

第8回ぎふ政治塾 第5回講座

岐阜県観光国際局局长 崎浦良典氏

各務原市航空博物館のリニューアルにも関わり、リニューアルオープン直前に観光国際局局长に就任。

本件の観光入込客は4700万人ほど6年間で約1000万人増加。県内観光客1位土岐アウトレット、2位環境楽園、3位高山、4位白川郷など。

イベントで集客がある。イベント1位長良川の花火、2位高山祭、3位道三祭り、4位信長祭りの順。

飛騨は宿泊が多く、美濃は日帰りが多い（岐阜市は宿泊が多い）。

60歳以上が多いものの、飛騨は若い人も多い。

かつては団体旅行が多かったが、H29年は2~3人多くて5人までの訪問が多い。

美濃は東海地区からの観光が多いが、飛騨は関東からも多い。交通手段は自家用車が8割を多いが、飛騨ではバス、電車も多い。

飛騨は宿泊が多く、一人当たりの観光費も27000円と他に比べ大きい。政策としては宿泊客を増やすべき。

日本人の宿泊者は減っているが、外国人延べ宿泊者数がH28年101万人、H29年98万人に若干減っている。これまでは外国人はゴールデンルートに含まれる高山などへパッケージツアーでくる。近年はLCCの利用が増え、東京や大阪から入国する人が多い。そこで岐阜はちょっと遠い。

外国人観光客は岐阜県の場合欧州から11%と多い（全国平均5%）。欧州の人は一回の滞在期間一週間などと長く宿泊費が多い。

東アジアからの宿泊は約5割、特に中国や韓国は政治的な影響を受け伸び悩み。

情報源は個人のブログや口コミが多い。影響力の強いブロガーに来てもらい発信してもらおう。来てもらった人に発信してもらおう。滞在中のインターネット環境への接続も重要であり、Wifi環境の整備も重要な課題。

日本食や日本ならではの体験が求められ、プロモーションに注力。香港で浴衣、ハサミ作り、ハナ寿司づくりなど体験型のプロモーションを実施。

課題、宿泊客が少ない。高山、白川郷の次がない。宿泊場所がない（西濃、東濃）。県ではホテル誘致したいが、そこで半日一日観光できる場所がない。県内の観光地で広域周遊できると宿泊客も取り込みたい。

関ヶ原古戦場での取り組み、岐阜関ヶ原古戦場記念館の整備、展望台含む、10

月着工、2020年完成予定。案内看板、遺跡、武将の活躍がわかる、家康、三成コース、7武将のウォーキングコース。人間将棋を春と秋の2回実施、全国から応募を募って好評。東西対決では食対決（ラーメン）。滞在時間を増やすため、旅行会社が周辺や食事を含むツアーを作る。垂井町と合わせての自転車で周遊コース。2020年は420年の節目に関ヶ原の合戦を再現したい構想。

東美濃歴史街道、中山道沿いの広域観光。中津川で街道が交わる、2027年リニアの駅設置。地歌舞伎が東美濃に多い、歌舞伎を見たり体験したり。東美濃の山城苗木城、岩村城（半分青い、商店街の賑わい）、美濃金山城の3つの山城を岐阜の宝物として、来年全国山城サミットの誘致を目指す。美濃焼きも生かす。土岐アウトレットはICですぐ帰る。せっかく来た人が買い物以外にも周辺の観光施設で周遊してもらおう仕組みをつくる。アウトレットは女性に人気、（男性は買い物に関心がない人もいる）。

中部山岳の奥飛騨の自然体験、首都圏は中央高速から松本、上高地と周遊を京王バスとタイアップしている。

女性視点の商品や、世界遺産を活用したプロモーション。海外誘客では匠（陶磁器、木工、和紙、刃物）、最近落ち込んだアジア（台湾、インドネシア）へプロモーション。

宿泊先の人材不足、地元のホテルは後継者不足。大手では負担軽減する。案内ガイドの養成。広域連携下呂と郡上をつなぐ。

今後、バリアフリーの推進、観光看板の多言語化、トイレ洋式化、ムスリム受け入れ。

2020年は大きな節目。大河ドラマ明智光秀、前半岐阜が舞台（岐阜城）、東美濃。夏に関ヶ原古戦場館がオープン。

観光協会を改組して、シンクタンクや旅行会社の人を活かしたTMOの団体の連携を強化支援したい（下呂や郡上にはある）。

欧州が多いのはミシュランの3つ星が高山。H25年から知事のトップセールスの影響が大きい。仏、英、スペインなどでのキャンペーンその後旅行会社との連携。スペインの旅行会社に愛知県出身者がいる。日本らしい文化が岐阜県には多い。欧州の人は体験や自然を好む。飛騨でサイクリングが人気。アニメは香港など「君の名は」、台湾で映画関ヶ原が上映され人気に繋がる。

「日本で最も美しい村」連合 津曲陽子氏

自分の街に誇りを持つ。

私のまちの魅力とは？

人口 1400 名の村に 2 年間住み、住人が誇りに思っている。

市町村合併で文化や歴史がなくなる。地域の均質化魅力が埋没。松下幸之助

「観光立国」日本の美しい景観を他と共有する。イタリアは観光大国であるが小さな村が多くある。

コムーネ 8000。5000 名以下のコムーネが 7 割。

ポルティコ・ディ・ロマーニャ村、ボローニャから電車バスで 2 時間。中世の街並み。人口 350 人の村、隣 3 つ合わせて一つのコムーネを形成。年間予算 1000 ユーロ。世界から 30 カ国観光客。家族経営の宿が一軒。

地域づくりのポイント、1 理念の共有、ありのまま、パッケージ化、つながり。

理念の共有、理念が最も重要（松下政経塾）、ストーリー、物語。があれば何をすべきかが見えてくる。ストーリーテリングセンターを作った。木は資源、大事にする。

ありのまま、そのまま持っているものを見せる。空き家の活用（アルベルゴ・ディフーズ）。一般開放の図書館として利用。地元食材の活用周辺でとれた食材、普段持つてるもの。バランスが重要、自分たちの力を理解することが重要。観光予算は 1000 ユーロ。

パッケージ化、長期滞在の仕組み戦略。見るべきものがないものの、1 週間、2 週間の滞在プログラムを、イタリア語講座とイタリア料理講座、一週間で 300 ~400 ユーロ。

繋がり、1) 外向けのプロモーション。村に予算がないので、外に行ってお金時間がある北欧の人をターゲットなど。世界中のシェフが集まる効果も出ている。2) 地域住民の巻き込み、どこの村でも夜にパーティ、歌って飲んで。観光客もすぐ溶け込める。毎年北欧から来ている、もう一つの故郷。

3) 周辺地域の巻き込み、独り勝ちではない地域づくり。クリスマスの飾りを地域内と外の村にも飾る。Win win の関係を築く。周りの村にもいいところあるよと紹介。一緒に協力すれば大きなこともできる。

誇り + 繋がり

繋がり（ネットワーク）とは、アルベルゴ・ディフーズ（分散型ホテル）。

村の中全部がホテル。一部が玄関、一部が客室。

重要な点は、持続可能性（空き家活用）、ローカル（地元食材）、絆（繋がるとパワーになる）、人材（運営者の質）。そこの村の人やオーナーの顔を覚えている、関わりがあるような仕組みがある。繋がりは地域の中の絆（ネットワークより強い）。→「並行的」発展。

「日本で最も美しい村」63の町村地域。もともとフランスが発祥。日本では平成の大合併。小さな村のネットワークをつくる。人口1万人以下、地域資源が2つ以上、地域資源を生かす活動がある。資格基準、屋根の色、景観条例、岐阜県では東白川村、下呂の馬瀬。ロシア、カナダ、中国なども関心を寄せている。事例の研修、広報活動（村役場に人材がないので、NPOが支援）、村によっては外国人観光客が増えている。

日本での課題、1) 代表者の意思だけではない地域への理念の浸透。2) 民間アクターとしての立ち位置、3) 継続性を構築する難しさ、役場の人材は移動するので、民間に期待。「守る」だけではなくなっちゃうので、1) 効率化とのバランス、2) 繋がりの活用、継続性。合併した後で従来の歴史や文化を守るのは難しい。

「小さな村の底力」清水慎一教授。

「置州簡県」

分科会を開催するのも重要。

村の連携、災害時には連合事務局を通じて水など災害支援ができる。村のイベントの際に、連携企画をする。宿泊施設がないのが課題であり、周辺地域と連携が必須。人が集まると隣の村にも人が流れ、宿ができる。

コムーネ共同体もある。村の理念を伝えようとする人たちがいる。景観（屋根や花壇）などの理念が住民から出てくる。

以上