

第3回国際観光都市としての機能整備に関する研究会
議事要旨

- 1 日時 平成29年11月15日（水）午後2時30分から午後4時まで
- 2 場所 愛知県自治センター5階 研修室
- 3 出席者（敬称略・五十音順）
【委員】
黒田 達朗（名古屋大学大学院環境学研究科 教授）
林 大策（愛知淑徳大学交流文化学部 教授）
水尾 衣里（名城大学人間学部 教授）
村上 心（相山女学園大学生生活科学部 教授）
※ 井澤知且委員、内田俊宏委員は欠席（研究会前に意見聴取を行った）
【オブザーバー】
常滑商工会議所
牧野克則会頭、
澤田研一副会頭、中西満会員、富田博夫会員、稲葉憲辰委員
- 4 議題
国際観光都市としての機能整備の方向性について
- 5 議事概要
事務局から資料について説明した。
主な意見は次のとおり。

委員等からの主な意見（概要）

【集客を目指すターゲットについて、ターゲットを踏まえた機能整備のイメージ】

（事務局から欠席委員のご意見紹介）

（井澤委員）

- 訪日外国人の中でも、さらにどういう層をターゲットにするのかを明確にしたうえで機能整備等を展開すべきではないか。

（内田委員）

- セントレアの機能強化を図り、インバウンドを取り込んでいく。LCCなどのアジア路線の深夜・早朝便の増便を図り、その利用客をしっかりと取り込んでいくことが重要。
- 空港島を、最先端技術を体験できるテーマパークにすると良い。
- 空港島で賑わいを24時間創出できると良い。

（林委員）

- 資料はすべて同意できる内容であるが、愛知県はこれまでモノづくりが中心であり、観光のことを考えなくていいという状況が長年続いてきたため、いまだに地元の意識がついていない。
- ターゲットという意味では、重なり合うところはあるにせよ、MICE、観光客、そして国内、国外から来るお客。そして国外はさらに国別で考えていかなければいけないが、この地が世界最高の水準なのか、それとも独特の領域だからこそ、オンリーワンといえるものがあるのかを見つめていかないと、ホテルもレストランも来てもらえない状況かと思う。
- ナイトライフ、ナイトエコノミーも最近非常にメディアでもとりあげられているが、この地は大都会でありながらその文化すらなく、そういった夜間文化のないところに無理やりナイトエコノミーを作っていこうとしても、県民感情が追い付いていかない。長期目標としてそういったところに向かっていく中で、特色あるところを見極めていくことが大切。

（水尾委員）

- 今回まとめていただいた資料は全くこのとおりであるが、国際観光都市としてこのエリアが日本の中で選ばれるために冷静な目でみると、ポテンシャルはあるかもしれないが、他のエリアと比べて際立ったストックがない。
- 空港島は市街地から離れていて24時間動かしても市民に迷惑がかからない

メリットはあるものの、面積が足りない。空港は24時間稼働できる状況は揃っているのに、滑走路は1本しかなく、夜間のアクセスはよくないということで、これから改善されていくかもしれないが、どこをとっても物理的に不足している。

- 横浜はストックがある上に、足りない部分は東京で補うことができる。名古屋にとってそれはどこかというところ、おそらくそれは京都ではないか。外国人観光客に大変人気がある。そうすると、神戸の方が、ストックもあり魅力的であるということになってしまう。そういった都市に勝てる戦略を考えていかなければいけない。

(村上委員)

- 方向性としてはごもつともだと思うが、ターゲットをMICE参加者と訪日外国人に絞り込んで、果たして展示場以外の施設が成立するのかは、考えていかなければならない。
- ちゃんとしたデスティネーションができれば、国内需要が取り込めるはずであり、世界のMICE施設をみると、当然国内の方々が例えばパーティやエンターテイメントで利用するという需要は見込んで採算をとっているはずである。国内需要のターゲットはどうなっているのか、という視点は加えた方がいいのではないか。
- 展示場ありきの国際観光都市なのか、あるいは展示場はあくまで一つの要素として愛知県を国際観光都市にしようとしているのかでは、スケールが違う。愛知、あるいは東海地区がどうすれば国際観光都市になるかという中で、展示場がどういう役割を果たすのか、という説明があった方がすっきりする。
- IRがなくてもこういう方法で国際都市になる、その中で、IRがもし整備できれば、その部分については公的負担なき公共投資としてIRが役割を担うことが可能である、といった説明を付け加えていただければと思う。

【この地域ならではの特色】

(井澤委員)

- ハードやコンテンツは提案内容で異議はないが、地域の最大資源は「ひと」と考える。
- それぞれの施設やコンテンツでそれをガイドする人材の個性が、観光客を次から次へ呼び込む動機づけとなる。
- 外国人客を受け止める専門人材の量と質が問われているのではないか。

(内田委員)

- この地域には、観光地のイメージがないので、国際観光都市として都市間競争に勝ち抜き、訪日外国人を誘致するためには、差別化が必要。
- この地域の売りは、何と云っても最先端技術。トヨタ、MRJ、AI、ロボットなどの最先端技術を随所に導入し、世界にアピールしていくと良い。
- 最先端技術は、アミューズメントや治安維持にも活用していくと良い。空港島という「閉鎖された空間」を最大限に活用し、最先端技術の実験場として、世界に情報発信していくと良い。

(林委員)

- この地域は観光に対する意識がなかっただけで、ポテンシャルはあると思っている。現状では、通用する観光資源を見極め、編集して、お金を使ってもらせるように仕立て上げることができていない。
- 日本の和食が世界的に注目される中で、この地域は独特の発酵文化があり、貴重なコンテンツと思う。
- ただし、海外から来た方がピンポイントで醸造所、蔵に行くのは難しい。また、食べ比べ、飲み比べできることは重要で、これが資料でいうショーケースになると思う。ショーケースはプレゼンするレストランやバー、あるいはみやげ物屋でもよい。
- また、微妙な違いを言葉で解説してあげられる人が必要。
- 受け入れる側は家族ベースで、内需で手一杯。生産量的に外需に対応できないのが現状。

(黒田座長)

- 発酵関連については、2年前のミラノ万博でも出展するなど海外にアピールする努力はしている。
- 製造業も一緒に、我々も学生を連れて工場を見せたいが、見せてくれるのは大手で、小さなところは、対応いただける余裕がないところが多い。

(水尾委員)

- この地域の特色は確かにこの通りで、特にモデル未来都市を目指すというのはいい。
- 航空ミュージアムにしても、トヨタ産業技術記念館にしても、新しい動きが次々とあるものではない。
- どうやってこの地域の特色を見せるか、活用するか教えてほしい。

(村上委員)

- 愛知の魅力をもっとアピールするのは大事だが、日本が観光で伸びているのは、日本の食や、景観、ホスピタリティなどが要因。これらは基本にないといけない。
- 観光資源は、資産としての観光資源と、今後作り出す観光資源の 2 種類に分かれる。
- 資産としての観光資源は、武将や発酵、焼き物、人形からくりなどいろいろある。それをうまく拾い出してどうアピールするか仕組み自体がショーケースに具体的に示されるとよい。
- つくり出す観光資源として、ロボットはいいと思う。しかし、10 年後には普通の技術になっているので、そのときに何が売りになるか見えない。この点が積み上げた文化的資産としての観光と違う。
- 20 年後、50 年後もつくり出す観光資源を循環させるため、新たな官民等協力体制を空港島で構築する。民間が観光に参入しやすいような体制を空港島でつくり出すファンクションが入れば、民間も世界のショーケースとしての空港島を利用するのではないか。

(黒田座長)

- 最先端技術は瞬間的に変わるので、それを恒常的に IR と結び付ける工夫が必要である。自動運転もあつという間に「どこでもやっている」という話になりかねない状況である。
- 問題の一つは、ミュージアム等が地理的に点在しており、このあたりに来られた方が周囲を回ると、「ここにはこれがある」というのが見えにくいこと。いかにうまく回遊できるように案内、周知徹底するかが大切。

【周辺地域との観光連携】

(井澤委員)

- IR は世界から人々を呼び寄せるマグネット機能と地域内に人々を送り込むポンプ機能の二つの役割を担う必要がある。
- ポンプ機能とはどんな機能なのか。地域文化ショーケースもその一つだが、最先端のショーケースとはどういうものか研究する必要がある。

(内田委員)

- 空港島の中に、AI など最先端技術を活用した旅のワンストップ窓口をつくと良い。(例：各人のニーズにあった旅行プランを提案する)
- AR を活用し、周辺観光地の魅力をアピールしていくと良い。

(林委員)

- 空港にショーケースを用意するということは、セントレアに降り立った人以外に、観光情報を得るためわざわざ来る方がいることを想定されているのか？
(事務局より、「MICE 関係者にそうした使い方が多いと想定している。また、空港にそうした機能があることが浸透してくると、一般観光客の選択肢の一つになると思う」と回答。)
- そうすると、空港島にかなり充実した機能を持たせる必要がある。

(黒田座長)

- 日帰り観光の拠点として考えた場合、セントレアより名駅の側が圧倒的に有利。セントレアは、独自の魅力を作り出しておかないと、移動の拠点としては弱いだらう。

(水尾委員)

- セントレアができる前から言ってきたことだが、日本のコンシェルジュ機能は中部が持つべきであり、早く着手して試行することが重要。
- 人口規模から考えても、この地方はエンターテインメントの受け皿がとても小さい。
- アニメ、漫画、ポップカルチャーなど、富裕層でない外国人観光客が日本に来る目的としているものをどのように見せるかを考えるのはマーケットとして必要。ジブリパークとの連携は考えてもよいだらう。

(村上委員)

- 現在、インバウンドで外せないのは京都、東京、大阪。インバウンドのルートに中部地方を位置づけるには、それらの都市とのネットワークや連携を構築して、中部地方に寄る意味づけをすることが一つのポイントとなる。
- MICE のお客様に対しては、地域と連携してワンデートリップのバリエーションをいくつか準備しておく。
- また、周辺エリアがインバウンド客を歓迎できるムードの醸成、事前準備が必要。説明と準備を地元と一緒にやっていかねば混乱が残るだらう。

(黒田座長)

- 昇龍道のプロジェクトの一環で、外国からの観光客への対応、接客セミナーを何度か行った。こうした活動を県中心にやっていただく必要がある。

- 特に中国系の方にとっては、アニメが日本の代名詞になっている。セントレアにもジブリをアピールするような展示をすれば、そうした方々は喜んでセントレアに来ていただけるのではないか。

(常滑商工会議所牧野会頭)

- 最先端技術そのものをエンターテイメントとして体験できるような施設を誘致していかないといけない。

(常滑商工会議所澤田副会頭)

- お酒はもともと神様にお供えするもの。そうした深い日本文化に根差した観光戦略により、インバウンドのお客様をおもてなししたい。

(常滑商工会議所中西氏)

- ケーブルテレビなど地元メディアを活用して、セントレア地区の IT 化、IoT 化に取り組み、知多半島全体の観光戦略にもつなげていく必要がある。

(常滑商工会議所稲葉氏)

- インバウンド客のニーズが多様化し、小規模で個性的な商品や個店の役割が重要になると思う。そうした地元の取組をこの研究会でも生かしていただきたい。