

平成27年度 知事と県民の意見交換会概要

テーマ：五能線80周年を契機とした周辺観光の在り方

日時：平成27年7月1日（水）14:00～16:30

会場：八森いさりび温泉ハタハタ館3F「樺の森」

※意見交換に先立って、五能線普通列車に乗車。

(知事あいさつ)

今、地方創生ということで、人口減少時代を背景に日本中どこでも交流人口を増やして観光を地域の経済に結び付けようとする動きがある。ただ、少子高齢化や人口減少などで明らかに観光客が減っている中で、どういう観光を求めるところが全然違ってくる。最近では外国人の観光客が非常に増えているが、仙北市の観光地では県や市というよりは温泉の社長さんや女将さんたちがアジア全体ですさまじい営業活動をしている。

来年、北海道新幹線が開通することで「観光客が全部北海道に流れるから困った」という考えもあるだろうが、逆にそれをどう活用しようかと考えたときに、JRは北海道新幹線の利用客を秋田に流す場合は白神のラインを1番に考えたいのと思う。今現在いくつかのラインがあるが、白神は沿線そのものが観光の対象であり、これからの秋田の観光にとって非常に大事なもので、どういう戦略を立てればいいのか。県・市・町が宣伝してもそこで実際に携わっている人たちの意識が共有されないと空回りになる。地域で観光に関わっている人たちのダイレクトな息吹が感じられるということが1番大切ではないかと思う。

それと、「豊かな自然」を観光の対象にということをよく言うが、豊かな自然は日本全国47都道府県全てにある。東京の離島は自然豊かで、奥多摩に行けば秋田よりも山が深い。東京ですえ最大の自然を持っているので、自然だけでは売り物にはならない。そこにどういう付加価値があるかということ、やはり「白神」という世界遺産のネームバリューはすごい。まだまだこれを活かしてきれていない。我々行政にも責任はあるが、やはり地元の方がこの素晴らしい白神の本当の意味での自然、あるいは地域の生き様も含めて自分たちで理解できていない。自分たちで誇りを持って生活しているのかということなかなかそうではないのと思う。皆さんは第一線で携わっており、今やっている色々なことをお聞きしながら、行政との接点をどういう風に持てるのか、一緒にやれるもの、あるいは地元の観光協会などに持ち帰っていただくものを皆さんから教えていただく機会にしたいと思う。

【参加者自己紹介】

(A氏)

秋田県民になって7年になった。家内は能代出身なのでUターンになるが、私はIターンになる。日常的には山岳ガイドや環境教育関係のことなどをやっており、一昨年、非営利型の社団法人を立ち上げ、観光振興と環境保全の両立を目指し活動している。

(B氏)

10年前から着地型旅行商品を独自に作っていたが、平成21年に県の緊急雇用対策で本格的にこういった旅行商品を作ることができ、これを基に今、白神山地の旅行に携わってい

る。リゾートしらかみを絡めた旅行商品も作っており、来年の80周年に向けて企画をしていきたいと思っている。

**(C氏)**

私は2月に秋田県民になった。白神山地世界遺産センター「藤里館」で白神山地に来られる方や来館した方に白神山地の魅力を伝えたり、「藤里館」活動協議会で主催しているエコツアーを企画したりしている。まだこちらに来たばかりで白神山地を勉強中なので、外から見た観光や白神山地について話したいと思う。

**(D氏)**

17年前に三種町に来てドライブインをやりながら、4年ぐらい前に三種町をどうやって売ろうかと考え、三種町をPRするツールとして「みたね巻き」というものを作った。白神アワビタケに豚バラ肉を巻いて、塩コショウして炭火で焼き上げ、おかげさまで年間3万本ぐらい世の中に出るようになった。

三種町はジュンサイが売りだが、県外でもPRを行い、今年1月に八景島でイベントやったときには、「摘み取り体験行ってきたよ」というお客さんがいたので、それなりの効果はあるのかなと思っている。今年から三種町観光協会の副会長をやっているが、とにかくみんな小っちゃくなりすぎて感があるので、今日この機会にもうちょっと大きい括りで話ができればと思っている。

**(E氏)**

私は米農家なので米の消費拡大をいかにして推進しようかとの考えのもとで、3年前から米を使った料理を体験することをメインとした農家民宿を始めた。また、三種町のグリーンツーリズムの一環として「田舎ぐらし大学みたね」をやっている。今はちょうどジュンサイの摘み取り体験の真っ盛りで、今日もオーナー制で募集した方々が午前中から摘み取り体験をしている。

**(F氏)**

あきた白神の観光駅長を7年務めている。仕事の内容はリゾートしらかみに合わせて制服を着てお出迎えをしたり、乗降者数の確認、切符の販売、五能線沿線の観光案内を行っている。裏山の公園の管理やトレッキングコースの御案内、テニスコートやパターゴルフ場の受付なども行っている。また、白神こだま工房で作るパン作り体験の講師もやっている。

**(G氏)**

ハタハタ館ができてから21年、創業からずっと勤めている。観光と誘客に関してはコツコツ、コツコツ少しずつお客さんの反応を見ながらやってきたが未だに勉強中である。

**【意見交換】**

**(A氏)**

神奈川から来て7年というものの、結婚するときぐらいから数えると白神山地自体ではもう四半世紀ぐらい遊ばせてもらったり、中に入らせてもらったりしてるので、遺産になる以前からの様子もわかってるつもりでいる。

白神山地は確かにネームバリューがある。私の師匠で仙北・田沢湖のガイドの方に、「田

沢湖・角館はいいね、いつもこうやってお客さんいっぱいいて」というような話をするたびに、「お前んとこ世界遺産だべ」と言われる。県立自然公園、国定公園、国立公園の更に上が「世界遺産」だと。その白神山地と言っても、シンボリックなものがないということがあって無理矢理「400年ブナ」、「マザーツリー」だとか、青森側に行けば「暗門の滝」だとか、十二湖の「青池」だとか、ほぼそこに集約されてしまうような感がある。白神山地は生態系も含めて、未来に引き継ぐ、残すべき環境がある。シンボリックなものがないとは言われるけれども、広大な森そのものがまさにシンボルなのではないかと思っている。それが分かるために重要なのが「ガイド」ではないか。

今までやって来られなかったことをこれからはどんどんやっていきたい。例えば、市町単位での行政の枠、それから民間の一事業者としての枠、そういったものを超えて、あるいはそれを繋ぐパイプ役になりながら白神全体を知ってもらいたいという思いがあり、自分では最近よく「白神ルネッサンス」という言葉を使っている。遺産登録から今年で22年になるが、この先どういう風にしていくのか、どういう方をお招きするのか、来ていただいた方に何を伝えるのか。一つには人材育成が欠かせないので、ガイドのレベルアップ講座も行い、既存のガイドさんやこれからガイドをやっていきたいという方向けに、「ガイドってというのはこういうものだよ」と安全管理などのベースの部分から、さらには足下の自然からいかに白神を伝えるかをやりたい。また、今まであまり着目されなかったフィールドや冬場の閑散期など手がつけられなかった所にまだまだ白神の魅力がたくさんあるので、それも開発していきたいと思っている。

あとは、中学生・高校生も巻き込みながら、「君たちのふるさとにはこれだけ世界に誇れるものがあるんだよ」ということを伝える環境活動に取り組みたい。具体的には毎年ニッ森の登山口で外来種であるオオバコの駆除を通じ自然に触れてもらう活動を継続的にやっていきたい。

最終的にはフィールドとフィールド、点と点を線で結ぶような。例えば、五能線は魅力的な絶景ローカル線なので、充分魅力的な一つの「線」になり得るわけだし、更にはこちら側の行政を「秋田白神」という「面」として捉えて、色んな意見の違いもあるけれども、青森側の方とお互いに行ったり来たりしながら、白神全体を世の中に出していければと思っている。

高校時代、北海道へ行く途中に五能線に乗ったのが、私がこの土地を初めて訪れたときだった。来年、五能線80周年記念なのでJRさんをお願いしながら、その当時五能線で走っていたような列車を「レトロ五能号」などと称して走らせてもらえれば、たくさんの方が集まってくるかなと思いを期待している。

白神の環境保全と地域振興の両立に取り組み、自然学校だとか、あるいは人材育成だとか、そういうような環境型観光拠点が欲しいと思いをしながら頑張っている。

#### (B氏)

先程も知事から他地域からの移住と定住という話があったが、先月、郡山出身の方がうちのタクシー会社に「運転手になりたい」と面接に来た。話を聞いたら、郡山でもタクシーの運転手をやっていたがホームページを見て、白神山地をガイドするタクシーといった仕事をしたいと思い応募したとのこと。最初はちょっと不安だったが、話を聞いてるうちに本気だということが分かったので採用することにし、今は研修をしているところである。私はこの白神山地の観光に関して、タクシーを使った旅行を組んでいるが、タクシーの旅行で欠かせないのはガイドという点だと思っている。乗務員にガイドの研修をさせて案内できるようにしている。その結果、今回のように他地域から就業する機会ができ、面白い

ケースだなと思っている。

運転手の他に、ソウル便ができたときに韓国語のできる山形県出身の人を社員として採用したが、3年ほどソウルに行って一生懸命セールスをしたものの、途中で大手の旅行会社に移籍するという事で定住には結びつかなかったが、私は観光業はその需要とともに移住・定住の機会を拡大できる要素があると考えている。観光の目的が交流人口の増大とよく言われるが、交流人口はもとより、定住を目的にした観光業の確立というのもこれから我々の業界で取り組んで行かなければならないのではないかなと思っている。着地型の旅行を主体とした旅行業をやっている事業者は県内ではおそらくうちぐらいしかないと思うので、うちをモデルケースの一つとして、もし参考にできるのであれば活用していただければと思っている。

人材育成に関して緊急雇用対策で3年間やった結果、着地型旅行業ではよそに負けにくいくらいの人材育成をすることができたが、この人物も今年10日で退職することになった。これもまた大手の旅行業者に行くことになったのだが、人材育成をした結果、引き抜かれるといった部分もあり、今ちょっとガックリきているところ。そういった難しい面もあるということを感じている。

#### (C氏)

私は世界遺産センターで白神山地を見に来る方と話す機会が多く、「テレビで見たブナの森、どこで見られるかな」と聞かれ、道路事情なども含め色々御案内しているが、お客様だけで入っていても良いところはなかなか伝わらない。先程、Aさん、Bさんからもあったように、ガイドがいることによって世界遺産の白神山地の良さがよく伝わる。

今、ガイドになりたいという方が増えている一方で、平日はなかなかお客様が少ないなと思ったりもする。世界遺産センターでエコツアーの企画・運営をするなど、ガイドになった方が活躍できる場所を作りたいと思っている。週に三回くらい山を歩いているが、ものすごく綺麗で楽しい。ただ、ガイドがいないとそこがなかなか伝わらなかったり、わからなかったりする。今は趣味が多様化しているので、きめ細かいエコツアーができれば面白いかなと思っている。また、個人客の時代になって、友達やご夫婦、あるいは一人でという具合に色んな方がそれぞれ目的でやって来る。「知らないような山を見たいんだけどどうかな」など目的意識をはっきり持って来られるお客様が多いと感じるので、お客様に情報提供できる場所を遺産センターだけでなく、白神は入り口がたくさんあるので、こちらのハタハタ館など様々な施設で対応できれば良いのではないかと思っている。

#### (D氏)

最近私は見る観光とか飲み食いする観光みたいなものよりも「体験できる」、そして「学べる」観光というのに方向転換すべきかと考えている。ジュンサイの摘み取り体験は非常にリピーターが多い。サンドクラフトも県内では三種町だけで、クアオルトも体験型なのでこれから町としてもやっていこうとしている。

三種町によそから来て感じることは、どうしても囲い込みたくなるということ。三町合併しても、サンドクラフトは八竜町、ジュンサイは山本町、梅が琴丘町という具合にどうしてもうちの方という観念になる。秋田県はジュンサイ生産量が日本一、全国で9割が秋田県で採れている。それをわざわざ「三種町」と言うからややこしくなるので、「秋田県のジュンサイ」で売って欲しい。山形は生産量が少ないけれども、皇室の方に納めて御用達というイメージを作っている。三種町には名が浮くまでは事欠かないくらいに色んなものがあるが、三種町単独で売ろうとすることが非常に難しい気がする。ジュンサイ、サン

ドクラフト、クアオルトなど色んなものを「秋田県」として県単位で売って欲しいと思う。

また、食に関して何か作らせると皆さん地場のものだけで作ろうするが、私はそれをやめて欲しいと思っている。男鹿半島があって、大潟村があって、三種があって、八峰があって、五城目や能代だってそう。この人たちが本当に誇れる食材を出し合ったら、秋田県らしいもっと違うものができるんじゃないかと。きりたんぼや稲庭うどんはイメージ的には「秋田県」。アワビも八峰だけでやるのではなく、三種や男鹿とみんな一つになって食材を提供できればと思う。以前、男鹿、大潟村、三種の食材を使った定食を作って、それぞれ出そうかと提案したが、一人の人間が声を掛けるぐらいではなかなかまとまらなかった。色んなものを一つにして県単位でできればと考えている。

#### (知事)

非常に難しい。秋田牛も三梨だとか由利だとかたくさんあるけれども、ロットが少ないので小単位でやっても感触的に後に残らないので、全部を秋田牛にすることによって統一のパッケージもできる。佐賀牛や神戸牛のように。Dさんが言ったとおり、例えば我々が他の県に行ったとき、何々県の何々町の何とか定食を食べたいとは思わない。何々県の単位でのイメージで、海外の場合は国単位で考える。もう一つ、私は色んな食べ物の名物を調べているが、地域のを地域の技術で作ったものは売れない、オールジャパンのものにはなり得ないと思っている。一番良い例は辛子明太子。博多でタラは獲れない。あとは朝鮮半島のキムチ文化、それから牛タン。仙台に牛はいない。同じ場所のものが出会うと、合うとは思うけど自分たちで思うほどの商品にはならない。そういう意味からすると、もう少しジャンルを広げると調理の幅も広がってくる。県としてみれば秋田のジュンサイが良いが、なかなか地元がそうはいかない。きりたんぼは「秋田のきりたんぼ」だから「大館のきりたんぼ」とは言わない。ジュンサイというと三種だとか、山本のジュンサイになってしまう。

#### (D氏)

森岳ジュンサイとか。要するに、生ジュンサイを販売しているスーパーがないから知名度がない。瓶詰めの酢漬けのジュンサイだけがあるから、一度食べた人はあれがジュンサイのイメージになり、それで買わなくなる。

#### (知事)

地域に対する愛着とは別に商業戦略が必要になる。商業戦略はある意味で自分の立場を全てを捨てて掛からなきゃだめなところがある。

#### (D氏)

だから、県が窓口になって、「摘み取り体験をするにはどこに行けばできるか」と聞かれたときに、「三種町ですよ」と言えばいいだけの話なので、ジュンサイを知ってもらうには「秋田県」というイメージで知ってもらうのが一番良い。

#### (知事)

秋田牛だって、「俺は秋田牛なんてそんなもの今まで売ったことねえ」と皆さん始めはそう言っていたけれども、ようやく説得して最後は秋田にある25銘柄を統一した。

地産地消もいいが、山形では地産地消は敗者の論理になっている。東京に持って行くと必ず高く売れる、それで余ったものは地元で、という考え方でやってる。山形ではなめこ

がすごく採れるのだが山形県内でなめこは出てこない。良いなめこは全部東京に出荷する。それがいいかどうかは別にして、売り方というものがビジネスだとすれば、ジュンサイでも色んな戦略を練らなければならない。

#### (D氏)

確かにそうだ。私がよくいつも言うのは、「ジュンサイは絶滅危惧種だ」ということ。摘み手がなくなったときにジュンサイは終わる。生産者の所得が上がらないとジュンサイ農家は圃場を放棄するわけで、そうならないためにジュンサイの摘み取り体験がある。農家が取らなくてもお客さんが自分で取ってくれて、しかも収入になる。この摘み取り体験ツアーが山のように来てくれると、生産者も町もみんなが良くなるシステムなのだが、そこら辺を全国に売り出すときに町単位ではなく県単位で売って欲しい。そうやって来てくれたお客さんは三種町で手厚くおもてなしする、そういう形でいいのかなと思っている。

#### (E氏)

私が取り組んでいる田舎ぐらし大学は昔のように原点に戻った形で活動しようと、ものづくりや自然体験、田舎料理の弁当食を作るグループなどそれぞれ部門を作り、名称を田舎ぐらし大学に変えた。県の事業を活用して昨年度から農業体験、地域を応援する人の旬の農作物や農業体験の情報を紹介する「ふるさとオーナー制度」を始め、今日二回目をやっている。昨年は三回やって県内出身を含め都内や北海道からを合わせて47名に参加してもらった。オーナー制にすると体験料が安いということで、採ったものは全部お土産にする形にしてジュンサイ摘み取り体験を行ったり、ジュンサイ鍋の作り方を指導して食べてもらう体験、自然薯の芋掘り体験などを行っている。また、地域の子どもたちに伝統を伝えていきたいという気持ちで、学校とタイアップしたそば打ち体験やジュンサイ摘み取り体験なども行っている。

先程、五能線に乗らせてもらったが、私もかつてリゾートしらかみに一度乗って、夕日がどこに行ってもないような絶景で素晴らしかった。5月に来たお客さんは、「白神山地に行ったら大変素晴らしかった。五能線もとても素晴らしい景色だった。」と話していた。三種町とタイアップして白神山地に来たお客さんとうちに来たお客さんを融合できればと思う。先程の北海道新幹線の話も、是非とも五能線を活用してもらおうよう頑張りたいし、私も皆さんにそれを伝えていきたいと思う。

#### (知事)

JRでは弘前から秋田へのラインにこの五能線を使うラインをメインにしたいということで、逆に言えば能代山本の受入態勢を準備・強化してくれという要望である。能代山本は宿泊して観光するというイメージがあまりないので、受入態勢の強化がこれからの課題。能代山本から男鹿に抜けるライン、それから能代山本から二ツ井を通過して鷹巣・大館・十和田に抜けるライン。このラインが行政や観光協会の連携も確かに少ない。良いとか悪いとかじゃなく、そういう歴史が浅いということ。盛岡・田沢湖・角館・大曲・秋田・男鹿は古くから民間ベースで協議会やNPOを作り、横軸連携を頻繁にやっている。そうなれば国も援助して、そのラインを強化しようということになる。そういう意味からすると全県的に見ると県北は動きが鈍い。県の役割もあるが地元をどうリンクさせられるかを考えている。

#### (F氏)

今日のこの時間は閑散としているが時間によっては観光バスでハタハタ館前はごった返すことがある。1日7～8台、多いときには12台くらいのバスがトイレ休憩で立ち寄る状況が7～8年くらい前から続いている。昨年のおきた白神駅の乗降者数が18,000人くらいで7割くらいが観光バスに乗るツアーの方々だった。十二湖方面に向かうツアーが7割くらいを占めており、電車までの時間に向かいのセンターを使うのだが、今は町やJRのポスターだけなので、もう少し工夫して手作りのパンフレットや写真などで魅力を伝えられたらなと思っている。

白神山地の腐葉土から見つかった酵母でパン作りも行っており、藤里町の白神山水や地元の白神の塩を入れてやっている。外側がカリッとして、中が柔らかい食感のパンなのだが、今は主に小中学校の研修や家族連れの方々に利用されているだけなので、バスツアーなどで来てくださった方々を対象にできないかと考えている。電車に来て体験をして、また電車で帰って行くという方がいるので、その辺をPRして少しでもパン体験に来ていただけたら嬉しいなと思っている。去年あたりから利用人数が少なくなってきたので、この6月から新商品として今流行っている塩バター入りのパンも作るようにした。シンプルな何も入らないパンと塩バター入りのパンの二つを味わっていただけるような体験にしたので、これから宣伝活動をしていきたい。

#### (知事)

パン作り体験は日本全国どこにでもかなりあるので、白神酵母を使っているというのをどう売りにするか。超一流のパン職人が行うパン作り体験はたくさんの方が集まるが、それはできないので、白神酵母のことをどうやってPRしていくか。白神の名前が知れてくると相乗効果が出てくる。

#### (G氏)

さっきも言ったとおり観光バスが多いときには12台くらい来るが、観光バスが来てもトイレに寄るだけ、売店を見るだけ。山があつて、海があつて、ただ、白神山地は見えない。「白神山地ってどこですか」と聞かれ、「ここは全部白神山地の麓ですよ」と答えても、見た感じは普通の山なので。例えば、駅の待合室に記念写真を撮れるような白神山地の大きなパネルがあったり、顔を出して写真が撮れるようなものがあれば、「白神山地に行ってきました」というアピールをしてもらって宣伝になるのではないかと考えている。また、前に町の方にトイレ一面に白神山地のパネルを全部貼ったらどうかと相談した。いいアイデアだなとは言われたものの実現には至っていない。

売店に来るお客さんで「八峰町」と意識して来る人は少なく、ほとんどは「秋田県」というイメージで来るので、「稲庭うどん」、「きりたんぼ」、「ジュンサイ」などが人気。ただ、青森からの帰りのバスもあるので、「ここまだ青森県？」と聞く人も多く、青森県の商品も置いたこともあるが、ねぶた漬けだとか結構売れた。面白いことにいぶりがっこなど秋田の漬け物は全て売れるが、地元の商品はなかなか売れない。「八峰の塩」という商品があるが、「山から切ってきた廃材を使って釜を焚いて、海水を入れた手作りの塩で」と説明すると買ってもらえるが、見た感じだけでは買ってくれない。

#### (知事)

例えば、「八峰」を抜いて「日本海」を大きく書いて、「日本海 白神の塩」としたらどうだろう。というのも、一般の方は塩というと瀬戸内海のイメージがあり、日本海側で塩が採れると思っていない。そこを前面に出したらどうか。

「北限のフグ」は私がつけた名前だが、土崎にある北限のフグを使った料理を出す料亭には人がたくさん入っている。あれは日本海の荒波で育ったびっしりと締まった北限のフグ。「秋田のフグ」とすれば、「秋田でフグ取れないだろう」とか、「秋田のフグっておいしくなさそう」などと売れない。私は「白神」は良いと思う。あとは「秋田」若しくは「日本海」でいい。

ロシアの人は秋田港で秋田のものを買おうとは思わない。秋田で歯ブラシを買っていく。流通なので秋田港を通してくれれば、別にどこのものでもいい。日本のものを秋田港で秋田の商社が扱えばそれは儲けになる。自分の土地への思い入れが強いのは良いことだが、あまり強すぎるとマイナスの面が出てくる。

藤里に日本で一番の素晴らしいラムがあるが、数十年前に私が東京のホテルニューオータニに持って行き、今もレストランで使っている。東京の方に行くと1万5千円くらいの料理になる。それが良いか悪いかは別として、材料が良いのに作り方が雑では最高の材料を殺すことになる。何も付けずに生で食べるのが一番良い。そういう意味で秋田の食材が見直されていて今がチャンス。あまり地元、地元と言わなくても、地元というのは日本全国だと思うぐらいが良い。「『日本海 白神の塩』ってどこのものなんだ」となって、「秋田の八峰というところで作ってるんだな」という具合に後から付いてくれれば良い。そうすればあとは忘れない。

#### (G氏)

観光バスは来るけれど白神山地に来る観光客は少なくなっている。宣伝不足かなとも思うので、トイレとかをパネルでいっぱいにして白神山地に対するイメージも広げてもらえれば良いと思っている。

#### (知事)

白神の水というのは非常に価値がある。例えば、六郷の清水と白神の水、これで育った生薬が漢方薬の売りになる。我々が思う以上に企業は白神の価値をわかっている。ただ、我々の白神の使い方がイマイチ。白神はすごい自然遺産で観光地でもあるが、日本のブナ林の最高の水資源でもある。そういうものとマッチングして表現していくことが大事。

#### (D氏)

白神山地は山に登る人もいれば登らない人もいるのではないか。山に登る観光客の数はそんなに多くないと思うが、山に登らない人にどう白神を売るのか。ここに来たら白神が見られるとか、登らない人への白神の魅せ方はあるのか。

#### (A氏)

例えば、能代東インターから降りて八峰町方面に向かってくるときに昔の広域農道をずっと白神の山並みを目指して走ってくる。そこの周りには全部白神の恵みでできている。関連づけ、こじつけでも何でもいいとは思っているのだが、「今見えているあれが白神だよ」と。あるいは、少しずつ山の懐の方に行けば、「これが白神の森だよ」と。今飲んでるもの、食べているものが白神の恵みですよとか。もう、このエリア全体が白神。だから山登りしなくても、森の中に入らなくても、白神の麓に来て、今はまさにここの恵みを享受しているんだと、そういう伝え方はあると思う。そういうスポットもいくらでもある。



(知事)

例えば、そういうところに「白神眺望スポット」などと標識を立てるとか。白神は山の保護のために規制があるのでこれを全面的に開放することはできないが、審議会では核心地域はちゃんと守って、一定のルールの下にあるところまでの入山を認めようという議論がある。それで一つ思い出すのが、ハワイのダイヤモンドヘッドの裏側にあるハナウマ湾。そこは海底が全部珊瑚礁で、人数を限定して週に三日か四日解放する。午前中に学校で2時間みっちり勉強して、海底に足をつかないようにある程度のシュノーケリング訓練を受けた上で夕方まで泳ぐ。講習料と入園料で3,000円掛かっても世界中から人が来る。日本でそれが合うのかは別にして、お金を取って完全強制で勉強してもらって、その代わりみっちりガイド付きで見せる。ちゃんとしたものを教えれば、有料にすることで逆に人が来ることもある。それだけ地元がしっかり自然を守っているということなのだが、日本は公がお金を取ることにしてもものすごく抵抗がある。

(G氏)

宿泊客に対してもどこまでがおもてなしでどこからお金を貰ったらいいかと悩むことがある。

(知事)

特定の人には一定のルールで、金を出してもらった上で見せると割と来る。そのためにはちゃんとしたガイドがいなければならない。白神については、絶対それをやるべきでないっていう人と、一定の所までならいいと考える人とがいて、どこまでやるか結論が出ていない。

(A氏)

別に核心地域にこだわらなくても良いと思う。核心地域の議論はまだやってる最中だろうが、プレミアム感というのは非常に大事なこと。だから取るべきか、取らざるべきかという話だろう。取らないとガイドも育たない。やはりガイドとしても、これを生業としていくくらいの意識がないと自分のスキルアップもそうだが、伝えるということの意識がずれていくんじゃないかと思う。

(知事)

あと全然違うパターンで自然ではないけれども、長崎は市内の原爆の遺跡を巡るコースにガイドがいっぱいいる。有料で一人につき2時間で1,500円。真夏でも全部歩きなので体力に自信ない人はだめ。「長崎さるく」というのだが、ある意味で地元愛や信念を持ってやると共鳴する人はいると思う。

今世界中で歩くってのは当たり前だが、秋田の問題はそこまで行く二次交通が非常に大変だ。そういう意味で中嶋さんがタクシーを使って二次交通の着地型旅行をやっているが、タクシー会社がやるというのが非常にユニークで良い。

(B氏)

団体旅行から個人旅行にシフトしてきているので、そういった人向けに時刻表の情報をきめ細かく提供することも必要じゃないかなと思っている。飛行機、低運賃バス、高速バス、色んな時刻表の提供が必要になる。

(知事)

あとさっき言った展望スポットはちょっと考えてみる。県道だったら道路脇に駐車スポットを作って看板を立てれば、今はほとんどスマートフォンを使うので、GPSでこの地域の展望スポットの情報がわかる。そういう細かいことでみんなの気を引くと、今度はあの山のもっと近くに行ってみようというように、Aさんが言ったような情報提供ができる。

(A氏)

同じ世界遺産の毛越寺、平泉ではそれぞれの所にQRコード読み取りポイントというのがあり、それ読み取ると勝手にしゃべってくれる。

(知事)

あるアプリで地域ごとに観光情報が出てくる地図があるのだが、さっきタブレットでこの地域の情報を見ようと思ったら地図に出てこなかった。

(G氏)

観光バスには年配者が多いけれども、みんなスマホ持っている。QRコードでピッとやるとハタハタ館や白神山地の説明が出てたり、ここから何時に列車が出ますよとなると面白いなど。

(知事)

車だって新しい車は全部データリンクしていて、観光地の情報も出てくる。私どもも一生懸命やっているけれども、地元でも工夫すればそういったものを使って安くできる方法はある。今はWi-Fiも、例えばホルモン屋さんだってやっている。何故かというと長距離トラックの運転手さんがそこでご飯を食べるから。何千万かかるものでもなく、数十万円できる。

海外行ったらバスにBluetoothがついている。団体客はバスの中でカラオケをやるためにBluetoothが必要になるので、受信機がバスのスピーカーに付いてればあとはスマートフォンで音楽が聴けるのでそれでいい。台湾や中国へ行けば標準装備なのに日本が一番遅れている。

(B氏)

とにかくWi-FiだとかBluetoothに関しては日本は遅れている。さっきの写真スポットの件もだが、ああいうスポットを用意しておけば観光客がそこで写真を撮ってFacebookだとかにアップして、それが秋田の宣伝なる。つまり観光客が勝手に宣伝してくれる。できれば線路沿いに汽車の写真撮るために来る人たちのスポットを用意してあげて、三脚も置けるように平らにしてあげれば、写真を撮って、「五能線の写真撮ったよ」と宣伝してくれることも期待できる。

(知事)

県の公式ウェブサイトよりも私のミール君のページの方がアクセスが多い。それこそ宣伝一つ取っても時代に沿うものがなくて、いくらポスターを貼ったってあまり意味がない。東京にいくら貼っても忙しくて誰も見ない。時代の変化に合わせるものと、合わせてはいけないもの、この区分をしっかりとしながら、接点を持ってやっていくことが大事。白神全体をどういう風に見せるかは今議論しているので、そういう中でどういうことができるか。

まずは今できること、人材育成をどうするか。ある程度は県がやっていくけれども、地元の分もやっていくわけにもいかないし、白神だけじゃなく秋田全体で秋田の観光ガイドをどう育成していくかも考えなければならない。

(A氏)

この間も観光案内の方々にお話しさせていただく機会があったが、まずは今取り組んでいるのは白神のガイドのレベルアップを図り、外から視察に来るようなガイドのシステムを作ろうと言っている。そういうスタイルができ上がり、今度は鳥海や田沢湖にだんだん広がっていけばいいなと考えている。

(知事)

あとはさっき言ったものの売り方。狭い範囲だけでなく、もうちょっとベースを広げて知名度を上げる。組み合わせが必要だと思う。地元のものだけでは何ともならない。

(司会)

新しいこともやらなければいけないし、古いこともやらなければいけない。ちょっとした工夫でもっと良くなるものもあると思う。このあとも引き続き、我々に色んな御意見をいただければありがたい。

(終了)