

令和5年度第1回滋賀県観光事業審議会 議事概要

1 開催日時、場所

日 時：令和5年7月24日（月）14:00～16:00

場 所：滋賀県庁危機管理センター1階会議室1

2 出席委員（敬称略、五十音順）

○委員：稲永 明子、今井 敏、上田 未来、植西 祐一郎、川口 洋美、菊池 玲奈
小磯 亮、坂 仁美、佐藤 泉、竹平 陽、野村 ゆき子、廣岡 裕一
松田 大祐、峯俊 智穂

○オブザーバー：岩崎 靖彦、江川 寛、西川 直治

3 議題等

■ 林商工観光労働部長挨拶

■ 定足数の確認

■ 新任委員の紹介

■ 議題（1）会長および副会長の選出について

- ・ 会長に峯俊委員を、副会長に廣岡委員を選出。

■ 議題（2）シガリズム観光振興ビジョンについて

令和4年度「シガリズム観光振興ビジョン アクションプラン」の評価について

事務局より、シガリズム観光振興ビジョンおよび令和4年度「シガリズム観光振興ビジョン アクションプラン」の評価について説明。

（今井委員）

- ・ ここ滋賀には頻繁に足を運ばせていただき、当社単独のイベントを打っていただいたこともあって、非常に農業者にとってありがたい部門である。家賃が年間1億2000万円、売上が1億4000万円であるということは、相当な赤字になっているのだろう。広告宣伝という意味で捉えると、当然赤字でも仕方ない部分はあるが、立地が非常によく、東京駅から歩いて5分以内で行くことができる。全国のアンテナショップの中でも、おそらく滋賀県が一番よい場所だと思う。逆にそのような場所で、近江米などを持ち歩いてもらえる

のか。農業者にとっても、コロナが終わり、今からリスタートというところで、どういった形でここ滋賀を使っていくかが課題である。

ここ滋賀の最大の目的は、滋賀県に誘致したり、滋賀県産農産物を買っていただいたりすることだと思う。簡単に言えば、今のここ滋賀はコンビニと変わらない。ご当地物が置いてあるが、お金を払って商品をピックアップして持って帰るだけである。しかし、アンテナショップであるならば、アンテナショップなりの使い方などが必要になってくるのではないか。近江米の場合は、近畿圏では名前が通っているが、全国となると、その他大勢のお米になってしまう。そのため、首都圏にアピールする目的は一体どこにあるのかと、日々思っている。

また、北海道産の「ゆめぴりか」や山形県産の「つや姫」などは、ゴールデンタイムにコマーシャルが流れる。滋賀県にも「みずかがみ」などがあるが、一家団欒でご飯を食べているときに、近江米のコマーシャルを全く見たことがない。新米の時期だけでも、近江米のコマーシャルをしてもらうことが、非常に実需的ではないか。

加えて、ここ滋賀の収支の説明ももらうが、隣の三重県と比べてどうなのか、兵庫県と比べてどうなのかという対比が全くないため、自己満足の世界で終わっているようなところがあると思う。そのあたりも少し有効活用ができればと思う。

(片山所長)

- ここ滋賀は単なるショップではなく、首都圏に拠点を持つことによって、滋賀県のことを初めて知っていただける機会でもある。首都圏における物販を振興していくためには、いかに滋賀県の情報発信をしていくかが大切であり、このことを通じて、売上の数倍の効果が生じるだろうと考えている。メディア、例えば首都圏のキー局で取り上げていただけることによって、滋賀県の物販がさらに伸びていくこともある。情報発信に特に力を入れて取り組むことにより、単なる売上以上の効果を生み出すことを目標に、ここ滋賀の運営を行っているところ。

三重県や兵庫県のアンテナショップとの比較については、今後ここ滋賀の収支を報告させていただく際に、もう少しひと工夫をしたい。兵庫県は現在首都圏から撤退しているが、三重県などの他府県との比較も行っている。もう少し説明に工夫をしながら、拠点がどれくらい機能を果たしているか説明していきたいと考える。お話の中にありましたとおり、40以上ある発信拠点の中でも、ここ滋賀は間違いなく指折りの施設である。決して年間1億円を出したから得られるものではなく、タイミングなどによって得られた立地である。立地のよさを最大限活かしていけるよう、さらなる力を入れて情報発信を行うことによって、物販の売上の拡大、滋賀県への誘客につなげていきたい。

(今井委員)

- 三重県のアンテナショップでは、抹茶と赤福を2階で飲食することができ、多くのお客

さんがいた。滋賀県は近江茶の発祥の地であるはずだが、2階の飲食ブースの客数が、晴れているときで最大20人、雨が降ったときは0人のときもあると聞いた。季節ごとによい提案をしてもらいたい。

また、2024年問題が目の前である。穀物を運ぶのにも、物流コストがかなりかかる。したがって、首都圏の皆様のご自宅へお米を納めるようなシステムや、試食し銘柄を選んでいただき、重たいお米を運ばなくてよいような宣伝など、様々なことを農家としてはしてもらいたい。

(片山所長)

- ・ ここ滋賀でもお茶の体験は新茶のシーズンに実施しており、季節を捉えて試飲・試食による食の魅力の発信を行っている。お酒についても、去年は年間を通じて14の酒蔵に来ていただき、ここ滋賀という施設があるからこそできる試飲・試食の企画催事を186回、128日行った。十分な魅力発信ができていると考えているが、さらに内容を精査し、滋賀県の魅力が伝わるより魅力的な催事の実施を検討していきたい。

お米については、滋賀県が供給できる供給量の問題もあると思う。首都圏でさらに販路を拡大していくのがよいのかどうかについても、需要と供給のバランスを見極めながら検討していきたい。

(竹平委員)

- ・ 2点伺いたい。
1点目がビワイチについてである。県民にはよく知られている印象があるが、令和4年の体験者数9万8000人の中で、県民・県外からの来訪者の割合が知りたい。また、令和5年度の観光施策に「ビワイチの取組の加速化」があるが、おそらく県民の多くがビワイチを知っている中で、この施策のターゲットがどこにあるのかを知りたい。
2点目が教育旅行についてである。参加生徒1人あたり500円の助成をされており素晴らしいと思うが、私が今年の3月まで琵琶湖汽船でアルバイトをしていたとき、夜のクルーズでご飯を食べ、大津市内のホテルに泊まる修学旅行生が持つしおりのタイトルが、「京都・奈良の旅」だった。これを見て衝撃を受け、あなたが今ご飯を食べているのは琵琶湖の上じゃないか、宿泊するのは滋賀県だよねと思い、とてもショックを受けた。つまり、滞在型観光が教育旅行向けのコンテンツとしてできていないのではないか。宿泊教育旅行は令和6年度の目標も既に令和4年度で達成されているが、教育旅行に関するご認識や、実際にどういったコンテンツが人気なのかを伺いたい。

(菱田室長)

- ・ ビワイチ体験者数9万8000人の県内・県外の割合であるが、県内が54%、県外が46%となっている。

(河崎室長)

- ・ 教育旅行の件だが、昨年度、シガリズムスクールという教育旅行専門のパンフレットを作ることができた。旅行事業者様からも大変好評を得ている。実は教育旅行のキャラバン隊が先日出発し、関東の方に行ってきたが、多くの好評を得ているところであり、来年度の増刷も図っていきたい。

教育旅行に人気のあるコンテンツだが、クルーズに加え、サップやカヤックなどの琵琶湖での体験が大変人気と聞いている。

(竹平委員)

- ・ ビワイチに関しては、今後はさらに県外の体験者の割合を増やしていく方向性ということか。

(菱田室長)

- ・ そのとおりである。さらに県外の方の知名度を上げ、県外のできれば宿泊の方を増やしていきたい、経済効果を高めていきたい。

(稲永委員)

- ・ シガリズムの滋賀県らしい、ゆったりとした時間を楽しむというコンセプトは、非常にじっくりいくなと見せていただいた。またビワイチに関しては、昨年4月にビワイチ推進条例が制定された。それにともない、ビワイチの日やビワイチ週間というので県内外で統一的な広報をされていたり、デジタルスタンプラリーの支援をしたりなど、地域の物産と合わせた形でビワイチの推進をされている。加えて、安全安心な走行環境のための道路整備について、道路課さんが非常に頑張っておられるのは、毎年走らせていただいて感じているところ、感謝しているところである。

ただ一方課題として、サイクリストが増えることにより、一部地域で軋轢のようなことも起こってきていると聞いている。シガリズム観光振興ビジョンの課題にも、地域住民が観光客とともに楽しむ機運の醸成があるが、これは観光をする上にあたって一番のポイントになるところ。もちろん県外の方にビワイチに来ていただき、琵琶湖の魅力、滋賀県魅力を味わっていただくことも進めていただきたいが、滋賀県内の方にも自転車に乗っていただき、ビワイチを体験していただくことが非常に大切ではないか。

その中で、今年から「ビワイチの子」という取組をされている。子どもたちに乗ってもらおうと、子どもがビワイチをする際に助成をしておられるが、どちらかといえば個人が対象だと思う。しかし、せっかく滋賀県は「うみのこ」ということで、学校単位での琵琶湖体験をされている。以前より、滋賀県バイコロジーをすすめる会代表の伊吹さんが提唱されているような「風の子」ということで、滋賀県内の学校で子どもたちがビワイチ、ビ

ワイチ・プラスを体験するような取組をぜひ進めていただきたい。子供が安心して走行できる道路空間は非常に大切であり、また、自転車は免許なしで気軽に乗れるため、いつルールやマナーを学ぶのかも非常に大事である。したがって、「風の子」ということで、滋賀県内の学校で、もちろん県外からでもよいが、琵琶湖に来てビワイチを楽しんでいただき、その上でルールやマナーをしっかりと身につけていただく。子どもが取り組むことで、親にも関心を持っていただける。子どもが安心して楽しめる空間は、旅人が自転車を楽しめる空間・環境作りにもなるため、そのような形でやっていただきたい。

加えて、ビワイチだけではなく、サップやパラグライダー、キャニオニングなどのアウトドア、陶芸教室や農業体験など、滋賀らしい体験はいくつもある。そういったものを組合せ、滋賀全体の総合的な楽しみ方を提案するのが、インバウンドも含め県外からの呼び込み、長期滞在型の観光客の誘客につながると思う。ぜひ進めていただきたい。

(菱田室長)

- ・ サイクリストの方が増えることによる軋轢の発生に関しては、確かにビワイチについて全員が賛成ということではなく、批判的な意見も一部あることは承知している。その理由はサイクリストのマナーに関するものが中心であるため、路上で啓発をしたり啓発冊子を作ったりしているところであり、引き続き進めてまいりたい。

今年度新たに立ち上げた「ビワイチの子」推進事業は、それぞれの親子のオーダーに応じたツアーを造成するもので、子どものビワイチ体験を促進する目的で始めた。学校中心に進められればよいのではないかというご意見だが、なかなか「うみのこ」のように全員が特定の学年でビワイチをするのはハードルが高く、教育委員会との調整も難しい。そのような状況の中で、「ビワイチの子」推進事業を現在の形にしている。今のオーダーメイドの事業は値段が高くつくという課題もあるため、来年度はもう少し安い値段で、多くの子どもが参加できないか考えていきたい。

(河崎室長)

- ・ シガリズム体験として昨年度は67のコンテンツを作り上げることができ、その中には農業体験や陶芸体験、また珍しい湖魚の漁業体験などもある。おっしゃっていただいたように今は単発のコンテンツであり、文化財も滋賀県にはたくさんあるため、そうしたものをつなげたツアー造成については、これからしっかりと取り組んでいきたい。

■ 議題（3）今後の本県における観光施策の方向性等について

事務局より、今後の本県における観光施策の方向性等について説明。

(松田委員)

- ・ 2025年の大阪・関西万博は、近畿全体が観光で盛り上がるという意味では、非常に大切な年。あわせてインフラについては、来年の春には北陸新幹線の敦賀開業もあるため、特に湖北の観光にチャンスになる。万博のときには、関西の私鉄の皆様と一緒に関西MaaSを構築し、デジタルで便利に近畿を回っていただく仕組みも考えている。そうしたものと、滋賀県で今考えていただいている様々なコンテンツをどう結びつけていくか、我々もしっかりと勉強していきたい。

全国の目を滋賀県に向けようと思うと、全国的な話題もとても大事。先般、世界遺産登録の報道等があったかと思う。京都新聞は当然に彦根城の世界遺産登録という書き方がしてあったが、一方で全国紙の日経新聞などを見ると、どちらかといえば飛鳥藤原宮跡が前面に出ていた。私は近畿営業部という部署で仕事をしているため、奈良県の皆様とも一緒に仕事をする機会があるが、地元の熱量では滋賀県の皆様の方が圧倒的に強い一方で、全国的に見るとどうしても飛鳥の方に目が向いているような肌感覚がある。文化財が滋賀県の1つの魅力という話もあったが、2027年最速の世界遺産登録に向けての長期的な動き、今の状況を教えていただきたい。

(河崎室長)

- ・ 彦根城の世界遺産登録については、事前審査を取り入れ、最速で2027年を目指して進めているところ。2025年に事前審査が通れば、2027年に登録という形で進むと聞いている。また文化財といえば、安土城が2026年に築城450年を迎えるため、そのあたりも踏まえ、絶えず文化財の方と連携をしている。

また、文化庁が京都に移転してきたため、隣にある滋賀県としては文化観光について取組を強化したいということで、文化財保護課の職員を観光振興局に迎え入れている。今年度は参事級の職員に本務で来ていただいております、私の隣の席にいるが、毎日何ができるかの調整をさせていただくとともに、文化スポーツ部とも連携を濃厚にしている。

ただ、全国的に飛鳥の方に目が向くのは、まだまだPRが弱いということ。文化財保護課も新しいパンフレット等を今年度は作成するというので、先日プロポーザルにも呼ばれ、対応を一緒に行っている。肌感覚のご意見も非常に重要であるため、文化財保護課と調整しながら、しっかりと文化観光の振興に、周年を意識して取り組んでいきたい。

(川口委員)

- ・ コロナで苦しい時期を、県の皆様には様々な側面から支えていただき、感謝申し上げます。おかげさまで、繁忙期には非常に多くの外国人のお客様にお越しいただいた。私が知っている方はほとんど同じことを言うが、過去最高の客足ではないかというくらいであり、大変嬉しく思っている。コロナ禍に様々な支援をくださったおかげで、ツアーなどを磨きあげることができたために、いざ開国となったときスムーズな移行ができたと思う。感謝申し上げます。

我々は小さな事業者であるため、付加価値がないとやっていけず、高付加価値のツアーを作ることをずっと目標にしている。今回の計画では、今後は高付加価値化を図っていくと書かれていたが、その方法があまり見えなかったり弱かったりする点が気になった。当社はシガリズム体験としてびわこビジターズビューローのサイトに載せさせていただいてはいないが、サイトの運営自体が非常に大変なことを身をもって体感している。シガリズム体験を周知することも大変だが、一旦安い客単価でスタートしてしまうと、そこから単価を上げていくことは非常に大変である。したがって、最初からある程度付加価値が高いものを集める必要がある。そのためには、お客様の評価がとても大事と考える。フィードバックを得て五つ星などのよい評価を集め、また少しでも星が低かった場合は、運営側が事業者と一緒に改善の手立てを考えていかなければ、サイトの価値も体験の価値も落ちてしまいかねない。67のコンテンツができたという報告があったが、それはあくまで数の問題である。数が少なくてもよいものならば売れる可能性も十分あり、評価も上がっていく。サイトの運営そのものと、提供する事業者のコンテンツの中身の向上の両輪ともに、一生懸命取り組むべきではないか。これはとても大変なことで、どのような道筋で進めていくのが気になった。

また、プロモーションの手段としてファムトリップをよくやっていらっしゃるが、ぜひ続けていただきたい。手作り感があふれるものに関しては、実際にエージェントに来ていただかないと伝わらない部分が多い。当社は外国人のエージェントとのつながりが大きいですが、コロナ禍で多くの方が離職を余儀なくされ、エージェント側のオペレーションが乱れて非常に大変だった。もし現地に足を運び様子を見ていただければ、状況が把握でき、そのようなことも少なく済んだかと思う。ツアーのクオリティにも当然関係してくる。予算が許す限りになると思うが、エージェントを招いたファムトリップには力を注いでいただければありがたい。

(河崎室長)

- ・ おっしゃっていただいた通り、コンテンツの単価をどのように上げていくかは非常に重要である。滋賀県の地域ごとに専門員をつけ、随時支援をいただいているところ。先日も彦根仏壇のところに行ってきたが、単なる金箔貼り体験ではなく、単価が上がる甲冑作りなど、よりインバウンド向けや高付加価値なものにシフトしないと持たない。去年はとりあえずコンテンツを作ることから始め、大変厳しい状況だったが、運用する中で、しっかりと稼げる体制を作っていけないといけない。3年後には国の交付金がなくなってしまうことを見据え、自走化できるような対応をとらないといけないということも考えている。そうしたところでの支援をしっかりと進めていきたい。

またファムトリップについて、おっしゃっていただいたことは非常に重要なこと。実際にエージェントに来ていただかないと何も始まらないため、びわこビジターズビューローとともにファムトリップの積極的な取組を行っている。先日も中国の湖南省から湖

南国華天旅行社と快樂老人報社という 50 代・60 代ぐらいの定年退職された富裕層の方々が参加する大学講座をされている企業の方にお越しいただき、ファムトリップをさせていただいた。滋賀県は全国でも有数の長寿県で健康に関心が高いということで、健康に大変刺さり、中国の団体旅行が解除された際には、ある一定の数を毎月送りたいとおっしゃっていただいた。このような様々な形で、エージェントの方を対象としたファムトリップはびわこビジターズビューローと行っていきたい。

(岩崎オブザーバー)

- ・ 滋賀県の知名度をどう上げるかが課題であると昔から言われてきた。例えば、訪日外国人客も日本人観光客も、兵庫県がどこにあるかはわからないが、城崎温泉が兵庫県にあることは知っている方が多い。滋賀県であれば、何をメインに知名度をあげるか。滋賀県に来ないとできないこと、食べられないものを開発すべき。各地で提供すると付加価値がつかず、滋賀県に来る意味がなくなってしまう。

加えて、いかに滋賀県にはこれがあるというのをうまく情報発信するか、プロモーションが重要。ランドオペレーターの方から、海外のエージェントがホームページを見て直接予約してくることもあると聞く。やはりホームページや SNS は、情報発信にはとてもよいもの。ただ、SNS は特にリアルタイムに発信しないと意味がない。これを誰がやるかが課題である。

また、観光産業は人手不足である。宿泊施設は 6 割～7 割ほどしか客室を稼働できず、単価を上げて収入を得ているのが現状。物産や農業も同様だと思う。観光庁でも人手不足は長年の悩みだが、なかなかよい方策は取れない。例えば、賃金を上げても、重労働や免許の問題があり、バスや鉄道の運転手はなかなか増えるわけではない。運んでくれる交通機関がなければ、いくら滋賀県が有名になっても観光してもらえない。そのあたりも課題があると思う。

北陸新幹線が敦賀まで来ることは好機だと思う。大阪まで開通してしまうと敦賀で人が下りないが、敦賀で降りてもらえると滋賀県北部まではすぐに来られるため、南下して大津へ来たり、逆に長浜をまわって守山を通過して大津に行ったり、様々なルートが出来上がる。JR さんがいかに人をうまく周遊させてくれるのかと期待をしているが、県の方も民間の方も様々な方策をとっていただければよいのではないかと思う。行政が考えるものは、制限があるためなかなか売れない。民間の力が一番重要である。売れるものをよく知っている民間の人の意見を大事にしたほうが、売れるものを作り上げられると思う。

さらに、どこから観光客を滋賀県に引っ張ってくるのが最も得策なのか、考えなければならない。関西空港から滋賀県に引っ張ってくるのか、セントレア空港から滋賀県に引っ張ってくるのか。空港に来る訪日外国人客は、滋賀県では泊まるだけで、京都で観光をする。それでは宿泊施設にはお金が落ちるが、それ以外どこにも落ちない。それでよいのか、空港から滋賀県まで直接観光客を引っ張ってくるができるのか、考える必要がある。

やらなければならないことは多くあるが、国も様々な施策を考えている。民間の方から使えないということはない。滋賀県などの自治体とうまく連携していただき、また近畿運輸局にもご相談をしていただければと思う。

(江川オブザーバー)

- ・ 今こそ滋賀を旅しよう！や安全安心な観光バスツアーの事業を展開いただき、感謝申し上げます。引き続きよろしく願います。

全国旅行業協会滋賀県支部は 77 社の小さな旅行会社の集まりであり、地域との密着性が高い。コンテンツの創出やファムトリップでもぜひお役に立てればと思う。協会の会員にご報告申し上げ、連携をとりながらやっていきたい。

(西川オブザーバー)

- ・ シガリズム観光振興ビジョンの重点分野は、ほとんどびわこビジターズビューローが担っているため、着実に取り組んでいきたい。

シガリズム体験については、事業者の皆さんは本業を持ちながらやっている。よって1回の体験参加者を増やすのは難しいが、非常に熱心にやっていただけるため、頑張っ取り組んでいきたい。

教育旅行については、竹平委員からご紹介があったように、やはり学校のしおりのタイトルには京都・奈良・大阪と書かれることが多い。いつもキャラバンを通じ、何とか滋賀県を入り込ませてほしいと言っている。実は JTB 福島支店の若手教育旅行の担当者が、近江商人の企画を提案してくださり、郡山商業高校に採用され、今年の 10 月に来てくれる。1 日だけでも滋賀県が入ったのは、毎年行っているキャラバンの成果だと思う。

コンベンションについてだが、今まで 200 万円の誘致補助金しかなかったが、今年は県から 1000 万円の予算を付けていただいた。大津市も 200 万円の補助金を持っている。滋賀県と大津市の補助金でかなり誘致活動に大きな武器になるので、2 年後 3 年後に大きなコンベンションを呼んでこられるように頑張っていきたい。

インバウンドについては、引き続き海外誘客部の職員が川口委員にお世話になることと思うが、ご指導の方をよろしく願います。

物産についてだが、今年は北陸新幹線敦賀開業もあり、滋賀県と福井県の合同の物産展

をあべのハルカスで行う計画もしている。

県が目標値に到達できないときは、びわこビジターズビューローの活動が悪いというふうに理解しながら、さらに頑張っってやっていきたい。

(今井委員)

- ・ 滋賀県産の食材に対し、生産者も消費者もプライドを持てるようにすることが必要。究極は地元の人に食べてもらいたい。他の府県の方々がうらやむような農産物が滋賀県にはあることをわかってもらうために、アンテナショップがあったり、コマースを打ったりすることが必要だと思う。決して東京では食べられない味を、困ってしまわずにどんどん滋賀のブースで紹介してもらいたい。

また、滋賀県のファンが必要である。当社では、トマトを売ったお金で地元小学校の新入生に会社ロゴが入った傘を寄付し、そのお母さんにファンになっていただくような活動をしている。単純に単価を求めるのではないことをどう具現化していくかが、これから非常に重要だと思う。

(野村委員)

- ・ 非常によい方向性でビジョンが進捗している印象。観光案内所の来所者に対しヒアリングを行ったり統計を取ったりしているが、大阪や京都の一部地域でインバウンドの戻りが異常である。異常に増えたインバウンドに対応できず、ビジョンがうまく進んでいない自治体も多い中で、滋賀県のプランは非常によい状況ではないか。

(菊池委員)

- ・ 琵琶湖ホテルでは、20年ほど前から環境保全の取組をしており、特に里山の保全を進めるということで、里山が生み出す食べ物を召し上がっていただくことでお客様にも喜んでいただきながら、環境保全が進むような仕組みをつくりたいと進めてきた。

今はSDGsの機運もあり、そうしたニーズが非常に高まっているが、それをどうやって地域に着地させていくのか、琵琶湖ホテルもどうやって収益を上げていくのかが課題である。インバウンドのお客様も含め特に個人のお客様からは、実際に里山に行きたいあるいは農業体験をしてみたいというお声を頂戴しているが、例えばどういった方に通訳をお願いすればよいのか。そういった一つ一つの課題を解決しながら、地域の中で魅力的な取組を進めてまいりたいので、ぜひとも今後とも皆様のお力をいただければと思う。

(小磯委員)

- ・ 滋賀県に赴任する際、東京の職場で滋賀県のイメージを聞いた。京都・大阪への通過県

という話があった一方で、一つ一つのコンテンツが持っている力はすごいという話を聞いた。実際来てみると非常に奥深く、神秘的なものが多いという印象を持った。先ほど委員から「総合的な楽しみ方」や「ツアー造成」という話があったが、点を線につなげていくことこそが、これからの滋賀県にとって大事なことだと思う。

近江八幡市で大河ドラマ「どうする家康」のトークショーがあった。来場されたお客様にこの後どうされるのか聞くと、京都に行って食事をするとか、大阪にホテルを取っているというような話があった。

来年はNHKで「光る君へ」という大河ドラマが始まる。紫式部で有名な石山寺だけでなく、滋賀県内を周遊される方が増えるよう、NHKとしても情報発信を強化していきたい。

(坂委員)

- ・ 今年から北部振興ということで、観光のみならず、様々な施策について北部を盛り上げていただくことは、大変嬉しく思っている。市の観光行政に携わらせていただき3年目になるが、日々感じるのは行政としての力の限界、民間の方の力がどれほど観光には大切か、協力が必要かというところ。

米原市も今年は「浸る旅」ということで、体験のコンテンツをいくつか作らせていただいた。モニターツアーに参加された方の感想でとても印象に残っているのが、地域の方と直接たくさんお話ししたことが一番楽しかったという感想。米原市には米原駅があるが、降りてと言ってもなかなか降りていただけない。ということは、まだ来たことがない方が多いので、これは伸びしろだと日々意気込んではいる。こういった滋賀県の自然であり手付かずの姿というところを売りにできないかと感じている。

最後に、先日知事にも伊吹山に登っていただいた。琵琶湖に加え、滋賀県はぐるっとまわりに山もある。どうしても自然保護と観光がなかなか結びついていけないというのが、行政として仕事をさせていただいている中で難しいところ。そういった行政内の他部門間でもうまく連携し、観光を盛り上げられたらと思う。

■ 上田観光振興局長挨拶

<閉会>