



滋賀をもっと楽しく研究会【提言】

「観光」「スポーツ」「ロケーション」で、滋賀をもっと楽しく！

報告者 座長 / 吉田代表幹事

はじめに

現在も住み良い県であるが、もっと地域を活性化させるべく「観光」「スポーツ」「ロケーション」の3つの視点から研究。滋賀に住む人、勤務する人、そして訪れる人が今以上に楽しくなる県を創りたいという気概で、実現可能性の極めて高い具体的な提言を下記の通りする。

なお、この実現のため我々同友会会員企業は、その趣旨を理解し進んで協力やサポートを行うと共に、滋賀県はじめ関係団体には課題の共有化と引き続きの総合的支援をお願いしたい。

1. 観光

「着地型観光」で滋賀の魅力を全国・世界に発信
発地型観光では満足できない観光客に対する受け入れ態勢が不十分な現状

滋賀県観光情報

→ 「滋賀の観光をもっと楽しく！」滋賀県公式観光サイトにて12のコンテンツが紹介

☆地域の観光協会、地元観光業者、地元の協力が不可欠

滋賀県観光「ナラのシカ」戦略

「滋賀なら」と期待される受け入れ体制の充実

… Responsibility

「滋賀しか」と言われる素材の発掘と開発

… Originality

※滋賀なら… 滋賀から発信「一期一会のおもてなし」

「一期一会」

井伊直弼がその著『茶湯一会集』において大成した滋賀発のもてなしの文化。具体的な表現方法として「趣向」と「余情残心」をあげている

「趣向」

お茶の世界では「道具立て」という。場所・季節・客層に合わせ、バランスのとれた道具を用意し、道具(物)に語りを加えることにより物語が生まれ、感動が生まれる

「余情残心」

旅人がリピーターになるかどうかは最後の印象(ラストインプレッション)で決まる。その大切な要素のひとつがお土産。お土産こそが家庭や職場での最大の語り部となる

※滋賀しか… 滋賀から発信「環境こだわり生産現場」

滋賀経済の大きな特徴は、環境マインドの高い企業が集積していること。滋賀ブランド=環境こだわりであることを現場からアピールし、付加価値向上につなげる

☆滋賀県の貴重な「おもてなし」の精神を、今後の着地型観光に活かしていく

提言① 2つの人づくり… 主に行政の指導育成に期待語り部づくり

→ ボランティアガイドの育成とコミュニケーション能力の向上
担い手づくり

→ 質の高いお土産を作り出せる人材の育成と支援

☆この2つの人材育成・支援に対する県の予算を考慮いただきたい

提言② 産業ツーリズム

… 同友会会員企業の積極的取り組みが必須

生産現場を一般市民や観光客に公開し、企業としての環境問題に対する取り組み姿勢や製品の質の高さをアピールするチャンスとする

外部の目が入ることによる従業員の生産マインド向上が期待できる

提言③ 海外へ向けたアグレッシブなPR活動

… 行政と民間によるタッグが必要

ミシュランガイドなど海外の観光情報会社への積極的アプローチ

製品やサービスに関する国際的コンテストへのチャレンジ支援

自治体ごとの個性や特性(山・雪・水 etc.)を活かした海外PR活動に対する支援

湖畔や山間部の空き家を利用した長期滞在型シェアハウスの提案

2. スポーツ

2024年開催予定の2順目国体開催の決定に合わせ、スポーツによる地域活性化について

滋賀県は「スポーツ推進計画(5か年)」を平成25年にスタート

その中で、スポーツ環境の充実やスポーツを通じた連携・協働による地域の活性化等、5本の柱で構成

滋賀におけるスポーツチーム（プロリーグ・アマチュアリーグ）のあり方

サポート支援の推進方法

☆滋賀県民、企業、団体等の十分な理解が必須

提言① 「滋賀スポーツコミッション」の創設に向けた検討の開始

スポーツコミッション：国際大会やイベントを誘致・企画する専門組織

1979年米国インディアナポリスで街の活性化のために設立されたのが始まりで、国際大会・全米大会などのスポーツイベントの誘致などを積極的に行うことで、重厚長大産業の衰退に伴い忘れられた街がアマチュアスポーツの首都として蘇った。その成功を機に、現在全米各都市で約 500 のスポーツコミッションが組織され、相互に連携しながら積極的な活動を行っている

- ・プロスポーツ観戦やマラソンなど参加型イベントを観光資源として活用し、地元経済の活性化に繋げる取り組み
- ・スポーツを教育や健康福祉の施設にとどまらず、ビジネス機会として捉える

2012年4月 「スポーツコミッション関西」が発足

スポーツを軸とした地域産業の活性化やニュービジネスの創造に貢献・寄与するとの考え

スポーツ産業の拡がりとの連携

スポーツ用品だけでなく、健康・医療・食・旅行・教育・文化芸術・ファッション

2021年のワールドマスターズを誘致している

☆滋賀県においても、スポーツ課を新設しその中で「滋賀スポーツコミッション」の創設を検討いただきたい

提言② 国体開催施設については、その後の多種多様な活用方法、更なるスポーツ振興の拡がりに繋げる計画が必要

特にアリーナをスポーツ文化の創造拠点とし、その活用を有益と考える

観客4,000人程度収容の小規模アリーナを望む

参考：

クラスS 大規模 15,000席 バレーボール世界選手権
クラスA 中規模 8,000席 女子バスケットボール世界選手権
クラスB 小規模 4,000席 バレーボール Vリーグ
(クラスB参考 投資額：20億円 維持費：2億円)

提言③ 「滋賀レイクスターズ」のような地元チームを育てる
レイクスターズの県内経済への波及効果は7億円
(2011年 しがぎん経済文化センター調査)

参考：

アルビレックス新潟 2013年12月16日忘年例会 池田理事
長談

「東京一極集中から、地方の人財の定着、雇用確保、経済活性、県民の愛郷心の高揚、地域の自負の心を高めることが、将来の希望となり夢ある社会へと次世代に繋がる」

提言④ 「琵琶湖マラソン」の開催

2007年 東京マラソン 3.6万人のランナー、1万人のボランティア、150万人の観衆

その後、大阪、京都、神戸、奈良マラソンが開催

今後2015年に向け、新たに11都市型マラソンが開催の予定

具体案

- ・琵琶湖大橋と近江大橋を周遊するコース
大津市・草津市・守山市の協力を得た中、準備委員会の設置
- ・交通規制に対する前向きな姿勢
- ・スポンサー企業の協力要請（県内外大手企業）

3. 滋賀をロケーションのメッカに

地域の魅力発信と観光客誘致にとり、映画・ドラマCM等のロケ誘致は有益

「滋賀ロケーションオフィス」は着実に実績を上げその成果も大きい、さらにその流れを加速すべく次の提言をする

提言① 縣市町の観光担当者および広報担当者が集う「ロケ誘致情報交換会」を設置

- 撮影現場での支援事例や成功失敗事例の共有化を図り、売込み・申し出に対しスピーディな支援を実行できる態勢づくり

提言② 映画製作者・プロダクション関係者へのホスピタリティの強化

- 滋賀ロケーションオフィスの協賛企業の拡大

提言③ 海外メディアへの情報提供

- 海外メディア業者向けにプロモーションDVDを作成し発信中であるが、来県していただき現地を視察紹介する機会を継続的につくる必要もある

提言④ 滋賀ロケーションオフィスにて支援した映画等の試写会の開催

- 出演者の試写会での舞台挨拶を依頼し、地域の方と触れ合う機会をつくり、次の誘致に繋ぐ

提言⑤ 大学との連携

- すでに大学との協力活動を実施されているが、さらに積極的な連携を深め、地元のみならず官学が一体となって支援する方向を強化