

岐阜市の観光・まちづくりの可能性を探る

～観光先進地から学ぶ「まちづくり」の取り組み～

(座談会：「北海道倶知安町から学ぶまちづくり」より)



当所まちづくり委員会では、中心市街地活性化や都市景観の整備に関する産業界の意見集約を目的として、これまでも専門家を招いての講演会や岐阜市への提言活動等を行ってまいりました。そのなかで、去る6月4日、全国から注目を集める観光先進地ニセコより、一般社団法人倶知安観光協会 事務局長 鈴木 紀彦 氏をお招きし、「北海道倶知安町から学ぶまちづくり」と題して講演・座談会を開催しました。

講演会ではまちづくりや観光の財源確保への取り組み事例をご紹介いただき、その後の座談会では、株式会社道家経営・法務事務所 代表取締役 道家 睦明 氏をファシリテーターとして、講演会を受けての質疑応答、意見交換を行いました。

今月号では、座談会の内容を、ファシリテーターを務めていただいた 道家 睦明 氏の誌面解説を通してご紹介いたします。

(文責 岐阜商工会議所)

ファシリテーター



株式会社道家経営・法務事務所
代表取締役

道家 睦明 氏

今回の講演会・座談会のニセコの事例を通じて、われわれ岐阜が学ぶことは、たくさんありました。次からは、当日、まちづくり委員会委員の方々から出された質問のなかから抜粋した内容と鈴木事務局長の回答、そして鈴木事務局長、村瀬岐阜商工会議所会頭、まちづくり委員会委員長の井手口副会頭の想いや考えをご紹介しますとともに、総括していきたいと思えます。

皆様方の、岐阜のまちづくりにおいての一考察となればと存じます。



【講演者】
一般社団法人 倶知安観光協会
事務局長

鈴木 紀彦氏

ニセコ特有の雪質を「パウダースノー」と称して、オーストラリアから欧米等にも発信してくれたのです。それが20年以上も前のことです。

私は、観光客誘致の仕組みや情報発信にとって

いちばんの効果は、口コミだと思います。訪れてくれた人から他の人への「よかったよ」といった評価の連鎖、シンプルな動きが最高のマーケティングだと感じています。またニセコにはピークで70カ国

Q ニセコが国際的なリゾートに発展されたきっかけ、仕組みや情報発信の特徴があれば教えてください。

鈴木 ニセコが昔から外国人で賑わう風景だったわけではありません。バブル期には国内のスキー人口は最高潮で、ニセコも大変賑わうスキーリゾートでした。しかしバブルが崩壊し、落ちた時代がかなり長くありました。そこにたまたまオーストラリアから来た数名のスキー客が「ニセコのパウダースノー、素晴らしい!」と広めてくれたことで賑わいを取り戻しました。地元の人にとってはあまりにも当たり前で気付いていなかった

の人が共存しています。これがいちばんの強みだと思っています。北海道の人々には元々「受け入れる」気質があります。今ニセコにはいろいろな文化が持ち込まれていますが、住民はそれを否定しませんが、70カ国のダイバーシティ的な考えがここに凝縮されているのはものすごい価値です。まちづくりはいろいろな考え方があっていいと思います。あえてルール化しない、固定概念化しないところも本当に大事だと思っています。ダイバーシティの良さってそういうことだと思っています。日本人だけで経営していて、外国人に「ウエルカム」とやっても、きつとなかなかうまくいかないのではないのでしょうか。

観光と生活の共生をささげる 地元住民との協調性

Q 報道では「ニセコは今、カツ井1杯3,000円」などと、物価が上がっていることが取り上げられています。町の潤いはあっても、地元の人々の生活は維持できているのか、どう共生しているのか疑問に思っています。

鈴木 報道のカツ井3,000円はキッチンカーの話です。なぜこんなことになったのかには理由があります。ニセコのリゾートエリアの宿泊数は約12,800床です。それだけキャパがあるところにレストランの数がたった200軒、2,500席ぐらいしかないのです。1泊何十万で泊つてる方が夕食難民のようなことになっていくのです。これはよくないと、キッチンカーを呼びました。しかし地元には食材をちよつと仕入れるくらいで何も利益が落ちません。それで冬の間4か月だけ販売しそのまま去っていく。地主は場所代として1ヶ月30万から40万を請求します。となると安い価格で販売できず、カツ井は3,000円となってしまうました。私たちは今、その解決策として、来期にニセコと市街地を結ぶ無料バスを走らせ

ることを考えています。市街地で食事をしてもらえば、地元にお金めるためにこれくらいはやらないと観光客が広がっていきません。地元住民との共生についてですが、住民はもちろんカツ井3,000円のキッチンカーには行きません。そういう意味では住民はあまり問題視してません。一方ハワイでは、ドライバークライセンスを見せれば地元住民がランチが2割引になるといったような制度があります。ニセコでも物価高に合わせる割引を行っています。倶知安ではマイナンバーに紐づけて、スマホでデジタル化して推進していくと計画です。また、リフト券は地元の方には住民割で4割引とか。小中学生はすでに全部無料です。価格をあげても観光客の方は払います。住民がある程度ベネフィットを享受できるように仕組みを作つて、観光客向けにはしっかり正当な価格。今、そんなことにチャレンジをしているところです。

住民理解という点では、広報にはかなり力を入れています。観光協会の取り組みや予算執行状況の詳細を説明したものを発信するなど、住民一人一人の観光に対しての理解を高めていこうと活動しています。



岐阜商工会議所
会頭 村瀬 幸雄

密なコミュニケーションによる役割・住み分けの必要性

Q ニセコが成功に繋がったのは、人口15,000人という非常にコンパクトな町であることや、スキー観光が中心で外国人にターゲットを絞るなどベクトル合わせがしやすかったからなのでしょうか。また成功に至るまでにDMOはどんな重要な役割を担っていましたか。

鈴木 確かにまとまりやすかったと思います。外国人が多いところも要因の1つです。外国人はどうやって変わるかが見えるかが重要なのです。宿泊税を導入する際も「定率はアメリカで成功している」「財源ができる」。これが町として目指すところであれば私は協力はしますといった意見が

多くありました。反対意見を言うばかりではなく、落としどころを見出していく方法は大事だと思います。

またDMOの役割について、例えばオフィスで考えてみますと、私たちはシェアオフィスです。倶知安観光協会、倶知安町の観光商工課、ニセコプロモーションボードというもう1つのDMOも入っています。メリットは非常にコミュニケーション取りやすい環境というところではあります。DMOや行政の観光部門が乱立するのはよくないと思います。しっかりとコミュニケーションをとって、お互いの領域を日々住み分けしながらやっていくことは重要だと思っています。日々話をしながらさまざまな事業にスピード感をもってその場で即決していくような方向がDMOの役割としていちばん適しているので

はないかと思っています。

II 岐阜市の観光振興策への提案 コンテンツの統一による 商材化と情報発信による 実現性

鈴木 いまニセコでは、「MICE NISEKO」と銘打ったMICE誘致を精力的に取り組んでいます。私たちにはしっかりとした大きなコンテンツ施設がありません。ニセコではG2を開催していますが、実は100人収容できるくらいのコンテンツ施設しかないのです。岐阜市には大きなコンテンツホールやホテルが幾つもあります。私は今回半日ですが岐阜市を視察し、『岐阜市はもっと大きなコンテンツが誘致できるのではないか』と感じました。MICE NISEKOを検索してもらうと、100のコンテンツが掲載されています。私たちは5カ月かけてこのコンテンツを作りました。今回岐阜に来てパレットをたくさんいただきました。しかししたくさんあっても、商材化されていないのではないかと思います。初めてニセコにきた時も感じたのですが、ホテルのパレットなどはとても綺麗に作

られてはいるのですが、全部の情報「統一化」されていないのでわかりづらいのです。これではMICE誘致にDMOとしては売り込めません。

私達DMOは、企業に売り込むために「売り込むツールを作ろう」と、パレットを全部統一して100のコンテンツを掲載したMICE NISEKOのホームページを作りました。この取り組みはどこでもできます。鵜飼も、単に鵜飼プランではなく、鵜飼プランの価値をつけたものを1つのプランにしていく。統一したパレットでそれを商材化して売っていく。岐阜でもかなりコンテンツ化していけると思います。

III 観光・まちづくりへの想い

村瀬会頭

観光・まちづくりについて、以前から思っていることが2つあります。1つ目は、「観光」は新しいものを作るといふより、そのままの魅力をどうやって出すかということです。多くの取り組みの中に、岐阜市内の観光は「川原町から長良川近く」、まちづくり・商業は「柳ヶ瀬や駅前」だという「区分け意識」があるような気がします。私は、それは分ける必要はないと



まちづくり委員会委員長
岐阜商工会議所

副会頭 **井手口 哲朗**

考えます。柳ヶ瀬にも観光客に求めてもらう、そんな観点は商工会議所からも発信していきたいと思っ
てます。先ほどの地元割引などの
仕組みを活用して、観光客と同時
に地元の方にもしっかりと使って
もらえるということは、今後の柳ヶ
瀬の1つの生きる道だと思おうので、
観光というものも、是非結びつけ
ていきたいと思っています。もう
1つは、倶知安観光協会の組織を
見ていると、業務執行理事さんが
いろんな担当部会を通して実際の
活動を担当してみえます。我々の
周りで見ると、観光になると名前
は理事となっても実行部隊は
やはり行政。その組織の問題が岐
阜ではあるのではないかという気
がしています。そういったところ
の組織をしっかりと見直していく、
観光とまちづくりをしっかりと結び
つけることが大事だと思います。

Ⅳ まちづくりへの一案

井手口委員長

なかなかすぐに〇〇を使うとい
うような具体的な案を出すのは
難しいですが、最後に出たM I C
Eのお話など、今あるものに1つ
「付加価値」をつけて、観光客向け
プライスで売り込んでいくという
手法もあるのかなと思っています。
例えば鵜飼でも今高級観覧船がで
きて、椅子に座って鵜飼観覧がで
きるようになりました。外国人観光
客に向けて作っているわけではない
のですが、海外の方には受け入れ
やすいといったプラスアルファで出
来ています。そこにさらに食事な
ど、付加価値の形をさまざまに加
えて考えられていければいいので
はないかと思えます。環境はニセコ
とは大きく違うと思えますけれど、
今回かなりいいヒントをいただけ
たのではないかと思います。

V 総括

フASHリテーター 道家睦明

世界に誇れる「パウダースノ
ー」という最大のコンテンツがあ
ることがニセコブランドの最初の
接点となっていることは否めませ
ん。しかし、その接点からファン
を拡大していくしくみがありまし
た。順不同ですが、①一度ファン
となった人を大切にすする移住定住
の促進（ニセコ留学なども含む）、
②住民の参画機会をあげて創る他
人事にさせないしくみ、③タクシ
ー連携など来訪客視点からの移動
手段の最適化、④最大のコンテン
ツである雪の季節に限定されない
魅力づくり、⑤宿泊税などの観光
客の受益者負担による収入の確保、
⑥狭義の観光だけにとどまらない
まちづくりの考え方、といったこ
とが挙げられるでしょう。これら
の要素が、単発ではなく、連携し
て「動き」となってきたことが、世
界からも注目される地域としての
地位を確立することができた要因
なのではないでしょうか。

しかし、このようなしくみの背
景には、忘れてはならない視点が
ありました。それは、「ひとづく
り」の視点です。70もの国と地域
から人々の交流を求めて住んでい
る人々、それらの人々と自然と共
生し育っていく子どもたち、時間
単位で働ける環境を提供し、遊び

ながらも働くことを両立できる新
しい生活スタイル、地域外からの
積極的なビジネスの受入れによる
相互刺激、さらには、幅広い業種
の事業者が参画し、顔が見える存
在として連携する推進役の人々。
「観光」というと、すぐに単発的
な集客促進という短期的な発想に
なりがちですが、ニセコの活動す
べての根底にあるのは、長期的な
視点で「ひとづくり」を意識した
活動となっていることでした。

札幌から車でも2時間かかると
いう、蘭越町、ニセコ町、倶知安
町あわせて1万5千人ほどの地域
で、長期的な地域存続への危機感
もあったことでしょう。しかし、
その距離を超えても人々が集い、
交流し、そして、ファンとなって
いく。そこには、ひとの想いや夢
が育っていく可能性が見えてきて
いるのではないのでしょうか。

岐阜のエリアにも、インフラや
観光コンテンツといったものだけ
ではない、「ひとづくり」を中心
に据えて、幅広い人々が手を取り
あい、長期的なまちの魅力をつく
っていくという考え方や活動が求
められているのではないでしょ
うか。そこには、「観光」という言
葉だけではおさまりきれない世界
が広がっているような気がします。

岐阜商工 月報

岐阜商工会議所
JULY 2024
No. 882

7



第1回まちづくり委員会開催
特集 岐阜市の観光・まちづくりの可能性を探る

2 特集

第1回まちづくり委員会開催

岐阜市の観光・まちづくりの可能性を探る

6 第4回 通常議員総会開催

不透明な時代を成長の好機に

7 ぎふ長良川花火大会 協賛御礼

～応援いただきありがとうございます～

8 ビジネスインタビュー Made in Gifu ヒットの兆し

「わくわく」進化中! サウナハットから広がるモノづくり

株式会社 ^{クマックス}TAMAX 代表取締役 玉腰光太郎 さん 玉腰竜之介 さん

10 [連載④] 海外展開ビギナーズ Guide

海外展開の戦略を立案する

12 会員掲示板 メンバーズスクエア

ダイトー 謄写技術資料館 (大東化工(株)本社内) / ゆきどけ

14 働くあなたのクリニック

アルツハイマー病の新しい治療薬はどんな薬?

今月の先生 / 岐阜市民病院 認知症疾患医療センター 犬塚 貴

17 花火ダイアリー -④-

花火満開まであと32日

18 ぎふ専研レポート

売れるように売れば必ず売れる-⑭-

「多面的な観方」

中小企業診断士・販売士 大野 実雄

25 ヒライ先生のQ&A

トランスジェンダーのトイレ利用 その7

特定社会保険労務士 平井 繁利

21 Information

23

- 合同記者発表会
- 能登半島派遣報告
- 第2回 起業家交流会
- 若鮎倶楽部 第33回例会
- 県女連 令和6年度 会員総会
- 協会けんぽ

27 ひとやすみ

29

- FC岐阜 Vol.102
- 漢字詰めクロスワード
- ケーブルテレビCCN 番組「ヒットの兆し」
- 耳より情報
- 編集後記

今月の表紙

「千鳥」

画：加藤栄三



(所蔵 加藤栄三・東一記念美術館)