

令和2年度第1回ひょうごツーリズム戦略推進会議 議事録

日時：令和2年9月1日（火）14時～16時

場所：オンライン（兵庫県庁2号館2階参与員室）

議題：新型コロナの影響と今後の対応の方向性について

1 開会

事務局よりひょうごツーリズム戦略推進会議開催要綱を説明。

2 座長選出

開催要綱第4条第1項に基づく委員互選により、高士委員（神戸新聞社代表取締役会長・ひょうご観光本部理事長）を座長に選出。

3 議事

（1）資料説明

資料1～資料2について事務局より説明

（2）委員主な意見（要旨）

①現下の状況下における当面の対策

【A 委員】

○ワーケーションについては、「旅を通じた健康促進」という切り口でまとめてほしい。

【B 委員】

○神戸観光本部ではロードマップを作成し、第一に感染症対策、安全安心な旅の提供が大事ということで進めている。

○ローカルマーケットを重視し、身近な人、地元の人に地元の良さを改めて認識してもらうことを進める。そのことは、将来のインバウンドのおもてなしにもつながるのではないかと。

○昨年のじゃらん総研の調査によると、兵庫県は総合的な満足度は10位に入っているが、食事や宿泊施設の評価が高い一方、おもてなしの評価は低い。地域住民が地域の魅力を再発見して、地域全体でおもてなしに自信をもてる1年にしたい。

○インバウンドの回復には相当の時間がかかると思われるが、まず戻ってくるのは富裕層と考えられるため、富裕層向けの体験型コンテンツを作っていかなければならない。

【C 委員】

○観光客向けに発信する「ひょうご安心旅」に加え、観光客を迎え入れるための対策や迎え入れる姿勢などを住民向けにも発信する必要がある。住民の観光に対する理解を促すことは「責任ある観光」や「SDGS ツーリズム」にもつながる。

○実際にコロナに感染した人が宿泊した場合の対応マニュアルも必要ではないかと。

- コンベンション開催誘致支援事業は有効だが、学会、大学も休校やオンライン対応などで大変な状況にある。中長期的にはDMOでコンベンションの運営を担う事業を検討できないか。

【D 委員】

- 阪神淡路大震災当時のように、芸子さんの仕事が無い状態であるため、芸子さんのブランド化を図っている。
- 客数が下がると非効率になるため、飲食店で昼のみキャンペーンを9月後半から9か月間予定している。政府のGoToキャンペーンに合わせてWelcomeキャンペーンを検討している。

【E 委員】

- 半年から1年は、体験型コンテンツの磨き上げやガイドの育成に注力すべき。
- 地域の食材を地域住民に再認識してもらい、魅力的な商品に育て上げる取組は、今後の誘客につながるのではないか。
- 観光客への安全安心の提供も欠かせないためガイドライン作りも重要。
- インバウンドの回復には1年半から2年必要と言われているが、訪日客のほとんどが富裕層である東南アジアの国々では、渡航解除されれば、すぐにでも日本に行きたいという声が多いため、動画などで情報発信にしっかり取り組むべき。
- マイクロツーリズムの対象として、近場や県内を目的地にした教育旅行、修学旅行、社員旅行も有望ではないか。

【F 委員】

- 淡路島は自然環境に恵まれた都市近郊リゾートとして好調。8月は、兵庫、大阪からの利用客の割合が例年の6割から8割に増加しており、ほとんどがマイカー利用。
- 感染防止対策が重要で満足度項目の上位になっている。
- 「健康」「リモート」「アウトドア」がキーワードとなっており、スポーツツーリズム、ヘルスツーリズムを推進して、淡路島の自然環境を最大限に活かしたコンテンツ開発やグランピング、ワーケーションの研究も進め、施設整備にもつなげたい。

【G 委員】

- 市町との連携を通して、地元の高校生が企画したマイクロツーリズムの推進等を実施している。

【H 委員】

- 想像以上に旅行者にとっての『安心・安全』の重要性は、高まっている。県としての感染症対策のベースを示し、そのうえで宿泊事業者や交通事業者等がそれぞれプラスアルファで行っている対策を含めた情報発信が必要。
- 旅行は一回行かなくなると行きにくくなる傾向があるため、旅先からのPR動画や地域の物産が届くなどの取組は、次の旅につなげるためにも必要。
- リモート、テレワークが進むと、ワーケーションへの取組も重要となる。兵庫県のワーケーションを集中的にプロモーションすることで波及効果を出せるのではないか。

【I 委員】

- 新幹線をワーケーションのサブスクとして利用する事業を実験的に実施している。兵庫県でも六甲山や淡路島等でワーケーションに向けた地域があるので、ぜひ検討してはどうか。

【J 委員】

- 通訳案内士を続けられない状況にあり、インバウンドが復活した際にガイドを確保できるかという問題がある。ツアー参加人数が制限されると、ガイドの必要人数が増えることに対して、旅行業者が支払う報酬を用意できるのかなど、新たな旅行スタイルに適応したガイド制度の再構築が必要。

【K 委員】

- 教育民泊は交流民泊、交流食泊とも言える。
- オンライン宿泊の実態はオンライン飲み会に近いが、「宿泊」の機能を分解すると「交流を楽しむ」「飲む」といった要素がある。「飲食」「交流」は重要なキーワード。
- 今年を「VFR (Visiting Friends and Relatives) ※元年」と位置づけ、コロナを境に、「sightseeing」から「communication」を重視した旅行への転換も必要だろう。
※知人や親族の訪問を目的に移動する人

【L 委員】

- コロナ禍の現状では、県民相互の「交流五国」に力を入れるべき。GoTo トラベルでは対象外となっている公共交通機関の利用に対する支援を県民向けに実施してはどうか。
- 県内でも、都市部よりも地方部ではコロナに対する恐怖心が強い。地方部での受け入れ環境の改善には、県から地方部（住民）へのコロナに対する対応策等の情報発信が重要。

【M 委員】

- この時期だからこそ「新しい観光」への準備として、地域に眠る着地型コンテンツを磨き上げ、地域経済を循環させることが重要。そのためには、「地域主導の着地型観光の実践」を「本気」で「実現する」ための手法、システム、スキーム、予算などを整え、目標を持ってしっかり実践しなければならない。
- 熟考する時間も大切だが、関係者ひとりひとりが「行動にうつす」ことが大切。同じ目標に向かい、それぞれの分野、立場でできること、役割を明確にし、連携し、各々のタスクを実行すれば、新たな観光ビジネスを実現できる。

【N 委員】

- 地域全体で受け入れ環境及びおもてなし環境の強化に取り組むことが重要。兵庫県として他の地域よりも先行して高いレベルの環境を目指す必要がある。

【O 委員】

- 地域によって対応・対策が異なる。丹波の道の駅は8月の売り上げは前年よりも増となった。ドライブ旅行・ファミリー層の観光客が多い。DMOとDMCの考え方を導入し、観光拠点の再整備に取り組んでいる。

- 今後の方針としては、安心・安全対策がとられた基盤を整える。
- 地域のおもてなし力を高めるために、地域の住民に地域の良さを知ってもらう取組を実施している。
- コロナ禍の今だからこそ足元をしっかりと見直し、地域それぞれが知恵を出し合い、それらをひょうご観光本部がつないでいくべきではないか。

②ポストコロナ時代を見据えた中長期的な視点で求められる対策

【A 委員】

- 兵庫県のスキー場は、近畿圏を対象にすれば、カニや但馬牛など食と組み合わせれば、信州、上越、北海道まで行かなくても魅力的なスキー場となり得る。他方、県道、町道からスキー場へのアクセスが脆弱なため、スキー場までの道路を整備する必要がある。また、宿泊施設のトイレや入浴施設などを改修すれば、夏場のスポーツ合宿の需要も見込めるスキー場がある。
- 兵庫県のゴルフ場数は全国第2位で、ゴルファー憧れの名門コースも多いため、近畿圏のみならず全国を対象に温泉と組み合わせたツアー商品を造成できる。
- サイクルツーリズムは、淡路島など瀬戸内のコースは人気があるが、山陰海岸や但馬エリアのコースも十分に魅力がある。
- オリンピック開催の有無にかかわらず、オリンピックの事前キャンプ地やホストタウンとして設定されている自治体は、友好関係にある国に魅力が伝わっているため、アフターコロナの観光を主体とした関係構築を支援すべき。特に、城や芸術面での連携もある姫路とフランスの関係は深い。
- 来年5月に開催予定のワールドマスターズゲームズ 2021 関西には、ラグビーワールドカップ 2019 日本大会のレガシーを参考にすべき。

【P 委員】

- 未来の人材を生む兵庫モデルの観光人材育成を進めるべき。
- ひょうご観光本部が日本遺産部門の協賛となった観光甲子園は観光庁や文科省と連携して、ポストコロナの教育システムに改編し、募集したところ、全国から去年の2倍のエントリーがあった。
- 10月には県ビジョン局の公募事業に採択され、観光業界に興味を持つ大学生のインターンシッププログラムとして観光施策を未来志向で考える「ヤングDMO」事業を立ち上げるようになった。
- 市場を作るガイド育成事業「ヒトタビHYOGO」で、ヒトを育て、事業が生まれ、市場が生まれる仕組み作りに挑戦したい。
- 新たな国内市場の創出に向けた2拠点のDMO間で相互に送客するエアラインによるプログラムは、搭乗率をKPIと連動させようと考えている。

【C 委員】

- コロナの影響で観光を学ぶ大学生の不安感が募っている。彼らに諦めないで学業を続け、将来に夢を持ってもらうためにも、大学生と地域の観光事業者を結びつける取組が必要

ではないか。体系的に兵庫モデルの観光人材育成を進めるのは大変素晴らしい。

【D 委員】

- 中長期的には、歴史、伝統、文化、自然、スポーツ、温泉、食を磨き上げることが重要。例えば、六甲山を巻き込んだeスポーツやeバイクを含めた取組も芽が出てきている。
- 15年先を視野に「世界的な温泉リゾート都市」を目的にした有馬温泉マスタープランを7年前に作ったが、コロナであっても目的が変わることはない。
- コロナでお客様が少ない期間に、これまでは忙しくてできなかったことも含め、事業にしっかり取り組めればいいのではないかな。

【F 委員】

- コロナの影響によるダウンサイジングの結果、急激な需要回復に対応できる人材が不足する状況に直面している。雇用調整助成金の在籍出向制度を活用し、県内で繁忙地域への派遣などのマッチングについても協力いただきたい。

【G 委員】

- 新しい観光ビジネスの展開に取り組むベンチャー企業等へ融資だけではなく、観光ファンドという形態でも支援していきたい。

【I 委員】

- 神戸空港と新神戸駅を結ぶネットワークの強化が必要ではないかな。

【J 委員】

- 観光業界のみで考えるのではなく社会全体として考える必要がある。旅行そのものの在り方が従来とは異なってくるため、新しい業界とのタイアップも必要になる。

【L 委員】

- ニュージーランドのホリデーパーク※を参考に県版ホリデーパークを整備してはどうか。
※共同キッチン、共同シャワー・トイレ、電源付き駐車スペース等が完備されたキャンプ場
- MaaSの推進は今後必要となってくるが、そのためには地域レベルではなく、県などのサポートが不可欠。
- 地方ではWi-Fi環境の整備が不十分のため継続的な支援が必要。

【M 委員】

- 中長期的視点で求められるのは「ひとりひとりの固有な希望に即した環境配慮型でヘルスコンシャスなサステナブルツーリズム」の実践である。
- コロナ禍を通じて多くの人々が、より「信頼」の持てる場所、施設で、安心安全な旅体験を求めている中、「信頼」と「共感」の旅をいかに作り上げていけるか。
- 兵庫県の多様性を魅力とした「編集力」「発信力」「本物力」を磨き上げ、ゆっくり訪れるべき場所であるというブランディングの浸透を目指す。