令和 8 年度 MATSUE 観光戦略プラン推進委員会

【日　　時】 令和 8 年 8 月 21 日（金）13:30～15:00
【場　　所】 松江市役所　4F　防災センター
【出 席 者】 委員 9 名（伊藤委員、植田委員、木次委員、鷦鷯委員長、佐々木委員、
内藤委員、林委員、福間委員、星委員）、茶田アドバイザー
【会 議 録】

〇事務局
　ただ今より令和 8 年度松江観光戦略プラン推進委員会を開催いたします。本日の進行を務めさせていただきます、観光部次長の今岡でございます。どうぞよろしくお願いいたします。皆様方にはお忙しい中ご出席いただき、誠にありがとうございます。本委員会は、令和 5 年 2 月に策定した MATSUE 観光戦略プランの進捗状況を評価・検証することを目的として設置されています。
　本日の会議は、検討委員会設置要項第 7 条第 2 項の規定に基づき、委員の過半数以上が出席しなければ開催できません。本日は委員 11 名中 9 名が出席し、うち 1 名は遅れて出席予定となっております。このため、委員会が成立していることをご報告いたします。
　また、松江市情報公開条例等の規定により、本日の会議は全て公開といたしますので、ご了解いただきますようお願い申し上げます。
　それでは、本推進委員会の開会にあたり、鷦鷯委員長からご挨拶をお願いいたします。

〇鷦鷯委員長
　本日はお忙しい中、推進委員会にお集まりいただきありがとうございます。また、アドバイザーにもご参加いただき、感謝申し上げます。本日はどうぞよろしくお願いいたします。
　さて、今年の松江の観光状況についてですが、皆様もご存じの通り、朝ドラ「ばけばけ」の放送が始まり、先月からは「VIVANT」の放映、さらに美保関地区では重伝建選定に向けた動きなど、新たな展開を迎えており、その勢いを実感しております。本日はこうした変化をしっかりとアクションプランへとつなげていきたいと考えていますので、皆様の現場での感想やアイデアをぜひお聞かせください。どうぞよろしくお願いいたします。

〇事務局
　ありがとうございました。それでは次第の第 2 項、新任委員の紹介に移らせていただきます。委員の皆様の任期については、令和 7 年 7 月 1 日から令和 9 年 6 月 30 日までの 2 年間とさせていただいております。昨年度から引き続き、どうぞよろしくお願いいたします。
　この度、2 名の委員が任期中の改選となり、新たに委嘱させていただきました。新しく委員に就任されましたお二方より、一言ずつご挨拶をいただきたいと思います。それでは、木次委員、よろしくお願いいたします。

〇木次委員
　島根県観光連盟専務理事の木次と申します。よろしくお願いいたします。この 3 月までは県の地域振興部におりました。直接観光の業務ではありませんでしたが、陸海空の

交通利用促進の業務を担当し、皆様には大変お世話になりましたこと、感謝申し上げます。この度観光連盟の業務に従事することとなり、引き続き皆様にご支援、ご協力をお願いすることになると思います。どうぞよろしくお願いいたします。

〇事務局
　ありがとうございました。続きまして、福間委員様お願いいたします。

〇福間委員
　失礼します。一般社団法人中海・宍道湖・大山圏域観光局の事務局長の福間と申します。この 3 月までは松江市観光部におりましたが、4 月から現在の観光局に異動しております。これまでは松江市中心に観光を考えておりましたが、これからは観光地が集積している圏域全体を見据え、いかに人を呼び込み、周遊してもらうかを考えていきたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

〇事務局
　ありがとうございました。なお、昨年から引き続きご就任いただいている委員の皆様の紹介につきましては、お手元に配布しております委員名簿で代えさせていただきますので、ご了承ください。
　それでは議事に入らせていただきます。今後の進行につきましては、本推進委員会設置要項第 6 条に基づき、委員長にお願いしたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

〇鷦鷯委員長
　それでは進行役を務めさせていただきます。円滑な議事進行にご協力のほど、どうぞよろしくお願いいたします。それでは議事に入ります。令和８年度アクションプラン案について、事務局から説明をよろしくお願いいたします。

〇事務局
　観光戦略係の岩本と申します。よろしくお願いします。
　それでは令和 8 年度アクションプラン案についてご説明いたします。まず、資料の構成とフォーマットの変更点、並びにアクションプランの概要についてご説明いたします。個別事業については事前にお配りしておりますので、本日は新規事業などを中心にポイントを絞ってご紹介いたします。まず、配布資料の確認です。
　モニターにも映し出しますので、お手元の資料またはモニターをご覧ください。資料 1 の A3 の紙は本プランにおける全 80 事業の一覧表です。全体像の中で各事業がどのように位置づけられているかをご確認いただけます。このうち、赤丸印のついている 30 事業が今回のアクションプラン掲載事業になります。続いて、資料 2 が本日のメインとなる令和 8 年度アクションプラン案です。こちらには新規・拡充して取り組む主要事業を取りまとめています。資料 3 は別冊その他主な事業です。参考として関連する 50 事業をまとめています。
　なお、併せて本日配布しておりますカラー刷りのインバウンド戦略の考え方の資料については、後ほど使用します。
　続きまして、今年度からの資料フォーマットの主な変更点を 2 点ご説明します。1 点目は KPI と掲載事業の見せ方です。資料 2 の 6 ページ、7 ページをご覧ください。こちらのように 4 つの基本戦略ごとの KPI とその掲載事業目標値と実績が見開きで一目で見

渡せる形式に変更しました。2 点目は進捗管理表の充実です。9 ページをご覧ください。今年度より、事業写真のほか令和 7 年度の実績課題や令和 8 年度以降の取り組みという欄を記載しています。これらによって進捗状況をより具体的にイメージいただけるよう見直しました。

それではアクションプランの概要に入ります。資料 2 の 5 ページをご覧ください。松江観光戦略プランは、松江市総合計画の上位計画とする 7 年間の基本計画です。このうち、新規・拡充する取り組みをまとめたものが本アクションプランであり、今回は令和 7 年度実績の確認と令和 8、9、10 年の 3 年間を対象期間として策定しています。

6 ページには昨年度の実績の一例を画像で掲載しています。昨年度は朝ドラ関連の小泉八雲とセツのドラマを活用した「イカしてバケる松江推進事業」や、松江城国宝化十周年を記念して全国規模のイベント「お城 EXPO」を開催し、多くのお客様を迎えました。また、昨年 12 月からは宿泊税が導入され、新たな財源としての活用が始まっています。

続いて、今年度新たに追加した 2 つの新規事業を紹介します。資料 1 の一覧表では黄色の NEW というマークがついている事業です。まず 1 つ目は資料 12 ページをご覧ください。こちらは美保関重要伝統的建造物群保存地区推進事業です。委員長からもお話がありましたとおり、重伝建への選定に向けた手続きが進んでいることから追加しました。11 ページの美保関エリアの魅力向上事業とともに連携して、歴史的景観の保全と観光活用を進めてまいります。次に 2 つ目の事業として、31 ページの宿泊税の活用事業をご覧ください。令和 8 年度からの本格運用に伴い、追加したページです。令和 7 年度の宿泊税財源として約 6,000 万円を予算化し、28 ページの閑散期誘客対策や 30 ページの観光推進体制強化事業などに活用しました。また、令和 8 年度からは 10 ページから 11 ページに記載のしんじ湖温泉、玉造、美保関の各エリアマーケティング事業や、新規事業として松江観光協会で実施するマーケティングプロモーションなどへの充当を予定しています。さらに、緊急時の観光振興基金の積立にも充当してまいります。宿泊税の活用に関しては、31 ページの下のイメージ図も併せてご参照ください。

最後に、松江城を活用した観光施策と「ばけばけ」関連、インバウンド関連について触れさせていただきます。資料 2 の 8 ページや 9 ページの城下町水の都魅力活用事業に記載されていますが、来年度から松江城の令和の大修理が開始される予定です。工事期間中も可能な限り天守に登閣できる環境を確保し、修理現場の見学会などを開催し、この時期しか体験できない特別な体験を提供することで、観光客誘客に取り組んでまいります。次に 13 ページの「ばけばけ」関連事業をご覧ください。「ばけばけ」のドラマの盛り上がりを一過性で終わらせないように、今年度は「ばけばけドラマ館」を開館したり、小泉八雲月間と銘打った誘客事業を開催しています。またデジタルスタンプラリーも始めており、持続的な誘客を図ってまいります。

資料 26 ページのインバウンド関連についても触れます。昨年の外国人宿泊者数は過去最高の 8 万 2000 人を記録しました。これを受け、海外プロモーションや訪日客向け PR を強化してまいります。今年度策定予定の松江市インバウンド戦略に基づき推進していきます。この戦略については、後ほど委員の皆様からアクションプランへのご意見を伺った後に詳しく説明させていただきます。

以上がアクションプラン案の説明になります。

引き続き欠席委員さんが 2 名いらっしゃいますが、事前にご意見を伺っておりますので、口頭ですが紹介させていただきます。モニターにも表示しておりますのでご覧ください。

木井委員様からは、二次交通などの困難な課題の抜本的改善には、観光単体ではなく、産業との連携や、横串の取り組みが不可欠である。また、地元住民がもっと松江の良さ

や他の地域から見た松江の魅力に気づくことが重要である。また、この度登録される美保関の重伝建の動きを受け、美保関や島根半島などへの誘客人流づくりにも特に力を入れてほしいというご意見を伺いました。
　続いて、定秀委員からは美保神社の観光客受け入れ対策として駐車場整備は進んでいるものの、まだトイレが不足している状況であること、また、お正月や神事の時にはオーバーツーリズムの状況になり、駐車場からシャトルバスを運行してきたものの、その費用が大変高騰しており難しくなっている。今後はバスではなくて、観光客に歩いてもらうために歩道の街灯整備などが必要と感じているというご意見を伺っております。
　事務局からの説明は以上になります。

〇鷦鷯委員長
　ありがとうございます。アクションプラン案について説明し、欠席された委員の方々のご意見も紹介させていただきました。皆様からご意見やご質問、またはもう少し聞きたい部分がございましたらぜひお聞かせください。特に質問がないようでしたら、皆様から幅広いご意見をお伺いしたいと思います。発言の際には議事録を取りますので、マイクをご使用いただけますようお願いいたします。それでは伊藤委員からご発言をお願いします。

〇伊藤委員
　中心市街地活性化協議会の伊藤です。
　やはり話題になるのは「ばけばけ」のことだと思います。観光戦略プランの会議では以前から話題に挙がっていましたが、前回の会議ではまだドラマが始まる前でしたね。その後ドラマが始まり、どのような効果が出るかという話が出ていました。そしてドラマが終わった今も、効果が続いていると感じます。熱烈なファンの方が非常に多いと実感しています。現在、小泉八雲月間にも関わらせていただいているのですが、「ばけばけ」ドラマ館に１日数百人が来場していると伺っています。正式な来場者数がどの程度なのか教えていただけるとありがたいです。
　私自身も実際にドラマ館に行ったあと、月照寺にも訪れましたが、とても良いコースだと感じました。観光客だけでなく、地元の方にもこのようなツアーを提案することができれば良いと思います。私もこの年になって初めて月照寺の中に入りましたが、地元の方でもまだ訪れたことがない方が多いという話を聞いていますので、地元の方々にも関心を広げられると良いですね。
　また、重伝建にも関わらせていただいていますが、現在駐車場整備についての話が出ています。今後も整備が進むということですが、すでにホテルの裏手が駐車場になっていて、お盆の時期には県外ナンバーの車も多く、少し余裕が出てきたように感じました。さらに定秀委員がおっしゃっていたトイレの問題についても、場所が分かりにくいという点も含めて、整備の必要性を非常に感じています。

〇事務局
　観光振興課の今岡でございます。お話をいただきました「ばけばけ」ドラマ館についてですが、オープン当初は非常に多くの方にご来館いただきました。また、ご要望を受け、平日のみの開館としていたところを夏休み期間中から土日も開館し、多くのお客様をお迎えしております。現在、正確な情報として１日平均約 400 名の方がご来館されている状況だと認識しております。

先ほど委員からもお話しいただきましたが、ドラマ館には「ばけばけ」ドラマの関心が高い方が多数訪れております。この施設に立ち寄っていただいた後、市内に豊富に残る本物の小泉八雲やセツのゆかりのスポットを巡っていただければと思います。こうして各地を巡っていただくことで、滞在時間が延び、宿泊や商品の購入などにもつながるのではないかと考えております。

現在、デジタルスタンプラリーを開始しており、松江市内だけでなく隣接する出雲市や隠岐の島、鳥取県のスポットまでエリアを広げ、多くの場所でテーマに触れていただけるような取り組みを進めております。

「ばけばけ」というドラマそのものの注目度は徐々に減っていくかもしれませんが、これを機に、小泉八雲とセツの足跡や功績をしっかり検証し、市内にこれだけの魅力的なスポットがあることを広く紹介していきたいと考えております。そして、これらを通じて観光誘客につなげてまいりたいと思います。

〇鷦鷯委員長

ありがとうございます。ドラマ館は大体いつ頃まで運営される予定でしょうか。

〇事務局

ドラマ館の運営についてですが、行政は年度単位で予算を編成しておりますので、来年の3月末までは確実に設置を継続する予定です。ただし、ご寄付によって設置されたドラマ館であるため、1年で終了するのは非常にもったいないと考えております。非常にご好評いただいていることから、来年度も継続できればと考えています。ただし、予算や副題として使用している「ばけばけ」という表記について、NHK様とも相談していく必要があるかと思います。状況が整いましたら改めてご説明やご報告をさせていただきます。

また、「ばけばけ」に関する補足ですが、ドラマが終了した今年3月の実績を見ますと、小泉八雲記念館は前年同期比で3.2倍、小泉八雲旧居は6.5倍、月照寺は28.3倍という大幅な増加がありました。ドラマ終了後は月ごとに若干減少しておりますが、最新の7月での実績では、小泉八雲記念館が前年同期比で1.8倍、小泉八雲旧居が約3倍、月照寺が約6.7倍と、引き続き昨年に比べて大幅に増加している状況です。

お盆の時期に周辺を視察した際、ゴールデンウィークのような賑わいは落ち着いたものの、多くのお客様にお越しいただいていると感じました。来月9月からは小泉八雲月間が始まり、2月にも同様のイベントを予定しております。このような取り組みを通じて「ばけばけ」効果を継続し、観光誘客につなげていきたいと考えています。

さらに、6月末まで島根県様とJR西日本様と連携して運行していた「ばけバス」について、9月から運行を再開する予定です。6月までのコースに加え、ドラマ館を新たに組み込んだルートで運行し、ドラマ館を訪れた後にゆかりの地を巡っていただく形を予定しております。運行期間は9月から12月までを予定しており、引き続きJR西日本様、島根県様と連携してPRを行い、観光客の継続的な誘致を図ってまいります。

また、美保関の受入環境整備についてですが、昨年度は美保神社の入り口に新たな駐車場を設置しました。今年度から整備予定の駐車場は、神社から灯台の方に抜けた奥にある小泉八雲公園近く、宿の跡地に設置する予定です。この駐車場は大型バスの駐車にも対応可能な設計とする予定です。美保関が重伝建に指定されることに伴い、小泉八雲ゆかりの地として多くのお客様を迎えられるよう、受入環境の整備を進めたいと考えています。併せて、トイレについても新たに整備を行いました。現在、駐車場の近くには公衆トイレがありますが、神社には小規模なトイレしかない状況です。そのため、現在

ある施設を活用しつつ、告知を行い、必要に応じて地域の皆様と相談しながら追加の整備を検討してまいります。どうぞよろしくお願いいたします。以上です。

〇鷦鷯委員長
　ありがとうございます。小泉八雲記念館の改修はいつでしたでしょうか。

〇事務局
　失礼いたします。文化振興課長の中村と申します。小泉八雲旧居のことについてのお尋ねかと思います。昨年度に保存活用計画を策定し、来年度および再来年度のところで整備基本計画を立てていくところでございます。現在、旧居の中でまだ一般観覧を行っていない部分などもございますし、そうした活用なども含めて令和 9 年度・10 年度の計画の中で立てて、それ以降の時期に進めていく準備をしております。どの程度休館といったような形にするのかなどについては確定しておりません。

〇鷦鷯委員長
　ありがとうございます。できるだけ早くお願いしたいと思います。よろしくお願いします。そうしましたら、木次委員、お願いいたします。

〇木次委員
　では、観光連盟の立場で少しお話をさせていただきます。この場に馴染むかどうかと思いながらも、幅広く意見を述べてよいとお伝えいただきましたので、広域観光の推進についてお話しさせていただきます。
　一般的に観光に限りませんが、市町村の枠を超えた広域での取り組みは、県や県の外郭団体が音頭を取ることもあります。今年度、県観光連盟で取り組んでいることとして 2 点ご紹介いたします。
　一つ目は、安来や雲南エリアを旅行会社の販売チャネルに採用していただくことを前提とした取り組みです。新しい着地型コンテンツに何かないか、あるいは既存の資源を磨き上げられないかということを進めております。これは安来・雲南エリアにお客様が来られ、消費していただくことを見込んでいるのはもちろんですが、それだけではありません。島根観光の中心はやはり松江・出雲エリアですので、前提条件として、出雲・松江エリアと交通の便を含めてスムーズに連動し、旅行商品になりやすいものをイメージしながら進めております。
　それにより、例えば 1 泊 2 日で島根観光をして帰ろうとされる方が、「雲南エリアに良いコンテンツができたから、もう 1 泊しよう」となった際に、雲南に宿泊されることもありますが、宿泊のメインは松江エリアになるかと思います。「昨日はビジネスホテルだったから、2 日目は玉造温泉に泊まって、明日はゆっくり雲南を見て帰ろう」といった流れにつなげたいと考えております。
　なぜここでお話ししたかと申しますと、県や県観光連盟としてこうした広域的な取り組みを進めようとする際、観光分野に限らず、市町村同士の水平方向の連携は、県がいくら呼びかけてもうまくいかないことが多いからです。やはり核となる市町村がしっかりと周辺市町村の意見を受け止め、「一緒にやろう」というメッセージを出していただくと非常にうまくいくと考え、お話しいたしました。
　もう一つの事例として、こちらも松江市様に関わるお話です。県西部の萩・石見空港の利用促進が、県観光連盟も含めて大きな課題となっており、様々な取り組みを行っております。主に県観光連盟では個人向けの対策を行っております。個人向けのため、大

きな席数が稼げるわけではありませんが、今年度好調なプランがあります。それは、ある旅行会社様が展開している、往復で萩・石見空港を利用し、レンタカーで一気に玉造温泉まで行くという商品です。途中で出雲大社をご覧になることなども含まれているかと思いますが、そういったものに行政的な支援も入れております。
　そうした点から考えると、県西部から見ても「そこまでしてでも松江に行く価値がある」という魅力を備えていると言えます。松江と益田の連携は距離が離れており、一見すると非現実的に思われるかもしれませんが、現実として萩・石見空港を利用された首都圏からのお客様が、結果的に松江にお泊まりいただいている事例がございます。
　繰り返しになりますが、ぜひ松江市様におかれましても、これまで進められてきた広域観光について、より連携を深めさせていただき、良い方向に一歩ずつ踏み出していければと考えております。

○鷦鷯委員長
　ありがとうございました。

○事務局
　おっしゃっていただいた通り、私ども松江エリアのみで観光の取り組みを構築するわけではなく、周囲の皆様のコンテンツ等といかに連携し、魅力とストーリー性を向上させ、滞在時間や体験の深さ、面白さを創出していけるかが重要であると考えております。
　安来・雲南エリアとのつながりや、県西部からの周遊につきましても、さまざまな目的を持って来訪されるかと思いますが、今おっしゃっていただいた通り、『ばけばけ』などの追い風がある松江まで足をお運びいただける状況があるかと思います。
　いずれにしましても、こうした連携は自治体として他のエリアの皆様と「しっかりと取り組む」という意思表示を持った上で進めるべきものと考えております。本日ご出席いただいております福間委員をはじめ、圏域観光局（5 市エリア）におきましても、広域連携による観光として、まずは小泉八雲などをテーマに掲げながら、地域間のつながりを創出する施策を検討しているところでございます。
　ご提示いただいた視点をしっかりと念頭に置き、魅力的な観光誘客に取り組んでまいります。ありがとうございます。

○鷦鷯委員長
　ありがとうございます。続いて内藤委員よろしくお願いします。

○内藤委員
　玉造温泉旅館協同組合の内藤です。よろしくお願いします。
　アクションプランには全 80 事業と非常に数多くの事業があり、それぞれの担当者や事業所の方々が工夫しながら取り組まれているかと思います。これらが単独に終わるのではなく、しっかり連携して松江市全体で回遊性を持って活用できるようにしていくことが大切だと感じております。単独での実施にとどまってしまっては効果が広がりにくいため、あくまでお客様の集客につなげ、松江での滞在時間を延ばし、消費額を増やしていくという本来の目的に向かって、すべての事業がうまく連携していくことが望ましいと考えております。
　そのためには、兼ねてより申し上げている通り、2 次交通の整備が不可欠だと感じております。バスや運転手の不足、またタクシーの稼働状況など課題が多く歯がゆい思いもございますが、現状ある資源の活用として、例えば玉湯町内を走るコミュニティバス

を観光客の移動手段としてうまくつなげられないかと考えております。福祉と観光という目的の違いはあるかもしれませんが、そうした枠組みを乗り越えて連携できればと思っております。
　また、エリアマーケティングについてですが、玉造としても現在取り組んでいるところです。玉造の立場からは「事業が松江市街地中心になっているのではないか」と感じてしまう面もありますが、松江市全体で見れば、玉造や美保関といった地域も大きな魅力の柱であり、これらがあるからこそ松江市全体の価値が高まっていると考えております。私たちも玉造の事業者として松江市の目標達成に貢献できるよう、積極的な集客・発信に取り組んでまいります。目標数値が高く大変な部分もありますが、SNS 発信に力を入れた結果、Instagram のフォロワー数が間もなく 1 万人に達するなどの成果も出ております。エリアマーケティングを機に始めた取り組みを引き続き推進してまいりますので、今後ともよろしくお願いいたします。

〇鷦鷯委員長
　はい、ありがとうございます。2 次交通について何かございますか。

〇事務局
　交通政策課の本田と申します。2 次交通についてのご質問、ありがとうございます。
　2 次交通の確保につきましては、さまざまな手法があると考えております。市内の路線バスの定着を図ることはもとより、観光分野においてはマイクロモビリティ（「ラフチャリ」など）の導入も進められていると伺っております。広域的な移動におきましても、一畑交通様のタクシー事業や鉄道など、多様な交通手段を融合・連携させ、お客様をしっかりと輸送できる体制を整えていくことが重要であると認識しております。

〇内藤委員
　コミュニティバスを観光利用することは難しいのでしょうか。

〇事務局
　コミュニティバスの乗車対象を限定しているわけではありませんので、観光客の方にもご利用いただいてまったく問題ございません。

〇内藤委員
　コミュニティバスが駅まで乗り入れられないか検討していたところでした。

〇事務局
　コミュニティバスは、路線バスの運行が少ないエリアを補完するという一定の条件のもとで運行されている交通手段です。駅周辺には既存の一畑バス様や市営バス様が運行する路線があるため、郊外エリアを巡回するコミュニティバスから路線バスへ乗り換えていただき、駅まで移動していただくという形を想定しております。

〇内藤委員
　玉造温泉の事例でお伝えしますと、現在、JR 玉造温泉駅の駅前ロータリー内までは一畑バスの路線バスが入らず、外の道路までの運行となっています。そのため、観光客が駅から降り立った際にすぐに乗れるバスがない状況です。以前は駅前まで乗り入れていた時期もあったため、一畑バス様にも要望をお伝えしているのですが、現状は乗り入れ

が難しいとお伺いしております。駅から直接バスが出発できるようになれば観光客の利便性が大幅に向上すると考えております。

〇事務局
　確認ですが、おっしゃられている駅とはJR玉造温泉駅のことでお間違いないでしょうか。

〇鷦鷯委員長
　民間のバスが入っていないのであれば、乗り入れ可能な気もいたしますが。

〇事務局
　乗り入れていない背景には何らかの理由があるかと思います。あいにく本日その詳細な理由を把握しておりませんため、確認のうえ別途ご回答とさせていただいてもよろしいでしょうか。

〇内藤委員
　ありがとうございます。

〇鷦鷯委員長
　乗り入れが可能であればご対応いただくなど、いろいろとご検討をお願いいたします。

〇事務局
　補足いたします。松江市では昨年度より自動運転バスの実証実験を行っており、昨年度は松江駅からソフトビジネスパーク間で実施いたしました。今年度は9月より、松江駅から裁判所前などを反時計回りで運行する実証実験を予定しております。
　先ほどお話がございました通り、運転手不足によりタクシーやバスの運行が困難になっているという課題がございます。松江市といたしましては、自動運転バスやAI、GXなどを活用し、これらの課題を解消できないかと考えております。全域への展開には少々お時間をいただくことになりますが、取り組みを進めながら、玉造温泉をはじめとする二次交通の課題解決に向け、市民のみならず観光客の方々にとっても利便性の高い連携・解決策を推進してまいりたいと考えております。
　また、松江城周辺や「ばけばけ」ゆかりの地など中心部にお越しのお客様に、松江市内に長く滞在して消費をしていただくためには、周辺地域の情報発信や魅力向上が必要不可欠です。そのためにも、内藤委員のお宿のSNSにおいて若女将にご出演いただき、「ばけばけ」ドラマ館について発信していただいている取り組みなども拝見しておりますが、事業者の皆様のご協力なくして拡散力を高めることは難しいと考えております。ぜひ市内の事業者の皆様と一体となり、松江市全体の情報発信に取り組んでまいりたいと存じますので、引き続きご協力を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

〇鷦鷯委員長
　ありがとうございます。では次お願いします。

〇福間委員
　失礼します。福間です。私は中海宍道湖大山圏域の担当として、この圏域全体にどのように人を回していくかを考えていかなければなりません。

現在、出雲大社や松江城、足立美術館などを目的に来訪される方が多くいらっしゃいますが、そうした方々がどのような経路で移動し、どのように情報を得ているのか、実際の周遊状況についてはまだ十分把握できておりません。まずはこれらの動向を調査・把握した上で、適切な情報発信などの施策を立てていくことが私たちの役割の一つであると認識しております。

この圏域には非常に多くの観光地があり、魅力の発信次第でさらに多くの方に訪れていただけるエリアだと考えております。ドラマ「VIVANT」の撮影に関連しても、境港や安来、ホテル一畑、一畑薬師などが登場し、今後出雲大社なども取り上げられるかと思います。境港が口ケ地として話題になった際も多くの観光客が訪れましたが、「境港には行ったものの、島根県側の口ケ地にはまだ足を運んでいない」というケースも出てくると予想されます。そのため、このエリアが一つの観光目的地として移動しやすく、宿泊施設も充実しており、併せて巡るべき魅力的なスポットが多く存在することを PR していきたいと考えております。

次に、来年運航されるジャパネットクルーズについてです。先週打ち合わせに参加してまいりましたが、定員は 4,000 名余りで、その大半が日本人のお客様です。ジャパネットの特性上、おすすめされたコンテンツに対する関心が高い客層であるため、「ここがおすすめ」「ここが面白い」という提案に対する反応が非常に良く、PR の仕方が鍵になると聞いております。

ジャパネットクルーズ側では、1 周 1 時間程度で巡れるコースや皆生温泉方面などへのシャトルバス運行を検討されています。圏域としては出雲や松江まで足を延ばす広域シャトルバスを期待していたところですが、時間的制約から 1 時間圏内での運行が中心となる見込みです。具体的な経由地として由志園や水木しげるロード、大漁市場なかうらなどが挙がっていたため美保関の組み入れを提案いたしました。しかし、1 時間間隔の巡回により 100 名以上の観光客が常時滞留することになり、現在の美保関ではそれだけの人数を受け入れられる飲食店や店舗が不足しているため難しいとの回答でした。美保関では重要伝統的建造物群保存地区の取り組みや空き家対策が進められているため、これらを活用して店舗などが整備されれば、将来的にクルーズ船のシャトルバス受け入れにも対応できるのではないかと考えております。長期的な課題ではございますが、ぜひ活用を進めていただきたいと考えております。なお、シャトルバスの巡回は難しいものの、美保関へのオプショナルツアーの実施は検討していただけるとのことで、現在そのための情報収集が進められているとお伺いしております。

最後に、多言語対応について 1 点申し上げます。案内等の対応言語に中国語が追加されたとのことでしたが、確認したところ簡体字のみで繁体字の表記が見られませんでした。台湾や香港からの観光客も多いため、繁体字の導入もぜひご検討いただきたいと思っております。一方で、近年はスマートフォンの翻訳機能も進化しておりますので、多数の言語に対応することに加え、翻訳アプリで処理しやすい「やさしい日本語」による表記の工夫についても検討していただければ幸いです。

〇事務局

失礼いたします。国際観光課の池田でございます。多言語対応に関するご意見をいただき、ありがとうございます。

現在、松江市での取り組みとして卓上翻訳機の活用に関する実証実験を行っております。観光振興公社において、外国人観光客との会話内容や翻訳精度、使い勝手などを検証しているところです。透明パネルの双方に互いの言語がリアルタイムで表示される仕

組みとなっており、利便性が高く精度も良好であると感じております。今後は市役所庁舎内でも運用し、正確性を確認していく予定です。
　また、「やさしい日本語」の表記につきましては、国際交流事業の一環として浸透を図っております。外国人の方にも伝わりやすい日本語表記の普及を進めておりますので、市民や事業者の皆様にも活用方法を知っていただき、分かりやすい表記の実現に取り組んでまいりたいと考えております。
　繁体字への対応につきましてもご指摘の通りだと認識しております。本市においては台湾からの観光客が最も多い状況でございますので、引き続き台湾の国際交流員と相談しながら対応を進めてまいります。よろしくお願いいたします。

〇鷦鷯委員長
　はい、ありがとうございます。そうしましたら星議員、お願いいたします。

〇星委員
　日本政策投資銀行の星でございます。ご説明ありがとうございました。

　資料を拝見しておりまして、80 項目にわたる事業ということで、もちろん事業規模自体は大きい小さい等いろいろあるとは思うんですけれども、特に注目されがちな宿泊税や松江城の保存修理といったところは、ご説明されるお立場としていろいろご苦労される部分はあると思います。しかし、それ以外のところも幅広く網羅されており、非常に敬服する次第でございます。
　『ばけばけ』の話も先ほどありましたけれども、ドラマは終了したものの、まだ引き続きそれをきっかけに来られる方もおられるということで、できるだけその効果を引き延ばしていければというところだと思います。そうは言っても期間限定のドラマですので、5 年も 10 年も同じようにということではないと思います。それを見越して、まさにドラマがテーマにしていた小泉八雲とセツというのは一過性のものではないという点について、先ほどの井川部長の説明の通り、まさにその通りだと思いますので、これは松江に根付いていく一つの文化と言ってもいいと思いますから、そこは引き続き育てていっていただくのがいいのかなと思っております。
　観光地としての魅力や特色をつけるものは、まさにそういった文化的なところなのかなと思っております。その文化というのは、長い間で培ってきた生活習慣や生活様式、考え方、道具、郷土料理のレシピ、あるいは芸能などもあるかもしれませんが、そういったものは松江が他の地域と違った魅力を発信するという意味で非常に大事なものだと思っております。
　その中に茶の湯や和菓子などもあると思うのですが、松江の方にお伺いすると、和菓子に関しては「以前は客が家に来るので、いつ来てもいいようにある程度お茶菓子をたくさん買っておき、家の中でもお茶をよく飲んでお茶菓子を食べる習慣があった」というお話を聞いております。そうした生活習慣が全国標準化といいますか、だんだんなくなってくるとすると、そうではない形で和菓子をいかに生活に取り入れていくかということなのか、あるいはかつてのお茶を午後に飲んでいた習慣をもう一度取り戻していくことなのか、そういった取り組みも一つ大事になってくるのかなと思っております。
　生活習慣の中にあったものがなくなっていくとすれば、それをどういう形で再認識・再発掘していくかという点において、イベントを行うのであれば音頭を取るのは誰なのか、あるいはイベントなどで牽引して情報発信するのは誰なのか、実際にやられるのは民間の方なのかもしれませんが、自然体では難しいので誰かにお願いするのだとしたら

それを誰が支えるのかというところで、やはり行政の力はすごく大事になってくる部分があるのかなと思います。行政が担う部分は引き続き大きいところがあると思いますので、そこはぜひ引き続き頑張っていただきたいと思っております。
　抽象的な話でしたけれども、私の方からは以上でございます。

〇鷦鷯委員長
　はい、ありがとうございます。

〇事務局
　ありがとうございます。まさにおっしゃる通り、10 時や 15 時に抹茶を点てる松江ならではの風習が、昔に比べて今どうなのかというところはございます。
　今おっしゃったようなイベントなどを考えますと、松江城大茶会のような昔からある行事もありますが、若干敷居の高いイベントかもしれないという面もあります。そうした中で近年は、お子様でも参加できる茶の湯のお茶体験や和菓子体験なども行っており、例えば春と秋にイオンで茶道関係者やお茶屋さんなどと協力して実施しているところです。
　昔に比べて保育所や小学生くらいの年齢で、いわゆる抹茶体験をしている子は増えているのではないかという気がしております。この間、5 月 16 日に行われた新庁舎のオープニングイベントでもご協力いただき抹茶体験を行われたのですが、その際に知り合いの方が「孫を連れて抹茶体験に来ました」とおっしゃっていました。きっかけをお聞きすると、そのお孫さんは 4 歳くらいの男の子で、お友達がどこかで抹茶体験をした話を聞き「自分もどうしても体験したい」と言うので連れてきたとのお話でした。私もそれがすごく嬉しく、そうした堅苦しくない形で機会を設けることができ、自然とそういった子たちが大人になっていく流れが定着していくといいのではないかと思っております。
　一方で、若干敷居の高いイベントもまた良いのではないかとも考えておりますので、そのあたりも工夫しながら取り組んでいきたいと思っております。ありがとうございます。

〇鷦鷯委員長
　はい、ありがとうございます。そうしましたら、続きまして林委員お願いします。

〇林委員
　皆様こんにちは。冒頭遅れまして大変申し訳ございませんでした。日本旅行業協会中四国支部島根県支部の林でございます。
　まずは、80 を超えるアクションプランについて、観光振興課様を中心に限られたリソースで対応いただいている点に敬意を表します。私ども観光事業者の立場としては、今回『ばけばけ』効果により非常にどの観光施設も対前年を上回る集客があり、ホッとしているところでございます。
　実際に水郷祭の時期に県外のお客様を送客する機会があったのですが、松江城周辺は徒歩での観光が中心となる中で、タクシーの乗降時に車をつけられない点や駐車場問題など、限られた土地柄ゆえの厳しさをインフラ面で感じいたしました。とはいえ、順調に伸びている観光客をスムーズに受け入れていくためにも、ハード・ソフトの両面で整備を進めていく必要があると感じております。
　水郷祭についても約 69 万人の来場者となり、右肩上がりで成功を収めていると理解しております。松江の景観は宍道湖を中心とした「水の都」ですので、アクションプラ

ンの中で水辺の利活用が盛り込まれている点に期待しております。水郷祭の際にも昼間に小学生が SUP 競技を行っており、そのような活用方法もあるのだと感心して拝見いたしました。
　一方で、中海を含め湖観光という面では、まだ完全に活用しきれていない部分もあるのではないかと感じております。これは誰の責任というわけではなく、我々観光事業者も含めてコンテンツ開発の余地が残されているということです。また、水上交通の検討に関しましても、湖岸整備の中で新たな波止場を建設するなどし、湖を経由して発着できる場所が増えると観光として面白くなるのではないかと想像しております。漁業権などの課題があり容易ではないとお聞きしておりますが、検討を進めていただければ幸いです。
　また個人的に気になっている点として、来年から始まる松江城の改修事業がございます。3 年 7 ヶ月という長期間に及び、国体の時期にもまだ改修が終わっていない状況となります。しかし、名古屋城の天守閣改修の際もそうであったように、改修期間中だからといって必ずしも観光客が減少するわけではありません。我々事業者が中心となって代替コンテンツを造成し、新たな付加価値をつけて誘客を図る取り組みが必要になると考えております。官民一体となって対策を講じられる部分があるのではないかと感じております。
　最後にインバウンドについてですが、他の委員もおっしゃっていた通り、松江市単独ではなく広域での受け入れ体制が重要であると考えております。特に関西や広島からの誘客を図る魅力付けが必要であり、OTA では情報が埋もれてしまう懸念もあるため、海外エージェントに向けた直接の PR やツアー造成依頼といった営業アプローチも必要になると感じております。
　石見空港の話も出ましたが、私自身浜田市の石見神楽の支援なども行なっており、海外の方から見ても非常に魅力的なコンテンツであると感じております。そこに出雲大社や松江城といった資源を組み合わせ、広域で施策を打つことができれば、まだ知られていない日本として山陰エリアへの送客拡大の可能性が十分に残されていると考えております。鳥取・島根は全国で最下位やブービーと言われることもありますが、裏を返せばそれだけ伸びしろやポテンシャルがあるということだと捉えております。微力ながら我々もお手伝いできればと思っております。

〇鷦鷯委員長
　はい、ありがとうございます。事務局よろしいですか。

〇事務局
　はい、ありがとうございます。松江城の改修につきましては、お話がありました通り 3 年 7 ヶ月という長期間にわたる事業となります。大規模改修に伴い素屋根の設置や撤去を行うため、登閣できない期間が発生いたします。しかし、そうした特殊な期間だからこそ見ることができる限定的な価値をどのように創出できるかについて、皆様のご意見を伺いながら知恵を絞り、来客数を落とさないような工夫をしてまいりたいと考えております。松江城のみならず、市街地エリアを中心とした各種コンテンツの磨き上げや周遊性の向上も非常に重要になると認識しております。
　また、水辺の利活用や水上交通の検討につきましても、宍道湖を中心とした「水の都」松江において、この水辺コンテンツをいかに活用するかは誘客上の大きなテーマであると考えております。現在、市役所前の護岸工事なども進められておりますが、訪れた方

に松江らしさを感じて喜んでいただけるよう、行政だけでなく事業者様とも意見交換を重ねながら、より魅力的な取り組みを進めてまいりたいと考えております。

〇事務局
　〇事務局（国際観光課 池田）
　国際観光課の池田でございます。インバウンドに関するご指摘につきましては、まさにおっしゃる通りでございます。松江のみを目的にお越しになる海外のお客様もいらっしゃるとは思いますが、それほど多くはないと考えております。山陰インバウンド機構様や圏域観光局様、島根県様などと連携しながら取り組んでいくことが重要であると認識しております。役割分担もあるかと思いますが、それぞれの役割を十分に発揮していくことが大切です。そうした観点から、後ほどご説明いたしますが、今年度インバウンド戦略を策定し、効果的な取り組みを検討していく予定でございます。まだまだポテンシャルを秘めているとのご意見もいただきましたので、外国人誘客の取り組みを進めてまいりたいと考えております。また、現在 8 万 2 千人にお越しいただいておりますので、まずはそのお客様方にいかに満足していただけるかという取り組みも一方で重要であると認識しております。量と質の両面を高めていけるよう、私どもとしても努力してまいります。よろしくお願いいたします。

〇事務局
　松江城に関して補足いたします。松江城の修理につきましては来年度から約 3 年 7 ヶ月間かかりますが、この期間中ずっと松江城天守に登閣できないわけではございません。修理用の素屋根を設置する 4 ヶ月間と、それを撤去する 4 ヶ月間という、前後あわせた計 8 ヶ月間程度が一部天守へ登閣できない期間になると現在想定しております。
　覆いがある期間につきましても、先ほど今岡が申しました通り、工事期間中でしか見られないような見せ方を検討しております。例えば、木造天守の中でも大型で、現在は最上階にある鯱（しゃちほこ）を地上に下ろして修理する予定にしておりますので、実物を間近でご覧いただく貴重な機会にしたいと考えております。また、作業ヤード等の見学会や、素屋根に登って見学していただく企画なども検討しているところです。来年度になり工事事業者が決定いたしましたら、工事休止日にそうした見学が可能かどうか担当課と調整を行い、できる限り早く観光関係者の皆様にお知らせして、ツアー商品等の造成・誘客につなげていただきたいと考えております。
　また、覆いに囲まれても在りし日の天守がどういう形なのかというのをプリント写真で見えるような形にしたいとも思っておりますし、松江城天守の最上階の特徴であります望楼型からの景色についても、覆いがあっても窓のように見ることができないかという話を内部で進めております。これらも文化庁との協議の結果でどうなるか現状はまだ分かりませんけれども、観光客の皆様にこの機会でしか見られない松江城天守というような形でしっかりと情報発信をしていきたいと思っておりますので、関係者の皆様におかれましてはご協力を賜りますようよろしくお願いいたします。

〇鷦鷯委員長
　はい、ありがとうございます。そしたら続きまして、佐々木様お願いします。

〇佐々木委員
　山陰インバウンド機構の佐々木です。私は昨年に引き続き 2 回目の出席となります。

皆様もおっしゃられておりますが、このプランは非常に美しくできているといつも思っております。昨年も申し上げましたが、ベースとなる松江市の総合戦略に紐付く形で作られており、なおかつ各課や各セクションがある中で一つのものを創り上げている点について、私自身、日本航空からの出向で様々な地区の会議に出席してまいりましたが、これほど美しいプランがあることを非常に羨ましく感じております。ちょうど私ども山陰インバウンド機構も 2030 年までの戦略プランを作成しているところです。本日ご出席の松江観光協会の藤岡様にもいろいろご助言をいただいておりますが、このようなプランを構成し、しっかり PDCA が回せる形にしたいと考えております。本日の資料は大変勉強になりましたので、戻りまして代表理事や関係者に共有いたします。

質問が 1 点ございます。20 ページの観光客満足度という指標についてです。アドバイザーの方にお伺いする方がよいかもしれませんが、目標値が今年度「63」、実績が「55.3」となっております。満足度が 11 段階中の「9」と「10」を対象としたかなり厳しい基準かと思いますが、全国的に見てこの目標値が高いのか低いのか、全体のバランス等の知見がございましたら教えていただきたいというのが 1 点目の質問です。

また、インバウンドに関して、26 ページに私ども山陰インバウンド機構の名前を掲載していただいております。先ほど林様からもインバウンドについてご紹介がありましたので恐らくご理解いただいているかと思いますが、進捗状況の中で「山陰インバウンド機構との役割分担が不明確」という記載がございます。確かに山陰インバウンド機構が何を行っているか十分に発信できていない面があると認識しております。完全に切り分けることは難しいと考えており、多少重なる部分も出てくるとは思いますが、なるべく合意形成を図ってまいりたいと考えております。

私どものミッションは、山陰全体にお客さまにお越しいただくためのプロモーションと、全体的な観光地域づくりであると捉えております。観光地域づくりという意味では、山陰地域通訳案内士の募集など、今朝の山陰中央新報に掲載されたような地域の基盤づくりが私たちの役割であると考えております。その上で、各 DMO 様や各市町村様で取り組んでいただくための第 1 ステップを担うことがミッションになると認識しており、現在策定中の戦略プランの中でも明確にしていけると考えております。インバウンドの取り組みについては後ほどご説明があるとのことですので、私からの質問は以上となります。

〇鷦鷯委員長

はい、ありがとうございます。

〇事務局

ご質問ありがとうございます。 20 ページに設定しております観光客の満足度についてお答えいたします。こちらは島根県様の観光動態調査をベースとし、松江市の観光動態調査における観光地点のアンケート調査結果を引用しております。全国的に見て今回の目標設定や私どもの実績がどのレベルに位置するのかにつきましては、手元に比較資料がなく申し訳ございません。全国の各エリアにおける満足度との比較につきましては、今後確認してまいりたいと考えております。

〇茶田アドバイザー

観光客の満足度は重要であり、量ではなく質に着目して議論される点自体は非常に有意義であると考えております。

一方で、アンケート調査にはバイアスが存在いたします。設問や選択肢の表現によって回答が左右されるためです。例えば、英語表記において「Good」と「Excellent」ではニュアンスが大きく異なりますが、「Good」を満足とみなすか、英語本来の「悪くはない」程度の意味合いとして捉えるかによっても集計結果は変わってまいります。また、47都道府県で統一された設問によるアンケート調査を行っている例はほとんどないと思われますので、他地域と横並びで単純比較することは難しいと考えております。

指標として参考にするのであれば、個別のアンケート調査よりむしろGoogle等のレビュー情報が挙げられます。我々もインバウンドを商売にしてるんで、海外の人はどういうレビューを書いているかなというのは気にしますし、そこはある程度サンプルを集めていけば平均点みたいなものも出てくると思うので、島根県全体、松江市としての観光地の満足度が例えば広島と比べてどうかみたいなことは、やろうと思えばデータは取れると思います。

最終的には満足度というのは、多分皆さん事業をしている人は分かると思うのですが、払っているお金に対する満足ですよね。このプライスに対しては「そこまでの価値は見出せませんでした」というのが苦情になってしまったり、「この値段なのにここまで美味しいものが出てきて良かった」というのがあるので、その値段というところを度外視して、単に満足度だけ「良かったですか、良くなかったですか」と聞いても、あまり本質ではないのかなと思っております。結果的にその価格に対しても「価格を超える価値を感じましたかどうか」というのは、多分Googleのレビューや色々なトリップアドバイザーのレビューなど、そういうところで色々なお客さんが書いているのを積み上げていけばなんとなく見えてくると思います。

〇鷦鷯委員長

ありがとうございます。この表を見ると目標値は上がっているのですが、実績は下がっているというのが一番問題ではないかと思いますので、ぜひ上がるように努力していただきたいと思います。そうしましたら、植田委員お願いいたします。

〇植田委員

全般的にこの資料のことはもう置いておいたとして、特に組織論みたいなところは、DMOさんと行政さんというのはだいぶ整理ができているかなと認識しております。非常に素早い対応だと思います。多分1年ぐらいかかるか、2年ぐらいかかるかなと言っていたのですが、やはり部長側のご指示がいいのだろうと思いますので、その辺が進んでいるというのは素晴らしいなと思って見ておりました。

逆に、この事業がどうなのかということを議論する時、事業をするための事業になってしまうことがよくあると思うんですね。目的と手段が逆転していて、手段が目的になってしまうことがあると思うのです。これはしてはいけないと思うので、その意味で整理すると、宿泊者が増えるということが非常に重要であるということだと思います。

それで宿泊者が増えるためにはどうすればいいかというと、キャパシティが増えるということなんですよ。ですからホテルや旅館が増えていくだとか、稼働が上がるだとか、経済効果でいうと単価が上がる、価値が上がって単価が上がるということですね。魅力が上がっていくとか、これが非常に重要だと思っております。

それからもう一つは、5,000円以下の免税の事業者がうちも一部あるのですが、そこは魅力をどんどん発信していって、5,000円以上になっていくというようなことが大切だと思っております。この辺りとかをちょっと整理をしておかないといけないなと思っております。

そういう意味では、あともう一つは地域の経済効果というところで、地域の経済効果を得るためには少し盛り込みがなかなか難しいとは思うのですが、お土産屋さんや飲食店さんなど、そういったところが非常に中心になってくると思うのです。昨今のデータを見ると、この地域は他の地域と比べるとお土産物も飲食も、他の地域と比べると半分以下の単価であるというのが出ておりました。

これをどうすればいいかということは、DMO さん側と松江市さんとの連携が必要だと思いますので、この連携を取っていくというのが非常に重要だと思っております。そのためには、例えば飲食店舗さんでいくと、域内のビジネスから域外のビジネスに少し頭を変えるのではなく、導入することが必要になってくる。それは要するに松江市民の方向けの飲食店舗さんですよと言うと、例えば飲み放題が 5,000 円、6,000 円と言えるのですが、県外のお客様が 5,000 円、6,000 円で安く食べて満足いくかというと、やはり 1 万円払うからもっと美味しいものを食べさせようということになると思います。こういうところのビジネスモデルの変換というのは、商売しているものは儲かると思ったらやるのですが、儲からないと思うからやらないと思うのですよ。「儲かりますよ」というところの仕組みを行政さんと DMO と民間組織で一緒になってできて、経済効果を生んでいくことが必要ではないかなということは思いました。

それと、色々なイベントをすると、行政さんの役割というのは受け入れ態勢だとか、受け入れた方の満足度を上げるというのはあると思います。このアクションプランのほとんど 8 割、9 割がまずそういう形になっているので、これは非常に重要なことだと思うのですが、今やこういう無料のイベントが必要なのかどうか、無料でもいいですが一部有料にするだとか、行政さんだから絶対無料にしないといけないというのはないのではないかなと思うので、この辺も今後どうかなと思います。イベントをやって終わりではなく、ここには次につながるチャンスがあるということです。イベントの開催中に「今来てください」というは難しくても、来年の誘客を目的に SNS の発信をしていくというのは重要だと思います。イベントの参加者や関係者が SNS で発信することで、来年以降につながる（SNS 上に情報が蓄積され、AI 検索対策にもなる）ことも期待できるので、やって終わりにせずに、次の誘客につながる施策を検討することはできるのではないかと思いました。

それと、民間事業者もインバウンド含めて色々やっていくのに、何が課題になってくるかというと、実は人材なんですよ。人材の育成なり人材の確保、雇用というのは非常に重要で、そのためには例えば私のところでいくと、新卒採用の強化にやはり何百万円かかるのですが、そこを重視していて、お金をかけてでも新卒採用をしていて、真っ白な状態の学生を採用し「こういう方向性に行くんだ」と言って育成していきます。中途採用だと染まらないので。あとはやはり語学対応ができる人たちを確保するだとかということをやっていかないといけないということがあります。

それで今、行政さんと民間との連携で取れるのは何かなと思った時に、例えばですが、国際交流員さんとの接点というのが、実は私ども民間事業者とほぼないのですね。せっかく交流員さんがいるんのでやらせてほしいなと考えています。実は数年前に交流員さんに「無料でいいから泊まってもらって、レポートでフィードバックしていただいて、私どもしんじ湖温泉エリアでそれを学ばせてほしい」と言ったら、「交流員さんにそういう役目はない」と断られてしまったことがありました。数年前なので今とは違うと思います。終わった話なのでいいですが、そういうことをやっていくということも僕は必要ではないかなと思っています。要するに外国人の方と話をする場をいくつ持つかによって、そこに対してレベルをどんどん積み重ねていくということが必要なので、いつま

でもできないのではなく、場を踏むということが非常に重要ですから、今あるリソースでその場を作っていくことが重要なのかなと思います。
　もう一つは、このアクションプランをやっていく上での話として、この裏にあるのは観光産業がこの地域において観光産業として成立することだと考えています。そして人口減少の歯止めとなる、つまり若い人たちが帰ってくる、もしくは留まって、ここに若い人たちが観光産業で働くというのが、これを一番僕は最終的な目的だと思っています。この実現には、やはり若い人たちを育成というところが必要になる。これは企業ももちろんやらないといけませんし、行政さんと連携を取ってやっていくということも必要だと思いますので、その辺のところは何かアクションとしてできないのかなと思いました。
　もう一つは、このブランディングの会議のところで色々な話をした時に、県外からこちらに来られた人が「このまちは本当にゴミがなくてすごい綺麗なまちだ」と言われました。これは以前から評価されていて、多分日本一多分綺麗なまちだっていいと思うんです。例えば海外だとシンガポールなどは、法律で「ガムはダメだ」「タバコはダメだ」と言って法律で規制して綺麗にさせようと思うのですが、何もしなくても綺麗なんですよ。こんなまちはないと思います。本来だったら規制をしないとできないことが、規制しなくてもできるまちというのはないと思うのですよ。
　これはジャストアイデアなのですが、ゴミ拾いイベントを開催して、県外から宿泊して来てもらうこともできると思います。他県で実施されていたのは、海岸沿いをゴミ拾いするのに「1 万円の参加費を払って来ませんか？」とやるとたくさん来るのですよ。そういったことだってできることもあると思うので、今あるリソースをいかに活用するかと、今の優位点をどう活用するかというところに持っていくと、実は普段やっていることが誘客につながったりだとか、シビックプライドにつながることになったりだとかする。ですから、ただプロモーションしたりしてというだけではなくて、市民を巻き込んだそういった活動もすることが、実は誘客事業になるということもできるのではないかなということを思いました。
　最後に内藤委員さんが言われことに対してですが、中心市街地でイベントをすると「自分たちのところはちょっと違うんじゃないか」とおっしゃるのですが、実はデータを見ると、イベントを中心市街地ですればするほど、玉造温泉にばかりお客様が宿泊されるんですよ。おそらく認識の違いで、データを見ると、イベントをするとだいたい 6 割以上、7 割ぐらいが玉造温泉に泊まられて、しんじ湖温泉は 2 割ぐらいです。やればやるほど頑張れば頑張るほど玉造温泉さんに泊まられるので、「なんとかならないのかな」と思っていたので、ちょっと認識が違うなということを思いました。

〇内藤委員
　イベントを実施されるのは大歓迎ですが、それと連携するようなものが欲しいというお話をしておりました。

〇植田委員
　話のついでとして話しいたします。
　あとは、路線バスの活用につきましては、観光客の方が使うとなるとやはり使いにくいという点があり、かといって使いやすくしすぎると、今度はオーバーツーリズムになってくるのではないかと思っておりましたので、この点はもう少し議論してからにしようと考えております。
　全体的には、経済効果を生んで人を育てるということが最終的な目的であるということにポイントをおいています。私がこのアクションプランで何をしたらいいのかなと考

えた時に、「経済効果と人材育成」ということを頭に入れながら「では今何をするべきなのか」ということを振り返れるようにしておくと、間違った方向にはいかないのではないかなと思っておりました。以上です。

〇鷦鷯委員長
　はい、ありがとうございます。

〇事務局
　先ほどおっしゃっていただいたことは、まさしくそうだなと思っております。
　なぜ観光をするのかというところだと思いますが、目的と手段につきましては、我々職員にも「イベントをやることが目的ではなく、手段である」というようなことを常々言っているところです。
　やはり日本全国で人口が減っている中、地方都市である松江市が持続可能な都市でいるためには、観光客という外からのお客様に来ていただいて、この地域でお金をしっかりと使っていただく、お金を落としていただくことが重要です。それがこの地域の事業者の皆様の元気につながり、結果として先ほど植田委員が言われた従業員の皆様の賃金が高くなる、あるいは雇用につながるといった循環を図っていくために、事業者の裾野の広い観光というものに、我々行政、観光協会、あるいは事業者の皆様と連携して取り組んでいるものと思っております。
　やはり量から質に転換していく時代になっているのではないかなと思っており、この観光戦略プランの中でもKPIを人数で取っているところもございます。この人数、宿泊客数250万人という数字を達成するために、とにかく人がいっぱい来てもらった方がいいのか。そうではなく、オーバーツーリズムということも踏まえながら、目標人数は少し少なくなったとしても、しっかりとお金を使っていただく観光消費額を高めていった方がいいのか、そういったことを地域の皆様方と一緒になって議論して進めていければと思っております。
　現在、松江商工会議所さんと一緒になって、観光消費額を高めていくための観光プラットフォームという取り組みも進めております。こちらには飲食業の皆様や小売店の皆様方にも入っていただくほか、一見関係がなさそうな出版業や金属加工といった分野の方にも入っていただいております。例えばこの地域で根付いている金属加工の技術を使って、観光客の方が買ってくださるお土産製品を作っていただいたり、飲食業の方も先ほど言われた通り「買いたい」「食べたい」と思っていただける商品を作っていただく。そういったことのために、地域一体となってどういったことができるのかということを、観光協会・DMOが司令塔となりながらも、商工会議所、松江市が連携して取り組みを進め始めたところでございます。
　これはすぐすぐに結果が出るものではないと思っております。もうしばらく時間がかかるかもしれませんが、しっかりと皆様方のご意見を伺いながら着実に進めていきたいと思っております。この観光戦略プランには色々と事業がございますが、しっかりと進捗管理をしながら進めさせていただければと思いますので、何卒ご協力のほどよろしくお願いいたします。

〇鷦鷯委員長
　はい、ありがとうございます。そうしましたら、次から茶田アドバイザーさんよろしくお願いします。

〇茶田アドバイザー
　はい、いくつか申し上げたいと思います。皆さんの議論を毎年興味深く聞かせていただいておりますし、たくさんの事業がこれだけ効果を出しているということに、いつもすごいなと思っております。
　今年のまずデータのところを確認すると、多くの指標においてコロナ禍前の水準に近づいてきています。唯一、コロナ禍前のデータを超えているのが 4 つ目にあった外国人宿泊客数かと思います。なかなか外国人の客単価まで調べるのは難しいのですが、全国のデータで見るとコロナ前に比べてインバウンドの消費単価は 40%ほど上がっております。円安が 37%ほど進んでいるので当たり前ではあるのですが、単価は上がっているということが島根県や松江市にも当てはまるとすれば、宿泊客数の増加に従って、かつ消費単価も 4 割ほど増えていれば、全体的な消費額も 4～5 割は増えているのかなと思います。
　それをさらに増やしていこうという話もあるとは思いますが、先ほど池田課長もおっしゃっていた通り、注目したいのは年間 8 万 2,000 人ほどが松江に泊まってくださっているということです。1 日あたり 250 人ほどになります。今日一生懸命探せば、250 人ほどの外国人がいるということです。
　ここで皆さんにちょっと心の中で答えていただきたいのですが、昨日も別の会議でお聞きしたのですが、この 8 万人の方のうち、何人くらいの方と皆さん 1 年間でお話しになりましたでしょうか。女将さんをされていたり旅館をされていると、トラブルがあった際に呼ばれて話すなどがあるかもしれませんが、そうではなく、街を歩いている外国人の方、スナックで横に座った外国人の方、居酒屋で酔っ払っている外国人の方とどれくらい話しましたかという話です。昨日インバウンドの別の会議があったのですが、皆さんあまりやっていないという雰囲気になってしまいました。
　私も『ばけばけ』を見ていたのですが、今から 100 年ほど前の明治時代、今よりも「インバウンド」という言葉はなく、外国人を誰もが警戒していた時代であっても、ああしてオープンマインドでこの街で受け入れたのであれば、令和の時代なわけですから、皆さんが「令和のセツさん」でいてください。皆さんが「令和の錦織さん」になっていただけたら、もっと街としての満足度が上がるのではないかと思います。結婚するまでに至るとなると難しいと思われるかもしれませんが、ああした形でオープンマインドに海外の方を受け入れていただきたいと思います。ラフカディオ・ハーンさんもそこからセツさんとの会話を通じて、日本人というものや、日本の霊的なもの、精神的なものに興味が深まっていったのだと思います。
　今日も様々な議論をしておりますが、若干空中戦のような話が多く、プロモーションをした方がいい、二次交通がどうだ、とないものについて議論をするのもいいのですが、8 万人来ている人に対して皆さんもう少しオープンマインドで話しかけ、街として松江はラフカディオ・ハーンさんが来た時と同じように、海外の人に対してすごく温かいおもてなしのある街だという評価を高めていただくことが、長期的に見れば満足度の向上につながりますし、ひいては消費額の向上にもつながっていくと思います。そこが大事で、そこがなく色々な議論をしても、施策も絵に描いた餅になってしまうのではないかと思います。
　というのも、実は去年ちょっと悲しいことがございました。私の以前の会社のアメリカ人のお客様で、当時 7 歳くらいの息子さんとカリフォルニアから来られた方がいました。その時に私もお会いしたのですが、実はうちの娘と誕生日が 1 日違いの同じ年だったため、家族ぐるみでお付き合いのあったお客様でした。その彼が大学を卒業して社会

人になり「自分のお金で旅行に行く」ということで日本に来てくれて、2回目の滞在で私は「松江に行ったらいいよ」と勧めました。
　ただ、もちろん彼もまだそこまでお金があるわけではないのでビジネスとしてではなく、私個人として旅行のお手伝いをしたのですが、残念ながら松江で少し嫌な思いをしたと言われてしまいました。一人で来たので色々なレストランを回ったものの、英語しか話せないということで、何となく断られたような印象を受けたそうです。それはもしかしたら本当に席がいっぱいだっただけかもしれませんが、彼は何軒か回って「この街は英語しか話せない客に対して少し冷たいのではないか」という印象を持って帰ってしまいました。
　それが本当に事実なのかどうかは分かりませんし、一人の経験を一般化してはいけないと思うのですが、やはりそうしたことが積み重なってしまうと、せっかく色々な施策をしても、海外の人にとって「あまり行きたくない街」になってしまいます。そうならないように頑張っていくだけだなと思います。
　あと、先ほど内藤委員から観光と福祉の連携という話もありました。いいと思います。観光と他の分野、特に教育はすごく結びついていると思っておりまして、今日たまたまポスターを見ると、ラフカディオ・ハーンの英語スピーチコンテストの案内がありました。60回目ということは60年ということですよね。60年間でラフカディオ・ハーンの英語スピーチをした、当時中高生だった子がたくさんいるということです。そうした方々がまた「令和のセツ」になっていただいて、おもてなしや色々な場面で、旅行産業に関わっていない人も市民の一人として関わってほしいと思います。
　例えばスピーチコンテストに出た高校生や中学生の方が、その勢いのままボランティアガイドをするといったことも、すごく街のいいイメージになると思います。彼らにとっても「海外の方に自分の地元を伝えることがどれだけ楽しいことか」「英語の向上にも面白いな」というモチベーションになると思います。そうしていけば、将来的に人材の問題などにもいい影響を与えると思いますので、教育という分野とも連携してやっていかれたら、長い目で見たらすごくいいのではないかと思っております。
　そうしたことを『ばけばけ』を見て感じておりました。あの頃のすごい英語教育熱の高さに、多少のデフォルメはあるかもしれませんが、あの時代にあれだけ男子学生がみんなで一生懸命、小泉八雲さんの英語の授業を必死で受けているという、そんな文化や歴史がこの街にあるのであれば、もっとインバウンドがうまくいってもいいのになと思った次第です。

〇鷦鷯委員長
　はい。 ありがとうございました。参考させていただきたいなと思います。
　そうしましたら、皆様にいろいろと貴重なご意見をいただきまして、本当にありがとうございました。事務局の方で皆さんの意見を踏まえて、アクションプランの作成をしていただきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願い申し上げたいと思います。
　冒頭にも言いましたけども、松江の観光も転換点を迎えていると思いますので、ぜひスピード感を持って取り組んでいただきたいと思いますので、よろしくお願いしたいと思います。
　そうしましたら、最後に松江市のインバウンド戦略の策定について、事務局から説明をよろしくお願いいたします。

〇事務局

はい、松江市国際観光課の池田でございます。私の方から松江市インバウンド戦略の策定についてご説明をいたします。まず 1 ページをご覧ください。本市の外国人宿泊客数は令和 7 年に過去最高を記録するなど、着実に拡大をしているところでございます。一方で、松江観光戦略プランで掲げております令和 11 年の外国人宿泊客数 15 万人という目標達成に向けては、さらなる取組の強化が必要だというふうに考えております。そのため、現在の松江観光戦略プランのインバウンド分野をさらに具体化するものとして、新たに松江市インバウンド戦略を策定したいと考えております。この戦略では、現在、本市が抱えているインバウンドに関する課題を整理した上で、関係機関との役割分担、特に重点的に取り組む市場、今後取り組むべき施策というのを明確にしていきます。行政や観光協会、民間事業者など、それぞれが個別に取り組むのではなく、関係者が同じ方向を向いてインバウンド推進の方向性として戦略を示したいというふうに考えております。また、具体的な事業については、松江観光戦略プランのアクションプランに反映し、進捗管理を行っていく考えでございます。続いて 2 ページをご覧ください。戦略の目的としては、先ほど申し上げた外国人 15 万人達成に向けた取り組みという中の指針として策定をするものです。戦略の骨子としては大きく 5 つを考えております。まず、戦略の策定の背景や位置づけを整理した上で、外国人宿泊者数の推移や市場別の状況など現状分析をいたします。その上で、例示で書いておりますけど、こういった課題を整理をして、それぞれの課題に対応する基本戦略を検討いたします。さらに、重点市場ごとの数値目標についても設定していきたいと考えております。そして、策定にあたっては、松江市インバウンド推進協議会において計 4 回の議論を予定をしております。昨日 8 月 20 日に第 1 回のワークショップを開催をいたしまして、まず現場の皆様から課題を洗い出していただきました。今後、アンケートなども取りまして、課題の抽出を図っていきたいというふうに思っております。今後、 9 月に行います 第 2 回のワークショップで解決手法を検討いたしまして、 11 月に戦略の素案、 1 月に戦略案をご審議いただき、決定していく予定です。本委員会の皆様においても、今後策定状況を報告しながら進めてまいりたいと考えております。説明は以上でございます。

〇鷦鷯委員長
はい、ありがとうございました。そうしますと、何か説明についてご質問、ご意見はございますか。よろしいですか。
そうしましたら、ないようですので、本日の推進委員会の議事は以上でございます。ご協力ありがとうございました。事務局の方何かございますか。

〇事務局
はい、失礼いたします。一点だけ資料の訂正の方をお願いいたします。資料 2 の 3 ページ目でございます。大変申し訳ございません。ページ下の欄の観光入込客数でございます。令和 6 年度から 994 千人の増となっておりますけど、これが 774 千人の増の誤りでございます。プラス 8.9%というこの増加の率に関しましては、その通り 8.9%で正しい数字でございます。大変失礼いたしました。
そういたしますと、鷦鷯委員長様、円滑な議事進行をいただきまして、誠にありがとうございました。また、本日はご出席の皆様方から幅広い視野からのご意見を賜りまして、誠にありがとうございます。活発にご議論いただきましたこと、誠にありがとうございます。最後に観光部長の井川より一言ご挨拶申し上げます。

〇事務局

失礼いたします。本日は大変お忙しい中お集まりいただきまして、本当にありがとうございました。先ほど私が言いましたので説明させていただきましたが、しっかりと目標を踏まえ、そしてスピード感を持って皆様方と一緒に連携をしながら観光をしっかりと進めさせていただきたいと思っておりますので、引き続きご支援とご協力を賜りますようよろしくお願いいたします。本日はどうもありがとうございました。

〇事務局

そういたしますと、本日いただきました多くの貴重なご意見、ご提案、課題などにつきまして、事務局において整理をさせていただきまして、それに基づいて松江観光戦略プランアクションプランを完成形の形で策定してまいりたいと思っております。皆様方には取りまとめをいたしましたアクションプランについて、後日送付という形でご報告をさせていただきたいと思いますので、どうぞよろしくお願いをいたします。それでは、これをもちまして、令和 8 年度松江観光戦略プラン推進委員会の方、閉会とさせていただきます。本日は誠にありがとうございました。