

第2回笠間市外国人旅行者受入検討会の報告

開催日時 平成26年5月30日（金） 15:00～17:15

場 所 茨城県工業技術センター 窯業指導所

1. 会議次第

(1) 第1回会議内容の確認

(2) 想定される整備に関して、

第1回検討会の意見を踏まえ、外国人旅行者を迎え入れるに必要とされる整備目標の内容について、別紙「外国人受入整備の完成形」を参照し説明

(3) マーケティングについて

どこの国を主たる誘致対象にし、笠間の何を売り込むのか？

(4) 意見交換

(5) 先進地視察について

2, 検討委員と市の質疑

委員：Wi-Fi 整備について、設置費用の 1/2 補助を出している自治体もあるが笠間市ではどうか？

市： 今回の無料 Wi-Fi 整備については、設置費用等の初期投資がほぼ掛からないプランでの導入を考えている。実体として、日本国内では外国人旅行者のネット回線使用料等が他国と比較して著しく高く不評であり、無料 Wi-Fi を使用でき情報収集が可能になるように整備をしてゆく。

委員：Wi-Fi 設置の後の利用率はどの程度考えているのか。設置しても誘客につながらなければ意味がない。

市： 無料 Wi-Fi が使用できる環境にあれば、外国人は 100%に近い方が使用するといわれている。

委員：案内板などを 5ヶ国語表示するとなると看板が大きくなり景観を損ねるのではないか？まちづくりにも関係してくることなので、基本目標、理念の設定が大切。

市： 景観に配慮した看板を考えていきたい。

委員：パンフレットは、日・英・韓・タイ・ベトナムの5ヶ国語表記ということだが、例えば英語圏以外のフランス・スペインなどのヨーロッパは考えているのか。

市：いきなり世界に向けた誘致活動をするのではなく、茨城県の施策と連動する形でアジア地域の国に絞って始めたい。

検討委員から提出された意見書を配布し説明を受ける。

・理念⇒戦略⇒戦術

①なぜ外国人旅行者の誘致が必要か？

②外国人旅行者誘致を、どのように笠間市民の幸福に繋げるのか？

③メインターゲットはどこなのか？

④笠間市の何を売り込むのか？

・まずは笠間市へ訪れてもらうことが重要なので、受皿づくりが大事。パンフレット、英語で案内できる人を用意するとか。

・実際に旅行者と接するのは土産店や飲食店なので、意識調査が必要ではないか。

2, マーケティングについて

概要説明

①メイン誘致国として、交流のある国をきっかけとして始めたい。

近年訪日者数が順調に伸びているタイ、ベトナムは、有望な対象国と考えている。茨城県では農業の実習生受入でベトナムと協定を行った。まず、ファーストステップとしては、この様な組織、団体を誘致してゆきたい。

②笠間市では、陶芸体験は外せない。作品を壊れないように発送するなど、問題点をクリアする必要がある。

③北海道うたのぼりグリーンパークのような観光資源が乏しいところでも、日本伝統的風習や古来の文化体験等を提供することで多くの外国人旅行客を迎え入れており考え方として参考にできる。

質疑

委員：団体旅行者をメインに誘致するなら、バスで移動するので Wi-Fi・多言語看板は不要ではないか。

市： 在日ランドオペレーターや旅行代理店等の商談に、何も用意していませんではセールスできない。該当国語のパンフレットを用意し、無料 Wi-Fi インフラの整備も出来ているから、ぜひ、笠間へ来て欲しいという形で誘致活動を展開したい。

3, その他意見

①多くの人が、スマホも持っているので Wi-Fi 整備は必要。観光産業だけでなく、人が訪れることでの笠間市全体の産業発展を目指してもらいたい。

また、益子町や近くにツインリンクもてぎもあるので県を越えた活動をもっとしてはどうか。

②笠間市は、何もないという人がいるが、何もないのではなく情報発信が不足している。文化や芸術でなくまつりで物を売ることがメインになっている。信仰・歴史・文化をメインにするべき。

③鎌倉は名物の食物があるから人が訪れるのではなく、歴史や文化を見に訪れている。

誘致先にタイが上がっていたが、日本へ旅行にくるのは中華系タイ人が多いので中・台語があれば問題ない。

笠間市を海外の方に案内したときに、笠間焼体験・稲荷神社参拝してもらい、大変喜んでいただいたが、焼物はスーツケースに入らないからと買ってもらえなかった。発送が確定されれば買ってもらえるはず。

Wi-Fi 整備も必要だが、東京に来ている旅行者を日帰り圏内の笠間に来てもらうことが大事。

④理念が大事だと思う。自然・神社をアピールしても日本全国にたくさんあるので笠間市が勝っている点はそう多くはない。日本人は、器を目で楽しんで食事する習慣があるので、器と食をメインにしてはどうか。そういった、味の趣を変えられる力を持っているのが笠間焼だと思う。

⑤笠間市として、何をアピールしていくのかが大事になってくる。

⑥誘致に対して、待ちの姿勢なのか、攻めの姿勢をとるのか。まずは、失敗しても良いから始めることが必要。6月から、海外研修生が来るそうだが、在日中の同国の留学生を集めて笠間市に来てもらえば交流ができる。

茨城県国際観光推進室長より参考意見

今、県でもNTTと無料Wi-Fi設置を進めているが、設置したから来たかどうか、実際の効果は分からない。

県では、外国人向けツアーを去年より増やしている。商談会に参加して、興味を持ってくれた相手に営業をかけ、成田へバスで迎えに行って茨城県を見てもらっている。

東京オリンピックが6年後だが、今からPRしていかないと間に合わない。方法論よりも、まずは来てもらって、見て、食べてもらわないことには始まらない。

4, 先進地視察について

6月27日（金）千葉県成田市を視察する。

5, 第2回笠間市外国人旅行者受入検討会のまとめ

(1) 受入れ整備関係

- ① 外国人が無料で利用できるW i - F i のインフラ整備は、笠間市商工会、笠間観光協会の両会員に対して、整備希望調査を行い、希望する会員施設に対し整備を進める。整備費用は整備希望者の自己負担とするが、茨城県がN T T 東日本と進めるプロジェクトを利用することで、費用負担は殆ど掛からない。
- ② 情報発信ツールとしての笠間の観光を総合的に紹介する観光ガイドブックの多言語化を行う。
- ③ 商業施設、観光施設、飲食店、宿泊施設、社寺では、外国人旅行者を受入れる場合、施設内サイン、表示物、飲食メニュー、陶芸体験マニュアルなどの外国語表示が求められる、この整備に関しては、備品となるもの限り、笠間市商工会、笠間観光協会の両会員に対して、整備希望調査を行い、希望する会員施設に対して翻訳作業を市が行う。

- ④ 外国人旅行者誘致活動、および外国人来訪者の利用を目的とした、多言語表記による、笠間市内ガイドマップの新規作成。
- ⑤) 笠間市内のインフォメーション・サイン等の多言語化は、JR駅においては、JRの基準によって多言語表示がなされているが、バス停等における行き先表示は多言語化が必要である。主要観光スポットである、芸術の森公園、笠間稲荷神社周辺、つつじ公園、愛宕山、佐白山麓公園、北山公園等は、現在日本語表示されている案内板等に多言語表示やピクトグラムを加える。(優先度を勘案し段階的に整備する)
- ⑥ 笠間観光周遊バスの車内アナウンス（録音）を英語アナウンス化する。友部駅・笠間駅から発車する路線バス車内アナウンス（録音）の英語アナウンスを茨城交通に要請

(2) マーケティング関係

- ① 誘致活動の効果を得るためには、茨城県の行う海外プロモーション活動（現地商談会、在日旅行会社商談会の参加）と連携することが効果的であると考え。茨城県は、主要誘致国を台湾、シンガポール、マレーシア、タイ、ベトナムとしている。

- ② 誘致活動の客種は、団体募集ツアー、組織団体旅行、交流事業等の交渉窓口（在日ランドオペレータ）が有るところへ仕掛けてゆく。
- ③ 中国、韓国においては笠間市青年海外派遣事業等の交流事業実績があり、これらを今後も継続してゆく。
- ④ 笠間市には6月20日から、ラオス、ミャンマーから研修生（現地公務員）を受入れるので、交流の糸口にしたい。
- ⑤ 笠間市は、焼物・陶芸の街であるため外国人にも陶芸を楽しんでもらう、そのための受入れ態勢と作品の海外発送に関し確立させる。
- ⑥ 国内の地方都市の例では観光資源が乏しいところでも、既成概念にとらわれず、日本の文化、風習の体験を市民と外国人が交流する企画を売りにして実績を作っているケースがある、笠間市でもそのような企画づくりを作り、ひとつの売りにしたい。
- ⑦ 市民と外国人の交流を効果的にするためにも、ホームステイ受入れ態勢を構築する。
- ⑧ 笠間稲荷神社や西念寺をはじめ、数多くある社寺において修養体験や酒蔵めぐりなどは、笠間のローカル色としての個性と言えるので活用したい。