

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 田中 千秋

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HP)			
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				
・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、
- ・温泉街活性化の為の事業者と地域住民・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

視察の時にいつも感じるのは、担当課や事業関係者の熱意や明るさである。先進地として挑戦してきたからなのか、熱量と前向きさがあったから先進地となったのかはわからないが、今回も下山様、森山様共にそのパフォーマンスに感心をした。

事業内容についてであるが、観光地として基本に忠実に積み上げて現在に至っている。ストーリーを重視することで、コンセプトに背骨を通し、お客様ファーストで肉付けして行く。

長門湯本に足りないのは、基本であるこの2点だと思った。ストーリーに説得力がないとメッセージが弱くなるため、キャッチコピーが良くても張りぼてが拭えない。自然に恵まれた環境は長門湯本温泉のほうが優っていると思うが一見のお客様に選ばれるためのインパクトが必要だと思う。それは、その場凌ぎのイベントではなく、いつもそこにあるものでなければならぬと、玉造温泉の取組みを伺い、再認識した。

また、持続可能な事業にするためにも、無償ボランティアに頼るべきではないし、民営とするなら人件費等の基本的な経費は、自力で生み出せなければならぬとも感じた。

また、中心地にある外湯「ゆーゆ」は駐車場もあり、地元の人々の利用が多そうだった。歴史が積み上げられていない景観を見映えのために優先し、お客様が不愉快になったり不便になるのは本末転倒で、気に入らないなら帰ってくれという頑固な店主のいるラーメン屋と同じで、それは観光地にあるべき姿ではないと思う。

長門湯本温泉は、有識者の意見より、目の前のお客様に心から集中して町づくりをするべきだと強く思った。