

第5回 滋賀県観光事業審議会 議事概要

1 日 時：平成30年10月16日(火) 9:30~11:30

2 場 所：大津合同庁舎7階 7-A会議室

3 出席者：(敬称略 50音順)

○委員：石川 亮、石崎 祥之、伊吹 惠鐘、岩田 春美、上段 貴司
金子 博美、川戸 良幸、田中 治男、羽田 真樹子、人見 能暢、
宮川 富子、吉井 茂人、吉川 寛、吉田 満梨

○オブザーバー：村上 良明、西川 直治

<開 会>

由布副知事あいさつ

○本日はお忙しい中、会議に出席いただきお礼申し上げます。

○観光産業はさまざまな分野、業種等が関連する裾野の広い成長産業であり、その振興を図ることは地域経済の波及効果や雇用促進につながる。また、私たち地域に暮らす者にとっても、その魅力にあらためて気づき、地域に対する誇りを持つきっかけにもなるものと思う。さらに、今後、定住人口の減少や高齢化が進展する中で、地域の経済はもとより交通、文化、コミュニティの維持、発展のためにも観光産業への期待は非常に大きなものとなっている。

○昨年、東京にオープンした情報発信拠点「ここ滋賀」については、おかげさまで10月末に1周年を迎えさせていただく。感謝の気持ちを込めて、10月29日から11月4日まで「ここ滋賀 1st ANNIVERSARY (ファーストアニバーサリー) 大感謝祭」として、マルシェ等のさまざまなイベントを開催する。今後も、東京からも滋賀の魅力を発信して、本県への観光誘致など、観光振興につなげていきたい。

○7月から開催している観光キャンペーン「虹色の旅へ。滋賀・びわ湖」についても、今後、秋の観光シーズンを迎えて、いっそう力を入れてPRし、12月24日までの開催期間しっかりと取り組んでいく。

○昨年は、速報値で延べ観光入込客数が約5,226万人、観光消費額が1,786億円となり、観光振興指針の目標である延べ観光入込客数4,800万人、観光消費額1,640億円を上回って、指針に基づく取組に一定の成果があったと考えている。また、他方で延べ宿泊客数の伸びが小さいことや認知度向上の課題はもう少し残されていると思っている。

○皆様方には、昨年度から滋賀県「観光交流」振興指針の改定についてご議論いただいたが、本日、皆さまのご意見を参考に作成した観光指針の素案をご審議いただく。滋

賀県の観光振興においては、滋賀を訪れてくださる観光客の皆さんだけでなく、受入れ側の県民も共に喜び合える、つまり旅人と地域に暮らす人たちとの心のふれあいが自然に生まれるような環境づくりを観光事業者の皆さん、県民、行政が一体となって目指してまいりたい。

○次期指針がこのような観光振興を行うに当たっての具体的な方向性を示すものになるよう、皆さまのお知恵とご経験をお借りしながら改定したい。何とぞよろしくお願いする。

議題（１）平成２９年度滋賀県「観光交流」振興指針アクションプラン対象事業の評価について

事務局より資料１について説明。

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。

（会長）

○先ほど冒頭の副知事のごあいさつにもあったように、観光全体に関しては追い風が吹いているという中で、昨年、平成 29 年度のアクションプランについてはこういう評価がされている。これに基づいて、今後どのように進めていくのかが議題（２）になろうかと思う。

○今、報告のあったアクションプランの評価について、何か疑義、質問等があればご自由にお出しただければと思う。いつもながら順不同なので、お気付きの点があれば、どうぞお申し出いただきたい。

（委員）

○外国人観光入込客数が 54 万人に増えている。総括の欄に「海外におけるプロモーションや外国メディアの活用」とあるが、「海外におけるプロモーション」はどの辺の地域でやっていて、どういった方々が来ているのかを教えてください。

（事務局）

○まず滋賀県はどこから来られているのが多いかというと東アジアが圧倒的に多い。台湾、中国、韓国あたりが特に滋賀県に来られている方が多い。こちらについては従来から継続でプロモーションをやっている。あと、近年、伸びているのは東南アジアで、ここも平成 27、28 年には知事のトッププロモーションなどを行って、力を入れてやってきた。

ヨーロッパは絶対数としては非常に少ないが、昨年はフランスの旅行博に出展した他、ファムトリップ等も行って、少しずつ足がかりをつくっている。

(委員)

- 「ここ滋賀」は先日、私も伺って、スタッフの皆さんも本当に頑張ってやっているが、県としては、せっかくいい場所でお客さまもお見えになっているので、「ここ滋賀」に行くと滋賀に来られたということが、金銭的な特典があるなしではなくても、受入れ側にも少し分かるような何か対策やツールがあると、もっと来ていただきやすいのではないかと感じた。

(事務局)

- 「ここ滋賀」には50万人以上来ていただいている。そこから実際にどれだけ滋賀に来ていただいているか十分につかめていないが、来館された方へのアンケート調査によると、人数は少ないが「ここ滋賀」をきっかけに旅行に来られたという方もある。今後は、例えば旅行に来るきっかけとして、何でご覧になったかという選択肢に「ここ滋賀」を入れるとか、いくつかやり方はあると思っているので、調査をしながら、しっかりそのあたりをつかみ、傾向によってまた次の対策をしたいと思う。その声を受入れ側の皆様にもお届けするようにしたいと思っているので、引き続きよろしく願います。

(委員)

- 私は彦根在住だが、最近、旅行社の方が団体でお客さまを呼んでこられたのだが、お菓子屋さんやいろいろなお店で利用できるチケットのプレゼントがあった。それが好評ですごくお客さまが動いていることを、時々、目にする。
- もちろんリサーチも大事だが、「ここ滋賀」に行かれて、例えばパンフレットや何かで、これで滋賀に来てくださって、こういうところに行かれたらこういう特典があるという、足を運んでくださるツールを前向きに何か考えてくださるといいと思う。

(委員)

- 外国人宿泊者数が下がっているのが気になる。おそらく滋賀県は観光地としては少しずつ有名になってきて宿泊者数も増えている。それとは別に、京都、大阪の宿泊施設が増えてきているので、今まではそこで泊まれなかった方があふれて来られていたが、もうあふれなくなりつつあるので、日帰りで行くことはあっても泊まってまで周遊することはない、という傾向かと想像できる。それを裏付けられるような、例えば京都の宿泊の

件数が増えているとか、人数が増えているとか、何か原因が分かるものがあれば教えてほしい。全国が下がっているのならいいが、滋賀県一つだけ下がっているの。

(委員)

- 今の意見と重なるが、外国人観光客の人数は増えている。滋賀県は外国人も当然だが、国内の観光も含めて宿泊が少ない。外国人宿泊客数が前年に比べて5万人減というのは相当な減だと思う。
- これの原因が先ほどの意見に出ているが、滋賀県独自のアピールが足りないのか、原因が分からない。大阪なり、京都なり、近隣の県でも同じなのか。もし同じであれば、当然、滋賀県も減ってくるだろうと思うが、疑問がある。もし大阪や京都あたりが前年並みに伸びているのであれば、なぜ滋賀県だけが減っているのかと考えなければいけない。その辺がもし分かれば、教えていただきたい。

(会長)

- 例えば、さっき委員がおっしゃった「ここ滋賀」の活用は、たまたま友人がテレビショッピングの広告会社をやっているのだが、逆の発想で、テレビでバーチャルな形で放送した分をリアルに手に取って見たいという方がいらっしゃるので、扱っている商品を東京で一つに集めて、リアルな店舗を設けたという話があった。いわゆる現地の情報と、そのものをいろいろな形で結び付けていくことをそういう業界の人も考えておられる。
- せっかく「ここ滋賀」という立派な施設が東京にできたので、おっしゃるような形で、どうそれをうまく結び付けるかというのが、先ほど事務局のコメントにもあったが、大きな課題になるかなど。それはここだけではなく、全国的に見ても非常に大きな課題だと思う。

(委員)

- 私は経済団体との関わりで「同じ買うなら滋賀のもの」ということでサイトを立ち上げていて、「ここ滋賀」ともこの度、一緒になってサイトを開いていただいた。ご覧になった方もいらっしゃるかもしれないが、牛1頭、仏壇1本という大きなものも実は出している。先日、それを見て、その大きなものではないが、同じ買うなら滋賀県でということでお申し込みいただいた。今はそういう時代なので、そういう認識を持っていろいろなサイトなど活用していただいて、たくさんの方に滋賀にはこんないいものがある、いいところがあるというのが広がればいい。メディアなども活用していただいていいことだと思う。

(事務局)

○いろいろなご意見ありがとうございます。「ここ滋賀」については、メンバーズカード制度もある。

(委員)

○私もカードを作った。

(事務局)

○ありがとうございます。カードを作ったこの会員さんの特典という形で、あるいはメルマガなどでご案内をして呼び込むのが一つあるかと思う。

○あとは、ここ滋賀で「SHIGA'S GUIDE」という冊子を毎月出している。ここに先ほど言われたクーポンを付けて、そこで行っていただく、実際に来て使っていただくと分かるので、そんな形でできないかと、今、計画している。

○京都、大阪との関係は、おっしゃるように、京都は客室数も増えているし、1泊百何十万円というホテルができたり、非常にいろいろなニーズを受け入れられる環境が整っている。今までは京都に泊まりたいが泊まれなくて、京都だと思っていたのが大津だったという形で泊まっていた方もいたと思う。そのニーズに吸収されてしまっているかと思っているが、これでいいのか。次の話題にかかってくるが、選ばれる宿泊先になりたいと思っている。宿泊者が多い地域はなぜ人気なのかを含めて、もう少し勉強しなければいけないと思う。

○京都、大阪では外国人観光客が増えている。京都は、観光客全体は減少傾向にあるが、外国人は増えている。半分近くが外国人の方との報道があった。国内のお客さんは減っているが、外国人の方が増えているという状況で相変わらず人気がある。一部、混み過ぎて、私は日本に来たのに、外国に来ているみたいだという声もあって、やや評判が下がっているとはいいながら、やはり一度は京都を見てみたいというまだまだ根強い人気がある。

○では、なぜ山を一つ越えただけの滋賀県まで来てもらえないのかというのは非常に歯がゆく思うし、私どもも分析なり、勉強が足りないところもあると思っている。この山をどう越えるかというところを次の議題(2)で議論いただければと思う。

(会長)

○今の最後のご発言にあったように、山をどう越えるかという議論を次の議題(2)で今日は大々的に展開していきたいと思っている。これに関してもご意見があらうかと思う。

ぜひ議題（２）でいろいろな前向きなご意見を頂戴できればと思う。

議題（２）「『健康しが』ツーリズムビジョン2022」（滋賀県「観光交流」振興指針）（素案）について

事務局より資料2～6および参考資料1～3について説明。

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。

（会長）

- 前回の審議会が3月26日で、ほぼ半年、空いてしまった。この間には、参考資料1、2を見ていただいたら分かるように、皆様のご意見をこうやって形にする作業をしていた。ちょうど年度替わりが挟まってしまったので、今日も新しく3名の方にご参加いただいている。参考資料を見ていただければ、だいたいどういうことをやっていたかということが分かっていただけるかと思う。
- そういう形で、皆さんから前回、頂いた意見をまとめると9つの戦略という話が出てきた。実は、事前に事務局との打ち合わせをした時に、皆さんの意見を最大限反映するとこの9つの戦略が出てくるが、戦略で9つは多過ぎないか、柱を9本立てて、家が建つかという話をしている、この中でどう優先順位を付けるかという話が要るだろうと話していたところだ。
- その中で、先ほどお話があった、その間にも観光を巡る状況がまた進んでいて、ライバルと目される隣の京都市は10月1日から宿泊税を導入する。年間収入45億円を見込んでいるとのこと。滋賀県はそれに対抗して、どこをどうしていくかというところが、たぶんこれから重要ではないか。
- キーワードとして、今回「健康しが」と出ている。京都の方は量は来過ぎるほど来ているので、量より質だ、いかに高単価のお客さんを吸収するかというところにどうも重点が移りつつあるという話を聞いている。それに対抗して滋賀はどうするか、どこから手を付けていくのかという優先順位について、ぜひ今日はご意見を頂戴できればと思う。
- 今日頂いた意見は次回の11月22日までにまとめさせていただく。たたき台に基づいて、忌憚のないご意見をどんどん出していただき、それを次回、何とかまとめさせていただくという形で進めさせていただければと思う。時間の許す限り、どなたからでもどんどんご意見を出していただきたい。

○戦略が9つというのはマーケティング的には厳しいと思うが、いかがか。

(委員)

○実行することが大事なので、実行できるのであれば大丈夫である。

○大きな基本戦略を3つにまとめて、知っていただくこと、実際に来ていただくアクションを起こしていただくこと、レポートしていただくことと整理しているのは非常に分かりやすいと思った。全体としても、これまでの発言を踏まえて、非常に良い素案という印象を持っている。

○気になったことは、今日の説明の中で分かったのだが、「健康しが」は滋賀県のコンセプトであって、今回の観光に特化したものではないということ、観光の方針として出しているのは「観光を架け橋に、つながる滋賀、つづく滋賀」が前面に出ると理解してよろしいか。

○というのは、全体に対するコメントとして、どういう方に働き掛ける、どういうアプローチになるのか、これから検討されていく段階だと思うが、少し見えにくい印象がある。外国人観光客なのか、それとも国内のこれまで来てくださっていた比較的年齢が高めの遠方の方なのか、もしくは近隣の方に宿泊を促したいのかによって、おそらくそれぞれやり方が全然違うだろうと思っている。その辺をもう少しすっきり理解できたらいいと思った。

(会長)

○一つは先ほどあった最初の3つの基本戦略は、9本が多過ぎるので、何とかグランドストラテジーのようなものが考えられないかと3つに集約していただいた。

○後半の部分は、観光はいわゆる観光客だけのものかということ、常に滋賀県の場合はここに住んでいる方とのつながりをどう考えるかという話があって、住民の方にとっては、京都との差別化もあるが、琵琶湖があって、水があって、環境県でということらを基本的には前に打ち出しておられるので、そこと観光との接点を考えたときに、県民向けに「健康しが」とあるので、それを観光にも何とか応用できないかという形でこのタイトルが入っている。ただ、そうすると、今、おっしゃったように、今度、それが果たして住んでいない観光客の方に見えるかどうか、という展開の仕方が非常に重要になるという話だろう。

○今、いきなり大きな話をしたが、どこからでも気になる点、あるいはここを付け加える、外す、こうしたらすっきりするという点でお気づきの点があったら、ぜひお出しいただければと思う。

(委員)

○考え方として、先ほど会長が「京都に対抗して」とおっしゃった。滋賀県の魅力を分かっていた方には、上質というか、質がとても良いこと、伝統的でもあるし、現代のものでも大変質が良いことを魅力として言ってくさっている人がかなり多いので、それは京都と対抗するというよりも、京都に来てくださっている人も滋賀県の上質なものを、せっかく京都まで来てくださっているので、一歩足を伸ばす方を増やしてという感じでいいと思う。京都も楽しめる人が滋賀県も楽しめるという感じだいいと思う。

(会長)

○その点についても、具体例を出してもらったが、今、外国人の観光客には神戸ビーフがブランドとしてとても有名である。近江牛は日本人にとっては有名だが、外国人への浸透がどうかという話がある。今、委員がおっしゃったような、京都まで来てくれるのだったら、京都はとも和のイメージがあるので、牛肉は少し違うかもしれない。上質なものが滋賀にはある。ただ、丘を一つ越えていただくためには、何かそこを突破するものを滋賀で付け加えないと、目の前まで来てそのまま帰ってしまう。この審議会の中でもその突破口をどう見いだしていくかが課題かと思う。その点への何かアイデアを含めて、出していただければと思う。

(委員)

○観光には、今の独自性という問題と連携という二つの問題があると思う。だから、滋賀県というブランドを独自性として「ここ滋賀」を中心として発信するのはもちろん大事なことである。

○もう一つは連携。地域の各市町村との連携。例えば明智光秀をテーマとすれば古戦場巡りのプランで各地をつなぐのも一つの連携である。

○それから、もう一つは先ほどあった他府県、特に京都。一番のライバルは京都だと思う。私は比叡山のロテルド比叡はずっと滋賀県大津と思っていた。行ったら、京都市左京区と書いてあるから、比叡山は滋賀県ではないのかと、ふとそのとき、十数年前に思った。あそこからの夜景はとてもきれいで、泊まると素晴らしい。素晴らしい夜景はもちろん滋賀県が素晴らしい。特に比叡山ドライブウェイから見る夜景は最高だ。

○京都と滋賀県は本当に密接なつながりが昔から、歴史上もあるし、現在もあるから、なかなか難しいことだとは思いますが、特に京都あたりとの連携をもっとうまくやるべき。逆に言えば、京都の人に滋賀県を利用してもらったらいいと思う。そういうふうにして

いった方がいい。むしろ滋賀県が京都を利用すると言うから京都がバツなので、どんどん滋賀県の琵琶湖をもっともっと使ってくださいと京都の方に持っていけば、という一つの提案である。

- もう一つ、滋賀県の代理店ではなくて、京都、大阪、もっと遠く、例えば静岡でもいいし、そのいわゆる旅行代理店なりに対してもっと滋賀県のPRを独自の形で進めていけたらと思う。滋賀県内の旅行代理店よりむしろ必要なのは他府県の代理店だと思う。それから、観光交流局が出しているこのパンフレットはなかなか素晴らしい内容である。これがサービスエリアに置かれている。この頃、車社会だから、車で回る。大津のドライブインのサービスエリアにこれがあったら、足を伸ばして彦根に行ってみようというのが出てくると思う。これもぜひ滋賀県のサービスエリアに限らず、できたら遠く静岡でもいいし、西は岡山県でもいいし、どんどんこれをサービスエリアに置いていただくことをご提案する。
- 整理すると、滋賀県独自のブランドのアピールと、もう一つは連携。この2点にぜひ絞って、より具体的な活動をやっていただけたらと思う。

(委員)

- 基本戦略について、旅行会社の方が来られているので聞きたい。戦略1の「健康長寿を支える『食』で誘う」というタイトルで、果たしてエージェントの方々が、その売り込みで来るのか。ここにストーリーを描かなければいけないと思うが、その辺のタイトルの付け方はどうか。

(委員)

- ターゲットにより異なる。例えば個人のお客さまには、このタイトルだけでは難しい。一方、近隣の京都、奈良、大阪に多い教育旅行（修学旅行）や企業のインセンティブ旅行、招待旅行などの旅行形態、学校、企業などの法人マーケットには「健康しが」で掲げられている戦略やフレーズは響く。
- そしてターゲット別に戦術も描き、常に発信し続けるのがポイント。タイトルだけでは難しい個人マーケットについては全体の戦略に基づいて、具体的にはこんな体験や素材があるということをビジュアルで示し誘うという戦術で取り組めば、マーケットを開拓できる。

(会長)

- 今、少し外から見た視点からもご意見を頂戴できたかと思う。他に何かお気付きの点、

あるいはご提案等があったら、ご自由に。

(委員)

- 大変うまくまとまっているように思う。基本方針等に「観光を架け橋に、つながる滋賀、つづく滋賀」とある。この言葉で基本課題が3つとなる。何か「つながる」と「つづく」ということで、どちらかというインサイドアウト、またはインサイドインのほとんど内輪の言葉というか、関連性、主体性、自主性が少ないので、観光を架け橋にするということであれば、「つなぐ」という自主的な言葉が欲しい。
- 「つなぐ」「つながる」「つづく」ということで、これで基本課題1が「つなぐ」で、基本課題2が「つながる」で、基本課題3が「つづく」というイメージで、3つの部分について二つの言葉で基本課題を分けておられるので、自主的に、主体的に観光事業者も動くという意味と、インサイドアウトだけではなく、アウトサイドインをするためのターゲットをどこにするのか、そういう意味においては自主的に「つなぐ」という作業も要るのではないかと。
- 15 ページの第5で「滋賀の観光の持続的成長を推進する体制づくり」という言葉と、先ほど言った、滋賀は観光を架け橋にするということだが、この辺の言葉からして「観光の持続的成長」とは結局、何だということになる。
- 今現在、SDGsの関係で言うと、観光を媒体ではなく武器として使うということ、持続可能な開発目標を観光でいかにするか。持続可能な開発目標とは何かというと環境と経済成長の共存、両立をうたわれている。この辺の文言について「観光の持続的」という、観光というものを意識するのではなくて、観光が人々の交流なり、人を動かすということに対する一つの手段であると考えたら、もう少しここにSDGsも意識した言葉が入っても滋賀らしいのではないかと思った。

(会長)

- その点も実は事前に出ている。どうしても行政がやると網羅的になっていいのだが、その一方で客観的過ぎて、ここからやるという主体的なところが、いろいろな制約があってなかなか打ち出しにくい。今、委員からご指摘があったところをどうこの中で内実化させていくかというのも大きな課題になっていくかと思う。他に何かお気付きの点や意見があればと思う。

(委員)

- 感想になるが、私は山の中でバンガローをしていて、そこを拠点に長期滞在のグリーン

ツーリズムを何年か前から考えている。ハード面では Wi-Fi の環境や携帯が圏外になってしまうため、アンテナ設置の話も進めている。

- 食の提供や宿泊サービスの充実となると、人手不足で行き詰まってしまっているのが現状である。いろいろな職種の方と話していても、人手不足を最近、よく聞く。どの戦略をするにも、人がいないと成り立たない話である。現場としては雇用の問題が現実的にはある。

(会長)

- 深刻な雇用の問題という話。この前も旅館の方に聞いたら、人手不足はどうしようもないので、いかに能率を上げるかということで、観光庁が音頭を取って、生産性向上のモデルを全国で8つ選んで、京都も応募されたということだが、かなり長くおられる従業員さんの意識を変えることによって、人数は変えずに生産性を上げるということもされている。滋賀県でもそういう問題があるから、その問題にどういう形で取り組んでいくかということもこの課題になるだろうと思う。
- 先ほど言ったようにどう答えを出すのかは分からない。人を増やすのか、効率を上げるのかということもあろうかと思う。

(委員)

- 今、会長からもお話があったが、非常に体系立てて、基本柱をしっかりと作られているということで、あらためてここまで作るのは大変だったと思う。そんな中、先ほど委員からもあったように、ターゲットをどう考えて取り組んでいくのが非常に大事である。優先順位も大事だと思う。そのなかで結局、観光は分かりやすさ、取っつきやすさ、行ってみたいというところが、一番、入り口として大事だと思う。他府県の観光の取組を見ていると、例えば香川県はうどん県、あるいは鳥取県は蟹取県だとか、その土地ごとの特産物でしっかりPRして、お客さまを引きつけていくというプロモーションをされている。
- 滋賀は琵琶湖があるということは、皆さん、誰もが知っていることだが、琵琶湖を切り口にして何を足していくのか。例えば「健康しが」ということであれば、滋賀ではもちろんふなずしとか発酵食がある。何か食であればこれ、滋賀の観光であればこれ、というものをしっかりとキーにしながら売り出していく。それがまずあって、いろいろな戦略をターゲットごとにやっていくという分かりやすい取組があれば、変わってくるのではないかという気がする。

(会長)

○なるほど。例えば、滋賀がこういうことを打ち出してくれたら、もっと売しやすいというお気付きの点はあるか。

(委員)

○前段の議論の中で連携という話があった。京都という一大観光地があるところとの連携、あるいは5年弱先には北陸新幹線が敦賀まで延伸してくるという事業も控えている。例えば福井との連携。滋賀県も広いので、それぞれの地域で、例えば京都と福井との連携をしていくというところを進めていただくと、われわれ交通事業者としては非常にありがたいと思う。それと、他の交通事業者とも連携しながら、フリー切符などを作らせていただいている。そういうものも使いやすくなるかと思う。

(会長)

○もう5年先の長期を見据えて、今から準備する必要があるかと思う。滋賀の場合は、どうしても琵琶湖という話が出てくるがそのあたりはいかがか。

(オブザーバー)

○琵琶湖だけではなくて、お手元に観光パンフレットもあるが、現在、観光キャンペーンを7月から12月までやっている。これは「虹色の旅へ。滋賀・びわ湖」としている。琵琶湖はどうしても外せないが、滋賀県内全域でいろいろな取組をやっている。

○例えば甲賀の忍者も、伊賀の忍者とうまく連携してやっている。さらに人を呼ぶ方法はどんなものがあるかということをやっている。秋になるとモミジの季節では湖東三山などもある。琵琶湖とつながりながら、それ以外の地域もしっかりと売り出していきたいと考えている。また、最近、有名なのがびわ湖バレイだが、例えば小さなところで、ある地域のすぐそこから琵琶湖の見える場所がインターネットで有名になっている。ちょっとしたことで有名になることがある。

(会長)

○滋賀全体の広域の話があったが、今度は逆に視点を変えて、それぞれ地域ごとの取組の総体が滋賀の魅力になってくると思うので、地域の方のご意見を頂戴したいと思う。

(委員)

○資料5の12ページの「施策の展開方向」の「宿泊施設のさらなる魅力向上に向けた研究」

という項目で、五個荘あたりも他の地域と同様、空き家が目立っている。テレビで放映されている京の町家などは瀟洒でとてもすてきな宿泊施設にモデルチェンジして、観光客の増加につなげ、成功している。

- 金堂、川並という地域では風情のある庭付きの立派なお屋敷が空き家になっている状態である。現在、一般公開されている商人屋敷が3館あるが、そのお屋敷に引けを取らない物件である。活用が可能なら、京都あたりよりもはるかに落ち着いて、くつろげる宿泊環境の魅力が発信できる最適な地域と捉えることができるのではないかと考えている。しかし、空き家の物件はあっても家主様の想いと観光に携わる者の想いがマッチングしなければ簡単に成し得るものではなく、なかなか難しいが、京都あたりはとてもすてきな宿泊施設に変えておられるので、できたら滋賀県もそのような方向に持っていかれたらと考えている。

(委員)

- 今回、初めて参加して、こういった振興計画等を作るのは、事務局も総花的に作らないと色々なところから意見を言われることがある中において、尖ったものを出していくことが求められていて、大変苦労されていると思っている。
- そんな中、甲賀市は琵琶湖に面していないので他市に比べると琵琶湖と縁が遠い。仕方ない話だと思っているが、何かあると琵琶湖、琵琶湖と県はおっしゃる。近江の国と言えば、ある一面的な歴史的出来事という点ではなくて、近江の歴史をつないでいくとすれば、そこには各地域が関わったという面的な広がりを見せられるのではないかと考えている。
- 例えば当市でいうと、当然、東海道もあるし、忍者というキーワードでやっている。忍者はたぶん、いろいろな歴史的なところでは必ず関わっているのではないかと考えている。それがメインでなくてもいいので、どこか100あるうちの1でも2でもいいので、そこに忍者が現れていると、うちの地域の方もちょっと喜んでくれる。忍者は今、ジャパンクールコンテンツというか、必ずと言っていいほど、忍者は注目を頂いている。本来だとわれわれ甲賀市の場合、「甲賀流忍者」を二大メジャーの1つとして活用しているが、今、どこで忍者をやっても日本的な形なので、北海道で忍者をやってもたぶん、それは忍者になる。昨年、日本遺産に「忍者」が認定された。うちのストーリーでいくと本物志向となる。ただ、観光という面では、少し本物であるとは誘客という形でやっていけばいいと思っている。例えば、このパンフレットの全てのページに忍者がちょっと顔を出しているとか。メインでなくていいが、誘客、特にインバウンドで、必ず外国の方は興味を持っていただいていると思うので、ちょっとしたことをしていただくとありがたい。
- できれば、歴史を面的に捉えていただき、各地域の歴史的なものをつなげていただくこ

とで、各地域がつながると思っている。よろしく願います。

(会長)

○琵琶湖に面していないという立場の意見を頂いた。

○先ほどの「健康しが」という点でいくと、エコロジーで、住民の方と観光客のつながをどうするかという意見も最初の方で出ていたと思う。それだけではなくて、例えば観光とエコロジーを結び付けられるのではないかというアイデアでも結構だし、何かあったら教えていただければと思う。

(委員)

○以前、観光客のターゲットを高齢者と申し上げた記憶があり、今でも思っている。私もいろいろと事業をやってきた中で感じたことは、高齢者は金銭と時間に余裕を持っておられる方が多い。参加費を上げると若い人は来てくれないが、逆に高齢者の方が来てくださる。宿泊、経済効果ということがあがるが、一つ高齢者をターゲットにする。ましてこれから超高齢化社会という、あるいは長寿社会という中であって、もう余生という言葉はあまり好まれない、むしろこれから活動するという方があちこちに観光やツーリズムされるときに、高齢者は非常に大きなポイントになる。

○先ほど「健康」という言葉が出ていたが、健康は非常に大きな関心である。私も健康という言葉が観光という中で使われたときに何か行政用語のように響くし、先ほどの議論でもおそらくそういう感じに思われたのではないかと思う。しかし、健康とは、自然の健康、心の健康、全ての健康という意味で、非常に深いものを持っている。健康は、若い子にとってはむしろヘルシーとかヘルスという言葉の方がなじみが深いかもしれない。そうしたことを考えると、一つ、高齢者は大きなターゲットとして、これから考えるべきものであろう。

○それからもう1点、滋賀県は交通の要衝ということで、特色として東西文化の結節点というところがある。文字どおり、岐阜、関ヶ原あたりを境にもの見事に東と西で食や文化が変わってくる。その境界に滋賀県がある。私の住んでいるところ（長浜市）は明らかに北陸の文化圏に近い。米原に行くと東海の文化、大津の方は完全に関西、大阪、京都の文化圏で、そこでいろいろ大きな特色がある。昔あった3つの関所が大きく影響して今の滋賀県がある。今度の「麒麟がくる」もまさにそういうことだろう。滋賀県は、東西さまざまなところから寄ってきている文化がある。それをどうするのか。滋賀県は東西文化の変電所として、いろいろな文化を虹色に変えていくという考え方もあるのかと思っている。

(委員)

- 本学もさまざまな授業で、観光事業や環境、文化で学生にさまざまなチャンスを受けて、いろいろ取り組んでいる。前の意見にもあったが、人手不足はこれからいろいろなところで起こってくると思う。学生も金銭面が厳しい学生が増えている。アルバイトをやりながら自分の研究を進めるといふ、スケジュールリングに追われながらも自分の就職を常に意識しているというのが現状だと思う。
- そうすると、滋賀県にしようかなとか、滋賀県に行きたいなとかがそのあたりが難しいところだ。若い人材の状況を見据えながら、彼らが次の時代をつくっていく上で、あれもこれもではなく、滋賀県が大事にしていることをきちんと伝えていくことが、彼らが魅力ある場所で仕事をしようと思うことにつながると感じている。
- 私は「健康しが」というコンセプトをしっかりと大事にしたいと考えている。暮らしあつての滋賀県だと思う。暮らしそのものに魅力があるということは前回からもお話しされてきたと思う。プライオリティーを付けるならば、そこをしっかりと見据える。いい状況にあるから、さまざまなドリームプランが出てくるが、今こそ足元を固める。どうやって持続できる暮らしをきちんと保てるのか。いろいろなことに手を出して、持続できない状況に陥らないようにしていくことが大事である。
- 「健康しが」をみんなで意識していて、来る人にとっても健康のイメージで、住んでいる人がそもそもが健康で、豊かな生活を送っているということを見せていくという原点に立ち返るべきだと考えている。滋賀県では、外国人の宿泊が減っているが、人数を気にするのではなく、原点に立ち返りながら、人手不足の中で誰が次の状況をつくっていくのか、われわれ世代がしっかり考えて、観光事業をもう一回、見つめていくことも必要ではないか。消極的に聞こえるかもしれないが、今こそそのことも考えておくべきかと思う。

(委員)

- 城では姫路城が建物で世界遺産となっている。彦根は建物だけではなくて、堀やその周囲の町並みも含めての世界遺産にしたいと思っている。私自身は彦根で生まれ育ったので、彦根の町をどうやって残していくか、まちづくりも含めて、何とかしたいという思いがある。比叡山は世界遺産だが、京都というイメージがすごく強い。彦根城は世界遺産暫定登録になってから二十何年、進んでいない。今、市民も参加して進められるところまで来ており、何とかしたい。そうなれば、彦根だけではなく日本の地図のどこに滋賀県があるのか、もっと認知していただけるかと思う。それが、今の観光にもつながるし、生活経済の発展にもつながり、滋賀県が打ち出している健康、体の健康だけではな

くて、経済の健康など3つの健康にも関連することだと思う。無理だという声も多いが、皆さんの協力もお願いして頑張っていきたいので、よろしくお願いします。

(委員)

- 今、彦根城の世界遺産の話が出たが、周辺の何を世界遺産にするか、というのが非常に難しい。誰も十数年かけてやれなかったことをやろうとしておられ、とても感動している。
- 先ほどから人の往来とか交流という話が出ているが、滋賀県は北陸道があり、長浜から北陸文化が入ってきた。もう一方では三重県から通じる東海道。甲賀、水口、草津へ来て、京都の三条へ行く。もう一つは中山道である。これは岐阜の方からずっと入ってきて、彦根、愛知川から、近江八幡に行って、守山、それからずっと来て京都の三条に通じている。
- 江戸と京都を結んでいるものが、今もそのまま残っているのは、私の知る限り、滋賀県だけ。時折、中山道をグループでウォーキングをされている。これも一つの面白い例だと思う。それも財産だ。琵琶湖も大事だが、歩いて健康とつなぐ部分である中山道、東海道、北陸道もうまく使えば、その辺の史跡巡りも入れて面白いのではないかと思ったので、提案する。

(委員)

- 最初に、京都からどうやって山を越えたらいいのかという話があった。戦国武将たちはこの山をどうやって越えて京都に行こうと考えたのか。彦根城、安土城と滋賀県にはお城が多いのもそうであるし、中山道とか、東海道など街道の要所も滋賀県にある。それを今でも体感できる。例えば、京都まで戦国武将と同じ気持ちになって比叡山を歩いて登って下りて体感することもできるような状態で残っており、いろんな時代を滋賀県で体験してもらうために訪れてもらうことができる。また、びわ湖パノラマウオークや、比良比叡トレイルなど山を周遊できるトレイルコースなどもある。「健康しが」ということで、ヘルスツーリズム、スポーツツーリズムなど、いろいろなことが関連して、この滋賀県で歴史や、風景などを体感しながら体も動かせて、おいしいものも食べられるという形を、皆さんに分かりやすく説明できるようなコンテンツをつくると、他とは差別化できると思う。

(会長)

- 他にいかがか。それでは、オブザーバーの方からもご自由にご発言いただきたい。

(オブザーバー)

- 関西全体でというと、観光について、3つの課題を持っている。一つ目は受入環境整備である。外国人の方という観点から多言語表示、Wi-Fiの整備、手ぶら観光、トイレの洋式化。これは滋賀県も順次、進められている。二つ目が消費拡大。モノ消費からコト消費に移行している。日本独特の体験とか、夜の観光についてもナイトツアー等をどんどん推し進めなければならない。三つ目が広域周遊ということで、まさに京都の山を越えるというところに結び付いてくると思う。滋賀県に限らず、奈良県、兵庫県、和歌山も含めて、皆さん、同じお悩みをお持ちだ。われわれとしては、もう京都まで来ているのだから、京都プラスワンでいいのではないか。そこからもう一つ、どうやって滋賀を選んでもらえるかが課題と思っている。
- 観光庁が設置されたのが2008年10月でちょうど10年経つ。観光庁は、国土交通省の外局で、気象庁、海上保安庁と同じような形である。気象庁や海上保安庁はちゃんと出先機関があるが、観光庁にはまだ出先機関はない。近畿運輸局は国土交通省の出先機関だが、その中に観光部が設置されている。そこで非常に人数も少ない中、やっている。なぜこの話をしたかという、例えばマスコミの方にも近畿運輸局が観光庁の出先だったのかとたまに聞かれるので、そこは宣伝させていただこうと思った。
- それから、あと2点、近畿運輸局の観光の取組をお話する。一つは関西リバイバルプランで、8月まではインバウンドを中心に、ずっと外国人の方がたくさん来ていたが、9月4日に台風21号が来て、関西国際空港が高潮、またタンカーの連絡橋への衝突により被害を受けたことで、空港機能また空港アクセスはもとより、関西の観光事業にも大変大きな影響があったと認識している。関空自体は順次、関係者の皆さんのいろいろなご努力のおかげで、9月18日には鉄道の再開、21日には旅客ターミナルを一応、全面再開というところで回復に至った。
- そこで、国土交通省と観光庁では関空の旅客ターミナルの再開を機に、訪日外国人の方の早急な回復のため、関西の多くの企業、団体様の理解と協力を賜って、関西インバウンド観光リバイバルプランを取りまとめて、約1ヶ月間を集中期間と定めて、ウェルカム・関西・ジャパンキャンペーンを開催した。
- 例えば、広域DMOの関西観光本部が2分間のビデオを作成した。例えば、JRさんの車両の車内のテレビに流していただいたり、大手私鉄の大きな駅舎のテレビのビジョンがあるところで放映していただいた。日本の技術によって、ああいう衝突事故があったにもかかわらず早期に回復したことを海外の方にPRさせていただいた。
- 本日出席されている方にも、われわれからイベントを呼びかけたところ、当初から賛同いただいた。この場をお借りして、お礼申し上げます。

○もう1点、この10月から自動車のご当地ナンバーが始まる。近畿では3県しか賛同していただけなかったのだが、滋賀県には賛同いただいた。また今後ともよろしくお願ひしたいと思う。

○10月1日時点の集計では、滋賀県は233件、新しい琵琶湖の絵面が入ったご当地プレートを付けていただいている。これが全国41個の地区で図柄入りナンバーを導入されて、滋賀県は14位。いい線を行っているかと思う。滋賀県の自動車登録数はざっくり約80万台あるので、80万台の233だから、まだこれからだ。ぜひせつかく導入していただいたので、ここにおられる方も滋賀県在住であれば、一つ考えていただければと思う。

○そのナンバープレートについては1,000円の寄付金をお願いしている。その寄付金は交通改善、また観光振興などに活用されることになっている。プレートなので、陸運支局に車を持ち込んでいただかないといけないという、ちょっと面倒なところがあるが、ご自分でされるなら8,240円のプレート代と寄付金1,000円以上で済むので、ぜひよろしくお願ひする。

(会長)

○いろいろなご意見を頂いた。いろいろなご意見を頂いた中で、マーケティングは非常に難しいと思う。次の1ヶ月しかない中で、今日頂いた意見をどうまとめていくかというのがものすごく難しいと思う。こういう点は一番ポイントになるのではないかというお気付きのところがあるかもしれませんが、ご指摘いただければ、事務局もまとめやすくなると思う。いかがか。

(委員)

○個人的には、いろいろな魅力がある地域で、それをいろいろな方がおっしゃるからこそ、多面的な魅力があるのだが、伝わりにくいという課題が全体の認識かと思っている。マーケティング的には複数のターゲットを置いても全く構わないと思うが、それぞれに違ったやり方を取らなければいけないのが基本的な課題だと思っている。そこをうまく整理できれば。

○戦略が9本は多いのではないかという会長の話もあったが、活動が多面的になればなるほど、それだけリソースがかかるのが、別個の活動としてやる必要がある以上、課題になってくるので、先ほどご発言であったように、人材の問題が全体を通して気になるという印象を持っていた。

○私は大学の人間として、大学が複数ある地域であることも特徴的だと思っている。大学も、高校でも全国的に教育のやり方はアクティブラーニングにシフトしている。むしろ

若い子はかなりそっちへ置き換わっている。大学として、そこに対応しなければいけないというプレッシャーがかなりある。

○一方で学生の関心としても、地域課題やまちづくり、ボランティアに関心がある子が、私が学生だった時と比べて、かなり比率的に増えているという認識を持っている。大学ができる仕事はあまりないが、私たちは研究者として、そもそも滋賀県は地域資源が豊富な土地であると思う。おそらく住んでいる方はそれを当たり前のように享受、実感していて、そこに4年間住む学生さんがどれぐらいそれを共有できているかというのは、彼らにとってもすごくもったいないことだと思っている。滋賀ならではの文化や歴史、魅力を、おそらく外から来た子の視点も含めて、大学の何らかの活動として、それを言語化して、それを発信するところにはおそらく4年間いる学生たちにもできるかもしれない。

○あと、ここで仕事を見つけて根付く人が増えてほしいという意味でも、4年間の間に自分たちで地域の観光の魅力を見出すことに携わらせていただくのはすごく必要だと思ったので、人材不足の問題と併せて関わらせていただけたらと思っている。

(会長)

○先ほどの人手不足という点で、ある意味、一つの解決方法になる話かと思う。

○予定の終了時間がほぼ近づいてきたが、もし何かあればご発言いただければと思う。

(委員)

○長浜は外国人観光客が3万3千人ぐらいである。宿泊者数全体が41万人だが、外国人の宿泊者は1万人減少している。7月9日に設立総会をして、今、県の認可待ちだが、NPO北琵琶湖インバウンド協会というのをつくって、タイ、香港、台湾、上海に滋賀銀行の現地支店があるので、その協力を得ながら向こうのエージェントに直接、売り込みに行くという事業で、すでに何回も行っている。

○新しい要素として、米原市の事業者がイギリスの有名なヒツジのキャラクターの権利獲得をされて、来年春に開業の予定で今、進めている。あとはスキー場。そして、長浜の黒壁。長浜全体と連携しながら、外国人に提案をして、宿泊滞在型で、長浜で1泊2日になるかもしれないし、それを3泊4日にして滋賀県全域を回れるようなコースという提案を今、進めている。またいろいろなご助言があったら、よろしく願います。

(会長)

○大変先進的な取組をされている。それもどうやって今後、生かしていくかということに

なろうかと思う。

- 今日もまた多岐にわたるご意見を頂いた。今まで積み重ねた議論に加えて、今日、頂いたご意見を何とか反映させる形で、先ほどあったように、11月22日に次回を予定しているが、そのときに形として皆さまにまたお示しさせていただいて、ご議論を継続していただきたいと思う。できるだけご出席にご協力賜るよう、よろしくお願い申し上げたい。

辻井理事（観光交流局長）あいさつ

- 会長様をはじめ、委員の皆さまにはお忙しい中、お集まりいただきありがとうございます。日々のお暮らしやお立場の中から、日頃、お感じの大変貴重なご意見を賜った。大変知名度の高い京都や大阪、また東京から、何とかして滋賀県にたくさん来ていただきたいという思いがある。本当に京都からは新快速では9分である。この課題は同時に可能性と考えている。
- 今後とも、皆さまには大変お世話になるが、さらに議論を深めて、新しい滋賀県観光振興指針をより良いものにまとめていきたいと考えている。引き続きご協力いただくよう、よろしくお願いしたい。本日は誠にありがとうございました。

<閉 会>