

平成31年3月22日

新潟県知事
花角 英世 様

新潟経済同友会
観光推進委員会
委員長 高橋 秀之

緊急提言書

政府は、観光分野を成長戦略と地方創生の大きな柱とし、2020年訪日外国人旅行者「4,000万人」、2030年「6,000万人」という目標を掲げ、「観光先進国」の実現に向けた歩みを着実に進めております。

新潟県の観光推進を振り返ると、効果的なアピールの不足や国内外からの旅行者のニーズ、旅行形態の多様化への対応が不十分であり、残念ながら隣県の後塵を拝する状況となっています。

新潟県でも文化・産業に着目した観光コンテンツの磨き上げや観光局を独立させるなど、新たな取り組みにも挑戦され、新潟県・庄内エリアデスティネーションキャンペーンや2020年東京オリンピック・パラリンピックを契機として誘客が期待されるところではありますが、今後のより有効な観光推進に向け、下記のとおり提言いたします。

記

1. 推進体制

現在、新潟県では各市町村もしくは各観光協会やDMOがそれぞれに観光推進している結果、新潟県全体としての魅力を十分に発信できていない。米・日本酒・温泉・佐渡・自然・レジャーなど観光資源は豊富である一方で、旅行者のニーズが多様化している昨今においては、焦点が定まらないプロモーションとなっていることが原因の一つと考えられる。

新潟県では、「新潟県国際観光テーマ地区推進協議会」がインバウンド、「(公社)観光協会」が国内を中心に推進を担い、様々な施策を講じているものの、自治体や民間事業者へ浸透が図られず十分に活用されていないように窺える。二つの組織には関連性の高い施策もあり、両組織が引き続き連携・協力して観光施策を推進すること、あるいは一つの組織が観光推進を統括するように組織改編することを提言したい。また、民間の人材活用や意見・アイデアが反映される組織とし、年度目標の進捗管理を行い、成果を求める運営を目指していただきたい。

2. シビックプライドの醸成

地域づくりの原動力は住民の郷土愛であり、それは自然に育まれるものもあれば、歴史や文化を知ることによって形成されるものもある。人口流出超過や、観光客へおすそめを紹介できない県民が多いのは、新潟県の魅力を十分に認識しておらず、自信が持てないことが要因の一つとして挙げられる。

例えば、錦鯉が持つ美しさや希少性といった価値だけでなく、「穏やかでけんかをしない」習性や、いくつかの良心的な理由から勝敗をつけない牛の角突きは、稀有な文化として小千谷・山古志地域だけでなく、県民の財産といえる。新潟県を象徴するコンテンツの一つとなり得るものの、その歴史や謂れは広く知られておらず、魅力を発信しきれていない。

また、ボランティアガイドやタクシードライバーなど、観光客と直に接する人の印象は、旅の満足度へ与える影響が大きく、郷土愛の醸成や地域観光資源への理解を深めることで、おもてなしの向上や人材育成に寄与すると考えられる。

これまで以上に県民一人ひとりが新潟県に誇りと愛着を持つことによって、地域づくりや観光に対する機運が高まり、ひいてはUターン・Iターンに繋がることも期待できることから、次世代を担う小中学生や観光従事者が新潟県について学ぶ機会を設けるなど、全県域を見据えたシビックプライドを育む取り組みを行っていただきたい。併せて、地域の文化や伝統を守り、発信するリーダーの育成や、県内外を問わずボランティアなど多くの人を引き込む仕組みづくりを行い、産官学の連携によって「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりに繋げていただきたい。

以 上