

平成27年度 秋田県総合政策審議会第1回観光・交通部会 議事要旨

1 日 時 平成27年5月22日（金）午後3時20分～午後4時50分

2 場 所 ルポールみずほ「ききょう」

3 出席者

◎ 観光・交通部会委員

佐藤 裕之	特定非営利活動法人トップスポーツコンソーシアム秋田理事長
小国 輝也	株式会社菓子舗榮太楼代表取締役社長
打川 敦	社団法人横手市観光協会会長
池田 佳子	有限会社黒湯温泉代表取締役社長
水野 勇氣	秋田プロバスケットボール株式会社代表取締役社長
渡邊 竜一	株式会社アジア・メディアプロモーション代表取締役

□ 県

前川 浩	観光文化スポーツ部長
保坂 龍弥	観光文化スポーツ部次長
草薨 作博	観光文化スポーツ部次長
齊藤 譲	観光文化スポーツ部次長
	他 部各課室長 等

4 観光文化スポーツ部長挨拶

□ 前川部長

観光文化スポーツ部が設置されて4年目となる。これまで秋田DCや国民文化祭を通じて様々な成果があり、その中で課題も見えてきた。今後は大きなキャンペーンがないため、地に足のついた取組が必要であり、これから本県の観光が問われることになる。

今後は『ユタカナアキタ』～高質な田舎を旅する～を指す姿として、秋田の強みを活かしながら交流人口の拡大に向け取り組んでいきたい。

今年度は地方創生に向け、重要な転換期を迎える年であるため、部会においてもきめ細かい意見交換をしながら、実りあるものとしていただきたい。

5 部会長あいさつ

● 佐藤部会長

観光・交通部会は他の部会に比べても活発に議論しており、今年度も自由闊達な意見交換をしてまいりたい。

県内の観光地の実態を知るため、4月以降観光地を見て回っているが、昨年度まで議論してきた課題を実感している。

英語での案内に関して、外国人観光客が訪れる温泉で関係者と話をしたところ、秋田らしさを損なわないように、英語の案内を控えめにしているとのこと。英語の案内も必要だとは思いますが、全体的な部分を見つつセンス良くコーディネートすることが難しいと感じた。

今後は大規模なキャンペーンが無くなる。県や民間自らが発信するような時期に来ていると思う。

□ 畠山政策監

それでは、ここからの進行は佐藤部会長にお願いします。

6 議事

● 佐藤部会長

審議内容は議事録としてホームページに掲載される。その際には、委員名は秘匿する必要はないと思うので、議事は公開するがよいか。(異議なしの声) それでは議事に入る。

議事「(1) 今年度の観光・交通部会の進め方について」及び「議事(2) 第2期ふるさと秋田元気創造プラン「戦略3:観光・交通戦略」における平成27年度の取組について」は相互に関連があるため、一括して観光戦略課長から説明をお願いします。

□ 舩屋観光戦略課長

資料の1「今後のスケジュール案」についてであるが、本日開催された総合政策審議会においては「(3) 第2期ふるさと秋田元気創造プランの推進について」及び「(4) 秋田県版総合戦略(骨子)」をお示ししたところである。今回の第1回観光・交通部会においては「(1) 今年度の観光・交通部会の進め方について」及び「(2) 第2期ふるさと秋田元気創造プラン『戦略3:観光・交通戦略』における平成27年度の取組について」を一括して説明した後、意見交換を行っていただく。

第2回の部会においては「秋田版総合戦略」に関する意見交換及び次年度に向けた提言をいただき、第3回の部会では第2回までの議論を踏まえた上で、次年度に向けた取組の提言を頂きたい。

次に、資料2の「第2期ふるさと秋田元気創造プラン」の取組状況についてであるが、平成26年度の主な取り組み状況として

1 「ビジネスとして継続・成長していく総合戦略産業としての観光の推進」についてはマガジン「のんびり」の発行やソーシャルメディアの活用などを実施したところである。

2 「秋田の食の磨き上げと県外への販路拡大」については、総合食品研究センターを活用した商品開発支援や、「ハタハタフェスティバル」を活用した食文化のPRを実施したところである。

3 「秋田の文化力の更なる向上による地域の元気創出」については、国民文化祭の実施や秋田中心市街地賑わい創出プロジェクト、新たな文化施設に関する基本計画の策定などを行った。

4 「『スポーツ立県秋田』の推進」については、今年の冬にFISワールドカップモーグル

大会などの大規模大会の誘致・開催を行った。

5 「県土の骨格を形成する道路ネットワークの整備促進」については、地域高規格道路の調査検討や、日沿道の整備等を行った。

6 「交通ネットワークの利便性向上と地域交通の確保」については、第三セクター鉄道や生活バス路線の運行確保などに努めたところである。

また、26年度の提言に対する平成27年度の主な取組状況についてであるが、

提言1 「秋田ならではのコンテンツ等の磨き上げについて」は「高質な田舎」をベースにした新たなコンテンツの磨き上げ等を実施することとしている。

提言2 「新たなマーケットを取り込む取組について」は韓国台湾を中心としたプロモーションを行うほか、2020東京オリンピック開催等を契機としたに向けた外国人観光客の取り込み、また新たな取組としてムスリム向けハラール対応力の調査等を行うこととしている。

提言3 「県内外との交流を活性化させる交通網の整備について」は、県内高速道路の全線開通に向けた要望活動を行うほか、第三セクター鉄道の持続的運行のための利用促進活動を実施することとしている。

提言4 「文化やスポーツの振興について」は文化芸術振興月間の設定や、地域伝統全国大会の開催や、秋田文化交流発信センターの運営を行っているほか、東京オリンピックを見据えた国内外選手団の事前合宿誘致活動を推進しているところである。

続いて、資料3の「平成27年度の観光文化スポーツ部重点施策」についてであるが、今年度の重点施策を施策1～5で整理しているので、順に説明を行う。

施策1 「『みんなにやさしい観光あきたづくり』の推進」については、意欲ある民間宿泊施設の改修等を支援する「民間観光宿泊施設魅力向上支援事業」に取り組んでいるが、これは他県でもあまり例の無い取組である。

その他、バリアフリーツアースセンターを今年度を目途に秋田県観光連盟に設置することとしているほか、「秋田の観光宣伝力強化事業」により官民一体のPRの実施、「海外誘客プロモーション促進事業」により韓国、台湾、タイ等における誘客プロモーションの実施を行う。また、「あきたびじょんブランド化推進事業」においては、様々なメディアを活用した地域コンテンツの育成支援を行うところである。

施策2 「マーケットニーズをとらえた秋田の食の商品力の向上と県外への販売戦略の再構築」については、「秋田の食海外販路開拓支援事業」により台湾で商談会を開催し、オーストラリアで県産酒の試飲会等を開催するなど、県産酒の販路拡大を行っていく。

施策3 「国民文化祭の成果を踏まえた秋田の文化力の更なる向上と文化による地域の活性化」については、文化芸術振興月間における集中的な文化事業の実施、地域伝統芸能全国大会の開催、舞踏・舞踊フェスティバルの開催などを行うほか、新たな文化施設の基本計画に対する意見交換会を全県各地で行うこととしている。

施策4 「『スポーツ立県あきた』に向けた競技力向上とスポーツ環境の充実」については、FISワールドカップモーグル大会開催事業などにより、大規模国際大会を実施することとしている。

施策5「地域公共交通の再構築と交流人口拡大に寄与する交通ネットワークの充実」については、地域公共交通再構築推進事業により、地域公共交通のあり方の検討や改善に向けた計画づくりへの支援を行うこととしている。

最後に、資料4「地方創生に向けた観光文化スポーツ部の基本的な考え方」についてであるが、これまでの3年間の取組を踏まえた今後の方向性として、「観光分野」においては、秋田DCや国民文化祭などにより、首都圏などで秋田の認知度が向上したこれまでの3年間に秋田の観光の「第1ステージ」として位置づけ、今後は「第2ステージ」として、地方創生の取組と連動させつつ具体的な交流人口の拡大に結び付けていきたいと考えている。

「文化・スポーツ分野」においては、昨年度策定したあきた文化振興ビジョンに基づき、文化の力で地域の元気創造を図るほか、2020東京オリンピック等を踏まえた事前合宿誘致を進めていく。

「交通分野」においては、人口減少が進むなかにあっても、地域の足である生活交通の維持・確保を図るとともに、広域交通については利便性の向上に努めることにより、人の交流を支える基盤を充実させてまいりたい。

こうした方向性を元に、秋田版「総合戦略」における主な施策と取組の概要を別紙のとおり取りまとめたところである。

(1)「ユタカナアキタ」の魅力発信においては、様々な媒体の活用による秋田ファンの拡大や「秋田の観光創生推進会議」による訴求力のあるプロモーションの展開を行う。

(2)「みんなにやさしい観光あきたづくり」の推進においては、日本一やさしい受入態勢づくりの推進、民間宿泊施設の魅力向上、地域との協働による新たな観光資源の磨き上げ等を行う。

(3)文化・スポーツ等による地域の元気創出においては、「秋田ならではの文化」による地域の元気創出、秋田の強みを活かした大規模スポーツ会場の誘致を行う。

(4)交流を支える交通ネットワークの充実においては、広域交通の維持・拡充と少し毛色は異なるが、地域公共交通の維持・確保と魅力発信を行う事としている。

説明は省略するが、参考資料で事業概要の予算一覧をまとめているので、後ほどご覧頂きたい。

● 佐藤部会長

ただいま事務局から説明があった件について、質問・ご意見があればお願いします。

◎ 小国委員

東アジアからの誘客に関連して、「ユタカナアキタ」の魅力発信において、訪日外国人旅行者2,000万人時代に対応する受入環境の整備と誘客促進とあるが、去年は36,000人程度であった外国人宿泊者を今後どの程度まで延ばすことを目標としているのか。

□ 柳瀬観光振興課長

訪日外国人旅行者2,000万というのは国が掲げる目標であるが、本県の外国人宿泊

者の状況はもっとしっかりと頑張っていけないといけないと思っている。具体的な目標設定については、地方創生の目標設定の中でしっかりと行ってまいりたい。

□ 前川部長

地方創生については色々な議論をしているところであるが、5年後にどの程度にしていくなかの目標設定をした上で取組を組み立ててまいる。高い目標を掲げるべきであると考えており、少なくとも現在の2倍である8万人程度にしたいという思いがある。

特に、東アジアからの外国人誘客は、本県の交流人口拡大に向けた取組として重要と認識しており、これまでのチャーター便誘致だけに止まらない新たな取組が必要と感じている。

◎ 小国委員

春節の時期に銀座において、中国人観光客がいわゆる爆買いしている様子を見かけて、違う国に来たのではないかという感覚を持った。消費額も日本人とは違うらしい。

池田委員の黒湯温泉にも台湾の方がいらっしゃると思うのだが、都会での爆買いとは異なる「高質な田舎」である秋田の魅力を発信し、認知度を高めて頂きたい。

そのためには、魅力を効果的に伝える話題づくりが必要ではないか。

● 佐藤部会長

外国人誘客の話題が出たが、渡邊委員の意見はどうか。

◎ 渡邊委員

東京オリンピック・パラリンピック競技大会のある2020年まであと5年半となった。プロモーションの手法としては、ターゲットとする外国に赴いて直接プロモートするのは得策ではなく、ゴールドルートに飽きた方で、また日本に来たいと思っているリピーターをターゲットとすべきである。そういった層は中間上位層よりも所得の高い富裕層となるが、そういった方々に対し「次の観光は秋田に」とプロモーションすると効果があると思っている。いわゆる爆買いをする層よりも、所得が高い分、求めるサービスのレベルが高くなるが、富裕層の受け皿をどうつくるかが課題である。

その面で、様々な方のバリアを解消するバリアフリーツアーセンターはよい取組だと思う。

バリアフリーに関する情報提供であるが、こういった取組は平成14年に伊勢が全国に先がけておこなったものであるが、その2年前の伊勢志摩再生会議において、当時の北川知事が三つのプロジェクトを立ち上げた。一つ目がバリアフリーツアーセンターの立ち上げ。二つ目が着地型観光の株式会社の設置。三つ目がおもてなしの推進のために伊勢志摩なでしこの会の設置である。これは観光の受け皿づくりとしては究極のものだと考えており、現在も続いている。そのあと門前町のおかげ横町で様々なプログラムが作られ、その他特産品づくりも進んでいる。バリアフリーツアーセンターの設置については、こうした

先行している地域のノウハウを参考にすべきと思う。

□ 前川部長

三重の伊勢志摩の取組については、我々としても勉強させてもらっている。

外国人誘客の考え方については、秋田県単独の誘客は難しいと思っている。JR東日本のトップが東北観光推進機構の会長となることに伴い、JRの職員2人がトップを補佐するために機構の職員となる予定。JR東日本が本気で外国人観光客の誘客を進めている。そういった動きの中で東北が一体となって外国人誘客に取り組む中で本県がどれだけ取り込めるのかが課題になる。

◎ 池田委員

日本観光振興協会主催のツーリズムEXPOジャパンに出展したが、東北のブースが少ない。県の取組として日本酒の試飲コーナーを設置したが、お越しいただいた方に長蛇の列に並んで頂いたにもかかわらず、量が限られていたため少ししか提供することが出来なかった。こういった機会に効果的にプロモーションを展開する工夫が出来ないものか。

外国人誘客に関して、東アジア圏の訪日客はツアー客ではなく、高所得者層のFITが中心。日本在住で、英語も話せる方が多い。5月に来てくれた方は宿を気に入ってくれて、その後、仲間を連れて4泊してくれた。

秋田にお越しになる外国人は、爆買いをするような層ではなく、高質な田舎を理解する高所得者層だと感じている。だからこそ、お客様を大事にしていけないといけない。

● 佐藤部会長

外国人観光客の誘客については、こういった層が高質な田舎に魅力を感じるのか。昨年度の部会では東南アジアよりも白人の方にフィットするのではないかという議論もあったが、そういった属性調査のようなものはないのか。

□ 保坂次長

平成17年にソウル便利用者を対象に、そういった調査をしたことがあるが、当時の調査は60代の女性が主流で、それほど高所得者層ということではなかった。アイリス後にも客層を調べたことがある。

しかし、団体旅行であれば旅行会社を通じて一定のデータ収集が出来る一方で、FITは実態を把握することが困難であり、今後はそういった調査が必要だと感じている。

□ 舩屋観光戦略課長

宿泊旅行統計調査についても、国籍別の宿泊者の状況は都道府県レベルの把握に留まっており、地域別の集計は行っていないという状況である。

● 佐藤部会長

外国人観光客のセカンドディステーションとして秋田に誘客するというのであれば、その辺の分析が必要ではないか。秋田に来る外国人が、岩手や青森にも立ち寄っているのか。どういう交通手段で、どういう動きをしているのか把握する必要がある。

予算を含めて難しいと思うが、やってもらえるとありがたい

◎ 打川委員

横手はかまぐらの時期だけツーリストセンターを開設し、外国人観光客の実態把握をしている。今後、宿泊施設にも声かけをして、実態把握をしてまいりたい。

□ 草薙次長

祭に来て、ほとんど宿泊しないという課題もある。

□ 保坂次長

外国人誘客については、JRバスで外国人乗り放題のサービスも展開しているので、活用できるのではないか。

□ 草薙次長

横手の場合は、どのように調査しているのか。

◎ 内川委員

通訳による聞き取りである。

● 佐藤部会長

秋田版の「YOUは何しに日本へ？」のような取組をすることで、実態を把握できないか。

◎ 池田委員

ペンクラブの集まりで増田を紹介した際に、魅力的だと感じてくださる方がいて、興味を持って頂いたのだが、増田で泊まれる場所があるかと聞かれたときに、一日一組限定の宿があると答える事しかできなかった。

増田に行ったらこういうところがあって、こんな楽しいことが出来て、何人まで宿泊も出来ると言ったことをセットで案内できるようにはできないものか。

□ 前川部長

増田の蔵は県内では注目を浴びているが、私たちの評価ほどには認知されていないというのが現状である。JRの前秋田支社長が現在大宮にいるのだが、大宮の人は誰も知らない、もっと認知度を高めて欲しい、という話があった。

増田の蔵は、観光客にとって魅力的な場所であるとともに生活の場でもあるため、急激

に観光地化しても対応できない部分もあるが、地元の受入態勢の状況を斟酌しながら認知度向上に努めてまいりたい。

● 佐藤部会長

外国人観光客の誘致からコンテンツの磨き上げのことに話題が移ってきたが、私は増田に注目しているが、生活の場というところもあり難しい面もある。

3年前に白川郷の喫茶店に立ち寄った際に、柱と梁の組み方が増田と似ていた。そういった話をしていたところ喫茶店のマスターが会話に加わってきた。

たまたま白川郷のかつての教育次長も増田出身で、最近仲間を連れて増田を訪れたばかりだとの話であり、ロコミの効果が高いと思ったところである。

内館牧子さんの感覚教育や時間教育に繋がるどころだが、宿泊施設に必要なコンテンツをどうPRしていくかということが大切だと思う。

他に質問はないか。

◎ 水野委員

資料3の「秋田の食海外販路開拓支援事業」において、台湾やオーストラリアで商談会等を開催するとしているが、台湾の輸入規制に関する考え方と、オーストラリアをターゲットとした理由は何か。

□ 畠山秋田うまいもの販売課長。

台湾の輸出に関しては、5月19日から全てに産地証明が必要となったため、来週から県が産地証明書を発行することで対応する方針としている。台湾は県にとっても魅力的なマーケットで稲庭うどんやリンゴジュースなどで一定の需要がある。

オーストラリアの取組は今年で3年目となるが、オーストラリアは他の都道府県の販路開拓が進んでいないため、早めに着手することで販路を押しえたいと考えている。

特に、オーストラリアはお酒が強い方が多いため、日本酒を中心に販路拡大を図りたいと考えている。

◎ 水野委員

私もオーストラリアに1年行っていったが、個人的なネットワークや国際教養大学との提携を活用できないか。

□ 畠山秋田うまいもの販売課長

販路拡大に当たってネットワークは非常に重要である。台湾はネットワークができあがっているが、オーストラリアはまだ構築できていないため、国際教養大学にも是非協力をお願いしたい。

◎ 内川委員

横手でも台湾の大学と産官学連携の取組を行っている。大学の日本語コースの人が秋田県と横手の観光の授業を受けた上で、旅行プランを作ってもらい、優秀者が秋田にきて実体験をしてレポートをまとめるという取組で、5年程の取組の中で徐々に取組も進化している。

● 佐藤部会長

スポーツの関連ではどうか。

◎ 水野委員

1部リーグに入るチームは7月末には決定し、ハピネッツは1部リーグに入れる見込みである。そうすると、これまでの2つのリーグが1つになって、1年後に新しいリーグが立ち上がる。イメージではJリーグのJ1チームが秋田にあるような形になる。露出の価値も上がると思うので、その際にはいろいろな活用をしていただきたい。

● 佐藤部会長

スポーツ担当次長として齊藤次長はどう考えているか。

□ 齊藤次長

私もハピネッツには思いがある。支援も十分ではないものの、他県に比べるとそれなりに充実していると認識している。アリーナの問題等もあるが、そこは県や秋田市が知恵を出し合いながら乗り越えていきたい。ハピネッツには勝利と、会員増の取組を頑張ってもらって頂き、一緒にスポーツを盛り上げていきたい。

● 佐藤部会長

常設が難しいなら、仮設テントで行うことも考えられる。

◎ 水野委員

仮設テントの検討も行っているが、コストはそれなりにかかると思う。

● 佐藤部会長

オンシーズンはバスケット、オフシーズンはサーカスという使い方もある。

◎ 小国委員

今秋田で一番盛り上がっているスポーツがバスケットであり、秋田県民に勇気と感動を与えてくれる。他のスポーツにも頑張ってもらいたい。アリーナの問題は大変だと思うが、スポーツは人を動かす力があり、明日の有明観戦に向かう人で公共交通機関は満席らしい。

◎ 渡邊委員

スポーツツーリズムは、まとまった団体を誘客出来るという点と、ターゲットのセグメントが明確である点で、有力な方法であると思う。例えば、富裕層が集まるゴルフ大会を誘致する方法もあるだろう。2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けてだいぶ動きが出ているので、チャンスを逃さずに対応して欲しい。

◎ 打川委員

スポーツに関連して、文化でも横手伝統芸能全国大会が横手で開催される。せっかくやるからには全県から来てもらえるようなものとしたい。

食品産業の振興では、「マーケットニーズを捉えた秋田の食の商品力の向上と県外への販売戦略の再構築」を行う事としており、アンテナ酒場と連携した取組をしようとしているが、東京の飲食店にいくと、他県の食品は目立つが、秋田の食品は目立たない。

秋田らしさに固執することなく、店長が秋田出身などのネットワークを活用し、秋田の食品や、宣伝材料を流した方が効果があるのではないか。

また、PRに関連して、FOODEXなどの出展状況を見ても、秋田のブースは振るわない。出展数も他県の3分の1程度であろうか。こういった見本市に出展する事業者の支援も検討できないだろうか。

□ 舩屋観光戦略課長

先ほど池田委員から御指摘頂いた、ツーリズムEXPOジャパンの取組については、東北6県と東北観光推進機構が連携して出展したものである。去年はこれまでの取組を統合した初めての年であったため、なかなかうまくいかなかった面もある。今年度は昨年度の取組を踏まえてしっかりと対応するよう求めていく。

□ 畠山秋田うまいもの販売課長

FOODEXについては、信用保証協会や中小企業団体中央会などと組んで、例年に比べるとある程度大きくブース展開できたと思っている。今後も単独ではなく、様々な事業者と組んで大きく展開してまいりたい。

アンテナ酒場については、委員御指摘のとおり、秋田に思いを持っている人にやってもらいたいと考えている。主人が秋田出身ではなくても、ビールは田沢湖ビールしか出さないなどのこだわりをもった店舗もある。

◎ 池田委員

台湾の方が横手の葡萄ビールを気に入ってくれていた。珍しいものもたくさんあるので、外国人も分かるような形でPRしてみてもどうか。

◎ 渡邊委員

食の海外進出に関しては、国もクールジャパンに絡んだ予算が形になっているように思う。

和食のフードコートなど、海外進出の動きを注視して、積極的に仕掛けて頂きたい。

◎ 打川委員

地方創生に向けた基本的な考え方の『ユタカナアキタ』の魅力発信」の中にある「高質な田舎を旅する」をテーマにしたアピールであるが、この言葉に魅力を感じる少人数のお客様へのアプローチが必要である。例えばテーマを絞った専門の雑誌への掲載や旅番組のコーナーでのPRなど個人に働きかける取組が必要と思うがどうか。

□ 成田あきたびじょん室長

マスメディア・パブリシティの展開ということで、高質な田舎というテーマの定着に向けて、PR会社を活用したマスメディアに対する広報活動を行っている。

その結果、池田修三などのこれまでにはなかった切り口で秋田を取り上げてもらうなどの成果が出ている。こういった取組を通じて新しい人の動きや流れを創出してまいりたい。

□ 舩屋観光戦略課長

FITに対応した施策については、妙案がないのが実態である。団体旅行エージェント向けの施策では色々な取組があるが、個人旅行を効果的に増加させる方法がないか頭を悩ませている。委員の皆様からそういったアイデアがあるとありがたい。

◎ 小国委員

かつては団体旅行誘致でJTBなど大手旅行会社のキーマンを招聘するという取組もあったが、そういう時代は終わった。パブリシティの一環として、秋田のおもしろさを書いてくれるようなキーマンを活用できないか。

弊社の桜ゼリーはネット上の口コミで人気が出ています。秋田に行くための動機をネットの第三者に書いてもらうなどの取組ができるのではないかと。

◎ 渡邊委員

秋田で個人客を呼ぶ場合、シニア層の口コミの効果が大きい。一度秋田に来たシニア層が伝えやすいコンテンツとして、何種類の料理を提供するなど、分かりやすい数字を入れてアピールしたり、地域のキラークンテンツを分かりやすく翻訳することなどにより、アイキャッチを高める事が出来るし、SNSでの口コミにもつながる。

鬼怒川温泉が行った取組として、ホテルのおみやげに小さいパンフレットをいっぱい入れたのだが、それにより旅行者が鬼怒川の紹介をするなど、効果があったと聞いている。

● 佐藤部会長

個人旅行の呼び水としてレンタカーに注目しており、3人未満の団体客を優遇するという方法もあるかもしれない。

関連して、交通ネットワークの件であるが、なかなか本部会の中でも意見交換の話題と

なりにくい。地域公共交通については、県が事業主体ではないので、難しい面もあるのかもしれないが、A地点からB地点を経由してC地点に行くといった、乗り継ぎたい時のコネクション情報がわかりにくい。情報を調べてもバス時間が載っていないなど、利用しにくい面があるので、地元の公共交通機関と連携して接続を工夫したり、運行情報を掲載するなどの指導をしてもらいたい。

また、全体を通じての意見であるが、県の役目としてもっと民に依存する部分を明確にするべきではないか。予算がないならば、民のボランティアを頼るなどの方法もある。そういうことに精通したライターもいる。そういう人を集めてボランティアベースで事業を頼むなど民間を使ってやるといいのではないか。

ブースが貧弱という面についても、ブースを強化したいから寄付を募る、その場合いわゆるクラウドファンディングのような取組も可能ではないか。例えば、県人会は郷土愛があり、自分たちのことを地元が活用してほしいと思っている人がいっぱいいる。

観光大使より秋田の人を使った方が効果がある。そういった方を組織化し有機的に繋げることで、より高い効果が望めるのではないか。

また、スポーツに関連して、スポーツ雪寄せ世界大会は世界に誇る競技になると思っている。観光庁からも評価されたので、県も応援していただきたい。

さらに、土方巽の舞踏の取組も面白いと思う。土方は日本よりもフランスで有名だ。やるのであれば、秋田がメッカだというものを創り上げてもらいたい。

◎ 小国委員

食の商品力の向上と販売戦略については、昨年度まではJRと組んだ取組が一定程度あったが、今年は薄いように思うのでてこ入れをして頂き、我々企業も積極的に取り組んでまいりたい。

また、「みんなにやさしい観光あきたづくり」に関してだが、来週秋田県観光連盟の総会において、第一人者の中村さんから講演を頂くこととなっている。私も色々調べている中で、バリアフリーの概念の認識を新たにしたところである。段差を解消するなど全体の一部であり、我々が普段使っている言葉よりも広い概念の言葉であることに気づかされた。

観光施設魅力向上事業についてであるが、県有の十和田ホテルの冷温水発生機の改修に2,000万の予算を組んでいる。県有とはいえ、本来であればそういった改修は指定管理者が自ら行うべきであって、そういった予算を民間企業の活力のために振り分けるべきではないだろうか。男鹿の別邸椿もリニューアルオープンして頑張っている。こういった事業者を増やしていくことで受入態勢を強化して頂きたい。

◎ 佐藤部会長

全体的には、PRなど情報発信を工夫すべきという点と民を使って欲しいという意見であったと思う。個別のテーマも拾った上で次回の部会に繋げて欲しい。

——議事終了——