

## 第3回あいち観光戦略（仮称）検討会議 魅力創造・活用部会 議事録（概要版）

### 1 日時

平成27年11月12日（木） 午前10時～午前11時30分

### 2 場所

愛知県三の丸庁舎801

### 3 出席者

（委員）

大澤健座長、小高直弘委員、西村哲治委員、山村亜紀委員（鈴木恵子委員欠席）

（事務局）

大参観光推進監、渡邊観光振興課長、稲波観光振興課主幹、他職員4名

### 4 傍聴者数

なし

### 5 議事

#### （1）あいさつ

##### <観光推進監>

- 皆さん、おはようございます。観光推進監の大参です。今日は第3回の部会ということで、朝早くからお集まりいただきまして、ありがとうございます。
- この「あいち観光戦略」の検討も、いよいよ大詰めになってきた。本日の部会と、年明けの全体会議で確定していくこととなる。
- 昨年12月の検討会議発足以降、この地域では、3月に、ラグビーワールドカップの会場の1つが豊田市に決まり、6月にはサミットが伊勢志摩に決まった。
- また、最近の経済ニュースでは、訪日外国人の増加が常に話題になっている。毎月のように過去最多を記録する状況だ。
- 昨年12月、大村知事が「あいち観光元年」を宣言した時、私は課長だったが、その時には思いもよらなかった伸びを感じている。観光を産業として大きく捉えていこうという宣言自体も、本当に意味があるものだと考えている。
- 県では、4月に観光局を設置し、6月には8,000万円の補正予算案の議決をいただいた。それが、いま実施段階を迎えている。まず、愛知の知名度向上のために海外に打って出るということで、9月初めに香港、10月中旬にインドネシア、それから先月末にロンドンということで、局長が自ら出向いて、英語で各旅行社などにプレゼンテーションをしてきた。それから、来週には、MICEの関係でスペインに行く。その後、上海でも観光説明会を実施予定だ。また、県の観光協会のホームページのリニューアルと多言語化を進めているほか、「愛知のいいところ発見忍者隊」ということで、SNSでの情報発信も始めている。さらに、これは先週だが、外国の特派員協会では知事が英語でプレゼンテーションを行ってきた。こうした情報発信の取組を進めている状況だ。
- 本日は、委員の皆様方のご意見と、県庁の各部局や市町村の意見を踏まえ、お手元にある案をまとめさせていただいた。本日は、この案をベースにご議論をいただきたい。

## ①戦略とプロジェクトについて

### <大澤座長>

- まず、戦略とプロジェクトについて、赤い文字の部分が前回からの変更点ということで、皆さんの意見はいかがか。

### <西村委員>

- 戦略Ⅰに「伊勢志摩サミットを活用したPR」、戦略Ⅱに「山車まつり文化のPR」とあるが、「PR」という単語がしっくり来ない。むしろ、たとえば、「伊勢志摩サミットを活用した魅力の発信」や「山車まつり文化の観光資源化」のほうが合っているのではないか。
- 「戦略的な観光ひとづくり」で、「DMOの推進」が「観光関連団体の機能強化」の中に入っているが、大項目はこれではなくて、「観光地域づくり」ではないだろうか。「観光地域づくり」の手段として、DMOがあり、観光関連団体の機能強化があると思う。

### <山村委員>

- 戦略Ⅱの武将観光の部分で、「忍者等を活かした」という文言が表に出ている点が気になる。前回の議事録では、委員の中から「忍者というのが愛知にあるのか」という意見もあったようだ。この会議の議論では、愛知県には、せっかくいい物、本物があるのだから、本物感を活かした武将観光を進めるということで進んできたと思う。しかし、忍者を入れてしまうと、そういった歴史的な事実もイメージもなく、なぜ愛知県で忍者なのかと思われてしまわないか。むしろ、地味かもしれないが、いままで取り組んできた城や三英傑、文化財などを活かした武将観光の推進としたほうが理解できるのだが。

### <大澤座長>

- 忍者が入ってきた経緯は。

### <観光振興課主幹>

- 今年度から、忍者を活用した施策を進めている。
- 忍者と愛知県のつながりだが、徳川家康の生涯において、最も困難だったと言われる事態に「神君伊賀越え」というのがあるが、その際、愛知県出身の服部半蔵が伊賀・甲賀の忍者に護衛を要請し、岡崎に無事に戻ることができた。その功績を称えて、伊賀忍者を今の鳴海(名古屋市緑区)で採り立てたということだ。この史実をベースに、愛知県にも忍者がいたということを広くアピールしながら、武将観光に活用していきたいと考えている。
- 今年、始めた施策ではあるが、何年かは引き続き推進していきたいと考えているので、あえて忍者ということを強調して入れたのだが。

### <山村委員>

- その史実は史実でいいが、ウエイトの置き方が違うのだろう。それも歴史のひとつコマではあるのだが、愛知県の武将関連の史跡やエピソードの中では、わずか数%に過ぎないという印象だ。
- 忍者をクローズアップし過ぎることで、今後、大学や学生と連携しようとしたときに、そっぽを向かれないかと懸念している。確かに愛知県にも忍者とのつながりがあるかもしれないが、「でも、伊賀でしょう」、「愛知県ではないよね」ということにならないか。ひいては、この戦略全体の本気度が測られてしまうとまずいと思うのだが。

### <大澤座長>

- もともと、県のほうで忍者を使ってみたいということで、今年から始めたということか。

### <観光振興課主幹>

- そのとおりである。三英傑もちろんやっているが、忍者は国内外で非常に人気が高  
いので、新たなコンテンツとして活用したいと考えている。

#### <大澤座長>

- 私も、この記述を見て、本物感がないというのはすごく感じる。忍者を入れてもいい  
のだが、頭のほうに出てくると違和感がある。

#### <観光振興課長>

- 戦略Ⅱには、「なごやめし」があって、それからロケツアーリズム、さらには山車とい  
うものもある。戦略Ⅳでは、ラグビーワールドカップの誘致やフットサルの誘致という  
ものがある。いずれも、ここ1、2年で話が出てきたものだ。観光は、常にそういう  
新しいことに取り組んでいると思う。
- 忍者についても、それと同じように、新たな取組として今年から加えたものだ。新し  
い客層に訴えることで、さらにも多様なお客様にお越しいただきたいと考えている。

#### <大澤座長>

- 具体的には、忍者を使ってどんなことをやっているのか。

#### <観光振興課主幹>

- 8月に「徳川家康と服部半蔵忍者隊」を立ち上げた。徳川家康という名称が入ってい  
るが、忍者隊の中には徳川家康は入っておらず、それは「名古屋おもてなし武将隊」  
の中の徳川家康とコラボレーションするという形で、県内のイベントでアクションを  
交えたパフォーマンスを披露したり、観光PRをしたりしている。また、忍者衣裳の  
試着体験なども行っている。

#### <大澤座長>

- 山村先生の意見としては、やってもいいが、こんなに前面に出す必要はないのではな  
いかと。

#### <観光推進監>

- おっしゃるのは、忍者が頭に出てくると、どうして愛知が忍者なのという、嘘っぽい  
感じが出るということかと。それより、国宝犬山城や名古屋城を打ち出すべきじゃな  
いかと。

#### <山村委員>

- 広い意味の文化財という感じですかね。

#### <観光推進監>

- まず、城や三英傑があって、そして忍者も、というような位置付けか。ここは少し表  
現を工夫させていただきたいと思う。

#### <大澤座長>

- 忍者を概要に載せる必要があるかと言われると、私も疑問だ。山村先生のご懸念も、  
概要版に載せてしまった時に、非常に本物感がなくなって、真面目な人たちからする  
と、「何やっているの？」という話になりかねないということだろう。やはり観光は  
その程度のものだという、もともとある認識を加速化する懸念があると思う。
- 真面目に愛知のいいものを掘り起こして取り組んでいくという姿勢を打ち出すので  
あれば、忍者を陰に隠しておいたほうがいいだろう。

#### <小高委員>

- 2週間ぐらい前、国の地方創生交付金の事業採択が行われた。愛知県の内容を見ると、  
産業系が多くて、観光という要素がすごく少ないが、全国ではたくさんのDMO関連事  
業が採択された。それを受け、DMOで採択された所から、ヒアリングしたいという要  
請がたくさん入った。
- 2~3週間ぐらい前に、国の担当者と話したが、国は広域ということに焦点を合わせ  
てDMOを語っている。愛知県と三重県、岐阜県という広域、県と市町村という広域、

市町村同士という広域だ。

- しかし、「DMO、DMO」と盛んに言われているものの、国、県、民間それぞれが言っているのは、まだ全然マッチしていない。国は、「曲げるつもりがない」という方針なので、地域の自治体はDMOをどのように受け止めていくのか、考えなければならないだろう。
- この戦略では、「観光関連団体の機能強化」の中で「DMOの推進」が語られているが、この「観光関連団体」というのはどこなのか、それすらはっきりしていない。国は、新しい会社を作ってでもやりなさいということで、既存のナントカ協会が必ずしもDMOになる団体だとは限らないという言い方をしている。たとえば、地方にあるバス会社が地元の異業種と協働するような組織もDMOだと言っている。つまり、DMOになる団体というのは、正直な話、どこを指しているかはっきりわかっていない。
- ただ、国が言っているのは、広域でやろうということと、既存にある観光団体では何ともならなかったから、新しい組織を作ろうということ。それから、地域でビジネスをしましょうということ。
- しかし、県や市町村のDMOの捉え方は、国とはまったく違う感じがする。だから、DMOというものを、もう一度見直したほうがいいだろう。そういった問題意識でこの戦略を見ると、戦略VにDMOが出てくるが、市町村や近隣都道府県を巻き込むという視点があまり見えないので、これでいいのだろうか、という感じがする。
- 観光客で、愛知県に来て愛知県だけを巡って帰るといのはわずかだ。この戦略には、インバウンドに関しては、広域的な取り組みである昇龍道が入っているが、国内に関してはまったくない。もう少し、広域の視点を盛り込んだり、県と市町村が連携して、もっと面白いものを見せたりするといいと思う。

#### <大澤座長>

- DMOについて、この戦略では中身がほとんど書かれていないので、これから作るということになるのだろう。確かにDMOが盛んに言われるが、中身を理解している人があまりおらず、愛知県がこれから施策を組み立てていく上でも、いろいろな意見が出てくるだろうと思う。
- 私の考えとしては、おそらく広域というところから入ったので、DMOは迷走している感じがする。もともと、観光圏の流れから来ているので、広域でやらないといけなくて多くの方が思っているようだが、私は、DMOの組織化自体は、広域でやらないほうがいいという意見だ。というのは、広域でやると行政任せになりがちで、行政がやると、もうそこでお役所仕事になってフリーズするというのがほとんどで、観光圏もそれで全部潰れている状態だ。その流れの中にDMOを置くと、また同じことが起こるだろうというのが、私の意見だ。私も伊豆でDMOの立ち上げに関わっているが、市で単独でやったほうがいいと話している。実際、静岡県は結構早くDMOを作ったが、広域でやったので全体が動いていない。だから、広域でやらないという選択肢も含めて、これからいろいろ考えていったほうがいいと思う。
- 私は、おそらく観光協会がDMOになるだろうと思っている。ビジネス要素が入るといのはそのとおりだが、どうしてもビジネスだけでは成り立ちにくい部分を抱えながらやらなければならないので、半分ビジネスで半分公的という観光協会は、比較的にやりやすいと思う。つまり、マーケティングの部分は商売でやれるが、マネジメントの部分は、やはり公的組織でないと難しい部分がある。たとえば、和歌山のDMOの事例だが、宿の予約で儲けるとい民間らしいことをやっているが、それが成功すると民間がどんどん入ってくる。では、掘り起こし自体は誰がやるのかと言ったら、掘り起こしたものをを使うのは民間でもできるが、掘り起こしはやはり行政を入れないと難しい、という話になっている。

- 愛知県の場合にも、私は観光協会の流れの中で DMO を利用していったほうが早いのではないかと考えているので、「観光関連団体の機能強化」という中で DMO を論じるということでもいいのではないかと、と思うのだが。

#### <小高委員>

- DMO について、私はどちらかというと、民間のビジネスで考えるところがある。地域のほうから言えば、今、言われたように儲からないものは誰がやるのかという切口もあるだろう。
- ひとつの事例だが、WILLER という会社で5つぐらい DMO 商社を作る。その際、あわせて、DMO 推進委員会とか DMO 協議会とかいう、儲からないことをやる DMO も作る。ただ、この DMO の主軸が観光協会になったかということ、あまりそうはならなくて、メンバーに観光協会が入っているという形だ。その DMO で商品を育て、ビジネス化できた商品を DMO 商社が受けていくという二重構造にしている。
- 地域の場合はこういった事例もあるが、大きな範囲を扱う県の場合は、全体をまとめるという観点で考えるべきではないかと思う。

#### <西村委員>

- 私は、DMO と「観光関連団体の機能強化」を結び付けて書くことで、非常に混乱を招くのではないかと心配している。
- 私なりの解釈だが、「日本型」DMO とか「日本版」DMO と言われるが、なぜ「日本型」とかということ、日本では観光に対して行政が関わっている所が多いからではないか。海外型の DMO（すなわち DMC だが）をストレートに導入しようとするとうる色々な問題が生じる。これはかなり慎重に進めないといけないと感じている。
- 私の所では、中部9県の連携で観光振興事業を行っているが、そこでも、DMO の理念は入れていかなければいけないだろうと思っている。そうすると、ひとつひとつの市や町で出来上がる DMO と、私どものように9県連携でやっている DMO というのは、本質的に違うものが出来上がる気がする。やはり役割が違って、超広域 DMO は、個々の DMO の連携とかネットワークとか情報発信であるとか、そういったものが役割になるのではないかと。

#### <大澤座長>

- 「あいち観光まちづくりゼミ」の中で、いろいろな観光協会を見ていると、愛知県の観光協会というのは、非常にいい。古くからの観光地の観光協会の仕事は、要はイベント屋で、伊豆の DMO に取り組んでいる時も、まず観光協会からイベント業務をどう切り離すかということから始めないといけなかった。だから、おそらく小高さんの言われるとおりの、観光協会への期待も低いし、もともと DMO 的なことをやっていないので、観光協会では DMO になれないのではないかという説明が出てくるのだろう。しかし、愛知県の場合には、たとえば、西尾の観光協会は、プロパーを何人も入れてやっていて、すごく動きがいい。西尾ができるということは、よそでもやれるんじゃないかというのは周りも見ているところで、特に岡崎など、三河の雄を語りた方々は、ちょっと対抗意識が出てきている。この動きはすごくいいと思って見ている。そういう意味でしがらみのない観光協会なので、逆に県が DMO をやる気があるなら、やってほしいというのが、私の期待でもある。
- しつこいようだが、これを三河とか広域にしてしまうと、多分動かなくなってしまうので、市ぐらいの規模が一番力があって、動きやすく、機動力があって、いいのではないかと、私の意見だ。
- これからいろいろ動きはあると思うが、愛知県の状況に合った DMO の推進というのはできるし、愛知県だからできるということが、多分すごくあると思うので、その辺をこれからの施策に生かしていただけたらいいと思う。

<観光振興課長>

- 先ほど、交付金の話があったが、本県も産業観光施設ネットワーク形成推進事業といって、産業観光を中心としたDMOの創設ということで、交付金事業に採択いただいている。岐阜県との連携事業である。
- 事業内容は、マーケットリサーチに基づく事業建てをして、結果について評価・分析をして、次に事業改善するという、それを一度きちっと産業観光を中心にやってみようということで考えている。具体的には、愛知県と岐阜県的美濃地域で、バスで1日で回れるエリアで、産業観光に少し新しい魅力付けをしてやってみようと考えている。おそらく、事前に想定した対象層とは異なる方が参加することもあるかもしれない。しかし、そういった事前のマーケット分析と事業建てをやり、その結果分析をきちっとやろうということで、事業採択されたところである。
- DMOは、観光協会の機能強化という枠で位置付けている。機能というのは、先ほど申し上げたようなマーケットリサーチ、その結果に基づく事業の開発、実施後の分析、そして、商品の改善と、ここをきちっと組み込んでいくことだと思っている。要するに、公益法人と民間法人の中間法人的なところがFS（Feasibility Study：事業化可能性調査）をやるということだ。そういう中間的なところを拾っていくのが、第一段階かと思う。当然、儲かるか儲からないかわからない、売れるか売れないかわからない物を扱っていくので、やはり公的資金も必要になるだろう。逆に、商品として成り立てば、代金をいただくということになり、そうなれば、あとは自主財源と公的資金との割合を考えていくことになるのだろう。
- いずれにせよ、交付事業として採択いただいているので、まずは、我々の経験則で得たもので商品づくりをやってみて、結果を分析して、次につなげていこうという内容で準備を進めている。戦略Ⅲにある「産業観光周遊バスの運行」というのは、このDMOを意識した形で実施するということである。

<大澤座長>

- DMOについては、「観光協会」ではなく、「観光関連団体」ということなので、小高さんからいただいた意見も含められるかと思う。

<観光振興課長>

- 民間企業も含むということがいい。

<大澤座長>

- DMOについては、今後、おそらくいろいろな事例が積み重なっていくだろうが、今のところは、流行だから手を挙げたというのではなく、足腰の強い地域の観光団体を強化するという意味で、DMOを書いていただきたいと思う。
- 西村さんが言われたPRについてだが、私もこれには違和感がある。PRは「public relations」の略だと思うが、日本語の語感として、アピール、情報発信、プロモーションといった意味にとられがちだ。しかし、ここは、厳密な意味で使わないといけないだろう。先ほど、西村さんがおっしゃった、「サミットを活用した愛知県の魅力の発信」、「山車まつり文化の観光資源化」はすごく的確だと思う。
- 「ブランド化」という言葉も、「ブランド化とは何か」と聞かれると、結構答えづらい。おそらく、愛知県にしかない独自のものを前面に出していこうという意味だと思うが、戦略Ⅰと絡めて、世界の中で勝負する愛知県といったニュアンスが感じられるといいのではないか。

<西村委員>

- 戦略Ⅱの「武将・産業観光の推進」は、「武将観光・産業観光」と、はっきり書いたほうがいいと思う。

<大澤座長>

- 戦略Ⅴの「戦略的な観光ひとづくり」にある「学生との協働」という項目に違和感がある。大学と連携していく中で、当然、学生も出てくるだろうから、ここは、学生に絞る必要はなくて、「大学との連携」でどうか。あとのほうで出てくる「大学の専門知識の活用」もその中に入れれば、収まりがいいと思う。

#### <観光振興課主幹>

- 「学生との協働」に関しては、来年度の新規事業で考えているものがある。現時点では、まだ予算が認められていないので、はっきりとした表現をとっていないが、大学生だけではなくて、専門学校生や高校ぐらいまで広げようとも思っているので、「学生」と表現した。あるいは「大学」といっても「大学等」にしたほうがよいか。

#### <大澤座長>

- 「高等教育機関」、または、ただ「教育機関」とすれば、いろいろなものが入られるだろう。その教育機関との連携強化という中に、「学生との協働」と「大学等の専門知識の活用」と2つ入れておけば、括りとしてはいいのではないか。頭に「学生との協働」と書いてあると、「ひとづくりとは学生だけなのか」という意見が当然出てくるだろう。

### ②数値目標について

#### <大澤座長>

- 外国人観光客の観光地としての魅力度について、数値目標が新しく設定されているので、その点を含めて皆さんのご意見をいただきたい。

#### <小高委員>

- この数値目標は、とにかく頑張るんだという数値でありながらも、決して届かない数値ではないので、大変いいのではないか。
- 笑い話かもしれないが、全国でこういった観光計画の数値目標が設定されていて、みんなが現状より1点何倍と言っている。しかし、そこまでお客が増えるかという、そうでもない。ということは、今後、負け組と勝ち組が出てくるということだ。そもそも、国の目標よりも高い伸び率の目標を立てていけば、当然ながら、国よりもさらに前へ進んだインバウンド獲得をしなくてはいけない。各地の数値目標を聞いていると、客の取り合いになりそうだから、そうなることを前提にした目標を立てなければいけなくなるだろうと思う。
- 滞在日数を伸ばすということだが、ここ数年、滞在日数はどんどん減っている。それを伸ばすには、具体的にどういう戦略を打てばいいのか。考えられるのは、現地で楽しめるメニューづくりをしたり、「何々はあそこに行かなくては」というブランディングをしたりということだ。しかし、だいたい出尽くしているので、この滞在日数を伸ばすというのは、結構、具体的な作戦が必要になってくるだろう。

#### <山村委員>

- 私も滞在日数についてだが、具体的なプロジェクトとの関連が読み取れない。プロジェクトは、むしろ、日帰りでも可能なことばかりが並んでいて、滞在日数を伸ばすという方向に向いていないのではないか。たとえば、宿泊関係のおもてなしの充実などがあれば、滞在日数が増える根拠になるのかと思う。もともと、県内には面白いことがたくさんあるので、複数見ようと思ったら、結果的に一泊しなければいけないということだと思うが。でも、これが愛知県の実態でもあると言えはると思うので、これでもいいかとも思っている。

#### <西村委員>

- 満足度と魅力度について、たとえば満足度は全体が90%で、外国人が85%となっているが、なぜ外国人が低くていいのか。これは観光地実態調査から一律に数値を持つ

てきていると思うが、そうではなく、たとえば外国人がたくさん訪れる所における外国人の満足度は100%にするといったようにすべきでないか。このままだと、パッと見た時に「なぜ外国人が低くていいんだ？」と受け取られてしまう気がする。

- 魅力度についても、県民の目標値が低くなっているが、まさに県民参加型の観光県にしようしているのだから、全体と同じレベルまで引き上げるのが普通だと思うが。

#### <大澤座長>

- 私もそこは少し引っ掛かった。ここに違う数値を並べる理由はあるのか。理想としては、満足度の目標はもちろん100%に設定しなければならないが、その中で、到達可能な数値として、この数値を掲げたのだと思う。しかし、理念的には、同じ数値が並ぶほうが理に適っていると思う。

#### <観光振興課主幹>

- 現状の数値にプラス10ポイントという考え方をしたのだが、今、ご意見を伺って、まさにそのとおりだと思い直した。ありがとうございます。

#### <大澤座長>

- 逆に、愛知には外国人が喜びそうな物がたくさんあるので、そこをしっかりと使って満足度を90%まで上げる、というほうが、シンボリックな意味を持たせられていいと思う。
- 訪日外国人の来県者数は500万のほうがよいのではないか。先ほどの説明で、現在の愛知県への訪問率9.2%を20%に上げると400万人になるということで、その計算方法はいいと思うのだが、もう少しいけるのではないか、というのが正直な感想だ。小泉元総理が訪日外国人1,000万人を目指すと言った時、「それは無理だろう」と言われたものだが、この数値がどんどんリアリティーを持ち始めたことから、今のインバウンド熱が高まったということがある。だから、そういったシンボリックでわかりやすい数値を掲げておくのも、ひとつの手ではないかと思う。私は、訪問率は20%より高まる可能性があると思っている。愛知県はゴールデンルート沿いにあるのだから、少し下りてもらっただけで、もっとすごい数にはなる。
- 滞在日数だが、外国人の2.0日というのは欲張りだろうという気がしないではない。実際、愛知県に外国人に来てもらって、2泊近くしてもらうには、どうすればいいのだろうか。

#### <小高委員>

- 外国人は長く滞在しているだろうと思いがちだが、実は周遊型の旅行をしていて、意外に滞在していない。先ほども言ったが、滞在日数を延ばすにはブランディングが大切だ。あることをするためには愛知県に行かなくてはいけない、とすることで、1泊では足りず、2泊しよう、3泊しよう、と滞在が延びる。

#### <大澤座長>

- おそらく、着地型やブランディングがうまくいけば、日数が延びるということだろうが、具体的にどういう数値がいいのと言われると難しい。

### ③資料編について

#### <大澤座長>

- 資料編ではなく推進体制の所だが、30ページの「大学・高等学校等」に「教育旅行」と書いてあるが、むしろ「観光教育の重視」というのがあってもいいのではないか。観光人材の育成とともに、若者に観光に目を向けてもらうというような観光教育の推進ということだが。愛知県内にも、観光学科やコースを持っている学校が結構あるので、そういった所に頑張ってもらいましょうということを入れておいてもいいかと思う。



- 資料編では、滞在日数がやはり厳しそうに見える。ちょっと無理をしないとイケない感じだ。

#### <西村委員>

- 本文の材料となる資料という観点でいくと、だいたい全部入っているかと思うが、欲を言うなら、質に関わるデータを入れられないか。特に、インバウンドなどで、観光目的で来たかどうかという数字はあるが、どこへ行ったか、というのがあるといい。消費についても、総額ではなく、何に遣ったかがわかるものがあると非常にいい。また、現実に土産物で何が売れているのか、といったものがあると、非常にいいと思う。

#### <観光振興課主幹>

- 訪日外国人の行き先や消費に関するデータについては、この夏、セントレアで約1,000人の外国人を対象にアンケート調査を行ったので、それがまとまり次第、あるこの資料編の中でご紹介したいと思っている。

#### <西村委員>

- 市町にこの冊子を配る時に、自分の所の問題として捉えてもらうために、この資料編にあるようなデータについて、自分の市町がどうなっているのか、ちょっと加工して使っていただけるとありがたいと思う。

#### <山村委員>

- 35~36 ページに、訪日外国人旅行者の団体ツアー参加状況や来訪回数が掲載されているが、この図から何を読み取らせようとしているのかなというのわからない。

#### <観光振興課主幹>

- 6 ページに、「アジアを重視した誘客促進と受入環境の整備促進」とあるが、ターゲット国を定めてのPRとかプロモーションというような中で、やはり国によって、どういう形で来日しているかという違いもあるので、そのための資料というつもりだったが、少しわかりづらかったかもしれない。

#### <山村委員>

- これ自体はすごく面白いと思って、リピーターがどの地域が多いとか、そういうことがはっきり読み取れる傾向があるのだから、いずれはこういうものを使ってきめ細かな戦略を立てられるといいだろう。

#### <小高委員>

- いまの団体ツアーか団体ツアーでないかということについて言うと、これは、毎年急激に変わっていく。今現在の状況ということで言えば参考になるが、どんどん変わってくるだろう。
- 40 ページの「愛知県はPR不足だ」という記載のところで、『リクルートライフスタイル「じゃらん宿泊旅行調査」』のデータが引用されているが、これはじゃらんのお客から取った数字だ。当然、じゃらんが得意な客層もあれば、得意でない客層もあるわけだが、これは得意な客層で取った結果に過ぎない。だから、果たしてこれは本当に公的な部分の参考になるのか。
- 37 ページの「オ」の項で、「日本人による国内旅行の推移」というデータがあるが、今年に限っては、プレミアム付宿泊券というものが全国で出回って、すごく旅行形態が変わった。旅行会社によっては、添乗員付きのパッケージツアーが前年比20数%もマイナスになっているところもある。なぜなら、プレミアム付宿泊券は、基本的に、消費者が直接、宿に予約するスタイルだからだ。これによって、今まではパッケージツアーで全日空やJALで行っていた人は、今年はLCCで行くことになったり、車で行くことになったりということで、旅行形態がすごく変わっている。こういうことも頭の隅に入れておかないと、将来、「どうしてこの年だけこうなんだろう」となりかねないと思う。

＜大澤座長＞

- これからパブリックコメントの手続に入ると思うが、各市町村からの意見をもらう機会はあるのか。

＜観光振興課主幹＞

- この案をまとめる段階において、市町村のほうにも意見照会をして、それを反映させた形で今回ご提示している。

＜大澤座長＞

- この後に、再度、市町村に意見聴取ということはないか。

＜観光振興課主幹＞

- 再度、行うということは考えていない。

＜大澤座長＞

- 市町村への落とし込みが必要だと思うのだが、西村さんが言われたとおり、この資料編には市町村の観光統計がない。県全体、国の中での県とか、または世界の中での県というデータがほとんどなので、県内の市町村が興味を持って見るようなデータがあると、「自分のこと化」しやすいのでは、と思う。たとえば、市町村別の来訪者数といったものがあると、「うちはこうなのか」と思ってくれて、県の施策をもう少し真剣に受け止めてくれる可能性があるのではないか。
- その意味で、パブリックコメントに入る前に、市町村からヒアリングはしないまでも、「市町村の意見も入れているのでご確認ください」というようなコメント付で渡せば、市町村も真剣に読んでくれるかもしれないという気はする。
- だいたい観光基本計画というものは、出来上がった瞬間に本棚の飾りになることが多いのだが、この「あいち観光戦略」に関しては、皆さんの意見をいただいて、これからやっていく上で基本になる文言がしっかり入っているので、やはり市町村が知らないというのは少し寂しい。ぜひ、いろいろな方に手に取ってもらって、「こういうことをちゃんとやっていくんですね」「愛知県は本気ですね」というのが伝わるような働き掛けをしていただきたいと思う。その意味で、パブリックコメントがどれぐらい出てくるのかというのが非常に楽しみだし、たくさんの意見をいただけるような働き掛けをしていただきたいと思う。
- では、意見が出尽くしたようなので、本日はここまでにしたい。本日の意見を踏まえて、事務局のほうで取りまとめをよろしく願います。

(4) 閉会

＜観光振興課長＞

- 活発なご意見をありがとうございました。本日皆様からいただいたご意見と、それから来週 18 日からのパブリックコメントの結果も総合して、最後の検討会議の場において、最終案をご提示させていただきたい。
- その最終の検討会議は、年明け 2 月 4 日の午前 10 時から予定している。場所は決まり次第、ご連絡させていただく。
- 以上で、「第 3 回あいち観光戦略検討会議 魅力創造・活用部会」を終了させていただきます。本日はどうもありがとうございました。