

第2回インフラツーリズム有識者懇談会

平成30年12月25日

【観光・地域づくり事業調整官】 それでは定刻になりましたので、ただいまより第2回インフラツーリズム有識者懇談会を開催いたします。

本日の司会進行を務めさせていただきます国土交通省総合政策局の菅でございます。よろしく願いいたします。

本日は、冒頭のご挨拶までカメラ撮りが可能でございますので、希望された報道関係の方々は、撮影をお願いいたします。

それでは、懇談会の開催にあたりまして、総合政策局長の栗田より、一言ご挨拶を申し上げます。

【総合政策局長】 本日は年末の大変お忙しいところお集まりいただきまして、ありがとうございます。この懇談会、11月に初回開催で、これまでのインフラツーリズムの取組、あるいは課題についてご説明をさせていただきます。今後の方向性についてご議論いただきました。

本日はインフラツーリズムの現状分析を掘り下げ、今後の方向性について具体的にご提案をさせていただきたいと思っております。特に実効性を高めて、目に見える形で進めるため、プロジェクトを立ち上げて進めるご提案をさせていただきたいと考えております。この懇談会を始めさせていただく前に、うちの中でもいろいろ話していますときにも、観念論的な話でなく、ともかく現実は何をどう動かせるか、ぜひそういうことを先生方と一緒に考えていければいいなど、こんな話をしておりまして、佳境に差しかかっていると思っております。ぜひよろしく願いしたいと思っております。

また、先週21日に政府の予算案が閣議決定されました。大きな予算ではないんですけども、インフラツーリズムということで必要な経費も確保させていただき、政府案の中では確保させていただいたということで、そういう意味では、それも私たちの気持ちの1つのあらわれだと思って見ていただければ、大変ありがたいと思っております。

魅力あるインフラツーリズムが全国に拡大し、地域活性化に寄与する取組となりますように、委員の皆様には忌憚のないご意見をいただきますよう、よろしく願いいたします。

【観光・地域づくり事業調整官】 ありがとうございます。

続きまして、本懇談会の委員の方々のご紹介をさせていただきます。

まず初めに、清水座長でございます。

【清水座長】 どうぞよろしく申し上げます。

【観光・地域づくり事業調整官】 次に委員名簿の順にご紹介をさせていただきます。

阿部委員でございます。

【阿部委員】 よろしくお願ひいたします。

【観光・地域づくり事業調整官】 河野委員でございます。

【河野委員】 よろしくお願ひいたします。

【観光・地域づくり事業調整官】 篠原委員でございます。

【篠原委員】 よろしくお願ひいたします。

【観光・地域づくり事業調整官】 なお、行政側の参加者は、お手元の配席図のご紹介にかえさせていただきます。

次に、お手元に配付しております資料のご確認をお願いいたします。次第の下のところに資料配付一覧を載せております。資料に不備がございましたら、事務局までお申しつけのほうをお願いいたします。よろしいでしょうか。

それではここで、清水座長から一言ご挨拶をいただきたいと思ひます。座長、よろしくお願ひいたします。

【清水座長】 どうも皆さん、おはようございます。重ね重ねになりますが、年末のお忙しい中、ご参集いただきましてどうもありがとうございました。

私のほうから一言申し上げたいと思ひます。前回随分と委員の先生方から多様な意見が出たというふうには理解をしてございますが、ポイントは2つだろうと思ひて、1つ目がやっぱりインフラツーリズムの理念化と申しましようか、結局どんなインフラを対象に、いつまでに何をやるのかというような、少し中長期と申しましようか、何かそういったようなところというのをどう考えるかというものが、まず当初要るだろうと。これが、多分今日途中でご説明もあるかと思ひますけれども、基本的には単なるインフラPRということではなくて、そういったインフラのPRをインフラを用いながら周辺地域の観光を生み出していくということをあわせて、インフラそのものの理解を助けていくということですか、こういったようなところというのをどうやって具体的に実現するかというところ

ろを考えなきゃいけないのが、多分最初のポイントかなと思います。

2つ目が、先ほどプロジェクトというふうに局長がおっしゃっていましたが、短期的にどういうトライアルをしていくのかというところについても同時に考えなければいけないと。そのときに、やっぱりインフラツリーズをどういうふうに関係者に受け入れていって、どういう事務局を形成して、魅力を高めるためにどういうガイドを使ってとか、多分そういう細かいところまでいろいろと検証できるとなると個人的には思っています。

いずれにしても、多様な意見を期待したいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

【観光・地域づくり事業調整官】 清水座長、ありがとうございました。

冒頭のカメラ撮りはここまでとさせていただきます。

(カメラ退室)

【観光・地域づくり事業調整官】 それでは、議事に移らせていただきます。

以降の進行は、清水座長にお願いしたいと存じます。よろしくお願いいたします。

【清水座長】 それでは、早速議事に入りたいと思います。

予定している議事は1つでして、インフラツリーズの拡大に向けてということで、資料1と2をあわせてご説明をよろしくお願いいたします。

【事業総括調整官】 事務局の事業総括調整官、吉田でございます。お手元の資料をご説明させていただきます。

まず、資料1ですけれども、こちら今座長からお話ありました、前回11月9日に行いました有識者懇談会での、いただいた主な意見をまとめております。

1枚めくっていただきまして、前回の懇談会としては大きく論点を3つ挙げておりました。1つ目が、広報を強化して全国各地でインフラツリーズの好事例を増やすにはどういった取組が必要か。2つ目が、各施設の取組をそれぞれレベルアップさせるために、例えば手引きというようなものをつくる場合にどういった項目を盛り込むべきか。論点の3つ目としては、地域の観光資源としてインフラツリーズを活用していく際にどのような取組が必要か。

さまざまにご意見いただいたものを大きくまとめたものがこちらでございます。論点1で好事例を増やすにはどういった取組が必要かということについて、今もお話いただいたようにインフラツリーズの理念というものをまず提示すべきではないかということ

や、あと地域をよくしていくために、コンセプトやどういった付加価値を与えていくかなどのシナリオを持って検討していくべきということ。あとロゴマークの作成も提案させていただきましたが、ロゴマークがずっと使うものということになるのであれば、そういった作成は丁寧に進めるべきということでご意見いただいております。

論点の2としては、各施設の取組をそれぞれレベルアップさせるためにはということで、事務局としては全体の来場者数を50万人から100万人に増やしますということでご提案させていただいていたんですけれども、そちらにつきまして、目標を来場者数だけではなくて、ほかの視点からも設定できないかということ。また、施設についても、たくさんの区分もありますので、事業の分野とか、あとはその事業のライフステージのどこにあるものかと、そういったようなものについて、短期・中長期に分けて取組を整理すべきということ。もう一つは博物館に代表されるような、人が来てそこで学んでいくという施設でも学芸員さんを確保して付加価値をより高めている、そういった取組について他分野の成功事例等もあるので、そういったものを参考にまとめるべきという話をいただいております。

インフラツーリズムを地域の観光資源として活用していくということでいきますと、地域資源との連携方法や、あとはそういったものを支える、地域振興につなげる組織をつくるのが重要ということ。また、いらっしゃる来訪者の方々も、一般の方からマニアの方々までさまざまな特性ありますので、そういったバリエーションに応じてどういった付加価値を与えていくかを検討すべきということ。そして、地域と連携して、こういったところでこういうものがわかるとか、ここがおもしろいとか、そういったものを紹介できるガイドの育成はプロの育成を目指して行っていくべきということのお話をいただいたところでございます。

1枚めくっていただければと思います。いただきましたご意見の内容に着目して、今後、第2回、第3回の懇談会を進めていく上で、論点としてもう一度整理をし直しております。いただいたご意見を、この中でいくと小項目の(1)(2)というふうに書いてあるものがいただいたご意見ですけれども、大きな項目としていくと5つ、1番目がインフラツーリズムの枠組み、2番目が地域との連携、3番目が広報としての対応、4番目がマニュアルとか手引きとか、そういったものの考え方、そして5番目が案内していくガイドの方の確保・育成ということになるかと考えております。

これを本日の第2回懇談会と、年明け以降の第3回懇談会での議題というふうに大きく

分けて捉えたときに、まずこの赤色の線で示してありますインフラツーリズムの枠組みでいくと、インフラツーリズムの理念を提示すべきということ、地域との連携は地域資源との連携や地域振興につなげる組織について、広報としてはロゴマークを短期的なものを少し考えてはどうかというふうに考えているのと、手引きの考え方としては施設の区分や短期・中長期に分けて整理すべきというところを今回ご議論いただきたいと考えております。こちらを第2回懇談会での議題ということで、右の上に赤く枠がありますが、その中で大きく4つの項目ですね。インフラツーリズムの理念の整理と、2番目が公開の現状と課題ということで、前回ご紹介させていただいたものをもう少し掘り下げてみる。3番目が拡大の勘所ということで、どのような取組で盛り上がっているのかというような、地域で行っている努力や工夫のところを掘り下げてみる。そして、今後の取組というところで4つ、今回の議題としたいと考えております。

こちらをもとに資料2のほうを作成しておりますので、資料2をご覧くださいと思います。

1枚めくっていただきますと、今ご説明した4つの項目を挙げております。順番にご説明をさせていただきます。

インフラツーリズムの理念というところで、2枚めくっていただきまして3ページ、まず前回のご議論いただいた内容を含めまして、事務局のほうでいろいろ、検討をその後もさせていただいております。大きくいくと、やはり我々インフラツーリズムとして取り組んでいく際に、インフラへの理解を深めるということはやはり第一として行っていくべきではないかというふうに考えております。さらに、座長から冒頭お話ありましたように、インフラを単にPRしていくというだけではなくて、やはり地域に人を呼び込む、地域の連携を拡大すると、こういったところがインフラツーリズムとしては、理念として挙げていくべきではないかというふうに考えておるというところでございます。

1枚めくっていただきまして、そういった理念を少し図にしてみました。下の図ですけれども、左から右に、だんだん取組が拡大して行って地域へも広がっていくイメージを作成しました。一番左が一般的なインフラの施設をPRするというところで、土木広報ということで書いております。これも非常に大事なんですけれども、行ってみたときにその土木施設の役割や必要性を学ぶ見学というものが中心になっているものです。

真ん中が、今各地で取組が進んでいるインフラツーリズムが、この真ん中のあたりでさ

さまざまな段階があるということではないかというふうに考えております。土木広報プラスアルファの付加価値ということで、中心に土木広報がありながら、その周りを4つの円で、イメージとしては囲っております。1つ目がインフラの特性に応じた見せ方をしていこうというもので、この施設はこういうところがおもしろいと、その見せ方を考えて、次はその魅力の発信。それを地域だけではなくてさまざまところから発信をしていくことで、広げていくということです。3番目が見学ガイドによるおもしろさということで、行ってみた方について非常にわかりやすくなるように、人と人とのつながりでしっかりとガイドが伝えていくということ。4番目が一番下の民間や地域との連携ということで、運営や、その後の活用も含めて民間の方々とか、地域の方々と連携してそれを広げていくということ。インフラの特性に応じた見せ方にあわせて、見学ガイドのおもしろさ、魅力の発信、民間や地域との連携などの付加価値をつけるということが、今取り組んでいるインフラツーリズムの主要な部分ではないかと思っております。

さらにその右側で、そういった取組がそれぞれのインフラで進んでいるものに、さらにその周辺の観光資源を合わせて地域を広く回っていただくと。インフラの魅力で集まった方々が地域の観光資源をゆっくり回って、地域に滞在時間も長くするとか、周辺の観光資源とあわせて地域の魅力度を高めて、来訪者の滞在時間を増やして地域活性化を図ると、こういったところも目指していくというのが今回のインフラツーリズムの理念ではないかというふうに考えているところでございます。

1枚めくっていただきまして、次が、そういったものを進めていく際に、前回11月9日の懇談会の中でも、これまでのインフラツーリズムの現状と課題を分析していたところですが、もう少しご説明させていただきます。

6ページをご覧くださいいただければと思います。

前回の懇談会では、全国で約400ぐらいの施設がこのインフラツーリズムということで取り組んでいるとご紹介しました。それを年間の来訪者数で大きく3つのランク分けにして、取組をそのランクごとに進めてみてはどうかというご提案をさせていただいております。そのランクごとに、では全国でそのランクごとに施設がどれくらいあるのかということと、そのランクごとにどれくらいの方々が来訪されているのかというのを整理してみたところでございます。今、インフラツーリズムのポータルサイトをつくっておりますので、来訪者数がわかっている施設が367施設あります。Aランク、Bランク、Cランクと

いうのは左の上のほうに、Aランクが年間の来訪者数が1万人を超えるもの、Bランクが1,000人から1万人のもの、Cランクが1,000人までまだ到達していないものということで分けております。円グラフ左側で見ていただくと、Aランクになるところは、現在わかっている数字でいくと、全国で10施設ございます。Bランクが次に40施設あるということで、残り317施設がCランクということになります。そのランクごとにどれくらいのお客さんが来られているかというのが右で、Aランク10施設に対して年間で28万人が来訪されています。全体で46万7千人ですので、この28万人だと約6割がAランクの10施設に集まっています。次の40施設のBランクなんですけれども、これが年間で約10万人ぐらいということでございます。Aランク、Bランクが50施設あって、全体の約15%ぐらいの施設で、右のグラフの全体の8割ぐらいの人数が来訪しているというような状況ということがわかったということでございます。

そのAランクというのは、具体的にはどこの施設かというところが、その次のページにあります。Aランクの施設を、年間の来訪者数で1から10まで順番に並べております。場所が左の日本地図にあり、施設の属性は凡例で、オレンジ色が道路、水色が川とダム、緑色が空港ということで色分けしております。大まかにいくと、全国10施設あるところの多くは大都市圏、首都圏、中部圏、近畿圏のエリアの近くにあると。背後地に人がたくさんいるところで人が来ている施設のほかに、頑張っているのが東北の津軽ダムで、これはあえて言うと世界遺産である白神山地の近郊に位置しているというところで、このつながりを活用しているのかなというふうにも考えております。多くの人に来る施設がAランクという単純な話では決してなくて、このエリアにある施設というのはほかにもたくさんありながら、Aランクの施設がやはり年間1万人以上、多くは10万人に到達するまでのお客さんが来られているというのは、やはりその背後地もさることながら、こういった施設がしっかりと努力、工夫をしてお客さんをたくさん集めて、またリピーターも訪れているという構図になっているのではないかというふうにも考えております。

次のページが、その各施設で行っている努力と工夫はどういったものがあるのかというのを大まかにまとめているものです。先ほどご紹介した施設を来訪者順に上から並べておりますが、宮ヶ瀬ダムでありますと、やはり一番のキーになるコンテンツである観光放流の予定をしっかりと周知しているということや、八ツ場ダムにおきましては、前回の懇談会でも篠原先生からご紹介いただきましたように、建設中で今しか見られないという魅力に

あわせて、いつ来ても楽しめるというようなことも含めて多彩な見学ツアーを設けて多くの方を集めていると。3番目の利根導水路は、地域の小学校ということで埼玉県小学4年生の社会科見学の中にしっかり組み込んで、継続的に訪れている。天ヶ瀬ダムが駅から近いとか、湯西川ダムは水陸両用バスツアーとか、そういった地域の特性をしっかりと生かしているということです。首都圏外郭放水路においても、東京の近傍にあるということもあるのですが、防災地下神殿という別名があるぐらいの非常に映える施設で、それを民間と連携してしっかり売り出しているということで、多くの方が集まっているのではないかとこのように考えております。

こういった努力、工夫の部分をしっかりとはほかのエリアの施設に展開する、またはこのAランクの施設でも、表にしてみたんですが、特性に応じた見せ方、ガイド、魅力の発信、民間や地域との連携、こういった4つの分類でどれくらい取り組んでいるかというのをざっと見ますと、まだこれから取り組む余地がある部分もある施設もありますので、こういったところに取り組んでいくことによって、このAランクの施設もさらに来訪者数を増やすことができる余地があるのではないかとこのように考えているというところでございます。

Aランクの施設の努力、工夫をうまく活用して伸ばす候補としてのBランクを考えたときに、次のページをご覧くださいと思いますが、全国で40施設あります。この40施設を先ほどの凡例と同じように整理してみると、全国かなりあちこちに分布しているというような状況になっています。施設分類でいきますと、ダムが最も多く26施設、次いで河川が6施設、道路3、港湾3、下水1、砂防1というふうになっておりますが、先ほどの10施設で28万人、この40施設で10万人ということで、この40施設がそれぞれの実力に応じて、いろいろな取組を組み合わせるとお客さんが増えていくと、来訪者ももっとぐんと増えるということになるのではないかとこのように考えております。

10ページ以降が、そのランク別ではなくて全国の約400の施設の現在の取組の分類、分析というものをもう少し行っているものでございます。10ページがインフラ公開の主催者や説明者がどういった方々なのかということですね。公開するにあたって、左のグラフなんですけれども、現状では約8割が施設管理者が主催ということでございます。旅行会社主催のツアーというのが左のグラフのオレンジ色の55ありますが、このツアーの内訳をさらに見てみますと、下の横棒グラフになります。ダムが44ということで多い状態になっ

ていて、そのほか道路、河川、港湾、砂防等があるというような状況になっております。こういった主催者の状況ですので、説明者の区分のグラフが右側で、やはりその施設管理者の方が説明しているケースが多いということです。そのほかとしては会社、民間旅行会社で行っていただいたり、NPO、ボランティアの方々で行っていただいたりしているという状況があります。これは、済みません、今回こうまとめて思ったんですけども、これをA、B、Cで分けると、もっと際立って特徴が出たのではないかなと思っておりまして、またそれは提示してみたいと思いますが、こういった施設管理者主体になっているという状況のなかで、開催日がどういう状況になっているかというのは次のページになります。

11 ページになりますが、左のグラフで施設管理者や自治体で行っているインフラ公開は約7割が平日になっているということです。これが全体で回数としては約400ですね。右側が旅行会社が行っているツアーについて、これが「n=53」ということで、全体の8分の1ぐらいの数ではあるんですけども、やはり特徴としてはお客さんが多く来られる土日、夏休み等特定の日、こういったところを主に行っているということです。こういったような取り組みを見ると、うまく民間の旅行会社さんと連携した取組を進めることで、お客さんがやはり多い土日や夏休みに開催しやすくなっていくのではないかとことや、こういった取組を広げていくにあたってどうしても施設管理者や自治体職員の負担というのもテーマとして取り上げられることが多いんですけども、そういった部分もうまくその主体を民間と連携することで、負担感をうまく減らしていくことができるのではないかとというふうなことも、これから見えてくるのかなというふうに考えております。

次ですけれども、インフラ公開の来訪者が行くにあたって、申し込みを観光施設としてはなるべく直前でも受け入れられるようにしたほうが、ユーザーとしての自由度が上がるので多くのお客さんが来られるのではないかとということを以前少し話題になりましたので、ちょっと整理をしてみました。左側が、全体の約400の実施回数の中の申込期限の割合ということで、大きく見ると1カ月前までというのが約4分の1、2週間前までがやはり4分の1、1週間前までが3割ぐらいということで、1週間以上前に申し込むというのが主流になっているというふうにはなっております。これをもう少し傾向が見えないかと言うことで、右の折れ線グラフで整理をしております。一番数が多いのが供用中で、これが268なので、全体の約7割の数になります。で、工事中のものが約3割、完成時が4と

ということで、約1%ということで、工事と完成は一緒にしてもよかつたかなとちょっと思っているんですけども、やはり大きく傾向が見えているのが、工事中の施設に人を受け入れる際には、現場での調整とか、説明者を工事現場に新たに設置する、呼んでくる必要があるというような理由で、1カ月前までに行っているところが約半数に上るところです。一方で供用中の施設については、継続的に来訪者を受け入れる準備をしているところも結構ありますので、ここは1週間前まででいいですよというところが結構、3割以上になるというようなところになっております。全体としていろいろな理由はあると思いますが、そういったところも含めて、やはり今後の伸びしろの部分かな、より体制を組んで地域でもうまく説明ができるとか、民間業者が説明ができるというようなことになれば、その受け入れもよりリードタイムの短いツアー等もつくることができるようになるのではないかなというふうに、これからは見えてくるかなと考えております。

以上のようなところが、前回ご紹介をしたインフラ公開の現状と課題に、さらに今回追加して少し整理をしてみたところというところでございます。

13 ページがまとめの部分になります。大きくまとめますと、A、B、Cで分けたときの来訪者の多いAクラスの施設は、現状では大都市近郊、もしくは大きな観光地の近くにあるというようなところでございます。一方、来訪者の増加に取り組めるようなBクラスの施設は全国に分布しています。Aクラスでこういった努力や工夫をやって来訪者を伸ばしているのかというところを全国の施設にうまく展開することで、今後伸ばしていける余地が見えてくるのではないかなというふうに考えているというところでございます。もう一つ、そのインフラの公開の主体とか、説明の主体についても、現状主に施設管理者が行っている場所が多いので平日開催が多いですが、来訪者が多い施設のように公開方法、広報を工夫して土日に公開できるような体制をつくっていくことで、よりいろいろな施設の受け入れを増やすことができるということにつながっていくのではないかなというふうに考えております。

こういったことをもとに、下のほうで今後の方向性ということでまとめております。インフラツーリズムの推進としては、やはりインフラの理解を深めるということと、あと地域に人をうまく呼び込んでいくと、この2つを双璧として、では来てもらうためにこういった取組をしていくのかということと、まず来てもらうために魅力的な施設の見せ方とか、魅力発信をAクラスの施設をもとにしっかりと分析をしていく。さらに多くの人

が来たときの施設の受入体制とか、持続的な展開ということで、お客さんの満足度を上げて継続的な取組になっていくような部分をうまく方向性としては打ち出していくということを考えております。下にありますが、そういった考え方を念頭に好事例の分析、抽出を行って、左側にあるのは観光資源としてのレベルアップということで、具体的にそのモデルケースを設定して現場での取組も行いながら、実際の来場者数も増やしていくということを行うとともに、そういった取組で見えてきているところを全国に展開できるように、勘所という言葉を使いしているのですけれども、どこがポイントになっているかということなののですが、そういった勘所をうまくまとめて、いろいろな施設で活用できるように広く周知していくということを考えているというところでございます。

以上が今回分析をして、今後の進め方ということで考えたところでございます。3ポツ以降は、実際に、ではその勘所はどういうものなのかということなどをご紹介していきたいと思っております。

15 ページをご覧ください。

今お話しさせていただいたように、好事例というものをやはり念頭に置きますが、全体をこういった事例がありますというだけではなくて、やはり人を呼び込むとか、より多くの人を受け入れる、持続的に展開する、こういった工夫に分けて分析をして、いろいろな施設で活用できるような勘所として整理をしていきたいというふうに考えています。

順番にこの後ろのページでご紹介していきますが、まず人を呼び込むための工夫としては、施設の見せ方等があるというふうには考えております。

もう1ページめくっていただければと思います。勘所の1つ目、施設の見せ方というところですが、インフラが持つ魅力を生かすということで、インフラの理解を深めるというところもありますが、インフラツーリズムとしては、もう一つは来た方々に非日常感とか、スケール感、インフラや地域にまつわる歴史やストーリー、こういったものを中心とした発信をしていく必要があるというふうに考えております。このインフラの魅力を直接的に打ち出すものとあわせて、やはり大きく人を集めていくために呼び水効果というものも狙っていったらどうかということで、直接的にその施設を見に来る以外にも、例えばサイクリングの場としてしまなみ海道を使うとか、あと音楽の場としてダム空間や地下空間を使うとか、いろいろなそういった取組もありますので、そういった見学以外の施設として呼び込みながらうまく左のところを見せていくとか、そういったようなインフラツーリズム

ムを知らない層にもインフラの魅力が伝わるきっかけづくりという取組をしていってはどうかというふうに考えているというところがございます。

では具体的な事例を次の17ページ以降でご紹介をしています。1つ目が前回ご紹介いただいております、八ツ場ダムで実際に行っている10に上るような多彩な見学ツアーということで、こういったものがありますと、いろいろなニーズの来訪者の方々にしっかりと楽しんで帰っていただけるということで、周辺環境を生かした多彩な見学ツアーを準備して開催をするということや、2つ目の宮ヶ瀬ダムの観光放流では、キラーコンテンツとか、キーコンテンツと言われるように、非常にこれはすごい、わかりやすいそういったものがあれば、スケジュールが決まっていたら、しっかりと年間予定を公開することで、そこにターゲットをあわせてお客さんが来てもらえるようになるということで、そういった予定を公開するという。また、今インバウンドへの対応の取組が盛んに進められておりますので、こういったスマートホンのアプリとか、そういったものも活用しながら発信をしていくというようなことを考えているというところがございます。

次に情報の発信です。先ほどのように、こういった魅力が加わりますというものを各インフラで整理をしていくなかで、情報発信として、通常はやはり施設管理者がパンフレットとか、チラシとか、ホームページとかで周知している例が多いのですが、多くの来訪者が来ている施設の例でいきますと、左側にありますような外部の情報発信コンテンツを活用することで、多様な主体との連携による情報発信、例えば鉄道会社と連携して駅や車両内でのポスターや観光キャンペーンを活用するとか、あとはその周辺の自治体のパンフレットなどにも載せていただくとか、そういったものをする事で非常に発信力が高まっていくのではないかとこのように考えております。

右側にあるのが管理者の取組の1つですけれども、手づくりのチラシを配布することで、来ていただいたお客さんに親近感とか、満足度を上げるというような取組を行っている例もあります。こういった地域の特色が出るようなものを手づくり感を出してつくっていくということも1つ例として挙げられるのではないかとこのように考えております。

次の19ページでは、いろいろな見せ方とか、発信の仕方がある中で、最近やはり話題になっているのが、マニアとかコレクターを対象にして、1つ集めたから2つ、2つ集めたから3つというような、そういったコレクター層をターゲットにした売り出しのような、あとは実際に行って手元にもものが残るとか、味わってみるとかということで満足度も上が

るというような、1つはダムカード、マンホールカードのようなカード系のものと、ダムカードでは、全国 668 カ所で配布をしていますし、マンホールカードも 478 種を配布しています。ダムカレーについても、非常にあちこちで提供するお店が増えているような状況にあるというところがございます。

以上が人を集めるための工夫というところでご紹介をさせていただきました。

次の勘所としては、そうやってお客さんがたくさん来たときに、その施設からあふれてしまったり、案内や解説がうまくいかないと満足度が上がらず、次から来てくれなかったりと、かえってマイナスになるということも起こり得ると思いますので、より多くの人を受け入れるための工夫としてどういったものがあるかというものを挙げております。左が対応要員の確保ということで、代表的には首都圏外郭放水路で今年社会実験としても行っておりますトップツアーズさんと連携したような、民間の見学会運営先をつけてそこと一緒にやるというようなものです。こういったことで土日、祝日も見学会を開催できるとか、あとはその地域の認定ボランティアによる案内で、非常にわかりやすく丁寧に説明ができるとかというようなことがあると思っております。

2番目が受入環境の整備ということで、多くの人を訪れるにあたって、その施設だけではなくて、今回取り上げているのは関東の矢木沢ダムのように、ダム周辺に駐車スペースは少ないですが、下流から無料シャトルバスを運行して対応しているとか、あとは常設ではないものの関東の川治ダムのようにスロープを携帯のもので設置したりとか、あとは安全性の確保、右側ですけれども、人が落ちないようにしたりとか、あとは施設そのものの安全性をうまく荷物の持ち込みを制限するとかで確保しているような例もあるというところがございます。

今のものと少し関連するところもあるんですけど、次の 21 ページで持続性の確保ということで、協議会を設けて地域と連携して取り組んでいる例や、あとは、地域資源、地元宿泊施設、地元店舗と連携している例などあります。やはり民間の団体と連携して、協議会を設定して民間との見学会を運営したりすることで、継続的かつ多くの方を受け入れることができるということで、首都圏外郭放水路とか、湯西川ダムとか取り組んでいるというようなところがございます。八十里越については、左と右両方ご紹介しているんですけども、うまく歴史で、地域に戊辰戦争の史跡もあるということで、こういったところと連携した売り出しもしているというところがございます。

以上のようなところが勘所のポイントとして挙げられるのではないかと考えております。今ご紹介したのが代表的な例ということで、こういったものをもっと掘り下げてご紹介していくということを考えております。

今後の取組というのをその次のページ以降でご紹介をしています。23 ページをご覧ください。

インフラツーリズム推進の勘所というのが、今ご紹介をしてきていた具体的なポイントというところが、黄色の欄に書いてあるようなところがございます。これをうまく打ち出していくために、ガイドラインとか手引きのようなものにまとめていくというのもあるんですけれども、やはりその地域の取組で具体的にやってもらいながら成果を展開していくというところが必要かなというふうに考えております。

下に、まず短期的な取組の方向性としては、モデル地区で社会実験的な取組を進めて成果を展開していく。その成果について広報でさらに広げていって、インバウンド対応とも絡めて行っていく。これを冒頭に栗田局長からお話ありましたプロジェクトということで取り組んではどうかというご提案でございます。中長期的な取組の方向性としては、こういったものを踏まえて、より広げていくというのを継続的に行っていくというところがございます。

次のページご覧いただきまして、そのプロジェクトのイメージですけれども、大きくは社会実験的な取組を核として、民間運営のツアー実施とか、協議会による地域との連携、こういったものを全国各地で行っていくことや、この魅力をさらに多彩なツアーを設定したり、スマホアプリや、このプロジェクトとしてのロゴをつくって打ち出していったりするような発信を行っていき、あとは観光庁が取り組んでいるいろいろな取組とも連携してインバウンドも拡大していくというところで、前回の懇談会でご提案させていただきました年間の来訪者数を約 100 万人まで増やしていけないかというようなことを考えているというところがございます。

次のページが、こういった取組を行う中でさまざまに検証も進んでいくというふうに考えておりまして、中長期的な取組としては、来てもらったお客さんをリピーターにしておくための方策とか、リピーターにつなげていくために、満足度を高めるためとか、あとガイドの育成・担い手の確保、地域への経済波及効果の増大の方策、民間事業者参入の推進等を継続的に検討していくということで考えております。

26 ページが、こういったものをスケジュール感としてはどういうふう考えているのかというところを簡単な図にしたものです。今年度、こういった理念の整理、勘所の分析・抽出、手引きの作成等も行いながら、プロジェクトの候補も検討して、2019 年早々からモデル地区での社会実験や魅力ある広報の展開、インバウンドへの対応、中長期的な取組の検討を進めていきたいというふうに考えております。この流れで 2020 年を迎えて、どこまで伸びるかというのをチャレンジしていきたいというところを考えているというところ です。さらにそこで見えてきたものを中長期的なところということで、今後展開していくというふうに考えておるといふところでございます。

以上、少し長くなりましたが、事務局として 1、2、ご紹介させていただきました。お手元の資料で参考 1、参考 2 とありますが、そういったものをもとにどういった手引きをつくっていくとしているのかという、あくまでも構成のイメージ的なものと、あとは今回、この懇談会でご提言をいただきたいと思っておりますが、ご提言のイメージとしては、参考の 2 の A 3 の中で箇条書き中心のものをご提言ということでいただければということと考えているということで、あわせてご紹介をさせていただいております。

以上でございます。

【清水座長】 どうもありがとうございました。

それでは、おおむね 1 時間弱ですか、議論させていただければと思います。資料 1 と 2 で、4 つのポイントですか。理念の話、現状の課題、拡大の勘所と今後ということで、まず 1 と 2 を議論をする感じですね。課題のところまで一旦議論をして、それで後半に 3 と 4、1 と 2 に必要に応じて戻る、このように議論させていただければと思います。

まず理念の話と、それから現状の課題に限定して、何かご質問、コメント等ございますでしょうか。あとこんな観点が抜けているのでは、という指摘もありだと思っておりますがいかがですか。

【篠原委員】 じゃあ、いいですか。篠原でございます。いろいろご説明ありがとうございました。何年か前から、このインフラツーリズム推進してまいりましたが、何となく今までマンパワーというか、アナログでやってきたものが国としての大きな方針が出たこと、まず大変うれしく思っております。ありがとうございます。

資料全般に関しましては非常にまとまっているし、大きな流れは間違っていないという認識でございます。ただ、公開の現状と課題につきましての部分なんです、これにつ

きましては幾つか、やっぱり誤解があるようですから、これについてはちょっと整理をこの場でさせていただきたいと思っております。

座長、これあれでしょうか。理念の整理と一緒に、今これ論じてよろしいのでしょうか。

【清水座長】 結構です。

【篠原委員】 よろしいですか。そうしましたら、こちらの資料2のほうでございますが、まずちょっと感想を含めてお話しさせていただくと、この4ページでございます。資料2の4ページですが、これは非常にうまくまとまっているなと思っております。ほとんどが今、土木広報の領域だったものが、やっと、ちょうどこの付加価値の部分ですね。ここまで大分上がってきているというお話でありまして、ここの真ん中にある部分が大分成長して、次の3番目への移行に動いてきているということだと思います。

ちょっと事例を申しますと、4ページの一番左側の事例をベースにしたいんですが、この夏取り組みました熊本県の立野ダムでございますけれども、こちらはまず立野ダムの建設が始まったということがございました。そしてこの周辺の観光という部分につきましては、南阿蘇鉄道、そして地獄温泉ですね。壊滅した地獄温泉。そしてジオツーリズムと復興ツーリズム、震災の爪跡をどうやってつなげていこうかという取組があったんですが、これも1つのダムのベースである立野という地域の地層をベースにして、簡単に言うと神話があるんですね。阿蘇の蹴破り伝説というのがありまして、そこの楽しい物語とジオツーリズムと、今現状の地域の課題というものをパッケージにできたということでもあります。うれしかったのは、この取組を含めて国土交通省の十大ニュースの中にインフラツーリズムが入ったということですが、まさにこうしたモデルというものは、今後大きなベースになるだろうというふうに感じているところでございます。

そして6ページでございますけれども、AランクとBランクでございます。このランクごとの来訪者ということで、全体の15%のA、Bが80%動員しているということなんです。

それで次のページ、7ページ、例えばこれ宮ヶ瀬ダムがあります。これ102千人なんですけれども、実際のところ現地に入りますと、観光放流の日程というのが、この後で出てまいりましたように毎週水曜日をベースにして動いているんですが、ほかの日程に行っても、ダムの部分のインフラ観光の取り扱いってほとんどないんですよ。具体的に見学する仕組みはなくて、ただあれはバブル期の総合公園としての中にあるのでこの動員がかなっ

ていて、インフラツーリズムの魅力で実際これだけ集まっているとは言いがたいと思うんです。だからもったいないのは、この動員の数をベースにいたしまして、どうやってその地域の七沢温泉とか、近隣の温泉の施設の皆さんとどうやってつなげられるかということが全然行われていないんです。だからそうしたことが本来の流れなので、数だけでこの順位といいましょうか、ランクは決められないだろうなというふうを感じるわけでございます。それから八ツ場ダムも、今ちょっと報告が来ているのは、もう5万人を突破して7万人近くなるんだという話があるんですけども、ちょっと数字が違っているので、ベースのとり方も、正直言って今の段階ではまだまだ齟齬があって、やっぱりこの辺についての基準化をしないと正確なストーリーがつかめないだろうということでございます。

それから次の8ページのあたりですが、3番目あたりの利根導水とかですね。ちょっとコメントだけではわからないのですが、小学校の社会科見学を受け入れてこの数なんですけれども、現実問題どのような魅力をここで出しているかということがあるのかなのか、たまたま来ているのか、その辺のことの分析もしないといけないだろうということでございます。それから、あとこの8ページの首都圏外郭放水路でございますが、2万人のお話についても、年間2万人だったんですね。この夏に8、9、10の3カ月間社会実験的に有料化をいたしました。3カ月間で2万人突破したんです。ですから、この大きな可能性というのは、やっぱりこれをベースに何かこうPRできるといいましょうか、モデルにはなってくるだろうと思いました。

それから大事なことは10ページです。主催者の区分というのが左側にございますが、これはインフラツーリズムを見せていくという部分の主催者だと思うんです。それが施設管理者と、旅行会社と自治体というふうに分かれているんですが、これ旅行会社というのは施設管理者が見学の仕組みをつくってもらったものを見に行くわけですから、旅行会社は何というんでしょうか、インフラツーリズムの主催者じゃないんですよ。ちょっとこの捉え方自体が違っていると思います。したがって、この主催者というのは地元だとか、そしてまた協議会だとかというものが動き出して、それを利用させていただくのが旅行会社であるということを明確にしておかないと、ちょっと今後違ってくると思います。

それから11ページであります。これもちょっとご説明の中で右側の図でございますが、旅行会社のほうで主催日があって、夏休み等の特定日で58%ということが挙げられているんですけども、インフラ観光のベースでの集客でなくて、当然旅行需要の部分が多いと

きに企画をするものですからこういった数字だと思いますので、旅行会社にある程度、何というんですか、過度な期待をしても、これは絶対うまくいかないなということでございます。あくまで地元の皆さんと施設側の部分でどうやって深いプログラムができるか、こういうことが大事だろうということでございます。

大体今ざっとでございますが、気がついた大きな部分というのはこのぐらいでございますので、また後で何かあればお話しさせていただきます。ありがとうございました。

【清水座長】 ありがとうございます。今、幾つか重要なご指摘をいただきましたが、この時点で回答することはございますか。

【観光・地域づくり事業調整官】 ありがとうございます。8ページの、今先生からご指摘ありました数字のところでございますけれども、済みません、事務局のほうのまとめが来訪者の下のところに小さく書いていますが、来訪者数が全施設を同じ基準にするためには、29年と、今先生がおっしゃったように1年古い情報でございます、その情報と見せ方のところは、おっしゃったように今年首都圏外郭放水路の社会実験とか、そういう30年の取組も網羅しているものですから、この辺は30年の数字をもとに、今後整理をしたいと思っております。

【事業総括調整官】 新しい数字が、篠原先生おっしゃったとおりになっているというのは事務局の中でも共有しておりましたので、確かにその八ツ場とか非常に伸びていますし、外郭放水路の民間の方と連携したこの3カ月間がぐんと、1年分をたたき出しているような、そういった状況もありますので、その辺も後ろの勘所のところでぜひご紹介をしていながら広げていきたいと思っております。どうもありがとうございます。

【篠原委員】 それから、済みません。ちょっと最近私感じていることがあるんですが、今回もいろいろ国を挙げて動き出しますでしょう。この公共事業の裏側に町がなくなったり、いろいろな過去の歴史があって、そこの方々の感情というんでしょうか、これは非常に大きなものがありまして、今回もいろいろ実績が上がっていろいろマスコミに出れば出るほど、そうした部分の感情というのが若干あるものですから、この辺の配慮をするという、何か文字をどこかに入れていく必要があるのかなと思うわけでございます。失礼しました。

【清水座長】 ありがとうございます。ほかいかがでしょうか。ではお願いします。

【河野委員】 同じ8ページのところですが、その前の理念のところは非常に腑に落ち

るものになったと思ったのですが、やはりこの後でA・Bランクという定量的な分類が出てきたときに、ちょっと理念とのずれが出てくる印象はありました。どうしても後背地となる観光地の有無やマーケットの大きさ、施設規模として大勢を受け入れられる素地がある施設や場所に数字が偏りやすいというのが現状です。あと四季を通じて公開できるかどうかなどの地域の環境条件もあるかと思います。その中で必ずしも全ての地域がAを目指すというわけではないということについで、我々は説明を聞いているから理解していますが、資料の出し方としてA、B、Cというような段階的に発展させる表現になっていた場合、「CやBに位置づけられる施設はAを目指していきましょう」というように見えてしまいがちで、それは誤解につながるので、そのあたりの書き方というのは工夫が必要だと思います。

この8ページの表の特性に応じた見せ方とか、ガイド、魅力の発信、地域連携などの定性的な部分が、極めて重要なポイントだと考えます。小学校の社会科見学など、人数が多い団体を多く受け入れしている施設は、図らずもAに分類されますが、今回議論されているインフラツーリズムの理念とは少し異なる取組です。一方でインフラツーリズム本来の理念に近い形でずっとやっていらっしゃった先進事例の1つである小谷村については、おそらくCに位置づけられます。定量的な価値基準のみで分類すると、このような現象が起こってしまうので、事例抽出の仕方とその事例のいいポイント、参考にすべきポイントというものを抽出して整理をしていかれる場合に、参考事例を必ずしもAから抽出する必要というのはむしろないと思います。きちんとした取組や理念に合致する取組、他施設にとって参考になることをしていらっしゃる事例という定性的な切り口も念頭に置いて事例を抽出するほうが、各所の、それぞれの条件を持っていらっしゃる方々にとって、自分にとってはこれは参考になるなという事例を見つけやすくなるのではないかと考えています。定量的な目標はもちろん必要ですが、それを全施設が目指さなきゃいけないということになると、この施設や土地・環境ではできないというケースが発生し、地域やる気を削ぎかねないという気がします。また、この特性に応じた見せ方の1つとして、僕たちの施設はマニアックなツアーでやっていくんだということをもし地域が考えた場合、マニアにじっくり見てもらうためには数は追えないという形になりますので、そういう方々に、そういう取り組みを推進していらっしゃる方々に対しても、ちゃんと出口が見えるような形というものがあつたらよいと思いました。

あともう1点は、先ほど篠原先生がおっしゃった、旅行会社に期待し過ぎたらだめよというのは非常に私も強い懸念がありまして、営利企業である旅行会社は自分たちが売ることができる商品売ることを生業としています。地域に密着した着地型のツアーを売っている旅行会社さんであっても、それは傾向としては同じです。ですから、個々の旅行会社が抱えているお客様のタイプと商品が合わなかった場合は売れませんし、商品造成のタイミングも決まっています。旅行会社だけでなく、地域の団体や、観光協会、DMOなど施設管理者ではない様々な人たちが主催したり、連携したりすると効果があるということを通正に伝えられるように、「旅行会社」に限定しすぎない表現にしたほうがよいと思いました。

以上です。

【清水座長】 ありがとうございます。何か回答はありますか。

【事業総括調整官】 ご指摘いただきまして、大変ありがとうございます。前回は11月9日で今回は12月でしたので、まずはその大きいところからということで整理は始めたんですけども、我々も見ていて、この日本地図の分布ですね。分布を見たときに、先ほどAランクの日本地図、7ページでお示ししていますが、これを見せてしまうと逆に、河野先生おっしゃったように、もううちはこのエリアじゃないから、そもそもやりようがないんだと思ってしまう人が増えると逆効果だなというのは感じておりましたので、やはりその切り口を抽出していく際に1つはこういうものもあるんだと思うんですが、今先生からお話があったように、ほかのところでもしっかり取り組んで、その地域のキャパシティをしっかりと生かして来訪者を増やしているところ、継続性を持たせているところなどにしっかり光を当てて取り組んでいきたいと思っています。

また11ページも、非常に私の説明が単純化されておりましたので、これも施設管理者とそれ以外の連携ということで、地域の受け皿が広いほうがいろいろなニーズも受けられるし、来訪者が多い時期にも負担感を分散して開催ができるということ伝える方向で、今後は使っていきたいと思っています。どうもありがとうございます。

【清水座長】 ありがとうございます。ほかいかがでしょうか。はい、お願いします。

【阿部委員】 ご説明いただいたA・B・Cランクに関して、これは全部やるというわけにはいきませんので、ある程度の区分は必要だと思います。今回は、来訪者数で区分されたということですが、それはそれでドライなデータとしては理解します。そのうえで、

4ページとのかかわりで、ステップアップのような取り組みと、Aランクの施設、Bランクの施設が実際にやっていることとの関連については、おそらく8ページの表がそれに対応すると理解していますが、この概念図があって、8ページの表があって、そこで、一体どのあたりにこのA・B・Cランクの各施設が位置づけられるかというのが気になるところですので、時間の許す限り分析いただければと思います。

それから、Aランクの施設として宮ヶ瀬ダム観光放流というのがありますが、これが果たしてインフラの理解の深まりにどれぐらい寄与しているのかというのが気になるところです。非日常だとかスケールの大きさという観点でいえば、来訪者は非常に喜んでくださるでしょうけれども、なぜダムが必要かだとか、ダムがあることで周辺地域がどのような便益を受けているのかというようなことについて、ほんとうに理解が深まっているかどうかというのも気になることです。

それから、後半の“勘所”とも関わってきますけれども、ダムの事例が非常に多いですよ。お客さんがたくさん来ているのもダムですし、民間主催ツアーの多くもダムですし、それがなぜだろうと考えると、ダムというのは、ダム本体をつくるだけではなくて、周辺環境整備もあわせて行っています。たとえば、水源地域ビジョンを策定して、それに則って周辺環境整備しています。そうした周辺整備環境が行われている施設に対して、道路などは、周辺環境整備まで行うことは稀でしょう。しかし、遠慮して出していらっしゃらないのかもしれませんが、例えば道の駅の来訪者をカウントすると、一気に道路のAランクが増えてしまうのではないのでしょうか。つまり、おそらく施設の種別ごとに特性が変わってくるでしょうから、このAランク、Bランク、Cランクと勘所を関連付ける際に、もう少し施設種別の特性だとか、あるいは施設種別を越えた共通で取り組むべきことだとか、そうした現場の管理者、あるいは現場の事務所の方が、自分に関係ないと思わないようなまとめ方というのが必要ではないかと思いました。

【清水座長】 ありがとうございます。いかがでしょうか。

【事業総括調整官】 先生からお話いただきましたように、今回いろいろ分析的に見ていく中で、前回の懇談会の中でもご紹介をさせていただいた部分として、やっぱりその施設そのものの特性で大分見に来る方の目的とか、いる滞在時間も変わってくると。今回そういったものを踏まえた上で、Aランク、Bランク、Cランクということで数字で見えていただいたんですけども、やはりその打ち出していくにあたっては、この施設を伸ばし

ていくんだったらこういうところ、この施設を伸ばしていくんだったらこういうところ、共通としてはこういうところというのは、確かにまとめ方としては非常に必要だなと思いました。どうもありがとうございます。

【清水座長】 ありがとうございます。私からも少し。今3先生のご意見を伺って、全て納得するわけなですが、今の時代だと、やはり人数というものが1つの目標として設定されるのはいたし方ない部分ではありますが、そもそもインフラというものがどのぐらい理解されたのか、来ている人数のうちどのぐらいインフラ興味で来ているのか、のようにもう一步ブレークダウンしたような目標が別途必要だなと、今の先生方のご意見を伺って思いました。河野さんがおっしゃっていましたが、やはり来ている需要パターンがいろいろある中で、たくさん人がいると楽しめないといった声も一部にはでるでしょうし、必ずしも人数だけが目標ではないというところは、考えないといけないと思いました。

それから、4ページのモデルを見た印象ですが、例えばこれがAからBプラスぐらいのインフラならこれでいいと思います。しかし、BマイナスとかCのようなところだと、そもそもこの流れでは無理で、右側から逆に持ってこないといけないという感じがします。ですから、インフラツーリズムという、この土木PRから右側へ移行する流れだけではなく、むしろ後にも出てくる「呼び水」というのでしょうか、このようなものを生かさないと、そもそも1回右から左に持ってきてから再度右に移していくぐらいの感じでないと、なかなかうまくいかないのだろうと、今までの議論を聞いていて思いました。このモデルも少し修正が要るなと思いました。

あとは8ページで、いわゆるインフラツーリズムそのものの人数というのですか、どうやってカウントするかはなかなか難しいのですけれども、例えば宮ヶ瀬ダム为例で申し上げますと、観光放流のときじゃなくても来ているような場合に、アクセシビリティみたいなものというんですか、どう表現するかまだわからないんですが、例えば単に普通にダムの堤体が見られるというものは、多分インフラツーリズムとは言い難いと思うのですよね。例えばふだんは目に見える部分から特別に内部に入っていくとか、少しアクセス制限がかかったようなところに行くことができるのがインフラツーリズムというようにな考え方がひょっとしたらあるのかなと感じました。今、仮にアクセシビリティというように申しておきますけれども、何か多分そのなようなことまでを考えると、人数の捉え方も変わってくると思いました。

【事業総括調整官】 どうもありがとうございます。前回の懇談会でも、そのインフラメーンで来る来訪者の方と、周辺の楽しみで来られてインフラに波及していくお客様方がおられるんじゃないかということで話題になっていたと思っております。我々として、先ほどの4ページの図ですね。4ページの図としては、今回の取組全体を捉えたものとして、一番左の土木広報を真ん中まで持ってくる取組や、さらに広げていく取組をしていくということで考えたところですが、今清水先生がおっしゃったように、BマイナスとかCの施設でありますと、周辺の観光資源がすごく有望なものがあれば、そこから動線をつくって持ってくるような流れというのを積極的につくるというのも今後の方向性としてはあり得るかなと思いましたので、そういったような整理もあわせて、勘所の中で取り組んでいきたいと思っております。どうもありがとうございます。

【清水座長】 非常に重要なご意見がたくさん出ましたので、少し整理をして次回に生かしていただければと思います。次の議題に移らせていただきます。、関連して今の1番、2番の話をしていただいても構いませんので、時間の関係で次の3、4に進みたいと思います。

ご意見等いかがでしょうか。はい。

【河野委員】 今、清水先生がおっしゃったことと重なるので、16ページのところあたり、ちょっと気になる点がありました。最初の入り口としまして、1番、人を呼び込むための工夫という中で施設の見せ方、魅力発信というふうに2つ柱を挙げてくださっています。インフラツーリズムの魅力やツアー詳細を伝達しただけで来てくれる人は、そもそもインフラの存在や意義、一定のイメージを持っている人です。そういう人は、施設の見せ方とか、どんなツアーがあるとか、ストーリーがあるかというところを調べるという次の行動に結びついていきます。しかし今回は、その前のステップというのがおそらく必要で、それを今回の取組の中に入れるべきかどうかは議論が必要なところとは思いますが、まず「インフラ」と「インフラツーリズム」の存在を発見するという段階がない限りは、来訪という行動には決して結び来ません。インフラの存在や魅力をまず発見するという段階が必要で、例えばダム堤体の外側を見るだけでは、厳密な意味ではインフラツーリズムではないのではないけれども、とはいえ興味の入り口はそういうポイントであったりします。

例えば最近だと、ベタ踏み坂をCMやWEBサイトで知って人が行くようになりました。

あれ結構普通の坂で、ある特殊な撮り方で撮るとインパクトのあるベタ踏み坂に見えるというポイントを探して発信した工夫の勝利です。また、車かレンタカーのCMで西海橋が映って、あの橋はどこですかという問い合わせがあって、いろいろな人が西海橋の周辺にまでドライブに行ってその地域でお金を使うというようなことが実際に起こっています。そのインフラの魅力をビジュアルで発信したり、おもしろさを訴求する段階で、まず知らしめるという工夫の重要性は、それぞれの施設管理者が単独でできる話ではないケースも多くありますが、まさに地域に人を呼び込むというところから人を入れていってインフラにまで到達させるという意味においては、非常に重要な入り口になり得ると思っています。

例えばフランスでは、多大な国費をかけて毎年開催されるツール・ド・フランスの空撮映像で、ダムを必ずカメラで抜くんですね。広いフランスの各地をあの自転車レースは回りますが、インフラ系の施設や、近代的な建築物を必ずテロップつきでカメラで抜いて、そしてその説明を各国で放送している放送局は、そのダムについて、今映っているものに対してコメントをしなくてはいけないという放送ルールとしています。そのことによって自転車レースだけではなく、近所の観光地、お城、ダム、建築までちゃんとプロモーションするという国を挙げて推進しています。そういう見地からも、市民の興味関心を引くための取組の入り口というものを捉えていかないといけないのかなという気がいたしました。

以上です。

【清水座長】 ありがとうございます。いかがでしょうか。

【事業総括調整官】 先ほどのお話からのつながりになると思いますが、やはりそのインフラそのものの知名度を上げていくということがインフラツーリズムの取り組みの大きな1つになってきたときに、周辺の魅力とあわせて、そこにインフラも掛け合わせるような形でやっていくと非常に効果が高くなるのではないかというご指摘だったと思いますので、ツール・ド・フランスのお話なども初めて知りましたし、そのあたりも含めて周囲に発信していきたいと思います。ありがとうございます。

【清水座長】 ほか、いかがでしょうか。はい、お願いします。

【篠原委員】 ちょっと私意見が違う部分がございます、まず一番大事なことを言いますと、勘所のお話になると思うんですね。16ページでございますけれども、要はざっくりばらんに言いますと、一般的な観光客から見てインフラって見て楽しいのという素朴な疑

間があるんです。おもしろくないじゃないっていう前提があるわけでしょう。それをおもしろいんだというふうにわかってもらえるような仕組みづくりが、まさにこの振興だと思うんですね。ですから今までのような、例えばインスタ映えのスポットをこの辺ですよというだけでなく、そこの明確な立ち位置とか、角度とかですよ。それまでちゃんと示していきながらご案内ができるというようなもの、こうしたことをちゃんと整備していかないといけないと思うんです。だから広告も、イメージ広告はもう今通じない時代ですから、具体的な中身が大事だということだと思えます。

それで、今のこの資料の4ページ、もう一度ちょっと見ていただきたいんですが、この清水先生のご提言のほうの周辺観光の部分との攻め方、これも当然大事だと思うんですけども、しかしながら一番大事になるのは、周辺観光の後にダムなり、河川なりに行きたいと思うかどうかだと思うんですよ。それは真ん中の図であるほかに何もないんですね。楽しく見せられるような仕組みがあるのかということが重要なんです。だから、いずれにしても、こちらの右側の図の部分理想ではありますが、こちらの真ん中の部分が何しろ今、我々ぶれずにきちっと攻めていくという、ここをしないといけないと思えます。

それから1つ、宮ヶ瀬ダムのお話がございます、例えば、先ほど阿部先生のお話があったんですけども、やはり観光放流の水曜日はよろしいんですが、ほかの日程に行ってもインフラ観光の仕組みがないんです。私、関東地整と一緒に下見に入りました。そのときに見えたのは、非常に高台のところの位置しておりまして、ずっとダムから正面を見ますと、横浜のまちが全て見えるんです。ランドマークまで見えるんですよ。この大都市の横浜を水がめとして、この宮ヶ瀬が全て生活の糧として学んでいるんだという話を書けるんじゃないかと思うんです。だから、こうしたことをいつ行っても、毎日何回かの時間の中できちっとそうした、今のインフラの何か我々便利に生活している部分で忘れがちなものをしっかりと見せられる、ストーリーが書ける施設だったと思うんです。だから、この4ページの真ん中にあるこの図のように、しっかりとそれぞれの施設のドラマがあるので、そこをちゃんと整理できるかだということだと思えます。だから、その辺をしっかりとつなげていくことが大事なのと、あともう一つは、正直言って全国地整さんも伺っているんですけども、皆さん忙しいですから、この辺の部分の本省の議論というものと、地元の現場の部分の意識が当然違ってくると思いますから、この辺については、まさに国土交通大学を含めた意識改革というんでしょうか、こうしたことをセットじゃないと進まない

など、こんなふう感じたわけでございます。

【清水座長】 ありがとうございます。いかがでしょうか。

【事業総括調整官】 どうもありがとうございます。我々もやはりP4を見たときに、今回インフラの特性に応じた見せ方とか、見学ガイドによるおもしろさとか、こういったものをやはり地域が取り組みやすくなるように、しっかりと抽出して打ち出していこうというふうに考えておりました、そこはぶらさずにやっていきたいと思っています。

で、整備局と本省との関係、私も整備局にも何年もおっておりますし、そこで企画の仕事もやっていて、インフラツーリズムに取り組んでおまして、やはり全国的にこういうことが話題になっていて、かつそれを現地で行っていくには、こういうやり方をするとやりやすいよというところまでをつくって、地域と一緒に、整備局と一緒にやっていくのが、今回非常に求められていると思いますので、手引きをつくってモデルケースを進める中で、そういった地整の意識改革というか、一緒にやっていく意識をより盛り上げていきたいと思っています。ありがとうございます。

【清水座長】 ありがとうございます。例えばダムは本質的には大都市の水源ということなので、そういう絡みで大都市から来訪需要を持ってきて、大都市との絡みで説明できるとすごく有用な資源だと思いますし、港も同じで、私はよく東京港をツーリズムではなくて普通に社会科見学的に学生に見せるのですけれども、そのときに、「ここがなくなったら明日からおまんま食べだ。首都圏需要の輸入のほとんどはここから入ってくるから、地震で全部岸壁が崩れてしまったら大変なので、あんなにお金をかけて耐震岸壁をつくっているんだよ」という説明をよくするわけですが、そういうものがなくて単に「夜景がきれいだね」というふうに見せているのが現状なわけですね。そういうレベルにとどまっていると、なかなか左側から右側の流れにならないということだと思います。

ほかいかがでしょうか。はい。

【阿部委員】 この勘所を拝見すると、やはり当面できることということで、ソフト施策やキャンペーンが中心に記載されていて、それはそれでインフラの理解を進めるという観点から非常に重要だと思います。一方で、先ほどダムは周辺環境整備とセットでやるというようなお話をしましたけれども、今回、インフラツーリズムを念頭に置いた施設整備まで視野に入れておくかどうかということも、整理しておいたほうが良いのではないかと思います。

例えば、駒沢給水塔のような水道施設は、なかなか一般にはアクセスできないわけです。給水塔を遠景から見るしかない。たしかに、水道施設は重要なライフラインですので、あまり近くに入ってこられては困りますが、それでも地域のランドマークとして地元の人は給水塔をすごく愛していて、愛好会のような集まりができています。しかし、給水塔の見学はなかなか容易ではありません。つまり、そうした施設は、あらかじめ施設を見せることを想定して整備しておくことが重要ではないでしょうか。そもそも質の高い空間整備、質の高い施設整備をすれば、自ずと人が来てくれる可能性があるということを、ぜひ管理者あるいは事務所の方には理解いただきたいと思います。ダムを見に来るだけではインフラツーリズムではないのかもしれませんが、見たい、行ってみたいというような質の高い空間を整えれば、キャンペーンに気張らなくても人は来るのではないのでしょうか。それは、歴史的な施設を見れば明らかで、例えば京都の琵琶湖疏水の水路閣は、南禅寺の境内にある煉瓦造の構造物ですが、結構多くの方が見に来ています。これは、いいものをつくれれば持続的に人が来てくれる傍証にもなろうかと思えます。インフラツーリズムを、そうした質の高い空間整備につなげていくところまで、たとえ今回の議論が及ばなくても、そこまで念頭に置いておいたほうが、一過性ではない取り組みになるのではないかと理解しています。

【篠原委員】　ちょっと阿部先生の関連でお話をさせていただきますと、非常に重要なことを私も言い忘れていましたが、今建設中のインフラについても、今後国がこのインフラ観光というものをベースに考えていくということになると、完成後にどのような見せ方ができるだろうというような議論というのが、当然建設中の場面からやっていかなきゃいけないと思うんです。八ツ場ダムもその辺随分議論させていただいて、観光用の大型で50人近くが、45人かな、これが一気におりられる観光のエレベーターをつけるようにしています。これも今後は有料でちゃんとガイドをつけてダムサイトまでおりるようにしようとか、あるいはJRの吾妻線の廃線になった線路がありますが、これも初め撤去という話があったんですけども、これも廃線敷を利用して、その観光のエレベーターでおりた後、吾妻溪谷を歩きながら線路をベースに歩こうと、こういうようなストーリーがちゃんとできてきているんですね。ですから今後、まさにいろいろな建設が始まっていくときに、こうした議論がその設計の段階からあることが、将来的には大事になるだろうというふうに感じました。

以上でございます。

【河野委員】 重ねてよろしいですか。

【清水座長】 はい、どうぞ。

【河野委員】 施設整備の周辺施設環境の重要性について、ちょっと応援演説をしたくなりました。インフラツーリズムの理念というのはぶらさないという前提のうえで、ほかの施設の例えで申しますと、動物園に来られる方は全員が動物を見ているかという、そうじゃないんですよね。動物園はチケットがあるので、そこに入った人は動物を見るために動物園に来たというふうに思いがちですが、乳幼児を連れてこられる方というのは非常に多くいます。未就学児童はメインターゲットですが、その年齢の子供たちは飽きっぽいので動物をそれほど真剣に見るとは限りません。けれども、固定の、コアなファン層として動物園に行っています。動物がいる非日常的な空間を背景としてくつろぐことが楽しいからリピートするというニーズが一定程度あって、それはほんとうにコアなファン層であり、実際に動物の生態を理解していなかったとしても、それは動物園のファンと言っていると思うんです。というふうなことまで広げて考えるのであれば、インフラというのを見に行くときに、その価値や意義に興味を持ってくれる人を増やしていくことはもちろん重要ですが、全ての、100人が100人全員その構造物の意味と意義を知らなくても、まずその風景を楽しみ、快適に滞在できるための最低限のトイレや屋根がある待合所、説明板などの環境整備を推進していくことの必要性と重要性もあると思います。そのような基本設備が一切ないインフラ施設もかなり多くあります。ダムの場合は、ダムには多くの場合に附帯施設があって、立ち寄りやすい構造になっているという理由もあるはずですが。このようなポイントも加えておかなければいけないということ、つい今し方まで失念していたので付け加えさせていただきました。

以上です。

【清水座長】 ありがとうございました。今のはいかがですか。

【事業総括調整官】 インフラツーリズムの理念を3ページに書いているところで、やはりそのインフラの理解を深めていただくためということと、地域に人を呼び込むというところ、大きくはその2つを今日理念ということでご議論いただいているところですが、やはりその地域に人を呼び込むということになったときに、附帯的にどういうものがあるかが大事というお話と、あとインフラへの理解というのもおそらく段階があって、その施

設の役割とか、効果がどういうものかという理解もあれば、そこにインフラがまずあって、地域に何がしかの役に立っているというようなところの入り口もあるのではないかというふうに、今のお話を聞きながら感じたところでございます。

リピーターを増やすことでインフラの理解をどんどん深めていくということにもなると思いますので、間口を広げるというアプローチの仕方と、あとは来た方へのインフラの理解を深められるような中での説明とか、ガイドのあり方みたいなところを連携して、一緒に取り組んでいったらいいのではないかというふうに考えました。

また、その附帯施設につきましても、その現地で実際に観光のためとして使われているものも、建設段階においてうまくつくって、うまく工夫して使っているものもあると思うので、そのあたりをうまく周知をして、現場でそういった現象を支えるような施設がうまく広がっていくようにしていきたいなというふうに感じました。どうもありがとうございます。

【清水座長】 ありがとうございます。今のご意見に重ねて言うと、需要層というのは幾つか違うものを見ておいたほうがいいのかという話と、それから供給側というのでしょうか、サイト側の特性とか、そもそもの資源性とか、そういったものを掛け合わせると、単純な整理をもう一步越えられると思います。例えば、ものすごくインフラに興味ある人は、人数としてはものすごく少ないかもしれないけれども、こういう人にちゃんと定期的に来てもらって、彼らの満足度をとことん高めていくというのですか、ある種伝道師になってもらうというというか、そういう人たちがものすごく魅力的なインスタとか動画を上げてくれて、他の需要を巻き込んでくるというところに特化するとか。それから、そこまででない大多数の人というのですか、多少見目がきれいで何かおもしろそうであれば行ってもいいかなというような類いの需要層については、どちらかという人数を増やすことのほうが多分に目標になって、数値目標のほうが整合しているような気がしますし、需要層を分けたときに、それぞれへのアプローチのやり方と、それからそこにまつわってくる目標というのですか、それが相互に違うのだらうと、今までの議論を伺っていて思いました。この辺もちょっと考える必要があるかもしれませんね。

あと、どうですか。手引きですかね。これはまだ、「とりあえずこれからつくります」という宣言をしている以上のもではないので、現段階で中身を見てもという感じもするのですけれども、これも常々申し上げているように、誰に見せるのかというのでしょうか。

例えばインフラツーリズムをツーリズムの形態として考えたときに、管理者側の事務所は何をしなければならないのか。それから、旅行会社や、DMOや、協議会の立場からは、管理者とどういう話をすればいいのか、とか、そのような軸の整理はないのでしょうか。何か要素で切り取られているような手引きに、例えば、PRするにはとか、資源性を高めるには、といった整理になろうかと思うのですが、それらをどのようなワンストップ組織でやるかというものがうまく整理される必要があると思います。手引きの出口は大丈夫でしょうかということを知りたいのですけれども。

【事業総括調整官】 事務局として今イメージをしているのが、先ほどの資料2の中でいくと10ページのところに主催者、説明者の区分ということで、大多数がその施設管理者ですということでお話をさせていただいたかと思えます。インフラツーリズムの拡大の手引きについては、例えばこの主催者の区分や説明者の区分の皆様に見ていただきたいと思っはいるところなんですけれども、当面としてはこの割合の多い施設管理者に、こういう民間旅行会社だけではなくて、地域の方々とかNPOの方々と連携するとこんなふうによく回っていくよと、そのときにこういったようなところがポイントになるよというところをまずお示しをしながら、かつ一緒に参加されている旅行会社の方とか、関連団体の方にも見てもらえるページがあるようなものにしようというふうにちょっと考えているところがありまして、前回懇談会の中で、主に管理者向けに今つくっていますということでお話をさせていただいたというような状況ではございます。ただ、今清水先生からお話しいただいたように、じゃあ実際そういった取組を深めていく際に、どういったところが入り口になって、次の段階としてどういうステップがあって、そのときには誰とこんな話をしていくという流れもあったほうが非常にわかりやすいと思いますので、ちょっと時間の許す中でまとめていきたいと思っています。ありがとうございます。

【清水座長】 確か前回、まずは管理者向きに手引きを作るという説明だったと思いますが、どうせ労力をかけるならそれだけでもいいという気もしますし、どっちかという、管理者ということよりは、DMOとか、旅行会社とか、例えば大学の研究室ですか、篠原先生みたいなのが使えるといいと思います。私もこういう手引きがあったら地域で仕掛けてみようかな、と参考になるようなね。

【篠原委員】 ちょっといいですか。関連をいたしましてですが、例えば八ッ場にしても、それから外郭にしましても、立野にしましても、やっぱり成功事例だけの部分が今議

論されるんですけども、その裏、かなり苦勞がたくさんあったんですね。書いたシナリオどおりっていないんですよ。ですからその辺の、時間軸でどのような協議会がつなっていた、で、全部はそこに書き切れないんですけども、そうした中で課題がずっと見えてくるという、これはやはり追っておくべきだと思います。

それから、多分今後、来年になりましてもう少しこの手引きの具体案が出てきてしまうと思うので、ここでもうちょっとお話しさせていただくと、例えば10本の八ツ場のツアーというのが書かれているんですが、その中身をしっかりと目的とどのような工夫がされているということをセグメントして示していくこと、これは多分全国共通で使える切り口だと思うんです。これをもっと具体的にそれぞれ詰めていただきたいということと、あともう一つは、先ほどのこちらのページの中に、資料の12ページをちょっともう一度見ていただきたいんですが、申し込みの期限というのがありまして、1カ月とか2週間、これが5割と書かれていますが、例えば誤解がないように整理すると、旅行会社はあくまで施設管理者なり、地域のDMOが現地のインフラを見せていただく仕組みを売るわけなんです。そこは押さえていただいた上で、その楽しいとお客が集まるといったものについて商品化をするということになると、長くて約半年、そして5カ月ぐらい見ておかないと、商品のパンフレットに載っていかないんです。ちょっと事例を言うと、今旅行会社は、年明けになります、ゴールデンウィーク明けの春型の商品をつくっているわけなんです。で、今年度が明けまして、パンフレットが春出れば、もうすぐ2月には7、8、9、10と、このぐらいの商品づくりになるんです。ですから、今年の夏に商品にしようと思うと、2月ぐらいまでにはその受け入れの枠を出さないと、パンフレットにつながらないわけなんです。こうしたことも、今後進めていくには一番基本的なものなので、それをどうやったらできるかという話ですね。これも八ツ場にしても、外郭にしても、非常に議論してできないと。先が工事読めないという中ですが、最低限の枠をとるにはどうしたら発信できるか。また、その枠を一定の旅行会社だけにあげられないものですから、どうやって公平性を保つか、こんな議論がノウハウとしてあるものですから、この辺についてもちょっと触れていければ、重要な部分じゃないかと思います。

【清水座長】 ありがとうございます。いかがでしょうか。はい。

【阿部委員】 手引きや勘所にかかわることですが、今回の主体はインフラサイドなので、各施設管理者がインフラツーリズムを進める際にはこういうことをするといいたろう

ということがまとめられるというのは、それはそれで非常に重要だと思います。一方で、この理念でいうとインフラ周辺の巻き込まれるほうの地域側の視点を意識することも重要だと思います。例えば私の職場の近くの神田川では、管理用通路が川沿いにありますが、そこには入れません。川沿いを歩くというのは随分気分がいいので、管理用通路を歩けるようにしてもらえたら、多くの人が川沿いを歩くのではないかと思います。地域側に見れば、どうやったらそこを歩けるようにしてもらえるかわからないわけです。つまり、地域のニーズをうまく吸い上げて、インフラをうまく地域資源として活用しているような事例があれば、今回の手引きは一義的にはインフラの管理者向けなのかもしれませんが、手引きを手にとった地元の方、あるいは地元で働きかけたいと思っている管理者の方に対して、ちょっとした工夫でできることがあるということを示すことができるのではないのでしょうか。それらは、AランクやBランクの施設ではなくても、Cランクの施設の管理者や周辺住民に向けたメッセージになると思います。一級品の事例ばかり並んでいると、自分には関係ないと思ってしまう方も多いため、こうした点にも配慮いただくと、例えば、松竹梅のように取組みの難易度を区分して、簡単にできる取組みも散りばめていただければ、使われる手引きになるのではないかと思います。

【清水座長】 いかがでしょうか。何か、人数とひょっとしたら同じ意味になってしまうかもしれないですけども、エッセンスというんですか、だからBマイナスとかCぐらいでも、そういう意味では使える。事例はAだとしても、進め方とか、そういうものは参考になるということがわかるようにしておけばいいということですね。

【事業総括調整官】 今回Aを中心にご紹介したのは、わかりやすい例が多いかなというふうには感じたんですけども、今お話あったように、その身近なものも含めて、エッセンスとしては活用できると。そうするとその周辺の人口的なキャパシティとか、周辺の観光地に継続的に訪れる人の数でマックスの人数というのは決まるかもしれないですけども、今現状のものを倍にするとか、3倍にするとか、そういったものには役立つものができるのではないかと考えておりますので、そういったような、皆が見て活用できるような形でまとめていきたいと考えております。ありがとうございます。

【清水座長】 ありがとうございます。終了時間が近づいてきましたが、私から質問で、26ページの今後というところで、先ほど局長からもお話があったように、予算がついてプロジェクトをすると。もう2019年度にモデル地区で社会実験と書いてあるのですけれど

ども、もう当たりはついているのでしょうか。

【事業総括調整官】 当たりはまだついていないところがあって、一応その予算要求をするときに念頭に置いているものはあるんですけども、今回のこのご議論の中で、やっぱり出てきたもので理念に合うところというのを各整備局とうまくリンケージして、今後見つけていきたいと思っておりますが、残された時間はそれほど多くないので、しっかり進めていきたいと思っております。

【清水座長】 そうですね。せっかくいろいろ頑張っても、冬になってしまって、ツーリズムとしては正直しんどい時期になると悲しい気もしますし、早く動く必要があるかもしれないですね。

【篠原委員】 この間、大学にお越しいただいて、同じお話をさせていただきました。結局、多分成功事例を幾つか見せていくことになると思いますから、そのモデル地区の選定については年変わらず前からイメージをどんどんつくり、4月スタートの部分で我々委員がどうかわりながら進められるかというような図式でしょうか、ざっくりしたものでもぜひ年度内にイメージをいただければなと思っております。

【清水座長】 ありがとうございます。ほかいかがでしょうか。

大体よろしいでしょうか。今日はプロアクティブなコメントをたくさんいただきましたし、抜け落ちている視点みたいなものも幾つかあったかと思っておりますので、事務局のほうで一度整理をしていただければと思います。

最後に、今後のスケジュールを事務局からご説明をお願いしたいと思います。

【観光・地域づくり事業調整官】 資料を配付してございませんので、口頭でご説明させていただきますが、次回の第3回懇談会につきましては、年が明けまして来年の2月下旬から3月上旬のあたりで開催をさせていただきたいと思っておりますので、後日改めて先生方の日程の調整をさせていただきたいと思っております。よろしくお願いたします。

【清水座長】 ありがとうございます。では、それでよろしいですね。第3回があるということでございます。

全体を通じて確認、ご質問、ご意見等ございますでしょうか。よろしいでしょうか。

では本日の議事は終了しますので、進行を事務局のほうにお返しいたします。

【観光・地域づくり事業調整官】 清水座長の円滑な議事進行、ありがとうございます。また、委員の皆様にはこの年末の暮れの時期に長時間にわたるご議論をいただきまし

て、まことにありがとうございます。

それでは、第2回インフラツーリズム有識者懇談会の閉会にあたりまして、総合政策局公共事業企画調整課長の丹羽よりご挨拶申し上げます。

【公共事業企画調整課長】 本日は年末の大変お忙しい中、活発なご議論をありがとうございました。

今回はインフラツーリズムの拡大に向けてということでご議論していただきました。前回と同じよう盛りだくさん、いろいろな貴重なご示唆をいただきまして、また次回に向けて、いただきましたご指摘、ご意見を踏まえてもう1回この考え方をまとめさせていただきたいと思っております。

ほんとうに今日はなかなか、我々こういった観点未熟者でありまして、ほんとうに貴重な意見ありがとうございました。また次回に向けてまとめさせていただきたいと思います。本日はどうもありがとうございました。

【観光・地域づくり事業調整官】 ありがとうございました。

それでは、本日の議事録につきましては、後日、事務局より各委員の皆様の確認を行った後に、ホームページのほうに掲載をさせていただく予定でございますので、ご了承お願いいたします。

それでは、以上をもちまして、第2回インフラツーリズム有識者懇談会を閉会させていただきます。本日は活発なご議論まことにありがとうございました。

— 了 —