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

No	各委員からの質問・意見	区分	回答・説明
28-1	Facebookで広報しているとあるがどのような内容か？（鳥取市の自然や食べ物などの魅力が分かりやすくなっているか。）	質問	Facebookの内容は、国際観光客サポートセンターの外国人スタッフ（英語2名、韓国語1名、中国語1名）その都度鳥取市や東部圏域の出来事などをアップしています。（観光地やグルメなどを観光ガイドのように紹介するような作りにはしていない。）
28-2	外国人へのツアーとしてグリーンツーリズムなどは取り入れているか？（鳥取ならではの梨狩りや地引網、サイクリングなど）	質問	ファムツアーは来られる方のオーダーに応じてプランを組み立てるので、要望があるときは取り入れています。 過去には佐治でリンゴ狩りをしたり、用瀬で桟俵を作ったり、サンドボードやシャワークライミングをしたことがあります。
28-3	外国人向けのショップなどは展開されているか？（鳥取に来た記念になるグッズが少ないのでは）	質問	外国人向けショップを出店するような事業はありません。（この事業は主に外国人観光客へ鳥取市を含む鳥取県東部や山陰をPRするようなもの。）
28-4	円高の影響への対策は何かあるのか？	質問	『円高』という現象のみを捉えての対策というものはありません。 観光振興のための取り組みは現行のものを継続していく形となります。
28-5	国際観光客サポートセンターではパンフレットなどは配布していると思うが、鳥取の観光地を映像で流すようなものもあると、より目を引くと思う。センター内にそのようなものはある？	質問	本市の観光地を外国語で紹介する映像をDVD化しており、常時上映はしておりませんが、パソコンでご覧いただくなどの方法で活用しております。
28-6	行財政改革ということなので、やはり財源という視点で考えないといけない。指標としては『窓口外国人客数』としているが、実際いくらもうかったのか。	質問	観光庁の宿泊統計調査によると、平成28年1月～9月の本市の外国人観光客延べ宿泊数は約12,000泊で、前年同期の約3倍となっています。（観光庁の平成28年7～9月統計によると、外国人観光客の１泊あたりに支払う宿泊料金は7,189円で、ここから推計すると約86,268,000円） なお旅行中に支出する費用は、鳥取県内の宿泊数の多い国籍順に韓国67,937円、台湾119,921円、香港147,127円、中国227,821円、全国籍平均155,133円となっています。
28-7	外国人観光客サポートセンターで、お客さんは何を相談されているのか？	質問	外国人周遊タクシーの利用者は、まずセンターで職員から観光情報の提供を受けながら3時間以内の周遊コースを設定します。設定後にセンター職員からドライバーにコースを伝えて運行開始となります。この利用相談がサポートセンターに来られる方の約半数です。 タクシー利用者以外については、周辺観光地や宿泊、食事、交通手段などの情報を外国語（英語、中国語、韓国語）で案内しております。（案内所では英語対応のみなのでそれ以外がサポセンに流れている面もある。）
28-8	DMOや県とどのような関係で鳥取市の施策を行っているのかがここでは見えてこないので、わかるような資料をいただきたい。	**要望**	鳥取・島根両県にまたがる山陰DMO“山陰インバウンド機構”が広域周遊ルート「縁の道～山陰～ Route Romantique San' in」を設定、山陰両県を12のエリアに分けてイメージ戦略や情報発信を実施しており、各市町村では受入環境整備や個別観光地への誘致活動を行っております。（別添） ※DMO：観光地域づくりを行う法人。山陰DMOは山陰ブランドの確立、海外向けプロモーション、海外メディアの窓口などを担っています。
28-9	国際観光客サポートセンターの月別、国籍別等の内訳が示された利用者実績の資料がほしい。	**要望**	別紙資料
28-10	細施策名のところに「広域観光の推進と外国人環境客の誘客」とあるが、ここでは外国人観光客のことしか挙げられていない。 旅行客が落とすお金を考えると外国人は全体の1割程度。パイの大きい国内旅行客に目を向ける方が効果的ではないか？	意見	「広域観光の推進」という分野については、ID4で『鳥取砂丘・いなば温泉郷を核とした地域ブランドの確立』という取り組みを行っています。そのため細施策名との若干のずれが生じております。 鳥取市全体でどのような取り組みをしているかということを鳥取市総合計画で見てみると、≪新しい賑わいのあるまち≫を目標とし、そのための政策として≪地域資源を活かしたまちづくり≫を掲げています。この政策の具体的取り組みとして、さまざまな観光振興事業を行っています。外国人観光客に焦点を当てた事業はそのうちの一つです。行革大綱ではこれまでも行ってきた観光行政事業は継続しつつ、日本全体で増加傾向にある外国人観光客対応により力を入れようと実施計画（評価シート）に加えたものです。
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。	意見	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”、“ショッピング”、“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”、“ショッピング”、“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）。ここと連携をして施策に取り組んでいった方がよいのでは。	意見	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、周遊タクシー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、連携した観光案内を行っているところです。
28-13	観光案内所でのタクシーの受付は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。	意見	タクシー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しているところです。 一方で、宿泊や食事、入館を伴わないが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。
28-14	現地に来て相談してどこに行こうかなんて考える人よりも事前に情報収集して調べてくる人の方が多いはずなので、情報発信に力を入れるべきだと思う。	意見	外国人観光客は日本に来た際に、鳥取だけで過ごすのではなく国内の他の地域にも行くことが多いため、日本国内の観光情報をまとめて調べることができるアプリ「DIG JAPAN」に、鳥取周辺エリア（西は青谷、東は香美町、南は智頭町あたりまでをカバー）を追加しました。
28-15	事業内容と成果指標がリンクしていない気がします。	意見	広域観光グランドデザインの策定に併せ、取り組み内容や成果指標についても検討していきます。
28-16	グローバル社会を視野に入れ機運を高めるためにも発信方法に検討の余地がある。	意見	日本国内の観光情報が調べられるDIGJAPANというスマートフォンアプリに鳥取地域を掲載するなどの取り組みも行っています。
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な観光を発掘。	意見	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]となっていた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、パラグライダー、砂丘ヨガなど）を発掘・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。	意見	地域の自発的な取り組みというは、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の自慢を見つけ紹介できるようになれば、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）

No	各委員からの質問・意見	区分	回答・説明
37-1	外国への販路開拓には取り組んでいるのか？	質問	市が直接海外への販売ルートを開拓することはしていませんが、海外輸出をするために必要な認証を取得する支援をおこなっています。 輸出そのものは、商談会に来られた企業を通じて間接的な実現を期待しているところです。 ID38では鳥取県などが開催する海外での商談会に参加するなどして売り込みを行っています。
37-2	「新規販路開拓」だとか「高値輸出ルートの確保」とあるが、これを行政自身が行うのではなく、どこか他のところでできないか？	質問	行政単独での新規販路開拓などは非効率であり、JETROや商工会議所、金融機関等と連携した企業情報の共有による営業活動や支援を行っているところです。
37-3	この事業は農協がしていることとどう違うのか教えてほしい。	質問	JAいなばとして、独自に営業をかけ、直販に力を入れている品目はありますが、販売は全農に頼っている（委託販売）現状もあります。行政は、独自に販路開拓などを行うの大規模農家や小規模農家の支援を行っているところです。これまでも実施してきましたが、JAと連携した販路開拓はロット面等で効果的であり、引き続き協力しながら販路開拓を実施していきたいと考えています。
37-4	農業への企業参入などを考えた時に田畑の飛び地の問題に突き当たる。これについては農地中間整理機構という組織がその仲介の役割を担っているはずだが、ここの仲介できた実績がわかれば教えてほしい。	質問	H28.3.31現在 　農地の出し手面積　76.7haに対し、集積された50.8haの農地が農地中間管理機構を介して転貸済み
37-5	企業参入や契約農家などを進めていくには市の農業委員会の役割が重要であると思うが、ここの方針がどうなっているかを聞きたい。	質問	農地中間管理事業は、市・市農業委員会・農地中間管理機構（県担い手育成機構）・JAが連携して実施しており、遊休農地や農地集積の情報を共有しています。 これらの情報と、企業の営農ニーズ等とのマッチングを図っているところです。
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。	質問	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。今後も、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の一次産業者と二次・三次産業者とのマッチングを図っていきます。
37-7	成果指標の根拠はなにか？	質問	平成27年度に市民委員会より目標値についてご指摘があり、上方修正したものです。
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。	要望	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。	意見	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。
37-10	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い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）	意見	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、びる一ベリー等）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推進してく必要があると考えています。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ます。
37-11	販路拡大に力を入れているけれど、県内での流通というものをもっと見直してほしい。（地元のものを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。）	意見	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いえば、総合計画において、学校での米づくり体験などを通した食育、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。
37-12	休耕田を企業に売り込むなどして有効活用してもらいたい。	意見	休耕田等、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。
37-13	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のではないか。	意見	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。
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。	意見	事例として、佐治で地元産の米を使ったどぶろく作りを行っています。（どぶろく特区）

ID38：魅力ある地元商品の開発、販売促進（経済・雇用戦略課）

No	各委員からの質問・意見	区分	回答・説明
38-1	要綱では地産地消を条件としているのか？	質問	要綱上絶対条件としては記載しておらず、原材料の安定供給が見込めないなどの理由で県外産品を使用することも考えられますが、審査員は地産地消といったあたりも考慮には含められています。
38-2	新商品に取り組む事業者が4社、2社…と挙がっているが、これはどのような企業か？（社名を出すのが難しければ分野だけでも）	質問	食品加工業者（スイーツ、お茶、お酒、調味料、魚介類加工品など多岐にわたる）が対象です。
38-3	製品の紹介、地場産業の活性、雇用増加につながるような、鳥取市の産業と県外の企業（若者）をマッチングさせるような交流会のようなものは開かれていないか？	質問	「伝統工芸等後継者育成支援事業補助金」の制度を設け、伝統工芸等の継承を目的に研修を受けたい人と、その者を受け入れる者に対する費用助成を行っています。 助成までの流れとしては、受け入れ者からの問い合わせに対しこの制度を紹介し活用してもらっています。
38-4	大学の研究成果を企業化するようなサポート整備面はどうか。（若い世代の主体性）、企業が積極的に参加することにより、企画力・マーケティング・ノウハウが計れるので戦力の強化が必要。	質問	学術研究機関との連携を条件とした新製品開発や起業、事業設立に対する補助制度を設けサポートしています。
38-5	補助制度の資料がほしい。	**要望**	鳥取市食品加工産業育成事業補助金交付要綱を提示。
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。	意見	市が主導でシステム構築を行っていきますが、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のための「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るところです。
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。	意見	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。
38-8	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。	意見	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。
38-9	6次化情報バンクの事業化については費用対効果をしっかり検証してほしい。	意見	主には精査流通振興室が担当しているが、先進地である宮崎県都城市などを参考に検討して取り組んでいきます。
38-10	パッケージ等のプロデュースを地元の芸術家を起用。	意見	新商品を考えておられる事業者は、補助を申請される時にはそういったパッケージ案も考えてこられる場合が多いです。もちろん事業者からそのような相談があれば紹介などはさせていただきます。
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。	意見	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意見を踏まえながら検討いたします。

ID75：砂像のまちとっとりの推進（鳥取砂丘・ジオパーク推進課）

No	各委員からの質問・意見	区分	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。	質問	≪砂の美術館経済波及効果≫ 平成25年度　133億6,000万円（入館者数555,355人） 平成26年度　112億2,000万円（入館者数464,377人） 平成27年度　119億3,000万円（入館者数479,117人） ※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くとともに、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。
75-2	砂の美術館だけでは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。	意見	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。 ※算出方法は鳥取県が示す計算手法に基づく
75-3	砂の美術館の収支決算が知りたい。	質問	≪砂の美術館収支≫ 平成25年度　入館料収入280,936,285円、支出200,133,590円（入館者数555,355人） 平成26年度　入館料収入229,726,724円、支出271,911,515円（入館者数464,377人） 平成27年度　入館料収入236,734,680円、支出231,157,438円（入館者数479,117人） ※平成26年度には、プロジェクションマッピングの追加開催や砂像用の砂購入、授乳室などの設備投資が発生しました。 ※支出については、ジオパーク推進課の歳出で砂の美術館関連経費を積み上げたもので、この他広報PR経費や施設整備に係る起債償還金等は含まれていません。
75-4	今は砂の美術館の収支はおそらく黒であると思うが、今後の見通しと計画（指定管理者をどうしていくかということも含めて）を教えてほしい。	質問	指定管理期間を砂の美術館の会期に合わせ公募することで、テーマに沿った砂像制作、運営管理までを一連の業務で実施することができ、競争性、公平性及び透明性を確保しながら施設の運営意欲の向上を図ります。（指定管理者選考にあたっては公募での募集を予定しています。） なお、来年度第10期展示については、今年度から開始される準備業務の連続性や短い指定管理期間での引継が困難であることを考慮し、会期終了までの10ヶ月間、現指定管理者への指名指定が望ましいと考えています。
75-5	砂像選手権の概要が分かるような資料があればもらいたい。	質問	現在当初予算査定の中で事業内容について精査を行っております。
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。	質問	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。
75-7	行政が主体となって取り組むべき事業か疑問。	質問	砂の美術館の運営やイベント企画などは指定管理者が主体となって実施しています。
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るようなものが足りないのではないか。	意見	プロジェク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。