

■令和元年度第1回会津美里町観光まちづくり推進協議会議事録

日 時：令和元年7月10日（水）14:00～15:45

場 所：会津美里町本庁舎 206 会議室

出席委員：石原直委員、星次委員、鈴木きよ子委員、高梨宣浩委員、石田仁委員、小林章太郎委員、
長谷川洋一委員、柴崎陽委員、阿部雄一郎委員、竹内樹美委員（計10名）
（欠席委員：鈴木裕委員）

事務局（産業振興課）：国分課長、小林課長補佐、高橋係長

○委嘱状交付

・町長より委嘱状交付（代表 石原 直）

1. 開会（産業振興課長）

2. 町長挨拶

会議に先立ちまして、一言あいさつ申し上げます。

皆様には、日頃より町政全般におきまして、ご理解とご協力を頂いておりますこと、厚く御礼申し上げます。

さて、今年度で観光振興計画が策定されてから4年目を迎えることとなり、観光産業を取り巻く環境も、ただ単にイベントを仕掛けるだけではなく、いかに観光客の方にお金を落としてもらい、地域経済を活性化させていくかという観光地経営の視点が必要となってきました。この協議会におかれましては、皆様よりご意見をいただきながら、計画に基づいた事業が展開されているか、チェック機関として事業評価や効果検証を行いながら必要に応じた施策や事業の改善・見直しを行うなど地域活性に向けたご助言をいただくこととなりますので、引き続き、皆様のご協力をよろしくお願い申し上げます。

最後になりますが、本日の会議が実り多きものになりますよう、また、これからの観光振興への一助となりますようご期待申しあげ、簡単ですが挨拶とさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

3. 委員紹介

＜石原直委員＞

・NPO 法人観光情報流通機構理事長。

＜星次委員＞

・会津美里町観光協会理事。新規委員。

＜鈴木きよ子委員＞

- ・会津美里町商工会女性部長。新規委員。

<高梨宣浩委員>

- ・会津美里振興公社取締役総合管理部長。

<石田仁委員>

- ・会津交通(株)高田営業所長。三十三観音を6月だけで8回実施しており、昼食会場を今年からほっとぴあ新鶴に変更した。この委員になったので、少しでも地元に貢献していきたい。

<小林章太郎委員>

- ・会津コシエル業務執行社員。

<長谷川洋一委員>

- ・会津美里町宿泊事業者連絡会会長。ユースホテル会津野経営者。

<柴崎陽委員>

- ・若手農業従事者。トマトとしいたけを栽培。平成24年に移住。平成26年から独立して農家をやっている。

<阿部雄一郎委員>

- ・会津まちづくりパートナーズ合同会社代表。

<竹内樹美委員>

- ・会津美里こらんしょ Woman 代表。女性団体。

(町職員紹介)

4. 委員長及び副委員長の選出

- ・委員長に石原直委員を選出。副委員長に高梨宣浩委員を選出。

(選出の方法について、委員からスムーズに進めるため昨年同様でどうかとの意見があり、諮ったところ異議なしとの声あり。)

(町長退出)

5. 議事

<委員長>

新庁舎になって初めての協議会であるので、よろしくお願ひしたい。今回は施策の評価であるので、皆さんから後ほどご意見をいただきたい。

<事務局>

改めて本協議会の設立の趣旨について説明したい。町の観光振興を進めていくにあたり、観光に関わる事業者はもちろん、行政や観光協会等の関連機関と町民の連携が必要で、その推進体制としてこの協議会がある。平成 27 年に観光振興計画が策定され、平成 28 年にアクションプランが作成されたが、平成 28 年から継続してこの協議会が開催されている。現在では、進行計画やアクションプランが計画どおり進んでいるか PDCA による管理を行い、今回は「C」の部分でチェックをお願いしたい。

(1) 全体目標の達成状況

(事務局より資料説明)

<委員長>

分析における「日帰り」757 円の数値はどのように出したのか。自販機で飲み物を買ってアイスを食べたら終わってしまう数値で、ほとんど消費がない状況だ。

<事務局>

あらかじめ調査地点が設定されているので、調査地点での売上額を入込数で割った数値。調査地点については、観光振興計画の 69 ページに記載されており、宿泊を除く、物販と飲食の部分を数値化している。

<星委員>

1 ページのところで、町では分析しながら課題を見つけている。課題がありながら、2 ページでは 7 ～ 8 割を達成したと評価しているが、この中で継続した情報発信と言っているが、このままでは目標値には達成しない。これをもっと強固に打ち出していないとダメだと思うが如何か。

<事務局>

継続してやっていくことは必要などころではあるが、同じようにやっていては当然効果は変わらないので、いかに工夫してやるかということだと思う。現在ターゲットは国内日本人旅行者を対象としているが、今後はインバウンドで外国人も含めて、HP の多言語化や外国語表記を行い、受入体制もしていくことで考えている。そうしたことで情報発信に工夫しながら目標達成に向けて推進していきたい。

<委員長>

「情報発信」というキーワードが出ているが、竹内さん何か意見あるか。

<竹内委員>

情報発信は自分たちでも色々やっているが、もともと始まりがフェイスブックで発信していたが、身内だけになってしまいがちだ。「いいね」してくれるのは知り合いが多く、美里町の関係者が多いので、それでは情報発信にはならないなとだんだん気づいてきた。ハッシュタグをつけるなど「いいね」しなくても拡散できるような仕組みを考えていきたい。観光百人衆はインスタで発信しているが、「会津美里の日々」というハッシュタグをつけてアップする一つの HP に集約される仕組みを平成 29 年度からやっているの、「会津美里の日々」のハッシュタグをつけて発信する人が増えてきたという実感がある。

<委員長>

今、百人衆は何人くらいいるか。

<事務局>

約 40 名ほどいる。さきほどの説明の補足で、今、町では情報発信に力を入れているが、旅行会社にも積極的に PR をかけている。先日、ある旅行会社で、あやめ苑と伊佐須美神社、只見線をコラボした旅行企画あったが、日帰り旅行ではあるが、約 800 人ほど訪れた。これもひとつ PR の成果かと思う。それから、昨年度、冬期間（11 月 12 月）に本郷地域を中心としたやきものと左下り観音のツアーを造成してもらって、相当程度の来客があった。町としては、デジタルな情報発信も大事だが、直接的な PR もして、こうした活動が少なかったところもあるので、今年度は特に違った方面にもプロモーションをかけて、誘客に繋げるというような体制をとっていきたいと考えている。

<委員長>

目標を達成するためには何をしなければならないかと考えたときに、誰に来てもらいたいかというのをもう少しフォーカスした方がいいと思う。HP の情報発信も大事だが、誰に対して発信していくか。日本人の国内の旅行者は減っている。増えているのは外国人旅行者だ。外国人旅行者に来てもらうにはどういう発信をしたらよいのか何を発信したらよいのかという視点で作っていかないと、本当に人を増やすというのは厳しい。かなりピンポイントで来てもらいたい人に情報発信するというようなやり方はあると思う。例えば、英語の HP を作るには最初は力があるが、あとは、変化するデータや情報を入れ替えていけばいい。

<石田委員>

振興計画の 69 ページに潰れた「いわたて」が記載されているのが不思議だ。これを除いて数字をあげないときちんとした数値が出てこない。あまりにもこれが少なすぎる。委員長が言った 757 円の日帰り単価はどこから出てくるか、その根拠が極めて曖昧と感じた。

もう1点は、只見線では柳津では小学生の十三参りでは乗車賃が無料になる。さらに昼食も研修する費用も無料だ（例：小池屋で栗饅頭をつくる研修費 700 円が無料）。どんどん只見線を使って、郡山や白河などの県中地方の子供達も若松駅までバスで来て、只見線を使ってやってくる。柳津や金山まで行ってそこで研修をして帰っていくというのが増えている。本郷や高田、新鶴では降らない。これをどうやって降ろしてやるか考えていかなければならない。例えば、こういった体験をさせるか。獅子追いなども他県から連れてきてほっとぴあ新鶴に宿泊してもらってやらせてもよい。そういったことをやりながら一人当たりの消費を増やしていくなど具体的なことを取り組んでいかないと増えていかないと思う。

もう一つ、インバウンドの関係だが、私どもの会社はバス会社だが、芦の牧温泉は、今タイ人だらけだ。今宿泊地を探している。どこを見るかという、一つは柳津の虚空蔵尊、三島町の只見川第一橋梁。もうひとつのグループは鶴ヶ城と大内宿。柳津はタイ人に対しては、どこからお金を引っ張ってくるか分からないが食事を無料提供している。そうした努力はどこからくるかという、旅行会社への PR ではなく、福島県が主催するタイでのプロモーションだ。東京の旅行会社でもよいが、むしろタイに行って営業したほうが早いのでは。たしかに HP とか必要かもしれないが、そうした直接の営業の方が伝わる気がする。特に、タイ人は冬に来たいようだ。体験では雪下キャベツ掘りとか、そういうことに魅力を感じるみたいだ。そういうことをしているのが青森県だ。福島県は遅いが、そういうことをしないと旅行会社を廻っただけでは増えない気がする。

<委員長>

宿泊については、どうか。長谷川委員。

<長谷川委員>

宿泊施設については、増加せずに減少傾向にある。消費額については、推測もあるが増えている要因というのは、まずひとつが公共事業によるものが大きい。会津全体で見ると、震災から8年が経過し、東電の賠償が終わったので、それを期に廃業してしまったところが多い。キャパが減ったので相対的に宿泊者数が増えたという状況があると思う。

(1)の説明を聞いて、日帰りの消費額が少ないと私も思うところがある。分析にあるように買い物ができる箇所が少ないということを理由に挙げているが、これを打破するためには買い物するモノや飲食店を増やすというのが普通に考える対策だ。実際難しいのは分かるが努力しているのかという我々努力していないと感じる。マーケティングを含めたお金を使ってもらう商品づくりを、実際 DMO として活動していく場合には必須のもので、そうしたことを始めるという時期にそろそろ来ているのではないか。町長の話にもあったようにふるさと納税をしてくれる方もいる。ふるさと納税には色々目的があるが、観光振興を目的にふるさと納税している人が実際にどのくらいいるのか、事務局で分れば教えてほしい。

その観光振興目的に納税していただける方は何を求めているのか、具体的な見返りとしての返礼品が、どういうものがその人達に響くのか、そういう分析があれば教えてほしい。なければこれから作っていけばよいが、例えばワイン祭りのときに、ふるさと納税をした方には特別醸造のワインを出すとか、そういう商品を作っていくとか、そうした議論をしながら実際に商品を作る行動を起こせるような観光まちづくりの実際のアクションを起こせばいいなと感じた。

<石田委員>

なので、会津コシエルさんとかの数値をこういうところに入れると、ワイン一本 2,000 円する訳なので、そうすると単価が上がる。コシエルで購入した方がすべて観光客ではないが、そうした場所の捉え方が良くないと思う。

<小林委員>

日帰りの消費額については、入込数を売上額で割ったという話だが、物産館やワイナリーは入込数をとっているが、家族で来てランチを食べていくとだいたいこの消費額くらいになるのかなと。それ以外にも何も買わずに帰っていく客も入場者としてカウントしている。そういう人も含めるとこの数値（757 円）になってしまうのは仕方ないのかなと。家族 4、5 人で来てワイン 1 本買っていけば、5 人に対して 2,000 円の売上げとなるので、500 円くらいの話になってしまう。飲食であれば 1,000 円くらいの客単価だが、均すとこのくらいになると思う。カウントの仕方では数値が変わってきてしまうので難しいところはある。

<委員長>

今後はワイナリーに期待したいところである。それと 1 箇所しかいかないということもあると思う。2 箇所いけばこの倍（日帰り消費額に対して）になると思う。

<小林委員>

そうすると入込数が増えることになり、両方で数えることになるので、また難しいと思う。

<柴崎委員>

お金を使ってもらえる商品がないということだが、旧農林課の方でも会議を開いているが、米にしても酒にしてもモノはあると思う。ただ、買ってもらえるような加工品がないので、価値のあるモノを作っていくなど、農業の分野でも、情報交換しながら、美里町と言ったらこういうモノだというような価値がある加工品を作れるよう、会議の中でもこちらの意見を挙げていきたい。

<委員長>

観光客を増やすということは消費を増やすということなので、そこにどうやって結びつけるかということが、この会のポイントだと思う。阿部委員何か意見あるか。

<阿部委員>

7～8割の達成状況だというのが、そもそもの数値の出し方だが、完全に違うと思う。会津若松市で平成30年度の観光客数が300万人ということで発表されている。その半数以上の数値が美里町の入込数となっている。これが若松から入ってくるのか、直接入ってくるのか分からないが、それだけの人が来ていればもっと賑わっていると思う。162万人を365日で割ると何人の人が入っているのかという話になる。そもそも伊佐須美神社の発表者側の数値が影響しているとあるが、162万人のうち伊佐須美神社がどのくらい占めているのか。ほぼほぼ伊佐須美神社だと思うが、それに対する政教分離の考え方もあるが、一番入込みを期待できる伊佐須美神社の議論が何もなされていないというのが、以前から違和感を感じるところである。伊佐須美神社の発表している数も観光客なのかというのも違和感がある。たぶん参拝者数で見ている。町外から来ている人を観光客とする定義をするのであれば、少なくとも町民の数を厳密に抜くのは難しいが、実際の観光客がどのくらい入ってきているのかという数値がまったく見えてこないのが、162万人と言われても全然信じられない。それは算出の仕方の問題だが、あとインバウンドと言っているが、若松市内でも見かけるが、県などの行政が言っている数値が、本当にそれだけの外国人が入ってきているのか。実際に観光客162万人のうち外国人がどれくらいの割合で占めているのか。日本人と外国人の違いは、町民と町外の人を差別をするより簡単だと思うので、そのあたりをしっかりと精査していくということをししないと目標の数値自体がガラッと変わってくると思う。

それから宿泊者数については、さきほど長谷川委員からもあったが、宿泊施設を建てました。この庁舎を建てるのに来ていた人数を含めていたのでは意味がない。観光客を増やしましょうということでやっているものなので、それ以外の人を入れて数値を伸ばしていくということで、これだけ来ているということで安心ですよというふうにはしか見えない。そもそもこの数値がどうなのか、これが揺らぐのであれば、これから先の評価もそうだし、やろうとしている民泊やインバウンド、SNSの発信もターゲットが変わればやり方も変わってくるし、やろうとしていたソフトの部分も変えなければならない。だからこの部分は大切なところだと思うし、今やっている議論も実質的な本当のところで見えたら、全部無駄かもしれないと思うとやるせない気持ちでいる。

<委員長>

この数値については、この協議会の発足の時から議論の的となっている。逆に言えば、伊佐須美神社にこれだけの人が仮に来ていれば、その人達を観光客化することはできるとい

うふうに前向きに考えてもらえればいいと思う。現実にはやると主催者発表と実態というものとの差があるし、参拝に来た人を観光客とするのかという議論も、逆にそうした人も観光客になってもらうようなことも努力をしていく必要があるかもしれない。

<鈴木委員>

商工会女性部では、全国的な取り組みとして、去年からおもてなし交流会というのを実施している。商工会同士でおもてなしを行い、会津美里町の商工会にも県内と県外の商工会から2件の申し込みがあった。こちらのおもてなしとして最初に流紋焼で体験してもらい、その後何をしてもらおうか考えている。食事ができるところや宿泊もしたいというお客様であれば、そうした情報を教えてほしい。

<委員長>

観光客に消費してもらおうということは、ただ黙っていても消費はしてもらえないので、それなりの工夫が必要だが、私は、せと市には何年も前に来た時に、真夏の炎天下を歩いても、水を飲むところが分からなかった。まさに観光客にどうアプローチしていくか町全体で考えていろんな人を巻きこんでいかなければならないという視点がこれから必要になってくるのではないかな。今まで情報発信や商品づくりの話が出たが、高梨さんを責めているのではないが、一言。

<高梨委員>

皆さんのお話の通りで、実際に売るものがない。実際に日帰り温泉のお客さんと大して変わらない。それだけの市場だということは間違いないということが分かっただけでも、そこから発展することができるのではないかな。もう一つは、ターゲットの絞り込みができていないこと。そして、需要と供給がずれている可能性がある。例えば、ターゲットを絞った部分の需要としては、実はうちの方で思っている供給と違う需要だったのにもかかわらず、自分たちにとっての供給を一生懸命売っている。なので消費につながらないという状況があるのではないかな。ですから、今後の目標の達成の段階において需要の絞り込みが大事。必要ないものは消費しないので、どんなに頑張ってもいらぬものは買わない。でも興味の引くものに対しては消費をするというのが今の世の中で、それに対して供給サイドでも色々な商品は実は多少なりともやれる分はやっているが、それなりに皆さんの携わっているところではやっていると思う。ただ底上げが足りないということは否めない。つまり、需要の大きなターゲットの方々は絞り込まない会津美里ではない、会津若松ではない。会津である。ここは会津の美里の、では何なんだというところの「何」を絞り込めないというのは突出するものが非常に低いため、お客さんに対してのアピール度はどんどん弱くなる。去年おとしといろいろの商品開発をさせていただくなかで、今認知度が上がったのは例えば日本酒であったり、JAL で使われるワインであったりと一部。ただ、そこに対しての地元のプッシ

ュ的なものはほぼない。これは会津若松に対してもない。ということは、全国区になりえるのはほぼ不可能。例えばプロモーションやろうとしても、大きな広告代理店使ったとしても、品物が地元でそれほど有名でなくても、その商品が有名な女優さんを使ったとしても、一時的な見栄えはしても、それでコケたらその商品はもう終わり。これがこの世の中の常識。まだその状況にまでいってる商品は今のところ会津にはないのでは。おそらくは全国区として例えば10本の指に入るような部分においても、温泉地にしても、一部で温泉100選かなんかの秘湯が、飯坂の高湯温泉が挙げたが、その程度である。そのほかのところ全国区になるようなところはほとんどない。一番の知名度はまだまだ喜多方ラーメンだと思う。そういう状況であることを考えて、今挑戦すべきことは、役場が一番苦手としているところだが、固執して突出させるという手法が目標のためには必要と思う。それが大変なことであるが、我々の意見としては、まんべんなくやっとなとしても需要には追い付かないのではないかなという気をする。

<委員長>

これは今の美里だけではなく日本中で抱えている問題だ。DMOがあるが、これも観光というものを推進する中核となる企業・産業があるからできることで、それがまったくないところから少しずつの人が参加してやってもらうのは極めて難しいし、引っ張る力がないと難しい。そういう意味では、この協議会が、或いはこれを受けた町がやるのか、引っ張っていくその力を出していかないと推進は難しい。今日、皆さんからいただいたご意見の中で、目標値の根拠の問題だが、正確さというのはどこかで検証する必要があると思う。企業であれば目標というのは達成しなければならない数である。これはそうあってほしいという目標値でしかないような感じがする。本来であれば達成するにはどうやっていつまでという具体的な施策を立てなければならないが、今の段階でこれは難しいが、皆さんに伺った意見をまとめて次の施策に生かしていただければいいのかなと思う。事務局から何かあるか。

<事務局>

何点か質問があったので回答したい。まず、ふるさと納税について具体的に観光でどのくらいの納税でというのが手持ちにないのであとでお知らせしたい。また、商品開発について先ほど副委員長から話が合った通り、ふるさと納税の返礼品は農産物、ワイン、地酒、フルーツ、さらには宿泊体験などをここ1年作っている。ものだけではなく、例えばこちらに実際に来てお祭りに参加したり、宿泊したりといった体験メニューも増やしている。それにはまず、いい商品と開発もあるので、ふるさと納税を活用してPRしていきたい。対象の数字も、委員長が言った通り、年度途中で対象を変えてしまうと比較できないので、5年を1つのスパンと考えて後期の5年については、新しい店もできているので見直しをしたい。ちなみに平成30年度の実績で会津高田の新たな創業支援事業でカフェもできており、これか

ら民家を改修してパン屋をやったり、酒蔵が復活するとも聞いているで、これらが新たな観光施設になると期待したい。

伊佐須美神社にどれくらい人が入っているのかという質問に対して平成30年度数値はあるが、手元になく、平成29年の数値で行くと全体の7割近くが、伊佐須美神社が占めている。調査地点が福島県に公表している箇所、基準が年間入込数1万人以上、1月1000人以上という決まりがあるが、その基準が達成できているものだけ県に報告している。小さいイベントがたくさんあるが、それは含まれていない。県に報告した数値を使っている。

<阿部委員>

実際に伊佐須美神社に1,000人入っているのか？

<事務局>

1,000人というのは、県に報告している1月当たりの数値だ。

<阿部委員>

伊佐須美神社はそれに該当しているのか。

<事務局>

そういうことになる。

<阿部委員>

本当に該当しているのか。そうであろうとか、昔そうだったから認定されているとかではなく、今現在はどうか。

<事務局>

あくまでも宮司さんの話だ。こちらでは本当は違うのではと実際は話をしている。

<阿部委員>

観光客数、要は参拝数ですね。参道を歩いた人の数だけでなく、通行人も入っているということか。

<事務局>

そういうカウントになる。先ほど会津若松に観光客が300万人という話があったが、本当に300万人入っているのかという話と同じで、当然地元の人が入ってるし、買い物した人も入っている。

<委員長>

これは、国が発表している3,300万人という数値も、純粋に観光客ということと同じで、かつてベースを作った500万人くらいのビジネスマンとかも実際は入ってしまっている訳で、それは了解したうえで、そういう数値だと理解したうえで考えざると得ないということが出てくる。ただ本当にこの目標を達成するのであれば、正確に何人を出して、その人たちをどうやって増やしていくか考えないと政策も出てこない。ただ、本当にこのくらいの人たちが来てるのであれば、その人たちを観光客化して消費をしてもらうという工夫も前に進んでいく一つの方法と考える。

<長谷川委員>

阿部委員の疑問はもっともだ。この振興計画を作成する前、私も同じ疑問を持って、実際どうすればいいか私がとった行動は、警察に聞きに行った。どのくらいの人があるから、どういう警備体制を取るのか聞くのが現実的だと、美里警察に行き話を聞いてきた。おおよそ30万人と考えていた。おおよそそのくらいの数字かと。ただこれは根拠のない数字で統計として表すものではないので、感覚としてそのくらいで考えればいいのかと思う。

(2) 施策に対する評価 (H30)

(事務局より資料説明)

<委員長>

Wi-Fiのアクセス数の増加は、実際のビジネスに置き換えると、アクセス数とビジネスの数は一致しない。アクセス数は年々増えてくるが、一般的に増えているのであって、必ずしもビジネスというかそれに興味があってくる人ばかりではないので、その辺を考慮して考えてもらえばいいと思う。

<事務局>

確かに、利用している人全員が観光客とは限らないところがあって、当然地元の人も使っているし、こちらに住んでいる外国人も使っているかもしれない状況もあるので、外国人が使ったアクセス数としてみると増えている状況にある。

<石田委員>

それは悪いことではなく、良い事である。

<委員長>

今の説明に対して何か質問はあるか。

<副委員長>

うちの宿泊施設であるほっとぴあ新鶴は昨年の宿泊者数は減っていて、足を引っ張ってしまった気がするが、実際のところ肌で感じるのは国内旅行の目減りだ。これは否めないし、当然人口が減る以上、それは比例して下がってしまうと思う。インバウンドで大きくプロモーションする必要はないが、ターゲットをインバウンドに向けるということは、これからはしていく必要がある。裏磐梯の知り合いのところは3割近くがインバウンドだ。それが全部口コミである。大したプロモーションもしていない。建物自体は6室から7室程度のところだが、ほとんどが素泊まりだ。一人では泊まらず複数で泊まる。ということは一部屋当たりの客単価は上がる。今まである一部屋当たり1泊2食の宿泊客というのは残念ながら目減り傾向にあることを考えると、民泊とかの整理は不可欠であり、そうした需要も受け皿として供給できるような環境は必要なのかなと。うちの場合是一部屋あたりに3人は入ってもらわないとワリに合わない。実質は今すぐにでもやっていかないと厳しい。需要が変化しつつあることを肌で感じ取っている状況だ。

<委員長>

今指摘があったように、日本人観光客は減っている。国が一生懸命インバウンドと言っているのは、世界で伸びている観光というビジネスを取り込まないと地方は活性化しない。お金を落としてくれるのは外国人だということから、3千万人、5千万人という目標を出してきている。知らないものを見るとか経験するということは人間の本能で、それは観光のことを言っていて、観光は観る光と書く。光というのは景色とか生活を意味していて、そういう自分たちの知らないことを知る、行った所ないところに行ってみたいというのは人間の持っている本能である。これはアリストテレス著の「形而上学」に書いてある。アジアの人達は経済的に余裕が出てきた。アジアから旅行する人が増えてきた。その次はアフリカだ。日本は人口が減っていくが海外を旅行する人達はたくさんいる。そういう人達が観光客のターゲットになるのは間違いないと思うので、これから20年、30年の会津美里町を考えれば、外国人に来てもらうということは、とても重要な気がする。

<石田委員>

私どもの会社では、観光事業もやっていて、全国の観光会社のほとんどが赤字となっている。大手の県内の支店2店舗も閉鎖している。国内旅行のツアー客が減少してきて、チラシを作ってもあまりよくない。ということは、貸し切りバスも動かない。インバウンドをやろうと企画しているが、外国人が日本に来ると5泊していく。日本人の国内旅行はせいぜい2泊くらいだ。福島県は厳しいが、どの県も引っ張り合いだ。その中で今タクシー需要が

伸びているが大阪と青森しかない。伸びている要因はインバウンド客となっている。なので決して我々の会社だけでなく自治体も含めて、この機会を見逃すことはできない。真剣にこれを具体化して、どうやって呼び込むか考えていかないと、若松の300万人のおこぼれをもらうのでは甘い気がして、会社としてもこれから取り組んでいくが、インバウンドをやっていないと生き残れないと考えている。

<委員長>

貴重なご意見ありがとうございます。

<事務局>

本来なら、委員からご意見をまとめて効果検証をしたかったが、今回いろいろなご意見をいただいたところであるが、委員長に総括してとりまとめてもらって意見をいただくということによろしいか。

<委員長>

大変だが了承した。

6. その他

<事務局>

去年までだと第1回協議会を10月に実施して、効果検証と進捗状況の説明をしていたが、今回は6月に開催したので、第2回協議会を10月か11月に開催したい。そうすると次年度の予算に委員の意見を反映できるかもしれないので、その時期を予定している。

7. 閉会（高梨副委員長）