

平成 30 年度第 1 回岡崎市観光基本計画推進委員会 議事録

日 時 平成 31 年 2 月 19 日（火）15 時 00 分～16 時 30 分
場 所 岡崎市役所東庁舎 7 階 701 号室
出席委員 高橋一夫、山中賢一、河原一夫、浅野直宏、竹内博剛、
西尾孝志、野村顕弘、天野裕、長瀬正明、五反田智美、大野敏夫
欠席委員 新家智明
オブザーバー 宮道利典（愛知県観光協会広報・企画事業部長）、石原嘉明（岡崎市観光協会業務部長）
事務局 神尾経済振興部長、高橋観光推進課長、観光推進課職員 5 名
傍聴者 なし

次第

- 1 開会
- 2 経済振興部長挨拶
- 3 委員自己紹介
- 4 オブザーバー紹介
- 5 委員長・職務代理人選出
委員の互選により高橋委員が委員長に、委員長の推薦により長瀬委員が職務代理人に選出
- 6 委員長挨拶
- 7 議題

（1）岡崎市観光基本計画アクションプランの進捗等について【資料 1・2】

事務局から説明

（オブザーバー）

観光協会の法人化について補足。

平成 30 年 3 月 1 日付けで「一般社団法人岡崎市観光協会」を設立し、籠田公園西に事務所を移転、同時に籠田観光案内所の運営をしている。

法人化に合わせて、従来の協会員をいったんリセット・再度募集を行い、400 の組織・事業者等が協会員となった。彼らと連携を深めながら、民間の観光消費が向上するような仕組みづくりを考え、事業を進めている。とりわけ、市民まつり等イベント、商品づくり、おもてなしの 3 本柱を中心としている。

直近で行われる桜まつり等、従来の市民まつりに新しいコンテンツ・魅力を付加していければと考えている。

来年度以降については、現在課題ととらえている市内回遊の拡大を目指し、「もう一か所・もう一時間」をテーマに FM 岡崎と連携して、ラジオを情報媒体とした「岡崎 ONE MORE PROJECT」を展開していく。

また、リピーター作りのため「岡崎おもてなしセンター」を立ち上げ、ガイド等のおもてなし向上に向けた連携事業を行っていく予定である。

質疑応答

(委員)

「岡崎市観光基本計画アクションプラン（以下アクションプラン）」の戦略のまとめ方や「岡崎市観光白書（以下白書）」の統計など、非常に良くまとまっている。施策実施に対する定量的な指標はあるか。

また、施策については多くの課等が関係しているが、観光推進課がすべて取り仕切るのか。そこには進捗管理に加えて人員配置や資金のコントロールも含まれるのか。

その他、乙川リバーフロント地区における公共空間利活用については非常にいい取り組みだと思うが、宣伝不足なのか、残念ながら認知度が低い。ぜひ情報発信に力を入れてほしい。

(事務局)

1点目の目標指標についてはアクションプランの21ページに記載している。最重要指標を経済効果とし、観光消費額が平年並みである平成26年度を基準年として、毎年伸び率1%を適用した目標値を設定している。その他4つの目標指標と合わせて、達成できるよう努めていく。

2点目について、観光関連の取り組みが市全体で多岐にわたっており、観光推進課としてもオール岡崎で取り組んでいかななくてはと考えている。各課に向けた働きかけや進捗管理のため、庁内推進会議を開催している。

ただし、当課の権限を越える部分もあるため、そこはきちんと説明し、全市一体で取り組めるよう働きかけることが重要な役割であるととらえている。

(事務局)

本市市長も、ものづくり産業につづくもう一つの柱として「観光産業」を公約に挙げており、アクションプランでも「観光産業都市」の実現を明記し、岡崎市として力を入れている。ただし、福祉や教育、環境等の市政全般をバランスよく執り行わなければいけないため、人や予算の集中には制限があることにはご理解いただきたい。

3点目の乙川リバーフロント地区の宣伝については、「おとがワ！ンダーランド」の中で、公民連携の方針のもとに民間が参入しやすい施策づくりを全庁的に取り組んでおり、民間の力もしっかり活用して盛り上げていき、観光全体にもつなげていきたい。また、アクションプランでも位置付けているPDCAサイクルによるマネジメントを行い、皆さんにお示ししていきたい。

(委員長)

実は、岡崎市のような取り組みは、他の市町村ではあまりなく、ここまで詳細に施策を一覧にまとめたり、目標値を設定したりということは寡聞にして存じない。そういう意味では非常に進んだ展開をしていると思う。

(委員)

資料1の中で、平成30年度のみ色付けがされている施策があるが、今年度で事業完了とみてよいか。

(事務局)

お見込みのとおり。本資料は来年度公表予定の白書への掲載を前提に、今年度の実施状況を各課に確認している。白書についてはアクションプランの期間である4年間は作成するため、それを見てもらえれば個別施策の進捗が確認できるようになっている。

(委員)

乙川リバーフロント地区の観光振興について、他委員からも認知度の低さについてご指摘があったが、乙川リバーフロント地区においてQURUWAという主要回遊動線を設定し、公民連携で多種事業に取り組んでいる。その中で、少しずつではあるが、注目度が高まっている。

例えば、「おとがワ！ンダーランド」は3年ほど取り組んでいて、市内での認知度は低いと感じるものの、全国的にはかわまちづくりの代表的なものとして取り上げられることが多く、講演や視察の依頼がある。

講演の場合は謝礼をいただいているが、視察の場合、市からの依頼で無償対応している。先日、QURUWA戦略のアドバイザーをお願いしているかたから、他地域のかわまちづくりで、有料での視察受入をし、かつ、運営団体の資金としていることや、中でも人気がある視察プログラムを朝に行うことで、その地域内での宿泊を促していること等、「お金が落ちる仕組み」が作られていると伺った。

岡崎には、QURUWAに限らず、商業活性をテーマにした「まちゼミ」、リノベーションまちづくり等、全国的に有名なまちづくりの事例がある。今整備中のものでも、人道橋の橋上建築が完成すれば全国でも数少ない事例となるし、籠田公園・中央緑道の設計も、有名なリゾート施設のランドスケープを手掛けている設計事務所が担当している。

このような視察のネタを活用して、宿泊や消費を促すとともに、他の岡崎の良い所も知ってもらえるようなツアーの実施、視察のプログラム化が出来ればと思う。

(委員長)

全国各地でそのような視察対応が始まっている。宿泊施設等、受益者が見込まれ、そちらからの考えも出てくるといった良いスパイラルが生まれると思うので、ぜひ検討していただきたい。

(委員)

別の会議で、40代程度の女性を観光のターゲットに進めると決まったかと思うが、そこを狙った戦略をお聞かせ願いたい。

また、都市計画マスタープランの関係で、本宿地区にアウトレットモールを誘致し、広域観光交流拠点と位置付け、周辺にその他商業施設や住宅街もできると聞き及んだ。東部のまちづくり協議会でも、それを観光につなげていきたいという考えがあるが、観光推進課としての考えを聞かせてもらいたい。

(事務局)

1点目の観光ターゲットについては、昨年度開催した「オリジナル観光プロモーション戦略会議」という別会議で決定し、資料2の2ページにある「岡崎オリジナル観光プロモーション」実施事業のターゲットとして30～40代女性を設定している。

例えばお土産づくり推進プロジェクトについては、2月20日に予定の審査会に先立ち開催した意見交換会にて30～40代の女性を中心に集まってもらい、提出されたお土産品について意見を頂戴した。いただいた意見は審査会の参考資料とする予定である。

(事務局)

2点目の東部地域のプロジェクトについて、本日、記者発表した平成31年度予算において、広域観光交流拠点としてアウトレットモールの誘致を推進するという施策を出している。観光推進課としては、アウトレットモールの中に観光情報案内等の拠点を置けないか投げかけをしている状況であり、県の認可次第であることや民間の開発が中心であることから、明らかな計画とはなっていない。実現化の際には、必要に応じアクションプランの見直し等しながら進めていきたい。

(委員)

資料1の7ページに「広域連携による観光誘客の推進」とあるが、アクションプランの重点プロジェクトは市内施策に絞られている。岡崎の良いところを伸ばす、また、他地域による補完といった、広域連携の活用について市・県の考えを伺いたい。

(事務局)

広域的な視点は必要であるが、例えば、「三河観光ネットワーク協議会」という西尾市、蒲郡市、幸田町との広域連携ネットワークも当初の使命を終えたということで、今月解散した。広域連携は、それぞれの市町の施策を積み上げるだけではなく、まとまりをもって実施しなければならず、難しいという点がある。

本市としては、昇龍道プロジェクトや愛知DC等を個別に進める中で、発地型ではあるが、市外への案内等を旅行者向けに行っており、重点プロジェクトには記載していない。今後は別の形での広域連携の活用も検討していきたい。

(オブザーバー)

愛知県としては、今年度秋にDCを実施し、来年度もアフターDCを控えており、県全域での取り組みを強化していきたい。

広域連携については、県内でテーマごとや地域ごとの連携に取り組んでいる自治体がある。県としては、着地型商品の連携を図ってもらいたいと働きかけているところで、必要な協力をしていきたいと考えている。

(委員)

「三河観光ネットワーク協議会」の解散については聞き及んでいる。自治体による広域連携の難しさは理解するが、それではいけないと、商工会レベルで

は継続して事業を進めている。岡崎市の良い部分を伸ばすために、他地域を上手に活用することが必要だと思う。

(委員長)

広域連携には、それぞれの資源が補完・複合化できることにより集客がしやすくなるといったメリットがある。一緒にやることでそのようなメリットがみえるのか、しっかり整理した上で進める必要がある。

(委員)

昨年、色々なかたの協力を得て、寺院のライトアップを初めて生誕祭に合わせて行い、キッチンカーでの振る舞いもあり、多くの参加があったが、その中でも反省点がある。

イベントを行うと多くのかたが集まり、山門のライトアップのようなインスタ映えするような見せ方があると勉強できた。今後、寺院でイベントを行うにあたり、個人としては他の場所もライトアップしたいと思うが、予算の問題に加え、あまりにも煌びやかにしてしまうと、文化財の荘厳さが失われてしまう等、新しい見せ方としてどの程度という部分についても画策している状態である。

ただ、毎年こういったイベントを続けていき周知することで、既存の文化財だけでなく、違う魅力の掘り起こしができると感じた。また、現在スポットが当たっていない部分の見せ方も考えていきたい。

先ほどご意見が出たような、目標指標が出来ればより良いのだが、寺院としての事情もあるため難しい。

(2) 平成30年度版岡崎市観光白書について

事務局から説明後、質疑応答

(委員)

外国人観光客は、観光推進課の取り組みもあり、白書のとおり増えていると思うが、宿泊となると少なさを感じる。岡崎公園駐車場のバス利用台数も減っており、国内でも市・県外のかたも減っているのではないか。

(委員長)

今の話に関係するが、岡崎市公式観光サイトの「岡崎おでかけナビ（以下おでかけナビ）」について、スマートフォン版サイトには外国語表記があるのか。

(事務局)

英語・簡体字・繁体字に対応している。

(委員長)

了解した。

また、白書の「岡崎公園の外国人入込客数」について、なぜバスツアー・団体のみカウントするのか。個人旅行者の把握が難しいからか。

(事務局)

お見込みのとおり。

(委員長)

となると、そこのカウントも今後の課題であると感じる。

(事務局)

補足として、外国人宿泊客数が減っていることについて、爆買いツアーの一段落に加えて、本市のホテルはビジネスホテルが中心でシングルユースが多い。その中で、観光バス1台40室程度の確保がままならない部分もある。加えて、名古屋市のホテル建設ラッシュにより、宿泊客が流れてしまうのも要因である。その他、岡崎は通過交通の中で観光地に選ばれるという面もあり、以上のようなことから宿泊客数の増加がなかなかみられないと考えている。

(委員長)

現在は、中国や台湾も個人旅行者の割合が増えており、そこへの対応は今後の重要な検討課題であると思う。

(事務局)

成人ならともかく、それが家族連れとなると、本市のホテル事情からもさらに対応が難しくなる。

(事務局)

数字の補足として、平成28年度の愛知県内の外国人宿泊客数は239万人、平成29年度が254万人で約15万人増加している。その中で、名古屋市では134万人から165万人と、31万人増加しており、数字から見ても、宿泊客が名古屋市に流れている事実がある。

加えて、先述のホテルのキャパシティから宿泊をお断りしているケースも多々ある。市としても、ホテル側が受入可能な時期を事前につかめればプロモーションでもう一步展開できる。これは今後の課題の一つと考えている。

(委員)

国内外観光客の宿泊需要がある時期が重なっていると感じる。外国人のかたには桜が人気で問い合わせがあるが、国内でもツアー等があり、今の規模では対応しきれない。

県内では訪日外国人が増えているとのことだが、個人に選ばれた「都市」に集中しやすいのかと思う。その中で、個人旅行者を岡崎に、というのは違った取り組みで活動しないと難しいのではと考える。

(委員長)

宿泊客を増やそうと思った場合、国別の休みの状況も含めて、データ整理のしかたを見直した方がいいと思う。

例えば、高山は4月がオフ期であるが、4月中頃に桜が満開になることからタイのソンクラーンの連休と重なり、タイ人のインフルエンサーを通じて香港等もターゲット化できる、という事例がある。

委員の話から、岡崎は日本人観光客・ビジネスマンが宿泊の中心であり、インバウンドの宿泊客はオフ期を上手く埋めてくれば、というのが岡崎の宿泊施設側の希望なのではないかを感じる。

(委員)

希望としては、外国人のかたに観光で岡崎を訪れていただきたいと思うが、実情・白書の統計を見ても宿泊は減ってきていると感じる。

(委員長)

宿泊施設側が、外国人宿泊客が一定数ほしいと考えているなら、そのための枠を最初にとり、増やすといった政策的なことが必要になってくる。

そういったことは、宿泊施設の皆さんとのコミュニケーションがある程度必要かと思う。

(委員)

今、観光のスタイルが変わってきている。バスツアー等の団体旅行から日本の良いところ・体験を求める個人が欧州を中心に増えていると思う。そういった部分を展開できるよう、例えば額田地区の活用等考えないと、訪日外国人観光客を増やすのは難しいと思う。

(委員長)

外国人のかたの、国別・民族別の価値観と、こちらが提供できるコンテンツを上手くマッチさせることが今後必要になってくる。

(委員)

当施設は市と連携して、台湾等の現地で直接誘致をしており、結果が出ている。

ただ、中国のかたがなかなか増えず、働きかけを行ってはいるが、台湾と本国では旅行形態がまったく違う。当施設でいえば、体験はできるが、購買を求めると厳しいところがある。

また、国内の団体旅行については、他委員の話でもあったが厳しい状況である。これは岡崎だけではなく、例えば蒲郡市のホテル等も休館日を増やしている。先ほど話があったとおり、名古屋市に流れているという要因もある。

岡崎は特に観光施設が多いまちなので、民間・観光施設同士が集まり、観光推進協議会みたいなものを立ち上げていけたらと個人的には考えている。

先日、QRUWA の集まりに参加したが、若い人が熱心に、わかりやすく解説をしてくれ、企業を立ち上げる話も出ていたので、そういったかたともつながっていけたらいい。

(委員)

今、外国人ルーツの子供たちの支援を行っているが、白書の 8 ページの統計に対し、ネパールやベトナムのかたが増えてきている。

先日、豊明の中学校で、外国にルーツを持つ中学生たちから岡崎に行きたいと要望があり、普段は自家用車しか移動手段がなく電車やバスに乗る機会が少ないことから、先生方がアイデアを出し、岡崎に遠足に来た。その際、母国語に対応した案内が少ない等言葉の面でのご意見をいただいた。

インバウンドを進めるにあたり、ぜひ解説板等、地元の人たちも観光を楽しむような言語表記を考えてもらえればと思う。おでかけナビについても同様に、

地元に住む外国人にも対応していただきたい。

(委員)

白書 15 ページの地域別セッション数で、愛知県が半数ということで、日常のお出かけのために HP を見ている人の割合が多いと感じる。そこは大事にしていきたい。

また、白書後半にアンケート調査が掲載されており、来訪のきっかけをみると、イベント中心で、メディアを見てきた人は少ない。情報雑誌等も名古屋市が中心になりがちということもあり、露出量には限界があるが、先述の寺社ライトアップ等、岡崎の魅力をどれだけ差し込んでいけるかが勝負かと思う。

資料 1 の基本戦略 4-1 にも「メディアへの積極的な情報発信」とあり、情報の届け方等、どのようなプランを展開していくかによる。

その他、資料 1 に多くの施策が出ており、おそらく市内部では事業のスケジュールが細かく作られていると思われるが、いつ何があるか、なるべく早い段階でメディアにも提供・連携できると露出量の増加につながると思う。

(委員長)

白書記載の HP アクセス統計については、Google アナリティクス等で、観光推進課自身が取っているのか。

(事務局)

HP の運用事業者から、毎月ログレポートという形でセッション数等のデータ一覧が送られてくるため、それを基に作成している。

(委員長)

おそらく運用事業者も Google アナリティクス等を使用しており、観光推進課でも簡単に見られるため、ぜひ、月ごとだけでなく週ごと等、戦略を立てる側が直接見られるようにした方がいいと思う。

また、例えば名古屋からアクセスしているかたが何歳ぐらいで、どのページを見ているか、といったところまで見ていくと、価値観に関わる部分まで簡単に確認できる。同様に国別・言語別に見ていくと、それぞれ岡崎のどんなコンテンツに関心を持っているかわかるため、ターゲットに対する効果的なコンテンツの提示ができるし、宿泊施設に対し前もって、「この時期に外国人専用枠を一定程度確保してほしい」等の話ができるようになるのでは。

「観光」というものは基本お金がかかるものである。例えば、インスタグラムを参考に昼食を決めるのと違い、結構なお金をかけて移動をしてくる場合、旅行者は知覚リスクを持つ。例えば、予約したホテルの評判等を確認する時は、HP をしっかり見たいと考える。一定の消費をしてくれる観光客・宿泊客に対しては、HP を充実させて分析を繰り返していくことで、事業者のかたたちとの具体的な話ができるようになると思う。

(委員)

当然インバウンドも大事だと思うが、今自分たちは定住外国人のかたたちの動きにも注目している。例えば、香嵐溪では、インバウンドの観光客もさること

ながら、定住外国人のかたたちも一定数訪れる。ここにも着目して見ては。

(委員長)

定住のかたの動きがわかれば、その国のかたの関心を把握することにつながる。

(事務局)

市内に多くいる定住外国人のかたの興味を引き、消費を促すためにどういった施策を展開しなくてはいけないのか、まずそれが出来なければ、インバウンドにもつながらないと考えている。

定住のかたが観光・消費をし、発信してもらうことを大きな課題の一つとして、来年度以降のインバウンド関連施策を進めていきたいと考えているので、皆さんにも協力願いたい。

(オブザーバー)

広域連携について、委員長の発言のとおり、その目的は魅力の補完、新たな魅力の創造、相乗効果による魅力の向上である。インフラの面で岡崎市をみると、岡崎 IC・岡崎東 IC が整備されており、ゲートウェイの機能を持つといえる。本市と、海のある蒲郡市と西尾市を加えた 3 都市を軸に、色々な商品を作りながら、民間レベルでの連携を進めている。

加えて、少し古い仕組みであるが、蒲郡市に「オンパク」という体験型プラットフォームがあるため、そこに広域連携を組み合わせた新たな魅力づくりを、同じく民間レベルで進めている。

また、インバウンドについて、民間事業者間のネットワークをどういった形で作っていくか、今後の大きな課題である。

(オブザーバー)

宿泊の関係で、名古屋市の現状についての情報提供だが、ここ一年程前から、名古屋市内のホテルの稼働率は平均 80%程度と常に満室に近い状態で、その中でもインバウンドシェアが 3～4 割程度を占めている。また、その中には連泊をするケースもみられ、名古屋市を拠点として周辺を移動していることがわかっている。名古屋市に宿泊し、高山市に日帰り旅行をする等。県としては、名古屋市に宿泊の外国人観光客に、いかに県内を回遊してもらうか、という点に着目している。

もう一点、9・10月にラグビーワールドカップが豊田市で開催される。現在愛知県を訪れる訪日外国人は中国人が 45%程度を占めているが、ラグビーファンは欧米豪が多く、来訪が予想される。このかたたちにどういったプランを提案していくかを課題としている。チケット販売を行う民間事業者にも県内旅行のプランを提案してもらっており、回遊を促せたらと考えている。

(事務局)

本日いただいた貴重な意見を踏まえ、今後の観光行政を進めていきたい。委員各位には引き続きの協力をお願いする。

6 閉会