



〒614-8011 京都府八幡市八幡垣内山 47
Tel 075-981-2496 / fax 075-981-5896

この号の内容

【観光関連】

- 1 はじめに
- 2-6 観光への視点
- 7 観光への視点 質問
- 8 観光への視点 答弁
- 9 観光への視点 答弁と要望
- 10 観光への視点 再質問
- 11 観光復興 観光 再質問答弁

はじめに

八幡みらいクラブの鷹野雅生です。

本日4番目ということで、お疲れのところとは思いますが、最後までお付き合い頂きますようによろしくお願いいたします。

私は、毎回観光行政を取り上げ、質問させていただいております。前回も申しましたが、本市にとって、観光は行政の柱として取り組むべき重要な課題と考えているからです。

観光政策を積極的に進めることは、経済、産業政策を進めることであり、まちづくりとも深くかかわってまいります。

しばらく前までは、観光そのものを重要なテーマとして議論される機会は、余りなかったように思います。

立地条件からいっても京都から離れていること、石清水八幡宮があるにしても、その歴史的な価値や本殿を初め神社建築としてのすばらしさは知る人ぞ知るぐらいの存在でした。

"GASHINとは"

GASHINの心は鷹野雅生の雅を使い、私のいち早いお知らせの「信」であり「真」を述べ、私の「心」を語らせていただきたいと思います。

人は、身近にあるもののよさ、価値を知らない、気づかないと言われていきます。ですから、八幡市に観光資源とも言うべきすばらしいところがたくさんあることを知りませんでした。

知ろうとしなかったように思います。

八幡市へ来てくれる人があればありがたいことで、行政が積極的にかかわっていくテーマではないように、推移してきたと思っています。

今、観光に視点を置いて本市を眺めてみると、国宝となった石清水八幡宮を中心に、四季の風物、観光名物、観光名所、歴史遺産も含め、京都市にひけをとりません。近隣のどの市よりも恵まれています。観光は、光を観ると書きます。光っているところはより光らせ、光っているところが少なければ、作り出せばよいのです。

去る8月27日、放生川沿いのさざなみ公園一帯で、八幡市のまちの魅力を水辺から発信するイベント、太鼓橋さざなみフェストが行われました。

もともとは八幡市の青年が集まって、何もない八幡市の夏に地域のイベントをつくろうということで、手づくりでつくり上げていったイベントです。

放生川をきれいにしようと、ごみ拾いから始めました。

大人が川に入って、ごみを集めている姿が子どもの目にとまったら、それもよいことだと話し合ったものです。今年で20回目、天候にも恵まれて、感動シーンが多く見られました。京都新聞の取材も受けましたが、八幡市以外の人も随分来ていたと話してくれました。

小さいながら、夏の観光イベント、八幡市の観光資源に育ってきていると見ています。

さて、8月2日、3日の2日間で、鎌倉市と藤沢市へ観光に絞って視察に行っていました。目にして感じたことや、両市の担当者から説明を受けて、本市の観光対策に生かせると思ったことも何点かありました。それらを交えて、提案とともに、何点かお伺いしたいと思います。

その前に、8月20日の京都新聞朝刊トップ記事に大きく出ておりました。

お目にされた方も多いことと思いますが、見出しに京都観光客数、市は減、府域増、16年初の逆転現象とあります。2016年に、京都府内を訪れた観光客のうち、京都市内は5,525万人、これで前年より2.8%減った一方、京都市以外の府内では3,219万人、5.1%の増加、過去最多を更新したとあります。

これを地域別に見ると、「森の京都博」が開催され、京丹波町「味夢の里」が通年営業となった南丹地域が、前年比15.8%増加、「竹の道かぐやの夕べ」等、イベントが注目を集めた乙訓地域が6.7%増加、鎮守府があった舞鶴市を含む4市が日本遺産に指定され、中丹地域も3.5%ふえていると書いてあります。

私も前回の質問の中で、「今、京都市の有名なお寺や神社のあるところは、観光客が多過ぎて、拝観するにも一苦労し、食べる場所を探し回っている観光客が珍しいことではありません。したがって、せっかく京都に観光に来たけれど、満足できずに不満の思いで帰っていく人もふえてきているという報告も見られます。このことは、京都への観光が京都市へ集中していたのが、京都市の垣根を取り払って、京都府全域に広がりつつある時代に入ったと見るができると思います」と申し上げました。そのとおりになっています。

京都市内の観光客の減少について、京都市観光推進室は、「他の観光地との競合で近隣からの日帰り客は減ったと見られるが、宿泊客はふえている。」と書いてありますが、京都府観光政策課は、2015年7月に京都縦貫自動車道が全面開通した効果が大きいとした上で、宿泊施設を含めて、京都市内は混雑しているイメージもあり、リピーターの外国人観光客らが、市内に流れ始めたのではないかと分析が書かれています。

ちなみに今年上半期の訪日外国人観光客は1,375万人、韓国人がふえています。

一方、観光客の消費額では、京都市以外は585億円で、市内1兆861億円の5%に過ぎないと書いてあることにも、目をそらすわけにはまいりません。

訪れてもらう努力と、同時に本市で使ってもらおう工夫が欠かせません。

この記事を読んでわかることは、八幡市にとって風が吹いている。

さらに追い風が吹いているということです。

堀口市長も、前回、ご答弁の中で「本市を取り巻く環境については、一つに石清水八幡宮が国宝に指定されたこと、二つに流れ橋とはま茶の景観が日本遺産に設定されたこと、三つに流れ橋が復旧したこと、四つにさくら出会い館がオープンしたこと、五つにお茶の京都ターゲットイヤーとして、今年度、取り組みが進んでいること、六つには新名神高速道路が城陽・八幡・京田辺間で開通するなど、近畿の“へそ”としての道路交通網が充実していることなど、風が吹いている状況と感じております」と述べてくださいました。

この新聞記事の中で、観光客のふえた地域や市の名前が出ていますが、八幡市の場合は、石清水八幡宮を中心にこんなことがあった、あんなことがあったので、何パーセントの増加となり、観光消費額ではこれこれ高い伸び率となっています。と書いてもらえるようにあんなこと、こんなことを考え出して、積極的に展開を図っていくべきときが今だと見てとることができます。

8月2日、3日の2日間の日程で、鎌倉市と藤沢市を見てまいりました。

今回の視察事項として、鎌倉市の場合は歴史文化を生かしたまちづくりについて。2つ目の鶴岡八幡宮と門前町による観光開発について。3つ目に鎌倉市が持つ観光資源の魅力や価値の発信について。としてまいりました。

朝7時58分に京阪八幡市を出発して、11時43分にはもう鎌倉市に到着しました。

人が多いです。八幡市駅もこれぐらいにしないで。

今は及びませんが、目標を明確に立て、夢を実現に、現実に変えていくのが私たちの責務です。

今、この議場で議論させていただくのも、その一歩です。

鎌倉駅の観光案内所に入ってみました。

鎌倉のことを何も知らずに来たのですが、「どこへ行けばいいですか」「お昼は何がおいしいですか」と聞いてみました。

案内所の女性が「お時間はありますか。こんなものが食べたいなどご希望はございますか」

と、にこやかな笑顔で丁寧に教えてくれました。

地図やパンフレットもいただきました。

「お昼の食事にはシラス丼定食はいかがですか」と勧められました。

八幡市駅前の案内所とさしたる違いも感じることはありませんでした。

対応としては、同じぐらいかという印象でした。八幡市駅前の案内所で、お昼は何がいいかと聞かれたら、あるいは安くておいしいものと言われたら、どう答えられるか。

そんなことが頭をよぎりました。

せっかくのお勧めでしたから、シラス丼定食のお店でお昼を済ませました。きれいなお店で、結構おいしかったです。料金は1,000円でした。

鎌倉市で訪ねたところは、鶴岡八幡宮、今年できた資料館、鎌倉大仏、長谷寺、江ノ電にも乗ってみました。鎌倉市の有名な観光地を一めぐりした後、市役所の担当者から説明を聞きました。

鎌倉市観光協会と行政の連携、鶴岡八幡宮と行政のかかわり、鎌倉市観光協会と鶴岡八幡宮の連携、この3点に絞って説明されました。

今挙げた鎌倉市の観光地は、知名度では京都市の有名な観光地にひけをとることなく、全国に知られていますから、差し当たってこれが問題ですといった課題はないようでした。

それぞれが役割を分担し、連携も問題なく進んでいるという報告でした。

周辺の市や町との連携に関しても、横須賀市、三浦市、逗子市、葉山町と連携して、4市1町で三浦半島連絡協議会の設置、また、藤沢市などと連携を図り、鎌倉藤沢観光協議会を設置しています。

このほかにも、鎌倉市とゆかりのある市や町との連携も図っているといった報告もありました。

江ノ島電鉄各駅周辺の活性化への仕掛けと行政への関わりについても報告されました。

長谷駅にWi-Fi設備を設置して、東京オリンピック、パラリンピックに藤沢市がセーリング会場になったことから、鎌倉市側の最寄りの駅である腰越駅で、Wi-Fi設備の設置も検討しておられます。

今後は、鎌倉藤沢観光協議会を中心に、江ノ島電鉄沿線の観光資源の活用に取り組んでいきたいとのことでした。

鎌倉市の場合は、差し迫ったような問題はないということでした。説明を聞きながら、観光を行政の柱に据えておられることがよく伝わってまいりました。

翌日の藤沢市は、市役所で担当者から今の取り組みと対応すべき課題にどう取り組んでいるのか。長い時間をかけて説明をうけました。

藤沢シティプロモーション事業について、推進事業の背景、事業の概要、事業の成果と課題です。観光施設としての江ノ島は有名です。知名度は十分知られています。今さら広報活動や宣伝をしなくても、観光客は来てくれます。ところが、藤沢市の北部は農村地帯です。観光施設は南に集中していて江ノ島は夏のイメージが強いと思われるので、1年を通してイベントを展開していること、花火大会を秋に持ってきて、集客の通年を図っていること、冬には客足が落ちているので、ライトアップを冬に設定していること、観光大使にタレントを起用していることなどの説明がありました。

近年、藤沢市の観光客数が大幅に伸びている要因として、観光施設のリニューアル、観光キャンペーンのPR、映像作品による観光客の誘い込みを挙げておられましたが、藤沢市は、2020年のオリンピックでセーリング競技が決まっていることもあり、今後はオリンピックを契機に外国人では中国、韓国、台湾が多いので、タイにも力を入れていきたいということも報告されました。

このような藤沢市ですが、民間が行っている地域ブランド調査では、藤沢市の魅力度全国ランキング150位、認知度185位。ちなみに認知度に関しては、1位函館市、2位京都市、3位札幌市、4位小樽市、5位横浜市、そして鎌倉市8位と続きます。

我が八幡市は、残念ながらぐっと下がって魅力度437位、認知度500位。宇治市が魅力度52位、認知度93位と出ていました。

藤沢市が今進めている観光対策を聞きながら、私が強い印象を受けたと言いますか、これが大切だと思ったことがありました。それは、藤沢市が今、観光シティプロモーション化という名称で取り組んでいる活動です。2014年、平成26年から始め、今で4年目、当初企画部門が担当していたのを観光部門に移して、現在の名称で取り組んでおられますが、なるほどと気づくことがたくさんありました。少しばかり紹介をさせていただきます。

シティプロモーションというのは、市外へ出て行って、まちの名前を売るとか、まちの魅力をPRしたり、外へ呼びかけることを考える市町村が多いようですが、人口を減少させないために市民の方にシビックプライドと申しますか、郷土愛を持ってもらうことを大事にして、このまちから離れませんという取り組み、都市のイメージを高めて、まちのブランド力を高めていこうという取り組みです。

やっていることはごく地味な取り組みで、いきなり新たな魅力とか新たな発見といってもなかなか新しいものが出てこないの、市の方から、小さいことでも構わないので、小さな魅力をどんどん発信して、市民に広げていくこと。例えばSNSで、藤沢市でこんな店があります、市民がへえと思うような小さなことから発信して行って、SNSでいいねをもらえるような形、いいねが口コミで広がって行って、いいねが仲間をどんどんつくっていく。いいねが市内にとどまらず、市外に出ていくことによって、結果的にはブランド力を増すような形になれば成功だと捉えていることです。

藤沢市のシティプロモーションは、業者に丸投げをして何か華々しくやってもらいましょうといった手法はとらずに、職員が考えるところ、市民や企業を巻き込んで、郷土愛、シビックプライドをつけていただいて、そういう人に発信部隊となっていて、外に発信していただける人になってもらいたいという手法を考えておられます。

藤沢市も、このところ人口はふえてはいますが、今後は人口減少になっていくことが予想されています。なおかつ高齢化も避けられない。それだけに、名前を売る努力を重ね、うまくいけば転入してもらえます。藤沢市に住んでくださいと言えるようにしていきたいとのことでした。

人口減少を食いとめ魅力ある藤沢市とするために、シティプロモーションを強力に展開したいとしています。地元愛、郷土愛、シビックプライドを強化して、市民が胸を張って、藤沢市はいいところですよ、仲間や遠方の人に伝えていってほしい。この努力の積み重ねが、ブランド力の向上につながっていくはずと話しておられます。

これを、八幡市に置きかえますと、八幡市にいられた観光客からこんな楽しいところがありましたとか、市民の中から八幡市にはこんないいところがあります、いらっしやいませんかと、SNSを使って発信していただけるように持っていけないだろうかと考えているところです。

八幡市には国宝がある。名勝旧跡も多いので、発信するものはいっぱいあります。

観光に関してはSNSが強いと思います。観光でインスタグラム映えする景色のきれいなところは当然ですが若者向けに仕掛けを考えて、その写真を撮ってもらい、上げてもらって、そこから有名になれば、写真だけでも撮りにくるようになると思います。

その実例が、近くの宇治田原町にありました。7月初めの京都新聞に、大きな記事と写真で紹介されていました。宇治田原、東部観光の波のタイトルで、宇治田原町の山奥にあるお寺が、今年に入って、観光客が急増している。

原因は、ハート型の窓を客殿に取りつけたところ、インターネットの投稿サイトインスタグラムで人気となり、月30人程度だった参拝者が500人から600人に増え、町営バスの巡回も考えているということで、つい先日の新聞では、実際に走らすという記事が載っていました。

とにかく若者の発信力はすごいですから例えばの話、八幡市公認のデートコースを作成したり、ストーリーを組んで、歴史めぐりや若者が写真を撮りにきたくなるような仕掛けを考えてみるのも、これこそ現代の観光対策の一つだと思いました。インスタグラムと言えば、広報やわたの8月号の表紙にヒマワリが大きく出ていましたが、その写真をインスタグラムで発信されたのを見て、台湾の方が、ヒマワリをわざわざ見にこられたということを知りました。これぐらい効果があらわれることだと思いました。

SNSに熱が入り過ぎました。もとに戻して、質問に移ってまいります。

前回、6月15日、議会で堀口市長から「八幡市まち・ひと・しごと創生総合戦略に基づき、八幡市駅前整備等観光まちづくり構想の取り組みを進めてまいりたいと考えております。

観光客と市民が交流する出会いの門前町の創出、観光まちづくりを進める創造的な事業を生み出す体制づくりなどを有機的に結びつけ、多様な主体が連携しながらも、来訪者が満足できる付加価値を創出できるよう進めてまいりたいと考えております。」と、ご答弁をいただきました。

同じ日に丹下副市長からは、八幡市駅前整備等観光まちづくり構想の策定に当たっては、八幡市お茶の京都交流拠点づくり推進協議会とそのワーキンググループから、若者に入ってもらえる新しい門前町を目指してほしい。

八幡市は、お茶のつくり手より使い手、文化の担い手であり、文化を発信する必然性がある。

八幡市の子どもたちが、茶文化に触れ、知るための教育が重要である。歴史の積み重ねを世界に発信していくことが大事。空中茶室の復元に関しては、今後、より多くの市民を巻き込み、議論を深め、ムーブメントにしていく必要があるのではないか。特産品に関しては、継続的な販売体制を構築しておく必要がある。などのご指摘をいただきました。

市長、副市長から基本方針を語っていただき、あとは明文をまつだけとなりました。

そして、このたび、八幡市は、八幡市まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲げる世界から関心を集める観光都市八幡へのチャレンジとして国宝石清水八幡宮を生かした交流拠点づくりや、京都府と山城地域の11市町村とともにお茶の京都を柱とし、広域観光を推進するために市民や関係団体と議論を重ね、その中から八幡市駅前整備等観光まちづくり構想が策定されました。

この構想は、市民が観光まちづくりに共感し、積極的に参画してもらえる機運を高めていくために、八幡市駅前周辺を含めた観光まちづくりの目指すべき姿のコンセプトや課題、さらには事業体制を整備し、戦略としてまとめられています。

それを見ますと、方向性を決める概念としてブランドコンセプトを茶文化香る石清水八幡宮の門前町と定め、ブランドコンセプトを受けてわかりやすく伝える役割を果たすために、キーステイトメント、キャッチコピーを「観幸のまち八幡」としています。観光のこうを光ではなく、幸福の幸を当て、八幡市を観光して幸せになろうとかけています。

アクションプランとして4項目を掲げ、サブテーマとして4点挙げておられます。

戦略1では、歴史と文化と自然が織りなす出会いの物語の創出

戦略2は、お茶のある幸せの風景の創出とし、ここでもサブテーマを5点列挙しておられます。

戦略3は、観光客と市民が交流する出会いの門前町の創出とし、サブテーマはありません。

戦略4は、フューチャーセンター・アンド・リビングラボ八幡による創造的事業の創出としておられます。

ここで伺います。

SNSの発信
創り出す光
シティプロモーション

観光への視点 質問

① まちの知名度・ブランド力について。

⇒ 観光行政におきまして、まちの知名度の向上と市民のまちへの愛着と誇りが高まることで、まちのブランド力が高まっていくものと思います。このことについて、八幡市としてどのようにお考えですか、お伺いします。

② 具体的事業の取り組みについて。

⇒ そういった八幡市の知名度や市民が愛着や誇りが高まり、八幡市のブランド力の向上のためになるような具体的な事業として、八幡市駅前整備等観光まちづくり構想のアクションプランの中で、歴史と文化と自然が織りなす出会いの物語の創出や、お茶のある幸せの風景の創出について、本年度、どのように取り組まれようとしているのか。具体的な事業でいいので、お示ください。

③ 観光客と市民の交流について。

⇒ 次に、観光客と市民が交流する出会いの門前町の創出について、まだイメージの段階のようですので、今後の展開はどのように考えているのかお伺いいたします。

④ 財団設立計画の市の対応、スタンスについて。

⇒ 次に、フューチャーセンター・アンド・リビングラボ八幡による創造的事業の創出について、財団を設立する計画があると聞いていますが、市の対応やスタンスについて、現時点で考えているものについてお示ください。

⑤ 構想の実現について。

⇒ 次に、構想を実現するためには、庁内においてどのような体制で執行しようと考えておられるのか、お考えをお示ください。

⑥ SNSの取り組みについて。

⇒ 八幡市、八幡市観光協会、松花堂、石清水八幡宮は、インスタグラムに取り組んでいますが、先ほど申しましたように、インスタ映えする魅力あるスポットづくりが大事だと考えると多少の仕掛けも必要となってまいります。とにかく若者の発信力はすごいですから、例えば八幡市公認のデートコースを作成したり、ストーリーを組んで歴史めぐりや、若者が写真を撮りにきたくなるような仕掛けを考えてみるのも、観光対策の一つだと思います。インスタ映えするスポットづくりの取り組みについて、どのように考えておられるのか。基本的な考えと、同時に具体的に考えておられることがありましたら、お示ください。

⑦ Wi-Fi設備の設置について。

⇒ 特にインバウンド、外国人観光客が来たときに、フリーWi-Fiがなかったら、通信手段がないで、Wi-Fiの整備が必要です。既に整備ができた箇所と、今後の予定をお伺いします。

SNSの発信
創り出す光
シティプロモーション

観光への視点 回答

① まちの知名度・ブランド力について。

⇒ まちのブランド力を高めていくということにつきましては、八幡市駅前整備等観光まちづくり構想において、一定の考え方をお示しているところでございます。観光まちづくりの目指すべき姿を、市民、関係団体と共有することにより、観光客から選ばれる観光地にしていくとともに、市民のまちへの愛着と誇りの高まりの中で、市民が観光のまちづくりに共感し、後押しをしていただける機運をつくっていくことであると考えております。

② 具体的事業の取り組みについて。

⇒ 日本三大随筆の一つでございます徒然草にちなんだエッセイ大賞の作品募集を行っているところでございます。出会いをテーマに作品を募集し、すぐれた随筆を表彰することで、市のポテンシャルを最大限に引き出しながら、文化力の向上を図り、全国に八幡市の名前とともに、市の魅力を発信してまいりたいと考えております。

また、お茶のある幸せの風景の創出につきましては、お茶の京都博のエリアイベントの一つとして、来る10月9日に、国宝石清水八幡宮を舞台に、お茶とジャズを融合させた新たなお茶の楽しみ方を提案するイベントを開催いたします。こういった取り組みを通じまして、ブランドコンセプトであります茶文化香る八幡さんの門前町の方向性に沿って、本市のブランド力が向上するよう取り組んでまいりたいと考えているところでございます。

③ 観光客と市民の交流について。

⇒ 出会いの門前町の創出につきましては、平成28・29年度で取り組みます八幡市市街地整備計画策定業務の中で、その具体化に向けた検討を進めているところでございます。また、具体的な計画等につきましては、財源等も考慮しながら、第5次八幡市総合計画の実施計画の中でお示していくものと考えております。

④ 財団設立計画の市の対応、スタンスについて。

⇒ 新たに設立を予定されている財団法人により、事業の一つとして取り組んでいただける予定と伺っておりますが、現在のところ、まだ法人が設立されておらず、市のかかわりも含め、具体的な運営について検討するに至っていない状況でございます。

⑤ 構想の実現について。

⇒ 政策推進部、環境経済部、都市整備部、教育部において、それぞれに関係する事業がございますので、各々が連携しながら実施してまいりたいと考えております。

SNSの発信
創り出す光
シティプロモーション

観光への視点 答弁・要望

⑥ SNSの取り組みについて。

⇒ スマートフォン等で写真や動画を簡単に共有できるインスタグラムは、八幡市の魅力の発信に有用な手段の一つであると考えております。

一般社団法人八幡市観光協会、松花堂庭園美術館、石清水八幡宮、さらに観光客の方を含め、より多くの方々に投稿していただき、八幡市の魅力を発信していただくことで、観光入込み客数の増加につながるものと考えております。

具体的な取り組みといたしましては、現在取り組みを進めております歴史文化物語コンテンツ作成、啓発業務において、物語観光コースを造成いたします。コンテンツを活用して、観光客の増加を目指してございまして、この観光コースをインスタグラムで発信していきたいと考えております。

次に、インスタ映えするスポットづくりへの取り組みといたしましては、前回、本会議でご提案いただきました男山展望台の眺望の向上のため、現在、写真撮影などで妨げとなっております電線を低くするための工事を計画いたしております。

また、SNSでの拡散の方法といたしまして、龍谷大学との連携事業で、インバウンド対応情報発信として、外国人観光客向けのパンフレットの作成に当たり、留学生を含む学生によるモニターツアーを実施し、随時本市の魅力をSNSで母国語による情報発信をしてもらうことを計画いたしております。

ただいまの両事業につきましては、今議会に補正予算をお願いしているものでございます。

⑦ Wi-Fi 設備の設置について。

⇒ Wi-Fiにつきましては、観光案内所と松花堂に整備済みでございます。

今年度は、石清水八幡宮と飛行神社に設置いたします。

来年度以降につきましては、京都府観光連盟の補助金を活用し、外国人観光客が多く集まる観光スポットに設置してまいりたいと考えております。

* 要望 *

SNS、インスタグラムについてですが、今、インスタグラムの利用者がふえています。友達とも閲覧できて、友達から高い評価の写真を撮りたいという人も増加しています。いわゆるインスタ映えという言葉が生まれています。今、インスタ映えを求めて、さまざまなものやスポットに人々が集まっています。画像は、アップするだけでなく、見た人からいいねの評価を多く得られるようなインスタ映えする写真を撮りたいと思っています。宇治田原町の山奥にあるお寺のハート型の窓の絵や、広報やわたの8月号の表紙に載ったヒマワリの例のように、インスタ映えするスポットに観光客がすぐに反応する時代です。とにかく若者の発信力はすごいですから、例えば若者が写真を撮りにきたくなるような仕掛けを考えるのも、観光対策の一つだと思っています。インスタ映えするスポットづくりの取り組みを、さらに進めていただきたいと思います。

SNSの発信
創り出す光
シティプロモーション

観光への視点 再質問

再質問

観光は経済対策であり、経済産業政策を進めることであり、まちづくりとも深くかかわってまいります。

昔のように、八幡市に観光は関係ない。そんなに行政として一生懸命やるようなテーマではない。というイメージで来ているから、せいぜい来ても宇治市まででした。

「観光は八幡市には大事だ。」ということで、ずっと言い続けています。

観光に積極的に、具体的に取り組んでいてもらいたいと思います。

観光はまちづくりであり、人口減少対策にもつながっていきます。大きく言えば、教育にもつながっていきます。

八幡市駅前整備等観光まちづくり構想、タイトルとしては八幡市駅前と出ているので、十分だと思います。いいタイトルだと思っています。

これをもとに、ハード面の整備を行ってもらわないといけません。アクションプランとして四つの戦略を挙げておられますが、その取り組みの中で、SNSやPR、イベント事業を通して、いろいろな人と交流して、市民の気持ちを高めていくことが重要としています。

その中で、市民の方にシビックプライドと言いますか、郷土愛を持ってもらうことを大事にし、まちのイメージを高めていき、市民が胸を張って、八幡市はいいところです。と仲間や遠方の方に伝えてもらいたいです。

この努力の積み重ねが、ブランド力の向上につながっていくはずだと考えます。

八幡市の知名度も上がっていきます。まさに、市民のまちへの愛着と誇りの中から、市民が観光まちづくりに共感し、後押しをしていただける機運を高めることが、何より必要であります。

構想を形にするために、具体的な展開をどう考えておられるのか。

体制がなかったらできません。既に始まっているところもありますが、新たな体制をつくる必要もあります。アクションプランを見ると、物語観光のコンテンツの作成と案内、周遊の促進は誰がやるのか。男山の聖と俗の雰囲気づくりのための参道の整備、誰が実現するのか。観光プログラムの創出、特産品の開発、空中茶室の復元、なるほどこれが実現したらずばらしいと思います。誰がやるのか、誰が実現させるのか。行政は、どのような指導力を発揮していくのか。各部連携の上とご答弁いただきましたが、何よりも市長のリーダーシップが必要だと思いますが、どうでしょうか、お伺いします。

再質問 答弁

市長のリーダーシップということで、行政的には、鷹野議員が申し上げられましたように、八幡市まち・ひと・しごと創生総合戦略に基づきまして、人口減少社会にも対応するということをあわせて、住みたくなる、暮らし続けたくなるような魅力あるまちにしようということで取り組んでいるわけございまして、今現在、総合戦略として取りまとめと言いますか、策定しようとしております第5次八幡市総合計画において、その辺の将来像もお示ししながら、市民の皆様とともに頑張ってまいりたいと思います。

特に観光についてどうこうということではないんですけれども、ちょうど稼げる観光という本を書かれて、無料奉仕でアドバイザーをされている すすきとしひろさん は、徳島県上勝町で、彩りのまち、昭和63年に行かれまして、その しもさかさん という女性が、つまではない、要するにつまものではない彩りのものをつくりたいんだ。という熱い思いを語られました。

これをもとに、平成2年からもともとあった部会でそういう取り組みをされ、例のはっばの関係とか、結構有名になった。これを、無償でプロデュースされた方と、たまたま先月お話を伺う機会がありました。

もう少し懇談会でお話ししようと思っていたんですが、残念ながら東京でしたので、私はすぐ帰らなければならないということで時間がございませんでした。

その方が、たまたま先週、石清水八幡宮にちょっと行く用事があるからと来られました。

この方は、名前は挙げませんが、いわゆる東京2020年のオフィシャルサービスパートナーという形で3社ほどあるはずで。

そのうちの1社の顧問もされていまして、どういう形でされるんですかとお聞きしていますと、東京オリンピックに来たときに、その旅行者に対してどこを見せるかというときに、やはり日本の見せるところは東京とか京都以外に、神社なり仏閣というのは、一つの大きなテーマになるだろうと。そこを重点的にどうするのかを、今後、考えていきたいとおっしゃっておられました。

ですから、市と、それからそれぞれの努力とともに、こういう旅行業者の皆さんの戦略というものにもきっちり乗っていくような形で取り組むことが、個別のインスタ映えするような努力も非常に大切ではありますが、大枠ではそういう部分も大切ではないかと。なかなかそれは計画等には載せられませんけれども、そういう個別の情報収集を含めて、私も含めて頑張ってまいりたいと思っております。

それから、そのとき、すすきさんがおっしゃっていましたのは、議員おっしゃるように、光を観るということだけでも、そのときには、観光として、そのときにそこにいる方が輝くと。そして輝いた人がつくったものは、やはり売れるという視点から、人を中心に考えることも大切ではないかということも、お話を伺いました。

今後、私としても、そういう形の計画も含めまして、個別の努力、またそういう観光業者の方のご意見も伺いながら、観光振興に頑張ってまいりたいと思います。