

政務活動調査報告書

調査日	平成30年4月12日（木）～13日（金）
視察場所	滋賀県 大津市
調査項目	平成30年度第1回市町村議会議員セミナー
視察者名	畔柳敏彦 井手瀬絹子 畑尻宣長 野島さつき
市の概要	面積：464.51 km ² 人口：340,973人 人口密度：728.69人/km ² 世帯：141,970世帯 経常収支比率：89.9% 実質公債費比率：6.9%

<平成30年度第1回市町村議会議員セミナー>

4月12日（木）

13:00～14:30

「豊岡市の観光戦略」

兵庫県豊岡市長 中貝宗治



1945年兵庫県豊岡市生まれ。京都大学法学部卒業後、兵庫県庁に入庁。1991年 兵庫県議会議員に当選、以後3期務める。

2001年豊岡市長に就任。2005年に市長合併による新「豊岡市」の市長就任。現在4期目。

14:50～16:20

「観光立国と地方創生～インバウンドが切り拓く地域の未来」



一般社団法人日本インバウンド連合会理事長 中村好明
1963年佐賀県生まれ。上智大学出身。株式会社ドン・キホーテの広報・IR・マーケティング・インバウンドの責任者を経て、2013年、株式会社ジャパンインバウンドソリューションズ（JIS）を設立し、その代表に就任。国・自治体・民間企業のインバウンド分野におけるコンサルティングや教育研修事業に従事。日本全体のインバウンド振興に取り組む。

4月13日（金）

9:00～10:30

「観光・地域振興のあり方を考える～観光は地域を元気にできるか～」

立教大学観光学部 教授 観光研究所所長 東 徹



1962年岩手県陸前高田市生まれ。北海学園北見大学教授、日本大学商学部教授を経て、2010年より立教大学観光学部教授。現在、観光学科長、立教大学観光研究所所長、観光ADRセンターセンター長。総合観光学会常任理事。やまなし観光産業活性化計画策定検討委員会委員長（2015年）。山梨観光推進会議、釜石市復興まちづくりアドバイザー等。

10:50～12:20

「京菓子老舗女将のとおきのお話」

笹屋伊織 女将 京都観光おもてなし大使 田丸みゆき



帝塚山学院短期大学英文学科卒業後、野村證券(株)に入社。その後、中学校の講師を経て、京菓子の老舗（創業1716年）「笹屋伊織」の十代目に嫁ぐ。女将としての仕事は、社員教育、広報、企画、営業、カフェの運営京菓子文化やおもてなしの講演、コラムの執筆など多岐にわたる。(株)イオリ・コーポレーション取締役社長、京都観光おもてなし大使、京都御幸流華道教授、総本山醍醐寺用達会幹事。

<所感>・・・畔柳敏彦

<4月12日>

豊岡の観光戦略～Local & Global～

兵庫県豊岡市長 中貝 宗治 氏

講演テーマ「豊岡の観光戦略 - Local & Global -」は、小さなローカルなまちであっても、世界に通用するグローバルな豊岡市を目指す、そのための観光戦略であると述べられた確信は心に響きました。また、中貝市長は、「人口減少にあたり、地方都市が人口減少を食い止めるのは不可能であるが、人口減少を緩和することは可能であること。元気なまちを創ることはできる。」と明示されました。

若者たちが市外に出て行っても、『あなたたちが帰りたくなるようなまちを目指して、私たちがこのまちで頑張ります。』というビデオを見せていただき、帰りたくなるまちづくりが市長の言われるとおり、人口減少の緩和になるのであらうと共感しました。

市長はまちをよくするためには職員の育成強化が第一とあると考え、企業との人材交流も積極的にを行いました。また、情報戦略係の設置や大交流課の設置など、目的を明確にした部署を配置、創設しています。その要となる副市長の全国公募も行いました。こんなダイナミックな施策を展開していることは驚きであります。さらに、ローカル&グローバルコミュニケーション教育を行うため、①ふるさと教育、②英語教育、③演劇によるコミュニケーション能力の向上の3点に力を入れ、ふるさと豊岡のことをしっかりと知ってもらい、将来に役立つ人材になるため英語力を身に付けてもらう、自分のことを表現しコミュニケーションのとれる能力を身に付けてもらうためだと話されました。

また、コウノトリの野生復帰をはじめ、環境を良くする行動によって経済が活性化するまちづくりをされていることや、平田オリザさんの劇団誘致をはじめ芸術家（アーティスト）・技術者（クリエイター）の移住促進を図ることや豊岡を訪れる多くの著名人に観光大使になってもらい、豊岡をPRするために様々なアイデアを出されています。

現在取り組んでいることについては、観光マネジメントや文化・芸術マネジメントを学ぶことのできる（仮称）県立専門職大学の誘致。そして、夢は、アーティスト・クリエイターの移住促進を図り、これまでの豊岡市の弱点であった女性が生き生き活動できる取り組みをしたいと話されました。確固たる信念と柔軟な発想を備えた人材育成、ローカルなまちでも世界的なまちにできる。芸術文化の振興はまちの繁栄の基、ある自然をまちの特徴的なものにしていく、そして、女性が活躍できる環境づくりはこれからの岡崎市の政策にも大変重要なことであると感じた。

観光立国と地方創生 ～インバウンドが切り拓く地域の未来 一般社団法人日本インバウンド連合会 理事長 中村 好明 氏

「爆買い」ブームは収束したものの、訪日インバウンドの本格的な成長はむしろこれからが本番です。人口減少の日本にあって、東京 2020 オリンピック・パラリンピック以降も、このインバウンドビジネスは「持続的に成長していく唯一の産業」であり、あらゆる業界に商機があるとのこと。では、どのような戦略を立てればよいのか?47 都道府県の地域や業態ごとに、戦略・戦術は違ってきます。氏は戦略について「すでに起こっている未来を体系的に探すこと」ピーター・ドラッカーの言葉を引用し、「ほとんどの未来はすでに起こっている。すでに起こっていることを初めて聞くことは、怠慢だ。徹底的に探し出すことが戦略だと指摘された。これは現在、何気なく過ごしているその土地、自治体にある農業であり、神社であり、古びた街並みなどその土地独自の魅力が存在することに気が付かず、発掘しないことを言われているのであろうと解釈した。新しいものをつくらずとも、すでにあるものの中に人が魅力を感じるものが存在するということだ。観光とはそこにあるものをまさしくブラッシュアップ



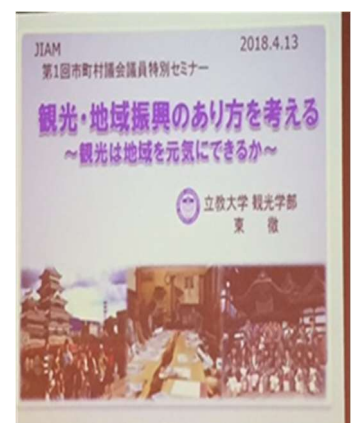
ップすることであると共感を覚えた。本市は、今まさに歴史的な建造物などをいかに有機的に観光の魅力として発信していくのか、その回遊性のネットワークをいかにするのかの課題に直面しているが、山林や畑なども含めて岡崎市の魅力を再発見していく必要があると感じた。そして、人口減少社会では、今後拡大が見込まれる国際観光市場に着目し、交流人口（訪日外国人数）を増やすことにより、日本の成長を促す。更に、交流人口の増大により産業の活性化を促し、ひいては定住人口も増やしていく。観光業を軸に、人口減少社会に立ち向かう突破口戦略について公共哲学の視点が必要であるとの主張は参考となった。外国人対応としては、今や「おもてなし」の心を外国旅行者は期待していることから、積極的な集客、多言語対応、免税対策、地域連携、スタッフの意識啓発は必須であるとのことでありました。

<4月13日>

観光・地域振興のあり方を考える ～観光は地域を元気にできるか～ 立教大学観光学部教授・観光研究所所長 東 徹

観光とは「光を観る」ことであり、「住んで、訪れてよしの地域づくり」だと東教授は、最初に話されました。そして、地域振興とは、ただ経済効果を考えるだけでなく、住民の誇りをどう育てるかが重要であり、観光とは、旅行を伴う地産地消であるとも述べられ、観光資源は、いたる所に眠っており、地元らしさをどう観光対象にするかが問われると指摘されました。まさに住んでよしと市民は感じているのだろうか？観光客は岡崎市にきて何に魅力を感じ、何が足りないと本当は感じているのだろうか？地元らしさとは何なのか？今までの観光に対する魅力と思われる視点の転換をしないといけないのだと感じた。講演の中で新しい観光形態、多様な観光対象・テーマは実はあらゆるものが観光集客資源になることを改めて認識された。

エコツーリズム、農村観光、生活文化観光、ヘルス・ツーリズム、医療観光、産業観光、ジオ・パーク、シーニックバイウェイ、被災地ツアーなどがあるようです。観光・観光というけれど、観光業という業種はないということである。宿泊、交通、小売り・飲食その他、農業・漁業、旅行など多様な業種が観光需要に関わり、全体として観光関連産業を構成しているということであるという。また、地域間競争の中で顧客に選ばれる地域づくりが重要であるとのこと。観光客を来るときはゲスト、帰る時はファンとなりその旅行者がさらに地域サポーターにしていけること。そのためには住民が地域への誇りと愛着、独自性を守ろうとする強い思いが必要であり、ビジネスとして回す仕組みを作ることが欠かせないという結論でありました。住民がまちづくりに参画していく意識の醸成が課題であると思った。



京菓子老舗女将のとおきのお話 笹屋伊織 女将
京都観光おもてなし大使 田丸 みゆき 氏

最後の講演は、京菓子の老舗である笹屋伊織の女将の田丸みゆきさんの「京菓子老舗女将のとおきのお話」でした。野村證券に勤めていた田丸みゆきさんが、創業300年「笹屋伊織」の10代目に嫁がれました。女将として学ばれた「おもてなし」の心を実体験に基づいて分かりやすく話を進めていただいた。

例えば、お店の留守番をしていたとき、ある老舗の奥様がお歳暮の品をお持ちになり、カニでございますと、1回で受け取ったことを知ったお姑さんが、京都では礼儀として1回で受け取ったらいけません。1回目は、いえいえこちらが、お世話になってますので結構ですと断る。2回目でやり取りして、3回目によりやく受け取ることと指導された。1回で受けたら、それで帰ってしまうが、3回で受け取れば、相手と長くお話ができて、縁が深くなるというようなことを教えられた。そしてお帰りの際は、お客様が見えなくなるまでお見送りをする。10メートルくらいしたら相手が一度、振り返りお辞儀をされるので必ず会釈をすることが礼儀であること。

あるデパートのエレベーターを待っていたとき、お店の常連さんとお会いした時、相手がいつもお世話になっております。こないだは田丸さんありがとうございましたと言われた。本人はありがたいと言われることは何もしてないと思ったが、相手がお茶を呼ばれましたでしょと話された。京都は必ず少しのことでも頭に入れておいて会話のきっかけを作ること。東京から来た一元のお客さん：親切にしてあげれば2回目からはお得意さんになるから、必ずお礼から入るように。

様々なエピソードを交えて、結婚早々のころから現在の女将になるまでの苦労談を語っていただいた。京都の伝統には人間の心理学に根差したような独特の雰囲気は人へのおもてなしの細やかな配慮があることを理解できた。観光産業都市を目指す本市は京都の人への配慮を踏まえながらも岡崎のらしさ？の対応をしていけるようにすることが大切であると感じた。

<所感>・・・井手瀬絹子

今回のセミナーは、「観光」をテーマに行われました。

1 人目は、豊岡市長 中貝宗治氏による講演は、「小さな世界都市」の実現目指し、コロナトりの野生復帰をはじめ、環境を良くする行動によって経済が活性化する“環境と経済の共鳴”の具体例を積み重ねるなど独自の施策について、詳細なデータを基に説得力のあるご講演を拝聴いたしました。

人口約8万2千人の豊岡市、冒頭「地方創生は人口減少対策」との言葉は強烈に響きました。社会的、経済的、文化的に「貧しい地方」と「豊かな都市」という強烈なイメージがある。「地方は貧しくつまらない」「地方は閉鎖的でチャンスも出番もない」と、だから「地方で暮らす価値」の創造が必要である。豊岡市では、第1位の宿泊、飲食、サービス業では、城崎温泉の4月～7月の閑散期をインバウンドでカバーすることが重要と位置付けている。基本的な考え方として観光＝総合コミュニケーションであり、そのためには行政だけではなく、地域と住民が能力をアップしていかないといけない。

観光戦略として、①ローカル&グローバル＝「小さな世界都市」をつくろう！グローバル

化の進展で世界中が急速に小さくなっている⇒小さな町でも直接世界とコンタクトがとれる、世界に通用する「ローカル」を磨くこと！

具体例として、この10年間で建物の耐震化等で近代化するのではなく、住民の考えで50軒の復元を実現。出石を代表するグルメの「皿そば」そば屋は37軒が頑張っていて営業、「共存共栄」では、自分の店でお客のニーズの独り占めをするのではなく、それぞれが潤うように営業を行っている。城崎国際アートセンターは日本最大のアートレジデンス、施設を24時間無料で使用可能としており、施設は赤字でもまち全体は潤っている。というこの考え方が「世界に通用するローカルを磨く」ということかと、大変共鳴いたしました。

②情報発信＝「箱根の山を越えよう」を合言葉に、秘書広報課に情報戦略係を設置。

③データの収集と発信＝トップマネジメントの2人制を導入。副市長を庁内と民間から公募、楽天トラベルからの派遣（1,371倍の競争率）による、優れたコーチのもとインバウンドチームを結成し、コミュニケーション教育を行うことで職員が鍛えられたとのこと。以上3つの観光戦略が地域住民と一体となり、また職員の能力アップを図る中で着実に功を奏していることが良く理解できました。何より、中貝市長の豊岡を世界に通用する世界都市にするんだという並々ならぬ思い、また気概に圧倒され、データに裏付けされた取り組みと効果は自信に満ちた内容でした。

最後に言われた「ローカルはむしろチャンスだ！！」素晴らしい言葉です。弱点をチャンスに変える強い思いが知恵になって成功につながっていくことを学ばせて頂きました。本市の観光産業に活かしてまいりたいと思います。

2人目は、一般社団法人日本インバウンド連合会理事長 中村好明氏による「観光立国と醸す力」、氏が書かれた「花仕事と米仕事」のコラムのお話を大変興味深く聞かせて頂きました。「米仕事＝自分・自社の稼ぐための仕事」に加えて、「花仕事＝地域社会のための公共への奉仕・貢献」が重要であり、各地域のインバウンドの成功には、この2つの仕事同時並行的に行うことが不可欠であることが講演の中心にありました。「地元のインバウンドの成功には、飲食・物販・宿泊施設・観光拠点、そして行政や観光協会などの公共セクター、これらのすべての担い手が有機的に連携して世界に情報発信し、外客をおもてなししなければならない。そのためには人材が必要であり、どのような人物像であるべきか、それは、地域のバラバラな利害を超え、官民の壁を越えて各要素を統合し、美味しいお酒を醸す力を備えたリーダーであり、醸す人こそが、地域でのインバウンド成功の鍵である。それゆえ、花仕事と米仕事の両方にひたむきに取り組む人が重要である。」と。花仕事はボランティアではない、本気でなければならぬということ、また、インバウンド＝訪日観光と簡単に考えていたインバウンドの考え方が大きく変わりました。

3人目は立教大学観光学部教授・観光研究所所長 東 徹氏による「観光・地域振興のあり方を考える」で私が共鳴したことは、観光とは“光をみる”“光をしめす”ことで、○住む人が地域の“光”をよりよく自覚する⇒誇り・愛着を持つことで地域らしさを見直し誇りを取り戻すことが出来ることにつながる。

○訪れる人にとっても地域の“光”をよりよく感じさせる⇒経験価値であり、住んでよし、訪れてよしの地域づくりのことである。それは、経験したことは思い出に残る出来事であり、

体験して得た感動、共感は情緒を伴ったエピソードとして記憶に残るからで、従って、まちのため、地域づくりのための観光でなければならないと言われました。また、工業は“いつでも、誰にでも、同じ価値が提供できるシステム”に対し、観光は“今だけ、ここだけ、あなただけ”が享受できる価値であり、特に「この時期にここに来たからこそ味わえるもの」を食べたいという、食事は観光の一部であり、大事な要素とも言われました。

“まちづくりは”住民が主体的に取り組む運動である。首長や行政が主体でやることではなく、強力なリーダーシップと住民を広く巻き込む運動の展開が重要である。住民は受益者であるが参画者にもなれるし、参画したいと思っている人はいっぱいいると言われました。結論として、住民の地域（ふるさと）への誇り・愛着、地域の独自性を守ろうとする強い思いをビジネスとして成立させ、回す仕組みをつくることが重要である。本市では市長の掲げる観光産業により観光まちづくりへの住民の参画が今までになく動きつつあります。この動きがビジネスとして成立できるよう後押ししていきたいと考えます。

4人目は、**創業300年、笹谷伊織女将、京都観光おもてなし大使、田丸みゆき氏**による「京菓子老舗女将のとおきのお話」今回のセミナーで最も期待して受けた講義です。

○京都人のおもてなしを学ぶでは、ご自身の体験を通して、大切にしていることは感謝と心を残すお見送りです。お見送りは、姿が見えなくなるまで行う事、だから、見送られる人は振り返って頭を下げて下さい。見送る人は3回目でどうぞ中に入って下さい。道に角があればそこで最後の振り返りをして下さい。と、見送る人も見送られる人も、双方が感謝の表現として行うことで、感謝の程度がここまでさせるという事です。それを端的に表す言葉「いつまでたっても一元の東京」と「2回目はお得意様の京都」が良く理解できました。時代が移ろいで行くなかで1200年間守り続けてきた京都人に脱帽です。感謝の心をどう表すか、おもてなしの基本である感謝を積極的表現することの重要性を学ばせて頂きました。

○京菓子を通じて日本の美意識を知るでは、「五感の芸術」1、視覚＝色や形を目で楽しむ。季節の先取り 2、臭覚＝香りを楽しむ 奥ゆかしい日本の文化 移り香 3、触覚＝歯ざわり、舌ざわりを楽しむ 4、味覚＝味を楽しむ 5、聴覚＝菓子銘を聴いて楽しむ。

小さな一つのお菓子里にこの全てを兼ね備える京菓子の奥深さに改めて感動しました。

○日本のお菓子には祈りが込められているでは、「柏餅」を例に「柏の木の命を繋ぐ」話は勉強になりました。

○おもてなしとは、①お役立ち＝京都に来られたお客様は、京都のお客様

ケチにならない＝「自分の利益ばかり、得ばかり」・・・結局は損

ケチ＝情報のケチ・能力のケチ・ご縁のケチ（紹介しない）

これは心が広くないと陥りやすいことと思いました。

②お名前をお呼びする・・・感じの良い電話

③クレームにお応えする・・・×クレーム処理・・・大切な人のご家族だと思

触らぬ神に祟りなし

○職人から学んだ本当のおもてなしでは、若女将の頃、職人の中崎氏が一日を犠牲にして暖簾を守るという事がどういうことかを示したくれた体験は大変示唆に富んだ貴重なお話でした。

○老舗の在り方、300年続いてきた理由では、数多い商品の中で、生産を止めたいと思う5本の指に入る人気のない最中「だるまさん」を通しての一人のお客様のエピソードは、60年前に遡る物語です。一人のお客様の人生に関わった「だるまさん」の貴重な体験とその心である「だるまさん」の最中を大切に守りつづけたいとお話に感動いたしました。これは京都のおもてなしの究極ではないかと思いました。京都の魅力は数多くありますが、目に見えないおもてなしの心をしっかり学ばせていただきました。

<所 感>・・・畑尻宣長

第1回市町村議会議員特別セミナーを受けてまいりました。4人の講師の方からの講演は今後、本市においても重要な考え方となるようなものもあり、大変勉強になりました。

始めは、中貝宗治豊岡市長からの講演でした。市長は、社会的、経済的、文化的に「地方は貧しくつまらない」というイメージがあり、それを払拭したい、という思いで施策を推進してきました。それが、外貨を獲得することに繋がって今の豊岡市となっていると感じました。その指標として、入込客数より、宿泊数に着目していることがあげられます。そこには、どうしても、閑散期というものが生まれてきますが、その閑散期をインバウンドで稼ぐ手段の一つとして、歌舞伎を行ってきた。今では超満員であり、ウィーンから来るまでになった。平成29年で、10周年を迎えました。情報発信の仕方もあるでしょうが、歌舞伎を行い続けることができたのも、大きな方針に従い進んできた結果だったのではないのでしょうか、そんな印象を受けました。

豊岡市で有名な城崎温泉は、1970年当時は、人口6000人に対し120人の暴力団員がいて、警察官は42人でした。そこで1971年に暴力団を一掃しました。それで、何が起こったか？治安が良くなり若い女性が増えたということでした。城崎温泉は半径400m以内に74件の旅館があり、小さな旅館が多く、共存共栄が求められてきました。ここで、重要な点がひとつ、「住んでる人たちが何を提供するのか。もっと良くなるなくてはならない！」として町の人たちは、城崎温泉のネームバリューに傷をつけないようにと、各宿でのお客さんを囲い込むのではなく、隣の喫茶店を紹介する。また、他のお風呂に入れるようにするなど、利便性を考えて、対応してきました。その結果、2016年には、人口3500人に対し、宿泊者数は65万人にまで持ち直してきました。観光として12.2億円、波及効果14億円となっています。インバウンドとしては、BASICS 海外戦略「日本を見たい」「文化を知りたい」として、東アジアから50%、ヨーロッパ30.8%、日本国内からは16%に留まっており、閑散期に欧米の人が来ることで、閑散期を埋め、かつての繁忙期まで上がってきたということでした。そのお陰で、毎年、新入社員を40名入れているそうです。

次に、城崎国際アートセンターがあります。ここは、日本のアーティストたちが滞在型製作をする場として、3日～3カ月の滞在を使用料無料で貸し出されます。これには、「地方交流プログラム」の参加が条件であります。「小さな世界都市」を自分たちの手で伝統を守る

ということ、エビデンス→ストーリー→作り上げる。そして、芸術発信へと繋げています。アーティストインレジデンスに、94団体の応募があり、16団体（8か国）が採用されました。制作発表には、住民たちにお披露目されますが、本物の芸術に触れる機会を作ってもらえることは、住民、特に子どもたちにとっては、素晴らしい機会になっていると思いました。そんな中、毎年使用している「平田オリザ」劇団が豊岡に本社機能に移す、ということ、ブログで、知ったそうです。いわば「ローカルアンドグローバル」が体现されていると思いました。本市では、世界子ども美術博物館で様々、イベントごとを行っています、さらに芸術的な効果を発揮していけるように発展させていくことで、もっと広がっていくと感じました。

豊岡市は、このとりの絶滅から、復活させて人里へかえした世界初の事例があります。それには、たんぼに年中 水をはってもらい、えさであるオタマジャクシを生きさせるようにすることで、思わぬ副産物が生まれました。それは、オタマジャクシを活かせるため、なるべく化学肥料を使わないようにした。その米を、アメリカで、1kg 2000円で売ることになりました。連鎖的に良い方向へ導いてくれたのは、市長の手腕によるものも大きかったように思います。それは情報発信について、「知らなければ存在価値無し」「箱根を超えろ！」（東京に届ける情報発信）と市長がトップセールスに動いたこともあったと感じました。

これからの課題について言われていたのは、「これまで、女性に帰ってきて欲しいと言ってこなかった」ということです。実際、男は53%がUターンしてくることに、女は25%しか戻ってこないのです。これからは、女性の多様性を認めつつ、アートをするちょっと変な人、障がい者など、ダイバーシティの考えを入れる必要があると言われていました。本市も考えていくべきだと思いました。女性の活躍を支え、よりよい社会、住みよい環境へと変化させていけるよう提案していきたいと思います。

次に一般社団法人日本インバウンド連合会理事長の中村好明氏から講演をして頂きました。中村氏は、書籍も出されておりとても興味深い話が聞けました。

インバウンドとは何か、というところから始まりました。オーストラリアでは、物価が日本に比べ3倍高いそうです。例えば、ペットボトルが5豪ドル≒450円もするそうです。日本の物価は、25年間デフレであり、安くないと買わないという風潮になっている。そのパラダイムを変えていくことが重要であると言われました。観光とは、何を売るのか？それは、暮らしを売るということである。シドニーでは、おしゃれして夕食を取る。ドレス着てハーバーのレストランで食べる。そういったライフスタイルである。日々の暮らしのクオリティを上げるということが、観光立国であると言われました。まさに、本市を当てはめると、観光産業に力を入れようとしても、なかなか、動きが鈍いところが見受けられます。それは、日々の暮らしを変えたくないという文化、風土が根強いのではないかと感じました。だから、観光ということが本市の中でなじんでいかない原因であると感じました。非常に重要な観点だと思います。観光に対しての意識、見方が変わりました。

さらに、インバウンドは、日本に集まってくる、人物、金、情報のベクトルすべてである。それは、訪日観光、MICE、留学、就労、移民、株式、不動産事業的なことまで、いわば

国家レベルの話になる、ということでした。これからは、狭義の観光から、広義の観光へと変わらなくてはならないということである。それは、レジャー、ビジネス出張、MICE、VFRというのが観光の中に入ってくるということになります。そういう意味では、観光の捉え方をしっかり見据えたうえで、本市としてどうしていくのか、今、歴史遺産を活用しようとしているが、方向性は間違っていないと思いますが、付け加える事項があるのだと思います。これから、本市に合った観光として定着していけるよう考えていきたいです。

人口減少に触れた部分がありました。人口は減っているのではなく、元に戻っているという考え方でした。早く増えたものは、早く減る、ということでした。それは、納税者も減っているということに他ならないし、減り続けていくということです。だからこそ、新時代の公共圏の構築が必要であり、ダイバーシティとインクルージョンが大事になってくるとも言われていました。物事を大きく捉えていかないと、ひとつの事業が成功しても、他への波及効果も無ければ、それで終わってしまう場合がありますので、やはり、観光という事柄ですが、公共施設、公共交通、まちづくりに関わりながら、観光という観点で進めていくことが将来を見据えた場合に非常に重要であると考えさせられました。

宿泊についても、泊まるということの重要性に気づかせて頂きました。ランチにいくら使うか？夜の食事はどうか？と考えると、昼間の財布と夜の財布は違うことに気づくと思います。だから、ナイトマーケットを攻めていくのです。泊まるか、泊まらないか、泊まる理由をつくるのです。と力説されました。例えば、英語が片言でも通じると、1泊だけでなく、2泊、3泊へと繋がっていく。そういったお店同士の連携もそうですが、宿泊先の連携も必要になってくる。さらには、ヨーロッパでは、当たり前になりつつある、フードダイバーシティがあります。ヨーロッパでは40万人、3割もの人がアレルギーを持っている。そういう人が楽しめるものの対応が進んでいるそうです。例えば、大豆で作ったハムみたいなものや、一流のホテルのレストランでも対応しているようであります。日本では、まだまだ、であると思いますが、本市が進める観光産業には、先を見据えて取り組んでいく課題がたくさん教えてもらえました。

立教大学観光学部 教授の東徹氏より、観光としての地域の特性を知る、活かすことについて詳しくお話が聞けました。

観光とは、光を観る、光を示すということで、住んでいる人が、地域の光を自覚する、誇りに思い、愛着があるということでもあります。訪れる人々にとっても、地域の光をより良く感じさせる、経験や価値を感じることに繋がるということ。これが「住んでよし、訪れてよしの地域づくり」であるというのが、教授の考えでありました。地元をもっと知ろう、地元を観光してもらおう、というようなことが、地域の活性化をもたらすことにもなると思います。住んでいるから、わかること、住んでいる人が1番であるということが重要であるということです。本市に照らし合わせると、地元の住んでいる人たちの意識が低い、価値を認めていないような現状があるように感じています。もっと地元を知る、郷土を知ることによって、教育の観点からも手を入れていくべきだと思いました。

観光資源のひとつに農業との関連があります。様々な地域により特色があり、季節の移り変わりで旬を感じ取ることが出来るのが農業関連であります。時期により違うことによる価

値を出す。「今だけ、ここだけ、あなただけ」というのが、観光の価値観に繋がるということです。製造業は均一でないといけませんが、農業製品は、ばらつきがあっても価値が見いだせるというところがあります。それにより、現地を実際に訪れることによる観光としての価値を生んでいくことが出来るということです。市内でも、行列が出来るお店の限定メニューは、その季節でしか食べられないものがあり、週に3日しか開店しないお店があたりと特徴を出すことでの集客に繋がっていると感じます。それを本市としての観光に取り入れることが出来れば、今以上に観光産業が盛り上がるのは間違いないと思います。

本市として、どう考えていくのか。自分たちのまちらしさ、地域らしさ、地域の誇り、分かち合い、地域の恩恵を分け合う人を多く巻き込める仕組みが必要であるということです。今後、人口比率の高まる高齢者が、地域の役に立つことが出来ることが、満足度とまちづくりに影響を与えていくということです。これは、観光を中心にこれからのまちづくりの在り方、地域の繋がり方など、自分たちが住む街をどうしていきたいのか、自分たちで考え行動を起こしていくことが、将来を左右することになるのだと思いました。そのために、行政が出来ることをさらに明確にして地域の活性化に繋げていきたいと思っています。

最後に、笹屋伊織の女将であり、京都観光おもてなし大使の田丸みゆき氏から、京菓子の歴史から、本物のおもてなしの心を教わりました。

田丸さんは、大阪出身で、お父さんは鹿児島出身、お母さんは長崎出身と、京都には嫁いで初めて触れる京都の文化でした。だからこそわかる、京都の習わし、風習が、よそとは違うということをもって体験したことを通じ、おもてなしはどういうものなのか、教えて頂いた気がしました。嫁いですぐ、いろいろ経験をされますが、印象に残っているのは、お歳暮をお持ちした時には、3回断ってから、受け取るということでした。これには、しっかり意味があり、遠慮して断るということではなく、すぐ帰らせないという工夫と、持ってきていただいた「ねぎらい」があるということでした。足を引き留めるということに意味があるという、京都流のおもてなしであるそうです。ですから、3回断るにも、3回とも違う言い方で断るということで、そういった風習を知らない私からしたら、とても面倒なことだと感じました。しかし、そこに京都の飽きさせない心が宿っているのだとも感じました。また、お見送りについても、相手が見えなくなるまで見送るそうです。お見送りを当たり前としての文化があるそうです。京都のおもてなしの一端を垣間見た気がしました。と同時に、京都人を理解できるまでにすごく時間が掛かりそうな印象も受けました。これが、観光で海外からの外国人を受け入れる際に、どこまで相手の文化を尊重しつつ、日本の文化、風習を受け入れてもらうか、大事な観点だと考えさせられました。

京都の文化としての京菓子について、5感の芸術だと言われました。1、視覚・・・季節の先取り。2、嗅覚・・・香りを楽しむ。移り香。3、触覚・・・歯ざわり、舌ざわりを楽しむ。4、味覚・・・味を楽しむ。5、聴覚・・・菓銘を聴いて楽しむ。ということです。これは古くから、清少納言の枕草子にも出てきていますので、これこそが受け継がれる文化だと思いました。

私自身、関西の人はケチが多いという概念がありますが、田丸さんは、ケチにならない「自分の利益ばかり、得ばかり」は、結局は損をしてしまう、と言われました。それは、京都に

来るお客様は、京都のお客様として、うちで買っていかなくても、京都のよそのお店で買って貰えればよしとするということです。これも体験を通して教えて下さいました。情報、能力、御縁のケチにはならないよう、私自身が気を付けていこうと思います。

職人さんとの間でも、文化の違い、職人氣質でぶつかることもあったようですが、そこでも、京都らしい職人の思いにも触れさせて頂きました。しかし、今では、なかなか職人としての技の伝承は難しいようであります。古き良き時代の日本を体現している京都が今なお、選ばれているということに、隠されている意味を少しは知ることが出来たと思います。実体験を基にした、おもてなしの心が聞けて大変参考になりました。今後の観光だけでなく、福祉施策にも活かしていきたいと考えています。

<所 感>・・・野島さつき

『観光』をテーマに、4名の講師の話を伺いました。

講義1「豊岡市の観光戦略」－兵庫県豊岡市長・中貝宗治氏

行政の長としての取り組み・・・観光＝総合コミュニケーション

(地方創生とは人口減少対策である。いかに減少のスピードを緩和し元気なまちをつくっていけるか。)

豊岡市には、城崎温泉や出石城下町、豊岡かばん、コウノトリなど豊岡ならではの「固有なもの」があり、それを大事に守り、育て、引き継ぎ、世界へと発信することでインバウンドを呼び込み、外貨を稼ぐ観光戦略に取り組んでいます。

1, ローカル&グローバル

「小さな世界都市」＝人口規模は小さくても世界の人々から尊敬され尊重されるまち
世界に通用するローカルを磨く

2, 情報発信

秘書室広報課に情報戦略係を設置 国内外からメディア招致

3, データの収集と分析

副市長を公募し、民間の力を導入 楽天からの派遣社員を大交流課に配属

4, ローカル&グローバルコミュニケーション教育

ふるさと教育・英語修得(幼保～中、高)・演劇によるコミュニケーション能力の向上

城崎温泉は大正14年の北但馬地震で全焼、出石城下町は明治9年の大火で90%以上の建造物を焼失しましたが、当時の人々が以前と同じような町並みを復元したことが、現在の観光の礎になっていると思われます。歴史あるものを大事に育てきた『地域愛』が根底にあり、「わが町」をいかに世界にアピールしていくかを、民間の力を活かし実現させてきたこと、若手職員15名を明治大学に送り一週間徹底して「戦略論」を学ばせ、後継の人材を育成していることは、大変素晴らしいと思いました。

講義2「観光立国と地方創生～インバウンドが切り拓く地域の未来」

一般社団法人日本インバウンド連合会理事長・中村好明氏

インバウンドビジネス・・・観光立国＝哲学立国→わが町を知る

(地域自らの固有のライフスタイルを再発見し、甦らせ、磨き、高め、広め、稼げ！)

- 観光立国実現に向け、「米仕事＝自分・自社の稼ぐための仕事」に加えて、「花仕事＝地域社会のための公共への奉仕・貢献」が重要であり、インバウンドの成功には、この2つの仕事を同時並行的に行うことが不可欠である。
- インバウンドの成功には、飲食・物販・宿泊施設・観光拠点、そして行政や観光協会などの公共セクター、これらのすべての担い手が有機的に連携して世界に情報発信し、外客をおもてなししなければならない。
- 地域のバラバラの利害を超え、官民の壁を越えて各要素を統合し、一体感のある地域を醸す力を備えたリーダーが不可欠となる。
- 国際「関係人口」を増やす→リピーター化、地域のファンを国内外に創る。ひとりひとりがファンづくり。
- 観光立国の5者（5もの）
 - ・若者（40歳以下）・ばか者（破天荒）・よそ者（Iターン、Uターン、Jターン）
 - ・切れ者（専門家）・本物（地元の固有性を担っている人）

観光とは、新しい何かを創ることではなく、わが町をよく知り、ここで暮らす固有のライフスタイルを磨き、稼ぐ力、儲かる仕組みを作り上げ、雇用の創出を図っていくことで、地域経済の自立と域内回転できる社会を構築していくことだといわれました。わが町を訪れて下さった方が、地域住民とのふれあいを通し、ここでの生活を楽しんでもらうことで人間関係を築き合い、リピーターになっていただくことの重要さを強く感じました。

講義3 「観光・地域振興のあり方を考える～観光は地域を元気にできるか～」

立教大学観光学部教授 観光研究所所長・東 徹氏

学問としての「観光」・・・観光＝光りを観る、光りをしめす

(住んでよし、訪れてよしの地域づくり)

- 住む人が地域の光をよりよく自覚する→誇り・愛着
訪れる人々にとっても地域の光をよりよく感じさせる→経験価値
- グローバル化していく世界の中で、いかにローカルの独自性（魅力）を守り、訴求していくか。“今だけ、ここだけ、あなただけ”が享受できる価値＝観光
- 地域で出会ったヒト・モノ・コトの体験が感動・共感を呼び、情緒を伴ったエピソードとして記憶に残る。
- 多様な「業種」が観光需要に関わっている→全体として「観光（関連）産業」を構成している。
- 市民が主役の観光まちづくり。それぞれの立場で関わっていく。地域らしさを考える。
- 「観光まちづくり」＝地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業など、地域のあらゆる資源を活かすことによって、交流を振興し、活力あるまちを実現するための活動
- 人々が集い、ふれあうことで、活気あふれるまちをつくる→観光客も住民もともに楽しみ、居心地のよいまちをつくる。住民の満足、誇り、愛着を生み出すことこそ優先課題。
観光の成果は、ともすると入込数や消費額（量的な成果）だけを見がちですが、そうでは

なく質（経験価値）の高い観光で地域と観光客との関係性を深化させることが重要であるといえます。「交流人口」から「縁（ゆかり）人口」へ、さらに「絆人口」へと深化させ、地域のファン、サポーターを増やしていくことが大事で、そのためには、住民が主体的に取り組む“まちづくり”が不可欠であることを学びました。

講義4 「京菓子老舗女将のとおきのお話」

笹屋伊織 女将 京都観光おもてなし大使・田丸みゆき氏

京都人のおもてなしを学ぶ

老舗女将の体験を通し、人をもてなす「こころ」を学びました。

京都では頂き物をした時は、3回お断りをするのが常識だそうです。それは、遠くからわざわざ来てくれたことに対する感謝を表すためだそうです。その間の会話を楽しむことでもあるそうです。また、人と会う時は、まず「お礼」から入るとの事。朝起きた時に、今日会う人と以前どういうおつきあいだったかを思い出し、「先日は、大変ありがとうございました。」から会話が始まるそうです。お見送りをするときも、どんなに忙しくても、相手が見えなくなるまでされるそうです。

京都のおもてなしは、

- ①京都に来られたお客様は、京都のお客様・・・自分の店の利益ばかり、得ばかりを考えるのではなく、京都全体が良く思われることを考える。
- ②お名前をお呼びする。
- ③クレームに対しては、大切な人の家族だと思いお応えする。

「おもてなし」とは、相手の立場になり、いかに心地よく過ごしていただけるか、気持ちよくお帰りいただくかに徹することだと思います。観光を考える上で一番大事なものは、人とのふれあいであると思います。旅先で多くの人と出会い、様々な経験をしたことがいい思い出として残ります。訪れた人に満足してもらうには、住んでいる人がわが町に愛着と誇りを持ち、いきいきと暮らしていることが大切です。京都が観光客に愛される理由がわかりました。

「観光」とは、地元の人に地元のことをよく知ってもらい、地域を元気にするために住民が主体的に取り組む“まちづくり”であり、地域に誇りと愛着を持つことでわが町のよさを外へと発信し、訪れる人と住民との交流を盛んにして行くことだと思います。いま本市では「QURUWA戦略」と銘打って、まちづくりと一体で観光に力を入れています。地元の盛り上がり無くして成功はありません。「人も観光資源」と思います。わが町のすばらしさを分かち合い、商店街や民間企業など多くの人を巻き込む仕組みを構築し、賑わいのある元気な岡崎を築いていきたいと思っています。

以上