

## 平成 24 年度 第 2 回長野県観光振興審議会 議事録

1 日 時：平成 24 年 6 月 7 日（木）午後 1 時 30 分から 16 時 50 分

2 場 所：長野県庁講堂

### 3 出席者

[委 員] 井上弘司、今井明美、久保田くに子、駒谷嘉宏、佐藤博康、塩島和子、高野和也、高野 登、中川完治、渡邊充子（敬称略）

[長野県] 長野県副知事 加藤さゆり、観光部長 野池明登、観光企画課長 浅井秋彦、信州ブランド推進室長 熊谷 晃、観光振興課長 秋山優一、国際観光推進室長 佐藤公俊、移住・交流課長 小田切昇、国際課長 白鳥博昭、観光企画課課長補佐 湯沢秀保

### 4 議事録

#### （浅井観光企画課長）

皆さんこんにちは。ただ今から平成24年度第2回長野県観光振興審議会を始めさせていただきます。本日は概ね5時近くまでと長丁場になりますが、よろしくお願ひしたいと思います。

本日は本県の加藤副知事が出席しております。最初に加藤副知事からご挨拶を申し上げます。

#### （加藤副知事）

皆様こんにちは。加藤でございます。今日は皆様方大変ご多用の中を第2回目の審議会にご出席をいただきまして誠にありがとうございます。

また、委員の皆様方におかれましては、それぞれの分野で日頃から長野県観光の推進に向けましてご尽力いただいておりますことを、この場をお借りいたしまして改めて御礼を申し上げたいと存じます。ありがとうございます。

先般公表した「観光地利用者統計調査結果」によりますと、昨年、平成23年に観光地にお越しいただきましたお客様の数である観光地利用者数、それから観光消費額は、上半期は東日本大震災の影響で減少し、下半期は避暑客の増加やキャンペーンの効果などにより前年より増加したものの、通年でみますと、観光地利用者数が対前年比マイナス2.8%、観光消費額が同マイナス2.0%と、長期的な減少傾向が続いているわけでございます。

こうした中、4月に知事が審議会に対して諮問した「新たな観光振興基本計画」は、長野県の将来を見据えた今後の観光振興施策の指針として重要な役割を担うものであり、諮問書の中で「地域経済の活性化」、「誇りや愛着を抱くことができる観光地域づくり」、「長野県らしい「おもてなし」や美しい観光地づくりなどを幅広い県民参加で推進していくための仕組みづくり」など、「特にご検討をお願いしたい5つの視点」をお示しさせていただいたところでございます。

これからの長野県の観光振興を考えていく上で、例えば「おもてなし」は、長野

県の弱い部分と言われているものの1つかと思いますので、是非、この審議会におきましても十分に皆様方のご意見、ご議論を頂戴したいと考えているところでございます。

今日の審議会は佐藤会長さんからのご提案もございまして、各委員の皆様方に少しでも多くご意見を頂戴したいということで、「ワールド・カフェ」方式による意見交換を整えさせていただいておりますので、活発なご意見を頂戴したいと思っております。私も今日は最後まで参加をさせていただいて、長野県の観光のたな卸しと将来ビジョン、取組分野別の方向性をテーマとして皆様とともに意見交換し、色々なお考えをお聞かせ頂きたいと考えているところでございます。

最後に1つ、観光を担当させていただいている副知事としてかねがね考えておりますのは、これまでの計画にも戦略として書かれているところではございますけれども、消費をコントロールしているのは誰なのか、これは私の考えですけども、やっぱりその多くは女性なのだろうと思っております。長野県の観光振興を考えていく時に、女性に選んでいただく、買っていただく、泊っていただく、食べていただく、やはり女性の視点あるいは消費者の視点、供給サイドからだけではなくエンドユーザーの視点ということも十分踏まえた上で、色々な事を検討していく必要があると常々考えて観光部と話をしているところでございますので、是非、そういうことを踏まえた上で皆様方の活発なご意見を頂戴したいと考えております。

最後までよろしくお願い申し上げます。失礼いたします。

#### (浅井観光企画課長)

ありがとうございました。

本日は岡庭委員さん、奥原委員さん、玉沖委員さん、それから松本委員さんから所用のため欠席をする旨のご連絡を頂いておりますのでご報告をいたします。

次に、新任の委員を紹介させていただきます。これまで市長会経済部会長として当審議会の委員をお努めいただきました芹沢委員が4月18日をもって退任されたことを受けまして、後任の委員として千曲市長の近藤清一郎様を委嘱申し上げ、お引き受けいただいております。本日は出席予定でございましたけれども、市議会の会期中という事情もございまして、急きょ欠席というご連絡をいただきましたので、合わせて報告を申し上げます。

なお、現在県庁舎の耐震改修工事をしておりまして、騒音という非常に環境の悪い中でご審議いただくということで、場所の設定が悪かったと思っておりますけれども、真に申し訳ございませんがよろしくお願いしたいと思います。

それでは、これより議事に入らせていただきます。当審議会の議長は会長が務めることとなっておりますので、佐藤会長さんよろしくお願いいたします。

#### (佐藤会長)

ありがとうございます。今日は長い時間をできるだけ効率的に使わせていただき、早速意見交換のセッションを始めたいと思います。

その前に皆様のお手元に前回の議事録というのが届いているかと思います。今回

私も内容をじっくり読ませていただきまして、阿部知事の冒頭のお話もございましたけれども、非常に内容の濃いものが記録されているという印象を深くしております。今後方向性を打ち出す上でのキーワードがほぼ書かれていた気がいたします。そういう意味で、自分はこんな事を言った覚えはありませんとか、そんな所も含めて是非ご確認をいただければと思います。お帰りになってからでも結構ですから、じっくりと読んでいただきたいと思います。

それでは、本日は最初から1月の審議会と同じようにテーブル分けをさせていただいております。先程加藤副知事からもお話がございましたように、「ワールド・カフェ」スタイルということで意見交換会をやらせていただこうと思います。

まずそのテーマ、内容をどういう方向で考えたらいいのかということを含めて基本的な情報を共有しておきたいと思いますので、まずは事務局の方から「たたき台」となる資料等、皆さんのお手元に届いているので、ご説明を頂きたいと思います。

では、課長さん、よろしく願いいたします。

#### (浅井観光企画課長)

それでは本日配付しました資料を簡単にご説明したいと思います。

資料1をお願いいたします。今回の観光振興基本計画の策定スケジュールでございます。今日、6月7日が第2回目の審議会となっております。8月の「中間とりまとめ」をご審議いただく第3回目の審議会に向けまして、今日のご議論頂くという予定にしております。

また、その下の方に出ていますけれども、7月に地域懇談会、三大都市圏での懇談会を集中的に行いまして、委員の皆様にもご協力を頂きながら県民の皆様など意見交換をした上で「中間とりまとめ」に持っていきたいと思っております。

現在の位置はこういう所だということでご理解をいただきたいと思います。

資料2をお願いいたします。「中間とりまとめ」に向けた議論のためのたたき台」というタイトルになっております。1月にこの審議会で行ないましたワールド・カフェ、それから4月の審議会でもいただきました様々な意見などを踏まえまして、表の1（観光を取り巻く環境）から4（長野県観光の強み）までを事務局の方でまとめさせていただきました。

1として日本全体の「観光を取り巻く環境」の変化、2として「長野県観光の現状」、3として「長野県観光の課題」、ウィークポイントや問題点などがございます。それから4の「長野県観光の強み」は、反対に強みもたくさん持っているのではないかと、これまでのご議論をこんな形でまとめさせていただきました。

本日はこの3の課題ですとか4の強み、これをもう少し違うこともあるのではないかと、または同じ視点でもっと深掘りができるのではないかと、ということをご議論いただいた上で、5にあります「長野県観光の将来ビジョン」、長野県観光をどう持っていくのかという目指す姿についてご議論いただく予定にしております。

その議論を踏まえまして6の「取組分野別のめざす方向性（例）」になりますが、5の将来ビジョンの方向性を踏まえた上でそのビジョンをどうやったら実現できる

かという視点で、各分野ごとにどんな方向性を持って行ったらよろしいかということで、この部分についても2回目のワールド・カフェでご議論いただく予定にしております。

6の柱立ては例としてあります。6本建てておりますが、これはあくまで事務局で仮置きをした柱でございますので、議論の中で他の柱も建つのではないか、または柱と柱を一緒にして少なくしてもいいのではないか、そんな観点からも意見交換していただければありがたいと考えております。

「中間とりまとめ」のあがりの姿としては、この6までについて、今はA3で1枚になっておりますけど、これを文章化したものを出していきたいと考えているところでございます。

後、最終的な答申の中では、7（重点的に取り組む施策の方向性）、9（計画の着実な推進）という部分についても言及していく予定としております。

それから、参考資料1をお願いします。「観光地利用者統計調査結果」ということで、先程の副知事あいさつでも触れられていましたが、先月5月18日に今年の観光地利用者、観光消費額についての統計を発表させていただきました。

2ページをお願いいたします。ポイントのみ説明させていただきますが、上の表をご覧ください。今年の観光地の延利用者数は、8,434万9千人でしたが、これは残念ながら前年対比2.8%の減少、観光消費額は3,063億4千6百万円ということで、これも残念ながら2.0%の減少という結果でございました。全体通じまして東日本大震災の影響が大きく出ております。

今年の3月から5月までの3か月の前年対比は、観光地利用者数はマイナス24%と大幅な減となっております。その後、避暑地としての利用者の増加やテレビドラマなどのPRの効果、さらには継続的なキャンペーンもありまして、後半はプラスに転じて明るい兆しも見えてきたところでございます。

次の参考資料2でございます。「平成24年ゴールデンウィークにおける主な観光地の利用状況」でございます。

裏面をお願いいたします。トータルの数字でございますが、表の最下段の「前年と比較可能な38箇所合計」で前年と比べますと、今年のゴールデンウィークの「延利用者数」はマイナス1.7%と、こちらも減少ということになっております。ただ、ゴールデンウィークの日数の捉え方が年によって変わってきます。去年は10日間の統計となっていたのに対し、今年は9日間の統計ということで、総数は若干減っておりますが、「1日あたり利用者数」で計算しますと、昨年と比べると9.2%増加となります。

まとめると、調査対象期間が1日減る中で延利用者数は減少したものの、1日あたり利用者数は増加、という結果でございます。

続いて参考資料3、「東日本大震災後の長野県への観光動向・意向調査」の結果報告でございます。

これは調査項目として大きく2つございました。震災の前と後で長野県への観光動向がどうなったか、増えたのか減ったのかという調査が1点であります。もう1点は平成26年度末に予定されている北陸新幹線の金沢延伸がどんな影響があるのか、この2点について調査を行いました。今年の1月から3月にかけて行った調査でございます。

震災の前と後で観光動向が変化したかということで、13ページ右上に表がございます。長野県を観光で訪問した人の割合で、2010年は震災前、2011年は震災の後の数字でございます。約3万人のうち2010年は15.1%の方が長野県を訪問した。一方、震災後の2011年は14.2%ということで、震災の影響を若干受けているという状況でございました。地域別にみますと首都圏、中京圏ではさほど影響がなかったのに対し、関西圏では2.7ポイント減少ということで、やはり遠くからお見えになる方が減っており、震災の影響を受けているということでございます。

それから北陸新幹線関係の調査、新幹線延伸前後の長野県への訪問意向についての調査結果を18ページにまとめてございます。円グラフでございますが、約3万人を対象に調査したところ、新幹線延伸前は訪問意向が36.0%でございました。将来、新幹線延伸後の訪問意向については50.1%ということで、実際の観光行動ではなく意向でございますが、新幹線延伸に伴って訪問意向が14.1ポイント増えるということでございます。こういった意向をいかに実際の観光行動に移していくか、受入体制を整えられるのかというのが、これから我々に課せられているのではないかと考えます。

それから、参考資料4をお願いします。これは現在長野県で策定を進めている「新たな総合5か年計画」について県総合計画審議会がとりまとめた大綱（素案）の構成イメージでございます。

これは、観光以外の様々な行政分野を全部含めての総合計画でございまして、観光に関する部分としましては「20年後のめざす姿」の中に5つの山があります。その中の1番左の山、「世界への貢献」の山の「世界に選ばれる信州の魅力」、それから隣の山、「ゆとりのライフスタイル」の山の「楽園信州」、こういったところが観光に関して記述されているところでございます。

具体的な記述につきましては参考資料5をご覧くださいと思います。

ここに「新たな総合5か年計画」の「20年後のめざす姿」に記載された「世界に選ばれる信州の魅力」、「楽園信州」を抽出しております。

観光振興基本計画もこの「新たな総合5か年計画」と整合を図りながら策定していく必要があるかと思っておりますので、よろしくお願ひしたいと思います。

最後に参考資料6でございますが、これについては信州ブランド推進室長の熊谷から説明いたします。

**(熊谷信州ブランド推進室長)**

お世話様でございます。それでは信州ブランド推進室からは本日のご議論の参考資料といたしまして参考資料6をご説明させていただきます。

これは先月の14日に開催いたしました「県と市町村との協議の場」において提示をさせていただいたものでございまして、標題にございますように「県と市町村との協働による戦略的な「長野県」の発信、売り込みを目指して」ということで、現状と課題を提示させていただいたものでございます。

左側をご覧くださいますと、現状ということで、上から「人」、「もの」、「交流」についてデータを掲げさせていただいております。「人（観光）」は先程ご説明したとおりでございまして、その下の「もの（県産品）」をご覧くださいますと、県産品のブランド化を代表いたします原産地呼称管理制度によりますワイン、シードル、日本酒等の認定数や信州プレミアム牛肉の認定状況、またりんご3兄弟の栽培面積等も示しております、いずれも増加するなど信州ブランドを意識した生産が拡大している状況をご覧くださいます。

またその下の「交流（移住・交流）」でございまして、移住の実績が増加している状況だとか、各種団体の調査においても移住したい都道府県のトップに本県があることをお示しております。

右側でございまして、長野県としての本年度の主な取組を掲げてございまして、その下でございまして、課題が整理してございまして、これがこの度市町村と共有する課題ということでございまして、長野県には優れた資源が数多くあるのに統一感のある情報発信が不十分である、潜在的なブランド力にどのように磨きをかけるか体系的な取り組みがない、以前にもブランドに関する取組がございましたが幅広い共有がなされず具体的な県民のアクションに繋がらなかった、というような課題を整理してございまして、この協議の場におきましては、その下にございまして、今後の戦略として「長野県」の発信、売り込み機能を、県の取組としては初めてでございまして、県と市町村が協働して今年度検討していこうということになりました。

2枚目をご覧くださいますと、他の都道府県等に見られる県外への情報発信の最近の状況を取りまとめてございまして、左側には最近の他の都道府県のブランド発信の取組例を掲げてありますが、香川県、広島県などをみますと、これまで都道府県レベルではみられなかった思い切った発信だとか、それに絡めたウェブ戦術、アンテナショップなどの戦術をとっている状況がご覧いただけるかと思います。

右側はダイレクトな情報発信の例といたしまして、アンテナショップの設置状況を掲げさせていただいております。その下は参考として県内の市町村の設置状況を掲げてございまして。

実際の協議の場ではやはり市町村がそれぞれ単独で発信するよりは、県としての統一イメージの下で協働して効率的に発信できないかとの意見が多数出されまして、ワーキンググループをこの6月にスタートさせまして、本年11月には一定の検討成果も出していこうと考えております。

この他ここには書いてございませんが、庁内の若手職員によるプロジェクトチー

ムを過日立ち上げましたり、また今後産学官による検討組織を立ち上げて参りまして、長野県のありのままの生活や暮らしの中にあります本来の魅力だとか価値観、こういったものを今年度見出していきたくと考えております。

以上でございます。

#### (佐藤会長)

ありがとうございました。

今日はいつもと違いましてテーマを2つセットしてございます。

1つは前回の審議会の中で多くの委員にご議論頂きましたが、その中でビジョンを建てる為にまずやるべきこと、前提となるべきことを総ざらいしておきましょうというお話がございまして、それならばこの「ワールド・カフェ」スタイルでもう1度議論頂いてビジョンへの道筋と言うのを作っていった方がよからうとことで、まず第1フェーズでは長野県観光のたな卸しをやって、そこからみえた将来ビジョンというテーマで皆さんにざっくばらんにお話しを頂きたいと思っております。

第2フェーズは、第1フェーズの議論からみえたそれぞれの各論の話を、各分野をこちらの方でまとめさせていただきますので、その分野に合わせた取組、その可能性、これを実は知事からも依頼されている内容でありますけれど、先程の色々な情報、データ、その他については一応フレーム的なお話だったのですが、そのコンテンツを皆さんにご検討いただくということになるので、大胆かつはっと思わせるような内容のものが出てくるとありがたいと思っておりますが、是非皆さんから魅力のある方向性を出していただきたいと思いますと考えています。

時間割あるいは進め方などについては事務局の方からご説明を頂きたいと思っておりますので、お願いします。

#### (湯沢課長補佐)

観光企画課の湯沢でございます。それでは今日のワールド・カフェにつきましてご説明を申し上げます。

ワールド・カフェの進め方につきましては今回2回目でございますので詳しくは申し上げますけれども、今日のワールド・カフェにつきましては、まず事務局職員も前回と同じように加わらせていただきたいと思いますという事、それから公開の場でございますのでカメラの撮影などがあるという事、そこら辺をご了解いただきたいと思います存じます。

それから皆様方のお手元に今日資料で「第2回観光振興審議会の運営方法について」という資料を用意してございますが、これに従いまして意見交換を進めていただきたいと思います存じます。会長から今ご説明を頂きましたが、今日のワールド・カフェは3ラウンドを2回お願いいたします。

第1フェーズにつきましては、「長野県観光のたな卸しと将来ビジョン」について意見交換をお願いしたいと存じます。資料2の長野県観光の強み、または弱み、課題ですとか長野県観光の将来ビジョンをテーマとする話し合いをお願いします。

第2フェーズは、「第1フェーズからみえる取組分野別の方向性」について意見交

換をお願いしたいと存じます。

それぞれ第1ラウンドから第2ラウンドにお移りいただく際は、前回と同じように紙をひいていただいて、そのテーブルへご移動をお願いしたいと思います。

今回は第1フェーズと第2フェーズそれぞれ3ラウンドを2回やりますので、その違いについてご説明を申し上げます。

第1フェーズでございますが、先程申しましたように長野県観光のたな卸しと将来ビジョンをテーマとしておりますが、第1ラウンド第2ラウンドにおきましては、長野県観光の強みについて話し合いをお願いいたします。長野県観光の強みを伸ばす、あるいは弱みを強みに転換するといった視点から、第1ラウンド第2ラウンドをお願いしまして、最後の第3ラウンドでは強みについてまとめていただきながらそれまでの話し合いを踏まえまして、長野県の将来ビジョンについて話し合いをお願いしたいと存じます。

それから第2フェーズでございますけれども、第1フェーズから見える取組分野別の方向性をテーマをお願いいたします。第3ラウンド後半はテーブルごとにアイデアを模造紙1枚にまとめていただきたいと思います。これは意見交換の中で盛り上がった内容ですとかキーワード、これらを共有する為に行うものでございまして、テーブルの結論を無理にまとめたり、あるいは全ての空欄を無理に埋めていただくことは目的ではありませんので、よろしくをお願いしたいと思います。

その他注意事項など書いてございますが、これらにお気を配っていただきながら意見交換の方をお願いします。

最後に、本日のワールド・カフェは、テーブルホストを観光部の職員が努めますので、よろしくをお願いいたします。

以上でございます。

#### (佐藤会長)

どうもありがとうございました。

それでは第1フェーズを開始していただきます。県の職員の方で参加される方は各テーブルに移動していただき、席が落ち着き次第、意見交換を開始してください。よろしく申し上げます。

#### テーブル毎の意見交換

##### 第1フェーズ

テーマ：長野県観光のたな卸しと将来ビジョン

第1ラウンド 15分間

第2ラウンド 15分間

第3ラウンド 20分間



**(佐藤会長)**

それでは時間になりましたので、第1フェーズの意見交換はこれくらいにさせていただきます。次から次へとアイデアが湧いて出るような感じであるかと思いますが、この時点で終わらせていただきます。

今度は、各テーブルでお話しをいただいた将来ビジョン、合わせてそのビジョンに結びつけた背景、第1ラウンド、第2ラウンドで皆さんご議論頂いていると思いますが、そうしたことを含め各テーブルの代表の方にご説明を頂こうと思います。

それではテーブルホストの方に発表を頂きたいと思いますが、まず4番テーブルからいきましょうか。

**(佐藤国際観光推進室長)**

それでは私どもの4番テーブルで出た意見をご説明申し上げます。途中第2ラウンドの段階で出た意見は省略いたしますのでご了承ください。

まず、長野県の強みでございますが、日本の真ん中にあり、東京や大阪といった大都市圏に近いということ。変化に富んだ文化があるということ。それからアルプスと言う素晴らしい自然遺産は、日本で唯一ではないか、そのアルプスを活かしたスキーというのが長野県の強みであろうということでございます。

また、ブランド化とはなんだろうという話になりまして、ブランドについてはこの後多分3番テーブルでお話が出ると思いますのであえて言いませんけども、ブランドそのものは「亀の子たわし」であると、いわば人の生活にとって欠かすことができないもの、一種のブームで終わるものではないものと考えてべきで、観光と言う観点で考えれば、「人」であろうということでした。「人」であるということで長野県の特徴である「長寿」を活かすべきであり、例えば100歳以上の方を観光大使にするようなことでもいいのではないかというお話がありました。

弱点といたしましては、豊かな自然ですとか、美しい風景に胡坐（あぐら）をかいてしまっていて、新しいことをしようとする商売気がないというお話がありました。そういった点を改善するために、自分の所のメリットがなかったら何を売りにするのかということをもう1度考え直さなくてはいけないのではないかというお話がありました。以上でございます。

**(佐藤会長)**

将来に向けたビジョンということでもうちょっと具体的に何かありませんでしたか。

**(佐藤国際観光推進室長)**

そうですね、新しい医療ツーリズム系、食事ですとか長野県らしいものを組み合わせた旅行形態と言うものを考えていくべきだろうというお話がありました。例えば長野県のナンバー1と言うものが食べられる、あるいは楽しめるという所をどんどんPRをしていくべきではないかというお話がありました。

(佐藤会長)

ありがとうございました。

それでは第2テーブルから願えますか。

(秋山観光振興課長)

それでは、第2テーブルで話し合われたことについて発表します。

まず強みですが、高速交通網が発展しこれから新幹線も延伸するという一方で、さらに便利になってくることが強みであり、新幹線の駅から1時間位で田舎や温泉がすぐに楽しめるということは、他の地域にはない強みだろうという意見が出ました。

それから、自分の地域に根付いている文化、歴史、伝統が沢山あるということも強みだろうと思います。裏返すと弱みなのですが、そういった自分の地域の魅力に気付いていない面があるので、もっとそれらを再確認する必要があるだろうという指摘がありました。

それから、「おもてなし」面ですが、長野県人は話し下手で人に話しかけるのが苦手という意見がありました。やはり、「おもてなし」というのは人と人との言葉のやりとりから生まれてくるので、まずは人との接点をもっときちんとして、相手にいい思いをしてもらおうということが必要なのではないかと指摘がありました。

今度はそれを発展させて将来ビジョンについてですが、これから長野県が目指していくべき方向は「ニューツーリズム」と言われる分野になると思うのですが、エコ、ヘルス、農業といった分野と観光が連携した「ニューツーリズム」を伸ばしていく必要があります。それには地域でそういった取組を引っ張っていきけるような中核となる人材を育てなければいけないだろうという指摘がありました。その人材を中心に、地域全体でお客様を受け入れる「地域顧客」にしていく取組、例えば「泊食分離」という考え方もあるのだろうということです。

それから地域全体をレベルアップしていくには、地域の中で協調して一つの事に取り組んでいくことは大事なだけでなく、その中でも競争の原理は必要であり、地域内で競い合うことによって全体がレベルアップしていくということがあるので、そういった一緒に張り合っていくというような方向性が大事なのではないかと指摘がございました。

(佐藤会長)

はい、ありがとうございました。ご苦労さまです。

それでは第1テーブル、お願いします。

(浅井観光企画課長)

1番テーブルで話し合われた内容を報告いたします。

強みとしましては、やはり高速交通網の関係で新幹線がこれから延伸するという一方で非常に優位になるのではないかと、地理的に東京に近いし、高速道路網も便利だということで地理的な優位性があるという意見が出ました。

それから長寿、これは本当に世界的に誇れる強みではないかという意見が出ました。また、水を含めた自然も大きな強みであろうという意見が出ております。

さらに、素材がたくさんありながらそれらが非常に多様性を持っているということも大きな強みではないかという意見がありました。

反対に弱みとしましては、それぞれの素材はいいのだけれど地元の人がそれを分かっていない、分かってないから発信ができない。そういったところが非常に弱い点ではないか、また、事業者の意識にも少し変えていくべき部分があるのではないかという指摘もございました。

今後どのようなことをやっていったらいいか、目指す姿ということでございますが、一つは「長寿」ということは先程も言いましたとおり世界的に誇れる強みであり、これをしっかり発信しなければいけない。発信にあたっては何故長寿なのかを分析すべきで、分析結果の一つひとつが売りになるのではないかということでした。それは医療なのかもしれませんし、食なのかもしれません。あるいはお年寄りを大切に作る人間性なのかもしれませんし、そういった分析をした上で発信すれば、それら一つひとつを発信することもできますが、全体として長寿というものを長野県の売りとして発信できるのではないかということでした。長寿の世界的なモデルということになりますと、インバウンドにも通じますし、MICE誘致の際も売りにもなるのではないかということです。

さらに長寿をキーワードにしますと、医療ツーリズムとか温泉と言うものは当然に関わってくる分野でございます。そうすると、これは宿泊を伴うということで、地域経済にも効果が波及するのではないかという発言がございました。

更に目指す姿として、これから色々な取組を進めていく上で、それらを全部包括するような、まとめる概念も必要なのではないかということで、まず出されたのが「おもてなし」の実現というようなこと、こういった意見が出ました。以上です。

#### (佐藤会長)

ありがとうございます。それでは最後になりますけども、第3テーブルからよろしくお願いします。

#### (熊谷信州ブランド推進室長)

第3テーブルですが、強みについては各テーブルで発表があったことと同様のものは割愛させていただき、要点のみご説明させていただきます。

将来ビジョンをまとめるにあたり我々のミッションはどこにあるのかということをもとめますと、だいたい4、5点あったという気がしています。

まず1点目は、長野は観光県だという売り出しを観光客にしても、今のような過当競争の中では違和感を与えてしまう。だから別の角度、別の切り口からみる必要があるのではないかということで、それは何なのかというと、やはり先程お話が出た長寿県というようなアドバンテージを示すべきではないかということなのですが、これは単なる医療や福祉が充実しているということを示すだけではなくて、やはりその地域のポテンシャルに光を当てることが必要ではないかということで、



うな内容のお話をいただきました。

共通する横串としては、長寿というテーマが浮かぶわけですが、長寿が強みなのか弱みなのかというのはこれから更に議論していかなければいけないと僕は思っています。先般の発表によると健康長寿という言葉と長寿と言う言葉がかなり使い分けられるようになってきておまして、長野県は長寿ではトップクラスになりますが、健康長寿となるとランクがちょっと下がって来るといふ現実を踏まえると、我々がこの辺りをどの程度主張ができるのかは議論が必要なのではないのでしょうか。しかしながら、長寿と言うベースがあるのでそれを健康長寿にしておもうという戦術が出てくるのかもしれませんが、いずれにしても皆さんのお話の共通項はまず長寿、強みは長寿ということでした。

それと、交通アクセス、大きな市場からのアクセスが非常に良いというお話です。これも強みと言うか、観光にとっては非常に重要なポイントであります。そういう意味で共通の意見を持っていただけたようです。

一方、弱みと言うのは、自分達の素材に気が付いていないとか、あるいはその素材に甘えすぎているとか、あるいは素材自体を理解する意識がないのではないとか、そうしたところが弱みとして、これはいずれも人格的な部分だから、どちらかというといふ県民性といった方がいいのかもしれませんが、そういったところがあるようです。

それで、そういったことに対しては、3つのテーブルからビジョンの一つとして、ブランド戦略、骨太の計画をこの審議会のようなところで立てればそれにみんなが着いてくるのではないかといいこともありますし、それからどこかのグループで、これは発表にはなかったのですが、人材の教育、学校でもっと観光を勉強させる事で地元理解を強めろという話も拝見させていただきましたが、そんなことをやっていかないと、この弱みが強みに変わっていかないといい流れの議論がありました。

更にビジョンとなると、長寿が基本でしたね。基本的に皆さん長寿を使ったニューツーリズムの可能性、こうしたところを新しい方向性、私の方から大胆な話を挙げてくださいといったこともありまして、ニューツーリズムを前面に打ち出してみてもどうかというビジョンの方向性も一ついただきました。

もう一つ、「おもてなし」の力をつける。これも将来ビジョンにとって非常に重要なポイントになっていくのではないかと思います。

さらに議論を深めていただければ更にビジョンが生まれてくるのではないかと思います。以上がただ今の意見交換の中から拾っていただいた面白いポイントだと思います。

2、3挙げていただいたビジョンの目的は、諮問の内容ともオーバーラップするのですが、その他に今後更に皆さんにこう言ったポイントをご議論頂きたいと思うところをちょっと挙げておきたいと思っています。諮問にあたり我々には5つの視点を示していただいております。

1つ目は地域経済の活性化に寄与する観光施策であります。これは前回岡庭委員の方から強く言われていたポイントでもあります。結局観光ビジョンを大きく構えるにしても、川下の方が潤わなければ、つまりそちらの方に経済的な効果が及ば

なければ、結局観光産業が消えていって、それが新しい観光の形なのだとすることを提案できるならばいいんですが、今のところ近未来的にはそれはなかなか難しかろう、そういう意味では地域経済の活性化に寄与する観光施策というのにも考えなければいけないということです。

それから2つ目は、今日もう既にご議論頂いたところですが、強みを伸ばし弱みを強みに転換することによる長野観光の魅力の向上を議論してください。3つ目、住む人が誇りや愛着を抱くことができる観光地域づくり。4つ目は外国人旅行者の一層の増加とツーリズムの質の向上のための実効性のある取組を検討してください。5つ目は長野県らしい「おもてなし」や美しい観光地づくりなどを幅広い県民の参加でできるような仕組みづくりを提案ください。このような視点を示して頂いているわけですが、ただ今の皆さんのご議論の中から5つの視点に対して2つか3つ対応できるものをいただきましたので、この後は、例えば外国人旅行者向けにツーリズムの質の向上を図るには具体的にどうしたらいいのかとか、色々なアイディア、あるいはビジョンなどを頂いていければと思っています。

補足意見がなければ、第1フェーズの全体セッションは以上で終了させていただきたいと思います。ちょっと言い足りなかったことがありましたら是非挙手をお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

それでは第1フェーズはここで終了させていただきまして、ただ今皆さんがお手元で模造紙にたくさん書いていただいた記録を、用意しましたこちらのテーブルに並べておきます。その間10分ほど休憩をとらせていただきますので、25分にテーブルに戻っていただきたいと思います。お疲れさまです。

## 【休 憩】

### (佐藤会長)

時間がまいりましたので、そろそろお席の方にお戻りいただきまして準備を進めさせていただきますと思います。

第2フェーズで皆さんに意見交換をお願いしたいテーマは、先程長野県観光の強みと弱み、将来ビジョンについてご議論頂きましたので、今度はそれらの話し合いを踏まえ、取組分野別の方向性について、先ほどお話しいただいた内容をこちらの方でいくつかの分野に分類させていただきますので、それぞれの分野に渡って意見交換をしていただきたいと思います。分野は阿部知事からお示しいただいた課題に沿ったものでありますが、今から5つないしは6つ、お話をさせていただきます。

1つ目は地域経済への寄与、地域経済への貢献です。

2つ目、住んでよし訪れてよしの観光地域づくり。皆様のお話の中では、「美しく生きる信州」といった言葉も出て参りました。あるいはストーリーやレジェンドをつくるということ。そして観光地域をつくっていくというお話がありました。

3つ目は、強みを活かし弱みを転換すること。強みとは長寿、あるいはアクセス、自然や文化もこれにあたります。あとは弱み、なかなか人が素直に表に出てこないということ意見を意見として出していただきましたが、基本的には「おもてなし」の問

題だろうと思います。

4つ目は、外客誘致ということで外国人に質の高い体験を提案したい。長野県ならではの質の高い体験を提供することが知事の願いということがございますので、その辺りは皆さん専門の分野ですので、ひとつよろしくご議論頂きたい。

そして5つ目はブランド戦略です。さっきブランドということで第3テーブルから発表していただきました。ブランド戦略、これは行政のやるべきこと、あるいは地域全体で取り組むべきこと、色々切り口があろうかと思えます。長野県民の頑固さもブランドなのだという話も出ておりましたけれども、ブランド戦略をどうするのか、どう考えるかといったことなどもここではご議論頂きたい。

その他色々な視点がある、そういう意味で「その他」とくくらせていただきますが、今の5つの中に入らないポイントを分野別に分けるとして、ひとつ予備に置きましてご議論頂ければと思います。

それぞれにできるだけ具体的に、しかも目を見張るようなアイデアを出していただけると大変ありがたいのですが、そうしたことを含めて皆様の活発なご議論をお願いしたいと思います。

よろしゅうございましょうか。それでは始めてください。

### テーブル毎の意見交換

#### 第2フェーズ

テーマ：第1フェーズからみえる取組分野別の方向性

第1ラウンド 20分間

第2ラウンド 20分間

第3ラウンド 20分間

#### (佐藤会長)

時間になりましたので、まだまだ尽きないとは思いますが、第2フェーズの意見交換はこの辺りで終了させていただきたいと思えます。

それと合わせて、今お手元に事務局から2枚組のペーパーを配付しております。

「長野県観光の将来ビジョンにつながるもの（未定稿）」というタイトルの資料です。これは1月の審議会での意見交換と今回の第1フェーズで皆さんからいただいたアイデアを将来ビジョンに繋がる5つないし6つの分野に分けてまとめたものです。これは最終稿ではなく、こういう方向でビジョンをくくっていこうという提案の紙であります。ただ今の第2フェーズで意見交換していただいた内容は、これらのビジョンの実現に向けた各分野のアイデア集ということで、それをこの3枚目以降に追加して、ある程度の骨子を作っていくということになります。

11月に答申を提出するためには、夏そして秋に入った段階でおおむね出来上がっていないとスケジュール的に難しいということもありまして事務局の方で作業をし

ていただきましたが、是非皆さん方のご意見を頂ければと思っています。

とりあえず今日の「ワールド・カフェ」風の意見交換会を終了させていただきたいと思いますが、その最終的な発表をテーブルごとをお願いしたいと思っています。今回は先程の逆で第3テーブルからよろしくをお願いしたいと思っています。

#### (熊谷信州ブランド推進室長)

会長よりご提示いただきました6つの視点を意識しながらも、またその枠からはずれて自由にやっ払いこうと両方を取り交えて意見交換してみました。

1番最初に出て参りましたのは「おもてなし」という観点でございましたけども、ここで注目されましたのは、やっぱり長野県が1つのビジネスモデルを提案したらどうかという視点でございました。それともう1つ、「おもてなし」の中で注目されたのが、長野県の「おもてなし」の取組がどれくらい進んでいるのかという調査を行い評価基準をつくり、公表することによって地域ごとに「おもてなし」の改善を進めていったらどうかというアイデアもありました。

それと人材の育成でございますけれども、地域ごとに地域マネジメントのコンセプトをつくり、それにそった人材を育成・確保するというアイデア、それとやはり若い世代を育てる必要があるということで、小中学校の段階から地元の魅力などを学び、子ども達がそれぞれ語れるように取り組む、そういった教育が必要ではないかというアイデアがありました。

それから、メディカルツーリズムの観点から意見がございまして、今都会の企業の健保組合などはかなり自主運営が厳しくなってきていますので、それらをターゲットとしたメディカルツーリズムをやるだとか、あるいは近県の市町村でも介護養護事業などを組まれていると思いますが、そういった介護養護をこの健康長寿の長野県でメディカルツーリズム的に、またメディカルウェルフェアと言うのですか福祉事業として実施していくというアイデア。それとか古い昔の湯治場を復活するというアイデアもありました。

それと大きな観点でございましてけれども、やはり県が主導して市町村をアレンジした商品づくり。今まではいわゆる点と点、観光地と観光地を結ぶ観光にとどまっておりましたが、これからは2泊3日のパッケージを県が主導してつくって、例えば、1泊目は千曲市、2泊目は長野市、3泊目は松本市でというように各市町村エリアに任せるようなパッケージをつくったらどうだろうかというご意見が出ました。これによりまして、各地域としましても魅力ある観光地づくりに取り組むということと、県が主導するという事で県内の市町村が1つの方向に向いていくという2つの効果があるのではないかという指摘がございました。

それとやはり今までの市町村単位の売込ではなくて、これも地域観光という意味では、歴史などによるストーリーの重要性が先程指摘されたばかりでございますので、こういった歴史によるストーリーだとか伝統、レジェンドを反映したPRを進める上でも、市町村名にこだわるのではなくて旧藩名だとか旧地名、こういったもので売り込んでいくような魅力向上の方策もあるのではないかという意見が出されました。



最後にもう一つ付け加えさせていただきますが、田舎に都会の人を呼ぶにはちょっとおしゃれな雰囲気がいいのではないかとということで、これも魅力づくりの観点と申しますけれども、おしゃれなお店だとかレストラン、おしゃれして歩きたくなるようなゾーン、これが司馬遼太郎先生によるとそのゾーンというのは500メートル必要だということらしいのですが、そういったおしゃれして歩けるようなゾーンを魅力ある観光地づくりでも活かしたらどうかという意見がありました。

主要なポイントだけでございますけれど、以上でございます。

#### (佐藤会長)

ありがとうございます。大変面白いポイントをいくつも出していただきました。それでは第1テーブルからお願いします。

#### (浅井観光企画課長)

第1テーブルです。全体のフレームワークの関係では、項目立てを何本もしてきたわけですが、横串をさすという考え方も必要なのではないかとのお話がありました。例えば「おもてなし」という概念になりますと、各分野の取組それぞれに関係するということで、独立して「おもてなし」というよりは全体を横串するものではないかというお話。それから地域経済の活性化と言う観点も、それぞれの分野を通じた活動の結果として地域経済の活性化が見られるわけで、これも縦割りの区分というよりは横串的な刺し方の方がいいのではないかとのご意見がありました。

それから、各分野の材料としてどんな意見が出たかということでございますけれど、人材育成というグルーピングの中では、例えば各地域の学生や児童の皆さんに観光ガイドをやってもらったらどうかとか、その為に学校教育などで機会を与えてみたらどうだろうかとか、経営トップの意思改革がまず必要ではないかという、そんなご意見もございました。

それから「おもてなし」の関係では、例えば県庁内各部署によるおもてなし、それぞれの課で「おもてなし宣言」をしたらどうかという、非常に具体的なご提案をいただいたところです。「おもてなし」の宣言をすると、例えば圧倒的なニュース性がありますよというようなご意見もございました。

それから様々な分野との連携ということで、例えば観光×〇〇ということで〇〇として色々な分野が例示をされているのですが、観光との連携はどのような分野でも可能ではないかというご意見がございました。

それから、さっき山といえば長野県というお話がありましたけれども、例えば今は山ガールブームというものもあるので、例えば長野県だと山岳観光にもっと力点を置いた活動も必要なのではないかとのご意見がありました。

それから情報発信ということで、ターゲットに応じて、例えば女性、高齢者、ファミリー、子どもさんというように、ターゲットを明確にして情報発信をしていったらどうか。さらにワンストップで情報を発信することによって、ワンストップということは各団体が様々なツールを使って様々なやっているんですけど、情報発信をもっと集約すれば、今パンフレットをつくってもなかなかみてもらえない状況

がある中で情報の発信を集約すれば、エコにも通じるというようなご意見もありました。

他にも色々ありますが、おおむねこういったご意見がありました。

**(佐藤会長)**

ありがとうございました。

次、第2テーブルからお願いします。

**(秋山観光振興課長)**

第2テーブルです。先程の第1セッションから少し深まった感じなのですが、まず観光地域づくりとして官民協働でプラットフォームをつくって、その中に商品を作成する観光のオペレーターのようなものをおいて、きちんとした商品づくりをすることが必要という意見がありました。それからプラットフォームの中にマーケティング部門を置いて、評価が行えるようにする。評価というのは例えば全県統一でCS調査、顧客満足度の調査をやってそれをきちんと評価して外へ出していくシステムをつくるのが大事という意見がありました。それから商品づくりにおいては自分の地域だけでは1日しかもたないので、周りの地域と連携して広域的な商品をつくっていくのが大事という意見がありました。

それから、観光地域づくりの中のもう一つの柱として人材育成があると思うのですが、その中で小学校、中学校に観光の科目をつくって地域の歴史などをきちんと学ばせて子どものうちから外の人に自慢できるような素地を作る必要があるという意見、小学校等で観光を題材とした絵本の読み聞かせとか色々な広がりがあると考えられるのではないかという意見が出ており、それが将来的に地域の中核となる人材を育てることになるのではないかというアイデアが出ています。

それから地域の経済に寄与する観光という意味で、地産地消、地域で生産された日本酒とかワインを地域の中で楽しめるようにするというアイデアが出され、それを進めるにはやはり行政の支援策が必要ではないかという指摘がありました。

それからブランドでは、「おもてなし」について日本国内のモデル的な県にしていけばブランドになるだろう、子どもがちゃんと挨拶ができるということは地域ブランドとして外に誇れるのではないかと、という意見が出ております。

それから施策提言なのですが、新幹線の駅から県内各地への二次交通が弱いのできちんと整備していく必要がある、それから観光事業者の融資制度、特別融資のようなものをつくっていく必要があるだろうということが指摘されております。

**(佐藤会長)**

ありがとうございました。

それでは最後になりましたが、第4テーブルからお願いいたします。

**(佐藤国際観光推進室長)**

重複する部分は省略して、要点だけ申し上げます。

まず、交流を促進するための交通網の整備、特に長野県は南北に長く、高速道路網以外は鉄道網を中心に貧弱ですので、リニア中央新幹線を活かす鉄道網を整備すべきという意見がありました。

また、これから長野県は総合力で売っていかねばならないので、売り込むにあたってのツールとしてIT戦略をすべきであって、長野県の総合アプリというものを開発すべきではないかという意見がありました。

後、地域経済の活性化とこれからの観光地づくりはセットになりますが、まず地域づくりは江戸時代の藩の大きさをイメージして、自給自足の県であるということと、海はないけども日本のまさにふるさとであるということ宣言した観光地づくりをすべきというお話もありました。

それから、ホテルや旅館は観光地のまさに顔でありますので、ホテル、旅館が地域の情報発信基地になれるくらいの機能を持つべきであり、それなりの体制を整備すべきではないかという意見がありました。

あとは海外のお客さんから動物をキーワードにした地域づくりとか観光地というものがないと言われますので、動物というものがキーワードになって来るといってお話もございました。以上です。

#### (佐藤会長)

ありがとうございました。

ITとか、ホテル・旅館を情報発信基地にするとか、なかなか手がつけられない面白いアイデアを出していただきました。今私はITという言葉、長野県全体を無線LANの県にしてみたらどうかという意味を含めて使いました。海外では町ぐるみで無線LANが整備されている地域が当たり前になっておりまして、それがすごい売りになって人が集まっているという話を聞きます。

それからホテル・旅館の情報発信基地、ここだけにこだわって申しわけないのですが、これについても、今長野県はEV（電気自動車）をどのように普及させるかというところを色々考えているわけですけど、我々もその実験をする中で、ルートや高低差などの情報をどうやって入手するかというと、やはり宿屋とかレストランだろうというところに修練させつつありますので、そんなところでもちょっと面白いと思った次第です。このところにだけこだわって申しわけありません。

4つのテーブルで使える、これはすぐに着手してもいいのではないかというアイデアをいただきました。例えば3番テーブルでご提案いただいた長野スタイルの「おもてなし」の評価基準、これは日本中でどこもやっていないと思います。「おもてなし」と割と簡単に口にするのだけれども、その実体はなんだということが分かりにくい、そういう中で長野モデルの評価基準をつくるというのはたいへん面白いアイデアではないかと感じます。

それから、多くのテーブルで広域で取り組む必要があるという意見が出ていました。縦長の地形の長野県は各地域に分割されているのだけれども、それを広域で考えて旅行者の立場に立つということはとにかく重要な所で、その発想を導入してはどうか、連携したらどうか、そういった様々なご意見をいただきました。

これらをまとめると、ただ今、「長野県観光の将来ビジョンにつながるもの（未定稿）」の追加ページをお配りしております。「ヒント」と書いてありますが、本日第2フェーズの意見交換で出された全部ではありませんが、こう言ったポイントをピックアップできるということで、追加分を含め3ページの資料となりますが、本日のとりまとめとして皆様にお渡ししておきたいと思います。

いずれにしましても、今日ご議論頂いたポイントなどを、今度は県内の各地域の皆さんがこれをベースにどのように考えられるか、今後、懇談会などを通じて「中間とりまとめ」としてまとめていきたいと考えているところですが、とりあえず今日お配りしました資料、それから皆様のご意見を共有させていただいたポイントをまとめた追加配付資料をお持ち帰りいただいて成果にしていいただければと考えています。

終了予定時間を過ぎており、時間的なご都合もおありかと思しますので、中途半端で恐縮ですが、この辺りで本日のセッションを終了させていただきます。

最後に、事務局から皆様への情報提供等ございますので、お聞きいただきたいと思ひます。それでは事務局の方に戻しますので、よろしくお願ひします。

#### **(浅井観光企画課長)**

長時間に渡りましてありがとうございました。

連絡事項を申し上げたいと思ひます。先程策定スケジュールの中でも申し上げましたが、7月に県下10広域、地方事務所単位で県民の皆さんからご意見をお聞きする地域懇談会の開催を予定してございます。これを機会に各委員さんにも各会場にお1人かお2人出席を頂きたいというのが事務局の案でござひます。現在各委員さんと個別にスケジュールを調整させていただいておりますが、各委員さんに1回、あるいは2回、ご出席をいただければありがたいと思ひますので、よろしくお願ひします。

もう1点、本日お配りした参考資料8は、現行計画の「観光立県長野」再興計画の策定にあたり、平成19年11月にこの審議会において取りまとめたいただいた答申でござひます。現行計画の審議のあがりの姿はこのような形だったというイメージをお持ちいただけるよう、参考までにお配りをしたものでござひます。

以上でござひます。

#### **(佐藤会長)**

よろしいですか。それでは私の方からもう1点お願ひします。

新たな計画の「中間とりまとめ」、あるいは最終的な「答申」を作成するにあたって、広く委員の皆さんから主体性をもって関与していただけたらと思ひます。どういう意味かと申しますと、この案の起草に加わってもらえないだろうかということです。

事務局と私はもちろんですが、この他に委員の皆さんで実際に起草に関わりたいあるいは関わっていただける、そういう方がいらっしゃれば是非お手をあげていただきたいと思ひます。今回ないしは前回ご意見をいただけなかった、あるいはご出

席されてなかった方達のお考えで、こういうことも活かしてほしいというアイデアがございましたら、事務局の方にご連絡をいただければ、事務局からおじゃまるかあるいは書き物を頂くか、そういった形で是非皆さんの参加をお願いできればと思っています。

ただ、それでもなお皆様色々ご都合があらうかと思しますので、その場合には会長に一任していただければありがたいと考えています。この場合、スケジュールが問題でして、7月、8月に入ると実際に起草する段階に入りますので、できれば7月中に事務局までその旨ご連絡をお願いしたいと思っています。

それでは、ここで加藤副知事から一言お願いできますでしょうか。

**(加藤副知事)**

今日は佐藤会長をはじめ委員の皆様方には本当に長時間にわたりまして熱心にご審議いただきましてありがとうございます。

ただ今会長からお話しがございましたように、起草についてもお願いを申しあげたところでございますけれども、ご協力をいただければと思いますので、なにとぞよろしくお願い申し上げます。

本当に今日はありがとうございました。

**(佐藤会長)**

どうもありがとうございました。

**(浅井観光企画課長)**

最後に事務的な連絡を2点ほどさせていただきます。次回の審議会でございますが8月のお盆明けに設定したいと考えております。また日程調整をさせていただきますが、お盆明けの20日から30日までの間で設定をしたいと考えておりますので、よろしくお願い致します。

それから今日お配りした資料の中で、特にお持ち帰りする必要がない資料がございましたら、個人ごとのファイルにつづっておきますので、残しておいていただければと思います。連絡事項は以上でございます。

**(佐藤会長)**

それではこれもちまして、第2回観光振興審議会を終了させていただきます。本当に今日は長い間ありがとうございました。どうぞお気をつけてお帰り下さい。

※ 追加で配付した「長野県観光の将来ビジョンにつながるもの（未定稿）」は、別添のとおり



2012/6/7

**長野県観光の将来ビジョンにつながるもの**  
**(1月及び本日の2回のワールド・カフェを踏まえた たたき台)**

☆ 主語を他の地域に置き換えると通用しない、長野県らしい、長野県ならではの戦略を展開する。

### 1. 地域経済への寄与

人の流動が地域の消費拡大に結びつき、生産者・加工業者まで潤う地域経済の循環を構築し、経済効果の最大化を図ることが重要である。このため、観光に関わる幅広い事業者がお互いの素材やサービスを知り、相互に利益をもたらし合う仕組みづくりが求められる。

また、観光産業を「雇用を生む場」、特に若い人が働きたくなる場となるよう育成していく必要がある。

同時に、訴求する対象を明確にして、女性、消費者といったエンドユーザーの視点を強く意識することが重要であるとともに、ストーリー（物語性）やレジェンド（伝説性）といった要素が他との差別化には欠かせない。

### 2. 観光地域づくり

価値観やライフスタイルが多様化した今、観光の形態も、名所を訪れるこれまでの形態から、その土地のありのままの暮らしを楽しむ形態へと変化してきている。このような流れを活かすためには、「施設顧客」を「地域顧客」に転換していく観光地域づくりの取組みが重要であり、この取組みを各地で牽引する人材の育成と、多様な主体が企画や販売に参画する拠点づくりを進める必要がある。

また、①美しく ②楽しく ③幸せな地域には、多くの人を訪れることから、「住んでよし」の地域づくりを様々な分野の施策を投入して進める必要がある。

### 3. 強みを活かし、弱みを転換

長野県の強みは、雄大な自然、美しい農村や里山、美術館・博物館等の文化資源、山岳観光、世界トップクラスの健康長寿、ものづくりの高い技術、豊かな食文化などお金では買えない価値にこそある。特に「健康長寿」は、長野県民が長い歴史の中で厳しい環境を克服しながら築いてきた第一級の価値であり、ヘルスツーリズムや健康食、スポーツなど様々な形で観光にも活かすことができる。「信州で美しく生きる」といったメッセージも効果的である。

加えて、日本人の暮らし方そのものが問い直されている現在、長野県は多くの方に新しい時代のライフスタイルを提案できる環境を有している。また、大都市圏からのアクセスの良さは、「程よく便利で味わい深い田舎」を提供している。

これらの多彩な地域素材を活かして、観光と他分野との融合によるエコ、ヘルス、グリーンなど新しい形態のツーリズムを商品化し、可能性を拓いていくという視点が重要である。

また、観光にとって重要な要素の「おもてなし」については、観光関係者だけでなく、幅広い業種、県民がオール長野で取り組んでいかなければならない。そのための新しい仕組みを考案し、おもてなしの心を大切にする県であることをアピールしていくことが重要である。

#### 4. 外客誘致

訪日外国人旅行者を一層増加させていくためには、これまでの延長線上の取り組みでは不十分で、

- ・アジアを中心とした新規市場の獲得、
- ・新しい形態のツーリズムの普及・活用
- ・ターゲットの特性に応じた誘引策、
- ・長野県独自のランドオペレーター機能の創設、
- ・拠点空港からの円滑な移動手段の構築
- ・言葉の障壁の緩和 など

思い切った施策展開を官民連携で行う必要がある。

また、健康長寿やスノーリゾート、温泉など長野県の強みを改めて分析し、根拠を持った説得力のあるアピールが求められる。

#### 5. ブランド戦略

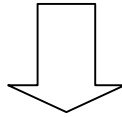
長野県には多様な魅力があるが、それを各地域や各主体がそれぞれに発信しているため、その成果の積み上がりが少ない。多様な魅力を信州・長野県として統一感を持って効果的に発信することが、目的地として選ばれる続ける重要な戦略になる。そのため、一過性のブームでは終わらない本質的なブランド戦略を展開して、プロモーション戦略も再構築するとともに、顧客の期待を裏切らない質の高いサービスを提供していく必要がある。

また、長野県は多彩な魅力がありながら、地元がそれに気づいていないという現状がある。外部の視点も活かしながら、信州観光の宝につながる「原石」を発見し、磨き上げる仕組みも重要である。

#### 6. その他の大切な視点

- ・長野県観光の状況を把握する方法として、「入込客数」よりも「消費額」の視点が重要である。このことによってこそ、質の高い、持続可能なサービスを維持できる。





戦略を踏まえた戦術につなげる

◎ 本日第2フェーズ（戦術）の議論で出されたヒント

- ・ おもてなし日本一のモデル県に
- ・ 住民も買いたいと思いきオリティの高い土産品開発
- ・ 湯治場の復権
- ・ 保育園、幼稚園、小学校で「観光」「地元学習」を素材にした教本 授業
- ・ 新幹線駅からの2次交通の整備とミニ観光圏
- ・ リフト券を電子マネー化し、売店で活用
- ・ おもてなしの評価基準の作成とおもてなしの心の普及
- ・ 介護予防事業と観光のコラボレーション
- ・ 市町村を広域的に連携させた周遊商品づくり
- ・ おしゃれして歩ける田舎づくり
- ・ 各戦略に横串をさす戦術 ex.おもてなし
- ・ 学生さんに観光ガイドをやってもらう
- ・ 県庁各課でおもてなし宣言と実践
- ・ 観光×〇〇はどんな分野でも可能
- ・ 山と言えば長野県 山岳観光の振興 山ガール
- ・ ワンストップで情報発信を
- ・ 観光地域づくり 官民協働のプラットフォーム マーケティング部門で評価→公表
- ・ 地産地消には行政の支援策を
- ・ こどもがきちんと挨拶できる地域はブランド地域

などなど、盛りだくさんの提案をいただきました。

ありがとうございました。