

報 告 書

開 催 日 時	令和 8 年 5 月 29 日（金） 14 時 00 分～15 時 40 分	
開 催 場 所	第 1 常任委員会室	
出 席 委 員	岩本雅之委員長、原田守副委員長、わたなべ良平委員、山根宏委員、 海德邦彦委員、石倉茂美委員、野々内誠委員	
	司 会 者	原田守副委員長
	報 告 者	岩本雅之委員長
欠 席 委 員	なし	
参 加 人 数	松江ホテル旅館組合 玉造温泉旅館協同組合 美保関旅館組合 代表者等 3 名 島根フィルムコミッションネットワーク会議 2 名 松江フィルムコミッション協議会 2 名	
主 な 意 見 等	1 旅館組合の現状や意見について ○参加者： 松江市では「ばけばけ」をアフターばけばけとして継続して活用している。このプロモーション手法については賛否があるが、重要な考え方がある。小泉八雲は、西洋文化が日本に流入する中で、松江に日本の本物が色濃く残っていることを指摘している。私たちの戦略は、「ばけばけ」というコンテンツそのものをプロモーションするのではなく、「松江は本物があるまち」という価値をプロモーションすることである。小泉八雲は海外での知名度が限定的であり、国内でも認知度は高くない。しかし「日本の本物がある」というメッセージは、国内外を問わず広く認識されやすい普遍的な価値である。したがって、このメッセージを通じたプロモーションは、松江市の観光戦略において極めて重要と考える。 ○参加者： 私たちの活動における重要な取り組みとして、ユニバーサルデザインに基づくお客様受け入れを推進している。設備・サービスの両面（ハード・ソフト）から、松江に来訪された方々が安心して宿泊できる環境づくりに取り組んでいる。ユニバーサルデザインの実現には、民間事業者の努力だけでは道路を含むインフラ整備など対応困難な課題がある。松江市内にユニバーサルデザインを広く展開し、インフラ整備を進めることで、県外・海外からの来訪者が安心して観光できる場所としてアピールできる。ついては、そのあたりのインフラ整備の後押しをいただきたいと考えている。 ○参加者： 12 月から導入された宿泊税は、旅館による代理徴収により順調に運用されており、大きなトラブルは報告されていない。宿泊税の活用によるエリアマーケティングについては、	

観光協会の伴走支援を受けながら計画を策定中である。コロナ禍からの回復により宿泊人数は順調に増加していたが、令和7年は伸び悩みが生じている。この状況において、宿泊税による大幅な予算増を活用し、宿泊需要の創出に注力する方針である。具体的には、プロモーション強化による露出増加を通じて、旅行先選択時に玉造温泉が選ばれることを目指す。同時に、連泊や転泊（旅館を変えての宿泊）の促進、特に閑散期・平日対策を重点的に実施する。

○参加者： 最近、クルーズ船のお客様が少しずつ増加しており、昼食や夕食での団体利用など、観光需要が生まれている。一方で、まちのインバウンド受け入れが慣れておらず。具体的には、施設のスタッフが、スマホを片手に対応する姿勢や、外国人向けの道案内の不足も見られる。対応策として、英語表記の看板設置なども考えられるが、まちの雰囲気は損なわないよう、慎重に進める必要がある。

○参加者： 重要伝統的建造物群保存地区への指定内諾を受け、美保関の活性化に向けた取り組みが進展している。指定前は、空き家の増加と人口減少が地域の課題として認識されていたのが、実際にどうするのか対応を進められるようになった。現在、大きなイベントの開催時に空き家を活用してお店を出してもらっており、イベント時には約40店舗が営業し、美保関地区に活気をもたらしている。この取り組みを段階的に拡大し、年3～4回のイベント開催から、将来的には毎週土日にお店を出してくれればという取組を行っている。

○参加者： 美保関の観光受け入れ環境には、駐車場とトイレという課題がある。駐車場については、防災関係のヘリポート整備に伴い、駐車スペースの確保が可能となった。しかし、現状ではなお不足している。トイレについては、神社前にトイレが不足しているため、バスのお客様がトイレを求めて神社前の店舗に殺到してしまっている。この問題は以前から指摘されており、何とかならないかと考えている。

2 フィルムコミッションの現状や意見について

○参加者： 「ばけばけ」や「VIVANT」など、大型映像作品の島根ロケが連続して実施されている。これらのロケ受け入れを通じて、島根FCネットワークにはロケ誘致・制作支援に関するノウハウが着実に蓄積されている。放送のかなり前の段階から制作過程に携わることで、ロケ地の下見や、新たな県内のロケ地誘致など、その後のプロモーション展開がスムーズに進めていけると考えている

○参加者： フィルムコミッションの役割は、ロケに同伴するだけではなくて、地元のエキストラの手配や、地域住民の住宅等をお借りしてロケを行う際の調整など、多岐にわたる支援を担っている。さらに、取材費用支援助成金制度を設けており、この制度を有効活用することで、大型映像作品だけでなく、バラエティー番組や旅番組などの多様な映像作品の誘致につながっている。

○参加者： 今後も蓄積したノウハウや経験を生かして、円滑なロケ支援を行っていききたい。ロケ誘致・支援で、ロケ期間のスタッフ滞在に伴う地域経済への直接的な効果にもつながるのではないかと感じている。加えて、今回の「ばけばけ」の放送実績と、今後の「VIVANT」の放送を契機に、島根県の誘客につながるプロモーションも積極的に県や松江市、関係市町、協会と連携して実施していくことで、実際の来県につながる波及効果も図っていけると考えている。

○参加者： 「ばけばけ」について制作チームが松江に訪れた際、松江市にある「本物」にとっても魅力を感じ、それを映像作品として伝えたいというパッションが、今回の作品づくりにつながったのだと考えている。大型ロケ誘致における課題としては、宿泊施設や車両、まちの受入れ体制整備などもあるが、ここでどうしても撮りたいという制作者の強い思いを大事にし、まちの方と協力して、製作者と地域をつないでいくことが、私たちフィルムコミッションの役割だと考えている。

○参加者： 制作スタッフの方々が、作品終了後に松江を再訪した際、改修工事や修景伐採等により、撮影当時の自分たちの見た風景がそこになくて、変わっていくことに気づき、昔の明治のままの松江がよかった、というような声も寄せられた。

もちろんまちの保全や住民の安全な生活も大事で、ロケのためだけにまち並みを残すというのは非常に難しいかもしれない。しかし同時に先人の頃から大事にしてたものを上手に残せるかということ、それっぽい見た目を残せばよいというのではなくて、本来の昔の歴史的状態を保全する方法を皆で考えていくことで、文化振興のみならず、地域住民のシビックプライドの醸成などにも、つなげていけたらよいのではないかと考えている。

3 意見交換

○委員： 地域づくりとしてのまとまりとして、DMO の働きが非常に重要になってくると考えるが、現時点ではDMO の存在というのがなかなか見えにくい。DMO 認定されてから時間がたっているのも、DMO に対しての現在の評価と、これからもっとこうなしてほしいということを伺いたい。

○参加者： 4月に常駐COOが決定し、組織改革を本格化させている。これまで市職員による運営で専門性が不足していたため、外部専門家の活用と内製化を並行して進める。スタッフのスキル向上には時間を要するが、専門職員の配置により知見の蓄積を図る。観光施策は成果が出るまで3年程度要することを認識いただきたい。当面は冬季対策インセンティブで旅館の赤字解消に注力し、経営基盤を安定させた上でブランディング・プロモーションに展開する。同時に、実態に基づくデータ分析を強化し、架空の数字ではなく正確な来訪者数・消費額を把握する。これにより、250万人の来訪者目標達成に向けた政策立案の精度が向上する。

○委員： タクシーの課題で一番大きいのは、運転士不足だが、例えばライドシェアであるとか、個人タクシーの参入を認めるといったようなことが、今松江市では認められていない。なぜかという、国交省では、松江市は登録車両が飽和状態にあり、既に車の数はあるということになっている。したがって、これを減らさないと、タクシーの実質の求人が増えてこないという実態があると考えている。一方、業界の懸念として、登録車両を減らすとその後の増加が困難になるという不安もあり、難しい状況ではあるが、やはりそれぞれが声を上げて働きかけていかないと、この状況は変えられないと思っている。これは企業、あるいは団体など、いろんなところから取組んでいただくことが必要だと考えている。議員としても頑張っているが、連携して取組んでいければと考えている。

○委員： 観光施策の一つとして、高知県のほうだと思うが、フィルムコミッションを全面的に出して、まちをつくっていくみたいなことがあった。市や県の施策にフィルムコミッションをどんどん巻き込んでいくようなことはできるものか。

○参加者： フィルムコミッションの組織は、全国で多様な形態が展開されている。例えば、フィルムコミッションを前面に出して、まちづくりを行っていくというモデルケースだと、北九州市は専任のフィルムコミッション課のようなものを設置し、そこに専従スタッフが6人ぐらいの体制で、受入れを行っていた。受入れ体制として、例えば爆破シーンや交通の封

鎖など他地域では敬遠されるようなロケも対応する体制であった。北海道は、インバウンド対応に取り組んでおり、韓国を主なターゲットとして、韓国人をフィルムコミッション担当に置く取組をしているところもある。

これらは市の戦略に応じて、組織をつくり、フィルムコミッションと連携している。今回、協議会を立ち上げていただいたが、今後も松江市のターゲット戦略に応じて、フィルムコミッションを活用していくのも、可能性があるのではないかと考えている。

○委員： 地方にとってPRが足りないところを補完するためには、テレビで放映され、メディアに出ることが大切だと考えている。フィルムコミッションがあることで、首都圏とネットワークを構築し、メディアに出る機会を創出することが重要なことだと考えている。現在、ロケをするときに、第一報が来るというパイプができているのは大変素晴らしいことである。それを地域につなげていただければと思うし、また、地域がいかにフィルムコミッションへ情報提供できるかということだと考えている。そのことも含め、今後の展望についてお聞かせいただきたい。

○参加者： 地域の情報について、常に情報収集をしており、集めた情報については、約2か月に1回のペースで、地元の新店舗情報や、新規イベント情報などを、観光ニュースとして、首都圏のメディアに情報提供をしている。メディアからの問合せに対し、積極的に回答し、地域への来訪希望者に対しては、フィルムコミッションを紹介したり、地域への連絡調整など、積極的に行っている。

○参加者： 地域の情報をフィルムコミッションに提供いただけるようにするために、ジャパン・フィルムコミッションという中央で連携している組織の方が大事だと言われることが「地域を温めておく」ということである。「地域を温めておく」というのは、常にフィルムコミッションと、まちの方々が連携を取って、小さな出来事や、ここだったらロケに適しているというような情報を、私たちに提供してもらえる基盤づくり、関係づくりをしておくことである。この効果として、いざ大型作品のロケ誘致時に、トラブルなく協力体制を構築できるので、私たちも少ない人員ながら頑張っていきたい。まちの方々から情報があったら、ぜひ紹介いただいて、私たちがその情報を東京や大阪のほうに提供することで、番組制作の素材にしていだけるような関係をつくっていきたいと考えている。

松江市議会議長 様

令和8年6月15日

議会基本条例第7条の規定により議会報告会(意見交換会)を実施しましたので報告します。

令和8年度 議会報告会(意見交換会)

経済委員会委員長 岩 本 雅 之