

## 平成28年度 射水市観光・ブランド推進会議 会議録

日 時：平成29年2月17日（金） 午後1時30分～3時00分

場 所：大島分庁舎3階大会議室

### ■会議次第

1. 開 会
2. あいさつ
3. 議 事

(1) 射水市観光・ブランド戦略プランの状況について

資料1、資料2

(2) 今後の射水市観光・ブランド戦略プランについて

資料3

4. その他
5. 閉会

### ■議事録

#### ◆（1）射水市観光・ブランド戦略プランの状況について

##### 委員

- 資料2 2p. 魅力度ランキングの大幅な下降について。映画や全国的なイベントが多くあったにも関わらず下がっている。一因として『射水市』ではなく多くのメディアに『新湊』として出ていることがあるのではないかと。まずは『射水市』を前面にだして地区名は後ろに括弧書きでいいのではないかと。
- 映画「人生の約束」の公開以降、市の観光協会には問い合わせが増加している。しかし、「射水」を「いずみ」や他の名前と読み間違える人が多い。「新湊」の名前が強すぎて「射水」が埋もれてしまっているように感じる。観光協会としては外部へ提供する画像等に「射水市」を表記するよう条件づける予定である。

##### 事務局

- ランキングの結果については事務局でも詳細な分析ができていない。調査元に問い合わせたところ、前年は北陸新幹線の開業効果が大きく、今年はその反動で大きく下がったのではないかとという見解であった。また、今回調査対象の年代が変更されたことも一因と考えている。今後、上位市町村に並ぶため基本的な認知度を上げるよう努めたい。

##### 委員

- 資料2 5p. JAPAN ブランドについて。市民に浸透しているのか。まずは市民向けのPRを行うべきではないかと。地元の間が地元の商品を、自信を持って発信できるような体制作りが必要である。

##### 事務局

- 同意である。まずは市民向けのPRに努めていきたい。

委員

- 射水市の特産物は現地で食べるものが多く、土産となる商品が少ない。
- 商品自体も大事だが、容器も留意してほしい。バスツアーの客が海産物を購入したくても汁漏れなどの問題からバスにつめず購入をあきらめることがある。

事務局

- 商品開発に関する講習会の開催など、関係機関と相談しながら取り組んでいきたい。また、既存の射水ブランド商品等開発補助金等を活用し、今後の活動に活かしたい。

委員

- 射水市専用のブランドタグがあればいいのではないか。
- 商工会では射水市商工会ブランドとして商品を10個ほど持っている。また、去年は射水市の業者でアユ鮭を開発した。あまり難しく考えずともいいのではないか。

事務局

- ブランドの認証については選定方法や仕組み作り等、検討していきたい。

委員

- 資料2 6p. 食が楽しめる空間の整備について。来年度から商工会のHPで商工業問わず、空き店舗情報を照会できるようにする。ぜひ利用してほしい。

◆（2）今後の射水市観光・ブランド戦略プランについて資料3

委員

- 新たな魅力の創出について。拠点を絞ってそこだけをゆっくり散策するツアーに人気を集まっている。自治会単位でそういった活動ができないか。
- 最近、バスツアー客が観光ボランティアを毎日のように利用しているが、1時間等の短時間の観光が多くじっくり見ることができない。滞在時間を延ばす工夫をお願いしたい。
- バスツアーであれば1時間でも長い方である。来年度は全国規模のスポーツ大会が射水市で開催される。その参加者や関係者に対して事前PRや市内観光のミニツアーなどを行っていきたい。この協議会でも協力、検討してほしい。

事務局

- 大会等は多くの人に訪れていただくのは絶好の機会である。各関係機関と連携してPRしていきたい。

委員

- 他市では大学などの合宿に力を入れているところもある。射水市でもできないか。
- 大島絵本館を使って合宿できないか。

事務局

- 合宿や大会の誘致に対し、市でも補助金制度を持っているが、大きな実績はない。他市に宿泊し、射水市に観光に来る場合もある。今後PR方法等について検討していく。

◆その他

委員

- 現在、市観光課、観光協会などの機関が分散している。旧新湊庁舎の跡地は、交通ターミナルと複合交流施設が入ると聞いている。来年度には具体的な計画を立てていくが、そこに、市観光課、観光協会といった観光情報の発信拠点を集約させるよう計画に盛り込むべきではないか。

オブザーバー

- 観光客の入込について。数も大事であるが、観光客がいくら使っているかも大事である。観光とは連携が非常に大事である。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のか、県としても首都圏でのPRを継続していく。今後も一緒に頑張っていきたい。
- 県全体で言えば海外の観光客が増えている。特に日本の四季や、私たちが普段何気なく見ている日常の景色を喜ぶ傾向にある。
- 新湊きつときと市場へ訪れる外国人旅行者はレンタカー利用者が多いという報告を受けている。そういった客層をもっと取り込む工夫が必要である。
- ブランドの構築は非常に難しい。何でもアリではブランドにならない。射水市はブランドの3本柱として「食・水・祭」を挙げているが、もっと絞り込んで具体的に検討してほしい。

以上