

第2回太子町観光まちづくりビジョン策定検討委員会 議事概要

日 時：令和3年11月18日（木）10:00～12:10

場 所：太子町役場本庁3階

出席者：

（委 員）吉兼秀夫会長、藤原幹副会長、建石良明委員、西田いく子委員、山田強委員
楠本肇委員、仲村公良委員、小林恒夫委員、

（オブザーバー）澤柳正子様（代理）、小谷成太様（代理）、福岡真左美様、阪口寿子様
（事務局）村上正規、西本武史、鍋島隆宏、松村晃典

■太子町観光まちづくりビジョンの策定について

建石委員：膨大だが、イメージが湧いてこない。重点メニューが5点あり、その中で5年間におけるスパンごとの展開をされているという意味だが、やはり、前期の状況を踏まえて計画を立てていると思う。前回も出席していたが、例えば、この1年間でこういうことに対して、とっかかりを作り、住民を巻き込み、こういうイベントに力を入れる、という風にもう少し絞った状況の中でやっていただきたい。二上山に関する提案があるが、二上山マップは既に作られており、登山口にもトイレはあるが、馬の背にもあり、府の協力により、若干ではあるが登山道整備もやっていただいた。意外と手軽に行ってもらえると思う。山の日には色々聞いたのだが、駐車場は平日もいっぱい、町内の方の二上山に対する認識がされてきているなどと思っている。紅葉の時期はこうですよ、5月の若葉の時期はこうですよ、といったようなことをもっと発信してもらえたら、PRに繋がると思う。太子町に来られる方に対して、もっと広げていける手段を今後1、2年の間に一つのポイント、ポイントでやってもらえたらと思っている。

吉兼委員長：前回も建石委員は仰っていたが、「より具体的でわかりやすいものを言っていた方がよりわかるのではないか。ここからやるとした方が、あれもやる、これもやるとするよりかは良いと思う」ということである。取り組みの中で、聖徳太子、二上山、みかん、ぶどうといった具体的な名前を入れて、まずは太子町にとってこれが自慢できる、自信がある、価値がある、という点から攻めていくことが大切である。しかも、コロナのおかげで全てプラスのイメージに変わっている。健康な食べ物や瑞々しいもの、聖徳太子没後1400年など、そういうところから突破しようということと、重点項目を設けることで、少しでも具体的なことをわかるようにしようという努力は事務局のほうでされていると思う。

西田委員：15 ページまでは端折られたが、前期を踏まえた後期、という意味では、これが指標になっていて後期に移るのであれば、甘いように思う。アンケートが取れなかったとあるが、アンケートを取った場所は、道の駅や竹内街道交流館など。竹内街道交流館でアンケートを取ったとのことだが、二上山に関して言えば、山の日には多くの人が集まったのに、なぜそこでアンケートを取らなかったのか。みかん園も11月3日の文化の日は一番よくお客さんが訪れる日で、子ども連れも来ておりチャンスであった。アンケートが取れなかったのに、この先進めるのか、ということをし少し頭に入れてやっていただきたいかった。デ

ータを基に、という割にはそのデータが甘いと思う。評価についても、評価 A が出たからといってもうこれでよいのか、ということや、評価 A で具体的なまちづくりを推進しているとあるが、味噌づくりなど、後期はどう新たに出発するのかよくわからなかったりする。このあたりはもう少し丁寧な説明が必要。また、P10 の地域連携 DMO の部分はできなかつたと下線を引いてまで示してあるが、後期でそれが何処に入ってくるのかよくわからない。検討したができていなかったということは P26 の日本遺産竹内街道に繋がって来るのか、できなかつたものをどうするのか踏まえての後期というのは、少し分かりづらいと思う。後半部分の、これからどうするのかということも、前提がはっきりしなかつたら後期につながり難いのではないかと思う。また、昨日太子町内にテレビ大阪のカメラが入りインタビューをしていた。大阪の認知度ランキングで、43 位と言われるが、この知名度の低さをどうするのか、ということも頭に入れてもらいたい。何処に行けばいいか知りたくて役所を訪れた時に、「町のことを知るのに誰に聞けばいいか」と聞くと、隣の河南町では同じ質問でたくさんの方の名前があがってきたが、太子町では、「さあ」と答えられた。ビジョンの中でこれだけ住民を巻き込んで、企業を巻き込んで、と言う前に、「太子町の人」というものをつかんでほしい。「太子町の場所、ここは、」というものもつかんで、自分たちこそ町の良さを発信できないとだめ、と思いながらこのビジョンを作っていかなければならない。

吉兼委員長：全体として、なにか根拠となるものが欲しいが、それについて、これまで継続的な調査の蓄積が足りていないのは確かなのではないかと思う。少なくとも、後期に向かっても、その部分が評価できるような蓄積の仕方をすべき。今はデジタルな社会なので、違うところの情報も必要になってきている。発信しろとは言いが、どう受信されているかが大切。住民だけでなく、すべての人が発信者なので、一般の方が発信している中に、太子町や太子町の資源が含まれているかを常に分析して、地域から発信するというよりは、むしろ、一般のお客さんたちが何を頼りにするかということ、一般客が発信している情報を信じて行く。それが、どんなふうにも世の中で交流しているのか常に受信する。それも、一つの蓄積にしないといけない情報かなと思う。

山田委員：観光まちづくりという言葉がよく出てくるが、観光まちづくり協会はどのような位置付けなのか。今回も、会長と副会長が出て来ていないが。

事務局：このビジョンでは、町の観光の方向性を示している。その中で、観光というのは決して行政だけがやるものではなく、行政と住民、民間の事業者もその当事者となる。観光まちづくり協会というのは、地域の事業者、観光団体の核となる組織ということで創設された。ビジョンで一定の方向を示す中で、行政のすべきこと、観光協会ができることで役割分担ができる。例えば、行政はこういった計画を立ちあげたり、基本的な観光資源の情報の発信など様々な環境整備をしていくということがその役割かと思う。観光協会は、観光団体の核として、こういった事業をしていくうえで、事業者など団体の活動を促進・支援することが主な役目だと考えている。色々な観光情報を行政も収集するが、観光協会もそれぞれ収集し、まちのいいところや活動内容を PR し、外からの来訪につなげていくべきものと考えている。

山田委員：もっと観光協会を頼りにして、一心同体のように頑張ってもらえないか、と思う。このままいけば、持続可能な、総花的な観光基本構想が完成していくと思うが、これが後期に、この 5 年間でできるかどうか、はっきり言って思わない。その後これを検証しなければなら

らない状態になると思うが、建石委員の言うように、短期間で目標を絞るべきであるという考えを前回から持っている。本町の観光資源の特徴を知っている、強みも弱みも知っていることになったら、戦略が立てやすいのではないかと考えている。やります、進めますで結果が出なかったら、民間では責任はとるが、本町では誰も責任を取らない。もうちょっと体を張ってビジョンを作っていかなければならないと考えている。例えば、このビジョン構想の重点を、強引に何点かに絞り、全員でその実現に邁進してはどうかという考えがある。例えば建石委員が前回言われただんじりだが、だんじりをPRしてビジターの呼び込みを重点目標とし、観光協会も実行部隊としてチームを編成し、達成するための色々な必要条件を検討するなど。その結果、だんじりの展示館を作ろう、ビジターのもてなし手段としてトイレ、休憩所、飲食店などを整備しなければならない、土産物も用意しないといけない、など必要条件が色々出てくる。それを、特性要因図に表して、出来るかどうか検討し、予算がないものがあれば知恵を絞って代替えを検討して、国の助成も考慮して、可能性があれば2, 3点について絞ってビジョンを達成する、という風なやり方のほうが、より構想実現に近づくのではないかと思う。

吉兼委員長：観光協会の件については、前期の時にすごく頑張った結果、観光協会が実働部隊になってしまい、アイデアを出せば出すほど忙しくなってしまう。あの時、とにかく組織を強化して、実働できるようにしなければということであったが、実働部隊のままだと観光協会全員がやらないといけない。他の団体と一緒に運営し、その関係を良くするような、そういう組織に変えていかないといけない。頑張って成果を出すと、これもやってほしいという住民の要望も出るので、実働部隊に留まらず、もう少し企画運営ができるようにするということが、財政も含めて必要だったのではないか。今これからということなので、そういう協会にさせていただくことが必要。また、小さくてもいいから達成感がほしい。それが次のモチベーションに繋がるので、そういった意味では今回の重点施策も出し、指標も出し、常にチェックして進めることがよい。観光は社会変化で変わってしまうので、毎年見直しをしないといけない。そのチェックで、ここは重点にしているがここは抑えてこちらをやろうということを常にするという方針を考えておいた方がよいのかなと思う。このコロナのおかげで、二上山、みかん、ぶどうが今非常に効果の高い観光資源なので、まずここがすべての力を導入するところではないかと思う。

楠本委員：前期の5年間で、どのような成果があったのか。

事務局：前期成果は、P8にもある通り、没後1400年事業である。それに伴う誇りや愛着の醸成、人材育成というところになる。今年がちょうど没後1400年ということで、それに向けて、数年前から地域の方々が一体となってこの事業を盛り上げてきた。この部分は、横棒グラフで、重点メニューの「1.没後1400年関連事業の検討」で、進捗状況でも示す通り。評価指標の達成度が2.3とあるが、これは、没後1400年事業に伴う来訪者数が、コロナの関係で、実態としては少なかつたため、低い数字であったが、事業として取り組みを行う中で、誇りや愛着の醸成で言えば、5段階の評価指標に対する評価は3.3という数字になっている。満点ではないが、誇りや愛着の醸成、それに伴う人材育成についても一定成果を図ることができたかなと考えている。

楠本委員：聖徳市の代表として来ているが、15年前に聖徳市を立ち上げた。きっかけは、太子町がこのままでは押されていくのではないか、自分たちで何かできないか、ということが基で、商工会を中心とするメンバーで発足した。月に一回、2週目の日曜日に町の特産品

などを出店し、何とか形になって15年間やってきた。やはり波があり、数字では好評な状態で表されているが、人を集めたり、観光で進めていくには現実的になかなか厳しいと実感している。後期は、目標としていろいろ挙げられているが、15年間の経験からすると、しんどい。大きい目標は立派であるが、目の前の時点がわからない。もう少し具体的に、目の前にあるところからコツコツとやるのが最善ではないかと思う。聖徳市の中にも特産品開発チームという団体があり、様々な観光物資や特産品を開発し、太子町では特産品のみかんやぶどうといったものが盛んなので、みかんソースなど色々なものを作ってきた。ボランティアではあるが、太子町への思いが多い方が集まっている。朝早くから、家の用事があるにも関わらず出てきてくれる。しかし、数年たった今の現実、特産に係る開発はほぼ消滅している。なぜなら、太子町役場の建物の厨房を借りてやっていたが、それが無い状態である。会長が行政の方と相談をし、今後厨房建築はしない、と聞いている。今後は造られないのか。

事務局：厨房設備の話に関しては、今ちょうど生涯学習センターの工事をしているが、その中に厨房は作る。しかし以前は保健所の許可を得る中で、外部で販売が出来るような設備があった。今回、生涯学習施設ができ、その中に調理室が作られ、地域の方々がその中で調理をしたり、料理教室などできるようにする。しかし、その作ったものの販売許可が取れる厨房計画にはなっていない。

楠本委員：資料の中で、開発云々をしていくようなことが書かれているが、太子町の認識を上げたい、という意味からだと思っていたが、現在は特産品開発チームは壊滅状態である。開発はどこですのか、場所や機会は与えてもらえるのか。

事務局：開発する場所は、新しくできる建物の調理室を使っただければと思う。先ほども申した通り、衛生法上、販売できるほどの設備は整っていない。今までの通り、新しい商品を開発するということでは、公共の調理室を作るので、そこの中で、新商品の開発に向けて作って頂けるかと考えている。作ったものをそのまま開発チームの方で販売すると、その設備では基準が満たされていないということ。

楠本委員：先の計画というものは、考えられているのか。

事務局：そこまではない。

楠本委員：開発をする、販売をするなど、どうやって発信をしていくのか。

事務局：それについては、開発チームの方で新商品を開発されて、実際に流通に乗せるのは、いわゆる民間の販売事業者がいるので、そこにボタンタッチをしていただければ。

楠本委員：認識が少し違った。

吉兼委員長：やりたいという意欲があるのに、具体的に展開すると、水を差されたということか。

楠本委員：ボランティアとして数十年間やっているなかで、突然そのような形で止まってしまったので、実際にやる気のあった者がやる気を喪失しているイメージである。次回開発に協力を求めても、なかなか集まらないのではないか。

吉兼委員長：前期については、デジタルの情報発信は前よりかなり頻繁に行われるようになった印象と、聖徳太子の没後1400年に向けて組織作りなどの活動も着々とやっていた印象がある。ただ、コロナから全て停滞するという事はあったかなと思う。枚方市の京街道で月に一回開催されている五六市がある。地域の方が一生懸命されているのかと思ったら、多くが外から来ている。そこでアクセサリなどを売っている。それは何か違うかなと思ったが、一方で、1万人以上の人々が来、その人を見ることにより、地域の人がいい意味で

ざわつく。こちらも、竹内街道という素晴らしい舞台を持っているので、その舞台を自分たちだけでなく、外の人たちにお貸しするといった仕組みもあるのかなと思う。

仲村委員：11月3日は、みかん園にとって、毎年多くの人に来ていただける日で、今年は2,100人だった。電車で来る人は半分以下で、車は500台ほどで駐車場が限界である。天気にもよるが、通常は土曜日は800人、日曜日は1,500人ほど来る。10月と11月の開園だが、昨年の実績だと26,000人くらいで、コロナでも民間のお客さんがそれほど減らなかった印象。最近思っているのは、実際にみかん園は知っているが、太子町にあることは知らなかったと。太子町の宣伝をもっとやっていくべきだと思う。太子温泉は、最近元気がない。食事もできない。昔は食事もでき、町会の寄り合い事をやり、町の各種団体の忘年会や新年会にも利用された実績もある。レストランが閉まっていることで、そういう方々が行かれない。娘と女婿が太子温泉に行ったようだが、昭和レトロな雰囲気、温泉はいいが、お金を使うところがないと。町として、太子温泉の支援は難しいと思うが、応援できるような方法があれば、やって頂きたい。また、今年はみかんが豊作のため、カインズで出張販売を始めた。お客さんは土日はとても多く、売り上げも道の駅では考えられない額である。このとっかかりは観光協会で、協力を得てやっていることである。資料の中で気になったのは、ぶどうの新規就農者は多いが、みかんの新規就農者は聞いたことが無い。みかんは、面積当たりの収入がぶどうとは比較にならない。シャインマスカットなら、1房500～600gで2000円ほどで、みかんの場合、1ネット1kg入りで300円で、それだけの差がある。みかん園では土産物も売っているが、その中で、町の特産品も売ろうということで、みかんソースも置いている。飛鳥ワインや、富田林からミツバチを持ってきてみかんはちみつの蜜は売っているがこれ以外にない。ほかに売るのがあれば良いと思う。P26に二上山のことが書かれているが、元旦の初登りでは雄岳に登り、大津皇子の墓もあるのでお参りもしていた。何年か後に、雌岳に登るようになり、大阪府の方でも山頂整備をやっていただいた。二上山をPRするのであれば、場所は葛城市だが大津皇子の神社も、二上山を語るうえでしっかり宣伝をしてほしい。また、二上山からダイヤモンドトレイルを降りて行った終点が屯鶴峯で、これも二上山をPRする流れに入れていったらどうかと思う。駐車場やトイレも整備されている。

仲村委員：先のみかんの話の追加で、試食をやらないと、なかなか買ってもらえない。

吉兼委員長：農産物というのは広告塔の役割を果たすので、来なくてもその人に渡せるのでそういうものを使っていくのも重要かと思う。

吉兼委員長：二上山というのは、太子町だけのものではないので、二上山全体として考えないといけない。

小林委員：交通手段はマイカーが5割、自転車・バイクが4割で、9割が車であったり、ということだが、参考までに、交通量は概ねコロナ前の9割は戻ってきており、今月に入ってから、ETCの各種割引セールが再開された。そのなかで、8割強が大阪府内で、大阪市内が2割しかいない。ここを割合として増やすと、必然的に人も増えてくるのかなと思った。中長期の計画ということで聞かせてもらったが、網羅的に整理をすることでこういう形になるのかなと思うが、資源も限られていると思うので、これを全て課題として注力してやっていけるのか、大変だなと思う。やはり、ある程度選択してメリハリをつけたほうがいいのではないかな。

吉兼委員長：行政の計画はどうしても多くの人に見られるので、全部に目配しをするために、結

局このような形になる。一方、すべてのものに価値があるという考えは大事にしないといけない。その中から選択も大事であるし、物語を作る組み合わせも大事にしないといけない。そういう意味では、すべてのものに価値があるという言い方はしても良いが、みんな大事だと言っぱなしにすると、なにも始まらない。その中での優先順位は必要なのかなと思う。

澤柳様：P20、21で、大目標として「暮らしの舞台に選ばれるまち」は、住民の方、太子町に目を向けている人たちが如何にこの地をどう思っているかが重要になる施策だと思う。誇りや愛着のある場所は、外から絶対に人が来るというデータがある。北海道や沖縄、京都など、ここはみんなが行きたがる。一大観光地ではあるが、何年調査を取っていても、ベスト3にこの三つが入って来る。ここは、地域の人が地域のことを大好きで、愛着を持っており、そういった人たちがどんどん発信し、それが作用になっていると思う。楠本委員も言っていた開発チームの方々がすごく残念だな、がっかりだ、もうやっていく気が無い、そういった気持ちが負の電波になって伝わるし、西田委員の言っていた、太子町の認知度の低さも、地域の人がコンプレックスを持ってしまうことなので、そういう所を上げていくのが良いのではないか。個別の項目では、学校での連携とあるが、子どもはとても重要である。やはり、親からの影響はかなり受けると思うので、大人が今のような気持ちになれる機会を作っていくのが重要ではないかと思う。広報「たいし」では魅力をどんどん発信していくところだが、新しい情報、ニュースが欲しい。カフェができた、バーベキュー場ができた、みかんのシーズンなど、町の人が町のニュースを知っていくのがとても重要で、古いことを知ってもらうのも大事なことと思うが、積極的にニュースを広報でどんどん出していくのが、気持ちが上がるという意味で効果的かなと思う。みかんの産地といえば、和歌山県に有田市の有田みかんが有名で、そこでもみかんの就農者数を上げていこうとしている。ただ、単価が低い。パティシエとコラボして、地元の人だけでなく、東京の六本木や銀座など、加工品としてどんどん出していくようなことをして、ふるさと納税でもどんどんみかんが売れて収益が上がっているということを知っている。「資源を巡る仕掛けづくり」にスタンプラリーとあったが、スタンプラリーは割といろんな地域でやっているが、奮わないというか、飽きてしまったりということがある。高知県で、竜馬パスポートというスタンプラリーをやっている。スタンプラリーはだいたい期間限定なのでスタンプが溜まらなかったり、エリアや商品に限られていたりする。それが無いのが竜馬パスポートで、年がら年中ずっとやっており、3、5、10年とやっている。すると、地域の方がパスポートを持って、それにどんどんスタンプを押していくと商品がもらえたり、ランクが与えられる。自分は町のことをよく知っている、あの人はゴールドだ、といったことになる。そういったことも含め、中の人楽しい、わくわくする、太子ラブ、といった気持ちになっていくことが成功につながっていくような気がする。

吉兼委員長：誇りや愛着のある場所には人が寄って来る。人が寄って来るためには、地域の人が地域のことを好きでないといけない。こちらがマイナスを発して、人が来るわけがないので、それが大事。学生には、スタンプラリーはだめだから、なにか街歩きを誘発する仕組みを考えて、と言っている。続けることが重要かなと思う。

小谷様：魅力の発信は我々が今一番できることかと思うが、先日、サッカーの試合会場で「太子町民デー」を開催した。町長に挨拶いただいたり、ブースを設置してみかんの試食販売をやり、非常に好評だったのではないかなと思う。来シーズンも同じような形で開催できれば

いいと思う。特に、魅力を発信するといううえでは、太子 TV の運営も入らせてもらっているが、太子 TV もぜひフル活用していただきたい。自分たちで企画して、自分たちのやりたいことをするというメディアなので、なにかこれを有効活用しているんな人に出てもらったり、自分たちでやるだけでなく、関係する人を増やしてメディア自体を大きくしていくということができるのかなと思うので、検討していただければ。

吉兼委員長：チームと町の相互にプラスになるような仕掛けを考えてはどうかと思う。枚方市の手伝いもしているのだが、ここはバレーボールやサッカーも強い。旧街道とタイアップして、その日はバレーボールのユニフォームを着てお店に立たせ、お互いがお互いを応援しようとするので、相乗効果になっている。サッカーも人気のスポーツで、ファンクラブの90%ほどが女性で、会員を増やしたいが彼らが増やしたがるらない、というほど、熱狂的な人も多い。そのようなファンは、ものすごく広告力、宣伝力があるので、そういった形もいいのかと思う。

福岡委員：先ほど、大阪市の方からほとんど人が流れてこないという話があったが、皆さん知らないという方が多いのかなと思う。今年度は、大阪府で観光バスを走らせる事業をすることになっており、大阪市内から乗り、例えば叡福寺に来ていただいたり、近つ飛鳥博物館に寄っていただいたり、堺の古墳を周っていただくというような事業を今年やる予定。そういった取り組みで人気が出て来れば、民間事業者がバスをほとバスのような形で運営してくださることを目的にしている。そういう取り組みを通して、太子町をよく知っていただき、次は自分で来ていただくというような流れに繋がっていけばいいなと思っている。そのような取り組みを進めることで、知名度が上がっていくような手伝いができれば。

吉兼委員長：ほとバスもかなり良くなっている。公共交通機関には怖がられる傾向にあるが、そういうものは、安全管理されているもので、逆に安心感がある。ほとバス風は面白いかなと。来たお客さんと、地域の方が何らかのコミュニケーションが起ころうような、ここに行ってきたと家族に言えるような、そういう思い出を作らせるような取り組みはとても大事かなと思う。

阪口委員：コロナ禍で太子町の地域の方々が灯路祭りや聖燈会など地元の方が頑張って参加されてきたものが中止になったりという部分と併せて、先ほどもあったように、特産品の開発チームが意欲を無くされているのも残念だなと思う。逆に、今地域の人を呼び込むために求められているのは、やはり今だけ、ここだけ、自分だけ、というところで、人が集まるということが非常にキーワードになっていると思うので、開発したものを流通ルートに乗せて販路を拡大するのも大事だと思うが、ここへ来て、作っている方々と触れ合って、というところで、行かないと味わえないという特別感が重要だと思うので、こういった場面づくりは続けてほしいし、町の人が元気でないと、魅力が他の人に伝わらないのではないかなと思う。まちづくり協会や、たいしくんや、SNS などいろんな情報を発信しているが、それと併せて、太子町の中でも、中学生の方が色々頑張っているのも、若い子でもたくさんフォロワーを持っている子もいるので、そういった子たちに、自分が本当に好き、良いと思った町の魅力を自ら発信してもらおうなど、みんなを活用する。口コミや友達から聞いた情報は、良いのかなと思うので、そういった情報源の活用もしていった方がいいのではないかなと思う。今は、コロナの影響でクルーズ客船が大阪に来ていないが、2年前たくさん来ていた時に、秋のシーズンは太子町のみかんを販売させていただいたりした。食べてみて本当においしいので、船の中で新鮮な果物に出会わないということで非常に好

評で早々に売り切れということがあったので、地元の美味しいものに触れ合える機会というのは大事にしていきたいと思う。観光局の方でも、地元の知られていない魅力の部分と、マイクロツーリズムが注目を集めている中で、旅行者、エージェントに今まで知られなかったところ、大阪の着地型の商品素材の開発、商品活用のところも含め知っていただくということと、これを作った、これがあるで終わらず、逆にユーザーのニーズをつかんでいただくことで、それに合わせてどうやっていけばいいか知っていただくということで、意見交換会をやる。事後のアンケート結果で、求められているニーズがわかったということと、エージェントの方は商品造成する側の立場の深いところであったり、備蓄であったり知られない所も多いので、そういった機会はこれからどんどん継続して具体的に色々できるように進めていきたいと思う。

吉兼委員長：観光にとっては、得した、嬉しいというのはとても大事なので、そういったところをどう演出するかという思いを持ち、その人は必ずリピートする。楽しかった、だけではリピートしない。他のもっと楽しいところへ行ってしまう。得をすると、もう一度得をしたいから行く、それが大事かと思う。

藤原副会長：コロナの影響で、環境を取り巻く状況はかなり変わった。逆に、今までやってきた活動を振り返るチャンスでもあると思う。この機会に今後どうしていくのかというきっかけになると思う。一方デジタル化というのは重要で、太子町でも、初めてオンラインのシンポジウムをやる。こういったことを、今後太子町だけでなく、観光系の活動をされている方の活動自体のデジタル化を応援できるようなことを、他の大学などの力をお借りしながらではあると思うがやっていかないといけない。それを配信することで、色々な人を呼び込む、巻き込むといったことをしていきたいと思う。昨年も、阿部野橋駅やてんしばでみかん園やシンポジウムのPRをやったが、やはり、人のいるところへ出ていきPRしていくのが重要だと痛感した。太子町のなかでは民間の集客施設など、人のいるところに積極的に働きかけることを今後もやっていかないといけない。P29にも、「SNSデータを定期的に収集・分析」とあるが、実際にどう分析するのかよく考えなければならない。

吉兼委員長：今も、ビッグデータやデジタル上のものをつかって、きめ細かくニーズを分析するのは当たり前になっている。そういったものを行政も観光協会も技術を身に着けないと、あまりにもデジタルでなくアナログなことばかりやっていると遅れてしまうので、大事なことだと思っている。人との出会いというのも大事で、誠意を見せるのも大事。その際にはノベルティを渡すこともあるが、捨てて帰られないようなものを渡さないといけない。家に帰って、こんなものをもらったと言わなければならないので、帰りにゴミ箱に捨てられてしまうようなものを渡さないように。捨てないようにするには、ひとこと声をかけると、すごく効果がある。外でもらうと、それを持ち帰りあの町にいったな、今度旅行に行こう、といったきっかけにもなったことがあるので、こういうことが大事だと思う。

事務局：今回いただいた意見等については修正内容を反映させたものを作成し、修正内容の確認については吉兼委員長に一任いただき、問題がなければパブリックコメントを実施したいと考えている。パブリックコメントは、来年1月頃の実施を予定している。その内容を踏まえ、さらに修正していく予定である。修正後の案を、第3回策定委員会で提示し、策定という風に考えている。

■その他

事務局：第3回策定委員会は、2月頃の開催を予定している。

以 上