■令和2年度第2回会津美里町観光まちづくり推進協議会議事録

日時：令和2年11月12日（木）14:00～

場所：会津美里役場2階206会議室

出席委員：石原直委員、水野俊彦委員、伊東広子委員、高梨宣浩委員、石田仁委員、

眞鍋大輝委員、長谷川洋一委員、柴﨑陽委員、竹内樹美委員、渡部茂樹委員

事務局（産業振興課）：金子課長、小林課長補佐、小林係長、石黒主任主査

１．開会

２．委員長挨拶（石原委員長）

・今回美里にきて、紅葉と雪山の両方拝見できて得した気分だ。また選果場では黒柿という珍しい柿を見つけ、またひとつ新しい美里の観光資源に出会った。観光振興計画については、そろそろ美里町の本気度が問われる時期に差し掛かっている。今日はアクションプランについてご審議いただくが、誰が、いつまでに、どうやってやるかについて、具体的に議論頂かなければならない時期に来ている。

３．議事

（１）令和２年度事業進捗状況について

　（事務局より資料説明）

委員長

・観光協会の法人化の理由、目的は何か。

委員

・高田と本郷のインフォの指定管理について観光協会が申請し、内定しているところである。協会としては、イベントだけではなく、観光客を集めたり、農産物、特産品等の販売につながるような、今までと違う動きをしていきたいと考えている。

委員長

・それは良い動きである。

（２）後期観光振興計画及びアクションプランについて

（事務局より資料説明）

委員

・アクションプラン２－C　農を活かした食の商品づくりについて。これについて、観光協会だけでなく、商工会も一緒になってやっていければと思う。商業は商工会が詳しいので、一番良いのは、商工会に入って頂き、協会がサポートしていく形のプロジェクトを作っていく方がよい。

委員

・商工会は実際に商業に携わっているので、それは良いと思う。

・美里町で、観光客にどこで食べてもらったり、買い物してもらったりできるかを考えると非常に難しい。商品開発の指導等しながら、食の開発を進めていくのは重要だと思う。

委員長

・皆さんのお仕事と全く違うことをするのは難しい。観光事業をやることによって、恩恵のある人たちが、先頭に立ってやって頂くのがやりやすい方法ではある。ただ、このアクションプランを見ると、観光協会の役割は非常に大きい。実際に引っ張るのは観光協会で、そこから商工会や振興公社にお願いしたり、声がけしたりして、一緒にやるという形である。どういう体制ですすめていくのが良いか。

委員

・観光協会で取り組んでいかなければいけないと認識はしているが、商工会も観光に対する考え方を変えて頂く必要がある。商工会の中に観光部会を作り、その部会と観光協会が議論する形が必要。そして、商工会で何かイベント等を実施する時は、その部会から観光協会へ情報提供し、それを受け、観光協会は近隣市町村等へPRするという形が良い。

委員

・それは理想の形だと思う。これまでずっと別々で動いてきた。

委員

・商工会の構成員は工業、商業、サービス業等で、連携するなら、サービス業の方々だが、町内のサービス業でも加入していない方もいる。観光については、商工会が旗を振ってやるのは少し違う気がする。実際には、商工会では動けないのではないか。骨子案の体制図にあるように、観光協会が主体性を持って事業を進めて、その中で商工会に協力を仰ぐという形にする必要があると思う。

委員長

・やはり、観光協会が主体で、必要に応じて商工会と連携してチームをつくってやるなど、リーダーシップは観光協会にとっていただくのが良い。

委員

・やってみないとわからないところがある。始めてみて色々問題が出てくるものだ。やってみて実際に壁にぶちあたった時に、諦めないで前に進んでいくのが重要。予算のこともあるし、机上の議論だけでは何とも言えない。

委員

・水野委員の言う通り、観光協会はあくまで美里にお客さんを呼ぶのが役目だと思う。来たお客さんを満足させるのは町内の商店や交通などの事業者。事業者をまとめるのは商工会になる。商工会が商品づくりやサービスの指導を行えればスムーズではないか。年配者も多いのでなかなか難しい面もあるが、やる気のある人が集まって、共通の考えを持って、どうしたらお客さんを満足させられるか検討していくことは必要である。

委員

・アクションプランはこの方向でよいと思う。

委員

・農を活かした食の商品づくりやPRは、農家が集まってやるよりは、シェフの方が得意なので、シェフにやって頂いた方が良いのではないか。農産物は料理する人の方が詳しい。

委員

・観光百人衆について。あまり動きがなく、ハッシュタグ付けて発信しているだけの印象。すでに立ち上げて何年か経っており、今、勉強会などで人を集めても、参加する人はあまりいないのではないか。勉強会は企画するのは簡単だが、人を集めるのが大変。もっと違う形で盛り上げていくことができないか。ツアー参加レポートも書くのは大変なので、そういうことが本当に好きな人を集めないと難しいのではないか。誰がやるのかが重要。

委員長

・立ち上げて4年たつのに、なぜ30-40名しかいないのか。

委員

・魅力がないからだと思う。

委員長

・この取り組みを進めるには、相当、人を巻き込まなければならないが、それに対して、町民にまだ観光の意義が浸透していない状況。意義を理解頂かないと、これだけの事業をやるための人を集めることができない。

委員

・各アクションプランの中で、どれかひとつをやれば良いのではないか。実際には、網羅的にはできないので、絞り込む必要がある。例えば研究会なら、具体的に立ち上げてやってみた方が良い。

委員長

・事業を絞り込む場合、２つの方法がある。一つはやり易いもの、もう一つはやった効果が大きいもの。そのような観点で見たら、どれが重要か。

委員

・このプランの中から面白そうだなと思うものをひとつ選んでまずはやってみることだ。じわじわやっていくのではなく、具体的にひとつやってみて、精査しながら進めていくのが良いのではないか。

委員

・皆さんのご意見の通り、計画は盛りだくさんであり、いわば、立派なバイキングに行ったけど、何から手を出せば良いのか、結局何を食べたらよいのか分からないとう状況だと思う。その中で、骨子案P9にある推進体制図は評価できると思う。図中のワーキングは観光協会のハブになっているが、DMOを見据えたハブと言える。つまり、協会内部のハブではない。５つのチームをプレイヤーとして想定していると思うが、それでは今までと変わらない。ここをプレイヤーにすると関係団体の方しか入ってこないので、実際には関係団体の方が無理矢理ワーキングに駆り出されることになる。その他の町民の方などが参加できるような形にしていかないとうまく進まない。

・さらに、各チームにひとつの事業を与える形にすれば、実現しやすいのではないか。図中のワーキングチームは言い換えれば、広報チーム、営業チーム、分析チームであり、これらでPDCAを回すことになる。各チームがひとつずつやっていけば、無理がないのではないか。

・これは町へのお願いであるが、関係団体以外の方に参加してもらうには、これまでは動機付けが弱かったのではないか。研修会等をやるのは良いし、少しは興味ある人もいる。しかし、そこから発展し、さらに興味を持った人が動くためには、何かカンフル剤が必要ではないか。例えば、観光百人衆で、1年間のベストアワード賞を作るなど、何らかのご褒美を用意する。また、事業を各チームに委ねる形を取った場合は、支援金や予算をつけると非常にやりやすいのではないか。

・例えば、モデルルートに関連して、今回のGO TO 美里で実施した三十三観音巡りツアーは、参加費を頂いておきながら、満員御礼だった。特別価格の魅力もあったと思うが、お金を払って参加する動機付けはあったのだと思う。これをデータ・ニーズ分析チームに投げて、試行を繰り返しながら、その需要をしっかりつかめば、この事業が持続可能かどうか分かると思うが、その際にチームに多少なりとも予算をつけると良い。また、食の開発に関連して、研究会の立ち上げもひとつの方法だが、食の魅力づくり（これ自体は抽象的で分かりにくいが）というテーマで、有志にプレゼンさせて開発するの方法もあると思う。

委員長

・観光振興計画は観光がキーワードだが、この計画では美里の観光を考えているのではなく、将来の美里を考えている。将来の美里を考えるための大きなファクターとして観光を捉えている。そのような意識を町民の方々にもっと持って頂くような取り組みが必要。

・公社のオンラインマルシェで注文した果物がとても美味しいので色々な方に贈ったが、その箱の中に、会津美里町を紹介するパンフレットなどが一切入っていなかった。つまり、果物を送る方が会津美里町を売っているという意識が全くない。このような方に意識を持って頂くこともワーキングチームの大きな仕事のひとつであり、そのようなことをやっていかないと、多くの方に参加頂くのは難しい。2万人を切った町の人口をこの先どうするのか、外部にも来てほしいし、移住もしてほしい。そのための観光という意識に持って行く必要がある。

・これらの事業を具体的にどういう形でやっていくのかが、今後の課題。そのためにも、何もかもではなく、できるところからやるとか、実現可能性が高いところからやるというのもひとつの方法だと思う。

委員

・例えば、ワインまつりであれば、計画に書かれていることを順を追って実施しないとワインまつりができないのではなくて、ワインまつりに関連してできることからやって広げていく方が実現しやすいのではないか。

委員長

・観光協会の新しい体制で、マーケティングを担当する方はあるのか。

委員

・なぜ観光協会を法人化するのかについて説明する役割の人がいる。法人化した際に、会員がやめないように、説得できるよう準備しておく必要がある。

委員長

・すでに振興公社ではマーケティングに近いことをすでにやられている方もいると思うが、そのような方と連携してやっていくなどしないと、このプランを実現するのは難しいだろう。

委員

・町や関係者が持っているデータ等を集計すれば、ある程度のマーケティングは可能だと思う。ただ、マーケティングは賞味期限があるので、それを見極めながら開発に活かしていく必要がある。データだけを意識し過ぎるのも危ないが、お客さんの立場に立って、計画をたてないと、独りよがりになり、持続性がなくなるというケースが多々あるので、注意が必要。

・公社のオンラインマルシェで、みしらず柿を販売しない理由は傷みやすく、不良品が出やすいから。そのみしらず柿を京都のお客さんで毎年買って頂いている方いる。年に一度食べないと気が済まないとのこと。商品を印象づけて、リピーターになってもらうには、継続性が重要である。

・美里は大きなマーケットを抱えるだけのベースはない。そこで、どこと勝負するのか考えていくと、大きく儲からないが、必ず需要があり、供給側もそれほど苦労しないものとのマッチングを増やしていく必要がある。アルベルゴ・ディフューゾのような大きな目標も良いが、自分たちができる範囲の需要をまずはしっかり掴んでいく姿勢が必要。ニッチなものでも、将来の糧にはなる。

委員長

・梨をもう一度頼もうと思ったら売り切れだった。

委員

・それもわれわれの供給の限界と言える。

・不思議なことに、応援サポーターではない贈られた方から、美味しかったと再注文頂けることがある。美味しかったから、誰かにプレゼントしたい、という形で回っていっている。

委員

・みしらず柿は、試食して頂いて初めて美味しさを理解して頂けるもの。見た目がきれいな富裕柿と違って、渋柿で茶色くなるので、市場性がない。

委員長

・このように町には材料は色々ある。これらをどうまとめるか。例えば、推進体制図のワーキングチームについては、それが得意な方や関心のある方に、担当者（あるいは団体）を決めて、その事業を任せるという方法もあるかもしれない。分かる人や、やる気のある人がやれば、早く実績が上がるかもしれない。この会のように、大勢で議論することも大事だが、実行する際はやりたい方、できる方がやる方が早いかもしれない。観光協会は旗振り役だが、全てできるわけではないので、できる方にやって頂く。

・これまでこの会議にずっと参加してきだが、やりたい絵はここまでかけたので、後はやるしかない。もう後がない。実行しないといけない。実現可能な人選をしないと間に合わない。

・そういう意味では、実行するためのガイドラインとしてはこのプランはまとまっていると思う。全部やれるかどうかは別だが。

委員

・アクションプラン２－Ｄのアルベルゴ・ディフューゾは、同じ考え方のまち宿（COASA）が本郷で進行中であり、進んでいくものと考えている。12月に政策財政課でまち宿シンポジウムも開催すると聞いている。

・こらんしょwomanという団体で、これまで何回かマルシェをやってきたが、せと市やワインまつりともコラボして出店したいと考えている。今のワインまつりは事前チケット購入制で、当日は入場できず、限られた人しか参加できない。一部の企業や団体等がチケットをまとめて押さえており、新規の人はチケットを購入できない状況。それは町民としては楽しくない。アクションプランで、町民参加型の実行委員会との提案があり、ワインまつりやせと市を良い方向に変えていきたいので、参加できればと思う。ぜひ実現してほしい。

委員長

・DMOの少ない成功事例を見ると、分かっている方が引っ張っている行っているところは成功している。

委員

・観光協会でもイベントは見直したいと考えている。法人化する際には部会を作りたいと考えているが、その中にやる気のある方に入って頂きたいと考えている。新しい方々に、色んなアイディアを出して頂き、変えていかなければいけない時期に来ている。例えば、せと市の会場についても、10年も前から議論している。テナント料の負担の大きさから出店できない人いるが、役場の駐車場を使えば、それが解消できる。

委員

・せと市は、昔は道の両脇に店が連なっていたそうだが、今は片側のみで、さらに短くなってきている。

委員

・常にイベントを見直していかないと、参加者は減ってしまう。例えば、県内ワイナリーを呼んで、新鶴ワイナリー含めて飲み比べをしたり、ワインに合う本郷焼のカップを開発したり、地元の方がワインに合う料理で出店してみたり、といったように、常に新しいアイディアが出されていくべきだ。今回の法人化を機に、色々な方に声をかけて頂き、色んな知恵を出して、より現実的にやっていけば、少しは達成感が感じられるようになるのではないか。

委員長

・観光資源は歴史や生活習慣などと一緒になっていることが多いが、それを両立させるのはなかなか難しい。富山の風の盆は、あの小さな町で2日間地元でやっているが、それと同じものをエージェント向けに別にやっている。伝統は守りながら、観光用に別にやっている。そのくらい発想を変えていかないと両立できない。前から疑問だったが、なぜ暑い最中にせと市をやるのか、果物が実る良い時期にやればよいのにと思う。伝統はこれまで通りやるとして、別に美里の総合お祭りとして実施するなど、ぜひ考えてほしい。

・温暖化で良いワイン産地が北に移っており、新鶴もチャンスだと思う。

委員

・高田地区に人を呼んだり、まちづくりをする場合、伊佐須美神社は重要な拠点。しかし、神社と地元とに距離感があり、なかなかうまくいかない状況。伊佐須美神社を活かしていくにはどうすれば良いか。

委員

・新鶴と本郷は集客・回遊の拠点があるが、高田の場合はそれがない状況。あやめ祭りに何万人も来ているので、その方々がまちを回遊して頂けるような仕掛けが必要。例えば、飲食や買物に使えるクーポンを発行したり、割引をする等。

委員

・門前町をどうするのか。さびれておりさびしい。

委員

・今も軽トラ市などもやっているが、観光客向けではない。伊佐須美神社に来た観光客をまちなかへ誘客する方法を考えて頂けないか。

委員

・伊佐須美神社の認知度が上がったのは、前の宮司がお金をかけて、東京駅にポスターを掲示したり、テレビCMを出すなど広報活動をしたから。しかし、伊佐須美神社に来たお客様はここが何町かを知らない。

委員長

・観光には、「見る、買う、食べる」の３つの要素が必要。見るだけでは観光にならない。お金を落としてもらう必要がある。企画する側も、見てもらうだけではなく、食べたり、買物したり、体験したりを商品にする。

委員

・伊佐須美神社の社殿が新しくならないと、何をやっても高田地区に観光客は来ないのではないか。一日も早い再建を期待している。博士トンネルも今後開通し、社殿が再建されれば、商店街の方々も何かやってみようという気になる。神社再建への期待は大きい。

委員長

・観光の最終目標はお金を落としてもらうこと。いくら良いものでも、お金を落としてもらう仕掛けがないと活かせない。

委員

・喜多方の旧日中線の桜並木も、ラーメンという武器があるから観光客がやって来る。

委員長

・再建するなら、世界を対象にクラウドファンディングしてはどうか。世界の富豪が投資してくれるかもしれない。

・いずれにしても、伝統を守るのとは別に、イベントのために何か仕掛けをするのは必要だと思う。これも誰かが考える必要がある。

委員

・確かに、お金を落としてもらうのが観光産業で、食べてもらい、買ってもらうことが既定路線。しかし、あまりにこれに固執していないだろうか。これからはサービス産業を作っていくことが日本の生き方だと考えている。サービスを提供しそこにお金を落として頂く構造を模索していかないと、商品供給するには限界があるし、また最終的にお客様を楽しませるのはプレイヤーである店の方で、店の方が増えていかないと成果が出ない。現実には、人口は減少し、商店も閉じていっており、新たなことを無理くりやらなければいけない現状がある。それならば、サービス商品を開発して成果を上げるのが近道なのではないか。例えば、伊佐須美神社であれば、周辺に歩いて行ける観光資源があるので、ツアーを実施するようなサービス商品など。このプレイヤーは観光協会ではないかと思うが、そのようなことを考えていく必要があるのではないか。仕掛けとはそういうことではないか。

委員

・伊佐須美神社は町のシンボリックな存在で、ランドーマークであり、町の観光という点では避けて通れないもの。伊佐須美神社は町民とは距離を置いている時期もあったが、奇しくもその間に広報により有名になった。地元の人は東京で伊佐須美神社の広告をみると、ほっとするという。神社仏閣にはそのような意味があるのだと思う。その確立されている存在意義に加えて、そこから派生する部分（例えば、大宰府の梅が枝餅、高田せんべいなどの名物）が自然にできていくこと、サービスを戦略として置くことで、最終的にはお金が落ちる仕組みとなるということだと思う。

・私が高田で一番いいスポットだと思うのは、蓋沼。蓋沼から会津盆地を眺めた時の景観は多分どこにも負けない。熊がよく出没するのでなかなか行けないが。お客様をお連れすると、本当に喜ばれる。そこからは、高田、本郷、新鶴のそれぞれの特徴ある景観を見ることができ、その中にシンボリックに伊佐須美神社がある。

・提案だが、町内の景観等の写真をストックして、それを使用したら（例えば、個人の年賀はがき等で）、著作者にお金が落ちる仕組みを作るのはどうだろうか。

委員長

・これからのサービス産業は物を売るだけでなく、ソフトウエアの部分も重要。ただ、それだけでは、伊佐須美神社はすぐに再建されないだろうし、またこの町が繁栄するほどのお金は落ちないだろう。本気で観光をやるというのはそういうこと。自分たちの育った自然を守り、快適な生活を送れることが理想だが、どこかで妥協しなければ観光はできない。人に来てもらいたいのであれば、アトラクティブなものを作るとか、財政が逼迫するのであれば、お金を落としてもらって税収を上げるとか、観光はそういうスタンスで世界中が動いている。観光客に自然を見て頂いて通り過ぎてもらい、荒らさないでもらうのが、住んでいる人の本音だが、観光でやっていくには、皆が少し妥協したり、我慢することが必要ではないか。観光のためにやっているのではなくて、次の世代のため、この町を残していくためにやるのだ。そういう心構えがないと、これだけの大きな仕事はできないと思う。

４．その他

事務局（産業振興課）

・次回、第3回推進協議会は、12月3日（木）に予定している。11月28日（土）には、役場の大会議室で町民懇談会を予定しており、そこで頂いた町民の意見を第3回推進協議会でお示しする予定である。

５．閉会

委員

・本日はおつかれさまでした。非常に闊達な意見が出て、多少なりとも計画に反映できるかと思う。これをもって、第2回推進協議会を閉会する。

以上