

事例報告に関する質疑応答等

柳谷啓子 ありがとうございます。これで第1部のご登壇者は全員ご発表いただきました。質疑応答の時間に移りたいと思いますので、5人の方々に質問などありましたら、よろしくお願ひします。

末田智樹 歴史地理学科の末田です。高山市の永田課長、いろいろと貴重なご教示をありがとうございます。最後のところで、GSTC基準の中に落とし込もうとしているところなのですが、いろんな項目の中で、高山市の強い点と弱い点が現在見えてきていると思いますので、それぞれ何かありましたらご教示を願えますでしょうか。こういう点が基準以下で、また少し弱いところもあるみたいなことも、お話ししづらいかもしれませんが、ございましたらよろしくお願ひいたします。

永田友和 ありがとうございます。たくさん項目があるので、いろんな弱点があるなと思っはいるのですが、一つは、持続可能な観光を推進する担当職員がいるかどうかというところ。そこはいい状態なので、非常に弱みかなと思っはいます。あと、住民意識とのギャップというところもあります。住民との観光に関する思いのギャップがあると思っはうので、そういったところは埋めなくてはいいけない弱点だと思っはいます。

一方、既にできていることも結構多くて、私どもの強みとしては、歴史的な風土を魅力と感っはいただき、技術などを継続しようとしてる方が非常に多いので、そういったところは強みだと思っはしております。あと、フードバリアフリーという部分で、イスラム系のムスリムの方に対しての食の取り組みを進めてみえる方とか、ユダヤ人に対するコーシャですとか、あるいはヴィーガンといった方への対応をしようとしてる方が市内事業者として結構多くいて、そういった取り組みも強みの一つかなと思っはしております。

末田 ありがとうございます。住民意識のお話が出ましたが、住民意識のアンケートなどというものは、高山市であったとしても実施しにくいところがあったりするのでしょうか。それとも、観光地域ということであれば実施しやすいのでしょうか。差支えなければ教っはえていただけましたら幸いです。

永田(友) やらなければいいなというのが正直なところ。そういった調査を行っはいてないので、まだこれからなのだと思っはいますけれども、来年度に向けて、そういった意識調査のようなことができればいいなと思っはっている段階です。

末田 ありがとうございます。もう一点よろしいでしょうか。外国人観光客は、欧米系とアジア系の観光客がバランスよく、いろんなところから来ているというのが特徴かと思っはうのですけれども、またもう一つ年齢層を見てみますと、私が調査に行きましても、アジア系では、例えば子供とその両親というような感じの30～50代の方々が多く、それに対して欧米系は、これはびっくりしたのですが、若い人から70・80代といった幅広い層の方々が来られていると思っはいますが、まずはこの理解で間違いないかということをお教っはえいただきたいです。

それと、欧米系では70代以上の観光客が多く訪れていると感っはますが、何か要因があればお教っはえください。70代の方々が東山の寺院群あたりを巡るのは、むしろ大変だと思っはいます。

うのですが、多くの観光客が訪れていますので、そういった点についてご教示をいただけることがありましたらお願いしたいと思います。よろしく願いいたします。

永田(友) ありがとうございます。なぜなのだろうというのは、本人たちの気持ちなのでよくわからないところはあるのですけれども、ただ、日本人もそうですが、若者というよりは、ちょっと年齢層が高い方にとって、高山の魅力を感じていただける部分が多いのかなと僕自身は思っています。それまでに人生の中で培ってこられた歴史観とか、文化の違いとか、そういったものを比較していったときに、高山という土地に対して魅力を感じていただける方が多いのかなとは思っています。

あと、墓地を見るのが好きというところからいっても、生活に密着した部分で、われわれが普通に過ごしている、普通に考えているようなところに対して、つまり生活感というものに対して、魅力を感じるのではないかと考えております。そういったところも大きいのではないかと。それが感じられる年齢となると、高いところになってくるのではないかと考えております。

柳谷 なるほど。それは確かにありそうですね。ありがとうございました。ほかにはいかがでしょうか。

羽後静子 水野さんにお尋ねしたいのですが、先ほど高山では、住民の意識調査がまだこれからというお話がありました。水野さんは、春日井で市民の方々に調査をされたということですが、私は、実はそれがどう観光資源になるのか、あるいは観光の人を増やすための戦力になると考えていいのか、とっておりました。それを次の段階にどう活用されようとしているのか、狙いは何なのかというところを、もう一回伺いたいと思います。それと、高山の話は今お聞きになって、もし春日井にも参考になると感じられたことが何かあればお教えてください。

水野隆 ありがとうございます。調査、アンケートそのものは、先ほど申しましたように、住民の意識の感覚的な部分で地域資源を探すというところが、一番重要な点だろうと思います。ただ、春日井市の場合は、突出した地域資源がないものですから、それをソフトも含めてどう作っていくかというところが、一番のポイントになると思います。例えば、春日井三山という山々があるわけですから、この活用をどうするかということですね。ですから、むしろモノよりソフト、コトのほうが大事なのではないかと思えます。それには住民の意識というところが一番大事ですから、そこをきちっと形にして PR していくというのが、今後の戦略になると思います。とにかく 30 万人という人口と、あと、名古屋という大都会も控えていますので、ここを見据えながら、今後の戦略を考えていければと思います。

柳谷 ありがとうございます。モノよりソフト、コトという視点ならば、可能性が有りますね。ほかにはいかがでしょうか。zoom 参加の方々も、いかがでしょうか。

もしなければ、私から松本団女さんの一つ。お聞きしていいのかわからないのですけれども、多数の地歌舞伎保存会が活動している東濃地域一円で、10 団体の指導をなさっているということでしたが、そのほかの保存会はまた別の方が担当していらっしゃるという感じなのでしょうか。

松本団女 実は恵那市に中村高女さんという師匠さんがみえるのですけれども、後継ぎがいなくて大変困っているところです。それなりにお弟子さんといえますか、以前に習った方々が何とか残そうと試行錯誤しながらがんばっています。

柳谷 ありがとうございます。大体お二方でカバーしていらっしゃるということですね。それは大変ですね。ほかにいかがですか。

服部稜歩 稚内市について、ちょっと聞きたいことがあるのですが。

石橋 稚内市の方はもう zoom から退席されてしまったので、すみません。

柳谷 では、ご質問だけでも。

服部 いいですか。すみません。歴史地理学科 2 年の服部と申します。稚内市へ観光客として来られる方々は、50 代以上のちょっと高い年齢層の人が多くとおっしゃっていたのですが、表を見る限り、満足度とかは年齢層の低い人のほうが高そうな感じがしたのです。稚内市としては、もうちょっと若い人を呼びたいのかどうかということと、もし呼びたいのであれば、それに対して行っていることとかをもうちょっと知りたいなと思いました。

石橋豊之 ありがとうございます。私も稚内におりましたので、稚内市の牧野さんに代わってわかる範囲でお答えします。稚内市の場合、もともとバスツアーが多かったので、その関係で高齢者の観光客が多い傾向にあるのかと思います。ただ、さらに若い世代も、という話もあると思いますので、稚内市としてどう考えているのかについては、また伺っておきたいと思います。

柳谷 ありがとうございます。ほかにいかがでしょうか。

私からも稚内市の牧野さんに一つ、高山市さんは、インフルエンサーの活用というか、YouTube 動画を作ってもらったりとかいうことを結構していらっしゃるのですが、稚内はどうなのかなというのを聞きしたかったので、お願いします。

石橋 その点についても確認しておきますが、活用していないわけではありません。私はよく知らない方々だったのですけれども、一応海外のブロガーのような人たちを呼んでプロモーションをしたということが、過去の実績としてはあります。ただ、今どうしているのかについては、また改めて牧野さんに確認したいと思います。

柊和佑 私も稚内にいた折に、似たようなことを市に質問したことがあります。そのときには、市がやると若者は寄ってこないと言われました。自然発生的に行われるブロガーや YouTuber は受けるのですけれども、それを市が呼んで何かした途端に人が来なくなると言われ、どうしたらいいのかと聞かれて、どうしたらいいのですかねという話をしたことがあります。

柳谷 なるほど。確かにお役所に雇われて、というのはちょっと面白さが半減しますね。ほかにいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、ここで第 1 部を終えまして、5 分ほど休憩をとってから、プロジェクトリーダーの皆さんに 5 分ずつで活動報告をいただきます。よろしく願いいたします。

学生からの質問に対する回答が、後日、稚内市の観光交流課主査、牧野氏から送られてきたため、以下に記す。

質問 稚内の観光は50代、60代が多いということですが、満足度の高い若い世代を今後増やす等の方策は考えていますか。

牧野 今後の観光施策は若い世代（50代以下の現役世代）を増やす事業に全振りしたいと考えています。若い世代が求めるであろう、当地にきて何かを感じることができる体験型の観光が必要となります。それらの観光コンテンツを提供できる事業者やガイドの育成、観光コンテンツ自体の創造から始めなければいけないと考えています。発表でもお伝えしましたが、意欲のある若い事業者さんが数名おりますので、彼らに負担をかけない程度に支援することで、地域のプレーヤーとして自立していく手助けが必要だと思います。

なお、60代以降のリタイヤ組は団体旅行が多く、物見遊山が目的であるため、おそらく、何もしなくても勝手に来ていただけます。今は高齢者が多い稚内の観光入込の割合を、徐々に若い世代に移行していくことが持続性のある観光につながると思います。

質問 高山市の場合、観光PRにいわゆるインフルエンサーを活用していますが、稚内市でもそうした取り組みありますか。

牧野 インフルエンサーの活用は、プロモーションや広告出稿にあたります。新聞広告やテレビCM、ウェブ広告と同じくくりです。インフルエンサーは、スマホゲームでいうところの、操作キャラクターにバフをかけるようなイメージです。その瞬間は効果があるのですが、時限性のため、一定期間を置くとその効果はほぼなくなります。稚内市でもインフルエンサーは活用しており、例えば年末に一気に申し込みのあるふるさと納税などで活用しています。11月下旬から12月上旬のタイミングでインフルエンサーを登用し、Instagramなどでふるさと納税の返礼品を取り上げてもらうことで、一気に申し込み数を増やします。ただ、「通年」観光という面で活用する場合は、バフをかけるために常にインフルエンサーに一定の予算を突っ込んでいかなければなりません。予算の面が課題です。

また、現在の稚内市は、先述した通り、体験型の観光コンテンツの創造に力をいれようとしている段階です。インフルエンサーに取り上げてもらいたいコンテンツ自体が少ないという課題もあります。そのため、発表でもお話しした通り、まずは、稚内でしか体験できないコンテンツを創造すること（例えば、南極を彷彿とさせる極寒のテントサウナなど）や、発表でもお伝えしたような各自治体で一元化したHPをもつことで、必ず一つの情報源にたどり着くような仕組みを整える時期だという判断をしています。



質疑応答の様子



フロアの学生からも質問