

## 第6回 滋賀県観光事業審議会 議事概要

### 1 開催日時、場所

令和3年3月18日(木) 13:00~15:10

滋賀県危機管理センター

### 2 出席委員(敬称略、五十音順)

○委員：伊吹 惠鐘、川口 洋美、佐藤 泉、野村 ゆき子、  
羽田 真樹子、人見 能暢、廣岡 裕一、松田 大祐、  
道又 隆弘、宮川 富子、吉田 満梨、渡 正美

○オブザーバー：江川 寛、西川 直治、藤木 純一郎

### 3 議事等

○ 森中商工観光労働部長挨拶

議題1 令和3年度「健康しが」ツーリズムビジョン2022アクションプラン(案)について

○ 事務局より資料2、資料3について説明があった。

(会長)

○質問等があれば挙手願いたい。観光事業者にはコロナの現在の影響についてもご発言いただけるとありがたい。みなさんのご経験でも結構。

(委員)

○今年に入ってからからの状況も含めての報告として。今のお話と、長浜での流れはほぼ一致していると感じる。長期化していることを皆で痛感しているし、個人的には、どこの事業者も良く踏ん張っているという感覚。この一年を振り返ると、黒壁スクエアを含む街中では、店を閉めるところが増え、12の空き家が新たにできてしまった。それを受け、長浜の商工会議所や商工会さんが県に相談し、県の力を借りながら空き家対策に動き、2月8日から14日までの1週間、空き家を活用したアンテナショップの運営をしてくださった。黒壁も販売のお手伝いをさせていただいた。黒壁に平日は人がほとんど来ないなか、その一週間は参加店舗の事業者さんが驚くほど多くのお客様がお越しくくださった。

お客様はほぼ県内の方。何とか力になりたい、ずっとじっとしているのがしんどい、というお客様からのお声がとても励みになった。コロナがなければ、今回の企画のようにタッグを組むことはなかっただろうし、長浜商工会議所、商工会、地元の民間企業が連携して情報発信やショップの運営をすることが、とても大きな力になったと思っている。コロナが良いと思ってきたわけでは決してないが、これまで連携して対応することがなかった皆さんと共に乗り越えていく力が、これまで以上に発揮できるのかなと感じる。そういう意味では、こういう会議に参加し、色々な方のお話をお聞かせいただき、また、今後オール滋賀で頑張っていければよいと感じる。

黒壁ガラス館は、12月から歴史的建造物保存のために休業し、3月27日にリニューアルオープンした。このような状況下で多くの皆様にお越しくださないとはいかなかなかアナウンスできないが、少しでも滋賀・湖北の明るい話題になるように、また、落ち着いた時に選んでいただける場所となるような活動ができればと思っている。最近、特に県外の20代、30代の若い方が移住先として湖北を見に来てくれたり、実際に古民家に移り住んだりしたという話も聞くので、滋賀の可能性はまだまだあると思っている。

(会長)

○事業連携ができた、というお話があった。そのあたりいかがか。

(委員)

○コロナが収まっても、観光はたぶん旧来通りにはいかないと思うので、新たな取り組みを考えていかないといけない。幸い滋賀県には琵琶湖もあり、郊外型のいろいろなことができる。その魅力を発揮できる方向・プラン・事業をもう少し考えていく必要があると思っている。私の彦根では、彦根城やその周辺が観光スポットになるが、滞在していただくためにはどういう方法がよいかを考えたとき、施設も十分にはなく、まだまだ問題は多い。新たな事業をどうするかを考えていかないといけない。

テレビのドラマなどいろいろな番組で、滋賀の撮影場所、滋賀ロケーションオフィスの名前を見かける。そういう意味では、滋賀にはスペースがあり、歴史的な場所や資源がたくさんあるので、さらなる活用を考えていく余裕はあるのではないかと思う。

(会長)

○新たな展開が必要だというご意見だったが、何かあれば、【資料2】の方にあるように、「ニューツーリズム」が一つのソリューションとして提示されている。自転車などもそれに該当するかと思うが、伊吹委員、現状はいかがか。

(委員)

○「ニューツーリズム」の一つとして県が力を入れて行こうとしているビワイチについて。コロナの影響で落ち込んだが、その後、サイクリストが増加している。月によっては、例えば1月、2月だったかには、コロナ前よりも増えるということがあった。サイクリングをする人が実際に数値で増えているということで、スポーツツーリズムというか、滋賀県が目指そうとしている方向性は間違っていないのかなと思った。

(会長)

○ビワイチについては、コロナ前よりも増えていて、遠方から来てもらうことに限るわけではないし、密を避けられることもあり、ある意味のチャンスかもしれないとも言える。これに関しても、それ以外でも、ご意見・ご質問があれば。

(委員)

○資料を拝見し、調査があったということで、私もアンケートは回答させていただいた。この1か月で各所からのアンケートや調査依頼が本当に多くて驚いたが、やはり先進事例を集めて、次の戦略を立てる糧にしようとしているのかな、と思った。その際、やはりこういう「ニューツーリズム」関連をこれからエンカレッジしていく、という調査内容だったので、滋賀県がどこまで頭一つ抜けられるのかな、ということを考えながら回答した。

うちの現状としては、お客様は当然止まっているが、業界全体として商談会は活発に持たれている。どなたとしゃべっていても、これだけはよかったというのが、オンラインの商談ができるということ。国内だけでなく海外の方とも気軽にお話が出来たり資料を共有できたり、実際のを画面に映しながら共有できるという、そこだけはよかったかな、と皆さんと言っている。

私どもも県のココクール事業の認定事業者であり、そちらのほうからも応援をしていただき、海外のいろいろな方とつないでいただいたり、人は動かないけれどもモノは動かせるということで、新しく商品開発していかないといけないと思っている。ツアーの関連事業者さんと一緒に、プロダクト開発ができるような、海外デザイナーの方へのコンタクトを取ってプレゼンテーションを試みるなどの動きをしている。ツアーももちろん頑張っているのだが、やはり人がうごかないときはモノも動かせるように、ということで、そちらの方に力を入れているところ。以上がとりあえず現状報告。ツーリズムビジョンについては後で詳しく説明いただけるとのことなので、その時にコメント

する。

(会長)

○ありがとうございます。本件に関しまして、ご意見、ご質問など。

(委員)

○ツーリズムビジョンアクションプランの取り組み内容をご説明いただき、ありがとうございます。多数の観光需要促進施策を立案頂き旅行業界の代表として感謝申し上げます。

昨今、旅行者、旅館・ホテル、入場施設、県内の経済団体など、いろいろな会合で会いする方々から、『Go To トラベル』はいつから始まるのか」というご質問を多くいただいている。旅行に行きたいという消費マインドがマーケットに間違いなくあるという証だと感じている。

令和3年度については、「観光需要の回復が全国平均を上回る」という目標を立てていただいている。先の見えない中、具体的な数値目標を設定することは困難だと思うので指標としては理解できる。ぜひ、我々もチームの一員として達成するよう取り組んでいくべきと考えている。「Go To トラベル」への期待もあり、おそらく各都道府県が、令和2年度と同じように県内施策を発信すると思う。滋賀県としても、早いスタートが重要であり、これらの施策を、スピードをもって、実施するように進めていただくと、全国平均を上回る可能性も高くなるのではないかと考える。

(会長)

○ありがとうございます。

(委員)

○関連の話で。昨年春の会議で、コロナの影響が見通せないなか、右肩上がりだった滋賀の観光実績が先行き不透明になり、団体旅行や大きなパッケージ旅行が難しい状況なので、令和3年度の目標で数を追い求めることはしないという方向性を示され、それには共感をした。今回、目標値についての文言は受け継いでおり非常にわかりやすいのだが、私は、今うかがったこととは反対で、「観光需要の回復が全国平均を上回る」というのは分かりにくいと受け止めている。というのも、目標というのは、具体的な数字なりを設定し、それに向けて途中の工程表を作り、各分野の取り組みを決め上げることで、それにどう近づくのかが分かっていくものだと思うが、「観光需要の回復が全国平均を上回る」と

というのは、結果的にどうかという話だと思うから。その点について、たくさん書かれた個々の施策や、それぞれの取り組みとの連携をどう図っていくのかご説明いただければ。

(会長)

○終わってみなければわからないのでは、目標達成の過程で何をすればわからない、という意味かと思うが、事務局はいかがか。

(事務局)

○令和2年度にも目標設定で悩んだ。内部の組織マネジメントの一環で目標設定があり、令和3年度も同じような目標を掲げている。コロナで、人の動きを止めなければいけないステージに入ったり、緊急事態宣言が出たりすると、観光振興施策はストップせざるを得ないし、コロナが今後収束するかしないか、第3波、第4波が来るか来ないかなどは、どうしてもわからない。具体的な数字、例えば去年5,000万人だったから今年は5,100万人だとか言っても、空虚というか、意味のない数字になってしまうのかなど。そうであれば、コロナの影響が全国に及ぶなか、減少するにしても、全国の減少幅よりも落ち込まないように何とか踏ん張ろうという目標の方が、わかりやすく目指しやすいと考えた。本来は、おっしゃるとおり、具体的な数値を掲げてそれ目指して頑張ればよいが、この状態はおそらく令和3年度も続くだろうし、まだまだそういう状況にはないかと思い、このような提案をさせていただいた。

(委員)

○具体的な数字を示してほしいと申し上げたのではない。想像するに、目標の欄を空白にしておくのが難しいので、苦心の選択というか、考えられた上にこういう目標を挙げられたのだと思う。目標の考え方を変えていく中で、その目標を達成するうえで自分たちがどう頑張ればよいのか、ということと、新しく結びつけるアイデアがあるのかと思ったが、そういうことではなく、とりあえず頑張ろう、回復するなり伸びるなり、他府県との競争で負けないようにしよう、という精神論的な部分での目標設定ととらえてよいのか。

(事務局)

○精神論ではなく、観光需要の回復を目指した具体的な取り組みもしっかり協議させていただく。あるいは、各ステージにおいて求められる施策が変わってくるだろうから、それに合わせた取り組みができるように。令和2年度についてはそれぞれのタイミングで

補正予算事業をお願いし、随時施策をつくりながら取り組んできたところだ。この施策は一定の効果があるとか、これは使いにくいなど、令和2年度に見えてきたものを新しい取り組みに反映しながら、改善すべきところは改善し、引き続きやるべきことはやるというかたちで、令和3年度のアクションプランの中に組み込ませていただいている。例えば【資料3】9ページの観光需要の回復に関する事業でいえば、「今こそ滋賀を旅しよう！」の宿泊キャンペーンは、おかげさまで事業者様や県民の皆様からご好評をいただき展開した。それから、観光需要の回復はすぐには難しい状況があると思うが、この期間を準備期間ととらえて、受け入れ環境整備の準備もしっかり進めておく。いまのうちに準備しておくことで、迅速な回復につながる、あるいは質の向上も図れるのではと思う。状況に応じながら、皆さんと連携してやっていければ。

(会長)

○「Go To キャンペーン」もそうだが、先が読めないなか、状況によって対応を変えないといけないところがある。状況に応じた施策をとり、時期を見逃さずに適切な対応をとることで、結果的に全国平均以上の集客ができる、という意味に理解させていただくということによいか。

(委員)

○一つ質問。ワーケーション推進について、先日京都新聞に、関西ではテレワークがあまり進んでいないようなことが書かれていて、それが前提にあつてのワーケーションかなと思った。一方で、【資料2】7ページで来訪者の居住地を見ると、近畿の方が4割でメインのお客になるのだろうと思う。そこの整合性をどうするのか。参考までに教えていただければ。

(事務局)

○【資料4】13ページに今年度補正事業の取り組みを紹介している。おっしゃる通り、本県では近畿圏・中部圏含めた近隣からの客がメインのターゲット。都市圏に隣接しながらも、琵琶湖をはじめ豊かな自然、歴史や文化がたくさんあり、しかもそれらの資源を「適度な疎」の中で体験し、感じられるのは、滋賀の一つの強みだと思っている。確かにワーケーションは新しい取り組みで、テレワークもまだまだかもしれない。一方で、新たな可能性というかコロナの副産物というか、オンラインでつながり、仕事や生活の仕方が変わるなかでの新しいニーズにはしっかり取り組んでいきたいし、新たな旅のスタイルや生活のスタイルの「モデル」として、滋賀県ならではのものを作っていければと思う

ている。13 ページのワーケーションについて、見出しに「観光三方よし」と書いた。「売り手」にあたる、宿泊をはじめとする事業者にとっては、平日の稼働率向上につながってほしい。「買い手」には、個人客だけでなく、大阪、京都、名古屋などの企業をメインのターゲットに据えて売り込みをかけ、企業が滋賀を選んでワーケーションすることで人材育成や良い仕事につながることもあるだろうし、地域で具体的な貢献活動をしていただくことで、CSR や SDGs など企業価値の向上というメリットを感じてもらえれば、という思いがある。「世間」にあたる地域にとっても、地域に参加し、関わってくれる新しい交流人口が増えるのは、地域振興につながったり、祭りなどの文化活動や環境保全活動の担い手が増えたりするというプラスにつながる。そういう「三方よし」の形につながれば嬉しい。最大の滋賀県らしさである琵琶湖の保全は、下流域にあたる京都・大阪の人たちにとっても自身のためになるということで訴求していければと思っている。滋賀県ならではのワーケーションというものを、皆さんと一緒に考えていければ。

(会長)

○委員どうぞ。

(委員)

○先ほどからのワーケーションや目標設定の話について、私も全国平均値というのは分かりにくいと思っていた。例えばワーケーションで、どれぐらいのパーセントの伸びを目指すとか、何年以内にここまで、とか、難しい部分もあるかもしれないが、もう少し具体的な目標を作った方がいいかと思うがどうか。

(事務局)

○目標値のことなど、補足も含めて説明したい。まずワーケーションについては、テレワークが進んでどこでも仕事できる方に旅館・ホテルでやっていただくようなことをメインに考えているわけではない。旅館・ホテルの方からは、個人や小さな会社だと泊まって仕事をする方も多いが、大手の企業の社員が何人も集まって仕事するようなケースは、例えば総務部の決裁が下りないなどの事情もあり、まだ少ないという話を聞いている。そういう大企業や中堅企業に会社としてワーケーションに取り組んでもらうためには、わざわざ経費をかけて、旅館・ホテルに泊まり、休暇的なことも併せてやることのメリットがどこにあるのか、付加価値をしっかりと出していないと、という声がある。これからワーケーション推進協議会を作り、いろいろな事業者と話し合っ、しっかり考えていきたい。先ほどの「三方よし」も、付加価値の付け方のひとつ。

目標設定について。年度当初、数値だけではなく、どのような目標設定がありえるかを考えていきたいという話をしたが、来年度のアクションプランの目標は、端的に言うと、今までの 6,000 万人という数字の延長線上にあり、宿泊者数で他県を上回るとか、要するに数の話。事業者さんが厳しい状況の中、やはり数も大事で、数に来てもらい、泊まってもらい、お金を落としてもらうのが大事なのは変わらない。そういう意味で、来年度のアクションプランの数字は、明示はできないが、あくまで 6,000 万人の延長。ではどの事業をやったから 6,000 万人になったのかという、個々の事業とのリンクはない。道又委員、宮川委員がおっしゃるとおり、漠然とした目標に対してこれだけたくさんの事業があると、どの事業がこの数字につながったのかわからない。宮川委員ご指摘のように、個別の事業推進にあたっては、各担当の方で事業ごとの数値を持つべきと思う。数字も一つである必要はなく、5 個とか 10 個ぐらい細切れにし、複数の事業を複合的にやれば達成できるという形もあろうかと思う。ただ、それを今から、今年度の事業で、来年度の目標を、というのはなかなか難しい部分もある。「ニューツーリズム」のビジョンを改定する中で、目標数値のあり方についても、これまでの議論を含めて、引き続き考えていければ。

(会長)

○委員お願いします。

(委員)

○私は会社員で、平日は仕事をしている。会社の売上はコロナで下がったかもしれないが、私たちの給料は下がっていない。3 月末が有休の消化期限で、今慌てて有休を取っている。どの会社でも、何年も働いてきた方は 20 日ぐらい有休があるはず。ではこれをみんなが取れているかということ、取れていない会社もいっぱいある。ワーケーションの目的が平日の稼働率を上げることにあるなら、みんなが 20 日休めば、滋賀県民の何万人、何十万人が、昼ご飯を外で食べたなど、平日に外出すると思う。観光は大事だし、県外からも来てほしいが、まずは滋賀県内の事業者が有休は全部年次消化するぐらいのことを推進できれば。私も旅行好きで、例年 20 日の休みのうち 10 日以上海外に行くが、今は行けず、有休が余ってしまい、無駄な有休を取っている。だったらどこかに行こうと、先日、三田市にある大好きなケーキ屋に行った。何が悲しかったかと言うと、神戸までの高速代が定価だった。普段は土日しか運転せず休日割引で安いのが、平日に動くとき高い。伊勢神宮も好きでよく行くが、平日だと交通費が休日の倍ぐらいする。やっぱり休みの日に行こうかな、となる。でも親を誘うと「休日の伊勢神宮は混んでいるから嫌だ」と言わ

れ、そもそも行かなくなるという悪循環。昨日だったか、高速の休日割引を混むからやめようという話があったり、JRの昼特がなくなったりしたが、平日も動きやすいように、平日のこの時間に動くとお得ですよ、この日なら休日より混まないですよ、ということを決めてほしい。ある程度休んでくれた方がよいという空気に職場がなるとか、人が分散するという意味でも、もっと有休を活用しみんなが休めば経済も回る。そんなに遠くなくても、県民が関西で一泊するなどの旅行をできるようになれば。観光でやろうといっても、使う人や来てくれる人がいないとあまりメリットがないというか、みんなどうしていいか分からないと思う。滋賀県は県の方が頑張っていて、男性の育休取得率も良いと聞いている。まず県内でそういうことを積極的に発信することで、お客さんやお金が回る仕組みができれば、滋賀県に来てくれたり、県民が動いたりしてくれるのかなと思った。

(会長)

○委員お願いします。

(委員)

○先ほど昼特の話が出たが、JRでも「どこでもドアきっぷ」という、ドラえもん連携したきっぷを秋の期間限定でやった。このきっぷは、平日より休日が割安で、2人以上でしか使えないというきっぷだった。平日に動きやすいものを作ることは大事だと思ったし、いろいろご意見を頂戴しているので、次に活かしていこうと考えている。また、今、ICOCAを使えばポイントがバックされるとか、滋賀県だと3月27日から近江鉄道バス様などでも使えるようになるなど、ICOCAを持っていれば公共交通を使えるようにと、いろいろなこともやっている。このあたりもしっかりPRしたい。アンケートの中で、公共交通の利用が減っているという話があった。我々の実感も、今日お示しいただいた数字よりももっと悪く、どうしようかと思っているぐらいだ。しかし、そこは公共交通がなければ観光も成り立たないと思うので、公共交通としての役割をしっかり果たしたいと思う。

もう一点、ワーケーションの話が出たので。我々もいろいろな企業にお話しさせていただき、どうすればワーケーションが浸透するのかという話をしているところ。「健康しが」という語も資料にあるが、「健康経営」というか、企業の社員の健康に資するワーケーション、例えば西教寺の座禅のように、心から健康になるとか、ビワイチで身体がスマートになるなどを、滋賀では打ち出しやすく、わかりやすいワーケーションなのかなと思う。

(会長)

○ありがとうございます。この議題について何かあれば後ほどお願いしたい。時間も過ぎていたので、次の議題にいきたい。

## 議題2 次期「ツーリズムビジョン」の方向性について

○事務局より資料4について説明があった。

(会長)

○ありがとうございます。本件に関して、ご意見、ご質問があれば。経営学の視点からコメントをいただきたい。

(副会長)

○ありがとうございます。大きな方向性については良いと思っている。ただし、難しそうだなと感じるのが、強みの「再発見・再評価」というキーワード。要するに、観光に関わる方々が魅力を感じて今までやってこられたものを、新しい視点を入れて再定義する、という話だと思うが、どうやってやるのかな、と思った。

大きくはやり方があると思っている。一つは、地域の方が、マイクロツーリズムのような形で、滋賀の行ったことのない近場で、新しい体験をし、魅力を再発見されているので、そういった方の視点を、参加型のような形でフィードバックさせながら、取り組みを展開できそうだと思う。もう一つは、さっき話の出たワーケーション。ワーケーションがどれぐらいの広がりを持つかはやってみないと分からないが、一つ良いと思うのは、これまで滋賀県の観光の特色というと、魅力がいろいろある、歴史もスポーツも自然もある、と総花的な感じで、何が強いのか分からないのがもったいないところだったのが、「ビジネス」や「働き」みたいなものが横串として入ることで、とてもたくさんの組み合わせができるということ。ワーケーションの付加価値として、先ほどのお寺でボランティアだけでなく、ビジネスに関連しそうな話でいうと、近江商人の「三方よし」ってよく聞くけれど本当は何なのかを知るとか、戦国武将の生き方から学ぶとか、組み合わせがすごくできる。ワーケーションがそういうツーリズムのあり方の軸になればよいと感じている。

(会長)

○ありがとうございます。強みはこれまでもあって、それをどう再定義するか。委員のご意見としては、地元の人がそれを認識することでより強化されるということが一つの案ではないかというご意見だったが、事務局はどのように考えているか。

(事務局)

○ありがとうございます。コロナ禍を経て、観光の地産地消ということで、県民に地元滋賀をたくさん観光していただいているし、新しい発見があったという声もいただいている。委員がおっしゃったように、参加型で、いろいろなご意見や反応などを見て、そういったデータを集めながら、場所だけではなく、取り組み、コンテンツも含めて、今まで見落としていた新たな観光の可能性、「そういえば滋賀にはこういう魅力があるな」、というのを掘り起こしていきたい。旅行者である県民のみなさんと一緒にやることで、先ほど申し上げたおもてなし力の向上につながることも期待している。なかなか難しい面もあり、みなさんとも議論・検討していきたいが、現時点では、そういう磨き上げというものを、関係事業者さん含め、多様な連携の中で取り組んでいきたいと思っている。

(会長)

○ありがとうございます。他にいかがか。

(委員)

○「ニューツーリズム」が日本国内で発信されたのは、2007年に、観光庁がニューツーリズム創出整備支援を3か年で実施されたあたりからだ認識している。その際、全国で約140の事業が採択された。それから、10年以上が経つが、「ニューツーリズム」、いわゆるテーマ性のある旅が、エコツーリズム、グリーンツーリズムはじめ様々あるが、マーケットでなかなか定着していないのが現状。理由を私なりに考えると、小ロット多品種を求められるからだと分析している。つまり、テーマ性のある旅行なので万人受けしない。エコツーリズムやグリーンツーリズムに何千、何万人の方々が参加するというのは考えにくく生産性がかなり低くなる。では、どうすれば良いのか。「商品を創り、運営、販売の機会をサポートする」、という根本的な部分を支援する仕組みづくりが必要。運営をボランティアやNPOに委ねているのが現状で、生業としての、継続が非常に難しい環境となっている。

提案されている、連携については、こうした部会を新たに作るのも方法かもしれないが、県内にはびわこビジターズビューローはじめ市町の観光協会に同じような組織連携

があり、現在の業務と重複する可能性が大いにあるので丁寧に整理をしながら検討する必要がある。

(会長)

○ありがとうございます。本件に関しいかがか。

(委員)

○当方の店は山の中にあり、「適度な疎」という条件のおかげか、今年は来客数や売上が昨年よりも多い月もあった。そんな中肌で感じるのが、みなさんすごく出かけたがっている、ということ。子供会などの大きな団体は全てキャンセルになったが、家族連れで来てくださる方がすごく多い。さらには近所の方や、常連の方が今年はより頻繁に来てくださっている。そういう人たちには、アイスを食べるのはおまけで、どちらかというと話したがつている、交流を持ちたがつているという感じがある。山の中にちょっと出かけ、店員さんと話すだけでも気分転換になるのかな、ということを感じる。モノを見る観光は、一度見たら次は別の場所に行き、リピーターにつながりにくい、リラックスできる場所、おいしい食べ物、地元の人との交流というのは、一度経験すれば十分ではなく、もう一度リラックスしたい、会いたい、というふうに次につながる、持続性の高い要素だと思う。

(会長)

○ありがとうございます。先ほどの、「ニューツーリズム」への支援がないという話について、県の考えは。

(事務局)

○貴重な意見をありがとうございます。【資料4】の8ページに提示したような、県内の関係者が広く集まり、ご参画いただけるような枠組みについては、ゼロから作るのではなく、既存の連携の実績・経験を有効活用する。さらには、今までいっしょになかったような、農業・漁業をされている方とか、漁連とか、産業・文化の方とか、さらに広い分野の方との関係性の構築を目指す。一足飛びにいかないかもしれませんが、丁寧にやっていくしかないが、県庁の中にもネットワークがあり、部局連携できる部分もある。多様な関係の方が広く集まれるように、協議会に参加しなければ取り組みにも参加できない、というのではなく、なるべく緩やかで柔軟性のあるものを。具体的な取り組みは大勢ではできないので、部会や、ワーキンググループなどで、ワーケーションとか、アドベンチャ

一、サイクルツーリズムなどのテーマごとに「この指とまれ」という形になるのかもしれない。サイクルツーリズムであればピワイチの連携の枠組みが既にあるので、それはしっかり回しながら、「ピワイチ×環境」とか「ピワイチ×農業」などの新たな可能性も探れるように、横のつながりもできる、そういうイメージの協議会がよいのかな、と思った。既存の市町、観光協会、事業者間の既にある取り組み・連携の邪魔にならないように、むしろ互いに相乗効果でプラスになるような整備が必要とのご指摘はしっかり意識し、またご相談させていただきながら作っていければと思っている。

(会長)

○ありがとうございます。委員どうぞ。

(委員)

○小ロット多品種が求められるというお話を聞いて、わかるところがあるなと思い手を挙げた。私は会社員で平日は仕事をしているが、ここ5年ほどは京都のまち歩きの団体にも所属し、土日には2~30人のツアーの引率係のようなことをやっている。10年ぐらい続く人気のあるまちあるき団体で、固定客がもともといて、それが徐々に増えてきている。その団体のツアーで、毎月、8人ぐらいで老舗の座布団メーカーを訪ね、2,000円ぐらいで座布団を作る、というコースがあったが、なかなか参加者が集まらなかった。そこで商工会議所さんが私達のホームページ管理で間に入り、集客の部分をお手伝いいただくような形でやったら、超人気コースになり、毎月満員。つまり、せっかくこういういろいろな事業があっても、知らせる術がないといけない。

多品種というのがすごく大事で、うちのツアーでも、マニアック、ニッチで、類似のものがなく、半年に一回必ずある、というコースがすごく人気。座布団もそうだし、鍾馗さんを作るとか、畳のへりを使って畳を作るとか。それ以外にも月に30個以上のコースをやっていて、人気で抽選になるコースもある。

発信が市町単位になっている。大津は大津、草津は草津でやっても、多品種にならない。ビューローさんも月に5コースぐらいしかなかったりするので、これに行かなければ次のきっかけにつながらない。私はふるさと納税のサイトを見るのが好き。各県の特産物がたくさん並んでいて、いちごも欲しいけれど、さくらんぼもいいか、みたいな感じで。ポータルサイトのようなものを、県とか関西とかでやってはどうか。小ロットだが、頻繁に、1~2か月に一度とか季節限定などで、ポータルの紹介する支援がもっとあってもよいと思う。JRぐらい大きければ何本もコースを置けるが、京阪ならそんなに置けないのであれば、「鉄道」でくれば鉄道好きの人が見る。滋賀などの大きな単位で考

え、みんなでまとめて一気に発信し、多くの中から選べる仕組みがあれば、もっと伸びる。発信力が足りないような気がする。プレスリリースなども上手に使えると、小さなイベントなども取り上げてもらえるチャンスになるかもしれない。それがないと、たくさん考えても、結局知ってもらえないし、県民や近くの人に届かない。みんなが NHK の滋賀ニュースを見ていればよいが、見られない人もたくさんいる。そういう人たちにもきめ細かに届けられるものがあれば。

(委員)

○みなさんのご意見参考になるなと思いながら聞いていた。現状これを行っている立場から、今までの経験も兼ねてお伝えさせてもらおう。質の向上ということを書かれていて、先ほどから出て居る多品種小ロットに質の向上を当てはめるとなると、非常に大変なことだと思う。私達のツアーでも、高品質高付加価値を最初から思っやってきた。海外の方に対するのと日本の方に対するのでは切り口が全然違って、日本の方にやっていくのはすごく大変なことだろうと思うので、どうやってそこを担保するのか。とくにサービスは再現性が難しい。あるレベル以上のものを提供することで、滋賀県の全体的なイメージが上がるということになると思うが、そこをどう作っていくのが、一番気になったところ。例えば【資料5】9ページにあるように、大規模プロジェクトへの対応というところにもっていくとなると、ある程度数が必要になってくると思うが、私の中では、どちらも追いかけていけるものなのかな、というのが、一つクエスションになった。

もう一つは、高品質高付加価値で一人当たり観光消費額の向上というのは、目標としてはその通りだと思うが、一方で、「ニューツーリズム」系で、最近グランピングみたいな高価格のものも出てきてはいるが、基本的にサイクリングやカヤックやSUPにしても、そんなに高い値段を取れるものでもない。これをどのように消費額を向上させていくのか。いろいろなものを組み合わせて、3つをやるから若干単価が上がったというのは単に寄せ集めただけ。そうではなくて、一点一点、個々の商品の単価を上げていかない限りは、という話だろうし、それを作っていくのは非常に難しいことだと思う。全体の目標としてはそっちにいかざるを得ないというのはよくわかるが、実際に作り上げていくというのは本当に大変なこと。それをやりあげてからの情報発信だと思う。基本的にプロモーションは最終手段だと思う。もともと商品が上質なものであれば、宣伝は要らないとまでは言わないが、ある程度人が宣伝したり口コミしてくれたりというところがある。それがなくままにとりあえず数だけ集めました、宣伝していきましようと言っても、そこで高付加価値のものが集まっているなど認識してもらうのは難しい。そこが非常に気になったし、私自身も模索しているので、逆に一緒に勉強・取り組みさせていただきたい

と、事業者の立場から思った。

(会長)

○ありがとうございます。野村委員、関西空港からご覧いただいて、全般のお話・ご意見があればお願いしたい。ミュートのようなので、音声が入るようになれば声をかけてほしい。これまでのところで、他に何かご意見・ご質問があれば。

(委員)

○当局やみなさんのご意見を伺いながら感じたところをお伝えしたい。「シガリズム」ができたが、個人的な感想としては、全体的にはよくできているが、できればもう一工夫してほしかった。「滋賀のリズムにふれて、心のリズムをととのえる旅へ」というシガリズム、これは素晴らしいワードを作られたと思う。ここに散文的に書いてあることへの感覚は、滋賀県民やここにおられる方にはわかる。「琵琶湖を始めとした自然と歩みをそろえ、ゆっくり、ていねいに暮らしてきた」という、このわずかな言葉の中に、滋賀県でこれまで先人やみなさんが努力をし、これを守ってきたかという、ものすごい歴史がある。これがもう少し、このパンフレットの中に出てくれば、後に出てくる様々な観光地や文化や食が、そういうバックグラウンドから生まれてきたのだな、ということが見えてくる。こういうものが生み出された背景をもっと発信していただければと。

今回「強み(光)」として4つ書かれたこと、まさにこれ全体が日本遺産として認定されたことであり、強み、文化である。そういうことを我々県民があまり認識していない。なぜかというと、滋賀にはいろいろすばらしいものが揃っていて、良すぎて、県民はそれが当たり前だと思ってしまっているところがある。これは、それだけ滋賀県が恵まれているということであり、滋賀県民の県民性だと思う。それをこれからの観光の視点に据え、子や孫に伝え、全国に発信していくには、我々県民も、もう一度、当たり前だと思っていたことが実は当たり前ではなく、すごいことなのだを知ることが、先ほど吉田委員が仰っていた「再定義」だと思う。県民が自ら再評価・再発見することで、来られた方との交流でいろいろ話ができるようになり、また自分たちでもっと発信しよう、ということになるのかなと。それが全体として集約され「ニューツーリズム」になるのだと思う。あと一点。とあるコンサルがやった、県別の魅力度調査では滋賀県は常に37~38位。ところが県民の幸福度調査になるとボンと上がるし、県民所得も高いし、住みたい地域でも上位に来る。滋賀県というのは経済をはじめ、いろいろなところで恵まれていて、そのことが、観光で何とかしよう、という動きの弱さにつながっている。滋賀県や県民のそういう特性を自ら意識しながら、そこを今後どう発信していくのか、そういうことが視野

に入れて戦略を練ることが必要になるのかなど。ちょっと漠然としているが、そんなことを思った。

(会長)

○ありがとうございます。委員どうぞ。

(委員)

○すみません、パソコンが古く、接触が悪かったようだ。関西空港の第一ターミナルの到着ロビーフロアの関西ツーリストインフォメーションセンターで所長をしている。最前線でお客様への応対をしてきた。この一年コロナで浮き沈みが本当にあった。去年のちょうど今頃は、関西空港に武漢からの直行便があり、武漢からの団体のお客様にも間近で対応していたが、春口にいきなりコロナが全国的に言われるようになった。インフォメーションセンターもいち早く感染症対策を導入して対応してきた。「Go To トラベル」施策や外国人入国者数の制限などいろいろあり、夏場は国内のお客様が一気に増えたり、秋口にはビジネスや留学生のお客様など海外のお客様も一旦は戻り基調にあったが、年末からまた一気に来なくなっている状況。

今日のお話を伺って、「ニューツーリズム」に関して、これを踏まえた今後の旅のあり方を改めて検討していかないといけない状況になっている。冒頭にあった目標設定やいろいろな施策について、ある意味、正解値はないと思う。常に状況を見ながら軌道修正していく姿勢も必要ではないかと思う。「ニューツーリズム」については、滋賀県は素材的なものの宝庫で、本当にいいものがたくさんつくれるのではと思っている。先ほど人見委員がおっしゃった通り、たしかにいいものを作ったあとの支援が必要かと思うが、お客様、とくに一定の予定を組まれる層に対しての取り組みを強化していただきたい。これがひいては、インバウンドのお客様にもつながる。そうすると今度は私どもが、こうしたいい施策を、インバウンド向けに発信していきたいとも思っている。

(会長)

○ありがとうございます。それでは一通りお話いただいたので、最後「その他」について事務局からお願いしたい。

(事務局)

○【資料5】をご覧ください。令和3年度の予定をかいつまんで説明する。このあと事務局で時期ビジョンのたたき台の作成に着手する。みなさんからのご意見もぜひ賜り

たい。来年度第一回の審議会を5～6月ごろに開催し、そこでご議論・ご検討いただきたい。そのあと県民政策コメント、いわゆるパブコメを7～8月頃に予定している。その後最終案として取りまとめたのち、審議会を10～11月頃に開催させていただいて答申をいただき、1月頃にはビジョン策定へとつなげていきたい。

(会長)

○本件に関し何かご意見・ご質問はあるか。では次に行きたい。みなさんありがとうございます。主要議題は終わったので、オブザーバーのみなさんからもご意見いただきたい。初めに近畿運輸局の藤木さん。

(オブザーバー)

○日頃より、観光振興、運輸行政にご協力いただき、ありがとうございます。資料を見ると、コロナ禍において、県下の事業者様が、大変厳しいことを再認識した。当然、事業の継続が第一と考えるが、コロナ収束後の回復期に備える時期でもあるかなと考えている。資料の中にあった、地域の観光資源の磨き上げとか、「ニューツーリズム」などの言葉は、観光庁の補助事業にも出ている。近畿運輸局観光部も、観光庁の窓口としてこれからも協力させていただきたいと思う。今後ともよろしくお願ひしたい。

(会長)

○続いて、全国旅行業協会の江川さん。

(オブザーバー)

○県内旅行者を代表して。滋賀県旅行業協会、そして全国旅行業協会滋賀県支部の事務局をさせていただいている。貴重なご意見をたくさんいただいた。先ほど、県内の観光のお客様が、平成元年度から平成30年度まではずっと右肩上がりで増えているとうかがった。今まで右肩上がりで目標設定し、しかもそれを何とか達成してこられた。しかし、コロナ禍において、ベクトルを一旦ニュートラルに戻して、地域の魅力を磨き上げると。市町の観光協会などのいろいろな協力を得ながら、県の支援、ビジターズビューローが窓口になって、それらをまとめ上げて、ひとつのつながりをもった旅行が出来上がれば、県内の旅行者もそれに携わっていけるのではないかと思った。いろいろありがとうございました。

(会長)

○ありがとうございます。最後にびわこビジターズビューロー西川さん。

(オブザーバー)

○県の事業を具体的に展開するビューローなので、本日令和3年度のアクションプランが出て、目標設定の考え方も出されたので、観光事業者みなさんの意見もしっかり聞いて、目標数値を達成できるよう頑張っていきたい。

(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、効果的な事業を展開されるようお願いしたい。最後に事務局から何かあれば。

(事務局)

○本日は長時間にわたり熱心にご審議いただき、また貴重なご意見を多数賜り、ありがとうございました。何か気付いたことがあれば、事務局まで気軽にご意見をお寄せいただきたい。現在の観光審議会の委員の任期は令和3年3月22日となっている。これまで委員のみなさんには大変お世話になった。改めて感謝申し上げます。引き続き、委員をお願いするみなさんには今後ともよろしくようお願い申し上げます。

(会長)

○それでは、これをもって議事を終了したい。事務局に進行をお返しする。

○中山理事挨拶

<閉会>