

広域行政・行財政改革特別委員会会議記録

広域行政・行財政改革特別委員長 藤田 正道

1 日 時

平成26年7月2日（水） 午後1時03分から
午後2時03分まで

2 場 所

第4委員会室

3 出席した委員の氏名

藤田正道、平岩純子、志村学、三浦公、玉田輝義、小野弘利、佐々木敏夫、
吉岡美智子、堤栄三

4 欠席した委員の氏名

な し

5 出席した委員外議員の氏名

な し

6 出席した執行部関係の職・氏名

企画振興部長 日高雅近 ほか関係者

7 会議に付した事件の件名

別紙次第のとおり

8 会議の概要及び結果

- (1) 広域観光への取組について調査した。
- (2) 県外所管事務調査を8月18日から20日に行うことを決定した。

9 その他必要な事項

な し

10 担当書記

政策調査課政策法務班	副主幹	阿孫正明
政策調査課調査広報班	主査	飯田聖子
議事課議事調整班	主幹	堺田健

広域行政・行財政改革特別委員会次第

日時：平成26年7月2日（水）13：00～

場所：第4委員会室

1 開 会

2 付託事件の調査

広域観光への取組について

3 協議事項

(1) 今後の調査計画について

(2) 県外所管事務調査について

4 その他

5 閉 会

別 紙

会議の概要及び結果

藤田委員長 それでは、ただいまから、広域行政・行財政改革特別委員会を開催いたします。

吉岡委員が若干おくれておりますけども、5分ほどということですので、これから開会をさせていただきます。

本日の調査を開始する前に執行部より、前回調査時の発言の訂正について申し出がありましたのでこれを受けます。

日高企画振興部長 大変貴重な時間の中で、前回の訂正の時間をいただきましてありがとうございます。

ことし3月25日のこの委員会において、大分県海外戦略の改定についてご説明申し上げましたけれども、その中で志村先生のほうから職員の配偶者同行休業に関する条例について、それを活用して、そこで行った県職員とかいけば、そこでそれを活かしたPRをしたらどうかというご提案をいただいたときに、私どものほうから、この対象が県職員同士を対象としている条例だということで、誤った説明をいたしました。大変申しわけなく思っております。

これはそういう形の制約はありませんので、先生から言われた趣旨を活かして、今後ともしっかりやっていきたいと思っておりますので、その点、訂正させていただきますよう、よろしく願いいたします。

藤田委員長 それでは。〔「今の確認してくれ」と言う者あり〕

はい。今、前回の質問の中で、配偶者が海外に赴任する際に休職をするという制度が提案されたことに対して、それが相手が公務員というか、県職員同士が結婚した場合に、その配偶者について行けるということで、そのときには説明があったわけですがけれども、実際は、相手が、配偶者が民間であっても、その方が海外に赴任した場合には、休職して一緒について行けるということが本来の趣旨であったので、その分の訂正がございました。よろしいでしょうか。

〔「はい」と言う者あり〕

藤田委員長 それでは、広域観光への取り組みについて調査を行います。執行部から説明をお願いします。

日高企画振興部長 よろしく願いいたします。本日の資料は、この横になっております広域行政・行財政改革特別委員会資料としてまとめております横の分と、あと参考資料として提示しております参考資料1、2、3、それにこの九州オルレの冊子となっております、説明はこの横の資料を使わせていただきますので、この横の資料でよろしく願いいたします。

1ページめくっていただきたいと思っております。この中で私のほうから、九州観光推進機構の設立の経緯と組織の概要ということをも説明を申し上げまして、そして現にどういうことが行われてきたか、あるいは今後どうやっていくかということを担当課長のほうから説明したいと思っておりますので、まず1ページの説明をさせていただきます。

これは、九州観光推進機構というものを設立した経緯を平成15年から書いております。

平成15年10月に「九州はひとつ」という理念のもとで、九州地方知事会と九州経済連合会、あるいは九州商工会議所連合会、九州経済同友会、九州経営者協会、こういうところで組織しております九州地域戦略会議の活動の中で、九州がまとまって1つの戦略を打っていったらどうかと。要するに對外に言うときに、各県それぞれがやるのも大事だけれども、それにあわせて九州というまとまりの中で発信するほうが、情報効果が観光の場合、高いんじゃないかという提案がありました。

それを受けまして、各自治体、平成16年10月に九州観光戦略委員会というのを設置いたしました。その中で九州観光を振興するために九州が一体となって取り組むべき戦略は何なのか、実際にどうやってやったらいいのか、あるいは予算をどうするのか、組織をどうするのかということを検討しまして、それを受けて、平成17年4月に九州観光推進機構という形で、みんな一緒に取り組もうという取り組みが始まったわけでございます。

そこでは、九州各県、観光連盟、ツーリズムおおいた、民間企業や経済団体など191の団体で会員を構成するというようにしております。予算は下にちょっとありますように約5億円で、財源は会員からの会費と各県からの負担金で構成しております。本県の負担金は平成25年度で3,200万円ですけれども、この程度というふうになっております。

この間の活動を、3年、3年、3年という区切りで、9年を1期としてこれまでやってきたところでございます。

それから、組織につきましては、企画部、国内誘致推進部、海外誘致推進部の3つを設けております。九州各県、市、町、それから民間企業等から派遣された職員が従事しております。各県からは1名を派遣するという形の取り組みになっております。そのうちの1人が、いわゆる部長職になるべき人は、順番で持ち回り、各県のうちから1人、それ以外の者は、担当として従事する者という、区分でやってございまして、現在では、大分県は、海外誘致推進部長に職員1人を派遣している状況でございます。

こういう形でやってきまして、平成26年4月に第1期が終了する中で、これをやっぱり永続していくほうがいいなあという形で、しっかりした組織化を図ろうという形で、一般社団法人九州観光推進機構という形で法人化を図っております。

会長は、ここにありますようにJR九州取締役会長の石原会長になってございまして、現実にはこういう形での組織を今やって運営しているということでございます。

これ以後、今、第1期の成果、どういうことをやってきたのかという概要と、それから、第2期、これから始まる運動がどうかということ、ちょっと担当課長のほうから説明させていただきます。

細川観光・地域振興課長 ちょっと1つ、説明の前に訂正をお願いいたします。

今、部長からもありましたけれども、役員の石原進氏は現在は相談役になっておりますので、資料が間違っています。相談役に訂正をさせていただきます。

それでは、2ページのほうから説明させていただきます。

第1期九州観光戦略の概要と、その成果について、まずご説明をさせていただきます。

第1期九州観光戦略は、先ほど説明申し上げましたように、平成17年から25年の9年間の戦略を定めたものでございます。まさに、初めて九州が1つになりまして、観光推進に取り組んだ10年ということになります。

戦略は、19年度までの第1次、それから22年度までの第2次、25年度までの第3次と、3年ごとに見直しを行っております。直近の第3次戦略で戦略の柱となる3つの戦略とその成果についてご説明申し上げます。

1つ目が、九州の観光の魅力の向上。九州の魅力を磨き、ブランド化する戦略でございます。情報の窓口を九州観光推進機構、こちらに一本化したことで、九州の観光の窓口としての意識が醸成されてきたのはもちろんのこと、九州各県の努力もありまして、この間にボランティアガイドの育成強化と組織化が図られております。また、九州アジア観光アイランド総合特区を共同申請いたしまして、これの認定を受けることで、九州が一体となった活動が実現しました。

さらに、トレッキングコース・九州オルレを立ち上げまして、各県が共同して取り組み、九州観光の魅力向上を図ることができました。

2つ目の戦略は、国内大都市圏からの誘客戦略でございます。

九州新幹線全線開通を捉えまして、大都市圏において、旅行会社等と共同キャンペーンを実施したほか、2次交通対策としまして、観光地と観光地を結ぶ九州なないろバスなどの運行を図ったこと、こういうことで都市圏からの誘客拡大に取り組みました。

3つ目の戦略は、海外からの誘客戦略です。

韓国や台湾、香港はもとより、大分県単独ではなかなか難しいASEAN諸国やヨーロッパにおいても、観光展の出展やセミナーの開催など、九州という単位での広域的なプロモーションを実施することができました。これは海外での九州の認知度の向上と誘客の拡大に努めているところであります。

この間、九州を訪れる外国人の数は、平成16年の56万4千人から平成24年の105万6千人と倍増しているところでございます。

資料の3ページをお開きいただきたいと思っております。

成果のうち、特に九州観光推進機構と九州各県が連携して実現した事業の例を2つご紹介いたします。

1つは、統一トレッキングブランドの九州オルレの立ち上げでございます。お配りしております九州オルレの冊子、1ページをご参照いただきたいと思っておりますが、オルレというのは、韓国の済州島から始まりまして、通りから家に通じる小道、帰り道の小道というような意味ですが、ウォーキングコースでございます。韓国では、これがブームとなりまして、多くの観光客が済州島のウォーキングを楽しみに訪れているような状況でございます。

このオルレの魅力は、海岸や民家、山などの自然を身近に感じながら、自分のペースでゆっくりとコースを楽しむことができるところにあります。九州オルレは、済州オルレの姉妹版ということで、九州の自然や温泉、文化を五感で楽しめるトレッキングコースとして、九州だけでなく韓国でも話題となっております。

23年度に始まりました認定は、毎年コースをふやし、現在、12コースが九州にございます。

冊子の26ページ、28ページからは地図がついておりますが、県内には、豊後大野市の朝地駅から竹田市の岡城に向かいます奥豊後コースと、九重町の“夢”大吊橋から長者原に向かう九重・やまなみコースこの2つのコースが現在認定されております。どちらのコースも、韓国からの団体ツアーだけでなく、国内の観光客のバスツアーにも利用されて

おりまして、好評を博しており、観光客の増加に貢献しております。

平成24年度に認定されました奥豊後コースには、この2年間で9,700人程度が訪れております。初期にオープンした8つのコースがあるんですけども、その中でも一、二を争う人気のコースとなっているということです。

続いて、もう1つ、3ページの右側になりますが、九州アジア観光アイランド総合特区ガイドについて説明をいたします。

この総合特区を申請する目的は、現在、成長するアジアマーケットから観光アイランド九州に観光客を呼び込んで、観光需要の喚起、消費の拡大を通じて、地域経済の活性化につなげようというものであります。

九州観光推進機構と九州7県、それと福岡市が、平成25年6月に地域活性化総合特区の通訳案内士育成等事業、いわゆる特区ガイドの認定を受けました。この特区ガイドは、通訳案内士の国家資格がなくても、九州内で中国語または韓国語の観光通訳のガイドが有償でできるというものであります。

この特区ガイドになるためには、まず、機構と各県市が共同で実施していますガイドの育成研修を受けていただきます。その上で、口述試験に合格する必要があります。初の特区ガイドの育成研修が昨年3月に実施されました。口述試験の合格者は、4月以降にガイドの登録を進めているところであります。2回目の今年度は、7月下旬から募集を開始しまして、10月から12月にかけて研修を実施し、その後、口述試験をすることにしております。

昨年度は、69人が受講決定を受けまして、口述試験を経て、6人が最終合格という結果でございました。残念ながら他県に比べて合格者数が少なく、合格率の向上や、特区ガイドを含めた通訳ガイドの活用が課題となっております。

なお、先月、6月27日でしたか、来訪者の伸びが期待できるタイ観光客、これに対応するため、タイ語の特区ガイドを追加することが承認されております。

続きまして、第2期九州観光戦略についてご説明をいたします。

4ページをごらんください。

第1期戦略の成果を踏まえまして、九州地域戦略会議では、昨年5月に第2期九州観光戦略を策定しまして、今後の10年を「交流人口を拡大し、経済・雇用を活性化するため、観光産業を九州の基幹産業としていく10年」と位置づけて、特に訪日インバウンドを飛躍的に拡大させていこうということを目標に掲げております。

この第2期戦略を受けまして、早速、九州観光推進機構は「九州における魅力ある観光地づくりと国内・海外観光客等の九州への誘客を推進しまして、観光産業の振興と九州経済の発展に寄与することを目的」として、組織ガバナンスの強化のため、平成26年4月から、一般社団法人に移行したところです。

また、予算・要員配置を、今後の成長が期待できる海外の誘客部門へ傾注することにしたしております。

左下の戦略骨子にございますように、戦略1の九州ブランドイメージづくり、それから、戦略2の観光インフラの整備は、機構と行政・民間・経済団体が連携して推進していくことになっております。戦略3の九州への来訪促進と戦略4の来訪者の滞在・消費促進は主に機構が担う戦略となります。

資料の5ページをお開きいただきたいと思いますが、ここに戦略に基づいた平成28年度までの第1次アクションプランの概要を掲げていますので、ごらんいただきたいと思います。

戦略の1つ目が、最優先戦略としての九州ブランドイメージの戦略となっております。この6月に別府で開催されました九州地域戦略会議におきまして、海外での九州の認知度を向上させることを目的に、九州の統一イメージをアルファベットで「ONSEN」とすることが報告されました。ロゴマークもあわせて決定しております。

資料の6ページに、九州ブランドイメージ戦略の概要を掲載させていただいておりますのでごらんください。温泉をブランドイメージにした理由は、「九州は温泉に強みがあり、国内の他地域との差別化が可能となるということ」、それから、既に海外では温泉への関心が高く、「九州＝温泉」のイメージができつつあるということです。

九州の温泉資源は、源泉数が全国の3分の1、湧出量でも全国の4分の1で、いずれも日本一です。日本唯一の天然砂蒸し温泉があるということも特徴であって、別府、湯布院、黒川、霧島など全国でも人気の高い温泉地が多いことから九州のイメージとして温泉が採用されました。

キャッチコピーは、左下のロゴマークの下にあります、「Relax & Rejoice ONSEN ISLAND KYUSHU JAPAN」です。温泉を初め、食や自然など、九州のさまざまな魅力を体験することで、リラックスして喜びを感じていただきたいという思いを表現しております。

本県としては、ツーリズム戦略を策定しまして、「おんせん県おおいた味力も満載」をキャッチフレーズに、誘客を図っていますことから、国内外ともに「ONSEN」を前面に出してのプロモーションが行えることになりました。九州のブランドイメージであります温泉を入り口に、自然や食などさまざまな楽しみがコンパクトに味わえる九州というイメージとともに、日本一のおんせん県をインバウンドPRにも積極的に活用していきたいと考えております。

次は、資料の5ページにお戻りいただきたいと思います。

今、戦略1でしたが、戦略の2つ目、戦略2が観光インフラ整備です。官民一体となって、主要観光地への交通網を示すツールを作成しまして、海外旅行社に情報提供するほか、中国・東南アジアのノービザ化、あるいは外国人観光客のニーズが高い商品の免税等を国に要望していくこととしております。また、LCC等の航空各社の誘致や、福岡空港IN大分空港OUTといった九州内の周遊旅行を促進していくこととしております。

戦略の3つ目が、九州への来訪促進です。国別に人気の高い観光地を結ぶルートを開発し、魅力を発信していくこととしております。例えば、ASEANなどは、まだまだ九州の認知度が低い状況にありますので、観光説明会、商談会、旅行博への積極的な出展など、現地でのプロモーション、マスコミ、旅行会社の招請事業など、多様な取り組みによって九州のPRに努めていくこととしております。

比較的、九州地域の認知度が向上しています、また、個人の旅行者がふえつつあります韓国、台湾、香港、こういうところにつきましては、個人旅行者向けのブログ記事の情報や旅行番組制作等に協力し、より細かい情報提供を進めていきたいと考えております。

国内誘客については、引き続き、九州が共同して、東京、大阪、名古屋、広島などの主

要都市で、観光素材の説明会、それから、九州誘客キャンペーンを共同で行い、皆さんに誘客を働きかけていくこととしております。

戦略の4つ目が、来訪者の滞在、消費促進です。観光地を巡るルートづくり、それから、ナイトメニューの充実、そういうことによって、滞在時間の長期化をすることを目指しております。その上で長期化による消費促進を図っていくこととしております。

戦略の目標指標でございますが、4ページに戻っていただきたいと思っております。

右上に目標値を掲げさせていただいております。2010年の九州の観光消費額が観光消費計にありますとおり、2.1兆円。2016年にはこれを2.5兆円、2023年には3.5兆円と、大幅に増加させていこうという目標です。これは海外誘客の伸びに大きく期待していることによります。

国では、訪日外国人を全国レベルで1千万人から2千万人の2倍の高みに伸ばす計画を持っております。このことから、九州の訪日外国人についても、非常に高い目標設定をしているところでございます。

右下にありますように、財源のあり方についてですが、総事業費は引き続き、年間約5億円で、官民負担2対1を維持しまして、官民協力して、これを拠出していくこととしております。

九州観光推進機構と県との役割分担によって、より効率的で効果的な取り組みを展開していきたいと考えております。

以上で、九州観光推進機構の概要の説明を終わります。

済みません、引き続きまして、広域観光という立場から東九州自動車道関連誘客促進について、ご説明を申し上げます。

資料の7ページをお開きください。

ご案内のとおり、東九州自動車道は、平成26年度中に一部区間を除きまして開通の予定でございます。これにより、北九州—大分間は約40分の時間短縮、それから、大分—宮崎間は1時間20分と、大幅な時間短縮となることとなります。大分県にとっては、隣県の宮崎県のみならず、山口県も3時間圏内となります。鹿児島県や広島県からのアクセスも大幅に改善されるものとなります。

このため、東九州の広域的な観光の推進の観点から、昨年、東九州広域観光推進協議会を宮崎県とともに設立いたしました。共同して観光誘客に取り組むとしたところでございます。

具体的には、両県の観光素材を盛り込んだ共同のパンフレットの作成や誘客キャンペーンを実施していきます。早速、昨年度は、愛媛県松山市に出向きまして、マスコミや旅行社など22カ所へ訪問セールスを行ったほか、エージェンツ30人を招待した観光素材説明会を開催したところであります。

今年度は、各県1千万円を拠出したしまして、いよいよ協議会の活動を本格化しております。4月末に北九州市で、5月上旬には広島市で、それぞれ大規模イベントなどで観光PRを行ったほか、6月末には広島市でマスコミや旅行会社へのセールスを実施しました。

また、両県の魅力的な観光素材に加えまして、モデルルートも情報に盛り込んだ共通の新たな観光パンフレットの作成に取り組んでいるところであります。9月のデスティネーションキャンペーン全国宣伝販売促進会議に間に合うように、8月下旬完成に向けて作業

を進めているところであります。

最後に8ページをごらんください。

さらに、九州、それから中国エリアから東九州に訪れる観光客の拡大を図るために、E T C番号を事前登録することで、発着エリアごとに上限料金をお得に設定しまして、周遊エリア内での高速道の乗り降りが自由となる「周遊型の割引キャンペーン（ドライビングパス）」、これは仮称ですが、秋に向けて準備しているところであります。

現在、企画段階ですが、大分県及び宮崎県を周遊エリア、この赤いところですが、周遊エリアといたしております。E T C車両が、その他の九州エリア、あるいは山口県、広島県、この図でいきますと青い部分、それから緑の部分、こちらを発着地としまして、周遊エリアまでの往復と周遊エリア内の高速道が乗り放題のプランを設定しまして、東九州への旅行が割安にできるようにしようとするものであります。

また、レンタカー、フェリー業者にもご協力をいただきまして、指定のレンタカーや指定のフェリーを利用した場合には、周遊エリアが同様に乗り放題となるプランも検討しているところです。

残念ながら、福岡県内の一部の開通がおくれることとなりますけれども、開通を前に、県内のフェリー体制の整備と機運の醸成を図るとともに、情報が届きにくい中国、四国地方などに向けても積極的に情報発信をしていくことで、東九州自動車道の開通のチャンスを最大限に活かして、誘客に努めてまいりたいと考えております。

以上で少し長くなりましたけれども、私からの説明を終わらせていただきます。

藤田委員長 以上で説明は終わりました。

これより質疑に入ります。

三浦委員 済みません、資料5ページの第1次アクションプランの数値目標2010年と2016年も、逆に多分2013年度とかは実績が出ているのであればどんなものか。出ているところに、今現在、どれくらいあるのかというのと、あと、訪日インバウンドの拡大を狙うという話でしたけれども、その一方で九州のA S E A N地域での、九州での知名度といいますか、具体的に、客観的にどういうふうな状況にあるのか。例えば、アンケートなりとっているのであれば、その情報を教えてもらいたい。

それと、やっぱりインバウンドをふやすには、特に海外の観光客をふやすのであれば、W i - F i スポットの充実というのは重要だと。福岡でもやっている山梨でもやっているところやっているんですけども、大分県の状況としては、どういうふうになっているのか、その整備の必要性をどういうふう考えているのか、3点。

細川観光・地域振興課長 まず第1点目の第1次アクションプランの目標の今現在の状況というところなんですけれども、13年度について、まだ出ておりません。12年度、今ちょっと手元に資料がないので、そこの算定の資料につきましては、ちょっと九州観光推進機構のほうから取り寄せて確認したいと思いますので、きょうは大変申しわけないですけども、そういう形で取り寄せます。

それから、九州のイメージが1つですね。九州のイメージにつきましては、アンケートよりも、各プロモーションの中で反応をお聞きしております。いわゆる日本というイメージは強いんですけども、九州ということになると、非常に反応がまだ薄い。加えて、大分になると、さらにとということになりますので、そこは感覚的にそう感じられているとい

うことはもう敏感に感じておりますので、まず九州でインバウンドを売っていこうというふうに分県としては考えております。

したがって、九州観光機構が積極的にインバウンドをしていただく。ただ、先ほど申し上げましたように、香港とか韓国とかいうところ、台湾、こういうところはかなり九州の認知度が高くなってきている。そこはもうちょっと情報を細やかに提供して行って、大分を売っていくと。今、韓国あたりは大分というものを別府・湯布院というふうなイメージで売れるような状況になってきておる状況にありますので、もっと細かな情報を提供していく必要があるというふうに考えております。

それから、Wi-Fiスポットの充実、これはWi-Fi関係は、これまでも情報通信関係で設備投資をいろいろやってきております。ランクの設定をしたりしておりますけれども、すぐ陳腐化する状況もあります。今、どちらかというモバイル、こちらが進んでいる状況にあります。

先般、タイの方にお聞きしましたら、福岡空港で、モバイルのルーターを安く手に入られる状況になっておりますので、それを使って九州内を回るということになると、他県ではかなり高額な補助をしながらやっている県も幾つかありますけれども、その投資が全般に行き渡ればいいんですけれども、拠点だけに持っていくということで、逆に無駄になるケースもありますので、私ども昨年、インバウンドの連絡会議を設けましたので、そのあたりどうしたらいいかということ協議していくことにしておりますので、またその調査も現在やっているところであります。そういう状況でありますけれども。

藤田委員長 よろしいですか。

三浦委員 はい。

藤田委員長 そのほか。

玉田委員 1つは、オルレの関係、要は舗装した道じゃなくて、自然な道を歩くという、それが売りということで、やっぱり気になるというか、実際大変なのは、道路の管理の問題ですよ。もういつも声が上がっているのは、草刈りも含めて、今のところどうかと奥豊後やったら、3日に1回ぐらいの割合ぐらいで行っているという話も聞くんですけれども、3日ぐらい、1週間に1回ぐらいやったかな。もうちょっと伸び始めたとか、で行くという話を聞くんで。

最初の段階は、みんなモチベーションが高くて、よし、やるぞという感じなんですけど、だんだんだんだんモチベーションが下がってきたときに、やっぱりこれを持続して、いつも同じ環境で受け入れるというのが非常に大変だと思うので、その辺の長期的な目標というのをもうちょっと大きい仕組みを何かつくる必要があるんじゃないかなというふうな気がしますので、もしそういうことを考えられれば、1つ。

それともう1つは、アジアからの観光客をふやすということで、観光の資源自体が日常生活の中に、もうどんどん入ってきているというか、生活そのものが観光資源というふうな見られ方をしている中で、要するに受け入れる側は、日常生活の中にアジアの人たちが観光という形で大まかに言うところに入ってくると。そうすると、やっぱりそこに対する受け入れ側への何らかの啓発活動なり、教育活動なりというのは必要になると思うし、それから、例えば、その国々への少し歴史だとか、そういうのも学ぶ機会とか、そういうのもやっぱり必要になってくると思うんですね。これはどうしても外国の方が入ってくるとのこと

を嫌うという人もやっぱりいるし、距離をあげたいという人たちもやっぱりいると思うので、そこら辺をおもてなしの視点からどういうふうにアプローチしていくかというのは、ある意味では行政がやらないとできないことなのかなというふうに思うので、その辺の策を考えられていたら。

以上2点。

細川観光・地域振興課長 奥豊後コースは、特に地元の人々のボランティア精神で、当初から頑張っていたいただいて、そのオルレコースも含めて周辺の整備をしていただきました。県も、これは応援しなければいけないということで、総合補助金を使って、朝地駅の案内所の整備を、これも100%補助にさせていただきました。

その中で、現地の方々も非常に頑張っていたいただいて、例えば、韓国語の講座を開くとか、そういうこともしていただき、ガイドも精力的にやっていたいただいております。これは有償でガイドをつけるような状況になってまいっております。大変頭が下がる思いでございます。

その中で、やはり今先生がおっしゃったように小道が個人の生活道路にも入っているということで、ごみの問題とか、雑草がどんどんこの時期伸びてくるという問題もありまして、どうしたらいいかという協議を重ねているんですけども、なかなか妙案はない。個人のところに小規模集落応援隊を出すかという話もあったんですけども、これはなかなか難しいですが、小規模集落応援隊でできるところは、少しやっつけていこうというふうな話も出ております。それから、昨年は、グループで体育館を改修し、コミュニティーをつくり、その中で生涯学習的な活動、こういうことをすることに対して、国の助成金も獲得してまいりましたので、それを活用して、いい協議が整わないかなあというふうにも考えております。

いずれにしろ、九重のほうと、それから、もう1つことし手を挙げているところがありますので、そういうところと少し連携しながら、さらに広域的に、もし3つできれば、それぞれの団体、あるいはボランティアの方と協議するなりして、いよいよ方策を見つけていきたいと思っておりますので、ご理解をいただきたいと思っております。

玉田委員 要するにディズニーランドとかハーモニーランドみたいなテーマパークによるお客さんが来るのと違って、普通の生活の中を観光にしていこうという取り組みなので、そこら辺のところをもう少し、やり方というのはいろいろあるんでしょうけれども、双方に配慮しながら、そういう仕組みをやっぱりつくってもらいたいと思います。

細川観光・地域振興課長 特に朝地町で金が落ちないので、そこが非常に悩みなんで、入り口のところで少し物品を販売するとか、工夫が若干行われているようなので、そういう工夫に期待したい。その中で収益を回していくということも考えていただきたいなというふうに思っております。

あのコースは岡城で料金を取るんだそうですね。竹田側はそういうこと。それから、終わった後に温泉に入るといの方もおりますし、竹田市内には回遊できるスペースがありますので、商店街なんかには寄ったり、そういうこともあるので、豊後大野側の努力が必要でもありますし、また、先ほど申し上げましたほかのところ、うまくやっているところを参考にさせていただきたいなというふうに思っております。ぜひ後押しをよろしくお願いいたします。

玉田委員 双方と言ったのは、竹田と豊後大野という意味のみじゃなくて、観光客と受け入れ側の双方ということですから、その仕組みをぜひよろしくをお願いします。

細川観光・地域振興課長 わかりました。地元の方の韓国語の文化の勉強も努力をされているということなので、そういうことも参考にしながら、ほかの地域も含めて対応を考えていきたいと思っております。

志村委員 新しく部長に就任されましたけれども、部長さんとか、あるいは局長さん、課長さんで、ことしは海外に行く予定はどのくらいありますか。

日高企画振興部長 とりあえず、今決まっているのは、私が8月にちょっと韓国に行く計画をしております。

志村委員 局長さんは。

阿部観光・地域局長 8月の韓国、ソウルですけれども、今予定は、うちのほうは台湾と、それからバンコクが、当面对象で頑張ろうという予定をしております。

志村委員 どういう中身で行くんですかね。

阿部観光・地域局長 韓国については、もちろん、観光誘致なんですけれども、農産品、それから、加工品、物産、観光のPRということについて、台湾については、観光中心で行こうというふうに予定しております。

志村委員 非常に頑張ってるしゃるので、これはこれで進んでいただきたいですけれども、私は基本的感覚として、やっぱり来い来いとか来てらっしゃい来てらっしゃいだけではだめなんで、こっちから出ていくということが大事だと思うんですよ。どうも大分県は知事自身が余りそういう訪問団をつくらないんでね、ほかの県は結構訪問団を、知事が団長で、チャーター便で行ったり、結構やっぱりやっているんですね。だから、その効果はやっぱりそれなりに出ていると思うんです、各県がですね。

台湾の話ばかりして申しわけないんですけども、台湾は今、日本とは逆になっていまして、入り込みがですね。わずか2,300万人の国なのに、去年は220万人来ているんですよ、日本に。国民の9%も来ているんですよ。これは長年やっぱりそういうことを積み重ねて、これからやっぱり台湾に強くなっていくには、やっぱりこっちから出かけていくということね。団体を連れて、ぽーん行って、さあ皆さん来てくださいという、そういう観光戦略ね、これはやっぱり広域観光も含めて、観光戦略あたり大きく位置づけしないと、待ってるだけではやっぱり私は来ないなと、それだけでは来ないなというふうに強く思っております。

温泉だけではどうもあれなんで、北海道は雪とか、東北の祭りとかそういうのがあるけど、魅力というのは、やっぱりつくっていくというか、こういう風にですね。

温泉一つとっても、向こうの人は水着を着て入るのが普通ですよ。やっぱり裸で入るというのを非常に嫌がるということで、台湾で今、日本式の温泉の入り方というのがブームになっておまして、日本式の温泉の入り方も非常に魅力がある、それを教えていくということも必要だと思うし、温泉だけ売って違和感があるような裸と水着という、その辺をどうするかということもある。要は、こっちから行って、大いに出かけて、誘客をするという方法をとったらどうかと思います。

阿部観光・地域局長 ありがとうございます。

昨年度末、釜山にプロモーションをかけました。その際は、県内のホテル、旅館、観光

関係者70名を引き連れて、個別の商談をできるような形でやってまいりました。私ども観光のサイドでやる際には、やはり行政と、例えば、観光協会だけが行っても、後々のビジネスにつながっていかないということで、昨年度から極力民間の方と一緒に引き連れてという体制をとっております。

それから、今年度は、バンコクについては、細かいことは国際政策課のほうで今考えているとは思いますが、先ほど申し上げたように、こちらは官民一体で訪問して、例えば、農産物であれば市場関係、我々は旅行エージェンツという形で手分けしながらローラー作戦それと、あと例えば、食と観光の夕べのようなものにお招きして、PRさせていただくということで、一生懸命取り組んでいます。よろしくお願いします。

志村委員 ぜひお願いします。

平岩副委員長 素朴な疑問なんですけれど、国内旅行の人については、イメージが湧くんですけれど、外国から来られている方で私もよく観光客の方、団体で見かけて、この場所はどこの国の人なのかと、前へ行って見るんですけどね、外国の方、特にアジア系の方、船で入ってくる、飛行機で入ってくるとあると思うんですけれど、どこから入ってきて、どこから抜けていくというルートが多いのかということと、大体滞在日数がどのくらいなのかということと、それから、大分ーソウル線がちょっとお休みになってしまいますので、その影響がどうなのかということと、もう1点は、以前スリランカに行ったときに、ちょうどホテルの下がプールだったんですね。夜遅くまで大騒ぎしていて、楽しそうだなと思って、朝起きてみたら、周りをごみだらけだったんですよ。それで、ああ、これはこの国の、よその国の方のマナーなんだなと思ってびっくりしたことがあるんですけれど、外国の方が来られたときの日本の風習との違いの中で起こるトラブルみたいなことですね、そこらあたりの状況を、もし特徴的なことがあれば教えていただきたいと思えます。

細川観光・地域振興課長 まず、出入国についてですが、これは入国管理等で調査するものと、観光地で調査するというので、大分県の場合、先ほど百十数万の九州入り込みがあるということなんです、その点、28万から30万、今、直近で32万程度です。これは九州の4分の1が大分県を訪れていると、ざっと言えば、国の統計と県の統計、若干違いますので、しっかり、はっきりは申し上げられませんが、約4分の1は大分県に来ていただいているのではないかなと思っています。

それがどういうルートでかというのは、これは非常に難しいので、先ほど、オルレあたりは、もう韓国からツアーを組んで、バスで来る場合もありますし、個人のお客さんも、1人女性がやってきたりするケースもあります。そういうことで、個人がかなり多いと思います。

日本の国内の旅行は、グループが多いですね、個人、2人から5人、ファミリー、こういうところが非常に多くなっておりまして。国外の方はグループもあるんでしょうけれども、個人で訪れる、特に韓国、台湾あたりは増加しているとお聞きしております。

それから、滞在日数につきましては、国内は滞在する場合は圧倒的に1泊2日、多くて2泊3日というところなんですけれども、海外はさすがにやっぱり4日とか5日、こちらのケースが多くなっておりまして、そういう意味でも、外国の方が、大口観光客が7人来れば、1人人口がふえたと言われるのは、それぐらい長期間滞在いただいて、消費が多

いということで、今、国を挙げてインバウンドに取り組んでいるというのは、そういう趣旨であろうということでございます。

それから、もう1つは、「トラブル」と言う者あり）トラブルですね。トラブルは今、福岡のほうで1つ会社が無料で電話を受けるようなことにもなっておりますけれども、私どもに特に大きなトラブルをお聞きしたことはないんですけれども、小さなトラブルは当然ながら起こっていると思いますし、どういう交通手段かとか、どういう、先ほども温泉の入り方がありましたけれども、マナーが必要だとか、そういうお尋ねは観光案内所にもあるようでございますので、観光案内所がまず、外国語がしゃべれる、そういう指定の案内所をふやしていくという対策が1つと、やはりガイドさんの養成を観光案内にきちんと使っていける仕組みをつくっていくということが対応策だと考えておりますけれども、いずれにしろ、受け入れ体制の整備、これをどうしていくか、そういうことが課題になってこようと思いますので、先ほどご説明申し上げたように、インバウンドの協議をする会を設けましたので、この中で具体的に迎える側の旅館の方々、あるいは案内所の方々どうしていくか、こういうことを協議を進めていきたいと思っております。

今、Wi-Fiも含めて、受け入れ体制について、主要な施設、旅館等にアンケートをとっておりますので、それを集約して、今月にも会議を開いて検討をさせていただきたいと考えております。今、そういうふうな状況であるんですけれども。

阿部観光・地域局長 今、課長がお答えした以外のところで、ソウル線の影響ですね、先ほど課長が申し上げたように、大分県のインバウンド、外国の宿泊者数というのが2年ぶりに30万人に回復しました。その30万人のうちの約6割から7割が韓国のお客様なんです。韓国のお客様の大半の入り口は福岡空港、博多港、それから門司港あたりになります。そこから大分のほうに入ってくる。大分空港を利用して大韓航空を利用して多分宿泊に入られている方、これはもう推計ですけれども、恐らく1万から1万5千人ぐらいじゃないかなというふうに推計しております。

それと、トラブルなんですけど、韓国の方が多いということで、韓国の関係の方で、例えば、湯布院で散策の途中に民家の中に入り込んでいくと、これは多分オルレの方もあるんじゃないかと。それと先ほど先生がおっしゃったお風呂の関係。それから、トイレの習慣がやっぱり違うみたいですね。特に韓国の方は紙を流さない習慣があって、公共トイレの後に日本人が使えないとか、そういうのがあります。ただ、大きなトラブルというのは、今のところはそれほどないというふうに聞いています。

以上です。

平岩副委員長 はい、ありがとうございました。

藤田委員長 そのほかございませんか。

今の関連なんですけれども、今までの大分ーソウル便の利用客の内訳というのは、日本人、韓国人、その他の外国人の比率でいくとどんな感じになりますか。

阿部観光・地域局長 あの便は非常に特徴的でございます、9割が韓国のお客様です。ですから、向こうから大分に来て別府温泉、湯布院温泉を楽しむというお客様が9割、県民の利用が1割ということで、ほとんどインバウンドに頼った路線というのが特徴になっております。

運休に至るまでに、今年度に入って日によっては十数%台の搭乗率から30%の搭乗率、

これはもう韓国からのお客さんが、要は極端に減ったということです。これはもうご案内のとおり国際関係の問題が1つそれから、セウォル号の沈没事故の関係で韓国の旅行事業ががっくり落ちています。それと、逆にこちらから少ないですけれども、県民の方の旅行については、やはり何度か韓国に行ったというのと、韓流ブームあたりも少し下火になっているかなというところがあるかと思えます。

藤田委員長 それでは、ほかにもないようなので、執行部はどうもご苦労さまでした。

〔企画振興部退室〕

藤田委員長 それでは、引き続き今後の調査計画についてですが、今後調査する項目と日程について、私のほうで案を作成しましたので事務局から説明させます。

〔事務局説明〕

藤田委員長 ご案内のとおり、なかなか広域行政のほうは、広域行政機構等々も動きがとまっておりますし、道州制もまだ具体的な進展もないので、この特別委員会として調査をするにまだ至っておりませんので、前回の県外調査も含めて、広域観光、あるいは広域交通体系の活用についてということで調査をしておりますので、それを中心に今年度の取りまとめを行っていきたいという思いもございます。そういう関連で、最終的に県外調査についても先ほどもありました県外への広域での観光のあり方ということで、四国、加えて今年度から太平洋新国土軸についても県としての調査に入るということなので、お隣の愛媛県、香川県の対応状況について調査してはどうかということで、この四国、愛媛、香川ということも案として設定をさせていただいておりますので、ご意見等ございましたら、お願いをしたいと思います。

〔「異議なし」と言う者あり〕

藤田委員長 よろしいですか。

では、県外調査の日程ですけれども、他の特別委員会についても、ほかの日程の関係で、盆明けの日しか設定が多分できないだろうということで、ここでもう絞り込んでの調整ということで聞いておりますので、よろしいですか。

〔「異議なし」と言う者あり〕

〔日程協議〕

藤田委員長 それでは、一応日程については、8月18日から20日の案を中心に、相手がどうしても18日がだめだということになれば、ちょっとその辺は考えたいと思います。あと、調査の目的地ですけれども、先ほどお話しした趣旨の関係で、委員長に一任をさせていただいてよろしいですか。

〔「異議なし」と言う者あり〕

藤田委員長 それでは、この際、ほかにも何かございませんか。

〔「なし」と言う者あり〕

藤田委員長 別にないようでありますので、これをもって本日の委員会を終わります。

次回の日程は、別途事務局より連絡いたします。どうぞよろしくお願ひします。どうもありがとうございました。