

### 第3回 滋賀県観光事業審議会 議事概要

1. 日時:平成25年3月21日(木)10:00~12:10

2. 場所:県庁北新館5-A会議室

3. 出席者:

○委員: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、戸祭 達郎、中井 保、  
賛川 美代子、西本 榊枝、前田 正久、松井 徹夫

○オブザーバー:梅染 昭子、北沢 繁和

1. 開会あいさつ(観光交流局 田端局長)

2. 議題

(1) これまでの議論のまとめについて

(会長)

○本日はこれまでの議論、資料を通して、皆さんからご意見を頂戴したいと思います。

○事務局より資料1~資料4の説明が行われた。

(2) 議論をベースとした基本的な方向について

○事務局より本日欠席の今井委員からの意見の紹介が行われた。

「三方よし」は素晴らしいと思う。滋賀県が堂々と発表できる考え方なので、ぜひそちらでお願いしたい。ただ、少しゴロが堅い気がするので、「訪れてよし、迎えてよし、地域よし」や、「来てよし、迎えてよし、みんなよし」というのはどうか。というご意見を頂いた。

○事務局より本日欠席の大澤委員からの意見の紹介が行われた。

「三方よし」については滋賀県の特徴を全面に出した良いものであるが、「びわ湖」という要素をどこかで入れて頂く必要はあるのではないか。というご意見を頂いた。

(委員)

○資料1に記載されているが、アクションプランや進捗管理を取り入れていかないと進まないと思う。こういったアクションプランを作った上で具体的な施策をやっていくべきだと感じている。資料4の「三方よし」については内容は良いと思う。みんながわかるような言葉にと言われると、代替の言葉については直ぐには思い浮かばないが、先程の委員さんのお話にもあった「びわ湖」という要素も合わせてうまく考えていければ良いかと思う。

(委員)

○前は委員が意見を言って、ある程度の方向性がまとまった。しかし、それをどの組織が実施して、誰が進捗管理をするのか。コンベンションの視点でいうと、対象はハッキリしているので具体的に落としやすいが、観光というと、絶対的なものではなく、不特定多数を相手にしていくので大変な作業だ。どのようにやっていくか。コンベンションは短期でできるが、観光振興については長い目で見て行かなければならない。委員はどうするか、運営をどうするか、その辺りも決めなければならないのではないか。

(委員)

○一番肝心の所は資料1のアクションプランだと思うが、誰がやっていくのか具体的にしていかないと、いつまでも誰かがやってくれると思って、結局何もできないのではないか。人を育てることが大事だと思うが、二次アクセスが悪いとか、お土産がないので作ってほしいとか言っているだけで、じゃあ自分たちは何をやってきたかという所が、今までの発言において足りていない部分なのではないか。自分たちがやろうというものが無いような気がする。例えばお土産で言えば、若狭では「へしこ」や「梅干し」を十数年前から取り組んでいて、観光的な見方もできるが、美味しいへしこを作ろうと、家庭の主婦たちの間で競争がおきて、一級品のお土産になった。人が育てている。商工会議所の年配の方々が、JCの方々に任せた事で、それがしっかり育ってきた。例えば、福井の池田町では、お米をインターネットで売る時に、一緒に水を販売するなどしている。三国町でも深海魚があがり、地元の人だけが食べていたが、それをアピールしたことで、東京からそれを目的に食べにくる人もいる。新しいものを作るのではなく、今あるものを磨いていかなければならない。県はアドバイス程度しかできないと

思うので、民間を育てていかなければならない。

○ターゲットの話では、確かに絞り込みは重要ではあるが、「本当に価値のわかる人にだけ」という部分では、どうやって見定めるのか。差別化は民間ですることであって、公の県としては差別化はできないのではないか。この辺りの文言にも気をつけなければならないのではないか。

(委員)

○大阪出身なので「三方よし」がいまいちピンと来ない。滋賀県の方々は昔から習ってきているのか。

(会長)

○「売り手よし、買い手よし、世間よし」という近江商人の家訓の言葉で、現在でも通ずるものがあるのでよく使われている。

(委員)

○ただし、「三方よし」の精神は滋賀県だけに言える事ではなく、どの行政や地域でも当然の事であって、あえて出す必要はないのではないか。

(会長)

○ここでは何か滋賀県らしさを出したいと言うことで、昔、近江商人が全国展開をする時に使った言葉を活かして、やろうではないかという事だと思う。

(委員)

○この観光指針は誰のために作っているのか？前回の観光指針とどこが変わっているのか、前回の観光指針ではどこが問題だったのかを議論しなければ、文学的な話となってしまう、その結果がこの「三方よし」という言葉ではないか。

○ブランドを作り上げるという視点もあるが、みんなが知っているブランドを利用して、私達の価値を知ってもらう必要がある。そういう意味では、滋賀県の場合は「びわ湖」ではないか。びわ湖の環境、文化、歴史それらを包括して滋賀県を発信していくべきではないか。例えば東京の人に「三方よし」の精神をお話して、滋賀県に来てくださいというキャンペーンをやるのかを考えると疑問である。科学的なマーケティングに基いて、滋賀県に必要な発信をやらなければ、毎年同じ議論をすることになってしまう。世の中の流れとしては、びわ湖をブランド価値として発信していこうとするブランド協議会などでもできている。やはり我々はびわ湖の価値を売りだしていけば良いということは単純な事である。こんな事をやったら良いということではなく、今まで何故できていないのか、うまくいかないのかを、科学的に指針の中で出して行かなければならない。そこで初めてアクションプランができて、進捗管理ができるのではないか。

(委員)

○これから5年先、10年先は、恐らく人口は減少していく。滋賀県の観光は古いイメージがある。古いものを大事にするのはもちろん大事な事だが、新しい事も取り入れてほしい。例えば、滋賀県には沢山の美術館があるので、それらを結び合わせて行って、新しい芸術観光のようなものができるのではないか。また、スポーツも盛んであり、アニメも若者に人気であるので、こういった新しい観光も取り入れたら個性が出せるのではないかと思う。

○滋賀県には学生は恐らく2万~3万人がいると思うが、そのほとんどがアパートに住むが、夏休みや卒業後はそれぞれの地方に帰ってしまう。学生に親の世代や、祖父母の世代を呼んでもらって、滋賀県の良さを伝えてもらえれば、学生を一人つかめば2倍~3倍のマーケットに広がるので、そういったターゲット戦略も良いかと思う。

○「三方よし」については、とても良い言葉だと思うが、滋賀県の観光は「みんなの観光」である。みんなが関心を持って、みんなが関わっていく必要がある。滋賀県が全国区に知名度を上げていくには、古いものと新しいものを掛けあわせて、全国区を意識した個性の出し方が必要である。

(委員)

○近江商人の屋敷でガイドをしているが、来訪者にも喜んで頂きながらも「個人宅のスペース入らない」、「タバコのポイ捨てをしない」などのマナーを守るように注意ができるし、地域の方にも「ガイドがいることで安心」との声も頂いている。さらに最近はパソコンも普及しているので、来訪者も勉強をしてくる。そのため自分自身も勉強になっており、まさに「三方よし」の形でガイドをやらせてもらっている。「三方よし」の言葉は聞き慣れない人もいると思うが、精神は良い物だと思うので、使って頂いたらと思う。

○びわ湖一周（ビワイチ）に関しては、ウォーキングをした事もあるし、先日はバスで彦根から湖西まで回ってみたが、改めてびわ湖は素晴らしいものだと感じたので、びわ湖の事もPRして頂けたら良いと思う。

(委員)

○「観光とは国の光を観ること」とある方が言っていたが、滋賀県の光は何か？そう考えた時に、やはりびわ湖ではないか。以前にも言ったが、滋賀県はびわ湖が真ん中であって、地域が別れており、それぞれで文化も異なる。そのため、今言っている「三方よし」という切り口にしたとしても、例えば大津の人からすると、「三方よし」とは商売等では使うことはあるが、地域の文化としては正直根付いていないのではないかと。そういう思想的なものが全面に出てしまうのではなくて、例えば昔からあるように「びわ湖をお預かりしているのは滋賀県です」のように、世界に発信できるようなキャッチで、そこから派生される様々な地域の取り組みに光を当てていくようにすれば良いかと思う。手段ばかりが議論されているので、指針という骨子の部分を抑えておかなければならない。

○以前に観光に関連したお話を聞いた中で「幸せを感じる感幸（かんこう）」というキーワードがあった。観光の価値観のなかに「おもてなし」だけでなく、そこに住む人々の地元に対する郷土愛や、志、生き様が魅力になっていくという所が面白い。それらが学校教育に生かされたり、会社の企業理念になったり、これらが滋賀県らしさに繋がっていければ良いのではないかと思う。

○手段の話ばかりしては、毎年同じような議論になる。前はどうかだった、これからはどうするという議論の場をもう少しもっても良いのではないかと。議論の

やり方では、これだけの人数がいるので難しい所もある。別れてやるなどの方法もあるのではないかな。

(委員)

○前回のビジョンを見てみると、今回書かれている事と似ており、結局同じような指針が出来上がるのではないかなと思っている。

○マーケティングの世界では、マーケティングアプローチの考え方がある。ターゲットに対してどうやってアプローチできるかを考えなければならないが、恐らくそれができていないのではないかな。例えば、情報発信といっても、予算があるのか、人材があるのかなどの検証も必要。色々書かなければいけないとしたら、優劣をつける等のやり方もあるのではないかな。

○「三方よし」の言葉はわりと全国的にも知られているのではないかなと思うが、企業で言えば経営理念などに使われる言葉で、外にアピールする言葉としては魅力に欠けるのではないかな。やはり「びわ湖」を出した方が良いのではないかな。

(委員)

○「三方よし」については、言葉としては良いと思うが、外からくるお客さんにしてみたら三方よしの観光とは何かイメージが湧かないだろうと思う。それより、びわ湖を全面に出し、びわ湖をどう楽しむか、周辺には何があって、どんな楽しいことが待っているのかを、言葉として織り込んでいかないと、観光指針としては次のステージにいけないのではないかなと思う。

○滋賀県の観光のイメージは古いというお話があったが、確かにその通りで、びわ湖を舞台にした新しい観光にチャレンジすることを、指針でも示していく必要があるのではないかな。

○誰がやるのかという部分については、やはり民間が主体になるのだと思うが、地域連携の課題もあるので、民間がやる際も必ず2つ以上の地域が連携する事で、外から来た人が少なくとも線で、できれば面でびわ湖を楽しめるような施策を進める体制を取ることを織り込んでいったらどうかと思う。

(委員)

○日本に来て 20 年になるが「三方よし」という言葉は初めて聞いた。大阪の人でも知らない人もいたので、外国人はもっと知らないだろう。例えば以前に「一期一会」の意味を外国人に聞かれたが、説明が難しかった。日本人はまずスローガンを出したがるが、インバウンド向けにはもっと具体的にしていかなければ通じない。

○外国人向けの京都情報誌「KVG」の評判が非常に良い。例えば観光 PR だけでなく、居酒屋文化（注文の仕方、日本酒について等）を紹介するなど、外国人が興味がありそうな部分を紹介している。滋賀県の場合は、日本人の視点で作ったパンフレットの翻訳版はあるが、現在はこういった旬の情報を扱った発信手段がない。ビジターズビューローで作ったパンフレットもあるが、いまいち読まれていない。

(オブザーバー)

○国内向けの情報発信として、ビジターズビューローのホームページでは、2009 年の時は少なかったが、「お江」の時からかなり増えている。アクセス数では 1 日あたり 9 千～2 万のアクセス、ページビューでは 1 日あたり 10 万～20 万のアクセスがある。インバウンド向けには「Go Biwako」という名前で Facebook にて発信を行なっている。Go Biwako でも年に 3 回くらい 4 ヶ国語で冊子を作っている。

(委員)

○情報発信がコントロールされていないという問題は認識している。県内でもそれぞれがホームページを持っていて、それらの横の連携ができていない。

(委員)

○「三方よし」の言葉について、滋賀県以外の方には浸透していないという話があるが、日本の中にはこの言葉を知っている人も沢山いる。商売人にとっては、それをポリシーにして頑張っていこうとする激励の言葉であるが、滋賀県オリジナルのキャッチコピーでもある。だからこそ、これから滋賀県から全国へ発信していくべきである。「訪れてよし、迎えてよし、地域よし」の文言はイメージ的

に堅いので、もう少し柔らかい言葉になっても良いのではないかと思います。

○将来は道州制になる、京都と合併するなどの話があるが、ひょっとしたら実現してしまうかもしれない。そうなってしまった時に、滋賀県としては何を残していくかを意識しておかなければ、吸収されてしまうのではないか。

○昔、公共広告機構で「びわ湖をお預かりしているのは滋賀県です」という素晴らしいキャッチコピーがあったが、またあのようなキャッチコピーを考えて頂き、公共広告機構などで流して頂けたら良いと思う。

○奈良や京都でできない、魚釣りも滋賀県の観光資源である。子供連れや家族連れでできる受け入れ体制を整える事も必要である。また、近畿地方の人でも滋賀県に訪れない人もいるので、アクセスも良く日帰りで来れるなどをPRしてほしいと考えている。

(委員)

○滋賀県は例えるなら、食べ物はあるが、食事が無い。テーブルの上になんでもかんでも並べて、それが和食なのか洋食なのか良くわからなくなっている。食べ物の”もの”を食事の”こと”に変える作業が求められているのではないのか。いわゆる編集作業が必要である。

○「三方よし」については、もう少し熟れた話にならないか考えていたが、例えば、「行ってきます、行ってらっしゃい、おかえりなさい」など。びわ湖には人間の生活の原風景があるし、そういう原点的な所を滋賀県として打ち出せるのではないか。特に石鹼運動や、3.11以降は、やはり滋賀県から新しい動きが生まれるなど事があるのではないか。滋賀県で新しい暮らしをしたい、地域おこし協力隊のようなものを滋賀でやりたいという人もいる。例えばびわ湖で「居る、する、なる」など、熟れた言葉がないか考えている。



○観光客という概念をひっくり返して、観光客と受け入れ側を分けるのではなく、すべて混ぜて散らばって議論していく場も必要ではないのかと考えている。例えば、高島市などに移住してくる人は北摂地域の人が多い。子供の時に訪れて気に入って、大人になって住んでいる人がいる。これらも一種の観光だと思うので「訪れてよし、迎えてよし、地域よし」に、住んでよしも視野に入れてできたら良いのではないかと思う。

(オブザーバー)

○どの地域でも、補助金を使って施策をやってそれで終わり、継続性がないという事が多い。また地域連携の話であったように、それぞれの地域が一所懸命やっても、県がそれを見えていない事があるのだと思う。それが見えていたら、例えば人材育成についても、その地域でどんな人材が必要かがわかる。外国語の情報発信の話もあったが、旬な情報を届けるという意味では各市町村で取り組んでいたりする。それをどうやって県が把握していくかが重要。

○滋賀県はそもそも知名度がないので、まずはびわ湖を中心に知名度を上げていくことが重要。また近江路観光圏でも「三方よし」という言葉を使っているので、北部で使われているイメージがある。そういう意味で、キャッチコピーについてはもう少し考えていった方が良いのではないかと思う。また、地域連携や交通関係についても、もう少しビジョンに入れて頂きたいと思う。

(会長)

○地域連携については非常に重要だと思うので、元になる指針に、滋賀県はこうやってやると入れていけば、地域も動けるのかもしれない。またそれぞれの地域でやっても他の事は知らない等の事もあるのではないか。手をあげたらみんなが同じ事をやっていたでは困るので、どこかで情報を集める必要性を感じた。

(オブザーバー)

○今回の指針は前回の改訂版ということで、そう大きく変わるものではないかと思うが、前回の事から何故できていなかったのか、これからどうしていくのか、誰がやるのかという所が今回は重要になると思う。

○今回のビジョンや県や首長や公が全面に出ているが、観光に関してはそういったものではなく、県やビューローが役割を決めて、当初の形に戻りながら進めていく事が必要ではないかと思う。

○「三方よし」については、内部向けの考え方なので、これはこれで良いと思う。外向けにはやはりびわ湖を打ち出して行くべきだろう。その中で、今回のビワイチが出ているので、後はしっかり発信していく事が重要である。

(会長)

○今回の指針は改訂版ということなので、前回と同じ事もあると思うが、やはり4年、5年経つと世の中も変わってくるので、新しいことも取り入れていかなければならない。また、滋賀県らしさということで「三方よし」の言葉が出てきているが、これをもって滋賀県の宣伝をするということではなく、観光事業を進めていく上でのひとつの精神としての言葉である。

○これらの意見を踏まえて、残り時間で、さらに意見があれば頂戴したい。

(委員)

○滋賀県で観光事業をやっている側からすると、見る、食べる、買うなどの欲求レベルで観光事業を考えていない。ただ単に景色を見るとか、美味しいものを食べるとか、そういう事ではなく、滋賀の持っているものを、いかに自分の体験として、価値を考えるレベルに達している。その中でどうやって滋賀県の価値を発信していくかという、やはり「びわ湖」である。例えば JR 東海の「そうだ、京都行こう」はこれ以上分かりやすいキャンペーンはない。難しく考える必要はなく、「そうだ、びわ湖行こう」で十分で、それに対して付加価値はこういうものがあると日本語や外国語のツールでやれば良い。長浜でもできない、大津でもできない、県としてでしかできない事をもう少しシンプルに考えて、アクションプランとしてどうやるかを考えていくべき。JTBさんが琵琶湖芸術祭を提案しているが、それがなぜ出来なかったのか。こういった大きな情報発信の機会をみんなで持っていくにはどうしたら良いかを、アクションプランで考えていけば良い。

(委員)

○滋賀県だけの事ではなく、日本では物を売ってきたので、情報売ることに慣れていない。デパートに行ってもそうだが、物は沢山あれば良い。ただし情報は沢山あるとノイズになる。内容が正しいかどうかは重要ではあるが、あるものに絞って、それを言い続けないと届かない。オーケストラではないが、誰かがうまく指揮をとって統一して発信する必要がある。

(委員)

○小さな事ではあるが、旅人側からして滋賀に行った時の自分の行動がシミュレーションできない。2次アクセスの話があったが、確かに交通の便が良く、東京や九州から来ても、そこからどうすれば良いかわからない。そういう意味で駅等に自転車を置いてほしい。奈良の飛鳥では自転車を置くようになったので行きやすくなった。滋賀県でも貸自転車はある所にはあるが、パンフレットなどに書いていないので、行く前に行動がシミュレーションできない。そういうところも指針で言及したい。

○実際には「三方よし」という言葉ではないが、明治時代に渋沢栄一も同様の内容の事を言っていたくらいなので、この理念が滋賀県で構築されている事は良いことではないかと思う。

(オブザーバー)

○自転車については、琵琶湖環状線との時に湖西線沿線と、北陸線沿線には各駅に置いた。また「お江」の時に二次アクセスが悪いということで、JTBでもかなり置いている。また昨年の2月の補正予算で、全県域で電動式の物など250台ほど入れている。

(委員)

○近江鉄道の走っている所はとても良い風景なので、車で走るよりは、自転車で走ったりした方が楽しめると思うが、家で計画を立てる際に自転車がある事がわかると、滋賀へ行ってみようという気になるのではないか。

(委員)

○学生を使うという話では、小学生に「うみのこ」という船があるように、大学生の「うみのこ」のようなものがあったら良い。

(委員)

○13大学のコンソーシアムで4万人の学生がいる。毎年1万人の学生が日本各地や世界へ散っていく。この内、ほとんどの人がびわ湖を知らない。この人達を観光親善大使としたら、毎年1万人の観光親善大使というものができる。

(委員)

○滋賀県の職員さんのアドバイザーをしているが、県職員さんでもびわ湖、特に沖島などには行ったことがない人もいるので、職員さんの「うみのこ」のようなものがあっても良いのではないか。

(会長)

○びわ湖一周は200キロくらいあるが、全部回るのは大変なので琵琶湖汽船さんの東西の横断航路を自転車を持って乗れるなどの話も前からあるし、近江鉄道でも自転車を持って乗れる所もある。そういうのが案外知られていない。

○電動自転車が流行っているが、びわ湖を一周するとなると、電池が持たないばかりか、充電する場所もない。そういった部分はまた改めて議論をする事かと思うが、指針としてはこういった若い人達にも対応できるような内容も盛り込んでおけば良いのではないかと思う。

(委員)

○丹後半島でエコ観光ということで、電動の自転車の充電方法について調査をしたが、案外色々な方法がある。そういった研究会をやっているのも、もし機会があれば力になりたい。

(北川会長)

○今日の議論を踏まえて、次回の審議会にて最終的な方向性を出していきたいと

思う。

### (3) その他

(事務局)

○第4回審議会日程は、5月の中旬～下旬を予定している。日程調整については4月以降にさせて頂きたい。その後、第5回審議会については答申案についてご検討頂き、7月の答申を目指して進めていくことで予定をしている。また、本日十分にご発言頂けなかった部分は、電子メールやFAXなどで事務局宛にご連絡頂ければと思う。

### 3. (開会あいさつ 観光交流局 田端局長)

以上