

第1回 出雲市観光戦略会議

1. 開催日時

令和6年(2024)6月6日(木) 15時00分から17時30分

2. 開催場所

ラピタウエディングパレス 天雅(出雲市今市町)

3. 会議の出席者

(1) 委員(16名)

会長	田邊 達也	(一社)出雲観光協会 会長)
委員	川谷 誠一	(出雲大社 総務部長)
	今岡 真澄	(富士酒造合資会社 常務)
	多々納 真	(株)出西窯 代表取締役)
	藤江 美由紀	(島根県農業協同組合出雲地区本部 常務理事副本部長)
	石飛 硯一郎	((有)小田温泉 代表取締役)
	石原 稔功	(出雲ホテル連絡協議会 会長)
	平井 敦子	((一社)木綿街道振興会 専務理事)
	三島 貴子	(NP0法人スサノオの風 事務局長)
	森 正幸	(株)島根ワイナリー 常務取締役)
	野津 昌巳	(一畑電車(株)営業部長)
	児玉 俊雄	(出雲市議会 副議長・環境経済委員会 委員長)
	湯浅 啓史	(出雲市議会 観光戦略推進特別委員会 委員長)
	錦織 宏	(出雲市自治会連合会 会長)
	青戸 崇年	(島根県観光振興課 国際観光推進室 室長)

※欠席者(3名) 錦田 剛志副会長、福間 正純委員、渡部 稔委員

(2) アドバイザー

刀根 浩志 (出雲市観光特別顧問)

(3) 出雲市(事務局)

井上 夏穂里	(副市長)
神田 圭子	(観光交流部長)
原 哲也	(観光課長)
水 良弘	(観光課主査)
原 育也	(観光課観光政策係長)
濱崎 洋光	(観光課観光振興係長)
高橋 達充	(観光課観光政策係副主任)
立花 祐樹	(観光課観光政策係主事)
岩崎 和人	(インバウンド推進課長)
清水 あゆこ	(インバウンド推進課長補佐)

(4) 出雲観光協会

稲根	克也	(事務局長)
斎藤	謙一	(事務局次長)
長井	洋輔	(事業係長)
古島	尚	(総務係長)

4. 次第

1 開会

2 委員紹介

3 市長あいさつ

4 会長・副会長選出

5 出雲市戦略会議の概要について

資料1

6 議事

(1) 観光を取り巻く状況、出雲市の観光動向について

資料2-1

資料2-2

(2) これまでの施策、観光戦略の取組状況について

資料3-1

資料3-2

(3) 基本計画の骨子案について

資料4

(4) 出雲の観光の課題と必要な戦略について

資料5

出雲市観光特別顧問 刀根浩志氏

(5) 意見交換「出雲の観光の課題と目指す姿、必要な取組について」

7 その他

8 閉会

5. 会議内容

1. 開会

事務局

ご案内しました時間となりましたので、ただいまから、第1回出雲市観光戦略会議を始めます。

このたびは、本会議の委員を快くお引き受けいただき、また本日はお忙しいところご出席いただき誠にありがとうございます。

2. 委員紹介

事務局

(委員の紹介、委嘱書の交付)

3. 市長あいさつ

事務局

ここで、市長からご挨拶いたします。

市長

皆様こんにちは。

本日は、第1回の観光戦略会議を開催いたしましたところ、皆様方には何かとお忙しい中ご出席いただきまして、誠にありがとうございました。

この度、それぞれの立場から委員にご就任いただきましたことを重ねて感謝申し上げます。

硬い話をする前に、先ほど私の携帯に連絡が来て、何かなと思って見たら、「おめでとう」と書かれておりまして、おめでとうって何がと開いたら、民間の会社がやっている住み心地ランキングが発表され、「自然・観光地に恵まれている都道府県ランキング」で島根県が1位だったということで、「おめでとう」というメールが来たわけです。

ちなみに、第2位は長野県だったということです。調査範囲は分からないけれども、1位は嬉しいことだなと思っております。自然環境や、日御碕や出雲大社等の有名なスポットがあるということで、美しい自然景観と神々の恩恵を受けることができる神社が貴重な島根県。1度は訪れてみたい魅力的なスポットがたくさんあるということが多くの皆さん方に評価されたと思っております。ずっと1番が続くように、皆さんの支援をお借りしたいと思うところでございます。

それでは、この会議でございますけれども、本市の観光施策は、平成21年1月に策定した出雲市観光基本計画に基づき取組を進めたのち、現在は、出雲市総合振興計画「出雲新話2030」において「期待（来たい）が膨らむ観光のまち出雲」の実現を掲げ、重要施策として推進を図っているところでございます。

令和5年度には新たな観光戦略庁内推進本部を立ち上げ、出雲力を活かした経済効果の最大化を図るべく、周遊、滞在、宿泊による観光消費額の拡大のための仕組みづくりに

加え、観光を活用した中山間地域活性化や地域公共交通の維持、産業振興、自然や文化の継承といった、多様な地域課題への貢献につながるよう、庁内が連携して取組を始めております。庁内つまり市役所全体で取組んでいるということです。現在の取組をさらに広げ、地域の総力戦で観光地経営体制の構築を目指すためには、出雲観光協会をはじめ、商工団体、農林水産業など幅広い分野のプレイヤーの皆様と課題や目指す姿を共有して推進していくことの必要性を感じているところでございます。

これは私の感想になりますけれども、コロナ前に商工会議所の役をしまして、商工団体、観光協会そして出雲市役所が一緒になって、観光をテーマにした会合がありました。なぜ覚えているかという、5、6年前だったと思いますが、この3団体が観光について集まったのは初めてだという挨拶がありました。正直、嘘だろうという風に思ったところであります。

今こうしてですね、基本計画を作って、さらに伸ばしていくという中で、先ほど申しあげましたが、それぞれの分野の皆様方に様々な角度から出雲市の観光について語っていただく機会ができたということは、私自身も大変うれしく思っておりますし、ぜひこの議論を通じて、発展的な出雲の観光になることを期待しているところでございます。

皆さま方とそれぞれの情報を共有しながらも、また地域の皆さま方にも理解をいただくことによって、観光客の皆様、事業者の皆様、また地域すべてが、良い関係が築けるように取組んでまいりたいと思っているところでございます。

それぞれの立場、また違うところから見えてくるご意見を忌憚なく出していただいて、観光基本計画がより充実したものになりますようお願いを申しあげ、御挨拶とさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

4. 会長・副会長選出

事務局

会長・副会長の選出に移りたいと思います。

出雲市観光戦略会議設置要綱第5条により、委員の互選により選出することとなっておりますが、いかがでしょうか。

よろしければ、事務局案を提案させていただきたいと思いますがいかがでしょうか。

<承認>

事務局

(会長及び副会長の推薦)

会長に田邊達也様、副会長に錦田剛志様を推薦させていただきます。

よろしければ、拍手で承認をお願いいたします。

<承認>

事務局

ありがとうございます。会長は会長席へ移動をお願いします。

会長

ただいま会長にご承認いただきました。一言まずお礼を申し上げたいと思います。

日頃、本当に観光に関しては、皆様に多大なるご尽力をいただきまして、コロナ前の数字に戻りつつある、そういう状況になったことを本当に感謝申し上げたいと思います。

観光と申しますと、昨日も日本観光振興協会の中国支部の総会が山口でございまして、私も参加させていただきました。その中で、山口市が県の方も含めて大変勢いがいいわけでございます。なんでだろうと思いましたが、今年の1月24日に「2024年に行くべき世界の都市、52都市」が発表されておりますけれども、その中に日本から唯一、52都市の中で3番目に指名されたのが山口市だったということでございます。山口市は、ご存じの通り、瑠璃光寺の五重塔などがございすけれども、皆さんのご存じのとおり的狀況でございます。

1番驚いているのは山口の人だとおっしゃってございましたけれども、何が申し上げたいかといいますと、観光の持っている力といいますか、非常に多面的な力というものが現れたということだと思います。

地方にとって観光はこれからも本当に成長産業の1つという風に言われておりますけれども、いろんな形で新しい段階に進むんじゃないかと思っております。今ではなく次への時代を築くような観光政策といったものが提案できるということを、この場にいることに感謝申し上げながらも、非常に大きな責任を感じております。皆さんにおかれましては忌憚のないご意見をいただきまして、ぜひとも日本に誇る、世界に誇るこの出雲をPRしていきたいという風に思いますので、よろしくお願い申し上げます。

事務局

ありがとうございました。恐れ入りますが、市長は次の公務がございすので、ここで退席させていただきます。

5. 出雲市戦略会議の概要について

事務局

(資料1 会議の開催概要について説明)

事務局

計画策定までのスケジュールや、会議の進め方、特に地域戦略会議の持ち方につきまして、ご質問やご意見はありませんか。

—質疑なし—

事務局

では、このような形で進めさせていただきたいと存じます。よろしくお願いいたします。

なお、本会は原則公開で開催し、資料及び議事録は会議終了後ホームページ等に掲載します。

6. 議事

事務局

それでは、議事に移らせていただきます。

それでは、ここからの議事進行は会長にお願いいたします。

(1) 観光を取り巻く状況、出雲市の観光動向について

会長

まず、「議事 (1) 観光を取り巻く状況、出雲市の観光動向について」事務局から説明をお願いいたします。

なお、質疑はどうしてもというものの以外は、説明全体を聞いた後にまとめてとりたいと思いますのでよろしくお願いします。

事務局

(資料 2-1、資料 2-2 について説明)

会長

ありがとうございました。皆様から、ご意見などがありますでしょうか。

—質疑なし—

(2) これまでの施策、観光戦略の取組み状況について

会長

続いて「議事 (2) これまでの施策、観光戦略の取組状況について」事務局から説明をお願いします。

資料は資料 3-1 と資料 3-2 になります。よろしくお願いします。

事務局

(資料 3-1、資料 3-2 について説明)

会長

はい、ありがとうございました。先ほども言いましたように、特に今回の点でご質問があった方いらっしゃいますか。

—質問なし—

(3) 基本計画の骨子案について

会長

基本計画の骨子 (案) につきまして、資料 4 に基づいてご説明をお願いします。

事務局

(資料 4 について説明)

会長

ありがとうございました。皆様から、ご意見などがありますでしょうか。

—意見なし—

(4) 出雲の観光の課題と必要な戦略について

会長

ここで、本会議のアドバイザーである出雲市観光特別顧問 刀根 浩志様から「出雲の観光の課題と必要な戦略について」資料5講演いただきます。よろしくお願いします。

アドバイザー

私、約7年前から出雲市にお邪魔させていただいており、途中4年間、コロナがあり、中休みはありましたが、その頃からこの地域、特に山陰がどう見えているか、特に観光の面でこの地上から見るとどう見えているか、ということを少し共有していきたいと考えております。

私は日頃、経営コンサルタントをしまして、観光地においても、過去には賑わいづくりで様々な補助金を使って、どんどん活性化しましたが、最近、観光振興が地域振興に繋がっていないのではないかとこの相談が結構あります。観光業だけではなく、一般市民の方にも、「まちを観光で経営していく。自らの稼業に観光をクロスした場合、新しい価値が生まれてくるのではないかと。」ということを提唱しています。

観光経営の基本の中には、マネジメントと経済、文化、環境、最近では市民の合意が大きなテーマになっています。なので、観光の定義が変わったという話を今日はしたいと考えております。そのようなところを、20分で話します。資料はかなり割愛しますので、スクリーンの資料を見ていただければありがたいと思います。

本日の話については、各地域においてインバウンドはまだいない、そんな町もございます。それを無視して地域の観光の未来があるのかどうか、一層考えてもらうことも必要なかなというところが私の考え方でございます。

山陰の方というのは、横並びといえますか、前に出るのが苦手な方も多いようで、365の事業で100近い体験プランの案をいただいたが、「誰かがするんだったら私もします」みたいな人が多くて、今まとまっているところは20くらいしかない。

やる気に満ち溢れている人は多いが、もう少し時間がかかるというのが私の見立てでございます。私は、いつも大阪に住んでいるが、大阪人だったら全員フライングします。そこが山陰の良さでもあるかなと思います。

観光地経営の概念も今日お伝えするだけではなく、共有してもらいたいと思っています。さらに、観光DXについて。1番やりたいのは、出雲にもファンはたくさんおられるが、ファンクラブがないことです。顔が良く見えていない。そこをデジタル化で整理したいというのが観光DXの目的だと考えています。

インバウンドは約8割まで回復しています。国内では、物価高や震災などで旅行に行きたいが非常に伸び悩んでいるところが事実でございます。

一方で、旅通の方はより本物を探しに行きたい、特にインバウンドの方は体験を重視しています。過去には、温泉などが求められていたが、地域の方と交流したいというのが最近のニーズであり、地域においては対応力やもてなし人材、特にマーケティングのリーダー的存在が現在不足しています。これは出雲だけではなく全国的に不足しています。

ちなみに、「もてなす」という言葉は、持っているものを全部出して相手をするのが語源でございます。そんなかつこいい体験をしなくても、ありのままの出雲を体感してもらうというところが、これから特に求められるところではないかと考えています。

日本はかなり特殊なところがありまして、「2 年以内にまた来たい」っていう人の多い地域は世界の中であまりないです。早い人で、「半年以内にまた来ます。」という人もいて、なぜ日本が高く評価されているのか、日本人もわかっていないというところがございます。少し相手にわからないところがあつた方が魅力的ですよ。そんな風に外国人は日本を見ているのかなというのが現状です。さらに、その好奇心はもっと地方にいきたい、もっと未知な体験をしたい、心の交流がある本物の滞在をしたいというところに向かっていきます。そこにニーズがございます。私も、国から意見を求められますが、地域の皆さんは力んでかっこいい体験を作り過ぎるんです。あるがままの方が、喜んでもらえるということになかなか地域の方が気づいてくれない。取って付けたようなものではなく、日常にあるものが、来訪者に喜ばれるということにまず気が付いてもらうことが必要なのではないかと思っております。

2019 年の段階で、島根県のインバウンド数は最下位だということはご存じだと思います。私からは、これ以上上がることがないので伸びしろしかないと思う。インバウンドが必要と思うかどうかは皆さんの判断によりますが、国内のリピーターとインバウンド、個人旅行（FIT）の需要を取り込むのか無視するのかによって、山陰地域の未来は大きく変わってくる。これは間違いなく言えると思います。

地域の課題について、観光振興が地域振興に繋がっていますか、という声をよく聞きます。通過型で周遊しない。それから従来型でよく言われる団体。特に山陰地域はアクセスが悪いせいで来ないとよく言われたが、これは正直、来ないことの言い訳です。魅力があればどんなところでも行きます。そういう風に考えてもらおうと、決してアクセスが悪いから来ないということはないと判断できる。

旅行者の行動が把握できていないので、ファンはたくさんいるはずなのに、ファンクラブがない。顧客を管理できていない。地域の経済波及効果が見えていない、可視化できていない。理想に向かうノウハウをもつ観光リーダーを育ててこなかった。そのようなことが原因だと考える。プロモーションにおいても、外に丸投げのプロモーションが多かったので、ノウハウを全く地域に残していないのが、マーケティング力が低下している原因になっている。

全国の課題なのだが、若手地域事業者が参加しづらい観光促進の構造があります。観光関係の組織に地域事業者が入ってメリットがあるのか。お付き合いで入るのではなく、地域事業者の商売にメリットがあるから誘うというロジックが必要ではないかと思えます。ホテルや旅館、観光地などで、稼ぐ観光というのをあまり意識してこなかったというのがポイントであります。さらに、一般の市民の方と将来この街をどうしたいかというのを観光と紐づけて、共有してこなかった。データに基づく長期的な戦略がなかった。これが1 番の問題になるが、民間の巻き込み力が弱いこと、観光事業者だけでやっている。そうではなく、参加する価値をきちんと説明できるような体制が過去にはなかった。

まとめると、ビジョンや戦略、地域合意がないままで今までやっていたが、これからはそれらがなく巻き込み力も上がっていかない。それを克服するためには本当に皆さんの力を必要としています。単に物見遊山的な観光ではなく、地域の皆さんの日常を体験したいということなので、地域にある未来像を明確化するとともに、一般の方とも共有する

ことが、これから必要となる。

それとあわせて DX 化も含めて旅行者の利便性の向上が必要です。特にワンストップサービス。宿泊や体験、飲食の予約が現在バラバラなものが多いが、ワンストップですというのが、現在の顧客に最低限必要なサービスです。それを含め、自治体、観光協会、DMO、DMC、観光事業者、交通事業者をはじめ、一般の方に参加してもらうことがこれから最も重要なポイントになってきます。

不確実な時代に利益を残していくためには、売り上げを上げるか、コストを下げるしかないが、コストを下げるのは難しい。量より質の時代です。経営資源を集中させて、利益を獲得していくことが必要です。それも観光において、DX が必要というポイントになります。量から質の時代にするのも皆さんにご協力をしていただく必要があると思います。

観光地経営で PDCA が回らない理由は簡単でございます。データで残してこなかったからです。なので、計画をしてアクションするが、その後は経験と勘でやっていた。そのようなことでは、若い人は絶対についてこないです。なので、明日の売上げは、今日の顧客の愚痴の中にしかないです。いかに今日の顧客の愚痴を聞くか、クレームではなく愚痴をいかに聞くことができ、それをいかに明日の売れる商品に活かしていくのが重要です。

過去にインバウンド客に言われた話だが、旅行中はサービスにしかお金を払わない人もいる。たまにお土産を買うくらい。デジタルを使うと、旅マエや旅アトにもビジネスシーンが生まれます。外国人に、旅アトにお土産をネットで購入しようと思ったが、すべて日本語で購入できないということを言われたことがあった。観光と物売りが繋がるなら、より日本のものを買いたいというのが外国人観光客の考え方である。開き直りではないが、旅行中はショールームだと思い、帰ってからゆっくり買ってもらおうという考え方になりますと、農業や水産業、モノづくりの方でも、観光のプロとして経営していく価値は見いだせるのではないかと思います。そのようなことをすると、一般の方や旅行者の方もお互い高まりあう。狭い意味での観光事業者といえない方でも自分の商売に説明がつく。1 番のポイントは社員や家族にも説明しやすい。観光は色々なビジネスに関係があるから参加していると言える。そのようなことを説明するためにも論理が必要だと考えています。

現在は、インバウンドはゴールデンルートの観光客が多いですが、それは観光を再開したばかりだからです。これからはもっとリピーター増えてきて、出雲は最大のチャンスということが言えます。

今までは、地域経済波及効果もあるにはあったが、特に来訪者数、何人来たかが目的になっていた。これからは、何円お金が街に落ちたかと市民何人に満足してもらったのかが、大きなゴールイメージになっていきます。そこをクリアできれば、もっと一般の方にも参加してもらいやすいというのがポイントであります。

今回、特にお伝えしたいのは、それを執行するために 7 つの戦略があります。総合観光戦略は先ほど事務局からご説明いただきました。成長戦略もご説明いただきました。おもてなし戦略は正直、これからです。365 事業を通じて、一般の方におもてなしの協力をしてもらう。人づくり戦略も皆様にぜひご協力いただいて、「おもてなしまちづくりをもう一つの私の仕事にするんだ」と、そんな方をどう沢山作っていくかがこの戦略の柱になっ

てくるのではないかと思います。

イメージ戦略について、今までは外部に出していたところですが、トリプルメディアといわれるような多彩なメディアを使って、自分たちで販売を促進していく。マーケティング戦略も、地域の人自らが戦略のスキルを身に付けて、自分の客は自分で捕まえていく。他人に頼らないというのが観光経営の根本でございます。観光地を経営するためにどんな中核組織が必要かというところが、課題に入ってくるのですが、簡単に言うと持続可能な観光地経営の確立には、地域の一体感が重要です。皆様のご協力がない限りは実現しません。今回、共有したいポイントですし、皆さんに協力を願いたいところでございます。宿泊施設はじめ、従来の観光事業者の事業を見直していただく。特に、高付加価値化という言い方をしたりですね。生産性向上について、先ほど量から質というお話をしましたが、特に観光業におきましては、悪の「3M」というものがございます。1つ目は、シーズンのムラです。来客するシーズンにムラがあると（2つ目の）ムダな経費が掛かります。人材の確保にも苦労します。3つ目のMはムリな経営になっていきます。そのために、まずシーズンの平準化をすることが、重要なポイントになっています。365事業でも平準化して、朝も昼も夜も、これからは旬も瞬間も売っていく時代ですので、皆さんの日常の習慣にも是非お招きいただけるような、ご協力をいただければありがたいと考えているところでございます。

観光市場は、8割が日本人の国内旅行の市場です。7割という方もおられるが、残りの2割3割はインバウンドになっている。減っている8割を追い続けるのか、伸びていく3割を受け取るのか。その判断は、皆様とこれから共有していきたいと考えております。地域の身の丈に合った、観光促進の必要性があります。地域づくりのプラットフォームという言い方をしますが、大きくこの8つの必要性があります。国内旅行の市場は衰退しています。マネジメントについて、個人旅行が増えておりますので、団体旅行が多く来てくれる時代ではありません。個人の顧客ニーズにあったマネジメント、経費の負担。インバウンドを受け入れましようと言っても、案内一つにしても、皆さんが目の前に見ている看板を全部英語表記にしないといけない、そんな大きな予算も含みます。そのようなことを含めて、8つのことが必要になってきます。

最後になりますが、観光全体の収益。先ほど事務局からお話がありましたけれども、観光振興の時代から地域で稼ぐ、そんな観光地経営の時代になっています。さらに、顧客データと街の在庫と言いますが、例えば、今日、仮に出雲市全体のホテルの平均稼働率が50%とします。そうしますと来年も50%になる確率が高い。50%空いているんだったら、皆で大きなMICE・国際会議を呼び込むなど、街全体で戦略を練れます。そうやって、街在庫を管理していくためにも、デジタルプラットフォーム、組織化が必要ということです。そういうことをしていくのが、旅マエ・旅ナカ・旅アトをシームレスでつなぐ、そんなプラットフォームですが、p.14の青いところが今までアナログで既にやってきたこと、これからデジタルで必要となるのは、ピンクと赤いところ。これがうまく進めば、旅行者からしますと、いつも旅の気分で出雲のことが頭に残る。毎日出雲に行くことはできないんですけども、常に出雲のことを意識しながら、消費もしてくれる、そんなファンを作っていく必要があります。

p. 15 は理想とする組織、推進母体とするイメージを絵にしたものですが、わかりやすくするためにはっきり申しあげますが、官と民の間には1つの壁があります。あつて当然なんです。といいますのも、官は公益性、公平性を持っていますね。でも、民間は収益性とスピード感を持ちます。現在の観光振興につきましては、観光事業者が主になって、観光協会と観光行政、自治体の他の方もやっているんですが、これから求められるのは、皆さんとどう連携するかです。そこで必要となるのは、より民間に近い観光地経営の組織です。これを観光協会にもやってほしいですし、地元商工会など、皆さんを支援されているような団体や金融機関などが支えてくれますと、観光地経営の組織がうまく進むというのがポイントです。観光サービスに適した人材と観光地経営に適した人材とは少し特技が違います。そういった人たちをどううまく育てていくかが、これからの課題になってきます。

まとめです。町の賑わいというのを今までやってきましたが、これからは出雲力アップです。それから町の課題解決のそのエンジンとするということで、皆さんはですね、観光プロ×クリエイターと私は呼んでいるんですが、ぜひ皆さんのご本業と観光を掛け算していただいて、何かメリットがありましたら知恵と力を貸していただきたいなと考えているところです。

最後ですが、組織を変える前に、市民、それから観光事業者の意識を変えることが最も重要というのが、今日お伝えしたかったポイントでございます。

ご清聴ありがとうございました。

会長

大変ありがとうございました。

(5) 意見交換「出雲の観光の課題と目指す姿、必要な取組について」

会長

事前に皆様から質問をいただいております。皆様からご意見をいただく前に、事務局の方から説明をいただきたいと思います。

事務局

お忙しい中、事前の意見をいただきました皆様におかれましては、本当にありがとうございました。委員限りの資料として今回配布させていただいておりますけれども、テーマごとにまとめた方が分かりやすいということで、事務局で勝手に整理したものでございますので、分類などは、参考までにご確認いただき、資料を参照しながら今後の意見交換を進めていただければと思います。半数程度の方に提出していただいておりますので、今回の今までの説明等を踏まえて、改めてご意見ということで皆様方からいただければいいかな、と思っております。

なお1点だけ、委員にご就任いただくことになっていたんですけれども、ご都合によってどうしても参加できなかった方につきまして意見をいただいておりますので、そちらについても資料に提示させていただいております。

会長

ありがとうございました。これからの意見交換でございますけれども、今の事務局の資料に基づきまして、そして、アドバイザーからもお話いただきました。皆様の立場で、それぞれの問題点だったり、ご意見など、そういったものでも結構でございますので、全員の方にご意見いただきたいと思います。

A 委員

先ほどの市の説明、またアドバイザーの話を聞きまして、奉仕するところが神社というところで、日本の文化の中核にいるような感じですが、そういったところで、今、インバウンドの外国の方、たくさんお越しになっています。コロナ前は中国の方とか韓国の方の割合は非常に高かったです。それが今は、コロナが明けて、この時期考えますと、中国や韓国に限らず、イギリス、フランス、ロシアというのもありますけれど、多様な国からお越しになる。そういったところで、正直言って、出雲の国が本当にインバウンドを必要としているのかっていうのが私は1番の疑問です。

必要としているなら必要としているで、それだけの体制を取らないと、これは本当に悪い情報を出してしまう。思い入れがないインバウンドになってしまう。何が言いたかったかというと、先ほどの説明の中に数字もありました。市内で一体何人が宿泊できるのか。宿泊施設がどのくらいあるのかっていうのがありますけれども、その中でインバウンドに対応している宿泊施設が一体どこにあるのか、それもわからないのにインバウンドと騒いでいても、逆にお越しになる方に対しては不適切かなと思います。神社の中でも本殿の説明など、あらゆる説明について、英語、韓国語、フランス語、そういった必要な解説ができるような体制をとりますけれども、実際それが、1人1人に説明できるのか、それが喜ばれているのかということは分かりません。本当にインバウンドと騒ぐ必要はあるのか。今、アドバイザーの話にもありましたけど、インバウンドの割合と国内の観光の割合、

国内をおろそかにしてインバウンドと騒いでいるだけじゃないのかと私は思います。インバウンドが本当に必要なのか、必要ならばそれだけの体制が取られているのかというところ。

出雲ファンというお話がありましたけれども、それが一番私は気がかりで、出雲人は田舎の人間が多い。田舎の人間が地元のこともわかっていないのに、観光客の相手なんかできるかという方が多い。ならば、出雲人が出雲を楽しんでいないからだと思う。もっと出雲に住む人間が出雲を楽しく過ごさないと、逆に楽しくて仕方ないよというようなことがニュースになれば、これが自ずから目を引くんじゃないか。そういう中でも、出雲は特殊なところで、ある企業さんのお陰なのか、私が住んでいるのは出雲の塩冶ですけれども、外国の方がたくさんいらっしゃいます。お仕事で来ていらっしゃる方だから、それは生活の経営を成り立たせるためにお住まいになっているんですけど、そういう方々と一緒にその町内で市民が楽しい時間を過ごしているなら、その方々がもし、国に帰られ、友達に「出雲はこういうところなんだよ。1回来てみたら」と、というような情報の発信源になるんじゃないか。出雲市内で出雲を盛り上げていけば、出雲の人間が出雲で楽しく過ごせば、自ずから、情報が外へ発信される。そういう発信源として市役所の皆さんにも頑張っていたきたいと思いますけれども、まずは出雲の中で楽しまないと人も出雲に来たいと思わないんじゃないかなというのが今の私の考えです。

会長

ありがとうございます。本当におっしゃることよく分かります。地域づくりも本当に大事だなと思います。意見につきましては、色々と反映させていこうということになります。続きまして、B委員お願いします。

B委員

あまりこういった大きな会議に参加することはないので、今日は上手にお話できるかは分かりませんが、アドバイザーのお話の中で、「もてなす」という言葉がすごく心に残りまして、持っているものをすべて出すという風にお伺いしました。私自身は県外出身でして、出雲に住んで約15年が経ちます。すごく出雲が好きでして、海があり、山があり、食べ物もおいしくて、魚もおいしくて、お酒もおいしいですけども、お野菜についても、本当に食べ物から観光資源から、いろんなものがたくさんあって、すごく大好きです。

弊社は、お酒を造っているというところで、製造業というところでもありつつ、観光客の方もたくさんいらっしゃったり、もちろん弊社の商品を知っていて弊社に来てくださる方もたくさんいらっしゃるんですけども、出雲のことを知らない方と接することはたくさんあります。弊社では、そのおもてなしというところでは本当に、お酒の説明はもちろんするんですけども、観光客の方とお話させていただく中で本当にお酒だけじゃなくて、出雲のこと、いろんなこととお話しさせていただいて、「この後時間が少しあるんです」「飲食店を探しているんです」「電車の時間まで少し時間があって、どこか行けるとこないですか」とたくさん話をさせていただいております。ご紹介できるところとか、観光の縁がつながって、いろんなところにご案内する機会をいただいておりますので、弊社だけというよりは、出雲にはたくさん良いところがありますので、各社同士が連携を

して、縁がつながっていくような形が、お客様のリピートにもつながりますし、出張で来られる方もいるので、ご家族を連れてきたいなと思ってくれる機会がまた増えると、すごくいいことだなと思います。

おもてなしというところでは、すごくたくさんお客様と話をさせていただく機会があって、「去年も来たんです」「毎年来てるんです」っていう方もたくさんいらっしゃるって、すごくリピートしてくださる方もたくさんいらっしゃるんだなというところで、そういう方々が増えていくことが観光の良いサイクルになっていくのかなと考えます。

先ほど出雲の市民も巻き込んでということをおっしゃっていたんですけれども、日の沈む聖地出雲というところでも、私も最近はずごく夕日がきれいだなと帰りに実感しているんですけれども、本当にこういったところを、例えば市民の皆さんからの情報として、出雲のいいところコンテストじゃないですけども、そういったところも SNS で、「Izumo365」をよく拝見しておりますけれども、そちらに、どんどん投稿していただいて、さらにいろんな情報が拡散されていくのかな、というのは感じました。

会長

ありがとうございます。続きまして、C 委員お願いいたします。

C 委員

私は出雲民藝協会にも携わっています。出雲民藝協会は全国にあるんですけれども、出雲民藝協会は日本ではおそらく 2 番目に多い民藝協会という扱いになっております。東京や関東におられる方も出雲民藝協会の会員になってくださっております。東京におられるけれども、出雲を思ってもらえる会員組織を目指しております。出雲には民藝館もございまして、民藝館の経営が厳しいのもあって、その会員になってくださった方の会費約 1,000 円を出雲民藝館の運営のお金に充当しているというところもございます。残念ながら、インバウンドの方が民藝館に来られるっていうのは、非常に少ないのも現実で、同時に、出西窯に来られる外国人観光客というのは、1%あるかないかというのが現実だと思います。

決して軽んじているわけではなく、外国語の能力というのが、スタッフの中でも厳しいのが現実で、パートで 1 人フランスに在住したことがある人がおりますので、その人が来られた時にはフランス語で説明をしてはいるんですけれども、スタッフ全員がというのは非常に厳しいところかもしれません。A 委員が言われておられたように、まず日本人を最優先していく流れが充実していけば、ロコミ等々で外国人の観光客も同時に引っ張ってこれるんじゃないかなと思います。

以前、出雲大社周辺で蕎麦の修行をしておられた友人が、東京の築地で蕎麦屋を 20、30 年やっております、出雲で蕎麦を勉強したということもあり、お料理も出雲のものがかなり多いお店なんです。出雲に旅行するときには、ここと、ここは入った方がいいという風に仕込みをしてくれて、出西窯にも来てくれるし、民藝館にも行ってくれるような流れがございます。彼が年に 1 度は、友達と出雲に旅行をしてくれる時に、「出雲はもともと良いのは当然だけど、外国の方が少ないからすごく楽なんだよね」というのを言ってくれます。もっと出雲の PR を日本人向けにどんどんやっていけば、おそらくそのうち外

国の人が後ろからついてくれるんじゃないかなって言うことは言っていましたので、A 委員が言っていたように、まず、インバウンド最優先というよりも、日本に向けての PR をやっていけば、必ず引っ張ってくるのは外国のインバウンドの方ではないのかなと思っています。今、おそらく出雲にある民藝っていうのは、出雲の方はご存じじゃないかもしれませんが、島根は民藝の聖地といわれるのも現実で、他はあんまりないんですよ。今も作っている作り手がこれだけいて、前からあるものも実はあって、それを引っ張ってくる力っていうのは、その民藝っていうのは今、非常に日本中で民藝がブームになっておりますから、それも 1 つのコンテンツかなとは思っておりますので、そういうことを含めてこの会議で進めていけばよいのかなと思っています。

会長

ありがとうございました。大変申し訳ございません。時間の関係がございますので、2 分程度でまとめていただくと大変喜びます。よろしくお願いいたします。

D 委員

アドバイザーからヒントをいただきましたが、私もちょうど農業を 50 年ほどしております、そして常勤で組合に入りました。その間に農業に関連したいろんなことをしてきました。直売所をしたり、収穫体験、ブドウ狩りですね、民泊していただいて、そのコースを味わってもら、その通りのことをしてきてすごく良かったなど、たくさんの方にきていただきました。それは、やっぱり口コミだったり、たくさん仲間や知り合いができました。それにはほんと大変な思いでしたが、すごく楽しくできたなっていうことを、今それを糧に、今度は組合の方で職員は 800 人、1,000 人近くいますので、地域で、組合員さんを交えて、地域でもっと農業の活性化も、いろんな種類のものを生産していきますので、それこそ県外だったり、もちろん地元でも使ったり、そして PR をしなければならんと思っています。それで、またいろんな人との出会いで、アドバイザーが言われたように、民泊だったり、自然体の家の生活している受け入れなどをしていければと思っています。早速ですが、明日は大阪の方にブドウのトップセールスをしてくることになっております。また今後よろしくお願いいたします。

会長

ありがとうございました。E 委員お願いします。

E 委員

私は横浜から参りました。アドバイザーのお話で、愛着とファンを作って、そこから展開していくという部分と、今のことを少しだけ話させてください。

最初来ました時、当然出雲が好きでもなく嫌いでもなく、家族がいるだけでしたので、まったく思い入れがないと言ったらドライなんです、そのような気もしておりましたけれども、好きになるにはやはり色々相手のことを知る、出雲のことを知るということで自分も励んできたつもりであります。

その中で、たくさんいいことに出会って、いい場所なんだなと思って、今日、日本でも稀有な素晴らしい場所ではないかと思って誇りに思っているわけです。その一方で、私も

観光事業者としていろいろな方と交流する中で、私も含めて意外といろいろ知らない。知らないというのは、観光地であったり、もちろん宿泊施設も含めてお互い牽制している部分もあったりして、知らないで、様々な研修制度等もあって知る機会もあるんですけども、なかなか具体的に現場のスタッフが来たりする機会もないのではないかと感じております。

そういった中で、アドバイザーのヒントがありましたけれども、地域の方や住民の方を巻き込んで、一緒に地域経営していくというところが 1 つの展開の形かなと感じておりました。

また一方、インバウンドに関しては、小さな宿の感想として、受け止めていただきたいのですが、当館においては、国の施策や世界的な流れからしても、インバウンドの受け入れというのが必須条件だと考えておりますけれども、あえてインバウンドに大きく舵を切らずとも、先ほど委員の方々からもたくさんありましたけれども、国内の方を大切にもてなすというのも 1 つの施策なのではないかなと感じております。

実際大きな視点でインバウンドが必要かと思いますので、いろいろな方向を探りながら、私も少しながらご協力ができればいいなと思って参加しております。よろしくお願いいたします。

会長

ありがとうございます。F 委員お願いします。

F 委員

出雲ホテル連絡協議会は、出雲市にある 11 の宿泊施設で会を作っていて、話し合いをしたり、色々させていただいている会でございますが、私が勤務しているホテルでは、宿泊が 84 万人ということで、去年過去最高ということでございましたけど、今年はそれよりもペースが速いということで、それを超えるんじゃないかというところでございます。

宿泊の大半はビジネスです。実際はビジネスが 5 割で、あと 4 割くらいが観光、1 割がコンベンションといいますか、スポーツ大会ですとか、例えば最近あったのが島根県の総体で、高校生が隠岐の島や石見から泊まるとか、出雲市内のドームや体育館である大会のコンベンション、そういうイメージで括り分けしてるわけなんです。去年と比べて、コロナが 5 類になった以降、宿泊がすごく伸びました。去年は全国旅行支援というものがあったわけですけど、それよりも今年は稼働率が多いです。資料にホテルの稼働率は 65% ぐらいでしたが、大体出雲市の協議会のホテルでは大体 82% とか 85% ぐらいの稼働率があるかなと思います。特に 5 月、8 月、10 月、11 月というのは確かに多い月であるかなと感じております。

団体が少なくなって個人旅行が多くなった。いわゆるご年配のご夫婦さんですとか、家族などそういったイメージです。その方が出雲大社にももちろん行かれてあとどこに行かれるかというところなんですけど、意外とですね夜間にいわゆる商業施設に行かれるんですよ。ショッピングセンターに行って買物をするという傾向があるのが、現状かなと感じております。

インバウンドについて、5月25日にベトナムからのチャーター便が出雲空港に入られて、当ホテルも42名宿泊されました。宿泊された後、すぐ行かれたのがコンビニとショッピングセンターにほとんどの方が行っておられました。ベトナムの方はすごくマナーが良くて、すごく気持ちよく見送りもしたんですけど、国によってはマナーが悪いといえますか、そういった国もあるんですが、先程お話にもありましたように、インバウンドをしなくても結局ビジネスとか観光、日本の全国から来られるからそこまでしなくてもいいんじゃないか、という意見は確かにあります。ただ国とか島根県が推している以上、協力していかないといけないかなと思うんですけど、とにかく宿泊が非常に潤っているところをお伝えして、終わりたいと思います。

会長

ありがとうございました。続きまして、G委員お願いします。

G委員

観光地経営という話を伺っていて、私も小さな地域でマイクロDMOでもないけれども、そんな風に観光地経営を日々苦しみながらやっています。

やっぱり出雲大社以外の周辺観光地では観光に特化した店舗はなかなか生き残りにくい。もともとの自分の事業を持ちながら、観光客の相手もしていくってような両立が必要になっていく。その時にその事業者それぞれの事情があって、従業員数がどれくらいとか、観光客相手のものがどれぐらいの割合にあるのかとか、事業者ごとの事情を分かたうえて、その店舗が持続可能になるような観光客相手の提案をしていかないと、続いていけないということは日々感じています。

観光地経営の組織を育てていくということは、ものすごく必要なこと。そして、すごく難しいことに取り組もうとしているというような気がしています。

それから、インバウンドに関しての話が今、出ているんですけども、私自身の感覚では、外国人と日本人、そんなに違っているとは感じてなくて、普通の日常的な会話については、身振り手振りでも全然伝わるし、アプリとかもあれば、もう少し深いところまで話ができます。お泊りになった方にも教えてあげれば、炊飯器でご飯が炊けるし、しじみの味噌汁を作って食べることでできます。来られた方がコンビニに行かれるっていうのは、周りを教えてあげていないからだと思うんです。ショッピングセンターしか行くところがない、コンビニしか行けないっていうのは。受けた人が、「こういうところがありますよ」「コンビニで買ってご飯を食べるんだったら、近くの居酒屋に一緒に行きませんか。注文までは私がしますよ」、それで食べていただくっていうような、割と細かなことをしてあげることで、外国人の方の満足度が上がっていくんだと思います。富裕層といわれる、1回の旅行で100万円以上を消費するような、そういう方々が泊まる場所というのは、正直、出雲にはそんなにないのかもわからないと感じています。広さとか設備とか、そういったものが、そういう方々に満足していただけるものなのかっていうのは少し疑問があるかなと感じています。だけど、今はそういうお金持ちだけが海外旅行をする時代では全然ないので、外国人がいっぱいお金を使うっていう感覚ではなくて、外国人の方もすごく節約した旅行をしていらっしゃるなっていうのをすごく感じます。でも、もう少し価値

を感じられたんだったら、もう少し買っていただけるっていう感覚は、もう一回来れないなっていう感覚もあるかわからないけども、買っていただけるなっていう感じがしています。インバウンドが必要とか必要じゃないっていう、そういう議論ではないのかなっていうような気がします。外国人の方が来られると、地域のおばあちゃんが、「なんか外国人の方が来るとるけど、どこから来られた」「フランスから来られたよ」と言ったら、「木綿街道にもそんな人が来るようになったね」と、喜ばれたりとか、連れて行った居酒屋の女将さんが、「すごくよかった。楽しい夜だったよ」と、言ってくださるとか、売り上げは日本人が来たものと変わらないかもしれないけども、地域の人が、喜んだり、また頑張ろうかなと思うような、そういうような地域の誇りとか、そういうことが醸成されるっていうことが、インバウンドに取り組んでいく意義の一つではないのかなと思います。

もう一点、街歩きの観光の充実っていうのを考えていただけたらなと思っていて、やっぱり街を歩くっていうことはどの年齢層でも需要がある項目だと思います。田舎であっても都市であっても、特に木綿街道みたいな歴史的なものがある場所じゃなくても、街を歩くっていうことはいろんな発見があってすごく楽しい。デートするのにも手をつないで街を歩く。途中で見つけたカフェに入ってみるとか、一つの観光施設に行って、30分なり1時間と時間を過ごすよりも、町を何人かで歩いて、色々話しながら2時間、3時間過ごせる。その中に何か楽しいお店があったりとか、体験するところがあったりとか、そういう観光で滞在時間を延ばして、出雲での宿泊も沢山になるっていう方向性を考えていただけないかなっていうような気がしています。

会長

ありがとうございました。続きまして、H委員お願いします。

H委員

失礼いたします。私も県外出身で、10年ほど東京にいまして、その後7年ほど京都に住んでおりました。出雲市の方に8年目になります。よそ者と思っております、せっかくですので、よそ者の意見として聞いていただければと思います。私はA委員がおっしゃるように本当に日本人に向けてといいますか、出雲にしかないものを大切にするっていうのが大事かなと思っています。旅行業を今まさに、形骸化していかない方向で、出雲にしかないものを大切にしていった方がいいかなと思います。なぜかと言いますと私やっぱり出雲市外のですね、市外というか県外の友達などにもお土産などを送るときによく聞かれるのが、「これって東京には売ってないよね」というのを聞かれるんです。8年出雲に住んでいますけど、大社の周りがすごく変わってきたなという感じがしていて、私はそれがすごくもったいないなと感じました。若い方を取り入れたりするためにも、華やかであったりとか、道の歩きやすさであったりとかは大切なものかもしれないですけども、そこにしかないものを苦勞して訪れるっていうのはすごく記憶に残るもので、それを大切な思い出として持ってらっしゃる方もたくさんいると思います。本当に媚びることない旅行政策というものをさせていただきたいなと思います。

出雲に住んでいる方たちが楽しめるっていうのは本当に大事だなと思っていまして、私も休みの日に出雲市街でちょっとご飯食べに行こうと出かけると、どこでご飯食べよ

うとなるんですよ。誇れる飲食店が少ない。歩いて行ける距離にお店がある方もいらっしゃると思うんですけども、旅行客であったりとか、遠くから来ている方って大体、車で移動されたりして飲む場所もなければ、車が停められる場所にあるようなお店が見つけられないってということで、無難なチェーン店だったりとかで、ご飯を食べられる方が多いのかなと思いました。

アーティストをイベント等でお招きすることもあるんですけども、ホテルもですね。多分、駅伝の時期で、ほとんどのホテルが埋まっていて駅近の細長いビル、カプセルホテルといわれるような狭い空間が4万円したんですよ。4万円払ってアーティストの方にここに泊まらせて、びっくりしてしまって、結局ホテルは取れなかったのものでそちらの方に泊まらせていただくしかなかったんですけども、出雲の適正価格みたいな一律にする必要があったりするのかもしれないですけども、ちょっといかがなものかと。初めて来られた方がもしその季節に、その宿泊の金額で泊まられて、もう一回出雲に来るかって言ったら絶対来ないですよ。高い金払ってこんな狭い部屋に入れられるとか、そういう思い出とか、車のニーズについても、交通が不便であれば、車等の移動が必要になると思いますので、そういったものが安価になるといいのかなと思いました。

お土産もちょっと魅力を感じてなくて、お土産が絶対に魅力的じゃなくてもいいと思うんですよ。その地域がすごく良ければ、高くても安くても何か欲しいと思って買って帰られる方はいらっしゃると思う。ただそのお土産が適正な価格であることがやっぱり大事だなと思っていて、高ければやっぱり質の良いものを、安ければ安いなりに良いものっていうのが大事かなと思っています。何でも数があればいいってわけじゃなくてそういったものを厳選して、本当に質の高い出雲というものを作っていくべきかなと思いました。

あと、発信とかデザインについても、いろいろと言いたいことはあるんですけども、失礼いたします。ありがとうございました。

会長

ありがとうございました。続きまして、I 委員お願いします。

I 委員

島根ワイナリーができて、今年で39年です。皆さんご存じかと思いますが、たぶんですね、日本の中で一番来訪者が多いワイナリーとして、正式な発表はないんですけど、たぶん多いと思います。

現状はコロナ以降減っていますけど、たぶんトップクラスであると思っています。もちろんこれは、弊社の力というよりも、出雲大社のお客様や参拝のお客様がついでに寄ってもらう施設としてですね、立地条件が良かったということが原因です。それに関しては、先ほど出雲市の資料の中にあったように、団体が減って、個人のお客さん増える、また観光の業態も変わってですね、非常にワイナリーは現状厳しい状況を迎えておりますので、この会議でいろんな点で、得られるものがあれば得て、新しい方向へ向かっていく必要があると思っています。

インバウンドに今向かっていくコストが見合うのかって言われると、弊社としては疑

間がある。今回もベトナム、台湾、韓国に行って集客のために宣伝してほしいという話はいただいております。それを支払って利益を得るのに何年かかっているのか、全然見えていない。

弊社は、宿泊施設はございません。基本的には無料の試飲を出してですね、飲んでいただいて、良かったら買っていただく。あるいは、出雲近辺、島根県内の特産品を販売して、買っていただいて初めてお金が落ちるレベルです。その中で10万、20万、30万払って、外国に行って、いつ来るかわからない。特に直行便があつて、毎日来ているわけでもない。1回、2回来てもらうためにそんなにお金をかけてどうするのかという問題が出てきているわけです。

中でも特に、レジですね。免税について、弊社もやっております。ほとんど利用がございません。そんな中で、これ以上インバウンドに向かって、一施設が動いていけるか、見合うものがあればやっていきますけど、今すぐ始めたら儲けが出るのか。なかなか難しいものになっています。それを何とかしていただくのは、出雲市であったり、行政の力だと思っております。それに期待したい部分もございます。

もう一点、インバウンドの危うさですね。コロナになって一番先に減ったのはインバウンドです。今、戦争もやっていますよね。政情不安定で来られないことがあります。政治的な問題で来ない。その時にどうするんですか。インバウンドだけ頼って。その辺はしっかり考えて、皆様で話し合っていただければと思います。いらっしゃるお客様はみんな大切にする。国内客を大切にする。この気持ちがあつてプラスでインバウンド。こっちに向かう方が現状ではいいのではないかと思います。もちろん私、個人の考えですので、インバウンドの危うさ。それを頭に入れていく必要があるんじゃないかなと、私は感じています。

会長

ありがとうございました。この時点で終了時間が延びることにお詫びを申しあげながら、続いて、J委員をお願いします。

J委員

ご指示の通りでコンパクトにまとめていきたいと思いますが、交通事業者の立場として観光との兼ね合いをちょっとお話をさせていただきます。

一畑電車は、出雲市から松江方面に向かってと、出雲大社の足元近くまで大社線で結ばさせていただいております。コロナ禍前の年間利用者数約145万人ございましたけれども、実はお客様の数から申し上げますと、定期券のご利用のお客様、地元のお客様ですね。こちらが6割。定期券以外でご利用いただいているお客様、いわゆる切符をご購入いただいてご乗車いただいているお客様が、4割という人数比ではあるんですけども、これが収入となりますと、定期券割引販売の方で定期券を買っていただいていますので、収入がありますと定期券の方が4割になりまして、定期券以外、切符を買っていただいたお客様が6割。その6割のうちのほぼ80%、総数でいうと収入の半分近くが実は観光のお客様という形になっております。実は地元の足として我々事業を継続していくにあたりまして、観光のお客様は必須なものという状況になっているというところでございます。そうい

う背景もありまして、私どもやはり、観光のお客様をしっかりと取り込む形で、地元の人の皆さんの足を残していくという考え方で、事業に立ち向かっていかなければいけない状況ではございます。

ただ、私ども交通事業者ですので、自治体の会議に関しては、当然、交通政策の会議体にも参加させていただいています。バスの問題ですとか、地方の二次交通、我々以外のバス事業者やタクシー事業者の話が出てくるんですけれども、そこでやっぱりこの話をさせていただくんですよ。「地元の足を残すために観光客の取り込みを」というふうに会議体でお話をさせていただくんですけれども、地元の皆さんしか参加していない会議であると、そこだけ欠落した話が出てきます。今回こういう形で文化的な背景をお持ちの委員の皆様、いわゆる事業者、産業としていろんなものを製造されている皆様ですとか、いろんな方が集まる。その中で会議体を起こすとなると、いろんな話が出るのではないかと改めて考えさせていただいているところでございます。この会議体いろんな方と繋がりながら、色々ご意見を当然聞かせていただきながら、あるいは私の方からもいろいろ発信させていただきながら、何か積み上げていければと思っております。

他方ですね。裏を返しますと、申し訳ないんですけれども自治体の皆様にも、実は各産業からこの会議体にご参加してもよいのかなと。今、たぶん自治体は出雲市から観光に関連した関係者の皆様しかご出席されていないような気がしますので、例えばそういう方々が会議体に参画することで、より違うものが生み出せるのではないかとも思いました。交通系の会議の文句を言っているわけではないんですけれども、そこでもそういうことを感じましたので、意見としてお話をさせていただいた次第でございます。これから引き続き、皆さんどうぞよろしくお願いいたします。

会長

ありがとうございました。続きまして、K 委員お願いします。

K 委員

出雲市議会環境経済委員会につきましては、今までもいろいろ課題とか提案の整理もしておりますし、今日、説明があったことにつきましても今後、委員会の中で議論するようになるかと思っております。

時間がないので、一点だけお話をさせていただきたいのは、私は以前から観光に関しては食というのが非常に重要だと思っております、最近聞いた話なんですけれども、今やっている出雲大社の周辺では宿泊施設が徐々に増えつつあると。ただ、食事付きの高級なホテルとか、そういったものが多くて、例えば素泊まりのホテルに泊まれるような方が夕食の提供施設が少ないという話を聞いております。逆に、出雲市駅周辺はお昼を食べるところが少ないと聞いて感じているんですけれども、実際にその辺がどうなのかというのはもう少し分析をしないといけないと思っているんですけれども、できれば今後そういったものを十分分析していただいて、必要な政策として打ち出す必要があればそういったことも検討していただけたらと思っております。

会長

ありがとうございました。L 委員お願いします。

L 委員

昨年、今年と設置されております出雲市議会観光戦略推進特別委員会は、観光に特化した特別委員会でございますので、いろいろと情報収集をしたり各地に出かけて、先進事例などの調査をさせていただいて、今後、出雲市に対しての提言をまとめていこうという動きをしているところでございます。そうやって先進地に出かけていきまして感じたところを何点かお話させていただきたいんですけども。

1つは、こうやって今日もいろいろな立場の方がお集まりいただいて、会議をしているわけですけど、観光に携わる組織っていうのは非常に多いと思います。そういったことにに関して、あるところで教えていただいたのは、まず漏れがないように施策を打っていくということと、重なりをできるだけ無くす。要は無駄を無くしていくように、コントロールしていかないといけないということを教わりました。それが非常に必要になる。そのためには、何らかの組織が必要であろうということでございます。

もう1つは、観光施策をやっていくには、お金が必要でありまして、その何らかの組織が独自の財源を持つということは非常に大切なことではないのかなと思っています。そういったことから、例えば駐車場収入であるとか、入湯税というのは取っておりますけれども、それ以外にも財源を求めていくっていうことは必要であろう。それらを使って、渋滞対策というのをしっかりやっていく。それによって満足度を上げて好循環が生んでいく。そのために財源確保っていうのは非常に必要だろう。

最後に申しあげたいのは、もう各地で実践をされておりましたが、データをしっかりとるということ。そして、それを分析して施策に生かしていく。その仕組みをしっかりと構築していくっていうのが必要であろうということで、現在、簡単ですけども、そういった点を思いながら、取りまとめに向かっているところでございます。

会長

ありがとうございました。続いて、M 委員お願いします。

M 委員

観光という部分は少し難しいんですけども、平田地域の伊野地区では、インバウンドでもないですが、国外、あるいは県外の人たちの交流なんかもありますので、参考になればなという風に聞いていただければと思います。年一回、国際交流の人たちもおりまして、国際ワークキャンプというのを実施しています。これは、1週間から10日、外国の方、あるいは県外の方から来ていただいて、1週間地元張り付いて一緒に、重労働ではないんですけど、交流しながらボランティアしてもらうというような格好です。具体的に言いますと、地域の人たちの家に行って、庭の掃除や話し相手になるとか、子供たちと交流してそれぞれの国の遊びをしたり、あるいはテントを張ってキャンプをしたりするんですが、たまに、障子の張り替えをすると、皆さん生き生きとして感激されます。反対に向こうからは、キャンプをした後で、朝だからラジオ体操をしようという話になって、ラジオ体操の音楽をかけると、日本の子供たちは揃ってラジオ体操をやるんですよ。それを見ている外国の方が、なぜみんな揃ってできるのかと言われます。学校で常にラジオ体操をやっているから。外国はそういうのがないみたいです。そういった違いなんかも気が付くよ

うなこともあります。例えば、色々やっていくうちに、スペインから来た人と仲良くなった人がいるんですよ。スペインから来た人も、日本の漫画などに興味があり、日本語がペラペラなんですね。そういったこともあって、向こうに行ったことがある人がいました。そういった格好で、外から来られた方と繋がるケースもあるのかなと思って、こういうケースもあるということだけご紹介して終わりたいと思います。

会長

ありがとうございます。各自治会にご迷惑をおかけするかと思いますので、その点もまたご指摘いただければと思います。

N 委員お願いします。

N 委員

今日は、まず出雲市から様々な分析をなさって貴重な資料をいただいたこと、また関係の皆様のご意見をいただいて、非常に勉強になったなと感じております。こうした観光の関連の会議に、よく出席をさせていただいているんですけれども、他の会議と違ったなと思っておりますのは、インバウンドに対する考え方のところでございます。私はインバウンドを推進する立場にありまして、どの会議に行っても、なんで島根県は、全国最下位の外国人観光客なんだと常々言われております。今日は逆のこと、インバウンドはそこまで力を入れなくてもという意見もあったりですね、こういったことをなかなかこういう場で、本音で言ってくれる方も、もしかしたら皆さん、インバウンドというのは全国の流れでございまして、外国人観光客を増やさなければという周りのご意見とか、そういった中で、自分の意見は殺しながら、やっていかないといけないと言ってくれることもあるのかなと思っていました。外国人観光客に対しての捉え方というか、率直なご意見をお聞きできてよかったなと感じております。

今はもうあまり言わなくなりましたが、田舎ツーリズムというのがございまして、島根の田舎に民泊で泊まってもらおうという企画があり、観光ではないんですけれども、地域振興の関係。その時の体験が観光に対する思いの私の原点でございまして。田舎で何もないご自宅に泊まっていただくということ。ただですね、泊めてもらう民家の方が、自分のところには何もないと思っていらっしゃるんです。これは、島根県の方がよく言われる言葉なんですけれども、ただ泊められると、ここがいい、あそこがいい、この家はここが素晴らしいとか、他の家の良いところをいつてくださる。人が外から来てくださるということをですね、自分たちが気づいていない良さ魅力を住んでいる人に分からせていただくということはあるかと思っております。そういうことでですね、住んでいらっしゃる方も「じゃあもっとよくしよう」「こんなに喜んでもらえるなら、もっと喜んでもらえるようにしよう」と自信も生まれますし、地域が元気になっていくという様子を見ております。

今、観光の流れもアドバイザーからもご説明があったように大きく変わりつつありまして、主だった観光地だけを見て歩くというようなものではなくなってきております。交流をしたり、その地域に根差したものを体感して、そこが喜びになるというようなところに流れが随分そっちの方に行っている中ですね、観光客の方に来ていただくというのは、

自分たちの良さを見つけるきっかけになると思っております。

外国人の方はどう思っているのかという事です。実は日本人以上に日本にしかないものとか日本に残されたものに関して、敏感に反応してくださる方がたくさんいます。今、日本、ここ出雲もそうですし、島根県全体ですね。出雲大社のように、しっかりしたものは未来永劫残されていくものだと思っておりますけれども、もう少し小さい規模の各地域に価値のあるものが、少しずつ失われていく、そういう状況にもあるように思っております。そういったところに、本当に価値があることで魅力があるといわれ、訪れていただけると、我々もそうですし、地元の方にも魅力に気づいていただけるというようなことに繋がっていくと私は捉えております。外国人も大切ということをお願いするという訳ではないんですけれども、そういった観点も含めながら、お客様に来ていただいて、地元の人がいかに幸せを感じていただけるか、豊かになっていただければと思っておりますので、引き続きですね、皆様のご意見を頂戴しながら、より良い方向に進めていければと思います。よく考えて、続けていけるようにしていきたいと思っております。引き続きよろしくお願い致します。

会長

ありがとうございました。まだまだ言いたいことたくさんあると思います。そういったものは、また事務局の方へ直接いただいて結構だと思います。

ご協力ありがとうございました。事務局にマイクをお返しいたします。

事務局

会長、委員のみなさまありがとうございました。

7. その他

事務局

出雲市観光戦略会議設置要綱の改正についてご説明します。要綱の改正案と新旧対照表をご覧ください。

現在の要綱は前回平成 21 年時点の内容となっているため、会議の冒頭でお諮りした、会議の進め方等を踏まえた改正を今回行います。

まず第 1 条についてですが、観光交流人口 1,000 万人については、既に実現をしておりますので、これを削除します。

次に、第 8 条ですが、地域事情に精通する者からの意見を求め、協力を求めることができる規定を新たに設けて、先ほど方針決定いただいた地域戦略会議の根拠規定とします。

第 7 条については、これに伴い条文の文言を整理するものです。第 9 条については、委員の謝金について、また、制定附則の第 2 項の経過措置では、会議の招集について条文の整理を行っておりますのでご確認ください。

出雲市観光戦略会議設置要綱につきまして、ご意見やご異議はありませんか。ご異議がなければ、市で改正手続きを進めさせていただきます。

その他、全体を通して、何かご発言はございませんでしょうか。

—質疑なし—

8. 閉会

事務局

以上を持ちまして、本日の会議を終了いたします。

ありがとうございました。