

平成 28 年度 第 3 回 富山市観光戦略プラン策定委員会

日 時 平成 28 年 11 月 10 日（月） 10：00～

場 所 富山市役所 7 階 第 2 委員会室

出席者

（委 員）

金岡 省吾	富山大学地域連携推進機構 副機構長・教授
高橋 光幸	富山国際大学現代社会学部 教授
鶴殿 裕	日本政策投資銀行 富山事務所長
中田 邦彦	富山地方鉄道株式会社 専務取締役 兼 企画部長
西尾 敏	全日本空輸株式会社 富山支店長
佐近 成昭	富山市観光協会 事務局長
喜多 美月	公益財団法人富山コンベンションビューロー 事務局長
森田 由樹子	株式会社エコロの森 代表

（オブザーバー）

松丸 祥子	富山市企画管理部広報課（ANA総合研究所）富山市地域づくりマネージャー
-------	-------------------------------------

欠席者

古邸 幸裕	株式会社 J T B 中部 富山支店長
富田 光國	富山商工会議所 理事・事務局長 企画総務部長

（事務局） 富山市観光政策課

（コンサルタント） 株式会社ラックス

議 事

1. 富山市観光戦略プラン（素案）について
2. その他

<資 料>

1. 富山市観光戦略プラン策定委員会 席次表
2. 富山市観光戦略プラン（素案）
3. 富山市観光戦略プラン（素案）についての主なご意見と対応（案）
4. 第 2 回富山市観光戦略プラン策定委員会議事録

1. 開会

2. 議事

(1) 富山市観光戦略プラン（素案）について

- | | |
|-------|---|
| 事務局 | 観光戦略プラン（素案）について、パブリックコメントの結果、前回からの変更箇所、新規事業について一括して説明。 |
| 金岡委員長 | 事務局から数値目標の変更点や新規事業についての説明があったが、皆様のご忌憚のないご意見をいただきたい。 |
| 高橋委員 | 細かい部分になるが、38 ページの「観光を取り巻く環境の変化」の表現の仕方について、「インバウンド対策」とあるが、「インバウンドの増大」とすべきではないか。39 ページに「訪日外国人旅行者」という表現があるが、全体として「インバウンド」という表現に統一すべきではないか。43 ページの目標とする指標について、各指標の考え方の関連性を示すべきではないか。①から④は国内及び国外のお客様が、量的にどれだけ来られて、どれだけお金を消費したか、⑤⑥はそのお客様がまた来たいと思ったかだと解釈すると絵が描ける。同じく 43 ページでもう一点、指標⑤の「富山市観光の総合満足度」の説明文についてだが、満足度には、交通、接客などの個別満足度とそれら全てを含めた総合満足度があるので、それが分かる適切な表現にすべきである。45 ページに 3 つの輪の図があるが、この図を理解するのに苦しんだので何か説明があった方が良いのではないか。72 ページの「推進体制と役割」に関して、観光関連機関には、富山市の場合、実行委員会があると思う。それら組織の役割を定義しておかなければ、DMOは空中分解してしまうのではないか。 |
| 金岡委員長 | 「推進体制と役割」については、今後検討するとした方が良いか、あるいは記載した方が良いか。 |
| 高橋委員 | 少しだけでも記載すべきだと思う。 |
| 金岡委員長 | 同感である。満足度の部分も同じだが、どこまで記載するかを再度検討してほしい。 |
| 左近委員 | 全体的にまとまっているという印象である。73 ページにある推進体制に関して、計画を策定し、実際に運営していく場合、市だけが責任を負うのではなく、我々のような観光関連機関や事業者等も協力すると同時に責任を負っていかなければ上手くいかないと思う。 |
| 金岡委員長 | この計画をどう推進していくか、また、それをどう記載するかは検討していただきたい。実際、DMOを検討、設立していく際に、どのようにすればうまくいくと考えるか。 |
| 左近委員 | 最終的には、市も含めて各団体の「人」にかかっていると思う。その人のやる気と、いろいろな先進事例を実際に見てきて、良い所は取り入れていく姿勢が必要だと思う。 |

中田委員	全体的にまとまってはいるが、やはり戦略としてのインパクトが足りないと感じる。何を言いたいがぼやけている。「富山らしさ」という言葉は内向きの表現である。この計画は、外に向けた計画のはずなので、対外的には「富山特有」や「富山独自」という表現の方が良い。また、計画の内容を観光関連事業者だけでなく、広く一般の市民に周知することが重要だと思う。県の目標である「海のあるスイス」を知っている県民はほとんどいないのではないか。観光客に富山市の観光スポットを聞かれて、市民が答えられないのではまずいので、市民の理解が重要である。
金岡委員長	戦略性を出すためのインパクトはどのように出せばいいか。
中田委員	全体的には良いのだが、これといったものが何かよくわからない。
金岡委員長	大きな話ではないと思う。このような冊子を作る時に、デザイン以外でどうすればインパクトが出るか考えてほしい。考え直すのではなくて、例えば、表紙1枚かもしれない。内容が多過ぎるのか、伝えきれていないのではか。
中田委員	誰に対しての戦略なのかが一番大きいかもしれない。
金岡委員長	打ち出すところがどこなのか。はじめにの文章に入れても良いかもしれない。基本目標などで強調している部分はあるが、まだ分かりづらいのかもしれない。もしかすると今のプレゼンかもしれない。それともう1つ重要なご指摘があった。市民がどこまで理解されているのかという点である。皆が分かるものにあるように、内向きではなく、外向きにということが重要である。
西尾委員	富山への誘客に関する課題の1つに、県内や市内に良い物はたくさんあるのだが、それをうまくパッケージにして商品化できていないという点がある。その中で、滞在型観光実施支援事業は、地元の事業者が着地型商品を作る際のインセンティブになるので非常に良いと思う。外地の事業者にもインセンティブが用意されているので、我々も外地の旅行会社に対して、富山はこのような事業があると紹介できる。民泊に関しても、是非早めに検討して実施してほしい。指標で高い目標を掲げているが、宿泊数に関しては市内のホテルの部屋数がボトルネックになる。それを解決するのが民泊だと思う。今後の課題を挙げると、まず地元の事業者にどうやる気を出してもらうか、啓蒙していくかである。次に、いくら観光商品や観光資源があっても国内や海外の人々は知られていないということである。先週、私は武漢に行ったが、現地の旅行会社の人は白川郷、高山、金沢のことはよく知っていたが、富山のことは何も知らなかった。彼らとしては、富山を売りたくても情報が無い。現地での説明会やwebでの発信、定期的にデータを送るなどして発信していくべきである。富山だけでなく、北海道、東京、大阪以外はどこも同じなので、できるだけ多く発しすることが自治体間競争の中で勝てる要因ではないか。また、この計画をどう具体的に推進していくかはDMOにかかっているのではないか。推進力のあるトップが必要である。県もDMOを作っているが、できたばかりだから何も変わっていない。
森田委員	この計画の期間は5年とされているが、現代は変化のスピードが速いので、常に見直しを行う必要がある。記載されている新規事業もこの先続いていくかどうか分からない。新しい変化は必ず出てくるので、それに対応できるよう毎年見直しを行う機会があれば良いと思う。

鵜殿委員

観光戦略プランの目的は「選ばれるまち」を目指すという冒頭に書いてある。どのように「選ばれるまち」になるかという、「豊かな自然の中で輝く人間交流都市」となって選ばれる。そうするとターゲットが決まっているのではないか。そう考えると目標とする指標の中でも順位付けがあるはずで、コンベンションの順位はどうか。一本の筋が通っているはずなのでそれが分かるようになると良いと思う。また、100円ショップに売られている日本地図にそれぞれの県を表す絵が描いてあるが、富山県の所には白いイカが描いてあった。この計画の表紙に写真や絵が入るとすれば、何が入るのか。立山かAMAZING TOYAMAのロゴか。表紙は重要だと思う。

金岡委員長

皆様の意見で共通してきているのは、一本筋は何かということではないか。A3の折り込みで何かを入れるという手法もあるし、鵜殿委員がヒントをくれたが、「選ばれるまち」「豊かな自然の中で輝く人間交流都市」という言葉を冒頭に入れ込んだり、表紙や色使いかもしれない。分かりやすく伝えるということは重要なことである。

喜多委員

分かりやすくまとまっており、目標とする指標や事業も精査され、数が少なくなっているが、計画の中で足りない分野や文章中にあっても事業として記載されていないことについては、どのように成果を検証していくのか。例えば、今後満足度に関する調査を行うという記載はあるが、37ページの富山市観光の改善点にあるようなことに関する調査については事業の部分で記載がないので、どう取り組んでいくか疑問である。消費額に関する指標があるが、消費額を上げていくためには、一般的に観光よりもMICEの方が消費額は大きいのでMICEを推進するということになると思うが、それだけでなく宿泊数を増加させることや滞在型観光が重要になると思う。また、情報提供に関する記載が多いような印象を受けたので、その部分に力を入れていくことは分かるが、魅力的な飲食店がなければ消費額も上がらないのではないか。富山市内には、ビジネスマン、MICEの参加者、観光客が少し休憩できるようなカフェや昼食がとれる飲食店が不足しているので、夜の魅力を発信するだけでなく、魅力的な飲食店が増えるような施策もあれば良いと思う。

松丸オブザーバー

指標の部分に関して、目標値を前回よりも上げているものもあれば、下げているものもあるように思う。新幹線開業効果で観光客が増えている27年度の実績をベースにしているとの記載があり、そこにやる気を感じたので、27年度の数字が高い理由を一般の方が見た時に分かりやすいように記載すると良いと思う。新規事業の部分で、今まで観光に関連のなかった事業者が観光の分野に増えてくることが予想される。観光政策課や市の職員が大幅に増えるわけではないので、増加した事業者に対して熱を伝えたり、フォローしたりする体制を作っていかなければならない。先ほどwebの話があったが、新規事業でプロモーションを通じた情報発信を推進していくのだと思うが、既存の市のwebページがまだ魅力的に表現できていないと思う。観光客が最初に見るページであり、一番安心して信頼できるものでなければならぬと思うので、そこにも力を入れていただきたい。

事務局

多くのご意見をいただき有難く思う。委員長と相談しながらできるだけ計画に反映していきたいと思っている。私が今感じたことは、計画を実行していったときに富山市がどうなっていくかという将来像が見えないということである。概要版などで市民にPRできるようなものを工夫して作っていききたいと思う。また、皆様には今回、計画の策定に携わっていただいたので、今後、計画を実行していく中においても相談させていただきたいと思っているのでご協力をお願いしたい。

鵜殿委員	今後いろいろな事業を実施されていく中で、市側が事業者に依頼をして行うものがあると思う。その時に、ただ依頼をするだけではなく、この事業を通して儲けてほしいというような事業者にやる気を出させる働きかけを行ってほしい。それが事業の継続に繋がっていくと思う。また、1 つ質問がある。五輪に向けた文化的事業にこれから取り組まれると思うが、富山市は現状どのようなことを行っているのか。
事務局	文化的事業については、観光政策課ではなく文化国際課が担当しているので、現所どのような取り組みを行っているかは分からない。
金岡委員長	この計画で、観光客を増やそうというだけではなく、そこで儲けていこうという所まで見据えた視点は重要である。
高橋委員	事務局の話にあった将来像が見えないということに関連して、42 ページの捉え方だが、「豊かな自然の中で輝く人間交流都市」が将来の観光像となっている。個人的には、自然だけが豊かというわけではなく、歴史などのいろいろな豊かさがあり、「地域」や「風土」という言葉で言い換えられると思う。また、「輝く」というのは、外から入ってきた人が輝くという意味と富山市民が輝くという意味があると思う。外からの人と市民が交流し、輝き、その結果として「AMAZING」となるわけなので、驚きや感動が生まれるということだと思う。今後、外からいろいろな情報や価値観が持ち込まれ、それによって富山市が変化をして、また新しい価値が生まれ、それが様々なレベルに広がっていくというのが、おそらく富山市の将来像なのではないか。そう考えると、やはり重要なのは富山市版DMOだと思う。このような計画を作っても、計画通りいかないことはよくあることである。計画を通して、様々な動きを作っていくことが重要であり、それが将来像だとするものもおもしろいのではないか。
金岡委員長	本日は皆様から貴重なご意見をいただきありがとうございます。いくつか大きな意見があったが、それに関しては事務局からの個別折衝とさせていただきたい。その後は事務局と委員長に一任とさせていただきたい。全て委員長一任ということではなく、個別折衝は必ずやっていただきたい。
(2) その他 事務局	今後のスケジュール等について説明。

3. 閉会

以上