

小泉八雲・セツのドラマを
イカしてバケる松江推進協議会
事業計画(案)

はじめに

松江観光における現状と課題【認知度不足】

国際文化観光都市3市の認知度(全国ランキング)比較

京都市 1位

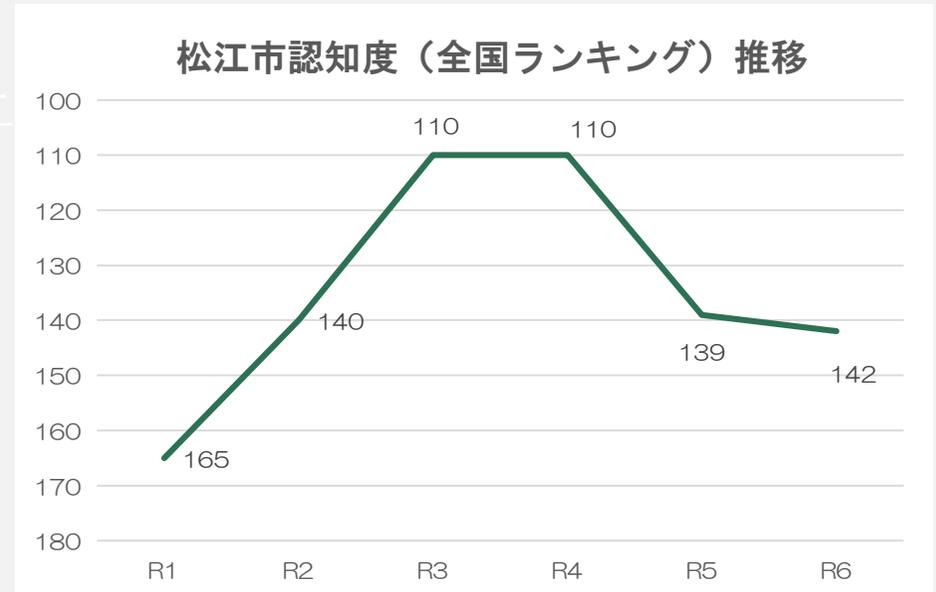
奈良市 30位

松江市 142位

山陰他市の認知度(全国ランキング)

鳥取市 26位

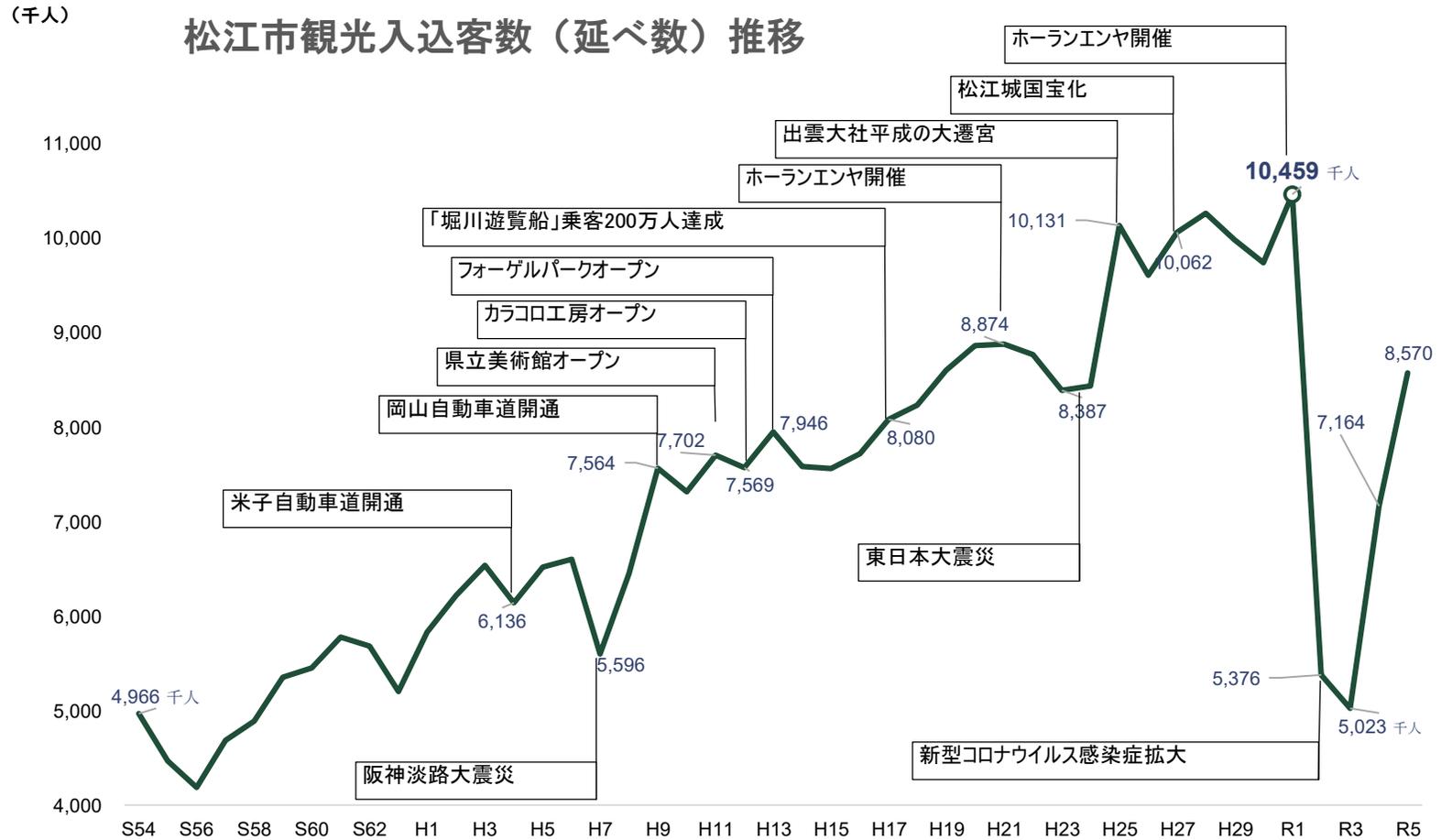
出雲市 104位



出典:地域ブランド調査(2019~2024)

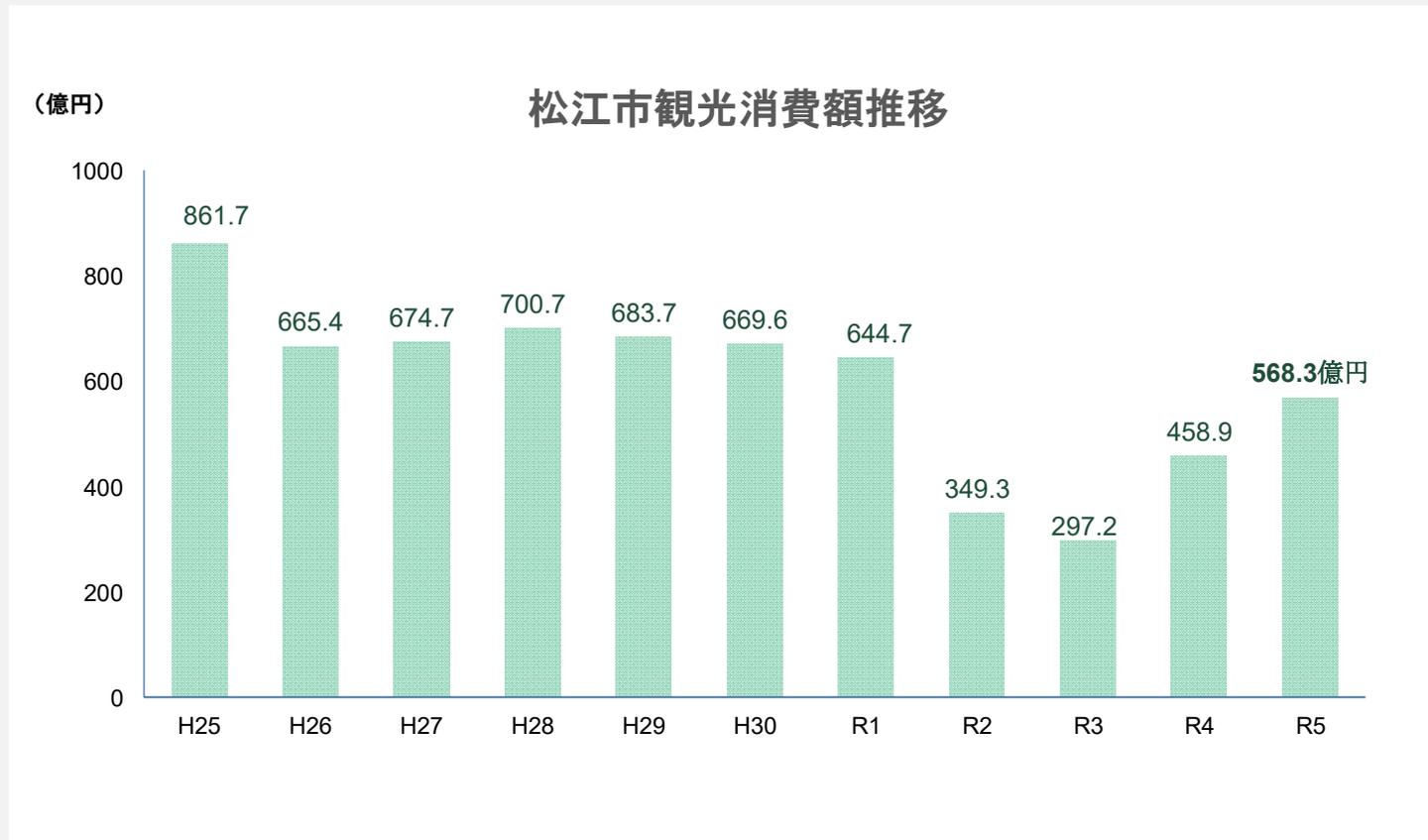
はじめに

松江観光における現状と課題 【観光入込客数及び観光消費額の低迷】



はじめに

松江観光における現状と課題 【観光入込客数及び観光消費額の低迷】

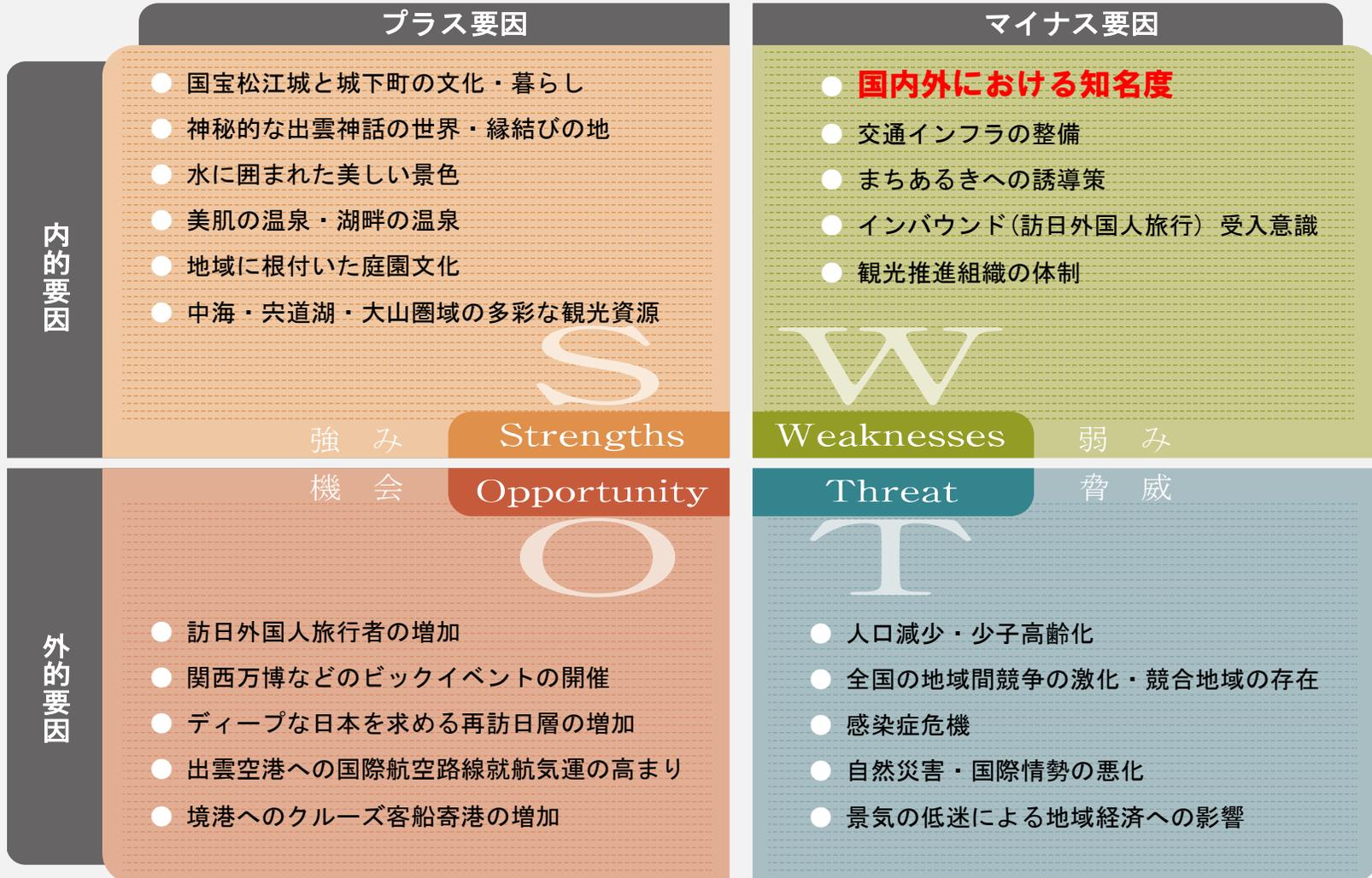


出典：松江市観光白書

観光入込客数・観光消費額ともにコロナ禍前の水準に回復していない

はじめに

松江観光における現状と課題【SWOT分析】



はじめに

2025(令和7)年度後期 連続テレビ小説 「ばけばけ」制作・放送 決定

ドラマ効果で**認知度向上**



松江の**観光需要増大**



写真提供:小泉八雲記念館

基本方針

官民学の連携による取組みを推進することにより、

連続テレビ小説「ばけばけ」の制作・放送を、

全国・世界に向けた**松江の魅力発信・観光振興に最大限生かす**とともに、

これを一過性のもので終わらせることなく、

将来にわたって「妻セツと出会い、小泉八雲が愛したまち松江」を

市民が誇れるよう「**小泉八雲・セツの精神・功績**」を後世に引き継いでいく。

取組みのポイント

1

島根県、小泉八雲とゆかりのある県内外の自治体、及び民間事業者と連携し、幅広くプロモーションを展開することで、全国・世界からの誘客を図る。

2

既存の観光資源を磨き上げるとともに、
現在抱えている課題について解消・改善に向けて取り組むことで、
観光客の満足度を高める。

3

教育機関等との連携により、小泉八雲・セツの「オープンマインド」の精神や、
小泉八雲の文学者としての功績、そしてセツの「リテラリー・アシスタント」としての功績を、
小・中学生をはじめとし、市民にあらためて知らしめることで、
「小泉八雲・セツ」を松江の財産として引き継いでいく。

ワーキンググループによる取組み推進

バケる観光地ソウゾウWG

拠点整備、受入整備、
誘客プロモーション全般、周遊促進に関すること

取組みのポイント ① ②

イカす商品を開発しようWG

物産品の開発・販売に関すること

取組みのポイント ②

八雲・セツを知ろう学ぼうWG

顕彰事業に関すること

取組みのポイント ③

ワーキンググループによる取組み推進

バケる観光地ソウゾウWG

WGメンバー

- ・松江商工会議所
- ・松江観光協会
- ・松江旅館ホテル組合
- ・玉造温泉旅館協同組合
- ・美保関旅館組合
- ・日本旅行業協会
- ・西日本旅客鉄道
- ・一畑電気鉄道
- ・島根県観光連盟
- ・中海・宍道湖・大山圏域観光局
- ・山陰インバウンド機構
- ・八雲会
- ・松江青年会議所
- ・島根経済同友会
- ・松江商店会連合会
- ・松江市公民館長会
- ・山陰ケーブルビジョン
- ・松江市観光振興公社
- ・山陰中央新報社

WG事務局

- ・広報課
- ・観光振興課
- ・国際観光課
- ・文化振興課
- ・交通政策課

ワーキンググループによる取組み推進

バケる観光地ソウゾウWG

「ばけばけ」効果による観光客増加が見込まれる中、既存の地域資源を磨き上げるとともに、満足度の高い観光が提供できるよう、デジタル技術の活用も検討しながら、受入環境を整備する。また、市内外の機運を高める観光プロモーションを幅広く行う。

取組み例（案）

- ・ 受入環境整備（案内・誘導看板設置、予約システム導入、駐車場誘導警備体制強化等）
- ・ 機運醸成（ロゴ・キャッチコピー制作、ラッピングバス運行、イベント開催等）
- ・ 誘客促進（誘客プロモーション、ホームページ制作等）
- ・ 誘客イベント開催（イベント開催支援補助金等）
- ・ ゆかりの地連携（連携プロモーション等）



<参考> 松江ゴーストツアーラッピングバス |

ワーキンググループによる取組み推進

イカす商品を開発しようWG

WGメンバー

- ・松江商工会議所
- ・松江観光協会
- ・島根県観光連盟
- ・八雲会
- ・松江青年会議所
- ・島根経済同友会
- ・松江商店会連合会

WG事務局

商工企画課

ワーキンググループによる取組み推進

イカす商品を開発しようWG

小泉八雲・セツという地域資源を生かし、和菓子や日本酒、海産物等の地域ブランドをはじめとした幅広い分野において、新商品開発やリブランディングを行う。

取組み例（案）

- ・商品開発伴走支援
- ・販売促進（ロゴ活用、ノベルティ製作等）



<参考> 『怪談』出版120周年ロゴマーク

<参考> 『怪談』出版120周年関連商品



風流堂「かっぱふえ」



彩雲堂「雪女プレート」



松江クロード「かっぱ缶」

他多数

ワーキンググループによる取組み推進

八雲・セツを知ろう学ぼうWG

WGメンバー

- ・八雲会
- ・松江青年会議所
- ・島根大学
- ・松江市公民館長会
- ・松江市小学校長会
- ・松江市中学校長会
- ・山陰ケーブルビジョン
- ・山陰中央新報社

WG事務局

- ・文化振興課
- ・学校教育課

ワーキンググループによる取組み推進

八雲・セツを知ろう学ぼうWG

小泉八雲・セツの精神・功績を学ぶ機会を創出し、小泉八雲・セツが重要な地域資源であることについて小中学生をはじめ、市民に広く浸透させる。併せて、協議会による様々な取組みについても広く情報発信し、市民一人一人がおもてなしの意識を持って観光客を迎え入れる気運を高めていく。

取組み例（案）

- ・ 顕彰用教材製作
- ・ 出前授業（小・中学校、公民館等）



<参考>子ども塾 スーパーへるんさん講座

協議会及びワーキンググループにおける当面の予定

協議会設立総会（令和6年12月16日）

- ・協議会の設立について
- ・事業計画について

- ・WGの開催（令和7年1月～随時）
- ・事務局会議の開催

第2回協議会総会（令和7年4月下旬予定）

- ・収支予算について
- ・事業進捗について

- ・WGの開催（随時）
- ・事務局会議の開催

第3回協議会総会（令和7年9月中旬予定）

- ・事業進捗について
- ・次年度事業計画について

ドラマ放送開始

世界中から松江に人が集まる

松江市総合計画「MATSUE DREAMS 2030」に掲げる未来の松江の姿

MATSUE観光戦略プラン「2023-2029」目標数値

	2023(R5)年		2030(R12)年
観光消費額	568.3億円	➡➡	750億円
観光入込客数	857万人	➡➡	1,100万人

推進協議会の取組みにより**早期達成（2025～2026）**及び**維持向上**を目指す