

## 平成27年度第2回長崎県観光審議会 会議結果

1. 日 時 平成27年8月21日(金) 14:00～16:30
2. 場 所 ホテルセントヒル長崎2階「妙見の間」
3. 出席者 安徳会長、内田委員、草野委員、河野委員、高田委員、道津委員、納富委員、深田委員、丸山委員、矢口委員、横山委員、桑原委員、徳島委員、中坂委員
4. 議 事
  - (1)副会長の選任について
  - (2)次期長崎県観光振興基本計画の策定(素案)について
5. 主な意見 別添のとおり

平成27年度第2回長崎県観光審議会(主な意見)

| 意 見                       |   |
|---------------------------|---|
| ○次期長崎県観光振興基本計画の策定(素案)について |   |
|                           | <p>○計画の位置づけ(役割)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・基本理念、基本方針について、全国どこでも通じるような文言ばかりでなく、もう少し踏み込んで具体的な方針とした方がよい。</li> </ul>   |
|                           | <p>○計画の位置づけ(役割)、将来像</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・基本理念について、いろいろなことが網羅されてはいるが、他県でも同じことがあてはまると思うので、長崎らしさが感じられない。教会群であったり、戦後70年の今年に作られる計画だからこそ、「平和への祈り」というイメージを持たせた方がよい。</li> </ul>                              |
|                           | <p>○数値目標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・項目に「述べ宿泊者数」や「宿泊者の観光消費額」があるが、全国的に日帰り観光客の割合が増えていることから、日帰りに関する項目があってもよいのでは。</li> </ul>  |
|                           | <p>○数値目標</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光産業は、観光だけでなく、農業や漁業などのいろいろな産業に関連している。そのため、県民全体として、観光を盛り上げる機運を高めるといった社会的効果(例:おもてなしの意識向上など)も項目の中に盛り込んだ方がよい。観光客側の視点に立った「また来たい度」が項目として上がっており、県民側の視点も指標として参考になる。</li> </ul> |
|                           | <p>○推進体制</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市町の役割が軽い。実際、市町と地域の観光協会や諸団体との連携が薄いと感じているため、市町の役割も、県と同じように「連携して取組が進められるよう、総合調整を行う」ぐらいの文言を入れてもらいたい。</li> </ul>  |
|                           | <p>○推進体制</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・体制というのを、責任の所在というところまで落とし込んで、明確にした方がよい。</li> </ul>  |
|                           | <p>○現状・課題</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光産業の活性化・高度化について、「活性化」という言葉はわかるが、「高度化」という言葉がわかりにくい。より噛み砕いて、わかりやすい表現にしないと、「高度化」という言葉が与えるイメージ(例:技術を高度化させる)というのが、伝えたいこととずれてしまう可能性がある。</li> </ul>                         |
|                           | <p>○将来像</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・将来像を作成するにあたって、のぼりやバナーでは、縦書きで書くケースが多いので、字面の美しさや見やすさというのを意識してもらいたい。</li> </ul>  |
|                           | <p>○方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・4. 世界遺産(候補)を中心とする歴史文化等を活用した誘客拡大<br/>世界遺産(候補)が2つある県というのはかなり少ないので、「二つの」という文言を入れれば、他県と差別化できるのでは。</li> </ul>  |

平成27年度第2回長崎県観光審議会(主な意見)

| 意 見 |  |
|-----|--|
|     | <p>○方向性</p> <p>・方向性の1. 観光産業の活性化・高度化または2. 地域と一体となった観光まちづくり・・・のどちらかに、これまで観光業と関係が無かった産業との連携を強めるという視点を盛り込んでもらいたい。</p>  |
|     | <p>○方向性</p> <p>・2. 地域と一体となった観光まちづくりの推進とそれを担う人材の育成<br/>「まちづくり」というと、一から新しく作るという感覚だが、長崎には長い歴史があり、むしろそうしたものを磨いていくことが必要だと考え、「まち育て」という文言がよいのでは。</p>  |
|     | <p>○方向性</p> <p>・4. 世界遺産(候補)を中心とする歴史文化等を活用した観光客の定着・拡大<br/>観光客誘致が先に来てしまっている。地元の方ありきの世界遺産であるということを文言として入れてもらいたい。<br/>地元では、教会が世界遺産になるということで、一生懸命取り組んでいる。しかし、中には自分たちの祈りの場なので、正直なところ迷惑だと思っている方もいるし、配慮が足りないのではという声も挙がっている。地域の方々に配慮し、そういった声があるということを踏まえた記載をお願いしたい。</p> |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・1. (1)①観光産業の活性化・高度化への支援<br/>記載内容について、宿泊施設等の雇用環境が低迷しているなかで、理想が高すぎるように感じる。</p>  |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・1. (1)③世界に通用するホテル・旅館の立地促進<br/>施策として必要だと思う。各県には、高価格でも泊まりたいと思うホテル・旅館があるのに、長崎県には何故そういう施設がないのかと思う。また、将来的に世界から富裕層が来るとなると、そうしたホテルや旅館が必要だと思うが、一方で、地域で頑張っている人たちがいる中で、そうしたホテルや旅館を本当に作らなければいけないのか、という思いもある。</p>   |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・1. (1)①観光産業の活性化・高度化への支援<br/>観光産業に携わる人が少なくなってきたおり、この計画の中で、観光産業に携わる従業員の労務の仕組みを根本的に考えていければよいと思う。</p>   |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・1. (1)③世界に通用するホテル・旅館の立地促進<br/>「立地」という言葉に違和感がある。</p>   |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・1. (1)③世界に通用するホテル・旅館の立地促進<br/>例えば、対馬では韓国人観光客が増え、国内客が宿泊する場所が少ないという現状がある。長崎や佐世保にホテルや旅館が集中してしまいがちだと思うが、宿泊施設の「適正配置」といった視点が必要では。</p>   |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・2. (3)②食の魅力の創造・発信<br/>多くの訪日外国人が日本に来て楽しみにしているのは「食」だと思うので、海外に向けた「食」PRを盛り込んでもらいたい。</p>   |

平成27年度第2回長崎県観光審議会(主な意見)

| 意見  |  |
|---|--|
| ○基本施策<br>・2. (1)①地域ごとの観光まちづくりのビジョン策定<br>市町レベルでのビジョン策定は可能だと思うが、いくつかの市町をまとめた形で策定するのは難しい。策定にあたっては、地域毎に具体的なテーマを設定することが必要になってくるのでは。<br>長崎県として「ビジョン」を掲げ、各市町の実情を踏まえて「ミッション」を作っていくというやり方もある。                    |  |
| ○基本施策<br>・2. (1)①地域ごとの観光まちづくりのビジョン策定<br>「ビジョン」と「ミッション」はよく混同されやすいが、県として「ビジョン」を掲げ、各市町では、実情を踏まえながら「ミッション」を策定していくというやり方もある。   |  |
| ○基本施策<br>・2. (2)②宿泊施設、観光施設、・・・等の人材育成、スキルアップ、③おもてなしの推進<br>現計画からどれだけ推進したのか、具体的な指標の設定が必要なのでは。  |  |
| ○基本施策<br>・2. (4)②ユニバーサルツーリズムの情報発信と誘客対策<br>観光客への情報発信ツールとしてホームページがとても大切である。誰でも読みやすいデザイン(書体や文字の大きさなど)や、知りたい情報がすぐに見つかるといったホームページの「ユニバーサルデザイン化」を進めてもらいたい。  |  |
| ○基本施策<br>・2. (1)④観光客の安全・安心の確保<br>内容が「犯罪のない安心・安全まちづくり」というところに限定されていると思う。最近の「安心・安全」というと、食や災害、大事故などがイメージとして出てくると思うし、急病になったときの緊急医療体制といったものも入ってくると思うので、そこまで含めた方がよい。  |  |
| ○基本施策<br>・2. (2)②宿泊施設、観光施設・・・等の人材育成、スキルアップ<br>人材育成において、スキルアップした先にどんなメリットがあるのかを伝えないと、誰もやらないし、できない。スキルアップをしてもらって、その後、雇用につなげたり、支援する仕組みづくりがあると、観光事業者が人材育成に取り組みやすくなる。  |  |
| ○基本施策<br>・2. (5)体験型・交流型旅行(ニューツーリズム)の推進<br>最近、産業ツーリズムが非常に流行っている。世界遺産に登録された産業革命遺産に関連して、産業観光を盛り込んでもらいたい。   |  |
| ○基本施策<br>・3. (3)①県内各地域が連携した広域周遊観光の促進<br>全体的に、長崎は長崎、佐世保は佐世保、五島は五島という感じで、それぞれがパンフレットを作ったり、PRしているという印象がある。同じ長崎県内なので、各地域のPRはお互いにしていかないといけない。また、地域単独ではなく、地域間で「寄り道」してもらい、観光客の滞在時間を延ばすような商品の作りこみをやっていかないといけない。 |  |
| ○基本施策<br>・3. (3)①県内各地域が連携した広域周遊観光の促進<br>広域観光戦略という視点に立てば、例えば、五島は長崎と、壱岐・対馬は佐世保や平戸と連携するといった形でやらないと、既に離島だけで何とかできる状況ではないのでは。   |  |

平成27年度第2回長崎県観光審議会(主な意見)

| 意見 |  |
|----|--|
|    | <p>○基本施策</p> <p>・3. (3)②各県と連携した広域観光の促進<br/>           例えば、九州の玄関口である福岡の観光案内所と連携し、長崎の情報発信をするといったように、飛行機や新幹線で降り立った観光客に、さらに一步長崎まで足を伸ばしていただけるような連携体制を検討してもらいたい。</p>   |
|    | <p>○基本施策</p> <p>・4. (4)効果的なPRと情報発信<br/>           情報発信は全体に共通する施策であるにも関わらず、一つの項目に集中して記載されていることに違和感がある。他の項目でも、情報発信の記載があるが、軽しか触れていないように感じる。情報発信は非常に重要なので、情報発信だけで一つの柱を追加してもよいのでは。</p>  |
|    | <p>○基本施策</p> <p>・4. (4)効果的なPRと情報発信<br/>           九州の玄関口である福岡に長崎県の情報があまり届いていないのがもったいない。</p>  |
|    | <p>○基本施策</p> <p>・4. (3)観光マーケティングの強化<br/>           現在の内容では、全て消費者(発地側)のデータを取ることに特化している。観光地や宿泊施設(受地側)などの調査を入れ、発地側と受地側との両方を突き合わせることで、正確性が高まり、伝わりやすくなると思うので、そういった視点を盛り込んだ方がよい。</p>   |
|    | <p>○基本施策</p> <p>・4. (3)①ビッグデータ等を活用したマーケティングリサーチの強化<br/>           現在、ビッグデータが流行りということもあり、「ビッグデータ等を活用した」というのが、バランス的にも前面に出すぎている。発地と受地とを突き合わせるというところまで読み取れるような記載が良いのでは。</p>  |
|    | <p>○基本施策</p> <p>・4. (3)観光マーケティングの強化<br/>           観光ステークホルダーという概念が大切で、観光客だけでなく、観光産業に携わる従業員もステークホルダーに含まれる。ステークホルダーをきちんと洗い出し、どこからビッグデータが取れるかという点と、取ったデータを何に使うのか、何の効果があるのかということを検証しながら、データを活用していく。そこで、顧客データだけでなく、従業員などにも視野を広げた上でデータを収集・活用していくのが大切だと思う。</p> |
|    | <p>○基本施策</p> <p>・4. (4)②各種メディアを活用した情報発信<br/>           映画、ドラマのロケ地や、地元の人しか知らない、もしくは地元の人だからこそ気づかなかった隠れたスポットなどを、各種メディアを活用して、積極的に情報発信してもらいたい。</p>  |
|    | <p>○基本施策</p> <p>・4. (1)①受入体制の整備<br/>           受入体制整備に関する動きが遅い。</p>  |
|    | <p>○基本施策</p> <p>・4. (4)効果的なPRと情報発信<br/>           地域で着地型観光を作っても、それを地域の外に向けてPRするのが非常に難しい。県の情報発信力はとても強いので、やる気のある地域や、実際に取り組んでいてもあまりお客様が来ていない地域のPRを、県と地域が連携して取り組んでもらいたい。</p>   |

平成27年度第2回長崎県観光審議会(主な意見)

| 意 見 |  |
|-----|--|
|     | <p>○基本施策</p> <p>・4. (4)効果的なPRと情報発信<br/>パンフレットはお金もかかるし、部数をどうやって揃えるのか、誰が在庫品を管理するのかという課題がある。ICTを活用して、観光客の情報端末に、いかにして発信していくかということが大切。</p>  |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・4. (4)効果的なPRと情報発信<br/>着地型観光のコンテストなどを開催すれば、それ自体が有効な情報発信となるので、おもしろい取り組みなのでは。</p>  |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・4. (4)効果的なPRと情報発信<br/>県内のホテルに行っても、各地域のパンフレットなどが置いていないので、まずはパンフレットを集めて、各宿泊施設に配置するのが、短時間で簡単にできる取り組みだと思う。また、各地域のいろいろなサイトを県のホームページでまとめるなど、観光客から見ても分かりやすくする工夫をしてもらいたい。</p> |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・5. (1)①世界遺産(候補)を活用した韓国、フィリピン、欧州等からの誘客<br/>項目名について、国によっては、世界遺産を知らなかったり、人気が無かったりする国もある中で、「世界遺産」という打ち出し方が果たしてよいのかと思う。</p>  |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・5. (1)③各市場に対して訴求力のある素材の発掘、「和の魅力」の創出<br/>「和の魅力」の創出という記載が気になる。長崎県は異国情緒というイメージが強く、「創出」とすると、これから新たに作っていくという印象を受けてしまうので、合わないのではないか。</p>                                    |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・5. (1)③各市場に対して訴求力のある素材の発掘、「和の魅力」の創出<br/>他県との差別化で、長崎ではこういったものがあるというのを具体的に記載した方がよい。</p>   |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・5. (3)外国人観光客の受入体制の整備<br/>県内には通訳案内士が非常に少なく、外国人観光客をガイドする人が不足しているという現状があるので、そうした人材育成や環境整備が項目として必要なのでは。</p>   |
|     | <p>○基本施策</p> <p>・5. (3)③外国人向け「おもてなし」の充実<br/>「日本流のおもてなし」という表現に違和感がある。</p>   |
|     | <p>○地域別方向性</p> <p>・地域区分<br/>壱岐と対馬は、島同士の交流を深め、一体化した形で施策に取り組んでいく方がよい。</p>  |
|     | <p>○地域別方向性</p> <p>・地域区分<br/>長崎に来た観光客の視点に立つと、行政区分でなく、もっと幅広い視点で考えていかないとけない。</p>  |

平成27年度第2回長崎県観光審議会(主な意見)

| 意見                |  |
|-------------------|--|
| ○地域別方向性<br>・平戸・松浦 | 平戸の場合、駅からのアクセスが非常に不足している。駅を経由する観光周遊バスが最近出来たが、これは一歩前進した取組だと思う。まだ、周知があまり出来ていないが、今後もこうした取組が必要となってくる。過疎地や西の果て、島がいいと思って来る人がいるということは確かなので、現地の状況や着いてからの観光情報の発信をどうするかが課題だと感じている。 |
| ○地域別方向性<br>・諫早・大村 | 観光の視点から見て、諫早・大村地域というくくりで施策を進めていくことに疑問がある。思い切って、諫早は島原の玄関口、大村は波佐見・有田、佐世保の玄関口という考え方でもよいのでは。これまでとは考え方を変えていかないといけない。  |
| ○地域別方向性<br>・諫早・大村 | 地域の特性及び現状と課題に、「交通体系が充実しているため、」という記載があるが、観光の視点から見ると、諫早・大村は駅や空港はあるが、観光地への2次交通アクセスは全くないと思うので、このような記載でよいのか疑問である。   |
| ○全般               | ・日本の魅力として、「華やかさと静けさの共存」がキーワードだと思う。今ある長崎のいろいろな魅力を改めて、そのキーワードで見直すと、新たな魅力が生まれるのでは。<br>(例:精霊流しの爆竹による猛ましさから、翌朝になると片付けられて静かなまちに変化している風景)                                       |
| ○全般               | ・日帰り客をどうやって宿泊につなげるのかということを考えていかないといけない。  |
| ○全般               | ・計画を作るにあたって、まずは、どの地域でも必要とする基礎(観光インフラ)があって、その上に独自性(長崎らしさ)が乗っかり、トータルで計画となるので、長崎らしさが必要である。また、誰がこの計画を読むのかという、読み手を意識することが必要である。   |
| ○全般               | ・観光地において、専門家の意見もちろん大事だが、外部からの客観的な意見や地域ごとの意見を吸い上げることが非常に大事。   |
| ○全般               | ・「量から質へ」の考え方について、質をいかに高めていくことがリピーターにつながる。そのためには心をこめたおもてなしが必要。  |
| ○全般               | ・読み込んでいけば、この素案の中に長崎県らしさが出ていると感じた。  |