



## 36. 島根県松江市

対象地域	島根県松江市			
申請主体	松江市			
計画名	松江城周辺の混雑状況緩和及び周遊観光促進による持続可能な観光地づくり推進事業			
観光客データ		平成31年	令和5年	令和6年
	入込観光客数(千人)	10,459	8,570	8,734
	- 国内	-	-	-
	- 訪日外国人旅行者	-	-	-
地域の特徴・観光資源等	<ul style="list-style-type: none"> <li>松江市は、島根県東部に位置し、北に日本海、東に中海、西には宍道湖を臨む「水の都」であり、国宝松江城、茶の湯文化など、歴史や文化を感じられる国際文化観光都市</li> <li>令和7年秋から放送されたNHKの連続テレビ小説「ばけげん」のモデルとなる小泉八雲・セツのゆかりの地でもある</li> </ul>			
協議体制	<b>協議の場</b>			
	<b>地域協議会</b>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域の公民館長を交えた協議会にて計画を共有し、意見を聴取しながら事業を推進する</li> </ul>			
協議体制	<b>参加者</b>			
	<b>行政機関等</b>	<b>事業者</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>松江市関係部局</li> <li>島根県</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>松江商工会議所</li> <li>松江観光協会</li> <li>松江旅館ホテル組合</li> <li>一畑電気鉄道 等</li> </ul>		
<b>住民関係者</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>松江市公民館長会</li> <li>八雲会</li> </ul>				


## エリアマップ




小泉八雲記念館  
(塩見縄手)




国宝松江城

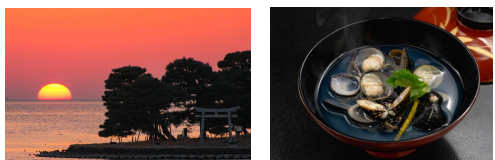


美保神社





玉造温泉



宍道湖の夕日としじみ汁

## 2. 課題

	主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1. 特定の場所への集中	<ul style="list-style-type: none"> <li>周辺駐車場に空きがあるにもかかわらず、国宝松江城の最寄り駐車場である市営大手前駐車場へ入庫が集中することで、休日などには渋滞が発生し、観光客の周遊時間損失及び住民生活に支障が生じている。</li> </ul>	地域住民・観光客
2. 道路の渋滞・混雑	<ul style="list-style-type: none"> <li>小泉八雲・セツゆかりの施設や武家屋敷が立ち並ぶ塩見縄手エリアは江戸時代の風情が残る観光スポットである一方、住民の生活道路でもあり、交通量の増加に伴う、観光客の周遊阻害、地域住民の安全が懸念される。</li> </ul>	地域住民・観光客

## 1 特定の場所への集中



市営大手前駐車場の渋滞

周辺駐車場に空きがあるにもかかわらず松江城最寄りの市営大手前駐車場に入庫待ちする車で渋滞が発生

## 2 道路の渋滞・混雑



塩見縄手エリア

小泉八雲・セツゆかりの施設が建ち並ぶ塩見縄手は観光地であるとともに地元住民の生活道路であり、土日祝日には渋滞が発生

### 3. 背景・要因

#### 主な背景・要因

1. 観光客の松江城への集中
- ・ 松江城への訪問のみを考える観光客が多い背景から、城に最も近い駐車場に車が集中してしまっている
  - ・ 松江城周辺駐車場の情報・誘導が不足しており、観光客が選択する機会を喪失している
  - ・ NHKの連続テレビ小説「ばけげん」放送決定を機に観光客が増加している

#### GW期間中における駐車場利用状況（令和7年5月3日～5月6日）

	市営大手前駐車場 (駐車可能台数67台)		市営城山西駐車場 (駐車可能台数158台)	
	駐車台数	稼働率	駐車台数	稼働率
5月3日(土)	388台/日	579.1%	148台/日	93.6%
5月4日(日)	464台/日	692.5%	317台/日	200.6%
5月5日(月)	493台/日	735.8%	228台/日	144.3%
※平均利用台数	62台	<b>92.5%</b>	44台	<b>27.8%</b>

大手前駐車場が常時満車状態に対して、城山西駐車場には大きく余裕がある状況

※平均利用台数はGW期間中における9時～17時までの2時間ごとの稼働率平均

# 4. 対策の概要

目指す姿	混雑状況の緩和・未然防止により、観光客の滞在時間に余裕が生まれ、満足度が向上するとともに、地域住民の生活環境改善が図られ「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な観光地づくりを推進する。
KGI	(指標) 松江城来訪者の周辺施設周遊割合
	目標値：50%   実績値：27% (令和5年測定数値)
<ul style="list-style-type: none"> <li>本事業により特定の駐車場へ集中する車両の分散を図り、松江城だけでなく周辺施設への周遊を促す</li> </ul>	

## ■ 補助事業の実施概要

### 調査・分析

#### ① 松江城周辺駐車場におけるピーク時の利用実態調査

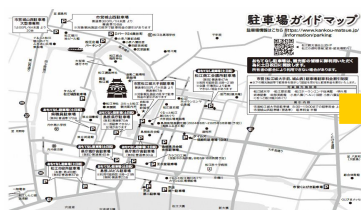
- ピーク時には松江城最寄りの大手前駐車場に入庫待ちの滞留列が生じてしまっている。
- 松江城周辺の駐車場利用者（観光客）にアンケート調査を実施。駐車場利用に係る意識調査を行うことで、周辺駐車場への分散化を促す対策を検討した。



大手前駐車場へ入庫待ちする車両の列



グーグルマップ集客力UP講座の開催



松江城周辺の駐車場ガイドマップ (現行)



松江城周辺の駐車場ガイドマップ (改訂後)



### 需要の分散・平準化

#### ② 松江城周辺の駐車場ガイドマップ改訂

- 松江城周辺には多数の駐車場があるものの、特定の駐車場への利用集中が起きてしまっている。
- アンケート調査の結果に基づき、駐車場ガイドマップを改訂することで、市営大手前駐車場に集中する車を周辺の空き駐車場へと分散させるとともに松江城周辺の周遊促進を図った。

#### ③ グーグルビジネスプロフィールの活用支援セミナー開催

- 観光客の周遊を促す仕掛けが不足しており、松江城というメインコンテンツに観光客が集中している。
- 事業者向けにグーグルビジネスプロフィールの活用支援セミナーを開催（会場・オンライン＋アーカイブ発信）。混雑緩和により滞在時間が伸びた観光客に対して、グーグルマップを充実させることで観光施設・店舗情報を可視化でき、昼食時など混雑時間帯の分散化及び周遊促進を図った。

## 駐車場ガイドマップ

駐車場情報は

**KGI：松江城来訪者の周辺施設周遊割合**

- ・測定手法：観光地点アンケート調査
- ・現状値：27%
- ・目標値：50%

**KPI：城山西駐車場の稼働台数**

令和7年度 1月利用台数前年398台⇒720台  
令和8年度 5月連休の利用台数750台⇒1,200台

おもてなし駐車場は、観光客の皆様にご利用いただく為に土日祝日に開放します。  
所有者の都合により利用できない場合があります。

市営(松江城大手前、城山西)駐車場駐車料金割引制度  
★以下の観光施設等で駐車券を提示して認証を受けると駐車料金を割引いたします。

施設等	内容
松江歴史館	19:00までの駐車料金 上限800円
松江博物館	駐車料金 半額
松江城(本館・第4別館)	19:00までの駐車料金 上限800円
松江城(本館・第4別館)	駐車料金 半額

松江城最寄りの大手前駐車場に観光客の車が集中し、繁忙時には駐車場待ちの列が道路上に発生している

**KPI：セミナー参加者のうち活用したいと回答した割合**

令和7年度 70% (大原島)  
令和8年度 実際に利用した割合 50%

Googleビジネスプロフィールの活用支援  
セミナー開催

**KPI：調査結果に基づく周遊施策の企画立案**

令和7年度 立案3件  
令和8年度 実行3件  
※大手前駐車場を含む、5ヶ所程度の駐車場にて調査実施

松江城周辺駐車場におけるピーク時の利用実態調査

駐車場に関する情報発信の強化や、市内周遊の促進等を通じて、観光客の利用駐車場の分散を図る

松江城周辺の駐車場ガイドマップ改訂



※本情報は2024年6月時点の情報をもとに作成しています。発行後、料金やデータ等が変更されている場合がありますので、あらかじめご了承ください。

調査・分析

補助事業①	松江城周辺駐車場におけるピーク時の利用実態調査		
事業目的	駐車場利用者の意識調査・分析による混雑緩和対策の検討		
実施主体	松江市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

【背景・課題】

- 周辺駐車場に空きがあるにもかかわらず、国宝松江城の最寄り駐車場である市営大手前駐車場へ入庫が集中することで、休日などには渋滞が発生し、観光客の周遊時間損失及び住民生活に支障が生じている。
- 駐車場利用者の意向調査を実施することで、駐車場の分散化を阻害する要因を把握し、より効果的な対策を検討・実施することができる。

【事業内容】

- 松江城周辺の駐車場利用者（観光客）にアンケート調査を実施。駐車場利用に係る意識調査を行うことで、周辺駐車場への分散化を促す対策を検討する。

【推進ポイント】

- 会議の場でアンケート結果を共有し、事業者や住民代表から意見を聴取し、具体的な対策を企画立案する。また対策の実行に向けて予算や実施時期などを検討し、計画的な取り組みを進める。
- 集計したアンケート結果を分析し、既存の駐車場ガイドマップを混雑緩和・周遊促進に繋がる内容に改訂する。



松江城周辺の主な駐車場

調査実施日：令和7年10月12日（日）

No.	駐車場名	駐車場容量	サンプル数		
			取得目標数	獲得数	獲得率
1	市営松江城大手前駐車場	67台	80サンプル	80サンプル	100%
2	市営城山西駐車場	158台	40サンプル	40サンプル	100%
3	おもてなし駐車場（県職員駐車場）	70台	40サンプル	40サンプル	100%
	おもてなし駐車場（島根県庁駐車場）	170台			
4	島根県民会館有料駐車場	130台	40サンプル	40サンプル	100%
5	タイムズ一畑町駐車場（立体）	244台	40サンプル	40サンプル	100%
計			240サンプル	240サンプル	100%

アンケート調査のサンプル回収状況

## 補助事業①

## 松江城周辺駐車場におけるピーク時の利用実態調査

### 令和7年度事業の目標 (KPI)

指標名 調査結果に基づく周遊施策の企画立案

令和7年度に掲げた目標値

- 3件

事業の成果/目標の検証結果

- 3件の施策を立案（①周遊促進に向けたデジタルマップの作成、②城山西駐車場の名称変更検討、③駐車場誘導看板の見直し）

### 成果の詳細

#### 補助事業実施の結果・実績

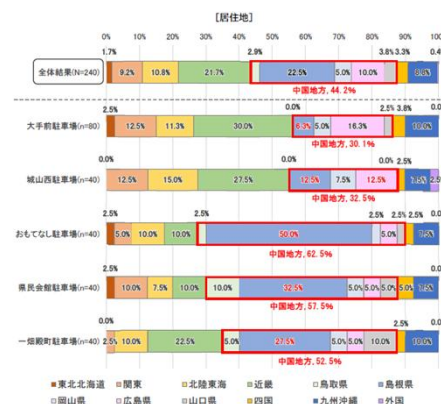
- 10月三連休の中日にアンケート調査を実施した。
- サンプル目標200件に対して240件のサンプルを取得した。

#### 事業目的に対する成果

- 松江城周辺駐車場利用者の利用動向、改善・要望意見を取得することができた。
- 実施したアンケート結果から3つの周遊施策を立案した。
  - ①周遊促進に向けたデジタルマップの作成
  - ②城山西駐車場の名称変更検討
  - ③駐車場誘導看板の見直し



城山西駐車場の様子



(結果考察)

・入庫待ちのため「大手前駐車場」等に駐車することができず「タイムズ一畑駅前駐車場」に移動してきたドライバーの多くは、現地の情報収集を行うことなどについて、比較的、関心が深い傾向が確認された。  
 こうしたドライバーは、「大手前駐車場」が混雑する状況や、混雑する時期・時間帯、入庫にかかる待ち時間などを現地に到着してから知り、また、付近の代替駐車場等についても事前に把握していないことから、結果、「大手前駐車場」で入庫待ちの渋滞が発生していてもまずは並んで待ち、渋滞に慣れていない地方部からの県外観光客等が警備員の声掛けを受けて、「タイムズ一畑駅前駐車場」等に移動しているケースが多いものと考えられる。

調査報告書（一部抜粋）

### 令和7年度事業を踏まえた継続課題

#### 継続的なデータ取得と調査

- NHKの連続テレビ小説「ばけげん」の放送開始以降、観光客も大幅に増加しており、今後、駐車場利用者の動向も日々変化することから定期的な調査実施によるデータの更新が必要である。

### 令和8年度以降の方針

#### 更なる周遊促進施策の検討

- 今回実施したアンケート結果を活用し、混雑緩和、周遊促進に向けた取り組みを検討・実施する。

## 5-②. 主な取組（詳細）

## 調査・分析

補助事業②	松江城周辺の駐車場ガイドマップ改訂		
事業目的	大手前駐車場利用者の分散化及び周遊促進を図る		
実施主体	松江市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

## 【背景・課題】

- 大手前駐車場に入庫待ちをする車両に観光客の意向を踏まえた、見やすく（視覚的）、活用できる内容に改訂した周辺駐車場ガイドマップを配布（案内）することで、効果的に周辺駐車場（城山西駐車場等）への分散化・周遊促進を図る。

## 【事業内容】

- アンケート調査の結果に基づき、駐車場ガイドマップを改訂することで、市営大手前駐車場に集中する車を周辺の空き駐車場へと分散させるとともに松江城周辺の周遊促進を図る。

## 【推進ポイント】

- 従来のマップ配架場所は観光客の目的地（観光施設等）に配架されており、駐車場の混雑緩和への効果が限定的であったことから、より効果の期待できるマップ配架場所を検討する。
- 会議の場でガイドマップ改訂（案）を共有することで事業者や住民から意見を聴取し、反映する。
- 大手前以外の駐車場利用を促進する記載に加えて、周辺観光施設の案内や交通量が多い、車道・歩道が狭い箇所（塩見縄手）などの注意喚起を促す表示も記載することで、観光客の流動化を図る。



改定した駐車場ガイドマップ



空港や道の駅等の観光施設にて配架



補助事業②	松江城周辺の駐車場ガイドマップ改訂
-------	-------------------

令和7年度事業の目標 (KPI)

指標名	城山西駐車場の稼働台数
令和7年度に掲げた目標値	750件
▶	事業の成果/目標の検証結果
	477台 (令和8年1月の測定台数)

成果の詳細

**補助事業実施の結果・実績**

- **本事業で実施したアンケート結果を踏まえ、駐車場マップの改訂を行った。**  
 (意識した改訂ポイント)
  - ✓ 城山西駐車場への誘導を促す表示 (経路、駐車場から目的地までの距離表示)
  - ✓ 塩見縄手の注意喚起
  - ✓ 満空情報QRコードをマップ内に掲載
- **ガイドマップ配架場所の見直しを実施した。**  
 これまで目的地周辺に配架されていたマップを目的地に入るまでの空港や道の駅・サービスエリア、レンタカー会社などへ新たに配架を行った。  
 (調査結果より大半の観光客が事前に駐車場情報を取得していない状況を踏まえた取組)

1月・土日祝日駐車台数 単位：台

駐車場名	R7	R8	増減
城山西	398	477	79
大手前	3,098	2,553	▲ 545

1月全体 駐車台数 単位：台

駐車場名	R7	R8	増減
城山西	621	859	238
大手前	5,114	4,741	▲ 373

主要駐車場の稼働台数

**事業目的に対する成果**

観光案内所、警備員からは以前のマップに比べ駐車場の場所表示が分かりやすく案内がしやすいという評価を得た。  
 大手前駐車場 (利用減) から城山西駐車場 (利用増) への誘導効果がうかがえた。

令和7年度事業を踏まえた継続課題

- 今後のハイシーズンにおける誘導の効果検証**
- 今回、城山西駐車場への誘導効果がうかがえる結果となったが、4月以降の観光ハイシーズンにも同様に効果的な分散・平準化を図れるか検証していく必要性を認識した。
  - 今後更なる施策実施に向けては駐車場等の混雑状況を可視化 (数値化) できるシステムの構築が必要であることが分かった。

令和8年度以降の方針

- 作成したマップの継続的な効果検証**
- 今回作成したマップの効果を検証し、新たな配架先を検討する。  
 また、観光客への効果的な駐車場情報の提供を検討する。

## 5-③. 主な取組（詳細）

## 調査・分析

補助事業③	グーグルビジネスプロフィールの活用支援セミナー開催		
事業目的	グーグルビジネスプロフィールの活用により観光客の観光施設・店舗利用分散化を図る		
実施主体	松江市	実施期間	令和7年9月～令和8年2月

## 【背景・課題】

- 国内、訪日外国人旅行者を含め多くの観光客が利用するグーグルマップの充実を図ることで、観光施設・飲食店などの混雑時間帯においても観光客の選択肢が広がり、特定施設や店舗・時間帯への集中を避け、混雑の緩和を図る。

## 【事業内容】

- 事業者向けにグーグルビジネスプロフィールの活用支援セミナーを開催（会場・オンライン＋アーカイブ発信）。混雑緩和により滞在時間が伸びた観光客に対して、グーグルマップを充実させることで観光施設・店舗情報を可視化でき、昼食時など混雑時間帯の分散化及び周遊促進を図る。

## 【推進ポイント】

- 多くの施設・店舗に参加いただくために、観光協会や商工団体と連携して取り組みを進めていく。
- 多忙な事業者の参加促進を図るため、現地開催に加えて、オンライン、アーカイブ配信も行うことでセミナー開催の効果を高める。
- 施設・店舗のグーグルプロフィールの活用状況に応じて、ターゲットとする層を絞りセミナー内容（入門～専門的な内容）を検討する。



セミナーの告知チラシ



セミナー開催の様子



# 5-③. 成果及び今後に向けて

## 補助事業③

## グーグルビジネスプロフィールの活用支援セミナー開催

### 令和7年度事業の目標 (KPI)

#### 指標名

セミナー参加者のうち本セミナーの内容を活用したいと回答した割合

#### 令和7年度に掲げた目標値

- 70%

#### 事業の成果/目標の検証結果

- 76% (セミナー終了後の参加者アンケートにおいて集計)

### 成果の詳細

#### 補助事業実施の結果・実績

- Googleマップ集客力UP講座を12月9日、12月17日の2日間開催し、両日ともに午前：基本登録編 午後：実践応用編の内容で実施した。
- 参加者151名 (現地75名、オンライン76名)
- アーカイブ動画閲覧数 (基本登録編：68回、実践応用編50回)
- アンケート回答117件 (現地69名、オンライン48名)

#### 事業目的に対する成果 (アンケート結果)

- 本セミナーの内容を活用したい：116名(76%)
- 活用したいと思わなかった：1名
- セミナーに対する満足度  
とても満足・満足：110名、どちらとも言えない：7名
- グーグルビジネスプロフィールの基本について理解できたか  
よく理解できた・理解できた：111名、少し理解できた：4名、あまり理解できない：1名



セミナー開催の様子



セミナー開催案内

### 令和7年度事業を踏まえた継続課題

#### セミナー参加者の継続的なフォローアップ

- 「理解した」から「実践・活用」へと繋げるためには、継続的なフォローを行い、進捗確認を行う伴走支援体制が必要と分かった。
- 事業者の意識定着 (グーグルマップ未活用層の底上げ) には継続的なセミナーの開催支援が必要と分かった。

### 令和8年度以降の方針

#### デジタルを活用した更なる周遊促進施策の検討・実施

- オンラインやデジタル技術を活用して市内の観光施設やスポット、店舗を観光客が周遊する取り組みを検討する。