

鹿児島市観光未来戦略推進会議 概要 (令和3年度 第1回)

1. 開催日時

令和3年7月2日(金) 15:00~17:00

2. 開催場所

鹿児島市役所 みなと大通り別館6階 ソーホー会議室

3. 出席者

出席19人(代理を含む)、欠席6人

4. 会次第

- (1) 開会あいさつ
- (2) 第3期観光未来戦略の検証について
 - ① 総括
 - ② 主な事業の実施状況
- (3) 第4期観光未来戦略の策定について
 - ① 概要等
 - ② 骨子案
 - ③ コロナ後の観光動向について

5. 協議事項の概要

○委員

- ・この5年間、市全体では数字が良いが、桜島で儲かった実感はない。ホテルや土産店が儲かっているようには見えなかった。この5年間でどの事業者がどれだけ売上が伸びたという情報が欲しい。そのような情報があると、稼ぐ観光が実践できたということが検証できる。ビッグデータというよりは、個々の事業者がどのように儲かっていったかという情報が必要である。それが持続可能な基盤の強化に繋がる。
- ・桜島にはあまりお金を落す場所がないため、キャッシュポイントづくりも大事である。
- ・ワーキンググループについては、飲食店、物流、土産など、テーマを絞ると具体的な意見が出やすいので、そのようなワーキンググループを増やしてほしい。

○委員

- ・コロナ後、どのような観光になるのかという情報が足りない。
- ・SDGsという言葉が先行しているが、もっと具体的に詰めていく必要がある。
- ・健康志向が強まること及びウェブをもっと具体的に掘り下げていくべきである。
- ・少子高齢化が進み、財政状況も悪くなっており、今後、国からの交付金や補助金が減る可能性も

あることを考えると、如何に無駄を省くか、また交流人口を増やして稼ぐ力をどう強化するかを考える必要がある。県や市、観光団体等がバラバラに行動しているので、まとめると効率が良くなり、実現性が高まる。

- ・稼ぐ力に関しては、どういう機能であれば本当に稼げる体制になるのか検証するべき。

○委員

- ・上海線はコロナの影響で2020年2月から運休しており、再開の見通しもまだ立っていない。
- ・第3期のプロモーションの事業に関しては、コロナ禍で直接的なプロモーションができず、実施が見送られたが、オンラインで楽しめる観光コンテンツに変換し実証するべき。市民も巻き込み、国内の知人や、特に海外の人に、鹿児島を毎年届けるというイメージで定期的に年に4回程度、新しいコンテンツを発信していくといい。持続可能なことにもつながる。市民の中には帰国できない留学生や研修生等もあり、そのような人々の家族や友人が動画を見ると、鹿児島に行ってみたいという動機付けになる。
- ・鹿児島のような地方都市の国際路線の再開はいつになるのか分からない状態である。都市部から国際線が復活すると思っているが、関空や福岡に到着した客にどのように鹿児島に来てもらうかという種まきも今から行う必要がある。

○委員

- ・県内の小学校で鹿児島県を修学旅行先にした学校は、令和元年度は4校だったが、令和2年度に15校まで増え、小中高全体では、令和元年度に19校、令和2年度に29校まで増えた。コロナ禍で地元のホテルや飲食店等をサポートするということだったと思うが、県内の歴史や食を知る良い機会になった。市民にも地元を楽しんでもらうことは大事である。
- ・稼ぐことに関しては、モノを売ることにもっと力を入れたほうがいい。西郷銅像や南洲墓地等は感動するが、また来たいと思ってもらえるような持ち帰るモノがなく、お金を落とす場所がない。
- ・「わくわく一ぽん」は市民に好評だった。もっと活用して市民に観光施設を利用してもらえたらいい。「わくわく一ぽん」の感想があれば聞かせてほしい。

○事務局

- ・「わくわく一ぽん」は、地元を知る機会になったという意見を頂いている。Instagram等で発信をしている人も多数いる。地元の人に地元を知ってもらうことはとても大事だと改めて認識した。

○委員

- ・今まではクルーズ船等の団体客が多かったが、今後は富裕層が家族等と少人数で個人旅行として来る可能性が高い。海外観光客にとって、レンタカーを借りることはとてもハードルが高く、自分達の足で回るとなったときに障害になるのが交通機関の複雑さである。富裕層はハイヤーを借りるが、自分の足で回る人が天文館で細を作る場所に行きたい場合、「タクシーで〇〇円です」と案内しても諦める人が多い。せっかく桜島に行ってもタクシーの台数が限られており、別の角度

から桜島を見たくてもあきらめる可能性が大きい。公共交通機関の利便性を高める必要がある。

- ・「地元を巻き込んでPRしたほうがいい」という意見には賛成である。オンラインツアーの中でお客様の反応が良いのは、ツアーコンダクターとの会話ではなく、ツアーコンダクターを通して地元の酒蔵や紬の織物の人と話をする時である。地元の人をもっと出すようなPRを行うべき。

○委員

- ・アクセスに関しては、同じような議論をずっとしている。鹿児島市内のバスも少ないが、霧島等への便がとても少なく、観光客を受け入れる体制がなかなか整わない。アクセスを整備しない限り人は動かず、お金を落していかない。いかにお客様に来てもらうかを考えるべき。
- ・オンラインツアーは集客がかなり難しいため、行政等が発信していく形ができるといい。観光客は鹿児島市だけに来るのではないので、それぞれの自治体でお客様を求めめるのではなく、全体で連携していくことが今後さらに重要である。情報発信を一本化していく必要がある。
- ・お金を落としやすい受け入れ体制をつくるべき。

○委員

- ・鹿児島市民を巻き込んで情報発信を行う際に、市民による観光情報発信アワードのようなものを作り、専門家等の意見を聞き、アクセスが多かった人や優れた情報発信に対して賞を与えるなどを行うと、地元も盛り上がり面白。
- ・インフォメーションセンターのようなものを立ち上げ、県や市の効果的な情報発信を行うといい。

○委員

- ・桜島が噴火すると、風がない場合は噴煙が3,000m程上がり、それが全国ニュースになる。それを見て全国からは、鹿児島は危ないと思う。そのような風評被害を受けずに、正確な情報を発信できる体制づくりが必要である。骨子案に風評対策も入れてほしい。

○委員

- ・市内の温泉は、大型のところや郊外型は増えているが、観光客が地元の人の生活ぶりを感じられる銭湯は減っている。市民に対し、観光客のために温泉に入って維持してくれとも言えない。
- ・二次アクセスの問題に関しては、バス路線が古くなっている。市民の利用客が減っているから事業者が維持できないという悪循環である。
- ・名山町周辺で駐車場が増えている。市電が通り、バスも沢山停まるような場所でも駐車場が増えているというのは、車が便利ということである。市電・バスも使わなければならないという市民意識を醸成する施策が必要である。市民の努力も必要であり、それは観光客のためにもなる。
- ・令和9年は西南戦争が終わって150年の年である。明治維新150周年とは全然内容が違うということ踏まえるとまた違った形があると思う。

○委員

- ・二次アクセスの問題に関しては、鹿児島であまり進んでいないカーシェアリング等も今後考えて

いく必要がある。また、「かごりん」等もっと活用できる。モーターアシストの自転車を導入するなど、方法は色々ある。

○委員

- ・コロナ後の外食はどうあるべきか、まだ定まっていない。「鹿児島県飲食店第三者認証制度」が6月28日から始まったが、どのような形であれば、お客様に安心して食事をしてもらえるかが分かりづらいのが現実である。資料に、「コロナ後の海外旅行先として、日本は高い評価を受けており、訪日の際には特に衛生面への配慮が重要視される」とあるが、それがどういう形であるのか。外食に関しても、コロナ禍だけでなく、コロナ後も考える必要がある。
- ・ウェルネスも重要な要素である。健康食品は高いというイメージもあり、どうすればお客様に旅行先で食べてもらえるものにするのかを考える必要がある。
- ・鹿児島は食に恵まれているが、ありすぎて上手く使えていない。特産品協会等と連携して、県内の食材を月別に打ち出し、その食材を使ってメニューを開発していく等、旅行者だけでなく地元の人にも鹿児島の食材を知ってもらう流れを作るといい。
- ・ハラルやベジタリアン等に関しては、どのくらいの売上になるのかが明確でないと、設備投資等に費用がかなり掛かるため、とても手が出せない。県内で今後どのくらいの需要が発生するのか、もう少し具体的な数値を出してほしい。
- ・昨年の1月以降まともな営業ができていない。事業者がかなり減る可能性があり、鹿児島の食をどう守っていくか考えていく必要がある。
- ・業界として今まで行政と繋がったことがなく、情報もない。今回は初めて行政から時短要請等があった。各関係者と連携しながら、自分達も行政に近い存在として認めてもらえるように努力を重ねていきたい。

○委員

- ・魅力的な食は鹿児島の魅力に直結するので、連携を強くしていきたいと思う。
- ・鹿児島の食の楽しさをうまく引き出せたらいい。

○委員

- ・第4期戦略の策定にあたり、インバウンドが強化され、現場に携わる人々が増えたことはとても心強い。
- ・鹿児島の魅力や、鹿児島に行く必然性をより訴えていく必要がある。
- ・戦略においては、ターゲットを分けて考えていく必要がある。インバウンドがすぐに復活しないことを考えると、日本人がターゲットになる。日本人も大都市、九州圏内、鹿児島県内、鹿児島市内と分けて考えると、同じ日本でもニーズ等が変わる。それぞれのタイプのニーズに合った事業を計画してほしい。
- ・マイクロツーリズムは観光以上に郷土愛を掻き立てるとてもいい動きである。わくわく一ぽんのような事業は引き続き行ってほしい。
- ・食文化に対し危機感を持っている。鹿児島の食を担ってきた天文館の店の閉店が相次ぎ、支援を

行っても追いつかない状況である。産業系の部署と連携し、食文化を担う中小企業や事業者の長期的な支援も含めて進めてほしい。

- ・相変わらず Suica は使えない。
- ・Google マップで行きたいところまでの経路を検索する際に、バスの時間が表示されるようになったことは良かった。

○委員

- ・まちのデザイン等はコロナに関係なく進めていくことができる。
- ・観光客にとって Suica が使えないことは致命的である。
- ・市電は歴史的産物であり、便利な乗り物であるが、昔の形であるため、バリアフリーが必要な人達にとってはとても不便な乗り物なので、早急に対応すべき。
- ・鹿児島市の「待ってるし、鹿児島市」のような形で、デザインされてきれいになった鹿児島市を紹介するといいい。世の中はテレビの地上波よりもネットの時代である。しかしウェブだけやればいいということではなく、テレビからウェブへ繋げていくという戦略は今できることである。
- ・最近、名山堀に話題となる店が多くある。名山堀は鹿児島ならではの場所だが、古いエリアなので、安全面等の計画があるかもしれない。いい鹿児島の空間になっているので、名山堀に対しての再生計画等があれば聞かせていただきたい。

○事務局

- ・再開発など具体的な計画はない。しかし、観光ポスターに名山堀の写真を活用して PR しており、観光案内等でも面白いところとして紹介している。

○委員

- ・名山堀はチャレンジングな場所であり、鹿児島の若いエネルギーを受け止める場所でもある。鹿児島のエネルギーを引き出す場所として位置付けて活用すると、一種の名所ようになる。

○委員

- ・県、市、飲食業、ホテル業などそれぞれがバラバラに行動しており、まとまっていない。お互いに共通認識を持ち、解決策を一緒に見つけていくべき。
- ・若い人達は毎日のように Instagram、TikTok、YouTube 等で情報発信を行っている。若い人達の感性を観光に上手く活用してほしい。

○委員

- ・第 4 期骨子案については、国内向け、海外向けの棲み分けを分かりやすくしていただきたい。
- ・スマートフォン一つでどこにでも行けるアジアの国もあるので、鹿児島もウェブサイト充実させることが先決である。シンプルで外国語対応であることが 1 番である。桜島を見て、温泉も体験した後の選択肢をスマートフォンで調べるときに、他にも体験型のものがあればそこに流れる。海外のウェブサイトは色々な情報を詰め込み過ぎておらず、とてもシンプルで分かりやすい。

- ・国内向けと海外向けの PR は全然違うものを作成する必要がある。国の文化によって響くことが違い、海外向けはストーリー性、国内は視覚的に派手なものという使い分けが良い。国内とインバウンドを両立するために、一辺倒ではなく、ターゲットを見据えて作ることが大事である。

○委員

- ・個人が観光の中心になっていることを考えると、ターゲットの行動等を整理し、もう少しきめ細かくターゲットごとに対策を立てる必要がある。

○委員

- ・今後、GoTo トラベルがなくなったときに、地域間競争が起こるため、鹿児島らしさを追求する必要がある。日本の端の鹿児島に来てもらうためには何か光るものがないと負けてしまう。骨子案に「鹿児島らしさ」を追加するといい。
- ・気仙沼市と鹿児島市の立ち位置は違い、気仙沼市は宮城という大都市があり、その次の都市で気仙沼があったので気仙沼クルーカードというモデルができた。鹿児島はどういうふうに CRM を進めていくのかと思う。
- ・オンリーワンの魅力創出は 1 番難しく、我々もキャッシュポイントに関してはコンテンツを作るが、マネタイズが非常に難しい。良い素材はあるが、見て帰るだけでは 1 円も落ちないので、付加価値を付けていくしかない。色々な人が関わり、掛け算をしながら付加価値を上げて、その土地ならではのものを作っていくことが大事である。
- ・プロモーションに関しては、自己分析をしたうえで、鹿児島らしいプロモーションをしてほしい。

○委員

- ・九州では福岡の緊急事態が鉄道のお客様に大きな影響を及ぼしたが、今は少しずつ回復している。
- ・今までは ToDo だったが、これからは ToBe（どうありたい）かが重要である。

○委員

- ・歴史等を知れば知るほど面白いのが鹿児島である。市民と一緒に鹿児島の魅力を再発見していくことができれば、インバウンド客も楽しめる。私達が楽しい地域おこしができれば、観光全体に繋がるので、人づくりが大事である。
- ・市立美術館のような施設を夜間に鑑賞できると、人を集める良いポイントになる。絵を鑑賞し、食事をして、パフォーマンスを観た後、天文館に行くというような繋がりができたらいい。鹿児島の人達が楽しめるまちづくりは自然とインバウンドに繋がる。

○委員

- ・第 4 期骨子案ではコンテンツマーケティングを強調してほしい。世界から来てもらうには何が鹿児島の魅力なのか、桜島なら桜島をどのように表現するか考えなければいけない。SNS で世界の人々が検索したときに、美しい桜島にするのか、日本で 1 番活発な火山の桜島にするのか。このようなコンテンツは世界に 2 兆コンテンツ程あり、その中のトップ 100 の表現の仕方を抽出し、そ

れを桜島や錦江湾に使い、SNS でヒットさせる。鹿児島に来てもらうことが重要である。

- ・ SDGs とあるが、日本の場合は JSTS-D (Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations) が観光庁に出ているので、それを骨子案に入れたほうがいい。
- ・ 中国のクルーズは鹿児島にお金が落ちない。欧米豪や台湾のクルーズの誘致に集中すべき。
- ・ 食と観光は同じなので、「観光＝鹿児島の食」を結び付けるべき。MICE は密になるため来ないという場合は、城山ホテルのような広い場所で日本中または世界中の人と繋がり、オンラインで参加した人には鹿児島の特産品が届くというような魅力あるデジタルの MICE も含めて色々なことをやるべき。
- ・ 相変わらず交通課題が解決していない。交通カードを導入すべき。

○委員

- ・ 鹿児島をアピールするためにはどうすべきか、皆で共有していく必要がある。