

ひょうごツーリズム戦略推進会議（第1回）記録

日時：令和元年8月1日（木）10時～12時

場所：兵庫県民会館 1202号室

議題：「戦略の現状と課題整理」

1 開会

事務局よりひょうごツーリズム戦略推進会議開催要綱を説明。

2 座長選出

開催要綱第4条第1項に基づく委員互選により、高士委員（神戸新聞社代表取締役会長・ひょうご観光本部顧問）を座長に選出。

3 議事

（1）資料説明

資料2～3、参考資料1～3について事務局より説明

（2）委員主な意見（要旨）

【A 委員】

- 但馬で開学する専門職大学に関わる平田オリザ氏が、「観光は地域の文化の総力戦だ。同時に大切なのは市民参加型の同心円状の集客だ。」と言われている。外ばかり向いてはいけないという意識も持ちながら議論したい。
- 各市町の取組も踏まえた戦略にしたい。

【B 委員】

- 資料2の8ページに、東京オリンピックの県内ホストタウンと書かれているが、これは内閣府が進めているホストタウンのことで、事前キャンプと混同しないようホストタウンと事前キャンプは別々に分けて書いてほしい。
- スポーツ庁が昨年3月にまとめた資料（「スポーツツーリズム需要拡大戦略」）によると、日本に来てやってみたいスポーツとして圧倒的に人気が高いのが武道であった。県内には県立武道館のような施設があるので、武道ツーリズムを検討に加えてほしい。

【C 委員】

- 武道の話があったが、フランス柔道の父と呼ばれる川石酒造之助は、灘菊酒造の蔵元でもあるので、酒文化も組み込んでいければよい。
- これまでのツーリズム戦略に、観光業界の人材不足対策があったが、人材対策についても盛り込んでもらいたい。

【D 委員】

- ツーリズムか観光かという戦略の名称に関しては、様々な要素を含むツーリズムよりも、観光に絞った方が戦略はわかりやすいのではないかと。

○日本人の増加は見込めないので、ターゲットを絞ってお金持ちに来てもらおうという内容に見えるが、兵庫県は城崎、有馬、神戸などを日本人に十分プロモーションできているのか。日本人旅行者の拡大も必要ではないか。

【B 委員】（戦略の名称については）

○国の施策とのリンクを考えると、「見る」「食べる」中心の「観光」よりも、「体験」を含む広義の「ツーリズム」ではないか。

【E 委員】

○現在の「観光」という言葉の使われ方は、狭い意味での観光ではなく、観光の意味が広がっていると思う。「観光戦略」という呼称が良いかと思う。

【F 委員】

○豊岡が合併した際に、6つの市町の観光協会が集まり、豊岡ツーリズム協議会になったが、「観光」には「来て、観て、食べて」の物見遊山のイメージがあるため、農業体験を含めた様々な体験の意味がある「ツーリズム」とした。戦略名も「ツーリズム戦略」が良いのではないか。

○豊岡では、子供の体験に力を入れており、単なる修学旅行ではなく、塩づくりや干物づくり体験が健康や食育にもつながる観光としている。和歌山で実施していた体験学習を豊岡や日本海側で実施するという動きがある。

○臨海学校で訪れた竹野浜に、その後、仲間、恋人、家族、孫など三世代に亘ってやってくるという時代になっている。

【G 委員】

○観光かツーリズムかについては、グローバルに考えなければいけない。世界基準ではツーリズム、日本では観光になる。ツーリズムと観光は両方使い分けて、ドメスティックに観光で通用する部分は観光、世界に対してはツーリズムとすべきではないか。観光庁も日本政府観光局も英文字表記で「観光」は「TOURISM」と訳される。観光の概念はステレオタイプの物見遊山というイメージがあるのは日本の問題。むしろ観光がもっと夢のある大きな広がりにしていくために、何ができるか。

○量か質かの問題だが、もし定住人口、消費額が減少するのであれば、インバウンドの観光客から直近の全国平均消費単価 157,000 円を越える素材が兵庫県にあるかという分析をして、兵庫県として中期目標の中で 20 万円、あるいは 2030 年の 25 万円を視野に、最低でも全国平均ベースにしていくことが必要。

○10 数年の期間で、兵庫県は全国平均を上回るという高付加価値を作っていけるかということの中期的に考えなければいけないため、3 年ではなく 5 年、あるいは 2030 年という国の目標に対して、短期と中期の計画をしっかりと策定する必要がある。

○2030 年の国の目標に対して、数字の議論をマクロで考えながら、ミクロとしてエリアの課題、テーマの課題を考えていく戦略作りの場であるため、戦術にあまり関わってしまうと小さな数字で終わってしまう。訪日観光領域の取り組みを見ればこの 5 年間、国の誘客の成果に対して、現場の地域が稼げなかった結果があるため、この現実に対して危機意識を持つことが大事。

【H 委員】

- 期間に関しては、2025 年まで見る必要がある。取り組みは、インバウンドの状況は毎年変わるので、見直しは毎年する必要がある。
- 訪日外国人の消費額を高めることについては、消費額のどの項目を高めるかを考えなければいけない。データにオーストラリア人は消費額が最も高いとあるが、これは滞在期間が長いためである。宿泊にかかる金額は単価にするとそれほど高くない。その点を見間違えると危険な議論になる。
- 関東に住んでいるが、例えば、私は但馬エリアのことは全く知らなかった。地方都市の方達になぜ、外国人観光客を誘致したいのかと問うと、ほぼ皆さん、日本人は、これから少子高齢化が進み、すでに日本人観光客が減っているため、外国人観光客を誘客したいと答えるが、きちんと日本人に情報発信できているのだろうか。
- インバウンドのターゲット国は兵庫県として設定するのではなく、ゴールデンルートはこうだが、それ以外の地域はこうというような設定もするべきではないか。

【A 委員】

- 兵庫県の強さは五国の広域性なので、足元の交流人口、日本人の交流人口をより重視しておかなければいけない。

【I 委員】

- 交流人口の拡大は「量の目標」といえるが、消費額減少のカバーは「質の目標」といえるかという意味では、量に極めて近い質の目標設定と感じる。
- 本当の意味での質を上げるためには、観光産業の従事者や観光資源に対する評価に焦点を当てたような質の目標があってもいいのではないか。また、観光産業の従事者のモチベーションを測っていくことも質の向上には必要ではないか。
- また、満足度評価では満足したかを聞くことは当然だが、不満足についても聞き、不満足度が何%で、それをどうやって低下させていくかが重要。

【J 委員】

- 有馬温泉は5年ぐらい前に15年先を視野に入れてマスタープランを作っている。そこでは、定住人口の暮らしの質を上げるということを掲げている。観光客が増えることで、仕事が増え、定住人口の流出を防ぎ、暮らしの質が上がるという考え方にすればいいのではないか。

【K 委員】

- 丹波では、あまり宿泊施設がなく、大きな観光地もないため、できる限り1年に何回も訪れてもらう、リピーターづくり、ファンづくりが重要になってくる。二回、三回と来ていただけるファンづくりに取り組むことが質の評価につながるのではないか。
- ひょうご観光本部の役割は、兵庫五国をいかにしてつないでいくか。

【F 委員】

- 定住人口減少と観光の活性化は別問題。むしろ、交流人口が増える効果として、人口が減ったとしても地域が活性化につながるという考え方にすべき。人口減を補うための観光という考え方は少し違うのではないかと思う。

【I 委員】

- リピーターについて考えた場合、観光客が首都圏から年に何回も来ることは現実的に考えられない。どうすれば、リピーターの数を増やせるかと考えた場合、県民にどれだけ遊んでもらうかが数の底支えになる。県民もターゲットに考え、その滞在時間や宿泊を含めて、どのように伸ばしていくかを考えることが必要ではないか。

【B 委員】

- 東京オリンピック期間中の来場者 1,000 万人に向けて、他の自治体では様々な PR への動きがある。例えば、新潟県燕市は、ナイフとフォークを PR する。1964 年の東京オリンピックでは、大関がワンカップ大関を発売している。短期の目標として、来年のオリンピック期間中に、兵庫の地場産業を PR するヘッドクウォーター（本部）的なものを設置してほしい。

【L 委員】

- ラグビーワールドカップへの対応と検証が今後の戦略の参考になる。
- 京丹後鉄道や観光型 MaaS (Mobility as a Service) を手掛けるウィーラーのようなプラットフォームになりたい事業者が現れたときにどう連携するかが大切。
- 静岡県清水港に停泊する客船が増えているが、富士山とアウトレットを目的に来ている。地元には富士山は当たり前のものと思われていたが、改めて世界的な富士山と認識した。世界に通用する兵庫を代表するコンテンツをつくるのが大切。
- JR 西日本が様々な観光型 MaaS や町づくりに関わってくれと確信している。

【D 委員】

- 瀬戸内エリアで、観光型 MaaS の実証実験を実施しようとしている。
- 今年のラグビーワールドカップの検証は必要だと思う。満足度調査は「満足ですか」と聞くだけでなく、JCSI（「日本生産性本部」）を参考にするとよいが、「人に勧めますか」「もう一回来ますか」などを聞き取る。今回のラグビーワールドカップ来場者に対して、何が良かったのか、何が悪かったのか、人に勧めたいのかを調査すれば、消費額の増減だけでなく、次につなげることができる。

【M 委員】

- 県内の人が五国の良さを知っているかといふとなかなか知らないと思う。リピーター率を上げるために、もっと県内交流を促進するという目的があってもいいのではないか。
- スキー場運営業者で夏をどう生かすかという観点で様々なビジネスを考えている事業者がある。兵庫県は北にも南にも広く、恵まれているので、そうした事業者の動きも踏まえた目標設定もいいのではないか。

【N 委員】

- 神戸市は県内観光客の訪問者の約 7 割を占めているため、兵庫県とは課題が重なっている部分がある。質の向上はまさに考えているところだが、質の評価は難しい。
- 私たちが思っている以上に、私たちは知られていないという現実を見据えて、地元愛を発信していくことを中心に考えている。

- リピーターを増やすことも考えている。リピーターの割合が高くなれば全体として満足度は上がるが、新しく知ってもらおうと初めての方の割合が高くなるため満足度は下がる。どこが最適かというところを見ていかなければならない。
- ラグビーワールドカップは神戸市での試合のことばかり考えていたが、9月～11月まで全国で試合をしているので、試合のない日の訪日客も捉えていこうとしている。
- ゴールドenspportsイヤーズに対して具体的に考えながら、医療産業（ヘルスツーリズム）なども入ってくると思う。

【C 委員】

- 姫路港に大型客船が入ったが、船からバスで一斉に移動して、あまり姫路市内に恩恵はなかった印象。
- 木場のヨットハーバーに、直島から船でやってくる富裕層の外国人が姫路城のほか、どこか見てまわりたいので、地元の人にいい場所を教えてほしいというリクエストがあったが、そこで活躍するのが地元のタクシーと地元の観光ガイド。重要なのは地元のコーディネート力。
- KPI を立てる際の満足度として、観光客が来てくれるようになって地元住民がよかったと思えるかも一つの指標かと思う。
- 市民を観光に関わらせるのは難しいが、各県民局の戦略会議に関わってくることかと思うので、地元の声を吸い上げてほしい。

【A 委員】

- 戦略名称については、ひょうご観光本部に改称したが、これまで先駆的にツーリズムを意識して取り組んできたことを踏まえ、「ひょうごツーリズム戦略」のままとすることが相応しい。
- 対象期間については、2025 大阪・関西万博を見据え、2025 年度までの6か年の方針を定め、3年目に見直すことが望ましい。
- 戦略目標について、「定住人口減に伴う消費額減少のカバー」では、直接的で夢のない表現であるため再検討すべき。また、これに代わる観光の「質」の目標を設定すべき。
- インバウンドは重要であるが、日本人旅行者の拡大に関しても、兵庫五国の広域性を踏まえた県内交流拡大などについて、インバウンドとともに重視する必要がある。
- 地域の事業者や県民とともに戦略を推進するという視点についても考慮すべき。