

知事と県民の意見交換会（平鹿地域振興局）議事要旨

- テーマ：マンガと内蔵と歴史のまちを売り込め～新しい時代の新しい交流拡大構想～
- 日時：令和元年7月5日（金）14：00～16：30
- 場所：横手市増田まんが美術館

知事挨拶

お忙しい中、出席していただき感謝申し上げます。このような会を全県のブロックごとで開催しており、皆さんの声を生かしながら県の各課でプランニングし、それが政策になっていく。また、様々な法律や国の動きがあるので、国や市町村と連携を図りながら県政を推進している。全体のスキームや政策は現場とはそうずれていないはずだが、実際の制度の運用や予算の決定の際には、現場で実際に動いて汗を流している、例えば観光であればお客さんと接している方の意見は大切なものだ。そうしないと制度や予算を作っても、使いにくいとか現場に合っていないとか、効率が悪いものになってしまう。最近の意見交換会は、その地域の特徴的な現象を捉えて掘り下げて、それを生かそうと取り組んでいる。午前中には湯沢の方で、人口減少社会における地方の共生について意見交換会を行った。県内の町づくりの面でいうと、ここ10年間で一番変わったのは増田地区である。増田地区の内蔵が全国的に有名になって観光の資源になった。また重要伝統的建造物群保存地区に選定された。この施設もリニューアルによって5月の連休中も大変な人出だった。全国にこういうものはないのだから、横手の売りになる。面白いのは増田のまんが美術館と内蔵はあまりにもジャンルが違って、この違う二つが一緒になることによって別のものになる。これをどういうふうに生かしてインバウンドや観光、地域活性化に結びつけるかはこれからになる。増田の内蔵が有名になった。重要伝統的建造物群保存地区に選定された。美術館も新しくなった。これをどう生かすかは地元の皆さんのやる気、参加意識だ。そしてそのときに皆さんができないことは市がどうするか、あるいは、世界に売り出すときには横手市だけではできない、そのときは県も応援する。地元の皆さんと、市町村、関係団体・観光物産協会、そういうところと県が一緒になって、同じ次元になって地域のこういうものを何とか生かしていく。そのことが、地域の活性化や人口減少の対策となるかどうかは別にして、活力のあるところには人が集まる。人が集まると、仕事が多くなる。そうすれば若い人がそこに住もうとする。間接的な波及効果がある。

そういうことで今日は、皆さんが日頃どういうことを思っているのか、どういうことをしているのか、今やっていることの悩みや問題点についてお聞きしたい。そして今後地域を盛り上げていきたいと思うので、自由な発想で大いにお話を聞かせていただきたい。

視察

※横手市増田まんが美術館を視察

参加者自己紹介

(局長)

それではただ今から意見交換に入る。

最初に皆様方から自己紹介と見学の感想、皆さんと漫画との関わりやエピソードについてお話を伺っていききたい。

(F氏)

十文字町でHostel&Bar CAMOSIBA(かもしば)を運営している。今年で3年目になるが、この1年間でお客様が来る時期、来ない時期が見えてくるようになった。外国人のお客様もたくさん来てくれるようになったので、繁忙期、閑散期にどういった集客の仕方にしようかと考えている。このゴールデンウィークは、まんが美術館を目標に宿泊された方がたくさんいた。まんが美術館と一緒に何かできることがあればいいなと思っている。

(G氏)

横手市増田まんが美術財団に勤務している。増田町の生まれで、蔵のある通りに実家がある。高校までをここで過ごし、増田を離れて大学に進み、就職した。東日本大震災の後にいろいろと考えて地元に戻ってきた。勤務して今年で7年目になる。リニューアル前とリニューアル後では、館内の様子がだいぶ変わり、お客さんも増えた。リニューアルオープンしてからの2か月間で、足りないところ、もっとこうしたいところが次第に見えてきた。秋田といえばまんが美術館と言ってもらえるように盛り上げていきたい。

(A氏)

ふだんは会社に勤務している。土・日は、増田地区交流センター運営協議会市民生活部で、地域づくりや交流事業、防災事業など公民館事業のようなことをやっている。ライフワークとして、Bさんと一緒に、増田町観光ガイドの会や盆踊り保存会などに所属していろいろとやっている。約2年半前に地区交流センターの事業で、秋田市の漫画家のこばやしただけし先生の「地方は活性化するか否か」という漫画を題材に、地域へ踏み出そうという企画があり、自分の母校(高校)の生徒が参加し、その影響を受けて一歩を踏み出してくれたという思い出がある。漫画はパワーがあり、分かりやすく最適なコンテンツだと思う。また、このような事業ができたらいいなと思っている。

(B氏)

増田町観光ガイドの会でガイドの仕事をしている。ガイドの会を発足させたのは平成16年。きっかけは、増田を知ろうという学習の機会があったこと。増田の成り立ちや歴史、様々な事業を興してきた先人などのお話を聞く中で増田の魅力を知り、増田を訪れた人たちにも増田の魅力を伝えたいという思いでこのガイドの会を立ち上げた。案内を始めた頃は、公開されている内蔵は1軒だけだったが、それが10年後にはまさか国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されるとは当時の私の頭の中にはなかった。本当に多くの人たちの努力とアイデアで今、まちが変わってきていると思っている。

まんが美術館がプレオープンした時に娘と孫と来た。今日案内してもらったところについては、うまく戦略にはまっているなと感じた。吹き出しのところでは、孫と写真を撮り、「ウオオオー」のソファでは、上から見たときの大きさと迫力に感動した。本当に

楽しめる建物だと感じた。ガイドを始めてからまんが美術館と町をどうやって結びつけていったらいいのかということを考えてきた。

(C氏)

増田町出身で横手市内の高校に通い、秋田県内の大学に進学しそのまま実家である佐忠商店に就職した。干し餅の製造販売を行っている。増田が重伝建に選定されたのが2013年。その翌年、重伝建の通りにまちの駅「福蔵(ふっくら)」をオープンした。横手や秋田の特産物を販売したり、休憩スペースを設けたりしている。3年ほど前に内蔵のあるお店の方に移転し、蔵も公開している。

プレオープンのときよりもマンガカフェの壁の絵が増えてきているし、ボリューム感が出てきていると感じている。元々公民館的な機能もあったところで、自分も成人式をここでやった。どんな感じになるのかなと少し不安な気持ちもあったが、ボリューム感があってお客様もかなりいい感想を持たれている。先ほどBさんも言われたが、どうやって蔵の町と連携していくのか考えていきたいと思う。

(D氏)

増田で麴屋を営んでいるところに生まれた。美術館がまんが文化を伝えるところだとすると、一本先の通りで秋田県が大事にしている発酵文化を伝える場所として食堂を営んでいる。お客様は、食べることを目的に来るのではないと思っており、この町並みの伝統的な建物を見るという目的でも来る方がいると思う。ご飯を食べて改めて秋田を感じることや、新たな秋田を発信する場所として機能させたい。

この内蔵の通りと、増田まんが美術館が全く別のものでターゲットが違うと言う人がいるが、私は一緒だと思っている。増田町はそれぞれの世代にアプローチできる町だと思っている。私の経営するお店は、ここ増田まんが美術館のサテライト会場として奥の一部を使ってもらっている。説明を聞きながら見させていただき、今まで漫画というものを間違えて捉えていたのかもしれないと、すごく反省したところだ。

(E氏)

K O h Y A (コーヤ) でデザイン関係の仕事をしている。去年、東京から横手に移住してきた。それまで20数年間洋服業界にいて、洋服のデザインからブランドのディレクター、ディレクションなどをずっと担当してきた。こちらに来てからもこの仕事を続けている。これまでたまご屋さんのお店づくりに関わったり、6次産業で作っている商品のパッケージのプランニングを担当したりした。東京で秋田を紹介したり、秋田とつながりを持たせたりしていけるような仕事ができたらいいなと思っている。お店もない形にするものがないので、ソフトで仕事をしているが、なかなか難しい環境にあると思っている。秋田にはいいハードがあるので、これにソフトをつけて売り出したら、秋田は素晴らしいところだということを知ってもらえると思う。

仕事が服に関係することで、いつもトレンドなどを追いかけているため、何をしても仕事につながってしまう。漫画だけは唯一つながるものがなく、趣味だけの世界に没頭できる。漫画は別世界に連れていってくれるものだった。ここのエリアもそうだが、きっとここに来ると別世界に来たような感じがすると思う。

意見交換

(局長)

次に今日の本題の方に入っていきたい。横手には価値ある資源がたくさんある。具体的には、増田の内蔵はもちろん、後三年の合戦に関連する史跡、豊富な発酵食品、それからりんごなどの農産物、新たな漫画文化の発信地としてのまんが美術館など。これまで官民挙げて観光客を取り込むための手立てをいろいろと講じてきた。また皆さんもそれぞれの立場から取り組まれている。そこで皆さんは観光客の動向をどう捉え、どんな工夫をして誘客に結びつけているのかということと、観光客としてでもなく、移住者でもない継続的な関わりを持ってもらうといういわゆる関係人口をどう増やしていったらいいのかということについての御意見を伺いたい。

(F氏)

うちに来るお客様は、横手を目当てに来るというよりは、東北や日本を回っている周遊型の一通過点として来る方が多い。とりあえずここに来て、何をするか何を見るかということを考えているお客様が多いと思う。それぞれ興味や関心のあることが違うので、そこをヒアリングし、その人の見たそうなもの、食べたそうなものを一人一人に合わせて提案をしていかなければいけないと考えている。難しいことではあるが、やりがいがある仕事だと思う。秋田に来る外国人に限って言えば、東京や京都などの大都市は遊び尽くしてもう飽きて、次は地方の東北の方に来たり、以前から日本に住んでいて東北にはまだ行ったことがないというお客様が多いという印象がある。なるべくたくさんしゃべって関係性をつくり、近い距離の対応を心がけている。東北はまだまだ少ないが、同じようなゲストハウスやホステル、簡易宿泊所をやっている方たちもたくさん増えてきている。県内だけでなく近隣の県の方々との連携も大事だと思っている。実際、山形から何人泊まれるかという問合せがきたりする。そういうつながりも広めていけばいいと思う。

(G氏)

観光客については、今はSNSと口コミが頼りになっている。リニューアルオープン前はホームページしかなく、なかなか更新もできなかった。リニューアルオープンを契機にツイッターとフェイスブック、インスタグラムのアカントをつくってやっている。また企画展をやるときは、ポスターやチラシを作って道の駅や観光施設に貼らせてもらっている。今は来てもらうのを待っているような状況だが、もっと県外にも出向いて、魅力を伝えるための営業活動をしていかなければいけないと思っている。企画展のたびに漫画に関しての勉強をしているが、漫画が好きでなくてもこれだけ読める場所があると楽しいスペースになっていると思う。もう少し細かいところまで営業活動をやっていかなければいけないと思う。今はとにかくSNS頼みになっている。

外国の方に愛される施設というよりもまず地元の人に愛される施設にしていきたい。今、町の通りにもポスターを掲示してもらっているが、もう少し足を運んでもらえる施設にしていきたい。どうしたら地元の方々が来てくれるのかその方法を模索していかなければいけないと思っている。関係人口については、原画を収蔵していただいている先生方というのはまさに関係人口に入ってくると思う。原画をお預かりさせていただく先生方は、頻繁にサイン会をしてくれたり、見に来てくれたりして、そうすることによってファンの方々も集まってきてくれる。漫画家の先生方は漫画を書くことが仕事だが、

時々イベントなども行いながら、漫画家の先生方を柱に美術館を知ってもらい、また来たいというような人を増やしていけたらいいなと思っている。

(A氏)

最初は蔵の通りにしか人が来なかったが、周辺部にも増田の発祥のルーツがあり、どうやってそこへ人を引っ張っていこうか考えた。そのとき「ポケモンGO」を活用して遊びながらやってみようという考えが浮かんだ。後付けのような感じもするが、あまり難しく考えずまずやってみればいかなど。結構それで、今まで知らなかったことを掘り起こすことにつながったり、アナログ的なものでもデジタルを活用することで復活したりする。関係人口については、これまで活動してきた中でやむを得ない事情で県外に行っている人を知っているが、そういう人たちが何かやっている、頑張っている、町が変わってきた、というふうに見てくれている。まずはこの町に住んでいる人が火を付けるということが大事だと思っている。自分はこのところを「家(いえ)」というふうに捉えていて、その中の家族が変わっても、誰かが温かく迎えてくれるような仕組み作りをしていかなければいけないと思っている。今日のお客さんも自分としては一つのチャンスと捉えていて、逆にこういう機会をコーディネートしていくようになっていきたい。よく、自分はこのまちに育てられました、という方がいるが、それでは、このまちは本当にあなたを育てたのかというと、そこは弱いと思っている。そういうところから関わらせてもらい、チャンスを作って発信していくことが、愛着にもつながり関係人口の拡大にもつながっていくものと思う。

(B氏)

私はお客様にこの町を楽しんでいってもらいたいとの思いで案内をしている。要望があるまで待っているという立場だが、旅行会社の方が下見に来たときは、増田をコースに入れてもらえるように増田をPRしている。最初は短時間の立ち寄り企画を立てているが、下見で実際に案内すると「1時間じゃ足りないね」と言って時間を延長してくれた。お客様も最初は、「ここで何するの」と思うようだが、私たちと一緒に歩くと「あっという間に時間が過ぎた」と言ってくださり、と本当にうれしい気持ちになる。団体で来た方が、リピーターとして今度はお友達や家族の方を連れて来るようになると本当にうれしい。

関係人口という言葉が今回初めて知ったが、観光でもなく移住でもなくこの土地に関わってくれる人は大事だと思う。最初に思い浮かんだのは、たらいこぎ選手権のときに毎年キャンピングカーで大会に出場している方や、イベントを通し集まってくれる人たち、首都圏増田会で交流している人たち、増田に実家があり、ふだんは県外で仕事をされている方で、何かやる時には帰ってきて過ごされている人たち。その人たちが、その家の持ち主でなくても空いている家屋に滞在して、横手のいいところを発信してくれたらいいなあとと思っている。また、漫画家さんが漫画で発信してくれたら楽しいだろうと思う。何かそういうことに関わってみたいという人たちがいるかもしれないが、それを知るすべを知らないし、そういう人たちの要望を聞いてくれる場所があったらもう少し動きがあるのではないかな。

(C氏)

当店は2014年にオープンし5年が経過した。観光客の動向については、1年ごとに状

況が変わってきている。2014年に現在の今上陛下が国民文化祭の時に増田に来られた。そのとき知事も来られ、そのあとのイベントも過去最高の人出だった。当店も蔵のあるうちに移転し、JRの大人の休日倶楽部で吉永小百合さんがコマーシャルに出られたときは、冬のキャンペーンにもかかわらず一番の人出だった。1年ごとに状況は変わってきていて、お客さんの動向をつかむのは難しい。最近は団体というよりは、個人のお客様の方が増えている。大人の休日倶楽部の影響が大きく、新幹線を利用して角館に来て、増田に寄っていくという方が多い。当店は道の駅十文字にも店を出しており、そこで増田の蔵の町のマップを配布している。Bさんも言っていたが、リピーターをどうにかして確保していきたいと思っている。当店は内蔵を無料で公開しているが、増田は有料と無料とに分かれている。できれば有料の家屋に入ってもらえればうれしい。平成25年度に佐藤又六さんが国の重要文化財になり、そちらの方に入られる方が結構増えた。有料家屋の方に入っただけのように説明したり、当店の説明ではなく町の歴史を伝えたりすることで後からまた来てくれるようになる。当店ではこのようなところに気をつけている。

関係人口に関しては今回初めて知った。少し調べてみたら総務省の方で推進していることのようにだが、逆に聞きたいことがある。関係人口をどう計測しているのか興味がある。当人たちに「リピーターです」とか「また来ました」と言ってもらえば分かりやすいのだが、実際どうやって計っているのか少し気になっている。提案になるが、冬以外の季節に来られる方が多いので、かまくらとかぼんでんだとか本場冬の季節に来ていただきたいと思っている。先ほどGさんが言われた地元で愛される、観光客だけではなくて地元の方にたくさん来てもらうためには、子供たちの存在は大事だと思っている。郷土愛を育む取組として、まんが美術館では未就学の子どもは企画展は無料、学校の授業で来る場合は減免措置をとっているということで、そういうことを町内でもやっていたらいいと思う。子供たちにまずはしっかりと増田について勉強してもらおう。大人になってからは結構県外に出ていく方が多いが、戻ってきたときに増田に行ってみようか、地元を見てみようかというふうになってもらえるように、小さいときからの郷土愛を育む取組を意識してやっていたら関係人口は増えていくと思う。

(局長)

今、Cさんからどう関係人口を計測するのかという話があったが、数字をどう計るかは別にして、関係人口とは定住人口と観光客の間というイメージで捉えている。単なる観光客ではなく何度も来てその地域のことをよく知っている人。例えばそういう人が何回も来ると、今度は、東京の人であれば東京で増田のPRをしてくれる。あるいはその東京の人たちの立場で増田の活性化について何かお手伝いをしてくれる。そういったところまでも関係してくれるような方たちで、その中でもリピーターがもう少し発展したようなイメージかなと思う。

(D氏)

店を開けて6年目になる。開店当時から記憶に残ることを大事にしてきた。食べ物は食べてしまうと見えなくなるのだが、出しているものが秋田ならではのもの、ひいては日本のものであると思うので、誰かの記憶に残るようなもの、あれはおいしかったなど言ってもらえるようなものを出したいと思っている。しかもそれを、他の地域ではできないもので、商売の軸である麴を使ったものを大事にして、やらせてもらっている。

最初は、正直家でも食べているものだという方もいた。それから味がしないという表現をした方もいた。純和食というよりも家庭料理なので、なかなか受け入れてもらえなかった。それをやめて都会のすてきなレストランで食べられるようなものだったり、提供の仕方だったり考えたこともあった。しかし、そうしたら自分がやりたいこととはずれていくなと思ったので、それは崩さずに、今も店の軸にしてやっている。味噌汁一つとっても、秋田県の中でも横手は麴をいっぱい使った食べ物を食べる地域であり、また全国的に甘い味噌のブームもあることから、「初めて食べたけどおいしい」と言ってくださる方もいる。やりたいことというのは地味なこと、小さなことだと思うが、それを続けていきたい。毎日客席40席を満員にするにはどうしたらいいかということが悩みであり、目標でもある。

私の息子は、今年大学に進学し、地元を離れた。私が作った料理を18年食べて、今初めて自分でご飯を作って暮らしている。食べた記憶や味の記憶、そういうものから季節を判断できたりしている。例えばミズのたたきを作ったものを冷凍して送ったときは、「そっちは今はもうそういう季節になったんだ。こっちはもう夏だよ」とか。息子が大人になってもきっと帰ってこないかもしれないが、春になると食べるもののことをずっと思っているのではないかなと思う。そういう人が増えれば、簡単に関係人口が増えていくと思う。地元のことを記憶にきちんと残っていたら、何も案ずることがないと思う。秋田の美味しいものを知っている人が、他の県から来た友達に教えてあげることができると思う。違う地域の人と結婚したら、その地域のことや、自分の生まれたところの情報交換をし合う。どこの県でも関係人口については考えていることだと思うので、取り合いになってしまうと思うが、取り合いはしないで、秋田に関わってくれて、秋田の人も一緒に他の地域に関われるような、そういう記憶の交換があればいいのではないかなと思っている。

(E氏)

こちらに来てまだ1年ちょっとしか経っていない。移住アドバイザーとしても活動しており、東京や他県から、例えば移住するために来た人や、旅行で来た人に、今だったらこういうものを買ったら絶対おいしいとか、素人目線で秋田や横手をお勧めする仕事をさせてもらっている。私ぐらいの年齢だと、国内旅行をして散々お金を落として帰る人がとても多く、そういった人が秋田に来たらどこに行ったらよいかを必ず聞かれる。今日皆さんからお話を聞いて考えが変わったのだが、例えば蔵をじっくり見たら1時間以上はかかる。さらっと行ってチラシだけを見て歩くといろいろなスポットがあるのに全部ショートコンテンツというイメージになってしまう。例えば日記をつけたとしたら、「今日は蔵を見た。終わり。」のような感じになると思う。今日もこの会でお話を聞けたからよかったと思うが、「今日は美術館に行きました。終わり。」みたいになつたらすごくもったいないと思う。旅行会社には、こちらから堂々と、丸ごと1日まんが美術館に来てもらうように旅行を企画してもらおう。そういうゆっくりした、底を掘るような旅行の企画を立ててもらおう。広げてそこを見て、ここも見て、あそこも見てみたい、上辺だけを見て何となく終わってしまう旅行よりは、ディープでオタクっぽい旅行を勧めたらいいと思う。SNSを使っている人で、コアな話をしている人もすごく多いと思う。そういう方たちのためにも、ゆっくりできるコンシェルジュがいる、お話が聞ける、ゆっくり座れる、休憩もできる等、何かそこを堪能できる企画を、年齢別や性別など受け取り側の層を細かく切って、それぞれのストーリーをデザインしてツアーを組んだりプ

レゼンテーションを考えたりして見てもらうことがとても大切なのかなと思っている。

関係人口も同じことだと思うが、横手は関係人口がすごく多いとされていて、増田のりんごはやはり関係人口の一番の売れ筋商品だ。秋田以外の人には増田のりんごにすごいお金を払っているはず。だから、そういうことを考えると、私はその場所には行かないけれど、ここで買物して助けているという気持ちがすごく大切で、人とつながっていて顔の知らない人を助けている、それが循環しているという気持ちが、今の時代だとか、これから先の若い人たちにとってはとても大切なことになってくると思っている。例えば、まんが美術館の横に植樹して、その一つの苗を買ってみんなで植えて、すごく綺麗な花畑ができて、そこで写真を撮って、毎年毎年花が咲いてそこにまた帰ってくるというような、その年齢別にも楽しめるようなコンテンツを作ってしまう。それでどうだ、すごいだろうみたいな感じで、そうすると滞在時間が長くなって、お金を落とす回数が増えていく。ここは絶対有料にした方がもっと人が来ると思うし、売場を広げたらお金がどんどん落ちていくと思う。

(局長)

誘客や関係人口をどう増やしていったらいいかについて、皆さんから建設的な御意見をいただいたが、何か質問や御意見等はないか。

(知事)

何人くらい泊まることができるか。

(F氏)

1日に最大で17人くらい泊まれる。

(知事)

一番客が多い季節はいつか。

(F氏)

8月の竿灯から西馬音内盆踊りまでと、冬は2月のかまくらの時が多い。

(知事)

竿灯は全県に来る。

(G氏)

交通手段は何か。

(F氏)

駅が近いので電車で来る人が多いが、車で来る方も結構いる。1泊で帰る人が多いが、はまれば連泊する人もいる。連泊する人は車やバイクで来る人で、自分で動ける人が多い。外国人でフリーパスを持っていて、電車で来て帰っていく人が多い。

(知事)

伝統的な料理にはどんなものがあるのか。

(D氏)

きりたんぼやハタハタのようないわゆるみんなが知っているようなものは残念ながら横手にはなく、特徴といえるのは麴をたくさん使ったお漬物の種類が多いことだと思う。あとは味噌に使われている麴の量について、自然醸造で麴をたくさん入れられる作り方ができる地域は他にはないので、それが大きな特徴だと思っている。名前のついた料理は正直ないが、お母さんが作る普通のなすと挽き肉の味噌炒めだとか、そういうものがこの地域のおいしいものであるし、季節を味わえる食べ方だと思う。

(知事)

そういうものについての評価をする人と、都市部のレストランにしか行ったことがなく、そういったものを食べたことのない人との評価にかなりギャップがあるのではないか。

(D氏)

そこを楽しんでくれる方は何度も来てくれる。おもてなしが婦人会のお母さんたちのレベルだと思うので、おかみさんには内緒だと言って料理を一つ多くつけて出したようなスタッフもおり、自分の家やおばあちゃんの家に来たような気持ちになってももらえるような料理の提供や味付けにしているつもりである。

(知事)

横手は麴味噌が多く、意外と甘いものも多い。納豆に砂糖をかけることも、東京の人にいうと、「えっ」と言う。それにスイカに砂糖をかける。

(D氏)

それも大事な文化だと思う。

(知事)

関係人口は定義がない。一番確実な関係人口は、誘致企業の幹部である。必然性がある。それが最大の関係人口である。仕事をして一杯飲んで、お土産を買っていくことがある。観光だけが関係人口ではない。今の時代はあっちこちに企業の工場があり、自分の住民票をどこに置いてあるか分からないということになる。元々の家には1か月の間で1週間しかいない。あるいは、自分の関係する企業や工場を回ってそちらが長いときがある。今の経済活動の広がり非常に大きいものだから、どうしてもそこに行かざるを得ない。そこに行って、あまり面白くなければ日帰りだが、面白いと理屈を付けてそこにずっといる。あるいは、そこに何の縁がなくてもたまたまそこに行ったら自分の趣味や好みのもものがあって、何回もそれを体験できるということでしょうちゅう行くということもある。関係人口というのは必ずどこかで必然性がある。観光と関係人口とをあまり結びつけても、別のいい観光先を見つけてしまうとそちらに行ってしまう。だが、その人の個性や趣味と合えばそこから抜けない。そこをどういうふうに捉えるかということが大事。

漫画については、とにかく漫画にしておかしくないものは全部漫画にしてしまう。それも一つの手だと思う。漫画家の先生方のプロのものもいいが、自分たちの芸術文化の一つとしての漫画ということで、どうせだったら漫画のクラブが小学校と中学校にあっ

てもいいと思う。

蔵はだんだん観光公害が出てくる。蔵は人が暮らしているので、観光と住民の生活のバランスをどうとるか。サービスに力をいれる代わりに有料化するという手もある。蔵ごとに公開する曜日を定めるなどしないと、観光客が増えてくるとパンクしてしまう。そこら辺についてどのようにするか、これからどうコンセンサスをとっていくか。

あとは、美術館と内蔵をどうドッキングするか。例えば、蔵の通り以外は、増田地区はどこへ行っても全部漫画の標識にするなど、徹底して漫画に特化する。そこまでいくと面白いと思う。

情報発信については、この種のところは最初2年間は人が来るが、その後ぐっと落ちる。何年かに1回少し大きな情報を発信すると効果的。2年に1回ぐらいはちょっと大きな情報発信を、まんが美術館だけでなく蔵の町とタイアップして行うといいだろう。

あとは冬場について、ここは建物の中はいいので外の雪をどう活用するかが課題だ。

(局長)

今回、まんが美術館をリニューアルオープンして、ゴールデンウィークから客の数が増え、それに伴い内蔵や十文字の道の駅も客が増えたと聞いている。そういったことも踏まえ、お話のあった食べ物や内蔵など、何回も来ると味が出てくるようなものがここにはあるのではないかと思う。最近インバウンドが年々増えており、とりわけこちらは台湾や香港などの客も増えている状況のようであるが、そういった素材、物を生かし、外国の客も呼び込むにはどういうことをしたらよいかということについてお伺いしたい。

(E氏)

移住のために下見として旅行に来た方と一緒に過ごしたことがあるが、残念ながら海外の方に観光案内をしたことがない。よくニュースでアジア圏の方が旅行に来ているのを見かけるが、漫画はヨーロッパの人のファンがとても多いと思う。いろいろ考えると、やはりそこで大きな発信ができるのではないかと思う。

それをやるためには、世界基準に持っていけるような、日本人の「おもてなし」ができてくるといいのではないかと思う。例えば、外国人だけが持っている旅行ガイドのような、日本人は全く知らないけれども、混んでいて予約が取れないあまり奇麗ではないホテルなどがあると思うが、そういうふう在海外の方に浸透していくような発信ができればいいと思う。先ほど見せてもらったまんが美術館のPR動画のような、ここでしか見られないものを、YouTubeのようなちょっと違うところで発信ができればいいと思う。また、釣りキチ三平を好きな外国の方がいたら、1日釣りを堪能してもらおうイベントがくつついたような旅行だとか、何かイベントだったり、自分の仕事も滞りなく進めながら滞在できるようなスペースがあったり、ワーキングスペースとレストスペースが一緒になってそこに相談事ができる人がいつも滞在していたり、自由な旅ができるけれど、その場所をすごく堪能でき、ゆっくり過ごせるけれど、自分の仕事もちゃんと進めることができるような、また来たいというような何かがあればと思う。生活の流れの中に取り込んでもらえるようなツアーの企画を考えると海外の方に取り上げられると思うし、旅行会社も頭を貸してくれるのではないかと思う。

(D氏)

受け入れる体制が整っていないと思う。例えば、私は日本語以外は話せないし、スタ

ップも日本語、しかも秋田弁しかしゃべれない。町を見回してみても、英語が堪能な人には出会ったことがない。おそらく、蔵の案内をしている主人の方たちや、アテンドで連れて来てくれる県の職員、市の職員も流暢に複数の言語が話せる人はいないと思う。言葉の勉強はとても大事で、個人の努力としてやるべきだと思っている。あわせて、外国の言葉で翻訳してもらえる、あるいはボタンを押すと自分の国の言葉で説明が聞けるというような、物理的に誰が来ても大丈夫な体制を、民間や個人の力ではできないことだと思うので、横手市や秋田県の力を借りながら整備する必要があると思う。おもてなししたいという気持ちはあるので、言葉の壁さえクリアできれば、どうぞと言えるが、今はまだそう言えないと思う。

(知事)

流暢にしゃべらなくても意味は通じる。仙北市は観光協会が観光関係者を対象に簡単な勉強会をやっている。乳頭温泉郷でも女将たちが自主的に勉強している。単純な言葉で構わない。また、今はポケットクというものがあり、10数か国語が対応できる。スマートフォンでも翻訳できるのでそんなに気にすることはない。

(D氏)

Wi-Fiがどこでもとれるような環境の整備が必要だと思う。

(知事)

Wi-Fiは秋田市の中央区域は全部できるし、県の施設でも大体できる。

(G氏)

まんが美術館は無料のWi-Fiが利用できる。

(知事)

言葉は流暢にしゃべれなくても旅行はできる。若干の英語ができれば身振り手振りでもいい。中学2年生程度の英語ができれば大丈夫。一人でやろうとするのではなく、グループや地域でやる方がいい。これは観光協会の仕事になる。秋田市の場合は、観光案内は退職した英語の先生方をボランティアでお願いしている。地元の文化も知っているし、どういうふうにコネクしていかかが重要。

(E氏)

先ほど言い忘れたが、コワーキングスペースのようなところを作っていくと、仕事しながらここに来ることができると思うが、もはや今は、行って働いて帰ってくるという時代ではないので、どこに行っても仕事ができるということを考えると、例えば市などが、ここ住んで蔵を大事にして皆で守っていきながら、外国人が来たときに英語をしゃべってくれないかという仕事を作ることができるし、そうすればみんなのお店に助けにいくこともできる。最初の導入として、麴の商品を扱っていますというチラシをきちっと英語や中国語で作っておいて、あとはグーグルの翻訳システムを使うということでも大分いいと思う。そういう問題点よりも、温かい思いをした、聞きたいことを聞けたと思って帰ってもらうことが大切なのだと思う。どうぞここにあるからと言って、見る人それぞれが感じて帰ってしまうとちょっと残念だと思うが、そういうふうにコミュニケ

ーションツールが幾つかあれば、みんなも調べて、一生懸命やってくると思う。私が海外に行ったときに思ったのは、ホテルのコンシェルジュが何でも教えてくれて、例えば美術館だったらここに行けばいいとか、今ここでこういうこととかをやっているとか、いろいろなことを教えてくれるから、結局そこを拠点としていろいろなところに行けて、まさにCAMOSIBAのような感じだと思うので、そういうふうなところがあるとまた来ようと思うし、またそこから始めようと思うので、すごく時間をかけて見るところがいっぱいあるというのが強みだと思う。

(B氏)

観光地なのだから人を呼び込まなければいけないというのは分かるが、そこで暮らしている方たちにとってどういう気持ちなのか私は聞いたことがない。インバウンドの積極的な受入れについて周りでいろいろな策を出して考えていったとしても、そこで暮らしている人たちの気持ちを置き去りにしてどんどん進めていってもいいのかが引っかかる。そこら辺の話合いは持たなければいけないのではないかと思う。

(知事)

京都や角館の武家屋敷も観光客があっちこっちに入り込んで問題になっている。蔵も人が暮らしているから、必ずその問題が出てくる。蔵を持っている方の公開のルールを作っていく必要がある。だからといってやりすぎると全体のイメージが悪くなる。イメージを保ちながら、ある程度規制するところは規制する。増田の観光協会、蔵の協議会でどういうふうにするか。

(A氏)

たくさん外国人のお客様が来ると、当然防災とかも含めて考えなければいけない。ヨーロッパ圏だと助け合いというより自己責任という考え方が強い。そういうマインドの部分を知るきっかけが必要だと思う。すごく難しく考えている部分もあると思うが、自分はけっこう楽観的に考えており、グーグルマップを活用し、たくさん投稿している。客はスマートフォンなどを持ってきていると思うが、書いてある説明文などを自動である程度のレベルまで翻訳してくれるので、質のいいコメントを残せば必然的に見てくれる。しかもお金がかからない。使わない手はないと思う。

(C氏)

言葉の問題についてたくさん話したが、文化の違いについても話したい。うちに来る客は初めて日本に来られた方が結構いるが、蔵が理解できない人が多い。ウェアハウスという単語で言うと倉庫になってしまい、倉庫で寝泊まりや結婚式をしているのかという話になる。そこが言葉以外で一番大きな外国人の客とのギャップであり、課題だと思う。言葉は何となくできると思うが、文化の違いなどのギャップをどうやって埋めていくか自分の中で答えが出ていないので、いろいろな方の意見を伺いながらやっていけばいいと思う。

(G氏)

私はWi-Fiがあれば大体何とかかなると思うので、Wi-Fiが町にあればいいと思う。

あとは交通の便について、駅からまんが美術館まで歩いてきた人もおり、炎天下の中

数十分も歩くのはかわいそうだと思うし、バスも1時間に1本で土日祝日は運休になるものもあり、タクシーも1,400円ぐらいかかる。

蔵に行っ、美術館に行っ、十文字の道の駅くらいまで行っ周遊するよう、無料で乗れるか、事前に登録しておけばそれで乗れるようなものあれば、目的地に行っ帰るのではなく、ぐるりと回れるのではないかと思う。増田だけでなく横手城なども横手駅からは遠いので、ここから行きたいと言われると車じゃないと難しいという話もしたりする。コースがいくつああって気軽に見ていけるようなものあればいいと思う。

(F氏)

言葉の壁は正直全然問題ないと思っている。この辺に来る人たちで、言葉が通じると思っ来ている人はほとんどいない。日本人だっ秋田弁が全然分からない人もいる。それよりも、外国の人が来たときに、まずいというような顔をしたり、ウェルカムな雰囲気を出せていなかったりすることが問題。全然しゃべれなくても日本人の客と同じくらいの気持ちでもいいと思う。あまり考えすぎずに、とにかく笑顔でいる。日本語と全然違っ言葉同士でも何となく伝わる。

あとアクセスは大事だと思う。十文字駅から増田まで来ることだけでなく、秋田空港から県南に来ることもなかなか大変なので、そういう二次交通的な部分は県や市で考えていく必要がある。

知事総括

二次交通は黙っいてもだんだんできる。客が増えてくると受入れの方も経験を積むから対応がスムーズになる。また人が増えれば二次交通もある程度商売になる。最初は完璧にいかなくても、ある程度認知度を上げるということによって、いろいろな面が解決する。サービス精神があるから、人が来るかというところでもない。日本で最高の漫画の美術館だと認知されれば人が来る。そこまでどうやって持っっていくか。そういう意味からすると、おもてなしはほどほどでいい。逆におもてなしが嫌な人もたくさんいる。蔵のルールをつくりながら、いかに知名度を上げるか。少しぐらい大げさでもいいと思う。観光や客商売というのは何も尺度がない。来た人がよければいい。自分たちの自己満足でもいいから発信して、いかに頭にすりこむかが大事。(了)