

第3回豊岡市大交流（観光）ビジョン策定委員会 会議録（要約版）

開催日時 平成30年10月22日（月）15時30分 ～ 17時00分

開催場所 豊岡市役所本庁舎3階 庁議室

出席委員 平田委員長、国枝委員、山田委員、倉成委員、岡野委員、井垣委員、樋口委員、西村委員、宮崎委員、渋谷委員、岡田委員、植村委員、青山委員、前野委員、昆野委員代理

欠席委員 田中委員

事務局 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 協議資料

■主な議事

1 開会

2 委員長あいさつ

（委員長）：第3回となり、大体の論点は絞られてきた。豊岡市において観光産業が主たる産業になることが期待されている。豊岡市に観光に来ていただけないことが一番の大きな課題。それをどうしていくか具体的に議論を頂きたい。

3 委員紹介

前回欠席だった委員から自己紹介を行った。

4 議事

（1）前回までの主な議論の整理・集約について

事務局より資料2に基づき以下の説明を行った

- ・これまでの委員のコメントの集約内容、前回提示した各種データのまとめ
 - ・これまでの議論から得られたポイントの整理、目指すべき姿、新・大交流モデル（案）
- 上記を踏まえて各委員より意見を述べた。主なコメントは以下の通り。

（委員）：末端が市民になってしまっている。市民が一番上に来て、それが観光客につながり、観光産業に波及して、産業に波及したものがまた市民に返って、市民がプライドを持っていくというような流れの方がいいのでは。

（委員長）：豊岡市はご承知のように1市5町が合併した大きな市、それぞれ誇りを持っているが、互いの地域に行き来、交流がされていない。まず、地元の方同士に交流があった方がいいのではないかと考える。この点はご議論いただきたい。

（委員）：前回の委員会終了後、豊岡市のありたい姿をまとめる言葉について事務局と議論した。新しい言葉を使うのではなく、今までから豊岡にある言葉で集約されるのが、

すごく自然だし、早い。「大交流」は豊岡市のオリジナル。但し、Visitor だけでなく、合併された市民の方々が交流されていない感がある。産業の交流も同様。「大交流」というワードは、今後資産として、真ん中に添えられて活用できるのではないか。しかも豊岡が「大交流」の発明の地だと皆さんは誇りを持って言えるのではないかと思い、プッシュした。

(委員)：豊岡の方たちが自分の地域をどう思っているのかが一番だと思う。

(2)「小さな世界都市」の実現に向けた10年後のありたい姿について

事務局より資料2に基づき、豊岡のありたい姿の状態を示す文案を示し、本文案に対して各委員より意見を述べた。主なコメントは以下の通り。

(委員長)：ありたい姿と目指すべき四つの状態について、要約すると、まず、「大交流」のとき豊岡にイノベーションが起きている。例えば観光が盛んになることで、靴の新しい、今まで思ってもみなかった製品が生まれてくる。そういう付加価値を付けていくにはどうすればいいか。地域住民にとっても、産業にとってもそうだとしたことなので、それぞれでどういう状態があるべき姿かご意見いただければ。

(委員)：資料にはLocalと真ん中に書いている。Visitor、Industry、Communityが相互作用したときにLocalが生まれて、また相互作用によりLocalが磨かれ、Localがイノベーションとなった世界の先が「小さな世界都市」になるのだと思う。Localを他の3要素と同じレベルで書いてしまうと議論がしにくいのではないか。逆に言うと、Localとして最終的な「小さな世界都市」に行くまでに、どのようなステップで向かうかを考えれば、VisitorとIndustry等がどうあるべきか、もう少し具体的に思えてくると思う。

(委員)：城崎だけでなく、豊岡を越えて、何日間か滞在してもらうことを目標としているが、人間関係などローカル特有の問題もあり実現は難しい。一方、女性同士だと垣根が低く集まりやすい。知らなかった人同士で集まったら仕事につながった話もある。こういうのが大交流になるとよい。そこで、Communityの状態に、ローカルにプライドを持つだけでなく、内部の交流が盛んになるという状態を入れるとよいのでは。そのきっかけづくりができればと思う。

(委員)：出石の中でも女性グループをつくり、自分たちがまちを楽しもうという活動をしている。このような活動がまさに大交流という感じがする。その中でお店をしようかと思う人が出てきたりする。仕事とは別の楽しみを住んでいる人がたくさん持つというのがすごくいいのかもしれない。

(委員)：異業種の中で、お友達や知り合いがたくさんいると、話をもっていきやすい状態が常に作られる。いろいろな人が集まる原点となり、そのネットワークがあると、何かが起こりやすい状態になっていると思う。

(委員長)：大阪の繁昌亭では60年ぶりに天神橋商店街の旦那衆が2億円の寄附を集めて、寄席を復活、商店街の活性化につながった。寄席がはねた後に、噺家さんたちが地元の居酒屋で飲むようになって、居酒屋の異業種交流から様々なアイデアが出て実現している。男性はビジネス目的に沿うケースが多いので、機会が少なく地域毎に

なってしまう。一方で、女性は垣根が低いので異業種交流が起こりやすい。環境的なものも多分あると思う。積極的に異業種交流を起こすということは重要。

(3) 解決すべき課題について

事務局より資料2に基づき、豊岡のありたい姿の状態の達成に向けて解決すべき課題について委員の意見を伺った。主なコメントは以下の通り。

(委員)：竹野の現状として、観光関連事業者は自分ができることをしており、観光客の行動パターンに落とし込んだ案内ができていない。みんなで集まって考え、それぞれの役割を工夫して、リピーター化に繋げるべき。まずは竹野の中で見える範囲で何かできればと思っている。

(委員)：それは城崎でも感じている。全体をマネジメントしてくれる人やアドバイスがあればいいと思う。

(委員長)：例えばパン屋さんが欲しいとか、窯焼きピザのイタリアンが欲しいということ。住民が話し合っただけで誘致したまちづくりの事例はある。ただし、観光客のためにと。という目的ではどこの自治体もまだやっていない。

(委員)：市民がローカルにプライドを持つ点について。永楽館で歌舞伎があるので、同じ年代の主婦や友人の市民の声を聞くと、金額が高いから行かないという。一流のものでなくてもいいので、安い金額でもう少しわかりやすい、市民が参加できるようなところがあれば、市民が永楽館にもっと入ることになる。そうすれば、ガイドとして案内できると思う。城崎、出石など地域を知るために、市民をどのように巻き込んで参加できるイベントを開くべきなのかというのが解決すべき課題。これがクリアできれば市民が豊岡を案内できるようになり、豊岡といえばこれというのを3つくらい案内出てきたら、本当の市民の代表といえるのではないかなと思う。

(委員長)：例えば城崎温泉の仲居さんとか出石のおそば屋さんの店員さんは、一番のインフルエンサーだと思う。例えばその方たち向けの内覧会を開催するとか、まちづくりにとって非常に有効だと思う。

(委員)：やはり豊岡のことを知らない人が多すぎる。われわれ商売柄、こちらにお客様を呼んでサービスする。旅館に泊めて、芸妓踊りを見て、出石のおそばを食べてもらうなどコーディネートをする。「豊岡って、すごいんだね。また来るね」となる。仲居さんなどいろいろな方がコーディネートできれば地域を回せる。このような会議で皆さんとお会いしても、やはり初めての方もたくさんいて、本当につながりがないのかなと常を感じる。鞆と城崎が組んで大きくやる活動はあまりない。竹野の方の活動もはじめて知った。そういうことがもっと知られて、案内できることが一番だと思う。また、一観光客としては、おもてなしの弱さを感じる。城崎の外湯でも、ぎりぎりの時間に行くと嫌そうにされる。ちょっとしたことが、お客さんにすごく悪い影響かなと思う。おもてなし教育を各組合でやっていく必要がある。まずは、お客さんがまた来たいと思わせる状況をつくって、それをしっかりアピールしていくことが重要。また、東京丸の内のKITTEに豊岡鞆の店舗を出したが知られていないと痛切に感じる。まず豊岡を知ってもらい、そこに鞆があり、城崎や竹野、

日高等の資源があることを知ってもらうことからやっていくべきと思う。

(委員長)：インバウンドが増えて、鞆を買っていかれるのか。

(委員)：まだインバウンドのお客さんは少ない。KITTE のお店にも豊岡観光マップを置いて、買ってもらったお客さんに全部渡している。まずは豊岡と豊岡鞆を知ってもらうこと、店に入ってきてもらうことに苦労している状況。城崎温泉の鞆の店ではほとんど国内の方が購入しており、まだ海外には浸透していない。ヨーロッパ人はコト消費が中心でモノ消費が少ない。鞆が破れて急ぎょ購入したということはあるが、お土産に買うというのはあまり聞かない。ブランドの確立がまだまだ。

(委員)：お風呂で働く人は1分でも早くしまいたいと思いがちで、365日のうちの1日ではない。一方で、来る方にとっては、1年の中で大事な1日。おもてなしをしっかりとやっていきましょうという世論もないことはない。心にゆとりを持ってやるのがよい。Communityについては、市民の方が「大交流」を通じて、豊かさを実感できるかどうかということが大事。ただ、人口がどんどん減っていく中で、極端に経済が良くなるということは難しい。このあたりを分かりやすく住民に理解してもらうことが必要。Visitorについては、情報発信力のある方が、豊岡にどれだけ来ていただけるか、が解決すべき課題。例えば東京直行便みたいなもので、東京を通じて世界とつながれると、もっともっと発信力のある方が来られる。オリザ先生にお越しいただいたことが一例だと思う。そういう方が集まってもらえるようなまちになればいい。

(委員)：女性がつながると垣根を越えて異業種交流に発展しやすいという議論があった。一方、男性目線でいくと、ビジネスにおいて非常に意味がある連携はどんどんつながっていく。地域間連携の非常に実利的な面という雇用面。地域で忙しい時期というのは豊岡市内でもずれている。具体的には竹野と神鍋で、自分たちの場合には、竹野で事業をやっているメンバーにスキー場のレンタルの事業をやってもらう。人材不足で、単独で人を探していくというのが難しい中で、竹野の方たちが冬に力を貸してくれるというのは非常にありがたい。神鍋でいえば、冬は100~150人ほど雇用する中で、夏はせいぜい20人ほど。経営の上での安定性でも重要。豊岡というのは合併して、元々すごく個性的だった町が一つになっている状態。一つの市として、みんながアイデンティティを共有してやっていく姿も一つ理想的な姿としてあるものの、それぞれの地域が突き抜けた個性を生かして、観光の運営側で連携を進めるだけでも強い地域になる。

(委員長)：接客講習は、各旅館でやっているのか、共通のものもあるのか。

(委員)：JTBさんが勉強会みたいなものをツールとして提供するケースがある。あとは各旅館のOJT。

(委員長)：専門職大学ができれば、社会人の再教育の機関として、豊岡、あるいは但馬地域の観光の関係者の方が訓練を受けられるような機関になれる。そこを核にして人材の交流とか交換もしやすくなると思う。

(委員)：スキー場の接客は、レベルが低い典型と言われている。研修会の機会があったら、それはすぐにでも行いたい。

(委員長)：既に大学のカリキュラムの中には、城崎温泉の皆さんが教員として講習したり、

JALさんと提携して接客の授業等を予定しているので、社会人向けに公開することは可能だと思う。

(委員)：(委員)からの意見は、「Localのところ、無い物ねだりをしては仕方がないので健康的に暮らせるまち豊岡をPRしたらどうか」という提案。私自身、出石の工場で働いていた時に、豊岡、竹野、日高から来ていた方がおり、休日の遊び先のお薦めを聞いても、地元以外全然わからなかった。そのあたり市としてPRできればいいのではないかと思う。

(委員)：先ほどのモデルの図があったが、豊岡市の政策側がどこにいないか書かれていないため、いきなり豊岡市のイメージを持つのは少し難しい。ただし、豊岡市またはDMOが観光推進するリーダーシップを取るというのを俯瞰するとモデルのような形になると理解した。世界に知られる「大交流」の豊岡市になるためには、多くの海外都市と同じ土俵で戦うことになる。これまで宿泊や飲食産業は地域内での競争だったため、グローバル競争環境にはなかった。競争が激しい中に入っていかなければいけないということを認識しなければいけない。いろいろな国や都市を比べて、「豊岡」に来ていただいているという現状を、どういう評判で来たのか、豊岡はどのようなイメージなのか把握するのがよい。観光客をひきつけるためのブランド戦略を豊岡の中で構築していかなければいけない。インバウンドの場合、海外に行ってPRすることとなる。国別の嗜好をしっかりとつかんで、中国の方なら、こういうことをすれば喜ばれるというような戦略を立てる必要がある。産業への投資をしてもらいたいのであれば、税制優遇。例えば期間限定として宿泊施設向けや店舗誘致のための政策が必要。海外から来た人には、そこで体験できるローカルの方たちの温かい交流を大事にすべき。イノベーションということであれば、海外の方は自立していて、プライバシーを非常に大事にするため、団体行動は苦手。従い、人手がかからないサービス形態をデザインする方が、ローカルな魅力もあり、それで人手不足にも対応できる。新しいサービス形態をそれぞれが考えるのがよいと思う。

事務局：旧市町ごとのインバウンド対象アンケート、城崎に実際に来ている方に対するインタビューやインターネット調査資料を次回に整理してお示しする。

(委員)：豊岡の農業は、お米、そこにはコウノトリというつながりができてくる。最近観光客が農道を歩かれる姿もある。それが癒しになったり、おもてなしになったりするのかなと思う。家族が子供と手をつなぎながら農道を歩いて農作業の風景を見る。農業従事者からはただ作業をしているだけだが、非常によく印象に残っている。これは観光に来られた方におもてなしになっているのかなと感じた。農業を観光にうまくつなげていくことも、今後の大きな課題。農業がうまく使えれば、農業もより楽しくできるのではないかと感じている。

(委員)：インバウンドが非常に強烈な競争の中にあるということは肌で感じている。観光マネジメントの組織というものは、豊岡の観光資源のPRであったり、それぞれの地域で国内の観光を目指していけばよかったが、ブランド化できていないのが現状。今後もしっかりとまとめていく作業が必要。ただ、行政でやるのは非常に難しい。きっかけづくりはできるかもしれないが、民間で深くやるのがよい。また、豊岡が知られていないのはそのとおり。豊岡市も東京でエキシビションを開いて、豊岡市

は全く知られていないということに気が付いて、10年間ずっと繰り返してきた。それでもまだまだ知られていない。市としても、戦略的にやっていきたいと思う。インバウンドを勝ち抜くために、今ある資源をどのように磨き上げていって、「Local and Global」が世界に誇れるものとなり、インバウンドは多様なニーズがあるので、それぞれにターゲットを絞り、自分たちのローカルに共感してほしい。ただ単に来てお金を落とすのではなく、共感してもらう視点に立って、どう磨いていくのかを、細かい論議になるかもしれないが行っていききたい。例えば大分の農村ガイドでは、英語が堪能な人ではなく、農家の普通のおばちゃんが昔ながらの生活体験のなかでフランクにしゃべれる環境がある。これは豊岡市内ではどうなのか。そういう視点でしっかり期待に答えていくのも、伝えていくことだと思うので、議論の俎上に上げたい。知られるというのは日本でも大変なのに世界を相手にするとすごく大変。財源はどうするのかなども話題に上がってもいいのかと思う。

(委員)：外国人数は少ないが、フランスの人が多く来られる。ほとんどの方がノーブランチでぶらぶらされている。地域の方と交流したりして、何となく安心感があってニコニコ笑顔でしゃべっているのが、一番うれしいようだ。みんなでもてなしていくようなまちをつくっていきけるのが理想だと思う。

(委員)：先ほど接客の話があったが、心に余裕がある人は、割とぎりぎりに来られても「いいよ」と言えるとか、職場の人に意地悪しないとか、そういう心の豊かさというのが、きっと接客力につながると思う。あと、ヨーロッパ人の方が多いということで、ヨーロッパ人はコト消費が多いと言われている。コト消費こそが出石の中では大事。歴史あるまちのストーリーというのが売れるのではないかと考えている。エピソードを紹介したり、話したりする場所があったら、面白いのではと思う。

(委員長)：Communityの部分に入ると思うが、地域の人たちが他地域に行っていただく施策をするには、せっかくビジョンを作るので、思い切って、「観光権」という概念を提唱したらどうか。憲法には、全ての国民は健康で文化的な最低限度の生活を享受する権利を有すると記載されている。例えば健康的な生活を享受する権利を有すると書かれたことによって、医者地位が一挙に向上した歴史がある。私たちは今、観光業者のことばかり考えているが、豊岡の全ての市民が観光を楽しむ権利を有している。それをもう少し概念的に言うと、異なる文化、異なる価値観を持つことで、自分を省察するような時間を持つ権利を有していることを定めれば、例えば社会包摂的な一人親家庭とか、生活保護世帯を年に一回、市の予算で城崎温泉に招待ということが根拠づけられる。そのことが観光業者の地位を高めるには近道なのではないか。観光というものが、余裕のある人だけが享受できるものではなくて、所得とか住んでいる場所とか、もちろん民族とか人種とか性別に関係なく、全ての人が観光する権利を持っている。それを行政が保障する責務があるのだということを豊岡市自体が打ち出してしまえばいい。恐らく、そんなことを打ち出している自治体は世界中にもないので、最も強いアピールになるのではないと思う。そのことを次回も含めて、ご議論いただければと思う。

4 その他

- ・次回は本日の議論を踏まえて意見を整理し、必要な資料を提示しながら、解決すべき課題と対応策について議論予定。
- ・事務局から次の2点について連絡があった。
 - － 次回の策定委員会の日程は11月16日（金）15時30分から
 - － 策定委員会を追加し、2019年2月25日の10時から開催する予定
- ・最後に委員及び委員長より、以下のコメントがあった。

（委員）：先週ベトナムに行った。われわれの宿泊業界に外国人労働者が入りやすくなる法律が来年4月からできる。日本全体で、主に発展途上国のベトナムなどの国々から入ってくる。周りに外国人が普通に住んでいるような環境がこの日本で今後ますます増えてくる。いずれ観光で町を照らすという意味においては必要になってくると思う。

（委員長）：新設の専門職大学には2～3割が留学生と想定、この留学生は最初から日本語がしっかりできる、相当知的水準の高い学生が来る。次回、そういった視点も入れて話していきたい。

以上