

令和3年度第3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3年12月22日（水）10:00～11:30

場 所：滋賀県危機管理センター1階会議室3・4

2 出席委員（敬称略、五十音順）

○委員：石川 亮、伊吹 惠鐘、上田 未来、金子 博美、川口 洋美、
佐藤 泉、野村 ゆき子、羽田 真樹子、林 優里、人見 能暢
廣岡 裕一、松田 大祐、吉田 満梨

○オブザーバー：江川 寛、濱 秀樹、森田 正志

3 議事等

■ 水上商工観光労働部長挨拶

■ 定足数の確認

■ （仮称）滋賀県観光振興ビジョン原案概要について

事務局より、資料4、資料5-1、資料5-2、資料5-3についての説明。

（会長）

・（仮称）滋賀県観光振興ビジョンやこの後に作成されるアクションプラン、またシガリズムの推進について、ご意見やご質問を賜りたい。

（委員）

・まず、アクションプランの話題に入る前に、資料の書き方の部分でじっくりこない部分がある。

[資料5-2] P.22 にある滋賀県の地図について、滋賀県を中心に交通の便が良いと言いたいのだが、リニア中央新幹線が色濃く描かれすぎており、滋賀県以外が目立ってしまっているの、配色の濃淡や線の種類を調整して欲しい。

次に、[資料5-2] P.50 の1279に寺社仏閣とあるが、以前に神社に聞いたところによると、正式な言い方は「神社仏閣」とのことだった。資料内で他にも数箇所がこの表現になっていた。

また、[資料5-2] P.48にあるテーマごとの主な展開例についてだが、滋賀県民にとっ

て神社仏閣は、歴史ではなく生きた文化というイメージが大きいように思う。過去のものでなく、今現在も脈々と続いているものを体感できる、というような書き方をお願いしたい。

(会長)

・表現等については、指摘があった部分をまとめて事務局に送る。それを前提に、[資料5-2] P.22 の図についてはおそらく他の資料から引用されたものだが、それをそのまま載せるのか、観光の視点から一部を改変しても問題ないのか。現段階で滋賀県に開通する予定のないリニア中央新幹線や北陸新幹線について、もし描くとするならばどのように滋賀県に繋げていくかを検討するべきではと考えるが、事務局のご意見を伺いたい。

(事務局)

・ご指摘のとおり、[資料5-2] P.22 の図については滋賀県交通ビジョンからの引用となっている。確かにリニア中央新幹線が目立つので、観光のビジョンによりふさわしいものができるか、庁内での調整を図っていきたい。

また、それぞれからご意見をいただいた書きぶりについて、しっかりと反映していけるよう努めていく。特に、ご指摘があった滋賀県の観光の売りである歴史文化についての表現が弱いのは重々承知している。また、地域に足を運ばなければ触れることができない多数の文化が、その地域の方の努力で受け継がれ、生活の中に溶け込んでいることは滋賀の強みだと思うので、そういったところへの誘いについて取り組んでいきたいし、ビジョンの中にも取り入れていきたい。

(委員)

・[資料5-2] P.30 および 31 について、観光を振興する上での具体的な方針というよりは、プロダクトの羅列になっている。

滋賀県の観光資源はスポーツ・文化・歴史と総合的にはいろいろあるのが逆にわかりにくさに繋がっていたと思うが、シガリズムは「ていねいに暮らしてきた滋賀の時間の流れや暮らしのリズムを感じる」というコンセプトが非常にうまくまとまっている。

観光業の方に訴求されるべきことは、何を体験すればシガリズムを感じられるか、という点。

県民が現に感じている暮らしの良さを実感できる。それが体験型観光の魅力だと思う。信仰の文化が息づいた暮らしや、健康、豊かな食、どういうふうな暮らしの良さがあるかというのがシガリズムの柱となっており、その中に個別の要素が組み合わせられていくと理解している。

成果指標について、滋賀に初めて来て普段なかなか目にすることのない観音菩薩を見ただけでは滋賀の暮らしの良さを感じにくいと思うが、そういう方に再び滋賀に来ていただき、食やゆっくりした時間を楽しんでいただく。シガリズムは繰り返しコミットしていただ

くことで実感されるものだとすれば、リピーター率や再来意向、ビジョンの柱になっているシガリズムの認知率の調査は非常に大事。また、県民の滋賀県観光の推奨意向度も大事な指標で、いわゆる消費者がただ購入するだけではなく、エンゲージメントという行動を取ったり、自分がその価値づくりの一端になるのが重要だと認識されているので、可能であれば他人への推奨意向を観光客からも調査してはどうか。

(事務局)

・[資料5-2] P.31 は提供例ということで要素の羅列になっているが、滋賀に来ていただき、県民の方と触れ合うことでゆったりした滋賀の時間の流れを感じていただけたらと思う。それは先ほどの祈りの文化も含めてだが、京都とは違う良さが滋賀にはあり、滋賀の中でもそれぞれの地域に行かないと体験できない文化がある。例えば漁業と分野であっても、滋賀でしか体験できないものがある。食を含めて、今までなかなか観光資源としては活かし切れなかった部分があるとすれば、そういったものをより磨き上げて体験していただけるようにしていきたい。それは県だけではできないことではない。事業者の皆さん、新たな漁業者、農業者、地域の観光を守っていただいている方々のご意向をしっかりと尊重しながらやっていきたいと思う。

指標について、我々としても何度も繰り返し来ていただけることを目指しているので、リピーター率は取っていきたくて考えている。これは現在の観光統計調査の中でも一定取ってはいるのだが、調査の限界もあるので、よりよい把握の仕方等があれば引き続き検討していきたいと思っているところ。

また、シガリズムの認知率についてだが、これも難しい指標だと感じる。まずはシガリズムを滋賀県の観光関連事業者と呼ばれる皆さんが一丸となってPRしていくことが大事。満足度の4番目にある事業者のシガリズム取組率はそういったPRに繋がるような調査を毎年返しやっていくことで、少しでも上げていきたいと思っている。それから、県民の滋賀県観光の推奨意向度だが、これは県の方でLINEのシステム等を利用して取り組んでいきたい。また、今ご指摘があったような観光客の推奨意向も取れたらいいだろうと思うが、なかなか難しい部分があるので、まずは満足度といった部分をしっかりとあげていくということを指標に置いていきたい。

(会長)

・技術的な面は個別に対応していけたらと思う。

(委員)

・まず、[資料5-2] P.39の県の主な施策、また[資料5-2] P.47の重点分野について、観光関連団体と連携しながら取り組むという表現が非常に良い。県は県、市町は市町と、別個での取り組みは過去にもあったと思うが、今の時点で様々な関連団体、市町と連携をしない

から取り組むという方向性は、滋賀県が一体となる契機として非常に素晴らしい。

重点分野のコンベンションイベントについて、23年度のG7閣僚会合を滋賀県と大津市が連携して取り組むことは、我々観光事業者にとっても、また県民の方にとっても力強いメッセージになった。そういった県、市町、観光団体が連携し、新しいビジョンに取り組んでいくことが非常に重要だと感じる。

連携し、新しいビジョンに取り組んでいくことが非常に重要だと感じる。

また、教育旅行に力を入れていくということだが、その前提として、中学校は22年度4月から24年度の修学旅行の行き先を決めており、また、高校は23年度の行き先を決めている。つまり、中学校は2年先、高校は1.5年先の実施がターゲットになるということを踏まえて、アクションプランを作っていただきたい。

また、旅行会社各社にヒアリングを行った結果、滋賀県は宿泊地としては一定の数は来ていただいているものの、明確な目的地としていただけていないのが現実。一例として自主研修がしにくい点がある。京都だとタクシーを3～4人で貸切り市内を回るスタイルが主流になっているが、滋賀はまずタクシーの数が少なく、地下鉄などの二次交通を利用して生徒だけで移動することができないという課題がある。学校の先生から求められていることとしては、これまでの教育旅行は物見遊山や神社仏閣でも充分価値があった。しかし、現在求められているのは、生徒自ら探究学習を行う事や、フィールドワーク等具体的に成果を残すような教育旅行で、文科省からも求められている。これらのことを念頭に置きながら、今後のアクションプランを策定されればと思う。

情報提供として、和歌山県がSDGsの教育旅行ガイドブックを作成している。京都府、大阪府は全国からの教育旅行の目的地となっているが、隣接している滋賀県や和歌山県がプラスアルファとして求められる方面だと思うので、こういった他の地域の取り組みを参考にしながら、滋賀県ならではのものを一緒に考えていきたい。

(会長)

・個人的な意見になるが、移動についてはビワイチを利用できないだろうか。事務局から意見があればお願いしたい。

(事務局)

・BVBに教育旅行の部会があり、県や関係事業者と共に誘致を行っている。滋賀県にはMLGsがあるので、それを活かした教育旅行、フィールドワークに繋がるような取り組みをしていけるように、関係部局と連携して具体化していきたい。

(委員)

・[資料5-1]第3章「2030年にめざす姿」の観光客と県民について、観光客が県民と同様に地域を大切にしている、という観点は滋賀のファンを増やすために重要。一方で、どう

やって滋賀のファンを増やすか、その具体的な取り組みについて今後検討を深めていく必要がある。

また、[資料5-2] P. 18 の 392 についてだが、公共交通の情報発信が不足しているところがあるが、二次交通については単に情報発信の不足だけが問題というわけではないと思う。[資料5-1] に課題として交通の利便性の向上が必要とあるが、やや言葉足らずではないか。最後に、重点分野の訪日外国人についてだが、コロナ前は「そこ滋賀」というかたちで、京都からいかにして滋賀に引っ張ってくるかという取り組みがあったが、そのあたりの内容についてもっと書いた方がいいのか、もしくは訪日客に滋賀そのものについてもっと知ってもらうことに取り組むのか、現在の取り組み状況も含めて具体的に教えて欲しい。

(会長)

・インバウンドは当面難しいところだと思うが、アクションプランを策定する際にとりかかりとして何から始めればよいのか。事務局はインバウンドについてどのように考えているのか。

(事務局)

・「そこ滋賀」は休業状態である。インバウンドが戻ってくるようになると、まず京都には大勢の外国人観光客がお越しになると思うので、そこからもう一歩先の滋賀県に誘客できるよう努めたい。インバウンドに関しては試行段階の時点でコロナ禍が始まったため、どういったやり方がいいかはこれからも模索を続けて行きたい。京都にばかり頼るのは本意ではないので、滋賀を目的地としていただける方が少しでも増えるような情報発信を戦略的に行っていきたい。どのような地域や客層をターゲットにするか、例えば滋賀県には台湾からの観光客が多い傾向にあり、今年度から台湾に向けた PR を試行的に始めている。皆様からも情報提供をいただければと思う。

(会長)

・インバウンドは京都・大阪を通らないと滋賀にたどり着かないという事情もあるが、京都に頼らない戦略を考えていく必要はあると思う。

(委員)

・地域の大学の視点で話をしたい。実は今年度、ビワイチの授業を行った。近くの事業者がクロスバイクを所有していたのと、芸大なのでこういう試みも面白いのではないかと希望者を募ったところ、約 30 人の学生が参加したが、これが意外と好評だった。滋賀県の大学に通っていても「自転車を漕いでいろんなどろろに行くなんてできなかった」「滋賀の暮らしや文化は知らなかった」と学生の反応を見て実感した。コロナ禍に入ってから、大学はプログラムの書き換えとかスケジュールの変更ばかりだが、

その中でできることはなにか、近場でできることはなにか。ビワイチの授業もそういう発想から生まれたものだが、今の状況で自分たちになにができるのか、と考えるきっかけとなった。

自分たちが住む場所について、まずは自らが滋賀の魅力に気づく、滋賀の暮らしは楽しいということを自覚することが重要だと気付いた。そして、そこで足りないものはなにか。クロスバイクのレンタルは学生にとってハードルが高い。タクシーも頼みにくく、遠くに行くのを諦めてしまう。今はまだコロナ禍にあるので、近場でどのように旅行するか、なにを観光資源として捉えるか、そんな観点が後々広がっていくのではないかな。

それから、これは個人的なことになるが、和歌山に定宿がある。京都・大阪・奈良といった世界都市の周辺、という表現が正しいかはわからないが、滋賀県と和歌山県は似ている環境だと思う。先ほど人見委員から紹介があった SDGs と観光とのつなぎ方は参考になる。滋賀県には MLGs などの工夫もあるが、それを別々に書いていくのではなく、SDGs とどうやって観光に繋げていくのか考えていく必要がある。

最後に、少し辛口になるが、ビジョンとして明文化していく上で、[資料5-2] P.23 や P.24 の「コロナ禍を経た対応」という表現に違和感がある。コロナ禍を経ることができるかどうかはまだまだ分からないし、「With コロナ」でありながらどうやっていくのかという視点で、今は書いていくべきではないかな。

(事務局)

・学生による自転車のエピソードは、シガリズムそのもの。自転車で周ると新たな視点で滋賀県の暮らしを見ることができ、地域の方とのふれあいができる。シガリズムを体感するには地域の方との交流が大切で、それが感動に繋がる。地域の方と話すというシチュエーションを大事にしながら、ビワイチ体験を広げていってほしい。JR のような公共交通で滋賀に来て、E バイク等環境に配慮したものに乗り換えて地域を周るのは1つの楽しみ方になると思う。近場の魅力を観光資源として捉えている。

小中学校の子供たちには「うみのこ」、「やまのこ」といった教育の機会があるが、安全面から子供たちにビワイチを体験してもらうことは難しい。しかし、自身で安全が配慮できる大学生だと、ビワイチ体験は理想的だと思う。

また、SDGs, MLGs についても、具体的にシガリズムでなにができるかということを考え、しっかりとビジョンに盛り込んでいきたい。

ご指摘があった「コロナ禍を経た」という表記については、今回は約10年間のビジョンで、コロナ禍であるということを含め、さらに先を見据えた表現にしたいと考えている。表記は内容に合わせて検討していきたい。

(会長)

・ビワイチについてなにかコメントがあれば。

(委員)

・まず、ビワイチの推進に尽力していただいて感謝している。教育プログラムの中にビワイチを取り入れることをプラスサイクル協議会でも検討していきたい。自転車で琵琶湖を一周することは理想だが、走行の安全に万全を期す上で困難なところもある。

以前、とある小学校で一周されたが、当初は学校が直接かかわるのは難しいということであったが、最終的にPTAと連携することでできた。また、学校では難しくても、ボーイスカウトのようにきちんとリーダーがいればできるので、そういった仕組みづくりの検討をしていきたい。

親子連れのケースで、学校に馴染めなかった自閉症の子供さんとお母さんと一緒にビワイチに挑戦してみたところ、ころっと性格が変わった。琵琶湖一周は人を変えるきっかけになり得る。

これは昔から言っていることだが、「うみのこ」、「やまのこ」に次いで「かぜのこ」を作るのはどうか。

前回も言ったが、観光で心のリズムを整えるという考えは、観光の本質だと思う。コロナ禍の影響でAIやDXが進んだが、心配なのは人間の心が取り残されてしまうのではないかということだ。そのようなとき、心のリズムを取り戻す機会を提供する観光というのは非常に素晴らしいこと。そして、そのようなDNAを持ち合わせている県民が暮らしていることが、滋賀県としての誇りだと思う。

[資料5-2] P.24 に旅行者と県民の旅行者と地域住民が同じように感動を共有することが観光の価値、とあるが、これをひと言にすると『忘己利他』、あるいは『自利利他』。これを近江商人の言葉にすると『三方よし』になる。渋沢栄一の大河ドラマでも描かれていることだが、利益のみを追求しているわけではない。[資料5-2] P.17 に滋賀県の強みについての分析があるが、『三方よし』の精神が県民にDNAとして根付いていることをしっかり記載すべきでは。そこから心のリズム、あるいはシガリズムというものが導き出され、それが唯一無二の強みとなる。三方よしの精神が磨き上げられることこそが滋賀県観光の高付加価値化に繋がる。

7、8年前に長浜市が東京芸術大学と連携して、観音の里といわれる湖北の観音様を展示する催しを東京で開催した。その中に国宝級はなかったが連日満員だった。そこで展示されたものは観音様と湖北の暮らしの文化だった。文化財としての仏像を見るのではなく、観音様と共に今を生きる文化を感じることで、心のリズムを取り戻してもらえたイベントだった。

(会長)

・アクションプランをどうしたら良いか、あるいはシガリズムについて意見がある方は。

(委員)

・シガリズムの推進は、県民が暮らしの中で日々感じている滋賀の良さをどう発信していくか、ということだと思うが、回復・変革期にあたる最初の3年間で県民が感じているシガリズムをリサーチする必要があるのでは。シガリズムは、これまでのような一過性の観光キャンペーンではなく、観光だけではない様々な分野においても長期的に認識されていくべきコンセプト。冊子やホームページ等で露出していく際は、いわゆる観光キャンペーンにありがちな表紙や編集を変えるだけではなく、しっかりリサーチをした上で内容を磨き上げる必要がある。

そのための取り組みとして、いくつかモデル地域を設定してみたらどうか。私が住んでいる高島市で魅力的な場所といえば、世間的には白髭神社やメタセコイヤ並木が有名だが、他にも湖西で唯一の大溝城にある乙女が池という内湖は、滋賀県の環境を伝える上で重要であり、その場にいるだけで心が休まる名所だ。その他、生きた歴史ということになると、朽木に『六斎念仏』という念仏踊りから始まるお盆の行事が伝わっており、盆踊りのルーツとして若い人が踊りを学んでいる。そういったところにもシガリズムを感じる。滋賀県民でも知らないことが各地域のことをまず丁寧に掬い上げて行って、生活の一部になっていることをすべて観光に繋げることは難しいかもしれないが、磨き上げられそうなものは磨き上げていければと思う。

発信について補足すると、数年前に守山市の佐川美術館で「デザインあうん展」という言語化が難しい価値をデザインの力でわかりやすく伝えるという企画展があり、非常に勉強になった。滋賀県と言えばゆったりといったイメージになるだろうが、風景がどういった機能を持っているのか、デザインの力を使って伝えていくような工夫をしてもよいのでは。

(会長)

・シガリズム推進に取り組む上で、確かに地元からの視点は欠けているかもしれない。その点について、事務局からの意見は。

(事務局)

・滋賀に長く住んでいる県民ですら知らないことは多い。その場所に行かないと目にすることができないものは他にもある。まだ観光素材として取りあげられていない魅力の掘り起こしは必要で、BVBや他の観光協会等と連携しながら実際に地域に足を運んでもらっている。また、そういった素材を拾い上げていく仕組みづくりもしていきたい。

(会長)

・他に意見がある方は。

(委員)

- ・まず、[資料5-2] P.58の【最近の実績】(表)の単位は何か。

(事務局)

- ・上から円、円、億円、パーセント、パーセント。

(委員)

・様々な方がかかわることが地域の魅力向上に繋がる、本当にその通りだと思う。どれだけ多くの方が観光業にかかわっているか、成果指標に数値として出せるのではないかな。観光事業者の目的はどうしても消費金額になりがちだが、それ以外の方々がかかわってくることによってそれ以上の様々な目的が出てくる。最近では持続可能な地域にするという観点から常に意識されており、その地域に人が根付いて次の世代に地域の魅力を引き継ぐことを目的として需要が創出される。ただし、質の向上という点にこだわれば、多様な方がかかわればかかわるほど質の低下に繋がりがやすい。質の担保が永遠の課題。

これはジャストアイデアになるが、お伊勢参りや四国のお遍路のように、旅の本来の目的は歩くこと。トレッキングも含めて、交通網がない不便な場所でも楽しめる。自転車ももちろんいいと思うが、人間が持っている本来の機能である歩くことにエンカレッジしてもよいのでは。滋賀県にはトレッキング目的に来る人も非常に多い。トレイルは環境省でも推奨されているので、シガリズムの要素としてももう少し押し出してはどうか。

ただ、トレッキングルートのごみの多さが問題となっている。ゴミは観光にとってマイナス。滋賀に来ていただける方にはエデュケーションではなく、単に滋賀県は素晴らしいという理由で選んでいただけるようにしたい。MLGsの概念もそうだと認識しているが、環境面での配慮と観光で楽しんでいただく、そういった観点も含めてもらえれば。

(会長)

- ・まだ発言されていない方からコメントをいただきたい。

(委員)

・タイトルについて、改めてシガリズムという言葉の良さを感じた。概念がわかりにくいという意見も出ているが、シガリズムという言葉をもっと全面的に押し出すのは良いと思う。滋賀の観光の話題としてのコミュニケーションツールとしての役割も果たしている。

私の実感として、神事が絡む祭りにかかわることを観光のコンテンツにするときには慎重に対応しなければならない。正確な情報を幅広く伝えていきたい。

(委員)

・改めて、シガリズムという言葉の難しさを感じた。一観光事業者として、滋賀の暮らしの魅力について考え、発信していくべきと感じた。

シガリズムの考え方を普及するための機会の提供、助成や支援が欲しい。一丸となってシガリズムに向かっていけるような施策が必要。

(委員)

・山の中でお客様を迎える立場として心がけているのが、都会の方が求める田舎を提供すること。山の中でゆっくりはするけれど、Wi-Fiが繋がる、トイレがきれい、そういう利便性は意識している。あと、フェアツーリズムという観点を大事にしている。田舎に来る人と迎える人が対等に交流し、田舎の体験に対してしっかりと対価を求めることが長続きの秘訣だと考える。

(委員)

・ビジョンについては概ね同意だが、今後の事例の打ち出し方や告知については工夫が必要だと感じる。昨秋にファムトリップで京都と関西空港の外国人スタッフが米原市を訪問した際には、お客様目線に立った非常に良い意見を持って帰ることができた。その中で印象的だったのが、いい素材を打ち出すやり方のひとつとして、ヒットするようなキーワードを作成し、それを中心に告知していくアイデア。

また、インバウンドがいつ戻るかわからないというのもあって、どの企業や自治体もインバウンドは戻ってきてから傾注するという向きが多いが、戻ってきてからでは遅い。

関西空港では 2015 年開催の万博開催に合わせた大々的なリノベーションが実施されており、プロモーション枠も拡張されている。また、昨日訪れた伊丹空港は、関空を超える大掛かりなプロモーションが行われていた。空港は既に動き出している。事務局では台湾への PR を開始しているということだったが、それに留まるのではなく、一連の方向性やターゲットを明確にし、来年度あたりから推進していく方が良いのでは。

(会長)

・委員からの意見や情報等は、メールなどで事務局に個別に伝えて欲しい。それらを踏まえて、原案を取りまとめたい。

最後に各オブザーバーから一言頂戴したい。

(オブザーバー)

・アクションプランについて、毎年各都道府県が持ち回りで開催している国内活性フォーラム、旅行協会が主催するツーリズムエキスポ、JR 主催のデスティネーションキャンペーン等の機会を利用してプロモーションを展開してみてもどうか。

(オブザーバー)

・シガリズムの推進についてはもう少し具体化が必要だと感じていたところだが、本日はい

ろいろな視点を聞くことができた。BVBに持ち帰り、今後の推進に生かしたい。

(オブザーバー)

・シガリズムを滋賀県にとって特別なものとして全面的に押し出した上で、観光推進できればと思う。京都のついでに滋賀ではなく、滋賀の近くに京都がある、としていければ。

(会長)

・付加的な意見を加えた審議会としての原案を年内に取りまとめたい。審議会の原案やパブリックコメント等を通して、3月に新ビジョンが策定される予定。

次回は3月に第4回観光審議会の開催を予定している。進行を事務局にお返しする。

(事務局)

・シガリズムの概念はしっかりと打ち出せている反面、具体的な施策例や展開例に工夫の余地を感じた。事務局としても、ビジョンとしてしっかりまとめていきたいところなので、引き続きご協力を賜りたい。

以上