

中津川・恵那観光フォーラム

『国際水準の観光地としてのブランドの確立をめざして』



■日 時 令和2年1月7日(火) 13:00～

■場 所 恵那文化センター 集会室

岐阜県恵那市長島町中野 414 番地 1

■主 催 中津川・恵那観光推進協議会

(チャレンジ!中津川☆恵那プロジェクト)

■共 催 恵那 NEW FARMERS 交流会議 (第二部交流会「たべとるナイト」主催)

■後 援 国連世界観光機関 (UNWTO) 駐日事務所

中津川・恵那観光フォーラム

『国際水準の観光地としてのブランドの確立をめざして』

第1部 フォーラム

◇概要

- タイトル／中津川・恵那観光フォーラム『国際水準の観光地としてのブランドの確立をめざして』
- 開催日時／2020年1月7日（火）13:00～15:30（受付12:30～・交流会16:15～17:45）
- 会場／恵那文化センター 集会室
- 参加人数／206名

◇目的 リニア開業を見据え、中津川・恵那観光推進協議会のスタートアップ事業として推進されてきた「チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト」について、3年間の取り組みの総括と、今後の展望を見据えた提言について、地域内外の関係者と共有し、今後引き継ぐ機会としてフォーラムを実施した。

フォーラムでは、ポスト・リニア（リニア開業以降）において中津川・恵那地域が「国際水準の観光地としてのブランド」として確立しうる可能性を見据え、国際機関（国連世界観光機関）、国（観光庁）、および中山道のインバウンド観光の立役者とも言える旅行会社（Walk Japan Limited）を招聘し、それぞれの立場から見た社会・業界の情勢と、中津川・恵那地域の可能性、そして考慮し、取り組むべき事項についての知見を提供していただいた上で、チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト運営委員長からの3年間の取り組み、成果・課題・可能性について報告を行い、実行委員長から協議会長に対し、その先の取り組みに関する「提案書」の提出を行なった。

※中津川・恵那観光推進協議会（チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト）について

中津川・恵那観光推進協議会は、岐阜県中津川市・恵那市の連携により同地域の観光を中心とした地域づくりと観光振興・プロモーションに取り組む協議会で、両市の行政と観光協会により構成される。

チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクトは、その中核的プロジェクトであり、両市の行政、観光協会のほか、商工会議所・商工会、農業協同組合、大学、金融機関により構成。その他、国土交通省中部運輸局、東海農政局岐阜支局、岐阜県、民間旅行会社、交通インフラ会社などがオブザーバーとして参加し、「持続可能な本物の目的地・滞在・居住地の基盤を学習する地域づくりを通じて共創造する」を事業ミッションとして集合的・実践的に観光振興に取り組む。

<構成団体>

実行委員会	中津川市役所、恵那市役所、中津川商工会議所、恵那商工会議所、中津川北商工会、恵南商工会、中津川市観光協会、恵那市観光協会、やさか観光協会、蛭川観光協会、馬籠観光協会、付知町観光協会、ひがしみの農業協同組合、十六銀行、大垣共立銀行、岐阜信用金庫、東濃信用金庫、中京学院大学
オブザーバー	国土交通省中部運輸局、東海農政局岐阜支局、岐阜県、岐阜大学、中日本高速道路株式会社、株式会社JTB、岐阜県名産販売株式会社

第2部 交流会

恵那市で進められ、中津川の生産者も巻き込んで農産物の域内消費の促進や飲食店等を活用した普及・プロモーション等を展開する「恵那 NEW FARMERS 交流会議」と連携して実施した。

◇概要

- コンセプト／『国際的に誇れる食文化の保全と発展を目指して』
- 時間／2020年1月7日（火）16:15～17:45
- 内容／①恵那「食べるプロジェクト」の紹介、②地域の地酒・食材等と料理の紹介、飲食、交流
- 参加人数／62名

◇内容

第1部 フォーラム

開始時間		テーマ	講師等
13:00	開 催 式	開会挨拶	長野 正 チャレンジ!中津川☆恵那プロジェクト実行委員長 (中京学院大学 学長)
13:05	講 演 1	日本の観光地の国際化の動きと機会・課題	檜垣 敏 様 観光庁観光地域振興課広域連携推進室長
13:20	講 演 2	地域のブランド力と観光振興 ～中津川・恵那の可能性～	夏秋智行 様 国連世界観光機関(UNWTO) 駐日事務所 国際部課長
13:35	講 演 3	観光資源としての中山道～開拓者としての Walk Japan 2 8年の歩み	ポール・クリスティ 様 ウォーク・ジャパンリミテッド CEO 代表
14:40	質疑応答		
14:45	休憩 (10分間)		
14:55	事業報告	ポスト・リニアに向けて これまでの取り組みの成果と課題	宮田久司 チャレンジ!中津川☆恵那プロジェクト運営委員長
15:15	提 案	「国際的に誇れる観光地としてのブランド の確立をめざして」をテーマとした提案	長野 正 チャレンジ!中津川☆恵那プロジェクト実行委員長 (中京学院大学 学長)
		～ 実行委員長から協議会長へ提案書の提出 ～	
15:25	挨 拶	協議会長挨拶	小坂喬峰 中津川・恵那観光推進協議会 会長 (恵那市長)
15:30	閉 会	閉会挨拶	阿部伸一郎 中津川・恵那観光推進協議会委員 チャレンジ!中津川☆恵那プロジェクト実行委員 (恵那市観光協会 会長)

第2部 交流会

16:15～17:45	交流会	地域の食材や酒を使用したビュッフェ (生産者紹介・発表) 会場:メゾン・ドゥ・ジャルダン	恵那市食農交流会との連携
-------------	-----	--	--------------

第1部 フォーラム 【開会挨拶】 チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト
(中京学院大学学長) 長野 正 実行委員長



【講演1】 日本の観光地の国際化の動きと機会・課題
観光庁観光地域振興課広域連 推進室長 檜垣 敏 様



【講演2】 地域のブランド力と観光振興～中津川・恵那の可能性～
国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所 国際部課長 夏秋智行 様



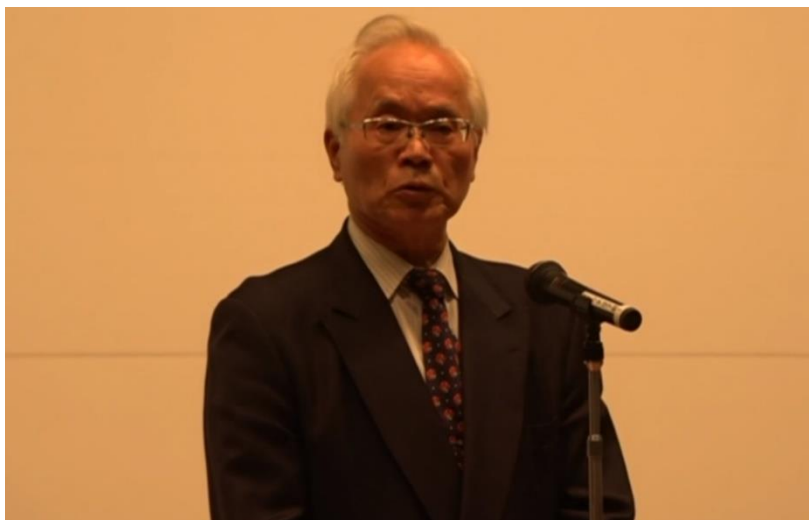
【講演3】 観光資源としての中山道～開拓者としての Walk Japan 28年の歩み
ウォーク・ジャパンリミテッド CEO 代表 ポール・クリスティ 様



【事業報告】 ポスト・リニアに向けて これまでの取り組みの成果と課題
チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト 宮田久司 運営委員長



【提案】 「国際的に誇れる観光地としてのブランドの確立をめざして」をテーマとした提案
チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト（中京学院大学学長）長野 正 実行委員長



～ 実行委員長から協議会長へ提案書の提出 ～



【協議会長挨拶】 中津川・恵那観光推進協議会（恵那市長）小坂喬峰 会長



【閉会挨拶】 中津川・恵那観光推進協議会委員兼チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト(恵那市観光協会 会長)阿部伸一郎 実行委員



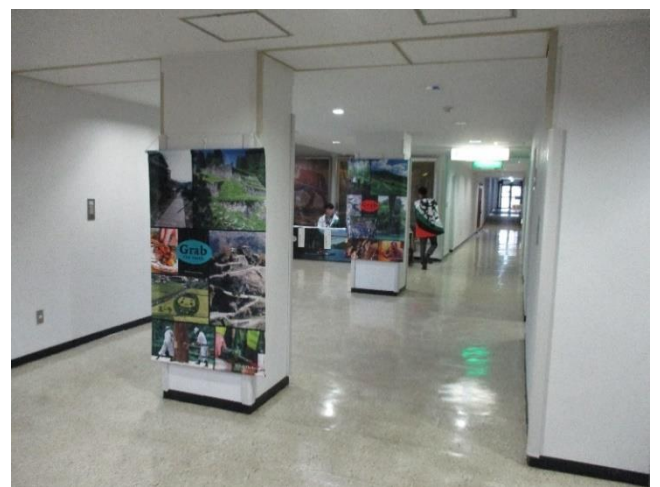
第2部 交流会



【その他の記録】

【中京学院大学の学生による受付】

【ロビー】



【ストーリーブック等展示】

【開演前に中津川・恵那観光動画上映】





中津川・恵那 観光フォーラム

国際水準の観光地としてのブランドの確立をめざして TOWARD WORLD'S BRAND OF SUSTAINABLE DESTINATION.

日時 令和2年1月7日(火) 午後1時～午後3時30分

受付開始: 午後0時30分～
交流会「たべとるナイト」: 午後4時15分～(午後2時45分まで受付開始)

参加費

無料
交流会「たべとるナイト」参加費 5,000円(税込)
*「たべとるナイト」は別紙予約券、キャンセル不可。

会場

恵那文化センター 1階 集会所
住所/ 恵那市高島町中野414番地1

内容

日本の観光地の国際化の動きと機会・課題
12:25～ 観光庁 観光地整備推進課長 坂本 隆雄 氏
地域のブランド力と観光振興～中津川・恵那の可能性～
12:30～ 国連世界観光機関 (UNWTO) 駐日事務総長 藤原 智行 氏
観光資源としての中山道～開拓者としての Walk Japan 28年の歩み
12:35～ Walk Japan Limited CEO ボール・クリスティ 氏
ポスト・リニアに向けて: これまでの取り組みの成果と課題
14:50～ チャレンジ! 中津川・恵那プロジェクト 運営委員長 藤原 八司 氏
国際的に誇れる観光地としてのブランドの確立をめざして【提言】
15:15～ チャレンジ! 中津川・恵那プロジェクト 実行委員長 長野 文 氏

2027年度にリニア駅開業を見据え2017年度に立ち上がった中津川・恵那観光推進協議会の「地域資源の産業化」に焦点を当てた観光プロジェクト「チャレンジ! 中津川・恵那プロジェクト」が3年目の節目を迎えるにあたり、地域の現状と可能性、課題を整理し、次のステップへ向けた視点を共有する機会として観光フォーラムを開催します。今回は、早くから欧米系の外国人向けに中山道ハイキングツアーに取り組み、当地にも多くのお客さんをお呼び込んでいる Walk Japan Limited のボール・クリスティ氏から、当地の観光地としての魅力や大切にしたいポイントなどをお話いただき、国、および国際機関の連携から、それぞれの動向と中津川・恵那地域の立ち位置や機会について言及いただきます。また、3年間の事業を経ての経過と、リニア駅開業に向けた展望について、それぞれプロジェクトの実行委員長と運営委員長から報告と提言を行います。



ボール・クリスティ氏

The Japan Travel Company (株) 代表取締役
Walk Japan CEO
1961年イギリス生まれ、ロンドン大学で経営学専攻、同大学東洋アフリカ研究学院にて日本語を専攻、97年より Walk Japan と関わり、2002年に同社の代表取締役 CEO に就任、同社の売場するツアーを通じて、訪日観光客に知られざる日本を紹介している。現在では、年間の約4,000人の外国人(主に欧米圏)を、中山道を始め日本各地に誘致、数々のリーダーを生み、真の日本好きを増やしている。

主催 中津川・恵那観光推進協議会 (チャレンジ! 中津川・恵那プロジェクト)
共催 恵那 NEW FARMERS 交流会 (第二部交流会「たべとるナイト」主催)
後援 国連世界観光機関 (UNWTO) 駐日事務所

参加申し込みフォーム [参加希望者は事前申し込みをお願いいたします。交流会「たべとるナイト」は事前申し込み必須です。]

お名前	所属(任意)	申し込み先 [ファックス、またはメールでお申し込みください] 中津川・恵那観光推進協議会 (担当: 吉原、平崎) ファックス 0573-25-4602 メール somu02@mc-kofu.jp
参加の部	第一部 フォーラム ・ 第二部 交流会「たべとるナイト」	

中津川・恵那地域の広域観光にかかる提案書

チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト事業は、中津川・恵那地域の行政、商工会議所・商工会、観光協会、大学、地域金融機関、そのほかオブザーバーとして域外の産官学の構成員により、「地域資源の産業化」をキーワードに、2017年度より地域を掘り下げ、市場とつなげるための基盤整備を進めてきました。

この提案書は、同事業が3年の運用期間を締めくくるにあたり、広域での観光振興事業を引き継ぐ中津川・恵那観光推進協議会への願いであり、リニア中央新幹線駅の開業後（ポスト・リニア）の観光のあり方を見据え、地域観光のこれからについて提案するものです。

< 提 案 >

地域の動向を踏まえ、これから中津川・恵那地域は、周遊可能な「歩く観光」を中心に、地域が連携し、持続可能な観光の実現に向け、またポスト・リニアを見据え、「持続可能な国際水準の観光地としてのブランドの確立」を目指すことを提案します。

1. 「歩く観光」を中心に

今日では、特に日本の田舎を体感することができる目的地の一つとして、中山道のハイキングが外国人に選ばれはじめています。その資源や機会を生かし、観光客にとってより満足度が高く、地域にとってより良い波及効果をもたらすことができるよう、滞在やリピートを支援する情報環境や交通・宿泊インフラなどの受入れ環境を改善でき、ゆっくりと当地の魅力を味わっていただく、「スロー」な観光の価値が提供できる環境を築くことを提案します。

2. 連携による推進を通じて

日本の田舎を体験する「スロー」な観光の実現は、一人一人の生活者、文化を引き継ぐ人、農林業に従事する人、山川の環境を維持する人、観光業に従事する人、行政や観光協会、商工会議所・商工会など、あらゆる人や組織の理解や取組みは、連携があって成り立つものであると考えます。

また、周辺地域とのルートや観光資源における連携、地域外に住む観光客、内外の旅行会社や産学官金の機関との関係を生かすことにより、有益な知恵や市場とつながります。より適正で価値ある観光地域づくりの実現に向け、事業分野の枠組みを超えて継続した観光推進への取り組みを提案します。

3. 持続可能な観光を実現

国際的に重要なテーマである「持続可能な観光」に取り組むには、短期的な利益のみにとらわれず、地域の観光の基礎となる環境、社会、経済などの多様な側面に配慮し、様々な関係者の共通理解を得るとともに、本事業で取組んできた国際指標を活用した持続可能な観光のためのモニタリングを継続し、多様な関係者が観光地域づくりと結びつき、その推進が世代を超えて共通利益をもたらすことができるよう長期的、一体的に地域観光の経営に取り組むことを提案します。

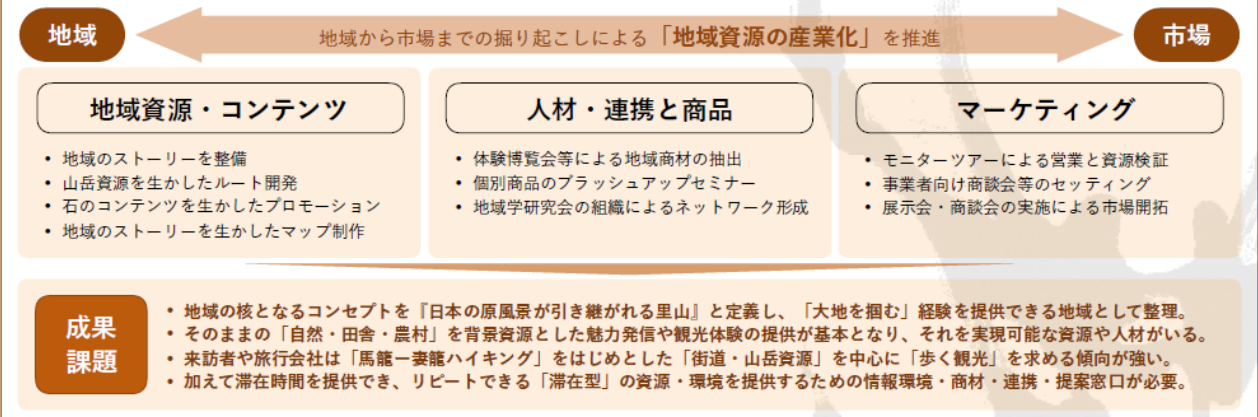
2020年1月7日

チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト

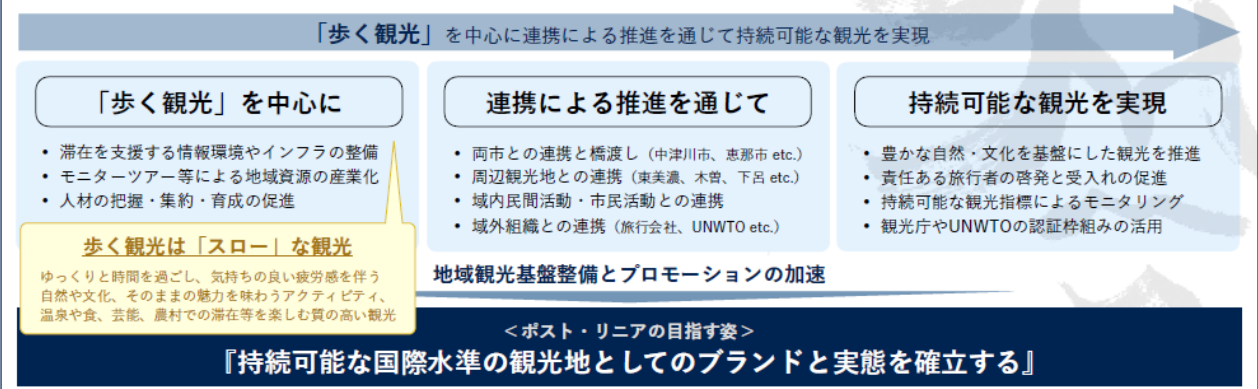
実行委員長 長野 正

中津川・恵那地域の広域観光にかかる提案書 <概要>

チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト



これからの中津川・恵那広域観光のあり方について【提案】



中津川・恵那観光フォーラム
国際水準の観光地としてのブランドの確立をめざして
講演録

日時：令和2年1月7日（火）

午後1時～3時半

場所：恵那文化センター1階 集会室

■進行 皆様、本日は「中津川・恵那観光フォーラム 国際水準の観光地としてのブランドの確立を目指して」にお越しいただきありがとうございます。ただいまよりフォーラムを開会いたします。

それでは、初めに、主催者を代表いたしまして「チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト」実行委員長の長野正より開会のごあいさつを申し上げます。長野委員長よろしくお願ひします。

■長野 参加の皆様方、明けましておめでとうございます。本日はまさに年始ご多忙の中を、かくも多くお集まりをいただきまして厚く御礼申し上げます。また本日は、観光庁から檜垣様、国連世界観光機関から夏秋様、そしてウォーク・ジャパンリミテッドのポール・クリスティ様、遠方から今日のためにご参加をいただきました。ありがとうございます。

日本の地方人口減少が強く言われている昨今ですが、その中でも観光分野につきましては、さまざまな方々のご来訪の中で、その減少を補う交流人口の多くの増加の役割が期待されているところは、ご承知のとおりでございます。この傾向につきまして、多くの方々の関心も増えている産業でもございます。特にこの地域におきまして、昨今多く見られるようになりました外国人の観光客の方々につきまして、国のピーアールなどもあり、急激な展開が見られております。中津川・恵那地域におきまして、中山道のウォーキングは4年ほどで3倍近くの外国人観光客の方々が増加をしておみえになってきております。そこにまた、ご承知のとおり、2027年予定でリニア・中央新幹線の岐阜県駅が開業することの計画も含めて、さまざまなこの地域における変化も想定されるところで。

そのような中で、当「チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト」ですが、この変化を地域として最大限に生かすために、地域の資源や人材を掘り起こし、原型や商品のブラッシュアップを支え、市場とうまく結びつくための事業を進めてまいったところで。

本日はその総くりのところを含めまして、大変なそれぞれの有識者でございます檜垣様、夏秋様から、また国全体、そして世界の観光を取り巻く動きをお聞きしながら、中津川・恵那地域の可能性についてどのように捉えていけばよいか視点をいただき、またこの地の魅力を旅行会社という立場からご発信いただいている、私どもにとりましては深いおなじみのクリスティさんから改めて私たちの地域の魅力や価値や可能性について触れていただきながら、今後実際に訪れてくださる方に喜んでいただくために、どのような視点や行動が必要か、アドバイスもいただきながら考えていきたいと思ひます。

それぞれのご講演の後には、この「チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト」の報告としまして、実際に運営委員長として活動していただいた宮田さんからもお話をいただき、それを統括して、私の方からも広域観光の提案をさせていただきたく思ひます。

今日は講演、活動内容の振り返りを含めて聞いていただき、今日の成果をご参加の各位のお立場のところに持ち帰り、発展させていただければと心より思ひます。どうぞ、わずかな時間ではございますが、今日のフォーラムを楽しんでいただき、成果ある形でそれぞれが身につけていただくことを願ひまして、改めて今日のご参加いただいたことに心より御礼申し上げます。

私のこの3年を振り返りましても、それぞれの思いを皆様方と一緒に分かち合える会を迎えたことを心より喜び、皆様方へのよいお土産になることを願ってごあいさつに代えます。本日は改めてどうぞよろしくお願い致します。

■司会 ありがとうございます。

続きまして本日のメインゲストの一人、観光庁観光地域振興課広域連携推進室長、檜垣敏様より「日本の観光地の国際化の動きと機会・課題」と題してお話を頂戴します。檜垣様、よろしく申し上げます。

日本の観光地の国際化の動きと機会・課題

観光庁観光地域振興課広域連携推進室長 檜垣敏

■檜垣 観光庁の檜垣と申します。本日は私から、日本の観光地の国際化の動きと機会・課題ということでお話をさせていただきます。

まず初めに自己紹介をさせていただきます。私は観光庁の人間になっているのですが、実は民間の人間で、去年の7月1日から観光庁に行っております。それまではリクルートに25年間ほどおりました、じゃらんやじゃらんリサーチセンターという部署におりました、それから滋賀県大津市の方に観光プロデューサーとして出向して、そしてその後、自分で会社を興して、実は昨年3月末まで岐阜県の事業もリクルートと一緒にお手伝いしておりました、この地域のことも横田係長からいろいろお話をお聞きしていまして、今日この場にいられてお話ができることをすごくありがたいと思っています。

そこで、今、国はどういうふうに観光を考えているのかということをお話しさせていただければと思います。データを中心にお話しさせていただきますのでよろしくお願い致します。

今日お伝えしたいのは3点です。1点目が観光の現状と今後、2点目が観光による地域づくり、そして3点目が観光地域づくり法人、つまりDMOといわれている取り組みについて、お話をさせていただければと思います。

まず、人口減少。少子化・高齢化の推移と予測です。皆さんも御存じのように、今1億2千万人ほど日本は人口がいますが、2065年は予測では8800万人になると。これが何を意味するか。皆さん何となくイメージをお持ちだと思いますが、国はどういう試算をしているかというと、観光の交流人口増大の経済効果ということでは言っています。定住者1人当たりの年間消費額が127万円。定住者が1人いなくなると127万円、地域にお金が落ちなくなる。100人いなくなると1億2700万円なくなるということです。なぜインバウンドを国が推し進めているかというと、人口減少で定住者が1人いなくなると、インバウンド、外国人旅行者であると、8人来ていただければ補っていただける。国内の宿泊者なら23人、日本の旅行者の日帰りですと73人が必要だと試算しています。なので、今後日本は定住者が減っていくと予測すると、海外の方に来ていただいて地域にお金を落とさせていただくことが必要になってくる。

それを表しているのがこちらの図です。国内の旅行消費額は、日本の国内宿泊旅行は15兆円、日帰りが約5兆円、これで20兆円。今、外国人が来て落とさせていただいているのが

4.5兆円となっています。これを2010年からの推移を見ると、2010年20.4兆円。これが国内の日帰りと宿泊を合わせた消費額の推移です。ほとんど20兆円から変化が起こっていません。人口減少になっていく中で逆にせばまっている可能性もあると思います。こういうふうな推移を見ていくと、日本人の国内旅行というのはなかなか厳しいであろうということが予測をされています。

過去の推移です。下は外国人の推移、上が日本人が外国に行く出国者数の推移です。昨年度2018年は3119万人が日本に訪れてくれている。2012年から比べると6年間で約4倍、3.7倍増えてきています。インバウンドにおいてはどんどんどんどん伸びていって、今年度2020年においては4千万人を目標にしております。2030年に6千万人を狙っております。

その内訳です。2012年と2018年を比べると、東アジア、中国、韓国、台湾、香港が上位でほぼ変わっていない。国全体はそういう状態です。ただ836万人から3119万人に伸びている。高い推移がうかがえます。

これを、日本人ののべ宿泊と外国人ののべ宿泊者数を岐阜県で見ると、岐阜県には国内の人が537万人宿泊をしている、外国人は上位に来ていまして、148万人が宿泊をしている。まだまだこれは余地があるのではないかと考えています。

今、どういう方が岐阜県に来ていただいているかという、中国が一番、次が台湾、そして香港、ヨーロッパ、タイという方が泊まっています。ほかの県についてはお手元の資料がかなり細かいので後ろの人は見えづらいかもかもしれません。もしかしたら前の方が見えやすいかもしれません。

国は今何を考えているか。海外の人で三大都市圏、東京・名古屋・関西に泊まられている方が約6割、あと地方が4割というのが現状で、本年度は地方に7千万人泊まってほしいと考えてその施策を打っていたんですけど、2018年は3848万人で、まだまだ足りていない。これをどうやって地方に来ていただくか。それには、地方に行くための目的を作っていないといけない。そのために地域でいろいろなコンテンツ、地域ならではの商品を作ってください、来ていただくことを推進しております。

訪日の外国人の消費額。2012年に1兆846億円、2018年に4.5兆円になっていまして、外国人は大体1人当たり15万円落とされている。4.5兆円を3千万人で割ると大体15万円というところから出ています。まだまだこれを上げていかないといけない。これから地域もお金を落としていただくためには、地域にどうやって何を買ってどんなことをしていただくのかということターゲットを決めて明確にしていけないとできない。

そのために外国人1人当たりの旅行支出を国は出しています。「娯楽とサービス」というところで一番お金を落としていただいているのがオーストラリアの方。全世界の平均が6千円ほどなんですけど、オーストラリアの人は1万6千円ほど落としていただいている。それは、一つ考えられるのは、オーストラリアの人はアクティビティーとかスキーとか、そういうことをやってお金を落としているのではないかなということ言われています。この地域でどうやって、どんな方に来ていただき、国籍に限らずどういう方にどんな体験でお金を落

としていただくか。やはり感動していただいでお金を落としていただく。モノを買っていただくのもすごく大切だと思いますし、コトを消費していただくことも大切だと思いますが、どちらにしても、感動消費というか、これにお金を払っていいというものを作っていかないとなかなか地域にお金が落ちていかないと思います。

こちらの図は国際観光市況の長期予測です。世界で海外旅行に行く方々のマーケットを表しています。2018年14億人、ちょっとイメージがつかないかもしれませんが、これが2030年には18億人。4億人ほどこれから10年の間に世界で海外旅行に行く方々が増えていくと言われています。なのでインバウンドは伸びていくマーケットだと理解いただければと思います。

どういうところが伸びるのかというと、アジア、太平洋地域が一番伸びていく。2010年から2020年頃では一番伸びていまして、これから10年においても結構な伸びを見せます。この急増するアジアマーケットをどう取り込んでいくのか。それと、どういう地域に今訪れているのかというと、一番目的地になっているのはヨーロッパです。2018年で14億人が海外旅行をしている中で、7億人の方がヨーロッパに行っている。半分がヨーロッパに行っています。片やアジア・太平洋は3.5億人ということで、ヨーロッパに勝つための仕掛けが日本を含んでこのアジアには必要になってくると考えています。

ではどうやって観光による地域づくりを行っていくのか、多分皆さんいろいろと議論されていると思うのですが、国でも言っていますように、住んでよし訪れてよしということで、やはり住んでいらっしゃる方々が地域を愛して誇りを持って暮らす、そういう地域にならないと訪れてくれなくなる。これは皆さんのお考えのとおりだと思います。

そうすると、地域を誇る方々のところには来訪者が来て、触れてほしいという商品ができていきますし、そういう方々がリピーターになってまた訪れたいというふうになっていくと思います。

そのためにはこの地域の産業とか伝統、文化、景観、自然環境、生活様式であるとか食とか、地域に根ざした本質的な取り組みをちゃんと磨いていくということが必要ではないかなと思います。それを、コンテンツとよく言われていますが、それをちゃんと商品化したプロダクツという、買っていただける物に変えていかなければならない、いつでも買っていただける物をちゃんと作るということが重要なかなと思います。

そこで、観光地域作りの現状と課題ということが5つほど言われています。多様な関係者の巻き込みが必要なんじゃないか。観光客に提供するサービス商品の品質管理、改善が必要。マーケティングに関してデータの収集、分析が必要。海外の方々に向けてということであると、海外の人の視点、マーケットへの視点を持って戦略を考えていかなければならない。あとは効果的なブランディングやプロモーションをやっていくということが必要、というふうに言われています。

それをやっていくのに重要なのは、やはり観光地域づくり法人、DMOだというふうに今、国は捉えています。DMOという形というか、地域を巻き込んでいく主体となっていたく観光地域づくりの司令塔を担うところがどこにあるのか。そこが中心となって地域の関

係者を巻き込み、そしてそういう態勢を整えていく、そして地域に来ていただく方々を増やして旅行消費を拡大して地域経済循環を拡大していくということが求められていると思われます。

その事例として3つほど挙げさせていただきます。

田辺市熊野ツーリズムビューローは、よく御存じの熊野古道のある地域ですね。ここはもと世界遺産で有名な観光地だったのですが、大型バスが来て荒らされていくという観光地ではなくて、ちゃんと歩いてくれる方々に来てほしいということで、欧米豪の方々がそういう歩いてくれる方だと。そういう方をターゲットにして環境整備をしていった。これはもう研究をしてみえるかもしれませんが、いち早くそういう取り組みをしていった地域だと思います。

もう一つは気仙沼、東北の宮城県です。こちらはポイントカードの「クルーカード」というのを活用してデータを収集して戦略的に観光戦略に取り込んでいる。ポイントの消費で地域消費の拡大を目指しているという取り組みをしているところです。

最後はよく御存じの飛騨・高山観光コンベンション協会です。こちらは皆さんよく御存じだと思いますが、ここ数年で約5倍の観光客が伸びているエリアです。ここもいろいろな観光地の受け入れ整備をされて取り組んでいて、成果を出されています。

このような取り組みをする場合、観光庁も補助金だとか人材のサポートをしています。今後この地域でDMOによる取り組みであるとか、このプロジェクトにおいてもいろいろ取り組まれていると思いますが、このあたりで何かお困りのことがあればいつでもお声掛けいただければと思います。今後ともよろしく申し上げます。

私の方からはデータから現状をご報告させていただきました。以上です。

■進行 ありがとうございます。なお、時間の都合上、質疑応答は最後にまとめて行います。

続きまして、UNWTO、国連世界観光機関駐日事務所国際部課長、夏秋智行様より、「地域のブランド力と観光振興～中津川・恵那の可能性～」と題し、ご講演を頂戴します。夏秋様、よろしく申し上げます。

「地域のブランド力と観光振興～中津川・恵那の可能性～」

国連世界観光機関(UNWTO)駐日事務所 国際部課長 夏秋智行

■夏秋 皆さんこんにちは。ただいまご紹介にあずかりました国連世界観光機関駐日事務所の夏秋と申します。本日はよろしく申し上げます。

本日自治体職員の方が多く聞いていますが、実は私も自治体職員でして、奈良県庁からの出向です。

時間も限られているのでお話に移りたいと思います。本日の予定ですが、最初は国連世界観光機関UNWTOとは一体何かということをご紹介し、UNWTOが目指す観光について簡単に触れたいと思います。次にUNWTOの取り組みについてご紹介して、「地域のブランド力の維持発展のために」と題して地域のブランド力とは何か、地域のブランド力を生み

出すためにはどのようなことが必要かということについてお話しさせていただきたいと思います。そして最後に、中津川・恵那地域の可能性につて、世界遺産やウォーキングツーリズムの例を挙げながら考えていきたいと思います。

では早速内容に入ります。

イントロダクションとして、国連世界観光機関、UNWTOとは何かということについてお話しします。観光分野において世界最大の組織で、国連の専門機関になります。本部はスペインの首都マドリッドにあります。UNWTOの目的はUNWTO憲章に記載があります。さらにUNWTOが今後力を入れる優先的取り組み事項、このあたりは流させていただきます。

それではUNWTO駐日事務所とはどのようなところかということです。1995年にUNWTOの唯一の地域事務所として設立され、現在は奈良を拠点に活動しています。アジア・太平洋地域の29カ国の地域の観光支援をしており、観光庁や自治体、観光関連事業者の支援によって運営されています。

それでは、UNWTOが目指す観光とは何かということについてお話ししたいと思います。

その前に皆さん、観光、観光と言いますが、観光はなぜそんなに重要なのでしょうか。観光は経済分野と関わりがあり、経済発展に欠かせない分野です。世界の雇用人口の10人に1人が観光産業に従事していると言われており、世界のGDPの10%は観光が生み出しているといわれています。また、観光産業の発展は、経済成長の原動力となるだけでなく、文化の保全にもつながり、世界平和に貢献しています。そのため、持続可能な観光の促進は大変重要になっております。観光の促進は世界的に国際競争力強化のための重要な要素となっております。また、国連が目指す2030年までの開発目標であるSDGsの達成に大きく貢献すると言われております。

続いてUNWTOの取り組みについて簡単にご紹介します。1つ目として、持続可能な観光指標を用いた取り組みとしてINSTO（インスト）というのがあります。INSTOというのは、International Network of Sustainable Tourism Observatoryの頭文字をとったキャプチャーです。これは、持続可能な観光の促進のために観光指標を活用したエビデンスベースの取り組みで、観光指標の計測・評価・分析を通じて世界の観光の政策形成につなげていくというものです。具体的な指標を用いたエビデンスベースの取り組みであって、国連のプラットフォームで持続可能な観光の促進に取り組んでいることを発信することができるため、加入地域のブランド化の促進や、観光振興につながります。ただし、日本ではまだこのような取り組みに加入している地域がないので、今後普及促進を行なっていきたいと思っております。

続いて、INSTOの目的と特徴です。INSTOで何についてどのようにモニタリングをするかです。観光に関するKPIというと、観光客数とか観光収入とかが多いと思いますが、そういった経済的な観光指標が注目されがちですが、INSTOは社会や文化、環境に関して総合的にモニタリングを行うことに特徴があります。例えば、ゴミの減量、障害者の

雇用といった、社会、文化、環境のモニタリングを行うことで持続可能性を打ち出していきます。

続いて、何をどのようにモニタリングするかですが、UNWTOではモニタリングする分野を9分野定めています。これに加えて地域の実情に合わせて独自のモニタリング分野を設定することが可能で、インストに加盟する地域によってはアクセシビリティや気候変動等のモニタリングを設けているところもあります。

続いてUNWTOの文化面に関する取り組みです。観光と文化の関係については、観光は文化を経済面で支えることができ、文化によって観光振興が促進され、文化と観光の調和が大切です。

ここまでがUNWTOの取り組みについてです。

続いて地域ブランドとの維持発展のターゲットということで、少し地域ブランドについて考察していきたいと思います。

まず、地域のブランドとは何か。地名はブランドではないということです。長野県に行ってみたい人は47.9%ですが、軽井沢となると61.6%にもなります。軽井沢も長野県なのに不思議なことです。同じことが栃木県と日光についても言えますし、また、中津川・恵那地域と同じ岐阜県でも、飛騨高山に行ってみたいという人のパーセンテージは上がります。地名はブランド力ではないということが分かります。

次に、地名であっても人が行きたいと思う地名はどのような地名なのかを考えます。スライド16に相関関係を上げた図表がありますが、具体的なイメージが思い浮かぶ地域ほど行ってみたいということが分かります。

続いて価格についてはどうでしょうか。安ければ人は訪れるのでしょうか。価格で引きつけた顧客は価格で逃げます。他の地域が安ければ、他の地域に行ってしまう。安さではブランドはつけられません。観光資源の付加価値を上げることが大切です。付加価値を上げるとは何か、掛け算の発想が大事です。掛け算の発想とはちょっとした視点の持ち方、ものの見方です。自然はどこにでも存在しますが、例えば自然と歴史文化やリラックス、体験を合わせれば、ただの自然ではない観光資源が提供できるのではないのでしょうか。

スライド18からは、ブランド力を生み出すためにはどのようなことが必要かということを考えています。皆さん、この写真を見て何かお分かりになりますか。Aから順番に、エッフェル塔、ビッグ・ベン、自由の女神、コロセウム、ダイヤモンドヘッドですが、ほとんどの方が見たことがあったり、お分かりになったのではないのでしょうか。このように、強いブランドにはシンボルがあるということです。後ほど言及しますが、中津川・恵那地域でも恵那峡といった自然やもの馬籠宿といった歴史資産などすばらしい観光資源があります。

また、ブランド力を目指すためにはイメージの浮かぶ言葉を選択することが大切です。

「いろいろ」という言葉がありますが、「いろんな花がたくさん咲く町」より「一面にラベンダーが咲き乱れる町」の方が行ってみたいということになると思います。あいまいな抽象的な言葉ではなく、具体的な言葉で語ることが重要です。

続いてスライド 20 ですが、何かで 1 番になることが大事です。皆さんに質問ですが、日本で一番高い山は富士山ということは、すぐに思い浮かぶのではないのでしょうか。一方で下の質問はどうでしょうか。日本で 2 番目に高い山といっても、多くの方は北岳とはなかなか思い浮かべられないのではないのでしょうか。このように 1 番とその他ではインパクトが全然違いますし、取り上げられる頻度も全然違います。1 番になることはブランド力の構築に有効です。

また、弱味しかなく強味がない、うちの観光地は強味がないといってもブランド化ができないということではありません。短所も見方を変えれば長所になります。知名度が低い観光地というネガティブな発想ですが、知る人ぞ知る観光地という行ってみたくなるのではないのでしょうか。

そしてブランド力の考察の最後に、蛇足ですけれども、食の出会いがブランド力の強化につながるということです。ウナギといえば浜松とか浜名湖、静岡を思い浮かべる人も圧倒的に多いと思いますが、実際の漁獲量では静岡県はベスト 3 にも入っていません。同じようなことで、カツオは土佐、高知県が漁獲高ではなかなか上位に入っていないのです。なんで浜松と言われるかということ、おいしいウナギ料理屋さんが多くて、実際消費者と食との出会いがブランド力の構築につながっていると思います。中津川・恵那地域でも江戸時代中期に起源を持つ伝統的な郷土料理があります。そうです、五平餅です。五平餅へのアクセスの機会を増やして距離を縮めて、五平餅といったら中津川・恵那と人々にイメージしてもらえるようになれば、立派なブランド化になるのではないかと思います。

本日最後のセクションとして、中津川・恵那地域の可能性について考えていきたいと思います。UNWTOでも最近レポートを出版しましたが、地域における観光振興の可能性を探るとき、ウォーキングツーリズムの重要性が言われます。ウォーキングツーリズムは、インフラや資産は要らずに比較的低コストで開発が可能で、観光客が少ない地域や地区に分散が可能です。また、人々の健康志向から、歩くことへのニーズが高く、歩けばお店に立ち寄るといった地域還元度が高いということが利点にあります。中津川・恵那地域でもこのようなウォーキングツーリズムを実践しておられて、先ほどもお話のありました、中山道、馬籠、妻籠ハイキングルートは外国人観光客に人気と聞いております。

次に観光振興の起爆剤として、皆様も目指していると聞いております世界遺産の登録について、非常に有効なツールとなります。世界遺産について簡単に考察したいと思います。

世界遺産は大々的な宣伝を各メディアがしてくれて、観光客や観光収入が増加して地域経済の活性化につながり、雇用も創出されます。このことによって、資産の保全や保護や資金調達も可能になります。このように、観光振興にとって世界遺産への登録は大変効果的です。一方で、管理が十分でないとサイトの劣化や文化の商品化、大衆化といった遺産の陳腐化を招き、観光客に飽きられてしまいます。観光客の体験の質が低下することによって観光客の足が遠のいた例もございます。世界遺産に登録されたことに安住せず、適切な管理と資産の保全が必要です。

中津川・恵那地域の可能性について考えてみたいと思います。馬籠宿や恵那峡はでは掛け算の発想によるブランド化はされていると思います。先ほども申し上げましたが、視点を変えて具体的に考えることによって、ニッチな分野でも一番になることが可能です。例えば馬籠宿です。景観と日本の江戸時代の歴史、もっと発想を豊かにしたら、その景観と江戸時代の歴史の分野では世界一になることができます。これをてこにプロモーションする、そのことがブランド力の構築につながります。また、先ほどご紹介しましたユネスコの世界遺産やUNWTOのINSTO等の国際機関による権威づけもブランド化には有効です。

まとめです。中津川・恵那地域のブランド化の確立については、中津川・恵那らしさとは何か、皆様一人一人が当事者意識を持って自分のこととして考えることから地域のブランド化が始まると思います。

私の講演は以上です。最後に国連の2030年のSDGsの取り組みについて簡単にご紹介させていただきます。ご清聴ありがとうございました。

■進行 ありがとうございました。

続きまして、御存じの方も多いかと思いますが、中山道を中心に、中津川・恵那地域に外国人のお客様が来ていただくきっかけを作っていたいただいたといっても過言ではない、ウォーク・ジャパンリミテッドCEOのポール・クリスティ様より「観光資源としての中山道—開拓者としてのウォーク・ジャパンリミテッド28年の歩み」と題してご講演をいただきます。クリスティ様、よろしくお祈りします。

「観光資源としての中山道—開拓者としてのウォーク・ジャパンリミテッド28年の歩み」

ウォーク・ジャパンリミテッドCEO ポール・クリスティ

■クリスティ こんにちは。ウォーク・ジャパンリミテッドのポールと申します。恵那市は非常に懐かしく思う町でもあります。私は今回で81回ぐらい足を運んでまいりました。これは3年ぶりかなと思います。たまたま去年中津川市の方に用事がありましてお邪魔させていただきましたが、今日と同じく電車でまいりました。中津川市の駅で降りて、駅前で立ちすくんだんですよ。なぜかといいますと、駅前が外国人ばかりだったんですよ。日本人よりも多かったと思います。たまたまそういう曜日だったかどうか分からないのですが、非常に目からうろこみたいな驚きでした。

私が個人的に初めてこちらの方に来たのが1996年頃、平成8年頃かな。そのとき、諏訪の方に住んでいた友だちに、中山道に行ってみないかと誘ってもらったんですよ。中山道って何？っていう気持ちだったんですが、面白いよって。それで車で県を南下して、奈良井宿、妻籠宿、馬籠宿と転々と下りてきたのです。こんな古き良き地域が日本にあるのかと驚きだったんですよ。

そのときまでは基本的に日本における生活が関東地方、主に東京だったんですよ。このようすばらしい自然があるとは全然思いもなかったんです。たまたまその1年後くらいにウォーク・ジャパンリミテッドの会社に連絡が入りまして、ちょっと手伝ってほしいとい

うことだったんですよ。「中山道というのがあるんです」「うん、いいよ」「ただ車でなくて歩くんですよ」と。「わあ、歩くのか」「うん、元々、江戸時代から、その前からの街道だったんですよ」という話を聞いたんです。僕は、車で下りてきてたまたま宿場町という歴史的な町があったというぐらいしか分からなかったんですが、実はこれが京都と江戸をつないだ大きな交通の仕組みだったんですよということ。

で、1997年頃からです、その当時生活の拠点はロンドンだったんですけど、テレビの業界、ニュースやドキュメンタリーに取り組んで、NHKとTBS、東京放送をもちましてネットを作って日本に送って日本国内で放送していたわけなんですけど、その合間を見て日本にとんできて外国人を連れて回りました。そのとき、歩く人たちをわれわれ以外ではなかなか見かけなかったのです。ほとんどいませんでした。当時はわれわれ以外には外国人がいなかったと思います。

2003、4年頃か6年頃かちょっと思い出せないのですが、NHKさんが、中山道を題材として連続の番組を放送したんです。誰か日本のマラソン選手だったか女性が歩きながら紹介するという形で。その時点で日本国内の日本人の間では非常に浮上してきたわけなのですが。もちろんそれは全国放送だったので。その時点から、歩くだけでなく走る日本人の方々がみえるようになって、やがて2011、12年以降にわれわれ以外の外国人のお客様がみえるようになって、先ほど申し上げたように、去年は中津川駅前外国人だらけという状態だったんですよ。中山道が、日本国内でもいくらか知名度が上がってきましたが、外国ではまず日本を考えると、もちろん京都、東京、広島、金沢、北海道が多く浮上するんですけど、次いで中山道なんですよ、実は。

で、この題名ですね、「観光資源としての中山道—開拓者としてのウォーク・ジャパンリミテッド 28年の歩み」、偉そうなことが書かれているなあと思いますけど、本当はわれわれが開拓者ではないんですね。日本人が開拓者なんです。特に徳川時代、江戸時代が一番最盛期で、そのとき開拓されたと考えていいんですけど、ただ近年は間違いなくウォーク・ジャパンリミテッドがさきがけで、大きくアピールしてまいりました。今、ウォーク・ジャパンリミテッドだけでなく多くの会社も競争相手として見られるようになってきて、外国人のお客さんの半分くらいはうちのお客さんだと考えていいと思うんですけど、あとの半分くらいは他社のお客さんだと思います。

1992年、平成4年、ウォーク・ジャパンリミテッドは香港で日本専用旅行会社として設立されたのですが、何で香港だったかと言いますと訳があります。香港大学があります。その当時2人の外国人、日本人以外の教授、一人がアメリカ人のトムといいます。もう一人がイギリス人リチャード、あだ名がリックと言います。今日来ていただいた方の中にも、この2人の名前を御存じの方もいらっしゃると思います。特にリックは背が高くて目立つ人です。この2人、一人が日本の歴史の専門家、もう一人が日本の地理学、歴史の専門です。当時は自分の学生さんを香港から連れてまいりまして、学生さんを勉強させたんですよ歩きながら日本を勉強させたわけなんです。もちろん中山道の歴史、特に江戸時代の歴史です。

それで旅を終えて香港へ戻ったら、大学でほかの教授たちに声をかけられたんですね。あの日本の道を僕らも連れて行って欲しくないかと頼まれたわけですよ。それが会社の設立のきっかけになったわけです。当時は日本に来るのは僕みたいな留学生か商売の関係だったんですね。観光で来る人たちはまだまばらでした。その面では、日本に行きたいと思っただけでもちょっと難しいなという気持ちを抱く人たちが多くいらっしやっただけなんです。

それで、当分、年間数本しかなかったと思うんですけど、それぞれ12名から16名の間の団体で、それに私のようなガイドがつくわけです。中山道というのは、今はいくつかの違った企画を提供させていただいていますが、初めは11日間の企画、京都が始まりで、当初は奈良井まで行って折り返して京都へ戻ったんですけども、途中、これは実は私の提案で、「中山道は東京まで行くのになぜ東京まで行かないのか」と切り替えて、今は、京都三条大橋を出発点として東京の日本橋が終了地点になります。で、11日間歩きます。全長544kmの中山道なんですけど、合計して130キロ前後一緒に歩きます。その多くはもちろん岐阜県内になります。

まず京都を出発して電車で彦根へちょっと寄って、城下町を分かってもらって、それで岐阜県に入って関ヶ原へ行って宿泊します。その宿が、御存じかもしれませんが枳屋さんといって千年以上の歴史のある宿だそうです。建物自体は新しいんですが、いろいろ調べてみたらそれくらい歴史があるそうです。次にまた列車に乗って乗り換えに乗り換えて、そうするとどんどん列車がちっちゃくなっていくんですね。で、御嵩町に着く。御嵩町が終点ですよ。そこが中山道にちょうどぶつかる地点になっていますけれども、そこから実際に歩き出します。ずーっと辿って、やがて細久手に辿り着きます。そこに大黒屋さん、今日のご主人たちがいらしていますが、多分中山道沿いの最も古い宿だと思います。建物自体200年以上になるかなと思いますが、すごくすばらしい素敵なお宿なんです。細久手というのは衰退した宿場町なんです。なぜかと言いますとかなり線路から離れているんです。多分車で15分か20分ぐらいかかります。もちろん高速道路も遠くにあるので、それほど奈良井みたいになっていないのですが、素敵なお宿大黒屋さんもありまして。

そこからまた出発してずっと歩いて恵那市に到着します。当分の間はビジネスホテルに宿泊していたのですが、最近は駅前の旅館に宿泊するようになってきました。また次の日に歩いて出発します。で、ずっと中津川まで行って馬籠の新茶屋に行ってそこに宿泊して、また次の日に歩いて出発します。それで馬籠峠を越えて大妻籠で宿泊します。また歩いて妻籠を通過して南木曾。そして根の上峠、ちょっと遠回りなんですけど美しいですよ。お客さんの話によると「ここはスイスみたいなんです」と。「そうですね」と。僕はスイスに行ったことがないけどそうだろうなと。あのぐらいの風景が遠くに見られます。それで駅に下ります。それから列車に乗って木曾福島に行きます。木曾福島で一泊して、開田高原も近いし美しいので、開田高原に行って飛騨街道を部分的に歩きます。美しいし、高いところがあるので風景がその分異なってくるので。それでまた宿泊して、また次の日に木曾福島に戻って藪原に列車で行って、鳥居峠を歩いて奈良井に下りていきます。昔はそこに宿泊したんですけど、今は改良して、ちょっと手間はかかるんですけど軽井沢まで飛んでいきます。で、軽井

沢に宿泊して、そこから浅間山がよく見える峠があるのでそれを越えて、列車でいきなり東京へ向かいます。高崎で新幹線に乗り換えてあっという間に田舎から大都市の東京にまいます。東京駅で山手線に乗って1駅北上して、神田で降りて最後の1キロ、神田駅から日本橋まで歩くんですよ。何ともいえない気持ちでその最後の1キロを行くんですよ。

この企画なんですけれども、これは過言ではないと思うんですけど、日本の定番の一つになりました。これをほかの会社も真似しています。いろいろな形で。これほど長いのはなかなかないと思います。ほかにも盛り込んでいます。高山と熊野古道といろいろな盛り込めば違ったパッケージの、ちょっとウォーク・ジャパンリミテッドと違った味を提供したいと。

ただ、1990年代から2000年の初め頃、大体日本に関連する話は大体パターン化していたんですね、京都、富士山、芸者、寿司とか広島、平和公園などなど。それ以外の話はなかなかなかったので、これは非常に受けました。記者たちにも多く来ていただいているし、編集長も喜ぶんですよ。今みたいな話は全然なかったのですごく喜んだ。

何をするかということ、歩きながら日本を散策するんですね。知られざる日本を紹介、案内と。もちろん大学から出てきた企業ですので、「理解していただきたい、楽しみながらこのすばらしい日本、日本人の方々をもっと分かっていただきたい。もっと接触していただきたい」というのが本音なんです。

こういう3本柱というか、関心……、教育ですね、大学から出てきた企業なので、「あ、ここがきれいですね」ということで話が終わったらちょっと虚しいなと。いくらきれいであっても、「何でこんな？」と、浜辺だったらおいしいお魚が獲れるとか、水面下にサンゴがあるよとかいう話があるんだけど、ただこの中山道では歴史深い仕組みでもあるので、何で存在しているのか、どんな役割を果たしているのか、どんな人たちがここを利用していたのだろうか、地元の人たちはどんな生活だったのだろうか。歴史的な。ただ、そこで終わらないんです。今の日本はどんな国なのか、前の講師の方々の話にもありましたが、日本は人口減に苦しんでいる国なんですよ。これからもそれが増していくんですけど、それを分かっていらっしゃる方もいるわけなんですよ、外国の方には。イギリスでは、全然想像できないくらい空き家がありません。物件がどこでも高い。日本のバブル時代みたいで、なんでもかんでもお金がかかる国なんですよ。空き家が全くありません。日本ではもう空き家が大変です。東京のど真ん中から田舎へと点々とありますので。ただ、日本はそれにどういうふうに取り組もうとしているか。

あと、日本の政治界はどんなものなのか。安倍さんはどんな首相なのか。医療制度はどんな仕組みなのか。例えばアメリカ人は全部お金がかかる、大変だと。日本は原則としてお金がなければ無料とか、もしくは少ないお金で全部一流の医療機関にかかれるよと話をするとか。あと、教育制度とか。

なぜこういう話をするかということ、われわれのお客さんも関心を持っています。お医者さん、看護婦さん、もしくは政治家、俳優さんたちもときどき来ます。実は去年イギリスの王室の一人が参加しました。そのとき私はいなかったのですが、どんな話をしたかは知りませんが、ただ、日本が知りたいと。なんでこんな安定した国が存在しているのか。特に今のイギリス

は全然安定していない。アメリカもまして安定していない。何で日本人が礼儀正しいとか、何で列車の運転士さんが白い手袋をはめているのか、なぜ信号を指すのかとか、まるで列車が汚れていないとか落書きがほとんどないとかそういう話をするわけなんです。

というのは、日本をわれわれみたいに愛していただきたいと思っています。それによってリピーターが作ります。それは弊社のためだけではなくて、日本のためなんです。ある意味では第2、第3の故郷として感じていただいているお客さんもいます。というのも、リピーターが弊社は少なくないです。3回目というのは全然珍しくないんです。実は今一番多く来ていただいている方は、シンガポールの女性なんですけれど、多分50代くらいの方で、18回来ていただいています。ほかの会社の企画にも参加していらっしゃるかは分からないのですが、弊社も。弊社は日本の専門旅行会社で、ほかの国は全然扱っていません。日本ばかり18回、うちだけで18回も来ていただいているんです。日本全国の企画に参加していただいています。

そうすると、関心は、教育、娯楽性、エンターテインメント、いくら日本が面白くてもある種の楽しさ、アピール性がなければなかなか浸透しないと思います。あとは効率。弊社は全然安くないです。基本的に富裕層を相手にさせていただいています。効率というと、時間、弊社の企画で一番短いのが5日間、一番長いのが12日間、で、どうやってこの時間を有効に使っていただけるかとか。あと、安くないので、払っていただいているお金に対するバック、どれだけ豊富なことがある、リターンブルか。それは非常に大事な観点だと思います。

このスタイルでいらしていただいています。昔は16名の団体もあったんですが、人へのガイドは14名まではちゃんとできるのですが、もう2人加わると結構大変なんです。私が経験したことがあります。それで弊社の原則として12名までしか扱わないのです。理由の一つはガイドさん、弊社でいうツアーリーダーなんですけど、ツアーリーダーもちゃんと楽しく仕事をしていただくためなんです。そうすると14名より12名の方がちょっと余裕ができるかという考えなんです。もう一つは、なるべく地元の宿に宿泊したいんです。場合によって、12名入ると、ツアーリーダーが加わって13名で、もう満室状態です。

あと、ツアーのテーマの多様性ですね。いろいろな話題、歴史、日本の現代社会が抱えている問題などなど、難しいところも含めて。うちのお客さんたちは非常に好奇心があり、知りたいんです。それから行程のバランスも大事です。例えばいくらAが良くても、Aから貸し切りバスに乗って3時間かかるところに行くのは、そこがいくら面白くても3時間が無駄だということを考えています。バスに乗っている時間が好ましくないと考えています。地方列車だったら、3時間はちょっと長いですが、1時間までだったら大丈夫です。特急より鈍行の方がいいんです。なぜかというと一般の日本国民と旅に出るわけなんです。実はイギリス人がシャイなんです。日本人がシャイなわけじゃなく、好奇心ばかりです。必ず誰か、おばさんであったり、学生さんであったりがうちのお客さんに声をかけてます。日本語で、長野弁とか岐阜弁で声をかけてくるんです。もしくは学生さんが学校で習った英語でかけてくるわけなんです。だから楽しいんです。非常に楽しめます。

一つは、日本が全国的にうまい国だと思うんですけど、人間性が非常にたっぷりな国なんです。すぐ感じ取れるんです。すぐ見せていただいている国なんです。それを自慢してほしいなと思います。外国人の「日本に来てよかった」というのが多くはそこにあると思います。心の温かい国なんです。

そうですね、西洋人に限らないんですけど、アジア系の方々も多く参加するようになっていきますけど、分かりやすく日本を案内、紹介する。大体日本が謎の国なんですね。なんで日本人がこういうふうに行動するのかとか、なんで優しいのか、なんでなかなかスリがないとか、物が消えない、なくしたらすぐ戻ってくるとか、ありえない話なんですよ、ほかの国では大体。西洋人の観点から日本を理解しようとする、途方に暮れるだろうと思うんですよ。理解しきれないんです。観点変えてこっちから見ると分かりやすい。ああなるほどなということが多くあります。

あとは消化しやすい内容。それが行程に関連するんですけど、いくらチョコレートケーキが好きであってもたくさん食べきれないんですね。最初の1口、2口がすごくおいしい。3つ、4つ、5つになると勘弁してよって。われわれもなるべく歩きながら、いろいろたぐみにとらえています。消化しやすい感じで。

なんでウォーキングか。僕ら人間はウォーキングのために作られている動物ですね。走ることができるけれど、ただ、永遠に走ることはなかなか一般の人間はできません。ただ、歩くのは、一旦慣れてくると1日30キロでも問題ないです。数日間ぐらい練習すると3時間は問題ないです。もちろんアップダウンによってちょっと異なってくるんですけど。

なんでいいかといいますと、私も昔、トライアスロンをやらせていただき、90年代初め頃、日本全国の大会に参加させていただきました。トライアスロンというのは、まず水泳。その次が自転車、その次がマラソン。一番鉄人という人たちが、水泳が3キロかな、自転車180キロ、マラソンがフルマラソン。42キロ余を走るわけ。私は大体その半分くらいしかできなかつたんですけど、後で考えれば気づいたんですけど、そのとき自分の心臓のドキドキ、自分の筋肉を意識する、肺も痛くなることを意識するけれど、左右にはあまり気づかない。いくら励ましてくれている方々がいらしても、僕は一生懸命走っていたから。もっとゆっくりと走っている人たちはその余裕があったかもしれないけれど、僕はいつも負けていたから絶対負けない気持ちで走っていたから。後ろはあまり気にしない。ただ、歩きながら、時速3キロぐらい、2キロ、2.5キロ、3キロぐらいだったら、余裕あります。左右が見える、前後も気づく、耳も機能する。音がちゃんと耳に入ってくる。頭脳がちゃんとその刺激を処理ができるんだと思います。花の匂いとか、微妙な匂いとかを感じ取る。五感がちゃんと機能すると思います。われわれは早いペースで日本を制覇するという気は全くないです。なるべく誰でも気持ちよく歩きながら一緒に散策する。五感もちゃんと機能するからよりよい体験、経験がしていただけたらと思います。

「忍び込む」という言葉、僕は大好きです。日本の社会に忍び込むっていうのは常にやらせていただいているんですが、大好きです。どこ行っても。たまたま私がこういう仕事させていただいているから、北海道の稚内から、沖縄の西表まであちこちへ回ってくるんですけど、

必ず私が地元のレストランとか、地元の店などなど、寄りたいと思います。必ず面白いのがその先にあることはもう何回も経験してまいりました。そうすると、私も留学生時代、たまたま埼玉県の川越市、馬場家という、全然英語ができない人たちがいて、私も中途半端の日本語で留学生としてやって来ていて、大きく歓迎していただいて。「ポール、車に乗りたければ」、……まあ3台くらいあったかな、「ポール、好きな時に使って」、って。僕は25歳でみすばらしい留学生、イギリス人の25歳の少年だったんですけど、「はい?」と思って。「ポール、ビールが冷蔵庫に入っているから、いくらでも飲んでいいよ、持ってこい。食べようや」。夕食があったら、「なんか予定入っているか? ひとつ行ってみようか」といって川越の夜を案内していただいて。すごく良かった。僕はどうやってお返しできるかと。もう金銭的には無理だったから。で、「いいよ」と、「自分の番がいずれは来るよ」というふうに、どこの馬の骨か知らない外国人に対して、そんな温かい歓迎してくれたことが今響いています。これをまさにわれわれのツアーに盛り込もうとしています。日本のこんなすばらしい社会になるべく忍び込んでいこうと。で、日本人の方々と一緒に作っていく。

ウォーク・ジャパンリミテッドの始まりがツアーリーダーとしてでした。合計で120本くらいのツアーを担ってまいりました。3、4年ぐらい前に激減したんですけど、今、年に1本やるかやらないかぐらいなんですけど。ちょっと事務的な仕事が多くなりまして。で、120本のうち80本ぐらいは中山道なんです。一回も飽きたことがありません。もう楽しくて楽しくてしょうがないです。それはまず企画がちゃんとしたものだからだと思います。これは時代に移り変わりによって改良もします。

いろんな理由でこのお仕事をさせていただいているんですが、一つは、やっぱり思い出づくり。すごいです。日本ではできる。母国のイギリスでは、私は同じことをする自信はありません。ある程度はあるんだけど日本ほど高まるかは僕は自分の能力に対して疑問を持っています。より良い思い出を作る仕事。リピーターを作り出す。お客様はブランド大使になっていただく。口コミが多い。全部そうなんです。会社の始まりは金銭的に余裕があったわけじゃなくて、ピーアール活動は基本的にうちのお客様にやっていただきました。ブランド大使。本人がそのつもりでいるわけではないですけど、それを担っていただきました。なぜかという、よりよい思い出ができると、ツアーが終わっても、自分の国に戻っても、ずっと話したいんですよね。「日本行って良かった。中山道。日本は東京みたいな大都市の国だと思っていた、どこでも混み合っていて。でも中山道に行ったら、もうすごく素朴のところとか、宿も昔風の宿とか、すごく良かった」とか。そうすると、そのとき出会った人たちの思い出とかを、自分の友だち、親戚、会社の同僚たちに話をしていただくわけなんです。口コミが多い。自分もいい思い出話をするとまた再び味わいたいんですよね。で、リピーターとして戻ってくるんです。これ非常に大事。

2日間から16日間までですが、ほとんどが8日間から10、11日間までの企画なんです。12名限定。優秀なツアーリーダー、ガイドさんですね。実施者育成。だからわれわれはガイドと呼んでないです。ツアーリーダー。他社のガイドと違うよとアピールしたいんです。経験のあるガイドさんはうちに就職したくても、うちの訓練を受けなきゃいけない。育成も常

に行っています。実は今週、東京都内でまたいわゆるカンパニーセミナーを実施します。銀座のど真ん中で。多分80名くらいの同僚たちが、そこに集まる。1日だけなんですけど。また、真夏に大体国東半島で3日間のカンパニーセミナーを同じく80名から90名くらいに来ていただく。で、いろいろ研修しながらどんちゃん騒ぎもやります。

料金は大体1日当たり4万5千円から7万円まで頂戴しています。平気で払う人たちが世の中には案外いっぱいいます。ただその分、われわれがやっぱり真剣に取り組まなきゃいけない。その分、ちゃんとお返ししなきゃいけないです。それをやらせていただいていると思います。

ただ、ツアー自体が生き物なんですよね。時代の移り変わりによって、人たちの必要とするものが微妙に変わってくるし、もしくは宿が、跡継ぎいないから、もう廃業。もしくは新しいところができたり、店ができたり、特に中山道沿いだったらまた面白い方に出会えて、うちのお客さんにどうしても会わせたい、それが5分であっても10分でもとか。そういうような話、弊社内では常に行なっていますし、ツアーリーダーたちもそれに大きく関わっていただいています。先端に立っています。

国東半島。実は、日本全国に展開しているんですが、これが弊社のホームページです。これが伊勢神宮です。奈良井宿。などなど。瀬戸内海のどっか。熊野古道。国東。両子寺という、美しいお寺。ここは思い出せない。こういうようなホームページです。で、弊社の全国の今提供しているツアーで、東北の方へ追っていくツアーですけど、これは珍しく2つ並んでいて、2011年の新しい企画です。あと、東北海道、観光面ではあまり開拓されていないところ、十勝地方はかなり開拓されている、ニセコあたりとか。札幌はもちろん。で、これは大雪山ですね。これがわれわれの一番タフなコースなんです。企画によって、楽に歩きたい人と、登山したい人たちがいます。あとは、季節によって、冬の北海道。瀬戸内。多分、私思うんですけど、広いから、面白い地域ですので、日本の最大の観光資源になっていけると思います。すごいです、ここは。中山道もまたすごいんですけど、広さが全然違ってきますね。伊豆半島もまた素晴らしいところです。熊野古道。あと国東。いくつかの企画があるんですね。国東では少なくとも合計で5つの企画があります。大分県が、「えっ、国東半島でツアーやってるんですか」「ええやっていますよ。10日間もいます」「えっ、10日間も。国東半島で10日もどうするのか」と驚きの声もあります。実は非常に壮観なところで、10日間でも気持ちよく過ごせます。京都ももちろんのことです。

で、中山道、うちの始まりのところ。中山道は、これが11日間の企画で、中山道、木曾路が5日間の企画。4泊5日。なぜかというと、オーストラリア人、ヨーロッパ人、アメリカ人は長い方がいいんです。平均2週間ぐらい。もしくはもっと長い休みを取る西洋人が多いんです。アジアの方が短い1週間以内の方が一般的なんです。日本人とその点では似てますね。それから私の大好きな大分。温泉巡り、大分の特徴。

ちょっと戻るんですが、山陰クレストとか、山陰島根の、熊野古道もまたありましてですね、などなどなど。で、これまた御存じの、妻籠宿なんですけれども、いわゆるこれがソロガイドツアー。これが非常に売れ行きがよくてですね、去年弊社が50%増だったんです

よ。ソロガイドツアーというのは、自分一人で周る。ガイドさんなし。弊社が全部、宿、コースなどを全部設定して、資料を渡して、あと 24 時間の電話対応の仕組みもできている。それを生かしているんですね。これ大きいんです。

時間ですね。実は私は 5 時間ぐらい話はできるんですけど、今日は限定されて良かったおと思いますが……。御存じですか、郡上八幡です。今までは中山道しか岐阜県内にはなかったんですけども、今年の 11 月から郡上八幡を出発する企画が始まりました。これがですね、ANA さん、全日空、総合研究所の方々と手を組んで、温泉ガストロノミー企画と一緒にやらせていただきました。一つ条件がありました。高山市ととりあってくださいと会長さんがおっしゃって。高山大変だなと。もうすでに外国人が多く行ってると思っていました。ある意味では、高山市はすごい成功を収めてきたんですけども、もう、ちょっと悩んでいますね。これから先どうするかと。われわれがその面でどれだけ貢献できるのか分からないんですけど、今までほとんど取り上げられていない郡上八幡をやらせていただいて、すごくすばらしい素敵な出発点になります。たまたま同僚の一人が郡上八幡に住んでいます。だから地元の方々とすごい連携を今すぐにできます。そこから石徹白とか山の方に入って、白山の手前に下りて高山に入って。普段外国人観光客が多い町なんですけれども、ちょっと普段入らないところに高山市長さんに案内にさせていただいたところもありまして、あ、ここはいいな、と思っていました、うちのお客さんも特別な気持ちができるのかなと思っていました。

その後も、今年は企画が長野県で終了することになったんですけど、来年から奥飛騨の福地温泉に宿泊することになっています。もうすごく素敵なおところなんです。温泉が素晴らしい。そこで素敵なお客さんが活躍してますので。これは短い 5 日間しかない企画なんですけれども、岐阜県内では中山道が大きな企画だったんですけども、これらの岐阜県北でも大勢の人たちを連れていくようになると思いますのですごい楽しみなんです。

実はうちの仕事には苦しいのはないんです。楽しむばかりです。もちろん真剣に取り組まなければならないところは多くありますが、こんなすばらしい日本、すばらしい日本人の方々と仕事ができて、もう天国行ってます。楽しいんです。うちの同僚たちも 100 名以上今いますので、みんながそういう気持ちでいます。日本人、外国人、僕みたいなイギリス人、アメリカ人、オーストラリア人、インドネシア人、マレーシア人、香港・中国系の方、あとは今度はインド、ニュージーランド、カナダ、アメリカ、もう非常に国際化した会社なんですけれども、なんでこういう多国籍の人たちが気持ちよく一緒に仕事できるかっていうと、一つの大きな理由は日本だからです。

ざっくばらんな行き当たりばったりみたいな話をさせていただきました。これで時間だと思います。ご清聴、ありがとうございました。

■司会者 ありがとうございました。それでは限られた時間ではありますが、ここで講演者の皆様への質疑応答の時間をとりたいと思います。ご質問のある方は挙手をお願いいたします。

■聴講者 3 人の方、ご講演をありがとうございました。ちこり村の宮川と申します。

質問としまして、今後地域経済の中でも観光分野が果たす役割が多いという話がありましたが、外から見た目で、中津川・恵那地域の観光消費額はどのくらいを目指すべきかというところを、大体の感じで結構ですので頂けたらと思って、ご質問させていただきます。

■檜垣 質問ありがとうございます。観光消費額、データを持ち合わせていないので分からないのですが、観光は何のためにしていくのかというと、やはり地域を持続させるとか、後の世代の方々に残していくためだと思うので、人口が減っていき、その規模によってどういうことを……、地域で稼いだお金を地域から外に出さなければ少ない予算で回る。ただ、地域で稼いだお金を違うところで使うとどんどんお金が逃げていくので、やめていただくと少なくなると思います。

そういう部分を考えていき、どういうふうな形で。例えばお土産ものとかにしても、地域の地場産業を使うことによって波及効果が大きくなると思うのですが、売れるからといって違うところから取り寄せてやっていくと、やっぱりなかなか消費額も上がっていかないので。消費額をどこまで目指していくのかっていうのは、経済効果、その規模、どういうところ、どういう状態でありたいのかを決めていただく、現状をきちんと見極めて地域の方々とどういう地域を目指していくのかによって変わってくるのではないかと。すみません、中途半端な説明になりますが。

■聴講者 はい、ありがとうございます。

■司会者 ありがとうございます。ほかにご質問のある方は挙手をお願いいたします。

■聴講者 失礼します。大井宿の小椋と申します。私もご縁がありまして、ポールさんのウォーク・ジャパンリミテッドのガイドの方たちとか、来ていただいた方たちに、食とランチを提供させていただいております。すごく喜んでくださって、今ポールさんがお話しくささいましたように、本当にスタッフの方に「どうしてこの会社に入られたんですか」って伺いすると、「とにかく楽しみたい。みんな普通とちょっと違う考えばかり持っているから、まずそこがすごくいいんだ」と。とても刺激的なお話を私たちも聞かせていただいております。

その中で、台風の時など、行き先がないときにうちへ来ていただいているいろんな体験をしておりますが、そのときに、もっといろんなランチですとか体験を提案させていただいてもよろしいですかという話をさせていただいたときがあります。そうしましたら、ぜひ聞かせてほしいのだけど、まずポールさんの意思を聞いてからと言われたことがありますので、もし大井宿に宿泊していただいて、少し時間も余裕があるんですけども、いろんな提案を今後もさせていただいていいものだろうかとお尋ねしたいと思います。

■クリスティ すみません、いろいろお世話になっております。喜んで提案させていただきたいと思います。というのが、われわれは一方的なやり方ではないです。地元の方と大きく連携させていただいて、そこで非常に総合的な良さが生まれてくるし、加えて今の時期だけではなくて、ずーっと長いスパンでよりよく手を組んで歩んでいけると思うんですね。うちのお客さん、うちに来た人だけではなくて、他社にも喜んでいただけると、思います。ありがとうございます。

■聴講者 ありがとうございます。

■司会者 ありがとうございます。ほかのご質問のある方は、挙手をお願いいたします。

■聴講者 磯村と申します。一番最初の話の中でDMOというのがありましたが、このDMOの前例、もうすでにこういう形でやっているっていう例があったらお知らせいただけたらと思うのですけれど。

■檜垣 ご質問ありがとうございます。DMOはもうすでにDMO法人が126。候補法人も合わせると252ほどございまして、岐阜県さん初め、県内も、数自体分からないのですけれども、ございまして……。

■聴講者 岐阜県内にもあるわけなんですね。

■檜垣 はい、ございます。この辺でいうと下呂温泉観光協会とか、今日ご紹介している飛騨高山観光コンベンション協会も新しく取り組みをされていますし、下呂温泉観光協会も宿泊情報などかなりきちんと密に取られていて、数字からデータを把握して現状の理解に努めて、次に何を打っていくのかというのはやっていらっやっています。そのあたり、各市町村さん、県さんの観光課の方とか、運輸局さんとか、観光庁の方にでもお問い合わせいただければお答えはできると思いますので、なにかお困りのことがありましたらお聞きいただければと思います。もう取り組んでいるところも数多くございます。

■聴講者 ありがとうございます。市の観光課に問い合わせれば、こういう組織があるということが分かるということですね。

■檜垣 はい。まず市の観光課の方にお問い合わせいただけると一番いいと思います。

■聴講者 ありがとうございます。

■檜垣 それでお困りであれば、観光庁にいつでも私宛にご連絡いただければ結構です。

■聴講者 ありがとうございます。

■司会者 ありがとうございます。すみません、お時間となりましたので、ここで質疑応答の時間を終わらせていただきたいと思います。改めまして、3人の講師の皆様にお礼を込めて大きな拍手をお願いいたします。ありがとうございます。

10分間の休憩を取りたいと思います。次の開始は午後2時56分です。よろしくお願いたします。

〔 休 憩 〕

■司会者 時間となりましたので、フォーラムを再開いたします。

続きまして、3年間のチャレンジ中津川、恵那プロジェクトを総括して、チャレンジ中津川・恵那プロジェクト運営委員長の宮田久司より、「ポストリニアに向けて一これまでの取り組みの成果と課題」と題して発表させていただきます。それではよろしくお願いたします。

「ポストリニアに向けて—これまでの取り組みの成果と課題」

チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト運営委員長 宮田久司

■宮田 皆さん、今日はお忙しい中お集まりいただき、ありがとうございます。そして、檜垣様、夏秋様、ポールさん、素敵な講演ありがとうございました。

私たちが、取り組んできたこと、これから取り組まなくてはいけないこと、重なっている問題意識もありますし、新しく発見できたこともいろいろあると思います。また、ポールさんにはぜひ今後もこの地域と連携していただいて、お客さんに一緒に喜んでいただけるパートナーとして、一緒にできるといいなと思っております。

まず、ポストリニアに向けてということで報告をさせていただきたいと思っております。遅れましたが、私、3年間このプロジェクトに関わらせていただきました運営委員長の宮田と申します。

今日、まず簡単に、御存じない方もいらっしゃるかもしれませんので、背景、趣旨について。そしてそれぞれ段階によって取り組んできたフェイズがありますので、1年目、2年目、3年目ということで紹介させていただきます。加えて、その中で出てきたことでもあり、近年の動向としても重要なことだと思うのですが、持続可能な観光、その道具ということについて言及させていただいて、最後にまとめということで、長野先生にバトンタッチさせていただくという流れです。あまり時間がないので、最初の方は端折っていく部分もあります。

まず、なぜこのプロジェクトが立ち上がったかということです。一つはリニアが2027年にできあがるということで、それに向けて広域で一体となって取り組む必要があるだろうと。そのときの利益と、この地域にとってより良いものにするためにどうすればいいか。ということが第一の問題意識としてありました。課題として、やはり実はまだあまり中津川・恵那というのが、資源はかなり共通な部分はあったのですが、一緒に観光に向かって一体化して取り組むということがまだ十分できてなかったのではないか、という問題意識。あともう一つが、非常に魅力的な資源がありますし、実際のところお金も落ちている部分もあるんですけど、もう少し利益を今後に向けて広げていくことができないか。というところから、3年間、2017年から2019年までということで、地域の産業化をさせるためのプロジェクトとして最初立ち上がりました。一つは連携による推進、もう一つは経済効果を最大化させること、ということが目的です。

そのプロジェクトは、長野先生、中京学院とか、商工会議所、観光協会、銀行、行政、オプザーバーとして運輸局、農政局、県、その他民間の旅行会社や道路関係とか、いろいろ合わさってみんなでとりあえず一緒になってやっていこうと。うまく連携できている部分もありますし、できていない部分もあるんですけど、まず一つその土台をスタートさせたというのが3年前になります。

1年目、事業者、商材の顕在化とブラッシュアップ。地域の関係者と連携の基礎。ということを進めました。

まず、中津川、恵那、どういう人がいてどういうことがなされていて、どういうプログラムがあって、商品があるか。なかなか知らない部分もありましたので、一つはブラッシュアップ。よくあるパターンですけど、セミナーをやったり、体験プログラム、キャンペーンをやらせていただいて、一般の方々にも発信させていただきました。あとはNEXCOさんが商材のブラッシュアップとマーケットとの結び付けを作るための商談機会というのを設定させていただきました。

もう一つ重要なのが、関係者の連携の基礎ということです。いろいろな関係者がありません。名簿に挙がったのが官の関係者や中間的な商工会議所といった組織です。そういった方々の連携ももちろん、ヒアリングであったりとか、会議ワークショップを通じて高めていくこともしました。もう一方が、本当に現場を担っている、先ほど小椋さんがごあいさつされましたけれども、お客さんにサービスを提供されている方であったりとか、物を販売している方とか、お茶を作ってらっしゃる方とか、歌舞伎をやってらっしゃる方、柿を作ってらっしゃる方とか、いろいろいますけれど、そういった方々がお互い知ってコラボレーションしながらどういう形で地域の観光を高めていくかということをお話し合ったりとか、実際につながりを作って、商品を、先ほど檜垣さんが言われたように、域内で調達する環境であったり、お互い紹介し合う環境だったり、そういったところを進めることになりました。実際中京学院大学さんで域内調達率の調査も今していただいております、あんまりうまくいっていない部分もあるんですが、少しずつ精度を高めていって、その波及効果を今後より正確に測れるようにしていければいいのかなと思っています。ワークショップでいろいろ出したりということもしました。

ただ、個々のブラッシュアップセミナーに関してはすでに商工会議所さんとやっている部分もあったので、そちらで分担してやろうということになりまして、今後、いろんな課題が挙がったんですけども、先ほどの背景とかストーリーをもう少ししっかり掘り下げて、そこと商品とを結びつけていくということが大事なんじゃないかということが課題として出ました。もう一つ、民間の中で連携ニーズはあるんですけど、どうやってもっと意義を作っていくかとか。実際のところ調査もやっているんですけども、全体としてどうやってエビデンスを収集していくか。いろいろ課題は尽きない部分として出ております。

2年目は、コンセプトということで、地域ストーリーとか広報ツールを作りました。もう一つは、個々の資源をつなぐということで、そのつなぐモニターツアーみたいなもの、中山道というのは確かに中心となるコンテンツだと思うんですが、それ以外も含めてやりました。あとは持続可能な観光、例えば国際基準に基づく60手法による調査開始。こういうこともやり始めたのが2年目でございます。

地域のストーリーということで言いますと、非常に分かりづらいのですが、安江健一という地質学者が坂本に住んでいらっやいまして、今富山大学の先生やっているんですけども、地形とか地質とかそういったところから、いろいろ調べていらっやる方です。非常にこの地域はユニークでして、そこから独自の食文化、植生とか生態系、エコであったりとか、その先の文化というのが育まれているものがありますので、そこをしっかりと網羅して、

コンセプトを整理して、商品、ブランディングも結び付けていこうという取り組みをしました。

例えば、花崗岩とか濃飛流紋岩が中心となってこの地域が形成されていますけれど、こういったものが、恵那峡だけでも泉質が実は2種類あったりするんですが、この地域で5種類の泉質が楽しめるという温泉の多様性もあります。断層があって、阿寺断層、恵那山断層とかあるんですが。こういったものが、様々な影響を及ぼしております。安江先生が言うと断層が生み出した地形と、そこに栄えた里山であると。

例えば付知峡は水がきれいですけど、どうして水がきれいなのか。神宮備林という伊勢神宮に出す木がこの地域で採れますけれど、なぜこの木がこういう形で育つのか。クライミングや美しい恵那峡の景観といったアクティビティー、なぜこれが魅力的なのか。坂折棚田という棚田が、なぜこういう石が積み上げられていて、この谷の部分でこういう形で形成されて守られてきているのか。これは岩村城の美しい石垣がどうしてできたか。それに関連する食文化。

そういったものがなぜ価値があって、この地域の希少性や、本来の価値と結びついているのかというところを、しっかり整理しました。ただ、網羅をしただけでは非常にまだ足りない部分もあります。今日お集まりの方で詳しい方いっぱいいると思いますので、今後そのストーリーをぜひつむいでいていただきたいと思っております。

コンセプトとして、日本の原風景が引き継がれる里山。里山という言葉もこの地域から最初に文献上登場したそうです。

それで、この地域はやはりそういった地質地形から生まれる文化というのが非常に豊かであり、その美しさが非常に際立っている。まさに皆さん、例えば苗木城に立っていただくと分かりますけれど、非常にすべての経験というのが、大地をつかむ、「Grab the Earth」というふうに作ったんですけども、五平餅を食べることも含めて、そんな経験をこの地域で提案してくために、皆さん一緒になって取り組んでいけるといいんじゃないかということで整理しました。

あと、ストーリーブック、マップ。これもこういったストーリーを反映させてまずは作ってみました。ストーリーブックをダウンロードして閲覧できますのでもし興味がある方はご覧ください。

そして個々の地域をつなぐストーリーです。もちろん中山道が中心的コンテンツであり、歩いてくれる人がいっぱいいますけれど、それに合わせて、もう少し滞在をしていただかないといけないし、せっかくストーリーを整備したのでそれを体感できるツアーとかエクスペリエンスを提案していくためにどうしようか。

ということで。これは在日のフランス人で比較的富裕層の方が、神宮備林を歩くツアー。そしてランプの宿。明治座。あと、山守という山を守ってきた家系の方が、1時間くらい話をしてちょっと長いという苦情があったんですけども、ただそれによって、木工製品が飛ぶように売れたというような成果もあります。あとは棚田。非常にいい天気ですて、100年以上経つアンティークの本膳を、天気いいから外に並べて食べようと。もちろん郷土食で

す。中山神社、もちろんお酒。ファミリーとのふれあい。これは農泊の事業を恵那市はやっていますので。こういったことがいろいろつなげていけるなあということが今回分かったということです。

もっとつなげる必要あるんですけど、それをどうしていくか。一つはランドオペレーティングをどう図っていくか。移動手段をどうするか。今回であれば宿の送迎サービスを活用したりとかしたんですが、レンタカーもあると思いますし、先ほどの鉄道と併せて、どうしていくかということが課題かな。

あとは、地域コンテンツをもう少し掘り下げた部分とどうつなげて、ポールさんが言われた、「なんで？」というところのもっと深い説明を私たちが引き出しとして持っているといんじゃないか。あとは、文化、環境。付知峡など、環境がきれいであることが観光に結びついていく、環境を守ることが非常に観光側面でも大事であるということが分かると思うんです。そういったものをどうやって結びつけていけるかも課題です。

あと、ガイドの話。それをコーディネートする人材、そういったものを含めて、すべて、つなぐものをどう評価するかということが依然として課題かなということにありました。

そして3年目。地域のストーリーやモニターツアーを基に地域資源を企画。地域ストーリーの商材、資材を活用した広報。事業者連携、次なるステージの動き。といったものがあります。

先ほどの地域コンテンツで、石のコンテンツを活用して、子ども向けに夏休みの宿題をしてもらおう、ママってもらおう企画をつなげてやりました。もう一つは、ノックアウトドア自然案内人協議会さんという方がいるんですけども、そこがいろんな自然ガイドをやっていまして、その新規開拓ということで街道・山岳資源を深めていこうというような企画をやりまして。決して悪かったわけではないですけども、焦点を絞ってやろうというふうになったときに、こちらのガイドさんとの連携をしながらより深めていくということの方が手ごたえがあって、今後もつながっていくんじゃないかと思っております。あとは、外の、大阪のツーリズムエキスポや、フランスの旅行博覧会。たまたまいろいろ旅行会社とも連携を保っておりますので、このときは香港とか台湾系の旅行会社の方が下見に来たり。こういった営業活動を地道に、ストーリーや主体を動かして展開しています。

市場ニーズとして、ツーリズムエキスポ、旅行博を見ると、やはり国内では中津川・恵那の方が実は知られているというのがあります。これは大阪ですが。なぜかという、高速道路で恵那峡サービスエリアがあるってということが非常に大きいかなと思います。恵那峡もそうです。中山道というのは知られています。先ほど夏秋さん言われたみたいに、海外だと地域名、資源の方が知られている。ただ、来た場合に期待するものとして見ると、海外ですと、例えば中山道はもちろん目的、アイコンではあるのですが、それ以外にも日本の他の要素をもっと楽しみたいというニーズがあります。なので、そういった、総じて日本の歴史文化、田舎とか、体感したいニーズというのに、この地域は対応しているのかなと思います。

これはB to B（ビー・トゥ・ビー）、旅行会社向けに商談をした場合の目的です。明らかに海外が多いということで、馬籠がやっぱり中心的な象徴的な資源です。国内も街道・山岳

資源。もちろんそれはいいんですが、先ほどですと、そのまま長野に行ってしまう、軽井沢に行ってしまう。それももちろんいいんですが、できればこの地域で滞在していただく時間を増やしていただいでお金を落とさせていただきたいということで、やはり連携が必要だと。アイコンとして、やはり馬籠、木曾谷、これもジャパンファイブドットコムなんですけれども、こういったものが非常に人気を博しているのは確かでございますので、それをどうつなげて波及効果をもたらしていくか。先ほどは11日とかありましたけれど、例えば3週間日本に来る海外の方の場合ですと、有名な観光地というプライオリティも当然あると思いますが、残りを日本の田舎に滞在したいというニーズはやはり大きいですので、そのときに、もちろん最初はハイキングですけれども、それをもうちょっと、他の街道・山岳のアクティビティーにつなげるのか、棚田とかでゆっくり過ごすとか、温泉なのか、いろいろと私たちは提案材料があるなというふうに思っています。その後、下呂、美濃焼とかにつなげていくのも大事なかと。

例ですけれども、世界遺産をやっているサンティアゴ・デ・コンポステーラ。私去年行ってきましたけれど、中山道みたいな世界遺産の街道がありますが、城跡ガイドさん、居酒屋、食、ザビエルが生まれたらしい城とか。いろいろと似たような波及効果を作っていくことが大事なかと。これも先ほどのブランディングの世界遺産の話もかぶってくるかなと思います。

ちょっと時間がないんですが、街道・山岳資源を中心にしていくなんですが、依然としてそれをどう滞在型にしていくか、課題だというふうに思っております。

あとは世界のブランディングということが考えられます。

もう一つ、つなぐということで見ると、ランドオペレーター、人材は依然として課題。その中で、先ほど地域学研究会の話が出ましたけれど、そこで新たに、手配会社を作っているという動きも今出ておまして、ぜひそういった民間的な動きも活用しながら動いていけるといいのかなと思っております。

最後に、持続可能な観光について。これは官公庁が、昨年末のニュースですけれども、新たな指標を作成ということです。私たちの地域は2017年度からそれに取り組んでおまして、2018年度からヒアリングをやっています。先ほど夏秋さんがいろいろ言われた話に近いのでここは割愛させていただきますが、先ほどの話のように、水がきれいですし、文化もあります。歌舞伎もあります。山を守っていかないといけないとか、いろいろそういった部分と観光は非常に直接的に結びついていますので、こういう持続可能な観光に取り組むということは、当たり前だということが実感としてあるかと思えます。こういう指標93項目をわれわれは作ってモニタリングをやり始めています。いろんな事例があります。中津川ですと、今ソフトモビリティという実験をしていただいたりとか。中山神社では外の観光客を受け入れることによって文化が持続するという、実績ができています。苗木城も。ない以上資源は魅力ですが課題があります。しかし、それを改善しようとする住民の方々の動きがあったりとか、本当にここに集まっている皆さんもそれ以外の皆さんもかなり観光に対して積極的に関与しているということが分かっておりますので、それをお互い評価したり学習して改善し

ていくという環境づくりを、「持続可能な観光」というのが促すということで、非常に重要かなというふうに思います。

最後、まとめです。地域資源の産業化ということで3年間取り組んできました。今日来ている方の話で、周回遅れの最先端ではないんですが、田舎自体が、文化を含めて非常に残っている環境ですので、その残っているものに対して価値を見出して、ポールさんなどが連れてきていただいているというふうに思います。その残っている価値をやはり大事にして、それを尊び、来ていただくという観光を、私たち地域としてはしていけないといけないのかなというふうに思っております。ですので、私たちはお客さんを国際水準のクォリティ……、逆説的な話ではあるんですけども、その中でお客さんをしっかり選んで、尊んで来ていただける、価値を認めてもらえる人にその価値を提示していくということが大事かなと思っています。

産業化というのは、変に商品化を図るだけではなくて、そのものの価値、魅力を尊重して、価値付けとか価格付けをしていくところからまず始めることが大事なのかなと思います。

例えば私は病んで山の中にこもったんですけども、これは根の上高原。ただ歩くだけの、で一泊したんです。自然環境が生態系も含めて保たれていること自体価値があって、非常にリフレッシュする効果もありますし、ガイドさんをつければ新たな発見があったりします。

そういった当たり前のものを、ぜひ価値付けをもっとしていきたい。もちろん宿泊、ガイドを促していきたいですし、あと税も取るとか。駐車場代も、苗木城なんかそうですけれども、そういうところでお客さんにも大事にしてもらおうという環境を作っていけないと思っています。

最後に、整理したコンセプトを活用した上で、日本の田舎への来訪ニーズに対して、滞在型で回っていくただ環境を私たちは作れるといいんじゃないか。それで、馬籠はやはり、今、中山道、ポールさんのおかげで知名度が広がっていますしアイコンになっていますので、それをベースにしながらゆっくり歩いてもらう。もちろん歩くときには当然滞在時間、そして食などの経済波及効果が出てきますし、満足度、リピート、ブランド価値、ポールさんの話に集約される部分を評価して向上を図っていくというのが大事かなと思います。それに引き続き地域一帯で取り組んでいくことが必要になってきますので、その態勢、場づくりも含めて、私たちは考えていけないといけないし、取り組んでいけないと思っています。

ひとまず、私の発表としては以上でして、これから長野先生の提案書と、その後、それを踏まえて、中津川・恵那で皆さんと一緒に取り組む動き、リニアに向けて、につなげていけるといいと思いますので、ぜひお集まりの皆さんで力を結集して今後取り組めるといいと思います。ありがとうございます。

■司会者 ありがとうございます。続きましてただいまの宮田運営委員長発表を踏まえ、チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト実行委員長の長野正より、「国際的に誇れる観光地としてのブランドの確立を目指して」と題し、事業を推進した3年間を踏まえた提案の発表と、提案書の中津川・恵那観光推進協議会の会長であります、小坂恵那市長に提出していただきます。それではまず、長野実行委員長、お願いいたします。

「国際的に誇れる観光地としてのブランドの確立を目指して」

チャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト実行委員長(中京学院大学 学長) 長野正

■長野 改めて、講師の先生方には、本当に貴重なお話をありがとうございました。いろいろなアイデアをいただけたと非常に感謝申し上げます。さて、今、いよいよこのフォーラム、というよりも3カ年にわたるこのプロジェクトのとりあえずの終了を迎えようとしております。この3カ年の活動内容等、今、宮田委員長からご報告があった通りでございます。このそばに寄り添いながら、私もこのプロジェクトを通して、当地域の方々がまさに一体となって、観光を中心とする整備、整理、そして今後へというこの姿勢を大きく高められた。そして一丸となってというその方向性が見えてきた。これは誠に当プロジェクトを通しての大きな成果であったのではないかと私も感じ入っております。

このプロジェクトそのものは、今年をもちまして一旦終了いたしますが、もちろん、この次へとつなげていく、あるいは、よりここまでのものを具体化していく次へのステップにぜひつなげ発展させていってほしいと思うところでございますので、私ども、改めて後々の方々にぜひと思う提案をまとめさせていただいた次第でございます。

お手元資料の最後、2ページ側のところに出ておりますが、今日の講師の方々のお話をも踏まえまして、改めてこの提案の内容から、まさに講師の方々からもいただいたものを踏まえていると私も思うそのところで、改めてお手元の提案、そのところをやや早口で読ませていただきます。

提案。地域の動向を踏まえ、これから中津川、恵那地域は周遊可能な観光を中心に、地域が連携し、持続可能な観光の実現に向け、また、ポストリニアを見据え、持続可能な国際水準の観光地としてのブランドの確立を目指すことを提案します。

1. 歩く観光を中心に。今日では特に日本の田舎を体感することができる目的地の一つとして、中山道のハイキングが外国人に選ばれ始めています。その資源や機会を生かし、観光客にとってより満足度が高く、地域にとって良い波及効果をもたらすことができるよう、滞在やリピートを支援する情報環境や、交通・宿泊インフラなどの受け入れ環境を改善でき、ゆっくりと当地の魅力を味わっていただくスローな観光の価値が提供ができる環境を築くことを提案します。

2. 連携による推進を通じて。日本の田舎を体験する、スローな観光の実現は、一人一人の生活者、文化を引き継ぐ人、農林業に従事する人、山川の環境を維持する人、観光業に従事する人、行政や観光協会、商工会議所・商工会など、あらゆる人は組織の理解や取り組みは、連携があって成り立つものであると考えます。また周辺地域とのルートや観光資源にお

ける連携、地域外にすむ観光客や、内外の旅行会社や山岳関係の機関との関係を生かすことにより、有益な知恵や市場とつながります。よい適正で価値ある観光地づくりの実現に向け、事業分野の枠組みを超えて継続した観光推進への取り組みを提案します。

3. 持続可能な観光を実現。国際的な重要なテーマである、持続可能な観光に取り組むには、短期的な利益のみにとらわれず地域の観光の基礎となる環境、社会、経済などの多様な側面に配慮し、様々な関係者の共通理解を得るとともに、本事業で取り組んできた、国際指標を活用した持続可能な観光のためのモニタリングを継続し、多様な関係者が観光地域づくりと結びつき、その推進が世代を超えて共通利益をもたらすことができるよう、長期的、一体的に、地域観光の経営に取り組むことを提案します。

2020年1月7日チャレンジ中津川、恵那プロジェクト実行委員長、長野正。よろしくこの提案を生かしていただければと思うところでございます。ありがとうございました。

■司会者 ありがとうございます。それでは引き続きまして、提案書を中津川・恵那観光推進協議会の小坂喬峰会長に提出いたします。小坂会長は、ステージの上までお願いいたします。

〔 小坂会長に提案書を渡す 〕

■司会者 長野実行委員長、ありがとうございます。それでは引き続き中津川・恵那観光推進協議会会長であります恵那市長小坂喬峰よりごあいさついただきます。小坂会長、よろしくお願いいたします。

■小坂 皆さんこんにちは。そして新年、明けましておめでとうでございます。私、中津川・恵那観光推進協議会の会長という大役を昨年の4月から仰せつかっておりまして、本日はお礼かたがたここでごあいさつを申し上げます。よろしく申し上げます。

まず初めに、本日は大変お忙しい中、こうして大勢の皆様がご参加くださいますと誠にありがとうございます。特に岐阜県からは恵那県事務所の所長、朝倉様を初め、多くの職員の方々にもお越しいただきました。改めて感謝申し上げます。そして中津川市、恵那市、それぞれの関係する皆様方にも多数ご参加いただきましたことに、改めて感謝申し上げます。

本日は大変中身の濃い講演会でございます。まず初めには観光庁の檜垣様からは大変有効なデータに基づいたお話をいただきました。本当にありがとうございました。その後は、UNWTOの夏秋様からもブランドづくりに関する、いろいろな示唆に富むお話をいただきました。ありがとうございました。またウォーク・ジャパンリミテッドのポール・クリスティ様からは今までの取り組み、そして実績を、本当に分かりやすく語っていただくことができました。本当にありがとうございました。

またこの3年間にわたりましてこの活動を支えていただきました宮田様からはその内容について詳しくご説明いただきましたし、今ほどは会長であります長野様から、こうした提案書もいただきました。皆様がこの3年間すばらしいご努力をされた内容でございます。私どもは丁寧にこれについて検討申し上げたいと思います。本当にありがとうございました。まずは感謝申し上げます。

そうしまして、少しだけ、せっかくの機会でございますので、恵那市のお話を申し上げます。2020年は恵那市にとっても大変に大きな節目の年になりそうでございます。御存じのように、一昨年の連続テレビ小説「半分、青い。」に続き、今年はいよいよ明智光秀の「麒麟がくる」の年でございます。今週末には大河ドラマ館もオープンということでございますし、多くのお客様に、明智光秀に絡んで知っていただくいい機会になるのではないかと考えております。

また4月には、恵那峡の再整備に合わせて全国さくらシンポジウムといった大きな取り組みもございますし、夏になれば東京オリンピックが56年ぶりに開催されます。これに合わせて、中津川市ではアメリカからレスリングチームがいらっしゃいますし、恵那市ではポーランドからカヌーチームがいらっしゃいます。ということで、国際的ないろんな交流もスタートするというところでございます。

また、秋になりますと、WRC、世界ラリー選手権もこの中津川市、恵那市を通ります。10年ぶりに日本で開催する。世界14カ国で14戦、各国1戦ずつ行われるラリー選手権で、日本では愛知県と岐阜県。岐阜県の中では中津川市と恵那市、この2市だけを走るということです。ここにも多くのお客様が来るチャンスがあります。

こうした一つ一つのイベントの取り組みは非常にいい情報発信になりますし、この地域の、先ほどいろんな画像が出てまいりましたが、こうしたことを世界に知っていただくいい機会になるのではないかとこのように思っております。

それに加え、私も恵那市といたしましては、この1月、2月で、先ほどの檜垣様からお話ありましたように、観光DMOを立ち上げる予定で今準備を進めております。観光DMOだけですと来ていただく方を少しコントロールすることになりますので、恵那市にある素材を、日本中、もしくは世界に打って出たいということもありまして、地域商社も合わせた機能を持たせた観光DMOをつくっていかうということで、こんな取り組みをスタートする予定でございます。

観光がこれからの大きな産業の柱になる、もしくは町の活性化の大変重要なキーになるということはここにいらっしゃる皆さんそれぞれがいろいろの立場で御存じのことだろうと思います。そのためには私たちが日ごろ目にしている、暮らしている、私たちの周りにある歴史や文化や食や、さまざまな自然、スポーツといったものをいかに生かしていけるかということになるかと思っております。そこをもう一度私たちはみんなで力を合わせて、ブラッシュアップして、いい町にしていきたいと考えております。それこそがこの、上に掲げてありますように、国際水準の観光地としてのブランドの確立、これにつながると考えております。

引き続き、みなさまのお力を合わせてこの地域の活性化に取り組んでまいりたいと思っております。今日日は誠にありがとうございました。

■司会者 ありがとうございました。

それではチャレンジ！中津川☆恵那プロジェクト実行委員会委員の恵那市観光協会会長、阿部伸一郎より、閉会のごあいさつを申し上げます。阿部様、よろしく願いいたします。

■阿部 本日は正月明け、早々の冷え込む雨の中、このように大勢の皆様にご来場にお越しいただきましたことを心より感謝申し上げます。

先ほどの質問の中で、恵那市のDMOに関するものがございました。市長からも簡単にお話がありましたが、重ねて私からちょっと説明させていただきます。恵那市と観光協会が出資した法人がまもなく立ち上がります。名前も決まりまして、ラグビー・ワールドカップの余熱を受けて、「ジバスクラム恵那」という法人名といたしました。1月31日に立ち上げ総会を行う予定であります。この法人は、DMOの資格を目指しております。ただこのDMOというのは観光庁が認定をするということで、手続きはすべて終わっております。申請済みです。本当は昨年12月中旬に候補法人としての知らせがあるということだったんですが、向こうの都合で1月になる、ちょっと待ってくれという報告がありまして、近々、明日になっても不思議はないということで、候補法人の連絡が届くものと思います。

この候補法人は、今、市長もお話ししましたが、DMOだけじゃなくて、岐阜県下初の地域商社機能を兼ねる。で、地域商社機能とはなんぞやといいますと、出資した恵那市と恵那市観光協会だけではなく、あらゆる商工業、農林業、学校教育機関、一般市民すべてを含んだワンチームで、縦横無尽に立体的な組織を組んで、この地域の発展を目指そうというものであります。1月31日に立ち上がることが決定しておりますので、どうぞこの、ジバスクラム恵那にご期待いただきたいと思います。

それではこれもちまして、中津川、恵那観光フォーラムをお開きとさせていただきます。本日は誠にありがとうございました。

■司会者 ありがとうございます。以上もちまして、「中津川・恵那観光フォーラム 国際水準の観光地としてのブランドの確立を目指して」を終了いたします。なお、第二部交流会、食べとるナイトにお申し込みをいただきました皆様には、会場メゾン・ド・ジャルダンへの案内図を受付で配布しております。必要な方はお受け取りをお願いいたします。その他、ご不明の点がございましたら、スタッフにお声がけください。本日はご来場いただきましてありがとうございました。お気をつけてお帰りください。

〔 閉 会 〕