

## 次期愛知県観光振興基本計画（仮称）検討委員会 第2回全体会合 議事録（全文版）

### ■日 時

2024年2月1日（木）午後1時～午後3時

### ■場 所

愛知県議会議事堂1階ラウンジ  
オンライン Zoom \*ハイブリッド形式により開催

### ■出席者

●委員      ◎…委員長      ○…福井院長      (五十音順、敬称略)

所属・職	氏 名	形式
株式会社カーネル総研 取締役 コンテンツ・プロデューサー 中部圏インバウンドセールスプロジェクト 事務局長	あかさき まきこ 赤崎 真紀子	対面
日本政府観光局（JNTO） MICE プロモーション部次長	いたがき あやこ 板垣 彩子	オンラ イン
国立大学法人東海国立大学機構名古屋大大学院 情報学研究科 准教授	うらた まゆ 浦田 真由	対面
株式会社行楽ジャパン 代表取締役社長	えん せい 袁 静	対面
国立大学法人和歌山大学 経済学部 教授	◎おおさわ たけし ◎大澤 健	オンラ イン
有限会社パスト・プレゼント・フューチャー代表取締役	クリス・グレン	対面
名城大学 名誉教授	ふたがみ まみ 二神 真美	対面
東海学園大学ともいき教養教育機構・経営学部 客員教授	◎よこやま ようじ ◎横山 陽二	対面

\*欠席：株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター長 沢登 次彦

日本薬科大学 特別招聘教授/内閣府クールジャパンプロデューサー 陳内 裕樹  
欠席の委員へは事前にヒアリングを実施。

●オブザーバー（敬称略）

所属・職	氏名	形式
公益社団法人日本観光振興協会 中部支部 事務局長	にしむら 西村 てつじ 哲治	対面
一般社団法人中央日本総合観光機構 常務理事・事務局長	おぎの 荻野 みつたか 光貴	対面
一般社団法人愛知県観光協会 専務理事・事務局長	さかきばら 榊原 ひとし 仁	対面

●事務局（愛知県観光コンベンション局）

所属・職	氏名
顧問	武田 光弘
局長	阿知波 智司
観光推進監	浅田 甚作
観光振興課 課長	大参 孝彰
国際観光コンベンション課 課長	多田 花緒里
国際観光コンベンション課 国際展示場室 室長	鈴木 太郎
観光振興課 担当課長	小川 克信
国際観光コンベンション課 担当課長	安藤 嘉雄
国際観光コンベンション課 国際展示場室 担当課長	上田 茂

観光コンベンション局各課長補佐・室長補佐同席

## 開 会

### ○大参課長

それでは、皆さま、おそろいですので、次期愛知県観光振興基本計画（仮称）検討委員会第2回全体会合を始めさせていただきますと思います。

本日、司会を務めさせていただきます観光振興課長の大参でございます。よろしくお願いいたします。

本日の出席者の御紹介でございますが、お手元の出席者名簿に代えさせていただきます。なお、本日は沢登委員、陳内委員が御都合により御欠席との連絡をいただいております。お二人からは、事前に御意見を頂戴しておりますので、後ほど報告させていただきます。

それでは、配布資料の確認をさせていただきます。資料は、全部で二つ用意してございます。資料1は冊子で『あいち観光戦略 2024-2026(仮称)』（案）とあるものでございます。それから、資料2が、A3横のパブリックコメントで提出された御意見の概要と、御意見に対する県の考え方という資料でございます。よろしいでしょうか。

それでは、開会にあたりまして、局長の阿知波より、御挨拶を申し上げます。

### ○阿知波局長

皆さま、こんにちは。愛知県観光コンベンション局長の阿知波でございます。本日は御多忙の中、次期愛知県観光振興基本計画検討委員会に御出席を賜りまして、心からお礼を申し上げます。まず初めに、元旦に発災いたしました能登半島地震において、お亡くなりになられた方に哀悼の意を表するとともに、被災された全ての方に心よりお見舞いを申し上げます。一日も早い復旧復興となりますことをお祈り申し上げます。

さて、この1月17日に観光庁が発表いたしました2023年訪日外国人旅行消費額の速報値において、約5.3兆円という額が出されました。これは新型コロナウイルスの感染拡大前の、2019年の数値を上回るものでございました。愛知県の外国人延べ宿泊者数も徐々に増加をしてきております。最新の数値である2023年11月では、2019年同月比で-21.1パーセント。約8割まで回復をしてきております。本県においても、今後、訪日外国人の旅行消費額の伸びが期待されるところでございます。

そして、本県の観光にとりまして、2023年は非常に重要な一年となりました。特に1月に始まりました大河ドラマ『どうする家康』は、本県の武将観光の魅力を効果的に発信する絶好の機会となり、大きな反響をいただきました。加えて、ジブリパークでは、年間を通じ多くの来場を得るとともに、昨年11月に「もののけの里」が、そして来月には「魔女の谷」が新たに加わり、全5エリアがオープンすることとなります。我々といいたしましても、この5エリア開園の効果を生かしまして、引き続き、国内外から本県へ多くの旅行者を呼び込むとともに、県内各地における宿泊や周遊観光に誘導する取り組みを進めてま

いりたいと思います。

もちろん愛知県には武将観光やジブリパーク以外にも、多彩な観光資源がございます。これらを十分に活用し、従来量を求める観光から、質を重視する観光へと転換を図ることで、地域の観光で稼ぐ力を高め、愛知の観光産業に元気を与えるとともに国内外の旅行者から選ばれる質の高い観光地域づくりに県をあげて取り組んでまいります。

委員・オブザーバーの皆さまにもおかれましては、次期愛知県観光振興基本計画『あいち観光戦略 2024-2026(仮称)』の検討にあたり、昨年5月10日から本日までの約10カ月間あまりの間に、御多忙の中、全体会合と各部会合を合わせて、計6回の会議において、大変中身の濃い議論をいただきましたこと、この場をお借りいたしまして、厚く御礼を申し上げます。

本日お示しします案は、これまでいただいた御意見、そして、パブリックコメントによりお寄せいただきました御意見を反映しております。本日がこの検討委員会の最終会合となります。内容を御確認いただきますとともに、引き続き、貴重な御意見を賜りますようお願い申し上げます。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申し上げます。

## 議題1 「あいち観光戦略 2024-2026(仮称)」(案)の確認について

### ○大参課長

それでは、議事に入らせていただきます。大澤委員長に進行をお願いしたいと思います。よろしく願いいたします。

### ○大澤委員長

あらためまして、皆さん、こんにちは。

本日が最後となりますので、よろしくお願い申し上げます。

それでは、議事を始めさせていただきます。本日の議題は二つあります。一つ目は、『あいち観光戦略 2024-2026(仮称)』(案)の確認について。二つ目は、施策の提案についてです。

では、一つ目の議題について事務局より説明をお願いいたします。

### ○渡邊課長補佐

観光振興課 渡邊でございます。議題1について説明させていただきます。**資料1**を御覧ください。前回の部会時点から修正した箇所は、黄色ハイライト箇所になります。一部データの更新や用語の統一等は除いておりますが、主な修正点は黄色いハイライト箇所になります。

では、表紙をおめくりください。まず「はじめに」でございます。ここでは、知事から

のあいさつとして、この戦略のエッセンスをまとめております。読む方が、最初に見るページですので、多様な主体の方に向けた、メッセージ性の高い内容とさせていただいております。

続いて、1 ページと 2 ページを御覧ください。この計画の概要を紹介しているページとなります。変更点としては、3 点になります。1 点目が、「2. 愛知の観光を取り巻く状況」における MICE に関連する分析、2 点目が、「3. 目指すべき姿」、それから 3 点目が、「4. 施策立案・実施に当たっての基本方針」と、「5. 施策の展開分野および実施すべき施策」の表記の整理となります。変更内容やその考え方については、後ほど、本文にて説明をさせていただきます。

続いて、3 ページ、4 ページを御覧ください。このマトリクスについては、前回の部会にて御評価をいただきましたので、概要ページにも掲載させていただくことといたしました。こちらについても、実施すべき施策を加筆修正しておりますが、詳細につきましては、この後の本部にて説明させていただきます。

さて、5 ページ以降が本文となります。委員・オブザーバーの皆さま、パブリックコメントでいただいた御意見を参考に、変更を加えております。まず、8 ページを御覧ください。こちら、12 月に国立社会保障・人口問題研究所が、新たな人口予測を発表いたしましたので、それに従いグラフや記載内容を修正しております。

続いて 16 ページから 18 ページです。前回の部会では、MICE に係る分析として、「ハイブリッド MICE の増加」のみを記載しておりましたが、より詳細に分析を行いました。また、前回の部会にて、MICE の統計について ICCA（イッカ）を御紹介いただきましたので、分析時の基礎情報として、掲載させていただいております。

続いて、21 ページです。「エ 公式観光サイトによる情報発信力の向上」について、前回の部会で、多言語発信について、まだ改善できるポイントがあることを御指摘いただきましたので、その旨を追記しております。21 ページ下方から 23 ページにかけて、本県における MICE の課題を新たに記載しています。

続けて、24 ページ、25 ページの SWOT 分析、クロス SWOT 分析において、MICE に係る分析を補強しております。なお、21 ページから 25 ページにかけて、MICE に係る記載を強化していますが、前回まで、MICE については、一般観光と分けて分析しておりましたものを、愛知県全体の分析としてまとめたことによる修正となります。

続きまして、26 ページです。こちらは、前回、主に地域づくり部会において、具体的なアドバイスをいただきましたので、再度検討いたしました。メッセージとしては、前回の『あなたの大好きに会える「観光県・あいち」』とは変わっておりませんが、旅行者の方だけでなく、事業者の皆さまにも、より共感いただけるよう、大澤委員長のアドバイスも踏まえまして、『「さすが」と言いたくなる「観光県・あいち」』へ変更いたしました。このコピーは、この観光戦略が、県民や県内の市町村、観光協会、観光関連事業者といったインナー、すなわち関係者向けであることを意識しております。確かに、愛知県は富士山や清水寺のようなアイコン的な観光スポットは少ないかもしれませんが、ただ、武将好き、乗り物好き、発酵食品好きなど、その道のツウな人にはたまらない資源が多数ございます。で

あれば、そういったツウな方々に、「さすが愛知県！」と言っただけのような、その資源の持ち手、担い手、周辺の住民の皆さまが、それぞれの立場で高質化していくことを呼びかけるものです。少々、引っ掛かりをお感じになるかも分かりませんが、シンプルに言うと、高付加価値、満足度の高い観光へのシフトを目指すことを、特に、住民の皆さまはじめ、インナーの方々、県内の観光関係者にお示しするコピーとしております。

続いて、27 ページ、28 ページです。従前の案では、「A. あいち「ツウ」リズムの推進」、「B. 持続可能な観光の推進」、「C. 観光DXの推進」、「D. 観光イノベーションの促進」だったものを、「A. 高付加価値化の推進」、「B. 持続可能性の追求」、「C. デジタル化・DXの推進」、「D. オープンイノベーションの促進」に変更をいたしました。趣旨は変更してはおりませんが、内容に幅を持たせるために、表現を修正したものでございます。

続いて、29 ページです。前回の部会において、MICE も一般観光と同じ基本方針に従って整理すべきとの御指摘をいただきましたので、「5. 施策の展開分野および実施すべき施策」のリードに、MICE に係る記載を加えております。

続いて、30 ページから 32 ページは、「展開分野Ⅰ 地域資源の観光コンテンツ化」です。こちらでは、前回、全体的にインバウンドのカラーが薄いと御指摘をいただいておりますので、リードにインバウンドに係る記載を補記しております。また、事業者の理解促進、巻き込みについても御意見いただきましたので、それを踏まえて、「Ⅰ-A-① 資源の持ち手に対する観光コンテンツ化の理解促進」を追加いたしました。

続いて、33 ページから 36 ページです。こちらにおいても、インバウンドの取組についてリードに追記するとともに、インバウンド誘客を中心とした取組として、「Ⅱ-A-③」、「Ⅱ-A-⑤」について新たに記載をしております。また、「Ⅱ-B-②」、「Ⅱ-C-①」、「Ⅱ-C-②」につきましては、インバウンドに係る記載を強化しました。なお、「Ⅱ-A-③」については、国内誘客においても実施すべき施策と考えておりますが、インバウンド誘客については、より、その重要性を感じているところでございます。

続いて、37 ページから 39 ページの「展開分野Ⅲ 受け入れ環境の整備」です。「基本方針 A. 「高付加価値化の推進」を踏まえた、実施すべき施策」については、実施すべき施策の記載を強化すべきとの御指摘もいただいておりますが、他の基本方針、施策の展開分野のページにおいて、既に記載していることと重複することから、ここは前回のままとさせていただきます。

38 ページに記載の「Ⅲ-B-③」につきましては、前回の部会でいただいた「二次交通に係る記載、県として取り組んでいる駅の機能強化などの取組について、記載すべきではないか」との御意見を踏まえまして、関係局と調整の上、修正しております。「Ⅲ-B-④」につきましては、災害時の旅行者への対応の記載がやや薄かったため、関係局と調整の上、記載を強化しております。

続いて40ページから42ページまでの、「展開分野Ⅳ 観光地経営体制の強化」でございます。こちらでは、第1回の部会時から御指摘いただいております、「観光施策における財源確保」につきまして、リードに「取り組むべき施策、人材育成や安定的な財源確保といった観光地経営体制の強化に必要な議論を一体的に進めていく」ことを追記してござい

す。

それから、「IV-A-③」につきましては、以前までは「ガイド団体との連携強化」の記載はございませんでしたが、パブリックコメントで御意見をいただきましたので、そちらを反映して修正をしております。

特に、インバウンドにつきましては、受け入れ側の意識、機能強化が求められることから、「IV-A-②」を追加いたしました。さらに、「IV-B-①」に係る記載の中に、財源確保に係る記載も追加をしております。人材不足の課題については、前回の部会においても、さまざまな観点から御議論をいただきました。そこで、「IV-B-②」に「人材確保」を追加するとともに、「IV-B-④」にも、新たに追加いたしました。

また、デジタル化・DXの推進については、前回の部会で取り組むべきこと、ここに記載すべきことをいくつか御提案いただきました。そこで、「IV-C-②」、それから「IV-C-③」を、新たに追記をしております。

続けて、43 ページから 46 ページは、「展開分野 V MICE の誘致・開催に向けた取組強化」です。こちらは先ほど申し上げましたとおり、一般観光と同じく、4 つの基本的方針に従って整理し直しました。また、47 ページ、48 ページに MICE に係るコラムを掲載しております。

続いて、49 ページから 61 ページが、「6. 数値目標」、それから、62 ページ、63 ページが、「7. 推進体制と各主体の役割」でございます。こちらは、大きな修正はございませんが、59 ページから 61 ページの進捗管理指標について、いくつか見直しを行いました。なお、前回の部会において、60 ページの「イ 持続可能性の追求」に係るモニタリングのための進捗管理指標について、今後、さまざまなラベルが出てくることを想定して、限定的に記載しないほうが良いだろうとの御指摘をいただきました。現在は「SAKURA QUALITY(サクラクオリティ)認証施設数」、「観光施設における心のバリアフリー認定数」を具体的に記載しておりますが、今後、適したラベルが確認できた際には、新たに追加しながら、毎年の確認をしていきたいと考えております。

なお、本日御欠席の、お二方の委員からの御意見を紹介いたします。

まず、沢登委員からは、①観光分野の消費において、お客さまがどれだけその地に滞在するのかが、非常に重要な視点であるため、今後、モニタリングしていくときに、日帰り客ではなく、宿泊者の消費額を重視していくと良いだろうとの御意見を受けたまわっております。

さらに、②基本方針に掲げている A から D は、今、観光関連産業を悩ませている未曾有の人手不足にも、密接に関係している。高付加価値化や DX、オープンイノベーションにより、客単価の向上と省力化を図り、労働生産性を向上することで、働き手の処遇改善、ひいては、業界の持続可能性につながっていく。説明する際には、そういったストーリーで示すというのではないかとといったようなアドバイスをいただきました。

陳内委員からは、3 件コメントをいただいております。観光財源については、丁寧に合意形成を図り、その重要性について理解を得ていくことも重要だが、一方で、議論を巻き起こしていかなければ、革新は生まれません。もっとメッセージ性のある書きぶりにしたほ

うがいいのではないかという御意見をいただいております。

続いて、愛知県が、「ツウ」、「さすが」な観光県になっているかを「見える化」、「指標化」していく必要があるだろうというお話をいただきました。

最後に、まず1年目は、公式サイトビュー数を徹底的に伸ばすということにこだわってはどうかと。リピーターや満足度を測る SNS は、それ以降に伸ばしていくなど、段階を踏んで考えるとよいといった御意見をいただいております。

最後に、64 ページ以降の参考資料でございますが、こちらは、最新の数値の追加、グラフを整えるなどの修正を行っておりますが、大きな変更点はございません。また、88 ページから 93 ページには、用語解説を新たに追加しております。

説明は以上となります。御議論のほど、よろしく願いいたします。

## ○大澤委員長

はい。ありがとうございました。

以上の説明につきまして、委員およびオブザーバーの皆さんから、御発言をいただきたいと思っております。御意見や御質問がございましたら、お願いいたします。今日の二つの議題ですが、前半部分で、計画についての御意見をいただき、具体的な施策に関しては、後半で御提案をいただくという進め方になっております。まず、この計画自体について、皆さんの御意見・御質問等をいただければと思っております。私の進行台本では1人3分間の持ち時間がありますので、皆さんから一言ずついただければと思っております。いかがでしょうか。

## ○二神委員

はい。

## ○大澤委員長

二神委員、お願いします。

## ○二神委員

基本方針や施策は、非常に練りに練って、階層的に書かれていて、非常に分かりやすくなっています。現在、かなりインバウンドが回復している点、また2024年・2025年度に大型の国際的なイベントが、愛知県ならびに周辺地域で開催されることを考慮すると、インバウンドの受け入れ環境の整備は、非常に重要です。最終段階なので、戦略の内容を本質的に変える必要はないと思っておりますが、現在、欠けている視点として、多様性です。例えば、性の多様性、食の多様性ですね。宗教的なハラール認証のみならず、海外ではビーガンなど食にこだわる対応が非常に重視されてきています。どこかに、この点を入れられるのであれば、文言として入れておくと、施策につなげられるのではないのでしょうか。細かい点は、また後ほど、意見を述べさせていただければと思っております。ありがとうございました。

## ○大澤委員長

ありがとうございました。クリス委員、お願いします。

### ○クリス委員

よろしく申し上げます。今回のプラン、基本的にはいいと思います。目指すべき姿、『「さすが」と言いたくなる「観光県・あいち」』。この表現は、県外の人にとっても、愛知県民にとっても分かりやすく、伝わりやすい表現だと思います。県外の人にとっては、期待が高まる。県民にとっては、モチベーションが上がるワードです。観光戦略は、メッセージが分かりやすく、関係者に共感してもらえる、そして、関係者のモチベーションの向上につながるということが重要だという点から見ても、今回の「あいち観光戦略」は、全体的に愛知県が何をしたいかということが、はっきり分かり、これを見た人が、自分も参加したいという気持ちになる良い計画になっていると思います。皆さんお疲れさまでした。以上です。

### ○大澤委員長

ありがとうございました。その他、いかがでしょうか。横山副委員長、お願いします。

### ○横山副委員長

本当によくできていたと思いました。事務局の皆さんの、これまでの作業に敬意を表したいと思います。1点だけコメントさせていただくとすれば、21ページに『『どうする家康』の放送を契機とした周遊観光促進施策』について記載があります。実は私も県内であれば、安城や岡崎、犬山を訪れ、県外では、浜松まで大河ドラマ館を見に行きました。「放送を契機とした周遊観光促進施策」が成功したということであれば、どの様なことにどの様に取り組み、どういった成果があったかコラムを入れておけば、これから同様の取組を行う際に、一つの指針になるのではないのでしょうか。私自身も、この1年間、楽しませていただきましたので、大河ドラマを契機とした取組の成功事例を、実数を入れながら、ケーススタディーとして掲載いただければと思います。以上です。

### ○大澤委員長

はい。その他、いかがでしょうか。

### ○榊原オブザーバー

いいですか。

### ○大澤委員長

榊原オブザーバー。お願いします。

### ○榊原オブザーバー

榊原です。計画については、委員の皆さんがおっしゃったように、非常にいい形になったと思っています。ただ、先ほど横山副委員長もおっしゃられたように、私も実績を詳し

く掲載したほうが良いと思います。

2点確認したいのが、参考資料のデータ集ですが、一部2023年の最新数値を掲載されていますが、KGIのグラフにも途中経過でもいいので、2023年の愛知県の消費額や入込客数をいれてもいいのではないのでしょうか。特に、外国人の延べ宿泊者数については、本当はコラムに入れてほしいぐらいですが、東京、大阪、京都、そういったところは、2019年比で100パーセントを超えています。200パーセント近いところもございます。ただ、愛知だけは50パーセントを切っているような状況になっているというデータがあります。そのあたりをどの様に表現をされるのかが、ちょっと気になったところです。

文言で確認したかったのが、38ページ、「Ⅲ－B－③」のところ。「実施すべき施策」に、中部国際空港代替滑走路の供用開始と、「代替滑走路」という表現が使われています。空港会社がそう表現されているのでしょうか。以上です。

### ○大澤委員長

今の質問については、事務局のほうで、いかがですか。

### ○渡邊課長補佐

一つ目の統計の最新値については、入れられれば入れたいところですけど、まだ発表されていません。観光消費額など我々の統計も、国がまとめて推計し、我々に戻してくれますのが、次年の夏前になりますので、現時点は反映できません。これは載せたくないのではなく、載せられないというところで、御理解いただければと思います。

それから、38ページの代替滑走路については、県庁の関係局と調整の上で記載していますが、改めて、また確認はしておくようにいたします。

### ○大澤委員長

ありがとうございます。愛知県のインバウンドが戻ってきていないという現状を分かるようにしたほうがいいのではという御趣旨だと思いますので、可能な範囲で、この点にも対応をお願いできればと思います。

その他、いかがでしょうか。皆さんから、一言ずついただきたいです。

赤崎委員からお願いいたします。

### ○赤崎委員

はい。事務方の皆さんの御苦勞が偲ばれる、素晴らしいものができたと思っています。特に「目指すべき姿」は、これまでの会議で行ったり来たりが結構ありました。クリス委員もおっしゃっていらっしゃいましたが、この今の『「さすが」と言いたくなる「観光県・あいち』』は、ツウリズムというコンセプトをしっかりと捉えて、いいフレーズが出たと思いました。

緻密に考えていただいているのですが、中でも30ページの観光資源の持ち手についての項目についてです。実際にこの地域は観光資源が多数ありますが、それを保有している企

業や施設が自分たちが持っている室に気がついていないということが、かなりあると思います。ですので、この部分に触れられているのは、すごく良かったと感じています。

それから、お正月以来、自然災害に見舞われ、胸の痛くなるような状況が続いていますが、38 ページⅢ-B-④の「安全安心な旅行環境の整備」は、とても大事なポイントだと改めて感じています。観光産業は平和産業ですから、自然も含めて災害が万一起こったときにどう対応するのか？ということも、しっかり官民協力してやっていかないといけない点だと思います。

ただ、全体的に非常に密度の濃い計画になっていますので、それだけに総花的な印象があります。やらなければいけないことが非常に多岐にわたるので仕方ないという部分もありますが、優先順位をつけることはできないでしょうか。ロードマップが欲しいということも何度も申し上げてきましたが、各分野の方々が自分の立場に引き寄せて、優先的にこれに取り組んでいくんだ！と認識できる分かりやすい資料が必要です。そういう記述があったら、もっとよかったと感じました。以上です。

### ○大澤委員長

ありがとうございます。

では、続いて板垣委員、順番で御指名してもよろしいでしょうか。

### ○板垣委員

ありがとうございます。私も、こちらの計画自体は、今までの議論をきちんと積み重ね、さらに MICE の記述も非常に厚くしていただいております、御意見をする部分はございません。ただ、今、赤崎委員の御意見にあったように、実際にこちらに書いてあるものを、この展開の分野に従ってどう具体的に組み込んでいくかが大事だと思いながら拝見させていただきました。

また、ここに記載されていることを実際に実行するにあたっては、行政だけではなく、民間の方にも一緒に関わっていただきながら実施する体制が重要になると思っております。先ほど、資源の持ち手に対するアクションのお話がありましたが、実際にコンテンツを持つ施設をどう活用していくかという点でも、やはり民間の方を巻き込みながらやっていく点が重要です。

作成いただいた計画は、概ねよろしいかと思っておりますが、個別の施策につきましては、後ほど、皆さんとディスカッションできればと思っております。以上です。

### ○大澤委員長

ありがとうございます。

続いて、浦田委員。いかがでしょうか。

### ○浦田委員

名古屋大学の浦田です。いろいろと盛り込んでいただきましたし、私が担当しているデ

デジタルの部分も、各所で記載いただけてよかったと思っております。特に、42ページの辺りの、デジタルマーケティングです。今後は、どの様なシーンにおいても、デジタルを使い、データを取って、さらには取れたデータを皆さんで共有し、次の施策を作っていくということ、やっていかないといけなくなると思います。ここはしっかりやっていただきたいと思います。そのためにも、観光デジタル人材を育てることが必要です。

併せて、39ページのオーバーツーリズムですが、今、白川郷のオーバーツーリズムの課題をよく聞きます。お話を伺っていると、住民は、観光にいいイメージを持っていません。観光客はこんなに来なくて良いと感じている。そうなるようになってからでは遅いのではないかと、しっかり愛知県に来てくださいと伝えつつも、オーバーツーリズムが起きないように、どう考えておくか。例えば、入場制限、事前予約などがありますが、住民だけでなく観光客も混雑で不満を感じるような場所ではなく、満足度を高められる観光地となるよう、早めに考えておく必要があります。私からは、以上です。

### ○大澤委員長

ありがとうございました。

では、続いて、袁委員。いかがでしょうか。

### ○袁委員

はい。この会議では、毎回、各専門家から色々な分野の意見が多数出ますが、それを盛り込み、大変凝縮された、素晴らしい計画になっていると思います。方向性に対しては、全く異論がありません。

私の担当パートである、インバウンドについてです。先ほど各委員の発言にもあったように、今、インバウンドが急回復してきております。この大きな方向性の中でも、やはり量よりは質です。2026年には、1人単価8万円という目標値は、もっと高く設定してもいいと思いますが、これを3年後達成するためには、具体的な施策が必要です。議題の2で発言させていただければと思いますが、PDCAを回しながら、先ほど板垣委員の発言にもありましたように、民間人や民間企業、特に、インバウンドは、外国の企業も巻き込んで、一緒にPDCAを回す必要があります。日本全体の外国人消費額が5.3兆円に到達している中で、愛知県として一人当たりの単価を上げていくには、宿泊関係者だけでは足りないと思います。海外の旅行会社や富裕層の方々へのモニタリングなども含めPDCAを回していく必要があります。2026年の8万円という数値に向かって、これからの3年間、どの様にステップを踏んでいくかという施策は、また皆さんと一緒に議論していきたいと思っております。以上です。よろしくお願いたします。

### ○大澤委員長

ありがとうございました。では、委員の皆さんからは、一通り御意見をいただきましたので、オブザーバーの皆さんからも、御意見をいただければと思います。西村オブザーバー、いかがでしょうか。

## ○西村オブザーバー

西村です。皆さん、おっしゃっているとおり、色々な観点からポイントを押さえて、うまくまとまったと思っています。

ただ、この戦略は、考え方であり、方針ですので、この後、具体的な事業にどうやって落とししていくか。そこをしっかりと議論することが、大事だろうと思います。現行戦略の振り返りとして、多様な主体の巻き込みが不十分であったという一行があったと思います。こういった計画を実行するにあたっては、県民も含めた県の総合力で取り組むのが非常に重要です。直接関係のないと思えるような方も含めて、色々な方々を巻き込んで進めていくということを実現していただきたいと思います。以上です。

## ○大澤委員長

ありがとうございました。あと、荻野オブザーバー。いかがでしょうか。

## ○荻野オブザーバー

ありがとうございます。オブザーバーの荻野でございます。私、今回オブザーバーという形で参加をさせていただいているという立場にかかわらず、毎回、踏み込んだ御意見などもさせていただきました。毎回、委員やオブザーバーの皆さまの様々な意見等々も含め、まとめていただき、事務局にはお礼申し上げたいと思います。

私たちの広域連携 DMO は、特にインバウンド、観光 DX の取組に対する重要性を、観光庁からも大変強く言われている中、インバウンドの取組についても、充実していただいたと感じています。委員の皆さまの発言にもあったように、今後、具体的な取組にどう落とし込んでいくかが重要であるというのは、私も同じ認識でいます。

私ども関西万博を念頭に、今年度、関東から関西に向けての人流を調査いたしました。皆さま、イメージされているとおりにかもしれませんが、関東・東京から大阪に抜ける人の流のうち、数パーセントしか、このエリアで降りていません。これ自体は、大変ショッキングな数字ですが、逆に言いますと、伸びしろがあるともいえます。まだまだ施策によっては、十分、このエリアにも人が呼び込むことができると感じています

例えば、九州や東北などを考えますと、そこまで足を伸ばすということ自体が大きなハードルですが、このエリアには既に人が往来しているというところが強みです。ぜひ、今回、一つ一つ具体的に実行することにより、愛知県のみならず、中央日本エリアの盛り上げにつなげていただきたいです。ゲートウェイである名古屋駅、そして、セントレアを中心としたところから、たくさんのインバウンド客の引き込みの流れを、愛知県を中心に進めていただければと思っております。本日は、ありがとうございます。

## ○大澤委員長

ありがとうございました。一通り御意見はいただきましたが、何か追加等で述べたいという方は、いらっしゃらないでしょうか。大丈夫でしょうか。

事務局に確認ですが、この計画はこれから変更する余地はありますか。

### ○渡邊課長補佐

内容と程度によります。

### ○大澤委員長

どこまで言っているのだろうと思いつつ、皆さんの御発言だったと思いますが、一つ、二神委員から、多様性というキーワードが出ましたが、この点について、事務局から何かありますか。

### ○渡邊課長補佐

冒頭、二神委員からいただいた37ページの記載の拡充については、一度、事務局で検討させていただきたいと思います。今、ここに書いてあるのが、言語、宗教、信条等というような書き方がされていますけれども、今、先ほど二神委員からは、ビーガンなどの多様な食の話をしていただいたと思いますので、そこを踏まえて、検討させていただきたいと思います。

### ○大澤委員長

二神委員から、補足的な御意見等がありますでしょうか。

### ○二神委員

具体的な施策の議論で言いますが、食と性の多様性が重要です。性の多様性は、受け入れられる環境としてトイレの在り方など多岐にわたります。大きな大学レベルでは、ガイドブックまで作っていますので、観光においても、多様性にどう対応していくかというのは、今世紀後半の、重要な課題になると思います。愛知県としては、まず方針を作って、受入環境づくりの中に、そういう視点が、必要かなということを感じました。

### ○大澤委員長

皆さんから、どうやって多様な主体を巻き込んでいくのかという話がありましたが、その意味で、先ほど、横山副委員長から提言のあった、今年の成功体験を具体的に記載してはいかがでしょうか。家康をキーにして、関係者を巻き込んでいった事例をコラムとして掲載してはいかがかという御意見でしたが、私も聞いていて、なるほどと思いました。この点についてはどうでしょうか。

### ○渡邊課長補佐

コラムの掲載は可能だと思いますので、内容を検討させていただきたいと思います。大河をきっかけに、県内各市町村で誘客につながったという事例もありますので、事務局のほうで、うまく表現できるように頑張りたいと思います。

## ○大澤委員長

はい。周遊という点もそうですが、一つのことをテーマにして、県民、県内、多様な人たちが関わったという事例として、ここに載せて、後々までこういう成功体験があったというのを語れるようにしておいたほうが良いと私も思いました。可能な限りでお願いいたします。

議題1に関して、御意見・御質問等、言い残した事等ありましたら、お願いします。大丈夫でしょうか。

それでは、引き続き、二つ目の議題に進みたいと思います。事務局から説明をお願いいたします。

### 議題2 「あいち観光戦略2024-2026（仮称）」（案）に係る施策の提案について

## ○渡邊課長補佐

では、引き続きまして、議題2について、御説明申し上げます。資料1の29ページ以降を御覧ください。ここには、施策の展開分野および実施すべき施策として、各展開分野、方針に沿って実施すべき施策を整理しております。この時間は、それぞれの分野に対応する具体的な施策について、委員・オブザーバーの皆さまから、御意見・アドバイスをいただきたいと思っております。いただいた御意見は、来年度以降の施策立案の参考にさせていただきますと考えております。

なお、事前に御意見を伺った沢登委員と陳内委員から、いくつかアドバイス・アイデアをいただいておりますので、御紹介します。

沢登委員からは、愛知県として重要視する、「さすが」の分野、「ツウ」の分野は何かということについて、多様な関係者、県民の皆さんと共通認識を持っておいたほうが良いという御意見が1点。

それから、もう1点が、旅行者にとっての高付加価値化だけで終わらず、それが高単価で消費され、事業者の高収入につながることを考えて、事業設計していく必要があるといったお話をいただきました。加えて、それが従業員の給与に反映されていくという、フローをイメージして、施策を作ってくださいといった御意見でございました。

それから、陳内委員からは、カーシェアリング（ライドシェア）のお話を1点いただいております。カーシェア（ライドシェア）は、柔軟な運用の重要性が認識されつつあります。今後、インバウンド客の利用も増えていくことが予想されていますので、このカーシェア（ライドシェア）を全国に先駆けて、観光の切り口にしていくと良いのではないかと、といった御意見をいただきました。

もう1点が、デジタルとプロモーションの掛け合わせとして、一つ、目玉事業を設けるとよいのではないかと、というアドバイスです。特に、インバウンド向けであれば、予算の9割をデジタルPRにしているのではないかと、のことでした。なぜ、愛知にインバウンド客が来

てくれないのかは、必要な情報が彼らに届いていないからで、PRの9割をデジタルに振ることで、ターゲットに届く可能性が飛躍的に高まるといった御意見をいただいたところでございます。

説明は以上でございます。よろしくお願いたします。

## ○大澤委員長

ありがとうございました。それでは、委員およびオブザーバーの皆さんから、御意見をいただきたいと思ひます。30ページ以降の実施すべき施策について、今後3年間で、どのような事業に取り組んでいくといいか、アイデアをいただければと思ひます。どの施策分野でも構いませんので、御発言をよろしくお願いたします。

では、横山副委員長、お願いたします。

## ○横山副委員長

このタイミングが一番いいかと思ひましたので、一番初めに手を挙げさせていただきました。出来上がった戦略をどう活用していくか。戦略ができました、で終わりではないと思ひます。具体の施策の前に、これをどう活用するかについて、広報の視点からお話したいというふうにお願いたします。

委員の皆さまからは、評価を頂いた戦略だと思ひます。ちょうど、三重県でも戦略を、作ってしまひて、関わった委員の方と、見比べようというお話もしてあります。これをどういう形で皆さんに知っていただくかは、やはり広報の視点が大事です。通常、戦略や計画が出来上がると、記者発表と記者にリリースをするということをしませんが、それだけでなく、できれば、これを担当された方、あるいは局長や検討委員会委員長も含めて、記者との懇談会をしてみるというのもあると思ひます。

また、さまざまな多様な主体に届けるために、新聞やテレビなど報道メディアで取り上げられるということが、非常に大事です。それを見て、様々な主体が動き出すということもありますので。記者発表は当然されると思ひますが、一つの提案としては、まず、記者懇談会。もう一つは「PRタイムズ」や「共同ワイヤー」に上げておくことです。そうすると、記者懇談会には入っていなかった東京の雑誌や、ネット系メディアが、リリースを見て、この戦略を手にするということもござひます。それは今回、ぜひ、やっていただきたいと思ひます。

もう一つ、既に、実は渡邊補佐に御協力いただきながら、大学の講義の中で、パブリックコメントをテキストとして、少し授業をしています。行政広報の中において、パブリックコメントというのは、一つの手法として重要だという観点から、テーマに取り上げました。そのステークホルダーによって、この戦略の活用の仕方が違ふと思ひます。大学の先生で観光の授業を持っていれば、授業で使うこともあるでしょうし、あるいは、『ZIP-FM』のナビゲーターでもあるクリス委員であれば、番組の中でコメントをすることもあると思ひます。PRの世界では、物事や出来事に対して、人々が自分の視点や経験を通じて語る「ナラティブ」が非常に重要です。自分が関わったこと、経験したことを、人に話すのは、共

感を得やすい。この戦略のステークホルダー、関わった方々が、その経験を交えて話をしていくと、伝達効果が非常に高いと思います。

昨日たまたま、名古屋鉄道で熱田神宮周辺を開発しているセクションの方と、会議で一緒にさせていただいた時、この戦略の「さすが愛知と言われるような」というビジョンをお話ししました。そうしましたら、ある種発破をかけるといいますか、それぞれの主体が頑張らなきゃということが伝わりました。最初、私は、意図するところが伝わるか不安な点もありましたが、実際には、きちんとメッセージが伝わることを確認できました。今回は、名鉄さんですが、他の事業者の方たちにも、「さすが」と言われるような観光県と一緒に目指していこう、ということを積極的に伝えていってほしいです。もっと言えば、「さすが愛知って言えるか？」といった議論があっても、いいと思います。そういう議論があって注目されていくのが、今のバズマーケティングの一つとして活用できると思っています。

たまたま、愛知県観光協会の会長さんに、愛知県が観光戦略を作っていますと話をしました。会長は交通事業者の方ですが、そういうキーマンに対しても、しっかりこの戦略をお届けする必要があります。かなりレベルの高いところから、お届けしていくということで、全体に伝わっていくこともあると思います。このビジョンを浸透させることを、これから、具体的な施策が始まるまで、あるいは、4月以降にもやっていいと思います。具体的な施策の話に入る前に、お話させていただきました。ありがとうございます。

## ○大澤委員長

ありがとうございます。今のお話、重要な点だと思いますし、ほとんどの自治体を取り組まない点でもあります。私もいくつかの所で計画作りに携わりましたが、できた時点で役場の本棚の飾りになってしまうことがよくあります。積極的に取り組んでほしいと思います。場合によっては、巻頭ページだけではなく、知事の生声でPRするなど、そういうことはできますか。

## ○渡邊課長補佐

知事はもちろんあるかもしれませんが。今、横山副委員長からおっしゃっていただいたような、メディア懇談会というアイデアも含め今後、検討させていただきたいと思います。

思いとしては、横山副委員長におっしゃっていただいたとおり、資源の持ち手や担い手などの方々に、その気になってもらいたい。自分の持っている資源を、さすがと言われるところまで高めていくんだと思っていただきたいと思います。そういう観点で言うと、メディアの活用や、あるいは、業界のオピニオンリーダー。先ほど、観光協会の会長さんのお名前出ましたが、そういったオピニオンリーダーの方に、情報を打ち込んでいくところも踏まえて、引き続き、アドバイスをいただきながら、進めていきたいと思いません。

## ○大澤委員長

ありがとうございました。横山副委員長から、さらに補足はありますか。

### ○横山副委員長

この点は、具体的な施策の議論の前に、伝えておこうと思ひまして。具体的な政策は、最後のほうに発言させていただきます。

### ○大澤委員長

分かりました。では、その他の方から御意見いかがでしょうか。

では、二神委員、よろしくお願ひいたします。

### ○二神委員

はい。3点ほど。今後、重要になってくるというのが、観光施設やアトラクションをどう高付加価値化するか、デジタル化するか、というところ。MICE分野ですと、テクニカルビジットやユニークベニューを活用するということがあると思いますが、私が所属するGSTCですと、今年11月にアトラクション向けの持続可能性の基準が出てきます。持続可能な観光の分野においても、今後、アトラクションは非常に重要になってくると思います。そこをどう高付加価値化、持続可能化、デジタル化していくかが、一つ鍵になると思います。

この中で、人材不足をいかにデジタル技術で付加価値を高める方向に持っていくかについてです。人のガイドも、もちろん育成する必要がありますが、やはり音声ガイドのアプリなどをより充実させていくのは、重要な取組だと思います。「じゃらんリサーチセンター」で発行される記事に掲載されていた、ロンドンの旅行博参加レポートなどを読むと、ビジターセンター、博物館・美術館などが提供する無料のWi-Fiを活用して、音声ガイドアプリをダウンロードし、そこからよりディープな説明を聞くということが満足度につながるといった記載もありました。地域や観光施設、その施設ならではのストーリーを加えて、高付加価値的な音声ガイドを作っていくのが重要だというのが1点目です。

2点目として、コンテンツ開発についてです。このためには、地域資源をしっかり把握することが重要になってきます。文化財の一覧表等はあると思いますが、そういう地域資源を、これまで観光として使われた地域資源のみならず、幅広く地域が持っている資源をデータベース化して、それもただの目録ではなく、どの様に活用できるのかまでまとめていけると良いと思います。それこそ、高付加価値化、持続可能性、デジタル化の観点も入れながら、把握することが重要です。パブリックコメントの地域資源の観光コンテンツ化に関する最初の御意見でも触れられていますが、皆さんが慣れ親しんでいるキャラクターなども旅行者の関心が高いと思いますので、カテゴリー化して一度整理して使っていくのではないかと思います。歴史上の人物などは、エビデンスも求められますので、そこもしっかり文書化しデジタルで整理していく必要があります。

もう一点が、オーバーツーリズムの関係です。先ほど白川郷の話が出ましたが、白川郷はレスポンシブル・ツーリズムサイトを公開して、レスポンシブル・ツーリズムのハンドブックも日本語と英語で作成されています。『SHIRAKAWA-GO TRAVEL & ETIQUETTE GUIDE

2023』といます。観光庁でも、マナーを守り責任ある旅行者を育てるという流れが出てきています。愛知県でもマナーブックなどを予算化して作成されるといいと思いました。

また、持続可能な観光の事例集を、国レベル、地域レベルでそれぞれ作っていますが、愛知県でもできないでしょうか。デジタル化、高付加価値化などを切り口にまとめると、この戦略に即したユニークな事例集になると思います。以上です。

### ○大澤委員長

ありがとうございました。私も一つ言い忘れたことがあります。31 ページの所にロゴが入っていますが、このロゴは何のロゴなんですか。魚とか、武将とか、城郭とか。

### ○渡邊課長補佐

これは、現行計画の冊子に載せていたのです。要はツウなジャンルを説明するアイコンで、普及冊子作成の際にデザインしたものです。

### ○大澤委員長

ロゴとして洗練されているような気がします。

### ○渡邊課長補佐

ありがとうございます。

### ○大澤委員長

せっかく既にあるのであれば、これを使わない手はないと思います。データベース化、見える化をしていくときに、こういったアイコンを使って、分かりやすくまとめていくといいと思います。その他の皆さんから、いかがでしょうか。

### ○板垣委員

よろしいでしょうか。

### ○大澤委員長

板垣委員、お願いいたします。

### ○板垣委員

今、コンテンツ開発の話が出ましたが、MICE についても 43 ページにユニークベニユーの開発や活用が記載されていますので、関連してお話したいと思います。JNTO では 12 月、1 月と海外のコア PCO の方やインセンティブ旅行関係者を招いて、日本の各地を視察いただきました。その中で、ストーリー性のある地域の観光施設や文化体験というのが MICE 誘致に不可欠であると、再確認したところでした。その際に感じたことですが、行政側はユニークベニユーの活用に非常に熱心な一方で、受け入れる施設側には視察グループが何を

目的に来訪しているのかきっちり伝わっておらず、「インセンティブ旅行というのは何ですか？」ということ、施設側の方がお話されていることもありました。施設自体は大変魅力的なものの、現場の理解が追いついていない印象です。

ロンドンでは、ユニークベニューロンドンという、ユニークベニューとして活用されている施設、民間の方が主体となった協議会があり、東京でも都内各エリアのDMOにおいて、エリア内のユニークベニューやテクニカルビジット等のコンテンツ発掘や磨き上げなどを勉強する協議会があります。これらの取組を参考に、互いの施設訪問や、受入体制などを情報共有することでレベルアップをしていく取組ができると、地域全体の底上げになるのではないのでしょうか。その際は、ユニークベニューだけではなく、ホテルなどを含め様々な主体が関わっていくということがポイントになってきます。

また、本計画には、高付加価値化という記載が多数ありますが、高付加価値という言葉だけが一人歩きをしないようにする必要があります。

というのは、日本の各地で既に多くのインバウンド観光客が来ている中で、単価が安い市場や団体客はお断りしたいということをお知らせに匂わせる雰囲気が出てきていると、海外の旅行会社の方から聞いています。今は円安なので、それでも来ていただいているという一面はあると思いますが、今後、円高が戻ってくると日本以外のより熱心でホスピタリティーのあるディスティネーションに流れてしまうということはいかに想定されます。高付加価値化ということを書くと同時に、やはりインバウンド全体として歓迎する機運の醸成も、平行して取り組んでいただく必要があると考えます。記載を変えていただくということではありませんが、そうした取組も併せてやっていただけると良いと思います。

## ○大澤委員長

ありがとうございました。続いて、その他の方いかがでしょうか。  
赤崎委員、お願いいたします。

## ○赤崎委員

先ほど、横山副委員長がおっしゃった記者懇談会の開催はすごくいい案だと思いました。

厳しいコロナ禍を経て、累積赤字を抱えたまま、これから再始動していこうという観光関係事業者さんたちが希望を持てる基本計画であってほしいと、ずっと考えてきました。観光需要が回復してきたとはいえ、どこも皆さん人材不足などで本当に困ってらっしゃいますので、ぜひ現場の声を聞いていただきたい。この基本計画をベースに、もっと意見交換しながら「じゃあ具体的にこうしていこう、ああしていこう」、「愛知県さん、ここをお願いします」とか「私たちは、ここで頑張ります」とか。そういう生の意見交換、情報交換の機会を、ぜひ作っていただけたらと思います。それがこの基本計画のPRにもなりますし、現場に落とし、具体的に進めていくという道ができて、初めて意味があることではないでしょうか。

現場には現場の考え方があります。現場の中で官・民がこの計画を共有することで、こ

の基本計画を昇華させていく道が開けるのではないかと感じています。宿泊、飲食など、それぞれの業界ごとに懇談会をしていただくことも考えられます。そういう際には、中央日本さんや日観振さん、愛観協さんも協力していただけるのではないかと思います。大使館はさすがに難しくとも、この地域にある領事館の人たちに参加していただいて、この基本計画の話を理解していただき、意見交換するような場があったらもっといいですね。

また、人材の問題ですが、先日東京で観光系の人材を派遣・斡旋する事業者さんと、話をする機会がありました。ただ、「東海地域にもそういうニーズはありますか」と尋ねられて、東京の事業者さんたちは、この地域のニーズが把握できていないということが分かりました。ニーズが把握できていないので、この地域に向けた登録者を増やすための努力もあまりされていない。結果として、派遣もできていないというのが現状です。これは、やはり情報発信の質と量が足りていないのだと、いつも感じます。

それから、例えば観光庁さんの観光再始動事業の様に、「高付加価値」というキーワードでも、さまざまなツアーを造成するような動きが多数出てきています。私もモニターツアーで「有松のワンデーツアーを22万円で売りたい」とか、あるいは、本丸ネットワークさんが実施されてた「尾張徳川なりきり1泊2日ツアーを55万で売りたい」などの事業に参加させていただき、その中で、クリス委員にもばったりお会いしたりしました。これらの事業の中で成功した事例とか、あるいは「これが成功しそうだ」というケースを地域で情報共有すれば、もっとアイデアが出てくるのではないのでしょうか。フォーラムで共有するというのもありだと思いますし、どんどん現場の人たちと直接やりとりができるような機会を作るためにこの基本計画を活用していただけたら、本当にうれしいです。以上です。

## ○大澤委員長

ありがとうございました。その他の方でいかがでしょうか。袁委員、お願いします。

## ○袁委員

ありがとうございます。私は専門であるインバウンド分野における高付加価値について、少しコメントをさせていただければと思います。この冊子で言うと、40ページあたりですが、具体的な施策として、このコンテンツ、内容の磨き上げと、それに伴うプロモーションということが書かれていると思います。ここから3年間のゴールである数値的には恐らくこのインバウンドの消費単価が、一番達成が困難だと思います。ここを達成していくには、もちろんプロモーションが重要ですが、日本の地方自治体では、いわゆる海外の富裕層を受け入れる際に参考となる成功事例はそこまで多くはありません。多くの予算をかけてプロモーションをやる前に、まず愛知のどんなコンテンツが訴求するのか、実際海外の人たち、欧米豪とアジア、ざっくりで二つに分けて実証実験するといいと思います。また、先ほど、板垣委員の発言の中にもありました、自治体と実際の受入施設の温度差もありますので、その差を埋めていく取組も必要です。

他の自治体にはなりますが、ラグジュアールコンテンツ、高付加価値のコンテンツの磨き上げ事業にも関わらせていただきました。受入側と富裕層のモニターのコメントは、大き

なギャップがありました。先ほど、地方自治体で成功事例が少ないと申し上げたのは、確かですが、実は、国もまだプロモーションというステップにはなっていないと思います。ここ1、2年で、そのギャップを現場の人に実感していただく。言葉を選ばずに言うと、そういう失敗体験も非常に貴重な経験になると思います。現場の宿泊施設、もしくは市町村などの自治体が一生懸命考えている、ラグジュアラルコンテンツは、欧米豪の富裕層やアジアの富裕層の求めるものではないと感じていただきながら、方向修正していくことが重要なステップです。国も様々な補助金を設けていますので、こうした支援メニューを活用しながら方向修正をしていく。1年間はこのPDCAを回して、2年目からはしっかりプロモーションしていき、3年目はその目標値になるべく近づけていくというステップを踏んでいってもいいのではと思います。私からは、以上です。ありがとうございます。

## ○大澤委員長

ありがとうございます。それでは、他の方々からも御意見いただければと思います。クリス委員、大丈夫ですか。

## ○クリス委員

お願いします。情報発信やPRについてです。いきなりプロモーションからスタートしてもうまくいかないと思いますので、ブランディング、マーケティング、プロモーションというように段階を踏んで進めて欲しいと思います。

愛知県の問題の一つは、世界的に見ると、まだまだネームバリューが低いという点です。外国人旅行者が「愛知」という名前を知らなければ、まず検索されません。そして訪問の候補地にもなりません。では、どうやってネームバリューをあげるのか。もちろんインターネット、デジタルは大切ですが、それだけではなく、大きなインパクト、また発信力のあるマスメディアの活用も重要だと思います。

施策では、インターネットだけを念頭にしているようですが、ネームバリューのない愛知は、まず種をまく必要があります。オーストラリア、アメリカ、イギリス、カナダなどのマスメディアを活用するのはどうでしょうか。ラジオ、テレビ、新聞、雑誌といった媒体は、認知度を上げるといった点で大きなパワーを持っています。ラジオ、テレビ、雑誌、新聞などを通じて愛知に興味を持った人は、インターネットで検索をし、さらに詳細な情報を得ることで、さらに愛知に興味を持つ、行きたくなるというイメージです。

実は、去年末「ディスカバリーチャンネル」のために、有松の魅力や、絞りの歴史・文化について、30秒、60秒、90秒のCMを作りました。今年の1月にオーストラリアとニュージーランドの「ディスカバリーチャンネル」で放送されました。これは総務省の実証事業でしたけど、有松のような小さな町ができるなら、愛知県も、よりインパクトをもってできると思います。

また、サムライツーリズムについてです。今、僕の会社では、インバウンドのラグジュアリーマーケットや「ツウ」向けに、高付加価値で、面白い、日本でしかできないホンモノ体験ができるツアープログラムをつくっています。今回の「あいち観光戦略」では、イ

ンバウンド、高付加価値は、大きな目標になっているようなので、ぜひできることがあれば協力したいと思います。以上です。

## ○大澤委員長

ありがとうございました。では、榊原オブザーバー、お願いいたします。

## ○榊原オブザーバー

実体験も含めて少しご紹介します。実は、愛知県観光協会としても、先ほどから話が出ていた有松の体験ツアーに協力させていただきました。特に、欧米豪の方をメインに募集し、体験ツアーをさせていただきました。今年の1月、2月も募集はしていますが、一切応募がない状況です。体験ツアー参加者募集の際に、愛知県内にある領事館、駐在所や関係機関で構成する協議会で、「ぜひ（ツアーに）参加してもらえませんか」という話をしました。

海外機関の日本支部の方たちにも来ていただき、アンケートやお話をしていくと、「名古屋に初めて来ました」、「愛知に初めて来ました」というコメントが大変多かった。皆さん、京都に行ってしまう、愛知の魅力が全然発信できていない。東京から、プロモーションを専門にされている方もお呼びして話をお聞きしましたが、やはり専門の方でも愛知の魅力を知らない。

富裕層の取り込みのため、愛知県と名古屋市で高級ホテルを誘致していますが、私は、ホテルを誘致するだけでは駄目だと考えています。旅行者は、愛知県の中で何をするのか、どこに行くのか迷ったときに、話を聞く相手はホテルの中のコンシェルジュです。コンシェルジュに愛知の情報を把握しておいていただく必要があります。

もう1点は情報提供です。名古屋のコンベンションビューローさんの観光案内所の情報をいただきました。1日に約3,000人程度が訪問される中で、名古屋駅では、訪問者の2割が訪日客ということです。内訳は韓国、台湾、香港、オーストラリアの方が多く、交通についての案内がメインです。旅行会社のバウチャーを引き換えに来る方も多く、そういった方は既に行き先が決まっているとのことでした。訪問される方は、地図のニーズが高く、先ず自身が何処にいるのかを理解し、その上で、観光地や訪問先の詳しいことはスマホ等で調べているようです。金山では、セントレアからの訪問者が多く、台湾、韓国、フィリピン、香港の順で多かったということです。東海道五十三次や名古屋港の質問が多いとのことでした。宿場に関する問合せが人気だったということです。栄は、手荷物預かり所や伝統工芸の販売所、体験イベントなど個別の問い合わせが多いとのことでした。また、アニメや映画のロケ地への関心も高く、高山や飛騨への訪問方法などの問い合わせも一定数あると聞いています。

少し、私どものお話に戻りたいと思います。計画の中、DMOの財源の確保に向けて議論を進めていくと記載していただいて、非常にありがたいと思っております。

32 ページにあるデジタル化・DXの推進ですが、愛知県さんから各市町村へID付与をされていますが、皆さん有効なツールとして使えていないのが現状です。愛知県観光協会も

同じような状況ですが、独自に観光関連データの収集を行っており、関係者への分析データの提供ができるよう進めています。今後、大学もしくは専門機関に対して支援助力していただくと、より一層、人材の確保につながるのではと考えています。以上です。

### ○大澤委員長

ありがとうございました。その他、いかがでしょうか。

### ○浦田委員

ちょうどデジタル人材や大学の話が出ましたので、私からもお話しさせていただきます。やはり大学と連携するとメディアで報道されやすいと感じます。私たちが飛騨や高山で実証実験するとき、お声掛けすればメディアの方が取材に来てくれ、記事になることが多いです。新しい取組や新しい実験されるときに、大学も一緒に入ると、そういったメリットもあると感じます。

同じく高山で、産学官民連携の観光 DX を進めています。人材育成として、昨年度から「名大生と始めるデジタル勉強会」をシリーズで開いています。昨年度は Google ビジネスプロフィールの活用法の勉強会を飲食店の方など向けに開催しました。今、データ分析は、高校生に担い手になってもらうため、高校の授業でも取組を進めています。ワークショップも開いており、今後は高校生に手伝ってもらえる環境を整えていきたいと思います。また、今月は、飛騨市でインスタの発信方法について学生が講師役になり、地元のお店の方たち向け勉強会を開催する予定です。大学と連携することで、お金をかけずに地域におけるデジタル人材の育成が可能になりますし、学生にとっても、実践的な経験が積める場となります。両者にメリットを生みだしながら、デジタルの実装、人材育成が進めていけると良いと考えています。

先ほど話題になった懇談会に関連しますが、高山では3年連続でワークショップを開催しました。産学官民連携という形で、行政や地元の観光関連事業者の方、学生などが参加し、意見交換を重ねてきました。3年取り組んできて、地元の方達の理解が大きく変わったと感じています。「うちも参加したい」という声が出るようになってきています。地道な取組ではありますが、対話が大事だと改めて感じました。私からは以上です。

### ○大澤委員長

ありがとうございました。ぜひ、愛知県でも取り組んでほしいです。ありがとうございます。

では続いて、西村オブザーバーをお願いします。

### ○西村オブザーバー

西村です。私どもも産業観光に取り組んでおりまして、今まで国内だけに PR していましたが、ヨーロッパにも少しずつ PR していこうという動きがあります。先日イギリス人の雑誌記者へ、私どもの作った産業観光協会のパンフレットを見せて、何が売れると思うか聞

きました。焼き物、絞り、抹茶の三つ以外は自分自身も興味がないし、自分の記事を読んでもくれる人々も多分、興味ないでしょうということでした。私自身が思っているところとヨーロッパの方々の思っているところ、ちょっとずれがあるのを改めて感じました。これまで蓄積してきたデジタルデータで、既に世の中に出ている観光資源は、どこの国の人か、また、どういった属性の人が何を好んでいるかということが、ある程度分かるようになってきています。ところが、新しい観光資源を売り出すとき、これは全く手探りの状態になります。この場合は、類似のデジタルデータから、ある程度、予測し、プロモーションをやってみるといった流れになるかとは思いますが、こうした分析、マーケティングは、一個人、個人企業では、なかなかできるものではないため、県に、支援いただきたいと考えています。データ分析だけでなく、モデル事業や調査事業として、海外向けに売れるも資源を見つけ、その結果を事業者にきちんと展開していくといったことが、求められていくと思います。

### ○大澤委員長

ありがとうございました。では、荻野オブザーバーいかがでしょう。

### ○荻野オブザーバー

ありがとうございます。現在、丁度、愛知県などと私共で来年度に向けた取組を調整・段取りしているところです。おかげさまで、具体的なプロモーション・PRとしてインバウンド誘客に向けて、東海3県、北陸3県、長野、滋賀、静岡、9県全体をプロモーションしていくことになっています。1点困っているのが、スケジュール感です。愛知県の事業は、前年の7月8月ぐらいに決定されてしまいます。他の自治体は、大体そのあたりから検討が始まり、10月もしくは11月ぐらいでも微調整が可能で、そこから年度末に向けて具体化していくといっています。私たちは年度が明けますと、愛知県の事業検討スケジュールにあわせ、5月には皆さんをお集めして、次年度事業の調整を始めています。一方で、5月に来年度は、皆さん、どんな計画がありますかと聞いても、ほとんどの方たちは、まだ新しい年度になったばかりのため、担当も変わり、そこまで考えられていませんという状況です。愛知県の事業に他の県も賛同し、一緒に参加することになった商談会などもありますし、MICEの事業に関しましても一緒にやろうということで、いくつかの県には賛同いただいています。ただ、裏返すと、後から色々な話が増えても、前年の5月に決まったこと以外は取り組めないという実態があります。特に今回、観光DXの話題が上がってくる中、前年に行った調査で参考にすべきデータがでて、「そこは、もう事業決まっていますので、そこは何もできないんです」ということが起きてしまう。これだけいろいろと具体的な取組をまとめられておりますが、即時性、柔軟性という観点からも、この予算や事業化の構造に課題があると感じています。これは、すぐには変わらないと思いますが、せっかくの機会ですのでお伝えさせていただきました。

### ○大澤委員長

ありがとうございます。横山副委員長、施策について、具体的に最後にありますか。

## ○横山副委員長

大澤委員長のまとめにつながるようなお話をしたいと思います。大澤委員長がよく言われるとおり、観光において県の役割はくつかあると思います。例えば、ステークホルダーを動かす、また、具体的な施策で言うと、県独自の重要テーマの設定、あるいは、各自治体に対する補助事業などが考えられます。

先ほど、私が申し上げたのは、とにかく立派な戦略ができたので、それを浸透させましょうということです。それについては、各委員のコンセンサスもある程度得られたような感じでした。

今回、「さすが」という言葉が、一つのビジョンになるわけです。「阪神のアレ」ではないですが、この「さすが」を浸透させていくのが、来年4月以降の事業の中で必要ではないでしょうか。「さすがキャンペーン」といいますか、「さすが」と言われるためには、それぞれ知恵を絞って真剣に考える必要があります。4月以降、県独自の重要テーマ、事業の中にも、名前にも、「さすが」という名前を入れていくなど考えると良いと思います。ビジョンなり、キーワードが、一人歩きしていくことが大事です。なにも、流行語大賞を目指しましょうと言っているわけではありません。海外も含めて、「愛知、さすがだね」というような形に持っていければいいというのが、来年4月以降です。

その前提が戦略の浸透でございますので、4月以降は、この戦略を浸透させ、ステークホルダーを動かすこと県の役割として、「さすがキャンペーン」ができるといいと考えます。大澤委員長から、この点も補足なりコメントをいただければと思います。

## ○大澤委員長

ありがとうございました。それでは、私からも、いくつか申し上げます。

まず、今、横山副委員長が言われたことは、重要な点です。というのも、54ページにあるKGIの中でも推奨意向の達成は非常に難しいのではないかと考えています。ここをあげる意味でも、県内に「さすが」を浸透させていただきたいと思っています。

具体的な施策としては、「II-B-②」として、県内に向けたPRにも重点を置いていく必要があります。内部に対するPRは、ステークホルダーを巻き込む上でも、推奨意向を上げるうえでも、大事な点ですので、そこを忘れずに取り組んでいただきたいと思います。

愛知はキー局や準キー局が多くあり、テレビもラジオも地元が多いわりに、県民の県に対する推奨意向が高まらない、外から見ていると、すごく不思議な印象があります。もっと「愛知ってさすがだよね」、「いい所だよね」というのを、さまざまな手段で伝えてほしいです。横山副委員長の、施策に「さすが」を入れていくというアイデアも良いと思いました。

もう一点、多様な主体の巻き込みです。ここは是非、重視していただきたいと思います。大事なものは、人が集まる「目玉」を掲げることです。「寄りしろ」「糾合点」などと言いますか、要するに、さまざまな人たちが集まってくる時の「この指とまれ」だと思います。この指を

どうやって出すかというところが最大のポイントです。皆が集まれるような求心力のある「目玉」をどの様に作るのか、そこを工夫した施策を作っていただきたい。去年は家康がありました、これに代わるものをどうしていくのかを考えていただきたいです。

私は、去年の大河をやった伊豆の国市という所でも仕事をしてはいますが、大河ドラマをテーマにして、市民を始め多様な人たちが集まり、協力し合いました。それを継承したいということで、考えていましたが、いい「目玉」が見つからず、皆さん苦勞しています。愛知県には「目玉」になるようなものを、どんどん作ってほしいと思います。外国人向けのコンテンツを作ってみましょう、でもいいと思います。他にも、万博 20 周年、芸術祭、アジア・アジアパラ競技大会でもいいと思います。こうしたイベントをきっかけに、皆さんでやってみませんかという、仕掛けを積極的にやっていっていただきたいと思います。その過程では、委員の皆さんからも御指摘があったとおり、対話を重視して、トライアンドエラーを繰り返していただきたいと思います。

まとめますと、「内部広報」、「目玉で巻き込む」、「対話」と「トライアンドエラー」です。こういった点をキーワードにしながら、施策を考えていただきたいです。

委員、オブザーバーの皆様、何か言い忘れたこと、言い残したと、ございませんか。大丈夫でしょうか。

この会議で終わりではなく、今後とも皆さんの多様な知識を県の観光施策に反映できるように、御協力をお願いできればと思います。

私は今回の計画、皆さんが言っていたとおり、とてもよくできていると思います。ですが、第1回の会議以降、委員の皆さんから様々な専門知識をいただきながら練り上げていったところが見ていて、爽快な感じがしました。やはり、色々な専門家が集まると、思いもよらない視点から意見が出るというのを感じて、県には今後とも皆さんの意見を伺いながら、継続的に施策にも反映していただきたいですし、皆さまにも、さまざまな点で県にアドバイスなり、話し合いに協力いただきたいと思います。委員の皆さまには、この点、御了解いただきたいと思います。

それでは、本日の議事は以上になります。委員およびオブザーバーの皆さまにおかれましては、円滑な議事運営に御協力いただき、ありがとうございました。

以上で各部会を含めて、6回の議論が終了しました。事務局においては、本日の議論を踏まえ、策定作業を進めていただきたいと思います。最終作業は、事務局に一任したいと思いますが、皆さまよろしいでしょうか。

それでは、ありがとうございました。事務局にお返しいたします。

その他

○大参課長

大澤委員長、ありがとうございました。

委員及びオブザーバーの皆さまにおかれましては、さまざまな角度から御議論いただきましたこと、改めて、お礼申し上げます。

本日の御議論も踏まえまして、2月下旬に予定しております県内部の本部会議にて最終的に策定とさせていただきます。仮称を取ってまいりたいと思っております。

また、御提案いただいた施策につきましても、今後の施策立案に大いに参考にさせていただきますと存じます。

それでは続きまして、次第に「3 その他」と御用意してございますけれども、この機会に何か御発言のある方がいらっしゃいましたら、お願いいたします。いかがでしょうか。

### ○横山副委員長

このタイミングで話すのがいいのではと思いましたが、発言させていただきます。先ほど、赤崎委員がおっしゃったロードマップは、私も作った方がいいと思っています。ただ、戦略そのものではないため、今、発言させていただきます。

県には、日々、自治体や関係者から、観光に関わる様々な情報が入ってくると思います。かつて、『東海エリアデータブック』という冊子があり、三菱UFJさん、中日さんが作成されていました。今、「アジア大会が26年にある」、「25年は何々がある」というのは、皆さん分かっていますが、もう少しきめ細かい地域資源に関連する、具体的なプロジェクトが入ったものが、一覧で見られるといいと思っています。それを常時PDF等で公開し、取材時、あるいは、関連ビジネスの方々に参考にしていただくと、地域にとっても非常に役に立つのではないのでしょうか。以上です。

### ○大参課長

横山副委員長、ありがとうございました。その他、皆さま、よろしいでしょうか。

閉 会

### ○大参課長

以上で、本日の予定は全て終了とさせていただきます。

それでは、これもちまして、「次期愛知県観光振興基本計画（仮称）検討委員会 第2回全体会合」を終了させていただきます。長らくの御議論、誠にありがとうございました。

（了）