

第5回 観光振興審議会【令和7年2月18日】

【事務局】

本日はご多用中のところご出席いただき、大変ありがとうございます。八戸市観光課の古川と申します。よろしくお願いたします。只今より、令和6年度第5回八戸市観光振興審議会を開催いたします。それではまず、本日の資料の確認に入りたいと思います。着座にて失礼いたします。

- ・次第、委員名簿、席図
- ・資料1 第5回八戸市観光振興審議会の議題について
- ・資料2 当市の食とインバウンドに関する、現在の取組についての資料
- ・参考資料1 第4回八戸市観光振興審議会（令和7年1月24日開催）意見抜粋
- ・参考資料2 当市のインバウンドに関する統計資料
- ・みちのく潮風トレイルマーケットについて ※河東委員からの提供資料
- ・東日本ゴールデンルートに関する新聞記事（令和7年2月16日デーリー東北）
- ・八戸えんぶりに関するテレビ番組の案内チラシ

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。

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。委員総数12名中、9名がオンラインを含めまして出席されておりますので、八戸市観光振興審議会規則第5条第2項の規定により、本日の会議は成立しておりますことをご報告いたします。

それでは早速ですが、審議に入りたいと思います。阿部会長、よろしくお願いたします。

【阿部会長】

皆様おつかれさまでございます。本日も会議の進行を務めますので、どうぞよろしくお願いたします。それではさっそく審議に入りたいと思いますが、次第の2「食のまち はちのへの推進」について事務局より説明をお願いいたします。

【事務局 下村次長兼観光課長】

事務局の下村です。私の方から資料1についてご説明いたします。

改めまして前回1月の審議会におきまして、事務局といたしましては、観光振興プランの中でも特に力を入れる事項につきまして以下3つを挙げさせていただいておりました。

1. 「食のまち はちのへの推進」
2. 「種差海岸の魅力向上」
3. 「インバウンド対策」

これらについて、柱としてプランに掲載していきたい旨のお話をさせていただいた上で、前回の会議では、「種差海岸の魅力向上」と「食のまち はちのへの推進」について、皆様からご意見を頂戴する予定でありましたが、「食のまち はちのへの推進」までは時間が足り

なく、いたりませんでしたので、本日は改めて「食のまち はちのへの推進」についてと「インバウンド対策」について、ご意見を伺いたいと思います。

まずはこの2項目につきまして、インバウンドへの対応食であったり、前回の検討項目でありました種差海岸につきましては、みちのく潮風トレイルとインバウンドなどとも深く関わってくるものでございます。

また、「食のまち はちのへ」という言葉からは、様々な事柄が考えられます。食材を売り出していくのか、以前委員の皆様からも意見を頂戴しましたが、朝市や横丁での食の楽しみ方、また、その場での出会いなど、幅広い意味を持つと思いますが、今回も色々な角度からご意見をいただきたいと思います。

それでは、資料1「第5回八戸市観光振興審議会の議題について」をご覧くださいますと、「食のまち」と「インバウンドの対応について」という2項目について挙げておりますが、私の方で一括してご説明させていただきます。

「食のまち はちのへの推進」につきましては、四角枠(1)の②、高橋委員からいただいたご意見ですが、当市の水産・畜産等と観光を融合させて生産的な新たな観光を創造するということや、③食べにいきたくなる街の仕掛け、などの施策を考えております。具体の事業等につきましては、アクションプラン等々にまた皆さんの意見を掲載していきたいと考えております。(2)令和7年度の事業案として主なものを載せてありますが、①VISIT はちのへと連携し「食のまち検討会の開催」や、⑤羽田空港での八戸フェア、その中で羽田空港のレストランとのタイアップなどを検討しているところです。

インバウンド対応につきましては、四角枠の①、村山委員からいただいたご意見ですが、データの取り方としてインバウンドにおける八戸の認知度を調査し、結果、認知度を上げていくためにはどのような施策が必要なのかを考えており、1年で上がるものではないと思いますが、そういった戦略などを練っていくことも考えております。(2)令和7年度の事業案として、②になりますが、渡辺委員が取組んでおられるアドベンチャーツーリズムに、ぜひ種差海岸を含めまして協力させていただきたいと考えております。

最後に、資料1から少し離れますが、今後のスケジュールにつきまして、第6回目の審議会は、来月3月19日(水)としております。ここで素案を固めまして、4月から5月にかけてパブリックコメントを実施し、パブリックコメントを反映させた最終版の振興プランにつきましては5月頃になろうかと思いますが、その際にはまた審議会を開催したいと思います。また、令和7年度は、プランに基づいたアクションプランを策定いたします。委員の皆様は任期は2年でございますので、令和7年度も引き続きアクションプランまでご意見を賜りたく、よろしく願いいたします。私からは以上です。

【事務局】

では私の方から、現在の食に関する取り組みについてご説明させていただきます。右上に資料2と記載されている資料をご覧ください。食に関する取り組みをまとめた資料になっており、食に関係する市や商工会議所、民間の方々の取り組みを記載しております。

まず(1)八戸市の主な取り組みですが、①～④に記載してありますとおり、VISITはちのへで実施している「食のまち はちのへ事業」、東京の新橋駅付近にございますアンテナショップ8baseの運営事業、補助金の交付事業、VISITはちのへによる物産販売事業などを行っております。

続いて(2)の八戸商工会議所さんの事業ですが、新幹線の切符と飲食店で使える食事券がセットになった旅行商品の販売であるグルメツアーズ事業や、八戸らーめんに関する事業などを行っております。

(3)の民間事業者のイベントとして「ふぐ」、「ブイヤベース」、「南部御前」、横丁での飲みだおれラリー、八食センターでのイベントなどがございます。

(4)その他として、八戸の食の資源と考えられるものとして、朝市と横丁、認知度のある八戸せんべい汁、水揚げ全国一のキンメダイ、八戸前沖サバ、種差海岸沿岸の食事処で食べられる磯らーめんなどが挙げられるかと思ひ、資料に記載しておりました。

これらの取り組みを受けて、委員の皆様からご意見をお伺いできればと考えておりました。

【阿部会長】

それでは、次長の方から食のまち八戸の推進についてとインバウンドでの対応という概略説明があり、職員の方からは食のまち八戸の推進について資料で説明がありました。まずは食のまち八戸についてここまでの説明と、それ以外の部分で食のまち八戸についてのご意見があれば委員の皆様からお聞きしていきたいと思ひます。

最初に、本日現地で出席されている委員の皆様で何か質問やお聞きしたい点、ご意見があればお伺いしたいと思ひますが、何かございますでしょうか。

オンラインで参加されている委員の皆さんで、何かお話やご意見ご質問などありましたらお願いいたします。

【大矢委員】

食文化というところで、八戸の食と観光、特にインバウンドというターゲットを意識した中で、私自身この食に関して思ふ事がありまして、改めて今となつては八戸の食はおいしくて何でもあつて、食のまちというようになって久しいと思ひます。食が非常に豊富であるという街になりましたが、歴史的な背景とかどうしてこうなつたのかと紐解いていくと、もともとは「ケガジ」ですよ。いわゆる飢饉の町で非常にやせ細つた土地で米がとれない。そこから粉もの文化が発生してそこに先人の知恵が加わつて今の八戸の食文化が花開いている。

もちろん水産、畜産もありますが、そう考えると今の八戸の食の売りの部分のポイントの中に農業、農産物というポイントが抜けているのが気になるところでもありました。北の粉もん文化はすでにせんべい汁をはじめとして世に知られているんですが。例えば県南地方ですと雑穀がたくさん採れますよね。雑穀、きび、あわ、ひえ、そばもありますが、非常にミネラルが豊富で栄養価が高くて収穫量が安定しているとか、そういった例えばビーガンですとかベジタリアン向けに非常に相性のいい素材がたくさん採れる町なんですよね。そういったところに光を当てて、プロダクト開発をしていくとか、歴史的な背景、文化風土の背景を農業の方にも光を当てて見せていくというのが今後必要なかなあと考えています。粉もんフェスティバルとかありますけど、たとえば雑穀サミットみたいな。たとえばですけど、そういったところに光を当ててみるのも、もともとある食文化をもっと光を当てて掘り起こして、そして今があるんだというところを、そういう文脈で観光客、インバウンドに見せていく。豊かになった理由を見させていくということが必要なかなあと考えておりました。私からは以上です。

【阿部会長】

ありがとうございます。事務局はいいですか。—では引き続いて河東委員さんお願いいたします。

【河東委員】

今資料を共有させてもらってもいいでしょうか。映ってますでしょうか。東北観光推進機構さんのDMPなんですけど、八戸の方、国内と海外に分けてお話させていただきたいのですが、まず国内の方なんですけどどうも八戸の消費額などを見ると圧倒的にホテルや旅館への消費が多くて、もう少し飲食が伸びてもいいのかなという部分を感じているところです。男性の50代、40代が多いというのは、カード払うのが奥さんと一緒に来ていてもここだからというのもあると思うのですが、もう少し伸ばせるのではないかとひとつ思っているところでした。あとやはり東北圏内から来る人たちというのが、食事はするんだけども宿泊はしない傾向にあったりもするので、近くから来る人を泊める施策であるとかそんなところがあってもいいのかなとつらつら見ていて思ったところでした。あと訪日の方ですけど思うのは、アメリカが特出していて、先程八戸市さんから提供いただいた宿泊の資料もアメリカが多いわけですし、ダッシュボードを見てもアメリカが多くなってくる。これは三沢基地の影響だと思うのですが、外国人っていうふうにしてしまうよりも、このアメリカであるとか台湾であるとか、明らかに多く来ているところ【国】に対してどうするのか、One to Oneマーケティング的なところを出してもいいのかなと思います。大雑把に訪日というよりも、大きく訪日と言いながらも、アクションプランで分けてもいいのかもしれないと、そんなところを感じていたと

ころでした。以上でございます。

【阿部会長】

ありがとうございました。他に委員さんからご意見やご質問は。井上さんお願いいたします。

【井上委員】

食についてということで、先程大矢さんのご意見であったとおり今の八戸圏域の食文化がある背景には歴史的なものであるとか文化があると思うのですが、それを観光コンテンツにしていくという仕掛けといいますかプランが必要ではないかと感じています。ただおいしいものがあるってそれを食べに来るといって観光客はもちろんいますけど、それだけでは今後持続的な面で難しいと思いますので、それには食に関わる人、特に地元の人との交流プラス食があるという形にしていかなければ観光という点で続いていけないのではないかと感じておりました。特に郷土料理などであれば農家の人がそのまま先人たちの知恵を使って提供する、そこには必ず会話があってそれはある意味、もちろん食べ物もおいしいですけどそういう一連の流れ、このプランではストーリーと出てきていましたけど、ストーリーの中の食、食のストーリーがこのプランの中にのっていかねばと感じていますし、一方でそれはいったい誰がやるのかということと、ターゲットをどこに設定するのか、これもこれまでの会議ですと議論されてきていますが、先程の河東さんのデータであった30代から60代というのは出張のビジネスマンが想定されるんですけども、その既存のターゲットだけではなくてこれから新たに呼び込んでいくためにはインバウンドももちろんありますが、国内たとえば地元であっても、仮に私は津軽の人間なんですけど津軽の人間からしても南部の食文化はすごい新鮮でおもしろいというのがありますから、それを通じて新規のお客様はもちろんですし、一方で担い手とか、さっきの農家さんたちは高齢者が多いので後継者をどうしていくのかを考えていかないといけないのではと考えています。以上です。

【阿部会長】

ありがとうございました。

【吉田委員】

あと八戸を代表する、たとえば今でいうサバとかイカとかを全面に出して獲れないというところはどうするんだと、持続性を考えると例えばレシピだけを食として置いておいて食材が変わっていくようなやり方も、八戸なんとかという料理を作っておいて。そういう売りもひとつかなと思ってまして、獲れない獲れないで止まるのではなくて、獲れなくてもいいものを考えていかないとなかなか続かないのではないかと考えています。じゃあふぐがあると

か、次に何がある、八戸何があるのとだんだん薄くなっていくので、そこがこれからの課題だと思っています。

【阿部会長】

そうですね。今吉田委員さんから獲れない話があったんですが、現実、地元でいろいろと携わっている事業者さんからも、サバであったりイカであったり、その他あってそれに関連する加工食品が作れないというのが現実的になって出ているところです。今日配られている資料の中の、食に関する現在の取り組みの【4】その他④八戸前沖さばのところに、これは商工会議所さんが事務局になっているのですが、「八戸前沖さばブランド推進協議会」というのがあったのですが、実はこれ名称変更をしまして、サバがとれなくなってブランド化がなかなか毎年難しいということで令和6年に名称変更をして現在は「サバのまち八戸協議会」という形で、八戸といったらサバの町だねということで町づくりとして協議会名を変更して活動を始めているところでした。食のまちをやるにあたって、八戸の風土に根付いた食、いろいろと食べ物のストーリー性を付けてやっていったほうがいいでしょうと委員の皆さんからご意見いただきましたが、そこにはターゲットも明確にしながら計画していったほうがいいのではないかというご意見が多かったのかなと思います。あとは農産物が抜けているという部分もあったと思います。そのほかに、実際にストーリー性を持ってまさにここまでやってきた町田委員さんの方から、ご意見いただいてもよろしいでしょうか。

【町田委員】

今言っていたように、まさに食というものをどういうとらえ方をしてどういうふうなストーリーを持ってそこに人と自然を絡めながら表現していくかというのをずっと長い間試行錯誤しながら国内、海外向け商品というのをずっと作ってきているので、まず食を通じてとか、食のまちというのがあるんですが、本当に売りたいのが食のまちなのかなというのをさっきからずっと思っていました。どう表現すればいいのかなと思うのですが、食というよりは食にまつわるストーリーだったり暮らしぶり、ライフスタイルが八戸らしい部分なのかなと思うんですね。食のまちと一言で言ってしまうと、なんとなく全国レベルで言うと京都とかの細工されたうつくしいアートな食というものと、例えば大阪だと食い倒れといわれていろいろな食べ物があって安いものから高いものから選択肢がすごくたくさんあって飲食店とかも果てしなくたくさんあって、好きなものを選んで食べる食のまち、食い倒れ大阪とあって、八戸が食のまちとっていいのかなと思うんですね。食を使った地域という売り方をしないと、インパクトがないのかなと。わざわざ来てまで食べに行くところの刺さるものがなかなか難しいんじゃないかと思うんです。そう思うから私たちは当然生産地というところが一番の強みだと思うので、生産地、生産者というところにクローズアップをして

そこに人を呼んできて、大阪にも京都にも勝てる食材が豊富だし新鮮だし豪快だし、この地域の暮らしぶりや文化がインプットされた食べ物、ライフスタイルがあるっていうものを表現していかないといけないと思っています。なので、食のまちで売っていきましょ、やっぱり食ですねとか、サバですイカですと言った時に、さっきも出てますように獲れなくなる時もあるし、それを目指してきたときにがっかり度がどうだろうとか、サバだけ食べたいがためにわざわざ来るといのもすごく難しいなど。たまたまサバがあってイカがあって、でもその食べ方、ライフスタイル、生産者にスポットを当てていると獲れないときもある食材で地域の文化を融合させたストーリーを売るという表現をうまくできないかなとさっきからずっと考えていたんですが、それをうまく言葉で伝えるのが難しくてどういうふうに言えばいいかなとすごく思っていたのですが、もうひとつ本当に来て欲しいのか、来てもらうための表現をしたいのか、それとも自分たちのこういうものがあるから見せたい、知らせたいというのが先に来ているというか。観光はもちろん見せたいものがあるから人を呼ぶのですが、来てもらう人目線で見えないと、来てほしいというところをもう少し大事にしていけないと、これもあるこれもあるから見せたいというのが先に来ってしまうと、全国レベルで見たときにそこまでそこに引っ張られないといのもどうしてもたくさんあると思うんですね。ずっと観光というフィールドにいていろんなものを見ていったときに、地元にて地元の人にはそれを知っているから懐かしいね、おいしいねというかもしれないのですが、もっとインバウンドの方にそれを見せたいといったときにそれだけでは人を呼べないと思うので、プロダクトとしての調理の仕方をもう少しクローズアップしていけないと、食は食なんですけど、あまり食にいくと来て欲しいための素材になり得ないといのも感じたりしています。以上です。

【阿部会長】

ありがとうございます。

食についてもし意見とかございましたらお願いしたいと思いますが、よろしいですか。またこのあとインバウンドのほうもあるので、そのあとにまとめてこれに限らず複合的な部分もあるのかなと思っていますので、そのときに合わせて意見いただければと思います。次のインバウンドに進めたいと思いますが事務局よろしいですか。

【事務局】

資料2の下側2の方にインバウンドに関する現在の取り組みについて記載しておりますので、ご覧ください。

【1】誘客に関しては VISIT はちのへにおいて事業を行っておりまして、①～⑤のとおりターゲット国である台湾に現地エージェントを配置して、現地旅行会社等への情報提供や、台湾での旅行博への参加、審議会委員にもなっただいて村山さんへのアドバイザー依

頼・招聘、東北観光推進機構さんなどと連携した商談会・FAM ツアー対応、外国人来訪者向けのアンケートの実施などを行っております。

【2】受入体制の整備としましては、多言語パンフレットの作成、VISIT はちのへホームページにおける多言語ページの作成、種差海岸のガイドンス動画の多言語化、観光案内所での外国語対応などを行っている状況でございます。

インバウンド対応につきましては、VISIT はちのへのアドバイザーとしてもいろいろとご意見を伺っている村山委員がいらっしゃいますので、八戸市のインバウンドの現状ですとか今後力を入れていくべき事項など、村山委員からご説明をいただきたいと思っております。

村山委員、どうぞよろしく願いいたします。

【村山委員】

村山ですよろしく願いいたします。画面共有していければと思うのですが、少しだけスライドを用意したので共有していければと思っております。

まず八戸市のインバウンドの現状ということで、客観的に見て少しだけコメントさせていただいています。まずインバウンドは昨年 3600 万人を超えて過去最高を記録しているという状況の中で、東北地方も増えていると思うのですが、ゴールデンルートといわれるようなところと比べると相対的にはまだ認知度が低いのかなと。その中で八戸は青森県内の観光地として位置づけられるんですが、単体として観光地としてのブランド認知、もちろん台湾とかさまざまな発信を各地でやっているものの全体としてはこういう位置づけなのかなと感じているところです。強みと課題ということで少しまとめています。強みはこれまでの話のとおり、様々な独自の観光資源がウェイトが大きいと思います。八食センターをはじめ、朝市、蕪島、種差海岸もそうですし本日行けずに申し訳ないのですがえんぶり、横丁を含めて様々な観光資源があって、グルメ観光を含め、先程の地域の生活とか生産者とか文化とかというところになってくるとガストロノミーツーリズムといわれる分野も非常に伸びてきているので、その文脈でもポテンシャルがあると思います。あと河東さんからも話がありましたが、三沢米軍基地でアメリカの方がいらっしゃる、そして足を運びやすいというところも他の地域にはない強みかなと思っております。米軍基地、色々なところにあるのですが米軍基地の偉い方々がある観光スポットに興味を持って実際に楽しんでそのあと口コミで米軍基地内で広がる、広げてもらうということを施策として取り組んでいるところもあつたりしますので、そういう情報の波及効果も含めて強みとしてあるかなと思っております。あとは、生活感があるというのが大きいと思います。観光地化されすぎでないというところもあって、地域の朝市もそうですし、横丁もそうなんですが、それ以外のところでも地域の生活に触れるというところ、スナックとかそういうのも私自身もおもしろいなと思ったんですが、ディープな地域の生活に触れることに対して興味、関心を持つ海外の方も多いです。一方で課題としてはアクセスの問題であるとか、駅からのアクセス、案内の仕方、レンタカーとかその辺の発

信の強化もあると思いますし、あとは海外向けの発信という事で、今はまだあまりインバウンドが多くないというところでの言語の発信というところが、ポイントポイントで見るとやっているんですけども、街全体としては少ないのかなと感じます。あとは受入れ環境の部分に関して言うと、キャッシュレスとかそのあたりのベースとなるところ、あとは体験型のコンテンツということでガイドさんをはじめツアー商品がまだまだ少ないのかなと感じています。例えばなんですが、最後商品に関して言うと、ご存じの方も多いと思いますが、色々なプラットフォームがあります。GetYourGuideとかKLOOK、Viator、KKdayとか。こういったサイトを海外の方は見ている、そこでその地域で何ができるのかということを見つけて購入をする。団体の方は使わないです。団体の方は旅行会社経由。個人の方はこういうのも使っているので、そこで見たときにViatorですとこれはトリップアドバイザーのグループで欧米に非常に強いサイトなんですけど、八戸は12件、アルファベットで検索すると出てくるという形になっています。結構いろいろ出ていまして、町田さんの商品もたくさんあってという形で、こんな形で掲載されています。一方でKLOOKとか、これは香港発なんですけど世界的に展開されていて非常に強いサイトなんですけど、八戸で検索すると奥入瀬だけが出てくるという形です。あとはGetYourGuide、今欧米の中で一番伸びているのGetYourGuideなんですけど、八戸で検索しても何も出てこないです。青森で検索しても一つだけだったと思うのですが、あまり掲載が進んでいないという実態があります。ちなみにGetYourGuideは日本代表の仁科さんという方が飲み仲間なのですが、こういうものに掲載することによる認知度の向上はもちろんですが、購入にいたる可能性も高まりますし、そういったところ他の地域より進めている中でまだまだ少ないのかなと感じています。あと最後KKdayですね。これは台湾の方が主に使っているサイトなんですけど、八戸は台湾【旅行者】非常に多いです、これからも力を入れていく既存市場としてあると思うのですが4つ掲載されている形でした。ただ具体的に見ていきますと、八戸と書きつつも奥入瀬っぽいのがトップワンになったり、トップツーは別のヤマガチシティだったり、次のレンタカー。そのあとにみちのく潮風トレイルの漁師飯、そういった形になっている。これは台湾の繁体字においても同じ商品が掲載されているという形です。これから、インバウンドの方も特に欧米中心に体験アクティビティを求める方は非常に多いので、この辺りから見た八戸の見え方は伸びしろばかりかなと感じています。ちなみに余談ですが、トリップアドバイザーもやはり多くの方が見ているインバウンドナンバーワンの口コミサイトなんですけど、種差海岸で見るとこんな感じのページが出てくるんですけど、国立公園の方がオーナー登録をしているんですけど、トップに出てくる写真がこれだったのもったいないなと。種差海岸もっときれいなビジュアルで前回も見せていただきましたし、トップの写真がこれだと特徴があまり出ていないかなというところもあるので、この辺り発信の仕方、海外の方が見ているサイトの中での見え方を意識して改善していく余地があるかなと思っています。

今までのところを振り返ったんですが、今後力を入れていったほうがいいと思う事項を4つ挙げています。すでに VISIT はちのへのアクションプランに書いていることはその通りだと思いますので、それに書いていない部分で触れられればと思っています。これは前回もお伝えした部分ではあるんですが、観光振興計画にどこまで落とし込むかというところはあるんですが、少なくとも優先度、先程の河東さんの話にもありましたがアメリカとか台湾とか既存市場で強いところはそのに対してどうしていくのか、成長市場をどうしていくのかを整理したうえで、この1番なんですがターゲットと売り物、発信の方法の精査ということで誰に何をどうやってというところをしっかりと組み立てる必要があるかなと思っています。やはりリソースが限られているので力を入れるところと入れないところを明確にしていくことが大切だと思っています。そのときにたとえば欧米豪に対して、今かなりざっくり入れています。みちのく潮風トレイルって知名度があがってきていて選ばれるルートになってきているのかなと感じています。特に欧米豪の方々には歩く旅に興味関心が高いので、みちのく潮風トレイルを訴求していく。海外メディアやアドベンチャー専門の旅行会社を通して発信していく。東北観光推進機構をはじめ様々な組織が発信していること、あとは八戸はみちのく潮風トレイルが選ばれる八戸はかなり高い確率で通って頂けるということもあるので、環境整備に注力するというやり方もあると思うんです。発信は独自でガンガン発信していくというよりは、この欧米豪に関してはみちのく潮風トレイルの発信に関しては連携かつ各自で発信していき、リソースは環境整備、種差海岸の宿泊施設の整備が進んでいますが、さらに一泊増やして頂くために朝市と連携して訴求していくとか、食の体験、横丁と連携して訴求していくとか、何らかの形で連泊日数を増やすとかその辺に注力をした形での発信やリソースのかけ方をしていくといいのではと思っています。実際去年の12月、ファムトリップで一週間ほど私も旅行会社の方と回ったのですが、この写真は Katy さん。この右の手前にいらっしゃる方はロートラベルという会社でアドベンチャー専門のオーストラリアの会社で、みちのく潮風トレイルも去年は20組くらい販売したと。一方で熊野古道に関しては2000組くらい販売したと言っていたんですね。その次に多いのが中山道。熊野、中山道ときてみちのく潮風トレイルが来ていて今年は100組くらいの販売、結構問い合わせ、予約もきていると話していました。時間軸と共に増えていくのは間違いないと確信めいた感じでおっしゃっていたんですけど、そのときに私も聞いたんですが八戸が入る確率はどうなんだと聞くとほぼほぼ入ると。起点として最初に来るケースがほとんどだということでした。そういう意味ではみちのく潮風トレイルと八戸はかなり親和性が高いですし、起点であり終着点であるという強みが非常に活かせると思うので、そういった考えも踏まえ、連携を軸にした発信の仕方がいいのかなと思っていました。

二つ目ですが、これも連携という話にはなるんですが、米軍基地はひとつですし、あと他の地域、今十和田とのトレイルを開発しようという動きもありますし、まさにそういった八戸

単体というよりは十和田含めた他の地域、DMO、青森県や東北観光推進機構を含めた共同プロモーションというのをできるだけ意識してやっていくのが大切かなあと考えています。もちろん自分でやるべきこともあるんですが、いま様々な地域団体が取り組みを進めている中で予算をうまく、ターゲットが親和性合致するのであればうまく相乗りするところを意識してやっていけるといいなと思っています。あとは受け入れ環境整備で多言語の標識とかその辺は必要なんですけど、一番欲しい、あるいは足りないとか客観的に感じるのは事業者の巻き込み、連携の部分です。町田さんをはじめ大矢さんも地域の宿とか体験とかそういった取り組みを、特にインバウンドを意識してやられていると思うのですが、そういった方々をもっと増えてくるというのが大切かなと思います。そのためには可能性を周知していく必要があると思います。まだインバウンド、街で飲食店とかやってもやはりそこまで実感されていない施設も多いと思いますし、じゃあ市が、あるいは県がどういう取り組みをしているのか、そしてそれによってどれくらい呼べる可能性があるのか、可能性にまだまだ気づいていない、理解できていない方も多いと思うのでそういった可能性の周知が必要だと思います。宿泊施設であれば宿泊の統計データ、毎月情報いただいていると思いますし、そういったデータをもらうだけではなくて共有していく、エリアでまとめたデータを地域側に還元していくとか、あるいは今アスリートの方がスケート場に来る、それは事前にわかっていることでそれをあらかじめ事業者の方にお伝えすることで準備ができるということもあると思うんですね。地域の事業者を巻き込むという観点で情報共有、そういったところや成功事例、外の成功事例ではなくて地域内部の成功事例が一番背中を押すと思います。地域内の成功事例がしっかり共有していく。この部分でいうと VISIT はちのへの方でも進めていますけど、何かこう計画として大枠でも受け入れ環境の部分に関して、さらにいうと事業者に関してもう少しすそ野を広げていくところを組み込んでもいいのかなと思っています。

最後ですが、インバウンドに関してはここ最近復活してきまして、コロナでほぼゼロになったものが最近復活してきた中で、まだまだ基礎データが取り切れていない部分があるかなあと考えています。やはり具体的になぜ来たのか、どんな方が来てどれくらいの消費をしているのか、そのあたりを可視化していきつつ、インバウンドにおいても一人当たりの消費額、インバウンドの消費額が高いところが日本人と比較して強みでありますし、平日需要というところも強みなので、この辺りの数字が可視化されることによって、より事業者の巻き込みも強化できると思うのでこのあたりもしっかり押さえていくことが大切かなあと考えています。ちょっと長くなってしまいましたが、いったん私の方から現状の部分と今後やっていったほうがいいのかと思われる部分に関してコメントさせていただきました。以上です。ありがとうございます。

【阿部会長】

どうもありがとうございます。今村山委員さんからたくさんアドバイスいただいたのですが、その他インバウンドについて委員の皆さんでご意見があればお願いしたいと思います。アドベンチャーツーリズムとかいろいろな面で、渡辺委員さんどうでしょうか。

【渡辺委員】

いいですか。ありがとうございます。では私からも共有させていただいて、簡単にお話させていただきたいと思います。共有できましたでしょうか。

全体の東北のインバウンドというところのおさらいですが、おかげさまで 24 年、地域別に見ると 11 月までしか延べ宿泊者数出ていないのですが、2019 年、コロナ前を上回ってきているということで 12 月も 11 月と同等くらいの感じできますので、11 月も 25 万人くらいの延べ宿泊者数がありましたのでおそらく 200 万人以上は行くのではないかという感じしております。これは東北観光推進機構 DMP、河東さんありがとうございますご紹介いただいて。外に言っちゃいけないのは消費購買データだけですので、今日ご紹介いただいたのはセーフですのでいろいろなところで使ってください。ありがとうございます。

今年から東北域内だけではなくて羽田・成田とか北海道の千歳、あるいは関空などにもピンを立ててどこから東北に入ったか見られるようにしています。八戸市さんのリーサスのデータでも似たデータがありましたが、東北観光 DMP でも今年から取れるようになりました。これを見ると 80%以上が羽田・成田から東北に入ってきているということなんですよ。エバー航空、11 月に青森空港直行便復活しましたし、仙台空港も今、台湾から週 19 便、そして 12 月からは香港に 3 社、週 11 便飛んできております。直行便も重要ではありますが、やはり圧倒的に羽田・成田から入ってきているお客様が多いという現状です。これは東北観光 DMP で見た国別のものです。全国と東北 6 県と青森県という区切りで見ってみました。ご覧の通り、東北の特徴は圧倒的にグレーの台湾というところが大きくて台湾 1 本足打法みたいなところはまだあるということです。八戸以外の部分でいうと、欧米の方の誘客がこれから重要だということで青森県もまだ 7%しかいないということで、台湾、中国、その次、香港以下ということになっておりますが、先程八戸市さんのデータにもあったように八戸は米軍の三沢基地の方が八戸市に泊まっているという可能性は十分にあるかなあと思っています。これは消費データのところで、額はあがっていませんけど、個別の額は出ていますが全体のシェアを見て頂くという事で、単価で見ると台湾の方の消費係数、消費額が高いですけど、アメリカの方も東北においては、人数はそれほどないわりに消費件数、消費額は大きいということなので河東さんからもご紹介がありましたように、宿泊のところで多くの消費額を東北に落として頂けるということもあってアメリカ合衆国のほうが利用額だと 2 番目に来ているというのが大きいところです。合わせてオーストラリアとかイギリス、ドイツ、欧米の方も非常に大きいということです。

【渡辺委員】

これが月別のものです。これが空港別、エリアの東北域外から入ってきているというもので羽田・成田が80%、仙台、東北域内では12%、うちの仙台が7%というような感じになっているというのがどこから入ってきているかという数字です。よろしいですか。その次が国別です。3つ棒グラフありますが、全国、それから東北6県、青森県ということで全国の中だと韓国が一番多いのですが、東北6県だと台湾が一番多い。青森県もそうなんですけどということで、青森県については台湾の比率がやや少なくて中国のお客が多い。アメリカとか欧米の方はこれくらいということで、八戸だけのデータは特異なデータでやはり三沢基地の客様が泊まっているだろうということです。消費額のところでいうと、消費件数と実額であります。台湾のお客が多いので件数も実額も多いのですが、アメリカのお客は人数でいうと5番目くらいなのですが、消費額でいうと宿泊が多いので件数、額と共に非常に高いシェアで観光消費額ということで考えたとき欧米の方の誘客が大事だということです。八戸に区切ってみました。八戸市に訪れる方ということで、ここで条件をくわえてみました。右下、三沢のところで長時間日本に滞在している米国人とか、米国の三沢に直接降りる方、あるいは日本国内の携帯電話の契約がある方は除きましたというところで見ると、左下のところですが台湾、中国、タイ、香港、アメリカというのはごく少なくなる。全体の東北の傾向とほぼ同じような傾向になるということなので、こういったデータも合わせて見てみるということが大事かなと思います。これは台湾のお客様の動きということですが、仙台空港に入って青森を周遊するというところが見えるところです。先程のおそらく米軍の関係者を除いた欧米豪の方でみると、これだけしかなくなってしまったということで700名なんですけど、圧倒的に八戸しか滞在していないという傾向が見えて、私もこれ驚きだったんですが、もう少し広範囲に行くかなあと思ったのですが、おそらくVFRといわれる米軍の方のお友達とかご家族に会いに来て八戸に滞在してお帰りになるという方が結構いらっしゃるのかなという予測をもったところでもあります。一方で米軍の三沢基地の方はいろいろな形で情報発信をする上でも有効な方だと思いますので、うまくインフルエンサー的に使って八戸の生活の魅力、深い魅力を発信するというのは八戸にしかできないポテンシャル、武器ではないかと思ったところでもあります。ひとまず以上でございます。

【阿部会長】

ありがとうございます。

あとインバウンドと食のまちなんですけど、他にご意見ご質問、オンラインでどなたかごいませんか。河東さんお願いします。

【河東委員】

今皆さんのお話を聞いていて、やはり外部環境等を考えるとインバウンドでみちのく潮風トレイルが伸びてくるというのは間違いない。かつ、近くに米軍基地があるという強みもあって、今みちのく潮風トレイルのトレイルクラブさんに聞くと、スタートとゴールが、八戸をスタートとする人、八戸をゴールとする人半々だという話なんですね。南から来る人と北から降りていく人と半々だと。だったらブランディングというところだと八戸がスタートだと。みちのく潮風トレイルの起点というような言い方のブランディングにしていくというのが確実にこの層を捉えることができるので、かつ発信してくれる米軍の人たちがいる。そういったところをターゲットに絞っていくというのもひとつ。いろいろなターゲットがあると思うのですが、あるのかなと思って聞いていました。以上です。

【阿部会長】

ありがとうございます。

VISIT はちのへでは、宿泊等の統計も取っているんですが、去年や一昨年も分析していて宿泊事業者から聞いていてもアメリカが多かったんですけど、観光客ではなくて基地関係に関する人が宿泊しているのだろうという意見はいただいております。また、観光案内所を市から受託して統計も取っており、観光案内所を訪れたインバウンドのお客様で、一番は台湾、次に香港、中国、アメリカが4番目という状況です。三沢基地の米軍の方が来る関係上、八戸は地理的にもわかっているので観光案内所は訪れないのかなあと数字から思っているところでした。あとは村山委員さんからもアドバイスを受けていたので、VISIT はちのへでは、令和6年度から米軍基地の方に行ってさまざまな情報発信の取り組みを始めました。少しずつですけど八戸のみちのく潮風トレイルに来ているアメリカの方の中で、三沢の方も結構いるのかなあと感じているところでした。あと今日出席の委員の皆さんでご意見いただけない委員さんからもしよかったですらお願いします。では、松橋委員さんお願いします。

【松橋委員】

私だけ違うテーマになってしまっただけなのですが、ちょっと話がずれるのですが、この前新聞でクルーズ船について出ていましたよね。青森県が54回で八戸が2回。私勉強不足でわからないのですが、どういう理由でたった2回しか来ないんですか。

【阿部会長】

やはり青森港の場合は【客船】専用埠頭になっているのが一番大きいかと思います。そこに行くのに弘前だったり津軽とかさまざまな背景があるんだと思います。八戸が客船が入れないというのが商業港、工業港で客船が入れる埠頭に日常も貨物船が入ってくるのが計画的に

あるものですから、客船が入るために事前に1・2年前という早い時期からの計画、調整必要のようなので、青森みたいには入れないというところがあります。ただ、ここもプロモーションの仕方ひとつで可能性を増やすことができないのかといえば、そうではないと思いますので、その辺は港湾関係者と相談しながらやっていかないといけないというのが八戸港の課題だと思います。そういった意味では、近くですと宮古に意外に入っているんですね。

【松橋委員】

去年、一昨年、たまたま宮古にいったら浄土ヶ浜にツアーコンダクター、英語が話せる人がたくさんいてなんだろうと思い、そしたら港にクルーズ船が泊まっていて、インバウンドの方が降りてきまして。【クルーズ船が】宮古に入って、八戸には入らないのかと少し思っていたのですが、新聞で見たデータで54回あるうちのたった2回しか入れないのが悔しくて。青森だと当社グループが三八五なのでバスやタクシーでお客さんを動かしているんですが、八戸に【クルーズ船が】入っても当社で出来るんじゃないかと思っていて、素人というか簡単に考えていて今聞いたのですが、理由が理解できました。

【阿部会長】

何か観光課からもありましたら、お願いします。

【事務局】

はい、大型客船に関しては宮古への入港、その前は大船渡、大船渡に入ってくる船のお客様は遠野まで足を運ぶわけです。宮古に入ってくる客船には盛岡市がPR活動をしているという中で、八戸港について阿部会長から話があったとおり、港の使われ方はあるものの、港を持っていて客船を誘致しないというのは、私の個人的な意見になるかもしれませんが、広域観光、インバウンド等の取り組みにおいて、非常に線が弱いというのがありますので、まずは客船誘致をしていきたいと考えています。といっても国内線は2隻しかないのですが、交互に入ってくるんですよね。八戸の可能性からすると国内外入れて5隻くらいが定期的に入ってくるような、そういう取り組みをして、改めて誘致活動を再開していきたいと思っています。ツアーオブザグランプリを取ったこともありますので。3.11以降ですが、三陸復興国立公園が出来たときにクルーズ船が北山崎とか八戸にぎりぎりまで船を近づけてやるというツアーがありました。残念ながら今はないのですが、「パシフィックヴィーナス」で、そのような実績もありましたので。久慈港にも入っていますね。久慈港は船の大きさからして「にっぽん丸」が入ってくるんですけど、もう一度【誘致を】やっていきたいと思っています。十和田の玄関口であったり、実はいろんなニーズを市としても把握していますので、ここは港湾関係者と話をしていきたいと考えています。

【松橋委員】

もったいないなと思っていました。

【事務局】

はい、同感です。

【松橋委員】

あとはちょっと食のところに戻るんですけど、当社うちのホテルだけなんですけど、民間事業イベントの【3】の八戸前沖ふぐ福まつりとブイヤベース、それから南部御膳ですか。うちのホテルは全部やっているんですよね。何が言いたいかというと、どれも良い企画なんですけど結局ずっとできない。期間限定となってくると、旅行として宣伝するのは難しいのかなと思います。どれも美味しいしお得なんですけど、期間限定なので、先程も町田さんとか皆さんがおっしゃったように、粉ものとかマンスリーでずっと出せるのを作らないといけないのかなと思います。あとは、ふぐ福もそうですしブイヤベースも、ブイヤベースは15年位前からですかね、こういうのは確立するまでに時間がかかるんだなと。ようやくこの時期になるとブイヤベースがあるんだなとか、春の5月頃になるとふぐがあるんだなと動くのには時間がかかるというのが、現場でやっていて肌感覚で思います。以上でした。

【阿部会長】

その他委員の皆様から追加でご意見とかございますでしょうか。

【大矢委員】

では私から。

【阿部会長】

大矢委員さんお願いいたします。

【大矢委員】

受入れ環境のところで村山委員からもありましたが、二次交通の整備というところは具体的にもう一段深堀をしてアクションプランのほうに展開していったほうがいいのかと思っています。他の市町村を出すと事例があれなのですが、たとえば県でいくと五所川原市とか弘前市でライドシェアがスタート、実証で始まったということもあります。もちろん生活交通の維持、交通環境の違いというのはあるのですが、既存のいわゆる交通機能だけでは先々難

しくなっていく。特に八戸エリアですと東西に長い町ですし、さらには広域で周遊を楽しんでもらうためにはレンタカーだけではなくて、たとえば観光のライドシェアですとか、そういった新サービスをどこかでトライしていく必要があるのかなと思っているところがまず1点です。もう1点は今後のアクションプランに展開していくところだと思うのですが、多言語対応、たまたま昨日今回始まったえんぶりを鑑賞していて、日本在住のアメリカ人の方と見ていたのですが近くでFITのフランス人の方が、その方も日本在住だったのですが、えんぶりの演者の方に直接話しかけに行き、えびす舞の恵比寿様の役をしている人に「あなたは何の役なんだ」ということを一生懸命聞いているんですね。当然えんぶり組の皆さんはたじろいでしまっていて私が少し説明をしたという経緯があったのですが、そういうFIT向けに今あるえんぶりのお祭りがどういうものなのか的確にわかるようなたとえばサイト、インスタでもいいと思うのですが、わかりやすく大きなQRコードを市役所前の、例えば御前えんぶりであれば会場のいたるところにQRコードが貼ってあるとか、あれ見ればわかるというようなことが出来ていくと、それほどコストもかからない中で的確に情報が選べる。ちなみにそのフランス人の方は私にスマホを見せてこれとは違うのかと見せてきた画面がひょっとこだったんですね。ひょっとことえびす様が混在していてえんぶりどころの話ではなかったのですが、在住の方ですらそのように混乱することがあるので、ましてや何も知らない方が来たときにキャッチーな情報を的確に見せていくというのは磨き上げの部分で出来るとこなのかなと感じた次第です。フレッシュな話題でした。以上です。

【阿部会長】

ありがとうございます。昨日、私もえんぶり会場で大矢さんとお会いして、多言語対応に対して様々やることがあるなと実感しているところです。その他よろしいでしょうか。はい、町田委員さん。

【町田委員】

いろいろとお話が流れていく中で、統計の話とかいろいろと分析をしている話がすごくよく出てくるんですけど、そのプロモーションするとか受け入れ態勢もそうなのですが、受け入れ態勢も多言語化したから人が来るというわけではないと思うんですね。それは最低限大事なことで、いらないという意味ではなくて、それを整備したからあの町に行こうとかインバウンドが行こうとか思わないと思うんですね。いただいた資料の2のところも誘客とか受け入れ態勢とあるんですが、なぜすっぱりこの話に出てこないのかなと思うのが八戸ならではの魅力的な資源をコンテンツ化していくとか、しっかり商品を作っていくところの目線の話がまったく出てこないと思うんですね。今までの取り組みの中にもまったく出てこない。この資料の中には出てきていなくて、例えばトレイルも、私たちずっと管理しているの

で分かるのですが、確かに人は増えていますし、これからも増えるだろうという勢いはすごく感じています。ただそのトレイルを売って人が来ても、お金は地域に落ちないので、大事なのはその来た人たちがお金を落とすような特別な体験だったり、八戸ならではの資源を、きっちりお金を落とせる内容に変換していくということがすごく大事だと思うのですが、そこに目が向けられていないというのがどうなのかなあと感じます。情報発信するにしてもどこを発信しているのかなと思うんですね。たとえばさっきのクルーズ船の寄港地としての誘致の話が出ていて、誘致ももちろん良いと思うのですが、誘致が目的ではなくて、八戸に呼んでくる魅力とか、八戸のできる特別な体験があるからお客さんは来るのであって、寄港地としての誘致が目的ではなく、まずはどこに寄港してもそこから呼んでくるものを作るということに目を向けるべきだと思うんですね。青森市には本当にたくさん寄港していて、青森市から八戸はギリ入らないですね、一時間半かかるので、ツアー組むのに1日とか必要になるので。この前もクルーズ船の商談会だったり、いろいろとうちは売りに行きますけど、エージェントさんとかはすごく新しいネタを探しているわけですね。入れる港というのは限られていたり、わかっているところや入りやすいところに寄港するわけですよ。それを引っ張ってくるよりは、寄港したところから呼んでくることを考えるべきだと思うんです。現にエージェントさんは、ありきたりのものとかではなくもうひとつ新しいものを探していて、でも全部に泊まるわけではないので王道なコンテンツがほしいそうなんです。有名どころの「ここにきたらここを押さえておこう」というようなものを必要とはされているんですが、そこに1味2味加えると十分呼んで来れると思います。そのために、もう少し観光地域づくりだったり徹底したコンテンツ化とプロダクト化を進めて、観光資源を特別体験できるスペシャルな八戸という、もっとそこを売り出していくべきだと思うんですけど、そこに力を注ぐというような話も出てこないし取り組みもない。前回、種差の商品とかいろいろとお話をさせていただいたときに、どうしてそれが知られていないんでしょうと渡辺委員から聞かれて、私もいつもそれを考えているんですね。たとえば横丁を組み入れて、八戸らしさの横丁文化、朝市文化で一泊増えますとか、トレイルがありますとか、そういう商品って押さえて作っていて、もちろんそれでお客さんも来ているんですけど、うまくそれを皆さんにも知って頂いて利活用していただいてプロモーションの素材にもしていただくのがいいのだと思っています。ですが、これはうちの弱みでもあると思うのですが、どうして知れ渡らないんだろうとかどうして知ってもらえないんだろうとかいう感覚があって、それと同時にこういうふうに見たときにコンテンツを作る、経済を回していく、商品化していくというものがすごく抜けている気がしました。

【阿部会長】

すごくいいお話だったなと思います。逆に言うと客船に選ばれる行先という意味でいうと、

客船が来たから地元の観光に行くかというとは実は去年来た客船はそうではなくて、八戸港に入港してバスに乗っていった先が七戸十和田の道の駅を經由して青森市にいてワラッセに行き八戸港に戻ってきたという客船もあったんですね。まさに、青森港に入港しても八戸に来てもらえる。今は高速道路、有料道路で青森市と八戸が時間距離で近くなっているので、まさにそういう選ばれる場所になるような体験であったり受け入れ環境というか、そういうところを作っていくという視点を入れていくのは大切なのかなと思いますし、今日出席されている委員の皆さんが思っている通り、今の観光はFIT層の方で来た方が先ほど村山委員さんから似たような話があったんですが、結局来た方が評価して情報発信してそれが広がってまさに観光、選ばれるようになるということなのでそうなれるコンテンツ作りができるようなところと、村山委員さんが言ったように今回作る計画で地元の事業者さんが一緒にやっという、インバウンドもそうだし他のものもそうなんですが、その気になってくれるような方向性を出せるような計画を作っていければいいのかなと思います。

【事務局】

すみません、では、村山さんどうぞ先にお願いたします。

【村山委員】

今の町田さんのコメントを受けてちょっと質問をさせていただきたいと思っています。まさにコンテンツ、プロダクトを作るというのは大事だと思うのですが、一方で観光庁とか国の補助金を付けて商品を作るということに対してここ数年ずっと推進してきましたし、今年度もいろいろとあると思うのですが、市でこういう計画を作るときに商品の重要性はもちろんあるんですが、実際に方針として落とし込んでいくためには予算をつけて補助すればいいのか、あるいは事業者にもっとやる気を出してもらえればいいのか、町田さんだったらどのへんのアプローチがあると良いと思われませんか。

【町田委員】

まずは観光事業者さんと呼ばれる方々が、非常に母体が少ないというのがこのエリアにはすごくあると思うんですね。それでも関連する事業者さんっていっぱいいて、そういう事業者さん同士の連携や交流は、うちがないだけかもしれないですけど、ほぼないんですね。なかなか事業者同士情報共有ができないとか、まずはそこだと思っていて、そういうところでうまく連携できれば補助金を活用したりしながらいろいろな商品を作りやすくなると思います。なので、うまく補助金を活用するという出だしは重要だと思いますし、それを活用する前の前段の交流だったり、なおかつ事業者、うちみたいなコンテンツを作りますとか商品売りますという事業者が本当に少ないというのがエリアとしてはあると思います。

【村山委員】

ありがとうございます。良く分かりました。そういう方の場を作っていく、それを市が促す、VISIT がそれを推進していくとか民間主体でも出来る部分はあると思うのですが。その辺の事業者の横のつながりは大事だということですよ。ありがとうございます。大矢さん、次どうぞお願いします。

【大矢委員】

ありがとうございます。

本当に村山委員のお話に共感するところはたくさんあって、町田委員からもお話があったとおり民間事業者としての横のつながりは大変重要だと思います。たとえば宿であれば宿同士のつながりはそれなりに八戸市内でもあると思うのですが、もう少し共同の商品開発をするという視座で勉強会なのか商品開発的なネットワークとか、そういう同じ方向性の中で何か一緒に取り組む、こういうような動き、下地というのが事業者の中では必要なのかなあと。結果的にそれがロングステイに繋がるような道筋になるのだろうなと思う所です。ありがとうございます。

【渡辺委員】

すみません渡辺です。よろしいですかお話しして。

【阿部会長】

お願いします。

【渡辺委員】

今、村山さんと町田さんの会話の中の部分で、まさにそうだと思っていて、AC プロモートで作っているいろいろ良いコンテンツを我々も発信しているんですけど、横の連携はすごく重要であり、旅行者、手配する市場目線からしても、八戸だけを手配するというコーディネーターさんというわけではなく、東北の4日間の旅を手配するというのが圧倒的に多くて、スポットスポットでいいコンテンツがあっても、それをルートでどこに相談していいのかがわからないと結構聞かれます。今年の秋のアドベンチャーウィークというところについてはまさにそれで、ウィークとは1週間の商戦なんですけど、15社のアドベンチャー系の旅行会社に来ていただきますけど彼らと今回のウィークを通じて継続的にコネクションを作る為に、東北全体がコーディネートできる、DMC 機能みたいなところをしっかりと作る。それと、それぞれみちのりトラベルさんだったり AC プロモートさんだったり、そのコンテンツを束

で連携できる体制を東北の中で作るというのが究極の我々の目的と思っています。1週間来てもらってよかったねというだけではなくて、今回ファムツアーは、まさにそれはショーケースであって、実際に日本の東北を手配するというのはもしかしたら二週間位日本に滞在する中の4日間かもしれないし、複数回日本に来ている方で徹底的に今回みちのく潮風トレイルを1週間歩きたいというオーダーかもしれない。それを一手に、こういう旅行だったら手配できる、これはできませんではなくて、これはうちではできないけれどこういう会社様に言えば紹介して出来ますよというところまでネットワークを広げるといことをやっていきたいと思っています。今まで商談会などいろいろ、町田さんにも入ってもらってやっていますが、我々の力ではなかなか周知できないのですが、いろいろと聞いてみると、いいものはいいんだけどどこに相談していいのかわからないというがあるので、旅行会社さんや地元のDMOの皆さんと一緒にここ1年かけて、特にアドベンチャーに関しては作っていききたいと思っていますのでよろしく願いいたします。

【阿部会長】

ありがとうございます。よろしいでしょうか。

【事務局】

一応誤解のないようにということで補足です。各委員からの意見、おっしゃる通りだと思いますし、またいろいろなコンテンツ開発等についても途切れていたときがあると思います。ちなみに私は阿部委員長さんと大型客船と一緒に迎え入れた仲なので阿部委員長はそれを分かったうえでさっき言ったと思いますが、クルーズ船に関しては各委員の皆様にも誤解のないように補足なのですが、クルーズ船もコンテンツ開発して、例えば南郷の観光農園で『歓迎にっぽん丸』というリングを作って出したこともありまして、食のにっぽん丸といわれているところですから。先ほどの阿部委員長のクルーズ船が青森に行ったというのは、チャーター船だったので信用金庫の水戸のチャーター船だったのでそこに行かざるを得なくて、そのまま道の駅や青森市に入っています。しかしながら、改めてコンテンツを作ってその船のお客様に対して特別な体験、八戸ならではの体験コンテンツを持って船会社にPRして船を呼んでくるということになると、JTBさんはどこ、にっぽん丸さんは独自の商船三井とありますので、そこは我々もう一度しっかりやっていきたいということです。なお今まで船会社が独自で作った商品造成においては、7本の観光ルートができて、そのうちの5本は八戸だといったこともありますので、そのあたりは村山さんの本のタイトルではないですけどもう一度観光再生しないといけないのだと思っています。そしてまたコンテンツ開発等、前回の齋藤委員や吉田委員もおっしゃっていたとおり、今、渡辺委員がおっしゃったとおり、来年のJRの大型キャンペーンにつきまして、冬の商品造成をやらないといけないと思っております。

ます。前回の会議では写真撮影、ビジュアルの話も出ましたのでもう一度やる気を出すというところにおいて我々行政の仕掛けが、先ほど村山委員からもやる気を出させる方法という意味で、ひとつキャンペーンがきっかけになるのかなと思っております。また松橋委員から出た南部御膳の試食会について、私出席しましたが、ぜひ来年の春、冬も出してください、出す予定ですかと伺うと出す予定だということですが、商品造成までされていないんですよ。今言ったみたいに冬の間も出すのが煮詰められていないし、南部御膳は2年目ですけどやっていないということですので、やる気を出せるように、繰り返しになりますけど、我々が応援していく施策に取り組んでいかないといけないと考えております。以上です。

【阿部会長】

あと最後に少し何か、ございませんか。

【吉田委員】

ちょっといいですか。

さっき町田さんの話の中の観光事業者の意見交換の場ということで、町田さんも参加されている弊社の JR 東日本の地域ネットワークというものが、これまで旅館連盟等の母体を脱却してプラス行政なり DMO なり交通事業者、地域のキーマンとかそういった方を入れたネットワークを作って、去年作ったばかりなのでもちろん阿部さんにも入っていただいて、それをもっと活用できればと思っていましたので、もしこういう人も入れたらいいというのがあれば紹介していただいてどんどん広げていければと思います。今までの堅い観光だけではなくて、街づくりに力を入れている方もぜひ参加していただいてネットワークを広げていくための会ですので、ぜひご紹介いただければと思います。

さっきの客船の話も、当時コロナ渦前が青森駅勤務だったので、まさに駅の目の前の青森港に年間 27 隻、たぶん 5、6 万人が訪れました。一瞬、仙台を超えて東北 1 位をとった時期に青森にいたんです。さっき阿部さんもおっしゃっていた通り、実はオプションツアーで向かうのは弘前が多い。青森に置いておくのは 5 人くらいなんです。お金もあまり落ちないしごみだけ残って、変だなと思って、実はクルーズのスタッフも 300~500 人残るんですね。その方のために新町通りが駅前にあるんですが晩酌セット、せんべろのようなものをみんなやったらどうかと。残念ながらホテルには泊まらないんですよ、クルーズって。

【松橋委員】

それショックですよ。

【吉田委員】

どれだけ頑張っても船に戻って泊まるので。その間お金を落とすのであれば、5時、6時から居酒屋さん営業するのであれば1時からバイト一人でいいので飲み物とこのセットだけ置いて1000円で置いて、それが流行るんじゃないかとお願いしてやらせた経緯がありまして、新町で。それがいわゆる事業者の共有というので、空いている時間に人件費を使わないでやる方法も一つかなあということで。若干お金も落ちたようですので、そういうのもありました。

あと先週の15、16と品川駅をお借りして道南北東北といって新函館北斗、函館、青森、八戸、弘前、秋田、盛岡の7地区の駅で観光キャラバンを2日間やってきました。八戸のVISITさんからもパンフレット各300くらいずつ5.6種類いただいて、町田さんの商品も一緒に、ぜんぶ捌けました。アンケートもかなりとって今まとめている最中ですので、まずそれをお返ししたいと思いますし、えんぶりも上野駅含め、たくさんポスター貼って頂いて、今年からやっとえんぶりでも呼ぼうという動きを取っていますので、また一緒にやればと思っています。共有でした。

【阿部会長】

ありがとうございます。

【事務局】

船の旅のお客様も八戸港で一泊して朝市と横丁に行ったこともありますので、やはり八戸がおもしろいという展開は必要かなあと思います。

【阿部会長】

オンラインの参加の皆さんもよろしいでしょうか。ないようですのでここで、その他事務局のほうからごさいませんでしょうか。

【事務局】

事務局内でもちゃんと相談していなかったものなのですが、今回観光振興プランの策定作業をまだ進めているところなのですが、今週2月20日【木】に議会の経済協議会がありまして現在の観光振興プランの策定状況をお知らせする予定でございました。もちろん素案のパブリックコメントを書けるものもできていませんし、このような議論をしているという途中経過を報告する予定ですので、もしかしたらメディアのほうで取り上げられるかもしれませんが、事前に皆さんの方にお知らせいたします。

【阿部会長】

それでは本日の審議はこれで終了したいと思いますので、進行を司会にお返ししたいと思います。

【事務局】

委員の皆様、会議の進行にご協力いただきましてありがとうございました。

次回、第6回目の会議は、3月19日【水】に開催予定となっておりますが、開催前の3月5日を目処に、観光振興プランの素案を委員の皆様にお示しいたしますので、内容をご確認いただき、質問や修正すべき点がございましたら、3月14日までにご連絡いただければと思っております。そして、この素案を案件として、第6回目の審議会を開催することを考えております。また後日、担当から第6回の審議会の出欠の再確認をさせていただきますので、その際にご協力お願いいたします。

以上をもちまして、第5回八戸市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。