

平成21年度 第1回 中国地域発展推進会議 議事録(修正版)

日時：平成21年5月27日(水) 12:45～14:10

場所：山口県庁4階「共用第一会議室」

出席者：鳥取県平井知事、島根県溝口知事、岡山県石井知事、広島県有岡副知事、  
山口県二井知事、鳥取県経営者協会安藤会長、島根経済同友会宮脇代表幹事、  
岡山県経営者協会末長会長、広島県商工会議所連合会大田会頭、  
山口県商工会議所連合会林会頭、中国経済連合会福田会長  
(事務局)中国経済連合会鎌倉専務理事、松浦理事・事務局長

【鎌倉】 お待たせいたしました。若干早いようでございますが、皆様お揃いでございますので、ただいまから平成21年度第1回中国地域発展推進会議を開会いたします。私は本日の司会を務めさせていただきます中国経済連合会専務理事の鎌倉でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

なお、本日は委員のうち広島県の藤田知事と岡山県商工会議所連合会の岡崎会長がやむを得ない事情でご欠席のため、広島県からは有岡副知事が、また岡山県経営者協会から末長会長にご出席をいただいております。

それでは開会に当たりまして、発展推進会議会長の福田中国経済連合会会長、開催県の二井山口県知事のお二方からごあいさつをいただきたいと存じます。

最初に福田会長、よろしくお願いいたします。

【福田】 皆さん、こんにちは。中国地域発展推進会議の会長を仰せつかっております福田でございます。一言ごあいさつ申し上げます。

知事並びに経済界の皆様方には大変ご多忙の中お集まりいただきましてありがとうございます。また、開催県の二井知事様におかれましてはこのような素晴らしい会場を準備していただきましてどうもありがとうございました。スタッフの方にもお礼を申し上げます。

さて、中国地域発展推進会議は今年の11月17日に皆様のご協力により設立され、中国地域5県の行政と経済界のトップが対等な立場で一堂に会し、ディスカッションをすることによりまして当地域の活性化を図っていくこととし、広域観光をまず手始めに、さまざまな地域の課題を官民が一緒になって議論し、1つずつ解決していくことで合意しております。

アメリカ発の金融危機に対する世界的な対応が緒についたと思った途端に、メキシコ発の新型インフルエンザの世界的な蔓延と日本での発生など、本推進会議の第1回目のテーマでありますところの広域観光、中でもインバウンド観光の面から見ますとアゲインストの風が吹いている、吹きまくっているというのが実感でございます。国内におけるインバウンド観光の先進地域でも外国人観光客の減少など、大きな影響を受けているとも聞いております。

このようなときですので、中国地域におけるインバウンド観光についてじっくりと足固めの機会が与えられたものとして捉え、意見交換の場では皆様からの忌憚なきご意見を賜りたいと思っております。

以上、簡単でございますが、開会のごあいさつとさせていただきます。ありがとうございました。

【鎌倉】 ありがとうございました。続きまして、開催県の二井山口県知事、よろしくお願いいたします。

たします。

【二井】 開催県を代表いたしまして一言ごあいさつを申し上げます。本日は、中国経済連合会の福田会長さんをはじめ、中国5県の経済界のトップの方々、また各県の皆様には大変ご多忙の中をご出席を賜りましてありがとうございます。

さて、今お話がありましたように、現在の危機的な経済、雇用の状況は、輸出産業への依存度が高い中国地方におきましても、自動車や機械などの輸出関連業種での減産や有効求人倍率の低迷が続くなど、極めて厳しい状況にあります。本日の意見交換テーマとなっております広域観光につきましても、世界的な経済悪化と急速な円高によりまして急激にインバウンド観光が減少しておりますが、新型インフルエンザが世界的に広がり、国内での感染も確認をされたことにより、広域観光にさらなる悪影響が懸念をされております。そのほかにも、中国地方は全国平均よりも急速に進む少子高齢化や、総合的な対応が求められております中山間地域対策、さらには広域道路網、あるいは情報通信基盤の整備など多くの課題を抱えております。今後、こうした県境を越えた広域的な課題を、この会議を通じて官民の知恵を結集して、中国5県が共同で取り組むことにより、効果的な施策の推進が可能になるのではないかと考えているところでございます。

地域間競争に打ち勝って、さらなる成長を続けていくために、今日は活発な意見交換を行っていただきまして、有意義な会議となりますようにお祈りいたしまして、開会のごあいさつとさせていただきます。

なお、この前にオレンジ色のユリを飾らせていただいておりますが、これはプチソレイユという本県が開発したオリジナルな品種のものでございます。普通、ユリはかなり大きいわけですが、プチソレイユというように小型のユリを開発したということで、昨年度のジャパンフラワーセクションにおいてベストフラワー賞を受賞して高い評価をいただいておりますので、少しPRをさせていただきたいと思ひまして飾らせていただきました。これは生活改善グループの皆さんに生けていただいたものでございます。今日はこの美しい花が円滑な会議の進行の一助になるというふうに思っております。よろしく願いいたします。

【鎌倉】 ありがとうございます。さて、本日の会議の進行につきましては、本会議の規約第9条によりまして、推進会議の会長である中国経済連合会の福田会長が議長を務めることになっております。これから先の議事の進行は、福田会長、よろしく願いいたします。

【福田】 はい、承知しました。それでは、議長を務めさせていただきます。どうぞご協力をよろしく願いいたします。

では、次第のとおり、まず総会に関わる議事といたしまして、配付資料の第1号議案の平成20年度事業報告と第2号議案の平成20年度収支決算を一括してご審議いただきたいと存じます。それでは事務局、よろしく願いいたします。

【松浦】 本推進会議の事務局を務めております中国経済連合会の松浦でございます。よろしく願いいたします。

まず総会議案書1ページでございます。第1号議案、平成20年度事業報告についてご説明いたします。

1番の「概要」についてでございますが、平成20年度は11月の本推進会議設立時に協議テーマとして決定しましたインバウンド観光の推進につきまして、本推進会議の構成員に加えまして、運輸、旅行、旅館等、各業界の実務者による広域観光検討部会を設置し、検討を行いました。その検討内容についてはこの後の議題で報告がでございます。

設立総会、検討会の経過については2番の「会議の開催」に記載しております。

続きまして、2ページをお開きください。

第2号議案、平成20年度収支決算案でございます。

収入は、知事会、経済団体から60万円ずつの会費をいただき、利息を加えて120万33円となっております。支出は、まず会議の会場費等の事業費につきまして、Bの決算額でございますが、22万6729円、それから、資料の印刷費等の事務費が8万3791円で、支出の合計は31万520円となりました。推進会議設立が11月でございましたので、半年足らずの実績であったことから、収支差額は88万9513円となりましたが、一番下の囲みのとおり、平成21年度へ繰り越すこととしております。

以上、第1号並びに第2号議案の説明をさせていただきました。

【福田】 ここで決算についての監査報告を、監事を代表いたしまして山口県商工会議所連合会林会頭様よりお願いいたします。

【林】 山口県商工会議所連合会の林でございます。監事を代表いたしまして監査結果をご報告申し上げます。

平成21年5月11日に会計帳票及び関係書類を精査いたしました結果、いずれも適正に処理されております。以上、ご報告を終わります。

【福田】 ありがとうございます。以上の説明につきまして、ご質問、ご意見等があればよろしくお願いいたします。

【出席者】 ございません。

【福田】 どうもありがとうございました。それでは、第1号議案と第2号議案は承認いただきました。

次に、第3号議案の平成21年度事業計画案と、第4号議案の平成21年度収支予算案を一括してご審議いただきます。事務局、お願いいたします。

【松浦】 それでは、次に4ページの第3号議案、平成21年度事業計画案を説明いたします。

1の「概要」にあるとおり、今年度も引き続きインバウンド観光の推進について検討部会で検討を行い、その結果につきまして、次回の11月目途の推進会議でご審議いただきたいと考えております。

2番の「事業計画」でございますが、それに向けた検討部会並びに幹事会の開催予定を記載しております。幹事会は推進会議の前に2回、検討部会は4回の開催を予定しております。具体的な内容はこの後の意見交換で出されたご意見も反映しつつ進めてまいりたいと考えております。

続いて、5ページの第4号議案、平成21年度収支予算案をごらんください。

収入は、予算額Aのとおり、会費120万円に前年からの繰越等を加えまして208万9563円でございます。

支出は、前のページの事業計画に沿いまして、会議の会場費等で60万円、また11月への提案に向け、各所との調整のための事務局旅費、資料費等の事務費として51万5520円、残り97万4043円を予備費としております。

以上が第3号、第4号議案の説明でございます。

【福田】 ありがとうございます。ご質問等、ございますでしょうか。よろしゅうございますか。

ありがとうございました。第3号議案と第4号議案は承認いただきました。

推進会議は、今年度、この計画のとおり、インバウンド観光の推進につきまして、この後意見交換を行ってまいりたいと思っております。

それでは、これをもちまして総会議案はすべて承認いただきました。ありがとうございました。

続きまして、検討テーマでございます広域観光の推進についての意見交換に入りたいと思っております。

前回、11月の推進会議におきましては、中国地域一体となったインバウンド観光を具体的に推進していくことの重要性について合意いたしました。また具体的な事項につきましては、実務家、専門家から成る検討部会を設置し、検討することを決定いたしました。

本日は、まず、広域観光検討部会部会長、下村広島県観光課長から部会における検討状況を報告していただき、その後、意見交換を行いたいと存じます。それでは、下村さん、よろしく願いいたします。

【下村】 広域観光検討部会会長を仰せつかっております広島県観光課長の下村でございます。何とぞよろしくお願いいたします。

それでは、お手元の会議資料、広域観光検討部会検討状況報告に基づきまして部会の検討状況の中間報告をご説明申し上げます。

2ページをお開きください。昨年11月17日に開催されましたこの会議の設立総会におけます決定内容をご確認いただきますと、まず、現状を踏まえまして中国地域としての課題認識でございます。この囲みに書いてございますように、中国地域の観光地の知名度を上げるために、韓国、中国、台湾、香港に対してどのようにアピールするのか。また、広島への外国人観光客、特に欧米からの観光客が多いわけでございますが、こういった観光客を中国地域の他県にどのように誘客していくのかということでもとめられております。

そして、3ページでございますが、中国地域へ外国人観光客を呼び込むための重点戦略ということで、この四角囲みにございますように、中国地域の知名度を上げ、海外からの旅行者を増加させるための中国地域一体となった海外プロモーション、PR事業の実施ということにつきまして検討部会を設置して、具体的な事業内容等について検討することとされたところでございます。

4ページをお開きください。

広域観光検討部会につきましては、名簿にございますように、観光関係の各県の行政側委員5人、それから、経済界側の委員8名で構成をしております。経済界側委員には、運輸業、旅行業、旅館業からもご参画いただき、またオブザーバーとして中国運輸局にもご参画いただいております。また事務局は中経連が担当されております。

5ページをごらんください。

部会の検討状況でございますが、昨年12月、今年2月、4月と3回開催しております。推進会議におけますご意見、ご提案を踏まえまして、中国地域が一体的に取り組むことができる具体的なインバウンド観光振興施策や取り組み方法について検討してまいりました。

6ページをお開きください。

4といたしまして、中国地域が一体的に国際観光を推進するための基本的考え方でございます。この左上の四角囲みにございますように、世界遺産、温泉、瀬戸内海や日本海など、中国地方が持つ観光資源を活かして、中国地域の魅力をアピールする広域観光ルート等の充実を図りまして、海外に向けた情報発信と、旅行商品造成に向けた効果的なプロモーション活動を推進するとともに、受け入れ体制の充実強化などを一体となって進めていくということにしております。

右側に「広域観光ルートの形成」と書いてありますが、中国地域を効果的にアピールするためには、こういった広域観光ルート、例えば世界遺産や、歴史文化などのテーマ型でありますとか、季節に応じた自然、グルメ、体験型などのモデルルートを形成いたしまして、韓国、中国、台湾など、相手国のニーズに応じて提案していくことが必要でございます。

破線囲みの中を見ていただきますと、中国地域のターゲットといたしましては、既に中国5県が誘致の対象としております韓国、台湾、こちらは主に個人旅行者が中心でございます。それから、中国の上海、香港につきましては、5県が誘致対象、または今後誘致対象として検討する地域でございます、主に団体旅行者をターゲットとしてまいります。また、広島にお見えになります欧米系の観光客もターゲットとしてまいります。

外国人観光客の具体的な誘致の目標設定につきましては、現状の経済情勢の動向等を踏まえまして、設定のあり方も含め、引き続き部会の中で検討してまいりたいと思います。

推進活動の3本柱といたしまして、中国地域の知名度向上のためのPR活動、情報発信、それから、旅行商品造成のための旅行会社を対象といたしましたプロモーション活動、外国人観光客の方に満足していただくための受け入れ体制整備ということで柱立てをしております。

7ページでございますが、5といたしまして、今後、検討していく主なインバウンド推進施策の方向性ということで、それぞれこの3つの柱に基づきまして具体的な施策の方向性、調査・検討内容ということをもとめております。

まず、PR活動、情報発信でございますが、これにつきましては、インターネット等を活用いたしました情報提供、情報発信ということでございまして、対象といたしましては個人旅行者が増大傾向にある韓国、台湾、米国の個人客をターゲットとしてまいります。

まず施策の方向性のほうの一番上の欄でございますが、中国地域共通の総合観光情報ホームページの充実を図ることとしておりまして、右の欄に書いてございますように、現状、中国地域の総合観光情報サイトといたしまして、中国地域観光推進協議会が運営をしております中国地域の総合観光情報サイト「まち歩き中国ナビ」というのがございますが、こちらの充実を図ることとしております。

なお、中国地域観光推進協議会につきましては、ご参考までに、12ページに組織の体制につきまして記載をしております。それから、17ページに今ご紹介いたしました「まち歩き中国ナビ」につきまして記載をしております。この「まち歩き中国ナビ」につきましては、平成17年3月に開設いたしております、対応言語といたしましては、日本語、英語、韓国語、中国語は繁体字でございますが、こういう形で運営をしております。そして18、19ページに、これは「まち歩き中国ナビ」と九州観光推進機構さんのホームページの利用状況の比較をしておりますが、アクセス件数、総ページビュー件数、いずれも九州推進機構と比較いたしますとその3、4割という程度でございますが、19ページの外国語のサイトページビュー数の比較表を見ていただきますと、英語につきましては九州の約3倍、ハングル、中国語も上回っている状況にございます。このように利用されております「まち歩き中国ナビ」の情報発信機能のさらに充実強化を図ってまいりますとともに、現在、各県で運営しております観光ホームページにつきましても、こちらへのリンクを検討してまいりたいと思います。

7ページに帰っていただきまして、表の上から2つ目のところでございますが、国・地域別の観光ホームページの作成でございます。この右側の欄に書いてありますが、現在、鳥取県、島根県、広島県3県で台湾の現地のほうで作成提供しております「原味の風」という台湾のホームペ

ージがございますが、今回、岡山県、山口県さんもこの協議の検討過程の中で一緒に参画をしていただきまして、中国地域5県で共同掲載に取り組もうということになりました。また、このホームページには民間企業のバナー広告等を導入いたしますことの検討でありますとか、同様なホームページを韓国、中国向けに作成検討していこうということも考えております。

次に、個人旅行用ガイドブックの作成でございますが、これにつきましては今年度、韓国向け、台湾向けのガイドブックを作成することにしておりますので、そちらのほうの情報提供機能の強化でありますとか、米国向けにつきましては既存の「ロンリープラネット」等の世界的に有名な旅行ガイドブックに広告掲載する等、そういった活用方法について検討してまいりたいと考えております。

最後に、中国地方の観光イメージのPRに向けたキャッチフレーズ、それからシンボルマークの設定検討につきましては、今後引き続き検討いたしまして、中国地域全体の呼称でありますとか、またはキャッチフレーズ、シンボルマークにつきましても今後作成するという場合については公募も含めて検討してまいりたいと考えております。

次に、8ページをごらんください。

中国地方が一体となったプロモーション活動につきましては、現在、現地での商談会、観光説明会の実施、海外マスコミや旅行会社を対象とした招請ツアーの実施を行っておりますが、これにつきましては、現在、先ほどご紹介いたしました中国地域観光推進協議会におけます中国地方国際観光ビジネスフォーラム、これは参考資料の13ページに記載をしておりますので後ほどごらんいただきたいのですが、こちらのほうで実施をしておりますので、プロモーション活動につきましては、引き続き、このビジネスフォーラムの中で共同実施をしてまいりたいと考えております。また、民間企業の参加をさらに拡大するために、経済団体のご協力を得まして、会員企業さんに対する周知、それから要請を行うことといたしてまいりたいと考えております。

続きまして、9ページをごらんください。

受け入れ体制の整備促進、ホスピタリティの向上でございますが、これは個人旅行者を対象に、外国人が一人歩きできるための施策として、アクセスの確保、宿泊情報の提供を充実させる必要がございます。こういった中で、施策の方向性といたしましては、中国地域におけます観光案内所、VJC案内所でございますが、そちらのほうの強化ということで、連携等の機能強化を図ってまいりたいということで、右の欄にあります具体的な内容といたしましては、既設の案内所、中国地方に20カ所程度ございますが、そちらにおけます情報提供機能の強化、それから提供情報の共有化などの連携方策の検討を行いますとともに、観光案内所の拠点化に向けた検討でございますとか、中国地方各県への誘客促進を図るための案内所機能の充実検討を行ってまいりたいと考えております。

次に、ブロック内アクセスの充実のための検討でございますが、これは特に九州地域におきまして、九州全域の高速バス等の乗り放題となる、いわゆる「SUNQパス」という名称で言われているものがインバウンド観光の促進に効果を発揮しているところでございまして、特に個人旅行者が8割を占めております韓国の旅行会社等からは、中国地域においてもぜひこういったものを検討してほしいという要望をいただいているところでございます。

また、JR西日本さんの「西日本パス」等、既に既存のいろんなパスがございますので、そういったものの活用促進策等についても検討を行ってまいりたいと考えております。

次に、外国人観光客に配慮している宿泊施設の調査と活用ということでございまして、中国地

域内の国際観光ホテル、中小のホテルまたは旅館を対象といたしまして、外国人宿泊者の受け入れ状況につきましてアンケート調査を実施いたしまして、その結果等につきまして、案内所での情報提供でございますとか、ホームページ、それから旅行ガイドブックへの掲載等、活用方策の検討を行ってまいります。

それから、ホスピタリティの向上といたしましては、中国各県ともおもてなしの心を養うために外国人観光客受け入れ意識を醸成する目的でさまざまな講演会とかシンポジウムを開催しているところでございますが、中国地域が一体となって推進しようということで、中国地域発展推進会議の協賛という形で進めてまいってはいかがかというところでございます。

以上が、今後検討していく主なインバウンド推進政策の方向性ということでございます。

最後に、10ページでございますが、今後の予定といたしましては、この広域観光検討部会を6月以降3回程度開催いたしまして、インバウンド施策の方向性をより明確にいたしまして、今年の秋に開催が予定されております第2回推進会議におきましては中国地域が一体となったインバウンド観光推進のための具体的実施施策と推進体制につきましてご報告をさせていただきたいと考えております。

なお、参考資料といたしまして、15ページ、16ページに、現在、中国地方で実施されておりますVJC事業の一覧、それから20ページ、21ページに最新の宿泊旅行統計調査におけます外国人延べ宿泊者数の都道府県別の状況を記載しておりますので、後ほどごらんを賜りたいと思います。

以上で広域観光検討部会の中間報告のご説明とさせていただきます。

【福田】 下村様、どうもありがとうございました。思い出しておりましたのですが、第1回の広域観光の会議におきまして、ご参加の知事さん、経済界の皆さんが本当にたくさんの、大量の熱い問題提起、あるいはご意見を賜りまして、当時、議長として私、本当に感激した記憶を今思い出しております。そういったことを踏まえまして、検討部会のほうで3回にわたり議論したものを皆様に報告させていただいております。

それでは、先ほどの報告に関連しまして、あるいは何でも結構でございますが、今回も皆さん、どうぞよろしく熱きご意見を賜りたいと思います。議長の特権として決めさせていただきますと、3時間半かけてこの会場までお見えいただきました平井さんからひとつよろしく。

【平井】 早起きは三文の得といいますが、今日は7時に汽車に乗ってやってまいりましたので、ご指名を賜りましてありがとうございます。

今おまとめいただきました流れで大体結構かと思えます。ただ残念なのが、20ページの延べ宿泊者の数を拝見させていただきますと、どうも全国の中で、東北とか四国というのがありますが、中国地方というのが外国人の宿泊の先になっていない、そういう現実があるようでございまして、まことにこれは何とかして解消しなければならないと。我々は売り逃しているのだらうと思うのです。と申しますのも、すぐ隣の地域、九州にしる、近畿にしる、かなりの宿泊客が出てきております。その間をつなぐところだけ空白になるというのは不自然でありますので、おそらく売り逃しがあるのだらう。だからプロモーションの問題だとか、私たちが取り組むべきいろんな隘路の解消策などをやっていかなければならないのかなと思えます。

そういう意味で、今のご説明の中で若干思いましたのは、確かに個人客は増えていきますので、アクセスサイトのホームページは1つ我々の共同作業として充実するに値するのではないかと思います。韓国の方に聞いてみますと、こういう旅行に出かけるときにアクセスするものという

のは大体決まっているそうです。日本で言えば、例えばグーグルを探すとか、あるいはヤフーを探す。それと同じように、やはりアクセスの検索のサイトが非常によく使われるものがあるようです。そういうところを出していく、つなげていく、アクセスが高まるような工夫をしていく、そういう配慮があってもいいのかなと思います。

それから、中国向けは、これは繁体字があるということで、これは台湾向けという意味ですかね。それで、中国本土のほうの簡体字のサイトはないのですか。

【下村】 これから充実させていきたいと思います。

【平井】 例えば中国語の簡体字のほうとか、それから、隣国でありますロシアもこれからはターゲットに置くべきではないかと思しますので、ロシア語のサイトの創設をしていただいてはどうかと思います。

その際に、我々も少し反省をしなければならぬのは、何でもかんでも売り込めばいいと、供給者側の論理に立っていると思うのです。しかし、外国の方から見てこれは面白いというものを掘り出すといいますか、我々のほうでそれを1つのメインに据えまして、さらにこういう旅の提案もありますよというのを付随的に掘り起こしていく。そのためには、日本人同士で話し合っているのではなくて、外国の人に見てもらって“これは”というものをメインのターゲットに置いて、それぞれの言語ごとに構成してみてもうどうだろうかと思ひます。

例えば我々も経験則で知っているわけではありますが、鳥取砂丘が鳥取の場合は大きな観光地になります。鳥取砂丘に韓国人を連れていくと非常に喜びます。ただ、大陸の中国人を連れていってもあまり喜ばない。こんなのはうちにもあるわいと、そういうところがございまして、やはりこれは相対的なものだと思います。鳥取というと、例えば「名探偵コナン」というのは結構売れ筋になるはずであります、外国人向けに売り出せばいいのですが、まだそれがうまくできていないと思います。先ほど山下工業所の国村さんの作られたチェロを拝見させていただきました。私は外国人の感性にもああいうのは合うのではないかと思います。先般も「おくりびと」がアカデミー賞をとりました。「おくりびと」のモチーフになるのはチェロであります、願わくば本木さんにあれを弾いてもらえば世界中にあのチェロが売れたのではないかと思います、そういうものとか、あるいは鳥取と島根の県境のところにアシックスがあつて、そこではイチローとか、あるいはマラソン選手だとか、そうした靴を作った工場があります。こうした産業としても面白いな、日本人のイメージに合うなというものも、例えばせつかく商工関係の方と一緒にこういう会議をやっているわけでありまして、日本の産業で、それぞれの県で、これは外国人の人に面白がってもらえそうだというものを集めて、そういうコーナーを作ってみるとか、売り出し方の工夫をしてみてもうどうだろうかと思ひます。

あと、チケットなど、周遊性の高い、そうしたパッケージとなる交通の問題、これも整理する必要があると思ひます。

私のほうからはとりあえず以上でございます。

【福田】 ありがとうございます。それでは、溝口さん。

【溝口】 ありがとうございます。先ほど事務局から説明をいただいた資料で大体のところはカバーをされておられて、いい方向に作業が進んでいると思ひます。

3つの柱を立てられておられるわけです。PR活動、情報発信、プロモーション活動、受け入れ体制準備ということでありますが、やはり各県それぞれ受け入れ体制とかをやっておるわけですが、5県でこうして集まってやるという場合におきましては、やはり5県一体となった

イメージづくりといえますか、先ほど平井さんから言われましたが、九州は島ということがあって一体的なイメージがあるわけです。それから、近畿圏は昔から京都、奈良、大阪といったような中心でありますから一体的なところがあるわけですが、中国地方は、山、川でそれぞれが歴史的にも分かれておったというような経緯もありますが、だんだんそういうところの不便さも改善してきておりますから、一体的なイメージづくり、これを一生懸命やる必要があるのだらうと思います。そういうものとしてやはり中国地方の自然、それから歴史、文化、あるいは食といったようなものがあります。そういう共通した特色をさらにリファインしていくといえますか、そういう作業が要るのだらうということがあります。

それから、一体としてという意味では、やはり来られる人、それからそういうツアーを計画される人たちに一体的なイメージを持ってもらわないといけないわけですから、共同して5県を回っていただくような観光のツアーをお作りになる。例えば中国の人、韓国の人、台湾の人などを中心に、回ってそれぞれの代表的なところを見ていただくといったようなこともこういう場で企画をするというのは意義あることではないかと思うのです。なかなか島根県だけで、ほかの県まで含めてそういうことをするのは難しいわけですから、そういう工夫も、もちろんそういうためにはみんなで財源的な手当てもしないといけません、それは5県でやれば可能な面もありますから、そういうところも検討の余地があるのではないかというような気がするわけであり

ます。

そういう際に5県のイメージに合った場所として、あるいは対象物としてそれぞれ出して、そういうものをリストアップしてみると。それから、そういうものの所在を示す簡単なマップのようなものを対外用に作ってみるとか、そのようなことも考えられるのではないかという気がします。

受け入れ体制のほうは、交通標識だとかいろいろありますけれども、それは中国語にしたり、韓国語にしたり、英語にしたり、それぞれやっておられますから、それは今のそれぞれやっている努力を継続する。

それから、ホスピタリティも、外国人向けにそれぞれ用意をされるというのも、これはそれぞれのところがやらなければいけない課題でありますから、それはそれで一生懸命やっていくということではないかと思えます。

【福田】 ありがとうございます。石井知事、よろしく願いいたします。

【石井】 経済界と行政が一体となって、観光のインバウンドに向けた取り組みを、知恵を出し合って、協力し合ってやっていくということ、このことは大変私は意義深いことと思っております、短時間でこのような検討の報告をまとめていただきました検討部会の皆さん方にまずは心より敬意を表させていただきたいと思えます。

基本的に、このような検討をしていくということについては大変意義深いことではございまして、ぜひ検討を深めてもらいたいと思うのですが、私も同じように20ページ、21ページのデータを見ながら、中国地方全体としてはまだまだ外国人観光客の誘致に大きな課題があるし、また21ページを見ておられます、しかしその中で、国によってそれぞれ中国5県各県でも少しずつ来られている数、割合が異なっておりますので、そういった点を少し詳細に分析ができればと思います。例えばそれぞれの地域の歴史とか、あるいは文化とか、そういったところにより関心を持たれるのはどこの国の旅行者なのかとか、自然を求められる、あるいはグルメを探求されるのか、産業観光も含めていろいろニーズが異なっているのではないかと思えます。ことに団体客と

個人客ということで今回ターゲットを絞って検討していこうということになりますと、さらにそういった点、どういったところに売り込んでいくときに、一番戦略として望ましい観光ルートというものが設定できるのかということ、そこをさらにこれから分析していただいて、そしてターゲットを絞って戦略を打ち出していくということも必要かなと思っております。

したがって、中国地域として観光商品売り出すときに、必ず一体となったものでなければいけないということではないのではないだろうか。旅行者のニーズに合致した合理的で、あるいは効果的な観光ルートを提案していくという見地に立てば、1つ1つ必ず5県が全部入ってなければいけないということにこだわらずに、それぞれ、色々な観光ルート、観光商品を提示していくことができればと思っております。

それから、景気の今の動向から今後の展開ということを考えますれば、観光ビザが緩和されて、ますます観光、個人旅行が進んでくると考えられます中国への取り組みの強化という課題だろうと思います。中国はビザの緩和ということで今後とも非常に期待されるわけですが、中長期的に見てもそうだろうと考えております。

したがって、団体客、あるいは個人客両面の中国の方々をターゲットとする誘客活動、これをぜひ戦略的に、また継続的に取り組んでいただきたいものだと、こう考えております。

それから、本県の分析をしてみても、どちらかというと外国人観光客の中でも、本県の場合は、中国地域全体でもそうですが、特に欧米人のシェアが高いという傾向がございます。そういう面では欧米人の場合はミシュランガイドの効果というものが大変大きいと思うのです。したがって、より一層外国人観光客を誘致していくためには、例えばミシュランガイドブックに我々中国地域が一体となって広告を掲載していくなどの効果的な取り組みをしていけば、こちらに注目をしていただけるのではないかと、このようにも考えております。

いずれにいたしましても、中国地域のブランドをとにかく統一して知名度を上げていこうということ、それは1つの試みとして意義があると思いますが、あまりそれにこだわるのではなくて、冒頭申し上げましたとおり、いろいろ旅行商品、旅行ルート、対象エリアごとのブランドの構築とか、そういったようなものを検討していくということとか、あるいは、世界的に通用しております各県を代表する一番の観光地、観光スポット、これを全面的に打ち出していく。例えば岡山県で言えば、倉敷なら倉敷というものをドンと打ち出していく、こういったようなことで知名度を上げていって、そしてその場合に、こういうところとつながった観光ルートがあるんですよと、こういうふうに持っていくような、そういう戦略を展開していくことも1つの方法ではないかと考えております。以上です。

【福田】 ありがとうございます。それでは有岡さん。

【有岡】 広島県でございます。検討部会の報告は、基本的にこういう方向でよろしいのではないかとと思いますが、結論的には、今日お集まりの皆さん同じ考えだと思っておりますけれども、やはり中国地方での広域観光ルートの形成というのが不可欠だと思っております。

今20ページ、21ページ付近の分析を踏まえてのお話もありましたが、まず1つには欧米人が結構来ておられます。実は広島に来られてわかると思うのですが、観光客のかなりの方が欧米の方でして、比較的アジアの方が少ないということがございます。これはおそらく被爆地で平和を目指す地域だということで、欧米の方、フランス人、ドイツ人というのが結構多いのです。これは非常に意外なのですが、第1位はアメリカ人です。かなりの方は東京と京都、そして広島という形で来られているのですが、この方たちを逃す手はないなと私は思っています、広島だけ

ではなくて、中国地方全体を見ていただけるような企画ができないかということをおもっています。

それから、肝心のアジアからのインバウンドなのですが、これも数字に現れておりますように、北海道、東北、福島などは、最近、韓国のお客さんがかなり多いのですが、これは雪とか、食べ物もそうですが、温泉ですね。非常にわかりやすいコンセプトで、それにひかれて来ている方が多いと思うのです。広島も路線はいっぱいあるのですが、温泉が弱いとか、いろいろございます。これはまさに広島だけではとても解決できないという証拠だと思っております、5県で組み合わせをしていく、コラボレーションを組んでいくということが不可欠だと思っております。

食べ物とか観光地をどう売るかというのがありますが、最近ですと、ショッピングモールとか、端的に言うと電気屋さんに行きたいというようなお客さんもいます。あと、これは海外向けではないかもしれませんが、広島市民球場はちょっと面白い球場でして、寝そべりながら見るとか、バーベキューしながら見ると。何を見に来ているのかよくわからないようなところもありますけれども、ちょっと今までとは違った形での売り込みも必要ではないかと思っております。

それと、3点目は、これは私自身の反省も込めてのお話ですが、今までのプロモーションの仕方は、中国地方のプロモーションと言いながら、5県のパンフレットをただ1つの封筒に入れているだけという感じがいたします。たまたま昨年7月に、私、韓国に用事がありまして、ロッテ百貨店の前で中国地方のプロモーションをやったのですが、ちょっと言い方は悪いかもしれませんが、要はパンフレットを各県ごとに置いてあるだけということだったものですから、やはりそこはせっかくの機会ですので、要するに、これ1つで中国地方がわかるというようなものを作っていかなければならないのではないかなと考えております。以上です。

【福田】 ありがとうございます。それでは。

【二井】 この20日の日にJR西日本上海事務所と連携をしまして、中国の西安の教育関係者による修学旅行の視察を受け入れました。受け入れて、県内を案内したわけですが、1つの感想は、お茶とか、着物の着付けとか、そういう日本文化の体験、あるいは萩の城下町というような日本らしさが好評を博したということがあります。しかし、よく考えてみると、これは山口県に来なくても、例えば京都に行けば、あるいは大阪に行けば味わえることなんですね。来られて、ただそういうもてなしはできますが、来てもらうまで、どうやってPRしたら来てもらえるかということが本当に大事ではないかと思えます。

観光ルートを、最近といたしますが、ずっと前からそうかもわかりませんが、日本での観光ルートを組むときに、どうしても日本の著名なところとあわせて、例えば山口県に来るとというような組み合わせ方をされるわけです。したがって、中国地方の中だけでルートを作っても、その中でぐるっと回って帰っていただくというのは案外難しいことかなと。したがって、それぞれが、山口県なら山口県で、これなら世界に向けて売り出しができるなというのを各県の中で、先ほどちょっと話がありましたように、どういう観光資源だったらPRができるかというのをある程度絞りをかけて、京都では味わえない、この地方だったら味わえるというようなものをまとめて作り上げていくべきではないか。

そして、やはり位置づけとしては、中国地方というのは京都から見たらどのぐらいの距離にあるのかということもきちんと出していけば、京都から近いんだなと。そうすると中国地方のどこに行っても京都と組めばいいなというようなことがルートとしてもわかりやすくなるので、あまり中だけにこだわらないで、よその圏域とも組んで、中国地方のそれぞれの圏域の中での特色を

いかに出していくのか。したがって、6ページに世界遺産、温泉、瀬戸内海、日本海というような観光資源、これらはほかのところではないものもあるわけですから、ほかにはないものをきちんと整理をして打ち出していくというのが1つ大事ではないかなと思います。

改めて申し上げますと、今山口県は「地旅づくり」という、これは国内向けなのですが、ご当所でないといわれないというものを作り上げて、それをPRしていこうという取り組みをしておりますから、山口県で言えば「地旅づくり」の世界向けのものをとにかくみんなで作り上げていこうというようにしたいのではないかなと思いました。以上です。

【福田】 ありがとうございます。それでは、昨日……。(林会頭の挙手あり)どうぞ。

【林】 7ページにあります国・地域(中国・韓国・台湾)別の観光ホームページの作成、3県で作成している台湾ホームページ「原味の風」の5県合同掲載となっております。鳥取、島根、広島で作成。今年度は岡山、山口も参加ということでございますが、これは決まっておるのですか。ぜひこれは山口県も入れていただきたい、こういうお願いでございます。

それから、9ページ、ブロック内のアクセス充実のための検討の中で、九州地域で「SUNQパス」、3日間1万円というのがあります。これは福岡を中心にして、西鉄さんが中心になってやっておられます。ある程度の効果を上げておられるようでございますが、中国地方におきましては、やはり広島が中心になるだろう、こう思うわけでございまして、これは隣に大田さんがおられますので、また大田さんのほうとよく相談をしながらこれをやっていってはどうかと、こういうふうを考えております。

それから、私のほうは下関でございますが、下関釜山間に関釜フェリーという航路がありますが、ここでウォン高円安のとき、これは大変韓国からお客が増えておりました。その関釜フェリーの会社が史上空前の成績でありますと言って喜んでおりましたが、最近逆にウォン安円高になりまして非常にお客が減っておる。会社が赤字になっておりまして、そういう状況で、特にウォン安円高になると日本人が余計行けばいいのですが、日本人は余計行かないこともありませんが、その程度が韓国人のほうが著しいんですね。ウォンが高いときにはたくさん来られる。安くなれば極端に減ってくるということで、あれは国民性ということでしょうか、日本人はわりあい、増えないことはありませんが、その増え方が少ない、こういうような状況でございます。

それから最後に申し上げておきますが、何と申しましても一番肝心は予算をどれくらい設けるかということになるだろうと思うのですが、この辺の問題については今まで各県でどのくらい出して、どういう程度の規模でやっていこうかということは、その辺のスケールの問題はある程度論議をされたことはあるのでございませうか。どうでございませうか。予算の問題、これはまだそこまで？

【下村】 予算につきましては具体的にはまだ検討しておりません。これから秋に向けて検討してまいりたいと考えております。

【林】 そうすると、この次の回ぐらいで大体その辺の結論が出てくるのですか。

【下村】 いろいろ整理をしながら調整をしてみたいと考えております。

【林】 やはり各県でしっかりお金を出してもらってやっていかなければいけないだろうと思います。よろしく願いいたします。

【福田】 それでは、大田さん、よろしく願いいたします。

【大田】 本当に短期間の間にこれだけ立派な整理をされておられます検討部会の方々に敬意を表したいと思います。次の報告のために、推進体制の3本柱の中でちょっと気がついたことを申

上げたいと思います。

まず、プロモーション活動の観光商品の開発ですが、先ほど山口県の二井知事がおっしゃっていますように、各県の優れた観光資源をそれぞれまとめる必要がある、それをネットワークするという事なのですが、やはり自然とか歴史、あるいは文化遺産あたりをネットワークするという、一般の観光ルートを作るということなのでしょうが、それ以外に、食べ歩きだけの旅行とか、体験型の観光のネットワークの仕方とか、コンベンションを利用した観光ルートの作り方とか、あるいは商談会のようなものをそこに入れていくとか、そういうようなまとめ方をわかりやすくしてあればもっといいかなと思います。次のときにそういうことも検討していただきたい。そうすると、ネットワークの仕方がいろいろ変わってくると思うのです。今、林さんがおっしゃいましたように受け入れ体制の整備の中のフリーパスチケットの導入、これは非常に注目に値することだと思います。インバウンド観光がなかなか難しいのは、日本の場合は移動するのに費用が非常にかかるということが問題です。だから、そこらあたりをこういうように格安で非常に便利なチケットというのが必ず必要になってきます。

林さんがおっしゃっていましたように、九州では西鉄が中心になってまとめておるわけですが、これはほとんどアバウトで、チケットを販売すると、熊本へ入られたら、乗ろうが乗るまいが、熊本の事業者がそのチケット分は配分をもらうんですね。そういうふうにアバウトで、各県に入ったところの事業者が配分を受けるといったような方法になっております。そういうチケットの負担と配分をどうするかというような問題、それから、既存の路線とか、既存のネットワークで十分そういうものが可能かどうかというようなことも検討する必要があります。そういうところを行政がどういうふうに支援をしていただけるかという、行政と事業者とが十分負担を合いながら便利なものを作っていくということも必要かと思えます。

それで、そういうものができたときに一段のPR活動になるわけですが、こういうホームページを使ったりいろんな工夫でわかりやすくインバウンドの誘致ができることをもう少し工夫していただけたらと思っています。以上です。

【福田】 どうもありがとうございました。では、末長さん。

【末長】 岡崎会長の代理で参りました経営者協会の末長でございます。実質上の第2回の会議にこれだけまとまったということで大変感心したのですが、パッと見まして、団体客のことは大体どういう格好でやるというのは、それぞれのはわかる。それをいかに一致協力して進めていくかということです。しかし、個人観光客をどういうふうに捉えてやっていくか。これが7ページ、9ページに出ているのですが、難しいなあという気がしたわけです。個人ですから非常にやりにくいわけです。一番わかりやすいのは、自分が海外に行ったときに、どうしているのだろうか。そういったことを考えて思ったのですが、海外を旅行するとき、団体で1回目に行くと、わあ素晴らしいなと思って見る。2回目、ほかの団体で、ほかの旅行社で行っても、いいところには必ず行くわけですから、ああこの前と一緒にだということになる。3回目となると、そこは行ったと。今日はキャンセルして自分勝手に何かやろうということになるわけです。そのときに、自分もやっていることを見ると、レンタカーを借りるということなわけです。レンタカーを借りて、それぞれいろいろなところを回ると。

これを逆に日本の場合を考えるとどうなるのだろうか。ただ、レンタカーを借りるのは安全なところでなければ危ない。日本は非常に安全であると。それから、特に中国地方を考えると、交通量等についても比較的混雑もしていない。初めて来ても行けるだろう。それから、この前10

00円になったときに、おそらく行くのは、カーナビにどこに行こうというので入れていく。カーナビで行っている途中で、ここに寄ってみようと思ったらそこに寄っていくという、そういった行動を取るのですが、海外で車を借りていったときには、あまりカーナビはないわけですが、地図を広げて、主な目的地はどこどこへ行こうと。ただし、その途中で寄り道をしたりやっている中に、何か面白いなと自分で見つけてやるという、そういうのが非常に面白くて、結局帰ってきて人に話をするときにはそういう話になると。

すなわち、レンタカーが非常に借りやすくなるとか、あるいはレンタカーを借りたときに、全部ルートは作らなくていいと思うんです。どんなところがあるか。行きたいポイントを入れたらルートはどうなるか。そういうようなことを考えて個人用は使われています。これに対応できるようなポイント紹介などすると個人用もずいぶん利用者が増えてくるのではないかと。

今日、来ます前に私のところで経営しています岡山駅前のレンタカーのところに寄ったわけです。外国人は来ているかと聞きましたら、大体月に2件ぐらい来ると。それが来て、どんなにして契約をやっているんだと。それはパスポートと国際免許証とカードを提示いただきますと。説明はどうするんだと。英語で書いたこれを見て、指を指して言えばできますと。だから、その逆のことをやればできるわけですし、カーナビは全部の車についている。ETCは全部についている。だけどETCのカードはどうしているんだといったら、今、こちらでETCのカードを提供してできるシステムを作っているところで、今カードは7枚しかございません。そういったことだったので、これはシステムを作っていけばできるということで、そのようなことを考えてやっていくと面白いのではないかなと。

それと、外国人が借りられたときに、非常に距離を走ると。何百キロも走ると。中には1000キロも走っている人もいるという。そういった状況です。レンタカーの場合、高速道路、高い料金でも2人で乗ると鉄道とほぼ同じような料金。しかもドア・ツー・ドアで最終目的地まで行きますからタクシー代も入れているとおそらく安くなるだろうと。ですから、割引のものでルートを組むのもあれですが、個人旅行の場合、制約するより、自分で勝手気ままに行き、行っている途中で変更ができ、思わぬ何かを発見したという、そういう楽しみというのが個人旅行の一番の楽しみではないかなと。そういうことをフッと思い浮かべながらいろいろなことと連携プレーしていくといろんなことができてくるのではないかと。すなわちそういうことがこの地域ができていくと口コミでそういうのが回っていきますし、そういうことがだんだん日本に広がったときにも、いわば先進的にやっているところが多く蓄積されているという、そういうことになるのではないかと。商売柄、そういうことを考えました。以上でございます。

【福田】 末長さんは中国地域随一の海外の観光、もちろん奥さんとなんですが、年間数十回、数百回と行かれているベテランで、今のご発言は上級者観光の段階の話なんです。

【宮脇】 島根経済同友会代表幹事の宮脇でございます。5、6年前だったと思うのですが、全国の代表幹事で道州制について議論したことがありました。どんな区分けで、どんな形態の道州が出来上がるのか等いろいろ議論した際に、北海道・九州はそのまま道州であり、東京・沖縄が特区、関東・近畿・東北などは比較的明確でわかり易い。しかし、中国だけ皆さん今ひとつピンとこない、アイデンティティが薄いとおっしゃる。たまたまその頃は、かつての「中共」、レッドチャイナが昇り竜の如く「中国」として常にマスコミに登場しており、「中国」と「中国(地方)」がオーバーラッピングしたこともあるのですが、全国ベースで中国地方を見たときの実態であるかもしれません。

さっき平井知事がおっしゃったように「泊」が少ない。「泊」というのは泊まるわけですから、美しい自然や、美術館や史跡などだけでは何泊も引っ張れません。エンターテインメントとかアミューズメントといった「面白い」価値をトッピングしないと人は来てくれません。その辺では、少々やり過ぎの感もありますが、東京は、沢山の面白いハードとソフトが存在し、若者を中心に引き付けています。そして、「泊」は夜ですから、夜も活気と面白さが無いと「もう一泊」しようとは思わず、お金も落ちません。地方は飲みに行ってもつまらないと言われます。夜の世界が死んでしまっただけでは、せつかくの昼の観光での充実感が減衰してしまいます。観光都市、文教・文化都市だけではなく、多面性の顔を持つ街づくりをし、更にその地区をゾーニングし、それぞれを繋ぐことによって中国地区で多くの「泊」を積み重ねるような施策が必要です。

今回、タクシーの運転手さんに山口の観光をお願いして少し観て回ったのですが、瑠璃光寺や、五重塔や、パークロードなど素晴らしい観光資源に驚きました。高杉晋作の言葉にありますように「面白きこともなき世に面白く」であります。産官学それぞれ次元は異なりますが、何か「面白い」価値を市民・県民に提供しないと地域が活性化しません。そういう議論も是非して欲しいと思います。

今回纏められたデータと施策は実に素晴らしいものであり、高く評価出来ますが、かつてのように着実な右肩上がりの工業生産・輸出・個人消費など安定した経済成長時代と異なり、現在は急激な円高・円安や突然の新型インフルエンザなど外的要因に観光産業は大きく左右されます。正に変動相場のようなところがあります。

ところで、飛行機や高速道路で来られた観光客の方々が山陰に入った途端、一般道を走らなければならないのですごく時間が掛かる。昔と違い、これからの旅は「移動は短く、滞在は長く」がキーワードなのに、山陰は「移動は長く、滞在は短く」に逆転してしまうのです。つまり一気通貫の高速道路が無いからです。山陰の経済格差は高速道などのインフラ整備の格差とも言えるのではないかと思います。中国地方の各都市、観光ゾーンが高速道路で繋がらなければ観光のトータルパッケージにはなりません。施策とデータなど「ハウツー」は完璧ですので、これからは最初に申し上げました中国地方のアイデンティティは何か？ など「ホワット」の議論なども知事会でして頂けたら助かります。

あとは、話が今回の観光とは少しズレて申し訳ないのですが、中国5県における経済界は現在極めて厳しい状況にあります。緊急財政出動で下支えして頂いておりますが、根本的な回復基調ではありません。特に地方の零細・中小企業は倒産以外に、廃業・事業所閉鎖が相次ぎ苦しい状況であります。かつてのようなキャッシュフローやP/L上の問題以外に、消費する気になれない、投資する気になれないなど気分不況が蔓延し、そこにマスコミのネガティブ・ファンタジーが覆いかぶさる訳ですから、余計に気分的落ち込みが酷くなります。こんな時だからこそ、産官が一体となって「面白くする」ムードメイキングが必要なのではないかと思います。

今回は国際インバウンド観光がテーマですが、これに中国地方の様々な物産を乗せるとか。例えば、松江に来られた関東の人がよく「広島のお好み焼きを食べたい」とおっしゃいます。広島ではなくてもここにもありますよと、焼きソバ入りの美味しい広島お好み焼きを提供するとか。今、東京では各地の名物飲食店が人気で多数出店しています。火付け役は宮崎の地鶏を食べさせる店らしいですが、秋田のきりたんぼと地酒の店など沢山あり、結構儲かっているらしいです。中国地方の名産は中国5県どこでも食べられ、買えるようにするのも面白いと思います。確か、広島で「広島三昧倶楽部」というのを広島経済同友会で作られ、美味しいけれど数が多く飽きて

しまう「もみじ饅頭」の中身をチョコ味やクリーム味でバリエーションを持たせたけれどそれも限界なので、もみじ饅頭以外のお菓子を一緒に箱詰めにしたのが「広島三昧倶楽部」だったと覚えています。各お菓子メーカーさんがシェイクハンドしてお作りになったのでしょうか、松江でもやろうかなと思っています。

【大田】 あれはなかなか、メーカーはできないんですよ。同友会がまとめる。

【宮脇】 メーカーが同友会に入れていたのですね。

【大田】 メーカーから単品でもらって、同友会がまとめて、同友会から売り出した。それでないと食品衛生法とか何とか、事故があったときに困るらしいんです。それを全部同友会がそういう責任を持つということで、その期間だけ売り出した。

【宮脇】 あの時だけでしたか。

【大田】 菓子メーカーを1つの箱にまとめたのです。

【宮脇】 ちょうど3年ぐらい前でしたかね。島根県に持って帰ったら、皆さんが、色々なお菓子が食べられると大喜びでした。別々の製造者と食品の賞味期限など縦割りの難しさもあるとは思いますが、バリアフリー化の時代ですから、最終的にはエンドユーザー、消費者が喜んで買って頂いていくらの時代です。目線を原点に置かなければ商売が出来ない時だから、そのような議論が出来たのですね。

もう1つには、先ほど申し上げましたように、気分的に投資する気になれない、消費する気になれない、何か面白くないという時代なら、逆に、どうしたら投資をしたり、面白くなるのかを、経済界の現場・現実を確認しつつ、行政トップの知事さんと一緒に考えるのは意義ある事だと思います。そして、その延長線上に「中国地方のアイデンティティ」が屋気楼のように出現するのではないかと思います。島根に帰ってから四半世紀になりますが、中国地方にはヒカリ物といいますが、アイデンティティの高いものが沢山あります。残念なのは、それが偏在していることです。だからこそ連携が大切であり、この会議の意義があります。一番ボトムであり、主役である市民と産官のトップの間をシャトルしながら、サンドイッチの中身が出来上がっていくことを期待します。あらためまして今回の資料の取りまとめに感謝いたします。

【福田】 今のパッケージ開発、ぜひ成功させてください。大田さんは、今は商工会議所の会頭をやっていますが、その前は経済同友会の代表幹事であり、そのとき、提言団体であるはずの経済同友会を実行団体に変えた人ですから、いろいろ自分でやって、自らやって、手掛けて、そこで経験を学んでいったという、ぜひそのときの経験をよろしく。

それでは、昨日から山口入りされ満を持してこの会に臨んで、トリを務めていただきますので。

【安藤】 しんがりになりましたので責任は重いのですが、大変短時間の間にこうやって立派に検討部会でまとめていただきましてありがとうございます。それと、皆さんの意見をずっと聞いていまして、いわゆる検討会議はこれぐらいでいいのではないかと。あとは実践あるのみという気が、これは私の個人的な直観なのですが、気がいたしております。むしろこういうのはやる段階でいろんな問題が生じて、そこで頭を打つのだらうと思っております。方向づけとして、いわゆる情報発信、プロモーション活動、受け入れ体制の整備と、これがここに示してありまして、その各論も私はこれでいいのではないかなと思います。

ただ、実行に移すときには、これは一部の方からありましたが、今、観光団体というのは中国地方も非常にたくさんございます。さっきの雑談の中で、会長からありました中国地域観光推進協議会だとか、ほぼ同じようなことをやっている会がございます。それから、18日に島根県と

鳥取県で山陰国際観光協議会、これ統合して、多分宮脇さんの担当ではなかろうかと思うのですが、ですから、この辺をうまく役割分担をしながらいろいろと統括していくというようなことが必要だと。ですから、極論すると、これは事務局をどこに置くのがいいのか、中経連なのか、行政の中に入れてもらうのいいのかわかりませんが、要するに具体的に実行していくということでお願いしたいなど。お金の話も出ていましたが、全部まとまってやれば少しでもいいものができるかなという気がいたしますので、この辺をご検討を。

それから、これもいろいろ出ておりましたが、20ページを見ますと非常に残念なのは中国地方が全国の1.6%しかお客さんが来ていないということですので、これはやはり何が何でもちょっと全国平均ぐらいにはなりたいなど。これは平井知事も前から言っておられましたが京阪神のお客をこっちに、数少ない広島のお客さんを中国地方に分配しようということではなしに、京阪神の高いやつを中国地方にどうやって呼んでくるかということだろうと思いますので、その辺を。幸い道路網等、鳥取県を含めて、中国地方に来てもらうには条件整備されましたし、それから、これもフェリーの就航によりまして海外から直接日本に来られるようになったりしています。ぜひこういうインフラが整備されてきたことを利用して、中国地方にもっとお客さんを呼んできたいなどというのがあります。

特にこれまで皆さんのところにもあまり届いていないかもしれませんが、最近、ジオパーク構想で、これが要は鳥取県の東部から京都までですが、これはいわゆる歴史遺産ではなしに、科学的に、地質学的に大陸から日本が離れて独立した、地質学的にそれが山陰の場合は非常にきれいなのですが、さらに断層だとか、それを見ます、地質学的に何万年前の状況がパッとわかるという具合で、あれは近々ジオパーク構想の中に入ると関係者が言っていますが、ぜひそういうことでもありますので、鳥取、兵庫、京都、この辺とも協力して、これは大変素晴らしいものになると思います。京阪神、外国人のお客さんをぜひ中国に呼んでくるというような材料には使いたいと思います。そんなことで、その2つだけ考慮に入れていただいて、観光団体というのをできるだけ統合して役割分担して進めていくということと、京阪神のお客さんを、インフラも整いましたので、引っ張ってくることもあわせて考えていただくということをお願いしたい。

【福田】 どうもありがとうございました。本当に盛りだくさんな意見を賜りました。

総括させていただきますと、本日の意見交換では、インバウンド観光を中心に、広域観光検討部会で整理してもらった事項にとどまらず、皆様からそれぞれの視点での具体的な事業も含め、有益なご提案をいただきました。

整理にならないかもわかりませんが、私の走り書きから抜粋いたしますと、やはり皆さん共通しておっしゃったのは、検討部会はこれだけの短期間によくまとめてもらったという感謝の言葉と、まとめ内容に対する方向性は妥当だろうということは大筋ご承認いただいたように思います。

それから、お名前は省略しますが、いかにもこの20ページは衝撃的であると。1.6%、このチャートを見るだけで我々のモチベーションを高めざるを得ない。実は第1回の際に、当地域が1.6%、お隣の九州が8.9%、この数字を我々のモチベーションにいたしましようということを私のほうから申し上げましたが、まさにこのチャートはそれぞれの壁に張って、毎日眺めて、検討部会も必ずこのページを開いてから議論を開始していただきたいと思っております。

それから、お隣、近隣ブロックがあれば誘引数が多くて、ここまで中国地域が落ち込むには何かの隘路があるはずだと。アクセスのやり方そのものにも工夫をして、みんなが簡単にアクセスしてもらうような工夫が要るだろうと。それから、中国とか、簡体字とか、ロシア、こういっ

たところも視野に入れた開発が要るでありましょうと。

それからもう1つ大事なことは、これは複数の方がおっしゃいましたが、日本人同士で議論するよりも、その国の外国の人に来てもらって価値を評価してもらう。そこから掘り起こしをするということが大事だろうという話。

それから、中国地方の特色というのはまた他ブロックとは違うものもあろうと。それをリファインしていくということで、5県を回る商品開発も要ろうと。

それから、旅行者のニーズは何かということを徹底的に調べることによって商品開発をすべきだと。特にお隣の中国の観光ビザの緩和によりまして、中国から大量の人が来るぞと。団体、個人、中国といったようなポイントを絞った、それ向けの戦略的商品開発が要るのではないかと。

それから、ミシュランガイドなどでも、中国5県で広告を出したりするのも一策だろうと。

それから、県のイチ押しというのを打ち出して、他県のレベリングともちゃんと上げていくということ。それから、広島は欧米人が高く来ますねと。東京、京都、広島と来る人たちを何とか中国ブロックにスプレッドできないか。

それから、5県組み合わせと言いながら、ちゃんとその体をなしていないと。パンフレット1つにしてみても、ちゃんとこれ1つ見れば中国地方がわかるような開発をお願いしたい。

それから、二井さんから、こちらのほうで中国の人を受け入れたけれども、ここまで来てもらうというところにどういうトリガーを設けるかということと、それからここでも県の独自なもの、イチ押しということを起爆剤にすべきではないかと。

それから、今のJRの切符を利用したような利便性のあるものを何とか開発できないか。これは林さんがおっしゃいましたが、実際にそういうことを担っている事業者の方と話を付けて、それを商品に結びつける。その切符を出してもいいよということで了解をいただければ、それが1つの有力な武器になるのではないかと。

それから、はっきり目的を区切ったような、食べ歩きだけのネットワーク、体験型、コンベンション利用型とかいうふうに、一目見てその内容がわかる、わかりやすい分類をお願いしたいということ。

それから、末長さんからは上級者用に、人の心理、同じ地を2回も3回も訪れるたびにその人の関心は移ろうんだよと。だから、移ろうにはメニューを合わせてちょうだいねということ。

宮脇さんは、中国のアイデンティティがない。もっともっと中国のアイデンティティは何かということを含めていただきたいというお話。

それから、安藤さんは、もはや実践のときだろうというふうに言われていました。

このように実にさまざまなご意見をいただきましたが、部会長をはじめ、部会のメンバーの皆様におきましては、引き続き精力的に検討していただきまして、ご提案などいただいた内容の実現に向けまして、またそれを推進する体制組織についても次回の推進会議において報告をよろしくをお願いしたいと思います。下村部会長には本当にこれからもご苦勞をおかけしますが、中国地域一体としてのインバウンド観光推進に向けまして、部会でのとりまとめ方をよろしく願います。

それでは、時間もちょっと過ぎてしましまして申し訳ございませんが、これで本会議を終わりたいと思います。

ちょっとご紹介の件がありますので、もう少し。

【溝口】 時間を超過しているのですが、予定として最後にこういう機会を活用させていただき

まして、中国地方の1つの文化になっています石州瓦の話をちょっとお話ししたいということで、見本をお配りいたしております。

この石州瓦は言うまでもなく屋根の瓦でありまして、ごらんのように茶色を主体にしているわけですが、全国でも石州瓦の生産は愛知の三州瓦に次いで2位でございまして、この石州瓦は江戸時代の昔からこの中国地方にもずいぶん使われておりまして、パンフレットにございますが、各地で石州瓦の赤と周りの緑が調和したような1つの中国地方の風景にもなっておるわけでございます。

石州瓦は、石州瓦の生産のうち、半分以上は中国地方で使われておりまして、島根を除きまして、約4割がこの4県でお使いをいただいております。最も多いのは広島県で、島根県よりも多く石州瓦を使っているというようなことございまして、いわば中国地方の1つの風景を形成するようなものになっておりまして、この機会にこういう見本、小さい見本でございますが、お配りをしておりますので、またパンフレットも入れておりますから何かの折に参考にさせていただければと、ご利用いただければということでございますので、よろしく願いいたします。

【福田】 どうもありがとうございました。

【鎌倉】 それでは、長時間にわたりましてご熱心にご審議をいただきましてありがとうございました。これをもちまして、発展推進会議を終了させていただきます。ありがとうございました。

以上