

**安曇野市観光振興ビジョン策定検討委員会
第1回委員会議事概要**

1	委員会名	第1回 安曇野市観光振興ビジョン策定検討委員会
2	日 時	平成24年2月17日 午後 1時 30分から午前・後 3時 30分まで
3	会 場	長野県安曇野庁舎 3階 第4会議室
4	出 席 者	増田委員、川崎委員、樫井委員、清水委員、金井委員、松本委員、耳塚委員 山越委員、加渡委員、上條委員、等々力委員、下里委員、中村委員、浅川委員 岡本委員、河崎委員
5	市側出席者	宮澤市長、大内商工観光部長、曾根原観光課長、白澤課長補佐、横澤課長補佐、 高山係長、山本主査 飯田観光戦略コーディネーター、受託事業者（交通公社）
6	公開・非公開の別	公開
7	傍聴人	3人 記者 4人
8	会議概要作成年月日	平成 24 年 2 月 23 日

- 会議事項
- 1 開会
 - 2 委嘱状交付
 - 3 市長あいさつ
 - 4 自己紹介
 - 5 委員長及び副委員長の選任
 - 6 委員長あいさつ
 - 7 議事
 - (1) 「安曇野市観光振興ビジョン」策定の主旨・策定の流れについて
 - (2) 安曇野市の観光を取り巻く状況について
 - (3) 観光経済波及効果の推計と事業所調査の概要について
観光に伴う経済波及効果に関する調査（案）について
旅行者ニーズ調査概要について
 - (4) その他
 - 8 閉会

議 事（概要版）

(1) 「安曇野市観光振興ビジョン」策定の主旨・策定の流れについて

○事務局より資料1について説明

委員

- ・ 安曇野市観光振興ビジョンは、どの程度の期間を想定しているのか。

事務局

- ・ ビジョンの期間は10年を想定しているが、具体的な戦略としては5年間を想定していきたいと考えている。

委員

- ・ 我々が論議する重要なものは「基本理念」だろう。その後「基本戦略」などを議論すべきだが、段取りはどうなっているのか。

事務局

- ・ 将来像・目標像については、第1回・第2回で議論していきたい。将来像を明確にしなければ、次の段階に進むことはできないと考えている。委員は既に現状の安曇野観光における課題を感じていたり、将来像を持っていらっしゃるだろう。それらを議論し、第1回・第2回の会議でまとめていきたいと考えている。

委員

- ・ ある程度の統計調査などを先行することは必要であるが、旅行者ニーズ調査を先行することに違和感を感じる。旅行者ニーズ調査は、ある程度の方向性が見えたところで、その方向性を検証するために実施すべきではないか。
- ・ 既に安曇野市で観光に関する調査を実施しているのであれば、その分析をしっかりとすべきではないか。個人的には、定量調査よりも定性調査を重視すべきだと考えている。

事務局

- ・ 観光客に関する調査としては、安曇野市では平成 18 年に「安曇野市公共交通総合連携計画」を策定する際に、公共交通を探るために観光客に対してアンケート調査を実施した。
- ・ ただし、既存のアンケート調査では、資料 1 にあるように「把握できていないこと」があり、まずは現状を正確に把握するため、先行して旅行者ニーズ調査を実施したい。
- ・ 自分たちが考えているものが観光客とどの程度一致しているのか、今後は、毎年定期的に観光客ニーズ調査を実施すべきだと考えている。

(2) 安曇野市の観光を取り巻く状況について

(3) 観光経済波及効果の推計と事業所調査の概要について

○事務局より資料2～4について説明

委員

- ・ 住民がどのような行動をしたことで観光客が満足したのか、例えば、事業者がどのような接待をしたのか、その接待によって観光客がどのように満足したのかということ調査すべきではないか。
- ・ アンケート調査では、観光客がどこに行ったのかということが分かっても、観光施設等がどのようにもてなし、その結果、観光客がどのように満足したのかを把握できていない。
- ・ ビジョンを作る際には、「受け入れ側が何をどうやったのか」ということまで立ち入って調査し、「今後どのようにするのか」ということを真剣に考えることが必要ではないか。
- ・ 「どうしてお客様が満足しなかったのか」ということを理解しないと、次の一步には踏み出せない。また、自分たちが楽しくお客様を受け入れていかないと持続しないのではないか。

委員

- ・ 「観光」とは何を指すのか、「観光振興」は何を持ってするのか、定義が示されていない。量より質が求められているなかで、安曇野が考える観光・観光振興とは何かを最初に聞かせてほしい。

委員

- ・ 旅行者ニーズ調査は、総論的な設問になっており、特別な反応が返ってくるような突っ込んだ内容にはなっていないのではないか。
- ・ 自分たちが何を伝えていくのか・何を発信していくのかという願いや理念の部分から、この場で確認しあう作業が必要ではないか。

委員

- ・今の時代が、どのような観光を求めているのかという分析が資料からは見られない。例えば、ドイツの観光で唯一伸びているのは、自転車を使った観光であり、それはエコや健康といったものを求めた観光である。今後、長野県でもそのような動きが出てくるだろう。そのような状況も踏まえて、どういう観光資源を我々が作っていくのかという観点が必要ではないか。
- ・安曇野の観光資源をもっと分析すべきではないか。例えば、拾ヶ堰の自転車道路はどのようにつながっているのか、文化施設として美術館があるがどういう美術館が連なっているのか、登山はなぜ必要なのか、といういくつかのポイントを考えていかなければならないだろう。観光資源の捉え方を、ここでもう一度論議すべきではないか。観光資源は観光施設だけでなく、歴史も観光資源である。どのようなものが観光資源となるのか、本質論から議論しなくてはいけないのではないか。

委員

- ・資料2でイメージ先行型という話があったが、安曇野と似た観光地では、観光客が来たいと感じるファクトがどの部分にあるのかということと比較できれば安曇野に何が足りないのか分かるのではないか。
- ・現状では、観光客を実際に接する事業者に対するヒアリングができていないのではないか。お客さんから出てきたクレームなどについて、対面ヒアリングを行い把握すべきではないか。
- ・旅行者ニーズ調査では、安曇野に来たことがないという人の理由を知りたい。そのような人に対して、どのような情報を与えると行きたいと思うのかということを知りたい。ターゲットを外部から連れてきてグループインタビューをしてはどうか。

委員

- ・安曇野でガイドをしていた方が、「日本人の観光は、観光ではない。NHKのロケ地を見るだけが観光なのか」と怒っていた。日本人の観光の現状は、まさにそのような状況にある。観光は、商売であるため、お金を落とすだけであればそのようなお客様でも受け入れるという考え方もあるが、それで良いのか。
- ・「お客さんが求めているからこれを準備しよう」という話ではなく、安曇野の本当の魅力だと自信を持って言えるものこそが、求められるビジョンなのではないか。

委員

- ・「観光」とは何かを定義しておくべきではないか。
- ・経済人は、観光で食べていかなければならない。そのなかで、どのように理念を持っているか考える。安曇野は、観光の理念先行型であるが、それで実際に食べていくことができるのかという課題がある。お客様に来ていただき、お金を落とすだけで、それが税金として収められ、そして市が良くなっていく。それが「観光産業」とあるという認識である。まずは、どのようにお客様に来ていただいて、お金を落とすてもらおうかということ現場として考えていただきたい。

- ・ 長野県が発表している安曇野市の観光地利用者数統計や観光消費額を見ても、そこまでお客さまが来ているのかとを感じる。実際にお客様が来ていても、大町など他の市町村でお金を落とされているのではないかと感じる。そういう意味でも、安曇野市でお金を落としてもらう仕組みを考えることはどうだろうか。
- ・ 団体バスで来訪し、観光施設をめぐるというスタイルも観光産業としては、ひとつのあり方である。
- ・ 安曇野市の観光としては、まずお金を落としてもらうことを考え、その次の段階としてバックボーンを考えていくというやり方をすべきではないか。

委員

- ・ 岩崎ちひろ美術館もお客様が来てもらわないと成り立たない。ちひろ美術館の理念は何か、価値はどこにあるのか、それをどのようにアピールするのか、理念を作っている。理念を作ることが、まず安曇野市には必要ではないか。安曇野市が掲げる観光の理念で観光客の意識を変えていくくらいのもりで、取り組むべきではないか。
- ・ 安曇野市としてどのような来訪客を呼ぶのか、安曇野には何があるのか、例えば安曇野は自然と共に暮らす人達がいるというイメージづくりが重要ではないか。例えば、登山は人間の最も原点である歩くという感覚が残っているものであり、このような感覚が安曇野には残っている。また、拾ヶ堰を自転車でめぐった際に、どこそこに駐車場があって、必ず自転車で戻ってくることができるというような仕組みが必要ではないか。そこでは、何を感じて欲しいのか。その間には、美術館があったりそば屋があったりということを作っていくことが必要ではないか。ここで論議すべきことは、どのような安曇野市・安曇野ゾーンを作っていくのかということではないか。

委員

- ・ ブランドを作るときの手法としては、まず安曇野とは「どのようなまちなのか」という理念を作る。その長期戦略のなかのバックキャストイング（目標を作って、そこから今何をすればいいかを考えるやり方）として、今取り組むべきこと、中期的に取り組むべきことを考えるべきではないか。短期的には、お金を落とすということが必要であるが、長期的な理念を忘れていないということが重要であり、そこを間違わなければ良いのではないか。
「どういうまちにしたいのか」を考えないと、短期的にも戦略が散漫になるのではないか。

委員

- ・ ビジョンを策定する際には、理念をまとめることが大事だろう。「ふるさとづくり」という観点から、今の現象を見ても、団体旅行は下火になり、地域に親しんでもらおうという取組が進められている。以前のように団体が来て、決められたルートをめぐるだけではなく、観光客はまちをめぐるようになってきている。そのような状況のなかで、安曇野市民が「ぶっくらぼう」というところが課題として出てきているのではないかと感じる。
- ・ 波及効果を推計し、観光を基軸とした産業構造を把握できれば、「観光」から安曇野市民も恩恵を得ていることが理解できるのではないか。
- ・ ビジョンの目的は、観光客を増やすことだけが目的ではないのではないか。

委員

- ・ 安曇野に來訪している方は、松本市や大町まで含めて安曇野だと考えている。案内をする際には、松本城や黒部も案内し、浅間温泉に宿泊する。そのような宿泊客の流れを見てみると、安曇野に宿泊したいという施設は少ないのではないか。安曇野に宿泊してもらえれば経済効果は高まるため、観光客の全体の流れを把握したうえで安曇野観光の足りない部分を考えていってはどうか。

委員

- ・ ビジョン策定の際には、安曇野市民の声を反映させるべきではないか。住んでいる人が観光客にどのように地域を発信していくかということが重要になるのではないか。
- ・ エコやヘルスツーリズムなど、いろんな要素が安曇野にはある。観光の理念が固まれば、そこにはまる観光資源は出てくるだろう。

委員

- ・ 以前、氷見市に旅行した際に、高校生の通学時間と待ち合い、同じ電車に乗ることになった。その際、高校生のマナーが悪く、同行していた方が「もうその電車に乗りたくない」と言っており、地元の方のマナーも大切だということを感じた。地元の方のおもてなしということも考えていかなければならないだろう。

委員

- ・ タクシー会社として、また安曇野で生まれ育った人間として、安曇野の風景が変わってしまった、田園風景が無くなってしまったと感じる。そのため、安曇野の田園風景をどのように案内するかが問題になっている。また、これまでは、タクシーを利用された方の昼食のご案内に困っていたが、今は「そば」や「おひさま御膳」を案内できるようになった。
- ・ 安曇野市の観光で一番欠けているところは、同業者や関連する人々の連携がないことが一番問題ではないか。宿泊施設でも飲食店でも組合が統一されていない。イメージを作ってお客さんに来ていただくことも必要であるが、内部のその壁を変革しないと、どんな良いイメージを作ってもお客さんは来ないのではないか。業者間の連携の改善ができるような形でビジョンを作っていきたい。
- ・ また、安曇野観光で欠けているのは山岳観光に力をいれていないことではないか。山岳観光はリピーターが多く、安曇野には素晴らしい登山口があるにも関わらず、低地観光にばかり力を入れているのではないか。

委員

- ・ 安曇野を商品として考えると、ビジョンを明確にし、ターゲットを絞って、そのターゲットにピンポイントで情報を伝える。まずは、ビジョンをはっきりとさせたうえで、安曇野の地域資源を求めているニーズを持っている人達に情報伝えていくことが一番ではないか。

委員

- ・ 何をやるにも理念無き戦いは負ける。共通認識として、どのような安曇野が住民にとって良く、來訪される方も喜び、経済も潤うのか。理念ばかりあっても、実践がないこともいけない。理念が出たところから、実現するためには何をすることが自分たちの仕事である。まずは、どのような安曇野にしていくのか議論を仕上げて、具体的にどのようなアンケートが必要かということを考えるべきではないか。

- ・ 何かを成功させるためには、短期的なことと長期的なこと両方を考えることが必要である。理念に基づいて、1年目では何ができるか、3年目では何ができるか考えていくべき。観光産業は、花形産業ではなく小さな事の積み重ねである。人の目に触れるまでに、最低10年は苦勞している。

委員長

- ・ 「どのような安曇野でありたいのか」を考えていくという意味で10年計画という説明があったのではないか。
- ・ どのような安曇野市を作りたいのかを踏まえて、観光を活用していくということを議論すべきではないか。まずは、安曇野の観光はどうあるべきか、議論を進めていきたい。
- ・ ただし、観光客が何を求めているのか、どのような安曇野を求めているのかということ全く無視して観光は成り立たないため、観光客のニーズを見極めていくことも必要だろう。
- ・ 住民の意識を把握することは必要だと感じている。観光は、住民の満足度と観光客の満足度がマッチングしなければ観光とは言えないのではないか。
- ・ ビジョン・理念がどうあるべきか、次回の会議で徹底的に議論したい。
- ・ ただし、自分たちの認識だけでなく、客観的データを基に「本当はどのような現状なのか」という共通認識を持つことは必要である。そのために、事業者調査は早めに実施すべきではないか。旅行者ニーズ調査は、何を調査すべきかももう少し考えてから実施してはどうか。

事務局

- ・ 旅行者ニーズ調査では、現地に来訪した方を対象とした調査という方法もあるため、金井委員の意見も踏まえて検討したい。
- ・ 市民の意向把握としては、資料1にあるように、既存調査で把握できていないこととして事務局でも認識している。市民の観光に対する思いや今後の関わり方を把握するため、検討を進めたい。
- ・ 経済波及効果は、現状を把握するためのアンケート調査であり、安曇野観光として何が足りないのか把握するためにも先に調査を実施したい。

委員

- ・ 次回までに各委員が、住民10人程度に安曇野観光に関する意見をヒアリングしてみてもどうか。

委員長

- ・ ご提案いただいた内容は、宿題として設定はせず、各委員の考えにお任せする。

委員

- ・ 18人という人数で限られた時間では議論は深まらない。議論の時間の取り方やワールドカフェ形式など議論そのもののやり方も検討していただきたい。
- ・ 観光は市の他組織も関わってくるため、市長にも会議に参加していただけないか。

委員長

- ・ 議論を担保することは必要であるため、委員会の場やその他の場を設けるということはあるだろう。これだけの18人のメンバーが集まる委員会を大事に、この委員会としての議論の確保について、事務局と相談したい。

委員長としても、基本的には市長に参加いただきたい。トップの意見と行政の様々な方の意見を両方出すべきであるため、事務局と相談したい。