

■第2回会津美里町観光振興計画策定委員会議事録

日 時：平成27年8月20日（木）13:30～15:30

場 所：本郷庁舎 ふれあいセンター（2階会議室）

出席委員：石原委員、小泉委員、村松委員、星野委員、高梨委員、鈴木委員、小林委員、長谷川委員（計8名）

事務局（会津美里町商工観光課）：阿部課長、鈴木課長補佐、立川係長、川田主任主査
（株）コムテック地域工学研究所）：須原、小浦、脇門

1. 開会（副委員長）

2. 委員長挨拶

・前はたいへん活発なご議論を頂いた。その結果を踏まえ、事務局でご議論頂き、本日第2回を迎えた。今年度は昨年度の観光動向調査の結果を踏まえたものであり、具体的な形を作っていくことが大きな目標となっているので、皆様から活発なご議論・ご提案を頂きたい。事業の優先順位付けや実現可能性については、後ほど具体的に検討するので、本日は、しがらみなく、自由なご意見を賜りたい。

3. 議事

（1）観光における課題の整理について

（コンサルタントより資料説明）

<委員長>

・資料2の着地型観光に関する調査資料は情報が少し古いのではないかと。日本経済が大変で、観光なんて言っていられなかった頃の調査であり、あまり参考にならないので、別のデータを探して頂きたい。

（2）観光振興に向けた基本方向の設定について

（コンサルタントより資料説明）

<委員長>

・今ご説明頂いた内容は、会津美里町でなくてもよく、日本中どこの都市に持って行っても使える内容・言葉と言える。今後我々は、施策メニューの右側にあたる部分の具体的な事業を作っていく必要がある。今回の資料を受け、この中から我々の方向性を見つけ、それにあつた事業は何か、実現の可能性はどうか、ということを検討していく必要がある。
・前回の議事録を見ると、かなりつつこんだお話しも出ている。今回の資料を受け、まずは

皆様一人ひとりからご意見を頂きたい。

<委員>

- ・町内の事業者、商店の方々は、どうやったら自分の事業を継続できるのかに関心がある。観光はそれぞれの事業者の経営的な面にも関わってくる。町内にはさまざまな組織があるが、もっといろんな視点でものごとを見ていく必要があるのではないか。
- ・例えば、全国商工会連合会によるショッピングモール「日本セレクト」のように、町内の商店が共同で情報発信・販売促進していくような仕組みも必要である。
- ・宿泊施設の整備は急ぐべき課題だと思う。

<委員>

- ・着地型観光のタイプが分けられているが、どのターゲットに対してどの順にやるか等を考える場合、タイプ分けされていると難しい。色々なメニューをつなげていかないと魅力は出てこないのではないか。
- ・デスティネーション・キャンペーンでは酒蔵ツーリズムをやっている。
- ・先日のせと市では、東山温泉からツアーバスを出したが、集客は7名だった。去年は10名だった。せと市を1時間程度見て帰るプランだが、参考資料にあった、せと市の後に大内宿を見て帰るといふプランはおもしろいアイデアだと思う。
- ・どのメニューをつなげ、どのターゲットに向けてやっていくのか、メニュー出しの次の行程づくりが大事だと思う。

<委員長>

- ・視点や切り口は重要である。例えば、外国人観光客への質問で、日本の観光で一番気に入ったものとして「パチンコ」が挙げられている。彼らにとってパチンコは観光だが、我々日本人にとっては遊びである。我々とは違った視点が観光資源を活かすことになる。資源の組み合わせを考えることは、検討の次の段階に向けたキーワードのひとつと言える。

<委員>

- ・誰がやるのが重要で、事業を回していく人をどうやって探すのか、あるいは育成するのかが大変なのではないか。今は従業員がなかなか集まらない状況であり、自分で事業をやっているもなかなか大変である。また、次世代を育成していくことも必要ではないか。

<委員長>

- ・町民の方々は、観光は自分たちのものだと全く思っておらず、むしろ、これは一般的な状況である。資料にもあるように、町民を巻き込んで観光の意識をいかに持ってもらうかは重要な視点で、様々な組織を活用することも必要である。

<委員>

- ・戦略プログラム 11 の「いきがい観光の推進」は、第三次総合計画とも関連してくる部分だが、「P to P (Peer to Peer) ピア・トゥ・ピア」と言われる内容かと思う。これは対等な個人の関係の意味である。今まで町がやってきた様々な施策は「B to C (Business to Consumer) (企業対個人消費者間の取引)」としての効果を目的としてやってきたかと思うが、成果が出ずに「B to B (企業間の取引)」のまま終わってしまった事業も多かっただろう。では「B to C」が全国的にうまくいっているのかというと、なかなか現実的には厳しい状況である。
- ・宿泊事業では、かつては大手の旅行会社を通して販売していたものが、インターネットの普及により「B to C」に代わってきた。現在は「B to C」モデルも古めかしくなり、泊まる人と受け入れる人が対等な立場の「ピア・トゥ・ピア」の取引が増えている。自分の宿泊施設でも、特に外国人観光客の場合はその傾向が強い。
- ・この計画において「プラットフォーム」を検討する際には「B to C」を目指すことになると思うが、第三次総合計画では「ピア・トゥ・ピア」でやっていく方向なので、アンマッチが起きるのではないか。もう少し「ピア・トゥ・ピア」に視点を向けた考え方にした方が良いのではないか。

<委員長>

- ・「ピア・トゥ・ピア」でできる範囲は限られるのではないか。

<委員>

- ・確かに全てがこれに含まれるわけではない。ただ、着地型観光を考えた場合、具体的に誰がどのようなサービスを提供するかを検討することが重要になってくるが、事業者が全てを賄うのは現実的ではなく、「ピア・トゥ・ピア」が中心となってくるだろう。資料の説明を聞いている分には、完全に「B to C」なので、方向性をもう少し「ピア・トゥ・ピア」の方に向けたものにできれば良いのではないか。

<委員長>

- ・ただ、この中に強力な「B」があるのかというと、会津美里町にはそれがない。極端に「B to C」に走る可能性が本当はあってほしいのだが、それがない状況である。そういう意味では、「ピア・トゥ・ピア」、つまり会津美里町に住む方々と観光客との関係が今後ベースになっていくのかもしれない。

<委員>

- ・先日、「ふなばしアンデルセン公園」がテレビで紹介されていたが、外国人の情報発信に

より評判が口コミで広がっており、素敵だなと思った。また公園なので、お金があまりかからない点もよい。このような外国人に発信してもらえるような強力なものが会津美里町にあるだろうか。特に立派なものではなく、何かいいものを見ることができたり、美味しいものが食べられる等でも良いのだが、そのようなものが町にはないように思う。

- ・高田地域のまちなかはとてもさびしい状況で、観光客が歩けるような町ではない。この点を改革できたらと思っている。商業の問題なので観光とは少し違うかもしれないが。

<委員長>

- ・商業も観光の要素のひとつであり、商売がないと観光は成り立たない。

<委員>

- ・商店街は、「まちなかを歩くと一軒一軒違うものが売っていて、それらを周って買い物できる」という状況ではない。

<委員長>

- ・観光はソフトウェアだと思っている。東京ディズニーランドにしる、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）にしる、施設があれば良いわけではなく、常にソフトウェアを変えて色んなイベントをやっている。USJは一時かなり低迷していた。USJの魅力はサプライズなので、1度みたらもう来ない。そこでソフトウェアを全て入れ替えて再び盛況になった。
- ・何かひとつ魅力があったら、とにかく発信するしかない。日本だけでなく世界に向けて。それが世界から注目されることによって、逆に地元住民が町の魅力を意識することになる。

<委員>

- ・ヒアリング調査結果にあるように、会津美里町がどの方向で観光を進めていくのかは重要な指摘である。資料にある「会津美里の観光のコンセプト」は「会津の生活と文化を発信する美里型観光の展開」となっているが、観光に関しては、総合計画のような総花的なネーミングではなく、事業を立ち上げるような切り口で、例えば、訴求力のあるネーミングや、対象となるお客様に向けたコンセプトなどを設定するべきではないか。これに関する提案として、資料の戦略プログラム13にある「美しい里づくり」は、ごろ合わせではあるが、「美しい里」が美里のいろいろな地域資源をひっばってくる表現なのではないかと思う。現状では大口の観光客を受け入れるキャパシティがないので、小口のお客様がしっかり楽しめるような観光のコンセプトとして相応しいのではないかと思う。
- ・前回委員会で、資料の提案が総花的と申し上げたが、今回の資料では重点プロジェクトを入れるなどの対応をして頂いているものの、町民目線からすると未だ総花的で、濃淡のあ

る計画に成っていないので、今後色付けしていく必要がある。

<委員長>

- ・今回資料（戦略プログラム、施策メニュー）は最大に大風呂敷を広げたものと考えて頂いた方が良いでしょう。

<委員>

- ・その色付けをしていく際に、どういう切り口・視点で整理していくのが重要である。
- ・前の職場である長野県飯山市では、観光プラットフォームに関わる仕事をしてきたが、会津美里町に関してはニュートラルな観点で見ていく必要があると思っている。プラットフォーム設立の理由のひとつは、旅行業、つまり現地発着の着地型旅行商品を作り発信するための法人化である。会津美里町では、どのようなコンテンツを作っていくのが弱い状況であることから、組織を立ち上げるのが先か、コンテンツをしっかりと磨くのが先かについて議論が必要である。
- ・現在観光庁ではDMO／DMC（Destination Marketing /Management Organization /Company）の考え方にに基づき、着地型観光を盛り上げていこうとしている。個人的にはかつての中心市街地活性化のTMOと似ているので不安もある。DMO／DMCは、ひとつの観光地をマーケティングの視点で捉える、マネージメントするという考え方で、旅行商品を作ることが目的ではなく、地域のもをお客様に楽しんでもらう、売っていくための方法として旅行商品化するというものである。
- ・会津美里町でプラットフォームが必要だとすれば、広報戦略に関わる部分かと思う。現状の会津美里町の観光ポータルサイトは形としてはできているが、情報発信としてはもうひと工夫必要で、ここでしっかり発信していく必要がある。事業者ヒアリング結果にもあるように、既存の人材や予算ではできることに限りがある中で、どのようにやっていくのが課題となる。
- ・自分がIターンで飯山市観光協会に7年前に入った時は、ここと同じような課題が持ち上がり、プラットフォームをやっていくことになった。同時期に市役所職員の行政改革も連携してやっていて、ひとり減らした分の予算が観光課に付き、私のような人材がプロパーに入ったという状況だった。事業者ヒアリングでも、町の観光には継続性が必要との意見がかなり出ており、そのような人材が必要であれば、本委員会で提案していく必要がある。
- ・ゲート拠点の整備については、ハイウェイオアシスの事例も含め、実現にはかなり大きな費用がかかり、大変な事業になる。しかし、町として大内宿を経由するような広域ルートを評価しているのであれば、新鶴スマートICのエリアを活用した拠点整備のような事業は、町の方向性からすると、何らかの形で必要ではないか。

<委員>

- ・資料の冒頭に整理されている「会津美里の観光の現状」の内容については確かにその通りだと思うが、その状況を踏まえた上で、会津美里町が観光する上でどのくらいのレベルにあるのか、例えば成功事例地域と比べてどのレベルにあるのか、という俯瞰的に見た状況を知りたい。
- ・ビジネスのレベル、つまり多少なりとも商品化されているものが現時点でいくつあるだろうかと考えた場合、会津美里町にはひとつもないのではないかと思う。よって、まずは素地を商品化することが必要なのではないか。
- ・そして、商品化するには人材を育成する必要がある。資料の戦略プログラム 14にある「人材の育成」は、あくまでも個別のプログラムの演技者の育成を意味するように見えるが、その前の段階の関係者の育成が重要であり、外部からの人材確保も含めて、重点的に検討する必要がある。誰がどのような形でやるのか、というプロデュースができぬまま、言葉だけで議論していくと、絵に描いた餅になってしまうのではないか。
- ・資料で施策メニューが幅広く挙げられているのは、町の要請かもしれないが、会津美里町の現状を踏まえると、多少の欲は捨てるべきではないか。これだけ多くメニューがあると、第三者的には分かりやすいかもしれないが、現場の意見としては、このボリュームをこなす素地も環境もない。これらをどれだけ絞りきれかが重要で、その結果が観光振興計画の中に今後活かされてくるのではないかと思う。
- ・資料のエリア図（マスタープラン）は初めての感覚で見ている。エリア自体を観光のマーケットとして捉えたものだが、このような捉え方はこれまで観光協会でもなかったので、ひとつの目安として参考になる資料を頂いたと思っている。これをもっと詰めていけば、方向性が見えやすくなるのではないか。施策メニュー表の右側に主体別以外にエリア別が加われば、この図が生きてくるのではないか。

<委員長>

- ・施策メニューを選ぶ場合、基準が必要になる。何を基準にこの中から選んでいくか。例えば、人、話題性、予算などが考えられるが、これについて議論して頂きたい。

<委員>

- ・商品化については、その商品で勝負できるかどうかを選別の材料のひとつになるのではないか。例えば、商品化に近いものとして、会津本郷焼体験があるならば、もっと膨らますことができるかどうか。また、エリア自体も絞る必要がある。成功するとは限らないが、成功する可能性が高い順が、選別基準になるのではないか。

<委員長>

- ・事務局に伺いたい。施策メニューは抽象的な表現になっているものが多いが、具体的な部

分についてはどのようにお考えか。例えば、戦略プログラム7「グリーンツーリズムの育成」に「新鶴のぶどう畑を活用した拠点の整備」とあるが、これは何か意図があるのか。「拠点」や「整備」の意味するものは何か。

<事務局（コンサル）>

- ・今のご質問について、こちらの作業状況の報告と合わせて、回答させて頂く。
- ・前回策定委員会の後、事業者ヒアリングや観光客アンケート調査等を実施し、作業の流れとしては現況と課題の整理がせいぜいのところである。ただ、次の第3回策定委員会の段階が、総合計画とすり合わせるぎりぎりのタイミングとのことで、今回、計画の部分がある程度議論頂くために、大枠のたたき台として資料を準備させて頂いた。
- ・資料にある、コンセプト、施策目標、施策体系、重点プロジェクトといった項目は、観光振興計画の一般的な形ではあるが、これらを合わせて、会津美里町で将来的にどのようなことが施策として考えられるか、最大限に挙げた状況である。
- ・実施時期については、短期は3年、中期は5年、長期は10年で設定しており、中期5年くらいまでの事業について、どのようなことをやっていくか具体的に検討していく。
- ・今回事業者ヒアリングをさせて頂き、会津美里町の観光はイベント中心で、観光地としての体をなしていない状況であることが分かった。今出ている芽で何ができるのかというと、かなり制約されるので、施策メニューではそれ以外のことも含めて書いているが、逆に、本日頂いたご意見から戻って検討する、あるいは観光振興計画の形そのものも、幅広い内容の計画ではなく、できることからの計画という組み立て方もあるのではないかと考えているところである。
- ・新鶴のぶどう畑の活用については、六次産業化の面でも大変魅力的であると考えている。

<委員長>

- ・施策メニューと課題との対応が整理されていると分かりやすい。ただ、課題が課題ではない場合も考えられる。例えば、交通が不便であることが課題とされているが、個人的な意見としては、それほど大きな課題ではない。ここは元々車社会なので、歩く人を想定する必要はあまりないのではないかと。課題と思いついておられることをひっくり返すと、意外な面が見えてくるのではないかと。本日の資料では、前の部分の課題と施策がマッチしていないので、この点も参考にご検討頂きたい。
- ・資料中、カタカナがとても多い。会社の会議等で話につまると、カタカナ言葉をたくさん並べて煙に巻いてしまうことがよくある。例えば、「プラットフォーム」という言葉を使っているが、これは具体的に何を意味しているのか。とても幅広い意味を含む用語であり、皆認識が違うのではないかと。

<事務局（コンサル）>

- ・観光で議論されている「プラットフォーム」とは、資料の「プラットフォームの必要性」にもあるように、狭義では着地型観光の立ち上げを支援する横断的な組織と認識している。資料にある図（会津美里町観光プラットフォームの基本枠組み）では、かなり広げた展開イメージとなっている。

<委員長>

- ・プラットフォームについてはそのように認識している。会津美里町の中には様々な組織がすでにあり、当然これらが連携していくことになるが、この図を見ていると、新しくプラットフォームを作っていくように見える。実際に有機的につながっているかどうかの問題はあるが、ある意味現状でもプラットフォームのようなものが存在する。このように、言葉を整理していくと、内容がつまっていくのではないか。

<事務局（コンサル）>

- ・図では、「既存組織」として、町、公社、観光協会を置き、これらと観光プラットフォームが連携する形になっているが、既存組織をどの位置に入れるべきかについては検討中である。

<委員長>

- ・それも課題のひとつである。
- ・策定スケジュールによると、10月の段階でかなり具体的な内容を出す予定になっているが、これに向けた作業を進めるにあたり、コンサルの方から逆に委員の皆様へ質問して頂きたい。

<事務局（コンサル）>

- ・資料で4つの施策体系を示した。「A. 既存観光の再構築」の、既にやっていることに対し、どのように手をを入れて観光地として成り立たせていくのかについては、これまでに色々なご意見も頂いており、具体的な提案をしやすい部分かと思う。これとは別に今回は「着地型観光」というテーマを頂いているが、着地型観光について、どれからどこまでどのように立ち上げていくべきかご意見を頂きたい。例えば、「A. 既存観光の再構築」に、より絞った計画とし、「B. 着地型観光の確立」については、ひとつのメニューを設定する程度とする等。「C. まちづくりの連携推進」や「D. 広域連携・交流事業の拡大」については、いずれにしても、これに伴ってどのように広げていくのかであり、比較的やりやすい部分かと思う。着地型観光をどのように頑張っていくのか、ご意見を頂けたら今後作業が進めやすい。

<委員長>

- ・「A. 既存観光の再構築」の中に、着地型観光は入っているのか。

<事務局（コンサル）>

- ・既に要素としては一部入っている。例えば、会津本郷焼の体験は着地型観光に一番近いものと言え、そういう意味では、宿泊拠点の整備等により再構築すれば良いのかもしれない。仕分け方の整理が必要と認識している。

<委員長>

- ・前回も委員の皆様からのご意見が多かった「食」については、どんな形で入ってくるのか。施策メニューのどこかに含まれているのか。

<事務局（コンサル）>

- ・本日お出しした施策メニューの中では「食」に関する部分が弱い状況である。戦略プログラム1「既存イベントを活かした観光の拡充」の中に「飲食」が入っているが、「食」については、もう少し大きく位置づけた方が良いだろうか。

<委員長>

- ・観光三大要素は、「参加する・見る」、「買う」、「食べる」であり、これらをそれぞれ独立して検討するべきだろう。また前回委員会でも、会津美里町は食が豊かであるのご意見があったことから、「食」についてはもっと活かしていく必要がある。
- ・地域の素材を結び付けるような視点で検討して頂きたい。例えば、美里の食材を会津本郷焼に盛り付け、それをこの一帯の飲食店が同じ方法で提供する等、アピールしていく方法は様々ある。これまでも窯元に洋食器を制作して頂く等があった。このように、地域の素材やメニューの組み合わせも出てくるだろう。
- ・施策体系のAで「既存観光」とあり、既に観光があるとの位置付けになっているが、皆様のご意見を聞くと、現状では美里に「観光」はない状況ではないか。

<事務局（コンサル）>

- ・イベントがある状況と認識している。

<委員長>

- ・今のイベントそのものはある程度成功しているかもしれないが、それが町内に波及するようなシャワー効果にはなっていない。

<委員>

- ・資料中の「再構築」という言葉には、資源の発掘や開発を含んでいるものと個人的には認識しており、既に観光があるとの意味では捉えなかった。

<事務局（町）>

- ・プラットフォームや〇〇ツーリズムなど言葉の意味を理解することから始める必要がある。

<委員長>

- ・〇〇ツーリズム等の用語は定義が無い。よって、このような言葉を整理していくと、何をすべきか見えてくるのではないか。例えば、現在の会津美里町の中で可能な農村観光は何か、エコツーリズムは何か等を定義していくと、あるもの／ないもの、やりたいもの／やれるものが出来てくるのではないか。
- ・施策メニューを具体的に検討するにあたり、優先順位をどうつけていくか、皆様のご意見を伺いたい。例えば、「人材」は最重要だろう。他に、お金が儲かるのが良いのか、人がたくさん来るのが良いのか、話題になるのが良いのか等。

<委員>

- ・旅行エージェントの立場からみると、「花」や「体験」は非常に人気のあるテーマで、東京のエージェントの関心も高い。このようなキーワードを結びつけて、さらに美里町以外の別のエリアも含めて周遊できればおもしろいのではないか。

<委員長>

- ・既にそのような旅行商品があるので、それをアピールする力が必ずしも十分ではないとも言える。話題性とはそういう意味で重要な要素である。参考資料にあるような事例についても、実態はともかくとして、話題性があるから紹介される。話題になりやすい素材を探すことも重要である。

<委員>

- ・かつて「あやめマラソン」があったが、あやめの咲く時期とずれていた。また、桜の頃には大きなイベントがない。例えば、ふれあいウォークが10月に開催予定だが、その頃は花が咲いていない。かつて宮川の千本桜沿いを歩くウォーキング大会があったが、それも桜の時期ではなかった。ウォーキングイベント等の時は、町外から多くの人に参加するので、もし桜の時期にあわせて開催したら、もっと多くの人に参加するのではないだろうか。

<委員長>

- ・情報発信やアピールすることについて、飯山市での経験を踏まえてどのようにお考えかお

聞きしたい。飯山市ではどのようにアピールしていたか。

<委員>

- ・昨年度実施した視察でもお聞きかと思うが、飯山市では「365日信州野遊び宣言」をかかげ、どんな日でも体験プログラムをやっていますよとアピールしていた。既存の観光資源の整備とあわせて新しい観光資源を発掘していった。資源の活用の見せ方の方法として着地型旅行商品があり、プロモーションを展開していった。飯山市も目立った資源はなかったが、ホームページはかなり戦略的に構築しており、印象的な観光ホームページベスト10にも入っている。

<委員長>

- ・飯山市の近くには、全国的にも知名度が高い小布施がある。会津美里町もすぐ近くに、大内宿や会津若松があり、関連性を見つけられるかもしれない。飯山市では小布施と何か一体的にやることはあったのだろうか。

<委員>

- ・特になかった。飯山市の場合はグリーンツーリズムに特化して、そこから既存の寺町観光にもつなげていた。周辺地域との連携よりも、どういうところを売り出していくのかについて検討していった。

<委員長>

- ・イベントは観光の一部ではあるが、イベントだけでは観光にはならない。飯山市の事例にもあるが、「日々、何かがある」という発想が、おそらくこの町に最も相応しい観光なのではないか。

<委員>

- ・先ほど、商品化して勝負できるかどうか、メニューを選ぶ基準と申し上げたが、それについて補足する。商品化は「イメージ」が重要だが、売れるイメージの「キーワード」というものがある。例えば、ご利益、美味しさで言えば、もう少し掘り下げて、甘い／苦い等。そのようなキーワードにあてはまる商品があれば、それを活用したい。例えば、食に関しては、野菜はすぐに売れるが、日常品なので、必ず今買わなければいけないものではなく、他で代用が効く。町外に「うまくて生姜ねえ！！」という加工商品があり、県のアンテナショップで第2位の売上を誇る。ネーミングもさることながら、自然の素材を使用している点も効いている。プロの料理人が食べれば、すごく美味しいものではないのかもしれないが、売れるものというのはそういうもので、イメージが重要である。
- ・では、会津本郷焼のイメージ、キーワードは何かというと、思いつかない。キーワードが

ないと人に伝えにくい。キーワードから掘り下げていくのもひとつの方法ではないか。

「ご利益」の伊佐須美神社は知名度が高い。

- ・観光施策の中では何らかの「拠点」が必要になる。資料にあるプラットフォームの事例は、すでに商品化されているものがあり、その上で、プラットフォームもできている。残念ながら、現在の会津美里町はそのような状態ではないので、プラットフォームの前の段階の「企画」や「宣伝」等の部分に重点を置くべきではないか。

(10 分間休憩)

<委員長>

- ・本日の資料は、可能な限り大風呂敷を広げて施策メニューを作って頂いた。今後、様々な切り口で、あるいは、何を優先順位とするのか、何を重要と考えるかにより絞り込んでいき、実現に向けて、3年、5年、10年の区切りを付けていき、次回は事業のたたき台ができるものと考えている。
- ・全国どこでも、地元住民の方は自分の町は観光地ではないと思っている。一昨年、ある大学の学生と共に、文部科学省の予算で観光に関する授業を一週間ほど行った。そこで、観光がいかにか社会に貢献するか、観光は文化の発信で素晴らしいことなのだと話したのだが、授業の最後に、「君の町に外から人が来たら嬉しいか」と聞いたら、皆が「嬉しくない」と答えた。そのくらい観光は難しい。まず町の人たちが受け入れてくれることが観光をやっていく上での大前提となる。町の中でどうやって観光を根付かせていったらよいか、最後に各委員のご意見を伺いたい。

<委員>

- ・自分の町が観光地であるとの意識を商店の方にも持って頂く必要がある。町のいいものを人に伝えられるように意識改革していかなければならない。理想かもしれないが、自分の店の商品がまちの魅力につながり、観光振興計画を一人ひとりが実践する、という意識付けが必要だと思う。

<委員>

- ・個々の企業の場合とは異なり、地域に関しては、色々な利害関係があり、また一人ひとりの意向の違いもあり難しい。よく「地域ブランド」と言われるが、これが一番難しく、行政が旗振りをして、町民が認識をし、これらがイコールにならないとブランドにならない。町の中でまず認識しないと、外から来た人には分からないので、意識付けは重要だと思う。
- ・観光に対して知識のある本策定委員でさえも、本日の資料をすぐに理解するのは大変である。そこで、現在は観光資源になっていないが観光資源になりうるのではないかといった「コンテンツづくり」を施策メニューの中に取り入れ、その一方で、総花的な施策メニュー

一をそぎ落とした上で、ワークショップ等を通じて、まちの観光の方向性を理解して頂くのが良いのではないか。

<委員>

- ・町民一人ひとりのおもてなしの気持ち、意識改革が必要ではないか。

<委員長>

- ・商工会はその力に成り得ると考えてよいのか。

<委員>

- ・町のおかみさんたちが中心になって、そのような活動を広げてもらえれば、観光客がいらしても、気持ちよく観光して頂くことができると思う。

<委員>

- ・聞いた話によると、伊佐須美神社の周辺にはかつて「高田せんべい」を焼くお店がたくさんあったという。当時は「大麻せんべい」と言った。伊佐須美神社を参拝して、その帰りに買って帰るもので、人が集まっていたところに、自然に生まれた商品である。人が集まってくると、便乗してそこにお店を開く人も増えてくる。まずは成功事例のようなものをひとつ固めていくことが、町民の意識を向上させる一つの方法になるのではないか。
- ・また、美里町にはりんご農家がたくさんあり、各農家が商業ベース（オーナー制度等）でやっているが、これらを取りまとめて、町としてPRするという方法もある。つまり、既に商品開発されているものを、もっと広げていくことで、町民の意識醸成を図るという方法もあるのではないか。
- ・観光プラットフォームのあり方としては、「拠点」がたくさん存在する形が会津美里町に合うのではないか。プラットフォームという組織がひとつあるのではなく、町の中に複数の組織が点在している形が良いのではないか。まちの駅の事業がこれに近いイメージである。各分野で役割を持ち、それぞれがつながっている形が、美里の規模には適しているのではないか。

<委員>

- ・昨年度、旅行エージェントとして、1000人以上の観光客を外部から会津美里町に送客している。その中で気がついたのは、おもてなしを発揮する側とお客様を連れてくる側のマッチングができていない点である。例えば、磐梯町が主催する「史跡慧日寺跡 ともし火と仏教音楽の夕べ」というツアーに40名が参加する予定で、法用寺がルートに入っているが、地元ではほとんど知られていないだろう。また、別のツアーでほっとぴあ新鶴近くの産直販売所にお連れしたら、野菜が全てなくなった。お客様は買う所があれば買う。つ

まり、受け入れ側のおもてなしと、このようなテーマでこれだけの人が動くという情報が共有できるような場・仕組みがあれば良いのではないか。「おもてなし」をどこでお客様にお渡しするのか。まずは、郡山、新潟、東京等から観光客が来るよという情報提供があり、受け入れる側のおもてなしとのマッチングができれば、町の人は誰に対してどのようなことをすればよいのか分かるのではないか。このようなことができるプラットフォームが情報を共有する意味でもいいのではないか。

<委員長>

- ・これはまさに、先ほど出てきた「ピア・トゥ・ピア」の関係である。

<委員>

- ・商店の方々等の意識改革をするべきとの意見が出ていたが、確かにそれは理想かもしれない。会津若松市の大町も観光地で人がよく通るが、大町商店街は昔からある商店街で、観光としてやっている商店はそれほど多くない。地元のお客さん向けに商売しているが、観光地としての意識もある。まずは意識の高い人から動き、そこを重点的に支援することで、成功事例を出し、それなら参加しようかという流れを作っていく必要がある。全体的にやるのは大変なので、ピンポイントでやっていった方がいいのではないか。今あるところを拾い上げていくことが重要ではないか。

<委員長>

- ・できるところからやっていくというご意見である。

<委員>

- ・町の方々に意識を持ってもらうというのは、他人任せではないかと思う。最終的にはそうならば良いのだが、そうなるためには、町の方々にインセンティブを持たせる必要がある。
- ・今までの観光は、最終的に事業者が果実を奪っていくような仕組みだったので、自分たちは儲からないとの意識があり、自分の庭先に観光客に来てほしくないという状況になっている。やはりインセンティブを持たせることが重要になる。
- ・ではインセンティブとは何か。まずはこの町は何が良くて、どういう商品が売れるのか、について、具現化した商品を見せる。すると、このまちにはこんないいものがあるのねとなり、町民のプライドが高まる。これが売れると、このような仕事に携わろうかなという動きが必ず生まれ、仕事という意味での職、雇用につながってくる。また、人間は社会的な動物なので、人が出入りするようになれば、人と人との交流が行われる。延いては、様々な観光施策を実施し、成果が上がってくれば、当然、そこに暮らす人々はその恩恵を受け、生活の質が向上する。この4つのインセンティブを具体的に町の方に持って頂けるようにすれば良いのではないか。

<委員長>

- ・東京マラソンにロータリークラブとしてボランティアで参加し、ゴミ拾いや外国人ランナーの世話等をしたが、決して嫌ではなかった。また、箱根駅伝の時にも、沿道の観客に旗を配ったり、大学の旗を持ったりしたが、嫌ではなかった。それは、大きなイベントが確立されているからではあるが、自分たちのまちを知ってもらうことに、住民の方々の意識が向けば、自然とそのような形になって行くのではないか。

4. その他

(コンサルタントより町民ワークショップ企画案の説明)

<事務局(町)>

- ・今後内容を詰めて、第3回策定委員会の後に実施する予定である。
- ・第3回委員会は10月上旬に予定している。

<事務局(コンサル)>

- ・説明を省略させて頂いた追加資料は「現状の評価」を試みたもので、今後ブラッシュアップしていく予定である。

5. 閉会(副委員長)

以上