

第9回（仮称）伊賀市観光振興ビジョン策定検討委員会 議事要旨

■ 日 時：令和4年7月22日（金）13:30～15:30

■ 場 所：伊賀市役所 会議室 501

■ 出席者：※敬称略、OL：オンライン対応

〔委員〕木根 英男、山口 真由子、松田 美紀、三橋 源一（OL）、榊 太基（OL）、
池澤 良武、神田 昌典、勝原 みどり

〔事務局〕観光戦略課 辻本 康文、猪口 陽平、イマイシス(株) 多久和 敦志（OL）、

■ 議 事：

1. 開会

2. 今後のビジョン策定のスケジュールについて

・スケジュール説明

3. （仮称）伊賀市観光振興ビジョン パブリックコメント実施結果について

・説明

・意見

4. （仮称）Beyond2025 プロジェクトに向けて

・多久和氏からのプレゼンテーション

・意見交換

5. その他

3. （仮称）伊賀市観光振興ビジョン パブリックコメント実施結果について

■意見

松田委員： 具体的アイデアが出たものに関しては拾い上げる機会はあるのか

事務局： 本ビジョンで市民の皆さんと対話をしながら進めていくという方向性を定めた
ので、行政として公式的に意見交換の場を設ける必要があると考えている。

事務局： 本冊の内容について、気づきがあれば 25 日月曜日までにご連絡をいただきたい。

本日は委員長預かりとして、後日正式な答申をいただく。

4. （仮称）Beyond2025 プロジェクトに向けて

■多久和氏からのプレゼンテーション

多久和 AD：観光ビジョンに掲げた「熱量の拡大」に向けて、簡単に取組の例示を行う。

本ビジョン策定委員会は「不易流行」というテーマから始まり、「観光の在り方」
そのものをリセットして考え、市民や関わる人の「Well-being」をいかに未来に
つなげていくか、が「観光」という枠組みを超えて重要ということから始まった。
「観光」という概念がリセットされたことにより、委員の皆さまからも様々な意

見が出て、行政サイドとしても様々なアプローチを経て「熱量の総和」を拡げていくというコンセプトに至った。

ビジョン最後のアクションプランに記載があるが、1つ目は熱量拡大のために重要な対話の場づくり、2つ目は対話から生まれたものアイデアで終わらせず形にする仕組み、3つ目は商品・サービスを作る過程が最も熱量が高いと考えられるので生み出す過程も発信していく。

根底にこの考え方をもち取り組んでいく必要がある。

プロジェクトブランディングにおいては、皆さんの真摯な活動をアイコン化し、アイコンの下で定期的な意見交換を実施し、出てきたアイデアを掛け算しながら事業にしていく。できた事業とその制作過程すべてを発信していく、一般的なできたものを発信するものとは違いエンゲージメントが必要と言われている社会、「忍者」だけでは纏まりきらない伊賀では有用である。

1つ目の例示として、市民共感イベントのようなフォーラムを定期的を開催すること。伊賀のこれから、未来のアイデアや委員の皆さんの想いを共有し、吸い上げるよう、対話が常に生まれるような機会をつくり、ビジョンの内容の理解・啓蒙を行うリアルな会場を設定する。

この場を皆さんのやっている活動を発表する場として、利用してもらうことで個々の取組に対しての理解も深めてもらえる。もっと小さな意見交換会は随時やっていく必要はあるが、進め方も皆さんと対話しながら作っていくのが良い。

出てきたアイデアを形にする例示としては、観光まちづくり企画塾がいい例となる。対話から出てきたアイデアを形にしていく、そこに委員の皆さんの熱量が掛け合えば関係づくり、ネットワークづくりをして、発表されたものを委員の皆さんのような方が審査委員やスポンサーとなってまちづくりプロジェクトへの押上げや商品化していくと、塾生側の熱量も高まり、新しいビジネスの可能性が増える。

前回、EXPO2025の話をしたがTEAM EXPOの共創チャレンジでは、スポンサーとして支える「共創パートナー」というものがあるがそのような形。

3つ目はプロジェクトブランディングとして、域外の方々に伊賀市の熱量を持った人たちの取組を発信していくwebサイト等を作成していく必要がある。情報発信がバラバラにされているという課題感があるため、多様性を包含するような発信サイト等をプラットフォーム化していくのが良いのではないかと。

例示としてはここまでだが、まずは委員の方々と私と個別に対話をする機会を

設けさせてほしい。そこから次の取組やコンテンツやアイデアが生まれ、それを掛け算していく、対話形式のスマールスタートをしていきたい。

そういった取組を始めたいがどうか、というところを投げかけて終わりにしたい。

榊委員：アイコンを作って広げるといのが、私のキャラクターでのものと同じである。企画塾での商品が発売されて新しいお土産になっている、塾生の熱が商品になっているが、塾生の店舗での商品開発が主になっている気がする。熱を出した後のフィードバックがもっと全体のためになっているという状況ができないと、個々のモチベーションが続かないと思われるが、どうか。

事務局：商品を作る場合は事業者が入るようにしているが、観光コンテンツは企画の実施に主体者がいないということがある。その課題の解決策としてスポンサーを集めたらよいのでは、という解決策を検討していく。

榊さんの意見はその先の話であり、例えば収益の一部を基金のような形にして例えば子供たちの地域に還元するような仕組みづくりが企画塾の次の発展の形と考えている。

榊委員：目に見えてまちが良くなっていくと熱の集まり方も変わってくる。今後のステップとして熱を持った人が集まっているということを市民に伝えるために最初に作るアイコンが重要かと思う。

委員会のみで終わらず次に続くということはとても楽しみである。

三橋委員：旅住包摂ということで、住んでいる人の課題が何なのか考える必要がある。今年度、天神祭りのわらじを納品しており、門下生と一緒に虫干し（準備作業）に参加することになった。祭りの参加者が少ないことや、資材の調達難という課題に対して具体的に活動ができています。

また、ようやく地域の子どもに忍術やSDGsの話をしてほしいという形になってきた。住んでいる人に住んでいる地域に何があるか、地域の歴史や積み重ねの上に成り立っているという誇りを醸成してもらい、地域が誇りを持って生活していることがその地を訪れた人が「地域が生き生きしている」ということを感じてもらえる。

起業という観点ではなく、持続可能性という長いスパンで地域住民の課題を「何とかしたい」という熱量を外部とつなげるということを考慮しないと着地が難しいと感じている。

そういった取組を含めアピールする場がいただけるならありがたい。

木根委員： ビジョンを作っているときは意識できていたが、その先を考えるとところに至っていない。事務局として具体的にアクションを起こしていく算段があれば教えていただきたい。

事務局： 現在、伊賀上野 DMO としてバラバラでやっていた情報発信を一元化する取組をしている。その中でこちらから一方的に発信するのではなく、地元の人や地域事業者が発信した情報を掲載できるようにページ制作者と相談している。

事務局： 日本全体が大きな価値観の変容の時期に来ているという感覚から本ビジョンの策定がスタートした。これまでやってきたことの中にこれからやることへの正解がない、という認識の中でこれまでやってきたことをそのままやるのではなく、少しずつでも変えてやっていこうという思い。

先ほどの企画塾もこれまでやってきたワークショップであるが、事業者だけでやっていたものを市民を入れて、自分たちでやっていく。榊委員ご提案のように売上を少しずつ蓄積して形ある全体の利益を創造する、というやり方を変えていく先に明るいものができていくと考えている。

木根委員： 目標設定を明確にされているほうが、腑に落ちやすい。「熱量を上げる」という壮大なテーマに対して、今の目標が何かを決めたほうがいい。我々観光事業者は多くの方に伊賀に来てもらうことで市場を大きくしたい。そのために自分たちに何ができるかからスタートしている。そこに様々な意見や地域の事業者が同じ方向に向かう状態はとても価値があり、いい未来が見える。

それが観光客ではなく、住民を増やしたほうがいい、ということでもいいし、三橋委員の取組のように今あるお祭りを未来に継承するためには住民のマインドがどうあるべきか、などひとつずつテーマを設定しながらそれに対して意見を出すほうが深い議論になると考える。

事務局： ビジョンの中で共通の目標を定めることはできるが、一つの目標をしめしてしまると反対意見などが出てくることになる。

多様性をすべて内包する共通の目標として、「自分たちの豊かな暮らし」を掲げた。そもそも観光を何のためにするのかを考えたときにそこを起点としないと正しい目標を見失うことになると思った。

個別の目標を定める前の段階としてビジョンを策定し、それを自分たちを理解するためにワークショップ等から始めるのが良いのでは。

「伊賀っていいよね」って思える人を増やしていきましょう、ということ。そ

のために何をするかというのは難しいことであるが。

木根委員：「なぜ伊賀に住んでいるか」と聞かれると「伊賀に生まれたから」という理由になる。ただ、日本人だから日本のチームを応援するのと同じように、伊賀には良くあって欲しいし、良く見られたい。

そのための手段は論理的に考えていく必要があり、客観的なものをはっきりさせたほうがいいかもしれない。

事務局：観光事業者さんとそれ以外の方ではアプローチの仕方が違ってくる。どちらかだけではない、その両方を尊重しないといけない。

松田委員：伊賀、特に田舎の人はマイナスに捉えがちで、自分が知っている範囲でもいい企画やお店などがあり、知らない人がいたりするが、一つの大きなところから「伊賀市」のいいものを見ることができたほうがいい。

いいものはたくさんあるので募る場所があったほうがいい。伊賀市が一方的に伝えるのではなく、それぞれの人が載せたいというものを引き上げてより良いものが集まってくるようになれば他の人でも分かってもらえる。

池澤委員：様々な会議で決まったことが、我々事業者に降りてくる。我々が考えていることを伝える場所がない。例えばにぎわいフェスタについて現在どうなっているか情報が伝わってこない。町として実行委員会に思いを伝える場を設けた。我々の熱量を伝えたが、上の会議には行かない。せっかくいいアイデアがあってもそれが実現しないのが今の伊賀市。

そういうところをもう一度見直して、悪いところを抽出して大きいところに還元してもらいたい。Re:Designの前にRe:Play、もう一度やってみて問題点を抽出していくほうが今は大事ではないか。

神田委員長：現場レベルではそれが大事だと思う。

山口委員：現在、新天地の管理とだーこサイトという伊賀の情報サイト、だーこキッチンというレンタルキッチンをやっている。新天地も集客が落ちており、新しい人をいかに呼ぶかが課題となっている。

テナントに出店されたいという人と接する機会があり、出店者は熱量は大きいけど素人で失敗をしてしまう、というのを間近で見ることが多い。

チャレンジする場としてだーこキッチンの運営を始め、それをサポートしているがいきなりポツンとお店を初めてもお客さんが来ない。

出店される方にはインスタアカウントを開設してもらい、自分がシェアすることで情報が広がったので大きなリソースをかけなくても伝わるのが分かった。新天地でも少しずつキッチンの知名度や興味を持ってくれる新しい人が増えてきており、これが伊賀市になればよいと感じる。
今あるものでもアイデアと知恵があれば変わると思う。

勝原委員：熱量がある人達が意見を交わす場、みんなが知ってもらう場が必要。様々なものを統一したデザインフレームで発信していく必要がある。

聞きたい話があったら声を上げることができたり、同じ熱量じゃない人でも意見として聞いてもらえば新たな発見がある。

そういったものが自分で調べに行かなくても入ってくる状態になればよい。

神田委員長：観光を生業としている者として、観光業がコロナ禍で打撃を受けている状況で何をしたいかできないか考えたときに、手元にある地域の情報を商品に変えていくという作業が必要。会議に参加して、様々な業種の方と話をして他の委員の方の熱量をたくさん聞くことができた。

現在、県民割りプランで飲食店等に観光商品としてディナー等を販売している。観光商品として販売したことのない事業者も旅行商品としての販売を始めると観光への熱が高まり、観光がどういうものか説明するのが我々の仕事。

一店舗では宣伝が難しい場合でも、旅行商品となれば多くの客の目に触れるようになり、リピーターの方も増える。

私はそれで終わりではなく、継続していくこと、加えて消費者に対して事業者の目的・想いを伝える商品を売っている。

熱量を上げていくには実践しないと感じているし、私の仕事はそれを実行すること。今回の委員会のような機会があったから繋がりが生まれ、熱量がどんどん上がっていき、観光への理解も深まる。

バラバラにやっていくのは難しいので、DMO が中心となり熱量のある人間がカバーしていくことが重要。

「観光」は切り口が様々であり、伊賀にとっては「忍者」というキラーコンテンツがある。そこにどれくらい枝を生やせるか。

現在、他の旅行会社にも地域のお店を大切にしないといけない、ということをレクチャーしている状態。

次の展開をどうくみ上げていくかは、現場レベルで話をしていく必要がある。

三橋委員：熱量がある人を公に紹介して、地域の方から声をかけやすくするのも大事。

多久和 AD：本日、皆さんに伺った意見等をあまり知らないままこちらから話をしたという感覚もある。皆さんから改めてお話しを伺っていく先に新しい取組等の提言ができればと考えている。

神田委員長：まち、国に対して意見できる諸団体さんが観光に対して目を向けていただく必用もあり、そこから出てくる効果は絶大である。

以 上