

平成29年12月5日

豊田市議会議長 三江弘海様

豊田スタジアムを生かしたまちづくり特別委員会

委員長 山口光岳



委員派遣実施報告書

本委員会は、下記のとおり委員派遣を実施しましたので、委員会条例第37条第1項の規定により提出します。

記

- 1 派遣期間 平成29年11月7日（火）～9日（木）
- 2 派遣先 及び内容
11月7日（火）…京都府京都市
／外国人受入環境整備の取組
11月8日（水）…兵庫県神戸市
／ラグビーワールドカップ2019の大会成功
及び大会を契機としたまちづくりの取組
11月9日（木）…福岡県福岡市
／ラグビーワールドカップ2019の大会成功
及び大会を契機としたまちづくりの取組
- 3 派遣委員 委員長 山口光岳
副委員長 古木吉昭
委員 作元志津夫 太田博康 深津眞一
田代研 杉本寛文 浅井保孝
吉野英國 水野博史 宮本剛志
- 4 報告書 視察報告書のとおり
- 5 その他 随行 鈴木祥宏、佐嶋晃

視察報告書【1】

委員会名	豊田スタジアムを生かしたまちづくり特別委員会	委員名	山口光岳
視察日時	平成29年11月7日（火）午後1時～午後2時30分		
視察先	京都府京都市		
視察内容	外国人受入環境整備の取組		
選定理由	本委員会の調査研究事項であるラグビーワールドカップ2019の開催会場である豊田スタジアムを生かし「来訪者を迎えるための環境整備」「大会期間中の交流、おもてなし」のための調査研究の参考とするため。		
本市議会の現状と課題	本委員会は、ラグビーワールドカップ2019の国内会場の一つである豊田スタジアムを生かし、本市として大会成功、広域スポーツ振興、地域活性化に寄与し、国際都市としての更なる飛躍、発展等を目指し調査・研究を行っている。スピード感を持ち効果的な施策、戦略の取組が求められる。		
視察概要	<p>京都観光の現状、外国人宿泊客数、地域別外国人宿泊客数、京都市の観光消費額、一人当たりの観光消費額、京都市への訪問動機について説明を受けた後、観光施策や観光振興計画などについて説明を受ける。</p> <p>1. 京都市の観光施策について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「観」「見」「視」「看」「診」。観光はショーではなく、人生観、世界観。 ・観光施策—都市政策の総和 安心・安全、危機管理、「人の育成」も含めたあらゆる分野を横断する総合施策として、異分野の人やものが相互に密接に融合・連携して取り組む。 <p>2. 京都市の観光振興計画</p> <p>(1) 京都観光振興計画2020(2014年10月策定) 観光都市の実現に向け、4つの柱を基に取組を推進。 (25施策・191事業)</p> <p>【4本柱】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①人づくり、まちづくり～おもてなし・やすらぎ・しつらえ～ ②魅力の向上、誘致手法～きらめき・いざない～ ③魅力の発信、コミュニケーション～ひびき、ひろがり～ ④MICE戦略～つどい～ <ul style="list-style-type: none"> ・目標 観光消費額：1兆円 外国人宿泊客数（実人数）：300万人 再来訪意向、紹介意向、京都のおもてなし度 「大変そう思う」の回答割合は80%以上 <p>3. 不満を解消し、満足を伸ばす</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎年「京都観光総合調査」において大規模なアンケート調査を実施 ⇒ 結果を施策に生かし、クレーム「ゼロ」を目指す。 住民にとって住みやすいまちであると共に、観光客にとっても満足度が高いまち。 		

4. 人づくり・まちづくり
- (1) 人材育成
 - ・京都観光の未来を支える担い手育成
 - ・京都市認定通訳ガイド
研修受講 現在3期生 一期受講生50名余 受講後、市の人材バンクに登録
 - (2) 買い物環境整備等
 - ・ムスリム礼拝スペース設置
 - ・免税店支援
 - ・VISAとの連携 クレジットカード仕様の表示が入り口にないので、京都で使用できるカードをVISAで作成。
 - (3) 交通
 - ・フォーリンフレンドリータクシー
荷物が二つ以上入ること、カード使用可能。
 - (4) コンテンツ
 - ・74の伝統産業 ・花灯路 ・新たな魅力創出
 - (5) 宿泊
 - ・上質な宿泊施設 ・旅館の魅力発信
 - (6) ハード整備
 - ・各種表示
観光案内所、Wi-Fi表示、景観を考慮した観光地トイレ。
5. 魅力の向上
- (1) 景観政策
 - ・かなり厳しく規制されており、最近は看板にも規制をかける。撤去は事業者が自己負担。
 - ・伝統産業・伝統文化の体験
 - (2) 新たな魅力の創出
 - ・温泉 ・レストランウインタースペシャル（2月のみ特別料金）
 - ・花灯路 ・京都国際マンガミュージアム
6. 魅力の発信
- (1) 発信～欧米・富裕層をターゲットとしているメディアを重視
 - ・13言語 website による情報発信
 - ・世界11か所の京都海外情報拠点
 - ・プロフェッショナルなメディアサポート体制の確立
 - (2) 海外出展～富裕層にターゲティングを絞った発信～
 - ・ITTMへの出展、ITTM Japan の京都開催
 - ・ATM (Arabian Travel Market)への出展
 - ・日本ラグジュアリートラベルアライアンスによる地域間連携
7. MICE戦略（京都で開催されるMICEの支援）
- 京都ブランドや都市格の向上、市民生活の活性化、高い経済効果が期待できると共に、京都観光の「質の向上」にも繋がることから積極的に取り組む。
8. 外国人急増による課題
- (1) 3つの集中の是正
 - ①時間帯の分散
 - ・朝観光、夜観光の推進
 - ②季節の分散
 - ・観光キャンペーンの実施、花灯路・京の七夕、京都レストランウ

	<p>インターナースペシャル、町と遺産・伝統文化・匠の技体験型ツアーアバウト</p> <p>③場所の分散</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域と事業者との連携 地域の人の声を聞きながら誘客 ・各エリアの主体的な取組支援 <p>(2) マナー問題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トリップアドバイザーとの連携で、リーフレットやポスターを作成し関西空港や施設等で配布。また、Web掲載やSNS等により世界中に拡散。 ・イラストでマナー向上を呼びかける高札を作成し、4か所に設置。 ・まち美化推進課（公衆トイレの所管部署）と連携して啓発ステッカーの作成。 ・民間のフリーペーパー等による啓発 <p>(3) 良質な宿泊施設の拡充と民泊適正化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅館・ホテル等拡充・誘致総合窓口 ・上質宿泊施設誘致制度 ・違法な「民泊」施設の適正化指導の強化、民泊新法に伴う条例の検討。
評価とその理由	<ul style="list-style-type: none"> ・観光の名所として、国内外特に外国からの観光客には人気度が高い京都であり、観光への取組みも十分と考えられる中で、観光客の質や層の変化により、特に外国からの観光客については、従来どおりでは対応しきれない状況がおきている。こうした新たな課題が出てきている中で、観光関係者だけでなく、市民を含めて、新たな展開がなされていることが参考となるところである。 ・外国人宿泊客数が5年前倒しで、また観光消費額が4年前倒しで目標を達成しているなど、各種施策の創意と努力が伺える。
本市に反映できること	<ul style="list-style-type: none"> ・観光はショーではなく、安心・安全、危機管理や人の育成など、異文化の人やものが相互に密接に融合・連携して取り組むことが必要である。 ・観光に関するアンケート調査を実施し、結果を施策に生かして、クレーム「ゼロ」を目指して取り組む。 ・従来の魅力の向上に加えて、新たな魅力を創り出す。 ・富裕層をターゲットにした情報発信に取り組む。 ・観光の経済効果が市民生活の向上に繋がるようにする。 ・言語、生活習慣などの違いから来る課題解決を工夫する。 ・多言語対応は、分かりやすいイラストなどを有効に活用する。
その他 (意見・課題など)	<ul style="list-style-type: none"> ・伝統的な文化、産業と共に、多くの歴史的な観光施設、観光地を持って、国内外から多くの観光客を迎えていた実績が、観光施策に生かされている。ただ、外国からの観光客の増加に伴い、新たな課題が生じていることも認識できた。 ・観光が、市民全体の生活向上に繋がっていくことは難しいが、大切なことではあると考える。

視察報告書【2】

委員会名	豊田スタジアムを生かしたまちづくり特別委員会	委員名	山口光岳
視察日時	平成29年11月8日（水）午前9時30分～午前11時00分		
視察先	兵庫県神戸市		
視察内容	ラグビーワールドカップ2019大会成功及び大会を契機としたまちづくりの取組		
選定理由	本委員会の調査研究事項であるラグビーワールドカップ2019の開催会場である豊田スタジアムを生かし「多くの来訪者を呼び込むための戦略」「来訪者を迎えるための環境整備」「大会期間中の交流、おもてなし」「大会を契機としたまちの魅力向上」「大会を契機とした効果、施策」のための調査研究の参考とするため。		
本市議会の現状と課題	本委員会は、ラグビーワールドカップ2019の国内会場の一つである豊田スタジアムを生かし、本市として大会成功、広域スポーツ振興、地域活性化に寄与し、国際都市としての更なる飛躍、発展等を目指し調査・研究を行っている。スピード感を持ち効果的な施策、戦略の取組が求められる。		
視察概要	<p>1. 神戸開催の成功とは</p> <ul style="list-style-type: none"> ・安全で円滑な試合開催 ・全試合を満席にする ※一番の課題 ・大会を通じたまちの活性化 ※一番大きな役割 ⇒神戸全体で万全の準備とおもてなし（神戸流おもてなし）＝市民も来訪者も「神戸で試合があってよかった」と感じてもらうこと <p>2. 平成29年度の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 各種基本計画 <ul style="list-style-type: none"> ・テロ対策等セキュリティの安全対策の基本計画、交通輸送基本計画、ホスピタリティ実施基本計画、ファンゾーン設置基本計画、ボランティアプログラム基本計画 (2) プロモーション活動 <ul style="list-style-type: none"> ・神戸市ネットモニターアンケート(2016.11調査) ・大会の盛り上がりを市民と共に醸成していく ・兵庫県ラグビーフットボール協会と連携した取組 ・神戸製鋼コベルコスティーラーズと連携した取組 ・神戸国際スポーツフェスタの実施 ・日本代表戦P.Vと出場国の食や文化の紹介イベント実施 ・大型イベント等でのPR活動 ・都市装飾のさらなる拡大 ・ホームページを活用した情報発信 (3) ラグビーの普及啓発 <ul style="list-style-type: none"> ・タグラグビー指導者養成研修会 ・神戸製鋼タグラグビー教室 (4) 事前チームキャンプ、公認チームキャンプ誘致活動 <ul style="list-style-type: none"> ・兵庫県・神戸市共同で応募申請 ・事前チームキャンプ地誘致活動 (5) ノエビアスタジアム神戸に新技術導入 <ul style="list-style-type: none"> ・ハイブリッド芝 ※6月～2018年2月頃 ・地温コントロールシステム ・グローライト ※LED 		

	<p>(6) ラグビーワールドカップ 2019 神戸開催推進委員会の設立 ・「準備委員会」から「推進委員会」へ（参画団体の拡充）</p> <p>3. 神戸流おもてなしの実現に向けて</p> <p>(1) ホスピタリティ計画</p> <p>①都市装飾計画 単なる装飾に留まらず、神戸のまちを具現化した神戸ならではの取組みを展開。</p> <p>②機運醸成計画 マイルストーンを考慮し話題を継続的に創出。都市装飾と連動し、相乗効果で機運を醸成。</p> <p>③おもてなし計画 神戸市民が一体となり、国際都市・神戸にふさわしいおもてなしを展開。</p> <p>(2) ボランティア計画 神戸が育んできたボランティアマインドや神戸マラソン等の知見・ノウハウを活かし、神戸のまち全体が一丸となり、様々なシーンで神戸市民が活躍できる仕組みを目指す。</p> <p>4. 未来の神戸のラグビー像</p> <p>①ラグビーを「みる」環境整備 ・地元トップリーグチームをホームタウンチームとして定着 ・ラグビー観戦をきっかけにスポーツツーリズムの確立</p> <p>②ラグビーを「ささえる」しくみの構築 ・スポーツボランティアの確立（他のスポーツとの連携） ・神戸らしい応援スタイルの定着（ラグビーにまつわるコラボ）</p> <p>③ラグビーを「する」環境の創出 ・ラグビーを生涯スポーツに（誰でも、どこでも、楽しめる） ・ヒーローの発掘（地元出身の身近な憧れの存在） ・養成環境の整備（選手だけでなくコーチ・レフリーも） ・各種団体との連携（ラグビーを始める・続けるプログラム）</p>
評価とその理由	<ul style="list-style-type: none"> 大会開催に向けての各種の基本計画が策定され、それを基にプロモーション活動として多様な取組みがなされ、実績もできている。 未来の神戸のラグビー像として、三つの視点から未来計画がしっかりと立てられていることも、大会を契機としての未来ビジョンを明確に示している。
本市に反映できること	<ul style="list-style-type: none"> ラグビーワールドカップ 2019 の成功にむけて、神戸市が「神戸流おもてなし」を掲げて取り組んでいるのと同様に、豊田市ならではの他の開催都市とは違った「豊田流おもてなし」を創出する。 大会の盛り上がりには、ファンゾーンの効果のある設置計画が必要である。 神戸市においては、都市装飾として、PR 動画放映、横断幕、バナーと各種の PR 活動が展開されており、小中学校のフェンスにも横断幕を張るなど、本市においても、機運醸成に更なる多様な活動を展開する。
その他 (意見・課題など)	<p>海・山・街とあり、観光地として従来から多くの観光客が訪れている神戸市であるだけに、それを活かした大会へ成功への計画、また計画に沿っての取組みが確実になされていることを感じた。</p> <p>また、そうした中でも 6 名と言う少ないスタッフと予算の中で、苦労感も伝わってきた。</p>

視察報告書【3】

委員会名	豊田スタジアムを生かしたまちづくり特別委員会	委員名	山口光岳
視察日時	平成29年11月9日（木）午前9時30分～午前11時00分		
視察先	福岡県福岡市		
視察内容	ラグビーワールドカップ2019大会成功及び大会を契機としたまちづくりの取組		
選定理由	本委員会の調査研究事項であるラグビーワールドカップ2019の開催会場である豊田スタジアムを生かし「多くの来訪者を呼び込むための戦略」「来訪者を迎えるための環境整備」「大会期間中の交流、おもてなし」「大会を契機としたまちの魅力向上」「大会を契機とした効果、施策」のための調査研究の参考とするため。		
本市議会の現状と課題	本委員会は、ラグビーワールドカップ2019の国内会場の一つである豊田スタジアムを生かし、本市として大会成功、広域スポーツ振興、地域活性化に寄与し、国際都市としての更なる飛躍、発展等を目指し調査・研究を行っている。スピード感を持ち効果的な施策、戦略の取組が求められる。		
視察概要	<p>1. 多くの来訪者を呼び込むための戦略</p> <ul style="list-style-type: none"> ・福岡での試合実施国について、県・市の観光部門と共同で現地プロモーションを実施し、試合日以外も滞在してもらう、県・市の魅力発信の取組。 ・大分県・熊本県とも連携し、観戦者に3県周遊のモデルツアーリー的なものを企画。JTBとも連携。 <p>2. 来訪者を迎えるための環境整備</p> <p>シティドレッシングやラッピングバスの運行等を市内中心部で行い、大会のワクワク感（お祭り感）を創出。公共交通機関の主要駅への案内表示の設置、案内ボランティアの配置等の検討。</p> <p>3. 大会ボランティアの整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ラグビーワールドカップ2019組織委員会のボランティア募集に併せて募集予定。現在、業務内容・配置箇所・人数など検討中。 ・ライオンズクラブ世界大会、福岡マラソン等のボランティア活用も検討中。 <p>4. 大会期間中の交流、おもてなし</p> <p>フランス・アメリカには姉妹都市があり、これまでの交流実績をベースにしたイベントの開催や交流事業に実施等を検討中。</p> <p>5. 大会を契機としたまちの魅力向上</p> <p>福岡での大規模スポーツ大会（2019年のラグビーワールドカップ、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2021年の世界水泳選手権が予定されており、大規模国際スポーツ大会の開催を通して、都市ブランド化の向上を図る考え。</p> <p>6. 大会を契機とした施策、効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民スポーツの振興を図ることはもちろん、都市ブランド力向上の面で大きな効果があると考え、今後のスポーツ大会、他のMICEの招致等に繋がること期待。また、地域経済の活性化も期待。 ・会場となるレベルファイブスタジアムの大型改修が実現し、最新の設備を有する球技専用スタジアムとして、新たな国際大会等の招致が可能となった。 		

評価と その理由	<ul style="list-style-type: none"> ・福岡県・大分県・熊本県と九州地方の3県で大会が開催されることで、スタジアムやその周辺に関わる大会への環境整備だけでなく、3県が連携して多くの来訪者を呼び込むための観戦者への対応も含めて幅広く検討がなされている方向性が確認できた。 ・大規模な国際大会が今まで開催され、また今後開催されることが決定していることもあり、それらの大会を契機として魅力ある福岡市のまちづくりの振興が伺える。 ・検討中のことであったが、多様なPR方法で来訪者を向かい入れる環境整備が行われる方向性が見られた。
本市に反映 できること	<ul style="list-style-type: none"> ・九州での大会開催県3県が連携して、観光業者と連携して観戦者対象に観光周遊のモデルコースを検討しているように、大会が開催される愛知県と静岡県が連携して業者と連携して、モデルコースを検討することも考えられる。その中には、トヨタ自動車（株）を必ず設定する。 ・大会に向けてのワクワク感を創出する各種PRを早期に、かつ継続的に実施する。
その他 (意見・課題 など)	<p>新たに検討されている活動内容があるものの、全国、また国際規模の大会等が開催されている、また今後開催が決定しているなど、おもてなしにしても、大会運営にしても従来の経験を生かしてラグビーワールドカップ2019に向けての検討が進行している感じを受けた。</p>