

令和2年度秋田県総合政策審議会
第1回 人・もの交流拡大部会
(議事要旨)

1 日時 令和2年7月10日(金) 15:35~17:15

2 場所 総合庁舎603会議室

3 出席者(敬称略)

【人・もの交流拡大部会委員】

佐野 元彦・・・秋田ノーザンハピネッツ株式会社 代表取締役会長

関口 久美子・・・株式会社トースト 常務取締役

日野 智・・・秋田大学大学院理工学研究科 准教授

沓澤 優子・・・有限会社アシスト実務工房 代表取締役

【県】

観光文化スポーツ部 次長 奈良 聡

次長 成田 光明

インバウンド推進統括監 益子 和秀

各課課長 ほか

4 成田観光文化スポーツ部次長 あいさつ

当部会は、人やものの交流拡大を通じて、秋田の元気を創造していこうというものだが、新型コロナウイルス感染症の拡大により、人やものの交流自体が大幅に抑制せざるをえない状況となっている。そんな中で、3期プランに掲げた各種の施策には、着実に進めていくことができるものもあれば、一方で、新たな対応を迫られている部分もある。まずは当面、ウィズコロナの対応に取り組みつつ、その先のいわゆるアフターコロナを見通した施策の方向性も打ち出していかなければいけないと考えている。

委員の皆様には、各分野に対し、忌憚のない、様々な、ご意見・ご提言をいただきました。

5 委員の自己紹介

6 部会長の選出及び部会長代理の指名

委員の互選により、佐野元彦委員が部会長に選出された。

部会長より、日野智委員が部会長代理に指名された。

7 佐野部会長あいさつ

部会長に選任をいただき、秋田県の県政の発展や今後の活性化に役立つような提言のまとめ役になりたい。この部会の名称は人・もの交流拡大であるが、人、ものと一緒に情報やお金も動くので交流は大事である。

最近のコロナ禍においては、約 100 年前のスペイン風邪の話のなかで、各国が防衛のために孤立主義に向かい大恐慌、大戦に繋がったという教訓を考えたときに、孤立・閉鎖ではなく、お互いが共同・協調・連携していく姿勢が大事だということを識者が話している。まさしく、この交流というところに行き着くので、交流を通じて、秋田だけでなく全体が良くなるようにもっていきたい。

8 議事

(1) 令和2年度の人・もの交流拡大部会の進め方について

佐藤観光戦略課長

(部会のスケジュール等について、部会資料1により説明)

●佐野部会長

ただ今の説明に、質問、意見等はあるか。

(なし)

(2) 「第3期ふるさと秋田元気創造プラン」戦略4の推進に係る令和2年度当初予算の概要について

佐藤観光戦略課長

(令和2年度当初予算の概要等について、部会資料2、3-1、3-2により説明)

浅井道路課長

(道路ネットワークの整備等について、部会資料3-3により説明)

伊藤港湾空港課長

(国内外のクルーズ船誘致と受入環境の整備について、部会資料3-3により説明)

●佐野部会長

ただ今の説明に、質問・意見等はあるか。

(なし)

(3) 「第3期ふるさと秋田元気創造プラン」戦略4の推進に係る施策の提言について

●佐野部会長

本日の進め方として、前半は施策1～3、後半は施策4～6について意見を伺うことにするが、都合により途中で退席される関口委員には、最初に施策1～6全体についてお話を伺う。

●関口委員

県内の方々にとって、今回のコロナ禍をきっかけに、自然に親しみ気晴らしをしたいという思いが起こり、田沢湖、乳頭、角館、男鹿などに足を運ばせるきっかけになったと思う。観光施設にとっては、例年のかき入れ時期に大型バスの団体旅行がほとんどなく、経営的には大きなダメージである。

その中でもバス1台ほどの予約が関東から入っているが、都内で感染者数が増えてきた中で、スタッフの健康も守りつつ、どんなふうにお客様をお迎えしていいのか迷っている。団体客と個人客への対策は違うと思うが、それぞれの対応指針があれば一致団結して対策ができるのではないかと思うし、県全体としても対外的に協力をお願いしやすくなるのではないか。

本県の各観光地や施設が取り組んでいるコロナ対策をしっかりと発信していくべきである。例えば、コロナ対策情報の入口を、秋田観光のアクセス数の多い県観光連盟のホームページに設け、そこから各地の観光協会等にアクセスできるような形であれば、わかりやすく、安心度も増すと思われる。同時に、対策を取りたくてもとれない個人営業の施設へのフォローもしっかりとしていかなければならない。

インバウンドについても、団体の場合と個人の場合の対策を検討する必要がある。対外的に毅然とした対応をしないと、他国の方だけでなく、国内の方が秋田にお越しになるという状況にはならないのではないか。インバウンドのお客様には約束事をムービー等を作成して伝えるのもいい。日本版というよりも秋田版ウィズコロナのような、観光地におけるムービーの整備もいいのではないか。

ワーケーションに関して、大企業でも70%～80%がリモートワークにシフトしていくということで、今日の知事のお話もあったが、秋田で夏の間涼しく過ごし、冬の間は西の方で過ごすという方も増えてくるかもしれない。そのために通信関係をはじめFAXやコピー機といったビジネスシーンに必要な機器の整備も念頭に置かなければいけないだろう。

田沢湖の風光明媚な風景は、規制に守られているからこそそのものであるが、外でいろんなことをやりたいというニーズが高まっているこの時に、それらの規制が壁になっているものがあるのではないかと思うので、コロナのような事例の時には、特例措置とし

て規制を緩和するようなものがあるのもいいのではないかと考える。

牛や鳥などの農産物が余っているという部分に関しては、例えば魚醤のように牛や鶏を使った肉醬のようなものを新たな秋田の観光名物にするというようなこともあるだろうし、何らかの形で、商品化も考えられるのではないか。

大曲の花火が春や秋に分散して開催しているように、祭りについてもある時期の数日ではなく、分散して開催する仕方というのも検討してもよいのではないか。

最後に、複合的アクシデントにどれだけ強い秋田県なのかという部分だが、私は一番はじめにコロナが出たときにこれで地震があったら避難場所はどうか、そこから蔓延してしまうのではないかと思った。災害というのは最悪の場合は全部複合的に起こりうる可能性も考えないといけないので、観光地で働いてる方々にとっても災害に対してしっかりした体制が取れていることが、一番いい形ではないだろうか。

●佐野部会長

受入れ側の感染防止対策に関して、業界団体等が知恵を出し合い、県共通のガイドラインを決めるような取組があれば、自分たちで作ったものということで浸透しやすくなるのではないか。例えば、薬局の団体では、感染防止の成功事例や実践事例を持ち寄り、1ヶ月ほどで業界の基本的な取組や感染対策の具体的な例、実施マニュアル等が自然と完成した。飲食業・宿泊業の団体や県観光連盟においても、同様の取組を行ってはどうか。日本全国の各地で行っている感染対策等を知っているであろうエージェントの協力を得てもいいだろう。

●日野委員

現場の知恵を持ち寄るという考えはとても良いことだ。大学でオンライン授業を行っており、進め方等について他の先生とお互い情報交換をして参考になっている。情報交換により他人のやり方を把握できると、自分もしなければならぬという意識を持てるという意味でも有効である。

施策1～3で共通となるが、やはり情報発信は重要である。興味を持っていただいた方に、どうやって来てもらうのかというのは、非常に難しいものの、非常に大事な点である。

施策2について、秋田は非常に食べるもののおいしくて北海道に負けてないと思うのだが、ブランド的には北海道が勝ってしまっている。自分たちのものに自信を持ってもらえるように、それをどう生かしていくか、引き出していくか、またそれをアピールしていくかということを考えていただきたい。

●沓澤委員

私どもの地域だと、大型観光バスを誘致しても、それをこなせるキャパシティがなく、

もう少し小さなサイズの観光を考えている。私の店の接客では、従業員に対し「今いるお客さんにサービスするのがあなたたちの仕事ではなく、もう1回来てもらえるようなサービスをして初めて仕事といえる。」と話している。個人で秋田に来た人をどうやってもう1回来てもらえるか、私たちは、それを「秋田の個人とつなげる」ことによって達成させたいと考えている。個人旅行者向けに「もう一度来てもらえる仕掛け」というのを、これからの観光目標のひとつにしてもらいたい。

例えば、施策6の話にもなるが、車をすぐ貸してもらえる環境は、個人旅行の方達が動きやすい。地域で車を持っている人が小規模なレンタカー事業者になって車を貸せれば、利用者の利便性が向上するし、車所有者の収益もあがるというメリットもあるのではないか。

また、旅行者とその地域で生活している人とが、接する機会を増やすことが必要だと感じている。地元ならではの情報を活用した旅のプランは、旅行者に大変喜ばれる。その際、そうしたプランを提案してくれるようなコーディネーターが必要であり、こうした方々を育てるといった部分を、総合的な誘客力の中に位置づけてはどうか。地域にいながら食、酒等々、個人の趣味などでそういう才能がある人たちをコーディネーターとして県が認めるような制度があると、副業として収入につながるほか、その人の魅力を通じて、人と人とのつながりが拡散し大きな利益になることもある。

施策2については、先ほど日野委員が話していたように、秋田県民は自己評価が低い傾向にあると感じている。質は高いのに、そういうのを実感する場所が必要だと思い、私は自分の店をやっている。例えば、東京から県南に来客があった場合、地元のものを食べさせたいと思っても、稲庭うどん以外で、地元の食材を積極的に使用している店がなかなかない。なぜやらないのかと飲食店に聞くと、お客さんの多くが地元の人で、それほど需要がないためとのこと。地元の方にとっては常に周りに沢山あるからかもしれないが、ものの見せ方を変えることを意識してできれば、新たに気づかされることも多く、秋田の良さを再認識することにもつながる。

飲食店での日本酒の取扱情報は結構出ているが、「おつまみ」を秋田の食材を使って出してます、というお店は少ないと感じる。もっと地元の食材を積極的に使うことを促す取り組みが必要である。また、食べチョクのように小規模な生産者等から直接買いやすい仕組み作りも必要で、仕入れにあたって、産地情報が集約されていて、そこにオーダーするとまとめて発送されるような仕組みがあると県産の農畜産物の消費が上がっていくだろう。

施策3について、例えば横手盆地、これは日本最大の面積を有する盆地だが、今に残る明治から昭和の遺構はこのような豊かな土壌があつてのものであるし、今に残る食文化も育まれた、というようなストーリーについての説明などを加えながら外部にアピールしていただきたい。

●佐野部会長

民間や地元の方たちが関わるレンタカーは、有料とすれば法律や免許などが関わってくるだろうが工夫の仕方によっては、面白いことができるだろう。

また地元の食材を使うことについては、もしかすれば地元の人よりも県外から移住して地元の食材で料理を作ってくれる料理人をスカウトしてくれる方がいいのかもしれない。秋田県のネットワークでも、秋田県出身の東京のシェフ等はある程度いるはずなので、その中から、秋田の食材を使い秋田でお店をやるオーナーシェフの募集、起業支援等も含めてできるのではないか。

日野委員からも話があった情報発信についてであるが、ホームページというのとはどちらかというと、訪れてもらうのを待つ、守りのメディアであり、フェイスブックやツイッターは拡散はするが、そこにノックしてもらい訪れてもらわないと役に立たない。その点、攻めの情報発信はLINE@だろうと感じている。情報の基盤となるようなホームページや、その中間のSNSに加え、攻めのLINE@を使い分けて、ファンを囲い込んでいくような情報発信が必要である。

プレミアム宿泊券は非常にいい取組である。星野リゾートの星野社長が、まずは身近な人に魅力を感じてもらい、徐々に対象を広げていくことでV字回復を図ると話していた。その意味でもプレミアム宿泊券により、秋田県民が県内に宿泊するのは非常に良いことであるが、次の段階は東北や新潟を含めた地域の域内流動だろうと感じている。これまでの観光のPR戦略は、人の多い地域・首都圏に集中的に行っていたと思うが、今年度は東北・新潟エリアの中でお互いに観光周遊し合おうというものに注力してはどうか。星野社長が言うように、アフターコロナにおいては、近場で観光・宿泊するということが習慣になっていけば、お客さんの絶対数が今よりもずっと増えると思うので、ぜひ開拓に尽力していただきたい。

食に関して、コロナ関係で言えば、発酵食品は免疫力を高めるのにいいと言われていることから、徹底的に利用し、秋田の発酵文化の中から生まれた発酵食品をどんどん食べようとPRすべきだ。塩分には注意が必要だが、塩分を抑えた発酵食品により「健康寿命日本一」や「コロナに打ち勝つ免疫力を高める」など、発酵食品の健康食品としての魅力を打ち出す絶好の機会だと思うので力を入れてやってほしい。

続いて、施策4～6について、沓沢委員から願います。

●沓沢委員

観光地点が点在していることが本県の課題であり、これから観光コンテンツとなっていくようなアクティビティを体験するにしても、公共交通機関ではどうしてもたどり着けないことがあるだろう。安価で小規模なレンタカー事業や、自家用車の貸し出しができるような仕組みづくりなど、観光客が滞在する時間を有効に使ってもらうためにど

うすればいいか検討していただきたい。

●日野委員

昨年度もオリンピック関係の話が委員からあったと思うが、今のこの状況の中でそれをどうしていくのかというのは考えないといけない。大人数が集まるイベントの実施が難しい状況の中、どのようにこの機会を生かしていくのかという点も検討する必要がある。

道路に関しては、整備することによるメリットや使い方を吟味する必要がある。また、道路は全ての部会に関わっており、他の部会との連携が肝要である。道路に関連する内容を集約し、道路を整備して、こういう形で使えるという話につなげていければ、道路整備の重要性を県民の方々に認識してもらえるのではないかと。

施策6に関して、MasSは確かに最近の流行だが、この導入自体を目的にしてはならない。MasSを導入することで交通機関が利用しやすくなったり、自由な移動が可能になったりと、不便を感じない生活等を実現するためのひとつの手段として捉えるべきである。

公共交通機関に関して県ができることは自治体間の調整や地域全体として考えることへの積極的な関与である。これまでは各自治体が色々な交通機関を提供しているが、連携すればさらにうまくいくような事例がある。複数の自治体が協力して実施する際の調整役を担っていただきたい。

●佐野委員

委員の発言を踏まえて、県で既に実施している取組等があれば伺いたい。

□佐藤観光戦略課長

観光関連団体では、県の補助金を利用して自分たちが取り組んでいる安全対策の内容等を表示しようと動いている。

●佐野委員

ニュースでも取り上げられたが、秋田市の観光団体がこの時代に即した宴会の開き方のモデルについて意見交換していた。自分たちの今までの経験を出し合い、作り上げていくというのが大事であろう。

□笠井観光振興課長

先ほど佐野委員から、東北から秋田への周遊といった提言があったが、県内の場合はプレミアム宿泊券のほか、バスを通常の半分の客で運行するバスツアーを始めている。併せて東北、新潟のエージェントに、秋田への旅行商品造成に対する助成も始めている

ところであり、来週くらいから関連したツアーの募集が開始される。

また東北観光推進機構でも東北域内でのスタンプラリーを行う動きもあり、東北域内で行き来するという事は非常に重要なことであるので、今後、手法も検討しながら行っていきたい。

●佐野委員

沓澤委員が発言された、二次アクセスや、個人からの車の貸出や、個人が行うガイドといった、「個人の活用」という点は考えてみる必要があるのではないか。また、一方ではタクシー会社など、事業者との摩擦が生じないように仕組みづくりの際は検討する必要がある。

□成田次長

自家用車をレンタカーにという話が出ていたが、レンタカー事業には許可が必要である。最近レンタカー事業者と話をする中で、県内で許可をもらっている会社が大手以外にも数百社あるそうで、整備工場などがレンタカーの登録をして、修理の際に代車として使用しているということであった。整備工場は地域にもあるので、個人の方が貸出しを実施するのはハードル高いが、既に許可を得た方々なら意欲さえあればできるかもしれない。国とも話をし、次回まで検討させていただきたい。

●佐野委員

最後に施策4について、昨今では、家でできるトレーニングやエクササイズ、ストレッチなどを配信できるようになってきている。画像やリモートで指導するのが当たり前の時代になったので、これらを利用して推進していくことが、県民のスポーツの習慣づくりにも役立つのではないかと。

無観客だと入場料収入を得られない一方、運営経費はかかるので、はっきりと赤字になってしまうが、入場して現地で応援したいという人向けに入場料を若干高くしたり、リモートで応援したい人向けにリモート応援のチケットを安価で販売したりするのもいいのではないかと。例えば、アリーナで行う1人1万円の1万2000人を動員するようなライブが、1人3500円でリモート配信したら50万人が購入したという話もあり、リモートが持つ可能性を感じる。観光分野をはじめ秋田の魅力販売など、ぜひ県庁内での活用を検討していただきたい。

また、先ほども話が出ていたとおり、道路整備はその効果が重要である。私は、大覚野峠の整備に期待しており、完成すれば県内の観光にとって大きなプラスに働くと感じている。

本日の議事は以上とする。

進行を事務局にお返りする。

大門政策監

本日は長時間にわたりご審議いただき感謝申し上げます。以上をもって、令和2年度第1回人・もの交流拡大部会を閉会する。