松江市の観光産業への取り組み（１）
遊覧と交通インフラを兼ねる、二重･三重の仕組み

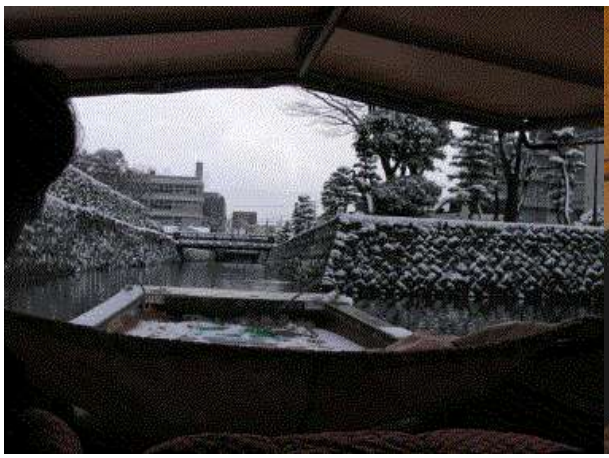
＜堀川遊覧船に乗っただけで、「松江市の観光は少し違うな」と思った＞

遊覧船に乗った日は大雪だったので、霙が顔に当たってつめたかったが（屋根があっても舟が進むので入ってくる）、炬燵付きだったのでそれほど寒くはなかった。

感心したのは、乗り降りは自由（発着場）で、一日中乗っていてもいいのである。乗降船場の近くには、公共のキモ入りでつくられた核になる観光施設がある。その周辺には民間の小さな飲食店や土産品点が､ぶら下がっている。(図は観光船ルートマップ)

我々来訪者は気に入った発着場で降りて、例えば「小泉八雲記念館（公設）に入り、ついでに周辺の小泉八雲旧居、田部美術館、武家屋敷などに入り、近所の土産物屋をひやかしたり、地ビール館に入ったりすればいい。そのあとで又乗船場に戻って、炬燵付きの船に乗れる。

カラコロ広場というところでも同じ仕組みで、旧日銀の建物を活用して増築した「カラコロ工房」がこのゾーンの核店舗となっており、その周辺に 20 数店舗が営業している。もう一ヶ所の発着場では、県と市の「島根ふるさと館」という物産センターが、多くの地元商店を入れて営業している。



普段は**左のような屋形船だが、橋の手前で屋根が下がってくるので、頭が下がる**

この遊覧船は、千円払うと堀川をめぐる遊覧を一日中でも楽しめて（私と乗り合わせた中年の男女ペアは､「炬燵もあるし、もう一回まわろうかな」などといっていた)、観光地めぐりの足になり、土産品買い物の足ともなる。一方地元商売人の立場から見ると、客を連れて来てくれる動線（交通インフラストラクチャー）である。発着場近くにある公的施設がマグネットの役割を果たしてもいる。

「一粒で二度」ではなく、客の側で「3～4 度」、地域産業の立場からも「2～3 度」おいしい“地域づくり”になっている。

＜堀川から見る風景と船のつくりには頭が下がる思いだった＞

市街地の遊覧船は、どこにいっても橋の下を通るための問題が出てくる。松江もはじめは屋根なしのもので、夏は暑いし、山陰は雨も多いので問題があったが、橋の下で通りにくいところもあるので我慢していた。しかし、今では屋根つきになっていて、雨や雪、日差しにも楽になっている。屋根が橋ゲタの当たるという問題はあるが、屋形を支える支柱を斜めにたおすことで切り抜けている。橋ゲタの低い橋に差し掛かると船頭さんのかけ声で乗客が頭をかがめ、屋根が下がってきて通り抜けるという仕組みになっている。乗客は頭を下げざるを得ないのである。

一見窮屈な船のようだが、橋の下をとおるということからすると避けられないことである。私自身は頭を下げさせられながら、この方が安全だと思っていた。乗客がうっかり頭を上げて大怪我をするという事故を防いでいるようにも思えるのである。

＜もうひとつの観光インフラは「ぐるっと松江レイクライン」というバスシステム＞

城をめぐる堀川から離れたところの観光動線はバスシステムができていた。松江駅から堀川めぐりの発着場、市街地にあるお城・寺・駐車場など、郊外の観光施設を結んで走っている。朝の 10 時前から夕方の 6 時頃まで 26 便のバスがあるので、ほとんど待ち時間を気にせずに寺に入ったり、買い物したりできる。パークアンドライド指定駐車場が三ヶ所あり、バスで回れば駐車場の心配をせずにゆっくり観光できる。

＜公民協力の観光施設の建物や運営に工夫が見られる＞

「松江フォーゲルパーク」というところが、宍道湖北岸にある。何をしているところかわからないが、立派なパンフレットがあるので行ってみた。私どもが行ったときは３月の大雪だったので、閑古鳥が鳴いているだろうからやめようかとも思ったが、ひょっとして周辺部に施設をつくって農村地域などへも雇用を導入しようという算段かもしれぬと思って見にいった。行ってみると、この大雪の中でも観光バスがとまっていて、相当数の中高齢の団体が来ていた。行政がやる仕事でこんなはずはないんだがと思って訪ねたら、“公民近接立地の密接分離経営”の仕組みになっていた。エントランスと長屋門・フクロウセンターはひとつだが、入場料を払って入るとセンターハウスという花壇とフクロウショーの巨大な温室がある。団体の人たちがフクロウショーを見たり、写真を撮ったりしていた。フクロウという夜行性の猛禽類が若い娘さんの手に泊まったり輪くぐりをしたりする。

ベゴニア 1,500 品種などが年中温室の中で満開になっていて、極めて華やかであり、その一隅でフクロウショーが行われているので、観客は巨大温室を全部回って花を見て、フクロウの演技を楽しむことになっている。この巨大温室とは別に長屋門のエントランスを入ったところから右手へ出ていくと、花壇や水鳥池などの巨大回遊コースになる。このかゆう部分が市設・市営で、先ほどの巨大温室部分は民設・民営になっている。

フォーゲルパークからホテルに帰って、なんとなくフロントで話を聞いていたら、「市長が前の神戸

市の助役さんで、アイディアマンだといわれていました。その市長は亡くなられて、今の市長ではないのですが・・・」という話が出てきた。

土・日のみの堀川遊覧船見学のつもりで出かけたのだが、ここまで話を聞くと市役所に行かないわけにいかず、月曜の午前中に少しの時間を割いて飛び込みで市役所の観光課にいった。

フォーゲルパークの経営の仕組みを聞いたのはここである。くわしくは聞いていないが、私の推察によると、市が建設運営している部分（51 億）は「都市公園」ということであったから、補助金をもらっているにちがいない。民の建設運営部分（ベゴニアなどの花壇とフクロウの公園（15 億））と直結してうまく経営しているように思えた（新聞によると、市の部分でトラブルが起こっているとも書かれていた）。

＜小泉八雲と松江＞

30 余年前に松江の街を歩いたことがある。それは「旅館団地」ができていると聞いて、どんなものなのか気になって、仕事で隠岐の国へ行った途次に寄ったものである。

そのとき街を歩いていて、道を尋ねたりすると「ヘルンさんの家はあっちで・・・」といって、つい昨日まで生きていた人のような語り口で説明してくれる中高齢の女性 2～3 人に出会った。どの方も同じような雰囲気で、「小泉八雲」がこの国で大切にされていることがわかった。

今回の印象は“大切”を通り越していた。お菓子や店名などに「八雲」が氾濫していた。これは地名からとったのでラフカディオ・ヘルン（小泉八雲）さんとは関係ないということかもしれないが、私には“ヘルン”さんに事寄せているように思えた。「これじゃヘルンさんが肩こりや腰痛をおこすぞ。松江の人は電動按摩機ぐらい贈っているのかな」などと思った。

小泉八雲はたしかに松江が好きだったことは、彼の文章からよくわかる。しかし、彼は 1890 年に来日し、1904 年に亡くなるまでの間に松江にいたのは、1890 年 8 月から 1891 年の 11 月までの１年余りしかない。このような縁をこれほどよく活用している街は他にはないだろう（最近尼崎市が近松門左衛門を活用している）。松江という都市は、おとなしそうで、やさしそうで人使いの荒い街なのだろう。これはほめられる話で、私もそう思っている。

以上、ほんの１日半立ち寄っただけの感想である。この街は「観光地」のつくり方について、かなり面白いので、続編を書きたいと思う。

松江市の観光産業への取り組み（２）

観光を基幹産業とし、地域づくりの柱にした

●一つで三役をこなす観光インフラ・前回の話

５月の“よかネット”69 号に、松江の観光の取り組みは、グリコのように「一粒で二度おいしい」スタイルになっていると書いた。この号が届いたすぐあとに「あれは宮岡寿雄という市長が……」という手紙が、神戸の友人から来た。彼は宮岡さんが神戸市に在職されていて、ポートアイランド博覧会の事務局長をしておられた頃に、民間会社から事務局に出向していて、一緒に働いた思い出を話したかったのである。

69 号に書いたことは、堀川遊覧船が“遊覧”という遊びと、お客様が移動できるという“インフラ機能”とを兼ね備えているということである。もう少しいうと、遊覧船の船着き場が観光の拠点になっていて、そこには公的核テナント（小泉八雲記念館・カラコロ工房・島根ふるさと館）があって、その周辺に民間の土産物店・飲食レストラン・美術館などがある。もうひとつ、堀川の外側に延びた市営バスのシステムがあり、それが外縁部の拠点をつないで観光客にサービスし、その地域の観光開発を担っているという話である。

今回は、①前回ふれられなかった宮岡前市長の話、②松浦現市長の産業政策、③観光のハードイ

ンフラの概要、④観光産業の仕組みを支える(財)松江市観光開発公社、⑤観光の日常化の様子、⑥観光の経済効果、などについてふれていくことにする。

●成功するイベントと儲かるイベントは違う。つまりイベントを企画するときはどこを儲けさせるのかを考えることが大切なのだ……宮岡寿雄前市長

前回松江に行って堀川遊覧船に乗り、ぐるっと松江レイクラインのバスでフォーゲルパークに行った時、「一寸おかしい」と思った。この施設が民と公の相乗りになっている感じがしたので、受付の人に確かめた。観光に対する取り組みが半端ではないような気がしたのである。バスでホテルに帰ってすぐにフロントの人に、「この都市の観光は誰が考えたのか」と聞いてみた。「前の市長は神戸市の助役だった人でしてね……」と聞いて、「なんていう人ですか」というと「宮岡市長です」と返事が来た。この時、「ひょっとすると知っている人かもしれんな」と思った。

出張から帰って、インターネットで調べてみて合点が行った。

「松江に虹を架けた男宮岡寿雄遺稿集」(山陰放送刊)という本がある。これをすぐに取り寄せて読んだ。これに載っている経歴によると、1930 年隠岐郡知夫村生まれ、松江中学卒、神戸市役所、神戸大二部卒、1976 年神戸市経済局長、1980 ポートアイランド博事務局長兼務、1981 助役、1993 松江市長、2000 逝去、となっている。この本は、生前に取材を受け、木村尚三郎氏との対談も終え、出版の運びになっていたものである。

見出しを拾ってみると、健全な赤字と不健全な黒字、行政が持つべき“大きな算盤”の発想、魅力的な観光都市は住民が暮らしやすいまち、まずは「五時間滞在できるまち」を目指せ、美術館や文化施設も民間が維持管理する時代、成功するイベントと儲かるイベントは違う、バス交通をまちづくりの中心に、市民も観光客も楽しめる“レジャーパーク”などがある。

「成功するイベントと儲かるイベント」という話は、神戸市での体験をもとに出てきたものである。少し長いが引用させていただく。

「私は、神戸ポートアイランド博の事務局長を務めるなど、さまざまなイベントに携わってきたが、これによって地域を活性化させるのは考える以上に難しいものだ。たとえば神戸ポーアイ博では、全 180 日間の会期で 1､600 万人のお客を集め、337 億円の収益をあげた。神戸市は 90 億円の剰余金を得て、地方博ブームの先駆けと言われたものだが、これですべてがうまくいったというわけではない。」

「確かにイベント自体は大成功だったが、周辺のレストランや観光施設が潤ったかというと、そうではなかったのである。はるばる訪ねてきた人も、みんなポートピア内で遊ぶだけで、外に出て他の施設に行くということがほとんどなかったのだ。考えてみれば当然で、入場料に 2000 円も 3000 円も取られれば、その中で出来るだけ楽しんで“モト”をとろうと思うのが人情というものだ。わざわざ外の観光施設まで行くのは面倒だし、お金も勿体ないと考えても何ら不思議ではない。」

「ただし、全国からお客が押し寄せたからホテルだけは潤った。つまりイベントを開催する時は、どこを儲けさせるのかを考えることが大切なのだ。イベントによって多くの人が集まったからといって、すべてが潤うわけでもないし、それで成功というわけでもないのである。」

「繰り返すが、行政にとってイベントは、ただ盛り上がればいいと言うものではない。特に他の地域から呼んでくるときはなおさらで、どこを儲けさせるために開くかを慎重に考える必要がある。そうでないと一見大成功だったイベントが、実際には外部の業者ばかりが儲かって、地元にはほとんど経済効果をもたらさなかったということにもなりかねない。」

民間人以外で、これほどはっきりと、ビジネスの視点でものを言う人は少ない。神戸ポートアイランド博覧会の経験を大切にしているのだろう。69 号の原稿でもふれたが、松江の観光は交通インフラとキーテナントを公的施設で作り、それ自体をペイさせようとしながら、周辺の民間施設の商売を考えている。極端な話をすれば、民間が儲かって税金を納めてくれるようにするならば、もともと税金で運営されることになっている役所は、赤字を出しても良いのである。

逆に、何十万何百万人も集めても、地域の人々にとって車の渋滞などで迷惑が降りかかり、商店や飲食店にメリットがなければ、税金を何千万円も使ったというだけのことで、役所の自己満足だけにしかならない。

松江というところは、何となくその辺りに対する気配りが感じられる。

●“うろこの家”と私

宮岡市長のことを書いたので、少し横道へずれさせていただく。

オイルショックのあと観光客が減った頃、神戸市から「有馬温泉のことを考えよ」という仕事をさせていただいた。調べてみると 1977 年(Ｓ52)の夏のことである。その頃「別の話なんですが一寸相談にのってくれませんか」と観光課から電話があり、訪ねてみると観光課の人が「北野の異人館を借りて一般に公開して、観光の要素として売り出したいんですけどね、借りている間に痛みがひどくなったりして問題になると困るので、人がたくさん入っても問題がないかどうかしらべてもらえませんか。とにかく見積もりしてくれませんか」といった。

一緒に異人館（うろこの家）へ行ってみると、屋根も壁も鱗状にカットされた天然スレートで覆われた、落ち着いた洋館だった。内部の床には立派なカーペットが敷き詰められていた。「見積もりといっても、室内の壁や床をはがしてもいいのですか」「いや、これは借り物ですから、カーペットも端をめくるぐらいならいいが、剥がすのはまずい」という話である。見積もりの組み立てようもない。

こういう曖昧で訳のわからん仕事は、是非やってみたい。私は一計を案じた。友人でカンのいいＮさん(大阪万博の大屋根の構造をやった人)に相談してみようと思ったのである。「見積もりをするといっても難しいし、この条件では金をもらってするわけにはいかんでしょう。金を貰うと責任が生じますから。タダならやってもいいでが。」といって別れた。翌日「申し訳ないけど、タダでやってもらえますか」と電話がかかってきた。「分かりました」といって、すぐにＮさんに電話して事情を説明し、「帰りに一杯飲ますから、つき合ってください」といって予定を組んだ。

連絡を入れて、二人で出かけた。観光課の人が見守る前で、Ｎさんが「糸乗さん、一寸そこで飛び上がってみてくれますか」私が飛び上がって降りる。「一寸音が悪いですね、ここは入らないようにしましょう」といって、ポールパーティション(金色の腰までぐらいのポールをビロードの紐で繋いだもの)をたてた。二階の部屋をそれぞれ回って、飛び上がったり足をドンドン踏んだりした。「この部屋は音がいいですね」とか「この部屋は半分まで」とか、「二階に同時に上げるのは、20 人以下ぐらいにしてください」といって、無料の点検は終わった。二人で三宮で一杯飲んで帰った。気になっていたので、一般公開して一月ぐらい経った頃、私一人で見に行った。問題は起こっていなかったが、少しゆるんでいるように感じた。

うろこの家が公開されたのは昭和 52 年 10 月のことである。ＮＨＫのテレビドラマで風見鶏の館をやっていたのも、同じ 10 月のことである。この頃に、頑丈そうな顔の経済局長に１～２度会っている。それらはすべて、その年の夏から秋のことだった。

神戸という街について印象を聞くと、今では「観光都市だと思います」という人がいる。しかし、神戸は港湾都市であり、港湾都市というものは、横浜が京浜工業地帯の要であり、神戸が阪神工業地帯の、長崎が三菱重工のというように、工業に偏った都市であった。もちろん港町としてのハイカラなイメージはあった。しかし、観光課の仕事は有馬温泉だった。都市産業としてお金を稼ぐために人を呼ぼうとしたのは、この年の洋館観光が始めてといってよいと思う。その転換の過程で、私の足踏みの雑音も混っていたのかも知れない。もちろん全体のシンフォニーは神戸の街と市役所で、タクトは経済局長が握っていたのだろう。

●観光振興していくことが市内の産業振興につながる……松浦現市長

「今の市長も観光に熱心ですよ」と、話を聞かせていただいた企画課と観光課の人たちが言って、松浦市長のメルマガのプリントをくれた。

「市役所の中に産業プロデューサーという制度をつくり、今月からスタートすることになりました。M電器ＯＢのＩさんという大変適任者にお願いすることが出来ました。……今回の産業プロデューサーの一番の仕事は、足で課題や要望を把握することです。もちろん一人で活動するのではなく、スタッフを組織して活動してもらいます。そして、実行可能なことはすぐに実行していきます」

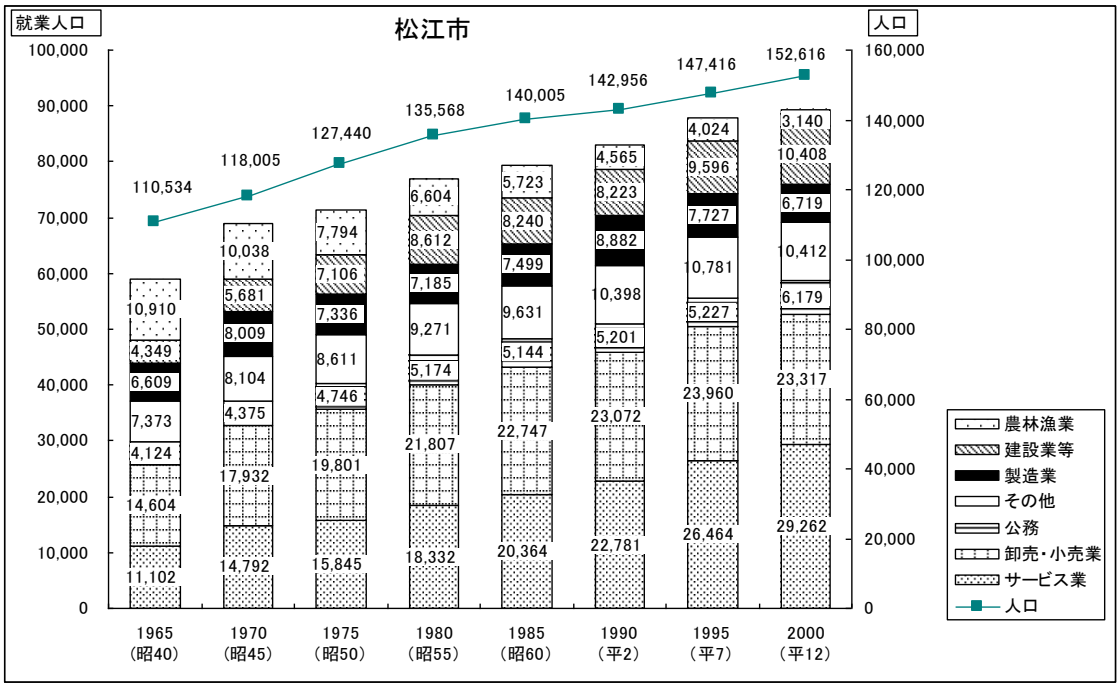
「松江市は観光が主産業です。したがって、観光を振興していくことが市内の産業振興につながっていくと確信していますが、自然にそうなるものではありません。新産業や新製品を創出するなど、足腰の強い産業を育成すると同時に、観光との連携を強めていく。そのためのプロデュースをしてもらいたいと思います。」

現市長の視点は、単なる人気取りの“人寄せイベント”などにではなく、はっきりと産業・雇用におかれているように思った。

今後の方向として、八束郡の７町村との合併により約 20 万人の人口になるが、観光重視は変わらない。現在約 500 万人の入り込み客をベースに、「1,000 万人誘客観光構想」を掲げている。

もう一つ松江市は、奈良・京都に並んで「松江国際文化観光都市建設法」が制定されている（S 26 年、この法律は全国で３都市のみ)。この法律の第一条（目的）に「ラフカディオ・ハーン(小泉八雲)の分筆を通じて世界的に著名であることにかんがみて……」と述べられている。市町村合併後は、広がった松江市が対象になるようだ。

松江に行ってとにかく感じることは、ラフカディオ・ハーンがよく働いている、働かせているということである。熊本や神戸への滞在は松江より長い。にもかかわらず、松江のことを最も多く書いているし、愛着も表現している。一方では、松江の人々が最も大切にしているようにみえる。昔から“もてなし都市”だったのだろう。



●観光の経済波及効果はどれくらい

観光の経済波及効果の出し方は次のようになっている。

①観光客数を調べる

②消費支出額をアンケートなどで聞く

③観光消費額＝①×②

④消費額は仕入れに回されて生産を増加させる一次波及、さらにそれが消費・生産と回る二次波

及(産業連関表で見る)などとなり経済効果が分かる、となっている

松江市では③が 342 億円、④の誘発率が 1.18 なので誘発額は 403 億円とされている。これが市の観光課からいただいたデータだが、私はもっと単純に考えてみたい。

この 72 号の表紙に考え方の概要を載せているが、産業活動の結果は必ず雇用に現れるものとして考え、従業者数の推移を示したものが図 1 である。

このグラフからは島根県東部の広域中心都市として、常に卸小売業の従業者が首位を占めてきたが、1995 年からはサービス業がトップになっている。伸び率が常に一番であったサービス業は、1990 年代になって遂に、基幹産業になったとも言えよう。

「サービス業は観光関連だけではない」といわれそうである。まさにその通りで、気になっているところだが、観光関連業種を含む一応のデータの、経年変化を見ることが出来るのはこれぐらいである。先程の観光客の内の、比較的はっきりしている宿泊観光客数の変化と対比してみれば、少しは判断に使えるかも知れない。

出来れば数都市のデータを重ねてみれば、何らかのことが言えるだろう。都市の性格によって、ほとんど宿泊が発生しない観光都市の場合は、ダブルカウントにならない調査をして、観光消費額のデータで考えればいいのではないか。

もう一つの経験を述べてみる。

７年前ぐらい前に、長崎県壱岐の観光について調べたとき、当地のａ.旅館・ホテル・民宿、ｂ.飲食店、ｃ.小売業、ｄ.製造業、ｅ.建設業などに対して、雇用・原材料などの仕入先が壱岐島内か島外かについて聞き取り調査をしたことがある。

・宿泊売り上げの内の材料費割合　35%
　そのうちの島外仕入れ率　　0～50%　⟶したがって 0～17.5%になる
・営業費の島外依存率　　0～20%
・人件費など　　ほとんど島内

ということであった。これらを勘案してみると、
概ね 60 余%から 100%が島内仕入れと見てよいと考えられた(中間をとって 80%としておく)。その次の消費段階の問題として、家計対応消費費目の島外仕入れについて聞いてみた。「そんなものはみんな島内じゃ」という意見もあったが、教育費や情報文化費などもあるので、そういうわけにはいかない。話し合いの中の私の判断として、80%ぐらいと思った。としてみると壱岐島内波及効果は 0.8 の乗数効果の計算でよいことになる。

つまり壱岐島内への消費・生産波及は、4 倍(0.8 の乗数)ということになる。遠慮して島内消費率を 66%と見ても乗数効果は 3.0 となる。

何がいいたいかというと、観光産業という曖昧な産業分野で、観光入り込み数、観光客の消費調査のデータだけで、広域の産業連関表をつかって説明するのは、無理があるように思う。また、広域の連関表では、地域内消費率が低く出るのではないかと思う。

結論としていうと、松江の観光産業は、過小評価されているのではないかと思ったのである。

【追記】松江の観光産業の要になっている、(財)松江市観光開発公社のことにふれるスペースがなくなった。以下は次号に回したい。③観光のハードインフラ、④観光産業・基幹産業のシステムインフラの役割りを果たす(財)松江市観光開発公社、⑤巨大イベント主義でなく観光の日常化へ（夏の夕日が見える間は開館中という県立美術館、縁結火＝男女の申し込みを受けて上げる打上花火、ボランティアガイドなど)

松江市の観光産業の取り組み（３）

地域の基幹産業としての仕組みが定着
ソフトインフラが支える観光産業のマネージメントシステム

　そもそも、何ごとによらず“続く”ということが、「ことの善悪・意義」はもとより、あらゆる基準よりも重要だと思う。不運や不幸も一瞬のうちに通り過ぎるならば、我慢も出来よう。逆に、何十万人、何百万人を集める立派な観光イベントでも、一瞬・一日だけのことなら効果もそれほど見込めない。もちろん例外はある。“一年を十日で暮らすよい男”といわれた相撲取りは、文字通り一年間に十日しか相撲を取らなかった。今でも、十日戎の神社や節分で有名な神社、稲荷大社などは、短時日の間に一年分の稼ぎがあるとも聞く。とはいえ、相撲も今では 15 日が六場所、その間は巡業や練習で大変らしい。怪我をしても治療をする暇がないとも言われている。神社もいろいろ副業をしている。
　松江の観光の面白さは、“つづく”ということを意識して、そのシステムインフラとしての機能を、市の観光課と財団法人松江市観光開発公社が担っていることである。インフラストラクチャーという言葉は、もともと「下の構造」という意味で、社会経済的には法制度、経済＝商習慣、仕組み、モラルなどとともに、ハードな道路、鉄道なども含めている。ここでは前者をソフトインフラと呼ぶことにする。公共団体が取り組む仕事の場合は、大イベントや道路などのハードインフラには熱心だが、観光を日常的に続かせるソフトインフラに熱心なところは少ない。
　今回は観光産業を機能させ継続させる、人文的システムについて報告する。観光の要素を概観すると次のようになる。
　a.たたずまい；風土千年、風景百年、景観十年などと言われているが、出雲・松江の風土・風景の重みはすごいし、近年景観に対する保全もよく行われている。
　b.施設；この厚みもすごい（後述）。
　c.案内地図、パンフレット；たくさんあった。
　d.案内標識；迷わなかった。
　e.移動システム　（後述）
　f.ガイド；ボランティアガイドの養成をしている。
　g.ホテル、旅館；それほど泊まっていないのでよくわからない。
　h.飲食サービス；この案内があまりないように思った。
　i.ショッピング；土産物の厚みは、松江藩の殖産政策、松平不昧公以来の茶道などの文化政策を反映していて、買ってみたいものがたくさんある。
●移動システムと施設の関係
松江城をとりまく堀川に「ぐるっと松江堀川めぐり」の遊覧船が運航されている。一日乗車券が 1200 円で、三カ所の乗船所が観光の拠点になっており、一日中何度でも乗ることが出来る。
　「ぐるっと松江レイクライン」は、一日乗車券が 500 円で、何度でも乗り降りできる。これが遊覧船の船着き場と繋ぎながら、外周コースとなっている。つまり、遊覧船・バスとあわせて 1700 円出せば、遊覧船で松江城大手前→小泉八雲記念館へ行き、バスに乗り換えて寺や温泉などを周り、また

船に乗ってカラコロ工房へ行き、そこからバスで県立美術館など、さらに大手前のふるさと館まで船に乗るといった遊び方が出来る。一日中遊んだあとは宿泊につなげたり、夜の消費も考えた魂胆が丸見えみたいだが、なかなか親切な魂胆ではある。
　舟の内周とバスの外周の関係を図に示した。主な施設も示してある。

●財団法人松江市観光開発公社の概要

マネージとは「うまくやる」と言うことだと辞書に書いてある。松江の観光は、市の観光課と財団法人が「うまくやっている」ように見える。その実行の要になっている(財)松江市観光開発公社の説明をする。

〈事業概要〉

〇温泉配湯事業、温泉スタンド事業

〇駐車場事業；４カ所

〇湖北芸術文化村ショップ事業

〇レンタサイクル事業；780 台

〇土産品販売業

〇市有観光施設の受託管理；この仕事の比重が大　きい

・松江城；267 千人、大人 550 円(入場者、H16 年　度、以下同じ)

・小泉八雲記念館；178 千人、大人 300 円

・武家屋敷；149 千人、大人 300 円

・出雲かんべの里；2.2 千人、大人 400 円

・自然休養村；31 千人(利用者)

・カラコロ工房；320 千人(利用者)

・湖北芸術文化村；300 千人、大人 2000 円（入場　者）

・松江フォーゲルパーク；300 千人、市営部分のみ 500 円。センターハウスという花の展示温室も含む入場は 1500 円。こちらはベゴニア 1500 品種、コリウス 170 品種などが年中満開。さらに、フクロウの飛行ショウが日に何度か行われている。

〇観光イベントの実施；年に 20 回ぐらいある。

〇(財)公社の職員数　公社勤務の市職員は３人、公社職員が 17 人、嘱託・臨時職員が 34 人、合計 54 人(H16 年度)。それらの業務は以下の通り。上記の受託管理業務とは一致しない。

私はこの 54 人という数字に驚いた。とにかくこれだけの人を雇用している。これ以外にも常勤、非常勤の役員が少しいる。その人達の属する分野を下記に記す。

・公社事務局

・松江城

・小泉八雲記念館

・武家屋敷

・出雲かんべの里

・カラコロ工房

・くにびきメッセ

・市観光文化課

・国際交流協会

・観光協会

・湖北芸術文化村

・松江フォーゲルパーク

●堀川遊覧船の経営状況

まず、遊覧船実現までの背景と経緯を述べると、昭和 41～42 年頃堀川の水質悪化が起こり、一部埋め立てて道路にする計画があった。それに対して住民の反対があり、「きれいな川を取り戻そう」という意識が高まった。それにつれて草花を植えたり、清掃活動をするなどの活動も起こった。昭和 55 年に松江青年会議所が「よみがえる堀川の会」を発足させ、市に堀川に遊覧船を運航させるよう提案した。昭和 63 年に建設省の「ふるさとの川・モデル事業」に指定され、水辺の空間を生

かした環境づくりの計画を進めた。

事業化は、平成８年に市の関係部局を集めた「堀川遊覧推進会議」を設置し、堀川の遊覧コースの整備、コースにある 16 の橋の模様がえや修理などを行った。平成９年３月の就航開始以後も、コース沿いに花を植えたり、浪害防止のための石垣の設置などを行っている。次頁の表１「開業から現在までの乗船者数の推移」で分かるように、開業後３年目には 30 万人以上の乗船客を得て、経営は軌道に乗ったと見られる。

遊覧船特別会計を見て、金額の多さと黒字ということに驚いた。この公社直営事業は 338 千人の乗船者を集めて、323 百万円の売り上げがある（子供、団体があるので平均単価は 975 円）。借入金収入などという項目があったりして、分かりにくい決算ではあるが、私の見たところでは２～３千万円の黒字だと思う。乗船したときに、船頭さんからいろいろ話を聞いたが、黒字経営に対する意欲が感じられた。

この事業に属する人たちの数は、役員と市職員が４人、公社の嘱託・臨時職員が 21 人、船頭さんが 95 人である(表２)。

	H9 年度	H10 年度	H11 年度	H12 年度	H13 年度	H14 年度	H15 年度	H16 年度
乗船客 目標	5,000	150,000	250,000	350,000	330,000	335,000	340,000	340,000
実績	75,447	212,963	324,632	307,404	349,659	338,675	338,106	
増減	25,447	62,963	74,632	▲ 42,596	19,659	3,675	▲ 1,894	
就航日数	199 日	351 日	353 日	362 日	361 日	363 日	360 日	日

備考

就航日　H9.7.20（乗船場２ヶ所　そもそも、何ごとによらず“続く”ということが、「ことの善悪・意義」はもとより、あらゆる）

H10.7.20　大手前乗船場オープン　（乗船場計３ヶ所）

H11.10.10　50 万人達成　鳥取県西部地震の風評被害により減

H13.6.10　100 万人達成　９月の同時多発テロの影響により、秋の観光客増

10 月後半に寒波が例年より１ヶ月早く到来した影響

H15 年度　春から夏の長雨の影響による集客減

H16.6.5　200 万人達成

年齢別船頭の数

45～49、1 人　50～54、4 人　55～59、10 人　60～64、36 人　65～69、44 人　計 95 人

	運行日数			運航便数	乗船客数	乗船料(円)
	運航	運休	運航率	合計	合計	合計
平成 11 年度	353	13	96.4	33,514	324,632	312,298,450
平成 15 年度	360	6	98.4	42,999	338,106	329,736,120

遊覧船の初期購入費は分からないが(250 万円のようだ)、40 艘の減価償却済み額が１億円ぐらいで、未償却額が１千万円ぐらいになっている。今後は償却済みの船で商売が続けられるわけだ。またこの会社（公社）は変な会社で、客用でなければ中古の船を買ったりと、経営合理化を図っているようだ。ここまでやる気であれば、利益がでるはずだ（表３）。

●観光の日常化に県立美術館が貢献

取材に行ったとき、是非見てくれと市役所の人にいわれてのが、県立美術館と松江ウォーター・ヴィレッジ（ルイス・C・ティファニー庭園美術館と松江イングリッシュ・ガーデン）である。ティファニー美術館は大変面白かったが、紹介するスペースがないので、一言だけ述べることにする。　以前に博多で、ヨーロッパで製作された（あるいは中国などへ発注された）古伊万里のコピーと本物をまとめて展示していた。それを見て感じたことは、本物の

ティファニー庭園美術館にあった本物の古伊万里（左）と
ヨーロッパでつくられたコピー（右）

古伊万里に比べて輪郭がカッチリしていて、面白味に欠けていた。このティファニー美術館は、日本の美術がヨーロッパに与えた影響を積極的に展示していた。ここにも古伊万里とそのコピーが展示されていた。残念ながらカラー写真でないので、十分伝えることが出来ないが、本物は赤い花びらはアカだけで書かれていたが、ヨーロッパ製の古伊万里は、花びらに細い線で輪郭が縁取られていた。美意識の所為か職人の感覚や技術の所為か分からないが、日本の文化のゆとりと深さを感じた。このような美意識の低層が、谷崎潤一郎の「陰影礼賛」などとつながっているのかも知れない。松江に行かれた方は、是非ルイス・C・ティファニー美術館にも足を延ばしていただきたい。

島根県立美術館は宍道湖の東端にある。案内パンフレットに「夕日の見える美術館」とあるように、宍道湖の広がりと夕日を取り入れるというモチーフで設計されている。湖側は全面ガラスで館内からも楽しめるが、湖側にでるとゆったりした広がりがあり、石像彫刻もあり、くつろいでいる人が沢山いた。（２枚の夕陽の写真は、左は宍道湖の西に沈むところ。右は夕陽が、ガラスの壁に映るように設計された美術館。）

この美術館のウリはこの空間の豊かさで、ゆったりしたロビーには無料で入れる。だからロビーを通り抜けて湖側に出て楽しむのも無料である。私は館の北東端にあるレストランでビールを飲みながら、陽の沈むのを待っていた。外に出たり入ってビールを飲んだりしながら写真を撮った。このレストランには地元に人たちが、何組か会話を楽しんでいた。

もう一つウリがある。パンフレットに開館時間が「10 月～２月…10:00～18:30、３月～９月…10:00～日没後 30 分（展示室への入場は閉館 30 分前まで）」と書いてある。開館時間までが、夕陽を意識している。運良く天候に恵まれ、十分楽しむことが出来た。申し訳ないが入場料は払っていない。

●縁結火(えんむすび)という花火を売る

美術館を進められたとき、「他に面白いことはありませんか」と尋ねたら、「“縁結火”という花火の打ち上げをやっていますよ」といわれ、さらに「今晩ボランティアガイドの講習会がありますから、出てみられてもいいですよ」ということだった。

“縁結火”はうちあげ花火の個人販売である。本物の花火を買って、伝えたいメッセージを読み上げながら宍道湖上に打ち上げる仕組みになっている。例えば「つき合ってもう４年、そろそろプロポーズしようかな」とか、「還暦のお祝いに子供達がプレゼント」、「結婚記念日だから」などといったメッセージがある。花火のセットは２万円から 18 万円まである。

・シルバーセット(Ｓ)２万円；９号玉(上空での　広がり直径 110㍍)３個　12 号玉(〃 130㍍)２個
・ゴールドセット(G)3.2 万円；９号玉３個　12　号玉２個　15 号玉(160㍍)１個
・スターマイン(Ｓｔ)18 万円；９～15 号玉が 70 発

９月 11 日の縁結火大会ではＳが 10 組、Ｇが９組、Ｓｔが２組あった。合計 260 発上がったということである。東京から来た人もあったらしい。客からお金を取って景気よくやるなどは見上げた

ものだ。

●ボランティアガイド講習会

「覗いてみてください。大丈夫ですから」といわれて、のこのこ出かけた。驚いたことに講師がすごかった。小泉八雲の曾孫に当たる小泉凡先生(島根県立島根女子短期大学助教授、小泉八雲記念館顧問)だった。出席者は 20〜30 人で、小泉八雲にまつわる話を聞いた。偶然の幸運で私は楽しかった。

八雲がなぜ松江を愛したかという話では、彼が japon　tone といった、水蒸気が立ちこめたような風景にやすらぎを見いだしていた、という話が面白かった。彼は松江に来る前は、フランス領西インド諸島のマルチニク島にいたので、そう感じたのだろうということだった。小泉八雲は浸透の民族文化に惹かれて、毎日が新鮮だと言っていたが、食事は洋風で牛乳と目玉焼きとステーキが欠かせなかったらしい。