

第5回あいち観光戦略（仮称）検討会議 議事録（概要版）

1 日時

平成28年2月4日（木） 午前10時～午前11時30分

2 場所

愛知県議会議事堂ラウンジ

3 出席者

（委員）

安藤竜二委員、大澤健副座長、クリス・グレン委員、小高直弘委員、嶋村光世委員、鈴木恵子委員、西村哲治委員、森川敏育座長、横山陽二委員

（事務局）

加納観光局長、渡邊観光振興課長、稲波観光振興課主幹、大野国際観光コンベンション課長、丹羽国際観光コンベンション課主幹、他職員7名

4 傍聴者数

3名

5 議事

（1）あいさつ

<観光局長>

- おはようございます。本日は、お忙しい中、第5回あいち観光戦略検討会議にご出席いただきまして、誠にありがとうございます。
- 昨年の訪日外客数は前年比47.1%増の1,973万7,000人と過去最高となった。本県への訪問者数は前年比57.7%増の194万6,000人で、これは全国の伸び率に比べて10.6ポイント上回っている。
- 今後も、中国経済の減速など、マイナス要素はあるものの、訪日外客数は伸びていくだろう。引き続き、本県への来訪促進、消費喚起、満足度向上に向けた施策に取り組んでまいりたい。
- 昨年、愛知県訪日外客動向調査を実施し、国・地域別の動向や満足度、再訪意向などを尋ねた。それによれば、中国は72%が初来日だったが、香港は3回目以上が86.5%を占めていた。また、香港は96.3%が観光・レジャー目的の来日だったが、アメリカはビジネスが60%以上を占めていた。こういったデータは、お手元の案にも盛り込んだが、今後の施策立案に大いに役立ててまいりたい。
- 訪日外客だけでなく、国内誘客も重要だ。本県では、昨年末、首都圏向けプロモーション公式サイト「こってり愛知 de 首都圏」を開設した。大村秀章知事をイメージしたキャラクター「ひでっち」が、様々な姿に扮して愛知の魅力をアピールしていく。
- これまでのご議論を受けて、「あいち観光戦略」の案が固まりつつあるが、早速、この案に沿ったかたちで、平成28年度予算要求を進めている。議会の審議を経て、よ

り精査された内容で、新年度以降の観光振興施策に取り組んでまいりたい。

- この検討会議も本日が最後となる。1年以上の永きに渡るご議論に、敬意と感謝の気持ちを表して、私のあいさつとさせていただきます。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

(2) 議題

①満足度の数値変更について

<森川座長>

- 数値目標で、満足度が変更になっている。これについて、ご意見をいただきたい。

<大澤副座長>

- 愛知県訪日外客動向調査の結果が出て、思ったより高い評価が出たので、変更したということか。

<観光振興課主幹>

- そのとおりである。愛知県訪日外客動向調査の結果、外国人の「非常に満足」と「満足」の合計が93%を超えた。この93%をさらに上げるというのは目標としてふさわしくないのではないかと考え、「非常に満足」のみを指標に用いることにした。
- リピーターの獲得のためには、「満足」だけでは不十分で、「非常に満足」まで高める必要があるということも考慮して変更した。

<大澤副座長>

- 満足した点を尋ねた結果を見ると、どうしてこんなに満足してもらえたのか、正直わからない。交通アクセスはともかく、接客や案内表示がわかりやすいという回答が多かったようだが、本当にそうなのかという感じがしないでもない。

<観光振興課主幹>

- 愛知県訪日外客動向調査は対面調査で聞いたのだが、結果としてはそのような結果が出ている。

<大澤副座長>

- 食の面に魅力があるというのは愛知らしいと言えなくもないが、そのほかの点に関しては、少し疑問も感じる。
- 今後、満足度を上げていく際、どこに重きを置けばいいか。満足した点を伸ばすにしても、不満に感じた点を改善するにしても、愛知の独自性はどの辺にあるのかが、この調査結果からは見えない。
- もっとも、満足度が非常に高いというのは喜ばしいことで、それを受けて、早々に目標設定を引き上げるというのは、いいことではないか。

<安藤委員>

- ちょうど今、香港の方たちと仕事をしているが、日本に初めて来たとき、我々にとっては普通の接客、普通の交通機関であるものに感動してしまっていた。今回、目標値の指標を「非常に満足」に引き上げ、2回目に来たいというイメージを持たせることは、すごく大事だと思う。
- 他方、受入れ先や観光地に日本語の案内しかないのも、知人に紹介できないとも言っていた。個人経営の飲食店が中国語や英語のメニューを用意していくことも大切だが、

観光施設などは、もっと力を入れて、県全体の満足度を上げていく取組が必要だろう。

<クリス委員>

- 外国人として一番困るのは言葉だ。外国語で情報を伝えると、もっと満足度は上がるだろう。特に両替は、銀行での窓口は言葉の壁があって難しい。加えて、カードを使えるようにすると、もっと外国人は満足する。
- 満足度全体としては、「非常に満足」が50%か、もう少し上まで伸びれば、外国人旅行者の評価は、「非常に満足」と「満足」でほぼ占められるだろう。

<小高委員>

- 満足度というのは、大変難しい。言葉や交通の利便性などは、確かに一番評価されるものではある。しかし、本当の満足度は、「もう一回お金を出してまで来たい」というものだ。「再び来たい」と思わせることが満足度の基準ではないか。

<嶋村委員>

- 数値的には問題ないと思う。平成26年に「非常に満足」が大きく下がっているのが引かかるが、平成25年を起点に考えると、平成32年までに30%というのはクリアできるのではないか。

<鈴木委員>

- 「非常に満足」で評価することには賛成だ。
- 満足度は、ハード面の整備によって上げていくことも大切だが、裏を返せば、不満を減らしていくという視点も重要だ。不満に感じられているところを改善していくという見方が大切だろう。

<西村委員>

- 鈴木委員と同じ意見だ。満足度の数値そのものは主観的なものなので、たとえば満足度30%がどういう状態で、50%がどういう状態かというのは、誰も説明できないだろう。だから、むしろ、不満な点を、この戦略に沿って、地道に一つ一つ潰していくことが大事だ。

<横山委員>

- たしかに、この調査結果は、満足度が高いと思う。これは、日本人については、「意外さ」が原因なのではないか。私が内海で出会った九州の人は、「愛知県にこんなに素晴らしい温泉があって、こんなに魚がおいしいとは思わなかった」と言っていた。この意外さが、満足度調査の高い結果に表れているのではないか。
- 外国人については、先日、こういうことがあった。中国から来た友人をトヨタ産業技術記念館へ連れて行ったら大喜びだった。その後、ノリタケの森へ案内したら、こんどは奥さんが満足していた。ふたりはとても満足して帰っていったが、つまりは、外国からゲストが来たとき、県民自身がどこに連れて行けばよいかをしっかりと理解していることが、満足度の向上には大事だということだろう。

<森川座長>

- 委員の皆さん方からは大変貴重なご意見をいただいた。事務局には、これらの意見を参考にさせていただきながら、満足度の数値目標の変更については、了とするというところで進めていただきたい。

②案の内容確認

<森川座長>

- 次に、この「あいち観光戦略」の最終の内容確認を行いたい。

<横山委員>

- 全体の印象としては、1年半前の最初のものから、私ども委員の意見をきめ細かくまとめていただいていると思う。
- この1年半の間でも、例えば、今朝も新聞に出ていた大規模展示場の件、盛り上がってきている山車、アジア競技大会の誘致など、新たな話題が生まれている。2020年を超えて愛知県が動き出していることが、この戦略の中でも、よく表れているのではないか。
- 今後5年間、この戦略の検証を私の授業の中で行っていききたい。この戦略は、学生にとってもいい資料になると思う。

<西村委員>

- 議論を重ねた中で、うまくまとめた。
- あらためて私が思ったのは、やはり観光の裾野はすごく広いということ。本冊の後ろの方に役割分担の表が出ているが、例えば、来県客が不満に感じた点を解消しようとしたとき、誰がそれをやるのか。観光担当部署だけでは何ともしがたいものが、いくらかでもある。だからこそ、愛知県全体で取り組まないとなかなか進んでいかなさうということであらためて思った。
- これから、愛知県の観光の新しいステップが始まるわけなので、私どもも共有して、進めていきたい。

<鈴木委員>

- 皆さんの意見がすごく盛り込まれ、上手に作っていただいたと思う。
- 特に、「目指す姿」に「感動」という言葉が入ったことには、とても満足している。今日、ここへ来る途中で友だちに会ったのだが、彼女の友人が、最近、三河湾の離島に行って、とても満足して感動したらしい。本当によかったという感動を伝えたいがために、いろいろなところに口コミで発信をしているとのことだった。この「感動」という言葉に、とても意味があるのだというのを強く感じた。

<嶋村委員>

- この戦略は、当初、インバウンド偏重だったが、私は、繰り返し、国内に対してメジャー度が足りない指摘してきた。これについては、戦略Ⅱで、首都圏などでの情報発信というのを入れてもらっている。他の委員の意見も、よくまとまっているのではないか。

<小高委員>

- 初期に比べると大変よくなって、分かりやすく、ストーリー性もできていると思う。
- 意見としては、1つは、愛知県に限ったことではないが、この戦略の計画期間終了後も、引き続き、行政が補助などをしながら観光を後押しするスタイルを続けるのかということ。如何に民間力を高めるのか、ということに関して、なかなか計画の中に盛り込めていないという問題意識がある。あくまでも、この戦略の計画期間である5年のうちに、滑走路から飛行機を飛び立たせるのだという考え方を盛り込めなかったこ

とが、多少残念である。

- もう1つは、明るい未来ばかりではなく、厳しい現実も見べきだということ。この戦略は、大変きれいにまとまっているが、たとえば、国内旅行市場の消費額は十何兆円も下がっているのに、インバウンドの消費額は2.2兆円ぐらいしか上がっていないという現実がある。先日、京都の計画を検討する会議で、「この計画には、厳しい現実があまり出ていなくて、明るい未来ばかりを書いている」というような話も出ていたので、参考までにお話しさせていただく。

<クリス委員>

- 皆さんと一緒に1年以上、考えて、結構いいプランができたと思う。これからはすごく楽しみだ。
- 何回も言ったが、日本人と外国人のニーズは全く違う。外国人に、いろいろな情報を伝える際には、伝わりやすさ、やり方、言葉、写真、映像、デザインなど、日本人とは異なっているので、そういうことも考えて施策を進めてほしい。
- 今後も、ここにいる委員が、オブザーバーやアドバイザーとして関わると嬉しい。

<安藤委員>

- これから大切なことは、ここで議論してきた「熱」のようなものを浸透させていくことだと思う。この戦略は、本としてはすごく読みやすいし、分かりやすい。この戦略を進めていこうという気持ちの部分、知事が熱を持って市町の方たちに伝え、みんなが動く仕組みができると、本当にうまく回り始めるだろう。

<大澤副座長>

- 私は講演会で、「観光基本計画というのは作った時点で失敗だ」という話をさせていただく。というのは、観光は、行政自身がプレイヤーになって完結させられない分野だからだ。道路建設や教育、福祉などであれば、行政が計画を作って、行政のプレーで完結させられる。だから計画を作る意味がある。しかし、観光は、実際にやる人々は、県が作った計画通りにやる理由は全くない。プレイヤーでない人が作らなければいけない点で、観光基本計画はとても難しい。
- その意味で、この戦略は、非常にストイックな内容になっていると思う。県が主導して「これとこれは県がやります」というより、県民運動として呼びかけながら、民間の方々やってくれるように、県は旗を振り、環境整備をやっていくという書き方になっている。観光基本計画としては、非常に上質なものになっているのではないかな。
- 今後、県内には、観光に目覚める市町村がたくさん出てくるだろう。そして、あちこちで観光基本計画が作られることになる。市町村の観光基本計画というのは、県の施策との擦り合わせが行われるものだ。だから、県には、もし市町村から問い合わせがあったら、「行政がプレイヤーとして推進する観光というのは、本来の観光のあり方ではない」というメッセージも伝えてほしい。

<森川座長>

- 本日欠席の山村委員のご意見が事務局宛にメールで来ているので、そのままご意見として読み上げる。「あえて言うならば、忍者の部分をもっと後掲に下げた方が（いいのではないかな）。トピックスに、これまで実績のある三英傑や名古屋城が取り上げられていないのに、忍者を載せている必然性がよく分からない。忍者を下げた方が、県

民や大学、博物館関係者といった本物の歴史の魅力を伝えられる人たちから、際物扱いされず、協力を得られるのではないか」。

- 2番目のテーマであった、全体を通しての確認については、委員の全員が評価をするという意見だった。
- ただ、いくつか指摘もあったので、事務局はこの点も十分考慮して、今後、この戦略を推進していただきたい。

③本戦略を推進する上でのアドバイス・注意点等

<森川座長>

- 3点目は、この「あいち観光戦略」を4月以降推進していく上で、アドバイスや注意点について意見を頂戴したい。

<大澤副座長>

- 各地で観光の手伝いをする際、当然、私は、行政の手先として地域に入っていくわけだが、役所の方々に強く言うのは、「あなたたちがグラウンドに降りてボール蹴ったら、負けだ」ということだ。行政には、人材もお金もあるので、自分たちでボールを蹴りたがるが、それは絶対やってはいけない。
- 例えば、行政がモニターツアーを作っているところは、まず長続きしていない。そもそも、お金を取れない自治体職員がツアーのガイドをやるということ自体が、持続性がないことの証左だ。おまけに役場の職員は3年ぐらいで替わるので、彼らがプレイヤーになっている環境では、観光は本物になっていかない。このことが行政の方々に理解してもらいにくい。やはり、腕に覚えがある人ほど現場に入りたがる。この「あいち観光戦略」は、プレイヤーは現場の方々であるという作りになっているので、ぜひとも自分たちでやり過ぎないということに注意して取り組んでいただきたい。基礎自治体の本気になってこそ観光なので、県は、彼らが動き出せる場を作るということに専念することが大切だ。
- 10年くらい前、和歌山県が観光に目覚めたころ、当時の知事が「県職員は県の最高のセールスマンたれ」と言った。その掛け声の下、活きのいい県職員が現場に入り、現場でたたき上げたのだが、配置換えと共に全部ネタが消え、その後、混乱したということがあった。
- つまり、継続的に取り組むのは現場のプレイヤーであり、それを継続的に支えていくのは基礎自治体である。県が行うのは、靴の裏から足を搔くような作業であり、非常に現場のコントロールがしづらい。そのような中、インバウンド誘致や全体の方向性、広域連携といった部分は、どうしても県がやらざるを得ないのだが、県には、ぜひ、現場のプレイヤーがいきいきと動けるような場作りをやっていただきたい。それがこの「あいち観光戦略」の趣旨だと理解している。

<安藤委員>

- 私が関わっている仕事であった話だが、例えば市や商工会議所などが同じようなスタンプラリーを実施しているといったことがある。今後、この戦略に沿って、現場の各主体が施策を実施していく際、同じような事業が重複して行われることがあり得るので、そういったところを整理していかれるといいと思う。

- 商工会議所とも一緒になって、愛知県の観光の軸を決めていくといいだろう。

<クリス委員>

- 訪日外国人は増えているが、東京や大阪など、いつもと同じところは飽きられていて、新しい行き先が必要だ。その意味で、愛知はすごく可能性がある。ところが、この戦略もそうだが、各地の行政は2020年のオリンピックに向けたプロジェクトしか考えていないように見える。しかし、2020年の後のことも大切だ。2020年が過ぎたらもう観光客は来ない、ということではなく、その後に、愛知のチャンスがあると思うので、今後は、2020年以後のことを考えてほしい。

<小高委員>

- 行政の役割はいろいろあるだろうが、一番大切なのはビジネスができる環境を作ることではないか。例えば、楽市楽座のようなものを作ったり、SNSでシステムを作ったり、そういう奨励策を実施して、民間が限りなく参加しやすい環境を作ってほしい。そういう投資は無駄ではなく、今後、明るくなる部分に光を当てていく作業だ。
- その結果、ビジネスが生まれれば、「自分が儲かるのなら今年も頑張ろう」という、民間の力が出てくる。そういった流れが上手くいくように進めれば、この戦略は大成功ではないかと思う。
- たとえば、京都府では面白い取組をしている。京都府が音頭を取って、京都市に来て何千万人ものお客さんを市外でも頂こうということで、「海の京都」「山の京都」「お茶の京都」などと題して、丹後とか丹波、宇治に送るよう計画している。こういった大きな導線を変えるようなことは、やはり行政にしかできないので、そういうことに精を尽くしていただきたい。

<嶋村委員>

- 愛知県には、割と実体験、追体験できるスポットが少ない。例えば、忍者隊に関して、忍者のアクロバットを見せるだけではなく、忍者の衣装に着替えられるとか、そういう追体験できるスポットを増やしてはどうか。そうすることが、リピーターの獲得につながるという考えを持って進めてもらいたい。

<鈴木委員>

- この戦略に書かれている施策を「誰が」やるかということは、とても重要だと思う。「基本的な視点」に「幅広い県民参加」ということを謳っているわけなので、県には、誰がやるかということを常に考えて、この戦略を推進してほしい。本当に県民が参加したいと思える形で進めてほしい。

<西村委員>

- 「基本的な視点」にある「幅広い県民参加」。これが一番難しいのではないかと私も思っている。人材育成とか、ボランティアガイドとか、おもてなしの向上とか、目指すところは確かにそうだが、本当に県民の皆さんの意識を変えていくというのは、とても難しいだろう。一度に高みを目指すのはできないと思うが、県民の意識を変えていく仕組み、仕掛けというのを作り、少しずつでも進めていくことが大事だ。
- もう一点は、こういった観光戦略を進めていくにあたっては、マーケティングが重要ということだ。この戦略は、これから年度ごとに事業計画のようなものを作っていく

ことになるのだろうが、一方で、市場の方も1年ごとに変わっていく。いったん始めたら最後までやらなければいけないと思わずに、だめなものはだめという判断を途中で下すことも大事だろう。

<横山委員>

- せっかくすばらしい戦略を作ったのだから、しっかりアクションすることが重要だろう。我々も委員としてこの戦略を作ったので、アンバサダー的に取り組んでいくことが大切だ。
- 2016年5月に伊勢志摩サミットが開催される。この戦略の初年度に行われるビッグイベントだ。愛知県は、ものすごくついていると思う。ここで初速をどれだけ出せるか。全世界に対して、どれだけ愛知県を取り上げさせるか。うまくいけば、愛知が世界で紹介されていることがメディアなどを通じてフィードバックされ、愛知県民が愛知県の観光の魅力に気づくことになる。そして、その気づきこそが、民間の観光事業者やその他の人たちが動き始める原動力になる。そのためにも、伊勢志摩サミットを通じた情報発信には、予算を含めてかなり大きな力を傾けることが大切だろう。
- もう一つ、大切なのは、オリンピックだ。ロンドンオリンピックの際のイギリスの国家ブランディングについて研究を始めているが、イギリスは当時、「ビジット・ブリテン」というGREATキャンペーンをやっていた。投資に関しても、ビジネスに関しても、留学生の増加策に関しても、このタイミングで的を絞ってやっている。こういった例を参考にしながら、東京オリンピックの2020年に、愛知県は何をどう仕込んでいくか。国の動向も睨みながら考えていくことが大切だ。

<森川座長>

- 民間企業が重要なプロジェクトを立ち上げると、その立ち上げたメンバーは仕上げまで携わって、それが成功したのか、失敗したのか、成果があったのかなかったのか、それがメンバーの評価につながっていく。どうも行政の場合は、プロジェクトを作って第一幕が下ると、第二幕では違った役者さんが出て来て、そのプロジェクトに携わっていく。願わくば、この戦略づくりに携った行政の方々は、5年間しっかりこれを推進し、その成果を紹介していただきたい。ぜひ行政の慣例を破って、この策定に当たられた事務局の方々には全員残って、5年間の責任を全うしていただきたいと思う。

④検討会議の感想

- 最後になるが、戦略の内容から離れて、この検討会議と2つの部会について、何か感想、印象等があれば、意見をお聞きしたい。

<横山委員>

- 1年半、いろいろお世話になり、ありがとうございました。ゴルフで優勝すると「メンバーに恵まれて」とよく言うが、まさに今回の会議は、委員や事務局の方々に恵まれ、大変勉強になった。
- この会議が始まる直前、知事が「あいち観光元年」を宣言したというのは、今から考えると、グッドタイミングだったと思う。インバウンドがぐっと盛り上がるタイミングで宣言した。先ほど観光局長の話にもあったが、この地域は、この1年半ですごく伸びている。そういう意味で、政治的な勘というか、知事の先見性が非常にあったと

思う。

- この会議への参加が決まった当時、私は、「愛知県の観光をやります」と言ってゼミ生を募集したが、あまり人気はなかった。ところが1年後、非常に反応がよかった。徐々に学生に浸透していくものだった。
- 大学との連携という観点では、例えば、私どもが主催した日中国際学生シンポジウムがピンポン外交の記念碑を訪問することになり、そこに知事にも来ていただいた。その様子が記事やテレビで放映されると、中国の方たちに、愛知県はピンポン外交の発祥の地だということが認知される。それがフィードバックされて、日本人にも認知される。そういう意味で、大学も、観光においては非常に大きなステークホルダーだと言えるだろう。
- また、ビジネスが盛り上がるのが大事だということでいえば、先日、こんなことがあった。この「Heart of JAPAN」のバッジを着けていたところ、ドラッグストアを多数展開している方々に、「このところ、インバウンドですごく儲かっているんだ」と声を掛けられた。あるいは、いま、USJが15周年で大々的にCMをやっている。べつにあれは大阪府がやっているわけではなく、USJが「大阪に来てね」とやっている。やはり、民間が動き出すと力強さが出てくる。そういう火を点けるということが、官の重要な役割だろう。
- 今、東海市で、学生と一緒にインバウンド関連の取組を進めているが、この会議の委員の方とも連携して、プロジェクトを立ち上げようとしている。今後も、この委員の方々とは連携していきたいと思っているので、この会議に留まらず、いろいろな仕掛けをしていきたい。

<西村委員>

- 観光を進めるにあたって大事なことは、やはり、人づくりだと思う。その地域に合ったキーパーソンをどう育成していくか。実は、私のところでもDMOに取り組もうと思っているが、DMOで活躍できる人材育成も大事だ。ぜひ、この委員の方々の意見も伺いながらやっていきたい。

<鈴木委員>

- 観光を巡る時間の経ち方は、本当に早いと思う。私たち観光に携わる者にとっても、この会議が始まった当時は、DMOという言葉は身近ではなかった。しかし、1年経った今は、当たり前のようにDMOが語られている。観光を巡る環境がすごいスピードで変わっているということを実感する。
- ふだん、豊橋、東三河で日々の仕事に追われている私にとって、なかなか愛知県全体を考える機会がなかったので、この会議に参加したことは、すごく勉強になった。
- 私たちが思いを持って作ったこの戦略を、これから5年間、引き継いでやっていただきたいと思う。

<嶋村委員>

- この会議の委員に就任し、愛知県のいろいろな市町村の方と話す機会が多くなった。印象的には、割と観光に消極的な市が多いと思う。地元がいいところがあるのに、アピール不足というように見受けられるので、ぜひ、県が音頭を取って、それぞれの市町村がもっとスムーズにPRできるようにしていただきたいと思う。

<小高委員>

- 委員をやらせていただき、ありがとうございます。愛知県に住んでいながら、愛知県の観光資源はすごいということを勉強させていただいた。
- この3年間ぐらいで、私も10カ所ぐらい観光基本計画づくりに関わらせていただいている。そこで感じることは、この1年半の間の変化の激しさだ。それ以前の7～8年ぐらいは同じような計画を焼き回していた気がするが、このころは、もう3か月後には内容が変わってしまっている。そういう意味で、毎年、きちんとPDCAを回していくことが大切だろう。
- 自社のことを言うのは憚れるが、今、当社グループでは、全国で10数箇所のDMOに関わっている。同時に、5カ所ぐらいでDMCを立ち上げよう考えている。各地域の観光や物産を収益ベースで扱って会社が成り立つのかということを見ていきたい。民間では、こういう動きも始まってきている。その際、行政には、DMCが歩きやすい道を整備していただきたいと思う。側面支援をしていただくことで、DMCのような組織も成り立つのではないかと考えている。
- また、県と市町村がしっかりとパイプを持つことも大切だ。民間に近いのは市町村なので、市町村を上手に巻き込みながら、市町村と県が一体となって、民間対応のレベルを高めていくのが、本来の姿ではないかと思う。

<クリス委員>

- 今回、このチームのメンバーとして関わられて、本当にうれしかった。皆さんの情熱やプロフェッショナルな意見を聞いて、とても勉強になった。
- 愛知県に来て、そろそろ23年になるが、その愛知県が観光に注力し、インバウンドの誘致やネームバリューの向上に向けて動き出したということは、本当にうれしい。世界中が愛知の価値や魅力、可能性を理解してくれるとうれしい。今回のプロジェクトに参加して、愛知のいろいろなことを考え、勉強したが、愛知には本当にたくさん魅力がある。私が大好きなサムライや城だけでなく、もっと面白いところがたくさんある。これからも、個人的に、愛知県のニュースや魅力を、日本全国だけでなく、世界的にも伝えていきたい。

<安藤委員>

- 僕は地元愛が非常に強いので、地域を世界に発信するということをライフワークとして取り組んできた。取り組む際には、「この指とまれ」というスタイルでやってきたが、このころは、きちんと資料を用意するなど、参加することにどういうメリットがあるのかを説明した上で、「この指とまれ」にしなければいけないと思っている。当事者がやる気になれば、その取組は自ずとつながっていくと思う。
- 今、関わっている、岡崎市制100周年の関連でも、最初に岡崎の飲食店の方たちに、「この指とまれ」と声を掛けた。そして、その方々に、「チャンスだよ。市制100周年という節目に飲食店のオーナーをやっているのだから、みんなでやっていかなければだめだ」と熱く語ったら、みんな目の色を輝かせて動き始めた。また、こんどオープンする岡崎のサービスエリアの物販エリアにも関わっているが、ここでも、みんながやろうという気持ちになっている。以前だったら、「そんなもの」などと言われただろうが、時代が変わったのか、代替わりしたのか、今まで乗ってこなかった方たち

も関わってきている。

- この1か月間くらい、香港の大きな出版社からブロガーと取材の方が来ていて、県内を回っている。7月にガイドブックを出すということだ。彼女たちは、人のつながりで取材をしていて、「まだこんな魅力があったんだ。ここ、すごく楽しいね」という発見があったようだ。そういったつながり生んでいくことが大事だ。

<大澤副座長>

- この検討会議については、委員の人選が非常によかったと率直に思う。私もいろいろな観光基本計画づくりに携わっているが、役場の担当課の人や県のOBが委員だったりして、「昭和の意見」に終始してしまうことが少なくない。その意味で、この検討会議は、リアルに現役で、現場を持って活動されている方々を招集したという点で、非常に画期的だったのではないかと。多分、ほかの県の観光戦略づくりでも、なかなかここまでのメンバーを集めるところはないと思う。そのセンスのよさというのは、これから、戦略を進める上で、大きな自信にさせていただくと思う。
- 2010年から「あいち観光まちづくりゼミ」をやってきて感じることは、ここ数年で、観光に取り組みたいと考える人がすごく増えてきたということだ。いまでも、多くの人にとって、観光はピンと来ないだろうが、いろいろな方がうっすらとでも関心を持っているのは、すごくいいことだと思う。
- 私はずっと和歌山の観光に関わってきたが、そこでは、田舎の小ネタを使った観光が多く、あまり儲からなくて、悩みに悩んできた。ところが、愛知県に来てみると、ネタは豊富だし、人はいっぱいいるし、市場は近いということで、「いいなあ、愛知は」と思いながら、今でも仕事をしている。全国を見てきた上で、率直な観光として、「愛知が本気になれば、日本一の観光県になれる」と言い続けているのだが、なかなか信じてくれない。このころは、少しずつ増えてきてはいるが。ただ、「日本一の観光県になれる」と言うときに、あわせて「今までの観光の後追いをするのではなくて、新しい観光に取り組みれば、多分、一周遅れのトップランナーになれる」というような話もしている。今回、この会議の中で、そういう新しい観光、愛知らしい観光をやろうという意識を持ってもらえて、それを戦略に反映できたということが、何より大事なことだったのではないかと考えている。
- また、私の仕事の中で感じる変化としては、最近、妙に忙しいということがある。昔は、あちこちで講演していればよかったものが、このころは、現場に手を入れる仕事が増えてきた。DMOの立ち上げで住民の説得に行ったりとか、意見をまとめるに行ったりとか、利害調整の仕事が多くなってきている。それは、「観光まちづくりというのはこういうものだ」と浸透させる時期から、実際に動かして実証していく時期に急速に入ってきているのだろうと思う。
- 愛知県の場合、観光まちづくりという意識がすごく素直に受け入れてもらえる場所だ。県内各地で観光まちづくりの話をしてきて、認識が深まってきているのだと思う。次は、いよいよ実践の段階だ。「観光に取り組んでよかった」「やはり愛知の観光は素晴らしい」と言ってもらえるような具体的な成果を出していかないといけないと感じながら、この戦略づくりに参加してきた。その意味で、ここからが本当のスタートなのだろう。私も、引き続き、愛知県の観光に携わる機会があれば、積極的にやっていき

たいと思っている。

<森川座長>

- 座長という立場で感想を述べさせていただきたい。まず委員の皆さん方には、機会ごとに本当に貴重な、無駄のないご提案、ご意見をいただいた。本当にありがとうございました。それから事務局においては、委員から出る様々な意見を最大限に取り入れ、取りまとめにこぎつけていただいた。その苦労は大変だったと思うが、今日、お聞きのとおり、委員の皆さんから高い評価が出ている。事務局の方々においては、大変お疲れさまでした。私の感想はそれだけである。
- 本日の議論を経て、この最終案は、戦略の策定主体である愛知県観光振興推進本部会議に諮られる予定だ。そこへ諮るまでの過程で、多少の変更作業というものが出て来る可能性もある。これについては、委員の皆さん方から事務局に一任ということにさせていただきたいと思うが、よろしいでしょうか。
(拍手)
- それでは事務局に一任する。
- 議題は以上です。皆さま、本当にお疲れさまでございました。

(3) 閉会

<観光振興課長>

- 委員の皆さま方、本当にありがとうございました。本日、いただいた様々な意見を踏まえまして、座長から話があったとおり、最終案の仕上げを進めていきたい。その後、2月15日開催予定の愛知県観光振興本部会議に諮りたいと考えている。策定後は、愛知県観光振興基本条例に基づいて県議会へ報告するとともに、冊子として、「あいち観光戦略」をまとめ、関係各所に配付して周知を図ってまいりたい。県内の市町村との連携には留意していきたいと考えている。
- 本当に永きにわたり、貴重なご意見を多数いただいた。「あいち観光戦略」は非常にいいものになってきたと思う。皆さま方に心よりお礼を申し上げ、この「あいち観光戦略検討会議」を終了させていただく。本当に皆さま方、どうもありがとうございました。