

## 第1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2月5日（木） 午後1時30分～午後3時30分

### 2 場所

愛知県産業労働センター（ウイंकあいち） セミナールーム1

### 3 出席者

（委員）

大澤健座長、鈴木恵子委員、西村哲治委員、山村亜希委員（小高直弘委員欠席）

（事務局）

今井立地観光監、大参観光コンベンション課長、稲波観光コンベンション課主幹、丹羽観光コンベンション課主幹、他職員3名

### 4 傍聴者数

2名

### 5 議事

#### （1）立地観光監あいさつ

- 本日は「第1回 あいち観光戦略（仮称）検討会議 魅力創造・活用部会」ご参加いただき誠にありがとうございます。
- 第1回検討会議の際、知事から2015年の1年をかけて、具体的なプロジェクトを盛り込んだ新しい計画を策定する旨の発言があった。
- 本日の部会以降、いよいよ本格的に新しい計画の策定へスピードアップしていく。
- 計画の策定は、最初にたくさんの意見をいただくことが大切。前回より更に個別的・具体的な意見を多くいただき、それを新たな計画に盛り込んでいきたい。

#### （2）議題

目指す姿

【全体】

<大澤座長>

- 県民が観光に取り組もうという気になるようなテーマが必要で、愛知県はやはり「武将とモノづくり」では。
- 観光庁は、観光を、住んでよい、地域の人が喜ぶものとしている。
- 静岡では、去年改定した観光基本計画で「本来的に魅力ある地域づくりを進めることで、地域全体で自ら光を発すること」とあり、あくまで観光は地域づくりの一環で、地域の魅力を発掘することを主の目的として観光を捉えて

いる。

- 愛知県もそういったタイプの観光をやるにふさわしい場所だとは思いますが、愛知県の人の動きの多さ、賑やかさを生かしていくことも大切。
- 愛知県はちょっとしたイベントをやるとう数万人のお客さんが来る。こういった愛知県の賑わいをもう一度評価するのも良い。

#### <西村委員>

- 愛知県の良いところを伸ばすだけでなく、弱いところを底上げする思想が入っていても良い。弱いところをカバーしながら、強み、特に魅力のあるところをPRしていく。あるいは、作り出していく。
- 観光地の魅力の評価指標である、資源、メニュー、宿泊施設、快適性の4つについて、愛知県がそれぞれどういった評価を得ているのか見てみるのも良い。
- 愛知県はやはり、「モノづくり」を、体系的に外に向けて発信していく必要がある。観光だけではなくて、中長期的には産業と繋げて進めていくのが重要だが、「目指す姿」としては、モノづくりの街というのが一番良い。
- 愛知県と一口にいってもずいぶんエリアによって特色がある。エリアで分けて特色を探すというのも、良い。また、祭りや武将といったテーマでまとめても良い。それらを、一度整理して、資源の分類に基づいて戦略づくりを進めていくというのも一つ。
- 「目指す姿」に入れる言葉として、観光・交流という単語は良い。

#### <山村委員>

- 「モノづくり」に加えて「戦国武将のふるさと」といったキーワードを入れるなど、分かりやすいイメージ作りが大切。

#### <鈴木委員>

- 観光と産業、それに歴史を加えて表現できれば良い。
- 徳島は観光DVDで「VS東京」というのを作っている。こういったインパクトのあるものを目指す姿の中に表すことができると良い。「日本を作りました」くらいの言葉があっても良い。
- 「集まる」だとか「賑やかさ」を感じさせる言葉も良い。

## 基本方針及び戦略・プロジェクト

### 【全般】

#### <西村委員>

- 叩き台にある基本方針は全て大切だが、それを実現するために、どういう戦略でいくかが重要。
- 基本方針と戦略のつながりが分かりにくい。どの方針とどの戦略が関連するのか整理した方が良い。

## 【既存資源の観光資源化】

### <大澤座長>

- 愛知県は色々な観光資源を掘り起こせばたくさんあるものの、観光資源として認識されていないという印象。
- その資源を持っている人たちは、観光資源を持っていると考えていない。愛知県には、歴史関係の資源が多くあるのに、観光というより、文化財とか教育といった形でしか捉えられていないように感じる。
- 愛知県は、経済的にも恵まれていて、ちょっと目線をかえれば、観光にかみ合うものが沢山あると認識してもらうことも一つのテーマに掲げもらいたい。

### <山村委員>

- 城など、文化財のレベルを超えて、分かりやすい形で統括して、情報発信をしていけば、他県にない愛知県の売りになる。
- 文化財は、一部の人だけ良く知っているというものになってきているので、多くの人に伝えていく手法を考える必要がある。
- 愛知県は、立地、産業ともに恵まれているので、文化財を世界遺産に登録するなど観光資源として積極的に売ることをしてこなかった。
- しかし、全国的には、文化財と観光資源の垣根が低くなってきている。個人で文化財を訪れても、その場に情報ツールが備わっており、サポートを受けながら自主的に見て回り、満足度や達成感を得ることができる様々なプログラムが用意されている。
- 愛知県でも、文化財と観光の垣根をさげて、互いに連携しながら、多彩なプログラムを組むことは可能。

### <鈴木委員>

- 工場見学の手法を工夫するなど、産業観光という視点で掘り起すと、愛知県には多くの観光資源がある。

## 【「知」の活用】

### <山村委員>

- 愛知県には多くの大学があり、地域の文化を専門にしているところも多くある。その中で、埋もれている「知」がたくさんある。そういった「知」を、観光という部分にいかに出していくかを考えないといけない。
- 文化財に携わっていると、文化財の部分で知の還元が終わってしまって、それ以上の観光の部分に出て行かない。生涯学習講座といったものは、市町村でよく開催されているが、観光客には敷居が高いので、分かり易いパンフレットだとかDVDといったような形で、観光客に向けて提供されると良い。
- 大学の側も地域還元とか地域貢献の必要性を感じているので、うまく両者の

思惑が合致すると思う。

**<大澤座長>**

- 大学との連携強化は、どこかに入ると良い。
- これからの産業育成は、もうイノベーションを起こしていくしかないというのが、どの産業でも言われており、観光も同じだろうと思う。その中で、知識をどうやって有効活用していくかが重要なテーマになっている。

**【人材育成】**

**<大澤座長>**

- 大学に限らず高校や中学・小学校から愛知の観光について考えることも大事。
- 観光はあくまでビジネス。民間のプレーヤーを育てていくかを考えないと、観光振興にはならないと思う。観光は、行政がプレーヤーにはならないし、なれない。行政の仕事は民間のプレーヤーの育成。

**<西村委員>**

- 観光をリードする人材育成については方針に入れて欲しい。
- テーマごとに、それをリードする人材が必要。
- また、自分の街の良いところを教えていくのも大切。

**<鈴木委員>**

- 愛知県内の城や鉄道といったものが好きな人を動かして、ボランティアなどとして活躍してもらうこともできる。勉強会といった形ではなく、各分野で好きな人たちが集まるという形でも人材育成が出来る。

**【おもてなし】**

**<大澤座長>**

- 愛知県は、万博以降、おもてなしを大事にしており、前回の基本計画の中では、「おもてなし」が非常に重要なキーワードになっていた。
- これまでの観光は、一方的な奉仕をする「サービス」を提供してきたが、最近は共に楽しむ「ホスピタリティ」による「おもてなし」を目指している。
- 訪れる側も、受け入れる側も互いに得になるやり方（共創関係）を考えるホスピタリティが愛知の目指す「おもてなし」だろう。

**<西村委員>**

- 「おもてなし」は、人からのサービスだけでなく、看板による情報提供など非常に多岐に渡るので、大きく戦略に取り上げて良い。

**<鈴木委員>**

- 三河港周辺の車工場などを回るモニターツアーの参加者のアンケートに、見学先のベンツの従業員の方たちの対応がとても良かったという意見が多く、実際にそこで働いている人たちからの「おもてなし」が好評でした。気持ちよく受け入れてもらえるということが、また行きたいという動機に繋がって

いく。

- 愛知県は、ただ施設を整えるということではなく、そういった「おもてなし」を大切にしていく必要がある。
- 迎え入れる方も、来た方達が楽しんで帰ってくれば、嬉しい。受け入れる方たちも巻き込める。県民を巻き込むため、地域の方が自ら「おもてなし」を考えてもらうことも出来る。

#### 【リピーターの獲得】

##### ＜西村委員＞

- 新しい魅力が出来た、これまでと変わったというのとは別に、ドラマのようなストーリー仕立てを演出して、もう一度見たくなる仕掛けを作って、リピーター獲得するののも一つの手段。

##### ＜山村委員＞

- 100%のストーリーを提示されてそれを楽しむのではなく、最初は、6割くらいしか見せないで、それを入口に深めていくというのが、本当の意味での歴史の楽しみ方、リピーターの作り方だと思う。主体的な観光客を呼び込むことを目指していくと良い。

##### ＜鈴木委員＞

- 愛知県には資源が本当にたくさんあるので、行けなかった場所に行くためにもう一度愛知県へ行くというリピーターも、来てみたら良かったのもう一度来るといリピーターもある。

#### 【情報発信】

##### ＜大澤座長＞

- 最近では、現地の旅行会社がコーディネートする着地型の旅行に切り替わってきている。FITへの対応が非常に重要になってきている。
- 情報発信は、情報をただ発信すれば良いというものではなく、訪れようと思った人たちを現地で受けられる体制が同時に必要。
- 情報発信は、情報を出せば良いというものではなく、現地で、きちんとした受け手が居ないといけない。

##### ＜西村委員＞

- ツアーとFITを分けて考えた方が良い。FIT誘客は、まさに情報発信。
- 戦略的な情報発信の方法を戦略の中に加えていった方が良い。
- 今後は、国内は勿論、海外向けに情報発信は非常に重要。
- 戦略的な情報発信とは、観光地の情報を発信するだけでなく、予約を含めた情報発信、宿泊地の情報と予約方法などをセットにして発信することが大切。

#### 【モノづくりと産業観光】

#### <大澤座長>

- 産業観光も多くの需要があり、見たいものも多様化している。
- 産業観光にも様々な見せ方があり、案内役がついて工場見学をする、博物館作ってそれを見せるといった手法だけでなく、観光とビジネスを融合させた、新しいスタイルの観光を迫及することで、両方が得するような観光というものが増えていくと思う。
- 産業と観光が互いに得になるような形で連携して、多様なやり方が出てくると良い。それを、県民に向けて発信していくような「目指す姿」が必要だろう。
- 私はよく愛知県を表す時に「味噌からロケットまで」という。最近では、「味噌から飛行機まで」でもいいが、愛知県はありとあらゆるものを作ってきたという歴史がある。

#### <西村委員>

- 産業観光には、産業遺産観光と新産業観光、産業観光と商談といったビジネスに直接結びつけるものもある。産業遺産観光は、産業の歴史を見てもらうだけで充分観光の資源になる。新しい産業観光というのは、それぞれの会社の協力が必要。工場の建て直しなどの際に、見学可能な形で工場をつくってもらったり、出来上がったものを即売したり、そういったことをしていただけるとありがたい。商談に結びつける産業観光としては、メッセなごやの様な見本市、展示会で、生産現場の見学などを受け付けて、観光資源にしていけるといった工夫ができると良い。

#### <鈴木委員>

- ベンツの工場を組み立てる過程を見学するモニターツアーが大変好評だった。
- ベンツでは、最近、豊橋の新車整備センターにて購入者へ直接納車を行う取り組みを始めた。この動きに合わせて、日本全国から来る購入者に、地域を観光して帰ってもらうための取り組みも行っている。
- 県民・企業など関わる人たちが、互いにメリットがあると巻き込みやすい。

#### 【武将観光】

##### <大澤座長>

- 大阪も東京も愛知が作ったと言っても過言ではない。
- 大阪は、いまだに太閤さんが作った場所というイメージで、江戸はまさに、愛知の人たちが作った場所。
- 「日本は愛知が作ってきました」など上手に表現できると良い。

##### <山村委員>

- 「武将のふるさと」は、決して過大な評価ではない。それを県民すら十分に認識していない。

##### <鈴木委員>

- 「武将のふるさと」といっても、誰がどんな形で各地元に由来するのか、関係があるのか分からない部分もある。東三河方面では、それ程実感のある話ではないのが正直。
- 外に向けて発信しやすいと思うが、県民を巻き込んで進めていくとなると、どこまで、地域の人が「武将」に当事者意識を持ってもらえるか。

#### 【観光協会の機能強化】

##### ＜大澤座長＞

- 観光協会の機能強化を出来ると良い。これからの観光協会は、従来の地域プロモーション機能に加え、着地型観光に対応できる機能を持たなければならない。観光協会自身が持つのか、それとも観光協会が着地型観光に対応できる人材を育成するか、どちらかの方策を行う必要がある。

##### ＜鈴木委員＞

- 愛知県は、多くの市町村に観光協会があるので、全ての観光協会が着地型に対応できるようになれば、全国的にも例のない、観光のトップになれるだろう。県がその取組を支援していけると良い。

#### 【ガイドや民間事業者の育成】

##### ＜大澤座長＞

- 「民間との連携」には、交通、宿泊、旅行会社という、直接、観光に関わる人、民間企業、民間プレーヤーの育成事業を加えて欲しい。
- 多様なガイドを育成してほしい。歴史ガイドだけでなく、産業観光ガイドや、地域の色々なことを紹介するガイド、健康インストラクターの様なガイドなど。そういう人たちが居て、色々な資源が観光資源になってくる。
- 自分たちで誘客して、自分たちでビジネス化できる人材の育成も、人材育成の鍵。

##### ＜山村委員＞

- 今は、ボランティアガイドに頼りすぎている。有料でも質の担保していく必要がある。語学が出来る学生に加えて、専門的な知識を持っている学生や教授がガイドを行い、優良なボランティアとしてビジネスに組み込んでいく仕組みが要るのではないか。

#### 【県の立場】

##### ＜大澤座長＞

- 戦略3「地域主体の国内誘客」は、各市町村が観光に取り組み、それを県が支援していくという形になると思う。その支援とは、観光の柱になる、民間企業や観光協会を育成していくということになるのでは。
- 県は立場が難しい。資源発掘などを踏み込んで行うのは市町村なので、どこ

まで戦略的なことができるのか。ただ、着地型観光のプレイヤーの育成支援の方向性を示すくらいはした方が良い。

#### 【その他】

##### <大澤座長>

- 統計の整備がどこかに入ると良い。市町村の統計の取り方、県全体の統計の取り方を見直して、整備して行ってほしい。
- 愛知県内の着地型観光の先行事例として、犬山がある。今までのビジネスモデルと全く違うので、大変だが、この様な取り組みを支援して行ってほしい。
- 施策の分かりやすさも必要。明確な目標、分かりやすい指標があると良い。
- 思い切って目指す姿のところに、数値目標をいれて、ここから、全体を考えていくという方法もある。

##### <西村委員>

- 例にある、「商品化と流通の担い手育成」は重要だが、商品化は旅行会社が行うことなので、地域の旅行会社と連携してプロジェクトを進めるといったニュアンスが入ると良い。
- 広域連携は、近隣県だけでなく、飛び地同士の連携もある。近隣県も勿論大事だが、それに限定しなくても良い。

##### <山村委員>

- 「愛知県ならでは」ということでいくと、まず、東海道新幹線の非常に重要な駅がある。ゲートウェイとしては、間違いなく価値がある場所。重要なゲートウェイである名古屋で、いかに愛知県の魅力を瞬間的に把握させるかという観点が必要。
- 街道観光は、武将と観光を結びつけると良い。街道だけだと、差別化が難しいが、武将とか城といった観光地を街道筋で繋げることで、愛知県らしくオリジナル感を出せて面白い。
- 海外ではトヨタは、知名度が高い。愛知の観光として「産業」を前面に出すのは、国際的にもアピールの仕方として間違っていない。

## 6 その他

#### 【あいさつ】

##### <観光コンベンション課長>

- 愛知県にとって観光のポテンシャルを再認識し、県としての重い立場を自覚させられた。

#### 【今後の進め方】

##### <観光コンベンション課長>

- 今までいただいた御意見と、来週の部会意見、県庁内の関連事業などをまと



めて、叩き台を、第2回の検討会議に向けて作成する。

- 進行方法で、御意見あれば伺いたい。

**<大澤座長>**

- 色々な方の意見を聞きたい。傍聴された方、県庁の意見など。
- 今回は、委員の皆さんの御協力のおかげで、比較的意見が出ていたので、今後もこの形で行って行きながら修正していく。

**【事務連絡】**

**<観光コンベンション課長>**

- 第2回検討会議、3月23日（月）午後1時半から開催する。