

第2次安曇野市観光振興ビジョン 第5回策定検討委員会 議事録

- 1 会議名 第2次安曇野市観光振興ビジョン 第5回策定検討委員会
- 2 日時 令和4年11月11日 午後1時30分から3時00分まで
- 3 会場 安曇野市役所本庁舎 3階 会議室 307
- 4 出席者 尻無浜博幸 委員(委員長)、宮田弘康 委員(副委員長)、丸山君恵 委員、衛藤悦郎 委員、小岩井清志 委員、白澤勇一 委員、西山直美 委員、青柳靖決 委員(12名中8名)
- 5 オンライン出席者 仙石弘子 委員、中澤美穂 委員(12名中2名)
- 6 アドバイザー 長野県観光機構 金子孝明、石川淳也
- 7 市側出席者 商工観光スポーツ部 野口部長、観光課 下里課長、高野係長、由井係長、小林係長、黒岩、延本、第一企画株式会社
- 8 公開・非公開の別 公開
- 9 傍聴人 2人 記者 0人
- 10 会議概要作成年月日 令和4年11月25日

協議事項等

1 開会(副委員長)

2 委員長あいさつ(委員長)

- ・7月から検討してきたビジョンが、ようやく形になってきた。各委員の知見を活かし、本ビジョンの策定に最後までご協力いただきたい。

3 議事

〈委員長〉本日の議事に入る前に、前回第4回委員会で出された意見の対応について確認をしたい。

- 「資料1 第4回策定検討委員会での意見等への対応」について説明(事務局)

(1)重点プロジェクトの検討

- 「資料2 重点プロジェクト」について説明(事務局)

- ・「重点プロジェクト」は、各施策の中から、連携して取り組むべきもの、すぐに取り組まなければならないもの、特に重要なものなどを抽出し、横断的なプロジェクトとして3つを設定した。

- 「観光地『AZUMINO』ブランド向上プロジェクト」について説明(事務局)

- ・安曇野が観光地として選ばれる場所になっていくために、やるべきことをまとめたもの。観光事業者や観光協会、商工会などの主体が、同じ方向性をもって協力し、地域一体となって取り組んでいくためのプロジェクト。

- ・関連施策としては、「観光地ブランド形成に向けたストーリー構築」「メディア・ロケ誘致・支援の推進」「持続可能な観光地づくりへの体制構築」など。

- ・具体的な手法としては、「組織のあり方の明確化」「国の持続可能な観光ガイドラインの活用」のほか、情報発信やブランディングを強化していく。

協議事項等

〈委員長〉重点プロジェクトは、前期アクションプランの5年間の中で集中的に取り組んでいくもの。今説明のあった、「観光地『AZUMINO』ブランド向上プロジェクト」について意見を出してほしい。

〈委員〉関連施策「観光地ブランド形成に向けたストーリー構築」の指標として、「基準値 令和4年度 106位」とあるが、これは何の順位か？

⇒〈事務局〉出典が記載されていなかった。「ブランド総合研究所」という民間の調査機関が全国からモニターアンケートを取り、毎年全国の市町村のブランド力を発表しているもの。令和4年度は「観光意欲度」という項目で106位だった。施策の取り組みを行うことによって、最終的に令和9年度では70位を目指そうという形で設定している。全国にある1,700ほどある市町村の中での順位。

⇒〈委員長〉目標値を70位とした妥当性について意見はないか？

⇒〈副委員長〉106位という順位は、かなり良い位置で、県内でも中の上くらい。70位は伊香保や館山寺など、著名な温泉地と同等。ただし、このランキングは、観光地という意味での知名度ではなく、安曇野市という名前が知られているという評価だと思われる。

⇒〈委員長〉現在地から少し努力を要する数字ということで、妥当な目標値だと認識した。

〈委員〉戦略について。「1『持続可能な観光地』としてのブランディング」「2 新たな安曇野観光のブランディング」といった抽象的な内容に対し、「3 フィルムコミッションによるブランディング」は具体的な内容となっている。何か特別な意図があるか？

⇒〈事務局〉メディアへの露出は、特に効果が大きいことから、戦略のひとつとして位置づけた。

⇒〈委員長〉「2 新たな安曇野観光のブランディング」の中に位置づけても良い内容だと思う。委員の意見を参考に、事務局で検討してもらいたい。

〈委員〉関連施策「メディア・ロケ誘致・支援の推進」の指標について。ロケの支援件数も大事だが、ロケ地であることのPRも重要だと思う。

●「安曇野でアウトドア満喫プロジェクト」について説明(事務局)

- ・アウトドアを軸に、「滞在時間の短さ」という市の観光の弱点に対してアプローチし、長く滞在してもらえ
る観光地にしていこうというプロジェクト。滞在時間が長くなることで、観光地としての魅力度向上や観
光消費額の増加につながる。
- ・北アルプスや東山、川などの市内の自然資源を活用し、高付加価値化することで、他地域との差別化
を図っていく。
- ・プロジェクトの中で取り組む「アドベンチャー・ツーリズム」は、世界的にも注目され、コロナ禍を経てニ
ーズが高まっている。同様の取り組みを進めている長野県観光機構との連携を図りながら、進めてい
きたい。
- ・観光だけではなく、市民スポーツとの連携も図りながら、市長公約である「アウトドアの聖地化」を目指
していきたい。

協議事項等

〈委員長〉プロジェクトの取り組みの内容や、その妥当性について、意見を出してほしい。

〈委員〉このプロジェクトの主要ターゲットは、どういった世代か？

⇒〈事務局〉各年代に応じた体験をそろえていきたいと考えているが、少し若い世代をターゲットにしていきたいと考えている。本市の来訪者は、50代、60代以上の方が中心でリピーターが多いのが特徴。こうした方々の来訪頻度が下がると予想される将来を見据え、若い世代を中心に、幅広い世代の方にリピーターや安曇野ファンになってもらうためのプロジェクトである。

〈委員〉山岳を活かしたアウトドア企画について提案がある。世界に目を向けた企画として「ウルトラマラソン」を検討してはどうか。たとえば、蝶ヶ岳から縦走して上高地へ降りるコースなど。こうしたイベントを開催すれば、若い世代に対して安曇野の山岳観光の魅力を広めるきっかけになる。

⇒〈委員〉イベントの開催は、来訪者を増やす良いきっかけになる。「トランスジャパンアルプスレース」のような山を駆け巡るようなレースは、安曇野ならば十分対応できる。大きなイベントを開催すれば、参加者に加えて応援する人も来る。そうした方に、立ち寄りスポットや魅力的な観光スポットなど、イベント以外の情報を伝えられたら良いと思う。

〈委員〉このプロジェクトでいう「アウトドア」は、スポーツに限定されるのか？ 資料には、「自然」のほかに「文化歴史等」といった記載もあるが、リング狩りや稲刈りなど、農業体験も含めてはどうか。

⇒〈事務局〉スポーツ以外の体験も含まれる。特に外国人の方にとっては、日本の文化に触れることが新たな発見や自分の学びになる。そうした体験も含めて、プロジェクトを進めていきたい。

⇒〈委員〉安曇野市は北アルプス以外にも、低山が人気。他にも廃線敷など、年齢層関係なく楽しんでいただけるアクティビティがたくさんある。農業体験なども含めた、地域に密着したアドベンチャー・ツーリズムを展開していただきたい。

〈委員〉アウトドアを重点プロジェクトに取り入れることは非常に妥当性がある。コロナ禍を経て、観光が団体から個人へシフトしていく中で、この戦略は欠かせない。また、ターゲットを若い年代にすることは、これからの誘客数を増やしていくためには必須。ついては、ターゲットにあわせて若い方々の柔軟な発想を取り入れていくことが重要と考えている。先般、松本大学で学生のプレゼンを聞いたが、スマートフォンのアプリケーションを活用して、キャンプ場と直売所を結び、キャンプで使う食材を直接購入できるようにする企画などもあった。こうした新しい発想は、ぜひ取り入れていくべき。

〈委員〉関連施策について。「ネイチャー・ツーリズムの推進」や「アドベンチャー・ツーリズムの推進」に加えて、「ウェルネス・ツーリズム」も加えるべき。これは心も身体も幸せになる旅のことで、コロナ禍を経て関心が高まっている、「地域と人の再生」「平日旅」「仲間との絆を深める」などの旅行ニーズに対応したものの。

〈副委員長〉タイトルについて。「アウトドア」の文字を取って、「安曇野で満喫プロジェクト」としてはどう

協議事項等

か。アウトドアはブームであるが、安曇野の現状では、1,000～2,000組に対応する許容量はなく、せいぜい100～200組程度。採算性や実現性を踏まえて検討しないと、絵に描いた餅になる。プロジェクトの目的は、滞在時間を延ばすことなのだから、アウトドアはあくまで一項目として捉え、多分野に対してアプローチできるよう「安曇野で満喫プロジェクト」としてはどうか。

⇒〈委員〉「アウトドア」を取ると、重点プロジェクト3の「のんびり安曇野の旅プロジェクト」と一緒になってしまうので、「安曇野でアクティブを満喫」などとしてはどうか。

⇒〈委員長〉名称については、重点プロジェクト3の内容を踏まえて検討する。

●「のんびり安曇野の旅プロジェクト」について説明(事務局)

・滞在時間を延ばすという中でも、特に宿泊に特化した施策をまとめたプロジェクト。

・個人化や分散化など、旅のスタイルの変化に対応し、アート・温泉・自転車などのコンテンツの組み合わせ、受入環境整備やおもてなしの向上などを図り、リピーターを増やしていこうというもの。

〈委員長〉宿泊者が少ないという課題の解決につながるプロジェクトになっているか、という観点で意見を出してほしい。

〈委員〉プロジェクトの内容を、すで実践している事業者もいる。その事業者はガラス工芸作家と連携し、丸1日かかるようなガラス作品づくり体験を組み込んだ宿泊プランを提供するなどしている。各事業者が行っている取り組みを吸い上げて、SNS等で発信する、観光案内所で地図に落とし込んで見える化する、などの取り組みを行うだけでも十分効果があると思う。

〈委員〉関連施策「観光教育やおもてなしの向上」について。奈良井宿に行った際、ランドセルを背負った小学生が「こんにちは」とあいさつしてくれた。それだけでも地域に溶け込んだ気になったので、そうした部分から、おもてなしの向上を図ってほしい。

〈副委員長〉プロジェクトの内容は素晴らしいと思うが、関連施策「観光教育やおもてなしの向上」の評価指標は疑問。「信州安曇野ハーフマラソンボランティアへの参加満足度」が設定されているが、ボランティア参加者(もてなす側)の満足度ではなく、各旅館や各観光施設の来訪者(もてなされる側)の満足度を指標とすべき。また、基準値の42%から、目標値の47%という微かな増え方も妥当性があるか疑問。

⇒〈事務局〉指標は、達成度を測れるものとして、ボランティア参加者の多い大規模イベントである「信州安曇野ハーフマラソン」を取り上げて設定した。目標値については、例として入れたが、「もっと頑張れ」というような意見があれば、より高い目標値を設定したいと考えている。

⇒〈副委員長〉来訪者が安曇野で受けたもてなしについて、良かったかどうかという指標であるべきで、もてなす側が「私は一生懸命やったのだからお客さんは満足しているはずだ」というのは、おもてなしではないように思う。来訪者の満足度を測る指標にしてほしい。

協議事項等

〈委員長〉指標については、次の項目で議論するが、指摘のあった点については事務局で再検討してほしい。3つの重点プロジェクトについては承認とし、今後、委員の意見を参考に内容を詰めていってほしい。

(2)KGI(重要目標達成指標)及びKPI(重要業績評価指標)の検討

●「資料3-1、3-2」について説明(事務局)

- ・計画に基づいて、どの程度成果が出ているかという点で指標を設定する。
- ・計画全体の達成状況を示す指標として KGI を設定。「観光消費額」「来訪者の満足度」「平均宿泊日数」「50歳未満の再訪率」「延べ宿泊者日数」の5項目。
- ・基本戦略と各施策の達成度を測る指標として、KPI を設定。たとえば、「観光地ストーリーの構築と発信」という施策に対しては「地域ブランド調査」から「市の観光意欲度」を、「世界・全国に通用する地域ブランドの育成と発信」という施策に対しては観光協会が取っている「観光アンケート調査」に「主な観光資源についての認知度」に関する設問を設定し、達成度を測っていく。

〈委員長〉それぞれ指標の項目や数値目標が妥当かという観点で意見を出してほしい。

〈委員〉目標値の設定の仕方について。「達成すれば満足」という目標なのか、計画の施策を実行して効果があれば「この程度の数値になる」という目印なのか？

⇒〈事務局〉取り組んだものが、どの程度効果として現れているかを測る目印として設定したもの。

〈副委員長〉目標は少し高めに設定した方がよい。これから調査して設定する数値については、大きな目標は難しいと思うが、現在出ている数字に対しての目標は、もう少し上を目指すべき。

〈委員〉基準値のところは「今後調査により取得」と記載された項目が多い。まだわからない段階で、目標値を入れるべきではない。今年は基準値を確定させよう、来年度から目標を設定しよう、というように段階的に設定していったらどうか。また、あまり細かく項目を作るべきではない。数値を把握し、まとめていくだけでもかなりの労力になる。

⇒〈委員長〉第1次ビジョンに関しては、具体的な指標がなかったことも反省点のひとつであった。それを踏まえて、本ビジョンでは新たに設定した指標が多くなっているが、委員の指摘を踏まえ、事務局で再検討していったらほしい。

(3)推進体制及び進捗管理の検討

●「資料4 推進体制・進捗管理」について説明(事務局)

- ・第2次観光振興ビジョンをどのような体制で進めていくかを示したのが「推進体制」。
- ・「推進体制」については、観光協会・商工会・観光課が中心となり、観光地経営の視点に立って役割分担をしながら推進していく。そこに観光事業者や農林水産の事業者が関わって、受入体制整備や旅行商品造成等を行っていく。市民に対しては観光地の理解やおもてなしの向上などを図り、郷土の誇り

協議事項等

を醸成していく。ガイドをはじめとした各種団体とも連携しながら、地域資源を活用し、地域一体となって観光振興を推進していくほか、大学などの教育・研究機関や長野県観光機構、長野県・周辺自治体とも連携を図る。

- ・「進捗管理」については、ビジョンの10年間で前期と後期の5年に分け、5年間の中で年次評価・中間評価・最終評価を行い、見直しを行う。評価の方法については、第三者機関として「観光振興ビジョン推進委員会」(仮称)を設置し、指標等を確認してPDCAサイクルを回して、実効性を高めていく。

〈委員長〉「推進体制」のポイントは地域一体となって進めていくこと。「進捗管理」は、評価機関を設置し、10年間で前期・後期の5年に分け、1年ごとの年次評価、3年目で行う中間評価、5年目で行う最終評価で、見直しを行うといったことがポイントだった。これについて意見を出してほしい。

〈委員〉「推進体制」は、DMO的な組織を想定しているのか？であれば、指揮命令系統が不明確。一番上に記載されている「観光振興ビジョン推進委員会」に命令権があるのか？

⇒〈事務局〉「推進体制」とDMOとは異なるもの。「推進体制」は、本ビジョンを進めていく体制のイメージ図であり、観光協会・商工会・行政が中心となって施策を展開していく。「観光振興ビジョン推進委員会」は、評価を行う第三者機関であり、命令権はない。DMOについては、施策「持続可能なマネジメント体制の構築」の中で、検討を進めていく予定。

⇒〈委員〉第1次ビジョンでは推進組織の構築を想定していたが、構築されないままになってしまった。その点が、第1次ビジョンの一番の反省点。DMOの是非については検討の余地があるが、設立するならば、「観光協会とは別組織としてつくる」「観光協会、商工会、行政から観光に長けた職員を出して、組織をつくる」など、具体的に決めていかないと、第1次ビジョンの二の舞になる。ビジョンの策定と同時進行で、DMOの体制づくりも行っていくべき。評価機関とのことだが、「観光振興ビジョン推進委員会」という名前も、推進組織のように見えて紛らわしい。

⇒〈事務局〉体制づくりについては、施策「持続可能なマネジメント体制の構築」の中で、具体的に記載している。観光課・観光協会が実施主体となり、商工会と連携しながら、DMOの設立を含めて体制づくりを検討していく予定。より具体的なことについては、ビジョン策定後、実施主体である観光課と観光協会が協議しながら、進めていく。

⇒〈委員長〉「推進体制」として記載された図は、ビジョンを進めていく体制を示すにとどめたイメージ図である。体制づくりについては、施策の中に位置づけられており、ビジョン策定後に進めていく、ということで理解してもらいたい。体制づくりは、予算的な裏付けも必要であり、数年かけて、関係者総出で検討していく必要があるため、この委員会で決めることはできない。

〈委員長〉協議事項は以上。ここまでの案は、各委員の知恵によって積み上げられてきたもの。ご尽力に感謝申し上げます。この後は、1月の第6回委員会でパブリックコメント等の確認を行い、本委員会の役目は完了となる。最後に、アドバイザーである長野県観光機構から、ひと言お願いしたい。

協議事項等

〈長野県観光機構〉50歳未満の方の訪問が少ないという課題があったが、私が首都圏で働いていた時は、20～30代の若い女性の安曇野市への訪問意欲は高く、実際に訪れたことのある人も多かった。目的はきれいな景色や、カフェ・スイーツ、クラフトなど。ただし、泊まる場所となると、松本や白馬になってしまうというケースが多く、「通過型」である点が課題だと思う。しかし、先日、観光協会のモニターツアーに参加し、廃線敷のハロウィンイベントやボート、長峰山の早朝トレッキングなどを体験させてもらい、非常に魅力的だと感じた。夜の神竹灯など含め、皆さんで工夫をして知恵を重ね、今まであったものに新しい要素を加えていけば、泊まらなければ味わえない良い観光コンテンツが、必ずできあがっていくと思う。

〈長野県観光機構〉まず、「重点プロジェクト」に関連して。長野県観光部では「点で呼び込み、その周りの面でおもてなし」といコンセプトを根底に据えている。「上高地」「善光寺」といったキラコンテツ(=点)を多くそろえること、その周辺の潜在的な魅力(=面)を来訪者に伝えていくこと、の2段階構えによって、地域のファンを増やしていこうというもの。本ビジョンの重点プロジェクトは、まさにそれである。「長野県といえば安曇野」「アウトドアといえば安曇野」というブランディング(=点)を行い、その上で、のんびり地域の人と交流し、第2のふるさとのように感じる地域づくり(=面)を行うものと理解し、県や観光機構の方向性と一致していると感じた。次に、「KGI・KPI」について。細かく設定すると、足かせになってしまう可能性もあるため、大まかな指標を設定した方が良いように思う。最後に、「推進体制・進捗管理」について。議論されていた「誰がやるか」も大事だが、最も大事なものは、地域の方々や事業者。観光機構としては、最初の動き出しの部分は担うが、最終的に実装するのは事業者という視点で事業を展開している。観光機構もDMO組織であるが、県からの負担金(=税金)によって運営されており、この先どうやっていくか(税金ではなく、自主財源を確保して自律的な運営を目指すかどうか)については、議論を行っているところ。DMOが正解かどうかは、見直す必要があると感じている。そうした点でも、最終的な担い手となる事業者や市民の方々、地域の方々の力が加わっていくと、本ビジョンはいつそう良いものになると思う。

4 その他

・事務局より、パブリックコメントの実施(11月28日～12月28日)、次回日程(1月12日13時30分～)等について連絡。

5 閉会(副委員長)

※ 会議概要は、原則として公開します。

※ 会議を非公開または一部非公開とした場合は、その理由を記載してください。