

第4回昇仙峡リバイバル会議

日 時 令和2年3月4(水) 15時30分～17時00分

場 所 甲府市役所4階大会議室(防災対策室)

出席者 東徹委員、内山しのぶ委員、雨宮正英委員、志村忠良委員、芦澤卓夫委員、
須山忠委員、笹本健次委員、新井達司委員

委員以外の者 依田忠様、吉田均様、小笠原裕二様、小林明様

事務局 <甲府市>有賀観光商工室長、渡辺観光課長、田中歴史文化財課長、
中澤観光課係長
<甲斐市>大寫生涯学習課係長(飯沼生涯学習課長代理)
<山梨県>山岸観光部次長、菊島観光部政策企画監

次第

1 議事

(1) 昇仙峡リバイバルプラン(案)について

(2) その他

2 事務連絡

3 閉会

【委員長】

いよいよ今日で会議そのものが最後ということになります。今日皆さんからいただいたご意見をもって、最終的ものとして市長に提出となります。事前に皆さんからリバイバルプランに対するご意見をいただいております。その点につきましては現在修正中でございますけれども、お気づきの点がございましたら、どうぞ遠慮なく忌憚のないご意見を頂戴したいと存じます。冒頭でございますので、私のリバイバルプランへの思いを再度お伝えしたいと思います。これは過去の栄光を取り戻すという意味のリバイバルではなく、未来に、山梨のあるいは甲府の財産である昇仙峡を引き継ぐということ、どうすれば引き継げるのかということが大事なポイントであろうというふうな考えての議論でございます。過去にあったものの意味づけ、価値づけも大事でございますけれども、それを現在に評価したものが歴史であって、あるいは現在価値として活用しているのが観光というわけでございます。そういう意味で言うと、我々が次世代に引き継ぐために今の価値を引き継ぐのではなくて、未来の人たちがどのように活用するのか分からないけれども、それを妨げないかたちでもって次世代が活用できるような余地として残していきたい。もちろんそのためには、市内にあるといっても山間地域でございますし、居住者もそう多くない地域でございますから、いわゆる「まちづくり」としての観光とは違った意味がございます。そういう意味では今回付け加えさせて

いただいたのですけれども、いわゆる経済的に観光産業として維持できなければ、将来に引き継げないだろうという意味もあって、後継者の問題であったり、あるいは新しい投資の呼び込みであったり、あるいは体制として維持できるようなかたち。地元の事業者さんたちの、将来に向けての自主的な取り組みを期待した組織づくりも非常に大事になってくる。前回はフィールドワークをした大学生たちから発表がありました。印象的だったのは地元県立大学の学生たちは、まだ秘められている価値というのがあって、そこに光があたっていない。あるいはより本来的な資源の価値に注目した提案があった。一方で立教大学の学生たちは、普段観光を学んでいるというのでもあって、資源の新しい楽しみ方とかたちの提案だったということで、何の打ち合わせもしていないわりには、非常に面白かったと思います。そういうことも含めて、リバイバル会議の最終答申を本日まとめたいと思いますので、どうぞ忌憚のないご意見をよろしくお願いします。

今日の進行でございますけれども、最初に事務局から、最終案といえますか、最終一步手前の案についてご説明をいただきました後、最後でございますので、お一方ずつご意見をいただきながら、最終的にまとめていきたいと考えております。それではまず議事の「(1)昇仙峡リバイバルプラン(案)について」事務局から説明をお願いしたいと思います。

【事務局】

議題(1)「リバイバルプラン(案)について」説明

【委員長】

ありがとうございました。それでは今ご説明いただいたのは変更箇所のみでございますけれども、何かご質問ある方はいらっしゃいますか。なければ、先程申しましたように、本日最終回でございますので、皆さんのご意見を反映させる最後となります。お一方ずつプランに対してのご意見を頂戴したいと思います。

【委員】

まとめていただいた案については、皆さんの意見も反映されていてよくできていると思うのですが、特にこの施策体系というか、実施スケジュールのところに関しまして、できるものは短期でやっていくのだと思いますけれども、短期・中期・長期ともスピード感が皆さんに伝わるように工夫していただきたいと思います。特に情報発信が大切で、この会議の議論にも出てきていたかと思うのですが、今いろんな形の旅番組があって、テレビやラジオで放送されていますが、そういうものに取り上げられると、かなり効果があるということを皆さん実感しているかと思います。昇仙峡の皆さん自らテレビ局やラジオ局、雑誌にアプローチすることも不可能ではないと思うのですけれども、やはり業界とか観光協会とか、あるいは行政の観光関係部署、県のフィルムコミッションなど、そういうものにどんどん情報発信している部署があるように聞きますので、そういうところも含めて、ぜひ情報発信はSNSに限らず、旅番組や旅用の情報誌への取材依頼など、そういうものも含めたかたちで取り組んでいければ、なお魅力が皆さんに伝わりやすいのではないかと思います。私事ではございますけれども、私の会社でレストラン部門があって、そういう媒体で取り上げられると翌日すごい反応があるのですよね。皆さん、よく見ているのだと思うのですが、普通だと1食、2

食、3食くらいしか出ないものも、翌日には一度に100食、あるいはもっと出るということがあるのですよね。高速道路に関連したレストランなのですが、高速道路会社の方では、そういったところへ積極的に情報を出していて、非常に有効だと言っていたし、反応を見ると、まさしくそうだと思う。もちろんそれだけに頼るというわけではないのですが、ぜひそういう情報発信のあり方へも対応ができるといいなと思います。

【委員】

今の話はまったくその通りだと思います。情報発信ということは、誰でも言えるけれども、誰がやるのかというのが一番大事で、そこを考えておかないと、SNSをやればいいじゃないかと言っても、誰がやるのかとなってしまいます。言うておしまい、ということになってしまうのですよ。そこをある程度具体的に突っ込んでおかないと、現実には動かない。例えば、昨年、昇仙峡がテレビで取り上げられたことがあって、非常に評判が良かった。仕掛けたのは噂に聞いたところによると、社長だと聞きました。やはり、そういうキーマンがいないとダメなのではないかと思うのですよね。僕も2～3年前に県の東京事務所へ行って、県の観光部の方々とお会いしました。その方々が、テレビ局や新聞社を回っているはずなのです。一回話しに行ったときに、しばらくテレビ局を回るのをやめているという話だったので、回ってくださいよと頼んでおいてあるのですが、我々が山梨からわざわざ行くのではなくて、東京事務所の方にテレビ局を回っていただくと非常にいいと思う。そういうふうに戻っていただければ、テレビ局は必ずひっかかってくると思う。具体的な話をしていかないと。抽象的な議論していてもしょうがないと思います。

【委員】

おっしゃるとおりで、賛成です。東京でPRする仕組みをフル活用していくというのは、やっていくべきだと思います。私どもの役割分担として情報発信も記載されておりますので、フィルムコミッションも含めてフル活用して、一翼を担えれば、お役に立てればと思います。

【委員長】

広範な情報発信としては、やまなし観光推進機構あるいは県や市の行政の役割が大きくなると思うのですが、SNSとなると個人発信なので、ある意味では発信したくなるコンテンツをどうつくるのかというのが重要なのですね。やはり情報発信論となると、どうしてもメディア、メディア、メディアと、知らない人ほどメディアと言うのですけれども、実際に発信しているご本人たちは、発信すること自体も面白いのですけれども、ネタが欲しいわけです。そういう意味では発信したいネタがないものを、いくらメディア、メディアと言っても誰も発信しないのだということは忘れてはいけません。自慢したくなるようなコンテンツ、あるいは発見の喜びを味わえるようなコンテンツをどうつくるか。あるいは既存というかマスメディアの方が取り上げたいようなネタ作りというのも情報発信の中では大事だと思います。いくら行政の人がお願いしたところで、誰も見ないよ、というようなネタだと難しいと思うので、絶対取り上げないとまずいというようなネタ作りというのが大事なと思います。そういう意味では、委員がおっしゃったように、誰がやるのだというときに、いわゆる行政がやるのか推進機構がやるのかといったこともそうですが、個人のSNSの発信者がやりたくなる

ようなことを作り出していくことが大事なかなと思います。戦略的にいうと、コンテンツ作りと同時にメディアミックスをどう考えるか。新聞に載ればいいのか、あるいはテレビに映ればそれでいいのか、ということ。今の時代においては、SNSを含めたいろんなメディアにどう取り上げてもらうかということをとータルして考えてくべきだと思います。あとは、委員のおっしゃるように、いわゆる「見える化」するということだと思うので、タイムスケジュールとして、長期・中期・短期とあるただでなく、具体的予算に応じたアクションプランというものを矢継ぎ早に打っていくことによって、誰の目にも明らかのように、本気なのだということを示せる。プランの中でのメリハリと、それを具体化していくことが、「見える化」なのかなと思います。その点もぜひご検討いただきたいと思います。

【委員】

プランにいろいろと盛り込んであって、良いプランだと思いましたが、やはり最初に昇仙峡に行ったときに、お手洗いを見て、「こんなに良いのに、なにか残念」と感じました。「基本的にはすごく良いのに、あれがダメだった」という声が出ないような、基本的なベースの改善というのが大事だと思います。お手洗いもそうですし、なるべく早めに、短期で改善していただいて、SNSでの発信や、来てくれた方が口コミで「良かった」「また行きたい」とリピートしてくれるようなベースというのを早めに整備していただけたらいいのかなと思います。

【委員長】

ありがとうございます。短期でできること、例えばトイレの問題とか、あるいは以前も話に出ていたかと思いますが、長潭橋がゲートウェイとしての位置づけが弱いのではないかということがある。そこが本当に入り口なのだというのが橋を渡っても感じられないよね、ということを皆さんも学生も言っていた。そういう意味ではトイレをきれいにするとか、あるいは長潭橋のゲートウェイとしてのビジュアル化とか、そういうものを含めた、あるいは前回言ったような、いくつかのポイントポイントに休憩スペースがないとか、いわゆるフォトスポットなのにテーブルも椅子も、展望スペースもないよねというようなこと。そういうのはたぶん短期でできてしまうと思うのですよね。前回、ご提案いただいた大掛かりな環境整備計画というのはあるのだけれども、トイレの整備とか展望スペース、水辺に下りられるとか、そういうのは短期でできることで、その辺のメリハリをもっとしたほうが良いと思います。せっかく情報発信できるネタをつくっても、トイレが汚かったというだけでもはや見捨てられてしまうというのは多々あるので、文言あるなしに関わらず取り組んでいただければと思います。

【委員】

スケジュールの中に優先順位が書いてあるけれど、トイレなどのインフラ整備とかが大事だと思う。現状来ているお客様に、汚いとか、悪い印象を与えてしまうとリピーターに繋がらないから、優先順位として、まずそこが最初に取り掛かる部分かなと思う。それから、いつか情報発信というのがあるが、県がやるのか市がやるのか観光協会がやるのか、どこが責任をもって情報を発信するのか、具体的なものではない。言葉でいえば情報発信、SNSと簡単に言えるが、基地局がどこにあるのかということが分からないと実行には移していけない。

それから、No. 24に観光事業者の新規参入というのもある。どういうものを想像して新規参入と考えるのか。県が主導して新規参入を誘致するのか。その辺りが曖昧である。ここらへんは優先順位もありますが、やりたいことはまとまっている。基本的には今来ているお客さんのおもてなしということをやリ直すべきで、今来ているお客さんが嫌気がさして来なくなるというのが最悪だと思います。そんなことを含めて考え、全体会議の中でも、協会の事務局の中でも、社員教育をして、お客さんのおもてなしということを徹底してやっていきたいなと思います。

【委員長】

確かにそれも中長期と短期の関係で、今来ている人がもう一回来なくなるような関係をどうするか、あるいは先程のトイレの話ではないですけれども、今来ている人ががっかりして二度と来たくないと思われなくようにするためにはどうしたら良いのかというのは、緊急を要する喫緊の課題であると思いますけれども、いわゆる後継者とか次世代の体制というのは、どうしても中長期的な考え方。今の考え方で次世代を担う組織を議論できないということなので、中長期的には、失礼ながらここにいらっしゃる経営者が高齢化していくわけで、次世代を担う人がいるのか、いないのか、あるいは以前は新規参入者だった人が、30年40年経てばベテランになり、既存業者になっていく。その新陳代謝も含めた中長期ということで、いわゆる欠落業種をどう考えるのか。あるいは新規参入、新規投資といっても外資を受け入れていいのか、ということも含めて考えていかなければいけないのかなと思う。今こういう人に来てほしいということは、あくまでも短期なのでその辺も議論していただきたい。例えば昇仙峡に今ある観光施設の中で欠落しているものは何なのか。あるいはどんなサービスが求められるのかということも、ハードも含めてそれを動かしていく人たちの新しい人材としての活用というのも、抽象的ではありますが、中長期の計画として、ぜひご検討いただきたいと思います。

【委員】

昨年、日本遺産の認定を目指すという話が初めて出て、そのあたりからいろいろ昇仙峡について議論する機会が増えました。リバイバル会議を通して、私たち受け入れ側としては、杜撰な体制づくりだったのかなと最終的に感じたのですけれども、その中でどうやったら昇仙峡の復活ではなくて新しい昇仙峡づくりができるのかなということを考えると、やはり、古い歴史とか文化というのをかなり充実させて進めていくのが観光的に面白いのかなというのが見えてきました。前回、委員から馬車の話がありましたけど、その方ともお会いして、「馬車を復活させたい」と言うので、「復活はできない。新しい馬車づくりをしてくれないと、同じことを繰り返すだけだ。」という話をしました。例えば馬車にアシストをつけたり、ポニーでもひけるようなかたちにしていいただければ、新しい馬車でもいいんじゃないのと話をしたのですが、それだと公安委員会がどうのこうの、と言うので、「それをやるのがあなたの仕事だよ。」とお話をしました。

また、若い人、長瀬橋付近でやっている30代の方なので、けれども、「富士の介」などサーモンを使って長瀬橋周辺の活性化をしたいという話が出ていて、月1回フリーマーケットを開いて、地産地消の野菜を売ったりして、それはいいのではという話をしたのですけれども、そういうやりたいという若者が出てくると、少しずつ活性化していくのかなというのがあって、今回のリバイバ

ルプランの策定というのは受け入れ側にとってはすごくありがたいこと。内外的なものをよくしていないと、良くなれないと思います。1年間有意義に悪いことを取りだしていただいたので、新しいステップに向かっていけると感じました。

【委員長】

ありがとうございます。本当に、今おっしゃったように、復活ではなく新しい時代の昇仙峡をつくっていくのだという、会長から力強い言葉をもらったので、ぜひ期待したいと思います。

その中でやはり、同じ馬車でも昔ながらを復活するのではなく、新しい時代に合わせた馬車を、というのがありますし、新しい若い世代の事業者が活躍できる体制をつくらないと、新しい時代につながっていかないというのもごもっともだと思います。長潭橋については、この会議でも話題に挙がっていますが、やはり入り口をどうにかしないとというのは皆さんも認識はお持ちだと思うので、そういう若い事業者が新しい事業をしながら、どういう意味で入り口の「らしさ」をつくるかが次の課題であるのかなと思います。でもそういう方がいらっしゃるといのは非常に心強いですよね。ありがとうございました。

【委員】

プランを拝見させていただきまして、皆様から貴重な意見をいただいて、まとめたということで、大筋においては非常に良いプランにできあがっていると思います。この間、昇仙峡観光協会の総会がありまして、その中でもこのリバイバル会議については、協会員から「何をしているのか分からない」という声がありましたので、簡単な説明をいたしました。細かい部分のことにしましてはまだ議題にはあがっていないという話をさせていただいたのですが、欲を言えば、このリバイバルプラン案が決まりましたら、県・市の方も含めまして、地元の協会員とでこの会議の中身のことにしまして、一度会議を持っていただきたいと思いました。29ページに、「昇仙峡観光業者と観光客の情報発信ができる体制整備」とあるのですが、実は昔から昇仙峡という地というのは、食といえますか、食べ物に関してはおいしいものがないという意見をすごくいただいています。県立大学の学生さんの意見にもありましたけれども、カフェ・テロワールというお店がありまして、その店は山梨県産のものを使っている。そういうものを使っているというと、非常にお客様の食いつきが良いのではないかという意見がありました。実際に昔から「御岳そば」という現地の食文化のあるのですが、それを代々継いでいるお店がないのですよね。本当の「御岳そば」というのはどういうものなのかというのが分かっていない現地のお店が多いと思います。そういうものに関しても、復活したいということもありますし、我々が食事を提供するにあたって、昇仙峡は作物をつくるのに適していない土地ですので、それに対して山梨県産の地元の食材を使ってということに関しては、かなり難しい部分もあります。そういう部分に関しましても、市とか県の皆様はいろいろな食材について知識が豊富だと思います。そういうことで、特に先程言いました、SNSでの相互情報発信について、昇仙峡観光関係者と観光客だけでなく、県や市の皆さんとの意見交換ができて、情報発信ができて、名産になるようなそういうものを開発できるようになれば、また一つの昇仙峡の売りができてくるのではないかと。そのように思いました。

【委員長】

ありがとうございました。確かに先ほどから抽象的には魅力づくりであったり、コンテンツ作りという話になっていて、例えば食とおっしゃるように、昇仙峡だけではなく観光地の飯はまずいというのはだいたい昔ながらの問題で、皆さん日帰りバスツアーの食事に期待していない。だから安くしか売れない。だけど今は違って、食が観光の非常に重要なコンテンツになっている。山梨県で言えばワインツーリズムというのは、ワインを飲みに来るわけですよ。畑だけ見て帰る人はいないわけで、そういう意味では食というのはやはり大事になってくる。ただ、委員がおっしゃるように、ああいう山間地で生産に適してないので、地元のをどう使うか厳しいものがある。市内もしくは県内のものをうまく使って通用していく仕組み、商品開発をしていく仕組みを作る必要がある。地元の観光業者頑張ってる、というだけでなくサポートする仕組みを整える。それが今全国で作られている地域商社の役目だと思います。そういうのが甲府でも立ち上がってほしいなという気がします。あるいは、県単位で、それがやまなし観光推進機構なのかは別としても、DMO機能をもったところが地域商社機能を兼ねながら商品開発のお手伝いができるような仕組みというのも大きくいえば必要かなと思います。確かに野菜とか、伝統の食、そばですよ。御岳そばを本当に食べられるお店があるのですかと聞かれたときに、「ない」となってしまうと、資源や伝統が無駄になってしまいます。知識がなければ「ほうとうを食べられればいいじゃないか。」という話になるかもしれないですけど、「昇仙峡ならではといえば、御岳そばだよ。でも食べられるお店がないよね。」というのは寂しいですよ。そういうものを、食文化を体験できる場という意味での飲食店を、これから考えていかなければいけないですよ。前回、県立大学の学生の提案の中で、エコパークという話がありました。エコパークといえばやはり水ですよ。そういう意味では水という資源をどう活用するのか。一方で水辺を散策できるようにするのも一つでしょうけれども、いわゆる飲料水としての水をどうやって食に活用するかも一つなのかなと思います。それをただペットボトルにつめて売るだけではちょっと寂しいので、飲食店では、水の豊かさをどうやって自分たちの売りに変えていくかというのもぜひ工夫していただきたいと思います。

【委員】

いろいろなデータの中で、昇仙峡での観光客の滞在時間は、現状で30分～1時間というデータが出ていますね。このリバイバルプランを実行することによって、おそらく滞在時間が3時間、4時間、あるいは半日と、長くなるのではないかと思います。そうすると、当然宿泊ということが観光客の中で出てきて、甲府市内に泊まるということになると思います。インバウンドの方々も、やはり観光地に行ったら長期滞在していくということになりまして、1泊あるいは2泊、多い人だと3泊くらいはおそらく昇仙峡の周辺に宿泊すると推定されます。23ページに観光客の消費動向調査のデータが載っていて、日帰り旅行の場合では14,216円ということですけども、例えば、湯村温泉あるいは甲府市内のホテルに泊まったとすると宿泊消費額というのはおそらく1万円～2万円近く消費することになる。そうすると、甲府市に観光で来たお客さんが落とす金額としては、宿泊することによっていきなり倍になる。甲府にとって観光産業が潤うわけですね。そういう視点もぜひこの基本目標の中に入れていただきたい。宿泊というのは非常に大事なことです。ぜひお願いしたい。それから、理想論を言うようですけど、滝上にあるお土産屋さんも頑張っていると思

いますが、どういふときに観光客が土産を買うかという、やはりその地に行って、観光客の皆さんが感動したときにその証として何か記念になるものを買う。そういう気になってこそその土産物だと思ふのですよね。バスで来た人に土産物を売りつけるような姿勢ではなくて、じっくり見ていただいて、結果として良いものを買っていただく。そういう姿勢をぜひ昇仙峡の皆さんには考えていただきたい。それから、意見として提出させていただきましたけれども、予算がどのくらいの規模か総額がわかりませんが、せつかくこれだけの良いプランが出来上がったわけですから、ぜひしっかり予算をとっていただいて、迅速に取り組んでいただいて、甲府市の観光を、昇仙峡、湯村温泉も含めて大いに伸ばしていただきたいと思ふます。

【委員長】

先程も言いましたけれども、これに魂を吹き込んでいくのは、予算付けとプランですので、その辺はぜひ行政の皆さんにもお願いをしたいと思ふます。なぜ物を買ったり、消費したりするのかという問題提起がありましたけれども、大きく言えば、昇仙峡に行きたくなる理由をつくらなければならない、行くべき理由づくりをしないと集客にならないということ。いくら情報発信をしても、あるいは情報発信こそが来てもらう、行きたくなる意味をつくることなので、ただ単に岩の写真を撮って、ポスターに貼って喜んでいふのではだめなのです。基本的には観光客に行きたくなる気持ちを起こさせないとプロモーションにはならない。あるいはお土産を買って帰る意味とは何なのか。委員がおっしゃったように、本当になぜ買うのだろうと考えたことがあるのか、我々は。それから宿泊についてもそうなのですが、以前県の会議でも申し上げたのですが、ワインを1杯飲んだら、新宿まで帰るのが面倒になって石和に泊まるだろう、そんなネガティブなことを言っているはいけない。現に私は、飲み会でワイン1本を飲んだところで、22時に新宿に着く電車で帰るし、簡単に帰れてしまう。それは山梨のメリットでありデメリットでもある。そういう意味でいうと、今回は、昇仙峡は所詮日帰りだよという前提条件で始まっていますけれども、せつかく委員でいらっしゃるのに、「湯村」というのが1回も出てこない。中長期的でいいか分かりませんが、宿泊との組合せをどう考えたらいいのか。それとデータもそうなのですが、宿泊すると消費額は倍になるのですよね、基本的には。日帰りでも14,000円落ちるのではないかというご意見もあるかもしれませんが、そのうちの4千円は交通費ですから、実際には1万円しか落ちていない。それを考えると、地元消費額に交通費というのはあまり入りませんから、経済効果を重視するようであれば、滞在時間の延長上に、宿泊との組合せをした時にどんな魅力がでるかということなんです。ネガティブに、泊まらざるを得ないではなくて、泊まることの魅力、湯村に泊まる意味、逆に湯村に泊まりたいからついでに昇仙峡も行きたいよねという考えでもいい。そういう意味で言うと、山梨の財産としての温泉資源と自然資源をどう組み合わせ、少しでも滞在時間を長くして、宿泊につなげていくかというのが中長期的な課題なのかなと思ふます。これは昇仙峡地域に限らず、県レベルのお話でもあるので、ぜひ考え続けていただきたいと思ふます。今回は日帰り主体でできていますけど、ぜひ宿泊についても中長期的に考えていただきたいと思ふます。

【委員】

実は会議に先立って、このプラン案について事前に意見を求められていましたが、私は意見な

しとさせていただきます。なぜかという、この計画はよくできていると思ったからです。この計画の半分実行できたら素晴らしいことで、7割、8割実行できたら、こんな素晴らしいことはないかなと思います。先程、テロワールというお店の話が出ましたが、ロープウェイの隣にある甘味処でありまして、この間、テロワールが英語版のパンフレットを作成したということで見せていただきました。あのエリアで作られたのは、初めてだと思います。お店の紹介だけでなくエリアマップも含めて昇仙峡を紹介するものでした。そういうのはネタ作りの一つにもなるし、うまくいってメディアミックスに発展していけばいいと思うし、この計画の中でもうたわれているハード整備をして、それに意味を持たせるようなソフト整備をして、それが済んだら、それを発信していくというサイクルが、いくつも回ればいいかなと思っています。それから、自分に言い聞かせているのですが、継続して露出を続けていくのだと、これからはそれに尽きるのかなと、そんな風に思っています。個人的な感想のようで申し訳ないですけども、以上です。

【委員長】

プランができれば、誰がどんなふうにするのかというのがすごく大事で、委員がおっしゃったように、次から次へと次の矢が出てくる。これがおそらく、生き生きとした地域なのだと思うのですよ。これを作ったら終わりではなくて、あそこはまた新しいことやったぞ、こんなこともやっているぞと次から次へと出てくるというのが大事なことだと思うし、そのためにはやはり担い手ですよ。

こういうプランをつくると、どうしても統制力・組織作りといったときに、「統一的な」と言いがちなのですよね。今の時代は本当に統一感が必要なのか。むしろそれぞれのアクターが、それぞれ矢継ぎ早にやるのが実は活性化なのではないかという気もする。妙に統一感を求めるから、行政は何をやっているのだと言われるし、推進機構は何もしてくれないということ言われたりする。そうじゃない、やるのは皆さんなんだ、というように一見投げたようなことをやるのが、先ほどの、長潭橋の若い経営者の話ではないですけども、自分たちがやらないといけないのだ、勝手なことやってもいいのだというくらいの方たちがいらっしゃらないと、実は活性化はしないのではないかという感じはします。委員がおっしゃったように、途絶えることなく、新しい取り組みをしていく。土産って一体何なのだとすることも含めてですが、果たしてその地域性だとか伝統ばかりが買われるわけではないのです。それが分かっているから、いろいろな事業者たちが、川越でキティちゃんグッズ買ったり、山梨に来てミッフィーを買ったりするわけですよ。そういう人もいるのだ。地元の食材なんか使っていないじゃないかと言われてもやっぱりおしゃれなカフェがあってもいいし、一方で、ここに来て何も伝統的なものがないじゃないか、食べられないじゃないか、という人もいますよね。そういう多様化したニーズにどう応えていくか。ある種の統一感を損なわない範囲内で、どうやって新しい活力をいれていくか、あるいは伝統を守っていくのかというのはやはり、これから関わっていく事業者さん達の課題なのかなと思います。新しい取り組みが生まれてきてこそその活性化になると思いますし、ハードは整備して終わりになってしましますが、ソフトの面はいくらでも充実できる。

一通り皆さんからご意見いただきましたけれども、その他ございますか。

【委員】

皆さんの意見を聞きながらいくつか考えていたのですけれども、一つはこれができあがって、これに多少の修正が加わって完成するのだと思いますけれども、このプラン自体はどちらかと言うと、コンセプトとか方向性とか、あるいはおおまかなスケジュールを提示したようなもので、ただこれから行政であったり観光協会であったり、それぞれの昇仙峡の観光関係者が具体的にこれで何に取り組んでいくのかを決めて実行していくのですけれども、その時に、例えば先ほどから出ているゲートウェイの話ですが、実際には今県のほうで長潭橋を架け替えようということになっていて、実際工事が進んでいる。そういうのも地元の皆さんや県内の皆さんに発信するときに、「実はあれもこの昇仙峡のリバイバルプランと関係があるのですよ。」と説明すると、そうかそれでやっているのかとつながって、実感が持てると思います。実際には耐久性とかで架け替えを決めたかもしれないけど、そこへ県の観光部のほうが意見を言って、昔の橋がきれいに見えるような、あるいは展望箇所を設けたような新しい橋を整備するんですよということにすると、昇仙峡の活性化のために橋をかけ替えているのだなということになって、実感が持てるような気がするので、後付けでおかしいと言われるとそれまでですが、せっかくだからそういうのも利用して見える化したほうが分かりやすいと思います。それから、委員がおっしゃった宿泊とのセットについて、全くその通りだと思うのですよね。湯村の温泉やホテル、旅館の皆さんもいろいろな工夫をされているし、私ども甲府市観光協会としても、他の伝統的な温泉地の魅力ってどんなものがあるのかということで、全国の先進的なあるいは伝統的な温泉地のことを調べたり、実際に行って体験してみても参考になるものがあれば、湯村のために活かしていったらどうだという話をしているところでして、視察にも行こうかと言っていたら、今回コロナの関係で行けなくなってしまいました。昇仙峡のリバイバルプランに触発されている部分もあるでしょうけど、湯村としての魅力アップについても一生懸命動き出しているということをご紹介したいと思います。それから、この間コロナの話が出る直前に金沢に行く機会があって、そこで知事から歓迎の挨拶があったのですけれども、その中でお土産の話が出て、皆さん買って行って下さいという話なのですけれども、ここからは本音で話しますと言いついて話したのが、「皆さん、安いものではなく値が張るものを買って行ってください。この金沢市とその周辺には伝統と文化をつぎ込んだ素晴らしいお土産がたくさんある。それらは職人さんが丹精込めて作っているので安くはありません。でもその高いものを買っていただければこの地域は潤うし、もっと伝統産業が続いていくのだ。」というような話をされていた。それは自信があるということなのだと思いますけれども、先ほど先生や他の委員さんの話を聞いていて、もちろん安いものを求める人もいるのだらうけれども、昇仙峡がらみ、あるいは山梨県のもので何か自慢ができるようなものを提供していく必要があるなということをおもいました。

【委員長】

確かに、どうしても行政は縦割りですから、基本的にはそんなことは計画には盛り込んでいないのだけれども後付け的にリンクをしていくのだというのが大事ですよ。橋の架け替えがそんなつもりがなかったとしても、そのようなリバイバルプランがあるのだったら、それも1つの目的として加えて同時多発的にリンクし合っているのだという意味付けは、後付けだとしても必要かと思えます。どうしても堅苦しく考えると、このプランはそもそも目的が決まっています、なんて言う話も出てく

るのですけれども、基礎自治体レベルでのものの考え方をして、これは国の事業だから、これは県の仕事だから、市の仕事だからと言うのは、市民からみたら何言っているんだという話なのですよね。結局、昇仙峡が絡むいろいろな施策、湯村との取り組みもあるし、長潭橋の架け替えもあるし、それを昇仙峡の活力を取り戻す、次の世代に引き継ぐという理念において共有できる。そしてその理念を共有して施策が互いにリンクできる仕組みがないと、それぞれ予算が違うからという行政の理屈は市民に通用しない。後付けであっても、これは昇仙峡のリバイバルにとって重要な施策なのだとすることを主張できるようになると良いと思います。

このプランは行政のプランですけれども、やはり民間におろしていく上で、そういう意味付けも必要だし、地元の事業者の皆さんに共有していくためには、その辺りのことも含めた説明が必要ではないかと思います。湯村としては、という立場もあるのでしょうけど、昇仙峡をコアに考えたら、湯村では何ができるのだろうか。あるいは、それぞれの業者が何をしたら良いのだろうか。交通は何をしたらよいか。一つの理念の中で、それぞれが担い合う、連担するとかたちができあがるためにも、後付けでよいので、これは昇仙峡のリバイバルに必要な事業なのだという理屈付けの中で意識されると良いのではないかと思います。それが重要なことで、やはり見える化にもつながりますし、リンクしあっているとも言える。あるいは土産の話が出たのですけれども、観光というのはある種、良いとこ取りなので、本物を必ずしも求めているわけではない。イミテーションでいいから思い出の品として買っていきたい。だから安くてもいいのだという考えもある。要するに思い出す手がかりにしたいだけで、決して工芸品を買って帰りたいわけではないという人もいます。だけど、せっかく来たのだからということで、金沢の例だと金箔の蒔絵を買っていきたい、そういう人ももちろんいる。どちらを求められても、「ある」ということが大事なのです。若い20代の子たちには、2万〜3万円もする高い水晶は買えないよね、と素通りされてしまう。だけど、ちょっと磨く体験をして作ったペンダントなどを飾っておけば、行ったねと思い出せる。土産の意味はそれぞれ違う。それに応えられるかということが問題になるかなと思います。他にございますか。

【委員長】

蛇足ですけど、実は湯村温泉リバイバルプランはもうできています。私が来て2年目くらいに作成しまして、予算がつけばいつでもできるという体制になっています。もちろん昇仙峡とタイアップした、湯村温泉の宿泊地としての魅力というのをしっかり作り上げようと考えています。その原点から、今のサービスとして、昇仙峡のライトアップに合わせて、湯村温泉からお客様にバスを出してライトアップツアーというものを実施して5年目になりますが、非常に好評です。そういったことも進めながら、昇仙峡とうまくリンクをしていこうと将来的にも考えています。市や県にお願いしたいのは、昇仙峡リバイバルプランの次にぜひ、湯村リバイバルプランをやっていただければ、いつでもプランをお出ししますのでよろしく願いいたします。

【委員長】

甲府市の観光として考えれば、リンクというのは大事だと思いますので、そのあたりは中期的に考える余地を持っていただきたいと思います。他にございますか。

【委員】

昇仙峡リバイバルプランもそうなのですけれども、私のまわりにも山梨県が好きで来る方も多いのですが、皆さんが言うのは、「泊まりたいホテル、旅館がない」ということが一番大きくて、例えば、箱根だったらここ、軽井沢だったらここ、といったようなブランド力があるというか、いくらお金を払っても、1泊でいいから泊まりたいというところがあって、そこに泊まってそこからいろんなところへお金が流れていくという仕組みがある。食べる場所は増えていると思うのですけれども、泊まる場所のブランド力を上げていく何かプロジェクトがあって、山梨県って少し高いけど泊まりたいところがいくつかあるよねと言われるような、泊まりたいブランド力のあるホテルや旅館がもっと増えると、もっと観光客が増えてお金を落としていこうなど、私を含めて、周囲の方の話を聞いています。泊まる場所と食べる場所というのはすごく大きいところなので、ブランド力のあるものにすることで、もっと魅力的になるのではないかと思います。

【委員長】

ありがとうございます。まさに基本理念にある「観光客が訪れたい昇仙峡」。これをもって言えば、山梨を訪れる人が泊まりたい宿泊施設、あるいは温泉地というものがあるのか、これからできるのかというのが大きな問題提起ですよ。昇仙峡の会議に先立って、県のプランをやって参りましたが、その中でもやっぱり泊まる意味、訪れる理由って何だろう。それを作れなければ、いくらやっても東京の近さには勝てないということをお伝えしました。県の「週末は山梨にいます」というのは良いキャッチフレーズだよ。でも週末1泊、土曜日の夜泊まれる宿はあるのですか。箱の数ではなくて、わざわざ泊まりたい、土曜日に足しげく通いたい宿があるのですかというお話をさせていただきました。そういう意味では、お客様がわざわざ、あずさやかいじに乗ってやってきて、泊まってみたい、何度も来たいね、今度は秋に来ようね、と思えるような宿というのが次の課題になってくる。宿泊はどうするのという課題ができたときにはそこをもう一度考えていただきたいなと思います。これは飲食店もそうで、お腹が空いているから来るだろうではなくて、こっちも食べたいけどあっちも食べたいよね、というように迷うぐらいの、困った2つ食べたい、と思えるぐらいのバリエーションが出てくると良いと思います。

それでは最後の会議でございますので、オブザーバーからもご意見いただきたいと存じます。

【委員以外の者】

前回、長潭橋や天鼓林、夢の松島の整備についてご提案をさせていただきました。整備のほうはリバイバル会議が終わった後に、予算付けとか、いろいろな問題があると思いますし、予算付けをして整備すればよいということではありませんけれども、景観を保つには、日々の管理も必要だと思いますので、地元の昇仙峡の生活にかかわる方ばかりでなく甲府市民の方も、積極的に昇仙峡に愛着を持っていただいて、清掃活動や景観整備などに携わっていただきたいと思います。そういうことをすることによって、市民のほうからも情報発信ができて、観光客も来るのではないかと思います。

【委員長】

ありがとうございます。前回も一括させていただいたKPIについてですけれども、市民がどれだけ愛着を持っているのかということはずごく大事なことで、できる・できないは別として、ぜひ調べていただきたいというお話をさせていただきました。今おっしゃったように、昇仙峡は、甲府の皆さん、山梨の皆さんにとっての財産ですので、地元の人がやれば良いという話ではなくて、より愛着を高めるために、市民参加で清掃活動をやろうじゃないかというのはすごくいい取り組みなのだろうと思います。そういう意味で言うと、大変失礼ですが、予算をとって造園業者さんに委託して整備してもらうことも大事なだけけれども、メンテナンスの過程で市民の人たちの力を借りることが、逆に市民の人たちの愛着を高めるという、そういうものがまさにソフト部分の取り組みとして大事になってくると思います。

【委員以外の者】

まず、前回学生にも発表をさせていただいて、ありがとうございました。学生たちはあの後大学に戻りまして、発表に来なかった学生も含め意見交換会をしています。その時に、私は学生に、「ただ言うだけでなく、諸君が何ができるのかが問われる。それをするつもりがないのであれば、意見など言わないほうが良い。」という話をしました。学生たちはその通りだと言っていました。その話を受けて学生たちがやっていることがあります。例えば、先ほど出ていたテロワール。SNSに2件アップしていますが、それだけで7,000アクセスあります。それから昇仙峡のフィールドワークだけでも2件、SNSへアップしましたが、それも8,000アクセスありました。たかが学生たちの小さなSNSですが、そういうものをかき集めれば、かなりの情報発信ができるのではないかと思います。学生たちはただここに来て、誰か偉い人たちに、もしくは役所の人たちに、こーやれ、ああやれと言ったつもりはございません。もしそれをやらせていただければ、それをする意思がある。そういう学生たちは、うちの大学に限らず、今の大学や高校の中にはたくさん参加者がいるような気がします。そういう活力をどう利用するのがとても重要だと思います。例えば、JTBが毎年やっている大学生まちづくりコンテストのフィールドを昇仙峡に設定して、入選したら1年間かけて必ずやるという条件をつけて、コンテストに昇仙峡を提供していけば、全国から意識のある学生たちをかき集めることができるような気がします。

あともう一点だけ。学生たちがミーティングの中で何度も言っていたことですが、彼らがよく理解できないのが、なぜ現在あるブランドを使わないのかということです。例えば、ユネスコエコパーク。これは国中全域と湯村全域が含まれています。国連で決められた環境エリアです。祈りの道も1,000年間使われていて、この150年、私たちだけが忘れてしまった祈りの道で、祈りの道の4本の道は昇仙峡へとつながっていて、金櫻神社がコアになっています。彼らが言っていたことは、ブランドというのは人の意思。その意思をやっぱり使うべきで、ユネスコエコパークや祈りの道などをもっと使うべきではないか。昇仙峡は決して新しい観光地ではない。今ある部分だけが新しいのであって、周辺にはもともと古い観光地があり、大切にされてきた自然があり、それがブランド化されているのだから、そのブランドをもっと使うべきだと。そんな意見が学生からはたくさんございました。今回提出させていただいた、リバイバル計画に対する意見の対応状況という資料ですが、私の名前が2ページ目にはかなり出ているのですが、実はこれは私の意見ではありません。

前回の会議が終わった後、学生たちが開いたミーティングで出た彼らの意見を、私が代わって作文しただけです。ぜひ、もし今後実行なさるのであれば、学生たち、高校生や大学生たちに「意見だけ言わずにやれ。失敗してもいいからまずはやれ。」とやっていただけるようなプランの実行体制ができれば、素晴らしい計画になるのではないかと思います。

【委員長】

ありがとうございます。確かに個人の力が非常に強い時代になってしまった。かつてのピラミッド型のトップダウンという時代ではもはやなくなって、誰もやらないなら我々がやるよという時代になっている。だからそういう意味では、行政や企業の発信力よりも個人の発信力の大きさが勝っているという状況。都合の良いことしか言わないような行政や企業じゃなくて、個人レベルの方が信頼できるという時代になっている。それがいわゆるインスタ映えだったり、SNSなんてまさにそうですよ。そういう意味ではSNSを活用していこうというのは、自分たちの都合の良い情報を発信してね、若者たちに。ということではないのだ。個人の発信力をどうやって、我々は見えていくのか、活用していくのかという、それに乗っかって、あるいはそれを抑制していくのかということだと思います。おそらく多くの人が考えているほど甘いものではないと思うのですよね。SNSの活用については、ちょっとフィールドワークをさせれば学生たちがやってくれる、ということではなくて、やはり発信したくなるような問題意識、あるいは魅力というのがなければ全く意味がない。県立大学の学生さんたちは、やはり地元の、歴史や自然をどう活かすかという問題意識が高い人たちだと思うので、だから発信したのですよね。そういう意味では、一般の観光客が訪れて、それを発信したくなるというのはどういうことなのかということをもっと考えた方がいい。実行しましょうという意味ではこのプランの中にも、例えばフォトハンティングというのがありますが、これはもう実行プランができていて、できれば県立大学の学生さんたちと一緒にフィールドワークのときと同じように、実際にどこを撮っていくのか、モデルコースを作ってみようというところまで考えてある。だから書いて終わりではなくて、緒にできる仕掛けをぜひ実行してもらいたいと思います。それからコンテストについてですけれども、峡東の笛吹市と甲州市の辺りでは、過去に大学生まちづくりコンテストのエリアになった。うちの学生たちも応募して甲州市長賞をいただいたのですけれども、ただ横から見ている、コンテストって良し悪しだと思うのですね。いわゆる賞獲りレースになってしまっている。だから、小芝居をやって、大人を喜ばせるようなプレゼンテーションをしてみたり、あるいはご当地アイドルやってみたらどうですかというような、長潭橋に名前つけたらどうですかというのが続出する。賞を獲るために、山梨のことを考えていないようなプランがいっぱい出てくる。それを大人が一生懸命ちやほやすからろくなことにならない。そういう意味でいうと、うちの学生には、絶対そんなことはするな、受け狙いはするなと言っています。だから地元の人にヒアリングをして、ちゃんと考えろと伝えているのですけれども、そういう学生たちはいっぱいいるので、問題意識の高い子たちと、どうやって手を取り合っていくのか。いわゆる本来の資源価値に着目するかたちもあるし、あるいは新しい価値付けをするということも必要となる。まだブランド化はされていないと私は思うので、なぜかという、それはご意見にもあったように、ブランドをつくるのは人々の思いであって、それが実際自分たちは分かっているのに、皆が分かってくれないと言っているようではブランド化されていない。それをいかに自分たち地元の人間が思っている大切な

財産の価値を皆さんと共有し合っていくのかというのがブランド化である。これからの課題としては、昇仙峡のブランド化というのは一つの課題だと思います。そういう意味では若い世代にいか
に思いを共有していくかが大事だと思います。

【委員以外の者】

プランにつきましては、各委員の皆さんの意見が反映されて、積み上げられていると思いますので、方向性としては非常に良いものだと思います。大事なのはこれからだと思います。まずはスピード感をもって取り組み、また持続的に、継続的にやっていくことが大事だと思います。誰が何をいつまでにやるというのを計画に落とし込んで管理していく。会社の場合はまだ社長さんという責任者が明確にいるので良いのですが、今回のプランの場合もちろん責任者はいらっしゃるの
でしょうけれども、誰がというところが機能しないと、命令指示系統が機能しないと実行性が上がらないか
と思います。そういう意味では今後の実施推進体制もしっかりやっていく。このプランは良いプランだと思いますので、ぜひ実現できるように私どもも協力していきたいと思
います。

【委員長】

まさに魂を入れるのがこれからだろうと思います。答申が終わればこのプランは魂を入れる段階に入る。そのために、実行体制というのは、組織作りもあるしタイムスケジュールもあって、そこに血液を注ぐのは予算、資金ということになる。それを一体として、長期まで含めた実行体制をもつ。さらにこれに盛り込まれていますけれども、この会議での成果は、次の甲府市の計画に盛り込まれるということになって
いますので、その点も含めて、ぜひここで交わされた議論というのを次の観光振興基本計画の中に反映するときには、継続的な実行体制を入れ込んでいただきたいと思
います。

【委員以外の者】

プランのことに
ついて気が付いたところで恐縮なのですが、31ページのNo. 25なのですが、中期的にと
なっていて、先程事務局より、29ページの看板や休憩スペースはガイドラインが出てからというご説明があつたのですが、私が思うには、統一コンセプトとかガイドラインというものをまず話し合う。そういうことがきっかけで昇仙峡が変わる、変えようとしているという認識が生まれると思
うので、中期でも良いのですけれども、実行段階ではできるだけ速やかに、そういうもの
をやっていただきたいと思
います。それと、これも文言の話で恐縮なのですが、32ページの推進体制のところ
で、「文化庁からの日本遺産の認定を前提として」というのが、前段と後段に出てきて
いて、当然そういうことはあると思
いますけれども、認定がなかったとしても 推進体制というのはつ
くらないといけ
ない話なので、そのあたりが見ていく
とどうか
なと感じました。ここ数十年、県でも市でもこれほど昇仙峡について力を入れていることはないと思
います。長崎知事も樋口市長も一生懸命、昇仙峡の活性化をやっていきたい、そういう思いを感じる
ので、こうやって立派なプランができたわけですから、それなりの推進体制を整えて
いただき、実行に移していくことが大切なのではないかと思
っております。このプラン自体はこういうものがあれば、これを目標にいろ
いろなことを、施策を進めていけると思
いますので、非常に良いと思
います。

【委員長】

ありがとうございます。皆さんが共有されているのは、やはりここからは実行なのだよということだと思います。ぜひ組織的な面でも、予算付けの面でも実行に移していただきたいと思います。それから先ほど申し上げたように、次の甲府市の観光振興基本計画への反映というのが1ページにごさいますて、令和3年度～7年度に向けた第三次になるかと思いますが、このリバイバルプランが甲府市の観光推進基本計画に反映されるということになっております。ぜひ確実にしていただければと思います。それから、今ご指摘がありましたように、日本遺産を前提にというと、それがなければやらないのかという解釈をさせていただきますので、これはそういうものではないというのが委員の皆さんも共有されているので、「前提」というのは、先ほどご指摘もいただいたので直していただければと思います。認定されようがされまいがやるのだということを表示できるようにしていただいて、「前提」はやめていただきたいと思います。微調整だとは思いますが、よろしくお願いたします。他にございませんでしょうか。よろしいですか。

それではその他も含めてご発言いただいたかと思しますので、これにて議事を終了いたします。最後に、事務局より事務連絡をお願いします。

【事務局】

それでは昇仙峡リバイバル会議については、本日の4回目をもって終了となります。委員の皆様及び関係者の皆様におかれましては、これまでの議論及びリバイバル会議の運営にご協力いただきまして誠にありがとうございました。本日の議論を踏まえ、最終的な修正につきましては、委員長と事務局に一任とさせていただきますということでよろしいでしょうか。

【委員】

異議なし。

【事務局】

ご了解いただきましたので、本日のプラン案をまとめ、3月26日(木)に「昇仙峡リバイバルプラン」を、委員長より甲府市長へと答申する予定となっております。事務局からは以上です。

【委員長】

ありがとうございました。今ご説明がありましたように、プランを修正し、3月26日に甲府市長へ答申となっております。このプランをつくって終わりではございませんので、あとはいかに魂を込めて実行していくかというところに次年度から入っていくかと思っております。以上を持ちまして議事的一切を終了させていただきます。皆様本当にありがとうございました。

【事務局】

以上をもちまして、「第4回昇仙峡リバイバル会議」を終了させていただきます。ありがとうございました。