

平成 27 年度 射水市観光・ブランド推進会議 会議録

日 時：平成 27 年 11 月 17 日（火） 午前 10 時 00 分～12 時 00 分
場 所：新湊庁舎 2 階大会議室

■会議次第

- 1 開 会
- 2 あいさつ
- 3 議 事

(1) 観光・ブランド戦略プラン 平成 24 年度から 27 年度までの状況

資料 1、資料 2

(2) 委員からの意見及び提案等について

- 4 その他
- 5 閉 会

■議事録

◆資料 2 地域イメージの全国発信について

委員

- 新湊庁舎が平成 29 年度ごろに取り壊しになり、跡地利用の構想にバスターミナルがあると聞く。このままでは、うまくいっても平成 31 年度にビルが完成になると思うが、バスターミナル完成（オープン）前、30 年にはバスの受入など一部ターミナル整備を行う必要があるのではないかと。

事務局

- バスターミナルという話は確かにある。新湊曳山まつりでは 2 年に 1 回、現在の新湊庁舎駐車場で提灯山の付け替えが行われており、曳山協議会から今後も提灯の付け替え等で活用したいと市長に要望書がでていいる。整備前にバスターミナルを先行して行ってほしいということは担当課に強く要望しておく。

委員

- 現在県で free Wi-fi の設置を進めているが、射水市は 2 か所を予定している。増設を考えてもいいのではないかと。現地で情報収集できるという必要性を感じる。たとえば、映画のロケ看板に QR をつける前提で港湾・観光課で話を進めているが、紙媒体以外の情報発信については特に若い人は特にそういったことに抵抗がないのでそういったことを意識していきたい。

事務局

- free Wi-fi 増設については担当課へ話をしたいと思う。

◆資料 2 食の魅力の創造について

委員

- 食が楽しめる空間について、内川から下条川を結ぶ観光船のルートが新たにできつつある。両地域を兼ね備えた新しい取り組みについて、小杉駅の整備含めてどのような構想を持っているか。

事務局

- 案の段階ではあるが、小杉駅、ベイエリア中心に観光バスを走らせる予定。
- 現在のプランは平成 28 年度までであるが、平成 29 年度以降の新しいプランを作る場合にはこれらを含めた観光ルートを考えていきたい。

委員

- すべて行政にやれとは言わないので、地域住民との連携しつつ各イベント、事業の邁進をしてほしい。

委員

- 食の魅力の創造について、商品購入意欲度の目標が150位以内となっているが平成24年度195位、平成25年度341位、506位、441位と下がってきている。射水市に良い物はたくさんあると思うが、あれもこれもと全国へ発信しているために、受けてからはどれを探していいかわからなくなっているのではないか。売る立場としては「これ」と1つに絞ってほしい。

事務局

- おっしゃることはよくわかる。

委員

- 魚に関しては季節によってとれるものが異なる。

委員

- 氷見は「ブリ」で打ち出して知名度を持っている。一点突破主義のような形でとりあえずPRできないか。

委員

- そもそも購入意欲度の順位はどのように調べているのか

事務局

- ブランド総合研究所という機関で全国約1000市町村を対象にインターネットで調査、分析している。そのため言葉は悪いが回答者に当たり外れがあるというきらいはある。

委員

- たとえばシロエビを打ち出したとして、全国末端の人まで供給できるだけの量はない。

現在は県全体でもブランドとなっているがなければ高騰する。

事務局

- 観光の立場から言えば、射水市は春シロエビ、ホタルイカ夏バイガイ、秋冬ベニズワイガニがブランドとなると思う。食としては海の幸を売り出し、特にベニズワイガニを発信していきたいと思っている。

委員

- 県の魚はシロエビ、ホタルイカ、ブリであり、3つとも取れるのは県内では射水市のみである。

委員

- その関係で、射水商品開発についてきらら梨や射水井、越のわたりがになどの販売について観光協会に問い合わせが多い。流通ルート、どこに行けば何が買えるのか、食べられるのかといったことが確保されているのかどうかといったものがしっかりしているものをブランドとしないと逆にマイナスになるのではないか。流通マップがあるといい。

委員

- なんでもブランド商品の開発に補助を出せばいいというものではない。需要があるときに供給できないというのは恥。供給量の規定を決めてほしい。

会長

- 長続きしないものをブランドとして出すのはいけない。品質と供給量の確保ができていないものでなければならない。
- 市内、県内、全国それぞれをターゲットとした起点を持つべきではないか。そうし

なければ射水市のブランドは育たないと思う。全国発信した場合にいつでも出せるものでなければ、結局は恥をかくことになる。

事務局

- この戦略プラン制定の平成 23 年 24 年当時は「ブランド」という言葉が先行した時代。何でもかんでもブランドとして先行してしまったのではないか。市内、県内、全国それぞれをターゲットとしたブランドについて整理、見極めを行い、検討していきたい。

委員

- 委員がおっしゃった「ここでしか食べられない」「ここにしかない」というものは確かに「ブランド」とは異なるように思う。

委員

- 現在地域活性化のために映画のセット復元などを行っている。今年はタモリカップに始まり内川などベイエリアの注目度が上がっている。そのため、来年は多くの観光客が来ると予想される一方、宿泊地・滞在地がないという事態に陥る可能性が非常に高い。映画、ドラマの誘致で観光客が増えるのは自明の理であり、どのように観光客に対応していくのが課題になる。そこで、空き家、空き店舗の活用実績 0 ということが気になる。古民家再生等で店をやりたい人は多いと考えられる。全国募集などバックアップの体制を整え、観光客の止まり木を整えることが課題ではないか。

事務局

- 空き家対策について、確かに空き家は多いが、市や不動産が仲介すると問題点が多く話が円滑に進まない。空き家を観光客向けに利用する場合、それなりの整備をして、貸し出す形になると思われる。市としては空き家、移住定住など多くの問題を抱えており検討していきたい。

委員

- 定住ではなく止まり木としての空き家利用の視点の方が最重要ではないか。

委員

- 観光と移住定住は別に考えた方が良い。

事務局

- 空き家のオーナーにどの程度理解をいただけるか。オーナーは賃貸借より、売却を希望される方が多い。空き家対策についてはまた検討していきたい。

委員

- ベイエリアは注目度が高まっており、東西に整備がされているが、里山の東西の情報発信が弱いイメージを受ける。ただ、里山の情報発信については文化、情操教育、福祉などいくつか種はある。ベイエリアが注目される中で里山が取り残されていると感じる。

事務局

- 確かに観光の立場から言えば里山はベイエリアに比べて弱い。随所で匠の里、竹内源造記念館、大島絵本館などをPRするようにしているが、なにぶん観光要素が弱く、集客するところがまだ発見できていない。今後何とか発信していきたい。

会長

- 最近ネパールやベトナムの人が射水市の企業に 2 年から 3 年契約で職業研修に来ている。その人たちが訪ねてきて畑のへちまを食べたいという。東南アジアの人はへちまを食用としているので以前畑に招いて好きに採っていつてもらったことがある。こういったこともあるので里山でへちまだけでなく外国から来ている人（研修などで滞在している人）が利用しやすいような形にできないか。里山には竹炭などもあ

るので組み合わせて何か考えられないか。こういった外国人に発信できるようにしておけば、この人たちが射水の里山にはこんなものがあるとPRしてくれるのではないか。

部長

- 新幹線効果でタクシー利用が増加している。タクシー業界の中で「海に行きたい」という要望には新湊が候補として挙がるが、「山、里山へ行きたい」というと射水市は候補にならない。多くは富山や砺波の方へ行くと聞く。タクシー会社にもPRしていく必要があるのではないか。

委員

- 里山は体験型をキーワードに仕掛けるといいのではないか。

事務局

- 陶芸、鰻、農業など体験型を里山の核として検討したい。

委員

- 移住交流生活体験施設のような施設を増やせないか。体験には滞在する施設が必要になる。

事務局

- 観光目的の宿泊施設では旅行法に触れるおそれがあり、行政が主体となってしまうのは難しい。

委員

- 行政は入らず、地域の人や民間でそういった施設を立ち上げられればよい。そのうえで行政は施設のPRを行えばよい。

事務局

- 現在、国で旅館法の見直しを行っている。国の決定を見ながら考えていきたい。

◆資料2 ニューツーリズムの推進について

委員

- ニューツーリズムの掘り起こしについて、「おさんぽこすぎ」や「おさんぽしんみなと」など各種事業に取り組んでいると思うが、現在サイクリングルートはどのように動いているのか。川の駅、海王丸パークにはレンタサイクルがあるが、里山地区、小杉駅などでのレンタサイクルの実施、新湊エリアとの融合はできないか。また、県で湾岸サイクリングルートができておりサイクリングレース大会も行われているが他市や他の事業体と連携しながら拡充してはどうか。

事務局

- 「おさんぽしんみなと」のサイクリングルートは平成25年度に川の駅、観光船で行っているレンタサイクル事業促進を含め、ベイエリア東西を結ぶコースと内川周辺をめぐるコースをスマホアプリとして、GPSを利用しルート設定ができるよう県大と開発した。その後、湾岸サイクリングコースができたがこちらとの連携はできていない。来年には山間サイクルコースを県で整備すると聞く。それによりベイエリアと里山の2つの東西を通るルートができるので、そちらの方と連携できるような仕組みを作っていきたい。

委員

- 小杉駅でのレンタサイクルはできないか

事務局

- 議会の質問でもあったが、小杉駅のレンタサイクルについては、来年度、小杉駅での動態調査を行い検討していきたい。

会長

- 前向きに検討してほしい。

◆資料2 交通アクセスの整備について

委員

- 交通アクセスについて、万葉線の駅名改名という案があるが、どこの駅なのか。以前、高校生対象のガイド塾を開催した際、万葉線を利用して現地に来ていただいた。その際、学生から駅名（降車駅）がわかりにくいと指摘があった。例えば万葉線新町口駅の名前が「内川口駅」であればわかりやすいのではないかという意見があった。その当時の都市計画課の担当者が万葉線にかけあい、万葉線が実態調査を行ったところ、小学校の合併などにより地元の行客数が増加しているようだが、観光客の増加は見られないということで検討に当たらないという判断となり、駅名の変更に至らなかった。

事務局

- 確かに現在は内川の方が有名になっていると感じる。しかし、駅名変更は非常に難しいことなので、もう一度検討させてほしい。

会長

- 既成概念より現実に合った駅名に変更することが望ましい。来てほしいと言いながら、観光客がどこで降車すればいいのかわからないというのではいけない。

事務局

- 万葉線を愛する会等と相談し、庁舎移転などに合わせて検討していきたい。

◆その他

オブザーバーA

- 地域の人口が減っていく中で、各地域観光振興に乗り出しているが、いかに観光客をよび、滞在し、買い物することで地域にお金を落とし、そのお金が地域で循環できるようにすることが大事。特に今年はドラマ、映画、イベントで盛り上がったチャンス。訪れた人にたくさん食べていただき、買っていただく仕掛け作りがこれからも重点的に一緒にやっていく必要がある。
- 「何でもあります」ということは「何もない」と同義。まずはベイエリアを盛り上げ、シャワー効果で市内の他地域の観光振興、整備を行っていくのがまずは一緒にやっていくことではないかと思う。
- 射水市に来る観光客がどこから来るかという多くは富山市の宿泊地から来る。夜は新湊で海の幸を食べよう、小杉で山の幸を食べようというときに重要になるのが二次交通だと思うが、ぶりカニバスが走っているが、その搭乗率や着地型の観光バスツアーの支援が県にある。そういったものも利用してほしい。
- ホテル不足が叫ばれているが、実際の市内ホテルの稼働率、宿泊施設のネット登録はどうなっているのか等の実態を調査すべきである。
- ブランドは消費者にとって「憧れ」の象徴。外に出すのではなく、ここに来てもらえるようにしなければならない。

オブザーバーB

- 港湾・観光課の職員は少ない人数、予算でよくやっていると思う。しかし、戦術はすごいが全体の戦略、どういう風にまとめて進めていくのか、射水を知るためにどうすればいいのかという戦略が必要なのではないか。今のままではどこに重点を置いているのかわからない。各団体に気を遣うとどこかに焦点を合わせるの難しいので、この会組織内で焦点を決めていけばいいのではないか。そのうえでどうPRしていくかということになると思う。

- SNS での PR 効果は大きいので専任スタッフがいてもいいのではないか。
- 空き家利用については NPO のような団体を作っていくということも今後、射水の活性につながるのではないか。

副会長

- 戦略をたて、一過性のブームで終わらせない努力をしなければならない。

以上