



飛騨・美濃じまん海外戦略プロジェクトについて ～岐阜県の観光・食・モノ（地場産品）を三位一体でPR!～

岐阜県観光国際局海外戦略推進課 海外政策係長 酒井 弘貴

オール岐阜県での PR

岐阜県では、2009年度から本県の観光・食・モノ（地場産品）を一体で海外にPRする「飛騨・美濃じまん海外戦略プロジェクト」を展開しています。それ以前は、典型的な縦割り行政で、部局間の連携がなく、観光イベント、食のイベント等がバラバラで実施され、予算的にもコストパフォーマンスが悪ばかりか、そもそも本県の魅力を十分に伝えることができませんでした。その反省を踏まえ、現在は、単に観光ばかりではなく、飛騨牛、富有柿、地酒などの食品や、陶磁器、刃物、和紙などの地場産品の魅力を一体にして、知事自らが海外でトップセールスをする手法に切り替え、インバウンドの増加や食品を含む県産品の輸出促進を目指しています。また、トップセールスの際には、行政だけではなく、旅館関係者、食品の流通関係者、地場産品の業者の方にもご参加いただき、官民一体となった、いわばオール岐阜県でPRを実施しています。

在外公館との連携

当県の特筆すべきPR手法は、まず、在外公館との連携があげられます。当県の知事は、経済産業省出身で、外務省にも深いネットワークがあります。その当時の同僚や部下の方が、現在、世界各国の大使、総領事などに就任されていますので、その人脈を生かし、海外でのセールスをより一層効果的にすることを可能にしています。多くの場合、大使公邸などの大使館施設を利用させていただき、そこで観光・食・モノの三位一体のプロモーションを開催します。

地方自治体が外国でイベントを開催する際、最も困難なことは、招待者をいかにして集めるかです。ただ人数を集めれば良いわけではなく、政府関係者などの要人、現地メディア、食の関係者、流通業者など、PRに最も効果のある方々を選定し、出席していただくことは至難

の業です。しかし、大使のネットワークを最大限に活用することで、各国のVIPが参加されたり、現地メディアに取材していただくだけではなく、飛騨牛などはその場で商談に至ったケースもあり、非常に有意義なプロモーションを展開することができています。

プロモーションでは、単なる展示、試食によるPRではなく、当県を訪れたことがある現地の有名俳優やトップシェフなどに本県の魅力をプレゼンしていただいたり、当県が誇る観光資源である地歌舞伎の公演を行ったり、参加者が飽きないような構成にしています。



タイの日本国大使館公邸でのプロモーションの様子

プロモーションの際、参加者から「この商品はどこで買えるのか?」、「飛騨牛はどのレストランで食べられるのか?」などの質問がよく聞かれます。そのため、プロモーションを開催する前に必ず、関係職員が入念に事前調査を行い、開催後1カ月間は現地のレストランで飛騨牛のメニューフェアを実施し、イベントで飛騨牛に関心をもった方がすぐに食事に行けるようにしています。また、セレクトショップとも契約し、地場産品のテストマーケティングを実施することで、展示した県産品を購入できるようにするなど、かつての旧態依然とした一過性のイベントに終わらないよう工夫しています。

さらに、これまでに訪問した国の中で、効果が高いと判断した国には、年末に大使館が主催する「天皇誕生日祝賀レセプション」にも岐阜県ブースを出展し、観光

PRのみならず、飛騨牛や富有柿の試食などを行ったり、県内の地場産品の企業と海外の世界的に有名なデザイナーとのコラボレーションを支援し、ミラノ・サローネやメゾン・エ・オブジェにも出展するなど、継続的なフォローアップ事業も実施しています。



パリのセレクトショップでの県産品販売の様子

プロジェクトの成果

当プロジェクトは、2009年を皮切りにしばらくは、香港、タイ、シンガポールなど経済成長著しい東南アジアで実施してきましたが、2014年には世界的な情報発信拠点であるフランスに、2016年にはアメリカなどにもターゲット国を拡大し、現在までに15カ国・地域を訪問しました。国土交通省宿泊統計調査によりますと、当県への外国人宿泊観光客数は、13万4,080人（2011年）から101万3,490人（2016年）へと5年間で約7.5倍に増加しています。また、飛騨牛の輸出量は約500kg（2009年）から約2万4,584kg（2016年）へと約50倍に増加するなど数値として目に見える形で成果を上げてきています。海外で飛騨牛料理を常時取り扱うレストラン「飛騨牛推奨店」の数も34店舗になるなど着実に成果を上げ、この手法が間違いでないと実感しています。



ベトナムでの天皇誕生日祝賀レセプションでのPRの様子

海外自治体との連携

最近では、海外の自治体と連携を強化し、本県の世界遺産や地域資源を活用した新たな魅力発信に積極的に取り組んでいます。例えば、天下分け目の決戦地として有名な関ヶ原古戦場では、ビジターセンターを整備中など、本県の新たな観光資源として、観光客の増加を目指しています。アメリカのゲティスバーグ古戦場（南北戦争の決戦地）、ベルギーのワテルロー古戦場（ナポレオン戦争の決戦地）と併せて世界三大古戦場として位置づけ、知事の訪問を契機に、それぞれの古戦場と覚書を締結し、相互の古戦場のPRを図ることで合意しています。また、県では4年前からフランス・アルザス地方と交流しており、これまで、「岐阜県とオ・ラン県」、「高山市とコルマール市」、「白川村とリクヴィル村」、「飛騨地酒ツーリズムとアルザスワイン街道」と、4団体にまで交流を進展させてきました。昨年9月に知事が当地を訪問した際、地域の食や自然、歴史を歩きながら体感するイベントである「アルザスふれあいウォーク」に参加しました。本県としては、これに温泉をプラスした「ONSEN・ガストロノミーツーリズム」を提唱し、（一社）ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構とアルザス観光機構が友好提携宣言を締結して、本県とアルザスで開催するガストロノミーウォーキングを相互にPRする運びとなりました。



ワテルロー古戦場との協定締結式の様子

このように、今後は各国の自治体との多層的・多重的な地域間交流を進め、お互いにWinWinの関係を構築することにより、従来の「観光・食・モノ」に新たなコンテンツを加えた本県の魅力をより効果的に発信していきます。