

平成30年度第1回高知県おもてなし県民会議 議事要旨

日 時 平成30年8月21日(火) 13:30~15:30

場 所 高知城ホール 2階 中会議室

出席者 別添出席者一覧のとおり

内 容

1 開会

(挨拶) 観光振興部副部長 吉村 大

2 委員紹介

3 協議事項

(1) バリアフリーの観光推進部会の設置について

事務局：資料1により説明の後、質疑応答・意見交換

【笹岡委員】

おもてなし課とは、中心商店街でのタウンモビリティの取組について共有している。また、よさこい期間には、車いすの貸し出し希望も多くあり、ニーズがあると実感している。

【植田会長】

バリアフリー観光推進部会の設置によって、ステップが一つ上がるような印象を受ける。本来なら、これまでにやるべきことだった。何をやればいいのかをこれから考えて、部会の中で話し合っていく。そういった中で、日常生活では気が付かないことがあれば、それらを旅館・ホテルといった様々な施設にフィードバックしていくことで、県全体として良い方向に進んでいくと思う。

【長尾委員】

(資料1の) 受入態勢イメージの中に、外国人が含まれていない。

【事務局】

現在は、主に車いすを利用する方を対象とした調査を行っているが、実際はユニバーサルツーリズムの推進を目指しており、外国人観光客、乳幼児連れの方、高齢者といった多様な観光客への相談機能を考えている。

また、外国人を対象とした観光案内所が、高知駅やその他県内のいくつかの地域(5エリア13か所)に設置されている。

一方で、バリアフリー相談機能は、誰もが高知で旅行を楽しんでいただけるような、そんな窓口となるように皆様と検討を進めていきたい。

障害がある方が車いすを利用する際の段差といったバリアの解消を目指すというよりは、正確なバリア情報を観光客に伝え、観光客が高知で安心して旅行できるための相談機能を目指していきたい。

【長尾委員】

(資料1の)受入態勢イメージの中に、言語のバリアがない。ユニバーサルツーリズムの推進であれば、外国人も入ってくるかと思う。

【事務局】

バリアフリー観光というのは、広く色々な方に高知県観光を楽しんでいただくためのものであるため、今後、こういった資料を作成する場合は、外国人というワードも入れていきたい。

【植田会長】

「バリアフリー観光推進部会」の設置に異議はないか。

《全会一致で承認》

(2) 高知家おもてなしキャンペーンについて

事務局：資料2により説明の後、質疑応答・意見交換

【植田会長】

今年は「土佐茶でおもてなし」は実施しないのか。

【事務局】

要望があれば実施について検討する。

【岡崎委員】

今年は高知城でのお茶出しがないのかと思った。高知城でおもてなしをするのと高知駅でおもてなしをするのでは違う。高知駅は地元の方が多く、高知城は県外観光客が多いのでアピールになる。

【事務局】

昨年までは、高知城でおもてなしをする時に、土佐茶のPRもさせてもらっていた。おいしい土佐茶を高知県で一番観光客の来る高知城で飲んでいただく、そういった狙いで平成27年度から高知城での土佐茶のふるまいを始めた。

平成26年度に、竹林寺でお茶のおもてなしを始めたことが始まりで、その時のおもてなしが非常に好評だったため、高知城でも何かおもてなしができないかということで、お茶でおもてなしが始まった。

【植田会長】

階段（高知城）を降りてきてお茶をもらおうと嬉しい。去年は、浜幸のかんざしを1個まるごとふるまい、観光客が非常に喜んでた。

【事務局】

おもてなし活動を実践する場合は、県民会議の委員が個人で参加するだけでなく、所属企業や団体の方と一緒に実践し、おもてなし活動が広がることを期待している。

お茶でおもてなしについては、改めてご案内させていただく。

【植田会長】

最近帯屋町筋が賑わってきたような気がする。

【安藤委員】

高知市内で一番人気はオーテピア。それが大きな要因となっているように感じる。高知に来ている観光客の目的は「食」であり、その中心はひろめ市場。ひろめ市場でこぼれた分を商店街で拾えるという流れとなっており、商店街にも飲食店が増えるなど、商店街が変化してきた印象を受ける。

また、クルーズ船によって商店街の通行量が変わった。以前とは変わってきている。ただ、通行量が多いだけではだめで、魅力がないと消費が伸びない。

以前、クルーズ船が来たとなった時に、京町・新京橋の女性部が商店街のイベントの一環としてお茶を出していた。現在は、商店街全体の女性部が抹茶を点てるイベントを行っている。

また、京町に高知市学生生活動交流館がある。ここでは、おせっかい協会や高知大の学生が英語の案内所を開設したり、折り紙を教えるイベントを行っている。こういった活動のように、おもてなしキャンペーンに掲載されていない活動がたくさんあるが、活動が存在することが大切。

【植田会長】

地域の人を巻き込んだ独自のおもてなしを行っている状況は理想的だと言える。

【事務局】

先日、クルーズ船寄港時にははりまや橋商店街で外国人観光客にスイカをふるまっていた。

【安藤委員】

はりまや橋商店街は色々やっている。はりまや橋観光バスターミナルから高知城へ向かう動線にあることもあり、餅つきイベントを実施したこともある。

こういった活動の積み重ねが「地元の人へのホスピタリティを感じられる」ランキングで上位に入ったことにつながっているのではないかと思う。

【田村委員】

ダイヤモンド・プリンセス寄港時には、和歌山県庁からの視察があり、おせっかい協会の活動を見ていただいた。

次回は10月上旬に、四電プラザで高知の食（いなか寿司など）を作り味わえる料理教室の開催を企画している。課題としては、四電プラザはゴールデンルートと外れているので、誘客方法について皆様からのアドバイスなどいただくと助かる。

【海老塚氏】

（竹林寺では）”おもてなし”を意識した活動ではないが、観光客が来て良かったと感じてもらえるような活動を意識している。そのためには、観光客から何を求められているかを知ることが必要。それ以上のことをしても、喜ばれないこともある。

県民会議での議論や取組は良いことなのだが、県民などに対する発信力が弱かったように思う。SNSを立ち上げて情報を発信していくことは非常に良いと思う。取組などを発信していき、県民一人一人が観光客などをお迎えしようとする気運が高まってくると良い。

【植田会長】

発信方法にも工夫が必要。発信しても見ていただかないと伝わらない。

【事務局】

まずは、委員の皆様から身近な方におもてなし課公式SNSの周知にご協力いただきたい。

【植田会長】

タクシーに乗車した時にドライバーの方と話をしたが、その方は以前おもてなしタクシーの認定を受けていたが、認定を返納したと言っていた。せっかく勉強して認定を受けた方がやめられるのはもったいないと感じた。

【明石委員代理】

高知県のタクシードライバーの人口が1,700人。平均年齢が64歳。タクシー業界の高齢化が問題となっている。どうしても若いドライバーと比べると、高齢者のドライバーの方が新しいニーズに対応しづらく、新しいサービスが生まれづらい状況となっている。

最近では外国人観光客が増えている。語学力がないと対応できないという見方もあるが、身振り手振りで積極的にコミュニケーションを取っていくことが、おもてなしの心であると考えている。

【植田会長】

おもてなしの気持ちがあれば通じる。そういう気持ちを県民全員が持っている状況が理想的である。

「花でおもてなし」の花は自分で用意するのか。参加方法について教えて欲しい。

【事務局】

花はご自身で用意していただく。おもてなし課で立ち上げを考えているSNSは、インスタグラムを考えている。インスタグラムに「花を植えました」といった投稿（コメント）を行っていただくなど、簡単に参加できる方法を考えている。

【植田会長】

高知市は「花いっぱい運動」で花を植える活動を実施していたかと思う。おもてなしキャンペーン期間中に、「花いっぱい運動」を実施検討できないか。

【村田委員】

「花いっぱい運動」では花の苗を配っている。実施時期については確認してみる。

【田村委員】

(タクシードライバーについて)高齢者が学ぶ意欲が低下するということはあるかもしれないが、利用者目線で考えると、高齢ドライバーの方から人生の先輩として話を聞きたいというニーズもあるのではないか。例えば、〇〇先生のタクシードライバーなど。そういった取組は注目を集めると思う。

【明石委員代理】

そういった取組は面白いと思う。ドライバーは、自分が興味のある分野の話であったり、詳しい話になると乗客との会話が生まれる。会話をすることは接客サービスの重要な一つである。

【植田会長】

例えば、座席の後ろにドライバーの特技や趣味などを書いておくのも良い。話をしたくない乗客もいるので難しいところだが。

こういった議論を通じて、新たなアイデアが生まれてくる。皆さんそれぞれの立場、目線からの意見が新たな”おもてなし”につながっていく。

(3) おもてなしトイレ表彰について

事務局：資料3により説明の後、質疑応答・意見交換

【橋本委員】

平成 26、27 年度は選定要件が設定されているようだが、こういった要件か。

【事務局】

平成 26 年度から表彰を始めた。平成 27 年度までは、事務局が表彰にふさわしいと思われるトイレを選定して県民会議へ候補として挙げていた。平成 28 年度からは、公募制として、自ら手を挙げていただいたトイレを候補トイレとしている。

また、平成 26、27 年度は、選定にあたりいくつかの要件を設定している。例えば、平成 26 年度に表彰された「ゆういんぐ四万十」は、地域の特徴が活かされているトイレ。平成 27 年度は、公共トイレと民間トイレを同じ土俵とするのは、難しいのではないかと意見があり、「いつでも誰でも利用できるトイレ」「思わず行ってみたいくなる観光施設のトイレ」といった要件を設定した。

平成 28、29 年度は、公募制となったため選定要件は特に設けず、全候補を総合評価し、過半数の得票となったトイレを表彰対象とした。

【植田会長】

まず、過去に表彰実績があるトイレを対象とするかどうかの議論が必要かと思う。

「一度表彰を受けていたら対象としない」と思う方は挙手

※4名

「一度表彰を受けていても対象とする」と思う方は挙手

※多数

過去に表彰実績があるトイレも表彰対象とすることで決定。

【沢近委員】

例えば、来年は条件を付けてはどうか。今回は表彰実績があるトイレが3件あるが、表彰実績があるトイレについては、応募の際に、今回受賞とならなくても、次回も必ずエントリーしてもらおうなど。

【三谷委員】

一度表彰となった場合は、受賞以降も継続していくことは当然だと思う。それよりも、おもてなしトイレの裾野を広げていく取組の方が重要。表彰実績があるトイレは、継続しておもてなしに取り組むことが当たり前だと思うが、どう考えているか。

【事務局】

以前はおもてなしトイレの再チェックを行っていた。その結果、おもてなしがされていないトイレなどについては、改善をお願いしたこともある。

受賞以降も継続していくことが当然という意見もあれば、一方で継続していくことの努力について評価をしていくという意見もある。事務局でも決めかねていたため、委員の皆様からの意見をお聞きしたかった。

県の表彰であれば、1回表彰を受けていれば表彰対象とならないことが多いが、おもてなしトイレ表彰は、県民会議と県が実施する表彰であるため、県民会議の意見も取り入れていきたい。

【沢近委員】

今年は応募条件に過去の表彰実績についての制約がないため、先ほど決定となったように過去の表彰トイレも対象とするが、来年は以前の受賞時から上回った項目があるなど、条件付きでの応募を考えてはどうか。

また、受賞歴があるトイレについては、特別賞・アイデア賞といった別枠を設ける考え方もあると思う。

【事務局】

いただいた意見を踏まえて、来年度以降は表彰実績があるトイレについて、応募時に条件付けを行っていくことも検討する。

【安藤委員】

おもてなしトイレの事業の見直しを検討しても良いのではないか。

観光案内のSNS上で、おもてなしトイレがどこにあるのか、掲載するだけで良いと思う。

【田村委員】

高知県おもてなしトイレ選手権をSNS上で展開してはどうか。話題になると思う。

【岡崎委員】

おもてなしトイレに認定されることでメリットはあるのか。おもてなしトイレに認定されることで、店舗であれば売上につながるなどの分かりやすい動機がないと、維持するのも大変だと思う。

【服部委員】

おもてなしトイレに認定されたことで、従業員の意識は上がっている。一方で、おもてなしトイレの維持には労力がかかる。例えば、よさこい期間中などは、清掃を行ってもすぐにトイレが汚れてしまう。本当に喜んで使っていただきたい時に、残念な思いをされることがあり、これが管理者と利用者のギャップとなっている。

【安藤委員】

困ったときに、おもてなしトイレがどこにあるか分かる仕組みがあれば良い。

【事務局】

おもてなし課のホームページに掲載しているが、それ以外に「Check A Toilet」というトイレマップサイトや「こうち旅アプリ」にもトイレ情報を掲載している。また、以前おもてなしトイレPRカードを配布したが、まだまだ発信力が足りないと感じている。

【植田会長】

おもてなしトイレの事業も方向性の転換を考えるタイミングかも知れない。一定の認定数となってきたため、今後は情報発信に重きを置くことも必要。

4 報告事項

自然・体験型観光キャンペーンについて

事務局：資料4により説明の後、質疑応答・意見交換

【安藤委員】

仁淀川や四万十川のカヌー大会、ラフティングなどは、個人が実施しているのか、または市町村が実施しているのか。また、河川などを使うことで制約はないのか。

【吉村部長】

両方のパターンがある。民間事業者が実施する場合もあれば、市町村の施設として指定管理者が実施する場合もある。また、河川などを使用する場合は、漁協等との調整が必要となってくる。

【川田副会長】

特設サイトのユーザビリティは利用者向けのおもてなしとも言えるかと思うが、体験型観光の情報集約サイトなのか、予約販売まで行っているサイトなのか。

【事務局】

詳細は詰めているところだが、体験プログラムなどの情報を網羅したサイトとなっており、詳細を選択すると予約まで行える。

特設サイトはポータルサイトなので、各旅行会社などの販売ページへと遷移していく仕組みになっている。

【岡崎委員】

外国人観光客も使えるのか。また、体験プログラムに加えて、施設などへのアクセスも検索・予約ができるような仕組みとなれば、外国人観光客（特に個人客）のニーズも取り込めると思う。

【吉村部長】

外国人観光客がWEBから検索して見つけることは難しいと思うので、「VISIT KOCHI JAPAN」というサイトと連携して、特設サイトへアクセスできる方法を考えている。

個人旅行者向けに、宿泊情報とアクセス情報の専用項目を設けて、スムーズに周遊できるようにしたいと考えている。

【三谷委員】

WEBで「KOCHI」と検索すると、インドのコーチが出てくる。日本の高知を検索しやすいようにしてほしいと外国人の方から意見をいただいた。

【吉村部長】

外国人観光客に刺さるようなキャンペーンの名称、キャッチフレーズを考えたい。自然・体験型キャンペーンは、本県の課題であるインバウンド対策でもある。市町村等の地域の皆様に観光資源の磨き上げや発掘を目的として、国内外の専門家のノウハウを活かしたコラボレーションを進めている。

また、中山間地域において、これまで宿泊施設がなかったために、観光客を受入れできないという課題があった。宿泊については、集落活動センターと連携して民泊を活用していただくような展開も考えられる。

以上