

第8期 第11回 静岡市行財政改革推進審議会 会議録

1. 日 時 令和元年12月13日(金) 9:30~12:00

2. 場 所 静岡庁舎 新館9階 特別会議室

3. 出席者 【委員】

田形和幸会長、岩井泰次郎委員、植田眞委員、内山和俊委員、  
小泉祐一郎委員、小島孝仁委員、坂野真帆委員、杉山茂之委員、  
鈴木貴子委員、西尾真治委員

【行政】

岩田歴史文化課長、安本交通政策課長、堀池広報課参事、  
久保田観光・国際交流課課長補佐 他

〔事務局〕

大長総務局理事、初田総務課長、降矢行財政改革推進係長、金原主査 他

4. 会議内容

(1) 開 会

(2) 議 事

ア 「歴史・文化資源の連携と活用」による地域経済の活性化の実現に向けて

(3) 今後のスケジュール

(4) 閉 会

審議会内容は以下の会議録のとおり

田形和幸会長：早速議事に入る。前回、論点の内、ターゲットの設定や歴史・文化資源を活用したブランディングやネットワークの構築等について、皆様から様々な意見をいただいた。今回は、前回までの議論を整理した上で、残りのポイントについて議論を深めていきたい。まず、前回までの意見を整理した資料について事務局から説明をお願いしたい。

〈事務局から資料1の説明：略〉

〈観光・国際交流課から事業の説明：略〉

〈事務局から資料2の説明：略〉

田形和幸会長：今までの説明の中で意見や感想等はあるか。

小泉祐一郎委員：今日は5、6、7について議論するということでよいか。

田形和幸会長：そうだ。資料3の議論のポイント1、2、3と書かれている部分の検討だ。

前回までの議論として事務局でまとめていただいたものに対して何か質問等があれば。

観光案内所については私もどこにあるか分からなかった。例えばJRに頼んで、新幹線の改札を降りてすぐ、どこにあるのかが分かる形であればよいと思うのだが。

観光・国際交流課：今新幹線のJR改札口を降りた正面の所に観光案内所というサインはあるが、それ自体が分かりにくいということがある。

田形和幸会長：12/29～1/1以外は誰かが常駐されているということだ。1名以上英語対応可と書いてある。

岩井泰次郎委員：インバウンドの方、特に英語圏の方に対して、今ポケトークがものすごくよくできている。そういうものは活用しないのか。

観光・国際交流課：まだ1、2台を使い回している状況だが、定期的に導入するように計画している。

田形和幸会長：金額的にもそこまで高いものではない。私も海外に行く時、英語くらいであれば通じるが他の言語だと通じない。そういう時にあると非常に便利だ。

観光・国際交流課：各案内所に導入していくことを検討する。

小島孝仁委員：ちょうど昨日の夜、静岡駅の観光案内所の近くを通って、初めて観光案内所の正面を見た。昨日の夜、食事をするために街中に出ていたが、心配になるくらい人がいなかった。12月でこんなに人がいないのかということに非常に恐怖を覚えた。アソシアから静岡の街を見下ろしながら、光もなくて本当に暗いねと話した。振り返ってみれば20年前に静岡に来てから、新しく建った大きな建物はセノバと葵タワーくらいしかないという話をした。県外からセノバと葵タワーにわざわざ来るかというとなかなか来ないと思う。分かりやすく人を集められる全国に響くようなものが、この20年の中でもなかなかなかったのだということを感じた。今回色々な案が出ているが、これを一つ一つやっていっても、それをどこまで全国に発信できるものになるか。何か集中して、そこに投資をまとめて全国に響くようなものを行った方が、投資の効率もいいのではないかと考えている。

小泉祐一郎委員：前回、東海道の表示が道路に貼り付けられていて分かりやすいと言ったが、ああいう方式で静岡市は下を見てくださいますと言ったらどうか。看板については、既に色々な看板がたくさんあり、一生懸命やってもなかなか目立たないという問題がある。観光案内所についても、階段を降りる時には下を見るから、踊り場の所に「この上、観光案内」というように英語で表示を貼り付けるとか。下を見ると色々と案内があるというのは結構効果的なのではないか。そういう風に表記に特色を持たせる。静岡市は足もと表示に力を入れて、特色を出すというのも面白いかもしれない。

小島孝仁委員：観光案内所に来る方は年間どのくらいか。

観光・国際交流課：昨年度は11万4千人。南口は2万9千人。清水駅前には約3万6千人が来られた。

小島孝仁委員：年齢とか、何人で来るかとか、外国人とか、そういうデータは取られているか。

観光・国際交流課：そこまで細かくはないが、日別に毎日集計しているから、ある程度は取られている。

小島孝仁委員：そこから分析などはしているのか。例えば11万人はどんなジャンルの方が来ているかとか。

観光・国際交流課：まだ分析までは至っていない。

小泉祐一郎委員：以前、軽井沢や京都の観光案内所を一日ぶらっとして、誰が何を求めているのか観察したことがある。軽井沢は問い合わせが多い。どこも共通しているのは、マップが欲しいということだ。そんなに広域のマップではなく、近隣のマップだ。静岡の場合も分かりやすいものがあると思う。私が観光マップで一番優れていると思うのは、30年来内容が変わらないのだが、熱海の観光案内所の観光マップだ。今は印刷になったが、何十年前は手書きのA3一枚で、熱海を歩いて行ける範囲を一枚に書いたものだ。来た人全員に配って、経費も掛からないし、分かりやすい。立派な観光ガイドブックのようなものを作ってしまう場合もあるが、そこまでやらなくてもいい。京都なども、広げると一枚になる、ワンペーパーを折りたたんだものを作っている。金谷や島田の観光案内所だと、地元のことでなく、近隣の静岡や掛川などの情報案内になっている。次に行く所の情報だ。地元の案内ではなく他のマップを置いて、お互いに案内し合っている。

田形和幸会長：萩に行った時にシールを貼った。どこから来たかとか、年齢層に応じて丸いシールを貼っていく。観光客にやってもらおうということで楽かもしれない。マップは名古屋や京都に行っても旅行会社が渡してくれる。京都はやはり観光地だから、桜の時期はこういうマップ、紅葉の時期はここ、その辺がきちんとできているのかなと思った。資料2のような回遊イメージができているのだから、これを利用して、移動時間や方法まで入れて渡すだけでも違うかもしれない。

杉山茂之委員：先ほど小島委員がおっしゃった、目玉的なものというのは何かアイデアはあるのか。

小島孝仁委員：100億くらいかければ年間通して世界中から人が来るものが造れるのではないか。例えば、歴史文化博物館だけでなく、お堀の中に、不特定多数の方に寄ってみようと思われるようなものが100億くらいあればできると思う。同じ造るといっても、やはりデザインが重要だ。例えば避難タワーなどもデザイン次第では観光名所にできている。アイデアを話すと相当時間がかかるが、具体的には持っている。

杉山茂之委員：市街地整備課の案件で、南口の広場をどうするかという議論の中で市民の方々から色々な意見をいただいた。非常にスペースが大きい。あの辺をもう少し活用して何かできないか。博多や姫路などは駅前広場が優れていると言われている。博多は屋外ス

ペースでイベント広場になっている。私は宿泊にどうしてもこだわるが、そこで夜に屋台をやったり朝は朝市をやったりと、通過せずに留まってもらえるような方法を考えたい。お金が相当かかるのですぐにはできないと思うが、何か一つ目玉がないと弱い。

田形和幸会長：那須に行った時、市の条例で看板の色が決められていることに驚いた。セブンイレブンやファミリーマートなどの看板も茶系の色で全部統一されている。そういう形で、市が中心となって何か一つ指針を出すというのもいいと思う。小島委員が言われたように、市に100億を出せというのは無理だが、民間を活用することはできるのではないか。当金庫で、なぜ駿府城を造らないのかという議論をしたことがある。金庫で造ってもいいが、それだけのことをするのであれば、やはり民間だから自分たちのことをアピールしたい。寄付するから、その代わりに自分たちが造ったことを明確にアピールしてほしい。そして維持は市にお願いする。そういうことであれば、民間でも協力してくれるところは結構あるかもしれない。皆さんから御意見を出していただいたものを、市が中心となって、市に協力していただかなければならないだろうが、やろうと思えば何となく、統一性さえ持っていけばできるかもしれない。100億、200億といっても、静岡市の企業が本当にやろうと思って一つになれば、できる金額なのではないか。

小島孝仁委員：昨日、鳥羽商工会議所が用宗視察にいらっしゃった。2時間くらい用宗の説明をして、あの辺をぐるっと街歩きをした。鳥羽市は人口が1万8千人しかいない。名古屋から近鉄で大体1時間半くらい。伊勢から20、30分くらい。観光客は増えているかとお聞きしたら、鳥羽市はずっと長い間、伊勢神宮の7年に1度の建て替えがあり、観光客は伊勢神宮の建て替えの2、3年前から増えていき、建て替えの年がピークで、そこからまただんだん減っていく。その繰り返しで、ずっと同じくらいだと言っていた。だから何もしていなくて、ほとんど知恵がなくなっているとおっしゃっていた。鳥羽をGoogleマップで散策したが、とてもさびれてしまっている印象だった。それでも伊勢神宮があるからあれだけ観光客が来るが、でもそれは決して良いことではないと思った。ホテルも泊まりたいと思うホテルがない。非常に強力なものがあって、それに甘んじているとそうになってしまうという弊害もあると思う。そういうものがあるって、それをさらに活かしていきさえすれば非常に立派な観光地になるのではないかと感じた。

田形和幸会長：せっかく資源があるのだからうまく活用したいという話だと思う。

田形和幸会長：次に本日の議論に入る。議論のポイントについて事務局から説明をお願いしたい。

《事務局からポイント1の説明：略》

《広報課から事業の説明：略》

田形和幸会長：今の事業の説明やポイントの説明を踏まえて、御意見をいただきたい。

小泉祐一郎委員：学生達と千葉の色々な施設を調査する中で、その施設の方に観光客が増え

た要因として広報としては何が効果的かと聞くと、テレビ系は確かに効果的だが一過性で長続きしない。結構長期的に効いているのが動画だという。動画は繰り返しいつでも見ることができる。専ら動画関係からのアプローチでアピールし、長期的に伸びているという話だった。学生を連れて土日に色々なイベント調査に行くのだが、なかなかイベント情報をうまく調べることができない。夕方のテレビで今日はこんなイベントがあったと後から知ることがある。テレビ局には情報がうまく提供されているのかもしれないが、ネット上でなかなかうまく調べることができない。昔、県の方でネットに載せられる仕組みがあったような気がするが。

坂野真帆委員：市のホームページで民間からの投稿ができるシステムはなかったと思うが。

小泉祐一郎委員：民間の方がイベント情報を入れると自動的に表示できるようなシステムはないのか。

広報課：今、現在は静岡市のイベントカレンダーというものがあるが、それは静岡市のイベントを周知することが目的だ。民間の方がそちらに入れて周知を図ることはできない。

小泉祐一郎委員：市が入力するとなると市の責任問題になってしまう。観光協会もそこまで責任は持てないと思う。あくまでも載せた人が責任を取る形で、イベントを告知するようなものがあるといい。こんなに色々イベントがあるのに、それがうまく調べられないことを不思議に思っていた。

内山和俊委員：駿河区の「スルマガ」という情報サイトがあるが、駿河区役所が推進しているもので、駿河区内の自治会や地域で活動する団体などが登録すると、それぞれのイベント情報、人気スポットなどの情報を自ら入力し、情報発信できる仕組みになっている。

広報課：駿河区役所で作っているサイトだと思うが。市民活動のポータルサイト「ここからネット」のように、自治会や福祉団体の方がイベント情報を入力すると発信できるようなサイトを静岡市で持っている。ただ、イベントに関してはそういうシステムは現在ない。

植田真委員：「ここからネット」は色々なNPOや小さな団体が出せるということで我々もやっている。ただ、それが全部カバーできているかというとなかなかできていない。要するに自分たちが上げているだけだ。

小泉祐一郎委員：「静岡市 観光」「静岡市 イベント」などで検索するが、おそらくそれだとスルマガやここからネットにはなかなかたどり着かない。「静岡市 イベント」で検索すると、こういうのがあり、ここにさらに行ってくださいという案内ができるといい。市が一生懸命作らなくてもいいから、観光案内サイトにうまく誘導する仕組みがあるといい。

坂野真帆委員：比較的民間のイベントが掲載されているのはアットエスというイベント情報サイトだ。自発的に自分たちから情報提供しなければ載らない。何でもそうだ。私もお茶のイベントなどの情報が一元化するといいなと思っている。市でも「お茶のまち静岡市」という、本体とは別のページを持っていてSNSもやっている。連絡すると民間のものでもアップしてくれる。タイムラグはもちろんあるが、自分で載せなければならないが、そ

れさえもしないイベントもあるし、結構大きなイベントでも詳細が分かるのが開催まで一カ月を切ってからというものも多い。お茶のイベントは同じ時期に3つくらい集中する。それもあるのだったら、それにも行きたかったというのはよく聞く話だ。情報はとにかく一元化していないというのが現状だと思う。

小泉祐一郎委員：アットエスは載せているイベントが偏っていると思っていたが、投稿する人が偏っているからか。

坂野真帆委員：アットエスをいつも使っていて有効だと感じている方はいつでも載せるし、それを利用する経験がない方は利用しないということだ。

内山和俊委員：アットエスは、例えば用宗のイベントなどでもアットエスから掲載依頼が来る。こちらから写真や記事を提供すると、向こうで編集して載せてくれる。

坂野真帆委員：それは好待遇だ。アットエスもボリュームが欲しいのだろう。毎年、毎月決まっているイベントなどはそうするだろう。

内山和俊委員：毎年決まっているから、一カ月、二カ月前になると掲載依頼が来る。原稿を送ると掲載してくれる。

小泉祐一郎委員：一元化というのは難しいと思う。「静岡市 イベント」で検索した時にそこに行けるといい。アットエスは「静岡市 イベント」で検索して出てきたと思う。市外から呼び込むという時に、箱根や熱海に観光で来た人に静岡市の観光情報をどういう風に案内するか。個別具体の観光情報でPRするには限界がある。要はこのサイトを見てほしいとか、PR用のポスターがあって、あとはここにアクセスしてほしいという風に。そしてその場でアクセスすれば見られるような。せっかく、箱根や熱海には首都圏から人が来ているので、そうした人を呼び込む。箱根にある観光施設があり、その中に民間の喫茶があるが、その売りが掛川茶だ。そこへ行くと各テーブルに掛川茶のPRがある。掛川茶とタイアップして民衆でやっている。民間施設とうまく連携して、他の所に来ている観光客に静岡を案内するというように、お互いに案内し合えるといい。

田形和幸会長：観光協会から静岡のイベント情報につながっていくということはないのか。観光・国際交流課：観光協会が用意しているパンフレットにQRコードが付いていて飛ぶようにはなっているが、なかなか周知ができていない。

田形和幸会長：足立美術館に行った時に日本の庭園を紹介された。その中に浜松の摩訶耶寺という庭園が紹介されていた。足立美術館に行かなかつたら知らなかった。そういう風に箱根神社に行ったら浅間神社や富士宮大社の紹介があるといい。そういうネットワークをどうやって取るのかという問題はあるが。

坂野真帆委員：会長がおっしゃったように、例えば美術館や博物館であれば、協議会的なものがあって、割引クーポンを一緒に発行したりしている。箱根に行くと、エリアで言えば御殿場や近隣のものもそうだし、美術館同士のパンフレットが置いてあったりする。来る方は同じ興味を持って来るので、そういったところの連携は必要になると思う。

植田真委員：ちびまる子ちゃんやさくらももこさんは、静岡市にとっては非常にいいテーマ

だと思う。もっとお金をかけてもいいのではないか。エスパルスドリームプラザにもちょっとしたものがある。マンホールもいくつかやっている。全国的なもので、他の県から見てもさくらももこさんは有名だから、もう少し色々と考えてやってもいいような気がする。

広報課：ドリームプラザにあるちびまる子ちゃんランド、こちらはちびまる子ちゃん、静岡市の方は「静岡市はいいねえ」。イラストは違うが、同じさくらプロダクションから提供をいただいている。イベントなどでも、持っているグッズをお互いに交換して展示するというような連携を取っている。なかなか行政の予算の中で向こうに負けないような展示はできないが、今年8月のイベントも手弁当でやって手作り感が満載だったが、それはそれで良さがあったという意見もいただいた。来年はもう少しバージョンアップして多くの人に見ていただけるようにしていきたい。

植田真委員：島根の方ではゲゲゲの鬼太郎をやっている。あのくらい大きくやってもいいのではないか。

広報課：さくらさんのイラストは誰が見てもさくらさんの絵だと分かるものだ。老若男女問わず好かれているものだと思うので、これは本当にうちしかないものとして大事に、うまく活用していきたい。

小泉祐一郎委員：ゲゲゲの鬼太郎については、出身地ということで、著作権などの権利的なものを全部市に一次使用を認めている。民間のお化け屋敷などもフリーにしている。あそここのエリアであれば、水木さんはいいと言っている。芸能プロダクション的な著作権について、さくらさんの場合は事務所との関係で使用制限がかかっていると思うので、普通だとなかなか、今以上のことをやる許諾が得られないのではないか。

鈴木貴子委員：ちびまる子ちゃんの影響はアジアだけでなく中東まで広がっている。世界的にちびまる子ちゃんは認知度が高い。その反面、プロダクションとの関係が大変だと思う。同じようなケース、著作権が難しくて著作権がない状況で町おこしをした例がある。カナダのウィニペグという街がある。そこはくまのプーさんのモデルとなる熊が実際にいた所だ。くまのプーさんはディズニーのものなので著作権の使用は非常に難しい。もし使うとしたらものすごい単位のお金がかかる。静岡市と同じくらいの規模、街としては成長していて人口も増えている街だが、ついこの前までは日本人観光客はほとんど行かない、地球の歩き方にも2、3ページしか紹介されていないような街だ。しかし、彼らは独自にくまのプーさんのモデルになった街ということでPRしていった。10年位前に人権博物館を建て、それが建築的にすごく良くて人を呼び込み、なおかつこの街はくまのプーさんがいた街ということで、絵葉書にはくまのプーさんの写真や絵は使っていないが、それを明らかに連想させるハチや花の絵を掲載し、お客さんに想像をかき立たせて、ここにくまのプーさんがいたということをつかせる。その街の動物園に行くと銅像があるが、もちろんくまのプーさんそのものではなく、子熊の銅像でそのモデルになっていることを連想させている。マニアックだが、そういう人たちが訪れる。実際にはくまのプーさんはいないが、

好きな人は想像しながら楽しむことができる。そういったように、全てをさくら先生の商品に任せるのではなく、もう少し来るお客様が想像できるような形で、著作権にあまり関係なくできるような形にするといい。あるいは清水のさくら先生が以前住んでいたエリアを、世田谷にあるサザエさんの街のように、行っても別にサザエさんがいるわけでもなく、実在した人でもないが、この街を歩けば何かサザエさんを感じられるような。そういう形で、あまりお金をかけずに散策することを楽しめる街にしていければいいのではないか。

先月と今月、県立大学の国際関係学部の先生から依頼され、インバウンドとおもてなしの英語、主に外客誘致の静岡の現状について講義をさせていただいた。その際に、静岡を紹介するプロモーションビデオをいくつか流した。いくつかはイメージビデオで大手広告代理店が入っていると思われる、すごくきれいな動画だった。それを見た学生の感想は、きれいだった、自分の知らない所も紹介されていて、まだ静岡にもこういうポテンシャルがあることが分かった、というものだった。それと同時に、それはきれいだが、行きたいかというそれはまた別の話だということだ。逆に、静岡の茶農家を外国人が訪問し、交流しているビデオを見せたが、そういうものの方が、そこに行ったら何が体験できて、どういふことを学び、感動が得られるかということが分かったという。そちらの方が見応えがあるし、行ってみたいという動機付けになるということだった。必ずしも有名タレントを使う必要はなくて、具体的に何ができるのか、何が楽しめるのかという情報を発信してほしいというのが大学生や留学生の感想だった。あとは、インスタ映えというものもある。インスタ映えする場所によっては、茶農家や一部の場所に関しては私有地だったりして、お茶を傷付けることにもなりかねないので、そこをどのようにコントロールしていくか。また、ティーツーリズムというのがあるが、これからの時期に茶農家に行っても何も体験できないからあまり楽しくない。その時期にどうするか。今の時期は富士山が見える。前回の話になるが、夏の時期には富士山は見えないが冬の時期はきれいに見える。年間を通して何が体験できるのかというのを分かりやすく発信していくのがいいと思う。

田形和幸会長：ここで5分ほど休憩する。

《休憩》

田形和幸会長：再開する。次に、「議論のポイント2 市に訪れた方へのアクセス情報の発信」について、事務局からポイントの説明をお願いする。

《事務局からポイント2の説明：略》

岩井泰次郎委員：バス、電車の公共の駅をマーク化してもらいたいと思う。首都圏などではメトロの丸ノ内線はMの何番というようにどの駅も記号化されている。記号で言えばど



の駅か分かる。ところが、登呂に行きたいのだがどこで降りたらいいのか、何線に乗ればいいのか分からない。その時に、静鉄さんなどの協力も必要だと思うが、TRの6番で降りてくださいというような形にしてあれば、日本人でもインバウンドでもとても分かりやすい。なおかつそれが1日券のようになっていればいい。バスの前にも同じような記号を表示する。それが首都圏のメトロマップのように色分けしてあり数字化してあると行きやすい。そして、こういう名称案内の右下に最寄りの路線をマークで記載する。

小島孝仁委員：もう一つ、呉服町通り、両替町通りなどの通りも番号化する。30年前に初めてニューヨークに行った時、アベニュー、ストリートが非常に分かりやすかった。

小泉祐一郎委員：しまなみ海道でサイクリングをする際、今治駅で降りてレンタサイクルを借りる。どうしたらしまなみ海道にたどり着けるか。車線が通常は白だが、青で案内されており、その青の車線を辿って行くとしまなみ海道にたどり着く。病院に行くと、外科はどちらに行けばいいか大体通路に案内されている。先程言ったように、静岡市は道路や路面、歩道に徹底的に力を入れるのはどうか。登呂遺跡のバス停を降りると確かに表示はある。しかし外から見た人はなかなか分からない。でも、バス停を降りたところの歩道に、左に曲がれば登呂遺跡があるというように、東海道のように路面に貼って案内されていれば安心して行けるのではないか。

坂野真帆委員：マップはどうしても簡略化される。まっすぐでない道もまっすぐに表示されたりする。現地の安心感がないのがすごく不案内だと思う。岩井委員がおっしゃったように記号になっていて、あるいは路面に表示されているなど、行ってみたら同じ記号がそこにあるという様に、現地とマップの整合性をしっかりと取っていくことが大切だ。マップの類も看板の類も多種多様に作ってあるので、ある程度統一する。今回は歴史文化資源というある程度テーマ性があるので、それについては文化財課も歴史文化課も教育委員会も色々なところが色々な表示をしているかと思う。そういったものが統一されて、どのエリアに行っても、歴史文化のものについてはこのような色、このような表示の仕方という様に統一され、それとマップが連動されるような形で情報発信していくのがいい。行ってみれば隣にあるから分かるだろうと思っても、初めて行った人にとっては右を向いていいのか左を向いていいのかも分からない。ツアーなどでお客様を案内する時によくそう感じる。そういうことも意識しながら取り組んでいただけるといいと思う。

内山和俊委員：いろいろな課が関係しているが、それぞれが競うようにそれぞれのマップを作っている。デザインも統一されていない。一つの統一したマップを作った方がいい。経費の節約にもなる。

田形和幸会長：これは絶対に地下鉄だということがすぐ分かる。そういうのが静岡市にも必要だ。

坂野真帆委員：海外の方でも色や記号や数字であれば、文字が読めなくてもそこに行くことができる。

西尾真治委員：観光 MaaS という話に関連してだが、MaaS (Mobility as a Service) は、ス

マホを使って検索して、予約をして決済まで、全てワンストップでできるサービスだ。今日、資料2をいただいたが、色々な資源のネットワークがあり、すごくいい資料だと思う。これを見て気になるのは、移動手段はどうなっているのか、それにどれだけ時間がかかって、料金がどれだけかかるのかということがセットにならないと、どこを回ろうかということがプランできない。しかし、これを紙で全部表現するのは無理だと思う。その時に、今観光 MaaS は国内でもどんどん実験が始まっていて需要がいくつかあるが、新潟市などでも観光資源を選んでそれを検索すると、その間をどういう交通手段で行けばいいのか、今の交通手段の検索アプリと同じような形でいくつかのパターンが提示され、それぞれ時間や料金が表示される。レンタカーが必要であれば MaaS で予約することができる。観光資源についても施設の予約や利用料金の支払いもできる。そういうものが実験ベースで始まっているから、そういうものを検討していくことも必要だと思う。比較的進んでいるのが伊豆半島の実験で、JR 東日本と東急がやっている。伊豆半島での観光 MaaS の場合は、スマホの中に周遊券というか、周遊券さえ買っておけば、交通手段は都度料金を払わなくても全て乗れる。施設もいくつかの施設が組み合わさってパッケージ化されていて、最初にスマホで支払いをしておけば、どの施設に入っても都度お金を払う必要がない。そういうところまでできている仕組みがある。そういったことを観点として入れていくことも重要だ。

田形和幸会長：他には何かあるか。次に議論のポイントの3 回遊しやすい交通アクセスについて、事務局から説明をお願いしたい。

#### 〈事務局から議論のポイント3について説明：略〉

小泉祐一郎委員：前回清水港の大型客船の話をした中で私が言いたかったのは、大型客船の場合は乗っている段階でどこに行くかが決まっていて、例えば富士宮の浅間大社などのコースが設定されている。その時に気になるのが、観光バスの乗降所や、観光バスの待機場所がないということだ。静岡県内の観光バスについては、日本平の舞台美術公園の駐車場に停めたりしている。観光バスで観光商品をやろうと思ったら、観光業者の人はどこで降ろしてどこで待機させるかを考える。清水港から来るという手段は商品化すればできるが、ではそのバスにどこで乗降させて、バスをどこで待機させるか。ここについては、今後、歴史文化施設ができる際にあらかじめ考えておく必要がある。

田形和幸会長：昔、静岡市内に回遊バスが走っていたが、市としての負担は大変だと思う。そういうものが民間を通してできないか。私たちの信用金庫が頼まれているのが、土日は駐車場が空いているから、それをサイクリングする人達のために利用させてもらえないかというものだ。自転車を立てて置く場所がほしいということで、そういう施設を駐車場の横に作って、県内くまなくサイクリングする人達を呼び込みたいという。琵琶湖を一周するピワイチというのがあるが、それと同じように富士一という形で富士山を一周した

り、静岡県内を回ってもらう時の拠点がほしいということだ。そういう形で民間も協力することは可能だと思っている。確かに乗降所、待機場所は必要だ。

岩井泰次郎委員：首都圏などでも軒先パーキングというのがある。自宅の駐車場の空き時間に時間貸しするというものだ。オーナーはお金が入るし、車が停まっていれば留守が分からないから都合もいい。市にプラットフォームを作ってもらい、バスが停まれるような場所は限られるから、そういう場所が毎日何台空いているということがスマホなどで見える化されていて、停めさせた人にも多少の収入が入り経済が回るような仕組みがあるといい。

田形和幸会長：今、街中で建物を壊すとほとんど駐車場になってしまうケースが多いが、需要はあるのか。

小島孝仁委員：需要はある。取り壊しが決まっている所で、次の建築までの間に半年でも期間があれば借りたいというコインパーキングのメーカーさんがよく営業に来る。投資家にとっても建物を建てるよりはコインパーキングにした方が投資的によい。年々そういう流れになっている。

田形和幸会長：静岡には今は浪漫バス以外はないのか。レンタサイクルも全部民間に任せているのか。

観光・国際交流課：観光自転車ネットワーク協議会という組織を組んで、するが企画観光局が事務局として取りまとめてレンタサイクル事業を行っている。

田形和幸会長：外国に行くと、そこまで乗って行って、またそこで空いている自転車があればそれに乗って行く。そういう風に乗捨てができるといいと思うが。

坂野真帆委員：6、7年前にレンタサイクルの社会実験をやっていたと思う。それがどうなったのかという話は時々出るが。

観光・国際交流課：今はまだ、借りた自転車は施設に返すようになっている。

交通政策課：シェアサイクルについて、静岡市は来年度早々からシェアサイクルを導入していく方向で、今、業者の選定にかかっている。静岡駅、草薙駅、清水駅周辺及び三保を重点エリアとして、まずは乗り捨て可能なシェアサイクル、いくつかのポートを用意して、当初はスタートアップの時は各々10カ所くらい、そこから移動できる範囲に30カ所くらい、そこからスタートさせる予定だ。

坂野真帆委員：自転車は全体で大体何台くらいか。

交通政策課：今、民間に募集をかけているところだが、スタートアップは100台から200台を想定している。

坂野真帆委員：どんなタイプの自転車か。

交通政策課：草薙エリアだと段差もあるようなところになるので、そういう箇所はアシスト付きタイプも有効だと考えられる。そこは、とった業者と市場を鑑みながら、どんな規模、どういったものに乗せるか、場合によってはアシスト付きも入ってくると思う。一般的には誰でも乗れる自転車が入ると思う。

坂野真帆委員：ママチャリタイプか。

交通政策課：ビジネスでも観光客でも利用できるとなると、そういう形になると思う。

坂野真帆委員：サイクリストのレンタルのようなものは考えられていないのか。

交通政策課：サイクリストの方は自分の自転車で山の中まで走っていく。静岡市は自転車の駅というものを民間とタイアップしていて、サイクリストの自転車はいかに軽量化していくかということで自転車にスタンドも何もない。静岡市の間伐材を使ってスタンドを用意して、民間の御協力をいただきながら、既にオクシズを含めて65カ所のスタンドを設置している。

坂野真帆委員：海外の方のサイクリストの交流事業などでやり取りをする中で、レンタルバイクがほしいという話があり、静岡市で整備するのであれば是非お借りしたいと思ったのだが。スポーツ系でも今イーバイクも新しいものがあるのでとても快適だ。例えば薩埵峠に登りたいという時は、強靱な方は自分で行くが、イーバイクがあれば一般の方でも行けると思う。

交通政策課：まずスタートアップはビジネス利用、あるいは生活でちょっとしたラストワンマイルの活用というところから始めるつもりだ。

坂野真帆委員：浪漫バスの話も出たが、周遊券のような1日ないし2日ゆっくり滞在して楽しむという方にとっては、日本はやはり交通がとても高い。浪漫バスは100円から200円に上がって、エリアが広がったとはいえ、一度降りるとポイントポイントでまた200円払うということになる。清水港まぐろきっぷのように、選択できる施設がいくつかあって、施設の入館料と静鉄の交通がセットになっているような。あまり割引率は良くないようだが。ポイントに行くというだけでなく、周遊したいという方に対しては、何かもう少しインセンティブがないとなかなか回ってもらえないのではないか。

岩井泰次郎委員：今、静鉄さんにあるような気がする。

坂野真帆委員：限られたバス停で、1日券のようなものはある。乗れる路線が決まっている。

鈴木貴子委員：梅ヶ島の方には行けない。

坂野真帆委員：路線バスが特に土日を中心に減っているから、なかなかそれで回るのも難しいのかもしれない。

事務局：静鉄の1日券は大人1,200円、子ども600円で、路線が決められている。その決められた路線が全部で40路線程度あり、その範囲内で使用できる。

田形和幸会長：この前24時間券のようなものはないかという意見があった。お昼頃に来て1日券を買っても、半日しかないからもったいない。翌日の昼まで使用できればいいが。路線が決められているのもどうなのか。その券を買って遠くの梅ヶ島に行く方が安くなり、観光ではなくそういう目的で使われることを静鉄は懸念しているのかもしれない。

岩井泰次郎委員：出た分は、割増分を払えばそのまま乗って行ける。

事務局：路線についてだが、市内の路線はほとんど全部使える。高速バスや遊覧バス、市外へ行くものは使えないが、先ほどの駿府浪漫バスなども使える。

田形和幸会長：知らないということは、うまく情報発信できていないのかもしれない。タクシー会社の協力も何かあるのか。観光地でタクシーを1日頼むといくらになるのかが分かれば安心なのだが。

坂野真帆委員：タクシー会社それぞれに観光タクシーを持っていて、どこどこを回って何時間でいくらという、通常のメーターや時間貸しとは別の料金設定をして運輸局に申請を出して許可されたものを販売している所はある。今、お茶については、タクシー協会さんと静岡市の茶業振興協議会さんと一緒に、お茶タクシーというコースを作って販売している。歴史をテーマにしたものを持っているタクシー会社もある。東海道五十三次宿場町タクシーとか、家康タクシーのような形で作っているところもある。

田形和幸会長：せっかく観光協会や案内所があるのであれば、そういう所で分かる方が安心して頼めると思う。

観光・国際交流課：観光案内所等では案内している。

小泉祐一郎委員：それが行ってからではなく、事前に分かるといい。一つはSNSなどでの情報発信だ。値段が一番気になるところだ。金谷のタクシーの運転手に観光客はどこに行くのか聞くと、金谷駅からタクシーに乗って2時間以内で牧之原茶園などの茶園を走ってほしいという依頼が多いという。そういうニーズをタクシーの運転手に聞くのが一番いいのではないか。運転手に聞くと金額も分かる。あとは、宿泊客が欲しい情報がホテルの方にもあるとPRしていただけていい。

田形和幸会長：おっしゃる通り来る前に分かった方がいい。タクシーやバスで、そういうルートがあって、いくらというのが分かって、何時に行けばいいのか、どこどこも見られるというのが必要かもしれない。

小泉祐一郎委員：本当はタクシー業界でやって、市や観光協会はそこからそちらに導くというか、そこで一つの情報として発信できるのではないか。

鈴木貴子委員：最近実験をやっていると思うが、タクシーの相乗りをうまく使う。特に観光施設であれば、駅から観光施設、観光施設から駅や他の場所に移動したいお客さんは何人もいると思う。通常の路線バスだと先ほどおっしゃったように土日は本数が少ない。離れた場所になると、A地点からB地点まで途中途中で止まっていくと時間がかかってしまう。限られた時間しかない外から来られたお客様にとっては、スムーズに行きたいが、静岡のタクシーは東京や京都に比べると初乗り料金がなくて敷居が高い。もちろん知らない人と乗るのは抵抗があると思うが、とりあえず駅や観光地にシェアライドの場所があって、そこに立っている人達がそんなに悪い人達ではないと分かれば、女性一人でも行けるのではないか。実際、私も急遽シェアしたことがある。海外で空港行きのバスを待っていた時に、何のアナウンスもなくバスが来ない、遅れてしまうと困っていた時に、同じ思いをしている他の数人のお客さんとタクシーをシェアして国際空港に移動したことがある。選択肢としてシェアライドできるタクシーがあると、誰もが利用しやすいし、来やすいと思う。なぜ顔が見える方がいいのかと言うと、静鉄がやっている相乗り実験で、特に

女性のお客さんが懸念するのが、知らないお客さんが自分の家の前に来られてしまうのが嫌だというコメントがあった。それを回避するには多くの人達がいる場所からの方が抵抗なく受け入れられるのかなと思う。実際に人が多く集まるエリア、例えば駅やバス停にシェアライドが可能なタクシーのスタンドがあるともっと広がっていくと思う。

田形和幸会長：最後に全体を通して意見はあるか。

小泉祐一郎委員：気仙沼に行くと、東日本大震災のことを紹介する施設があるが、とても自転車では行けない。自転車でまずここまで行ってください、そこにタクシーの営業所があり、そこに自転車が置けるから、そこからはタクシーに乗り換えて山を越えてくださいと案内している。そういう風に、他の交通手段もポイントポイントで、このポイントで乗り換える方法があるという情報を相互に提供し合えるといいかもしれない。

西尾真治委員：資源がたくさんあることをどうメリットとして活かすか。ネットワーク化というのが一つある。例えばスタンプラリーのような、たくさん回ってスタンプを集めていくと楽しいという、昔からあるものだ。最近新しい動きとして注目しているのは、フォトロゲイニングというイベントだ。スタンプラリーと似ているが、たくさんチェックポイントがあり、そこに行って写真を撮っていく。今はスマホで簡単に写真が撮れて証拠が残せる。自分で最適な回り方を判断して、決められた時間内でたくさんのチェックポイントの写真を撮ってきた人が勝ちというイベントだ。静岡でも駿河区で3年から4年くらい続けられていて、今年も300人くらい集まってリピーターもたくさんいると聞いている。今後、かなり広がっていくのではないかと思っている。多くの資源をうまく活かしてイベントも絡めながら考えていくのも一つのアイデアではないかと思っている。

田形和幸会長：イベントということでは、大道芸にしても静岡マラソンにしても結構人が来てくれる。せっかく来てくれるのであれば、メインはマラソンかもしれないが、ついでにどこかに行ってもらおう。そういうイベントを絡ませた何かも必要かもしれない。

坂野真帆委員：観光案内所の話に戻るが、掛川市の観光協会はコンコースの1ブースにビジターセンターがあるが、目立たない。コンコースの真ん中に人が一人座れるような、パンフレット置き場を作って、冬でも寒い中ストールを掛けながらスタッフの方が一人いる。それによってビジターセンターまで到達しなくてもいったんそこで話を聞いて、込み入った話であればビジターセンターまで誘導することができる。パンフレットが欲しいという人が一番多いとすれば、パンフレットタワーくらいでもJRに何とか置かせていただくとか、何かやはり目に付くようなことも必要だと思った。

小島孝仁委員：議論のポイント1、市外から人を呼び込むための情報の発信のところ、市外といっても県内もあれば、本州や北海道、海外もある。どこから呼ぶかで戦略も変わってくる。できるだけ遠くから呼び込めば、そこまでの間の人達は来ると思う。だからやはり、海外からどう呼ぶかに価値があると思う。最近、海外に旅行に行くと日本は色々なものが安いと感じる。先日の日経新聞にも記事が出ていて、ビックマックの値段だったり、ダイソーの値段だったり、日本では100円で買えるものが、フィリピンやタイだと200

円くらいする。5つ星ホテルの値段がロンドンだと50平米で37万だか39万円。これが日本の5つ星ホテルだと7万数千円。その位日本は今すごく安い。観光バスで呼び込むお客さんというのはお金をそんなに使わない。ある記事を読んで、世界のGDPで一番大きな産業がエネルギー産業で、その次が自動車だったのが、今は観光が2番目になっている。そのくらい観光は成長産業だ。その中で、観光客、特に外国や日本国内でもお金をたくさん使ってくれるお客さんをいかに呼び込むか。その中でコンテンツというものが大事だ。今日の日経新聞でソニーがピーターラビットのライセンスを買ったという記事があるが、そういう記事が最近非常に多いと思う。いかにコンテンツを使っていくかということだと思う。コンテンツは色々なジャンルがある。今私たち世代のベンチャー企業の中で、新しく事業を起業してやっている人達の中で、静岡だとガイヤフローのウイスキー工場をやっている人だったり、オリーブを作っている西村さんだったり、静岡発のクラフトビールのアオイビール、最近ではアメリカ人がウエストコーストブリューイングというビールを作っている。ああいうものは地元の人よりも海外や県外の人に受けたりする。そういうところを育てていくことも必要だと思う。私が今用宗でやっている日本色という古民家の宿は、最初から外国人と都会の富裕層を狙っている。その人たちがいかに注目するかというのをつぶさに見ながら、それを今後活かしていこうと思っている。外国人はどこに興味があるのか、東京のお金のある人たちは何に関心があるのか。そのような中で、静岡市は海外にいろいろな姉妹都市がある。そことのネットワークをうまく活用する。カンヌなどは世界的な観光地で、しかも地方都市であれだけ世界的な素晴らしい観光地だ。ああいうところから市の方を招く。1年や半年ここにいていただいて、その人たちがフランスから観光客を呼び込むとしたらどんなところを磨いていけばいいのか。逆にこちらから市の職員を送り込むとか。色々な海外の国とネットワークを作って、何が足りないのかをやっていく。そういうことも効果があるのではないか。ラグビーワールドカップ期間中、街中に欧米人が歩いていて、欧米人は日本人やアジア人の5倍、10倍くらい目立つと思った。あの人たちが歩いていてだけで観光都市になったという錯覚があったが、今は本当に寂しいと痛感している。やはり、欧米からどう呼べるかというのが本物の観光地になる鍵になると思っている。

鈴木貴子委員：私自身も5年くらい前から商工会議所の人や何人かの人達に欧米人をメインにインバウンド政策を打たないのかとか、もう少し事業をやらないかという話をしている。静岡の場合、空港があるということもあるかもしれないが、近隣諸国の人達をターゲットにしている。それが結局は大型観光バスでさっさと行くという状況にある。そうでなくても、残念ながら近隣諸国の方も若い方を含めて観光客はあまりお金を落とさない。一方で、データを見てみると、日本で1泊につき使う金額が多い国は、中国もそうだが、オーストラリアやイタリア、フランス、ドイツなどの欧米諸国だ。英語圏あるいは英語ができる国、英語でコミュニケーションが取れる国の方が、一人当たりの日本で使うお金の消費額が大きかった。ターゲットを絞り込み、なおかつそれに即したサービスをできるよう

にしていくことが重要だ。数年前にモナコの若い不動産業の社長から、日本の旅館に泊まりたいから、1泊数万円払ってもいいからいい宿を教えてくださいと相談があった。しかし東京や京都は嫌だと言う。その時は伊豆を紹介したのだが、東京や京都以外がいいというお客さんはかなりいるのが現状だ。そういう時にいかに静岡に呼び込むか。やはり新幹線で旅をしている人がほとんどだ。彼らは成田か羽田を拠点に来ている。静岡空港もあるが、これからますます羽田が充実していく中で、羽田から品川に行き、そしていかに静岡で降りてもらえるかを考える必要があるのではないかと。近隣諸国重視が非常に強いのが残念だったというのが今までの感じだ。もう少しマーケットを広げていく。そして、富裕層の人達に喜ばれるサービスを提供していく。そのコンテンツは十分持っているもので、あとはそれをいかに出していくか、それをストーリー付けするPRができればいいと思う。

田形和幸会長：週刊ダイヤモンドで新幹線の静岡の話があったが、リニアが走った場合、東海道の駅の中で注目ナンバーワンは静岡駅らしい。新幹線が静岡に停まる本数が増える。東京にしても名古屋にしても1時間という利便性もあり、注目されているということだ。御意見も尽きないと思うが、時間になったのでここで区切りとさせていただきます。本日の審議は以上となる。

静岡市行財政改革推進審議会

田形和幸