

本リサーチノートについて

このリサーチノートは、流通科学大学地域政策研究会および AMMA 研究会の合同主催によって開催された『出雲における観光と地域づくりに関するセミナー』の中で行われた森山氏の基調講演をとりまとめたものです。地域政策研究会は、2011 年度より学内特別研究会助成を受けて設置され、「持続的地域社会構築に向けた革新的地域政策」に関する諸テーマについて、学内・学外研究者間の交流を通じた地域政策全般の研究動向や課題に関する意見交換を中心に活動しています。一方、AMMA 研究会は、地域政策研究会の技術検討部会として科研費（基盤 C：研究代表者西井和夫）の支援を受けて 2014 年度より活動をスタートさせた研究会であり、エリア・マーケティング/マネジメント手法に関する検討を行っています。2つの研究会では、実践的なフィールドワークを通じた、地域課題の解決に向けた地域政策・交通対策・観光地づくりのあり方について、政策的・技術的の両者の側面から検討することが特徴です。今回、2012 年度研究会活動における伊勢式年宮祭関連の地域交通円滑化と交通まちづくりの政策研究の経験を生かし、フィールドワークの対象地を 2013 年大遷宮祭が催された出雲大社およびその周辺として、『出雲における観光と地域づくり』に関するセミナーを企画開催することとしました。本セミナーは、2部構成となっていますが、第1部では、出雲地域における観光地づくりの現状と課題を取上げ、それらの解決に向けて、出雲における AMMA の適用性についても基本的な論点を明らかにしていくこととし、この中で株式会社バイタルリード森山昌幸氏の基調講演が位置づけられています。

が悪いことがあり、それをどうにかしなければならないとみんなで考えてきたところです。

では、島根県へのアクセスがどうなっているかを見ますと、まず、航空機。以前は出雲空港に入っているJALの減便という話が出ていたのですが、ここ数年は観光客が増加して、そのような話はなくなってきています。羽田空港の乗り場も、以前はバスだったのですが、この頃は人気の寿司屋が近くにある搭乗口になって、少し喜んでいるところです。鉄道は、JRの特急「やくも」、揺れが大きくて評判は悪いのですが1時間に1本あります。

去年、出雲は観光客が大きく増えました。それはなぜかといいますと、高速道路の中国横断自動車道尾道松江線の三次から北側が今年の3月に全通したことがあります。その影響もあって、去年のゴールデンウィークは大変なことになりました。それと大遷宮が重なって、去年は入込観光客数が大変増えたということです。

お手元にお配りした資料にもありますように、島根県の観光地はいろいろあるのですが、どうしても出雲大社、あるいは松江市周辺がメインになっています。石見銀山もありますが、入込観光客数はこのところ減っていて、世界遺産登録前と同じ程度まで減少している、苦戦している状況です。



島根県の行った認知度調査によりますと、ここ数年、出雲大社の遷宮を中心に、島根県の観光地が認知され始めました。5年くらい前の調査では、島根県の認知度は(47都道府県中)47番目ということで、本当にみなさんに知られていなかったところでしたが、今回の遷宮の効果で島根県あるいは出雲市が「行ってみようと思う行き先の一つ」として認知され始めたことが大きいと感じています。

そういった中で、出雲大社周辺の観光地の状況を見ますと、出雲大社の隣に古代出雲歴史博物館があります。すぐ横にあるのに、あまり行く人は多くないという感じです。また、以前、東洋一と言われた日御碕の灯



台があります。以前は出雲大社とセットで訪れる人が多かったのですが、入込客数は減少しています。ただ、昨今の神社ブームの中で、日御碕神社に行く人が増えてきて、その関係で日御碕灯台を訪れる人も増えてきています。日御碕神社は女性などを中心に、出雲大社に来て、日御碕神社に行くという人が見られます。

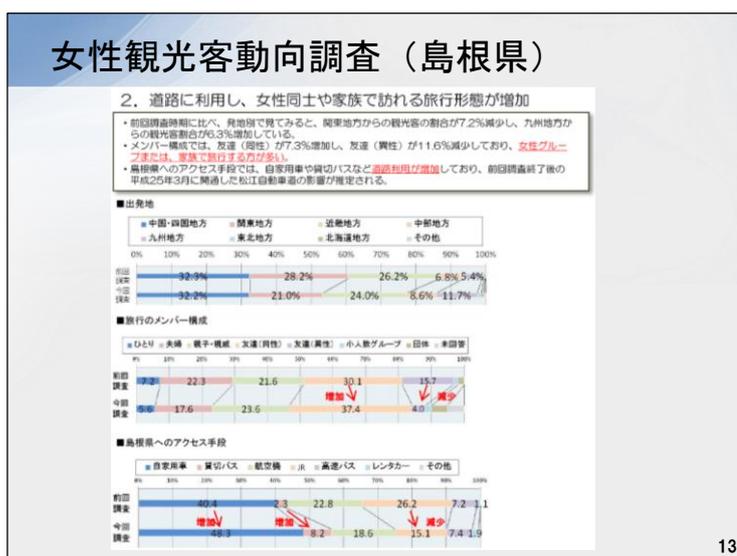
しかし、石見銀山は客層が違って、出雲大社に来た人を連れていけばいいという話はあるのですが、なかなかそうはいかないのが現状です。

出雲大社の影響で入込客数が大きく増えたのが玉造温泉です。玉造温泉は温泉自体も頑張っていて、団体旅行だけでなく、個人の女性客が来ても楽しめるような取り組みをしています。そのほかに、足立美術館があります。海外でも評価が高い美術館で、出雲大社に来た人が足立美術館に足を運ぶというパターンが見られます。隣の鳥取県になりますが境港、鬼太郎ロードなどが有名です。これらが鳥根県および出雲大社周辺の主要な観光地になります。

出雲大社のツアーを見ますと、エース J T B なので大きなツアーばかりですが、エース J T B では鳥根県だけをじっくり回るといったツアーはなくて、広島県や鳥取県と鳥根県を広く回るといったツアーがほとんどです。その中で、以前は出雲大社の滞在時間はそんなに長く取っていませんでしたが、ここ数年は、神門通りの整備によってお店が増えたこともあって、そこをゆっくり歩くツアーが増えてきています。ゆっくり時間をとるツアーが増えてきたことが出雲大社および周辺の最近の特徴になります。

また、出雲大社に来られる方は、女性が多いのが特徴です。私どもの「観光あいのりタクシー」のツアーでも、30代・40代の女性の方が非常に多くなっています。これも鳥根県の調査ですが、女性のグループが増えているということと、道路が整備されて自動車で来られる方が増えているというのが今の状況です。

いま、出雲大社はメディアに非常に露出していて、出雲大社に行きたい、一生に一度は出雲大社に行きたいという人が増えています。ただ地元としては、一生に一回ではなく、毎年、あるいは2年に1回・3年に1回出雲大社に行こうという形で、そういう動きを作れたらいいなと思っています。



そういった方々の動きというのは、私たちのツアーもそうなのですが、以前は費用を安くするために「あいのりタクシー」を利用したいという人が多かったのですが、昨年完全に逆転しまして、相乗りしたくない人の方が多くなりました。なぜかという、観光ではなく神社巡り・参拝に来られる方が増えてきていることがあります。須佐神社が日本一のパワースポットという形で紹介され、行く人が増えてきています。須佐神社への交通手段は、バスが1日6往復あるのですが、終点の「須佐」で降りてから3kmくらい歩かないといけません。それで、私どもの「あいのりタクシー」で須佐神社に行けるようにしています。結構こういう神社を回りたいという若い女性が最近非常に増えています。

さて、神門通りですが、さきほど申し上げた出雲大社への滞在時間が増えている一つの要因になっているのですが、次に神門通りの整備について少しお話をしたいと思います。

出雲大社というのは、ここが正門、ここが本殿、ここが拝殿になり、ここをずっと歩いて行くのですが、出雲大社のすぐ横に駐車場があります。これは旧大社町がお願いして出雲大社が造った駐車場なのですが、みなさんこの駐車場にやってきて、すぐ横にある出雲大社に正門からではなく横から入って参拝を済ませて、またその駐車場に戻ってきて、次の観光地に行かれる、そのような観光客がほとんどでした。そのため、神社の前にある通りが寂れる、これを何とかしないといけないというのが大きな課題でした。

もともとこの神門通りは、ここに白いコンクリートの大鳥居があり、幅員12mの2車線道路でした。歩道には松並木があつて、それが障害となって歩行者が並んで歩けない状態でした。そうした中で、出雲大社の門前にふさわしい風格を持ち、賑わい・活気を取り戻そうということで

神門通り整備事業について

- 出雲大社観光の課題



16

神門通りの整備前の状況と課題



17

始まった事業なのですが、生活道路としての要素と観光客の賑わい・安全性という要素の2つを満たす道路として、シェア・ザ・スペースのような考え方で道路を整備しようということになりました。

神門通りの整備に対し、ステークホルダーは、整備中に来た観光客、整備中に売上が減少するお店、整備後に自動車の利便性が低下する沿道

の住民が考えられます。こうした人たちの合意形成を図るために、いろんなコミュニケーションを駆使して整備を進めました。このようなワークショップをやったり、社会実験をしたり、瓦版を発行したり、その他に神門通りのPRなど。お配りしたパンフレットに示したような道路が、いま、半分できたところです。

その効果ですが、交通量が非常に増えました。また、先ほどお話した出雲大社の横の駐車場に車を停めた人が、わざわざこの通りを歩いて来て、大鳥居まで一旦行って、そこから歩いて出雲大社に向かうというようなことが増えました。それによって、滞在時間が増えて、消費金額が増えるという形も表れています。また、歩きやすくなって、並んで歩く人が増えたり、ベビーカーも増えました。車の走行速度は実際に低下しています。

もう一つ、道路整備事業に合わせて、観光クオリティマネジメントというのを実施しました。さきほど

現在の神門通り



22

神門通りの整備効果

にぎわい

- 歩行者交通量は整備前から大幅に増加、店舗の増加
- 出雲大社駐車場利用者でも、多くの観光客が神門通りへ
- 観光客の滞在時間、消費金額が増加



左：平成22年10月6日（水）撮影／右：平成25年10月18日（金）撮影

神門通りの整備効果

まち歩きしやすい道路空間

- 並んで歩くグループの増加
- 歩行空間が広くなり、平坦な道路が整備されたことで、子供連れやベビーカーなどでも歩きやすい空間に
- 自動車走行速度が低下



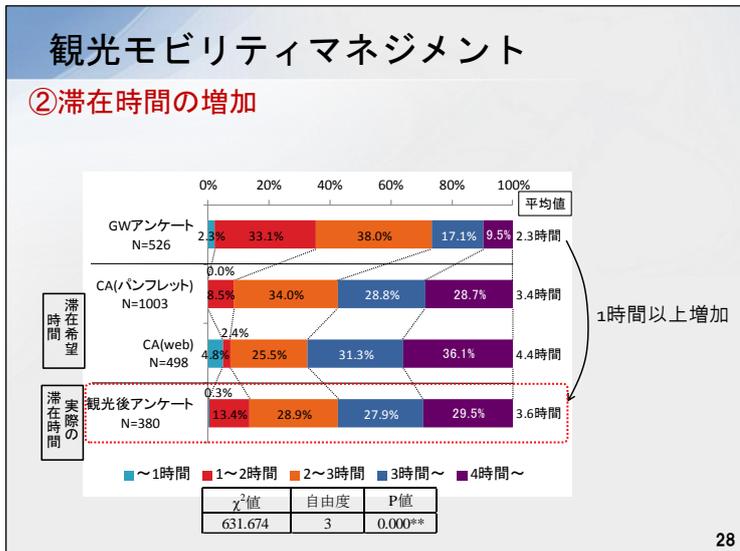
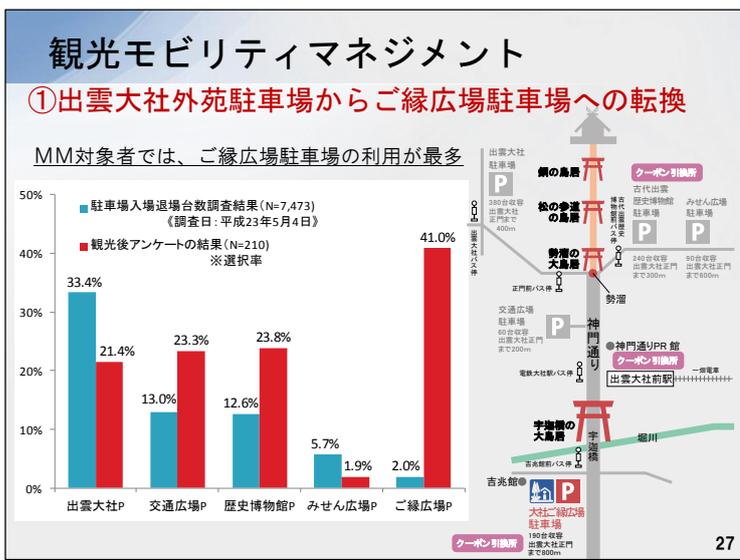
ベビーカーを押して歩く歩行者

申しましたショートカットの参拝ではなく、きちんとしたルートをお歩いていただくという仕掛けをしたわけです。それがお配りしたパンフレットになります。どうというほどのこともないパンフレットなのですが、出雲大社周辺の魅力をすぐ見られる程度の量で示したもので、アンケートをつけています。このアンケートに答えるためにはパンフレットを読まないといけないということになっていまして、アンケートに記入して現地の窓口を持ってきていただくと、割引のクーポン等と交換するという取り組みを実施しました。今はやっていませんが。

その結果ですが、回答者数は少ないものの、回答者のうち、出雲大社の駐車場に元々車を停めていた人は33.4%で、大鳥居から最も離れた道の駅の駐車場に停めた人は2%でした。しかし、このアンケートに答えてくれた人だけに限ると、40%の人がこの駐車場に停めてくれたということになっています。それによって滞在時間は1時間以上増加したとなっています。滞在時間と1人当たり消費金額を分析しますと、滞在時間が増えるほど沢山お金を使ってくれるという結果が出ました。

周辺の観光スポットですが、古代出雲歴史博物館に行く人は通常2割弱なのですが、このアンケートに答えてくれた人に限ると5割弱が立ち寄っています。このように大きな効果が出ました。

こういった取り組み、あるいはそれ以外の取り組み、出雲市が沿道の店舗に修景助成をしたり、特区を取って縁台を置いたり、いろんなことをやっているのですが、元々整備前には閑散とした状態だったのが、資料の写真でもわかるように、人があふれるような通りになりました。人があふれるようになるとお店の数が増えて、お店が増えると賑わいが増えるという、非常に良い形で回っています。



ただ、それが逆に渋滞という話になってきています。出雲大社の場合、渋滞の原因は駐車場の不足ということに尽きるのですが、道路の構造自体が全部出雲大社に向かってくるようなネットワークになっています。出雲大社の場合、滞在時間は2時間か3時間くらいなので、駐車場は満車になっても回っていきます。それが大体、1時間に650台弱くらいが



入れる状況です。これを何とかしないといけないということだったのですが、去年は高速道路が開通したことでと遷宮の影響があつて、非常に多くのお客様が来られて、ゴールデンウィークには16kmの渋滞が発生してしまいました。去年のゴールデンウィークは、特に対策を打っていなかったというのが実のところなのですが、今年はそれではいけない、渋滞を発生させてはいけないということで、いろいろと取り組みました。結果的には、「おもてなし駐車場」と言って、多客日には民間の駐車場を借りて車を停めるということを実施し、これによって駐車場の容量が増えました。また、渋滞の情報を示すウェブサイトを作ったり、シャトルバスの運行、一畑電鉄を使ったパークアンドライドなどを実施しました。これらを合わせて実施することによって、今年のゴールデンウィークやお盆には著しい渋滞は発生しませんでした。

今は、計るものが出雲インターチェンジ流出交通量しかないので、それを計ってA/B/C/D/Eという評価をして、どのような対策を打つかを決めています。何もしないというものから、警備員を配置するだけなど、評価に応じた対策を打つようにしています。今年の場合は、現時点では大きな混乱はないような状況になっています。

実際の現場の写真ですが、このように民有地を駐車場として活用させてもらっています。これはシャトルバス、これはパークアンドライドです。渋滞長を表すサイトを作ったのですが、非常にシンプルで、全て手作業で対応しています。渋滞の最後

おもてなし駐車場

- 民有地を駐車場として活用



尾を警備員が確認し、その情報を提供します。駐車場の満空情報も警備員の目視によるものです。原始的なやり方ですが、情報提供の効果は高いです。

これで実際に渋滞が完全になくなったわけではなく、今年の渋滞長の最長は7kmでした。完全に止まる渋滞ではなく、動くような渋滞だったので、昨年とは大きく状況は異なります。また、この程度の渋滞は観光地の人気のバロメータの範囲かなと感じています。

渋滞対策の今後の課題としては、警備費用がたくさん掛かるのが一つです。もう一つは、出雲大社の駐車場が現在無料で有償化がとても難しい状況なのですが、近場の駐車場に来れば無料だけれど、遠い駐車場に停めてシャトルバスを利用したり一畑電鉄のパークアンドライドを利用すると、バス代や電車代がかかってしまい、本来と逆になっています。なので、近場の駐車場を有償化できれば一番いいと考えています。その他に、情報サイトを洗練しないと、今のやり方はあまりにも手作業で原始的であるのが課題だと感じています。

最後に、議論していただきたい点をまとめています。

入込観光客数がずっと250万人くらいで推移していたのですが、「神話博しまね」というのが遷宮の前の年にあって、100万人弱増えました。去年は大遷宮の関係で、800万人を超えたような状況です。今年の場合を見ると、昨年より15%ほど減少していますが、これをできるだけ高止まりさせたいのですが、どうすれば高止まりするか、これが地元の観光関連事業者の話題になっています。今までも、お店を閉める時間帯が早いのですが、今のブームがいつまで続くかわからないので人の雇用ができない、今後このような状態が続くのであれば、お店自体も対応ができるということになります。今年は典子さまのご結婚があり、それが出雲大社のブームにつながればと

いう期待もあるのですが、それ以降の入込客数をどう維持するのかというのが地域の大きな課題、関心事となっています。

以上で私の報告を終わります。

■ 質疑応答

(質問)

おもてなし駐車場とシャトルバス、パークアンドバスライドによって駐車場対策や渋滞対策をしておられるようですが、駐車場の容量は最大でどのくらいでしょうか。また、パークアンドバスライドの方法や内容について、補足していただければと思います。

(回答)

おもてなし駐車場の収容台数は250台くらいです。

シャトルバスは、出雲大社から少し東の方に島根ワイナリーという施設があり、その駐車場と出雲大社の間を運行しています。その他、出雲文化伝承館、民間の駐車場を利用することもあります。収容台数は、それぞれ250台、100台、300台以上です。

いずれも道路運送法第4条の乗合バス事業の許可(路線不定期)を得て有償で運行しています。運賃は、平行する路線バスへの影響を考慮して、ゴールデンウィークは250円としました。ただ、お盆のときは100円としました。

講演でもお話ししましたように、出雲大社から離れたこれらの駐車場を利用した人はバスの運賃を払って出雲大社に行くのに対し、案内誘導を無視して出雲大社近くまで車で乗り付けた人は無料の駐車場に停めて費用負担が発生しないということが課題だと考えています。

(質問)

おもてなし駐車場への案内はどのようにされていますか。

(回答)

看板の掲出と警備員による誘導をしています。そのほか、HPに満空情報を掲出しています。小さな駐車場は漏れているかもしれませんが、おもてなし駐車場も対象です。

(質問)

出雲大社が観光まちづくりに対して意見されることはありますか。

(回答)

出雲大社が直接意見されることはないと思います。計画段階で、それぞれの主体は出雲大社に配慮していますし、何かやる時には、最後には出雲大社に説明して了解を得ますので。

一例をあげますと、今回の整備で神門通りに信号を設置しました。平成19年頃から信号を設置すべきかどうか検討していたのですが、当時は出雲大社を気遣って、信号をつけることに躊躇していたようです。しかし、出雲大社に尋ねてみると、すっと通りました。

(質問)

出雲大社と同じようなことは、伊勢神宮など他の所でも似たようなことは起きているのですか。

(参加者からのフォロー)

伊勢神宮でも交通対策を検討しているが、伊勢市が協議会を開き、事前に伊勢神宮に相談しながら進めています。

(質問)

入込観光客数が800万人から減ってきているとのことですが、800万人を最大値としてむしろ減る方が望ましいと思います。「出雲大社の周辺は渋滞していますよ」ということを伝えることによって、車で来る人を減らす効果が期待できるかと思います。また、あえて渋滞を残しておくことによって、車では行かない方が良いと来訪者に感じてもらうことも、渋滞対策の一つかと考えています。今後は高齢者が増えることもあるので、なおさら車で来ることを助長しない方が良いと思います。

また、おもてなし駐車場の案内誘導をかなりきめ細くなくなっていますが、いま申し上げたような趣旨で考えると、そこまで丁寧にする必要はあるのかどうかと思います。この点いかがでしょうか。

出雲大社の来訪者には30代・40代の女性の方が多いとのことでしたが、縁結びの神様ですので、未婚と既婚の方の比率がわかったら教えて下さい。

(回答)

渋滞をそのままにしておくというご示唆がありましたが、出雲大社周辺の道路は地域の方の生活道路でもあります。多客日には地元の方もある程度は覚悟しておられるとは思いますが、地域の生活への影響を考慮すると、放置することは難しいと思います。

おもてなし駐車場の案内誘導については、それによって駐車場にスムーズに駐車していただいております。そのメリットの方が大きいと思います。

後段の未婚・既婚の件では、私どものツアー参加者に限って言いますと、未婚の方の方が多いです。

(質問)

私は車を運転しません。そのため車でいろいろな観光地を周遊することはできません。高齢化などによって今後は車をつかえない観光客が増えると思われるのですが、講演でご紹介いただい

た「あいのりタクシー」やバスなどを活用した周遊の充実などは考えられませんか。

神門通りの整備はいつから始まっていますか。また、神門通りの商店街の特性、経営者の年齢構成などを教えていただければと思います。

(回答)

「あいのりタクシー」は元々若い人たちなどの費用負担を抑えることを目的に始めました。実際には、それをきっかけに観光貸切タクシーの需要が増えています。その要因は、時間を有効に活用して周遊するという点にあるようで、結構な長距離でもタクシーを使われるケースがあります。そのような方が増えています。

神門通りについては、幅員 16mの都市計画道路として拡幅する計画だったのですが、大遷宮を目指して事業化が図られました。事業化するときアンケート調査をして地元の意見を聞いた結果、今の幅員で松を残したいという意見が大半だったので、今の計画になりました。大遷宮というゴールが明確だったので、いろんな方の合意を得て事業をスムーズに行うことができました。

神門通りの商店街は、非常に頑張っている商店街で、「よみがえりの会」という会があってその会長が中心となっているいろいろな取り組みをしています。また、今では「おもてなし共同組合」という組織も立ち上げ、その会が神門通りの活性化の検討を道路整備に先立って進めていたので、社会資本整備が進めやすかったという部分があります。また、特区を取って道路にプランターを置くなどということもやっており、このような会とタイアップしてうまくやっているのが神門通りの特徴です。

(質問)

一畑電車はどういう状況ですか。

(回答)

一畑電車は赤字・不採算だったのですが、大遷宮の効果で黒字に転換するなど、利用者は増えています。ただ、渋滞対策として活用するとなると、単線・最大4両ということが制約になって、今の休日ダイヤ(40分に1本)が精一杯であるというように、輸送力に限界があります。

(質問)

入込観光客数が250万人から800万人に増えた中で、車と公共交通の分担率はどのように変化していますか。また、バスツアーは多いですか。

(回答)

いまはすぐにわかりませんが、8割くらいはマイカーだと思われます。バスツアーも多いです。バスツアーの観光バスも渋滞の原因となっていて、大型の観光バスが出雲大社横の駐車場に入ってくると影響が生じます。今は「バスコントロール」と言って、出雲大社の近くで観光バス

の乗客を降ろしたあと、バスは他の駐車場で待機するという方法を採用しています。

(質問)

神門通りは活性化が成功した例だと思います。これによって出雲大社の横から入る人が減るといふ効果があったと思います。神門通りの整備に当たって、来訪者が魅力を感じるスポットやお店の整備など、「行ってみたい」と思わせるような施設の整備をされたかどうか教えて下さい。

(回答)

道がきれいになってお店がきれいになったこともありますが、大鳥居というのが出雲大社の正門から700mくらい離れたところにあります。出雲大社には、この大鳥居の他、木の鳥居、山門前に鉄の鳥居、本殿前には銅の鳥居と4つの鳥居があります。4つの鳥居を通ることによって幸せになるということが旅行のガイドブックで紹介され、出雲大社横の駐車場に車を停めた人も、歩いてその4つの鳥居を通るようになった、そういう形で神門通りを人が歩くようになりました。元々あったものの意味づけをすることが、そこに行こうという動機になったと考えています。

(質問)

神門通りの新しいお店について、観光客向けの土産物店が多いのか、地域の魅力を感じられるようなお店が多いのか、いかがでしょうか。

(回答)

どちらかという、観光客が喜びそうな店が多いと思います。ただ、食事にしても「出雲そば」に代表されるように、地域の食材や資源を生かした店もいくつもあります。

(質問)

経営者は、地元の人が多いですか、それとも外から来た人が多いですか。

(回答)

元の大社町の人よりも、大社町以外の出雲市の方の経営や全国規模のチェーン店などの方が多いいと思います。

(質問)

外の経営者が多くなると、湯布院のような問題が懸念されます。

ところで、観光客が多いのが良いのか、地域が良くなることが良いのか、これは思想的な話になりますが、どちらを良しとするのかをよく考える必要があると思います。

出雲市としてはどう考えていますか。

(回答)

観光は波及効果が大きい産業でありまして、観光によって地域が豊かになることが重要と考えています。したがって、人が来れば良いというのではなく、地域が良くなることを良しとすべき

だと考えています。

(質問)

ご紹介いただいたキャンペーンのパンフレットがありますが、最後に付いているアンケートの内容とパンフレットの内容にどのような関連があるのでしょうか。また、パンフレットはどこに置いて、どのくらいの数を配布し、アンケートにはどのくらいの人が回答したのでしょうか。

また、アンケートの目的はどこにありますか？どのような分析をして、どのような知見が得られたのか・政策に活かされたのかを教えてください。

(回答)

6万部を印刷し、鉄道駅や道の駅、サービスエリア、宿泊施設などに置き、4%くらいの回収率でした。

目的は、この冊子に目を通していただくことにあります。また、モビリティマネジメントの項目を取り入れたり、観光地の案内をするなどしており、この冊子を見て行動を変えていただく、いろんな観光地にも行くようにしていただく、そういうことをねらいとしたものです。