

第3回あいち観光戦略（仮称）検討会議 議事録（概要版）

1 日時

平成27年6月3日（水） 午前10時～午前11時30分

2 場所

愛知県議会議事堂ラウンジ

3 出席者

（委員）

安藤竜二委員、大澤健副座長、クリス・グレン委員、小高直弘委員、嶋村光世委員、鈴木恵子委員、森川敏育座長、山村亜紀委員、横山陽二委員（西村哲治委員欠席）

（事務局）

加納観光局長、渡邊観光振興課長、稲波観光振興課主幹、大野国際観光コンベンション課長、丹羽国際観光コンベンション課主幹、他職員5名

4 傍聴者数

5名

5 議事

（1）あいさつ

<観光局長>

- みなさま、おはようございます。多くの方々とは、本日が「初めまして」になると思います。この4月より、観光局長に就任いたしました加納と申します。本日は、大変お忙しい中、第3回あいち観光戦略（仮称）検討会議に御出席いただき、誠にありがとうございます。
- 就任から2ヶ月、県内各地を回らせていただいて感じたのは、本県には素晴らしい観光資源がたくさんあるということ、そして、日本の中心という素晴らしいロケーションに恵まれていることである。
- しかし、圧倒的な知名度不足、PR不足ということをおぼろげに思われる。本県には誇るべき「ものづくり文化」と、武将や食文化を始めとした本県ならではの伝統がある。これらをもっと生かすべきではないか。
- そういうことで、さっそく、先週金曜日、観光PRのためのキャッチワードとロゴマークを発表した。キャッチワードは、「“Heart” of JAPAN ～ Technology & Tradition」。愛知県

は、地理的に日本の中心に位置していることに加え、技術と伝統を誇る日本一の産業の中心地である。また、愛知の「愛」の意味も込めた。

- 今後も、スピード感を持って、本県の観光振興を進めていきたいと考えているが、その際、指針になるのは、昨年度から委員の皆様方にご議論いただいている「あいち観光戦略（仮称）」である。
- ここまでいただいたご提案を、本日、骨子案という形でまとめさせていただいた。あわせて、私からの提案も盛り込ませていただいている。来年度からスタートする、この「あいち観光戦略（仮称）」を、より素晴らしいものとするよう、引き続き、皆様方にはご助力をいただきたい。

（２）議題

①「目指す姿」について

＜森川座長＞

- 『県民自らが本県の魅力を理解すること』、また『県民みんなが参加できる計画であるべきこと』については、大方のコンセンサスができつつあると思う。
- ただ、ちょっと語呂が悪い。これについて、委員の皆様からのご意見をいただきたい。

＜横山委員＞

- 「目指す姿」は、最初に比べて非常によくなった。17字くらいがテレビのテロップの上限だが、概ねそうになっている。
- また、以前から私が申し上げていた、「楽しいコト、驚くコト、おいしいコト」という「コトづくり」についても、盛り込んでもらった。
- ただ、ひとつ難を言えば、小さい文字の方の冒頭の部分、「来県客だけでなく、県民も」というのはいらない。「本県の楽しいコト」からスタートしても、十分伝わる。逆にこれがあることで堅苦しい印象になる。

＜山村委員＞

- この目指す姿については、いい表現をまだ決めかねている状況。
- ただ、「発見」「感動」というのはいい。これは、観光客だけでなく、県民も、発見して、感動して、伝えたいことが大事だということ表現できている。

＜鈴木委員＞

- 目指す姿について、コンセプトはこれでいい。
- だが、語呂がよくない。たぶん、この「伝えたい」というのが流れを悪くしている。
- 私も、「来県客だけでなく、県民も」という部分はなくていいと思う。

<嶋村委員>

- 目指す姿については、方向性はいいと思う。
- ただ、「発見」「感動」と来たあとの「伝えたくなる」が弱い。もっと、「伝えたい」とか「教えたい」とか、強く短い言葉で言い切りにするといいいのではないか。

<小高委員>

- 「発見」というと、いろいろなものがこれから出てくるというイメージもあるが、逆に、いまは何もないというネガティブなイメージにもなり得るので、少し考える必要がある。
- また、「楽しいコト」とか「驚くコト」、「おいしいコト」の「コト」がカタカナになっているのは、なぜか。
(事務局) まず、「コト」ということを強調して見せてかったのが理由のひとつ。それから、本県はモノづくり県だが、この「モノづくり」では「モノ」がカタカタで表記されることが少なくないので、この「モノづくり」との対比で、「コト」をカタカナにさせていたのだいた。

<クリス委員>

- 「おいしい！広島県」とか「うどん県」とかあるが、「愛 My あいち」というのはいかがか。この「愛」は愛知県の「愛」でもある。
- 他にも、「愛を世界へ！観光県あいち」、「すごい！あいち！」、「地元の愛を世界に伝えるあいち」というアイデアも考えてきた。
- 最後は「知ってる、愛してる、愛知」。これは、「愛」と「知」を使って、愛知になっている。

<安藤委員>

- 前回、「もっと自慢していいじゃん」ということを申し上げたが、この「目指す姿」は、県民の方が納得して、伝えたくなるメッセージがいい。
- たとえば、「これも愛知」という発想。海外でも誰もが知っている「トヨタ」、武将、味噌、こういったものはすべて愛知県である。「あれも、これも愛知」ということを表現できる言葉があるといい。

<大澤副座長>

- 従来、愛知県には観光について何もないと言われてきた。しかし、和歌山から見ていると、ここには羨ましいほど資源が多い。そういう愛知の観光の魅力について、県民が気づくことが大切だ。
- それから、この目指す姿は、「Heart of JAPAN」とシンクロしている必要がある。外に発信する言葉と、内に発信する「目指す姿」というように、連携が必要だ。

<森川座長>

- 先日、鳥取県知事が「スタバはないけど、砂場はある」と言って、脚光を浴びた。でも、愛知の場合は、何でもあるため、一言で言い表すのはとても難しい。これについては、引き続き事務局で考えていただきたい。

②「基本的な視点」について

<森川座長>

- 事務局から、「戦略的な情報発信」を他の2つに比べて大きく取り上げたこと、それから、キーワードを追加したことが、前回からの大きな変更点という説明があった。委員の皆様方のご意見はいかがか。

<大澤副座長>

- 「情報発信」を大きく取り上げたということについて異存はない。
- ただ、「国内外に向けて」という部分には、「県内」という意味合いも含めるべきだ。
- 新しくできたロゴを県民が大切にできるようなものにするため、県民向けのPRが大切だ。

<安藤委員>

- 基本的にはこの3つでいい。
- ブランドづくりというのは時間が掛かる。そして、トップだけが取り組んでいてもダメだ。ぶらさずに発信し続け、多くの人を巻き込む作業が大事である。

<クリス・グレン委員>

- 情報発信に関して、愛知県民は、自分の地域の歴史、文化について、あまり知らず、魅力を感じておらず、誇りが無いというのが問題。
- アピールするには動画がよい。日本語と英語で作ると、なおよい。その動画を見た県民は、愛知の歴史、文化を知り、誇りを感じられる。同じ動画が海外に伝われば、海外の人が愛知に興味を持ち、愛知の名前を覚え、来訪意欲が湧く。

<小高委員>

- 基本的な視点は、これでいい。
- “Heart” of JAPANを表に出していくなれば、愛知県の魅力もさることながら、ハブとしての愛知県の強みもPRするといいい。

<嶋村委員>

- 戦略的な情報発信が上に来ているのはいい。名古屋県と言われるくらい、愛知というのは忘れられがちなので、しっかり情報発信を行うことで、愛知という言葉が強くなる。

<鈴木委員>

- 戦略的な情報発信が大きくなったことはいい。
- あわせて県民への情報発信も大事だ。下にある「幅広い県民参加」のためには、まず県民に向けた戦略的な情報発信があり、いろいろな情報を得た県民が自発的に参加していくという順番になるだろう。

<山村委員>

- “Heart” of JAPANというロゴとキャッチワードは、とてもいい。このロゴとキャッチワードで、県民の「気づき」がもたらされるのではないかな。
- ただし、“Heart” of JAPANと謳うからには、うまく戦略・プロジェクトとも連動させることが必要だろう。

<横山委員>

- 「基本的な視点」を3点に絞ったことで、非常に分かりやすくなった。民間企業や政党が作るパンフレットには、一つの基本的な考え方（コンセプト）があって、3つの視点、5つの具体的プロジェクトというのがよくある。そういう意味でも、3点に絞ったのは非常にいいだろう。
- 愛知県民は謙虚で、自分のいいところをあまり言いたがらないから、戦略的な情報発信を大きく持ってきたのもいいだろう。
- 鳥取県のスタバの話や「うどん県、香川県」もそうだが、ユーモアというのが共有されるポイントだ。シェアされていくためには、ユーモアを盛り込んで行くことが必要だろう。
- 戦略的な情報発信を行うためには、中長期の視点が必要。しかし、行政は単年度で内容を決めてしまい、その上、やりっぱなしになっていることが多い。民間企業が、毎日、PDCAサイクルを回し、修正をしているのとは対照的だ。そこで、行政でも、前回取り上げた「広報アドバイザー」制度を創り、適時、広報戦略を立案し、修正をしていくといいだろう。長崎、新潟、浜松などでは、すでに広報アドバイザーを活用している。

<森川座長>

- 2番目の基本的な視点について、総じて、委員の皆様は、異論はない。このまとめ方でいいだろう。
- ひとこと添えるならば、“Heart” of JAPANというのができ、愛知県の本気度が少し出てきたと感じる。
- 中部地区の訪日観光は、東西のマーケットに挟まれ、東京に入った人が大阪に行く途中に寄ってください、という考えだった。しかし、今後は、セントレアに入ってもらい、愛知発でなくてはいけない。そういう意味で、“Heart” of JAPANは、いよいよ愛知県から、日本の観光

が始まると捉えられるわけで、少し、本気度が見えてきた感じだ。非常にいいと思う。

③「戦略とプロジェクト」について

<森川座長>

- 「戦略とプロジェクト」については、事務局より、訪日外客誘致に向けたプロモーションと受け入れ態勢の強化に関する事、MICE・スポーツ大会を通じた誘客推進に関する事の2つを前に出したという説明があった。それから、委員の指摘を受けて、ロードマップを作ったとのこと。これらについて、ご意見を。

<大澤副座長>

- 情報発信が上位カテゴリーになっているので、海外に対する情報発信の強化が前に出てくるのは、その通りだろう。
- ただ、戦略的情報発信を、アジアをターゲットに行うには注意が必要だろう。最近、和歌山城では忍者が話題で、台湾から来た方々に人気だ。由来としては、吉宗が将軍として江戸に上る時に、御庭番という、桑名の忍者らしき方々を一緒に連れていったという事だが、そこまで、詳しく言わなくても、忍者は忍者だということで、忍者らしき格好をしてお迎えをしている。だからといって、愛知県が武将観光をPRする際、鎧を着て、刀を持った侍を登場させるといった売り方はよくない。愛知県は侍の本場であり、侍の非常に高度に発達した文化を持っている。何でもいから、忍者だ、武将だ、とはいかない場所だ。
- それは、テクノロジーでも同じだ。なんでもいから家電製品を買いたいという外国人を愛知に引っ張るのは難しい。愛知らしい、高度なテクノロジーを、アジアに対してどうやって打ち出していくかが大切だ。
- 侍、忍者、テクノロジーの中心。これらが愛知であるという事をきちんと伝え、いつかは愛知に行ってみたいというイメージを、アジアに向けて発信して欲しい。
- それから、愛知県の農業の魅力も伝えるべきだ。農業県のイメージがある他県と比べても、愛知県は圧倒的に農業生産高が大きい。農業に関して、全国1、2位を争える生産高があるわけで、それをPRしてほしい。先日、参加した研修で、セントレアの検疫を簡易化して、愛知で買った農産物を手軽に輸出できないかという意見が出た。東北、九州の農業県は、農産物の輸出を一生懸命やっているが、それよりも簡単な仕掛けで、農産物のお持ち帰りができるのが愛知県の特性だろう。
- 最後に、MICEに関しては、名古屋市が中心となる。名古屋市との関係

作りを謳った方がいいだろう。

<安藤委員>

- 6つの戦略があるが、6つ全部が機能しなくてはいけない。点でやるのではなく、如何に串刺しでやっていくかが大切。
- “Heart” of JAPANという旗印を上げたのであれば、すでに国の内外で活躍している民間企業をどう巻き込んでいくかも大事。
- 6つのことがバラバラにならないよう、実践を混ぜてやっていかないと机上の論理で終わってしまう。

<クリス・グレン委員>

- 外国人が見たいのは、本格的な物、事。たとえば、忍者や侍は世界中で大人気だが、愛知県には織田信長、前田利家、家康、秀吉、福島正則など、有名な武将達の生誕地という武器がある。これを使った方がいい。伝えたいのは、本格的な愛知。本格的な“Heart” of JAPAN。
- 外国人が好きなものが愛知にはたくさんある。城、古戦場、侍のヒーロー、懐かしい町並み…。愛知県の寺の数は日本でナンバーワン、津島市は京都よりもお寺が多い。また、下関のふぐがナンバーワンだと思われているが、実は、愛知がナンバーワン。たくさんナンバーワンがあるが、それをどうやって使うかが問題だ。

<小高委員>

- 私は、熊本県や愛媛県のアドバイザーをやらせていただいているが、訪日外客誘致に向けたプロモーションと受入態勢の強化を、こういった計画の一番上に持つてくるというのは、意外にない。普通は、2番目か3番目。1番目に出すというのは大賛成だ。
- 全国の観光局、観光課、観光部などを見ていると、だいたい、国内8、海外2といった力の入れ方、人員配置がされている。今後、愛知県では、そのあたりの配置換えの問題が出てくると思う。
- 先ほど、名古屋市の話があった。名古屋市と愛知県を絡めて回遊させる仕組みが重要だ。一例だが、京都府と京都市の関係は、すごく難しい。京都府が清水寺のポスターを使うと、それは京都市だと言われ使えない。京都市には年間6千～7千万人の観光客が来るが、高速道路で一時間少々で行ける丹後には、200～300万人のお客さんしか回遊してこない。愛知・名古屋は、回遊性を持たせることが重要だろう。

<嶋村委員>

- 順番の付け方が不思議だと思う。1番と3番が一緒になり、そこに、2、4、5、6が紐つくのではないか。1と3があつて、そこからついていく

形になると思う。

<鈴木委員>

- 1番は自分の中で優先順位が高いが、その次はMICEではなく、3番というのが自分の実感だ。MICE・スポーツ大会を通じた誘客については、正直、具体的なイメージができない。
- 結局のところ、単に順番の問題ではなく、全部の戦略が、相互に関わってくるだろう。

<山村委員>

- 海外からの観光客に対して、愛知の資産をどう見せるか。それから、県民も含めた国内の観光客に対してどう見せるか。戦略とプロジェクトは、これらを如何に整合的に合わせていくかだ。
- 城についても、国内の人であれば関心を持っていただけるだろうが、海外の観光客にとっては、そもそも、日本の城にはどんなバリエーションがあって、どういう順番で出来ていって、という知識がない。自分の中で持っている知識の量が違っていて、先行するイメージと自分が見ているものをくっつけていく中で、観光の面白さが沸いてくる。そういった違いを、うまく処理していかなければならない。

<横山委員>

- 戦略とプロジェクトは、前回配られたものは5つあった。今回は6つになっている。以前、オリンピックの誘致に関する本を読んだが、プレゼンテーションするとき、世界的に1、3、5というフレームが用いられると書いてあった。私は、民間活力の活用は、1～5の全てに関わると思う。民間活力は、全てのベースになる。そういった整理をすれば、1、3、5のフレームに落とし込めるのではないか。
- それから、報道環境調査の一環としてテレビを見ていて気づいたことだが、海外から来た人にインタビューすると、日本人として知らなかった日本の魅力を知らされることがある。だから、海外の方々には、本物を見ていただくことが大切だ。本当のことを、本場に来た時に知らせるという事が、コミュニケーション上では、とても大切だと感じる。
- 4月に、蒲郡で五輪のセーリングの可能性があるというニュースが出た。5月には、名古屋空港に展示施設を建設するという話があった。中日新聞には、トヨタ産業技術記念館が外国人に人気というのが出ていた。そのような中、訪日外客誘致に向けたプロモーションが一番に来たのは、私は、一番いいと思う。たとえば、産業技術記念館というのは、トヨタの改善、サクセスストーリーを学べる場所だ。アジアの人たちにとって、この地域には、サクセスストーリーを勉強する、非常に多くの物がある。訪日外客

誘致に向けたプロモーションを一番に持ってきて、そして話題化を図っていくことが、これまで観光県でなかった愛知にとっては、とても大切なポイントだろう。

<森川座長>

- 戦略とプロジェクトに関しては、もう少し練る必要がある。
- 戦略が6つあり、これが多いか少ないかということについては、私の個人的な意見だが、愛知、三重、岐阜の3県の自治体の色々な観光計画づくりをやってきたが、小さな自治体でも、ここの全ての項目が入っている。だから、規模の大きな愛知県であれば、これくらいは最低限必要という気もする。順番については、来年度以降、自ずと力の入り具合で決まってくると思うので、順番の議論にエネルギーを費やす必要はないと思う。
- 県と他の行政との関係だが、たとえば、愛知県と運輸局。私に関わっている昇龍道では、愛知県と運輸局の考え方は違う。なお一層、縦割りの壁を取り払い、広域的な連携を組み、愛知県と名古屋市だけではなく、近隣、岐阜県、三重県、静岡県、長野県、日本海側、北陸3県と広域的な連携を組んで進めていかないと、愛知県の計画だから愛知県だけでやっている、成果を出すのは難しいと思う。
- 重点プロジェクトの中身については、もう少し議論してもらった必要がある。特に、1番目、3番目、5番目について、議論を深めていく必要があるだろう。
- 重点プロジェクトの中で、早急にやってもらわないといけない部分がある。それは、戦略1の災害時の安全確保だ。これは、観光ホスピタリティーの1つであって、初年度内に仕上げたい。沖縄県では、パンフレットに、災害が発生した時にどこに連絡をしたら良いか、イラストをつけて紹介している。
- 1番目の重点プロジェクトの中でも、早急に仕上げる部分、5年の長期スパンの中で仕上げる部分があるだろう。それは、これからじっくり検討されて、いずれ出てくると思う。だから、ロードマップはぜひ作成し、短期的に仕上げるもの、中長期的に仕上げるもの、それをできるだけ早くこの場に提示していただきたい。
- 本日の議論を踏まえて、事務局で次回の資料をまとめていただきたい。

(3) 閉会

<観光振興課長>

- 貴重なご意見を多数頂き、ありがとうございました。本日皆様方から頂いたご意見を、事務局で検討し、次回の資料に反映させていただきたい。ま

た、観光関係の事業者の皆様方、県民のできるだけ多くの方々にもヒアリングをさせていただき、練った形で、次回資料を用意したい。

- 次回は、部会を予定している。魅力創造・活用部会は7月26日の午後、国際観光・情報発信部会は、翌日7月30日の午後である。場所は、いずれも、県の自治センターを予定している。開催日が近づいたら、またご案内させていただく。
- それでは、以上をもって、第3回あいち観光戦略（仮称）検討会議を終了させていただきます。ありがとうございました。