令和8年度　外部アドバイザー会議　会議録

日　時	令和8年8月 12 日(水)10:00～12:00
会　場	岸和田市職員会館　3階会議室
出席者	【外部アドバイザー】 　和歌山大学　竹林教授 　奈良先端科学技術大学院大学　新井教授 【観光課】 　芝野担当長、薮内担当員 【事務局(企画課)】 　中井課長、髙井主幹、林主幹、吉本担当員、新原担当員
案　件	観光振興事業について

●事務局からご挨拶
●観光振興事業の取組について観光課から資料に基づき説明。

昨年度事業を実施し、観光振興計画推進委員会にも諮った上で、令和 7 年度の総評としては各指標を達成または一部達成と評価している。資料 1、参考資料 1 にその内容を整理している。

本日は、これまでの事業を踏まえ、今後どう成果を上げていくかを検討したい。令和 5 年度、6 年度、7 年度と計画を進める中で見えてきた課題を資料 2 に記載している。今後、観光課としてどう取り組むべきか、どのような事業や手法がよいか、多角的に意見をいただき、次年度以降に反映したい。

観光創造ビジョン岸和田は 6 年間の計画で、今年度は中間地点となる。後期計画をどう進めるかを考える折り返し地点でもあるため、いただいた意見を踏まえて今後の方針を整理したい。

●以下のとおり意見交換

奈良先端科学技術大学院大学　新井教授

スマートグラスは、何ができるかを製品から考えるより、既存の課題をどう解決するかから考えたほうがよい。電源やバッテリー、高価であることなど、運用面の制約もある。過去にも類似の試みはあったが、当時はデバイスが大きく電池も持たず、事業化に至らなかった。

業務用としての活用は比較的成立しやすい。例えば整備作業のチェックや、マニュアルに沿った運用を補助する用途がある。認識対象や用途が限定されていないとソフトを作り込みにくく、その点は今も大きくは変わっていない。生成 AI で柔軟性は増したが、会話するように依頼してもうまく動かないことも多いので、その制約を許容できる利用者向けに考えるべきである。

ハンズフリーであることが大きな利点で、観光案内者の補助ツールとして、案内時の忘れやすいポイントを表示するカンニングペーパーのような使い方も考えられる。観光客自身が使う場合は、案内板の情報表示や翻訳などが想定されるが、まずは観光中に何を見てどう行動したかを記録するログ取得の用途がある。良い景色や驚いた瞬間を記録して返すこともできる。

アプリ開発は費用がかかるため、まずは無償協力者を探しながら進めるのがよい。

和歌山大学　竹林教授

クーポン配布も、実はデータ取得の手段である。使ってもらうことで、何をどこで買い、どれくらい使ったかが分かり、そのデータを基に次の提案ができる。ファーストフード店のアプリでは、同じアプリでも人によって表示される内容が違う。こうした仕組みを意識してデータを取ることが大事である。

スマートグラスは、眼鏡利用者には使い勝手が悪い面もある。ただ、せっかく装着してもらうのであれば、その人たちが何を見たのか、何に驚いたのか、何を楽しいと思ったのか、どの経路を通ったのかというデータを取るほうがよい。ただし仕事量は増えるので大変にはなる。

事業説明を聞いていると、一生懸命取り組んでいるが、どこに向かっているのかが見えにくい。スマートグラスを使うこと自体が目的化しているように見えるので、何をめざして使うのかを考えるべきである。

広告宣伝も同様で、誰に向けて何を発信しているのか、誰が喜ぶのかが具体的に見えにくい。相手が何を使い、何を喜ぶかを想定して工夫する必要がある。

岸和田市のだんじりについても、何をするとどんな人が興味を持つかを考える必要がある。文化や伝統は後から形づけられるもので、岸和田市のだんじりも、その楽しさを整理して示すことが大事である。地域の魅力は違いだけでなく、その違いがどんな利点になるかまで伝える必要がある。

岸和田市のまち全体についても、どんな人がいて、どういう組み合わせで楽しいまちなのかを自分たちでイメージする必要がある。何をめざして岸和田市を売りにするのか、まず自分たちが何を楽しんでいるのかを考えるべきである。観光は目的を持ってつくるべきであり、お城や海を何のために活かすかを整理したほうがよい。取組自体は良いが、どこに向かっているのかが見えにくいので、集中すべき点を整理してほしい。

事務局

コンテンツごとに、想定しているターゲット層があると思うが、そのあたりを教えてほしい。

観光課

ターゲットはコンテンツごとに異なる認識である。全国的なデータでは、9 割程度が「岸和田市＝だんじり」というイメージを持っている。観光課としては、城や海、山など、だんじり以外にも魅力があると考えている。

だんじりで認知度があるのはよいことだが、他の資源の認知度が低いことが課題である。お城についても、誰をターゲットにするかが重要で、イベントによって年齢層や属性は異なるため、それぞれに応じて設定している。ただし、特定層に限定しているわけではなく、広く発信・展開している。

最終的には岸和田市に来てもらうことが目標だが、その前段としてまず知ってもらいたい。そのきっかけとして事業や情報発信を行っているが、誰を対象とするのか、また、その魅力を十分伝えられていない点については、今後検討が必要と感じている。

和歌山大学　竹林教授

岸和田市にはだんじりに関わっていない人もいるので、その人たちも含めて岸和田市が最高と思える市にしていく必要がある。住みやすく、誇りを持てるまちづくりが必要である。

若者は選択肢が多いので、岸和田市のだんじりを選んでもらうには違った売り方や新しい表現も必要である。

自分の地域でも、以前はよそから来た人は祭りに参加できず、代わりに盆踊りや地区の運動会をつくってきた。そうした文化が育ち、今は当たり前になっている。祭りや盆踊りは日本人にとって大事なもので、場所を変えても形として残っていく。岸和田市のだんじりが有名であることには意義がある。楽しみは伝播するので、観光客や近隣の人に岸和田市の楽しみを見せることが大事であり、そのポイントの一つがだんじりやまちの活性化である。

観光は来訪者向けの商品であるため、楽しさを伝え、望ましい行動をとってもらう必要がある。来訪者が増えるほど、地域の方向性が来訪者側に引っ張られすぎないよう、地域での行動のあり方を示しておくことが重要である。スマホで撮影しながら歩くことが常態化しないよう配慮し、岸和田市の魅力を正しく理解してもらう必要がある。

事務局

岸和田市には多様な資源がある中、個々の資源をどう目立たせるか、だんじりだけではない岸和田市をどう認識してもらうか、その糸口があれば教えてほしい。

和歌山大学　竹林教授

糸口は、個人が気づいて行動を変えることだと思う。市民が喜べるまちにするにはどうするかを考え、市長に任せるのではなく、市長を動かすくらいの取組にすることが大切である。

多くの人が同じ方向に動く機運をつくれば、事業も進めやすい。その際、この取組が岸和田市にとって本当に良いものかを考えながら進める必要がある。誰を呼び込むのかも重要で、岸和田市と来訪者の双方にとって楽しい取組につなげるべきである。無理だと思えばできないので、実現するつもりで考え続けることが重要であり、諦めずに粘り強く取り組む必要がある。

奈良先端科学技術大学院大学　新井教授

海外 OTA で発信し、商品掲載して数件の成果があるとのことだが、発信から成果までの流れがトレースできているのはよいと思う。件数が少ないことを心配しているのか、他事業も含めた上でこの数字が気になっているのかを確認したい。

観光課

海外向け発信と国内向け発信では、規模も発信力も販売母数も大きく異なる。比較対象がない中で、数件の実績が気になっている。事業者からは、数件でも成果としては十分との意見もあるが、費用もかかっている。本来は旅行会社が自走できればよいが、そこまで至らないため委託で実施している。これをいつまで続けるべきかが課題である

奈良先端科学技術大学院大学　新井教授

海外 OTA も、結局は認知から購買につながる流れである。国内向けに岸和田市の資源を売り込む際も、購買までの流れを分析しているかが気になる。日本人向けのアプローチと比べて効率が悪いのか、そもそもデータがないのか。

観光課

現状、そのデータはない。

奈良先端科学技術大学院大学　新井教授

日本人 100 人に対して 3 人買ったのと、海外で 100 人に対して 3 人買ったのとでは同じかもしれない。比較がないと、本当に成果があるのか分からない。数字が取れていること自体には価値があり、どれだけ投資してどれだけ返ってくるかが見える。

もし日本人向けと比べて効率が悪いなら改善のきっかけになるし、同程度なら別のアプローチを考えればよい。

観光課

分析の観点で、専門的知識がない中ではどう対応すべきか。

奈良先端科学技術大学院大学　新井教授

昨年度は公園緑地課のパンダバンブー事業、今年度は農林水産課の海業のテーマもあったが、どちらも観光資源である。庁内にある資源の連携が十分ではないように感じる。

やったことに対するデータを引き継ぎ、担当が変わっても取組が維持できる状態にしておく必要がある。分析は、興味があればノウハウを身につけるか、難しければ専門家に依頼するのもよい。

観光課

海外 OTA は委託で実施しているが、事業費の中でどこまでやってもらうかが課題である。分析が得意な事業者もいればそうでない事業者もいる。現状の委託内容はデータ取得・分析を行う仕様としている。

奈良先端科学技術大学院大学　新井教授

分析できる人材が委託先にいないと、市の重点施策に必要なリソースが十分でないとも言える。Web サイトに約 400 万円かかるのは相場としてあり得るが、各取組のデータ分析まで含めて十分な金額かは検討したほうがよい。

新規事業では、Google や DMO のようなパートナーは最初から高額請求するわけではなく、何ができるか、どんなデータが取れそうかを見ながら進める。成果が見えてきた段階で必要なところから費用を取る形になる。

Google マップのような企業は、岸和田市への流入経路や検索キーワード、広告効果など多くのデータを持っている。そうした事業者と接点を持つのもよい。

観光課

データはさまざまあるが、多すぎて取捨選択に悩んでいる。スマホデーター一つとっても提供元が多く、受け取っていても活用しきれていない。

奈良先端科学技術大学院大学　新井教授

目的がないままデータが多いと使いにくい。KPI で評価していると思うが、本当に観光資源への人の流入を増やしたいなら、そのためのデータを取る必要がある。自分たちで取るデータを設計し、取れないなら取れる人を探すべきである。

クーポン配布も、来訪促進だけでなく、本当に誘導できたか確認するための仕組みとして使うべきである。比較用のデータと事業用のデータは分けて考えたほうがよい。

観光課

お城などの PR をしても、どれだけ来てもらえたかのデータが十分取れていなかった。今年度は見える化が必要と考え、例えばお城の入場割引券をイベントごとに配布し、何人の来訪につながったかを取るようにしている。

奈良先端科学技術大学院大学　新井教授

QR コードでも、URL にパラメータを入れれば、チラシや掲載期間、どの目的で発行されたものかを把握できる。これで動線をより確実に追える。

また、事業の達成状況について、目標数と実績数を比べると下回っているのに概ね達成となっているものがある。何か別の要素があるのか気になった。

観光課

個別事業としてではなく、事業を通じて基本方針をどう評価するかという観点で整理している。個別では達成しない部分があっても、総評としては達成と判断している。

奈良先端科学技術大学院大学　新井教授

目標数とある以上、それを達成するための数字のはずで、未満なら一部達成や未達成と考えるのが一般的である。数字だけ見ると未達成に見えるものが多く、別事情があるのかと思った。公開資料として残るため、自分たちに甘いと思われないよう、評価根拠はもう少し示したほうがよい。

和歌山大学　竹林教授

岸和田インター近くのレストランで、従業員に来客の来所元を聞いたが分からないと言われた。こうしたデータは調査すべきである。高速道路があるため遠方からも来やすく、遠方客と近隣客では求めるものが違うので、区別して誘導するのが効果的である。

牡蠣フェスの話では、牡蠣は各地で養殖されているので、他地域の牡蠣祭りも把握したほうがよい。自分たちの強みと他地域の状況を踏まえ、岸和田市の取組を相対的に考える必要がある。しらすのように味が大きく変わらないものは、作り方か食べ方、売り方で差をつけるしかない。

観光課

伝え方、売り方を意識しながら観光 PR コンテンツをつくる必要がある。知名度を高めるには時間がかかるが、それでもやる意味はある。伝え方を変える必要があると感じている。

和歌山大学　竹林教授

知名度ではなく認知度である。名前を知っているだけでは意味がなく、そこに行くと何が楽しいのかを理解してもらうことが大切である。関ケ原も、名前を知っていても中身が分からなければ行かないのと同じである。

その場所に行けば何が得られるか、どんな楽しみがあるかを伝える必要がある。

奈良先端科学技術大学院大学　新井教授

だんじりを映像で見ると、すごいスピードで町中を走る迫力のある場面が印象的である。経路を決めて神輿を担ぐ祭りは他にもあるが、岸和田市のだんじりはスピード感が特徴だと思う。そうしたポジティブな部分をうまく表現できればよい。

岸和田市のだんじりは同じものを長く使うのか。

観光課

だんじりは長く使われているものである。それを観光コンテンツに組み込んで活用できないか、所有者である町会と話し、小屋巡りツアーや彫り物等の解説などを行っている。

奈良先端科学技術大学院大学　新井教授

地図を見ると小屋がかなり多い。子どものガチャのように、マニア向けのコレクションとして成立するかもしれない。町ごとのマニアックなコンテンツとして掘り起こせる可能性がある。熱狂的な部分が受けると思う。

和歌山大学　竹林教授

全員がすべてを知っているわけではない。自分もだんじりに詳しくないが、季節になると岸和田市の電柱に何か巻かれているのが気になる。地元では当たり前でも、外から見ると面白いことがある。そうした気づきをどう拾うかが大事である。

人の行動をきちんと見て、そのデータを後任にも渡すべきである。いろいろ取り組んでいるのだから、結果の成否にかかわらず、後々役立ったと思えるようデータを残すことが重要である。