

第5回栗東市観光振興会議 会議概要

- 日時： 令和元年11月14日（木） 午後3時00分～午後5時10分
- 場所： 栗東市役所3階談話室
- 出席： <委員>
田中由美委員、岡山光雄委員、林優里委員、船橋寛明委員、鶴田泰伸委員、
築地達郎委員、福島森委員、本荘浩三委員代理、谷本真理委員代理
<事務局>
商工観光労政課駒井課長、商工観光労政課濱田係長、
商工観光労政課事務局担当 中野、佐藤
<オブザーバー>
しがぎん経済文化センター 稲木氏、長山氏、宮島氏

1. 開会

（商工観光労政課長）

2. 市民憲章唱和

3. あいさつ

事務局より、本日の傍聴者は0名と報告された。

4. 案件

会 長： 今回初めての方もいらっしゃるが、観光振興ビジョン（案）について、前回、かなり踏み込んだ議論をした。

特に24ページ「関連組織等との連携推進と支援」の「市内の観光関連団体等」というところで、前回は観光物産協会の固有名詞を載せた素案を提示した。それについて、時期尚早ではないか、合意が形成されているのかといった議論があり、固有名詞を記載すべきかどうかということを中心に、そもそもこのビジョンの中で栗東市と市民の皆様方はどういうことを目指していかなければいけないのかということの骨太な議論をしていただいた。

結論として、固有名詞は載せないということで合意形成されたため、その点を修正した資料を今回提示している。

その他、経済波及効果などについて、もう少し練った数字が出ないかという要望をさせてもらった。

この後のスケジュールは、パブリックコメントと議会提案という段階になる。今回が最後の議論になるので、これまでの議論を踏まえて、ビジョン案の確定

をある程度図りたい。細かい言葉遣いも含めてしっかり見て、気づくところを出していただいて、それを踏まえて細かい文言調整については事務局に任せていただければ。

流れについて、今の説明で何か疑問なり補足はないか。

委員： スケジュールについて。別件の会議で、第六次総合計画が3カ月遅れると聞いた。パブリックコメントも後ろにずらしていくという話があったが、六次の下位計画として本件を進めていくにあたり、スケジュールが変わってきているのではないか。

事務局： あくまでも今の予定だが、総合計画は12月の定例会で一旦素案をお示しして1月ごろにパブリックコメントを実施し、議決案件に当たるので、3月定例会で諮って決定をいただく流れである。

観光振興ビジョンは議決案件ではないので、12月の定例会で案をお示しして、総合計画と同様に1月ごろにパブリックコメント、修正を経て、次回2月から3月の振興会議にてご議論いただきたい。最終的には、総合計画と併せて3月末には決定させていただきたいという流れではある。

今ご指摘があったように下位の計画ではあるが、総合計画と並行して観光振興ビジョンの策定を進めているという状況である。

委員： 六次がもし何かで変わったら、影響する可能性はあるという前提で進めていかなければいけないということか。

事務局： そうである。そのために、2月ないしは3月にこの会議を開催させていただきたいと思っているが、その際に総合計画、パブリックコメントを踏まえた中でのご議論を頂戴したいと考えている。

会長： 重要なお指摘をありがとうございました。

手続的に齟齬がないことも大事だが、関連部局間のコミュニケーションをしっかりしていただくということを前提に我々は議論していかなければいけないと思うので、その点をよろしく願いしたい。

その他、流れについてよろしいか。

今回は初めての方もおられるので、ある程度、ビジョンの基本的なコンセプトのことに立ち返りつつ、今回、事務局で修正をしていただいた内容について事務局からご説明をお願いしたい。

(1) 栗東市観光振興ビジョン(案)について(資料)

事務局より説明。

会 長： 私から、補足をさせていただく。

まず、18ページ、ビジョンの基本的な考え方について、ざっくりぼらんに言うと、外から人を連れてくるというより、栗東市が持っている魅力を市民の方がまずしっかり楽しんでいただいて、それを見て外から人が引き寄せられてくるという流れを考えていくべきではないのかというのが、大きな考え方である。これがこの会議の重要なコンセンサスだと思う。

そうすると、どこにトイレをつくるとか、馬マークをつくるという細かな事業については、ひとり歩きをするのではなく、これから何を魅力として編み上げていけばいいのか、磨き上げていけばいいのかということを見つけながら進んでいくということが大切だろう。最初から何をするというふうに決めるのではなく、何をしなければいけないのかということをしっかり発見しながら、それに対する対応・対策を考えながら実施しながら進んでいくのが適切であろうという考え方をとっている。

それが19ページの「調査やデータに基づいたマーケティング」「戦略的なマーケティングの立案と実施」で示している、ひとりよがりではなく需要側と対話を重ねながら供給体制をつくっていくべきであるという考え方であり、大きな特徴だと思う。実際のところ、マーケティングは持続的な実施体制ができないと絵に描いた餅になってしまう。

ということで、今回は、どこに実施体制のコアになってもらうのがいいかという議論をし、結論としては、栗東市の実態に合ったコントロールタワーをつくってもらう必要があるということ強くにじませている。

そのことがどこで担保されているのかというと、概念的には25ページの図式である。事務局があり、栗東市と観光振興会議の役回りを明確に記載し、運営組織にある程度の力を持ってやっていただく必要があるということを述べている。

この構図に加えて、20ページからのロードマップの中で、24ページの「基本事業(1)ビジョン推進体制の構築」を令和2年度の重要案件として位置づけている。並行して、21・22ページにおいて、マーケティング計画策定のための調査、計画策定、広報周知活動などをやっていくというふうにロードマップで実質を担保しているというのが、このビジョン案の大きな特徴かと思う。

私からの補足は以上だ。最終段階なので、どの点からでも結構なので、ご議論いただきたい。

委員： 滞在型観光は、宿泊という意味合いの言葉の使い方になるのか。

事務局： 日帰りから宿泊に移行していきたいが、一足飛びには難しい。宿泊していただく施設も、宿泊していただく方もかなり少ないのが実情。将来的には宿泊に向けて取り組んでいくが、当面は滞在時間を伸ばしていきたい。現状の1カ所滞在から、複数カ所滞在してもらえるストーリー性を持たせた計画をつくり、それによって滞在時間を増やしていくことが、目指すところと考えている。

委員： 滞在時間を伸ばすという表現を上手に書くべきではないかと思う。平成29年の滋賀県の観光入込客数5,248万人のうち宿泊が約22%、うち7割が県外に泊まっているという状況で、今の栗東市の宿泊は1.5%ぐらい。となると、この「滞在型」は「宿泊」ととられがち。しかし、栗東で過ごす時間を伸ばすことが目的であれば、もっといい表現はないだろうか。

会長： ビジョン（案）の前半部分で宿泊者のデータが出てくるので、それに引きずられるわけだが、栗東市での滞在時間を着実に伸ばしていくという文脈で言葉を修正したほうが良いということ。私も同感だが、皆さん方もそういう方向でよろしいか。

委員： 県ではそういうときに、「滞在時間を伸ばす」ということを「宿泊」と「域内での周遊を促進する」という言い方をする。日帰りでも1カ所より2カ所、3カ所と寄っていただき、それぞれでお金を落としてもらい、地域に落ちるお金を増やしていくという考え方をしている。「域内周遊の推進」というので今のご質問に対応できるのではないか。

会長： いまのご説明は非常におもしろい。「滞在時間」は最近、人口に膾炙した言い方だが、県で「周遊」を使っておられるのであれば、そちらに合わせていくほうがよいかもしれない。

委員： 県は両方使っている。「域内周遊の促進」と「宿泊滞在型の促進」の両方を使う。

会長： そこは、今出た「宿泊」「滞在」「周遊」というこの3つの言葉を意識しながら、最終的な文言の調整をしていくということにしよう。

事務局： 今の「周遊」にかわる言葉として、「回遊性を高める取り組み」ということ

では位置づけはしているが、それとあわせて先ほどご指摘のあった「滞在型観光」という表現をさせていただいているので、そのあたりは少し工夫をしたい。

けいぶん： 「滞在型観光」の「滞在型」を文言から外してしまうほうがいいのか。県では「宿泊滞在」というのと「周遊」というのを完全に定義として分けて使っていってらっしゃる感じなので。

委員： 厳密には分かれていない。宿泊滞在というが、その滞在には周遊の促進という意味も含まれている。少し私たちも、そこはしっかりと文言の整理ができていないかと今、議論しながらの反省でもあった。

会長： 16ページの(1)は見出しとして「滞在型観光」と出てくるが、ここを回遊型とか周遊型とか。

けいぶん： 特に本文では「回遊」と書いているが、回遊を周遊に置きかえていいのではないか。であれば、今、滞在型観光となっているのを「周遊型観光」ということにすると、宿泊のニュアンスも含みつつ、複数カ所をめぐるというニュアンスが大きく出るので、誤解を与えにくいのかもかもしれない。

会長： では、「周遊型」というのを中心にさせていただいて、宿泊や滞在という言葉を使う必要がある場合はそうするというで。原則としては「周遊型」で調整するというにしよう。文脈上はある程度の幅はあってよいと思うが、見出し部分では滞在型観光より周遊型観光のほうが、栗東市の実態に合っていると思う。

けいぶん： 文章になっている部分は、前後もあわせて調整する。

事務局： 県は、回遊という言葉は使っていないのか。

委員： 使わない。周遊である。

委員： 括弧書きで「宿泊を含まない」としっかり補足を入れたほうがいいのか。

会長： 今のご質問は、宿泊を増やしていくということが前面に出ないように、そこをはっきりと否定しておいたほうがよいのではないかということだが、どうだ

ろうか。ホテル等の新規立地とか部屋数の増強、そういう動きが出てこないとは限らないから、宿泊増は歓迎すべきところかなと思うが。

事務局： 先ほど申し上げたように、5年間で宿泊客増は難しい。しかし、宿泊施設の立地が予定されているなど、期待しているところもあるので、滞在時間を中心に考えてはいるが、宿泊も増やしていきたいという思い。なので、両方の意味でとれる表現で記載したい。

会長： 大きな、国レベルでの観光ビジョンのつくり方に問題があるのかもしれないが、外から人を連れてくるというよりは、これからはむしろ、数週間とか1カ月ぐらいの休みを皆がとるとい時代になる。そういうバカンスを過ごすとなると、近場でそんなに高くなくてゆっくり過ごせる、その宿泊環境というものもむしろ求められる気がする。滋賀県の特徴からいって、そういったニーズに応えるというのが、一つの可能性としてあるのではないか。そういう意味で、今、国が進めている富裕層向けの1泊200万とかの部屋を増やせという話ではない方向で、滋賀県に可能性がある気がするので、そういうものも期待するよというメッセージは残しておいたほうがいいのでは。

では、滞るか宿泊かという話についてはこのぐらいにして、別の観点から気づくことはないか。

委員： 25ページの目標の立て方に少し疑問がある。

観光消費額は、上の入込客数に宿泊と日帰りの単価を掛けて合算して出してきた数字になる。平成29年の59万8,700人は延べ人数で、消費単価は1人が1回の旅行で使った金額であるから、延べ人数に消費単価を掛けると、過大評価になる。例えば、1回の旅行で1人が2カ所の観光施設に行くと、その人は2とカウントされる。県も同様のカウントをするが、消費額を算出する際はこの延べ人数を一度実数に割り戻している。

けいぶん： この消費単価のもとになったデータは、平成29年度に実施していただいたアンケートに基づくものであり、そのときのアンケートの内容を見ると、「栗東市内で幾ら使いましたか」という聞き方をされている。そうすると、確かにその方が1泊2日栗東市内におられたらそれは倍ということになるが、栗東市の宿泊人数は9,500人でずっと横ばいになっていて、大半が日帰り観光客というところでいくと、県や国ほどは大きなぶれは出ないのではないかとはいっている。他に何かいい方法があれば、ぜひそういう計算をしたいとは思っているが、何かあるだろうか。

委員： 県の数字をそのまま使うのも難しいかとは思いますが、私たちは毎年の調査で平均の立ち寄り件数というのを出す。それで割り戻して、日帰り客が実質的に何人来ているかという実数を出す。宿泊客者数も平均泊日数で割り戻して、1泊当たりの実人数を出して、そこに宿泊単価を掛けるようにしている。

今の議論で、今後、栗東市としても周遊型を促進していくということは、この観光消費額を伸ばすということに近しいと思うので、それが伸びていくと、ここの過大評価の部分が広がってしまう。もし可能ならば、今の段階で修正しておくほうが良いと思う。私たちも、どの数字を使うのが一番正しいかということとをずっと検討していて、非常に難しいが、可能ならばということで申し上げた。

会長： では、ここは表の下に注釈などで数字の根拠を補足説明しておくことが必要かと思う。入込客数というのが、今ご説明いただいたとおり、栗東市においては宿泊客者数が少ないので、実質、訪ねてきた数？

委員： 延べと実数という言い方をする。

けいぶん： 「延べ」と「実人数」。8ページに「国内旅行の現状」のグラフを掲載しているが、宿泊でいうと、延べ旅行者数と実旅行者数というのがある。これが大体比率でいくと3倍ぐらいになっている。これは結局3泊されると、延べ人数では3人になるし、実人数でいくと1人になるというそんなところの違いが、今、ご指摘いただいた点だと思う。そこはこちらとしても課題としては認識しているところなので、何かいい方法があれば。

会長： 今、ご指摘のあった方向、つまり実人数で現在の29年度の数字を出した上で、観光消費額の見通しを立てるとというのが一つの方法。

もう一つは、今のこの表を生かして、ここに書いてある59万8,700人が何なのかということ言葉を説明するというやり方もある。どっちがよいだろうか。そもそも、実人数とそれに伴う実1人当たり消費額は出せるのか。

けいぶん： 実人数は、現時点では出せない。アンケートの際に「この後、何か所回る予定か」を聞かないと立ち寄り件数が分からず、現状、そのデータがない。

会長： となると、この数字を取りかえるのはなかなか難しいだろうと思うので、言葉で説明をしておくということで対応するのがよいかと思う。とりあえずはそ

ういうことでよいだろうか。

委員： はい。もしくは、この59万8,700人は、栗東市からご報告いただいた数字だから、県と同じ平均立ち寄り件数の数字を使ってもらおうという考え方もできるかと。

県も、消費額の出し方はずっと昔の数値を使っている、これで現状を把握できているのかという問題意識から今、どう算出すべきかを再度整理中だ。そういう情報はお渡しさせていただき、もし使えるなら、それを使っていただくのも。

けいぶん： 今後、観光消費単価の調査も含めて、アンケートを実施されると思う。その際に、各観光施設で「いくら使ったのか」を聞けばいいように思う。一番実態に近い数字がとれるアンケートのとり方を、改めて栗東市と協議しながら考えていければいいのではないかと。

会長： ここの議論は、ある意味十分できていないのかもしれない。観光入込客数倍増というのが一番分かりやすい目標で、他の部分はそれにつけ加えたおまけみたいなものである。単純に、入込客数倍増を目指すというぐらいに書いておくほうが、本当は一番正直な気もするが、どうするか。

事務局： 今の入込客数だが、29年度は60万弱だが、30年度は実は80万を超えている。目標としては、30年度を基準に毎年5%アップ+努力分を上乗せして、令和5年に120万とした。

会長： 先ほどの私の発言を補足したい。量的な目標はもちろん分かりやすいし大切なのだが、問題は中身である。何のために来るか、どのように過ごされるか、どういう満足感を持って帰っていただくか、これらをどう表現しておくのかということが宿題として残っているという感じがする。ここら辺、もう少し粘って、もう一回案をつくって皆さんに送り、了解をいただく形にしようか。時間的に間に合わないだろうか。

事務局： いえ、それは大丈夫。いずれにしても一度、再度計算をして、今の観光消費額、経済波及効果額については皆様方のほうにお示しさせていただきたい。

会長： これまでの議論をまとめると、25ページの4はタイトルがそもそも「目標数値」なので、この数値を一応出しておくことにしよう。ただし、今、

ご意見があったように、その数字の根拠がかなり複雑なので、これはしっかりと別添資料の形で添えておくということが必要かと思う。別添資料の作成については、私のほうで事務局と議論して責任を持ってつくらせていただきたい。

それから、質的な目標については、前回の会議のときに少し議論したけれども、質的な目標の設定、いわゆるK P Iの設定は、むしろ運営組織、事務局のほうで機動的につくりながら自己点検、自己評価、他者への説明をしていただくという形が適切であろうという考え方をこの会議としてはとったので、ここに質的な目標が出てこないというのは、むしろ当然かと思う。先ほど私が自分で申したことについては、自分で訂正させていただく。

私からも数値目標について細かい点だが、観光消費額の目標年の数字が16億だが、これは入込客数が単純に倍増しているのに消費額が倍増していないというのは、少し寂しいので、これは四捨五入して、17億にしておかないか。やっぱり喜んでお金を払っていただくという状況づくりというものを期待したい。

では、目標数値のところについては、今出た議論でまとめていきたいと思う。その他、いかがでしょうか。

委員： 今の入込客の目標と関係する点について。入込客数は29年から約倍増を目標に具体的に事業展開するとなれば、20ページ「①滞在型観光…モデルコースの設定」のロードマップの立て方だが、後半の3年間で目標値をクリアする印象がある。同じページの他の項目にある「PR、魅力向上の継続」や「情報拡散の促進」は令和2年度から始まっているので、モデルコースの設定ももっと早い段階からしないといけないのではないか。

会長： 重要なお指摘である。20ページの基本事業1の①のところは、調査をやってからおもむろにモデルコースの設定などを始めるということでのよいのかというご指摘である。これは当然、実態的に考えてやってみて、直して、またやってみてということの繰り返しになる。だから、矢印が令和3年と4年でびたっと切れているが、モデルコースの設定を令和3年からにして、調査やマーケティング活動と少しオーバーラップするほうが適切かもしれない。そのように修正したいと思うが、よいだろうか。

その他、ご意見はありますか。

委員： 目標数値は、詳しくない者からするとすごい金額で、あまり具体的なイメージができない。例えば観光客が何人来て、1人が幾ら使えばこの目標数値を達成できるという表記はしないほうがいいのか。そういうのがあったほう

がパブリックコメントなどで市民が見たときに、「うちの売り上げをこれだけ伸ばしたら、そこに貢献できるのかな」とか。

私は日ごろ、1人3,800円ぐらいをゲストからいただいているが、それに対してすごく寂しい数字。一体どれくらい集客を伸ばしたら達成できるのか、どういう事業が今後増えていくと、これだけ経済が動いていくんだなというイメージが、今のこの大きな数字ではイメージしづらいと思う。

会 長： 今の数字だと、日帰り客の消費単価は1,290円。

委 員： 何か寂しいなど。ちなみにこの数値、例えば家族4人で来られても1人当たりという計算なのだろうか。

会 長： 平均だから、4人で来たら4倍になる。

けいぶん： フォレストアドベンチャーはアンケートの調査場所になっていなかったと思う。だから、日帰りの方の単価がすごく違和感をお持ちというのは、そこはやはりこれから次にアンケートをとるときにもしかり。

委 員： はい。ぜひ協力させていただきたい。

事務局： 今おっしゃっていただいたように、場所によって1万円使うところもあれば、ハイキングならほとんど消費がないということがある。目標数値における消費単価だが、毎年1%ずつ増加するという前提で算出している。その年の観光客数と消費単価を元に5年で消費額16億8,000万という数字を算出したということである。

本日は詳細な算出の内訳をお示ししていないが、委員の皆さんにお配りすることはできる。それをそのままビジョンに載せるのは難しいところがあるが、委員がおっしゃった、令和3年で何人の方が来られて、その単価がこれだけだから消費額としては13億です、次の年は14億になるという見せ方はできるかと思う。どういう形で見せるかは少し考えさせていただきたい。

会 長： 先ほどの委員のご意見は、このビジョンとしてどういうメッセージを対外的に発信すればよいのかという問題意識でおっしゃったんだと思う。

委 員： 市や県がこういうビジョンでやっていきますと言っても、市民の皆さんに自分たちができることを考えてもらって、それに賛同する人が増えないと実現で

きないので、その辺も考慮して…。

会 長： 1人当たりの単価も経年的に徐々にだが増えている。でも、数字を見ると1人1, 200円しか消費していない。それを例えば県内全域との比較とか観光都市との比較とか、そういうのを並べると直感的に理解できる。そういう説明をどこかで工夫してやれるといい。少なくとも、25ページに出ているもの、この3つの要素について、特に1人当たりの観光消費額の数字をグラフにして経年的に並べると、皆さん、問題意識を共有していただけるのではないかな。

委 員： 今後されるのかもしれないが、ビジョンをもっと落とし込んで、実際、市内に住んでいる小学校か幼稚園の子がいる3~4人の家族モデルをつくって、その方が市内を実際遊んだら…という。市内のどこかで遊んで、食事するという簡単なマークの形で表して、そういう方が何人来られたら市としてこういうふうな財産になるよと。市外からだ、例えばシニア世代の夫婦2人が歴史的なところを回ったとしてこれぐらいの目標でこの単価を落としてもらいたい、お昼ご飯を食べてもらいたい、和散本舗に寄ってもらいたい、そういう、分かりやすく単純な目標。そういうのがあると、各事業者が「うちだったら、このお土産をこれだけ買ってもらえる努力をすればいいんだな」とか、分かりやすいのかなと思う。

私は自分で企画したりモノを売ったりするときは、この層に訴えかけたい、この人がどう動くからこういうものをつくりたい、こうやってお金を落としてもらって、うちにこれだけ入るという明確なプランを立てる。そうすると、人にも話しやすいし、例えばターゲットにしていた20代の女の子がかわいいねと言ってくれたら、やったことが本当に明確で当たっていたのだと自分でも思える。

会 長： お二人の委員のお話から、私も少し問題点が見えてきた。このビジョンの今回の案は、マーケティング戦略を立てて実施していってもらうにはどうしたらいいのかというのが貫かれた問題意識である。その一方で、市民や市内の商工業者方に問題意識を持ってもらって、それぞれのビジョンをつくっていってもらうということもあわせて必要である。それは市役所の役目である。

25ページの図でいうと、栗東市の観光担当部局の役回りは何なのか、実はあまりはっきり書いていない。今、出たご意見を踏まえると、観光振興にかかわる広報活動を市はやはりきちっとやっていかなければいけないということだと思う。自分たちのまちにおける観光振興の状況とはこうである、こんなふうになって欲しいとか、そういうことを市の側で責任を持って広報活動をして

いくことが必要である。

市の役回りとして、今申し上げたことをする責任があるということを「5. ビジョンの推進体制」の（1）で一言書いておくというのが、ご意見に対する一つの答えかという気がしている。

具体的にいうと、「栗東市は」という主語で市がやるべき仕事を三つ書いているが、1行目の「栗東市は、観光施策の～ビジョンに基づいた観光振興に」というところに、「観光振興と、観光にかかわる市民及び市内商工業者の意識喚起に取り組みます」というふうに一言入れておくというのでは。

観光振興部局の方は入込客数をどうやって増やせるかという順序でしか物を考えてこなかったと思うので、今の議論は、市民や商工業者が問題意識を持つことが大事ですよというそういう広報をやってくださいという意味である。なかなか高度な問題設定だとは思いますが、少し一言、痕跡を残しておきたい。この場で決めてよいだろうか。

今、大事なご意見をいただいたかと思う。その形で回収をさせていただこうと思う。その他ご意見はいかがか。

委員： 24ページの基本事業（1）だが、前回の会議で「体制構築」と「見直し」の矢印は令和3年まで延ばすことになったと思うが、それが反映できていないようだ。ここは観光物産協会が来年、法人成りをされて、ただ、半年で体制構築は厳しいのではないかというご指摘で延びていたと思う。

事務局： 確かそうだった。

けいぶん： 現状は半年ごとに2本の矢印になっているが、矢印を1本にしてしまって2年間で構築と見直しを行う、という感じだろうか。

委員： そう、1本にしたと思う。

会長： ありがとうございます。そのように修正をしたい。
その他、いかがでしょうか。

事務局： 話は戻ってしまうが、先ほどご意見いただいた目標数値のことで。今、行政目線から数値を出しているが、やはりパブリックコメントという形で市民に提示し、広く見てもらいたいというところがある。観光消費額とか経済波及効果という数字ではおそらく分かりにくいと思うので、逆に、1人当たりの消費額をいくらぐらいにしたらいのかというのを目標にしたほうが分かりやすい

だろうか。観光入込客数と1人当たり消費単価額の2項目でどうかと今、思ったのだが。

けいぶん： それも一つの考えとしていいと思う。ただ、1,200円に違和感があるというご意見は分かるが、栗東市の観光入込客数の半数が田舎の元気やとアグリの郷の数なので、どうしてもこの二カ所に引っ張られる。そのあたりを慎重に考えないと、これらの観光客数が増えると、その消費単価に引っ張られて、全体の人数は増えているのに平均単価は下がってしまう可能性もあると思っている。

実際、観光入込客数は29年度の59万8,000人から平成30年度の86万人に増えているが、増加の一番の要因はアグリの郷なので、多分平均単価は逆に下がってしまう危険性があるのではないかと危惧する。

委員： でも、少し悪いイメージというか、「栗東市、このままだとダメなんじゃない？」というぐらいの数字で一回それをベースに。要は、この資料の前半ほどのデータを見ても、結構そういうところがある。

委員： この会議に参加して、私自身は栗東市の現状はがよく分かってきた。ただ、初見の方が見て理解するには、来る人がこれだけ増えて、その人たちがこれだけお金を使うとこんなに影響があるんですというのを、1人当たりでやってもらったほうが分かりやすいと思う。数字に問題がないのであれば。

会長： 先ほど事務局からおっしゃった2つに絞るというのは、入込客数と消費単価ということ。

事務局： はい。

会長： 波及効果の部分は。

けいぶん： 単価のデータは毎年はとれない。

委員： 私は、完全にこれはアンケートのまやかしだと思っている。フォレストアドベンチャーが入っていない、田舎の元気やが入っている。これでは飲食では千円少しが限界。観光業をどこまで見るかというのは前にも言ったが、レストランは観光業だと捉えたら1万円の店もあれば、800円の店もあるということになってくるので、こんなのはいくらでも調整されてしまう。

栗東の一番弱いところは、観光業をなりわいにしているところがほとんどないということ。アンケート上はレストランが観光業に入っているの、観光業だと言ってしまえばそれまでだが、そこが問題であって、それはさっきの市の役割としてそういうことをする企業を増やしていきましようという流れをつくるときに、やっぱりこの目標数値が分かりやすいけれども、違和感があるのではないかというのが、今の議論。

けいぶん： 鶴田委員のおっしゃるとおりで、アンケートのとり方で大きく変わってしまう危険性がある。

委員： そうですね、サンプルで変わる。

けいぶん： そういう意味では、観光入込客数は、ずっと10年以上ほぼ同じ基準で計測されてきているので、ここが一番いいのではないかと思う。あとは皆さんの議論を踏まえて、目標の項目をどうするか。

けいぶん： 先ほど委員から、将来的には消費単価がいくらで、そこにこれだけの観光客が来ればこれだけの経済効果があるんですよという出し方もどうかというご意見があったが、今、お話が出たように、仮に消費単価を3,000円としても、場所によって払う金額が違うので、果たして3,000円という数字が普遍的な、皆さん共通のイメージになるかという、そうではないと思う。3,000円という金額を見たときに、お店によっては「うちはこれぐらいだな」と思うところもあれば、「うちの消費単価にすればすごく低い」と思うところもある。

消費単価というのはあくまでも統計上の平均で、観光消費額や、観光消費額をもとにした波及効果を出すときの一つのデータ。なので、データの部分を目標にしてしまうと、逆に違和感を覚える人も多いのかもしれないので、難しいところである。おっしゃるように、皆さんが思う疑問点は残るので、確かに非常に難しい。

他の自治体も当然数値目標を立てているが、最初に挙げているのは入込客数で、中には宿泊客数に絞っているところもある。次に来るのが大体観光消費額。例えば大津市は5年計画ぐらいで毎年の観光消費額を目標数値として出している。大津市は市独自で算出し、県も県独自で算出していると思うが、実は大津市の目標額だけで県の目標額の大半を占める額が設定されている。各自治体の目標額を合計して県の目標額が立てられているわけではないので、こういう現象が起きている。

だから、数字のマジックと言ってしまうとそこまでだが、もし出すのであれば、その点も理解した上で出すか、あるいは出さないという手ももちろんあると思うが。

委員： では、単価ですと確かに全然違うと思うが、それをパーセンテージに落としたらどうか。例えば、自分は伸び率で5%上がったと出していくと、もう少し各事業所に合った単価に変換がしやすくなるのではないか。例えばフォレストアドベンチャーが3,800円で、来期は5%上げて105%に上げましようというパーセンテージで。

会長： それはそのとおりだが、今出ている話というのは、もとの数字にフォレストアドベンチャーが入っていないからそもそも実態を反映していないのではないかというのがある。それは栗東市固有の現状の統計上、誤差を生み出す要因である。伸び率を考えるというのはもちろんすごく大事なことで、それは避けたくないけれども。

委員： 先ほど他の委員が言われたように、一般市民と一般の事業者がこれに加担できる、一緒にやっていくというイメージ、市のほうから資料として市民に寄り添うとすると、意識を持ってもらうための数字でもいいかもしれない。実数は資料として絶対必要なので残しておいて、それに対して一文加えていただいたものが今後あれば、この資料としてはこれでいいかなと思いつつ…。果たしてパブリックコメントで見たときに、みんなは分かるのかという気持ちがある。

会長： 観光消費額について見れば、アンケート調査に基づくもので調査の限界があって実態を必ずしも反映していないと、正直に言うということも大事だ。その上で、私の問題意識としては、むしろ経済波及効果、つまり栗東市における観光関連産業の産業構造が高度化するということが大事だと思う。

だから、とりあえずは、波及効果を導き出すための倍率、これでいうと12ページの一番下のところに「乗数1.40」とあるが、この数字を少しでも上げていく、上がるように持っていくということが行政の目標上、大事であって、消費額、単価がふえる、減るという話は参考情報であるということをはっきり言うておくことだ。

委員： 先生がおっしゃった波及効果だが、商工会でも調査した。そのときに、結局栗東の場合は草津や守山から仕入れたりするので、域内調達率はなかなか上がらない。この掛け率はこれぐらいにしかならないのではないか。

栗東の場合、経済波及効果というのはなかなか難しいように思う。さっきの宿泊は、栗東ではなくて草津に泊まるよとか、県外も含めて宿泊者数を出しているというのは多分そういうことなんだろうなど。

けいぶん： 目標数値の波及効果は、29年度数値を出したときと同じ経済産業省のシステムを使って算出しているため、域内調達率も29年度と同じ設定にしている。それは、調達率は実際に調査をしないと途中経過が分からないということと、今おっしゃった要素もあって、一気に上がらないだろうという考えを前提にしたから。なので、波及効果が大きく伸びるには、観光客数と観光消費額の増加いう2つの要素が必要だ。

観光入込客数はここに書いてある数字であり、観光消費額は、事務局からの説明にあったように、毎年1%ずつ増えていく想定で機械的に算出したものである。1%というのは、額としてはそれほど増えていない。

会長： つまり、高い目標だということだろうか。

けいぶん： どうだろうか。ビジョン期間の中間調査の際に、調査対象の観光地が変われば単価も大きく変わる可能性があるので、なかなか予測がつかない。だから便宜的に1%ずつ伸びると仮定した。

5年間で毎年1%なので、数値を申し上げると、基準年の平成29年の宿泊客の消費単価は4,385円、毎年1%ずつ伸ばしていくと、目標年の令和5年は4,652円なので、プラス300円ぐらい。日帰りは、基準年が1,292円で、目標年の令和5年が1,369円なのでプラス100円弱。もともとの数値が高くないので、1%ずつだとどうしてもこういう感じになってくる。

ただ、そこで目標どおり観光入込客数が倍増しているとすると、単純な掛け算にはなるが観光消費額も倍で、そこから出される波及効果もおおむね倍という結果になっている。

委員： 今説明されたのは11ページの表だと思うのだが、そもそも論になるが、例えばさきらの文化サービス施設は入っているのか。

けいぶん： 入っていたと思う。少し不確かだが。

委員： 娯楽サービスなのか、そのあたりが統計をとると分からなくなる。

けいぶん： 例えば1,000人調査して、さきらを訪問した方が1人で1,000円

コンサートに払ったとして、1,000人で割ると1人当たりは1円。

スポーツ施設に行く人もいれば、文化施設に行く人もいる。ただ、いろんな方がお越しになる中で全員の平均をとる場合、ある施設に行った人だけの平均をとると高くなってしまう。行かない人も含めて平均を出さなければならない。

委員： だから、どうしても低くなるという結果になる。それが先ほどおっしゃったように、一般の方にしたら「あれ、千円少ししかお金を落としてないの」という数字にどうしてもなってしまうということ。60万人近くの人間の中で2万人しかさきらへ行ってなくて、そこで5,000円を落としたとしても、60万人で割るということ。

けいぶん： はい。そうじゃないと、1人当たりの消費単価が逆に高く出てしまう。それは実際の数値ではない。ここまで突っ込んだ議論を市民の方に説明するのは、非常に難しいと思うし、中途半端な説明だと逆に分からないと思うので。

会長： 今、出た議論を俯瞰的に考えると、「目標」というふうに掲げるから、それを達成しなければいけないという意味合いで出てきてしまっている。「想定数値」というふうに言ってしまったらどうなるだろうか。これぐらいを想定するというニュアンスだ。地域経済というものを数値的に捉えようとする、行政区画で区切って物を見る限りは、実態は決して見えてこない。地域経済を考える上でかなり大きくかつ根本的な問題だ。

だから、栗東市において観光産業というものを仮にこうくくって将来を見通すとすればこんなふうになるだろうという程度にしておいたほうが、正直かもしれない。行政上、最近、エビデンスベースだなんだということで目標をはっきり出せ、達成度を説明しろとに財政当局から常に言われるというのは一方で実態だと思うが、これについてはさほど言われなんでしょう。

委員： いや、それと戦ってばかりだが。本当にそれで効果が出るのか、何人来るんだとか言われても、そんなのは実際、答えられない。

委員： 本当は、目標の120万人を達成するためには、この基本戦略で、これだけのことをやりますよ、ということではないのか。

会長： 本来はそうだ。戦略であれば。これはビジョンだから、やっぱり「想定数値」ぐらいの表現にしておいたほうが正直ではないか。

委員： 目標というのは結構、プレッシャーがかかるので。

会長： 大体、これは自分たちでほぼさわれない数字。今、私はざっくばらんな言い方をあえてしたが、出た議論を全体として回収するとすれば、「目標」という言葉を避けて「想定数値」という言い方にすることで、皆さんに考えていただくきっかけにもなるのではないかという感じがするが、どうだろうか。事務局はどうか。

事務局： 特に目標と想定にこだわるところではないが、あくまでも目指す数値ということで掲げてはおきたい。

委員： 言葉の受けとり方次第だと思う。私自身は「想定」と言われると、「目標」よりもさらにプレッシャーを受けてしまうなと思って聞いていた。どうだろうか、言葉の問題だけだと思う。

ただ、先ほど、過去の会議で「5年後とかに栗東がどうなっているだろうか」というイメージをみんなで共有しましょうとおっしゃった。だから、目標数値としては、例えば入込客数120万人と掲げて、これで栗東市はこういう観光都市になっているんだというふうを書く。

今さらというところが非常にあって恐縮だが、これは落とし込めば落とし込むほどすごく難しい議論になってきているなと感じるので、こういう都市にしていこうよというそういうビジョンにはいかがか。

会長： まさに私が言いたいことはそこで、目標数値というのはこうしようという数字、想定数値というのはこうなるだろうという数字という意味なので、後者の「想定」というほうが、ここで掲げる数字としては実態に合っているのではないのかと考えるのだが。こうするのではなく、こうなるであろうと。

逆に言えば、120万人に増えるのだという見通しを立てるとすれば、ではトイレをどうするんだとかエレベーターがどうのこうのというそういう話になってしまう。

委員： ちなみに、例えばハイキング客やお寺を見る人がすごく増えても、お金はあまり使わない。栗東市の観光の強みのところにある自然や歴史的なものに触れる人がふえることで、どういう効果があるのかイメージができない。

でも、5年後のイメージとして、栗東市が持っているそういう財産を他府県の人からも大切にしてもらえる観光都市だったら最高という金額は、体験型で遊びや食事してもらおう観光都市だったら最高という金額とは違う。どうすれ

ばいいか分からないが、違うものと捉えないといけないということが分かった。それでいくと、観光消費額とかいろいろあるが、何か分かりやすいものが欲しい。

栗東市ではたくさん農産物が産出されているが、それが売れるとこういうふうに効果が出るというのが、栗東の観光の強みで3つ挙げられているものそれぞれで説明するのも、今後ありなのではないか。

会 長： そうというのがマーケティング戦略だろう。ハイキングのおじいちゃん、おばあちゃんが増えるということを見て、1つ多い目のお団子を売ろうかなとか、そんな感じでビジネスというのは成長していくのだと思う。そういう取り組みとか工夫、努力というものを見た人に「じゃあ、私はこんなことをやってみようかな」とまたそれが刺激材料になって、新しい動きが出てくるということを期待したいわけである。まさにそこが物語なので、物語が物語を生んでいく状況づくり、これが全体として目指す姿ではないか。

そろそろまとめようと思うが、具体的な提案として出てきたものとしては、先ほど事務局からあったように、入込客数と1人当たり観光消費額の数字を出すことによって、この表をより見えやすくできるのではないかというふうな話があった。それをさらにグラフにするということによって、見えやすくできるかもしれない。

一方で、ここに出てきている数字というのは、統計の性質上、限界がもともとある。そのことにちゃんと触れておくということが大事だろう。

それから、私が申したように、目標ではなくて想定。「こうしたい」あるいは「こうする」ではなくて、「こうなるであろう」。「じゃあ、どうする」という問いかけの仕方にするほうがよいのではないか。

このあたりが今回出た議論かと思う。ストーリーを可視化して見せてあげるということによって、刺激を皆さんに提供しようというご意見は重要なことなので、今後、この振興会議というものが諮問機関になっていくとしたら、この中でそういうことをチェックしていきたいと思う。

細かいところは、事務局で一旦引き取っていただいて、私が責任を持って確定案をつくっていききたいと思う。最終的には、一応メールでお送りして確認していただくという手続はとるが、細かい部分についてはご一任いただければと思う。

今まで出ていなかったことで何か気づかれることがあったら、今、出していないか。

委 員： 今回初めて参加して、ここに至るまで多くのご苦勞があったのかなと思う。

その中で、市民や事業者にとって分かりやすい提示をというお話を先ほどさせてもらった。観光に携わっていると「観光業というのはホテルですよね」とか「お寺ですよね」という言葉をいただく。もちろん、そこを活用させてもらっている仕事だと思うが、例えばこのお祭り一つとっても、建設業者にもものをお願いしたり、パンフレットを印刷業者をお願いしたり、警備員をお願いしたりと、イベントや観光をするには、全然違う業種の方にお世話になる。いつも思うことだが、結局はそういう市町が活気づくことが観光を伸ばそうということの目標なのかなと。

市民はこういうビジョンを見たとき、「いや、別にうちは観光は関係ないし」という感じになるのは当たり前だと思う。例えば塾経営だと「塾だから関係ないです」となるが、魅力があるまちには子供を育てたい人が来る、人が来たら、子供を塾に通わせるみたいなことに波及して、結局それが市町のお金になっていくという流れができる。でもこういうことは、どうしても分かりにくい。

だから、こんな業者が関われますよ、だから豊かなまちになっていきますよみたいなものを、このビジョンとは別で簡単なアイコンなどで分かりやすく描いていただくと、自分も何かできるかもとか興味が湧くのではないかな。もちろんビジョンの内容も数字もとても大切だが、そういう簡単なものをつくっていただくと、私たちがこれから観光するときにご協力していただけるのではないかなと思う。

会 長： 今、ご指摘いただいた論点は、この会議の最初に特に私がそれはリードしてさせていただいた。例えば19ページの表を見ていただくと、緑色の部分の4つ目のところに「地域経済活性化の推進」とあり、②で観光関連産業の創出喚起」とある。これはB to Bの観光関連産業。今お話しいただいた、物をつくったり、届けたり、人を守ったりといういろんな産業が実は観光産業というふうに定義できる。それから、もう一つは、栗東市に本社があるけれども、周辺であると外に稼ぎに行くというタイプのB to Bの観光関連産業も出てきているのではないかな。観光関連消費に根差すタイプの観光経済ではなく、B to Bの観光経済が、栗東市にとっては現実的なのではないかという話を最初にした。それを前提としてこの議論を重ねてきている。

今いただいたお話ですごく重要なのは、このビジョン案という紙の中で書けるのはこの程度だが、これを今やってきた議論の流れも含めて他の人に分かってもらうようにするにはどうしたらいいのか、しなければいけないのではないかなというお話。それはやらなきゃいけない。

やるとしたら、まずはこのメンバーの中から有志で、事務局の人も含めて、一度少し見える化する作業をワークショップ形式などでやってみるとい

ころから入るのがいいかもしれない。行政が絵を描いて出すと、少し実態に合わないというか、上から目線になっちゃうこともあるので、ぜひ、現場から見える化していくというのをやって欲しいと思う。

最後のところは少し、議長としては踏み込み過ぎたお話をしたけれども、議論のプロセスとしては、今、お話しになったことを踏まえているということをご理解いただきたい。

その他、いかがでしょうか。

委員： 先ほどの見える化のことで。私も市民なので可視化の必要性を強く感じている。どうやればできるだろうと考えたとき、マーチャンダイジングではないが、ペルソナを入れていって、モデルケースで、仮面的な実際の人物を立ててこうやって動いていきましょうとか、こういうことに利点がありますよというのをやっぱりしていかないといけないなというので、一步踏み込んだ戦術の部分になっていくとは思いますが、今回、新たな課題が見えたなと思った。

会長： ロールモデルでシミュレーションをしていくというのを、余りオフィシャルではない場でやっていったほうがいい。商工会とかがそういうふうに行っているのかもしれないけれども、どうだろうか。経営指導員という人が商工会にいるけれども、そういう人たちはまた違う役目だろうか。

委員： このビジョンをつくる時に最初に言わせてもらったのは、栗東市では観光業にかかわらなくても、商売人はみんな飯を食えているということ。そこが、栗東市の観光業のなりわいがなかなか成り立たないところだと思っている。ただ、今後、何かをしていかないと、AI などの影響で斜陽産業が出てくるのは事実だ。

委員： 今、湖南4市の人口が増えていて、その中で栗東市もある程度増えていると思う。増えているが、栗東市民の方が観光も含めて内部のことを知っているかという、知らないことが多いので、まずそこからという基本はあると思う。外から観光客を引くのではなく、まず市民の人に利用してもらおうというのが先決の条件だと思う。その辺のことを明確にしながら、徐々に輪を広げていくというスタイルがいいのではないか。

私は栗東に来て40年だが知らないことが多い。3年、5年であればもっと知らない人のほうが多いと思う。「栗東市って何があるの」と言われたときに、ここにありますと言えるマップづくりが観光の第一歩ではないか。観光協会もつくってくださっているのは分かっているが、重点的に多く広めるということ

が第一歩の始まりではないかと思っている。

会 長： 今言っていたことも議論してきたところで、例えば子供たちにもっと地元を愛するという事に結びつけて知ってもらうためには、教育委員会の協力が必要でしょうと。そういったことを観光部局の側から要請していくということも回路としてつくっておこうじゃないかというのが、ここで書いている「ワンストップ」という言葉の意味である。今ご意見いただいたことが、具体的にこれから動いて、やっていってもらわなければいけないことになるのではないかと思う。

委 員： 基本戦略2の基本事業（3）のところに、先生もかかわっておられるシティセールス戦略の話は何らかの形で絡めておけないか。22ページの「広報体制の強化」というところ。

会 長： 基本事業（3）④「観光に関わる広報体制の強化」とあるが、実は私はシティセールス戦略会議の議長もやっていて、全部局の課長がメンバーに入っているという会議。総合計画があつて、シティセールスがあつて、観光政策がある。そこで一番柱として出しているのが、やっぱり広報だよねと。特に内向き、市民向けのインターナル広報をちゃんとやってもらう必要があるから、広報部局に一定の権限と責任を持ってもらって、やれるようにしてくださいというのを出している。

今の発言はそのことをおっしゃっていて、まさにそのとおりで、書き方とすれば、「シティセールス戦略と連動しながら」ぐらいのことを入れておくといいか。

委 員： そのシティセールスとかは戦術に入ってくると思うが、今回はこれでいいと思う。しかし、私は戦略を立てたら具現化した戦術を盛り込んでいかないと、何から取り組めばいいのか見えてこないと思っている。

19ページのところの「計画の体系」というところで、ここで戦略が出てきて、取り組む項目があるけれども、実質の戦術が抜けている。先ほどおっしゃっていた「シティセールスにのっとった取り組み」というのは、5項目の「取り組む項目」の真横に「戦術」の1枠が来て、その戦術の中にシティセールス戦略の文言が載ってくると、次のアクションが見えて動けるのかなと思う。

会 長： おっしゃるとおりで、その部分については、最初この議論の過程でいうと、19ページの表のさらに右に幾つかあった。それが実は20ページ以降のとこ

ろに書いてあり、これは全部戦術である。だから、20ページのところに、タイトルが要るのかもしれない。

20ページのところに、例えば各事業における具体論か。

委員： 第1回の資料に基本方針・政策・具体的取り組みというのがある、この具体的取り組みのプロジェクト例というところが戦術に入ってくると思う。これが抜けているからなのかなと思いつつ、ここまでこのビジョンに盛り込むのは非常に大変だと思うので、次のアクションとして、動きやすい体制に持っていくには、これを反映していく段階に来ているのかなと思う。

会長： 今のお話に関していうと、20ページの「基本方針1」というところの上に、番号は少し分からないが、「具体的な施策」というタイトルを入れてもらえるだろうか。それで、「4. 目標数値」というのが想定目標で、これは番号が繰り下がって「5」ということになる。

それで、さきほどのシティセールス戦略との関係の話だが、分からない方がおられると思うので急いで説明すると、5ページを見ていただきたい。5ページに矢印が描いてある図があるが、緑のところには総合戦略があって、シティセールス戦略がある。そのシティセールス戦略の第1期の最終年度に今、かかっている。今やっているのは、第2期の基本方針というのを打ち出して、それを文言にしているという段階。今やっている作業は、こちらの観光振興ビジョンの作業とほぼ同じだが、このシティセールス戦略の中で「うますぎる栗東」というキーワードを前面に立てて、それに結びつけて広報戦略を立てて実施していただくということを言っている。観光振興ビジョンはその下のレイヤーの、より具体策というところになってくる。ここまで説明はよいだろうか。

それを踏まえて直すとすれば、22ページの「基本事業(3)」の3行の説明があるが、2行目の「マーケティング計画に基づき」というところの後に、「栗東市シティセールス戦略(第2期)を深く連動させながら」というのを一言入れておこう。

事務局： 今、会長が第2期とおっしゃった件で、このビジョンが間違っているのだが、シティセールスでは、第1期を導入期、第2期を発展期、第3期を展開期という位置づけにしているので、そのように修正をさせていただきたい。

会長： はい、それで結構だ。

ぜひこれだけは言っておきたいということがあれば。

では、議論は一旦収束したということにさせていただきたい。

(2)その他

会 長： 細かい文言や、帰り道に気がついたということもきっとあるかと思うので、ご意見シートなりメールで事務局にお寄せいただきたい。いずれにしても、今回出た議論を踏まえてビジョン案の最終案を作成して、それをパブリックコメントに流す前に、委員の皆さん方に一度最終的に見ていただくということによいだろうか。これはメールでやりとりということにさせて欲しい。

今後は、最終的に微調整をまだ重ねていくが、3月に成案として栗東市観光振興ビジョンが確定するという流れになる。

この会議はここまでかなり頻繁にやってきて、大変ご協力いただいた。ありがとうございました。こうして集まる会議は、3月に手続上、ビジョン案を確定するためのものになろうかと思う。ただ、そもそもという議論がもしも出てきた場合は、集まってくれただくこともあろうかと思うが、そのときはまたぜひよろしくご協力のほどをお願いしたい。

本日も大変闊達なご意見、ご議論をいただき、ありがとうございました。

では、事務局にお返しする。

5. 閉会

(商工観光労政課長)