

平成25年度予算特別委員会速記録（第5号）

平成25年3月7日（木） 午後1時開会

場 所 第3・4委員会室

○委員長（うかい雅彦君） 休憩前に引き続き、委員会を再開いたします。

歳出第6款産業経済費の質疑を続行します。

初めに、錦織委員。

○委員（錦織淳二君） 産業経済費では、港区の観光振興事業におけるPR活動について、質問させていただきます。

産業振興課における観光情報発信の平成25年度予算額が3,638万7,000円になっていますが、区内には、最新の商業・観光施設や歴史的な神社仏閣、美術館をはじめとする文化芸術施設をはじめ、豊かな緑や水辺空間など多様な観光資源が集積しており、この豊富な観光資源を知恵を使ってうまく利用すれば、右肩下がりの時代に入った厳しい観光振興の活性化を図ることができるのではないかと考えております。

第2次港区観光振興ビジョンに、観光先端都市の実現とうたっていますが、区は国内外の観光客誘致作戦として、どのような具体的なPR戦略を立てられているのでしょうか。

○産業振興課長・経営支援担当課長兼務（武田文彦君） 観光は、旅行者の観光消費によるさまざまな産業への経済効果に加え、税収確保や雇用創出を図る上でも大きな効果が期待されます。このため、区では本年度からの6年間の計画期間とする第2次港区観光振興ビジョンに基づき、多様な観光資源が集積する港区の強みを生かした観光振興施策を展開しております。

具体的には、港区の観光の魅力を広く効果的に発信するため、観光情報誌や観光ホームページ等の多様な媒体を活用するとともに、今年度からは東京モノレール浜松町駅に観光インフォメーションセンターを開設しております。

来年度は、最新の情報通信技術を活用し、観光の魅力を効果的に発信する観光アプリケーションを開発するとともに、港区観光協会の観光ホームページの機能強化を図り、情報発信の取り組みを積極的に進めてまいります。

○委員（錦織淳二君） いろいろチャレンジしていらっしゃるようですが、費用対効果としてはどのような分析をされているのでしょうか。

○産業振興課長・経営支援担当課長兼務（武田文彦君） 第2次港区観光振興ビジョンの策定に際しては、第1次港区観光振興ビジョンの効果の検証を実施しております。具体的には、観光

客10%アップを掲げた目標値の達成度を検証するため、インターネット調査を実施し、港区観光入込客数を把握するとともに、商店会や観光関連事業者を対象に、アンケート調査を実施して、観光施策に対する満足度等の把握に努めております。

今後とも、観光関連事業者等との連携を図り、観光を取り巻く実態把握に努めるとともに、観光振興事業の実績や効果を検証し、観光振興事業の実効性を高めてまいりたいと考えております。

○委員（錦織淳二君） 入込客数等の把握には努めているとの答弁ですが、民間では何事においても経費、労力、時間をできるだけ抑えて目標達成をさせる戦略を立ててチャレンジしていますが、区は区民からの税金で事業をされているわけですし、ましてや人口の増加にもかかわらず、平成21年度からの税収が3年連続で減収している現状を踏まえれば、区としても経費、労力、時間を極力使わずに、港区のPRが国内外ででき、かつ観光客を呼び込む方法を考えなければなりません。費用対効果の観点を踏まえ、どのような取り組みを行っているのか、見解を伺います。

○産業振興課長・経営支援担当課長兼務（武田文彦君） 多くの旅行者を港区に呼び込むためには、旅行者の目線に立った情報発信の取り組みが重要です。このため、区では観光マップや観光情報誌を発行し、旅行者の目線から季節やテーマに応じた港区の多彩な魅力を発信し、国内外からの旅行者誘致の取り組みを行っております。

また、港区観光協会ではホームページにおいて、観光案内ブログを掲載し、地域におけるイベント情報等をきめ細かく発信し、旅行者の周遊性、回遊性の向上を図っております。

観光については、投入した経費がどれだけの効果を生んだかを算出することはなかなか難しいという面がありますが、今後とも費用対効果の観点を踏まえ、より多くの旅行者を港区に呼び込むための情報発信の取り組みを進めてまいります。

○委員（錦織淳二君） 費用対効果の観点を踏まえた取り組みを行っていくとの答弁でしたが、今後、さらなる観光振興の取り組みを進める上で、ぜひ前向きに取り組んでもらいたいことがあります。

委員長、この資料を皆さんに、参考のために回覧でお返ししたいのですが、よろしいでしょうか。

○委員長（うかい雅彦君） はい、どうぞ。

○委員（錦織淳二君） では、区長にお渡ししますので、皆さんにお返しください。

私は、島根県松江市で高校時代まで過ごしましたが、現在、島根県の観光PRである遣島使、これは「遣唐使」の「唐」という字を島根県の「島」に置きかえた名称になっています。また、松江市の「松江観光大使」にそれぞれ委嘱され、各観光地の写真及び私の氏名、住所、連絡先入りの名刺が送られてきており、その名刺を使用した観光PRをボランティアでしているので、ご紹介させていただきます。今、お返ししているのがその名刺でございます。

まず、遣島使制度ですが、島根県の観光PRをするため、県外在住者で島根県とのつながりが深く、県に愛着を持っている方を対象に、知事が委嘱し、任期は特にありません。平成元年に創設した制度ですが、平成25年1月1日現在で872名の方が遣島使に就任されており、居住地別は首都圏が510名、関西圏が211名、広島圏が78名、九州圏が17名、その他56名で、そのうち海外在住の方が英国人1名、日本人6名で、英国、米国、フランスが含まれるため、名刺は英語、フランス語、台湾語の3カ国で作成され、台湾語の名刺は日本在住の日本人の方が台湾支社において関係先の方々へのPRに活用されています。

残念ながら、お名前は出せませんが、著名人の方が多く、皆さんがよくご存じの俳優、歌手、タレント、映画監督、デザイナー、アニメーター、小説家、落語家、スポーツ選手、その他の方々が国内外で、島根県のPRをボランティアでしています。

なお、遣島使の方には、身分証明書として、県立施設の入館特典のついた遣島使カードが発行され、このようなキャッシュカードに近いような、クレジットカードのようなものですが、このようなものが発行され、県の広報誌や県立施設のイベント情報などが年4回送られてくると、島根の旬のイベント、広報テレビ番組案内、連載読み物などの情報が毎週木曜日にメールで提供され、遣島使メーリングリストにより、遣島使間相互や遣島使と県との情報交換を行い、現在、遣島使380名、県職員440名の計820名が参加しています。さらには、遣島使間相互や遣島使と県との情報交換を行う会を、東京、大阪、広島で年1回、講演会と懇親会の2部構成で開催しています。

遣島使の名刺は、図案が7種類あり、今、図案も回覧しておりますが、2つ折りと普通の2パターンで、ここにもありますが、これは2つ折りで、このような形の名刺でございます。このようなものが2つ折りと普通の2パターンで計14種類の中から選び、自分の氏名、住所、連絡先を印刷してもらえます。平成24年度予算は名刺作製費94万7,000円、交流会開催費159万2,000円、遣島使の特典である県立施設入館料123万円の計376万9,000円になっています。また、しまね観光大使もいますが、これは任期が2年で、現在3名の女性が活躍し、県外で観光キャラバン等に職務として同行し、島根県のPRをしており、遣島使のボランティア活動とは異なります。

次に、松江観光大使ですが、これは平成14年に創設したなかなかすぐれた制度になっています。企業の支店長、支社長など全国各地を転勤される方で、転勤した松江の魅力にひかれ、愛着をお持ちの方及び松江にゆかりのある著名人で、松江の観光を支援していただける方に、市長が委嘱します。任期は3年ですが、再任されることもあります。松江観光大使も自分の住所、氏名、連絡先を入れた観光宣伝用の2つ折りの名刺を使用し、これも、今、皆さんに回しております。松江の観光情報や物産・特産品の紹介宣伝をボランティアですることになっています。

この制度は、松江商工会議所、松江観光協会、松江市の共同事業とし、事務局は松江商工会議

所になっています。現在、観光大使委嘱者は、商工会議所285名、これは松江市に赴任された支店長が対象になりますが、そのほか東京松江会116名、広島県人会関係14名、広島ふるさと松江会17名、松江理容美容学校地元出身者 R i B i の会14名、近畿松江会37名、松江にゆかりのある著名人34名、国外が英国人、中国人の14名で、計531名になっています。

また、この制度は松江観光大使名刺を松江の観光地や松江旅館ホテル組合加盟施設に提示すると、持参された方及び同伴者全員が約1割引の団体割引料金適用となるという特典つきなので、非常に人気があり、私が持っている名刺もすぐになくなって、その都度追加注文している次第です。

以上ですが、松江観光大使制度の特徴は、名刺作製費用だけなので、経費、労力、時間も使わず、日本国内だけではなく、世界中に松江の観光地のPRができるという点にあり、平成24年度の予算は29万円の低予算になっております。特に、著名人による宣伝効果は大で、そのような方から名刺をいただくだけでもうれしいものですし、普通にPRを頼めばかなりの費用がかかるところ、単に松江市と何かしらのゆかりがあるだけで、その名刺をつくってお渡しするだけで、ボランティアでPRしていただけるのは願ったりかなったりではないでしょうか。

つきましては、港区でも「みなと観光大使制度」を導入すれば、観光事業をより活性化させることができるのではないかと考えております。港区にはNHK以外の放送局が全てあれば、大手企業の本社も多いため、区にゆかりのあるあらゆるジャンルの著名人には事を欠きませんし、82カ国の大使館もあるため、世界中へのPRが可能です。

また、観光地、宿泊施設だけではなく、各商店街もこの制度に協力していただければ、各店舗の売り上げにも貢献できるのではないのでしょうか。

もし、うまくいけばこの制度をさらに広げて、例えば芝地区観光大使、赤坂青山観光大使、そのような各地に応じた制度に発展させることも可能ではないかと夢が広がりますが、いかがでしょうか。港区の強みを生かした観光大使事業の取り組みについて、区の見解を伺います。

○産業振興課長・経営支援担当課長兼務（武田文彦君） 観光振興施策の実効性を高めるためには、港区観光協会や観光事業者との連携を図り、効果的、効率的な取り組みを展開することが必要です。具体的な事業としては、水辺空間の魅力発信を目的としたイベントや、まち歩きツアーを連携して実施しております。

観光大使事業につきましては、その効果や課題を具体的かつ丁寧に検証するとともに、関係団体等と十分な協議が必要だと考えております。今後ともご提案の点を含め、観光振興の充実に向け検討してまいります。

○委員（錦織淳二君） 前向きなご答弁いただきまして、ありがとうございます。ぜひよろしく願いいたします。

実は、観光振興にかかわる提案がもう1つあります。私は赤坂で20年近く会社を運営してきたので、この間、赤坂地区の商店街の衰退ぶりを目の当たりにしてきました。そこで、私の会社が赤坂田町三・四・五丁目町会に入っていることもあり、どうにか赤坂地区の商店街を活性化できないものかと考えていたところ、赤坂見附駅のベルビー赤坂の後に、ビックカメラが入り、外堀通りに観光バスを横づけして、多くの外国人観光客を呼び込む計画を耳にしました。

これは、赤坂地区にとってビッグチャンスではないでしょうか。大型家電量販店が赤坂地区にできるというのもおそらく最初で最後ということもありますが、外国人は赤坂が誇る神社や芸者といった日本の伝統文化を好むので、赤坂見附駅から田町通り、みすじ通り、一ツ木通りを通じて、旧赤坂小学校跡地に保存される山車見学や料亭街やTBSを經由し、赤坂通り、旧日大三高通りから氷川神社の見学まで、うまくいけばその先の乃木神社経由で東京ミッドタウンくらいまで呼び込む動線を引いて、いろいろなイベント企画やキャンペーンを考えたいかがででしょうか。

また、それこそ赤坂観光大使制度のようなものを導入し、ビックカメラ、商店街、神社、料亭、TBS、東京ミッドタウンが一丸となって、外国人観光客歓迎制度をつくるということも考えられます。伝統が息づく赤坂をはじめ、地域のにぎわいを創出するとともに、多彩な魅力を幅広く発信していくべきと考えますが、見解をお伺いします。

○産業振興課長・経営支援担当課長兼務（武田文彦君） 区では観光マップやリーフレットに加え、今年度は新たに観光情報誌を20万部発行し、多くの旅行者が訪れる区内主要駅や宿泊施設等で配布しております。観光情報誌では料亭街の趣が漂う赤坂地区の地域のまち歩きルートや商店街の人気店舗を紹介するとともに、「赤坂芸者と祭りのいま」と題したコラムを掲載し、地域の魅力を幅広く発信しております。

また、区では賑わい商店街事業等により、商店街が行うイベント事業に対する経費の一部を助成するなどの取り組みを行っております。これにより、区内の商店街では、地域固有の特性やネットワークを生かした新たな取り組みが行われております。今後も、地域の特性を踏まえ、にぎわいの創出と情報発信の取り組みを進めてまいります。

○委員（錦織淳二君） そのような情報発信をぜひ外国人旅行者向けにもお願いいたします。私は若いころ松江に帰郷する際には、ANAで米子空港まで行って、境港を通って松江に入る経路が一番好きでした。その境港市は何もない小さな港町ですが、大規模小売店の進出などに押されて衰退し、空き店舗の増加で商店街はシャッター通りになり、商業の空洞化が起きていました。ところが20年前に、ゲゲゲの鬼太郎で有名な漫画家水木しげるにちなんだ水木しげるロードがオープンし、今では人口が3万5,000人の町に、年間その100倍以上の370万人の観光客を呼び込むことに成功し、今では鳥取砂丘を抜き、鳥取県最大の観光地になっています。

それだけではなく、境港から鬼太郎フェリーで奥様の武良家の先祖である隠岐の島町へ水木し

げるロードの延長も考えられており、島には既に、銅像10体が設置され、どんどん広がりを見せています。人口も少なく、交通も不便で特に名勝・史跡・神社仏閣・特産品もない小さな町で、これだけのことができるということは、全てがそろった港区ではもっと大きなことができるのではないのでしょうか。

ましてや、港区はアジアヘッドクォーター特区構想の中心に位置し、構想の中に観光立国としてのチャレンジがうたってあります。恵まれた立地条件、観光資源、人口、財政に甘えてしまえば恵がなかなか出てきません。ぜひ、ハングリー精神を出して、観光振興を考え直してみてください。

最後に、港区の観光振興についてどのような夢をお持ちなのか、お伺いいたします。

○産業振興課長・経営支援担当課長兼務（武田文彦君） 港区は国際的に知名度のある観光施設や洗練されたブランド力の高い地域性、歴史的な観光資源と最先端の都市景観など、他の都市にはない多彩な観光の魅力にあふれております。

人口減少と低成長を基調とする成熟社会を迎えたと言われていますが、地域経済に幅広い効果をもたらす観光を、産業振興の観点から一層推進していきたいと考えております。港区の有する強みを生かし、多くの人々に、何度でも港区を訪れてみたいと思っていただけるように、また、区民の方々が地域に対する誇りと愛着を感じていただけるよう、観光振興の取り組みを進めてまいります。

○委員（錦織淳二君） ありがとうございます。観光先端都市の実現への夢がファンタジーで終わらないようにぜひチャレンジしてください。

以上、終わります。

○委員長（うかい雅彦君） 錦織委員の発言は終わりました。

.....