

松江市観光振興プログラム

平成 19 年 3 月

松 江 市

はじめに

わが国においては、本年1月観光立国推進基本法が施行され、国内外からの観光客の増加に向けた施策を総合的に推進されることとなりました。その精神は、地域の持つ伝統や文化などを生かし、魅力ある観光地づくりを進めることにより、地域の活力を生み出すものであります。

機を同じくして、松江市は、このたび今後10年間の観光施策の指針となる「松江市観光振興プログラム」を策定いたしました。テーマを「水の都松江・旅絵巻」の舞台づくりとし、不昧公の茶の湯文化、和菓子など和のイメージを大切にし、宍道湖の夕日など小泉八雲が愛した風景描写を絵巻物のように美しく演出することで、落ち着いたある大人の観光地をめざすものであります。

また、来訪者の評価は高いものの、来訪経験のない人の認知度や関心が低いいわゆる「潜在型観光地」からの脱却を図るために、広域的な連携を強化し、圏域全体での情報発信を推進するとともに、一人ひとりがもてなしの心を持ち、このプログラムを実践することが大切であります。

本年は堀尾吉晴公により、城を移すための松江のまちづくりが始まって記念すべき400年を迎えます。そして城が完成するまで5年の歳月を要していることから、今後5年間を「松江開府400年祭」と位置づけ、50年、100年先を睨んだ新たな松江の「まちづくり」、「ひとづくり」の契機としたいと考えています。このプログラムの大きな柱に開府400年祭の推進を掲げ、培われた伝統文化や歴史資産など松江の魅力を市民とともに再認識し、それを全国発信するための新たなイベント等を市民参画により構築し、松江の活力と産業の振興にもつなげたいと思います。

終わりに、本プログラム策定にあたりまして、松江市観光振興プログラム策定委員の皆様をはじめ、関係の皆様方に多大なご協力をいただいたことに対し、厚くお礼申し上げます。

平成19年3月

松江市長 松浦正敬

目 次

・ 観光振興プログラム策定の趣旨	1
・ 観光の動向	4
・ 松江市の観光の現状	12
・ 松江市の観光振興の課題	36
・ 観光振興プログラムのテーマと基本方向	39
1. 観光振興プログラムのテーマ	39
(1) テーマ設定の基本的な考え方	39
(2) テーマ	40
(3) 主要なターゲットと整備イメージ	41
2. 観光振興プログラムの基本方向	42
(1) 基本方向	42
〔1〕「庭園都市・松江」づくり	42
〔2〕めぐりの舞台づくり	44
〔3〕もてなしの文化づくり	46
〔4〕松江の魅力を生かした誘客の推進	48
〔5〕松江開府 400 年祭の推進	49
(2) 関連基礎調査	51
・ 観光振興プログラム	52
・ 観光振興プログラムの施策の体系	53
・ 主要な施策の分布	55
1. めぐりの魅力づくり	57
(1) めぐりの道づくり	57
(2) めぐりの拠点づくり	66
2. 滞在の魅力づくり	91
(1) 松江のイメージを形成する魅力づくり	91
(2) もてなしの人づくりと人材の活用	95
3. 情報発信	98
4. 広域連携の強化と誘客活動の推進	100
5. 国際文化観光都市づくりの推進	104
6. 松江開府 400 年祭を契機とした取組み	107
資 料	111

．観光振興プログラム策定の趣旨

1．背景と目的

平成 17 年 3 月 31 日、松江市、鹿島町、島根町、美保関町、八雲村、玉湯町、宍道町、八束町の 1 市 6 町 1 村が合併し、新しい松江市が誕生した。

旧松江市では平成 11 年 1 月に「松江地域観光地づくり推進プログラム」を策定して観光地づくりを進めてきたが、旧 6 町 1 村においてもそれぞれに観光振興に取り組み、（表 - 1）にあるような観光地整備が進められ、新市は観光入込み客数約 800 万人の山陰を代表する観光地となった。新市においても、観光は基幹産業の一つであるとともに、文化の振興や市民の余暇活動の充実など様々な面で重要な分野となっている。

したがって、新市のさらなる発展にはいっそうの観光振興が不可欠である。

ところで、観光地・松江に対する観光客の評価を見てみると、松江を訪れた人の評価は比較的高いが、訪れたことがない人にとっては訪問したい観光地としての関心があまり高くないという潜在型観光地となっており、さらなる観光振興には、この潜在型観光地からの脱却を目指す必要がある。

観光を取り巻く状況を見てみると、最近の景気の回復基調により、低迷していた観光需要もようやく底を打った感があるが、まだまだ厳しい状況にあることに変わりはない。また、地域の発展を観光振興に期待する自治体は多数あり、地域間の競争はより激しくなっている。

合併により新市となり、自然、歴史、文化、神事や伝統行事、伝統工芸品、特産品、食材などの観光資源が飛躍的に増加したが、それらの潜在能力を発揮させ、より多くの観光客の誘致に結びつけてゆくためには、新市が一体となり、各地域ないし住民が同じ方向を向き、それらの資源を有機的に連携させて活用してゆくことが肝要である。

新市においては平成 19 年 4 月から 23 年の大晦日まで松江開府 400 年祭が開催される。また、周辺に目をやると、平成 19 年には石見銀山の世界遺産登録が見込まれており、石見銀山を含めた広域観光の振興が期待される。さらに、松江市は昭和 26 年に国際文化観光都市となりその建設に向けた取り組みを進めてきたが、ビジット・ジャパン・キャンペーン等の効果もあり、近年わが国を訪れる外国人観光客が増加しつつあり、国際観光のいっそうの推進の好機を迎えている。これらの好機を的確に捉え観光振興に結びつけてゆくことも肝要である。

以上のような背景を踏まえ、「今後 10 年間で観光入り込み客数 1,000 万人を目指す」ことを新市の観光の発展の目標に定め、新市の観光資源を捉え直し、観光を取り巻く社会経済状況を的確に捉え、新市が一体となって取り組んでゆくための観光振興の基本的な方向と施策を示すことを目的として、観光振興プログラムを策定する。

2．観光振興プログラムの計画期間

観光振興プログラムの計画期間は、平成 19 年度より 10 年間とする。ただし、施策によっては 10 年を超える長期で取り組むことが望ましいものも含まれている。なお、計画を実施してゆく過程では、随時進捗状況を把握し、観光を取り巻く社会経済状況の変化に的確に対応できるように、必要に応じて適宜見直しを行うものとする。

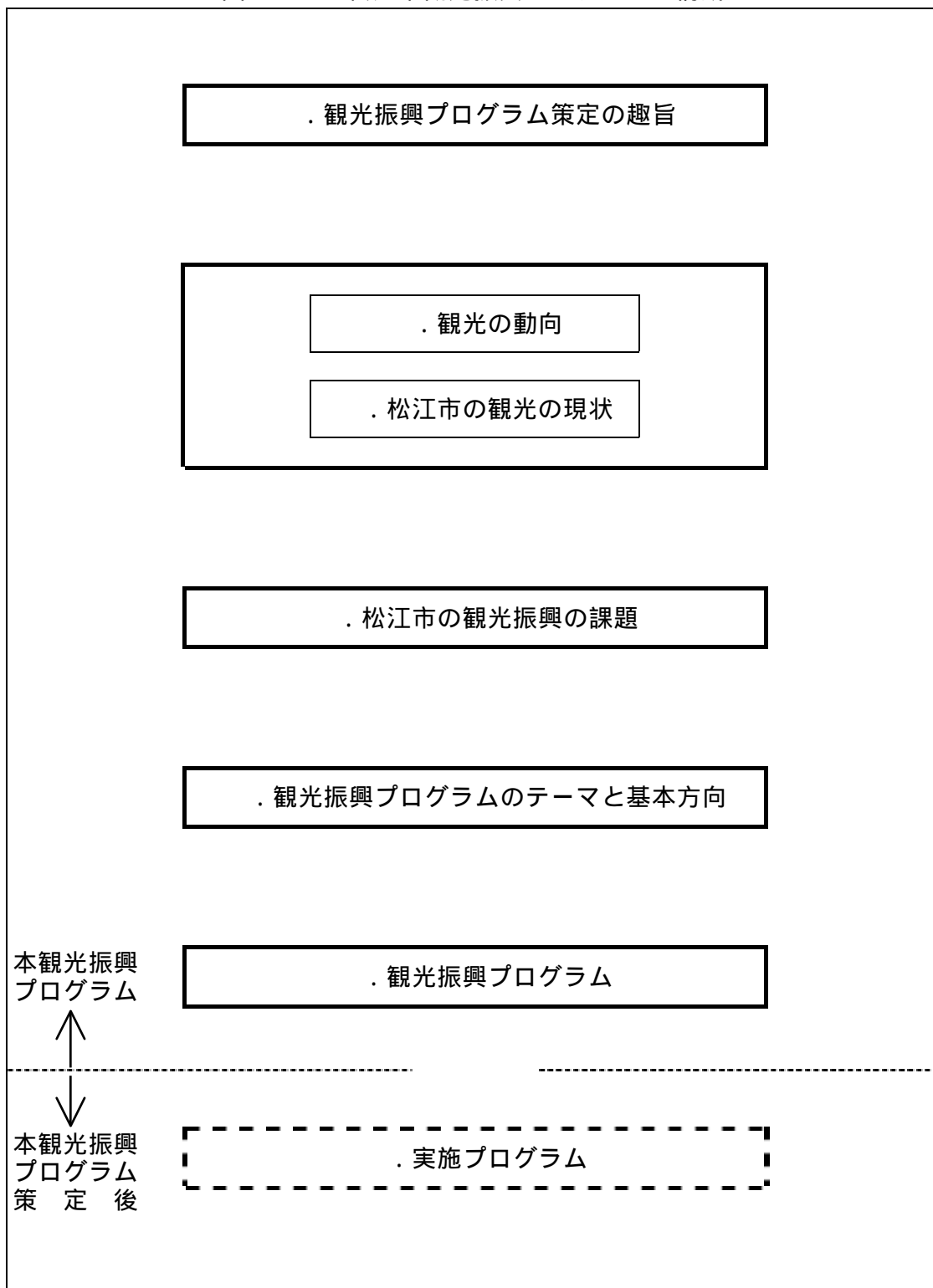
表 - 1 観光地整備の動向

年次	内 容
平成11年	3月 島根県立美術館開館
	4月 秋鹿なぎさ公園オープン 松江・堀川地ビール館オープン
	7月 堀川遊覧船、夕涼み船登場 天守閣の入場時間延長（31 - 8/28まで）
	9月 観光ボランティアガイド養成講座開始
平成12年	3月 サインシステム事業完了（市内43箇所設置）
	4月 カラコロ工房オープン 松江テルサがオープン
	6月 松江駅前広場完成
平成13年	3月 山陰道〔安来～宍道〕完成 松江城3櫓完成、ライトアップ開始
	4月 松江ウォーター・ヴィレッジ（ルイス・C・ティファニー庭園美術館＆イングリッシュガーデン）がオープン
	7月 松江フォーゲルパークがオープン
	9月 きまち湯治村「大森の湯」オープン
	10月 JR松江駅正面に松江国際観光案内所オープン 観光交通案内システム「たびねっと松江」運用開始
	12月 松江温泉駅新駅舎完成
平成14年	3月 松江国際観光案内所内に茶室「去来庵」オープン
	9月 宍道湖エコクルーズ運行
平成15年	2月 “椿咲く古都の冬まつり” 「まつえ暖談食フェスタ」開催
	4月 「松江しんじ湖温泉駅」に新しいバスターミナル、足湯が完成 ルイス・C・ティファニー庭園美術館に「パリス・サロン」完成
	7月 寺町に「松江髷伝承館」完成 JR松江駅前に「まちかどバス案内人」設置
	8月 カラコロ工房にものづくり体験館「匠庵」オープン
	10月 鹿島多久の湯オープン 「松江水燈路」開催
平成16年	3月 JR松江駅高架下に「松江こだわり市場」開設
	10月 八束町と境港市を結ぶ江島大橋完成
平成17年	4月 マリンパーク多古鼻完成

3. 観光振興プログラムの構成

この観光振興プログラムの構成は次のとおりである。

図 - 1 松江市観光振興プログラムの構成



観光の動向

1. 観光需要の動向

(1) 宿泊観光旅行の動向

宿泊観光旅行の動向をみると、減少・低迷傾向にあった観光需要は、ようやく底を打ったと思われる。しかしながら、旅行費用については回復が遅れている。

平成17年度の宿泊観光旅行の特徴は次のようになっている（『観光の実態と志向』）。

- ・旅行の目的は、自然・名所・スポーツ見学や名所が24%、温泉が22%を占める。
- ・宿泊施設は、ホテル・ビジネスホテルが41%、旅館（和式）が33%を占める。
- ・同行者の種類は、「個人・小グループ」が87%を占める。
- ・利用交通機関は、自家用車が52%、鉄道が31%、バスが27%となっている。

図 - 1 宿泊観光旅行の宿泊数と回数（『平成18年度観光白書』）

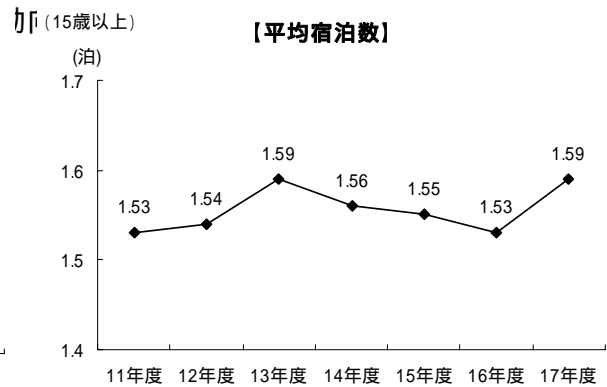
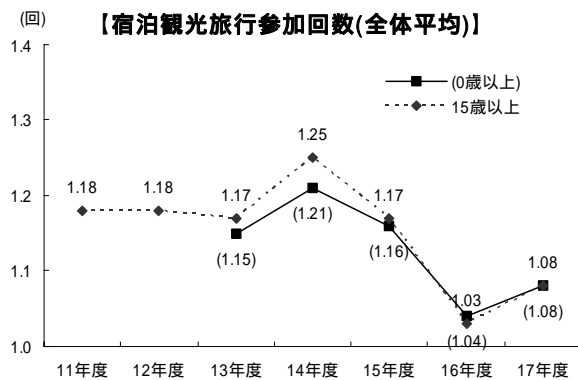
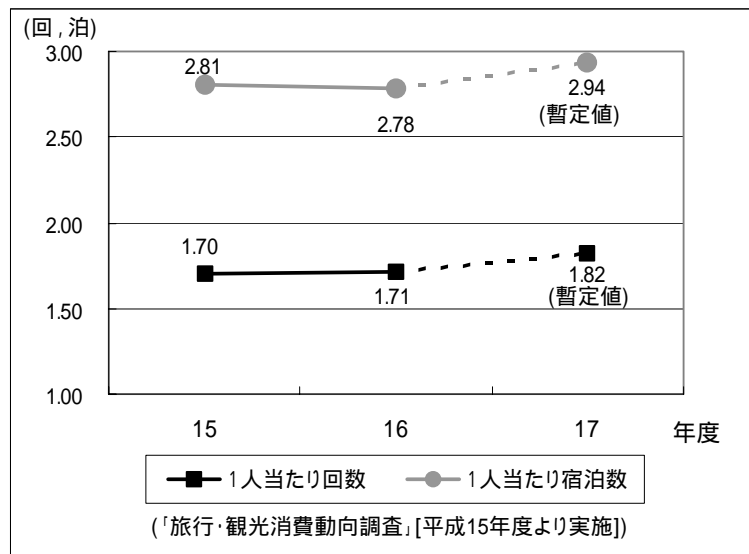
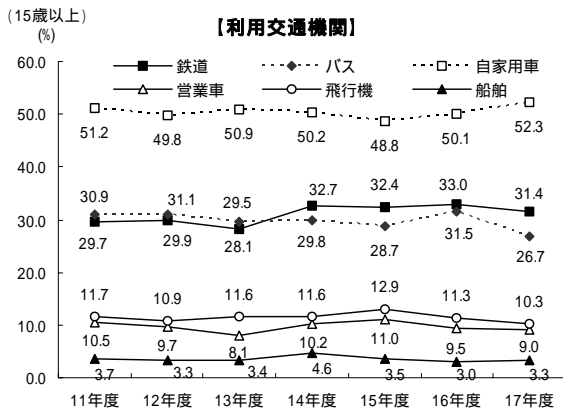
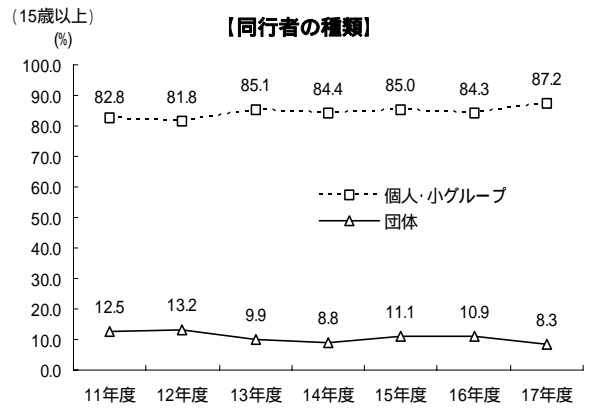
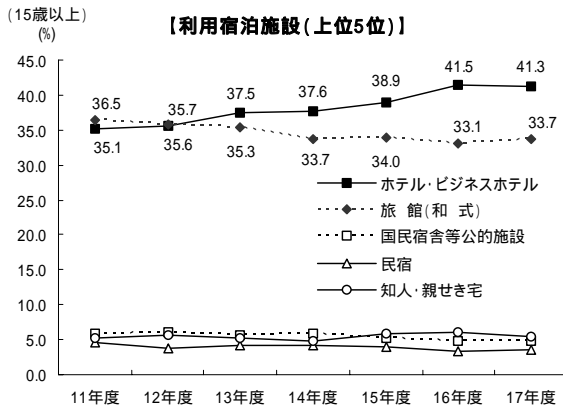
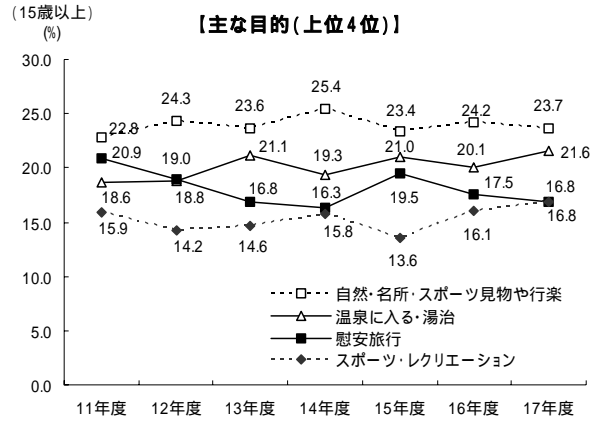
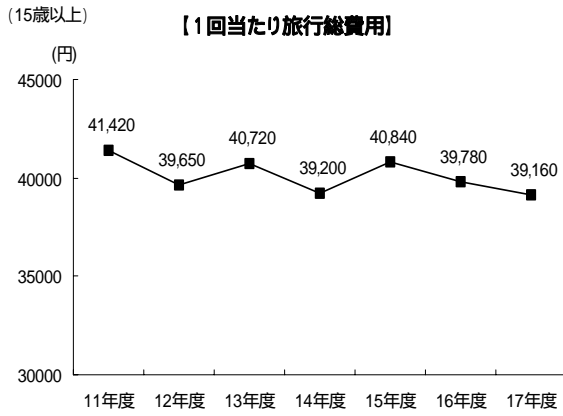


図 - 3 宿泊観光旅行の内容 (『観光の実態と志向』)



(2) 温泉の宿泊数

全国の温泉の延宿泊数には、あまり大きな変動は見られない。
 個々の温泉地の宿泊数の推移を見ると、増加するもの、減少するもの、横ばいのものなど、増減に顕著な差が認められる。このような傾向は、単に温泉へ行くというのではなく、観光客による温泉地の選択、選別がなされていると推察される。

図 - 4 年間温泉延宿泊数

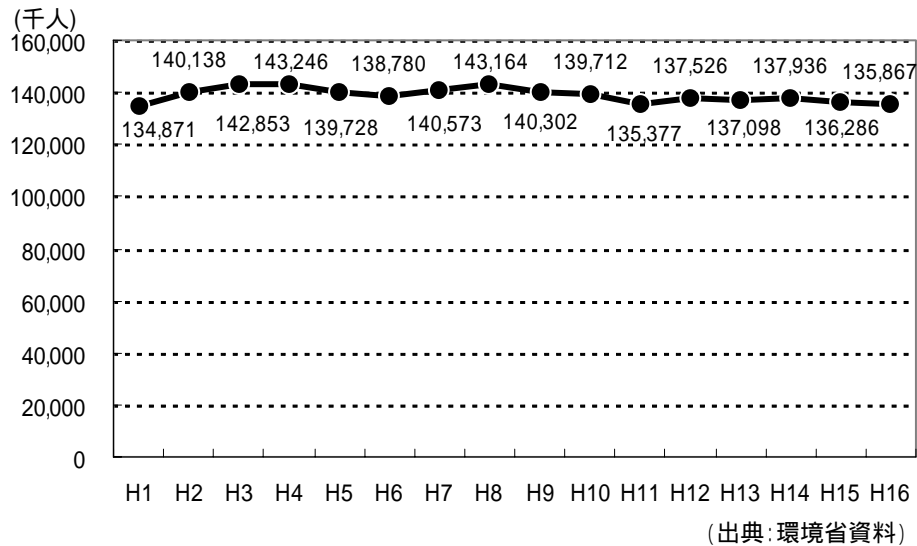
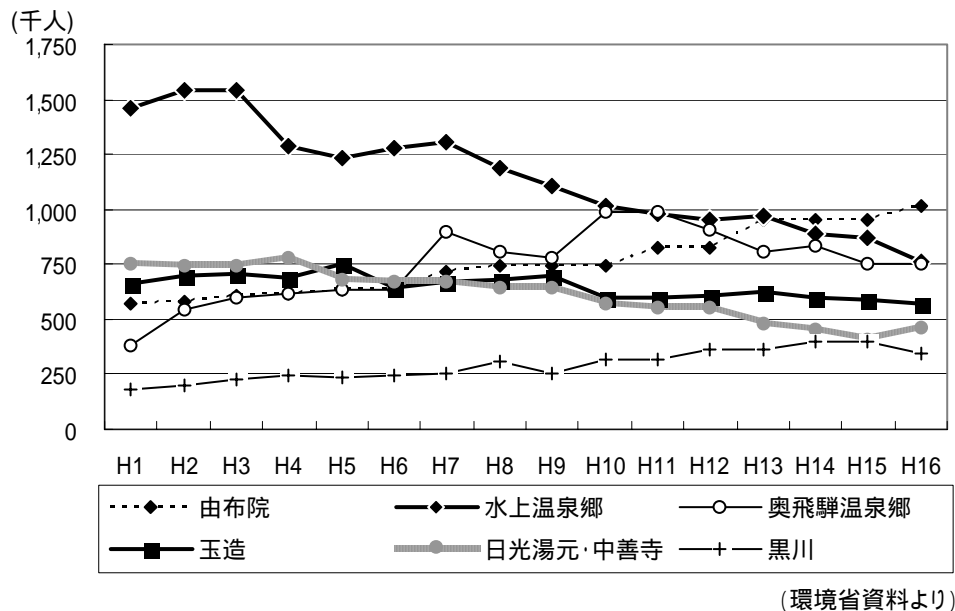


図 - 5 個々の温泉地の宿泊者数



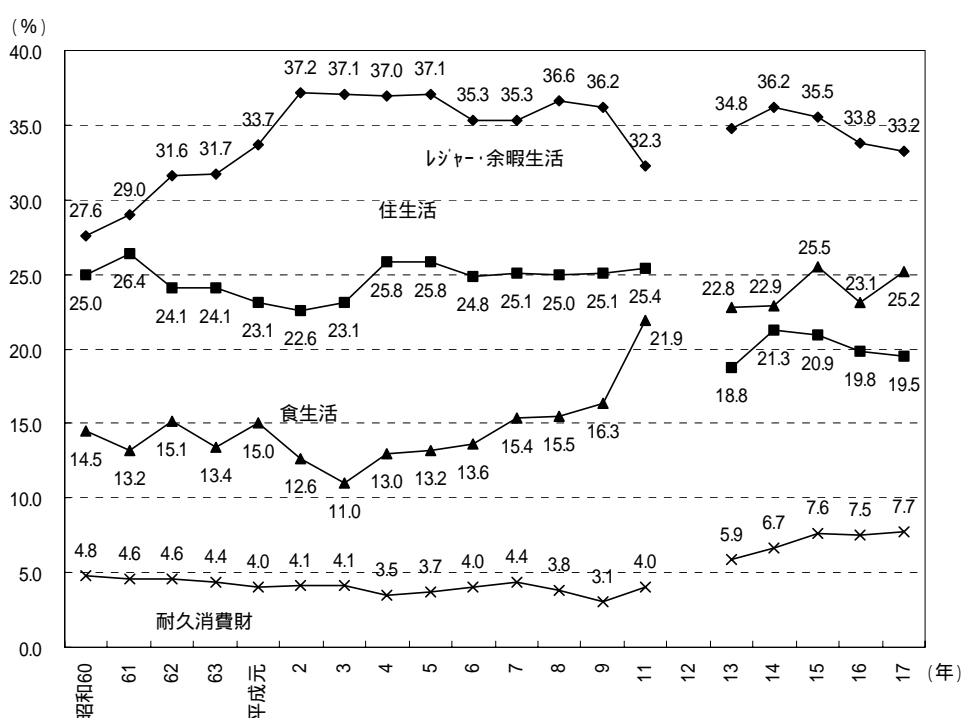
2. 余暇活動意識動向・観光旅行の潜在需要

(1) 今後の生活の力点(「国民生活に関する世論調査」)

今後の生活の力点で「レジャー・余暇生活」をあげる人の割合は、昭和58年以降一位を続け、平成17年は33%の人が選択している。

「レジャー・余暇生活」に対する満足度を見ると、「満足」な人の割合は若干増加しているが、不満な人が4割弱おり、レジャー・余暇生活に対する潜在的なニーズは高いものと推測される。

図 - 6 今後の生活の力点



資料：内閣府「国民生活に関する世論調査」

(注) 平成10、12年は調査なし。平成11年以前は単数回答、平成13年以降は複数回答。

表 - 1 レジャー・余暇生活に対する満足度

	該当者数	満足			不満			どちらとも いえない	わからない
		満足	いる満足して	まあ満足	不満	やや不満	不満だ		
総数	人 6,924 (7,005)	% 56.5 (55.8)	% 10.4 (9.1)	% 46.1 (46.7)	% 38.8 (39.7)	% 27.1 (27.3)	% 11.7 (12.4)	% 3.9 (3.8)	% 0.8 (0.8)
[性]									
男性	3,092 (3,195)	53.0 (53.9)	9.4 (8.3)	43.6 (45.6)	41.8 (42.0)	28.9 (28.4)	12.8 (13.6)	4.4 (3.5)	0.8 (0.6)
女性	3,832 (3,810)	59.3 (57.4)	11.1 (9.8)	48.2 (47.6)	36.4 (37.8)	25.6 (26.4)	10.9 (11.4)	3.5 (3.9)	0.8 (0.8)

(注1) 内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」(平成17年6月)による。

(注2) ()内の数字は、平成14年6月に行った同調査の結果。

3. 人口構成と団塊の世代の旅行動向

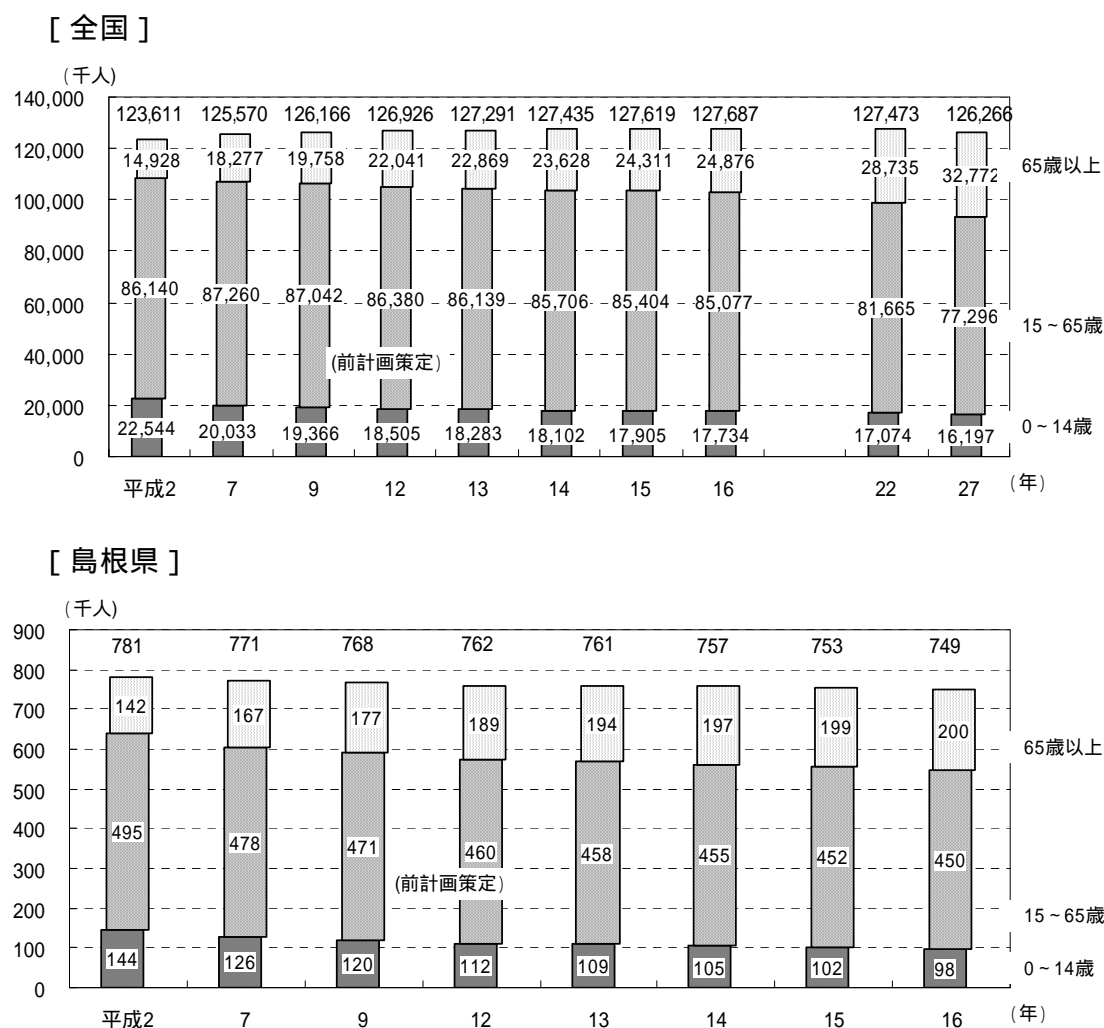
(1) 人口：少子化・高齢化社会の顕著化と団塊の世代の退職

平成 16 年に、全国ではほぼ 5 人に 1 人、島根県では 4 人に 1 人が 65 歳以上となっている。

2007 年からいわゆる団塊の世代の退職が始まり、重要なマーケットとなる。

団塊の世代の子供世代の後の年代は人口が少ないので、将来を考えると若い世代に対してのアプローチはより重要になる。

図 - 7 人口の推移



資料：総務省統計局「人口推計年報」「国勢調査報告」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口、平成 14 年 1 月推計」の中位推計値。

(2) 団塊の世代の旅行動向

1) 旅行参加回数の実態と志向 (『レジャー白書 2006』, (財)社会経済生産性本部)

団塊世代の旅行実態は全体平均を上回る。

「日帰り」の需要が高く「海外」は控えめ。

団塊世代男性の「旅行潜在需要」が高い。

表 - 2 旅行参加回数の実態と志向

		全体平均	団塊世代	団塊男性	団塊女性	60代前半 男性	60代前半 女性	70代以上	団塊 ジュニア
日帰り旅行	現在	2.24	2.78	2.68	2.90	3.15	2.30	1.84	1.94
	10年後	3.25	4.36	4.73	3.98	4.15	3.13	1.78	3.12
	潜在需要 10年後 - 現在	1.01	1.58	2.05	1.08	0.99	0.83	-0.06	1.18
宿泊国内旅行	現在	1.48	1.57	1.44	1.73	2.11	1.81	1.66	1.29
	10年後	2.30	2.57	2.61	2.54	3.00	2.51	1.65	2.05
	潜在需要 10年後 - 現在	0.82	1.00	1.18	0.81	0.89	0.70	0.00	0.76
海外旅行	現在	0.21	0.22	0.15	0.29	0.33	0.20	0.12	0.20
	10年後	0.56	0.57	0.56	0.58	0.62	0.47	0.21	0.53
	潜在需要 10年後 - 現在	0.35	0.35	0.41	0.29	0.29	0.27	0.09	0.33

(出典:レジャー白書2006)

2) 「団塊世代が 60 代になったらどんな旅行をする？」(『旅行者動向 2005』, (財)日本交通公社)

子育て後の夫婦旅行・ふたり旅が増加、一方男性の一人旅も増加。

平日出発の旅行の割合が増加。

温泉旅行・グルメ旅行が増加、周遊観光旅行は減少。

旅館での宿泊が増加、1泊2日の旅行が増加、2～4万円の価格帯の旅行が増加。

自家用車での旅行の割合が大きい、列車の旅行も増える。

図 - 8 団塊世代が 60 代になったらこんな旅行をする！(シェア予測値)

旅行内容		現60代前半と比べて5年後 60代前半はどう変化する？	現50代後半が60代前半に になったらどう変化する？
①旅行の同行者	子育て後の夫婦旅行	➔ 30%→38%	➔ 37%→38%
	大人の親子旅行	➔ 11%→7%	➔ 13%→7%
	子育て後女性友人旅行	➔ 18%→14%	➔ 18%→14%
	子育て後男性友人旅行	➔ 18%→16%	➔ 9%→16%
	男性のひとり旅	➔ 3%→6%	➔ 4%→6%
②同行者の人数	ふたり旅	➔ 41%→52%	➔ 49%→52%
③旅行の出発日	平日出発の旅行	➔ 50%→54%	➔ 43%→54%
④旅行タイプ	温泉旅行	➔ 26%→42%	➔ 35%→42%
	グルメ旅行	➔ 5%→10%	➔ 6%→10%
	周遊観光旅行	➔ 26%→20%	➔ 22%→20%
⑤宿泊施設	旅館での宿泊	➔ 44%→54%	➔ 42%→54%
⑥宿泊数	1泊2日	➔ 58%→72%	➔ 67%→72%
⑦目的地までの 交通手段	自家用車での旅行	➔ 47%→55%	➔ 54%→55%
	列車での旅行	➔ 22%→21%	➔ 18%→21%
	バスでの旅行	➔ 15%→10%	➔ 12%→10%
⑧旅行費用	飛行機での旅行	➔ 13%→12%	➔ 12%→12%
	2～4万円の価格帯	➔ 41%→49%	➔ 44%→49%
⑨旅行会社利用	旅行会社を利用する	➔ 43%→41%	➔ 34%→41%

※注1: 比率は、「比較対象の旅行実態シェア」→「5年後の60代前半(団塊世代)の旅行実態シェア」予測値(太字)
 ※注2: 表中の矢印はシェアの増減を示したものです。旅行件数の増減を示すものではありません。

3) 「退職後のリアルライフ」(2005.5、2005.8、電通、インターネット調査)

「退職後のリアルライフ1」

[2000年以降に退職した55歳以上の「退職・新富裕層*」の調査]

退職金の使い道

退職金を100%として、旅行に4%が当てられている。

退職金の使い道の決定者

「夫婦で相談」47%、「自分の意見を優先」42%、「妻(配偶者)の意見を優先」9%

「退職」をきっかけにしたこと

約半数は「夫婦で旅行に」、「外食を増やす」14%

「退職」をきっかけとした高額消費

「パソコン」「車」「家のリフォームや家」の順。記念型消費としての「旅行」も堅調

*退職経験があり、金融資産2,000万円以上を保有する55歳以上シニア

*60代の平均金融資産保有額は1,797万円で、2,000万円以上保有する人は25.6%

(金融広報中央委員会資料)

「退職後のリアルライフ2」

[団塊の世代*を対象とした、60歳~65歳の生活のイメージ、退職をきっかけにしたいこと'などの調査]

退職金の使い道

「夫婦で相談して決定」60%

定年をきっかけにしたいことや買いたいもの

旅行は定年きっかけ行動の定番。男性の一人旅志向が急増(昨年比)

国内移住のニーズも高い

60歳以降の生活イメージ

・自由時間(増える) 男性84% 女性30%

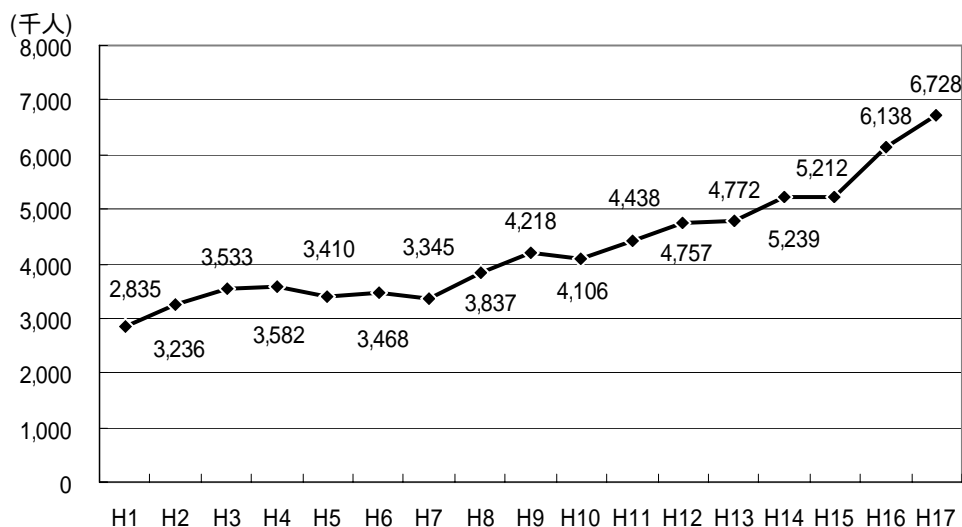
・一人行動・一人時間(増える) 男性45% 女性12%

*1947年生まれの既婚男性、1947年生まれの給与所得者を夫に持つ団塊女性、1948年生まれの既婚男性、1948年生まれの給与所得者を夫に持つ団塊女性

4. 訪日外国人旅行者の動向

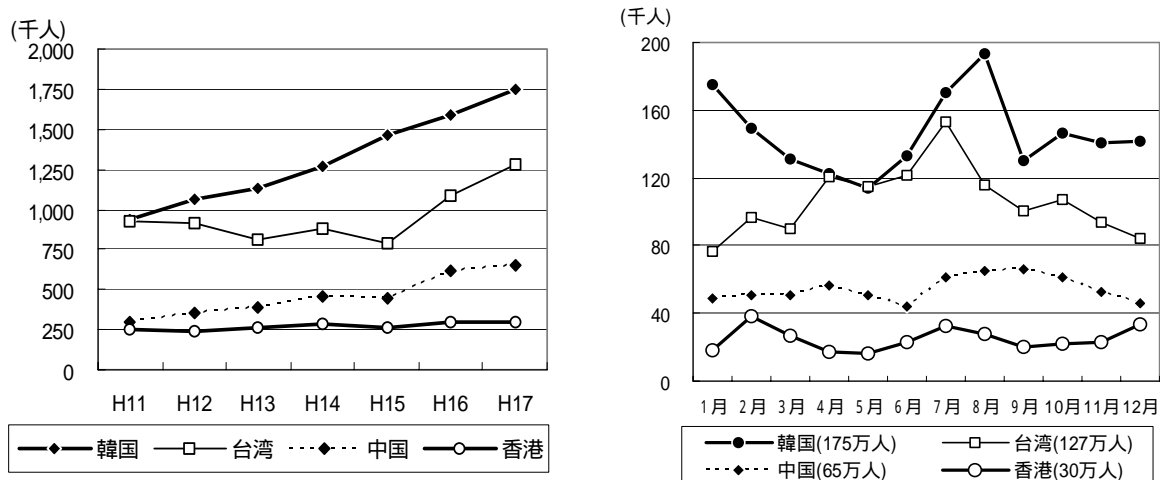
訪日外国人旅行者数は、ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）の効果、円安傾向、航空便の拡充、また平成17年は「愛・地球博」の開催に約100万人と推計される外国人来訪者があったこともあり、平成17年には過去最高の673万人となった。アジアでは、韓国、台湾、香港に対する短期滞在査証免除、中国に対する査証発給対象地域の拡大(2005.7.25に全土に)など査証の緩和措置により、韓国、台湾、中国からの訪日客の増加が継続し、香港は昨年と同程度の訪日客数となった。

図 - 9 訪日外客数の推移



(JNTO 資料による)

図 - 10 アジア4地域からの訪日客数(左・年次推移, 右: 月別人数[平成17年])



(JNTO 資料による)

・ 松江市の観光の現状

1 . 交通条件

(1) 松江市までの交通アクセス

鉄道は、路線や運行本数が限られるため、近・中距離からは地域が限定されないマイカー利用が主となる。

遠距離からのアクセスは、長距離バス（高速バス）、新幹線と特急、あるいは航空機利用となるため、便利なところはそれらの路線がある地域に限定される。

1) 道路

車による主な来松ルート

東京・名古屋・大阪から

[東京]東名高速道路[名古屋]名神高速道路[京都・大阪]中国自動車道《落合 JC》米子自動車道・山陰道・国道9号[松江]

岡山から

[岡山]岡山自動車道・中国自動車道《落合 JC》米子自動車道・山陰道・国道9号[松江]

広島から

[広島]広島自動車道・中国自動車道《三次 IC》国道54号《三刀屋木次 IC》松江自動車道・山陰道[松江]

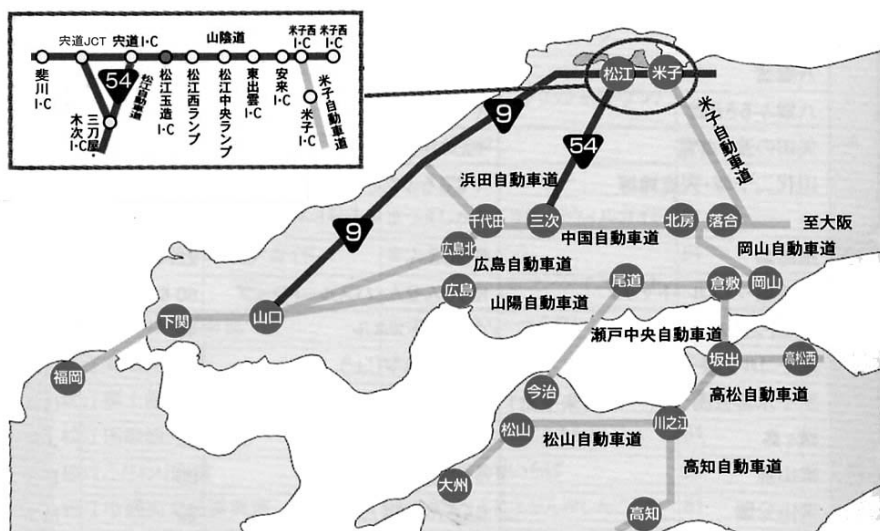
福岡より

[福岡]九州自動車道・中国自動車道《三次 IC》国道54号《三刀屋木次 IC》松江自動車道・山陰道[松江]

鳥取・米子より

[鳥取・米子]山陰道・国道9号[松江]

図 - 1 道路アクセス



長距離バス

表 - 1 松江を結ぶ長距離バス路線

区 間	便数	所要時間	運行会社
東京[渋谷] - 松江・出雲(夜行)	1日1往復	10時間35分	一畑バス
名古屋 - 松江・出雲(夜行)	1日1往復	9時間	中国JRバス
京都 - 松江・出雲	1日4往復	4時間55分(昼行)	一畑バス, 中国JRバス 京阪バス, 西日本JRバス
大阪[阪急梅田] - 松江・出雲	1日8往復	4時間40分(昼行)	一畑バス, 中国JRバス 阪急バス
神戸[三宮] - 松江・出雲	1日2往復	4時間(昼行)	中国JRバス
岡山 - 米子・松江・出雲	1日7往復	3時間	一畑バス, 中国JRバス 日の丸自動車, 両備バス 中鉄バス
福山 - 米子・松江	1日1往復	4時間	中国バス
広島 - 松江	1日14往復	3時間30分	一畑バス, 広島電鉄
福岡[天神]・小倉 - 出雲・松江	1日1往復	9時間	一畑バス

2) 鉄道

東京・名古屋・大阪方面から(新幹線+特急, 寝台特急)

[東京・名古屋・大阪]新幹線[岡山]特急スーパーやくも/特急やくも[松江]

1日13往復, 6時間

[東京]寝台特急サンライズ出雲[松江]

1日1往復, 11時間35分

福岡方面から(新幹線+特急)

[福岡]新幹線[岡山]特急スーパーやくも/特急やくも[松江] 1日15往復, 4時間30分

3) 航空

出雲空港利用

(松江までバス 25分)

東京 JAL 1日5便, 80分

大阪 JAC 1日6便, 60分

福岡 JAC 1日2便, 70分

隠岐 JAC 1日1便, 30分

札幌* JAS 1日1便, 125分

沖縄* JAS 1日1便, 105分

米子空港利用

(松江までバス 45分)

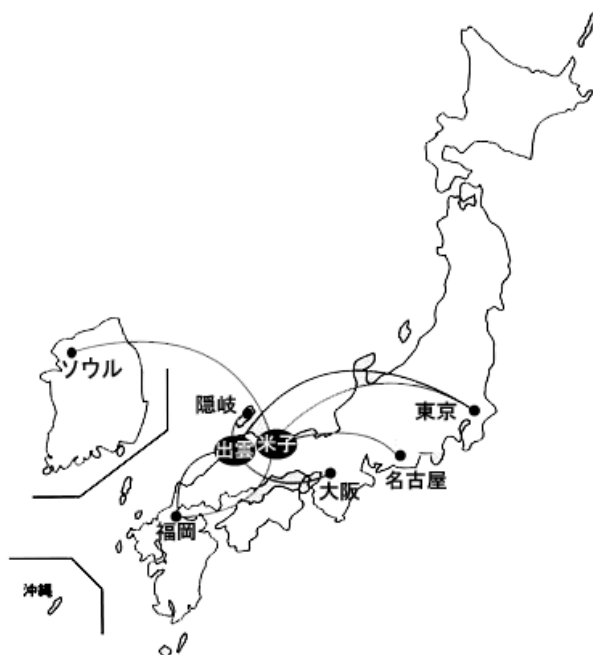
東京 ANA 1日5便, 80分

名古屋 ANA 1日2便, 60分

韓国ソウル アシア 週3便, 90分

(*季節運行)

図 - 2 定期航空路線



(2) 松江市内の交通

1) 鉄道

J R 西日本山陰本線

(米子方面) ~ 東松江・松江 ~ 宍道 ~ (出雲市・大田市・浜田方面)

[他に木次線：宍道 ~ 南宍道 ~ (備後落合)がある]

一畑電鉄

松江しんじ湖温泉 ~ 津ノ森 ~ (出雲大社前)

図 - 3 松江市及び周辺の鉄道 (『地図使用承認(C)昭文社第07E019号』)



2) バス

観光ループバス

・ぐるっと松江レイクライン [松江市交通局]

松江市中心部の主要観光施設を結ぶ、20分間隔で運行

路線バス

・様々な路線があるが、市の中心部以外は便がよくないところが多い。

3) レンタカー

・J R 松江駅周辺に5社

4) 観光タクシー

・市内各社が実施

5) パーク・アンド・ライド

城山西駐車場・くにびき駐車場

観光ループバス「ぐるっと松江レイクライン」の乗車券1,000円以上購入の場合は3時間以内無料

一畑電車松江しんじ湖温泉駅

日・祝・土曜日に限り、一畑電車乗車の場合に利用できる。

6) 交通混雑

・国道9号、国道431号が市の中心部を通過していること、また、中心部では観光施設と一般施設や住宅が一緒にあるため、時間帯によって渋滞が起こる。

・交通量の多い道路は歩行者にとって快適な環境とはいえない。

2. 観光資源

(1) 主な観光資源

松江市の主な観光資源には表 - 2 のようなものがある。
それらの特徴は次のとおり。

全体的に見た特徴

- ・観光資源の数は多いが、特A級、A級といわれるようなわが国を代表するような誘致力の大きな資源はない。
- ・自然資源（湖、海岸線、里山等）とそこで行われるレクリエーション資源、歴史資源（古代出雲、近世等）とそれに由来する文化的資源、温泉、伝統工芸や地域産業と結びついた資源、松江フォーゲルパークなど松江の新しい魅力をつくる資源など、多様な観光資源が存在する。
- ・歴史、文化、水などのテーマで相互に関連し結びつく可能性がある観光資源が多い。
- ・旧松江市の中心部及び南部では観光資源が集積しているが、その他の地域では集積はあまりない。

地域別に見た特徴

- ・旧松江地域では、中心部の松江城を中心としたエリアに観光資源が集積して松江観光の代表的なエリアとなっている。また、南部には神社や遺跡等の歴史資源が集積し、宍道湖沿いには新しい観光施設が整備されている。松江しんじ湖温泉があり、駅周辺のホテル等と合わせ宿泊拠点となっている。
- ・美保関地域、島根地域、鹿島地域には、海岸線の自然と、キャンプ場・コテージ、海水浴場その他海のレクリエーション施設が多数存在するほか、日本海の水産物を水揚げする漁港がある。また、美保神社、佐太神社などの出雲の歴史に関わりの深い資源や、町並みと舗装に特徴がある美保関の青石畳通りがある。
- ・八雲地域、玉湯地域、宍道地域には、和紙、そば、めのう、来待石など地域の特産品に関連した施設があり、また、熊野大社、史跡出雲玉作跡（出雲玉作史跡公園）などの出雲の歴史に関わりの深い資源やその他の歴史的資源が点在している。玉湯地域の玉造温泉に市内有数の温泉街が形成されているほか、八雲地域、宍道地域にも温泉がある。
- ・八束地域は、牡丹の生産や雲州人参の生産が盛んで、それらと関係した観光施設が多い。

表 - 2 松江市の主な観光資源と特徴

地域名	名称	自然・景観	遺跡・史跡	神社仏閣	歴史的建造物	近現代の建造物	町並み	庭園	公園・広場	遊歩道・並木	博物館・美術館	植物園	伝統工芸	地域産業	温泉	展望台	キャンプ場等	海水浴場	釣り	その他レク施設	交通・乗り物	その他	
松江	宍道湖遊覧船																						
	宍道湖																						
	松江城																						
	松江城山公園																						
	城山稲荷神社																						
	小泉八雲記念館																						
	小泉八雲旧居																						
	田部美術館																						
	へるんの小径																						
	塩見縄手																						
	武家屋敷																						
	松江しんじ湖温泉(足湯あり)																						
	ぐるっと松江レイクライン																						
	ぐるっと松江堀川めぐり																						
	松江北堀美術館																						
	松江・堀川地ビール館																						
	明々庵																						
	普門院																						
	島根県物産観光館																						
	松江郷土館(興雲閣)																						
	カラコロ工房																						
	京店カラコロ広場																						
	楽山公園																						
	楽山窯																						
	菅田菴																						
	高山																						
	月照寺																						
	大雄寺																						
	天倫寺																						
	松江名産ホール																						
	お湯かけ地蔵																						
	枕木山・華蔵寺																						
	朝日山・朝日寺																						
	松江大橋																						
	松江テルサ・松江こだわり市場																						
	白湯天満宮																						
	島根県立美術館																						
	ティファニー庭園美術館																						
	古墳の丘古曾志公園																						
	秋鹿なぎさ公園																						
	松江フォーゲルパーク																						
	袖師窯																						
	円成寺																						
	嫁ヶ島																						
	田和山史跡公園																						
八重垣神社																							
はにわロード(遊歩道)																							
神魂神社																							
八雲立つ風土記の丘																							
出雲かんべの里																							
山城二子塚・大庭鶏塚																							
眞名井神社																							
出雲国庁跡																							
出雲国分寺跡・天平古道																							
六所神社																							
忌部自然休養村																							

(つづき)

地域名	名称	自然・景観	遺跡・史跡	神社仏閣	歴史的建造物	近現代の建造物	町並み	庭園	公園・広場	遊歩道・並木	博物館・美術館	植物園	伝統工芸	地域産業	温泉	展望台	キャンプ場等	海水浴場	釣り	その他レク施設	交通・乗り物	その他	
鹿島	佐太神社																						
	島根原子力館																						
	患臺海岸・患臺漁港																						
	古浦海水浴場																						
	鹿島多久の湯																						
島根	加賀の潜戸																						
	潜戸遊覧船																						
	小波海水浴場																						
	桂島海水浴場																						
	その他海水浴場(大芦・野波・多古・沖泊・瀬崎)																						
	小波キャンプ場																						
	桂島キャンプ場																						
	チェリーロード																						
	島根町全域釣り																						
	マリンハウス加賀																						
	マリンゲートしまね																						
	ダイビングセンター・フレンズしまね																						
マリンパーク多古鼻																							
美保関	関の五本松・五本松公園(リフト)																						
	美保神社																						
	美保関灯台・地蔵崎																						
	靑石畳通り																						
	北浦海水浴場																						
	メテオプラザ																						
八雲	美保関町全域釣り																						
	熊野大社																						
	安部栄四郎記念館																						
	星上山スターパーク																						
	八雲温泉・ゆうあい熊野館																						
玉湯	ホットランドやくも																						
	玉造温泉(足湯あり)																						
	玉造温泉ゆ～ゆ																						
	出雲玉作資料館																						
六道	布志名焼窯元																						
	FOREST PARK(ふるさと森林公園)																						
	来待温泉																						
	葛古館																						
	八雲本陣																						
	木幡山荘																						
	来待ストーン(ミュージアムほか)																						
	きまち湯治村大森の湯・いろり茶屋																						
	菅原天神の里																						
石宮神社																							
八束	大根島																						
	(由志園)																						
	グリーンステラ																						
	溶岩トンネル																						
	江島大橋																						

注:上記は、『島根県観光動態調査』で入込み客数が掲載されている観光資源(施設)と松江市観光文化振興課発行のパンフレット『水の都 松江』に掲載されている観光資源(一覧を除く)を取り上げている

(2) 季節資源

季節資源には、花や紅葉等の季節美とそれに合わせて開催されるイベント、伝統的な神事や祭、時期を定めて開催される各種イベント、旬の味覚とそれに合わせて開催されるイベントなどがあり、それらには「観光暦」(図 - 4、図 - 5) に整理したようなものがある。

花や紅葉など自然・植物による季節の資源は、パンフレット等には一部のものしか掲載されていないため、十分にPRされていない。この観光暦に取り上げられていない資源がまだあると思われるが、松江市の広さを考えると少ない。自然・植物による季節の資源にもっと注目する必要がある。

社寺に関連した神事や祭その他の行事、それぞれの地域で行われるイベントなどが多数あることは松江の特長といえる。ここに掲載したものはパンフレット等で紹介されているものであるが、それぞれの規模や魅力がわからないので、そのような情報も必要である。

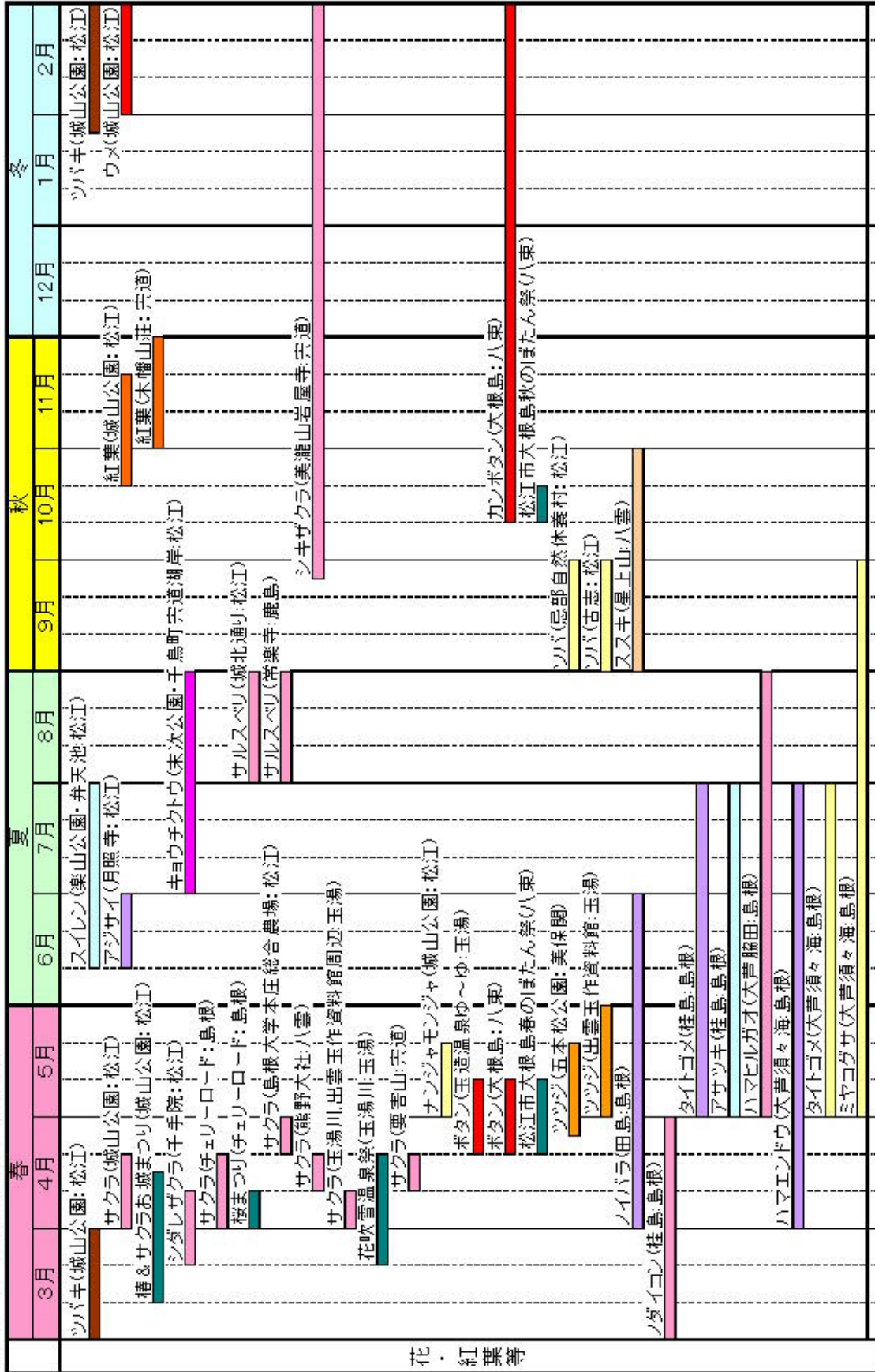
食材の旬、食に関するイベントについては、一部を除きほとんどPRされていない。

(3) テーマ資源

松江市の特徴、松江らしさを表すテーマ資源には次のようなものがある。

- ・ 神話と出雲文化、それに由来する縁結び等のテーマ
- ・ 出雲地域にある社寺(「出雲国神仏霊場」)、神事
- ・ 近世・松江藩のもとに築かれた城下町の文化
- ・ 茶人として名高い江戸時代の藩主松平治郷(不昧公)にさかのぼる茶の湯と菓子文化
- ・ 松江で1年2ヵ月余をすごし、松江を愛し「神々の国首都」と呼んだ小泉八雲
- ・ 島崎藤村の『山陰土産』、松本清張の『火神被殺』などの文学作品等にゆかりの地
- ・ 宍道湖、中海、堀川、佐陀川、島根半島の海岸線などに象徴される水辺、水の都
- ・ 宍道湖や日本海に沈む夕日
- ・ 蕎麦打ち、和菓子づくり、勾玉づくり、和紙漉き物など地域の特産品の体験観光
- ・ 宍道湖七珍、出雲そばなどの食の楽しみ
- ・ 松江しんじ湖温泉、玉造温泉などの温泉

図Ⅲ-4 観光暦：花・紅葉等



(4) 伝統工芸

松江市の伝統工芸品には下表のようなものがある。

これらと関連して、勾玉づくりや来待石の彫り物など制作体験ができるものがある。

表 - 3 松江市の伝統工芸品

種類・名称	概要
八雲塗	様々な色漆や青貝金銀粉を用いて華麗な文様を描き、平に砥ぎ出した後、純良な天然漆を塗り重ねることによって深い趣を呈する独創的な技法で名高い。盆・菓子器・重箱等の製品がある。絵付け体験ができる。
出雲めのう細工	出雲地方は古来よりめのうの産地で、朝廷に献納した歴史もある。玉湯にある花仙山から産出する青めのうは古代から勾玉などに加工されており、現在も装飾品として珍重されている。
出雲民芸紙	楮(こうぞ)・三椏(みつまた)・雁皮(がんび)を原料とし、それぞれの特徴を生かした和紙で、強靱で素朴な味わいがある。手漉き和紙の体験がある。
松江和紙てまり	出雲民芸紙を貼った上に刺繍糸で模様をかがり、最後にちぎり絵で花模様などをあしらったてまり。
松江姉様	江戸時代から伝わる和紙人形。おちょぼ口で目が細く、頬がほんのり赤いのが特徴。島田・桃割れ・おかっぱの三種類がある。
楽山焼	松江藩の御用窯として創業。優れた茶道具が多くつくられている。刷毛目と伊羅保(いらぼ)写という技法が特徴。深みのある山吹色をしている。
袖師焼	地元の粘土を使い出雲地方に伝わる技術のアレンジして、現代の暮らしに使える民芸品として茶器、食器、花静、酒器などが主に作られている。紬薬には地軸が多く使われるのが特徴。
布志名焼	現在4つの窯があり、日用品から茶道具にいたるまで、それぞれの窯が特徴のある作品を製作。
出雲石灯籠(来待石)	宍道町来待地区に産出する来待石(凝灰質砂岩)を吟味して、芸術味豊かな作品を制作。来待石の彫り物体験ができる。

(5) 郷土料理・名産

郷土料理・名産品には下表のようなものがある。出雲蕎麦や和菓子など制作体験ができるものもある。

表 - 4 松江市の郷土料理・名産

種類・名称	概要
宍道湖七珍	宍道湖でとれる「スズキ、モロゲエビ、ウナギ、アマサギ、シラウオ、コイ、シジミ」は宍道湖七珍と呼ばれ、郷土料理店がある。
出雲蕎麦	そばの実を甘皮ごと挽く出雲そばは色が黒っぽく、香りが高く、こしが強いのが特徴。割子そばは代表的な食べ方。
ぼてぼて茶	泡立てた塩番茶の中に、熱いご飯、細かく刻んだ煮豆、佃、漬物等を入れ、混ぜ合わせて食べる。食べ方は、茶わんの底をまわしながらたたき、泡と具をまん中に集めながら口にすすりこむ。
あご野焼き	旬の「あご(トビウオ)」のすり身をゆっくりとあぶってつくる。豊かな風味とプリプリした食感が特徴。
出雲銘茶	松江は茶どころで煎茶が親しまれている。「煎が効く」といわれ二番、三番煎じでも味わえる。
抹茶と和菓子	松江の茶文化は藩主松平治郷(不昧公)によるところが大きく、日常生活にお茶が溶け込んでいる。松江は菓子どころでもあり、不昧公好みの和菓子が今に伝わっている。
新鮮魚介類	日本海側には漁港が多く、また、汽水湖である宍道湖には魚介類が豊富で、旬の新鮮な魚介類が水揚げされる。
地酒	きれいな水、良質の酒米、伝統ある出雲杜氏の技がおいしい地酒を生み出している。
地ビール	松江の北側に連なる北山を水源に持つ湧き水を使用したビール。

(6) 宿泊施設

松江市内の宿泊施設数は、153 軒、収容人員 14,071 人となっている。

表 - 5 市内の宿泊施設数及び収容人員（平成 17 年 3 月 31 日現在）

総計		旅館・ホテル		民宿		公営・その他	
軒数	収容人員	軒数	収容人員	軒数	収容人員	軒数	収容人員
153	14,071	85	12,258	50	1,076	18	737

（出典：『平成 17 年版松江市観光白書』）

(7) 会議施設

主会場の収容人員が 100 席以上ある会議・コンベンション施設は、39 ある。これらには、主会議場以外に、中小の会議場を併設しているものが多い。

これらのうち公共施設以外のものは、ホテル、旅館等である。

平成 5 年秋、県立産業交流会館（くにびきメッセ）がオープンし、各種大規模大会の開催が可能になった。平成 12 年 4 月には、JR 松江駅前に松江テルサがオープンした。

表 - 6 主会場収容隻数別会議施設数

収容席数	箇所数	備 考
2,000席以上	2	総合体育館、くにびきメッセ
1,000～1,999席	3	県民会館大ホール、ホテル一畑、松江テルサ
800～ 999席	1	市総合文化センター
500～ 799席	4	松江卸センター、ホテル一畑
400～ 499席	1	
300～ 399席	7	
200～ 299席	7	
100～ 199席	14	
計	39	

（出典：『平成 17 年版松江市観光白書』）

3. 観光入込み

(1) 観光入込み客数の推移

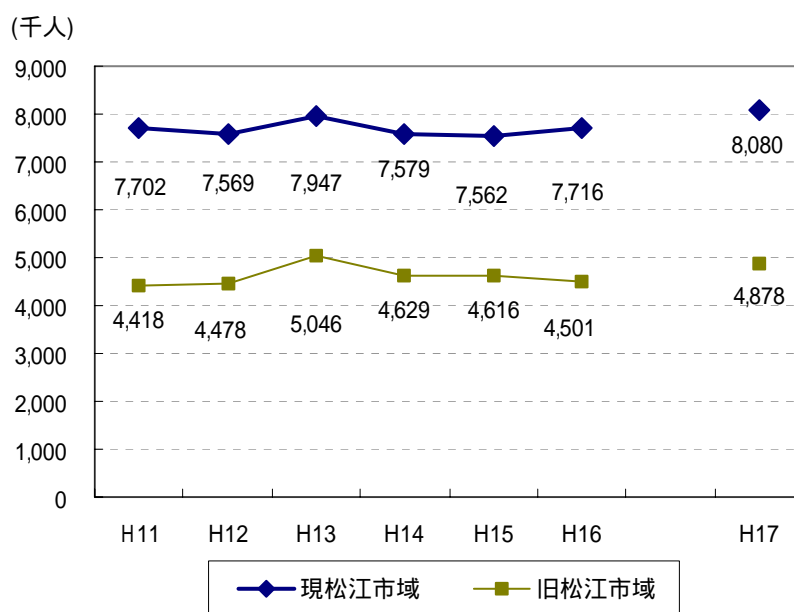
1) 松江市の観光入込み客数

現松江市は、平成 17 年 3 月 31 日に 1 市 6 町 1 村が合併して誕生したものであるため、それ以前については、現松江市の数値は、旧松江市分に 6 町 1 村分を加えて算出している。また、平成 17 年 3 月 31 日以降の旧松江市の数値は、現松江市の数値から旧 6 町 1 村相当分を差し引いて算出している。

なお、市全体の入込み客数は、調査対象となっている各観光資源・施設の入込み客数の積み上げで算出されている。したがって、例えば 1 人が 2 箇所を利用すれば「2 人」とカウントされる。

現松江市域の観光入込み客数は、近年は増減を繰り返し、平成 17 年は 808 万人となった。一方、そのうちの旧松江市域分については、平成 13 年に 500 万人を超えた後減少傾向にあったが、平成 17 年には 488 万人となった（注：平成 17 年は入込みのカウント方法が異なる）。

図 - 6 観光入込み客数の推移



注：平成 17 年は入込みのカウント方法が異なる

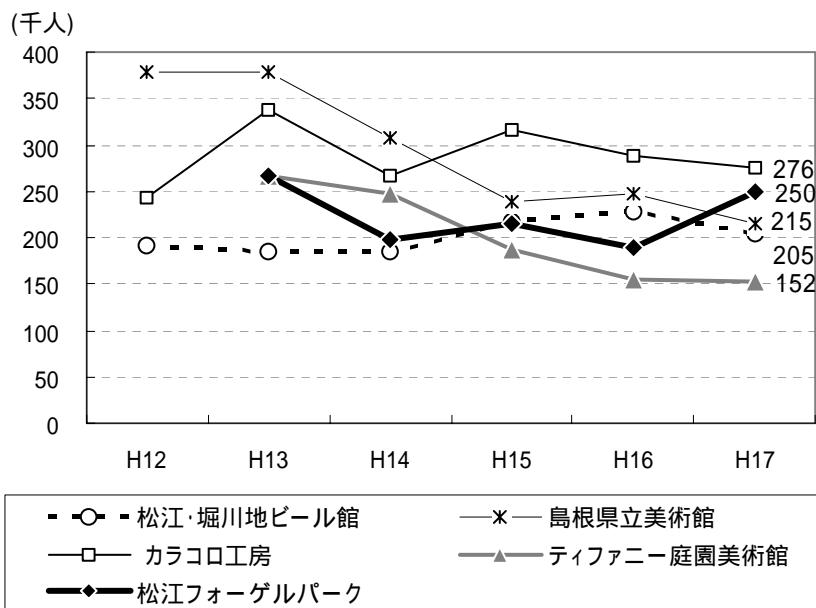
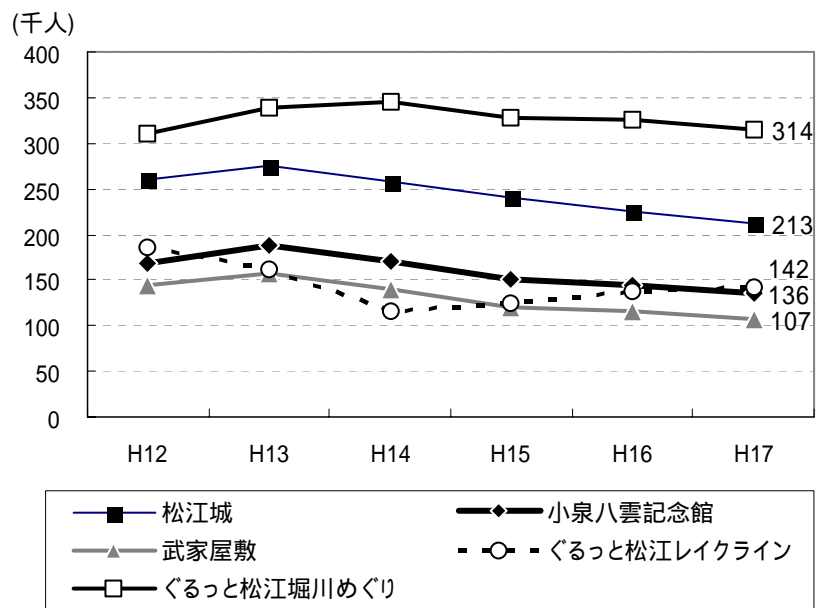
2) 主な観光施設の観光入込み客数

旧松江地域

ぐるっと松江堀川めぐりは 30 万人代で推移しているが、松江城、小泉八雲記念館、武家屋敷は減少傾向にある。ぐるっと松江レイクラインは平成 14 年まで減少したあとわずかではあるが増加に転じている。

松江・堀川地ビール館は 20 万人、カラコロ工房は変動が大きいが 25～30 万人付近で推移している。島根県立美術館、ティファニー庭園美術館は平成 13 年以降減少傾向にあり、松江フォーゲルパークは平成 17 年に増加に転じ、平成 13 年の水準に近づいている。

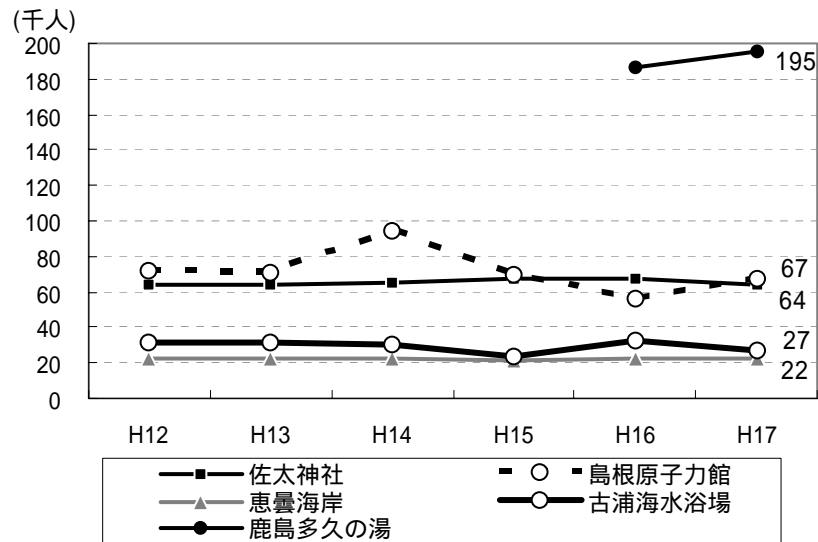
図 - 7 旧松江地域の主要な施設の入込みの推移



鹿島地域

島根原子力館の増減がやや大きいですが、全体的には、佐太神社、恵曇海岸、古浦海水浴場、鹿島多久の湯とも大きな変化はない。鹿島多久の湯は20万人弱の入込みがある。

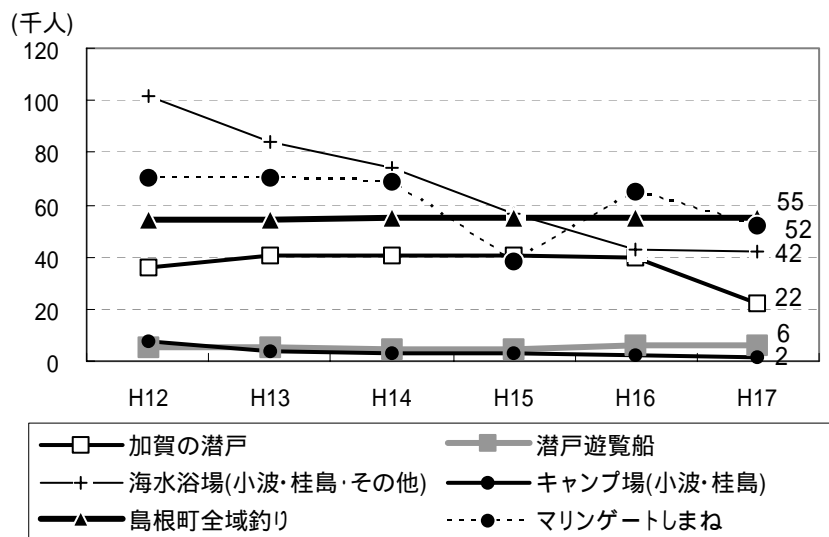
図 - 8 鹿島地域の主要な施設の入込みの推移



島根地域

海水浴場の利用者数は、減少傾向が大きい。加賀の潜戸とマリゲート島根は平成17年に減少している。潜戸遊覧船、キャンプ場、釣りの利用は横ばいとなっている。

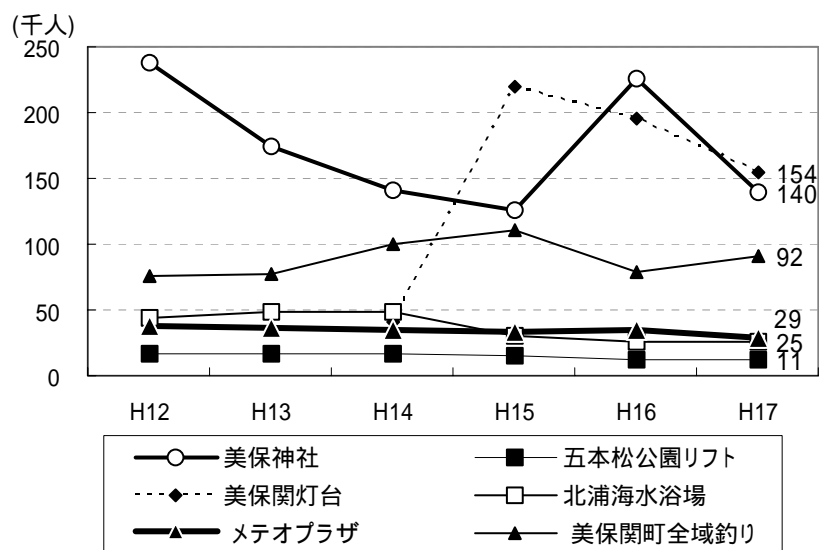
図 - 9 島根地域の主要な施設の入込みの推移



美保関地域

美保神社は大きな減少傾向から平成16年に大きく戻したが、翌17年には再度大きく減少した。美保関灯台は平成15年に大きく増加したがその後減少傾向にある。北浦海水浴場は微減傾向、五本松公園リフトとメテオプラザは横ばい、釣りは変動がやや大きい横ばい傾向である。

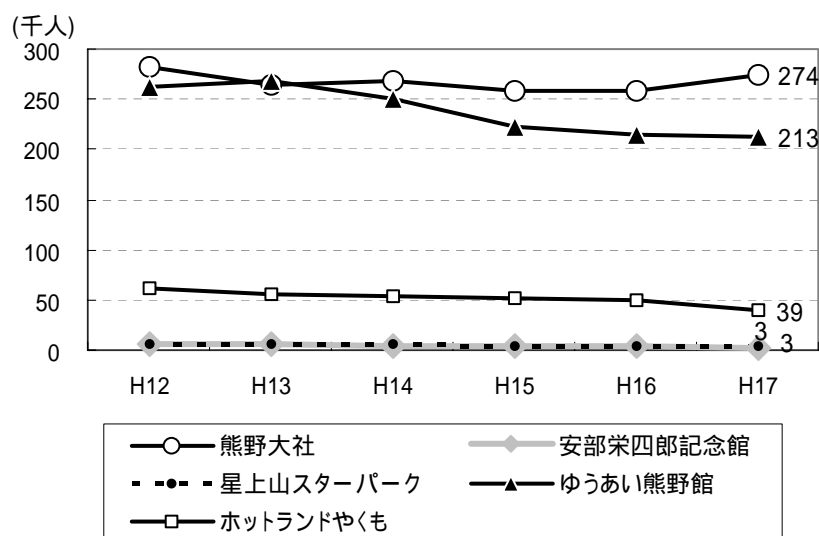
図 - 10 美保関地域の主要な施設の入込みの推移



八雲地域

ゆうあい熊野館とホットランドやくもが微減傾向で、熊野大社、安部栄四郎記念館、星上山スターパークは横ばいである。

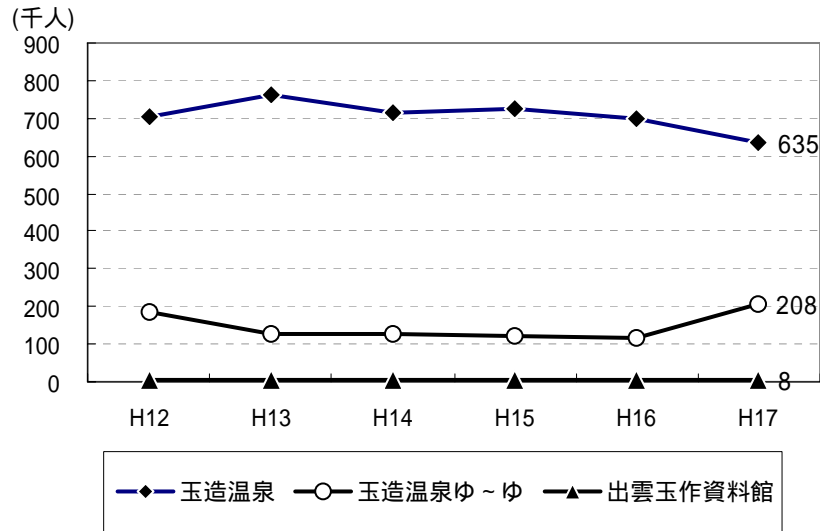
図 - 11 八雲地域の主要な施設の入込みの推移



玉湯地域

玉造温泉が微減傾向にあるが、玉造温泉ゆ～ゆは微減傾向だったものが平成17年に増加に転じている。出雲玉作資料館は横ばいである。

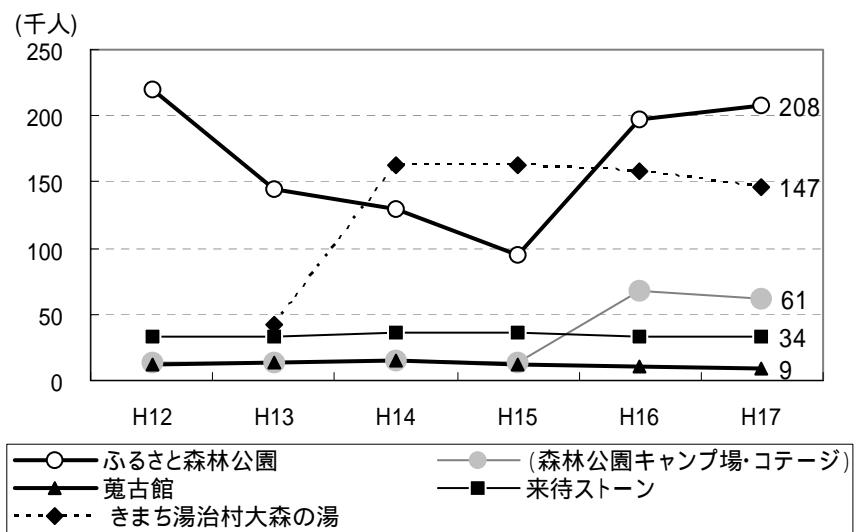
図 - 1 2 玉湯地域の主要な施設の入込みの推移



宍道地域

ふるさと森林公園は減少傾向にあったが、平成16年に増加に転じている。キャンプ場・コテージの利用が平成16年に増加しており、その影響が現れていると思われる。きまち湯治村大森の湯は平成16年に増加し、菟古館、来待ストーンは横ばいである。

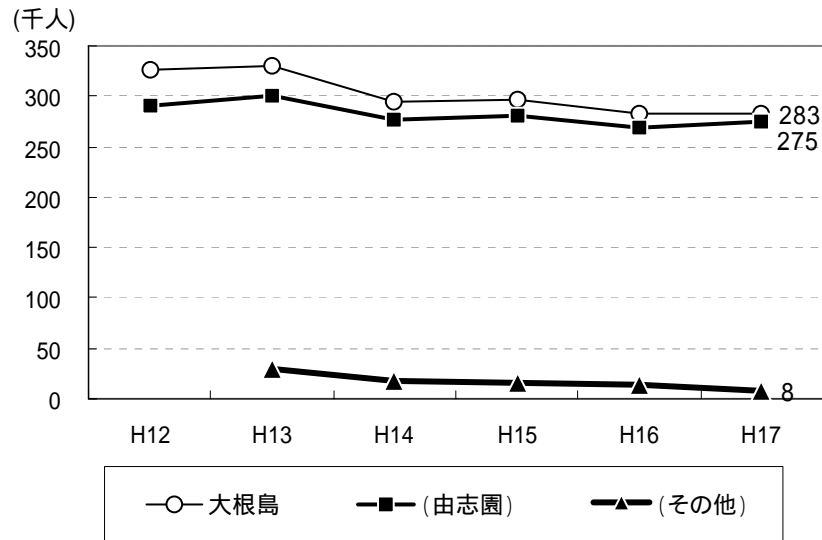
図 - 1 3 宍道地域の主要な施設の入込みの推移



八束地域

大根島、由志園ともに、平成14年にやや減少した以降は、ほぼ横ばいである。島内のその他の施設は微減から横ばい傾向である。

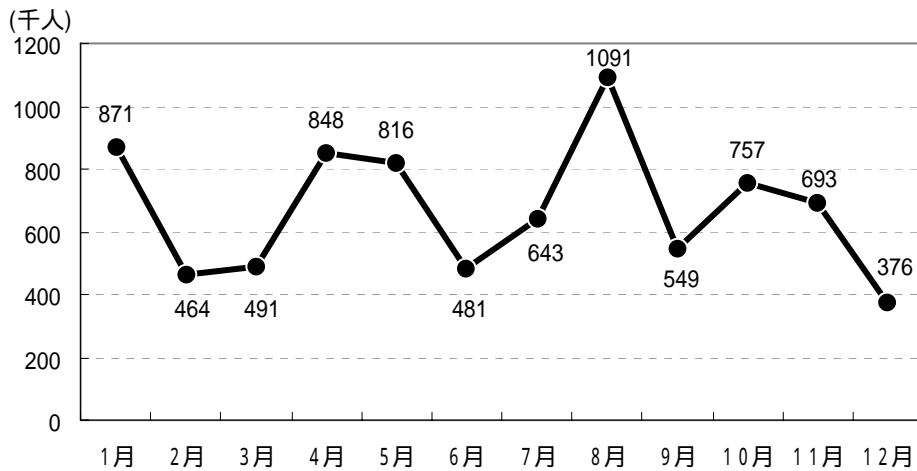
図 - 1 4 八束地域の主要な施設の入込みの推移



(2) 観光入込み客数の月変化

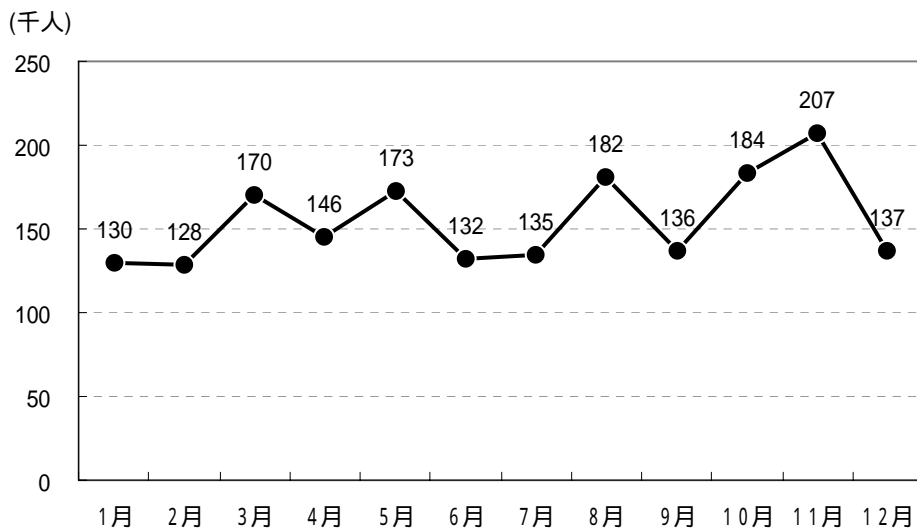
月別の観光入込み客数では、8月が最高のピークで、その他1月、4・5月、10・11月にピークがある。

図 - 1 5 観光入込み客数の月変化



年間の宿泊客数は186万人で、月変化をみると10月から11月にかけてのピークが最も高く、その他3月、5月、8月にピークがある。

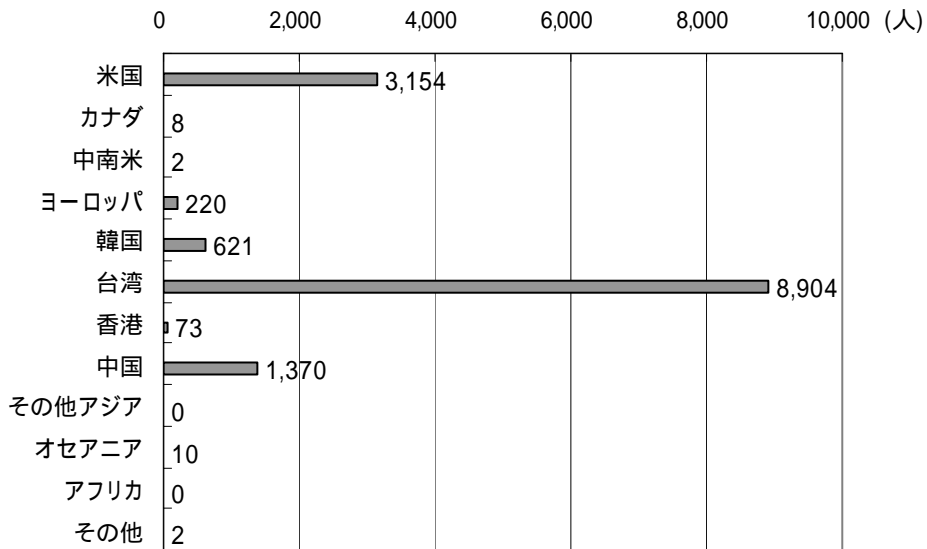
図 - 1 6 宿泊客数の月変化



(3) 外国人宿泊観光客数

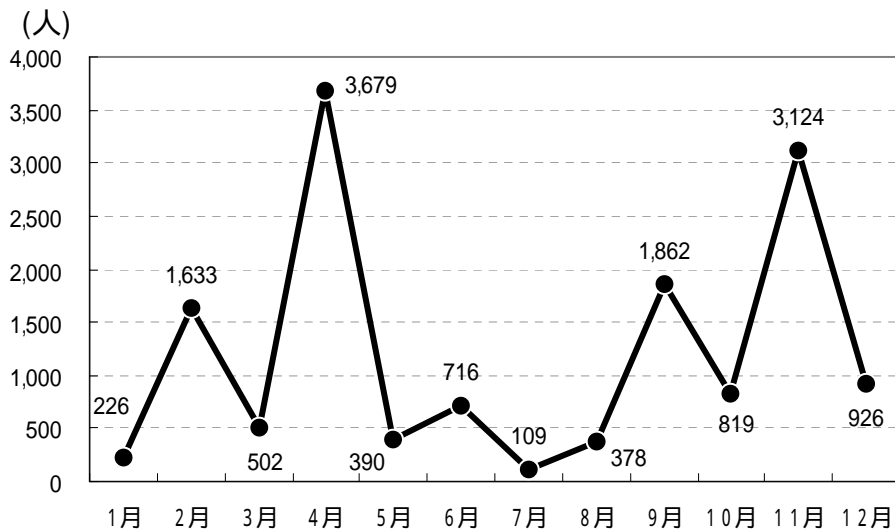
平成17年の外国人宿泊観光客数は14,364人である。
台湾が最も多く8,904人、次いで米国が3,154人、中国1,370人の順となっている。

図 - 17 外国人宿泊観光客数（国籍別）



月変化をしてみると、4月が最も多く、11月、9月、2月にもピークがある。

図 - 18 外国人宿泊観光客数の月変化



4. 観光客の特性

「第3回松江市観光調査：来訪者調査」に見られる観光客の特性

来訪者調査の概要

[来訪者調査]

- ・ 調査対象：実際に松江市に来訪した方
- ・ 調査方法：観光地及び宿泊地での面接調査
- ・ 調査時期：05年10月～11月
- ・ 回収サンプル数：507

注：調査項目によってはサンプルの収集箇所による影響があるため結果の見方に注意が必要である。（調査箇所及び各箇所のサンプル数等は不明）

来訪者の特性

- ・ 男女がほぼ同じ割合で、50代、60代が多く70代以上も含めると約8割を占める。
- ・ 居住地は、中国地方、近畿地方が多く、関東地方は約1割。
- ・ 旅行形態は、団体のパック旅行と個人旅行がほぼ同じ割合。
- ・ 来訪交通手段は、バス、自家用車が多い。
- ・ 市内交通手段は、バス[観光・貸切]、自家用車が多い。
- ・ 来訪回数は、初めてが4割で、リピーターが6割弱を占める。
- ・ 同行者は、知人・友達と配偶者が多い。
- ・ 松江市内の宿泊施設は、旅館が6割、ホテルが2割。
- ・ 松江についての情報源は、知人・友人・同僚などからの口コミ、雑誌・新聞が多い。
- ・ 訪れた観光地では、松江城が最も多く4割、次いで、松江堀川・地ビール館、ぐるっと松江堀川めぐり、ティファニー庭園美術館、島根県立美術館、武家屋敷、玉造温泉、松江フォーゲルパークの順でここまでが1割以上。
- ・ 松江周辺では、出雲大社を訪れる人が最も多く3割の人が選んでいる。
- ・ お土産では、和菓子が最も多く4割が購入。何も購入しない人は少ない。
- ・ 松江観光に期待することは、美しい風景を楽しむ、温泉などでくつろぐ、古い伝統や文化などに触れる、郷土料理など地元のおいしいものを食べるの順で、これらは2割以上の回答者が選択している。
- ・ 松江への再来訪意向は、ぜひ訪れたいが6割強で、まあ訪れたいを合わせると97%に達する。
- ・ 松江観光の不満点をあげた人はほとんどいない。
- ・ 松江観光の改善ポイントとして、「市内交通の便」、「駐車場が少ない」が上げられているが、割合はともに2割弱となっている。

- 1) 性別
 - ・ 男性 48%、女性 50%。
- 2) 年齢層
 - ・ 50代(38%)、60代(37%)が多く、70代以上も含めると約8割を占める。
 - ・ 04年調査と比べ、男女とも60代が増加。20代女性が減少。
- 3) 居住地
 - ・ 中国地方(39%)、近畿地方(33%)が多く、次いで関東地方(11%)の順。
- 4) 旅行形態
 - ・ 団体のパック旅行(47%)、個人旅行(44%)。
- 5) 交通手段
 - ・ 来訪交通手段は、バス(40%)、自家用車(35%)が多い。次いで飛行機(15%)、電車(9%)の順。
 - ・ 市内交通手段は、バス[観光・貸切](49%)、自家用車(36%)、路線バス(8%)。
- 6) 来訪回数
 - ・ 初めて(42%)、2回目(25%)、3回目以上(29%)。
- 7) 同行者
 - ・ 知人・友達(40%)、配偶者(37%)、職場・業務関係者(13%)、[家族・親戚]親・祖父母(9%)、ひとり(5%)。
- 8) 松江での宿泊
 - ・ 松江に泊まる(70%)、泊まらない(30%)と宿泊の割合が大きい。
 - ・ ただし、前回は、松江に泊まる(33%)、泊まらない(62%)。
 - 調査箇所には宿泊地が含まれるため、この項目の結果には注意が必要
- 9) 松江市内での宿泊施設
 - ・ 旅館(68%)、ホテル(19%)、ビジネスホテル(11%)と旅館の割合が大きい。
 - ・ ただし、前回は、旅館(34%)、ホテル(33%)、ビジネスホテル(24%)。
- 10) 情報源
 - ・ 最初の情報源(松江を知った情報)は、知人・友人・同僚などからの口コミ(37%)、雑誌・新聞(30%)、家族・親戚からの口コミ(22%)。
 - ・ 最後の情報源(松江に決めた情報)は、知人・友人・同僚などからの口コミ(34%)、雑誌・新聞(33%)、家族・親戚からの口コミ(17%)。
- 11) 訪れた観光地
 - ・ 松江城(41%)、松江堀川・地ビール館(27%)、ぐるっと松江堀川めぐり(23%)、ティファニー庭園美術館(18%)、島根県立美術館(15%)、武家屋敷(14%)、玉造温泉(13%)、松江フォーゲルパーク(10%)。
 - ・ 松江市周辺では、出雲大社(34%)、足立美術館(10%)、大山(9%)、島根ワイナリー(9%)、境港(5%)。

12)お土産

- ・和菓子(40%)、水産加工品(15%)、出雲そば(10%)、日本酒(6%)、あご野焼き(6%)、めのう細工(5%)。
- ・何も購入していない(3%)。

13)松江観光に期待すること

- ・美しい風景を楽しむ(46%)、温泉などでくつろぐ(27%)、古い伝統や文化などに触れる(23%)、郷土料理など地元のおいしいものを食べる(20%)、街並みが美しい(18%)、いい宿泊施設に泊まる(18%)、社寺参拝、見学、名所・史跡等を楽しむ(14%)。

14)再来訪意向

- ・ぜひ訪れたい(64%)、まあ訪れたい(33%)の両方で97%。

15)不満点

- ・特にない(26%)、無回答(71%)で、不満点は少ない。
- ・温泉でくつろぐ(1%)が最も多く、どの項目も1%以下。

16)改善ポイント

- ・改善点は特にない(54%)。
- ・市内交通の便(18%)、駐車場が少ない(17%)。

5 . 各種調査に見る観光地松江の評価

1) 『第3回松江市観光調査：来訪未経験者調査』に見る松江のイメージ

来訪未経験者調査の概要

[松江市来訪未経験者調査：Web調査]

- ・調査対象：過去に松江を訪れた経験がなく、かつ、1年以内に人気スポット観光地に来訪した人
- ・調査方法：予備調査で対象者を抽出し、Web画面で本調査を実施
- ・調査時期：05年11月18日～19日
- ・回収サンプル数：500

松江のイメージ・来訪意向

- ・松江のイメージは、美しい風景を楽しむ、郷土料理など地元のおいしいものを食べる、古い伝統や文化などに触れる、街並みが美しいの順で、ここまでが2割以上。
- ・松江への来訪意向は、ぜひ訪れたい、まあ訪れてもいいを合わせて6割弱、あまり訪れたいとは思わないが4割弱。
- ・訪れた観光地に比べ松江が劣っていると思われる点は、交通の便が悪いが多く4割弱。

1) 松江のイメージ

- ・美しい風景を楽しむ(35%)、郷土料理など地元のおいしいものを食べる(27%)、古い伝統や文化などに触れる(21%)、街並みが美しい(21%)、社寺参拝、見学、名所・史跡等を楽しむ(17%)、温泉などでくつろぐ(17%)、いい宿泊施設に泊まる(8%)。
- ・特にない(32%)。

2) 来訪意向

- ・ぜひ訪れたい(18%)、まあ訪れてもいい(40%)。
- ・あまり訪れたいとは思わない(36%)。

3) 訪れた観光地に比べ松江が劣っていると思われる点

- ・交通の便が悪い(37%)が多い。観光地としての知名度(8%)、観光地・名所が少ない(6%)。
- ・特になし・わからない(25%)。

2) 『旅行動向調査 2005：観光地評価』に見る松江市の観光地タイプ

(財)日本交通公社による『旅行動向調査2005』の「観光地評価」では、観光地への来訪経験と来訪意向の評価をもとに観光地の「来訪意向指数」と「実力指数」を設定して観光地を評価し、それをもとに観光地のタイプを分類している。

評価方法

来訪意向指数 = $0.7A + 0.3B$ 実力指数 = $A - B$

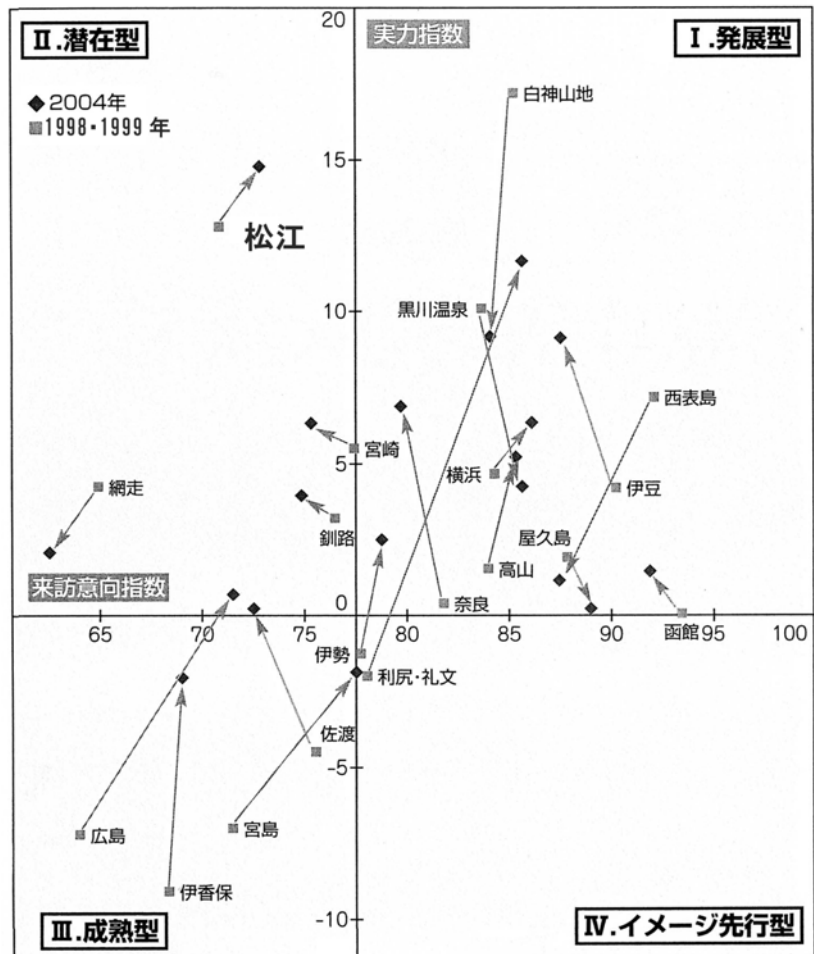
$\text{来訪意向得点} = \frac{2X_1 + X_2}{2X_1 + X_2 + X_3 + 2X_4}$	X_1 : 「ぜひ行ってみたい」 (人) X_2 : 「行ってみたい」 " X_3 : 「あまり行きたくない」 " X_4 : 「行きたくない」 "
--	---

A : 来訪経験が “ある” 人の来訪意向得点
B : 来訪経験が “ない” 人の来訪意向得点

評価結果

松江市は、来訪経験者からの評価は高いが、総合的な評価が伸び悩んでいる「潜在型」観光地と評価されている。しかしながら、2004年の評価を1999年の評価と比べると「潜在型」から脱却しつつあることがうかがえる。

図 - 19
観光地タイプの評価



出典：旅行者動向 2005, JTBF

・ 松江市の観光振興の課題

1) 新・松江市の観光まちづくりに関する課題

松江市としてのまとめ、一体感を醸成するようなメッセージ性のあるテーマ設定

- ・ 松江市の観光振興を効果的に進めてゆくためには、松江市を構成する各地域が一体となり、同じ方向を向いて観光まちづくりに取り組んでゆくことが肝要である。

各地域の個性の発揮と連携

- ・ 松江市には多様な観光資源があり、それぞれの地域が地域にある資源を活かして個性を発揮し、相互に連携しあうことが観光振興に結びつく。

松江開府 400 年祭開催（H19～23）、歴史資料館開館（H21 予定）の機会の活用

- ・ 松江開府 400 年祭や歴史資料館開館は大きな話題性を持つので、情報発信の機会、市民の観光への関心を高める機会、市民参加の機会などとしても重要であり、効果的な活用が望まれる。

2) 観光客の松江市のイメージからみた課題

松江らしさを明確化し松江への興味・関心を高める取組み

- ・ 来訪経験者の観光地としての松江の評価は比較的良いが、来訪したことがない人たちの松江に対する興味・関心は低い。松江らしさを明確にして魅力をアピールし、松江に対する興味・関心を高める取組みが必要である。

話題づくりと情報発信の継続

- ・ 観光地間の競争、そして観光情報があふれる中で観光地・松江をアピールしてゆくには、話題づくりと情報発信を継続させてゆくことが必要である。また、観光客が興味を持つのは生きの良い元気な観光地でもある。

3) 観光による地域効果を高めるための課題

地域づくりの施策や市民の活動と連動した観光まちづくり：市民による観光地づくり

- ・ 松江の観光は、特定の観光施設だけを利用するというものではなく、訪れた地域の文化や産業、生活風景、人々との交流なども含めて楽しむものである。市民一人ひとりが観光地づくりの主役であることを認識するとともに、地域づくりの施策や市民の活動と連動した観光まちづくりを進めることが肝要である。
- ・ 市民一人ひとりも観光者として楽しんだり、また、観光客との交流や観光事業等に関わることに生きがいを見出したりできるような機会を提供することも望まれる。

地域の産業と結びついた観光の推進

- ・ 観光は消費者（市場）がわざわざ出かけてきてくれるという特性から農林水産業、伝統工芸産業等、地域の産業を活かす絶好の機会であり、また、少量の生産物でも活かせるという特徴を持つ。そのような特徴を活かし、観光の地域への波及効果を高めることが望まれる。

観光消費に結びつく魅力づくり

- ・ 飲食や土産品等のショッピングなども観光の楽しみの一つであるので、楽しみなが

ら消費が促されるような商品や環境等の魅力づくりが望まれる。

4) 観光滞在の状況からみた課題

時間消費に対応できる魅力づくり

- ・日帰り観光客の割合が高いため、来訪経験者の評価が比較的良いといっても日帰りの限られた時間、限られた施設の利用での評価とも受け取れる。より長い時間の滞在利用にも応えられる魅力づくりが必要である。

宿泊に結びつく魅力づくりとアピール

- ・松江には多数の観光資源があるがそれが宿泊利用の増加には結びついてはいない。観光資源を宿泊利用に結びつくように活かすとともに魅力をアピールしてゆくことが望まれる。
- ・玉造温泉、松江しんじ湖温泉などの温泉地があるが、個々の旅館等の紹介のされ方に比べ温泉地としてのイメージが弱いので、全体的に温泉地としての魅力を高める必要がある。

5) 観光資源の活用状況からみた課題

既存観光資源の有効活用による利用促進

- ・松江城や小泉八雲旧居など松江を代表する観光資源の利用が減少傾向にある。そのような観光資源も含め既存資源の有効な利用促進策を検討する必要がある。

未活用資源の顕在化

- ・季節の資源や旬の食など、魅力がある観光資源にもかかわらず現在はあまり活用されていないものや、知っている人だけが利用しているものも見られるので、それらの資源を顕在化させ活用することが望まれる。

6) 受入体制からみた課題

交通環境の整備

- ・市の中心部と各地域との間の交通アクセス、各地域間の交通アクセス等における交通利便性の向上、歩く観光に対応した交通対策など、利用しやすい交通環境の整備が必要である。

松江ならではのもてなしの文化の育成

- ・不昧公の茶の湯の精神を受け継ぐ土地として、それにふさわしいもてなしの文化を育成し松江の魅力の一つとしてゆくことが望まれる。

7) 情報提供・情報発信からみた課題

観光資源の発掘・整理

- ・パンフレット、ホームページ等に掲載されている観光資源を見ると、魅力を十分に紹介していないので、観光資源の発掘・整理が望まれる。
- ・観光資源そのものの紹介が多く、風景を楽しむ視点での紹介が欠けているので、季

節ごとの魅力を含め風景の魅力を具体的に伝えることが必要である。

観光客の志向・ニーズに適った情報提供・情報発信

- ・観光情報に対する観光客の志向・ニーズは変化してきており、かつてはルポ（記事）的な情報が通用したが、最近は実用的な情報や写真が好まれるようになってきている。また、情報発信の際には、例えば「山陰」というようなくくりではある程度中身がわかっているので興味を引かなくなり、関心はエリアからテーマに移ってきている。したがって、観光客の志向・ニーズに適った情報提供・情報発信を行うことが肝要である。
- ・旅行誌のムック（情報板）が発売されて、ほとんど興味を引かないような観光資源まで掲載され情報が過剰になっていたが、近年見直しが進んでいる。自治体が行う情報提供も過剰になる傾向があるので注意する必要がある。多くのものについての情報を出すのではなく、興味を引くものについての詳しい情報や、旅行の利便性を高める情報を出すことが望まれる。

8) 広域観光推進の課題

広域観光ルートの設定とルートセールス

- ・遠距離から来訪する観光客、初めて松江・出雲地域を訪れる観光客あるいは特定のテーマで訪れる観光客などは、著名な観光資源や特定の観光資源を中心に広域的に周遊する傾向があるので、広域観光ルートを設定しルートに基づいたセールスを展開することが望まれる。

関係機関の連携・協力体制づくり

- ・広域観光ルートに関係する観光所管課、観光協会、観光施設、宿泊施設、交通機関等が連携して観光客誘致に取り組むことが必要である。相互に情報を共有し、相互に案内できるような態勢も必要である。

9) 国際観光振興からの課題

外国人観光客の受入態勢の整備

- ・各外国語に対応した観光案内及び観光パンフレット、観光マップの作成、外国人観光客を受け入れる宿泊施設の確保など、望まれる基本的な受入態勢を整備する必要がある。

焦点を絞った外国人観光客誘致の取組み

- ・国によって観光客の志向、行動形態、観光情報の入手方法等が異なるので、焦点を絞って外国人観光客の誘致に取り組むことが効果的である。

・観光振興プログラムのテーマと基本方向

1. 観光振興プログラムのテーマ

(1) テーマ設定の基本的な考え方

< 「潜在観光地」からの脱却へ松江の魅力のさらなるレベルアップ >

- ・松江への来訪経験者による観光地の評価は高く再訪希望も多い。その反面、来訪したことがない人にとっての松江の認知度や関心は低いため、松江は本来の魅力を十分に発揮できていない「潜在型観光地」と評価されてきた。しかしながら、(財)日本交通公社による『旅行者動向 2000』と『旅行者動向 2005』における松江の評価を比較してみると、潜在性の度合は減少し本来の実力を発揮しつつあることが読み取れる。
- ・近年、堀川遊覧船が軌道に乗り安定した集客をはたし、また、「松江ウォーター・ヴェリッジ」や「松江フォーゲルパーク」等の新規施設の整備が効果をもたらして、潜在型観光地からの脱却が進みつつあるが、まだ十分とはいえない。
- ・しかしながら、潜在性があるとはいえ、現在の松江市の観光入込み数は他の有名観光地と比べて決して劣るものではなく、今後の入込み増を図るならば、他の観光地との競争はより厳しくなるものと予想される。また、交通アクセスを考えると不利な面もある。観光客のニーズを掘り起こし誘致に結びつけるには、単なるプロモーション活動だけではなく、観光地としての魅力のレベルアップを図り、より強い訪問の動機づけに結びつけなければならない。
- ・「潜在型観光地」からの脱却という捉え方だけではなく、観光地の魅力をさらに磨き上げる方向での取組みが肝要である。

< 観光体験の質の向上を図る >

- ・観光客にとって優れた観光資源があることはもちろん需要であるが、観光地の印象を左右するものはそれだけではない。移動の途中に見える風景や街の佇まいや雰囲気（これらは歩いて見るときにより重要となる）、食の魅力や買い物の楽しさも重要な要素である。ガイドの説明や店員との会話、行き先で出会った地元の人との会話も同様に印象に影響する。さらに、移動のしやすさ、適切な観光案内、利用しやすくきれいなトイレや休憩の場所なども無視できない要素である。
- ・したがって、観光地を磨き上げるには、観光客の一連の行動に伴う体験、つまり観光体験の質を高めることが肝要である。中でも、優れた風景と地域の人のもてなし（ふれあい、交流）は強く印象に残るものである。

(2) テーマ

- ・前章で整理した観光振興の課題を踏まえ、前節の考え方に基づいて観光振興プログラムのテーマを次のように定める。

《観光振興プログラムのテーマ》

「水の都松江・旅絵巻」の舞台づくり

～「不昧好み」、「松江好み」を基調とした
水の都松江らしい質の高い文化観光体験の提供～

《趣旨》

- 松江に滞在し松江を愛した小泉八雲の風景描写は、ゆたかな時間の体験を象徴する描写であり、その美しさは絵巻物に例えられる。
- 訪れる場所を選ぶのは観光客一人ひとりである。観光客がそれぞれの思いで松江を廻ったあとで、それぞれの場面場面（シーン）をつないだ印象が一巻の絵巻物のように感じられるような、松江らしい質の高い文化観光体験を提供できる舞台づくりをめざす。
- 松平治郷と小泉八雲は、松江の歴史文化に大きく貢献をした人物であり、不昧公にちなんで言われる「不昧好み」、あるいは小泉八雲の作品に見られる「松江好み」という言葉で表現することができるような精神や価値観を基調にして、松江らしい舞台づくりを行い、その魅力を発信してゆく。
- 水の都として「水にこだわった観光地づくり」を進めるほか、松江の風土に適った文化性の高い「雅趣」に富んだ舞台づくりを進めてゆく。

不昧好み （『松平不昧伝』、纂文社より）

公の本旨が諸流皆我が流なりといふ根底の上に立つが故に、茶室の如きも、別に不昧好みの茶室といふべき物なく、すべて何流を問はず、その能く茶道の本旨に適ひ、清楚質朴にして、侘びの體十分に備り露地の風情、その地勢に適應して、雅趣を具ふるものは、すべて皆公の好みと稱すべきものなり。又新に嘗む所の茶室の如きも、無用のものを有用に使用し、廢物を利用せるが如きものは、最も公の意に適ひたるなり。

松江好み

小泉八雲の作品(翻訳)に次のような表現がある。そこに表現されているものの文化的な基盤の大部分は松江藩の時代につくられたものであるので、そのことを伝える意味も含めて「松江好み」と表現する。

「出雲の人々はいまだに伝統的な製造技術を守っているだけでなく、遙か大阪や他の都市の生産者にも、いわゆる出雲好みの商品をあつらえさせているのだ。だから店先に並ぶ扇のようなものでさえ、よその国とははつきり異なっている。多くは古風で美しい意匠を用い、たとえば魚鱗のように青空に浮かぶ鯖雲模様、梅木に蝉、波と戯れる浜の蟹、桑を食み繭を吐く蚕の図といったあんばいだ。」（小泉八雲『明治日本の面影 出雲再訪』、講談社学術文庫）

(3) 主要なターゲットと整備イメージ

- ・松江に来たことがない人たちに、松江に対する興味・関心を持ってもらうためには、「松江」という地名と一体となって認識されるような、明確な観光地のイメージを確立してゆく必要がある。
- ・観光振興プログラムのテーマを踏まえ、主要なターゲットとそれに対応して水の都に付加してゆく整備イメージを次のように設定する()。

《主要なターゲットと整備イメージ》

和^{はなもみじ}・花紅葉・食の魅力豊かな落ち着いた大人の観光地

《趣旨》

[大人の観光地]

- ・松江に多く存在する歴史文化的観光資源や茶の湯の文化などは、大人に楽しんでもらうのに適している。
- ・対象とする大人は、現在でも多くが訪れているシニア世代が中心となるが、それに限定されず、下の世代でも大人の楽しみに関心を持つ人たちを含む。
- ・旅行経験が豊かで志向がある程度はっきりしており、本物、良いものに敏感に反応する人たちで、アクティブな面も持ち合わせているがリラックスできる落ち着いた観光地への志向が強い。
- ・温泉や食のほか、名所・旧跡の観光やまち歩き、花見や紅葉などの自然観賞を目的とした旅行が多く、宿泊旅行も多い。

[和]

- ・多数の歴史文化的観光資源、茶の湯の文化、和菓子、伝統工芸など松江の資質、魅力を効果的に発揮させるためには、背景として和のイメージを大切にすることが不可欠である。
- ・和の持つ落ち着いた雰囲気、味わいを風景づくりの基調とする。

[花紅葉]

- ・花紅葉は1年の自然の美を象徴する言葉。折節の自然の美しさに彩られ、その魅力を楽しめる旅絵巻の舞台をつくる。
- ・『出雲国風土記』に出てくる植物、不昧公の時代に植えられた植物など松江の風土になじんだ植物や茶花などをおさまりよく植栽する。

[食]

- ・食材の豊富さ、旬、それを活かしたメニューなど、食の魅力豊かな観光地をつくる。
- ・食の魅力の豊かさが感じられる風景をつくる。

設定した「主要なターゲットと整備イメージ」は、松江市全体の観光地づくりの基調とするものであり、観光施設によっては、全体のイメージを損なわない範囲で、その特性に応じたターゲット設定と整備を行う。

2. 観光振興プログラムの基本方向

(1) 基本方向

《基本方向》

- [1] 「庭園都市・松江」づくり
- [2] めぐりの舞台づくり
- [3] もてなしの文化づくり

- [4] 松江の魅力を生かした誘客の推進
- [5] 松江開府400年祭の推進

《ねらい：潜在型観光地からの脱却》

- 旅絵巻の舞台の風景の装い
- 松江ならではの魅力のレベルアップ
 - めぐりの魅力づくり
 - 滞在の魅力づくり
- 誘客活動の強化
- 松江開府400年祭を契機にその盛り上がりを生かす取組み

- ・観光振興プログラムのテーマ 「水の都松江・旅絵巻」の舞台づくり'を具現化してゆくための基本方向として次の5項目を設定する。

- [1] 「庭園都市・松江」づくり
- [2] めぐりの舞台づくり
- [3] もてなしの文化づくり
- [4] 松江の魅力を生かした誘客の推進
- [5] 松江開府400年祭の推進

- ・「「庭園都市・松江」づくり」の推進により美しく魅力ある「旅絵巻の舞台の風景の装い」が整えられる。それを背景として「めぐりの舞台づくり」と「もてなしの文化づくり」により「めぐりの魅力づくり」と「滞在の魅力づくり」が進み、市民のもてなしの文化の定着とともに「松江ならではの魅力のレベルアップ」が図られる。そして、それらの魅力をもとに「誘客活動の強化」を行い、“潜在型観光地”からの脱却を図る。
- ・また、以上の過程において、「松江開府400年祭を契機にその盛り上がりを生かす取組み」を行い、効果的な観光振興を推進してゆく。

[1] 「庭園都市・松江」づくり

- ・魅力ある観光地づくりには、美しい風景づくりは欠かせない。旅絵巻の舞台の風景の装いとして、「「和」を大切にした風景づくり」と「松江の風土・文化にふさわしい花紅葉の風景づくり」を進め、将来は「庭園都市・松江」と呼ばれる美しい都市に磨き上げてゆく。
- ・庭園都市・松江を目指す過程では、「速度」を重視したい。訪れる度に変化が感じられ綺麗になってゆく、という印象を与えることが松江の知名度を高める方法の一つでもある。

1) 「和」を大切にした風景づくり

<和風>

- ・豊富な歴史文化的観光資源、茶の湯・和菓子の文化、伝統工芸など松江の風景の基調は「和」にあるので、それらの資源の周辺や主要な観光ルートの沿線では、「和風」を基調とした風景づくりを進め、「和」の落ち着きがある観光地を育ててゆく。
- ・水の都として、風景づくりの中に「水」を活かしてゆくことが大切である。きれいな水への配慮と合わせて、「水」を美しく見せる和風の風景づくりを進めてゆく。

<調和>

- ・個々の施設や建造物等が和風につくられたとしても、それらがバラバラにデザインされたのではまとまりのない魅力に欠ける風景となるおそれがある。隣接する施設等との調和、あるまとまりの地区全体での調和などを考慮して風景づくりを進めてゆく。
- ・水の都として、「水」の取扱いとともに水辺の風景の設えに十分配慮して、魅力ある水の風景をつくる。
- ・全ての施設や建造物等に十分なお金をかけるわけにはいかないし、また、全てにお金をかけることが効果的でもないので、景観の重要度に応じて配慮することが望ましい。特に、風景を壊さないように「目立たせない」、「控えめにつくる」というような配慮をすることは、お金をかけてつくること以上に重要な場合もある。
- ・景観法等の景観に係る法令を適切に活用して、不釣り合いな建造物等を避け、望ましい風景への誘導を図る。
- ・市内にはカタカナ名称の観光施設が多数あり、中には名前からは施設の特徴が想像しにくいものも少なくない。「和」を大切にした風景づくりの推進と合わせ、カタカナ名称の観光施設について、施設の特徴に合った「和」のイメージの愛称づけを進める。

芥川龍之介『松江印象記』（大正四年）

松江は殆ど、海を除いて「あらゆる水」を持っている。・・・この水を利用して所謂水辺建築を企画するとしたら、・・・、「水に浮ぶ睡蓮の花のような」美しい都市が造られる事であろう。水と建築とはこの町に住む人々の常に顧慮すべき密接なる関係に立っているのである。決して調和を一松崎水亭にのみ委ぬべきものではない。

2) 松江の風土・文化にふさわしい花紅葉の風景づくり

- ・花や植物を植栽して飾る段階から一歩進めて、種類や植え方、まわりのしつらえにもこだわり、松江の風土・文化にふさわしい風景づくりを行い、松江を象徴する魅力の一つに育ててゆく。
- ・『出雲国風土記』に登場する植物や不昧公が植栽した花（植物）、茶花、野の花、農作物の花などからそれぞれの場所にふさわしいものを選択し、季節感豊かな風景をつ

くる。

[2] めぐりの舞台づくり

- ・めぐりの舞台づくりは、松江市にある多様な観光資源や特色ある風景を、それぞれの興味に応じて観光客にめぐり楽しんでもらうための魅力づくりを進めるものである。
- ・興味対象に応じためぐりのルートを設定し、情報提供やトイレ・休憩等の必要な付帯サービスを提供するとともに、景観整備や立ち寄り施設の整備等を行い魅力を高めてゆく。

1) めぐりの道づくり

松江の魅力をめぐり楽しむ道づくり

- ・松江の観光資源の特徴を様々な視点から取り上げルートを設定して示すことにより、それらに興味を持ち松江を訪れるきっかけとしてもらい、めぐり楽しんでもらうことをねらいとしたものである。
- ・具体的には、水の都の特徴である、湖、川、海などの水上を船で移動しながら楽しむ道、城下町や田園などを沿道の風景や観光施設への立ち寄りなどを楽しみながら歩く道、興味のあるテーマで観光資源を選択して訪れて楽しむ道などを設定し、情報提供や必要な施設の整備を行う。

交通利便性の向上

- ・目的地へアクセスしたりめぐったりするための鉄道、バス、船等の交通機関のネットワークを整備する。
- ・航空機、鉄道、高速バスで松江にアクセスした観光客の二次交通を充実させるほか、主な宿泊拠点からの交通、著名な観光資源間の移動にかかる交通の利便性を向上させる。

2) めぐりの拠点づくり

めぐりの拠点の明確化

- ・訪れた地域の観光情報を得たり、トイレ利用を含む休憩をしたりする場所は、旅行者にとって必要な場所である。そのような場所は、わかりやすく利用しやすいことが望ましい。また、単に情報を得たり休憩したりするだけではなく、その場所に何らかの魅力があれば、立ち寄る楽しみが増す。
- ・現状では、松江市内をめぐる際にそのような場所が十分にあるとはいえないので、そのようなサービスの機能を備えた「めぐりの拠点」を定めて明確化し、拠点地区として望ましい施設整備を行う。
- ・めぐりの拠点は、観光客の利便性を考慮して配置し整備を進める。具体的には、松江城城下町地区（松江地域）、きまち湯治村地区（宍道地域）、玉造温泉地区（玉湯地域）、熊野大社・八雲ふるさと館地区（八雲地域）、大根島拠点地区（八束地域）、佐太神社周辺地区（鹿島地域）、大芦地区[「マリンゲートしまね」周辺]

(島根地域)、美保関[美保神社・漁港]地区(美保関地域)の8地区を拠点地区として整備することとする。

- ・利用状況に応じて新たな拠点地区の整備を検討してゆく。
- ・全国各地に地域振興施設を併設した道の駅があるが、それらはめぐりの拠点に相当する代表的な事例であり、「評判の道の駅」は観光客にとどまらず広く関心を呼ぶので、可能なものについては拠点地区の「道の駅の登録」を進める。

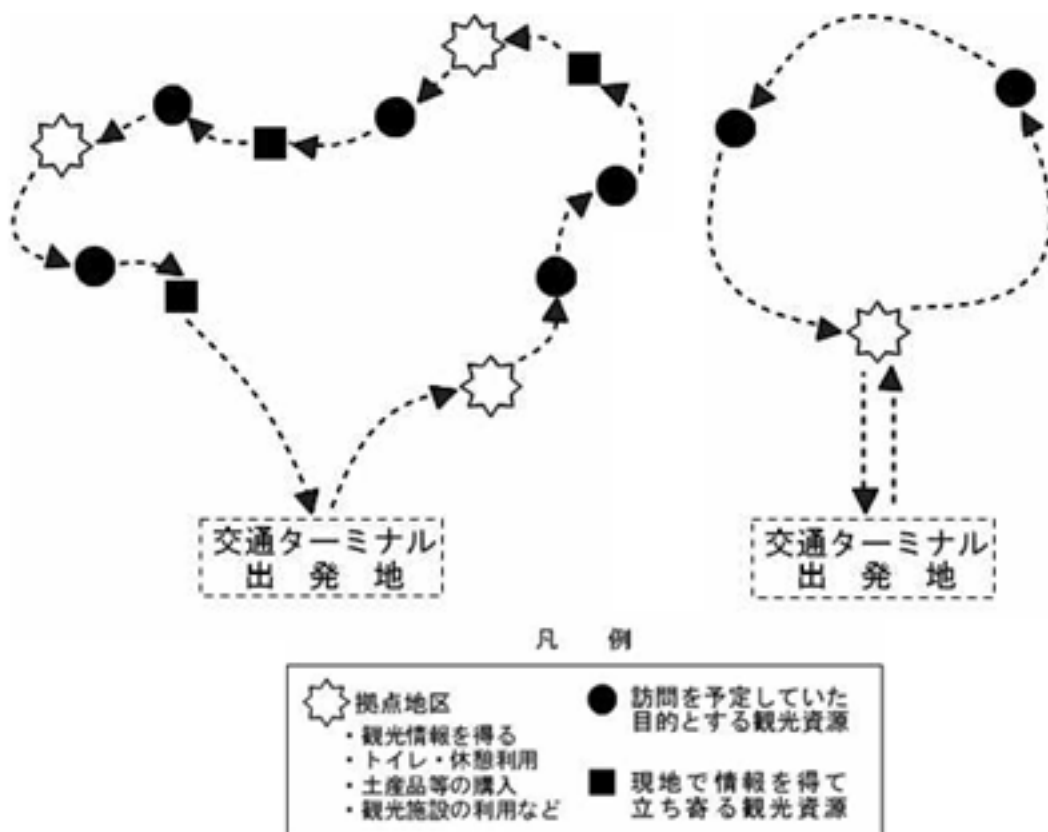
情報提供等の基本的な機能の整備

- ・各拠点地区では、観光情報提供及びトイレ・休憩利用ができる施設、その他旅行に必要なサービスを提供する施設を整備するとともに、拠点地区へのアクセスとその位置をわかりやすく示す。

拠点地区の魅力アップ

- ・各拠点地区では、既存の観光資源を中心に、それぞれの地域の特徴を活かした施設整備や景観整備を行って魅力を高め、そこに立ち寄ることも旅行の楽しみの一つになるようにする。

図 - 1 拠点地区とめぐりのイメージ例



[3] もてなしの文化づくり

- ・もてなしの文化づくりは、観光客の立場に立って「観光客を迎える姿勢・工夫」を全て「もてなし」として捉え、それを広く松江の文化として育て、松江を訪れる観光客の楽しみ、喜びとしてもらうことを目指すものである。
- ・茶の湯の文化のもてなしの心、「不昧好み」、「松江好み」にこめられている精神を基調として、もてなしの文化を育成してゆく。

1) 松江の魅力を生かす様々なもてなし

市民による観光地づくり

- ・観光客を呼ぼうとするための拵^{こしら}えものでは成熟した大人の観光客にはそっぽを向かれてしまう。住民が誇りを持てる地域の資質を活かしたふるさとづくりが大人の観光客からも評価されることを認識し、自分たちの生活や文化の発露として、また観光客を迎える工夫やもてなしの心の表現としての観光地づくりを進めてゆく。
- ・よその土地を訪れば市民一人ひとりもまた観光客になるということを認識してもらい、観光客としての立場、迎える側の立場、また観光振興が地域にもたらす効果を理解して観光まちづくりに関わってゆくような意識づくりを進める。
- ・市内の観光資源について知ったり体験をしたりして、楽しみながら地域に対する意識を深めてゆくような取組みを行う。

もてなしの風景づくり

- ・人が直接接して行うもてなしではなく、「見えないもてなし」として、「迎えるしつらえ」、「楽しませるしつらえ」などの風景づくりを行う。例えば「歓迎」と書いた看板を立てるよりも、花を綺麗に飾る方が印象に残る歓迎の表現となる。
- ・松江の観光資源を活かす「和」のイメージを大切にしたい風景づくりを行うことで、観光資源を大切にしている「心」を表現する。
- ・「和菓子と器のとりあわせ」、「茶道具の置きあわせ」など組み合わせで表現するもてなしもある。風景づくりにおいても組合せで魅力を高める工夫をしてゆく。
- ・絵巻物のシーンには、人物とその周りの風景が描かれているが、それは身近な身のまわりの風景の大切さを示している。そこで身のまわりの風景づくりを積極的に進めてゆく。また、デジカメの普及により写真を愛好する人が増大しているので、記念写真等の撮影のしやすさにも配慮した場づくりを行う。

【参考事例】岐阜県美濃市：もてなしの風景



玄関先の飾り



店先の飾り・町歩きの休憩用の腰掛け

【参考事例】庭園・露地：身のまわりの風景のしつらえ



視点の周りを設えることで
遠方の山を引き立てている



掃き清めたあとに紅葉を散らす
自然の美を際立たせる

もてなしの「食」づくり

- ・「食」の魅力は観光客が期待する重要な要素の一つであるので、それに応えるため「もてなしの「食」づくり」を進める。
- ・豊かな「食」の魅力を持つ地域としてのイメージを高める。
- ・「地元（ないしは松江・出雲地域、島根県）の食材を用いたメニュー」や「郷土食」、あるいは旬、健康、安全・安心など、料理の特徴を積極的にアピールする。
- ・メニューだけではなく、食事をする場所とそこから見える風景との組合せも重視する。

観光ガイドの充実

- ・歴史文化的資源などのようにガイドによる解説があった方が深く楽しめる観光資源が松江には多い。テープで流される説明では味気なく、興味を持って聞く人は少ないし質問もできない。
- ・ガイドによる説明は単に知識的な側面での充足にとどまらず、ガイドの魅力が訪れる魅力につながることも少なくないので、ボランティアガイドを始めとして、観光ガイドを充実させてゆく。

快適に利用できる環境づくり

- ・観光案内、トイレの利用や休憩、交通機関の利用など、必要な設備やサービスが適切にわかりやすく提供され、誰もが快適に利用できる観光地の環境づくりを進める。
- ・交通機関や観光施設などを利用しやすいチケットシステムを導入する。
- ・バリアフリーの推進はいうまでもないことであるが、人手と設備を組み合わせ、それぞれの場所にあったバリアフリーの手法を導入してゆく。

2) もてなしの人づくり

担い手の育成

- ・市民の郷土に対する誇りや観光客を迎えることに対する意識を醸成させて、観光関連の事業や活動に積極的に参加する人を育ててゆく。また、子供・生徒の意識づくりに積極的に取り組む。
- ・観光ガイドや体験のインストラクター、あるいは観光施設や観光案内所等におけるもてなしを担う人材の掘り起こし・育成に努める。
- ・松江に関心がある人ならば、外部の人も積極的に取り込んでゆく。

もてなしの質の向上

- ・観光客のニーズにできる限り応えようとする姿勢を身につけたり、もてなしの作法や型を学んだりするなど、もてなしの質を高めてゆくような取組みを推進する。

[4] 松江の魅力を生かした誘客の推進

1) 観光資源の特性に対応した観光客の誘致

- ・日帰り温泉施設であれば近距離からのリピート利用、週末滞在のような短期のリゾータ的利用であれば2時間圏程度からの利用というように観光資源・施設に応じて、主な誘致圏が距離帯や時間距離で決まるものがある。また、ファミリー、若者、熟年層など、主な利用者層が異なるものもある。あるいは、有名な桜の名所であれば桜の愛好家だけではなく多くの人がかんりの広範囲から集まり、著名な歴史資源であれば歴史への興味が深い人たちが多少の時間をいとわずにやってくるというように、観光対象の種類やテーマに惹かれて訪れることもある。
- ・観光資源の特性を考慮して、それに応じた観光客（ターゲット）の誘致を図ってゆく。

2) 広域観光の推進

- ・遠距離からの来訪者には、松江だけを観光する者もいるが、一般的には出雲大社を始めとして周辺の著名な観光地を組み合わせられて訪れる者の方が多い。そのことは、ツアーのパンフレットや旅行のガイドブックなどのタイトルが、「山陰」、「鳥取・島根」、「出雲（出雲路）」、あるいは「松江・出雲・大山・隠岐」というように表記されることにも現れている。

- ・遠距離からの来訪者には、競合する他の観光地も多いので、松江市が単独で誘客を進めるよりも広域で連携して取り組む方が効果的である。既に活動している「神話の国縁結び観光協会」や「中海・宍道湖・大山圏域観光連携事業推進協議会」などを中心に、より積極的に広域観光を推進してゆく。
- ・石見銀山の世界遺産登録が見込まれており、既に石見銀山を訪れるツアーも増加し始めている。石見銀山を訪れる前後に訪問する場所、宿泊する場所として松江市が選択される可能性は大きいので、石見銀山を組み込んだ広域観光を推進してゆく。

3) 国際観光の推進

- ・外国人観光客の誘致や海外の都市との友好都市の締結などの取組みにより、国際文化観光都市として成長してきたが、近年わが国を訪れる外国人観光客が増加してきており、より実質的に成長する機会が訪れてきている。その一方で、全国の観光地が外国人観光客の誘致に積極的に取り組み始めており、観光地間の競争も激しくなりつつある。
- ・外国人観光客のニーズを踏まえ、松江市の魅力をアピールして、外国人観光客の誘致に取り組んでゆく。

[5] 松江開府 400 年祭の推進

1) 松江開府 400 年祭と歩調を合わせた施策の実施

- ・2007年4月から2011年12月まで開催される松江開府400年祭の「基本となる考え方」では、「観光は松江の特性を活かせる重点産業」でありその振興が重要と位置づけられており、松江開府400年祭で計画されている観光関連の各種の事業は、この観光振興プログラムと一体となって推進するものである。また、期間中積極的に行われる松江開府400年祭の広報・宣伝は、松江の観光の広報・宣伝でもあり、多数の観光客が松江を訪れることが見込まれる。
- ・松江開府400年祭の戦略の一つとして市民参画・市民参加が掲げられている。市民が松江について深く知ることは松江の観光振興にとっても重要なことであり、イベントを始め様々な事業に参加したり、来訪者との交流を深めたりすることが松江の観光の将来の発展に結びついてゆく。
- ・松江開府400年祭の様々な事業を推進するとともに歩調を合わせた施策を実施することにより、市民参加の盛り上がりや来訪者の増加を着実に観光振興に結びつけてゆく。

2) 松江開府 400 年祭後につながる施策の実施

- ・松江開府 400 年祭の「わがまち松江の魅力再発見事業」のような期間後も継続する施策、400 年祭のテーマを引き継ぐような施策、来訪者に松江のリピーターになってもらうような施策など、松江開府 400 年祭後にもつながる施策を実施する。

【参考事例】長崎市：まち歩き博覧会「長崎さるく博'06」 2006.4.1 - 10.29

市民が担い手の観光まちづくりイベント

まちづくり、都市観光の担い手は市民でなければならない
都市観光の本質はまちを歩いてまちを楽しんでもらうこと
(まち歩きという長崎観光の新しいスタイルの提案)
市販の観光ガイドブックに紹介されない面白いものがたくさんある
市民が自ら自分のまちを楽しむ、観光客は元気な長崎を見に来る
(市民が楽しまなくて観光客が楽しめるはずがない)
(市民がやって市民が利益を享受する)
市民が自分の住む都市の魅力を意識する
他者から見られることを通して自らの都市づくりを考える
(観光という視点からの都市づくり)

日本ではじめてのまち歩き博覧会

- ・「さるく」とは、ぶらぶら歩くという長崎弁
- ・日本と中国と西洋<和華蘭>の文化が色濃く混在する「わからんまち」を歩く

メインは3つのさるくメニュー

- 「長崎遊さるく」42コース：地図をたよりに自由にあちこちゆっくり歩く
- 「長崎通さるく」31コース：地元ガイドといっしょにまち歩きを楽しむ
- 「長崎学さるく」74テーマ：専門家による講座や体験がセットになり深く探求する

その他

- ・「長崎体験」9テーマ：長崎の伝統文化体験をそれぞれ専門家が丁寧に指導
- ・様々な企画・イベントの実施
- 「長崎さるく博'06」に呼応して市民、事業者等が独自の取組みを実施

参加者

- ・市民が自分のまちを観光・九州四国中国はもとより首都圏や関西圏からの観光来訪者
- ・推計1007万9000人(うち「遊さるく」推定700万人「通さるく」10万5000人)
- ・さるく博を支えた市民のボランティアガイド 385人

「マップ片手に長崎散策」

マップどおりに、あちこち立ち止まりながらゆっくり歩いて1コース約1時間半、全42コース、それぞれのコースでそれぞれに特色のあるまち歩きが楽しめます。いくつでも組み合わせて、長崎を満喫してください。
※ガイド付きまち歩き「長崎通さるく」は、8ページから12ページをご覧ください。

遊さるく

みなと長崎
潮風に吹かれて思わず鼻歌♪

長崎はみなとまち。三方が山に囲まれた天然の良港は、戦国時代、日本で唯一貿易が許されていた港でもあります。たくさんの外国船が漂着していた当時に思いをはせながら、みなとを満喫！ 潮をなでる海風にも異国の香りがするよう……。

●長崎港水辺散策
～出船ブープ・長崎水辺の森公園～
川島崎のスターリング・エンジンや産業の発展を体感しつつ、長崎港をぐるりと一筆書きのようになどコースです。

●絶景! パノラマ360°
～稲佐山～
いっせよ上から眺める異物! トンビの目線でもみなと全体と長崎のまちの全貌、たくさんのさるくコースの概要が確認できます。

●長崎港クルージング
～潮風に吹かれて海さるく～
みなとまちは海からが一番! 昔ながら、これは世界共通の認識。南蛮船や唐人船の船長にむかえながら、海からのまちさるく。4階層特別ページ

透きとおる水。でもよく見るとコレにも大きな浮動機が…。

(2) 関連基礎調査

- ・ 設定した観光振興プログラムのテーマ及び基本方向に基づいて施策を展開してゆくために必要な基礎調査を行う。

1) 観光資源の発掘・再評価

- ・ 現在作成されているパンフレット等の資料には松江市の魅力が十分に拾い上げられているとはいえないので観光資源の発掘を行う。
- ・ 既に知られている資源であっても、例えば季節ごとに見れば別の魅力がある場合もあるので、観光客の興味の視点から松江市の観光資源の再評価を行う。
- ・ 地元の人にとっては当たり前のもので観光客にとっては興味を引かれるものもあるので、そのような観点を大事にする。

2) 観光情報データベースの作成

- ・ 観光パンフレット・マップ、ホームページ等を作成する際の資料として、宣伝、プロモーション等に用いる素材として、また、市内の観光関係者や市民等が地域の観光資源等について知りたいときに利用する資料として、観光情報データベースを作成する。
- ・ 写真は有用な情報であり情報ニーズも高いので十分にストックする。季節毎の見栄えのする写真を集めておく。
- ・ 情報の収集にあたっては、上記の観光資源の発掘・再評価と合わせ、観光関係者に限らず、各地域に詳しい住民、その他関心の高い一般市民（公募等による）を活用する。

3) 観光行動調査の実施

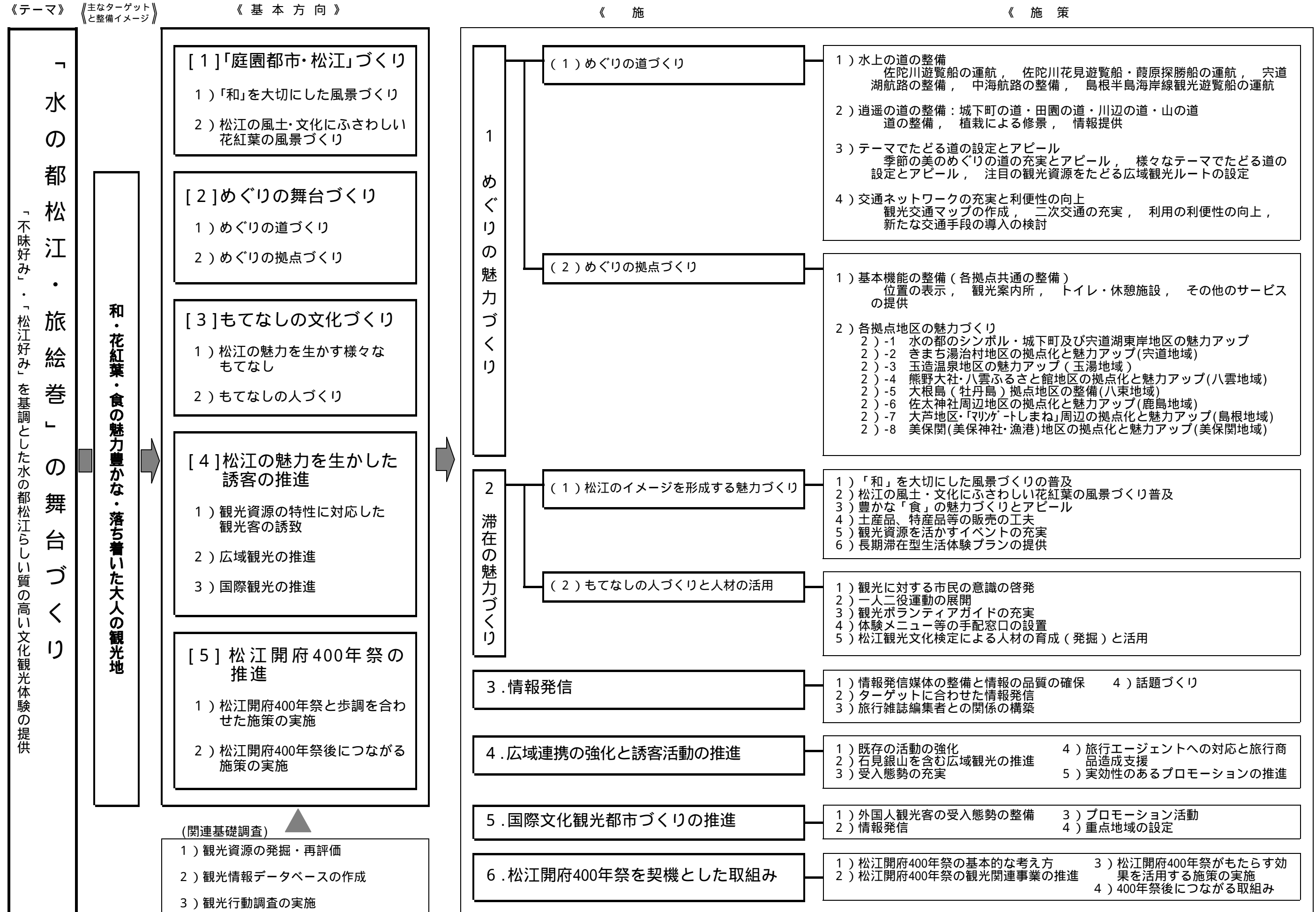
- ・ 観光客が松江を訪れたきっかけ、利用した情報、立ち寄った観光施設、消費額と購入した土産品等、旅行中の不満点、問題点などについて数年に1度の頻度で調査する。
- ・ 季節毎の行動の違いも把握する。

・観光振興プログラム

- ・観光振興プログラムは次の6つの項目の施策によって構成される。
 - 1．めぐりの魅力づくり
 - 2．滞在の魅力づくり
 - 3．情報発信
 - 4．広域連携の強化と誘客活動の推進
 - 5．国際文化観光都市づくりの推進
 - 6．松江開府400年祭を契機とした取組み

- ・観光振興プログラムの施策の体系を示したものが図 - 1である。
- ・また、主要な施策である「水上の道」ルートと「めぐりの拠点」の分布（位置）を示したものが図 - 2である。

図 - 1 観光振興プログラムの施策の体系



1. めぐりの魅力づくり

(1) めぐりの道づくり

1) 水上の道の整備

- ・現在、宍道湖観光遊覧船、堀川遊覧船、潜戸観光遊覧船が運航されているが、水上のルートに関わる周辺の観光施設等の利用状況や新たな魅力づくりの動向を見ながら、新規の航路を開設してゆく。

佐陀川遊覧船の運航：松江～宍道湖～佐陀川～佐太神社ルート

- ・宍道湖から佐陀川に入り佐太神社へアプローチする航路を開設する。
- ・現在は、佐陀川の魅力がやや乏しいため、当面は神社の祭その他特別なときに運航し、堤防の植栽等が進み魅力が加わってきたら、順次運航期間を拡大してゆく。
- ・佐太神社付近、佐陀川入口付近（浜佐田町）に遊覧船乗り場を整備する。佐陀川入口付近には遊覧船との接続を図るため、レイクラインのバス停の設置を検討する。
- ・佐陀川沿いの古志町で転作田を利用して蕎麦の栽培をしており、9月には白い花が埋め尽くす。その周辺に遊覧船の乗り場を整備して、花を楽しんでもらうことも検討する。
- ・堤防に沿って佐陀川開削にあたった清原太兵衛の遺言による桜を植栽し、佐陀川遊覧船の魅力とする。堤防ののり面は菜の花等の植栽を行い、同様に遊覧船の魅力とする。
- ・将来、沿川の魅力づくりと惠曇の魅力アップが進んだ時点で、惠曇港まで延長する。

佐陀川：宍道湖から佐太神社方向



周辺の田園風景は見えないが、田園の広がりを感じられる

佐陀川花見遊覧船・葭原探勝船の運航

- ・佐陀川沿いの桜並木の整備や菜の花等の植栽が進んだ段階で、桜並木の区間に花見遊覧船を運航する。
- ・佐陀川入口付近には葭原よしはらがあり、水鳥も多く見られる場所なので、葭原探勝船よしはらを運航する。佐陀川は直線的なので、可能であれば佐陀川の流路のわきにワンドや水路を整備し、変化のある探勝ができるようにする。
- ・花見遊覧船及び葭原探勝船よしはらは、艦漕ぎの船とする。

佐陀川の葭原よしはらと水鳥

宍道湖から佐陀川へ入ってすぐの

あたりには葭原よしはらが広がってい



【参考事例】茨城県潮来市 潮来あやめ祭の艦漕ぎ船



宍道湖航路の整備

- ・松江・出雲地域の周遊交通機関の一つとして、また新たな観光の楽しみとして宍道湖航路の整備を検討する。
- ・観光シーズンの実験的な運航等を踏まえて効果や需要を確認しながら整備を進める。

a. 南北航路

- ・宍道湖南岸の宍道地域や玉湯地域から北岸への観光アクセスとして、宍道～玉湯と秋鹿なぎさ公園～松江ウォーター・ヴィレッジ～佐陀川入口方面を結ぶ宍道湖を南北に横断する航路を検討する。これにより、玉造温泉等南岸より松江ウォーター・ヴィレッジや松江フォーゲルパーク方面へのアクセスルートができる。
- ・周辺の観光施設の利用状況、魅力づくりの進行状況を踏まえて整備を検討する。

b. 東西航路

- ・松江と出雲空港・出雲大社方面を結ぶ観光アクセスとして、松江～玉湯～宍道～斐伊川を結ぶ南岸航路と、松江～松江ウォーター・ヴィレッジ～秋鹿なぎさ公園～斐伊川を結ぶ北岸航路の整備を検討する。これにより鉄道と船を使って往復（周遊）する楽しみが生まれる。
- ・宍道は田山花袋が絶賛した夕暮れの風景があったところであるので、夕日に映える「^{はくあ}白壁の家が水に臨んで連なっている」風景を再現したい。

中海航路の整備

- ・松江～大根島（～境港）～美保関（～安来）間の航路を検討する。
- ・中海航路についても宍道湖航路と同様に、観光シーズンの実験的な運航等を踏まえて効果や需要を確認しながら整備を進める。

島根半島海岸線観光遊覧船の運航

- ・大町桂月や島崎藤村、細川幽斎などの文士達が訪れた海岸線をたどるルートや、松本清張や田辺聖子などの作品に描かれた場所を訪ねるルート、あるいは江戸時代の北前船の航路をたどるルートなどで遊覧船の運航を検討する。
- ・それらをテーマとした企画ツアー、イベント等として運航し、効果、需要等を確認しながら、将来の方向を検討する。

2) 道^{しょうよう} 遙の道の整備

- 道^{しょうよう} 遙の道は、きままにぶらぶら歩く道のことで、歩いてそれぞれの地域の魅力を味わってもらうことを目的として整備するものである。また、後掲の地域・環境学習のプログラムのコースとしても利用する。
- 既に歩ける道があるところとして下記のようなコースがある。将来的には、例えば佐陀川沿い（川辺・田園の道：宍道湖～佐太神社）のコースなど新規のコースを整備してゆく。

道の整備

- 歩行路及び沿道の状況に応じて、歩道、案内板、休憩所、トイレなどを整備する。
- 歩道を舗装する場合は、道の雰囲気配慮したものとする。

植栽による修景

- 植栽による修景を行う場合は、地域性や周辺の植生を考慮して行うものとし、特に田園の道では、生産を兼ねて農作物や果樹の花や実を見せたり、あるいは野の花を植栽して見せたりして、田園らしい魅力を付加する。

情報提供

- 正確な地図を作成するとともに、アクセス交通、眺望が良い地点、花が見られる場所と季節、トイレの位置、沿道の特徴などを情報として掲載する。コースの魅力を具体的に示すことでアピールしてゆく。

表 - 1 道^{しょうよう} 遙の道の例

種 別	対 象 ル ー ト
城下町の道	松江城下一帯 後掲の拠点整備の中で扱う
田園の道	はにわロード（神魂神社～八重垣神社）
田園の道	忌部自然休養村一帯
川辺・田園の道	意宇川沿い（熊野大社下流あたりから源流部）
川辺の道	玉湯川沿い 後掲の拠点整備の中で扱う
山の道	朝日山登山コース
山の道	嵩山ハイキングコース
山の道	中国自然歩道美保関大平山コース （枕木山 - 三坂山 - 澄水山 - 大平山）

【参考事例】近鉄「ぶらり沿線散歩」

飛鳥付近の地図（部分）
正確な地図に駅、バス停、レンタサイクル
が表示され実用性が高い



3) テーマでたどる道の設定とアピール

季節の美のめぐりの道の充実とアピール

- ・花や紅葉などの季節の美の観光資源をまとめ、旅絵巻のめぐりの道を設定してアピールするほか、新たに季節の美の観光資源を育成する取組みも行う。
- ・各観光資源の見頃の時期、アクセス方法と、めぐるのに適した順番やルート、費用などを記したパンフレット・地図等を提供する。見頃の時期については年によってずれるので生の情報を提供できる体制をつくる。
- ・季節の観光資源は、写真愛好者の興味対象となりやすく、写真雑誌への投稿やブログへの掲載などの効果が期待されるので、積極的にアピールすることが望ましい。
- ・知られていない資源を発掘するほか、魅力を高めるための取組みも必要である。

表 - 2 季節の美の観光資源

季節	季節の美の観光資源
旅絵巻・春物語	松江城山公園の桜、千手院の枝垂桜、島根大学本庄総合農場の桜見本園、玉湯川桜並木、熊野大社の桜と意宇川桜並木、チェリーロードの桜並木 ----- 松江城山公園の梅、松江城山公園の椿、五本松公園の躑躅、大根島の牡丹、玉造温泉ゆ～ゆの牡丹、松江城山公園のなんじゃもんじゃ ----- 島根半島の藪椿、桂島の野大根、佐波の野薔薇
旅絵巻・夏物語	月照寺の紫陽花、楽山公園・弁天池の睡蓮、松江市城北通りの百日紅、常楽寺の百日紅、末次公園・千鳥町宍道湖岸の夾竹桃 ----- 大芦須々海の浜豌豆、大芦須々海・桂島の大唐米、桂島の浅葱、大芦脇田の浜昼顔、大芦須々海の都草
旅絵巻・秋物語	松江城山公園・塩見縄手の紅葉、木幡山荘の紅葉 ----- 古志町の蕎麦の花、忌部自然休養村の蕎麦の花、星上山の薄
旅絵巻・冬物語	雪景色 ----- 大根島の寒牡丹

【参考事例】福島県福島市：花見山
写真愛好者の間で話題になり
有名になった



様々なテーマでたどる道の設定とアピール

- ・観光客がそれぞれの好みや求めるテーマに応じて楽しめるように、様々なテーマでたどる道を設定して観光資源の特徴をアピールする。
- ・各観光資源へのアクセスと、めぐるのに適した順番やルート、費用などを記したパンフレット・地図等を提供する。
- ・これらから実際のルートを設定してアピールするときは、ガイドの情報や途中で味わえる味覚の情報等を加えて、より具体的な楽しみ方を提示する。

表 - 3 テーマと関連する観光資源等

テ - マ	関連する観光資源・施設等の例
出雲の古代史	八雲立つ風土記の丘・資料館、出雲国庁跡、出雲玉作史跡公園・資料館など
「出雲国神仏霊場」めぐり 1 20社寺の「ご縁の道 心の旅」	佐太神社、華蔵寺、美保神社、八重垣神社、熊野大社、(市外)出雲大社、大山寺など
神仏の嶺・山上から眺める松江 神々の祭・神事	枕木山、朝日山、星上山、嵩山、大庭空山など [各神社]
「縁結び」 2	八重垣神社、いずもまがたまの里伝承館、美保神社(市外)出雲大社、須佐神社など
不昧公好み・菓子と茶の湯文化	月照寺、明々庵、菅田菴、普門院観月庵など
松江藩の時代	松江城、武家屋敷、八雲本陣など
宍道湖の風景 宍道湖を臨む洒落たお店	宍道湖観光遊覧船、島根県立美術館、袖師など 秋鹿なぎさ公園 [レストラン・喫茶店等]
郷土芸能・盆踊り	[各地] ・例：飛び入り自由、「髷」の試し打ち ・練習風景も興味対象になる場合もある
伝統工芸	布志名焼、楽山焼、八雲塗り、めのう細工、来待石・石灯笼、松江和紙手鞠など
松江を習う(文化体験)	八雲ふるさと館(蕎麦打ち)、カラコロ工房・一カ堂(和菓子)、安部榮四郎記念館(紙漉)、来待ストーン(石彫り)など
出雲蕎麦(玄丹そば)食べ歩き、 出雲蕎麦街道	蕎麦店
松江の郷土料理	[七珍料理ほか]
漁港と海の幸	美保関、恵曇など
伝統的和菓子	[和菓子店]
文士達の足跡をたどる	青石畳通り、城山周辺、宍道湖、潜戸など [大町桂月、島崎藤村、細川幽齋など]
文豪小泉八雲を訪ねる	小泉八雲旧居、小泉八雲記念館など
作品の舞台を訪ねる	松江[松本清張『火神被殺』]、玉造温泉[笹沢左保『闇への失踪』]、神魂神社・八重垣神社[半村良『英雄伝説』]、大根島・美保関・八雲旧居・菅田庵・八重垣神社[村松友視『時代屋の女房 怪談篇』]、加賀の潜戸(島根半島)[田辺聖子『いま何時?』]など
日出と夕日のスポット	地蔵崎、マリンパーク多古鼻、島根県立美術館、袖師など
松江の地域・環境学習 3	フレンズしまね、潜戸遊覧船、ふるさと森林公園、忌部自然休養村など
松江の夜景スポット	枕木山、嵩山、宍道湖、日本海の漁り火
日帰り温泉めぐり	鹿島多久の湯、大森の湯、八雲温泉ゆうあい熊野館、玉造温泉ゆ〜ゆなど

1・ 2：既にルートが設定され宣伝されている

3：後掲「2(2)4)体験メニュー等の手配窓口の設置」参照

< 旅行雑誌で取り上げられるテーマ >

- ・最近（2006 年）の旅行雑誌の特集のテーマから松江の観光資源が活かせそうなテーマ、類似のテーマなら松江の観光資源が活かせると思われるテーマを拾い上げると次のようなものがある。旅行雑誌に取り上げられそうなテーマでまとめることも情報発信には有用な方法である。（ただし、実際に取り上げられるためには関係する観光資源の魅力を高めておく必要がある。）

アートな気分 旬の美術館&庭園へ（旅行読売）
身も心も秋色に染まる紅葉の絶景露天風呂（旅行読売）
人気の道の駅、高速道の SA・PA（旅行読売）
お殿様ゆかりの味探訪 城下町と老舗の味めぐり（旅の手帖）
冬こそおいしい味覚の旅へ 日本縦断カキ紀行（旅の手帖）
のんびり里山散策 野仏紀行（旅の手帖）
思い描いていた美しい日本に出会える 水車を訪ねる旅（旅の手帖）
水上からしか見られない絶景めぐり 舟旅ゆらり。初夏の水郷へ（旅の手帖）
知らなきゃソンする!? 近頃人気の産地直売所めぐり（旅の手帖）
さわやかな初夏の旅 鎮守の森へ（旅の手帖）
サクラに誘われ“1日巡礼” 桜の巡礼道（旅の手帖）

- ・旅行スタイルに関するものでは、次のようなテーマが取り上げられている。

初めての人も気ままにひとり旅（旅行読売）
青春 18 きっぷ大人の夏旅（旅行読売）

注目の観光資源をたどる広域観光ルートの設定

- ・「出雲の国神仏霊場」や「縁結び」は周辺地域を含んだテーマであるが、他のテーマにも同様に広域で取り組んだ方が魅力が高まるものがあるので、それぞれのテーマと資源の分布を考慮し、必要に応じて広域観光ルートを設定する。

< 石見銀山を含めた広域観光ルートの開発 >

- ・石見銀山の世界遺産への登録が見込まれており関心が高まってきている。登録が決定すればさらなる観光客の増加が期待される。
- ・松江～出雲大社～石見銀山ルートを含む広域観光ルートを開発し、石見銀山と一体となった魅力のアピールと観光客の誘致を図る。

4) 交通ネットワークの充実と利便性の向上

観光交通マップの作成

- ・ 松江の市街地を中心としたエリアでは交通機関の状況がわかりやすいが、その他の地域へのアクセスなどについてはわかりにくいところも多いので、主要な交通ターミナルと観光地を結ぶ鉄道、バス、水上交通等の観光交通機関の路線、主な区間の所要時間、料金、運行頻度等を掲載した観光交通マップを作成する。

二次交通の充実

- ・ 鉄道や高速バス、航空機等で来訪する観光客の二次交通をより使いやすいものにしてゆく。
- ・ 郊外への路線の運行は、需要面から本数を増やすことは難しい面もあるが、観光シーズンに限った季節運行等柔軟な対応によりアクセスの利便性を向上させる。

利用の利便性の向上

a. バス路線のナンバリング

- ・ 観光客にとっては、地元の地名（停留所名）によるバスの行き先表示はわかりにくい。また、市街地のように様々な路線が重なっているところではいっそうわかりにくい。
- ・ 「目的地へ行くには何番か何番のバスに乗ればよい」という方がわかりやすいので、バス路線にナンバリングして、バスの行き先表示やバス停、観光交通マップに路線番号を記載することで、交通機関が利用しやすくなる。
- ・ 路線に番号をつけることは、外国人観光客の利用にも便利になる。

【参考事例】京都市のバス・地下鉄の
主要観光路線図（部分）
路線に番号がつけてある

例えば、銀閣寺前には32番のバスに
乗ればよいことがわかる



b. お得な切符の販売とわかりやすいPR

- ・「神話の国縁結び周遊切符」、「松江・出雲自由自在パーフェクトチケット」、「一畑電車フリー乗車券(1日)」、「まつえウォーカー1日フリー乗車券」などのお得な切符があるが、JRも含めてより利用しやすい設定の切符をつくるとともに、そのような切符の存在が観光客にわかりやすく伝わるようにする。
- ・現在、松江城、小泉八雲記念館、武家屋敷の共通入場券などいくつかの割引料金による共通利用券があるが、対象施設が限られまた販売箇所も限られていて、必ずしも観光客にとって利用しやすいものとはいえない。利用者のニーズを考慮し、できる限り利用しやすい共通利用券の販売を行う。

c. 出雲空港および米子空港を利用した往復割引運賃の設定

- ・現在、出雲空港は日本航空、米子空港は全日空と航空会社が分かれているため、両空港を利用した往路復路の割引航空運賃がなく、利用者にとって不便な状況にある。松江・出雲地域への来訪を促し、両空港の利用を促進するためにも、出雲空港および米子空港を利用した往復割引運賃の設定が望まれる。

新たな交通手段の導入の検討

- ・松江駅と松江しんじ湖温泉駅との間にLRT(軽量軌道)の導入を検討する。
- ・観光客の利便性の向上を図るとともに乗り物に乗る楽しさを提供する新たな交通手段として、水陸両用車や道路と線路を走る新型車両(DMV)の導入を検討する。

道路と線路を走る新型車両(DMV)はJR北海道が平成19年に導入予定

(2) めぐりの拠点づくり

1) 基本機能の整備(各拠点共通の整備)

- ・めぐりをサポートする機能の整備を行う。拠点地区によっては既に整備されている機能もあるが、内容の充実を図ってゆく。

位置の表示

- ・拠点地区へアクセスするためのサインを周辺の道路に設置する。また地区内に、観光案内所の位置を示すサインを設置する。それぞれのサインには共通の絵文字を入れることとする。
- ・観光マップ上にも、位置を絵文字で表示する。

観光案内所

- ・周辺地域の詳しい観光案内、松江市内の基本的な観光案内、広域圏内の主要な観光資源の案内ができる観光案内所を設置する。
- ・その他の地点の案内等については、インターネットの検索や問合せで対応できるようにしておく。

トイレ・休憩施設

- ・清潔で使いやすいトイレと休憩スペースを設置する。

その他のサービスの提供

- ・観光客の利便性の向上のために望まれる施設を整備して、ワンストップサービスの実現に努める(例: ATM、売店など)。

2) 各拠点地区の魅力づくり

- ・各拠点地区の魅力づくりは、松江市内の観光資源をめぐる観光客にとっての魅力づくりを意図したもので、それぞれの地区で希望する施設の整備等を含めた全体像を想定したものではない。地元の住民のための施設その他を整備することも考えられるほか、地区によっては遺跡の発掘が行われる場合などもあるので、実際の整備にあたっては、地元で整備計画を策定して進めることとなる。そのため、整備の内容は(案)として提示している。
- ・魅力づくりを進める際は、基本方向で示した「和を大切にした風景づくり」及び「松江の風土・文化にふさわしい花紅葉の風景づくり」に留意する。

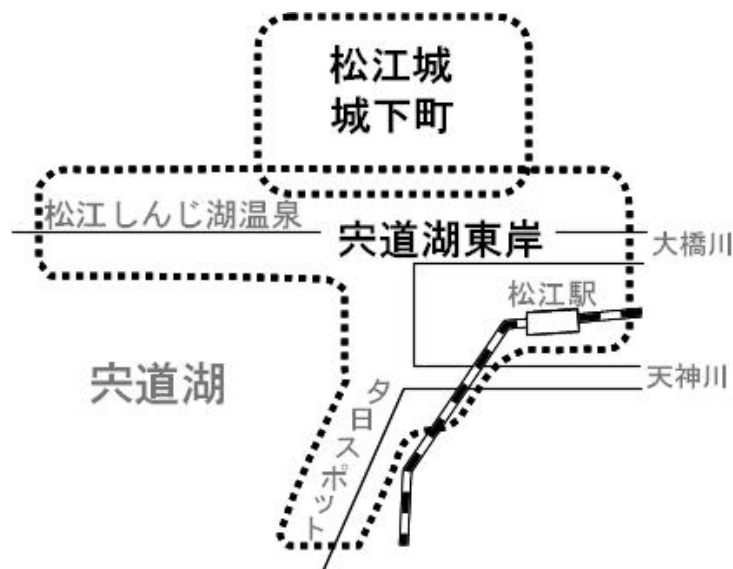
2) - 1 水の都のシンボル・城下町及び宍道湖東岸地区の魅力アップ

整備の方向

- ・堀川遊覧船の魅力アップとまち歩き観光との連携の強化
- ・松江市歴史資料館（仮称）の建設を契機とした城下町のまちづくりへの展開
- ・不昧公が江戸の下大崎（現品川区）に造営した「大崎名園」の趣向を参考にしためぐりの魅力づくり
- ・松江しんじ湖温泉の魅力アップと城下町方面への回遊性の向上
- ・宍道湖夕日スポットの活用

- ・松江城の城下町とそれにつながる宍道湖の夕日が望める宍道湖東岸地区は、水の都のシンボルとして重要な地区であるので、いっそうの魅力アップを図る必要がある。
- ・堀川遊覧船は城下町観光の目玉の一つで、遊覧を楽しむほか移動手段としての機能も持っている。遊覧の魅力と移動手段としての利便性を高めることが、いっそうの利用を促すとともに、まち歩き観光との相乗効果を生む。
- ・松江市歴史資料館（仮称）の建設が予定されているので、城下町のまちづくり、魅力づくりに活かしてゆくことが望まれる。
- ・松江城、武家屋敷、小泉八雲旧居などの利用が減少傾向にある。城下を広大な庭園に見たて、不昧公が江戸の下大崎に造営した「大崎庭園」の趣向を参考に、魅力の発掘・付加を行い、新たな楽しみ方を提供し、アピールしてゆく。現状では、花や紅葉等の季節の魅力が殆どアピールされていない。
- ・松江しんじ湖温泉は、平成 19 年に世界遺産登録が見込まれる石見銀山を含む広域観光の宿泊地として、また、平成 19 年 4 月に始まり 23 年の大晦日まで開催される松江開府 400 年祭の来訪者の宿泊地として位置づけられることから早期に魅力アップを図ってゆく必要がある。

図 - 3 城下町及び宍道湖東岸地区



- ・ 宍道湖東岸は夕日の名所であり、現在、宍道湖夕日スポットの整備が進められている。より多くの人たちに夕日を楽しんでもらえるように夕日スポットの活用を進めてゆく。
- ・ 整備を進めるに当たっては、水の都として水の魅力を高めるように、水の管理に十分に配慮する必要がある。また、宍道湖は平成 17 年にラムサール条約に登録されているので、その関係からも保全と適正な利用に努めてゆく必要がある。

大崎名園の特徴

大崎名園については詳しい資料が残っていないが、大崎名園を訪れた一閑庵堀丹波の訪問記から、おおまかな特徴が把握できる（出典：『松平不昧傳』）。

- ・ 約 2 万坪の広大な敷地に 11 箇所茶屋と 4 箇所吾妻屋を配し、それらをたどりながら風景の変化や茶屋のしつらえや名作を楽しみ、食事（懐石）や茶を楽しむ。
- ・ 名園や露地を範にその趣向を取り入れ味わいを出している。東福寺通天橋や松花堂を始めとして、上方風を写したところが多い。
- ・ 野すじや田圃といった野趣、花畑、桜、紅葉、菊の堤など、季節によって楽しみが変わる魅力を持ち、他の季節にもまた訪れたいと感じさせるつくりとなっている。
- ・ 堀や垣で境を設けることで視界を制限し特徴のある眺めをつくり出している
- ・ 茶を喫しながら物語をしながら咲いた花の眺めを楽しむというような風景づくりの趣向が見られる。
- ・ 訪問記に記されている植物の種類は少ないが、赤松、柳、梅、桜、藤棚、山楓、一行寺楓、菊の堤、野芝などがあげられている。これらの植物の交植えや雑木といった表現も見られる。

内容（案）

(ア)城下町

a. 堀川遊覧船の利便性の向上とサービスの充実

堀川遊覧船の新規発着場（乗降場）の整備

- ・まち歩き観光の利便性を向上させ、また、小泉八雲旧居を始め主要な観光資源が集中している北側の利用しやすさを向上させるため、北田川などに遊覧船の新規の発着場（乗降場）の整備を検討する。整備を進める際は、松江市歴史資料館(仮称)の北側、北田川沿いに残る船着き場の活用も検討する。
- ・候補地は、普門院の前付近と塩見縄手付近で、普門院（観月庵）、松江市歴史資料館[仮称、整備予定]、武家屋敷、小泉八雲旧居等を歩いて廻る利便性を向上させる。
- ・この区間は、遊覧船としても 見せ場 の一つであるので、遊覧船からの眺めを楽しむとともに歩いて廻る楽しみを味わえるようにする。

沿川の修景

- ・堀川めぐりの景観に新たな魅力を付加し、あるいは改善するために、また松江らしい景観づくりを進めるために、植栽、垣根等による沿川の修景を行う。既に沿川の民家が家の裏側をきれいにする配慮をしているが、今後はもう一段レベルアップした修景を行う。
- ・不昧公にゆかりの植物や『出雲国風土記』に記されている植物などを用いる。
- ・船に花の鉢等を並べた「花の船」「花の筏」というようなものを季節に応じて浮かべる。
- ・景観がやや単調な京橋川や、米子川のように民家が背を向けている箇所等では、視線がゆきやすい範囲の建物の裾の部分を塀や垣で隠し、その前に植栽を施して注意をそらすようにするなどして景観の改善を図る。

船を使った演出

- ・船が寄ってきてお菓子を販売したり、船の上で芸能を演じている船を走らせるなど、非日常性を高める演出を行う。

図 - 4 堀川遊覧船の新規発着場の位置



【参考事例】松江市美保関，青石畳通り
建物の後ろ側を隠している



b. 松江市歴史資料館（仮称）の建設を契機とした城下町のまちづくり

松江城、武家屋敷等と連携し町歩き観光を推進

- ・歴史資料館は、近世近代の貴重な歴史資料を保存・展示することを基本に整備するものであるが、生活・文化等を体験できる「暮しの指南所」の機能を合せもつ魅力ある施設である。松江城、武家屋敷等と連携させることで、まち歩き観光を推進する。また、周辺のまちづくりとも一体化させることで、地域全体の魅力を高め、集客を促す。

城下町の雰囲気味わえる景観整備

- ・松江市歴史資料館（仮称）の建設を契機に、資料館から塩見縄手にかけての一带の町並の景観整備を行い、城下町の雰囲気が味わえる地区としてゆく。この地区の整備をきっかけに、城下町の町並整備を再考する機会となることを期待する。
- ・資料館の出入口及び周囲の取扱いについては、堀、お城に面した側は、車輛が通行できる構造とするが、一方通行化し、車輛を着ける場所、駐車場等は他の目につきにくい側に設置することが望ましい。舗装は、洗い出し舗装等景観に配慮したものとし、この場所はイベント時には広場として使用することもできるようにする。
- ・外周部の景観が単調にならないように塀や植栽のデザインに配慮する。

【参考事例】福岡市，博多町家ふるさと館

外観は町家だが内部でつながっている



c. 塩見縄手及び惣門橋通りの交通のコントロール（準トランジットモール化）

- ・まち歩き環境を向上させるため、主要な観光スポットでありながら車輛の通行が歩行者環境に大きな影響を与えている塩見縄手と、松江市歴史資料館（仮称）の建設が予定されている惣門橋通りの交通規制を行う。
- ・車輛の通行は一方通行として歩道の拡幅を行う。通行できる車輛はバス、タクシー、緊急車両、及び沿道居住者に制限した準トランジットモールとする。
- ・歩車道の舗装は、洗い出し舗装等の景観に町並の雰囲気に合ったものとする。
- ・市民の利便を考慮して、塩見縄手の通りに替わるバイパスの整備を検討する。

d. 牡丹回廊の整備

- ・ 松江市の花の一つである牡丹を植栽し、回廊型の牡丹園を整備する。
- ・ 場所の候補は、松江市歴史資料館(仮称)内の一画、堀川沿い、城の内部など。
- ・ 通り抜け型で、花期以外はクローズしても支障がない位置とする。
- ・ 回廊内に休憩所を設置する。

【参考事例】神奈川県鎌倉市鶴岡八幡宮
牡丹園：左が池で池に沿って牡丹園を設置



e. 既存観光資源の魅力づくりによる利用促進

松江城天守閣の活用：展示の変更 [松江城は茶室・文化の拠点]

- ・ 現在の天守閣内の展示物を松江市歴史資料館(仮称)に移し、茶室(湯沸には電磁式の器具を使用)を設けたり、出雲和紙を用いた灯りや来待石を用いた灯りの展示、各旅館が出している自慢の浴衣の展示など、松江の文化に関わる親しみやすいもの、変更が容易なものに展示内容を変えてゆく。
- ・ 椿やその他の花の季節には、花と灯りで飾るイベントを開催する。

花・紅葉等季節の魅力とのとりあわせによる利用促進

- ・ 現在はどちらかという建造物の文化財的な特徴を前面に出しているものが多いが、建造物と花・紅葉等とがつくりだす風景や雰囲気の特徴としてアピールするようにする。また、敷地の庭の魅力を高めるように手を入れる。
- ・ 観光パンフレット等にも季節ごとの魅力が伝えられる写真を掲載することで、花などの写真に興味がある人の関心を引くようにする。
- ・ 小泉八雲旧居では、作品『日本の庭で』の中に記されている小泉八雲が座敷に腰をおろして庭を眺めている様子が掲示されているが、混雑していないときには腰をおろして庭を眺めながらくつろいでもらうような利用もすすめるようにする。
- ・ 各施設の門前には、「今の花が満開です」というような掲示を花等の絵を添えて出すようにして、観光客の興味を促す。

小泉八雲旧居・庭の眺め
さるすべり
夏には百日紅の花が咲く



f. 観光案内機能の強化

- ・ 城下町、とりわけ堀川遊覧船は多数の人が利用するので、遊覧船を利用した周辺の観光や、遊覧船を降りたあとの周辺の観光に関する情報が得られると便利である。遊覧船の各乗り場における観光案内機能を強化してゆく。
- ・ 遊覧船を利用しない観光客も気軽に案内を利用できるように観光案内所のサイン（看板）を出すとともに、利用者に対し積極的に見所、見頃のものを薦めるようにする。

(イ) 宍道湖東岸

g. 松江しんじ湖温泉の魅力アップと城下町方面への回遊性の向上

- ・ 松江しんじ湖温泉については、平成 17 年 3 月に『松江しんじ湖温泉まちづくり構想(案)』が策定され、「そぞろ歩き・まち歩きの楽しめる松江しんじ湖温泉の整備」をコンセプトとした松江しんじ湖温泉の整備戦略が提案されている。基本的にはそれに沿った方向で整備を進めるものとするが、平成 19 年に世界遺産登録が見込まれている石見銀山を含めた広域観光の宿泊地として、また、平成 19 年 4 月に始まり 23 年の大晦日まで開催される松江開府 400 年祭の来訪者の宿泊地として位置づけられることを考慮して、ポイントを絞り早期に魅力アップを図る取組みを推進する必要がある。

松江しんじ湖温泉中央通りの景観・環境整備

- ・ 宍道湖が見える温泉、レストラン等が大きな特徴であり 売り であるので、そのシーンをアピールするとともに、それに見合った景観・環境を整備してゆく。湖岸側は既に整備されているので、松江しんじ湖温泉駅からお湯かけ地蔵に至る中央通りの風景づくりを行う。
- ・ 風景づくりについては、大きく変える取扱いは難しいが、舗装や人の通常の目線の高さで目につく部分をうまく処理することで印象を変えることができるので、その点を考慮した修景を行う。将来の整備イメージを想定した上で、舗装の種類を選定し、植栽や竹垣などを施して修景する。

城下町方面との結びつきの強化

- ・ 現在、松江しんじ湖温泉と城下町方面と結ぶ交通手段としてバスがあるが、松江し

んじ湖温泉を起点とした観光に多様な選択肢を提供するために、カラコロ広場方面への歩行路の整備（舗装、修景、案内板等の整備）、四十間堀川からの堀川めぐりへの連絡（発着場を整備）、宍道湖観光遊覧船はくちょう号の乗船場増設（松江しんじ湖温泉側の河岸の乗船場）などを検討する。

h. 宍道湖夕日スポットの活用

- ・現在整備が進められている宍道湖夕日スポットを活用するために、夕日情報の提供を行うほか、夕日写真コンテストの開催、横断地下道のギャラリーとしての利用、夕日サミットの開催などを行う。

i. ラムサール条約登録を活かしたエコツアー等の実施

- ・現在、「松江しんじ湖温泉の旅館組合」の有志及び「まつえ市民環境大学村」が中心となって宍道湖のエコクルーズが実施されている。そのような動きも踏まえて、この地区を拠点としたエコツアーのプログラムを開発する。実行に際しては、ガイド等の人材の育成と合わせ、「2.(2)4)体験メニュー等の手配など口の設置」が重要となるので、その体制づくりを合わせて進めてゆく。
- ・エコツアーの実施と合わせ、鳥や自然・環境等をテーマとしたイベントの開催やコンベンションの誘致等にも取り組んでゆく。

j. 松江駅方面への歩くルートの整備

- ・松江駅周辺や大橋川沿いなどには宿泊施設が多い。また、商店街があり和菓子店も多いので、駅周辺と城下町地区との間をバスで移動するだけでなく、歩くルートとしての利用を促したい。歩道に誘導用のマークを入れたり、和菓子店等を記載したわかりやすい地図を作成するなどして町を見ながら歩く利用を促す。

k. コンベンションの推進

- ・松江はコンベンションシティでもあり、コンベンションでの来訪者による観光への貢献は大きいので、積極的にコンベンションの推進に取り組む。また、松江の情報発信の機会として積極的に活用する。

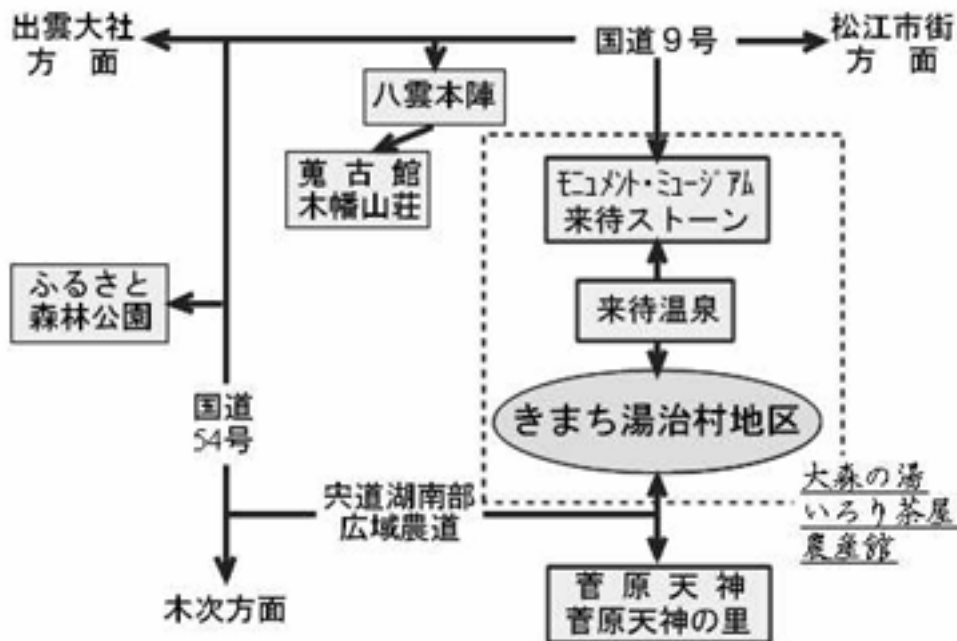
2) - 2 きまち湯治村地区の拠点化と魅力アップ(宍道地域)

整備の方向

- ・「村」の広場とそれを囲む施設というような面的な拡大整備
- ・一般の観光客も立ち寄りやすい場所と施設づくり
- ・里山にあった魅力づくり

- ・きまち湯治村地区は、「大森の湯」、「いろり茶屋」、「農産館」の各施設とその周囲の農地、里山部分を位置づけるが、実際の利用の際には、「来待温泉」、「モニュメントミュージアム 来待ストーン」を含めて考えるものとする。
- ・現在の観光的な利用は、「大森の湯」と「いろり茶屋」の2つの施設の利用が主で、それらの施設を利用しない観光客が立ち寄りやすい場所や雰囲気がない。特産品や土産品等の販売も大半が施設内で行われている。いろり茶屋の前に農産物が並べられて販売されることもあるが、施設の利用者や知っている人の利用に限られている。建物の外観も景観的に活かされていない。
- ・「村」の広場とそれを囲む施設群（修景施設を含む）というような面的な拡大整備を行い、一般の観光客も立ち寄りやすい場所と施設づくりを行う。
- ・里山にあった魅力づくりで興味を引くようにする。

図 - 5 きまち湯治村地区の位置づけ



内容(案)

- ・面的な展開を図り、次のような施設や機能を整備し、道の駅的な施設として観光客の立ち寄り利用を取り込むとともに、大森の湯、いろり茶屋の利用促進に結びつけ

る。

広場的なスペース

農産物等直売所

露店

里山にあった修景（花木園、野の花等）

もぎとり等が楽しめる果樹園

蕎麦等の花が風景をつくる作物の栽培

観光案内機能

宍道地域ないし松江市及び周辺地域に関する観光情報の提供を行う。

- ・整備を進める際には、花木・野の花等による修景や農村・里山体験のイベントなどを試行して反応を確認しながら進めてゆく。

【参考事例】群馬県川場村，道の駅「田園プラザ」の施設配置

広場的なスペースがあることでゆったりとした利用が可能となり利用者の評判もよい。様々な施設を村内に分散させないでこの場所に集積させている。施設を分棟化することにより建物のスケールが村の景観になじむように配慮している。関東地方の好きな道の駅アンケートで2年連続1位に選ばれている。



【参考事例】福島県福島市，花見山公園

花木（主に切り花用）の植栽が里山を花の名所に変えた



2) - 3 玉造温泉地区の魅力アップ(玉湯地域)
整備の方向

- ・風景づくりによる魅力アップ
- ・「健康・美容効果」をテーマとした特徴づくり

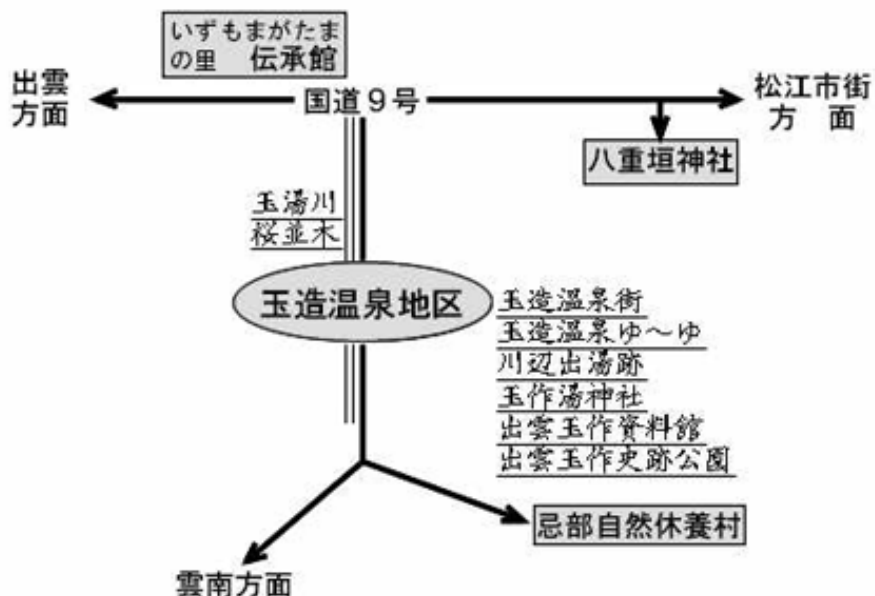
- ・玉湯川に足湯その他の整備がなされ、桜並木もあり、出雲玉作史跡公園や出雲玉作資料館、玉作湯神社などもあるが、玉造温泉の魅力は、個々の旅館・ホテルの魅力に依存している印象が強く、温泉地全体としての特徴・イメージがやや弱いので、風景づくりによる魅力アップを図る。
- ・『出雲国風土記』に描かれた玉造温泉の特徴は「健康・美容効果」であり、来訪者には20代、30代の女性客も多いので、それをテーマとした特徴づくりを進める。
- ・近年、食や環境などの健康・美容への効果に関する研究が進んでいるので、それらの成果も活用し、温泉プラス食や環境で効果をアピールしてゆく。
- ・食と環境の魅力で、地元や近隣地域の住民の利用、日帰り観光客の利用を増やし、賑わいをつくる。

『出雲国風土記』に描かれた玉造温泉(「川辺の出湯跡」の説明文より)

「川辺にお湯が湧いている。毎日のように市がたち、老若男女で賑わい、人々は酒宴を楽しんでいる。

このお湯に入れば誰でも美男美女になり、あらゆる病気もたちどころに治ってしまう。人は皆神の湯と呼んでいる。」

図 - 6 玉造温泉地区の位置づけ



内容（案）

- ・最近の発掘調査で「御茶屋跡」が確認されるなどの動きがあり、実際に整備を進める際は、将来的な史跡の再整備や出雲玉作資料館等の関連施設の再配置等を含めた整備計画にもとづいて進める必要がある。
- ・次のような内容の整備を行う。

季節感豊かな森づくり・紅葉の名所づくり

森林や季節美がもたらす健康効果が知られているので、温泉街の背後の斜面や、出雲玉作史跡公園周辺等に花木や紅葉木等を植栽し、季節感豊かな森をつくる。また、玉湯川沿いには桜並木があるが、かつては櫨^{はぜ}が植えられていたところでもあるので、場所を移して、季節感豊かな森づくりの中に適当なエリアを設定して櫨やその他の紅葉の美しい樹木を集中的に植栽し、紅葉の名所をつくる。

温泉街の風景づくり

現在、『都市再生整備計画（玉造地区）』を策定中であるので、それとの整合を図りながら、浴衣が似合う風景づくりを基本として、温泉街の景観整備を進める。

玉湯川にかかっている多数の橋は玉造温泉の特徴の一つであるが、褪せた印象を与えるものも少なくないので、橋の化粧直し（例えば、温泉街の雰囲気にあった色彩の色モルタル塗布と表面仕上げ）は景観整備の一つのポイントと考えられる。また、橋に合わせた特徴のある樹種による橋障りの植栽も橋の特徴づけには効果的なので、可能な範囲で整備を検討する。

また、記念写真を撮るポイントにも配慮した整備が望ましい。

病院とタイアップした健康増進プラン

温泉の宿泊と人間ドックをセットにしたプランのように、温泉の宿泊と健康チェックや健康増進の指導とを組み合わせた商品をつくる。

温泉とエステ等との組合せ（宿泊施設）

温泉＋エステ等で美容の効果とくつろぎのイメージをアピールする。

健康・美容効果を感じさせる店舗の整備

「野菜たっぷりメニューの店」、「野菜スイーツの店」というような店舗、健康食材やハーブ、アロマ商品などのように健康・美容効果に結びつくものを提供する店舗を整備する。また、最近のテレビの健康・美容番組等で取り上げられた情報や食材、料理などを確認、体験できる店舗なども考えられる。

【参考事例】京都，東福寺

モミジを植え続けたことで名所になった



【参考事例】岡山県・湯原温泉のホットドック宿泊プラン

- ・湯原温泉の宿泊と人間ドックを組み合わせた1泊2食の格安パックプラン。
- ・午後1時にドック入りして約2時間、午後3時には終了。
- ・ドック検査項目は30項目で、追加検査もある。
- ・料金は1人の場合25,150円～32,640円（2人の場合5,000円程度安くなる）。
- ・利用者は、平成16年76人、17年174人。県外客の割合は同22%、39%。
- ・夫婦の割合は45%、1人でも運転手役の人が一緒に宿泊する場合もある。

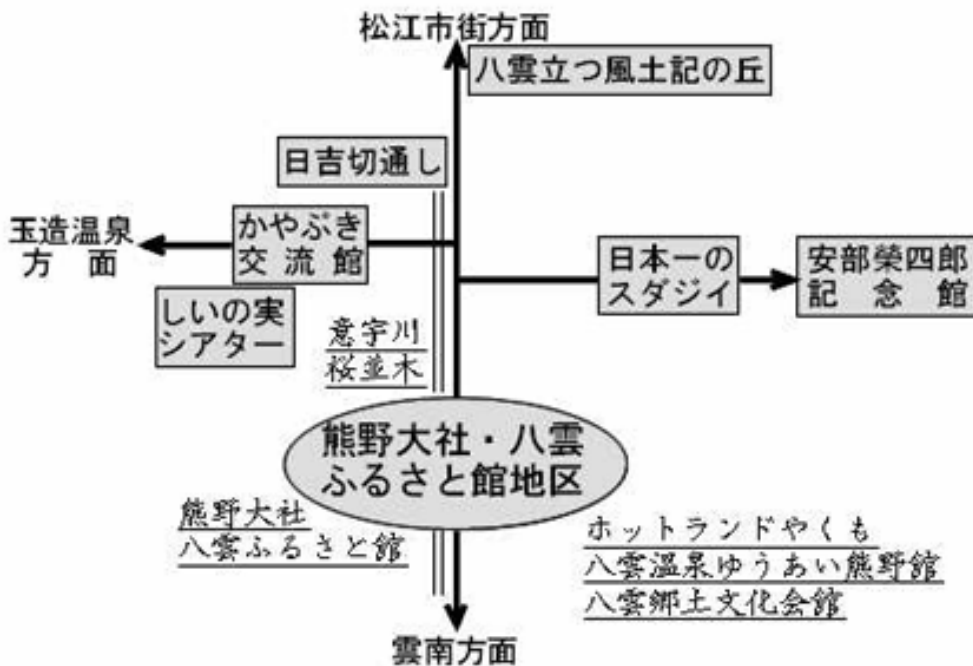
2) - 4 熊野大社・八雲ふるさと館地区の拠点化と魅力アップ(八雲地域)

整備の方向

・田園文化体験拠点づくり

- ・八雲地域では田園空間博物館構想が策定され地域の特性を活かす取組みが進められてきたが、地域全体をフィールドとしていることもあり、田園文化体験のわかりやすい拠点が無い。(ゆうあい熊野館があるがやや雰囲気が異なり、また、体験学習利用の施設にはなりにくい。)
- ・意宇川に沿って田園地帯が開け、八雲山を背後にしたがえ農耕と火の神様を祀る熊野大社が坐し、近くには蕎麦打ち体験ができる交流施設の八雲ふるさと館がある。熊野大社から八雲ふるさと館にかけての一带を田園文化体験拠点として整備してゆく。

図 - 7 熊野大社・八雲ふるさと館地区の位置づけ



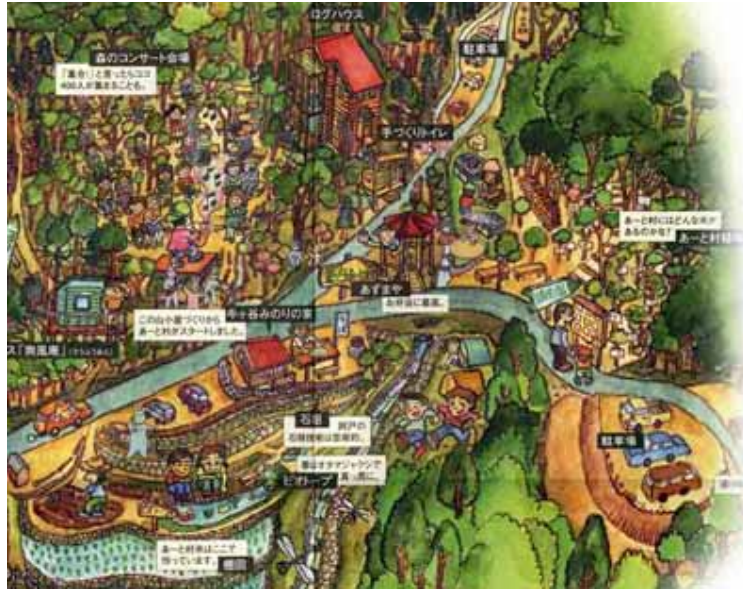
内容(案)

- ・利用者は、熊野大社を参拝し、周辺を散策し季節の風景を楽しんだり田舎の食事や蕎麦打ちその他の体験を楽しんだりする一般観光客と、自然体験学習や田舎生活体験などを楽しむ学校利用者、地域の人たちと交流しながら森や意宇川の保全・再生活動等に参加する都市部等からの来訪者で、これらの来訪者はゆうあい熊野館等の利用を直接的な目的とはしないが、状況に応じて入浴したり土産品を購入したりして利用することも見込まれる。

- ・現在、熊野大社前の駐車場や八雲郷土文化会館などの施設の配置はまとまりにかけ、熊野大社の景観や雰囲気を生かしていないでマイナスの印象を与える。この地区の整備を進める際は、将来的なそれらの施設の再配置を含めた全体構想を検討してから進めるものとする。
- ・次のような施設を整備する
 - 農産物等の直売所（既存の施設の拡大再整備）
 - 農産物のほか、地元の食材を使った弁当や栃餅のような菓子類、木の実を使ったパン等の調理品も販売する。
 - 食事処
 - 地元の食材を活かした田舎料理、例えば、野菜の旨味を引き出した鍋料理、松江藩の時代から相撲との関わりが深いことから「ちゃんこ料理」のようなものも考えられる。松江でとれる海のもの、あるいは鳥や猪の肉と合わせて調理する。蕎麦打ちの体験場があるが、蕎麦打ちを見せて蕎麦を提供する店舗も整備する。
 - 広場
 - 交流くつろぎのスペース
 - 体験参加者の宿泊施設
 - 民家風の建物で、よい物件があれば移設して整備する。
 - 保全・再生活動等の活動拠点
 - 地元の大工さん等の協力を得ながら交流活動の参加者で建設する。
 - 果樹園
 - 柿、栗などを植栽し、もぎ取りや栗拾いなどの体験に活用する。
 - 風景づくり
 - 野の花、蕎麦等農産物の花、花木、紅葉木、果樹などによる修景を行う。

【参考事例】広島市安芸区
里山あーと村（部分）

都市部の住民と里山の地元住民との交流により手づくりで作り続けている。
森づくり(人手が入らなくなった森の手入れ)、ログハウスづくり、共同農園、そばの栽培、ピオトープづくりなどのほか、収穫祭、森のジャズライブなどのイベントを開催している。



活動の始まりにつくられた小屋



左手が完成した小屋

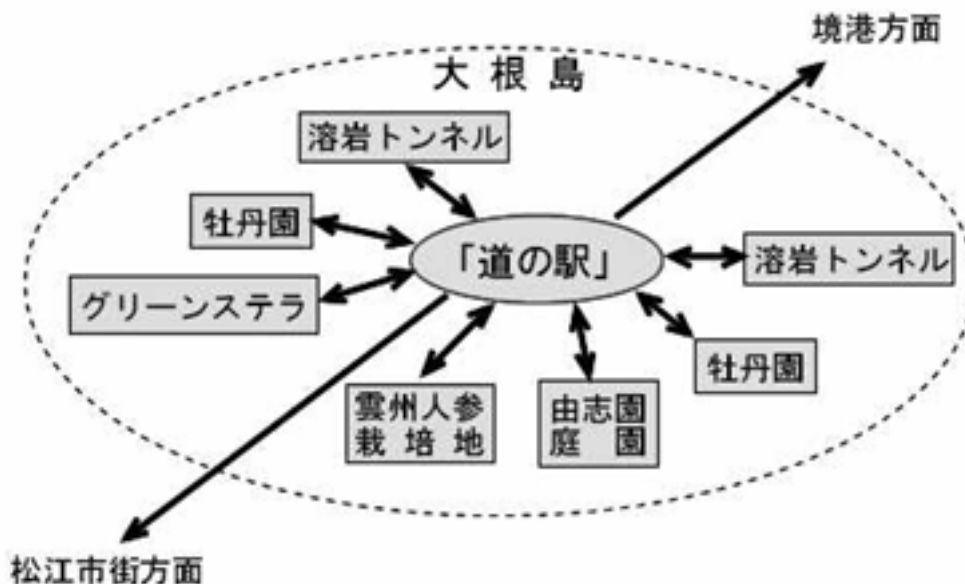
2) - 5 大根島(牡丹島)拠点地区の整備(八束地域)

整備の方向

- ・大根島を訪れる観光客のための情報提供、立寄り休憩等の拠点づくり
- ・「道の駅」の登録
- ・地域住民の飲食や購買等の機能の整備

- ・八束地域の大根島は、牡丹と雲州人参の里として知られ、多数の牡丹園があり、中には温室や庭園を備えた施設もある。
- ・それらの施設を訪れる観光客のために情報拠点、立寄り休憩拠点等の機能を有する「道の駅」を整備する(地元「行商の里」の構想がある)。
- ・観光客だけではなく、地域住民の飲食や購買にも利用される施設としても整備する。

図 - 8 大根島(牡丹島)拠点地区の位置づけ



内容(案)

- ・島の名称に「牡丹島」(あるいは「ぼたん島」)というような愛称をつけ、牡丹の島をアピールする。また「グリーンステラ」という名称は内容が分かりにくいので、「和」のイメージに合った分かりやすい愛称をつける。
- ・多数の観光客が訪れる松江を代表する観光資源がある島なので、整備する位置を含め早いうちに整備計画を検討して進めてゆく。位置については、中海遊覧船の発着場、道の駅、島内の牡丹園、溶岩トンネルなどの周遊を考慮して設定する。
- ・次のような施設を整備する。

「牡丹の道」の起点のシンボル施設(「牡丹の一里塚」)

かつて農家の女性達が行商で牡丹を売り歩いて各地に牡丹を広めたという歴

史に鑑み、また、新松江市の花に牡丹が選定され、既に玉湯地域にある温泉施設「玉造温泉ゆ～ゆ」に牡丹園があり、今後市内にも牡丹が広がってゆく見込みも踏まえ、「牡丹の道」の起点として、そのシンボルとなるような施設を整備する。構成は牡丹産業の紹介、牡丹にまつわる文化や芸術の紹介、牡丹回廊などとし、例えば正月の贈答品としての牡丹など、牡丹に関する情報発信の拠点としての活動も行う。また、ここを起点として、花の島の散策が楽しめるコースも整備する。

牡丹の生産風景を見せる施設

島内の牡丹生産者と協力して、牡丹の生産風景を見せる施設を整備する。場所については、拠点地区の敷地内に限定せず、協力者の意向を踏まえて設定する。

雲州人参に関する展示・販売施設

雲州人参の栽培の歴史の展示や販売を行う施設を整備する。

食事処

中海に位置するという利を活かして海産物を用いた料理を提供するが、島内にある施設にある飲食施設のメニューとあまり重ならないことへの配慮も含め、地元の食材を用いた庶民的な料理を出す店舗とする。

直売所

牡丹のほか農産物、海産物等を販売するが、狭い地域で種類が限られることから、松江市内の生産物の中からニーズがありそうなものを取り込んで販売する。

観光案内所

大根島だけではなく、境港から美保関方面、松江方面など広域的な観光案内ができるようにする。

その他

大根島の生い立ちや、中海の水産物、生態などに関する展示学習施設を整備する。後掲の地域・環境学習のプログラムで活用する場合は、必要に応じてキャンプサイト等の宿泊機能を付加する。

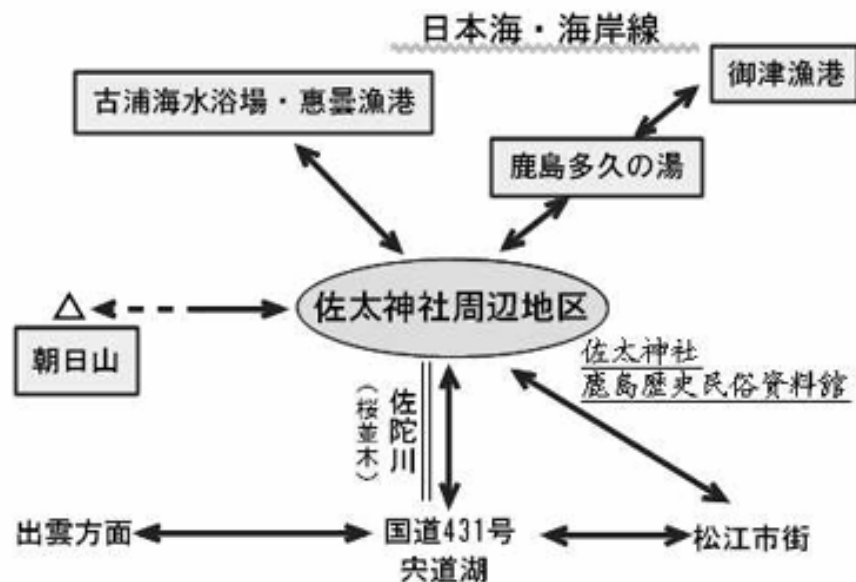
2) - 6 佐太神社周辺地区の拠点化と魅力アップ（鹿島地域）

整備の方向

- ・ 佐陀川遊覧船の運航に合わせた立寄り休憩施設の整備
- ・ 佐陀川堤防桜並木の整備に合わせた桜の名所づくり

- ・ 現在、佐太神社周辺には鹿島歴史民俗資料館があるが、他の観光施設の整備が進んでいないので、本プログラムで提案している施策の「佐陀川遊覧船の運航」に合わせて、立寄り休憩施設の整備を行う。
- ・ 佐陀川遊覧船の運航に合わせて堤防桜並木の整備を計画しているので、この地区の魅力づくりとして、桜の名所を整備する。

図 - 9 佐太神社周辺地区の位置づけ



内容（案）

- ・ 現在、佐太神社前の駐車場や鹿島歴史民俗資料館等の施設はまとまりが感じられず、佐太神社の景観や雰囲気を生かしていない（むしろマイナスの印象を与えている）。この地区の整備を進める際は、将来的なそれらの施設の再配置を含めて検討することとする。
- ・ 佐陀川遊覧船の乗船場と佐太神社の間もしくはその近辺に次のような施設を整備する。

立寄り休憩施設

観光案内所、売店、直売所、食事処を備えた施設を整備する。直売所では、地元の農産物や恵曇港に水揚げされる海産物、それらの加工品や調理品等を販売する。食事処は、近隣で蕎麦の栽培が行われていることからそれを使っ

た蕎麦屋をおくほか、地元の食材を用いた料理を提供する店舗をおく。

桜の名所（並木、花見広場、桜の名木）づくり

桜の面的な広がりを楽しめる花見広場を整備する。また、より特徴をもたせるため、将来の名木となるような桜を佐太神社境内ないし近辺に植栽する。

植栽する桜の種類については、並木はほぼ同時に開花するようにソメイヨシノの植栽が一つの候補ではあるが、この地区の将来の魅力づくりという観点から種類を選択する。花見広場はソメイヨシノ以外の種類を植栽し、他とは異なる名所をつくる。種類の選定に際してはこの地域にふさわしいものを選定するが、複数の種を混植にする方法もある。市内には島根大学本庄総合農場があり、桜の保存と苗づくりが行われているので、その中から選ぶのも一つの方法である。名木の桜は長寿のエドヒガン系のものを植栽する。なお、植栽する桜の種類の選定は、専門家を交えて行うことが望ましい。

花見遊覧船（前出）

佐陀川沿いに植栽する桜並木、堤防のり面に植栽する菜の花、蓮華草等の花見を楽しむための遊覧船を運航する。花の時期に舳漕ぎの船で運行する。

『出雲国産物帳（仮題）』[享保・元文期の調査]に掲載されている桜
出典：『享保・元文諸国産物帳集成 第20巻』

山桜、野桜、ひかん桜、虎尾、鼠桜、八重桜、もみそ桜、小米桜、
大社、塩竈、鐘、したれ桜、糸桜、庭桜、ふけんぞう、楊貴妃

【参考事例】京都市，原谷苑
ベニシダレに特化した名所
個人（植木屋）が管理して
いる



【参考事例】東京都，多摩森林科学園
色々な種類の桜を植栽
一種とは異なる趣がある
花期が長くなる
(写真は遅い時期)



【参考事例】奈良県、大宇陀又兵衛桜
名木の長寿の桜
多くの人に愛される桜
次の世代につなげ託す桜



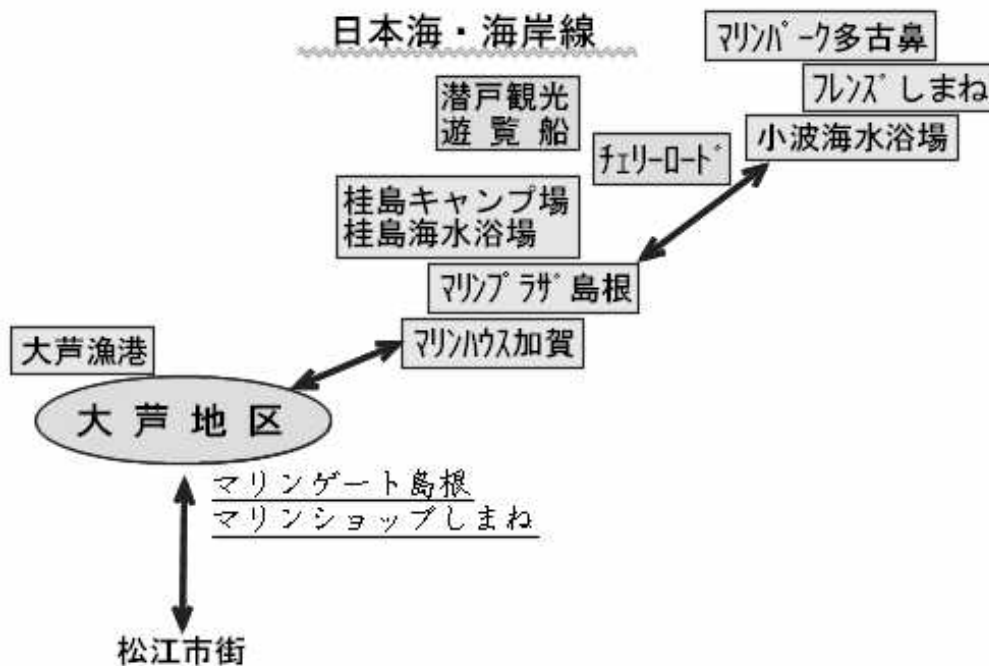
2) - 7 大芦地区・「マリゲートしまね」周辺の拠点化と魅力アップ(島根地域)

整備の方向

- ・島根地域の観光客の立寄り休憩施設、観光情報提供その他の利便の提供施設
- ・「道の駅」の登録

- ・島根地域は、海岸線に沿って観光資源・施設が点在しているが、その中で大芦地区の「マリゲートしまね」があるエリアは、県道 21 号松江島根線が通り松江の中心部と結ばれていて、この地域の交通上の要となっている。潜戸観光遊覧船の乗船場にもほど近いところにある。
- ・「マリゲートしまね」には前面に日本海を望む休憩室やさまざまな会合に利用できる多目的ホールがあり、近くには食堂と地域の物産等を販売している「マリンショップしまね」がある。
- ・「マリゲートしまね」を中心としたエリアを、観光客の立寄り休憩施設、島根地域及び周辺の観光情報提供やその他の利便を提供するための施設として整備し、「道の駅」として登録する。

図 - 10 大芦地区・「マリゲート島根」周辺地区の位置づけ



内容(案)

- ・島根地域の観光資源は十分に活用されていないので、利用促進を図りながら施設内容を充実させてゆく。地域内の各所へアクセスする人の大半はこの場所を通るので、観光資源を宣伝する際にはこの施設の利用を同時に宣伝する。

- ・次のような施設を整備する。

観光案内所

主に島根地域の観光案内を行う。日出と夕日の時刻、花の開花状況、季節の魚の情報などをきめ細かく提供できるようにする。地域内には飲食施設や売店が少ないので、それらの営業状況の情報提供も行えるようにする。

販売所

コテージやキャンプ場等ですごす人たちが地元の食材を仕入れる場所として利用する。また、地域内には食事がとれる場所がほとんどないので来訪者が弁当等を購入する場所として利用する。

地域住民や近隣住民の購買施設としての機能も充実させる。

食事処

日本海の海の幸と地元の農産物を活かした料理を提供する。

広場

来訪者がくつろげる広場を整備する。天気の良い日には屋外で食事ができるようにする。

- ・整備を進める際は、夏休み期間や観光シーズンに、観光案内、販売、新しい料理メニューの提供等を試験的に実施して、その反応、効果を確認しながら進めてゆく。

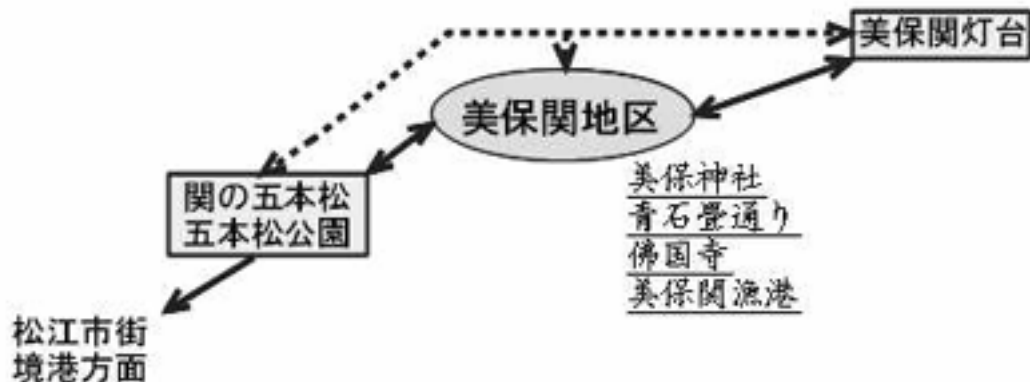
2) - 8 美保関(美保神社・漁港)地区の拠点化と魅力アップ(美保関地域)

整備の方向

- ・ 情報提供、情報発信機能の強化
- ・ 港と青石畳通りの滞留機能の強化

- ・ 美保関は、歴史的な交通の要衝でもあり、今後、松江から中海、大根島を通して美保関に至る海上観光交通ルートを開設することも期待される地区である。
- ・ 漁港があり、『出雲国風土記』に出てくる美保神社があり、青石畳通りがあり、五千本のツツジがある五本松公園と関の五本松にも近く、半島の東端、美保関灯台がある地蔵崎へアクセスする拠点でもある。また、多くの文人が訪れ、小泉八雲は「日本の小さな町という町の中でもっとも雅趣に富める町」と評している。
- ・ 美保関には、既に楽しめるものが多数あるがそれが伝わっていないので、情報を提供し発信する施設を整備する。
- ・ 美保関の魅力をより楽しめるようにするため、港と青石畳通りの滞留機能の強化を図る。

図 - 1 1 美保関(美保神社・漁港)地区の位置づけ



内容(案)

- ・ 次のような施設を整備する。

美保関の情報発信館

訪れた人にその時に楽しめるものを紹介するとともに、他の時期の魅力を送りपीターになってもらうことを期待する。また、インターネット等を通じて外部に美保関の魅力を具体的に発信する。

それぞれの魚の旬の時期や、「あご掬い」等の体験方法、大敷網(定置網)

の情報、美保神社の神事や祭、美保神社の桜や五本松公園の躑躅つづじの情報、美保関灯台への散策の情報、イベント情報など、パンフレットにあまり出てい

ない情報を積極的に提供する。

青石畳通りの立寄り施設

まちかど博物館的な施設や飲食・購買に立ち寄る施設などで、できる限り既存の建物を利用して整備する。前項の情報発信館もその一つとする。美保館本館を時期を定めて見学させてもらえるようにするなど、公開時期を限定したのもよい。魚にちなんだグッズを販売する店舗なども候補となる。

これらの施設の整備により、仏国寺までの青石畳通りを手軽な散策空間にしてゆく。

港を望む広場

来訪した観光客が港を眺めながらくつろげるスペースであり、大敷網水揚場を眺めたりするスペースにもなる。現在、休日等にイカ焼きの露店等が出ているが、そのような露店が出店するスペースや、魚の水揚げと合わせて地域の農産物等が並ぶ市のスペースとしても活用する。

「港の朝ご飯」と銘打って、宿泊客が水揚げされた魚を港で朝ご飯にして食べるというような場としての利用も考えられる。

その他

美保関を含む島根半島一帯は、野生のヤブツバキの群生地があるところでもあるので、それらのほかに、適当な場所にヤブツバキを植栽し椿の観賞を楽しむ場所を整備することが考えられる。

美保関灯台付近に椿を増やすことができれば、来訪者の楽しみが増え美保関灯台の利用促進にもつながる。また、灯台の日にイベントを開催するのも同様の効果が期待される。

2. 滞在の魅力づくり

(1) 松江のイメージを形成する魅力づくり

1) 「和」を大切にした風景づくりの普及

- ・「庭園都市・松江」づくりを実現してゆくためには、観光施設やその他の観光客が立ち寄る場所だけではなく、観光客の目に映る風景を構成するものも含めた風景の取扱いが大切である。したがって、公共はもちろんのこと、民間事業者や市民一人ひとりに至るまで、自分たちの住むまちの環境を良くするという意識と合わせて、風景づくりの意識を普及させてゆくことが望まれる。
- ・「和」を大切にした風景づくりについては、松江城の城下町など和風が望ましい場所では積極的に和風を取り入れるように努め、その他の場所では、必ずしも様式にこだわる必要はないが、「和」の持つ落ち着いた雰囲気や周囲との調和などに配慮した風景づくりに努めてゆく。
- ・特に、公共施設については、民間の模範・手本となるような風景づくりを進める必要がある。

2) 松江の風土・文化にふさわしい^{はなもみじ}花紅葉の風景づくりの普及

- ・上記と同様に、松江の風土・文化にふさわしい花紅葉の風景づくりの普及を図る。
- ・生垣や外から見える庭木、建物前の植栽等に花木や紅葉木を用いたり、玄関先やその他のちょっとしたスペースに山野草等を植栽するなど、敷地の状況に合わせた植栽で季節の彩りを演出する。景観的に重要な街路や地区では全体的なまとまりを考慮して植栽することが望ましいが、その他の場所では、それぞれが工夫して風景づくりを進める。田園地域では、農作物の花や果樹なども活用する。
- ・風景づくりの意識を高めるため、顕彰制度の導入を検討する。風景づくりは周辺との調和が大切なので、評価にあたってはその点を考慮して選定する。個々の表彰とともに、街路や地区単位のまとまりを対象とした表彰も行う。

【参考事例】



落ち着きが感じられる生垣
三重県松阪市



目につく位置の紅葉
山梨県富士河口湖町



柿の実がつくる秋の風景
京都府京都市落柿舎

3) 豊かな「食」の魅力づくりとアピール

< 食材の郷土・地元のアピール >

- ・合併で豊富な海の幸が加わったことで「地元の食材を用いた料理」の幅が広がり、そのことを喧伝しやすい環境になった。地元の人には知られている当たり前のことでも観光客にはわからないことの方が多く、そのような情報も旅の思い出の味つけになるので、折に触れて「郷土」、「地元」をアピールしてゆく。
- ・各地域で郷土食や地元の食材が主役になっているメニュー（例えば ノドグロと秋鹿ごぼうの煮つけ' というようなもの）の提供に努める。

< 地元の食材を提供する市やオープンな店舗の整備 >

- ・七珍料理や出雲蕎麦（玄丹そば）、和菓子を始めとして、既に食のメニューは豊富であるが、食の豊かさの魅力の伝わり方が弱い。例えば京都には錦市場、金沢には近江町市場というように食の豊かさを視覚的にあるいは雰囲気として伝える場所がある。

松江にも、市の活発化やオープンな店舗群の集積などにより、食の魅力の豊かさをアピールする場所をつくってゆく。

- ・めぐりの拠点の中に整備する地域振興施設である直売所等で、地元の食材等の販売を行う。松江の中心部、松江駅の近くには既に「松江こだわり市場」があるので、松江の台所 として観光客にとってより魅力あるものになるようにしてゆく。

< 食に関連する体験メニュー充実 >

- ・蕎麦打ち体験や和菓子作り体験、あご掬いなどの食に関係する体験メニューがあるが、宍道湖のごず（ハゼ）釣り船等新たな魅力を加えてゆく。

4) 土産品、特産品等の販売の工夫

- ・観光地のお店に入って見てまわり気に入ったものを買って時間を過ごすのも楽しみの一つであるので、楽しめる店づくりが必要である。
- ・土産品や特産品が充実しているところは、文化的な特徴が際だったところでもあるので、松江にふさわしい商品づくりを推進する。

< 選択の幅 >

- ・観光地の土産品等の販売は消費者のニーズをあまり考慮していない場合が多い。例えばほしい数量は人によってまちまちなのに、個数の多い箱しかないというような場合である。また、1個1,000円のものを買う場合は考えてしまうが、2種類買って1,000円ならば買うというような場合もある。一つの商品について数量、値段等について買いやすさを考え買い方の選択の幅を広げることが必要である。

< 店の雰囲気、陳列、パッケージ >

- ・都市のデパート等では既に行われているが、店の雰囲気、陳列、パッケージなどがトータルで商品売っている。観光地が都市と同じにする必要はないが観光地なりの販売を工夫する必要がある。

【参考事例】「ゆふいんの森」で販売している弁当
『香草物語』のパッケージ

中の容器を捨てて外箱を持ち帰れる。
箱の中を12個のマスに区切り、メ
ニュー多さで色々食べる楽しさを
演出している。



< 鮮度 >

- ・和菓子には生菓子も多いので鮮度が重要になる。その意味で製造しているところを見せたり、できあがりの時刻を知らせたりするのは、有用な販売方法である。
- ・おみやげで持って帰るのなら、例えば前日に注文しておくで帰る日の朝出発する時刻に届けてくれるというようなサービスも喜ばれるので、商品の品質にあった販売方法を工夫することが望ましい。
- ・防腐剤等の添加物が入っていて消費期限がやたらと長い商品のニーズは減少していくと思われる。製造工程をみせるのはそのような商品でないことの証にもなる。

5) 観光資源を活かすイベントの充実

- ・既に多数のイベントが行われているのでそれらの魅力アップを図るとともに、例えば佐陀川沿い及び佐太神社周辺地区の桜の名所づくりなど、今後新たに整備されてゆく観光資源を活かすイベントを開催してゆく。
- ・夜のイベントでは、「松江水燈路」や玉造温泉の「光の夢劇場玉造アートフェスティバル」などが行われて好評を得ているが、そのようなイベントについてもいっそうの充実を図る。
- ・イベントではないが、夜景も観光資源を活かし夜の楽しみを提供するものとして、情報提供を積極的に進め利用を促してゆく。宍道湖の夜景や日本海の漁り火などのように比較的近くで楽しむもののほかに、枕木山や松江の南の大庭空山などのように俯瞰する夜景もある。アクセスに車が必要となるが車で来る観光客も多いので、その点も含めてきちんと情報を出すことが大切である。夜景を見ながら、お茶、コーヒー、お酒などを飲める場所、食事をするのできる場所の情報等も合わせて提供する。

【参考事例】松花堂庭園の椿展：京都府八幡市
庭園に多く植栽されている
椿にちなんだイベント



[出典：『松花堂庭園の椿』，松花堂庭園・ボランティアグループ「おみなえし」，2004]

6) 長期滞在型生活体験プランの提供

- ・松江に対する関心を深めてもらい、松江へのリピーター化、さらにはマルチハビテーション（複数地域居住）や定住へと展開してゆくことを目指して、長期滞在型の生活体験プランを提供する。
- ・主なターゲットは、定年後の新たな人生を考えている団塊の世代とするが、その他大都市圏を離れ地方暮らしを志向する人なども取り込んでゆく。
- ・最初は、体験メニューや観光を組み込んだモニターツアーを実施する。松江시에暮らす魅力を伝えたり、定住に結びつけるのに必要な情報を提供したりするほか、できる限り地元の人との交流の機会を組み込んでゆく。
- ・モニターツアーから得た課題等を踏まえて、次回以降の長期滞在型生活体験プランの内容を検討してゆく。
- ・長期滞在型生活体験プランを効果的に定住に結びつけてゆくためには、定住後の地域づきあいへの不安、あるいは地域になじめるかどうかなどのバリアーを解消することが肝要であるので、受入側の地域住民を交えた交流型のプログラムを実施して、受入側の意識づくりも合わせて進めてゆく必要がある。また、既に松江に移り住んだ人の話を聞く機会を設けることも有効である。

(2) もてなしの人づくりと人材の活用

1) 観光に対する市民の意識の啓発

- ・観光振興の施策をスムーズに進めるためには市民の観光振興に対する理解が不可欠であり、また、観光客にとっては訪れた土地の住民から受ける印象は重要なので、市民の観光に対する意識の啓発を十分に行う必要がある。
- ・教えるのではなく楽しみながら理解してもらうことが大切なので、市民を対象とした見学会やガイドツアーなどを開催して参加してもらう。
- ・子供の頃から理解できるようにしておくことが望ましいので、学校教育の中に観光教育やもてなしの教育などを取り入れるようにする。特に、不昧公の茶の湯について学ぶことは地域の歴史と茶の湯のもてなしの精神を学ぶことになり、最適な素材と考えられる。

2) 一人二役運動の展開

- ・不昧公の時代の藩政改革では、一人二役以上の働きをさせることで人材を効率的に活用し個人の能力を發揮させた。そのような精神を引き継いで、観光関係の従事者が一般市民かを問わず、観光客と関わる一人ひとりが「もてなし人」としての役割も果たすようにする。
- ・観光客と直に接する人だけではなく、まちをきれいにしたり、玄関先に花を飾ったりする行為も望まれるもてなしの一つとして認識して取り組む。

【参考事例】神奈川県箱根町・箱根もてなしの達人(認定)

箱根登山バス(株) 湯本案内所営業係(案内業務) 青木しげ子氏

-
- ・バス会社の案内所であるが、箱根の玄関口の湯本に位置していることから、箱根の総合案内所として理解して案内を行っている。
 - ・自社に関連する案内にとどまらず、自社以外の旅館、日帰り温泉、見学場所、他交通機関等の情報提供も行っている。
 - ・交通機関の案内は、周遊券を持っているか購入予定があるかなど観光客の状況に応じて案内するよう努めるなど、観光客の目的にあったお得な方法の案内を心がけている。
 - ・立ち寄りやすい雰囲気をつくるため、玄関のドアはよほどの寒さでない限りほぼ毎日開放している。
 - ・的確に案内ができるように観光情報の収集には常に心を配っている。
-

3) 観光ボランティアガイドの充実

- ・観光ボランティアガイドへの参加を促進するため、ガイドの講習会やガイドを伴った観光施設の見学会等を開催する。
- ・松江に関心があれば市の内外を問わず参加できるようにする。
- ・対象について単に説明するだけでなく、パネルを使って説明したり、写真撮影の間

をとったり良い撮影ポイントを教えたり、その他適当な間をとりながら説明するようなガイド技術の向上を促す。そのためにガイドがステップアップするような仕組みをつくり張り合いをもたせる。

4) 体験メニュー等の手配窓口の設置

体験メニュー等の情報及び手配の一元化

- ・松江市には体験や学習の対象となる素材や資源がたくさんあるが、蕎麦打ち体験や紙漉体験など限られたもの以外はあまり活用されていない。また、複数の活動を行おうとすると個別に手配をしなければならない。
- ・体験メニューの情報、ガイドやインストラクターの情報等を一元化して観光客や旅行者等への情報提供を行うとともに、その手配窓口を設置する。わかりやすく利用しやすくすることで、体験メニュー等の利用を促進する。

地域・環境学習プログラムの提供

- ・例えば、学校の野外活動で訪れる場合に、一つの体験メニューを皆が一度に行うことが難しいことが少なくないので、複数のメニューに分かれて入れ替わりで行うような方法をとる必要がでてくる。
- ・利用者が希望するものを直接手配するのではなく、予め用意された体験活動のプログラムリストの中から希望するものを選んで申し込むとその手配をしてくれたり、希望する活動をおおまかに伝えると適当なプログラムをアレンジしてくれたりする窓口（組織）があると、利用しやすく参加者の増加が期待できる。
- ・窓口組織は、何らかの活動のガイドやインストラクターをこなせる数人が常勤し、それに各地域にいる体験のガイド・インストラクターとのネットワークで運営する方法が考えられる。また、学生インターン、アシスタントを採用して補完するものとする。
- ・松江市には、海岸地域や里山地域にキャンプ場、コテージなどが多数あるので、特にそれらを使った学校の野外活動の誘致に結びつけることをねらいとする。民宿の宿泊利用も体験プログラムのメニューに組み込むことも検討する。
- ・松江市内の学校はもちろん、周辺地域や広島、岡山、ないしは関西方面の都市部の学校などもターゲットにできるようにプログラムを充実させる。

星上山スターパーク、忌部自然休養村、宍道ふるさと森林公園、マリンハウス加賀、マリンパーク多古鼻等の施設が活動の場として活用される。

【参考事例】岐阜県郡上市八幡町・NPO法人「メタセコイアの森の仲間たち」

自然体験学習の多数のプログラムを持ち、依頼者の希望をもとにそれらから活動を組み合わせて実施プログラムを作成して、スタッフを手配し実施する。つまり、学校の体験活動（総合学習）を全面的に引き受ける形となっている。

年間約90小中学校への野外学習における自然体験活動支援。

野外学習施設（郡上八幡自然園）の運営補助を行っており、そこを利用して主催事業としての野外学習キャンプも開催している。

5) 松江観光文化検定による人材の育成(発掘)と活用

- ・平成 19 年 8 月に松江観光文化検定の第 1 回の試験が予定されている。初めは基本的な知識レベルの内容で行われるが、将来は上級レベルの内容が検討されている。
- ・検定の合格者にボランティアガイドとして活躍してもらったり、上級レベルの合格者にはホームページ(ブログ)を通じて松江の情報発信をしてもらったり、観光資源の調査(データベースづくり)に協力してもらったりと、希望者や意欲のある者に松江市の観光振興に参加してもらおう。これは松江市に対する関心が高い者であれば市外在住者でもよい。
- ・将来的には、松江ならではの検定とすることをねらって、例えば特別級クラスの検定として「茶の湯の点前」や「出雲蕎麦(玄丹そば)の蕎麦打ち」その他松江らしい技能の基本的な部分の試験を実施し、それに見合った称号を与え活躍してもらえるような展開が期待される。

3. 情報発信

1) 情報発信媒体の整備と情報の品質の確保

- ・観光パンフレット、ホームページ、VTR・DVD等の映像情報など情報発信の媒体は様々であるが、求められている情報が的確に伝わる形で整備しておき、情報提供を求められた時に迅速に対応できる体制にしておく必要がある。特に写真は重要で、対象の魅力が伝わるきれいな写真をストックしておくことが肝要である。
- ・多数の無料パンフレットの存在やインターネットの普及などにより、観光情報は「ただ」という意識が広まっている。その一方で情報が過剰になり、役に立つ確かな情報が求められるようになってきた。したがって、情報発信には、新しさ、正確さ、有用性など情報の品質の確保が重要な要件となっている。適宜情報更新を行うとともに更新日を表示することも必要である。
- ・花の開花情報等シーズンには日々の更新が望ましい情報については、関心の高い地元の方などに「花紅葉の見守り役」をお願いしてブログ等で情報を発信する。

2) ターゲットに合わせた情報発信

- ・一般的には観光資源ないしは観光地の魅力の度合いによって時間距離による誘致圏が決まり、観光資源の種類・内容によってターゲットとなる客層が決まる。また、効率的な誘客を図る場合には、人口の集積が考慮される。他方、観光客の側も目的によって求める情報が異なる。したがって、商品（観光資源、観光地、旅行商品等）に応じてターゲットを設定し、それに合わせた情報発信を行う。
- ・松江への来訪者は実際の体験をしているので、良い印象を持っていれば提供される情報に対する感度が高い。来訪時期とは異なる季節の情報や訪れていない施設の情報などを提供し、リピーターになってもらうとともに口コミによる情報発信を期待する。
- ・遠方からの来訪者、特にこの地域を初めて訪れる人にとっては、松江だけが目的地になることはほとんどなく、出雲大社や足立美術館等の著名な観光資源と組み合わせて訪れることの方が多し。遠方からの来訪者に対する情報発信は、広域で連携して進めてゆく。

【参考事例】(財)郡上八幡産業振興公社の「合宿文化村」

郡上踊りシーズン以外の宿泊施設を活用した「合宿文化村」という企画商品を立ち上げ、大学のゼミやサークル、企業等に発信

合宿文化村：低廉な宿泊、研修施設、昼食弁当、宴会場等の手配のほか、地元の体験企画を用意

3) 旅行雑誌編集者との関係の構築

- ・旅行雑誌にとっては情報のスピードと正確さが重要であり、編集者は気軽に情報提供をお願いできる人脈を欲している。特集のテーマが決まったときにそれに対応する観

光地の情報を求めることになるが、そのときに声がかかることが雑誌に掲載される決め手となる。そのため、日頃から旅行雑誌編集者との関係（コミュニケーション・パイプ）の構築に努め、品質の良い情報提供を行える体制を築いておく。

4) 話題づくり

- ・新しい観光施設の開業や大きなイベントなどでは、マスコミ発表が予定に組み込まれている場合が少なくないが、そのようなものでなくとも、ユニークな取組みや施設、紅葉等の季節の絶景など話題性（ニュース性）があるものはマスコミで取り上げてくれることも少なくない。観光地づくりを進める際は、'話題づくり'を意識した取組みも心がける。
- ・「縁結び」というテーマで、中国や台湾などの縁結びの名所と連携して相互アピールするのも話題づくりの一つの方法である。それらの国からの誘客だけではなく、国内での話題づくりにもなる。

4 . 広域連携の強化と誘客活動の推進

1) 既存の活動の強化

- ・松江市を含む広域圏では、既に「神話の国 縁結び観光協会」と「中海・宍道湖・大山圏域観光連携事業推進協議会」が活動を推進している。
- ・今後は、ホームページ上でのアンケート、松江への来訪者のアンケート、ツアー参加者へのアンケートなどの調査を行い、ツアーへの参加状況の把握や、誘客活動の効果、情報提供や受入態勢等における課題・問題点の把握を行い、より効果のあるきめ細かな観光客の誘致活動を推進してゆく。
- ・広域観光のパンフレットや地図、ホームページなどの内容を、より使いやすいものへと改善してゆく。
- ・また、それぞれの団体が設定しているテーマを強調する商品の開発を進める。例えば、「縁結び」では長寿化社会に対応した「第二の人生の縁結び」、「体験観光」では、より「本格的な体験」などが考えられる。

「神話の国 縁結び観光協会」

平成17年5月、出雲路（安来市、東出雲町、松江市、斐川町、出雲市）にある官民71団体（島根県、3市2町、商工会議所、旅館組合等65民間団体）で広域観光の振興を図るため設立され、テーマとキーワードを「縁結び」と定め、「縁結びの地＝出雲路」を他の有名観光地に並ぶ知名度と実力のある「トップブランド」に育て上げることを目指し、大都市圏に対する共同プロモーションを主な活動として行っている。

「中海・宍道湖・大山圏域観光連携事業推進協議会」

中海・宍道湖・大山圏域の発展を目指し、地域の経済界（松江、安来、米子、境港の4商工会議所が中心）が率先し関係市町の協力を得ながら、県境を越えた民間主導の観光連携により、観光客ニーズへの対応、新しい観光商品の造成への寄与を目的として平成17年に設立された。具体的には、広域で一体的な情報発信戦略や、遊覧船運航などの水面活用戦略、温泉地・美術館めぐりなどの余暇活用戦略、体験型観光などの産業観光ネットワーク戦略などの事業に取り組んでいる。

2) 石見銀山を含む広域観光の推進

- ・石見銀山の世界遺産への登録が見込まれており、既に石見銀山を組み込んだ世界遺産先取りツアーが実施されている。世界遺産登録が決定すればいっそう関心が高まることが見込まれるので、石見銀山を組み込んだ広域観光を積極的に推進してゆく。
- ・松江にある温泉地での宿泊と食の魅力を軸に、松江城下町観光や由志園庭園、花の季節などをセットにして松江をアピールしてゆく。

表 - 4 石見銀山を組み込んだ既存のツアーの例

出発地	日数	立ち寄り地域・施設，宿泊地
東京	3泊4日	足立美術館、松江散策、玉造温泉（泊）、出雲大社、石見銀山大森町の町並み、浜田、津和野、はぎ温泉（泊）、萩、秋吉台・秋芳洞、山口、岩国・錦帯橋、宮島口（泊）、宮島・世界遺産厳島神社、広島
中部地区	2泊3日	足立美術館、出雲大社、いずもまがたまの里伝承館、玉造温泉（泊）、石見銀山、津和野、萩温泉郷（泊）、萩焼窯元、秋吉台・秋芳洞、瑠璃光寺五重塔、錦帯橋、安芸の宮島
四国徳島	1泊2日	松江市内散策、古代出雲歴史博物館、出雲大社、松江しんじ湖温泉（泊）、すさのおの郷ゆかり館、須佐神社、石見銀山遺跡
九州福岡	2泊3日	ルイス・C.ティファニー美術館、皆生温泉（泊）、境港大漁市場、大根島・由志園、伝承館、島根県民会館、玉造温泉（泊）、島根ワイナリー、出雲大社、石見銀山

東京、関西発は、フリープランの中で石見銀山を紹介しているものがある

3) 受入態勢の充実

二次交通の充実

- ・ ツアーバスやレンタカー等を利用しない観光客にとっては二次交通が重要である。特に、米子空港・境港～大根島～松江市内というような、複数の自治体にまたがる交通手段の利便性に配慮する必要がある。相互乗り入れの直通バスの運行や便利な乗り継ぎなどの対応を進めてゆく。
- ・ チケットについてもフリーパスや乗り継ぎ乗車券の発券など、便利なシステムの導入を進めてゆく。

観光案内の連携

- ・ 連携している地域間で相互の観光案内ができる体制をつくる。広域で取り上げているエリア内の主要な観光案内所や、広域で宣伝している観光施設等における広域圏の観光案内を充実させてゆく。

連携企画の実施

- ・ 連携している地域間で、時期を合わせてイベントを開催したり、記念品のプレゼント企画（例えば、3地域を周遊すると「縁結び3点セット」というようなものが揃うというような企画）を実施したりするなど、広域でのサービスの連携を進める。

4) 旅行エージェントへの対応と旅行商品造成支援

- ・ 旅行エージェントも、前述の旅行雑誌編集者と同様に情報提供を必要としており、担当者との関係（コミュニケーション・パイプ）の構築に努めることが肝要である。
- ・ 旅行商品を造成する際に支援をしたり、旅行商品の提案をしたりして、商品開発を促す。
- ・ 石見銀山の世界遺産登録に関連した旅行商品造成には、速やかに取り組むことが肝要

である。

周遊型旅行商品の開発

- ・訪れたい場所がある程度決まっている人にとっては周遊型の旅行商品は便利ではあるが、はっきりと旅行先を決定するまでには他地域と比較することになる。以前からある著名な観光資源自体は変わることがなく、旅行商品に、例えば「評判の旅館に泊まる」とか「特別拝観」とかというような付加価値があったり、新しくできた話題の施設が含まれたりというようなことがないと興味を引かないので、付加価値や話題性を意識した旅行商品の開発を進める。

滞在型旅行への対応

- ・往復の交通機関と宿泊施設を選ぶフリープラン型の旅行商品が増えてきている。温泉等宿泊施設にこだわるものもあるが、宿泊にはあまりこだわらず目的地での活動を主とするものも少なくない。その場合、限られた情報スペースの中でどのような魅力、どのような活動メニューを伝えられるかが決めてとなるので、滞在型旅行に対応した商品メニューの開発を進める。

5) 実効性のあるプロモーションの推進

多様なニーズに対応した情報提供

- ・地域の魅力をアピールするプロモーションに加え、観光客の多様なニーズに対応できる情報提供による実効性のあるプロモーションを推進し、より多くの来訪に結びつけることを目指す。
- ・遠距離からの来訪者にとってはアクセス交通機関と料金が重要なので、一般的な交通機関の紹介だけではなく、様々な旅行会社のツアーから選択できるような情報提供、高速バスや青春 18 切符の利用など比較的安価なアクセス方法の情報提供が実用的である。
- ・フリープランや個人手配の旅行者に対しては、二次交通の情報や、お得な交通チケットの情報、観光施設の割引情報などをわかりやすく提供することが旅行のしやすさを感じさせる要因となるので、それらも合わせた情報提供を行う。

焦点を絞ったプロモーションの展開

< プロモーションの対象地区の設定 >

- ・大都市圏へのプロモーションに加え、石見銀山による集客効果を考慮して、瀬戸内地域の広島、岡山、徳島などへのプロモーションを行う。
- ・それぞれの地域の旅行マーケットの特性（日数、利用交通機関、リピート訪問の可能性など）を考慮したプロモーションを行う。特性に応じて、JR や航空会社、旅行会社などとの連携を図る。

< 季節の魅力を検討したプロモーションの展開 >

- ・花や紅葉などの各季節の自然の美、旬の味覚、祭やイベントなど、季節の魅力を考慮

したプロモーションを展開する。

< 修学旅行の誘致 >

- ・大山、松江、出雲大社等の修学旅行の訪問地となる資源に、世界遺産石見銀山が加わり、修学旅行の対象エリアとしての魅力が高まった。石見銀山へのルートの途中には、島根県立三瓶自然館・三瓶小豆原埋没林公園などもあり、多様な学習テーマを設定できる。これらの資源を結ぶ松江での宿泊を含むモデルルートを提案して修学旅行を誘致する。

5 . 国際文化観光都市づくりの推進

- ・ プロモーションを行い、来松観光客への助成や割引料金などの優遇を行えば外国人観光客は一時的に増加するが、同様の取組みをする他の観光地と競合するため継続は難しい。
- ・ 松江が有力なデスティネーションの一つとして意識されるためには、日本における観光地としての知名度を向上させ、日本を代表する観光地の一つとして認識される必要がある。その意味では、国際文化観光都市づくりは、前掲の各施策の実施と表裏一体の関係にある。
- ・ 松江の知名度の向上と合わせて国際文化観光都市づくりの施策を実施してゆく。

1) 外国人観光客の受入態勢の整備

外国語による案内の充実

- ・ 観光案内所に外国語ができるスタッフを配置するとともに、電話での問合せに対応できる体制をつくる。
- ・ 外国人観光客にお薦めの観光スポットの情報、外国人観光客が興味を持ちそうなテーマの情報、周遊する周辺観光地に関する情報をストックしておき、ニーズに応じた情報提供ができるようにする。

外国語パンフレット・地図の作成

- ・ 来松した外国人観光客に提供するための外国語のパンフレット・地図を作成する。
- ・ 観光対象へのアクセス、見学に要する時間、料金など実用性のある情報を掲載する。

外国語案内サインの整備

- ・ 交通ターミナル、主要な観光地点、観光ルート上の主要な地点などに外国語表記の案内サインを整備する。

外国人受入可能な宿泊施設の充実

- ・ 外国人観光客を受け入れる宿泊施設を増やすとともに、個人客対応と団体客対応、利用しやすい料金の宿泊施設から本格的な日本旅館、グレードの高いホテルなど、多様なタイプのものを充実させる。

外国人観光客割引料金の普及と利用しやすい交通チケットの発行

- ・ 外国人観光客の旅行費用の低廉化を図るため、観光施設等の利用料金、料理・飲食店における食事代金、土産品等の購入における商品代金、交通機関の料金などについて、外国人観光客割引料金の普及を進める。
- ・ ウェルカムカードの発行()は一つの方法であるが、パスポート(もしくは外国人登録証)の提示で割引が受けられるようにした方が、カード発行の手間と旅行者がカードを入手する手間が省けより利用しやすくなるので、その方向で検討する。
- ・ 外国人観光客にとっては、切符の買い方やバス料金の支払い方がわかりにくいので、共通乗り放題パスのような利用しやすい交通チケットを発行する。

ウェルカムカード：訪日外国人旅行者(外国人観光客)が宿泊施設、料理・飲食店、博物館、美術館、土産物店等の観光施設や交通機関を利用する際に提示することにより、割引料金等の優遇措置が受けられるカード

2) 情報発信

<ウェブサイト>

- ・現状では国によってインターネットの普及があまり進んでいないところも見られるが、今後の拡大は確実なので、使いやすく必要な情報が得られるウェブサイトを目指して整備を進めてゆく。
- ・外国語のウェブサイトを、単なる日本語サイトの翻訳ではなく、それぞれの国の観光客のニーズに対応して作成する。一般に自治体のサイトは海外からの検索ではわかりにくいので、代表的な観光資源とオフィシャルサイトであることを前面に出すことが肝要である。
- ・行政界は外国人旅行者にとっては意味がなくかつ分かりにくいので、広域圏で共同のウェブサイトを作成したり、わかりやすい相互のリンクを設定したりして、欲しい情報を探しやすいサイトを作成する。
- ・初めての来訪者にとっては、お薦めのスポットやコースの紹介が有効なので、所要時間や費用なども含めた実用的な情報提供を行う。また、トップページは、項目を絞った見やすいページとすることが肝要である。

<JNTOの海外事務所、(社)日本観光協会の海外事務所の活用>

- ・直接消費者に向けた情報発信には、大型の旅行博覧会や観光展への参加、テレビ、新聞、雑誌等での広告宣伝などがあるが、JNTO(国際観光振興機構)の海外事務所や、(社)日本観光協会の海外事務所[台湾]でパンフレット等の配布をする方法が安価な方法である。

<海外の情報提供媒体へのアプローチ>

- ・外国人観光客の中には、特定のガイドブックやウェブサイトの情報に信頼を寄せ情報源としている人が少なくないので、外国人観光客がよく利用する旅行情報のウェブサイトや旅行ガイドブックの制作者にアプローチして情報発信を行う。

<旅行会社を通じた情報発信>

- ・アジア諸国については、海外旅行の情報を旅行会社から得る人の割合が高いので、ニュースレターの送付などにより旅行会社を通じた情報発信にも努める。対象とする都市を定め、どのようなツアーを扱っている旅行会社かを見定めてアプローチする。

3) プロモーション活動

- ・外国人観光客の周遊ルートを考慮して、広域で一体となってプロモーション活動を行う。その場での商談にも対応できるように官民一体となって準備をして対応する。そ

の際、相手国との商習慣の違いをよく理解した上で商談を進める。

- ・セールスコール（個別の旅行会社等への訪問）、旅行会社等を一堂に会して行うセミナーや商談会、旅行業者等のファムトリップ（視察招待旅行）など方法は様々であるが、相手方の状況も含め、商談に移れる可能性や効率など得失をよく理解して行う必要がある。
- ・修学旅行の誘致には、姉妹校の締結ができる学校や学校交流の受け入れができる学校を予め用意しておいた上で取り組む。

4) 重点地域の設定

- ・現段階では受入態勢は十分でない所以对象国をあまり広げずに対応することが望ましい。また、松江についての情報を持っている国や地域はほとんどないので、相手を絞ってプロモーションをした方が効果が大きく効率的である。
- ・旅行会社に対して足繁く通いご用聞きのような信頼関係を築くことも効果があるので、海外事務所をベースに積極的に活動するのも有力な方法の一つである。例えば、松江市杭州事務所を今後積極的に活用する。
- ・現時点では、短期的な積極的なプロモーションの効果を目指す場合は台湾や韓国を、ある程度継続した市場形成を目指す場合は中国を重点地域として取り組んでゆく。

6 . 松江開府 400 年祭を契機とした取組み

1) 松江開府 400 年祭の基本的な考え方

- ・ 1607 年（慶長 12 年）、堀尾吉晴公により「城下町松江」のまちづくりが始まり、5 年の歳月を掛け、1611 年（慶長 16 年）に松江城と城下町が完成した。開府から 400 年を経た今日、先人のたゆまぬ努力により今、松江市があることに感謝し、松江が培ってきた伝統的な文化、美しい風土、特色をあらためて再認識し、将来に向けてそれを維持、継承していくきっかけづくりの 5 年間とする。

テーマ	「歴史・文化・伝統の薫る城下町」
キャッチフレーズ	「城とひと 縁を結んで夢つむぐ」 「和の心 日本の美」

開府から400年を経た今日、先人のたゆまぬ努力と蓄積により今、松江市があることに感謝し、祝意を表す。

松江が培ってきた文化、伝統、風土、特色をあらためて市民に問い掛け、将来に向けてそれを維持、継承していくきっかけづくりとする。

松江市の発展には定住人口及び交流人口の増加が欠かせず、そのためには産業振興が重要である。中でも観光は松江の特性を活かせる重点産業であり、「祭」を通じて情報発信を行い、知名度の向上を図り、「潜在型観光地」からの脱却を目指す。

開府400年は、江戸時代から現在にいたる"まちづくり"の歴史である。将来に向けた"まちづくり"には、それを担う"ひと"が何より重要。松江の歴史をまちづくりに活かすのも"ひと"、まちを発展させるのも"ひと"。自立の時代に自発的にまちづくりに取り組む強い意識を持った人材を育てることこそ400年の節目に行うべき取り組みであり、5年という期間があるからこそ可能な取り組みである。事業の根底に"ひとづくり"をおく。特に、観光面では市民のおもてなしの表現の仕方、ホスピタリティの良し悪しが松江の印象を左右するため、もてなしの心を育てる仕掛けづくりも行う。

2) 松江開府 400 年祭の観光関連事業の推進

- ・ すぐに取りかかれるもので、見た目にもわかりやすい取組みから実施してゆく。
 - 「逍遙の道」、「テーマでたどる道」の情報提供
- ・ 来訪者に対して、「逍遙の道」と「テーマでたどる道」に関する情報提供を行う。
- ・ 逍遙の道は、既にいくつかのルートがあるので、それらについて沿道の見所等の情報を加えて情報提供を行う。
- ・ 「テーマでたどる道」については、「季節の美めぐりの道」と、「様々なテーマでたどる道」の中で 400 年祭のテーマと関係が深いものについて、ルート設定を行い、

見所の情報と合わせて情報提供を行う。

もてなしの風景づくり

a. 迎えるしつらえ

- ・ 400 年祭で松江を訪れる観光客への歓迎を表現する飾りを行う。個人個人が家の玄関先を飾ったり、通り単位でまとまって修景を施す。できる限り和風にすることを心がける。
- ・ 記録写真を撮るとともに、コンテストを行い優れたものを表彰する。

b. 「庭園都市」づくりに向けた修景のスタート

- ・ 「庭園都市」づくりに向けてより洗練されたまちの修景をスタートさせる。
- ・ 花木や草花の種類や配植を吟味して、まとまりが感じられる風景をつくる。
- ・ 市の花である椿や牡丹の普及に努める。
- ・ 目立たない方がいいものには遮蔽を施す。

【参考事例】自動販売機の遮蔽
長野県小布施町



3) 松江開府 400 年祭がもたらす効果を活用する施策の実施

来訪観光客の活用

a. 関連基礎調査の実施

- ・ 松江開府 400 年祭の期間中は観光客の増加とともに多様な客層からの来訪が見込まれ、来訪のきっかけや、入手した情報、松江での行動、松江の印象や観光資源の評価など、多様な利用者情報を入手する絶好の機会となるので、この観光振興プログラムを推進するための関連基礎調査を実施する。

b. 料理や商品の評価の機会としての活用

- ・ 「食」の魅力づくりの一環として地元の食材を活かした料理を提供してゆくためには、そのような料理としてどのようなものが好まれるか、どのような味付けが適当か、どのような食べさせ方・提供の仕方がよいかなど課題が多々ある。松江開府 400 年祭には5年にわたり多様な観光客が来訪するので、そのような評価データを収集し、新たなメニューの開発や調理法の改善、あるいは既存メニューを見直す機会として活用する。
- ・ 土産品等の商品についても、様々な角度から評価してもらう機会として活用する。

市民参加の盛り上がりや松江に対する関心の高まりの活用

a. 観光資源の掘り起こしとデータや写真のストックづくり

- ・松江の観光資源については、その魅力や特性がまだ十分に把握されていないものが少なくない。特に、花や紅葉を始めとする季節毎に魅力については十分でない面が多く、写真（映像）資料のストックはほとんどない。
- ・400年祭の開催期間中は市民の関心が高まる時期でもあるので、関連基礎調査の一環として、市民による観光資源の掘り起こしとデータの整理、写真の収集等を行う。写真の著作権等については、撮影場所、日時のデータも含め「市民共有のストックとする」ということを予め承諾してもらった上で参加してもらい、参加者には記念品を贈呈する。
- ・最終年には、提供された写真の中から、観光宣伝写真として優れたもの、写真のストックへの貢献度が高い人などの顕彰を検討する。

b. 観光特別講座、観光特別授業の試み

- ・島根大学等と共同開催による学生及び市民向けの公開講座「観光特別講座」や、小中高の学校教育における「観光特別授業」などを試行する。
- ・映像等の分かりやすい資料を用いて観光振興に対する理解を深めてもらうとともに、自らが松江市の観光地づくりの担い手であることを知ってもらう。

4) 400年祭後につながる取組み

主な事業の効果の検証

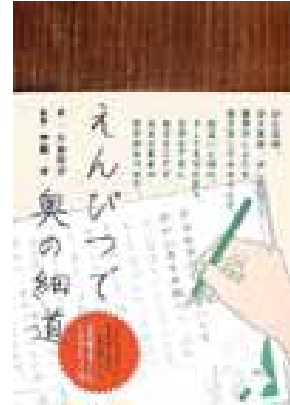
- ・400年祭期間中は、既存イベントの拡大開催や新規イベントの開催がある。それらの効果を検証し、400年祭後の開催方法を検討する。鑿行列のような独特なイベントについては、反響が大きければ、誘客イベントや地域の伝統イベントの枠を越え、広く発信する松江を代表する伝統文化イベントに育つことが期待される。
- ・「わがまち松江の魅力再発見事業」のように400年祭後も継続した実施を予定している事業については内容を再検討して新味を加えながら継続させてゆく。

400年祭のテーマを引き継いだ話題性のある施策の実施

- ・400年祭のテーマ「歴史・文化・伝統の薫る城下町」を引き継いだ新たな施策を検討し実施する。
- ・最近話題となった『えんぴつで奥の細道』の松江版として、小泉八雲の美しい文章を通じて松江の風景を体験してもらう『えんぴつで知られぬ日本の面影』を発行するののも一つの方法である。小泉八雲の「神々の国の首都」等の松江・出雲地域を舞台とする文章のほかに、島崎藤村の『山陰土産』、芥川龍之介の『松江印象記』、田山花袋『宍道湖』などの作品を加えた内容とすることも考えられる。松江の子供達には学校の教材として活用してもらうほか、一般市民にも松江を再確認する機会として楽しんでもらう。なお、発行する場合は、文字の字体の関係からポプラ社と共同で発行することとする。

【参考事例】『えんぴつで奥の細道』

大迫 閑歩, 伊藤 洋
ポプラ社 (2006) 、1470円



様々なグループによる交流の継続の支援

- ・400年祭期間中に様々な交流の機会（例えば、歴史愛好家のグループ、花の愛好家のグループ、茶の湯のグループ等の交流）を設け、その「縁結び」による交流を400年祭後も継続するように支援する。松江への関心を継続し再訪してもらうとともに、口コミによる松江のPRを期待する。

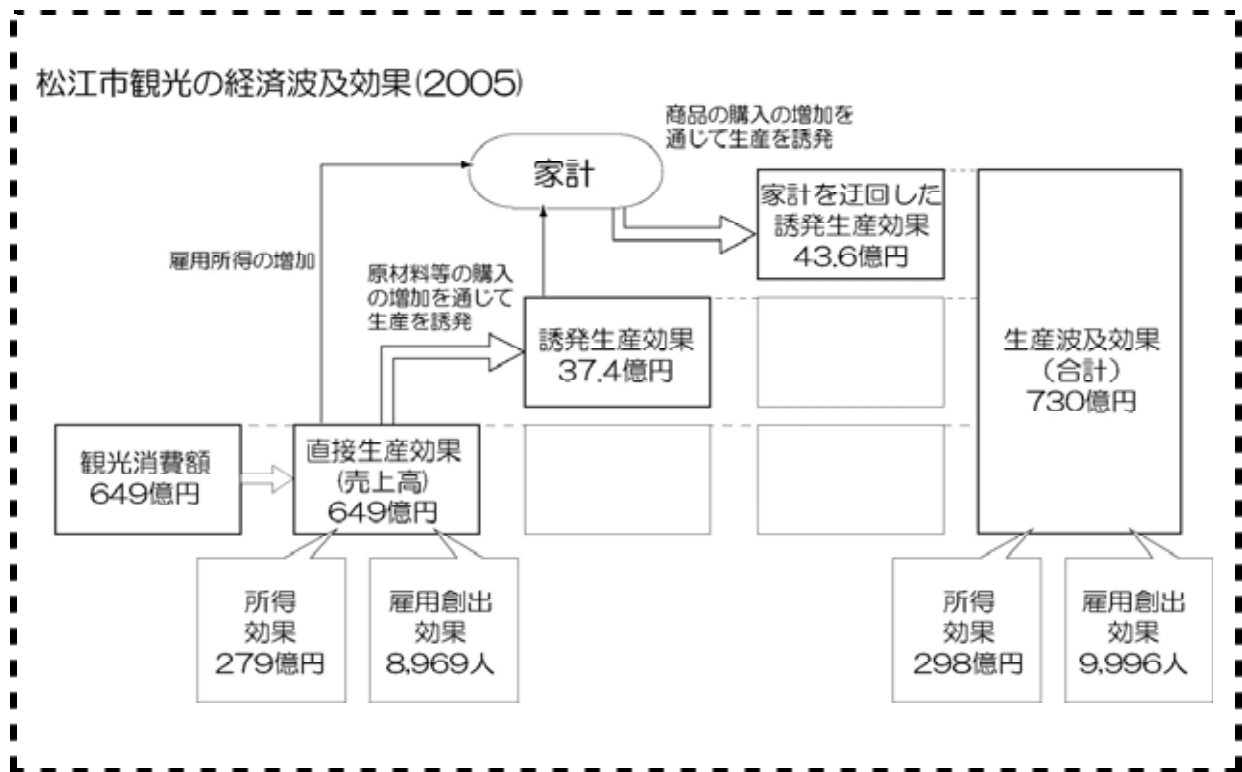
資 料

松江市観光振興プログラム 策定委員会名簿

(50音順)

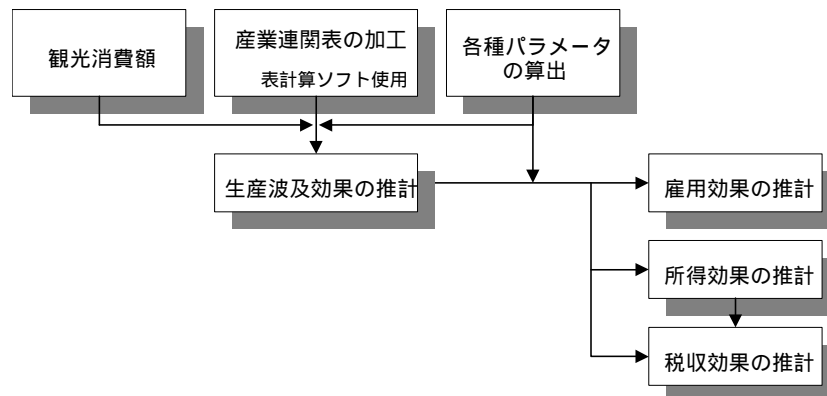
役 職	氏 名	役 職 名 等
委員 長	前田 豪	株式会社リージョナルプランニング 代表取締役観光プランナー
副委員 長	阿比留勝利	城西国際大学観光学部 教授
委 員	犬山正博	島根県商工労働部 観光振興課長
”	青砥寛明	玉造温泉旅館協同組合 理事長
”	可 越	日中映像コミュニケーション株式会社 取締役 プロデューサー
”	門脇栄行	(有)日本庭園由志園 専務取締役
”	木村和夫	松江市観光振興部 部長
”	桐谷エリザベス	NHK英語ニュース・アナウンサー、NHKワールド・ナレーター
”	小林浩一	松江市町内会・自治会連合会 常任理事
”	古賀 学	(社)日本観光協会 総合研究所 所長
”	鷓鴣修一	松江商工会議所 副会頭
”	高橋一清	(社)松江観光協会 観光文化プロデューサー
”	津上俊治	近畿日本ツーリスト(株) 国内旅行業務推進部長 第2回委員会まで
”	中ノ森寿昭	山陰合同銀行地域振興部 部長
”	中林秀行	一畑電気鉄道株式会社 代表取締役専務
”	林 英教	松江旅館ホテル組合 組合長
”	福田幹也	西日本旅客鉄道株式会社 米子支社営業課 課長
”	藤原弘登	国土交通省中国運輸局 企画観光部観光地域振興課長
”	松本徹郎	松江市観光振興部 観光担当参事 第2回委員会まで
”	和田敏文	(社)松江観光協会 専務理事
”	渡邊千里	近畿日本ツーリスト(株) 営業推進室業務課長 第3回委員会より
オブザーバー	遠藤正見	国土交通省中国運輸局島根運輸支局 首席運輸企画専門官

経済波及効果の推計



推計方法

- ・「観光地の経済波及効果推計マニュアル」(H11/3・(社)日本観光協会)に基づき推計。



- ・観光消費額は、アンケートにより1人あたりの観光消費額をもとめ、観光入込客数(実人数)に乗じるにより算出した。

宿泊客 1 人当たり観光消費額	日帰り客 1 人当たり観光消費額
(宿泊費) 17,306円	(飲食費) 2,101円
(飲食費) 4,712円	(交通費) 1,470円
(交通費) 3,186円	(入場・観覧費) 1,835円
(入場・観覧費) 2,993円	(土産・買物費) 2,092円
(土産・買物費) 5,529円	

観光入込客延べ人数 8,080,000人地点	平均訪問地点数 2.69地点	観光客入込実人数 3,003,717人回
宿泊客数延べ人数 1,860,000人泊	平均宿泊数 1.15泊	宿泊客実人数 1,617,391人回
* 延べ人数は松江市調査より、平均訪問地点数、平均宿泊数はアンケートより求めた。		日帰り客実人数 1,386,326人回

宿泊客による観光消費額	日帰り客による観光消費額
(計) 54,548,139千円	(計) 10,394,674千円
(宿泊費) 27,990,574千円	(飲食費) 2,912,671千円
(飲食費) 7,621,148千円	(交通費) 2,037,899千円
(交通費) 5,153,009千円	(入場・観覧費) 2,543,909千円
(入場・観覧費) 4,840,852千円	(土産・買物費) 2,900,194千円
(土産・買物費) 8,942,557千円	

アンケート実施について

目的：松江市における観光消費額の把握

対象：松江市来訪者（観光施設、宿泊施設へ訪れた人）

有効サンプル数：344 サンプル

実施期間：観光施設 12 月 23,24 日

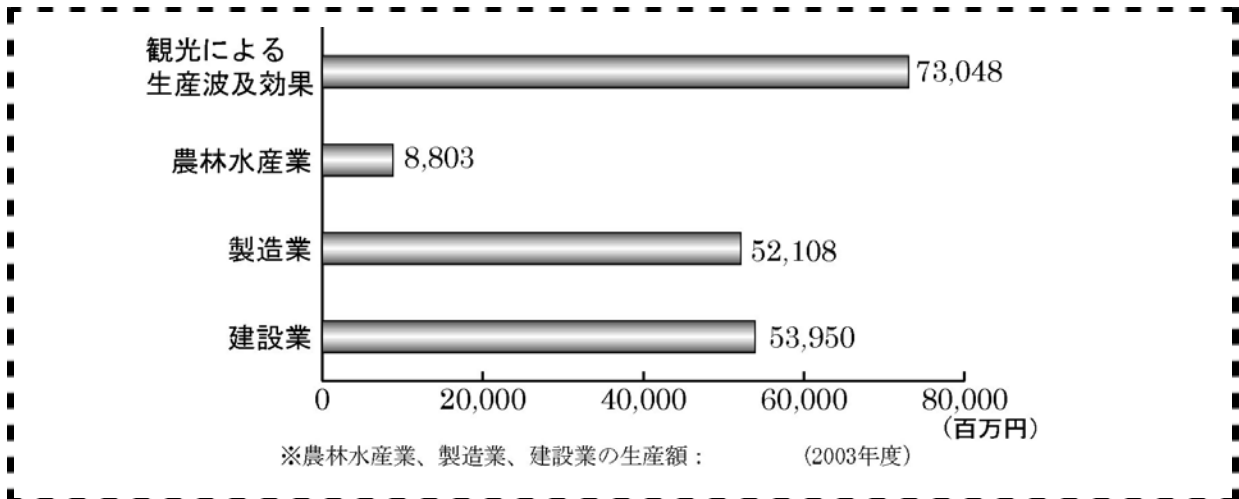
宿泊施設 1 月

調査方法：観光施設：調査員による面接調査

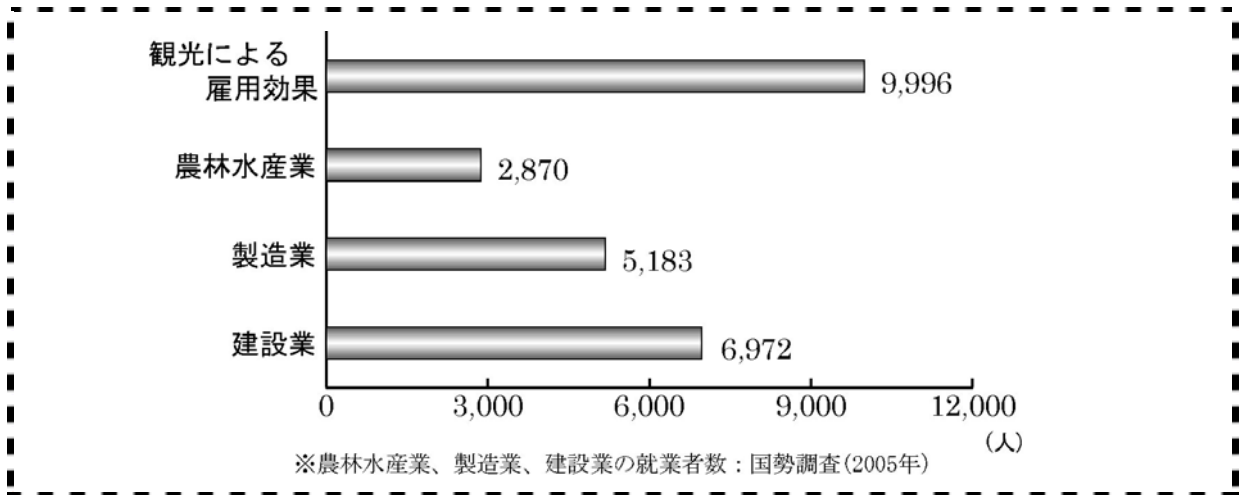
宿泊施設：フロント配布による自記式

調査票：別添参照

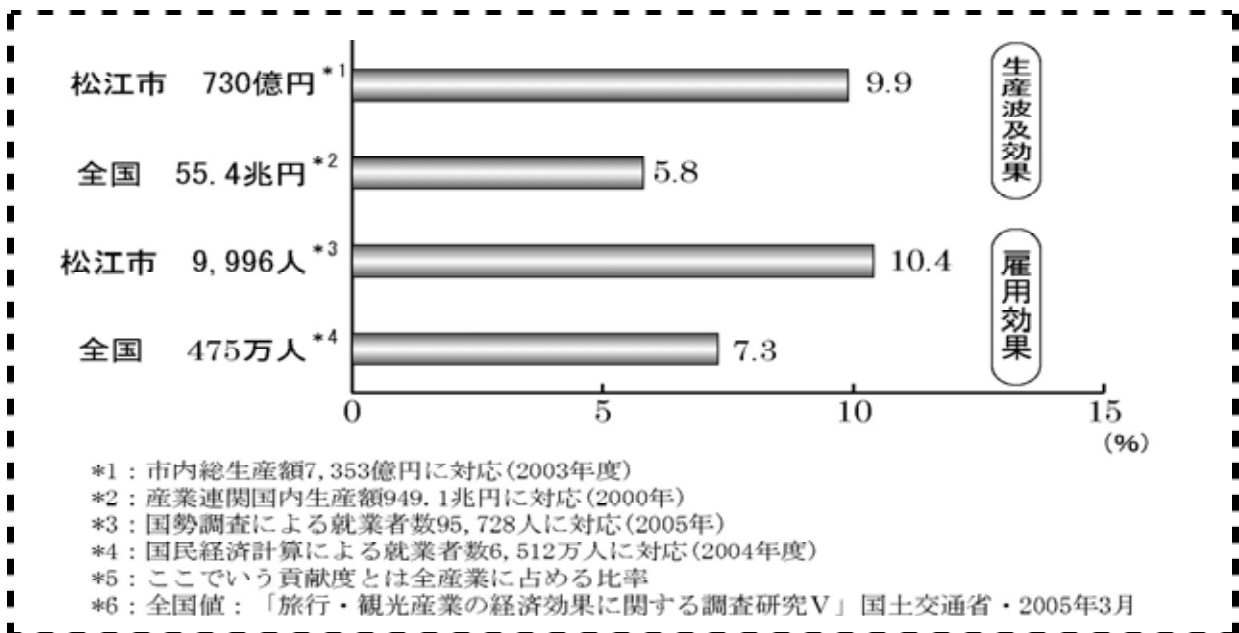
生産波及効果の他産業生産額との比較



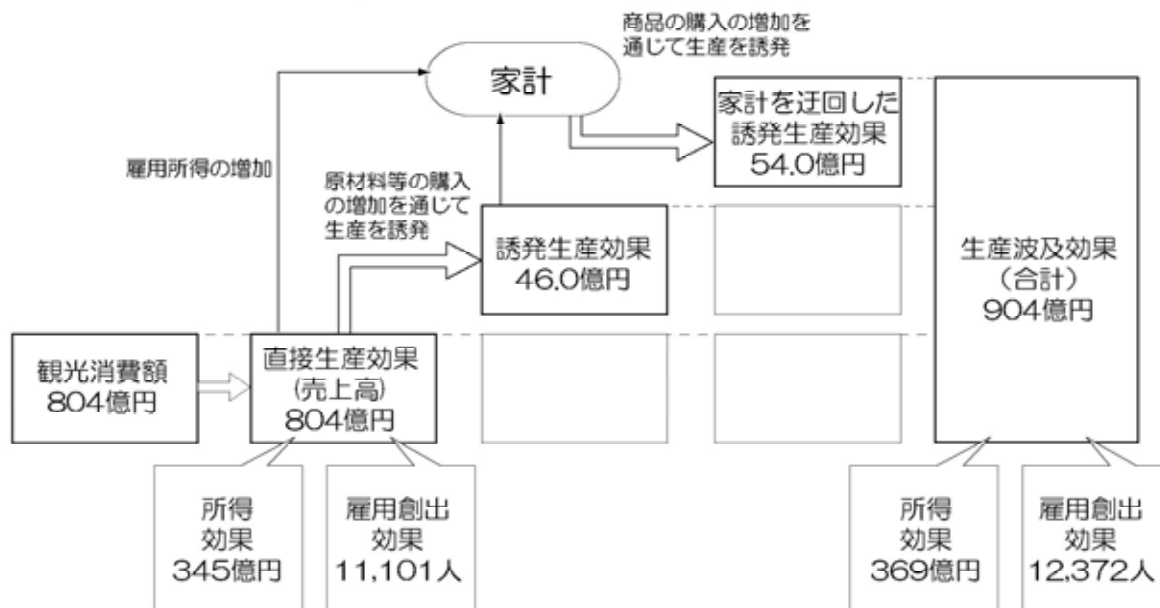
雇用効果の他産業雇用者数との比較



経済への貢献度



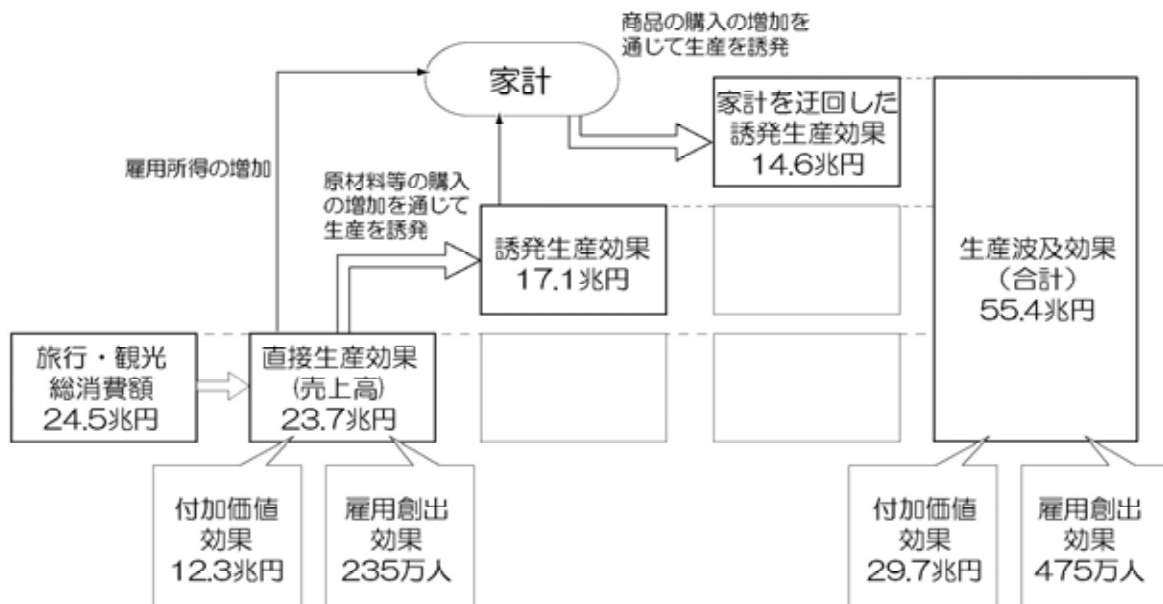
松江市の観光入込客数が1,000万人となった場合の経済波及効果



宿泊・日帰り客の割合、1人あたりの消費額単価は現状と同じとして計算

参考

旅行・観光産業の経済効果（2004年）旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究V（国土交通省）



松江市観光振興プログラム

2007年3月

発行：松江市観光振興部 観光企画課

〒690-8540 島根県松江市末次町8番地

電話 0852-55-5632

ファックス 0852-55-5634

メールアドレス kankoukikaku@city.matsue.lg.jp

協力：社団法人 日本観光協会

〒104-0031 東京都中央区京橋1丁目1番地5号
