

第1回三重県の観光振興のあり方検討懇話会 概要

日 時：平成22年7月16日（金）13:30～16:00

場 所：アスト津4F研修室A

（議事内容）

これからの観光振興のあり方についての意見交換

（主な意見）

これから10～20年先を考えたとき、社会資本整備を含めたハードの充実が必要。過去の施設レベルでは、もはや対応しきれない。

公の社会資本整備と民間の投資に対する優遇措置など、施設レベルを向上させる必要がある。

将来を見据え、文化の消費ばかりではなく、今こそ自分たちの感性を磨いたり、自分たちの行動が文化とどう関連しているのか、本当に三重県の魅力につながっているのかなど、「次を考える」ことが大事である。

観光客の動きや流れは、「観光動線」に左右される。地域間競争が激しくなっている。

誘客の仕組みに加え、お金を落とす仕組みも合わせて検討した方が良い。

パワースポットという言葉だけが先行し、本当の意味が理解されていないのではないか。その真意を理解いただき、心の満足を満たして帰っていただきたい。しかし、表面的に来てすぐに帰ってしまう人が多い。

迎える側が、地元の文化を分かっている必要がある。分かると、人に言いたいし伝えたくなる。

おもてなしをするという姿勢は崩してはいけない。良い観光地を作るため、地域の人が心を合わせていくことは大事である。

経済活動は、基本的には民間に任せた方が良い。官は長期的な価値を作らないといけない。観光地としての持続的な価値を作っていくべきである。

県には、太い方針を持って長期的な展望を示してほしい。あえて役割を言えば、意欲のある民間人が出てくる仕組みを作してほしい。

観光局を設置し、観光販売システムズの機能を活用し、東京に観光担当を駐在させるなど、ここ数年の取組を通じて、「三重県はどこ？」という印象が変わってきたことは事実だと思う。

「^{うま}美し国」というキャッチフレーズは、三重県の核となるものであり、永遠に言い続けてもらいたい。ただ、その年その時季の売りとなるキャッチがあると良い。違いがないとメディアは取り上げにくい。

課題は大きく2点。1点目は、観光客満足度の向上。観光地間競争の中で勝ち残るためには、満足を高める必要がある。

2点目は人材育成。伊勢志摩を中心に、点のレベルでの人材はたくさん存在する。それらの人を、線で結び、面としていけるか。農林水産業に携わる人も、観光人材になり得る。

湯の山の売りは自然である。三重県への旅行目的のトップが「自然・風景」であることにホッとした。一方で、歩道がなく危ない、道路の側溝に蓋がない、廃屋ホテルの放置など、ハード面での課題も多く、観光客からも指摘を受けている。三重県には自然、歴史、食、すべて揃っている。各地が連携していければと思う。

良い景観のため、頑張っって投資することに価値があると思える人を育成することが大事である。

日本の中心である東京に、なぜ三重県の店（アンテナショップ）がないのか。伊勢神宮は三重県にあると理解されていない。大都市圏で、一つのポジションを設けるべきだと思う。

伊勢志摩や熊野古道だけではなく、県は全体の観光を考えないといけない。

観光パンフレットで、きれいなキャラクターは使わなくても良い。真っ黒に日焼けしたおばあちゃんを用いるなど、地元の人をどんどん観光戦略に巻き込んではどうか。

官と民と一緒に考えるのは大事なこと。民が主導しながらも、官の一声が必要なこともある。最後の一押しは、官の役割だと思う。

「点」として存在する県内の観光地をつないでほしい。県には全体のコーディネートをしてもらえると良い。

テレビ取材など、今、熊野に関心が集まっている。きっかけは熊野古道であるが、実際に地域に入っただくと、山間の山里、海岸の集落など、地元に住む人も認識していなかったものに関心を持っていただける。外から見た視点と内から見た視点が全く異なる。熊野古道だけでなく、熊野という地域そのものを活かしていきたい。

県との役割分担として、観光連盟では、主に情報発信を担当している。関西圏、中京圏は元々、素地があるため、少し力を入れれば伸びる余地はある。しかし、首都圏は知っていただくところからスタートさせる必要がある。徹底しないと駄目。

「そもそも何のために観光振興するのか。」を明らかにすべきである。

「観光で住民を巻き込め」と言っても、そこに参画する意義を見出さない限り、誰も参画しない。

旅行者にとって、県の枠組みは関係ない。「三重県に来てください。」と言っても、来るだけの明確な目的と理由がない限り、誰も来ない。三重県に来なければ食べることができない、体験することができない等の理由が必要。

景気を良くするためには、地域内で落ちたお金を出さないようにして、加速度的に色々な事業者の間を回さない限り、良くならないし、税収も上がらない。

便利になればなるほど、何もしなければ日帰りに拍車がかかり、通過型が当たり前になる。

WINで「勝ち」残るのではなく、事業者や県民の幸せも含めて、Valueで「価値」残ることが大事である。価値が残らないと意味がない。

「観光立国推進基本法」において、住民の役割が明記されている。住民が、地域で主体的に観光振興を担い、最終的にそれぞれの幸せにつなげることが期待されている。

県民に、観光産業や観光事業のことを理解してもらわないと、地域の総意として、観光振興に取り組むことはできない。

観光を目的化するのではなく、観光という手法を用いて、どうやって幸せを感じることができるかが大事である。幸せを感じるという「感幸」。関わる人々が、観光によってメリットを受け、自分たちがこの地域に住んでいることに感謝したり、住んでいる意味を感じられることが、次の観光にもつながる。

観光の目的は明らかである。三重県の歴史・自然・暮らし・文化を通じて、それを楽しみに来てくれた観光客に喜んでいただくこと、それしかない。

究極の目的は「観光客に対する満足の提供」である。これを実現すると我々も嬉しい。

以 上