

長崎市版 DMO 研究会 第 3 分科会 第 2 回議事録（要約）

1. 日時 平成 29 年 10 月 16 日(月) 13:30～16:30
2. 場所 長崎県勤労福祉会館 大会議室
3. 参加者 アドバイザー：DMO 推進機構 大社代表理事
専門委員：長崎大学経済学部 山口准教授
長崎都市経営戦略推進会議 加藤事務局長
長崎経済同友会交流の産業化委員会 小田副委員長
事務局：長崎市 観光推進課 中島主幹
長崎国際観光コンベンション協会 外園本部長、川崎統括部長、
寶珠統括部長、森下部長、
オブザーバー：新上五島町 萩原副町長
4. 資料 資料 1 長崎市観光振興計画 2020（基本施策：広域連携の強化）
資料 2 観光圏の整備を通じた魅力ある観光地づくり(観光庁資料)
「温泉アイランド九州」広域観光周遊ルート」
資料 3 長崎街道シュガーロード
資料 4 自地域の観光地域づくりに関するアンケート集計結果

5. 主な議事内容

(1)目的

- ・官民連携について

(2)意見概要等

①国内他都市の良例

- ・岩手県紫波町の「オガールプロジェクト」は官民連携のよくできたプロトタイプ。

②データベース、K P I

- ・データベースをキッチンと作らなければならない。使えるものが必要。行政でも一定「統計」はとっているが、「データ」とは言えない。長崎市には、観光戦略に生かせるだけのデータがない。これをどうするかは我々の至上命題でもある。
- ・航空便データは、運賃体系が複雑になっていることや、購入時期でも（売値が違うのでその時々購入者も）違う。こうしたデータはまさに航空マーケティングの基礎なので、どこまで出せるかは疑問である。
- ・長崎市の地方創生の戦略に掲げる目標値や K P I について、民間事業者ならある程度共通認識を持っていると思う。K P I についても同じ。ただ、それらの下にぶら下がる数多くの事業についての K P I まではどうかと思う。誰がいつまでに何をすべきかが決まっていないのは問題である。

③財源、公的支援

- ・DMOには観光の司令塔の機能を持たせたらどうかという取組み。財源としては税金投入に民間資金も入れられる。手段は色々あるので、先進地を視察することも大切。
- ・官と民の機能で重複しているもの等の無駄もあるので、そういったものを省いてスリムにしていく必要がある。
- ・官民連携時における公的支援は、DMOに公的支援をしたからといって、DMOにも公平性・平等性を求めるようなことはあってはならないので、支援の大きさとバランスを取りながら考えていく必要がある。
- ・行政は「自立したDMO組織」とよく言うが、いずれはコンベンション協会からも資金を撤退（補助金等支援を全廃）するのではないかと危惧するが、それはDMOではなくDMCだ

DMCの場合、地域全体（長崎市）に利益をもたらすとか地域活性化とかいう概念はそもそも薄れる。DMCに関わる者・地域の事だけを考えればいいのであって、極端な話、長崎市全体のことなんて考えなくてもいい。しかし、長崎市が考える観光まちづくりはそうではないはず。そう考えれば、行政として長崎市はいくばくかの支援をDMOにしなければならないと言える。

- ・今までは、行政が予算を試算し議会の承認を得るよう努力していたが、これからは、DMOが自ら議会や首長にロビー活動を行い、説明を尽くし、それで以て税金投入を勝ち取ることをしなければならない。

④商品開発

- ・「交流の産業化」を手っ取り早く言うと、交流拡大を契機に、観光客等が「長崎で食べたい、長崎で買いたい」と思うような新商品を地元業者が開発し、DMO（又は行政）がそのサービスを提供する事業者を育て、さらに新産業等に発展させていくことで地方創生を目指す、というもの。今までには無かった顧客をターゲットにするということを念頭に置かなければ話しにならない。
- ・商品開発・宣伝・販売の例として、商品のランク付けがある。「SAKURA QUALITY」（桜クオリティ）はもともと公益財団法人中部圏社会経済研究所より一般社団法人観光品質認証協会が商標権及び著作権を譲受されたものではあるが、質の高い日本の観光サービスに関する情報提供を行うもので、インバウンド用商品等の新規開発のひとつの推進力になっている。

ただし、ランク付けについては行政が関与する必要は無い。事業者の集まりがすべき。

⑤合意形成に向けて

- ・行政やコンベンション協会が旗を振ってもなかなか民間事業者がついてこない。乗気になってくれない。長崎の事業者の悪いところ。したがって事業者が乗ってくるような舞台を作らないと行けない。また、最初から全体と合意形成し商品開発等に取り掛かるなんてことはありえない。ちょっとの成果でもいいので（最初に集まった）やる気があるメンバーで成果をきちんと出して、それを皆に見せることで少し

ずつ合意形成に向かって進んでいくのが常である。何事も言葉だけではなく信頼関係を築かなければ、合意形成もままならない。(大社氏)

⑥インフラ整備

- ・DMOがすべきことは、観光客の受け入れにあたってどのインフラがどのくらい不足しているのかをつぶさに調べ、それを行政なり長崎サミットなりに訴えていくことだ。

⑦人材育成、教育

- ・人材育成はDMOの仕事ではない。そもそも、DMOにそんなノウハウは無い。DMOは、観光人材としてどんな人材が必要なのかを精査して、(観光学科等の)大学などしかるべき所に育成をお願いする、という構図である。

地域にお金を落とすことを重要命題の1つとするDMOの考えの中では、DMOと一緒にあって活性化を図っていく民間事業者はもちろんのこと、DMO職員にも、どうやったらそういう仕組みができるかわかるようになってもらわなければならない。

- ・人材育成に際しての経費は「県と市で学費の面倒をみる」ことが実現的。たとえば無利子もしくは返済不要の奨学金制度などが一般的である。
- ・観光客は来なくていいという声も地域から聞こえる。最近では観光公害という言葉もあるが、観光に対する個人の考え方についてはDMOが教育すべきこと。観光悪という考えを改めてもらうよう市民に対して啓発活動を取ることも重要である。そうしなければ、DMOの活動にも支障を乗じることがありうる。
- ・観光公害に対する教育は、行政の役割ではない。観光のプロではない者に観光に関する啓発事業などできるはずがない。DMOが発足するという事は、行政側に観光のプロフェッショナル（少なくとも観光に精通した職員）がいなくなるという事につながる。
- ・小中学生の頃からの観光教育が必要。現時点では観光教育そのものはやっていない。おもてなしに関する総合学習がある程度。現在の修学カリキュラムの中では時間的になかなか厳しい。いずれにしろ市教委との協議が必要。

⑧参考とすべき海外の事例（HTA）

- ・市民への啓発、DMO組織の在り方など、ハワイ州のDMO（HTA）が非常に参考になる。
- ・HTAは、市民啓発のためのビデオを作っている。ユーチューブにもいくつもアップされているので、それも参考にして欲しい。観光が地域にもたらすあらゆる効果をビデオで見せることで、地域住民の賛同を得、合意形成を図っている。
- ・KPIすら規則できちんと規定している。データなども整理して観光情報として行政に提出しなければならないという点も規定されている。
- ・固定資産税に上乗せしてお金を徴収し、その上乗せ分をプールし観光まちづくりのために使用する。ただし、この上乗せ分は税金ではない。州法で定めたうえで徴して

- いる徴収金であるが、その州法を整備するにあたっては地域の合意が必要であった。
- ・制度設計をきちんとしないと、DMOそのものが崩れる可能性が非常に高い。こうした点から、人事体制や給与体系以外の上記のような細かい点も州法など法規にキチンと規定しているのである。