

北広島町観光振興まちづくり計画 第2回策定委員会の主な意見

課 題	意 見
<p>全体的な内容・体制</p>	<p>■大きな進め方は変わらないが、コロナで大きく環境が変わっている。ピンチをどうチャンスへ変えていくか。これは大きなチャンスと捉えて良いと考えている。</p> <p>■課題は多くあるが、一つずつ解決することでインバウンドを契機に広島の方を含め地域内外の方に再認識してもらい機運は高まっていく。もう一度来てもらいたいというおもてなしはできているはずなので、購買パターン、例えばAIDMA（Attention, Interest, Desire, Memory, Action）などを把握した上で、受け入れが出来れば正に千載一遇のチャンスとなる。</p> <p>■計画に多くのことを盛り込んでいるので具体的にどう実施していくか、実施計画にどう落とし込んでいくかが鍵になると考えている。様々なことを盛り込むよりも、絞り込んでいくことで予算もそれなりにつけ、ロードマップを作成して一つ一つ進めて行く。そうすると漠然としていたものが具体的に見えてきて、一つ一つ実行することで機運が高まるという良いサイクルが回っていくと考えている。</p> <p>■8年間の内、まず前期3年間の具体的な施策を作ることとなっている。今後どのようにアクションプランを作るか、どう実行するかが重要だと考えている。前回の計画は策定後コロナになって動けなくなったと聞いているが、今回の計画はそのようなことが無い様に詰めて頂きたい。</p> <p>■計画をどのように実施していくか、いつまでに誰がリーダーシップを取ってやっていくのか。行政だけではできないので、みんなの知恵を集めてやるのが大事。</p> <p>■観光に携わる者は生活をかけてやっている。地域振興の側面があるが、そこで生活している人がいるという視点もある。観光に直結した人がいることを認識して計画作りをして頂きたい。</p> <p>■計画した内容を一つでも二つでもいいので実施していく、その中で良いサイクルを生み出していくことを目指してほしい。</p>
<p>住民意識・観光産業の意識</p>	<p>■観光という事業が環境破壊につながるという印象が昔からある。連れてこなくていい、という意見も昔から今も続いている。</p> <p>■花田植、神楽など色々良いものがあると思うが、北広島町全体で他の事業者も一緒になりながら一体となって底上げを行っていく必要がある。町自体が魅力のある色んな制度をやっていけば観光客も増える。</p> <p>■計画の中身のことについて、産業の高付加価値について議論されてお</p>

	<p>り重要なこととは考えている。物価高であり単価も上がっていくのが通常と考えているが、事業者がどう金額設定するかによるが、実際に高くして売れるのかという点が疑問。</p> <p>■三上刀匠のような唯一無二のものであれば競争優位性を確保できるが、他の特産品などを見たときに、ただ価格を高くしただけでは売れなくなるのでは無いかと考えている。安くてもいいものはもちろん売れる。高くするには磨き上げる、魅力を高める作業が必要。価値を上げることが一番大事。そこをどのようにするのかをしっかりと考えないと厳しいと感じている。</p> <p>■例えばふるさと納税では約6割の市町で値上げを実施した結果、寄付額が減少した。値上げしなかった自治体の内8割は前年より寄付額が増加している。値上げしない方の寄付額が増えるという現象が起きている。</p> <p>■日本は物価が安いので急に値上げすると客離れが起きるので、どのように値上げするか、いかに価値・魅力を付けるかが、難しい作業ではあるが重要。</p>
観光施設	<p>■道の駅の今の状況について、コロナ禍までは順調に推移していたがコロナになってからは4年間、下降線をたどっている。ようやく今年度コロナ前を上回る状況で回復傾向にある。内容的には観光バスが土日、平日に必ず来ており、スキーの途中や、観光地に行く途中に寄られるイメージ。</p> <p>■道の駅は利便性が重要で、ICからすぐの位置で地産地消の商品が安く手に入りやすいのが売り。今はコロナ前まで客数は戻ったが単価が低い。3年前は1,400円/人だったのが今は1,000~1,100円/人まで下がっている。人数は回復したが売り上げは思うほど回復していない。なぜ消費が減るかという点、マンネリ化が一つの原因。いつ来ても変わったものが無い。どこの道の駅でも5年たつと同様のマンネリ化現象がはじまる。地産地消の商品は良いが、新しいものが無い。「これがあるよ」という商品、道の駅独自のものを事業者と連携するなどして作っていくことをしないとお客様の増加は期待できない。むしろ減少するとも感じている。</p> <p>■道の駅が生き残るためには道の駅ではない商品を作っている。例えばジビエで、捕獲した鳥獣を用いて地元の肉みそと併せた3点セットを作るなど目を惹くように工夫している。</p> <p>■リピーターもいっちゃうので、リピーターづくりも必要。</p> <p>■リピーターも重要だし、今まで来訪されていないインバウンドの方からすると非常にすべてが珍しい。マンネリ化という点からはターゲットを変えてみるというのも一つのポイント。一つ一つは安いけどセット販売にするなど、手を変え、品を変えていくことで人が来訪してくるきっかけ</p>

	<p>を作っていく。</p> <p>■年間通して毎月1回程度来ていただけるような、お金のかからないイベントを定期的にやらないと持続的な観光客の確保につながらない。</p> <p>■北広島町には文化も含めて色々ないいところがある。お米も美味しいので、それに肉付けして取り組みを検討していけば来訪客は増えると感じている。神楽、花田上は特に素晴らしい。スキーもあるし全てを一体にして考えていくことで観光客は増えると感じている。</p> <p>■最近になってようやく観光バスを見るようになってきた。隣の町の三段峡にはソウルなどから見に来る人がいるが、芸北には来ていない。自然の良さはあるが、ターゲットに刺さっていない。</p> <p>■今、流行っているのはグランピング。流行りがいつまで続くかは分からないが、芸北では3件くらいあるがずっとお客さんが来ている。自然を見に来てそのルートがない。</p> <p>■北広島町ではイベントがメインになってくると思う。豊平のそばまつりは行列になっている。そのようにして集客しない限り、普通に待っていてもお客さんは来ない。毎回何かイベントがあることは誘客のきっかけになる。</p> <p>■観光はやってみなければ何が当たるかわからない。</p>
<p>自然資源</p>	<p>■自然なども一つの大きな資源となる。加えて高付加価値化という点が重要。北広島町においても素晴らしい資源は多く、地元の方からすると「このようなものが？」と思うようなものでも海外の観光客にはうけるものがある。</p> <p>■広島市から45分程度でこのような素晴らしい自然に触れられることが知られていない。</p> <p>■SDGsの切り口から言うと、最初の観光振興まちづくり計画の部分では、町として「生物多様性きたひろ戦略」、生物多様性を守る条例を策定しており、町の自然について詳しい資料も作成している。今は他の自治体でも同様の動きが始まっているが、北広島町としては先進的な取組をしていることから、町としてどういう観光を進めるかを考える上での大きな強み、武器になると考えている。既にパンフレットなどもあり、地域を知ってもらうための必要な材料は揃っていると考えている。</p> <p>■SDGs以外にもネイチャーポジティブといった新しいキーワードも出ており、今後はそういったキーワードをウォッチし、把握するようなアナリストのような存在が必要と考えている。</p> <p>■自然に関する色々な資料があるが、住民の方がまだ知らないことも多</p>

	<p>く、誇りに感じていないように感じており、今あるものを周知していくこと自体も人財の育成につながっていくのではないか。</p> <p>■昔の人はモノを大事に使っていた。大量消費ではない、日本人の昔ながらの心を大事にすること、そういうことが重要だという流れになってきている。地域の方が長けている部分もたくさんある。</p> <p>■自然が一番貴重。そこでどう消費してもらうかは悩ましいが付加価値、星空やグランピングなどにつなげるなど考えていく。ツアーを作り上げて売っていく、様子を見て試行錯誤していく流れをしていくことが必要。</p>
郷土芸能	<p>■神楽団では団員が不足している状況にある。最近では広島に奉納しに行くで一晩で4演目必要。町内の神楽団で4つも5つも演目をやる神楽団は数えるほどしかない。</p> <p>■神楽団も高齢化している現状を考えると、神楽協議会としては町内の子どもによる神楽発表会を行った。町内で会場を借りると費用も含めてお金が掛かるが、10月に道の駅と連携してイベントをさせていただいた。道の駅だけではなく、神楽も連携して人を多く集めていくことが必要。</p> <p>■今回の観光の中に文化・スポーツが含まれているなら、プロジェクト会議に教育委員会も入って欲しい。地域の子どものまず北広島町の良さを知ってもらうことがとても大事。小さいことではあるが非常に重要だと考えている。神楽の楽しさを知って育つことで、種まきをすることで将来につながり町にかえってくると考えている。</p>
スポーツ	<p>■北広島町でスポーツと言えばスキーがあるが、昔は小学校でスキー教室をやっていたが事象があり小学校、中学校でスキー教室が少なくなった。北広島町に生まれてスキーをしない子どもが増えてきている。地域の子どもの大学生になったときにスキーをしに北広島町へ訪れることがなくなっている。</p> <p>■北広島町全体で学校関係のスキー教室がなくなった。今シーズン、芸北中学校、芸北分校、新庄高校などは雪が降って実施できた。スキー場も6社から3社になった。3社の中でもいつまで続けられるか分からない。</p> <p>■暖冬で営業日数20日前後で経費もでない大赤字の状況。業界全体で高齢化が進んでおり、天然雪の場合は派遣やアルバイトが使えない。近隣の高齢者と連携して事業を行っている。また、設備の老朽化も進んでおり修理しながら使っている。お客さんは家族連れが少しで30～40代が多い。指導員も50～60代のインストラクターがメイン。10代のインストラクターは一人もいない、衰退産業といえる。</p> <p>■スキーを学校関係では地元の子どものやらないのに他地域の学校を呼ぶことは出来ないと感じている。民泊もいろいろ動いたことはあるが学</p>

	<p>校関係だと難しい。</p> <p>■芸北地域からスキー場は無くなるのではないかと考えている。インバウンドも全く来ない。スキーに来ようとする人はわざわざ北広島町に来ない、リフト代 10,000 円の北海道などもある中で選ばれない。</p> <p>■コロナ禍で九州方面からのバスツアーもなくなってきている。スキー市場自体が無くなってきている。</p> <p>■九州方面からの観光客は女鹿平に取られている。北広島町に誘客出来ていない。</p>
インバウンド	<p>■G7 の影響もあり広島は注目されている。これまでは欧米豪に絞っていたが、アジアの方も G7 を契機に広島へ目を向けていると東京では話題になっている。</p> <p>■G7 でも配ったペーパーナイフを実際に三上刀匠の鍛錬場で作ってみる、持ち帰っていただくという 2 泊 3 日のプランを観光庁の事業を使って立ち上げた。多くの観光客を受け入れるというよりは、高付加価値化を目指す内容となっている。SNS 等で情報発信して頂き外国人の方 10 数名から応募があり、面接を踏まえて 4 名の方を受け入れし、結果は非常に満足度が高かった。一方で課題もあり、2 泊 3 日で宿泊する場所、3 日間の食事を提供する場所がほとんど無い状況がある。</p> <p>■高付加価値と簡単に言うが、外国人のハイクラスの方は想像以上のことを求めてくる。多様な要望に対応できる施設がほとんどない。外国人が何を求めているかという点は、私たちが思う以上に自然、文化、営農など様々なものに興味を持ってくれる。</p> <p>■おみやげ物を買って、宿泊して帰ってもらうというこれまでの観光から認識を変える必要がある。本物の体験、おもてなしの機運、観光専門人材などの充実が重要と考えている。</p> <p>■インバウンドはチャンスだと考えているが、受け入れ側の我々も専門性を身に付けていくことが必要。もし受け入れが可能になれば付加価値も高まり、消費額も一気に増加し、北広島町の認知度も高まるのではないかと感じた。これから始まる取り組みだと思うので、今回の計画にも同じような視点を盛り込んでいただけると良いと考えている。</p> <p>■オーストラリアは物価高であり、金額の高さについて海外の方は慣れている。海外の方は日本では安くて上質なおもてなしを受けられることに価値を感じており、私たちが思う以上に価値のあるものを提供できている。</p> <p>■人と人のつながりを求めて外国人はやってくることが多いが、環境に対する意識はかなり高い。例えばプラ容器を使うな、ゴミを捨てるな、水</p>

	<p>はマイボトルで飲むもの、というような意識。自然を守ることが高付加価値につながっていくと考えており、お金をかけずにできることも多くあると感じている。特に意識づけは難しい分重要なポイントだと感じている。</p> <p>■町内の神楽イベントでは外国人の方は現状あまりいらっしゃらない。広島で行うときに英語表記するなど必要だと思うが、現実的に外国人の方はほとんどいらっしゃらない。神楽はアジア関係の方へのうけはあまりよくない印象。</p> <p>■インバウンドについては食、宿泊、神楽のどの分野においても他地域と比較すると弱いと感じている。</p>
情報発信・プロモーション	<p>■中山間地域は良いものがたくさんあるが魅力がない、つまり宣伝、情報発信が弱いのではないかと感じている。</p>
受入環境整備	<p>■高付加価値、どのような価値を付けるかという点については、例えば折り鶴タワーではG7以降は体験型に切り替えている。1,700円→2,200円に値上げしてもインバウンドは気にしないような価格だった。ただし、見て終わるだけではなく、付加価値として背景など説明する、なるべくそこで滞在してもらうよう工夫している。それにより滞在時間を長くすることでお土産も売れるという循環が生まれている。</p> <p>■目に見えないおもてなしを説明すること、食事と組み合わせること、場所ごとの抱き合わせを行うこと、面でとらえること、体験型コンテンツなどにヒントはあると感じている。</p>