

行政調査報告書

【府民文化部会】

平成28年11月9日（水）～10日（木）

大阪維新の会 大阪府議会議員団

◇視察の目的

大阪の都市魅力の向上に向けた取組みに資するべく、多彩な魅力づくりを創造している福岡の国際戦略特区の取組みや経営戦略により復活したハウステンボスの事業展開について、聴取及び視察する。

◇視察期間

平成28年11月9日（水）～10日（木）

◇視察参加者

【府民文化部会】

坂上 敏也（部会長）、いらはら 勉、横倉 廉幸、森 和臣、永井 公大

◇視察先

《第1日目／11月9日（水）》

○福岡県庁 【所在地】福岡県福岡市博多区東公園7-7

《第2日目／11月10日（木）》

○ハウステンボス 【所在地】長崎県佐世保市ハウステンボス町1-1

◇視察の行程

月 日	程
11月9日(水)	9:05 新大阪駅発（のぞみ5号） 11:59 博多駅着 13:00 福岡県庁 ・福岡アジア国際戦略特区の主要施策 } ・アジアの経済・友好交流 ・観光の振興政策 ・世界遺産登録 15:00 終了後ハウステンボスへ移動、施設内視察
11月10日(木)	10:00 ハウステンボス } ・ロボット活用の現状と今後の展開 12:00 ・ハウステンボスの魅力づくりと経営戦略 13:00 } パーク内視察 15:20 高速船で移動 17:35 長崎空港（ANA786） 18:45 伊丹空港

◇視察の概要

◎福岡県 4事業の説明聴取

日 時：平成28年11月9日（水）13時00分
場 所：議会棟 議会事務局会議室
説明者等：Ⅰ 産業特区推進室 富田室長、Ⅱ 国際局国際政策課 中島係長、
Ⅲ 観光局観光政策課 藤野課長補佐、同 観光振興課 熊代課長、
Ⅳ 世界遺産登録推進室 千田室長、島川室長補佐

I 【グリーンアジア国際戦略総合特区の取り組み（福岡県・北九州市・福岡市）】

○ 概要

地域の強みを活かし、環境を軸とした産業の国際競争力を強化し、アジアの活力を取り込みながら、アジアから世界に展開する産業拠点の構築を図り、アジアとともに発展することを目指す。

○ 特区計画を推進するための主な支援メニュー

国の支援メニュー

- ・税制上の支援措置（法人税の軽減）
設備取得価額の40%の特別償却または12%の税額控除
- ・金融上の支援措置
最大0.7%を5年間支給
- ・財政上の支援措置
- ・規制、制度の特例措置（高圧型水素ステーション可能）

地域独自の支援メニュー

- ・不動産取得税の課税免除
- ・固定資産税の3年間課税免除
- ・福岡県企業立地促進交付金の特区特例 ⇒ 通常の交付率（2%）に5%上乗せ
- ・県内の中小企業が行う、特区事業と関連した設備投資に対して助成

○ 特区の進展

H23.12 特区指定

H24.4 全国初利子補給制度活用・全国初の指定法人の指定

H26.12 設備投資 1,040億円 新規雇用 630人

H28.10 設備投資 1,660億円 新規雇用 1,070人

○ 環境を軸とした産業の集積・拠点化状況（1）

環境配慮型自動車、産業用ロボット、パワー半導体、有機EL・LED

○ 環境を軸とした産業の集積・拠点化状況（2）

レアメタルリサイクル、水素エネルギー・再生可能エネルギー

○ 都市環境インフラのアジア展開

グリーンシティをプロデュース

- ・アジア低炭素化センターを中心に、経済発展と環境改善を両立する「グリーン成長」に向けたマスタープラン作成を支援

・ベトナムのハイフォン市においては、「北九州モデル」を活用し「ハイフォン市グリーン成長推進計画」を共同策定のうえ、同計画に盛り込んだパイロットプロジェクトを推進中

海外水ビジネスの推進

○ さらなる飛躍を目指して

本特区では、産学官が一丸となって企業の新たな事業展開を支援している。良質な雇用創出と地域経済の発展のために本特区のさらなる飛躍を目指す。

【質疑応答】 特になし

Ⅱ【アジアと福岡県との若者文化交流について】

1 アジアンビート（Webサイト）

- ・まんが、アニメ、ファッション、ポップミュージックなどの若者文化はアジアの若者の間で人気となっており、次世代を担う若者たちの豊かな感性や価値観を育んでいる。
- ・福岡県はアジア地域との友好交流を発展させるために、言葉の壁を越えて共感し合うことのできるこうした若者文化に着目し、2005年に多言語WEBサイト「アジアビート」を開設。
- ・若者文化情報の発信やWEBサイトのテーマに沿ったイベントの開催を通じて、福岡及び日本とアジアの若者の相互理解を深めることを目指している。

2 開設からこれまでの取り組み

2005年 アジアビート開設（日・中（簡・繁）・韓・英）

- ・アーティスト派遣
タイ 音楽イベント
中国 ファッションコンテスト
韓国 音楽イベント
- ・アジア若者文化大使
ソウル、釜山、北京、上海、香港、台北、バンコク

2009年 タイ語版新設

2010年 コンドルアジアNo1決定戦

2011年 アジアボーカロイドフェスタ

アジアンビート・FACoカワイイ大使
櫻井孝昌氏「Jポップカルチャー見聞録」連載開始
ベトナム語版新設

2012年 アジアンビート創作フェスタ開始

- ・イラストコンテスト、4コマまんがコンテスト
- アジアンビートベトナムもみじ祭り

2013年 福岡情報の発信強化、スマートフォン対応サイト

3 多言語 WEB サイト

言語は、8言語

(日本語、中国語、韓国語、タイ語、英語、ベトナム語、インドネシア語)

4 「福岡アジアコレクション」とのコラボ企画 「Kawaii大使」コンテスト

人気モデルが多数出演する大型ファッションショー「福岡アジアコレクション FACo」と連携し、FACoに出演する「アジアビート・FACoカワイイ大使」をアジアンビート一般読者の中からWEB投票で選出。

大使にはFACoへの出場体験や福岡ファッション取材を通じて、福岡のカワイイファッションを広く現地の若者に伝える役割を担ってもらう。

5 福岡情報の発信強化

- タイで絶大な人気を誇る「a day」の編集長兼ライターのソククロッド・バーンイーカンさんを招へい。
- 海外人気コスプレイヤーの招へい。
- 福岡に存在する様々なオタクショップをアジアンビート独自の目線で紹介。
- 留学生による留学生ならではの視点で、観光、グルメ、県産品といった福岡の魅力を届ける「THIS IS FUKUOKA」を連載。

6 海外イベントの開催

- ベトナムもみじ祭り
日本若者文化発信サイトとして認知されつつあるアジアンビートと福岡ファンの更なる獲得のため在ベトナム日本大使館と共催。
- 福岡フェア開催
福岡の情報発信のため、インドネシアで開催
- アジアンビートインドネシア語版開設記念イベント開催
ジャカルタでイベントの開催。アニソンカラオケ大会には、117組の参加。
- JEJU ANIME FESTAの開催
韓国で開催。

【質疑応答】

Q：良い取組みと思う。このアジアンビートにかかる予算はどのくらいか。

A：県事業費予算としては、28年度、3,000万円。記事も事務局で作成しており、そのスタッフの人件費も含めて。職員の人件費は別となるが。

Q：大阪では「大阪観光局」という府と市が共同でやっている事業体があるが、福岡県には、そのような組織はあるのか。

A：この後、事業説明があると思うが、県の「観光局」で実施。本事業も観光局の観光政策と連携し、実施している。農政部とも、果実等の関係で協力、発信するなど庁内連携している。

Q：サイトには、国によって特徴があるとの話だが、興味にどんな差があるのか。

A：コスプレ関係は、どこも人気がある。4 国の地域でしか実施がないが、昨年開設したインドネシアは、アニソン、アニメ情報、ベトナムは、コスプレについてが、アクセス内容としては多い。SNS、Webで情報を取るのが主流である。

Q：コスプレ、音楽でも、流行るものは同じなのか。

A：ゲームやアニメと結構連動はあるが、常に新しいものが流行るといったことはない。例えば、昔のドラえもんとかがということもあるので。

Q：HPのアクセス数は。

A：28年度、SNSも含んで2,900万件。毎年伸びてはいるが、一気に増えない。世界の情報は、今は、取りやすくなっているのもある。



Ⅲ【福岡県の観光政策】

1 九州一体となった観光誘客の促進

○九州観光戦略の概要

- 基本方針

官民一体となって九州地域の自立のかつ一体的な発展を図る「九州地域戦略会議」において、観光を九州の戦略産業と位置づけ、九州観光戦略を策定。

九州観光の振興を図り「観光王国・九州」の実現を目指す。

- 第2期九州観光戦略の推進（H26年～H35年）

九州ブランドイメージづくり、観光インフラの整備

九州への来訪促進、来訪者の滞在・消費促進

- 地域限定通訳ガイドの養成、活用

平成 25 年 2 月に指定された「九州アジア観光アイランド総合特区」では、国家試験を経ることなく特区ガイド育成研修を修了し、福岡県知事の登録を受けることにより有償での通訳案内が可能となった。特区ガイド合格者 226 名（H28 年 10 月現在）

2 地場産業の振興

- 主な産地の取組への支援

- 県産酒

首都圏見本市への出展

福岡県酒類鑑評会の開催による認知度向上

- 大川家具—インテリア

JR 九州の「ななつ星」、八芳園で使用

- 博多織

「博多織デベロップメントカレッジ」において、伝統技術を継承し、次世代を担う人材の育成

- 外国人観光客を視野に入れた売上拡大支援

- 産地交流勉強会の開催

- 外国人観光客向け売上拡大・情報発信等への支援

- 首都圏での県産品売上拡大支援

- 食品分野と工芸品分野の民間店舗を活用したテストマーケティング

- 販路開拓コーディネーターによる販路開拓支援

3 福岡県観光ブランドの確立

- 観光資源の開発・ブランド化

- 「神宿る島 宗像・沖ノ島と関連遺産群」をはじめとした県内の古代史跡・遺跡・関連史跡を観光ブランド化し、戦略的のプロモーションを行うことで観光誘客・県内周遊を促進する。

- 「福岡古代の旅」紹介プロモーション WEB、パンフレットの制作

- 産業観光テーマ別専門ガイド育成

（産業遺産・炭鉱遺産・小石原焼・大川木工細工等）

- 工房を巡る有償体験プログラム

（小石原焼・大川木工細工・博多人形・博多織・博多曲物・八女和紙・仏具・提灯・八女竹細工・久留米漆器等）

- 観光プロモーション

- パンフレット「たんこう本」の制作

- 観光推進キャンペーン「近代化特急、福岡県。～BLACK EXPRESS～」の実施

- 観光マーケティング機能の強化
 - ・今後の観光施策立案の基礎となる、観光客の属性や動きに関する情報を収集し分析を行うため、特典付与型観光パスポートを発行する。

- 4 インバウンド観光の促進
 - 観光プロモーションの実施
 - ・海外観光客内周遊の促進
 - ・国内外からの教育旅行の誘致
 - 海外への魅力発信
 - ・アジアでの福岡アジアコレクションの開催（開催地ータイ、台湾）
 - ・Food EXPO Kyushu の開催
 - 東京ガールズコレクション in 北九州の開催
 - とんこつラーメンを切り口とした福岡キャンペーンの展開
 - ・対象国 香港・台湾
 - ・対象店舗 50 店舗（目標）

【質疑応答】

- Q：インバウンドにも、かなり力を入れているということで、昨年の推移をみると国際会議の開催がかなり伸びているが、その原点はどこにあると。
- A：政令市が2つあるのが強みであると。マイルに大きく取り組んでいる。福岡は空港の便利が良い。空港から市内まで15分。1時間で県内どこでも行ける、立地と交通の便の良さがある。
- Q：大阪では、ホテルが非常に不足しているが、福岡では。
- A：状況は同じ。マイルやコンサートがあるとなかなか泊まれない。昨年、福岡市は民泊をされたが、民泊で使えるところはなかなかない。市一極集中となるため、福岡ではなく、空港から1時間の範囲は結構あるので、そこをPRして宿泊を可能とすることを考えている。
- Q：IR法、通った場合、IRについての考えは。
- A：そこについては、現在未検討。
- Q：無線LAN、大阪のインバウンドへの課題はWifi。ここでの状況は。
- A：こちらはまだまだ。宿泊施設については、7割。飲食店や観光施設では、2割。
- Q：入国外国人の推移は、圧倒的に韓国。九州、福岡は、地理的に近いからなのか。
- A：日帰りでも来られる。
- Q：地理的なものだけなのか。韓国に対して何かアプローチをしているのか。
- A：逆に市場として熟成しているというか、来ていただいているので。実は、今回地震の折、ずいぶん減りました。韓国には、地震はないそうで。揺れるところは怖いということで、今年度は減っていることから、積極的にPRは実施していますが、最近、一昨年までは、特に何もしていませんでした。

Q：地域限定通訳ガイドはどのくらいの人数が。25年にスタートして増えてるのか。

A：226名合格者がいる。増えています。今年も2会場で実施（福岡、熊本）。今回だけで60名の方が受講している。

Q：有償とあるがどんなものなのでしょうか。

A：どこの通訳ガイドでも、職を探すというのは、難しいので、マッチング会とか今年の頭にやっている。旅行会社さんと契約されているという方もいる。



IV【福岡県における世界遺産登録推進活動「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群】

○ 登録に向けたこれまでの主な取り組み

(1) 学術的な取り組み

- ・ 顕著な普遍的価値の学術的証明
- ・ 構成資産の文化財の推進
- ・ 推薦書素案、包括的保存管理計画の策定
- ・ 資産周辺の緩衝地帯の設定や景観条例の制定等

(2) 登録に向けた気運の醸成

- ・ シンポジウム、パネル展の開催
- ・ パンフレット、DVDの作成、ホームページの開設
- ・ 県や市の広報誌によるPR
- ・ 発信力のある文化人、マスコミ等を対象とした東京交流会の開催
- ・ 「宗像・沖ノ島と関連遺産群」一日めぐりの開催
- ・ 企業の協力

○ 現在の取り組み

- ・ 遺産群の保護と整備、周辺景観の保全
(資産補修、公有化、案内板整備、開発規制等)

- 円滑な来訪
(標識整備、駐車場・誘導員確保、W i F i 環境整備)
- 情報発信
(シンポジウム、パネル展開催、多言語 HP の充実、解説施設整備、ボランティアガイド養成等)

【質疑応答】

Q：世界遺産順調にいけば、登録されると思うが、世界遺産としては、保護や保全がメインとしても観光客向けに駐車場やW i f i の整備はどうなっているのか。

A：沖ノ島には行けない。定期でフェリーが出ている。2隻あり、人用と自転車用。大島には行けるので、大島から沖ノ島を見ていただく。駐車場整備は、福岡側で、島内の移動は自転車を整備している。



◎ハウステンボス 1 視察 I (夜間)

日 時：平成28年11月9日(水) 17時00分～
場 所：ハウステンボス施設内

【変なホテル、光の王国、花の王国視察】

- ・ロボットが活躍するホテルを体験するため、ハウステンボス内の「変なホテル」に宿泊し、晩に魅力を発揮するイベントである「光の王国」、「花の王国」を視察した。

<ハウステンボス株式会社概要>

開業年月日：1992年3月25日

資本金：15億円

従業員数：1229名

本社所在地：長崎県佐世保市ハウステンボス町1-1

業績概要：

	決算期	入場者数	取扱高	経常利益
20期	2010年3月	141万人	111億円	-17億円
21期	2010年9月	86万人	61億円	4億円
22期	2011年9月	179万人	145億円	19億円
23期	2012年9月	191万人	166億円	34億円
24期	2013年9月	247万人	216億円	57億円
25期	2014年9月	279万人	262億円	83億円
26期	2015年9月	310万人	297億円	92億円

*21期より現経営体制

<変なホテル>

外観は非常にシンプルでホテルの看板も小さく控えめだが、入り口に3メートルほどのロボットの模型が立っており、普通のホテルでないことが一目でわかる。

入り口はいつでもすぐに恐竜のロボット2台と女性型のロボット1台が設置されており、これらのロボットと対話することによってチェックインを行う。フロント周りには市販されている各種のロボット玩具が展示され、ロボットを強くアピールする意図が見える。

チェックイン後、台車型のロボットが手荷物を自動で部屋まで運んでくれる。

チェックインから入室まで人間のスタッフに会うことなく、全て完了できる。

部屋の扉のロックは初回のみ部屋のカードが必要だが、2回目以降は顔認証のみで開錠可能となっている。

各部屋の中には「チューリー」というチューリップを擬人化したロボットが1台設置されており、電気をつける、エアコンをつける、ホテルのインフォメーションを聞くという操作を行うことができる。室内では、省エネ対策として、自動で照明がオン・オフとなるよう各所にセンサーが設置されている。

部屋にあるアメニティはシャンプー、ボディーソープ、歯ブラシ等必要最小限しか用意されておらず、必要に応じてフロント横にある自動販売機で購入する。少しでもコストをカットするために、連泊する場合のシーツの交換は有料となっている。



<光の王国>

1300万球のLEDを使用して、園内全体がライトアップされている。

園内周遊用の電気自動車（ゴルフカート）をLEDでデコレーションし、簡単な形でのパレードを実施。USJやディズニーと比べると低予算であるが、アイデアをしぼり運営している印象を受ける。一般客もカートに乗車できる参加型のパレードとなっている。

園内を流れる運河をカナルクルーザーで周遊することができ、クルーザーが通り抜ける際に水中と両岸に配置されたLEDと噴水が音楽に合わせて点滅・噴出する演出がされている。これが世界初の光と噴水の運河とのこと。水中に光源を入れる演出は、大阪でも場所によっては取り入れることができると考えられる。



<花の王国>

アートガーデンエリアに秋バラは咲いているものの数は少なめ。冬季にも来場者を呼び込むため、光の王国最大のイルミネーションスポットとなっている。パークのシンボルタワーであるドムトールンと園内建物を一体的に利用したプロジェクションマッピング「光の滝」をはじめ、光のドラゴンロボット、光の動物園、光のバンジージャンプというように、イルミネーションを随所に設置し、冬季の花の少なさを補う仕組みを積極的に行っている。



◎ハウステンボス2 説明聴取及び視察Ⅱ

日 時：平成28年11月10日（木） 10時00分～
場 所：ハウステンボス・出国棟2階 B会議室
説明者等：ハウステンボス株式会社 澤田代表取締役

【ロボット活用の現状と今後、経営戦略について】

・ハウステンボス株式会社社長と経営戦略等について、会談の後、音楽とショーの王国、ロボットの王国、健康と美の王国を視察。

<澤田社長の説明>

○ ロボット活用の現状と今後の展開

変なホテルを全てロボットに任せることはできない。8、9割をロボットにやらせることが最も効果的。運用面をうまくやればロボットは活用できる。AIがもっと進歩すれば、まだまだ活用の幅は広がる。だから変なホテルは変わり続けることをテーマにしている。

ホテルのコストは、建築費、光熱費、人件費の3つあり、変なホテルは世界で最も生産性が高いホテル。オープン時に30人の従業員がいたが、今は8人にしている。現在は人気のため料金を高めに設定しているが、将来的5000円程度になったとしても十分経営できる。今後ロボットバーをホテル内に設置予定。

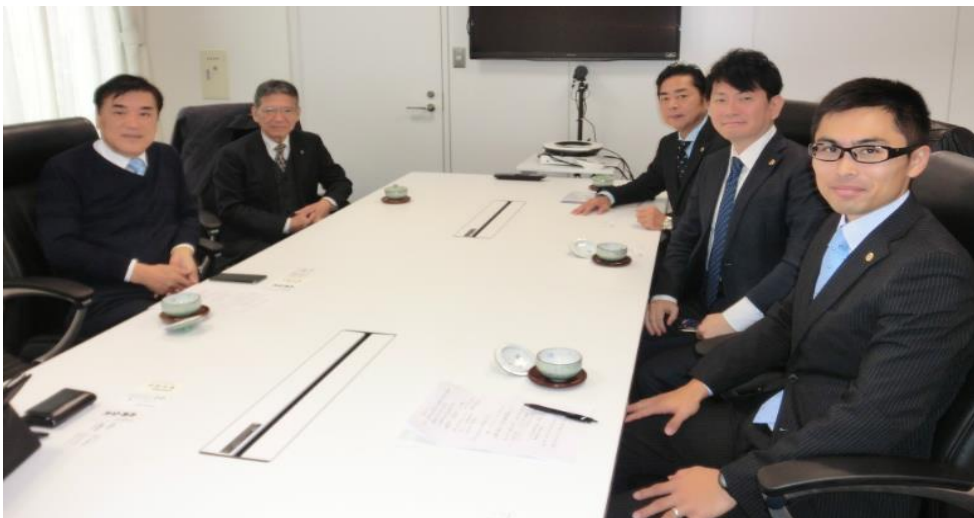
生産性を高める取り組みが進めば、世界進出も考えている。

○ ハウステンボスの魅力づくりと経営戦略

ハウステンボスにJRAの場外馬券場があり、平日は1800人を収容する会議室として利用できる。関東や関西よりもマーケットは小さいがハウステンボスでもIRはできる。

現在、カプセル型の水上市ホテルを建設予定。ハウステンボスから船で15分の距離の無人島を購入した。客が寝ているうちにボートでホテルを引っ張り、朝になれば島に到着するというようなプランを考えている。

大阪万博の成功の可否はどんな呼び物を出すかによる。前回の大阪万博では月の石が呼び物になっていた。



<音楽とショーの王国>

ハウステンボス歌劇団の公演を見学。ステージや座席は低予算のものだった。しかし、歌劇団として常設の舞台があることで、演技の向上は確実なものとなる。ちなみに、大阪のOSKは常設の舞台がないのが大きな欠点である。

パークに隣接する形でハウステンボス歌劇学院があり、澤田社長が学院長を務めている。パークから徒歩約15分の場所に寮まで設けている。入学金は30万円、授業料は65万円。既に第4期生を募集しており、2017年5月入学予定。歌劇団をショーで終わらせることなく、人材育成まで行っているところが他とは違う。

視察Ⅱ

<ロボットの王国>

ホテルとは別にパーク内に「変なレストラン」がある。そこではロボットがお好み焼きを焼いたり、ソフトクリームを作ったり、ドリンクを提供したりしている。

それぞれのテーブルには対話できるロボットが置かれ、挨拶や占い、パーク内のイベント情報等を聞くことができる。レストラン内は全体的に暗めで、近未来的なライトアップがされており、働いているロボットが絶えずなにかしゃべっていて、既存のレストランではありえない雰囲気がある。

レストランを出る前にテーブルのロボットに「トイレはどこですか。」と質問すると、「自分で探す努力をしなさい。」という答えがあった。



<健康と美の王国>

健康の館にて、健康チェックを行った。脈を検査し、ストレス、疲労度、血管年齢を測定。その場で結果を教えてくれる。骨の健康度と血圧測定もセットで行っている。

<その他>

ハウステンボスのハーバータウンから長崎空港まで直通の高速船を利用。最高速度は、時

速40km、陸路を通るよりも早く、景色を楽しみながら移動することができ、約50分の乗船時間も苦にならない。大阪も同様にIRを誘致する場合、関西空港から夢洲まで、また、USJや中之島ゲートまで高速船でつなぐことができると考えられる。

