

平成30年度
八代市議会経済企業委員会 視察報告書

■視察日程

平成30年7月3日（火）～5日（木）

■視察先

7月3日 東京都台東区

7月4日 東京都板橋区

7月4日 神奈川県藤沢市

■視察参加者

【委員会】	委員長	成松	由紀夫
	副委員長	西濱	和博
	委員	亀田	英雄
	委員	北園	武広
	委員	庄野	末藏
	委員	高山	正夫

【執行部】 経済文化交流部次長 岩崎 和也

【随 行】 議会事務局 中川 紀子

■視察先及び目的

1 東京都台東区

『外国人観光客の受け入れ体制と環境整備について』

台東区は2020年東京大会へ向けて、インバウンド施策を推進している。台東区においても、海外でのシティーセールスなど、インバウンドのための取り組みを推進し、2020年に向けてより多くの外国人観光客が台東区に訪れることが想定される。このため、外国人観光客が快適に観光できるよう、外国語での案内や、多様な文化や習慣に配慮した対応など、外国人観光客の受け入れ体制の充実を図ること、また、ICTの進展により、スマートフォンなどの携帯情報端末の利用が進んでいることから、Wi-Fi環境の環境整備等について視察することにより、本市の外国人観光客の受け入れ体制と環境整備への参考にするとともに、今後の委員会活動に生かすことを目的とする。

2 東京都板橋区

『全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」の運営状況について』

とれたて村は、商店街と農山漁村との交流による双方の活性化を目指し、平成17年10月に板橋区の肝いりでスタートし、全国市町村へ参加を呼びかけ、当市は平成23年6月から参加している。今回は、運営状況・販売状況の確認と、今後さらに八代市の物産などPR、販売させていただくとともに、当市の魅力を情報発信させていただくことを目的とする。

3 神奈川県藤沢市

『湘南藤沢フィルム・コミッション事業について』

湘南藤沢フィルム・コミッションは、市の魅力を広く伝え、地域振興・観光振興に寄与すること、地域の方々に地元への愛着を深めてもらうことを目的とし、映画やテレビドラマ、CM、情報番組などのロケーション撮影の誘致、撮影活動の支援を行っている。多くの撮影を誘致することで、撮影関係者による宿泊・飲食料や観光客増加による経済効果ばかりでなく、地域の情報発信やPRの機会の増加などの成果を上げている事業を参考にするとともに、今後の委員会活動に生かすことを目的とする。

東京都台東区

1 視察日時 平成30年7月3日（火） 13:30～15:30

2 調査事項 『外国人観光客の受け入れ体制と環境整備について』

3 調査内容（説明内容）
※別添資料のとおり

4 主な質疑応答

Q 1 8ページのなぜインバウンドなのかというところの、ターゲットの設定であるが、イスラム教対応、ハラル認証という言葉は聞いたことあるが、これは台東区だけの取り組みなのか、将来性があるのか、八代も取り組めたらいいと思うが、その辺の情報がわからないため、これからメジャーになるという話なのか教えていただきたい。

A 1 官公庁は、かなり力を入れている。東南アジア圏というのは、ターゲットとしては、必要な所だと官公庁でも思っている。ビジットジャパンでも、ターゲット国は、東南アジアの国のインドネシア、マレーシア、イスラム教などの国を挙げていて、ムスリム対応をしないといけないといっているが、なかなか行政が踏み込むというのは難しい。政教分離の原則というのが足かせになっている。イスラム教という特定の宗教に肩入れをした施策をやっているのかという、議論が必ずある。イスラム教を特別に扱う訳ではない。ハラル認証助成金というのも、助成するのは区内の飲食店であって、区内の地域経済の活性化に寄与する事業だという位置づけにしている。

ムスリム対応については、国も旗を振っているが、都道府県レベルではなかなか思い切ったことはやってるところは少ない。市町村レベルになると、熱心ではないところが多い。九州であれば、鹿児島県日置市が熱心である。後は、地域で見ると大分県の別府で、立命館アジア太平洋大学があり留学生が多く、そういうところからムスリム対応が始っている。後は、栃木県日光市、佐野市、千葉県千葉市も始めている。徐々にふえてきている。

Q 2 東南アジア圏をターゲットとする根拠となる数字とかあるのか。

A 2 J N T O（日本政府観光局）のHPで毎月、訪日客数の統計を出している。どこの国から何人来ているのかというのが、全部毎月速報値出でている。それに、伸び率まで出ているため、どこの国が多いのかというのがわかる。

全体数でいうと、多いのは中国・韓国が2トップ、それに続いて台湾・香港である。伸び率だけで見ると、東南アジアの国が伸びている。

Q 3 マーケティング調査についての意義（政策・施策に反映するにあたって）、実施についての位置づけ、考え方について

A 3 この調査（概要版）は必要なデータであり、観光客が何人来ているのかと、観光消費額の動向などは、減少しているとか、さらに台東区の観光の問題点というのは、滞在時間が短いこと。また、来訪者の台東区の印象などの調査で何が問題で何がいいところなのかなどを探るために参考にしている調査であり、調査によって評価されることに意義かあると思っている。

Q 4 データに基づいて分析したり、その課題にどのように対応していこうかという方向性あたりは、委託業者ではなく区の職員が自ら考察されているのか。

A 4 一番使う場面というのは、計画策定時である。この場合は、職員で分析し結果を反映させたり、審議会を作って有識者などの意見を聞きながら計画策定をしている。

Q 5 浅草文化観光センターの現状・役割、現在の活動実績など詳しく教えていただきたい。

A 5 最初の浅草の起爆剤は、イベントで人を呼んでいた。イベント型ではなく、普段から観光客に来ていただけるような体制にしなくてはいけないというところで、浅草文化観光センターでも普段、来訪していただく方に対して、いかに情報提供できるかというところを強化していかなければならない。

浅草文化観光センターの機能充実の一番の柱は、ハードなところは、建てかえたことによって整ってきた。東京都の補助金等を使ってハード面の整備ができています。もう一つの体制としては、言語は日本語・英語・中国語・韓国語だけでいいのか。もっと、ふやせばいいのではないかと思うが、ふやすとなると経費がかかってしまう。開館時間（朝9時から夜8時まで）いられる訳でもないし、年中無休でいるわけにも行かないため、複数のスタッフが必要になる。こうなった場合、案内業務は、委託でやっているの委託経費がかさんでしまうので、多言語対応については、非常に苦慮している。また、翻訳機などを使いながらできるかなど考えながら、どうやって多言語対応をしていこうかというのも課題になっている。4言語は基本であると考えます。

また、もてなし講習会も行い、実践偏までは行っているが、その後のフォローができていない。フォローして初めてボランティアとして活躍していただけるのかと思うが、そこまでするのが難しい。ボランティアを養成することによって、外国語対応などはできるのではないかと思う。

Q 6 地元の方々の反応・評価はいかがか。

A 6 地元の方々に聞くと、これ以上観光客がふえると売り上げが減ると言われる。人が多すぎると疲れて買い物しなくなるという状況になっている。そこで、回遊性ということで、もう少し周辺に行けばいろいろあるということで、一箇所集中ではなくて、周りにいろいろな観光地があるということを紹介することが必要である。一方、あまりにも観光客がふえると、住民からのハレーションが起こったりする。バランスが難しい。

※視察の様子



東京都板橋区

- 1 視察日時 平成30年7月4日(水) 9:30~11:00
- 2 調査事項 『全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」の運営状況について』
- 3 調査内容(説明内容)
※別添資料のとおり
- 4 主な質疑応答
 - Q1 「とれたて村」の経営状況について教えていただきたい。
A1 「とれたて村」の現在は、売上げが下がっているが、以前はプラスであったため、現在はほとんどの推移である。
 - Q2 「とれたて村」が始ったころからの推移はどうか。
A2 始ったころからの推移としては、売上げが5000万になりピークからすると現在は、若干下り加減である。その原因は、環境が変わったり、取引が少なくなったことにより、少し下がっている。
 - Q3 八代市の売上げ等の1年間の波というのは、毎年同じであるのか。
A3 野菜が一番売れる。売れ筋のものが入ってくれば、上がるし端境期になると下がってくる。「とれたて村」は、箱入りの物(御土産用)は販売できない。
例えば、ジャガイモであれば5キロの物は売れない。1キロ、2キロの小袋でなければ売れないため、このような売り方で、コツコツと販売している状況である。
 - Q4 そのようなやり取りは、産地とされるのか。
A4 昨年の売上げや売り方等のやり取りを、フードバレーの担当者としっかりしている。また、ほぼ毎日やり取りをして、商品の確認をしている。
 - Q5 今後こういった形で継続をしていくのか。また、仕入れ量の確保等をどうされるのか。
A5 仕入れ量の問題もある。産地で売れない物を「とれたて村」に出して試してみることを進め、「とれたて村」で売れるか売れないかの情報をすぐに返すようにしている。仕入れ量の問題やラベルの提案などする。産地の市場改革に結びつけるようにしている。
 - Q6 事業支援マネージャーの人件費等は、振興組合単独の事業で賄っているのか、区からの支援があるのかあるいは国の制度などがあるのか。

A 6 事業支援マネージャーの人件費等は、振興組合で賄っている。開業3年間は、区から補助（空き店舗対策）を受けていた。その後は、自立で賄っている。

※視察の様子



神奈川県 藤沢市

1 視察日時 平成30年7月4日(水) 14:00~16:00

2 調査事項 『湘南藤沢フィルム・コミッション事業について』

3 調査内容(説明内容)

※別添資料のとおり

5 主な質疑応答

Q1 この事業についての市民の方の反応はどうか。

A1 撮影のときは秘密の部分が多く、人が集まるというよりは市民の方がそっとしておいてくれるため、撮影に支障がでないのを助かっている。

また、フィルム・コミッションが制作会社との中を取り持つため、フィルム・コミッションのスタッフがいると、商店街の方や市民の方から苦情を言われることはない。安心して撮影も許可してくれる。

地元と良い関係を持ちながらフィルム・コミッションが間に入り、信頼関係ができれば、撮る側も撮らせる側も信頼関係のもとに上手く作品できるということである。

Q2 フィルム・コミッションの仕組みについて

市からの負担金で運用をされるが、何がしかの制作番組でそこからもマージンというのがあるのか。

A2 そういうのは全くない。ただし、例えば地元の施設で撮影がある場合は、制作会社に使用料を支払ってもらうよう交渉する役目で、フィルム・コミッションには何も入ってこない。

Q3 制作会社の立場だったら、九州管内を見たらここにロケに行ってみようかなという、面白い場所とかあるか。

A3 原作がある舞台であればそういうところで撮りたいと思う。

熊本であれば、夏目友人帳など。

作品を利用した宣伝展開に力を入れている。

Q4 フィルム・コミッションの人員配置について教えていただきたい。

A4 現在は、3人でやっている。大体、このくらいだと思っている。

フィルム・コミッション以外にも事業をしており、正職員は17名いる。

お互いにいろいろな仕事を持ち合えるような体制を作っている。

※視察の様子



<< 各委員所見 >>

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【成松由紀夫】

- ◆視察日：平成30年7月3日（火）
- ◆視察先：東京都台東区
- ◆調査項目：外国人観光客の受け入れ体制と環境整備について

- ・事業の概要としては、台東区観光振興計画の中に5つの基本方針があり、目標指標として経済的効果の観光消費額増加を具体的に目指している。
- ・とり組みの状況としては5つの重点プランを設定「外国人観光客歓迎」「おもてなしの育成」「ハードとハートのバリアプリー推進」「客万来受入」「歴史と文化のまちPR」等があり、その中の「歴史と文化のまちPR」の8項目、また、インバウンドをターゲットとした観光事業の5項目に浅草文化観光センターの機能強化も挙げ、外国語ツアーガイドの充実や広域的観光案内拠点化が進められている。このセンターの入館者数は平成22年の4万4千人から平成28年の120万人となり、右肩よがりの増加である。
- ・今後の課題としては、訪日観光客4000万人時代の到来をみすえ、「多言語対応」や「浅草、上野地区以外の地区での同行ガイド拡大」、また、行政とボランティア団体の協働として「行政計画」とボランティア団体の活動調整」や「ボランティア団体への支援」等が挙げられた。
- ・八代の伝統芸能伝承館（仮称）もインバウンドを担う部分で、外国語ツアーガイドの充実や広域的観光案内拠点としての機能充実へ向けた、とり組みの必要性を感じ大変参考になった。

また、おもてなし環境整備事業としての「観光案内板の整備」や「無線LAN環境整備促進」の必要性、また観光プロモーション事業としての「雑誌等への広告掲載」や「Webによる情報発信」「国内外シティセールス」「地方との連携による広域観光ルートの確立」等も併せて大変重要である。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【成松由紀夫】

◆視察日：平成30年7月4日（水）

◆視察先：東京都板橋区

◆調査項目：全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」の運営状況等について

事業の概要として、大山商店街は560mの長さのアーケードを有し、一日の来街者数は34000人で東武東上線大山駅を中心に半径約1キロメートルの商圏がある近隣型商店街であり、朝10時～夜8時まで週1日定休、従来のイベント^{の限界}を感じていて、空き店舗の有効活用も含めて都市と農山漁村の交流を目的としてスタートされた。

現在の状況と売上げについては、商店街にとって地域の魅力を活用、にぎわい・集客力の増大し、とれたて村やイベント等の相乗効果で、通行量は増加傾向で、商店街にとっても長続きが出来る仕組みが確立した。とれたて村売上は開店当初の1.6倍の5千万円を超えている。

事業の効果と区民の評価としては、安心・安全顔の見える食品・食料の品揃えにより「とれたて村」は消費者に支持され、採算がとれる持続可能な事業となり、産地防内ツアード、ファン増大につながっている。「とれたて村」は単なるアンテナショップではなく、各地のまじめ

で、いた向きに生産者と消費者をつなぐ“大事なショップ”に成長している。また、交流都市と震災以降特に関係が深まり、より緊密な関係が生まれ、地元出身者のコミュニティの場としてにぎわい作りに貢献している。「とれたて村」は単に特産品の販売にとどまっていな。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名〔成松由紀夫〕

- ◆視察日：平成30年7月4日（水）
- ◆視察先：神奈川県藤沢市
- ◆調査項目：湘南藤沢フィルム・コミッション事業について

・本事業は藤沢市から（公社）藤沢市観光協会へ負担金による運営とし、藤沢市観光センターに事務局を設置し、担当職員3名をおき、平成14年9月3日に「湘南藤沢フィルム・コミッション事業」を開設された。

・事業実施の概要として、このフィルム・コミッションを設置することでワンストップサービスを設け、周知並びに機能の充実を図り、観光振興及び地域経済の活性化を目的とし、組織するXネットとして、撮影隊が滞在することにより、飲食・宿泊・施設使用料・駐車場等の需要が図られる事による「直接的経済効果」が見込まれ、また、作品（映画、ドラマ、旅情報番組）を通じて、地域のイメージアップが図られ、日々訪れる観光客並びに居住者の増加により、「間接的経済効果」が見込まれる。

・事業の成果や経済効果としては、過去3年間の日々支援実績の平均として、日々回数199日、映画7本、ドラマ11本、情報番組60本、CM12件等、実績件数140件あり、直接的経済効果として、宿泊（201泊）140万円、日々弁（3412個）275万円等、年平均

1456万円あり、間接的経済効果は50億円～90億円もある。

・今後の取り組みとして「見る観光」から「消費する観光」をめざし、課題としては、撮影受入れ条件について、沢山のスタッフ・機材が使われ大規模なものとなる為、公共施設に肉しては、時内外や休日に対応しなければ成り立ちません。現状、映画・ドラマで対応頂いている所は限られており、公立(小・中)学校の撮影についても注目度が高い作品は学園物が多いため、撮影の相談はしているものの、大半が断本されている。

・フィルム・コミッションの最先端地なので、もっと人・物・金が動いていると予想していたが、最小限の範囲で、こなしているのが印象的であり、ハ代でも、まず取り組むべきと感じた。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【西 濱 和 博】

- ◆視察日：平成30年7月3日(火)
- ◆視察先：東京都台東区
- ◆調査項目：外国人観光客の受け入れ体制と環境整備について

近年、日本を訪れる外国人観光客は、増加の一途である。日本政府観光局の資料によると、次の推移となっている。2008年(835万人)、2014年(1,341万人)、2016年(2,404万人)、2017年(2,869万人)。そして、今後の政府目標として、東京オリ・パラが開催される2020年には4千万人、2030年(6千万人)という数字を掲げている。本市においても、大型クルーズ船の寄港が急増していることに鑑み、インバウンド効果をいかに引き出すのか、中長期的な視点に立ち、体制の構築も含め戦略的に取り組んでいく必要があると考える。台東区では、平成27年3月「台東区観光振興計画2020」を策定し、観光の持続的発展を理念とし、5つの重点プランを推進している。中でもインバウンドを担う観光事業の一つとして、“観光プロモーションの推進”の取り組みが目をつけた。具体の施策例として、①海外の観光関係雑誌への広告掲載、②Webによる多言語観光の情報発信、③他の自治体(地方)との連携により広域観光ルートの開発等の紹介・説明を受けた。これ以外の取り組みとして、とりわけ私が評価したいのが、「国内及び海外でのシテイセールス」である。国内外の一層の誘致を図るため、平成22年度から手掛け、旅行博のあつては平成29年度の実績として、国内開催に計12回、海外開催にはなんと40回(一月平均3回以上)も参加されているのである。本市においても、この旅行博への参画について、検討してみる価値があるものと感じた。また、ターゲットの設定作業にも効果的なマーケティング調査のあり方について質問したところ、専門業者への委託であるものの有識者の意見も参考としながら、主体的には区の職員が担っている点は感心させられた。

◆視察日：平成30年7月4日(水)

委員名【西濱和博】

◆視察先：東京都板橋区

◆調査項目：全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」運営状況等について

全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」は、板橋区内にあるハッピーロード大山商店街内に設置されており、同商店街振興組合によって運営されている。この「とれたて村」は、平成17年度に開設され、今では、八代市を含む全国15の市町村が参加しており、各地の生産地から直接仕入れた産物を販売し、消費者の“食への信頼”に responding しているとのこと。「とれたて村」の経営状況は、最近では概ね安定している様子。アンテナショップの性格も有するこの「とれたて村」と各地域との契約内容については、具体的な条件は主に次のとおりであった。①各地から「とれたて村」までの送料は、商店街振興組合が賄う。② 売れ残っても返品はしない、③会費として一自治体当たり43,200円/月(これ以外の費用はいただいていない)

この事業の効果として、商店街振興組合はこのように表現している。「単なるアンテナショップではなく、各地で真面目にひた向きな生産者と消費者を繋ぐという意味を持ったショップに成長している。提携市町村と商店街と板橋区の三者が、それぞれWIN・WINの関係(相互にメリット)を保つ仕組みづくりがあることが、持続可能な事業へとなっている。」また、事業の説明をなされた商店街振興組合の事務局長は、このようにも語られた。

「商品について、量を主眼に扱うのであれば、各地のJAマターでよい。とれたて村の役割は、例えば、八代で売れていない物があるとしたら、“とれたて村でやってみないか?”という発想があり、八代産の市場開拓につながれば幸いと考えている。」

大山商店街は、一日当たり約3万2千人から3万4千人の往来がある巨大消費地であり、提携市である本市としても、多角的な視点からの事業効果の検証等を行いながら、引き続き動向を注視していく必要があると考える。

◆視察日：平成30年7月4日(水)

委員名【西濱和博】

◆視察先：神奈川県藤沢市

◆調査項目：藤沢湘南フィルム・コミッション事業について

藤沢湘南フィルムコミッション事業は、藤沢市からの負担金により、公益社団法人藤沢市観光協会が運営しており、行政としての直営事業ではないことを先ず確認した。この事業の目的としては、藤沢市内における映画やドラマ、情報番組のロケーション撮影に伴い、これを支援し、協力する機関が必要との考えから、対応する総合窓口を設けることにより、ワンストップサービス化を図り、市の観光振興及び地域経済の活性化に寄与することにあるとのことであった。また、この事業を行うメリットとして、主に次の事項を紹介された。

① 撮影隊が滞在することにより、飲食・宿泊・施設使用料・駐車場等の需要があり、直接的経済効果が見込まれること。② 作品(映画、ドラマ、旅情報番組)を通じて、地域のイメージアップが図られ、ロケ地を訪れる観光客並びに居住者の増加により間接的経済波及効果が見込まれること。実績としては、平成25から29年度までの5か年を平均すると、直接的経済効果は約1千4百万円、間接的経済波及効果については約61億円にも上る。また、同じく過去5年間におけるロケの年平均相談件数は516件、うち実績(実現)に件数は年平均で135件とのことであった。このことから、日々の業務として毎日2~3件の問い合わせがあっており、3日に1件の割合でロケ化が実現していることになる。さらに、この事業は、映像作品を通じて市の知名度アップが図られるとともに、地域住民が自らが住む地元に対する愛着心が深まるともみておられた。この事業の実施意義・期待される効果等について、認識を深めることができた。

質疑の中で、ロケ地として熊本が業界のオファーの対象になる可能性について、見解を伺ってみたが、答えに気を遣われた感が否めなかった。業界に選ばれるためには、“湘南”のネームブランドに代表されるように、地域の特徴や個性等は、今なお重要な要素となっていると感じた次第であり、このことも、まちの評価のあり方一つなのかもしれない。

改革・市民の会 亀田英雄

6月議会が終わって間もない中、また、台風の接近も心配される中ではあったものの、以前からの予定であった経済企業委員会の視察が滞りなく出来たことに感謝を申し上げたい。視察先の対応は全てとても懇切丁寧で、微に入り細にわたり説明頂き、有難く、実のある視察となったと感謝申し上げるものである。以下、それぞれの所見を簡単に述べたい。

◆視察日：平成30年7月3日(火)

◆視察先：東京都台東区

◆調査項目：・外国人観光客の受け入れ体制と環境整備について

《所感》

京都市に学ばれ、東京で初めての観光課の設置をされたとのことで、その意識の高さは課題の把握をキチンとされていることから伺い知れた。丁寧、懇切な説明も丁寧な仕事ぶりの表れであると感じた。

年間観光消費額は減少しており、一人当たりの消費額をいかに増やすかという課題はまさにタイムリーと思うものであるが、一大観光地の浅草を抱える中でこのような危機意識は感心するばかりである。

当面の目標はクリアしており、2020年までは黙っていても増えていくとの見解は間違いのないものであろうし、その後の観光の持続的発展を願い、東京オリンピック後の冷え込みまで予測し、その後のリピーターになってもらうところまで心を砕くということは老舗のなせるものかとも思うが、戦略に長けていることの表れではないかと思う。

台東区は江戸時代からの観光地でもあるにも関わらず、それでも満足度とリピート率の向上を掲げ、28年2400万人という政府目標は高いものでなく、クリアできるものとして位置付けている中で、更に、リピーターを増やす努力を重ねるということは特筆すべきものである。

以下、研修の中で様々な話しが出た中で、これからの観光を考えるワードになるものとしてメモしたものを羅列する。

- ・気楽に来れるようになった分滞在日数は少ない。爆買いは控えるようになってきた。これからは滞在日数の多いほうをターゲットとする。
 - ・東アジア圏からの来日者が多い。東南アジアは滞在者が多い。イスラム教徒が多い。
 - ・ターゲットが変わってきた。ムスリ対応が出来るかということが今後の観光のカギになる。
 - ・旅の楽しみは食が大きなウェイトを占める。ハラール認証に補助している。
 - ・独自の情報発信を行い、変換しただけの観光案内はしない。
 - ・旅行期待値の向上。
 - ・情報発信することで他のメディアでも取り上げてくれる。
 - ・回遊がテーマ。一局集中すると返って売り上げは減少するので、そうならないように広がりを狙う。
 - ・東京発着の飛行機はキャパが足りない。地方空港からの流入が必要になってくる。
- 等など、様々なキーワードを聞いた。

すごい話を聞いた感じがしっかりあるも、八代でそんな取り組みが出来るのかと訝るものがある。地方でもこれからの観光に対する観測をしっかり行い、自信を持って確かな戦略を立

（ てることができるのか、そのあたりがカギになってくるのではないかと思う。
激論を交わすことができるような環境が出来るか、そしてそれを実現に向けて持っていくことができるのか。そこに成否のカギがあるのかと思う。八代市の執行部の奮起を促したい。

◆視察日：平成30年7月4日(水)

◆視察先：東京都板橋区

◆調査項目：・全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」の運営状況について

《所感》

今回の視察は「とれたて村」の検証をしなければ。という触れ込みもあったので、ネガティブな気持ちで視察先へ向かったものであったが、事務長の「この日を待っていました」という意気込みに嫌な感じは吹き飛んでしまい、非常に気持ちよく、熱のこもった気持ちの伝わる話を伺った。

現在も八代と八代産物としっかり繋がりを持ち続けていただいていることと併せて感謝の気持ちでいっぱいになり、バイタリティー溢れる取り組みに頭が下がる思いであった。

（ 板橋区トップの賑わう商店街であり、一日に34000人の来街者。会員数200超、商店街の会費は1店舗50,000円/月、年間稼働250日超、商店街の予算2億3,000万円、空き店舗も生まれるもすぐ埋まる。等などの話は、八代では考えられない話であり、検証するなどという話ではなく、一から学ぶべきことばかりであった。

秘密というかカギになる話もたくさん聞いた。導線という言葉である。53年に560メートルのアーケードを新設し、大きなビルが出来たことを契機に補修し、ここにスーパーを導入し人の流れを作ったということであった。そのおかげで商店街にも人が導かれ、売り上げが上がるというものである。八代ではそんなところにスーパーを導入するなどとの発想は生まれにくいと感じ、「目から鱗」とはこの話ではないかと思うものであった。

八代から産物を送るアンテナショップもこの考え方に基づくものであり、導線、人の流れを作るものである。

基本となるものは「まちづくり」であり、そのことがブれないことが素晴らしいものであるし、統一した考え方として浸透しているものと伺った。もちろんそこには普段からのお付き合い、接触があつてのことであると思う。

（ 「とれたて村」の担当者は八代と連絡を密にとっておられ、八代の事をしっかりと把握しておられた。

アンテナショップで地理的に遠い中でも、仕事はしっかりとされていることに感銘を受けるとともに、このようなきっちりとした仕事ぶりが誘客に繋がっているのだと思う。簡単な話ではないと感じ、感心したことであった。

◆視察日：平成30年7月4日(水)

◆視察先：神奈川県藤沢市

◆調査項目：・湘南藤沢フィルム・コミッション事業についてについて

《所感》

（ 絵になるまち、湘南ならではの素晴らしい地域資源を生かした、また、生かすための取り組みであり、担当者の気持ち、苦労、配慮なども現地ならではの話ではないかと聞き入った。八代でも何かの機会にとアンテナを高く張っておいていただきたいものであるし、心掛けたいものである。

初めて乗る、「江ノ電」は郷愁があり、時間の流れに此処ならではのものを感じた。

「江ノ電」自体に主張があり、喧噪な時間の流れとは一線を画するものがあり、お客にしても住む人にしても、みんな一人ひとり個性の発信があり、守るべき大切に大事な、湘南の原風景と感じた。

そのような意味合いからもこの事業は大切なものではないだろうか。

最後に

それぞれの研修先で手厚く説明を頂き、内容も濃いものであったと感じた。重ねて感謝申し上げます。

視察の中で八代にも応用でき、取り組みが出来るものはたくさんあったと思う。どうすれば、八代の観光の取り組みとして成功に導けるか、どうすれば、市民生活に行政の取り組みが良かったと実感できるのか真剣に取り組みたいものである。

確かな先見の明をもって八代に明かりを灯せるように頑張りたいと思うし頑張らなければと思ったことであった。

今回は行政のほうからも実務に触れる方の同行を頂いたことでもあり、関係者のなお一層の奮起を期待したい。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 北園 武広 】

- ◆視察日：平成30年7月3日（火）
- ◆視察先：東京都台東区
- ◆調査項目：外国人観光客の受け入れ体制と環境整備について

1. 台東区観光振興計画 2020 の概要

区を取り巻く環境の変化・観光客の誘致、獲得をめぐる都市間競争の激化・観光立国の取り組みによる外国人旅行者の増加などにより、平成13年2月に東京23区で初めて「観光ビジョン」を策定する。平成22年3月に「新観光ビジョン」を策定し、観光振興の基本方針となる5つの柱のもと86の施策と、7つの戦略プロジェクト掲げて、年間観光客数5,000万人と年間外国人観光客数400万人（推計）を目標数値に区が一丸となり施策に取り組みました。

平成28年3月には、「台東区観光振興計画」を策定し、【観光の持続的発展】を理念に、「本物に会えるまち」を目標とする。また、外国語対応や異文化対応など外国人受入体制の充実や、おもてなし力の向上などを含む5つの重点プランを優先的に実施される。

2. 取り組みの状況

平成28年度に、観光都市づくりの施策展開に資することを目的に、観光統計の整備と観光客のマーケティング分析を行って、今後の観光施策における基礎資料を作成された。調査内容は、①観光関連データの収集と分析②日本人カウント調査③外国人カウント調査④来訪者アンケート調査⑤宿泊施設利用者動向調査を

され、マーケティングリサーチは面倒だが、区では今後の観光振興に繋げる努力をされていた。またその他に、インバウンドを担う観光事業として、①おもてなし環境の整備②観光プロモーションの推進③観光事業の開催④浅草文化センターの機能強化の事業に取り組まれている。

3. 現状及び効果など (平成26年度と平成28年度の比較)

観光客数は各地区ともに増加傾向にある。特に宿泊観光客は大幅に増加している。区内の宿泊施設の新規開業などの影響によるものと分析している。観光消費額は年間では20億円の増、1人あたりの額は609円の減だが、年間の観光客数が約557万人増加しているため、プラス要因と捉えている。滞在時間は平均して約3時間と前回同様であった。訪問回数は初めての方は2.1%の減だが、2~9回のリピーターの方は10.4%増になっている。しかし10回以上の来訪者数は8.3%の減で前回の調査数と同じであった。

4. 問題点や課題について

問題点として日本人・外国人ともに、「人の多さ(混雑)」がトップで、日本人では「トイレの数」、外国人では「Wi-Fi環境の整備」などが指摘されている。

課題としては、多言語対応や地区での同行ガイドの拡大・行政計画とボランティア団体の活動調整・ボランティア団体への支援などがある。

5. まとめ

台東区(上野・浅草・谷中・浅草橋4地区)のような、人口密度の高い地域で

日本有数の歴史ある観光地ですら、危機感を持って観光振興に力を注いでいるのを伺って、自分自身刺激を受けました。上野公園の文化施設・浅草寺など、他の地域にない魅力を持ちながらも、観光客数も伸びている今こそ将来への備えが必要との判断で、区ではいろんな仕掛けを計画実行されていたので、見習うことは多かった。インバウンド戦略については、どの地域も同じような悩みと課題を抱えているように思う。八代市においては、外国人観光客の受け入れ体制の土台づくりと八代の魅力を再確認し、関係機関や地域団体との連携した協議や活動が早急に求められているので、私も地域資源を有効に活用出来る工夫を、地域の団体や関係機関と行政と協議し、調整役となれるように創意工夫し努力したい。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 北園 武広 】

- ◆視察日：平成 30 年 7 月 4 日（水）
- ◆視察先：東京都板橋区
- ◆調査項目：全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」の運営状況等について

1. ハッピーロード大山商店街振興組合の概要

ハッピーロード大山商店街は、アーケード内に隣接の店舗を合わせ加盟店舗 211 店が加入している。約 560m のアーケードを有し、一日の来街者数は約 32,000 ～34,000 人/日で、東武東上線大山駅を中心に半径約 1km の商圈がある近隣型商店街である。商店街会費は、毎月賦課金・アーケード使用料・維持管理料等を合わせて 1 店舗平均約 50,000 円の会費を徴収している。

事業は、①アーケード管理事業②コミュニティ事業③ポイントカード事業

④アンテナショップ事業⑤売り出し事業の 5 つの実施事業がある。

2. アンテナショップ事業全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」の概要

平成 17 年 10 月開店、商店街と農山漁村との交流による双方の活性化を目指し、全国市町村へ参加を呼びかけ、商品販売やイベント開催などで市町村の魅力を、集客に利用させてもらうと同時に、販路拡大や交流促進など参加市町村のニーズの充実を支援している。事業主体は、ハッピーロード大山商店街振興組合で、店舗面積は約 18 坪（賃借）・営業時間は 10 時から 19 時で年中無休（正月を除く）・従業員は店長+スタッフ 5 名（全員パート社員）・参加市町村は 2017 年 4 月現在で、八代市を含む 16 自治体・契約関係は自治体と契約、参加会費は、

43,200円/月となっている。仕入れの形態は、提携市町村が商品を発送し、とれたて村は全商品買い取り方式で、また商品発送費用は全額店舗負担となっている。

3. 事業内容など

事業内容は、①常設店舗による特産品販売②ふるさとイベントの実施③提携市町村と地元住民の交流事業があり、商店街の賑わいづくりと地域の活性化に繋がっている。②ふるさとイベントは、商店街でふるさと体験、食を味わうイベントを年間で約200日開催している。③交流事業では、【修学旅行生の商店街訪問】や産地訪問ツアーを積極的に企画し、【参加市町村訪問】を実施している。

また、【区内の小中学校給食の食材提供】を食育事業として位置づけ、とれたて村

より原材料を供給している。

4. 取り組みの成果

★商店街として・・・地域の魅力を活用することで、賑わいや集客力の増大に繋がり、商店街にとっても長続きが出来る仕組みの確立に繋がっている。

★契約市町村として・・・商品の活性化や販路の拡大はもとより、交流が深まることで、観光PRにも繋がっている。

★板橋区として・・・交流都市との関係が一層深まることが出来た。

5. まとめ

大都市圏における「とれたて村」のようなアンテナショップは、産地としては

ありがたい店舗だと感じた。特に量販店では無いので、年中無休なので年間を通して、産地で選別した味は変わらないワケあり品でも、ちゃんと明記し商品として

流通販売できることは、産地の農家にとっても意義のある店舗だと思う。

本市のフードバレー推進課と連携して、新たな商品の販路拡大に繋がれば、農家所得の増加になると思った。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 北園 武広 】

- ◆視察日：平成30年7月4日（水）
- ◆視察先：神奈川県藤沢市
- ◆調査項目：湘南藤沢フィルムコミッション事業について

1. 事業の概要

★事務局・・・湘南藤沢フィルムコミッション（2002年9月3日設立する。藤沢市から公益社団法人藤沢市観光協会へ負担金による運営とし、藤沢市観光センターに事務局を設置して、担当職員3名を置く。

★目的・・・藤沢市内における映画・ドラマ・情報番組などのロケーション撮影に伴い支援並びに協力する機関として、「湘南藤沢フィルムコミッション」を設置

し、総合窓口を設けて周知並びに機能の充実を図り、観光振興および地域経済の活性化を目的とする。

★事業の内容・・・①ロケーション撮影に伴う公共施設などの許認可に対する積極的な支援並びに協力体制の依頼②教育・福祉・公園などの公共施設使用に伴う申請書など及び、根拠法令や条例などの資料提供の依頼③企業・店舗などの民間施設との調整及び協力依頼、撮影に求められる市内ロケーションの紹介④市民エキストラ・ロケ撮影物件登録者の撮影協力に関する調整と手配等がある。

2. 事業の成果など

(1) 撮影地域の情報発信のルートが多様化が図られた。(2) 撮影隊が滞在することにより、飲食・宿泊・施設使用料・駐車場などの需要が図られることにより、

「直接的経済効果」が見込まれる。(3) 作品を通して地域のイメージアップが図られ、ロケ地を訪れる観光客並びに居住者の増加による「間接的経済効果」が見込まれる。(4) 映像作品を通して市県外に、その地域の知名度アップが図られるとともに、地域住民の地域に対する愛着を深めることができた。

★直接的経済効果として、ロケ隊が市内で支払った総額（製作担当者からの支出報告による試算）平成29年度で、宿泊1,523,000円（218泊）・ロケ弁当3,011,000円（3,765個）・その他6,140,000円で、総額10,674,000円

★間接的経済効果として、映像の藤沢市露出時間を番組ごとに集計し、各時間帯のテレビCM広告料による試算額は、平成29年度の総額で5,991,720円

3. 今後の課題・問題点

(1) 公共施設撮影使用における課題として

① 影受け入れ条件について・・・業務時間外や休館日に行わなければ成立できず現状では、映画・ドラマで対応いただけたところは限られている。また一部の外郭団体は賛助会員として、制作会社から人件費の負担をして対応してもらっている。

② 市立（小・中）学校撮影について・・・全国的に注目度の高い映像作品は、学生が主人公の物が多く、市内においては稼働している小・中学校に撮影の相談をしているが、大半は断られている。また、グラウンドの利用に関しては、一般開放や部活動があるために調整が難しい。学校の協力体制を整えば、より多くの作品が成立する可能性がある。しかし、藤沢市の人口が増加していて、児童・

生徒数の増加で学校の教室が不足している現状が課題としてある。

(2) 制作会社についての課題・問題点

現在、映像制作は、映画・テレビの地上波・BS・CSに限らず、インターネットTVの開局により、ドラマ・バラエティ・旅情報番組が増加している。撮影直前の問合せ依頼で、申請などを行わず当日に出演者が、店舗に直接交渉で撮影したいという番組が多くなり、手続きの説明しなければ理解しない制作会社の担当者が増えてきている。撮影なら何でも出来ると思っている点が問題。

また、製作担当者の撮影場所の依頼や、現場での撮影交渉もフィルムコミッションに丸投げされる場合などがある。

4. まとめ

八代市においてフィルムコミッションを事業化し、映画やドラマなどのロケ地となるには、ハードルが高いように感じる。まずは、観光地としての基盤を作り上げ八代市の注目度をアップさせることを優先した方が良いと思う。しかし今回の視察において可能性を感じたのは、八代市を聖地に取り上げられアニメ作品などが作られたら、経済の活性化に繋がるし、イベントなどより観光人口の増加にもなるのではないかと感じた。

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 庄野末藏 】

- ◆視察日：平成30年7月3日（火）
- ◆視察先：東京都台東区
- ◆調査項目：外国人観光客の受け入れ体制と環境整備について

1. 面積 10.11^{km²} 1. 人口198,072人(内外国人13,798人)

1. 高齢化 26.4% 平均寿命 男、77.9 女、85.6、

○外国人観光客の受け入れと環境整備について、

×年間観光客 5,061万人(内外国人観光客830万人)

◎ 2020年東京大会に向け、一丸となり優先的に実施する施策をまとめ
5つ重点フォーラムとした、

- (1) 外国語対応や異文化交流など外国人受入体制の充実
- (2) おもてなし力の向上 (3) バリアフリー化の促進
- (4) より多くの来街者を受け入れるための環境整備 (5) 多彩な魅力の発信

◎ 指標 - 観光客数の増加を目指すのではなく、

- ・ 観光客意識 - 満足度の向上、リピーター率の向上
- ・ 区民の意識 - 区民理解の向上、愛着や誇りの醸成
- ・ 経済的指標 - 年間観光消費額の増加、

◎ 人口減少しても来街者が増加すれば活性化する、

○ リピーターになってもどう仕掛けをしないと他へ行ってしまう、

- ・ 多言語観光案内板、おもてなしの人づくり、ムスリム客の受入促進
- ・ 中国、台湾、香港、韓国向け情報誌、配布年2回、
- ・ ボランティア団体との連携が必要

観光ボランティアガイド(日本語)単時間 団体との協働作業が必要、

※1/10世代を替えて、色々な問題点を注視して、先に進む必要がある、

◆視察日：平成30年7月4日（水）

◆視察先：東京都板橋区

◆調査項目：全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」の運営状況等について

・面積 32.22km² 人口 561916人 (内外国人 15,281人)

・高齢化指数 216.17、高齢化(男) 78.9%、(女) 86.0%

・商店街のセツト - 安心、安全、決高樂い街づくり
・加盟店数 211店、マーケット全長 560m

・来街者数(回) 33,000人 徒歩、自転車 AM10:00 ~ PM 8:00 歩行者天国(歩道) 1/15 ~ 1/18

◎ 5つの実施事業

(1) マーケット管理 (2) ポイントカード (3) 売出し

(4) コミュニティ (5) マーケットショップ 年間事業費 2億弱

・とれたて村の目的とコンセプト、商店街の活性化に地方の魅力を活用

事業内容

・常設店舗による特産品販売、イベントの開催、声かけによる住民交流

・ふるさとイベント、年間約200日開催

・交流事業 - 産地訪問ツアーを企画 - メディア取材を活用 - 発信

※ 課題あり

・業種の偏り - 魅力減 - 衰退、テナント増で後継者不足

・集客増と個店売上減のギャップ、マーケットとのズレ

・若者の商店街離れ、ネットの脅威など今後の課題あり

◎ 八幡市が大型ショッピングセンタ以外に経営内容が厳しさを増している店舗に多い

経済企業委員会 行政視察所見

委員名【 庄野末藏 】

- ◆視察日：平成30年7月4日（水）
- ◆視察先：神奈川県藤沢市
- ◆調査項目：湘南藤沢フィルム・コミッション事業について

面積 69.57km² 人口 423,894人（外国人 4,243人） 財政指教 1.05

観光客数 年、17,738,094人 ※特殊フィルムを使い、アミック農法でトト生産

高齢化 172.16 平均寿命 男 80.7歳、女 86.9歳

事業は観光協会が藤沢市より負担金で運営 観光協会の担当職員が
従事

業務内容 一映画制作 一ロケ撮影の支援などに協力

一ロケシモンガイド

一ロケ撮影に伴う業ム

一撮影スタッフの宿泊施設の担当の紹介

一エキストラの確保及び協力

一撮影にかかる使用料、施設入場料などの優遇措置

一その他、近隣FCとの交流、情報交換、連携

今後の課題

平成27年より毎年減少している、人口が増える見通し、生徒数の増加が
学校の教室が不足しているのが現状

廃校や教室が余裕のある地域に流れている今後の心配です。

八代は色々と条件にあるが現状では、話は無いように今後の課題

経済企業委員会 行政視察所見

議員名【 高山正夫 】

- ◆視察日 : 平成30年7月3日(火)
- ◆視察先 : 東京都台東区
- ◆調査項目 : 浅草文化観光センター 外国人観光客の受け入れ体制と環境整備について

「本物に会えるまち」を目標とする台東区、豊かな歴史や芸術、ものづくりにあふれている利点を生かす。とは言え自称マイナーな地域でもあるとの旨。浅草寺の有名な大型提灯前に位置するこの浅草文化センターを起点とし、インバウンド対策に動いている。

この地は、昭和50年頃数多くのイベント事業を実施、観光客、知名度UPのため興味を持たせる動きが、当浅草の観光地周知の始発点と言えるという。現在では、国内はもちろん世界的観光地である。インバウンドの発祥の地と言ってもいいだろう。

来訪国別に言えば、中国・韓国・台湾・香港の順に多いが、東南アジア等からも増えている状況。東南アジア人は日本人以上にSNSの活用がすごく、口コミで情報が広がる。他にムスリム・イスラム・ハラルの対応でも動いている。情報発信の難しさは、多言語での発信である。今も昔も苦労している。他、観光プロモーション事業・台東区フィルムコミッションによるロケ地誘致・海外空港カウンター工夫・アクセス改善・オリンピック開催に向けてと開催後対策・各国の習慣の違い(トイレ・マナー)対策等々課題がある。

平成28年全国海外観光客5,100万人の3分の1は当地に来訪し、順調に増加している。

これからも、プロモーション事業・シティセールスの実施(旅行プラン商品セールス)・Webによる情報発信・地方連携・ネイティブSTAFF情報発信・多言語パフレット13か国対応等々を計画している。

まさにインバウンドの先進地であり、研修2時間程度で理解し得ることは難しい。当八代対策は、地方で出来る利点を活かすことを最大目標とし、最低限出来る対策(多言語・マナー啓発等)と受け入れ側の学習(おもてなしと観光客と国民性の理解)等も必要であると実感した。



経済企業委員会 行政視察所見

議員名【 高山正夫 】

- ◆視察日 : 平成30年7月4日(水)
- ◆視察先 : 東京都板橋区
- ◆調査項目 : 大山商店街 全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」の運営状況について

ハッピーロード大山商店街は会員200名を超える。アーケードは昭和53年設置。超高層ビル、サンシャイン60を始めオフィスも多く、大山駅の通勤客の影響もあり日に3万人が行き交うところ。アーケード店舗数も278店舗。経営状況も問題なく活気を感じる。まちゼミなどイベントを実施し、商店街組合も意識が高い。

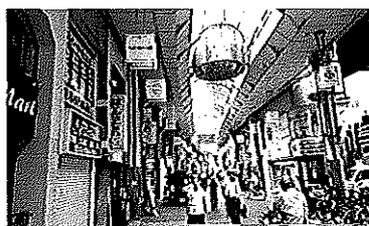
「組合事務局」としても、商店街が良くなるのであれば、新道路の受け入れなど積極的に開発に協力していく考え。

「とれたて村」については、アンテナショップとして位置づけ。提供する地域から、東京にチャレンジしたい物産、商品など、逆に「地域で売れない商品」など積極的に紹介してほしいとも思っているとのこと。

「商店街」「提供市町村」「板橋区」の3者の融合により、相互にメリットがあるように工夫し、牽いては参加市町村の活性化に繋がる。

本市、本町アーケードとの比較は質・人口・物流環境から無理はあるが、商店街組合の意気込みについても比較にならない。やはりマンパワーの発掘ではないかとも思う。モチベーションをどの様に上げていくか。行政としての関わりも必要であるが、好結果としてなる政策、イベントなどより官民一体なることも必要ではないか。

また、「とれたて村」の本市の提供産物は好調であるが、売れる既成概念を捨て、より多くのプレゼンも必要である。そのために、大山町商店街での臨時出店の受け入れの環境は、即出来る体制をとってある。との報告もいただいた。



経済企業委員会 行政視察所見

議員名【 高山正夫 】

- ◆視察日 : 平成30年7月4日(水)
- ◆視察先 : 神奈川県藤沢市
- ◆調査項目 : 藤沢市役所 湘南藤沢フィルムコミッション事業について

2002年9月3日設立された湘南藤沢フィルムコミッション。本事業は、公益社団法人藤沢市観光協会が藤沢市からの負担金で運営し、観光協会の3名で従事している。

目的は、藤沢市内における、映画・TVロケ・旅行番組のロケーション撮影に、支援、協力する機関として設置。総合窓口(ワンストップ・サービス)を設けて周知・機能充実を図り、地域振興・観光振興に寄与する。業務内容は、ロケーション撮影に伴うもの。公共施設等の許認可に対する支援・協力要請等。また、撮影に求められる市内ロケーションの紹介及び市民エキストラ、撮影物件所有者の協力手配などでもある。

結果、当地域は江の島など、全国的な人気スポットを保有する地の利を生かし、数多くの有名な映画・番組誘致に成功し、より地域ブランド力を上げている。

八代港の客船誘致と併せ、知名度向上のためにも、企業誘致と共に、こういった全国的・国際的な映画・番組を積極的に誘致することにより、自然な形で、当地域が映像美で紹介され、認知度も向上し、宣伝の経済的負担軽減のうえ一石二鳥ではないか。

佐賀県の祐徳稲荷を見るに、タイの映画を誘致し、タイの有名な俳優により、聖地と呼ばれ、今では「タイ人」の観光客が増大している現状からすれば、インバウンド対策にも貢献できる。

本市に於いても、フィルムコミッションの立ち上げは一考すべきではないか。

