

## 平成 27 年度政策討論会第二分科会要点記録

- ・日時 平成 27 年 10 月 20 日
- ・場所 第 1 委員会室
- ・会議時間 15 : 00 ~ 16 : 02
- ・出席者 座長 岡林 憲二  
副座長 金子 拓矢  
稲田 悦治  
井上 博  
今口 千代子  
岩崎 雅秋  
烏野 隆生  
米田 貴志 (五十音順)

・今回の狙い 本分科会のテーマは、「岸和田の観光におけるインバウンド観光客の取り込みについて」である。今回は他市の先進事例を参考にしながら本市の可能性を探る。

### 発言要旨 (順序不同)

- ① 先ず他市の先進事例で思うのが飛騨の高山市です。歴史あるまちであり、有名な祭りもあります。高山市は旧街道沿いにお土産屋さんとか食べ物屋さんが集中していて賑わっているのが本市とは違っていています。本市も紀州街道沿いの空き家等を利用して賑わいのあるまちづくりをと考えます。外国人旅行者が日本に来る旅行目的の一位が日本食を食べる、二位がショッピング、三位が自然・景勝地観光、四位が繁華街の街歩き、五位が温泉入浴ですが、お城周辺といよやかな郷を結ぶ観光もあるなと思う。また、お城は年中あるのだから、春のお城まつりの時に開催している二の丸公園でのダンボールを使った甲冑を本物にするとか空砲での鉄砲隊を招聘するとかを考えたらどうかと思う。毎月お城をからませたイベントで外国人客を増やすのはどうかと思う。
- ② 他市におけるインバウンドの取組みにおける先進事例として、私は兵庫県豊岡市を挙げたい。民間の大手旅行社から人材を受け入れ、持てるノウハウをフルに活用し、インバウンドに取り組んでいる。平成 23 年では 1118 人だった外国人観光客が平成 27 年の 9 月現在で 2 万人を超えている。その内容も団体パックではなく、個人旅行者、いわゆる F I T と呼ばれる方々であるが特徴的なのが、他市と比較し欧米豪の割合が圧倒的に多い事である。仕掛けているのは平成 25 年に創設された大交流課で、民間から受入れた人材は参事としてその手腕をいかに発揮している。本市も本気でインバウンドに取り組むならば、外部の民間からインバウンドに関するノウハウを持ちえた人材を受け入れることも必要ではないだろうか。五市が合併し豊岡市を構成しているが、城崎泊を中心として見事にそれらが機能している。2020 年の目標である 10 万人泊のイン

バウンドが見えている。

- ③ インバウンドの先進事例では、長崎の軍艦島で世界文化遺産に登録が決定したことで話題になり、映画のロケや人気歌手のMV、旅行ガイドブックにも紹介され、九州の西の端という不利な地理でありながら地元で昔からあった遺産を観光資源にうまくかえて外国人観光客の誘致に成功、又、鳥取県では宿泊を伴う外国人観光客むけの3時間乗り放題の1000円タクシーが人気で、バスを乗り継ぎできるかという心配もあり、二次交通の課題に取り組んで成功した事例であります。外国人が観光として訪れる前に、どれもその観光地が話題性があり、映画やコマーシャル又、ユーチューブなどの動画映像で広報宣伝していることが、外国人にとって安心して観光できることです。地域の人、行政、企業が目的をひとつにして取り組むことが、外国人観光に結ぶことになると思います。

- ④ 今回は、他市の先進事例を調査して来るという課題でした。私は、お城という共通の資源をもつ愛知県犬山市の状況をおたずねしました。一般の観光客への対応におわれていて、外国人の受け入れまでは取り組んでいないとのこと。また、宿泊所の方も、外国の方の対応はむずかしいとのことでした。

国際親善協会の方とお話ししましたが、岸和田にも魅力のある観光資源はたくさんあるが、それを、どのようにアピールするか、発信していくか、協会でも努力していたらいいとのことでした。

官民協力して、岸和田の魅力ある場所を発信していくさらなる工夫、研究が必要ではないでしょうか。その中で、インバウンド現象につながると思います。

- ⑤ 観光地から観光地域づくりへの転換が必要だ。今の観光のキーワードは地域らしさ・まち歩き・五感で味わうである。観光庁の調査でもわかるように、平成26年訪日外国人消費動向調査によると、日本食・買い物が圧倒的であったが、次回訪日時にしたいことは、特に買い物は半減し、四季の体感、日本の生活文化や歴史・文化等の体験を望んでいる。

観光地域づくりとは、地域の人々が楽しく住みやすい地域である。今までは、観光ホテル等が土産も何もかも囲い込み、地域の商店街や土産物店・飲食店等は眼中になく、『地域』と言う視点が欠落していた。又、市民等が本気で地域づくりに参画することも重要である。今後は、爆買や食だけでは訪日は期待できない。

前提として本市は早急に、現時点における旧型観光振興策等の総括が必要で、本来の役割を観光協会に担わせ、徹底したマーケティング調査等を実施し、毎年のデーターを基に対策を講じなければならない。

- ⑥ 府内で足りていないといわれている宿泊施設について、空き家である古民家活用した民泊制度については兵庫県篠山市ノオトがある。築100年から200年前後の古民家四棟を改修し、宿泊施設10室への再生を今月から手始めに開始するとのこと。大阪では未だ特区について府の方針が定まっていますが、本市においても民泊について研

究する必要があると思います。

また、体験型観光については、例えば京都市東山区において昨年オープンしたサムライ剣舞シアターがある。伝統芸能である「剣舞」を体験できるとあって、世界最大級の旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」によると伏見稲荷大社等とともにトップ10入りし、同じく京都市にある言葉を全く使わない観劇を行うギア専用劇場も人気を博しているとの事です。観光スポットを抑えて体験型施設が人気増加している現状にある今、祭礼や盆踊りを初め本市で伝統的に行われている行事等を観光に生かす方法を調査研究して必要があると考えます。

- ⑦ 高知県は、ひとつの大家族という位置づけで「高知家」としていろいろ取り組んでいる。

- ・高知家の食卓県民総選挙2015を実施して県内の飲食店の約1%の54軒をリストアップ。

- ・高知県アンテナショップを東京に2ヶ所。

- ・龍馬パスポートを発行している。市内の各施設を利用すればポイントがたまり、ポイントに応じてステージアップする仕組みで、さらに特典が受けられる。

- ・こういった情報を外国人にも流すために、今年9月に外国人向け観光情報サイトを開設している。このサイトは写真を多用して、非常に見やすい。

- ⑧ 私も先日長野市での都市問題研究会に出席して、稲田議員と同じ考えにいたっています。

観光行政の基本は爆買いのインバウンド観光客より息の長いリピーター客をいかにしてつかむかと言うことだと思います。

祭にしても単に見物だけでなく参加していただけるようなシステムを作りあげ、民泊などにより地域の方々との交流をもたせることが肝要ではないかと考えます。

一発勝負ではなく地道な活動による集客と本市のイメージアップを図ることではないかと考えます。

先の長野市での研修でも講師が言っていましたが、「文化のわかる観光客をリピーターにする」を中心に政策を展開すれば、口コミやネットによる宣伝を観光客が行ってくれ、また雰囲気をつぶすようなことのない観光をしてくれるものと思います。要は「安売り」しない観光行政を行うべきだと考えます。

以上