

第3回富田林市観光ビジョン策定委員会会議録

産業まちづくり部商工観光課

1. 日時 令和6年12月16日(月) 午後3時～5時
2. 場所 すばるホール4階会議室(旧秀月の間)
3. 出席者 【委員】
橋川委員、寺内委員、塩見委員、有村委員、藤原委員、赤崎委員、和泉委員
佃委員
【事務局】産業まちづくり部:森木部長
商工観光課:山本課長、辻本課長代理、柏木係長、青井、村上
4. 会議形態 公開(傍聴人1名)
5. 次第 1、観光ビジョン実施計画の素案について
2、その他

Ⅰ、開会のあいさつ

事務局

それでは定刻になりましたので、ただ今より第3回富田林市観光ビジョン策定委員会を始めさせていただきます。

本日はお忙しい中ご出席をいただきまして誠にありがとうございます。

本日の司会を務めさせていただきます、商工観光課の柏木でございます。よろしくお願いをいたします。

なお本日、富田林商工会寺内委員は、ご欠席のご連絡をいただいておりますので、ご報告をいたします。

続きまして、事務局の紹介をさせていただきます。

産業まちづくり部 部長の森木でございます。

産業まちづくり部商工観光課 課長の山本でございます。

産業まちづくり部商工観光課 課長代理の辻本でございます。

産業まちづくり部商工観光課 の村上でございます。

産業まちづくり部商工観光課 の青井でございます。

そして、私、商工観光課の柏木でございます。

本日も、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは本日の会議開催に先立ちまして配布資料の確認をさせていただきます。

資料は3種類ございまして、次第と、体系図が表紙になっております実施計画、それから資料Ⅰと左上に表示された別表、以上3種類でございます。過不足ございませんでしょうか。よろしいでしょうか。ありがとうございます。

次に会議の公開につきまして、前回申し上げましたが、第1回目の委員会の議事においてすべて公開と決定をさせていただいております。

議事録につきましては、事務局が作成後、会長にご報告のウェブサイト上で公開をいたします。なお、議事録作成のため会議を録音させていただきますのでご了承をお願いいたします。

また、本委員会の傍聴につきまして、第1回目の策定委員会で傍聴は4名までと決定をされました。本日傍聴希望者Ⅰ名おられますので、入室のご案内をいたします。

本日は、委員定数8名中7名のご出席がございましたので、富田林市観光ビジョン策定委員会設置要綱第6条第2項に基づき、本会議が成立しておりますことをご報告いたします。

次に本日の予定でございますが、議題といたしまして、第2回に引き続き、観光ビジョン実施計画の素案についてでございます。

前回ご議論をいただきました観光ビジョン実施計画の中身につきまして、委員の皆様のご意見を踏まえ、修正をさせていただいております。

まず事務局より修正箇所修正の意図は理由等をご説明させていただき、その後、委員の皆様よりご意見を頂戴したいと思いますので、よろしくお願いいたします。

それでは要綱の第6条第1項に基づき、これからの議事進行を和泉会長にお願いいたします。それでは和泉会長よろしくお願いいたします。

2. 議題

次期観光ビジョン実施計画素案について

会長

それではですね、限られた時間でございます。委員の皆様のご協力を得て、進めて参りたいと思います。最後までどうぞよろしくお願いいたします。

早速ですね、議事に入らせていただきたいと思います。事務局よりですね、修正箇所等々ですね、ご説明をお願いいたします。

事務局

ではご説明をさせていただきます。

前回の第2回委員会で皆様からご意見をいただきましてありがとうございました。その中で、特に戦略2のターゲットに関して非常に多くのご意見を頂戴しましたほか、万博に関する文言がないことであるとか、外国人をターゲットとした具体的な取り組みについて、あるいは、テーマやストーリーの具体案に触れられていないなどのご指摘もいただきました。

それらのご意見、ご指摘を踏まえまして、事務局で検討いたしましたところ、実施計画の体系図、戦略2、戦略4について修正を行いたいと考えておりますので、お示しをいたします。

まず体系図とターゲットに関する部分をご説明いたします。まずは、表紙が観光ビジョン体系図になっております実施計画の資料をご覧ください。1ページ目と2ページ目につきましてご説明をさ

せていただきます。

まず1ページ目、体系図についてご説明をいたします。体系図は、本市観光ビジョンにおいて重点的に取り組む3つの内容を掲げており、その内容を実現させるため、アクションプランとして戦略1から5を定めているということを図示したものでございます。

前回の委員会で、戦略1と戦略2はセットで考える必要があるのではないか、あるいは戦略にあるターゲットをまず設定し、事業やイベントを実施していくことが必要ではないかなどのご意見をいただきました。現在の体系図につきましては、観光ビジョン冊子をお持ちの方は49ページにも記載はしておるんですが、戦略1から戦略5につきまして、それぞれ独立した形で表示をさせていただいております。修正後の体系図につきましては、戦略1と2をセットで考えていく、戦略1と2を考えた上でそのあと、戦略3から戦略5の具体的な実行に生かしていくということがわかるような表示に変更させていただいております。戦略1から5につきまして数字が付番されておりますので、その順番に戦略を進めていくということではなくて、実際、戦略1の磨き上げであったり、戦略2のターゲットっていうところもちょっと合わせてですね、考えていった上で、具体的な施策につなげていくということがわかるようにちょっと表示を変更させていただいております。

次に、戦略2につきましてご説明をいたします。2ページ目と3ページ目をご覧ください。実施計画のですね、2ページ目と3ページ目をご覧ください。もし前回の資料をお持ちの方は、前回資料の5ページ目と6ページ目が対応するページになりますので、あわせてご覧ください。戦略2は情報発信やターゲットの項目となっておりますが、前回の委員会では、ターゲットの設定が非常に重要であるなどのご意見を複数頂戴しましたことから、戦略2－(1)①「情報発信内容の整理整頓と取り組みの見直し」と戦略2－(2)①「ターゲットの設定」、この順序を、新しい実施計画の方では順番を入れ替えさせていただいております。

また、「ターゲットの設定」という項目の文言につきましても、「事業に応じたターゲットの設定」という文言に変更をさせていただいておりますほか、3ページ目ですね、2－(2)②「みんなにぴったりの過ごし方」の事業内容に「また、イベントや事業ごとにターゲットを設定していきます。」という文言を追加しております。

また、情報発信方法につきましても、戦略の中に組み込む必要があるのではないかとのご意見も頂戴しましたことから、2ページ目の戦略2－(1)②「SNSなどを活用した戦略的な広報活動の推進」の事業内容に「また、本市への観光誘客を促進するため、令和6年度に造成した観光ツア

ーや、観光デジタルコンテンツ「とんだばやしとりっぷ」の利用を促進するため、SNSでの発信や、Instagram のターゲット広告等の効果的な宣伝広告ツールの活用、本市内での着地型イベント等の企画、実施を検討します」という文言を追加させていただいております。

なお、具体的な取り組み内容につきましては、行政という主体の特性である単年度事業の考え方から、来年度、再来年度の具体的な事業実施の確約が難しく、明記しておりませんことをご理解いただきました上で、皆様よりご意見を頂戴できたらと思っております。

そのためですね、参考資料といたしまして、別紙の資料Ⅰの方にですね、令和4年度から6年度の本市の主な観光に関する事業の概要やターゲットにつきましてまとめておりますので、今後も同様にターゲットに応じた事業の実施を進めて参りたいと考えておるところでございます。

以上でございます。

会長

ご説明ありがとうございました。今、事務局の方から修正等々につきまして、説明がございました。ちょっと皆様からご意見、ご質問等を頂戴する前にですね、ちょっと私の方から、事務局様のお考えとかご提案、また、それに対する委員会からの実践的、専門的な意見を富田林様にとって有用なビジョンとしてまとめるという役割をちょっと有しておりますので、少し前回のお話も振り返りつつまず整理させていただきたいと思い、少々時間を頂戴したいと思います。第Ⅰ回の委員会は7月 25 日に開催されました。ここではですね、新しい冊子をもって新たなビジョンをⅠから作成するというわけではなく、万博も気にしながら、ベースとなる考え方はこの現行のビジョンを踏襲する、2年延長する形で、アクションプランの中身について提示されてくる事務局案をもとに、それぞれの委員の立場から意見を述べて検討していくということを決定いたしました。10月31日に第2回目となる委員会が開催されました。ここでの議論が、委員の皆様から重要なお意見が提示されたものと考えております。前回の委員会を一言でまとめることはできないのですが、あえてまとめるならば、これがアクションプランという位置付けであるならば、戦略的な内容にいささか乏しいのではないか、具体性に欠けるのではないか、という意見であったろうというふうに思うところであります。例えば、既存イベントの磨き上げでは、どういう磨き上げをして、設定されている数値目標を達成するのかなですね、ここが不明瞭ではないかというようなことだったろうと思います。書かれていることは間違いではないけど、表面的な内容に留まるものなのではないかというようなところで、議論があったろうと思います。またターゲットについては、これは事務局様から今お話ありましたが、このターゲッ

トに関して多くの時間を費やしました。ターゲットに関しましては委員の皆様から、実践的かつ専門性の高い多くの意見を頂戴できたことは、事務局様にとっては大変有用だったろうというふうに思います。本当にありがとうございます。詳細なご意見については、事務局様が吸収されて、実践につなげていかれるものとして、私からはこの整理の方法というか、記載方法について少しお話差し上げたいというふうに思います。戦略1でコンテンツ、それから戦略2で発信ターゲット等についての記載が見られたわけですが、これら両者の連動が大変重要であるということは、皆様にとってもご異論なろうかと思います。また、着手順序、記載順序に関しても、実際に実践するプロセスから勘案すれば、やっぱり記載された番号を追っていくと、番号通りでない場合があるのではないかと、いうふうにも考えられます。それはもう、そのまま、その通りだと思います。実際に前回の委員会ではターゲットの設定からスタートではないか、これは修正されているようですが、あるいは、それぞれのターゲットに合わせて、例えばコンテンツを創造して発信方法を考えるみたいなプロセスを考える場合には、事務局からのご提案の順序や分け方にはならないのではないかと、すっきりしないのではないかと、ということですね。このようなご意見をまとめるとすれば、本来繋がるような内容のものがバラバラに記載されていて、ちょっと一体的に考えることができないのではないかと、いうような、そういうご意見としてまとめることが可能ではないかというふうに思うところであります。それで、実はですね、このことについて事務局様と議論する時間を11月29日に設けました。そこで事務局様からは可能な範囲で項目記載の順番の変更等は対応していきます、現行ビジョンを2年延長するということなので、いきなり記載の大幅な変更ってのはちょっと困難である、あるいは先ほどもご発言ありました通りですが、ちょっと単年度予算という観点からちょっと具体的に書きにくいこともあるなどの意見をもらいました。もちろん、この委員会での議論を踏まえて、予算要求などのアクション等にはつなげていくという、そういうお考えももちろんお持ちでした。私の立場的には、委員会の皆様のご意見と事務局様のご意向、お考え、みたいなのところをまとめるわけですが、私自身は、委員会において委員の皆様から大変重要なお意見を頂戴していて、ちょっとこれは余談になりますが、この委員会、本当にですね、委員の皆様、観光事業や地域の第一線でご活躍な方々ばかりで、みなさまのご意見は、ちょっと何とかしたいと考えていますし、それを有効化、可視化したい、見える形にしたいというふうに考えています。そのあたりで、別資料での整理というのは可能かということで、事務局様と検討した結果がこういう形になって、例えば体系図を、体系図は戦略1と2は横並びで双方向矢印ぐらいいでも構わないかなとか思ったりもしたのですが、書きぶりは置いて、できる

範囲で変更を考えてくださったわけです。戦略1と2は大いに関係がある、同じブロックとして検討していく必要があるというところを図示されたのかなというふうに思っています。ただですね、書き方が一番の問題ではなくて、実践こそがやっぱり一番の問題でございます。また後々ですね、この委員会の最終盤で事務局様から説明があると思いますけども、実践レベルにおいても、委員の皆様から専門的なご意見を頂戴したいという積極的な思いを事務局もお持ちです。その表れがこの委員会の皆様方の任期が令和7年度まで設定されているということです。つまり、大体こういう審議会って、プラン、ビジョンができれば解散してしまうわけですけども、今年度ですね、このビジョンが確定してからでもですね、運用期間、令和7年度に関しては、この委員会、そのまま存続させて、途中経過のようなところで、実践的な部分についても委員の皆様のご意見を頂戴したいということです。そこで私はしっかりきました。これらを総合的に勘案しまして、大きく記載順序等を修正した方が理解しやすいというところをそこまでは求めないというような委員会の姿勢にしたいというふうに考えているんですが、皆さんいかがですか。本来的には戦略の1-1に、ターゲットを持ってくるべきだとかいろんなご意見あるかと思いますが、ちょっと書きぶりに関しましては、令和7年度も、皆様のご意見を頂戴しながらですね、実践レベルで展開していくことであったり、あるいはできる範囲でターゲットっていうのを一番前に持ってきたりされているということで、ちょっと書きぶりに関しましては事務局提案のままで進めて良いかなというところが私の意見ですが、この点に関しましては委員の先生方、ご同意ということでお願いできますでしょうか。いかがですか。それぞれいろんなご意見はもちろんお持ちだと思うんですが。書きぶりに関しましてはいかがですか。

委員

会長がおっしゃられたこれまでの経緯、会長と事務局が話をされたということですから、それに対してどうこう異論を示すつもりはないんです。ただ本当にこれだけのメンバーが集まって時間を割いてですね。従って、やっぱり具体的なことを話さないことにはもったいないんじゃないかなと思うんですよね。プラス、ここに書かれてる、例えばですけど、ターゲティングによる観光プロモーションの効果測定、じゃあどこをターゲットにするのかっていうことのターゲットを決めるのは、誰が決めるんですかって話だと思うんですね。その過程はじゃあまた来年、それこそ、またターゲットは例えばですけど、事業委託するのか、あるいは中で決めるのかわかりませんが、1年間ターゲットを決めて、実践がまたその次の年になるとかっていうんだったらね、本当にこの観光のスピードからすると、とんでもなく遅いスピードなんですよ。だって来年、もう万博が来てっていうところなので、万博まで

にターゲットを決めて進めていくっていう過去の流れもあったと思うので、いささかそのスピードがどうなのかなという、そこが気になるところです。

委員

順序の問題は、私は、これはこれでいいかなと思ってます。といいますのは、富田林市さんはいわばここに根づいている市であって、持っている観光の魅力というのも、突拍子もないものを持ってくるということはできないっていうのがある以上は、ある魅力を最大限に磨いて、それに応じたターゲットを絞ればいい、定めればいいっていうふうに思っていましたので。ちょっと私、自分でこの場で発言したことを正確に覚えてなくて、逆のことを言ってるかもしれませんが、これはこれでいいんじゃないかと思ってます。新しい商品を作り上げて提供するという、鉄道も全く同じで、私の沿線って別に遠くに行けないから、スキーをるところ持てきましようよなんていうことはできないので、やっぱり伊勢志摩、奈良の魅力をどうやって売らかっていうのは、そこでターゲットを選ぶっていう次の段階で選ぶこともあるので、これはこれでいいんじゃないかとは思ってます。以上です。

委員

私も書きぶりのところだけであれば、内容は変わってないんであれば、別に問題はないかなと思ってます。中身がきちんと皆さんに伝わる、具体的にこういうことをしていくんです、ターゲットを設定するんですっていうところを、きちんとこの図だけではなくて何らかの説明をきちんとして、読まれる方すべての方が理解できる状況であれば、問題はないかなと思っております。以上です。

委員

こんにち。多分ずっと出てる問題なんであれなんですけどね。まあやっぱりターゲットありきっていうのはあれなんですけど。今おっしゃったように、もともとある富田林の武器がありますから、そこに考えてやっていくのはベストはベストなんでしょうけど。どうしてもやっぱり若い層、F1とか20代、30代は集めたいっていうのはもうどこでもそうなんでしょうけど、なかなか新しいところを設定するとそれだけパワーがいるので、もちろん既存の強い50、60代の人を巻き込みながら、その辺りにサーチ&シェアという考えで持っていけたらいいなとずっと思ってた。いま検索がどうとう普通のgoogleからね、いわゆるSNSに変わりつつある時代なので、非常に強いので、その辺のやっぱりずっと言ってるSEO記事とか、なんかこう絡ませたらいいなと。まずまず周知、ターゲットを決めて周知をして横に広げていくみたいな流れがいいかなとは思います。

委員

私も皆様のご意見的には一緒に、この書きぶりの観光資源の磨き上げから始まって、ターゲットを設定していくっていうのであれば、これでも問題がないのかなというふうに思いますが、やっぱりターゲットの具体性とか、さっきありましたけど、なかなか 20 代からっていうのは私の仕事場にしてもなかなか厳しいというのが正直なところで、やっぱり 50 代とか 60 代とかのアクティブシニアと言われるような層の人たちが富田林市に来られる主なのかなっていうことを考えると、その辺りもやっぱり巻き込むための何かが要るのかなというのは、ちょっと思いますということです。

委員

今日の資料ですと、最近のターゲットとしては、外国人、インバウンドどうのこうのいうことで論じられてきたこともあるんですけども。富田林の観光の一つの魅力として寺内町を取り上げていただいたりしておりますけれども。皆さん、外国人であれ日本人であれ、寺内町をお越しになった方々が何を望んでおられるかという、重伝建の町としての建物の中まで見学したいというふうな希望が非常に多いんです。だけど、現実には、今現在もその伝建の建物の中で生活しておられるということで、なかなか建物の中まで見てもらうということが難しい。それについて、同じ寺内町として奈良県橿原市の今井町でしたら、あの中にですね、10 数件の重要文化財の建物があって、生活の拠点としては別のところへ移されて建物を見学させておるというふうなことで、その数がですね、富田林に比べて非常に多いということで、訪れる観光の人がやっぱり随分と向こうは多いけども、なかなか富田林寺内町にはおいてにならない。この重伝建の選定を受ける前に、その寺内町の住民の意識としては、静かな住環境が非常に気に入ってるんやと、騒がしい観光地にはして欲しくないんやというふうなことが、非常に大きな声としてございました。ですから、そういう意味で、住民に受け入れられていただくような集客の方法としては、今現在、年間4つのイベントを寺内町の中で四季物語として実施しておりますけれども、その程度のイベント、あるいは集客の数であれば、住民の静かな住環境という希望に一応、即した形のにぎわいを保ててるような状況ですけども。実際、寺内町でお店をやりたいということで、寺内町に来られた方は随分と増えたんですけども、肝心のお客さんはやっぱり土曜、日曜の来訪者を頼りにしていかなきゃなんということで、なかなか営業ベースで見ると非常に苦労されておるというふうな状況があるんですね。そんな中で、外国から今度、万博を機会にですね、とにかく集客をふやしていきたいということは結構なことですけども、果たして外国人がこっちへ来られたときに、やはり食事する、お土産買うとかいうふうなことしていけば、まだまだそれに十分対応はしきれないというような面がございます。富田林市としても、これは農業関

係で、海老芋を随分と大きく取り上げていただいておりますね、富田林コロッケとかいうようなことで随分と人気を博したりもしておりましたけれども、どうもまだまだ海老芋というのは育てるのにやっぱり手間暇がかかりますんで、なかなか今までずっと継続してやってきて生産されておった中でも、いっぺんに数を増やしていくというのは難しいというようなことも聞いておりますんでね。その辺の対策からも考えて、果たしてそれでインバウンドから満足してもらえるかどうかということで、ちょっと不安な点も抱えておるように思います。

会長

皆様ありがとうございます。ご意見頂戴しました。ではですね、書きぶりというか、記載方法に関しましては、このままいかせていただくというところで、事務局の提案のまま進ませていただきます。先ほどありました、スピード感の問題、これは、やはりその道の専門家の皆さんがご参集いただいている中で、有効に活用しなきゃいけないというところで、この辺りから、ちょっと議論を再開したいと思うんですが、委員からのご意見に対しまして事務局の方からお答えいただくところから、議論の方をスタートさせたいと思います。よろしくお願いします。

事務局

すいません、貴重なご意見ありがとうございます。万博に関してで言いますと、以前も言ったかもしれないですけど、今、国の補助金を活用しまして、ツアー造成と、あと今、観光の周遊アプリっていうのが、ちょうど今、この12月にこのアプリがもうでき上がる予定でして。やはり万博で人を呼び込んでPRするのにまずはその環境整えなあかんという意味でこれ、多言語対応してますんで、なかなか地域全体を多言語対応する、英語対応するのは難しいので、アプリを入れていただければ、寺内町に行ったときに英語の説明が見れるとか、そういった部分の基礎整理をした上でツアー造成してます。あと万博に関してはまだちょっと予算要望の段階ですけども、もちろんPRブースを万博で設けて、その期間に何か着地型のイベントをやって、着地型イベントに対して呼び込んでくるみたいな戦略を、大きな戦略としては立てて、今、予算要望をしております。その中にももちろん万博の会場に2,820万人のうちの1割ぐらいは外国人って言われてますんで、一つ絞っていくっていう形もあるんですが、一定広く浅くではないですけども、インバウンドも含めてのターゲットを決めて呼んでくるというような戦略を、市としては考えております。以上でございます。

会長

スピード感ですね。観光のスピード感、大変重要なご発言だったと思いますけど、ちょっとスピー

ド感についてですね、何かお考えというかその辺りですね、お気持ち等あれば。

事務局

はい。スピード感なんですけども、大事やというふうに非常に思っています。ただこの行政というこの枠組みの中で、予算要望して、通ってそこから事業化していくという中では、非常に僕らももどかしいスピード感であるのは確かだと思います。何事もやっぱり予算をかけて、議会で審議いただいて、予算が通って初めて行動ができるということで、新たな事象にすぐ対応するという応用力が今現在、行政ではなかなか難しいというところはあるかなというふうには感じています。

会長

で、今おっしゃったお言葉が多分、このビジョンの文言に表れているんだろうというふうに思いますが、ただやっぱり委員がおっしゃられたことっていうのはとても重要なことだと思いますので、実践される時はですね、やはりスピード感というところを意識して、1年かけてやれば良いっていうところかもしれませんが、もっとスピード感を持って、スケジュールを刻んでいってですね、実践の一つ一つ、プロジェクトベースで割りと細かく考えていかれても良いと思うんですが、そういうご意識をお持ちいただくというところでお願いしたいところです。

委員

ご回答ありがとうございました。おっしゃることはよくわかりますけど、ただ、必ずしも予算をかけないといけないっていうものでもないと思うんですよね。つまり観光っていうのは、当然、行政でいろいろ予算をつけられて、例えば事業を委託されてやっていくっていう、そのやり方ももちろんあるでしょうけども、予算をかけずにできることだってやっぱりあると思いますしね。やっぱり市民への啓発なんっていうのは、例えば町中で例えば普段のこの行政様の活動の中でできることだって多分あると思いますので、そこはちょっと改善というか、改善というと失礼ですけど、乗り越えていかないとやっぱりいかんことだと思うんです。なぜならば観光のスピードってめちゃくちゃ早いんですよ。今おっしゃられたように、例えば誘客をして、来ていただくということが観光だって一昔前まで言ってましたけれども、やっぱりこれから、今まさにね、重伝建のところの住民が実際に住んでらっしゃるところの地域とどう共生しながらやっていくのかっていうところが観光のトレンドなんですよね。つまり経済だけを追っかけていく時代じゃもうなくなってきてるっていうのも、まさに事実なので、ありのままを見ていただいて理解いただける方にお越しいただけるような施策をどう作るかみたいな形に、逆に言うとそこに行かなきゃいけないと思うんですよ。だから、むしろ、その今の重伝建のところの方々

にね、家まで開けてくれっていうふうな観光ではなくって、今のこのままの、ありのままの住環境の中をきちっと理解いただけるようにするとしたらどうしたらいいんだっていうふうに、逆算してこう考えていくとかですね。そういうことがポイントであって、そのために、例えばこのメンバーがいる時の間にですね、具体的なアイデアを出しておくとかっていうことだってできないことはないと思うんですね。ただ、ビジョンのこの文言だけをこう議論して、なんか１年間終わっちゃうってのは、本当に何か、観光の流れを考えると、もったいないんじゃないかなというふうに改めて思ったというのが言いたかったことです。

事務局

ありがとうございます。

会長

ありがとうございます。他にいかがですか、委員の皆様。特によろしいですか。それでは引き続き、事務局の方から戦略2のターゲット以外の部分であったりとか、戦略4の修正箇所や修正理由につきまして、ご説明をお願いいたします。

事務局

はい。ではご説明をさせていただきます。実施計画資料の2ページ目をご覧ください。体系図が表紙になっている。はい。すいません。はい。前回の委員会の中で、「万博という文言が出てきていない」とあるとか、あるいは「他の自治体では万博後も意識して万博に取り組まれているところがほとんどですよ」というようなご意見も頂戴をいたしましたことから、新たに戦略2－(1)③「大阪・関西万博2025に関する戦略的なPR活動」という項目を追加をいたしました。事業内容といたしましては、「万博期間中、およびアフター万博を見据え、本市への観光誘客を促進するためのPR活動を行います。万博を契機に来阪する国内外の観光客に対して、ターゲットに応じた効果的な宣伝ツールを活用し、戦略的なPR手段を検討・実施します。」としております。

続きまして、戦略4についても簡単にご説明をさせていただきます。まず前回の資料をお持ちの方、前回資料のすいません、10ページをご覧ください。すみません。ここは新しい実施計画、特に文言の修正とかはしておりませんで、前回の委員会でターゲットを外国人にした場合の具体的な宣伝方法についてご質問っていうものをいただいております。先ほど申し上げたように、具体的な取り組みを明文化することが難しいというところで、口頭でその部分について申し上げますと、万博関連サイトへのコンテンツの掲載であるとか、日本に興味を持つ外国人へのターゲット広告、ある

いは万博期間中や万博直後において、本市内や、大阪市内等での実地PR等の実施を検討しておるところでございます。次にすみません。本日お配りした資料の4ページをご覧ください。何度もすみません。ちょっと資料がいろいろあっちゃこっちゃいて申し訳ないですが。具体的なテーマやストーリーを早急に検討するようにというご指摘も頂戴しておったかなと思います。具体的な事業やイベントの記載はなかなか難しいところなんですけれども、戦略4-(1)②「テーマやストーリーに沿った広域的な連携」の事業項目に、「歴史や食、ものづくり、芸術など」という例示を追加いたしまして、例示に沿った事業の実施を進めていきたいというふうに考えております。万博に関する戦略4につきまして、説明は以上でございます。

会長

はい、ありがとうございます。ただいまのご説明に関しまして、ご意見、ご質問等ございますでしょうか。特によろしいでしょうか。

実は、私シナリオいただいているんですが、シナリオはここで終わりなんです。ちょっとここからシナリオを外れていいですか。これからの富田林の観光振興にとってどういうことが必要かっていうところで、ちょっと皆様からいろんなご意見頂戴して、ちょっと有意義な時間にしませんか、皆さん。いかがですか。せっかくですのでちょっと。構いませんかね、事務局様。このペーパーについての議論はこれで終了ですが、このままの内容で、ちょっと私にご一任いただく感じで進んで参ります。ちょっとシナリオはずれていきますけども、有意義な時間にしたいと思います。寺内町にご在住の委員や寺内町で一生懸命活躍されてる委員もいらっしゃいます。富田林で観光を語る上では寺内町はやっぱり中心になってくると思います。寺内町をテーマにですね、まずちょっと皆さんでご意見等々を出し合って、ちょっと有意義な時間にしたいと思います。事務局様からもどんどん、会議というところを意識せずにですね、もうネクタイ外していただいてですね、ご自由に議論されたら良いかなというふうに思います。では同じ方ばかり当てて恐縮ですが、ご発言をスタートにちょっと口火を切らせていただければと思うんですがいかがでしょうか。寺内町に関して、委員のお立場から見た場合、どういう課題があつてとかね、これからこんなことをやっぱり考えていかなきゃいけないみたいなどころでご発言ください。

委員

まずは重伝建が大阪府にあるって言ったらもう富田林ですよ。しかも大阪市内から距離的にもですね、もう数十分で来れるという距離的な利便性の近さは、断トツでいいと思います。とは言い

ながら、住民の方が住んでらっしゃるであつたりとか、土日しかビジネスっていうか、できにくいって
いうことがあつたと思うので。やっぱり観光が本来求められてるものっていうのは、もう究極でいうと
分散することで生産性を上げて、観光地もそうだし、観光客もそうだし、地域の方々にとってもやっ
ぱりウィンウィンウィンっていうか、みんなにいい関係の観光でないと長続きしないというのがもう、
観光の定説というか、学会の中でも定説されてるものなんですよ。従って、人を呼んできてどうこ
うっていうのはある一面そういう見方もちろんあるんですけど、それだけではもうどうなのっていうふ
うにもう今言われていて。特にわかりやすいのが、京都なんかがね、やっぱりもうそれこそオーバ
ーツーリズムって言い方をされて、市民生活にも多大なる影響があつてみたいな形になつても困ると
いうことになつてしまつてることじゃ、もう長続きは絶対しないし、もうはっきり言ってしんどい。あそこ
に行くまでに、どのような予防策をはるかつていうところで、大阪市内で言うと、実はオーバーツ
ーリズムという言葉は使っていないですよ。どっちかという上から目線の言葉じゃないですか、オー
バーツーリズムってね。せっかく行こうと思つて意思を持って来ていただける方々に対して、いやちょ
っとうちオーバーツーリズムだから来てもらったら困るねんみたいにとらえてしまうと逆効果だし、や
っぱり本当にこの市民生活と本当にもう軋轢を起こしてるっていうところは、万博が来たらわかりま
せんけど、今のところは、まず、道頓堀エリアとかあの辺りはちょっと社会課題対策ということで手
は打とうとしていますけれども、直接的にあのあたりに住民の方が住んでらっしゃるってことはあん
まりないので、そんな大きな課題にはなっていないんですね。だからこそ今のうちから京都にならない
ように、京都の例を出して申し訳ないんですけど、今のうちから万博を契機に、それ以上超えてしま
うと困るからいろんな手を打ちましょうということでやってるんですけど。やっぱりポイントは地域
の方々との共生っていうことの一言に尽きるんですよ。もう一つ面白いことがあつたのは、例えば、
Airbnb っていうあるじゃないですか、民泊の。大阪市内ってコロナ前はホテルが足りないっていうこと
だったので。ホテルを建てるとしても、万博終わった後しばらく坊主になるので、そんなことなか
なかにできないってことを考えた時に、民泊を推奨してた時期があつたんです。その件で大阪は特区を
作つて、民泊ということで始めたんですけど。面白い話を聞いたのは、実は民泊の事業者さん、
民泊を持ってらっしゃる方々の意見を聞くとね、欧米の方々を呼ぶと、もう本当に部屋を貸してい
ただいてありがとうございますっていうところから入つてこられるので、少々ちょっとある意味ミスとい
うかホスト側のちょっと不手際があつたとしても、いや、元々貸していただいてありがとうございますと
いう点から来てるから、全部点数は5点つけてくれると。ただし、日本人とかアジアの人っていうの

はホテルと比べて泊まれるので、つまり安いから泊まるとかっていう動議が違うんですね。だから、もう点数がもう無茶苦茶低い1点とか2点とかつけられるんやって話を聞いたんですよ。ということはどういうことかという、やっぱりこの地域に合った人を呼ばないとですね、やっぱり問題が起きるということだと思えます。今のは一例なんですよ。例えば欧米の方々っていうのは、もうそういう、例えば重伝建にね、お住まいの方々のこともよくよくそれはもう歴史的なことも好きだし、そういうことの発想の中で日本に來られてっていうことがあるので、むしろ、今の話の理屈だけで言うと、そういう方々を狙うとひょっとしたらいいかもしれないねとかね、そういうところでいうとターゲットというのが非常に大事だっていうことが言いたいってことなんですね。だからそれを1年かけてまたやりますとかね、それを実践しますとっていうタイムスパンでいくと、とてもじゃないけどまたまた違うことになりますよっていうところが気になることです。結論で言うと、地域の方々を大事にしなきゃ駄目だということが言いたいということです。

会長

その寺内町で積極的に活動をされているお立場から、ちょっと寺内町のこと語っていただけませんか。

委員

もちろんキラコンテンツなどはもちろんそうだしね、やっぱ一番呼びやすいって言うんですけど。そこに弱点があって、住んでるっていうところですね。住んでるっていうと、住民の人にしてはやっぱりあまり夜もうろうろされるのはやっぱり嫌でしょうね。そこはどうしてもあることはあると思うんですね。一時、何年か前に、もう、ちょっと協力したくないみたいなことがあって、まもりそだてる会が口説きに行って、そう言わないでくれっていうことで、写真を撮らないようにしましょう、家の前に座らないようにしましょうみたいなことを張り紙してやってるんですね。そうするとなんですが、あそこは結局そのお金を落とすチャンスの朝、昼、おやつ、夜、そして飲むという5つのチャンスをうち、やっぱり昼とおやつぐらいしかないんですよ。お金を落とす方法が。今、ビアホールが一つできてね、ナイトタイムエコノミーまでいかないんですけど若干お金が落ちるようになったと。でもそれはやっぱり一部なんですね。やっぱり来てくださっていう上っ面の話じゃなくて、やっぱり経済を活性化するという目的なので。あるいは富田林イメージアップをしてですね、いずれ住んでもらうみたいなこともあると思うんですね。観光は入口、きっかけなので、もう寺内町はすごくいいんですが、なかなかそのリーダーがいなくてということだと思えますけど。誰が何をしたいんだとわからないって。僕は

近くにいて大変申し訳ないんだけど、僕はもう仕事柄として寺内町を紹介したりするということではありますが、それをもう少しごろって変えようってとかっていうのはなかなか難しい。今おっしゃった万博はもうそこまで来て、明けたら4月ですかね。もう万博が来てますんで。確かにポロポロと外国の人がこられております。多分それは、万博に向けてなのかどうかちょっとわかんないですけど増えてますね。その時に何をやるのかなとやっぱりあるんですね。古い家を見たい、町を見たいっていう人が多いんですが、たかだか1時間ですよ。1時間か1時間半で帰っちゃうわけですよ。だからそのために、食があって、どれだけ滞在時間を増やすかなっていうところにもう少し置けばいいかな。万博から直接来るかどうかわからないんですけどね。もう少しこうなんか寺内町のその魅力っていうのは難しいんですけど、何かこう、伝えながらお金が落ちる仕組みをもう少し考えたいなど。だから、ズルくていいので、万博に引っかけて何かをやるということもいいんですけど、地域の業者や事業者の方が潤うというふうになったらいいなと常に思っています。

会長

ありがとうございます。では宿泊事業者様という観点から、市内の観光資源としての寺内町の動向、もっとこんなふうになったらいいのにとかでですね、お客様からの声みたいなものもあればちょっとご教示いただきたいと思いますけども、いかがでしょうか。

委員

お客様のお声としてはやっぱり寺内町。大阪市内とか、うちでいうと大阪市内から来られるお客さんとかが多いんですけど、寺内町が一番、観光地なんです。というか、一つは、アクセスとして電車でこられた方が寄れるところってもうそこしかないんです。うちは山の上なんで特にそう。そうするとご案内するのは、寺内町っていうことなんですけど、なかなか働いてる従業員はほとんど富田林の人なんですけど、当たり前環境なので、寺内町のどこがいいのかはあまり理解できてないというのか、お客さんにお伝えしきれないっていうところがあるので、そういったことを、まちぐるみになって伝えられるようになると、多分お客さんに魅力を伝えることによって行ってもらえるのかなあというふうに思います。僕は実際、富田林の人間じゃないので、なかなか知らないというのもそうなんですけど、働いていてもあんまり富田林のことっていうのがあんまり知ってるようで知らないとか。あとはやっぱり交通のアクセスが悪いから行けないよねとか、そのようなことで、観光にあんまり頼れなくなってきちゃってると。うちで言うと温泉だけとか料理に頼ろうよとかっていうようなことになってきちゃってるので、それよりは、やっぱり今回の万博とか、僕らも万博って本当に富田林にとってど

のくらいのメリットがあるんだらうっていうこともなんか想像が付きづらいんですよ。万博の開催地からここに来て、うちに泊まって、車で来てない限りほぼ無理だよなみたいになるんです。わざわざそのために来るのっていうことになった時に、これ僕、事務局さんにも聞いてみたいんですけど、どのくらい来られるというふうに想定されているのかなあと、富田林に。で、その中で我々ができることをやっていく方がいいなというふうに思っているんで、やっぱり魅力を伝えるためには、やっぱり住んでる人たち、ちょっと離れたところに住んでる人たちがどんなふうに思ってるのか、どんなふうにして欲しいのかというのを伝えてもらって、伝えていけると一番いいのかなというふうに思ってます。

会長

ありがとうございます。ちょっと万博をあとで取り上げようと思っていましたので、あとから事務局様にですね、どれくらい来ると思ってるのかっていうところは少しマイクをお渡ししたいなというふうに思いますが。では沿線というお立場からですね、寺内町をどのように評価されて、課題とかですね、そういういろんな観点から、ご発言いただけたらと思うのですが、お願いします。

委員

古い町並みというのは、観光資源としてはキラコンテツとしてはなり得るなあと思ってます。奈良で言えば、今井町なんかはもう完成されてるんちゃうかというくらい町並みが並んでる。ただ私、15年くらい前に、今井町いけるんちゃうか、と思って行ったんですよ。そしたら、ほぼ人がいない。店も、食べる店なんて2、3件しかないかなというくらいだったんですね。今でもそうなんですけど、今井町が持っている観光実力とその知名度って、アンバランスしてて、全然知られてないなと思ってるので、まだまだチャンスあるなというふうに思ってるのが、今井町なんです。何が言いたいかというと、15年前もやはりそういう話を聞いたんですよ。やっぱり、今井町を重伝建にして観光として売っていきたい派と、やっぱり住むまちとして他の人たちに訪れて欲しくない派があって、今に至ると。私としては、実力ほど来てないなと思ってるだけで、やっぱり来始めてはいます。で、行ってみるとやっぱり店がね、圧倒的に増えてるんですよ。15年前に比べたら、もうおしゃれな店が点々としていて、住む人が亡くなったり代わってたりしてるのか、気持ちが変わったのかわかりませんが、そういった時間とか、あるいはお金が落ちるという仕組みが普及したのか、ちょっとその辺は私は研究していないのでわからないですけども、何らかの理由があって、そこが観光地化できているという素地があるやろうなと。「ならまち」なんて、これ重伝建でも何でもなくてただの古い町やっていう

ところで、圧倒的に人が来てるけど、ちょっとそれは都会チックなのかわかりませんが、住んでいる人が文句を言ってるって聞いたことはない。でも陰では言われているかわかんないけど、私は聞いたことがない。むしろどんどん人来てくれる的な形になっていて、平日の昼間でもうじゃうじゃ歩いていても、誰も文句言わずに普通に生活している。だからまあ人間は環境になれるというのかしれませんけども、急にこられたら困る。今思い出しました。今井町も 15 年前に何か映画の撮影か何かで使われて、どさっと人が来て、みんなが衝撃を受けて、こんなに人来られたら困るみたいな。そのあとまた来なくなったのかもしれませんけども、そういう急激な変化には耐えられないっていうのがあるのかなあという気もしていて、やはりこの資料の中にもあった、子どものうちから観光教育しましょうとか、そういったことを前回たぶん褒めたと思うんですけど、そういったホスピタリティーを養う、観光で生きていくまちにするっていう教育なり、意識改革なりを息長にやっていかざるをえないのかなあというのが、こういう古い町並みを売る観光地として、うまくいくための私の感想というか思いです。以上です。

会長

ありがとうございます。ちょっと沿線は異なるんですが、別のお立場からですね、富田林の寺内町をご覧になられて何かご自由にご発言いただけたらと思うんですが。

委員

はい。そうですね。沿線ではないのでなかなか訪れる機会もなく、毎回、土日に来られたりとか平日の違いとかがわかってなかったりはするんですけど、南海でも同じようなところがあって、実は帝塚山っていうところが、高級住宅街ではあるんですけど、そのちょっと入ったところにはね、結構昔ながらの町並みが並んでたりとかして、本当に結構似てる感じはすると私は思ってるんです。もしかしたら違うかもと言う方もいらっしゃるかもしれないんですけど。本当に当社としても、沿線の交流人口を増やしていかなあかんという、命題、使命っていうのはあるんですね。同じく交流人口を増やして、いい町だっていうのわかってもらう、楽しい町だとわかってもらう、機能的に価値を高める。来て、すごい楽しめた、また来たいとか、意外と来やすかった、とかそういう感情的なところ、情緒的価値を高める。そこを両方高めて、沿線価値を高めて、最終的には交流人口というのはあくまで来てもらえる人だけなんですけども、続いてそれを定住人口の増加にもつなげていこうというような流れで考えてはいるんですね。来てみて楽しかったし、ざっくり実は住みやすそうだとか、福祉が充実してる、施設が充実している、交通の便が結構よかったとかいうところで、交流人口から定住人口

の促進っていうのを、広めていこうというふうな経営ビジョンを手前味噌ながら弊社としては掲げるんです。こちらとしても同じく、まずはやっぱり交流人口を増やしていく。ただ一方で、あんまりその間、外国人とか他の人がわあわあ来られるのは嫌だっとなる方はもちろんいらっしゃるし、弊社の沿線を観光地にしたくないって思うところもあるんですけども、やっぱり沿線価値を高めるためにはやっぱり人に認めてもらう、来てもらえるっていうような、そういった沿線価値向上っていう視点ではやっぱり交流人口を高めるのが必要なのかなと思ひまして。その施策としてこういったビジョンであるとか、様々なSNS等々の取り組みってのがあるのかなというふうには思ひました。そのあたりの中で、我々も本当に同じ課題を持ってるんですけど、じゃあそれをどうやって知ってもらって、沿線内の人だけじゃなくて沿線外の人にも知ってもらって、来てもらえるかとか。当社の話ばかりですけど、全然、沿線外に知られてなかったりとかするんで。沿線外というか、例えば首都圏とか行った時にこれなんですかってところもあったりするんですよ。電車の会社とそもそも思われてへんみたいな、何のブランドの価値も感じてもらえてないみたいな課題があつて。やっぱり百貨店とか持ってるどころだったら、ぴんと来るんですよ。そういうところのブランド価値も、認知度も高めていかなあかんっていうところもある。こういう課題を持てて、それを何とか認知を広めていくためにどうしていったらいいかというところが、我々のチームの課題でもあつてですね。それが同じくこのエリアについてもいろんな施策をしてるんですけど、どういうふう知ってもらえるかっていう、AISUSモデルっていうところがおそらくいろんなマーケティングで使われると思うんですけど。まず Attention、どうやって知ってもらえるかっていう、そこを何を使って知ってもらるか、ペイドメディア、オウンドメディア、いろんなものを使って知ってもらって。次は I で、Interest、興味を持てもらう。知ってもらって、何か面白そう、行ってみたいと思てもらう。Search で、調べてもらう。ちょっと調べてみようかなっていうので、こういうSNSとかで調べてもらう。Action で実際に来てもらう。AISUS の A ですね。で、来てもらって最後に S で Share、またそれを今度みんなに広げてもらうっていうようなそういったモデルを組んで、沿線価値っていうのを知ってもらって広げていかなあかんっていうふう思っているんですね。きっとそれってどこに限らず、本当に観光ビジョンを策定して、設けていくところに関しては、そのモデルに基づいてやっていかなあかんねんというふう思てますので、本当にこういうビジョンに基づいて、きちんと今回いろんな意見があつた中のターゲットを設定して、こうやって広めていきましょうっていう、順を追って戦略を立てていけるっていうのは、本当にいいことなのかなっていうふう私としては思ひましたし、当社だけというか、もう本当に観光を促進して、交流人

口促進していくところについては、こういう進め方っていうのが大事なのかなというのを改めて私も勉強させてもらったところです。感想みたいになってしまってすみません。以上です。

会長

ありがとうございました。私は研究者という立場ですので、少し経済偏重ではないのですが、人材育成という観点から、いかに幼少期というか、子ども時代から寺内町にコミットする機会を創造するという事で、イベントを繰り返しながら、イベントに来たリピーターの子どもたちを今度はスタッフとして展開していくみたいなことを実践していたりとか。あと、ちょっと賛否あるかもわかりませんが、生活空間型観光地というのをやっていて、文化財の保存と活用、観光っていうのをですね、生活っていうのをベースにここから発信していくことに取り組んでいます。富田林市さんと共創的にですね、共に作り上げていってる感じです。その中でこれも賛否あるんですけど、週末型観光ですね。土日だけの観光っていうあり方も成立するかな、どうかなっていうようなことを、ちょっと事業者ベースで考えるとやっぱり、普段からお金もうけしないといけないのでしんどいかなあというところですが、今井町なんかはずっと開いてるんですか。平日とかも。

委員

店は開いてますね。

会長

開いてるんですか。それで生業になってるってことですね。それちょっと、今井町に行きたいところですね、わかりました。ありがとうございます。冒頭でもいろいろね、ご発言いただいたところですが、事務局の皆様からですね、これだけの専門家が集まってらっしゃいますので、何か今のお話の流れの中で聞いてみたいこととか、そういうことがあればぜひともこの場を有効にご活用いただけたらと思うのですが、事務局の方からいかがですか。

事務局

はい。貴重なご意見ありがとうございます。寺内町自体をどうやってコンテンツとして磨き上げていくとか、PRしていくかの中で、今、ちょっとまだ行政の中で弱いかと思います。SNSとかの発信の仕方とかの辺りが、やっぱりどうしても僕らもなかなか専門家でもないの、どうやったらどういう効果を得るかみたいなのはプレゼンテーションの中で業者からもらうんですけど、どんな効果があってみたいところはわかりにくいところがありまして。効果的に発信する方法っていうのが、どういうもんがあるのかなっていうのを、委員のみなさまはいろいろやられているので、そのあたり

もうちょっと、お話いただければと思います。

会長

わかりました。ちょっとどなたでも結構ですので、今のですね、SNSとか、発信についてですね。あと、ちょっとスピード感というところに私ちょっと今日、こだわりすぎかもしれませんけども、なんかすぐにできるようなですね、こんなことしたらいいんじゃないかとかですね、そういうご意見もお持ちでしたら、委員の方から事務局の方へ投げてもらいたければと思うんですが。

委員

実はSNSの対策は我々も同じ課題でしてね。過去は社員が、例えば、Instagram とかの写真をあげたりしていたんですよ。でも、そうするとやっぱりばらつきが出るとか、やっぱりプロでやってる方に比べての精度がもう全然劣ったりとかしているんで、全くフォローは伸びないよねって話になったりしていたんですよ。やっぱりそこは本当に営業的な手法であるのであれば、やはりプロの方に、協力業者さんに協力していただいて、お願いをする。プロのインスタグラマーさんですね。この辺りを代理店さんとかを通してそこをお願いをして、定期的に時期を決めて発信をする、必ず月何回投稿します、何件投稿します、こういった内容投稿するかとか、どこを投稿するかっていうのは、我々と先方の代理店さんで話し合いをした上で決めるんですけども。という形にやり方を変えました。いずれにせよやっぱりWebサイトにしても、SNSにしても、記事を素人があげたらやっぱりばれるというか、もう本当にいろんな記事が上がってる中で、本当にこの内容、ちょっともうひとつやな、大したことないなっていうのって、やっぱりもう今見る方の目が肥えてるんでわかるんですよ。そもそもヒットもしない。そもそもこのページにもたどり着かない、このSNSでもたどり着かないっていう問題が多々ありますんで。そこはもうやっぱりプロの方に、我々を助けていただいて、一緒に発信をしていくっていうところを推し進めているところではあります。

会長

ありがとうございます。他にいかがでしょうか。

委員

僕、高知県の審査員をずっとやってるんですけど。あんまりここで言うことじゃないと思うんですけど。高知県の〇〇っていう、高知県の今言った SEO を上げるための年間サイトを何千万かけてやってるんですね。プロがやるべきだと思います。それで 365 本あげるんですね。毎日、要はあげてるんですね。その中に今言った仕込みがあって、月間の中で、いわゆるSEO記事の仕込みをなん

ば打ちます、一般の仕込みをなんぼうちます。で、例えば観光地なんかもう、1年目に全部決めるんですね。その中で、まずはHPにサーチ&シェアをかけるためにFBとか、インスタ、ツイッターの戦略で、ハッシュタグで引っかけていくわけですよ。それを引っかけることによって、そこで今言ったシェア&サーチをしていくわけですね。その中で遊ばしてる。ただし他の県と市がそれ以上お金がないんで、ちょっとYouTubeまではあんまりお金をかけてないみたいなんです。ただし、去年の段階で当初から300%上がってるですよ、アクセスが。あんま言っちゃあかんと思うんですけどね。要は今の知事になられてから、もともと大阪府の副知事だったので、大阪戦略をやれと万博前からずっとおっしゃってて、確かに大阪からも45分で高知に来れる。今、実はそれがなかなかわかってなくて、そんな近いんかっていうので大阪戦略をやるんですね。それは万博に向けたもんですよ。だからそれはやはりね、今おっしゃったようにプロをいれるしかないんですよ。じゃもう今さっき課長がおっしゃったように役所の、非常に僕も見えて歯がゆいなと思う、これいいなって予算をあげても来年になっちゃう。まず皆さんでハッシュタグを一つ決めて、それで常にリレーションをしていくことをまずやられたら少しSEOが上がっていくと思うので、それをやられたらどうかなと思います。

会長

ありがとうございます。ちょっとね、業者さんを使ってということはちょっとなかなか難しいかもしれませんが、今おっしゃられたようなことは、何かすぐにもでも取り組めるかなというふうに思ったりします。特に私も今、びっくりしたんですけど、1年前に何をあげるか決めてるってということですね。

委員

もちろんプロポをやりますからね。毎年5月ぐらいにプロポをやってるわけですけど。もちろんプレゼンですから1年間、全部もうほぼ。ただ、決まってからもう1回細かくは決めますよ。何月に何を。時期があるわけですよ。僕らもよくプレゼンやりますけど、1,2,3,4,5,6,7,8,9,10、正月ありバレンタインありなんやあり、この横軸に対して、縦軸に何を紹介するかと。もしかしたら、バレンタインにかつおでもないわけですよ。なんでもいいですよ。わかんないです。そういうフォーマットを作るわけですよ。その中で、たまに、いわゆるインフルエンサーみたいなのを絡ませてやっていくっていう計画で1年くらい出すんです。

会長

なるほど。わかりました。ありがとうございます。

委員

だからもちろんそれは何千万もかかるんですけどもね。

会長

そうですね。

委員

それは無理なので、そういうのも縮小版でいいと思いますよ。今おっしゃったように、あがりを決めるだけでもSEOに引かかるんですよ。

会長

なるほど。ちょっと少し計画性を持つというところは取り入れることができようかなというふうに思ったりしました。他にこの問題でいかがですか、何か。よろしくお願いします。

委員

はい。私からはちょっと近鉄の経験というか、私、宣伝の部長もやってますんで、SNS、めちゃくちゃ活用してます。インスタ、YouTube、X、最近 Facebook はほぼ見られなくなってるので、日本人相手には Facebook やってません。ウェブサイトもちろん、公式のものを作ってます。ただ一つだけ言えるのは、コンテンツを作ることは、先ほどおっしゃってることと同じかもしれませんが、コンテンツを作るだけでは、できたことは半分です。どうやってそこに来てもらうかっていうのが、我々民間でもめちゃくちゃ難しいです。要は作っただけでは絶対に来てくれない、知られない、誰も来ない。という意味で言うと、難しいですけど、面白い中身にする、みんなが興味を持てるものを作る、あとは非常に頻度を高く打っていく、一回ついた人は離さないとか、あとはそのインスタを使ったイベントなり、商品をあげるなりしてフォロワーを増やすとかやって、地道にフォロワーを増やしていくっていうことしかないですね。博打みたいなもんで、バズるなんてそうめったにないです。スペイン村とかでちょこちょこバズるんですけど、それも予期せぬバズりの方が大きいですね。わざとバズらすなんてなかなか難しいです。結局元も子もないこと言いますと、私たちはSNSで宣伝するんですけど、その宣伝する媒体のフォロワーを増やすための宣伝をします。広告物を広告として出すんです。興味があったらフォロワーになるっていうことをやるんで、これお金がかかりますけども、そうしないと、私らみたいなものが作った面白くないというか、本当に知らせたいものってあんまり面白くないものがあるんで、それについては来てくれない。先ほどのSEOもあるんですけども、なかなか難しいってところもあるんで、そういうことをやってます。例えば、インスタのリール動画とかYouTubeの番組にCMをつけるとか、要はテレビCMと同じです。CMをCMの間に流すみたいな。CMを流すって

いうことをやってます。あとはインフルエンサーを使うというのも一つの手だと思います。

会長

ありがとうございます。ちなみに興味があるんですけど、スペイン村で何がバズるんですか。

委員

ちょっと前に、並ばずに乗れる遊園地というのがコロナ前にバズったんです。

会長

なるほど。

委員

要は空いてるってことです。それでちょっと混んじゃって、並ばないといけなくなったんですけど。あとは、これも予期せぬなんですけど、VTuberというのがおられると思うんですけど。バーチャル YouTuber っておられて。それで周央サンゴという方が二次元におられて、すごくスペイン村が好きな人で、スペイン村から別にお願ひしたわけじゃないんですけども、自分はスペイン村が好きで、こんなにいいところだと言って、それでも都心から遠いとか、人が少ないとか、並ばずに乗れるとか、ディスリながら自分は大好きだみたいなことを言ってくれたら、次の日 Yahoo の検索ワードで 1 位になったんですよ。1 円も払っていないです。そういうふうな、バズりは運なんですけど。これはなかなか当てるのは難しい。そのあと、スペイン村はその周央さんという VTuber とちゃんとお金をかけてコラボしてやると、その人のファンたちがやってきたということだったので、何をきっかけでできるかわからないですけど、お金をかけてもできるし、偶然バズることもあります。

会長

ああ、なるほどね。ありがとうございます。面白い。他にこの件、いかがですか。事務局どうぞ。

事務局

すいません、いろいろご意見をいただきまして。前回の時もプッシュ型と言うて、僕も勘違いして、今回も入れさせてもらったんですけど、やっぱりターゲット広告入れますよみたいなところを追加させてもらって。前回は大変不見識だったなと思って。やっぱりそういう広告を打つっていうのは必要やということを感じて、今回中に入れさせていただいた経過もあります。ここはもうオフにしてください。市役所の職員って、基本的に市民に知らせるのが仕事なので、広報というすごい媒体を持ってるので、あんまり広告に対してね、意識が低いところがあって、僕も今まで意識が低かったと思います。

今、観光になってから、そういう広告を打たなあかん時もたぶん市は、SNSとかはタダでできる媒体やというぐらいの感覚が強いです。そこの延長で今まできていた部分もありますけども、やっぱりいろいろご意見を聞いた中で、僕らもプロに頼まなあかんっていうところも予算上考えたりもするんです。ただ、その時にこれをしたらどんな効果があるんやっていうところを訴えかけないと、なかなか予算としては通りにくいところがやっぱあるなというのは感じます。皆、そんなん知らせるのって作って知らせたらええやんってぐらいしか思っていないかどうか知りませんけど。という意識的にはちょっとそういうところがあるのかなあと。観光に今回、携わらせていただいていますんで、そういうやっぱターゲット広告が必要っていうところに認識は至っているんで、この中でそういうところもやっぱ財政部署に訴えかけて、これを打たんとやっぱフォロワーは増えへんねんとかいうところでは、ちゃんとやっていかなあかんかなというふうには感じました。

会長

はい、ありがとうございます。あくまでも一面という意味ですけども、脱公務員化というかですね、観光ってそういうことが必要な部署なんだろうというふうに思いました。もちろんね、すべてというわけではありませんが、できる範囲でですね、脱公務員化っていうところがキーワードかなというふうに思いました。もう少しだけ続けさせていただきますが、万博ですね。万博っていう観点からですね、富田林市さんは何ができるのか、何をすべきかみたいなのところ、そのあたりでちょっとディスカッションを展開したいなと思うんですが。まずですね、先ほど藤原さんの方から、事務局様にちょっと聞いてみたいということあったと思うんですが。富田林さんはですね、現時点で、こんな計画があってこれぐらいの人が富田林に来るんじゃないかみたいな、まずイメージっていうのをちょっとご披露いただいて、それについて、こちら、委員の皆様から、いや、そこはこうした方がいいんじゃないとか、こんなこと考えられるんじゃないかみたいな、そういう議論の展開にしたいというふうに思います。まずちょっと事務局様から、万博に関してお考えというか、お気持ちというか、数字的なこともわかる範囲でお聞かせください。

事務局

はい。この実施計画の中では、年次計画で来訪者数をこれぐらい増やしますみたいなことを書かせていただいているんですけども。ただ正直、どれぐらい増えるかというのはわからなくて、逆に言うと、万博の機会を逃して呼んでこられないっていうのが一番、やっぱり自治体としてはまずいので、どうやって呼んでいくかみたいな目標値がないということこれはちょっともうお粗末な話かもしれない

ですけど。いかにこう呼べるような準備をするかっていうところに、今まで注力してきた形かなと思います。だから、来てもらえるようにコンテンツを一生懸命磨いたところで、実際にはどれぐらい増えるかっていうところに関しては、万博会場でPRしますけど、結果としてどう見えてくるかというあたりで、なかなか目標というのはちょっと立てにくいかなというふうには思っています。

会長

ありがとうございます。ちょっと決まってることだけでも結構なんですけど、こんなことに取り組もうと思うみたいなですね、万博に関連して、そのあたりをいかがですか。

事務局

はい。万博に関しましては、先ほどとちょっと重複になるかもしれないんですけども、まず準備としては、英語とか外国語対応した地図アプリっていうのを開発して、それを持っていたら外国人の方でも寺内町を見ながら検索できるし、謂れなりが英語で表記できるというところと、ちょっと先ほども言っていた、旧のお家が見えないっていうようなところで、今、360度VRで、お家の撮影をさせていただいております。外からしか見えないけど、VRで中を見られるようなシステムをそこに入れたりして、ただ単に案内するだけではなくに、いろんな要素を入れて、楽しんでもらえるようなアプリを今、開発して作っております。具体的にはツアーですけども、その先の万博に関しましては、今ちょっと予定ですけども、万博に長期間富田林のブースを出展しまして、そこで同時ぐらいに着地型の期間のイベントをして、アプリもありますよ、インスタもありますよ、こういうものが富田林にありますんでぜひ万博の後に来てくださいみたいな宣伝を2週間ぐらい、そのキャンペーンを打つっていうような形で一応、万博戦略としては考えています。

会長

ありがとうございます。今、事務局からの話を受けて、ちょっとこういうことしたらいいんじゃないかとか、そういうような観点でお話いただければと思うのですがいかがですか。

委員

おっしゃった通り、やっぱり万博って活用するものだと思うんですよね。やっぱり万博を活用するという観点でやっぱりこちらからどんどんどんどん攻めていかないと、何も残らないっていうことだと、やっぱり改めて思います。今のお話の中で、例えば中にブースを作られて、例えばアプリもありますって話があったんですけど、じゃあ、そのアプリをどうやって、どうダウンロードしてもらおうんですかみたいなところが、具体的な手法とか戦略があるのかどうかだと思うんですよ。アプリなんて数

多あってですね、観光局もアプリを作ってますけど、なかなかダウンロードしていただけないという状況じゃないですか。それが例えば富田林さんっていう一つの個別の市の、例えばアプリだったとしても、富田林に普段いらっしゃっている方で、例えばいろんな利便を感じてやるっていうのはあるでしょうけれども、例えば万博にこられた数多のお客さんに対して、例えばですけど、富田林のアプリというものがあつたにしたら、それをダウンロードしていただくのは相当ハードルが高いんじゃないかなって気はするんですね。それからすると、やっぱり富田林単体で戦うっていう言い方は変かもしれませんが、やっぱりやるのがあまりよくないというか。エリアで共闘するとか、テーマで括るとか。例えばですけど隣の羽曳野さんなんかは、いわゆる例えば柏原と組んでね、肉とワインという一つのテーマでもって大々的にやろうとしていらっしゃるとかですね。つまり、どうしても行政さんになると、やっぱり自分のところの予算という形になって、自分のところの地域っていうふうに見られがちなんですけど、やっぱりお客様、特に万博に来るお客様が例えば7割が近畿圏からだとすると、いろんなところを知ってらっしゃる方も多いと思うし、行きたいところいっぱいあると思うし。もう少しこのちょっと視座を上げるというかですね。だから、アプリも同じで、例えば富田林だけのアプリとかっていうことよりもむしろ、例えば今井町の話が出ましたけれども、今井町も含んだ例えば、そういう重伝建の施設のところに、例えばアプリを載せ込むとか、ちょっとその辺りの視座の高さが要るんじゃないかなっていうのがあつたのと、それから近隣とやっぱりしっかりエリアとして考えて、向き合っていくというか、そういう視座が必要かなというふうに思いました。ちょっと補足になるんですけど、もう一件だけ。やはりお客さんにね、やっぱり地域の方々との共生って話をしましたけども、やっぱりお客さん、特にインバウンドなんかは変わってきてるんですよ。明らかにコロナを経てね。やっぱり日本人も昔は海外旅行に行った時には、例えばですけどロンドン、パリとか、いろんなところを周りながらショッピングして、いっぱいブランド品を買って、って揶揄された時期があつたと思うんですけど。やっぱり外国人が日本に来られるっていうことの、層というか、観光に対する考え方とか行動が変わってきていると思います。一つは、やっぱり例えば一部の国のマナーが悪いっていうところもありますけど、やっぱりそれはマナーを知らないだけとか、あるいはその国ではそれが当たり前みたいなところが日本に来てわかっていないから、教えてもらったらわかりやすいみたいな形になってくると思うんですね。そういう考え方を、僕らはオーバーツーリズムって言い方ではなくってツーリズムシップって言い方をしているんですね。つまり、スポーツマンシップと同義語です。スポーツマンシップっていうのは、スポーツマンだったらこういうふうに行動しますよねみた

いなことを、トウーリストとして考えてトウーリストシップっていう考え方を持って、つまり観光するっていう、いわゆる観光客はこういうふうにして地域に行きましょうっていうのが三つあって。旅先に対する配慮、旅先に対する貢献、三つ目が交流なんですよね。交流というのはやっぱり、先ほどねちょっと元に戻りますが、さっきの重伝建にお住まいの方々とか、あるいは市民の方々もね、将来的にやっぱり富田林に経済効果を生ませようと思ったら、やっぱり地域の住民の方々の理解が必要じゃないですか。だから、何らかの形で観光客と地域の方々との接点というか、交流を持つ場があると思うんですよね。そういう場をどういうふうに設定するのかっていうところが行政の役割の一つだと思うんですよね。そのためにやっぱりいろんな施策が出てきて、ターゲットがあってみたいなところに戻っていくんですけど。つまり言いたいのは、万博に向き合うときには、単体で戦うのではなくって、いわゆる来ていただく必然性というかね。例えばですけど四国の88ヶ所なんていうのは、あれは仕組みがあるから絶対行くわけですよ、88ヶ所ね。あれって昔の人が考えた仕組みじゃないですか。ああいうふうに絶対、この時期にきたら絶対富田林に行くよねっていうような必然性をどういうふうにしたせるのかっていうところを、富田林だけではなくて、他の地域と一緒に考えているっていうことがありなんじゃないかなっていう気がしました。以上です。

事務局

ありがとうございます。

会長

ありがとうございました。他にいかがですか。委員の皆様から、万博についてですね。寺内町に住んでらっしゃる住民というお立場でも結構ですけども、何かこう万博に期待されていることとかですね、なんかそういう思いとか、お気持ちとかありますか。

委員

今回の万博については、大阪府下の自治体の間でも随分評価が分かれているような気がしています。一丸となって大阪府全体として盛り上げようという意識は薄いように思うんですね。先の万博の時でしたら、今の万博会場、あの広場やなんやかんや言ってるあの辺、山林、全部買い上げて開発したんで。あの辺の事務所はみんなしっかりお金もろうて、息子は高級外車まで乗りまわして。それからあと全部、破産したりしたところもようけあったりしてね。それでも地元で金落ちたいうようなこともあって、経済的には、大阪府のあれから見ても、プラスやったん違うかな。今回は埋め立て

地だから、別にあの土地買うてどうの、売ったりどうのこうのいうあれがないんで、地元の経済的な波及効果としては非常に小さいん違うかな。来るお客さんの数がどれだけになるかが、経済にプラスというような見方しかできないん違うかなと思うんですけどね。寺内町についてはですね、今年になってからですけども、民泊したいのでどっか売ってくれはるところないとかという話も私の方へ入ってきたんですけども。寺内町の住民そのものがあちこちの民泊については、随分と評判が悪かったですね。一棟貸しやなんやいう会社、あとはごみの処理やらなんやからもう、マナーの悪い、どこの国とはもう言うたら具合悪いんであれですけども、そういうふうなこともあって、民泊は反対やという意識が強いんですね。民泊するんであれば、それに使う施設と別にすぐ近くにオーナーさんが住んでくれるんであれば、どんなお客さんであろうが、とにかくごみの処理等、付近に近隣に、迷惑をかけずに管理できると思うんですけども。とにかく、自分は遠くに住んどって、貸して家賃だけ、使用料だけもらええわというふうなまでは、ちょっと地元から反対意見が出るんで、それについてはちょっともうお断りしたんですけど。ただ、今、寺内町の中でも売りに出るところがちょこちょこ増えてきたんですけどね。実家が大体300から400坪ぐらいのお宅があって、その息子さんいうたらもう、やれ会社勤めとか、あるいはお医者さんであるとか、そういう事業をやったりとかいうようなことで、外へ出てしまってたら、相続するときにこの土地残しとかなあかんかどうかいうたら、もうそんないらん言う。でも、古い建物建つとってですね、やれ重伝建やなんやかんやいうようなことで指定されてるような家、そんなん相続してもね、維持していくのにやっぱりその家屋敷に自分の稼いだ金全部つぎ込まなあかんような状況になってきてますんでね。年変わってからの、二月ほど前ですかもう、そういうふうな関係でね、息子ももういらん言うてるから言うんで、だからもう、建物、全部取り壊して更地にして、売りに出したらすぐ売れたというようなことですよ。そこでもやっぱり、いや300、400とかいう坪数で売りに出たね。そこへ1人で買ってそこへ家建てて住もうかという人は最近ないんで、もう下手したら不動産屋が買い上げて、それを五軒なり十軒なりの小さい建物にして、建売にして売ってしまうというようなことで、寺内町の要素が変わってくるん違うかないう、その心配をしなきゃならん。だから、これから寺内町を富田林市の観光の中心やいうふうにとらえて、何とか維持していきたいとは思んですけども、非常にだんだんもう、このハードルが上がるばかりで、先行きずいぶんと不安な思いをしています。

会長

ありがとうございます。住んでらっしゃる方ならではの意見だったろうというふうに思います。他

にいかがですか。万博をどのようにお考えですか。

委員

もうちょっとあれなんですけど、万博のテーマは生命とか未来社会とかですか。食も一つ入って、僕、その辺絡めたらなと思って。まさにみんながおっしゃったように今、点でなく、面でいこう、面でいこうっていう。この前、グレーターミナミの会議でも答えたと思うんですけど、特産品は大阪でって言ったときにね、やっぱり肉が出てくるんですよ。なすも出てくるんですよ。海老芋は出てなかったけど。あれはね、本当なら例えばね、羽曳野の牛肉となすをやってみたらどうかかわかんない、一緒に作るとかね、南河内定食とか名前を作ってやればもっといっぱいやれるんちゃうかなと、もう僕ずっと思ったんですけども。今さら無理なのでね。ただし今できることは何かっていうと、やっぱりもう面でね、来る人は、僕らもそうですけど、ああここ富田林、ここ羽曳野、なんて行かないですから。太子町の、こっちにお寺もありゃあ、こっちに神社もあって。そういうふうなのをね、できたらいいと思います。万博のいのち輝く未来の社会デザインでしたっけね、いうコンセプトを考えて1年前からやるときゃよかったんですけど、それは無理なので。ただね、インバウンドはね、所詮瞬間風速なんで。本当は万博に来られている他府県、先週ちょっと北大阪で、高知県のお酒の列車乗って行ったんですけど、あっちの人はこっちのこと全然知らないですよ。僕らが知らないのと一緒で。まず僕は結構近くにもっとテコ入れしてもいいんじゃないかと思うぐらい。万博を使って、瞬間風速の万博を使って、北大阪、できれば近隣の県とかにね、アピールして持続的に来てくれる町にして、経済効果を産んだ方がいいんじゃないかなって、ちょっと上から言いますけど、そんなふうに思っています。

会長

ありがとうございます。他にいかがですか。

委員

万博はですね、我々事業者も非常に悩んでおるところで、こんなに近づいてるのにまだ悩んでるっていうのがありまして。一つは鉄道事業者ですんで、万博にどうやって行かすかっていうのをまず一つ考えると。もう一つが、多分こちらと同じ話で、万博に来た人をどうやってうちの沿線に呼ぶかっていう、二つのテーマがある。万博に来た人をどうやって呼ぶかって、これめっちゃくちゃ難しいなっていう問題がある。普通に万博に来たら、それをそのまま帰るやろうっていうところです。例えば首都圏の人が万博来て、来たときに、じゃあちょっと奈良行こうよとか、伊勢志摩寄ってよって言って

来てくれるわけない、もう行程決まっちゃって話なので。うちは大きく分けて、旅マエと旅ナカに分けてPRしよう。旅マエというのは、今、万博へ行く人が行程を考えると、例えば、奈良に寄れますとか、あるいは名古屋から伊勢志摩へ寄って大阪へ寄れます、っていうルートがありますよっていうのを訴求していこうっていう。じゃあ来る前にしっかりと行程に組んでもらうと。インバウンドなんかは特にそういうルート訴求っていうのは必要なと思ってます。簡単に言うとそういう旅マエと旅ナカのプロモーションは必要だということと、先ほどおっしゃっていたような広域っていうのは必要だろうなあと。やっぱり単体だと限界がある。私たちもそうで、南海さんと京阪さんと組んで海外へ出て行って、3社でPRしたりしてるんで。そういったことをすることによって魅力も上がるし、何がいいかっていうと、ルートができるんですね。旅行ってやっぱりルートであって、我々、点で売りがちなんですけど、点で売ると、それどこやねんっていう話なんです。でもルートがあると、こうやって行くのねっていうわかりやすさが出てくるっていうので、非常に売りやすい。それはもうテーマがあると売りやすいのもあるし、テーマが食べ物、体験、泊まるっていうルートでもいいし、古墳をめぐるでもいいし、寺内町みたいに、寺内町を今井町も含めてめぐるでもいいですし、売りやすいなあということを思います。ただ、そのルートも、広域連携も、PRしないと誰も知りませんよっていうことを、私も含めて自戒しています。我々って毎日仕事で目にしてるんで。誰でも知ってるんちゃうかって、たまに勘違いするんですよ。でも、ほとんどの人が知らないと思ってかからないと、痛い目に遭うと、そういうことです。

会長

ありがとうございます。この流れでいかがですか。

委員

あの、本当同じで、万博に対して何かをするかって単体ではないんですよ。もう、しても意味がないってわかってます。おっしゃるように点でやっても全く意味がないです。ラピートに乗ってくださるでしょうけど、通過されるだけで終わってしまう。であれば、本当に全員、鉄道連合を組んで、みんなで万博を盛り上げましょう、ラッピング電車とかね、駅の装飾とか、ポスターを貼ったりとかいうのはもう、おそらくどの会社さんもやってる、当社もやりますし、やってますし、やると思うんですね。なので、本当に一緒にやって、鉄道会社が組んで、どこへ行っても、関西にこんないいところあるんですよ、この電車乗って、この電車を乗り継いでこうでこうでいきましょうっていうふうに全体で押し出していかなあかんと思ってますんで。関西 MaaS っていうアプリとかが多分できているんです。もうロ

ーンチされてるのかな。あると思うんですけども。鉄道各社さんの情報が一気にまとまったっていう関西 MaaS の協議会があって、各社が参画してるんですけどね。そこでもまた、お出かけアプリっていうのを作ってるんですよ。各社の沿線情報であるとか、お出かけ情報とか、鉄道情報とか、あとはそこで万博のデジタル切符を買えるようにしたい、とかそういう方向性でいってるのかな。というところで進めてたりとかするんで、本当に全体で何かを作り上げる、全部で描くっていうような方向では進めているというのは同じです。

事務局

ありがとうございます。

会長

ありがとうございます。今、広域全体とかですね、ルートが大事だっていうお話がありましたけど、私も実は自分のところの研究室のレベルですが、ちょっとやろうとしてることがあって。寺内町をつなげることができないかなと思って、来年度から南海沿線の貝塚寺内町でもサテライトラボを古民家にご用意いただく段取りになっていて。貝塚とそれから富田林でもさせていただいてるんで、富田林の寺内町と。それから八尾でも活動してるというか、八尾に寺内町、三つあるんですよ。久宝寺と八尾と萱振って言って、三つもあるんですね。あと、河南町でも活動しているんですが、河南町にも大ヶ塚っていう寺内町があったりするんですね。これ、寺内町を繋がれへんかと思って。どう宣伝するかっていうのはちょっと置いて、寺内町のアプリを作ることができたりとか、今週、富田林の寺内町でイベントしたら、次、貝塚の寺内町でイベントするみたいな、そういうリレーで、寺内町をイベントで使うことができないかなとかですね。あと、古墳です。河南町と太子町で私、今活動してるんですけども。太子町と河南町って古墳王国なんですよ、実は入れる古墳とかたくさんあって。百舌鳥・古市に比べると、規模はもちろん小さいのですが、ただ天皇陵がたくさんあるんでね。小野妹子の墓があったりとか、聖徳太子の墓、まあ聖徳太子は天皇じゃないですけど、があったりとか。推古、用明、孝謙天皇ですね。もう教科書レベルの天皇陵があったりとかして、河南町もそういう古墳がたくさんあって。太子、河南を合わせてですね、フルーツ豊富ですので、フルーツと古墳を合わせて、大阪の明日香村にできないかなというふうに、太子町と河南町を合わせて考えたりしています。万博に間に合うかどうかちょっと難しいのですが、ちょっとまた、寺内町のことであったりとか、古墳のことであったり、スイーツも含めてですが、ちょっとその辺りでまた、様々なところでお知恵を頂戴したいなというふうに思ったりします。もちろんここ富田林も入ってますので、富田林様にとって

もですね、有効に機能するような、そういう何かお手伝いができないか。私たちは研究レベルなので、勉強できればそれでいいので、その成果っていうのを、自治体様であったり、事業者様であったりというところへ還元できたらなというふうに思ったりしています。ちょっともう時間が押してきておりますので、最後になりますが、事務局様の方からですね、最後に皆様に何か伺いたいこととかあれば、お願いいたします。

事務局

すごい一言で、後半でもすごいいいご意見をいただきまして、今後、進み方というかね、参考になるかと思えますし、こういうことって実際難しいなと思ったりもしました。で、やっぱり僕自身も思いますけども、今回も行政で観光に携わらせていただけてますけども、多分その広域というお話もあったように、多分、行政だけでは絶対できないし、事業者だけでもできないし、市民の方だけでもできないというところで、いかにそういう関係者が集まって、それぞれのお力を借りながらやっていくというのが大事なんやなというふうに、皆さんのお話を聞きながら感じました。

会長

ありがとうございました。ちょっと後半戦ですね、イレギュラーに展開しましたが、以上で本日の議題は終了しました。ありがとうございました。皆様のご協力によりましてですね、すべての案件を終了することができました。本日いただいたご意見を踏まえましてですね、事務局様と調整して、令和7年度、8年度のビジョン実施計画として、取りまとめたいと思っておりますが、最終の取りまとめにしましては、僭越ながら会長である私にご一任いただいてもよろしいでしょうか。

(委員一同了承)

ありがとうございます。

3.その他

会長

それでは最後に、事務局の方から連絡事項等々、お願いいたします。

事務局

皆様、本日も貴重なご意見ありがとうございました。観光ビジョン実施計画の方が策定をできま

したら、委員の皆様へ共有いたしますほか、市のホームページ等でも公表いたします。今後につきましてですが、先ほど会長からもあったように、任期自体が2年というふうにいただいております、令和7年度につきましても、第1期のビジョンの計画年度が今年度までというところがございます、今年度までのビジョンに関する進捗であるとか、フィードバックっていうところも来年度、していきたいと考えておりますし、次期観光ビジョンにつきましても、もう一足飛びにできるわけではありませんので、来年度からちょっと議論を進めていけたらなというふうに思っておりますので、引き続きご協力をいただけますとありがたいと思っております。

事務局からは以上になります。ありがとうございます。

会長

はい。ではですね、以上をもちまして委員会の方、終了なんですけど、ちょっとこれもまたイレギュラーというか、事務局様に何のですね、許可もなく申し上げていることなんですけど、令和7年度ですね、皆様にもまたお集まりいただくことになろうかと思えます。私の思いとしては、皆さんお忙しいので1日拘束するのは難しいんですが、ちょっと半日ぐらい時間をいただいてですね、寺内町のフィールドワークですね、現地視察と、それから寺内町のどこかで、市の施設があると思うんですが、こういうディスカッションの場を設けることができたというふうに思えます。実際に現地で、皆様といろんなご意見を交わしながらですね、富田林さんにとって有用な時間になればなというふうに考えております。事務局様とまたこの件は相談いたします。これで今年度は終了ということになります。引き続き、富田林様へのご協力をお願いいたしまして、マイクの方を返したいと思えます。どうも皆様、長時間ありがとうございました。

事務局

はい。では以上をもちまして第3回観光ビジョン策定委員会を終了させていただきます。皆様ありがとうございました。

事務局一同

ありがとうございました。