

若手職員プロジェクトチーム会議（観光振興） 概 要

- 開催日時：平成30年7月19日（木） 13：00～15：00
- 開催場所：岐阜市役所 本庁舎4階 第1委員会室
- 会議テーマ：観光振興
- 出席者：〈若手職員プロジェクトチーム〉
武山 慎也、坪井 俊介、大江 晃弘、高田 敦裕、岡村 俊哉、鳥本 浩平
〈庁内関係部局〉
企画部長、商工観光部長、まちづくり推進部長、
基盤整備部次長兼基盤整備政策課長
〈招聘者〉
山田 拓 氏（株式会社美ら地球 代表取締役）
長瀬 俊一 氏（株式会社十六総合研究所 研究員）

○施策・事業案に対する主な意見

■長良川の水を活かした、コンテンツ開発プラットフォームづくり

- ・ミズベリングを整備して、本当に人が来るのか。特に、初めて実施するような事業は、他事例の主要成功要因（CSF：クリティカル・サクセス・ファクター）を把握すること。また、ターゲットに対するアンケートなどから情報を得るなどして、本当にこれが求められているのかを企画段階でしっかり考えるべき。（招聘者）
- ・飛騨里山サイクリングは、英米が多く、日本人は3位。日本人はお金や時間を使って遊ばない。（招聘者）
- ・住民向けのサービスなのか、来る人向けのサービスなのかの整理が必要。（招聘者）
- ・河川法の改正以降、河川を一つの観光資源として、にぎわいづくりが求められており、岐阜市の象徴の一つでもある長良川についても、経済効果は大いに期待できる。（招聘者）
- ・ミズベリング・プロジェクトは、市民、企業、行政が三位一体となることが肝要。市だけでなく、民間事業者とプロジェクトをつくり上げていくという考え方には、大きく期待できる。（招聘者）
- ・ハード整備は、民間事業者だけでなく、市民に協力を求めるのも一つ。欧米では、グリーンインフラへの市民による投資事例もある。日本人もグリーンインフラに対し、1,000円/人程度の負担であれば許容できるという調査結果もある。（招聘者）
- ・長良川は、雨が降れば、急激に水位が上がる川であり、また、市民の憩いの場でもある。鶴匠をはじめ、周辺住民との関係から、観光客を誘致する対象として捉えると厳しいかもしれない。（関係部局）
- ・具体的な案を描き、時間をかけて河川管理者をはじめとする関係者との調整が必要。社会実験などを通じて、実施された事例がある。ハードだけでなく、イベント等ソフトとからめるなど工夫により、人を呼び込む可能性はあると思う。（関係部局）

■鶴飼観覧船の有効活用

- ・不稼働資産の有効活用は良いアイデアだが、寒さ対策や見るものの工夫が必要。（招聘者）
- ・インバウンドの遊びに対する平均単価は10万円/日、県内ツアーでも5万円/日という見方もできる。ぎふ長良川鶴飼は、貴重なコンテンツなので、インバウンド向けに高付加価値化を検討してもいい。（招聘者）

- ・職員互助会による補助は、職員の利用促進という観点であれば、避けた方が良い。(招聘者)
- ・夜間に、観光客を呼び込み、宿泊へつながれば、大きく観光消費額が変わる。宿泊の仕組みづくりとして、長良川クルーズが一つのきっかけとなると良い。(招聘者)

■地域資源観光マーケティング

- ・「人」は、地域のインナーブランディング。人を呼び込むためには、地域住民が地域に誇りを持つことが重要。収益にはすぐつながらないが、長い目で子どもたちのピュアな気持ちを少しずつ大きくしていくことは大事。(招聘者)
- ・「旅」について、住民による実行委員会を組織という話はきれいだが、押えるべきところをしっかりと押えないとやらされている感ばかりが出てしまう。また、「人」に比べ、収益性や事業成果は織り込むべき。(招聘者)
- ・行政の役割は、市民や民間の下支え。行政が担うべき役割をきちんと整理する必要がある。(招聘者)
- ・単なる地域学習だけでなく、ガイドを通じた体験や経験が、子どもの地域に対する誇りや愛着心を醸成し、観光振興だけでなく、定住人口の増加、人口流出の防止につながることを期待できる。(招聘者)
- ・「旅」と「人」とあるが、「旅」の部分は、民間事業者がすでに考えているところ。行政でしかできない事業ということであれば、子どもガイドを起点に商品設計をしたほうがおもしろい。(招聘者)
- ・テーマは、子どもにガイドしてもらって喜ぶ客層が望むものとするか、子ども自身が興味、関心のあるものとした方が良い。(招聘者)
- ・岐阜高校のESS部の生徒が、ぎふ長良川鶴飼で、外国人の案内をしている。彼らもガイドをするごとに、どんどん意識が高くなっており、今では、本当にいいガイドになっている。(関係部局)

■日本遺産を活かしたインバウンド向け「コト消費」のプロモーション

- ・日本遺産や文化財等で何があれば来てくれるのかをどこまで描けるか。ターゲットが求めているものは何で、どこを訴求していくのか。これがあるから岐阜市に来てくれるはずというものが必要。その価値がしっかりできれば来てくれるはず。(招聘者)
- ・欧米をターゲットとしているが、今ある強み(アジア系)を伸ばしていくのか、あるいは全く新しい分野(欧米系)を開拓するのか。新規開拓は、新しい需要を取り込む大きな効果を期待できるが、リスクとリターンに加え、外国人の受け入れにまだまだ余地があるというような状況を踏まえると、今来ているアジア系に目を向けた方が良いのでは。(招聘者)
- ・岐阜県のプロモーションは、欧米豪にシフトしてきており、アジア系もそれなりに成熟されてきたので、欧米をターゲットとすることもあってもいい。ただし、日本遺産が外国人に伝わるかどうかは疑問。(関係部局)

■柳ヶ瀬の魅力を発掘・発信するローカルWEBサイト

- ・中心市街地活性化に向けた取組みは、全国的に進められているが、なかなかうまくいっていない。失敗要因から学ぶやり方はある。(招聘者)
- ・Webは、情報を出し続け、拡散していくことが必要だが、そういった意味でもメンテナンスが大変。持続可能なものとするための策は必要。(招聘者)
- ・サンデービルディングマーケットで、若い客層が柳ヶ瀬を訪れるようになったが、既存店にはつながっていない。その理由をしっかりと調べる必要はある。(招聘者)
- ・単なる情報発信だけでなく、柳ヶ瀬をどのようにトータルデザインし、アピールしていくかが重要。(招聘者)

■また乗りたくなるレンタサイクル「Gチャリ」推進事業

- ・自転車は、あくまでも交通手段であり、日本では、欧米に比べ、マイノリティーな交通手段である。その中で、レンタサイクルがあることで、利用者のどのような課題が解決するのかという、観光用途での利用者像が見えている必要がある。(招聘者)
- ・他都市の事例を参考に、最適解が見出せると、良いものとなる可能性はある。(招聘者)
- ・岐阜市の観光における課題は、玄関口である駅前からの2次交通の整備。レンタサイクルは、その解の一つ。実現性の高い事業なだけに、事前のニーズ調査が重要。(招聘者)

■多機能型アプリの開発

- ・アプリをダウンロードさせること自体が大変なこと。コンテンツの新鮮さを保ちつつ、持続させていくことも求められる。また、ダウンロードしてでも使いたいアプリを開発する必要があるが、実際には、難しい。(招聘者)
- ・外国人にとって、ローカルで整備されたものに対する信頼感は低い。(招聘者)
- ・他の事例の成功、失敗の要因分析が必要。利用促進機能についても観光客が望んでいるものをしっかりと調査すべき。(招聘者)
- ・観光客にとって、使い捨てではなく、リピーターにつながるような仕掛けがあると良い。(招聘者)
- ・開発費用に加え、更新費用についても要検証。(招聘者)

■Wi-Fi 環境のエリア整備

- ・日本では、無料 Wi-Fi の整備が進められているが、欧米豪では、基本的に何らかの受益者負担が求められる。高山市のように、防災やマーケティングに活用するのであれば、無料でも理解できるが、税金を投入する以上、タダ乗りを推奨するような事業には反対。(招聘者)
- ・無料 Wi-Fi が観光にどこまで寄与するのか。無料 Wi-Fi があるからと言って、そこに行きたいとはならないし、ないからと言って、そこまで印象が悪くなるなどとは思わない。(招聘者)
- ・否定はしないが、相当な費用をかけてやる以上、5年後、10年後の通信環境に関する情報なども集約しつつ、進めていった方が良い。(招聘者)

■市民のおもてなし機運を醸成する「おもてなし人(びと)」の創設

- ・C to C の時代だからこそ、こうした、人をマッチングさせるプラットフォームが必要だと考えていると思うが、プラットフォームの維持や外の人による認知に労力が相当かかると思う。(招聘者)
- ・市民や事業者が観光客をおもてなしできるようになるのは理想的だが、現実的にはどうか。(招聘者)
- ・市民などが交通手段や食事処などを知る機会を、育成フェーズとして、もうワンステップ必要。(招聘者)

■観光部門の組織改革と人員増強・観光コンベンション協会の改革

- ・もう少し精査しながら進めていくべきだが、考え方は、概ね賛成。ただ、何よりも重大なのはどうかやってやるか。相当馬力の要る仕事であり、どのように糸口を見出すかが重要。(招聘者)
- ・プロパーは入れるべき。(招聘者)
- ・岐阜市として、観光振興を積極的にやっていくということであれば、ぜひやるべき話。本来、人が変わらなければ、意味がないが、組織から変えていくというやり方も一つのステップ。(招聘者)
- ・公益財団法人から一般財団法人に変わるという意義をしっかりと考えて欲しい。(招聘者)