

関西広域連合協議会観光・文化分科会の議事概要について

- 1 日 時 平成 24 年 10 月 4 日（木） 10:00～12:00
- 2 場 所 関西広域連合本部事務局大会議室
- 3 出席者 ○秋山会長
○観光・文化分野：佐藤祐子委員、八木委員代理、津田和明委員、奥田委員、多田委員、中島委員、畑委員
○事務局：中塚本部事務局長、松村広域観光・文化振興局長、雨宮広域観光・文化振興局文化課長、各府県市参与（代理含む）

4 議 事

（1）配布資料説明（事務局）

- ・広域観光・文化振興局の取組について

（2）意見交換

【委員】

- ・神戸空港と大阪空港はオウンユースチャーターでしかチャーター便を発着できない状況にあり、それ以外の全国の空港にはチャーター便が中国なり韓国、また東南アジア、ヨーロッパ、欧米から随分と来ている。ぜひとも国に対して大阪空港、神戸空港に関してオウンユースチャーターを廃止して、一般のチャーター便が発着できるような運動を展開していただけないか。
- ・国の観光庁の予算が今年度 126 億ぐらいついたと思うが、私が思うのは、確定申告に医療費控除というものがあるのにどうして国内旅行費控除ができないのか。控除があれば、国内旅行が随分と活性化するのではないかと考えているので、これも関西広域連合の方から国に対してぜひとも国内旅行費控除という制度を提案いただきたい。
- ・アウトバウンドで日本人は年間 1600 万人が海外へ行っているわけだが、これに対して出国税をせめて 1000 円なり 2000 円なり付けていただくとその金額が 1000 円にして約 160 億、2000 円にして約 320 億、これを観光予算に回していただけて海外のインバウンド、国内旅行の活性化に付けていただければいいかなと考えている。ぜひともお願いしたい。

【会長】

- ・チャーター便の件については、これまでも要望してきているが、要するに通関とか検疫とかの要員をどう確保するかということが一つの問題だと思う。そういった要員の不足がネックになっている。おっしゃるようにできるだけ要望をして、特にプライベートジェットで皆さん来ていただけると国際会議もすぐできる。外国だと機内まで乗り込んで全部やってくれる。それだけ要員がいると便利なのだが、これは引き続き要望していきたいと思う。
- ・国内旅行費控除は税制の問題なので、どこの範囲まで免税にするか。それをすれば収入は増える面もあると思うが、これは要望事項としてお聞きしておく。
- ・出国税については、関空は施設利用料を取っているの、さらに出国税を取ったら皆さんが負担と感じるかどうか。出国税をかけるけれども、それを負担してもらった分

だけ地域振興なり、海外PRなりに使えるようになればプラスの面もあると思う。ただこれは国の政策の問題なので、要望としてお聞きしておきたい。

【委員】

- ・今の説明を聞いて感想を言うと、観光と文化両方ともに投資効果があったか非常に見えにくい。今のような時代、どれだけの投資効率があるかによって判断されると、観光の場合、中国で宣伝して、それが日本のどこに入国したか正確な数は掴めない。国単位ならわかるけれども、自治体で例えば大阪が上海や北京でプロモーションをやり、その影響で日本へ来る人が、どこの都市へ来たかは読みづらい。だから投資効率という見方をすると、観光には自治体のお金は出にくい。
- ・文化も同じだ。もともと文化は無駄から発達してきている。人間が生きるためには別に必要ない。ただ生きていくだけでは人間じゃない。無駄から出発しているのが文化だから、無駄を徹底的に切っていくような今の時流からいうと文化振興のお金は出にくい。国の方は文化庁でも、この苦しい財政の中でも毎年一定額を守っている。率は少ないが、予算の中の0.01%か0.02%。フランスとかと比べると極めて低いが、それでも一定額は維持している。文楽の補助金問題でもわかってもらえると思うが、文化支援はゼロベースでやられると本当にゼロになってしまう。
- ・観光も文化も、建前はきれいだけれども、お金が出てこない。広域連合でこれだけの大きな事業をやるかというのに、2千万円ほどの予算ではテレビのコマーシャル一発も打てない。このような予算で本当にできるか疑問だ。だから国も自治体も、観光や文化というのは長期的には日本に必要なものだから、少なくともいいから、毎年これだけは確保して出しますという約束をする。それでいろいろ計画して下さいというようにやらないと、夢のような案は作るけれども、予算原資がなくて活動できないという状態がずっと続くのではないかと思う。
- ・観光や文化は国、自治体としてどうしても必要なものという認識に立って、何パーセントでもいいから一定額を確保してほしい。従来は企業がいろいろ支援してきたが、今は企業自身が寄付しているつつぶれてしまうような状態になっている。原資面で色々考えていかないとできない。例えば出国税も考える。外国へ行くことを規制するのかと取られると、外国との関係でトラブルになる可能性がある。観光ホテル税というようなものを取って観光振興をやればいいんじゃないかと思うが、大阪で観光税をやれば、じゃあ大阪に来るなということかと取られる危険がある。とにかく宝くじでも税金でもいい、なにか一定の原資を作らないと振興はできないと思う。医療控除制度と一緒にやり方で、旅行控除というのがあっても良い。それでも金持ち優遇だというように解釈されてしまうと非常に難しい。今の時勢をよく考えながら財源をつくっていくことをやらないといけないと思う。

【会長】

- ・文化と観光振興はお金がかかる。昔はお金持ちが文化振興をやってきたからうまくいっていたが、今は企業の方もお金がなくなってきているので、国もない、地方もない、企業もないといった中で文化をどう育てていくか非常に難しい。国の発展にとっては、文化とか直接文化でないものでも長い目で見れば非常に効果があると、そういう使い

方をやっていかないといけない。

【委員代理】

- ・京都府域の外国人の宿泊者数が概ね 100 万人で、約 98%が京都市内に泊まられている。後の 2~3%が京都府域。観光連盟は京都府と共催で、インバウンドを担う人材育成のセミナーを今年 7 回にわたって実施したが、非常に感じたことを 2 点だけお話しさせていただく。
- ・単独で一府県が東アジアに売り込むというのは非常に難しいということがあったし、今、大阪とか京都、東京というのは名前が売れているが、関西を売り込むためには大変頑張らないといけないと思った。関西ブランドを売り込むには、各地域のバランスにこだわらず、関西といえば何々と言われるブランドをまず構築し、それを一点に売り込む。まずは関西に来ていただいてそこから各府県に回っていただく。広域ルートを 8 コース作っていただいているけれども、重点的に売り込むものを選択していく方がいいのではないかと思う。
- ・セミナーの中でお聞きしたのだが、同じ中国の中でも階層により嗜好が違う。それとエリアによっても言葉が違うということで、中国一国に対しても、地域ごとの戦略を取っていかなければならない。韓国も香港も台湾もそれぞれ食の好みや趣味嗜好が違うので、それぞれ国別の対策を取るとか、国別の広域ルートを作るとかそういうことが必要ということを知り、実感しているところ。そのような方向で進めていただいたらありがたい。

（事務局）

- ・関西ブランドは関西観光・文化振興計画にあるが、広域産業振興分野でも関西ブランドを売り込むこととしているので、産業と観光文化で関西ブランドがどういうものなのか意見を交わしながら、お互いが一緒に関西ブランドとしてプロモーションできる方向性を見いだせないかと検討を始めたところ。

【会長】

- ・大阪や京都ならわかるが、関西そのもののイメージ、定義のようなものがないと、なかなか関西という名前が売れない。関西の何を売り物にするのか。文楽や歌舞伎の発祥の地ではあるが、あまりそういうイメージもない。非常に文化程度が高い地域だとか、産業が活発な地域だとか、あるいはホスピタリティとか、何かやろうと議論はしているが、なかなか固まってこない。確かに、関西ってどういう地域かと聞かれたときに、ひとりで答えられない。そういったところが非常に問題だと思うので、これから皆さんにご意見を聞きながら、順次できあがっていくものだと思う。今いろいろ出た話の中で、京都ばかりに観光に行って、滋賀には全然来てくれないとか。そのへんは京都府として滋賀県と連携していかないといけないと思うのだが、何かあるのか。

【委員代理】

- ・観光連盟と京都市観光協会、京都府、京都市の 4 者で滋賀県と京滋連携をしている。インバウンドについても、京都に来ていただいたら必ず滋賀県へ行っていただく。滋賀に来ていただいたら京都へも行ってもらう。こういうような連携を今、進めているので、その中でもいろいろできるかなと思っている。

【委員】

- ・資料の説明を受ける中で全体的なイメージが掴めた。これを地元へ持って帰り、活動の一つ一つに落とし込んでいかないといけないと思う。日本の中心にある関西に海外からお越しただくとすると、やはり関西空港の存在が非常に大きいのではないかとと思う。実情を見るとハブ空港化されてないのではないかと若干見受けられるので、関西というところというブランドであるという中で、日本のどこへ行くにしても非常にアクセスがよい中心地であると。あるいはおもてなしというかジャパンスピリットは関西にありと。そういうようなところが関西広域連合から発信でき、日本のスタンダードが関西であるというようなことが発信できればよいと思っている。文化も様々な文化があるが、それをずっと紐解いていくと小さな町村単位だったり、地域の人とのかかわりであったり、そういうところに文化というものが根付いているのではないかとと思う。先ほど予算の話があったけれども、そこまで落とし込もうとすると予算の計上が非常に少ないと思われるので、それを各地域でどのように組み立てていくのかということが問題なのではと思っている。それこそ日本の真ん中、東と西を結ぶということであると、昔から都の文化が滋賀県にあると思っているので、滋賀県の役割としては琵琶湖を中心としたネイチャーブランド、自然環境を見ていただく、滋賀県ならではの感じていただくということと、東と西の文化、人・もの・情動的なものをどう結ぶのかという役割が滋賀県にあるのではないかとと思っているので、京都とさらに連携を深めていきながら、京都の奥座敷的な滋賀県、あるいは日本の中心である滋賀県というところを発信していかなければと感じている。

【会長】

- ・おっしゃるとおり地域発展しようと思ったら、空港とか港湾とかが大事。韓国がなぜ発展したかというインチョンとプサンが非常に発展したため。関西広域連合、関西経済界も中心になって関空振興、関空のハブ化を一生懸命やろうとしている。道路計画にしてもミッシングリンクといわれるようにみんな切れている。観光するにしても交通の便があまりよくないし、通行料も2～3回取られる。関空もLCCの拠点空港にしようということだいで増えつつある。本年度は13万回は何とか達成できるのではないかと。地域の産業にしても、文化にしても、観光にしても、全部、基幹施設がないとだめ。もちろん伊丹も大事だが、一つのハブとしての関空の育成が重要。伊丹も利便性が高い都市型空港なので、両方うまくやりながら、国内も国際もできるようにすべき。
- ・もったいないとか、おもてなしとか、そういう文化を育てるのが一つのブランドとして力になっていくのではないかと。人の連携が文化だというのはおっしゃるとおりで、広域連合でできれば多様性と連携ということ 키워ドに各地域が文化や歴史、産業とかをまず輝かしてもらいたいと思う。それをどう連携していくか。東京だと一極集中だが、関西だと各地域でいいものを持っているから、そういったものをみんなで磨いていって、それをうまく連携して一つの力にしていくという逆の形の発展というものを目指すべき。東京は上から下への発展で、関西は下から上への発展というふうな形でやっていくのも一つではないか。そういう多様性と連携がキーワードだと思う。

なにしろ琵琶湖は命の水を預かっているから、そういった意味では自然環境を含めて、いろんな形で発展の基盤になっていると思う。

【委員】

- ・ 関西ってなんだという話があったが、最近の国内を見ていて、東京を中心としたあまりにも短視眼的なものの価値判断の仕方を強く感じる。関西は歴史に根ざした、日本の伝統的物差しを担っている現場だと思う。日本という国の文化圏を考えたときに歴史的・長期的な視点をもって、物差しを提供できる発想は関西以外にないと思うので、ぜひそのことを大事にしたい。今日報告いただいたものはやはり経済的な意味もあるだろうし、芸術的なニーズも高いと思うが、観光に話題が非常に集中している。コンピューターの世界で例えると観光というのは、私たちにとってアプリケーションみたいなものであると思う。インターネットの世界では進歩が速いけれども、最後の勝負はすべてコンテンツが人を説得していく。文化というのは、私たちにとってはコンテンツだと思う。このコンテンツを絶対的説得力あるものに磨き上げ続けるかどうかという、意志の統一というか、その集中力を緩めては絶対いけないと思っており、ぜひ皆様にもこの機会に、文化・観光両方あって初めて何事も始まるのだと確認していただきたい。特に次の世代に語りかける責任は重いと思う。
- ・ その中で、アジアの文化観光首都という切り口はやはり通じないと思う。あまりにアジアという言葉が大きすぎて、アジアの歴史、世界史のことを考えれば、トルコやインドなどもっと迫力ある世界は実際あるわけだから、アジアの文化観光首都という呼びかけは構わないが、私たちの意識の中に深く持たないといけないのは、北東アジアの文化観光首都ということ。中国の一部の知識者には、文化大革命は大失敗だったという認識をしている人たちが確実におられ、その方々はやはり中華文化の悠久の流れは日本、関西にこそ流れ続けていると意識されている。そういったことを私たちが逆に学ぶことで、私たち自身の独立性や存在感といったものが世界の中で何を意味しているのかを自覚していくチャンスが生まれてくると思うので、ぜひ中華文明、中華文化の大きな流れが体感できる現場という意味で、関西でシンポジウムをどんどん繰り返し広げていく必要があると思う。
- ・ それから関西のプロモーションについて感じるのは、やはり私は関西空港を中心としたハブ化というものをもっと真剣に考えるべきで、それからチャーター便の話もあったけれども、どこにでもあるのでなく、やはり集中させるべきだと思う。関西空港を本当の意味での世界レベルのハブ化、そして利便性から三つの空港の個性の使い分けというものを私たち全体の創意で導くべきだと思う。KIXという関西空港のロゴだが、世界共通という意味で、先ほど紹介のあった関西のロゴと共にKIXというのを私たちが活用していけばいいのではないかとずっと感じている。世界の空港を三文字で、例えばSFOがサンフランシスコだとか、BOSがボストンとか、素直にぽっとニックネーム的に呼ばれる3つのイニシャルはなかなかなくて、羽田とか成田とかはそういう力は持っていない。KIXという言葉は即イコール関西として、今後もっと活用していくべきと思っている。
- ・ 以前ある方に、国際観光都市の京都にどんなことを期待するかと聞いたときに、一番

に言われたのはチャーター機じゃなくてプライベートジェットを降ろして下さいと。京都に空港をつくれと言っている訳ではなくて、京都が真剣に国際観光都市を考えるなら、国内どこでもよいので、京都の責任でプライベートジェットをすぐ降ろせませうというところを確保してくださいと言われて驚いたことがある。広域連合を考える中で、東京に勝てる一つの世界レベルの説得力もそういうところに隙間があるかなと思ったりしている。

- ・実は古典の日をお願いしたくて来たのだが、今まで源氏物語千年紀というのは 2008 年にあり、その年を一つの契機として、11 月 1 日は古典の日というのを一生懸命発信続けてきた。それがこの 1 カ月ほど前、国のレベルで制定され、祭日にはならないけれども 11 月 1 日を古典の日として、これからみんなで考えていこうとしている。これは京都の発信であったけれども、関西の財産として、舞台を東京へ移すことが絶対ないようにしないといけない。皆さんにもなんとか古典の日を地域社会の催しなどで、いろんな形で 11 月 1 日を取り上げてほしいと願っている。今年は鴨長明の方丈記が 800 年という年になる。2015 年は琳派の 400 年という年。京都の下鴨神社に鴨長明が最後に暮らしたであろうといわれる方丈の建物が再現されているが、それを見ていただくと非常に説得力があると思う。あの方丈で有閑の流れを過ごした鴨長明の精神的な世界を私たちは北東アジアの文化観光首都の担い手としてどう発信していくつもりなのかというようなことである。実は先ほどから皆さんに取り上げていただいている予算処置の問題とか、経済的な裏付けとか、鴨長明の生き様とはまったく反する生き方で、何もないからこそ実は心が豊かだというそういう世界である。その精神世界をしっかり我がものとし、私たちの世界レベルでの発信力が問われている。
- ・観光プロモーションのアジアの隣国に対する積極的な取組は非常にありがたいが、やはり欧米に対する意識の取り方や働きかけを緩めてはいけないと思う。京都市の観光大使で、日本人以上に日本のことをよく知った、京都人以上に京都をよく知ったアメリカ人が私の友人でいるが、そのような人材が世界に散らばっている。

【会長】

- ・今の古典の日の話で、今年が方丈記 800 年とか、古事記も 1300 年とか。こういったものを広域連合としても積極的な発信というか、古典の日だけではなくてやっていく計画があるのか。欧米に力を入れるという話だったけれど、このごろは近場ばかり行っている。予算の関係もあるが、そのへんで欧米との取組みをどうするか。

(事務局)

- ・中国のマーケットが伸びてくるということもあり、昨年、今年と中国へプロモーションをしてきたが、やはり今回の国と国との問題とかいろんなことを考えていくと、欧米と東南アジアを含めた重層的なプロモーションが必要ではないかと考えている。国の予算も活用しながら、事務局で検討していきたいと思っているが、今のところ欧米に対して明確な方針は持っていない。古典の日と、方丈記が 800 年、古事記が 1300 年の取組みや、イベントなど、広域連合のホームページなど IT を活用しながら、情報発信に積極的に取り組んでいこうと考えている。

(参与)

- ・中国やベトナムというところは国のパワーが強いので、トッププロモーションの効果が出てくる。こちらが行って要人の方とお会いしてお願いしたら、どこそこの旅行社でツアーを作りましょうという話がすぐ、まとまる。欧米や韓国などは民間市場になっているので、トッププロモーションの効果があまり見込めないというところがあるのかなと思う。中国が主体になるのはそういった理由だと思う。

【会長】

- ・欧米に行った場合によく言われるのは日本だけでなく中国も一緒に来てくれと。わざわざ遠くから行くのだから、日本だけでなく中国も一緒に見られるようなツアーを組んでくれと言われる。この間も上海の関係者のところへ行って、これから連携を強化していこうと話をしてきた。そのへんは予算との関係もあるが、これからいろいろ検討していきたいと思っている。
- ・KIXをもっと強化せよという話があったけれども、これはKIX自身が一生懸命やっているが、広域連合の中ではあまりロゴとしてKIXを使っているということはないように思う。基幹的な設備と観光を結びつけるというのは、今まではどちらかという旅行社まかせだったが、地域としてもそういうインフラも売り込みながらやっていくことが必要かなと思う。
- ・北東アジアに力を入れろというのはおっしゃるとおりだと思う。アジアは非常に文化が多様化していてなかなか絞りにくい。そういった意味では北東アジア、中国との関係、あるいはこれからロシアをどうしていくかという問題はありますが、その辺はこれからだと思っている。

(事務局)

- ・さきほど、委員から古典の日について触れていただいたので、少しプラスアルファさせていただくと、私も6年前から古典の日の取り組みに参加している。ちょうど6年前、2年後に源氏物語が千年紀を迎えるということで、2008年を目指して呼びかけをしたが、そのとき瀬戸内寂聴先生やドナルド・キーン先生、梅原猛先生ら8名の呼びかけ人の先生方のお心の内は何だったかという、現代日本への危機感であった。今の日本人のモラルであるとか、社会であるとか、そうしたものが古き良き時代に比べてメルトダウンしているのではないかと。今一度立ち止まって、古典の中に日本人の日本の有りようを問い直す機会に源氏物語千年紀2008年をしよう。それを無事終えたときに、この11月1日をぜひこれから先も古典の中に歴史的な文化の中にその有りようを求める日として、ぜひ残していこうと。法制化に向けての動きをオール京都で古典の推進委員会を作って進めさせていただいた。今年の3月29日に、福田康夫先生を会長に超党派で推進議連ができ、ようやく8月29日法律が通り、9月5日に公布になったわけである。今年は方丈記800年、来年は世阿弥生誕650年、その次が琳派400年。今年は古事記1300年だったが、ただ決して今年は何々、何々という繋いでいくものでもないだろうというのが我々の考え。関西の文化の持っている日本や世界に対する今日的な役割を毎年しっかりステートメントしていけるようなシンポジウムをぜひ来年、企画していきたいという思いでいる。

【会長】

- ・平城遷都 1300 年もそれ一発で終わってしまった。そうではなくて、もうちょっと広がりをもった日本文化の今日的な意義を協調していかないといけない。

【事務局】

- ・関西は元来、歴史・文化の集積地ということで有形無形の文化資産がたくさんあるところだが、その底辺にある無形の精神文化というか、無形の文化がいろんな人の心を打つ。欧米の方々も日本に何を求めてこられるかという、有形の文化資産の底流にある無形の文化、精神的な風土であったり、それが古典や食文化であったり、いろんな文化のコンテンツだと思う。そういったところをうまく面にして発信する。先ほど会長がおっしゃったおもてなしの文化やもったいないなど、いろんなキーワードがあるけれども、関西が日本の美意識の原点、日本文化の原点という無形の精神文化をしっかりアピールしていく、そして関西にお越しいただくということ。あまりそういったところに光は当たらないが、仕組作りといったものを皆さんのご意見を頂戴しながら組み立てていきたいと思う。

【会長】

- ・長年の懸案であるのだが、外国の方が能を見たいというときに、どこで何をやっているか、能は5派あると思うが、統一的な情報が集まっていない。能を見たいという外国人は多いが、それがワンストップサービスの的に情報が入ると、もうちょっと能を見ていただけるかなと思う。そういった取り組みをしていただけるのか。

【委員】

- ・能、人形浄瑠璃、歌舞伎、上方落語、そのほか切り口はいっぱいあるが、その中で能楽の世界は最も気難しく頑固な世界かと思う。実は一步入るとシェイクスピアと一緒にだと思っただけなのだが。舞台にほとんど何もないからこそ、観客のイマジネーションの広がりには一番活力を持つと凄いことが展開される。例えば新喜劇は凄く作り込んでいるのでみんながわかってしまう。同じ舞台パフォーマンスでもまったく観客の要求するものが違うから、一旦ツボを得た人にとってはとんでもない凄い世界になってしまう。若い世代が一生懸命、流派を越えて模索されているし、勉強会などもたくさんされているので、中にこもって、自分たちだけで切磋琢磨しているのではなく、関西広域連合も期待しているんだというようなことを次の世代の方に投げかけていきたい。

【会長】

- ・流派とか独自性があるけれども、どこで何をやっているかという情報を一元的にわかるようにすることは難しいことなのか。

【委員】

- ・お茶の世界なんかを見ても一緒。流派を越えてというのは本当に難しい。

【会長】

- ・どこに聞いたら、今日はどこで何をやっているかがわかればいい。そういうのがわかると、外国の方からの問い合わせに便利。内容を一緒にするというのはなかなか難しいが、公演をどこでやっているかという情報をいただけると観光の方には役立つし、あるいは能を見に行く機会も増えるかなと思う。

【委員】

- ・歌舞伎でもイヤホンガイドなどをやっている。外国語対応を含めて、ぜひ意識を切り替えていくようにご報告申し上げたい。

（事務局）

- ・海外へ行くと、コンサートなどに行きたいときに駅前の観光案内所へ行くと、夜だったら小さな教会でコンサートなどの情報がたくさん集まっている。能や狂言に行きたいというときに、多言語で情報提供できるシステムができれば良いと思う。文化観光の方で検討して、できるところからインターネットなどを使って多言語での情報発信について検討していきたい。

（事務局）

- ・関西広域連合の構成府県市の文化課長会議をこの8月から9月末まで3回重ねてきており、来年何をしようかという中で、実は各府県それぞれいいイベントや事業をやっているが、行きたい人にアプローチができていない。要は情報提供が一番弱い。そのシステムづくりを来年、関西地域振興財団と一緒に関西文化ドットコムサイトのの中に専用のコーナーを作って、11府県市の文化芸術情報をリアルタイムで、明日だったら何がある、1カ月先なら何があるとお伝えできるプラットフォームを作ろうじゃないかということではほぼ合意に達しており、それが今の形の一つの役に立つのではないかと。それを多言語にするのか、さらに観光情報もアップするのかということを検討していきたいと思う。

【会長】

- ・どこか一カ所でまとめるのが難しいということならば、どこかの事務局から今年度のスケジュール表をもらっていただいて、さきほどの関西文化ドットコムに載せていただいたら、今日どこで何をやっているかがわかるようになる。

（事務局）

- ・能楽はじつはすでに民間に情報サイトがあり、そこへたどり着けると明日は金剛能楽堂で何がある、明日は大江能楽堂でというのはわかるようになっているが、そのサイト自身があまり知られていないので、やはり情報交換・PRが大事だ。

（事務局）

- ・お話のビジネスモデルみたいなものを文化のところでも少し検討いただいていると思うが、やはりわかりやすいシステムにしないと、たどり着くのに時間がかかるのは問題と思うので、京都府の方で文化と連携しながら検討し、それを広域連合の方でシステムとして上げていくような形を取りたいと思う。

【委員】

- ・インバウンドについては、現状厳しいものがあるが、それでも3年ほど前から大々的に官民挙げてインバウンドに取り組むようになり、統計を取るようになってからずっと全国で後から2番目だったが、3年前に40位前後になったので、もう一つというところ。新聞広告のチャーター便もまんが王国に合わせて飛ぶようになり、それなりの収穫が見込めるかなと喜んでいたら、国と国との問題で取り消しになった。鳥取の場合は韓国のインチョンに3便しか飛んでいないので、将来、関空がハブ空港になっ

て、もう少したくさん便が飛んでくれればと思う。韓国の人に聞くと、日本はまだ原発で危ないと思われているようなので、世界の中でも日本は防犯の面も含めて安全で快適な国だということ力を説きいただければと思っている。今、中国と韓国と島の問題でもめているわけだが、こういうときこそ地道にセールスをかけて、将来に向けて取り組んでいかなければいけないと思っている。現状は確かに大幅に減っているが、あきらめず地道に一步一步、国と国の争いの最中でも民間では交流できるはずなので、ぜひ関西広域連合でやっていただきたいと思う。鳥取県は人口 60 万を切った小さな県だが、食べるものも観光もどこにも負けない立派なものがあり、特に鳥取県はほとんど欧米のお客さんがいないので、そういう観点でも、ぜひ皆さんのお力を借りながらやっていけたらと思っている。

- ・今、白兔海岸から京都府まで、いろんな地形があるが、世界遺産と違い、ジオパークはまだ売れていないので、そのへんをどうしていくかがこれからの大きな課題と思っている。鳥取県だけで申し上げると、代表的なのは浦富海岸だが、かなり紙面に出ており、お客が増えているのは事実。もう少し詰めながら、京都府、兵庫県と力を合わせてやっていきたいと思っている。

【会長】

- ・鳥取県としては足を確保する上で、空港の問題があるが、自分のところに直行便を増やすことにするのか、それとも関西や伊丹と連携しながらになるのか。

【委員】

- ・チャーター便は多少期待があるが、直行便は期待できない。やはり関西がハブ化してもう少し離発着が安くなったり、交通の便が車でも何でも早くなれば、そこを拠点として鳥取に引っ張り込むことを考えた方がいいのではないかとと思っている。

(事務局)

- ・広域観光ルートもそうだが、兵庫、鳥取、京都の3府県連携でメディアファームを組み入れながら、ジオパークや地域の食、温泉等をテーマとして観光客の誘客に努めている。ジオパークだけでインバウンドを呼ぶというのはなかなか難しいので、広域観光ルートの中で連携し、府県の取り組みと広域連合の取り組みで重層的にPRしていきたいと思っている。

(参与)

- ・ジオパークは中国ではかなり多く認定されている。山陰海岸ジオパークは国内外では認知度が低いので、現在、関西広域連合の方で、3府県の広域連携の取り組みのモデルとして位置づけていただいているが、広域連合の中の広域連携のコースの一部として、どンドン外にアピールしていきたいと思っている。
- ・まんがについては、サブカルチャーということで神戸や大阪等と広域観光ルートを作っており、先ほどのコースの中の一つに位置づけて、関西広域連合としてPRしていく形で進めている。

【委員】

- ・関西の広域観光で文化に光りをあてて見てもらうという考え方は本当に関西ならではの、非常にいいと思う。1300年の歴史というのは1300年経たないとできないので、

今からそれだけの重みや価値を作りだそうとしても 1300 年かかる。こういう優位性の中に関西があるので、これを活用していくべきだと思う。この 1300 年の日本の文化の中心である関西の何が世界に通用するのかということをもう少し吟味する必要があると思う。現在、世界に通用している日本文化は一体何なのか。関西の中でいうと何なのかということをもう少し具体的にピックアップした上で、何に光をあてることで外国人観光客に来てもらえるのかといった戦略を考える必要がある。また、関西という新たなブランドを一から作り上げていくのなら、作り上げていくための新たな戦略を、もう少し具体的に立てて、その上でどこの国をターゲットにするのかというようなことをやっていただきたい。

- ・それから私どもは本当に小さな田舎町で、今まで約 8 年間、熊野をベースにしながらいンバウンドという戦略で観光をやってきた。それは世界遺産になったということが大きなきっかけだったのだけれども、日本の人口は減り続けていて、日本の観光の形態も変わってきている。マス観光から個人観光に変わっていく中で、じゃあどんな戦略を取りながら、持続可能な観光をつくっていくのかと考えたときにインバウンド、世界に目を向けようということだった。私たちが持つどの素材が世界のどこに通用するのかと考えたときに、精神文化だった。自然とかではなく、熊野の持つ精神文化を世界に情報発信していこうということをやってきた。このことを外国人にどう伝えるのか。仏教と神道の違い、また神仏習合など日本人でもわかりにくいのに、何とか苦労しながら特に欧米を中心にプロモーションをかけてきた。自分たちの持っている資産から言うと、欧米の方々に通用するのではないかとやってきた結果、だんだん成果が出てきた。今年 4 月から 8 月の 4 カ月間で約 33 カ国から来ていただいており、アメリカ、フランス、スペイン、オーストラリアなどが主。細々としたレアなマーケットの狭いところをやっているわけだけれども、持続性があるし、リピーターも多い。だいたい 3～4 泊、長い方では一週間、紀伊半島のエリアで過ごしてくれる。そういう観光の戦略もあるのではないかなと思うので、関西広域圏の観光の中にもエコツーリズムなど、持続可能な観光という分野を一つ設けていただけたらと思う。そこは本当に文化が中心になってくると思う。もっと突き詰めれば私たちの田舎の暮らしだったりする。和歌山では 10 月になると毎日どこかの村でお祭りをやっていたりするが、今後地元の人たちだけでは持ちこたえられないという地域もある。そういうものも観光のお客様、来訪者によって支えてもらえるというようなこともあると思う。あるいは地方の食なんかも、自分たちだけでは続いていかないものも観光の活用ということで、地域食が存続するという場合もあると思う。そういう側面で観光というのを見ていただけると地域の持続性ということが担保されるのではないかと考えている。

【会長】

- ・世界に何が通用するか、多様ではあると思うが、この前フランスへ行って、どこに行きたいかと聞いたら高野山が 1 位だった。そういう意味ではその地域、その国、あるいは聞く層にもよるのだろうが、そういった精神文化を日本に求めている地域もある。これまで割とマスを相手に呼び込んできたが、相手によってみんな違ってくると思う。それから田舎の祭りだとか食べ物とか、こういった地域のものをまず、地域で掘り出

してもらって、情報提供していただいたらそれをまとめて広域連合としてもやりやすい。できれば来年は各地域に光をあてて、その中からいいものを掘り出していくということをやっていきたいと思う。

【委員】

- ・今年になって、上海から女性の一人旅だとか、そういう客層が熊野に来てくれるようになった。

【会長】

- ・この前、胡錦濤さんが奈良に来たときも、あちこち案内したら一生懸命見ておられたが、「これ全部中国から来たんですよ。中国の大事なものを日本に持ってきてくれたら、1300年は保存しますから。」と申し上げた。そういった意味で日本のよさは神社仏閣や自然もあるけれども、もっと古くていいもの、あるいは皆さんに見てもらいたいもの、現代にまで続いているお祭りみたいなものを見てもらうのもいいと思う。

【委員】

- ・それともう一点言い忘れたのだが、いきなり熊野に来るお客様は少ないと思う。でも1カ月間日本に滞在する中で、その内1週間を熊野に来ようかといった、日本に来てから旅先を決めるというケースがFITの場合には多い。大阪や京都と連携をとらせていただいて、大阪や京都に来られた外国人のお客様に情報提供できるような仕組みがあれば、FITの方々が増えるのではないかと考えている。

(事務局)

- ・この計画を作るときに策定委員がおっしゃったのが情報発信。海外の方は関西を知らなくても、インターネットで見た景色を、そこはどこなんだと探して来られる方がすごく多いと。だから関西の名勝の風景をインターネットで発信したり、情報発信することが大事とおっしゃっていた。今回、広域連合として関西新百景に取り組んでいるが、誰もがクリックすると地域のお祭りであったり食文化のイベントであったり、いろんなものが手にとれる、そういう仕組みが必要だと今改めて痛感するので、そのへんについても知恵を出し合いながら、地域とどういいう連携が取れるのか検討してまいりたい。

【会長】

- ・韓国などはブロガーの発信力がある。大使に任命されたので、そういう人に熊野とか食べ物とかを撮ってもらい、ブログに入れてもらおうと宣伝効果が大きいのではないかと。

(事務局)

- ・ブロガーを呼んでのメディアファーム等メディアとの連携にも取り組むなど、いろんな場面で発信している。広域連合としての情報発信の仕組みについては、先ほど申し上げたとおり。

【委員】

- ・どうしてもマスの話になってしまうが、委員がおっしゃっているのは、クチコミがものをいうようなことだと思うが、ある種の方が京都に来てから次に行くのは直島、時間があれば広島にも行きたい。時間がなければ直島から香川へ移ってイサム・ノグチの美術館へ行き、それから時間が取れば高野山へ行きたい。それから京都へもう一

度戻ってきて、奈良へももちろん行かれるのだが、もう一つ行きたいのは滋賀県のMIHOミュージアム。この類の人は20年、日本で直島が話題になるずっと以前から歩き方を知っている。そういう人が実は脇に抱えて持っている本があって、それは旅行雑誌でも、インターネットでもなくて、素朴に京都のことを紹介している『Old Kyoto』という本。こういう人たちのレベルの高い知的好奇心をくすぐるような情報発信というのはもう少し落ち着いて、しかしながら説得力のあるきちっとした、自信のある、責任をもって発信し続ける、そういうものが結ばれたネットワークが必要ではないかと思うので、プロモーションも大事だが、ぜひ全体的な取り組みの中で、地味で時間がかかるけれども、他にはないものを是非してもらえると嬉しい。

(参与)

- ・さきほどのどこの国の人を呼ぶのかという話で、委員からも欧米からのアクセスも手を緩めてはいけないという話があったけれども、振興計画の戦略テーマの国別誘客というところに、『成長著しい中国において最重点的な展開を行う』と書いてある。マーケットの成長だけに焦点をあてているのだけれど、残念ながら今はこういう状況になっていて、我々の限られた資源をどこに投入していくかといったことは、現時点でもこの計画でいいのか、あるいは当面は静観しながら例えば欧米や台湾などに力をシフトしていくのかといったことが、先ほどはつきりしていなかったかと思うのだが、このへんをどうしていくのか、重要なことであるので、何かご意見がある方がおられたらお伺いしたい。

(事務局)

- ・これは3カ年の計画で、成長著しいマーケットとして中国を最重点的な展開を行うと書いている。現状が長期化すると、このままの戦略でやっていっているのかどうかということも考えないといけない。京都府では、今回香港プロモーションをしたのだが、ある旅行会社の新聞が「京都がプロモーションに来た」ということで、天橋立、嵐山とツアーを増設してくれた。だから、目に見えてそういう形にしてくれるマーケットもある。ただ中国については、これからの動向を注視しながらどういう戦略をしていくのかは検討しなければいけない。広域連合として費用対効果が高いことがすぐわかるところでいくのか、それとも個人旅行をターゲットにしていくのか、各地域の連携で情報発信をどうしていくのか、戦略的な取り組みの方法はいろいろあると思うので、中で議論をして次の計画にも反映していきたいし、来年のプロモーションについてもどういう形でやるのか検討してまいりたい。

(参与)

- ・要はマスでいくのか、FITでいくのか、そういうことも戦略として重要なことだと思うのだが、先ほどからお伺いしていると、エコツーリズムとか着地型の体験型だちょっと違うなど。どの内容のどこに焦点を当てるかということと、実はどこの国からきてもらうかという話と非常にリンクしているので、そのあたりどこを見ていけばいいのかよくわからなかったので、お話をお伺いしたいと申し上げた。

【会長】

- ・どこの国にするかということと、どういう対象をするか。中国でも、今までの団体か

ら個人に変わってきている。そういった中で弾力的に考えていかないといけない。これは委員にご意見を聞くというよりも、広域連合の事務局でいろいろ議論していただいて、委員のご意見を聞きながら、かなり変化してくることだと思う。

【参与】

- ・兵庫県は韓国がトップ。韓国がなぜトップかというリピーターが多い。私たちも農協ツアーとかでロンドン、パリやローマに行った覚えがあるが、次、どこか面白いところを旅行で探していくということで、リピーターになっていく。同じように韓国は、成熟市場になり、京都や大阪はもちろんだが、神戸も面白いという方が増えてきている。成熟していく過程でそれぞれ目的、ターゲット、全部違うと思うので。兵庫県の淡路に安藤建築の夢舞台というものがあり、結構マニアックなツアーコースで、欧米、韓国の方が来られるようになってきている。そういうところもターゲットにしつつ、中国もターゲットとする全方位外交でやっていかねばならないと考えている。本当にターゲットにすべきは欧米の日本文化を求めて来られる成熟した観光客。そこをゴールとして捉えておけばアジアの人も来てくれると考えている。先ほど能のイベント情報の話があったが、偶然、昨日、友達から能と狂言に行きたいという連絡をもらい、昨日ネットで検索したが、日本語では見つかるが、英語では見つからない。多言語化されていないのが一番のネックなのではないか。日本語で情報が明らかに入手できる環境なので、これを多言語化していくことが次の課題ではないかと考えている。

【委員】

- ・多言語化の件だが、本当に FIT の方々を迎え入れようと思うと、受け入れ地の多言語化は本当に重要だと思う。今、和歌山県が中心になって熊野古道の看板とか、いろんなものを日本語とアルファベット、または最低アルファベットで整備している。バス停などのアルファベット表記は都市部では当たり前だが、外国人観光客を呼ぼうと思えば、アルファベットを足す必要がある。発行するパンフレットもベースは日本語でいいが、日本語の下に少しだけアルファベットを入れていただくと、それだけで十分活用できるので、そのようなことをみんなでやっていけば、ずいぶん来やすい土地になるかなと思う。

【会長】

- ・以前、歴史街道協議会は、歴史街道の主要なところを日本語、韓国語、中国語、英語でやったが、今おっしゃったように道案内でも、少しでもあれば便利。

【委員】

- ・田舎へ行けば行くほど日本語オンリー。私たちもはりきって英語の地図とかを作るが、現地は日本語しかないのも英語で書いた地図との照合ができない。やはり両方いる。そういう細やかなことができていけば、日本は非常に自由で安全な国なので、衛生面もいいし、外国人が自由に往来できる国だと思う。

【事務局】

- ・振興計画の中では案内板についても挙げているが、国交省の管轄なので、広域連合で進めていかなければいけないことだが、なかなか難しい面がある。例えば京都市さんでは案内板方式を少しずつ変えていこうということで、昨年から取り組まれてやって

おられるが、そういう事例を皆さんへ紹介していく中で、次にステップアップできるような形で進められたらいいなと思っているので、これについてもぜひワーキングを作って、検討を進めてまいりたい。

(参与)

- ・先ほど多言語化の話が出たので二つほど。一つは情報発信の面で、私どもも府と一緒に大阪インフォ（OSAKA-INFO）といった観光サイトを持っている。その中で観光や文化のイベントについてイベントカレンダーということで、府域内のイベントについて多言語で紹介するページを持っている。たぶん他府県も持っていると思うので、うまくリンクするところからできたらなと思う。
- ・もう一つはアルファベットでの表記がより重要と思っており、元々は国土交通省の指導で4言語となっていたが、4言語だと字が小さくなってしまうということがあるので、最低でもアルファベットでの表記が必要。それから昨年度、民間の事業者と連携して、交通の乗り継ぎのシステムを英語で検索できるシステムができないかということで、試験的にやってみたことがあった。今年もまだ継続しているところだが、そのときに検索してびっくりしたのが、アルファベット表記が統一しきれていないということ。心斎橋（SHINSAIBASHI）、難波（NAMBA）というような地名を引くときに使うアルファベットが違う。そうしたらもう検索で出てこないということがあった。そこが外国人の方には非常に不便なところになっているのかなと思うので、広域連合の取り組みの中で、同じような表記にするとかの取り組みができればと思っている。

(参与)

- ・二点申し上げたい。一点は受け入れ態勢の話だが、京都市の方で外国人に対する満足度調査というのをやっているが、外国人から言われるのが、受け入れ態勢といったものをもう少ししっかりしてほしいということ。具体的には、標識の話だったり、もし病気になった場合に、旅館などに泊まっていて、英語が通じない場合が不安であると。そういうときに電話で連絡したら対応してもらえるようにコールセンターをやり始めたが、そういう受け入れ態勢は市だけがやっても限界があるかなと思っているので、受け入れ態勢の整備を関西エリアで、皆さんで協力してやっていけたらと思っている。
- ・もう一点が先ほどのターゲットの話だが、京都市では、来ているのはアメリカやヨーロッパの方が多い。中国の方の割合は、全体からすると小さくなく、市の立場からすると、中国はあまりプロモーションするのは積極的ではないというのが正直なところ。ただ中国の中でもいろんな方がいらっしゃると思う。今、京都では、京都の魅力とか文化の深さがわかるような富裕層の方へのアプローチを全世界的にやろうとしている。また、最近シンガポールの方と話したのだが、彼らは世界遺産と聞いても知らないとおっしゃられて、というのもシンガポールには世界遺産がないからなのだが。私はアメリカに2年ほどいたことがあるのだが、やはりアメリカ人と話しても世界遺産と言われてもピンとこない。アメリカ人も自分たちの国立公園などは知っているが、世界遺産にはさほど興味を持たれていないようだった。何が言いたいかというと、国によって求めるものが違うと思うので、国ごとにしっかりターゲットングしていくのが重要じゃないかと思っている。この計画の中でも統計というのをやっていくとある

けれど、そういったものはしっかりやって、ターゲティングを明確にしてプロモーションをやっていくというのが必要ではないかと考えている。

(参与)

- ・兵庫県と同様に神戸もやはり韓国が多い。神戸はずれているのでどうしても団体が少ないのかなと思っている。これから個人旅行になっていくということもあるし、各国ごとに好みが違うというのはあるから、関西の中で例えば韓国の方は5日から1週間、複数の都市に滞在されるということなので。韓国の方の好みに合うようなモデルコースをいくつか作ることによって、関西へたくさん来ていただくことができるのではないかと考えている。せっかく関西広域連合に加入させてもらったので、神戸市の特徴を出しながら他の都市と連携を取ってインバウンドに取り組めたらと思っている。

(参与)

- ・堺市は関西空港に一番近いが、どうしても通過都市になっている。我々も観光をやっているが、堺だけではできない。関西の4都市プラスいろんなエリアとうまくミックスして、相手別のいろんなコースや、世代的なものもあると思うし、富裕層とかいろんなパターンがある。きっちり整理して、広い範囲で対応できるように、少なくともいいから長く対応できるようなことをやっていきたいと思う。

(参与)

- ・ターゲットという話があったが、和歌山県の現状としては、香港や台湾の方が多し、また熊野や田辺、高野山の方には欧米の方が多いという現状を踏まえて、アジアだけでなく欧米の方もしっかりターゲットにしていけばどうかと思う。そういったときに、関西広域連合が事務的にまずやるべき業務としては、それぞれの国に対してしっかり準備しておくべきことだと思う。その上で中国、韓国と外交事案があるので、他の国を重点的にしたりとか、臨機応変に対応できるようにするためにも各国ごとにそれぞれ連合としてやるべきことを整理しておくのが大事なのではないかと考える。その上で各国別に何をやっていくかを考えたときに、今までは関西広域連合のトッププロモーションは韓国、中国がメインになってきたと感じているが、韓国、中国に対してはこういうやり方で本当にいいのかということも今一度、検討していく必要もあるのではないかと考える。個人的な考えになるかもしれないが、たまにトップの方に行っていただくのも重要かもしれないけれども、どちらかというとなら韓国、中国の事業者さんとも、関西にある大阪や京都、また他の地域のこともよくご存じで、どちらかというとなら価格で勝負というところもあったりして、トップが行く意味がどれくらいあるのかなというのも少し思うところ。一方で欧米に対して何ができるのかといった場合、特に個人の方だとアクセスを非常に気にされる。欧米の方が求めるようなコンテンツとか、アクセスとか、そういう情報をワンストップで提供できるような取り組みをしていくことが、欧米市場に対しては大切ではないかと思う。そういうことを各国別にしっかり整備して、全市場に共通することもあると思うが、そのときそのときに応じて、最適なものを選択していくというのが効果的な事業のやり方ではないかと思う。

(事務局)

- ・各地域によっていろんなニーズがあるが、世界の方が日本に来られるときに一番求めてこられるのが食。今、国の方で、「日本料理、和食の文化を世界無形文化遺産に」ということで、今年の3月にユネスコの方に登録申請しており、来年の11月にユネスコの和食の文化遺産の登録可否が発表される。来年の関西広域連合の観光文化のテーマとして、関西の地域の食文化に光を当てることと、4月に、大阪のインテックスで4年に一度開催される食博で、関西広域連合として関西の食文化を一堂に会して、関西のブランドをアピールしたいと考えているので、皆様のご支援、ご助力をお願いしたいと思う。

【会長】

- ・観光という点ではコンテンツは文化だという話があった。単にイベントをやるだけではなく、日本あるいは関西が持っている精神的な文化、こういったものを重点的にやっていくべきだという話があった。これから検討していく上で、観光の上位概念として文化があるということを我々も肝に銘じてやっていきたい。関西はいろんな独特の文化がある。日本書紀や古事記など大きなものから各地域の持っている祭りとか食、そういったものを含めて広域連合として幅広いコンテンツをもっていると思う。
- ・インフラ整備については、関空をどうするか。また多言語の案内といったものを充実していかないといけないと思うので、各府県市の取組を集約しながら、関西へ行けば親切な道案内があるというような地域にしていくことは、もてなしの心においては大事なことだと思う。
- ・国内旅行税など税金の話はこれからの懸案事項の一つとして踏まえながら、いろんなソフトを整備していきたいと思う。
- ・それから観光の対象をどこにするかという議論がある。今は中国、韓国が中心で、ある程度マスとして使えるものをターゲットにしているが、さらに欧米とか。各国に行くにしても層別に考えていく必要があるという話もあったので、それはこれからの計画。これは1年、2年でできるような計画でもないもので、3年、5年かけて関西のブランド力をどう高め、どう関西を理解していただくかが大事だと思っている。

以上