令和６年度第1回第四次紫波町観光振興計画策定懇談会　会議録

１．日　　時　　令和６年５月３０日（木）午後1時30分～午後3時00分

２．場　　所　　紫波町役場会議室301

３．出席者等　　出席委員8人

髙橋栄悦委員、濱田織人委員、木戸章子委員、山縣春雄委員、石幡信委員、

佐羽根博一委員、澤里亜也子委員、菊川佳代委員

欠席委員1人

石川ペギー委員

事 務 局　　紫波町　産業部長（商工観光課長）　長谷川崇

　　　　　　　　紫波町　商工観光課副課長　作山文人

　　　　　　　　紫波町　商工観光課商工観光係長　須川翔太

　　　　　　　　紫波町　商工観光課商工観光係主任　髙橋侑真

４．経　　過

１　開会

２　委員紹介

３　委員長・副委員長選任

４　議事

（１）第三次計画の振り返り【資料1、2、3】

（２）第四次計画の方向性について【資料4】

（３）今後のスケジュールについて【資料5】

５　講演

６　その他

７　閉会

主な発言は以下のとおり

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| （１　開会）事　 　務 　　局 | ： | ただいまから第1回第四次紫波町観光振興計画策定懇談会を開始させていただきます。初めに会の趣旨についてご説明申し上げます。次第の後ろの方に設置要領というものがございます。ここの第一条の趣旨の最後の行だけご説明申し上げます。町の観光振興について多様な立場の方々との情報交換を行い、共同による観光施策の推進を図るため、第四次紫波町観光振興計画策定懇談会を設置します。様々な立場の方々と情報交換をするというのがこの会の目的でございますので、どうぞよろしくお願いいたします。それから委嘱状につきましては、本日町長は別業務のため不在でございますので、お手元に配布させていただきました。この配布を持ちまして委嘱というかたちにさせていただきます。それでは次第2番、委員の紹介です。自己紹介というかたちで濱田さんから時計回りでお願いいたします。 |
| （２　委員紹介） | ： | 省略 |
| 長谷川崇 | ： | それから、本日この会に同席していただいております。後ろの方におられる本田さんという方が濱田さんと一緒にいろいろ活動している方です。 |
| 長谷川崇 | ： | それでは続いて次第の3、4、5、6、7と続いて参ります。本日は15時を目途に終了させていただきたいと思っておりますので、説明は簡潔にしたいと思います。それでは次第３、委員長副委員長選任でございます。懇談会設置要領の第５条の規定によりまして、委員長、副委員長は、町長が指名することになっております。委員長に髙橋栄悦様。副委員長に濱田織人様をお願いしたいと思っております。お引き受けいただけますようお願いいたします。 |
| 髙橋、濱田 | ： | はい。 |
| 長谷川崇 | ： | ありがとうございます。それでは次第４、議事に入ります。議事の進行は委員長にお願いしたいと思います。 |
| 議長髙橋委員 | ： | ご指名がございましたので、進行させていただきます。お話したように、私はもともと役場職員だったので内容はわかるのですが、いわゆる行政職ですから、実行性が伴わないというご指摘もたくさんございましたが、いずれ今回の振興計画、特にもこちら側の皆様方につきましては、普段お付き合いをさせていただいている皆さま方だと思いますが、こちら側の皆様は多分初めての方だと思います。ぜひ一緒になって良い方向性を見出してもらえればと思っております。ものを伝えるということではないと思います。皆さんの意見をどんどん出していただける場になっていけば良いと思いますので、よろしくお願いいたします。早速ではございますが、議事に入ります。3時に終了の予定ということでございますので、スムーズに説明も短時間でお願いをしたいと思います。委員の方からお話を聞きたいと思いますのでよろしくお願いいたしますそれでは(1）第三次計画の振り返りについてです。 |
| 事務局髙橋侑真 | ： | 改めまして商工観光課の髙橋と申します。よろしくお願いいたします。私からは第三次計画の振り返りについてご説明いたします。お配りいたしました、資料１と書いてある基本方針と資料２の計画の資料、資料３のA3タイプの概要版を使用しながら説明させていただきます。今回初めて委員になった方もいらっしゃいますので、紫波町振興観光計画を簡単にご説明させていただきます。資料３の概要版をご覧ください。『近年、インターネットやSNSの普及により、個人単位での観光状況の取得が可能になっておりますが、新型コロナ感染症により人の移動が制限されるなど、観光業は大きな影響を受けており今後の観光事業の振興には観光地や交通事業の安全性向上と関係者の意識改革が必要になっている。オリンピックやパラリンピック東北ディスティネーション町の観光事業関係者及び町民が相互に協力連携することにより、地域に根ざす多くの観光資源に光をあて魅力を発信することで観光交流人口を拡大させ、観光事業の活性化を図るため観光振興計画を策定する。』この計画に関しましては、令和6年度までの4年間を計画期間としておりまして、6つの基本方針とそれに基づく主要政策を挙げております。こちらの裏面をご覧ください。資料３です。本計画における数値目標として指標に交流人口と年間宿泊旅行者数を設定し、新型コロナウィルス感染拡大前まで開始させることを目標としております。こちらの見解についてまとめたものが資料１になります。本計画における目標値として、令和6年度にしておりますが、現時点で令和6年度は進行中ですので、令和5年度の実績値を載せております。基準値に比べると現時点ではまだ届いてはおりませんが、コロナ前に戻りつつあることがわかると思います。次のページです。ここからは基本方針に基づいて取り組んだものなどについて、最終的に項目をまとめてありますので、読み上げていきます。基本方針１観光資源の発掘と魅力向上について、ページをめくっていただいて、施策４の下をご覧ください。『趣味や娯楽などに関する情報収集手段のうち、6割以上がインターネットを活用している中、町及び民間、観光交流協会等においてSNSでの情報発信を行った。コロナ禍で中止されていたイベントの復活や、環境の整備修復などの実施を行い、受入態勢を充実させた。「東根山の日条例」が制定され、より一層東根山を含む東根エリア周辺の観光振興を進める。地域で実施されているイベント等は、運営に携わっている町民の高齢化や住民の減少など、今後の運営継続に課題がある。各地区で小学校の旧校舎を利活用した新たなプロジェクトが進んでいることから、交流人口の増加を見据え、必要な対応を検討していかなければならない。』続いて基本方針２です。基本方針２安心して楽しめる観光の提供『新型コロナウィルス感染症防止対策を実施し、紫波町の情報が届くようにインターネット上での情報発信の取り組みを行いました。新型コロナウィルス感染症にかかわらず、安心して紫波町を訪れてもらえるよう、通常と変わらず、必要な作業をしていきます。』続いて基本方針３、特産品の振興についてです。『首都圏や県外の方に届くよう、ふるさと納税を活用した特産品のPRを行いました。また、紫波町特産のりんご、ぶどう、日本酒、ワインなどを活用した商品開発や、活用のためのセミナー、イベントなどに積極的に取り組みました。情報発信を行っていることから、紫波町の特産品の魅力が伝わるよう、パッケージデザイン、文章や、映像等のコンテンツや特産品についてどのような支援が必要かどのような取り組みができるのか関係者と連携しながら検討していくことが課題となっております。』基本方針４情報発信とニーズの把握『紙媒体やインターネット、SNS等を活用した情報発信には取り組んでいるが、今後は町を訪れた方が観光情報や交通についての案内をチラシポスターに記載されたQRコードにより簡便に情報へアクセスすることが出来たり、観光客自らが町の情報を発信できるよう、駅等の拠点施設にWi-Fi環境の整備が必要である。ツアー会社による観光ツアーの開発支援を実施し、今後も継続して民間との共に新しい町の魅力の発掘や既存の観光コンテンツのブラッシュアップを行い、新たなツアー開発支援に取り組む。観光振興のみならず、町の発展のためには交流人口の増加が重要なポイントとなっていることから、今後も交流人口の調査を実施する。』基本方針５受け入れ基盤の整備について『コロナ禍により人が集まることに対する忌避感があったが、新型コロナウイルス感染症の第５類感染症移行に伴い、今後は受入環境の整備の充実を図る。訪日外国人観光客や県内在住の外国人へ情報が伝わりやすいような情報発信の仕方、町内での観光情報・案内への対応が課題となっている。』基本方針6観光交流協会との連携『紫波町観光交流協会との連携における事業実施や、県及び県内市町村、姉妹都市等のイベント出店等による町の広報活動を行い、町内外へ紫波町の観光について情報発信に取り組んだ。引き続き、広く紫波町を知っていただくための情報発信や交流連携に取り組む必要がある。』簡単ではございますが、振り返りをさせていただきました。なお、石幡様から事前にコメントをいただいておりましたので、それにつきましては、皆様にお配りをさせていただきました。振り返りについては以上でございます。 |
| 髙橋委員長 | ： | 第三次計画の振り返りをさせていただきました。石幡さんの方から何かあればお願いします。 |
| 石幡委員 | ： | 長くなると思ったので前もって送りましたので結構です。 |
| 髙橋委員 | ： | 何か気になることや意見ございますでしょうか？第三次の振り返りということですから、行政側からこういう状況でしたということです。それでは次に進めさせていただきます。後で何かありましたら事務局にお聞かせいただければと思います。続いて（２）第四次計画の方向性についてこれが大事だと思います。資料の4ということで説明をお願いします。 |
| 事務局須川翔太 | ： | 続きまして私の方から説明をさせていただきます。資料４は1枚ものです。第三次の振り返りをさせていただきまして、それを踏まえて良かったところ、さらに伸ばして改善すべきところはテコ入れをしていくということだと思いますが、あともうひとつは観光を考えるときに紫波町だけでこの小さいエリアだけで考えていてもなかなか難しいだろうということで、近隣の盛岡市の動向ですとか、花巻空港の動向など岩手県全体の動きも捉えなければいけないだろうと思っています。もっと広い視点で考えれば、国の観光計画、ビジョン等と、ある程度の整合を図っていくべきであろうということで、この赤と青で書かれた外の視点、内の視点という2点を新たに盛り込んでいくということを事務局として考えております。赤の方の外の視点というのは国の観光立国推進基本計画です。それから県のみちのく岩手観光立国推進、基本計画の潮流を捉えたいと思っております。具体的に2点あります。1つ目はインバウンド拡大への対応です。第三次までは町の計画としては言葉として出ておりませんでした。特に目立った取り組みも今まではしていないのですが、今インバウンドがコロナ前よりも拡大しているという事、それから盛岡がニューヨークタイムスで取り上げられたことで花巻空港の利用が好調だということです。このようにどんどんインバウンドに力を入れていこうと岩手県でも考えています。そこで紫波町もこの流れを捉えて事業を打っていく必要があると考えています。そこで多言語表示への対応ですとか、それに伴う人材育成が必要ではないかと、また個人や少人数での需要がどんどん増えているということで、二次交通の体制の整備も必要になってきていることを挙げております。青のほうは内側の視点、紫波町内の自分たちの体制、動きをどうするかということです。地域の多様な観光資源を磨き上げ地域ぐるみで持続可能な観光推進をするということを掲げております。こちらも国や県の流れを見ても、地域ならではの観光資源を磨き上げるというのは従来の考え方ですけれども、地域ぐるみでかつ持続可能な体制を作っていくということが重要視されています。この点を踏まえて、観光交流協会の体制の強化、第三次の計画までは、基本的に紫波町と観光交流協会と一緒に進めていこうという文章表現に今まではなっていますけれど、もっともっと地域ぐるみで、地域の様々な事業者さんと、まさに今回参加していただいている観光に携わっている皆様と、もっと体制を強化していこうということです。皆様の専門的な知見を活かしていきたいということでございます。続いて競争力のあるコンテンツの磨き上げです。例えば南部杜氏発祥の地のお酒ですとか、紫波町の個性的な特徴的な文化ですとか、観光資源をもっともっとPR強化していきましょうということを掲げています。主にこの4点の視点を第四次計画で取り入れながら検討していこうということを事務局で考えています。 |
| 髙橋委員長 | ： | 方向性についての説明でした。私が質問するのもなんですが、ひとつお聞きしたいのは今回の基本方針6つありますね。それをそのまま使っていくということでしょうか。 |
| 事務局 | ： | 大枠の構成はそんなに大きくは変わらないと思いますが、一つ一つ力を入れていくポイントはもう一度見直していく必要があると思っています |
| 髙橋委員長 | ： | 基本的には方向性をこう考えているということですね。それでは続いて専門家の方々にも紫波町の状況を確認していただきましたが、この辺で意見を出していただければと思います。 |
| 石幡委員 | ： | 新しい視点を入れていくというのはよくわかります。もう一つはコロナの3年間でかなり後退した部分というのが多くあります。特に地域の方々の動きは非常に後ろ向きになっています。そういった点も含めて何をもう一度構築したら良いか再検討する必要があると感じています。 |
| 髙橋委員長 | ： | 先程の振り返りの部分でもコロナ禍が影響しているのがわかります。今後どういうことが必要になっているかということをざっくばらんにお話しいただけたらと思います。後でインバウンド観光について濱田さんにご講演いただきますが、インバウンドというと、我々歳をとりますと言葉が一番のネックになると思っていますが、そういう点で木戸さんいかがでしょうか？  |
| 木戸委員 | ： | 幸い私は英語ができますので、言葉の心配はありません。いまうちにいらっしゃるお客さん半分ぐらいが外国人なのです。そのうち6割以上が連泊してくださいます。日本人の連泊率は30%位です。かといって、紫波町でアクティビティーをするかというと、そうでもなく岩手旅行の拠点として岩手の真ん中だからという理由で滞在するお客様がいらっしゃいます。そういったことからも紫波町の中でもご紹介できるような観光コンテンツがあればいいなといつも思っておりました。月曜日にフランス人のお客様がいらっしゃった時に何かアクティビティーをしたいということで、お団子作りと今私たちが力を入れている裏山で山菜をとって山菜料理を一緒に作るということをしました。そしたらすごく喜ばれました。その方たちはフランス人ですが、スペインのイビザ島というところでリゾート施設を運営していられる方だったのですが、ずっとパリに20年以上在住されていて、税を尽くしておいしいものを食べ尽くしたような方たちが終わりかけのシドケを茹でて醤油かけたものとか、ウドの餃子とかいろいろな山菜を入れた汁とかそういうものをものすごく喜ばれました。そういうところに紫波町がこれから目指す観光の一端があるのかと感じたイベントでした。欧米人の中で環境に負荷をかけないとか、肉を食べないとか、環境を汚すから思想的な考え方から牛肉を育てるのに、ものすごく環境を汚すから、私は思想的に肉を食べないとか、そういう意識の高い方たちが多いなと感じています。マスカワさんがいろいろな大学生を連れてきたりとか、様々な依頼を受けることで郷土料理をお客様に提供することがあるのですが、郷土料理というのはイコールベジタリアンかヴィーガンなのです。そういうところにすごく可能性があると私は感じています。それから郷土料理を提供するときに、食文化のこととか、この切り干し大根は、東北は野菜の取れる時期が遅いから冬に一旦土の中に埋めておいて、一番寒い時におばあちゃんたちが掘り出して、寒干し大根とか切り干し大根を作っているのだよ。だから今の時期山菜と冬の保存食をうまく組み合わせることでお母さんたちが工夫して食生活を繋いできたという話をすると、ぐっと話の深みが増して、この地域を理解できたという満足感が得られるみたいです。本当に何も建てたり、加えたりすることはなくて、本当に普通の暮らしを深く知りたいのだということを、特に欧米のインテリの層から感じます。 |
| 髙橋委員長 | ： | 非常に参考になる大きなテーマだと思います。今のお話を聞いてどうですか。 |
| 濱田委員 | ： | 後でお話をしようと思っていたのですが、本当にそういうことだと思います。僕らが今取り組でいるワインもフランスの地酒なわけです。日本酒は日本の地酒です。海外の人たちにとっても都市ではないこういう田舎には田舎の魅力があると捉えておかないと、当たり前のものがとても美味しいと思われたり、そういうところをひいて見るということをやって行かないと資源というのは気が付かないものだと、この後の話でもしたいと思っていました。先ほどの酪農の環境負荷の話とか、サステナブルと言われているような視点は当たり前になっていて、今よくゼット世代とか、何とか世代とか。今の30歳以下の人たちはそういう視点がないサービスを全く支持しないという消費行動もあります。今寿命が延びています。今30歳くらいの人たちが70しか生きないとなると、2100年まで生きる場合に、その時地球がどうなっているかわからないから、そういう視点も観光の中に入れていかないと、そもそも観光の選択肢から外されてしまいます。基本的な復興計画ではそういうところにきちんと取り組んでいけることを示せると、ちょうど第三次の計画はコロナの時に策定されていたと思いますが、コロナで逆に良くなった面もあるので、良いところはうまくつかっていく。元気のなくなったところは元気にしていくことが大切。ふるさと納税などうまく使って次の計画をつくりあげられると良いと思います。 |
| 石幡委員 | ： | 今年久しぶりに桜祭りを、熊もいなくてやったのですけど、 意外とですね、台湾からお客さんが来ていて、土日だけやったのですけども、 お客さん自体はね、桜もイマイチとっていうこともあったせいで出ている屋台も少なかった少なかったのですよ。で、にも関わらず、台湾から来られた。2日間いましたね。で、その中で1人は、岩手山をこう見える風景の写真をどこかで見たらしくて、その写真を撮れる場所 案内してほしいということで連れてったんですけど、この帰りのタクシーが呼べなくて、たまたま帰る人がいて、中央駅までおくっていったということがありました。本来はそういうことはやってはいけないのですが。そういう意味でもいろいろなところで利便性がない。看板もほとんどない。そもそも基本的なところをきちんと整備することも必要だと思います。 |
| 髙橋委員長 | ： | はい。今までの経験から、具体的なお話を伺ってまいりました。 そこの中からですね、やっぱり必要なものというのが見えてくるのではないかなと思いますが、どうですかね。気になっているところもあれば今日はこの時間が一番発言できる時間ですので、提案でも意見でもどうぞ。 |
| 濱田委員 | ： | 今インバウンドの話があったので、私はちょっと逆に国内の話をちょっとしようと思います。 非常にインバウンドが盛んだっていう部分についてはもう皆さん承知のこと思います。一方で、計画を立てていく中で日本人の観光客をどのように紫波町に取り組んでいくかということです。日本人の観光旅行って今すごく下がってきていて東北管内の中での宿泊が2019年比で東北だけが20パーセントマイナス前後なのです。日本人が戻ってきてないのですよね、これをどう捉えるかだと思うのです。インパウンドを伸ばすのは、僕は大賛成です。一方で、この計画を立てていく中で、やっぱり日本人の旅行というのを紫波町としてどう取り込んでいくかっていうところを出していくっていうことも、他の地域とは違う計画を出しながら実行していくっていうことも僕は必要かなと思っています。この間 運輸局の部長と話していて、インバウンドは伸びてきているが、逆にテコ入れが必要なのは日本人だと。なんとかしてくれと言われ、インバウンドも伸びてきているので、そこは手を打てば色々できると思うのだけども、テコ入れをしなくちゃいけないのは日本人なんだということを非常におっしゃっていました。まさにここの紫波町っていうのは、今菊川さんから冒頭説明があった通り、盛岡と花巻に隣接しているこの利点っていうのは生かさなくちゃいけないと思います。何が言いたいかというと、目的地になるためには当然希少性がないと選ばれませんので、宿泊地があるところに目的地としてなってもらうためのコンテンツ造成だったりとか、そこを今回の計画の中で何年かかけて作っていくのか、もしくは受け入れ対策を同時に作っていくとか、そのようなことを一緒に考えてみてもいいのかなと思います。 決してインバードだけではなくとかではなくて、日本人も合わせてやっていくことによって紫波町の良さを伝えていくっていうことも検討して入れてもいいのかなという風に思ったところでございます。 |
| 澤里委員 | ： | SNSで岩手県の情報発信を普段からしてるんですけども、見てる人は大体岩手県の人にはなってるんですけども、紫波町に遊びに行きたいっていう子育て世代の人の魅力的なコンテンツが紫波町にはどうなのかなっていうところが課題ではないかと思っています。主にインスタグラムの発信が一番見られてるんですけども、そのインスタグラムの発信で、「すごい、こういうところがある、あそこに行きたい。」と行動されるパターンがほとんどなのです。見てもらっている層の６割が女性の方で４割は男性の方で、年代が30から40代の方なんですけども、紫波町のここがおすすめですよっていう風に、そういう方に向けて、紫波町の魅力的なところもあるともっとこう紹介しやすいのかなっていうのと、あんまりちょっとこれは言いたくないんですけども、映える場所、富士山とローソンのような、そういうところがあればもっと受けると思います。蓮の花が咲いたりとか期間限定のコンテンツは一時的なものなので、咲いてない時とか、空いた時に何かこうアプローチできるようなものがあればもっと印象深く残るのだと正直感じました。 |
| 菊川委員 | ： | あまり今の取り組みを予習してこなかったので、もうやってるよっていうことがあったらご容赦ください。 ひとつ目に、皆さんおっしゃっていた紫波町を目的に来て、紫波町だけで観光で満足するって結構難しいんじゃないかなと思っています。広域の観光モデルプランだったり、○○ツーリズムみたいなテーマを決めて、ここだけじゃなく隣接している自治体とも協力してやっていくっていうのがよろしいのかなということを思っています。2つ目として、紫波町に10年ぐらい前に引っ越して来て、地元の伝統芸能とか祭りとかにめちゃくちゃ参加しているんですけども、コロナ以降すごい参加してる人自体も激減していて、もちろん地元から参加してくれる方がいないと続かないし、祭りとかも観光資源に大いになり得ると思うんですけど、あまり発信がうまくいってないのかなみたいなことを思っているっていうのがあるのでそういうのを知ってもらう、見てもらうというのもいいのかなあと思います。今こと作りとか体験みたいなのがうちの会社の中でもだいぶ前から流行っていて、例えばふるさと納税の返礼品で、いくらいくらふるさと納税してもらったら一日駅長できますよみたいなことがあるんですけど、そういう納税してもらって一日町長できますよ、そういう体験で町を知ってもらう、酒作りでもいいと思うんですけど、納税して物を返礼するだけじゃなくて、ここに来てもらって、ここで体験してもらうみたいなことも、将来を見据えてファンを作っていくってことが大事なのかあと思っています。あと、冒頭ちょっと駅ビルを整理していましたってことをお話ししたんですけど、やっぱ駅ビル作るのって5年ぐらいかかるんですよ。 その間に建物できないから、遊んでていいかというとそういうことではありません。ソフト連携という組織でワークみたいなのを立ち上げて、てんでバラバラにやってたイベントを同じ日にやって、スタンプラリーに介入させようとか、そういうのも地道にやってきて開業したという感じです。みんなが思い思いイベントを打つと思うんですけど、それがバラバラにじゃなくて一緒にやって、時々やってると思うんですけど、商店街までバスを走らせるとか、そういう2次交通的なものを連携させてやっていくのが大事だと思っています。紫波にもあるかもしれないんですけど、青森だと、ビーチに「青森」ってでっかい文字を置いて、そこが「ことスポット」になっているとか、今週ちょっと新潟に行って来たのですけれど、新潟に来れば新潟みたいな、そういう何かここに来たよって記念に写真を撮れるようなところが、なんか青森だと、サザエさんのリンゴがパかっと空いているようなものとかもいたんですけども、そこで写真を撮るところがあるので、そういう「映え」みたいなところは結構今の時代、情報発信してもらうっていう意味では必要なのかなっていうのを、皆さんの話を聞いて思いました。 |
| 髙橋委員長 | ： | はい、ありがとうございます。皆さん方も普段の仕事や生活の面でですね、こう感じていることがいっぱいあると思うんですね。 要するに、具体的な話にならないと実際に イメージがわかないのです。皆さんに興味を持ってもらえないと思いますので、ぜひそういった例を出していきたいと思いますが、山縣さんどうですか。今の状況は。 |
| 山縣委員 | ： | 私の場合、どうしても現場目線なので、現場で今やってる方なので皆さんよりはちょっと細かいことになると思ってあんまり喋らないでおこうと思ったのですが。インバウンドというのは、多分初めて紫波町で出てきたと思うんですけど、インバウンドってやっぱり難しくて、 多分皆さん、拡大拡大って言われるんでしょうけど、現実問題として受け入れには紫波町民の問題もあります。例えばラ・フランス温泉でも、個人の方はネットやSNSでもちろん入ってはくるんですけども、先ほど 澤里さんがおっしゃったように、その国内の旅行者というか、国内の方々が岩手県内なり紫波町なり近隣に来ない限り、本来の地元の観光資源ってのはやっぱり上がっていかないと思っています。これを両極でやっていかなきゃないんだと思うんですね。花巻は今、インバウンドもすごいんですよ。花巻温泉でとんでもない数が来てまして、ただ一方では価格が高くなり、それから地元の方が使えなくなっちゃってるっていう現状は確かにあるようです。そして盛岡に関しては、具体的な数字はちょっと忘れましたけど、じゃあ、そのニューヨークタイムスで行くべきところになったことに対して、あれ、急になったと思うんで、盛岡市は何をして、じゃあ、その令和5年度とですね、コロナ前と比べた時に、確か 盛岡市の宿泊者って4000人、5年度増えた。ただ、その4000人が、外国人が増えたとか、ただ日本人が戻ってきたのか、そういう検証はまだされてはいないんですけど。現場の実際ホテル、いろんなホテルとか見た感じで言うと、どっちかっていったら、国内の方々の交流を上げる策を練るのが先かななんて思う時はあります。例えばラ・フランス温泉館に中国、台湾、今日本に入っているの、台湾とか中国なんですけど、ありますけど、じゃあ20人、30人がラ・フランス温泉館に果たして一緒にお風呂入ってくれんのかなという、細かいことですけど。結構問い合わせもあるんですよ。 東京だとハナツアーさんとか、東京方面には自分も付けられたりするとこもあるんで、来るんですけど、やっぱ結構取れなくて断っちゃうんできあいがあるところもあるので問い合わせが来るのですが、受け入れられなくて断ってしまいます。そこでオガミさんを紹介するんですけど、でも温泉ではないので、じゃあいいですってことになる。そういう経験の感覚で言うと、そういう怖さもありますね。 |
| 髙橋委員長 | ： | ちょっとね、あんまり極端に受け入れてしまうと逆に非常にあとが大変なことにならないのかなという心配がありますね。 いろんなお話がございました。時間はまだあるかな、もう少しは話をできればと思いますが、他に何かございますか。 |
| 木戸委員 | ： | 私の意見なんですけれども、紫波町がオーバーツーリズムになることはないとは思うんですけど、観光客もお客様と直接ふれ合う各方面の事業者も、観光客を見守る町民も、みんな幸せな気持ちになるような観光がいいんじゃないか、理想なんじゃないか。映えるスポットを否定するわけではないですけれども、やっぱりそこだけにわっと人が集まって、道路にはみ出して迷惑してることもあるわけじゃないですか。だから、ある意味、今まだ あまり知られてないからこそ、こっちからお客様を選ぶような、なんかコアになるような、こんなお客さん来てほしい、みんなが気持ちよく迎えられるようなこんなお客さんに来てほしいっていうような視点を、誰でもいいから来てくれじゃなくて、 そういう気持ちも大事なんじゃないかなと思った時に、すごい難しいとは思うんですけれども、やっぱり農業の町なのでなんかちょっとした労働体験じゃなくて、本物の農業をしっかりと体験してもらって、1日で汗かいて紫波町の美味しい食材のご飯とおいしいお酒を飲んでもらって泊まってもらうっていうプランを考えつつ、なんか本当にその、どういうことに苦労しながらやってるのかとか、どういう思いで農業をやってるのかみたいな、そういうキーパーソンみたいなのを育てつつ、その人たちがそのアピールできるような話し方も、みんなで相談しながら本物の農業にしっかり触れてもらい、おじさんにまた秋収穫の時にはいって一緒に手伝いたいなという、そういうリピーターが増えてほしいなって私は個人的に思うんですよ、紫波町の1つの観光の形として。 だって、何にも作らなくていいし、 もうすでに勤勉で美味しい果物を作ってくれる農業者はいっぱいいるわけですから。かなり難しいんですけど、果樹農家ってのは年間ずっと忙しくて、繁忙期に人を受け入れるってことはすごく大変で、そういうところでやっぱり行政とか旅行会社の方々がうまくサポートして、例えば廃業したお年寄りに先生となってサポートしてもらうとか、地元の人との調整っていうのはすごく大変だと思うんですけど、そういう 形の農業体験で来てもらって、ラ・フランス温泉に泊まってもらって、あそこのトロトロの温泉に入ってもらって美味しいご飯を食べて、紫波のお酒を飲んで、買って帰ってもらうみたいな。最初からもちろんうまくはいかないと思いますけど、そういうトライアンドエラーを繰り返していくっていうことが、私たちが望むような観光を見つけていく、そういう形に持っていければ、もちろん理想論ですけど。今回宿題をいただいて考えたことなんです。 |
| 菊川委員 | ： | すいません。先ほどの映えるも大事だけど、コアも大事だということに関しての意見です。言いたいのは広くならいろんな人に知ってもらわないとコアな人には届かない可能性があるっていうこともあると思ってて。で、すいません。資料の1で言い方が間違ってたら申し訳ないですけど。 「令和5年度の目標を実績値として達していないけど、令和6年度は昨年度よりもさらに多く、昨年度の目標に対して実績値は達成してないんですけど、今年度は達成できてない、昨年度よりもさらに高い目標をということか。 |
| 事務局 | ： | 令和6年度の目標は、その前回計画を作った時点で設定した目標なっていて更新してないのです。 |
| 菊川委員 | ： | なるほど。なんか、街としてどこに向かっているのか、そのコアな人を大事にしたいのか、 もう誰でもいいから来てくださいっていう観光をやりたいのかな。どこに向かっていきたいのかが、もう今日のお話を聞いてもちょっとよくわからなくなりました。 |
| 木戸委員 | ： | それはまだ誰にもわからない。 |
| 菊川委員 | ： | ちょっと実績として聞きたいんですけど、 東根山に前は引っ越してきた時はよく上っていたんですけど、途中でトレランも始まって危ないんで一切登らなくなったんですよ。なんかそういうコアな、町民としては自分たちの大事な山だったのに、町の方たちが トレランの山にしようって言って、途中でこのコースも整備しましたみたいになって、一周こもってるようになって、帰りはラ・フランス温泉入ってくださいね、みたいなことをやられてたと思うんですけど、あれは結局効果はあったんですか。そうなんか。私はなんか自分としては自分の山だなと思ってよく登ってたんですけど、外から人がいっぱい来て走ってきて危ないし、もういいや、もうそんな山はどんなくていいやってなっちゃったんですけど。とか、さっきの話聞いて思ったのは、でも、自分とか誰かが大事に思ってても、そうじゃない方向に行っちゃう 時もあるし、まあまあいろんなパターンがあるのを、多分今から今日今日のとこも議論していくんだろうなって思うんですけど。 |
| 事務局 | ： | そうですね、まさに同じ話です。 |
| 菊川委員 | ： | その効果はあったのですか。 |
| 事務局 | ： | そうですね。東根山さんに関していうと、効果というか登山客は最近増えた感じです。大会のせいというよりは、認知度が上がりさらにその後のコロナでアウトドアみたいなものに興味が向いたときに登山客が増えました。それもあって最近ここ何年かずっと増えています。 |
| 菊川委員 | ： | その人それぞれに望むものって結構違うからそれを観光に。とこまですね、うん、一律とはできないと思うんですけど。 |
| 澤里委員 | ： | もちろん全員が満足できるもの いいと思いますけど、それを修正しつつっていうか、より低いものに変えていくっていうのを決めつけない。決めたことを決めつけないで修正していくって、 |
| 菊川委員 | ： | いろんなパターンがあって、それぞれを磨いと磨いていくみたいなイメージでいい。いいんですよね。 |
| 事務局 | ： | この目標設定がどうあるべきかはちょっともう1回見直した方が良いと思います。 |
| 佐羽根委員 | ： | 先ほどの話でもでましたが、まさに関係。そういう方の話もつながると思います。どうしても関わりの濃度もやっぱたくさん用意して、たくさんこう入り口をしとかないと、関わる人も増えてこないし。僕も移住組なのです。娘だったんですけど、小学生連れて移住してきましたと。16区にいるんですけど、15区が結構今いろんな方がイオンが来てね、色々こうなっている中で、 結構移住者の傾向を見ていくとよこだてをしながら、とにかく子供さんがいる方とか、なかなかないんですよね。これだけ移住者がなにかのきっかけになってやっぱり来てると思うんですけども、3年前、町長のお話した時も、みんな町村会が、他の町長さんとかがすごい羨ましがってたんですよ。みんなが熊谷町長のことえらいなとか、色々こう、そういう話をしてて、 なぜかなと思ってるなら、やっぱりこういう風土的なものもあるし、人もあるしっていうところに移住するんだと思うんですね。で、一方で、今おっしゃっていた30代、40代の子供向けのものがないとか。やっぱり移住者がいるのに子供向けがない。一方で、もうその文脈を考えていくと、都市部の隣の人たちも多分子供の遊び場所って多分そんなに多くはないんじゃないかなと。1つの切り口ですよ。あくまで1つの切り口。単価云々とかでちょっとのぞいて、そういう人たちが集まれる場というかね。ただ、これ、土日に集中してしまっている可能性もちょっとあるかもしれないですけども、1つの考え方として、こういった世代間の人たちが 遊びに来る、日帰りの観光だって言ってしまえばいいと思うんですけども、そういった町づくりっていうか、その町の形成に関わってくる人たちを呼び込むきっかけという考え方も、僕は国内市場の活性化っていう文脈の中ではあってもいいのかなと皆さんの意見を聞いてって思ったんですね。まさに、農業体験もそうですし、子供が大人と関わることによってそこに移住していくっていう傾向もあるし、僕の娘も今回ちょっと大学で外出ちゃったんですけども、やっぱりそこで言ってたのは、面接の時言ってたのが、 ここどうですか。って言われた時に、なんか地元と似たような風景ですって大爆笑になったのですが、親近感がありますと答えたらしいです。そしたら爆笑になっちゃってとか、なんかそういった、その街のことを自分の子供たちが喋るっていうことが、やっぱり今言った次の世代に繋がっていくっていうとこもあると思うので、そういった大人と子供の関わる場所というか味わう場所というか、 そういうこの紫波の作り方みたいなところも一方ではあるのかなと。そこに観光がちょっとお手伝いをしていくような今のちょっと議論を踏まえてちょっと説明させていただきました。 |
| 山縣委員 | ： | ラ・フランスに５年前来た時は 30年前ぐらいの話なんですけど、基本、観光って、体験か拠点型か滞在型っていうのが大きくなる。それ以外にも細かいの色々あるんでしょうけど、もちろん農業は体験型です。そこでラ・フランスも色々考えたんですけど、いろんな手がなかったので、まずはその拠点としてそこだけまず進めて、プランをちょっと作ったりしたことがありました。じゃあ平泉はどうですかとか、知り合いはなんなのか、で、盛岡はこうですっていうのから進めてやってたって経緯があるんです。で、ラ・フランス温泉館でやってもらうのは、地元の人の宴会です。宿泊に関しては地元の人は泊まらないだろうなということ。県民バリューがあったって泊まらなかったくらいです。それはもうもちろんそうなんですよ。それで言えば、昼間の商店街の方に流したりとか、バスを出したりとか、ラ・フランス温泉館で全部抱えるんじゃなくて、うちはこれがあればいい、飲食に関してはの日詰の商店街が良いという案内をずっとやってて、コロナでそれはちょっとダメになったのですが。だからそれに特化したとか、ある程度ポイントを掴んで、じゃあそのための商品作るためにこの4とか2とかの施策がある から、大枠がどこにあるかっていうのは、その目的があった中で、これ、施策といっても書くだけだったらこういう商品がなきゃない、で、それに対してこみ書かなきゃない、作らなきゃないのか、なくてもいいのかっていうところだと。 その観光っていうことを考えたとなれば、もうすごい大きな話になればね、役場だって、物証で必要なのかとか、商工観光課みたいにずっと同じ人とやりたいとか、そういう風になっちゃうと思うんですよ。多分、観光でちゃんとやろうと思ったら、すごい大きな話ですよ、片手では無理なん、毎回人が変わるのだと、それはそれは引き継げるんだろうけど、人間って そんなとんでもない人類じゃないから、やっぱり思い出とか、こうやってきたって思い出とかあると思うんで、そういうとこから、 すごい大きい話です。 |
| 髙橋委員長 | ： | 非常に人口が減っていないというニュースがありましたが、いずれにしてもですね、紫波町に 過去に来ていただいてるんですけども、住んでみたいというような町になるのかなと私は思ってるんですが、 まじでそういったところでですね、ぜひこれからもまた色々ご意見をいただいて、それを上のほうでまとめていくということだと思います。それでは次は（４）の今後のスケジュールについて説明していただきます。 |
| 事務局 | ： | 今後のスケジュールについてご説明させていただきます。資料５になります。7月からの認定についてなんですけれども、7月にまずまちづくり座談会での意見聴取がございまして、11月に第2回の懇談会、12月にパブリックコメントの実施で、１月に第3回の懇談会、それが終わって議会での説明という流れで進めてまいりたいと思っております。 |
| 髙橋委員長 | ： | 今日はこの辺でよろしいでしょうか。はい、それでは、その議事の方は終了ということで、事務局に戻したいと思います。 |
| 事務局 | ： | 委員長ありがとうございました。では、続いて講演に入ります。 |
|  |  |  |

**講演**

株式会社lierista　代表取締役

地域活性化起業人　濱田織人　氏

テーマ　「国内外の観光動向とインバウンド需要について」

子どもの話から入っても良かったかなと思うくらい、現時点で皆さんと近い雰囲気になっていただけました。

最初は自己紹介のスライド入れようと思っています。更新とかある中でご紹介させてください。自分の中では仕事の仕方としてはちゃんと具現化して、何か物が動く、価値が動くってことをすごい大事にしています。それは言葉の 循環だったり、お金の循環だったり、価値の循環だったりです。僕自身が広告会社出身だったので、きちんとそれを何かを行ったことによって達成したい目標があるとか。モノが動かないとただのお遊びになってしまうので、今回もやっぱインパウンド、先ほどの、今 事前の雑談してる中でもありましたけど、ちゃんと外貨を持ってくるってことですね。海外のお客さんに来てもらって、楽しんでもらって、ファンになってもらって、お金を落としてもらう。 それによって地元の人が潤って、潤ったことによってまた新しいアクションができるようになるということだと思います。ふるさと納税に関して、移住よりもふるさと納税が流行っていて何とか動きはあると思いますけど、近々の未来がある中で純粋にふるさと納税は純増ですよね。だから、それによって地元の商品が流行ったりとか、売り上げが上がるというのがあると思います。そこらへんはすごい大事にしたいと思っています。

去年、 スローフードを世界中に普及させたアリースウォーターが来日してたんですけど、それのドキュメントを撮って映画化したりとか、実際に彼女の本の出版プロデュースしました。

それとコロナ前ぐらいから、サウナとか新しいものを流行らせたりしています。コロナって目に見えないものでみんな自分の体に対して恐怖感を覚えるようになり、体のことを大事にすることから自分の人生をデザインするっていう流れから、自分の人生の中で体に向き合って、自分視点でものを考えるようになりました。そこで○○という雑誌を作ってみたり、プロダクト○○を作ったりとか、あとはお茶の本を出してみたりとかしてきました。メディアの力というのは掛け算なんですよね。何百万人の方が見てくれる、インターネットとかもそうです。意見を一個ネットにポンって投げるとたくさんの人が見てくれるっていう状況だと思うので、僕はそういう掛け算をかけて極力人に届けるって手法を学んで実践しています。

普段は地方の仕事ももちろんやってますし、○○の仕事もやっていますし、いろんな規模ですが、とにかく移動しかないと思っています。リアルに体験して、フル稼働をしていく活動を行っています。

今日は1回目ですので、いわゆる大きなデータ、こういう世の中になってますよみたいな話と、それを世界が、日本の東北がどうなって、岩手がどうなって、紫波がどうなっているかという簡単なデータのお話と、そもそもインバウンドがどうなってんの、というお話をします。もちろんね、さっき実際運営されている実際の温度感すごい大切な話です。そこで、今何しに外国人が日本来ているのっていう話も一応簡単なデータは今日見せたいと思います。

本来であれば事例の話したくなるんですけど、事例の話をするとちょっと舞台の話になって行って、戦略的な話にならないのです。事例、わかった。みたいな感じで終わってしまいます。今日は3時終了ということなので十何分くらいでお話したいと思います。

そもそもインバウンドってなんでやるの、ということです。そもそも観光業の成長エンジンと言われていて、外国人の人が日本に来て、それに対して昇給してくれるっていうことです。で、それによって、外国の方が金を使ってくれることによって経済成長したりとか、地域が元気になってくれるとかということです。先ほどおっしゃっていましたけど、オーバーツーリズムにならないでちゃんと城が元気になってくれる模索したい。ただ、お金だけ落としてくれればいいわけでもないし、マナーの悪いお客さんが増えて、なんか最近ゴミ増えたよねってなってもいけないし、危険な運転する自転車が急に増えたなとかっていうのも困ってしまいます。ですから素晴らしい観光の形っていうのはきちんとつくって行かなくてはならない。

一応、そのマイクロツーリーズは第三次で第1インバウンドがテーマになっていますけれど、僕は先程佐羽根さんもおっしゃっていましたように、国内の方にも来てもらいたいと思っています。ただ、国内の関わりというのは、ふるさと納税もあるし、関係人口的に、例えば専門かなって、3ヶ月に1回遊びに来るような関係ができてくるとか、人手不足の問題もあるので、そこのいろんな取り組みやってますけど、農業体験して、後にお手伝いに遊びに行きながらも、それを手伝って、で、集客の時にはそうしてもらえるという関係ができるなど、新しい形があると思っています。そこはきちんとてやはりって思いますし、インバウンドというのは地域経済に対してインパクトはとっても大きいのでそこら辺の話をちょっと丁寧に皆さんで未来の4年ぐらいの計画を立てられると、私はもっと素敵な町になってくると思っています。

ここら辺も官公庁が出してるデータなんですけれども、まさに右側でちょこっと谷のように落ちているのはコロナの時でした。これが1番まだデータが取れてる2023年のものしかないですけれども、増加させて、2018、9年ぐらいがピークだったのが戻ってきてるという感じです。多分今年はもっと伸びてると思いますが、これからここまでちょっとね、円安の影響があって日本は今かなり来やすい国になって、昔僕らがこう東南アジア行ってちょっと裕福にお金かからず楽しめていたのと同じように海外の人は日本で展開されているので、もう少し多分海外に伸びてくるかなと思いますけれども、そこらへんちょっと放置しながら何を求めていけばよいのか考えていけたらと思います。インバウンドで多いのはやっぱアジア圏とアメリカっていう風になっています。ヨーロッパよりも中国、韓国、台湾、香港、アメリカというようにデータ上はなっています。ここら辺をじゃあどういう傾向に対応していけばいいのかね、みたいなとこもなってくるし、どういうインフラを整えてあげる助けになるかなと考えています。東北に関していうと、案内、岩手が多かったりします。これもデーターが出ています。岩手に来る中で盛岡と花巻に挟まれている町においてどういうネタを用意しとくかによって、紫波町に流れてきてもらう。車で20分っていうと、東京で言うと渋谷から自由が丘だったりとか、東京駅基準だったら六本木ぐらいまで20分ぐらい。全然遠くないです。 心理的距離はあるかもしれませんが外国人にとってはなんてことない距離です。新宿から下北沢も20分ぐらいかなっていうのは、もうちょっとそんなに遠い場所ではないので、 ここに来る意味をどう作ったら、むしろどういう人に来てほしいのかってことですかね。ただ、たくさん数来ても収容できませんし、 明らかに東京の観光と田舎の観光は求められたことも全く違うし、そもそも持ってくるスーツケースの中も違っています。お土産で何を使うかってこと全く違うからモードが違うのです。パリとかに 観光に行く時と、ちょっとワイナリーに寄りたいから 田舎のフランスの農村地域に行こうってことで、明らかにやっぱ旅行の意味が変わってくるので、皆さん海外行く時と同じような形で捉えていくことがすごい大事です。

消費動向で言いますと、じゃあインバウンド、旅行の時で 使っているお金の比率です。青が宿泊費で、オレンジが宿泊費で、グレーが交通費。黄色が娯楽費、1番右青っぽいのが買い物なんです。見つけると宿泊と飲食で大体半分ぐらいが埋まるんですよ。いわゆる旅行の予算の、 じゃあ今、先ほどコンテンツ開発とか体験みたいな話をしているけれども、お金としてはそんなに儲けられないわけですよねってなった場合に、じゃあどこ取ってくのか。確かに盛岡と花巻に挟まれてるから、宿泊自体のとこには投資をしない、体験だけに戦略になってくると。外国の方の財布でも黄色のところなんで、10パーセントもないところの取り合いという話になってきます。ホテルである必要はないけど、農家に泊まれるとか酒蔵に泊まれるとか、紫波って世界的に見ても、日本酒があって、ワインがあって、ハードサイダーがあって、ということは蒸留酒も作れるんですね。焼酎も作れるし、カルバドスも作れるし、フライパンも作れるという。この規模の町でこんだけお酒作ることができれば、僕はお酒の仕事もやっていますけど、世界的にも見たことがないし、きちんと本気で売り出せば何かが起きるかもしれません。今、フルーツとかもですね、輸出でかなり儲けを出しております。

本当、信じられないかもしれませんが、こんぐらいのちょっと大きめの梨をドバイの方に売ると、1個2万円で買います。それ自体めちゃくちゃ儲かっている梨農家さんもいます。

もうJAとかに卸さないで、そういうのを突破してたりとか。僕が手伝った宮崎県の自治体だと、ひとつ2,000円のライチを国産ライチといって、ふるさと納税とかで20億円ぐらい売っている田舎町もあります。どういう風に自分たちの作っているものに本気で自信を持って売り出すかによって変わって来ます。今、比率で言うところのお土産、買い物のところを取っていくのか、体験を取っていくのか、宿泊の部分とか、飲食、これだけ紫波っていろんなものがあるので、しっかり取っていくのかとか、インバウンドのインパクトっていうとこでとる。もちろん旅行ってそうですね、泊まって食べて買い物なので、三大消費の中でどこを取っていくのかというのは考えながらやっていかないといけない。未だに外国の人が日本で買うのって、化粧品とかで電化製品とか薬とか和菓子とかっていうなってますけど、でもそれは紫波町にはあまり合ってないので、次に出てくるのが、地酒と農産品となってくるので、そこらへんも含めて合わせているんだみたいなことも考えたらよいと思います。もう少し、インバウンドという横文字の言葉じゃなくて、具体的な言葉に落とし込んでいくと、じゃあ何がやれるかねっていう前向きな話ができるかなと思うので、そこら辺をちょっと皆さんと相談できたらいいのかなと思います。

まさに紫波の特産品なんか皆さんが1番わかってる話なのでここで議論する必要はないと思います。 改めて結構強いねっていうだけで終わる。やっぱお酒が強いし、美味しい農産物があるし、まさにラ・フランス温泉もあるし、サウナも最近よくなってきています。本当にサウナツーリズムは馬鹿にできなくなりました。やっぱ温泉ツーリズムの次にもう変わるような存在にやっとなってきてるので、それは僕も個人的にはすごい嬉しいなと思っています。やはり目的地になるようなスポットをどんだけ作れるとか。先ほど「映え」みたいな話もありましたけど、昔みたいなフォトジェニックなものをこう作り上げる場合、スポットよりも本当にその何かをやりきった様が美しかったり、やりきった景色がすごかったり、この町でしか見れないものがあったり、そういうとこをこう取るような、「映え」の形も多分変わってきてると思います。

実際に1年ごとにこうスマートフォンのカメラの画質が上がってって、で、加工する技術もどんどん上がってく中で、本当にその自然のものとか人工物よりもその町でしか見られないもの、例えばですけどね、田んぼの水面と山が跳ねかえって逆さまになっている風景とか、圧倒的に超美味しそうなフルーツの写真が撮れるとか、酒蔵の本当に古い蔵なんだけど、ちょっと太陽の光が入ったところがすごい美しいとか、その撮る力っていうものを大事にしていくとSNSでもきちんと戦っていけます。別にお金をかけた豪華な施設だけで映えるわけではないし、むしろ日本にそういうのを求めてきている人は案外少ない。そうであれば東京とかに行くはずなのです。やはり地方に行きたい思う人はそれなりにその良さを求めてきているので、逆に東京みたいな観光は僕らがやる必要ないです。やはり紫波を突き詰めることが結局は1番 受け入れられるのではないかと僕は思っています。そして、旅行先ですね。実際旅行の目的っていうのは都市部と地方では求められてるものが全く違うので、一般的な観光というもの。文化体験とか自然体験とか。それとインバウンドって実はビジネスでのいわゆる出張の部分も本来であれば入れてますが、紫波でビジネスといってもまだまだ少ないと思うので、基本的には紫波での自然とか、先ほどの山菜取りなんて最高だなと思います。そうであれば基本的な体験をきちんとつくっていかなければいけません。昨年東根山の日というのが設定されて、その麓にはラ・フランスがあります。世界で2番目の森林立国ですからね日本は。その割には日本人で森に遊びに行かないとか、その森の恵みで美味しい水もあるんですけど、ヨーロッパの人たちに比べて日本人は森での遊び経験が足りていません。地元の人でさえただの書き割りの背景にしかなってないような東根山なので、もっと山のこと、遊びや自然に触れるとかってこともコロナの恩恵として自分の身体性とかストレスみたいなとこに向き合うようになってきてるので、やっぱ自然に触れようねとかいう部分も1個の観光資源になります。当たり前ではない、特有の観光っていうのは、まさに今までも第一次第二次できちんとやってき話ですよね。だからそこは引き続きやればいい。これは別に外国人向き、日本人向きというのはないと思います。自分たちのセールスポイントを徹底的に押してだけなので。ただ、推し方の手段がデジタルになってきてるとか、インバウンドだから多言語対応しなきゃいけなくなっています。しかし、手法が変わっているだけで、基本的には同じです。ここにですよ、ユニバーサルスタジオがドンとラ・フランスさんに立てましょうって言った人は来ないんですよ、きっと。だから、やっぱしこの紫波町でしかできないものっていうのを紫波に求めて来るので、それを突き詰めていけば自然と道が開けてくるはずです。

事例はきちんと見てくんですけれども、あくまで僕たちがやっていくこと、準備することにこだわりたいです。インバウンド戦略に関してもまさにそうですね。いわゆる都市部だってショッピングとかナイトライズというのが重要視されるんですけど、地方に関しては、体験ですよね。その町でしかできないもの、できることをここでやっていく。そういうところをきちんとやっていかなきゃいけない。そのためにインフラも整備しないといけません。皆さんが海外旅行に行く時と一緒です。皆さんが海外旅行に行く時と一緒です。ポケットWi-Fi持ち歩きますよね。だから電波が届かないとダメだし、メニューが見えなきゃダメだし。ここら辺もデータは別に僕らが解決して何も変わらないです。実際海外に行くときいろんな本を買いますよね。同じように海外の人はそういう観光のサイトと日本の観光サイト見て、で、そのままそこからホテル予約サイトとかAirbnbのサイトに飛んで予約して、日本にくるわけです。なので、同じようにそういうメディアに紫波の情報をどんどん出していってあげて、場合によってはお金を払って出向してそういう特集を組んでもらうことで人を誘引させるってことも考えていかなくちゃいけない。こういう大きな動きっていうのはやはり自治体が支援してやっていただくことなのかなと思います。先ほど京都みたいなお祭りにならないかみたいな話もありましたけれど、やっぱ他の地方自治体もこの手で本気にみんな頑張り始めています。それはちょっと前にあったふるさと納税の時もそうだと思います。実際、常に頑張っています。 なので、同じようにウォッチはしていく。ウォッチをしていくっていうのは、真似したり、おいしいものだけ取りに行くってこともそうなのですけど、他がやってないこと、かつ、紫波しかできないことというのを探せば、自然とこれやりたいんだったら紫波に来なきゃねっという理由を作ってあげれば、ちゃんと来てくれので、そこらへんはきちんとマーケティングしていきたいなと思っています。

観光業界に関しても、まさにデジタル化が来ています。もうみんなスマートフォン持っていますよね。当たり前にlineしていますよね。いわゆる予約システムを使って店の予約とかも、もうデジタルスマホでやりますよね。インターネットはしているけど、今ほとんどパソコンじゃなくてスマホの方が圧倒的に多いわけですね。だから、ちゃんとスマホにあったようなシステムを含めているか含めてないかっていうところがすごく大事です。これはもうお作法になってきています。やってないと除外されるぐらい当たり前になってきています。デジタルトランスフォーメーションって難しい、ではなく、やらないともう戦えないので黙ってやれっていう感じです。やらないと選択肢にも入れないにことになってきています。ここはもう淡々とやっていくものだと思っています。もう1個は、サステナブルツーリズムがかなり来ています。まさにSDGｓでしかない概念ですけど、サーキュライズホームズにいた時にちゃんと 持続するようなスキームを作っていかなければならない。特に地方に関していうとコンクリートとか都会の部分じゃないので、ちゃんと何十年後も続けられるような、継続できるっていうのは、実際に運営される方が息切れしないでちゃんと継続できる。サステナブルもあるし、ちゃんと地球の環境だったりとか、紫波の自然だったり紫波の恵みが失われないような意味での継続性もあるし、とにかく 同じように長く続けられるようなサステナビリティっていうのを求められているし、今の30代の方というのはそういうことをケアしていないものは買わなくなってきている。だから、激安のアパレルか、昔はね、〇〇買っていましたけど、今の子たちはそういうのは買わなくなってきています。ちゃんとそれが不正な取引をしてないものだとか、途上国ですごい安く作られたものじゃないもの、ちゃんと裏側まで見て当たり前のように、デジタルネイティブって言われているように、小さい時から当たり前のようににパソコンを触っている子たちなので、きっちりと自分たちで調べて、これは本当なの、口コミってサクラじゃないの。とかちゃんと自分たちで調べて買うわけですよね。

だから、そういう人たちをちゃんとわかった上でやってかないと、もうおじさんたち、おじさん、おばさんたちが本当取り残される時代になっていってしまう。それは自分も含めてなのですけれど。だから、サステナブとかデジタルトランスフォーメーションというのは、なめちゃいけないのです。

あとは、ちょっとトレンドの話で言うと、個人旅行が増えています。FITという言い方はちょっと向きを変える視点だと思いますけれど、いわゆるパッケージじゃなくて、1人で体1つできて、自分で調べて、自分で旅行プランを楽しんでいます。こういう方々のための、先ほどG SPORTSのお話が出てきましたけど、紫波まるとか、〇〇サービスだとか、ただ、事務所の方でもあるので、インバウンド向けのサービスをやるみたいな話も自治体でやっていくことだと思います。

課題と対策に関しても、本当にコロナの回復状況、去年のデータ見ていますけど、思ったより戻ってるかなっていうのはちょっとマーケッタ的な分析ですけど、今年の数字がどのぐらい伸びてるのか。円安の影響もあって、かなり外国人の方が増えてきていると思いますので、そこの考え方はちょっと数字も含めた上で、あんまり過度な投資をしちゃうと後で怖くなることもあるので、数字見ながら適切な投資を考えていかないといけないと思います。

あとは観光インフラの整備ですね。ここらへんは先ほども言いましたけど、ターゲット対応とかサービスとかwi-fi整備というのはもう当たり前なので、そこも含めたいわゆるプラス整備対策をしていかなくければいけない。

具体的な施策っていうと、もう今までやってきていますよね。国内向けだろうと海外向けであろうと、同じ人間が体験するものなので、基本的な観光資源からは今までやってきたことをより時代に合うようにアップデートしていかなきゃいけないし、定期的な桜祭りの話がありましたし、オガールの夏祭りがあったりとか、新しいものがあったりするので、そこをうまく使っていけばいいと思います。

紫波町のいいところは、本当に飛行機も便利、新幹線も便利、高速も便利でめちゃくちゃフェス向けなのですよ。要は、たくさんの人が来ても交通が爆発しない稀有な場所です。ということは、多人数を呼ぶ催し物にぴったりな場所なのです。その人たちが泊まるにしても、紫波だけで泊まらなくても、上下に盛岡と花巻があるので、そういう人たちが使用できるホテルもある。となると、ある程度大き目のイベントをやってもきちんと収容できる。大きな町には、バスの会社があったりとか、旅行代理店があったり、受け入れ側の体制の会社もきっちりあるということなので、ちょっと大きな町の力を利用しながら、紫波が豊かになるようなものを作れれば良いと思っています。

地域のブランディングというのは、まだまだできてないなと思っています。お酒に関してもそうだし、特にフルーツパークはがっつりてこ入れしなきゃいけないなと思っています。パッケージのデザインとかマーケティングとか、本来美味しいものたくさん作っているのに、まだ届いてないなって印象があるので、そこら辺をきちんとマーケティングしていきたいなと思っています。実際新しいことやるってことは、町の人の動きが変わるってことなんですけど、町の人が疲れないように、なんか嫌な感じになっちゃったり、いやな空気にならないように、ちゃんと町の人たちの空気が良いままで進めたい。それをするためには、町の人もそれを楽しんでもらわなきゃいけないし、それによって自分たちが少し豊かになって自分たちの生活が良くなったりとか、農家さんの仕事も作っていくなど整理していただけないかとか、皆さんの暮らしのとこまできちんと落とし込むようなかたちでやっていかなきゃいけないことだと思います。

今後に関しては、そのプロモーションをどうするかとか、地域の方に移動していただかなきゃいけないんですよね、みたいな話を、先ほど須川さんと髙橋さんが説明してくださったようなスケジュールに合わせてヒアリングをやったりとか、お客さんがやったみたいな話の中で、ぜひこの1年間、皆さんと一緒に計画を立てていこうとお話させていただいています。ありがとうございました。以上です。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 事務局 | ： | ご質問あるかと思いますが、一旦閉会までいってから、次の予定がある方もいらっしゃいますので、説明させていただきます。では、その他です。議員の皆様から何かその他ということで。 |
| 菊川委員 | ： | すいません。 次回の開催のご連絡いただくときに終わりの時間も書いてほしいんですよね。今日何時間とっとけばいいのか。はい、開始時間だけでした。 |
| 事務局 | ： | 次回からそうします。他にございますでしょうか。 |
| 事務局 | ： | はい、こちらからひとつあります。6月22日にイベントを予定しているということでお話をさせていただいたんですけれども、来ていただければというところでのご周知になっておりますので、こちらの出欠確認につきましては、6月5日ぐらいまでにいただければと思っておりますので、よろしくお願いいたします。あと、第2回目の日程につきましては改めてこちらからもお知らせいたしますし、証明書とか謝金の口座とかこちらからお願いしているものにつきましてはこの後ご提出いただければと思いますので、よろしくお願いいたします。以上です。 |
| 事務局 | ： | それでは、様々、本日本当に貴重なお時間いただきまして、いろんなご意見いただきました。私の頭の中も沸騰しているような感じがしております。今夜は眠れないような気がしております。多分職員みんなそうだと思います。次回までにある程度提案を固めて、また再度ご意見をいただきたいと思っております。本日は大変ありがとうございました。これをもちまして懇談会を終了いたします。ありがとうございました |