

第6回 滋賀県観光事業審議会 議事概要

1. 日 時：平成26年3月27日(木) 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 祐子、 塚本 八重子、 辻本 健、 中井 保、
賛川 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（観光交流局 木村局長）

2. 議題

(1) 平成26年度滋賀県「観光交流」振興指針アクションプランについて

(2) 平成27年度以降の事業展開について

(会長)

- 議題1「平成26年度滋賀県「観光交流」振興指針アクションプランについて」と、
議題2「平成27年度以降の事業展開について」事務局にご説明をお願いしたい。

事務局より議題1「平成26年度滋賀県「観光交流」振興指針アクションプランについて」
と議題2「平成27年度以降の事業展開について」の説明が行われた。

(会長)

- 今の説明に関して、質問やご意見があれば頂戴したい。

(委員)

- 数値目標があるが、この数値目標は 26 年度のアクションプランの数値目標なのか。だとしたら数値目標が非常に乱暴である。5 カ年の数値目標であれば乱暴でも良いのだが、年間のアクションプランの数値目標であるならば、もっと細かく分析しなければアクションプランにならない。例えば、業種別（レジャーや博物館など）それらの内訳や、外国人であれば国別の内訳、宿泊者数においてもエリア別の数値目標が必要ではないか。
- 外国人の宿泊者数では、7 万人から 12 万人の増加となっているが、これをどのようにするのか。例えば、日本には韓国からの来訪者は日本全体で見ると多いが、滋賀県では少ない。そのボリュームゾーンを狙う、狙わないで全然違う。この辺りをしっかり分析しなければ PDCA が回らないのではないか。

(事務局)

- ご指摘に関しては、ある意味、その通りであると思うが、アクションプラン案の 2 ページ目に観光入込客の図があるが、この目標に関しては、県のアクションプランに基づく施策だけで、達成されるものではないと考えている。事業者の施策は、県の施策以上に大きな影響がある。また市町や事業者の皆様と力をあわせて、滋賀県全体として、観光入込客数 4,800 万人、観光消費額 1,600 億円という数字を目指していきたい。

(委員)

- スローガンの数値ではなくて、行政目標としてやってほしい。26 年度の目標数値としてビューローが指示を行っている。これに基づいて、事業者は事業活動をすると思うのだが、数字の内訳がなければ事業活動ができない。どの部分に力を入れて事業活動を行えば、行政の支持が得られるなどがわからない。
- 数値目標が絵に書いた餅になっているのは、滋賀県観光施策の 10 年の課題である。外国人のインバウンドに力を入れると言っても、どこにどうやって力を入れれば良いのか。東南アジアの富裕層だけでは、14 万人から 21 万人の増加にはならないのではないか。

(委員)

- 現在、関空の観光案内所を訪れる人は、最も多い韓国人で年間2万人程度。タイで年間3千人程度。それらの人数をあわせても届かない。

(委員)

- 滋賀県を訪れる韓国人の数は、現在は数千人程度である。日本全体では最も多く来ているにも関わらず。そのギャップを埋めるのか、埋めないのかというところも、今後の事業計画において重要な部分である。大雑把な数値目標と、26年度の事業計画とがリンクしているのか。ビューローにおいても、歯がゆい思いで事業計画を立てている。

(会長)

- 今後、滋賀県で国際大会が開催されるなど、統計上影響を及ぼすような情報を掴んでいらっしゃる方がいたらご意見をちょうだいしたい。ここの所は急に外国人観光客が多くなっていると感じる事もある。

(委員)

- 訪日外国人21万人というのは突拍子もない数字ではない。過去にあった数字かと思うが、26年度はどうするのか、という細かい分析をしっかりともらいたい。

(委員)

- 観光全体で考えると、数字を予想するのはかなり難しい。イベントやコンベンションであれば1,000人規模の会議が3日間あれば3,000泊と計算できるが、こういった予想くらいしかできない。
- 景気が悪くなったときは急に落ち込むのが観光客である。現在7万人の所を、1年間で12万人となると、その結論は無いのではないか。

(委員)

- “マーケティング分析に基づき”とあるのだから、ターゲットを明確にするなどして、科学的な手法でやっていかなければならない。

(会長)

- 事業者では経済効果が問われるのは当然かと思うが。行政や市町においても経済効果を問われる時代となっている。各地で様々な課題があると思うが、他の地域で数値目標や予算の立て方などで、事例やモデルなどがあればご意見を伺いたい。

(オブザーバー)

- 国の施策において、ビザの解禁などに取り組んでいるので、それらの情報を参考にしてみてもどうか？例えばベトナム人なども考えられる。
- 韓国では日本酒ブームである。高島市では免税店の申請をして、地酒を買ってもらうなどのショッピングツーリズムの動きがある。このような情報も参考になる。
- 秋葉原では、中国人向けの家電の免税店はもちろん、最近はお菓子なんかも良く売れるので、お菓子の免税店を作るなど、これまでとは違った動きもある。それらをリサーチしていけば、数値の積み上げになる。消費については、こういった考えがある。
- 宿泊に関しては夜や朝のトピックを作るなど、仕掛けが必要になる、近江鉄道でもインバウンドに力を入れたいと相談に来ている。ターゲットを絞って、計画を立てて、何ができるかを考えるべき。国では10年かけて訪日外国人1,000万人となったものを、今後6年で2,000万人を目標にやっていかなければならない。近畿においても、大阪、神戸、京都だけでなく、滋賀も含めた近畿全体でやっていかなければならない。

(委員)

- 施策から入って数字をみんなで考えようというのと、数値目標があつてそれを元にマーケティング分析をしていくのとは、アクションプランの中身が変わってくる。“皆さん個々に頑張ってくださいね。”では、着地型観光の観点からは大きくはずれてしまうように思う。

(会長)

- アクションプランでは、基本的なところを県が計画をして、実際はビューローさんが担うところも大きいように思う。マーケティング分析に関しても、観光事業者が入っているビューローの方が良いと思うところもある。例えば、事業者毎の小委員会を作るなどして、ビューローの予算を付けるなどは考えられないだろうか。
- 今回の数値目標に関しては、国の方針も踏まえて計画していることも推察される。数値目標に関しては重要な項目かと思うので、もし追加のご意見があれば後ほど頂戴したい。その他の意見はどうか？

(委員)

- 数値目標は確かに重要であり、情報発信も重要かと思うが、実際に滋賀に来られた方々の受け入れ体制は果たして万全であるか？
- 体制については文化財や水産課など異なる分野における横の連携も必要ではないか？例えば、沖島の活性化で言えば、本来は観光で活性化するのではなく、漁業で活性化をすべき。琵琶湖の漁業が活性化するには、琵琶湖の魚を食べてもらう。そのためには、地元の旅館で湖魚を提供したり、説明を添えるなどする。そうすると水産課と観光の連携が重要になってくる。
- 外国人観光客に関しては東京オリンピックの話題も書かれているが、多くの外国人が訪れるようになれば、町の人に道を尋ねたり、質問をされる機会もあると思う。そういった時に言葉が通じると良いし、言葉が通じるということ自体を発信できれば、安心して訪れて頂けるのではないか。
- 千葉県では公民館活動で語学教室を開催している。外国から来られた方々に、片言の言葉でも良いので受け答えしてあげられるようになるという意図がある。
- 2年前くらいに大津でとある国際大会があった。その際に事務局をやっている方々から、誘致してきた段階から「公民館活動で語学教室をやってほしい」という声があったが、結局動いてくれなかったと聞く。
- 学会でこられた方々がアフターコンベンションで県内を動く事もあるかもしれない。そういった時に一番接する事になるのは県民や市民である。小さな公民館活動などでも良いので、言葉が返せるような教育は必要だ。教育委員会や市町の観光協会などとの連携も高めて行ってほしい。

(事務局)

- 受け入れ体制と横との連携という部分では、副知事をトップに各部の部長を集めた本部会議があり、連携を図っている。観光は総合産業であるので、いろんな部署と連携させなければならないと意識をもって取り組んでいる。
- 沖島の話に関してもその通りで、観光交流局だけではなく、日頃から地域の方々に接している水産課と一緒に取り組んでいく事が大切だと認識している。

(委員)

- コンベンションに携わっている人間としては、具体的に大会や会議を誘致するという事で観光に寄与したいと考えている。大概是開催箇所が持ち回りとなっているが、定期的に滋賀県で開催されるコンベンションができると良いと考えている。

(委員)

- 審議会においても、せっかく意見を持っていても、否定から入られては意見を言いづらくなってしまふ。もしかしたら県の組織体制にもそういった雰囲気があるのではないかと、心配に思う事があった。

(委員)

- 滋賀県では、例えば東京がオリンピック誘致をした時のように、来るか来ないかわからない事に対して予算が付くのか？来ると分かった段階でお金が付くのか？考え方としてはどうか？

(事務局)

- 予算に関しては、財政当局から議会に提案されるので、説明責任が生じる。影響の大きさや、成功する確率、コストなどを総合的に説明ができないと難しい面がある。組織体制に関しては、一概にすべて否定から入るということは、私の局ではやっていない。

(委員)

- アクションプランに“ブランドの創造”という言葉があるが、例えば湖東三山など各市町が取り組んでいる活動も、それらすべてが“ブランド”という言葉でひとくくりになされてしまうと、中身が見えづらくなってしまふ。具体的に集客に結びつけるとなると、そういった各市町の取り組みが重要かと思うが、ひとくくりになされたら本質からかけ離れてしまふのではないかと？
- 先程マーケティングの話があったが、誰に何を売っていくという事を議論していくことが大事。ビューローの中で具体的な意見を出していくなどの方法がある。

(委員)

- 10 ページの人材育成で「びわ湖検定有資格者の活躍できる場の設定をしていく」とあるが、その事で何か具体的に考えている事があるか？自分はボランティアガイドとして資格を活かしているが、多くの有資格者がいるので、それら以外でも何か活躍できる機会があれば良いと願っている。

(事務局)

- びわ湖検定は残念ながら今年度末で終了する。その後はポストびわ湖検定として、WEB上で簡易に使うものを用意する予定である。
- せっかく知識を持って頂いた皆さんに活躍をして頂きたいと思っている。国が“人づくり”に関して補助金のようなものを設定しているので、こういった事も活用を考えながら予算構築をしている段階である。

(会長)

- びわ湖検定の監修をやっていた事があるが、問題集が発行されて5年が経過し、情報が古い。新しい問題をどんどん入れていくべき。新しい検定ではぜひ活かしてほしい。

(委員)

- こういった検定試験は全国でもどんどん受験者が減っている。成績上位者などには、活躍できる場を作ってあげなければならない。

(委員)

- びわ湖検定は旅館でも取得者が数人しかいない。事業者にとっても、例えば、全員が持っているとなれば事業所税が半分免除されるなどがあると違ってくる。極端な話では、滋賀県全員が持っているとなれば、それだけでメディア受けするのではないか。
- 湖魚の料理を出しているが、やはり御膳に並んだ時に彩りが悪い。好みで合う合わないもある。そうではなくて、例えば、給食で湖魚を出したら学力があがったなど、問題解決となれば発信力がある。船に乗って琵琶湖の体験学習をしたら、心の繋がりが深まっていじめ問題がなくなったなども良い。それらの視察旅行としての受け入れもできる。
- メディア関係者や傍聴者が来られていないのが残念。こういった議論がされているとうこと自体をもっと発信してほしい。

(委員)

- 指針の改訂においては、最終的には色々なバランスがあるという事情は理解しているが、どうしても一つ一つの事業規模が小さくなり、色々な事をやらなければならないという所に落ちてしまう
- 数値目標においても効果検証をするべきだと思うが、独自調査ができないという事情もあるかと思うが、こういった事業をやったからこれだけの効果があったということなども、今後は取り入れていってはどうか。

(事務局)

- 効果検証においては、我々も問題意識を持っている。それぞれの事業がどの程度の達成状況か、観光の観点から見てどうかということをしっかり検証していかなければならない。県においては、それぞれ組織目標というものを掲げているので、県の進行管理のシステムも使いながらやっていきたい。

(委員)

- この1年間、関空の案内所では来訪者が増えている。なるべく行き先や国籍などの統計を取るようになっているが、トータルで10万人が案内所に訪れているなかで、滋賀県への行き先は年間300人程度と多くはない。
- 一番多いのは大阪であり5万人～6万人で、その次は京都である。滋賀県は、奈良県や京都府と同じくらいである。去年は案内所を訪れる人は、外国人だけでも35%増えた。関西空港でも開港以来、外国人の到着数が463万程に増加している。それにも関わらず滋賀県への需要は少ない。滋賀県の知名度が低いので案内でもしづらい。
- 最近は訪日外国人においても、スマートフォンやタブレット使って情報を探している人が多い。特にアジア系が多い（欧米は少ない）。スマートフォンを使って情報発信をしたり、アプリを充実させたり、地図を作ったりと、滋賀県はまずは知名度を上げなければならない。
- そのためには滋賀県全体を発信するのではなく、外国人が興味ありそうなところに絞って詳細な地図を作るなどの方法が必要である。外国語のMAPの完成も秋ごろと聞いているので、それまでに何か手段を考えて、早く対策をうってほしいと考えている。

- 外国人のレンタカーの利用も増えている。欧米系、アジア系が多い。滋賀県はきれいな景色もあるし、ドライブには最適かと思う。
- 空港の案内所はこれまで朝9時スタートだったが、朝7時スタートとなる。それくらい外国人が増えている。個人客では、台湾、タイのお客さんが増えている。団体客では、タイ、香港のお客さんが増えている。

(委員)

- 交通の項目の中でインターチェンジの整備とあるが、京都の出口はいつも混んでいる。滋賀県はそうでもない。渋滞の車が滋賀県でいくらか降りてくれれば、渋滞も緩和される。「少し高速道路を降りて滋賀県を訪れてみませんか？」という遠慮気味の表現では弱い。皆がハッとするような強いキャッチフレーズが必要だ。
- パンフレットに関しても、滋賀県に入る手前のサービスエリアで置く必要があるのではないかと。県内に入ってからでは遅い。滋賀県を通過する事しか考えていない。

(事務局)

- スマートインターチェンジに関しては、4月から京都駅発着で京阪バスと近江バスで「湖東三山の青もみじ（新緑）」の定期観光バスが開始する。事業者さんとの協力が始まっている。

(委員)

- それは果たして良い話なのか？例えば、金沢に新幹線ができることによって金沢発着の永平寺のツアーなどができている。それに対して福井県は危機感をもっている。これまでは福井まで来ていた人が、金沢で泊まってしまふ。それと同じで、やはり我々は滋賀県で泊まってもらった方が良い。

(事務局)

- もちろんそうであるが、少なくともこれまでに来られていない層の観光客が来るという意味で、トピックスであると思う。
- 舞鶴若狭高速道路が今年開通するが、京都滋賀という周遊ができるようになるので、それに関しても滋賀のPRをしていきたいと思う。

(オブザーバー)

- 他の地域でも、協議会を準備するなどの動きがある。ただ、福井県、滋賀県、京都府の周遊観光の商品造成を旅行会社に聞いてみると、なかなか難しいという意見もある。仮にできたとしたら、温泉地である福井県に泊まりに行くのではないかという意見もある。
- 滋賀県は交通が便利すぎる故に、どのように降りてもらうかが重要になってくる。

(委員)

- 商品造成に関しては、観音さんをテーマに、長浜と福井を繋げようなどとする動きもある。
- 昨年 JR 西日本さんと共同して「琵琶湖冬の旅」をやったが、これも一つのブランドである。例えば「夏の旅」でも JR さんの力を借りてパッケージにしていくとか、発信力を高めていくのは、戦略的には非常に大事である。本来であれば行政の役割でもあると思う。

(委員)

- スマートフォンの話では、鯖江市ではオープンデータ概念に積極的である。行政などの持っているデータを公開して、クリエイターが思いがけないアプリを作るなどやっている。滋賀でも使えるのではないかと。例えば、トイレの場所の情報を提供することで、トイレ MAP が作られるなど。IT の世界では、まずはデータベースを提供してあげることで、使う側が思いがけないものを作り出す事がある。
- 最近、大学の入試にも親が付いてくるという話がある。入学式、卒業式にも家族で参加する。そういう時期に、どれだけの人が来ているかを調べてみるのも面白い。県内の学生がクラブやサークルの合宿で訪れるマキノだったり、そういった所にも思いがけない数字が隠れている事はないだろうか？例えば、大学 1 回生でも 100 人単位でフィールドワークに出かけるが、そういった数字が反映されているのかどうか。実際には隠れた数字もあるのではないかと。
- 全国市町村国際文化研修所 (JIAM) があるが、そういった所で行われる合宿とも連携して、滋賀県を周遊してもらうなども考えられる。
- 高知県の職員さんは、胸元に高知県のバッジをつけている。高知県から来たという事がひと目でわかり、細かな PR になっていて感心した。

- 滋賀県さんの新人研修では、地元で連続2日間の開催で宿泊無し。これらを宿泊ありにするだけでも、だいぶ変わってくるのではないかと。県の職員さんが観光の地産地消をするというのも大事。
- 今後の審議会では、地域で活躍している人に意見を聞いてみてはどうか？例えば、高島の農家さんや、マキノの漁師さんなど、若い方々で活躍している人が多くいる。そういった人達の意見を聞くと、もっと面白い意見が出てくるのではないかと。

(委員)

- 県として、もう少し“これとこれに力を入れる”など示して頂けると、市町としても動きやすい。
- 県として、ブランド作りに力を入れていくという事であるが、県境の看板などに観光施設の写真や案内など出してみるのも面白い。通っている人がイメージしやすいのではないかと。
- 県としても観光予算が無いというのは承知の上だが、二次交通の整備や、外国人向けのサインなど、そういった部分の整備をお願いしたいと思う。

(オブザーバー)

- まちづくりコンサルティング事業で守山市が手を上げているが、そういった情報を県はキャッチしているか？市町との連携で、もう少し情報をキャッチして欲しい。
- 観光はイベントだけでは無理である。いかに一回だけではなく、長く来てもらうかが重要である。そこの辺りに市町が苦労していると感じる。

(オブザーバー)

- 着地型の分野にて業界として取り組んでいるが、各地に「地旅委員」というのを作って全国で意見を申し上げている。着地型観光はどうしても事業としては成り立たないという面もあるが、そういった面を含めて継続して取り組んで頂くようにご支援をしていきたい。
- 滋賀県は他府県に比べて観光協会さんが活発であるので、進んでいる方であると思う。事業として成り立たないという面もあるので、ぜひ予算を付けるなどして欲しい。

(オブザーバー)

- ビューローとしては、市町や事業者と連携して取り組んでいきたい。民間においては、マーケティングという部分が重要かと思うので、数値目標に対してターゲットを決めて、取り組んでいきたい。
- コンベンションは経済効果も大きい。他府県でも誘致には補助金を付けていたりする。初めから予算が無いではなく、その辺りは積極的な予算組みが必要かと思う。観光はポジティブな方向で動いて行かなければならないと思う。
- インバウンドではムスリムの対策を試みたがハードルが高い。例えば、大津プリンスさんでも難しいと言っている。そういう所からすると、新しい展開も考えてみたい。
- インバウンドにおいては、フリーWi-Fiの整備も重要である。日本ではドコモやAUなどの企業ごとのフリーwi-fiとなっているので、これは日本全体の課題であると思う。

(2) その他

(会長よりあいさつ)

- 今回の指針を作成するにあたって議論の最初は滋賀県独自のおもてなしというところから始まり、皆さんの意見から「観光の三方よし」という言葉を使って議論を進めてきた。
- 2024年には滋賀県にて国体が開催される。こういった大きなイベントを一つの目標として、滋賀県のおもてなしを、皆さんがオピニオンリーダーとして取り組んで頂きたいと願う。
- 今後もこのような審議会にて議論する場があるなら「地域のおもてなし」をテーマに議論して頂きたい。地域限定の旅行業が設けられるなど、地域へやって来たお客さんをどうするかという、いわゆる着地型観光の議論が重要となってくる。
- インバウンドにおいては、滋賀県ではまだまだ来訪者数は多くないが、国全体では増えている。現在の倍の来訪者がくるような状況になれば、大阪や京都だけではなく、滋賀県にも多くの外国人客がやってくるかもしれない。その時に備えて「インバウンドのおもてなし」についても、しっかり考えていく必要がある。

- 滋賀県のイメージという点では「琵琶湖」や「近江」などの言葉がよく聞かれるが、例えば大津インターチェンジを「琵琶湖インターチェンジ」にするなど、考えてみてはどうか？観光においては交通機関は非常に重要な役割を果たす。全国においてもインターチェンジや駅の名称を変えて成功している事例がある。滋賀県の統一的なイメージ作りを、交通機関の方から取り組んでみてはどうか。地域のイメージをあげることで、観光だけではなく様々な波及効果がある。
- 審議会の進め方においては、社寺部会や、宿泊部会などの部会を作って議論を進めていったらどうか。事業ごとの部会を作っていったらどうか？
- 宿泊者を増やすという点では、やはり関東や東海エリアが重要になってくると思う。次回からは、ぜひ JR 東海さんにも審議会に加わって頂きたい。また、地域で活躍している若手の方々にも今後加わって頂きたいと願う。

3. (開会あいさつ 羽泉部長)

以上