

第1回交流部会（9月4日）

議事録要旨

この協議会は中小企業の振興を図ることを目的としているが、地域のプレゼンをし、リピーターを増やし、地域にお金を落としてもらうことを目的とするのか。特定の産業だけの振興でよいのか。論議の方向性を明確にしてほしい。

中小企業の振興を図るには産業の振興を図ることが必要で、この部会は観光に携わる中小企業の振興を考える部会であるのではないか。

交流部会は、中長期的な視点に立って観光振興を考える場であり、観光を超えた部分にも視点をあて、中小企業の振興を検討・協議する部会ではないか。

行政が策定するビジョンに民間レベルの意見や望むことを取り入れてもらう場であると思っているが、まとまったビジョンは実行、施策として反映されるのか。

このビジョンは平成22年からスタートする帯広市の第6期総合計画にも盛り込み、実施計画を立て、予算づけし実行していく。委員の皆さんには、官だけではなく民間の役割についても議論いただきたい。

20世紀の観光は旅行会社任せの温泉地を中心とする団体旅行であったが、21世紀は個人・グループ型の旅行になる。また、泊食分離となり素泊まりが多くなり、大型貸切バスからレンタカー中心の移動となり、受入側で対応が難しくなる。

帯広・十勝は20世紀の観光に乗り遅れたが、一周遅れのトップランナーとして逆にやり易い。以前、農家民宿の先進地である湯布院近くの安心院（あじむ）に行ったことがあるが、民宿の先進地である十勝に学んで今があると言っていた。

十勝は、情報発信力を強化することが最も重要である。また、十勝の広さを認識してもらう必要がある。体験型観光を推進するにしても十勝は広すぎるため、1日から半日過ごせる東西南北のルートづくりが必要である。また、コンベンションについても、同伴者を楽しませるような戦略、施設づくりが必要ではないか。

行政が連携して、十勝の観光資源を情報発信する必要がある。帯広は、都心部でありながら温泉地や都市型温泉もあり、知名度のあるWRCやテレビCM等に用いられる美しい景観もある。このあたりを情報発信してはどうか。また、屋内スピードスケート場も建設中であり、観光客が少ない冬季間のコンベンションの誘致に取り組んでほしい。

今、国際チャーター便が多く入ってきているが、団体客が中心で帯広は通過型となっている。台湾人も日本で国際免許が承認され、今後は、個人客が増えることが予想されるので、新千歳空港も含め、個人客を対象とした台湾観光客の誘致も重要である。

ホテルや飲食店、買い物での帯広のサービスの質、市民のホスピタリティーの低さにはがっかりさせられる。十勝の農家の小麦畑でのコンバイン体験、ニワトリの産卵など田舎の良さを考える必要あり、十勝時間、十勝サイズがキーワードになる。

J C 全国大会に1万2千人の登録があり、1万人が来ることが見込まれているが、この規模のコンベンション施設はなく、3～4千人規模が限界である。このため北愛国交流広場に3千万円かけて仮設の大型テントを設営しなければならない。

観光地に行くとホテル・タクシーの対応が素晴らしい。観光に対する意識が違う。近年、とかち検定なども実施されているが、業界向けのホスピタリティーの研修を行政で実施すべきである。

帯広観光コンベンション協会のホームページを拝見したが、かなり良いものという印象。穴場情報などを盛り込むともっと良いのでは。外国版「地球の歩き方」には帯広の紹介は1ページで、十勝川温泉と豚丼のぱんちょうだけが紹介されている。ホスピタリティーの低さはあるかもしれない。外国人観光客受入のためにも、外国語、特に英語の研修（教育）が必要である。

帯広・十勝の人々は、外からお客を受け入れるという意識が低い。帯広の魅力とは何かを考えると、豚丼、菓子なのか。帯広市のホームページでも宿・観光スポット・食の紹介ページがあってよいのではないか。安心安全でおいしい地場の食べ物を積極的にPRしてみてもどうか。

帯広の良さは空気、水がおいしい街である。だからお菓子もおいしい。帯広の三大まつりの見直しや、コンベンションを誘致するにしても、ホテルのキャパが足りないし、イベント会場も少なく小さいので、大型コンベンション施設を作る必要がある。また、航空機代も高いので早くダブルトラッキングを実現すべきで、受入体勢についても市民のもてなしが足りない印象がある。

地元の正確な情報を整理し、地元情報の発信力が問われている時代である。また、住み心地の良い街を作り、外から魅力ある人に移り住んでもらう仕組みを考える必要がある。

帯広市民は本来温かい人柄の方が多く、協力を仰げば市民は協力を惜しまない。町内会などと協力して、イベントを盛り上げる工夫が必要である。

宿泊・観光施設について、どういう方向を目指すべきか地域で定める時期に来ている。観光も、個人旅行中心となるが、高齢化によりゆったりとした団体旅行の需要も増えてくる。都市規模に応じた観光客やコンベンション誘致、どういう客を相手にするのか選択が必要だが、ひとつに絞るのではなく、ある程度の対応性も持っておくことが大切。

以 上