

第2回(令和6年度1回目)甲賀市観光振興計画審議会 会議録

【日時】令和6年4月22日(月) 14:00～16:10

【場所】甲賀市役所3階301会議室

◎出席委員

名簿：別紙のとおり

◎事務局

産業経済部長 近藤直人

産業経済部次長 兼 観光企画推進課長 山本典彦

観光企画推進課長補佐 中島章宏

観光企画推進課観光振興係長 福山由美子

観光企画推進課主査 竹若紗穂

観光企画推進課主事 奥村泰雅

◎次第

1. 開会
2. あいさつ
3. 諮問
4. 議事
 - (1) 第2次甲賀市観光振興計画第2期基本計画の進捗状況について
 - (2) 第2次甲賀市観光振興計画第3期基本計画の策定方針について
 - (3) 第2次甲賀市観光振興計画第3期基本計画の策定スケジュールについて
 - (4) 第2期基本計画の課題整理及び第3期基本計画への反映と方向性について
5. その他
6. 閉会

次第1. 開会

甲賀市市民憲章唱和

次第2. あいさつ

次第3. 諮問

次第4. 議事

(1) 第2次甲賀市観光振興計画第2期基本計画の進捗状況について

事務局： 第2次甲賀市観光振興計画第2期基本計画の進捗状況について、概要説明。

大河原委員： 甲賀市のPRのための「やさしい日本語のパンフレット」とホームページのリニューアルについての報告がありましたが、パンフレットそのものは資料としてあるか。

事務局： 「忍者」をキーワードとする自治体間連携の強化という伊賀甲賀忍者協議会の事業として、日本遺産の関係でのパンフレット・ホームページをリニューアルした。パンフレットについては会議終了までに用意させていただく。

(2) 第2次甲賀市観光振興計画第3期基本計画の策定方針について

(3) 第2次甲賀市観光振興計画第3期基本計画の策定スケジュールについて

事務局： 第2次甲賀市観光振興計画第3期基本計画の策定方針・策定スケジュールについて概要説明。

〔質疑なし〕

(4) 第2期基本計画の課題整理及び第3期基本計画への反映と方向性について

事務局： 第2期基本計画の課題整理及び第3期基本計画の反映と方向性について説明。

委員長： 資料6について、どの部分をどう変えるかについて話し合う必要があり、今たつき台という形で事務局が示した。令和3年は、新型コロナウイルスの影響があると同時に、インバウンドがどうなるか、読めない部分もあった時期で社会情勢の変化とともに、修正が必要と思う。まずは両観光協会の方に、当時と違ってこう変わっていったということについて、情報をいただきたい。

奥田副委員長： 今、信楽町観光協会はインバウンドに力を入れて取り組んでいる。有名な観光地やインバウンドのお客様がいるところよりも、少し町から離れた甲賀のような歴史文化、人の良い、甲賀地域・信楽地域に非常に魅力を感じていると言われる。ただ、国も地域もインバウンドをやらないといけないという流れがあるが、やはり、インバウンドの方々がたくさん来られる町は、いずれインバウンドの方々が多すぎて、本来の日本のお客様に嫌がられることが多い。同じことが起こらないように、日本のお客様を大事にしつつ、インバウンドのお客様を誘客していこうという方向に動いている。今、信楽町観光協会は、大手の旅行会社に会員に入っただけでいる。インバウンドの方が、団体ツアーで日本に来る時、問い合わせに答えていただく等、徐々に、成果があがってきている。

小山副委員長： 昨年度は初めて甲賀市の委託事業の中で、モニターツアーを実施し、ツアー造成と海外旅行会社への営業資料、PVを作成した。今年度は、海外旅行会社に向けて営業活動を行って

いく。甲賀市観光まちづくり協会のインバウンド事業としては、現在は欧米豪にターゲットを絞って進めている。現在ボランティアガイドではない、有料の観光ガイドをしていただける方が1人もいないため、有料でガイドをしていただける方の育成に取り組む予定だ。忍者については、京都をはじめ、様々な地域でコンテンツとして実施されており、特に忍者ショーは、日本全国で実施されている。当協会では、そのような形で忍者をコンテンツ化するよりも、忍者の地ならではの体験を企画しており、今後インバウンドの方に対しても進めていきたい。甲賀市は「リアル忍者」として日本遺産の認定も受けているので、他の地域と違うやり方で、しっかりとリアル忍者を伝えながら、体験をしていただき、本当に興味を持った方にできるだけ長く滞在をしていただける取り組みを進めていきたいと考えている。

委員長： 両観光協会の方の話を見ると、やはり「インバウンド」がキーワードとなっている。これが今の観光の中で非常に重要になってきている。なぜインバウンドが必要かという、消費額の考え方に基づくことになる。1人当たりの年間消費額が平均125万円と言われており、1人亡くなると、その地域の消費額125万がなくなるということになる。それが、特に欧米を中心としたインバウンドの方が8人来ると125万円分が落ちるとと言われており、人口が1人減ったら8人外国人を呼ぶことで、その地域に住んでいる人の観光消費を交流人口の消費額で賄うことができるという考え方に基づいている。そこで気になったのが、数字として結局一番大事になる市内消費額のところである。資料1を見ると、観光入込客数についてはコロナ禍中から回復してきているが、外国人観光客が回復しても、ここの数字が全く伸びていない。ひょっとしたら甲賀市の中で、宿泊を受けることができず、外国人の方々が来るだけで、お金を落とすという仕組みにまだなっていないからではと思う。せっかく旅行業の専門の方もいるので、今の話を受けてコメント等あれば教えていただきたい。

森井委員： 今、インバウンドのお話が多くあったが、特に大阪、京都、東京に来る方は、日本が初めての方が多い。しかし、滋賀を含む地方まで足を伸ばす方は、日本に来るのが2回目・3回目で、日本のメインの観光地は経験をし、さらに日本ならではの文化や食事等を体験したい方なのではと感じている。また、滋賀県内、近畿県内の各自治体も含めて、万博を契機にして、地域に人を呼び込みたい、万博の機会に外国人に来て欲しいという声も多くいただいている。自治体としては、ターゲット層を絞って、それぞれの地域に応じたコンテンツでインバウンドを呼び込む取り組みをしているところが多いと感じている。それに加えて、現地の旅行会社へのセールスや、日本に呼び込むために現地の旅行会社が動いてもらうような施策の実施等、動き始めている。今後、甲賀市として、ターゲットを絞ってどこに対してセールスをかけて人を呼び込んでくるのかということが、大きなポイントになってくると思う。国内のお客様に対しては、万博で大阪や京都に来るタイミングが多くあるので、その時にいかに甲賀市まで引っ張ってくるのか、打ち出し方やPRの仕方が大きなポイントになってくるのではないと思う。

委員長： もう1つ議題提供させていただきたい。今、観光学部の教員として、観光先進地の方々が言うことは、ふるさと納税についてである。例えば宿泊するときに、その場でふるさと納税をして、返戻までもらうようなシステムがある。甲賀市で考えると、ゴルフ場でふるさと納税をして、その場で受け取ることも考えられるのではないか。また、富裕層の人たちが旅を

する時に1日3万から5万円くらいガイド料を払って4日間から5日間一緒に同行する、少人数を対象としたアドベンチャートラベルも、全国的に最近増えてきていると感じる。甲賀の修験道を含め、多くの観光資源があるところであれば、ガイドと仕組みさえあれば、成り立つのではと思う。他にも観光に直接関係のない、例えば農業等、いろいろな体験も展開していけると思うので、議論していただきたい。これまでの意見や現状を踏まえて、何ご意見がある方やこれを聞いてみたい、もしくは代表されている団体から見て観光で今困っていることもあれば、聞きたい。

園田委員： 気になっていることは、旅行者が甲賀市内でどこにお金を落としているかということである。体験はイメージできるが、どこで食事して、どこでお土産を買って、どこで宿泊してということが、パッと出てこない。例えば他の観光地の場合、目的のロケーションがあって、その周りに地域のお土産屋がある。地域の方々にお金が回るためには、そのようなまちづくりをする必要があるのではないか。新しい観光客の方や外国人旅行者の方に来ていただきやすいような店づくりをする必要もあると思う。ただそのために、不足しているものも多い。例えば人である。観光客を入れるための店舗の作り方、デジタルを取り入れた店づくり、そのような部分を、例えば市で研修をするのも良いのではと思う。

委員長： この市内観光消費額は、どうやって換算しているか。

事務局： 県の観光統計調査に基づく積算単価を、日帰り・宿泊別に観光消費額積算単価として、それぞれに日帰りの客数と宿泊の客数を乗じている。

委員長： それが、先ほどの資料1で、外国人旅行者が増えてもそれが直接市内観光消費額に上がってない理由か。先ほどの研修の話について、県によっては、県内事業者、市民も含めて全体を対象に、毎年講座を主催している。5回程度のセッションで、100人ずつ。滋賀県とか甲賀市ではあまり聞かないと思うが、実施しているのか。

事務局： 県ではビューロー等が連続講座等やっていた時期もあるが、コロナ禍のときに、一旦休止となった。また再開されると思うが、今までDMOをはじめ、いろいろな研修会を連続講座でやっていただいている。

委員長： 本来ならば、県民全体に参加できるように実施して欲しいところである。市から、また再開して欲しいと要望を出すことはできるか。

事務局： 可能である。

委員長： 青年会議所として、起業の機運を高める活動はあるか。

園田委員： 水口青年会議所の中ではやはり、観光の盛り上がりチャンスと捉えている人もいる。既存の仕事から派生して事業ができないか考えている方や、中には1から作ろうと考えている人もいる。日本青年会議所でもインバウンドのお客様を取り込む事業を推進している。そのような状況の中で、みんなで経済まわしていこうという気運の醸成はされていると思う。

委員長： 宿泊関係の話に戻るが、両観光協会として、もっと宿泊施設はあったほうがいいのか。逆に観光協会から見て、これがあればもっとやりやすいのにといいものはあるか。

奥田副委員長： 話にもでていたように、人数よりもどれだけお金を落としてくれるかという部分が大きい。やはり、宿泊というのはやっぱり大きなお金だ。それと同時に、夜がどれだけ楽しめるか。ナイトライフが充実していると、宿泊にもつながるので、そこに大きなお金が落ちると

思う。そしてやっぱりアジア、東南アジア等、近くて、何回も来ていただけたところを重点的に誘客活動するのが、いいのではと思う。

小山副委員長： ナイトライフは、全国でも言われており、甲賀市は特に夜真っ暗なので、非常に重要と思う。甲賀市観光まちづくり協会で課題になっているのは、やはり観光産業を生業としている方が非常に少ないことだ。信楽地域は以前から観光産業に携わっている方が多いが、甲賀市観光まちづくり協会のエリアについては、観光を生業としておられる方が、非常に少ない。結局プレーヤーを増やさないと、お金落とすところがない。思い切って投資をして、飛び込もうというところまでは、観光業のまちとして醸成されてないのかなと思う。PRだけをして、プレーヤーを増やしていかないと、受け皿がなければ、消費や観光客の増加にも繋がらない。近年、ゴルフ場の方とも観光振興を図るため、連携強化を進めている。甲賀市には、全国で3位の数のゴルフ場がある。ゴルフ場での消費額は大きく、消費額としてもおそらく半分近くになるのではと思う。宿泊者については、工場が多い地域のため、仕事で来られた方が中心という施設が非常に多い。観光向けの宿泊施設、ホテルや旅館がなかなか増えない現状だが、受け皿として、プレーヤーを1人でも多く増やすことによって、相乗効果が生まれるのではと思う。

委員長： 夜が真っ暗な地域は、星空ツーリズムをやろうという動きがよくある。1人がガイドとして連れて行き、1人当たり5,000円で、每晚7~8人連れていく形で商売が成り立つ。星空はあまり見に来ないか。もう一つ、全国のDMOが実施しているが、町中の空き家を高付加価値のインバウンド向け宿泊施設に変えていく事例がある。先ほどの令和5年度の進捗状況の部分でも空き家に関する項目は、Cだった。実際、進んでない状況は、どういう背景があるのか。

事務局： 個人の資産を磨き上げて、観光施設に変えるという部分で、空き家対策の担当課が推進しているが、なかなか観光業の方に斡旋するところまでは進んでおらず、観光の部署としても手だてが出来ていない。

委員長： 大洲の場合は、ほとんど廃屋になりかけた地域があって、キタ・マネジメントという法人が買い取り、全面改装し「Nipponia Nippon」等に運営委託している。別の事例だと、和歌山の有田市では、空き家だらけの漁村の中で、1件の空き家が市に寄贈されたことをきっかけに、農村漁村体験施設という形に改装した。1日料金を設定し、近くにあるホテルに運営を委託しているものもある。その施設も利用率が高い。その集落に住んでいる人たちが自分の子どもたちが里帰りしたときにそこに泊まれるという形になっており、地域のゲストハウスの存在になっている事例もある。どちらも誰かが持っている土地自体にお金を投じて何かするというよりも、委託されるか、寄贈されるかの形ですすめている。そのようなやり方は難しいか。

事務局： 令和4年、5年にと、国の補助金を使って、官民連携のエリアリノベーション事業の調査業務、要はそういうようなことが甲賀市でできるのかの調査をした。信楽に長野地域という信楽焼の窯元が一番集中している散策路の地域がある。観光という側面よりも、商工の側面が強い。信楽焼の窯元について、後継者不足の状況があり、工房や作業小屋等、空き工房、空き家が出てきている。地域として、空き家自体を何とかできないかという地域の方の思い

と、信楽焼を継承していけるような取り組みが何かできないかという観点から、空き家や空き工房を、民間に設立していただいたまちづくり会社に借り上げをしていただく。そこで、例えば焼き物を作られる方が工房を借り、メタルアートをされるような芸術家の方が芸術活動をする等、様々なクラフトアートをする方が集積していくような地域になると、おのずと信楽焼の価値も上がり、地域の価値も上がるのではないかと事業を進めている。人が集まると、休憩所や飲食の場所、リノベーションをした宿泊施設が必要となってくる。その辺りも含めてトータルで事業化できないか、と令和4年の時に調査を実施し、信楽で実施可能という結果が出た。そして、令和5年度には、条件整備等について調査を実施した。借り上げるといっても、空き家になっているので、その空き家を所有者の方が、草刈や台風での瓦の管理等、精神的な負担とか苦痛を取り除けるように、その空き家を少額で借りて、あとはリノベーションをし、貸せるところに貸す、という想定となっている。家賃は入らないが、守っていく精神的苦痛からは解放されるという組み立てで実施できるのでは、と結果が出ている。事業化にあたり、信楽のとある窯元の方が中心となり、エリアリノベーションの会社を作ろうとしている。今後、観光にどのように、絡めていくかということは、次のステップの課題と思っている。そして、信楽だけではなく、市内の様々な地域で、このフォーマット使って、カスタムしつつ、取り組めたらと考えている。現在は観光というよりも商工振興の観点で進んでいる。

委員長： 土山エリアでも空き家が増えてきているという話もあり、ぜひ進めていけたらいいと思う。一方、人によっては、地元の人たちの事業母体じゃない形となると、うまくいかないかと心配する人もいる。地域の人がそれやってみるといいう仕組みが甲賀市内で取れないということか。

事務局： 今のその信楽のパターンでは、やはりエリアリノベーションのノウハウが地域にはないので、そのノウハウの部分を提供してもらうため、専門の会社が二つ入る予定である。しかし、信楽の窯元の方が中心を担って、地域の顔になってまとめていくというストーリーになっている。

委員長： そこで採用される方が地元の人たちであるのか、ということも多分論点になっていくと思う。

堀田委員： 甲南パーキングエリアの近くにリアル忍者館があり、伺う頻度が高い。イメージとしては、閑散としていて、バスが入ったら賑わう。甲南パーキングも同じようなことが言える。来館者数が令和4年度に比べて令和5年度が減っているが、個人のお客様にPRしても、数字としてはなかなか増えにくいと思うので、結局バスを入れるかどうかではないかと思う。その場合、各市町だけでは難しく、やはり大手旅行会社からどれだけ人を送ってもらえるかになると思う。信楽焼も忍者も日本遺産ですし、観光資源としてはもうすでに十分あると思う。それをPRする中で、何が足りないかと考えると、それをつなぐツールとPRのツールだと思う。せっかくいいものがあるのに発信できてないと思うので、発信を強化するだけで結果が出るのではと思う。夜を賑わして宿泊をしてもらうという部分は、近隣市を含めて考えても難しいと思う。そうすると、宿泊をあきらめるか、今までの宿泊による楽しみを覆した宿泊でないかと多分無理だと思う。さっき話が出ていた星空ツアーですが、このあたりの人

は星が見えるのが当たり前なので、着眼していないだけで綺麗だと思う。星空も良いと思うし、市内の温泉施設で夜はゆっくり過ごしてもらうのも良いと思う。リアル忍者館の話に戻るが、観光拠点として強化されていて、近くに忍術屋敷や城跡があるので、半日ぐらいは十分時間を過ごすことができる。インバウンドだけじゃなく、国内向けのマイクロツーリズムを見据えた中で、周遊ルートを作ろうと思うと、多分すぐに造成できると思う。また、マイクロツーリズムの観点では、滋賀県内の方は、多分遊ぶところがなくて、すごく困っている。極力お金使わず楽しめるところが限られているため、そういう施設だけ盛況な状態となっている。そういった情報は、SNSで情報収集するので、SNS強化も必須だろうと思う。インスタグラム等に、市として真剣に取り組んでもらうとか。実際にTikTokやYouTubeに動画を頑張って配信している市町もあり、近いうちにSNSでのPRが当たり前になると思う。まだ完全に当たり前になってないので、今取り組み始めなければ、一気に増えない。情報発信のためのツールの強化を極力早く始めないと、出遅れたらどんなにいいものがあったとしても、発信できない宝の持ち腐れで終わってしまい、非常にもったいない。話が変わるが、インバウンドに関して言えば、海外の旅行会社でルートが決められた状態で来られるのが実情か。

森井委員： 団体で言うと、アジアの方の場合が多いと思うが、現地の旅行会社が行き先等を固めて募集し、会社等の団体として来る場合にも、お客様に対してある程度固めたものをご案内して、呼び込む形が多いと思う。そのため、その行先に甲賀市が出てこなければ、もちろん向こうのお客様には伝わらない。一方、個人で来るお客様、欧米のお客様が多いと思うが、そのような方々は、SNS等で情報収集をして、この場所に行ってみたい、この体験をしてみたい、と来られている場合が多いと思う。団体として呼び込みたいということであれば、現地の旅行会社を通じて呼び込んでくる方法があり、個人のお客様を多く呼び込みたいのであれば、SNS等を通じて情報発信をしていくことになると思う。

堀田委員： インバウンドに取り組もうと思うと、現地へ行かないと、ということか。受入体制として、多言語対応をしてくれるガイドがいれば話が早いですが、簡単な話ではない。民間企業がその人を常時雇うのは難しいと思うので、市で講習会を実施し、ガイドを抱えてもらい、民間がお金を払って借りるという形でないと、現地ガイドが作りにくいと思う。今の話から、海外の旅行会社へのPRと、国内なら情報発信の仕方を考えないといけないと感じた。

奥田副委員長： 例えばインバウンドの方を呼ぶ場合、現地の旅行会社に営業活動をすることもあるし、今回信楽が実施したように、海外の旅行会社に来ていただくことも大事である。お客様を集めるのは、現地の旅行会社だ。海外の旅行会社に対して、信楽へ、甲賀へ来て欲しいと言うべきだと思う。海外旅行会社から日本の旅行会社へのオーダーは、お任せが多い。京都と、どこかへ行きたい等。ここは必ず行って欲しいということは、海外の旅行会社がリクエストしないと駄目なので、彼らに知ってもらうことが一番大事である。また、団体のお客様を受け入れた場合、必ず個人に広げるようにいつも考えている。やはり、今の時代は個人のお客様が非常に大事だ。個人のお客様は広がっていく。なので、個人のお客様を重点的にターゲットとして置いた方がいいと思う。

堀田委員： 最初は団体で来てもらって、そこから派生という話について、非常に理解する。しかし、

最初がまだやりきれていないかなと正直感じる。当パーキングエリアは通過点になっていることがほとんどで、市内を目的地としている人を感じたこともほぼなく、目的地としてバス団体で来てもらうという部分がまだできていないと感じる。そこからかなと思う。そこが広まっていったらあとは勝手に広まっていく。

奥田副委員長： 団体旅行客を入れようと思うと、旅行会社と送客契約をしてもらい、全国の各支店に情報を流してもらって、関西に来たときはぜひともこちらに来てくださいと、するやり方が一番手っ取り早い。そういうシステムで、団体旅行は進めていったら良いと思うが、今の流れは団体から個人に段々と移っているのが現状だ。インバウンドについては、ツーリズムエキスポで、誘客活動をすると、海外の旅行会社も来るし、もちろん日本のお客様や旅行会社も来るので、効果的だと思う。そういう事を繰り返さないといけないのかもしれない。

委員長： 今、インバウンドの数は、国が想定する数に全然及んでいない。観光庁が計画しているのは、2030年に6,000万人だが、今は3,000万人に回復するかしないかという状態だ。6,000万人なので、2030年までに2倍になるという想定だ。これが難しい数字かということ、タイはすでに6,000万人インバウンドがいる国のため、日本の6,000万人はそれほど難しい数字ではないかもしれない。ただ、どこに行くのかと考えたとき、絶対にゴールデンルートから溢れてしまう。それを想定したときに、この地域に全くインバウンドは来ないと想定していたら、地域を再生するこの時代に、もったいないと思う。2030年、6,000万人になったときに、どれぐらい甲賀まで来るか、と数字を見たときに、これくらいの数の泊まる場所が必要だから対応しないと、というのが戦略かと思う。実際に、ナイトライフも確かに宿泊させる理由となるが、朝早起きでのトレッキング等、ナイトライフに限らず、いろいろなコンテンツがあったら宿泊する理由になり得る。今、国際化の話が出てきましたが、ガイドの方でインバウンドに対応するという形は国際交流協会でもつくれるものか。

大河原委員： 初めて団体で来られるインバウンドの方は、添乗員や英語・中国語等ができるガイドがついて来ると思う。一方、個人で2回目以降の方となると、全く日本語がわからない、ではなく、やはり日本に興味を持っていてアニメで日本語を勉強したり等、日本語が少し分かる方がリピーターとしてこられる方が多いと思う。その場合に、必ずしも多言語のガイドが必要かということ、そうではない。わかりやすい日本語でこちらの現地ガイドが紹介するという「やさしい日本語ツーリズム」がある。例えば、英語やスペイン語などの外国語でなくても、「ここが、忍者たちがミーティングをした神社です」等、わかりやすい言葉で言い、それを今度はインバウンドの方が、仲間の日本語がわからない人に通訳をする、というやり方もある。リピーターの方に対しては、わかりやすい日本語で、私たちが、地元のことを紹介するというやり方は、有効なツールの一つではないかなと思う。先日、信楽で香港の方が来たときに、国際交流協会の関係者から、英語通訳と中国語通訳として行かせていただいた。その方たちからも、非常に勉強になったし、楽しかったという声があった。国際交流協会のメンバーの中には、そのような人材がいるので、多言語とまでは難しいかもしれないが、外国語での何かしらの連携はできるかと思う。

委員長： 終了予定時刻が近づいてきたので、まだご発言いただいている方から、感想等何でもいので、ご意見をいただきたい。

桑田委員： 新名神がこの地域を通ったときも同じように感じたが、多くの国内・海外問わず人の移動があるときに、いかに甲賀市に人を呼び込めるかというところが焦点だと思う。大阪万博が開かれるが、甲賀に寄ってもらうには、魅力がないとなかなか立ち寄ってもらえないし、お金も落ちないだろうと思う。国内のお客様はもちろん、インバウンドのお客様の場合、もっとハードルが高くなる。今日皆様のご意見を聞いていると、それぞれのお立場で、それぞれの考えがあって、視点は様々だが、やはりPRがまだまだ足りないのかと感じた。やはりホームページよりも手軽に見られるSNSの発信で目に触れないと、なかなか選んでももらえないのかなと感じた。

山本委員： 数多くある自治体、観光地の中から、お客様に選んでもらおうと思うと、ブランドが必要だと思う。令和5年度の観光動態調査のアンケート抜粋では、甲賀市へ来る目的としては信楽や忍者の回答が多かった。信楽焼や忍者というワードはよく聞けるが、バス会社や旅行会社の方と話すと、日本のお客様に対してだと、なかなか忍者というコンテンツがわかりにくい、甲賀市は忍者で何ができるの、という話になる。そのときは、忍術村や忍術屋敷があって、と紹介させていただいている。しかし、隣の伊賀市でやっている、誰もが体験できる忍者の方がわかりやすになると、なかなか難しい。進捗確認のところで、甲賀ブランドの再構築の話があったが、どう再構築するか聞きたい。この甲賀ブランドの中には、忍者とか信楽焼とか、温泉があると思う。甲賀ブランドはできあがっていると思うが、どのような再構築をするのか。見直しの時期や内容を抜本的に見直し、甲賀がブランドとして、人が呼べるくらいのを構築しないとなかなか難しいのではないかなと思う。

委員長： 甲賀ブランドの再構築は、認定制度の話か。

事務局： 平成23年に、施設や歳時記や食べ物等、様々なものが混ざり合った形でブランドをスタートした。当時、認定機関であった団体も平成29年度に解散しており、現在は新規認定が行われていない状況である。ここ数年は、コロナ禍もあり、動きはなかったが、このタイミングで、しっかりとブランドの在り方や目的を明確にして、再構築させていただきたいと考えている。

神山委員： わかりやすい日本語の冊子について、どの観点でわかりやすいものなのか、日本人が見てわかりやすいのか、外国人が見てわかりやすいのかが気になる。通訳の話が出ていたが、私の身近にも外国籍の方がいる。文化のギャップや日常生活において、来日してから3年くらいは非常に辛い時期だったようだ。例えば日本在住の国際交流協会のメンバーの方が中心となってガイドをし、日当を支払うという仕組みをつくって事業化していく。いろいろな方と触れ合うきっかけや、活躍する場となるかもしれませんし、在日の方同士の情報力を活用すると、雇用の促進、甲賀市の稼ぐ力にも繋がっていくのではと感じた。

里内委員： やはり、宿泊という問題は大きいと思う。外国人で、市内に宿泊されている方はどこに泊まっているのだろうか単純に疑問である。日本人の観光客の方も、宿泊施設がなくて困っていることが多い。また、宿泊された場合、一日中周ってもらえる魅力というのが、まだまだ発信できていないと思う。夜の遊ぶ場所とかがない、という話があったが、逆に信楽で早朝に高確率で雲海が見られるということは結構魅力だと思う。土山のお茶畑でも見ることができるとし、この時間帯じゃないと見られない、泊まらないと見られない、ということ

をブランドにしていければ、とも思う。インバウンドについて、自分が外国人で日本の田舎に行きたいと思ったとき、自然が目的になり得る。自分の場合、自然を見に行こうと思って、SNS や大手の予約サイトで海外の泊まる場所を探すときに、民泊やホテル等、たくさん出てくるので、そこからこの観光地はどういう自然があるのかとか調べていく。その辺りで甲賀市の魅力を発信していけるのでは、と思った。また、コロナ禍を経て、若い人をはじめ、ゴルフのお客様がすごく増えたと周りの方からよく聞く。ゴルフ場の敷居が低くなり、昼食や温泉、ブレザーが必須ではなくなり、そのままのゴルフウェアで行けると。そういう影響もあって増えている気がする。ゴルフ場はゴルフをする人だけが入るが、宿泊施設が増えたら、家族も一緒に行って、ゴルフの人は早朝からゴルフをして、早朝に雲海とかの魅力があったら、お母さんと子どもはそこに行って、お昼を食べて過ごして、ゴルフが終わったら合流して、という方向もあるかなと思った。

委員長：ゴルフ場でいくつかピックアップして皆さんを連れて行って、陶芸教室に行って帰るとか、発地型でやれていったらいいのかなと今聞きながら思った。

次第5. その他

次第6. 閉会

以上 16時10分終了