

## 2023年度第1回リニモ沿線地域づくり会議 概要

### 1 開催日時等

日 時：2024年2月6日（火） 午前10時～正午

場 所：トヨタ博物館 文化館1階 ホールB

出席者：委員6名、オブザーバー2名、事務局13名、観光セミナー等参加者10名

### 2 会議の概要

#### 開 会

(1) あいさつ

(2) 委員長選任

(3) 議事

議題1 リニモの利用者数について

議題2 リニモ沿線の地域づくりに向けた最近の取組状況について（県・市）

議題3 主要施策の進捗状況

(4) 観光セミナー（テーマ：観光ビジネス、インバウンドについて 講師：小高 直弘氏）

#### 閉 会

資料1～2について、愛知高速交通株式会社及び事務局（愛知県）から説明した。

#### 【議題1及び議題2（県）についての委員・事務局等発言要旨】

##### ○亀倉委員

- ・「わくわく体験リニモツアーズ」の一環として行っているかわからないが、例えば愛知高速交通株式会社のツアーでは車両基地見学に加えて、子供向けの制服試着体験等を行っているかと思う。
- ・コロナにより、制服試着体験等の機会は一時的に少なくなったと思うが、最近はコロナが落ち着いてきたため、制服試着体験等の機会はコロナ前の水準に戻りつつあるのか。

##### →愛知高速交通株式会社

- ・制服試着体験は接触の機会があり、お客様に体験していただくのは難しかったため減らしていた。
- ・現在はリニモツアーズ以外でも復活しており、体験者からご好評をいただいている。

##### ○松宮委員

- ・今回の沿線周遊の取組について、愛・地球博記念公園駅及び藤が丘駅以外のリニモ駅で利用者数が増加したなど、沿線周遊の効果が感じられた駅があれば教えていただきたい。

##### →愛知高速交通株式会社

- ・今回の利用者数の特徴だが、一言で言うと愛・地球博記念公園駅の一人勝ちに近い。
- ・利用者数を大きく伸ばしているのが愛・地球博記念公園駅で、付随して藤が丘駅が増えている。
- ・ヤマト運輸の配送センターが近くにある関係だと思うが、公園西駅は利用者数が増えている。
- ・他の駅については令和元年度と比べると利用者数が減少している。

## ○村田委員

- ・リニモの利用状況についてだが、資料1の右側のグラフを見させていただくと、令和4年度の定期外の利用者数は令和元年度並みに戻っている。令和5年度は更に定期外の利用者数は令和元年度並みに戻っていくと思う。一方で、通学定期、通勤定期の利用者数については、令和元年度並みには戻っていないように見える。
- ・通学定期、通勤定期については、現状どういった状況にあるのか。また、利用者数が回復していないのであれば、何が要因として考えられるのかをお聞かせ願いたい。

## →愛知高速交通株式会社

- ・令和5年4月～12月の数字についてだが、令和元年度対比で全体では101.4%になっている。ただし内訳を見ると、定期外は112.8%に対して、通勤定期は100.8%、通学定期は91.8%という数字になっている。
- ・定期外が増えている要因はもちろんジブリパークだが、通勤定期が100%に戻ったのも、コロナ以前に通勤定期を利用していた方が戻ってきているというよりも、ジブリパークに通勤しているスタッフではないかと考えている。
- ・通学定期に関しては、リニモ沿線の大学や高校に聞いてみると、リモートでの授業は無くなっているという話ではあるが、利用者数が回復していない要因に関しては、恐らく愛知学院大学の利用者が減ったからではないかと考えている。長久手古戦場駅から無料のシャトルバスが走っていたが、昨年4月から有料化（料金は100円）したということもあり、学生の多くが藤が丘駅からの直通バスに切り替えたのではないかと思う。通学定期が令和元年度並みに戻ってきていない要因はそのあたりだと思う。

## →村田委員

- ・私自身、愛知学院大学に勤めているので、その可能性はあると考えていたが、何か愛知学院大学の学生がもっとリニモを積極的に使えるような方法があればご検討いただければと思う。

## ○瀬口委員長

- ・いろいろとリニモの方に質問が集中したのは利用者数も伸び、活気が出てきたからだと思う。
- ・しかし、リニモの利用駅に偏りがあるので、ジブリパーク来園者にリニモ沿線市へ満遍なく広域的に訪れてもらうための手法について考える必要があるというご意見をいただいたかと思う。

資料3～7について、事務局（沿線市）から説明した。

### 【議題2（市）についての委員・事務局等発言要旨】

## ○瀬口委員長

- ・今報告していただいたポイントの1つは交通になる。各沿線市への交通をいかにジブリと結び付けるか。また、ジブリだけではなく地域の生活環境と、それを使って地域の方の利便性が向上するかということ、ジブリと結びつけながら考えていかなければならない。
- ・何も考えがないと、リニモ沿線を盛り上げる方法は過疎地の対策くらいしか頭に浮かばないので、ジブリをうまく使って、リニモや地域住民の交通を考えていかなければならない。
- ・先ほどの資料4の瀬戸市のデータだと、瀬戸市からジブリパークへという報告だったが、むしろジブリパーク来園者の中に、観光資源のある瀬戸市へ行きたいという方が結構いると思う。そういっ

た視点を取り入れながら交通の施策をどう考えていくかが重要。

- ・長久手市の場合、ジブリパーク来園者は多いが、そこから長久手市内の周遊が少ない。だから資料7にあるように、長久手市観光交流協会が愛・地球博記念公園内で「サツキとカエデの商店街」を運営しているわけだが、もう少し何かジブリパーク来園者が長久手市内へ周遊する工夫ができないか。例えば、「陶磁資料館南」というリニモの駅名を「陶磁美術館前」に変えるのはどうか。美術館と資料館では名称から得られるイメージが違うので、こういったいろいろな企画をしてもらえると人の流れが変わるのではないかと思う。
- ・今回の総括としては、各沿線市は積極的な取り組みをやられていると思う。

資料8について、事務局（愛知県）から説明した。

#### 【議題3についての委員・事務局等発言要旨】

##### ○村田委員

- ・最後に説明のあったガイドボランティアの育成に関しての課題について、日本国内ではガイドについてもらって観光するというのは、バスツアーでないと中々ないと思うが、各国の状況を見てみると有料のガイドが専門的なガイドをすることによって、観光の魅力というものがより深まるということがある。
- ・特にインバウンドで多くの観光客の方が来ていただいている中で、観光については個人がネットで調べて終わりというのではなくて、きちんと専門的なガイドがついてサービスをすることでより深く、そしてジブリパークだけではない観光ガイドにつながるのではないかと思う。
- ・そういった意味では、ガイドはボランティアではなくて、有料で通訳ガイドや専門的なガイドを促進していった方が良いのではないかと思う。また、障害を持った方や高齢の方を対象にした福祉ガイドの検討も含めて各市で予算をつけていき、無料でガイドを行うのではなく、ガイド利用者の方にはお金を払っていただくような仕組みを作っていくことが必要になるかと思う。

##### ○亀倉委員

- ・各沿線市でそれぞれの取組がスタートしていると思う。現在は報告という形になっているが、相互に関連する取組は連携を促進していき、相乗効果を高めることが今後必要になってくるのではないか。例えば、利用駅＝ターゲットを決めて複数の市町が連携して、相互に利があるような工夫をしながら、何らかのイベント盛り上げを支援していくことも必要なのではないか。その上で、県が果たす役割が大きいのではないかと思われる。
- ・また、話を聞いていて1つ感じたが、ジブリパークは起点にすぎないと考えている。ジブリパークに依存しすぎてしまうと、リニモ沿線地域というエリアの特徴が上手に出てこないのではないかと考えている。大切なことは、リニモの利用者層を考えて、その方々にどのようにリニモ沿線市の特徴・魅力を見せていくのかということなので、そこを真剣に検討する時期が来ているのではないか。
- ・その点で、今回非常に重要なデータが示されたと思う。ただし、このデータは一時点のものなので、今後、趨勢をきちっと見極めていく必要がある。

##### ○瀬口委員長

- ・ガイドの問題については、私はガイドの高質化が必要だと思う。ガイドボランティアの知識や様々

なアフターケアをしていくことが、観光客に対して大きな影響力を与えることがあるので、そういうことも含めて今後検討していく段階になったのではないかと。

- ・各沿線市の取組は、ソフトな事業については概ね完了しているが、長久手市以外の市で区画整理等のハード事業にこれから手を付けていくという報告だった。
- ・施策の進捗状況については、濃淡はあるが、かなり手を付けてきて成果が見られる。その効率性を活かしていくために、県の役割はますます重要になるので、今後もデータ解析をしていって、次につなげてほしいというご意見をいただいたかと思う。

## ○愛知県

- ・本日いただいたご意見については、今後のリモノ沿線地域づくりの参考にさせていただく。

## 観光セミナー 講師 小高 直弘 氏

### 【観光セミナーでの委員・事務局等発言要旨】

#### ○村田委員

- ・観光地は SNS 等のプロデュース次第で作れるというご提案をいただいたが、どうやってそれをお金に結び付けるのかということに関して、クリアしなければならないことが多くある。
- ・例えば、スラムダンクの OP で使用されている江ノ島電鉄の踏切には多くの人が集まっているが、その方たちをどうお金に結び付けるのか。たくさん観光客が来ても、お金を落とさなければ観光地の地域住民はただ迷惑するだけだと思う。何か観光客とお金を結びつける秘訣があれば教えていただきたい。

#### →小高氏

- ・基本的には、観光客の方がたくさん来ていただければお金が落ちるのは間違いない。交流人口を増やすことが大切。お昼が近ければ観光地の周辺でランチを食べていくし、美味しいものがあれば買っていく。コンビニ1つでも、喉が渴けばペットボトルを買っていきお金が落ちるので、まず交流人口を増やす（底上げをする）ために、名所や目的地を増やすということが必要。
- ・観光客が1番お金を落とすものでかつ、金額が大きいのは交通になる。2番目に高いものは宿泊になる。その次に最近では体験料（バンジージャンプなどの入場料やクルーズの乗船料）、食事、お土産と続いていく。
- ・そのため、できれば観光客には旅前のマーケット調査の時点で、観光地の周遊回線を頭に植え付けておき、私の町から出さない、町の中で周遊していただくという取組が必要になる。
- ・1番いい例はこの辺りだと伊勢志摩。伊勢志摩はとにかく、鳥羽と志摩と伊勢市の中で周遊していただき、観光客を外に出さないぞという取組をしている。例えば伊勢神宮の内宮だけ見て帰ってしまう人を外宮まで誘導できれば、滞在時間は3時間プラスになり、それだけでも消費金額はとて大きくなる。そのために伊勢市は何をやったかという昔の参拝方法は外宮を回って内宮を回るのが常識であり、もっと昔のことを言えば、興玉神社でお清めをしてから、外宮を回って内宮を回るのが常識だと宣伝した。すると、観光客の滞在時間は長くなった。
- ・このようなことをしっかりと旅前にやっておくことが必要。例えば、今説明したような旅前の情報を東京在住の方に予め教えておけば、その前提でスケジューリングをする。こういったことが、1番効果が高いマーケット戦略になるのではないかと。