

第3回 八戸市観光振興審議会（令和6年12月20日）

【事務局】

本日は年末のお忙しいところお集まりいただき、大変ありがとうございます。

それでは只今より、令和6年度第3回八戸市観光振興審議会を開催いたします。まず、本日の資料の確認に入ります。お手元の資料一覧にございますように、

- ・ 次第、委員名簿、席図
- ・ 参考資料1 第2回観光振興審議会意見抜粋
- ・ 参考資料2 八戸市、VISIT はちのへで持っているデータ一覧
- ・ 参考資料3 SWOT分析（八戸の観光）
- ・ 参考資料4 （R6.11.7 デーリー東北新聞記事）
- ・ みちのく潮風トレイルマーケットについて
- ・ ワイルドチェリーブLOSSAM ホステル東京小金井 アンケート概要

以上となります。資料の漏れなどございませんでしょうか。

【事務局】

次に会議に先立ちまして、出席委員についてご報告いたします。オンラインでの参加者も含めて委員総数12名中10名が出席しておりますので、八戸市観光振興審議会規則第5条第2項の規定により、本会議は成立しておりますことをご報告いたします。

それではさっそくですが、審議に入りたいと思います。阿部会長、よろしくお願いいたします。

【阿部会長】

それでは皆さん、おつかれさまでございます。本日は八戸市観光振興プランのたたき台の説明がございますので、皆様から忌憚のないご意見をいただきたいと思いますので、よろしくお願いいたします。それでは審議に入りたいと思います。

次第の2、前回審議会の意見の確認について、事務局より説明をお願いいたします。

【事務局】

観光課の小関と申します。どうぞよろしくお願いいたします。右上に参考資料1と記載のある資料をご覧ください。第2回観光振興審議会の意見抜粋の資料となります。復習の意味も込めて、確認させていただきます。

- ①インバウンドをはじめとした観光客の方々にどういう観光を楽しんでもらいたいかという利用者目線の部分でのキーワードがあったほうがいいのではないかと。
- ②今回の目指すべき姿を市として出すにあたってぜひ種差の振興を入れてほしい。八戸の駅は、奥入瀬溪流に行く玄関口であり、インバウンドの玄関口。奥入瀬溪流と種差のツール

が動き出せば、八戸がゲートウェイになれるはずだと思う。

③としましては、高橋委員から GPS などを使ったメタ観光に関する概要と、トレイルでバイオームやグリーンプランニングを活用したツーリズムのご提案がございました。

④このプラン自体がどういう位置づけのものになって誰が活用していくのかとか、どういう章立て、戦略のところまでいくのかプロジェクトのところまで入ってくるとか、プランのボリューム感が見えない。

⑤八戸は自然と食を売るんだとか、横丁と朝市があるので夜と朝を売るんだとか、八戸の観光として一番売りたいもの、売りたいところをもう少し出していったほうが具現化しやすいと思う。

⑥久慈行の電車について種差方面という言葉がない。種差海岸経由久慈行とか、そういうことを今後考えていかなければならないと思う。

⑦VISIT はちのへや商工会議所にも観光の部門があるので、三者が本当に同じベクトルを向いているのかというところをすり合わせた方が、同じお金を使うにしても無駄なくやれるんじゃないかと思う。

⑧八戸は朝市もあれば夜もすごい楽しい。朝も夜も楽しめると宿泊に繋がることから、そこをもっと出すべきかと思います。

⑨ビジョンの中でターゲットをどこに、どういった方々を呼び込むのか、例えばインバウンドなのか、日本の中でも若年層、若い方を狙っていくのか、ファミリー層なのかとか、その辺のありたい姿を描いた中でターゲットが見えてくるのではないかと思う。

⑩八戸ならではのキーワードは「食」と「自然」と「交流」、この3つだと思っている。食に関しては横丁や朝市。自然については、みちのく潮風トレイル。世界レベルになってきたのでその起点というのは大きいと思う。3つめの交流は、朝市で驚いたのは地元の方も来ていること。地元の方が足を運んでいるところに外の方も入らせて頂く、そういうところがあると交流にも繋がるのではないか。横丁も色々な交流が促進される空間ですし、交流は八戸のキーワードになるのではないかと思う。

⑪市民の幸福度とかも入ってくるので、そのあたりは数値目標としてアンケートを取って満足度を、あるいは観光に関しての前向きな姿勢をとるなど、そのあたりの市民目線での定例的な効果測定というのも大切だと思う。

⑫人材育成というキーワードは理念として掲げていただければと思う。

⑬市民の方が観光客の方をウェルカムな気持ちでお迎えする。継続的な意識として根付いていくためには観光の街、経済、生活における貢献度、寄与度みたいなものを可視化するということが正しいかなと思う。

⑭アドベンチャートラベルの世界組織の方とお話をする中で、求めているものはその土地ならではの特別感ということがあるが、もうひとつは日常のおすそ分けをしてほしいということ。そういう観点からすると、朝市とか横丁、朝の銭湯は住民の方と旅行者の接点につながると思うので、そういうところを磨き上げていってアピールしていくとこれがひとつ

八戸の新しい強みになると思う。

⑮強みとか価値を言語化する、その中で何を売りにしてやっていくのかというところから、その中で実際にビジョン、キャッチコピーというふうに決まってしまうと思うので、実際に強み、価値というところを場に出してみ、そこからどういう観光振興プランを作っていけばいいのか、最後に目指すべきことが言語化、キャッチコピーという形でいいのではないかなと思う。

⑯八戸市は産業という部分でもカーボンニュートラル、脱炭素実現を目指して産業でも取り組んでおり、種差海岸もサステナブルツーリズムに繋がるように、脱炭素、カーボンニュートラルというのを意識したエリアで観光面でも取り組んで、環境省の方からゼロカーボンパークというのをいただくと、インバウンドとか欧米から来る方へ、国内も含めて印象が違うのかなと思う。

⑰みちのく潮風トレイルについてやらなければいけないことがいくつかあって、ひとつはトレイル開発をしなければいけない。どこで何の写真が撮れるのか、人とどこですれ違えるのか、何がここはいいところなのかということについて深堀をしていく必要があることと、また、遊歩道に頻繁にデジタルカウンターをいれるべきだと思う。

⑱トレイルは道で、やっぱり観光としてそれをとらえて、稼げる観光にしていったり魅力的なものにするためには「トレイルありますよ」だけでは伝わらないですし、持続可能なものにならない。トレイルを保全もそうですしバランス良く利活用するのがすごく大事。

前回、2回目にこのような意見をいただき、今のたたき台の方に反映させながらつくっております。以上で、前回の意見の抜粋の確認を終わります。

【阿部会長】

ただいま事務局から「前回審議会の意見の確認について」説明がありましたが、委員の皆様、ご意見、ご質問はございませんでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは続いて、次第の3、データの一覧について事務局より説明をお願いいたします。

【事務局】

データの一覧について、ご説明いたします。右上に参考資料2と記載されている資料をご覧ください。最初2枚は鏡文になっており、続いてそれぞれの調査が入っております。前回の審議会において、データの一覧を見たというご意見がございましたので、そちらに対応した形で資料作っております。大事なポイントだけ、ご説明させていただければと思います。まず1枚目の方がローカルデータとなり、VISIT はちのへで独自に取っているデータとなります。①がはちのへエリア観光アンケートとなり、こちらはVISIT はちのへさんの方で毎年取っているアンケートで、実際に八戸に来た方が対象となっているアンケートになります。2023年4月1日から2024年3月31日では1,163名の方が回答してくださっています。1枚目がアンケートで、消費額を調査したものをまとめており、宿泊客で26,000円弱、

日帰り客で5,000円弱という結果になっています。資料1枚めくっていただいて、調査地点は宿泊施設や道の駅で大体6割ほどの方に回答いただいでいて、さらに1枚めくったページの右側にエリア別計の表示がございまして、回答していただいた方は北東北と首都圏の方が多くなっている結果となっております。その下、来訪目的別計として、大体観光が6割、ビジネス、帰省で来ている方が約2割、その他2割というような割合です。1枚めくっていただいて左側、回答者の年齢ですが、40代から60代で約55%、大体半数以上となっております。右側の、回答者の所在地は、青森県が1番多くて、次が東京、神奈川、宮城、岩手という順となっております。次のページに市町村滞在時間などがついていますが、2枚ほどめくっていただくと、来訪時の楽しみという項目で回答いただいている内容を見ると、70%以上が「おいしいもの」を求めているということで、圧倒的に食を楽しみに来ている方が多いという結果となっております。以上こちらが「はちのへエリアアンケート調査」になります。

続いて②八戸圏域認知浸透度調査ですが、こちらもVISITはちのへさんの方で毎年行っている調査になるのですが、こちらはインターネット調査になっておりまして、関東300、関西300、岩手県・秋田県・宮城県各200で、計1,200人の方に対する調査となっております。8ページをご覧くださいなのですが、「八戸と聞いて思い浮かぶものはなんですか」という質問に対して、「青森県関連」24%、「分からない」11.5%、「八食センター」「せんべい汁」と続いています。全国的には八戸と聞いても「青森県」というざっくりとしたイメージしかなく、観光関連で思い浮かぶものが無いという状況がわかるかと思えます。続いて13ページをご覧ください。「八戸市と周辺の観光スポット又はグルメについて名前は聞いたことがある」というものを調査しているのですが、八戸の関連で言いますと、左下の「八戸せんべい汁」に関しては、岩手・秋田などの近いところでは当然だと思いますが、関東・関西でも広く認知されているかと思えます。八戸市としては、種差海岸や館鼻岸壁朝市、みろく横丁などを観光地として推しているところではありますが、関東関西の方では一桁代の認知というところで、認知度が足りないことを示す調査結果となっております。認知度調査についてはこちらで以上です。

続いて③宿泊者数一覧とついている資料をご覧ください。こちらは実際に宿泊施設からデータを提供していただいでおり、八戸ホテル協議会さんなどからご協力いただいで調査した数字となります。まず3ページをご覧くださいなのですが、左側が周辺町村も含めた数字、右側が八戸市内のみの数字となっております。2019年度と2023年度とを比べるとほぼ同程度まで回復していることがわかります。4ページが月ごとの調査になっているのですが、右側をご覧くださいと8月が最も多くなっており、1月が最も少ないです。夏場に関してはコロナ禍前とほぼ同等まで回復していますが、冬期は若干少ないかなとなっております。続いて7ページをご覧くださいなのですが、こちらは外国人の延べ宿泊者数を調査した結果となっております。2019年と2023年を比べると2023年の方が多くなっており、外国人の宿泊者数だけで言うと若干コロナ禍前より増えているという状況になっています。

続いて④から⑦とついている資料をご覧ください。こちらは県などに報告している入込客数の調査になります。八戸市の観光地点、観光施設別の入込客数ですが、令和 5 年で言うと、八食センターが断トツに多い数字になってまして、続いて子どもの国、館鼻、はっち、蕪島、美術館、博物館となっております。次のページに進んでいただきますと、入込客数の行事別となっております、数字は三社大祭が一番多くなっております。続いて、青森県観光入込客数なのですが、県の調査結果になりますが、令和 4 年度数字だけを見ると、青森県・弘前市より八戸市が数字としては多くなっております。5 月の入込客数が最も多く、2 月が最も少なくなってしております。最後 4 ページ目、令和 4 年の青森県自然公園の観光入込客数ですが、三陸復興国立公園の入込客数は県内で 5 番目、一番多いのが十和田八幡平国立公園となっております。数字としては 3 倍の開きがある状況となっております。以上が、入込客数の統計結果となっております。

続いて⑧の、八戸市のまちづくりに関する市民アンケート調査報告書です。こちらが市の市の総合計画に基づく調査となっており、大体 500 件ほど調査した結果となっております。9 ページ目ですが、アンケート調査の中では八戸ブランドの確立や観光地域づくりの推進という項目がございまして、33 ページのところ開いていただきますと結果がついていまして、八戸ブランドの確立で言うと、令和 6 年度が満足度 71.3%と、かなり高い数字となっております。観光地域づくりの推進の満足度が令和 6 年度で言うと、37.6%となっており、高くない数字となっております。観光地域づくりの推進の市民アンケートの結果を今回の復興プランの幸福度を測る指標の一つとして挙げてはどうかと、事務局の方では考えています。続いて⑨、令和 6 年度八戸市若者意識調査アンケートとついている資料ですが、こちらは井上先生が委員をされてらっしゃる「八戸市まちの魅力創生ネットワーク会議」の中で調査している内容になりまして、一般用が 18 歳から 40 歳、市内の高等教育機関に通う学生さんを対象にアンケートをとっています。28 ページを開いていただくと、一般の方の八戸への愛着度調査がございまして、「とても感じている」19.6%、「ある程度感じている」50.9%、足すと 70.5%の方が、八戸へ愛着度があるという回答となっております。31 ページをご覧くださいと、感じる理由というところで、「八戸に住み慣れている」「家族や友人が住んでいる」等とございまして、32 ページの愛着をあまり感じない理由として「まち全体の魅力がない」が一番大きな理由となっております。62 ページに進むと学生向けに調査した愛着度調査がございまして、一般より少なく 59.2%の方が愛着を感じていると回答している内容となっております。65 ページを見ていただくと、愛着がある理由としては「八戸に住み慣れている」「家族や友人が住んでいる」が多く、愛着をあまり感じない理由としては「八戸に住み慣れていない」「まち全体の魅力がない」というところが理由となっております。

続いての資料が、国、JNTO、観光庁、リーサスの方で、市ではなく県や国の単位で調査している報告書の一部ですが、1 枚目が訪日外国人の都道府県割合で見ると、青森県が全体の 1%となっておりまして、右側の地方ブロック別宿泊者数で見ても、東北はかなり少なくなってしております。次のページは外国人移動相関分析となっており、青森県の直前に滞在した地

域は青森県、東京都、岩手県となっており、滞在直後に滞在した地域は秋田県、青森県、岩手県という順番になっております。下に、外国人部門別消費額（交通）の割合の表がございますが、93%がレンタカー、交通7%となっており、全国平均と比べてもレンタカーでの移動割合が多いことがわかります。

次のページに進んでいただきますと、入国空港・出国空港の内訳ですが、青森県を訪れる外国人がどこの空港から出入りしているかというところですが、入国では成田、仙台、羽田、青森の順となっており、出国も成田、仙台、羽田、青森の順となっております。このような全体の調査や VISIT さん調査している八戸市のローカルデータなどを振興プランのたたき台のところでも現状分析のところでも活用しながらやっていきたいと思っています。ここまですべて参考資料2の説明を終わります。

続いて参考資料3、八戸の観光SWOT分析と記載している1枚ものの資料をご覧ください。委員の皆様からも八戸の強み・弱みを改めて出した方がいいのではないかというご意見を受け、作成したものになります。

左上の強みで、

- ・東北新幹線、三沢空港からのアクセスが良い
- ・観光資源の豊富さ（種差海岸・八食センター・館鼻岸壁朝市）
- ・朝市などの朝の観光と横丁などの夜の観光が魅力
- ・食べ物で言うと「せんべい汁、八戸らーめん、磯ラーメン、八戸ブイヤベース」
- ・三社大祭やえんぶりなどのお祭り
- ・はっち、美術館、ブックセンターなどの公共施設が中心街に集中していて歩いて回れる
- ・世界水準の屋内スケートリンク、体育館、野球場が近くにある

というところが強みになると思います。

対して弱みについて、

- ・プロモーションの部分で言うと、八戸といえばこれというキラーコンテンツがない
- ・観光資源の知名度不足
- ・食べ物で言うと、せんべい汁しか知名度がない
- ・インフラで言うと、旅の目的地となるような宿泊施設がない、温泉施設がない
- ・スケートの世界大会に対応した宿泊施設がない

こちらについては、自転車が置けるとか部屋の広さに対する要求が出ております。

また、八戸駅から中心街が少し離れているというところもございます。

インバウンド対応で言いますと、

- ・外国人観光客に対する受け入れ整備が不足している

マーケティングで言うと、

- ・データの収集が不足している

その他に関していうと

- ・夏場に比べ冬場の観光が弱い

・観光に関する専門人材の不足 が弱みとしてあると思います。

左下の機会のところで旅行のニーズについて、

- ・サステナブルツーリズムを推進する動きが活発
- ・青森県への旅行の目的としての「食」や「自然」への関心の高さがある
- ・令和6年度に初めての外国クルーズ船が八戸港に来航している というところがあります。

インバウンドに関しては、

- ・日本全体で外国人観光客の増加
- ・YSアリーナでスケートの世界選手権を開催したことにより、外国の方の宿泊者数が去年2月に増加
- ・三沢米軍基地が近くアメリカ人観光客が多い となっています。

インフラのところでは、

- ・種差海岸地区に新たな宿泊施設が完成している
- ・令和3年度三陸沿岸道路の開通」 が挙げられます

その他で言うと、YSアリーナに関連して、

- ・夏場のスケート合宿宿泊者の増加
- ・令和3年度是川遺跡の世界遺産登録
- ・令和元年度みちのく潮風トレイルの全線開通
- ・今年度からは八戸十和田トレイルの開通に向けた取組 というところです。

右側の下、脅威で考えますと、

- ・人口減少等の社会経済情勢の変化
- ・地元住民の高齢化や若年層の流出により、観光産業の担い手不足が深刻化
- ・伝統文化の継承や担い手の不足

地域間競争としては、

- ・他地域との競争

災害や気候変動への不安として、

- ・津波や台風など、沿岸地域特有の自然災害リスク
- ・気候変動の影響で海産物の漁獲量が減少し、食文化観光に影響を及ぼす可能性

社会情勢の部分として、

- ・物価上昇による旅行意欲の減退
- ・世界経済の先行き不安
- ・社会保障関連経費の増大などによる観光関連予算の縮小

以上が、八戸の強みと弱みを分析した資料となります。

続いて参考資料4は、中身自体は説明しませんが、第2回の審議会についてデーリー東北さんの方で記事にいただきましたので、お知らせいたします。

続いて、左上に「みちのく潮風トレイルマーケットについて」という資料を河東委員さんの

方から作って提出していただいた資料になりますので、河東さんの方からご説明いただいでよろしいでしょうか。

【河東委員】

前回の議論から、みちのく潮風トレイルというのが非常に重要なのではないかという意見が出ておまして、ではどのようなものなのかというところを調べてまいりました。

まず、2ページと書いているところですが、外国の方が日本で実施すると面白そうだなと思うスポーツというもので、ハイキングが高いです。こちら、日本人の感覚だと中々でないかと思いますが、外国人だと意外と高いというところを前提としてご理解いただきたいと思います。次の3ページですが、訪日人数×ハイキング関心層のグラフですが、アメリカ人が高いです。その下、東北4県はどうなのかなと見てみますと、宿泊者数とミックスして見ると、春のピークと秋のピークがありまして、こちら春の桜の時期と秋の紅葉の時期ですが、雪が降っている時にはオーストラリアが伸びていまして、そのようなマーケットになっており、ハイキング関心層はこのような動きをしていることがわかります。

あとこちら東観推（東北観光推進機構）のデータが出ておりますが、八戸に結構泊まっているというデータが出ております。もちろん全部はおさえられてはいないのですが、やはり、八戸に泊まっているなというところが見て取れるというところと、あともう一つ注目したいのが、ハイキングウェブサイトの「All Trails」がありまして、こちら有料会員なのですが、結構会員数が出て、あとで見ただけであればと思いますが、先行事例で熊野古道はすごく登録されています。熊野古道以外だと、四国のお遍路ですね、お遍路を皆さんすごく周られています。それに続いて、今みちのく潮風トレイルが出てきているという形です。7ページですが、コースが載ってまして、八戸エリアだと5コースほど登録されています。そこに74件口コミが出ていて、八戸がやはり一番多いです。それが岩手県の南に行くにつれ、段々と少なくなっている状況です。投稿しているのが誰なのかと見ていくと、北米の方が一番多くて、先ほども宿泊がアメリカの方が一番多いと出ていましたが、その資料の通りかなと思います。次いで日本ですが、日本の方、有料会員登録あまりされないかもしれないのですが、居住地が日本でも三沢に住んでいる方が多く、日本に住んでいますが多分アメリカ人の方で、三沢基地の方が投稿している可能性が高いと思います。

ではどういう売り方をされているのかなというのがその下ですが、様々な旅行代理店ございまして、「Walk Japan」「Oku Japan」「Raw Travel」というのがありますが、結構高額な金額で販売されているというところを共有したいと思います。八戸～気仙沼間46万円からなど、ガイド付き、ガイド無しなどありまして、こういったマーケットなのだとすることを共有したく、資料をつけさせていただいた次第でございまして。あくまでこちらはデータから出てくる部分で、実感の部分は現地に住まれている皆さんが持っていらっしゃるものだと思いますので、資料につきまして、ご報告させていただきました。

【事務局】

ありがとうございます。あともう一つ、参考資料で大矢委員の方からも、宿泊施設でつくるアンケートの方を例として提出いただいていたので、そちらのご説明をお願いいたします。

【大矢委員】

はい、お手元2枚もの両面の資料をご覧いただきたいと思います。前回の委員会でも、宿泊施設はお客様がたくさんいらっしゃるので定点観測ができる有効な場所ですので、当施設でもいろいろなアンケートをしているというお話をさせていただいたので、その事例をご紹介させていただきたいと思います。あくまで当施設のケースなので、一事例という形でご覧いただきたいと思います。

目的としては、OTAから得られる情報は限られるということで、実際に来ているゲストに対して、来館動機ですとか、来館経路を確認して、運営やマーケティングに反映させる狙いがございます。当館は営業してちょうど5年になるのですが、コロナ禍の真っ只中に始めまして、数少ないゲストに対してどれだけ情報を取ろうかというところから始めたのが経緯で、当時は健康チェックシートと抱き合わせでアンケートを差し込んで、泥臭くやっていたのですが、今はチェックイン時のデフォルトのアンケートとして実施しています。2種類ございまして、一つは前にも申し上げた、チェックイン時にQRコードを読み込んでいただいて、そのまま回答いただく、非常にベーシックな内容となっております。もう一つは、ロングステイしているお客様いらっしゃいますので、ねんごろな状況を見定めて、スタッフが「インタビューいいですか？」とダイレクトにお話をうかがわせていただき、インタビューさせていただくという形式で実施しております。

実は、回収率は9割以上となっており、今累積の有効回答数が1万5千くらいになります。9割以上となっておりますが、ほぼほぼ100%に近い状態となっており、ここは共有したいところではあるのですが、お客様はほとんど嫌とは言わず、お願いしますと依頼すると、やらなければならないものだと思って協力していただきます。アンケートの内容になるのですが、1番のベーシックな質問形式はご覧の通り基本的な内容になっており、年齢、国籍、利用目的、こちらは近隣のマーケットの中で聞きたいことということでお伺いしています。次のページをご覧いただき、どうやって知ったのか、施設の選択の理由、こちらの理由は結構重要視しているのですが、価格なのか、立地なのか、それともコンセプトなのか、それとも周りが埋まっていたから来たのか、結構聞き取りにくい内容なのですが、そういったところを網羅しております。

もう一つが次のページなのですが、滞在ゲストへのインタビューです。先ほどの(アンケート)は来館経路が主になるのですが、こちらに関しては来日の動機とか、旅行の思い出とか、少しパーソナルなものも織り交ぜて、そこから読み取れるトレンドのようなものを知りたいという意図で、実施しております。実例として、133人目の方の例を載せているのですが、

5項目くらいで、実例なので会話がいろいろと載っていますが、この方はアメリカのアリゾナからいらっしゃって、「どうして日本に来たの?」と聞いたら、「元々小さいころからゲームボーイをやっていて、ゲームボーイを作っている国に行ってみたかったから」という、かわいらしい動機もあったりするのですが、このように細かいところなのですが、来日動機を知ることで、日本の魅力やコンテンツを再認識できるなというところがございます。

データの活用方法のところなのですが、グーグルフォームからスプレッドシートにデータを蓄積して、それを基に傾向をみて、仮説を立てて、施策をして、取り組むという PDCA の形を取っています。一つの事例をお示ししますと、ホステルのサービス形態が良いから来館いただいたという回答した方の6割がインバウンドの方になっております。もう1点は、口コミ評価で清掃やスタッフに対する良い評価を、おかげさまでいただいております、それが継続されているという状況がありまして、なおかつ、清掃スタッフに対する評価の多くが、欧米系のインバウンドの方の回答が多いとなっております。こういった複数のデータの内容から、仮説を導いているのですが、ホステルにもともと先入観を持っている欧米系のお客様が実際に泊ってみたら、『結構きれいだね』『サービスもいいね』というところで、良い評価をいただいたということでした。これは我々も新しく認識したところであり、であればそこに対して、満足度のさらなる向上や、清掃のクオリティは絶対に維持しなければならないということで、人員の強化をするという取り組みをしております。最後になりますが、最後のページをご覧くださいますと、ゲストコーナーとしてインタビューさせていただいているものにつきましては、実際にゲストの了承を得て SNS に掲載をさせていただいております。もちろんゲストの記念ということもあるのですが、当施設の雰囲気やブランディング、広報的な位置づけとして活用させていただいております。このようにアンケート一つとりましても、活用の幅はたくさんあるのかなと、共有させていただきたく、ご紹介をさせていただきました。以上です。

【事務局】

今、大矢委員からいただいたアンケートの概要を、今後 VISIT さんとも内容を共有しながらホテルさんから情報をいただく時の参考にさせていただきたいと思っております。ありがとうございます。以上で、データ一覧についてのご説明を終わります。

【阿部会長】

事務局からデータ一覧について説明がございましたが、このデータ等は今後いろいろなものに活用していくのも一つかなと思っておりますが、ご意見やご質問はございませんか。

【河東委員】

SWOT 分析がございましたが、これを現在作成しているビジョンに入れ込むのであれば一つ提案なのですが、プラス要因の内部環境のところ、意見抜粋の⑩にもあるように、例え

ばトレイルの帰着点になっているなど、そういう文言も一つ入れていいのかなと思いますし、逆に外部環境の機会のところで、みちのく潮風トレイルの全線開通とありますが、こちら多少古くなっているので、みちのく潮風トレイルへの注目度が高くなっているなど、そのような表記が宜しいかと思いました。

【阿部会長】

他に、委員の皆様からご質問よろしいでしょうか。（オンラインの）井上委員も宜しいでしょうか。またあとで気が付いたことがございましたら、ご意見いただければと思います。それでは、続いて次第の 4 になりますが、「八戸市観光振興プランのたたき台」について、事務局よりご説明をお願いいたします。

【下村次長兼観光課長】

それでは、私の方から「八戸市観光振興プラン」案について、ご説明いたします。まず先日、環境やサステナビリティの取り組みについて、コロンビアでの世界会議の講演会をご提案いただき、当課の小関がオンラインで聞かせていただきましたのでご報告いたします。今まで 2 回の審議会で、委員の皆様からご意見をいただきましたので、そのご意見をもとに、今回は観光振興プランの構成、目次、また将来のビジョンなどの基本方針についてたたき台を作成しましたので、ご説明させていただき、またご意見を頂戴したいと思います。今まで、高橋委員から、そもそもビジョンを設けるのか否かのご意見をいただいていたし、町田委員からの章立てへのご意見、また、河東委員をはじめ多くの委員の皆様から八戸らしさを盛り込んでいくべきとのご意見をいただいております。今回皆様にお配りしたプラン案は全体の一部ですが、本日を含め 4 回、今日を除くとあと 3 回の審議会を予定しておりますので、その議論の中で内容を充実させながら完成を目指してまいりますので、よろしくお願いいたします。

それでは、資料のプラン案を 1 枚めくっていただきます。左側の目次をご覧ください。今回は、特に第 3 章の基本方針・目標について、を中心に説明してまいります。また、第 4 章の施策の 2 に、アクションプランの作成について、とございますが、たとえば高橋委員からご提案いただいた「メタ観光」などの具体の事業については、このアクションプランに今後盛り込んでいきたいと考えております。また後半でも説明いたしますが、アクションプランにつきましては来年度作成していきたいと考えております。本審議会は任期 2 年ですので、来年度も引き続きお願いしたいと思います。

それでは 1 ページをご覧ください。ページ下段の 3 の計画期間ですが、改めて本計画の期間は、令和 7 年度から令和 11 年度までの 5 年間としております。次に 3 ページをお開き願います。先程もいろいろなデータ等の説明をさせていただきましたが、第 2 章の八戸市の観光の現状と課題ですが、この項目につきましては、第 1 回の審議会でも触れましたので、ここでは省略させていただきます。続きまして 11 ページをお開き願います。第 3 章、基本

方針・目標ですが、1の将来ビジョンについて、言葉を整えて策定いたしますが、これまでの審議会では、食、自然、幸福度、消費額、ほかにも高橋委員からは環境やサステナブルなど、村山委員からは食、自然のほか朝市や横丁での交流などのキーワードをいただいております。また、1の将来ビジョンの※（こめじるし）のところですが、少し細かいですが、「現状の課題を克服、解決して未来のビジョンを語る」ようなビジョンにしていくとなりますと、観光の再生や新生といったイメージを持たせるようになるかもしれませんし、「純粋に今後の新たな観光の未来を語っていく」となりますと、参考例で挙げた①から③も一つの例になってくるかと思えます。ちなみに③は、以前吉永さんのCMを作ったときに出ていたようなポスターをイメージして作り上げたものなのですが、これでいくということではありませんので、あくまでイメージです。

次に2の基本方針と数値目標につきまして、この3つの基本方針につきましては2回目の審議会でご提案したものと同じ内容になっております。基本方針1は、持続可能な観光を確立し、環境保護、地域経済の発展、地域文化の保存と継承を進める。基本方針2は、地域の事業者が稼ぐ観光を目指し、観光消費額を拡大する。基本方針3は、観光振興により市民の幸福度を高める、としております。なお、基本方針2の数値目標の計算方法については、現在、国で都道府県に対しては計算ツールを提供しているのですが、市町村へは従来なかったもので、新たに市町村に対しても計算ツールの提供を検討しているということなので、対応を確認中です。

次に12ページをお開き願います。以上3つの基本方針に基づき、ここではそれぞれの施策の柱を挙げております。特に、先ほど申し上げましたように、八戸らしさをどのように盛り込み、取り組んでいくのか、この点をふまえて、いくつか施策を挙げさせていただいております。基本方針の1では、(1)持続可能なマネジメント、(2)社会経済のサステナビリティへの対応、そして(3)(4)につきましては前回河東委員からご紹介いただきました日本版持続可能な観光ガイドラインの取組項目に合わせております。基本方針の2では、(1)食のまち・はちのへの推進、②では、食べに行きたくなる街の創出という言葉が挙げられております。(2)の滞在時間を延ばす、②では、みちのく潮風トレイルや八戸十和田トレイル(仮称)の利用促進による、アウトドアツーリズムの推進、サステナブルツーリズムの推進を挙げております。(3)外国人観光客の誘致では、②ベジタリアンやハラールなど食の対応を挙げております。(4)文化観光・スポーツツーリズムの推進では、②スポーツ大会・合宿等の誘致を挙げております。(5)観光インフラの整備では、町田委員からご意見のありました①種差海岸の保全と利活用を挙げております。(6)交通インフラ整備では、第2回で斎藤委員、吉田委員からもご意見がありましたが、②八戸駅のゲートウェイ化の促進を挙げております。(7)高付加価値の観光では、13ページにまいりまして、②地元特産品の販売促進を挙げております。(8)地域全体での連携強化では、②地元観光事業者との連携を挙げております。(9)プロモーションの強化では、①ターゲット別マーケティングを挙げております。基本方針の3では、前回渡辺委員から理念として、人材育成を掲げる

べきであるのご意見もいただいております、(1)観光人材の育成では、①今回、本プランを策定しましたら、広く市民にプランを理解してもらうため、事務局としてはイラストなどを取り込み、わかりやすい概要版を作成し、配布したいと考えております。(2)観光による経済活性化では、渡辺委員から意見のありました①エリア内調達率の向上や、村山委員から意見のありました②宿泊税の検討を挙げております。

これらの中で、基本方針2の(2)の、②みちのく潮風トレイルと八戸十和田トレイル(仮称)のほか、種差海岸の魅力向上については、次回4回目の1月の審議会での案件としたいと思います。先ほど熊野古道のお話もありましたけど、十和田湖道なるものにもだいたい組みが進んでおりますので。また、基本方針2の(1)食のまち・はちのへ推進、(3)外国人観光客の誘致、(4)文化・スポーツツーリズムの推進、そして基本方針3の(1)観光人材の育成については、2月の第5回の審議会の案件として、そして3月の6回目、最終の審議会ですべてを確認し、観光振興プランの素案を完成させたいと考えています。

続いて13ページの2のアクションプランの作成ですが、先ほども申し上げましたとおり、これらの施策を具現化していく具体の事業については、来年度にアクションプランを作成し、今ご報告した施策にぶら下げながら盛り込んでいきたいと考えております。来年度の前半のうちには作成したいと考えておりますし、事業によってはアクションプランの完成を待たずに、プランの作成作業と同時進行で具体の事業にも着手していくということになるかと思っております。それでは、14ページをお開き願います。アクションプランの作成についてですが、繰り返しになりますが、本審議会は来年度も継続されますので、委員の皆さんから引き続き、ご意見を頂戴しながら作成したいと考えております。駆け足ではありますが、以上で、私からの説明を終わります。

【阿部会長】

ただいま事務局から観光振興プランのたたき台について説明がございましたが、その他の部分でも各委員の皆様から意見質問をいただく形になっているので、順次委員の皆様からご意見ご質問を伺いたいと思います。いつも大矢委員からなので、本日は町田委員からよろしいでしょうか。

【町田委員】

まずいくつか気づいたというか、共有していかなければいけないことってなんだろうと考えていたのですが、よく八戸らしさという言葉が出てくるんですけど、八戸らしさとは何なんだろうと思ったんです。おそらく皆さんが思うようなベースは一緒かもしれませんが、食で売りますとか自然が豊富、大自然によさされた土地とか朝市があって横丁があつてとか、だいたいそういうのが出てくるんですけど、それは八戸らしさの一部ではあるんですけど、それをどういうふうを活用したり、それをどう組み立ててどう見せるかによってそこに八

戸の暮らしぶりの文化が重なってストーリーが見えて八戸らしさだと思うんですけど、ワードだけの羅列ではなく八戸らしさというのをもう一度皆さんと共有していく、だから八戸はこれを売っていくんだというものを、ちゃんと認識をまずしなければいけないのではないかと今日説明を伺っていて思っています。あと全般的なイメージなんですけど、利活用するという意識がわりと盛り込まれてないという感じがするんですね。それは次の段階、アクションプランとかそっちの話かもしれないのですが、ある地域資源をフルに利活用していく観光を目指すのが八戸というか、たとえば、どういうふうに利活用していくのかというところの考え方がもう少しなんとなく見えたほうがより説得力のあるプランになるのかなあと思います。

あと基本方針 3 のところ、観光人財の育成とかを見て感じたことが、最近観光地域づくりという言葉が出てくるんですけど、これは理解をしてもらうためのとか、そういう表現になっているんですけど、観光地域づくりってターゲットが観光客の場合と、観光地域づくりだと地域の人も幸せになる観光を進めていかないといけないと思っていて、ある意味観光客を喜ばせるのと地域の人も幸せになる観光を推進していくとなると実はそれはとても難しい、必ずしも比例して同じ方向を向いているわけでもなくて、この辺の意識というんでしょうか、観光を推進していくという部分で地域も、ようは観光を推進していくというのは今の観光は地域の人がちゃんと受け入れ態勢を整えて地域住民も含めていい感じの八戸らしさを理解したうえでお迎えしていかないと、おそらく他の都市との差別化した観光というのが進んでいかないし、言葉で持続可能というのは一種の当たり前の文言として観光で出てくるんですけど、言葉で持続可能な観光を考えなければいけないのではなく、そのためには地域の皆さんがどんな受け入れ態勢でどんな観光を考えていかないといけないのか、ちゃんと触れる事ができれば、これ 5 年計画ですよ、5 年後もある程度ちゃんと通用するもの、持続可能とかサステナビリティとかっていっても言葉に走らされる、そのベースにある八戸の進める観光というのがあると思うので、そのベースをしっかりと作っておかないとその 5 年後、さらに 5 年後となったときにぶれていかないように、その辺を皆さんと意識共有しながら盛り込んでいければいいのかなあと感じたところです。以上です。

【阿部会長】

ありがとうございます。

町田委員からご意見を頂いた中で八戸らしさを認識して共有するということがあったのですが、この辺のやり方というか。委員の中で共有していくということですよ。

【町田委員】

そうです。

【阿部会長】

事務局からどうということはなくとも大丈夫ですか。

【町田委員】

どこかでまたそういう時間があれば。

【阿部会長】

ありがとうございます。続いて松橋委員さんお願いいたします。

【松橋委員】

二つ、町田委員からもあったですけど、八戸らしさというのを観光というか、観光客やインバウンドももちろんですが市民にももっとわかってもらえるようなものを作らないといけないんじゃないかと思っていました。私どものグループでこういうのをやっているんですが、私もこういうところに参加して種差の魅力というのを発信しようとして頑張るのですが、冬はだめだと簡単な意見で、イメージ定着していてこういうのが流行っていてこれから来るんじゃないかという意見に八戸市民の人たちは否定的というか、これは観光客の前にまず市民にここに出ているコンテンツのいいところをもう一回知ってもらおうというのをやったほうがいいんじゃないかと感じました。町田委員さんが言ったように、これからちょっとみんなで考えればいいのか。市民の人がもっと盛り上がるというのが必要なというのと。

河東さんが作っていた資料、すごくいい資料だなあと思って見えています。こういうふうに分かっていて金額も具体的につくととつきやすいですねホテル業とすると。これだとういうふうになっているんだと。こういうのすごくいいなあと思っていました。以上です。

【阿部会長】

ありがとうございます。続いて村山委員さんお願いいたします。

【村山委員】

違う観点でということで、まずは、誰にみたいなところ、ターゲットのところあまり言及

ができていないかなというところがあるかなと思います。このアンケート、八戸のエリア観光アンケート、これも例えば年齢とか男女とかでセグメントをかけて消費額を見てみるとか、満足度を見てみるとかすると、この層は八戸に親和性が高いとか八戸の食に興味があるとか体験とか買い物とか立体的にお金を落としてくれている層はこの層だというのが見えてくると思うので、これはアンケート出たものそのままだと思うので、こうしてみるとどのセグメントを狙いたいのかみたいなのところがもうちょっと見えてくると、提供するものが見えてくると思うので、もちろん観光振興計画であまりにも絞りすぎると、ちょっとあれかなと思うのですが、多少どの辺を軸に置いていくのかというところを見ていくためにもこれを深堀できたら満遍なくターゲットにするというよりは親和性の高い人たちが見えてくる。もちろん親和性の高いイコール八戸に呼びたいかというところの議論はあると思うのですが、その辺を深堀できるといいかなあと思うのがひとつです。

あともう一つは、私ショッピングだったんですが若者の意識アンケート。親しみとか愛着のある方は結構いて70%とか、外から見ると町に魅力がないとは思わないのですが、中の人にはそう思っている方も結構いらっしゃるというのが結構ショック、そう見えているんだというところで、外からと内からのギャップ、もちろん愛着がないと答えている人に限定して聞いているのでそうなっているというところもあるのですが、この辺りはもったいないというか、そうなんだなあと感じています。

今八戸らしさの話も出ていたのですが、私自身はあたたかい町だと思っていますし、人と触れ合える場があったりとか横丁もそうですけど来た人が交流しあえるところもあって、ただ一方で地元の方はそう思っていない部分もあったりするのかなあと感じました。やはり何を売りにしていくのかとか、地域の方が何を八戸らしさと思っているかというのがありますし、八戸を地域の方が知るとというのが先程の話もありましたが改めて実感した次第です。

今回ビジョンを考えて市民一体となって、方向性に共感できるようなビジョンを描いていくことが大切だと思うので、そのプロセスがもうちょっと多面的に見ていく必要があると思いますし、それを決めたら一気通貫で行けたらいいと思うんです。そのビジョンがあって、食にふれるビジョンを描いている場合は、やはり八戸の食の部分に関して言うとしっかり整備されている、多くの方に受け入れられるような受入れ整備もできている、一気通貫した形になっていくといいなあと思っています。一旦私からは以上になります。

【阿部会長】

ありがとうございます。続いて吉田委員さんお願いいたします。

【吉田委員】

私も3名の方と同じ思いです。ショックだったのは、魅力がないと。誇りがいいのか、自分に魅力がないのか、ダメな原因を魅力がないにしているのか、そこを深掘しないとわからないのですが、若者に魅力がないっていうのと持続性に繋がらないのではというところが一番気になりました。

2月が一番見込みが少ない、でもえんぶりがあるというところがこれからの課題かなと思ったり。これから、令和4年のデータとはいえ、数としてはまだまだ低いと今日感じた次第です。あと人材育成の中でキーマンというものを作っていくないと、我々このメンバーがいて一般の市民がいてって伝わらないと思うんですね、直接。キーマンづくりというのがないと、役所の方が言っているんだではなく、あの人が言っているんだとなると受入れが違ってくるので、人材育成の中に入れていければと思っています。自然だろうが文化だろうが食だろうがそれが観光に繋がると語れる方がいると、町田さんがいっぱいいるといいんですけど、そういう方がこれは観光につくんだよとかそういう人材作りをしていかないとなかなか一般の人に伝わっていかないと思いますし、観光で食べていくんだという思いに繋がらないんじゃないかと感じています。

八戸八戸といっても、近隣との緩やかな連携というのも大事だと思うので、ここでいったら隣の触れているところと一緒にいく、十和田八戸のトレイルもそうですけど、別なところと一緒に組んで、数時間の移動、近いと思うので、そういった緩やかな連携をお互いに模索するというのもひとつと、情報発信に触れていなかったのをこれをどうやって発信するんだというのを盛り込めればいいのかと感じました。以上です。

【阿部会長】

はい、ありがとうございます。次、大矢委員さん。いいでしょうか。

【大矢委員】

各委員さんと重なる部分もありますし、村山委員と重なる部分があります。

インバウンドの部分で言及させていただくと9ページのところで観光課題として海外からの誘客と挙げられているんですけど、八戸にインバウンドが宿泊する比率というのが県の平均が6.5に対して3.1ということで絶対数が少ないということが大問題というのがわかるのですが、それに対して市として認識している課題が誘客と書いているのですが実際は受け入れ環境の整備。極論言うと、受け入れ環境の整備だけすればいっぱいインバウンド来る

んですかという見方ができるのかなと。私自身が思う部分なんですけど、先程村山委員からもあったんですがターゲットというところが重要な話になるのかなと。

ターゲットに対して観光商品、観光プロダクトが不足している、これがSWOTの部分でもキラーコンテンツとして挙げているのですが、コンテンツはそんなに増やせなくてもプロダクトは増やせると私は思うんですね。観光体験商品とか。そういう商材をたくさん持っていくということが必要だと思っているので、そういった環境整備だけではなくて、観光商品を作っていく、今が少ないとか開発の力がないというのがあると思うのですが、その部分を触れていく必要があるのかなと思っています。9ページの観光の課題と挙げているところが3、4項目の部分に絞っているんですが、ここもっとボリュームがもっとあったうえで施策の展開に、一貫性というところにも繋がると思うのですが、ここのボリュームが薄いのに政策の部分だけ、アクションの方だけ先行している印象があったので、課題の部分はもう少し列挙されてもいいのかなと感じました。以上です。

【阿部会長】

ありがとうございます。それでは河東委員さんお願いいたします。

【河東委員】

私から質問がひとつございまして、2ページの青森県の観光戦略のところ延べ宿泊数が550万人泊とあって、たとえば県から八戸にはどれくらい課せられているとかそういうのはあるんですか。割合がどうなのか。

【事務局】

個別に八戸はこの分、100万とかはないんです。全体として上げていくということだとは思いますが。

【河東委員】

わかりました。トップダウン的なところは特にないということであれば、ボトムアップ的なところで考えていくと、11ページのところで幸福度の向上というのが基本方針の3にあるんですが、これが今後誰のための観光かという部分になっていくんだと思います。幸福度というのはそれぞれ何を見て幸福なのか人がそれぞれ違ったりすると思うのですが、どこを刺激すれば幸福度が上がるのかみたいなのが調査の中でわかってくると面白いのかなと。所得が増えていくものなのか、明日が楽しいという希望的なものなのか。そんなものが

刺激できるような観光というのがボトムアップのところで、海外からいらっしゃった皆さんがこの地域いいねと思うのは人と接する場合の人たちが元気がよかったりとか気持ちよく接してくれたりという部分で非常に大きいと思うのですが、そこというのは地域側の幸福度が上がってないとうまくいかないのかなという部分があるかと思ひまして、その部分をどうウォッチしていくのかという部分を気を配ってもいいのかなと思ひた次第です。以上です。

【阿部会長】

ありがとうございます。それでは原委員さんお願いいたします。

【原委員】

皆さんと同じところもあるのですが、八戸は産業、他の街に比べると柱になるところがたくさんある中で、今回観光というところで稼ぐと書いてくださっているの、観光で食べていくんだという気持ちになってやっていく。そうなる観光産業になると宿泊、飲食もそうですし交通もありますし、携わる事業者さん多くいらっしゃるので、どういうところというのが具体的にあったほうが良いと思ひています。

インバウンドの方が増えてきているという状況で進んでいる地域とすると、どういう国の方、地域の方がいらっしゃると外向けに絞った商品の提供の仕方だったりそういうところも工夫して稼いでいらっしゃるところがあると先日お聞きしたことがあったので、そういったところも受け入れるなり、その地域を意識したような感じでやっていくのもひとつかなあと思ひました。

【阿部会長】

ありがとうございます。高橋委員さんは音声繋がっているのでしょうか。

【事務局】

音声は聞こえていらっしゃるということですが、発言が難しいようです。

【阿部会長】

わかりました。それでは井上副委員長さんお願いいたします。

【井上委員】

今日オンラインで失礼いたします。まず若者の意識調査の結果のお話があったと思うのですが、私その委員をやっていて、簡単に言うと若者で特に家族とか学校職場以外のコミュニティがない人は地域の魅力を感じていないみたいなそういうニュアンスになっていまして、八戸でも活発に活動している若者がいて、いろんな人との交流、夜の飲みニケーションとかそういう飲みにも結構行きますので、そういう人にとっては魅力のある街なんですけど、そうではない若者もいますので、そういった若者をどう地域に関わっていったらいいのかということ、別の委員会では議論しています。若者が今後観光に関わるとか、場合によっては観光を専門にできるかはわかりませんが、そういう産業が作られていくようにするために、ひとつこれは手前味噌な形態になるのですが、本学で次年度から観光を学ぶ授業ができるんですね。私も一部担当したりするんですが、大学と連携して学生に観光に関わる機会を作っていただければ、それによって観光も地域も知れる、ゆくゆくは5年プランですので長期的に観光に関する就職先、仕事を作っていくような環境整備ができればいいんじゃないかと思っていました。行政がどこまで、どの部分にかかわるのか、それは今後プランに入れていくと思うのですが、どうしても他の事例を見ていると行政が主導で動いている観光だといろいろと無理があったりとか無理やりこうとかというのが見られると思いますので、八戸市の強みというところでいったときに、民間企業、産業が中心ですので今の産業を活かした観光というのをいっていきけるようなプランになっていければと私も考えています。

ターゲットも、恐らく今の宿泊施設の特徴を見ますと、近場の人たち、県民の観光だとか、近隣とか出張で来るビジネスマンとかは対応出来ていると思うのですが、それ以外のターゲットについては弱みの部分であった目的地になれないとかインバウンドのお客さんが喜ぶような宿泊施設が順調ではないので、そのあたりをどう整備していくのかなあという話になるのではないかと感じました。以上です。

【阿部会長】

ありがとうございます。

最後私からになるのですが、今回委員の皆さんからのお話と共通する部分もあって、これが八戸市民の特徴といったら変なんですけど、奥ゆかしさなのかは分からないのですが、市民の立場から言うと八戸ってなにもないんだよとよく言う人がいるんです。みちのく潮風トレイル、三陸国立復興公園、世界文化遺産があるんだけど、それが光るものだという意識が少ないので、それを光らせて市民の人たちに意識の共有を図って醸成していくというのが大切なのかと思っていました。やはり普段当たり前な部分が他所から来る人には面白い

ということなので、情報発信を市民に対しても行い、ウエルカムな気持ちの機運醸成を図るべきと感じたところです。今月、東北観光推進機構さん主催の台湾のの旅行博に参加させていただいてPRしてきたんですが、自分ひとりで昼休憩のときに近くの商業施設のフードコートに行ってお飯を食べた時に清掃の方が近づいてきて話しかけられたのですが、言葉が分からず、Wi-Fi 繋がらないので翻訳アプリも使えないのでぼかんとしていたら、向かいにいた台湾の女性の方が清掃の方と話をしてくれて、食事を終えた食器類を持って行ってもらったんです。そのあと女性の方が英語で説明をしてくれて、最後に Welcome to Taiwan、バイバイと私を笑顔で送ってくれました。まさにこれがおもてなしで、八戸市の観光という部分で観光客をお出迎えする上ではそういう気持ちを持って積極的に、外国人がいると避けてしまうところもあるのですが、ウエルカムな空気を市として地域として作ってあげればいいのかという印象を持って帰ってきたところです。今回市として観光振興プランを作っていくので、観光を市民にも意識してもらってあげればいいのかと思います。地元で観光事業をやっている団体として観光課さんと一緒に調整してこのプラン作りをやってあげればいいのかと思っていました。

ここまでであと追加で何かございますか。

【村山委員】

今の話も踏まえつつ、改めて思ったのは八戸はいろんな産業があってというお話があって、それを踏まえつつさらに市民の幸福度とかの話を入れていく中で、1 ページの前にもう 1 枚くらい資料があったほうが良いと思っていて、八戸における観光の位置付けというか、いろんな産業がある中でなぜ市民として地域として観光に取り組まなければいけないのか、その前段の前段くらいの記載がないので、うちは観光に興味ないよという方も中にはいると思うので、観光にそういった方に振り向いてもらうためには観光の伸びしろ、インバウンドの伸びしろにも言及しなければいけないと思うのですが、そこに可能性があって伸ばしていくというのがまず前提として伝わらないとすべてが噛み合っていないのかなあという感じがしています。

持続可能な観光も重要なんですけど、八戸でいうと、いっぱいお客さん来すぎていて大変だみたいな状況ではないと思う中で、持続可能な観光を入れるのは重要だと思うんですけど、それが集客をセーブする方向に働かなければいけないなあと思っています。時系列で見ていくと重要度が今後増していくと思うのですが、インバウンドでいうと数が少ないので増やさないといけないという方向性に進める必要があると思うのですが、バランスをとりすぎるとスピードがのらないというのがあって、この基本方針は並列なのか、時間軸で見たときに

重みがこれ 5 年の計画なので後半戦に増してくるのかというところも含めた経過落とし込みがいいかなと思っていました。

一つ目は八戸における観光業の位置付け、重み、可能性を 1 ページの前にいれるといいなあというのと、持続可能な観光がこれから伸ばそうというところとバランスが取れるといいなあと思っています。

【阿部会長】

ありがとうございます。その他。

【町田委員】

もうひとつ、いつも気になっていることで、それが正しいのかはわからないのですが、まず一つは、今の持続可能もそうなんです、どうしてもそのときそのときの国が打ち出すものによって一種のそのときの流行り文句のように組み込まれていく、言葉が先行していく。八戸の場合はおっしゃったように段階でもないし、いろんな言葉を先行させないというのと、資源だけの羅列をさせないというのもいつもすごく思っていて、世界遺産もあるし朝市もあるしと資源の話が出るんですけど、言葉だけが羅列されていく。でも、なぜ光るものと認識されないかという、言葉の羅列だからだと思うんですね。地域資源というのはしっかりコンテンツ化して、コンテンツ化ちゃんと出来たからプロダクトができてそれが稼げる観光のビジネスに繋がると思うんですね。資源を羅列するのではなくしっかりコンテンツを作る、そこから商品として稼ぐというのが大事だと思っていて、そこが現状抜けていると思うんです。そんな中で言葉の羅列に付随してまた、うちは観光真ただ中でコンテンツを作っている、すごく感じるのは、例えばみちのく潮風トレイル、十和田トレイルと長くなって、トレイルが長くなっていくのが素晴らしいみたいになっていくんですが、それはそれでいいんですが、八戸がやることというのは、私がいつも思うのはみちのく潮風トレイルは 1000 キロですけど、1000 キロのトレイルの青森県が 50 キロでしたっけ、その部分をどのように利活用してどのようなおもてなしがあってどれだけ地域の人がウエルカムしてこの八戸だからこそ受入れみたいなものをしっかり形にしていくことが大事だと思うんですね。本来はトレイル 1000 キロというのは 29 市町村 4 県がかかわるみちのく潮風トレイル、29 種類のおもてなしとか見せ方みたいなものがある、それをつなぐのがみちのく潮風トレイルだと思っているんですけど、みちのく潮風トレイル 1000 キロ十和田まで伸びましたとクローズアップされるんですが、私たちが考えないといけないのは八戸とトレイルとの関係性とか、ぬくもりとかしっかり資源をコンテンツとしてとらえてビジネスを生み

出していくというのが大事だと思っていて、そういうことをやるんだというのが八戸の観光の産業でそこを目指す、八戸はそういう町なんだというのがビジョンとか何か冒頭のところにでもあって、そうすると理解しやすいと思うんですけど、要は言葉だけが羅列していて中身が見えてこないというのが一番今問題かなあと自分では観光をする中で感じているので、そこを作る人材が極端にいない。そういう人たちが増えていかないと観光は成り立っていかないかなと感じています。

【阿部会長】

ありがとうございます。他に委員の皆さん、よろしいでしょうか。それでは、その他合わせての意見交換という形でご意見伺ったのですがこれで本日の審議は終了となりますが、事務局から何かありますでしょうか。

【工藤観光文化スポーツ部長】

年末のお忙しい中お集まりいただき、たくさんの貴重なご意見をいただきましてありがとうございました。ご意見をいただいた中で考えたことがありましたので、お話しをさせていただきます。まずは、受け入れの話で、Welcome to Taiwan. Welcome to Hachinohe. という先ほどの阿部会長の体験を聞いて思ったのですが、八戸は22年前に東北新幹線八戸駅が開業になった際に、当時の塚原理事長が一生懸命旗を振って、会議所の皆さんと受け入れ態勢を強化したことがありました。当時タクシーの運転手ですら、八戸には何もないよと言ってしまって、旅行客を困らせてしまうということがありまして、これはまずいということになり、タクシーの運転手から態勢を整えようという話になり、観光の勉強会があったりとか、色々な方へ受け入れ態勢のための勉強会を開いたり、そして新幹線の開業に備えたというようなことがございました。吉田駅長がいらっしゃいますけども、そのことが開業の成功例ということで全国に紹介されるということがございました。そこから22年経ちました。その頃、気持ちをもって活動していた方が一周して、子ども達も当然生まれていません。その頃我々も仕事をしていましたが、だいぶ人も入れ替わって、もう一度そういうことをやらなければいけないよねという話を課内で今しております。先ほどこの会議の前に、宮崎県の教育読本という本がございまして、観光の受け入れに関して2000年に作られたもののように、東国原知事よりも前の知事さんが作られたものですが、県民の方向けに、主に小中学生向けなのですが、我々もこういうものを作れたらいいのではないかと考えております。外国人が来た時に、3カ国語ぐらい、英語と中国語と韓国語であいさつしましょうというのが漫画で描かれているのを見させていただいたのですが、受け入れ態勢をつくるってすごく大事だと思っています。今までも誘客とって動いてはいたんですけど、連れてくることはできます。町田委員がおっしゃったように、あれがある、これがあると言ったところで、何ができるのですかというところがあり、観光客の方の行動を予測しないと受け入れも難しいと

思いますし、魅力も伝わらないと思っていましたので、プランを今どんどん作っていますが、受け入れする側への教育、という言い過ぎですが、そういう意識を持ってもらえるような活動を入れ込んでいければいいなと思っていたところでした。皆様本当に貴重なご意見をありがとうございました。以上でございます。

【阿部会長】

それでは進行を事務局にお返しいたします。

【事務局】

はい、会長、ありがとうございました。それでは皆様、長時間にわたり大変ありがとうございました。次回の審議会は1月24日金曜日の開催予定となっております。年が明けましたら皆様に出欠のご連絡をさせていただきますので、ご協力をよろしくお願いいたします。もし駐車券がございましたら処理をいたしますので、お知らせいただければと思います。連絡事項は以上となります。以上を持ちまして令和6年度第3回観光振興審議会を終了いたします。長時間にわたり、大変ありがとうございました。