

第2回三次市観光戦略策定検討委員会 議事要旨

■日 時	令和5年10月3日14時30分～16時35分
■場 所	三次市役所本館6階602会議室

■名簿(敬称略)		
策定委員	所属・役職	出欠の有無
富川 久美子	広島修道大学商学部 教授	○
永江 博之	(一社)三次観光推進機構 専務理事	○
八谷 尚幸	三次商工会議所 専務理事	○
中宗 久之	三次広域商工会 事務局長	○
玉垣 雅史	(一社)広島県観光連盟 インバウンド事業部長	○
平田 真一	有限会社平田観光農園 取締役社長	○
實兼 利光	備北交通株式会社 取締役統括本部長	○
池田 美咲	三次グランドホテル 支配人	—
角佛 里英	みよしアントレーヌ	○
岡田 アントニールイス	株式会社なちゅbio 取締役	○
野々原 ゆか	三次観光アンバサダー	—
事務局		
中廣 晋	三次市産業振興部長	
押谷 水砂	三次市産業振興部商工観光課長	
小山 知秀	三次市産業振興部商工観光課観光振興係長	
重廣 真理子	三次市産業振興部商工観光課観光振興係主任	

■議事次第

1. 開会
2. 委員長あいさつ
3. 委員紹介
4. 資料説明
5. 意見交換
6. その他
7. 閉会

■議事要旨

1. 開会
2. 委員長挨拶
3. 委員紹介
4. 資料説明
5. 意見交換

(委員)

- ・総観光客数が変わらない中、観光消費額は、令和4年には、平成30年時以上に増えている。どのような要因で増加したのか。
- ・庄原市の外国人観光客が増えた要因は何か。

(事務局)

- ・戦略を立てて、特に宿泊に力を入れて事業を実施してきたことが一つの要因ではないか。国別にみるとアメリカ人が突出して増えていることなど、今後、その要因などの分析を深めていく。

(委員長)

- ・消費額の増加をみると、コロナ禍中は、宿泊がセットされたクーポン券による需要が高まったことの影響が多いのではないかと。広島県全体も同様な傾向だったと思う。令和2年から令和4年は特殊な事情だったと捉えたほうがよい。
- ・外国人は入国が制限されていたので訪日観光客とは言えず、日本に居住している外国人と捉えたほうがよい。アメリカ人であれば、岩国米軍ではないか。庄原市は、外国人が好むような古民家を改修した宿泊施設が増えており、影響があった可能性がある。コロナ禍の時期ではなく、それ以前のデータからロングスパンで考えるのがよいのではないかと。

(委員)

- ・観光客の数字について、コロナからの戻りが悪いとの説明があったが、4月から7月近況では令和元年度に近い数字にあり、ある程度戻ってきていると考えた方がよい。海外からのインバウンド客では、上半期7月の県別をみると東京のひとり勝ちの状況で、広島は平均点である。直行便に頼っている地域では厳しい数字となっている。2～3年後に、東京から地域に回ってくる流れを捕まえ、考えていく必要があるのではないかと。

(委員)

- ・観光客は、どのように調査しているのか。公共交通ならばわかるが、自家用車で来訪する客もいる。また、団体客やインバウンドについてもどこでデータをとっているのか。市外からの来訪者か否かもわからない。この結果をどのように使っていきたいのか。
- ・令和2年～4年は国のGo-To戦略があったので、消費意欲が上がった。観光地を守るための国の政策であり、戦略が功を奏したとは言えないのではないかと。
- ・観光客の対象をファミリー層、年輩の富裕層にするかなど、どこにターゲットを置いた戦略とするのかわからない。

(委員長)

- ・観光統計は世界的に問題がある。国内においても自治体でカウント方法が異なっている。三次市としてはどのように調査をしているのか。

(事務局)

- ・総観光客数は、観光施設に年に1度、市内90施設で利用状況を聞き、合計を積み上げる方法をとっている。宿泊客数は、年に1回、市内宿泊施設を対象に月別で聞き取りをして積み上げている。
- ・来訪者を対象にウェブを使用して150サンプル/月に対し、交通手段や滞在中の消費額などについて調査している。1800サンプル/年程度のサンプル数であり、ある程度、精度の高い調査ではないかと考えている。自家用車の来訪は、年1回実施する観光客の調査でも9割程度となっている。
- ・訪日外国人とは分ならず、外国人観光客をカウントしている。

(委員)

- ・予約客については、住所を見ればどこから来たか把握できる。
- ・岩国米軍基地からも春、夏に来ており、外国人観光客に含まれている。
- ・広島三次ワイナリーでは入口にセンサーがあり、来訪者をカウントできる。団体も予約が入るので、団体の比率も把握できる。
- ・団体は、広島市、県外、三次市外から来訪し、平田農園、三次ワイナリー、温泉といった観光行動となっている。団体に依存するという感じではなく10%程度の割合で、一般客が圧倒的に多い。また、九州発着で三次ワイナリー、出雲大社を回るルートもある。
- ・一般客のターゲットは、当社では、ファミリー層など、若い人をターゲットにしているが、各施設により異なる。三次全体の観光を考えると全方位的に対応しないと伸びないのではないか。

(事務局)

- ・団体か否かは、広島県の観光動向のデータをもとに整理しているが、足元を見ると、確かに1割程度であり、必ずしも団体に依存しているとは言えない考え方もある。指摘いただいた点も踏まえ、再度整理する。

(委員長)

- ・関係計画の整理について、国、県の計画の整合と言ってよいか。
- ・国の政策をみると、国が重視しているのは持続可能な観光地域づくりであり、3つのキーワードには、地方誘客促進がある。これは三次市にとって重要な政策であり、今後、補助金等の様々な制度が整備されると思われる。このあたりを反映することが重要である。
- ・県の推進基本計画をみると、「3つの柱を支える 土台作り」があり、3つの柱とは「消費額」、「好循環を生み出す観光」、「オール広島の体力体制づくり」となっている。「好循環を生み出す観光」には、経済、社会、環境があるが、今回の三次市の戦略に「環境」がない。
- ・団体客の減少はコロナの影響による特殊事情によるものである。団体客への依存度が高いことがマイナス面にとらえているが、必ずしも団体客が悪いのではない。ワイナリー等への団体客は経済効果が高いので、プラス面にとらえられる。広島県の欧米豪の記述においては、一般客のうちの外国人客に対してであり、この記述は誤りである。

- ・広島県全体の観光客の7～8割は瀬戸内側の観光客が占めていることもあり、広島県と比較することがよいのか。前は庄原市と比較しており、庄原市との比較もよいのではないか。
- ・宿泊者の消費額は、通常、日帰客の4倍となるといわれている。また、消費額が伸びている理由は、周遊という理由ではなく滞在期間が延びることと宿泊費となると思う。
- ・改善点が道路・交通、来訪意向の理由が距離感となっており、理由が真逆となっている。三次市内の二次交通が課題だと思うが、今後、道路か公共交通機関か、また、三次へのアクセスか三次市内のアクセスかに分けて整理するとよい。

(副委員長)

- ・DMOとしては「にぎわいの創出＝観光客を増やす」をしたことはない。賑わいの創出＝市民という構造であり、「稼ぐ力の創出」のターゲットは入込観光客であり、入込観光客を増やすことに取り組んできた。
- ・花火大会等の地域イベントは、観光客を増やすというよりも地域づくりや、住民の満足度といったもので、観光と言にくいものも含まれている。
- ・ターゲットを明記した方がよいのではないか。DMOでは、第一ターゲットは子供連れファミリー層、第二ターゲットは、2人連れ旅行者層としている。三次市全域としては、子供連れファミリー層は共通ではないか。

(委員)

- ・広域周遊はどのようなことを実施したのか。
- ・観光客の満足度向上の取組にMICEが難しかったとコメントがあるが、会場の確保が困難はそのとおりである。施設が少なくなり、イベント自体が少なくなっている状況である。商工会議所として経済活動、イベント、大会の誘致を進めたいと思っているが、受け皿がなくなっている現状がある。行政にも支援や対策の検討を要望している。結婚式場、屋外広場の活用もできないか、今後考えていかなければならない。現実として厳しくなっている。

(事務局)

- ・広域な取組としては、庄原市イルミネーションと連携したポイントラリーや旅行会社とのツアー、島根県とは、江の川鉄道のトロッコや江の川流域でのポタリングなどのツアーも企画実施している。
- ・観光ネットワーク協議会の取組みを継続している。「備北のかがやき」といった小雑誌を発刊していたが、現在は、共同でデジタル広告を行っている。

(委員)

- ・尾道から島根まで、自転車で道の駅をめぐる駅伝イベントを来年春開催する予定である。
- ・世羅町と庄原市とは共同セールスなどの活動を実施している。

(委員)

- ・リピート率は高いが、市内、市外別のリピートの割合はわかるか。

(事務局)

- ・データを細かく分析すれば可能だと思う。2回以上来訪した人をカウントしている。新規の取り込みなども含め、リピート率が高ければ高いほどよいのかという議論もある。

(委員長)

- ・コロナ禍であり、広島市を中心に近隣市町が多かった影響が出ており、そういった状況で91.3%に注目しすぎるのはどうか。

(副委員長)

- ・市内のリピート率は90%であった。毎月100サンプル(市外)+50サンプル(市民)、3年間調査している。このようにデータとして正確な資料をとっている市町村はない。
- ・団体客への依存率が高いとあるが、19万人しか来ていない。どちらかという団体客への依存度は低い。
- ・情報発信、ウェブでの発信力が低いとの表現が多いが、DMOが設立して約5年となるが、当初は、5万PVが、現在55万PVで70万PVを超える状況があり、まち歩きアプリのダウンロード数は約7000、総SNSのフォロワー数は1万を超えているので、かなり低いというわけではない。
- ・入込率が低いことを課題に追加してはどうか。三次市は68%が市外からきているが、庄原は78%と10ポイントも高い。市外からの来訪で、三次市内でお金を使ってもらうのが理想の観光といえる。市内にポスターを張って終わりではなく、市外・県外への情報発信が弱いことが課題であり、それに対応することで入込率が高くなる。
- ・君田温泉の入込客数11万人がなくなることで、観光消費額が減少する。その対応が課題である。

(委員)

- ・情報発信について、ユーチューブ動画を作り地域をPRする商工会議所が増えている。色々な切り口で発信することも必要ではないか。

(委員長)

- ・別府、鳥取などは、ユーチューブ動画が過激で、効果が大きいと思う。

(副委員長)

- ・観光客との関係構築が弱いについて_リピーター率9割であることと整合性がとれていない。昨年からはアンバサダー制度を整備し、約400人の登録がある。ひろしま県観光大使の登録者数と県人口対比率と同じ程度であり、消費者を巻き込んだ情報発信は積極的に取り組んでいる。弱いと断定されるほど弱くはない。

(事務局)

- ・観光アンバサダーの取組をより拡大したいとの思いで記載した。連盟が進めている観光大使と同様の取組として、SNSフォロワー数やアプリダウンロード数を拡大したい。

(委員)

- ・観光アンバサダーに対するアプリとは何か。
- ・観光アンバサダーの取組と三次まち歩きアプリなどは異なっている。課題⑥、⑦が混ざった議論となっている。三次まち歩きアプリの認知度が低い可能性が高いと思う。アプリについては、機能というより活用方法が課題といえるのではないか。

- ・観光客との関係性が弱いとは思わないが、遊遊ランドなどの無料施設にQRコードなどで温泉、飲食施設をめぐるルート等を紹介するなど、これらの施設に観光客を誘引する仕掛けがあるとよいのではないか。

(委員長)

- ・広島県の観光大使のアプリのことで、一般の人が大使となって情報を発信する取組である。三次の取組はどうか。

(事務局)

- ・三次の取組は、SNSをフォローする形で運用している。

(委員長)

- ・課題を整理して、ソフト戦略につながるような表現にしていきたい。

(委員)

- ・インバウンドについても、回復が遅いと表現するより、割合を増やすなどの表現がよいのではないか。

(委員)

- ・「地域観光の強み」について_中国地方に3つしかない鵜飼があることは強みであり、夜のコンテンツとして宿泊やナイトタイムエコノミーにつながる。
- ・平田観光農園のようなフルーツがあることも強みといえる。三次では、気候の寒暖差を活かした甘いフルーツがあり、台湾のモニターツアーからも評判がよい。日本のフルーツはアジアで高価なモノとなっている。
- ・十分に活かされていないのは弱みであるが、三次浅野藩400年の歴史がある街並みがあることは強みであり、”中世”という表現よりも具体的に記載した方がわかりやすい。

(委員)

- ・「地域観光の強み」について_公共交通は時間に縛られることから、公共交通に乗るとストレスになるのかという解釈もあるが、環境配慮と併せて、公共交通利用促進に触れたい。市内にEVバスを計画している。

(委員長)

- ・「旅行スタイル」について_グラフでは一人旅と団体が逆転したのが2010年頃を示しているが、一人旅行が増えたのは90年代であり、旅行スタイルの変化の記載内容は温泉地の話で三次市には該当しない。団体が悪いわけではなく、三次の団体旅行はマイナスのイメージはない。
- ・「ニューツーリズム」について_ニューツーリズムの拡大は90年代ごろの表現で、現在の表現ではない。カテゴリーにある内容自体が古い。最近では、「密にならない観光」や「アウトドア」という表現で、キャンプや自然観光などにシフトするようにすれば三次の観光に近づくのではないか。
- ・「サステナブルツーリズム」について_最近では、SDGsのほうが使われている。現計画ではSDGsが表現されているが、今回は言及されていない。また、オーバーツーリズムではなく、量から質へという流れにしたい。これを踏まえて、P34の表現を変更する必要がある。

- ・イベント等について、民間組織を中心とした大規模イベントの復活は、市民向けであり、観光客向けのものではない。
- ・脅威にある「地域間競争」はよくあり、三次ブランドの強化につなげる方向性にもっていけたらよい。持続性、環境につながるようなSWOTにしてもらいたい。
- ・インバウンドの回復より、増加といった表現としたい。
- ・本市の強みは、的を射ているが、課題との整合性が弱い。

(委員長)

- ・「将来像」について_観光では地域が一番大事なので、三次市、住む人、観光客という順番としたい。
- ・「目標値」について_入込率といった異なる単語が急に入っているの、上位計画を踏まえた形とすること、また、文章が不完全となっているので整理する必要がある。
- ・資源があって周遊・滞在という順ではないか。また、具体的施策としてグリーンツーリズムなどあり、検討・精査し記載してほしい。これまでの強みを生かした前向きな表現が欲しい。特に豊かな自然の満足度が高い。学生が取り組んだ調査でも評価が高い。平田観光農園も非常に高い評価であり、トレッタは野菜を買いにいっているなどといった口コミから強みが出ている。ネガティブを改善するより、強みを伸ばす視点で整理してほしい。

(委員)

- ・高級志向のパッケージがあってもよいのではないか。ワンランク上の高級なものを楽しめる環境があるとよい。

(委員長)

- ・ラグジュアリー・ツーリズムの開発が各地で推進されている。近年の傾向に記載してはどうか。

(委員)

- ・何を目標とするのか。観光消費額を目標に5か年計画を作るべきだと思う。まだ第1次観光戦略が終わっていないが、観光消費額65億円は、国・県・市・DMOが宿泊キャンペーンを実施した結果であり、キャンペーンが終了したら、消費額がここまで伸びるかわからない。そういった状況でも5年後には、総額の観光消費額を70、80億円に達するような目標を立て、この目標を実現するため、増員や客単価の増加、観光資源を磨き上げ、高付加価値の旅行商品の開発、ナイトタイムエコノミーなどを考える。まず、目標をつくり、そのため、どうするかという書き方にしてほしい。それ以外の満足度やリピーター率は目標を説明する変数で、直接的な目標値にするべきではない。

(委員長)

- ・めざす将来像のために何を目標にするかを設定することは重要なことである。

(委員)

- ・強みでもあり、弱みでもあるかもしれないが、花火大会は、かなり大きなイベントであり、高級志向とからめて、お金を使う観光事業とならないか。備北丘陵公園は有料でも遠方から来訪している。運営はボランティアだが、三次市としてももう少し力を入れるとよいと思う。

- ・花火大会は、大きいイベントだが、駐車場も無料で、地元がボランティアで対応しており、お金を消費できる場所がなく、三方よしとなっていない。また、担い手も高齢化しており持続可能かは疑問だが、花火大会をできないまちもある中、活かさないのは、もったいない。少し高額となっても来訪すると思うので、宿泊客を増やす取組と併せて検討してはどうか。

(委員)

- ・「DMOの組織の発展」について_観光地域づくり法人の役割がまとめられ、これに沿って積極的な取組が進められている。賑わい創出は、地域づくり、市民の満足度向上にとって重要なことであるが、役割の中に見えてこない。観光事業、イベントを含めて継続発展への支援・仕掛けづくりが加わると市民の満足度向上につながるのではないか。役割に加えることが制度的によいかどうかを含めて考えてもらいたい。

(副委員長)

- ・DMOの役割は賑わい創出事業から稼ぐ力づくりへシフトしており、賑わい創出をメインにするのではなく、市民満足イベントはDMOの役割ではない。それは今後も継続されると考えている。

6. その他

○第3回三次市観光戦略策定検討委員会は、12月を予定。

7. 閉会