

## 第5回 滋賀県観光事業審議会 議事概要

1. 日 時：平成25年7月8日(金) 14:00～16:00

2. 場 所：大津合同庁舎7A会議室

3. 出席者：

委員：今井 克美、 上田 洋平、 遠藤 糸子、 王 小娟、 北川 宗忠、  
佐藤 郁子、 佐藤 典司、 佐藤 祐子、 塚本 八重子、 辻本 建、  
戸祭 達郎、 中井 保、 贄川 美代子、 西本 柳枝、 前田 正久

オブザーバー：梅染 昭子、 加藤 新輔、 北沢 繁和

### 1. 開会あいさつ（羽泉部長）

### 2. 議題

(1) 「滋賀県観光振興指針の改定にあたっての考え方について（答申）」（案）について

（会長）

○資料1～4について事務局にご説明をお願いしたい。

*事務局より資料1～資料4の説明が行われた。*

（会長）

○今の説明に関して、質問や確認があれば意見を頂戴したい。

（委員）

○この指針は誰が見るものであるか？

（事務局）

○答申を受けて、県の指針として広く公表し、県、市町、事業者、訪れる観光客の皆様に見て頂くものである。

(委員)

○よくまとまっているが、全体的に文章が固いのではないか。これを見た時に県民の皆さんがどこまで理解されるか。もう少し柔らかい自分の言葉を入れて頂いた方がありがたいと思う。せめて専門用語などは、解説を加えてほしい。

(委員)

○23 ページの「宿泊滞在型観光が少ない」という言葉では、何に対して多いのか、少ないのかわからない。日帰りに対して宿泊が少ないのは当たり前の話である。「宿泊滞在型観光を増やす」という言葉の方が考え方として正しいのではないか。

○インバウンドでは、中国が減っているということであるが、それと滋賀県はイコールにならない。滋賀県は元々中国が少なかった。今日本においてインバウンドで一番多い国は韓国であるが、そういった事実を放っておいて東南アジアのマーケットを狙うというのもどうか。先日、韓国へインバウンドの誘致へ行ってきたが、300名の団体が直ぐに決まった。滋賀県はその韓国に対して、これまでアプローチができていなかった。観光白書に沿って中国が駄目だから東南アジアというのは話が早い。本当は韓国や台湾がターゲットではないのか。

○広島のリステーションキャンペーンが盛り上がっているが、JR とのキャンペーンは戦術的には最も有効な手段である。なぜこれができないのかが重要である。

(事務局)

○23 ページの「宿泊滞在型観光が少ない」であるが、前回は割合のことを書いていたが、この項では現状の課題をどのように認識しているかを書いているので、「宿泊滞在型観光が少ない」としている。

(委員)

○では宿泊滞在型観光は何に対して少ないのか。絶対数が少ないという認識であるならその根拠はなにか？

(事務局)

○宿泊稼働率等の関係から、まだまだ全体として増やしていける余地があるという認識である。

(委員)

○「少ない」という言葉だけでは、比較の問題や色々な意味を含み、誤解を与えてしまう。やはり「増やす」という言葉が良いのではないか。

(事務局)

○インバウンドの関係では、東南アジアを意識しているというのもあるが、時間軸の問題では確かに難しい。しかし、外的要因に影響を受けにくい体制ということで、中長期的に見た場合は地域に偏らない体制作りは必要かと思う。

(委員)

○それなら施策の展開方向のところでは「多様な地域への誘客活動を推める」とだけして、東南アジアという言葉は外した方が良い。他にやるべきことが沢山あるのに、指針に影響されて直ぐに東南アジアへのキャンペーン旅行に出かけてしまう。

(会長)

○多様な地域への誘客活動として、東南アジアというところはカッコ書きにしておく等の方が良いかと思う。

(事務局)

○文言でご提案頂いた部分は、再度こちらで整理させて頂きたい。

(委員)

○県民の目線から見ると指針の内容が難しい。また、観光事業者は収入が増えてメリットがあるかもしれないが、指針を見ただけでは県民にどのようにメリットがあるか伝わらない。また、どのように行動したら良いかもわからない。県民の皆さんに公表されるときは、単純明快に示した方が分かりやすい。

○京都の地下鉄に乗ると、英語のアナウンスが流れる。駅名もアルファベットと数字で表されている。そういう設備の部分でも充実させるという言葉を入れてもらった方が良いのではないか。

(委員)

○この指針を県民へ配布するという考え方ではなく、指針を元にして各々の地域でアク

アクションプランを沢山作ってもらったら良いのではないかと。県民にも分かりやすくするには別の方法が必要ではないかと思う。

(事務局)

○県民のメリットという点だが、今回は明確に「観光交流」という概念を打ち出そうとしている。観光客に来て頂いて、地域の資源に感動して頂き、地域の良さを再認識するという事もある。事業者だけが儲かるということではなく、観光産業は裾野の広い産業であるので、その地域でお金がまわる。アクションプランにおいて、事業をどのように進めていくのかという中で、そういったことが地域の人にも見えるような形にさせて頂けたらと思う。

(事務局)

○設備の面では、35 ページの施策の展開方法の部分で、多言語化やバリアフリー化などの項目で記載させて頂いている。できるだけ滋賀県に来て頂いた方に、観光地をまわりやすいように整備をさせて頂きたい。また県庁にも提案をして改善できるところは改善していきたい。

(会長)

○過去の審議会で2次交通網が悪いという話があったが、1次交通網に関しても、もう少し分かりやすくないか。湖西線やびわこ線は他県の人からするとわかりづらい。草津線もわかりづらい。京阪大津線よりも京阪びわ湖線にした方が良い。県内の人には固有名詞を使いたがるが、県外の人にわかりやすくするというのも、これからは必要ではないか。

(会長)

○ここで一旦、答申案については文言の変更を加えて、まとめたということにさせて頂きたい。今後、委員会では指針の進捗管理などもあるので、これから答申が出た後に、どのようにして行けばよいか、委員さんからのご意見があれば伺いたい。

○まず私の考えとしては、自分達がどの方向を向いているかを考えるべきだと思う。京都や奈良と、どんな競合関係にあるかも理解しなければならぬが、京都、奈良はオールジャパンでやっていることもあり、全国各地へ向かって発信をする。滋賀県は4800万人の入込があるが、うち4割りが県内の観光客である。残り6割のうち9割が、近畿、

北陸、東海地域であるから、全国発信というより、まずは県民の皆さんに滋賀県の良さを知ってもらう事が大事ではないかと思う。

○観光は口コミが有効な手段であるから、県民皆さんが総宣伝マンになって「滋賀県へいらっしゃい」と言って頂いた方が良い。周りの県の人が多いということは、日帰り観光が多いということなので、そういう人達に対してより滋賀県の良さを知ってもらうことと、少しでも滞在時間を長くして宿泊してもらおうという方向の事業展開を考えなければならぬと思う。

○おもてなし、ホスピタリティーという部分では「三方よし」という言葉があるが、ある旅行会社の支店長会議で「三方よし」の言葉を紹介したという話を聞く。

○滋賀県のイメージやブランドという問題では「びわ湖」にするのかという議論でなかなか決着が付かないが、私はあまり焦る必要はないのではないかと思う。びわ湖が真ん中であって、東西南北の交流がないので、各々の特色を活かして、例えば湖北地域では戦国武将などもあるし、湖南地域ではびわ湖クルージングなどもある。東南アジアでは湖のクルーズというものはあまりない。近江八景にしても船に乗って見た景色であるし、船から見る景色を取り上げて良いのではないか。これらをうまく物語を作っていく事が大事だと思う。物があっても語りがなければさっぱりわからない。料理屋さんに行って良い物を出されて食べるだけでなく、少し作り方とか説明をされるとよくわかる。滋賀県に関しても、どこに行ってもそういった説明が少しあるということなら、変わってくるのかとも思う。

(委員)

○指針に関して、骨子はこの形で良いかと思う。誰がどういうふう担っていくかというアクションプランの部分において、滋賀県では県民を対象とした観光の勉強会はなさっているのか？審議会でも沢山の意見が出てくるが、それがこの場の話だけでは勿体無い。他県では、広島や岡山でも、県の連盟等が研修会を開催している。そうった事は滋賀県ではなさっていないのであれば、アクションプランを作る際に、そういったものがあってほしいと思う。

(事務局)

○過去に研修会があったかは、ビューローの部会やボランティアガイドさんの研修等を

行なっていたかと思うが、県民に広く一般に観光マインドを養成するようなことはやってこなかったかと思う。今後実現に向けて考えていきたいと思う。

(委員)

○岐阜県や北海道では、観光関係者の研修の時に一般の方がかなり参加されている。関係者だけではなく、広く募集してやってほしい。滋賀県のボランティアガイドさんは優秀であるが、ガイドに登録していなくても「私もできる」という人もいると思う。あまり枠をつくらぬ勉強会ができればよいと思う。

(委員)

○アクションプランに関しても、県の指針ということで、市町でできないことをしてもらいたい。地域の間が自分達の地域の良さに気づくということが大事だと思うので、そういった意味では一般公募でボランティアガイド養成講座などもやっているの、そういった部分もより支援を頂きたいと思う。

(委員)

○滋賀県は良いものがたくさんある。草津が住みよい町一番に選ばれたりするし、Welcome から Join us のように「自分達はこんなに楽しんでいる。それらに参加しませんか？」という呼びかけをできれば良いと思う。そのためには、イナズマロックフェスのように、県民が自分達の町を楽しんでいるのをどう見せるかというのが重要だと思う。

○美の滋賀では昨年は「meets」というキーワードを掲げた。100年、1000年、現在が滋賀という場所で出会う、その出会いそのものが美しい。その出会いの美しさは滋賀でしか現れないのではないかと強調している。そういった思想は共有できる場所があるのではないかと。糸賀一雄さんの「この子らは世の光」では、人々が気づいていない、ささやかな日々の営みに光るものがある。そういった所に光を当てていくというのも、滋賀県が発祥で始まったことである。学生に滋賀の感想を聞くと「空が広い」という答えが帰ってくる。びわ湖があつて他に何も無いということでも、何も無いを数百年続けてきたという文化に光をあてて、その力は今の時代だからこそ打ち出せるものもあると思う。日本最大のパワースポットという話もあるが、企業研修や学生の研修でも生まれ変わる場所として打ち出せるものがあるのではないかとと思う。

○アクションプランでは、委員の皆さんがプロデュースした、とっておきの旅を作って、

それを委員自身が楽しむというのも面白いかと思う。

○指針の文言においては、ボランティアや NPO という言葉が入った方が、当人たちが自分達の事だとわかるので、その方が良いかと思う。

(委員)

○びわ湖線と湖西線は県外の人にもわかりづらいし、外国人にはもっと難しいと思う。自分もここへ来る際に迷ってしまった。

○審議会は半年以上の会議を行っているが、アクションプランに関しては、どの位の時間がかかるか不安に思う。インバウンド市場では台湾がすごく増えている。観光案内所にくる台湾人も毎月 600 人～700 人だったのが、昨年 10 月から 1000 人を超えている。これらはチャンスだと思うので一刻も早くできることを望んでいる。

(委員)

○せっかく指針ができて、これを県民の皆さんが目に見える機会は少ないかもしれない。わかりやすい何か象徴的なことを 2014 年度に実施しても良いのではないか。数値目標だけでなく、何か県民が参加できるような機会を設けて、県民の皆さんが主役で観光客を迎え入れるということを意識して実感できれば良いのではないか。

(委員)

○新しくなったビューローのパンフレットを見たが、その土地の空気みたいなのが感じられなかった。観光に行こうと思う時は、一つの核となるイメージがあって、そこに向けて足を運ぶ。それが無いと、滋賀は観光地の対象として候補にあがらない。そういう意味で、縦割りの情報発信ではなく、総合的な情報発信が必要とされてくると思うので、そういった部分に期待をしている。

(委員)

○会社に置き換えて考えると、昔は「会社のために働けない社員は辞めさせる」という時代だったかもしれないが、今はそういった社員をどう巻き込むかが重要になっている。例えば外国の会社では、ペットを連れてきたり、社内のレイアウトをお洒落にしたり、会社に来るのが楽しくなる仕掛けをしている。そういった人の巻き込み方が上手な会社が伸びていて、利益も出て、社会貢献も出来ている。観光においても、諸外国の方や観

光客が増えたら財政が潤って県民も潤うという意味だと思うが、こういった人の巻き込み方、伝え方、見せ方の問題だけであると思う。湖西線とびわ湖線に関しても何年乗っていても間違えてしまう。外国人にもわかりやすくというより、目の前で外国人が迷っていたら教えてあげるといった、心の問題かと思う。企業でも政治でも都道府県でも、結局はそれを言うキーマンや、リーダーシップが大きな要素になってくるのが今の時代。伝え方、メッセージ性がキーポイントになってくると考えている。

○台湾のお客さんも非常に伸びているので、チャンスが沢山ある。指針をシンプルにして、細かい事も決めずに、あとはやりたい人に任せるという考え方も良いのではないかと思う。単純な話で、びわ湖の魅力として「ミシガン」と言っても、実際に県民がどれだけ乗っているのかという話になる。そのためには、学校で「ミシガン」に乗るなど、滋賀県内でお金をどんどん回して広めていくというシンプルな方法もある。

(委員)

○ボランティアガイドの質で市町村の評価が変わってしまうので、頑張らなければならないと考えている。市町村のボランティアガイドでは養成講座を毎年やって質の向上に努めている。また、補助金ももらって年に2回交流会を行っており、他の市町村のガイドのやり方や見どころを勉強させてもらっている。現在33地区のガイド協会があるので頑張っていきたい。

(委員)

○県民の方が何をしたら良いかというのはイメージしづらいが、「三方良し」の話を実現させようと思ったら、簡単なことではあるが「一声運動」のようなことかと思う。列車の乗り間違えの話でもそうだが、迷っている方がいたら「どちらへ行かれるんですか？」と声をかけてみる。わかりやすい簡単な運動論みたいなのも、県民全体のホスピタリティをあげるという意味で良いかと思う。金沢では新幹線の開業を迎えるにあたり、おもてなし講座などが頻繁に開催されている。

(委員)

○目標の4800万人という数字であるが、21年～25年は4400万人で推移している。たまたまNHKのドラマで4700万人になったということで、どちらかと言うと他力本願で、本当の実力は4400万人～4500万人だと思う。そう考えると、4800万人を毎年追っていくとなると至難の業であるかと思う。過去5年を見てNHKのドラマを除いて伸びていない



のは、県民運動になっていないからだと思う。もちろん、滋賀県は観光をしなくても食べられる豊かな県というのもあるかもしれないが、環境の変化で観光が脚光を浴びているというのもあるし、今後は県民から支持されて、県民一人一人が参加していく仕組みをアクションプランで作らないと、達成は難しいのではないかと思う。

○県民へのメリットという話では、やはり経済効果であると思う。例えばひこにゃんの経済効果が数億円というのは非常に分かりやすい。滋賀県に人が来てくれれば、いくらの効果があるという事を一言で言うと分かりやすい。

○昨日 JA 守山でショッピングをした。駐車場は満車で流行っていて、観光バスが停まる場所はなかった。野菜や果物を売るといのは滋賀県が最も得意のことではないかと思うので駐車場を広くするために補助を出して、観光バスを停めてあげるなどしたらどうか。物が売れば地域のへの経済効果もあるし、高齢者の生産者はお孫さんにお金を渡してあげたりできる。また酒造ツーリズムというのも流行っている。滋賀県には地酒もたくさんあるので、これらもひとつ素材になる。

○観光ボランティアの話では、兵庫県では観光ボランティアコンテストというものをやっている。検定試験を受けた人が観光ボランティアになれるかという、それは難しい。やはりボランティアにはホスピタリティーが必要である。もしコンテストをやっていなければ、ぜひやってほしい。

○NPOの話では、最近はたくさんのNPOがあるので、それをどう観光に結びつけるかも大事かと思う。観光の県民運動に力を入れていく一つにNPOを加えていくと、より良いものができるのではないかと思う。

○13ページの表では、4800万人という言葉はシンプルで良いが、指針としてはもう少し具体的な年度を書かないと、無責任な数字になってしまうのではないか。以前の指針は21年度～25年度、観光交流振興指針は26年度～30年度なので、年度別にシミュレーションをして、例えば28年度に大きなイベントがある等があればそれを書いておく。指針として4800万人の数字に責任をとるということであれば、その必要があるかと思う。

(委員)

○滋賀県としての役割を明確にしておかなければ、大きな話から詳細な話まで盛り込ん

でしまって、それを忠実に再現するということであれば、混乱で何がなんだか分からない。基本構想として、滋賀県は何をやるかという話であれば「地域振興」であると思う。その役割の一つが観光であって、そのためには「交流人口を増やす」ということであり、それに対して観光ではどういう役割をするかという所でこの指針がまとめられた。

○では実行という話になるが、いかに最適で最大の効果をあげられるかということになる。書いてある事を一つ一つやってもそれは最適で最大の効果があがるということではない。アクションプランは基本構想とは別途のところ非常に戦略的に作る必要がある。例えば細かい事をやめて、JR とのディスティネーションキャンペーンをやるなど。文学的な表現を作るのではなく、科学的な考え方をもっていかないとならない。インバウンドだったら韓国にするなど、いかに最適で最大の効果をあげられるアクションプランを推進できる組織があるかどうかというのもある。今現在、残念ながら我々は持っていない。組織の縦割りの弊害の話でもそうだが、細かい話を実行しては駄目。長崎のさるく博のように、明確で最適で最大効果の得るようなアクションプランをやっていかないとならない。

(委員)

○TV ドラマの中の話だが、外国人の富裕層だけをターゲットにしたプランがあった。人間国宝に会える、普段は入れないお寺に入れるなどのプランをやっていたが、そういった一般ではできない事ができるというプランがあると良い。ロケーションオフィスもあるので、甲冑を着て戦闘シーンができるなど、そういったプランがあれば、好きな人も沢山いるので良いのではないか。

(委員)

○短期の観光展望の話ではないが、観光地の空気感という話で、県都である大津駅前のイメージが寂しい。大津駅から歩けばものの10分でびわ湖へ行けるので、ワクワクする気持ちで歩けるような都市計画があってほしい。びわ湖ホールにしても世界のびわ湖ホールであるにも関わらず、周辺に余韻を楽しむ場所がない。

○他の観光連盟では、台湾に詳しい人や、コピーが書ける人を採用し、写真なども他へ発注をせず自分達でやっている。ビューローにおいても、そういった専門職の人が増えていったら良いと思う。直ぐにはできないかもしれないが、2年～3年とかけて足腰を強くしていくことができるのではないか。

(委員)

○今回このように指針がまとまったが、今後はアクションプランを作っていく必要がある。県の方針は固まったが重要なのはほとんどがアクションプランかと思う。そのアクションプランを誰がどこで作るのか心配している。

○世界中見渡しても、観光客が迷わずに電車に乗れていける観光地などない。百点満点の観光地などないし、ほとんどの観光地が他力本願である。典型的なのは東京で、民間が色々な事業をやって人を呼んでいる。

○また、目標数値の4800万人の人が来たとして、次は5000万人というプランを描くのか。例えば和歌山のとれとれ市場では、これ以上の人に来てても売るのが無いので、これ以上PRをしない。そういう方法もある。滋賀県に5000万人、5500万人の観光客がきたらどうなるのかという事もあるので、滋賀県は何のために観光をやるのかを考える必要はある。県民ほど無責任なものはない。リーダーがどんどん引っ張って行って、滋賀を良くするという事で良いと思う。

(オブザーバー)

○台湾のインバウンドが非常に増えている。北海道ではバスが足りない。関西方面では米子にチャーター機が入ってきて、初日は中国地方、2日目に関西地方に来ているという話を聞く。

○地域のプロデューサーの活動をしているが、奈良県の吉野町では「林業の女子会」を作るために若い人が移り住んでやっている。地域の熱い人がいるので、そういった人達の活動をリサーチしてから、アクションをプランを作って頂いた方が良いのかと思う。

(オブザーバー)

○旅行業界のプロとしての集団を作って活動していきたい。各市町の観光協会では旅行業の免許を取られているし、着地型をやっている業者もあるので、そういった方々とオーダーされた旅行商品づくりをやりたい。

(オブザーバー)

○何を具体的にやって行くかが、アクションプランで出て来なければ成果は出てこない。そういう意味で各市町の観光協会、事業者、NPO や市民と一緒にやっていきたい。

過去には県民を交えた研修会などは行っていなかった。自分達の地域を好きになるということが大事だと思うので、今後はやっていきたい。

○職員の採用においては、デザインに優れた職員の採用を行った。その他には AGT 出身の職員などもあるので、他の団体に負けないようにやっていきたい。

## (2) その他

(事務局)

今後のスケジュールの説明が行われた。

### 3. (開会あいさつ 観光交流局 羽泉部長)

以上