

## 「令和5年度 第1回 徳島県観光審議会」会議録

【日時】 令和6年2月20日（火） 午後4時から午後6時まで

【場所】 徳島県庁 10階大会議室

### 【出席者】

#### 1 委員（25名中14名出席）

美馬友子委員、芝野光委員、藤岡成輝委員、濱野正裕委員、  
長野和佳子委員、金原克也委員、澤田康子委員、近藤有紀委員、  
廣瀬弘享委員、武知実波委員、飛田久美子委員、東丸定子委員、  
齋真美委員、松浦素子委員

#### 2 県

商工労働観光産業振興統括監兼副部長、商工労働観光部次長、  
観光政策課長、観光政策課魅力発信幹ほか

### 【会議次第】

#### 1 開会

#### 2 議事

- (1) 会長・副会長の選任
- (2) 徳島県観光振興基本計画（新計画）の最終案について
- (3) 意見交換

#### 3 閉会

### 【議事録概要】

#### 1 開会

東條商工労働観光産業振興統括監兼副部長から挨拶

#### 2 議事

##### (1) 会長・副会長の選任

事務局進行のもと、委員互選により、会長に藤岡委員、副会長に濱野委員を選任。

##### (2) 徳島県観光振興基本計画（新計画）の最終案について

事務局から配付資料に基づき説明。

委員から特段の意見がなかったため、答申の取りまとめについて、  
会長・副会長に一任し、会長から県に提出することで全委員了承。

##### (3) 意見交換

事務局から配付資料に基づき、(3)について説明。その後、意見交換が行われた。

【意見交換】

(藤岡会長)

それでは、只今の事務局からの説明、そのほか、県の観光施策等につきまして、皆様からご自由にご意見等をいただきたいと思います。

よろしく願いいたします。

(齋委員)

私は2点ありまして、まず1点目、基本計画の「国内外の情報発信の強化と本県の認知度向上」ということで、丸の2つ目、インフルエンサーの活用というところでですね。

具体的にどのようなインフルエンサーを活用するのかというところで、こちらからアプローチの方法など、具体的施策がどんな感じで考えられてるのか、というのが気になりました。

というのはインバウンドに関していいますと、最近、地方の人气が高まってきているということで、例えば、岐阜県とか山形とか青森とか、というところが人气が凄く急上昇しているというところで、その理由の一つにですね、日本在住の外国人インフルエンサーが、インスタ映えするような感じで、何かを撮って、それをきっかけに外国人が見て、来て、またそれを上げてっていうので、凄く話題になっているというのを聞いたので、そういう方々の影響力というのも一つ大きいのかなっていうのを言われているので、こういうところにも積極的にですね、インフルエンサーの活用、どういった人を活用するのかっていうところまで、具体的に考えていけば、そういうのに、徳島県も繋がっていくのかなと思いました。

もう一つは、今回の施策では、お遍路っていう単語が出てきていなかったんですけども、確かに徳島県単独ではなくて、広域連携のDMOであったり、他県と連携が必要なのでそういった単語が無いのかなと思ったんですけども、私は今回はお遍路について、ちょっと気になりました。

2022年度のロンリープラネットという世界的人気のガイドブックで、四国お遍路が6位に選出されていて、日本では唯一、四国お遍路だけだったという事なんですけれども、自然と歴史を感じながら旅ができるという事で、ちょうど2022年と言えばコロナ禍の中で、そういう旅がちょうど見直されていて、お遍路というのが一つのキーワードになってたのかなと思います。

インバウンドというのもありまして、外国人の方にもお遍路は人気というのは前からありますので、そういった意味では、お遍路というの、もともとある、すごく大きな観光資源の一つでもあると思いますので、考えてみたらどうかなと思ったんです。

私ごとなんですけども、例えば富士山に一生に一度登ってみたいなってすごく思っているんです。

まだ行けていないんですけど、というような感じで、一生に一度はお遍路してみたいな、って考え

ている人もいるんじゃないのかなと思うんです。

私も四国に住んではいるけど、まだ全然行けてない、回ったこと無いので、できたら機会があれば、というのは、なんとなくあるんですね。

なので、お遍路というのをキーワードに、例えば、EVでお遍路、だからEVに興味ある人はいいのかなとか、バイクでお遍路、バイク持ってるツーリングの人、自転車でお遍路とか、お遍路の女子旅とかですね、お遍路をきっかけに気になるキーワードをくっつけて観光産業にするというのも新しく面白いのかなとふと思いましたので、そういうのも、見直してもいいのかなと思いました。

徳島県独自じゃないのでここで話すのはどうなのか分からないんですけども、一応、意見として参考までに。以上2点です。

(武知委員)

事前にいただいた資料と今いただいたご説明を参考に、私からは3点ほど、意見と言いますか、気づいたところについて共有させていただきます。

まず1点目、事前に資料でお送りさせていただいたところで反映していただいているところなんですけれども、最終案の資料2に関しまして、ページ8ですね、「高付加価値なコンテンツの充実」のところで、具体的な取組に、「自然の中で行うアクティビティやスポーツの振興」、「自然資源の保全などオーバーツーリズムへの配慮」のところで、追加していただいております。

こちら2点目、特にこのオーバーツーリズムへの配慮、というところなんですけれども、この点、非常に重要かと考えております。

また、オーバーツーリズムへの配慮は勿論なんですけれども、その前に書いてあります、自然の中で行うアクティビティやスポーツの振興のところで、これをしながらオーバーツーリズムは勿論なんですけれども、その次にも、「持続可能」というワードが出てくるんですけれども、やはりサステナブルツーリズムといいますか、サステナブルな徳島、サステナブルな取組をしている地域を求めて観光に来られる方も、今後対象に、ターゲットに絞っていくと思いますので、ここでしっかり自然を保護しながら保全しながら、その環境に負荷をかけないような意味合いでツーリズムをしている、という見方、見せ方というのが、観光客の皆様に対して納得しながら、やっぱり徳島はしっかりしてるよね、というような観光客の信頼を掴むためにも、非常に重要になって来るかと思っております。

やはり徳島県下の民間の皆さんも含め、県の皆さんも含め、サステナブルなツーリズムと言いますか、内容が世界にも誇れるものが沢山あると思いますので、その矛盾と言いますか、乖離が無いように、私たちも含め、気を付けていかないといけないところかと思っております。

続いて2点目です、資料3でいただいております、今議会の方に通していただいているとおっしゃっていたかと思っておりますけれども、こちらの資料に今申し上げた「高付加価値なコンテンツの充実」の自然のところであったり、「オーバーツーリズムへの配慮」というところが、具体的にちょっと見受け

られなかったので、今後反映していただけるのか、何らかの理由があって反映されていないのか、というところで、ちょっと、気付いたところだったので、共有をさせていただきました。

3点目ですが、25年にある、万博に向けて具体的な施策が色々あると思うんですけれども、今回は令和6年から令和10年までの5年間の計画というところで、27年のワールドマスターズも一つのスポーツツーリズムの活用だと思うんですけれども、徳島県も会場を要する大きな大会かと思しますので、そこを5年計画の後期で注力できるような準備と言いますか、そういうところもより具体的にを見せていただければと思いました。

(松浦委員)

私の方からは1点だけなんですけれども、今説明をしていただいて、大卒というところに関してはこちらの方でよろしいのではないかという風に思っております。

ただ、やはりこれをどうやって実施していくのかというところが一番重要なところになりまして、例えば先ほど、各委員の方からありましたインフルエンサー、どういった方を、どんな表現で、どの国に向けて、どういう風に発信していくでありますとか、サステナブルに関して、どこにフォーカスして、そこから県が全部にどうやって広げていくのかとか、そういったところを、より具体的に、より色んな方にお越しいただけるような感覚、というんでしょうか、そういったものを盛り込んでいかないと、やはり今までと同じような盛り方ではなかなか、各都道府県でありますとか、国外も含めて、徳島県を選択肢に挙げていただけるような仕方が大変重要になってくるかと思しますので、そういったところを進めるにあたり、どういう進捗管理をしていくのかとか、そういったところまでも、審議会にご提示していただけると大変助かります。以上でございます。

(藤岡会長)

それでは岸課長、たくさんご意見ありますが、コメントをお願いいたします。

(岸観光政策課長)

皆様、それぞれに大変貴重なご意見、また、叱咤激励というところもあるかと思いますが、いただきましてありがとうございます。

質問が何点かあったかと思しますので、ご回答させていただきたいと思します。

インフルエンサーの施策について具体的にどう深掘りして、PRしていくのかというところですが、当然、なんとなく有名なインフルエンサーを使うという事だけとは思っていないところでございます。

国によっても特性は様々あるんですけれども、インフルエンサーを使うというのも一人だけではなく、例えば、幅広い層により情報を周知していくという意味では、人気のインフルエンサーですとか、

また、インフルエンサーにも多種多様ございまして、訪日旅行を専門としたインフルエンサーという  
ような、それぞれに影響のすごい大きいインフルエンサー、チャンネルみたいなところがございまして。

また、我々も観光に行く時にネットで色々検索すると思いますが、ブログなんていうのもよく、最初に見るところがあると思いますが、そういうブログでの、すごい上手な分かりやすい記事を上げる、  
そういうのが得意なインフルエンサーも様々ございまして、そういったところを組み合わせながら、  
幅広い層に認知を狙うところと、実際に行ってみたい、ここ良いなど、旅行先に上げていただくための  
インフルエンサー、そういったところを使い分けしながらやっていきたいと考えているところでござい  
ます。

また、お遍路についても、一生に一度のお遍路、というような、すごい、自分も行ってみたくなる  
ような、そんなキャッチコピーまでご提案あったところでございまして、大変ありがとうございます。

お遍路につきましても、本県として当然重要なコンテンツでございまして、既に様々な宿泊施設な  
どにおいても、遍路を活用したような売り出し方といたしますか、誘客というところも、進めていると  
ころでございまして。

本県につきましても、だいたい年間10万人程度の、入込客数があるというところを把握できている  
ところでございまして、海外に目を向けると、そういうちょっと宗教的といいますか、聖地巡礼とい  
うようなところではもっと、例えば30万人くらい年間来ているというような形で、もっともっと伸ば  
していける余地があるのかなと思っておりますので、ちょうどこのためにという訳  
ではないんですけど、この2月頭に遍路に関係している県庁の中で観光政策課以外にも、他の部局  
は跨るんですが、文化資源を保存する課ですとか、また自治体として力を入れておられる吉野川市さ  
んですとか、DMOとか、そういう観光関連の団体が一旦集まりまして、現状と課題を共有して、どう  
よりPRしてお金が落ちるような仕組みにしていくかというところについても、話を始めていると  
ころでございまして、こちらにつきましても引き続きといいますか、初めて関係各課で、実は顔を  
見えるような関係で集まったところでございまして、今後力を入れていきたいと考えております。

本県におきましても、時々街を見渡すと、袈裟を着て笠を被った外国人の方々などもおられて、話  
を聞くと非常に長期で滞在されるというところがございまして、そういったところにつきましても、  
取りこぼす訳にはいかないと思っておりますので、

他には、オーバーツーリズムへの配慮についてのご発言ございました。

ご回答申し上げますと、令和6年度の予算に反映されていないのではないかとこのところござい  
ますが、間接的ではあるんですけども、DXというところの取組についてでございます。

オーバーツーリズムというと、人気のところに人が集まってしまって、そこで人種等も様々ござい  
ますので、言語の壁のトラブルですとか、単に、せっかく大阪とかじゃなくて地方に来たのに、混ん  
でこんなに沢山いるんだ、というそう言う評判に繋がってしまうところがございまして、DXという  
ことで、観光客数ですとか、観光施設ですとか、そういうところが、どれだけ人気で人が入っている

のか、逆に言うと、地域のための施設については、どれだけ頑張ってPRすれば伸ばす余地があるのかというところで、地域全体で観光客を分散しながら、なるべくそのオーバーツーリズムというところに一カ所に固まらないようにしながら、地域全体で事業を、観光客を呼び込んでいこうというようなところも、一つ狙いとしてあるところでございます。

もう1点が、ちょっと下世話な話でもあるんですけど、観光庁は、国全体としてオーバーツーリズムについては問題視しているといえますか、今東京や大阪に固まっている観光客を、地方にも誘客を、という流れを国全体として考えているところでございまして、観光庁の補助事業のようなもので、オーバーツーリズム対策というようなものが今も出てきていますし、今後も出てくるところでございしますので、今回、令和6年度の当初予算という形では、なかなかオーバーツーリズムに直接効くような予算だったり事業だったりではできなかったところなんですけれども、今後観光庁の補助事業なども取りに行って、直接的にオーバーツーリズム対策等に役立つような事業について実施して参りたいと考えているところでございます。

あと、サステナブルなことをPRしていくべきというような話がございましたが、その通りだなと思っているところでございます。

海外にセールスに行くにあたりまして、やはり個人旅行者ということで、日本に複数回来ていて非常に目が肥えていると言いますか、そうした旅行の観光地に対する影響等についても考えておられる方が多いなというところは、非常に実感しておるところでございまして、ツアーを作る旅行会社などにおいても、SDGsというところを意識した会社が非常に多いという印象がございまして、そうした旅行会社から話をきくと、自分の会社がSDGsを意識した会社であるから、SDGsを意識した観光地に人を送りたいというような話もございましたので、これにつきましては国内だけでなく国外に対しても、日本の徳島においてSDGsを意識して、また自然と調和しながら、また地域の住民の生活と調和しながら、観光について取り組んでいるということをPRしていきたいと思っております。

また、最後でございしますが、実施体制について、今回の観光基本計画についての、今後どう進めていくかというようなところまで検討すべきというご発言もございました。

私もその通りだと思っております。

県において、また観光審議会の皆様において、ご論議いただきまして、計画を立てたところで、それが進まなければ意味がないというところのご指摘だと思います。

やはり観光産業におきましては、事業者あつてのものだと考えております。

その中で、県としてできることといたしましては、総合調整でありますとか、旗振りというようなところが大きいかなと思っております。その総合調整、旗振りをするにあたりまして、皆様に考えをお伝えする場ですとか、また何かをやってもらうとしたら、その補助というところ、支援というところが必要となってくるところでございしますので、まずは県としての考えだったり、目指すべき姿を共有するなどして、県内の事業者の皆様をお集めして、マッチングですとか、こういった事業の方

針について説明する場を設けることですか、そうしたことについても取り組んでいきたいと思いますし、また、今回の観光計画は作って終わりというところでは当然ございませんので、定期的に、進捗と申しますか、どう進んでいるのかということも、この関係部署の方から、ちゃんと、情報収集しましたら、皆さんに共有して、またご意見をいただくという、そういうサイクルを進めていきたいと思しますので、その時に皆様にご報告して、ただただ来てもらうということがないように、県庁の各部局、事業者等にもしっかり話があったという事もお伝えさせていただきますので、今後のご審議の中でも定期的にご報告させていただきたいと思います。私の方からは以上です。

(藤岡会長)

岸課長ありがとうございます。いただいたご意見に対するコメントは一通り漏れがないと私今チェックはしておりましたが皆さん大丈夫でしょうか。

はいありがとうございます。それでは引き続きまして、またご意見をいただきたいと思います。続きまして美馬委員様からご意見をお願いいたします。

(美馬委員)

私は田舎の町、勝浦からお世話になっているんですが、この基本計画を全て実施とすれば、ほんとは行きたい町、ナンバーワンになってくるんじゃないかと思うんですけど、ここまで全部は網羅できることはないと思うんですが、自治体側で言いますと、HPが古いと言われてますけど、HPで魅力発信できてるが自治体が徳島県は少ないんじゃないかと思えます。

私たち視察に行くと、HPを見てどんなところかな、というのを調べるんですが、県内は、まだまだ、そこで私はいつも専門家を入れるべきだと、DXもあるのに、そこは専門家を入れる予算を取ったらいんじゃないかといつも発信してるんですが、ほんとに情報発信って大事なことで、私たちがインスタ映えするところ撮って、HPに載せようかといっても何処に載せたらいいのか、なかなかスライドしていけないという部分もあるのではないかな、と思ったりしているので、情報発信しないと、万博もあってその後各自治体に旅行の方が流れてくるっていうのは難しいんじゃないかと思っているので、もっともっと魅力発信する力を各自治体に付けて欲しいな、観光の為にも、と思えます。

観光施設に、HPからすぐここにリンクするっていうのがなかなかいけない、県のアプリを取ってもリンク先になかなか辿り着けないっていうところがあるんで、もっともっと便利になったらいいかなと思ったり、旅行に行くのでも、旅館を探す、ホテルを探すのでも、HPで口コミを見るじゃないですか、皆さん。

その口コミが、徳島県の観光の、ここは素晴らしいっていう口コミがどれだけ入っているのかということが、ブログだったりとかFacebookだったりとするんで、そのことが自治体のHPにちょっとリンクされてたらいいいのではないかなと、私は常々思っているんで、その点にも力を入れて欲しいなと。

これは、観光というよりは県にも向けてお願いしたいところなんですけど、お願いしたいなと思っております。

(芝野委員)

私は主に宿泊事業を営む業界の者として、資料の「魅力的な宿泊施設の誘致」などの実施ということで、これよく似た施策、他の地方の知事の話もちょっと聞いたことあるんですけど、これについては、まったく県としては初めての取組になるわけです。

是非、相応しい、そういった集客の力のある、特に世界に向けてですね、そういう事になれば、非常に望ましいと私は考えます。

もちろん、県内の中でも宿泊単価等も含めてですね、相当なところをイメージしてらっしゃると思うんで、我々中間層を狙う、あるいは色んなところと競合せずに、面の力が大きくなるんだろうなと考えています。

単年度ではなかなか結び付けることが難しいと思うんですけども、ぜひ我々の業界も使っていただきながら、複数年で取り組んでもらえたらいいのかなと思って聞いておりました。

もう1点、2月の下旬にこの審議会の事で（事前に）資料をいただいた時のものと比較すると、資料1の裏面ですね、1番下の右側のところに主目標というものがございまして、これの宿泊者数、これが非常に大事な数字なんですけど、以前の時にはですね、観光入込客数というのもあったかと思うんですね。

私は、徳島県内で宿泊数が増えるのは、一番望むべき姿ですけど、これ（観光入込客数）も無視する事はできないのかなと。

私共の施設なんかでも、美術館とセットになった昼食のプランなどがよく売れております。

で、初めて美術館に足を運んで、初めて私どもの施設に足を運んだお客様が、こんなところがあるんだったら次、美術館もう1回見たいし、鳴門には他にも見るとこあるし、徳島市の方に行ってもこんながあると、やっぱりきっかけ作りにもなると思うんですね。

ですので、いろんな意味での過去にも観光バスの補助するような施策もありましたけども、いきなり宿泊者数だけをドーンと上げるというのは、今の受入の数からしても、なかなかハードルが高いと思うんですけど、この日帰り客も、目標数値として明確に立ててですね、最終的に宿泊に繋げていくという、これはあった方が、我々業界としても取り込みやすいところなのかなと思いました。以上です。

(長野委員)

ご説明ありがとうございます。私からちょっと気になった点なんですけれども、資料1の趣旨のところですね、「徳島にしかない個性や魅力」、とあるんですけど、徳島にしかない個性や魅力を、県

の皆さんとしては何だ、という風にお考えなのかなと思ひまして、これそんなに数が多いかと思うんですね。

あれもこれも、ではないと思うんです。で、おそらく、ちょっと失礼な言い方かもしれないんですが、ここを、ズバツと言ひ切れないと、なかなか難しいのかなと思ひております。

そこが一つ大きな、徳島が観光客を呼べる、大きなポイントかなと思ひておひまして、スポーツですとか、アニメとかもあるんですけども、これ、他の県でもやっていたり、イベントの事だったり、箱ものではない気がしております。

それで言うと、私なりに考えるのは、豊かな自然と、そこに根差した文化ではないかなと思ひております。

お遍路も、私、歩き遍路を長らく取材した経験がござひまして、やはり四国のこの地形だからこそできる修業の道なんですよね。

そうしたすごく深い、藍染めに関しても吉野川の恵みかがあったからこそ、あの藍という養分を沢山吸ひ取る強い染料の植物が育ち、吉野川が無いと、藍は育たない、という風に藍農家さんもおっしゃっています。

そうしたこの土地の魅力と、そこに根差した文化という、今あるものをもっと大事にして、売り込んでいくっていう事が、大事なんではないかと考えております。

また、そうした事は、先程来、インフルエンサーというような言葉もあるんですが、外国人であっても日本人であっても、とっても魅力を感じる部分で、あえてターゲットに合わせて色々変えなくてもですね、一つの魅力をしっかり伝えていく事で、全ての方々に、また年代も問わず、伝わっていくのではないかと考えております。

もちろんですね、いろんなターゲットの方を網羅したいと、すごく網羅的になってるんですけども、それ故に、ちょっと、結局徳島に行くとなんがあるの？って聞かれた時に、誰も答えられないような形に、今なってしまうのが残念だなという風には感じております。

当然スポーツ合宿などのお客さんも重要でしょうし、それはそれで、例えば関西圏の近いところの、そういうスポーツ協会等に売り込んでいくということも大事だと思うんですが、大きな柱として、ここの趣旨にある、徳島にしかない魅力っていうのが何なのか、というのを、もう少し皆さんで考えて打ち出して行っては如何でしょうか。

(藤岡会長)

はい、ありがとうございます。すごく本質的に難しいのが飛んできてますが、岸課長、よろしくお願ひします。

(岸観光政策課長)

皆様、今回も貴重なご意見、またご指摘いただきましてありがとうございます。ご回答させていただきたいと思います。ちょっと一部個人的な考えが入ると思いますが。

まず、HPが古い、魅力発信がなかなかできていないのではないかと、というところがございますが、自治体が非常に苦手なところなのかなと、思っているところがございます。

HPが古い、というのはHPの構造も古ければ、また載っている写真もなかなか更新させていないとか、そうしたところが大きなところなのかなと、思っております。

それにつきましては、重々承知しているというか、改めて見ると足りないな、というところで、民間の旅行サイト等を見ていると、やっぱりそういうコメントがあったりとか、リンクが張ってあったりとか、そのリンクから例えば、旅行商品とか観光施設の予約ができるとか、一歩進んだところが、自治体と、民間の面白いと言われるサイトとの違いなのかなと認識しているところがございます。

本県におきましても、阿波ナビというところ（サイト）がございますが、こうしたところで持っている素材なんかについても、更新をしていかないといけないと、そしてまた、具体的な観光施設も色々載せておりますので、そこに気になった人がぱっとアクセスできるようなリンクを貼るですとか、改修もしていかないと、という話も課内でしているところです。

これについては、取り組んで参りたいと思います。

それにつきましては、県だけではないというところは、重々承知しているところがございます。

そういう意味で県だけではなく、市町村の方々ですとか、あと民間の事業者の方々についても、何か得るものがあればいいなというところです。

昨年11月にデビッド・アトキンソンさんという、日本の政府の観光局等でも色々務められている方でございますが、その方も徳島県にお呼びしまして、市町村の方々にもご参加いただけるようにして、実際に市町村の方々にも出張いただいて、（徳島）市内のあわぎんホールで開催したところがございます。

アトキンソンさんは、旅行者目線でのHP、実際に来てもらうためには楽しくしなきゃいけない、載せてる写真も単なる上から、空高くから撮った風景というよりは、人が実際楽しんでいる風景にするべきではないか、といったそういった話も始めとして、様々な気付きをいただいたかなと、思っております。

そうした機会も、参加した方々のアンケート、声を聴くと、非常に有用だったかなと、思っておりますので、まだちょっと誰を呼べるかとか、まず予算とか、人のスケジュールの関係が、ございますが、そうしたところもまた定期的に、どこかのタイミングでできるといいのかなと、思っております。

続きまして、ホテル関係というところで、非常に力強いご意見ありがとうございます。

本県としましても、既存の、これまで徳島県の宿泊業界を支えて来られたのは、今ホテルが建っている皆様でございますので、その力なくしては、全く何も宿泊客も増えないし、立ち行かなくなるというところがございますので、お力添えをいただきながら、また、うちの県に欠けているというか、実

際にチャーター便などで色々旅行客が来られると、もっとうこういうホテルが欲しい、というお声もございますので、そういう、本県に無かったようなコンセプトのホテルなんかを呼ぶ事で県全体的に宿泊業界、宿泊者が増えれば、当然観光地であったり飲食等にも波及するところも多いところをございますので、そうした姿というのを目指しながら、根気強くやったいきたいと思っております。

1点、宿泊者数と入込客数というところで、当然入込客数というところは、すなわち本県への滞在時間の長さかと思っておりますので、いかに複数の観光施設を巡っていただくかというところを計る点で、大変重要な内容であると思っております、主なKPIとして7つのうち4つというところでは、入っておりませんが、7つの（うち残り3つの）KPIでは、観光入込客数を入れているところをございます。

前回お送りした資料からの変更で、宿泊者数が主な4つのところに載っているということをございますが、県民の皆様にも、こういう風な姿をやっていくんだ、というところで公表していくにあたって、入込客数というのが、なかなか伝わりづらいところかなという意見がございましたので、分かり易さという観点で、今回宿泊者数というところを、副目標と、主なKPIで載せていただきましたが、入込客数については、当然大事な、寧ろ非常に波及効果の強い数値だと思っておりますので、そこについてもしっかりと、目標として掲げて行きたいと思います。

最後ですが、非常に難しい深遠なご意見をいただいたのかと思っております。

徳島しかない個性や魅力は何かというところで、個人的には大都市、大阪・神戸に近い、大自然とその背後にある歴史文化なのかなとは、合わせに行っている訳ではなく、思っていたところをございます。

やっぱり、大阪・東京とか、そういうところには太刀打ちしたって同じようなものは作れない、箱ものだったりスポーツだったり、そういうのはなかなか難しいなというところをございますので、大阪を楽しんだ人が、じゃあ日本のもっと、（都市部では）人波がごみごみしていると思っておりますので、車で2時間で来れる大自然というのを端的にPRしていくのが良いのかなと思っております。

そういう素材としては、当然鳴門でいえば、あれもこれもという訳ではございせんが、渦潮というような、日本ではここにしかないような、世界でも珍しいような自然環境が生み出すものがございますし、南の方でも、あれだけ綺麗な海でいい波が来て、というような、非常に日本の中でも大変珍しい、西部の方については、秘境というようなエリアで、なかなか外国人の人には通じづらいですが、源氏と平氏が（といった）歴史もあると思っておりますので、そういうところが一つ、一口で徳島はこうだ、とPRすると、何か切り捨てていけないといけないので、なかなか難しいんですけども、端的に表現していくと、豊かな大自然、というところかなと思います。

それでPRをして、それをフックにして、また別のところを、こんな観光地もあるんだということに気付いてもらえれば良い、という順番なのかなと思っておりますので、そうしたPRについて、どこをPRするかというと、漏れるところがあるので皆さんの合意をしっかりと取らないといけないんですけども、

気付くというか、逃げずにやらなきゃいけないのかなと思っております。

だいぶ感想めいたところが多いんですけれども、ご容赦ください。よろしくお願いします。

(藤岡会長)

ありがとうございました。ご意見とご質問には、これでいったんコメントはいただけてると思います。

磨き上げていってですね、究極の色んなものを作っていくといけないということは、皆さんと色々ご相談をさせていただきながら、進めていければなという風に思いますので、よろしくお願いしますと思います。

それでは、続きまして、金原委員様、よろしくお願いします。

(金原委員)

個別のやり取りもしてしますので、これ以上申し上げることはないんですけど、やっぱりお遍路さん、これについては4県連携あるいはJR四国さんと連携できる数少ないテーマでございますので、県職員の皆さんには是非、このところを意識していただけたらと思います。

これはお願いなので、回答は特に求めません。

それとあのバス業界、ちょっと苦しい現状を申し上げて皆さんと情報連携したいんですが、2024年問題、これはタクシーも一緒でして、この4月から労働条件が厳しくなるという事で、それに合わせて今、拘束時間等を変更するなど、徐々により人出不足、厳しい状況になってます。

例えば去年の11月、観光のハイシーズンになりますと、日によっては観光バスの取り合いをしたという日もありましたし、航空旅客が増えたという事で、リムジンバス、積み残しも、去年の秋に発生をいたしました。徳島市内の皆さん、ほとんどが乗用車で行かれて、という方が多いので、あまり意識してなかったと思うんですけれども、航空旅客が増えて積み残したという事で、リムジンバス常用4両、予備車1両で回してるんですが、合わせて4両中、当時は高速バスの定員40人のバスを使ってたんですが、これを年内に定員60人に、3両置き換えをいたしました。

万博に向かって、観光バスの車両数を増やしていきかけたので、慌てて観光バスを発注する、という事もやりましたし、この4月の連休までには、静岡とか名古屋で使われてる、定員65人乗りのリムジンバスを発注して作っているところです。

急に顧客が増えていく状況に、今なかなか耐えられないという状況にあります。

こうした中で来年の万博、これ本当に徳島県内ですね、高校生、中学生、小学生が、どれくらいのボリュームで、一泊なのか、日帰りなのか、どんなボリュームになっちゃうのかというところ、ぼちぼち考えて行かないと、JTBさんなど代理店と、個別のバス事業者あるいはタクシー事業者とのやり取りだけでも賄えるようなボリュームになっていくのか、そんなところのことも見据えつつ、どう

やって県に關与してもらったらいのか、あるいはバス協会がどのような關与をするのか、タクシー業界として、どのような關与をしていくのか、というような事についても、代理店の皆様と、県の皆様と、もうそろそろしっかりとした、具体的な数字を見据えつつ、議論をする必要があるんじゃないかという風に思っていますので、今後とも情報連携、よろしくお願ひいたします。以上です。

(澤田委員)

コロナが明けまして、航空を利用するお客様も増えては来ているものの、全国と比較しますと、四国、なかなか観光客の方がお見えいただける状態では、まだ戻りが弱い。

特に、徳島は四国の他県と比べましても、かなりちょっと劣位にあるという現状です。その中で、やはり観光客の方を多く来ていただくために、まだまだよく考えると伸びしろがあるということで、色々取組を進めていきたいとは思っております。

国内全国支店それから海外支店の者と色々話す中で、お客様の目線でいきますと、お客様の行動範囲を考えますと、まず、県とか自治体の枠組みだけでは、なかなかご要望にお応えできないんじゃないのか、というのが、大半の考えでございます。

これは何を申し上げますかと申しますと、先ほどから四国お遍路という話もありましたけれども、ある程度の広域で取り組んだ方が、より効果的に徳島に人を呼ぶ仕組ができるんじゃないかという事に繋がる事だと思います。

その点につきまして、不勉強なんですけれども、広域、四国とか、関西近畿も含めて、県で広域の取組に対する計画ですとか、意見交換ですとか、そういった場があるのか、またそういった意見をどのように反映するスキームがあるのかなど、あったら教えていただければと思います。

先日、個人的な話なんですけれども、お遍路の一番札所に行った時にフランスの方がいらっちゃって、その方にちょっと話を伺ったところ、(その方は)日本に初めて来るんですけども、(以前)キリストの巡礼地を、スペインなどにあるんですけども、そこを歩きましたと。

それで日本にどうしても来たかった、それで同じようなテーマがあるところはないかと探したら、四国のお遍路に行き着いた。

それでじゃあどこだろうっていう時に、一番の徳島に来た、という言うような方のお話があって、そのあとずっとこの4県を何ヶ月か掛けて回るっていうお話がありました。

やはり、その広域での一つのテーマについて深掘りをすることによって、それを訴求することによって、多くの方を、呼ぶこともできるんじゃないかなと思います。

他県に勝つというよりは、一つのお客様を取り合うという考え方ではなくて、そこを循環させていく中に、徳島県もきっちり入るということが、個人的にはとっても重要だと思います。

外国の方ともよく話す中で、四国の徳島って言った方が、自分たちの中にも入りやすいと、四国という、日本の徳島っていう形ではまだ、頭の中にはインプットされない。となると、四国の徳島、つ

てというような売り出し方もあるのかなという風に思います。

また、いろんなスポーツもありますけれども、こちら大鳴門橋の自転車道設備などありますが、こういったものも、2024年10月に確か、しまなみでサイクリング大会があると思うんですが、そういったところで、鳴門の自転車道を整備してますよとか、今後オープンしますよということもPRする、そんな事もあってもいいのかなという風に思います。以上です。

(近藤委員)

8ページのところで「高付加価値のコンテンツの充実」というところで食の部分を追加していただいていたありがとうございました。

指摘させていただいた理由の補足といたしまして、食というものが、かなり観光の中で大きな要素となっている、で特に国内客、国外客ともに食を重視されている、というのがデータ上でも分かっております。

いろんな地域の方にとった、国外旅行の主な目的となるもの、というアンケートでも、ガストロノミー、美食というところが上位に上がってきていたり、国内客にも地元の美味しいものを食べるという項目が上位に入り込んでいたりというところで、非常に重要な点かなと思っております。

同時に、食というものは、先程長野委員さんがおっしゃったような、徳島にしかない文化だったり自然というところが現れる部分ではあるというふうに思っております。

例えば、香川のさぬきうどんであれば、環境的に水が少ない中で麦を育てるようになって、そこからうどんに発展したというところも、背景としてあると思うんですが、食というのを通してそういう文化だったりも味わえるような要素があるかなというふうに思っております。

ですので、ぜひ徳島の県産品を中心に、食のコンテンツを充実させていただければと思います。

で、アトキンソンさんの話があったと思うんですが、一部報道の方でアトキンソンさんが、すだちだったり、ワカメだったりをそのまま写しても美味しそうに見えない、食べたくないというような報道を見受けました。

私たちはそれが美味しいということは十分理解しているんですが、見せ方の問題という事を、アトキンソン氏は指摘されたかったのかなと思っております。

それは、食だけではなく、先ほどのHPの問題だったり、写真の問題だったりということも共通するところかなと思いますので、是非、戦略的な情報発信をさせる中で、じゃあ、どういう風に見せたら情報発信しやすいのか、情報発信をしやすいコンテンツはなんなのかというところを、バックキャストのような形で、考えていただければなと思っております。

同時にですね、ちょっと別の視点になるんですが、宿泊者数を300万人に拡大されるというところで、今まで徳島県で一番宿泊者数が多かった2019年の数値よりもかなり大きくなっていらっしゃると思います。同時に、2023年はコロナが明けまして、お客様がたくさんいらっしゃったと考えているん

ですが、宿泊施設の方の話なんかをお伺いしますと、かなり人手面で苦労されているようなお声がございました。

私も人口減少について色々調べているんですが、県内の高卒人口なんかを見ていますと、今までの30年間で約5割、これからの30年間でそこから更に5割減っていく、更にその中でも進学率が高まる中で、県外にどんどん流出していつているというところで、人が足りないという問題は、どんどん深刻化していくのかなと思います。

宿泊施設を呼ぶというところも非常に重要な点かと思うんですが、同時にたくさんの人を受け入れられる環境というところの中で省人化への支援というところも、していただく必要があるのかなと思っています。

例えば、DXを活用して、人がいなくても宿泊の業務ができたとか、案内の業務なんかを、例えばネット上でアクセスしやすいように情報を整理していただくとか、そういうところを、具体的にすすめていっていただければなと思います。

データの活用というところで、一つちょっとお願いしたいのが、消費額というところで、皆さん公開してデータ公開していただくと思うんですが、品目別であったりエリア別であったり詳細なデータなんかも時折いただくと、各事業者さんなんかも、その後も事業計画なんかも立てやすかったり、あとはどういう風にこれから自分の事業を広げていこうかという上で参考になる資料かと思いますので、詳細なデータの公開をお願いできればと思います。以上になります。

(藤岡会長)

ありがとうございます。岸課長、コメントお願いいたします。

(岸観光政策課長)

またもや貴重なご意見ありがとうございます。

まずはバスの話ですけれども、リムジンバスの発注などさまざまご尽力いただいて、本当にありがとうございます。

恥ずかしながら新しく発注していただいているということは知らなかったもので、大変感謝申し上げるところでございます。

今後、万博に向けてというところで、当然バスが増えたりだったり、宿泊のキャパ（拡大に向けた動き）とかもございますので、万博をきっかけに、徳島に対する認知度というところは、これまでよりは上がって行くと思うんですけれども、それこそオーバーツーリズムにならないような、観光客数とか、入込客数、宿泊者数というところも、一方で意識していかなければならないのかなと。

単に人が沢山来て、結局オーバーツーリズムで泊まれなかったら、徳島に対する悪評を持って帰ってしまうこともございますので、適切かつ経済的な効果も大きいような人達を呼び込めるようにとい

うところで、今後、旅行代理店やバス協会の方々、関係事業者の皆様方と、どういう人をどこに呼び込むかということについても、しっかり協議させていただかないとなと思っているところでございますので、また、観光部局、県の交通部局も含め、そうした話については、この来年度ついに万博から1年前ということになりますので、詰めさせていただいて協議させていただければと思います。

また、四国全体でというようなPR、またその四国全体で何か取り組む方法はないか、というような、四国、広域でというような、ご意見がございました。

それについては、実態のところでもまず申し上げますと、私先ほど四国全体だったり関西の括りというところで申し上げましたが、四国であれば四国4県の、それぞれ人を出し合った四国ツーリズム創造機構というものがございます。

また、関西であれば関西観光本部、また瀬戸内という括りもございますので、そこにも属しているところで、それぞれに人と、またお金といった形で出しているところでございます。

何か広域で連携しようというようなところで考えますと、まずそこを生かしてというようなところでございまして、四国のお遍路についても議題にあがる場所もございまして、そこに対してその事業計画を決める時に、こういうのをやっていったらいいのではないかとという形で、県の方から要望をしていくというようなところで、プロセスとしては、常にお金が付いていて（負担金を拠出していて、その）お金をどう動かしていくか、という観点では一番早いのかなと思っているところでございますので、皆さま方の声というところは、県としても事業を代表して声を上げていくところでございますので、そうした意見を踏まえて、お遍路（が有効ということ）であれば、お遍路をやっていくべきではないかということ意見をさせていただきますので、是非これに限らずといいますか、定期的にご意見を賜ればと思っております。

また、経緯は私自身詳細に分かっていないところもあるんですけど、お遍路というところでいいますと、数年前、和歌山県とそういう連携をしてやったことがございます。

和歌山県にも熊野古道というような歩いて巡礼するところがございまして、弘法大師空海というそういう関係なんでしょうけれども、徳島県と和歌山県の方でお金を出しているというところで、2つの県で連携して、そういうフランスだったりドイツだったり、いわゆる欧米層の方々、長期間滞在して地域を練り歩くというようなことが多い地域に対し、特集記事を出すといった取組もしているところでございますので、力を入れていく分野につきましては、和歌山・徳島という括りもあれば 徳島・香川、徳島・淡路島・兵庫県といった括りも様々あるかと思っておりますので、そういった形でお互いに足並みを揃えてできればと思っております。

最後に、食を通じたコンテンツとして、情報発信についてというところでいいますと、自分に当てはめて考えた時に、地域の観光地を見に行くというところも当然ございますが、そこで何食べようかなとか、何飲もうかなという事を考えて、ついつい、あれもこれも食べてしまって、地元の自分の家に帰る時には体重がだいぶ増えているみたいな状況が、自分の旅行を振り返るとそうでございますので

で、そうした食について発信していくというのは、非常に大事な事なのかなと。

香川県であれば、うどん県というような、そこを最初に大きく押し出して、それで人が来て他の観光地を巡っていただくというようなところでございます。

なかなかその、何が当たるのかというのは、ちょっと難しいなと思いつつながら、色々試行錯誤をしているところでございますが、直近、観光政策課のメンバーで海外に行った時に、一番反応が良いのが意外と徳島ラーメン、というところがございます。

多分お国柄で麺が好きとか、そういう（戦略的な）PRをしていく国が様々あるんだろうなというところで、魚はあんまり受けないようなところもあると思うので、そうしたところも意識しながら本県の中での売れる、引っ掛かりのいい食材というのを、食材だったり料理だったりというのをPRしていくこと（が有効かと思う）。

それプラス、実際に徳島県に来た時に、ラーメンをきっかけに（徳島に）行ってみたいと思った人が徳島県で、じゃあ何処でそのラーメンが食べれるんだというところを、同時にしっかり分かりやすくまとめてPRと言いますか、情報提供するということも、取り組んでいこうとしているところでございます。

宿泊者数の増加というところで、同時に問題となる、人手不足というところでございますが、ご指摘のとおりかなと。

様々な業界の方に話を聞いても、人手につきましても、宿で料理を作る人が足りないとか、様々あるんですけど、いずれにしても人が足りないというところでございます。

なかなか難しいなというところはございまして、そもそも日本全体の中で人が増えない中でというところで、徳島に人を呼び込んでいくというのも、移住・定住だったり仕事を作って呼び込んでいくというところが必要ですので、なかなか長い目線になろうかと思いますが、比較的短期間でできるのは、先ほど委員もおっしゃっていましたが、DX化というところで、例えば、宿泊者の宿帳とか手書きで全部やっているという業務を、少しでもそういうネット環境とか、システムといいますか、打ち込むような形に変えていって負担を減らしていくですとか、支払いのお金勘定とかも、当然手数料なんかは掛かりますが、その直接お金のやり取りをするというよりは、キャッシュレスとかそういう方向、また事前に予約してオンライン上で決済できるとか、そうしたところを推し進めていくというところが、比較的単純に、今すぐできてかつ生産性も上昇するというような取組なのかなと思っておりますので、県としてはまずその、労働、人手を増やすというところは全庁的に当然取り組んでいく一方で、観光の面で言うと、そうしたDXについて、短期・中期で取り組んでおまして、そうした補助金なんかについても、設けているというところですので、事業者の皆様方に足繁くお話して、活用してもらえるように努力して参りたいと思います。

そして観光消費額の公開につきましてもご指摘のとおりかなと思っておりますので、なかなか自分のこのデータを出したくないというような事業者もおられるかもしれませんが、県としても、国にも観光

に関する情報を提供して国でデータベースなど色々作成しているところでございますので、そうしたデータについて、皆様に共有するとともに、例えば、直接皆様方に役立つかは分からないところがありますが、直近にあった徳島県でやったクーポン施策等もございますので、そういったところの効果検証であったり、またアンケート等、様々観光客の声を拾っているところでございますので、お役に立ちそうな情報については、皆様方に共有させていただくというような形にしておきたいと思っております。

(藤岡会長)

ありがとうございました。大丈夫だと思いますがよろしいでしょうか。はい、それでは廣瀬委員さん、すいません、ご発言をよろしく願いいたします。

(廣瀬委員)

先ほど長野さんの方からお話ありました、徳島にしかない個性や魅力という、ここ、これってすごい実は私も刺さるんですけど、結局、ブランディングなんじゃないかなと思ってます。

色んな県がそれぞれ名前を挙げた時に、イメージができる県って、ブランドがしっかりしている、先ほど話があった香川であったらうどんであったり、高知であったらかつおであったり、何かこう、徳島イコールこれだよね、というものを、徳島の勝ち筋として、何か軸の太い、太い軸をやり続ける、これがぶれてしまうと、きっと中長期に見た時にですね、徳島の県の力というのが、素材はあるが、あまりこう、それに見合う効果が得られなかったんじゃないかなと、というそういう事になりかねないかなという風にちょっと感じました。

私も徳島に来て一年ちょうど経つんですけども、食の魅力、色んな魅力、観光の魅力等感じておりますし、じゃあなぜそれが外への良いアピールに繋がらないのかな、っていうところは課題と感じてます。

今回、インバウンドの話をちょっとさせていただきますけれども、インバウンドに関しましては、ご存じの通り、過去最高の水準で今、コロナ以降増えてきております。

特に消費額が非常に伸びてまして、2023年10月から12月期で1万円以上一人頭の単価が上昇していると、過去最高水準で、このまままだ高止まりが続いているという状況です。これはですね、首都圏であったり関西そういったところだけが恩恵を受けるだけでなく、やはり地方でもしっかりと、この経済効果というのは、キャッチしていきたいなと思っております。

インバウンドのですね、特にこの観光コンテンツが、主要の目的となる場合は、8割が旅マエ、旅行前に予約されると。

それと、旅行中の旅ナカにおきましては、食が大半であるということになっております。

なので観光のこのコンテンツ、それから食というキーワードは、路線としては評価していく必要があるなと感じております。

ただ、食に関しては、よく外部の方から言われるのは、色んなお店はあるんですが、グループで来た時に、まとめて食事のできる場所がない、だから隣の町へ移動するんだ、という声も聞きます。

やはり何かこう、食事を面白く食べていただける、食のテーマパークのような構想、そういったものがどこかにあればですね、きっとその滞在をする魅力、そこで食べて行きたいなっていう、そういったものに繋がるのではないかと思います。

居心地の良いインフラの整備と言いますか、そういった観光インフラの整備というのは、重要かと思えます。

それと続きまして、プロモーション事業におきまして、教育旅行の誘致ですね。

これはあの、是非前向きに取り込んでいく事が望ましいかなと思っております。

と言いますのが、コロナの間、四国は今まで北海道や沖縄に行っていた近県の子どもたちがですね、徳島に来て色んな体験をして非常に満足度の高い旅行して帰っていきました。

ただ、コロナが終わって5類に移行になったことで、元々行き先であった北海道、沖縄、そういったところにまた戻ってしまったんですね。

もちろんそれは仕方のないところだと思うんですけども、せっかく来ていただいたチャンスを逃してしまう、これが2025年の万博も同じようにインバウンド、一時的に増えるとは思いますが、それをまた逃してしまう、結局同じ構図になってしまわないのかなと、そういった部分を危惧しております。

ですので、まずは徳島に来てもらうための、来てもらわないとコンテンツも体験できない、食事も体験できない、まず来てもらう為にはどうしたら良いのかというところ、先ほど、岸課長さんからもお話ありました、旅クーポンであったり、そう言った何かしらのフックになるようなもので、国内の人達、インバウンドの人達を呼び込む施策というものは必要かなと思っております。

最後になりますが、先週東京に宿泊をしておりましたが、一泊1万5000円で泊まれるホテルがないんですね。それだけ高単価になっている。

2万円出しても、それほど良いホテルには泊られません。

それだけ外国の人向けの商売になってきております。

そうなってくると、国内の人達、国内の旅行者に優しくない状態になってきているというのは事実ですので、そういった時に、逆にウエルカムな体制を徳島県として取っていくっていう、そういった受け皿、逆にチャンスなのかなと個人的には思いました。

(東丸委員)

だいたい皆様方と同じような意見なんですけれども、経済効果を考えるとしたら、少人数に来ていただくよりも、やっぱり多人数で来ていただいた方が、経済効果は高いと思うんですね。

それで(多人数で)そのまま移動するっていうのも大変だと思うんですけども、せっかく来てい

ただけるのなら、その受入先、たくさんの方が食事をして、観光バスが2、3台ないし5、6台くらい止まって、一つのところで食事をして、そこで徳島の物産、有名なもの、色んなものあると思うんですけど、売ってるところ、そういう施設を一つ考えて欲しいなど、いつも思っているんです。

鳴門へ観光へ来られて、今度どこ行くかといったら、大抵、高松の方に行ってしまうんですね。

(そういった施設があれば) ひょっとしたら祖谷のほうに行ってくれるんだと思うんです。

祖谷の方へ行く道中で、どこか、食事ができて物産が見られて、そういった場所があれば、ひょっとしたらそちらの方へ観光コースとして、幹旋できるのではないかと思います。

だからそういったような大きな施設ですね、先ほどからおっしゃるような、徳島しかないもの、そういったものを売っているような店、場所、そこらへんを提供する方向も考えていけば、良いんじゃないかと思います。

(藤岡会長)

ありがとうございます。それでは締めですが、副会長、濱野委員、お願いいたします。

(濱野委員)

長野さんがおっしゃられたように、ここに書いてますけど、徳島しかない個性や魅力、これは徳島に生まれて住んでるんですけど、徳島に住んでる人間もずっと前から思ってる事なんです。

これっていうのはないんですね。で、転勤とかの方で2、3年住んでいただいて徳島離れる時、ほとんどの方が徳島は良かったと、食べ物は美味しいし、お遍路さんも行ったし、ほんとに面白かったと言って、徳島を離れてくれると。

それは非常に嬉しいんですけど、1泊2泊の単発で来られた方は、徳島なんにもないね、って言うていかれる方が多いんですね。やっぱりそこだと思うんですね。

これっていうのがあれば、徳島、あれ良かったよと言ってもらえるんですけども、なかなかそれは厳しいなど。

私個人的には、半日くらいで徳島市内でいいところないかと聞かれたら、天気によければ眉山のロープウェイに登ってください、下に降りたらひょうたん島回ってねと。

これ結構喜んでいただけます。そういうのはあるんですけどね、なかなか難しい。

それで、先日、茨城県出身で30歳くらいの女性と話しまして、徳島に移住してる子なんですけど、京都にも住んだりしてまして、その方は徳島で藍染めの研修なんかにも来て、徳島にも詳しいんですが、徳島どうって話したら、すごい徳島を好きになって今住んでますと。

徳島の文化が好きって言われて、京都にも住んでいたと言うので、じゃあ京都も文化的には凄いでしょ、と話したら、京都の文化は観光の文化になってしまっていて、全然、私は良いと思わなくなりました、と。

徳島は（文化が）根付いている、浄瑠璃もそうですし、阿波おどりもそうですし、いろんな文化があるから、それが凄い私にとってはいいんです、というお話もいただいて、やはり住んでいただくと、気に入っていただけるなど。

というのはそう思うんですが、やっぱりなんか、これ（といったもの）はないというのが非常につらいところですし、食もそうなんですけど、阿波鰻が有名なんですけれども、それで結構押している時もあったんですが、まあ、なかなか、どんとは来ないという点もありますし。

で、これから何をしていくかってことなんですけど、結構いろんな業者さん、徳島県内にたくさんあって、みんなそれぞれ頑張ってるんですよ。

今日いらしている鳴門の松浦さんなんかもね、蔵を開放して地酒を飲んでもらったりして、面白いイベントやっているんですよ。

県内各地でいろんな事やってますので、県の方もどこに行けばどんなのがやっているのかとか、業者が頑張っているの、一回、洗い出すとか見てもらって、その中に結構ヒントがないのかなと、ひょっとしたらこれいけるよ、みたいなのが生まれてこないかなと私は勝手に思うんですけど。

ですから、県の方に補助とは言いませんけど、いろんな業者さんが頑張ってるのをもう一回見ていただいて、その中になんかいいものがあるんじゃないかと私は思っています。

それとあと、観光は今みなさんいっぱいいただきましたのもうないんですけど、迎え入れる我々は、住んでいる人間はどうかと、それは前から思ってたして、やはり住んでる人間が徳島県に住んで居心地いいですよとか、いい環境にあるんですよとか、そういうのをやっぱり自信を持って言えるようになっていかないといけないと思うんですね。

観光課と別の話になるかもしれないんですけど、そういうところをちょっと、徳島って結構遅れてきましたけど、これからもっと元気出してやりますと、県の方が積極的に、県民にアプローチしていくとかね、徳島県、元気があってこれからのいい場所になるんですよ、みたいな感じで、そんな訴えかけとかをしてもらって、住んでいる人間ももっとなんか、徳島を自慢できるような気持ちになるような施策もして欲しいなど。

小ネタなんですけど、蜂須賀桜ってあって、結構綺麗なんですけれども、ひょうたん島の周り全部を桜で埋めて欲しいんです。

住んでると結構楽しいし、観光客も来てくれるし、そんなことを、小ネタはいっぱい思うんですけどね。

住んでる人間もそう思えるような事も、何かして欲しいなと私は思います。

（岸観光政策課長）

皆様、またしても、非常に貴重な為になるご意見ご指摘いただきましてありがとうございます。

これまで意見いただいた皆様にも、共通しているご意見として、「徳島といえば、これ」というよ

うなものを、ブランディング、ぶれずに中長期で、しっかりと軸を据えてPRしていく必要があるのではないのかというような話と、また、食についても、やっぱり大事にしていくべきではないかというような事と、ホテルとか受入環境もそうですが、受入側・住んでいる側として、徳島県民としての、自分の魅力を知るといふか、受け入れる心意気といふか、大きくそういうご意見を3点いただいたかなと思っております。

まず1つ目、徳島といえばこれですとか、あと、ブランディングというようなところでございますが、なかなか難しいなと思いつつも、ある程度絞ってといいますか、メインのある観光地、エリアごとにフックとなるところはここ、というところを決めて、しっかりとそれを長期的にしっかりとPRしていく、あれもこれも、全てあります、というよりは、少し引き算の観点というのをに入れて、しっかりとやっていく必要があるのかなと。

それと先ほど、廣瀬委員からも言われていたとおり、続けるという事で、せっかく教育旅行なんかコロナ禍を機に、近場に教育旅行に行くというようなトレンドがあったので、徳島県の教育旅行ルートなどをまとめて、関西圏などへの営業というところも力を入れて、実際に来ていただいた実績も多いところなんですけれども、そういうところについても1回来てもらったことをきっかけに、引き続き、また同じ学校だったり、またより別のといいますか、新規開拓じゃないんですけど、そういうセールスについても、していく必要があるのかなと思っております。

個人的な話でございますが、私、東京から転勤できておりまして、元々東京で中高生活を送っていたのですが、その時にも実は教育旅行、修学旅行という形で徳島県に来た事がございまして、それも当時の旅行会社の方々が、クラスにやって来て、北海道がいいですかとか、沖縄がいいですか、はたまた、徳島がいいですか、というような3社4社からのプレゼンを基に、生徒が投票して決めるというようなところがあったところでございますので、それが旅行会社がやるのか、県庁職員が一緒に行くのかと、そういうセールスのところが一つつながりを新しく作って、また今後に結び付くというところがあるかと思っておりますので、そういう長い目線で、さぼらずしっかり続けているというところ、力を入れたいと思っておりますので、今後も皆様方も、審議会の中ではあれどうなっているんだと、こちらからも当然進捗等の報告はさせていただきますが、そうした観点からご指導賜ればと思っております。

続きまして、食についてというところでございますが、団体客の経済効果が大きいというところは食に限らず来ていただければ、どの施設においても非常に大きいかなと思っております。

実は観光協会の方々ですとか、あと宿泊事業者の方々のご協力を得ながら、団体の方々が入れるような大箱の食事場所についても、情報をまとめて、旅行会社に共有させていただいているところがございますので、ただ、お店についても、お店を閉じてしまったとか、新しくできる店等ございますので、そういう情報については、しっかりと更新しながら、情報提供し続けるというような形でさせていただきたいと思っております。

また、食のテーマパークとか、場所というような話がございました。

イメージ沸くのは、高知県のひろめ市場というところが真っ先に思い浮かぶんですけども、徳島に置き換えると、確かにそういうのがあったらいいなと思っているところでございます。

なかなか場所をどうするのかとか、どんな店を入れるのか、誰がやるのかっていうところについては、明日からできるような話ではないところではございますが、その効果というところは、高知県を見てれば非常に上手くいってるなというところは感じるところでございますので、たちまちとはいえないと思いますが、今後の検討すべき課題というかテーマの一つとして、預からせていただければと思います。

最後の、徳島県としての受け入れる側、県民としてのそういう体制というところでございますが、徳島県民について、地元の魅力を感じている度合いが全国で一番低いというような調査がどこかであったように記憶しているところでございます。

当然自分が観光地に行く、旅行に行くというところで置き換えると、例えば、友達だったり、知り合いが、東京で出会って実は徳島出身なんだけど、徳島こんな良いところあるんだよと言われると、非常に興味を持つというような、小さな話かもしれませんが、そういうところが旅行に行く動機になるというようなことは、非常に多いかなと思います。

実際に私、東京から徳島に転勤したところでございますが、徳島こんなところがあるんだよというようなことで、また私に会いに、というところも当然ございますが、実際徳島県に訪れてくれるというような事例というの、実際ながら大きな力なんだろうな、と思っているところでございますので、まずは徳島県の県民において、しっかりと観光地、自分の土地を魅力的なんだと自覚するというようなところが、非常に重要なかなと思っております。

そのために何をしているかというところでございますが、県庁の他部局にも跨っておりますが、中高生というところの教育実習の一環として、自分がレポーターになったような立場で、例えば人形浄瑠璃だったり十郎兵衛屋敷に実際に取材に行って発信するといった取組なんかもしているところでございますし、間接的ではございますが、徳島の先だって11月からさせていただいたクーポンにつきましては、徳島県民につきましても、対象から外すということはしなかったところでございます。

実際に徳島県の東部に住んでいる方が西部の方に宿泊して、どこかでまた飲食するというところで誘発できていると思いますし、そうした形で、県民が県内の魅力を知る、そのために教育的な観点からですとか、また学校には所属していない大人の人達についても、実際に行ってみるというところを誘発する仕組みというところについて、今後も引き続きできたらいいかなと思っております。

皆様貴重なご意見をありがとうございました。

(藤岡会長)

ありがとうございました。本日の議事は以上となりますが、その他、事務局の方から何かございませんでしょうか。

(岸観光政策課長)

今回事務的なご連絡をさせていただきたいと思います。

本日皆様から頂戴いたしましたご意見と私のご回答につきまして、議事を作成させていただきまして、会長にご確認いただいた上で、県のHPにおいて公表させていただきたいと思います。

また、もう1点、議題2で説明申し上げました計画につきましても、また繰り返しでございますが、県議会での議論を経て、年度内に計画策定というような形であるために、早急に準備を進めさせていただきたいと思いますので、また、ご連絡がいくかと思っておりますので、お待ちいただければと思います。

最後、次回の審議会の開催についてでございますが、後日また日程調整をさせていただきまして、その際の議題につきましては、令和5年度の観光施策、今年度一年間やっていた観光施策の状況ですとか、令和6年度以降の方向性などについて、皆様からのご意見を賜る、そのような議題を考えておりますので、また日程調整のご連絡をさせていただく際には、是非ともよろしくご参加いただけるように、ご調整いただければと思います。どうぞよろしく願いいたします。

(藤岡会長)

ありがとうございました。それでは、本日の審議はこれまでとさせていただきます。