

## 平成27年度 秋田県総合政策審議会第2回観光・交通部会 議事要旨

1 日 時 平成27年8月27日（木）午後2時～午後4時

2 場 所 秋田県教育会館

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  
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

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 讓 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次長挨拶

□ 草薨次長

第1回目ではプランに基づく今年度の取組をご議論いただいたが、第2回目はその論点を掘り下げていただくことを考えている。前回あまり話題に上がらなかった、文化、道路、道の駅、交通関係のご意見もいただければと思う。

第3回目で部会としての提言の素案をお示しする予定である。

また、地方創生の提言に関しても説明させていただき、感想などもいただきたい。

5 部会長あいさつ

● 佐藤部会長

国も地方も地方創生が話題に上がっている。私も地方創生の人口問題に関して、秋田地域振興局のワークショップに参加したところである。

その中で感じたのは、国と地方の関係で地方創生が話題となっているが、実態として地域間競争を強いられているという視点や危機感を行政が持っていないのではと感ずることがある。施策を検討する際に、近隣の地域ではどのような施策をしているかを把握していないのではないかと。民間のマーケティングにおいては、他社の動向把握は非常に重要である。

大曲の花火大会が行われる際に、全然秋田市の宿が取れなかった。理由を調べてみると、同日に中体連の大会を秋田市で開催しているなど、とんでもないことをしているなど思っ

た。

この部会は垣根なく自由闊達な議論を心がけているので、事務局の方々も活発な議論をしていただきたい。

それでは、議事に入る。「議事（１）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」における今後の取組について」事務局から説明をお願いします。

## 6 議 事

### □ 舩屋観光戦略課長

資料１をご覧いただきたい。これは、第１回の部会において提出いただいたご意見を論点ごとに整理したものである。本日はこの論点について、更にご議論をお願いします。これらを深掘りし、肉付けすることにより、今年度の当部会からの「提言」としてまとめてまいりたい。それでは、論点ごとに説明を行う。

論点１の、民間事業者等の経営資源を活用した連携方策についてであるが、県の予算等が限られている中であって、本県観光をビジネスとして継続・成長していく総合戦略産業とするため、企業や地域、県人会の資金やノウハウ、人的資源を有効活用して施策を推進する方策について、御議論いただきたい。

第１回部会における主な意見としては、

- ・県として、もっと民に依存する部分を明確にするべきではないか。PR予算がなくとも、ライターをボランティアベースで集めて記事を書いてもらうなど、民間を使っていることがあるのではないか。
- ・展示会で秋田県関係のブースが貧弱であることが多い。ブースを強化するためには、例えばクラウドファンディングにより寄付を募るといったような取組も可能ではないか。県人会には、郷土愛があり、自分たちを活用してほしいと思っている人がたくさんいる。
- ・県外の県人会の方々を組織化し有機的に繋げることで、観光大使を活用するよりPR効果の高い取組が期待できるのではないか。
- ・食の商品力の向上と販売戦略については、昨年度に比べるとJRと組んだ取組が薄いように思うので、てこ入れをしていただき、企業としても積極的に取り組みたい。
- ・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が、本来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動支援に振り分けるべきではないだろうか。
- ・ツーリズムEXPOジャパンなどの大型の総合観光イベントなどの機会に、本県の経済関係者を巻き込みながら、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。
- ・個人旅行の呼び水として、レンタカーに注目している。3人未満の団体客を優遇するという方法も検討できないか。

といった意見があった。

論点２の、高質な田舎としての秋田の効果的PRと受け入れ態勢の充実についてであるが、「高質な田舎」としての本県の魅力を効果的に発信するための、マーケティング戦略に

基づく適切なプロモーションや、受入態勢を充実させるための、例えば日本版DMOを核とした観光地域づくりなどの取組に関して、議論いただきたい。

第1回部会における主な意見としては、主に「適切なプロモーション」に関する意見として、

- ・「高質な田舎を旅する」をテーマにしたPRについて、この言葉に魅力を感じるお客様への限定的なアプローチが必要。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、マスではない個人に働きかけるべきではないか。
- ・「高質な田舎」である秋田の魅力を発信し、認知度を高めるため、魅力を効果的に伝える話題づくりが必要。
- ・桜ゼリーは、ネット上の口コミで人気が出ている。秋田に行くための動機をネット上のキーマンに書いてもらうことにより、パブリシティの一環として取り組むことができるのではないか。
- ・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、秋田の魅力を他の人に伝えやすくするため、分かりやすい数字を入れてアピールするなど、地域のキラコンテツを分かりやすく翻訳することにより、アイキャッチを高め、SNSでの口コミを促進できる。

また、主に「受入態勢の充実」については、

- ・「高質な田舎」に関心を持つような外国人富裕層は、求めるサービスのレベルが高くなるが、それに対応できる受入態勢の整備が課題である。
- ・受入態勢の整備については、伊勢志摩の三つの取組を参考にすると良い。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を推進する株式会社の設立。三つ目がおもてなしの推進のための伊勢志摩なでしこの会の設置である。
- ・秋田を訪れる外国人は、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。

といった意見があった。

論点3の、外国人誘客へ向けたセカンドデスティネーションとしての取り組みについてであるが、人口減少に伴い国内マーケットが縮小していく中において、消費額単価の高い外国人を効果的に誘客するため、現状分析に基づくターゲットを絞ったプロモーション手法について議論いただきたい。

第1回部会における主な意見としては、

- ・外国人観光客の誘客については、ど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欧米の方がターゲットになり得るという議論もあったが、そういった来訪者の属性調査は行っていないのか。
- ・外国人観光客のセカンドデスティネーションとして秋田に誘客するため、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を把握する必要があるのではないか。
- ・訪日外国人増加に向けたプロモーションの手法としては、ゴールデン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。
- ・中間上位層よりも所得の高い富裕層に対し、「次の観光は秋田に」とプロモーションす

るべきである。

- ・横手市では、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授業で旅行プランを作ってもらい、優秀者が、秋田で実体験をしてレポートをまとめるという取組で、5年程継続する中で徐々に取組も進化している。
- といった意見があった。

論点4の、県外マーケットに挑戦する食品事業者の育成についてであるが、県産品の販路を拡大するため、食品事業者が行う意欲的で先進的な取組に対する支援や、様々なネットワークを活用した新たな商流の構築について議論いただきたい。

第1回部会における主な意見としては、

- ・日本酒の輸出先としてオーストラリアを考えているのであれば、国際教養大学のネットワークを活用できないか。
- ・東京の飲食店では、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、秋田の食品の取り扱いを働きかけることで、販路拡大に効果を発揮するのではないか。
- ・FOODEXなどの展示会の出展状況を見ると、出展数が他県の3分の1程度で、秋田の出典が振るわない。展示会に出展する事業者の支援も検討できないか。
- ・食の海外進出に関しては、クールジャパンに絡んだ予算が形になってきている。和食のフードコートなど、海外進出の動きを注視して、積極的に仕掛けてほしい。

といった意見があった。

論点5の、交流人口拡大に資するスポーツイベント等の実施や合宿誘致に向けた取組についてであるが、スポーツによる交流人口の拡大を推進するため、トップスポーツチームと連携した誘客促進や東京オリンピック・パラリンピックの事前合宿の誘致、新たなスポーツコンテンツの発掘及び開発支援等について、議論いただきたい。

第1回部会における主な意見としては、

- ・プロバスケットのリーグが1つになって、1年後に新しいリーグが立ち上がる。ハピネットが一部リーグに決定すれば、JリーグのJ1チームが秋田にあるような形になり、露出の価値も上がるので、ハピネットをいろいろ活用してほしい。
- ・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。2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会の動きにチャンスを逃さずに対応してほしい。
- ・スポーツ雪寄せ世界大会は、秋田が世界に誇る競技になると思っている。観光庁からも東北ブロック表彰されるなど評価されたので、県としても応援してほしい。

といった意見があった。

## ● 佐藤部会長

事務局から説明があった今後の取組に向けた論点について、ご意見、ご質問をお願いします。最初に論点1についてはどうか。

## ◎ 渡邊委員

秋田県内の企業に力を持っていただくということも一つあるが、経済効果をあげるためには、販路や販売チャンネルを持っているところと積極的に組むような考え方が必要である。例えばJRと組んだ取組では、観光の面での輸送やPRもあるが、東日本で持っている販路や売り場をどのように活用していくかを考えることで、マーケティングが進むと思う。新たに育てるという観点と、既に成果のあるところと組むという両方の観点で民間の活用を考えてもいいのかなと思っている。

## □ 畠山秋田うまいもの販売課長

JRとの連携については、JR構内にある地産品ショップ「のもの」との連携に力を入れており、昨年度は菓子類の売り上げの上位を秋田県産品が占めるなど、一定の成果を上げている。

今年度は新たにバイヤーにお越しいただき、どのような商品が売れるかの講演をいただき、商談も実施するなど、連携を深めている。ちょうど昨日から秋田フェアが開催されているので、「のもの」やエキュートと手を取り合って、県産品の販路拡大に努めてまいりたい。

## ◎ 打川委員

横手や大館の食品業者が、東京駅の駅地下に店を出したいということで相談に乗っている。秋田の民間の業者さんが、東京で店を出したいという話はよくある。アンテナの高い業者さんは独自に色々な取組をなされているが、より系統立った支援策を行い、事業者がどこに相談すればいいのかを、わかりやすく示すべきではないか。

## ● 佐藤部会長

関連だが、新たな雇用者を東京でリクルートする場合、他県の場合は面接場所を貸してくれる。民間が必要な支援を、ワンストップに近い形で提供できるような仕組みを、観光分野についても構築していく必要がある。

## ◎ 小国部会長代理

「のもの」の取組も有効だと思うが、物販スペースが限られている。JRグループ内の他の企業との取組も検討できないか。例えば、黒川という方が行っている生産者直売のれん会では、JRの駅の空きスペースを活用した臨時販売店を開設しているが、ある程度の売り上げを上げることが出来ているので、JRとウィンウィンの関係となっている。

しかし、売り上げが見込めないとJRも場所を貸さないため、渡邊さんのようなプロデューサーを巻き込みながら、秋田の露出を高めていく取組が必要である。一方、JRでは、再開発工事のため臨時販売スペースが少なくなっていて、売れる店しか出店できなくなっている。そこに秋田の事業者をねじ込んでいくためには、行政が道筋をつけると話が早いこともあり、こういったことは、個別事業者ではなく行政が行うべきものだと思う。

また、デパートのバイヤーの話では、東北六県の中では秋田は情報が少なく、どのような商品があるのかが分からない、ということであった。我々も汗かいて努力していかなければ

ればならないが、官民が一緒になって、秋田のものを売り込んでいくこととしたい。

また、十和田ホテルの件についても、資料に記載されているので発言するが、バブルの頃に税金で旅館やホテルを建てすぎ、民業を圧迫したという経緯がある。その上、補修にも税金をかけるということであれば、民間とは全く異なる土俵での経営となり、おかしい。そういった国民の声を受け、平成12年に国は新たな公共施設を作らず、現在ある公共施設も譲渡ないし廃止するという方針を閣議決定したところである。

十和田ホテルをはじめとする県有宿泊施設は、指定管理者が自らの利益で補修できないのであれば、将来的にも税金を垂れ流しすることになり、お荷物になるので廃止すべきである。また、そこで浮いたお金をやる気のある民間へ回すことで、良い循環を生み出すことが出来るのではないか。

### ● 佐藤部会長

十和田ホテルの冷温水発生器の補修も大事ではあるが、果たして建設時にこういうシステムで良かったのか、エアコンで代替できなかったかという反省は大事だと思う。

### ◎ 池田委員

東京を訪れたインド人の方から電話をいただき、秋田の物産展を駅でやっていて、うちのパンフレットがあったようで、予約をしたいというお電話があった。どういうものがあったのか聞くと、「なまはげ」がいたとおっしゃっていた。催事などあるときは、早めに声がけしていただければ、お酒の提供や宿泊券の提供などで、積極的に協力したい。そういった企業も多いと思う。

### ● 佐藤部会長

県人会をネットワーク化するという事業があると聞いたが、所管は総務部か。

### □ 草薙次長

所管課でいうと総務課の事業である。

### □ 舩屋観光戦略課長

総務部総務課では、今年から「県人会ネットワーク化推進事業」を開始し、県外に県人会等交流推進員を配置する等により、県と県人会とのネットワーク化に取り組み始めている。

### ● 佐藤部会長

すばらしいことだと思う。秋田県人は、秋田でなければだめだという気持ちが強い。お願いして参画してもらうことの効果は高いと思うので、各県会長に働きかけをしてもらいたい。もしかすると、ふるさと納税も増えるかもしれない。

聞くところでは、遠くなればなるほど、秋田のイベントなどを応援してくれるそうだ。総務部とも協力して欲しい。

ところで、過去のDCの実施や航空会社のキャンペーンが、県からの働きかけで実現し

たことはあるか。

#### □ 保坂次長

DCは秋田県から働きかける。JALやANAの機内食は、先方の企画で各地をローテーションしているようだ。

#### ● 佐藤部会長

誰が売り込みをするのか難しいところがあるが、冒頭で申し上げたとおり、地域間競争であるため、官民挙げて強く働きかけて欲しい。

#### □ 草薨次長

お金がかかるものと、かからないのでできるものがある。JALのジャパンプロジェクトは、県の負担はそれほど大きくないが、DCは、相当金をかけなくてはならない。

向こうから働きかけられて、すぐに対応できる案件と、DCなどのように、それ相応の心配をしながらやらなくてはならないものがあるが、少なくとも、働きかけは行った方がよい。

#### ● 佐藤部会長

渡邊さんに伺いたいが、首都圏の大手メーカーに対する働きかけにおけるコツのようなものがあるのか。

#### ◎ 渡邊委員

民間の場合は、どうビジネスにつながるかが大事であり、研ぎ澄まさないといけないのは、コンテンツ自体の強さである。PR費を準備するよりは、地元が考えて、パブリシティネタを集めると、相手も取り上げやすくなると思う。この後に話に出てくる田舎というコンテンツ、外国人というターゲットに訴求しているか。また、タイミング良く売り込んでいるかも重要である。百貨店などが年間でイベントを組む時期を、東京事務所が察知して、営業をかけることができるかがポイントになると思う。

#### ● 佐藤部会長

続いて、論点2「高質な田舎」としての秋田の効果的なPRと受入態勢の充実についてということで、先ほど日本型DMOの話も出た。1回目の部会までの主な意見を踏まえて、この分野についてはどうか。適切なプロモーション、受入態勢の充実とあるが、この点について渡邊さんはどう思うか。

#### ◎ 渡邊委員

私も関西のホテルチェーンに関係があるので、ホテル業界の事情を知っているのだが、ここで注目すべきは、2020年にむけてインバウンドを盛んにやっていて、主要都市では部屋が足りなくなってきたということである。

そのため、ホテル業界が何をしているかというところ、プロモーションをやるよりも空き物

件を見つけて買収にかかっている。急激に部屋数を増やすのは難しいので、民泊の推進という形で宿泊を伸ばしている。つまり空き室を宿泊場所として使っている。

旅館業法に関わるすごくグレーな部分があったりするとはいえ、海外ではそういった空き室を埋めるためのマッチングサイトが、ものすごいパワーを持っている状態になってきている。そうすると、おのずと周辺の高質な田舎を売らなければならなくなる。しかもそういったマッチングサイトを調べると、平均滞在は4泊を超えている。そうすると、泊まるときの周辺のコンテンツも非常に重要になってくる。こういうところと協力して受入の数を増やしていけば、自然と受入態勢は整っていく。卵が先か鶏が先かではないが、そういった事態が顕在化しているのは、とにかく部屋が取れないからである。そういうときに、秋田には民泊でもいい場所があるということを発信していくといいのではないか。

大阪では最近、民泊に関する条例の提案をしており、こういった動きも出てきている。大都市圏では部屋が取れないという状況なので、ホテル業界や組合でもそこはやや容認の方向に動いてきているので、秋田でもいち早く名乗りを上げるのも、ありではないか。

### ● 佐藤部会長

今の意見について小国さんどうですか。

### ◎ 小国部会長代理

首都圏都市部があふれているのはいい傾向だと思う。論点3のインバウンドとも関係あるが、やはり今1,400万になろうとしている訪日外国人客が、2,000万人を目指しているということで、2020年のオリンピックまでは増えていくと思われる。そのためいくら東京あたりでホテルが新しくできても、まだ足りないという状況になりかねない。

ただそれが一過性だとすると、終わった後にどうするかという問題も起きてきて、埋まっているときはいいが、人がいないときの旅館やホテルというものは悲惨で不気味なものである。そうならないようにコンスタントに宿泊者を増やしていかなければならない。秋田で大きな宿泊施設を作るといのは、かなりリスクがある。「高質な田舎」というコンセプトを、いかにお客さんに伝えられるかが重要であり、どういうコンテンツがあり、秋田の「高質な田舎」に行けばどんなことを楽しめて、どんなことで喜びが得られるのかということ、お客さんにわかるような発信をしていかなければいけない。

また、いくら我々が、秋田は高質な田舎なので是非来てくださいと言っても、理解してもらえないので、いかにかみ砕いて伝える努力をすることが、東京からあふれてくる人間を呼んでくるためには、一番大事なことである。

### ● 佐藤部会長

民泊、あるいは民宿という形態は、法律的にはどのような位置づけになるのか。

### ◎ 渡邊委員

簡易宿泊に該当する。



● 佐藤部会長

そこで一番規制に引っかかるのはどういったことか。

◎ 渡邊委員

旅館業法。そのもともとの成り立ちが観光という名目ではなく、衛生的な保健所管轄であり、基準自体が古いので、おかしい部分もある。特にB&Bはかなりグレーで、宿泊そのものではお金を取らないという形態にしている。今後インバウンドが増えると、客室が足りなくなるので、容認しなければいけないような動きになってくるのではないか。

□ 保坂次長

私は以前、農山村振興課に所属しており、農家民宿関係を進めるところにいた。農家民宿は、トイレや台所の規制は非常に緩和されている。今後のインバウンド増加に伴って、渡邊さんがおっしゃったようなことも、農家民宿関係の措置をまねて普通の民宿関係の方に広げられる可能性もある。

● 佐藤部会長

その話を、空き屋対策として活用できる可能性はあるのか。

◎ 打川委員

空き屋をそのまま貸すことはできないが、空き屋を活用してくれる別の団体がいて、リニューアルして共有するというのは横手でも始まっている。今後すごく可能性がある。

□ 草薨次長

玉川温泉に行く人たち向けに、仙北市にある空き屋を活用できないか、という取組も行われている。

□ 保坂次長

シェアビレッジの取組に注目している。こういった取組が増えると、安く泊まれて、村民の手伝いをして、環境づくり・地域づくりにもつながっていく。2020年をきっかけとしつつ、オリンピックが終わっても続けられるのではないか。

● 佐藤部会長

そこはシェアという形態なので、旅館とかとは違う。そこは提言としてまとめていけるのではないか。

□ 草薨次長

空き屋を貸すのは旅館業法に引っかからないのか。

◎ 小国部会長代理

不動産賃貸業に該当する。

● 佐藤部会長

旅館業法にこだわらずに、不動産賃貸という形でも出来るかもしれない。

◎ 池田委員

古民家はお金がかかって大変だが、後々のことを考えると、かやぶきの古民家などを移築して村のようなものを作れたら、それは秋田にも合っているし、海外の方の誘客もできるだろう。昔の不便な感じの生活にあこがれる外国人の方も多し。単価が高くてもいいので、その村の中に一件おいしい食堂を作れたらいい。泊まるのはかやぶき屋根の家で、食事は食堂で。

□ 草薨次長

そういう取組は、実現可能性があると思う。

◎ 打川委員

雄物川でもそういう考えはあるが、かやぶき屋根の家には人を泊められないという消防の考えがあり、許可がおりないのではないか。

□ 保坂次長

かやぶき屋根でも五城目の盆城庵では泊めている。

● 佐藤部会長

時代が変わってきている中でそういう法規制的なものはついていっていない。ここを条例的に解決できれば一番いいが、保健関係は規制が厳しい。その辺を提言として考えていかなければ、なかなか秋田は生き残っていけない。もし可能なら規制緩和について、条件付きでも提言に入れたい。

◎ 齊藤次長

池田さんは声をかけてくれればと言ったが、一方では声をかけても断る業者や企業もある。同じ業界でも前向きに考え、先頭にいる人と、その後ろにいる人との間隔が非常に長いのではないかと感じる。今日の議論は、前向きな方々が多いので、やる気をもって規制も緩和すべきだという議論の方向性になっているが、全体的に法令的なしほり等を解除するとなると、全体に網がかかっていくことになるため、その人たちも含めて先頭の方と一般の方との幅を短くするために、行政としてどういう働きかけをするべきかというのがあれば教えていただければありがたい。

● 佐藤部会長

どの分野でも、トッぽい人がいて最初は相手にされない。小国さんも私も最初は相手にされなくて、苦労してきた。ずるい人は、それを見てきて、段々うまくいきそうだなという相当な確信が出てくると、後からついてくる。熱意をどう伝えるかが先を走っている方の宿命である。

そのときに、世の中はこういう方向に行くのだという確信を行政側の方が持ったらそれを説明してくれるとありがたい。やはり我々民間が言うよりも県が言ったとなればその信頼度は上がるので、そういう動き方を民間の横からやってくれることがあれば、後ろにいる人たちもついてくるのではないかな。

先頭を走っている人と一緒になってやっていかないと、民間はおかしくなるぞ、みんなついて行くべきだ、とまとめ上げる役目を行政に担ってもらわないと、全体として民間としても辛いのではないかな。

## ◎ 渡邊委員

佐藤部長のおっしゃるとおりで、平均以下を浚おうとするのではなく、出た杭を、出すぎた杭にしなくてはいけない。私も自分でベンチャーの会社をやって、肩書きのない中で突破しようと何回も試みた。

そうやって今日みたいに委員という肩書きをもらうとか、アドバイザーの肩書きをもらうことにより、信用を得ることで周りの人の見方が変わってくる。これをできるのが行政の信用ではないかな。

そういうことを、これから伸びそうだという方々にやるのが重要。今、黙っていても人口減であり、経済的に落ちていくのも目に見えるので、むしろそれを引き上げる自治体であってほしい。

## ● 佐藤部長

それが仕組みになってくれば、みんなが乗りやすい。トップランナーが行政の人とやってみようというように組織体で底上げをすることは、観光ではやりやすいのではないかな。是非、そこは考えてみたい。ほかに何かあるかな。

## ◎ 渡邊委員

先ほど文化が足りないとおっしゃっていたので、是非この論点2のところ、里山文化を秋田の文化のひとつとして考えていただきたい。高質な田舎自体を文化としてとらえるという観点で、提言が必要ではないかな。

## ● 佐藤部長

文化の話が出たので、その話をしたい。資料の中にも無形文化財について記載があるが、かつて国際教養大が、文部科学省の予算を活用して、秋田県内の無形文化財をアーカイブし保存した。以前の観光・交通部会の時、これらの映像を使えないかと提案したところ、目的外使用になるから観光には使えないのではないかな、という議論になった。確認してもらったところ、使用可能であったが。

こういった秋田の文化をどう使うか。また渡邊委員からのご提案は、これと高質な田舎というところのコンセプトをつなげて、何かに利用できないかということである。

これに対して何か意見はあるかな。

## □ 保坂次長

土地改良事業関係で、中山間地域等直接支払いと農地・水・環境保全向上対策という事業があり、地元の方々とお神楽など民俗文化財の維持にも取り組んできた。これがなぜ重要かという、限界集落に住んでいる子供たちが民俗文化財に取り組むことにより、地域に住み続けることにつながり、結果としてその土地を守っていくことにつながるためである。

これはどちらかという、観光面よりも地域を守ることに重点を置いた政策ではあるが、昨年の国民文化祭の経験からも文化の力を再認識したところであり、文化はそれまで住んできた地域の方々に住み続けることに結びつくということで、重要な取組であると認識している。

## ● 佐藤部会長

地域おこし協力隊というものがあるが、これをもう少し文化に特化した取組が出来るのではないか。英語教育のALTではないが、後継者のいない伝統芸能などを維持するために都会から人を入れる。

もちろん雇用の問題もあるが、伝統文化の存続に重きを置きつつ、それに観光をつなげてキャッシュインを作るということがあってもいい。地域の文化なので、氏素性がその人でなければいけないという閉鎖的な風習があるのかもしれないが、もはやそういうことを言われている時代ではない。相撲だって横綱が外国人選手ばかりであるのに、国技だと言っている。あまりこだわる必要はない。

最近の地域おこし協力隊の人でも、目的を失って東京に帰ってしまう人もいるらしい。もう少し文化に特化させるとか、特定の分野に特化した人を招き入れるのはどうか。

## □ 草薙次長

帰っている人は趣旨が合わないからか。それとも経済的に破綻してか。

## ● 佐藤部会長

町に溶け込みながら理想を実現しようと意気込んで来ても、実際にはやることがない。また、町の方に、「あんたたちなんかやることないよ」という風に言われ、喪失感を覚えて帰る人も結構いるらしい。そういう意味では、五城目町は特異なケースである。

## ◎ 打川委員

地元の話になるが、今年の10月に日本の祭りが横手で開催される。これが神楽番楽系の祭典のようなもので、横手としてはこの伝統文化をどう継承しようかということに関心が高まっている。先日の市の会議では、横手遺産という制度を作って保全とか伝承していこうと相談をしている。

その中で新しくできた制度に、日本遺産というのがあり、平成27年が初回認定で全国で17～18件認定された。これだけ文化財や民俗文化財が多い中で、秋田県からはひとつもエントリーされていないということで、少し残念に感じた。そういう国の制度にも乗りながら、民俗文化を地域おこしに使っていこうというのが、日本遺産の目的らしい。従って、

そういう方向性が今後大事になってくる。

## ◎ 小国部会長代理

国民文化祭をやって、秋田県の文化度は高かったことに気づいた。ロータリークラブにいと、転勤族の支店長さんがいらして2年か3年で移動するが、その支店長さんたちが秋田で過ごした2年や3年の間に祭りとかに触れて、帰られる頃になると、秋田はすごいとおっしゃる方が多い。秋田県人が気づいていないだけで、なまはげや竿燈などいろいろな祭りや伝統芸能がある。さらに、秋田の民謡はレベルが高いということや、わらび座のミュージカルを見てびっくりしたとか感動したとか、県外から来た人がおっしゃっている。

案外灯台もと暗しで、秋田に住んでいる人たちは、地元の祭りはたいしたことないと思っただけだったり、あるいは自分たちの地域の人だけでやるからよそ者は来なくていいということで、地域だけでやったりしているが、実は見てみたらすばらしいというのが結構ある。これを継続、存続していくことと、その輪を広げていくのが大事ではないか。

ひとつの例として、竿燈は260年ぐらいの歴史があり、国の無形文化財に登録され、どんどん人が増え140万人となり、大曲の花火に並んで集客力のあるイベントとなった。そして何より、竿燈は着実に盛り上がってきている。秋田は右肩下がりといわれることが多いが、竿燈は平成2年の190本弱から今年は史上最多の279本となった。これは町内にスポンサーとして入る企業が増えるとともに、子供さんたちが増えたためである。

少子高齢化なのに子供がなぜ増えているか。子供に竿燈をやらせたいという思いから、ほかの地域から来ることもあるし、あるいは転勤族の子供が是非ということで参加され、90本ぐらい増えた。

竿燈会も考え方が変わり、最初は見せるものではなく、五穀豊穰の祭りという考え方だったが、今では、見せ物と五穀豊穰の両方になっている。ふれあい竿燈に加え3年前からは、竿燈締めも行っていることが、お客さんが増える要因になったと思われる。

他の祭りでも、これを広げていくと東北の中でも日本の中でも、秋田の祭りは上位に位置することとなり、文化の面でも交流人口を増やすことにつながるのではないか。

## ● 佐藤部会長

秋田では、後継者がいなくて廃れていっている伝統工芸は、産業と物販という面で見ればつらいが、文化の伝承という観点で見直せば、売れるようになるのではないか。例えば黄八丈も担い手がいなくて困っているらしいが、美郷町には伝統工芸をするアーティストが北海道から移住したという話もあり、こういった部分の掘り起こしが出来ないものか。

また、過去に工芸の分野で非常に卓越した職人やデザイナーがいたことを、地元が知らないという問題もある。例えば、生駒塗りの先代で、既に亡くなっているが、生駒弘さんは東京美術学校で天才と言われた蒔絵の達人で、今でも東京芸術大学の学生が勉強に来ているほか、沖縄、台湾、タイでは漆芸の神様と言われている方であるが、その検証は一度秋田市が行ったのみである。技術はあるけれど、それを継承する人がいないということに目を向けることで、後継者が出来るかもしれない。そういうミッションを持った、室みたいなものがあると起爆剤になるのではないか。

## ◎ 池田委員

秋田には、日本全国で使えるJRの券を使って来る外国人が多いと思う。その中で、無理かもしれないが、外国人の免税店の宿泊版のような形で、消費税分を安く泊まれる制度があればいいと思う。

また、外国人の方々が、うちの宿を「ここを秋田の別荘にする」とおっしゃっていただいたときに、とてもうれしかった。外国人の別荘という位置づけで秋田を売り込んでいく切り口もあると思う。

## ◎ 小国部会長代理

訪日外国人がまもなく2,000万人に迫ろうとしている中において、将来的な秋田県の外国人宿泊者数の目標を前回の部会で聞いたところ、8万人程度とのコメントがあったが、目標として物足りないような印象を持った。東北の宿泊者数を調べてみると、東北6県で27万人であるが、これもたいした数字ではない。やはり最初はゴールデンルートに集中しており、リピーターは北海道や九州に行ってしまう、東北・秋田に来るのは大変難しく、努力がいる。

日本の田舎のおもしろいところに行きたいと思う外国人に選んでもらえるような、秋田を売り込んでいく仕掛けが必要ではないか。

日本に外国人が来ると、秋田にも外国人が来るようになるというのは錯覚である。具体的な仕掛けを考えていかないといけない。

## ◎ 渡辺委員

セカンドデステーションという言葉は前の審議会で私が発言したものであるが、その意味は、ファーストタッチしないということである。

爆買いする中国人の動態を調査すると、出発前の最終地で買い物をするため、京都のような中間地では買い物をしていないことが分かる。

ただし、京都の状況をつぶさに見ていくと、外国人観光客の質が変わってきている。例えば、中国人観光客はホテルに泊まるが、同じ中華圏でも日本に来慣れている台湾人は高級な旅館に泊まる人が多く、購買額は増えていなくても宿泊費を含めた総消費額単価は上がってきていることが見て取れる。

ここで重要なのは、デステーション毎の旅行者市場を見るのではなく、今動いている訪日観光客がどう変質しているかを見ないといけない。

訪日ビザの発行要件が緩和されたことにより、訪日外国人の質が変わり、リピーターも増えているので、その動きを見るべきではないか。

面白いデータを紹介すると、旅行サイトのエクスペディアの予約が、今年の上半期の予約が昨対で2倍ぐらいに増えているのだが、韓国では東京よりも大阪に人気が集まっている。

韓国におけるアジア諸国の人気ランキングでは、一位が大阪、二位が香港、三位が沖縄で四位が東京という状況である。台湾では一位が沖縄、二位が大阪、三位が東京都、四位が香港となっており、旅行者の質が変質ってきている。

この現象を受けて、例えば訪日外国人向けに、秋田を大阪でPRするという方法も考え

られる。海外でPRをして砂漠に水をまくよりも、効果的効率的ではないかと思っている。

### ◎ 打川委員

台湾の学生を招待し、FacebookなどのSNSに投稿してもらうことによりその友達が見て、自国に帰ってから話すことで秋田をPRしてもらっている。

大学のカリキュラムとして、ワーキングビザをとって就労体験を3ヶ月してもらっている。

日台交流広場というFacebookページがあり、35,000人程度の人がいる。また、Facebook秋田県人会という取組もあるが、行政もこれを活用して、それを担当する職員を配置してもいいのではないかとも思う。

### ● 佐藤部会長

これほど急激に訪日外国人が伸びるとは思っていなかった。

秋田を外国に発信する際には、ともすれば英語による発信という発想になりがちだが、ドローンなどを駆使して、インパクトあるビジュアルで、一目見てこれが日本だという印象を持ってもらい、訪れたいと思わせると効果があるのではないか。

### □ 保坂次長

観光関係で教育旅行を純粋に誘致できた事例がない中、農家民宿で台湾・タイ・マレーシアから呼び込んでいる仙北市は、頑張っている。

学生さんが農家民宿から出発する際には、泣いてしまうくらい農家の方々に愛着を持つのだが、農家の方々が英語などに堪能かという点、全くそうではない。

そういう意味では、佐藤部会長のおっしゃるように、英語を使わないビジュアルでの発信もありうると思う。

また、池田委員の免税店の宿泊版のような取組については、以前FIT向けにゴルフ販売店と組んで、最低でも消費税分の割引を行う取組を行っており、それに類似するような取組が出来ないか研究してみる。

### ◎ 池田委員

おそらく全国でもまだ行っていない取組だと思うので、仕組みを含めて検討いただきたい。

### □ 保坂次長

勉強させていただく。

### ◎ 池田委員

9月からタイの電車の中に黒湯の紅葉の写真がラッピングされる。

### □ 柳瀬観光振興課長

JNTOの事業で、9月と10月の2ヶ月間、バンコク市内を走る高架鉄道BTSで、車

両のドアとその周辺でラッピングされることが決まった。黒湯の紅葉の写真は、300枚もの写真の中から、タイの方々に選んで頂いたものである。先ほど、「インパクトあるビジュアルで、一目見てこれが日本だという印象を持ってもらい、訪れたいと思わせることが大事」というお話を頂いたが、まさに、今回の黒湯の紅葉の写真はタイの方々にインパクトを与えることができたものと思われる。

また、JNTOの要請に応じて、速やかに写真を提供していただいたことで、本事業はうまくいった。心から感謝申し上げたい。

#### ◎ 池田委員

黒湯だけではなく、冬はかまくらなどの絵を提案できないか。

#### □ 柳瀬観光振興課長

先日の知事のトップセールスの際、タイ人は雪に関心があるという話を伺った。ただし、タイ人にとって、雪は北海道というイメージがあるため、秋田は「かまくら」を打ち出していくのが有効ではないかという話を伺った。例えば、横手市は「かまくら」で有名なので、これを生かして、ビジュアルでうまく訴えかけていくことができれば、訴求力の高い発信になるのではないかと考えている。

また、先ほど、「日本の田舎のおもしろいところに行きたいと思う外国人に、選んでもらえるような秋田を売り込んでいく仕掛けが必要」というお話を頂いたが、秋田の農家民宿や教育旅行は強みになるという話を伺っているので、秋田の売りを明確にしてプロモーションを行ってまいりたい。

#### ◎ 打川委員

4トラベルという、旅行先の様子をアップし、サイトの閲覧者が点数をつけ、そのポイントが貯まると旅行券をもらえる、という口コミ旅行サイトの人気が高まっているようだ。海外から現地の様子を写真などでつぶさに見られ、疑似体験できることが人気の理由ではないか。

海外からの受け入れとして、保呂羽山少年自然の家のような、あまり利用されていない自然体験型の施設を活用できないだろうか。きれいな星が見えるというのも、売りになると思うのだが。

#### □ 保坂次長

県の教育庁の要綱上、利用料金が決まっているため、旅行商品用の割引が出来ず、FITの場合は別として、団体旅行には使いにくいという事情もある。

#### ◎ 打川委員

稼働率が低いなら、民間にタダで払い下げるという方法もあるのではないか。

#### ● 佐藤部会長

中央公園のフィールドアスレチックも、使われてないのもったいない。



## ◎ 小国部会長代理

インバウンドの関係では、明日、商工会議所を中心に秋田インバウンド協会が立ち上げられる。行政の限界となるところもカバーし、H I Sなどにも働きかけながら、秋田に外国人を連れてくるルートを作る受け皿作りを、目指してまいりたい。

## ● 佐藤部会長

最後に、論点4と5を一括して議論する。渡邊委員から意見はあるか。

## ◎ 渡邊委員

論点4の食に関して情報提供であるが、農水省の来年度の概算予算要求で、訪日外国人が農産物を海外に持って帰るときの利便性を高める事業を要求しているが、この辺りは感度よく見ておくべきである。

また、海外で日本料理を出している飲食店も見ておいた方がよい。最近日本料理の飲食店が増えているが、中には質の低い店もある。しかし、訪日外国人が増えると、本物志向の高まりとともに、自ずと質が上がる。そういった店舗を、情報発信チャネルや流通チャネルとして整備するとともに、そこはマーケティングの場にもなり得るので、現地の消費者の状況をきちんと生産者にフィードバック出来る仕組みを、秋田県内で地元の方と一緒に構築するべきである。

また、論点5のスポーツに関してであるが、以前フットサルの全国組織の立ち上げに関わった際、草の根的に参加型のサッカーを広げようとした。当時はテニスの合宿が減り、空きテニスコートが増え、空きテニスコートを同じ大きさのフットサルに利用し、人工芝メーカーと飲料メーカーと組んで活動を展開した。地元の人や子供の参加するフィールドを作る事が大事である。

また、相撲ファンの女性の話が興味深かったのだが、場所中に相撲を見に行くときには必ず午前中から見に行くそう。そこで目を付けた力士が成長していくところをみたい、ということなのだそうだが、2020に向け、これから育っていく人と接点を作ることや情報発信を行うことによって、宝塚のように根強いファンを生み出すことができるのではないだろうか。

## ● 佐藤部会長

ネクストファイブや新政などが、一気に軌道に乗ってきている。秋田の酒は一定のポジションを確立したので、今後は他の蔵がどうついて行くかが重要である。

## □ 草薙次長

秋田の酒の質は前から良かったが、世間への露出があまりされてなかった。ネクストファイブのような、若くて生きのいいグループが話題を作ってくれたおかげで、「最近秋田の酒がすごいらしい」といった評価も高まっており、秋田の酒に対する世間の評判がよくなってきた。

● 佐藤部会長

コンテンツやテーマを丁寧に創り出して、売り出していくことを繰り返すしかない。続いて、道の駅などに関する取組について、事務局から説明をお願いします。

□ 佐々木道路課政策監

道の駅は、全国1,059カ所、秋田に30カ所ある。今までは通過点だった道の駅が目的地に変わりつつある。国の政策としては、太田大臣の「右手に観光、左手に道の駅による地方創生」という発言にもあるように、道の駅を核とした地方創生に取り組むこととしている。

全国では重点道の駅は35カ所あり、秋田では象潟が選定された。

秋田版総合戦略における道の駅の取組として、利用者ニーズに応えるものを徹底的に揃え、そのうえで個性を乗せていく二層構造を考えている。

道の駅については、道路管理者だけでなく、観光サイドの力も借りながら取り組んでまいりたい。

● 佐藤部会長

高速道路とか自動車道がつながっていくと、にかほ市の道の駅が大変だと思うが、それについてどう思うか。

◎ 打川委員

道の駅は定着しており必要な施設であり、道路網が変わって車の流れが変わることはよくある話ではあるが、一般道を通る車もいるので、いかに魅力を発信し、立ち寄らせるかが重要になってくる。

◎ 小国部会長代理

道の駅も最初は民業圧迫といわれていたが、現在では完全に定着した取組となっている。

立ち寄るだけだった道の駅が目的地になっており、魅力的な道の駅を回る人もいるらしい。ねむの丘が免税店の資格をとったことをモデルとして、他のところでも波及していくのではないだろうか。

● 佐藤部会長

道の駅は30もあり、同じような道の駅ばかりでもしょうがない。個性を出しつつ連携を深めていかなければいけない。

◎ 池田委員

ネクスコのスタンプラリー商品を見てみたが、それほど魅力的ものがない。声かけをしてくれば、宿として宿泊券を出すことも出来るので、声をかけて欲しい。

また、道の駅に関する県外のお客様の声として、「閉まるのが早すぎる」という声があるので、毎日は無理であっても、人が来そうな日くらいは営業時間を伸ばすことができないものか。

● 佐藤部会長

道の駅にキャンピングカーで車中泊をしたり、バイカーが休憩施設で仮眠したりなどの新しい宿泊のあり方が出てきている中において、道の駅の機能として、ユーザーの利便性を考えることも必要である。

防災の拠点としての機能も果たしているとは思っているのだが、建物が硬直過ぎる。販売所や休憩所を一体的に運営できないものだろうか。

□ 保坂次長

キャンピングカー専用の電源がある施設もあるが、道の駅でもそういうことを見習っていくべき。

● 佐藤部会長

十文字の道の駅では、地域の人がカラオケ大会をされており、そういった意味では観光拠点というよりも地域の人との交流拠点になっており、いい傾向であると思う。

◎ 渡辺委員

現在SAやPAの目的地としての注目度が高まっているが、今後は、道の駅も目的地としての役割を担っていこう。そのためには各道の駅の特徴を際立たせるべき。

● 佐藤部会長

ねむの丘の岩ガキのようなキラコンテツの特集を組む等の取組に加え、道の駅連合会で売り出すとか、そういう仕掛けがあってもいいのではないか。

□ 佐々木道路課政策監

他県の例も参考としながら対応したい。

● 佐藤部会長

その他、交通関係について、内陸線や由利高原鉄道、大館能代空港をどう活用するか、公共交通のあり方について意見を求める。

◎ 打川委員

内陸線で言うと、南北のショートカット路線のルートが存在すること自体に価値があるため、個人的には残ってほしいと思う。

また、赤字の路線に対して行政は、赤字補填をするのではなく、沿線住民に定期券を配り、乗客数を増やすことができないかと思う。2億円の赤字を出してから怒られるよりも、沿線住民が乗るような取組をすることにより、駅が賑わうと会社もやる気になるのではないか。

◎ 小国部会長代理

五能線は、今はリゾート白神で流行しているが、昔は乗る人がいなく廃線の可能性があ

った。JRが、白神の景観はすばらしいということで、どうにかして観光路線化できないかと、旅行の楽しみ方を提案したことで、秋田の売りになった。東北新幹線の函館延伸に伴って、黙っていても秋田への誘客は期待できないが、五能線を活用して秋田に来ていただき、帰りはこまちというように広域でのルートが出来れば良いと思う。

内陸線は、そういった大きなルートに組み込まれていないので、秋田の人に乘れといっても乗らないのが現状。JRなどを利用し、また、車両の特徴を作ることが乗客数アップにつながるのではないか。

#### □ 保坂次長

ツーリズムEXPOジャパンでは、東北6県で連携して出展するが、青森と連携して五能線を最重点としてPRしていくので期待してほしい。

#### ● 佐藤部会長

小坂鉄道が列車宿泊などで頑張っているが、JRと協力して特別列車を走らせるようなコンテンツで勝負し、地元の公共交通から脱皮しないと残せないと思う。

世界の列車を集めて展示するなどコンテンツで勝負すると、お金や景観問題があるが、集客が期待できるのではないか。こういったものを提言として入れていくということもあるのではないか。

釣りキチ三平のラッピング程度だとあまり話題にはならない。鉄っちゃんが凄いなと思うようなことしないと集客に結びつかない。

また、鷹巣と角館の学区を一緒にして、子供たちが電車に乗らなければならないような仕組みにするという荒唐無稽なことも考えてみたこともあるが、公共交通を残すためには、公共交通の機能だけではなく、それ以外の機能を付加しないと公共交通として存続させることすら危ういということをしかりと認識して欲しい。

#### ◎ 渡辺委員

佐藤部会長に全く同感。鉄道ファンが乗りたくなるような、中途半端ではないこだわりのコンテンツを乗せた列車をつくるのが大切である。それにより、PRにお金をかけずとも、パブリシティでメディアが取り上げてくれるので、かけたお金以上の効果を生むことが出来る。

ただし、中途半端なことをしては絶対に駄目で、絶対に見たくなるというツールを作らなければ効果がない。

#### □ 保坂次長

私が山本地域振興局にいた際に、五能線を活用して角館に抜けるようなルートをJRに提案していたが、実現には至っていない。

#### ● 佐藤部会長

所定の時間となったが、最後に秋田県まち・ひと・しごと創生総合戦略の説明を事務局にお願いする。

## □ 舩屋観光振興課長

こちらは、現在策定中の総合戦略に関する素案をお示ししている。第2期ふるさと秋田元気創造プランの中で、地方創生に特化した内容の特出ししているというイメージでとらえていただきたい。

当部の取組は、主に基本目標1の「産業による仕事づくり」の中の観光を中心とした交流人口の拡大に内包されているほか、人口減少の中においても社会を維持していくという観点から、基本目標4の「新たな地域社会の形成」の中にも含まれている。

新たな視点で進める重点プロジェクトとしては、「クールジャパン戦略に基づく幅広い県産品の輸出の促進」や「ICTの活用と外国人向けの新しい旅行プログラムの開発による海外からの誘客促進」に取り組むことにしている。

## ● 佐藤部会長

説明は以上だが、質問はないか。なければこれで終了する。

――議事終了――