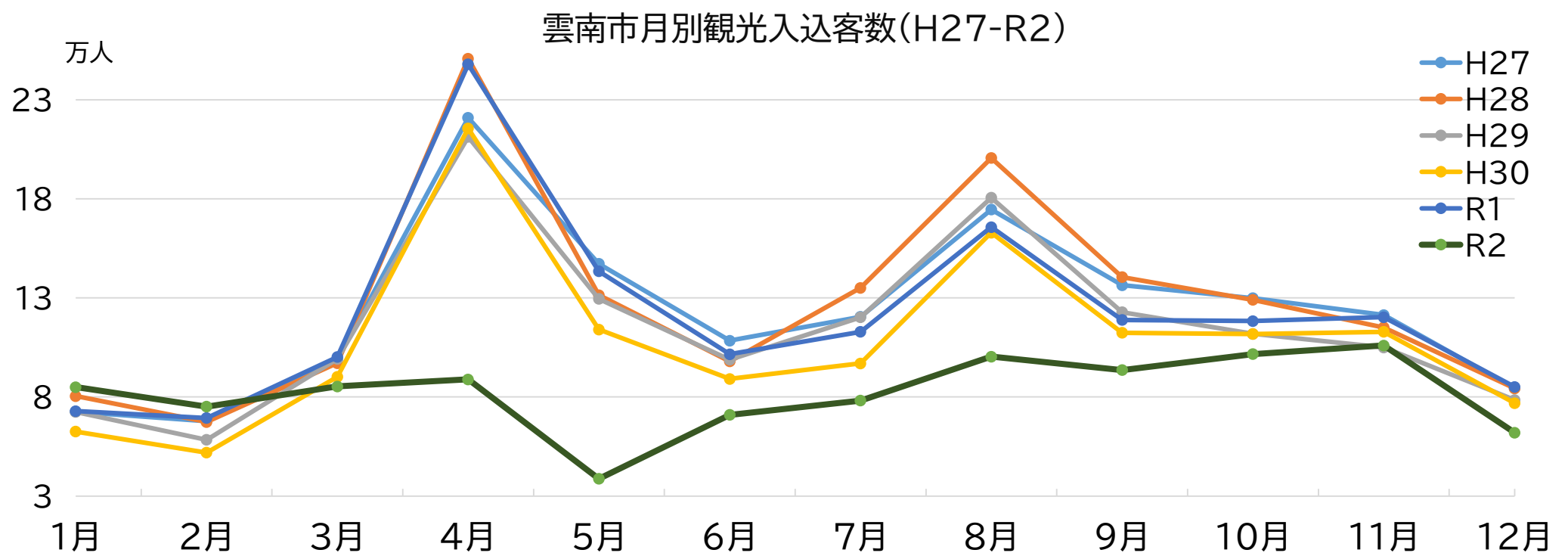
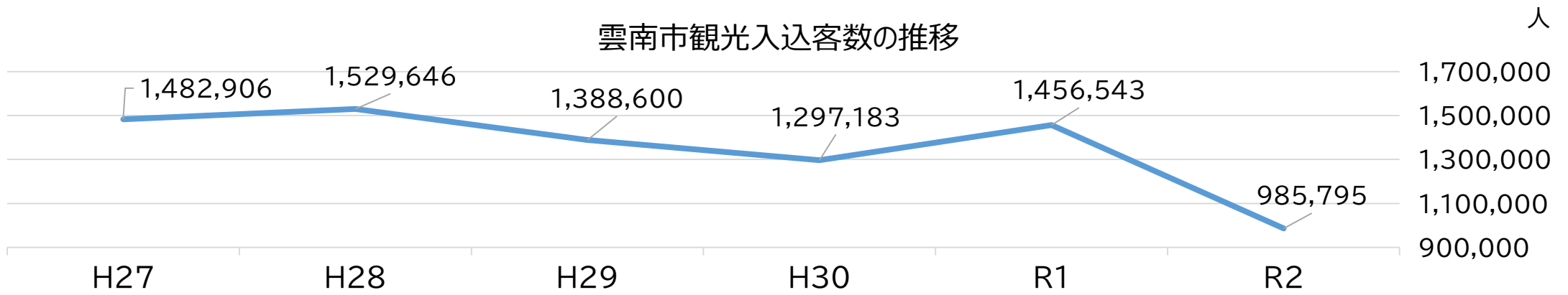
なお、令和2年度の島根県「人口減少に打ち勝つための総合戦略」における観光振興策は、①地域資源を活用した魅力ある観光地域づくり、②美肌観光の推進、③島根に行きたくなくなる観光情報の発信、④ターゲット国を中心とした外国人誘客の推進、の4事業を中心に展開しています。



4. 雲南市観光の現状

(1) 観光入込客数の推移

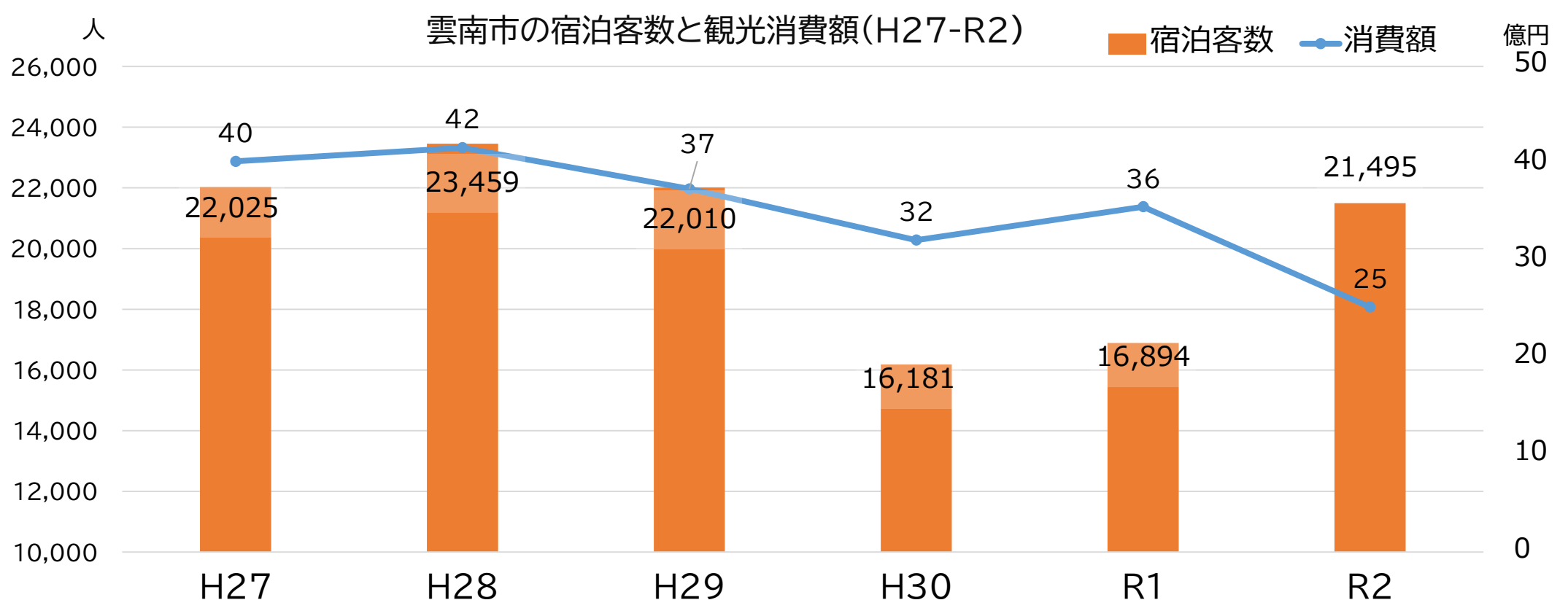
雲南市の観光入込客数は、平成27年3月の尾道松江線の全線開通の影響もあり、平成28年には1,529,646人で過去最高を記録しました。平成29年及び平成30年は、前年比で減少傾向となっておりますが、これは豪雨、地震等の災害が相次いだことや台風、猛暑等の天候等が影響していると考えられます。また、月別の入込客数は、4月の桜まつりや8月の観光シーズンに多くなっています。



出典：島根県観光動態調査

(2) 宿泊客数・観光消費額の推移

雲南市の宿泊客数と観光消費額は、概ね観光入込客数に比例し推移していますが、平成30年及び令和元年は宿泊施設の改修に伴い宿泊客数が減少しており、観光消費額に影響が出ています。



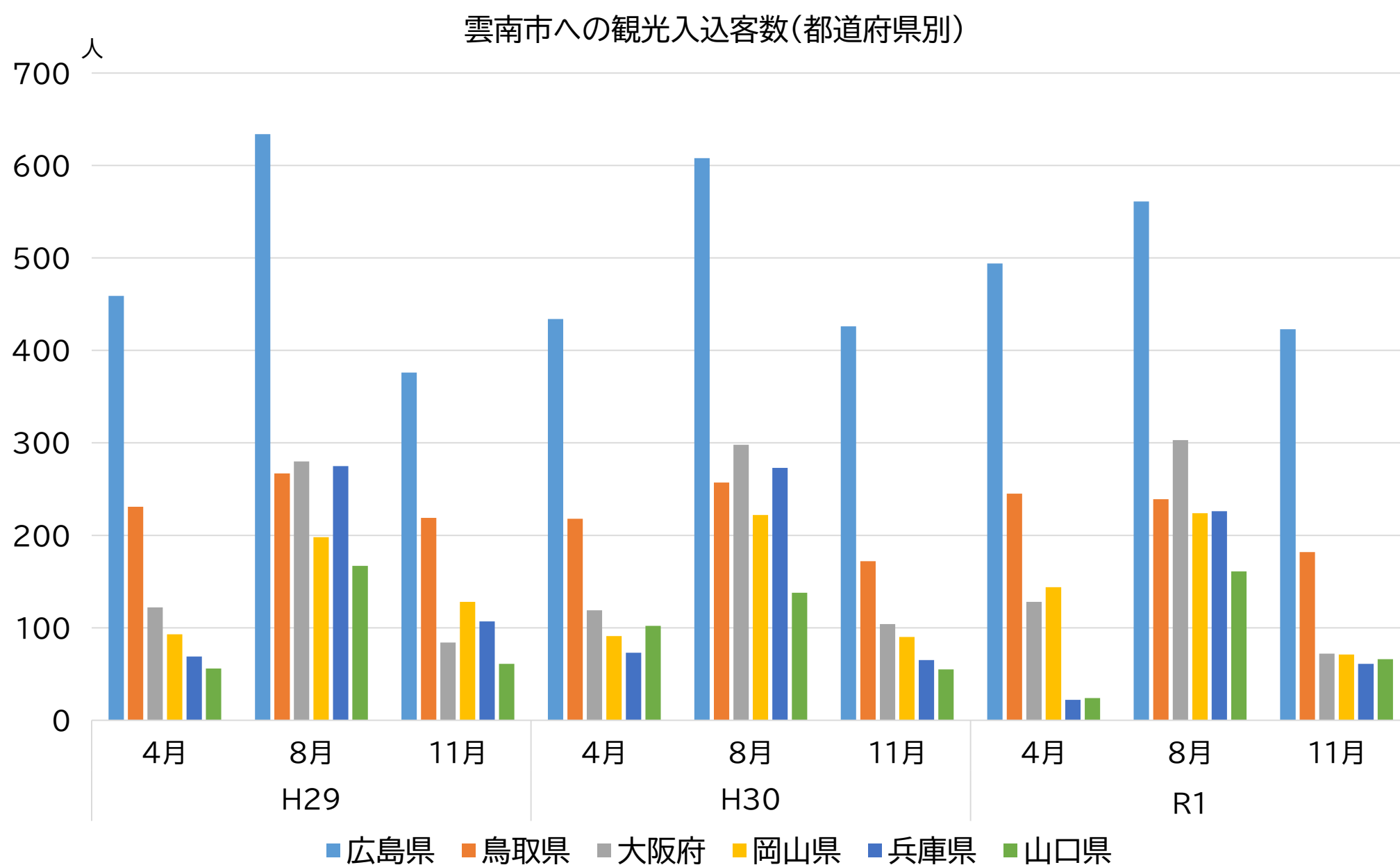
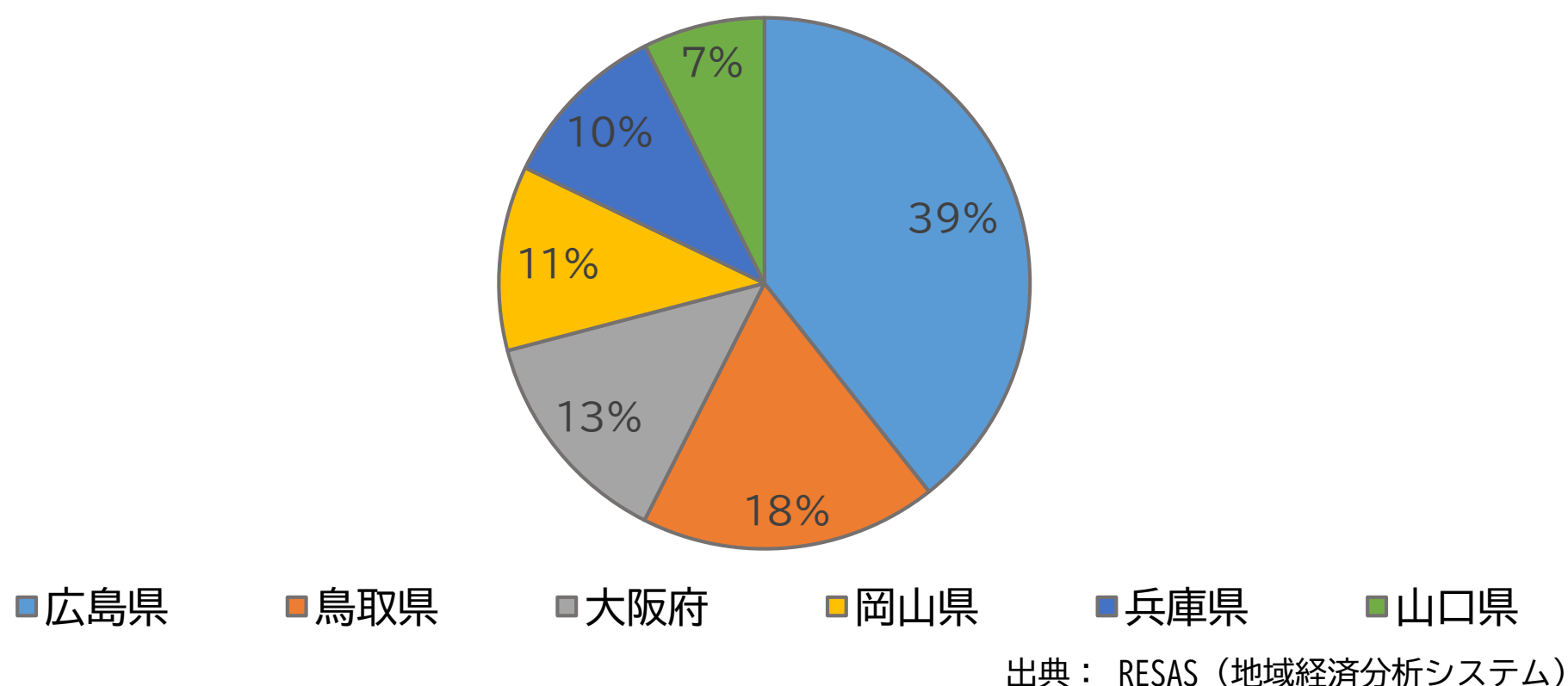
令和2年の観光消費額は推計値

(3) 観光客の動線（都道府県別）

雲南市への観光入込客数を都道府県別にみると、広島県からも来訪が最も多く全体の4割を占めています。次いで、鳥取県、大阪府、岡山県からの入込が多くなっています。なお、この数値は、RESAS（地域経済分析システム）※データの観光入込客数（平成29年から令和元年までの平均）の上位都道府県の割合と4月、8月、12月の動線状況を比較したものです。

※RESAS（地域経済分析システム）は、経済産業省と内閣官房が提供している。産業構造や人口動態、人の流れなどに関するビッグデータを集約し、可視化を試みるシステム

雲南市への観光入込客数割合(都道府県別3か年平均)平成29年～令和元年

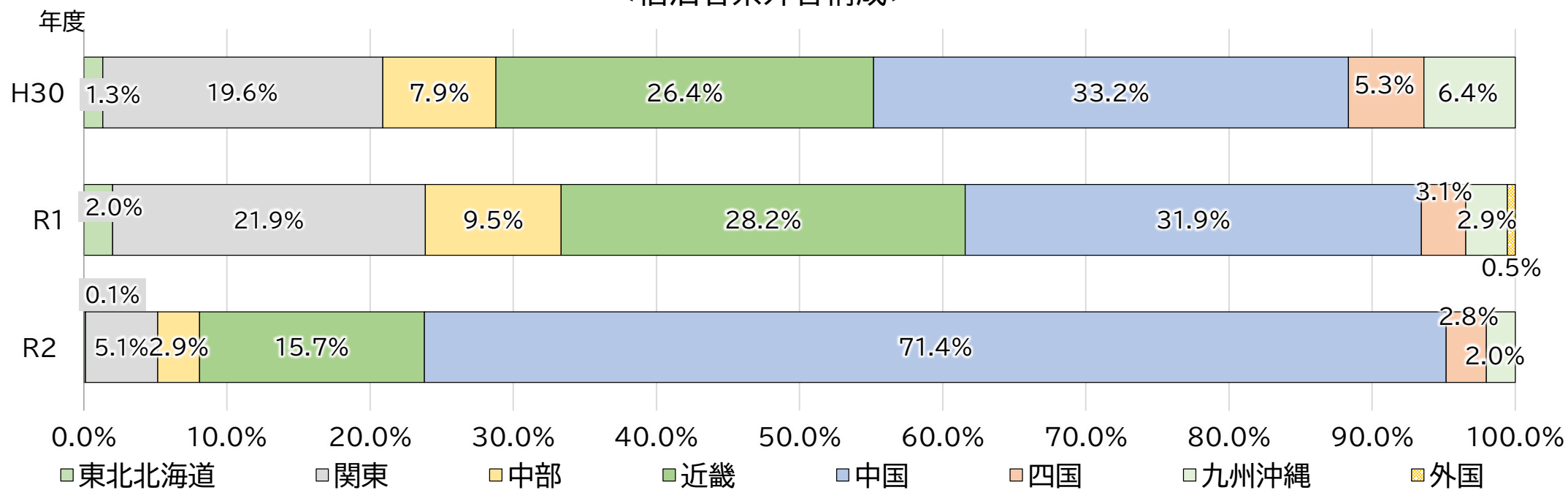


(4) 宿泊客の居住地・構成（宿泊利用者アンケートから）

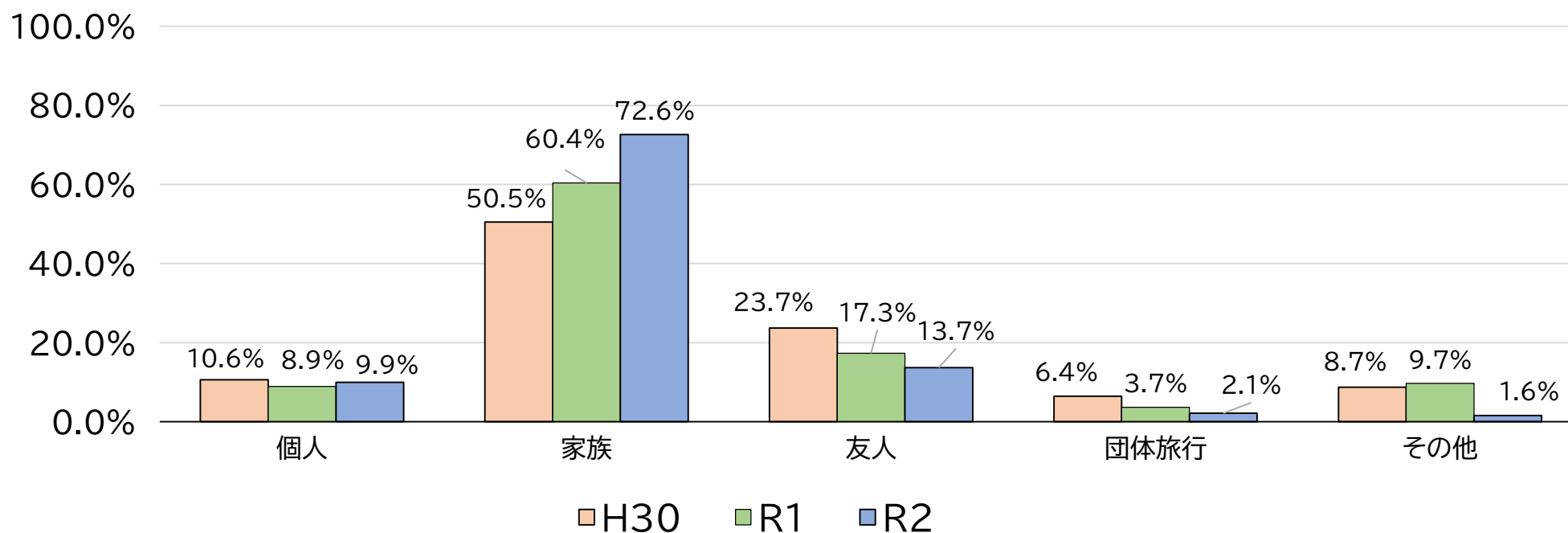
雲南市では、平成30年度から市内宿泊施設（13施設）における宿泊利用者アンケートを実施し、その結果を各施設へフィードバックしています。（有効回答数 1,912人）

そのアンケート結果によれば、宿泊者の構成は、中国地方からが3割を超え、近畿地方と合わせると約6割を占めています。宿泊同行者は、家族が半数以上を占め、次いで友人、個人となっています。利用されている交通手段は、自家用車やレンタカーでの来訪が全体の8割以上を占めています。令和2年度は、中国地方からの割合が大幅に増えています。

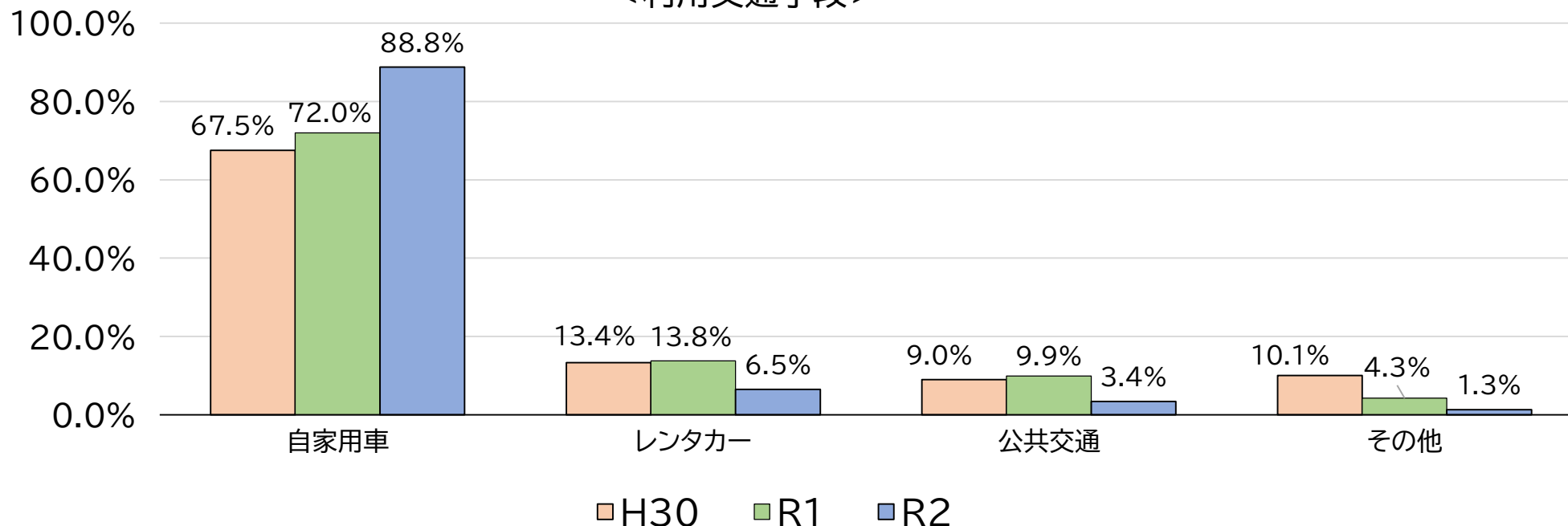
<宿泊者県外客構成>



<宿泊同行者>



<利用交通手段>

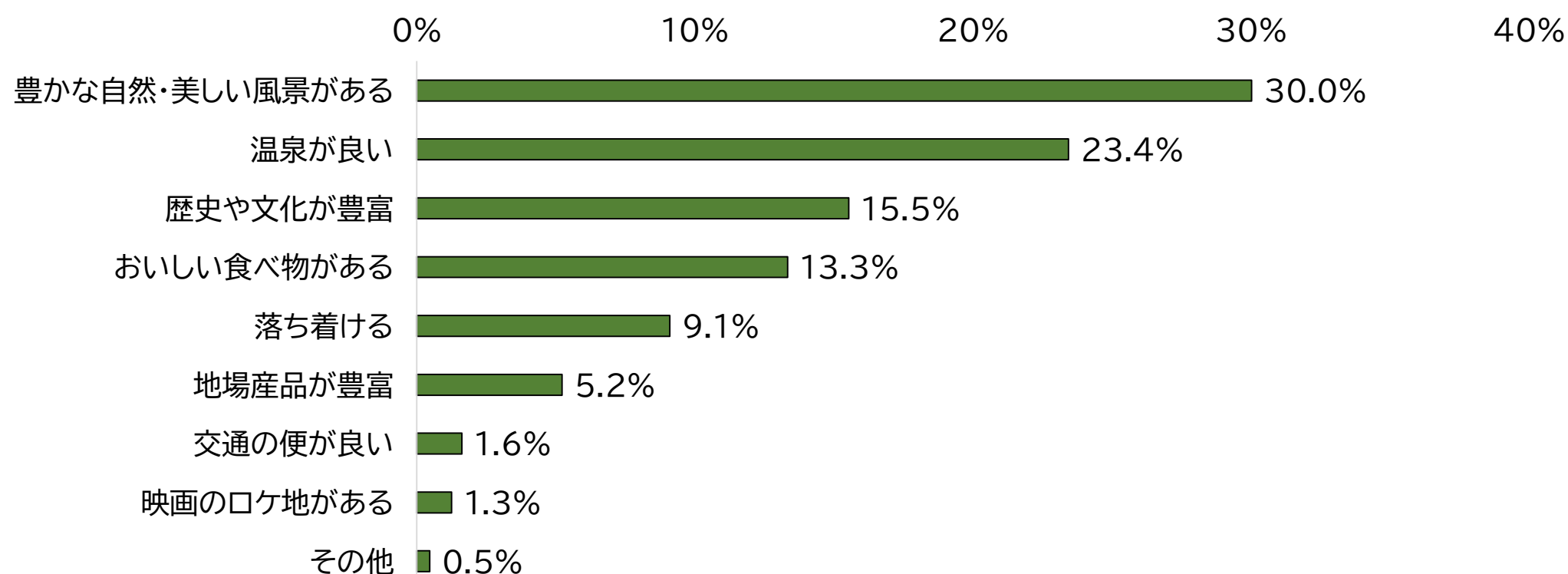


出典：雲南市宿泊利用者アンケート結果

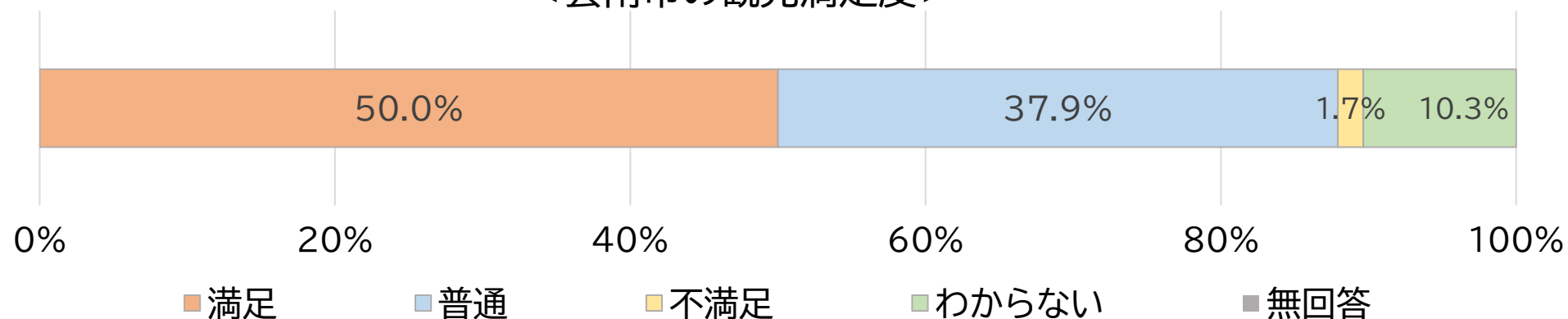
(5) 観光客の特性とニーズ（宿泊利用者アンケートから）

令和2年度の宿泊利用者アンケートでは、「雲南市の観光イメージ」及び「雲南市の観光満足度」の設問について新たに調査しました。雲南市のイメージでは、「豊かな自然・美しい風景がある」、「温泉が良い」の項目割合が高くなっています。また、雲南市観光の満足度については、「満足」との回答割合が半数を占めています。

<雲南市の観光イメージ>



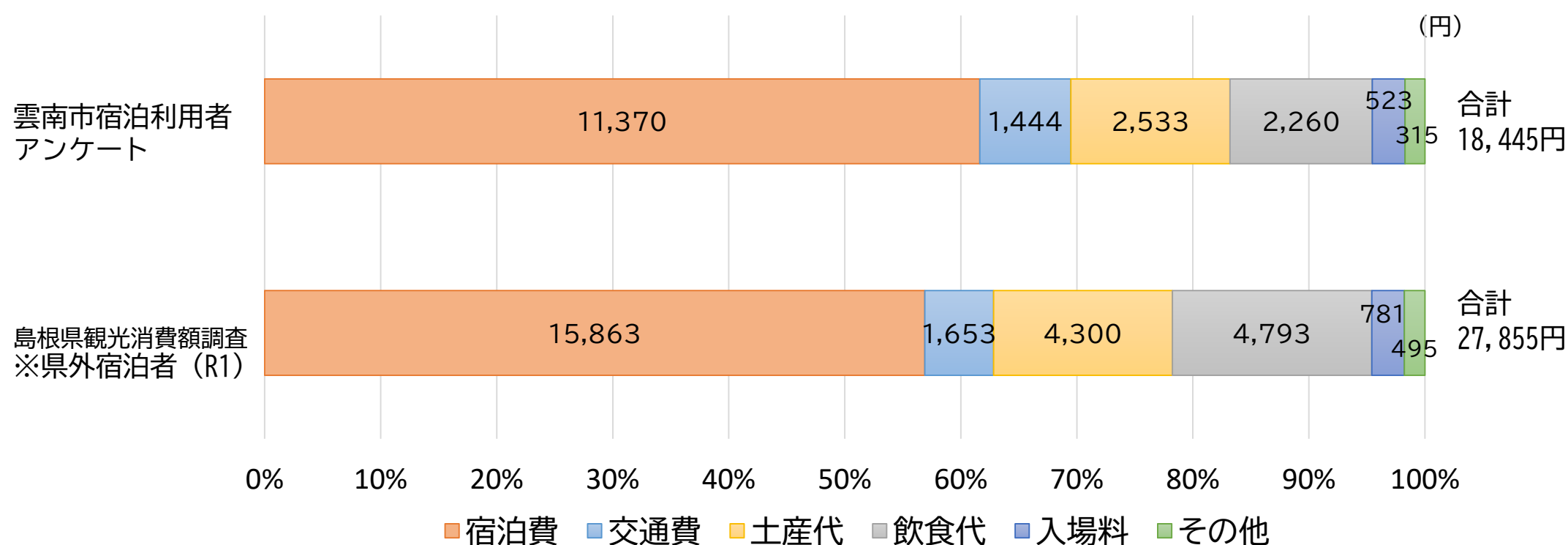
<雲南市の観光満足度>



(6) 観光客の観光消費額（宿泊利用者アンケートから）

雲南市の宿泊利用者アンケートでは、雲南市での観光消費額についても調査しています。島根県観光消費額調査と比較すると、いずれの項目も下回る結果となりました。これは、宿泊施設数による影響が大きいものと思われる。（有効回答数1,912人）

<一人当たりの観光消費額>



出典：島根県観光消費額調査、雲南市宿泊利用者アンケート結果

第3章 前計画(平成28年度～令和2年度)の検証

1. 雲南市観光振興計画の概要

平成28年3月に策定された雲南市観光振興計画(前計画)は、基本理念に「みんなで挑戦! 雲南のほんものを活かした地域が潤う観光まちづくり」を掲げています。

また、8つの重点戦略を設定し、20の施策を展開してきました。

基本理念(テーマ)

みんなで挑戦! 雲南のほんものを活かした 地域が潤う観光まちづくり

(観光消費額のアップをめざして、雲南市の多様な観光資源を市民総力で有効に活用していこうという思いをストレートに表現したもの)

重点戦略	施策
(1)雲南市観光振興会議と観光マーケティングチームの設置	①雲南市観光振興会議の設置 ②雲南市観光マーケティングチームの設置 ③観光関連データの継続的な調査
(2)市民を巻き込んだ観光まちづくりの推進	④雲南市への誇り(シビックプライド)の醸成 ⑤「ふるさと案内人(仮称)」の育成 ⑥観光客を意識した商品・メニューの開発支援
(3)「たたら」への追い風を活かした観光地づくり	⑦全市を挙げた「たたら」観光の推進体制の構築 ⑧来訪客の満足度を高めるための取組
(4)日本版DMOを目指した観光協会の機能強化	⑨「日本版DMOの候補法人」への早期登録
(5)マーケティング手法を活用した情報発信	⑩観光宣伝素材の収集・作成 ⑪雲南市PR大使によるさらなる情報発信
(6)アクセスの良さを活かした観光ルート開発	⑫3つのインターチェンジを活かしたルート設定 ⑬市外の観光地と組み合わせた観光ルートの確立 ⑭旅行会社・バス会社に対するセールス活動
(7)道の駅等の目的地化、アウトドア施設等の活用	⑮各道の駅の特長を活かした支援 ⑯アウトドア施設を含めた宿泊施設等の利用促進 ⑰観光施設の改善
(8)産業や地域の取組を活かした新たな観光推進	⑱産業観光の商品化促進 ⑲視察ツアー商品の開発 ⑳産業観光及び視察ツアーのセールス活動

2. 施策の振り返り

前計画の8つの重点戦略の取り組み状況についてまとめました。

(1) 雲南市観光振興会議と観光マーケティングチームの設置

雲南市観光振興会議は、計画の指標設定や進捗管理等を行う組織であり、観光マーケティングチームは、観光動態等のデータ分析を行い、情報発信の方法等を検討する組織です。それぞれの会議での議論を着実に計画施策へ反映できるような仕組みづくり（PDCAサイクルの確立）が不十分だったこともあり、これらの仕組みづくりが必要です。また、観光振興計画の進捗確認や改善に向けた観光動態の把握や観光ニーズ分析については、島根県観光動態調査のほか、平成30年度から実施している宿泊利用者アンケート調査や観光協会ホームページアクセス分析、RESAS（地域経済分析システム）データなど幅広く活用し、計画施策に沿った指標設定や状況分析をしていく必要があります。

(2) 市民を巻き込んだ観光まちづくりの推進

市報を活用した観光地紹介や市民向けの観光まちづくり研修会の機会を設けることで、雲南市を再発見するきっかけづくりを進めてきました。引き続き、地域自主組織やNPO法人等の地域活動団体との連携を深めながら、シビックプライド※の醸成に繋がる取り組みを展開していきます。また、雲南市観光ガイドやたたらガイド（出雲國たたらガイドの会）、山陰地域限定通訳案内士（山陰インバウンド機構）など幅広いガイド活動状況を把握しながら、観光客へのニーズに対応することも重要となっています。

なお、今後も雲南市新商品開発事業補助金等を活用して、観光客目線のおみやげやメニューの開発を支援し、観光消費額の向上を図っていくことも課題となっています。

※ シビックプライド 愛着や誇りをもって、まちづくりに関わっていかうとする気持ち

<雲南市新商品開発事業補助金活用実績>

年度	H26	H27	H28	H29	H30	R1
件数	19	10	15	11	16	17
うち農商工連携協議会	7	2	2	3	4	2

開発商品：たたらカステラ、桜抹茶、桜クッキーなど

(3) 「たたら」への追い風を活かした観光地づくり

平成28年4月に、たたら関連施設やその歴史・文化などが、「出雲國たたら風土記～鉄づくり千年が生んだ物語～」として日本遺産認定されました。

認定後は、鉄の道文化圏推進協議会※を中心に、たたらガイドの養成や関係施設を巡るツアー催行、シンポジウムの開催など「たたら」に関する市内外へのPR活動を展開してきました。

一方で、「たたら」の魅力や鉄の歴史が伝わりにくい部分もあることから、分かりやすい情報発信を考えながら、引き続き「たたら」を活用した観光地づくりを進めていきます。



※鉄の道文化圏推進協議会 安来市・奥出雲町・雲南市が共同で取り組むプロジェクト
鉄の文化を保存・公開し、それを通じて未来への新しい可能性を創造していくことを目的としています。

(4) 日本版DMOを目指した観光協会の機能強化

観光地域づくり法人（DMO※）の設立については、より広域な観光エリアでの活動展開の方が効率的な面もあることから設置に至っていません。雲南市単独ではなく広域連携による観光地域づくりを模索していく必要があります。

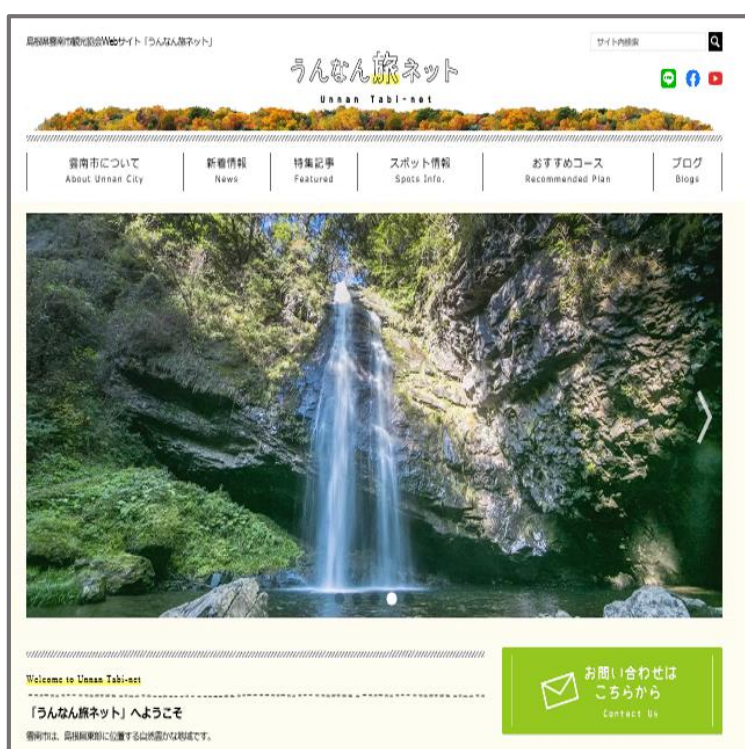
※DMO Destination Management/Marketing Organizationの呼称。観光地域毎に、マーケティングやマネジメント等を行い観光地域づくりを行う組織。地方ブロックや複数の地方公共団体での区域で組織する「広域・地域連携DMO」や単独自治体で組織する「地域DMO」があります。

(5) マーケティング手法を活用した情報発信

情報発信を強化するため、観光協会のホームページの改修を行い、SNS※とあわせた情報発信を進めています。市内事業者を対象にした情報発信の活用を学ぶ講座を開催しました。

また、観光マーケティングチーム会議を開催し、情報発信について検討を進めましたが、会議の議論を形にできていない面があり、引き続き様々なツールを活用した取り組みが必要です。

市内観光事業者と連携し、瑞風の立ち寄り地やたたらのみち並みなどの観光素材を活用したガイドブックを発刊するなど、積極的にPRしてきました。引き続き体験メニューを整理し、テーマや季節ごとにまとめながら、ブラッシュアップ（磨きあげ）していく必要があります。



うんなん旅ネット

※ SNS Social Networking Serviceの呼称。Web上で社会的ネットワークを構築可能にするサービスで、Twitter(ツイッター)、Facebook(フェイスブック)、Line(ライン)やInstagram(インスタグラム)などがあります。

<うんなん旅ネット(観光協会ホームページ)閲覧数> (閲覧数:PV)

年度	H27	H28	H29	H30	R1
閲覧数	689,902	762,830	791,960	708,719	676,019

(6) アクセスの良さを活かした観光ルート開発

「ついでに雲南」のキャッチコピーを掲げ、全国的に知名度の高い出雲大社や松江城などからの誘客を促した観光宣伝を実施したほか、県内観光施設や出雲大社情報コーナーへのパンフレット配架や山陽方面、県西部地域の旅行会社・バス会社を訪問し、モデルコースを提示してセールス活動を行ってきました。また、山陰デスティネーションキャンペーン※に併せ、吉田町の定時ガイドや観光列車あめつちでの雲南PRなど、新たな取り組みにより雲南市への周遊促進を行いました。

鉄の道文化圏推進協議会や尾道松江線沿線の観光協会で設立した協議会「しまなみ・中国やまなみ沿線観光協会連絡協議会」などとの連携による周遊バスルートの設定やモデルコースの作成をしていく必要があります。

※山陰デスティネーションキャンペーン 鳥取県、島根県とJRグループ6社の共同により、平成30年、平成31年の両年7月から9月にかけて開催された大型観光キャンペーン

(7) 道の駅等の目的地化、アウトドア施設等の活用

雲南市内には、4つの道の駅（掛合の里、さくらの里きすき、おろちの里、たたらば壱番地）があり、これまで道の駅周辺のガイドマップ作成や情報コーナーでの観光PRを実施してきました。引き続き、道の駅間の情報共有を図りながら各施設の観光宣伝を強化し、それぞれの特色を生かした魅力ある道の駅づくりを展開していくことが重要です。

平成30年度から実施している市内宿泊客向けの利用者アンケートは、各施設へフィードバックし、おもてなしの向上を図ってきました。引き続き、市内宿泊と体験メニューを組み合わせた着地型ツアーの開発や旅行者ニーズに対応したきめ細やかな情報発信を行いながら、滞在型観光を促進していくことも課題となっています。

国民宿舎清嵐荘の改築整備や主要観光施設のトイレ整備、観光誘導サイン計画（平成26年12月策定）に基づく誘導看板の設置などを実施してきました。今後は、観光施設でのWi-Fi設備の充実も課題となっています。

＜市内道の駅観光入込客数＞ (人)

	H27	H28	H29	H30	R1	R2
掛合の里	66,672	69,997	65,532	62,431	61,212	48,476
さくらの里きすき	145,772	140,615	142,944	147,095	154,837	128,395
おろちの里	55,897	55,635	51,018	49,875	49,027	35,345
たたらば壱番地	470,632	418,794	378,227	356,304	374,698	237,781



道の駅 さくらの里きすき



掛合の里案内看板

(8) 産業や地域の取組を活かした新たな観光推進

観光商品や特産品プロモーションについて、雲南市地域経済振興会議や雲南市農商工連携協議会など関係機関との連携一層を深めて、観光消費額の向上に繋げていく必要があります。

また引き続き、伝統工芸や製鉄体験を通じたものづくり体験ツアーの企画など、雲南市ならではの着地型観光ツアーや教育旅行向けの商品などの造成とPRをしていく必要があります。島根県観光情報説明会や各種商談会へは、これまでも参加してきましたが、観光協会や雲南広域連合と調整を図り、より効果的なセールス活動も課題となっています。



出雲神楽とノスタルジックバスツアー



国民宿舎「清嵐荘」オープン

3. 数値目標の状況

前計画においては、総合計画で掲げた観光入込客数 150万人／年、観光消費額43億円／年（令和元年目標値）を目指しました。

中国横断自動車道尾道松江線（中国やまなみ街道）の全線開通の効果などもあり、平成28年には観光入込客数の目標値を上回りましたが、平成29年以降は目標値を下回る結果となっています。

	H26	H27	H28 計画策定時	H29	H30	R1	R2
観光入込客数 (単位:人)	1,376,832	1,482,906	1,529,646	1,388,600	1,297,183	1,457,238	985,795
観光消費額 (単位:百万円)	3,852	4,023	4,164	3,739	3,212	3,550	2,523

※令和2年の観光消費額は推計値



尾道松江線「中国やまなみ街道」全線開通
(平成27年3月)



日本遺産認定「出雲國たたら風土記～鉄づくり千年が生んだ物語～」
(平成28年4月)

総合計画においては、策定時の観光動向を踏まえ、新たに目標値を観光入込客数 138万人／年、観光消費額 38億円／年とそれぞれ設定しています。

<総合計画の成果指標>

成果指標	現状値(H30)	目標値(R6)
観光入込客数	129.8万人	138万人
観光消費額	32億円	38億円

前計画における振り返りを踏まえ、本計画においては、総合計画に掲げる観光入込客数や観光消費額のほか、市内宿泊数や観光協会ホームページへのアクセス数、年間のツアー受入数、観光ガイド実績などを重点戦略の成果指標として設定し、計画の着実な実施を図っていきます。

第2期雲南市観光振興計画 ⇒ 重点戦略ごとに成果指標(KPI)※を設定

※KPI 目標を達成する上で、その達成度合いを計測・監視するための定量的な指標

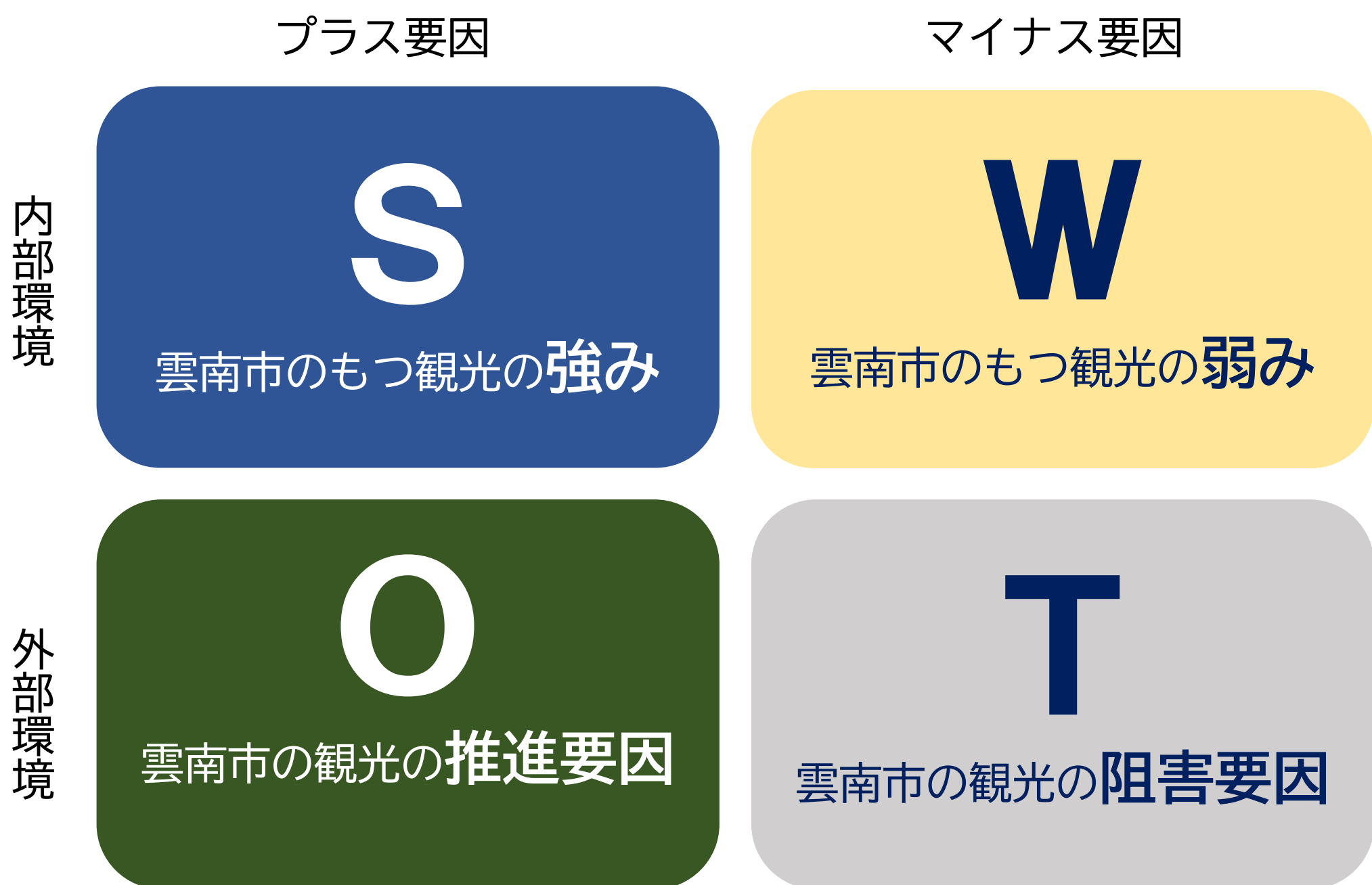
第4章 雲南市観光の方向性

1. 雲南市の観光課題

(1) 雲南市の観光課題の抽出と整理

本計画を策定するにあたり、雲南市観光振興計画策定検討会及びワーキング部会※1を開催し、前計画の振り返りと現状の観光振興における課題について検討しました。

この課題をもとに、SWOT分析※2手法により、観光まちづくりの方向性や進めるべき観光施策をまとめています。



※1 雲南市観光振興計画策定検討会及びワーキング部会

雲南市観光振興計画策定検討会は、多様な関係者の意見を反映させるために、一般社団法人雲南市観光協会や雲南市商工会、島根県農業協同組合雲南地区本部、雲南市地域自主組織連絡協議会、観光関連事業者などで構成する組織です。また、ワーキング部会は詳細な検討を行うために組織し、検討を行いました。

※2 SWOT分析

組織のビジョンや戦略を企画立案する際に利用する現状を分析する手法のひとつ。SWOTは、Strength（強み）、Weakness（弱み）、Opportunity（機会）、Threat（脅威）の頭文字を取ったものです。

様々な要素をS（強み）・W（弱み）・O（機会）・T（脅威）の4項目に分類し、表にまとめることにより問題点を整理したり、解決策を検討します。

(2) 雲南市のもつ観光の強み・弱み

雲南市のもつ固有の観光資源や立地条件、観光振興計画策定検討会ワーキング部会による意見を踏まえ、SWOT分析のための雲南市のもつ観光の強みと弱みを内部要因としてまとめました。

観光の強み Strength

I・Uターン者等による外部視点での情報発信
ワイン、牛乳・乳製品、米、牛肉、たまごなど豊かな食材
(食通が認める食材)、食文化と生産者
尾道松江線や出雲空港からのアクセスが良い
個人や小規模人数での受入れ施設が多い
山や川等の豊富な自然や原風景(山王寺棚田、龍頭が滝・八重滝、田舎らしい風景)
神社、温泉等や固有の観光資源(日本初之宮「須我神社」、桜、海潮温泉、出雲湯村温泉)
歴史的な遺産や伝統芸能(加茂岩倉遺跡、菅谷たたら山内、出雲神楽、ヤマタノオロチ伝承地)
市内にキャンプ場や産直市場が多い
「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」の立ち寄り観光地
平和学習施設(永井隆記念館)がリニューアルオープン
国民宿舎清嵐荘の整備により団体向け宿泊誘致が可能
めったに渋滞せず、駐車場が無料である
人の温もり、優しさがある

観光の弱み Weakness

観光客ニーズの可視化ができていない(観光マーケティング不足)
観光地としての認知度が低い=観光客が少ない
観光地として売り出す気概が感じられない
全国区のコンテンツ(例:出雲大社、宍道湖、松江城など)がない
観光資源が点在しているので周遊しにくい
魅力と特色ある観光施設が少ない
お土産を専門的に取り扱うお店が少ない(観光商品の販売力不足)
観光客向けのWi-Fi環境が整備されていない
看板の老朽化があっても修理できていない
桜の名所である樹木の高齢化と樹勢維持
道の駅の目的化・特色づくりが不十分
交通機関(バス、タクシーなど)の利便性が低い
インバウンドへの受け入れ体制不足
観光推進体制が弱い(広域連合・観光協会など関係機関の連携、観光メディアとのつながり)

(3) 雲南市の観光の推進要因と阻害要因

新型コロナウイルス感染症に起因する観光要因や国や島根県による観光誘引施策などの雲南市の観光への外部要因を追い風(機会)と向かい風(脅威)に例えてまとめました。

追い風 (機会) Opportunity

GoToトラベルや地域共通クーポン等による観光誘引
コロナ禍における個人や少人数旅行の増加
コロナ禍における近隣地域等への日帰り旅行ニーズが高まっている(マイクロツーリズム)
旅行ニーズの多様化・分散化(ひとり旅、コスプレなど)
田舎エリアやアウトドアへの関心の高まり(3密回避)
安全・安心の食への関心の高まり
旅行1回当たり観光予算が増える傾向(旅行消費単価の増加)
アニメによる刀剣ブームで「たたら」が再注目
高齢人口の増大(高齢者好みの資源が多い)
民間宿泊施設の整備
大学との連携協定締結(学生によるフィールドワークや情報発信)

向かい風 (脅威) Threat

ステイホームに起因する旅行控え
感染リスクの観点から、都会地からの旅行客が敬遠される
コロナ禍により団体旅行の減少
コロナ禍による航空やJR路線の便数の減少
コロナ禍による観光イベントの中止・縮小
近隣観光地との観光需要(集客)の奪い合い
高齢化や人口減少による労働力不足・観光事業縮小
空き家が増加傾向(地域景観の悪化=空き家対策)
インバウンド需要の落ち込みや外国人向け素材の情報発信不足
通販、会計、各種予約等のオンライン化が進まない
公共交通機関を利用しない観光スタイルが浸透

2. SWOT分析から導き出す観光の方向性（重点戦略の設定）

雲南市の桜や滝などの豊かな自然景観やたたら、出雲神楽などの歴史遺産や伝統芸能、たまごや乳製品など郷土が育む食・食文化などのほんものの恵みは、観光資源としての強みとなっています。一方で、観光地が広域に点在していることによる周遊のしにくさや観光マーケティング※を活かした効果的な情報発信力の不足、観光資源の魅力化(他の観光地との差別化)への取り組み不足、観光推進体制の連携不足などは、雲南市の観光まちづくりにとっての現時点での弱みとなっています。

今後の観光の方向性は、これらの雲南市の状況(内部環境)と、コロナウィルス感染症に起因する社会情勢や国や県の施策による観光誘引などの外部環境を基にして、観光の現状に関するSWOT分析により整理します。そして、整理した項目は、今後、雲南市の観光まちづくりにおいて重点的に取り組むべき事項(重点戦略)として位置づけます。

※観光マーケティング 旅行者のニーズや属性、動態などのデータを収集、分析し、観光誘客に繋げる手法

(1)雲南市のもつ観光の強みと追い風を活かし、積極的に取り組む

(Strength × Opportunity)

「自然、伝統、神話などの積極的な利活用と体験素材の充実」

コロナ禍においてマイクロツーリズム※の需要が高まっている中、雲南市固有の観光資源(自然景観や歴史遺産)や高速道路アクセスの利便性に加え、新たな宿泊施設、平和学習、伝統芸能(出雲神楽)など様々なコンテンツを活かした観光商品を山陽・山陰エリアや島根県内を中心に宣伝します。

増加傾向にある個人や家族旅行客をターゲットとした観光体験コンテンツのブラッシュアップ(磨きあげ)により、季節やテーマごとに特色ある観光体験メニューを提供し、地域住民や地元学生、U・Iターン者など様々な視点から情報発信していきます。

人との密を避けるため、田舎への旅行やアウトドアへのニーズが高まっていることから、雲南市のもつ豊富な景勝地やアウトドア施設などへの入込・利用状況を把握しながら、効果的に情報発信し、観光地としての魅力を高めていきます。

雲南市の観光の柱のひとつであるたたらは、希少な観光素材である一方、その魅力や歴史が伝わりにくい部分もあることから、分かりやすい情報発信の検討を進めながら、たたら関連施設やたたらが育んだ歴史や伝統、食などを積極的に活用した観光地づくりに取り組みます。

※マイクロツーリズム 自宅から1時間から2時間圏内の地元または、近隣への宿泊観光や日帰り観光

「ほんものの素材を活かした食の活用(雲南フードツーリズムの推進)」

国内旅行の1人1回当たり旅行単価が増加傾向にあり、同時に、安全・安心な食への関心も高まっていることから、観光体験コンテンツのブラッシュアップに合わせ、雲南市のもつ豊かな食とその食文化を効果的に発信し、雲南市らしい「食の幸」による雲南フードツーリズム※を推進していきます。

また、雲南市農商工連携協議会や地元企業、雲南市商工会、島根県農業協同組合雲南地区本部との連携を深め、その成果や評価を関係機関で共有しながら、観光客を意識した商品やメニューの充実を図ります。

※フードツーリズム 地域ならではの食や食文化をその地域で楽しむことを目的とした旅



焼きサバ



地元食材を使った料理



たまごかけご飯

(2) 追い風を活かし、雲南市のもつ観光の弱みを克服する

(Weakness × Opportunity)

「観光の動向分析とそれを活かした観光振興」

観光の動向やニーズなどのデータ分析が十分でなかったこともあり、観光地としての魅力向上や観光体験のブラッシュアップが進んでいないことから、観光マーケティング能力を高めます。そのためにも、雲南市や雲南市観光協会、雲南広域連合など関係組織が連動し、計画内の施策に対する指標(KPI)を定め、個々の取り組みが相乗効果としてあらわれるような観光推進体制づくりを進めます。また、観光振興会議や観光マーケティングチーム会議の議論を施策に反映するための仕組みづくり(PDCAサイクル)を確立していきます。

「特色と魅力ある観光情報の発信の充実」

SNS等のツールを活用し、訪れた観光客の感想や地域の人々の声、体験なども合わせながら、特色ある観光情報を細やかに発信をしていく必要があります。また、クチコミによる評価やホームページアクセス数、サンプリング調査等の各種データなども分析(観光マーケティング)しながら、多様化・分散化する観光ニーズを的確にとらえ、観光客が訪れたい魅力ある観光情報を提供していきます。

「市民と協働による観光まちづくり」

市民のおもてなし力向上を図るために、観光資源や地域への愛着心(シビックプライド)を高めていく必要があります。一人ひとりが、シビックプライドをもって活躍することで、地域全体の魅力を上げていく重要な原動力となります。そのため、企業や地域の活動への観光誘客の検討や市民向け観光セミナー等の開催をしながら、観光に対する意識向上に取り組めます。また、雲南の魅力を伝える観光ガイドの養成に引き続き取り組みながらガイドネットワークの構築にも取り組んでいきます。

「観光施設や道の駅の魅力化」

国や県、自治体による観光誘引施策が展開されている中、観光の玄関口のひとつである道の駅が、それぞれの特色や立地を活かした取り組みをすることが一層必要となっています。市内4つの道の駅の連携を深め、観光宣伝力を強化するとともに、それぞれの魅力化を進めながら観光スポットを繋げる拠点となるよう取り組みます。また、市内観光施設の調査点検やWi-Fi環境の整備を進めます。

(3) 脅威となっているが、雲南市のもつ観光の強みを活かして取り組む

(Strength×Threat)

「コロナ禍の新たな観光振興の取り組み」

オンラインによるバーチャル観光やそれを通じた観光商品の販売などの新たな取り組みを模索するほか、旅行者の衛生意識の高まりに対応し、感染症対策への支援策や衛生管理アドバイザーの派遣などを通じ、安心して利用できる施設づくりを進めます。また、コロナ終息後を見据えた取り組みのひとつとして、AR技術※による観光情報の提供や体験動画の制作についても検討していきます。

※AR Augmented Reality(拡張現実感)の略。実際の景色、地形、感覚などにコンピュータを使ってさらに情報を加える技術

(4) 観光における脅威と弱みを回避するために取り組む

(Weakness × Threat)

「インバウンドへの対応と交通手段確保の取り組み」

インバウンドへの対応については、訪日外国人客数の低迷している間を利用して、山陰インバウンド機構と連携したインバウンド向けツアーの開発やキャッシュレス決済の導入促進などを進めていきます。また、航空路線やJRダイヤの減便など公共交通機関の縮小への流れを加速させないためにも、路線情報や周辺案内を細やかに発信するとともに、関係自治体や交通事業者等関係機関との広域的な連携や活動を推進していきます。

第5章 計画の目指す姿

1. 計画の将来像

本計画では、前計画における「雲南のほんものを活かした地域が潤う観光まちづくり」の基本理念を継承し、観光消費額のアップを目指すとともに、雲南市の多様な観光資源を市民や観光事業者みんなが協力し有効に活用しながら、雲南市が持続的に発展する、活力ある観光まちづくりを目指していきます。

みんなで挑戦！雲南のほんものを活かした地域が潤う観光まちづくり

2. 計画の指標

総合計画における令和6年度の目標値は、観光入込客数138万人、観光消費額38億円となっておりますが、本計画においては、新型コロナウイルス感染症による影響を考慮した目標値設定としています。

今後、目標値である観光入込客数や観光消費額は、新型コロナウイルス感染症に伴う観光情勢の変化やインバウンド需要の回復動向なども大きく影響することから、中間年の目標値も設定し必要に応じ見直していきます。

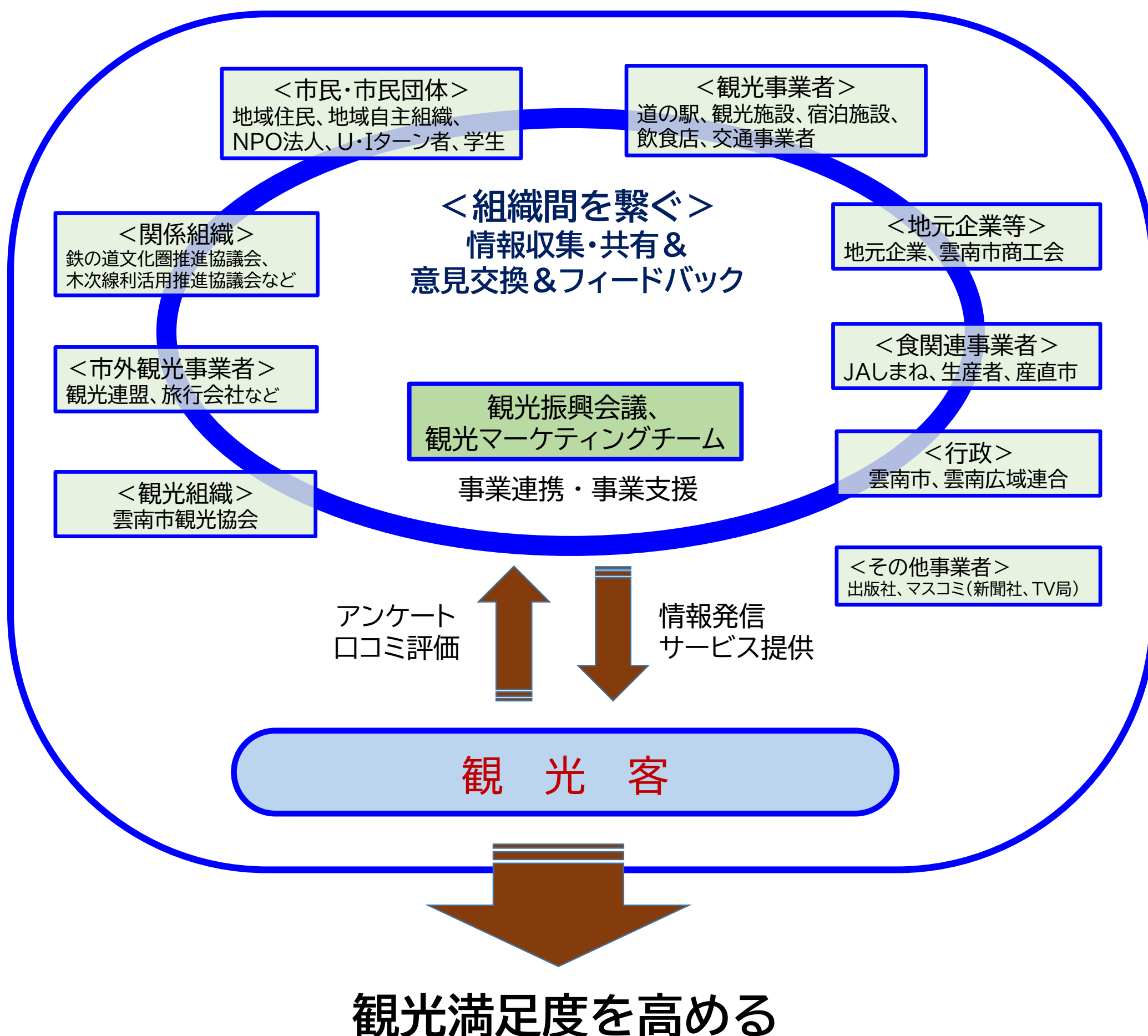
成果指標	現状値(R2)	目標値(R4)	目標値(R7)
観光入込客数	98.6万人	108.5万人	123.3万人
観光消費額	25.2億円	27.7億円	31.5億円

※令和2年の観光消費額は推計値

3. 計画の目指す姿

本計画では、前計画における振り返りや現状の課題の整理により、観光まちづくりの目指す姿を次のようにイメージしています。計画推進のためには、行政のみならず、観光に係わる個人・団体それぞれが観光に対する意識を高め、共有し一体となって魅力ある観光まちづくりに取り組んでいく必要があります。

<目指すべき姿(イメージ)>



4. 計画の推進体制

本計画の推進にあたっては、基本事業ごとの実施主体を中心に、それぞれの役割分担を明確にしたうえで、担うべき役割を定めています。

市民・地域活動団体(地域自主組織、NPO法人など)の役割

多様な自然、伝統、神話など雲南市固有の観光資源や地域の魅力を知り、地域への誇りや愛着を持つことが重要です。そして、シビックプライドを高めながら、観光への関わりを持っていくことが、本計画を推進していく重要な原動力となります。観光振興の担い手として、観光客へのおもてなしの心を市民全体で共有していきます。

観光協会の役割

雲南市観光協会は、観光振興を推進する中心的な役割を担う団体であり、協会会員や関係団体などとの連携・調整を図りながら、観光体験コンテンツのブラッシュアップや各種観光情報の発信、誘客への取り組みなど観光振興に関する具体的な事業を実施します。

観光等事業者の役割

観光・宿泊施設や道の駅、地元企業、雲南市商工会、島根県農業協同組合雲南地区本部、交通事業者などは、観光振興による経済波及効果を高める(地域が潤う)ための中心的役割を果たします。観光客の満足度が高いサービスが提供できるよう、観光客目線での意識を共有していきます。

行政の役割

観光振興に係る施策の企画・立案を行い、総合計画や本計画に基づき各実施主体が行う事業を支援していきます。また、各団体、組織など関係者間の連携や情報共有を促進し、観光協会と相互に連携しながら観光振興を進めていきます。

第6章 計画の重点戦略と基本事業

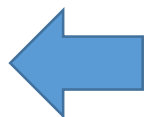
1. 本計画の施策体系

「みんなで挑戦！雲南のほんものを活かした地域が潤う観光まちづくり」という基本理念のもと、総合計画における4つの基本施策に沿った施策体系により観光振興を推進します。

基本理念 みんなで挑戦！雲南のほんものを活かした地域が潤う観光まちづくり

総合計画の将来像

挑戦し活力を産みだすまち



基本施策 1 観光情報の発信	
重点戦略(1) 特色と魅力ある観光情報の発信の充実	
基本事業	① きめ細やかな情報発信
基本事業	② 旅行者視点に立った観光案内ツールの作成
基本施策 2 観光資源の充実	
重点戦略(2) 自然、伝統、神話などの活用と体験素材の充実	
基本事業	③ 「たたら」の魅力創出への取り組み
基本事業	④ “ほんもの体験”の提供
基本事業	⑤ 季節の素材を活かした観光振興
基本事業	⑥ 地域特有の資源を活かした観光振興
重点戦略(3) 本物素材を活かした食の活用	
基本事業	⑦ 観光商品の充実
基本事業	⑧ 食と食文化の活用
重点戦略(4) コロナ禍での新たな観光振興の取り組み	
基本事業	⑨ 新たな旅行スタイルへの対応
基本施策 3 受け入れ体制の充実	
重点戦略(5) 観光の動向分析とそれを活用した観光振興	
基本事業	⑩ 観光ニーズの分析による取り組みの実践
基本事業	⑪ 観光関連団体との連携強化
重点戦略(6) 市民との協働による観光まちづくり	
基本事業	⑫ おもてなし力の向上
基本施策 4 受け入れ施設の充実	
重点戦略(7) 観光施設や道の駅の魅力化	
基本事業	⑬ 道の駅の魅力化
基本事業	⑭ 観光施設等の環境整備
重点戦略(8) インバウンドへの対応と交通手段確保の取り組み	
基本事業	⑮ 訪日外国人客に対する取り組み
基本事業	⑯ 観光地への交通手段の確保

2. 施策・戦略の展開

本計画における4つの基本施策(総合計画の基本事業)に沿った8つの重点戦略に基づき、それぞれの基本事業を進めていきます。また、重点戦略ごとに数値目標を設定し、目標達成に向け、観光関連団体・事業者、市民などが連携・協働しながら観光振興に取り組みます。

基本施策 1 : 観光情報の発信

重点戦略(1) 特色と魅力ある観光情報の発信の充実

<取組主体 ◎:中心主体 ○:関連主体>

成果指標	現状値	中間値(R4)	目標値(R7)	備考
観光協会HPアクセス数	676,017PV	750,000PV	900,000PV	現状値は令和元年度実績値
観光協会フェイスブックフォロワー数	1,574人	2,000人	3,000人	現状値は令和2年10月現在

基本事業 ①

きめ細やかな情報発信

観光協会ホームページ(うなん旅ネット)やSNSを活用し、旬の情報や周遊ルート、動画配信など速やかに情報発信していきます。また、SNSツールの誰でも情報発信を行える利点を活かし、地域住民や地元学生、U・Iターン者など様々な視点も取り入れ、関係機関や雲南市PR大使との協力により、積極的に市内外からの情報発信を行いながら、雲南ファンの獲得を目指します。

観光協会	市民	行政	観光等事業者
◎	○	○	○

基本事業 ②

旅行者視点に立った観光案内ツールの作成

マイクロツーリズム需要の高まりを踏まえ、観光マーケティングチーム会議での意見や観光動態調査、サンプリング調査などの各種データなども活用しながら、ターゲットを明確にし、旅行者が必要とする情報(所要時間、公共交通機関、距離など)を考慮した市内周遊のための観光案内ツール(パンフレットや電子書籍など)を作成します。

観光協会	市民	行政	観光等事業者
◎		◎	

基本施策 2 : 観光資源の充実

重点戦略(2) 自然、伝統、神話などの活用と体験素材の充実

<取組主体 ◎:中心主体 ○:関連主体>

成果指標	現状値	中間値(R4)	目標値(R7)	備考
たたら関連施設入込数	11,610人	12,000人	14,000人	たたら関連施設:鉄の歴史博物館、菅谷たたら、和鋼生産たたら体験交流施設、古代鉄歌謡館。現状値は令和2年数値
体験メニュー掲載数	10件	20件	30件	現状値は令和2年10月現在。雲南旅ネット掲載数。#体験
雲南市桜まつり来場者数	40,000人	44,000人	80,000人	現状値は令和2年数値
温泉施設入込数	243,179人	268,000人	280,000人	現状値は令和2年数値
神楽公演ツアー実施回数	16件	30件	30件	現状値は令和元年度実績

基本事業 ③

「たたら」の魅力創出への取り組み

観光の柱のひとつである「たたら」は、鉄の道文化圏推進協議会やたたらプロジェクト会議※を中心として、引き続き関係施設を巡るツアーやシンポジウムの開催、多言語対応のホームページ活用など、たたらが育んだ歴史や伝統、食などを積極的に活用した魅力創出に取り組みます。

また、アニメブームによるニーズ(ターゲット)を結びつけるなど、効果的で分かりやすい魅力の発掘の検討も進めていきます。

観光協会	市民	行政	観光等事業者
○		◎	○

※たたらプロジェクト会議
「たたら文化遺産」の伝承と活用をテーマに、関係人口の拡大に取り組んでいる組織



基本事業 ④

“ほんもの体験”の提供

地域の人々が提供する、伝統工芸を通じたものづくりや季節の収穫体験など「ほんもの体験※1」の活用に取り組みます。既存の体験メニューの磨き上げや新規メニューの開発支援、また、アウトドア志向の高まりをとらえた、既存のキャンプ施設の充実やトレッキングコース、自転車による観光地周遊コース等の開発も進め、季節やテーマごとに特色ある観光体験メニューの提供に取り組みます。また、企業見学や工場見学などの商品化検討や、まちゼミ雲南※2や名工探訪※3など既存の取り組みも紹介しながら観光誘客に繋げていきます。

観光協会	市民	行政	観光等事業者
◎		○	○



提供：雲南市商工会

※1 ほんもの体験
総合計画に掲げる「人と自然と歴史と食の幸」を活用した観光体験

※2 まちゼミ雲南
市内の事業者が講師になって、プロのコツや情報・専門的な知識を教えてくれる少人数制のミニ講座(雲南市商工会主催)

※3 名工探訪
雲南市、奥出雲町、松江市玉湯町および宍道町にあるものづくり工房・店舗を見学できる周遊イベント(株キラキラ雲南主催)



提供：(株)キラキラ雲南

観光協会	市民	行政	観光等事業者
◎	○	○	○

基本事業 ⑤

季節の素材を活かした観光振興

桜や滝、棚田や温泉などの素材について、季節ごとの魅力や楽しみ方を発信していきます。

桜は、河津桜、ソメイヨシノ、御衣黄など約3か月に渡って楽しむことができ、これらを活用した誘客を「雲南市さくらのまち観光振興協議会」を中心に、関係組織が連携し市内全域に展開していきます。また、冬の人気素材である温泉については、島根県が進める「美肌県しまね」の取り組みに合わせPRに力を入れていきます。

観光協会	市民	行政	観光等事業者
◎		○	○

基本事業 ⑥

地域特有の資源を活かした観光振興

神話にまつわる伝承地や伝統芸能である出雲神楽を活用したツアー、瑞風の立ち寄り地バスツアーの造成などの観光誘客を引き続き実施していきます。また、永井隆記念館や加茂岩倉遺跡などを活用した教育旅行向けの商品化を進め、中国地方を中心に宣伝していきます。



永井隆記念館(イメージ図) 令和3年4月リニューアルオープン



トワイライトエクスプレス「瑞風」の立ち寄り観光地

基本施策 2 :観光資源の充実
重点戦略(3) 本物素材を活かした食の活用

<取組主体 ◎:中心主体 ○:関連主体>

成果指標	現状値	中間値(R4)	目標値(R7)	備考
雲南市新商品開発事業補助金活用数(うち農商工連携協議会)	17件(2件)	18件(5件)	20件(10件)	現状値は令和元年度実績

観光協会	市民	行政	観光等事業者
○		○	◎

基本事業 ⑦
観光商品の充実

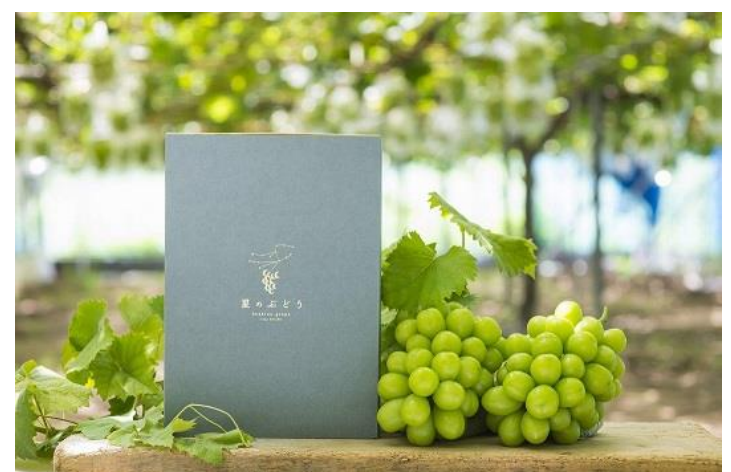
雲南市新商品開発事業補助金等による特色ある商品や土産品の開発を支援するとともに、ふるさと納税やカタログギフトなども活用し、積極的に発信することで観光消費額の増加を図っていきます。また、雲南市農商工連携協議会や雲南市商工会、島根県農業協同組合雲南地区本部との連携を深め、その成果や商品の評価などを関係機関で共有しながら、地域産品のPR・販売促進を図っていきます。



雲南市農商工連携協議会の取り組みによる商品



雲南市農商工連携協議会の取り組みによる商品



雲南市新商品開発事業補助金を活用した商品

観光協会	市民	行政	観光等事業者
		○	◎

基本事業 ⑧
食と食文化の活用

スパイスプロジェクト※1やたまごプロジェクト※2、スイーツの杜プロジェクト※3などの取り組みを活用しながら、雲南市のもつ豊かな食とその食文化を効果的に発信し、観光消費額の増加に繋げていきます。また、市の「食」を提供する店舗の洗い出しを進め、雲南の「食の幸」による雲南フードツーリズムを推進していきます。

- ※1 スパイスプロジェクト 地元素材(唐辛子、山椒、生姜、にんにくなど)を活用した特産品開発やスパイス鍋の提供
- ※2 たまごプロジェクト 市内産の卵を使ったたまご料理の開発、飲食店でのたまごメニュー提供
- ※3 スイーツの杜プロジェクト 地元食材を使用したスイーツの開発(地元産牛乳のプリンや米粉を使用したズコット)

基本施策 2 :観光資源の充実
重点戦略(4) コロナ禍での新たな観光振興の取り組み

<取組主体 ◎:中心主体 ○:関連主体>

成果指標	現状値	中間値(R4)	目標値(R7)	備考
宿泊客数	21,495人	51,000人	54,000人	現状値は令和2年数値 ※宿泊施設整備に伴う客数増を考慮

観光協会	市民	行政	観光等事業者
○		◎	○

基本事業 ⑨
新たな旅行スタイルへの対応

コロナ禍における新たな旅行スタイルに対応するため、観光用AR技術を利用した情報発信やバーチャル観光を通じた誘客、ITを活用した商品販売の促進など新たな手法による観光誘客策を検討していきます。また、衛生意識の高まりから、感染症対策支援や推進に取り組めます。宿泊施設のワーケーション※1利用やMICE誘致※2について検討していきます。

- ※1 ワーケーション ワーク(労働)とバケーション(休暇)を組み合わせた造語。観光地や田舎でテレワーク(リモートワーク)を活用しながら、働きながら休暇をとる過ごし方
- ※2 MICE Meeting(会議・研修・セミナー)、Incentive tour(報奨・招待旅行)、Convention またはConference(大会・学会)、Exhibition(展示会)の頭文字をとった造語。観光や旅行の視点から、企業の会議やセミナー、展示会などを誘致すること。

成果指標	現状値	目標値(R4)	目標値(R7)	備考
観光満足度(宿泊利用者アンケートによる満足の回答割合)	50%	65%	80%	現状値は令和2年度調査結果

基本事業 ⑩

観光ニーズの分析による取り組みの実践

宿泊施設利用者アンケートや観光動態調査のほか、各種イベント時におけるアンケートなどを活用し、旅行スタイルや観光ニーズの変化に対応した効果的な取り組みや情報発信などについて議論・検討し、観光満足度を高められるよう取り組みます。またその内容は、観光協会や関係機関と共有し、新たな取り組みに対する目標指数(KPI)を設定し実践していきます。

観光協会	市民	行政	観光等事業者
○		◎	○

基本事業 ⑪

観光関連団体との連携強化

観光協会をはじめ、雲南広域連合や島根県観光連盟など観光関連団体の取り組みを情報共有し、相互に連携しながら観光振興施策を進めていきます。また、雲南市と観光協会の役割が混在している事業もあることから、こまめな情報交換により、それぞれの役割を整理し、互いの事業を評価・検証しながら相互連携による観光振興を進めていきます。

観光協会	市民	行政	観光等事業者
○		◎	

成果指標	現状値	中間値(R4)	目標値(R7)	備考
雲南市観光ガイド(登録者数/利用実績)	7人/39件	10人/40件	14人/50件	現状値は令和元年度実績値
観光セミナー(開催数/参加人数)	2件/84人	2件/90人	2件/90人	現状値は令和元年度実績値

基本事業 ⑫

おもてなし力の向上

観光資源や地域への愛着心を高めるため、引き続き市内学校のふるさと教育への観光ガイドの派遣や市民向けの観光セミナーを実施していきます。また、地域自主組織やNPO法人などの地域活動団体との連携を進め、地域の活動や農業体験、企業への観光誘客の検討を進め、観光に対する意識向上を図っていきます。また雲南の魅力伝える観光ガイドの育成に引き続き取り組んでいきます。

観光協会	市民	行政	観光等事業者
○	◎	○	



雲南市観光ガイド研修(令和2年度)

基本施策 4 :受け入れ施設の充実
重点戦略(7) 観光施設や道の駅の魅力化

<取組主体 ◎:中心主体 ○:関連主体>

成果指標	現状値	中間値(R4)	目標値(R7)	備考
道の駅入込数(4駅合計)	449,997人	554,000人	668,000人	現状値は令和2年数値
道の駅売上数(4駅合計)	428,397千円	527,000千円	630,000千円	現状値は令和2年入込数を基にした推計値

基本事業 ⑬
道の駅の魅力化

観光協会	市民	行政	観光等事業者
○		○	◎

それぞれの道の駅の立地や特色を活かしながら発信力を強化していくとともに、観光スポットへ繋げる拠点施設として、隣接エリアや休憩スペースを活用した取り組みを観光客目線で検討していきます。また、尾道松江線沿線の関係団体と連携しながら観光誘客推進を図っていきます。

基本事業 ⑭
観光施設等の環境整備

観光協会	市民	行政	観光等事業者
		◎	

観光施設や道の駅の修繕や整備を計画的に進めていくほか、施設内のWi-Fi環境整備を進めます。また、加茂スマートIC(インターチェンジ)からの観光誘導についても、雲南市観光誘導サイン計画に基づき関係機関と協議しながら案内看板を設置していきます。

基本施策 4 :受け入れ施設の充実
重点戦略(8) インバウンドへの対応と交通手段確保の取り組み

<取組主体 ◎:中心主体 ○:関連主体>

成果指標	現状値	中間値(R4)	目標値(R7)	備考
外国人宿泊客延べ数	3人	16人	45人	現状値は令和2年数値
観光タクシー・サイクル・レンタカー実績	5件	10件	20件	現状値は令和元年度実績値

基本事業 ⑮
訪日外国人客に対する取り組み

観光協会	市民	行政	観光等事業者
○		◎	○

インバウンド需要の回復を見据え、島根県や山陰インバウンド機構と連携し、訪日外国人客向けのモニターツアーに取り組んでいきます。また、キャッシュレス決済の導入促進や多言語対応パンフレットの作成などにより外国人誘客に備えます。

基本事業 ⑯
観光地への交通手段の確保

観光協会	市民	行政	観光等事業者
○		◎	○

公共交通機関の観光地への路線情報や観光パンフレットへの時刻表の記載など公共交通機関の利用促進に取り組めます。交通事業者や木次線沿線自治体及び関係機関と連携し誘客に取り組んでいきます。また、駅周辺や観光施設でのレンタサイクルやレンタカーの導入に向けた検討を進めます。



訪日外国人向けモニターツアー



JR木次線

第7章 計画の進捗管理

計画の進捗管理

本計画の推進については、PDCAサイクル※に基づき、企画・立案→事業の実施→検証・評価→改善の行程で進めていきます。

また、観光事業者や計画策定の関係者などで構成された雲南市観光振興会議及び観光マーケティングチームを設置し、各重点戦略ごとのKPIの達成状況や進捗状況を評価・検証します。

雲南市観光振興会議での議論を踏まえながら、総合計画に基づく施策評価への反映や観光振興計画内の事業継続、実施方法の見直し、新たな取り組みの検討などを行います。

なお、新型コロナウイルス感染症などを要因として情勢が大きく変化していることから、必要に応じて事業や成果指標の見直しを行います。

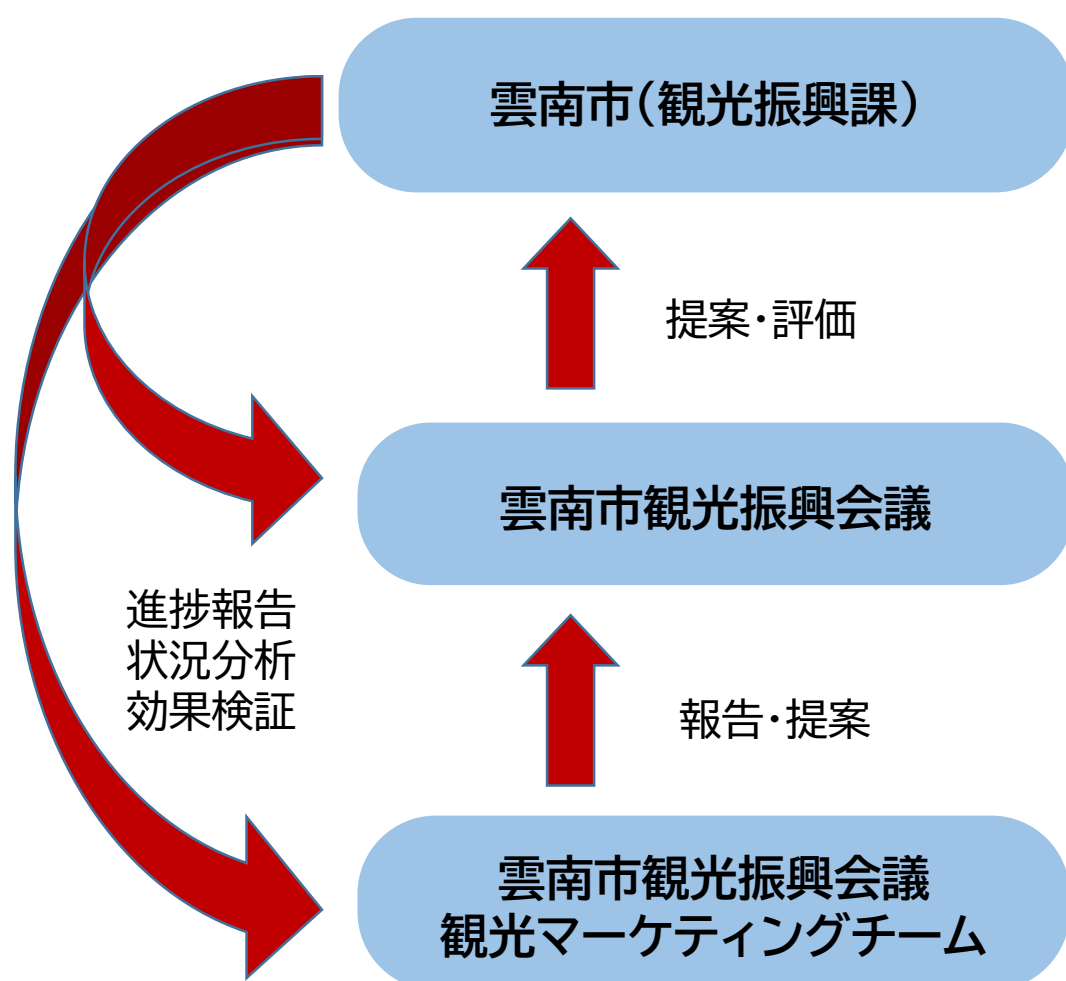
<PDCAサイクル>



※PDCAサイクル

Plan(計画)・Do(実行)・Check(評価)・Action(改善)を繰り返すことによって、計画を継続的に改善しながら実施していく手法のことです。

<進捗管理体制>



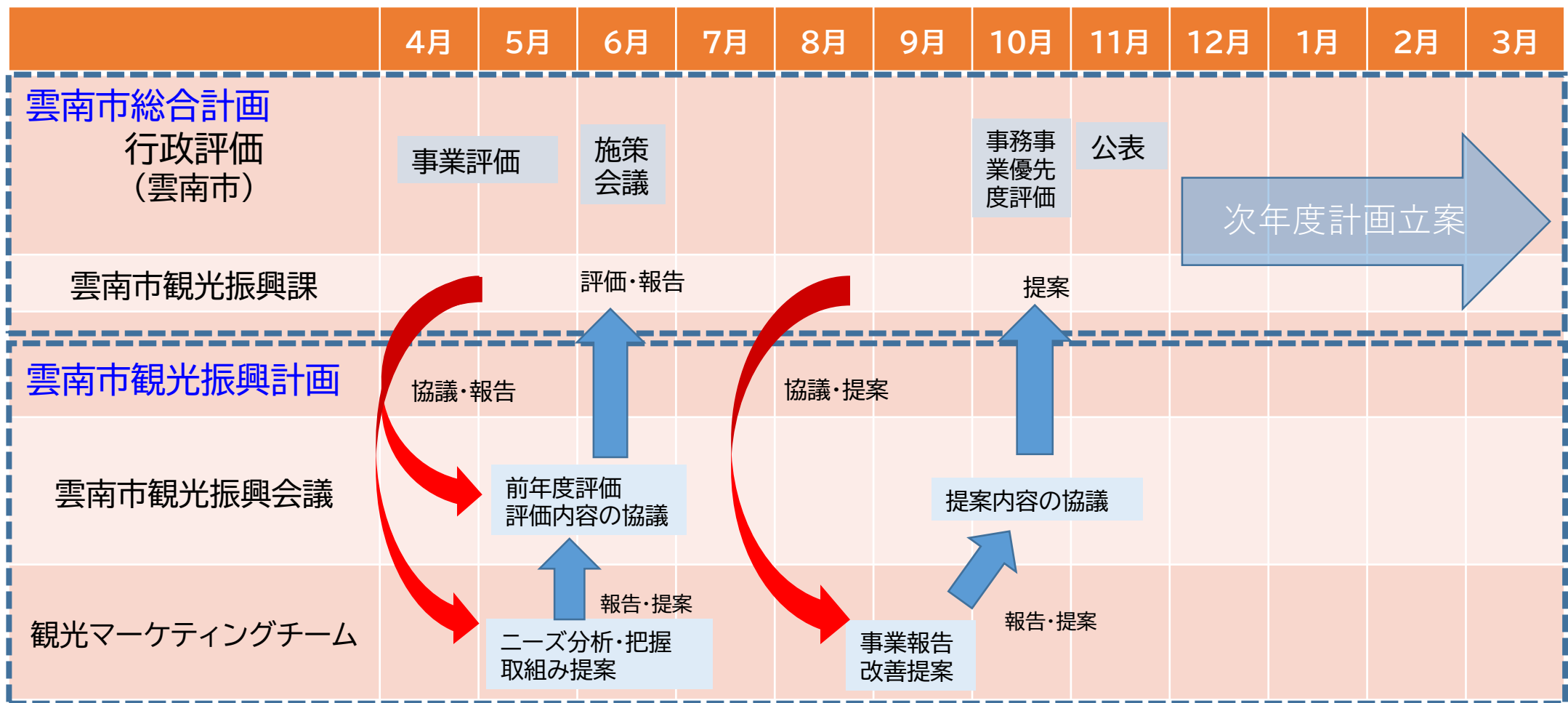
雲南市観光振興会議

観光振興計画に係る指標や施策の進捗確認及び改善に関する情報共有や意見交換を行い、必要に応じて取組内容の見直しや新規事業の提案について議論します。

観光マーケティングチーム

雲南市観光振興会議内の専門チームで、観光動向データの分析を行い、その結果を踏まえた観光情報の効果的な発信について議論するとともに、観光振興計画における事業効果の検証や課題の把握などを行い、その協議内容については、雲南市観光振興会議へ報告します。

<年間スケジュール>



幸運なんです。
雲南です。

参考資料

雲南市観光振興計画策定検討会要綱

(設置)

第1条 雲南市観光振興計画の策定に必要な事項を検討するため、雲南市観光振興計画策定検討会(以下「検討会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 検討会は、次に掲げる事項について所掌する。

- (1) 観光振興計画の策定に関すること。
- (2) 観光振興計画の具現化及び推進に関すること。
- (3) その他観光振興に関し、必要と認めること。

(組織)

第3条 検討会は、委員10名以内で組織し、次に掲げる者又は団体に属する者のうちから市長が委嘱又は任命する。

- (1) 副市長
- (2) 一般社団法人雲南市観光協会
- (3) 雲南市商工会
- (4) 島根県農業協同組合雲南地区本部
- (5) 雲南市地域自主組織連絡協議会
- (6) 観光関連事業者及び団体
- (7) その他市長が必要と認める者

2 委員の任期は、令和3年3月31日までとする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長及び副委員長)

第4条 検討会は、委員長、副委員長及び委員をもって組織する。

2 委員長は副市長をもって充て、副委員長は委員長が指名する者をもって充てる。

3 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

4 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 検討会の会議(以下「会議」という。)は、委員長が議長となる。

2 会議は、委員の過半数が出席しなければ、開くことができない。

(意見の聴取)

第6条 委員長は、その所掌事務を遂行するため必要があると認めるときは、委員以外の者を会議に出席させ、説明又は意見を聴くことができる。

(ワーキング部会)

第7条 委員長は、検討会が所掌する事項について、事項ごとに詳細な検討が必要と認めるときは、委員会にワーキング部会(以下「部会」という。)を置くことができる。

2 部会の部員は、委員長が指名する。

3 部会に部会長及び副部会長を置き、当該部会に属する部員のうちから互選する。

4 部会長は、当該部会の会務を総理し、当該部会における検討の状況及び結果を委員会に報告する。

5 副部会長は、部会長を補佐し、部会長に事故があるとき、又は部会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(服務)

第8条 委員及び部員は、職務上知り得た秘密を他に漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。

(庶務)

第9条 検討会及び部会の庶務は、産業観光部観光振興課において行う。

(委任)

第10条 この告示に定めるもののほか、必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この告示は、令和2年5月27日から施行する。

(告示の失効)

2 この告示は、令和3年3月31日限り、その効力を失う。

参考資料

雲南市観光振興計画策定検討会

組織・事業所名	役職	氏名	備考
雲南市	副市長	藤井 勤	委員長 ※令和2年12月2日まで
雲南市	副市長	吉山 治	委員長 ※令和2年12月9日から
一般社団法人 雲南市観光協会	代表理事会長	野々村 一己	副委員長
島根県立大学	教授	工藤 泰子	
雲南市商工会	会長	高橋 日出男	
島根県農業協同組合 雲南地区本部	常務理事本部長	竹下 克美	
雲南市地域自主組織連絡協議会	副会長	舟木 清	

雲南市観光振興計画策定検討会ワーキング部会

組織・事業所名	役職	氏名	備考
一般社団法人 雲南市観光協会	常務理事	清水 寛	部会長
株式会社 吉田ふるさと村 観光事業部	部長	石原 秀寿	副部会長
一般社団法人 雲南市観光協会	観光推進員	有元 純代	
雲南市商工会 経営支援課	経営指導員	陶山 祐介	
島根県農業協同組合 雲南地区本部	企画総務部	小林 慎一	
さくらの里きすき 株式会社	駅長	渡部 孝一	
株式会社 吉田ふるさと村 観光事業部		リー 李 ^{りー} 蓮 ^{よん} 玉 ^{おく}	
株式会社 堀江		堀江 研次	
合同会社 GIFT		田中 学	

アドバイザー等

	組織・事業所名	役職	氏名
アドバイザー	島根県立大学	教授	工藤 泰子
オブザーバー	雲南広域連合 企画課	係長	鈴木 佑里子

参考資料

雲南市観光振興計画策定検討会会議開催状況

開催日	会議内容
令和2年 8月27日	第1回雲南市観光振興計画策定検討会・ワーキング部会合同会議 ①経過説明 ・雲南市観光振興計画策定委員会の設置について ・雲南市観光振興計画の概要について ②副委員長の選任、ワーキング部会部会長、副部会長の選出 ③次期観光振興計画の策定手順について
令和2年 9月28日	第1回 雲南市観光振興計画策定検討会ワーキング部会 ①既存計画(第1期)の検証と振り返り ・既存計画の進捗状況確認 ・雲南市の観光に係る課題・現況の整理 ②今後の観光戦略等の設定と計画の進捗管理方法について
令和2年10月19日	第2回 雲南市観光振興計画策定検討会ワーキング部会 ①観光振興計画の振り返り結果について ②観光振興計画の方向性等について ・SWOT分析のための課題の抽出と整理 ・SWOT分析による観光の方向性(取り組み項目) ・観光振興計画の施策体系
令和2年11月12日	第3回 雲南市観光振興計画策定検討会ワーキング部会 次期観光振興計画(案)について ・基本事業、成果指標の設定について ・計画の進捗管理について
令和2年11月18日	第2回 雲南市観光振興計画策定検討会 ・観光振興計画素(案)について
令和3年2月15日	第3回 雲南市観光振興計画策定検討会 ・観光振興計画(案)について ・パブリックコメントの実施について