

平成 22 年度 長野市産業振興審議会 第 1 回 観光振興専門分科会

日時 平成 22 年 6 月 8 日（火） 午後 2 ～ 4 時
場所 長野市役所 職員会館 3 階 会議室
出席者 委員（15 名中 12 名出席、3 名欠席）
事務局 7 名

【 質疑応答部分 議事録 】

（1）平成 21 年度主要事業の実績について

（2）平成 22 年度主要事業の計画について

〔委員〕

太陽光発電のエムウェーブのパネルは構築物になるのでしょうか。通常、屋上に立てると建物と認められ容積率が増えるのですが。

〔市〕

太陽光発電は通常屋根のところに設置するのが一般的ですが、荷重等の問題もあり南側の芝生広場に設置することを予定しており、構築物になります。

エムウェーブの太陽光発電の導入に関しては、環境政策課を中心に委員会を設置し、専門家のご意見も伺いながら進めさせていただいております。

〔委員〕

個々の事業の推進ではなく、市全体の観光を考えて相互の連携が必要だと思われま

す。例えば、「いいとき」と「松代イヤー」のように他の地域とつなげられればいいのではないのでしょうか。善光寺を訪れたお客さんに「いいとき」や「松代イヤー」のご案内をできればと考えております。

〔市〕

事業は個々で行っていますが、PRの部分でながの観光コンベンションビューローさんと協力して、個々の事業をつなげていくようにしております。

（3）1200 万人観光交流推進プランの 1 年延長について

〔委員〕

中条だけ取り残されているような気もしますが。

〔市〕

イヤーとしての位置づけにはならないのですが、同じように中条地区もPRしていきます。

（4）次期観光振興計画の策定について

〔委員〕

基本的な考え方の「新幹線延伸に備えて」という表現はマイナスイメージがあるので、これを「チャンスと捉えて」とか、「好機と捉えて」とか別の言葉の方がいいのではないのでしょうか。

今まで、首都圏から北陸方面に行かれる方は長野県を通過して行かれる方がほとんどいない。空路であったり長岡経由であったり、これが 100%とは言わなくとも 9 割方は長野県を通過していくようになるので、これがチャンスになるということで表記を変えてもらった方がいいと思います。

〔市〕

この表現はそのように前向きに変えさせていただきたいと思っております。

〔委員〕

小布施はあれだけ発展を遂げて、20 年間の間に交流人口の増は 180 万人です。そういうことで 200 万人とは相当な数であるのですが、1,200 万人はどのような根拠ですか。

[市]

観光概要にもあるように、御開帳の年を除けば観光客は平均して 1,000 万人であり、目標として通常の 1,000 万人を 2 割アップ、そういった目標のもとにそれぞれの事業を進めていこうということで、1,200 万人という設定をしました。

(5) 長野市産業振興ビジョンの中間評価について

<質疑等なし>

(6) その他

[委員]

今年度、松代イヤーに取り組んでいますが、旅行スタイルが変わってきている。団体客から個人客、趣味を持った人の旅行ニーズ、いろいろな所との連携やテーマ設定が求められている。

北信だけでなくもっと広域的な例えば、今「真田」ブームということで上田・長野・沼田(群馬)など広域的な連携によりJRとも手が組める。

[委員]

旅行会社の商品は、東京や大阪で作っているプランの発信だけであって、観光地からの情報や提案もきっちりしてあげればいいかなと思います。これからは「テーマ」設定が重要であり、お客さんに感動させたいものは何か、関西では花が当たっていて、「花が有名なお寺」と「おいしい食事」というようなプランもある。

[委員]

行政主導で発信していくものは長続きしないような気がします。地域主導で地域がこうしたいというものを発信していき、市がそれを後押しするような取組が大事だと思います。

[委員]

確かに松代は、H16 の「エコール・ド・まつしろ」から俄然観光客は増えている。H9の御開帳の時は新幹線がなかったが、H15 から電車・バスの利用が増えており、やはりこれは新幹線の影響であり、そういう面からすると「信州北回廊パス」なんかは有効な手段だと思います。

[委員]

長野市だけでなく、小布施を訪れた人が善光寺の七福神巡りをしたり、北信といった大きいエリアではなく、小布施と長野といった個々の連携も必要だと思います。

[市]

長野電鉄さんの河東沿線協議会という広域組織もあり、小布施とはそこでも広域的な観光の取組を行っています。様々なところで広域的な取組が行われており、逆にそれを整理していかなければいけないと考えています。

[委員]

集客プロモーションパートナー都市(上越、金沢、甲府)についての長野市民へのPRや、長野市民にももう少し自覚があって、市民レベルで交流があってもいいのかなと思います。

[委員]

スター性があつた方が良い、長野には善光寺がある。何か一つのテーマを持って、スターとなるゴールデンルートを作らなければいけない。例えば、善光寺と戸隠のパワースポットツアーのようなものもその一つである。

それぞれの地域が平均的に上っていくから良くない。スターが出来ればその周りも必然的に増えてくる。善光寺・戸隠は間違いなく基軸になる。

[委員]

善光寺も若い世代の方が増えているが、それぞれの地域性を考慮してどの層にアタックしていくか。例えば、還暦世代の方にストーリーやメッセージを添えてお迎えする。善光寺に行けば還暦の思い出とお祝いが出来る。これもひとつのテーマを持たせた取組だと思います。

[委員]

ゴールデンルートと基軸、それを作る主体となるのは行政ですか。

[委員]

行政主導で上手くいった例はほとんどない。そこに居る地域の「よそ者、ばか者、わか者」が集まって何かやろうとした時に、ムーブメントが起きて本当の真実を伝えられるわけです。

[委員]

行政は一つの経営体・会社と思って、そこに利益を落とすためにどのようにすればいいかという発想で取り組めばいいと思います。

[委員]

行政の方が本気でマネジメントをし、観光で儲けることを考えてもらえば、観光はもっと発展すると思います。

[委員]

ながの観光コンベンションビューローが第3種旅行業を取得したということなので、本当の旅行会社になったつもりで頑張っていて、商品を作ってもらいたい。やはり街がおもしろくなってくれば、民間も動けるようになる。

[委員]

既存のメジャーな部分は大手旅行会社によって商品化されていますので、メジャーじゃないマイナーな部分で着地型旅行商品を発信して行き、大手旅行会社に商品化していただけるような取組があります。

[委員]

今、若い人の中でパワースポットブームになっており、松代も皆神山がパワースポットとして注目されています。

そういったパワースポットの地域を結び付けたプランを打ち出していくのもおもしろいと思います。

[委員]

1200万人観光交流推進プランの趣旨である「もう一度訪れて欲しい」、「滞在して欲しい」という部分で、官と民のそれぞれの役割・立場ですが、小布施なんかは民が取り組んでいることに官がものすごく支援している。

松代なんかも市がてこ入れしたことにより、お饅頭になった。市もお饅頭作りに携わって最終的には民です。そして「どことどこが交流して」というのはすべてお客さんが選ぶものだと思います。

自分達が住んでいる生活の中に観光地という意識を取り入れて、街をきれいにしておもてなしの心でお客さんを向かい入れる。そういった取組がなければ本当の観光地にならない。

各地にお饅頭を作るための資産を探すのは官、それを磨くのは民。そして、民が主導で官が支援、最終的には民・地元の人たちだと思います。民が動かないと良くないと思います。

[市]

本日は、いろいろとご審議をいただきまして本当にありがとうございました。