

生活文化常任委員会議会報告会実施報告書

開催日時	平成 28年 11月 14日 (月) 19時～20時50分	
開催場所	明石市役所 議会棟2階 大会議室	
出席議員	委員長	中西礼皇
	司会者	中西礼皇
	記録者	宮坂祐太
	その他	井藤圭湊 松井久美子 坂口光男 丸谷聡子 家根谷敦子 (以上生活文化常任委員会委員) 辻本達也 絹川和之 佐々木敏 (以上議会活性化推進委員会委員)
参加人数	10名	
傍聴人数	4名	
主な意見・提言・要望と応答	<p>※明石の観光の現状分析について</p> <p>質問 (ぶらり子午線観光ガイド連絡会へ) 観光客は何を目当てに明石に来るのか。</p> <p>回答 ガイドの案内先としては都心回遊路「時の道」を含む明石公園周辺が全体の約7割を占めている。平成26年は全体で5,368人を案内した。ガイドの役割は明石観光協会を通じた一般ガイドや明石城櫓公開時の櫓の説明、「JR DISCOVER WEST ハイキング」、そして座学。客層は北海道から九州まで全国各地から、年齢層は50代～70代が多く、季節としては特に春と秋が多い。明石の歴史に触れて皆さん満足してお帰りになられている。明石城を見学された後、魚の棚などの他のスポットも案内するようにしているが、日本100名城を回っておられる方々は明石城を見るとすぐに次のお城がある町に向かわれてしまう。</p> <p>質問 (明石商店街連合会青年部へ) 日本100名城を回っておられる方々は実際魚の棚に来られるか。</p> <p>回答 魚の棚は京阪神や播州からのお客さんが多い。最終的な目的地としてではなく、旅の行程の途中で立ち寄る場所として来られている。我々としては、観光客よりも地元の方々に支持されることが重要だと考えている。ただもちろん、観光客にはおもてなしの精神で丁寧な接客対応を心掛けている。そのことによりリピーター獲得や、商品のお取り寄せにつながる。</p> <p>意見 (ぶらり子午線観光ガイド連絡会) ガイドの法被を着て旗を持って魚の棚を案内すると店によっては割引をしてくれる。大した額ではないがその気持ちがうれしい。印象が良くて次の機会につながると思う。</p> <p>質問 (ぶらり子午線観光ガイド連絡会へ) 明石は他の町と比較してガイドのしがいのある魅力的な町か。</p> <p>回答 大変魅力のある町で、特に明石は民話の宝庫である。ぶらり子午線観光ガイドだと言うよりは「ぶらり子午線『民話』ガイド」だと思っている。</p> <p>※イベント及びあかし市民広場の活用について</p> <p>質問 (ぶらり子午線観光ガイド連絡会へ) イベント目当てで明石を訪れる客層とガイドの客層は合致しているか。</p> <p>回答 ガイドのお客さんはイベント目当てではない。イベントとのリンクは我々として充分手が行き届いていないが、時のウィークに開かれる「ひょうごまちなみガー</p>	

デンショーin 明石」には我々も出展して歴史クイズを行っており、アンケート結果からも好評を博している。

質問（明石商工会議所青年部へ）

「こんなイベントをしたい」というアイデアはあるか。

回答 現状は時のウィークでのブースの出展や「ハイハイベビー競走大会」くらいだが、今後我々としても協力できる場所はあると思う。

質問 再開発ビル 2 階に出来る市民広場の活用アイデアがあれば。

回答（明石商工会議所青年部）

全国の会合で明石焼を PR している他、いかなごの魚醤を使った新商品を開発しているので展示会などで活用できればと思う。

※外国人観光客（インバウンド）について

質問（明石商店街連合会青年部へ）

魚の棚の外国人観光客（インバウンド）への対応は。

回答 観光協会とも話をしたことがあるが、外国人観光客であふれかえっている大阪や京都とは差別化を図り、日本人が選んでくれるように価値を高め、日本人のコアなファンをつかんでいきたい。魚の鮮度が価値であるが故に、あえて海外に目を向ける必要はないと思っている。

※天文科学館について

質問（ぶらり子午線観光ガイド連絡会へ）

明石城に來られた観光客で天文科学館へ行きたい、とのニーズはどの程度あるか。

回答 天文科学館のニーズは増加傾向にある。特に展望台から見える景色は素晴らしい。ただ観光バスが駐車できる駐車場が課題である。

※市行政に求めるものについて

質問 明石市行政として何が出来るか。

回答（明石商店街連合会青年部）

創業支援のメニューはあったらいいと思うが、それよりも市民トイレへの補助金がカットされたことの方が大きい。

市行政と一緒に取り組みたいことは SNS 等を通じた情報発信。個人個人が発信しているものを結びつける。予算をかけずにできる。

※中心市街地と市内西部など、観光素材の関連付けについて

質問 価値があるのに活かせていない明石の観光資源や、明石の観光に足りないものは何か。

回答（明石観光協会事務局）

ぶらり子午線観光ガイドは主に中高年の方々が対象であるが、若年層やファミリー層の方々には明石駅構内の観光案内所をご利用いただいております。一日あたり 130～140 件のご利用がある。お問い合わせの内容は食に関する内容が中心になっている。

明石の観光の現状として、観光客の滞在時間が短く消費金額も少ない現状があるので、魚の棚にも協力をしていただきクーポン券事業を実施し、観光客にもう一歩先へ足を伸ばしてもらおうための取り組みを行っている。

回遊性を高める狙いをもって、今年度「ほんまち三白館」前に新たにバスの乗降場を設置した。

明石の観光は中心市街地が中心になりがちであるが、西部にも酒蔵や住吉神社

などの観光資源がある。海苔の加工場などの新しい観光素材を活かして滞在時間の延長や消費金額の拡大につなげていきたい。

意見（明石商店街連合会青年部）

中心市街地は回遊性があるが、西部の魅力を発信し、中心市街地に来られたお客様の足を西へ伸ばすことが重要である。天文科学館もわずか1駅で行けることが知られていない。素材の関連付けがまだまだ弱い。

質問 市外も含めた観光素材について、どういう関連付けが出来るか。

回答（明石観光協会事務局）

観光バス利用客の9割が魚の棚を利用している現状がある中で、二見の飲料メーカーの工場見学や魚住の酒蔵見学など、市内の地域を繋ぎながら観光客の滞在時間を延ばしていきたい。

（明石商工会議所青年部）

明石公園やグルメスポット、海岸、景観資源などの観光資源が揃う明石駅周辺は、観光客にとってあまりにも便利な場所になりすぎている。不便かもしれないが上質な西部の素材を提供していくべき。

（明石観光協会事務局）

あかし市民広場は明石観光協会が指定管理者となるが、「市民広場が回遊性を阻む『壁』になるのでは」との懸念があることを承知している。決して「壁」ではなく、市民広場で得た情報をもとに西部へ向かっていただくなど、回遊を促すハブスペースにしていきたい。

※お土産について

質問 明石には明石の土産物が何でもそろそろ「総合お土産屋」が無いが。

回答（明石商店街連合会青年部）

土産屋が無いからこそ、この商品を買うならこの店、と言った具合に店ごとの差別化が図られ付加価値が生まれる。1つの店舗に全て集約して「勝ち組」が生まれるのがいいことだとは思わない。皆で盛り上げていくことが大事である。

質問（ぶらり子午線観光ガイド連絡会へ）

お客さんはどのようなお土産を買っているか。

回答 京阪神など近郊からのお客さんには鮮魚を勧めているが遠方のお客さんだと不可。明石城での当番中、観光客に玉子焼を食べたかどうか尋ねてコミュニケーションをとっているが、皆「食べた」「食べる」と答える。

※砂利揚げ場の利活用について

質問 県がアイデア募集を行っている明石港東外港地区再開発計画いわゆる「砂利揚げ場」の利活用について意見があれば。

回答（明石商店街連合会青年部）

どこにでもあるような「ハコモノ」ではなく、他府県からも注目され集客できるものを作っていくべきである。

（明石商工会議所青年部）

宿泊を念頭に置くのかどうかや年齢層など、ターゲットをどこに絞るのが重要。砂利揚げ場の跡の施設についてもどの層をターゲットにするのかで変わってくる。

（明石商工会議所青年部）

PTAの保護者の間では絶好のロケーションを眺めながらお茶が飲める場所、つまりカフェとの意見が多い。

（明石商店街連合会青年部）

県がアイデア募集を行っていることを市民があまり知らない。商店街連合会で

は全店舗に周知を図っているほか、PTA を通じて子どもたちにも周知を図っている。
個人的には体験型の施設、レジャーの要素を含んだ施設がいいと思う。

(明石商店街連合会青年部)

グランピングが出来る施設は山の中など不便な所が多いので、立地の良さを活かしてグランピングの施設を整備すれば宿泊によって滞在時間も長くなる。

※その他

意見 (ぶらり子午線観光ガイド連絡会)

明石公園内のトイレが昔ながらのトイレが多く、もう少しトイレに力を入れてもらって、清潔なトイレだということを PR 出来ればと思う。

明石公園内の剛ノ池の船の中から鑑賞する桜が大変評判がいい。

(明石商工会議所青年部)

明石駅前南地区市街地再開発事業によって人の流れがどう変わるのか、非常に興味を持っている。

(明石商工会議所青年部)

県外から来られたお客さんにプレジャーボートを体験してもらっているが、海の側から見た海岸線は美しく、これも素晴らしい資源である。

(明石商工会議所青年部)

明石の人が心の奥底から地元明石を愛する郷土愛・地域愛が醸成されていくことが重要。外部への発信と内部での地域愛の醸成と両輪で取り組むべき。

(明石商店街連合会青年部)

明石のたこには既に 99 点のブランド価値があり、この価値をあと 1 点伸ばして 100 点にする努力をするよりも、今 0 点のものを 5 点にする努力をした方がいい。スーパーマーケットの店頭やテレビでも見たこともないような魚、漁師がこれまで捨てていたものでもお金を生み出すものがある。

明石市議会議長 深山 昌明 様

平成 28 年 11 月 16 日

上記のとおり報告します。

生活文化常任委員長 中西 礼皇