



経済情報コーナー

“清流の国ぎふ”を世界へ ～「飛騨・美濃じまん海外戦略プロジェクト」の推進～

岐阜県国際戦略推進課

■ はじめに

岐阜県では、“清流の国ぎふ”をキーワードに、海外の有望市場において県の認知度を向上させ、戦略的、総合的に県産品の輸出拡大と観光誘客を図る、「飛騨・美濃じまん海外戦略プロジェクト」を2009年度から展開しています。

主なターゲットは、「選択と集中」の考えに基づき、経済発展が著しいアジアの国・地域、中でもアセアン諸国（シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシアなど）とし、これまでさまざまな取り組みを国やクレアなど関係機関のご支援もいただきながら継続的に実施してきました。その結果、飛騨牛や富有柿といった農産物の輸出や外国人観光客数が大幅に増加するなど、各分野で着実に成果が上がっています。

今後もプロジェクトをアジアで継続・拡大する一方、2014年度からフランスなど欧州にも対象を広げるなど、世界の有望市場から「選ばれる岐阜県」を目指し、攻めの姿勢で海外戦略を実施することとしています。

■ プロジェクト手法

岐阜県は、壮大な山々が連なる飛騨地方から、肥沃な水郷地帯が広がる美濃地方まで、清流によってつながれ、清流によってもたらされる豊かな自然と多様な地域資源に恵まれています。「清流」は岐阜県を象徴する言葉であり、国内外を問わず、岐阜県の魅力を発信し、ひいてはブランド化を図る上でのキーワードと捉えています。

この県民の誇り、「じまん」である“清流の国ぎふ”を世界に発信し、成果を得るための具体的な手法として、本県では、以下の3点に重点を置いています。

①三位一体

観光、食（農産物）、モノ（地場産品）の各素材を別々にPRするのではなく、すべてはつながっているという考えのもと、相乗効果が期待できる「三位一体」の形で売り込みます。県の組織についても、担当部局間の連携を徹底するため、観光国際局が、戦略の総合調整、トップセールスなどの連携事業の実施、事務の進捗管理などを横断的に統括します。

②官民協働

実際にビジネスを行うのは県ではなく民間です。好機を逃さず、迅速なビジネス展開につなげる意思があり、自らもコストとリスクをかけ真剣に取り組む意気込みを持った民間、およびやる気のある市町村と連携し、プロジェクトを推進しています。

③各レベルでの切れ目ない活動

海外での知名度が低い岐阜県が「選ばれる岐阜県」になるためには、レベルに応じた取り組みを効果的に実施することが必要です。知事によるトップセールスは現地のトップレベルに訴求する上で重要な戦略であり、知事だからこそ実現できる各国要人やメディアなどを対象とした岐阜県らしさを全面に出した特徴ある事業を、担当部局による事前調査により周到に準備した上で実施しています。トップセールスで得た人的ネットワークは重要な財産としてその後も各場面で活用し、課題については確実にフォローアップすることで、トップセールスを決して一過性のイベントで終わらせることなく、着実に成果につなげる意識で取り組んでいます。

また、各担当部局においては、各国のキーパーソンと顔の見える関係構築に努めながら、相手の立場を理解した上での地道なセールス活動を実施しています。人としてのつながりを密にし、誠意を持って岐阜県ファンを増やすことも重要な取り組みだと考えています。

■ 飛騨牛フランス輸出プロジェクト

EU向けの和牛の輸出が2013年3月に解禁となったことを受け、岐阜県では、有力な「じまん」の一つである「飛騨牛」の新たな輸出ターゲットとしてEUに注目しました。

本県では、2008年の「日仏交流150周年」を契機として、在日フランス大使館との間で合意した「フランス・岐阜／地域交流プログラム」を2013年11月に更新しました。従って、フランスとの交流において第2ステージを迎えた良いタイミングであったこと、およびブランド力の構築と欧州市場全般への発信力・波及効果や、食に強いこだわりを持つ国民性の観点から、EUの中でも特にフランスが有望と考え、まずは同国で「観光・食・モノ」による新たな事業展開を行うこととし、その中核として、飛騨牛の輸出に挑戦しました。

実施に当たっては、クリアの「海外経済活動支援特別対策事業」による財政支援とクリアパリ事務所による人的支援を受け、主に以下の取り組みを行いました。

(1) 岐阜県・飛騨牛フェアの開催

2014年11月5日に、パリの由緒あるホテル・ウェストミンスターと共催で、現地の各界関係者約200人を招待し、知事や民間、関係市町村長がホスト役となって「岐阜県・飛騨牛フェア」を開催しました。

欧州デビューとなった飛騨牛については、同ホテルのフランス人シェフとパリで活動する日本人シェフに6種類のメニューを考案いただき、さまざまな調理法に対する現地の声を聞きました。そのほか、



地歌舞伎パフォーマンス

富有柿や地酒などの提供、地場産品（陶磁器、和紙製品、木工品、刃物など）の展示、映像やパネルでの観光紹介、新たな観光資源として力を入れている地歌舞伎パフォーマンスなどを通じて、岐阜県のさまざまな魅力を一体的にPRしました。

(2) コルマール国際観光展での飛騨牛PR

2014年11月7日から9日にわたって、ドイツ、スイスと国境を接し欧州の中央に位置するフランス東部のアルザス地方で開催された「コルマール国際観光展」において、飛騨牛をPRしました。

当観光展は、観光PRに加え物販も可能だったことから、本県の魅力を多方面から伝え、来場者に岐阜を疑似体験してもらえよう趣向を凝らした「岐阜県ブース」を大々的に出展し、民間関係者とともにPR・販売を行いました。

飛騨牛に関しては、観光展の会場内に店出したミシュランの星付レストランとの連携により、フォアグラをはじめとするアルザスの特産食材とのコラボレーションメニューを来場者に販売しました。「岐阜県ブース」でのプロモーションとの相乗効果もあり、3日間で約千人に飛騨牛を堪能いただき、非常に高い評価を得ることができました。



飛騨牛を求めて順番待ちのレストラン

■ 欧州での今後の展望

今回、クリアにご支援いただき実施したフランスでのプロモーションにより、飛騨牛の現地での可能性と認知度獲得に一定の成果を得ることができ、今後の本格的なEUへの輸出に向けて大きな足掛かりを築くことができました。今後は、飛騨牛に関心を持ったレストランにおいて飛騨牛の提供機会を創出し定着させるため、継続的なプロモーション活動を展開します。さらに、フランス以外のEU諸国に対する輸出についても積極的に展開していきます。