

## 平成24年度 第1回長野県観光振興審議会 議事録

1 日 時：平成24年4月25日（水）午後1時30分から3時35分

2 場 所：長野県庁議会棟3階 第一特別会議室

3 出席者

[委員] 井上弘司、今井明美、岡庭一雄、奥原克彦、久保田くに子、駒谷嘉宏、  
佐藤博康、塩島和子、高野和也、中川完治、松本 猛、渡邊充子

[長野県] 長野県知事 阿部守一、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 白鳥博昭ほか

4 議事録

(浅井観光企画課長)

それでは、定刻になりましたので、ただいまから第一回長野県観光振興審議会を開会いたします。私は当審議会の事務局を務めます、県観光部観光企画課長の浅井秋彦といえます。よろしくお願いいたします。

本日は当審議会会長である佐藤委員をはじめ12名の委員の皆様にご出席をいただいております、高野委員及び玉沖仁美委員のお二人につきましては、所用の為欠席という旨のご連絡をいただいておりますので、ご報告いたします。また、これまで長野県市長会の代表として委員をお願いしておりました芹澤勤委員、前小諸市長でございますけれども、この18日付けで市長の任期が満了したということで、今回は欠席とさせていただきますので、ご承知おき願います。

本日は概ね2時間程度の会議を予定しておりますのでよろしくお願いいたします。

はじめに、長野県観光振興審議会条例第2条に基づきまして、新たな観光振興基本計画の策定につきまして知事から諮問をいたします。

(阿部知事)

はい。

(浅井観光企画課長)

よろしくお願いいたします。

(阿部知事)

長野県観光振興審議会 会長 佐藤博康 様  
長野県知事 阿部守一  
新たな観光振興基本計画の策定について（諮問）

本県では、平成20年2月、『国内外の多くの人々が繰り返し訪れ 時代を超えて愛される日本のふるさと「長野県」(NAGANO)』を将来像にすえた「観光立県長野」再興計画を策定し、市町村、観光事業者、県民とともに様々な取組を展開してまいりま

した。

しかしながら、本県は全国でもトップクラスの観光県であるものの、宿泊客数や観光消費額は減少傾向にあり厳しい状況におかれています。

このような中、近年は人口減少・少子高齢化、観光地間の競争の激化、余暇活動や旅行形態の多様化など観光を取り巻く環境が急速に変化しています。

一方で、本県は、豊富な観光資源や大都市圏に近いという地理的な優位性など高いポテンシャルを有しています。また、このところ県内では農山村の価値を見直す気運の高まりや訪日外国人旅行者の増加、平成26年度末に予定される北陸新幹線の金沢延伸などにより、さらなる発展の可能性が広がっています。

これらの状況を踏まえ、長野県観光の将来を見据えた今後の観光振興施策の具体的な指針として、平成25年度から29年度までの5か年を計画期間とする新たな観光振興の基本計画を策定したいので、長野県観光振興審議会条例第2条の規定により、その基本的な考え方について貴審議会の意見を求めます。

なお、審議に当たっては、特に下記の視点での御検討をお願いします。

- 1 地域経済の活性化に寄与する観光施策の方向性
- 2 強みを伸ばし、弱みを強みに転換することにより目的地として選ばれ続けるための長野県観光の魅力の向上
- 3 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 本県への訪日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り組み
- 5 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

以上でございます。どうぞよろしく願いいたします。

#### (浅井観光企画課長)

ありがとうございました。次に、知事から諮問の主旨を含めましてご挨拶を申し上げます。

#### (阿部知事)

それでは改めまして、委員の皆様方にはご多忙の中審議会にご参加いただきまして誠にありがとうございます。只今私の方から、新しく観光振興基本計画を策定するにあたりまして、皆様方からのご意見を頂戴したいということで諮問をさせていただきました。

今回いくつか視点を設定させていただいておりますけれども、斬新で、他の地域や他の県との競争になってきますので、そうした地域間の競争に、観光の観点で負けない長野県をつくることのできるようなご提言・ご意見を是非頂戴をしたいと思います。私共もしっかりと皆様方のご提案を受けて、計画をつくるだけで終わらずに、是非、具体的な取組にしっかりと結びつけていきたいと思っております。

いくつか視点がありますがけれども、3点目に、「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」ということを述べさせていただいています。これやはり、観光客

として訪れる方々のことだけではなくて、地域に住んでいる私たち長野県の間がその地域に愛情を持って、そして素晴らしいと感じる事ができなければ、やはりいくら表面的にですね、いいところですよとか、素晴らしい文化がありますよと言っても、表面では中々伝わらない。やはり我々が心底から、長野県に来れば本当に癒しもあるし、素晴らしい景観や文化に巡り合えると、そういうことを我々自身が認識して発信をすることができなければいけないだろうと。そういう意味で、私自身前回ワールド・カフェ方式で皆様とお話しさせていただきましたけども、毎年単なる表面的な観光キャンペーンを何度も繰り返すだけでは、恐らく発展していかないのかなと。むしろ地域づくりそして我々が本当に誇りを持てる風土、故郷を創っていく。そういうことと、実はこの観光というのは、表裏一体の関係だと思っております、そういう意味では、従来の観光という枠組みよりはもう少し広い観点で、是非考えていかなければいけないと私は思っていますし、そういう視点で皆様からの積極的なご提案をいただければありがたいと思っております。

昨年私は中国に行って長野県のスキーを中心とした観光の宣伝をしてきました。そしてつい先日、中国の省庁の皆さんそして日本からは知事が出て、日中省庁知事会議というものがあって、出てきましたけれども、中国側から見たときに、日本に期待したり求めているものというのは、沢山あるわけですけども、勿論観光として例えば温泉に行きたいとかですね、美味しいものを食べたいと、そういう事もあります、例えばこの間の会議で出た話の中で、高齢化社会にどう対応していくかという問題意識を中国の皆さんは非常に強く持っています。そういう中で、長野県はどうして長寿県なのかということ、非常に興味を持っていると聞かれました。私は単に風景が綺麗だよ、温泉があるよという事だけではなくて、それにプラスして、こういう食生活で健康長寿になっていけるよ、とかですね、あるいは森林セラピーとかアートセラピーとか、松本委員もそういうことずっとおっしゃっておりますけれども、そういうことで単に地域を見てもらうという事だけではなくて、もっと地域の付加価値と一緒に発信していく事が実は観光の競争力を高めていくということにも繋がると思っております。

そういう意味では長野県、いろんな潜在力もありますし、それぞれの地域が色々な強みを持っていますので、是非そうしたものもしっかり活かす形で観光振興の計画を取りまとめていきたいと思っております。どうか、皆様方のお知恵をどんどんお借りして、いい計画にしていきたいと思っておりますので、ご協力とご支援をよろしくお願い申し上げます。

本日の審議会は、どうしても別の方に顔を出さなくてはならないものですから、途中で失礼いたしますけれども、もう少し進んだ段階で皆さんと一緒にディスカッションさせてもらいたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。今日はありがとうございます。

#### (浅井観光企画課長)

ありがとうございました。それではこれより会議事項に入らせていただきます。

<阿部知事退席>

(浅井観光企画課長)

本日の長野県側の出席者をご紹介します。  
野池明登 観光部長です。

(野池観光部長)

どうぞよろしくお願いいたします。

(浅井観光企画課長)

熊谷晃 信州ブランド推進室長でございます。

(熊谷信州ブランド推進室長)

よろしくお願ひいたします。

(浅井観光企画課長)

秋山優一 観光振興課長です。

(秋山観光振興課長)

よろしくお願ひいたします。

(浅井観光企画課長)

佐藤公俊 国際観光推進室長でございます。

(佐藤国際観光推進室長)

よろしくお願ひいたします。

(浅井観光企画課長)

小田切昇 移住・交流課長でございます。

(小田切移住・交流課長)

よろしくお願ひいたします。

(浅井観光企画課長)

白鳥博昭 国際課長でございます。

(白鳥国際課長)

よろしくお願ひいたします。

(浅井観光企画課長)

この他観光部及び関係課の担当者が出席させていただいております。

それでは、これ以降の議事につきましては、審議会条例第5条第2項の規定に基づきまして、佐藤会長さんに進行をお願いしたいと思います。

**(佐藤会長)**

それでは、これ以降議事の進行をさせていただきたいと思いますので、ひとつご協力の程よろしくをお願いしたいと思います。

まずは審議に入りたいと思うのですが、ただ今阿部知事より大変内容の濃い諮問が、私の元に届けられたわけですが、コピーが皆様のお手元にも届いているかと思えますけれども、大変長く、量のある、私も過去こんなに長く重い諮問というのは受けた事はありませんで、大変緊張しているところであります。

その後の知事のお話にもございましたけれども、その具体的な方向性としてですね、この審議会に期待されている事、重要なポイントをいくつか挙げて下さいました。

まずはですね、その地域の付加価値を大いに活かす、その為の観光政策ということ。これがある意味では基本的な方向性だろうという感じを持つのですが、更にその具体的な内容としては、今、観光という事がこれからまた更に大きな産業となっていく、その段階で地域間競争というのが激しくなってきた。その中で、地域間競争で勝てる、あるいは競争力のある提言にして欲しいと、こういうお話でございました。

その為には、具体的かつ有用なもの、具体性の有るもの、これを考えていただきたいという事。これを是非私共の肝に銘じていきたいと思っておりますが、その為にはやはり、地元の、地域の人たちが長野県に住む人たちが、ここに住んでよかったという、そういう空気を出していかないと、中々外から行ってみたいという気が起きてこない。かつて言い古されたような言葉ですけれども、「住んでよし訪れてよし」と、こういうのを実現してもらえないだろうか。そして従来やってきたような、我々がそれに取り組んできたわけですが、それを表面的なキャンペーンでお茶を濁すのでは無く、そこから何か脱却できるような事業内容を検討して欲しいと。

細かく分けると、もっともっと知事のおっしゃりたい事っていうのは沢山あったのかと思えますけれども、その辺り、彼のメッセージから承ったと、そういう感じで是非この審議会、実りのあるものにしていきたいと思っておりますので、是非皆さんご協力の程お願いしたいと思います。

それではまず、お手元の資料、これをご覧いただいて、事務局の方からの説明をさせていただきたいと思っております。それでは事務局の方でよろしく申し上げます。

**(浅井観光企画課長)**

それでは配布した資料につきまして、説明をさせていただきます。

まず資料1をご覧いただきたいと思っております。「新たな観光振興基本計画の策定スケジュール」、現時点でのスケジュールでございます。

表側、左側に観光振興審議会がございます。第1回目、今日の審議会でございます。今後10月までに5回の審議会を予定しております。2回目の審議会までに、現状と課題、方向性、重点プロジェクト等につきましてご議論をいただきまして、その内容を、第2回審議会から下に矢印が出ておりますけれども、地域懇談会それから市町村意見交

換会などに議論の内容をお示しして、ご意見をいただく機会を設けたいと思っております。それを受けまして第3回審議会には中間取りまとめという形でご提示をし、ご議論をいただきたいと考えております。その後答申素案、それから答申案をご議論いただきまして、最終的には11月に答申をいただきたいと考えております。

なお、下の段に県民意見の反映とありますが、経済団体との意見交換会、有識者との意見交換会、県民意見の募集という形で、10月まで随時意見をお受けしたいと考えております。

答申を受けました後、県で計画案をつくったところでパブリックコメントということで県民からご意見をお聞きした上で、最終的には2月に県の計画を策定ということをご予定しております。よろしくお願ひしたいと思ひます。

それでは資料の2をお願いいたします。長野県観光の現状と課題でございます。

1ページの下グラフですが、長野県の観光旅行者数、折れ線グラフですけれども、観光旅行者数、それから観光消費額、これは棒グラフですけれども、いずれも減少傾向となっております。要因といたしましては、景気の低迷の他、高速交通網の整備による日帰り圏化ですとか、スキー客の減少による宿泊旅行者の減少といったものが見られます。

3ページをお願いいたします。上にグラフがございます。外国人宿泊者数の推移でございます。これは増加の傾向にございました。しかしこの表には載っておりませんけれども、昨年23年につきましては、東日本大震災、原発事故の影響によりまして大幅に減少をしたところでございます。

その下に、「東日本大震災の観光への影響」というところがございます。ひとつめの丸で、2行目、東日本大震災の発生によりまして、節電が求められ、長期休暇が取得しやすくなるという社会環境の変化がありました。今後この状況が浸透するかどうかにつきましては、社会的な条件である、長期休暇の取得が可能であることや、「滞在中どう過ごすか」ということの受け入れ側の態勢、そういったものをしっかり提案できるか、ということにかかっていると考えているところでございます。

2つ目の丸といたしまして、「節電需要の高まりを背景に「涼」を求めた観光客が長野県へ例年以上に訪れる」。昨年夏でございましたけれども、そういった現象が起きました。電力需要がまだ見通せない部分がありますので、今後その電力需要の供給なども注視をしていく必要があるかと思ひます。

それから3点目としましては、「消費者のライフスタイルの変化や防災意識の高まりにより、旅行に対して環境ですとか安全性を重視する傾向がみられる」かと思ひます。

4ページをお願いいたします。「外国人観光客の動向」でございますが、震災直後大きく落ち込みました、その後徐々に回復はしたのですけれども、しかし今現在でも、海外における放射線汚染の悪影響の懸念、というのが依然ございます。そうした事がありますので外国人観光客にとって安全・安心に関する情報の提供というものがより一層重要になっているところでございます。

5ページをお願いいたします。観光旅行者の属性でございます。中段右側のグラフですが、宿泊旅行者の居住地のブロックでございます。関東からのお客が42.9%、次

いで甲信越32.1%、それから東海という順になっております。これは前年の調査ですと、東海と甲信越逆転しておりました。これは昨年の東日本大震災によって、近場の旅行ということが多くなったのではないかと考えられます。それから下段の棒グラフですが、これが旅行が宿泊か日帰りか、又は県内から来たのか県外から来たのかという事でございます。長野県の特徴としましては、県外からの宿泊客の割合が他県と比べますと大きくなっているというのが特徴かと思えます。

6ページをお願いいたします。交通手段でございますが、クルマ利用者が全体の9割以上というのが実態でございます。右側の年代別の構成でございます。これは50歳代以上の方が過半数というのが現状でございます。

7ページをお願いします。「長野県観光の魅力」でございます。やはり魅力は「自然が豊富」「温泉地が多い」という項目が多くなっております。一方で「地域ブランド力」としましては、全国で17位という評価もいただいております。それから今後の「潜在的な需要」としましては、7ページの下棒グラフでございますが、今はやっていないんだけど、将来長野県でこんなことをやってみたいというもの。多いのがですね、例えば14番。自然や秘境ツアー。これは今やっている方よりも、もっと来たいという人の方が多いという実態でございます。それから15番の農業体験、グリーンツアー。これも現在の体験済よりも将来もっと体験したいという割合が多くなっているという傾向がございます。

続きまして8ページです。「観光旅行者の満足度」でございます。上のグラフでございます。観光サービスに対する満足度について調査いたしましたところ、飲食店の料理それから土産品等の物品販売についての満足度が全体の中では低くなっているという傾向がございます。真ん中の表ですが、総合的な満足度では全国平均をわずかに上回っている状況ですが、全国の順位では22位で中位という状況でございます。それから下のグラフです。長野県の来訪経験についておたずねしましたところ、長野県には初めてという方よりも、リピーターの割合が他県に比べて多くなっていると。1番多いのはミドルリピーターとなっております。これは、最近1年以内に1回、3年以内に2回以上お見えになっているという方の割合が他県に比べると多くなっているという状況でございます。

9ページでございます。「宿泊施設の状況」です。長野県の宿泊施設数は全国1位となっております。他県に比べまして民宿・ペンションといった簡易宿所の割合が高くなっております。一方、宿泊施設の客室稼働率は全国平均を大きく下回っておりまして、全国最下位水準となっております。

10ページをお願いいたします。「長野県における観光産業の重要性」でございます。観光産業の規模でございますが、平成22年の長野県の観光消費額は4,384億円でございます。他の業種と比べましても観光産業は大きな数字となっております。農業よりも大きく2倍となりまして、重要な産業という位置付けになっております。さらに(2)では長野県における観光産業の位置づけを説明しております。ホテル・旅館などの宿泊業は全国平均占有率が1.08%ですが長野県は3.81%、従業者数の占有率は全国が1.22%に対して長野県は3.30%ということで、事業所数それから従業者数ともに高い占有率となりまして、観光産業は長野県の基幹産業のひとつと

いう状況がうかがえます。

11ページ。「3 長野県観光の課題」それから次のページの、「4 長野県観光の強み」につきましては、前回1月16日の開催の審議会、ワールド・カフェ方式で行いまして、沢山の意見を頂戴しました。それを整理したものに加えまして、それ以外で課題、強み、そういったものをこちらの方で考えられるだけのものを列挙したという形でございまして、これについてはこの後の議論の中で、追加のご意見、それからちょっと表現がおかしいよという事も含めまして、ご意見を頂戴したいと考えております。

次に資料3でございまして。これは1月16日のワールド・カフェを実施した時にいただいた意見をまとめたものでございまして。これについても、いただいた意見をなるべく忠実にまとめたつもりでございましてけれども、補足や追加、趣旨が違うということも含めまして、ご意見をいただきたいと思っております。

それから資料4をお願いいたします。ワールド・カフェでの議論を踏まえまして「長野県観光の将来ビジョンの再構築」の為の議論のきっかけづくりということで、たたき台をお示したところでございまして。

「1 目指す姿」でございまして。長野県観光の目指す姿のイメージでございまして。知事の挨拶にも、また会長の冒頭のお話の中にも、「住んでよし、訪れてよし」という言葉がありました。左側の丸は国内外から愛される・親しまれる長野県を創っていこう、右側の丸では住んでいる人が誇りを持って又楽しい長野県であってほしい、こういった地域創りを通じて、全体として観光客に来ていただくという事。更に下には、長野県のブランド力の向上というのがあります。こういった取組と相まって、全体がリンクしながら全体として観光振興につなげましょうという姿をイメージしたものでございまして。

なお、長野県のブランド力の向上と書かれておりますけれども、これにつきましては、今年4月、信州ブランド推進室を県観光部の中に新設をいたしました。今後ブランド戦略につきまして検討していくわけですが、諮問にあたっての2つ目の視点として「強みを伸ばし、弱みを強みに転換することにより目的地として選ばれ続けるための長野県観光の魅力の向上」ということがございまして。この審議会の中でも、今後こういった視点で、ブランドについてもご意見等を頂戴したいと考えております。

「2 基本姿勢」でございまして。ここでビジョン策定のための着眼点としてこんな点があるのではないかと、ということで書かせていただきました。「観光はこれからの「地域活性化」の切り札」とであると、観光とはそういった性格を持っているということ。

それから(2)としまして、「長野県観光は高いポテンシャルを有している」。これも基本的に、みんなで共通認識として持ったうえで進んでいかなければいけないと。

それから(3)として、「国内市場は競争力次第で獲得可能」。それからアジアは世界経済のけん引している地域でございまして。そこには大きなインバウンド市場があると。こういった点もビジョン策定の為の着眼点としては大きな要素になるかと思っております。

それから「3 課題」。課題は先ほどの、資料2、3でもございました。ここには例として「信州」のブランド力の相対的な低下」ですとか「過去を取り戻す」のではなく、



「新たな可能性」への挑戦」、従来の延長線ではない、手法、考え方、こういったものを持っていかないといけないのではないかと。それから「海外でのNAGANOの知名度向上」、こういった視点での課題が、これ以外にもあろうかと思いますが、挙げてございます。

それから「4 観光振興策の2つの側面」としまして、観光振興策が持つ2つの側面を説明してございます。一つ目としましては、景気対策としての即効的な短期的な対策という側面。それから二つ目としては、積み上がっていく産業政策としての中長期的な対策。こういった2つの側面から検討する必要があるのではないかと。また相乗効果を狙えるような事が有効ではないかという事を考えているところでございます。

それから「5 役割分担と連携」。一つ目としては、観光と農業、観光と教育、又は観光と環境、観光と医療など、他分野との連携というのが今後益々必要になっていく。二つ目としましては、地域と地域の連携。個々の取組も当然必要なのですが、連携がより一層必要ではないかと。三つ目としまして、そういった取組に対して、行政としてもこれらを支えていく役割がある。こうした3点をトータルしまして、長野県全体として観光を振興していくことが重要だというようなイメージでございます。

「6 特に検討をお願いしたい5つの視点」ということで、これは諮問書に書いてございます5つの視点を記載してございます。今後順次検討をお願いしたいと思います。

それから、資料5「長野県観光の地域特性について」でございます。現行の「観光立県長野」再興計画につきましては、それぞれの地域特性に応じた戦略を立てて観光振興を図る必要がある、という事から、地方事務所単位、10エリア毎に、地域特性を生かした発展方向・施策展開というものを取りまとめており、2ページ以降に各地域の特性が書かれております。これからつくります計画につきましても、やはりこういった地域特性を見据えたうえで地域ごとの方向性、具体的な振興策の検討が必要ではないかと考えております。新たな計画につきましても、地域ビジョンを盛り込んでいきたいと考えております。ただ観光客の周遊が広域化しております。地域を越えた取組・連携というものも従来に増して必要性が高まっているかと思っております。ということから、地域ごとの広域連携の施策につきまして、この10エリアの地域ビジョンとは別に項目を起こして記載していったらいかかかと考えております。広域連携というと県内での地域連携というのもありますし、県域を越えた他県との広域連携といったものもありますので、これらを含めて広域連携を別項目として考えていきたいと考えております。

それから参考資料1「統計から見る長野県観光の現状」でございます。これは前回の審議会においてもご提示をした資料でございます。数字を最新の数値に修正してございます。議論の際の参考資料としてお使いいただきたいと思っております。

参考資料2をお願いいたします。これは昨年12月に開催されました、国土交通省の交通政策審議会観光分科会に提出された、日本全体の観光の状況に関する資料でございます。ポイントを説明させていただきます。

1ページをご覧ください。「東日本大震災の観光分野における影響」という事で、訪

日外国人旅行者数が東日本大震災以降激減をしているという状況でございます。

3 ページをお願いいたします。「拡大する北東アジア、東南アジアの国際観光市場」という事で「北東アジア・東南アジア地域は世界の中で最も高い伸びが予想される国際観光市場」ですとか、「アジア諸国における富裕層の人口は、大幅に増加する見込み」ということで、インバウンドではアジア地域が有効な市場として考えられる、という資料でございます。

15 ページをお願いします。「MICEの誘致・開催の推進」についてでございます。上の四角の中を読みますと、「我が国経済成長のためにMICEの推進は極めて重要である一方、MICE誘致国際競争は激化しており、我が国の国際競争力は落ちつつある。この数年を勝負の時期として官民挙げてMICE推進に取り組む必要あり。」ということで、国全体としても大きな課題としてとらえているようでございますが、長野県としてもMICEというのは、大きな検討課題であるかと思えます。

20 ページをお願いいたします。「国内観光旅行の動向」でございます。左上のグラフ、国民1人当たり国内宿泊観光旅行の回数でございます。平成22年は、国民1人当たり1.34回の国内宿泊旅行を行った。宿泊数は、2.12泊という事で、いずれも減少傾向にあるという状況でございます。それから下のグラフ。国内宿泊観光旅行実施率でございます。これも年々低下してきております。総人口に占める宿泊旅行をした方の割合、これを実施率という事で、数値的には平成22年度は人口全体の56.7%の方が宿泊旅行をしたものの、年々減ってきているという状況でございます。

次のページ、21 ページですが、「旅行ゼロ階層の割合」という事で、観光旅行に限定すると、宿泊・日帰り旅行とも実施しない方が全体の52.2%で国民の半分にのぼるということが統計的に表れているようでございます。

30 ページをお願いします。「新たな観光資源」という事で、左側の枠の中は、これまでの国の観光基本計画に位置付けられた、ニューツーリズムでございます。エコツーリズム、グリーン・ツーリズム等でございますが、右側の方には最近の新たな観光連携分野としてスポーツ観光、医療観光さらにはファッション・食・映画・アニメ等と観光とのコラボレーション、こういったものが考えられるのではないかという事が書いてございます。

それでは参考資料3をお願いいたします。国の新たな観光立国推進基本計画でございます。これは今年からの5年間の計画でこの3月30日に閣議決定をされたものでございます。1 ページの二つ目の丸に「基本的な方針」とありまして、「震災からの復興」というものを大きな柱の一つに据えたというのが特徴でございます。

さらにその下に、「観光立国の実現に関する目標」ということで、具体的には次のページをお願いします。目標として掲げましたのが、何点かあるのですが、主なものを申し上げますと、左上の「観光による国内消費の拡大」ということで、「国内における旅行消費額」を平成28年までに30兆円にすることを目標にすると。更にその下の箱の中で「訪日外国人旅行者数」は、平成28年までに1800万人。これは平成23年の数値が622万人（推計）という事ですから、大幅増を目標としましょうという事で、国は計画しております。

最後、参考資料4をお願い致します。現在県では、新たな総合5か年計画の策定を進めております。この資料は、おととい開催された長野県総合計画審議会で示された、『新たな総合5か年計画の構成イメージ「大綱（素案）」』というものでございます。参考までにその資料をお付けした訳でございますけれども、左上の「第1篇 現状認識」に「時代の潮流と課題」として、4点をまとめてございます。「到来した人口減少社会」、それから「成熟した経済」、「価値観の変化」、「変革が求められる社会システム」。こういった視点で潮流がまとめられておりまして、それに対する課題というのが、矢印で示されています。

それからその右側には「長野県のポテンシャル」ということで、3点まとめてございます。まず「大地から与えられた特長」として、「美しく豊かな自然環境」、「大都市圏への近さ・交通の結節点」という点。それから、二番目としては、「先人の努力によって生み出された特長」として「健康長寿」ですとか、「教育を大切にする風土と県民性」、「伝統を受け継ぐ地域」、「企業家精神を育む土壌」が挙げられています。さらに「際立つ地域の個性」として多様な地域が信州の魅力を引き上げているということが長野県のポテンシャルということで記載されています。

さらに下の方、第2編以降は、これからの「長期的な県づくりの方向」ということで、具体的には、これから更に議論を深めていくものでございますけれども、20年後の目指す姿として、左から「世界への貢献」、「ゆとりのライフスタイル」、「居場所と出番」、「世界一の健康長寿」、「教育立県」という5つの柱にめざす姿を整理したものでございます。

それより下のところ、第3篇、第4篇、第5編これについては、施策などが記載されていますけれども、これらについては今後検討していくというものでございます。こういったものが一昨日の総合計画審議会に出されておりまして、参考までに付けさせていただきました。

説明は以上でございます。よろしくお願ひいたします。

#### (佐藤会長)

はい、有難うございました。大変膨大な資料でございますので、今すぐ全部読んでいただいて理解をするというのは、中々難しいと思いますが、本日この審議会では基本的には、お手元に資料4として示されております「長野観光の将来ビジョンの再構築（議論のためのたたき台）」というこのペーパーを利用させていただいて、この審議会の回数も先程ご覧いただいた様にそれほど多くございませんので、本日は効率的に進めていくという意味で、このたたき台を参考にしながら方向性を、来年度以降の計画の中でカバーしていただける、あるいはしていこうとする、その中身に向けた方向性あるいはキーワード、そういったものを探っていきたいと考えています。時間的に大変厳しいんですけれども、本日は3時半までの予定、つまりあと80分くらいになっているんですけれども、その中でひとつ皆さん方の積極的なご意見をいただいて参りたいと考えています。

前回のワールド・カフェの中でも、あそこでまとめられた内容はお手元の資料3の通りですが、その際かなり話題になっておりましたのは、長野県の観光ビジョンだと。観光のビジョンが無いっていうか、何処へ向かうのだというような事も含めて、どうありたいかっていうビジョンも、ちょっと弱いのではないかというご指摘を受けています。それでここでは目指す姿という形で、まずトップにその話が出てきているかと思えますけれども、一応その話の順序として、この1から5といったところでご意見をうかがいたいと思っています。

その前に今事務局の方からご説明をいただいたんですが、資料並びに参考資料の内容についてそんなに時間を取れませんが、ご意見あるいはご質問等があったら、ちょっとうかがっていききたいと思うのですが、いかがでしょうか、何かございますか。このあたりはよろしいですか。

それでは一応これ議論の中で参考にさせていただこうかと思えますので、まずは初っ端の「目指す姿」のところでご意見をいただいきたいと思います。もちろん先般の皆さんとの話し合いの中で、ある程度の言葉あるいは方向みたいところがチラチラ出てきておりますけれど、この審議会ではこのあたりをきちんと詰めていききたいと思えますので、ひとつよろしくお願ひしたいと思えます。

従来は、お一人おひとり聞いていたんですけども、時間がそんなに無いだろうと思えますので、是非皆さんの方からどしどしご発言をお願いしていききたいと思えますので、挙手そしてご発言という順序でいかがでしょうか。

やっぱり「かわきり」を誰かやってもらわないとまずいですかね、井上委員どうです。

#### (井上委員)

いずれにしても、この目指す姿、まさにビジョンなんですけれども、このビジョンが根底、一番下にないと次の戦略ができないので、ここはやはり目指す姿をきちんと決めていただくのがいいのだろうと思っています。その上で戦略というのは、その時代時代によって、20年先を見たときにはまだまだ形は変わると思えますので、当面その20年後はこういう形のものというもの、ぶれないビジョンがここで出ればいいのかと思っております。すいません、急に振られて。

#### (佐藤会長)

ありがとうございます。ただ今井上委員の方から、できるだけ長いスパンで使えるような数字的には20年後残っていそうなビジョンで、ぶれないものというご指摘がございました。

他の皆さんいかがでしょうか。はい、では松本委員お願いします。

#### (松本委員)

時間があんまり無いので、なるべく核心に触れていった方がいいと思うのですけれど。

#### (佐藤会長)

そうですね、お願いいたします。

**(松本委員)**

資料3の1ページ、「長野県の観光ビジョンを県として明確に打ち出すべき」というところで、項目が沢山出ているんですけども、一つは2番目に書いてあります「何を目指したいのか哲学や重点を明確に。」ということがあります。で、哲学とは何かという事で、この前の会で話し合われた時に、これは資料2のいちばん最後のページ、12ページですけども、この中で、「長野県は田舎の代表格」であるとか「教育県」であるとかいろいろありますけれども、その3番目に、「3・11（東日本大震災）後の新しい生活スタイルを提供できる。」、4番目に「自然と人のセットが長野県の有り様。「自然と共に生きる」という生き方が提案可能」ということがありますがけれども、一つのポイントとしては、「自然と共に生きる」ということが、長野県の基本方針に入るのではないかと私は思います。

それともうひとつは、言葉としては、資料3の2ページの、2つ目の項目に「長野県のブランド戦略が必要」とありますけれども、その中の「例えば、「日本のふるさと」というイメージは良い。何気ない田んぼの風景も都会の人にとっては魅力」という言葉があります。

つまり「日本のふるさと」という事と、それから「自然と共に生きる」というのが、これが一つのキーワードになりうるのではないかと私は思います。これは阿部知事の打ち出している基本的な方向とも一致するだろうと思います。そうするとこれは、例えば農業と観光ですとか、あるいは医療と観光ですとか、そういうものとも結びついていく可能性があるのではないかと思います。この辺りを基本において、議論が詰められればいいのではないかと思います。いかがでしょうか。

**(佐藤会長)**

はいありがとうございます。

他にいかがでございましょうか。もうキーワード、パンっていただきましたから。中川委員。

**(中川委員)**

私の経験を含めて言わせていただければ、長野県のブランド力の向上と書くと皆分かったような感じがするのですが、事務局の方で何なのかもっと具体的に表現していただけますか、そこがぶれるとかなり方向がぶれると思うので。長野県のブランドって何ですか？

**(佐藤会長)**

事務局の方でお答えしますか？

**(熊谷信州ブランド推進室長)**

はい。

(佐藤会長)

どういう意味で長野県のブランドと出てきたのか、お願いします。

(熊谷信州ブランド推進室長)

はい、本年度は、長野県のブランドというものを、皆さんのご意見などをおうかがいしながら決めて参りたいと思っております。ただ、これは1年かけて見いだしていこうと思っておりますので、現時点で本県のブランドは何か、確たるものが何かというものを答えろと言われても、ちょっと明確に答えられませんが、課題としてはですね、谷ごとに文化があり、谷ごとに自然も色合いを変え、多彩な産業があるというような、そういう多様性の有る長野県の中で、それぞれの皆さんがその個性を主張すべくブランドづくりということにこれまで非常に専念をされてきたという面はございますが、ただこれから対県外、対世界というものを考えて行ったときにですね、やはり統一感のあるイメージで、「信州といたらこうだ」という様な、そういったものを定めていく必要が高まっています。これは以前からも、市町村の皆さんとお話する中でもそういうご要望が強く出てきておりますので、そういった中でしっかりと統一感のある、県民もその方向で、水を磨き自然を磨き産物を磨いていける、そして県外の皆さんも長野県であつたらこうなんだろう、このブランドであれば長野県だ、これが信州なんだ、と認識し、信頼していただけるようなものが見いだせるか十分研究し、そういったイメージというものをまずは見つけていくんだと、そう考えております。

(佐藤会長)

どうですか。

(中川委員)

あの、室長のおっしゃる通りだし、理論で言えばそうなんですけど、実践でやるとかなりいろんな人のイメージがぶれるので、なるべく早く具体でお決めいただいた方が先に進みやすいような気がします。

(佐藤会長)

はい、私もこの席からで恐縮なんですけど、まさに、中川委員のおっしゃる通りで、このブランド力の向上っていう事はすでにブランドがあるという事を前提にしているわけですけども、果たしてブランドとは何かというと、なんとなくぶれて、皆さんいろいろ考え方があるという事になってしまうので、この審議会で、観光分野で結構なので、長野県のブランドの創出というくらいの感覚で、向上では無くて創出なんだっていう感じでご議論いただいて、提案をさせていただいた方がよろしいのかなという感じがします。是非ご協力をいただきたいと思っております。ご理解いただきましたでしょうか。こういう方向もひとつ頭においてお願いしたいと思っております。

はい、奥原さん。

(奥原委員)

それでは、ブランド力と言っていいかわからないんですが、資料3のワールド・カフェの取りまとめの中に「長野の強みを発揮する」という項目がございます。それで、これが長野県のブランド力と言っていいかどうかは私わからないのですが、我々長野県の中に住んでいるとですね、長野県の中にあるものがごくごく当たり前世の中の皆さんが知っているという誤解をかなりしているんです。私も観光開発の仕事に大分携わってびっくりした事が幾つかあって、ちょっとその一例をご紹介しますと思います。

例えば、松本に行けば松本城があるよねっというのは、長野県民であれば誰もが知っていると思いますが、これを全国の皆さんが知っていると思込んでいます。それから長野に来れば善光寺があるよねって、これも北海道から九州それから沖縄の方まで全ての方が知っていると思込んでいます。でも、実際にはそうではないんですね。軽井沢というのも上高地というのも皆さん知っています。ところが軽井沢、全国的に有名な地名だけど、首都圏等で軽井沢知っていますかって聞いてみると、軽井沢知っています、何処にあるかご存知ですかかって聞くと、群馬にありますよね、という発想で動いていっちゃうんですね。そうすると、軽井沢へ行く、群馬へ行く、じゃあ群馬に行ったらどこか宿を探さなきゃ、という動きになってくる。それから上高地へ行ったらどうかというと、上高地は、我々の常識からいうと松本を玄関にして入っていくというイメージがあるんですが、中京圏の方それから首都圏の一部の方で飛騨から入るというイメージをお持ちの方が沢山いらっしゃるんですね。そこはやはりブランドがものをいうので、そこは長野県のものなんですよ、長野県から入るんですよ、長野にあるんですよ、長野に来ればもう一度味わえるんですよ、そういう事をもう一度みんな話し合っただけで表に出していくということが、逆に言うと、国内外に長野の名前を打って出て、又長野のブランドというものをもう一度確立できるような形になってくるのじゃないのかなと、いろんなところでいろんな話をして、感じました。

それからもう一つはですね、外国の方とお話をする機会があったり、それから国内の大阪圏の方、北海道の方とかいろんな方とお話をする機会があったのですが、日本人の多くの方は「信州」という響き、この二文字の響きの中にももの凄い魅力を感じてくれています。信州ってどんなイメージですかかって聞くと、なんとなく高原があって、アルプスの少女ハイジが飛び回っているようなそんな雰囲気があって、夏は爽やかで涼しいというイメージがあって、信州という言葉にももの凄く憧れを持っていると皆さんおっしゃってくださるんですね。長野って言ったら何か違うよなっていうイメージを持っておられる。ところがこれが難しいところなのですが、外国の方とお話をしたときに、やはりオリンピックの開催地NAGANOという名前がもの凄く出ていまして、そうするとNAGANOというイメージが外国の方にとっては白馬であったり、ビッグハットであったり、あるいはエムウェーブであったり、戸隠であったり、いろいろなイメージを持っておられるんですね。ですから外国の方にもNAGANOのブランドを知っていただくという意味で、これはちょっとブランド力の向上に当てはまるかどうかは別なのですが、これから統一的に長野を知ってください、長野に来てくださいと表に出していく情報発信というのは、「信州NAGANO」。信州NAGANOって国語的にはおかしいですよ、ね、「長野長野」って二つ続いてしまいますので非常におかしな状況にはなりますが、「信州NAGANO」という言葉を多用し連呼する事で、国内外の方に相当長野としてのブ

ランドというものをアピール出来るのではないかなと思います。具体的な話でなく本当に申し訳ないんですけども、戦略としてのひとつ価値としてはこういう言葉を使うことにあるのではないかなと思います。以上です。

(佐藤会長)

はい、有難うございました。ブランドっていうところの難しさというのは、今の皆さんのご議論の中から出てくるわけですけど、ご担当者の方もブランドって何だろうということこれから一生懸命考えて行かないといけないという状況なんですけど、我々が長野ブランドって言ったときには、その言葉から想像することだとか、あるいは長野って言ったら蕎麦だよねといったような、「物」だとか「食」であったり、あるいはその周辺であったりという事でイメージさせるという事になるのですが、基本的には消費者が、あるいは県外からおいでになる旅行者の皆さんが、長野に対してどういうイメージを持って来るか、そのイメージがどんなところからつくられたのか、それがどれ位長く続いているのか、そういった積み重ねも含めて、時間というものですけど、それも含めてようやく世間でいうところのブランドというものが出てくるんだと思うんです。

このブランドというのは本当難しく、ブランド力と言った途端に、言葉では先程中川委員おっしゃって下さいましたけれども、何となくブランドってお互いに通じているようですが、頭の中ではそれぞれ持ち方が違っているという難しさがあるので、そういう意味では、きちんとここら辺りで整理をして、長野を外にアピールする際のブランドをつくり上げていったらどうだろうか、そういった感じがいたします。

今お二方からブランドのお話が出ましたけど、その他のサブジェクトでも構いませんので、ご意見等ございましたら積極的にお願いします。じゃあ井上委員。

(井上委員)

今、国の方で、「水の国日本」という言い方をしていると思うんですけど、それをそのまま体现できるとしたら多分長野県じゃないかなと思ってますので、その辺りもどこかでうまく活かせるような、水の国は即ち日本であり日本の中でも特に長野県が水の国なのだというのをちょっと…

(佐藤会長)

いいですねえ。

(井上委員)

協調できるといいと思うんですけど。

(佐藤会長)

はい、日本全体を水の国って指しているんですよ。だからそこを特化させた長野県、例えば「山紫水明長野県」とかね。そんな感じでバチッと決められれば面白いのかも知れませんが。水という雰囲気は長野のブランドとしてはいいのかなと、今僕が勝手に思っちゃいけないね。皆さんのご意見としてどこかに取っておいていただければと思



います。

女性から意見が出てないから、久保田さん。

(久保田委員)

ご指名をいただいております。私飯田に住んでおりますので、ちょっと前にも申し上げたのですが、飯田や伊那谷の観光と長野県の観光とはちょっと方向が違う様な気がずっとしております。でもやっぱり長野県として全国に打って出たり海外に打って出るには、長野県の統一のイメージ、統一のブランド力というのは必要になってくると思いますが、でも、そうした場合に飯田がそのイメージから弾き飛ばされないように、それを包括するような形でブランド力を考えて行かなきゃいけないと思っています。

その中で、先程松本委員がおっしゃられました、「自然と共に生きる」だとか「日本の田舎」だとか、「ふる里」っていう事になってきますと、飯田も素晴らしい魅力を持った所でもあります。自然に生きる所」というのは、他の県もあるし、日本のふる里のような所は他の県にもあるので、それをいかに信州らしく訴えられるかっていうところが非常に難しくなってくるのではないかなと感じております。

それで、進行の方法としては、今は「目指す姿」ですよね。

(佐藤会長)

はい。

(久保田委員)

それで、次に、基本姿勢とか課題とかに移っていくわけですか。

(佐藤会長)

はい、後ほど。

(久保田委員)

じゃあ、また後ほどにいたします、はい。

(佐藤会長)

いや、でも、いいですよ。それに合わせて、ビジョンに合わせてああすべきだ、こうすべきだという方向性を示して下されば。

(久保田委員)

大した事じゃないのですが、課題の(2)に「過去を取り戻す」のではなく、「新たな可能性」への挑戦」とありますけれども、やっぱり過去にもいいものがいっぱいあるので、ここでもう一度私たちは、郷土の誇れる物は何かということ、過去も含めて、共有するという事が必要ではないか、これは意識の共有から入る、一歩から入るという事が大切なのかなという気がしました。

(佐藤会長)

ありがとうございました。

過去って書いてあるのは、おそらく僕の想像ですけどね、昔はよかったねっていう、つまり何に対してよかったのか、さっきの資料ずっと見ていただけるとお分かりと思いますが、あらゆるデータが右下がりという事になっていますよね、それがかつては左側にあったはずだと。それで、これを取り戻すという事が、これまで前回の審議会でもそうでしたが、どうやったら右下がりを、右上がり、ないしは右に並行くらいにできるのだろうか、こういう考え方でずっとやってきたという事があって、それはそろそろ脱却しようよって、それよりは、違う分野で頑張ってみようじゃないかっていうそういう挑戦なんですよこれ。そういう気持ちですね。

(久保田委員)

過去というのはそういう意味合いなのですね、分かりました。

(佐藤会長)

そうだと思います。伝統とか文化を捨てようって、そういう事ではないと思います。

(久保田委員)

はい、分かりました。

(佐藤会長)

はい、ありがとうございました。

ちょっとここで岡庭委員さんからのご意見をうかがっていきたくと思います。実は事務局の方に岡庭さんからメッセージをいただいております。おそらくビジョンというところの議論をする時に、直接観光の産業とか観光分野で日々お客様とお金のやり取りをしているという、そういう立場でない話ですと、ちょっとこう抽象的で夢みたいな、なんかこう温かそうになって、こういうビジョンをつくるっていう事になる傾向と言いましょるか、そういう傾向になっちゃうのだろうと僕も思うのですけれども。実は産業として観光客を受け入れている方たちからしてみると、この長野県の観光ビジョンというのは、そればかりじゃないだろうと、実はこういうご意見が出てくる。そういう意味では、このビジョンのメッセージを県の外の人に出すのはもちろん大きなポイントなんですけど、県内にいる方達にもメッセージを出すという事を含めていくと、新たな角度からご意見をいただけるんじゃないかと、こう思って岡庭委員にお願いしたいと思うのですが。

(岡庭委員)

あ、すいません、振っていただきまして、ありがとうございました。

私はずっとこの観光振興審議会にお世話になっていて、気になっている事が沢山あるわけでございます。自分自身も、日々観光をどう振興したらいいのか、将来村がどのように発展して行ったらいいのか考えているわけですけども、先程の目指す姿のところの、「住んでいる人が誇りを持てる長野県」というこれは誰の、我々もそうでしょうけ

れども、これはやっぱりかなり千差万別で、阿智村には阿智村6千人の村民の中にこの思いもあるわけであります。そういう点で、例えば「自然と共に生きる長野県」って言った場合に、この自然と生きるという事について、実はそのことをどう受け止めるのか。どう受け入れて自分の暮らしの中に活かしていくのか、あるいは仕事の中に活かしていくのかという点では、かなりいろんな思いがあるだろうと思っているので、なかなか一つの言葉にしていくのは難しいなあと思っています。

その場合にどうしたら観光っていうものを活性化させて、地域の中のひとつの主力の産業として持続可能な地域をつくっていくのかということを考える、そちらの方から考えて行くことも我々にはやっぱり大事じゃないのかと思って、何かぼわっとした目標というよりも、それぞれの振興を図っていくために、何が必要なかっていうところから、もう一度そっちの方から捉えていく事が必要ではないかって思っておるわけでございます。

先程「過去を取り戻す」ということもありましたし、「信州のブランド」という問題もあったんですけども、やっぱり長野県全体の観光をここまで伸ばしてきたのは、温泉であったり、旅館であったというように思っています。それで旅館というのは装置産業ですから、旅館の経営者の皆さんたちが建物を建てる、大工さんが必要になってくる、建具屋さんが必要になってくる。そして商品を仕入れる人が必要になってくる、農産物を提供する人が必要になってくる、そういう点でまさに観光事業者を中心に長野県の観光産業は発展をしてきたと思っておる訳でございます。

今その主体、コアであった観光産業というのが非常に厳しい経営環境の中に置かれている、再投資力がなければ、この観光産業というのは当然お客さんを相手にするわけですから、なかなか魅力のある事業を展開できないという事ですが、ほとんど地場の観光産業を支えてきた人たちが今再投資力を失ってきていると思っておるわけで、じゃあ新しい外部からくる大型の観光資本に長野県の観光を任せればいいのかというと、どうも地域の持続、地域の活性化という事を考えると、私はそうではないのではないかと思います。

それで、今まで長野県の観光を支えてきた地場の観光産業が元気になることによって、もう一度、地域内再投資力が復活して、そしてそこで、新たな文化や産業を生み出していくという事ができるのではないかと思っておるわけでして、私はこれだけ厳しい環境下の中にある地場の観光産業を、是非なんとか再生復活させていくということ、まず考えて行かなくちゃならないのではないかと思っておるわけです。

その為、一点目は、観光部だけの仕事ではなしに、長野県の商工労働部も農政部も林務部も、全体がやっぱりそここのところの重要さというのを認識していただいて、再生、活性化をやっていただくことが大事ではないかという事があります。

二点目はやはり観光と言うのは経済活動なので、先程知事も言いましたが、地域間競争に勝つか負けるかという事は、そりゃブランド力とかいろいろありますが、ひとつはやっぱり経済活動ですから経済的な力が強いかどうかということも非常に大きな影響があると思っています。我々行政に携わっている者はどうしてもやっぱり公平・公正という事が先行してしまっていて、最も重要なところへ差別的投資をしていかなきゃならないという経済合理主義や経営主義から非常に遠いところに我々行政におる者はおるわ

けでして、そういう点では、生き馬の目を抜くようなまさに観光地間競争を語るには、我々行政は非常に不向きであると思っています。だとするならば、まさにその観光地間競争の中で日々頑張っている人たちが、観光産業、あるいは観光地の活性化と誘客対策、そのほかの実行部隊になって、その実行部隊を行政がバックアップしていくということが今必要なのではないかと思っているわけです。その為には長野県には信州・長野県観光協会があるわけですから、これをやっぱりもっと収益事業も含めてですね、観光地域間競争の実行部隊として活用していけるような仕掛けにしていく必要があるのではないかと思っておるわけです。理事なんかの構成を見ますと、どうしても行政のトップが主力な部分になってきているという事もあるわけですが、これを出来るだけ現地で観光に携わっている皆さんが、かなり行政と離れたところでフリーハンドで、この観光地間競争で勝つための事業が展開できるような形にしていく必要があるのではないかと思います。その事によって非常に厳しい観光地域間競争を生き抜いていく事が可能になってくるのではないかと感じて、ちょっと私なりに提案させていただくという事でございますので、ひとつよろしくをお願いします。

#### (佐藤会長)

はい、ありがとうございます。たいへん重要な角度からのご意見をいただいておりますが、長野県と言うか、日本どこでもそうなんですけども、観光客が来てくれるっていうことはいろいろな見方ができます。一つはその土地に対する、あるいはその場所に対する旅行者による投票といったようなね、国民投票なり国際投票なりみたいな形で、私はあそこが好きだから行くんだ、あるいはそこに行ってみたいという気を起こさせる何がしかのものに対する一つの行動ですから、投票なんだっていう見方を僕なんか時々させてもらいます。そういう結果どういう事になるのかっていうところに一つの経済効果であったりお金が回ったり、そこで雇用が発生したり、宿屋さんの事業が起きたり、とこういふようなところに結びついてゆく、で結局は何の為なのだろうと、地元も来た人もみんながある種の幸福感みたいな事を味わってもらえる、そのツールが観光であったり経済であったりする、というような考え方を、観光を考える際には、常にどこかで考えておかないと中々難しいと、そういう意味で今、岡庭委員はですね、これを川上って言うていいか、川下って言うていいかよく分かりませんが、それで生業をしている側の立場からすると、長野県の観光っていうのはいかにもこういう形なんだ、形だったんだっていう、こういうようなお話だったんですね。

そこで、まあもう時間がどんどんなくなって行って誠に恐縮なのですが、目指すビジョンの中にその種のニュアンスというのはやはりどこかに入れていく必要があるだろうと思います。上手に入れられないか皆さんのお知恵を拝借したいところなんです、先程松本委員の方から二つのキーワードいただきました、一つは「日本のふる里」、もう一つは「自然と共に生きる」って。これはもう、どうしてもやはり使いたいって言うたらおかしいのですが、なるほど、長野ってそういうことなんだって思いました。それで、合わせて、今岡庭委員がおっしゃって下さったように長野県は観光産業のリーダーでもあった。資料2の表から見ると、長野県は日本で一番宿屋さんの数の多い所であるにもかかわらず、稼働率が非常に低い、日本一低い位とこういふようなこと、やはりこ

れは、何らかの手立てを、スキーも含めてですけど、考えるべきだろうと。そうならこの言葉をうまく使ってできないだろうかっていうのが「観光日本のふる里長野」という感じはいかがなものかっていうね。過去の栄光にすぎるわけではありませんけれども、産業色も中に入れられるようなこと、「観光日本、ふる里の再生」、それから「自然と共に生きる」という様な。あるいは逆ですね、自然と共に生きる中で観光日本を「観光日本のふる里」これを支えるといったようなことになっていくといいのかな。

それから、これは誠に私の個人的な印象ですけども、さっき私は誰でも幸せになれるような環境づくりとお話しましたが、今ブータンで使われている「GNH」というやつが何か使えないだろうか。NはもちろんNAGANOです。HはHappinessです。頭のGに何か意味を持たせて、例えば、「Go NAGANO Happiness」みたいなメッセージ性、これでブランドみたいなことつくっていったら、また具体性が欠けていくんですが、具体的なポイントって言うのがそれにくっ付けて生まれていきやすいかなあって、ちょっとこの座席の方で考えてみたりしました。

そこでこの目指す姿としては、ある意味でご意見を、皆さんのご意見を先程のポイントと、それから長野県のブランド力については、中川委員が先程おっしゃっていたように、具体的に何をどんなふう目指すかっていう様な事の統一感、このイメージをこれから具体化していくということで、まずはこの議題についてまとめさせていただけたらなと、このように思うのですが、いかがでしょうか。

#### (松本委員)

今岡庭委員から非常に重要なご指摘があったと思いますが、今議論をしていくうえで非常に重要なことというのは、長期的なプランと、それから実際に戦術としてどうやっていくのかって、これは分けて考えなくちゃならないだろうと思いました。最初に論議をしていくときに、もちろん個別の部分でいろんな大切な部分が沢山あるのでこれを抜きにしてはなりません、長野県全体として何処を目指すかっていうのははっきりしなければならぬと私は思います。いちばん最初に観光企画課長の方から指摘がありましたけども、資料2の7ページの長野県観光の魅力というところで、「県外旅行者の潜在需要」というところがありました。そこで2つだけ取り上げられたんですね、14番と15番で、「自然や秘境体験、エコツアー」というのと「農業体験、グリーンツアー」というのが、これから体験したい部分だと。この指摘は非常に重要だと私は思っています。それと長野県が目指すものがどう結びついていくのかということ、県としてやはりしっかりアピールする必要があるのではないかと実は思うんですね。

他の県との競争力に勝つということはどういう事なのかということ、長野県がオリジナリティーをどれだけ発揮できるかという事だと思います。それは、例えば私は美術館の人間ですけども、美術館が成功するには他の美術館と同じことをしていたのでは成功できないんです。じゃあどうすればいいのかという問題になるわけなんですけども、例えば「自然と共に生きる」という事は、誰でも考えている事なんですけども、それを例えば長野県が、「長野県は自然と共に生きるライフスタイルを応援します」というところまでメッセージを出してしまう。そうすると長野県の観光というものはこのスタイルを応援してくんだと、あるいは農業でも旅館でもあらゆる面で「自然と共に生きる」ラ

ライフスタイルを応援するんだという事になっていくと、このエコツアーとも結びつくのではないかと思うんですね。

それから、先程私が申し上げました「日本のふる里」というイメージなんですけども、これはどこの県に行ったって、自分のところは日本のふる里だって言いたいわけなんです。先に使った方がやっぱり勝ちだと思うわけですね。そうすると、「日本のふる里」というイメージって一体何かというと、山と田園なんですね。これは山田洋二監督がフーテンの寅さん、「男はつらいよ」のイメージが、ふる里ってイメージですけども、あれは全部山と田園なんです。山田監督は大陸で生まれた人ですけども、あそこに居ながら、ずっとふる里っていうのは田園と山だと思いつけてきたのだと思うんですね。それを今私たちは、先にキャッチする必要があるのではないかと思います。それで日本のふる里の景色は長野県にあるんだと強力に全国にアピールをしていく、あるいは世界にもアピールをしていくと。そういうやり方が、大切なんじゃないかなと、私は思います。例えば「日本のふる里信州」とかね。そういう信州っていう言葉が、もし日本に対して重要な役割を持つのであれば、「日本のふる里信州」。あるいは「長野県は自然と共に生きるライフスタイルを応援します」というような感じのそういうメッセージ性を持ったビジョンを考え出したらどうかなって思いますが。

(佐藤会長)

はい、ありがとうございました。今流れるにはおそらく一つなのだろうと思うんですが、やはり観光の産業の方も観光自体が衰退していったのでは産業そのものがダメになってしまう、そういう意味で観光を、長野県における人々のそうした活動を盛んにする為のメッセージとして、今松本委員が最初におっしゃって下さった事と、今のご意見と「自然と共に生きる」、「日本のふる里」というのを前面に使った方が効果が、あるいはビジョンとしていいのではないかと、こういうご意見であります。

他の委員の方はいかがですか。はい。

(塩島委員)

すみません、今長野県が一番住みたい県のトップだと思うんですね。あ、違いますか、第一位じゃないんですか。私長野県のホームページを見させていただいたんですけども違いました。

(佐藤会長)

でも、とにかく高いレベルであることは間違いないです。

(塩島委員)

今長野県の方で、「心が澄む、信州に住む。」という事でやってらっしゃると思うんですね。このスローガンからすると、「心が澄む」から連想されるのが「自然」、それから「森林セラピー」とかいろんなことが付随してくる。もう一つが「信州に住む」、これも先程知事がおっしゃってらした、「誇りを持って住める長野県」これに値すると思うので、それから後、松本さんがおっしゃったように、観光は今着地型になっていますの

で、住む旅、いわゆる農業体験。まさにおっしゃっていた様に、いわゆる、ゴールデンルートじゃないですけども、上高地、私たち白馬、これだけを観光地として売るのではなくて、今は観光地では無いところが観光地として取り上げられ、皆さんが魅力を感じつつあると思うんですね。だから、住む旅、信州に住む旅みたいな事で、それからは、信州に住むってことがどれだけ素晴らしいかっていう事をアピールする。イコール、エコも含めて安全というキーワードがあったり。だからそれは観光にだけじゃなく、建築の関係とか、環境であったり、いろんなところも全てこのキーワードで、長野県自体が動いていくということがいいのではないかって思うんですけども。

(佐藤会長)

ごめんなさい。その最後の、キーワードっていうのは…

(塩島委員)

「心が澄む、信州に住む。」って。

(佐藤会長)

「心が澄む、信州に住む。」

(塩島委員)

はい。でもこれは実際長野県の…

(小田切移住・交流課長)

ちょっと、ご紹介させていただきたいと。

(塩島委員)

そうですね、今もう既に使っているらしい。

(小田切移住・交流課長)

移住・交流課長でございます。今お話の「心が澄む、信州に住む。」という事で、今年の3月に今後長野県の移住・交流人口の拡大を目指しまして、移住・交流推進戦略を策定したところなんですけれども、そこでキャッチコピーといたしまして先程塩島委員さんの方からお話のありました「心が澄む、信州に住む。」ということで、さらにその副題といたしまして、「自分に還る場所、楽園信州」ということで、「楽園信州」という言葉は、以前からの田舎暮らしの推進母体であります「楽園信州推進協議会」でも使わせていただきましたけれども、いずれにしても、先程のお話にもありました通り、移住先として各種アンケート調査で信州は非常に高い人気を持っております。長野県におきましてイメージを彷彿させる戦略の一つのキャッチコピーといたしまして、「心が澄む、信州に住む。」というような形で使わせていただいている次第でございます。以上でございます。

(佐藤会長)

所謂キャッチコピーじゃないけど、そういう標語みたいな形で使っているということなのかしら。はい、おそらくそれは先ほどの「自然と共に生きる日本のふる里」っていうところから派生するような、上位概念としての、自然と共にというか、あるいは日本のふる里というところの、下に具体的にいえば「すむ」っていうことが出てくるのだらうっていうこんな感じなので。あとはフレーズ的に今後どうやってアピールしていくのかっていう事では、戦略的に使われる、移住の皆さん、すでに使われているとおっしゃっていますけど、そういう事なのかなって思いますので、ここで言うところの、所謂ビジョンとしてのタイトルとしては、ちょっと使いにくいのかなって、すでに使ってるっていうようなところがあるので、それがいけないって言うわけじゃないけど、もうちょっとビジョン的に使えるようなものがないかしらって思うんですけど。

はい、井上さん。

(井上委員)

なんかキャッチコピー的になってきたので、今まで聞いてきて浮かんだんですけども、「お帰りなさい、日本のふる里信州へ」っていうこれで全部当てはまっちゃうかなと。

(佐藤会長)

要するに、ここで皆さんにご議論いただきたいと思ったのが、ビジョンって言うこれを標語で表現しちゃうとあれなんですけども、言葉なら、言葉の裏にあるものって、これから何十年か先、10年でも20年でも、この長野県はどうありたいんだっていう事を、あるいはどうあり続けたいんだっていう言葉を、ここで表象してもらいたいわけです。その方向についてこういう事がありますよ、こういうやり方がありますよ、こういうメッセージの出し方がありますよっていう議論に進んでいくならいいですけども、どうあって欲しいかって長野県のポジションを決めてもらいたいっていうか、長野県の未来を語って、先程松本委員のおっしゃって下さったような、そういう意味合いでのビジョンとお考えいただいたらよろしいのかなと思います。よろしいですか。

はい、駒谷さん。

(駒谷委員)

ご苦労さまでございます。先程からいろいろお聞きして、いろんなご意見をうかがう中で、観光というのは自然との共有といいますか、自然という二文字で表せるような意味合いも私は非常に強いと思うんですね。そういう意味から言ったらやはり自然と人のセット、この辺を大きなやっぱり括りにして、先ほどから出てます「自然と共に生きる」とか、あるいはそれが「日本のふる里」であるとかこういったものも含めてですね、自然のイメージで大きく長野県の統一したビジョンにして、あと、多分地域地域にそれぞれの地域のビジョンというものが出来ようかと思うんです。ですから、それが頭になって、その下に地域のビジョンがあって、そしてその後に、戦術が来るということになると思うのですが、「自然と人」というセットにしておくと私は戦術的にもですね、色んな事を考え易いのではないかなと考えます。ですから、先程松本委員のおっしゃるこ



とに本当に共鳴しておるところであります。

(佐藤会長)

はい、ありがとうございます。今もう一つご意見が出ました。上位概念での県全体の見方で「自然と人」という、標語的っていったら可笑しいですけど、キーワードとしては「自然と共に生きる」という事と「日本のふる里」を全体の傘にして、その下に、先程ちらっとお話がありましたが、県内10か所、ないしは地域的に何か所になるか分かりませんが、そういった地域のそれぞれ特性を生かした更に中長期的ビジョンとといったものを立てていただいて、それに合わせて各地で戦略を立てる、あるいは、いろいろ政策を考えてみるという事でいいのではないかと、そういうご意見が出ました。

いかがでしょうか。中川委員、何かおっしゃりたいことが…

(中川委員)

これからいう事は、あらためて事務局の皆さんと直接話した方がいいのかとは思いますが、取り敢えず考え方としてお聞きいただければ。

もうちょっといろんな意味で、縦横斜めから切りまくる分析が足りないなど。例えば「長野県というのは、私も県外から移住してきた人間ですけども、長野県の観光の強みというか一番の特徴ってというのは、全国4位の面積がありながらあらゆる所に観光地があると、沢山あるというのは大変強みなわけで、沢山あるおかげで分散しちゃっているわけで、逆に、だからこそ、私が以前から申し上げている通り、県がシンボリックなひとつの統一イメージを最初に打って具体的な観光戦略はそれぞれの市町村がやるべきだと申し上げています。そのためには、長野県って一体どういう所なのだろうと皆で縦横斜めから切りまくってみたらどうかなという気がします。一つの考え方の例としてお聞きいただければと思います。

私が依然、安曇野市の観光戦略とかブランド戦略とかをお預かりしていた時の考え方を一つ参考に申し上げさせていただくと、「含み資産」という考え方を持ちました。それは企業と同じように自治体、地域にも含み資産があるということで、例えば松本さんとか私たちが住んでいる安曇野地域に対して他所の地域の人たちが何をイメージするのかというものです。残雪の北アルプスがあって、手前に屋敷林がきれいにあって、白壁の家があって、水田には北アルプスが映っている、こういうイメージを大体イメージされるんです。私はこれを、広告会社の博報堂って会社ありますが、博報堂生活総研というところに計算させまして、広告戦術の計算上の問題ですけども、みんなが漠然と持っているそういうイメージを一旦頭の中から空っぽにして、それで今もってる同じようなイメージをもう一遍持ってもらう為にはどれくらいの費用と時間がかかるのかと、計算上の問題ですけども。そうすると30年以上の年数と3000億円以上のお金がいりますと、だからそれは逆にいえば、それだけの資産を地域が持っている、だからこれをもっと拡大した長野県版っていう、それぞれ旅する人の信州のイメージや自分が行きたい観光地はそれぞれ別個でいいわけですから、漠然とした統一シンボルって言うのは出来る限りシンボリックで、象徴的な言葉の方がいいんで、今皆さんからご提案されている言葉はちょっと説明が過ぎるっていう気がします。そんな説明はいらないような気

がします、その説明そのものはもうすでに戦術のところにはいつているような気がしま  
すから。だからもっと観光部の皆さんは、地域や市町村の観光部隊の皆さんともっと連  
携を密にして戦略と戦術の組み替えをしっかりする。

それとついでにもう一点だけ余計なことを言わせていただくと、この観光戦略全体に  
一番欠けているのは、ターゲットが、想定ターゲットが未定です。今一番ものが売れな  
いのは、漠然とユーザーを設定するから売れないのであって、例えば今観光をする世代  
ってほとんど50代あるいは50代から上の人が多いと思うけれども、その層を狙うの  
か、あるいは若い方も含めて、戦略別に棲み分けていくのか、ただ漠然とエコですよ、  
グリーンですよ、体験ですよっていつてもちょっと生温いような気がしますね。ごめん  
なさい余計なこと。

#### (佐藤会長)

いいえ、とんでもない。

はい、ほかの委員、まだ今日発言されてらっしゃらない委員いっぱいいらっしゃるから。  
どうですか、今までのご意見で、はい。

#### (渡邊委員)

はい、私昨年の震災直後にですね、現場でそれまでは比較的強気で生きてきたんです  
けども、あの直後本当にこの先どうなるのかなって現実を目の当たりにして、連休にリ  
ピーターのお客様が来てくださって本当にありがたいと思いました。そしてそのすぐ直  
後にこのリピーターの方がもう一度ここに来て下さるのはなんなのだろうかと思いま  
した。その時に10年ほど前にあるお客さんから言われた言葉を思い出したんですけれ  
ども、「古いと汚いとは違う」という言葉がありました。信州は美しい観光地と言われ  
ているんですけども、今本当に美しいのでしょうか。かたや横を見ると、バブルの頃の  
廃屋が軒並みただそこに存在している。又田園の風景が美しいと言いながら田んぼが減  
少している。振り返った山里が美しいかと思うと何とも言えない雑然とした環境にある。  
これってすごく大変なことで、この長期戦に耐えられるかどうか。体力も限界を問  
われるとこだと思うんですけれども。

ただ、今大事なことは、目先に追われない事じゃないかと思っています。先程水の国  
日本であれば、美しい国信州長野であれば、やはり素晴らしい長野県のそれぞれの場所  
が日本の遺産になり、信州まるごとが世界遺産になるぐらいの美しい国をつくるんだと  
いうようなコンセプトで進められないかと常々思います。振り返れば美しい小川の横に  
たばこの吸殻がいっぱい落ちていたり、それから、旅人が比較的雑然とした所に平気で  
帰りのごみを捨てて帰る。綺麗であればおそらくそんな所に捨てては行かないのでしょ  
うが、汚いと思われる所には平気で皆が捨てていく。なんかこう、信州というのは本当  
に美しいのだろうかというのは、最近特に感じています。そんなところが、キーワード  
になればいいなと思います。

#### (佐藤会長)

はい、ありがとうございます。皆さんからいろいろご意見をいただいているんです

けども、観光を考えると、先程中川委員の方からもありましたけど、観光ビジネス的に、もっぱらマーケティング的に考えて行けば、おそらく、ターゲットは誰で、あるいはどういう方法で戦術を組んでいってということになっていくのだろうと思うんですが、ただ事務局の方からここに2つ挙げられているような、どちらかという漠然として、外からの人間に対しても、あるいは内側の人間に対しても、誰に対しても快いメッセージが並んでいますね。それで、そうなるとうどんだろっかっていったときに、松本委員さんあるいは今の渡辺委員がおっしゃって下さったような、この長野県ってどうあって欲しいのよっていうね、誰にとってもというような、メッセージ性というか、あと何十年経っても長野県はしっかりとそこに立って踏み止まっているよと。東京のスカイツリーの周辺が今大変な状態になっているっていうね。観光客が激増するとその影のところでいろいろな問題が起きるって、そうなるって果たして住民は幸せなのかどうか、誇りに思っているのかどうかって今非常に疑問になってきているのだそうです。そういうようなことから考えると、20年経っても100年経っても、長野県はここに踏み止まっているっていつの姿、こういうのがここで言うところのビジョンなのか。そういうところがちょっと今、私自身が混乱して、これどういう方向でもっていったらいいんだろうって。そこに突然下にブランド力が入っていますから、このブランド力って一体なんだったっていいますと、実はお客さんに来てもらうっていう発想ですよ、お客さんに来てもらう為にブランド力を高め競争力を高める。競争力って事については、先程知事の話の中に長野県の競争力を高めていって欲しいというメッセージがございました。それも外すことができない。さーて困ったなっていうところが、ちょっと僕の頭の、会長が言ったら変なのですけど、この頭混乱状況なんです。

そこで又、皆さんのご意見を頂きたいんですけども、今日はもうそっちの方で、時間全部潰してもいいくらい、一番大事な、本当に大事な、根本的なところなので、是非討議にご参加いただきたいと思うんですけど。

#### (今井委員)

皆さんのお話をいろいろ聞いてきて思ったのですけれども、この前ワールド・カフェをやったときの、「長野県の強みを発揮する」という一番目の行に「長野県は田舎の代表格である」って書いてあるんですが、原点に戻るのが一番早いと私は思います。私は仕事柄長野県を出ることが多くて、首都圏や中京圏の方に行っておりますが、長野県からPRに行く方たちが自分の地域がどんな特色を持っているのか、何を売ったらいいのかというのがまったく分かっておりません。ですので、まずはもう一度自分の地域がどんな特色を持っていて、何が売れるのかというのを考えることが大事なんじゃないかなと思います。そうすることによって、じゃ田舎って言うのは、「日本のふる里信州」という事がキャッチコピーになり、旅館やお土産屋さんとか、食事の方も、もてなすっていう気持ちがお帰りの気持ちになるかもしれませんし、原点に戻ればきっともう一度考え直せると私は思います。

#### (佐藤会長)

これ資料4のこの将来ビジョンの再構築っていうとこでね、この設定の仕方、ちょっ

とあれだったのかなって、今中川委員の意見をうかがっていて感じたんですけど、ビジョンというのね、この間ワールド・カフェやっていたいて、皆さんどんどん、長野県の、長野県とはって出してもらって、そういう意図の基にやらせて頂いたんですけど、きっと一度どこかで長野県を棚卸しないとまずいんでしょうね。それで、棚卸をやって上で初めて、じゃあこれを活かす為にビジョンをセットしていくっていうね、そういう、今、ちょっと順序が逆になっちゃったのかなっていう妙な気分になっているんですけども。

はい、岡庭委員。

#### (岡庭委員)

それは私もずっとこの観光振興審議会に参加させていただいておって、こんがらがっていることなんですね。この観光っていうものをしたときに、じゃあどういうものを我々の審議会に求めているのかと。じゃあ長野県の、先程松本さんのおっしゃっているような、非常に高く理念性がある県の今後進んでいく道を指し示す。それは将来的には、多分多くの国民に支持されて、お客さんが来てくれる長野県になるであろうというように思っておるのですが、実際には、観光の現場と言うのは、我々が考える、お客さんが来ていただいてそこで経済活動をやっていたいて地域内にお金が回っていく事によって地域が元気になってくるという正に観光産業の活性化っていうところの観光と、その間にある、お客さんがいっぱい来ることによって地域が花でいっぱいになる、花を植えたり、それから農業体験してやったり、そのことが都会からくる人たちによって価値が見直されて、又地域に居る人が誇りを持ってその地域に生きることができるといって、そういう交流としての観光ってあるだろうと思うんですが。そこのところがどうもやっぱりちょっと噛み合わない。

今回諮問されたのは5年間の計画ですよ、ということになると、先程松本さんがおっしゃった、中長期的なもの短期的なものがあるんだろうと。それで先程お話しがありましたように、実は長野県の山も川も非常に荒れている場所もあり、それから、山に行けば人が居なくなって廃屋がある。旅館街に行けば既に経営が成り立たなくなった旅館も建っていると、こういうような現実があるんですね。だからこういう現実、あの中川さんのお話も十分よくわかる。だからそこのところを渾然として議論をしているところ、ちょっと今私も頭がこんがらかっているんですね。

だから、そういう点では、もうちょっと長野県の観光の現実というのがどうなっているのかということも、もっとシビアに見てみる必要があるんじゃないかっていう気がするんです。やっぱりそこから議論を積み上げて行った方が早道なのかっていうのは、今の皆さんのお話を聞いて、皆違う思いの中で発言しているなあという気がしたわけですけども、そういうわけで私も困っているという話なんですけども。

#### (佐藤会長)

はい、ありがとうございます。それは全て座長が悪いんでありまして、やっとな気が付いたかと言われたような感じがするんですが。そうなるんですね、今日は入口という感じで位置づけさせてもらえば、これから云わばスワット分析的なね、さらにまた、

強みから始まって、で、さっきデータなんか僕ら、数字を見ただけでね、これは数が減ってますとか、数字が下がってますとね、じゃあその中身は一体何なんだというところ、さっき岡庭委員がおっしゃって下さいましたけども、現実、現場で何が起きているんだというような事も含めて本来は徹底的に議論をする、あるいは分析する。そういうところで、じゃあ、その上に立つべきものは何かって言うね。そこでビジョンをつくり、戦略を立てていくという事になっていくんだと思うんですが、どうしましょうね。先は長くなる、長くなると言うより、頻度、皆さんかなりエネルギーを使っていたくっていうことになるけど、でももう乗りかけた船だもんね。いや、僕は構わないけど、皆さんのご予定等があればそれはいいんですけど。

本当は、今日僕は台本みたいないただいて、話の進め方ということで最初にやるべきことは何かって書いてあるんだけど、そこには長野県の強みを議論してくださいって書いてあったんですよ。だけど突然強みを議論してどうなのかなって思ったんだけど、やっぱりどっかでやらないといけないという事をやっぱり事務局は見抜いておられたんで、やってみますか。

やってみますかっていうのは、いちいちこうやって集まって、皆さんにお話しをしてもらうというよりは、こちらから情報提供させていただいたもので、フィードバックをしてもらうという方法が一つありますし。先般のワールド・カフェ方式で、もう一度ざっくばらんにですね、的をしぼった意見にってもらう。要するに、強みだけを議論しましょうとか、弱みだけを議論しましょうとか。そういうような方向でどんどん出してもらって、ただ出してもらって並べるだけじゃなくて、それを整理するってところの段階まで、次回やれたらどうかなと思うんですけども、どうでしょう。どうせしっかりしたもの、長野県がつくったんだから日本一だよと言われたいので、そういう感覚で言うと、その種の議論をやっぱり避けて通れないですよ。

いかがですか、中川委員。

#### (中川委員)

おっしゃる通りです。ちょっと一言。これは皆さんのお考えを逆に伺いたいんですけど、私は、観光と地域づくり、地域ブランドづくりというのは、表裏一体だと思います。やっぱり地域の人が誇りに思えるような場所でなければ観光地にはなり得ない。だから私はよく人にご説明するときに、友達の家へ行くときにしょっちゅう夫婦喧嘩する家に行きたくなりますかと、そうじゃなくて、お邪魔したら、やーよく来たねって、にこやかな雰囲気だから行きたくなるんでしょと、それと観光というのは一緒ですよと。そういう申し上げ方をよくしますけど。ごめんなさい、何か話が違いました。

#### (佐藤会長)

いいえ、全くその通りで。全然ばらばらの事では無くて、観光客が来れば宿屋さんも潤うし、あるいはお土産屋さんもお客が入るのだから、そういう意味では経済的にはそれでないと困るって事になってきますので、必ずどこかで結びついているんだと思います。

それで、そうなるそうですね、初っ端に皆さんにご議論いただいた「自然と共に生きる」、

松本委員の方から提案いただいた「自然と共に生きる」、「日本のふる里」、これについてはおそらくご異論は無いんだと思いますので、こういった事も頭に一応置きながら、これが全体のカバーとしてビジョンの中でどう活かされていくかというような事を、ひとつ、是非次回の議論の中で固めていきたいと。それで、ビジョンができれば、先程の多くの委員の方の意見ではないですけども、その中から戦略であるとか、戦術であるとか、そんなものが生まれてくる筈です、そしてゴールっていう、5年間でどこまでやるのかっていうことも含めて、細かなセットが可能になるかと思えますので、そっちの方向で、もしご異論が無ければ進めさせていただければと思いますけど。おそらく事務局はとんでもない、なんて思っているかも知れませんが。

はい、お願いします。

**(松本委員)**

さっき、ターゲットの問題というのが一つ出ましたけども、誰に対しても皆さんに来てくださって、これは形は綺麗だけでも現実的ではないだろうと思っています。それでちょっと妙な事言いますけども、この間、朝日新聞で原発稼働に賛成する人と反対する人で、反対する人の数の方が多かったんですね。これは福井でもそうだったし、関西圏でもそうだったんですけども。

**(佐藤会長)**

おっしゃる通り。

**(松本委員)**

例えば、長野県は「自然と生きますよ」ということを知事が頑張って発言をする、長野県は原発ではない形の方にいきたいということを発信しちゃうわけです。そうすると、少なくとも日本の国の半分くらいはそういう人達が居るわけですから、もっと居るかもしれないけど、特に女性や子どもの方が多いはずですよ。そうすると、何処に行きたいかってイニシアチブは、大体旦那さんよりも奥さんの方が持っている。そうすると、ここの部分で強い発言力を持ってしまうと長野県はいい場所だよって思う人達がかなり出てくるわけですね。それで、そういうぐらいに大胆にターゲットを絞り込むような発想を持ってもいいんじゃないかなと、そう思いました。

**(佐藤会長)**

はい、このご意見も是非参考にしてくださいな。メッセージ性って非常に重要でね、おそらく原発、話が全然違うんだけど、原発に賛成なんて言う方達でも無い方がいいだろうとは皆思っている筈。それで、それをはっきりと打ち出せるかどうかっていうことで何となく皆モヤモヤしている。そういう方たちなので、確かにポイント、ターゲットをパーンって絞ると、あらゆる意味でここは安全なんだという事が裏の意味で伝わっていく、そして伝わったことが観光客を増やすって事に繋がれば、これはまさに、ターゲットィングとして素晴らしい発想になっていくので、そういうメッセージを長野県が出せるっていう事、長野県ならではですよ、まさにね。他の県じゃ出せなくても長野県な

ら出せるというような感じでのビジョンづくりというのは、やっぱり何処を見ても、名前を変えたらどこでも使えるような、そんなものはやめましょう、長野県ならではの発想のビジョンづくりというのをひとつ、次回以降頭に置いていただければと思いますけど。

いかがですか。何か欲求不満になっちゃったですかね。まだご発言の無い方。今日はやろう、高野さん。

#### (高野和也委員)

長野県旅館ホテル組合の高野です。現場で誘客をするときに一番感じる事が、宣伝だけでは長く続かないって事なんですね。顧客の満足度が低いといけないと。うちの場合、旅館も非常に古い。39室ほどの旅館なんですけども、昔写真を綺麗に撮ったりとかいろんな事をして宣伝したんですけども、ネット時代、最初売れたんですけども、そのうち売れなくなる。それで、顧客満足度を徹底的にアップしようと毎日お客さんに手渡しでアンケートを渡して、回収して、毎日午前中ミーティングして、その日の内に全部お電話するというのをやりましたらお客さんがついてきてくれて、今「じゃ」の付くサイトで2,300軒中ベスト10に入っていますけども、そういうことから言うと、今、顧客満足度を上げなきゃいけない。顧客満足度、今観光客の人たちが何を求めているのかという、旅館とかそういう施設だけじゃなくて、地域での楽しみ方を求めているんです。その地域での楽しみ方を構築するときが一番ネックになるのが、住民の方と観光業者との軋轢なんですよね。新しい観光を生み出している新しい観光地の方が割とそういう軋轢はなくて、私ども100年続く温泉地なんですけども、そういう所こそ過去の栄光の、特に旅館についていったら良いことがあったから黙って付いてきたけど、今のこの不景気の中で旅館は何をやっているんだと。それで、その自分が不景気になったから街づくりしろとかいう部分があるんですよね。だから、そういう事を解消しないと、長野県全体がもてなしの心があって、親切で、旅館と一丸となってサービスをすることができるというところに行かないと思うんですよね。

それを考えたときに、私が一番大事だと思うのが、住民の意識の向上と、子供の教育だと思うんですよね。だから以前のワールド・カフェで、文部科学省のあれもありますけども、長野県だけでも、非公式であっても学校のカリキュラムに観光という教科を入れてみたらどうかという発言をしたんですけども、そういった事によって、家の子のカリキュラムに観光が入ったよ、うちの県ってそういう所なんだ、と大人の人も変わってくるんじゃないかなと思います。だから、今回のスローガンと言うかビジョンも、やっぱり県外にも出すんですけど、あくまで住んでいる人たち、子どもを持っている人たちに強力にアピールをして、一緒になるほどって。だから、さっきの「自然と人のセット」というのは一番いいと思うんですよね。スキー場あり、温泉地有り、そういった自然のところ、人でもっているところを、いろいろ持つてる中で、人であるならばそこをもっと突っ込んで、高野登先生が言っていた人をもてなす心という言葉を使って、「自然と人でもてなす」とか「自然と人が日本一の長野県」とかですね、そこまで住民の方に言えば、また学校のカリキュラムの中で謳いあげればですね、「自然と人が日本一の長野県」、おれたちそれをやらなきゃいけないんだ、それをやれるんだっていうよ

うになれば、かなり変わってくんじゃないかなと思います。そうすれば地域の中で、旅館業、それから観光業者の方と地域の住民の人たちが一緒に何か体験物をつくろう、農業体験しよう、農家の人たちと連携しよう、そういうときに「だって、自然と人が日本一なんだから、みんなで観光やるんだもんね。」ということになるんじゃないかと思います。

#### (佐藤会長)

ありがとうございました。今のメッセージはとても大事で、僕らこういう議論していると、やっぱり観光って幅広いんだな、とか、奥深いんだなってつくづく思うんだけど、ただやはり、観光って言葉の中心には旅行者が居て初めて観光という事になるので、彼らの、自分達も含めてですけども、旅行者目線、これをやっぱり忘れてはならないし、そういう意味で観光に据える一つの大きな柱ということになるんだろーと思います。その観光客を支えるのは、例えばディズニーランドとか箱物が沢山あるかも知れない、だけど実際あそこもキャストさんたちが支えているのであって、つまり、人を人で支えているという視点は大事なところだろうと思います。高野さんは今そういうところをご指摘いただいたので、そのメッセージなんかも、その強みの中に入れていけるような長野県、こういう形をつくっていったらなと、こういうのをちょっと頭の中で描かせていただいたわけですけども、やっぱり教育って大事ですよ。

今日は本当に限られた時間で限られたことしかご議論いただけませんでした。時間はまさに今この時点でタイムリミットとなっております、まだこの後夜中まで議論ということも可能であればやってみたいとは思いますが、皆さんお忙しい中お集まりいただきました、そういうところで、ここから先は次回の審議会に委ねたいと思いますので、次回は何としても知事に参加してもらおうということをお願いしたいと、事務局の皆さんにご努力をお願いしたいと思いますので、日程等に関しましては決まり次第お知らせします。知事参加のワールド・カフェスタイルでやってみて、ビジョンなり、あるいは戦略なり立てるところまで進めたら、まあ今年度の頭としては成功かなと思っています。

ちょうど時間になりましたので、本日こんなところで、中途半端なところで終えざるを得ないというところで誠に恐縮なでありますけれども、ひとつご了承いただき、本日はここで会議を閉じたいと思います。よろしいですか。何かまだ言い足りないとか、これだけは言っておかなきゃいけないという点ございましたら。はい、特に無いようですので、以上をもちまして審議会閉ざさせていただきたいと思います。事務局にちょっとマイクを渡したいと思います。

#### (浅井観光企画課長)

はい、ありがとうございました。一点だけ事務連絡を申し上げたいと思います。お席の所にお名前入りのファイルを用意させていただきました。これは資料が沢山になった時に、お持ち帰りというか、こちらに置いておいてもいい資料がございましたら、この場に資料おいて置いてください。そうしましたら、そのファイルに綴じまして、次回また審議会の時はそれをご覧いただけるような、そのような形にしたいと思いますので、



お持ち帰りにならない資料については、机の上に置いておいていただければ結構かと思  
います。

(野池観光部長)

先生、一言よろしいですか。

(佐藤会長)

はい。

(野池観光部長)

今日はお忙しい時間ありがとうございました。今いろいろなキーワードをいただいた  
ので、言葉とすれば沢山出ましたけれども、共通する一本、長野県信州として筋の通っ  
たものに収斂させる事ができるのではないかという思いがしております。そして何より  
も、いただいたお話の中で、他の県の名前に置き換えたなら通用しない長野県ならではの  
強いメッセージ性、こういった物差しでもう一度今日いただいたご意見を整理をしまし  
て、次回少少体系的に、しかし何かこう決めた形ではなくて、いろんな選択肢とし  
て整理をした上で、委員の皆様資料として提供させていただいて、より広く深くご議  
論をいただけるようにしたいと思っております。どうぞよろしくお願ひ申し上げます。  
お疲れ様でした。

(佐藤会長)

じゃ、いいんですか。では dismissed (解散) という事で。

(野池観光部長)

それでは今日はありがとうございました。以上もちまして、審議会の方閉じさせてい  
ただきます。ありがとうございました。

以上