

第4回三重県の観光振興のあり方検討懇話会 概要

日 時:平成23年1月25日(火)14:30~16:30

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

(主な内容)

「基本理念」は、「目的を達成するための基本的な考え方」と理解しており、「施策」が「縦軸」であれば、「基本理念」は「横軸」を通すものだと考える。

三重県観光の「基本理念」として、以下の三点を挙げたい。

- ・今、県民の生活文化そのものが観光対象となっている。従来型の見ただけの観光ではなく、新しい観光の価値観を提供すること。
- ・供給者側の視点ではなく、消費者・旅行者の視点で全ての施策が組み立てられること。
- ・勘と経験に頼らず、科学的な統計に基づき対応すること。サイエンスの視点が必要である。

全般的に「主役は、県民であり民間事業者である。」という印象が弱い。

「統計整備」は、県の役割のみ記述されている。観光統計は、市町のほか、データを提供する民間事業者の協力が不可欠である。

条例を制定した他県の担当者から、制定当時はよかれと思い、盛り込んだ内容が、あまりに観光を取り巻く環境変化が早く、全然追いつかない、という話を聞いた。観光では、1~2年の間に動かさないといけないことが多い。必要なことは押さえつつも、融通の利くフレキシブルさも大事である。

骨子案は、全県的な捉え方ができる文言になったと思う。次は、「基本計画」の中でどう地域性を出すかだと思う。

国の観光立国推進基本法との整合性は図られているのか。国と県の方向性が全く逆ではいけない。

条例には、各主体の役割が規定されるため、「基本計画」においては、各主体の役割図などがあると分かりやすい。オール三重県の体制図があるとよい。

条例は、これからの方向性を示すものだからこそ、消費者視点に立った記述が必要である。「基本理念」において、訪れる人の立場に立った表現があると、深みが

出るとともに、県民にも理解されやすい。

様々な町おこしや地域づくりの動きをどこかで線引きするのではなく、全ての動きを観光が取り込めるとよい。観光の裾野を広げていくと、「あっ、こんなことも観光に活用できるんだ。」と気づく、それが地域の発展につながる。

そうした発想が、「基本理念」に盛り込まれるべきだと思う。「従来型の物見遊山ではなく、観光の裾野の広がりを、三重県はすでに認識しているんだ。」ということ、前面に打ち出してほしい。

より具体的、かつ詳細な「基本計画」にしてほしい。地域をブラッシュアップさせ、それぞれの連携を図ることが大事である。5年後、10年後を見据えて、お客様視点に立ったものとしてほしい。

当たり前だが、観光は競争市場の中で存在している。熊野詣や伊勢参りも、かつては習慣として行われたものだが、現在の熊野古道散策や神宮参拝は、競争市場の中で戦い、作られてきた現象である。「市場」を見失ってはいけない。その意味で、国の海外戦略は、オープンになった市場でのあり方を明確に伝えている。マーケットへの意識が、お客様視点につながる。

観光施策では、長期的に競争力を高めていく仕組みづくりが大事である。ローカルで一見、競争力が乏しく見える地域であっても、観光資源の活用次第で、うまくまちづくりを進めていけば、自然に力がついてくる。その信念を持つことが大事である。

観光立国推進基本法には、「観光は、国民の豊かさや幸せの象徴」と記述されている。住んでいる人にとっては、その地に住むことの幸せや豊かさを競い合う自慢競争である。

観光と物産の連携は、地域の表現につながる。東紀州であれば、魚や柑橘類。熊野古道だけで経済効果を生み出すのは難しい。

観光振興が進むと、県民は得をするのか。直接的な所得にはつながらなくても、観光を通じて幸せになるなど、「自分たちも役割を担いたい。」と思える表現が必要だと思う。

以上