

会議録

1 附属機関の名称

犬山市観光戦略会議専門部会（第4回）

2 開催日時

令和2年10月22日（木）午後1時00分から午後2時30分まで

3 開催場所

犬山市役所2階 201、202 会議室

4 出席した者の氏名

- (1) 構 成 員 服部敦、初山貢、奥村好樹、片山義博
- (2) 執行機関 永井経済環境部長、新原観光課長、小池観光課課長補佐、
大谷観光課統括主査、中柴観光課主事
- (3) 関係課 企画広報課、都市計画課、歴史まちづくり課
- (4) オブザーバー（観光戦略会議委員） 石田芳弘、久世高裕

5 議題

- (1) あいさつ
- (2) 報告事項
 - 1 令和元年度第2回犬山市観光戦略会議について（資料1）
 - 2 今年度の取り組み内容について（資料2）
- (3) 議題
 - 1 新型コロナウイルス感染症の影響について
 - ・顕在化した課題（資料3、資料4）
 - ・様々な言説・評論・意見（資料5）
 - ・新しい観光の実践例まとめ（資料6）
- (4) その他

6 傍聴人

0名

7 内容

事務局

定刻となりましたので、ただ今より「第4回犬山市観光戦略会議専門部会」を始めさせていただきます。このたび6月にお知らせしましたとおり、観光戦略策定にあたり、リスクマネジメント、観光志向の変容、新たなニーズの把握等、最近の情勢を踏まえながら、追加検討する必要が出てきたため、観光戦略会議 西村会長より専門部会にて、昨年度作成した骨子の修正検討をするよう依頼がありました。そのため、今年度は観光戦略会議を行わず、この専門部会にて、情報収集、意見集約、中間意見の取りまとめを行っていただき、令和3年度の観光戦略の策定が滞りなく行われるようご議論いただきたいと考えています。委員の皆様にはご迷惑をおかけしますが、何卒ご理解と、ご協力をお願いします。なお、本日の会議につきましては、お手元の次第に沿って進め、長くても2時間、15時までに終了とさせていただきますと考えています。

まず初めに、服部部会長よりご挨拶をお願いいたします。

服部部会長

皆さんこんにちは。お話がありましたとおり、西村会長からご指示がありまして、1年結論を先にし、今年のコロナの影響についてしっかり議論するというところでございます。それぞれ皆さんお立場で、コロナの影響をかなり感じておられると思います。今日は忌憚なく、日頃感じておられることを、この会に反映していただきますようお願いしたいと思います。

1年、時間をいただいたということで、コロナの影響にとどまらず、昨年度、最後のテーマとなっていた「犬山らしさ」とは一体何なのかということについても、今年しっかりと議論ができるようにと思っています。西村会長や梅川委員をはじめとして、犬山の観光戦略を立てるにあたって、他にはない、犬山にしかないというものをいかに続けていくのが非常に重要です。コロナ禍を乗り越えた先に、犬山らしさをどう捉えていくか、今年1年、有効に時間を使い、次年度の戦略策定に活かしていければと思っておりますので、どうぞよろしくをお願いいたします。

事務局

ありがとうございました。

本日は総数5名のうち梅川委員が急遽欠席という連絡がありました。よって4名の出席をいただいております、委員の過半数の出席ということで会議は成立していることを報告させていただきます。なお、この会議は公開で開催されます。傍聴の方は会議中お静かにお願いします。撮影は会議の進行に支障をきたさないよう自席からの撮影を認めます。録音は個人のメモとしての利用に限り認め、切り取って公開することはやめていただくという扱いとなっています。本会議の内容については、後日、資料と会議録をホームページで公開する予定となっておりますので、あらかじめご了承ください。また会議録につきましては、2人の委員が署名することとなっております。名簿順ということですが、前回、榎山委員と奥村委員にご署名いただきましたので、今回は、片山委員と梅川委員

員となりますが、先ほども申し上げましたとおり、梅川委員がご欠席ですので、
籾山委員と片山委員の2人にご署名をいただきたいと思いますので、よろしく
お願いします。

それでは、ここで事前に配布させていただきました資料の確認をさせていた
だきたいと思います。

(資料確認)

事務局

それでは次第に従い、報告事項ということで2点あります。
こちらは事務局から報告させていただきます。

(事務局説明)

事務局

2点事務局から報告をいたしました。質疑等があれば受けますが、特によろ
しいでしょうか。(質疑等なし)

それでは議題に移りたいと思います。以降の進行は会議規則に従い、服部部
会長をお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

服部部会長

では進行させていただきます。議題は一つで、新型コロナウイルスの感染症
の影響についてです。事務局からいくつか資料を用意していただいています。
こちらは事務局から一括のご説明でよろしいですか。

事務局

はい。

服部部会長

それでは一括で事務局からご説明いただき、その後、議論に入りたいと思
います。それではよろしくお願いいたします。

事務局

(資料説明)

服部部会長

事務局の方で、コロナ発生以降の様々な出来事、それから言説、最近の観光
の新しい取り組みといったところを整理していただきました。これらの資料も
参考にした上でということですが、今日は人数も少ないので、まずは
各委員の方から、コロナ禍以降、それぞれの立場で感じておられること、そ
こから見た犬山の観光について、どう見ておられるかということも含めて、それ
ぞれお話をいただければと思います。

まず奥村委員から、順にお話を伺っていければと思いますので、よろしくお
願いいたします。

奥村委員

商工会議所の奥村です。よろしくお願いいたします。

これまでコロナ禍になってから、犬山市さんとは様々な設備投資や、家賃の補助、今はプレミアム商品券をやっていますが、色々な事業でご協力いただき大変助かっています。事業者もそれによって、助かっているという状況であります。会議所ではその他、国の施策、県の施策といった様々な補助金がありまして、その補助金、給付金等の、各会員の方に対しての書類作りにかかなり時間がかかっています。そういった状況で、1人当たりにも時間がかかり、毎日振り回されているといった現状です。当所としましても、色々な事業が中止になっています。直近で言うと、産業振興祭を毎年10月に実施してきて、かれこれ20回程になりますが、今年は既に中止が決まっていますが、違う形でその名前は残し、継続してやるということで、来月から始めるのは、ウェブを使って事業所を募集しPR動画を作って、InstagramやYouTubeを通してアップをしていきます。また今後は動画配信をしていこうという作業に入っています。あと飲食店については、コロナ禍に伴い、対策マイスターという研修会を設け、マイスターとして知識を持っていただき、お客様に対して安全に利用していただく。加えて、マイスターという認定の証書等も発行し、事業所としてお客様を受け入れるようにしてほしいといったことをしています。

先のウェブを使用した動画配信等については、現在、特に事業者の方については、商業・工業もすべて疲弊しています。建築業だけは、在宅勤務が多くなったことで、家を直すとか、目隠しの塀を作って欲しいとか、そういった需要がかなり多いと聞いています。業種によってかなり温度差がありますが、疲弊しているところについては、そういったことに取り組んで、何とか事業所を使っていたきたいと思ひ、そういったことのPRをどんどんしていこうと考えています。ですから、観光についても厳しいところはありますが、今後のことを見据えると、大きな観光施設のPRだと動画配信的なものがありますので、小さな施設にも必要だと思います。今後インバウンドもしていきますから、そういった方に対してPRをしない部分について動画配信をしていく。そして、今後見る方に対しても、そういったPR活動をしていきたいなというのは、一つ観光面ではあります。

服部部会長

今動画配信とおっしゃられたのは、それぞれの会員企業さんの対外的なPRということですね。もう少しこう商品売っていくとか、何かサービス売っていくところまで含めて、ウェブでやっていくというイメージですね。

奥村委員

特に決まりはありませんが、このコロナ禍に対して、新しい商品開発をしたとか、そういったことをご自身で動画を撮ってもらうとか、こちらからも撮影に行きたいですね。後はInstagramで動画を投稿したりなどです。

服部部会長

主なターゲットというのは、インバウンド以外の方ですか、それとも回復するインバウンドについてですか。

奥村委員 観光についてはインバウンドです。現在大きな観光施設もそうですが、例えば座禅が組めますとか、そういった動画配信もいいかなと思っています。

服部部会長 今まであまり訴求していない資源について、取り上げていこうという取り組みをされているということですね。

奥村委員 観光についてはまだしていませんが、これから組織の中でもやっていけたらどうかと考えています。

服部部会長 ありがとうございます。
では次に片山委員よろしく願いいたします。

片山委員 観光協会の片山です。よろしく願いいたします。
私ども観光協会は、まさに観光の仕事をしていますから、今回の春節頃に始まったコロナの影響によって、事業が全部ストップしたぐらい大きな出来事でした。今年1月末には、名鉄の関連の方々と、外客誘致ということで、台湾に営業に行っていたぐらいで、まさかこんなことになるとは思っていませんでした。私たちは観光客誘致という部分で、事業もちろんですが、犬山城の職員ですとか、観光案内所の運営委託を受けています。そういった部分も含めて、色々な事業をしており、今年はコロナがなければ、オリンピックを前にしてどんと行くつもりでした。
今年の3月1日には新しい犬山城前観光案内所というのを、駐車場の中に新築していただき、いざ頑張ろうと思っていた矢先に、オープンと同時に閉鎖ということで、一日の営業もなしに5月まで来ました。残念なことに、そこを窓口として、バスの観光客でしたり、船の誘客事業などを含めて、色々やっていたと思っていましたが、すべてストップしてしまいました。
当協会は、観光課の外郭団体になりますので、緊急事態宣言が出て、今はお客さん呼び込む時期ではないけど、手洗いでしたり、3密を避けるということも城下町のお店の方々中心に、情報を展開しなければいけないということで、何度となく書面を観光協会として会員に発信しました。愛知県庁の LOVE あいちキャンペーンだとか、国の Go to トラベルキャンペーンが聞こえ始めて、実際テレビなどでも情報が流されていましたが、断片的に情報が流されますから、聞いている人はどういうことだといった感じで情報が錯綜していましたから、ある意味観光協会は、Go to トラベルキャンペーンだとか、LOVE あいちキャンペーンの伝道師というものを担わなければいけないと思ひまして、丁寧に観光協会 219 件の会員の方々に、情報発信をしてきたつもりです。今、後手に回っている Go to トラベルについても、国が認めた with コロナとしての国策ですから、そのメリットを享受しないと損だろうということで、いろいろ発信しています。地域共通クーポンの発信もやることになり、犬山市観光協会が発

信した店舗では約 50 店舗が共通クーポンの加盟店になっている状況と把握しております。本当は 100 店舗くらいになるといいと思っておりますが、その辺りも発信しつつ、after コロナにはまだほど遠いですから with コロナとして、取り込めるものは取り込んでやっていかなければと思っております。

今、イベントが全部中止になり、誘致活動もやれないような状況でしたが、1 週間ぐらい前から、ちょっと動き出したという感じがあります。愛知県庁にしても、イベントをやりましょうという話しになってきたし、オンラインではありますが、商談会の方も始まり、ものによってはリアル商談会をやっていくというような話も聞いています。また、さっきお話しにありましたように、安全な観光地ですということ発信するのが重要だろうということで、来月の 11 月になりましたら、インバウンドも視野に入れて、県庁が音頭を取り、安全な観光地を動画に撮るということで、中部国際空港に降りたった外国人が、名鉄電車のミュージスカイに乗り、名古屋駅で降り、愛知県中の観光地を巡り、犬山に来て、安全な観光地を観光するという動画も撮っていただけるようで、少し期待しているところです。

いずれにしても、来年はオリンピックがありますし、コロナといかに上手く付き合いながら、観光需要を取り込んでいけるかだと考えています。

服部部会長

今のところ Go to トラベル等の犬山への波及効果はどの程度ですか。

片山委員

本来ですと、名鉄犬山ホテルさんがあり、波及効果を楽しめたかかったところですが、インディゴに建て替えている最中ですので、大きな享受はできていません。テレビでも報道されていますように、灯屋迎帆楼が 1 月末日まで一室も予約が取れないということで、対前年 145% の効果を受けています。一方、市内のビジネスホテルは、やっと 45% とか 50% といった状態です。9 月に Go to トラベルが始まりましたが、その程度で、すべてがすべて灯屋迎帆楼のように対前年を超えているという状況ではなく、駄目だった時には 5%、10% という話しでしたが、ようやく 40%、45% ぐらいに戻ってきたのかなというところでございます。

あと、市内にはテーマパークもたくさんありますが、やはり相当苦しいようです。屋外でのテーマパークは、現況を逆手にとって、本来予定しなかったような学校団体が入るようになり、学校団体については対前年比を超えているという話は聞いていますが、一般団体が来ていないので、それはリカバーできてないということでやはり前年の半分ぐらいといった状況です。犬山城についても、例年ですと、12 月までに 50 万を超えるのですが、今年は 25 万いけば御の字かなという状況です。

服部部会長

結局 Go to トラベルの場合は、宿泊がメインになっているので、そこが課題のまちとしては、享受しきれていないとかそういうことと言うのと、先ほどの

ホテル等の宿泊施設、によって差が生じるというのは、感染症対策の徹底っていうのが、対外的にこうアピールしかりできるところと、なかなか伝わらないというところがはっきりと現れるという感じですかね。

片山委員

愛知県のキャンペーンの中で、LOVE あいちキャンペーンがありますが、観光課と観光協会で手を挙げさせていただきました。事業者とは別の裏メニューみたいなのがありまして、それが採択され、非接触スタンプラリーというのを県費でさせていただくことになり、城下町の店等を回るという仕組みを作りましたが、それに加盟するには、愛知県お墨付きの安全ステッカーを必ず貼らないと駄目だということで、今、城下町のお店の方々には、そういうところを意識高く、頑張らせていただいていると思います。

服部部会長

ありがとうございます。
続いて靱山委員よろしく願いいたします。

靱山委員

名鉄の靱山でございます。よろしくお願いいたします。
弊社グループは、ほとんどが移動とか人々の交流を生業にしている会社が殆どですので、今、惨たんたる状況でございます。他の私鉄グループも多分みんな一緒だと思います。その中で、散文的になってしまうかもしれませんが、少し思いついたことを話させていただきます。
まず先ほどにもありましたが、マイクロツーリズムというのが、結果的なのかどうかよくわかりませんが、名鉄には電車旅という電車の商品があり、例えば日間賀島とか、篠島とか、三谷温泉とか、一泊二日で電車使っていくものが、Go to の影響も多分にあると思いますが、好調です。その反面、バスツアーは厳しい状況です。9月の終わりから10月ぐらいでやっというところ。メインのターゲットの年配の方が、一番動かない。名鉄百貨店もその余波を受けていまして、本当に年配の方が動かない。人の中に入るのが怖いというのがありますので、その辺はワクチンなのか、薬なのか、安心感が出てこない限りは、元には戻らないのではないかと思います。その代わりに、若い方は動かれています。そういうことを考えていきますと、今後大きな流れとしては、インバウンド等でもそういう流れできていたのが、FIT化、個人旅行化ですね。しかも今回のGo toを通じ、じゃらんとか楽天とかの便利さを、これまで使ってなかった人も皆さん知ってしまったので、今後は団体を組んで、旅行に行くというスタイルが間違いなく減るのではないかという気がしています。人を集めてツアーに行くのもそうですし、そもそも、今、45人のバスに30人しか乗せられません。今はGo toの割引があるので、何となく値上がりはしていませんが、Go toの割引が無くなれば、今の人数のままでやろうとすると、1人当たりを高くせざるをえなくなります。今後ワクチンができて、元通りの45人を乗せられますとなっても、お客さんがそれにどう対応してくるのかというのは、甚

だ心配なところがあります。

それとバス会社なんかで聞いていると、先ほどの修学旅行は動き出したという話ですが、企業のインセンティブ旅行はなかなか戻ってきません。ああいうインセンティブで観光バス何台も連ねていくような、例えばいろんな業者会だとかは、そういう旅行をやられていましたが、そういうのは今後ゼロにはならないが、なかなか難しいかなという気はします。そういうことになると、やはり個人の視点で観光というのを追いかけていかないと、これからは厳しいのではという気はします。個人の観光だとか、旅行に対するニーズって、今マグマみたいに溜まっていると思いますが、これは、本当に安心感さえ得られれば、皆さん出たいばかりだと思います。コロナ後は、落ち着けば人が増えて、その後また感染者が増えて、をずっと繰り返してきていますので、それはもう明らかかなという気はしています。観光についてはそういうことで、ニーズとしては間違いなくあると考えています。

あと、直接観光と関わりがあるか分かりませんが、今回のコロナの関係で、変わるもの、変わらないものというのか、観光に対するニーズがそうかもしれません。我々の立場で言うと働き方というのか、それは間違いなく変わるかなという気がします。それは、観光だとか MICE とかにも関わってくると思います。大手だと交通費として定期券は支給せず、実費精算でやるということ、日立さんとか富士通さんといった大手が打ち出していますので、この流れはなかなか元には戻せないと思います。コロナのピーク時が 100 だとして、それが 50 戻ってくるのか、70 持つてくのか分かりませんが、そういう流れを捉えて、観光の政策にも活かしていかなければいけないです。

先ほどワーケーションという話もありましたが、MICE 等も少しやり方が変わってきています。今まではとりあえずどこか大きい会場、ビックサイト等に集めてやれば良いというのがありましたが、それは変わってくるのではないかなという気はします。

後は富裕層ですね。富裕層がこういう状況の中でも強いというのはよくわかります。聞いた話だと、例えば、志摩観光ホテルさんとか水明館さんとか、高いところから埋まっていく。これは今回少々特殊というものもあると思いますが、リーマンの時と違って株価が下がっていません。そのため皆さん損せず、貯蓄がどんどん貯まり、余裕があるように思える。資料のどこかでも富裕層の話は出ていましたが、そこをうまく捉えられるような取り組み、高付加価値というところで、取り組んでいかなければいけないと思っております。

あと改めて気づかされたのは、東京が動かないと日本の観光にしろ、ビジネスにしろ、やはり駄目だという点です。東京の制限が解除されてからの動きがかなり大きかったのも、東京のインパクトというのを改めて感じました。これはイベントをやられている方からお聞きしたのですが、今サザンや福山などのアーティストのライブ配信ってありますよね。ライブ配信はライブ配信で売れますが、それ以上に売れるのがライブ DVD だそうです。ライブ配信で観ていま

すが、臨場感を求めるのか、それを観光で言い換えると、お客さんが来てくれて、臨場感を味わってもらえるような仕掛け、そういう工夫をしながらコンテンツを作っていくというようなことも大事かと思っています。今回のコロナ禍で何となく感じたのはこんなところですよ。

服部部会長

今のライブ DVD というのは。

靱山委員

例えば、サザンのコロナ禍前の観客が映っている東京ドーム公演の DVD ですね。

服部部会長

無観客配信ではないやつですね。

靱山委員

無観客ライブ配信も観ますが、それを観ると、今度は臨場感がある映像を観たくなると言っていましたので、そういうものかなと。

服部部会長

人混みが恋しいというか、そういうのはあるかもしれないですね。ライブ配信にしても、無観客というのは結構観ていて寂しいですよ。多分アーティストの温度も非常に低いし、やはり普通ライブとは違うと感ずますね。

あと今の話の中で、インバウンドの影響ってというのは。

靱山委員

もう全然話になりませんね。うちの今一番厳しい路線は空港線です。これはてき面で、ほぼゼロという状態です。ただ、いろんなエージェンツさんとか、例えば、インバウンド向けの商業をやっている中で、中国向けにやっている方々に聞くと、中国では、日本に行きたいというニーズはもの凄くたまっているみたいですよ。日本が開ければ、どっと押し寄せてくる。これは間違いないというのはもう異口同音に皆さん言われます。今回の国慶節で、国内の 10 億人が動いたという国ですから、日本としていつ開けられるのかというのは、かなり政治的な決断が要る話だとは思いますが、ただ、それが戻ってくれば、ヨーロッパとかアメリカは事情が違いますが、インバウンドは日本側の体制が整って、もういいですよ、来てくださいと言えば、ある程度元に戻ると思われます。そういう中で、色々言っていたのは、限定してしまうということ。また団体の話になってしまいますが、例えば、きちんと身元の知れた 30 人を、トヨタ自動車さんが招待するとか。名の通ったところが招待するような形を取り、その人たちは日本に来たら、空港で PCR 検査を受け、陰性であればそのまま観光バスに乗ってもらう。他には行かずに、何か見るにしても、それはその人たちだけにして、特別な時間を作って見ってもらう。レストランもその人たちだけの部屋にするというような隔離、隔離で、徐々に我々受入れる側が、こうやっていけば、安心だということを徐々にやってくという方法があるにはあるということ言っていました。一気に戻すというのは、現状では無理ですから。

服部部会長

その辺はそのように対応できる装置とか場所を持っているところじゃないと対応しきれないですよ。そこまでの人手も含めて、多分装置も必要になりますし、相当な準備が必要になってくると思います。インバウンドに関しては結局国がどのぐらいの戦略を上げていくかに影響があって、見通しがなかなか立たないと思いますが、かなりの長期化となったときに、インバウンドを見込んだ形でいろんな施設を持っているところが、その期間をどう埋めるかという問題も出てくると思います。その期間は結局、国内事業で埋めて行かざるを得ないですよ。

榎山委員

それは多分国も分かっている、Go to 事業等に予算をいっぱいつけてやっていると思います。これもエージェントに聞きましたが、2月以降が恐ろしいと言っていました。今の予約ベースで1月と2月がこんな状況ですので、Go to が本当に1月末の冬場の一番の閑散期に切れた場合、日本人は絶対動かないという心配はされていました。

服部部会長

分かりました。ありがとうございます。

まだ時間は十分にあるのですが、一通りそれぞれの立場でこの半年、考えてこられた、感じておられたこととお話いただきました。この後、コロナの影響を踏まえた上での観光戦略の見直しというところがありますので、皆さんの方から、この辺についてはぜひ見直した方がいいのではないか、これについてはさらに検討が必要だということがございましたら、その辺りについても、一通りご意見を伺いたいと思いますが、皆さまに考えていただいている間に、私の方から一つお話をさせていただきたいと思います。

コロナに関して、一つ、二つぐらい大きな影響があると思っていて、一つは、先ほど出てきましたけどマイクロツーリズムです。結果論なのかどうかという感じはありますが、マイクロツーリズムという形で今まで中を見ていなかった観光地に対する需要というか、魅力というか、そういうものを見直すきっかけになったと思います。コロナを契機に、近場の観光地に行くようになったが、これは今後継続していくのかどうか。持続的なものに結びつけられるのかどうかというのが、まさに結果論として今遠くに行けないから来ているというだけの話なのか。魅力に気づいたので、それに備えて、身近な観光地の方もそれを繰り返し来ていただけるような、リピーター対策をしっかりと、持続可能なところに持っていくってところに繋げていけるかどうか、その瀬戸際というか境目にあると思います。そこが一つ犬山という、観光地を考えたときの一つ大きなポイントになるのかなと思います。コロナのときを見ていても、他の観光地に比べれば、比較的犬山に日帰りに来ていた人はいたと思います。多分その感覚が、犬山ぐらいならという感覚が非常に強く、犬山ぐらいなら行っていいのではないかという感覚で来られていたのだと思います。それを犬山だからこそコロナを契機に変え、その先に繋げていけるか。マイクロツ

ーリズムというのが、持続的なものとして定着していけるかの一つポイントになります。それが宿泊を伴ったというところも含め、やっっていけるかというのが一つあるだろうと思います。

もう一つ、コロナに関しての一つのキーワードは、「冗長性」だと考えていて、冗長性を重視するような世の中になるのではないかと思います。色んな言葉で現れていますが、例えばソーシャルディスタンスです。ああいう話し言葉についても、結局冗長性という話で、空間にある程度、一見無駄と思えるような余裕があったところが今のような状況だと結構強かったというところ。効率性を重視し、ぎゅうぎゅうに詰め込んできたところ、回転重視になってきたところが、今のような状態になると非常に弱いというところで、ある程度余裕を持った空間があり、結果的にソーシャルディスタンスが実現できたり、人を分けたり、安心、安定してその場にいられたりということで、一見無駄に見えるが、結果的にその場所の魅力に繋がっているというところが、冗長性という言葉で表せられるのかなと思います。効率重視でやってきたところが、みんな今回のコロナでやられているものの、だからといって、after コロナを見込んで、すべて冗長性のある空間にリフォームしていけるのか、イノベーションしていくのかというと、そんなことでもないと思います。ある程度空間に余裕を持たしていかないと今後の社会では生き残っていけない、やっていけない、もしくは危機に対応できないというところがあると思われるので、そういう冗長性をいかに空間の中、都市の中に入れていくかが一つテーマになるのかなと思います。

あと一つ、今の二つの大きなテーマとは少し違いますが、今回感じた一つは、犬山でも犬山祭が中止になったという非常に残念なことが起こりました。ただ、全国各地でいろんなお祭りやイベントが中止になり、特に伝統的な催事が中止になったことは、非常に由々しき事態だと思っています。これは観光にとどまらず、その地域のコミュニティとか、「まち」というものの持続性を考えたときに、伝統行事、催事が止まるというのは、大変大きな凶事、問題のある出来事だと思います。伝統催事が一度止まると、失われるものが非常に多いです。これが2年、3年と止まるようなことがあれば相当なものが失われてしまいます。簡単に言えば、その年にしか参加できなかった子供たちがいるはずで、中止になればその子供たちにはその体験がないことになってしまいます。それが遠い将来で考えていくと、その祭りや地域コミュニティの継続性に大きな影響を与えるだろうと思います。今年の1回はやむを得ない。やむを得ないことではあるけれど、2年目、3年目になった時に、ただやめるという選択肢は絶対ないと思います。とはいえ、色んな問題点が残っています。完全な形でできるのかどうかは、言い切れないところもありますが、何らかの形で、その本質的なところはしっかり残していけないといけません。それをやっていかないと、結局長い目を見たときに、観光というものが維持できなくなる恐れが非常にあるところは、ちゃんと意識すべきだと思います。一つの事例ですけど、京

都の祇園祭が先週もしくは先々週に、30分の短いドキュメンタリーでしたけれどもNHKでやっていました。今年祇園祭を中止すると言いながらも、形を変えてやったわけです。そのドキュメンタリーで流れていましたが、地域のお寿司屋さんが旗を振って、祇園社に頼み込み、馬の背に、そして車に神様を乗せて町内を練り歩くという形で、山鉦は出ないけれども、催事をできるように調整し、相当な苦勞をされて、やられたようです。後事に則って、一番本質的なところは、祇園の神様が氏子のところを回るというのが一番大事なポイントなのだろうというところで、こういう形でも祇園祭なのです。そこに参加された方は、神様が来てくれたと思うわけで、そこで日頃の掛け声をみんなですること、コミュニティの一体感も含め、しっかり感じる事ができた、やってよかったという話がありました。そういう意味では、ただ辞めるという選択肢ではなく、もしくは、ただ祭礼はやればよいということではなくて、そのお祭りが持っている本質的なところをしっかりと見せて、最低限ここは守っていきたいというところを、いろんな形で工夫をしてやっていく。祇園に限らず、他のところでも、様々な工夫を、秋祭りぐらいになってからはされているところがあると見ています。そういう形で、その地域の伝統催事を守っていく、続けていくというのが、このコロナ禍にあっても絶対に必要なことだろうと思います。それは、観光にも繋がるだろうと思いますので、そういう点もぜひ、観光戦略の中でもしっかり考えていただければと思っています。

ということで長くなりましたが、私が話している間に、委員の皆さまには考えていただけたかと思います。特に順番は設けません、皆さまの方から、観光戦略まとめ、特にコロナを踏まえて考えていただきたい、検討してもらいたいところがありましたら、ご意見いただければと思いますが、いかがでしょうか。

奥村委員

犬山には、外へ出て観光できる施設が多くあります。犬山城で言うと、お城自体は室内ですが、そこに行くまで外です。それから、山と川がある。今は木曾川観光さんが、今年の11月に観光庁の事業で遊覧船を実施し、モニターをやって、今後反映していくという動きもあります。閑散期といいますか、メインの観光が終わってからの活用方法として非常に良いと思っています。そういったことで川がありますし、山で言うと、今、城下町にはかなり人が来てしまいますが、BCPじゃないですけど、城下町には入口があっても出口がないですから、ずっと観光客がーか所に固まってしまう。そこから連動して木曾川河畔を歩いていただき、栗栖の方へ行っていただくとか。木曾川沿いの竹林が伐採されて、非常に景観が素晴らしいですよ。あれを何とか活かしていけないとか。竹ですから毎年生えてきますし、何とか維持が出来ないものかと商工会議所としても、県の方には、そういった要望を国に押し出して欲しいと要望しています。自転車が流行っていますし、川と山を見ながら、そういった自転車で使ってそこを散歩するとか。城下町から桃太郎まで、山川を伝った逃

げ道と言いますか、そうすればBCPとか、かなりの方が流れて、犬山遊園駅から行けますから、今は城下町だけに特化していますが、これからもどんどん増えてくると思いますけど、入口出口じゃなくして、継続して栗栖まで行ってもらえれば、それでまず一つは、新たな観光地が出来ると思います。

服部部会長

竹林とはどこのことですか。

奥村委員

栗栖の竹林ですね。川岸にずっとあって、今は伐採されて非常に綺麗です。

服部部会長

若干荒れているところもありますが、栗栖の川沿いの竹林ですね。

奥村委員

何百mと続いていますし、対岸も見えますからね。

服部部会長

対岸から見ると非常に綺麗ですよ。コロナに絡めて、ただし、回遊分散を図っていくという意味で、城下町に留まらず、河畔に流し、更に栗栖まで繋げていくというような戦略が必要ではないかというご意見だと思います。他いかがでしょう。

靱山委員

さっきの話の続きになってしまいますが、犬山はマイクロツーリズムで、個人旅行の場所で、もともこの観光の流れでお客さんをお客さんと呼んでいたような「まち」ですので、そこを今後どうしていくのか。さっきの話にもなりますが、富裕層等に向け、付加価値を高めるとか、何か施設を作るだとか、ソフト的な部分も含めて、付加価値の高いサービスなり施設を提供できるようにしていけば、今まで以上にターゲットが広がってくるだろうし、近所の人に来るといっただけのマイクロツーリズムではなく、名古屋に来た人から見たらマイクロツーリズムと言うのでしょうか。東京・大阪から名古屋に来た人が、行こうと思えるようなマイクロツーリズムという発想もあってもいいのではないかと思います。東京からの転勤で住んでいる人もいれば、出張で来て仕事をしている人もいますので、そういう人や家族に、来ていただけるような仕掛けを、一体でできればと思います。そうしていかないと、東京みたいに密度の濃い市場はないので、幾ら名古屋が大都市といえども、同じ頻度だったら、多分東京近郊の鎌倉だとかとは比較にならないので、そういう意味で言うと、名古屋圏外からこのエリアに来た人に行ってもらえる、来てもらえる「まちづくり」なり、観光施策を打っていくべきではないかなと思います。

服部部会長

先ほど電車旅が好調だと話しをされていましたが、愛知県で電車旅が好調なのは、話されていた日間賀島とかそっちの方面ですかね。

靱山委員

一泊で行けるようなものですね。

服部部会長 それはやはり食事ですかね。

朮山委員 食事とか三谷温泉だとかの温泉ですね。

服部部会長 食事や温泉、宿泊、そういった特徴を持った場所があることによって、近旅の受けがいいということですかね。

朮山委員 今は無いですけど、名鉄犬山ホテルがあって、電車に来て、食事して泊まって、温泉に入ってもらってみたいのがあれば売れたとは思いますがね。

服部部会長 体験を伴うようなものって犬山だけではなく、愛知県は全体的にコンテンツが乏しいですよ。その体験、特に富裕層をターゲットにした体験ということ言えば、NHKの番組で、「新日本紀行ふたたび」という番組で、ちょうど犬山とか尾張地方が取り上げられていて、芸処としての尾張地方があり、それがあるからこそ、祭りがあるというような話が出ていました。それで、芸処としての尾張地方という感じが、大分薄れてきているのだろーと思っておりますので、もともと犬山はまさに芸処の、特に城下町の私が住んでいるところなんかはそういうところですから、芸処の流れっていうのが大分薄れているところが、そういう体験を伴うコンテンツに繋がっていないところも一つあるのかなと思っております。他にいかがでしょう。

片山委員 先ほど服部部会長から、犬山ぐらいなら大丈夫、犬山だからこそ来る、という話があり、先ほども修学旅行が好調だという話しをしましたが、明治村やリトルワールドが好調な理由は密ではないことだと思います。広大な敷地の中のテーマパークで一応建物に入れば、閉鎖された空間かもしれないですが、広大な土地を散策する分には密ではないところが学校に受けているということもお聞きしました。犬山城も天守閣に入れば、密になるかもしれないですが、やはり10月、11月を見ていると、日頃来てない学校も、犬山城に来ています。毎年10月、11月と言っても1か月辺り4、5件だったのが、今年は15件から20件来ていることを考えると、やはり3密ではないところをもっとPRしていくべきだろーと思っています。城下町と犬山城は昨年51万3000人ということで、すごい人数が来ました。残念ながら今年は20万しか来ていないですが、やはり城下町と犬山城のポテンシャルは高いですから、それはそれで継続し、有事はもちろんですけど、一応、城下町もお店に入れば建物ですし、密になりますが、城下町を散策する分には、屋外でもありますので、ある程度の数はこなせるとしています。それだけでなく、やっぱりこんなときだからこそ、リトルワールドや明治村といった、犬山を代表するテーマパークへの観光需要の取り込みを、観光協会としても、僕としては頑張っていきたいと思っています。今後ホテルも2つ新たにできます。マイクロツーリズムかもしれないですが、

名古屋にこれだけホテルがあって、マイクロツーリズムだけではホテルは埋まらないですから、やはり、東京、大阪あたりまで視野に入れた誘致活動をしなないと、ホテルができて名古屋の人が本当に 30 分のところに来てくれるのか少し不安なところもありますので、それは継続してやっていかなければいけないと僕は思います。

服部部会長 今のテーマパークに来ている学校団体の利用というのは修学旅行ですか。

片山委員 小学生の遠足と、教育旅行、修学旅行です。

服部部会長 どこに泊まっているのですか。

片山委員 全部名古屋とか、犬山以外になります。

服部部会長 どの辺の圏域から来ているのでしょうか。

片山委員 愛知県の中でも、思い出旅行ということで、本来であれば京都等に行っているところも今年は行けないので、三河の人が犬山城に行き、名古屋に泊まるということを知っています。今キャパシティがないですから、名鉄系だと小牧ホテルがあり、そこにも打診がありましたが、やはり名古屋の方に行ってしまう団体が多かったと聞いています。遠くだと、意外と京都の学校が犬山に来るといった要望がありました。大阪は少ないですが、京都の人が犬山に来るのが今回統計で見えてきました。

服部部会長 その思い出旅行が今年限りのものなのか、今後数年間の話なのかは分かりませんが、新しい教育コンテンツを生み出し、動きが変わっていくところに結びつけられるのが大きな違いですよね。可能性としてはあるのではないかと思います。学校の先生に聞いたところ、特に、小学校 6 年生の旅行だと、社会科の歴史教育という意味で、複数の時代がある観光地が望ましいという話をされてきました。例えば古代と、戦国時代と近代ですね。そういう複数の歴史を通じて学べるところが、学校の教育カリキュラムとして必要だと聞いています。そういう意味で、犬山はまさに近世、近代というところが、明治村、犬山城、城下町あたりでかなりいけるのかなと思います。若干古代のところ弱いのかなとも思いますが、青塚山古墳等もある程度ありますので、その辺をどうセットにしていくかというのは、犬山だけに限らず、他のところとの関係もあると思います。古代というところと言えば、伊勢なんかも含めて、古代に近づいていくところがあると思います。伊勢と犬山を何らかのセットにすることによって、そういう小学校の事業としてかなり完結するような、パッケージが作れるという可能性はあると感じています。

一通りまたお話いただきましたが、まだ他にご提案ございましたらお願いいたします。あと事務局の方からも聞いておきたいことがあれば併せてお願いします。今日梅川委員がいらっしやらないので、若干早く終わると思いますが、梅川委員には別途機会を設けてお話を伺い、専門部会にフィードバックしたいと思います。その他大体よろしいですか。

(意見なし)

次回になりますが、「犬山らしさ」の話をしたと思っています。「犬山らしさ」を検討するにあたり、是非こういう資料を準備して欲しいとか、そういったご意見ありましたら最後に伺いたいと思いますがいかがでしょうか。犬山ならではで、他にはないという、観光戦略をいかに立てるかというテーマだと思っています。親委員会にも上がっていますけども、「犬山らしさ」をどう捉えるかが大切ですよ。今日もそれに繋がるような議論がいくつかあったと思いますが、そこについて検討しておいて欲しいという点、何かありますでしょうか。

(意見なし)

私個人的ですが、犬山には城下町という非常に大きな資源がありますが、その城下町だけで捉えていると「犬山らしさ」についての議論が少し狭くなってしまふのではと思っています。そもそも犬山の成り立ちを考えると、もともと木曾川との関係が非常に強く、水運から始まり、近代に入ってもその取水口があるというところで、尾張地域の水処というところもあって、この地域のいろんな農産物を育てています。守口大根が育っているのも、水があるからだというところ言えば、犬山の水というのは、非常に大きな資源なのではないでしょうか。最近では SDGs という言葉もあり、言葉だけ躍っているところはあると思いますが、まさに犬山があるのは、例えば木曾川の水ですとか、そういうものをしっかり価値として捉えていくことができれば、まさに SDGs を意識したまちづくり、観光にも繋がっていくのではというところがありますので、川・水に絡むような、犬山の資源の捉え直しも、是非次回に向けて事務局の方でも、色々資料を集めたり、ご検討していただけるといいかなと思います。

それでは、若干時間は早いですが、事務局にお返ししたいと思います。

ありがとうございました。

本日は梅川委員が欠席ということで、当然、梅川委員としてもお考えがあると思いますので、色々議論を交えながら、進めていきたいと思っていますが、それについては服部部会長と今後の進め方も含めて、協議させていただきたいと思っていますので、よろしくお願いします。

それでは次第の最後、その他でございます。次回の専門部会については、事

事務局

前に日程調整にご協力いただき、ありがとうございました。次回、第5回専門部会は、年明けの令和3年1月14日木曜日午前10時ということで、調整が整っていますのでよろしくお願いします。

それではこれをもちまして第4回観光戦略会議専門部会を閉会させていただきます。本日はどうもありがとうございました。