

第2回滋賀県観光事業審議会 議事概要

1 開催日時、場所

令和元年10月31日(木) 10:00~12:00

滋賀県庁北新館5-A会議室

2 出席委員(敬称略、五十音順)

○委員:石川 亮、伊吹 惠鐘、岩田 春美、金子 博美、川口 洋美、
佐藤 泉、羽田 真樹子、人見 能暢、廣岡 裕一、宮川 鎌次、
宮川 富子、吉田 満梨、渡 正美

○オブザーバー:藤木 純一郎、江川 寛、上田 重和

3 議事等

- 森中商工観光労働部長挨拶
- 新委員の紹介
- 定足数の確認

議題1 平成30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2について説明があった。

(会長)

- 今、説明のあった、平成30年度の事業についてご意見、ご質問を伺いたい。
- まず私からひとつ質問したい。評価で「×」がついた項目は美術館関係で、事業が中止になったという説明だったが、もう少し具体的に説明していただきたい。

(事務局)

- 現在大津市瀬田にある県立近代美術館に、休館中の琵琶湖文化館とアール・ブリュット、この三つの機能を集約させて新たな美術館として整備するという新生美術館構想があったが、事業を進めるための整備費が多大になり、予算との折り合いがつかなかったということもあり、構想を見直すこととなった。このため、新生美術館の事業および県民に向けてプロモーションする2事業については実施できなかった、ということである。

(委員)

○評価が「△」の事業について少し補足をお願いしたい。シナリオハンティングの支援件数が目標値に満たなかったようだが、メディアにかなり取り上げられているので意外だった。前年度はそこまで件数が伸びなかったという話と理解しているが、今年度は増えているのか、もう少し積極的にアプローチができているのか、教えてほしい。もう1点、同じように、意外な結果だったのが、8ページの若い方の育成も含めた取組として、文化財継承人づくりアクティブ・ラーニング・モデル事業について。120名の目標値に対して7名ということで、これも意外なくらい少ないと思った。これは文化財という特殊性の問題なのか、コンテンツの問題なのか、あるいはアプローチの問題なのか。例えば、中学校なら1クラスが参加すれば20人くらいの参加者が見込める話だと思う。どういう状況だったのか、確認したい。

(事務局)

○シナリオハンティングは、ストーリーや、物語の舞台を滋賀県にさせていただくための取組である。ロケーションオフィスでは、滋賀県が露出する番組について、年間100本以上の撮影支援をしており、例えば今まさに「スカーレット」が放送されており、ロケ支援により信楽などが多く露出している。ただし、例えばドラマで琵琶湖岸が撮影に使われた場合でも、それが琵琶湖として紹介されるわけではなく、「海が見えるホテル」として放送されることもある。作品の舞台として滋賀県が紹介されることは多くない。シナリオ作成にあたって、滋賀県にまつわる作品をつくってもらうこと、「ちはやふる」などがまさにその例だが、そういった活動が最終的に滋賀県のイメージアップにつながる。ロケーションオフィスでは、撮影支援とシナリオハンティングの両方を狙った活動をしているが、昨年度のシナリオハンティングについては、件数が若干少なかった。

(事務局)

○続いて、文化財保護課の事業である文化財継承人づくりアクティブ・ラーニング・モデル事業について。この事業で目標と掲げているのは、この事業に参加した人が、今後、文化財の保存継承に関わりたいと思った人の割合を70%としており、そこはクリアしている。つまり、参加された方は意識が変わり、取り組んでいこうと思っていただいたが、そもそもの参加者が7人で、呼びかけが少ないことが課題だったと整理している。この事業は今年度も継続されており、予定募集人数を、平成30年度の120人に対して、令和元年度は180人としている。参加者を増やすため、具体的にどのような工夫をするのかまでは情報がないが、広報のタイミングや広報計画自体を見直して、多くの方に参加し

ていただけるよう取り組むと聞いている。

(委員)

- 県では、観光客の増加がその消費行動には十分つながっていない、という課題があり、宿泊、滞在型観光の増加につながるような取組が必要と分析されている。確かに、宿泊客が増えればもちろん全体の消費額も増えてくる。そしてこの滞在型観光についてだが、何か具体的な施策で検討されているものがあれば共有していただきたい。

(事務局)

- 「スカーレット」の関係で、本日トラベルガイドブックもお配りしているが、滋賀県の信楽に注目がかなり集まっている。ただ、県に来られた方が1カ所だけ見て、次の地点を訪問せずに帰ってしまうという状況があるようだ。このガイドブックでは信楽だけでなく、滋賀県内のさまざまな観光地を、「緋色」「赤色」を切り口にして探してみようという考え方でまとめた。信楽からもう一歩、足を運んでいただいて訪問していただけるよう、これからも取り組んでまいりたい。

(委員)

- 複数の観光地の訪問を促すとなると、2次交通も課題となってくるだろう。世界的な観光の潮流ということで申し上げるが、北米などでは周遊型観光として、「アドベンチャーツーリズム」のマーケットが伸びている。定義としては、いわゆるアクティビティーと、自然体験、そして異文化体験、この3要素の2つ以上が組み込まれているものを指す。その観点で滋賀県を見てみると、ビワイチなどのアクティビティー、琵琶湖の自然体験、そして今取り組んでいる戦国などの歴史文化体験と、この三つがそろっている。これは、日本の国内でも数少ない観光地だと思う。例えば京都市であれば、歴史文化体験はあるが、アクティビティーはあまりない。大阪や東京では、自然体験は難しい。この世界の潮流をとらえて、滋賀県ではアクティビティー、自然、文化体験がそろったアドベンチャーツーリズムができるというのも一つの打ち出し方であり、周遊・滞在型の観光を増やして観光消費額を増やすことにつながると良い。

(委員)

- Wi-Fi事業については残念な結果だ。大阪や京都でも、Wi-Fiがなくて困っている旅行者がいる。海外から来た観光客には、次の行き先を探すためにWi-Fi環境があることは重要で、例えば関空などで滋賀県がポケットWi-Fiを貸し出すなどの

対応ができると良いと思う。また、外国人観光客にはキャッシュレス決済の環境も大切で、両替なしで購入できるのは大きなメリットになる。W i - F i 環境とキャッシュレス決済が揃っているのに自然豊かな滋賀、とアピールできないだろうか。それ以上に、旅行の目的地として滋賀を選んでいただくためには、もっと滋賀を知ってもらわないといけない。韓国アイドルのプロモーションビデオ、例えば TWICE が沖縄でロケをしたものは、世界で2億回くらい再生されている。そのロケ地をめがけて、ファンが観光に訪れる。観光ターゲット国のアーティストが、滋賀県内でプロモーションビデオを撮影してもらおうと、世界中のファンがそれを見て「行きたい」と思うし、コアなファンは実際に訪ねてくれる。例えば、イナズマロックフェスティバルに出演するアーティストに協力してもらうなどして、カフェでお茶をしたり、ホテルに泊まったことを動画で発信してもらえば、ファンは同じところに行ってみたいと思うので、必ず来てくれる。県が発信する必要はなく、勝手に広めてもらえる。県内での撮影とファンの追体験という組み合わせを観光 PR の手法とできないか。

(会長)

- 今の御意見と御質問については、まず1点はW i - F i の整備状況と今後の見通し、次にプロモーションビデオを活用したインフルエンサーマーケティング、その辺の実情等について、事務局から説明願いたい。

(事務局)

- ポケットW i - F i については大変面白い提案だが、これまで持っていなかった発想なので、テクニカルな面も含めて検討していく必要がある。委員提案のとおり、関西空港でW i - F i 機器を渡すとともに、滋賀県の魅力を伝えれば、誘客にもつながると思う。次に、キャッシュレスについては、びわこビジターズビューローが会員向けに研修会を開いており、メリットと手数料等の費用を説明して、導入に向けた動機づけをしているところ。また海外へのプロモーションについては、なかなか映像制作まではいかないが、海外で発信していただけるインフルエンサーを滋賀に呼び、SNSで発信していただいているところ。ただ、大物アーティストを呼ぶことは正直なところ難しい。

(委員)

- 大物アーティストを呼ぶ必要はないし、大物ではない方がいい。デビュー前のアーティストにもコアなファンがついており、そうしたファンは、そのアーティストが撮影した場所をファンクラブの会報誌などで見て、必ず来てくれる。

(会長)

○似たような観点で申し上げるが、国際観光映像祭という、私も関わっている観光動画のコンクールがあるのだが、作品を募っても日本からはエントリーが少ない。それほど金額をかける必要はないと思うのだが、発信する機会というのは、知らないところに色々あるので、そういう情報を皆さんに提供させていただくことで、より選択肢が増えるのではないかと思う。

(委員)

○9ページのスポーツボランティア支援事業について。登録者数について「◎」とあるが、先月、私も関わっているウォーキング大会でスポーツボランティアにお手伝いしていただきたい場面があったので尋ねたところ、暑い時期だったという理由もあるのだろうが、実際に来られたのは1人だけだった。登録されている方は目標値を超えていても、実際に来ていただけるのはむつかしいのか、と思った。目標値の設定の仕方も含めてそのあたりはどうか。

(事務局)

○今の御意見は、スポーツボランティア登録者数だけ増やすのではなく、実働できる人がどれだけいるか、実際に何かあったときに来てくれる人をどう増やしていくかという話と理解した。今は資料を持っていないので詳しくはお答えできないが、こうした課題があったという点、登録者数だけを増やすのではなく実効性が大事ということについては、本日の審議会のあとで、事務局から事業担当課に情報を提供させていただく。

(委員)

○ビワイチのことでお伺いしたい。消費行動に結びついていないという課題があるとのことだが、それは予見できたのではないかと思う。スポーツをしにきた人たちは、基本的にスポーツバイクに乗って走っていくので、何か買って持って歩くということを前提にされてない。タイムトライアルであったり、途中で景色を見たりはするものの、スピード勝負をされている。そういう方に対して何かを買ってもらう、ということは結びつかないのではないか。ビワイチを誰に向かって推進していきたいのか、そもそもどこを向いているのか。参加者数を聞いても、地元民からしたら「交通の課題はないのか」、「これからどうしていくのか」というあたりを疑問に思っている。

もう一点、フリーWi-Fiについては非常に使いにくいと思っている。ログイン登録

が必要だし、どうしてこの個人情報を入れなければいけないのか、という疑問もある。私自身、どうでもいいような検索のときはフリーWi-Fiを使うが、セキュリティーが高い情報のときは自分で借りた別のWi-Fi、と使い分けているが、それにしても使い方が非常に分かりづらく、使いにくい。以前、重たいデータを送るときにアクセスしようと思ったが、やはりこれでは皆さんログインしてみようと思わないのではないか。

(事務局)

○まずビワイチについては御指摘のとおり、自転車好きな方々、いわゆるサイクリストは走ることが一番楽しいので、なかなか消費行動に結びつかないことは、アンケート調査の結果でも現れている。一般的な観光客よりも、1日当たりの消費金額は少ない。ただ、そうしたサイクリストがビワイチのブランドイメージを高めていることは間違いないので、その方々に満足できる環境を提供することは必要。一方で、走るのが第一という方々ばかりではなく、ちょっと走ったら休憩して、とセットで楽しんでもいただける方々を増やしていきたいと考えている。バブル時代、スキーやスノーボードが流行ったときの話だが、スキーを楽しむ人は本当に滑りっぱなしで、食事とリフト乗っている間だけ休憩という状態だった。そこで各地のスキー場では、例えば女性や家族連れに来ていただく取組をして、リフトに乗って滑って、またお茶を飲んでスイーツを食べてと、消費支出が相対的に多くなるよう、そうした方の満足できる環境を提供してきた。サイクリングも同じだと考えており、例えば女性や親子連れといった方々が楽しみやすい環境づくりであったり、訴えかけていくことをしてまいりたい。ただしわ湖一周を目指すだけでない。数値目標については今後検討していく必要があると考えている。ビワイチは一部分だけ楽しむことも可能で、例えば、米原のレンタサイクル拠点では乗り捨てもできる。お好きなところだけ楽しんでいただき、ゆったりと景色も楽しみ、歴史遺産や生活文化、様々な滋賀県の良さを楽しんでいただきたい。あとビワイチの土産物としてロゴマーク入り商品も事業者の方々に作っていただいている。そうしてビワイチを様々なかたちで楽しんでいただく方や、お金を落としてくれる方を増やしてまいりたい。また、フリーWi-Fiの話については、委員の御指摘を踏まえて、使い勝手が悪いという話も参考にさせていただきつつ、今後検討してまいりたい。

(委員)

○白鬚神社にも多くの方が来られているが、神社とその向かいの道路の間隔が狭く、トラックもたくさん通るし、危険だと感じた。そういう危険な場所をどうするか、自治体で連携して整備をしないと、安全面で問題があるのではないかと思う。子どもも連れて、

家族で参加してもらうことは、健康にも良いし、良い取組だと思うが、安全を考えたインフラ整備について市町と相談して整備していくと、「自転車に乗ってみようかな」という声が増えていくと思う。

議題2 今後の滋賀県の観光施策の展開について

○事務局より資料3および資料4について説明があった。

(会長)

○この議題に関しては、今後の観光行政に役立てるため、皆さんの知見をいただきたい。委員相互に意見を出し合ったり、今後のヒントになる提言を含めて、たくさんの意見をいただけるとありがたい。

(委員)

○山奥では、場所によっては携帯の電波が圏外になることもあり、Wi-Fiを活用させていただいており、大変ありがたいと感じている。田舎にも需要はあるが、補助金などを知らない人も多いと思う。広報の仕方によっては目標をクリアできると思うので、広報を見直してはどうか。

(事務局)

○確かに認知度が足りない部分があるかもしれない。びわこデジタルズビューローでは、インバウンド向け研修会を実施しているので、その中で改めて情報提供を行い、そのメリットを伝えていきたい。

(委員)

○白鬚神社については、せっかくその景色を見に行っただのに、SUPや水上バイクの利用者が近くに来ると残念だ。良い景色を見てもらいたいし、写真に撮ってもらいたいのに邪魔だと感じる。県として、周辺については規制をかけられないか。また、別の話だが、飛行機に乗ったとき、富士山は案内してくれるのに琵琶湖は教えてくれないので、案内してほしい。空から見る琵琶湖は、あんな風にきれいに見えるんだ、とみんなに知ってほしい。新幹線に乗っているときも、京都を出発して8分ほどで琵琶湖が見えたら車掌さんがアナウンスしてもらえないか。せっかくの日本一なのに、知られていない。電車や飛行機なども利用して、琵琶湖をもっとアピールして、皆さんに身近に感じてもらう

取組はできないか。

(事務局)

○琵琶湖の規制については、県の権限で行うことはできる。ただ、規制をかけて権利を制限するということは、それまでに色々とやれることを全部やり尽くした後で、それでもなお改善しない場合に導入する最終手段。今、県として何もしていないわけではなく、まずはマナー向上を呼びかけて自主的な改善を促して、それでもなお残念ながら改善が見られない場合には、最終手段としての規制も含めて考えていくと、担当部局から伺っている。

(事務局)

○琵琶湖については保全と再生に関する特別法が制定されており、単に湖を水として享受するだけではなく、国民の財産として琵琶湖を守っていくこととされている。そのためには、琵琶湖の素晴らしさを県民だけでなく、広く近隣府県の皆さんにも知っていただく必要があり、その中に観光の役割もある。滋賀に来て、琵琶湖を見て、湖上スポーツなどで体感していただき、遊んでいただき、琵琶湖を好きになっていただきたい。学校においても、琵琶湖についての授業を行っているし、他にも、県の琵琶湖環境部では、夏に「びわ活」のパンフレットを作成して、琵琶湖に関するイベントをまとめて盛り上げている。県内ではこうした取組が根付いており、これを京都や大阪にも広めて、みんなが琵琶湖を守っていく取組にしたいと、県庁全体で進めているところ。

(委員)

○関西から北陸へ向かう湖西線経由のサンダーバードからは琵琶湖が綺麗に見えるので、旅行のお客が多い時間帯には車内放送で観光案内をすることもある。一方で、琵琶湖線は通勤路線であり、琵琶湖もあまり見えないので、案内はしていないようだ。少し話は変わるが、観光客のほとんどは「京都から大津が電車で10分」ということを知らないのではないか。京都には毎年5,000万人を超える観光客が来ているが、いわゆる「オーバーツーリズム」に京都市は危機感を持っている。観光客が多すぎて困っている京都の隣に、もっと観光客に来てほしくて困っている滋賀県がある。これは単にバランスが悪いのだと思う。インバウンド向けに京都市内に「そこ滋賀」も設置されたが、そもそも日本人が琵琶湖を見たことがない、または目を向けていない。京都駅まで新幹線で来ているのに、そこから少しの移動で滋賀県だということを知らない。「そんなことは周知の事実だろう」というところの説明から始めないといけないのではないか。JRと

しても、京都駅がバスの乗換えのためなどの乗降で非常に混雑しているため、例えば山科駅での地下鉄乗換えや東福寺駅での京阪電車乗換えで洛中に入る方法など、二次アクセスを活用した観光方法を京都市と共同で案内強化している。それに加えて、滋賀県の大津や近江八幡、彦根に行きませんか、という案内をもっと増やしたい。このパンフレットの後ろには、京都から大津まで9分と書いているが、こうした点をもっと広めたい。さらに、るるぶなどの観光情報誌にあえて「京都・滋賀」とくっつけて出してもらうのはどうか。観光客は行政区分を気にしていない。滋賀に来るのでも京都に来るのでもなく、「旅行」に来るのであって、行き先が京都府だろうが滋賀県だろうが、京都市だろうが大津市だろうが、行政区分に興味はない。特に外国のお客様は、電車に乗って遠くに行くことは厭わないので、もっと呼び込めると思う。先ほど申し上げたように、京都には5,000万人来ていて、そのうちの1%が滋賀県に来れば、少なくとも50万人は増える。滋賀県の外国人の入込客数の目標60万人も実現可能なはずだ。自分の行政区域内だけが潤うことを目的としない行政側の発想の転換も必要だと思う。隣の京都が困っていて、我々滋賀県も困っている。例えば京都駅に滋賀県のポスターを出すのもいい。お互いのマイナス面を掛け合わせて、マイナスかけるマイナスはプラスになるので、そういう取組を考えていきたい。

(委員)

- 私達のお客様は、99.9%が京都に宿泊の方である。そこから日帰りのツアーをしているので、京都から滋賀に来ていただいて、京都に帰っていただく。滋賀のホテルも紹介するようにはしているが。海外の、いわゆる富裕層のお客様は、フォーシーズンやリッツカールトンなどの最高級ホテルに泊まっている。多分、本国で旅行を計画するときに、そういうところを指定して日本に来られており、旅行の1年前ぐらいから遅くて半年前に予約されている。そこで思うのは、京都のそうしたホテルに滋賀をアピールしていただいて、タイアップ企画をしてはどうか。お客様からは、寺は三つも見ればもう後は全部一緒に見えてしまうという話もよく聞くし、どこに行っても人がいるということもよく聞く。そこで、「この神社はプライベート対応、お客さんはあなたしかいない、今日ここにいる外国人はあなただけ、みたいな感じで対応すると、皆さん非常に喜ばれる。地元の本当に小さな神社でも、ここにこういう意味があるということを発見して、すごく楽しんで帰ってくださるので最終的には満足度も非常に高い。そういう点では、あまりたくさん来ていただくと、滋賀の良さが、人が少なくてゆったり味わえるというところ、「off the beaten path 踏み荒らされていない道」という表現をよく使うのだが、我々はそうした売り方をしているので。白鬚神社も、5年前に案内したときは誰も外国人が

来ていなかったのが今は外国人だらけで、もう止めようかと思っている。できれば、その辺のバランスを考えてプロモーションをしていただけるとありがたい。富裕層の中でも本当にトップレベルの方でも、滋賀に来て、満足して、すごく喜んで帰ってくださる。今回の旅行でもここが1番のハイライトだったと。田舎のおじいちゃんおばあちゃんのおもてなしを、すごく喜んで帰ってくださる。滋賀県は、そういう良さを潜在的に持っている県だと思っている。そうしたところを、ぜひ京都に来て人混みにうんざりしている人たちに教えたいと私も思う。

(委員)

○戦国ワンダーランドについては、この間のツーリズムEXPOジャパンでもかなり滋賀は目立ったブースになっていた。戦国に限らず色々な場面で滋賀が歴史の舞台になっていたことが、今回の戦国パンフレットに年表と関連施設一覧のページをつけていただき、やっと「見える化」ができた。この歴史上の滋賀を、パンフレットを見た人だけでなく、もっと色々な人に分かってもらいたい。例えば佐和山城跡についても、地元の方は知っているが、日本中の方々に知っていただきたい。みんなが教科書で習ったような場所が滋賀県にはたくさんあるのに、それがどこかを発信していかないと、皆さん通り過ぎてしまう。景観を乱さない程度で、そういう目印や看板があった方が手がかりになるのではないか。まずは知ってもらって、情報を発信して、SNSでも盛り上げていって、滋賀県ファンを増やしていけるように。比良比叡トレイルに関しても、「新幹線から見えるあの山並みを歩けるんですよ」と話すと、皆さん「それならここを歩いて、どこで食べて」と想像が膨らんでおられて、あとは自由に検索していただける。ただ、検索についていうと、ハッシュタグは長すぎではいけないように思う。検索されやすい、ということも考えないと、戦国ワンダーランドだと関係者以外入れないのでは。今回の大河ドラマ関連での関心を集める件でも、京都等では明智光秀にポイントを絞っており、「光秀」で検索するとたくさん出てくるが、滋賀県の場合は「光秀」で探してもなかなか出てこない状態。今は光秀から推していかないと。「信長」もあるが、今年と来年は「光秀」から、という戦略で。

(委員)

○先ほど委員からもお話があったが、私もアイドルとか色々な方のプロモーションを見ることが多いが、今、動画配信はものすごい。短いものであっても、数を出してきていて、それをファンの皆さんは何とか見逃さないようにして、見たらそれを他の人に教えようみたいな感じで勝手に広げてくれる。もう毎年のように違う動画が出てきている。動画

配信をうまくつかって、これから滋賀観光のお客さんになっていただけるような方に、滋賀県ってこんな感じなんだというイメージをもっていただけたらと思う。滋賀へ来てどうしたらいいのか、びわ湖をどう楽しめばいいのか、動画で発信してはどうか。

(委員)

○先ほど委員が言われた、踏み荒らされていない地域の五個荘から参りました。五個荘に来られたお客さんは、「何てよいところなんや。こんな素晴らしいところ、どうしてもっとPRしないのか。」と口を揃えておっしゃる。観光ボランティアをやっている私たちには、ただお客様を案内することしかできないので、ぜひとも、もっとPRしていただきたい。意見を申し上げたいのは、ビワイチを活用した誘客に関するお願いと要望である。私は、ビワイチウォーキングで楽しんでおり、今まで20年ぐらい続けている。1回の参加人数は多いときで350人、平均すると250人の参加人数があり、滋賀県はもとより、京阪神、愛知県からも、多く来ていただいている。ただ、トイレの整備が遅れている。都市計画課などとの連携も必要だろうが、早急に手をつけていただければならない課題だと思う。トイレが美しく整っていれば、その場所の印象も高く評価されると思うが、せっかく美しい景色やおいしい食べ物でおもてなしをしても、トイレが美しく整っていなければ、来訪者はがっかりされるし、滋賀県観光のイメージダウンにつながるのではないかと。

(委員)

○先日、ツーリズムに興味を持つてる成安造形大学の学生から聞いた話で、「白鬚神社に行ったらSUPをしている人がいたが、観光とどうつながるのか良く分からない」ということだった。「健康しが」というテーマで、滋賀県として取り組んでいると説明すると、「何となくつながってきた」と言ってくれた。何が言いたいかというと、滋賀県では、様々なテーマで様々なに取り組んでいることがあり、時間、場所を介して同時に会うことがしばしばある。それぞれ積極的に進んでいるので、うまくいっているのか?と思う。先ほど、事務局で「びわ活」を紹介していただいた。これは私が大学の授業課題として担当しており、「びわ湖の日」のポスターも数年関わっているところです。その中で、本学の学生が「びわ活」という言葉を提案して、県の琵琶湖環境部がじっくり検討されて、使われることになった。大学の学生が琵琶湖に対してどう取り組むかということで、環境の側面から考えてポスターを作っている。これが定着してきて、SDGsの話も一緒にしながら、進んできたと感じている。そうした様々な取組が、微妙なテーマの差異でかち合ってきている状況に来ていると思う。先ほど規制についての話をされていたが、私は、もうそろそろ、滋賀県のプライオリティーの中で、積極的な規制を検討していく

べきではないかと考えている。なぜかと言うと、以前ヨーロッパを旅したとき、景観形成、環境保全におけるルールにより規制されていると説明を受けたときに、観光客として非常に気持ちいいと感じた。きちんとした理由やコンセプトがあって、規制が引かれている。滋賀県が観光についてどれほど先走っているかという点、隣に世界都市京都があるのでなかなかそれには及ばないかもしれないが、逆に、滋賀県のよさを表に出して、「我々はこういう考え方なので、積極的に規制をやっています。」と掲げて、それを理解する観光客の方に来てもらいたい。例えば、暮らしそのものが滋賀の良さだと考えるので、暮らしている人がしんどい目にあってしまうと、観光は続いていけないと思う。こうした審議会などで、様々な滋賀県の施策を理解しながら、観光の立ち位置や優先順位について今一度学び、検証して、規制についてもぼちぼち話を進めていっても良いのではないかと思う。

(委員)

○言葉だけでは説明が難しいので、リーフレットを配らせていただいた。黒壁では、年度の来場者数が 200 万人を超えた。NHKの大河ドラマ放映とあわせた博覧会イベントを開催していない年として、200 万人を超えたのは初めて。今年に入ってから、HP の閲覧数や来場者数は昨年を上回る勢いで増えているが、現場にいるスタッフにはその実感がなく、それをみんなで話し合う中で、やはりゆっくりと滞在していただいているお客様が少ないのではないかという意見に至った。「わざわざ長浜に来ていただく」仕掛けをつくっていききたい。今、開催中のこのイベントは、長浜のまちなかに点在する歴史的建造物や古民家、文化施設を活用して、町なか全体をミュージアムと見立てて、国内で活躍するガラス作家作品を楽しんで頂けるイベントである。今回挑戦した企画は、切子という日本の伝統的なガラス工芸を取り上げている。日本三大切子と言われている、江戸、大阪、薩摩の切子作品を、滋賀の長浜で一堂に見ていただけることで、また違った魅力の発信ができるのではないかと開催したところ、インフルエンサーによる発信という話につながってくるのだが、江戸切子の観点から東京で長浜のことを発信していただき、鹿児島からも滋賀、長浜について発信していただいた。自分たちが一生懸命頑張っているということを、自分たちから発信するだけでなく、外部からサポートしていただける方が出てくると展開が違ってくる。また、今回は、サケグラス公募展という企画も行っている。滋賀は米どころ、酒どころということもあり、サケグラスに特化して、全国のガラス工房やガラスを勉強している作家学生を対象に公募を募ったところ、本当に北海道から沖縄まで多くの作家が作品を寄せていただいた。個人活動をしている作家がインスタグラムやツイッターで、面白いことをしていると発信してくれて、露出が増えて、

これまで来られなかった方面からのお客様の来場が増えている。黒壁では、地道な取組だが、こうした取組を継続して行っており、参考にさせていただきたい。

(委員)

- 先日テレビを見ていたら、歴史家の磯田道史さんが戦国時代の小谷城についてお話されていた。この地域は、当時非常に豊かだったそうだ。周辺の情報が、北陸や東海から全部入ってくるし、識字率も全国的にみて高かった。そして、自然が豊かで食べ物も豊富。この、いわゆる豊かな地域資源に浅井長政は安住してしまった。豊か過ぎる地域は守りに入ってしまうが、そこに信長という改革者が出てきたとき敗れてしまう。この話、まさに資源に恵まれた滋賀県にも、そうしたところがあるのではないかと思った。滋賀の地の利を生かしながら、自分たちの豊かな生活を守らないといけないが、滋賀の良さをきちっと押さえた上で、なおかつ戦略的に観光について考えないといけない。先程「ビワイチ」の話が出たが、ビワイチがナショナルサイクルルートに認定されそうだ。霞が浦としまなみ、びわ湖（ビワイチ）をその候補に認定するに当たって、夏に国土国交省から外部委員が調査に来られたときの話だが、自転車がびゅんびゅん走るイメージで尋ねられたが、「滋賀県ではそれは考えてないですよ。ビワイチは、皆さんがゆったりと地域を回りながら楽しむイメージです」と説明したところ、向こうは少し驚いていたが、逆にそういう点が評価されたのではないか。

(委員)

- もし分かればお尋ねしたいのだが、以前、JRでは、大阪京都神戸の三都物語でPRされていたが、その続編で京都、奈良、滋賀の三都物語はどうか。

(委員)

- 三都物語は今も実施しており、20年以上継続している。JRとしては、京都・大阪・神戸という、電車で30分ほどの近さながら、それぞれの個性が光るこの3都市をプロモーションしている。なお、関西の観光キャンペーンの「ちょこっと関西歴史たび」では、滋賀県の皆さまと連携して、この秋は大津市の三井寺を取り上げている。当社管内の各駅にポスターやパンフレットを掲出しており、三井寺では来訪者が前年より3割増加している。滋賀には良い観光素材も多く我々も引き続き注力していきたい。

(会長)

- 終了時間が迫ってきたので、議題については以上とさせていただく。最後に、オブザー

バーの方から一言ずつ御意見をいただきたい。

(オブザーバー)

- 数字について少し説明させていただく。滋賀県では、今年度7月までの宿泊者数については増えているが、外国人については減っており、これをどうとらえるか。また、滋賀に来られる外国人の国籍については、台湾が高い。今日のお話をお伺いして、観光施設については、ストーリー性をもってつなぐ意識を持つことが大切なのかなと思った。それと、Wi-Fiについても、参考にさせていただきたい。

(オブザーバー)

- 非常にたくさんの御意見が出たが、やはり発信、PR、ここが重要ではないか。まずはその素材を県にまとめていただき、大いに発信をしていただきたい。「健康しが」についても、例えば琵琶湖の水質改善、これは市民運動から始まって30年にわたって推進改善されてきたということで、中国から学生が多く見学に来ている。中国では水が汚いところもあり、この琵琶湖の素晴らしい水質について勉強に来られているそうだ。もう1点、全国旅行業協会の会員で、四国のお遍路さんのように、ここ滋賀県でも88ヶ所めぐりとして、パワースポットを訪ねる企画をされている旅行会社もあるので、御活用いただきたい。

(オブザーバー)

- 本日は、大変貴重なご意見をいただいた。我々が気づかないような点もあると思うので、特にプロモーションとか、あるいは京都をはじめとする他地域との連携のあり方とか、そのあたりはしっかりと検討してまいりたい。我々が観光に取り組むことで、最終的には県民の方に喜んでいただくということを、改めて意識してまいりたい。

(会長)

- 本日は皆様から多岐にわたるご意見をいただいた。県においては、本日の議論を参考に、これからの観光施策を検討し、効果的な事業展開をされるようお願いしたい。それでは進行を事務局に返したい。

○ 中山理事挨拶

<閉会>