

## ＜視察先①＞ 苫小牧市議会（北海道苫小牧市）

### ■ 日 程

平成30年8月20日（月）13：15～14：30

### ■ 調査事項

苫小牧版IR構想について

### ■ 調査目的

本府においては、平成29年3月より、外部有識者や経済界で構成するIR推進会議を運営し、大阪IRのめざす姿や国への働きかけ、IR立地に伴う懸念事項に関することなどについて議論を行ってきたところであり、今後、国の動向等も踏まえながら、大阪IR基本構想を取りまとめていく方針であり、今後の大阪IR基本構想の取りまとめの参考とするため調査する。

### ■ 概要

#### 【説明概要】

（苫小牧国際リゾート構想について）

- ・「苫小牧国際リゾート構想」を6月に策定し、6月の市議会で報告をした。
- ・IRに関する構想だけではなく、IRを含む将来の街づくりについてまとめたものとなっている。
- ・今年度は策定した構想について、国の動きを踏まえて市民の理解を深めたいと考えている。
- ・策定に当たっては、平成29年度にRFI（投資意向調査）を実施している。そこから提案のあった事業者からの意見をまとめたものになっている。RFIについては、海外の事業者8社、国内の事業者7社の合計15社から回答があった。
- ・北海道庁においても、昨年同じ時期にRFC（事業構想公募）を実施している。RFCは海外の事業者11社から回答があり、苫小牧に関心があると回答があったのはそのうち8社あった。
- ・構想の構成はIRに特化したものではなく、街づくりも含めてまとめているので、冒頭には苫小牧が考える社会的課題を記載している。その後、IRの必要性や具体的なIRの施設の構成を記載し、最後にIRがもたらす経済効果やギャンブル依存症への対策についてまとめている。
- ・まず、国際リゾート構想の背景として日本が抱える課題を4つあげている。具体的には人口減少問題、空き家・インフラの問題、ライフスタイルの変化、テクノロジーの革命の4つである。
- ・北海道・苫小牧としても、人口減少、少子高齢化が深刻な問題であり、公共の投資への依存が高く民間の活力による新たな産業の創出が乏しい。また、交通ネットワーク、JRの問題も抱えている。中心市街地の空洞化が深刻であり、公共インフラの老朽化も進んでいる。ものづくりの街として発展してきたが、市場が縮小していることから新たな産業が必要となっている。
- ・このような課題を克服するため、豊かな観光資源を生かした産業が必要であるとの認識に立って構想を取りまとめた。

（北海道の観光について）

- ・北海道の都道府県別の延べ宿泊人数は、東京に次いで2位である。特にインバウンドは東京、大阪に次いで3位である。また、インバウンドの1人当たりの消費単価は都道府県別では1位である。2020年度のインバウンド客数の目標値として500万人を掲げている。
- ・北海道のインバウンドで国別で多いのは、中国、台湾、韓国、香港、タイとなっている。
- ・北海道の観光業にも課題がある。1点目は地域的な偏在であり道央に観光客が集中しており、北の方や東の方への送客にまだまだ課題がある。
- ・2点目として季節的な偏在がある。夏と冬に観光客が多いが春と秋には観光客が減ってしまうという課題がある。
- ・3点目として観光業に携わる人材も不足している。インバウンドが急増しているので語学ができる人やおもてなしという観点で、観光業における人材の不足が課題になっている。
- ・4点目として交通インフラが弱いという課題がある。
- ・このような課題を克服するために北海道が持つ観光資源を生かして、IRを目指すべきではないかと考える

に至った。

（ＩＲ立地要件に対する苫小牧の強みについて）

- ・苫小牧は、空港に隣接する一部が行政区域である一方、港もありこのようなダブルポートの強みを活かせるのではないかと考えている。
- ・苫小牧は札幌圏にも近い。高速道路を使うと１時間程度で行ける非常に便利な所に位置している。
- ・近隣に観光地が多い。苫小牧の隣には２０２０年に国立のアイヌ博物館がオープンする白老町がある。登別温泉も車で１時間かからない程度。また、苫小牧市内にはゴルフ場が１１か所ある。
- ・ものづくりで栄えてきたので、企業が集積している。
- ・工業の街ではあるが、ＩＲ立地のための自然豊かな広大な土地の確保も可能。

（苫小牧国際リゾート構想の７か条について）

- ・昨年度ＲＦＩを実施した際に、構想を策定するに当たって策定の諮問委員会を設置した。委員から苫小牧国際リゾート構想の７か条の提案を受け、この７か条を基本方針として構想をまとめている。

（ＩＲによる効果が生み出す相乗効果について）

- ・ＩＲの設置によって、新たな雇用が創出され人口が増加する。
- ・ＩＲへの訪問客が増えることによって、観光客が増加し観光振興が促進される。
- ・新たな観光振興のための環境が整備されることによって、苫小牧が持っている優位性であるダブルポート、ゲートウェイとしての機能がさらに強化されるのではないかと考えている。
- ・観光振興の促進によって苫小牧市内においても、相乗効果をもたらしてくれるような仕組みづくりを必要と考えており、街の再生にも期待している。
- ・街づくりについては、カジノ納付金の活用によって可能であると考えている。
- ・ＩＲによってＩＲ以外の新たな産業のイノベーションにも期待している。
- ・苫小牧はダブルポートの街であるが、ＩＲによって北海道のハブ、日本のハブとして、ダイレクトインバウンドを受け入れて、ダイレクトインバウンドを道内外の観光地に送客し国が掲げている観光振興に貢献することができると考えている。

（ＩＲの立地場所について）

- ・新千歳空港に隣接した地が最適ではないかと考えている。以前は苫小牧市内と苫東も候補だったが、昨年度に実施したＲＦＩにおいて事業者から提案のあった意見の中で、新千歳空港に隣接した地が最適ではないかという意見があったので現在はそのように考えている。
- ・苫小牧は空港に非常に近いが、自然が豊かであるし航空法の高さの制限がない。また、既存の住宅街からは離れた地にある。
- ・ＩＲ立地予定地を「国際リゾートエリア」と名付けている。苫小牧は東西に４０キロあり非常に長い町なので、いくつかの拠点を設けたいと考えている。まず、沼ノ端地区を「新拠点エリア」としている。沼ノ端地区は人口が伸びており、ここ１０年で人口が４割伸びている。近隣の工業地帯にトヨタ自動車や関連の工場など、新たな工場が建っていることも影響して人口が伸びている地域である。「にぎわいエリア」は市役所のある地域で、現在、空洞化の進んでいる地域である。
- ・「国際リゾートエリア」から各エリアに結び付ける街づくりを考えている。「新拠点エリア」にはリゾートエリアで働く従業員に新たに居住し、そこから発展して生まれる産業に従事する方々に住んでもらえればと考えている。「にぎわいエリア」についても、ＩＲで来た人たちに、苫小牧市内でも楽しんでもらうことを考えている地域となっている。
- ・各エリアへのアクセスについては事業者から様々な提案を受けているが、具体的にはこれから検討していく。
- ・リゾート構想についてはスマートシティの考え方も取り入れたい。
- ・イノベーションの担い手となる人材の育成も重要と考えており、事業者からはインターナショナルスクールの誘致や、観光業やエンタメの教育機関の設置などの提案も受けている。

（ＩＲについて）

- ・白い雪をイメージして苫小牧の商工会議所で付けられたネーミングである「WHITE IR」を掲げている。
- ・「WHITE IR」のコンセプトとしては、北海道の自然、食、文化を活かすものということで検討している。北海道ならではのMICE、民間のノウハウを生かしたワールドクラスのエンターテイメントも提供できるような施設を考えている。
- ・事業者からは自然に溶け込んだイメージの施設の提示を受けている。
- ・MICEについても北海道の強い分野を誘致したい。北海道から発信するような新たなMICEの創出が必要と考えている。IRを拠点として、長期滞在型のインセンティブ旅行として道内を周遊して頂くことも検討している。
- ・北海道の自然を生かした体験型の施設も合うと考えている。
- ・北海道の文化であるアイヌ文化についても、2020年に白老町でオープンされる国立アイヌ博物館と連携したものを提供することを考えている。
- ・IRのコンテンツには、道内、市内の人にも楽しめるような施設である必要があると考えている。
- ・健康、ウェルネス、スポーツもキーワードとして考えている。苫小牧市は「王子イーグルス」の本拠地となるなど施設も数多くあり、アイスホッケーで有名であり昭和41年に全国で初めてスポーツ都市宣言を宣言している。
- ・宿泊施設については、富裕層向けの宿泊施設が必要と考えている。
- ・市民からは休日や雨の日に遊ぶ場が少ないという意見があるので、それに応えられるようなテクノロジーを使った環境と共生した施設を提供したいと考えている。

（IRが生み出す効果について）

- ・効果は投資意向調査を参考に試算している。
- ・開業時の投資額は2,200億円～3,000億円。想定の上売上額は年間1,200億円～1,600億円。直接雇用は5,000人から1万人。
- ・カジノ納付金については道と市をあわせて106億円～142億円。入場料については6,000円で計算し65億～87億円と考えている。市では税収を25億円～30億円と考えている。
- ・想定の見込客数については圏内客、道内客、国内客、海外客にわけて試算している。圏内客については苫小牧市から1時間以内でアクセスできるところと設定し、札幌市も含まれており母数は300万人と想定している。これで試算をすると圏内客は336万人、道内客は89万人、国内客は239万人、海外客は175万人。合計で年間600万人～839万人と想定している。そのうちゲーミング利用客数も別途、試算している。
- ・IRの建設運営については地元産業への貢献が非常に重要であり、地元調達が重要になると考えている。
- ・直接雇用は5,000人から1万人と試算しているが、なかなか市内だけは確保できないので、道内外だけでなく海外からも優れた人材を集めたいと考えている。

【主な質疑応答】

Q：2014年にJCがIRの誘致について住民の意識調査を行っているが、直近でIRの誘致についての住民の意識調査を行ったか。また、今後、住民の理解を得るためどのような活動をするか。

A：市としては意識調査は行っていない。ただ、市民セミナーは開催していて昨年度は9回行った。その際にセミナーのアンケートはとっているものの、IRについての意識調査はやっていない。

Q：説明によって理解は得られているか。

A：「IRはカジノだけでなく、コンサート会場なども含まれていますよ。」などと若い人に話をすると理解を得られる場合が多い。やはり丁寧な説明は続けなければならないと思う。

Q：市議会での議決は必要か。

A：法律上は条例によって市議会の議決を必要とすることも可能だが、道議会で議決し市議会で同意を得ることとなっている。

Q：インバウンドの消費単価が東京よりも高い。消費単価を上げるのは大阪の課題だが、なぜ東京を抜けるほど高いのか。苫小牧におけるインバウンドの消費の特徴としてどのような点があるか。

A：北海道全体としてはニセコの長期滞在観光の影響だと思われる。ただ、苫小牧はインバウンドがそれほど多い街ではない。北海道全体に占める割合は0.6%程度でありIRによって伸ばしていきたい。

- Q：リゾート以上にイノベーションを目指すというのは、リゾート都市としてはあまり聞かないがそれはなぜか。
- A：元々ものづくりの街として栄えてきた街という経緯があり、最近ではIRだけにとどまらず様々な産業に取り組んでいる。たとえば、トマトを路上で栽培するのではなく、施設の中で栽培をするJファームというものがある。また、CCSという二酸化炭素を地中に埋める実験を国で行っているが、それも苫小牧において行われている。
- Q：御市から見て大阪が進んでいると思う点は何のようなところか。
- A：多くの予算を使っているスケジュールも非常に進んでいる。また、ギャンブル依存症についての取組みも進んでいるという印象がある。
- Q：IRの予定地の大きさはどのくらいか。
- A：まだ明確には決まっていないが、予定地としては100ヘクタールほどで施設自体は50ヘクタールほどの予定。
- Q：それは民間の土地も入っているのか。
- A：現在は民有地。
- Q：大阪は観光地が多いので、京都、奈良、和歌山を含めたMICE誘致を考えていかなければならないと思っている。北海道でスキーをやりたいという観光客は多いので非常に魅力的な場所である。大阪も学ばなければならない点があると思った。
- A：北海道は北海道の持つ資源によってMICEを誘致しなければならぬと考えている。大阪に入ってくるIRのインバウンドを北海道に誘客し、北海道のインバウンドを大阪に送客するなど色々な点で連携もできるのではないかと期待している。



## ＜視察先②＞ 札幌市議会（北海道札幌市）

### ■ 日 程

平成30年8月20日（月）15：45～17：00

### ■ 調査事項

札幌市住宅宿泊事業の実施の制限に関する条例について

### ■ 調査目的

札幌市内の民泊登録件数は全国の政令市や都道府県で最多クラスである。本府においても、適法民泊の普及促進のため、特区民泊の認定を受けようとする事業者等に対して、必要となる設備の整備等に対する補助を実施しているところであり、本府の今後の適法民泊の普及促進に向けた取組みの参考とするため調査する。

### ■ 概要

#### 【説明概要】

#### 【住宅宿泊事業法について】

##### （概要）

- ・民泊サービスが日本でも急速に普及し、多様化する宿泊ニーズに対応するため、平成30年6月15日から、住宅宿泊事業法が施行され、民泊が適正に運営できるよう、法整備がなされた。
- ・法律上、住宅宿泊事業者・住宅宿泊管理業者・住宅宿泊仲介業者の三者の役割をそれぞれの定めて、宿泊者の安全性を図っている。
- ・まず、住宅宿泊事業者は、民泊サービスを行う事業者である。事業を行う前に、都道府県知事に届け出を行うこととされている。法律施行前は、民泊がどこで誰が行っているか、分からない状況であったが、届け出によって匿名性を排除して、責任の所在が明確になった。
- ・年間営業日数の上限は180日と定めた。
- ・住宅宿泊事業者には、適正な民泊事業を確保するための措置として、様々な義務付けがある。具体的には、シーツの交換や施設の清掃、宿泊者の衛生の確保、火災時の避難経路の確保、外国語による施設利用方法の説明など、安全面や衛生面の確保に関することや、実際に宿泊する方々に対して、騒音の防止やごみの出し方についての説明義務を課したり、近隣の住民から苦情があった時に迅速に対応できるような体制の整備など、近隣トラブルの防止に関することがある。その他、民泊が合法であることを明示し、チャイムの押し間違いを防止するため、標識の明示義務を定めている。
- ・家主不在型の民泊については、住宅宿泊管理業者に委託することを義務付け、管理不全を防止している。
- ・住宅宿泊管理業者は、国土交通大臣の登録が必要であり、具体的な業務内容については、安全面・衛生面の確保や近隣トラブルの防止に関することなどを住宅宿泊事業者に代わって行うこととされている。
- ・住宅宿泊仲介業者は、Airbnbなど、民泊事業を営んでいる物件をサイトに掲載して、宿泊者が予約を行えるようにする業者であるが、法律が施行されたことで、観光庁長官の登録が義務付けられた。
- ・住宅宿泊仲介業者には、宿泊料金や仲介手数料の公示、不当な勧誘の防止などを義務付けることで、宿泊者の保護を確保している。

##### （住宅宿泊事業法の対象となる住宅の範囲について）

- ・住宅宿泊事業は住宅に人を宿泊させることが原則なので、人が住むために使用される家屋が対象である。
- ・具体的には、現に人の生活の根拠として使用されている家屋、入居者の募集が行われている家屋、随時その所有者、賃借人又は転借人の居住の用に供される家屋（別荘等）が対象となる。

##### （宿泊者名簿、本人確認の方法等）

- ・宿泊する人の氏名、住所、職業、国籍、パスポート番号を名簿として三年間、保管しておかなければならない。宿泊者名簿を記帳する際には、本人確認をしなければならない。

## 【札幌市住宅宿泊事業の実施の制限に関する条例について】

## （概要）

- ・住宅宿泊事業法第18条の中で、「生活環境の悪化を防止するため必要があるときは、合理的に必要と認められる限度において、政令で定める基準に従い、条例で定めるところにより、区域を定めて、住宅宿泊事業を実施する期間を制限することができる」と定められていることを、条例制定の根拠としている。
- ・条例の定め方について、国からはガイドラインの中で、「住宅専用地域全域を対象とするなど、かなり広範な区域を制限の対象とすることを検討する場合には、特に必要である範囲で区域が設定されているかどうかについて、特に十分な検証を行うこと」「年中制限することや、都道府県等の全域を一体として一律に制限すること等は、本法の目的を逸脱するものであり、適切ではない」など、必要最小限の制限とするようあらかじめ言われていたところ。
- ・国の方針を踏まえたうえで、どのような条例がよいか検討してきた。
- ・北海道庁で実施していた有識者会議に札幌市も参画し、制限内容を検討した。道内一円での統一した運用であることが望ましいだろうということで、制限内容に関しては北海道庁と足並みをそろえた。平成29年12月にパブリックコメントを実施し、平成30年2月に市議会へ条例案を提出し、可決され、平成30年3月に公布。平成30年6月15日に施行した。

## （条例の対象となる住宅の範囲について）

- ・届出住宅を自己の生活の本拠として使用していないもの、届出住宅に人を宿泊させる間、住宅宿泊事業者が不在となるもの、住宅の居室の数が5を超えるもの、など家主不在型の民泊が、条例の制限対象となる。
- ・家主不在型の民泊に対象を絞ったのは、家主居住型は、居住する家主によって、騒音防止や苦情対応等に対応できるし、地域住民との調和も円滑に行うことができるので、制限対象から除外した。

## （条例による制限区域について）

- ・小中学校等の敷地の出入り口の周囲100メートルの地域が制限の対象となる。起点となるのは校門などの小中学校等の敷地の出入り口である。100メートル以内に敷地が全部入っている場合や敷地の一部でも100メートルの範囲内にあれば、制限の対象となる。
- ・小中学生の登下校の見守りの時間帯に、チェックインなどで不特定多数の人が出入りする状況となれば、見守りの負担が増えてしまうため、このような制限を行っている。
- ・住居専用地域も制限の対象としている。住居専用地域は、都市計画法に基づいて、静穏な環境を守るため設定された地域なので、不特定多数の人が出入りすれば、生活環境の悪化を招く恐れがあるので、制限の対象としている。
- ・条例による制限期間も設けている。小中学校等の敷地の出入り口の周囲100メートルの地域については、土日祝日および小中学校等において授業を行わない日を除く日、いわゆる登校日は営業を制限した。年間の営業日数は最大で150日程度となる。
- ・住居専用地域については、土日祝日および12月31日～翌1月3日を除く日、いわゆる平日は、営業を制限した。年間の営業日数は最大で60日程度となる。
- ・住宅宿泊事業の日数の計算の方法については、正午から翌日の正午までを1日としている。よって、1泊した場合は、どちらも土日でなければならず、基本的には、土日に1泊のみが許される。平日である月曜日にチェックアウトすることはできない。3連休の場合は、土曜日から月曜日の間に、2泊することができる。

## （札幌市における住宅宿泊事業の実施状況について）

- ・平成30年8月10日現在で、届出件数は924件であった。そのうち、849件は受理済である。内訳は、居住型が141件、不在型が783件であった。（届出ベース）
- ・札幌市中央区に550件と集中している。
- ・平成30年5月30日から、札幌市民泊総合窓口（民間委託）を設置している。総合窓口で、コールセンター業務と窓口業務を行っている。コールセンター業務では、北海道と札幌市で共通の電話番号を設定しており、道内一円においてワンストップで受け付けている。
- ・札幌市の事業者については、窓口を設けており、受付業務を行っている。
- ・旅館業法に違反する違法民泊であれば、保健所に振り分ける。
- ・87件の苦情が寄せられており、そのうちの半分は違法民泊に関するものであった。届出の有無を確認して、届け出がなければ、保健所に対応を依頼する。その他、夜中の騒音やタバコのポイ捨てについての苦情であ

れば、総合窓口から住宅宿泊事業者や住宅宿泊管理業者に連絡をして、対応を依頼する。標識の未掲示、Airbnbなどの仲介サイトへの掲載についての問い合わせがある。ただし、Airbnbの情報は所在地情報があいまいな部分があり、なかなか保健所では対応できないので、観光庁への削除依頼で対応している。

- ・札幌市では、観光マナーについて、日本語、英語、中国語、韓国語に対応した形で、各宿泊事業者に無料で配付し、部屋に備え付けてもらっている。

#### 【主な質疑応答】

- Q：大阪は特区の民泊があるので、少し事情が違うが、先月の数字を見ると、札幌市が圧倒的に届け出件数が多いと思うが、どんなことが理由だと思うか。
- A：札幌の場合は、首都圏や関西圏に比べて、家賃が安い。また、夏場に集中してやれば、商売として成り立つという事情があるのではないかと考えられる。
- Q：条例の施行により、違法民泊はどのくらい減ったか。
- A：札幌の場合は、特区民泊がなかったもので、施行前はほぼすべてが闇民泊。Airbnbでは、約2,000件登録があった。現在は約900件なので、残りの1100件は諦めたのか、相変わらず行っているか。民泊はまじめな人が多く、同業者が通報することが多いので、闇民泊はなくなってきているのではないと思う。
- Q：規制が厳しい一方で、届け出件数は約900件とかなり多い。実際に取り締まるのは保健所か。
- A：届出されている業者は我々の所管となる。届出されていない業者は保健所が取り締まる。旅館業法違反か、住宅宿泊事業法違反かが基準となる。
- Q：届け出が非常に多い中で、営業してはいけない日に営業していないかどうかをどのように確認するのか。
- A：通報によって確認するしかないが、札幌市の場合は、届け出は圧倒的に中央区が多い。中央区はそもそも営業が制限されていない商業地域。郊外に営業が制限されている住居専用地域がある。郊外については、そもそも届け出件数が少ないという状況である。
- Q：役所の体制は何人か。
- A：3人。増員の要求をしている。
- Q：全体的に届け出のうち、家主不在型が多いが、部屋数が5を超えないものについては、小学校の近くでも営業できるのか。
- A：不在型の場合は、部屋数に関係なく、制限の対象になる。家主が同居していても、部屋数が5を超える場合は制限の対象となる、ということ。法令上は部屋数が5を超える場合は管理業者に業務を委託しなければならないという規定があり、そこで不在型と同じような取り扱いとなる。
- Q：居室数は平均的にはどのくらいか。
- A：中央区の場合は、ワンルームや1LDKが大半であり、2部屋、3部屋が多い。賃貸アパート全体という事例はない。
- Q：民泊に、良いイメージがないように世の中に出回っている気がしてならない。良いイメージで住民の方々にアプローチしていきたいと考えているが、札幌市では安全性などの周知について、住民の方々に何か取り組んでいるか。
- A：現在のところは特に取り組んでいない。繁忙期には、優良民泊であることを行政として後押しし、民泊を上手に活用することを将来的には検討したい。家主居住型については、国際交流などの観点からPRできていると考えているが、不在型については、もう少し運用して、信頼を得てからにしたい。
- Q：届出から認定まではどのくらいの期間か。大阪は何か月も待たされている。
- A：届出から受理までは、おおむね3週間程度。
- Q：コールセンターは24時間営業か。
- A：朝の9時から夜の9時まで。年中無休で対応している。
- Q：コールセンターに苦情が来た場合の保健所への連絡はどのようになるのか。
- A：違法民泊については、翌開庁日に保健所に情報が伝えられる。届出のある住宅については、その場で迅速にコールセンターから管理業者に伝えられる。





## ＜視察先③＞ 田中酒造株式会社（北海道小樽市）

### ■ 日 程

平成30年8月21日（火）10:15～11:30

### ■ 調査事項

地域資源を活用した着地型観光について

### ■ 調査目的

本府においては、大阪府・大阪市の共通戦略として策定した「大阪都市魅力創造戦略2020」の戦略の中で、「多様な楽しみ方ができる周遊・滞在都市」を目指すべき都市像の一つに掲げ、この都市像の達成に向けて、本府においては、地域資源を活用した着地型観光の促進に取り組んでいるところであり、今後の取組みの参考とするため調査する。

### ■ 概要

#### 【説明概要】

#### 【株式会社JTBの取組みについて】

- ・2005年頃から当社の中で「地域交流」という言葉が出始めた。きっかけは2001年9月11日の米国の同時多発テロであった。
- ・同年4～8月までは大変景気が良く、過去最高益を更新するのではないかと期待をしていたが、9.11を境に観光業界、航空業界、宿泊業界を中心に日本だけではなく世界中が大変な事態になった。
- ・当時、沖縄をはじめ海外の修学旅行は全て中止になり、非常に大変な時期であったが、その時沖縄の修学旅行客が北海道に来たため北海道の国内インバウンドが好調であった。世界の経済及び平和の風評被害が観光に影響をもたらしたと痛感し、これから我々に何ができるかと考えたのが「地域交流」であった。
- ・ハ酒ポートは2011年から始まった。2010年に当社の社員が田中酒造とJETROの海外視察に同行し、地域の物を海外へ売り込みに行った際に田中酒造の社長から「プロモーションしてもなかなか物が売れない。」と聞かされ、北海道のお酒の活性化について相談を受けた。
- ・社長は「日本酒だけでなく、ワイン、ビール、ウイスキー、焼酎など、北海道には酒蔵が多くお酒全体を活性化させたい。」とのことであった。2011年3月11日の東日本大震災によって、企画がいったん中止となった時期はあったが、半年後に再開し、北海道のお酒、食、旅の3つを融合させたものが何か出来ないかということで生まれたのが「ハ酒ポート」であった。
- ・2012年に「ハ酒ポート」を発行。発行した当初、北海道庁から助成を受けた。ネーミングはパスポートに由来している。また、大きさは元々はパスポートサイズにしていた。
- ・お酒の業界は、ひとつのパイを日本酒やビール業界などで取り合う発想であったが、お酒の業界にお声掛けをする際に、「なぜJTBが関わるのか。」と言われたこともあった。JTBとしてはお酒を売ること自体がメインではなく、どうやって北海道の人々にお酒や食などをテーマに道内を回遊してもらうか、さらには道外のお客さんにも回遊してもらいたいとの思いを持っていた。
- ・大人のスタンプラリーとあるように、子供たちが遊べるものはたくさんあるが、大人たちに遊んでもらうツールがないということで作成した。
- ・2013年頃から冊数は増えていくが、2014年頃から北海道にも外国人の観光客が増え始め、英語版のハ酒ポートを作成した。また、道外を対象にプロモーションを実施した。
- ・われわれ北海道側から本州に対して発信したわけでないが、内閣府や経済産業省等に様々な場面で話を出してもらい、昨今では静岡県版をはじめ、滋賀県版や新潟県版が作成されており、どのようにして人を動かして地域にお金を落とさせるといった動きになっている。さらに拍車をかけて日本食が無形文化遺産になったということと、海外でお酒の消費量が増えてきたということが起因していると考えている。
- ・ハ酒ポートだけではビジネスとしては成り立っていないが、これを契機に様々な事業を行っている。例えば、経済産業省からは欧州での日本酒の販売促進や日本酒のラベルのデザインをどのようにしたら、欧州の方々に受け入れてもらえるのかという事業を行っている。また、農林水産省の補助金を受け、「酒フェス」をニセ

コで1回、小樽で1回実施した。小樽では有名な天狗山で行ったが、対応しきれないほどの人が来た。また、「酒列車」という事業をJR北海道の協力のもと行った。「酒列車」は札幌からニセコまでの間を列車に乗りながら、お酒と地域の特産物を食べ、駅を降りたところでバスに乗って観光をしてもらう事業である。価格は1万円程するが1週間で完売した。低価格のものが売れつつ、良いものであれば高価でも売れるという経済の二極化を垣間見た。列車内では日本酒だけでなく、胆振で取れたワインやスパークリングワイン等を召し上がってもらい、地産地消で食べ物を召し上がってもらっていた。

- ・ JTBとしてはお酒の消費量は伸びていくと考えているが、残念ながら日本国内の消費量は右肩下がりである。北海道の酒蔵も戦前と比べるとどんどん減ってきている。しかし、世界のお酒の消費量は反比例してどんどん伸びている。
- ・ 大阪にある「大門酒造」という酒蔵のお酒をJTB北海道でスペインのイビサ島に輸出している。イビサ島は種子島ほどの面積しかないが、北海道のお酒や大阪の大門酒造のお酒などを輸出している。なぜイビサ島に輸出しているかという点、イビサ島は繁忙期には700万人の観光客がプライベートジェットなどで訪れる富裕層が集まる場所である。富裕層に対して発信することで、そこを起点としてスペインだけでなくイタリアなど欧州を始め、アメリカなどで火がつかないかと考え輸出にも力を入れていきたいと考えている。
- ・ 今後のJTBの戦略としてお酒だけではなく、一次産品にも注目している。たとえば、九州のいちごをBtoCでインターネットを使ってマレーシアに個販している。また、今年からはJTBオールで、タイ、台湾などへの一次産品の輸出を始めた。
- ・ 今後、食の部分についてはアジアだけでなく、ヨーロッパに対しても日本の素晴らしいものを発信していきたい。また、パ酒ポートを通じて北海道の観光の魅力だけでなく、食の魅力を発信しながら北海道の経済の活性化の中核を担いたいと考えている。

#### 【田中酒造株式会社の取組みについて】

(会社の概要について)

- ・ 典型的な小さな造り酒屋であり日本酒を中心に販売している。他に焼酎やみりんを販売している。創業は1899年であり来年で120年を迎える。北海道では長寿企業である。
- ・ 資本金は1,000万円、売り上げは約10億円。お酒の製造量は年間100キロリットル。北海道で12ほど酒蔵があるが下から数えて2番目。自前でお酒を消費者に直接販売している量については、一番多いのではないかと考えている。

(日本酒を取り巻く状況について)

- ・ 北海道のみならず全国的に日本酒の消費量は右肩下がりであり、30～40年をかけて1/3になっている。造り酒屋もピークの1/3となり全国で1,400蔵程度しかない。北海道も一時期は200程度あったが今は12蔵。小樽ではピークで40近くあったが、現在は当社だけである。それだけ日本酒業界は衰退している。
- ・ このような状況の中で生き残りの手段を模索していた。30年前はお酒をつくるのは造り酒屋だけ、流通させるのは問屋、売るのは酒屋と明確に分かれていたが、小樽が観光都市に変貌していった時期というのがあるが、現在の4代目が代表になったときに観光造り酒屋ということで、問屋に頼ることなく自分たちでつくったお酒を、自分たちで売ろうということで事業のコンセプトを変えた。
- ・ 観光造り酒屋の一番難しいところは自分たちで集客をしないといけない点であるが、当社は立地が良く千歳空港からも近く札幌市内から1時間以内のところにある。札幌市内にあるのではなく札幌から1時間以内のところにあるという点が、観光造り酒屋として成り立たせている。
- ・ 集客のイベントも行ってきたが、その中で大きい事業が「パ酒ポート」である。「パ酒ポート」は日本酒、ワイン、焼酎、ウイスキーが点でバラバラになっていたものを線にし、面にしていけばお客さんに一番楽しいのではないかとこのコンセプトであるが、この事業はJTBの力を借りられたことが大きい。
- ・ 2012年に始まって今年で7年目になるが、客層は札幌圏が多く半数以上を占めている。8,000冊発行しており当社には年間2,000人から3,000人の方がこの冊子を持って来られるが、スタンプだけ押し帰るお客さんはほとんどなく、1,000円以上お客さんがお酒だけでなくおまんじゅうなどの土産も購入して、お金を落としていってくれるのが「パ酒ポート」の特徴だと考えている。
- ・ 日本酒以外のビール、ワイン業者の横のつながりができたということと、JTBとのつながりが出来てJTBの人材やノウハウを無料で使わせてもらっているのが大きなメリットだと考えている。
- ・ 内閣官房の地域活性化のモデルケースの認定を受けたことによりメディアの露出が高くなり、一つの酒屋で

はできなくなった大きなことをさせてもらっている。

- ・今後についてはJTBにお願いし、IT化でアプリ化ができないかという点であったり、お酒の輸出についてもJTBの世界のネットワークの中で行ってもらえないかを考えている。
- ・現在一番の課題は国際化である。お酒を含めて国内の市場が縮小している中で、国際化は酒屋が生き残っていくには不可欠であると考えている。国際化と言っても輸出をするかインバウンドを受け入れていくかであるが、両方に対応することはむずかしいと感じている。酒を増産して輸出をするのは難しいという判断と、小樽にあるという立地にも鑑みて、我々が考える国際化はインバウンドの受け入れであると考えている。
- ・20年ほど前は台湾のお客さんはバスで団体に観光に来ていたが、今は台湾のお客さんでバスで来ることはほとんどなくなり、レンタカーなどで個人で来るのがほとんどである。
- ・インバウンド特別体験ツアーということで、日本人のお客さんには無料で試飲できるということを宣伝文句に集客していたが、JTBから造り酒屋であるということは貴重なコンテンツではないかと提案を受けて、一人6,480円を取って酒蔵の見学ツアーを行っている。社員でなければ入れない所まで見てもらったり、各ポイントで写真撮影をすることができたり、最後におつまみを付けて利き酒をしてもらったり、お客様たちだけという特別感を出して対応している。月に1組程度しか来ないが、おもてなしが上手くいくと最後にお買い物で返ってくるということを実感する。1組（4人家族）で100万円ほどお買い物をするという例もあった。
- ・富裕層だけではなく、マレーシアと北京の中学生を修学旅行で受け入れている。特に中国人は世襲制度に興味を示している。
- ・伝統産業の酒屋に来て様々な言語の看板があるよりは、景観を損なわないようにするため、スマホでアプリケーションをインストールすれば、動画でこうじ造りなどの作業の説明を見ることができる。ツールをどんどん活用して接客している。
- ・杯やおちょこなどの酒器についても、JTBのツアーの中で使わせてもらい、身近に日本酒を体験してもらえるように工夫している。
- ・今は酒屋は酒を造るだけでなく、エンターテイメントとして造り酒屋をコンテンツとしていかに客に楽しんでもらうか、物売るだけでなく楽しんでもらうことを進めている。IT、ICはこれから進んでいくので、まずは使っていくという精神で、我々に合わなければ違うものを試していき、JTBから情報をいただきながら進めていきたい。

#### 【主な質疑応答】

- Q：パ酒ポートの参加酒造は21カ所ということであるが、北海道以外はどこがやっているのか。また、修学旅行先で沖縄が減っていた中で、北海道が増えてきた理由は。
- A：北海道以外は、新潟県と滋賀県。今年の10月からは灘を予定。修学旅行の増加の理由は、北海道には米軍の基地がない。北海道の中学校は、東北に行っていたが、東日本大震災により、東北へ行けなくなったので、道内へ変わった。
- Q：パ酒ポート以外のコンテンツは何か考えているか。
- A：現時点では特に考えていない。酒蔵を一件ずつ回って説得するとなると本当に大変。道庁やホクレンにも止められた。うまくいくにはあまり仲の良くないもの同士の方がうまくいくのかも知れない。
- Q：うまくいった理由は。
- A：担当者の努力の賜物。どうすれば北海道で酒と食と観光を結びつけることができるかを真摯に訴えつづけたからではないか。目先の収益よりも、北海道が5年後、10年後どのように変わっていくかについて、主眼を置いていたことが功を奏したのではないか。
- Q：IRは来てほしいか。
- A：北海道経済連合会として誘致を知事に要望を出す方向で動いている。場所は選び切れていないが、3都市の役場が来て経済団体に対しプレゼンをしてもらった。
- Q：インバウンドのニーズが自然から文化に変わってきているとのことだが、大阪のコンテンツとしてひらめくワードがあれば教えてほしい。
- A：北海道にないものは歴史ではないかと思う。北京から来た子どもたちの日本史への詳しさには驚いた。北海道は自然があるが、古い歴史は羨ましい。



## ＜視察先④＞ エジソンハードウェア株式会社（北海道札幌市）

### ■ 日 程

平成30年8月21日（火）13:30～14:40

### ■ 調査事項

外国人への災害時多言語支援について

### ■ 調査目的

本府においては、公益財団法人大阪府国際交流財団と連携し、府内在住外国人への多言語による情報提供や相談対応を行い、府内自治体においても災害時多言語支援体制の充実を図っているところであるが、2018年6月18日の大阪府北部を震源とする地震や平成30年7月豪雨など災害の発生が相次ぐなか、外国人への災害時多言語支援の必要性が益々高まってきていると考えており、今後、大阪府の取組みの参考とするため調査する。

### ■ 概要

#### 【説明概要】

（日本を取り巻く自然災害の状況と訪日外国人の状況について）

- ・平成30年7月豪雨や大阪府北部を震源とする地震など、ここ最近にも自然災害が多発している。
- ・日本の国土の面積は全世界のうち0.28%しかない。しかし、国土技術研究センターの発表によると、全世界のマグニチュード6以上の地震のうち20%が日本で発生している。また、全世界の活火山のうち7%が日本に存在する。よって、災害で亡くなる方のうち全世界の0.3%を日本が占めているという状況である。
- ・地震、火山噴火だけを見ても、日本は他国に比べて頻発する状況にあり、自ずと死亡する方や被災する方が多くなる。
- ・今年は地震であれば大阪府北部を震源とする地震、噴火は草津白根山、豪雨は西日本7月豪雨が起こっている。
- ・日本は頻繁に災害が起こる地域である一方で、訪日客が増えてきている状況である。
- ・2011年の震災後には1000万人を切った年間の訪日外国人客数であったが、2014年には1000万人を突破しそこから毎年増え続けている。2016年には2000万人を突破し、今年2018年は本日の時点で既に2000万人突破している。政府はこの調子で伸びていけば、2020年までの目標を4000万人と定めている。
- ・それに応じて街中の看板などは多言語化が進んでいるが、お店の中はまだまだ対応が進んでいない。
- ・このことを訪日した人はどのように感じているかであるが、国土交通省が2014年以降にアンケートを行っており、32.9%が「コミュニケーションが一番困難を感じた。」と答えている。また、2番目に多くの訪日外国人が「WIFIがメールアドレスを登録するなど使用しづらい。」と答えている。3番目に多くの訪日外国人が「多言語表示が少なくわかりづらい。」と回答した。80%を超える訪日外国人が情報伝達の点で問題があると考えている。
- ・訪日外国人は日本に来た時点で情報から隔離されてしまっているのが現状である。
- ・日本経済新聞の取材によると、この6月に起こった大阪府北部を震源とする地震で電車が止まった際「JR大阪駅では英語の案内がなくどうすればわからなかった。」「電車の運行状況が判らず駅でずっと座っていた。」「駅員の対応がよくて状況が把握できた。」「JR西日本の英語版のサイトで状況が把握できた。」と状況は半々であったようだ。
- ・自治体は多言語で情報を発信していたが認知度が低く、またターゲットは居住者で旅行者ではなかった。
- ・訪日外国人は館内放送では状況が判らず、母国語のニュースサイトでチェックし数時間後に地震が起こったことを初めて知った。日本にいたにもかかわらず、自分の国のニュースで被災したことを知る状況であった。
- ・スマートフォンなどで情報を知ることが多く、人と人とのコミュニケーションの中で何が起きているかを知ることが少ない。

- ・日本では近い将来30年以内に70～80%の確率で南海トラフ地震が起こるとされている。
- ・南海トラフ地震は100年から200年の間隔で起こっている地震である。規模としてはマグニチュード6程度。直近では1946年の72年前に起こっておりこれから発生する確率は高い。よって、しっかり準備をしなければならない状況である。

（多言語放送製品について）

- ・課題を解決するにはまず一つは「外国語の習得」がある。日本人スタッフが研修を受けて習得するというものではあるが時間がかかる。
- ・次に「外国人スタッフの雇用・育成」があるが、時間、費用がかかる。また、確保の問題がある。
- ・そこでエジソンハードウェア株式会社が提案するのが、物で解決する「多言語放送製品」である。東日本大震災で避難誘導の大切さ、外国人旅行者への対応について報じられていたことからひらめいて開発に至った。
- ・震災を教訓に開発した防災製品なので、丈夫な作りであったり音を大きくする工夫が施されている。
- ・製品の特徴として日本語、英語、韓国、中国語の4か国語が標準登録されている。また、非常時に伝わるものとするためプロのナレーターによる録音音源を使用している。さらに、緊急時対応の定型文を搭載している。非常時に適切なアナウンスが肉声でできるかという問題もあるので、あらかじめ定型文を搭載している。また、多数のカテゴリー分けがされているので、適切なアナウンスを直感的に探すことができる。
- ・アルバイトや警備員の方など、普段から機会に慣れ親しんでいる方でなくても、簡単に誰でも使用できることをコンセプトとしている。
- ・採用事例として京成電鉄では全65駅で設置されている。京成電鉄では訪日外国人がどこで乗換すれば良いかわからないなどで遅延することが多く、4言語でアナウンスが出来るようにすることで対応できるようになり好評を得ている。
- ・自治体での利用実績であるが、平成29年度の神奈川県国民保護共同実動訓練で昨年度より使用されている。江ノ島は2020年の東京オリンピックでセーリング会場となっており、江ノ島駅でテロが起きたと想定して訓練を行ったが、その際に外国人の避難誘導で使用された。
- ・昨年度、国において外国人旅行者をどのように避難誘導すべきか実証実験を行い、それをもとに総務省消防庁が「外国人来訪者や障害者等が利用する施設における災害情報の伝達及び避難誘導に関するガイドライン」を策定した。このガイドラインの中で、火災発生時の避難指示をする際には翻訳機能付きの拡声器の使用が推奨されると掲載された。
- ・非常時のメッセージのみならず、通常業務に関するメッセージの搭載にも対応している。

【主な質疑応答】

Q：装置の金額は。

A：オープン価格であるが、参考価格で40万円。メガホンタイプでなければ、少し安くなる。防災製品はたくさんあるが、防災のために毎年予算をとっている所は少ない。まずは、お水や非常食であり、すぐに購入するまでにならない。また、まだまだ大量生産は難しいところがある。英語が出来るアルバイトを月15万円で雇うとすると、3か月で元が取れると考えて頂ければ。

Q：電源は充電もしくは電池か。また使用可能時間は。

A：単2乾電池が6本。最大で8時間以上使用できる。

Q：販売実績はどれくらいあるのか。

A：約360台。なお、大阪府警では車に搭載して使用している。

Q：これ以上コンパクトにならないか。

A：できないことはないが、音の大きさと装置の大きさは比例する。

