

梅川委員との意見交換会要旨

1. 名称

梅川委員との意見交換会

※最近の全国的な動向を確認するため実施

2. 開催日時

令和2年12月2日（水）午後3時30分から午後4時30分まで

3. 開催方法

ZOOM ミーティング

4. 出席した者の氏名

専門部会 服部敦、梅川智也（順不同・敬称略）

経済環境部 観光課 小池課長補佐、大谷統括主査、中柴主事

経営部 企画広報課 井出課長、倉知主査補

5. 内容

①服部部会長 発言要旨

区分	内容
犬山らしさ	犬山が昔観光地といわれていたときは城下町のイメージはあまり無く、まさに日本ラインという川のイメージ。
	風光明媚を楽しむという概念が、失われてしまったのでは。それがこのコロナ禍でちょっと余裕のあるというか、ロハスな観光のようなことを考える中で再発見されるとか SIT ^{**1} の中で違う魅力として見られることがあるのでは。
	日本ラインはだんだん陳腐化して行って再生産できなくなっているところがあり、昔はきちんと価値づけされ、共有されていたが、今はあそこの風景のどこに価値があるのかという感じになってしまっている。
	日本ラインを見るための視点場みたいなところがきちんと維持されているかどうかを反省しないといけない。

②梅川委員 発言要旨

区 分	内 容
	観光を推進する組織、体制の熟度の違いで対応の差が大きく変わっている

区 分	内 容
観光推進の組織体制に関する事項	DMO ^{※2} が各業界を取りまとめながら、官と民の間にあつて官の情報をきちんと入れ、民間の事業者の動きを見ながら地域にふさわしいコロナ対応を考えるようになった。観光衛生マネジメントを担うようになってきている。
	コロナ禍で一番大きく動いたのはデジタル化。DMO が担っているところとそうでないところで、かなりの地域差がついてきた。
	犬山市でも観光推進組織と体制の充実というのは欠かせない。
	観光協会、商工会議所、JA、まちづくり団体、各事業者等これらを全部行政が一本で取りまとめるのは非常に難しいので、それらの役割が果たすことができ、観光推進に、行政とともに取り組める犬山観光推進プラットフォームを構築していくことが重要になってきている。
	観光推進組織（DMO）の問題はすごく重要で、事業をDMO が作って実施するわけではなく、構想を立て、民間事業者が行う。そうするとDMOのまわりの事業者が育っていくし、若い人の起業にもつながる
観光の動向に関する事項	誘客多角化事業（国が実施している「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成」実証事業）の採択事業の中にこれからのコンテンツの方向性が見えてきている。自然志向、分散志向、滞在志向。それに対応した、安心安全を信頼のブランドとして提供することが極めて重要。
	全国各地で様々な調査が行われているが、デジタルネイティブと言われている若い人たちがリアルな旅行を求めている。一番ボリュームの大きかった中高年女性がコロナを怖がって縮小してしまった。
	この状況がずっと続くかということではなく、2，3年は続くが戻るところには戻るとも考えられるので、観光復興のロードマップをたてて行動していくことも必要なのではないか。国内、インバウンド、短期、長期
	梅川先生が考える段階別観光客の動き 1 近場のお客 情報を一番持っている 2 ビジネス客 観光対象になる事業所があるか、犬山らしいMICEを考えることで、企業需要を取り込める（どういう形であれ会議は行っているため） 3 SIT、特別な目的を持った旅行者が戻る。 4 最後に関東、関西を含めた一般の観光客
	国としても、Go To や誘客多角化事業という形で、きちんと観光衛生マネジメントも含めたコロナ禍にふさわしいコンテンツ作りをするようになってきている

区 分	内 容
	このコロナ期間をいい期間とするために、新しいコンテンツの準備期間と位置付けて、アフターコロナでも安定的にリピーターを確保できるような商品づくりをする。
犬山らしさに関する事項	ワーケーションの延長に移住定住もあるので、いつでも帰れる距離に住んでいるところや働いているところと全く違う環境があるというの がありがたいのでは。犬山は非常に向いている。ただ滞在する施設が ないのではと考えられるので、それをどうするかを解決できれば大きな 需要があるのではないかと。
	旅行の仕方も変わってきているが、働き方も変わってきている。会社 に出勤するなというような企業も出てきている。ワーケーションを取り 込むチャンス。
	船下りしながらおいしいものを食べるというリバーサイドリゾート。
	観光マーケットのボリュームの中に、風光明媚だとか、見て楽しむと いうものが5割程度底辺としてきっちりある。この観光行動は昔から 変わっていない。風光明媚なところで閑古鳥が鳴いているところは何 か人工的な細工をしてしまったのではないかと。自然は一流でも人工物 が三流とかオペレーションが悪いとか。
	見る側の問題、視点場というか環境や雰囲気の問題も影響として大き いかもかもしれない。
環境整備というのは、観光戦略のプロジェクトの中に必ず位置付けな ければならない一つ。	

意見交換会で先進事例として取り上げられた地域については資料3を参照してください。

- ※1 SIT : Special Interest Tour/Tourist の略。特別な目的を持った旅行者のこと。
(例 : 名古屋で開催されているコスプレサミットに参加する旅行者)
- ※2 DMO : Destination Management/Marketing Organization の略。観光地域づくり法人。
地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の
視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確な
コンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略
を着実に実施するための調整機能を備えた法人。