

第1回 滋賀県観光事業審議会 議事概要

1. 日時:平成24年11月26日(木)10:40~12:40

2. 場所:滋賀県公館ゲストルーム

3. 出席者:(敬称略 50音順)

- 委員:今井 克美、上田 洋平、遠藤 糸子、王 小娟、大澤 恵理子
北川 宗忠、佐藤 郁子、佐藤 祐子、塚本 八重子、戸祭 達郎
中井 保、贄川 美代子、西本 柳枝、前田 正久、松井 徹夫
- オブザーバー:梅染 昭子、加藤 新輔、北沢 繁和

1. 開会

嘉田知事あいさつ

- 今回皆様には委員にご就任、ご快諾を頂き心からお礼を申し上げたい。
- 観光産業については、製造から交流から文化的なところまで横に繋がる裾野の広い産業だと思っている。特に滋賀では、潜在的に自然の力、歴史文化、まだまだ見えないものが沢山ある。そういう中で、その発掘をして振興を図る地域経済への波及効果、雇用の創出につなげていくことは、まさに今求められている地域活性化、内需の拡大に大きく繋がるものと考えている。
- あわせて住民にとっても、経済、雇用だけではなく、その魅力に改めて気づくことで、滋賀のあるいは自分たちの地域の誇りを育てることも、何よりも大切だと考えている。
- 滋賀県は日本一の琵琶湖を中心にして大変豊かな自然環境に恵まれている。琵琶湖周辺に広がる開放的な水辺の空間は、ウォーキング、サイクリング、あるいは湖上のクルージングなどを通じて、直接体感できる場でもあるし、そこにいて心が和む場である。
- 水との関わりの中で培われてきた県内各地で今も息づく生活文化。例えば縄文、弥生の時代から、びわ湖の魚を食してきた伝統が今も生きる、そして水道がない時代から湧き水や井戸水を使ってきた歴史が今でも生きている。
- 滋賀県は人類の歴史を縦に同時代に生きている。狩猟採集から現在の情報社会まで。しかも情報の普及を見ると、例えば光ファイバーの普及率は東京をこえて全国1位にな

っている。そのようなところから、滋賀の持っている深さというところを知って頂きたい。これが、観光指針への基本的な思い、メッセージである。

○県としては、このようななかで、平成 21 年 3 月に「新・滋賀県観光振興指針 近江の誇りづくり観光ビジョン」を作ってきた。ここでの基本方針は観光交流時代における新しい滋賀の創造と発信である。

○3 点の基本的な目標があり、1 点目は「滋賀の認知度の向上」、2 点目は「滋賀の特性を活かした国際観光、滞在型観光の推進」、3 点目は「観光交流の活性化に向けた受け入れ環境の整備」である。そういうなかで滋賀ならではの観光ブランドの創造、発信をはじめ、5 つの戦略に沿った取り組みを、関係者の皆様とともにすすめることとし、これまで 3 年半にわたり取り組んできた。しかしながら、大変残念なことに、依然として滋賀県の認知度がなかなか高まらない。私達が誇りをもっている、なかなか外に広がっていかない。このような課題がある。

○ただし、昨年は、大河ドラマ「江」の影響があり、平成 23 年の観光入込客数は過去最高を記録しているが、その後はまた減少傾向が続いている。

○そういうなかで、現在の計画期間の満了を迎えるにあたり、これまでの環境の変化、あるいは観光振興の取り組みの分析を行い、今の時代、これからの時代に、滋賀らしい観光振興に向けてどのような指針を改定したらよいか、皆様にお知恵をお借りしたいと思う。

○滋賀県の観光振興においては、訪れて下さる方が、良かった、印象に残る、また来たいと思って頂くだけでなく、受け入れる県民も共に喜び、そして自分たちも誇りをもって、地域に暮らすことの未来に対して夢が持てるような、事業者、県民、行政が一体となった、方向を目指して参りたいと考えている。

○指針が、このような観光振興を行うにあたって具体的な方向性を示すように、ぜひとも皆様のご経験、またそれぞれのお知恵をお借りさせて頂きたいと、委員の皆様をお願いしたい。

会長の選任

会 長：北川 宗忠 委員

会長代理：戸祭 達郎 委員

会長あいさつ

○生まれも育ちも滋賀県、そして今も滋賀県民である。

○滋賀県の観光事業、観光産業の発展に、ひとりの県民として大いに期待を寄せている。前回に続いて委員にご就任の方々、より一層の、そして今回から委員にご就任の皆さんは、ご自分の所属や立場からのご意見、ご自身のご意見等、どんどん意見を出して頂いて、この審議会をまとめさせて頂こうと思っている。

諮問

○嘉田知事より北川会長に「滋賀県観光振興指針の改定にあたっての基本的事項について(諮問)」が行われた。

議題 1. 滋賀県の観光をとりまく現状について

(会長)

○今回は最初の審議会なので、それぞれのお立場から滋賀県の観光事業に対する印象や、お考えをお聞きしたい。5名ずつご発言を頂き、後に知事からコメントを頂く。各委員には、これから審議会での検討を始めるにあたり、「現状認識」あるいは「夢」など何でもよいので、よろしくお願ひしたい。

(委員)

○昨年は大河ドラマの関係で「江・浅井三姉妹博覧会」を開催した。合併した旧1市8町エリアにまたがる初めてのイベントとして、郊外に3会場を設けた。広域的に取り組んだ結果、長浜市の滞在時間が大幅に増えた。これまでは街なかだけでやっていたので、どちらかというと「立ち寄り型」だったが、今回は宿泊や食事も大幅に伸びて経済効果も大きかった。

○小谷城にて語り部ガイドに史跡をご案内頂いた。何も無いお城なので、語り部ガイドの説明を聞いて観光客は満足をしており、語り部ガイドも自分達の活動に誇りをもって取り組んで頂いており、地域の活性化につながったと考えている。

○今年も「戦国大河ふるさと博」において、賤ヶ岳や竹生島にも語り部を配置してご案内を頂いており、昨年のような賑わいはないが、博覧会前の状態より多くの方にお越し頂いている。竹生島は非常に沢山の人にお越しいただいております、船も満席の状態が続いていると聞いている。

○2014年の大河ドラマが「軍師官兵衛」に決まり、昨日、長浜市、姫路市、瀬戸内市、福岡市、中津市が出席したサミットがあり、今後連携してやっていこうということで話し合いを進めている。

○滞在型を目指していくと、単独の市町で取り組んでいると限界があるので、市町と連携をとりながら、県にもリーダーシップをとって頂いて、指導や補助金を頂きながらやっていきたい。

○観光圏の認定においては、日本一といえるブランドがなければ観光圏として認められないようになってきているので、滋賀県はやはり「びわ湖」なので県の力を頂きながらもっと多くの市町と連携して進めて行きたいと思っている。

○来年、福島にて「全国城サミット」というのが開催されるが、その次の年に滋賀県はどうかという話しも頂いているので、もし取り組みができるのであれば、前向きに進めて行きたいと考えている。

(委員)

○県立大学で地域文化学を勉強している。「文化は恵みのめぐり合わせだ」ということで、地域の資源を発掘して、それをつなげて地域の誇りづくりをするお手伝いをしている。その立場から発言する。

○「世界が知っている滋賀を、日本はまだ知らない」のではないかと。韓国や中国の人々から「滋賀県で研修したい」、「滋賀県の環境文化について勉強したい」という話を頂いている。いろんな時代の文化が縦走的にあり、ローカルな文化が見直されているなかで、滋賀の文化を見たいという方々は沢山おられる。各所の数字が乗らない所ではあるが、ご案内させて頂いている。

○「滋賀を観光する」というより、「滋賀を経験する」という人が増えてきている。「ガイドブックやテレビと見ていたのと同じだった」とかの感想ではなく、「滋賀へ来て体験したことで、来る前と来た後で、ものの見方が変わった」という感想を言ってくれる人が割と多くなっているのではないかと。巡礼に近いというか「ビワイチ」もそういう部類になると思う。

○色々な地域の文化を勉強していると、「恵みの消費者」だけではなく、「一緒に美しくしていく、一緒によくしていくパートナーとしての観光客」もあると思う。

○大学が集積しているので、学生という「恵み」を使っていく。あるいは、学会をもっと活用出来るようにするべき。大学においては、地域を誇れる人を育てていくということも遠い目で見て、観光に必要ではないかと考えている。

(委員)

○近隣（三重県、福井県、京都府など）から車で観光に来る人も多いと思うが、滋賀県へのアクセスがまだまだ完璧ではないと思う。

○大津で店を経営しながら観光の現場を見てみると、観光客は増えていると思うが、高齢者が多い。高齢者は朝が早く、ホテルの宿泊客でも暗い内から散歩を始めている。神社仏閣は何時から開くか、コーヒーが飲める店はあるかなど聞かれる。できるだけ早い時間から商いをはじめることが観光客へのおもてなしにつながるのではないかと。高速バスが6時半についても行く所がない。

○観光地は冬は寒いし、夏は暑い。散策したときにほっと落ち着いて休憩できる場所があれば良い。お客様を暖かく迎えるために、「良い旅行をお祈りしています」「どうぞ気をつけて下さい」などと店でも言わせている。最近はやそへ行ってもそういう雰囲気になってきており、言われるとうれしく思う。

○観光客が滋賀県にきて帰る時の感想が気になる。どういう追跡で調べるのか、県はどういう集約をしているのか気になっている。

(委員)

○関西国際空港 1 階の到着ロビーにて観光案内を行なっている。年間 6 万人の来訪者がくる。外国人は 7 割、日本人は 3 割。昨年は地震の影響を受けて、全国的に訪日外国人が減少している中で、一番最初に回復したのが関西国際空港。LCC が就航したことにより、来訪者がものすごく増えている。特に東南アジア（マレーシア、インドネシア、タイなど）からの訪日観光客がものすごく増えた。

○LCC で来るお客様は、ほとんどが初めて日本に来るお客様。6 割〜7 割がまず周遊パスを買って京阪神を中心にまわる。パスがあるかないかで、行き先は大きく変わる。この周遊パスをうまく利用してお客様を取り込むようにすれば良いと思っている。

(委員)

○滋賀県といえばやっぱりびわ湖。「びわ湖しかない」というほどびわ湖。何年か前に「びわ湖、お預かりしているのは滋賀県です。」という素晴らしいコピーがあった。この言葉はインテリジェンスもあるし、文学的な言葉だし、素晴らしいと思う。しかし、逆に言うとなぎて一般的なではないと思う。大好きな言葉ではあるが、びわ湖をアピールするのにもう少し別のコピーがあってもいいのではないかと考えている。

(知事)

○長浜市では観光面で、合併をしたことによる「合併効果」が出たのではないかと。それも地元のかだと思ふ。地域学芸員が語り部として活躍していることについてますます発展をさせて頂きたいと期待している。

○「世界が知っている滋賀を日本・滋賀が知らない」というところでは、例えば「幸せの経済学」をやっているヘレナさんがびわ湖に来たところ。世界の知っている滋賀を日本や、県民にも知ってもらいたいと上田さんには拠点活動をしていただいているところで、期待している。

○京都では朝 7 時にお店がオープンしている。ただ経営する側は大変だが、現場とのやりとりを審議会の中で行って頂ければ思う。

○実態がどうなっているのか知りたいということで、観光動態調査があるが、訪日外国人の中で、台湾が圧倒的に多くて、そして中国。アメリカ、ヨーロッパまで広がっている。

ない。団体ツアーで、まだまだ個人には繋がっていない。そういう意味で周遊パスにも期待したい。

(委員)

○JR の周遊パスは、今までは姫路～山科までだったのだが、今年4月から新たにワイドエリア版が出て敦賀まで行ける。滋賀県も回れるようになった。

(知事)

○「びわ湖、お預かりしているのは滋賀県です」というマザーレイクのコピーは確かに固い。命の水をお預かりしているという行政的な面がある。観光面からどういうコピーが必要か、具体的にご意見を頂けたらと思う。

(委員)

○1点目が、認知度が低いという話があったが、実際のところ、びわ湖や、滋賀県の文化財、自然に対しての認知度は低くない。しかし、それらを実際に体験するプログラムや集客イベントが具体的に伝わっていないので、観光客がよくわからないというのがあるのではないか。

○2点目が、旅の地産地消という言葉があるが、滋賀県は人口増加県であり若い方々もいるので、こういった人たちが旅行に行くように支援を頂きたい。例えば、住民登録時に、家族旅行の割引券を渡すなどで、若い人が県内をまわるきっかけづくりをしてほしい。

(委員)

○おごと温泉の旅館で受け入れをしている立場として。滋賀県には、文化スポーツ、自然、芸術などいろいろなものがあり、その中心にびわ湖がある。それを発信する際に、情報が分散されている。びわ湖が真ん中にあり、各市町が分離しているので、情報が往き来するのに時間がかかるのかと思っている。先日もおごと温泉にてウォーキングのイベントを行った。大勢の人が関われるイベントとして進めているのだが、例えばそれひとつとっても雄琴でやっているという情報が、県全体に伝わっていないので、情報発信力が足りないのが現状だと思う。

○資料3の15ページの資料を見て「なるほど」と思ったが、おごと温泉の当館では宿泊客の70%が近畿からお越しになる。まずは地元の人に滋賀県の良さを知ってもらって、郷土愛を育み、住んでいる人たちが観光に来られた人たちに滋賀県の良さをアピールす

るという情報発信力の育成も魅力ではないかと思うし、事業者としては、地元での雇用を促進するという事で観光産業の発展に繋がってくることだと思う。

○お客様を呼び込むためには交通アクセスをはじめとした、インフラ整備も重要ではないかと思う。例えば今日だったら雄琴から大津まで少し混んでいただけで40分かかった。距離にすると大したことがないが、京都だったら40分あればあちこちまわれている。インフラ整備はお金のかかるお話ではあるが、これしかできないという議論ではなく、お客様のニーズにどうあわせていくかという所に焦点をあてた取り組みをぜひやって頂ければと思う。

(委員)

○ボランティアガイドをしているが、近江商人については「三方よし」という言葉は良く知られているが、近江商人自体についてのPRは十分ではないと感じている。

○東近江での農村を巻き込んで体験型の民泊をしているが、民宿と民泊の境界線が理解できていないが、滋賀県ではどういうふうに定義しているのか。

○ボランティアガイドでは研修会を通じて会員同士のネットワーク作りをしているが、自分たちの地域の事は自信をもってお話ができるが、隣の市などについては、自信をもってお話できない。中山道横断など、お客様は広域に来られるので、広域的に勉強できる講座などを県で検討して頂ければと思う。

(委員)

○3つのツーリズムを提案したい。1つ目が研究分野である健康ツーリズム。2つ目がスポーツ観光。ウォーキングやマラソンなどスポーツと観光を結びつけるもの。3つ目がユニバーサルツーリズム。高齢者や障害者のツーリズム。こういった分野で自身の知識や体験がお役に立てれば良いと考えている。

(委員)

○前回の基本方針は良いものができた。さて、これからどうするかというところが、前回の委員会の最後だった。1つは戦略性の疑問。これからどうするか、誰がやるのか。ビューローしかないけれど、どうかという不安を持って終わっている。前回も発信力の問題になった。良い物があるけど知られていない。日経リサーチの地域ブランド力の結

果やじゃらんの統計調査の順位が非常に低いなど。

○前回の基本方針がなぜ実行されないのかというのが、今回のテーマであると思う。いくら良い基本方針を作っても実行されなければ意味がない。今回は文学的な話よりも、理科系の話。経済界でも地域活性化のためには地域のマーケティングが必要だと常に申し上げている。科学的な手法で地域活性化が行われていない。これはなぜかを問わなければ観光振興はうまくいかない。4年後にも「良いものがあるが情報発信力がない」という同じ議論をすることになると思う。具体的に地域をマーケティングし、どう売り出していくのかという戦略論をこのなかでやらなければならない。またそれを誰がやるのか。キーワードは「ネットワーク」だと思う。滋賀県のいろんなステイクホルダーがまとまって、みんなと同じ思いを持ってやっていくのがキーワードだと思う。

(知事)

○かなり共通のご意見をいただいている。認知度、発信力など。

○民宿、民泊の違いなど、具体的には事務局にて取りまとめをしたいと思う。情報発信、講座の問題などは今後も検討して行かなければならないと考えている。

○健康ツーリズムなど、新しい分野は今後展開を考える必要がある。まずはびわ湖を使って考えていきたいと思う。

○計画を具体的にどうやって落とし込んでいくか。どういう実行体制を作るか日々悩ましい。ぜひ審議会で検討頂きたい。ベーシックなところは、みんなが「出しゃばって発信をしていく」のが良いのでは。滋賀の人は奥ゆかしい。100 あったら 50 しか言わない。100 あったら 150 言うくらいの県民性を養っていく。3年～4年では無理だが。大阪の発信力は「出しゃばって発信をしていく」姿勢による。「良いものは良い」と、地元の人が発信していくことが必要であると思っている。

(委員)

○夫が城が好きで日本百名城をまわっている。名所は1回見たら満足であるが、人とふれ合ったり親切にしてもらうと、もう1回行きたくなる。四国の人「お接待文化」があり、「旅人ウェルカム」で、誰に聞いても親切に、それこそ全身で教えて下さる。これは千年以上もの間で培われた文化。いきなり真似はできないと思うが、滋賀県でも誰に

聞いても親切に教えてもらえるように、全員がボランティアガイドになれるくらいの状態がよい。しかし、ボランティアガイドは、知識があり余暇がある人のイメージで、ハードルが高い気がする。ハードルを下げて、例えば外国語を勉強している人は外国人と喋りたいと思うので、手軽にできるボランティアガイドがあれば良いと思う。

○地元の人が、地元が凄いことを知らない。すぐ隣に住んでいる人が実は凄い職人さんだったりする。そのようなことを他の人に知ってもらえるように、地元のマップ作りのコンテストを毎年実施するなどして、底辺がひろがると面白いのではないかと思う。

(委員)

○大きな流れでは都市型観光と自然を体験する観光にわかれているけれど、どちらか、というのではなく、消費者はどちらも楽しむ術を身に付けている。前の資料では自然を求めて滋賀県にやってくる人が多かったが、何をイメージしているのか。やはり滋賀県では第一次産業がもたらす自然景観を見直して、それらを守り、子ども達に伝えていける努力と施策をとっていかなければならないと思う。

○情報発信についても、見どころや食べ物、行事だけを言うのではなく、日常の暮らしの中から旅人が見つけていくもの。滋賀における日常の暮らしに歴史とかが加わってくる。それらが全て滋賀の魅力である。足元の文化を見つめなおしたところから観光を考えていかなければならない。

○目標は大切だと思うが、何を具体的に展開していくのか、具体的にしていけないといつまでも情報発信ができないなどの議論になってしまう。

○新聞記事のローカル版をマスコミに、認知度向上のために配ってほしいとお願いしたが、著作権の問題で難しいと言われ、結局1回しか送られてこなかった、しかし、三重県や岡山県、鳥取県は地方版をコピーして送られてくる。観光のイベントや施設ができたなどだけではなく、暮らしの文化を出すことで認知度はあがっていくと思う。観光が観光の範囲にとどまっていれば認知度向上につながらない。暮らしの文化を見つめなおしてほしい。

(委員)

○観光とコンベンションは表裏一帯という意見が多いが、現実にはコンベンションに携わるなかで、そうは思わない。なぜならコンベンションには観光の要素はあっても観光にはコンベンションの要素はひとつもない。また世界のコンベンションの誘致条件の中に、観光資源があるからという条件はベスト 10 にも入らない。行政の組織でコンベンションビューローができて、もともとはコンベンションビューローと観光協会があったのを組織上一緒にしてしまい、表裏一帯という方向で動いている。

○目標を 20 件ということだが、そもそも地方都市は件数を追うべきでないというのが私の持論であるが、そもそもいくら考えても大阪や東京にかなうわけがない。それよりも「滋賀県がどういうコンベンションを誘致するのか」、「何のためにコンベンションを誘致するのか」をもう一度認識してもらうことが大事。大阪の国際会議場がよく取り上げられており、年間利益が 2 億くらいだが、普通の地方都市ならこれで良いのだが、大阪では国際会議がわずか 4 %程度のため、これを増やしたいと言っている。滋賀県についても国際会議をやるのか、国内会議をやるのか、または、なぜ国際会議でなければならないかを議論しなければならない。最終的にはコンベンションは産業振興政策になると思う。

○観光については、LCC から 3 泊 4 日 3 ~ 4 万円の客が来ても役に立たないのではないかと考えている。ホテルにおいても最高級のホテルと、格安ホテルとハッキリと二分しており、真ん中が大変苦勞している。滋賀県においてもどういう層の観光客に来てほしいか、誰でも良いのか。そういう論理をまとめていきたいと考えている。

(委員)

○2 点感じることもある。1 点目が観光は経済効果が波及するという話があるが、団体のお客様がバスで来ても、点と点をまわるだけで地元にはお金が落ちていなかったりする。地元にお金を落とすには滞在時間を伸ばす必要がある。そのためには個人のお客様が気軽に来られるようにしなければならない。滋賀県は良い観光地があるが、駅までは行けるが、その後にタクシーでしか行けないなど、車でしか回れない所も非常に多い。今後高齢化していくことも考えると、公共交通を使ってまわれるベースを作っていく必要がある。

○2 点目は、関西は近隣に魅力的な所が沢山あるが、九州や東京の人からすると、関西

に行くが滋賀に行くということは少ないということ。旅行会社のパンフレットを見ても滋賀は小さく、おまけみたいになっている。関西の中での競争に勝たないと、近くまで来ているのに、滋賀には来てもらえない状況になってしまう。観光圏の話にもあったが、「では滋賀の売りは何なのか」を考え直さなければならないと感じている。

(会長)

○前回でも話しがあったが、観光の分野は多様化している。ここは商工観光労働部の観光交流局だと思うが、それだけではあわないこともある。例えば健康ツーリズム、エコツーリズム、スポーツツーリズムなど国でも管轄が違う。サイクリングは経産省になっていて、こういう審議会をやって、そういうところの情報が入ってこない。県ではそういう面での意見の交流をやっておられるのかどうか。観光客が増えた、減っただけでは戦略を議論できない。そういう情報がないと審議会をすすめる上での現状把握にならないと思うが、知事のお考えをお伺いしたい。

(知事)

○滋賀はレイクサイドのお城が多く、これらは「ビワイチ」のブランドにもなるので、みんなで育てていきたいと思う。

○情報発信が足りないとのことで、今後、担当からまとめてお届けできればと思う。生活文化については、滋賀県が知らないけど世界が知っている。カバタや里山、また幸福の経済学のローカライゼーションであったり、県庁職員がその価値を知らなければならぬ。もっと育てていきたいと思う。

○コンベンションと観光は確かに違う。それぞれ命題をクリアにする必要がある。一方で北川会長がおっしゃったように、横にも繋がなければならない。縦に深掘りして横にも繋ぎ、「T字型のつながり」を作りたい。そういう意味でコンベンションはT字の要になるが、なかなか数が増えていない。なぜなのか、今後の分析を行う。京都はまた国がお金を入れて施設を作ることなので、びわ湖ならではの戦略で効果があがるようにしなければならない。

○確かに、関西の中でも「競合関係」にあり、そのなかで存在感を示す必要がある。3年〜4年前に中国に行ったのだがほとんど滋賀は知られていなかった。存在感はなかった。2年前に関西広域連合ができた際に、関西全体のインバウンドで滋賀の個性がある

ので、関西全体の中で存在感を示せるかもしれないと思っている。滋賀はスポーツツーリズムや農村体験であったり、このごろは香港に近江牛や近江米を売り込みに行っているが、フードツーリズムも次の展開として潜在的に需要があると感じている。

○皆さんこれだけ知恵がある方々なので、会長にまとめて頂けたらと思う。それぞれ不十分なところがあるが、情報は共有しているので、次のステップを踏ませて頂けたらと思う。

<嘉田知事、西本委員退席>

資料にもとづく説明

資料説明

事務局より資料3～5について説明を行った。

質疑応答

事務局の資料説明後、質疑応答を行った。出された意見の概要は次のとおり。

(委員)

資料4の2で、各市町のブランドの創造と発信とあるが、ここに書いていない市町は情報の提供がなかったという認識で良いか。

(事務局)

情報提供をお願いし、回答があったものを項目ごとに書いている。項目がなかった分については、残念ながら情報提供を頂けなかった。

(委員)

○今回はそれぞれの数値目標はあげるのか。もしあげるとすれば、それに対してどう進めるか、達成するか、どういうことをやるのかまでいかないと、数値目標を作る意味がないと思う。

(事務局)

○数値目標を作る、作らないということについては、審議会で議論をいただくテーマの

ひとつと考えている。現実的に見ると、前回の数字を見ると非常にばらつきがあり、コンベンションの達成は10%だったりする。観光の数値は県の施策だけで決まるものではなく、市町や民間のみなさんの取り組みの総体としてあがってくるので、それぞれの取り組みの効果を把握するのは非常に難しいと考えている。もうひとつが、外的要因が大きく左右することで、やはり個別の施策の成果の評価がむずかしい。さらに、目標を作るのはいいが、誰が何をしていくのかという、今後の役割分担の話につながってくると思うが、その部分は非常に重要だと考えている。

(委員)

○前は数値目標の話が出たが、それぞれの合計数値だからとあまり真剣に議論しなかった。具体的にどう進めるかというところが重要。

○今回は県の観光振興の基本指針ということで、県がすべきことを議論している。その大きな基本戦略のなかで、市町村や民間がすべきことを整理しなければならない。いろんなステイクホルダーがいるが、県がしていくことは何か議論しなければならない。先ほど知事が言われたように、なぜ認知度が低いのかというと、大阪や兵庫との差別化がなされていないから。「滋賀県が何をすべきか」を議論しなければ、数値目標の話ばかりになってしまったら、本当に大事な所が失われてしまうのではないかと。施策の戦略性も重要だし、基本構想の戦略性も重要ではないかと思う。

(会長)

○先日、市町村の会議があったが、市町村の担当者の中には、県の方針や全体の流れなどを、ご理解されていない方もいた。そういう場で徹底して頂くような指針をここでは出して、それをどうするのかというアクションプランのようなものは、違うところで考えて頂かないと、5回くらいの審議会の中では無理ではないかと思う。ここで指針が出たら、いろんな所でご検討願って、次のステップに行って頂くほうが良いと考えている。

オブザーバーからの意見

(オブザーバー)

○前回参加させて頂いたので、滋賀県の認知度が低いというのはわかっている。二次交通の話もあったが、住民の方と共存できるのであれば二次交通の問題はクリアできるのではないかと思う。滋賀県でも恐らくポジションがわかれていると思う。交通の部署、

福祉の部署があって、観光の部署など。以前に交通の部署でこういう委員会があったときに、バスの廃止についてある委員が「廃止しては困る。私は乗っていないが」という話があった。「じゃあ乗ってよね」という話になる。空のバスを走らせているくらいなら、長浜でも小谷城に観光客を乗せて行けば良いのだが、地域の足だから地域の人しか乗せてはいけない路線になっている。その辺の共存がうまくいけば、観光客に一人でも多く乗ってもらえる。

○うまくいっているのが京丹後市のバスで 1000 円のところも全部 200 円で統一して、みなさんが乗るようになった。1000 円で 1 人乗ってもらうか、200 円で 5 人乗ってもらうかの違い。伊根町と周辺も 200 円にした。ただあまりバスをやると北近畿タンゴ鉄道が赤字なので、そこも助けてあげないといけないというのもある。

○滋賀県は高速道路も充実されているし、鉄道も周遊パスで行けるようになっている。どこかへ行こうかと考えたときに、どうやって行こうか考えて、時間ばかりかかる時があるが、逆に時間がかかる事が良いというシニアの方もいる。朝早くからリュックを背負って比良山に行ったりしている。

○仏像に関しては京都や奈良よりも滋賀の方が多い。だがそこが認知されていない。情報発信は難しい、発信したから良いというものではない。これまでの観光は観光スポット型の観光案内をしていたが、これからの観光は滞在交流型の観光なので、お客様の視点にたった観光。マーケティングをもった案内をしていかないと残っていけない。例えばシニア層は朝 7 時からだが、若い人は夜の観光が必要。来年度は 3000 人規模の大型クルーズ船が入ってくるので、そういうお客様を滋賀にもってくるなど考えられるし、一方で LCC で来られる方も多く、本当に多様化している。

○観光産業とはいうが、観光業というものはない。観光業という名札をぶら下げている人は誰もいない。お土産であったり、交通であったりで、観光業というのではなく、皆さんで「業」を作っていく趣旨のものかと考えている。今回の指針については、前回よりもう少し地に足をつけて作っていく必要があると思っている。

(オブザーバー)

○旅行会社はほとんどが零細企業で情報をお互いにまとめることをやっている。滋賀県は情報発信が下手なのかわからないが、私達のシステムを使って情報発信に役立てても

raitai. 二次交通がないのでマイカーを中心とした観光になってしまうし、いろいろないい所があるが、団体旅行のバスでは駐車場やトイレや食事の場所の確保で、企画するときに悩んでしまう。点と点で行ってしまうと、駐車場がある所などメジャーな所に行ってしまうので、良いところがあればぜひ教えて頂きたい。インターネットやガイドブックもあるが、プロ用として、われわれのシステムで情報発信が役に立てればと思う。

(オブザーバー)

○びわこビジターズビューローが出来て10年。「滋賀よりも琵琶湖」ということでびわこビジターズビューローと命名したところ。

○事業費では、県も市町も財政状況が厳しく観光に当て込む予算が少なくなっている。継続的にしっかり発信していくというのは大事だが、ビジョンは作ったけど、誰がやるという話になって、関係者が一緒にやるのだけでも、「どうしたらいいのか」となってしまう。

○昨年の入込客数が増えたが、湖北では「お江」、湖南では「親鸞の大法要」で伸びたのだが、初めて滋賀に来た方も多し。そういう方々をどうやって次のリピーターにしていかが次の課題。

○滋賀にお越しになるのはシニアが多いが、一方で、人口増加県で若い人や大学が多い。全国からきた学生にいかん滋賀を知ってもらって、大学を出た時に滋賀に来ていただくようなことも大事かと思う。

○認知度では、県民性でおとなしい部分がある。「滋賀は何がありますか？」という質問に対して「滋賀は何もない」と言う所がある。子供のうちから地域を学ぶ教育をしたうえで、学生となって社会人となって、これをしっかりとと言えることが大事かと思う。そういう意味でも観光の問題だけではなく教育の問題でもある。

○インバウンドでは「go-biwako」というのをやっている。海外から滋賀に来た学生、働いている方に、実際に滋賀で体験して頂いて、みなさんの言葉で海外に発信することをやっている。

○中国のインバウンドでは情勢の中で非常に厳しいのだと思う。東南アジアも同じくら

いの人口規模があり、今後、このあたりどういうふうにするか。

○滋賀に来られた方は、期待度と比べて評価が厳しい状況だった。お土産、食事などが、期待していたよりも悪かった。私達も観光物産をやっているが、指針の中でも物産関係を入れて頂きたい。おいしい近江牛のすき焼きは宿泊の場合は良いが、日帰りの場合ではA級だけでなく、B級グルメも出していかなければならない。

○おもてなしについては、厚かましく説明するくらいの県民性も大事。関係事業者はしっかり情報発信していく必要がある。観光産業は総合産業だと思っている、一次、二次、三次とあわせて六次産業である。いまあるものをうまく繋いでいくというところにある。県には観光事業者やビューローと一緒にあって、汗をかいて、金も出していただきながら進めていきたいと考えている。

(会長)

○委員の皆さんにも認識の部分でお願いしたいのだが、観光業や観光産業というのはない。ホテル業や旅行業はあるが。この点は国全体の認識も足りないと思う。

○着地型観光というものもあるが、我々が関係するのは「観光客」だけではなく、「来訪者」だということで、ビューローにもビジターズという言葉がついているが、「ここへ来たお客様をどうするか」、来られた方を迎える姿勢も重要視したい。

○さらに認識の面で言うと、例えば学生に観光とは英語で何と言うかを聞くと大抵は「sightseeing」と返ってくるが、私は「tourism」の先生と言われている。多くの一般の方々も観光といえば、観光旅行をすることを考えている人が多い。前回の指針でも近江商人の「三方よし」と載っていると思うが、滋賀県はそういうもてなしをやるということを含めて、観光をもっと地域で認識されるようなことを徹底しないと、いくら観光関連の産業だけが一生懸命やっても、道を聞かれても知らないでは困るし、そこら辺についても県民運動などで認識をあげる必要性もあるのではないかと思う。

議題2, 今後の進め方について

事務局より資料6～7について説明を行った。

事務局の資料説明後、質疑応答を行った。出された意見の概要は次のとおり。

(委員)

○いろんな経済団体でも観光振興や地域活性化の提言は行っている。具体的にはどうやっていくのか。例えばおもてなしが必要とはみんなが言っているが、じゃあ具体的に何をしていくのか戦略論までやっていかないと、今後の具体的なところまで踏み込んでもらいたい。

○例えば、観光業があるのかわからないかわからないが、観光業ということで議論をしているのではなく、「滋賀県は何をもって地域活性化をするのか」というぐらいのところで、県は考えていただくのが良いのではないと思う。環境戦略とか文化戦略とか、県の商工観光労働部以外の事業が、いかに地域の活性化に重要であるかという認識を、観光業のなかではなく地域活性化の中で議論をしていけば良いと思う。

○生物多様性の問題や里山の問題も、生き物戦略を作っていないから発信できないとか、「文化の滋養を元気に」という文化条例を作っているのだが、今後の文化行政がマーケティングに基づいた地域活性化の戦略をやっているかどうかなどの、議論をしていかなければならない。調査の段階でも観光以外でもヒト・モノ・カネ・情報の交流のためにどういうふうな県としての施策に対してみんなで力を合わせて向かっていくというところが、私が戦略性をもってというところである。

(委員)

○前回の改定のときに1年ごとに評価を見なおしていくという話があったと思うが、5年まとめて評価になっている。これではおおざっぱすぎて、うまくいっている年もあるし、うまくいかない年もある。ではうまくいかない年は外的な要因なのか、そういった評価を本当は毎年していかなければならない。今後新しい指針を作るにあたっては、これと同じやり方が良いのか、良くないのか。今回新しいものを作ってまた5年後に集まっても、ほとんどできないのではないのかと思う。年に1回でいいと思うが、きちんと評価する。それがないと、結局5年後にこうだったと終わってしまうのではないかと危惧している。新しく何かできないのか提案したい。

(事務局)

○評価については、例えば県庁内部では「組織目標」というものを立てており、年に1回どういう状況かというのは内部で検証している。あくまで内部の話なので、その結果をこちらでも議論して頂ければと思う。

○先程の委員の話の中で、民宿と民泊の違いについて質問があったが、民宿は「業」と

して営業許可をとってやっている。民泊についてはホームステイのような形のものとして言葉の使い分けを一般的にしていると思うが、対価を「宿泊料」として取るのか、別の名目で取るのかという議論もあり、対価の名目がなんであろうが、客観的に見て「宿泊料」だと「業」だとか、議論がわかれている状況にある。滋賀県としてどう考えるのかについて、現在、県内部で調整・検討しているところ。

○市町への浸透についてだが、審議会は5回行うが、それに並行して審議会の前に市町に集まって頂き、同じように会議し、その結果を審議会の議題として乗せていくようにして、市町と一緒に進めていきたいと考えている。

(委員)

○滋賀の認知度は低いという話があるが、何をもって低いと言っているのか。どこかと比べて言っているのではないか。兵庫や京都と比較するのではなく、滋賀県は滋賀県で滋賀の良いものをしっかりブランド化をしていけば、自然に認知度は高まるのではないか。他の県でも同じような悩みをもってやっている。他の都道府県は参考にしても真似する必要はない。滋賀らしい観光というのを意識してあまり外に振り回されない方が良いのではないかと思う。

(委員)

○それについては反対意見。日経の地域ブランド評価というものがあるが、滋賀県は全国的に低い。県庁所在地の大津についても全国の県庁所在地では低い。何故評価が低いのかということを経済的に科学的に分析してやるのがひとつの戦略性であると思う。他との比較は重要だと思う。

(会長)

○次回以降はそういうことも議題にあげて議論をしたら良いと思う。ひとつ県にお願いとして、観光という分野が多様化しているが、グリーン・ツーリズムは農水省、医療ツーリズムは厚生労働省、スポーツ関係は文部科学省など、それぞれ担当している所が違う。各県の担当部署で、現況やどんなことをやっているか、ヒアリングするか、審議会に来て頂くなどして、資料などを用意して頂く必要もあるかと思うが、県としてはいかがか。

(委員)

○普段は学生を相手にしている。学生は今は貧乏かもしれないが、将来金持ちになって滋賀に帰ってくるような、「びわ湖の鮎」ではないが、数字に載らないところで漣のように関心をもってきている人たちがいるので、マーケティングの調査からも見えないような部分を、どうさらっていくのかという視点も必要ではないかと思う。

(会長)

○観光とは物見遊山で見る観光ばかりで議論されるが、日本の観光は3点セットで食べることであったり、お土産の部類がなければ今の観光行動は無理になってきている。そういうセットのところで審議会も考えていきたいと思う。そこでいろんな事業の展開ができるのではないかと思う。

(事務局)

○県の内部の組織でどんな観光関連部分があるのかというところの情報提供については、相談しながら進めさせて頂きたいと思う。

議題 3. その他

(事務局)

○次回審議会はアンケート結果などをまとめて、2月開催を予定している。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 などでも結構ですので、事務局宛にご連絡を頂ければと思う。資料についての質問等も事務局宛にお申し付けをお願いしたい。

(商工観光労働部 堺井部長 より閉会御礼の言葉)

以上