

## 令和元年度 長野県観光振興審議会 議事録

1 日 時：令和元年8月29日（木）午後1時30分から3時30分

2 場 所：長野県庁本館 3階特別会議室

### 3 出席者

[委 員] 阿部かすみ、海老原紀子、金澤武彦、久保田 穰、小林かおる、  
玉田 泉、中村実彦、花岡利夫、向山公人、村山香苗、  
横山タカ子（敬称略）

[長野県] 観光部長 中村正人、山岳高原観光課長 塩原一正、  
観光誘客課長 大槻 覚、国際観光推進室長 小林一洋、  
観光機構専務理事 野池明登、観光機構常務理事 内田孝雄

### 4 議事録

#### （事務局 山岳高原観光課 高橋担当係長）

それでは、皆様、定刻になりましたので、ただいまから、長野県観光振興審議会を開催させていただきます。

本日の当審議会には、現在、9名の委員の皆様にご出席いただいております。倉沢委員、富井委員、山田委員からは、所用のため欠席する旨のご連絡を、小林委員からは若干の遅れのご連絡をいただいておりますので、ご報告いたします。あと、阿部委員も遅れの連絡がございます。長野県観光振興審議会条例第6条第2項により、会議の定足数は過半数とされておりますが、委員定数14名に対し現在9名ということで、定足数を満たしておりますので、ご報告いたします。

私、申し遅れましたが、当審議会の事務局で全体進行を務めさせていただきます、長野県観光部山岳高原観光課の高橋と申します。

本日は、おおむね15時30分終了を目途に進めさせていただきますので、皆様、よろしく願いいたします。

それでは、まず観光部長中村正人よりごあいさつをお願いします。

#### （中村観光部長）

お疲れさまです。長野県観光部の部長ということで、4月から仰せつかっております中村でございます。どうぞよろしく願いいたします。

本日は、観光振興審議会ということで、大変お忙しい中お集まりいただきまして、ありがとうございます。厚く御礼を申し上げたいと思います。

長野県の観光戦略は、今年度、2年目ということになります。本年度は、本県の特性を最大限に生かすということで、「感動県信州の創造」とこんな形でテーマを設定しております。まず一つが経営体をつくる。それから基礎をつくる。そしてインバウンド戦略ということで、3つの柱で取り組んでいるところであります。

後ほど詳しくご説明させていただきますけれども、この昨年度スタートした観光戦略の主要指標ということで、観光消費額というものを掲げております。これは県の5

か年計画の重点目標にもなっておりまして、実は、昨年度の数字の発表が今日ということでございまして、目標値8,100億円を上回るといふ数字をお示しさせていただきます。

これは、外国人の観光客の宿泊者数が、全国を上回るペースで増加していることなどによるものでございますけれども、一方で、その消費額の9割以上を国内のお客様、日本人のお客様が占めておるわけでございます。日本人の数字を全国と比べますと、全国は微増傾向なんですけれども、本県は減少傾向が出てきてしまっていると、こういったような課題も多いということでもあります。

こうしたことで、観光消費額を増加させるといった観点で、本日の審議会では、委員の皆様から、例えばこの日本人観光客の長期滞在をどうやるか、若年層の誘客をどうやるか。例えばその外国人の旅行者にしても、更なる長期滞在とか受け入れの環境をどうするべきか。また、デジタルを駆使したプロモーションをどう展開すべきか。こういったような観点で、専門的にさまざまな角度からご意見を頂戴したいと思っておりますので、本日はどうぞよろしくお願ひいたします。

**(事務局 山岳高原観光課 高橋担当係長)**

続いて、本審議会の委員の委嘱について、ご報告いたします。本審議会の委員は、お手元資料の長野県観光振興審議会委員名簿のとおり、14名の方に委嘱を申し上げてございます。このうち新たに委嘱申し上げた3名の委員の方をご紹介しますので、恐れ入りますが、名前を呼ばれましたら、その場でご起立いただければと思います。

まず野沢温泉村村長の富井俊雄委員、富井委員は、本日、欠席となっております。続いて、長野県旅館ホテル組合会会長、中村実彦委員。

**(中村委員)**

中村です。どうぞよろしくお願ひします。

**(事務局 山岳高原観光課 高橋担当係長)**

続きまして、長野県議会議員、向山公人委員。

**(向山委員)**

向山です。よろしくお願ひします。

**(事務局 山岳高原観光課 高橋担当係長)**

新たな委員の方の任期につきましては、前任者の任期を引き継ぎ、令和元年12月24日までとなっております。

それでは、本日の議事に移らせていただきます。これ以降の議事の進行につきましては、久保田会長にお願ひいたします。それではよろしくお願ひします。

**(久保田会長)**

それでは、会長の久保田です。よろしくお願ひをいたします。今日は、先ほど中村部長からもお話がありましたように、データがいろいろまとまってきていることもあるようでございますし、長野県の観光、若干、数字的にも幾つか論点が出てきている

ようでございますので、その辺を具体的にご紹介いただきながら、今後の県の観光の進め方について、委員の皆様から、それぞれお立場の違うような委員がいらっしゃいますので、それぞれの立場から積極的なご意見をいただければ幸いです。そういう意味で、早速、時間も限られておりますので、実り多い議事ができますように進めてまいりたいと思います。

それから、まず事前に申し上げておきますけれども、今日のこの本会議は、公開で行います。議事録は、後ほど県のホームページにも掲載されるということで、ご了解をいただきたいと思います。

それでは、会議事項に入ります。まず事務局のほうから、今後の長野県の観光施策の方向性などにつきまして、資料に基づきましてご説明をお願いいたします。

### (塩原山岳高原観光課長)

こんにちは、山岳高原観光課長の塩原一正と申します。よろしくをお願いいたします。それでは着座にて説明させていただきます。

まず資料1をお願いいたします。「データから見る長野県観光の現状と課題」ということで、観光消費額についての資料を出させていただきます。冒頭、部長の中村から概略をご説明したところでございますけれども、観光消費額につきましては、現在、県で進めております「しあわせ信州創造プラン2.0」における重点目標の一つということで、2022年までに8,100億円という目標を示しておりましたけれども、平成30年度、2018年度において、8,146億円ということで、達成をしております。

それで、グラフでご説明いたしますと、この一番上の棒グラフ、2018年のものですが、上から観光・日帰り、観光・宿泊、ビジネス、こちら、全部、県外でございます。県外の日帰りが36.7%、県外の宿泊が34.2%、これとビジネスの宿泊を足しますと、県外のお客さまで80.3%と、消費額の80.3%は県外のお客さまです。大ざっぱに言いますと、残りのうち10%が県内、10%が外国人という状況でございます。

真ん中のところをごらんいただきたいと思います。属性別に見ますと、こちら、2016年から2018年までの増減傾向でございます。今回、観光消費額の増大に大きく貢献したのが、県外の日帰り客でございます。こちらが、2016年に比べて1,200億円増えております。人数で言いますと、赤い矢印で上昇と書いてございますが、約600万人増えてございます。こちらについては、観光消費単価も増えておりまして、その主な内容とすると、交通費なり、飲食費ということになってございます。

次が県外の宿泊でございます。こちらは、実は、人数が増えているにもかかわらず、消費単価が落ちたということで、消費額総額は249億円の減額という形になっております。これ以下、県外のビジネス・宿泊、それから県内の日帰り、県内の宿泊、いずれも消費単価が下がっております。この消費単価の減額の主なものが、お土産物代になってまいります。こういったところが一つの課題でございます。ですから、日本人のお客さまに関しては、まず消費単価を上げるというのが、一つの課題だと考えております。

それからその下が外国人でございます。後ほども触れますけれども、こちらは全国を上回るペースで順調に伸びてきているという状況でございます。人数的にも、消費単価的にも伸びているということで、これについては、全体の1割未満、現在、7%という状況でございますけれども、引き続き、力を入れて伸ばしていきたいと考えているところでございます。

一番下が人数と消費単価の相関関係になってございますけれども、下の部分の広いゾーンが日本人でございます。今回、伸びたのが県外の日帰りの部分です。県外の宿泊については、右肩下がりになっておりますので、この日本人の県外客を右上の方向に持っていきたいと。それから外国人については、左側のほうに縦に伸びておりますけれども、こちらについても、人数的にももうちょっと増やせるように、右上の方向に持っていきたいというふうに考えてございます。

ちょっと特徴的なことを申し上げますと、まず日本人客に関しては、まず月別でいうと夏が多いという状況でございます。それから平均の宿泊日数ですね、宿泊数は1.3泊ということで、ここ数年、横ばいになってございます。それからお客様はどこからいらっしゃるのかというと、関東圏が5割強、中京圏が2割弱ということで、関東圏・中京圏で約7割という状況です。

それから日帰り客ですが、実は割合が増えてきておりまして、2018年では63.8%となっております。長野県にいらっしゃるお客様の構成を見ますと、男性はどの世代も増加傾向なんですけど、女性が、20歳～34歳、いわゆる若い世代、それと50代以上の方が減少しているという状況がございます。

それから外国人に関しましては、全国を上回る増加傾向で順調に伸びてきております。特徴としましては、冬に集中しているという状況がございます。それから国別で見ますと、1番が台湾、続いて中国・香港・オーストラリアということで、この辺の構成につきましては、ここ数年、同じ順位となっております。私からは以上でございませぬ。

#### (山岳高原観光課 近藤課長補佐)

私、山岳高原観光課の近藤でございます。私から、本日、机上に、委員の皆様へ配付させていただきました「観光に関するアンケート結果」の速報について、説明をさせていただきます。着座にて失礼いたします。

このアンケートにつきましては、毎年、今後の観光施策の参考にとということで、まさに最前線でご活躍いただいている観光事業者の皆様へ、生の声をお聞きするというところで調査をしているものでございます。お手元に「観光に関するアンケート結果(速報)」ということで、A4横の資料、本日の配付となって恐縮でございますが、まだ全体が取りまとまる前段階の速報ということで、とりあえず委員の皆様へ、今日のご議論の参考になればということでお配りをさせていただきました。

調査の概要は、下に記載しているとおりでございまして、今年の7月から8月にかけて調査をさせていただきました。対象の事業者でございませぬが、2,000を超える宿泊事業者の方を初め、交通事業者、旅行業者の方、それから市町村、観光団体にもお聞きをしております。現時点で、お送りした数に対しての有効回答数は記載のとおりでございませぬので、こちらをご参考をお願いしたいと思ひます。

おめくりをいただきまして、幾つかのポイントでまとめさせていただいておりますので、傾向も含めてごらんいただければと思ひます。まず1ページということで、外国人旅行客受け入れのための取組を、それぞれの皆様、どういうところをやられているかというところをまとめたものでございませぬ。

まず1ページ目の左側は鉄道事業者の方の取組でございませぬが、こちら、色の薄い実施しているという取組が6割を超えるような棒グラフになっているものが多ございませぬけれども、外国語、多言語対応への対応というのが非常に多くなっております。

それから駅構内でのトイレの洋式化の取組も進んでいる。あるいはネット予約等もできるようになってきているということが、こちらからもうかがえるところでございます。

それに対しまして、右側はバス事業者の方の取組ということで、こちらは、逆に横棒の伸びが短くなっているというのが相対的に見ていただけるかと思えます。その中でも、外国語を含めた多言語への対応ですとか、あるいはW i - F i、キャッシュレスへの取組というのが、現時点で少なくなっております。ただ、バス事業者の方は、今後、キャッシュレス、W i - F iについては、環境を整えたいという、濃い棒グラフが若干多いというのが特徴的なところかなというふうに見ております。

おめくりいただきまして、タクシー事業者と索道事業者の状況でございます。タクシー事業者では、キャッシュレスの取組というのが、ご回答いただいたところの半数弱、取組が進んでいるとともに、これからもやっていきたいというご回答が多かったところでございます。

また、索道事業者につきましては、たくさんの方にチケットを効率よく購入いただくために、キャッシュレスの取組が進んでいるというのが、ここからも見てとれるかなというところ。それからW i - F i環境につきましては、施設内だけでなく、今後はゲレンデ、エリアでの整備を進めていきたいというようなご回答をいただいております。そうしたご関心が高いというのが、ここからうかがえるところかと思えます。

下の3ページに行きますと、宿泊事業者の方の取組というところでございます。インターネットのW i - F iの取組ですとか、トイレの洋式化、あるいはキャッシュレスといったところ、お取組いただいている棒が伸びております。ご回答いただいている700のうちはまだ半数弱というような状況でございます。お取組いただいているところとそうでないところの差が若干出てきているのかなというのが見てとれます。

それから宿泊事業者の方につきましては、コミュニケーションの手段ということで、どういことをやられていますか、ということなのですが、翻訳アプリをお使いになられているというところが3割程度あったというようなところ。それから、その一方で、取り組んでいないということで、どうしていいかわからないという事業者の方も、3割強、いらっしゃるというのが、今回の速報から見とれます。

続きまして、4ページ以降でございます。4ページはW i - F iの環境整備についてということでまとめております。左上に旅行者、お客様を旅行地に、デスティネーションにお送りする立場の方から見て、W i - F i整備、こういうところが進むといいよなというようなところをお聞きしたわけですが、観光施設・観光地ですとか、鉄道やバスの車内、あるいは飲食店というところでの整備を望んでいる声が多いというところでございます。

それに対しまして、右をごらんいただきたいと思います。現時点でどうかということでございます。鉄道や索道事業者の方、それから宿泊事業者の方につきましては、お取組いただいている状況が高くなっているわけでございますが、バスやタクシーでのお取組が、相対的に若干低くなっているところが傾向として見てとれます。

それから宿泊事業者の方につきましては、W i - F iの設置をしていらっしゃる宿につきまして、今後の予定について、お伺いしております。120ほどご回答いただいておりますが、そのうちの6割は、今後も設置するご予定がないというようなことで、その導入をなさらない理由についてお聞きしますと、必要性を感じないというようなお答えが30%以上で多かったわけでございます。そのほかには、設置コスト

が高いとか、あるいは導入、どうしていいかわからないというようなお声が多かったというのがここから見てとれます。

同じような調査をキャッシュレスというところでもしてみました。それが5ページでございます。キャッシュレスを強化すべき場所ということで、旅行業者の立場から見ますと、いずれも高いわけでございますが、交通系、バスやタクシーのほかに、飲食店、美術館・博物館、観光施設ということで、W i - F i と同じように、いろいろなところでやはりキャッシュレスで対応できるのを望んでいらっしゃるというのが見てとれます。

それに対しまして、現状、どうかということなんですが、右側の棒グラフでございます。相対的に、バス、あるいは宿泊の事業者の方の取組の棒が、ちょっと伸びが低いというのが傾向として見てとれます。

宿泊事業者の方については、キャッシュレスの手段、いろいろございますけれども、どういうものをお取組になられているか、あるいは、今後、取り組まれるかというのを左下でまとめておりますが、このような状況になっております。キャッシュレス導入の際の課題というところですが、これ、新聞報道、あるいはいろいろな情報でも出ているところですが、やはり決済手数料ですとか導入費用というところ、イニシャルと、あとランニングのコスト、ここがやはりどうしても気になるというところがございます。

おめくりをいただきまして、タクシーのキャッシュレスについて、どうかということでございます。タクシー事業者につきましても、やはり課題として、導入費用、決済手数料を挙げていらっしゃる方が多かったというのが結果として出ております。

その下、インバウンドのNAGANO PASSと他の交通機関との連携ということでございます。こちら、今、皆様の席上にもチラシをお配りしておりますが、J R 関連のパスを購入された外国人の旅行者の方を対象に、県内の私鉄4社が5日間乗り放題というパスを、交通事業者の方の連携により発売することとなりました。現時点で、まだ鉄道事業者、私鉄のみということでございまして、これをほかの交通系ですね、バスやタクシーといったところへの展開っていうのが必要ではないかなというふうに考えているところでございます、その辺を当事者の方に直接お尋ねした設問でございます。

左側が、NAGANO PASSが鉄道だけではなくてバスも使えるようになったらどうだろうかというようなことでございますが、一番濃い上の棒グラフが旅行業者の方で、旅行業者の方は全てそうだと、必要だというふうにお感じになっているということです。一方で、バスやタクシーの事業者の方は、どちらともいえないというご回答が現時点で一番多いということでございまして、ここに、若干、ギャップがあるのかなというふうに感じているところでございます。

それから同様に、J R PASSも、現時点でJ R 東日本系のパスに限定されているということでございます。外国人の方は、J R 東海とか西日本を含めた、いろいろなJ R のパスをご利用いただけるわけでございますが、これをさらに幅広くした連携について、どうお考えになりますかということでございました。傾向としては同じような傾向が出ておりまして、旅行業者の方や鉄道事業者の方は前向き、バスやタクシーの事業者の方は、ちょっとどちらともいえないというようなご回答が出てきたところでございます。

それから7ページでございますが、宿泊施設における予約の関係、WEBサイト等のWEBの予約の活用状況ということでまとめたものでございます。左上が宿泊施設

の予約方法がどういう形でとられているかということで、これ、複数回答となっておりますが、いろいろなチャンネルをお持ちになって予約をとっていらっしゃるというのがわかるかと思えます。

ネットの予約の割合がどれくらいですかということなんですけれども、5割以上8割未満という方が25%程度ということで、ここが一番多くなっております。5割以上がネット予約だという宿泊施設が全体の半数以上を占めているというのが、一つの特徴でございます。その一方で、ネット予約をしないという棒グラフがございます。これが20%近くございますが、こちらも依然として、ネットでない、アナログの予約方法のみで対応されているというところも、一定程度あるというのがここから見てとれるかと思えます。

右側は、WEB予約されている方がご利用になられている大手の旅行予約サイト、どういうところを使われているかというのを、複数回答でいただいたものでございます。こちらは参考までにごらんいただきたいと思えます。

8ページは、同様の傾向で、宿泊施設の方、自らがWEB、デジタルプロモーションされているかどうかというような設問をさせていただきました。現時点でやっていないという方が7割を超えるということ。やっていらっしゃる方の中でいくと、SNSを使っていらっしゃる方が6割程度ということで、使っていらっしゃる方が、一番手軽に使えるのはSNSということがこれからわかります。

それから7割強のWEBのプロモーションをしていらっしゃる理由ということなんですけれども、知識のある専門人材がいなくてとか、あるいは必要性を感じないといったところのご意見が高くなっておりました。

あと9ページは、食についての取組ということで、宿泊施設でどういうところにお取組になっているか、今後、どういうところを実施したいかということでお尋ねしたものでございます。こちらはまた参考までにごらんいただければと思えます。

あと項目のみご紹介をさせていただきますが、おめくりいただいた10ページにつきましては、サイクルツーリズム、これから長野県も力を入れていきたいと思っておりますが、行政関係ではどういう取組をしているかというのが左側。右側は、宿泊施設の皆様がサイクリストをお迎えする、そういったときに、どういうところにメリットを感じれば、そういうものに取り組んでいきたいか。あるいは、何が課題かというようなところをまとめたものが10ページでございます。

それから11ページは、ユニバーサルツーリズムということで、分け隔てなく誰でも受け入れられるようにしていくにはどうしたらいいのかというのを、それぞれのお立場でご回答いただいたものでございますが、やはり施設整備、バリアフリーなどにしていく施設整備への支援を求めるとのご意見が非常に多ございました。

以上、ちょっと長くなって恐縮でございましたが、「観光に関するアンケート結果」の速報ということでご紹介させていただきました。本日のご議論の参考にしていただければありがたく存じます。以上です。

**(久保田会長)**

もう一点、お願いします。

**(小林国際観光推進室長)**

続きまして、私、国際観光推進室長の小林と申します。どうぞよろしくお願ひいた

します。「NAGANO PASS」について、アンケート結果の中でございましたので、補足の説明をさせていただきます。着座で失礼いたします。

お手元のカラーの資料でA4のチラシをつけてございます。あと3枚とじの資料で長野県内周遊フリーパス「NAGANO PASS」について、ご説明させていただきます。

1の目的でございますが、訪日外国人旅行者の県内の周遊の利便性を高め、県内の滞在日数を延ばしていただき、観光消費額に大きく寄与する旅行商品といたしまして、JR東日本、県内私鉄4社、しなの鉄道、長野電鉄、上田電鉄、アルピコ交通、及び沿線の自治体と連携いたしまして、この7月1日から県内周遊フリーパス「NAGANO PASS」の販売を開始いたしました。

2の概要でございますが、表になっておりますけれども、JRさんのパスを買っていただいている方、JR EAST PASS、Hokuriku Arch Pass、JR TOKYO Wide Passの購入者に限定し、連続した5日間を5,000円で、県内の4社区間内、乗り降り自由であるということに加えまして、3枚目になるんですけれども、リストをつけてございます。沿線の約120のアイテム、つまり観光施設ですとか、食事、二次交通等の割引特典が付与されたものでございます。

割引特典であります。この120のアイテムを掲載しておりますが、例えば主なものとして、着物のレンタル、外国人のお客様に人気の高い着物ですね、着つけが通常4,000円のところを、このパスを提示することで半額の2,000円に割引されるでありますとか。二次交通の例ですと、例えば白馬～長野の通常料金2,000円のところが1,800円でご乗車いただける。あるいは、松本One Day Passが800円のところ、500円でお求めいただけるなど、付随した観光施設の割引等が受けられるということの、大変お得な周遊パスになっております。

購入の方法でございますけれども、海外に多くの提携会社を持っておりますジャパンホリデートラベルさんを通じて、積極的に販売しているところです。また、外国語サイトであります、私どもの「Go NAGANO!」のほうから専用のホームページ上でPRするほか、Facebookなどでもターゲット広告を展開しているところでございます。あと国内では、JR東日本管内、私鉄の4社管内、各観光案内所に、チラシ・ポスター等を掲示するなどしてPRいたしまして、旅なかでもお求めいただけるようにPRしているところであります。

先ほどアンケートの中でご説明がありましたけど、私ども、初の取組ということで、今回、実施いたしましたアンケートとあわせて、次年度、どんな形でグレードアップしていくかということ視野に、実証実験的な取組としてスタートいたしました。今後、しっかりと調査・分析を行い、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向け、内容の充実、販売の拡大を図ってまいりたいと考えております。説明は以上です。どうぞよろしく願いいたします。

#### (久保田会長)

どうもありがとうございます。資料、3件ほどご説明いただきました。ちょっと質問的な話で、最後に説明いただいたフリーパスの購入は、海外の旅行会社で引換QRコード発行してありますけど、発行がなくても、いきなりこちらに来て、Hokuriku Arch Passとか、JR EAST PASSを持ってれば、県内の、長野駅とか、上田駅とか、いろいろなところで買えるということよろしいんですか。



(小林国際観光推進室長)

そのとおりです。

(久保田会長)

そうですか。ちなみに、今、発売してすぐですから難しいかもしれませんが、売れゆきについては何かありますか。

(小林国際観光推進室長)

今、月末でもって、いろいろなところで、とっているんですけども、PRしながら、今、進めているところでございます。

(久保田会長)

ありがとうございます。今、事務局のほうから、データから見る長野県観光の現状と課題と、それからアンケート調査の速報、そして今の「NAGANO PASS」、3点につきまして、ご説明いただきました。これから、特に県の観光の現状、それから今後の方向性、また、どういったらより長野県の観光に資するかといった総合的な観点から、委員の皆様から自由にご発言をいただきたいなと思いますので、どなたからでも結構ですけども、お願いしたいと思います。

その前に、ちょっと、私のほうから、意見というわけではないんですけど、今、伺っておりました、特にデータから見る長野県の観光の現状と課題というところをもう少し。私は全国的な観光という仕事もしておりますので、そういう点からこう見るとどういうふうに見えるかなということだけ、参考までにコメントをさせていただいて、議論に入れたいと思います。

特に、先ほどのご説明の中で、日本人の観光の人数と、それから消費額ですね、それから単価、そして外国人と、インバウンドということで、分けてお話しいただきました。そもそも長野県の延べ宿泊人員というのは、全国の中でも一桁に入るんですね。現在では、8位とか9位ぐらいです。順番でいうと、東京、北海道、大阪、千葉、静岡、沖縄、神奈川、京都、長野と、そんな感じの順番なんですね。そのあとに愛知が来ますから、名古屋擁する愛知県と、それから京都との間ぐらいの延べ宿泊人員規模が長野県はあるということなんです。それだけの大きな観光県ではあるわけです、現状においてもですね。1年かな、2年ぐらい前は、京都府よりも延べ宿泊人員は多かったんですね。最近、京都がぐっと伸びてきて、インバウンドも伸びたということもあって、そこの辺は逆転をしておりますけれども、それだけ、特に日本人の延べ宿泊規模が大きいという、そういう特徴があります。

しかしながら、平均の滞在日数は、先ほどご説明の中にもありましたけれども、日本人・外国人平均して約1.3日です。これは、全国順位でいうと、20位になるんですね。ですから、たくさんの方が来ていただいているけれども、長く泊まっているというほどではないと。その辺も課題感が、先ほどのご説明の中にもあったかと思えます。

それからもう一つ、日本人と外国人、インバウンドというふうに分けますと、延べ宿泊人員の中のインバウンド比率、外国人の比率は、47都道府県中27位ということで、まあまあ真ん中辺ぐらいと。逆に言いますと、まだまだ伸びしろもあるということなのかもしれませんし、外国人には、長野県の観光的な魅力は必ずしも十分伝わっていないのではないかとこのふうにも見えるかと思えます。

また、日本人に関しても、これは感覚的な話ですけれども、夏のスポーツ合宿とか、林間学校とか、比較的宿泊日数が長いようなお客様も結構いるのではないかと、それから冬のスキーもですね。そういうものがありながらも、宿泊日数、滞在日数がまだまだ低いということだと、やはり、先ほどの資料の中でもうかがえますように、日帰りなり、1泊でさっと帰ってしまうということですね。もう少し長く延ばせる要素は、つくっていかねばいけいではないかと。そういった課題感も、他県、それから近県と比べても、出てくるのではないかと考えております。

そういう中で、今はもう少子高齢化ということで、今、申し上げたような学校の合宿とか、林間学校とか、スポーツ合宿とか、そういうところに来る人たちそのものが減ってきている中ですから、いかにインバウンドなり、外国から新たな観光需要を長野県の中に引き込むかということによって、トータルとしての、県への来訪者数、そして消費額を確保していくということが大事ではないかというのが、今のご説明の中でもうかがえたのではないかと思います。その辺をちょっとコメントさせていただいて、委員の皆様から、さまざまな角度からご意見を賜ればと思います。よろしくお願いいたします。どなたからでも結構です。

先ほどのパスの話もあるので、ジェイアール東日本企画の村山さん、まずお願いします。

#### (村山委員)

ありがとうございます。長期滞在の数字が伸びないというのは、おそらく新幹線ができたことで長野県が都内から大変近くなってしまい、軽井沢も長野も日帰り圏内になってしまったのが大きいと思います。

ただ、これからは少し事情が違うのではないかと思います。例えば働き方改革が推進されて長期での休暇がかなり取りやすくなっています。また来年のオリンピックに向けて都内の企業はでは夏休みも含めてテレワークが推進されています。今後はますます会社以外で仕事をする方たちの比率は多くなります。家だけじゃなくてどこでも仕事ができるようになってきたということになりますと、旅行に行くイコール観光、レジャーということではなくて、旅行先で仕事をする、アクティビティの合間に仕事をするという流れが来ています。以前は、特定の専門性の高い仕事についている人だけの特権のようなものでしたが、普通のサラリーマンが長期の滞在のなかで仕事もするし、レジャーや観光もする時代になってきた。ポイントは仕事を持っている人が長期滞在の中で、仕事もしながら楽しめるような施設、家族と一緒に数時間は仕事ができるような場所などが併設されたりなど配慮があるとよいと思います。基本的にはWi-Fiが整備されているなどは最低限の条件になるかもしれません。そういう長期滞在にあった施設が選ばれるポイントになってくると思います。

それから、富裕層インバウンドや国内ラグジュアリーマーケットを考えますと、注目しているところが、白馬のノーピークリゾートです。ここには、ちょっと高いのですが、長期滞在に向けたプログラムがたくさん用意されています。長野駅から往復送迎も用意されているので、二次交通やレンタカーの手配などを考えず、気楽に行けるリゾートです。もっと言うと白馬がどこにあるとか、どう行けばいいのか全く悩む必要がなく、新幹線で長野駅まで来てしまえば、あとはもう白馬まで連れて行ってもらう、何日間も楽しめるっていうことができるという形になりますので、地理にあまりくわしくない外国人や高齢者のお客様に合っているのだと思います。

今年開業したばかりですが、関係者に聞くと70代のご夫婦など高齢者のお客様が結構多いそうです。特に山を登るような体力がなくなって、トレッキングなどのアクティビティをすることが目的ではなく、ゆったりと自然の中で何日か過ごしたいというシニアのニーズにもあっているようです。山々を見ながらゆったりする、という過ごし方がある一定の富裕層に向けての滞在型リゾートの例になると思います。

仕事柄、東北のほうに行くことが多いのですが、雪深いエリアにあるホテルですが以前は冬営業していなかったのですが、去年から冬のプログラムを入れて本格的に営業をはじめたら大変人気になっていました。新幹線が通る駅前に5台の大型バスが並び、満員になっていました。台湾などのインバウンドの方たちも多く、初めて雪を見るというわけではないんでしょうけれど、溪流沿いの道を歩いたり、バスに乗ったりという冬のアクティビティの参加者が多くいました。確かにグリーンシーズンとは違った風景を楽しめる、何度も来てもらうための提案がうまくいっている事例だと思います。

長野県も同様に冬はスキーシーズンになると、スキー客だけを対象に営業をするのではなく、スキー以外の冬の楽しみ方の提案を考えてみてはいかがでしょうか。東北のホテルのように散策を楽しむということもありますが、冬の手仕事を施設で、おばあちゃんが教えるとか、郷土料理の作り方を教えるとか、保存食について学ぶとか、長野はそういう知恵の宝庫ではないでしょうか。

さて、若年層に対しての取組ですが、現在、「ミレニアル世代」（2000年に成人になった世代）への対策を考えているところです。リゾート列車の関係で、若い世代について調査を始めています。この世代の特徴として、旅行の仕方や宿の選び方がわれわれ世代と全く違います。小さいころから、IT環境にいますので、情報検索に非常にたけている。また、節約できるところは徹底的に節約して、自分の趣味ややりたいテーマにお金をかけるという傾向があります。一番節約するのが、交通費と宿泊費のところ。その中で、この世代がよく使うのが、新幹線ではなく深夜バスとか、エアビーアンドビーなんか使って、ゲストハウスを使う。5、6人で行って、1人当たり2,000円ぐらいでみんな泊まれますし、食事などは全部持ち込みでやっちゃうみたいところで、非常にメリハリがある。1世代前は旅行センターなどについて、カウンターのかたの助言を聞きながらおすすめの宿や交通手段を予約してもらう・・・というのが一般的でしたが、そういうことはしない世代です。

この世代にとっては、「体験」にも価値を置きます。海外では農園体験などが人気です。長野県であれば、大変素敵なワイナリーがたくさんあるので、葡萄の収穫体験をベースに安い宿泊施設を紹介したり、日帰り温泉施設とセットにしたようなものを用意していくと、特に女性などを中心にヒットするのではないかと思います。

今後、ただただ豪華な旅館に泊まるという旅行やお仕着せの観光地を回るということではなく、世代のニーズに対して対応していける、また提案ができる施設が勝ち残っていくような気がしています。以上です。

#### （久保田会長）

どうもありがとうございました。今、村山さんのほうから、働き方改革といったようなキーワードがちょっとあったと思うんですけど。まさに働く、休みながら働くというんでしょうかね、そういったような動きというのめかなり出てきていて、例えばハワイで仕事しようっていう、今、そんなプランまで旅行会社が出したりしてきてい

る。でも、それはあくまでも旅行のプランだけではなくて、宿泊する場所もそういう体制が準備されてないとなかなかそうならないでしょうし、それから滞在しても、もちろん仕事と、それから余暇と、楽しみと、並行して行うということになれば、コンテンツ、やはり長く滞在して楽しめるようなコンテンツと、同時に仕事ができるような環境と、そういうものが両方整備されることによって、より滞在日数の長期化とか、さらに消費額の増ということになってくる。そういう意味では、先ほど働き方改革というのもキーワードになるんじゃないかなということ、今のご発言を聞かせていただきました。ありがとうございます。

ほかに、また積極的にご発言をお願いしたいと思います。どうぞ、海老原さん、お願いします。

#### (海老原委員)

今、村山さんのほうから若年層の話が出ていましたので、それに関して、若年層に対する観光誘客と情報の発信についてという点になります。私、長野県を結構長く担当していますけれども、最近の流れとして、リノベーションのおしゃれなカフェだとか、レトロな街角であるとか、絶景のフォトスポットであるとか、そういったものも新しく出てきている中で、長野県内にもたくさんの魅力的なスポットがあるのになど、日々、思っております。まだまだそれが伝わっていないかなと、正直、感じております。

もちろん若年層は、インスタグラムやYouTubeですとか、SNSの世界で情報を確認しているような状態ですので、そういったところでどうやってアプローチしていくのかが、情報発信の上で一番重要かと思っております。

そして、若年層の方の動きですけれども、先ほども、とにかく交通費も節約して、宿泊も節約してっていうお話がありますけれども、やっぱりそこが一番ハードルが高いところで、そこに対する補助などがあれば、もっといいのかなと思います。

そして、首都圏の若年層の方は、車を持っていないというのがほぼ前提になってきているので、その点は本当に重要なことなので、力を入れたいところです。かといって、車を持っていないから旅をしたくないというわけでも全然なくて、実際、テレビで芸能人が路線バスの旅をしていたり、そういったところに流れているスローな風景など、実際、現地に行ってみるといところには高く関心を持っていて、そこに向かおうとするときに、一体どのようにアプローチしたらいいのかというのが、正直、いろいろ調べ倒した上で、最終的にたどり着けるのかどうかという点にかかっているかと思えます。

それと、あと、そういう状況でもありますので、二次交通というのは本当に大切になってきます。ですので、長野県さんの信州ナビのアプリの交通案内情報ですか、そういったものっていうのも、もう、その世代に探し当てられるようなアプローチがあれば、もっと活用されるのかなと思っています。

そして、先ほどサイクルツーリズムのお話があったと思うのですが、どちらかというところ、観光としてサイクリングっていう形になりますと、今、e-BIKEというのを推進されていますけれども、大変それは有効だと思います。実際、その世代の人たちが、そのサイトで、センスのよいものに感度が高く、実際、そのe-BIKEというのを発信する上でも、絵柄として、ガチにアウトドアに走りますっていうスタイルというよりは、ファッションブルに、おしゃれに、センスがよいと感じる絵柄といいま

すか、そういったものがうまく伝わって、観光って楽しいなとうまく伝わるといいなと思います。

それと、実際、観光という視点でe-BIKEを使うということになるのですが、やはりそのビジュアルというのは大切に、戸倉のタイラーさんの「ずくだしエコツアー」にあるような、ちょっとほっとするような里山の風景のような場所は、長野県内にもたくさんあると思うんです。そういったビジュアルと、e-BIKEでちょっとセンスよい感じのおしゃれなスタイルで走るビジュアルがうまく融合されると、もっと若い層にも響くのではないかと思います。

それと、そのe-BIKEの良さについて、もう一つ非常に感じたのが、先日、飯山市の方に伺ったのですが、野沢温泉から信濃町までe-BIKEで普通に行けますというお話でした。それって、今までのレンタサイクルをするっていう発想からすると全然思いつかないことで、ふだん、長野県にお暮らしの方であれば距離感覚がわかって、普通に車で行けば、となるのですが、実際、それが、公共交通を使う人にとっては、実際、行けないものかと思ってたっていう、それぐらいの大違いレベルになってくるところだと思います。もし、その非常に使いやすい点というのがうまく伝えられることができれば、一番いいのかなと思います。それは、実際に旅行に出るときに、事前の旅の計画にも大変かわってくることで、とても重要なのです。

それと、e-BIKEをいずれ使うようになって、どこの地点にそのe-BIKEがあるのかっていう、ポートがうまく探し当てられて、かつそこでポチッと予約ができるようになったら、もうそのフットワークの軽さっていうのは、何にも変えられないかなと思います。これはあくまでも理想的なところですが、あつたらもっと手軽にe-BIKEを活用できるのかなと思いました。

そして、若年層の女性の誘客をということですが、実際、いろいろなサイトで若い女性が好むスポットなどもアップされています。その若い女性が好むスポットを、若い女性が選んだ目線で伝えられているところが重要なんだと思います。それは、若い女性の目線で選んで、きちんと発信してくれる女性というのが一番大事で、一番近道だなと思うのは、そういった若い女性の囲い込みができていて媒体を活用するというか、コラボレーションするなど、うまくしていったほうが、いいのかなと思います。

それは、単なる投稿サイト、インスタグラムにアップするというのとはまたちょっと違う話で、実際に、そういった媒体には方針があつて、編集された目線というものが投入されています。ですので、そういったちょっと目利きというのか、そういった点というのは、大事な部分になってくるのかなと思います。

そして、それらのジャンルも細分化されていて、一体どこを狙っていくのかっていうところになります。旅との親和性っていうところを考えると、私のちょっと知っている範囲では、カメラで写真を撮りたいですっていう女性向けのサイトがあつて、「カメラガールズ」っていうサイトがあつて、そこでは、実際、現地にみんなで行って写真を撮りましょうというツアーを催行していたりします。

それと、あとは、旅全般というところでは、手前みそになってしまっていますが「ことりっぷ」という媒体がございまして、そちらのビューは、月間1,000万PVあります。どのように利用しているかという、実際、旅の前にそのサイトに見に行つて、スポットを探して、旅なかでそれを活用して、その後、旅の後に、自分の見てきたものなどを投稿し合うっていう、そういうサイクルができていて、そういうサイトになっています。ぜ

ひ参考にしていただけたらと思いました。以上です。

(久保田会長)

海老原さんに質問ですね、どうぞ。

(金澤委員)

e-BIKEって、電動アシストレベルですか、それとももう少しレベルの高いものですか、どっちか・・・

(久保田会長)

僕も聞こうかと思ったところです。

(海老原委員)

私がお話ししていたのは、女神湖の観光協会さんのほうで、ファットバイクのe-BIKEというのがありまして、それはもうガチで走るっていうよりは、もっとゆるっと、観光に適しています。

(久保田会長)

原付ぐらいの免許は要るんでしょうか・・・

(海老原委員)

要らないです。

(久保田会長)

要らない、ということは自転車に近いんですかね。

(海老原委員)

そうです、自転車です。

(金澤委員)

高いのと安いのでは全然レベルが違っていて、走行距離も違うし、スピードも違います。海外、カナダとかで使っているものは、フィールドをアシストつきで行けるような本格的なマウンテンバイクで、50万円ぐらいするんですよ。観光でちょろちょろ走るやつで、すみません、あんまり安い予算でいいのかどうかっていうのをちょっと気にしたんで。

(久保田会長)

なるほど。

(海老原委員)

いろいろなタイプがあると思います。

(久保田会長)

ありがとうございました。海老原さんのお話の中で、ちょっとお伺いしたいことがもう一点あって、そういった若年層などに情報発信、うまくタイアップしながらやっているような地域とかご存知ですか。どうなんでしょう、県のレベルとなると、全県だと、やっぱりどうしても観光地なり観光事業に多様性がありますから、こう若い方に絞り込んでうまくいくかっていう感じはあるんですけど。市町村とか、そういうところでいくと、結構、うまくそこを、媒体と、それからSNSと、それから自分たちの資源をうまく組み合わせて、そういうところへ出しているところがあるんじゃないかっていう気がしますけど、何かいい事例など、知っているところがありましたら、ご紹介いただけますか。

**(海老原委員)**

私の知っているところだと、佐賀県さん。

**(久保田会長)**

県で。

**(海老原委員)**

はい。佐賀県の、多分、サイトとか見ていただけるとわかると思うのですがここには、どういった対象に向けて押し出していきたいのかっていう、入り口がいくつかつくってありますので、そういったところを参考にされてはと思います。

**(久保田会長)**

どうもありがとうございました。また各委員からいかがでしょうか、よろしく願います。ご発言ありますか。また食の分野などもあるでしょうし、地域の魅力という意味でもですね、横山さん、よろしく願います。

**(横山委員)**

食に関しては、本当にせつないなど、日々、考えている一人なんですけれども。取り組んでいる者として、とてもせつないなど思っております。会長に一つ質問したいんですが、全県的に、会長がごらんになって、この県は本当に地元の物を生かして、地元の食というもので提供している県というものがおありになったら、ちょっと教えていただきたいと思えます。

**(久保田会長)**

もう真っ正面からそう聞かれますと、ワッとこう悩んじゃうぐらいですけどね。ぱっと思い浮かぶのは、やっぱり山形でしょうか…。今のご質問で、県レベルでとなると、山形ってすぐ思い浮かぶ。なぜかという、やっぱり芋煮文化っていうのは、あれ、文化なんだろうね、そこの生活文化に根ざした食だし。で、山形へ行きますと、その芋煮も地域によって、海側も、山側も、山の内陸部であっても、少し地域によっても、いろいろな、この食材も違うんだそうですね。僕も詳しくこう食べたことはないんですけど。それはかなり根づいている。それを旅館・ホテルなどでもうまく活用されたり、それから旅館・ホテルだけじゃなくて、屋外で何かイベントをするときにそれを使われたりしているというのはありますね。

県の行政も、山形県は、美酒・美食ツーリズム推進室というのをつくりましてね、やっぱり食文化をツーリズムと組み合わせ、県に来ていただける人をいかに多くするかと、そういう意味で使っていこうということで、振興にかなり力を入れているように感じますね。

**(横山委員)**

そうですか、ありがとうございます。すみません、もうひと方、旅館ホテル組合会の中村さんにお伺いしたいと思います。県内の旅館の皆さんが、かかわっていらっしゃる食に関しては、どのようにお感じになっていらっしゃるのでしょうか。

**(中村委員)**

皆さん、それぞれに特色があるところはいろいろと展開をされていることは事実だと思います。ただ、インバウンドの例を挙げますと、旅行形態によりますが、最近、バイキングばかりなんです。特に話題になったのは、先進的にインバウンドを進めている方とか、たくさん受け入れている方々は、結構、バイキングが多くてですね。バイキングの場合、何かこう、ワッと料理が一緒にいっぱいある中で、そういう部分のところには、割烹の持っているよさだとか、日本料理の持っているよさだとかっていうところがアピールしきれないのも、よく差別化の中で話題になるところです。

あと、このデータにもありましたけど、「信州サーモン」と「大王イワナ」なんですけど、「大王イワナ」は相当期待したんですけど、その後、どれだけ我々のほうに流通するかっていう情報がちょっと少なくて。その辺が流通系統の問題部分であるのかなと思います。

先ほどお話しになった、会長の話題にもあるんですけど、季節折々に、「ではそろそろカニの季節だから、糸魚川、能生に行ってみよう」とか、「石川のあっちのほうに行ってみよう」みたいな、何かそういう季節折々での食の提供があって、そこに向けてお客さんが旅行の行き先を決めるっていう、この行く嗜好っていうのが若干あるんじゃないかなって思うところもあります。

**(横山委員)**

そうですか。では全体的に食についてのレベルは上がっているとか、納得しているとかっていうお気持ちはありますか。

**(中村委員)**

個人的には納得は行ってないですけど、レベルは、皆さん、それぞれ努力して、上がろうと思って努力しているところはたくさんあると思います。

**(横山委員)**

あっ、そうですか、はい、ありがとうございます。私としたら、地元のお酒とかワイン、ビールなどの飲み物に関しては、使いやすいので、「地元のお酒ですよ」とか、いろいろな提供を、各宿泊施設でやってくださっていると思うんですけども。これだけ食材に恵まれている県でありながら、それを使ったその料理の提供をしているところは、まだ少ないと感じています。本当に海のまねをしているとか、信州にない物に憧れてお出ししているっていうところがすごく感じられて、悲しいなと思っておりま



す。

私、月1回、銀座NAGANOで長寿ご飯というものを皆さんに召し上がっていただいておりますけれども、本当に私の料理は、郷土料理を中心とした見た目には黒いもの。夏になればトマトとか、カラフルな野菜が出ますから、そういうもので彩を添えることはできますけれども、それは一年中通じてないので、全般的には郷土料理に通ずる色の黒いものをお出ししておりますが。本当に、皆さん、体が洗われるような気がするとか、そんなふうに言って喜んでくださるわけですね。

銀座へ行きますと、本当に信州の物が最高のプレミアムだと、何においても、食材、水においても、本当にプレミアムだというふうに褒めてくださる方がいっぱいいらっしゃるわけですね。そういう方たちが、そういう食を中心として信州を訪れたとき、それがどこへ行ったら食べられるのと聞かれることがとても多いので、私としてはとても心苦しく思っております。

このところでも、本当に食材の仕入れが大変だとか、通年使う県産の食材の仕入れも大変だとか、30%以下とか、そんなふうになっておりますよね。ですから、私も、もう本当にどういふ手だてを加えたらいいのかわからないんですけれども、何とか本当に、中村会長初め旅館ホテル組合、花岡さんや向山さんはじめ、信州の方皆さんが気持ちを一つにして、何とか底上げをしていかなくちゃいけないなと思っております。いろいろないい点がありながら、私は、今のところ一番低いのが食だと思っております。すみません、いい手だてがない中、申しわけありません。

#### (久保田会長)

ありがとうございます。私もやっぱり、長野へ来ると、今日の昼もそうだったんですけど、真っ先にそばは食べるんですけど、そこから先がなかなか、あとは、夕方になると、酒は飲むんですけど、そこまでなんです。今、おっしゃっていたけど、確かにお酒は非常に特徴を出しやすいし、ブランドも書いてあるから明らかに長野県のもつ、新潟県のもつとわかりますからね。食は、本当にもう少し具体的にこう、味わえる、食べられる、経験できる、銀座ではあるんだけど、地元へ行ったらなかなかわかりづらいというところは、確かに私も感じますね。

#### (横山委員)

ありがとうございます、はい。

#### (久保田会長)

全国的にもというよりも、世界的にもそうなんでしょうけれども、国連、世界観光機関、UNWTOって国連の専門組織ですけど、いろいろなツーリズムの振興を提唱していますが、世界的に、今一番、定着なり提唱しているのが、ガストロノミーツーリズムなんです。なぜかという、国連の説明によると、どこでも食というのは食べるし、食文化というのがあって、それが、地域・国によってそれぞれ違うということで、特徴を出せるんだというものです。観光資源で、きれいな山がなくても、きれいな湖がなくても、食は必ずあるでしょうと。しかも特徴がある。したがって、誰でも観光振興に取り組める材料に必ずありますという、まずこういうキャッチフレーズの中で、今、国連が提唱をしましてね、世界的にもかなり広がっているんですね。

実は、2021年になると思うんですけども、ガストロノミーツーリズムの世界大会を日本に誘致しようということをやっています、多分、かなりの確率で誘致できると思うんですけど。日本に誘致にあたって、そのホスト県はどこにするかということで、実はもう観光庁が公募したんです。多分、長野県にも情報はあったんだと思いますけれども。つい最近、決定したのが奈良県。なぜ奈良県かとお思いになるでしょう。でも奈良県はかなり幅広い食文化と、それからお酒も日本酒の発祥の地だというふうに言われているようですね。したがって、今、もし日本にそのガストロノミーツーリズムの世界大会が誘致できれば、奈良県で開催されると、2021年に。そういうふうな流れになっています。それぐらい地域と食というのは、非常に強いつながりと、それからツーリズムの、観光で大きく誘客する素材にもなります。今、横山委員がおっしゃっておられたような、特徴をどう出していくかというのは、旅館のみならず、県全体の営業戦略の一つにもなり得るのではないかと思いますね。どうぞ、補足してください。

#### (横山委員)

すみません、今、私の言い足りないことを、パンフレットを配らせていただきましたので、見ていただきたいんですが。これは、去年から、「信州感動健康料理アカデミー」ということで取り組んでおります。私のほかにも2人のベテランの料理人がおられて、3人でいろいろやっておりますが、とにかく信州の食の底上げをしようという、そういう取組をしております。信州は、単品のそばだとか、野沢菜だとか、おやきだとか、そういう単品の説明でなく、もうとにかく、感動のしかも長寿の健康料理であるという、そこを一番の基本の線として底上げをしようという、今、必死に、県と一緒にもがいているところでありますが。他県の方にも、そう思って信州の食に取り組んでいただいておりますので、注目していただければありがたいと思います。

#### (中村委員)

横山先生、大変貴重なご意見いただいてありがとうございます。旅館組合としても、その辺のところは、専門の委員会等もつくったりして取り組みたいと思います。同時に、生活衛生同業組合の関係で、飲食業なんかもありますので、そういう人たちと一緒にあって、長野県全体として取り組む姿勢を設けていくことが重要じゃないかなというふうに、つい先ごろの会議に出たときにつくづく感じました。宿泊業もだんだん高齢化が進んでいますし、全国の統計では73%が中小規模なんです。私なんか家へ帰るとポーターをやったり、送迎をやったり、お客さんいらっしゃいませって、上げ膳据え膳をやったりするんですけども。そういう人たちが多くて、要するに働き方改革なんかには、なかなか行き着けないところも多くて。そういう中で、夕食なしのパターンで、ある意味で事業改革をしている人たちも多くなってきました。ですから、一概に宿泊施設イコール1泊2食の飲食業っていうことでもない時代になってきますので、そこに合せて総合的に、生活衛生関係の業種の組合がありますので、そこへも声をかけて、一緒に、ぜひこういうところも、勉強しましょう、やっていきましょう。そう感じましたので、その辺、ちょっとやってみたいと思います。

#### (横山委員)

よろしく願いいたします。ありがとうございます。

### (久保田会長)

ありがとうございます。食という関係で言いますと、小林さん、何かありましたら、いろいろご発言をお願いしたいと思います。

### (小林委員)

私は本当に横山先生の気持ちと一緒に、それを引き継いで銀座NAGANOでも伝えたいと思って、横山先生や北沢さんがお話ししていることを次の世代に伝えていきたいなと思って活動はしているんですがなかなか。この世代が違う若い人たちになると、暮らしでも旅行でも求める部分っていうのが変わってきている気がして、伝え残したいことと、それをそのまま伝えたのではなかなか難しい部分があるなというのは、いつもイベントでも感じてはいます。

ただ、伝え残したい食とか、そういったものに触れたときに、やはりどんな世代でも、日本人のDNAなのか、今までそれを食べて育ってこなかったとしても、その日本ならではの懐かしい味とか、信州の料理に感動するっていうところは、やっぱりどの世代でも同じであって、人間としてそれを求めているんだなと感じますし、どんなに時代が変化しても変わらないところではないかと思っています。

ただ、伝え方については、文字情報とか、そういった紙に何かを書いて伝えるというのは、なかなかこう読んでも頭に残してもらえないことがあるので、今、何かこう、若い方々に伝えるときには、インスタとかもそうですけれど、もう目で見てぱっとわかる写真とか画像で伝えると、そこから想像が膨らんで、興味を持っていただけると。絵で興味を持ってから、そこから情報を検索していくということが多くて。あとはもうその静止画ではなくて、動画で長野県のよさを伝えるっていう形にしていかないと、写真だけでは難しい。そのストーリーを伝えるには、若い人たちはそういった文字でのストーリーを読み取るっていうのがなかなか難しいと思いますので、実際に動画で配信をして伝えて、そこから興味を持って検索をすると、もういろいろな情報があふれているので、興味を持ってもらうためには何か動画で見せない。いろいろな飲食店などもそうですけれども、いろいろな取組として、今、皆さん、動画で伝えるっていうことを積極的にやることで、集客とか、そういったことにつながっているっていうのを、成功例としては見えています。

あと、主催者側から幾らいい情報を発信しても、それを読み取ってもらえない部分があるので、今、皆さんが、飲食店にしても、物を買うにしても、お店からの発信はあまり気にしていなくて、口コミという、ほかの人が使ってどう思ったかとか、その体験談とか、人が体験して、その人、一般の自分と同じ目線の人はどう言っているか、そこに行ったときにどう感じたか、実際にどんなものをいいと思ったかというように、主催者側が発信した言葉にはあまり目を向けてくれない印象があります。そちらのほうが本当にリアルな意見があるかどうかというところはまた別なんですけれども、それを実際に体験した方に意見として発信してもらって仕掛けをつくる。ただそのまま放っておいては発信してはくれない、本当によければ発信をしてくれるとは思いますが、その人たちが発信を必須にする仕掛けをつくるとか、発信したくなるような、発信したら何かその人にメリットがあるという形の仕組みをつくって、人からの口コミを増やしていかないと、周りの人が動かなくなっている、そんな印象は受けております。

あと、食というところで、さっき芋煮のお話があったんですけども、郷土食を伝

えるにも、その食事だけで伝えたのではなかなか難しいというのは、私も感じています。やっぱり食にもイベント性を持たせたり、お祭りの要素を組み合わせ、そこに郷土食を楽しめる仕掛けをつくっていかないと、郷土食だけではなかなか皆さんが動いてくれないところがあります。情報として、もうイベント性というのは、食にも必要になってきている部分ってあるかなというのは感じています。

でも一番は、横山先生がやっていらっしゃるその長寿とか、本当にそのままの暮らしというのを伝えて、食事にしても、生活にしても、一日のハレの日を伝えるのではなくて、本当に日常の長寿につながる暮らしというのは、一番伝えたい部分でありますので、それを、ハレの日ではないものを体験していただいたり、それをイベント化して伝えられるような何か仕組みができれば、若い人たちも参加しやすいし、若い人たちに伝えていかないとそれが残らないので。ただ、伝え方を時代に合わせて変えていかないと、残していくのはなかなか難しいのかなというところがあります。

長野県の食に関しては、若い人たちも実際に食べると、同じ物を感動するということころは絶対変わらない部分なのだと思いますので、そこにどうイベント性をのせていくかということが課題かなと思っています。

#### (久保田会長)

どうもありがとうございました。まさにその「芋煮だけあっても」っていうのは、こう理由とか、流れとか、俗に観光の世界でストーリーなどと言うんですけど。ガストロノミーって、そういう概念なんですよ。日本ではよく美食と訳されたり、食文化というふうに訳されたりしていますけど、食文化のほうがもう少し近いのかもしれないですね。その、なぜそこでそういう食べ物が食べられているのかというのは、気候もあるでしょうし、土壌もあるでしょうし、そこで生活するその生活文化でもあるでしょうし。さらに、その結果、先ほど横山さんがおっしゃった長寿のような、健康っていったようなところにつながっていくとしたら、その地域の気候・土壌・食材、それは空気のように文化として食を通じてその地域に伝わっていく。そういったのをトータルとしたものが、ちょっと大きな概念でガストロノミーって言われていて、それをツーリズムで味わおうというのは、非常におもしろい概念ではあるんですね。

ですから、長野県でも、その食を活用しながら、ガストロノミー的な取組とかも可能だと思います。ただ、先ほど、まさにぱっとそばぐらいしか思い浮かばないというのも正直なところで、やはり何かシンボリックなことも必要かもしれませんね、そういう意味ではね。あっ、長野へ行けばこれはおいしく食べられて、それがこういろいろな意味でプラスになるっていったようなことは、人がわざわざ来てもらう理由になるわけで、やっぱりわざわざ来てくれるわけですから、それなりの価値と理由がないと、ストーリーがないと、なかなか難しいでしょうし。そういう意味では、今、おっしゃられたような、どう伝えていくかみたいなことも大事な流れだろうなというふうに、今、伺いました。ありがとうございました。

#### (中村委員)

会長、よろしいですか。

#### (久保田会長)

どうぞ、お願いします。

(中村委員)

一連のお話を伺った中で、ちょっとお話をしたいと思います。私は、サステイナブルな環境整備というのが、大変重要じゃないかなというふうに思っています。観光庁の統計を見ると、インバウンドが増えて、相対的に増えたマトリックスに入っている県と、それからそのインバウンドと国内旅行が入れかわって伸びているところがあります。それからもう一つのマトリックスで、その両方、入れかわって増えているように見えるけれど、実は消費が減っているよっていうところがありまして、実は長野県がそこに位置づけられています。ということは、相対的に人数が減っている、消費額が減っているよっていう実態が、今、あるということですね。そこをどういうふうにとらえて考えていくかということがひとつ。

それから今もネットの話題の中で、口コミっていう話がありましたけれど、その口コミの中で一番鮮烈な評価をしてくださる方たちに言われているようなことをこの機会に県にお願いしたいということで、幾つかお話させていただきたいと思います。

まずは、サイクルツーリズムなんですけれども、サイクルツーリズムで、どこを自転車走るかという、大体、車道の路側帯と縁石の間のところを通るんですが、今、大半の道路で、そのあたりが草が生えたまま放置されています。ですから、サイクリングをしている人は、車道の中央寄りに走ってしまうんですね。そうすると必然的に車にあおられて、パッとクラクションを鳴らされたりとか、気分が良くないですよ。そうすると、サイクルツーリズムだと言って来ていただいたにもかかわらず、ちょっと何かこう、つまらない思いをして帰っちゃったら、もう二度と来てもらえない。それは、サステイナブル、要するにその持続的につながっていかない要素になるんじゃないかっていう、心配をしています。話題性はいいんですけど、その話題が続かないっていうのが長野県によくあるので、それをやっぱり伸ばしていく、続けていくためには、何をしたらいいかということ。私は白馬なんですけれども、もう県道のあたりがものすごく草が生えていて、それでその歩道のほうにも生えているんですね。お客さんを迎えるわけですから、そこを、どういうふうに整備するかを、地元の自治体ともう少し調整しながら、整備できる環境づくりをぜひお願いしたい。道路の整備に関して言えば、白線もそうです。最近では自動車の安全な運転のための新システムがあるんですけど、これに欠かせないのが路上に引かれる白線なんです。ですけど、白馬には横断歩道が見えない交差点がいっぱいあります。なぜかっていうと、冬の除雪で消えちゃうんですね。

それから今年は花フェスタがありました。都市緑化事業なので県では建設部がやっているわけですね。今回、観光のほうはちょっと遅れちゃった感じがあって、もう少しやったらよかったのについていう話が結構聞こえてきます。やっぱり県庁も横のつながり、コミュニケーションを密にさせていただいて、チーム長野として取り組んでいただきたい。観光産業は、国内では自動車産業に続いて第2位に上がってきていると言われてしますので、国も重要視しているところですから、県も、ぜひそういうところは、連携してやっていただきたいなと思います。

あと、長野県はJR3社が絡んでいる地域なんです。長野県の一番の売りはアルプスなんです。実はそれが大きな壁になっていて、先ほど説明がありましたお客さんのシェアが、首都圏と中部のほうに偏っているというのは、そこが大きく影響しています。一般的には西のほうからの入路は、列車で名古屋から上がってくる路線

頼みです。その路線で、大雨が降って、20mほどの橋が1本飛んだことでひと夏が吹っ飛ばしちゃったということもありましたし、大きな問題です。冬の豪雪があったときに、甲府で列車が止まって、軽井沢でも止まったら、お客さんたちが来られなくなっちゃったっていうのもありました。でも、我々には北のルートもあるんです。金沢を経由して、京都・大阪まで「サンダーバード号」が走っています。そのうち1日何本かは、能登に行っているんですね。能登まで走れるなら、我々の近くの上越近くまでは来られるのではないかと。そうならないのも力の弱さかなというところですが、これから2020年の東京オリンピック・パラリンピックが終わると、次の国際イベントは大阪万博です。そこに向けたリードの中で、外国のお客さんたちの1週間の滞在の中で、長野県を含めたルートをつくっていただくための、交通のあり方。JR東日本さんの営業企画のほうで、以前、講習で伺ったのですが、東京から金沢まで2.5時間、金沢から大阪まで2.5時間、大阪と東京までが2.5時間、「2.5時間トライアングル」の中の絶好の位置にあるのが長野県なので、ぜひそういう立地を、総合的な長期滞在のツーリズムに活用するという観点が必要ではないかなと思います。NAGANO PASSも大変いい取組だと思います。これからぜひ周知して広めていく部分で、私どもも組合を挙げて取り組みたいと思います。そのためにも、もう少しインフラ整備に対する注力をぜひお願いしたい。

もう一つは、先ほどちょっと話題になっていました、その長期滞在のところで、今、コト消費って言葉があります。コト消費ですから、目的を持って、そこで滞在される。白馬でも大変多いのは、スキーをしたくてそこに滞在をして、天気を見て雪が降ったら一番北のコルチナスキー場に行くんですよ。あそこだとどこでもパウダースノーで滑れるので、みんなそっちへ行きます。それ以外のときはほかに回ります。逆に天気が悪いと、浅草の浅草寺を見に行っちゃうんですよ。片道3時間は、外国人にしてみると移動できる範囲なんです。ニセコでも、最近、はやっているのは、車がついているシャレーなんです。シャレーを1カ月間借りていて、それから2泊、3泊、北海道を広く周遊されているんですね。ですから、そんなニーズに合わせてどんどん調整をしていかないと、我々は、少し遅れをとるんじゃないかというところを、ちょっと心配をしています。

もう一点お願いしたいのは、観光庁で外国人のアンケートをとった中で、4年前と今と大きく変わったのが、4年前は英語の案内がないということ。今は、英語の案内で意味がわからないというのが多いそうです。これはおもしろいですよね。ですから、そういうところもきちんきちんとしてあげると、何か知らないけど、ここへ来たらすごく居心地がよくて、何かもう1泊したくなっちゃって外国の方に言ってもらえるようなインフラ整備っていうんですかね。そういうところを、自治体も一緒になって取り組んでいただくと、大変助かるなと感じます。今後、一緒にいろいろと考えられる環境をつくっていただけたらありがたいなと思ひまして、ちょっと長くなりましたが、お話し申し上げました。

#### (久保田会長)

どうもありがとうございました。今の事例の中の外国人の行動範囲って、的確なんですけれども、我々も外国へ行ったら、やっぱりそれぐらいの行動範囲になるわけですよ。せつかく来たんだしということもあるでしょうし。別に、翌日、勤務があるわけでもないということになると、行動範囲は広がっていきますから、そういう意味

では、県を軸にしながらいろいろ誘客施策を考えるということも大事でしょうし、さらにもう少し視野を広げた隣県とか、新幹線のような高速鉄道の利用といったような視野を広げた連携も十分あるんだという中での対応も重要だなというのは、今の中村さんのお話を伺って感じたところです。

ほかにございますでしょうか、今、サイクルツーリズムとかありましたけど、スポーツ関係で、花岡市長さんから資料が出ておられるようなんですけど、何かご意見いただけますでしょうか。

#### (花岡委員)

すみません、配らせていただいた資料は、現在の湯の丸の状況です。標高1,730mが地蔵峠という、長野県と群馬県を結ぶ湯の丸の県道が走っているところで、それからちょっと上のところに400mトラックがあります。日本で今まで一番高かった400mトラックは、1,680mの飛騨高山でしたが、高さとしては日本一ということになります。その右側に、現在、50mの特設プールを建設中で、10月20日オープン予定です。オリンピックで戦うために、時差のない状態で、高地トレーニング状態を維持して東京で戦える形をつくったものです。

実は、そのプールのすぐ上のところに、室内で80席、テラス席が40席という120席の食事空間、アスリート食堂を、今つくっています。アスリート食堂の上に屋根が見えるところに112名の宿泊施設がありまして、右側の上にトレーニングルームとか整備してある写真がありますように、これは、基本的にはアスリートを泊めるところになっています。ちょっと今、夏場のアスリートがあふれてきているということで、右下のところにある湯の丸高原ホテルさんが、39ベッドの合宿棟をつくるっていう構想がありまして、今工事中です。滞在期間ですが、1週間から1カ月近く、水泳部門は1カ月近く常駐して練習するということですので、アスリートに対する食事の提供は、ホテルやペンションでは対応しきれないということで、ホテルやペンションに泊まっている人たちもここで食事をしてもらうというスタイルにしています。先ほど話があった食の話ですが、生ものを出さなくていいからという話になっていますので、逆に言えば、信州らしい料理が提供できるかもしれないというふうに思っています。

一応、予約状況は、10月20日のオープンで、3月31日までで、水泳が6,200泊、陸上の中長距離に関しては、去年が、5月から10月ぐらいいまでなんですけれども、5,160泊でした。今年は、8月末の段階で6,300泊ぐらいいだと聞いているので、2割ぐらいいは増えたことになります。もう少し増えるかなと思ったんですけど……。リピート率は99%という数字が出ている状態です。

今、スポーツ庁の関係者から言われていることは、高地トレーニングのきゅっとまとまった魅力はあるんですけども、ナショナルトレーニングセンターとしてはキャパが小さいということがネックにありますので、菅平がすぐ隣ですし、高峰が2,000mの高さあって、さらに佐久市さんに陸上競技場とサッカー場と武道館ができていますということで、上田市・東御市・小諸市・佐久市で連携した高地トレーニングエリアに手を上げていただければ、間違いなく日本最大で、日本で最高の高さで、東京の裏山が高地トレーニングの空間になるわけで、協力して手を上げることを考えたらどうでしょうかと、スポーツ庁さんから言われているところです。

こういう中で、一つ別の話になるんですけども、食材をとにかく地元の食材を使ってということで、今、やっているのが、「信州黄金シャモ」を5,000羽ほど飼って、処

理場を併設した施設ができていますけれども、これを1万羽まで増やしたいと。増やしても売れるかどうかということも課題なんですけど、採算がとれるためには増やさなきゃいけないということで、アスリート食にも提供したり、ご協力いただきながら、信州食であって、加工して安全な物を、ヘルシーでアスリートのためになるような食事として提供できたらと思っています。

それからもう一つ、くるみの生ぐるみを食する「日本くるみ会議」という会をやっているんですけども、非常に好評すぎてギブアップ状態だっているのが正直なところです。生ぐるみっていうのは1週間ぐらいしか、いい時期が存在しませんので、木からたたき落として、それを割って食べるというイベントをやっています。とにかく土日にとやると人が増えすぎるから、今、ウイークデーにやっていますが、「土日に子どもを連れて行きたいのに」とか、たくさんのクレームをいただいています。これ、くるみの好きな人たちが、東御市サンファームっていうくるみの圃場でやっているんですけども、もっと観光と結びつけてちゃんとやっていかないと、と感じています。中国料理の中には、1年の中で1週間だけ食べられる料理があるって聞きますし。実は今は、冷凍すると、生ぐるみでも保存できるんですけども、観光と食を結びつけたようなことができるんじゃないかなって思っていて、サポートしたいと思っています。市の話だけで、報告事項で申しわけないんですけども、そんな感じで、今、やっています。

**(久保田会長)**

ありがとうございます。これ、運営はどこのがやっているんですか、このスポーツ施設は。何か三セクみたいな・・・

**(花岡委員)**

スポーツ施設をつくったのは市が・・・

**(久保田会長)**

市がつくられたんですか。

**(花岡委員)**

ええ、お金を出すのは企業っていうことになっているけれども、その資金集めに苦労しているっていうのが正直なところで、今、一生懸命、努力しているところなんですけれどもそっちの話題のほうが有名になってしまっていますが、非常にいい施設です。ぜひ、近々、ネーミングライツを含めて、メインスポンサーがついて、一緒にやりましょうということになっていきます。

**(久保田会長)**

そうですか、ネーミングライツをね。

**(花岡委員)**

アスリート食堂に関しては、地元で立ち上げた会社が運営していきます。地元の食材を使うということで、いろいろあったんですけども、結局地元でやるしかないねっていうふうになっています。採算性の問題を言い出すと、どうしても地元産が使え



ないという話になってきてしまいますので、地元産を使うために地元の企業をつくるという形で動いています。食堂も、10月20日、プールと同時にオープンします。今、夏の間は、スキー場の食堂を使って食事を提供しています。プールが、冬が中心の練習になるものですから、スキー場の食堂が使えないということで、新たにつくっています。

**(久保田会長)**

確かに高地っていうことになると、そうたくさんないですもんね。

**(花岡委員)**

今、日本では、飛騨高山と蔵王坊平がナショナルトレセンに指定されています。

**(久保田会長)**

どうもありがとうございます。また委員の皆様からも自由にご発言いただければと思います。金澤さん、いかがですか。

**(金澤委員)**

では、ちょっと時間が押しているような気がするので、ささっと言いたいことだけ言わせていただきます。まずデータをいただいて、データの資料、このカラーのやつですね、観光行政、うまくいっていますので、では引き続きどうぞみたいな、そういう数字だと思いますけど。ただよくわからないんで、いつもデータを見て意見を言わせていただいているんですけど、質問じゃないです。ただ、私が疑問に思ったのは、観光・日帰りが1,000億円も上がって、1,000億円ですね、1,993から2,987、その前と比べても上がってきている。ずっと何かそういうふうになっているんですけど、本当にそのデータの信憑性というのが、これだけ差があるんですかって聞きたいし、返さなくて結構です。

例えばその2つ目のところですね、属性別の消費額・構成要素の増減で、県内・観光・日帰り云々、下がっているのは、お土産がちょっと問題ありますかねと、先ほど言われていましたけど、やっぱりこれも20何%、700億円あったのが300億円減っていると、800億円ですか。これもそんなに動くものですかみたいな、そういう話ですけど。デスティネーションキャンペーンは、2016年でしたっけ・・・

**(塩原山岳高原観光課長)**

DCが2016年・・・

**(金澤委員)**

16ですよ。2018年にこれだけ上がった理由も、長野県に住んでいてよくわからないというのが正直なところで、データで見せていただいているんですけど、うまくいくなら頑張ってくださいとしか、言いようがないかなと。

あと、その別のところで、アンケート調査もあって、例えばWi-Fiとかキャッシュレス云々ってこうパーセントを言っていたけど、できればこの辺、Wi-Fiも、つながっているんだけど、遅いっていう苦情っていっぱいあるじゃないですか。もうそろそろ、つながればいい話じゃなくて、その辺の質の問題ですよ。

それをどう評価するのか、ちょっと難しいかもしれないんですけども。その辺の質はちゃんとご報告いただかないと、増えていいですねとしか言いようがない数字をいただいても、しょうがないのかなという気はします。

あと、横山先生のお話に、全く反対じゃなくて、ほとんど賛成なんですけど。やっぱり、私、旅行っていうのは、食に関してはおいしければいい、まず先にそう思っています。それが信州産であればもっといいっていう。博多へ行ったから太っちゃったよとか、健康の視点では罪悪感でも、そういったものっていうのは、絶対に要ると思っています。なので、健康というのも重要なファクターだし、アスリート食というのも重要なファクターだと思うんですけど、一応、そこだけで終わらせると、この委員会、そこに集中しちゃうかもしれないんで、とりあえず反対意見ではないんですが、いろいろなファクターに、長期滞在とかリピーターを求めるのであればあるほど、いろいろな選択肢があったほうがいいと思うんですね。なので、そういった意見を取りあえず言わせていただきたいかなど、話を聞いていて思いました。

それからNAGANO PASSのところで思ったのは、英語の資料ではなく、ペーパーでいただいたこっちのほうですね、長野県内周遊フリーパス「NAGANO PASS」についてのところで。やっぱりこう割引券をつけているじゃないですか。これ、私は、消費単価を上げることにつながるような気がして。すごい素人の意見で恐縮なんですけど、こうなるともう高野山みたいなんですね。高野山へ行くと、最後は電車で上がっていくんですけど、着いたら高野山で南海バスが待っていて、乗り放題パスがいいよというんで、買ったなら、これ、裏に割引券がつくんですよ。高野山ってこうすごい狭いエリアだから、そこにある店、全部が割引対象なんだと思って、その店に入って、ぱっと終わったら、向こうにもあるんですね、割引対象じゃないいいお店が。飲食店にしても、お土産屋さんにしても。

旅行の楽しみって、新しい発見とかそういう話で、ここは安いから行こうっていうところが、本当に旅行を楽しませるのかということと、それから行政が、行政に近いところがこういうパスをぐるっとやると、また市町村っていう行政に近いところが、私、いいですよっていう形になって、そうすると民間の経営を圧迫するんじゃないかなと、私なんかはそう思ってしまいます。だから、これがあることによって、お客さんの満足度が高まるという話は、それはそれで、それも一つあると思うんですけども。結構厳しい、厳しいというか、毒なのか、薬なのか、わからない仕事なので、その辺は、ちょっと吟味してやっていただいたほうが、私はいいかなと。どうしても、いつも文句をいう中で、行政の人たちは数を言うし、私は消費者感覚で、そこのかみ合いがないところで、やっぱり、何かこう、どうしても皆さんが成績を考えると数に走っちゃうというのが見えてとれるので、その辺がちょっと思うところです。

あと最後に、まだまだいろいろ言いたいんですけども、最後にします。去年、この会議の後に、知事とお会いさせていただいたときに、持ち込み文化をぜひつくってくださいというお願いをしました。その内容については、しゃべるとまた時間がかかっちゃうので、聞いていた方は県のほうに座っていらっしゃらないですけども、また別にお話しします。委員の皆さんは、多少、お聞きしていたと思います。観光消費額を上げるとか、食事を、長野県の食事とマリアージュさせて、日本酒とかワインを飲ませるとか、そういう話も、持ち込み文化という話の中で提案させていただいているので、またぜひ検討していただければと思います。以上です。

**(久保田会長)**

どうもありがとうございました。何か事務局のほうからは、コメントは特にいいですか、ありますか。

**(塩原山岳高原観光課長)**

さっきすみません、信州DC、2016って言いましたけど、2017ですね。16がプレで、昨年がアフターということで、一応、3年間の。

**(金澤委員)**

アフターが上がったんですね。

**(塩原山岳高原観光課長)**

3年間の効果があらわれたと言いたいところなんですけれども。

**(金澤委員)**

ありがとうございました。

**(久保田会長)**

やっぱり観光って、多様性っていうのも大事なところがあるんで、いろいろなチョイス、選択肢っていうのも重要だなということだろうと思います。時間もあまり、残り少なくなってきたんですけれども、向山先生、県政全般の視点から何かございましたら、どうでしょう。

**(向山委員)**

私は、むしろ皆さん方の、今日のご意見を聞いて、私も、今、ちょうど観光委員会にも所属しているものですから、そういったものをうまく長野県の観光に生かせるのにいい機会だなと思ってお聞きをしていました。

**(久保田会長)**

ありがとうございます。

**(向山委員)**

これ、時代の要請の中で、かなり、やっぱり観光地の旅行、また旅行の目的っていうのが、時代の中で昔とかなり変わってきていて、私どものほうの伊那谷は、何も観光というものがなくても、あの雄大な自然を求めて来る人たちが年々増えてきているような状況もありまして。ただ、長野県全体から見たり、私どもの地域から見ると、やっぱり外から地域の活性化に協力してもらえるのは、製造業と観光が、一番、端的に外から来た人たちがお金を落としてもらえるとということになるものですから、観光を何とか、そのお金を落としてもらって楽しんで帰ってもらうということができないかということで、地域の中でも取り組みをしておりますけれども。生活圈や経済圏がかなり拡大をしてきたものですから、昔のエリアというよりも、かなり広い広範囲のエリアの中で考えて、今まで1泊2日のお客さんが、何とかこのエリアの中で2泊3日にできないかというふうなことも考えておりますが。

長野県へは、北陸新幹線が通り、今度、南のほうはリニアが通りまして、東京からだとか、名古屋からだとか、短時間で来られるようになります。でも、そこで大きなネックになっているのが長野県の中を移動する時間。とにかく時間がかかりすぎて、移動時間が長くて、目的地にいる滞在時間が少ないということがある。長野県にしてみると大きなマイナスだと思います。やっぱりできるだけ移動時間を短縮して、その目的地にいる時間を長く楽しんでもらうというふうな形に、長野県全体の中で検討しなければならないという時代は、間違いなく来るだろうなと思っております。そういった意味で、今日、皆さんのお話をお聞きしておりました。

ただ、私どもの飯田線という電車は、観光的に使うか、地域の生活の中で利便性を上げるかとか、活用の仕方がない路線でございますが、観光のほうでは、逆に言うと、500km/hのリニアで来て、50km/hの飯田線で旅を楽しんでもらうという、間逆の何かセットをして生かすことはできないかということで、今、検討にも入っております。

今日の皆さん方の話を聞いていて、例えば食であっても、長野県の場合には、もう全国でトップクラスの長寿県ですから、そういった健康を保てる地域の中での健康食だとか、地域資源を活用した食の魅力というものを、あまり狭い範囲でなくて、長野県内のそういったところを、一つの趣向に合わせた形の中の周遊をつくるか、何かそういったことも含めて、この地区へ行ったら、こことここを周遊する、じゃなくて、もっと広い範囲内で、一つの趣味とか趣向をネットワークしたような形を設定するか、そういった形も一つのおもしろいアイデアではないのかなというふうに思っております。そんな意味で、私はお話をお聞きいたしておりましたので、今日出た意見はまた観光委員会の中で活用させていただいて、観光部のほうにどんどん、仕事として提案をさせていただきたいとこのように思っています。よろしくお願ひします。

#### (久保田会長)

どうもありがとうございます。時間も迫ってきているところなんで、最後に私のほうから幾つか、今日いただいた意見も含めて、私もちょっと感じるところもありますので、少し申し述べさせていただきたいというふうに思います。

冒頭申し上げましたように、やはり長野県そのものの宿泊のパイといいますか、観光全体のパイというのは、大変、全国の中でも高いわけですが、しかしながら、日本人の比率も大きくて、インバウンドの比率はまだまだというふうに申し上げました。そういう意味では、ますます日本の少子高齢化が進んでいく中で、日本人の消費額というのは、いろいろ頑張っていくことは大事ですが、トータルとしては、上向きにはなかなかいかない。それをやはりインバウンドを増やすことによって、インバウンドの単価とインバウンドの人数と両方増やすことによって、県内全体の観光による経済効果を得ていくという流れは、もう必然だろうと思います。

そういう中で、今日、資料の中のご説明では、日本全国並みのインバウンドの増という言い方がございましたけれども、もうちょっと頑張らなきゃいけないんじゃないかと。どんどん上位にある県を抜いていくぐらいに、世界水準の山岳リゾートということを目指して、それを達成しようということで、時間がかかるわけでしょうけれども、取り組んでいくわけですから、やはりインバウンドにも相当軸を置いた上で、県の観光政策を進めていけるべきだろうというふうに思います。

そういう点で、例えば冬のスキーなどは、かなり外国人の期待しているコンテンツですし、オーストラリア人が、中村さんのところの白馬もかなり来ていると聞いてい

ますけれども、北海道とか、東北は頑張っていて、そういう人たちを引っ張ってこよという、相当な投資をしてきているわけですね。ニセコなどでも、新たな施設ができたり、山のその雪の質のよさをよりPRしたり、オーストラリア人町ができたりと、そういう流れになってきているわけです。そういう意味では、競争力をつける意味でも重要ですし、それから新たな外国人のソースマーケットの開発というのも重要になってきます。

先ほど台湾、オーストラリア、そして若干、中国、香港という名前が出てきましたけれども、今、やはり中国は人口が圧倒的に多いということ、韓国は、今、こういう事情の中、九州は大失速したりしてはいますけれども、中国の懐の深さといえますか、人口の多さというのは世界一なわけですから。そして北京の冬季オリンピックを控えて、かなり冬のスポーツに関しては力を入れてきていて、中国国内では、良質の雪が降っているようなスキー場って、ほとんどないというふうに聞きます。中村さんのほうが詳しいかもしれませんが、ほとんど人工雪のスキー場もかなり多いようですし、そういう意味で、日本に来てスキーの腕を磨くなり体験をするという人たちも多いと聞いています。

ある意味では戦略的に考えて、新たなソースマーケットの強化と、それからやはりオーストラリアの人たちのリピーター化、そのためにはやはり、どういうオーストラリア人が来ていて、どういうコンテンツを楽しんでいて、さらに仲間をもっと連れてきたいという意向があるのか、ないのか。それから他の、ニセコとか、安比とかと比較して、オーストラリア人に対する競争力は十分持っているのかといったような、基本的な分析調査というのは、まだまだ必要ではないかなと、この場に出てないだけなのかもしれませんが、アンケート調査も含めてですね、ヒアリングも。そういうことで、オーストラリア人のリピーターと、冬で言えば中国人の開拓、そういったところに、プロモーションの費用をもっと注ぎ込んでいくことによって、まだまだ効果が出てくるのではないかという気がいたします。

ちなみにプロモーションで効果が出ているのは、東北は、かなり具体的なんですね。ここ5、6年、6県まとまっっていろいろなプロモーションをすることによって、今、青森県は、日本で、今、一番インバウンドの伸び率の高い県、分母が小さいですからちょっとのるとすごい率になるということもあるんですけども、日本一のインバウンドの伸びを示しています。これ、函館から逆に新幹線で入ってくるルートもあるんですけども、かなり積極的に具体的な方法でインバウンドを行っている。

JNTOと連携することも大事ですけども、世界の旅行博に出ていって、それから自分の地域の商談会をしっかりと現地で企画をして、この前、何か新聞で知事が北京へ行かれたとかいったような記事を見たような気がしますけれども。そういったことを繰り返して、継続してしっかりとインバウンドの誘致に努めていくのは大事ではないかなと思います。

そのためにも、やはり法定外目的税のような財源をしっかりと持っていないと、そのときの県の全体的な財政状況で、削られたり、増えたりといったようなことも出てくるのは、非常に好ましくないと思いますし、法定外目的税のような形で目的がはっきりしていれば、継続的なプロモーションと、それから受け入れ体制の整備もできるということになると思います。これはもう既に、東京とか、大阪とか、京都とかでは、宿泊税という形で、福岡も導入しているようでありましてけれども。ニセコ町においては、宿泊税を定率で導入するというのをもう決めているようでありまして、入湯税の上

乗せというやり方をしているところもあります。いろいろな形で目的税を導入するという検討をしているところがあるようです。ここは、県の方針、考え方もおありだとは思いますが、そういう流れにも遅れをとらないような対応が必要ではないかなと、私としては見えるところであります。

以上、幾つか申し上げましたけれども、すみません、阿部さん、玉田さん、ちょっと時間が押しているところですが、幾つかご意見がありましたら、よろしく願いしたいと思えます。では阿部さんからお願いします。

#### (阿部委員)

先ほど中村さんが、英語にすればいい、でもわからないっていうお話がありましたが、お手元のこれ(NAGANO PASSのチラシ)が典型かなって思えます。ちょっとわかりにくい英語の表記なので、何かスイスでの参考をお渡ししたいと思えますので、まずここから直していかれるのはどうかな、というふうに思えます。以上です。

#### (久保田会長)

そうですか、ありがとうございます。玉田さん、お願いします。

#### (玉田委員)

先ほどのお話で、インバウンドのNAGANO PASSと他の交通機関が連携して、JR関連のパスを購入された外国人の旅行者の方を対象に、県内の私鉄4社が5日間乗り放題というパスを発売されるというお話がありましたが、これを日本人の若年層向けの企画にも取り込んでいったらいかがでしょうか？この仕組みができ上がっているのであれば、若い人向けっていうのはすぐできると思うのです。お金のない学生さんたちが長野に来るきっかけになったら良いと思えます。

あと、思っているのが、最近、海でのプラスチック問題もありますが、SDGsという流れで世の中が動いており、海外の人は、みんな、自分のマイ水筒を持って歩いています。ペットボトルを持っていると笑われるような感じです。では日本でマイ水筒を持って歩いて、どこで水をくめるのだらうと思ったら、結局、コンビニで買ってペットボトルを入れかえるという方法しかない。結局、プラスチックごみが増えるということになってしまうのです。そこで、ウォーターサーバーを色々なところに設置して、長野は水がおいしいということPRしていったらいかがでしょうか？そのような場所を各市町村につくり、またコンビニにも働きかけてウォーターサーバーを設置してもらい、長野の水をくめるようなところを増やしていったら良いと思えます。まだほかの都道府県がやっていない、そういうペットボトル問題をいち早く取り組めばとても評価されると思えます。これから、オリンピックなどで海外の人が多くなれば話題になると思えます。

あと、横山先生とかの長寿食のお話はとても素晴らしいと思えます。東京には、もう豪華な食事はいっぱいあるので、長野の長寿食をキチンとアピールされていったらいかがでしょうか？日本の都道府県長寿ランキングでも長野県が一番なので、ちゃんとエビデンスがある中で長野の長寿食を打ち出していったら、良いコンテンツになると思えます。長寿食を習うようなツアーや参加型セミナーなど、今こそ、求められていると思えます。丸の内OLにも響くと思えます。とてもレベルの高いツアーとなり、海外の方にも評価されるのではないのでしょうか。

それから、情報発信についてのご提案です。先ほど小林さんのほうも言われていましたけど、動画だったり、インスタだったりの発信が必要だと思います。しかし、多分、旅館の方たちやお店の方たちとか、どうやっていいかわからないのではないのでしょうか？やれやれと言うだけではなく、簡単なやり方を皆さんに伝えるものをまとめたらいいと思います。こうやったら上手くいきますとか、あとは信州感動とか、健康料理とか、長寿食とか、基本のハッシュタグを決めておくの良いと思います。もちろん英語での表記も重要です。英語の表記と日本語の表記をある程度決めておいて、それを書いていくことを教えてあげてたら良いと思います。皆さん、これやったら海外の人も見ますよというような、長野としてのインスタグラムのやり方をつくったほうがいい。インスタは本当に海外の人も見ているので、英語表記、絶対必要なのですが、何を書いていいかわからないと思うので、そのようなサポートをしてあげてください。あと動画のアップの方法の簡単なセミナーというか、教室みたいなのをちょっとずつ開いていくことによって、やっぱり長野の名前が世界に出ていくことにつながって行くと思います。

あと最近思うのは、もう丸の内とかもテレワークで会社に来なくていいっていう形になっているので、夏の働き方として、長野での長期滞在という提案をされてはいかがでしょうか？夏の長期滞在の場合は、宿泊費を、1週間単位で幾らというふうにして、子どもも一緒に来て、お父さんはそこでちょっと仕事しているけど、子どもたちは夏休みを家族で過ごすことができる、別荘のように暮らすような旅という提案をしたら、いかがでしょうか？それには、先ほど言われたような、良質なWi-Fiの環境というのは必要だと思いますけど、働き方が変わってきているので、夏には長野で、涼しいところで仕事をするみたいなことが、一つのブームになっていったらいいかなと思っています。

あと丸の内のほうで、今度、「日本のワイン」というイベントを10月15日から始めます。そこで、長野県、銀座NAGANOと組んで、一つのお店は、長野ワインバーという形になります。全国の日本のワインを、丸の内ハウスの全店舗で展開するのですが、そこに長野市のジビエを全店舗で使うという形で、長野市のジビエと日本のワインのマリアージュというテーマで、東京で発信いたします。そういう、だから長野らしいものというか、長野しかないものみたいなものを、もう一度、見つけてピックアップしていく必要があるかなと思っています。

あともう一つだけ、お土産ですけど、お土産に何か一生懸命ちゃんとかくっている人たちをピックアップする「ニューコレクション」というのをつくったらいかがでしょうか。今、東京では、添加物が入るものは、買わないという人が多くなっておりません。添加物がないということ、地元の食材を使っていること、あと地元の食文化を継承しているってということと、あと環境に配慮したサステイナブルなものづくり、この4つをクリアしている人を募集して、それを認定委員のようなもので、北沢さんとか、横山先生とかも初め、何人かで選出していく。それを「ニューコレクション」という、長野の新しいものとして冠をつけていくようにするとお土産もちよとした差別化ができて、注目されると思います。以上です。

(久保田会長)

どうもありがとうございました。今、SDGsの話もありましたけど、私、持続可能な観光地の指標づくりという、国の委員会の委員をしまして、幾つかの指標をもって、環境、それからオーバーツーリズム、そういったようなものを、定量的には

かっていって、世界標準としてそういう基準があるんですけど、そういうことで、観光地の認証を受けられるようにしていくというものです。今、玉田さんのお話の中で、ちゃんとした観光地じゃないと来てもらえないというようなお話がありましたが、そういう考え方が欧米人の中ではかなり定着しつつあります。環境に全然配慮してないような観光地には行かないよというような、そんな動きもありますので、国際認証みたいなのも大事だなという感じはします。それはテクニカルな話ではありますが、今後、そういう動きも出てくるのではないかと思います。貴重なご意見、ありがとうございました。

若干、時間はオーバーいたしましたけど、マイクを事務局のほうにお戻ししたいと思います。

**(事務局 山岳高原観光課 高橋担当係長)**

久保田会長、ありがとうございました。委員の皆様も貴重なご意見、ありがとうございました。最後に中村部長より一言申し上げますので、お願いいたします。

**(中村観光部長)**

委員の皆様どうもありがとうございました。本日は、活発にご議論いただきまして、御礼を申し上げます。委員の皆様からたくさんの御意見をいただきまして、それぞれのお話の内容をこれから検討していくこととなります。テレワークの話ですとか、食の打ち出しの仕方、多様性も含めてですね、そういったもの。またインバウンドに関しては、その移動距離の話だとか、それから長野県における伸びしろのお話、それから先ほど中国の話もありましたけど、新しいソースマーケットということでどう開拓するかとか。また大阪万博を見据えた関西からの誘客は、まさに大事だなと感じております。また、土産品のお話でも、大変いいヒントをいただいたと思いますし、また情報発信のための研修会やセミナー、そういった取り組みの必要性など、大変貴重な御意見をたくさんいただきました。この御意見から具体的にできるものを考えながら、これからの長野県観光を進めてまいりたいと思います。本日はどうもありがとうございました。

**(事務局 山岳高原観光課 高橋担当係長)**

以上をもちまして、長野県観光振興審議会を終了させていただきます。皆様のご協力ありがとうございました。