

ID28:外国人観光客による口コミ情報発信の促進、ファムツア－(観光戦略課)

「データを把握・分析し、戦略的に取り組みを実施」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
28-11	観光客(外国人、日本人問わず)が鳥取に来るときにどんな目的で来ているのかをきちんと把握(調査)して取り組みをした方がいいと思う。	観光庁が主要空港でアンケート調査を行っており、その項目に「今回の旅行でしたこと」と「次回の旅行でしたいこと」というのを聞いています。平成28年7～9月調査の結果、「今回したこと」の上位は「日本食を食べること」、「シヨッピング」、「繁華街の街歩き」、「自然・景勝地観光」という順に回答が多くなっています。一方「次回したいこと」の上位は「日本食を食べること」、「自然・景勝地観光」、「シヨッピング」、「温泉入浴」の順となっています。蟹や魚、温泉、自然など、鳥取には外国人観光客が求めているものが少なからずあると思われれます。
28-13	観光案内所でのタクシ－の受付はH27年度で12,000件ある。外国人観光客の何人が砂丘などに行ったかがわかからないとのことだったが、こういったところから情報収集することもできるのではないか。	タクシ－利用者の行先は国際観光客サポートセンターで集計しており、国籍別では台湾、韓国、香港の順、行先では鳥取砂丘、浦富海岸、白兎神社の順となっております。これをもとに個人観光客の動向を類推することは可能で、海外プロモーション時には参考になっているところです。一方で、宿泊や食事、入館を伴わない鳥取砂丘には立ち寄っている外国人観光客の実数や国籍などの動向が掴めていない状況です。
28-35	鳥根県が非常に細かな項目のデータを集計・公表している。鳥取市でも旅館組合などの協力を得ながらぜひ多くのデータを取って分析に使っていただきたい。	国際観光客サポートセンターにおいて、タクシ－利用者を中心にアンケート調査を実施するほか、宿泊施設への入込調査時に外国人観光客数のご報告をいただき、外国人観光客の動向把握を行っております。
28-37	サポートセンターのスタッフには単に観光地を案内するだけではなく、お客様のニーズ調査を行い、それを活かしてほしい。	1000円タクシ－の利用時には、サポートセンタースタッフがお客様のニーズを伺いながら3時間の周遊コースを設定、提案しているほか、利用終了時にはアンケート調査を行っております。こうしたデータを継続収集しながら、その結果を海外市場への効果的なプロモーションに繋げてまいります。
28-12	鳥取市の観光案内所の受付実績がH27年度で77,000人。そのうち16,000人くらいが外国人(サポートセンターの倍)。こと連携をして施策に取り組んでいった方がいいのでは。	観光案内所では英語対応も可能なため、外国人観光客のうち日本語と英語が話せる方については、案内所での情報提供を行っております。韓国語、中国語の対応を要する方や、周遊タクシ－の利用を希望する方については、サポートセンターへの案内を行っていただいております。また、連携した観光案内所を行っているところがあります。
28-31	外国人観光客サポートセンターでの統計データやお客様の声はどのように活用されているのか。	サポートセンターに来られたお客様のご意見などから、広報に力を入れる対象国を見直したり、サポートセンターで行ったサービスの反応を見て、海外でのプロモーションに活かすなどしております。

「観光客誘致の結果として実のある指標を設定」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
28-30	外国人観光客の宿泊者数のデータを県からコンスタントに提供してもらうことはできないか。またそれができれば指標としてとらえることができるのではないか。	これまで県からそのようなデータを定期的にもらうという仕組みはなかった。提供されたデータをどの時点で公表できるかというような課題もあると思うが検討してみます。また経済効果から言えば宿泊していただくことが最も効果的と思われるので、指標としても有効と考えられます。

(指標案)消費時間、宿泊数、開発した観光メニュー数

「その他」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
28-17	一時的な消費ばかりではなく、持続性のある経済効果に波及するよう観光を發掘。	現在行っている取り組みとして、外国人観光客を受け入れるための設備投資などの補助や、おもてなし講座の開催、ボランティアガイドの育成などがあります。また、観光客にはできるだけ滞在時間を長くすることで[宿泊]につなげ、質の良いサービス提供により[リピーター]となつていただだけるような取り組みが必要と考えています。そのため、体験型の商品開発を行っていくとともに、民間事業者が独自に行っている体験型サービス(着物の着付け、ハラクライダー、砂丘ヨカなど)を發掘・紹介しています。
28-18	自治体が住民の自発的な取り組みを引き出すような役割が必要。	地域の自発的な取り組みというのは、観光客を受け入れるという意味では非常に重要です。事業者だけでなく市民一人一人が自分のまちなの自慢を見つけて紹介できるようなになれば、おもてなしの機運もより一層高まっていくものと思われれます。
28-32	旅行関係の会社やパワーブロガーと言った委託先ではなく、一般のお客さんが積極的に宣伝してくれるような、「情報発信をしたら上乘せサービス」などが考えられないか。	現在のところそこまでの取り組みはしていませんが、今後検討していきたいと思ひます。
28-33	外国語メニューがあるなど、外国人対応ができるお店の情報などを積極的に案内するなどはできているか。	サポートセンターでは、お客様が何をされたいのか、食事が買ひ物か体験か、そういったニーズを聞き取つたうえで、お店やレポートを紹介しています。紹介するお店は、外国人対応に積極的なところを優先しています。
28-34	駅の観光案内所は、来られるお客さんの数に対しスタッフやスペースの問題からパンク状態にある。サポートセンターとの一体運営を検討していただきたい。	外国人観光客の入込数の増加に伴い、外国人スタッフ3名を配置している環日本海経済交流センターとの連携を強化するため、平成28年度より鳥取市観光コンベンション協会からセンターを所管する鳥取市国際経済發展協議会へと移管を行ったものです。案内所のスペースについては鳥取駅、観光コンベンション協会との協議により拡張を計画しております。

ID37: 農林水産物等の国内外への新規販路開拓、高値販売の輸出ルート確保(生産流通振興)

「地産地消の振興」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
37-6	地元企業には地元産の物を積極的に使って頂けるような働き掛けが必要。消費者のニーズに答えるために市場調査をする。	鳥取に誘致した企業(食品製造)に対し、新たな商品開発に使用する原材料をサンプル提供するなど、着実に実績を上げています。今後、地元企業や誘致企業に対し積極的に働き掛けていきます。また、6次化情報バンクの構築により、市場ニーズの把握と地元的一次産業者と二次・三次産業者とのマッチングを図っていきます。
37-11	販路拡大に力を入れてくれるけれど、県内での流通というものをもっと見直してほしい。(地元のを6次産業で製品化して、それが県内で消費されるような流れが出来たらいい。)	市内・県内の方に定着し、流通し続けるような商品ができることに期待して今後も6次化を後押しするような政策を継続していけたらと思います。 加工食品ではなく農産物という観点であれば、総合計画において、学校での米づくり体験などを通じた食育、地産地消の店の認定、食育アドバイザーの派遣などに取り組んでいます。このような地域内消費の拡大への取り組みは継続しつつ、行革大綱では県外への発信にも力を入れるべく取り上げたものです。

「取り組みの結果が分かりやすい成果指標の設定」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
37-8	ここで挙げられている大手企業等とのマッチング数という成果指標が分かりにくいので委員会で協議したい。	担当課および行財政改革課としては明確な指標と考えているが、今後市民委員会の意見を伺うこととします。
37-9	成果指標の目標が低いような気がします。	今後市民委員会の意見を伺いながら、適宜検討していきます。
37-13	成果指標には「大手企業とのマッチング数」とあるが、農産物を高く評価して契約してもらえることが重要で、大手だと大量に契約するからと安く買いたたかれてしまうと、疲弊されてしまい本意ではないと思う。なので単純に契約件数が多いからいいというのではないか。	指標見直しの必要性については今後も委員会で検討します。

指標案)地元業者がどれだけマッチングしたか、付加価値額(実際の儲け部分)

「観光と組み合わせた物販商品の開発」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
37-10	鳥取から関西へ野菜を運ぶのには運送費用の問題があるので、逆に関西から鳥取に来てお土産として野菜を買ってもらうような方向にも力を入れてはどうか。(大阪からはそんなに交通費もかからない。民泊などと組み合わせて安いプランが出来ればお客さんは増える)	関西から鳥取にきて野菜等を買う、食していただくことが一番の所得向上につながります。この例の最たるものとしては観光農園があげられます。果樹(梨、柿、びるべりー等)が一般的ですが、野菜で客を呼び込むためには農家民宿・農家レストランの整備や、道の駅での販売などを進めていく必要があります。6次産業化などの取り組みの支援の中で検討していきます。 なお、このご意見の基となった県外での農産物の販路拡大については、「鳥取市農産物等販路開拓支援事業費補助金」制度があり、農業者や関係団体の経費援助も行っていきます。

「農地の有効活用」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
37-12	休耕地を企業に売り込むなどして有効活用してもらいたい。	休耕地等、遊休農地を活用した企業の農業参入については、地権者や地元の受け入れ態勢が可能であれば、県内企業・県外企業を問わず積極的に誘致するよう努めているところです。ただ、営農の種類(ハウス栽培、土耕など)によって、水の条件やほ場条件などマッチングが容易ではない現状があります。
37-21	県外企業の農業参入に取り組まれている問題点というのがあれば教えていただきたい。	受け入れ側としては、参入企業を受け入れてくれるような地域性があるかどうかが最初のハードルとしてあります。また、遊休農地の多くは田んぼですが、そこを畑にしようとうとまた田んぼに戻すということが容易にできないので地権者が嫌がります。 参入側としては、その土地に合った作物、収益率の高い作物は何かということ、農業のノウハウ、つまり人材が安定的に確保できるかということです。

「特色のある商品開発・ブランド化」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
37-14	コスト面などから付加価値が高い商品作りを必要とする山間地域の農業者との結びつきを是非強めてほしい。	事例として、佐治で地元産の米を使っただぶろく作りを行っています。(どぶろく特区)
37-18	高値販売のためのブランド化の取り組みはどのようなことをしているのか。	県事業を活用して、各農家に海外向けの商談や市場調査、PRなどを行っています。国内向けには農産物の直売市を開いて「鳥取の〇〇」として販売しています。 今後よりブランド化を進めていくには、鳥取の地域性やストーリー性を押し出すようなPRの仕方が必要になってくると思います。

ID38: 魅力ある地元商品の開発、販売促進(経済・雇用戦略課)

「民間活力の向上」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
38-6	6次化バンクも、市が主体となるよりは民間の方がノウハウを持っていて、マッチングも上手くできるのではないか。	市が主導でシステム構築を行っていますが、金融機関、県の研究機関、商工会議所などの有識者をメンバーとしたシステム構築と農家等を支援するための「プロジェクトチーム」を設立し、効果的に実施するための検討を進めています。
38-8	行政はスキームを作ってコーディネートは民間に委ねるべきでは。	市は新商品開発の後押しをする補助制度を整備し、商工団体をはじめとするさまざまな支援機関と連携を図りながら事業を進めています。事業者に寄り添った実践的な支援は、実態として行政よりも支援機関が主体となり実施しています。

「6次化に取り組みやすい環境整備」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
38-7	県外には6次化のプランナーがいたりする。情報バンクで情報を集めるのも必要だが、6次化までの助言や支援をしてくれるプランナーがいてくれたらいい。	国段階での6次化サポートセンターによる専門家派遣、県段階でのサポートセンターによる専門家派遣が可能です。県段階は「鳥取県産業振興機構」内にサポートセンターがありますのでご相談ください。
38-13	日南町の道の駅には加工場が併設されていて、生産者が誰でもここで加工やパッケージをして販売までできるような仕組みができていた。このような仕組みだと設備投資も不要になり、6次産業化のハードルが下がると思われるので、このようなことも検討していただきたい。	生産、加工、販売まで行う6次産業化については現在でも様々な現場で取り組まれています。引き続き関係機関と連携を図りながら、効果的な取組を検討していきます。

※その他関連意見 「開発力も重要だが販売(PR)力が足りない」「開発から販売のアフターフォローまでがあると良い」

「分かりやすい成果指標の設定」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
38-11	目標の設定の見直しと実績主義による判断を導入したい。	平成28年度までに支援してきた実績は53件ですが、残念ながら現在販売されていないものもあります。そういった状況も踏まえ、指標として適当なものを市民委員の皆様の見解を踏まえながら検討いたします。

ID75: 砂像のまちとりの推進(鳥取砂丘・ジオパーク推進課)

「砂の美術館を核とした砂丘エリアおよび市全体での観光振興」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
75-1	砂の美術館の入館者は指標として挙がっているが、このように砂像のまちに力を入れてきた結果、経済波及効果というか、どのような効果(変化)が生まれてきたかが教えてほしい。	<p>《砂の美術館経済波及効果》</p> <p>平成25年度 133億6,000万円(入館者数555,355人)</p> <p>平成26年度 112億2,000万円(入館者数464,377人)</p> <p>平成27年度 119億3,000万円(入館者数479,117人)</p> <p>※平成27年度第8期展示アンケート結果から、来場者の95.4%が砂の美術館の印象は良いという高い評価をいただいたとともに、88.2%を県外者が占め、また62.2%が宿泊され、砂の美術館が地域経済の活性化や滞在型観光の充実に大きく貢献することができたと考えています。</p>
75-2	砂の美術館だけでなく砂丘周辺さらには鳥取市内の宿泊者数などエリアでの経済波及効果というものを見積もっていく必要があるかと思う。	<p>上述のとおり、砂の美術館にお越しいただき、市内の飲食、お土産施設や宿泊施設で経済活動をされた方を対象に経済効果を算出しております。</p> <p>※算出方法は鳥取県が示す計算手法に基づく</p>
75-8	催し物を変えて観光人口を増やす工夫をされてはいるが、施設内に観光客がとどまりたくなくなるようなものがないのではないか。	<p>プロジェクトセッションマッピングなどのイベントのほか、砂像製作体験コーナーや鳥取砂丘を望む展望設備などを整備しています。</p>
75-10	トワイライトエクスプレス瑞風が運行するが地域資源を活かした戦略はあるか。	<p>鳥取駅に降り立っていただいたあとのコースとして、砂の美術館のほか、仁風閣やたくみ割烹店なども指定される予定です。</p>
75-11	経済波及効果が算出されているが、既存の宿泊施設や飲食店への効果ではなく、砂像や砂の美術館の直接的経済効果というの把握しているか。	<p>お土産の購入額は概ね拾っています。それによると一人当たり4,000円～5,000円程度のことゆいがあります。</p>

「砂像文化の定着」

No	各委員からの質問・意見	回答・説明
75-6	経済効果がどの程度なのか、地域の住民の盛り上がりもかけている。判断しにくい。	<p>経済効果についてはNo. 75-1を参照してください。市民の盛り上がりという点については、小学校の授業の教一環として砂像製作を行ったり、鳥取空港職員による砂像作成展示でのお出迎えなどが行われていますし、現在検討中の砂像選手中の砂像選手権などのイベント実施により鳥取砂丘や砂像への機運が高まっていくものと考えています。</p>

※その他関連意見 「PRIにもう少し力を入れてほしい」