

令和5年度 外部アドバイザー会議 会議録

日 時	令和5年8月18日（金）9：30～11：50
場 所	職員会館3階 会議室
出席者	<p>【外部アドバイザー】</p> <p>和歌山大学 藤田准教授 奈良先端科学技術大学院大学 新井准教授 岸和田商工会議所 小川氏 池田泉州銀行 田中氏 損保ジャパン 大川氏</p> <p>【産業政策課】</p> <p>三宅担当長、頓花担当員</p> <p>【観光課】</p> <p>井上課長、竹川主任</p> <p>【事務局（企画課）】</p> <p>田中課長、高井主幹、中井主幹、勝元主査、上田主任、上担当員</p>
案 件	ビジネスサポートセンターによる岸和田イノベーション促進事業、KIX泉州ツーリズムビューロー事業について

●総合計画「将来ビジョン・岸和田」の概要について事務局から説明

●ビジネスサポートセンターによる岸和田イノベーション促進事業の概要について産業政策課から資料に基づき説明

●以下のとおり意見交換

損保ジャパン 大川氏

事業者の課題解決について、具体的にどのような相談があって、それに対してどのような答えを出せたのか。

産業政策課

キシビズレポートの4ページ以降にサポート事例が記載されているように、事業者で抱える課題として売上の減少があり、これを打開するために商品の開発を提案するというような支援を行っている。これによって、事業者の課題解決につながったという形で整理している。

損保ジャパン 大川氏

その整理であれば、K P I「支援による課題解決件数」の実績 318 件は顕著に伸びていると感じる。

産業政策課

キシビズレポートには特に成果があったものを記載しているが、それ以外にも創業手続に関する支援なども件数には含まれている。

池田泉州銀行 田中氏

K P I「支援による創業件数」の実績値も伸びているが、市の創業支援等事業計画における創業支援事業者にキシビズが加わったことが大きいのか。

産業政策課

創業に関する相談を直接受けることになるので、その分件数にも大きく反映されている。

奈良先端科学技術大学院大学 新井准教授

K P I の実績についてはおおむね達成できているところであり、その点について特に申し上げておくことはない。

今後は、総合計画の基本計画との兼ね合いを踏まえて、事業の将来を考えることが必要だと思う。基本計画ではD Xがキーワードとして出てくるので、創業支援においても初めからデジタルファーストで考えることが必要であり、S N Sなどの活用はすでに行われているが、顧客管理やアナリティクスのデジタル化に関する支援などもできると良いのではないか。

D Xの主眼としては、データを分析して、その結果を活用して業績を良くするということだと思うので、そのようなアドバイスができる人材が必要なのではないか。

産業政策課

人材の確保については課題だと考えている。現状としては、相談者の状況をしっかりとヒアリングし、自分では気づけていない強みを見つけ、アドバイザーの経験値に基づくアドバイスを行っている状況だが、相談者のニーズとしてデジタル化はあると思うので、支援体制の強化を図っていければと思う。

奈良先端科学技術大学院大学 新井准教授

例えば、相談者が自らデータを分析して販路拡大などにつなげられるよう、キシビズと一緒に取り組みながらノウハウを教えるということがあっても良いと思う。

和歌山大学 藤田准教授

課題解決件数が順調に伸びている中、KPI「相談リピート率」がどの程度重要性をもっているのか。言い換えると、相談者の課題が解決しているのに、リピートとして相談してもらう必要性はあるのかということである。実際のリピート需要はどこまであるのか。

産業政策課

一度相談いただいて解決の方向性が見えると、事業者はそれを踏まえて事業を継続していくことになるが、その後新たな課題が出てきて初めて相談のリピートをいただくことになる。

ただし、KPIとして設定しているのは、無料で何度でも利用いただけるというキシビズの設計を踏まえて、相談者にとって良かったのであれば、また利用いただきたいという趣旨である。

和歌山大学 藤田准教授

説明のとおり、一度相談して、そのアドバイスをもち帰って事業を進め、ある程度進んで初めて新たな課題が出てくる形になると思うので、頻繁にリピートし、リピート率が上がるということが実は問題であるという捉え方もある。そういう意味では、本当に課題が解決されていっているのであれば、必ずしもリピート率が上がらなくても良い、という考え方ももっておくべきである。

キシビズの支援件数についても同じ観点をもっておくべきで、課題解決が進むほど支援件数がピークを迎え、横ばいになっていくことが考えられるので、指標としていつまでも件数が上昇していくことが望ましいのかについて検討する必要がある。

あとは潜在的な需要をどう拾っていくかが重要となる。これまでは比較的意欲がある事業者を利用してもらっていたが、そうでない事業者の掘り起こしを進めていくべき時期に来ていると思うので、そのあたりの進め方を考えてほしい。

岸和田商工会議所 小川氏

現在は国の交付金を活用して取り組んでいる事業であるが、交付金がもらえる期間が終了した後、市の単費で継続していくことになるのか。

また、商工会議所においても府の補助金を活用して各種相談対応を実施しており、相談後、府から利用した事業者に満足度調査が行われている。キシビズにおいても、相談者に対して満足度調査などは行っているのか。

さらに、キシビズのセンター長は公募で選定しているが、その他のエグゼクティブマネージャーやクリエイティブディレクター、ITアドバイザーはどのように選定し、実績について評価しているのか。

以前、商工会議所で相談対応した事業者について、キシビズレポートを読んで、キシビズにも相談していたことをこの場で知った。商工会議所とキシビズの連携がうまく取れていないと感じる。

産業政策課

令和5年度をもって国の交付金による支援が終了する。事業費の1/2に交付金を充てているため、これがなくなると非常に大きな市の財政負担が発生する。キシビズについては、引き続き必要な事業であると考えているが、令和6年度以降のキシビズの体制をどのようにしていくかが課題であり、検討を行っている。

一方で、費用対効果を疑問視するご意見をいただいていることは事実であり、このような専門性が高い人材を雇用するためには、一定の費用がかかってもやむを得ないものなのか、あるいは、もっと費用を抑えることが可能なのか、そのあたりについてもアドバイザーの皆様にご意見を伺いたい。

満足度調査については、年に1回実施している。その結果を踏まえ、満足いただけなかった相談者に対して、どのようにフォローしていくかが今後の検討課題であると考えている。

支援人材の選定について、エグゼクティブマネージャーの小出氏は、ビズモデルの創設者であり、キシビズの運営に関して支援いただいている。また、クリエイティブディレクターの繁田氏は、大東市のビズのセンター長であり、キシビズにおいても広告代理店で活躍された時の経験を活かし、相談業務にあたっていただいている。その他、ITアドバイザーについては、他からの紹介などを通じてご就任いただいている。センター長以外の評価は実施していないが、センター長については実績などを踏まえ、ビジネスサポートセンター協議会において評価し、引き続き従事してもらうかどうかを決定している。一方で、センター長のような高い専門性をもった人材について、頻繁に確保することは容易ではないという課題がある。

支援機関同士の連携については、金融機関からの紹介を通してキシビズが支援を行うようなことはあるが、ご指摘のとおり密な連携は取れていない現状があると思うので、今後はしっかりと連携を図っていきたい。

和歌山大学 藤田准教授

個々の支援機関がバラバラに支援するのではなく、横串をさし、一貫して連携していくことがこれからは求められる。つまり、協働・共創して支援することが、より効果的であるということ。そのための体制づくりにあらためて取り組まないといけないし、商工会議所にも関わってもらう必要があると思う。

質問の中で「本市の事業者に支援対象を絞るべきか」という内容が挙げられているが、基本的には絞らないほうが良いと考える。岸和田市民が他市で事業をしていることも考

えられるし、経済活動を単独の市のみで捉えることに意味は見いだせず、近視眼的な考え方であると思う。むしろ、泉州全体で広く経済活動を活発にさせていくことで、最終的に岸和田市や市内で活動する事業者にとってプラスになるのではないかと。岸和田市に税金を収めている人や事業者だけをターゲットにするという議論は意味がないし、国の交付金を投入している点を踏まえても不適切な考え方だと思う。

事務局（企画課）

需要の掘り起こしについて、これまでのアドバイザー会議においてもキシビズのPRについてご意見をいただいているところだが、現状の取組はどうなっているのか。

産業政策課

PRの手法としては、キシビズのホームページ、SNS、企業向けメールマガジンを活用している。メールマガジンはすでに相談を受けた事業者向けになるので、新規の掘り起こしとはならない。

また、金融機関に直接、創業や融資の相談があった場合に、キシビズを紹介してもらうという事は行っている。当然、市の窓口で補助金などの相談に来られた事業者に対しては、キシビズの案内を行うとともに、商工会議所からも会員でない事業者の紹介をいただいている。このように支援機関に相談があった事業者については、一定キシビズを案内し、つないでいただいているところであるが、必要に応じてさらなる連携強化を検討したい。

損保ジャパン 大川氏

市として、キシビズの認知度はどの程度だと捉えているか。また、キシビズが行う支援のうち、市外の事業者はどの程度を占めているのか。

産業政策課

認知度調査は実施できていないが、認知度向上のため、商店街やキシビズが入居するショッピングモールの他店舗への周知活動を行っている。

市外事業者の利用割合については、これまで約4割であったが、今年度は市内事業者の利用率向上のための様々な取組を行っており、市内約7割、市外約3割となっている。

事務局（企画課）

本事業の費用対効果をどのように考えるべきかについて、なにかご意見はあるか。

和歌山大学 藤田准教授

専門的な知識をもつ人への対価として、適正な金額を払うべきだという考え方は一定

存在する。一方で、現実問題として事業を継続するためには事業費を再検討する必要があり、そうすると人件費の取扱いに苦慮するという状況があると思う。ただ、説明にもあったとおり、新しい人材を急に雇うことも難しいので、専門的な知識をもつ人を抱え込んでおくことも一定必要性があると思う。

キシビズのような機関においては、組織的に支援することが本来ではあるものの、立ち上がりの時期ということもあり、どうしても支援のあり様がセンター長などの専門人材に依存してしまっている現状もある。支援はなるべく担当者を変えず、継続的に取り組んでもらうほうが望ましい。雇用形態や身分を変えてしまうと、仕事のやりがいに直結してしまうという面からみても、継続的な雇用が望ましいと思う。

報酬について、成功報酬という形はとっているのか。

産業政策課

成功報酬という形はとっておらず、センター長については年俸、ディレクター等については1コマあたり、事務スタッフには市の会計年度任用職員に準じてそれぞれ報酬を支払っている。

和歌山大学 藤田准教授

今後は、支援に対する費用として相談料を取ることも模索せざるを得ないと思われる。相談者の満足度が高ければ、相談料を払ってでも利用したいと思う事業者がいると思うので、そのあたりの需要をしっかりと見極めて、今後の体制づくりに取り組むことが必要だと思う。

産業政策課

キシビズの認知度が低い状況では、たとえ満足度が高くても効果につながっているとは言えないので、広くキシビズが認知され、ニーズもしっかりとあつて、かつ、その中で満足度が高いところをめざし、取組を検討していきたい。

和歌山大学 藤田准教授

市内事業者向けの広報としては、広報きしわだ、テレビ岸和田、ラヂオ岸和田をもつと活用しても良いのではないかと。

産業政策課

市内事業者をしっかりと支援することが重要なので、そこに向けたPRを重点的に行うとともに、広域的な仕掛けについても段階的に検討していきたい。

損保ジャパン 大川氏

PRの手段としてホームページやSNSの活用についてご説明されていたが、金融機関や保険会社では業務で事業者と接することが多く、その中で経営に関するご相談をお聞きすることも多々ある。そのようなルートを活用して、キシビズを紹介できるような仕組みにすれば、より認知度を高めることができるのではないか。

池田泉州銀行 田中氏

弊行では、事業者に対するキシビズの紹介を行っているが、認知度が高まらないのであれば、もっと取り組む必要があると感じている。

費用対効果については、何をもちって効果とするのかが重要であるが、難しい問題である。答えは持ち合わせていないが、しっかりと考えていく必要があると思う。

事務局（企画課）

ここまで、アドバイザーの皆様からご意見を頂戴したので、本事業に対する評価を取りまとめさせていただく。

本事業については、本日いただいた意見を踏まえ改善の検討を行うこととし、KPIの達成に有効であったと整理してよろしいか。

アドバイザー一同（岸和田商工会議所を除く）

異論なし。

岸和田商工会議所 小川氏

商工会議所としては違う見解であるため、念のため申し上げる。ただし、本会議としての取りまとめについては、多数決によって構わない。

事務局（企画課）

それでは、そのように取りまとめさせていただく。

●KIX泉州ツーリズムビューロー事業の概要について観光課から資料に基づき説明

●以下のとおり意見交換

岸和田商工会議所 小川氏

KIX泉州ツーリズムビューローでは以前にマラソンも開催していたが、現在の取組は観光事業のみか。

観光課

K I X泉州国際マラソンは令和4年度をもって終了した。令和5年度以降は、各市町村が実行委員会を立ち上げ、継続して実施できないか検討段階である。

岸和田商工会議所 小川氏

K I X泉州ツーリズムビューローは今後、観光事業に集中して取り組めるという認識で良いか。

観光課

そのとおりである。今年度は旅行業の登録を行い、本格的にDMOとして始動する予定である。

池田泉州銀行 田中氏

総事業費が4,000万円とあるが、地方創生交付金で、13自治体全体を合わせて4,000万円ということか。

また、令和4年度プロモーション事業の実施内容について、ツーリズムEXPOジャパンで商談数が6件となっているが、この商談による成果などはあるか。

観光課

総事業費については、13自治体の合計である。商談の成果については、ツーリズムEXPOジャパンの開催日が豪雨であったため、想定よりも参加数が少なく、目標商談数20社に対して6社であった。商談の続きがどうなったかという実績等は把握していない。

奈良先端科学技術大学院大学 新井准教授

令和2、3年度はコロナの影響もあって目標未達成でも仕方がないと思う。ただ、毎年自己評価や達成度に関する成果を報告していると思うが、それはどのようなものだったのか。

観光課

令和2、3年度に関しては、K P Iの実績値が出せない状態であり、評価は難しい。令和4年度から観光客は徐々に戻り始め、今年度からは増えた印象である。

今は中国でも連休が始まっている。K I X泉州ツーリズムビューローとして広域連携し、関西国際空港から降りた外国人観光客にどのように泉州へ立ち寄ってもらうかが、今年度からの課題である。

奈良先端科学技術大学院大学 新井准教授

泉州地域の訪日旅行者数が下回っている結果について、関西国際空港に到着した時点でのカウントであるのか。目的地が京都などであってもカウントされるのか。

観光課

訪日旅行者数のカウントはクレジットカード会社が行っているため、23 万人という実績値の詳細は把握できていない。

損保ジャパン 大川氏

関西は観光資源が多いエリアなので、いかに泉州に来てもらえるかだと思う。訪日客の多くが魅力を感じるの、「食」「自然・景観」、コンテンツとして「祭り」がキーワードになる。祭りに関しては、開催期間が限定されるものではあるが、前面にアピールしてはどうか。最近では、花火大会も有料の観覧席を設置するなど、各自治体で工夫を凝らしている。

訪日客の中には、日本は夜に観光できる場所がないという意見もある。ナイトタイムで楽しめるイベントなども検討してはどうか。

観光課

岸和田城はライトアップをリニューアルした。

観光資源があるのに来ていただけないということに関しては、他市や他府県にないものを全面的にアピールしていく必要があると考えている。まずは、認知度を上げていくことが重要と考えている。

岸和田祭も全国的に有名ではあるが、年に数日間のみであるため、それ以外でも来ていただけるかどうか大きな課題である。

岸和田祭は自主運営であるため、市として関わることは難しい側面もある。岸和田市の人口も減っている中、だんじりの曳き手も減少しており、伝統文化の継承という面で、市としての関わり方を考えている。

奈良先端科学技術大学院大学 新井准教授

K P I の評価が大切だと思うが、SNSなどで言語ごとの訪日客の集計はあるのか。

観光課

フェイスブックのフォロワー数として、日本語は 3, 223、簡体字は 4, 761、韓国語が 2, 253、英語は 12, 152 である。インスタグラムについては、日本語が 13, 507、簡体字が 187、韓国語 170 となっている。

奈良先端科学技術大学院大学 新井准教授

日本在住の外国人も多いので、訪日と在住の外国人を分ける必要がある。

岸和田商工会議所 小川氏

情報発信について、K I X泉州ツーリズムビューローの職員が行っているのか。

事務局兼務理事も観光についての経験者であるので、協力・連携して進めてほしい。

観光課

例年、首長が集まる理事会で、K I X泉州ツーリズムビューローより事業計画案を提示させていただいており、関係部局と連携する機会を設けている。また、連携協議会において、理事会で決定した事業について検討しながら進めている。

和歌山大学 藤田准教授

情報発信については、フェイスブックとインスタグラムを利用しているということだが、それぞれの言語体で中心となるメディアは異なるため、そういう部分でも言語ごとに対応が必要になる。そのような計画はあるのか。

観光課

K I X泉州ツーリズムビューローでは、ターゲットを絞った効果的なプロモーションを行っている。観光DXの考え方を取り入れたいと検討している。

和歌山大学 藤田准教授

SNSに関しては、中国の人たちはウェイボーが主流だと思うので、そのようなコンテンツにつなげる取組も必要になる。台湾市場向けにPVを作成されているということだが、インフルエンサーを使った取組も一つである。インフルエンサーの動画を見た人たちが聖地巡礼のように観光地を追跡していく傾向が強い。そのような方法も検討されてはどうか。

池田泉州銀行 田中氏

弊行もK I X泉州ツーリズムビューローの会員であるため、インフルエンサーの取組については、コロナ前にも行っていたと伺っているが、コロナ後はさらに取り組んでもよいと考える。

ターゲットは東アジア中心なのか。

観光課

まずは、東アジアの方々に来ていただくことを想定しており、世の中の情勢を見ながら広げる予定である。

池田泉州銀行 田中氏

来られる方の地域によって消費額も異なるため、ターゲットを絞ることは必要である。セミナーに関して、コロナで制限がある中で人材育成のためのセミナーを開催した実績があるのなら、今後はそれを生かす取組が必要である。

損保ジャパン 大川氏

現在の観光客の動線はどういうものであるのか。

観光課

観光客の多くが、関西国際空港から京都、大阪へ観光し、帰りに泉佐野へ立ち寄ってから帰国するという動線となっている。

現状、観光客の方たちに来ていただくためにできることは、立ち寄りの観光であると考えている。岸和田市は宿泊施設が乏しく、宿泊を伴う観光は難しい。中長期的には城下町泊というものを進めているが、現状は宿泊施設が多い泉佐野市からお立ち寄り観光という戦略を考えている。

損保ジャパン 大川氏

現在、地域によってはデジタルの観光マップがあり、ガイドマップにはないような昔からのお店が載っていたりするが、デジタル観光マップなどには取り組んでいるか。

観光課

岸和田駅周辺のデジタルマップは作成している。岸和田城や、商店街が載っているが、近隣の全体を網羅したものではない。

損保ジャパン 大川氏

岸和田市を知らない人からすると、大枠で岸和田市全体を把握できる方が良い。訪日外国人からすると大阪の中の泉州という認識だと思う。岸和田市だけでは小さい括りになるため、大阪府として前面に押し出し、その中の岸和田市とする必要がある。

奈良先端科学技術大学院大学 新井准教授

観光資源を考える上で、旅行会社はK I X泉州ツーリズムビューローの構成メンバーに入っていないが、理由はあるのか。

観光課

K I X泉州ツーリズムビューローは、公的な資金が入ってくるという特性上、構成メンバーにおいても公的な機関が多く、旅行会社には入っていただけていないのが現状である。今年度はK I X泉州ツーリズムビューローの理事長より、正会員を増やすようにという指示が出ている。

奈良先端科学技術大学院大学 新井准教授

東アジア地域はツアー旅行が多いので、旅行会社のパッケージがあると良いと思う。岸和田祭も継承者が減ってきており、継続が難しいという声も聞く。自主運営されている祭りということに意義があるとは思いますが、持続的な方法も考えられた方が良い。祭りは一年間に数日しかないので、長期的にできるコンテンツが必要。祭り体験のようなものがあって、地域の方が事業者として関わられるようになると良いのではと感じた。関西のイメージといえば、京都の神社仏閣や、大阪城が多くを占める。極端な例かもしれないが、岸和田城に宿泊して殿様体験ができるなど大胆なコンテンツが必要だと思う。

観光課

実例として、愛媛県の大洲市では木造で再建されたお城に2名100万円という宿泊プランを打ち出している。本市としても検討はしたが、用途地域上の問題などもあり、岸和田城にそのまま宿泊というのは難しいということになった。しかし、紀州街道にある空き家を改修して城下町泊にする、というコンテンツも将来的に検討している。

池田泉州銀行 田中氏

DMOは共働が必要だが、多様な関係者が少ないように思う。多様な関係者が関わって、地域活性化に取り組んだ方が良い。

祭りが短期間のものであるならば、長期的な観点から「食」を打ち出すことも必要であると考え。岸ビズと連携すると新たな掘り出しにもつながる可能性もある。

商工会議所 小川氏

商工会議所は、堺市・高石市・泉大津市・和泉市・岸和田市・貝塚市・泉佐野市の堺以南7カ所の会議所がある。泉州地域で、小売り観光連携協議会を組織しているため、商工会議所としても「食」については協力していきたい。

和歌山大学 藤田教授

泉州全域の問題として、キラーコンテンツが弱いことがある。大阪・京都・奈良が近くにある中で、泉州に限らず周辺地域はかすんでしまっている。近隣地域がどのような対応をしているのか参考に見てみることも必要。目立つものとなると食材となるが、泉

州地域の食材を使った料理を食べられる場所がどれだけあるのかということを経営情報発信する必要がある。また、注文する際の外国語対応が進んでいないため、注文しづらいという誘客対応の面で課題がある。

中国人旅行者の多くが団体旅行ではあるが、今後は個人旅行も増えてくると考えられる。個人の旅行者はSNSのインフルエンサーの影響を受けて観光する傾向がある。インフルエンサーの方々の多くは、キラーコンテンツを題材に取り上げるのではなく、日常を取り上げる傾向がある。それを踏まえて、日常の泉州を売りにも戦略ではある。目先の違うコンテンツを準備してみることも、新たなビジネスチャンスに繋がると考える。

事務局（企画課）

ここまで、アドバイザーの皆様からご意見を頂戴したので、本事業に対する評価を取りまとめさせていただく。

本事業については、本日いただいた意見を踏まえ改善の検討を行うこととし、KPIの達成に有効であったと整理してよろしいか。

アドバイザー一同

異論なし。

事務局（企画課）

それでは、そのように取りまとめさせていただく。