第２回岐阜県観光戦略会議　議事要旨

＜日時＞

令和８年９月１７日（木）　１３：３０～１５：０５

＜場所＞

県庁１階　ミナモホール

＜議題＞

（１）「岐阜県観光振興指針」の骨子案について

・事務局による資料１の説明及び委員による意見交換

○宮崎　俊哉　委員

・目指す姿については、色々な書きぶりがあると思うが、県外に向けた発信という意味だけでなく、みんながこれを見て「この姿を目指そう」と共有できる観点からも分かりやすく整理されており、適切であると考える。また、以前、目指す姿を広げると総合計画の議論になってしまうという話をしたが、本案では「ディスティネーション」という考え方が示されており、目指す範囲がわかりやすく整理されている。

・施策の柱については、施策・取組の方向性を示すと同時に、目指す姿を支えるものでもあると考えている。現在、観光庁の業務で広域連携 DMO の評価を行っているが、そこで用いる５つの分野のうち、観光コンテンツ、プロモーション、産業・受入環境整備は本指針と共通している。残る人材育成・組織体制やマーケティングについては独立した柱とはなっていないものの、内容として盛り込まれていると感じており、本指針においてはこの整理でよいと考える。

・４本の柱については、「持続可能な地域経営」全体をゴールとすると総合計画になってしまうが、本指針は観光という切り口からそこに寄与するものとして整理されていると理解した。他の部署の計画も、それぞれの分野を活用した持続可能な地域経営につなげていけば、岐阜県全体として良いのではないか。その意味で、本案はすっきりしていて分かりやすいと感じた。

・KPI については、そもそも「旅の目的地として選ばれ続ける岐阜県」という目指す姿を指標で表したものと理解している。その観点で見ると、ここで示されている３つの指標については、概ね納得できるものではないかと思う。一方で、シビックプライドや「みんなで頑張りましょう」という視点で考えると、観光消費額のうちどれだけが県内に落ちているのか、さらに言うと、そのお金がどの産業につながっているのかといった、地域経済循環やバリューチェーンの視点も指標として捉えられるとよいのではないかと思う。また、住民満足度というよりも、例えば「岐阜県はこういうブランドである」ということを県民が認知しているかといった指標も見ていくとよいのではないかと思う。

・また、示されている上位３つの指標については、KPI というよりも KGI として整理した方が分かりやすいのではないか。指針であるため、戦略のような目標年次や明確な数値目標は設定されていないと思うが、その場合、これらの指標を今後どのように活用し、評価していくのかという整理も必要ではないか。単に指標だけを追いかけても意味がないため、その位置付けを明確にしておく必要があると思う。
・施策の柱３に関して、自身の経験から、DMO だけでは観光産業のデータを十分に把握することが難しく、自治体に頼らざるを得ない面があると感じている。県がまとめる指針であるからこそ、宿泊施設や飲食施設の数、観光客受入状況、売上、生産性といった観光産業の実態を明らかにすることも重要ではないかと思う。また、冒頭にも災害という言葉があるが、危機管理や災害時の体制整備についても、基本施策として掲げていくべきではないかと思う。
・骨子案には「岐阜らしさ」や「日本の原風景」といった言葉があるが、厳密に定義する必要はない一方、それが具体的に何を指すのかは分かりやすく示す必要がある。「岐阜県はこういうところが自慢である」ということを、上手に伝える取組を進めてほしい。ブランドとは、岐阜県が何者なのかというアイデンティティと、岐阜に来てもらえたらどのような体験を約束するのかという二つで設定する必要がある。それぞれの地域で積み上げられてきた「本物」の魅力や、既にうまくいっている取組を言葉やデータで表し、指針の冒頭などにまとめることで、この指針で何を目指しているのかが分かりやすくなるのではないか。それが岐阜県のブランド構築、アイデンティティの発見につながっていくと思う。

○山川　弘保　委員

・指針の副題の案１・２である「岐阜県すべてが、観光の魅力」について、日本語としては大変しっくりこない文章だと感じる。また、「The Living Heritage」という表現も、観光指針を岐阜県民に広く知ってもらうという観点からすると、高齢者を含めた幅広い県民にどこまで伝わるのか疑問である。例えば「岐阜県丸ごと感動の舞台」や「観光の舞台」といった表現の方が分かりやすいのではないか。キャッチコピーは大変難しいが、現在の案は少し分かりにくく、音の響きとしてもあまり良い印象を受けないため、再考いただけるとよい。
・データの共有については、本指針の柱にも位置付けられており、その点は評価している。一方で、KPI については現在の３項目だけで十分なのか検討の余地がある。例えば、滞在日数や客室稼働率、雇用人数など、柱の内容に応じた指標も、把握できるのであれば必要ではないか。
・指標については、必要最低限のランドマークを作っておかないと、それぞれの市町村がどこまで達成できたのかが把握できない。その比較を通じて、どの地域にさらに支援や取組が必要なのかを把握することも県の役割であり、KPI についてはもう少し吟味してもよいのではないか。
・県と市町村の役割という観点から見ると、施策の柱４にある交流人口・関係人口

の拡大や地域への誇り・愛着の醸成は、住民と直接向き合う基礎自治体が担うべき部分であり、県の指針として掲げる内容なのか疑問がある。県と市町村がそれぞれ担うべき役割を分けて記載した方がよい。
・人口減少が進む市町村にとって、DMO は単なる観光組織ではなく、地域運営組織としての役割も求められる。郡上市では農村 RMO（農村型地域運営組織）が立ち上がり、耕作放棄地の受け手となるだけでなく、ワンボックスカーを購入し、移動手段を持たない住民の送迎にも取り組もうとしている。郡上市の例ではあるが、今後、市だけですべてを担うことは難しくなるため、市を持続させていくには、こうした組織が主体的に動くことが重要である。観光 DMO についても、観光に特化するのではなく、観光を通じて地域を運営する組織を目指すべきである。その上で、県、市町村、観光 DMO がそれぞれ何を担うのかを整理し、明確に記載する必要がある。

〇川村　雄祐　委員

・資料を見て、施策の柱２のプロモーションが一番自分の強みを生かせる分野だと感じた。農業を通じて岐阜県を知ってもらい、来てもらうこともそうであるが、スポーツ、文化、歴史についても、まずは知ってもらわなければ意味がないと考えている。
・例えば、岐阜県には歴史のある場所がある、岐阜県にゆかりのあるスノーボードやスケートボードなどの選手がいるということを発信し、「この選手がいる地域に行ってみよう」と思ってもらうなど、ターゲットに合わせてプロモーションを展開していくことが必要である。自分は、岐阜県を「知ってもらい、来てもらう」ということを得意としているので、施策の柱２のプロモーションに注力し、自分の力を発揮できるところに集中して取り組んでいきたい。

〇渡會　充晃　委員

・先日、馬籠宿付近の中学校が、魅力ある観光地にするためにはどうしたらよいかという相談に来た。地域では特定のお店しか賑わっておらず、他のお店はキャッシュレス決済やクレジットカードに対応していないため、外国人観光客が買いたいものを買えず、食べたいものを食べられない状況もあると聞き、なるほどと感じた。
・観光客がその場所に行って、何に魅力を感じるかというのは、作られたものではなく、住民が生き生きと暮らし、その地域を愛している姿ではないかと思う。飛騨の人は飛騨を非常に愛しているイメージがあるが、美濃の方はその意識が若干薄いと感じている。地元が好き、暮らしている地域が好きということは、観光客にも伝わる。岩村を訪れた方からも、作られ過ぎていない生活感があり、人の息遣いが感じられるからまた訪れたいという話を聞いており、それがリピーターの多さにつながっているのではないか。
・施策の柱２にある「地域に息づく本物の魅力」の発信には、地域への愛着、いわ

ゆる地元愛が重要である。岩村では、佐藤一斎、下田歌子、三好学など地域の先人について、小学校の頃から学ぶ取組を進めている。子どもの頃に地域の歴史や先人について学ぶことで、大人になってからその名前を耳にしたときにも、小学校で学んだことを思い出すことができる。住民が地元のことをもっと知ることで地域への愛着が生まれ、活気ある地域の持続にもつながるのではないか。地域に息づく本物の魅力を前面に出して発信できる県になるとよい。

〇葛西　信三　委員

・観光連盟が担うべき役割として、県と観光連盟が二人三脚で取組を進めることが非常に重要であり、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りや愛着を育てる観光地域づくりの司令塔としての役割が求められていると考えている。
・その役割を果たすためには、データを活用したマーケティングやターゲット設定、PDCA を回すことなど、統計データに基づいた活動が必要であり、この点についても県との連携を進めていく必要がある。また、市町村や地域 DMO に対しても、データ活用、情報発信、人材育成などの支援を行っている。観光連盟としては、県、市町村、地域 DMO など、県全体をつなぐハブとしての機能を高めていくことが重要であると考えている。
・国内外に向けた岐阜県の魅力発信については、下呂、高山、白川郷が定番の商品となっている一方で、県が取り組んでいるアウトドアキャンペーンなど、新しい切り口も必要ではないか。特に若者やファミリー層に対し、「体験する岐阜」や「冒険する岐阜」といった魅力を訴求し、新しいファンを増やしていくことが重要である。また、海外に向けても、「本物がここにある」というメッセージは、非常に魅力的なアピールになるのではないか。こうした岐阜県の魅力を、一つのストーリーや物語として伝えていくことが重要であると考えている。
・人材については、生産性向上や人材の確保・育成に加え、後継者不足や施設の老朽化といった課題も進んでおり、民間だけでなく、県や市町村による継続的な支援が必要である。また、人材を確保するためには、労働環境に加えて賃金や処遇を改善することが重要であり、その鍵の一つが観光需要の平準化であると考えている。インバウンドについては特定の国に偏らず様々な国にアピールし、国内需要についても休日から平日へ分散させることで、繁忙期と閑散期の差を小さくすることができる。年間を通じて安定した需要をつくることが、正社員の安定雇用や処遇改善、スキルアップにつながると考えている。
・KPI については、やはり大事なのは地域を豊かにすることであり、原案ではその視点が少し足りないように感じている。地域の付加価値や地域 GDP がどれだけ増えたのか、また、そこで働く人の賃金や所得がどれだけ増えたのかなど、地域がどれだけ豊かになったかを示す指標も KPI に盛り込むことで、「地域を豊かにする」という考え方が目指す姿により反映されるのではないかと考えている。

〇井上　正　委員

・県の政策オリンピックで、飛騨市神岡地区の歴史的建造物を再生し人を呼び込む提案が優秀賞に選ばれ、現在、県の事業として進めている。かつて「神岡銀座」と呼ばれた地域に残る遊郭跡の古民家を活用し、シニアの方々による組合と地域食堂を立ち上げるほか、消滅した「神岡中華そば」の復活、大学生など多様な人々が交流し、短期滞在もできる拠点づくりを進め、観光客も呼び込みたいと考えている。

・今回、県から空き家活用という政策の方向性が示され、この事業について飛騨市に相談したところ、農林部局、建築住宅部局、神岡振興事務所などの関係部署が横断的に参加し、事業の各項目について、それぞれ何ができるのかを一緒に検討してもらった。市町村や我々事業者が、地域に根差して膝を突き合わせながら取り組む中では、自分たちだけでは解決できない障壁や課題も生じる。そうした現場の声を拾い上げ、関係部局や関係機関をつなぎ、障壁となっている課題の解決を後押しすることが県や国の役割であり、今回その役割を果たしてもらうことで、事業が大きく進んでいる。

・こうした取組を見たいと、地域外から様々な人が訪れるようになっている。国土交通省の課長が訪れた際には、県の都市建築部門や飛騨市の関係者も一緒に意見交換を行い、県と市がそれぞれの役割を果たしながら事業を進めている点を評価いただいた。こうした人のつながりから、「見てみたい」「行ってみたい」という動きが生まれることも、観光の大切なきっかけになるのではないか。

・観光を切り口としながらも、不動産、農業、金融、関係人口づくりなど、分野を横断して取り組む必要がある。例えば、観光を中心とした地域づくりのアイデアをコンソーシアムから募集し、市町村が事業の具体化を支援するとともに、県が関係部局や国につなぐ仕組みが考えられる。地域の取組における課題や障壁を拾い上げ、多様な主体をつなぎ合わせながら、制度や規制上の課題の解決を後押しする行政の役割を、本指針でもう少し具体化していただけるとよい。

〇新井　みなみ　委員

・観光客を関係人口、さらに地域の共創者へとつなげるためには、まず地域との接点を増やすことが大前提である。大きなコンテンツを作る必要はなく、地域の人の困りごとや自慢したいこと、誰かと一緒にやりたいことを小さなプロジェクトとして数多く形にし、地域と関わる入口を増やしていくとよい。観光から次の段階へステップアップする鍵は、地域の人との直接的な接点にあると思う。

・自身が白川町で運営するふるさとワーキングホリデーでは、これまでに７人が移住につながっており、地域の人との接点が大きかったと感じている。

・プロジェクト化については、例えば、地域の人が自慢の場所を来訪者と一緒に巡るツアーが考えられる。自身も沖縄県の久高島で、地域に住む 60 代の方に案内してもらったことがあり、一人で訪れるよりも情報量が多く、知らなかった場所や、その人を通じて地域の暮らしに触れることができ、非常に面白かった。案内

する地域の人にとっても、収入や地域での役割を持つことができるほか、外部の人と出会い、地域のことを伝えようと改めて学ぶことが、意欲の向上やシビックプライドにもつながるのではないか。こうした役割は、中学生や高校生が担うことも考えられる。観光客をどう変えるかだけでなく、受入地域の意識の変化も両輪で考えることが大事である。

・地域の困りごとや自慢したいことをプロジェクトにする際には、自身のようにコーディネーターを仕事とする人が間に入り、プロジェクト化を支援する方法も考えられる。できたプロジェクトをアプリに掲載してマッチングしたり、ふるさと住民登録制度と連動させたりするなど、地域との接点を増やす仕組みには様々な方法が考えられる。

・観光客だけでなく、受け入れる地域の変化を捉えるKPIも必要ではないか。地域住民にとっても、これだけの人を受け入れることができた、掲げた目標にたどり着けた、という達成感となり、次の取組への意欲につながると思う。

・県内 42 市町村が岐阜県として同じ方向に向かうためには、本指針が共通認識となる必要がある。４本の柱はいずれも観光施策として必要な要素であると感じる一方、全体としてやや煩雑にも見えた。また、目指す姿として「旅の目的地として選ばれ続ける岐阜県」が掲げられているが、選ばれ続けることで、その先にどのような岐阜県を実現したいのかも示されると、なぜこの姿を目指すのかが、地域や市町村にとってより分かりやすくなると思う。

〇畦地　真太郎　委員

・観光振興指針の副題については、案２の「そして県民の誇りへ」に「誇り」という言葉が入っている点が非常によい。市町村単位では地域に誇りを持っているところも多いと思うが、岐阜県全体に誇りを持てるような枠組みがあるとよい。

・４本の施策の柱のうち、柱４は取組を支える土台に当たるのではないか。柱１から柱３が戦略であるとすれば、柱４はそれらを実現するための基盤という位置付けであり、これがなければ柱１から柱３もうまくいかない。柱として残すことに問題はないが、その位置付けや構造を明確にすると、より分かりやすく伝わると思う。

・岩手県では、市町村ごとに郷土研究の書籍や同人誌、自費出版物、学術的な冊子などが数多く発行され、盛岡駅の地元書店にも地域関連書籍のコーナーが設けられている。一方、岐阜県では、旧県庁舎の売店にあった県関連書籍のコーナーが現在はなくなっている状況を見ても、地域の人が自らの地域について調べ、発信する文化が十分に根付いていないのではないか。

・ただ、地域について学ぶ教育が行われていないわけではない。自身の子どもも、小学校で瑞穂市や岐阜県について学び、地元のことをよく知っている。それにもかかわらず、瑞穂市では「市内には何もない」と言う人が多く、岐阜の宝ものの「中山道ぎふ 17 宿」に含まれる美江寺宿についても、市内のどこにあるのか知らない人がいる。観光資源や地域資源があるにもかかわらず、それを知らないた

め誇りを持てず、誇りを持てないため知ろうとしないという、マイナスの循環が生じているのではないか。
・地域への誇り、いわゆる「地尊心」を高めるために、「岐阜の宝もの」を活用してはどうか。現在の「岐阜の宝もの」は、継続的な受入体制や地域の関係者の意欲など、厳しい基準が設けられており、高い理想と信念を持って地域資源を磨き上げなければ、「岐阜の宝もの」に選ばれ、その取組を維持していくことが難しい仕組みとなっている。一方、郡上踊りをはじめ、優れた地域資源が数多くある郡上に「岐阜の宝もの」がないことを考えると、現在の仕組みはやや厳しすぎるのではないか。
・例えば、「岐阜の宝もの 100 選」として、各市町村に少なくとも一つは「岐阜の宝もの」がある状態を目指してはどうか。「自分たちのまちにもこれがある」と住民が認識し、地域資源を磨き上げていくことが、地域の人たちの誇りにつながると考える。

〇岡田　明子　委員　※当日欠席のため、事前提出された意見を事務局から紹介
・ものづくりを観光に生かすことについて、推進するべきだと考える。
・ただし、その会社（産業）が旅行者に対して開く前に、地元の方々に開かれていることが前提であり、地元の方がその会社（産業）に親しみを持っているのであれば、その理由にその土地の魅力が詰まっているはず。
・また、その土地に根差す会社ならではの素材・歴史・固有の技術などは旅行者が「知りたい」「また来たい」「ここのものを購入したい」という理由になりえるのではないか。
・同時に、企業側は自社がその土地に存在していることの意義を魅力的に伝える努力が必要。
・地域とその産業を包括的な視点でみつめ、コミュニケーションを取れる人材がいるとよいとも感じる。

〇二神　真美　座長
・持続可能な観光を推進する立場から意見を申し上げたい。「観光を支える交通の充実」について、観光資源が広域に点在する岐阜県では、移動の利便性を高めることが実効性の面から非常に重要である。その上で、交通の脱炭素化と地域生活交通との連携も併せて盛り込むとよい。具体的には、EV バスやシェアサイクルの導入、レンタカーへの依存をできるだけ減らす仕組み、移動時の CO2 排出量の可視化などにより、低炭素な移動を促す「グリーンモビリティ」の考え方を取り入れることが考えられる。岐阜県は持続可能な観光の分野で先駆的な取組を進めており、こうした視点は海外からの来訪者にも重視されるものだと思う。
・また、人手不足の中で二次交通を維持するため、デマンド交通やライドシェアを活用し、地域住民の生活の足と観光客の移動を一体的に捉えた観光型 MaaS など、地域の交通機関をシームレスに利用できる仕組みづくりを進めるとよい。移動の

利便性と環境・社会への配慮をセットで進めることが重要である。

・「誰もが安心して観光を楽しめる環境づくり」については、多様性とインクルージョン（誰も排除しないこと）に加え、観光危機管理の視点を強化するとよい。ハード面のバリアフリーだけでなく、車椅子で移動できるルートやエレベーターの位置など、旅行前に必要な情報を正確に把握できるよう、アクセシビリティ情報（利用しやすさに関する情報）のオープンデータ化を進めることが安心感につながる。また、ハラールやヴィーガンなど食の多様性への対応、ジェンダーへの配慮といった文化や価値のバリアフリーも、国際水準のアクセシビリティとして明記するとよい。さらに、災害時の多言語による情報発信や、混雑状況を可視化して特定地域への集中を緩和する仕組みなど、地域の強靭性、いわゆるレジリエンスを高める対策も重要である。

・「持続可能な観光の定着と深化」については、これまで岐阜県が進めてきた持続可能な観光の取組を全県に広げるとともに、地域住民の参画という本質を大切にしていただきたい。そのためには、データに基づくモニタリングの質と地域内経済循環の視点が重要である。

・KPI に関し、住民満足度や観光客満足度は参考指標にとどめず、定期的に数値を計測し、施策の改善に生かすデータ駆動型のマネジメントとして位置付けるべきである。また、観光客が支払ったお金が、地元の農家や伝統産業、地域事業者にどれだけ還元されているのかという地域内経済循環も、モニタリングに組み込まれることが重要と考える。

以上