

## 平成28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28年5月24日(火) 午後3時45分～午後5時15分

2 場 所 秋田地方総合庁舎総601会議室

3 出席者

○観光・交通部会委員

株式会社SKO若女将、男鹿温泉郷女将會會長 佐藤 浩世

秋田県演劇団体連盟理事長、一般社団法人秋田県芸術文化協会理事 富橋 信孝

株式会社アジア・メディアプロモーション 代表取締役 渡邊 竜一

□県

観光文化スポーツ部 次長 猿橋 進

〃 次長 舩屋 修美

他 各課室長 等

4 観光文化スポーツ部 次長挨拶

□猿橋次長

今年度は委員の交替時期にあたる。昨年度までは7人が観光・交通部会にご出席いただいていたが、今年度は専門委員が廃止され、総合政策審議会委員のうち4人が専門部会委員を兼ねるのみ、ということで、少数精鋭になる。

新たに参画される2名の委員の他、引き続き参画いただく2名の委員には、ご多忙の折、県政の発展にご協力いただき感謝する。

当部会を巡る直近の動きを整理すると、インバウンド対策が国レベルで強化されており、東北観光復興対策交付金が今年度創出された。県では、広域連携を含めた15の取組を行うほか、地方創生推進交付金を活用し、秋田犬を活用した誘客対策を実施することとしている。

インバウンド対策については、地域間競争が激化する中で、回復が遅れている本県の状況を踏まえつつ、本県ならではの観光資源を活用するという視点でご提案をいただきたい。

当部会は観光のみならず、幅広い分野を対象としているため、忌憚のないご意見を賜りたい。

5 議事

□畠山政策監

今回は、打川委員が所用により欠席となっているが、今年度は任期の入れ替わりに当たっているため、出席委員からそれぞれ自己紹介をお願いする。

○佐藤委員

株式会社SKO若女将の佐藤と申します。男鹿で3つの旅館経営に携わっているが、色々な情報を得ながら勉強していきたい。

#### ○富橋委員

中学生の時から演劇に携わり、東京でも演劇を勉強してきた。東京では大道具の仕事もやり、テレビ朝日や歌舞伎座などでのアルバイトも経験している。その中で印象深かったのは、先日亡くなった蜷川幸雄さんの NINAGAWA マクベスに一ヶ月従事できたことで、非常に貴重な経験であった。

演劇のほか、スペースプロジェクトというイベント会社に勤めており、その中で、皇室がいらっしゃる行事や地域のお祭りなどをプロデュースしてきた。

そのような経験の中で、今後人材を育成する上では、子供の頃から他者と一緒に文化的なものを創っていくという経験が重要であると思っている。

#### ○渡邊委員

昨年まで委員を2年務め、今期も引き続き務めることとなった。大学時代は演劇を学んでいたほか、大学卒業後はホテル旅館の経営コンサルタントに就職した。更に、今回欠席された打川委員が住まわれている横手市は母の出身地であるなど、今回の委員とはみな接点があり、議論をしやすいと考えている。

社会人としては、旅館のPR、その後じゃらんの編集、ゼクシィの編集など、編集の仕事に長く従事しており、情報を束ねてどのように適切に読者に届けるかという仕事を行ってきた。

その後、観光まちづくりのなかで、フィルムコミッションの活動に注目した。映画、ドラマは、住民が参加することで地域のモチベーションが高まるだけではなく、ロケ地の価値を高めることにつながる。メディアというツールを使って、地元の参加を得ながら、人づくりの延長でPRしていく活動もしてきた。

その縁があり、最近では中国からのインバウンドの事業も手がけるようになり、現在はASEANに軸足を移しながら、インバウンド事業を行っている。

そのような中で感じるのは、初めて日本に来た一見さんはゴールデンルートに注目するが、何度も日本を訪れるような層は地方に目を向け始めているということ。そのような外国人に、いかに秋田の魅力を届けていくかを提言していきたい。

#### □畠山政策監

本来であれば、ここで部会長及び部会長代理を選任するところだが、本日は打川委員が欠席されているため、部会長及び部会長代理の選任は次回行うこととする。

本日の議事の進行については、暫定的に、渡邊委員にお願いする。

### 6 議事

#### ○渡邊委員

審議内容は、議事録としてホームページに掲載されるが、その際には委員名を公開するのでご了承願う。

#### (1)観光・交通部会の進め方について

□柳瀬観光戦略課長

※ 今年度の観光・交通部会の進め方について、資料1により説明。

(2)第2期ふるさと秋田元気創造プラン推進にかかる今年度の取組について

□柳瀬観光戦略課長

※ 第2期ふるさと秋田元気創造プラン推進にかかる今年度の取組のうち、観光文化スポーツ部所管部分について、資料2により説明。

□菅原道路課長、古山港湾空港課副主幹兼班長

※ 第2期ふるさと秋田元気創造プラン推進にかかる今年度の取組のうち、建設部所管部分について、資料3により説明。

□柳瀬観光戦略課長

※ 平成28年度6月補正予算案の概要について、資料4により説明。

○渡邊委員

さきほど事務局から説明があったが、本日を含めた3回の部会を通じて、部会としての今年度の提言をまとめることとしている。観光文化スポーツという領域をまたがる部局は、沖縄に次いで、本県が全国2番目にできたものだが、非常に所管する領域が広い。

私は秋田に住んでいる訳ではないため、道路と交通はあまり得意ではない。それに対して、佐藤委員や富橋委員は、旅館運営や文化振興の立場から、より現場に近いご意見がいただけるものと考えている。

観光はともすればPRが目立ちがちだが、その前に「何が魅力になるか」「お客様は何かいいと言って帰っていくのか」といった生の声を施策に生かしていくべきと思うが、佐藤委員から、観光客は何に満足を感じられているのかを伺いたい。

○佐藤委員

男鹿に対しては、思ったよりもお湯がいいという声を聞く。

最近秋田県で打ち出している「高質な田舎」というコンセプトは、田沢湖や五城目ではイメージが定着しているのに対し、男鹿はバブル期までは良かったが、現状では高質な田舎というイメージにそぐわなくなっていると感じる。

食べ物に関しては、関西で過ごした学生時代に、同級生は秋田、岩手、山形の位置関係が分からなくても、秋田は食べ物が美味しいというイメージを持ってきていたように思う。

また、男鹿という場所柄、売りはなまはげとハタハタだと思っているが、県外のお客様はハタハタには好き嫌いが分かれ、むしろ有名なきりたんぼを好む方が多い。

インバウンドの状況で言うと、韓国・台湾・中国のほか欧米の方々も増えてきたが、受け入れ側にハラルに関する知識が不足しており、そのようなことを学べる研修があると思う。

○渡邊委員

最近のお客様の層の変化や、リピーターとなってくれる方の特徴などはいかがでしょうか。

○佐藤委員

お客様の層の変化としては、インバウンドは他県に比べ少ないものの、昔よりは確実に増えている。

その他、高齢者・障害者のお客様も増えてきている。男鹿は障害者に優しい施設が不足しているが、かといって、バリアフリー対応するための施設改修も難しい状況にある。

リピーターについては、リピーターは人につくと考えており、どのような接客ができるかが重要であるが、以前よりは接客が良くなっていると感じている。昔ながらの秋田県人特有の無愛想な感じは減っており、若い人ほど親しみやすい接客ができています。

○渡邊委員

普段から女将をしていると、お客様が何に喜んだかを見ていると思うが、じゃらんの時に宿に届くクレーム集を改善したらサービスが向上したという例がある。

例えば佐藤委員の旅館に寄せられたクレームで改善に結びついた例はあるか。

○佐藤委員

クレームについてはできることとできないことを分けて、できることから一つずつ解決していくことにしている。中には交通のように旅館では対応できないクレームも多く、苦慮している。

○渡邊委員

そういった意見が従業員等で止まるのではなく、地域として吸い上げるような仕組みがあるといい。その結果、次の施策に繋がる例もあるかもしれない。

富橋委員は、総合政策審議会の人づくりの部分で、人が地元の文化の良さに気づき、それが次の文化に繋がるという話があったが、秋田の良さについてはどのように考えているか。

○富橋委員

全国を公演する劇団員の評価を聞くと、昔から秋田県は米と酒が旨いと言われている。

特に、秋田では一般の家庭でも美味しいご飯が食べられるのに対し、東京では、ホテルであっても美味しくないと提供されている。

特に日本酒はもっとアピールしてもいい。秋田の濃い味に合わせるような力強い日本酒は女性に合わない部分もあるため、女性に合わせた日本酒を開発してもいいかもしれない。

その一環で、酒の国秋田をPRする日本酒ミュージアムを開設することも考えられる。

○渡邊委員

人づくりという観点で見ると、文化にはどのような側面があると考えられるか。

#### ○富橋委員

国民文化祭をきっかけに、秋田の文化の力を全国に発信できたと考えているが、特に秋田は伝統芸能の力が優れており、例えば番楽を大人と子供が練習して次代に繋げている地域が少なくない。このような伝統文化の強い地域は、集落としても強い団結力があるように思う。

受け継ぐものがあるのであれば、残していくことが大切であり、それは子供たちにも地域にとっても良いことである。

一方で、そういうものがない地域は、演劇に限らず一つのことに集団で取り組むことを通じて、創造力を高めたり、コミュニケーション能力を高めたりする必要があるのではないか。

コミュニケーションを高めていくには、家庭の教育が大事という意見もあるが、それだけでは足りないし、一方で学校に求めるだけでも受け皿として十分でないと思う。

#### ○渡邊委員

そのような点からすると、インバウンドがそのきっかけになるのではないかと考えている。私の父は津軽三味線を演奏していたが、家の中で父から津軽三味線の良さを聞かされても、素直に受け取れなかった。しかし、演奏会で第三者から評価される父を見て、津軽三味線の良さに気づくことができた。

インバウンドを通じて、外から来た人が地元を評価することによって、その住民が地域の良さに気づききっかけにできるのではないと思う。なまはげも外から注目されたことで、地元の人もその良さに気づいたのではないか。

ただその中で、地域の文化を、守るべきものとライトに参加できるものとに区別して考える必要がある。インバウンドのモニターツアーで徳島の阿波踊りを組み込んだことがある。阿波踊りは突き詰めるとものすごくディープな文化であるが、初めての人でも踊れるライトな参加型踊りもあり、外国人が阿波踊りを体感して喜んで帰ってくれる。一方で、そのような扱いを良しとしない方もいる。

#### ○佐藤委員

なまはげも後継者がいなくなってきたが、昔に比べると学校でなまはげのことを学ぶ機会が増えてきている。ケデを自分でつくり、学習発表会でなまはげ踊りを披露するといったことも、最近は採り入れられている。

一部には幼稚園保育所からなまはげ太鼓を学ぶ地域もある。地域の子どもたちも減ってきているため、男鹿市全域で学ぶようなことがあっても良いと思う。

#### ○渡邊委員

外国人観光客は、なまはげと一緒に写真を撮り、発信したいと思っている。そのような部分で秋田のアイコンになっている。

○佐藤委員

自分でも保守的な考えだと思うが、全国的にあまりになまはげを露出させすぎた結果、男鹿に来なければなまはげに会えないという希少性が、薄まってしまったのではないか。

○渡邊委員

地元に行かないと見られない本質的なものと、普及用のセカンドブランド的なものを分けて考えるのがビジネスの世界では良くあるが、観光もそういった認識が必要で、どうしても守らなくてはならないものとそうではないものを、分けて取り扱った方が良い。

また、集団で何かをすると言う部分の大きな要素として、良いものを良いと、同じ言葉で語れることが観光の人づくりにも繋がる。

○富橋委員

以前にわらび座に泊まったとき、国際教養大の留学生が、日中に手踊りや大漁節を学び、夜の食事の際に発表し、凄く喜んでいて。踊りや歌は外国人も抵抗なく参加できるので、見るだけでなく一緒に参加するということが大切だと思う。

○渡邊委員

秋田県に国際教養大学があることも大きい。留学生を活用して、どのようなことを喜んでいるかをリサーチして、留学元に発信することで、観光PRにつなげることもできるのではないか。

スポーツの良さはどうか。

○富橋委員

ハピネットを始めとするトップスポーツが盛んなことは喜ばしい。ブラウブリッツがトップに位置し、J2に昇格できるのかといった話題もあるが、一体感があるのはいい。

○渡邊委員

2020までの間、合宿誘致が本格化してくるが、草の根的な誘致が重要になってくる。

○富橋委員

私は秋田市出身のため、秋田工業のラグビー部が復活して欲しいと思っている。昨年ラグビー日本代表が活躍したが、この流れで、ラグビーを秋田の強みと捉え、もっと力を入れてもよいのではないか。

○佐藤委員

男鹿ではスポーツ合宿の誘致に力を入れており、合宿補助金の他、グラウンド整備や宿による送迎への協力などが評価され、合宿客が増えてきている。

○渡邊委員

合宿は、普通の観光PRに比べ、団体に直接アプローチできるという面で、効果が高い側面もある。

○佐藤委員

また、気に入ってくれるとリピーターにもなってくれやすい。

○富橋委員

モーグル世界大会をきっかけに、事前合宿を秋田県でという声も聞く。

合宿関係でいうと、雄和にある廃校を活用し、演劇合宿を始めたいと考えている。学校には体育館があるためそこで練習をして、そこで最初の公演を行った後、世界ツアーに出発するという事を考えている。

○渡邊委員

修学旅行誘致は各県が行っているが、スポーツ合宿と共通しているのが、教員に直接アプローチできるということと、リピーターになりやすいということ。10年ほど前から体感型のプログラムが組み込まれているが、その中に地元の文化などを組み込んでも良いかもしれない。

○富橋委員

そういったプログラムは、子どもたちにとっても心に残るものになるのではないか。

○渡邊委員

今回資料の説明を受けた中で、感想などはないか。

例えば男鹿の未来づくりプロジェクトも説明があったが。

○佐藤委員

男鹿ブランドをつくるということで、施設をつくるようだが。

○渡邊委員

男鹿ブランドとは。

○佐藤委員

よく言われるのがなまはげとハタハタだ。

○渡邊委員

ブランドに関して、ブランドとは供給する側とそれを受ける側がどういう約束をするか、ということである。例えば、秋田犬に惹かれて訪れた人が何に満足して帰っているか。秋田犬のアイキャッチがあったことと、行って満足したかは別の話。

男鹿ブランドを確立するには、男鹿に誰が行って何に満足したかを、丁寧に見ていくことが必要。

○佐藤委員

男鹿は海産物が豊富というイメージがあるが、少量多品種であるため安定した量が供給されない。また、海産物を売る場もないため、欲しいときにないということで、満足を与えられていない。

○渡邊委員

東京では、名前を聞いたこともない魚を、魚のいわれを紹介しながら提供する飲食店がある。あきた未来づくり交付金事業を活用して新たにできる施設でも、そこに行かなければ食べられないものなどを提供できれば、満足度向上につながるかもしれない。

○佐藤委員

男鹿温泉郷からは離れてはいるが、お客様に紹介できるような施設になってくれることを期待している。

○富橋委員

2020 プロジェクトに関連して、ロンドンオリンピックでは数多くの文化事業が行われており、日本でも同様の取組をすることだが、本県でも、この機会に様々な伝統芸能を発信していく必要がある。

例えばワールドゲームズを行った際に、現在のエリアなかいちでブース展開をしていたほか、秋田博も開催していた。2020 に合わせてそのような取組を行ってもいいのではないかと。

○渡邊委員

2020 までに首都圏に 120 棟のホテルができ、宿泊施設の逼迫状況は今後緩和される見通しだ。

このような中で大都市のホテルが取り組んでいるのは、満足度を上げること。いずれ供給過剰な状況になっても、ホテルのブランドが守られていれば、お客様がリピートしてくれる。

秋田ってなに？秋田の何が満足？ということ突き詰めて、喜びの声を増幅させるために、地元と協力して体感しながら進めていくことが重要であり、表面的なPRをしても効果がないと思うし、もっと言うと秋田よりも観光PR予算が多いところはたくさんあるため、他県との競争で埋もれてしまうのではないかと危惧している。

一番大事なのは、本質的な秋田ブランド、あるいは秋田の地域ブランドを形成するため、ブランドの満足度を確実に届けることである。そういった内容を、2回目3回目で議論していければと思う。



○渡邊委員

最後に、「議事(4)その他」だが、委員の皆様からご連絡等ないか。それでは、これで議事を終了し、マイクを事務局にお返しする。