

第2回 「岐阜を動かす」若手職員プロジェクト会議

会議概要

○開催日時：2018年8月9日（木） 15：00～17：00

○開催場所：岐阜市役所 本庁舎3階 市長応接室

○会議テーマ：観光振興に関する施策事業案について

○出席者：市長

〈若手職員プロジェクトチーム（PT）〉

武山慎也、坪井俊介、大江晃弘、高田敦裕、岡村俊哉、鳥本浩平、熊澤麻里

〈庁内関係部局〉

商工観光部長、企画部長

〈招聘者〉

田中三文氏（三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社）

中野文彦氏（株式会社JTB総合研究所）

○公開の可否：公開

○傍聴者数：4名

○議論要旨：下記の通り

■開 会

■市長あいさつ

本日は第2回の「岐阜を動かす」若手職員プロジェクト会議ということで、ご参集いただき感謝する。

この会議では、観光振興とこどもファースト（子ども・子育てに関する分野）の2つの分野のプロジェクトチームを編成。これらのプロジェクトチームを編成した1つの目的は、2040年に、団塊のジュニアの世代が65歳以上になる時代がやってくるという中で、我々、地方都市、地方自治体のあり方も非常に大きな曲がり角に来ているというふうに認識をしている。

20年後のそういった時代は、プロジェクトチームの若手職員が、この岐阜市役所、岐阜市政を背負って立つ幹部になっている時代でもある。したがって、今のうちから政策立案と、それにおけるプロセスにおいて、民間の指導なども頂戴しながら政策をつくり上げ、さらに、それを実際

に、いいアイデアについては来年度の予算に反映し、市外や県外などへ向けて、その事業を発信し、また、その事業の成果もフィードバックするという一方で、そういった1つの経験も踏みながら、彼らにも大いに力をつけてもらいたいと思っている。

また、観光分野については、特に岐阜市から結構若い人材が流出をしている。そういった若い人材に対し、昨年度、実施したアンケートでは、岐阜市のいろいろな施策についてご存じない方が半分いるということで、岐阜市としていろいろな事業を実施しているが、残念ながら知られていないという、悔しい現実がある。

したがって、市民に対し、いかに岐阜市の魅力とか岐阜市のよさ、あるいはこのまちで住み続ける、最終的には岐阜市にUターンしてくるというようなシビックプライドをいかに醸成していくかということも、市政の大きな課題ではないかなというふうに思っている。

そんな中で、この観光というのは、地域の魅力、資源、そして、岐阜市のよさといったものを再発見する貴重な機会である。また、観光ということで、多くの人に来てくれるということは、私たちのまちが評価されているということにもつながる。そのため、ぜひ交流人口が増えて経済的に活性化をするという側面だけではなくて、シビックプライドがしっかりと醸成されて、この人口減少時代を乗り越えていけるようなまちをつくりたい、そういう意味で、この観光政策というのはとても重要だと位置づけている。

それぐらいこの観光分野については思いを持って首長としても取り組んでいるので、本日は、招聘者のお二人からいろいろとご意見をいただけたらと思っている。

■ 招聘者紹介（事務局から紹介）

■ プロジェクトチームメンバーの紹介（事務局から紹介）

■ 意見交換

● 施策の方向性について（若手職員PTメンバーから説明）

● 施策事業案について

【商品開発】

- ・ 長良川のミズベを活かした、コンテンツ開発プラットフォームづくり（若手職員PTメンバーから説明）
- ・ 鶯飼観覧船の有効活用（同上）
- ・ 子どもガイドによる地域資源開発（同上）

○招聘者

まず、若手職員プロジェクト会議という取り組みについて、いわゆる縦割りとよく言われる市役所の組織の中で、各部署から若手職員が集まって1つの観光ということを考えるやり方はすごく素晴らしいと思っている。また、しっかりと予算化を検討されているというところも本当に素晴らしいと思っている。

「長良川のみずべを活かした、コンテンツ開発プラットフォームづくり」について。単純にアクティビティを設けるということではなく、もっと幅広く長良川という水辺空間を活かした岐阜市の魅力アップや、岐阜市のまちづくりの中に水辺空間を活かしていくみたいなどの視点があって、その中でアクティビティをやる。それから、「鵜飼観覧船の有効活用」の観覧船の活用も、水辺の魅力アップということでいくと、もっともう1つ上に岐阜市の長良川というまさに全国ブランドでもあり、岐阜市民の誇りでもある地域資源、それをどう活かしていくかというところから入って行って、そのうちの1つがアクティビティですよというようなことだと流れがスムーズだと思う。水辺に空間、空き地があるから、そこでアクティビティをやりましょうとか、飲食を設けましょうだと、多分単体で終わってしまうと思う。

例えば、岐阜県は、清流の岐阜というブランド力、ブランド展開をしているが、それは、岐阜市でも、清流都市岐阜市として使えるはず。岐阜市も清流長良川が流れるまちだというところがまず基本にあって、それが観光にも使えるし、市民のプライドにも使えるというところが一番重要なポイントだと思っている。それありきで水辺でのアクティビティや飲食空間をつくるというのもいいと思うし、もっと水辺を歩きやすくするような公園的な開発、長良川うかいミュージアムあたりも含めて考えていくこともありだと思う。また、本当に川べりの川が見えるところだけではなく、例えば、川原町も言ったら川べり。川原町周辺も含めて考えると、長良川周辺をぶらぶら歩けるという岐阜市の魅力も構築できると思うので、それを事業案のとおりでもおもしろいとは思いますが、そういったものを含めて全体で考えると、マーケットが広がってくると思う。例えば、アクティビティだけで、わざわざ名古屋市からここへ来るかというのと、だったらもっと本格的な山の溪流のほうがいいねとか、海のほうがいいねとかとなると思うので、ここならはのものというふうに展開するのであれば、そういった歩き方もあるのかなと思う。

事例として挙げた、今年、美濃加茂市にできたリバーポートパークという施設は、かなりいい施設。もともと日本ラインの船着き場だったが、今、日本ラインがやっていないので、その船着き場の公園を再開発して、基本的にはバーベキュー場が中心だが、その奥の森もきれいにして、昆虫を採りに行けたりとか、いわゆる森林ロハス的な空間があったりとか、カフェも誘致するなど非常によい施設ができた。関心があれば一度見に行くといい。

「鵜飼観覧船の有効活用」について。これもおもしろいと思うが、この観覧船に乗る価値がど

こまであるかというところがやはり気になる。水辺を走ったらどんな気持ちのいい空間があるのかなというふうに思ったが、それがないと、ただ船に乗って行って帰ってくるだけではおもしろくない。例えば、東京都の墨田川の遊覧船は、見える景色がそれなりのものがあるのでおもしろいと思うが、金華山だけ見えても多分おもしろくないと思うので、その辺がどうなるかなというところはある。

ただ、事業案にあるように、こたつ船など何かおもしろいイベント的なものをやるということもおもしろいと思う。山形県の最上川でこたつ船を運航しているが、結構、外国人に好評とのことで、そういう仕掛けをつくってもおもしろいかなと思う。

岡崎市では、岡崎城で桜の時期だけ遊覧船を運航している。桜の時期の岡崎城の1つの魅力ということで続けている。少し高い料金設定で、岡崎の有名な和菓子をお茶菓子としてつけて、そこに語り部も乗船し、岡崎城を案内するという付加価値をつけた仕掛けなども行ったことがある。このようなどんな魅力がつけられるかというところだと思う。

「子どもガイドによる地域資源開発」について。結構各地で行っているが、一番有名なのは佐渡ヶ島の中学生ガイドで、夏休みの期間に、中学生が本当にボランティアガイドとして観光客をガイドしている。例えば、おそらく岐阜市で一番観光客が多いのは鶯飼のオンシーズンだと思うので、そういうシーズンの土日だけとか、夏休みだけとか、そういうときに中学生がガイドするというのは、1つの魅力としておもしろいと思うので、いかに活躍してもらえるかかなと思う。

ただ、中学生にプログラムを考えさせるというのは、なかなか実は難しく、それが本当に大人たちが喜んでくれるようなコンテンツをつくれるかという、よっぽどのアイデアがないとなかなか難しいと思う。行政が用意したシナリオで、中学生は案内するだけでも私はいいと思うので、中学生ガイドというものができればいいと思う。ひいては、ガイドをした中学生たちが行く行く長良川温泉の従業員になっておもてなしをしていくみたいな、そういう経験が生きて、岐阜市に暮らし続けるみたいなことにつながるとおもしろいと思う。単なる観光の魅力ではなくて、市長が仰るシビックプライドとして、中学生のときに岐阜市で観光客をおもてなししてよかったなということが岐阜市に住み続ける理由につながっていくようなプロジェクトだとおもしろいと思う。

○招聘者

本日、お話をするときにご覧いただきたい部分が3つある。

1つ目が経済。観光消費の拡大という部分で、二宮尊徳の言葉で、道徳のない経済は罪悪であるというのと、経済のない道徳は寝言であるというのがある。観光の仕事をやっている、経済というのがすごく最近持ち上がってきている。DMOとか、地域経済の活性化というところで、その前は

観光まちづくりということで、地域の魅力をどう光らせていくかというところで、この2つが入れ繰りしながら動いているというのが今だと思うが、昔でいう道徳という部分と経済の部分というのをどう両立させていくのかというのが非常に重要な部分ではないかと思っている。

もう1つ目が、今回の会議のタイトルにもある「動かす」というところ。検討している施策事業において、ここをもう少しブラッシュアップしたほうがいいと思っているが、例えば、「長良川のみずべを活かした、コンテンツ開発プラットフォームづくり」で、誰を主として動かしたいかというところ、観光客の前に多分市民とか、岐阜市の民間企業や若手の起業家などが活躍する場をつくりたいということだろうというふうに理解をしたが、そういったところ。観光客というのは、その先にあつて、もちろんいいが、行政として誰を動かしたいのか、このプロジェクトに誰が動いて、その先で誰が動くのかというところ。我々も5W1Hみたいなのをよく使いながら整理をするが、そういうところがシビックプライドだとか、Uターンにつながる、響いていくのかなと思っている。

最後、1つ、コト消費という部分。最近の観光のキーワードで、何がコト消費かというのがとても難しいところではあるが、豊かな時間をどう消費してもらおうかという部分にもこだわりながら、コメントしたい。

「みずべを活かした、コンテンツ開発プラットフォームづくり」について。岐阜市の方々の活躍する場をつくりたいというプロジェクトだろうというふうに理解をしている。川の管理という部分で難しい部分はたくさんあるかと思うが、ぜひ物語性のある場づくりというのができる、すごく可能性があるのではないかと。自然との共生とか、長良川というシンボルだとか、最近だとグランピングというのもあり、ちょっとおしゃれな格好いい場づくりというの也比较的安価にできるようになってきている。

1つ事例として、八戸市のみろく横丁というチャレンジショップを挙げているが、例えば3年間で自立をするというようなストーリーで、チャレンジショップのような形で、地元の方々に対して仕掛けていくような場というのでも可能だろうと思っている。

「鵜飼観覧船の有効活用」について。コト消費という、売る理由というのをどうつくるか。こたつ船というのでもコト消費。事業案に、熱燗とあるが、地酒を熱燗で楽しむとか、地元の料理を楽しむとか、ちょっとプレミアムな時間を過ごす夜などとすると、少しの工夫で、ちょっと豪華なコト消費になる。また、怪談もただ怪談とするのではなく、例えば岐阜市の昔話とか、民話を取り入れた、それこそ信長公話や道三公話などをちょっと盛るだけでも、おもしろい乗る理由が出てくるのではないかと思う。

ここでは1つ、経済という部分で、2億円の赤字のちょっとずつ削減ストーリーというのを実際につくってみるといいと思う。値段を設定して、それが例えば毎年何人ぐらいを目標にするのか、

それが何年ぐらいでだんだん赤字がちょっとずつでも減っていくのかという目標があると、具体的にになっていくのではないかと。場合によっては、投資が必要な部分もあり、赤字が増えてしまうことにもなりかねないが、その部分を計画的に、PDCAをきちんと回せるような形でやっていくといいかなと思う。

「子どもガイドによる地域資源開発」について。事例として挙げた長崎の「さるく博」は、10年以上行われているが、仕掛け人が市民と3年がかりでマップづくりから始めた事業。そういうマップをつくり、有料でガイドをするというようなことが長崎の名物の1つになっている。また、大学生の観光まちづくりコンテストの事例は、国土交通省が積極的に進めており、今年から多摩川ステージがスタートした。

こういう子どもガイドは、なかなか難しいので、アイデアとしては岐阜城とか金華山とか、少しフィールドを縮めてあげたりすると、子どもでもいろいろアイデアが出るかなとか、商店街の大人もしっかり巻き込んでやっていくような仕掛けがあるといいかなとは思った。

ポイントは子どものつくったものがきちんと残る、続く、動いているというところをしっかりと見せられるようなものにする事だと思ふ。なかなか難しいことではあるが、子どものつくったものがしっかりと続いていくようなところまで、例えば3か年のゴールのその先までイメージできるといいかなと思う。

○市長

「長良川のみずべを活かした、コンテンツ開発プラットフォームづくり」について。昔からみずべリングにはずっと関心があり、北九州市を視察したこともある。

まずは、社会実験でチャレンジしてみるというのが一番いいのかなと。チャレンジもしながら課題を見つけていくということが大事な点かなと思う。

単にみずべリングというだけではなく、岐阜県のみ清流の国づくりという1つのストーリーの中で、世界農業遺産の長良川システム、長良川と生活圏といったところから、水辺でつなげていくと、よりみずべリングをやるという意味が深くなってくるだろうと思う。

「鵜飼観覧船の有効活用」について。鵜飼観覧船事業本体についてはどういふふうを考えているのかなというのは非常に興味があったところ。今回、あくまでもオフシーズンなどの副次的なところから赤字を縮小しようとか、魅力を高めようということだが、そもそもの鵜飼観覧船事業にもいろいろと課題が本当はあるのではないかなというふうにも思っており、女子旅クルーズなどのように、少しおしゃれな船にしてというようなことも思っているが、いわば今までのように安くたくさんの人にとるところから、船頭さんも少なくなっている中で、ある程度高価格帯の鵜飼なども、高付加価値ということでもっと大事かなと思う。

「子どもガイドによる地域資源開発」について。おそらく観光客にいきなり子どもがガイドをすることに対して、結構ハードルが高いというご指摘だと思うが、例えば今、教育委員会に、国際交流とか姉妹都市の関係から、姉妹校との交流をもう一回しっかり復活させていこうということを書いており、いきなり来るかどうかは別にして、姉妹校との交流の中で、あるいは、彼らが来たときに、単に学校に来てくれてよかったということではなく、岐阜市の地域の魅力を伝えようというようなときに、彼らに対して、子どもがガイドをするというようなところから入っていただけるとちょうどいいのかなと思う。

○若手職員PTメンバー

「長良川のみずべを活かした、コンテンツ開発プラットフォームづくり」について。民間の事業者と連携しながらやれるといいかなと思っている。

○招聘者

リバーポートパークは、ホームページのデザインからしてもすごいおしゃれで、すごくいいイメージやものがある。ネーミングもすごい大事。

○若手職員PTメンバー

「鵜飼観覧船の有効活用」について。個人的には、川の中から何もやっていない川岸とかを見て、おもしろいなと思ってはいるが、それがどこまで求められているのかというところは思うところなので、乗る意味というのをしっかり考えてやらないといけないと思っている。

○招聘者

乗って外を見るという魅力もあれば、乗ったままで全然外を見なくても、そこで1時間なり1時間半過ごすだけで楽しんで帰るというものもある。豊橋市の路面電車は、夏は「納涼ビール電車」、冬は「おでんしゃ」となって、おでんを出したりしている。普通の住宅街を走っており、景色がいいわけでもなく、1時間半ぐらい電車に乗ってというだけではあるが、特別感があるので利用されているというところはあるようだ。観覧船についても、観光客という前に、まず市民が喜んで楽しめるようなものになるとおもしろいかなと思う。また、鵜飼のオンシーズンは観光客向けだけど、オフシーズンは市民向けみたいなすみ分けをして、市民が水辺を楽しめるクルーズというのでもおもしろいかなと思う。名古屋市でも最近、運河をクルーズが走っており、外国人旅行者が乗っているのを見たことがある。

○若手職員PTメンバー

「子どもガイドによる地域資源開発」について。確かに観光客の方は岐阜市に観光として満足を求めて来ているので、いきなり中学生がガイドというと確かに満足は得られないかなというのを感じた。

一方、招聘者紹介の鳥羽市の島っこガイドで、地元の小学生が、これだけガイドができるんだということで、子どもでもガイドができるというところに、ちょっと希望が見えたかなというふうに実は考えている。ただ、そのガイドに至るまでの学びの期間で、観光客が満足するプランや観光ルートを組み立てていくことは、子どもだけではおそらくできないかなと思うので、地元のまちづくり団体や地元で活躍されている団体に協力してもらいながら、一緒にやっていけるといいかなと思っている。また、コーディネートする人についても、この事業の展開の中で考えていけたら、何とか子どもが、観光客が満足いくような観光ルートができないかなということで、少し研究していきたいと感じた。

○招聘者

教育の中でやっていくというと結構重いものになってしまうが、鳥羽市の菅島では、毎年、島っ子ガイドをやっている。これは実は夏休みの宿題で、菅島を紹介するガイドを11月に実施するのだが、その素材を夏休みの宿題でつくって、秋に披露するというもの。その期間、1か月ぐらい、コーディネートする会社がしっかりと教育をして、練習をして、本番に挑むわけだが、本当に感動する。何も詳しい説明ではなく、小学1年生の7歳や8歳の子どもでも一生懸命ガイドしてくれて、ここから見る夕日が大好きですというだけではあるが、それだけでも旅人は感動する。要は、いろいろ豊富な資源をどう解説するかだと思う。うまく活かせばいいと思う。また、教育のプログラムに入れると大変なので、公募にして、意志の強い子どもたちを集めてやるというやり方もあると思う。やる気のない子どもにやらせてもなかなか難しいと思うので、意志の強い子どもたちに体験させて、その子どもたちが岐阜市の観光を支えていく人材になっていけばいいと思うので、そういう方向性もあるかなと思う。

【プロモーション】

- ・柳ヶ瀬の魅力を発掘・発信するローカルWEBサイト（若手職員PTメンバーから説明）

○招聘者

事例として、長崎の浜んまち商店街を挙げたが、これは、ローカルの情報発信ではなく、どのように商店街を観光で活性化していくかということで、クルーズで来る外国人の団体にプロモー

ションとセットで、来てもらうだけではなく、しっかり消費をしてもらうという仕組みをつくったという事例。

柳ヶ瀬の商店街も、情報発信をするというところの中に稼げる仕組みというのがしっかり入ってくるといいと思う。施策事業案の「多機能型アプリ」や「Gチャリ」などの移動手段、例えば外国人に対する情報発信のアプリなど、ダウンロードをする必要がある仕組みとセットで、連携して、コスト消費を志向する人たちにとっておもしろいと思えるような情報を発信できるといい。人や商品など店舗の宣伝だけをしてしまいがちだが、実はこの店舗のこのメニューやこの商品がおもしろいということなどストーリーで紹介できるような情報を発信するといいと思う。

何となく、若い、新しい来訪者というよりも、今一番情報を欲しがっている、例えば、宿泊している外国人に発信していくとしたがほうが、ストンと事業としては、はまりやすいのかなとも思う。これだと、若い、新しい来訪者ということで、どこの誰にどんなふうに発信をするのかというのがぼやけており、絞ったほうがよりアイデアが生きると思う。

○招聘者

今の情報発信の時代から言えば、現状でもそうだが、間違いなく紙媒体からWEB系にこれからますますそうなっていくと思うので、ここをこれから充実させていくというのは非常に重要な方向性だと思う。ただ、今日、柳ヶ瀬を自転車で走ってみて、正直なところ、立寄り観光客的には柳ヶ瀬には十分な魅力がないと感じた。一方で、サンデービルディングマーケット（以下「サンビル」という。）やロイヤル40など結構おもしろそうなことをやっているの、そういったものが1つ、2つ、3つ、4つ出てくると、そういった客層が来たくなるまちに徐々に変わっていくかなと思うので、それを育てていくというのが重要かなと思う。それがあつてのWEB発信だと思うので、先にWEBありきで、WEBを先につくったからといって柳ヶ瀬の魅力が高まるわけでもなく、WEBのコンテンツに魅力があるから柳ヶ瀬へ遊びに行くわけでもないと思うので、どちらかといえば、柳ヶ瀬の魅力をどうアップしていくかということを考えて上で、これを考えたほうがいいのかなどは思う。

先ほど、柳ヶ瀬のある店舗で昼食をとったが、そこを選んだ理由は、「柳ヶ瀬」がついたランチメニューがあったから。もし「柳ヶ瀬」がついていなければ、選ばなかった。要は、柳ヶ瀬で食べる価値があるかもしれないというものが、それが本来のコンテンツだと思う。それが、柳ヶ瀬に来た人が、あるいは柳ヶ瀬に行こうと思っている人が、柳ヶ瀬に行って食事をしようと思うけど、何かおいしいところあるのかなと調べたときに、果たしてそれが出てくるかどうかというところが大事かなと思う。

トリップアドバイザーで、岐阜市内の人気飲食店トップテンというのを調べてみると、2位に築

130年余の町屋造りのカフェがランクインしていた。観光客とか旅人は、やはりそういう特別感があって行くので、それがこのローカルWEBサイトで柳ヶ瀬ならでは、あるいは柳ヶ瀬をぶらぶらしようとしている人たちに役に立つ情報が集約されているようなものであればいいと思う。ただ魅力がない中であっては、先にこちらでプラットフォームをつかって、そこに当てはめていくというやり方でもいいとは思う。

柳ヶ瀬をぐるっと走って思ったのは、あの広い商店街全体が同じイメージだということ。このストリートは若者向け、このストリートはおばあちゃん、おじいちゃん向け、ここのストリートは女性向けなどというのがあると、もっとおもしろくなると思った。長い年月をかけて、サンプルやロイヤル40の動きなどが、そういうふうにつながっていくといいかなと思うし、そういう可能性は十分にあると思う。

○市長

地元の商店街がやるべきこと。要は自分たちのまちの集客のことなので、結局、地域の中の人たちが立ち上がって、人や店舗を見せたいと商店街の人たちが思わない限り、我々が勝手につくっても、我々の一方通行で終わってしまうと思う。本来は主体的に彼ら自身がつくるのを、サポートするということが本筋かなとは思う。最終的には、自走式にならないといけない。彼ら自身がやっぱり自分たちの足で立って歩いていかないといけないと思う。

○若手職員PTメンバー

主体はあくまで民間や商店街であるべきだというのはある中で、こういったものは、投資して回収するというのがなかなかコスト感として合ってこないという部分であり、その最初のところに市が関与するというのは、個人的には必要だと思っている。この事業自体は、あくまで民間のまちづくり会社などが、今、来ている客をそのまま帰すのではなく、地元には波及させたいという思いの中から、やっていきたいと考えたものなので、思いとしては確かに地元主体であるべきだとは感じている。

○関係部局

維持管理やメンテナンス、最新の情報の維持などを行政がずっと続けるかどうかということになると、やはり民間がそれなりの役割を担わないと続かないし、古い情報を載せていても仕方がないので、その辺の検討が必要だと思う。

【受入環境整備】

- ・また乗りたくなるレンタサイクル「Gチャリ」推進事業（若手職員PTメンバーから説明）
- ・多機能型アプリの開発（同上）
- ・Wi-Fi環境のエリア整備（同上）
- ・市民のおもてなし気運を醸成する「おもてなし人（びと）」の創設（同上）

○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」について。名鉄岐阜駅にレンタサイクルポートがないというのは、致命的。名鉄で訪れた人がレンタサイクルを利用しようとする、JR岐阜駅の南口までいかないといけないので、名鉄岐阜駅周辺については、ぜひ整備してほしい。

また、レンタサイクルを活用して、自転車で走る観光のまちのイメージをいかに高めていくかということも必要、現在、レンタサイクルポートで配っているパンフレット「ぎふポタ」は、イメージもすごくいい。だから、いわゆるポタリングという自転車で散策するというイメージは非常にいいので、「長良川のみずべを活かした、コンテンツ開発プラットフォームづくり」にもつながる話ではあるが、JR岐阜駅あるいは名鉄岐阜駅で自転車を借りて、岐阜市内を自転車で散歩しませんかというようなイメージをつくっていくと、ほどよい距離感なので、非常にマッチすると思う。岐阜市内は平坦なので、電動アシスト自転車でなくても、普通の自転車ですごく走りやすいので、いいイメージの自転車に変えられる予算があるのであれば、それはまちのイメージも変えると思う。金沢市や仙台市、富山市、最近では名古屋市の栄あたりでも「でらチャリ」というのが始まり、システム化して、おしゃれな自転車で走っており、最近すごく増えている。岐阜市もすごくふさわしいと思うので、事業案が一步でも進むとおもしろいと思う。

「多機能型アプリの開発」について。旅行客にとって、旅前情報と旅中情報とあって、どちらかというとな旅前情報のほうが重要だったりする。例えば、岐阜市に行く決めて、金華山行って、岐阜城のぼるけど、あと何があるかなというのは、来てから決めるというよりも、どちらかというとな来る前に、周辺に何かあるかということをお体調べてくるのが多い。その意味で、もちろんアプリでもいいが、事業案としては、旅中アプリで、岐阜市に来てから活用できるというところだと思われる中で、それよりも、旅前情報を充実させるというところていくと、岐阜観光コンベンション協会のWEBサイトをアプリ化していくとか、そういうつながりでやっていったほうが、新たにコンテンツをつくるのは大変なので、今ある岐阜観光コンベンション協会が持っている素材を活かした新展開みたいなことで、旅中情報につなげていくと有益かなと思う。

実際、私もレンタサイクルポートで自転車を借りる際に、冊子「たびびと」の情報で何かおもしろい情報があるかなと思ったら、最初は岐阜城で、次が鶺鴒とあり、これだとすでに知ってい

る情報。本当に知りたいのは、何か岐阜市に新しくできたおしゃれなカフェなどの情報。なかなかこういう情報は載っていないので、そういう情報がアプリで調べられるとおもしろいと思う。

「Wi-Fi環境のエリア整備」について。Wi-Fiには、いろいろな用途があり、もちろん外国人が無料Wi-Fi環境の整備を望んでいるというのは当然ではあるが、本当にまちなかですっと使っているかという、そうでもない。駅とホテル、旅館で最低限使えるようになればいいと思っている。もちろん最近、地図アプリとか乗り換え案内も全部多言語化されていて、それで歩いている人もたくさんいて、そういう意味では必要だと思うが、コストを考えると、どれだけの費用対効果があるかは疑問。

ただ、今ここで、「Gifu-City Free Wi-Fi」はつながるが、WEBが見られない。多分電波が弱いのだと思うが、そのストレスは結構ある。名古屋市の地下鉄もWi-Fiにはつながるが、WEBが見られないところもある。何のためのWi-Fiなのかということになる。だから、しっかりとWEBが見られるぐらいの電波が飛ぶWi-Fi環境を整備できるのであればいいが、例えば岐阜市内の全ホテル、旅館の各全部屋にWi-Fi整備されていますよというのでも、インバウンドを誘致できる可能性はある。私も国内出張をするときは、Wi-Fiが整備されている部屋しか予約しない。そういうところを岐阜市の強みに変えていったほうが、まちなか全部を整備するよりも、観光客を誘致する強みになるのではないかと思う。その辺は、補助事業みたいな形でやるのかとも思うが。

高山市は、防災目的でWi-Fiを各所に設置し、全て外国人の旅行客にメールアドレスを登録させ、もし地震など何かあったときはそこに全部連絡するという事で、防災目的の予算でWi-Fiを整備した。結果的には観光やマーケティングにも使っており、どの国の人たちが使ってどこへ行ったみたいなどころまで、Wi-Fiの情報でデータを集めている。このように、防災目的の予算を使ってWi-Fiを整備したという事例もある。

「市民のおもてなし気運を醸成する『おもてなし人(びと)』の創設」について。蒲郡市では、蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュという事業を2008年から実施している。目的は、当該事業と似たコンセプトで、蒲郡市の観光ビジョンのスローガンが「市民の市民による市民のための『観光交流都市』育て」であり、市民に観光への関心を持ってほしかったため。蒲郡市は温泉地で、基本、蒲郡市の観光は、温泉旅館だけのものだというイメージが強く、それをもう一度市民にも関心を持ってもらおうということで、このおもてなしコンシェルジュというのを始めた。検定試験は、なるべく合格者を多くしてコンシェルジュになってもらおうということで、問題は易しくしてあり、現在、1,200人程度。蒲郡市としても予算をつけて、毎年実施しているが、やり続けているということが重要。今回の事業案についても、やり続けることで、周知や育成、普及・調査にもつなげられることができるのではないか。

○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」について。金沢市の事例では、実施主体は金沢市だが、運営主体は民間。ホームページを見ても分かるように、楽しいレンタサイクルやベビーカーのレンタルのほか、手ぶら観光やいろいろなまちのりミッションなどを実施している。「Gチャリ」についても、このようなコンセプトを考えて、展開できるといい。

レンタサイクルポートの設置場所については、戦略的に考えていると思われる。金沢市の場合、利用者の声を拾って、レンタベビーカーや手ぶら観光、スタンプラリーなどをやっているのだと思う。自転車という移動手段をコアに、アプリと連動させてまちのりミッションを実施したり、オリジナルグッズをつくったり、まちのりプロデュースへとつなげていったりして、どんどんまちの魅力を、乗って楽しんでくださいというようなツールになっていくと、コスト消費っぽくなる。そういうところが金沢市の事例はすごく参考になると思うので、自転車の貸出というハードの部分だけじゃない膨らみを持たせると、すごく魅力的になってくると思う。そういうのが「多機能型アプリの開発」などともリンクしていくと、どんどん幅のある、深みのある事業になっていくのではないかな。

「多機能型アプリの開発」について。民間でもいろんな観光アプリを開発しているが、ダウンロードされない。そのために、クーポンをつけるなどいろいろやっているが、どこでダウンロードをしてもらうのか（タッチポイント）というのに非常に苦労する。ジャストアイデアではあるが、例えば、網羅的にではなく、本当にマーケットのニーズに合わせた特化型のアプリとしたほうが取っかかりしやすいのでは。レンタサイクルや周遊チケットなどを電子チケットとしてダウンロードしてくださいみたいなものを入り口として、プッシュ型の情報発信をするというような仕掛けのほうが、ユーザーとしてはありがたいのではないかな。例えばおんぱくアプリみたいなイベント期間開催中のアプリというのでも全然構わないと思う。

「Wi-Fi環境のエリア整備」について。なかなか費用がかかる事業である。よく観光で出てくるのは、SNSで拡散してほしいところにWi-Fiをぜひ置いてほしいということ。写真を撮ってすぐSNSでアップしたいというのは、特に、外国人に多いが、アップするときに、インターネットにつながらないので、後で送ろうというようなことにならないようにするというところに、観光としての意味があるのではないかなと思う。基本的にやっぱり基盤なので、そういうサービスやプロモーションにつながるようなところの理由づけとして、防災などほかの用途と合わせた設置ということになってくるのではないかな。

「市民のおもてなし気運を醸成する『おもてなし人（びと）』の創設」について。おもてなしの考え方、全体にすごく共感し、おもしろいなと思った。おもてなし人を増やしていくというよりは、おもてなし人が活動した後をちゃんと残していけるような仕組みになるともっといいな

と思う。例えば、2019年度は植栽（オープンガーデンなど）、2020年度はまちなか案内人や穴場スポットの情報などを募集してはどうか。一年一年おもてなし人が活動していったものが積み重なっていくと、10年後の岐阜市はすごくおもしろくなるのではないかと期待したりしている。人材プラス活動やコトづくりなどの仕掛けがあると、市民も手を挙げやすくなり、結果がしっかり残って、一年一年の取り組みが見えていくのではないか。

○市長

「また乗りたくなるレンタサイクル『Gチャリ』推進事業」について。おもしろい事業だと思っている。

「多機能型アプリの開発」にもかかわるが、「Gチャリ」とアプリがつながっているなど、目的があって、必ず使わないといけない、ダウンロードしないといけないみたいな形になると本当はいいのだろう。

レンタサイクルポートについては、利用を広めるためには、中部国際空港からつながっている名鉄岐阜駅周辺は、必須だと思う。

自動貸出システムについては、モバイクなどを参考に仕組みなども含めて、検討して欲しい。自転車自身については、おしゃれかどうかというのも結構大事なことか。

○招聘者

今日、私が乗った自転車は、車輪に民間企業の広告がついていて、正直、ちょっと格好悪い。広告収入という意味では、それはそれでいいが。金沢市や名古屋市などの自転車は、おしゃれなデザインとなっている。

○市長

モバイクだと、完全に同じデザインで、見るからにモバイクが動いているということがわかる。そういうPRなども大事であり、デザイン性というのは大事。

○招聘者

観光客が恥ずかしくない自転車にしてほしい。他市の事例では、いわゆる放置自転車を活用しており、そういう使い方としてコストはかかっていないが、逆にイメージはあまりよくない。

○市長

「多機能型アプリの開発」について。観光客に対し、災害時にどう的確な情報を提供できるか

というのは1つ大事な課題だと思っている。アプリなどを考えるときには、このアプリをダウンロードすると防災情報を確実にそこにアップして届けるというようなことはとても大事な仕掛けだと思う。

「市民のおもてなし気運を醸成する『おもてなし（びと）』の創設」について。招聘者からテーマごとにとというアドバイスがあったが、いきなり市民全員にとという取り組みでは幅が広いので、岐阜市の場合、なかなかタクシーのおもてなしがまだまだ浸透していないというようなこともあるので、例えば、タクシー協会などの団体などに協力を呼び掛け、JR岐阜駅や名鉄岐阜駅でタクシーに乗るときのタクシーの運転手にまずおもてなし人になっていただくなど、いろいろなテーマや業種などを増やしていきながら、1つずつクリアしていくと、結果的にそれが面的に広がっていくのではないかと。

○若手職員PTメンバー

「また乗りたくなるレンタサイクル『Gチャリ』推進事業」について。富山市の事例については、統一感があってきれいだということは知っていたが、金沢市の事例については、初めて知ったので、調査していきたい。

○招聘者

富山市と金沢市の事例は似ている。

カード決済やWEBなどで登録などもできるほか、無人のポートがあって、おしゃれな自転車でやっている。富山市の場合はコンパクトシティという大きなくくりがあって、その中の一環でやっており、観光客向けというよりも自転車で通勤しましょうねというコンセプトでやっている。

○招聘者

金沢市の場合、平日は市民が利用し、休日は観光客が利用しているようだ。意図したわけではなく、結果的にではあるが、レンタサイクルポートの置き方としても、観光地、にぎわいの場と市民が平日に行く場とが重なっていた。

○招聘者

結構、市民が利用している。

○若手職員PTメンバー

「Wi-Fi環境のエリア整備」につて。確かにコストの面で厳しい面があるのかなというのはある。

防災の観点からというのはとても大事だと思うので、そういう観点からの整備も考えつつ、総務省の補助金などを使いながら整備していけたらいいのかなと思う。

SNSで拡散してほしいところへのWi-Fi環境の整備については、個人的には、玉宮町や川原町などがSNSで拡散して欲しいところであったりするので、整備するエリアとしては、合致しているのかなと思っており、可能であれば整備をしていきたいと思っている。

○若手職員PTメンバー

「多機能型アプリの開発」について。情報の収集や更新などアプリの構築に当たっては、岐阜観光コンベンション協会のホームページをもとにつくり、民間の情報とかも入るのであれば、岐阜観光コンベンション協会でも運営していくということをイメージしている。

アプリをダウンロードするタイミングについては、先日、テーマパークへ行った際に、専用のアプリをダウンロードしたが、そのタイミングは、そこへ行く決めてから、ダウンロードした。それは、その中の仕組みとして、アプリをダウンロードしていないと優先席に座れる抽選が受けられないなど、そういった機能があり、ダウンロードせざるを得ないような状況になったので、ダウンロードした。やはり、そういう仕掛けは必要なのかなと思っており、ダウンロードしてもらえないものはつukらないほうがいいとも思っているのので、そういった工夫を検討していきたい。

○若手職員PTメンバー

広く市民に呼びかけるということから始めていく中で、確かに商店や旅館などはメリットが明確なので参加してもらいやすいとは思いますが、個人ではなかなかこういうのに参加してもらいかけが少ないというのもある。そのため、アドバイスから、景観やスポットに焦点を当て、特化したおもてなしや、業種に特化したおもてなしなど具体的な提案をすると、自分にかかわりがあるというところで参加してもらいやすくなるということをととても感じたので、参考にしたい。

【機構改革】

- ・観光コンベンション協会の改革（若手職員PTメンバーから説明）

○招聘者

DMOについては、事業案に書かれてあるとおりでが、一般論として、なぜDMOが必要なのか。うまくいっている観光協会であれば、DMOにする必要はない。ただ、観光協会が全国的に機能していない。何が機能していないかというところ、パンフレットを例えばどこに置いて、誰に手にとってもらって、どこで消費してほしいのかというところまで考えて、なかなかできない。やらないので

はなくて、できないと思ったほうがよい。それは、財源や人材の問題だったりする。一般論ではあるが、例えば、行政からパンフレット制作業務を委託されると、パンフレットをつくるのが仕事なので、なかなかそのパンフレットをどう活用してもらうかというところまで思いめぐらせることができない。それでもう50年とかやってきたりするので変わらない。じゃ、どうするかといったときに、もう少しDMOという考え方で、パンフレットは誰のためにどこで手にとってもらって、どこで消費してもらうのかから考えようよということを考えられる組織になりましょうというのがDMOの議論かと思っている。

そういった意味で、岐阜観光コンベンション協会が、プロパーがないというのも、そういうことをなかなか考えられないという原因の1つかもしれない。なかなか、例えば出向で3年来て、3年目で何となくモチベーションを持ってやれるようになってきたら次、というパターンも多いので、プロパーがすごく重要というのも事業案のとおり。

ただ、プロパーも、現場よりもトップがどう変わるか、トップがストンとどう落としていくか。主体的に意思決定をして使える予算をなかなか持てず、例えば単純に行政の単年度の予算にどうしても縛られてしまい、複数年度にまたがるような息の長い事業を実施できるかどうかといった部分で、DMOや観光協会の予算、財源の議論が進んでいるというところもある。なかなかこの議論は根深く、ここを直せば変わるというようにはいかないと思う。

ただ、例えば、下呂市のDMOは、こういう議論を多分長年やってきて、組織のミッションを明確に持っている。観光協会や旅館組合などいろいろな組織がある中で、どうまとめていくかというところもあるが、DMOとしてプロモーションがミッションだと。稼ぐのは旅館や飲食店などであり、DMOとしてはプロモーションと地元が稼ぐ仕組みづくりというのをしっかりやっていくんだというミッションをしっかりと持っている。もともと民間が強い温泉地なので、そういうところで組織づくりをしているというところがある。

岐阜市の場合は、もっと規模の大きい都市型のDMOなので、もっと複雑で難しいと思うが、何がミッションで、どう役割分担をしていくのかというところで、地域DMOとしての役割と地域連携DMOや民間との役割分担などから、主体的な組織づくりができるといい。

こういう議論を始めていくことが、まさにDMOの旗振りをしている国の狙いなので、地域への経済波及効果、旅行客数と客単価、域内消費率をどう高めていくのかというのを考える核になる組織ができていくといいと思う。

○招聘者

DMO、特に地域連携DMOの相談があるときに言うのが、お互いの無駄を省いて不足を補うようなDMOであってほしいということ。市役所と商工会議所と旅館組合と観光協会と、4つの組織がそれぞれ

観光のホームページがあるというのは、よくある話で、1つでいいじゃないかというところで、それをお互いにやっていくような取りまとめをDMOとして進めるとか、あるいは、考えてみたらマーケティング全然できていませんね、だったらDMOがやりましょうとか、イベントにしても、各主催で似たようなイベントをやっていたりとかというところがあったりする。こうした無駄を省いて不足を補うような効果的な観光推進ができるような地域の体制がつけられるのが望ましいなと思っているので、事業案のようなものがうまくできればおもしろいと思う。

地域連携DMOの代表は、非常にすばらしい考えを持っており、まだ成功とは言いがたいかもしれないが、成功するだろうなというような事業展開をしているので、岐阜市としてはうまく連携しながらやっていくことが大事かなと思う。

○市長

何事もマーケティングが一番大事なんだろう。そういう機能を行政で持つのか、思い切って岐阜観光コンベンション協会でもやってもらうのかという役割分担や、そこでどういう人的資源の配置をし、どんな権限を与えるかという切り分けがきちんとできるという。

【全体を通して】

○招聘者

「岐阜を動かす」若手職員プロジェクト会議という取り組みはすばらしい。これが結局会議で終わりましたとおもしろくないので、ぜひ1つでも実現してほしい。

○招聘者

全くその通りだと思う。市長同席で、来年度の予算化に向けて、若手職員が集まり、すごく時間をかけて議論やワークショップをしているということで、すごくいい事業案がたくさんあった。

まさに会議のタイトルの「動かす」というところだと思う。「動かす」という難しさは、コンサルタントをやっていて、日々感じている。きれいな資料や予算、いいプロジェクトのいい戦略をつくったとしても、必ずしも動くわけでもない。それでも、「動かす」ということをぜひ念頭に組み込んでほしい。

○関係部局

直接、観光行政に関係のない部局の職員が、観光に対して興味を持ち、いろいろなことを議論することで、気づくことも多々あると思うので、そういったものを今後の業務に活かしていけれ

ばなというふうになっている。

招聘者紹介の蒲郡市の蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ検定について、岐阜市では、岐阜市まちなか博士認定試験というのを10年以上前から実施している。行政でガイドブックをつくり、受験者には無料で配付している。市民をはじめ、小学生から80歳、90歳の高齢者まで毎年200人ぐらいが受験する。合格者は、まちなか案内人として、ボランティアガイドとして案内できるという仕組みもあるが、もっといろいろな活動や施設見学などに参加できるような仕組みをまたつくればなということで、非常に参考になった。

○関係部局

施策事業案について、ブラッシュアップをして、来年度の予算につなげてほしいと思うが、どうしてもまだ行政の視点が強いのかなと思う。観光客の立場、視点でもう一度、そのことが本当にいいのかどうかということも含めて考えるといいと思うし、パッケージ化すると、もっといろいろなことが組み合わせられて、いい方向になるのではないかと思ったりもしている。

■閉 会

以上。