

令和6年 2月 9 日

総務産業常任委員会

委員長 田村 大治郎 様

総務産業常任委員 松岡 秀樹

総務産業常任委員会行政視察報告書

下記の日程で行政視察を実施しましたので、別紙のとおり報告します。

記

1. 視察期日及び視察先

令和6年1月31日（水）

島根県松江市 「観光まちづくり対策について」

2. 視察参加名簿

委員長 田村 大治郎

副委員長 松岡 秀樹

委員 重廣 正美

委員 吉津 弘之

委員 有田 茂

委員 早川 文乃

委員 西村 良一

委員 田中 千秋

以上8名

3. 視察報告・所感 別紙

(別紙)

視察先	島根県松江市			
視察日時	令和6年1月31日 14:30~16:30			
視察項目	観光まちづくり対策について			
対応部署名	観光部観光振興課、松江観光協会玉造温泉支部			
自治体概要	面積	572.99 km ²	高齢化率	30.39%
	人口	196,320 人	玉造温泉 (入込客延数)	413,668 人
	世帯数	91,809 世帯	令和4年島根県観光動態調査結果より	
	松江市は古代出雲の中心地として早くから開け、奈良時代には国庁や国分寺が配置された。平成17年3月31日に八束郡7町村と合併し、さらに平成23年8月1日に八束郡東出雲町を合併し現在に至る。宍道湖・中海・堀川など多様な水域に恵まれた水郷都市である。(松江市HP)			
玉造温泉について 第37回にっぽんの温泉100選 選んだ理由別ランキング 総合ランキング18位 (長門湯本温泉29位) ・理由別：雰囲気18位 (19位) ・理由別：見所・レジャー&体験22位 (53位) ・理由別：泉質21位 (26位) ・理由別：郷土料理・ご当地グルメ27位 (40位)				
視察内容				
松江市観光協会玉造温泉支部 下山様				
1、玉造温泉のまちづくりのはじまり				
・団体客の減少、閉店する店舗				
・20店舗の新規出店に至る流れ				
・まちづくりのテーマを考える、大正ロマン・昭和ロマンではありふれている				
・郷土の文献「出雲の国風土記」に書かれる効能から「美肌・姫神の湯」を発想				
・その町誰もが誇れる何かを考える				
2、目的地作り				
・なぜ温泉街は寂れてしまったか				
・空き店舗対策の補助金ではうまくいかない				
・新しいものを足すのではなく地域資源の深掘り				
・年間観光客数100人(3日に1人)の神社を活かす				
・足湯や橋、店舗などの町並みを散策する観光客増加				
3、まちあるきスポット				
・まち歩きを楽しむためのまち歩きスポットは観光客からヒント				
・足湯ならぬ手湯が意外な方向へ、観光客の行動から需要を発見				
・鯉(恋)				
・スポットを訪れる人が増え写真も拡散				
4、イベント				
・昭和から平成20年頃まで集客イベントに悩む				
・イベントをやる日しか宿泊客がない				
・誘客イベントなのに誘客出来ていなかった				
・平成21年からタマステージの開催45日間毎晩→期間中必ず何かやっている				
・桜祭り(ライトアップ)、蛍観賞(2週間)ロングスパンで実施				
・観光イベントは地元のイベントとは違う、誰にやるのかを考える				
5、美肌温泉				

- ・玉造温泉の原点
- ・「ひとたびすすげば形容端正（かたちきらきら）しく、再び浴すれば万の病ことごとくに除くる」（一度入浴すればお肌が若返るようになり、二度浴すればどんな病も治癒してしまう）
- ・温泉の効能について成分検査を実施（正真正銘の美肌温泉）

質疑応答 松江市観光部観光振興課森山様

- ・ランキング上位を維持している理由、
- ・宿泊客増による市内への経済効果、
- ・旅行形態の変化への対応、
- ・温泉街の景観づくりについて、
- ・温泉街活性化の為の事業者と地域住民・行政の関係づくりについて、
- ・温泉街のアクセスについて、
- ・閑散期対策について、
- ・インバウンド対策について、
- ・旅行者の満足度、選ばれる温泉地の取組みについて、
- ・イベントの雨天時の対応について、
- ・タマステージの運用方針について、
- ・温泉街の美化について、
- ・視察受入れに際して説明員の人柄について、
- ・観光客の受入れ環境の整備について、
- 空き家対策について 等

所 感

<玉造温泉について感じた点>

- ・玉造温泉は、2007年頃に15軒あったうち4軒の旅館が倒産し危機的状況から再生事業を始め温泉再生に成功した事例として有名であることが視察対象とした理由である。
- ・玉造温泉のある松江市は近隣に出雲市もあり、全国的にも観光地として知名度が高く、出雲大社や松江城を観光して玉造温泉に宿泊するというコースが定番である。
- ・湯本温泉と比較した場合に温泉の規模と近隣に観光地として高いポテンシャルがあるという認識をもって視察にのぞんだ。
- ・温泉街の入り口に看板とオブジェがありわかりやすく、わくわく感もあった。
- ・中心を流れる玉湯川沿いに大型のホテルや旅館が立ち並び温泉地としての落ち着いた景観が作られていた。想定より温泉街の範囲が広く規模も大きいものだった。

<観光協会による説明で重要と感じた点>

- ・温泉再生のテーマとターゲットを決めるために、温泉の歴史を深堀し、1300年前の出雲風土記に「一度浴びれば若返る神の湯」であるという記述から、テーマを美肌温泉として、ターゲットを20～30歳の女性に絞ることから始めたとのこと。
- ・観光客に来てもらうために、目玉となる地域で埋もれていた「真玉」を見出し、願い石と叶い石と呼ぶことで情報発信を行うと、マスコミが取り上げ、ターゲット層に刺さり観光客が多く訪れ始めた。
- ・街歩きを増やすために、カメラ台を設置し、映える場所で自撮りをしやすくした。また、手湯のお湯を持ち帰る人がいたので、温泉テイクアウトを始めることで、美肌と結び付けた。美肌の湯の成分から化粧品も作られ、より美肌で有名になっていった。
- ・夏に1日だけのイベントではなく夏休み期間の45日間連続でステージや店舗を出すことにしたことで、8月の旅館稼働率は90%を超える。また夏以外にも桜や蛍の時期にもイベントを行っているとのこと。

<再生について重要と感じた点>

- ・歴史など地域の資産を生かしたアイデアに知恵を絞ったこと、それを諦めず実施してきたことがやはり重要と感じた。
- ・夏の45日連続のイベント開催も身の丈の予算の中で続けられ、協力してもらえる地域の人たちがいることが素晴らしいと感じた。
- ・観光協会と市観光課の担当者からレクチャーを受けたが、お二人ともそのプレゼン力の高さにまず驚いた、資料の作り方も分かりやすく工夫されたものであったし、その話し方も明るく楽しく手際よいものであった。再生できたのはこのようなスキルもあったからではないかと感じた。