第1回豊岡市大交流（観光）ビジョン策定委員会 会議録

開催日時 平成30年7月24日（火）13時00分 ～ 15時00分

開催場所 豊岡市役所本庁舎3階 庁議室

出席委員 平田委員、国枝委員、山田委員、高見委員（代理）、樋口委員、昆野委員、西村委員、渋谷委員、前野委員

欠席委員 倉成委員、田中委員、井垣委員、宮崎委員、岡田委員

事務局 中貝豊岡市長、小林環境経済部参事、大交流課 谷口課長、吉本課長補佐

資料

1. 豊岡市大交流（観光）ビジョン策定委員会 委員名簿
2. 豊岡市大交流（観光）ビジョン策定委員会 設置規程
3. 豊岡市大交流（観光）ビジョン策定委員会 検討内容

■主な議事

1. 開会

2. 委員紹介

出席委員より自己紹介を行った。

3. 報告

事務局より資料2（設置規程）、資料3（検討内容）に基づき、以下の報告を行った。

- ・ 「小さな世界都市」の実現に向けた観光等の取り組みやビジョンを策定するために委員会を設置したこと
- ・ 委員会所掌事務はビジョンの策定に関すること及びビジョンの策定に関し市長が必要と認める事項の2点であること。
- ・ 委員会は全5回を予定しており、予備日として1回設定していること。
- ・ 第1回の委員会では委員から様々な意見を頂戴する場とし、第2回、第3回で10年後のあるべき姿、方針、取組みの柱を議論すること、第4回でビジョンの骨子案、第5回でビジョン案を策定する予定であること。

4. 委員長及び職務代理者の選出

- ・ 委員の互選により平田委員が委員長に就任した。
- ・ 委員長の指名により国枝委員が職務代理者に就任した。

5. 豊岡市大交流（観光）ビジョン策定について

(1) ビジョン策定への思い

豊岡市長より委員に対してビジョン策定への思いを述べた。主な発言は以下の通り。

- ・ 人口減少社会における活性化の有力な戦略が「大交流」であり、豊岡市は観光課ではなく大交流課という名称にしている。沢山の方に豊岡市に来ていただくには、観光が中心になるものの、それだけではなく、例えば豊岡の教育が突出していればその教育を学びたいという意欲を持って来る方もいる。それが経済効果につながっているという観点もある。観光だけでなく広い観点で豊岡に来ていただくことが「大交流」。委員会では観光に特化する方向や大交流の方向での議論をいただき、ご意見をいただきたい。
- ・ 豊岡市のインバウンドは戦略に基づく取組みで一定の成果がでており、昨年 5 万人泊を超えた。この 6 年間で 40 倍まで増えた。日本全体の 2018 年のインバウンド増加は韓国人が大きな割合を占めるが、豊岡市では韓国人観光客が少ない。また、1 月～3 月は多数のメディアへの露出が影響し、日本人宿泊客が一時的に急増したため、インバウンド宿泊客数が前年比で減少したなか、2018 年上半期の速報値で前年同期比 13.5%増となっている。5-6 年の成績を見るとかなり成功している。一方で、インバウンドと国内観光客をトータルで見たときの観光戦略が無いのが実態。国内・海外と言わず豊岡市の観光全体、大交流全体のビジョンを作りたい。
- ・ 世界の観光分野における可能性を踏まえて、豊岡市では観光産業がどういう意味を持つのかをまずおさえたい。豊岡市では観光が最も外貨を稼ぐ産業。次がカバン産業。ところが観光産業の社会的地位は高くない。観光が豊岡市にどのような意味を持つのかを議論いただき、支持基盤を作りたい。10 年という長いスパンで目指すところを戦略的に作り上げたい。
- ・ 2021 年 4 月に観光マネジメントとアートマネジメントを学べる専門職大学を豊岡市内に設置する準備を兵庫県と進めている。委員長が座長となって全体構想づくりに協力いただいた。学生たちが日本の観光に魅力を感じるような優れた産業にし、そういった産業を育成するための人材を輩出し、雇用を育てていく方向にできればと考えている。
- ・ 豊岡市で外貨を稼ぐ産業で 3 番目に大きいのは農業。農業に頼らないお米が好評で、5 か国へ輸出している。また、委員長は豊岡市に移住して演劇を第 4 の産業にしようとおっしゃる。専門職大学をアートと観光の親和性に基づいて 2 つのテーマにしているが、観光との連携の可能性があるのは他にもある。どういうものが観光・大交流の素材になるのかという視点でビジョンを作りあげていければと思う。忌憚のない意見交換をお願いしたい。

(2) 本市における観光の課題及び本ビジョンに期待すること

各委員が、豊岡市の観光の課題とビジョンへの期待を述べた。主な発言は以下の通り。

(委員)：他所から人を呼び込むには住む人が一番楽しんでいなければならない。出石で「すいっち」という女性グループを起ち上げ、出石に住む人が楽しめるよう小さなイベント活動等を 2 年続けている。出石では JR の駅がなく、バスは本数が少なく乗り換えが必要なため城崎との連携があまり進んでいないのが課題。

(委員)：日本の人口は減少しており、団塊世代が減ると団体旅行客は減っていく。政府は外国人観光客の消費目標を立てて推進しており、望むも望まないも別にして、海外に目を向けていく必要がある。世界中で海外旅行をする人が増えているので、このトレンドを取り込めば日本人の減少

分を補える。城崎温泉では現在 70 万人程度のお客様がおり、そのうち 4.5 万人が外国人。城崎で商売をしているところ数年いろいろと効果が出てきた。近年、投資が進み新たな飲食店がいくつか出てきた。お客様の奪い合いではなく、お客様の数を増やして皆でシェアする活動が必要。それには消費額を考えることが大事。また、周辺観光の充実や、旅前・旅中・旅後を意識したアプローチも大切。長期滞在を増やすには自分で情報を得て自分で手配ができる環境が必要。また、二次交通も大事で規制緩和や IT 等を活用すべき。現在豊岡市では 2020 年に外国人を 10 万人泊という目標を立てているが、日本人・外国人を含めたもう少し精緻な目標設定が必要。外部サイト連携や統計の曖昧性が課題。デジタルを活用して精緻な統計が必要。加えて電子決済のインフラ投資で消費を促すことも大事。観光業で交流人口を増やして定住人口の減少に歯止めをかけて、将来に今の価値を残していくというのが最終目標。人口計画についても、どれくらいの世代を保持していくのかも含めて考えるべき。

(委員)：二次交通、キャッシュレス環境の整備が必要。クレジットカード決済があると潜在購買意欲は 1.6 倍高くなる。城崎温泉や出石のスポットは有名だがそれが豊岡市にあることの認知が低い。豊岡市ブランドが必要。また、市役所の周りで子供が遊び、商店街の人たちがそれを見守る豊岡の環境を観光客に知ってもらおうと移住や定住につながるのではないかと。策定するビジョンが市民に浸透し、観光客のおもてなしにつながるようなものにしていきたい。

(委員)：アップ神鍋では熱気球とグランピングの事業を実施。「半分よそ者・半分中の人」なので地元を受け入れてもらうことを意識している。熱気球は朝と夕方なので他の地域の同じ時間帯の商売と被らないため、少しずつ地元の宿泊事業者に認知促進の協力が得られるようになってきた。神鍋の火山祭りで夜に熱気球を上げて花火を見られる企画を推進中。この取組みを但東のチューリップ祭りや竹野の海など、神鍋にとどまらず事業を広げていきたい。実兄が豊岡に訪れた際、コウノトリを見て親子ともに満足した。外の人から見たシンボリックな観光コンテンツは重要で豊岡でしか見られないものを活用していけば可能性があると感じている。

(委員)：お客様の困りごとを解決するサービスをつくることで新たなサービスを生み出す。ハワイでは定期循環バスがあり日本人にわかりやすく、利用しやすく、しかも安心。豊岡市には城崎温泉だけではなく、多様な観光資源がある。ただし、それぞれの資源が「スポット」として存在しており、二次交通問題を解決して観光地を繋げる必要がある。当社で提供するレストランバスは地域の農家や市場を周っており、地域を結ぶこと、そして地域の方との関係地づくりを行っている。観光客と農業や市場の方々を繋いで、自分たちで持続可能な商品づくりを支援している。豊岡の魅力的なコンテンツを繋いで新たなサービスができればと思う。

(委員)：業務で北海道や沖縄と全国各地訪れている。豊岡市は 4 年前ごろにも来ており、昨日あらためてきれいなところと感じた。人口減少対策で観光に注力するという話があったが、この考え方は日本だけ。世界では先進国も途上国も戦略産業として観光に注目している。人数が増えるだけでは地域は豊かにならない。例えばハワイは観光収入と GDP が連動しているが、沖縄県では

観光収入だけでは地域は豊かにならない。世界的には人数ではなく消費額が重視される。観光収入が人件費に回り、生産性の問題になるので企業経営にも回る。観光産業は地場産業的な面があり、地域の中に産業クラスターがないと生産性が上がらない。例えばニセコではホテルのクリーニングの仕事を札幌に出している。クラスター産業を作らないと地域に還元されない。豊岡市の10年先を考えると面白い資源があるので、観光客との交流という側面だけではなく、それを受ける側の産業構成の側面も考える必要がある。インバウンドについて、アジア人は滞在が短く欧米人は長くて日本に1週間ほど滞在する。城崎には欧米人が多く来ているが、あくまで立ち寄りの来訪。城崎温泉を目的地として日本に来訪したわけではない。城崎を目的に他の地域も周遊させる仕掛けを作らないと豊岡市内の滞在期間は伸びない。人を呼び込むだけでなく、産業面が重要。また、住民が楽しむという考え方も大事。リゾート地ハワイの観光資源は海があるだけで特に尖った資源があるわけではないが、パッケージングされることによって人が集まり、滞在する。ハワイでは地元の人がサーフィンやフラダンスを楽しんでいる。それを見た観光客はハワイを豊だと思ひ、住みたいと思うようになる。豊岡の人たちが豊岡の自然や文化を自分たちで楽しむと、それを観光客の人たちが格好いいと思えるようなのが究極の姿だろう。

(委員)：豊岡市の観光資源は城崎温泉を中心に、海や高原、皮革製品、出石等、非常に特徴があるものが多く、潜在力が高い。宿泊施設が各地域で多いのは消費額向上の可能性が高い。ただし、豊岡市と城崎温泉というイメージの結びつきが弱く、豊岡市のイメージ形成が重要。文化の発信が新たな強みになるだろう。Visit Kinosakiの発信力は高い。SNSで見ると宿泊施設の評価も高い。現在、都市部でも人手不足が問題となっており、地方で働こうとする若者を確保することが難しくなっている。宿泊産業、日本のサービス産業の生産性の低さが課題。フランスでは小さな村で人手が少なくても宿泊施設を運営できており、多様な宿泊施設がある。旅館の今の形態で人を雇用し同じサービスを続けるのは難しいだろう。豊岡から生産性の上がるサービス業のイノベーションを起こすと若い良い人材が集まるのではと考えている。豊岡市内の中心に住居を構えて各地域に働きに出るように、働き手の側から観光を考えることも可能。また、欧米の方は古いものに興味があるため、地域の方があまり気づかない生活様式が魅力的に映る。もう一度地元住民が見直して、地域ならではの食、生活習慣も観光資源になるだろう。

(委員)：豊岡市は「小さな世界都市 ～Local & Global City～」を掲げて、ローカルを徹底的に磨いて東京を飛び越えて世界に尊敬されるまちを目指して計画を作っている。観光面でも同様に、小さくても素敵だ、また訪れたいと思われるまちにしたい。今ある資源を磨き上げるだけではなく、出石や城崎は火災により失われたまちを再現したように、また、絶滅したコウノトリを市民が努力して空に返したように、失ったものを取り戻すというストーリーを観光に活かしたい。外国人にそのようなストーリーを話すと非常に尊敬してくれるので、立ち寄りではなく目的地になるのではないかと。また、新たにアートも小さな世界都市のローカルに位置づけて観光に取り入れたい。自分たちに今あるもの・ないもの、今すべきことは何かを明らかにするなかで今後の政策につなげたい。その中で豊岡市の役割があり、市民も協働する姿を最終的に描きたい。

(委員長)：2009年に成長戦略会議の観光部会の座長をしたときに、ターゲット・トゥ・ターゲットと呼んだ取組みを実施。これは国別の数値目標を定めるとともに、1つの国でも地域にあわせたプロモーションを実施した。豊岡市の各地域で、どこの国からどれだけ来てもらうかを考える必要がある。城崎でインバウンドを取り込んで、昼のスポーツ、夜のアート、食文化をつなげて長期滞在者を増やし、オール豊岡で観光政策をやっていく必要がある。このことは皆が共有していると思う。そのためには具体的な数字を積み上げていくこと、豊岡市民が豊かな生活を過ごして人生を楽しみ、それにあこがれて世界中から人々が来てくれるようなまちをつくることの2つが必要。今回のビジョン策定では10年後の豊岡市の観光をどういう姿に、どのような要素を入れて定義づけていくのかという、そもそも論を議論したい。また、豊岡市の教育も手伝っている。豊岡市は小中一貫教育が完成しており、ふるさと教育・英語教育・コミュニケーション教育の3本柱で独自の教育政策を行っている。専門職大学ができるわけだし、豊岡総合高校に観光コミュニケーションコースができれば、観光のまちを教育から支えられる。観光業の人たちだけでなく、市民全員が観光意識を持つことが大事。

6. 豊岡市大交流（観光）ビジョン策定について 「意見交換」

豊岡の観光の基盤となるのはどのような要素があるのかを議論した。主な発言は以下の通り。

(委員)：出石はまちのポテンシャルが高い。城崎にはない寺や城跡、有子山などがある。城崎や神鍋との連携が必要。まちに住んでいたら分からない観光資源を外の視点で見出したい。

(委員)：一般的に海外のリゾート需要を支える欧米人は所得・教育水準が高く、健康づくりを重視しているので、旅行先でも朝走ったりする。観光客が体を動かすと、まちを走っている人や自転車に乗った人が現れ、地元住民や風景を含めて雰囲気生まれる。そうするとこれまで関心が無かった人も興味を持つようになる。現在、海外のアシスト力が高いイーバイクに注目している。今は規制で日本の公道は走れないが、登坂力が高く、豊岡市内の地域を結ぶ二次交通としても使えるレベル。海外のリゾートで起きている大きな産業の一つ。

(委員)：城崎温泉で調査をしたら欧米豪は日本で17泊、アジアは8泊している。欧米人は確かに城崎でも走っている。イーバイクや小型のモビリティが使えて周遊ができると良い。観光地を周るバスはコストがかかり、自由がきかないので難しい。あとは観光客が自ら手配できることが大事。特区かどうかかわからないが、規制緩和の実験的な形でイーバイクを導入するのは価値がある。

(委員)：海外だとバスに自転車を載せたりできて複合的なものがある。規制緩和も含めて自由に発言いただきたい。

(委員)：城崎の街並みは美しく、そぞろ歩きが一番の魅力。その質をさらに高めるために夜のエンターテイメント要素が必要。豊岡にしかないアートやコウノトリ復活に関する取組を紹介できれば観光客は惹きつけられるだろう。今度市長がバードフェアでイギリスに行く。豊岡市に来て

らうために、コウノトリ復活のストーリーを紹介したい。どういう風に演出してきちんと紹介できるのかを考えていきたい。

(委員)：竹田城が日本のマチュピチュと呼ばれたことで有名になったように、豊岡にもキャッチコピーがあるとよい。認知が低いと人は来ないし、魅力的なコンテンツも届いてなければ伝わらない。豊岡のエリアには日本でタイムスリップしたような街並みが多い。スマートボールや永楽館での歌舞伎など、1つのストーリーを持たせる上で昔にタイムスリップして非日常を感じられるコンテンツがそろっている。また、海外に行くとその土地にしかないものを買う。豊岡でしか買えない城崎温泉のゆかたや豊岡鞆などを観光客でも買いやすい価格でそろえるべき。

(委員)：豊岡市に今あるものを新しいものに変えることが有効だと思う。豊岡駅から続く商店街が賑わうとよい。何となく懐かしい雰囲気の子供たちが遊んでいて、向かいのおばちゃんが見守る雰囲気がよい。豊岡駅で降りるのはサラリーマンや帰省と思われる人がほとんどで観光客は少ない。観光人として主体性を持てるようなイベントを仕掛けて商店街が元気づくと良いと思う。

(委員)：世界遺産が多くある海外の地域では、道路を取り除いてシャトルバスを通して観光客の流れをダイナミックにコントロールするような戦略がある。これにより品質とイメージを向上させている。豊岡市でもこれができると思う。豊岡市のルートをどう観光客に体験いただくかといったダイナミックな視点が必要。また、ただ見てスゴイと思わせるだけでなく、体験させてそれをSNSでシェアさせること。そのためには、なぜ出石は蕎麦なのか、玄武洞はなぜ有名なのかといった、わかりやすい発信「インタープリテーション」が必要。インスタ映えする写真スポットといった戦略的な広報も必要。

市長：出石では落語や演劇に取り組んでいて好評だ。先ほどエンターテインメントの話があったが、演劇や落語、ダンスなどがまちの色彩を強める可能性が見えてきている。また、観光は総合コミュニケーション。駅を降りた瞬間から観光客と市の対話が始まっている。このまちは歓迎しているのか、お金しか関心がないのか、歴史や伝統や自然に関心があるのか。車窓の景色とも対話があり、旅館についたときのしつらえや従業員の対応、他のお客さんの雰囲気、装飾やポスターの演出など、トータルの体験として見る視点が必要。コミュニケーション能力が強いまちが観光でも勝つ。そのためには全体としてベクトルを揃える必要がある。また、過去にコウノトリの野生復帰をきっかけにエコツーリズムに挑戦したがうまくいかなかった。興味を持つ層が少数派だったからだけではなく、豊岡市側に戦略がなかったことが原因。8月にイギリスのバードフェアに行く。このきっかけは、イスラエルのエコロジストが豊岡のコウノトリ野生復帰のドキュメンタリー映画を撮り、それをインドのバードフェアで放映したところ、イギリスのバードフェアの会長が感動して、世界最大のバードウォッチング大会であるイギリスのバードフェアに豊岡市が招待された。世界中から鳥に関心のある人たちが集まる場でコウノトリ復活のストーリーを話して豊岡市を売り込む。このようにしてエコツーリズムの可能性をもう一度探りたい。

(委員長)：出石の課題は滞在時間を少しでも長くすること。蕎麦だけでは滞在時間は短い。まちなみの綺麗さと永楽館の一人芝居や歌舞伎、スイーツを組み合わせれば滞在時間を長くできる。また、江原は交通の要所で出石から近い。江原の特急の待ち時間をつぶせるような立ち飲みスポットを作ろうと考えている。そのような回遊性が大事。そして何より、アヴィニョンのような国際演劇祭を豊岡市で開催したい。国際演劇祭は1カ月間まちの納屋や教会が全てアーティスト負担で劇場になり、3時間おきぐらいに合計1,200ほど講演が行われる。ネットで講演の評判が始めると評論家が集まってブログで評価する。するとプロデューサーが集まり、翌日カフェで商談が始まる。これをアヴィニョンドリームという。アジアでこれに近いフェスティバルを目指しているところがあるがどこも成功していない。豊岡市ならアートセンターや神鍋の合宿施設があるので実現できる。空き店舗を会場にすると、市民が地域の可能性に気付く。アートの力を使って地域住民のマインドを活性化したい。カンヌの人口は7万人、アヴィニョンは9万人、豊岡は8万人で全く不可能な戦いではない。20年で豊岡をアジアのアヴィニョンにし、竹野を日本のコートダジュールにしたい。

(委員)：エコツーリズムがうまくいっているところは少ない。聞いてもらい知ってもらえばそれだけで広がるようなものではない。旅行という時間と費用をかけてそこに行こうと思える人は世界中にはたくさんいるのだけれど、薄く広くいるので、それぞれエコツーリズムに関心がある人、アートに関心がある人に刺さるようなマーケティングが必要。尖ったコンテンツになればなるほど、一般的なじわじわ広げていきましょうという方法だと難しく、ダイレクトに訴求する必要がある。それができていないのが日本の観光地の問題だと思う。

(委員)：観光が総合コミュニケーションだというのはその通り。一番本質的な観光の価値だと思う。しかし、このコミュニケーションはセンスが必要で、このまちとしてどういう風にお客さんとコミュニケーションするのかが定まっていない。それによって接し方や観光協会の在り方も変わる。各セクターの人が独断で決められないので難しい。けれども、そこに挑戦しないと長くお客さんに喜んでもらえる観光地にはなれない。民間としてどこを担ってどこに向かうべきかを考えたい。

(委員)：生産性の議論は難しい。稼働率をいかに上げるかがポイントで稼働率が上がれば単価は上げられる。また宿泊料だけではなく他でいかにお金を使ってもらえるかも大事。城崎でインバウンドが増えて稼働率が85%まで上がり、単価は20%ほど増加した。人員はそこまで増えていないため一人当たり収益は上がった。究極的にはなかなか部屋が取れない状況を作れば生産性が上がる。従い、選ばれる観光地になる必要があり、長期滞在したくなる情報が伝わり、自ら選択して提供できる環境整備が重要。

(委員)：城崎はインバウンドや若い人が増えて良くなったが、通年雇用は豊岡の他の地域でも課題。外国人労働者に関しては、専門職大学で留学生を2～3割まで増やしたい。観光とは「国の光を観る」ことが語源。しかし、自ら光る物質は少なく、誰かが光を当てないと光らない。その光を当てる役割が例えばアートや名前、キャッチフレーズ。津軽半島に「風の街」といわれる蟹田と

いうまちがある。これは太宰治が「蟹田は風の街」と書いたから。城崎も同様に作家の力で温泉と文学の街となった。これがアート之力。これからはアートだけではなく、食文化やスポーツといった要素が貢献できればと思う。本日は様々な意見をいただいたので、これらを集約して次回の策定委員会では具体的なイメージを議論したい。

7. その他

- ・ 委員からの提案で次回はプロジェクター又はホワイトボードを活用して議論の論点を書きだしながら進めるよう検討することとした。
- ・ 事務局から次回日程が9月3日の13時半からで、服装はエコスタイルでよい旨を確認した。

以上