

令和5年度 第8回 政策決定会議 会議録①

- 
- ◆開催日時：令和6年2月22日（木） 13：00～13：42
  - ◆開催場所：市長公室
  - ◆出席委員：永野市長、堤副市長、波積副市長、大下教育長
  - ◆説明者：船橋魅力創造部長、井上観光課長、有留観光振興担当主幹、  
増田観光振興担当長、藪内担当員
- 

◆審議事項

「観光創造ビジョン・岸和田」について・・・・・・・・・・・・・・・・魅力創造部観光課⇒承認

---

◆審議概要

- ◎説明者から、案件及び政策調整会議における議論の内容を説明し、政策調整会議にて、本件原案のとおり承認された旨、報告。
- ◎報告後、質疑応答

〈堤副市長〉今回の目玉としてキャッチフレーズ的に打ち出したのが“岸和田オンリーワン”。観光も創造の時代なので、新しくオンリーワンを創造していくことを目玉にした行政計画になっている。

岸和田市は他市町村と比べて資源が豊富で、いかにそれを市民一人ひとりの協力を得ながら皆で磨き上げ、発展させ、観光の目玉にしていくかがポイントになる。これからの100年に向け、従来型の観光“振興”から観光の“創造”という視点を打ち出したことが重要。昨年12月に策定した『文化創造ビジョン・岸和田』とセットで動かししていくもので、目玉となる観光、文化、芸術を新しく創造し、「新・岸和田」をつくっていくために、文化国際課ともしっかり連携しながら進めてもらいたい。

内容について触れるべきところが5点あり、1点目は、計画本編27ページの岸和田市への観光入込客数について。令和4年現在のデータしか取れていないが、南海電鉄によると、コロナ禍前を遥かに凌ぐ乗客数とのこと。関空の関西エアポート株式会社も同じように言っていたので、やはりこのデータ以上に入込客数は増えていると考えられ、自身が電車に乗った際にも実感している。岸和田城でも欧米系の方が目立つようになってきたとのことで、この回復の兆しをいかにうまく活かすかがすごく大事だと考えている。インバウンドの取組に力を入れるためには、まず関空から難波に行く手前に岸和田があることに注目されなければいけないので、様々なイベントを積極的にうっていく必要がある。爆買いは終わったと言われているが、それは薬局の商品や炊飯器などが売れなくなっただけで、円安もあり、バッグ等の高級品は非常に買われている。関空がリニューアルして高級品4大ブランドを並べており、関空の利用者は帰りにバッグを買って帰るくらいなので、途中で降りてそのお金を岸和田で使ってもらえる仕組みを作っておけばよいのではないかな。

2点目は、29ページの滞在者の属性について。年代別に見ると、20代、30代が非常

に少ないため、この世代をめぐって何をアピールするかが重要。歴史や文化、伝統という対象が高齢者になってしまうため、八陣の庭と現代アートをセットで打ち出すとか、新しい所に目をつけるとか、現在関西大学の学生に発掘してもらっている新しい食など。大学生など若い人の知恵を借り、TikTok や Instagram でどんどん発信してもらい、30代以下の年齢層をターゲットングして集客していくことが、滞在者数の若返りに必要だと思うので、職員だけの力・知恵だけでなく、ひとの力を使っていくことも考えていくべきである。

3点目は35ページについて。岸和田市は日帰りが多く、宿泊者が少ない。理由は宿泊施設がないから。いかに岸和田で足を止め、滞在させるかが課題である。南海電鉄に聞くと、岸和田は電車賃と乗客数を掛けたときの収益率が高いため、岸和田でたくさん乗降してほしいとのこと。宿泊施設として紀州街道の古民家再生を進めてほしいと伝えているが、それもオンリーワンになるのではないかと。

4点目は、17ページにもあるように、『文化創造ビジョン・岸和田』でも目玉にした食文化について。これを観光創造として打ち出していかなければいけない。去年市長に食をテーマにしたシンポジウムに出席いただいたり、関西大学の学生にも食を中心としたテーマで英語版を含めたパンフレットを作ってもらったり、SNSで情報発信をしてもらったりしているが、資源の多い岸和田市の中でも、特に食資源は海から山まで豊富でオンリーワンのものがある。それにうまく磨きをかけるのがポイントになる。食を観光の目玉にすることが一番大事だと思うのでよろしく願いたい。

最後に、文化的な人材について。咲くやこの花賞を獲った歌舞伎役者の上村吉太郎さんのような岸和田出身の人材が埋もれているのではないかと。例えば、八陣の庭の前や杉江能楽堂で歌舞伎を演じてもらうなど、観光、文化芸術の目玉にしていけばどうか。文楽の名跡の第11代豊竹若太夫さんも岸和田の方で、名跡襲名をこの4月にされる予定だと報道されていた。こういった岸和田の文化・芸術面は、これまであまりイメージになかった「新・岸和田」として新しい観光の目玉にできるよう、アカデミックでインテリジェンスな岸和田のまちのPRが、これからの100年では必要ではないかと。これを機に、これまでとは違った岸和田の都市のイメージ作りを行ってほしい。

〈波積副市長〉私の計画を確認するうえでのチェックポイントは2つ。1つ目は、点から線、線から面への展開が入っているかで、これは入っている。2つ目は、ターゲットを明確にして取組を構築しているかで、それもできている。非常によく調査をし、データに基づき、EBPMの好事例になっている。ただ一方で、少し現実に引きずられ過ぎている気がしている。関空の利用者の中心は台湾の方ということで、台湾人をメインターゲットにしたビジョンになっているが、実際に文化的な観光でお金を落としてくれるのは欧米系の方。彼らは長期滞在をし、かつ歴史文化が好きなので、それらを組み込んだ通年で定番型、かつ歴史が勉強できること意識し、実行してほしい。また、国内マーケットについても東京や愛知を中心に考えているが、来ていない人たちにPRすることが一番大事。ターゲットとしているところだけ取り組むのではなく、ビジョンはビジョンでよいが、実行にあたり、あまり現実に引きずられ過ぎないようにしてほしい。関空に人が来て、泉佐野市までは人が来て泊まる。でも結局通り過ぎてしまうという状態は、実は熊本県に似ている。熊本県がなぜくまモンを作ったかというと、新幹線ができて皆が鹿児島に行ってしまう、熊本で人が降りないことに危機感

を抱いたからである。熊本の取組はかなり参考になる。熊本も最初は近畿圏をターゲットにしていたが、途中から全国に切り替えている。イメージを良くすることが非常に大事なので、ぜひ取り組んでもらいたい。

岸和田市には知り合いが既に70人ほど来ている。彼らが言うのは、久米田池や温泉、海から山まで魅力があるまちだが、だんじりしか知らなかった、ということで、これはもったいない。富裕層を呼ぶために大事なのは食べ物である。ワタリガニやシラスなどをうまく使い、富裕層が好きなものを開発しなければいけないと思っている。最初は岸和田では降りず大阪市内で食べるかもしれないが、いつかは岸和田に戻ってくるような仕掛けを作りたい。一番大事なのは実行なので、魂を込めて一緒に頑張りたい。

〈教 育 長〉両副市長と同じように、非常にまとまった良いプランになったと思う。アクションプランにも、情報発信にしても旧来型ではなく SNS を活用するとか、体験してもらうとか、だんじり文化の通年化など具体的に記載されている。特にだんじり小屋巡りについて、だんじりは彫り物に非常に魅力を感じる部分が多く、私も好きでよく見るが、外国人の方も魅力を感じるのではないかと感心した。

実際誰が進めるのかということについて、関係の団体と連携ということが記載されているが、一点不安に思うのは、庁内の推進体制である。これだけのことをしようと思えば、庁内で一体的に取り組むと同時に、核となる人間をしっかり作って進めていかなければ実行できないので、観光課内での体制を十分に考えていただきたい。

〈市 長〉良いプランである。次の期間までに切れ目がないこと、毎年検証しながら次の弾を込めていく作業がどれだけできるかが大事なのでお願いしたい。

観光は広域の視点が大事。広域を意識した岸和田市の観光という視点を重要視して実践してもらいたい。

また、為替が円高に変わると、現在の日本の「安い」という魅力が変わっていく。今は為替に助けられてインバウンドが増えているが、「安いから」ではなく、「本当にいいからお金を出してでも来たい」と思わせられるよう、生き残っていけるような観光を戦略的・意識的に作ってもらいたい。

最後に、観光を作っていくことは再現すること。日本中、世界中の観光ヒット商品の再現を岸和田でできるかどうかである。これは非常に大事で、観光が伸びた事例を学び、それを再現するためにビジョンを作っている。もう1つは、創発、勃興、英語で言うところの「emerge」の産物をキャッチしていくこと。日本中、世界中の今までの観光のヒット商品は、仕掛けて作ったものもあれば、たまたまできてヒットしたものもあり、案外この力はものすごく強い。岸和田でも大なり小なりできてくると思う。意図しないものでも拾っていくことが大事で、これを無視せず今後のビジョンに入れて進めてほしい。

〈波積副市長〉くまモンも作り込みはしっかりしたが、あそこまで有名になったのは偶然の産物。

〈市 長〉うけると思って作った横のものがうけることもある。それは、考えたことが外れているのではなく、色々考えて再現しようと思って仕掛けたがために生まれたもので、頑張った結果である。これだけしっかりした哲学で観光を進めていくなれば、必ずそういったものが出てくると思う。偶然できたものだからと無視するのではなく、それを伸ばしていくこと。

〈総合政策部長〉本案件について、原案のとおり承認してよろしいか。

【異議なし】

⇒本件を原案のとおり承認する。

令和6年2月 15 日

## 政策調整会議付議依頼書

依頼者名 魅力創造部長 船橋 恵子

下記事項について、効果的かつ効率的な市政運営実施のための会議の設置に関する規程第 14 条の規定に基づき、下記のとおり付議を依頼します。

### 記

付議事項名	「観光創造ビジョン・岸和田」について
付議の目的 (ポイントを絞り込んで、簡潔に記載すること。)	平成 28 年度に策定した「第2次岸和田市観光振興計画」の計画期間が、令和5年度末をもって満了することに伴い、岸和田市観光振興計画推進委員会において審議し策定した「観光創造ビジョン・岸和田(案)」について、市の方針として承認を得たいため。
説明者	観光課 課長 井上 観光課 観光振興担当主幹 有留 観光課 観光振興担当長 増田 観光課 観光振興担当 藪内
付議事項の概要	様式別紙に記載(必ず別紙様式をご提出ください。)

付議会議	令和5年度 第11回会議
付議事項	「観光創造ビジョン・岸和田」について

★取組の目的

対象	市民及び観光客
どのような状態を目指す	「観光創造ビジョン・岸和田 ～新しいオンリーワンをつくる～(案)」の策定により、本市の観光振興における基本方針が設定されるとともに、近年の観光客のニーズや本市に対するニーズ等の調査結果を踏まえて、本市の強みを活かしたコンテンツの磨き上げ・情報発信の強化・観光客の受入体制の充実を図ることで、本市を訪れる観光客の増加を目指す。併せて、本計画の目標達成に向け、多様な主体が一体となってまちづくりを行うことで、都市活力の向上やシビックプライドが醸成され、岸和田市政の方針を示す『未来ビジョン・岸和田』の基本目標「にぎわいと活力を創造するまち」の実現を目指す。

★総合計画上の位置付け

5020102	基本目標	にぎわいと活力を創造するまち
↑ここにコードを入力 (コードは「未来ビジョン・岸和田(体系)」シートを参照)	個別目標	観光資源が活かされている
	個別目標の方向性	① 関西国際空港とのアクセス性を活かすとともに、観光資源が充実し、観光客が過ごしやすい環境づくりを
	行政の役割	観光資源の磨き上げや新たな観光資源の創出を支援する

★現状と課題

本市は、全国的に知名度の高いだんじり祭や、岸和田城や国指定名勝の岸和田城庭園八陣の庭などの歴史文化資源を有していることに加え、海から山までの豊かな自然に恵まれており、水ナスや桃、人参「彩誉」等の農産物や、イワシやがっしょ等の府内漁獲量の約8割を誇る海産物も豊富にある。そのうえ、関西国際空港から電車で約20分、大阪府中心部からも電車で約30分という、交通アクセスにも非常に恵まれたまちである。しかし、上記のような多くの観光資源があるものの、本市を訪れる観光客数は、平成27年度の約308万人をピークに減少傾向にある。その要因として、平成28年度に策定した「第2次岸和田市観光振興計画」において、「本市の観光資源にかかる効果的な情報発信ができていないこと」「観光客の受入体制の整備が十分でないこと」が市の観光の課題として挙げられ、これらの課題解決に向けて、さまざまな観光施策を推進してきたところである。

しかしながら、体験型観光の人気の高まりやSNSの進化、さらには新型コロナウイルス感染症の影響を受け、近年の観光客の動向やニーズが大きく変容していることを受け、その変化に合わせた観光の実態を正確に把握し、戦略的に観光施策を展開するための観光振興に関する方針と方向性を定めるべく、今後の観光振興の根幹となる計画の策定が必要となっている。

(単位:千円)

実施中の取組及び予定する事項	決算(見込額)		予算額	見込額					
	R3年度	R4年度		R5年度	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
委員会運営費用						1,000			
計画策定委託料			7,000						
財源内訳	国費								
	府費			2,178					
	起債								
	一般財源			4,822			1,000		
	その他								
事業費			計	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	
			1,000	0	0	1,000	0	0	

★当該事項に関連する人員増の必要性\*

人員増の必要性	R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
有					
無					

★取組の効果を表す指標

指標名	単位	R3年度	R4年度	R5年度	目標値				
					R6年度	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
① 主要観光施設及びイベント来訪者数	人	2,023,514	2,623,242	2,650,000	2,700,000	2,750,000	2,800,000	2,870,000	2,940,000
②									

※事業費及び人員を確約するものではない。