

平成27年度第2回大村知事と語る会

- 1 日 時 平成27年10月16日（金）午後2時00分から午後4時00分まで
- 2 場 所 KKRホテル名古屋「福寿の間」
- 3 テーマ 外国人観光客誘客促進による観光振興
— “おもてなしあいち” で待っています！ —
- 4 意見交換者（五十音順、敬称略）

クリス・グレン	ラジオD J / インバウンド観光アドバイザー
榊原 敏雄	半田山車祭り保存会会長
嶋村 光世	株式会社KADOKAWA東海ウォーカー編集長
鈴木 恵子	豊橋観光コンベンション協会事業推進部次長 / ほの国東三河 ロケ応援団団長
三宅 美智子	通訳・ガイド・コーディネーター / 株式会社エム・オー・シー ホールディングス国際事業部プロデューサー
柳川 淳	名鉄観光サービス株式会社取締役

【知事】 皆さん、こんにちは。愛知県知事の大村秀章です。

本日は、お忙しい中、知事と語る会、今年第2回目ということでございまして、ご参加をいただきましてありがとうございます。

最初、今ちょうど万博10周年で、全国都市緑化あいちフェアをやっていますので、花と緑をテーマに、あれは8月だったかな、やらせていただきましたが、今回は、今まさに旬のテーマでございますインバウンド、外国人観光客の皆さんの誘客促進とおもてなしといったようなテーマで、今日はお話をお聞きするということにいたしております。

今年の上半期に愛知県を訪れた外国人旅行者数は、昨年と比べて59%増の88万1,000人ということでございます。全国平均よりも上回っております。というのは、それまで東京から関西と素通りされていた節があるので、伸び代があるということではないかなというふうに思っておりますが、何にせよ増えるということは良いことでございますので、東京と京都のおこぼれでも何でもいいので来てもらおうと。来ていただければ、いろいろ良さもわかるのではないかとこのように思っておりますので、またぜひ、大いに盛り上げていければと思います。

ちなみに、冒頭に2つ動画をご覧いただきました。1つは、クリス・グレンさんにしゃべっていただいた、外国向けの愛知のPR動画、「TECHNOLOGY&TRADITION」でございました。あわせて後半は、今年の8月にプレミアム観光券というのを全国いろいろやっていますが、それに合わせたPR動画で、愛知県豊橋市出身の日本を代表する俳優であります松平健さんに登場していただいたものを流しました。あれは日本のというか、8月にいろんなワイドショーとかニュースでも全国放送でいっぱい取り上げていただきまして。それだけ結構すごいお金がかかったんですけど、松平さんのあれはなかなかそう半端じゃありませんのであれですけど、十分元が引けたなというふうに思っておりますが、そういったPRのもの、そういったものも含めてしっかり取り組んでいきたいと思えます。

ちなみに、今年、2015年は「あいち観光元年」というふうに私ども宣言をし、特に海外向けに「ハート・オブ・ジャパン～テクノロジー&トラディション」というのをキャッチワードとして今PRをさせていただいております。ポスターも、ああいう形で作りまして、しっかりアピールをしていければというふうに思っております。

今日は、それぞれの地域で、そしてまたこういう観光で、そしてまたいろんな分野で活躍をしておられる皆様方にお越しをいただきました。どうか皆様の率直なご意見を、これまでも十分いろいろ伺っていますけれども、さらにさらに、またこういう機会でお聞かせいただいて、愛知の観光振興というか、せっかくいいものがあるので、もっともっとアピールして、もっともっと多くの方に、国内外ともにお越しをいただければありがたいということで、よろしくお願いを申し上げたいというふうに思っております。

冒頭、私からご挨拶いたしました。何とぞよろしくお願いをいたします。ありがとうございました。

それでは、早速進めさせていただきたいと思えます。

なお、これは、ユーストリームでリアルタイムで流れておりますので、またよろしくお願いをいたします。

それでは、まず順番に、それぞれ5分間程度、日ごろの活動のご紹介や外国人観光客の誘客に関するご意見をいただきたいと思えます。その後、いただいたご意見をもとに皆さん全員でフリートークをさせていただきたいと思えます。

それでは、先ほどご紹介した順番ということでございますが、先ほどもご紹介がございましたが、まず、嶋村さんです。この間のカレーラーメンコンテストで審査員をご一緒させていただきました。私、今度、主催者に文句を言おうと思えますが、普通の盛りのやつが6杯出てきて、食べて、札というか点数をつけろと言われても、カレーラーメン、あんな胃

にもたれるやつ、要は、最初から小分けにしてくれんと。控え目にやったといいながらも、それでも、多分2杯分ぐらい食べているので、後で腹が痛くなってしまふ。主催者にはちょっと文句を言わないといかんとおもうんですけど。でも、隣に河村さんがいて、あいつ、俺よりたくさん食っておったでしょう。

【嶋村】　　すごい食べていらっしゃいましたね。

【知事】　　こいつ、よう食うなと思って、俺より一回りも上のくせにと思ったんですけど。まあいいや、余計な話をしました。よく食べられてましたよね、嶋村さん。

【嶋村】　　いや、全部完食はさすがにでしたね。

【知事】　　完食なんかできるわけがないけど、結構食べていましたよ。

【嶋村】　　そうですね、頑張っつて。

【知事】　　ということで済みません、余計な話でございます。

じゃ、嶋村さん、よろしくお願ひします。

【嶋村】　　『東海ウォーカー』という雑誌の編集長をしている嶋村と申します。よろしくお願ひいたします。

『東海ウォーカー』なんですけれども、毎月20日発売の月刊誌で、創刊して19年になります。こちらのほう、東海地区の在住者に向けて、グルメやお出かけですとかドライブなど、地域に根ざしたさまざまなニュースを発信している、東海エリアで一番売り上げさせてもらっています情報誌になります。

私はその雑誌を統括している立場にはあるんですけれども、実は所属しているのが株式会社KADOKAWAという会社になりますので、その会社として取り組んでいることが今日のテーマに適しているのかなと思ひましたので、そのお話をさせていただけたらなと思ひております。

弊社なんですけれども、先ほど申し上げました『ウォーカー』シリーズと申します、全国に東京ですとか関西ですとか出している雑誌をはじめ、『テレビジョン』などの雑誌を出版している部署がありましたり、あと、皆さん多分ご存じの角川文庫、こういった文庫を出している、書籍ですとか。古いところでは『セーラー服と機関銃』などの角川映画と言われる映画、最近では艦隊コレクションなどのアニメなど、さまざまなコンテンツを発信している会社になります。

そこで、そういうコンテンツを地域に提供して、地域振興に貢献をする事業「クール・リージョン戦略」を推進しております。その第1弾としまして、昨年3月に、秋田県と連携と協力に関する協定を結ばせてもらいました。どういったことを行うかといひますと、

秋田県を舞台としたアニメですとか映画、出版物などのコンテンツを制作することで、秋田県のブランドを県内外、海外を含めてさまざまな広いところに発信する仕組みを構築しました。

具体的にどんなことをしたのかと申しますと、まず、「角川大映映画展」という形で、秋田県立美術館で日本映画創世記の大映映画の時代の作品から今までの角川の映画の作品を一堂に展示する、企画展を初めて開催いたしまして、県外からの集客を狙ったイベントを行いました。

あとは、秋田県の銘菓とアニメキャラがコラボレーションしたお土産プロジェクトということで、これは、国内外で人気のアニメキャラをパッケージにあしらった秋田限定のお土産をつくって、銘菓の事業者のビジネス拡大に貢献したりですとか、お土産のバリエーションの拡大を図りました。

あとは、秋田県の観光の振興策をという形で、全国に『ウォーカー』があると言ったんですけれども、それ以外に、台北における現地法人の台北角川というのがありまして、台湾国内で台湾の人のためだけに出版している情報誌、こちら『ジャパンウォーカー』というのがあるんですけれども、こちらの中で、秋田県を季節ごとに紙面で紹介して、四季の魅力を訴求するという形で、(実物を見せながら)これはグルメになるんですけれども、グルメのことをこういうふうで紹介して、台北の人のために情報を発信いたしました。

あとは、映像のプロジェクトなんですけれども、こちらは秋田県を舞台としまして、映像と音楽をコラボレーションした作品を作りました。

あとは、絵本で『いぶりがっこちゃん』という形で、秋田名物のお漬物のいぶりがっこを絵本に活用して、小さい子供たちに、秋田にこういうのがあるよということを教えたりですとか、あとは、大学とワークショップを開催して、秋田県の観光に対する問題解決を提案するなど、さまざまな形で地域経済を活性化して、グローバルへの情報発信を行いました。

こういった取組なんですけれども、実は今年8月に京都市のほうとも協定を締結させていただきまして、こちらのほう、京都市といえばマンガミュージアムがあったりですとか映画とか、任天堂さんがあるので、そういうゲームの歴史とか、地域資源が豊富なのと、うちがゲームですとか映画ですとかアニメとか強いので、そういうことで連携することで、京都市が主催している漫画賞の海外への展開など、新たな娯楽や文化を一緒につくって魅力を発信することで、観光を活性化するお手伝いをさせていただく形になっております。

京都市という、世界でもかなり注目されている都市が、そういうふうな形でさらなる観

光PRについて工夫とかをされているので、ぜひ愛知県のほうでも、そういう外国の観光客の誘客はもちろんなんですけれども、まず、先ほど松平健さんのほうで注目はされましたけれども、魅力ある場所が、人があふれていることがわかる、わかりやすいコンテンツを作成して、積極的にPRする努力をしたほうがいいかなと私は思っています。

私、実は3年前に愛知県に来て、全然まだ愛知県民、初心者なんですけれども、ちょっと見させてもらって、ずっと関西に行っていたんですけれども、関西から見て、愛知県のPRというのはあんまりうまくないのかな、というふうに思っています。県民性なのかもしれないんですけれども、こんなものもあるし、こういう人もいるし、こんなにおもしろくていいものがあるからぜひ来てくださいというのを、わりと控え目に隠されているというか、出し惜しみをされているような印象に見えるなとすごく思っていました。

そういうふうな形で、例えば、先ほど外国人の方に向けてポスターとか看板とか、いろんなところに展開をされているんですけれども、それではなくって、手にとってもらえるような仕掛けがあればいいかなと思っています。

こちらもまた他エリアの事例になるんですけれども、大阪府の堺市というところで、泉州観光プロモーション推進協議会というところがありまして、そちらからの依頼で、(実物を見せながら) こういうふうな『泉州ウォーカー』という形で、これは日本語版なんですけれども、あとは中国語の繁体字と簡体字、あとは韓国語、英語という形で、関西国際空港から大阪につなぐまでのいろんな沿線のフリーマガジンになるんですけれども、これを作らせてもらって、関西国際空港に設置しました。

こういう形で、さまざまな言語のフリーマガジンをセントレアとかに置くことによって、愛知県の遊びやグルメなど、おもしろさ、魅力をアピールできて、これを持って愛知県を回ってもらおうというきっかけになるかなと思います。世界遺産めぐりとか昇龍道のルートでかなり外国人の方がいらっしゃると思うんですけれども、愛知県にまず留まってもらうにはどういうことをすべきかというのを考えて、アピールしていただければなと思っています。

あと、私、今年5月に、韓国の観光公社の主催でマスコミ主体の視察旅行に行かせていただきました。やっぱり韓国というところでもソウルですとか、わりと目立った街しかイメージがなかったんですけれども、行かせていただいたのがユニバーシアードが開催されます光州とか、今まで全く縁のないところに行ったんですけれども、歴史とか街ですとか、やっぱりご当地グルメなどが楽しめて、本当に韓国といっても、ビビンバですとか、イメージが今までないものがすごく楽しめて、魅力を感じたので、ぜひ、愛知県でもアジアの

旅行代理店ですとか、マスコミ、新聞社を招待して、プレスツアーを行って、そこから発信される口コミ情報で愛知県の良さを広げていくべきだなと思いました。

あと、2016年から2017年に、名駅のほうも新施設や新ビルができて、本当大阪と比べての強みは、新幹線から降りてすぐにそういう見どころが、おもしろいところがたくさんできるというのがあると思いますので、せっかくそういうアクセスがいいところにおもしろいものがどんどんできていきますので、ぜひ、オリンピックでおそらく各国から観光客が来る2020年に、先ほど知事がおっしゃられたように、1本で京都とか大阪に行かれないような工夫を、アピールをしていただければなと思っています。

以上になります。

【知事】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、先ほどの海外への英語のPR動画もやっていただきましたクリス・グレンさん、よろしく願いいたします。

【クリス】 クリスです。よろしく申し上げます。

僕は今、愛知に住んで22年となりました。人生の中で一番長い間、同じ場所に住んでいるのは愛知です。オーストラリアより長くなっています。愛知は僕のホームになりました。愛知にすごい誇りとかプライドを感じます。

ただ、一番の大きな問題は、やっぱり愛知県にネームバリューがないんです。それが世界的な問題です。もちろん愛知県だけじゃなくて、実は名古屋もネームバリューの問題があります。ということで、今回は、ちゃんとロゴマークで「AICHI-NAGOYA」両方がつながっているということは、すごい大切です。なぜかというと、世界の皆さんが地図を見ると、愛知は書いてないですね、ただ、名古屋が書いてあるということは、愛知が大体どこにあるか、というのがわかるのですごくいいと思います。

そのネームバリューが一番の大きな問題。名古屋とか愛知は聞いたことがないから来ないんです。それが当たり前ですよ。なので、とりあえず私たちはこれから何をやらなくちゃだめかということは、まず、そのターゲットは誰かをはっきり考えなくちゃだめです。その情報をターゲットに絞ってアプローチするんです。

ネームバリューをアップするために、もちろん愛知県が現在新しいウェブサイトをつくっている。それが、日本語、英語、中国語などで作っています。それもすごくいいことです。最近、トヨタもフェイスブック、それがすごくいいスタートです。まず情報、愛知県のネームバリューを作らなくちゃだめですから、名前を作って、プラス愛知県の魅力を発信しなくちゃだめです。実は愛知県のタンブラーブログが今月からスタートして、僕が英

語サイトとしてやっています。それも楽しんでやります。

まず、愛知県のイメージは何かということをもうちょっと考えてほしいです。今まで、結構長い間、愛知県＝モノづくり、もちろん皆さんそれがすごく大切。愛知県は今まで、伝統的な技術とか、未来的な技術もたくさんある。それも、やっぱり誇りがあることですけど、問題の1つは、そういう「モノづくり」＝「工場」＝「ちょっと汚いイメージ」です。プラス、モノづくりは日本人としてはおもしろいかもしれない。外国人としてはちょっとマイナスなイメージになります。汚いイメージだったら、じゃ、どうして日本に行って工場を見に行くんですか。自分の国にも工場はあるから、工場はちょっとおもしろくないです。

逆に、もうちょっと世界にアピールできるイメージが必要です。本当に愛知県にしかないこと、ものは何でしょう。考えると、江戸初期の大名の70%は愛知県の出身です。70%もの有名な侍とか武将は、愛知県から来ました。愛知県はやっぱり、日本全国の侍とか武将のふるさとと考えたほうがいいかもしれない。だって、秀吉は愛知県から出て大阪に行きました。そのときは、愛知の人、味、文化などを一緒に持って行って大阪ができ上がった。家康公も江戸に行ったとき、愛知からの文化、味、人、職人さんたちなどを連れて行って江戸ができ上がったんです。東京になりました。あと、加藤清正は愛知から九州に行って熊本を作りました。前田家は金沢に行った。全ては同じ状態、愛知県からスタートして全国に行きました。愛知県は本当に侍のふるさとです。なので、その侍イメージを使ったほうがいいじゃないですか。一番強いイメージです。

世界のどこでも、みんなが侍という言葉をすぐ理解できる。侍は強い、戦う者ですけど、同時に文化のもので。絵を描いた、文章を書いた、茶道とか能も勉強しました。強い面と何か優しい面があるから、理想の人間じゃないですか。そのイメージは、やっぱり東京にはないですよ。江戸でも、やっぱり町人のまち。京都は公家のまちですよ。あと、やっぱり大阪は商人ですから、沖縄も北海道も、そういう武将、侍イメージを使うことはできないんですから、それも外国人に対して、ものすごく大切なアピールがあるから使ったほうがいいかなと思っている。

実は、愛知県内にはお城の跡とかお城、3,600城あります。そういう大切なところがたくさんあるから、一度使ったほうがいい。生誕地としては、ものすごくたくさんあります。実は、今日は丹羽長秀の誕生日なんですけど、彼の生誕地に行くと、大きな石碑があるけど、周りはすごいぼろぼろです。たくさん草が出ているとか、あまり大切にしていないみたいです。それがもったいないです。そういうところをちょっと整備して大切にすると、

例えば、侍ルートができる。その企画制作をする。

あと、例えば、侍ルートとしては、セントレアのことだったら、例えば、リネーミングする。侍インターナショナルエアポートだったら、世界がすぐ注目する。みんながパスポートに特別な侍のスタンプが欲しいと思います。なので、侍のふるさとのイメージが一番ベストと思っている。ブランディング、マーケティング、プロモーション、これから、スタートしていく「あいち観光元年」ですから、これからそういうチャンスがある。特に5年後のオリンピック、せっかくだくさんの人が日本に来るんだったら、侍の生誕地、侍のイメージとか体験、経験が欲しいから、これから私たちがここでそういうことができると思います。まずその情報を発信しなくちゃダメです。

もちろん、知事はわかると思うんですけど、僕は英語は得意ですから、何かできることがあったらぜひ呼んでください、愛知県のために頑張りたいと思いますから。ありがとうございました。

【知事】 ありがとうございました。

それでは、続きまして、豊橋観光コンベンション協会の、そして、ほの国東三河ロケ応援団団長の鈴木恵子さん、よろしくお願ひいたします。

【鈴木】 豊橋観光コンベンション協会の鈴木と申します。よろしくお願ひいたします。

私は、本当に豊橋市の観光協会の一職員という立場です。何をやっているかということをお話させていただきたいんです。

豊橋を中心とした東三河、豊橋も含めてですけれども、外から人に来ていただいて、経済的な部分も含めて活性化するというのを一番の目的でやっています。外から人に来ていただく中には、もちろんインバウンドも入ってまして、今、豊橋は非常にインバウンドにも力を入れています。宿泊なんかですと、3年前から比べて海外の宿泊の方が2倍になっていますし、今年に入っても非常に増加傾向にあります。

ただ、1つ問題というか、ネックは、夜遅くチェックインして朝早くチェックアウトするというので、本当に滞在時間が短い。本当に宿泊のためにだけ海外の方がみえているという状況で、私たちの課題としては、いかに滞在時間を延ばして、いろんな部分で、経済的な部分も含めて活性化していくかということです。

今、実はその対策で、あちらのほうのポスターや先ほどのマツケンさんのビデオの中にもありました手筒花火ですけれども、20メートル以上の火柱が出るということでとっても皆さん感動される。通常、神社のお祭りで奉納されているものを吉田城の前で、特別に揚げ手の方たちに集まっていただいて、特別放揚（ほうよう）ということで、それを海外か

ら来ていただく方に見ていただくというのを年に数回やっております。この11月も4回ぐらいやる予定になっておりますけれども、そういう部分を売りにして、エージェントの方に働きかけて、なるべく滞在時間を延ばす、そういう努力をしております。

そういう部分では、ちょっと滞在時間が短いだとか、いろんな部分のことはありますけれども、一生懸命引っ張りたいと思っています。ただ、私が思うのに、いろんな部分、情報発信が、今までそうですけれども、足りていない。先ほど県の加納観光局長とお話をしていたときに、小原の四季桜を海外の方がびっくりなさったと。やっぱりそういう部分でも、知られていないような観光資源も含めて、いろんなものがあると思うんですね。それがやはり今まであまり発信されていなかったのではないかな。

私は、先ほどご紹介いただいた豊橋カレーうどんを仕掛けました。ご存じの方もみえるかと思うんですけれども、カレーうどんの下に“ご飯”と“とろろ”が入っている。それを仕掛けるときに、とろろを入れるというのを勝手に決めてしまったんですけれども、そのときに、やはり、それを聞いた方が、“えっ”というようなインパクトのあるものにしたかった。ですから、情報発信をするときに、先ほどのマツケンさんの映像がテレビで取り上げられたというのは、やっぱりあれをご覧になった方は、皆さんとってもインパクトがある映像だと思われたと思うんですね。ですから、情報発信ということでいろんなものを発信しますけれども、そこには、思いを持って、インパクトも持って、いろんなものを発信するとき、ただ流せばいいということではなくって、これはどういうインパクトを持たせて皆さんに衝撃を与えるかとか、印象に残るかとか、そういう部分で発信していかなければ、なかなか、本当に情報がいろんな部分でたくさん発信されている中で、皆さんの心に残る発信方法を考えていかなければいけないかなと思っています。

ですから、私は今やっていることで、ロケ応援団の団長ということで、東三河、昨年なんかですと「リーダーズ」だとか、「ルーズヴェルト・ゲーム」で知事にエキストラで参加していただいたりしましたけれども、そういう映画だとかドラマのロケ誘致を一生懸命今やっております。そういう部分を持って、海外にも発信をしたいと思っております。この11月には、タイのテレビを呼ぶことになっています。チャンネル5というところの旅番組ですけれども、そのときに、豊橋の何を売ろうかといったときに、やっぱり手筒花火、それはとってもインパクトを持って発信ができるものだと思いますので、そういうものを、先ほどからお話ししてはいますが、どんな方法で発信をするか、どんな思いを持って発信するかというのが大切かなと思っていますので、先ほどのマツケンの動画のように、皆さんが興味を持たれるとか、そういう部分の発信の仕方をぜひこれからやっていきたい

と思っていますし、一緒にやっていたらいいなと思っています。

以上です。

【知事】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、名鉄観光サービス株式会社の柳川さん、よろしくお願いたします。

【柳川】 名鉄観光の柳川です。

平素は、当社並びに当社グループ、いろいろな場面でお世話になりましてありがとうございます。

知事、じゃ、後ろのほうで、パワーポイントを使いながら説明させていただきたいと思っておりますのでお願いします。

前半のほうでざっと最近の取組と、あと、後半のほうで具体事例を二、三ご紹介させていただきます。

まず、名鉄グループなんですけれども、現在、中期経営計画の重点テーマといたしまして、インバウンド対応の強化ということで実施しております。従来から、中部地区、あるいは北陸エリアで多くの観光事業に携わっておりまして、インバウンド誘致につきましては、グループ各社が従来個々に取り組んでまいりましたが、平成22年からはグループが連携した取組を始めました。さらに、昇龍道が始まり、このようにグループ各社の事業エリアと重なっていますことから、現在は、グループを挙げて取り組んでいるところでございます。

これまでの取組としましては、先ほど来、出ていますけれども、愛知県と一緒に、海外プロモーションや自治体と連携したブースの展開などをやっております。あさってから、知事が行かれますジャカルタのほうに、名鉄グループとしても約20名以上参加して同行をさせていただきますのでよろしくお願いいたします。

また、着地型の商品ということで造成も行っておりまして、こちらは、乗り放題の昇龍道高速バス切符という商品でございます。今月からエリアを拡大しまして、長野県なんか、アルピコさんやら富山地鉄（富山地方鉄道）さんなども入れまして、現在、最大10バス事業者、全部で17路線を乗り放題できるというチケットを海外で販売いたしまして、結構ヒットしております。

名鉄観光といたしましても、現在、外国人スタッフの増員、あるいは海外事務所の展開、あるいは訪日事業の体制強化、ビジネスモデルの構築、先ほどの切符の造成なんかのことを言っておりますけれども、積極的に進めております。

ちょっと話が脱線しますけれども、一方、旅行業界なんです、決して順調ではなくて、今現在この数字を書かせていただきましたけれども、訪日外国人の消費総額が現在2兆円と言われておりまして、そのうち宿泊費、交通費が約8,000億円。我々1,140社の、大手旅行会社はじめ加盟しています日本旅行業協会というのがございまして、こちらの取扱い高が1,400億円強ということで、シェアは約18%。宿泊費、交通費の中のシェアの18%ですので、約80%が、これはいろいろな要因がありますけれども、必ずしも旅行業界だけでくみ取れてはいない現状でございます。

このような中で、名鉄観光といたしましては、いわゆる爆買だとか物見遊山の観光だけではない事業にも取り組んでおりまして、1つの例なんですけれども、こちらは文化体験です。台湾にあります私どものパートナーの会社から依頼があったものなんです、農家に宿泊し日本文化を体験してもらおうというもので、この新聞に載っている回は28名の台湾の高校生が参加したんですが、過去には小学生から高校生まで非常に好評でして、ここ1年で、私どもだけで1,000名近い受け入れをしております。

こちらは、違う話なんです、弦楽器の学校交流です。同じく台湾からなんですけれども、左が民俗楽器の班、生徒が44名いらっやして、プラス保護者がこれにくっついてきますので、約90名が来日しました。右側が交響楽団なんですけれども、同じく合計85名が来日いたしまして、各高校と交流を行ったりしました。

正直言いまして、これは両方とも先方から要望があったものなんですけれども、我々、パートナー探しに非常に苦労しておりまして、かなりの部分で各自治体の協力を得て実現にこぎつけたというものでございます。これらの実績が認められまして、先般、台湾から、他校の校長先生をはじめとした先生方が視察にいらっやいまして、我々としては今後さらに広がり期待できる取組じゃないかというふうに考えております。

魅力の発信にはいろいろな取組が必要だと考えておりますけれども、今日はこれらの事例をもとに、いわゆる訪日交流の推進、これは従来型の姉妹都市交流とかというのではなくて、交流自体が目的であるというのではなくて、テーマ型の交流なんかのことを言っているんですが、ぜひ愛知県様におかれまして、数多くの受け入れのためにこれらの掘り起こしと情報の整理等をしていただき、ともにやっしていければなというふうに考えております。これらの事業は、将来、必ずや魅力の発信につながっていくのではないかとこのように考えております。

また、先ほど来、出ていますけれども、外国人の行動範囲のことから考えますと、やはり広域連携での官民による地域連携のPR、これは引き続き一層お願いしたいというふうに

思いますし、先ほどの高速バスのデータも、我々、とっているんですが、この地域に来ていらっしゃる方は、ほとんどリピーターです。初めて日本に来た方が直接中部地域にぽーんと入ってくるという方はまれです。ですから、この視点から、ぜひ、効率的かつ効果的な発信が必要じゃないかというふうに考えております。

先ほど知事もおっしゃられましたけれども、私も、必ずこれからいわゆるゴールデンルートからしみ出てくるように増えてくると思いますので、引き続きよろしくお願ひしたいと思ひます。

以上でございます。

【知事】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、株式会社エム・オー・シーホールディングスの三宅美智子さん、よろしくお願ひいたします。どうぞ。

【三宅】 失礼しました。

ただいまご紹介いただきました三宅美智子です。

先ほど司会者の方からもご紹介にあずかりましたように、私、中国江蘇省出身です。実は、いつも、仕事の関係上、知事の通訳を務めさせていただくことがありまして、今まで私の仕事は、知事の話を一文字も漏れずに忠誠、忠実に伝えるのが私の仕事ですけれども、今日のように自分の思ひを直接話すのは本当に初めてです。知事、皆さん、よろしくお願ひします。

私のふるさと江蘇省と愛知県は、友好提携35周年、つい先日、記念祝賀行事とか、江蘇省演芸集団も、愛知県の豊橋市、半田市、また万博会場で公演を行いました。非常に人気を博しまして、江蘇省出身の者としては、知事、また豊橋市、半田市、県の制作企画局の皆さんに心から感謝申し上げます。私自身、中国江蘇省で命をいただいて、20代前半からこの愛知県に移住してきてまして、クリスさんより少し短いですが、ほぼクリスさんに近い状態で、クリスさんのキャリアを目指して今邁進しております。

愛知県に住みついて、住めば都。愛知県、本当に、私、海外の中国のお客様に紹介するときに、私たちの愛知県は日本の中では日本の心臓に位置しまして、交通アクセスは日本では一番恵まれています。工業、農業、花卉、フラワー、花のほう、またグルメのほう、日本の中では万能選手です。本当に全面発展です。本当にこういうような、私自身が愛知県民として非常に誇りを持っていますし、まさに、クリスさんのさっきの話を伺いまして、抱き合っただけ涙がこぼれるような感じなんです。非常に私は理解しています。ぜひ、私たち、愛知県に対する愛着、私たちが思っている魅力を、全身全霊で海外の方に伝えて、私たちの

ような愛知ファン、1人でも増えるようにこれから頑張っていきたいです。

私、仕事上、通訳をしている立場ということなので、グローバルコミュニケーションという立場から、また1人の愛知県在住の、かつ外国人の視点から、これからの愛知県のインバウンドの戦略、手法などについて皆さんと一緒に検討したいと思います。

私の1つの今日のキーワードは、日本の中心から世界の中心へ。私の思う愛知県のインバウンド、国際観光振興の1つのビジョンというのは、やっぱり観光プロモーション、観光のインバウンドの戦略を単独で突っ走るのではなく、ぜひ、愛知県全体の国際ビジョン、国際戦略と相まって、ともに進めていきたいなと思います。やはり、クリスさんの話も、私全く同感で、愛知県自体の、世界におけるブランド、あと知名度の確立によって、人を、より多くの世界中のお客様を引きつけて、インバウンド、観光客を増やしていきたいなと思います。

例えば、外国人観光客、特に中国からの観光客を引きつける観光資源というのは、やはり一番中国の方が好きなのは、行きたいところは、知名度の高いところ、例えば、人が行ったから私も行きたい。また、にぎやかなところ、ハワイのような、夜でもびかびかして、いっぱい買い物ができる、皆さんのにぎやかに話ができるようなところが好きですね。

私たちの愛知県は、本当に、金閣寺もなければ東京のようなスカイツリーもない愛知県は、そういう世界遺産はないかわりに、私が思うには、これからのクリエイティブな努力によって、可能性も無限大にあります。観光資源を、クリエイティブな発想と地道な努力で時代のニーズを満たすものに仕上げていきましょう。愛知の地は、昔から英知に満ちた土地柄ですので、モノづくりの愛知の知恵があれば観光づくりの知恵の愛知にもなれると私は信じています。

今の中国人観光客というイメージは、まさに皆さんが連想するのはこれですね。爆買いする中国人ですね。しかし、爆買いだけでは、やはりほかの地域との相違性、特異性はないので、どこでも買い物はできます。まして買い物ばかりに目が行ってしまうと、愛知県の本当のよさ、歴史、文化、魅力に触れることはできないと思うんですね。

今、私、何回も中国のお客様から、愛知県で、名古屋で、例えば、コレクション、プレミアム、保存価値のある有名な陶器はありますかと、どこで買えますか、そういうような声をよく聞くんですね。中国では、今、骨董品のブームなんですよ。そういうような富裕層に対しては、例えば、今の瀬戸の窯垣の小径とか、あるいは常滑の招き猫の散歩道もあるんですよ。有名な2大産地を抱えていますので、例えば、窯垣の小径の動線上、どこかの陶芸作家のそういうギャラリーなり工房なりをつくって、もともとお客さんとしては買

う目的ですけれども、やはりついでに、瀬戸とか常滑の歴史とか風土とか、なぜこういうところにこういういいものができたとか。瀬戸のほう、私、実際行ったことがあるんですよ。陶祖の神社があるんですね。やはり文化もわかってさらに買っていただくと、より愛着も深まるので、地域への理解も深まると思います。

あと、もう一つの観光資源ですけれども、文化の交流ですね。愛知県、いろんな強みを持っています。例えば、コスプレ、以前、大村知事は中国江蘇省にいらして、南京で日中友好漫画展を開催されたことがあります。私、中国での動員の方法は存じ上げませんが、例えば、行政だけではなく、今、中国でコスプレは若い人の間に非常に人気がありますから、ゲームソフトを販売するお店とか、ネットのそういうコスプレの道具とか服装、衣装を売るサイトで、いついつ愛知県でコスプレの大会がありますよとか、そういうふうな、いかなる有力な方法、ルートを通じて、そういう広報の効果を、やはり確実に関心のある人のところに届くようなPRルートを考えないといけないです。

あと、愛知県は、実は私が思うには、医療としても高度医療が発達した県でもありますので、今、中国の富裕層はどんどん日本に来て、健康診断とか、あるいは病気の治療の目的で日本に来ます。それこそ長期滞在ですので、そういうようなお客様の滞在のニーズをキャッチして、愛知県内でどんどんどんどんとそういう愛知県の観光資源、美食とかを堪能していただけたらと思います。

あと、さっきクリスさんもおっしゃったように、愛知県、製造業が発達しています。製造業は、ただ現場に行くだけではなく、例えば、有名なTPS、トヨタ生産方式、中国では生産管理という言い方がありまして、今多くの企業管理を経験された方が、中国に向いて大々的にいろんな講座を行っています。結構ニーズがあります。本当は、例えば、こういうような講座、結構時間がかかるものですから、愛知県に来ていただいて、本場の愛知県、地元で聞いていただきたいなと思います。その余暇を利用して、例えば、香嵐溪へ行ったり、何か近く、愛知県内を観光でも行っていただきたいなと思います。そういうような、今までの強みを生かして、リンクして、さらに観光資源を自分たちの手で作り上げていく、進化させていくという考えですね。

あと、もう一つ、さっき柳川さんもおっしゃったように、愛知県、中部圏にいらっしゃるのにはリピーターの方ばかりですね。じゃ、初めての方、ファーストタイム、愛知県にいらっしゃる時、それもルートがあります。例えば、愛知県は半田市と江蘇省の常州市、あと、岡崎は内モンゴルと友好提携もしています。あと、豊橋市も。そういうような友好提携の市からどんどんお客様を呼んできて、半田市、醸造文化が非常に盛んなところ

なので、中国江蘇省もお酢の名産地として非常に名高い地域ですから、そうやって同じ土地で、友好提携もありまして、同じ産業文化のある姉妹都市から、まず、切り口としても非常に現実的ではないかなと思います。

あと、例えば、中国の子供は、この後の話ともリンクしますけれども、春秋航空、今開通している定期路線の中に、内モンゴルとか安徽省の合肥市とか、みんな内陸都市なんです。特に内モンゴルのほうは、春になると黄砂で、今は大気汚染の問題もありまして、皆さんが日本に来て口をそろえて言うことは、日本の空が青い、きれいと言います。ですから、やはり中国の子供がなかなか体験できない海水浴とか潮干狩りとか、そういう学生とかの交流を通じて、例えばラグーナ、これはラグーナの画像なんですけれども、1つ安全なところ、区域を企画して、潮干狩りの体験とか海水浴。ここ、建造物がいっぱいありますから、建物も、例えば、シャワーとかができるところ、着替えができるところ、三河湾の中ですので安全確保も着実にいきやすいかなと。お母様は、待っている間に買い物もここはできますし、さらにコンビニをつければ学生も自分で買い物もできますし、食事もとれます。奮発したければ、家族旅行で来たら、ここも飲食店があります。お父さんはその間に、船とかの小さな三河クルージングとか、釣り体験とか、そういうようなお客様にどんどん新しいメニューを提供していけたらなと思います。

これ、渥美半島なんですけれども、恋路ヶ浜ですね。また春になると菜花も非常にきれいですから、例えば、将来はロケ地として、私、非常に期待できると思います。ただ、PRの仕方次第だと思います。可能性はあるんじゃないかなと、そういうふうに夢を見ています。

あと、これからの誘致対象なんですけれども、やはり観光ビジョンを立てていくには、誰に向かって、将来どのような日本に来るお客さんを育成していくのか。やはり私が思うには、青年層・壮年層を中心に。日本の場合は大体高齢者の方、お年を召された方は、時間がありお金がありますけれども、中国の場合は、大体50歳以上の人は、自分で探して、ネットで調べるような傾向は少ないので、大体パッケージツアーに便乗するケースが多い。むしろ若い人が自分で調べたりしますし、経済力もあります。あと、自分が来て、今度、家族、親、両親、子供を連れてくるとか、また、自分たちの社交のネットワークもありますし、日本に来て、愛知県に来てよかったなど、ウィーチャットなどSNSで発信していく力もあります。

あと、もう一つ申し上げたいのは、プロモーションの手法の多様化と重層化。私も愛知県をはじめ、ほかの県と一緒に共同プロモーション、また、昇龍道ミッションで中国に何

回か出張していますけれども、もちろんそういう観光行政とか有力な旅行社への訪問、非常に必要です。それもぜひ続けて実行していただきたいなと思いますけれども、ただ、ここに書いてありますように、海外旅行は、中国人にとっては何か難しい特別なことではなく、非常に現実的、日常的な話なので、これからもっと民衆に、普通の消費者に直接PRして、訴求力と浸透力の向上が課題です。

例えば、休日を利用して何か公園でこういう大きな、中国の公園みんな広いから、自分で何か観光イベントをやるのはちょっと難しいでしょうけれども、例えば、中国側の観光フェスティバルとかに1つのブースを出したり、愛知県の特産物とか、また、マツケンさんでも何でも、クリアファイル1つでも渡して、きれいな写真を載せたりして、そうすると、皆さんもどんどんどんどんと使っていきますし、非常に手短に愛知県を感じることができます。

あと、もう一つ、今、観光プロモーションは、どうしても上海、北京の幾つか限られた街で行うんですけれども、例えば、ウィーチャット、中国で一番今流行っているんですよ。ウィーチャットを使えば、中国のどこにいても皆さん使えますので、情報は本当に中国人のいる全世界に伝わっていきます。そういうようなネットの活用もぜひ考えていきたいなと思います。

あともう一つ、例えば、こういうシートリップ、中国では今全部ネット上でここを使って、愛知県のホテルとか中国全土のホテルを探したりしていますので、こういうようなネット上の有力なエージェントとの提携も、ぜひ、これからも強めていきたいなと思います。

あと、今、中国のお客様を誘致するには、2つのいいきっかけがあると個人的に思います。1つは、春秋航空は幾つかの航路を開設しました。1つは、ここの石家荘と内モンゴルのフフホトという街、ここは内陸の市です。もう一つは、ここには出ていないですが、南京のちょっと西、安徽省の合肥市、あと、上海と南京の間、常州市というところ、これ、全部、中国で言うと二線都市です。要は、大都市に次ぐ都市なんですね。ここを、先手を打って積極的にプロモーションをしていけば、お客様、真っ先に愛知県に来て、日本の旅は愛知県からスタート。もう一つは、今、柳川さんも一緒に推進している昇龍道、ぜひ、中部周遊は愛知県から入り、愛知県から出ていく。愛知県は昇龍道周遊の中心的な役割を果たしてほしいなと思います。

あと、おもてなし愛知ですけれども、ここはWi-Fiの充実は叫ばれて久しいですが、例えば、バスの中、Wi-Fiを使えるとか、観光施設、ここは中国と事情が違う。中国は、普通の加入電話より携帯電話の普及が非常に進んでいます。中国の場合は、大体観光施設で入場

券は日本より高いところが多いから、そういう入場券の収入でこういうWi-Fiもつけやすいでしょうけれども。

あと、もう一つ、最後に強調したいのは、情報の伝達度、外国語による情報提供というのは、ただやるだけではなく、ただ数をつくるのではなく、さっきのような、冒頭で流してくださいました、そういうようなインパクト、人の印象に、どなたが見ても、内容の構成から文章から、またナレーションから、どの面、どれ1つとっても完璧で、どなたが聞いても、見ても、心の底から微笑むような、そういう完璧なものをつくっていきたいんですね。私、よくいろんなホームページとか観光雑誌を見ますけど、書く人は非常に奥ゆかしく書きますけど、翻訳されたものはちょっと別物になっている場合も多々見受けました。そういうような、量より質ですね。20分、30分のプロモーションビデオをつくるより、15分でもいいから、人の心に残るようなものをつくっていきたいです。愛知県のもてなしの担い手は、私たち県民一人ひとりです。ぜひ、これからも愛知県の皆さんと一緒に手を携えて、愛知県の魅力を世界に伝えていきたいと思います。今後ともよろしくお願いします。

【知事】 ありがとうございます。

それでは、お待たせいたしました、最後になりますが、半田山車祭り保存会会長の榊原敏雄さん、よろしく願いいたします。

【榊原】 半田山車祭り保存会の会長をさせていただいております榊原と申します。

私の前に発表された5名の方、ちょっと私は立場が違う、参ったなとちょっと思っているんですが、5名の方それぞれ、ビジター、観光客の方と見られる対象になるものをつなぐ方ですね。ある素材があって、それをいかにビジターの方に見ていただく、うまく発信していく立場の方。1人だけ見られる立場の人間が来ました。

私、山車祭り保存会ということで、私の先祖、江戸時代の前半より愛知県半田市に住んでいまして、10代目ぐらいかな。地元の地つきの人間としてやっております。お祭り、産まれたときからお祭りがあるものだと思って育ってきまして、お祭りになるとお寿司をつけて、そして庭で飼っている鶏をおじいさんが絞めて、うどんの中に入れて。お祭りになるとお盆と正月が一緒に来たような感じで、みんなが寄ってきて、親戚中がやってきて、わいわい騒ぐと。お酒を飲んで騒ぐというような生活。お祭りがあるものだということで育ってきたんですね。

地元の、特に観光で潤っているお祭りに比べて、愛知県、東海地方は、自分たちが楽しむお祭りを今までやってきたような気がします。見てもらうということではなしに、自分たちが、地域の神事として、そしてまた、村の中のコミュニティーをつくるための手段と

してお祭りをやって、あえてみんなに見てもらおうという感覚がなかったんですね。若干、最近、そこら辺が脱皮してきましたので、そこら辺のこともお話しさせていただきたいなと思っております。

お祭り、今言いましたが、2面性があります。地域のコミュニティーの核としての神社を中心とした、豊作を祈ったりとか疫病退散だとか、豊作を感謝したりとか、そういう神事としてのお祭り。神事としてのお祭りと、神事以外のコミュニティーの、住民みんなが力を合わせて何かをやる。山車を出したり、船を出したり、馬を駆けさせたり、それを地域のみんが力を合わせてやるというようなこと、2面性がある。その力を合わせてやる部分が、みんなに見ていただいているのかな、という部分があるのかなと思っております。

最近、ユネスコの文化遺産にお祭りが取り上げられて、来年の秋には多分なるだろうと言われております。この愛知県のお祭りは5つで、一番多いですね、日本の中で。5つのお祭りが登録されようとしております。そして、今、愛知県には、数を数えたら400近く、山車だとか船が出るお祭りがあるようでございます。それを、大村知事が声をかけていただきまして、県と市町村と、それから祭りの保存会を連合した1つの組織がこの冬に立ち上がろうとしております。400ぐらいの祭りが、全部連合で、いろんな悩みを話し合ったり、どうしたらこれが守っていけるのかというようなことをやろうとしております。

私どもが、お祭り、この絵を見ていただきたいなと思うんですが、半田でやっております半田山車祭り。半田市に31両の山車があるんですね。一遍にやっておる、これは神事ではございません。30年ほど前に、青年会議所という団体が、市内にある10の地区の10の神社でやっているお祭りを集めたらおもしろいよと、全地域にあるのでということで始まって、それから第7回までやってきました。私も最初からかかわらせていただいたんですが、最初は、先ほど言いましたように、自分たちが楽しむ祭りをやっていたんですね。そうして、多くの山車が集まったら大勢の観光客の方が来て、見ていただいて、やる喜びというよりも見られる喜びもちょっと知っちゃったんですね。人から見ていただいて、私どもがやっていて当たり前のようにやった、例えば、幕だとか、刺しゅうだとか、彫刻だとか、そういうかけ声だとか、すばらしいものがあるねと言われて、私ども、日常、当たり前だと思ったものが、ビジターから見れば、いいものだね、すばらしいねと言って評価していただいて、何か誇れるものがあるなというような形で、こんなことをもっとやっていきたいなと思っております。

大村知事に、3年半前に私どものやった第7回の半田山車祭りで、手を挙げて、入場に山車の上に乗っていただいて、大村さん、どえらいじゃいかん、お祭りが好きなんですね。

毎年のように半田にも来ていただいて、お祭り見学していただいております。お迎えするところで、市長さんだとか私もここに入っております。

ごめんなさい。これ、家族の写真で、女房や孫と一緒に撮っております。

10年前、愛知万博で、愛知県にある100両の山車ぞろいということでやらせていただきました。日本広場に、一番たくさん山車を集めたんですが、ここの責任者ということでやらせていただきまして、万博協会から非常にお叱りを受けたんですね。あれをやっちゃいかん、これをやっちゃいかん、こうしなさい、ああしなさいで、「はい、わかりました。」と言ったんですが。夜中に山車を組んでいる間に、みんな寒いからお酒を内緒で持ち込んで、組みながらお酒を飲んでいたり、たばこを裏で吸っていたり。そんな悪いことをやる奴は誰もいないと言ったら、ちゃんと写真が撮ってありまして。あれ、寄るんですわ、カメラがびゅーっと。そうすると、IDカードの名前まで出た。たばこを吸っている写真だとかお酒を飲んでいる写真の証拠を見せられまして、明日のパフォーマンスはやらせてやらんと言われたんですが、泣いてお願いしまして、こうやって引き回しもさせていただきました。

祭りをやっている連中、人に見せるだとかということに慣れていないんですね。自分たちが楽しむんだということを中心にやっているんですが、大勢の方に見ていただく喜びを知れば、いろんな中で、神事として守っていかないかん部分と、あと、いわゆる見ていただく部分、いろいろの区分けができてくると思います。

私どもも半田山車祭りをやっていくときに、7回やって今度8回目を再来年にやるんですが、最初、いろんなところに半田に来てくださってキャンペーンに行ったんですよ。最初のころは、四日市あたりへ行っても、半田ってどこだと言われてまして、いやいや、名古屋のちょっと南のほうの、対岸の知多半島の、いや、ミツカンさんの本社があるところですか、その程度のことしか言っていなかったんですが、何回か数を重ねると、今は祭りの好きな方には、半田にはいい祭りがあるねと言われる、そこら辺までの存在、30年かけてしてきました。これが、ぜひ、愛知県にはすごい祭りがあるねと世界中から言われるようにしていくには、また何十年かかると思うんですが、そういう見てもらえる喜び、そして見てもらえるに耐えるそういう祭りにしていかないかんのかなと思っております。

これは万博の夜の風景で、こんな感じですね。このとき、私も内緒で愛知県館の会議室に寝袋を持ち込みまして1週間ぐらい泊まり込みましたけど、本当は泊まっちゃいかんかったのかわからないんですけどね。そういう、見ていただく、みんなにいいなと言っただく喜びが、祭り人も感じることもありますので、ぜひ、大勢の方に間をつないでいただいて、私ども、お祭りだけじゃなしに、愛知県はいろんないいものがあるものですから、

大勢の方に見ていただけるような方策がとれていけたらいいなど。また、祭り人もそういう形で変わっていかなくやいかんのかなと思っております。

以上です。ありがとうございます。

【知事】 ありがとうございます。

それでは、皆さん、熱弁を振るっていただきまして、時間がどんどんどんどんなくなりましたけれども。

それでは、一回りいたしましたので、今までのご発言を踏まえながらでございますが、それでは、また、嶋村さん、いかがでございますでしょうか。また、言い足りなかったことをどうぞ、お手やわらかに。

【嶋村】 今、榊原さんがおっしゃられた、自分たちが楽しむという意識が、多分、私、先ほど愛知県のPRがちょっと下手なんじゃないかというのが、わりとそういう意識が高いのかなというのをすごく思って、やっぱり見られる喜びという、人に見せることに慣れていないということがすごく今印象的だったので、やはり外に、こういうおもしろいことがあるからというのを、本当に発信するツールみたいなのを考えたほうがいいのかなというふうには思いましたね。

【知事】 今、角川さんというとニコ動も。

【嶋村】 ニコ動もそうですね。

【知事】 あれ、一緒だ。

【嶋村】 ホールディングスで合併して、ドワンゴという形で。

【知事】 ドワンゴになって、角川とニコ動が。

【嶋村】 今はくっついて、片仮名でカドカワという会社になりまして。

【知事】 編集部門とネットの部門ということ。

【嶋村】 そうなりますので、本当にそういうふうな形で、新たな形の、ニコ動でも発信というのはできるかなと。

【知事】 この間の日曜日、テレビ塔の下でニコニコ超会議をやったの。毎年毎年ずっとこれで4年連続同じところでやっているのは、名古屋のテレビ塔だけですね。

【嶋村】 名古屋だけなので、それで、本当に若い層の方も、ニコ動の聖地みたいな形で栄が取り上げられたりという形もありますので、そういう発信の仕方もあるのかなとは思って。

【知事】 それはありがたいですね。私、皆勤賞ですよ。

【嶋村】 ありがとうございます。

【知事】 今年は、いつも上にあれを乗っけて、あれ、非常によくウケるんです。

【嶋村】 ありがとうございます。

【知事】 来年も5回目、頼むねとって、みんなの前で確約をとってきました。いや、ありがとうございます。また、いろいろそういう、いろんな媒体でぜひやりますけどね。

【嶋村】 本当に、わりとうちも、香港とか台北とか、そういうところを出していますので、やっぱりそういう現地の人に刺さる、今の愛知県の情報というのを発信していけたらいいなとは思っていますね。

【知事】 またよろしくお願いします。

それでは、クリスさん、いかがですか。

【クリス】 今、榊原さんがやっぱりキーワードの1つを言っていましたね。彼が、山車が目の前にあるから当たり前のことになっている。ただ、外の人が見るとすばらしいと思っている。それがやっぱり愛知県民の皆さんの問題の1つかもしれない。近過ぎて愛知県の魅力がわからないから、今言ったとおりにちゃんと情報発信することと、教育がやっぱり大切ですね。愛知県民に、この県の中でどういうものがあるか、ちゃんと伝えると、まずみんなが自分の県に、自分のふるさとに誇りを感じると思うので伝えやすいと思います。

あと、三宅さんが言ったとおり、いろんな外国人がいるから、その外国人のニーズは全部違うんですね。ということは、中国人の皆さんが何に興味があるとか、そういうことはもちろん愛知県にある、欧米人はまた違うことに興味があるから、鈴木さんが言ったとおり、情報だけじゃなくてインパクトとか印象に残る何かをやらなくちゃだめ。エンターテインメントな情報、そのやり方がすごく大切と思っているから、これからももうちょっとインパクトがある、おもしろい情報を伝えたいと思います。

【知事】 確かに、私、今回、観光元年、2015年は観光だというふうに申し上げて、去年からずっといろいろ仕込んできたんですけど。前からずっと思って、それははっきり本音で言っているんですけど、愛知県の人、愛知や名古屋の人は、ここは製造業があるでしょう。だから、みんな、別に仕事があると。だから、来たきゃ来いと、来たくなきゃ来んでもええと、嫌なら来るなど、こう思っておるんですよ、みんな。自分も大多数のあれだから、ここに生まれて育ってここにいるからわかりますよ。僕はずっと役所勤めで東京にいて、国会議員でも東京にいて、東京にいた時代のときの方がまだ長いかな。だから、東京からも見ているのでそう見えるんですね。だけど、それじゃいかんと。

【クリス】 隣の芝生が青いという感じですね。

【知事】 せっかくこれだけのいいもの、特にここはクリスさんが言われる歴史と文化

の宝庫なので。だってNHKの大河ドラマ、3年に1回、頼まなくたってやってくれるわけですよ、戦国時代を勝手に。幕末物より戦国時代のほうが視聴率がとれるのでね、はっきり言って、だからやるんですね。ですから、それだったら、もっともっとアピールしたほうがいいんじゃないかと思って今やっているんですけど、いろいろ課題がありますけど、またいろいろぜひぜひ、よろしくお願ひしたいと思います。

それでは、豊橋の鈴木さん、よろしくお願ひします。

【鈴木】 私も今、榊原さんのお話を聞いていて、私は、手筒花火を豊橋の誇りだと思っていますし、自慢のものなんですね。一応、手筒花火の元締めをやっておりまして、先ほど出ています炎の祭典というのをやっています。今年が20回目だったんですけど、皆さん神事でやられていたのをイベントとしてやる時が、本当に大変だったというお話も聞いています。ですから、今、だんだん皆さんが見ていただくようにというか、自分たちが楽しんでいるところから見ていただけるものに、時間もかかったんでしょうけれども、手筒花火もそうですし、今の山車もそうですし、いろんな愛知県のお祭りが、結構、東三河にもいろんなお祭りがあって、花祭りだったりとか、そういう結構いろんなお祭りが、今、人に見ていただくためというか、人に見ていただいて、結構喜びをやっていらっしゃる方が感じるという時期に来ていて、神事だから閉鎖的に、人に見せるものではないからと言われた時代から20年ぐらいたって、今、外に向けて発信をすることに皆さんが喜びを感じるようになってきている時期に、そういうふうになっている時だと思っんですね。

だったら、私は今、山車が並んでいる写真を拝見して、本当にすごいなって思って、手筒花火をご覧になった方が、皆さん、感動するよとおっしゃっていただくのと同じぐらい、あれだけ並んでいたものは見たいなってすごく思っんですね。それは、多分、日本の方だけではなくて、海外の方もご覧になったら本当にすごく感動されるお祭りだと思っんですね。

やっぱりそういう部分では、発信するほうも、そういうふうな土壌になっているというか、そういう時期に来ているということが、幸いというか、ラッキーな時期。一々説明して、神事だからという閉鎖的な部分から始めるのではなくって、そういう時期で、今全てがそういう発信できる状態にあるものをまとめて発信したら、愛知県は、こんなに感動できるお祭りだったり、観光資源も含めてですけども、そういうものがいっぱいあるということが、先ほどお話ししたように、インパクトを持って発信できる状態にあるのかなって、榊原さんのお話をお伺いしていてすごく思いました。ですから、今がその時かなという、海外に向けても発信できる時期かなと、本当に思いました。

【知事】 ありがとうございます。

それでは、また名鉄観光、柳川さん、よろしくお願いします。

【柳川】 今のお話の若干続きみたいなことになりますけれども、神事を、こういう言い方をすると怒られちゃうのかもしれないですけど、こういうコンテンツというんですか、我々から見ますとコンテンツの1つだと思っています。これを、もちろん当然PRしていくと同時に、欧米は既にそうなんです、このところアジアでも急速に、我々FITと呼んでいますけど、個人型の旅行者が増えてきて、おそらくここ二、三年の間に急速に、グループから個人型にアジアもシフトしていくというように思っておりまして、こういうコンテンツをPRすると同時に、並行して、じゃ、ここへどうやって行くんだと、半田の山車祭りって、日本語しかない世界に、どうやって1人や1人で出かけていくんだというような、いわゆる気軽に出かけていけるような整備も、我々としても必要になってくるんじゃないかなというふうに感じました。

以上です。

【知事】 ありがとうございます。

それでは、また三宅さん、よろしくお願いします。

【三宅】 私、榊原さんのお祭りに関する話を伺いまして、実は、私もお祭り大好きな人間です。思いが一気に熱くなりました。私は文化のかけ橋という社会的な役割を果たしています。自分の仕事としては、伝達の専門職です。いかにそういう神事、日本の伝統文化を、愛知県の魅力、また、外国の方が、愛知県に対する愛着というものに現実的に変えていく、そういうのが私の仕事ですね。

例えば、何を伝えるか、海外のお客様に。神事、そもそもどういうものなのか。ここに、多分、いきなり日本人の方に問いかけても、「何だろうね」という答えが返ってくることが多いんですよ。いわゆる神事は、日本では春と秋がほとんどメインですけど、要は、神様に、我々人間の世界にお出まじいただき、春は1年の豊作、いい気候に恵まれますように、また秋、神様への感謝ですよと。豊作なら、五穀豊穡で、神様への感謝ですよと。そういうように、いかに、抽象的なそういう神事というものを、自分が理解してそういう本質的にわかりやすい言葉で伝えていく。そこはやっぱりコミュニケーション、専門職の仕事だと思います。

もう一つ、やっぱり伝えていくためには、ただ見る、漠然と見るだけでは、お客様には何も感動を与えられません。例えば、1つの祭りになると、のれん1つでも全部手刺しゅうですよと、ウン百年伝えてきたんですよと。全部、代々その家系が、その家の長男にしか

伝わらない、本当に漆にしても彫刻にしても、この街の全ての工芸、美術の、動く博物館なんですよと。そういうふうに、お客様に見方、どこから感動が生まれてくるか、そういうものを私たちが理解して、わかりやすく伝える、そういうのは宿命だと思います。

やっぱり1つの文化にしても、人の感動が湧くようなストーリーをつけて、肉と骨をつける。例えば、私、素人的で間違ったかもしれませんが、お祭りの前夜、村全体の男性が、手でもう一度組み立てて、終わったらまた蔵にしまう。なぜそういう面倒くさいことをするかというと、やはり先祖代々、この村に、この地域、このコミュニティに技術の伝承も兼ねて、これはふるさとの文化ですから、世界のどこへ行っても、今グローバルの世界とはいえ、ニューヨークにいても中国にいても、村の祭り、みんなで手伝ったねという、そういうような感動を伝えるんですね。そうすると、お客様がその山車を見て、この半田市の街のコミュニティの、全員の住民の心の世界、その顔が見えるんですよ、そういう説明を聞いていてね。

だから、やっぱり観光というのは、目で見るとはではなく、お客様の心の目で愛知県を見ていただきたい。私たち、文化をつなぐかけ橋の役割は、お客様の、愛知県を見る心の目を開く、そのお手伝いをさせていただくということですね。

あと、もう一つつけ加えたいんですけれども、やはり魅力を伝えるということ、もてなしは、一人ひとり県民の力、全員が担い手。ただ、私たち通訳とか、そういう外国人と直接触れ合う人ではないですね。一回、私、国際会議で、知事のご挨拶の中に、実は、日中韓3国、建物とか建築、不動産の国際会議ですよ。知事のご挨拶の中に、もちろん開会への祝賀とか、お客様への歓迎の意をあらわすほかに、愛知県は、武将の日本3英傑の発祥の地、武将文化が非常に発達していると。また、なごやめしに代表されるグルメ文化も非常に発達しています。皆さん、会議の傍ら、ぜひ、愛知県を堪能いただきたいと思っております。当時、私、通訳したのでよく覚えています。やはり偉大な愛知県の観光大使でいらっしゃるのです、私たち一人ひとり、大村知事に負けない勢いで、特に県の職員の皆さん、県の代表として、愛知県の魅力は何ですか、何だろうねって頭を抱えてはちょっと足りないのです、ぜひ、クリスさん、三宅さんのほうが詳しいねとかおっしゃらずに、クリスさん、三宅さん、愛知県はこうだよと教えてくださるような勢いで、ぜひ頑張っていたいただきたいと思っております。

以上です。

【知事】 ありがとうございます。

それでは、また榊原さん、いかがですか。

【榊原】 クリス・グレンさんの言われた侍のルーツが愛知県だというのは、これはいい切り口だなと思いました。確かに、3英傑、愛知県の出身ですので、全国に散らばった武将はほとんど愛知県ですね。ここがルーツだというのは1つの売りになるのかなと、おもしろいなど。いわゆるお祭り、山車を使ったお祭りも江戸時代から発展してきていますので、そこら辺にひっかけて、やっぱり使っていけるのかなと思っております。

今、お祭り、私が子供の頃というか二十ぐらいの頃は、わりとしぼんでいたんです。農村社会から高度成長に乗って、自分たちがリッチになるんだという時には、そういうものがみんな捨てられたんですね。お祭り、かじ回りの若い衆が、私がちょうど二十前後で一生懸命やっていたころは20人ぐらいだったんですね。私は東京の大学へ行ったんですが、祭りになると戻ってきてやっていたんですが、友達なんかを誘っても、あんなダサイことはやれないとかという形だったんですが、ちょうど昭和50年前後から高度成長が一応終わって豊かになってきた。そうしたら、やっぱりふるさと、自分の心のよりどころを求めて、また地域の祭りがわりと盛んになってきました。私どもの組でも、若い衆が70人、80人、かじにとまったり、綱にとまったりするような、最近、やっぱりまたあるんですね。

少子化の影響で子供がどんどん、いない。祭りをやると、どうしてもお酒がついてきたり、たばこがついてきたり、しつけもついてくるんですが、そうじゃないところもあるものですから、若いママさんが、ああいうふうにしちやいかんということで、行くとか、そんなようなこともあって。また子供自体が少なくなって、わりと担い手がちょっと少なくなって。今愛知県のまあまあのお祭りをやっているところで協議会というのをつくっているんですが、どこのお祭りの担い手を聞いても、やっぱり同じ悩み、若い子供が入ってこない、おはやし、笛、太鼓を覚えてもらえない。やっぱり生の演奏で、本当の地域のコミュニティーの力を出すようなお祭りをどうしたら継承していけるんだと。

もともとはお祭りというのは、わりと女子禁制で、男性だけでやっておる祭りが多いです。江戸のほう、関東のほうはわりと女性も入ったお祭りが多いんですが、愛知県は、まだ半分ぐらいですね。半田でも半分ぐらいのところはまだ女性はだめです。

【知事】 おはやしはいいんでしょう。

【榊原】 おはやしをやるということは、山車に乗せるということですから、神様に乗せるなんてことはだめなんです。

【知事】 山車の中、だめ？

【榊原】 半分ぐらいは。

【知事】 まだ。

【榊原】 曳くのはいいというところとか、曳くのもだめだと。

【知事】 本当？

【榊原】 まだ、半田でも半々ですね。山車に乗せる、おはやしオーケーというのは、まだ3分の1ないぐらいです。私の組でも、10年ぐらい前に女性解禁をしたんですわ。こういう時代だから女の子もおはやしをやらせようよと。長老が、「うん、そうだな。」と言ったんですけど、ちょっと待ってねと。育ってきて、おはやしが完全にできるようになったら山車に乗せるんだと、「うーっと」言われましてね。しょうがないかというところと、やっぱり絶対だめだということもありますので。

【知事】 いや、それは半田ぐらいじゃないですか。

【榊原】 いやいや、違います。

【知事】 知立も津島も犬山も乗せているでしょう。

【榊原】 乗っていますね。半田ぐらいかな、じゃあ。

【知事】 だから、そういう……。

【榊原】 まだ半田は半分以上……。

【知事】 重文の、だから、古いやつは。他はみんな乗っている。かじ棒さんはしょうがないけどね。あれは力仕事だから。だって、男ばかりじゃ無理でしょう。

【榊原】 でも、そういう伝統があって、徐々に変わりつつある。亀崎でも、将来的にはどうなるかな、というようなことを言っていますが、将来的にはそういうことも考えていかないと無理な時代が来るのかなと思っております。日本でも一番の神様は、女性をお参りしているんだから、女性がだめだということはあり得んと思っておりますので。

以上です。済みません。

【知事】 ありがとうございます。

ということで、貴重なご意見をいただきまして、まだ若干時間がありますがいかがですか。まださらにもう一言、二言、言いたいということがもしあれば。

それでは、今日は貴重なご意見をいただきましてありがとうございました。

今日は生中継ということでもありますけれども、また皆さんからいただいたご意見はしっかりまとめさせていただいて、受けとめさせていただきまして、こういった形で、次の、今年そして来年、いろんな事業、施策に生かしていくということを皆様にフィードバックして、ご報告もさせていただければというふうに思っておりますし、またいろんな機会で、これからもご一緒させていただく機会が多いかと思っておりますけれども、何とぞよろしくお願いを申し上げたいというふうに思っております。

今ちょうどインバウンドの、外国からのお客さん、去年が1,340万人で今年が1,900万人ぐらい行くんですかね。2,000万人はちょっと届かないかな、今年は。だけど、いずれにしましてもそこまで来て、かつて500万人でしたから、ちょっと前まで。隔世の感がありますけれどもですね。ただ、それだけ、私、いろいろまだ日本は見るところが幾らでもあるというふうに思いますので、ですから、そういう意味では、そういった魅力を、それも、東京、京都、関西だけではなくて、やっぱりこの愛知、また中部地区にもいっぱいあるので、そういうのもっともっとアピールをして、盛り上げていければと。

そしてまた、多くの皆さんにさらに来ていただくためには、我々が考え方を少し変えなきゃいけないところもあると思いますし、いろんな意味で、まだまだ受け皿とか態勢が足りないところもあると思いますので、そういったところは、常に常に、改善に改善を重ねてやっていければというふうに思っておりますので、今後ともよろしく願いいたします。

今日は、本当に貴重なご意見をいただきましてありがとうございました。

今日は以上といたします。ありがとうございました。

— 了 —