

■「MATSUE観光戦略プラン2023-2029」(案)に対するパブリックコメントについて

1. 意見募集の結果

募集期間	令和4(2022)年11月9日(水)から令和4(2022)年12月8日(木)まで
資料公開場所	本庁及び各支所の行政資料コーナー、観光振興課、松江市のホームページ
意見提出者数	4人、1団体
意見総数	53件

2. 意見の概要と市の考え方

No.	頁	項目	いただいたご意見の概要	市の考え方
1	-	全体	<ul style="list-style-type: none"> ・松江市の個性、特性である「松江らしさ」を創出するため、プランの中に「松江らしさ」に関する施策を盛り込むこと ・「松江らしさ」を観光基本戦略に入れること 	<p>「松江らしさ」とは、本戦略プランのコンセプト「Authentic Japan “MATSUE”～城下町水の都 暮らしに息づく伝統～」にも表現されており、プラン全体に関わっています。基本戦略の中では、特に基本戦略1「魅力ある観光素材の磨き上げ」の中で、松江らしさのある観光資源等とその活用について示しています。</p>
2	-	全体	<p>市民憲章の「松江らしさを守ります」の具体的なことはどこに表現されているのか。また、どのような形で施策に盛り込まれているのか</p>	
3	-	全体	<ul style="list-style-type: none"> ・全体をみると、具体的な施策が少ない ・基本戦略も具体的に表現する ・体験メニューを具体的に表現すること 	<p>本戦略プランは2023年から2029年の7年間に実行する施策の方針を定めることを目的として策定しているため、具体的な施策については今後作成するアクションプランに定めて実行します。体験メニューとしては「職人商店街創出プロジェクト」や「水辺の利活用促進事業」の各種アクティビティを紹介しており、その他の例では既存の「松江ゴーストツアー」の継続や、新たに「ガストロノミーツーリズム」の開発等に取り組んでいくこととしています。</p>
4	-	全体	<p>空き家や空き店舗の活用策を盛り込むこと</p>	<p>空き家や空き店舗の活用については、「職人商店街創出プロジェクト」等において実行し、賑わいの創出に取り組めます。</p>
5	-	全体	<p>基本戦略を4つにした理由を盛り込むこと</p>	<p>本市が今後推進していく観光施策の全体像を洗い出して戦略の組み立てを検討した結果、観光素材の磨き上げ、受入の環境づくり、情報発信、土台づくりの4つの戦略について方向性を示す事により、効果的に戦略を捉えることができるようにしたところです。P31にその4つの視点を掲載しており、なぜそれぞれの戦略を設けているか説明しています。</p>
6	-	全体	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊者や観光地来訪者などから観光に関するアンケートを実施しているのか ・観光に関する市民アンケートは実施されているのか ・基本戦略と主要施策を裏付ける観光に関する市民アンケートなどはあるのか ・基本戦略や主要施策は市民からのアンケート等の意見を踏まえたものとなっているのか 	<p>宿泊者や観光地来訪者などからの観光に関するアンケートは毎年実施しています。観光に関する市民アンケートは松江市のまちづくりに関する市民調査(令和2年)において実施しており、戦略プランの基本戦略と主要施策の項目に関するご意見は、パブリックコメント等で広くお聞きしているところです。今後の市民アンケートについては、松江市のまちづくりに関する市民アンケートなどの機会を捉え検討してまいります。資料編については、全体の構成及びバランスを考慮し、観光戦略プラン(案)の内容とさせていただきます。</p>

No.	頁	項目	いただいたご意見の概要	市の考え方
7	-	全体	観光戦略プランの基本的考え方を定めた「観光の基本理念」や「基本方針」が盛り込まれていない	本戦略プランにおいては、ご指摘の「観光の基本理念」はP25の「将来像」に、「基本方針」はP30の下部の文章にあたります。 「観光の基本理念」=「将来像」世界中から松江に人が集まる 「基本方針」=私たちが守り、大切に受け継いできた伝統、文化、自然。こうした「Authentic Japan(ホンモノの日本)」を求める知的好奇心や探求心が旺盛な海外の旅行者を主な顧客層に掲げます。 松江の多彩な観光資源を磨き上げ、わかりやすく伝えます。また、気持ちのこもったおもてなしや質の高いサービスを提供することで、旅行者の満足度を高めます。 高品質のモノやサービスによる観光消費額の向上や、地域が一体となった観光への取組による地域経済の活性化を通じて、持続可能な観光のまちを創ります。
8	-	全体	プランと観光白書との関連性を盛り込むこと	観光白書は各種観光関連データをとりまとめた報告書であるため、観光戦略プランとの関連性については盛り込んでいません。 観光戦略プランにおいては、進捗管理を行う際に各種観光関連データを用いて検証してまいります。
9	-	全体	・文中にあるカタカナを用いることは極力避けること ・漁業や農林業に従事する市民などにも理解される言葉を用いること ・市民の暮らしに身近な言葉を用いることが必要(プランを高齢者等にも身近なものとする必要がある)	ご意見を踏まえ、以下の用語について説明や注釈を追記しました。 P23「インバウンド」、P24「ステークホルダー」、P47「グリーンスローモビリティ」 また、本戦略プランを市民の皆様へ説明する際には、わかりやすい言葉でお伝えし、理解を深めていただけるよう努めます。
10	-	全体	MATSUE観光戦略プランは、必ず平林副市長様からも意見を求めて頂きたい	松江市観光戦略プラン(仮称)策定委員会で議論いただくとともに、松江市でも協議を重ねています。
11	1-17	松江の魅力	松江の魅力は資料編の後に持ってくるべき内容。18ページの前置きから始まると読む気が失せる。内容自体は良い。 結論or本題から入るのが社会人の基本。	本戦略プランは、行政や観光事業者はもとより、市民の皆様にも松江の魅力を再認識していただくうえで観光戦略について知っていただきたいという思いから、あえて「松江の魅力」をプラン前半に配置しています。
12	16-17	松江の風物詩	松江市の花・木・魚介を紹介し、それぞれの市の花等であることを明記する	ご意見を踏まえ、「松江の風物詩」の牡丹と椿の写真の下にそれぞれ「松江市の花」と追記しました。
13	22	地域経済に与える効果	観光は、地域に与える経済効果はありますが、ただ、経済効果だけですか。経済効果のみとするのは、国が進める「住んでよし、訪れてよし」の理念に反することになるのではないのでしょうか。観光による他の効果も定めることが必要です。	「観光」「住んでよし、訪れてよし」については、P24～25にMATSUE観光戦略プラン策定の趣旨のページを設けて説明しています。特に「住んでよし、訪れてよし」に関しては、P24の説明文に基づきP25に解説図を掲載しています。 この解説図については、観光庁の説明資料より引用作成しており、住んでよしについても、地域におけるあたりまえの日常が観光地として発展することで自らの文化・地域の誇り・愛着への良い循環になることを示しています。
14	23	松江観光の現状と課題	・言葉をわかりやすくすること ・項目が少ない理由は何か ・表だけでなく、データ等を用いて文章として説明してください	「松江観光の現状と課題」は、観光戦略を考える上で、まずは本市の観光を取り巻く現状について理解いただき、観光事業者や市民の皆様を共有するために、簡潔にまとめたところです。

No.	頁	項目	いただいたご意見の概要	市の考え方
15	23	松江観光の現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・「外的要因の脅威」を克服すべき対策はどこに掲げているのか ・「外的要因の脅威」及び「内的要因のマイナス要因」に対応する基本戦略と主要施策となっているのか(相互に整合性はとれているのか) 	<p>内的要因のマイナス要因に関して、下記のとおり関連する施策を掲げています。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内外における知名度 <ul style="list-style-type: none"> 基本戦略1「魅力ある観光素材の磨き上げ」 基本戦略3「松江の魅力発信と顧客の創造」 ・交通インフラの整備 <ul style="list-style-type: none"> 基本戦略2「快適に過ごせる環境づくりと利便性向上」-主要施策3「移動の利便性向上」 基本戦略4「観光地松江の土台づくり」-主要施策4「国内・海外からのアクセス向上」 ・まちあるきへの誘導策 <ul style="list-style-type: none"> 基本戦略1「魅力ある観光素材の磨き上げ」-主要施策2「城下町のまちあるきの推進」 基本戦略2「快適に過ごせる環境づくりと利便性向上」 <ul style="list-style-type: none"> -主要施策1「歩きたくないまちなみ整備」 ・インバウンド(訪日外国人旅行者)の受入意識 <ul style="list-style-type: none"> 基本戦略2「快適に過ごせる環境づくりと利便性向上」 <ul style="list-style-type: none"> -主要施策4「観光を担うひとつづくりとおもてなしの向上」 ・観光推進組織の体制 <ul style="list-style-type: none"> 基本戦略4「観光地松江の土台づくり」-主要施策1「観光推進組織づくり」 <p>なお、外的要因のマイナス要因・脅威については、国内外の観光を取り巻く状況を捉えるために掲載しています。</p>
16	24	MATSUE観光戦略プラン策定の趣旨	<ul style="list-style-type: none"> ・「観光」とは何かを定めること ・「住んでよし、訪れてよし」の考え方を説明すること ・国が進める「住んでよし、訪れてよし」の理念に沿った内容が反映されていない。特に「住んでよし」のことが少ない。 	<p>「観光」「住んでよし、訪れてよし」については、P24～25にMATSUE観光戦略プラン策定の趣旨のページを設けて説明しています。特に「住んでよし、訪れてよし」に関しては、P24の説明文に基づきP25に解説図を掲載しています。</p> <p>この解説図については、観光庁の説明資料より引用作成しており、住んでよしについても、地域におけるあたりまえの日常が観光地として発展することで自らの文化・地域の誇り・愛着への良い循環になることを示しています。</p>
17	26	目標数値	<ul style="list-style-type: none"> ・なぜ、目標数値が少ないのか ・目標数値を4つにした理由を盛り込むこと 	<p>目標数値は、本戦略プランの上位計画である松江市総合計画「MATSUE DREAMS 2030」及び別冊に掲げている数値の中から、特にプラン全体に関連するものについて掲げています。</p> <p>アクションプランにおいて、具体的な施策に関連した目標を定めます。</p>
18	26	目標数値	「松江観光の現状と課題」の「内的要因のマイナス要因」を改善・対応すべき目標数値が盛り込まれていない	
19	26	進捗管理	PDCAの説明を入れること	<p>ご意見を踏まえ、P26「進捗管理」にPDCAサイクルの注釈を加えました。</p> <p>また、文章中に以下のとおり追記しました。</p> <p>『また、有識者や観光関連事業者で構成される「MATSUE観光戦略プラン推進委員会(仮称)」などにおいて、PDCAサイクルに基づき進捗状況の評価・検証を実施します。』</p>
20	26	進捗管理	<ul style="list-style-type: none"> ・松江市の観光施策を客観的に評価・意見を述べる第三者による審議会等を設置はあるのか ・プランの進捗状況の評価・検証については第三者性や透明性、市民性を確保した会議とすること ・「MATSUE観光戦略プラン推進協議会」に、有識者や観光関連事業者だけでなく、市民団体なども構成員とすること 	<p>「松江市総合計画審議会」において、松江市の観光施策を含めた各分野の施策を客観的に評価し意見をいただいています。</p> <p>本観光戦略プランの進捗状況の評価・検証については、「MATSUE観光戦略プラン推進委員会(仮称)」において実施する予定ですが、ご指摘のとおり第三者性、透明性、市民性を確保するために委員構成を検討します。</p>
21	32～41	基本戦略1	<ul style="list-style-type: none"> ・基本戦略1で、観光資源の掘り起こしができないが、それはどうするのか、誰が行うのか ・市民が作成した「まち歩きマップ」を入れること 	<p>ご指摘のとおり、すでにある観光資源だけではなく、まだ知られていない観光資源の掘り起こしも必要であり、観光事業者や行政はもちろん、市民の皆様と共に掘り起こしや磨き上げに取り組んでいきます。</p> <p>「まち歩きマップ」についてはP39「サステナブルツーリズムの創造」に記載しています。</p>

No.	頁	項目	いただいたご意見の概要	市の考え方
22	32～41	基本戦略1	松江の漆器や八雲町の和紙はどのように観光資源、地域資源として磨き上げるのかを具体的対策を掲げること	本戦略プランでは、観光施策の方針を示しており、具体的対策については、アクションプランなどの今後の取組の中で実施します。 基本戦略1「魅力ある観光素材の磨き上げ」には、次のように示しています。 豊富で新鮮な魚介類、出雲そば、干し柿などの「食」、八雲塗、出雲民藝紙、陶器などの工芸品の魅力を発信するとともに、新しい商品の開発や高付加価値化を図ってまいります。
23	32～41	基本戦略1	松江の魅力である市の木、花、魚介のPRが広報誌などでは行われていないし、磨き上げられていない	松江市の木、花、魚介については、市のホームページ上で紹介しています。 特に観光素材としては、市の花の「椿まつり」や「ぼたん祭」開催などを積極的に情報発信してきました。今後も観光情報の発信と磨き上げに取り組みます。
24	36	基本戦略1 2城下町のまちあるきの推進	市役所の場所は、松江市民を癒してくれる宍道湖の眺望を楽しむ絶好の場所である。完成の暁に観光客や市民の交流の場、安憩の場、まちあるきの拠点として、観光案内をする観光ボランティアガイドが常駐する場として活用してもらいたい。 世界遺産をかかえる大阪府堺市役所最上階の展望スポットがまたとない良い前例である。	松江市役所新庁舎の活用については、基本戦略1「魅力ある観光素材の磨き上げ」主要施策2「城下町のまちあるきの促進」の「松江市役所新庁舎」において、新たなまちあるきの拠点として活用する方針を掲げています。 ご提案いただいた内容については、今後の取組の中で検討させていただきます。
25	40～41	基本戦略1 5食と特産品の磨き上げ・高付加価値化	観光において食は魅力的な要素のはずだが、記載内容がいまいちパツとしない。高級志向・伝統志向もよいが、手軽に食べ歩ける松江ならではのB級グルメもプッシュしていくべきではないか。	ご意見を踏まえ、基本戦略1の主要施策「食と特産品の磨き上げ・高付加価値化」に、以下のとおり追記しました。 『また、地域住民が日常的に親しんでいる食べ物、いわゆるソウルフードについても情報発信します。』
26	44	基本戦略2 1歩きたくなるまちなみ整備	大手前駐車場を交流広場にすることが、規定路線のような報道がなされている。大手前駐車場を交流広場にして、狭すぎる駐車場を更に狭くしたり、無くしたりしたのでは松江観光は死んでしまう。交流広場化したいなら、その前に代替の駐車場の整備が先決である。立体駐車場では美化を損なう。県庁の庭を駐車場にするのはどうか。 大手前駐車場は駐車場としては最高の立地場所であり、その幅こそが松江観光にとっては最大の活性化につながる。交流広場にして駐車機能を潰すなど愚の骨頂。	ご意見を踏まえ、基本戦略2「快適に過ごせる環境づくりと利便性向上」主要施策1「歩きたくなるまちなみ整備」の「L字ラインの整備」について、以下のとおり追記しました。 『様々な観点からご意見をいただき、今後の利活用を検討します。』 大手前駐車場の土地については、松江城至近の一等地にあることから、城下町松江の魅力向上や近隣の駐車場を利用いただくことによるまちあるきの促進など、様々な観点からご意見をいただき、検討してまいります。
27	44	基本戦略2 1歩きたくなるまちなみ整備	お城があれば城下町だとはいえない。お城を生かしたまちづくりがなされて初めて城下町といえよう。そのためには延長線上の眺望を重視する事こそが市民に安らぎを与える。松江市内では昨今、マンションが増えつつあるが、月照寺7代藩主不昧公廟所から天守を望む眺望は絶対に守ってほしい。	基本戦略2「快適に過ごせる観光づくりと利便性向上」主要施策1「歩きたくなるまちなみ整備」の「城下町松江の景観」において、 『「松江市景観計画」に基づき、高層ビルの高さや屋外広告物の制限などを行い、歴史・文化と調和した「松江ならではの」自然環境や景観を大切に守ります。』と記載しており、その方針を示しています。 いただきましたご提案内容については、今後の施策の参考にさせていただきます。
28	46	基本戦略2 2快適に滞在できる環境づくり	新型コロナ等感染症に対する対策を盛り込むこと	ご意見を踏まえ、以下のとおり追記しました。 基本戦略2「快適に過ごせる環境づくりと利便性向上」 主要施策「快適に滞在できる環境づくり」 『安心安全な滞在 観光客が安心安全に過ごすことができる環境づくりを進めるとともに、災害やパンデミック（感染症の世界的大流行）において、迅速で適切な対策を講じることができる危機対応力のある観光地を目指します。』

No.	頁	項目	いただいたご意見の概要	市の考え方
29	46,48	基本戦略2	高齢者、障がい者等の観光客に優しい受入体制を具体的に定めること	高齢者や障がい者をはじめ、だれもが安心して滞在できる「バリアフリー」観光の取組みについては、基本戦略2のP46「快適に滞在できる環境づくり」において主にハード整備を、P48「観光を担うひとづくりとおもてなしの向上」において接遇をはじめとするソフト面の取組を記載しています。 具体的施策については、今後作成するアクションプランに定め、関係機関・団体や民間事業者と協力しながら取り組んでいきます。
30	47	基本戦略2 3移動の利便性向上	早朝のタクシー不足の件について、朝の早い時間に、おそらく出雲大社に行かれる観光客が旅行かばんを持ったりキャリアバックを引いたりしながら、松江しんじ湖温泉駅方面に急ぎ足で歩いておられる姿をよく目に見えています。 過日私が6時50分のやくもに乗るために前日にタクシーを予約しようとしたら、手配ができないという事で断られたため、観光客の方が早朝に重い荷物を持ち、足早に松江しんじ湖温泉駅に向かっておられる理由がこれでわかりました。 せっかく観光に携わる各方面の方々も努力されても、朝タクシーが無くて歩いて駅までいかねばならない状況です。まずこの問題を解消することが肝要ではないでしょうか。	本市における早朝のタクシー不足に関しまして、状況をお知らせいただきありがとうございます。 人口減少や少子高齢化による担い手不足、新型コロナウイルス感染症の影響など、背景には多くの原因があり、様々な観点から、その対策について検討していく必要があると考えています。
31	47	基本戦略2 3移動の利便性向上	移動の利便性向上については、必要箇所において歩行者、自転車、各種モビリティ別にゾーニングしないと、無秩序化を招く。	ご指摘のとおり、歩行者や自転車、電動キックボードなどのモビリティ種別に応じて対策を講じる必要があると考えます。 いただきましたご提案内容については、今後の施策の参考にさせていただきます。
32	48-49	基本戦略2 4観光を担うひとづくりとおもてなしの向上	・松江流おもてなし宣言の趣旨を反映させるため、「おもてなし」を「松江流おもてなし」の表現に変更 ・観光を担うひとづくりとおもてなしの向上を図るための具体的な対策を定めること	本戦略プランの中で使用している「おもてなし」は、一般的な「おもてなし」として掲載しています。 具体的な対策については、今後作成するアクションプランに定めて取り組んでまいります。
33	48-49	基本戦略2	観光おもてなしガイドの体制強化も必要	基本戦略2「快適に過ごせる環境づくりと利便性向上」主要施策「観光を担うひとづくりとおもてなし」の「ガイドのスキルアップ」において、以下のとおり掲載しています。 『松江市ボランティアガイドの会、松江市グッドウィルガイド連絡会などのボランティア団体が、豊富な知識とホスピタリティを生かし観光客に松江の魅力伝えていきます。こうしたボランティアの活動をサポートし、ガイドの充実を図ります。』 ご指摘いただいたとおり、今後その取組を推進してまいります。
34	50-59	基本戦略3	インバウンドは国際情勢や為替相場の影響を受けやすいため、依存度が高まるのは好ましくない。あくまでも松江の存在と魅力を知ってもらうきっかけ程度に考えるべき。	少子高齢化、人口減少により国内旅行市場が縮小する中、世界経済の成長に伴いインバウンド観光市場はますます重要になると考えています。国内だけでなくインバウンド観光にも取り組むことによって、地域経済の活性化を図ります。
35	54	基本戦略3 インバウンドー松江への周遊促進	広域圏との観光に関する具体的な連携の方策が盛り込まれていない	広域観光については、基本戦略3「松江の魅力発信と顧客の創造」主要施策2「インバウンド-松江への周遊促進」に記載しています。現在、(一社)山陰インバウンド機構や(一社)中海・宍道湖・大山圏域観光局との連携を図り、周遊ルートの開発やプロモーションに取り組んでいます。
36	54	基本戦略3 インバウンドー松江への周遊促進	P54にもあるとおり、観光に面的移動要素がある以上、松江だけでは弱い。米子から出雲までを1つの観光エリアとみなし、多種多様な楽しみ方を提供できる仕組みが不可欠。 また、将来の国内大規模イベント開催に合わせた観光の強化は好ましくない。 何故なら、そのイベントが予定通り開催されるかわからないし、規模を縮小して開催されるかもしれない。そうならば、観光の恩恵にあずかれない。東京オリンピックで証明済みである。 不定期な起爆剤がなければ成り立たない観光振興は産業といえない。	本市周辺には豊富で多彩な観光資源があります。(一社)中海・宍道湖・大山圏域観光局などと連携を図り、誘客に取り組んでまいります。 また、国内で開催される大規模イベントは、多くの外国人が日本を訪れるとともに、海外メディアを通して日本が発信される絶好の機会です。平時から観光資源の磨き上げや魅力の発信に取り組むとともに、こうした好機を逃すことなく、活用してインバウンド需要を取り込んでまいります。

No.	頁	項目	いただいたご意見の概要	市の考え方
37	60-67	基本戦略4	「観光地松江の土台づくり」への市民への施策が盛り込まれていない	市民への施策については、基本戦略2「快適に過ごせる環境づくりと利便性向上」主要施策4「観光を担うひとづくりとおもてなしの向上」の「市民のホスピタリティ」の中に盛り込んでいます。
38	66	基本戦略4 3観光産業の担い手づくり	松江の観光産業は、その観光事業に従事している人だけで成り立っているものですか。昔から、地元の観光資源や地域資源を守り、育ててきたのは地域に住む住民です。地域住民も観光産業の担い手ではないのですか	また、P24～25のMATSUE観光戦略プラン策定の趣旨には、観光地づくりにおける地域住民の重要な関わりを掲載しています。
39	62-63	基本戦略4 1観光推進組織づくり	文中にある、「稼ぐ力」とは、どのような意味ですか	観光客は滞在中に、飲食、宿泊、交通利用、買い物、体験など様々な形で消費活動を行うことから商売の機会が生まれます。高品質のモノやサービスなどの開発や高付加価値化、地産地消による域内調達、観光事業者のスキルアップなどを通して、民間事業者の「稼ぐ力」を引き出し、観光消費額を高めます。
40	62-63	基本戦略4 1観光推進組織づくり	(一社)松江観光協会の体制強化のみが掲げられているがなぜか	(一社)松江観光協会は、「観光客の誘致の促進及び接遇の改善」「観光振興のためのイベントの実施及び郷土行事の保存及び育成」など、民間事業者等と連携した観光振興事業を実施しています。今後、文化、スポーツ、農林漁業、商工業、環境関連事業者、地域住民を含む多様な関係者が一体となって進めるまちづくり、いわゆる「観光のまちづくり」に取り組む上で、松江観光協会はその司令塔の役割を担うことが求められているため、松江観光協会の体制強化を「Key Project」として重点的に推進する事業に位置付けています。
41	62-63	基本戦略4 1観光推進組織づくり	組織づくりへの具体的な方策がないので定めること	本戦略プランは2023年から2029年の7年間に実行する施策の方針を定めることを目的として策定しています。本市は(一社)松江観光協会の組織づくりを支援し、連携を深めてまいります。
42	62-63	基本戦略4 1観光推進組織づくり	市観光振興公社の取扱いはどうするのか	堀川遊覧船の運航、温泉の配湯などを担う(公財)松江市観光振興公社は本市の観光を担う組織として大変重要であり、今後も引き続き連携を図ってまいります。
43	65	基本戦略4 2新たな観光財源の検討・導入	2020年6月4日付け山陰中央新報には、「コロナ禍の影響を踏まえ、宿泊税の導入に向けた検討作業を中断する」旨の記事があったが、その取扱いはどうになっているのか	新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、観光事業者の方は大きな影響を受けましたので、まずは落ち込んだ観光客の回復に全力を尽くすことに官民あげて取り組んでまいりました。今後、観光戦略プランに基づき新たな戦略を実現するためには、安定的な財源を確保する必要があることから、基本戦略4「観光地松江の土台づくり」主要施策2「新たな観光財源の導入・検討」の中で、特にスケジュールを示して重点的に取り組む施策(Key Project)として、令和5年度に宿泊税の導入について検討する方針を掲げているところです。
44	72	資料編	資料編にある「意見交換会」は、なぜ、観光関係事業者のみとしたのか	地域経済の持続的な発展を図ることを目的に実効性のある「観光戦略」を策定するために、観光産業の現場を良く知る観光事業者や観光関係団体の皆様に参画いただきました。さらに、専門的知見・情報・経験に加え、市民の目線で観光のまちづくりに携わっておられる皆様からも参加いただいております。意見交換会の中では広い視野からのご意見を頂戴しています。 意見交換会や策定委員会を経て作成した観光戦略プラン(案)については、広く市民の皆様からのご意見をいただくため、パブリックコメントを実施したところです。

No.	頁	項目	いただいたご意見の概要	市の考え方
45	70-75	資料編	<ul style="list-style-type: none"> 資料編に市民からのアンケート結果を添付すること 各種のアンケート結果を添付すること 	<p>宿泊者や観光地来訪者などからの観光に関するアンケートは毎年実施しています。観光に関する市民アンケートは松江市のまちづくりに関する市民調査(令和2年)において実施しており、戦略プランの基本戦略と主要施策の項目に関するご意見は、パブリックコメント等で広くお聞きしているところです。今後の市民アンケートについては、松江市のまちづくりに関する市民アンケートなどの機会を捉え検討してまいります。</p> <p>資料編については、全体の構成及びバランスを考慮し、観光戦略プラン(案)の内容とさせていただきます。</p>
46	-	松江市の観光について	<p>もっと抹茶や、和菓子を推す。 お茶の文化があるということをまず市民の方がもつために、ゆるい条例(?)をつくる。 仕事の場合でも3時に抹茶をたてて飲む。 会議は抹茶と和菓子で行う。 会議室ならぬ、市長室がお茶室?である、とか。 お茶文化を推すのならいっそ、スタバの横にお茶空間を整備し、抹茶を体験できるようにして、松江市内のお茶屋さん、和菓子屋さん、松江城周りを紹介するなどしたらよいかと思いました。</p>	<p>本市では、茶の湯文化の振興を図るために、平成31年4月に「松江市茶の湯条例」を制定し、松江藩松平家第7代藩主松平治郷・不昧公の命日の4月24日を「茶の湯の日」と定めるとともに、毎月24日に茶の湯文化振興に係る広報、行事等を行うこととしています。</p> <p>本戦略プランの中ではP40「食と特産品の磨き上げ・高付加価値化」において、京都や金沢と並ぶ「日本三大菓子処」である松江で培われた上質な和菓子や茶の湯文化の高付加価値化を挙げています。</p> <p>本市では、松江菓子協会と協力して和菓子作り体験や抹茶点て体験イベントを毎年開催しているほか、市民が気軽に茶道を体験できる「松江藩ちやのゆの学校」や学校給食での抹茶を使ったメニューを提供するなど、茶の湯振興に取り組んでいます。</p> <p>また、松江が世界に誇る茶の湯文化に関する情報を、SNSや動画を活用して国内外へ発信しており、今後さらに取り組みを強化してまいります。</p> <p>ご提案いただいた内容については、今後の施策の参考にさせていただきます。</p>
47	-	松江市の観光について	<p>宍道湖を見ながらゆっくりする。 白瀬の水辺マーケットのようなものがあると、飲食や、本などを買ってから宍道湖に移動してのんびりできるので、いいなと思いました。</p>	<p>宍道湖畔は、癒しの空間であり、また憩いの場でもあります。</p> <p>その活用について、本戦略プランでは、特にスケジュールを示して重点的に推進する事業「Key Project」として、「水辺の利活用促進事業」を掲げています。</p> <p>子どもも大人も安心して楽しく過ごすことのできる親水空間を整備して、キッチンカーが並び、イベントや水上アクティビティが楽しめる賑やかな水辺の活用を進めます。</p>
48	-	松江市の観光について	松江城周りの車の往来多く危険な部分を歩行者天国にする。	<p>イベント等を開催する場合には、必要に応じて松江城周りの一区画を時間を区切って歩行者に解放しているところです。</p> <p>いただいたご意見については、今後施策を実施する際に参考にさせていただきます。</p>
49	-	松江市の観光について	毎年恒例の手仕事市(松江市の民藝品や、いろいろな作家さん、地元の飲食の方など)を大きめの規模で松江城や宍道湖で行う。(かんべの里は、駐車場がありませんので、駐車場を確保して行う。)	<p>魅力的で個性豊かな手仕事や地元の飲食も楽しめるマルシェやクラフト展などについては、市内各所で開催されて人気が高まっているところです。</p> <p>いただいたご意見については、今後施策を実施する際に参考にさせていただきます。</p>
50	-	松江市の観光について	武雄市などのように、図書館に特色があり、温泉(サウナ)が充実している。	<p>本市においても、全国の好事例を参考にしながら、松江ならではの観光素材を生かし、魅力を高めてまいります。</p>
51	-	松江市の観光について	松江の魅力である市の木、花、魚介を観光資源とした観光地域づくりなどはできないか	<p>「松江の風物詩」で紹介していますように、市の花に関連する「椿まつり」や「ぼたん祭」、桜の開花時期にあわせた名所の情報発信や宍道湖しじみのPRなどをこれまで行ってきました。今後も引き続き、観光資源として活用していきます。</p>
52	-	松江市の観光について	道の駅やサービスエリアを観光に活用することはできないのですか	<p>現在、近隣の道の駅やサービスエリアには観光パンフレット等を置いていただくなど活用しています。今後も引き続き、松江観光のPR等について活用します。</p>
53	-	松江市の観光について	出雲そばのPR用チラシが未だにないがどうしてか	<p>出雲そばにまつわるイベント等の開催に合わせ、ポスターやチラシを作成し、市内そば店での掲示を行った他、松江そば組合のホームページや各店舗でSNSによる情報発信を行っています。</p> <p>いただいたご意見は、松江そば組合など関係者で構成する「松江そば文化ブランド化推進協議会」と共有し、効果的な情報発信ができるよう努めてまいります。</p>