

次第1. 開会

甲賀市市民憲章唱和

次第2. 議事

(1) 第2次甲賀市観光振興計画 第2期基本計画（素案）について

事務局： 第2次甲賀市観光振興計画 第2期基本計画（素案）『I. 魅力向上戦略』について説明。（資料5：P1～3）

田嶋委員： I-1-⑤「道の駅の再整備」ですが、道の駅は土山だけかということと、この運営は民間がされていると思うのですが、市役所の公的な部分と民間の部分で、この計画に入れるほどの施設なのかをもう少しご説明いただければと思います。

事務局： 今市内の道の駅は「道の駅あいの土山」のみです。運営については、施設は市の施設になっており、運営は第3セクターで市も47%出資し、株式会社道の駅あいの土山に運営いただいております。

市の施設であるということと東の玄関口であるということ、今の施設が建築から約40年経過しており老朽化も激しく、今あちらこちらで新しく道の駅ができていますが、そういったところから見ますと売り場面積一つにしてもかなり少ないので、トータル的に勘案して建て替えの計画を進めたいというところではあります。そういった意味合いからこの戦略へも掲載をしております。

委員長： つまりこの再整備は建物の再整備だけではなく、これからの戦略の中の位置付けも含めて検討しながらやっていくということですね。

建物が市のもので47%出資ということは、民間にやってもらうことが一番正しいと思うのですが、今の段階ではそれだけのことが出来ていなかったから、市が今のところは公益に適うからやっているということの説明だと思えます。

芳田委員： I-3-③「ICTの新たな技術による地元情報の発信」で、SNSを活用したということが継続という矢印になっております。SNS等での観光発信はどのようにされているのか、現状を教えてくださいと思います。

事務局： 今、市の観光情報は、NHK連続テレビ小説「スカーレット」を機に『「スカーレット」で甲賀を盛り上げる推進協議会』を発足し、その中で、「スカーレット」に係るタイムリーな情報をLINE等のSNSを使って発信したり、「スカーレット」で料理の監修をされている広里先生に地元の食材を使った料理を考案いただき、その動画を作成してYouTubeで配信したりということをしております。その他に地元観光協会等と連携しながら、SNSを使ったマーケティング

グ調査として、モバイルアンケートなどを進めている状況です。

芳田委員： 『「スカーレット」で甲賀を盛り上げる推進協議会』の情報から飛んで、観光情報ということは私も拝見したことがあるので理解しています。

私の妻からは地域の情報が上がってくるアプリケーションを使って、これは使いやすいという反応を家庭で聞いているのですけれども、観光情報と市民に対する情報と、外の人間に対して与える観光情報と中の人間に対してもっと来てもらえる観光情報は違うと思うのですけれども、外から引っ張ってくるためのアプリケーション、SNSの使い方は何か考えられていることはありますか。

事務局： 外からの情報では、甲賀市と伊賀市で広域連携の取り組みをしており、次年度にはサイクリングルートの造成を考えております。アンブルマップという既設のアプリの中にサイクリングコースを記載するアプリがありますので、そういうものを活用して今後発信していきたいと考えております。

委員長： 私の知る限り今のところ観光企画推進課のホームページの情報量が一番多いように見えます。それが観光協会も二つあり、それぞれのところにもホームページがあり、またY o u T u b eがある。これからやる事業なので現段階でできていないということが前提で、どこを入り口として考えて整備しているのか、どう把握したらいいのかということかと思えます。

本来そういうところを、DMOのポータルにしたいということだったのですけれども、今それができてない以上は、それぞれのところが情報発信をしていて、場合によっては県のホームページや県の観光のコンベンションから来るという流れも見たときに、どのような流れで連れていくということを今は意識していて、今後はこう変えたいということが見えてきたら、皆さんスッキリするのではないかと考えています。

ここが前はなかった新しくできた項目ですから、これから調べていくとか、これからどうするかということだと思っております。

芳田委員： おっしゃる通りです。新しいものを新しい生活様式の中で取り入れたり、他市の事例を挙げたりする中で、いろいろと取り入れることは良いと思うのですけれども、核をどことして持っているかということで、行政や民間が力を入れるのが点在している感じになってしまうと、市民の方がどれを最終の目的地、指標として見たらいいのか、これを見たら大体すべてのことが分かるという一番大きな核の部分がある方が、凄く分かりやすいのかなと思います。私たちのような団体などや、市長もSNSでかなりファンが多いですので、そういう方が発信することでもそこにダイレクトに誘致したら、簡単に通してあげる仕組みで良いのではないかと考えています。

委員長： そうですね。「ICTの新たな技術による地元情報の発信」の「地元情報の発信」ということが、結局何を指しているのかが明確ではないのかもしれないです

ね。地元情報という形になると、今であったら新型コロナウイルスのワクチン接種をどうするか情報の発信にも見えるわけです。だから、外に向けてということを入れたり、観光情報の発信に変えたりということが今のところですれ違う部分だったのかなと思います。

それから、発信という言い方は結局プロモーションの話なのですが、今の流れはデジタルマーケティングになってきており、こちら側から一方的に言うのではなくて、どのような人がアプローチしているのかという情報も踏まえた上で、次の戦略を練っていくということが、ここを読んでいたら十分理解できるのですけれども、そういうことも中に入れていけばより明確なのかなと思います。

ただ実際やっていっても、観光協会と市の関係はその情報発信においては考えておいていただいた方が良いのかなと思います。例えば私も「スカーレット」が決まったことを最初にどこで知ったかという、市長のSNSだったのですよね。市長のSNSを見たときにリンクを張られるのがニュースサイトになるわけなのですけれども、例えばニュースが出た瞬間に、甲賀市の観光サイトが先にそこに載せていたら、市長がこうなりましたというリンク先が市の観光の情報発信の場所で、その情報からこういうところに行けるのだなという誘導ができる。なにかそのあたりを皆さんで考えながらやっていくと良いのかなと思います。

田嶋委員： 市内のとある観光団体の代表の方とお話しさせてもらっていて、「甲賀流リアル忍者館」を開館されてハード面は投資もされていいものが出来上がったという話の中で、信楽の陶器関係の大きな会社が観光バスを「甲賀流リアル忍者館」に誘致できるようにされて、たくさんのお客様を誘致したという話があったのです。その「甲賀流リアル忍者館」での観光客の方に対するおもてなしというソフト面が大変まずかったらしく、観光客の方が「ここにきても仕方ない」ということを言って帰られたという話を耳にしました。又聞きの話なのでどこまでが本当かというのもあるのですが、1-3-④で「スカーレットレガシーを活用したおもてなし事業」という単語が出てきたので、「甲賀流リアル忍者館」も甲賀市の観光の玄関口となる大変重要な役割のある施設だと思しますので、何が悪かったのか分からないのですが、そういう感情を持って帰られたということは、そこでつまづいてしまうと市内へのいろいろな施設の案内というものが届きにくい状態になってしまうと思うので、このソフト面というのは、課題として解決していくことが難しい面もあると思うのですが、「甲賀流リアル忍者館」でのおもてなしも勘案してもらえると嬉しいです。

委員長： 今の意見も出てきて、又聞きとおっしゃいましたが、そういう形があったと。「甲賀流リアル忍者館」は指定管理でやっているのですか。

事務局： 甲賀市観光まちづくり協会に運営委託しております。

委員長： そのところはすでにクレームが入っていると思うのですが、これは難しいところで、例えば和歌山市でも、和歌山市に初めて観光でこられる方はタクシーを使うのですが、和歌山弁は敬語がないのですよ。「どこ行くんや」から入ってくると、皆さんがもう「この町はなんだ」、「どうするんだ」という話にはなってくるのですね。これは誤解の部分もあるかもしれないですが、もう1回来てもらうためには、その部分に何か問題があるということが早めに分かる形にして、どうやって改善していくかが見える形を持っておかないといけないと思います。

やはりファーストタッチは非常に大事で、私は滋賀県の石山界限の出身なのですけれど、私が知る限りでは、石山駅前はお客様がMKタクシーを待っていて、他のタクシー会社はお客様を待っていて、お互い対面で、タクシーがお客様を待っていて、一方でお客様がタクシーを待っている状態がずっと続いている。なぜかという、そこに住んでいる人間は昔そのタクシーに乗った時に距離が近いと凄く文句を言われた経験があるので文句を言われたいMKタクシーに皆さん乗るのです。そうすると、初めて来られた人であれば甲賀市の方が魅力的で良いところだけでも、湖南市の施設の人が凄く優しかったので湖南市に行こうとなることは観光の業界ではよくあることなのです。

意識改革という難しいのですが、観光の分野で「おもてなし」は英語で「ホスピタリティ」と言うのですが私は「ヘルプ」だと思います。「ホスピタリティ」でも十分ちゃんとした言葉ですけれど、初めて来た人は困っているから助けてあげる、その精神で優しくすることで私は良くなると思います。運営委託されているので、甲賀市観光まちづくり協会でそういうことがあったらどのように改善していくかということをお話していく、それはこの施設だけの問題ではなく、甲賀市に来る人達全体に対してのイメージになってくると思いますので、紳士的な対応の改善をやっていただくと良いのかなと思います。

事務局： これは観光協会や観光施設を指定管理あるいは委託している各団体だけのことでなくて、もちろん我々市役所の職員も同じだと思っております。どうしても団体のお客様がバスでバーッと来られて、まだオープン間もない頃には今ご指摘いただきましたような苦情をたくさんいただいております。そういったところも含め、しっかりとお客様に対応することは、今先生がおっしゃっていただいた「助ける」、それは上から目線ではなくて「お助けしますよ」ということで「おもてなし」という言葉にも繋がってくると思うのですが、その部分がしっかりできていないといくら良い施設をこしらえたところで、やはりお客様はもう二度と来られないというのはどこの観光地でもそうだと思いますので、そのあたりは市も主体的になって関係する団体とともに勉強あるいはセミナーも受けながら、接客の向上に繋がっていくように引き続きさせていただきたいと思って

おります。

委員長： これがいいかどうか分からないですけど、結局その意見を言えるところさえあればすぐに言ってきますので、関西国際空港ですと、Excellent（スマイル）マークから Terrible（嫌だ）マークのボタンが押せるようになってきているというのは、結局腹が立ったらそのボタンを押すことによって解消する、何かを言えるということが結構大事なのかなと思います。

業務的に近いところにいらっしゃって、そういう改善はどうしていくのがいいですか。今のおっしゃったような形で、教育でやっていくしかないか、それから、そういう時はどうお客様に対応したらいいですか。

小林委員： 教育でやっていくというのが一番の方針として、我々もやっているところではあるのですが、やはり相手の立場に立つということが一番言われているところで、自分だけの目線ではなくて相手の立場に立って何事も考えて先のことを見据えて、戦略を立てていくというふうに会社の中では言っております。

大河原委員： 前に市内在住のペルーの方が自分のご家族や親戚がペルーから来られて、日本のいろいろなところを観光して回られたと。大阪城もご覧になったし、金閣寺などの名所もたくさん見てこられたのですけれども、帰られる直前になって、どこが一番良かったか外国人市民の方が聞かれたら、水口城が良かったとおっしゃいました。レプリカではあるのですけれども、年配の方がそこで管理や案内をされていて、スペイン語は分からない方だったので、来られたそのペルーの方に飴をあげたり、折り紙で何かを作ってあげたり、本物で立派な観光地ではないのですけれども、どこが一番良かったかといったら、あそこのお城が一番良かったと言って帰られたというエピソードがあります。ですので、建物だけじゃなくて、そこにおられる人のウェルカムという気持ちがにじみ出ていたら、嫌な思いをして帰られる方はいらっしゃらないのではないかなと思いました。

委員長： 第1回のときにも「甲賀は観光地ではない」という意見がよく出ていました。観光学部の教員から言うと、日本中全部が観光地なので、その意識の部分というのは、私とそのセミナーを何回受けたら変わるというより、そこに向き合う姿勢や、なぜそれをやってくれているかというところが、業務と考え過ぎたら自分の仕事はここからここまで物を運ぶだけですとなくなってしまったら、その観光というホスピタリティの分野は結構しんどいかなと思います。

この部分であまり出ていませんけれど、やはり違う観光地では観光ボランティアの方の教育問題というのはいつも出てくるのですよね。観光ボランティアをやりたいと言っている人がいるけれども、いい人から悪い人まで全部おられ、ボランティアとしてお願いしている分は断りにくい、かといって教育と言ってももうシニア層なのでそれまで言っていたことを変えにくいとか、そのあたりは先の問題として出てくるかもしれませんが、今の話を聞いていると長い目で見ると、

小学校教育から観光というものが、この地域に人が来て訪れてくれるってということがどれだけ大事なことかっていうことを、早いうちから何か教育の中でも入れていくことも必要なのかなと思います。

事務局： 観光ボランティアガイドも、ホスピタリティ満載で一生懸命やっていただいている方もおられますし、逆にボランティアガイドの対応でクレームがくる場合もあり、これは観光協会二つともそうなのですけれども、先生もおっしゃっていただいたように、まずは心構えといいますか、気持ちの問題が一つあるということだと思っております。両観光協会の職員さんは特にそうなのですけれども、給料をいただいて観光に携わっているという考えが本当に身に染みているのかどうかというところが、時に不安になるときもあります。仕事としてやっている以上クレームを受けるといことが全くなくなるということは難しいかもしれませんが、減らしていくという努力をしていただきたいと。そのためには、やはり自己研鑽を積んだりノウハウも蓄積したりすることを市はバックアップしていくということで考えているところです。

一方ボランティアガイドにつきましても、ボランティアで来ているのだから、というお考え方もおられますけれども、それはお客様から見るとボランティアガイドであろうが市の職員であろうが観光協会であろうが一緒のことであって、甲賀市に来て観光案内をしてもらう、それは職業がなんだろうが一緒なので、ある一定の接客、ご案内ができるというところも含めて、今年度市の事業の中でボランティアガイドのノウハウをどうして引き継いでいくのかということを見せていただきたいと思っております。これはボランティアガイドの高齢化というのがありますし、若い方に入っていただけていないという部分もありますので、できるだけその個人個人が頭の中で持つておられるノウハウをどのようにして次の方に引き継いでいくのか、文書化するのか映像化するのか、直伝されるのか、いろいろあるかと思っておりますけれども、そういったところも市もバックアップしてノウハウの伝承というものもさせていただく中で、ボランティアガイドも厚みをより一層つけていただきたいと思っております。そういったお迎えをするという気持ちをまずは醸成をしていただきたいという思いでいるということです。

事務局： 第2次甲賀市観光振興計画 第2期基本計画（素案）『Ⅱ．誘客促進戦略』について説明。（資料5：P4～7）

《訂正》資料5 P6（3）①「マーケティング・リサーチの実施」概要
誤）効果的な指標等の研修 → 正）効果的な指標等の研究

田嶋委員： 『「スカーレット」で甲賀を盛り上げる推進協議会』の会長とお話をさせてもらい、「スカーレット」や忍者で観光誘致は以前に比べれば凄くやりやすくなった

たというところなのですけれど、現状としてはその信楽でも陶器を中心とした観光になるのですが、その後の飲食であったり、それ以外の観光拠点であったりという部分で、どういった案内をするのかということにいつも苦労されているところがあります。結局水口に出て来てきてもらわないといけないのか等いろいろなことを思っておられたのですけれど、今一番苦しんでいる飲食業の方を中心とした観光客の方が来やすい体制づくりというのが大変重要なのかなと個人的に思います。そして「スカーレット」だけではないのですけれど、「甲賀ブランド」などいろいろなことのチャンネルはあると思うのですが、商工会で飲食店の方々を見ますと結構受け身な体制で営業されている方が多いので、自分たちから何か甲賀ブランドを作ろうということまでは至らないということが、ほぼ占めていると思います。なにかそのあたりで一般的な飲食店を絡めたお金の落とし方、経済の回し方というところを強化してもらえると有難いです。それに近い文言があるので、このあたりにはまっていくなと思うのですが、そこにプッシュさせていただけると助かります。

委員長： 今のところがⅢ「地域活性化戦略」とも関連する部分のⅡ「誘客促進戦略」とⅢ「地域活性化戦略」とのかけ橋の部分で抜け落ちた視点なのかなと思います。というのは、域内での経済消費の部分が今の飲食店であったり、宿泊であったり、おそらくこれは誘客促進でもあるし、地域活性化でもあるのですけれども、そこにあるから人が来てくれるということと、そこを作るということの相対する両方ともがⅡとⅢでどちらに入るのかという考え方になった時に明確にできているのかということなのですけれど、そのあたりはどうでしょう。飲食店を含めたこの中で、消費が進んでいくために考えるのはどのあたりに入ってくるのかということですね。ここが「スカーレット」などになってくると、日帰り旅行を想定していることが多いのかなということになり、実際のところ宿泊してもらうというのが流れだと考えて、確かに私も、信楽・甲賀だったらビジネスホテルがメインになっていって、とは言っても、ホテルができれば泊まるのか、本当に人が来るのかというそのあたりも含めて、まだ市場が悩んでいるところがあると思うのです。今はどういった状態になっているのか分からないのですけれど、大津市の百町にある町屋を竜王町の工務店が全部改装して高級志向の町屋ホテルを作ったのが「講 大津百町」だったと思うのですけれど、例えばああいうものが甲賀にあって、一泊で3~5万円という話があったとしたら、JTBのもう少し高いところのラインナップに出る可能性があるということですよ。5,000円ではちょっと売れないけれど、3万円かかってそれだけのものがあつたらできるという、ちょっとその間層が一番難しいのかなという気がしますけどどうでしょう。

事務局： 域内消費の観点でいくと、広義の意味で拾える内容はもしかしたらあるのかもしれませんが、Ⅱ-1-②「信楽焼など地場産業をはじめとする他産業との連携

促進」で、タイトルとしては地場産業という内容で文言を書かせていただいているのですが、今田嶋委員からいただきました域内消費という観点での文言を付け加えてもよいのかなと考えていたところです。

他に関連するところだと、まだ説明していないのですが、Ⅲ「地域活性化戦略」の(4)「(仮称)甲賀市版観光DMOも設立」の②「地域資源を生かした集客交流ビジネスの促進」というところ、ここも文章中では域内消費という文言というのは拾えないのですが、ここにその要素を少し加える修正も必要かなと感じました。

委員長： 総合計画の「新しい豊かさ」というところにもアフターコロナという言葉が入っているならば、やはり一番コロナで苦しんだ業界のこの先4年間でのもう1回の育成ということを考えたときに、やはり飲食という旅においては非常に重要なところというのを今のどこかに関連しながらも意識したものは必要なのかもしれないですね。観光に来た以上は、そこでおいしいもの食べて帰りたいという、そのおいしいものというのは甲賀は何なのかという、今の頭にマツタケのイメージがあるのですが、それが本当に域内消費かどうかというのは分からないところがあると思います。

だからそういう意味で言うと、新しく観光戦略というならば、観光消費額を増やすために、宿泊・食を充実させることだと思います。でもそれはこの4年間のアフターコロナにおいては、今凄く打撃を受けたものの復興という意味合いが含まれるとすると、飲食を入れるということなのかなと思います。どこかまた考えてください。

事務局： 全体の中にそういった個別の業種・業態は入っていませんけれども、その域内の経済効果を生むために、マイクロツーリズムなどいろいろな観光の施策をやっていくということは基本の考え方にあるということですので、私も知人・友人にたくさん市内で飲食業している人もおりますので、飲食のお話もいろいろ聞いております。市内全域で見ますと、例えば観光客をターゲットにした飲食業はどうしても信楽に偏っているという部分は現状としてあると思っておりますし、特に上手に宣伝されているところだと、コロナ禍にあっても良い悪いは別にしても、お昼時になれば店の前に列ができていたというお店も何軒もあるということです。そうしたところと、地域の方に食事を楽しんでいただくという業態のところの方々とどのように新しい業態へ開拓していかれるのかというところは実は観光というセクションよりも、商工労政課でテイクアウトやデリバリーなどといったところに補助を出すという施策も展開しているところです。今回は観光ということですので、総花的な書き方になっておりますけれども、もちろんその地域経済の活性化、域内の消費額を増やす、旅行消費額を増やすという観点で作っております。そのところは一定ご理解をいただいて、あと文言の中で修正もさせてい

ただきたいと思います。

委員長： やはりマイクロツーリズムも結局そういう意味で言うと、観光に来る＝食と宿泊も含まれているのは自明ということで理解するということですね。また空き家のことなどでもありますから、また何かいろいろと次の地域活性化戦略のところでも出てくるのではないかなと思います。

小林委員： 何度か「ツアーを造成する」や「新規メニューの創出」など、作り出すという言葉が見受けられたのですけれども、これを考えていくにあたって、今後どのようにそれを売っていくか、出口戦略も一緒に考えていく必要があるのではないかなと考えております。せっかくこのように新しいものを作るという話をしていく中で、それが単年やこの4年で終わってしまったら非常にもったいないので、売り方も一緒に考えていけたら良いと思っております。

あとは、「大阪・関西万博」という言葉が何度か出てきたので思ったのですけれども、これは我々旅行業界の方でも非常に注目しておりまして、東京ではなく大阪にインバウンドの方が来られるという一大イベントで、プラスアルファで今までの旅行に来られる方というよりかは、どちらかといえばその高級志向の方が来られる機会と思っているので、これまで売られていたものに加えて、少し高価な忍者衣装なのか信楽の陶器なのかそういったものが売れる仕組みをアフターコロナのために検討していけたら良いと思っております。

事務局： 今までからいろいろなコースづくりなどはやってきているのですけれども、それを売っていない、要するにお金に変わっていないというのが、その信楽甲賀両観光協会の中でもなかなかできていなかったところがあります。案内はするけれども、それがお金になっているかどうか分からないし、お金のしようという仕組みもないという現状にもありましたので、そこは一步踏み出して、小山会長の方の甲賀市観光まちづくり協会では、着地型の旅行業免許を取られて登録もされて着地型の観光のツアー造成をやっていくということで一つ方向性を示されておられます。信楽町観光協会も、今後どうされるのかというところではありますけれども、やはりそういった売り方は大変大事なところでもありますので、ただそれは行政だけがということではなくて、今日の議題の中にも後程出てきますDMOにも繋がってくる話にもなると思っておりますので、そういった取り組みの中で地域としてその地域の光をどう売っていくのか、それをどうやってお金に変えていくのか、その仕組みづくりをどうしていくのか、その担い手は誰なのかというその部分をしっかりと掘り下げていった中で、こういった地域が一体となった観光地はどのような姿が良いのかというところを考えていく必要があるのかなと思っております。

もう一つの「大阪・関西万博」ですけれども、前回の大阪万博のときは記憶に

もあまりない時代のことですけれども、やはり万博は高級志向の方、古い言葉ですけどハイソサエティな方が来られるというイメージも確かにありますので、そういった客層の皆さんのところにどのような刺激的な旅行あるいは商品、そういったところを提供できるのかなというところはまだ全く白紙の状態ですので、万博が令和7年で若干時間もあるので、しっかりそのあたりは案を練って、それこそニーズに合ったものの提供を考えさせていただければと思っています。

委員長： 今おっしゃられたことはその通りで、その商品としてまずあるのかどうかということが大事で、信楽では個別で3,000円払うと陶芸を体験できますというのがあるのですけれど、例えばパッケージとして7,000円だったらこういうことができるかと地元の観光協会でパッケージを売っているかどうかということが、まず一つ。そして、それを地元で売っていることはあると思うのですが、それを例えばJTBさんなどのいろいろな旅行造成しているところが窓口として売ってくれるのかどうかということもあります。和歌山市ではとあるしらす漁をしている方が地元の観光協会と一緒にツアーをする船を作ったのですね。そのツアーというのは、船で50分ぐらい周遊して、そこで新しく作ったしらす丼などをセットにして2,500円くらいで売ってというものです。それを和歌山のJTBの支店と一緒に開発をやっているんで、JTBに予約が入ったら漁船の方に電話して今日予約入りましたのでお願いしますというやり方をしており、そういった開発と一緒にしていくやり方でやっています。その商品を作った上に、ちゃんと商品棚に置いて売るまでをやるときに、まず誰がやるのかっていうところと、それを実際にやりだしたらどうやって動かすのかっていうことが目に見えると、きっといいのかなあということだろうと思います。

やはりもう一つ売り方の問題なのですが、良いかどうかは分かりませんが、無料でできることとしても、やはり例えば高級志向の何かモノがあったとしたら、誘致しているということを宣言するだけでもできるのであればやった方がいいのではないかなと思うのですね。実際和歌山で誘致活動をしてきている場合も、それは大きな企業が可能性があるからそこに来ようと思ってきていることも確かなのですが、でも私たちはその誘致するときに魅力ってというのは何かということをお伝えながら、大きめの会社、そこまでの数多くの予約をとらないホテルもこっそりと、アマンリゾートが伊勢の山奥にあたりとか、京都の山奥にあたりするので、こういう宿泊施設などが可能性としてなきにしもあらずと考えたときに、何か融資的なものもどこかでブランディングとして持っておくのはあったらいいと思います。デービッド・アトキンソンのように、1泊20万円以上のところがないと富裕層が泊まらないと言う言い方するのですが、そこまでいなくても、3~5万円くらい払ってでも泊まりたいという場所があれば、また違う観光のものができてくると思います。ゴルフ場の宿泊施設などいい感じのことも

あるのではないですかね。そういうあたりも含めて見えてないものを見える化していくだけでも大分変わってくる気がします。

大河原委員： 3点なのですけれども、一つは文言のことで、7ページの(4)「新たな観光の形に対応した誘客促進」の説明の最後、「誘客促進を進めること」の意味が二重になるのでどちらかにした方が良いと思います。

それから、「ウィズコロナ・アフターコロナ」という言葉をこの計画の中に載せることについて、もしかしたらもうワクチンが皆さんに広がって行って、コロナがなくなってしまったら2年後ぐらいにはコロナって何だったのかという時代が来るのかもしれないというところで、この言葉を載せるのかどうかと思っていたのですけれども、先ほど先生がおっしゃってくださったように、やはりこのコロナは社会的な一つの大きな問題だったということで、コロナで打撃を受けた方への支援を計画的にするという意味では、やはり残しておいた方がいいかなと思います。

それと最後ですが、II-2-②「忍者に関する各種団体と連携しながら」で、忍術村や忍術屋敷は民間でやっておられて、施設が老朽化してきて来られる方が結構危なかったということもあるのですけれども、そこは民間だから自分たちでされたら良いと言うのか、忍術村や忍術屋敷も市内にある凄く頑張っておられる忍者に関連する施設ということで、そういったところにも市から何らかの財政的な支援など何かありますでしょうか。

事務局： 1点目の「促進」と「進める」ですので、「誘客促進を図ります」などという文言に修正したいと思います。

それから、忍者の関連施設への支援ですけれども、今の当課で持っている各種補助金でいくとなかなか難しい部分があります。ただ「忍術屋敷を」や「忍術村を」などという支援は難しいのですけれども、そういった包括した中での施設改修補助等ですと、制度としても考えやすいのかなと思いますので、そのあたりどこまで財政当局がお金を与えてくれるかという問題もありますけれども、そういった制度も必要であるのかなと考えております。民間だから民間だけで頑張ってくださいということではなくて、やはり行政は行政としてできる範囲でご支援をさせていただくという考えをさせていただきたいと思っております。

委員長： 忍術村なども考え次第ですけど、先ほどの漁船は商工会議所と一緒にやった仕事なので、おそらく筋としては、商工会や観光協会と一緒にやりながら申請するという形の部分で、向こう側は「これはお金かけなくてもやっていく」と言っていることを、例えば「危ないから少し改善してください」ということは市から言った方がいいかもしれませんが、そこから先のところのお金の取り方については、外部組織で、商工会議所や観光協会があると思います。そこから、忍者っ

て凄く重要な形に日本の政策でなっているので、やはりテーマ型の地方誘客といったら忍者ですから、その部分を充実させるということは商工会から持っていけば十分取れる補助金もあるように思います。

山本委員： II. 誘客促進戦略の中の（１）「観光ビジネスとの連携」、（２）「誘客事業・イベントの開催」、（３）「戦略的マーケティング」、（４）「新たな観光の形に対応した誘客促進」というところが分かりやすく良いと思うのですが、先ほども一元化して情報発信するのかどうか議論がありました。どのように誘客をする手段を講じるのかということが分かりにくい気がするのですけれども、そこは例えば、（４）③「ICTを活用したおもてなし観光の充実」の中で、その情報の発信も見ておられるという理解でよろしいのでしょうか。

事務局： II「誘客促進戦略」では、外から人を呼び込むという取り組みをここに列記した形ではあるのですけれども、そこでつくった観光商品などをPRしまして情報発信を伴ってさせていただくということにはなるのですが、住み分けとしまして「魅力向上戦略」の中でそういう効果的なPRというところで書かせていただいているので、こちらの誘客促進というところには、明確に情報発信ということでの文言は、記載はされてないのですけれども、もちろん、あわせてさせていただこうかなという思いであります。

現状としましては先ほども申し上げましたが、市のホームページをはじめ、両観光協会のホームページやSNSを使って、情報発信していきたいと考えております。

事務局： 第2次甲賀市観光振興計画 第2期基本計画（素案）『Ⅲ. 地域活性化戦略』について説明。（資料5：P8～11）

芳田委員： II「誘客促進戦略」に対して（４）が追加されていて、それはコロナ禍における対応という部分で追加というところがあると思うのですが、I「魅力向上戦略」も、Ⅲ「地域活性化戦略」もそうなのですけれど、コロナ禍における対応としてアップデートした内容が三つそれぞれにもあり、II「誘客促進戦略」に対してだけ追加、Ⅲ「地域活性化戦略」であると統合、統合っていうところが結構多くなってくると思うのですが、そのあたりの三つの関係性とこれから編集していく、収束なりで修正していくときにどのような形でこの表の関係性ができてくるのかということをお聞きしても良いですか。

委員長： 今の話でしたら、コロナについてはII（４）「新たな観光の形に対応した誘客促進」という新しい項目が加えられているのですけれども、例えばそれがIやⅢには、どのような関係性があるのかということのご質問だと思います。

事務局： 前回お示しさせていただいた「第2次甲賀市観光振興計画 第2期基本計画 計画体系（骨子案）」（資料4）で説明させていただきます。今回特にこの（資料4）で、『第1期 基本計画』を作った時点で含まれていなかった「スカーレット」や、「甲賀流リアル忍者館」ができたという内容を踏まえて変更したということに合わせて、一番大きな変化となりましたのが、芳田委員もおっしゃっていただいた新型コロナウイルスに対応してというところが非常にこの4年間の中で大きな動きとしてあったということがあります。

そういう中で、今甲賀市の第2期基本計画の見直しにおきましては、こちらの（資料4）の、基本方針・基本戦略・基本施策というところまでは変更せずに、この基本事業を変更する中で対応していこうということで、前回1回目の会議の中でもご説明させていただきました。

しかしながら、今の新型コロナに関しましては、観光産業も非常に大きな打撃を受けております。市内の皆様も非常に大変な思いをしていただいて、現状まだ、近隣府県で緊急事態宣言が続いておりますし、非常に困難な状況に皆で立ち向かっているという状況です。そういったことも踏まえて、やはり基本政策ということで、II（4）という形で三つの基本事業を掲げ、していくべき大きな内容を整理させていただいております。その中の三つが「マイクロツーリズムの促進」、「周遊型観光メニューの造成」、「ICTを活用したおもてなしの観光の充実」という形で考えております。

委員長： つまりまとめて行くと、先ほども話が出てきていましたけど、（資料4）でいうとI II IIIがあるときに、どちらかというところIやIIIというのは、観光企画推進課がトップになって扱うことでなく、II「誘客促進戦略」のところは観光企画推進課でしかできないところということで考えたときに、例えばIII「地域活性化戦略」のコロナ対策に関しては、先ほど出てきた商工労政課など他部署がしっかりやりますよということで、観光からの促進で言った時には、このところが担うのは、II（4）の新しい観光のスタイルで、I「魅力向上戦略」のコロナのところはおそらく総務系の課がちゃんと対策としてやるということの理解でということの良いのですかね。

事務局： そうですね。他部署でも新型コロナの対応というのは、実施いただいているのですけれども、観光企画推進課の計画の整理の中では、観光に携わってこの新型コロナウイルス対策ということで、外から人を呼ぶという観光誘客促進という考え方の中での整理が記載していくには一番ふさわしいのかなと思いました。

このI「魅力向上戦略」そしてIII「地域活性化戦略」の中では、密接して三つ同時に取り組んでいかないと観光誘客に繋がらないということで、要素を組み入れて考えているのですけれども、観光の計画として出していくときには、このII「誘客促進戦略」で追加するという整理をさせていただいています。

委員長： 今の話のところを含めていくと、II「地域活性化戦略」に入れる項目として、コロナ対応で言うと、例えば気仙沼DMOというのがあるのですが、気仙沼の市民が自分たちの地域で使えるポイントカードを発行する、それによって市民の方が自分たちの市の中でお金を使うので、実際コロナ禍においてもあまり売り上げが落ちなかった、むしろ伸びた部分があったというものがあります。そうしたら、商工の話なのか、観光の話なのかと言ったときにどっちの要素もあると思います。これは結局気仙沼DMOがやっているのですよね。

そういう形で、域内観光で、要するに例えば“Go To”がまた再開したときに、それはどこが扱うのですかっていうことと関連してくるのですけれども、コロナ戦後の後のことを復興ということと言った時に、その“Go To”でお金が落ちてきたものも、ちゃんとそれが消費者、つまり旅行する人たちだけが得をするのではなく、そこの地域の人たちがそれを利用することによって、確かにこれによって還元されている、振興されているという仕組みを考えるということで、これは本当に商工がやってくれるのですか、やはり観光でないといけないのですかっていうところから、結局関連していくのかなと個人的に思います。

芳田委員： 今委員長が言ってくださったように、立場的にここが力を注いでやるものという意味であれば、この(4)が出てきたりとか、今日の表の追加でコロナという背景があって、追加される項目というものがあっていいのかなと思うのですが、どれにもすべて関係することであるので、今の統合であったり、アップデートしたり編集したりするところと、新たに別項目として追加したというこの線引だけ担当する部局がとか、旗振る人間が違うとか、明確に分かれていたらそれでいいのかなと思いました。

委員長： 今の部分はまた考えてください。結局地域活性化というとやはり他の部門と当然関連してくるので、観光ができる地域活性というのはまだまだ理解されにくい部分もあるのですが、そこも今観光が入ってくる時代だと思っはいますが、それは市の方で考え方ということでお願いします。

事務局： まさに今いろいろとご意見いただいている通りで、細かい部分につきましては、まだこれから他の部署ともすり合わせや住み分けもしていく必要がありますけれども、このIからIIIの戦略は、すべて独立しているということではなく、それぞれが関係性を持って有機的に機能していくことで、振興していくという考え方に立っております。

繰り返しになりますけれども、観光部局としては今のこういったアフターコロナ・ウィズコロナそういったところの新たな部分につきましては、やはり誘客であろうというところでこの部分でひとつ押さえさせていただいているところで

芳田委員： 他の部分に関しては、この情勢はもちろん踏まえているけれども、全体的な追

加があるというよりも個別の事業に対しての対応が修正されているという意味ですね。

事務局： その通りです。また、この計画の中でお示しさせていただいておりますのは、あくまでもこの概要の部分ですので、また実際の実施の事業の中ではまた細かくいろいろ出てくるといいますか、この概要に合わせて事業を組んでいきますので例えば補助金であったり事業であったりいろいろなものがありますけれども、そういったものを、これに合わせて組み上げていく中で、また新たな事務事業としては出てくるといえる可能性は十分あるということでございます。

大河原委員： ご欠席の清水委員も何度か言っておられたように、(4)「(仮称)甲賀市版観光DMOの設立」につきまして、①の「組織の必要性について」、ずっと継続・継続・継続・継続で、本当にそういった組織を設立されようとしているのかということが検討・検討・検討・検討だったら分からないなと思いました。

それとまたさっきの言葉の文言のことで、(4)の説明のところ、「(仮称)甲賀市版観光DMOの設立を推進します」というよりも「設立に向けた取り組みを推進します」という説明の方が分かりやすいのではないかなと思いました。

今ここにこうして集まっておられる皆さん、本当に観光協会だけでなく、各方面からいろいろな事業所の方もいらっしゃるの、すごいメンバーだなと思うのですね。例えばこうした方々に市の方から何か委嘱をされて、そういった組織を作るなどそういうところまでの計画やお考えがあるのかどうかお聞きしたいと思います。

委員長： 前回の時に私たちは作るべきだと答申はしているので、そこからの政策判断で今の段階のところですけども、そのあたりはどうぞ回答していただけますか。

事務局： はい。今年度については、関係団体、両観光協会、市役所が入り、アドバイザーを迎えて、検討会や勉強会そして先進地視察ということを実際していくことを考えております。アドバイザーの方から、現状の国のDMOの考え方などそういうところをもう一度ゼロベースで考えていこうという話の中で取り組みを進めると。その中で、改めて得た知識の中で、そういった組織が必要なのか、委員長にもおっしゃっていただきましたが、DMOが良いのかそれともDMCという形が良いのかというところで議論を進めるという取り組みは考えていまして、まだ先行きがどうなるかというところは限定的な形で書けないので、こういう表記とさせていただきます。

委員長： はいどうぞ。

事務局： 補足させていただきます。今申し上げました部分ですけども、甲賀市にとってその本当にDMOやDMCという選択肢だけしかないのかということも含めて、当時4年前には一旦DMOの設立を目指すということでご決定いただいた中

で、方向転換をしたという経緯がありますけれども、それからまた、社会情勢がいろいろと変わってきている中で、もう一度立ち返った中で、本当にどういった組織体がいいのかというところを、もう一度足元をしっかりと見直す必要があるのではないかなという思いに立っております。

それがこういったDMO・DMCがいいのかまた例えば連合体みたいな違う組織がいいのかどうか、そういったところも含めて、今後検討をさせていただきたいということで、これは継続・継続で書かせていただいております。先送りという意味ではなくて、しっかりと検討をさせていただく時間をこの4年間で持たしていただきたいという思いです。

いずれにしても、先ほどからご指摘やご意見をいただいておりますように、甲賀市がまずは窓口となって、どういった組織がいるのかというところを今一度しっかりとご議論をしていただきたいし、また、そういったことで進めていく必要があるということで、実はこの4年間役所の中でもかなりあやふやな議論となっております。

例えば、今市内に二つある観光協会を一つにすることがDMOだというご理解の方もおられれば、そうすることによってコストが縮小・縮減できるので市の財政としてそれは良い話ではないか、大局的に見て今後10年20年後の甲賀市の観光を進めるために、いつまでも行政だけが先頭を切って、あるいはリーダーシップをとってやっていくのが本当の市民との協働なのかといったご意見の方もおられました。なかなか内部でも議論が一本化できない中で、この4年間が経過をしたということです。実は議論がまだまだ深まってないというのが現実であります。ですので、繰り返しになりますけれども、もう一度議論を深めさせていただきたいという思いです。

委員長： 皆さんもこれを見ながら、腑に落ちない場所というのは、何か方向は決めるのだけれど、誰がやるのかというところが皆さん不思議な部分で、政策が決めることはこういうものなのだろうということではありますけれども。実際良いアイデアだったとしても、新しい仕事としてやってみたいという人が1人も出なかったら、つまりプレイヤーがいなかったら絶対に動かないものなのは確かなのですね。だからそういう意味で言うと、プレイヤーがいると信じてこれを考えていますので、そのあたりが動き出してプレイヤーが出てくると、プレイヤー＝DMCとなるでしょうし、それがみんなと一緒にやるとなればDMOになるのかなということをお考えます。

今大河原委員から、ここにせっかく凄いメンバーがいるのに動かないのかという意見が出てきたので、委員長の勝手な提案なんですけど、この委員会は観光振興計画審議会なんですけど、1回目の時はDMOを考えて結局うまくいかなかったもので、例えばこのメンバーでそのままDMOを考える会にしていけばいいのではと

いうこともありでしたら実際にやっていきましょう。両方の観光協会の方がいらっしやるのであれば、それぞれの地域の代表として、その事情を持って観光をまとめようとしている団体であって、それを潰すという発想ではなく、みんながお互い協力し合えば、大学教員としてあまり出たくない言葉ですけど、一緒に稼げるということをやはり地域は考えていき、地域で稼ぐ力をみんなで繋げながらやっていくということなので、これ稼げるなどみんなが思えるようにしていく流れを検討するというのが、今検討という言葉がやはり私たちにはなかなか腑に落ちないので、先ほどおっしゃったようにメンバーが集まっているので皆さんが合意だったら、この形でできるだけ早めに甲賀市のためにふさわしいDMOの形を考えて、なおかつそれを形にしていくという会合をやっていった方がいいのではないかなと思います。

次第3. その他（事務連絡）

事務局： 第4回の審議会の日程について案内。

次第4. 閉会

以上 12時終了