

「MATSUE 観光戦略プラン 2023-2029」策定の概要

■策定の目的

新型コロナウイルス感染症の影響により観光産業が停滞する中、今後ますます厳しくなる観光地の地域間競争や人口減少問題等に対応し、アフターコロナを見据えた地域経済の持続的な発展を図ることが急務です。

2030年の「国際文化観光都市 松江」の姿を明確にし、市民・事業者・行政がこれを共有し、共感することによって同じ方向を目指す、共に創っていきます。

■なぜ観光振興に取り組むのか（戦略プランに記載する視点）

少子高齢化社会を迎え、松江市の人口は2005(平成17)年の国勢調査以降、若者世代を中心に減少が続いています。人口が減れば消費が減り、経済が停滞してまちの活性化も難しくなります。私たちの暮らしにも大きな影響が生じるかもしれません。

それぞれのまちの特長を生かした対策が必要ですが、松江市の解決策の一つとして考えられるのは「観光振興」です。

松江市の主要産業である観光は裾野が広く、観光需要が高まれば旅館、ホテル、飲食店だけでなく、農業、水産業、農水産品加工業など広範な分野に良い循環が起こります。働き場所が増えたり、多くの人が集まり交流する場所ができて賑わいが生まれるなど、様々な効果が期待されます。

また、観光地としての持続的な発展は、旅行者の満足度の向上はもとより、住んでいる私たちが地域の良さやユニークさを再認識して、誇りを持ってさらなる魅力の向上やおもてなしの充実につなげることができます。

そのほか、環境・文化や生業の維持・保全がもたらされ、地域福祉の向上が図られるなど、大きな効果が生まれます。

「旅行者」と「地域住民」双方の好循環を実現する、「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりを推進し、持続可能な形で次世代へと引き継ぐことは、私たちの重要な使命です。

■計画の期間

2023(令和5)年度から2029(令和11)年度までの7年間

本プランは、上位計画である松江市総合計画「MATSUE DREAMS 2030」との整合性を図りながら観光分野の基本計画として策定するものです。

■目標数値

本プランにおける2030年の目標値を設定し、施策を推進します。

項目	2019年	2030年
観光消費額	645億円	750億円
観光入込客数	1,046万人	1,100万人
観光宿泊客数	211万人	250万人
外国人宿泊客数	7.8万人	15万人

【将来像】

世界中から松江に人が集まる

松江の魅力に磨きをかけて、国内外から人が自然に集まるまちを目指します。松江市総合計画「MATSUE DREAMS 2030」において「2030年、市民の実感」にも掲げている未来の松江の姿です。

【コンセプト】

Authentic Japan “MATSUE”

～城下町 水の都 暮らしに息づく伝統～

Authentic Japan(ホンモノの日本)があるまち、松江。

ここには、国宝松江城をはじめ堀川が巡る城下町の姿があり、長い年月をかけて大切に継承されています。また、宍道湖・中海・日本海などの美しい「水の都」の風景とともに、日々の暮らしの中に、伝統や文化が息づいています。このかけがえのない「宝」を未来へつなげ、世界へ広めていきます。

4つの基本戦略と主要施策

魅力ある 観光素材の 磨き上げ

質の高い、ストーリー性をもった観光コンテンツを磨き上げ、旅行者の満足度向上につなげます。

- (1) ユニークで多彩な観光資源の活用
- (2) 城下町のまちあるきの推進
- (3) 夜のまち・朝のまちの魅力向上
- (4) サステナブルツーリズムの創造
- (5) 食と特産品の磨き上げ・高付加価値化

快適に過ごせる 環境づくりと 利便性向上

まちあるきや滞在、移動を快適なものにし、おもてなしの環境を整えます。

- (1) 歩きたくないまちなみ整備
- (2) 快適に滞在できる環境づくり
- (3) 移動の利便性向上
- (4) 観光を担うひとづくりとおもてなしの向上

松江の 魅力発信と 顧客の創造

効果的なマーケティングにより、国内はもとより世界中に松江ファンを広げます。

- (1) マーケティング・プロモーション
- (2) インバウンド-松江への周遊促進
- (3) MICEの誘致
- (4) スポーツ・エンターテインメントの活性化
- (5) オフシーズン対策
- (6) ひと・企業とのつながりづくり

観光地松江の 土台づくり

リーダーシップのあるマネジメント組織のもと、効果的に観光まちづくりを推進します。

- (1) 観光推進組織づくり
- (2) 新たな観光財源の検討・導入
- (3) 観光産業の担い手づくり
- (4) 国内・海外からのアクセス向上