

令和6年 2月 9日

総務産業常任委員会

委員長 田村 大治郎 様

総務産業常任委員 田村大治郎

総務産業常任委員会行政視察報告書

下記の日程で行政視察を実施しましたので、別紙のとおり報告します。

記

1. 視察期日及び視察先

令和6年1月31日（水）

島根県松江市 「観光まちづくり対策について」

2. 視察参加名簿

委員長 田村 大治郎

副委員長 松岡 秀樹

委員 重廣 正美

委員 吉津 弘之

委員 有田 茂

委員 早川 文乃

委員 西村 良一

委員 田中 千秋

以上8名

3. 視察報告・所感 別紙

(別紙)

視察先	島根県松江市			
視察日時	令和 6 年 1 月 31 日 14 : 30～16 : 30			
視察項目	観光まちづくり対策について			
対応部署名	観光部観光振興課、松江観光協会玉造温泉支部			
自治体概要	面 積	572. 99 km ²	高齢化率	30. 39%
	人 口	196, 320 人	玉造温泉（入込客延数）	413, 668 人
	世 帯 数	91, 809 世帯	令和 4 年島根県観光動態調査結果より	
	松江市は古代出雲の中心地として早くから開け、奈良時代には国庁や国分寺が配置された。平成 17 年 3 月 31 日に八束郡 7 町村と合併し、さらに平成 23 年 8 月 1 日に八束郡東出雲町を合併し現在に至る。宍道湖・中海・堀川など多様な水域に恵まれた水郷都市である。（松江市 H P）			
	玉造温泉について 第 37 回にっぽんの温泉 100 選 選んだ理由別ランキング 総合ランキング 18 位（長門湯本温泉 29 位） ・理由別：雰囲気 18 位（19 位） ・理由別：見所・レジャー＆体験 22 位（53 位） ・理由別：泉質 21 位（26 位） ・理由別：郷土料理・ご当地グルメ 27 位（40 位）			
視察内容				
松江市観光協会玉造温泉支部 下山様 1、玉造温泉のまちづくりのはじまり ・団体客の減少、閉店する店舗 ・20 店舗の新規出店に至る流れ ・まちづくりのテーマを考える、大正ロマン・昭和ロマンではありふれている ・郷土の文献「出雲の国風土記」に書かれる効能から「美肌・姫神の湯」を発想 ・その町誰もが誇れる何かを考える 2、目的地作り ・なぜ温泉街は寂れてしまったか ・空き店舗対策の補助金ではうまくいかない ・新しいものを足すのではなく地域資源の深掘り ・年間観光客数 100 人（3 日に 1 人）の神社を活かす ・足湯や橋、店舗などの町並みを散策する観光客増加 3、まちあるきスポット ・まち歩きを楽しむためのまち歩きスポットは観光客からヒント ・足湯ならぬ手湯が意外な方向へ、観光客の行動から需要を発見 ・鯉（恋） ・スポットを訪れる人が増え写真も拡散 4、イベント ・昭和から平成 20 年頃まで集客イベントに悩む ・イベントをやる日しか宿泊客がない ・誘客イベントなのに誘客出来ていなかった ・平成 21 年からタマステージの開催 45 日間毎晩→期間中必ず何かやっている ・桜祭り（ライトアップ）、蛍観賞（2 週間）ロングスパンで実施 ・観光イベントは地元のイベントとは違う、誰にやるのかを考える 5、美肌温泉 ・玉造温泉の原点				

- ・「ひとたびすすげば形容端正（かたちきらきら）しく、再び浴すれば万の病ことごとくに除くる」（一度入浴すればお肌が若返るようになり、二度浴すればどんな病も治癒してしまう）
- ・温泉の効能について成分検査を実施（正真正銘の美肌温泉）

質疑応答 松江市観光部観光振興課森山様

・ランキング上位を維持している理由、・宿泊客増による市内への経済効果、・旅行形態の変化への対応、・温泉街の景観づくりについて、・温泉街活性化の為に事業者と地域住民・行政の関係づくりについて、・温泉街のアクセスについて、・閑散期対策について、・インバウンド対策について、・旅行者の満足度、選ばれる温泉地の取組みについて、・イベントの雨天時の対応について、・タマステージの運用方針について、・温泉街の美化について、・視察受入れに際して説明員の人柄について、・観光客の受入れ環境の整備について、空き家対策について 等

所 感

観光まちづくりを進める本市にとって、競争を知ることは自分たちの位置づけを知る上でも必要であることから、今回は同じく山陰地方の温泉先進地である島根県松江市玉造温泉の「観光まちづくり対策」を学ばせていただいた。「観光とはエンターテインメント」と語る松江市観光協会玉造温泉支部の下山様による研修は、楽しさと同時に、2007年の衰退期からの復活と、約15年にわたる取り組みを経て人気温泉地として確実に集客を続け新規出店・新規事業を増やしてきた実績を背景とした強い自信が感じられ、研修後のまち歩きのご案内も含め終始圧倒されることとなった。そもそも玉造温泉の歴史は1,300前に書かれた出雲の国風土記に登場したところから始まり、そこには「ひとたびすすげば形容端正（かたちきらきら）しく、再び浴すれば万の病ことごとくに除くる」との効能が書かれ「神々の湯」と表現されていた。美肌になる効能から、この神様は女性の神様だったのではないかと仮定し「姫神の湯」「美肌の湯」とテーマを決定。更に外部機関による検査により実際に美肌効果があるとの結果を受け、歴史的な証拠と科学的なお墨付きを持つこととなった。玉造温泉では地域資源の深掘りを徹底して行っている。

空き店舗対策としては、はじめ店舗がないから人が歩いていないのではないかと考え、出店のための補助金制度を作ったがうまくいかない。それでは逆に、人が歩いていないから店舗がないのではと考え、そのためにまち歩きのための目的地が必要になったことから、地元の人が信仰する玉造湯神社を深掘りしたところ、現在の人気観光スポットとなる「願い石・叶い石」の誕生につながった。「願い石・叶い石」は元々地元の人が信仰する神社に祀られていた「真玉（まだま）」と呼ばれる石のことだが、「姫神の湯」「美肌の湯」のテーマに沿ったネーミングとメディアへの営業努力によって生まれ変わり、観光に関係する地元住民が自ら情報発信するまでとなったことは、関係者の自主性を尊重しつつ官民連携強化を実現する事例として参考にしたい。

観光地のPRと誘客にイベントを開催する事は全国の自治体で行われていることだが、イベント開催日とそれ以外の日の観光客数の差は大きな課題となっている。イベントの無い日に、閑散とした観光地を見ると、イベント開催時の賑わいや、準備・運営・後始末の苦労は何だったのかと自問する関係者も多いと思われる。玉造温泉でも同様の課題を持っていたが、平成21年にそれまで開催していた1日限りのイベントを終了し、45日間と期間を長く、いつ来ても玉造温泉では何かをやっているということをコンセプトに、川沿いに設けられた野外ステージと観客席を活用して毎日行う形式にイベント内容を変更したところ、本来の目的の誘客につながり宿泊客数もイベント開催期間を通じて増加する結果になったとのことで、このイベントは現在も続けられている。

景観は旅館や店舗が並ぶ道路に挟まれる形で玉湯川が流れており長門湯本温泉と似た雰囲気もあるが、音信川と比較して川は小さい。雑草も業務委託によって、よく刈られており川や川岸の範囲が小さいため雑草管理はしやすそうである。ピーク時には23件あった旅館が現在は16件に減ったとのことだが、それぞれの旅館の規模は大きくまた川の挟む2本の道路沿いにある建物はほぼ宿泊施設か店舗であり、ディスプレイや照明等、施設ごとに楽しさを演出する取り組みは、全体として活気のある街並みを形成していた。

同じ山陰地方ということもありアクセスに苦戦すると予想したが、玉造温泉を訪れる旅行者は、ほぼ自家用車を利用するものと考えておられるため特に参考になる事例はなかったが、県と協力した閑散期対策としてクーポン券の発行等を行っており、効果が見られた。一方でインバウンド対策はこれからだとのこと、観光地での外国語対応や二次・三次交通対策が今後練られるものと思われる。

視察を通じては、地域資源の掘り起こしとそれに関係する人材には相関関係があるのではと感じた。意欲と知識があり、加えてその土地への愛着が深い人材を集めてそれを刺激し取りまとめる人材がいれば観光地の魅力は高まっていくのではないだろうか。そして環境整備と住民理解は時間をかけてゆっくりと行うことが成功への近道ではないだろうかと考えた。今回の視察も担当してくださる現地みなさん、偶然出会いお話を伺った町の方々との出会いに恵まれ刺激と学びの多い機会となった。