

欠席委員意見要旨（大澤委員）

21世紀の日本国内の産業にとって重要なキーワードは、「ブランド化」と「イノベーション」だと思います。**観光は、これらの最先端に位置する営み**です。

ただし、従来のような観光のイメージと、現在の観光は意味がかなり違います。これまでは、三次産業の一部として、なるべく多くの人を呼び込んで、より多くのお金を落とさせることが観光だと考えられてきました。しかし、それはすでに限界に突き当たった古い観光のあり方です。

観光は、人と人の間に「出会い」と「交流」をもたらす力も持っています。出会いや交流がもつ多様な効果を使うことで、**地域全体、あるいは他の産業を振興**することができます。その際に、**重要なのが「ブランド化」と「イノベーション」**です。

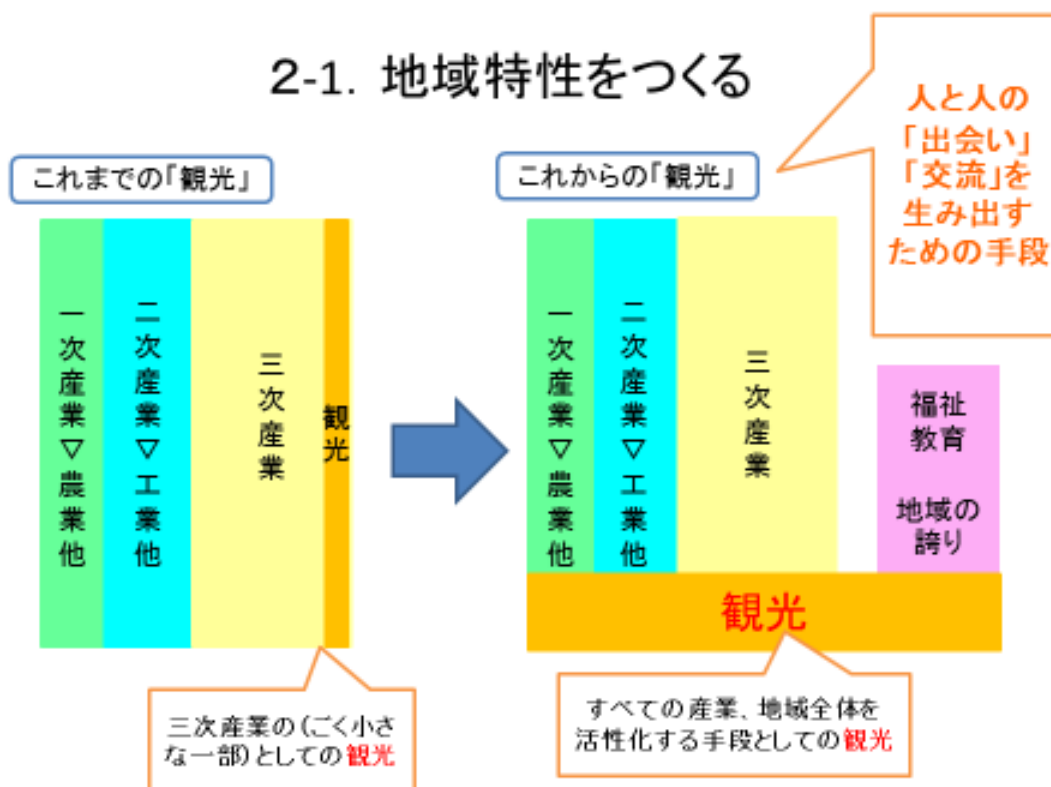
観光は地域の特性によって成り立つ産業です。ただし、逆に**地域の特性を強化するために観光を使う**ことができます。こうした地域特性は、他所との明確な差別化を行うことによる「ブランド化」戦略につながります。八丁味噌がわかりやすい例ですが、岡崎の城下町や、蔵に積まれた無数の重し石を実際に見せることで、八丁味噌は他との差別化を行い、「ブランド」として認知されるまでになりました。**観光は、現地に来てもらう、見てもらう行為なので、地域特性を強化し、ブランド化を行う「手段」として非常に効果を発揮**します。

また、**観光は人と人の出会いを作り出し、そこに情報や知識の交流を生み出**します。出会いの力は、多様な人たちとの相互理解や、地域内外の人たちの知識循環などの多様な効果を地域内にもたらします。特に、観光というと、外部への働きかけのように思いますが、実は**地域内部の多様な産業や事業者の間に知識交流の場をつくり出す力が重要**です。

クラスターに象徴されるように、イノベーションは地域内での知識循環が発生源になります。現在の観光振興の主流である「観光まちづくり」は、地域の多様な人たちが連携しないと取り組むことができません。観光に取り組むことで

地域「内」に、その地域をよくしたいと思う人たちのネットワークを作り出すことができます。こうした**分野・組織横断的なフラット（水平、対等）な人のつながりが、イノベーションの発生にとって重要な役割を演じます。**

愛知県の場合、一次産業、二次産業の巨大な集積を持っているため、三次産業の一部として観光を考えるならば、取り組む必要性や重要性はあまりありません。そうではなく、**一次産業、二次産業、三次産業などの分厚い集積を、観光を通じた「出会い」の力と組み合わせることによって、「ブランド」や「イノベーション」へと転換させていくための戦略的な使い方をする必要があります。**それが愛知県にしかできない、またはもっとも愛知県らしい観光への取り組み方だと思います。



(2019年5月29日 あいち観光まちづくりゼミ 資料より)

欠席委員意見要旨（藤村委員）

今後の社会経済の展望において、**資源・エネルギー問題は大きな課題**です。このうち、**水素エネルギーに関して**言えば、近隣地域では移動式水素ステーションが豊橋市と浜松市に1基ずつありますが、**肝心のFCV（燃料電池車）の普及がまだまだだ**と感じています。

将来的には、カーボンフリー水素をどうするかが課題であり、太陽光発電で水の電気分解により水素をつくることができれば、解決に大きく繋がると考えます。

また、計画の中で、**東三河地域をどう考え、どう位置づけるか**、ということを感じます。こうした地域計画では、名古屋中心の内容になる傾向が強いと感じています。

自動車産業の拠点として製造業も重要ですが、産業面で言えば、**東三河地域の産業の特色は農業**です。

次期計画では、東三河地域の強みである農業において、アグリテック（※）のようにデジタル技術を活用し、**1次産業の高度化や成長産業化を図るような視点**を取り入れていただければと考えます。

※アグリテック …農業（Agriculture）とテクノロジー（Technology）を組み合わせた造語。従来の農業における課題をドローンやビックデータ、IoT（モノのインターネット）、ブロックチェーンなどの最新技術で解決する。