

## 第4回『遠野の観光を考えるワーキング』

- 日時：令和4年8月26日（金） 午前9時30分～午前11時30分
- 会場：市役所本庁舎中会議室B・C
- 出席者：杉村亮、水谷（REVIC）、三浦芳昌、河内正好、田村淳一、樋口恵、富川岳、多田陽香  
阿部順郎
- 欠席者：田村隆雅、荒井明広  
事務局：観光交流課 宮田秀一、小松ひかる

### ○ワーキング内容

杉村氏の進行により会議を進め、その内容については以下のとおりである。

《資料説明：水谷》

○経緯を振り返り及び今回の検討事項について（P2～5）

- ・振り返りとしては、観光推進体制の構築が必要なことや観光消費額が県内平均と比べても低いこと。
- ・検討事項としては、観光地として目指す姿、及び取組の方向性の整理（たたき台作成）。

○追加調査の結果等について（P6～16）

- ・今年度実施しているスタンプラリーの状況だと、「風の丘、旅の蔵」への入込が一番多く、次に「中心市街地」、その次が「カップ淵、伝承園」となっていて、立ち寄る順番もこの流れが多いと思われる。
- ・遠野市での観光する時間としては、4時間以内と想定され、宿泊に繋げるにはプラスαが必要。
- ・遠野市と入込客数が近い自治体と比べてみたところ、遠野市の観光消費額は低い。（P16）
- ・風の丘の観光消費動向について、売上トップ10の商品の中には、酒類が多く占めている。

《田村淳一》

風の丘の売上で多くなっている、「雑貨書籍」とは何を指しているのか？

《杉村亮》

おそらくカップ捕獲許可証やキーホルダーだと思われる。キーホルダーはお子さんが購入するイメージ。

《河内正好》

風の丘の売上について、自販機の売上は入っているか？

《杉村亮》

入っていない。自販機はトイレ休憩の方など、多くの方が使用している。

《田村淳一》

観光消費額が他地域より低い理由は？

《杉村亮》

データがなく今回の資料も新たに計算した推定値のため、理由までには至っていない。

《河内正好》

他地域の距離感は分かるか？

《水谷》

そこは調べていないため、調査しておく。

《三浦芳昌》

観光消費額について、遠野の宿泊施設は安くして人を呼び込もうという考え方が強くなっているが、しっかりと付加価値をつけて、高くしていく必要があると思う。

《杉村亮》

水光園について、今までは、条例で定められた金額で、一定の料金となっていたが、条例変更もして7月からシーズンや部屋の大きさ、人数等により調整できるようになった。



## ○観光まちづくりに関する各種データ (P17~28)

- ・近隣市町の宿泊施設の状況等をみると、遠野でも宿泊需要を検討することは可能だと思われる。
- ・身近(花巻)にいい宿があるため、そこから呼び込むのがいいと思う。

### 《三浦芳昌》

レンタサイクルコースは3時間くらいのコースで発信している。一番人気は電動アシストのクロスバイク。

カップ捕獲許可証について、お客さんから捕獲というのは可哀想だから、「お友達券」のような名称がいいのではという提案もあった。

### 《樋口恵》

シルバニアファミリーのメーカーがカップ版を作成したことがあり、一緒に捕獲隊も作成されたが、残酷だという方がいた。

ただ、珍しいということで、それを見に遠野へ来たというお客さんもいる。

### 《田村淳一》

資料の中で「地ビール」という表現があるが、BrewGoodでは、使用しなくなっている。キリンとの関係もあるのだが、「ビール」という表現でPRをしている。

### 《水谷》

「ビール」という表現は広すぎるかもしれないが、検索キーワードなどで使用される表現として、どれを推していくかは重要なものとなるため、それについても皆さんに協議いただきたい。

## ○課題の分析 (P30~31)

### ○コンセプト・ターゲットの検討 (P33~)

- ・3つのキー・コンテンツとして「雲海」「“まやとした”世界観」「ホップビール」をあげているが、これでいいかなども皆さんで協議いただきたい。
- ・若者のビール離れが進む中、遠野にビールを飲みに来る人達は、こだわりがある人だと思うため、遠野としてのターゲットは、「少しゆとりがあり、こだわりを持っている人」となるのではないか。

### 《田村淳一》

「ホップ・ビール」の料金例が4,500円となっているが、実際のツアー販売価格は2~3倍となる。遠野ジャパンホップカントリーのWEBサイト (<https://japanhopcountry.com/>) の解析データでは、WEBサイトへの訪問者の年齢の割合が、25~35歳が33%、35歳~44歳で26%、18~24歳で15%と比較的若い層となっている。(※補足 2021/11/1~2022/8/29までの集計・ユニークユーザー約7800人の解析データ)

### 《富川岳》

遠野物語などの取組については、2種類に分かれると思っていて、1つは、ディープ層として、遠野物語やその世界観が好きな方。今までツアー造成などの取組をしてきて、受け皿が出来てきたと思う。

もう1つがライト層として、カップなどの妖怪。カップに会いに来るという方が多い。遠野はカップに関して福崎町よりも多くの素材があると思うが、発信や商品開発などで負けている。

### 《河内正好》

高清水展望台で、カップと一緒にビールを楽しめるというコンテンツはどうか？今回のキーワードが全て入る。

### 《田村淳一》

キリンとの提携もあり、BrewGoodでは人間以外にビールを飲ませるというのが出来なくなっている。

### 《三浦芳昌》

カップについては、「いるようでいない」「いないようでいる」という雰囲気作りが重要だと思う。

### 《杉村亮》

カップに関する取り組みを伝承園でも実施しようと思っているが、なかなか難しい。

《富川岳》

伝承園でカップの出没情報や生態等を展示できるといい。宇宙人のような存在としての紹介。

《阿部順郎》

キー・コンテンツの表現として、「ホップ・ビール」となっているが問題はないか。

《田村淳一》

問題ない。

《阿部》

キー・コンテンツにジンギスカンも入れたいところだが、やはり3つ程度にしておいた方がよいか。

《杉村亮》

キーワードは3つくらいとし、ホップ・ビールの項目の下にジンギスカンが来るようなイメージがいい。

《阿部順郎》

雲海はいいコンテンツだと思うが、活用の仕方等を検討していかないとならない。

《杉村亮》

時期が限られていることと、お金が落ちる仕組みが無いことが課題。透明デッキの設置し、体験料を取るなどの取組をしているところもある。※星野リゾートの取組など紹介。

また、道路も混雑しているため、一方通行や規制などをしてお金をとったほうがいい。

《三浦芳昌》

観光にくるといふよりビールを飲みに来てそのついでに観光するという方が多い。ホップ収穫祭も、年に数回やってほしいくらい。

《杉村亮》

キー・コンテンツ内でも優先順位をつけるのもありだと思う。

《阿部順郎》

遠野物語についても、まだまだ、ブランディング出来ると思う。

《樋口恵》

遠野物語は、地元の方は、全員が知っているのが当たり前だと思うが、外の方にはあまり知られていないのが現実。

《杉村亮》

外へ広げていくためには、ある程度の妥協が必要となる。寿司がいい例で、海外で最初に広まったのは、カリフォルニアロールであり、そこから海外で寿司が定着した。

《富川岳》

外部が遠野物語に導入しやすいテーマパーク的な存在となるのは、「伝承園ーカップ淵」だと思う。

《田村淳一》

導入口として、風の丘で出来ないか。

《杉村亮》

ハード整備的には、限界があると思う。また、風の丘に作成してしまうと、それで満足してしまい、市内に観光客がいなくなる恐れがある。

《杉村亮》

ある程度方向性が見えたため、今回の内容を整理して次の会議に臨みたい。また、観光組織についても、協議を進めていきたいと思う。

○参考資料説明 (P41～)

○その他

観光交流課小松より、県南広域振興局の令和4年度事業「南いわて横ぐる交流会」及び「コンテンツ造成支援事業」について説明