

第3回栗東市観光振興会議 会議録

- 日時： 令和6年3月21日（木） 午後3時00分～午後4時50分
- 場所： 栗東市危機管理センター2階 防災研修室
- 出席： 《委員》
築地達郎会長、田中由美副会長、北川寛人委員、濱田康之委員、
岡山光雄委員、上野邦緒委員、林優里委員、高野秀樹委員
(代理出席 西田秀彦)
- 《オブザーバー・運営組織》
一般社団法人栗東市観光協会 山口事務局長
- 《事務局》
環境経済部 高田部長、商工観光労政課 川津課長、商工観光労政課観光係
事務局担当者

1. 開会

(商工観光労政課長)

2. 市民憲章の唱和

(商工観光労政課長)

3. あいさつ

築地会長あいさつ（省略）

4. 報告事項

① 令和5年度の取り組み方針に関する実施状況について【資料1】

○資料1について事務局説明（省略）

委 員) KPI で観光消費額が29億円（1人2,867円×1,380千人）となった大きな要因は何か。

事 務 局) 一番大きな要因は、令和2年に湖南4市で最も収容者数のあるホテルが栗東にオープンしたことである。観光消費額は単価を入り込み客数にかけているので20億円近い増のように見える。宿泊の消費額だけの増でなく、日帰り客も単価で500円増、客数で平成29年比約2倍となり2億円超増である。

会 長) 大阪モーターショーで観光周知に効果があったとの説明だがどんなところか。

事務局) 12 月初に湖南地域観光振興会議の 4 市交代で 4 日間出展してチラシ他を配布したが、各 1,000 部以上配りきり、車・サイクリングに興味のある入場者は、交通の要衝である栗東への関心が高く、手ごたえがあった。

会長) 行政レベルだけでなく民間でも有効であり、そんな場を活用されたい。

② 令和 5 年度栗東観光案内所の運営状況について【資料 2】

○資料 2 について事務局説明（省略）

会長) 観光協会で補足はあるか。

運営組織) コロナ禍からは一旦持ち直したと感じている。新デザインのマンホールを展示したところ写真撮影者もあった。マンホールカードには根強いファンがいる。案内所として、今後もビューローはじめ様々な観光情報やデータを集積して活用を図っていく。

③ 観光客ニーズ調査および観光関連産業実態調査について【資料 3】

○資料 3 について事務局説明（省略）

会長) 会議体としては初めての報告であるが、内容について質問、意見等はあるか。資料 3-2 の③の域内調達率の売上原価割合とはどう読み解くか調査受託者からの情報が必要である。記載内容から観光関連産業の現状は、②経費構造の売上原価率が 13 ポイント低下して営業経費が 6 ポイント上昇する、原価から経費に回すようになっていると読み解けば、仕入れ額を抑えないと苦しくなっているように見える。

事務局) 売上原価、原料でいえば、域外からの高いものを控え、域内の安いものを仕入れるようになった。設問では、売上原価の原材料費を栗東市内から、県内から、県外から、それぞれ何%どこから仕入れているかと聞き取りしている。営業経費も同様に聞き取りしており、その意味では、栗東市内からの調達率が増えている。

会長) サンプル数は少ないが、売上原価、営業経費、人件費とも、観光関連事業者は地元調達の割合が上がった。

事務局) 観光関連事業者は平成 29 年に比し令和 5 年のほうが調達率は上がったので、栗東市には貢献していると思われる。

会長) 旅客輸送サービスとはどんな事業者か。

事務局) バス事業者である。

委員) 回答のあった属性はどうか。男女、ファミリー、年齢はどうか。また、⑥のリピーターは、何に満足してまた訪問したいのか、目的は何か。

事務局) 男性が 46%、女性が 54%。一番多いのは 50 代の 29%。40 代の 23%。60 代、30 代の 16%と続く。本編をまたお渡しするが、どこに行きたいかとの場所は聞き取っていない。どこに行って満足したかの聞き取りはある。

委員) ⑤の消費額で 1,515 円から 2,867 円に増えたのは、どの項目が特徴的に増えたのか。

事務局) 宿泊で単価が上昇している。

会長) 土産品、飲食なのかも見えるとよいが。

事務局) 飲食費の上昇が大きく、市内の方が 560 円、県内の方が 907 円、県外の方が 1,477 円だ。宿泊を増やすのも大事だが、日帰り客の多い地区であり、飲食費を上げるのも肝要だ。次回には平成 29 年のデータもお示しする。

委員) ③—1 の②の何を楽しんだのか（目的）と⑥の再訪意向をクロスして分析すると、観光協会としてもどこに力点を置くのか参考となる。

事務局) ⑥と②のクロス集計は行い回答する。

委員) 会長にお聞きするが、サンプル数が少ない中で、例えば③—2 の①の売上比率では宿泊サービス 1、文化サービス 1 だが、どう読み解くべきか。信用性の薄い調査と思う。飲食サービスなどサンプル数の多いものはよいが。モニター数を上げていくか、表示の仕方を%でなく変

えて信用性を上げていくべきではないか。

会 長) 郵送での回収ではなく、ヒアリング調査でサンプル数は少なくとも個別に聞き取ったほうがよかったと思う。本調査で明らかにする内容はよくても、調査対象の選び方、設問項目の方法、妥当性も少し工夫が必要だったと思う。業界用語で言うと量的調査より、質的調査がよかったと思う。学術的にもビジネス的にも使えたと思う。

委 員) 資料 3—2 で施設見学の受入で個人客、団体客、校外学習の聞き取りは、どんな内容だったのか。

事 務 局) 施設見学を個人客、団体客、校外学習それぞれで受け入れできるかと聞いている。できると回答のあったところに何人までかと聞いた。できると回答した 19 社で、最小 2 人から最大 100 人と回答があった。

会 長) 見学というより商売としての受け入れと思われた会社はそのキャパを回答されたようだ。産業観光としての定義と違う。一方、旅客運送サービス業の 1 社はバックヤードを見せると回答され、製造業 1 社の回答 10 人は部品の製造工程を見せると回答された。これが産業観光の資源である。一方、飲食店やスポーツ施設は消費者、商売のキャパを回答している。設問の仕方に一工夫必要だった。産業観光と異なる点もある。私も 19 事業所とか概要版で数字は見えていたが、どこの会社が見えてくると一工夫必要だったと思う。

委 員) 郵送されてこの設問が何を聞かれているのか、わかりづらかった。例えばタクシー会社でいえば、乗車人員が 1 台 4 人乗りだから、個人なら 4 人なのか、20 台保有だから団体なら 100 人か。そんなような個人、団体のとらえ方で回答したようである。

会 長) 調査計画段階で、大手の製造業が工場見学を受けますと想定すれば、規模も大きくインパクトがある。そんな回答を掘り起こしてもらえばよかった。結果そうならなかった。部品製造工程を見せると回答した製造業の見学や飲食業でバックヤードを見せますと回答のあった事業所見学は面白い。そのように追及されたい。

委 員) 当店では、店舗見学とはハーブティーを入れて試飲してもらうイメー

ジであった。

委員) 見学者を受け入れるなら何人くらいのイメージで回答した。バックヤードを見せるとか。

委員) 当店なら、店のスペースで 10 人がキャパだと回答した。見学なら、バックヤード、肉のパックの仕方を見てもらい、肉への思いを伝える。その企画なら 10 人くらいかなと思う。

会長) 大企業のイメージだったが。飲食業や流通業であれば、店舗裏での製品化までの工程を見せることもある。

委員) 店の従業員の子供さんが肉のカットに興味を持たれたことがある。そんなイメージで回答した。

委員) 商工会が実施している「まちゼミ」がそんなイメージだ。自店の商品の特徴や熱意を知ってもらう取り組みである。

会長) 質的調査の積み上げは重要である。東京出張（ビックサイトの展示会を見学）時に豊洲市場に行き、膨大な外国人観光客がいたが、バックヤードを見せる施設があり混雑していた。豊洲移転時から見学を前提の設計だったようである。栗東でも店の裏を見せ、製品化前の様子、仕事への誇りや商品の作り手の思いを伝えるのは重要な観光資源となる。調査の設問設定や対象に工夫の余地があることが分かった。こうした調査の報告があり、会議で共有した。

④ 令和 6 年度の主な事業について【資料 4】

○資料 4 について事務局説明（省略）

委員) 公式 LINE の活用はよい企画だが、共通クーポンと聞くと主婦は値引きしてもらえと考える。営業利益率 8%で原材料の高騰を価格に転嫁できていない飲食店は利益率が下がっている。大手と同様に何%かの値引きとなると消費は拡大するが中小店は消耗することになる。もう少し表現を工夫してほしい。個人中小店が生き残れるキーワードにしてほしい。

事務局) クーポンで一律何%引きということではなく、クーポンを持ってこられた方にお得感を付与する、試食できるとかちょっとお得感を演出してもらう、そんな狙いだ。クーポンの表現は検討したい。一律何%の値引きの考え方ではない。

委員) 店への補助はあるのか。

事務局) 補助は考えていない。対象飲食店の紹介を市が毎回する。クーポンを使える店の紹介を市の公式 LINE でする立て付けた。他の市町でもある。

委員) 価格での値引きでなく、おかず1品増やすなどプラス α を出すということか。そうした企画であることを前面に出す必要がある。

会長) 他の市町とはどこか。

事務局) 盛岡市である。毎週対象飲食店の紹介をしている。

会長) 自治体の公式 LINE で商業活動に直接かかわる、プロモーションを代行する。市が前面でやるのはどうか。

事務局) ここに行けばこんなおいしいものが出るといった、言わば「おいしいもの紹介」である。

委員) その程度ならよいが、クーポンとなると後処理を含め大変である。きちっとした立て付けにして形を整えないと混乱する。

委員) 2番目の事業は民間がする話である。商工会がすることと思う。行政は行政でしかできないことをすべきであり、この企画は私企業が企業努力ですることではないか。公式 LINE を行政でなく補助事業でどこかが運用するようにしたらと思う。言わば、「うますぎる栗東」を LINE で展開したらと思う。

委員) 「うますぎる栗東」を、うまくリンクさせたらよい。

事務局) 飲食店の消費額をどう上げるかを考えたら、その方策の一つである。

会 長) 観光振興会議の最初の会議での合意に、具体的なマーケティング組織は観光協会であり、行政がプロモーションをやりだすとパフォーマンスが落ち、うまくいかなくなる。ここは一旦止めていただくのがよい。観光協会がやればよい。市の公式 LINE ではなく、観光協会の HP を使えばよい。

委 員) しが割、滋賀の LINE を見るが充実している。びわこビジターズビューローさんで成功の事例とかはないか。

委 員) ビューローで LINE の運用はしていない。滋賀県は「しが割」で割引いたものを LINE で補填する。

委 員) コロナ禍で国の交付金を使い特別な支援をした事業である。恒久的な事業ではない。

会 長) 共通クーポンの発行については、市は飲食店の下支え、活性化支援はすると言うまでで、具体策については実行部隊の観光協会と相談するポジショニングでよい。

事 務 局) 公式 LINE の件は国のデジタル田園都市国家構想で、各自治体にデジタル化の促進を図る意味で下りた交付金の活用策である。様々な施策の一つであり、本市は公式 LINE を持っていないので、広報課を中心に立ち上げ PR していく。LINE の発信力は効果があり拡大していく上で、登録者数を上げていくのが喫緊の課題である。当課としては観光消費額を上げていく方策の一つと考え、対象飲食店のお得情報を LINE 登録者に提供する。飲食店を知っていただき、足を運んでもらう。そのキッカケづくりで、プラス α 、後押しとしてクーポンの発行を考えているところである。

会 長) そうすると、資料 4 の事業目的の書き方が違う。行政全体のデジタル化のためにデジタル田園都市国家構想の下に公式 LINE を立ち上げる。登録者数を増やすために執り行うわけである。そこで共通クーポンが出てくる。飲食店支援はこの目的ではない。

事 務 局) 市全体の施策と当課の観光消費額を上げる施策をタイアップさせて進めることで、この LINE の仕組みを取り上げる。

会 長) デジタル田園都市国家構想で交付金ができるが、クーポンの補填、飲食店支援で使えないわけである。

事 務 局) 飲食店の PR、宣伝に LINE の機能を使う、都度発信させていく。

会 長) 目的と手段を正確に文章化してもらう必要がある。かかる経費も何に使い、何に使わないかを明確にする。行政の役割は何か、もう一度考えていただきたい。行政は民間のやっていることにお墨付きを与える（この民間は、ややこしいところではないよと）、手足となり実践してはいけない。例外として産業観光がある。事前の打ち合わせで詰めればよかったが。資料 4 の大きい 2 は、書きぶりを変えて、市としてここまでやり、ここからはやらないとすべきと思う。

事 務 局) この項目について会長に説明ができておらず、すみわけをきちっとする。

会 長) 資料 4 の大きい 3 は事業所と協議を開始する。協議の主体はどうなるか。

事 務 局) イメージしていたのは行政である。

会 長) 協議主体は調査会社、地元のライター、研究する学生と思う。産学連携、包括連携でやることもある。一方で役所の方が現場に行くのも大事であり、マネジメントは役所ですべきである。協議やり方の具体像はどうか。

事 務 局) 学生の方と一緒に現場に出向くのが現実的かと考える。

委 員) 職場体験があり学生を受け入れたが、中小だと当日の仕事があり、邪魔にならないように態勢をきちっとしないと大変である。受け入れして仕事が止まったとならないように留意されたい。受け入れ態勢の協議は十分にすべきだ。

事 務 局) どんな体制で当たるか含め、懸念事項に留意する。

会 長) 受け入れる事業所は、説明用にパネルを作ったり、それなりの体制づ

くりがいる。見学バスの駐車場所など、周辺でかかるコストは行政が支援するなどすべきと思う。どういうニーズ、どういうシーズがあるか把握しての対応が必要である。ビジネスの現場が分かっていると大変である。

事務局) ニーズ調査の際に十分に意図と内容が伝わっていない。説明不足と思われる点については、行政が発注した業務であり、回答された事業所には栗東市が伺う。産業観光の領域を検討調査させてもらっていると説明する。事業所側に負っていただく負担もあり、許容いただけるかなど一回は、本市がお願いに行かないといけないと思う。大手製造業の栗東工場ができた際に新設プロジェクトチームの方にお会いした。今までは小学生に限って工場見学を受け入れていたと伺った。小学生の対応は、あらかじめ決められた日に、決められた時間に、決められたラインを動かして対応できた。そこまでが手いっぱいとの回答だった。新工場が栗東駅からも近く、週末に一般の方の受入を本市から打診したことがある。将来的には一般開放も考えていきたいが、現状は製造ラインが見えるので、心配なのはトラブル発生時にどう対応するかリスクヘッジである。一般開放で受け入れするには、それなりの体制やハードも作らないといけないと聞いた。調査では受け入れ可能人数もいただいているが、まずは事業所に負担のない範囲で理解が得られるか、対応が可能か、など市が最初は説明する。その後に進めていく際に商工会、観光協会、他の方法として学生との連携など検討していきたい。

会長) 他に意見はないか。報告事項は以上とする。

5. 協議事項

① 令和6年度観光振興会議スケジュール(案)について【資料5】

○資料5について事務局説明(省略)

会長) 来年度は第2期栗東市観光振興ビジョンの策定も控えており、会議回数も多くなる。日程調整にあたっては、オンラインでの開催もしていただき、その環境のない方は市役所に来ていただき対応をお願いしたい。6回の会議を行い、下段のニーズ調査の分析やロードマップの策定もある。また、新年度予算の策定に向けた提言もある。この会議体

の設置要綱で第２期振興ビジョンの策定をするとある。異動がなければ、任期は来年度もある。

事務局) 人事異動があれば交代もある。

会長) こんなスケジュール感であることを理解する。予定時間を超えたので協議事項は終了として進行を事務局にお返しする。

事務局) 議論を踏まえて整理をし、次年度に向けて反映させていただくのでご理解ください。閉会にあたりまして田中副会長にご挨拶をお願いします。

6. 閉会

(田中副会長) 省略