

第1回 滋賀県観光事業審議会 議事概要

1 日 時：平成27年3月23日(月)13:30～15:30

2 場 所：第2委員会室

3 出席者：(敬称略 50音順)

○委員：磯田 陽子、 穎川 尚子、 王 小娟、 大社 充、 古株 つや子、
佐々木 寛子、佐藤 典司、 佐藤 祐子、 眞田 達也、 塚本 八重子、
辻本 建、 吉井 茂人

○オブザーバー：岩崎 靖彦、 加藤 新輔

<開 会>

商工観光労働部 羽泉部長あいさつ

○委員への就任を快諾いただき心からお礼申し上げます。また、公私ともにお忙しい中、本日の会議にご出席いただき、重ねてお礼を申し上げます。

○本県においては、昨年1月に策定した「滋賀県『観光交流』振興指針」に基づき、琵琶湖をはじめとした豊かな自然や多くの文化財、地域に根ざした生活文化など、豊富な観光資源の魅力を磨き発信することにより観光交流を進め、県民が安らぎを感じて誇りを持って生活でき、滋賀の素晴らしさを伝えあえるような地域をつくっていこうと取組を進めている。

○代表的な取組としては、観光ブランド「ビワイチ」があり、本県の観光資源を琵琶湖の周りをつなぐように、テーマ性やストーリー性でつなぐ、「体験・体感」の旅づくりなどを行っている。また、映画やドラマなど映像で観光誘客するロケ地観光があり、昨年は「ロケーションジャパン大賞2014グランプリ」でロケーションオフィスが大賞をいただき盛り上がりつつある。

○さらに、海外からの誘客についても、東京オリンピック・パラリンピックに向けて、国が訪日外国人旅行客数2,000万人を目標に掲げている。本県においても、東アジアや東南アジアを中心に海外プロモーションを行うとともに、多言語対応などの受入体制の強化を図っている。

○このような取組を行う中で、本県の観光入込客数は増加傾向を示しており、特に外国人観光客数は急激に増加している。しかし、指針で目指すところを実現するには、経済環境などの外的要因の変化を的確に反映させながら、柔軟かつ着実に取組を進めることが必要である。本日、議論いただくアクションプランを毎年度策定し、進捗状況を確認しながら事業を展開していく。

○観光審議会においては、知事の諮問に応じて観光事業に関する基本的な計画について調査、審議していただくことと、観光事業に対する重要事項について知事に意見を述べることになっている。アクションプランは毎年度P D C Aで動かして、実質的な観光施策を進める上で大事なものであり、重要事項ということで、今回皆様方のご意見をいただく。さらに、皆様方の新しい考えや発想をいただき、平成28年度以降の事業展開についても参考にさせていただき意見を頂戴したいと考えている。忌憚のない意見を言っていただき勉強させていただきたい。

自己紹介

(委員)

○旅館をしていたので観光には大変興味を持っている。政府が推し進めている地方創生に関しても、地域で何かできないかという思いはあるが、どうすればよいのかわからずにいる。唐橋の周りには歴史が沢山あるので、地域の方と一緒に歴史講座を開いたり、地域に埋もれたものを探索する形で活動している。こういった会議に参加させていただき、大変意義深いと思っている。

(委員)

○滋賀県には結婚してから移り住んできたが、非常に大好きで住むことができ有り難く思っている。滋賀県が持っている宝物を外の人にどんどん知ってもらいたいし、来てもらいたいし、三方よしにつながっていくことを願っている。微力だがお役に立ちたいと思っている。

(委員)

○関西国際空港で外国人観光客が急増しているのを目にしている。今では1年を通して繁忙期となっている。L C C増便等でアジアを中心に、案内所では、以前は日本4人割、外国人6割だったが、今は、8割弱外国人、2割強日本人となっている。案内所で統計をとっているが、滋賀県に対する問合せは0.24%である。滋賀県は自然が豊富なところなのでもっと頑張っていたきたい。少しでも現場の状況をお伝えしたい。

(委員)

○観光まちづくりのお手伝いをしている。DMOということで観光地を1つの集客装置と見立て、マーケティングをどのように機能させていくか、旧来型からどう変えていくのかをメインに、日本での普及活動を行っている。普段、県庁職員とP D C Aを本当に回すの

はどうするかを真剣に議論して、マーケティング部門を切り離して民間で行った方が良いとか、議論をしっかりとしている。まち、人、仕事創生本部の有識者委員として観光を担当している。そこでもメインはデスティネーション・マーケティングである。

(委員)

- 滋賀県には何も無いと思っていたが、離れてみて滋賀県の良さがよく分かるようになった。それをどう伝えていくか、どうすれば広がるのか考えていた中で、今回のお話しをいただいたので、私にも力になれることがあれば協力したいと思って参加させていただいた。資料を見て外に発信していくことは素晴らしいと思ったが、身の回りの同世代の人の話を聞いていると、滋賀県が恥ずかしい何もないという話を聞く。滋賀に住むことに誇りを持ってもらえるようにしていけないといけないと考えている。

(委員)

- 以前、京丹波を広めたいということでブランド推進の委員をした。ものづくりや地元の方がどうやって参加すれば、地域と一体となって観光を進めていけるのかといった議論に参加した。滋賀においても企画会社と地元の方が連携しないと良いものはつくれないと思う。

(委員)

- デザイン、ブランドについて研究しており、こういった分野で滋賀県の観光に協力させていただきたい。

(委員)

- 受入れ側という立場で参加させてもらっている。情報発信にスピード感が大事だと思っており、使命を果たしながら三方よしのアクションプランを推進していきたい。京都よりどうこうという比較ではなく、「滋賀ならではの感」が滋賀の観光の魅力だと思っている。観光だけではなく教育、生活、経済も含めて、郷土愛を滋賀らしさにしていければと思っている。

(委員)

- デスティネーションマネジメントを研究している。観光で地域を活性化することを戦略的に行うことを研究している。学生を連れて、高島、長浜などで観光振興のフィールドワークをやっている。

(委員)

- お客様によく「ここならではの土産は何があるのか」と聞かれる。滋賀県、琵琶湖ならこれ、といったものがあれば良いと思っている。

(委員)

- 会社としては山陽新幹線の運営をするという使命があるので、人口の多い関西から九州、中国地方や北陸に行っていただくことに軸足があって、関西の観光はどちらかというと遅れていたと思う。現在の観光振興の役割を始めて2年になるが、会社全体の力を引き出しながら、意見や提言ができればと思っている。少しでも滋賀の観光に寄与できるように、またインフラを持っている私どもへのご意見もいただきながら、やっていきたいと思っている。

(委員)

- 長浜の中心市街地の活性化ということで、ゼロから200万人の観光客に来てもらえる街を作り上げた。3年前からは北国街道の安藤家で活動を行っていて、関東圏のお客さんに17%から21%、来てもらっている。JTB、JR、ロイヤルホテルが提携してルートを開拓された。滋賀県の観光の可能性には凄いものがあると思っている。東南アジアの方が日本へ行く目的には自然、家並みというのが結構ある。これからはそういう方向性で資源を発掘しながら、皆で頑張っって沢山の方に来ていただけると、経済が活性化し雇用の場が作れるとので非常に良いと思っている。

会長の選任

会 長：眞田 達也 委員

会長あいさつ

- 非力ですが皆さんに会長を務めるよう言っていただきました。一生懸命させていただくのでよろしく願います。
- この会で委員の皆さんから活発な意見をいただき、県の観光の事業にいくらかでも反映できたらと考えている。
- この審議会は大変重要な会であり、会長は大変重責であると思っている。皆様のご協力がなければできないので、ご協力をよろしく願います。

副会長の選任

副会長：佐藤 典司 委員

副会長あいさつ

○ご指名なので微力ながら努めさせていただく。会長には期待しているし、補佐させていただく。

議題1 平成27年度「観光交流」振興指針アクションプランについて

議題2 平成28年度以降の事業展開について

事務局よい資料に基づいて説明

事務局より資料4～5について説明があった。

欠席委員からの意見

欠席された委員の意見について報告があった。

○いろんな分野で、「わけて、あつめて、しばる」式から「まぜて、ちらして、つなぐ」式へのシフトが起こっている。観光においても、様々な分野の人が混じる中で、新しいものが生まれると思う。

○結局は、人材に尽きるのではないか。コンテンツは無数にあるが、「コト」を生み出せていない。人材の育成に取り組まねばならない、また、すでに育成した「観光プロデューサー」等のフォローや、観光人材同士の出会いが図れていないのではないか。

○一次交通と二次交通の連携により、「滋賀を巡る旅づくり」へ展開する、公共交通を観光に役立てる施策をお願いしたい。旅行券を活用した取組においても、一次交通、二次交通を活用する取組も検討してほしい。

○地方創生には、地域で「人・物・金」が回る仕組づくりが必要であり、一次産品を二次産品に加工する取組や、三次産業である「物販・食事提供等」の観光関連産業を「地産・地消」をキーワードに二次産業として展開する必要がある。地元住民にとって豊かな暮らしを楽しめるような取組で地方創生につなげていくことが大切である。

○滋賀県のブランドアップや観光振興には、自己紹介の表現統一が何より大切だと思う。県外からの観光客に「滋賀県」「びわこ」「近江」「淡海」がすべて別物と見えている。このようなワードの統一が難しいのなら、世界を視野に入れた「ロゴマークの統一」など、ビジュアル面での自己紹介方法を、戦略的に検討されるべきだと思う。インバウンド対

策を機に、世界に通用する滋賀県の「強み」を徹底的に洗い出し、それを「Shiga」と表現したロゴマークを作って、滋賀県のワールドワイドな観光戦略をスタートされてはいいかがか。

- 県の無料 Wi-Fi 整備促進事業の実施にあつては、大津、長浜、近江八幡、彦根の4市による取組とも連動いただきたい。
- マスコミ、旅行エージェントへの情報発信や首都圏等における観光キャンペーン、海外へのプロモーションなど、県で計画される事業等について、より効果的な事業が展開できるように、これまで以上の連携と、早期の情報提供をお願いしたい。

委員意見、質疑

委員から出された意見および質疑の概要は次のとおりである。

(委員)

- 随分増えている外国の方をお迎えする観点で、1つは、滋賀県には大学が沢山あり留学生も沢山のいるので、そういう方と連携して、もっとブログ、ツイッターなどで、滋賀県の良さを情報発信してもらうのも1つの手ではないか。長浜ロイヤルホテルが中国、台湾からの宿泊誘致を7年位前からされて、今かなり宿泊されている。京都に泊まると高いから長浜にどうぞということ、夜8時に食事が終わったらバスでイオンへ買い物に行かれる。また、朝9時頃に町へ来ていただける。ホテルも営業努力されているし、県レベルで大々的に外国の方々に来ていただけるよう、良さをいかに伝えるかということが非常に大事だと思っている。

(会長)

- アクションプランにも滋賀には大学が沢山あると書いてある。これは滋賀県の大きな資産である。学生が大学生活をおくる時に、キャンパス外で活動することで学生が育つことは、大学の教育関係者にとって大変望ましいことである。教育的見地から価値のある活動であり、うまく道筋を立てると大学の先生も一生懸命に動いて、学生も成長するという構図が作れる。立命館大学などには外国人留学生が沢山来ている。大学生や留学生を活かすということについて意見はどうか。

(委員)

- 学生は大学に留まっていたり、京都に足を延ばしたりしている。色んな学生がいるが、まず学生に琵琶湖などで活動させる。経験させると並行して情報発信はついてくる。大学、

学生との連携は、観光振興に大きなポイントである。

(会長)

- 観光だけでなくスポーツでも、琵琶湖マラソンや大学駅伝もある。学生に活動させるのも大事だし、高校生、中学生を校外学習に引っ張り出して大学生を絡めることもできる。大学生が地元の小中高校生と活動する。これも大学にとって非常に教育的価値がある。少子化で弟や妹がいないので、その辺の人間関係が未熟ということもある。地元の小中高生との活動は、エコロジー、スポーツや、特に琵琶湖は環境、水資源があるので、それを大事にしたところで上手くいくのではないかと。観光に直接携わっている事業者ではなく、地元の人、地元に住んでいる人、子供などを資源として、もっと引っ張り出すと県のアクションプランが充実するのではないかと。

(委員)

- 県の方が動いてという取組をされているが、1事業者ではなかなかできない。県が引っ張っていくような形にはなるが、ターゲットを絞って、例えば女性をターゲットにした観光のツアーを組む。そしてまた、別のターゲットでもやっていけば、万遍なく滋賀を知ってもらえる機会を作れると思う。

(委員)

- まず、市町村の計画は結構地域に根差しているし、県の計画では地域づくりは余り出てこない。連携と書いてあるが市町村、民間事業者と連携している事業がいくつあるのか。市町村はこの計画書のことを知っているのか。全国の観光振興計画の80%から90%を調べたが、観光振興計画があるかどうか知っているのかどうかというと、地域住民はほとんど知らない。あっても見たことがない。行政の職員は皆さんが主役ですと言う。計画をコピーして配ると、地域の人は良くできていると言う。ヒアリングして問題意識を共有しているから当然である。必要な項目は全部書いてある。だから自分のことを分かってくれていると理解するが、計画の名前を隣の市の計画と変えても気付かない。計画というのは基本的に誰がやるのか。PDCAとあるが、KPIはどこにあるのか。この計画のKPIは入込客数のことか。事業はいくつもある。事業ごとにKPIを設定しないとPDCAは回らない。

(事務局)

- アクションプランの後ろについている表の事業毎に、春の段階で目標を定め、秋の段階

で中間評価をする。そして年度末に評価をする。27年度のアクションプランについては未だKPIをまとめていない。4月以降に各課に照会してKPIをまとめる。

(委員)

- ところで、この入込客数などの数字に誰が責任を持っているのか。そろそろ、しっかりとやった方がよいということをお願いだけである。観光入込客数は増えればいいのか。数字には根拠がある。どういう根拠に基づいてこの数字を出しているのか。積み上げとか何かをしないといけない。また、キャンペーンがあると、その後に落ち込んで何年かで戻り、そして下向する。全国的に全部そうである。キャンペーンで増えたところは3年後に落ち込む。行わなければいけないことはリピーターを作ることである。せっかく新しい客に来てもらったら2回目、3回目来てもらうためにどうするか。それが戦略である。全部書き込んでやるっていうのは戦略ではなく事業である。そこを整理してやらないと結果が伴わない。全国でそういう話をしていて、そうだという人は多い。そろそろやり方を変えようという話を、真剣にみんなに申し上げている。それからビクターズビューローと観光協会との関係を整理する。どれだけ成果が出ているのか。推進体制の問題をきっちりと見直さないと結果が出ない。

(会長)

- PDCAの大事さ、戦略をきっちりと立てる上でのプライオリティの付け方、それに向けての体制などについておっしゃった。これに関連して意見はいかがか。

(委員)

- 目標数値が何に基づいて作られているのかを提示いただくと分かり易い。例えば、観光入込客は、どの時期にどういうお客様が来られて、どの時期は外国人が多くて、しかも台湾が多いのか、マレーシアが多いのか、といった数字があって、初めて対策が立てられる。なぜこの数字が出てきたのか。また、事業の一覧で、この事業とこの事業はここにつながっているとか、この事業はどこの市町村が行うといったところまで書いてあると分かり易い。このプランと数字がどうつながっているのかというのが、この表だけでは分からない。そういう補足資料をいただくと良いと思う。

(事務局)

- 数値目標の考え方は、非常に大事であると考えている。この目標数値が県の事業だけで達成できるものとは考えていない。来年度、国の補正予算も使って、過去にない規模で

旅行券等の施策をするが、民間事業者にも旅行券キャンペーンに呼応して、お客さんを呼び込むような仕組みを作っていただきたい。25年の1割増という目標を達成していると考えている。個々の事業で何人来てもらえるからトータルで何人というものではなく、1割増をみんなで達成しようという思いで策定させていただいている。

(会長)

- 大きな目標のブレークダウンということを委員はおっしゃった。そういうことは大事だと思う。ただ、観光は相互に関連したり、裾野が広いところがあるので、これを実施したからこうとは、なかなか測定しにくいと思う。ブレークダウンが必要ではないかという貴重な意見だったと思う。

また、後ろに施策の予算がびっしり書いてある。例えば、3年続いている項目であれば、どう推移してきたのか、1つの事業で対前年に対して伸びたのか、減ったのか、継続なのか、新たに出てきたのか。何かを始めるのは易しいが止めるのは難しい。一度お金を付けてしまうと、しがらみができて止められない。しかし、何か新しいことをするためには軍資金は限られているので、今まであるものを少しでも減らしながら持つてこざるを得ない。スクラップアンドビルド。その辺りを検証するためにも、時系列的に3年位追いかけて、どうだったのかをしっかりとチェックをかけて、半分にするとか止めるとかいうことも必要なのではないか。そうすると分かり易い。事務が煩雑にならないようにということはある。データ、数字の分析ばかりで前に進めないと意味がないし、数字の分析はほどほどにしながら、スクラップアンドビルドするためにも、データの分析は必要だと思う。データ以外にも、委員が言われた体制が必要ということ、県が市町村の束ねをしていく動き、それがどこまで出来ているのか、アクションプランの進め方の面で意見はいかがか。

(委員)

- せっかくなので全部言うが、今、日本国内の観光振興はデータが無さ過ぎる。例えば長浜で観光消費額はどれ位あるのか、経済効果はどれ位あるのか、観光客で税収はどれだけ上がっているか、何人が飯を食べているのか、誰も分からない。だけど観光振興だと言っている。消費額が上がっても地域内調達率が小さければ、どんどん町の外へお金が出て行っているわけである。客は増えた、消費してくれている、しかし地域の雇用は増えないという事態もある。つまりデータが余りにもない状態で、勘と経験と思い込みでやってきた。そろそろ、しっかりとした客観的な数字に基づいて意思決定をしていく仕組みに変えないといけない。なんとなく1割増に向けて頑張るといのようにやってきた。

それで許されていた時代から許されない時代になって来ていると思う。地方創生の中でも観光がキーワードになってくるのであれば、簡単に言うと、数掛ける単価が地域内の消費とすれば、地域内調達率が何パーセントなのか、地域内にどれだけお金が回っているのか、そして最終的に、しっかりと雇用と、賃金、仕事をつくるのがゴールである。それができないと何のために金を使ってやっているのか分からない。だからデータが余りにも足りない。各地の知事さんとかに話しているのは、データを取るための予算を取ってもらうこと。地元の大学とか、研究機関、金融機関のシンクタンク、県の統計部署と一緒に経済の見える化を図るために、予算を取ってもらう。そうしないと、どこのボタンを押すとどこの電気が付くか分からない。その状態からそろそろ脱却するために、しっかりと予算を取って客観的に説明する。まして、この入込客数について、民間人はどう思っているのか。地元の人に聞いたら、たぶんそんなに数字はないと。宿屋さんとかに聞いたら、そんなに来ないと思うとか、誤差がある。それをどう補正するのか。どう納得してもらうのか。そういう努力をしないと、一緒にやっぺいこうということにならない。地域社会の合意形成は難しいと言うが、合意形成する1つの手段は数字である。客観的な数字を持ち込んで、地域の方と議論するという姿勢を作っていないと、いつまで経っても感と経験と思ひ込みから抜け出せない。KPIがこれだけで、データが余りにも少ない。欧米のDMOへ行くと、皆リサーチャーを持っている。CEOの隣の部屋はリサーチャーの部屋である。みんなデータを持っている。そして、それで自分の活動にいかにか正当性があるかを証明している。議会に説明して予算を取っている。

(会長)

- 観光を進めるのにデータが必要ということ、まさにその通りだと思う。観光が非常に重要で観光立国とか言いながらやっぺいでも、やっぺいデータが必要だというのが分かってきた。委員が言われるように、日本の国だってまだまだである。オーストラリアのホームページをみるともの凄いい。ハワイだって統計はばっちり出ている。しかし、日本は無い。必要なデータは取る。委員は良いサジェスチョンをされたと思う。滋賀県には大学があるので、大学にその辺りの観光の数字を取ってもらうように上手く仕掛けたら可能だと思う。県下に大学があるのは使える資産なので、その辺りも良いご指摘をいただいたと思う。

それでは今度は、アクションプランの滋賀ならではの特色あるツーリズムの観点から、さらにこのようにしたらどうかという意見があればいただきたい。先ほどお土産のことや、もっと女性にスポットライトを当ててというようなこともおっしゃっていたが、その辺りでさらにご意見をいただきたい。滋賀ならではの特色あるツーリズム、交通に絡

めてでもいいので意見はいかがか。

(委員)

- その前にブランドについて、先ほど委員から、情報発信の方法が余り良くない、滋賀なのか近江、琵琶湖なのか分からない。ビワイチ、それから、「うれしがおいしが」、マザーレイクもある。個々の魅力で色んなことをされていて素晴らしいと思う。外から見た時に一番トップに位置するのは何かということになると、結ぶ滋賀、その下にビワイチなどがあるという理解でいいのか。

(事務局)

- 結ぶ滋賀というのは、結ぶ滋賀という名前自体をブランド化しようとするものではない。マザーレイクという大きなものがあって、その下に色んな個別のブランドがある。そのブランドを発信するのに、結ぶ滋賀という装置を使って、マザーレイクというブランドを高めていこうということである。

(委員)

- マザーレイク、滋賀なのですね。

(事務局)

- それもマザーレイク自体よりも、それぞれの分野ごとに発信の仕方があって、観光ならビワイチというように、個別ブランドがあって、全体で滋賀県と結び付けていこうというのが今回の結ぶ滋賀である。

(委員)

- 結ぶ滋賀に参加していたが、マザーレイクがあって、個々のブランドを結ぶという認識は無かった。今はじめて聞いた。もっとその辺を説明してもらわないと、一人歩きしてしまうと思う。

(事務局)

- 結ぶ滋賀は未だ発展途上で取組中ということ、最終的には滋賀を全国に売り出していくということなので、個別の分野でそれぞれブランドがあり、その個別ブランドを滋賀に結び付けていくのが結ぶ滋賀。その全体のブランド化の取組をマザーレイクという旗の下で、取り組んでいくということである。

(委員)

- 県が手綱を握って進めているように思っていた。

(事務局)

- ブランド化を図っていくときに、県が何もかも決めて、これでやりましょうというのではない。県が予算を取って服部茂樹さんをお願いしているが、映像を撮ったりしてもらっているのは、県が指示してやってもらっているのではない。

(会長)

- 時間も迫ってきているので、今からはこれは言いたいということをお1人3分以内で言っただき、言い足りないことは後で事務局へメール等で意見を願います。

(委員)

- 平成27年度の主な施策の中で、来訪者を温かく迎える人材育成ということだが、どういう形で行っているのか。そういう事業があるのか。

(事務局)

- 10ページにありますように、観光交流局で行う事業としては、観光ボランティアの活動を支援するというので、写真にもあるように交流研修会を実施して、ボランティアのスキルアップを図っていただくことも行っている。

(委員)

- 滋賀県にも大きな企業があり、外国にも行っていた方で、定年退職して外国語を話される方がいる。そういう方を活用するような事業展開をされると、外国人が来られた時に、ボランティアで活動してもらえないかと思う。そういう方に有効に仕事してもらえそうな事業展開とか予算は、後ろの表のどの辺に入ってくるのですか。

(事務局)

- ボランティアガイドについては、16ページの上の部分の人材の育成というところに、ウェルカム滋賀推進事業というものをはじめ、3つの事業をあげている。今おっしゃった外国語を話せる退職された方の活用については行っていないが、ご意見として承る。

(委員)

- ぜひそういうことを何かしていただけたらいいと思う。大津駅から琵琶湖ホテルとかプリンスホテルに行かれる時に、外国の方が来られても、手助けが全然できていないという話を聞いたことがあるので、そういう事業もしていただけたらと思う。事業の予算額が25万円。少し少ないし、そこら辺に力を入れて、これから10年、20年先のことも踏まえた観光事業の興し方を考えてもらえたらと思う。

(事務局)

- 今の話で、例えば大津市では、地域のいくつかの観光案内所に、英語ができる方を置いていて、この頃の個人で来られて、古民家とかに行かれる方とつないでいる。県でも国際協会などで活用させていただいている。まだまだ、これから需要もあるし供給していただく方も沢山おられる。市町との関係で県がどういう形でかかわるのかも、これから考えていきたい。

(委員)

- 委員の意見とも関係するが、以前、ビジットジャパンキャンペーンの際に、大阪市がかなりの外国人客の数値目標を上げた。大阪大学に委託して一般の方で英語のボランティアガイドを希望する人に対して大阪市の行政サービス、観光案内を含むもてなし英語を講義をするという事業を大々的にされた。私も教えに行っていたのですが、英語のレベルごとに3～4段階にクラスを分けて、大阪市と大阪大学が共同で作成したテキスト資料を使って指導する。ビギナークラスで1クラス20人～25人程、上級は10人～15人程英語だけでやりとりする。教える講師も半分ボランティアみたいな感じで、大阪市内に限らずコネクションを使って集めていた。生徒数は全体で200人程。若い方もいれば年配の方もいて、外国人に大阪を知ってもらいたいという意欲が感じられた。大学生で、ボランティアするとゼミの単位になることもあるので、大学が多い滋賀県で学生を取り込んで観光客誘致をはかっていくことは長い目で見ても効果的なプランだと思う。

それから、インフォメーションが何箇所かにあるとおっしゃっていたが、具体的に、今、どこに大きなインフォメーションがあるのか。仕事の関係もあって各地の観光資料を集めたりするが、特にバイリンガルの資料などあまり見当たらない。関空とか、京都の観光案内所は、情報量も多く体制が整っていて常に観光客で込み合っている。滋賀には各地域の資料が集まったツーリストインフォメーションというのはあるのか。

(事務局)

- 大津駅にあったのですが、改修が入っていますので、今、県内にはありません。大体、その場所に来られた時には、その場所の観光が主になる。大津に来られたら大津のものが主になる。彦根なら彦根ということで、主に市町で対応していて、県の場合は、滋賀県に来られるまでの情報発信をしている。例えば、東京に「ゆめぷらざ」を置いているし、ウェブ対応で情報発信するところに力を入れている。

(委員)

- ウェブの情報アップデートは定期的にされているのか。

(事務局)

- 滋賀県の観光のウェブは全国有数のものとなっている。

(委員)

- 琵琶湖を中心に美しい写真が載っている魅力的なパンフレットがあるのは知っているが、配置されている場所が限られている。実際、他の方は入手されているのか。せっかくあるのに勿体ないと思う。来るまでにウェブを見る人もいると思うが、外から来られる観光客がもっと手軽に入手できるように観光案内の利便性を見直したほう良いと思う。

(会長)

- 時間がおしてしまいましたので、委員の方からは、後でご意見をメールでしっかり事務局へ提言いただきたい。今からは、オブザーバーとして来ていただいている2名の方に意見をいただいて、その後、委員の方から、これだけは知事の前で言っておきたいということは、言っていたかどうかと思っている。まず、岩崎専門官にお願いする。

(オブザーバー)

- 本来であれば課長の梅染が出席する予定でしたが、他の会議が入ってしまい代理で来させていただきます。近畿運輸局なので近畿全般の観光ということで、1地域のことを深く狭くはなかなか理解できない。私の滋賀県のイメージは、琵琶湖が浮かんで、それから鮎ずしという位しかない。やはり地域の人達が、自分たちが誇りを持って発信していきたいというものがないと、県や市町村からこれをやれ、あれをやれと言われても、続けられない。国や県から予算を付けても、単年度のものなので、1年で10万人お客さんが増えるかということ、観光はそういうものではない。長い目で5年後にどうなるの

かといっても、現在のデータがないと、今入込客数が何万人だから、どう増やしていくのか、ホテルの稼働率が90%だからどうするのか。旅館の稼働率は低いので、外国人を旅館に泊めることも考えられるが、キャスター付きのスーツケースで、畳を移動されるので、旅館が嫌がるのではないか。ではホテルで外国人24万人を泊めるだけのキャパが滋賀県にあるのか。滋賀の現状を理解しておかないといけない。今年予算があったとしても、来年度はどうするのか。中心的に誰がやってくれるのか。地域の皆さんが、滋賀を変えていかないといけない、滋賀を発信していかないといけない、魅力を伝えていかないといけないという気持ちになるのが一番だと思う。そのためには人材育成が必要で、地域毎に必ず1人おられるのが理想だと思う。

(オブザーバー)

- 10年前からこの審議会に参加させてもらって、年々良いものが出来ているのだけれども、先ほどからご指摘のような話があった。そういう話も出てないわけではないが、一定の数字が出て来ていることも間違いない。今回、半数以上の方が交代されて、新しい意見が出て当たり前だと思うが、数値について一言、言いたいのは、県の指針としてはこれ以上は、なかなか難しいのではないか。話が出ていたように、ここからもう一段階、現場レベルに落とした時に、必ず数値をとっていただく。アクションプランの趣旨目的の中に、市町、観光団体、事業者、県民の皆さんへアクションプランの周知に努め、内容を共有することで、各主体と密接に連携していくと、ここに書かれている。本当に各団体とどの程度揉んで、どの程度の事業をしているのか。費用対効果、お金をかけたそのリアクション、成果を検証するには、現場レベルでの数字が大事で、まとめていけばよいと思う。私のところは旅行業協会、滋賀県の中小企業が主ですが、80社位の代表として来ているが、もっとこの事業者を活用して進めて行っていただきたい。また、今後の事業展開についても、今は考えている時代ではないので、すぐに取り組んでいただきたい。

(会長)

- ますます時間が厳しくなったので、これだけという意見があれば、メール、FAXで事務局へ願います。これらのご意見も踏まえて、県のほうでアクションプランの取りまとめ、今後の効果的な事業展開をよろしく願います。

議題3 その他

(事務局)

- 次回審議会は平成26年度のアクションプランの実施結果をとりまとめ、7月頃に開催したいと考えている。皆さんにご都合をお尋ねし、日程調整するので是非出席いただきたい。本日はかなり限られた時間の中だったので、十分発言頂けなかった部分は電子メールやFAXなどで結構なので、事務局あてにご連絡を頂ければと思う。

三日月知事あいさつ

- 皆さんありがとうございます。滋賀県知事をさせていただきます三日月大造です。
- 閉会までしゃべるなということだったので、今日は発言を控えさせていただきます。年度末のお忙しいところ、この会議室に一堂に会していただき、滋賀の観光について貴重なご意見をいただきました。まだまだ言い足りないこと、聞き足りないこともあったと思うが、引き続き色々な意見交換をさせていただきたい。
- 私は知事になって8カ月だが、滋賀の観光のレベルを1段上げたいと思っている。これは素材の面でもそうだし、先ほど話のあった統計の面もそうだし、人材の面でもそうである。ブランド発信の面も、もう一段上げないといけないと思っている。
- そのためには、知事も含めて、行政の体制だとか、皆様方との連携の在り方だとか、この会議の在り方も含めて、色々な形で一段上げていく必要があると思っている。法律ができて10年、お陰でようやく統計のことなど、これでも随分改善、向上してきたと思うが、なお一段、高めていく必要があると思っているので、ぜひ皆様方のご協力をいただければと思う。
- 各地の魅力と、民間や市町の皆さんのご努力を束ねて、結んで、発信する。先ほどの結ぶとマザーレイクはどうなのかという話だが、マザーレイクはマザーレイクであるが、「MUSUBU」は「MUSUBU」で走らせたので、正直申し上げて少し訳が分からなくなってきている。訳が分からなくなってきたが、あえて訳が分からなくしているところもある。行政が余りかかわり過ぎると、ますますお堅いイメージになるので、もう一気に走れということにしている。ただそれを作っている方や、それを受け取られた方の受け取られ方が、全ての面で観光である。少しその辺をリサーチする必要があると思いながら、今日聞かせていただいた。
- 良い所がたくさんあるのに、まだまだ知られていない。まだまだ発展途上にある滋賀の観光だと思うので、色々な形で今後高めていくために我々も努力するので、ぜひ皆様方もお力添えを賜りますことを願ひ申し上げて、重ねて今日こういう時間をいただいたことを感謝申し上げ、挨拶とします。ありがとうございました。

<閉 会>