

## 第4回 新型コロナウイルス感染症対策危機克服会議 分野別会議（観光産業分野） 議事要旨

■日時：令和2年11月10日（火）15：30～17：00

■会場：オンライン開催（Zoom）

■参加者：別紙出席者名簿のとおり

### <議事要旨>

#### 新型コロナウイルス感染症対策危機克服会議中間報告案について

##### （1）観光が持つ多様な価値の創出と活用

- ・観光を入り口にした地域づくりは、世界的に同じような概念になっていくと思うが、この点について京都府がリーダーシップを取りたいと思っている。そのときに京都らしさを出したいが、京都らしさとは何かというのが京都に住んでいる人も分からない。地域が持っているものづくりとか、地域の文化とか、そういったものをDMOが「京都らしさ」として特色を出すような活躍ができれば、面白いことになるのではないかと思う。
- ・お茶の京都DMOでダムツアーを実施したが、最初は観光につながると思わなかったが、あっという間に定員になり、今はダム見学専用のバスツアーをつくるようになった。ダムは京都市内にはないし、ダム職員の話を聞くためには平日じゃないとダメだが、それでもシルバー層中心に人は来る。本当に魅力があるものを提案すれば、平日休日、京都市以外だろうが関係なく人は来てくれると思う。
- ・京都府内に魅力的な場所は沢山あり、ツアーも造成されているはずだが、その情報が京都に住んでいる者が発見できない。「京都のお宿で魅力再発見キャンペーン」は継続希望の方が多く、利用者からも京都の魅力を再発見できたという声が多かった。あのよう、府内周遊を促すツアーの情報発信と実際に参加を促すキャンペーンができれば、きっかけ作りになるのではないか。
- ・前回確認した段階では、京都府民だけでは経済的に回らないということが答えとして出たので、関西圏の自治体を巻き込んだ観光で攻めたほうがまずいいのではないか。それを本気でリードしていくことを今回盛り込めると面白いのではないか。
- ・京都の人は意外と京都愛は強いが、京都のことを知らない。いつでも行けると思い、清水も行かないし金閣も行かないで満足してしまっている。外に目を向けられなくなっている今こそ、地元を改めて知るチャンスだと思う。京都の人がまず京都を知る、そこから日本中に伝えていく。観光客の方に京都のどこがいいですかと聞かれて答えられないのは恥ずかしいと思う。
- ・京田辺市内だけの観光地等を回るツアーをやったが、大雨でもみんな参加してくれた。来られた方のほとんどが京田辺市民で、感想文を見ると今まで知りませんでしたという意見が非常に多かった。自分の住んでいる地域を知らない人がいかに多いかが分かった。そういうところの意識改革から必要だと思った。

## (2) 「観光」と府民生活との共存や幅広い産業分野の事業者が参画する地域システムづくり

- ・施策としてステークホルダー（利害関係者）を意識するのは大事。地域住民の方々をはじめとしたステークホルダーが結果的にどのように受け止めているのかモニタリングしていく必要があるのではないかと。顧客ロイヤルティを測る指標 NPS（ネットプロモータースコア）のシチズン版みたいなものがあると面白い。
- ・DMO は観光を入り口として色々と事業をされ、それを地元でパスを回していただく重要な役割をされている。強く思うのは地元側にパスが来たときに、ちゃんと楔になって事業を展開できる事業体を作っていく必要があるということ。ただ客をもてなすのではなく、地域のプレーヤーと繋がり、地域の中で連携をとれるようにする。そうすると人を受け入れることで自分たちを見つめ直すきっかけにもなり、その気づきがより地域全体に波及する良い効果が生まれると思う。
- ・何度も同じ話をして恐縮だが、府域の混雑するエリアから少ないエリアに観光客の流れをうまく作っていく仕掛けが大事。市町村の主体的な動きは大切だがパワーは知れている。こここそ府がリードする価値があると思う。府として全面に押し出すことが肝要
- ・休日の取り方自体を見直さないと密は避けられない。土日、連休になるとそれだけでも混雑が起こっている。京都府として取り組めるのかわからないが、国として休日の分散とか、新しい暦の導入などそういったものができたらいいと思う。
- ・横の繋がり、連携、この前中間報告のパネルディスカッションに出席したが、皆さん色々と頑張っていて、共通するところもたくさんある。連携の輪が分野等をまたいで沢山広がり、輪が重なっていく。その重なりを増やすことで皆の力を結集できればいいと思う。

## (3) DMO の機能強化や観光事業者の経営持続性の向上

- ・DMO の機能強化という点について、これまでは観光を入り口にして地域の振興を図ることを心がけてきたが、これからは地域振興の部分をもっと強化するというところか。
- ・京都府における DMO の所管が観光部局にないところが他府県との大きな違いであり、それは地域づくりに DMO が関わることへの期待値だと思っている。観光は地域づくりに大きな影響を与えるところがあるが、今後は観光だけではなくもう少し地域づくりに役割を発揮いただければと思っている。
- ・観光の先の地域振興を考えると頭が痛いのは、自社でゼロから立ち上げ仕事を造って従業員を雇用しても、なかなか地方に従業員が住まないこと。何もないからつまらないという。単体の事業者だけであれこれするのはではなく、地域として盛り上がっていかないと「さあ住もう！」という感じにならないので、そのような仕掛けづくりをする必要があると思う。今回のコロナウイルス社会対応ビジネスモデル創造事業補助金の事業が事例となって盛り上がる場所があればいいと思う。
- ・地方にいと、繋がるのがすごく限られてくる。やりたいことがあっても、一緒に事業をやれそうな人との繋がりが少ない。また民間で顔も知らない者同士だと、なかなか話が進まない。この繋ぎの部分に行政が絡んでいけば早く物事が進む。そういった繋ぎの場を形にするような何かを盛り込めたら面白いと思う。

- ・日本の場合、1つ事業を興したりする場合、いろいろ仕組みとかを議論することが多いが、実践する人がすごく少ない。地域ごとに実践事例をちゃんと作って、それを横展開するというほうが早く、絶対変わると思う。
- ・民間での事業展開が横滑りしやすいようなプラットフォームを京都府が用意するだけで、あそこのDMOはこんなすごいことをやっている、あそこはこういうことをやっている、みたいなものが見えたり、事業者同士の橋渡しなどができると思う。そういう観光プラットフォームみたいなのが出来ないか。
- ・志は素晴らしいけれどもお金が無いとか、人が上手く採用できないとか、色々なケースで心が折れたり、やっていた人が挫折する。そういった上手くいかなかった事例も含めた知見を、塾みたいに学ぶ場所を提供するところはないか？学習内容そのものも大事だが、学ぶ者同士が繋がること（コミュニティ化）が大事。挫折しそうな時に頼れる仲間がいる場所をコミュニティ化できると、一気にブレイクできる気がする。

#### (4) 観光産業のデジタル変革

- ・観光産業のデジタル変革という点について、観光業界は生産性の向上が遅れている。デジタル変革というよりは生産性の向上改革が必要であり、そのためにデジタル化が必要というニュアンスに変更できないか。デジタル変革が必要というよりも手段として必要だと思う。
- ・京都府域の周遊を促す取り組みとしては、たとえばシリアスゲーム（教育や啓発をするゲーム）が面白いのではないか。オンライン上で問題を解いていくが、一定数は実際現地に行かないと解けないようにしている。大学で学生が研究していたりするので、官学連携等でやれるのではないか。
- ・来訪調査などデジタルマーケティングで、来訪季節や時間帯など調査分析することはいいと思うが、その調査をどう活用するか具体例の例示は、大きい視点で、どのように府域周遊につなげていけるかという点をふまえて、京都ならではのツアーなどを打ち出したほうがいいと思う。