

## 第2魚沼市観光振興戦略推進委員会実践部会 議事録

1. 会議名称	第2回魚沼市観光振興戦略推進委員会実践部会
2. 開催日時	令和3年10月4日(月) 10:00~12:00
3. 開催場所	魚沼市役所本庁舎 304・305会議室
4. 出席者	<推進委員> 樺澤正人委員長、藤島淳委員(統括アドバイザー)
	<実践部会員> 山田智之部会長、五十嵐弘樹部会員、星勝義部会員、吉田尚樹部会員、大野拓也部会員、大平明部会員、目黒公司部会員、渡邊智恵子部会員
	<事務局> 観光課 鈴木課長、皆川係長
5. 議題	(1) 魚沼市観光振興計画の政策目標の策定について (2) 魚沼市観光振興計画の基本方針・基本施策の策定、 数値目標について (3) アクションプランについて (4) その他

### 次第1：部会長挨拶

#### 山田部会長

前回(7月28日)の実践部会にて、魚沼市の「観光課題」「基本方針・施策」等について議論頂きました。その後、魚沼市観光振興戦略推進委員会(以下、委員会)が2回開催(1回は書面開催)され、「政策目標」「基本方針・施策」「数値目標」がおおよそ定まってきた。9月30日を行われた推進委員会にて、定められた「政策目標」について樺澤委員長よりご説明頂きたい。

### 次第2：議事

#### (1) 魚沼市観光振興計画の政策目標の策定について

#### 樺澤委員長

委員会では、振興計画の真ん中の部分を決めるために議論を重ねている。今まで様々な方針を提案してきたが、その軸となるものを定める必要があると考えた。平たく言えば魚沼市の観光ブランディングをしっかりとやっていこうというものである。「ブランディング」の考え方としては、「魚沼に来てください」ではなく、魚沼を愛してもらい、皆さんに「そうだ、魚沼にいこう」と言ってもらえるようなブランドを確立しなければならないと考える。

委員会の中で、「魚沼市のイメージが曖昧」であるとの意見が出た。そのことを考える上で、ぜひ試してみてほしいことがある。インターネットで「上越市 画像」「見附市 画像」

と検索するとほとんど地図が表示される。「魚沼市 画像」で検索すると同様に地図も表示されが、他の市より風景画像が表示される。これが「地名」であるか「ブランド」であるかの違いである。魚沼市が地名で終わるのか、ブランドになるのかは大きな話であるとする。観光ブランドに影響を与える大きな要因は、この「明確なイメージ」である。そこを整理する中で、この魚沼市はやはり「魚沼産コシヒカリ」を軸にしながら、「米だけでなく様々なもの（加工品や酒、和細工など）がそろった魚沼市」を目指し、尚且つお客様がそれをイメージできて、それを好いて頂けるような形にすることが良いのではないかと考える。

昔は、大型バスを利用した団体客を多く呼び込み、入込客数を増やしていたが、団体旅行は決まったところしかいかず、市内のお店にお金が落ちない。受け入れるキャパもないため、南魚沼市の施設に流れてしまう。また、観光トレンドも少数（個人）旅行に変わってきている。以上のことより、観光を量から質へ変えていくという目標も掲げたい。ターゲット層としては、夕食単価や宿泊単価が高いといわれている、「滞在思考型」「リピーター型」の客層にする必要がある。

魚沼市は観光資源がたくさんある。市民だけで話せばいくらでも出てくる。ただ、観光協会も含めて、市民の方々はなぜそれを力強く発信できないのか。そのことについて私もつくづく考えているが、これも「軸が希薄」ということが要因の一つなのではないかと考えている。また、外に発信するためには「競争力に自信がある」ことも人情としては重要である。そういった意味でも、今までとは違って戦略的にその「軸」に乗っかって進めていく必要があると考えている。

#### 山田部会長

藤島委員からもご意見を頂きたい。

#### 藤島委員

横根に田んぼを借りて6年。9月に精米したものを友人・知人・親戚に配った。新米ではなく、精米したてのものであったが、続々と「おいしい」といった反響が返ってきた。昨年東京のCM制作会社も田んぼのオーナーになり、昨年12月に3キロのお米をお歳暮として贈り、好評であった。普通であれば、会社同士のお歳暮に対して御礼の手紙とかメールは来ないが、コシヒカリを贈った際はたくさんお礼の言葉が届いた。それを受け、今年もやりたいと考えており、現在ラベル制作している。

観光ブランドを立ち上げるために集まったメンバーの中で、みんなが共通して言っていたことは、「この仕事を通して、おいしい炊き立てのコシヒカリを食べたいね」ということであった。このようにすべて「魚沼産コシヒカリ」が軸となっている。全国の市町村がコロナ明けの誘客合戦を見据え、この場のような会議を行っているとは推測されるが、「何を売り出していけばいいのかわからない」市町村もあるはず。それに対し、魚沼市は全国に名が広がっている「魚沼産コシヒカリ」という武器がある。日本人のDNAの原点である「お米」は、他のものに代替できない。今までは「物産」として見てきたが、魚沼産コシヒカリを観光資源にすると面白いのではないかと。魚沼産コシヒカリという絶対王者の名前を使うことは、非常にわかりやすく、他の自治体からは脅威にすらなり得ると考えている。

#### 山田部会長

樺澤委員長、藤島委員の説明にもあったように、「魚沼産コシヒカリを軸にした観光戦力」について意見や質問はあるか。

## 大平部会員

異論なし。全国的知名度が高い魚沼産コシヒカリを使わない手はない。

## 五十嵐部会員

異論なし。「魚沼＝魚沼産コシヒカリ」というイメージが外部にはあるはず。来てみて「食べれる」「体験ができる」「見れる」「触れる」といった施策を考える必要はあるが。

## 山田部会長

私も、外に出ていくと、「魚沼といえば米」といったイメージを持たれているのだと感じることがよくある。魚沼産コシヒカリを軸にすることはすごくわかりやすいと考えており、このようにすすめる形でよいか。⇒ 異議なし

## (2) 魚沼市観光振興計画の基本方針・基本施策の策定、数値目標について

## 山田部会長

それでは、基本方針・基本施策及び数値目標について事務局より説明をお願いいたします。

(事務局より説明)

## 山田部会長

基本方針・基本施策及び数値目標について質問やご意見はございますか。星勝義部会員いかがでしょうか。

## 星勝義部会員

サクラクオリティ認証取得について気になってる。取得施設が少ないとの話があったが、取得するメリットとしては「施設の品質やサービスの向上」といったものであり、長い目で見なければメリットとして返ってこない部分が要因となっているのではないか。観光協会でサクラクオリティ専用の紹介ページを作ったり、市からの援助があったりと何かきっかけがないと取得に動きづらい面があると思う。

また、ワーケーションについての具体性がない気がする。これから需要が高まると認識しているが、もっと具体的な策を考える必要があると感じている。

## 山田部会長

目黒部会員はいかがでしょう。

## 目黒部会員

各項目については説明頂いた通りであると思うが、魚沼産コシヒカリが有名なのは何十年も前からであり、旧町村時代からもアピールしてきた。今までの取り組みとの違いについてはどのような部分であるか。

## 樺澤委員長

これから皆さんにその具体的な部分について提案頂こうと考えているが、若者が行っている「ミライ会議」でも近いうち（10月7日プレゼンテーション）に提案がある。その一部として、今現在、全国にない「お米ミュージアム」を作ったらどうかという案がある。また、JAが行っている食味コンテストも活かさないのももったいないとも考えている。

南魚沼市は本気井のHPで「日本一」とアピールしている。一方こちらは十日町産でも「魚

沼産コシヒカリ」という状態。今一度、「お米の聖地は魚沼市である」ということをしっかりとアピールし、お米に関係するもの（食べ方提案、加工品、ごはんのお供等）を束にして発信していく、そのための案をこれから議論頂いて出してほしい。

### (3) アクションプランについて

#### 藤島委員

実践部会は、「実践できる施策」を発案し、「実践するために何をすれば良いか」を具体的に考える場だと思っている。ブランディングとして「素のチカラ、魚沼。」というものを立てて、その第一章として「コシヒカリの里 魚沼」という形が出ていくと認識している。だとすると、基本方針以下についてくるアクションプランも、まず、コシヒカリを中心に据え、どのようなアクションプランが考えられ、どのように実行していくかを集約していくことが大切だと考えている。

#### 山田部会長

アクションプランの案を提示しているが、それについてご意見ございますか。吉田部会員いかがでしょうか。

#### 吉田部会員

『魚沼百景』についてはとても良いアイデアであると思う。ただ、例えば今の時期であればコスモス畑が人気になると思うが、コシヒカリとは関連がなくなると思う。そのように、「コシヒカリに関連しない魅力ある部分」についてはどのように発信していくのか。あるいは、軸をぶらしてはいけないので、コシヒカリを軸にするならコシヒカリに特化した方が良いのではないかと。

#### 山田部会長

例えば、十日町には棚田マップがある。それに似た「魚沼で田んぼがきれいに観れる場所」をコシヒカリと関連付けて作っても面白いのではないかと感じた。

魚沼百景について、大平部会員ご意見ありませんか。

#### 大平部会員

映像や画像は説得力があるため、そのような動きは良いと思う。あとはやり方を検討しなければならぬ。コンテストになるとどうしても綺麗な写真だけになってしまう。最近は『インスタ映え』という言葉をよく耳にするが、単に「綺麗」だけでなく、例えば、人が「元気にご飯を食べているだけの写真」とか、「スマホでふと撮った写真」であるとか、素人でも参加できるような形であれば私は賛成である。単なる「綺麗さ」だけの募集なら反対。なぜなら、その道に長けた専門家のような人たちだけに偏ってしまうからだ。

#### 山田部会長

「素朴な」というか、「素のチカラ、魚沼。」に合致するようなことですね。細かいやり方については、これから詰めていく必要があると思うが、イメージができるようなものをつくっていくことは良いのではないかと。

他に、大野部会員いかがでしょうか。

#### 大野部会員

『食のまち魚沼市』の推進について、現段階でも『ごちそうおにぎり』や『食まちょうおぬ

ま』のイベント、『コシヒカリ食べつくしマップ』など、様々な施策がなされている。そのすでにあるものを集約するだけでも、ひとつのブランディングになるのではないか。

#### 山田部会長

実際に、魚沼市は各課で様々な事をやっているが、発信の方法をまとめていくことも課題と捉えている。発信する側としては、発信できるものがあればあるほどいいと思う。今ある縦割りの壁をなくし、ひとつのものとして発信することが重要。

#### 大平部会員

たしかに、市としていろんなところで様々なことをやっているが、強いひとつがない。どれだけひとつにまとめることができるか。食べることや観光情報等、それぞれがサイトを作っていると思うが、集約すればより良い情報発信サイトができると思う。

#### 藤島委員

ありきたりな話かもしれないが、『コシヒカリジャーナル(仮称)』のような専用サイトを作るのはどうか。そこで毎月コシヒカリに関連する情報を発信していく。例えば、「コシヒカリ食べれます」「稲刈り手伝い募集してます」「ワーケーション」のような情報。集約されている専用サイトがあると人はよく見てくれる。宿やイベント、お取り寄せ情報なんかも発信すると、利用者側もとても便利である。

#### 山田部会長

事務局に問うが、アクションプランの案はどの程度出すべきか。

#### 事務局(皆川)

具体的な数は決まってないが、案ベースでは多く出してほしい。次回委員会(11月)で実践部会で出た案の内容、時期までを詰めて案内したい。

#### 目黒部会員

「魚沼百景」だとぼやけるため、コシヒカリを軸にするのであれば、「こめ百景」「コシヒカリ百景」という具体的な名前にしたらどうか。

#### 山田部会長

米のイメージをつけるためにはそれもあり。「百景」というのも案ベースなので、「30選」であってもいい。また、魚沼百景とコシヒカリ百景を別枠で考えるでもいい。

#### 五十嵐部会員

百景については、大平部会員と同意見で、写真専門家の割合が大きくなると考える。「観光資源の磨き上げ」にも関わってくる話だが、南魚沼市が力を入れている「フットパス」のように、「コシヒカリフットパス」を作ってみてはどうか。田んぼを見ながら「その地域の暮らしがわかる」であったり、「ゴール地点ではこのような料理が食べられる」といったストーリー性のあるルートを作って情報発信にプラスして観光資源・体験として売り出し、整備していくことも良いのではないか。

「ならではの食事」については、観光に来られる方が一番期待されている部分であると思うが、魚沼市としては弱い部分であると考えている。情報発信が弱く、食まちうおぬまのサイトで「白いごはんを食べれる店」を探すことはできない。カテゴリーも「ラーメン」「和食」はあるが、「ごはん」は結局どこで食べられるのかがわかりづらい。「ごはんを食べたい」と考えている市外の方々と市民の方々の温度差を感じる。「コシヒカリクオリティ」というような考え方で、「おいしい白ごはんが食べれる場所」がわかるようにまとめる必要がある。

## 大平部会員

百景について、時期的なものかどうか。すでに稲刈りはおわっている。年中できればいいが、来年形としてみせるのは難しいと考える。

## 事務局（皆川）

計画自体が令和4年度からのものとなるため、今年度から動くことは考えていない。どのように選定していくのか、選定したあとにどのように発信していくのか等、細かく詰めなければならない部分が多くあるが、それは段階を踏んで決めていきたいと考えている。

## 五十嵐部会員

「百景」というワードが強すぎて、一番前にきているが、今回の計画策定で重要なことは「観光ブランドイメージの明確化」であったはず。観光客の魚沼市へのイメージはすでに「コシヒカリ」があり、そこから考えると「ここで美味しいコシヒカリが食べれる。“ついでに”近くでこんな景色がみられる」というイメージで、後から百景がついてくるような方向性が良いのではないかと。最初から百景にいつてしまうと、本末転倒のような気がする。

## 大平部会員

コシヒカリを意外と使っていない店が多い。実践としてやりたいことは、今も一部であると思うが、「コシヒカリが食べられる場所マップ」を全体の企画として作った方がよい。

## 星勝義部会員

「コシヒカリを美味しく食べるための食材」といった話が多く出たと思うが、コシヒカリのお供として季節ごとに「これが食べれる」とわかるような食カレンダーがあってもおもしろい。尚且つ、それがどこで食べれるかもわかるようにするとよりよい。

## 渡邊部会員

「受入れ環境・体制の整備」について、行政側やこの場にいる皆さんのように意見を出す側の人間が、これまで様々な意見を出してきたと思う。ただ、それを実行するのは最前線に立っている方々。今まで結局、多くの案が出てきたが、あまり変わっていないことから判断すると、「人材育成」を行うこともありかと考える。

## 山田部会長

観光関連ガイドの年齢層が上がってきていて、若い世代に引き継がなければならないといった話もでてきているが、そのような観点からも人材育成は必要であると思う。

これから、自分の立ち位置から考えるアクションプラン案をざっくばらんに出してほしい。吉田部会員いかがでしょうか。

## 吉田部会員

デジタル化が進んでいるが、お客さんとふれあうということは結構アナログな気がする。その地の人間とふれあうことが旅行の醍醐味の一つであり、完全にデジタル化することはできないが、「あったらいいな」という感覚で話すと、弥彦には館内案内が見れるQRコードがあった。市内でも観光場所の看板QRコードを設置したら、いつでも我々が伝えたいことが伝わり、おもしろいのではないかと思った。

## 山田部会長

「デジタルマップの充実」といったところに当てはまるのではないかと思うが、デジタル化をすすめることで手持ちが減り、快適に旅行ができるため、重要性を感じる。

## 目黒部会員

「コシヒカリ」や「いな穂」のイラストで只見線のラッピング列車をやると面白いと思う。只見線は写真愛好家から愛されている列車。線路だけを撮る人はいないので、写真には必ず列車をいれる。そこにコシヒカリが入っていればPRにつながるのではないかな。

## 山田部会長

大野部会員は商工会としての立場で何かご意見ございますか。

## 大野部会員

既にあるコシヒカリマップを生かしつつ、市としてコシヒカリを使用していない店にブッシュしていくことはできないか。コロナの影響で飲食店は厳しい状況が続いているので、コシヒカリ使用店が広げることで盛り上げることができるのではないかと考える。

また、市外の人間としては、「魚沼産コシヒカリ」として、魚沼も南魚沼も違いがわからない。ただ、南魚沼は発信がうまいと思う。ネットで検索すると、塩沢のおにぎり屋や釜めし屋がすぐヒットする。そのような中で、魚沼市はいかに市内産がうまいのかをアピールしていくことが重要であると考え。商工会内でも地元民が自虐した発言をしていたが、市民の意識づけが必要。

## 山田部会長

人気のある観光地は地元民がアピールできる。そのような意識改革が必要だと考える。

先程、星勝義部会員より、サクラクオリティの話があったが、説明会などがあれば取り組む意欲はあるのか。

## 星勝義部会員

メリットが明確化されていなくてやろうという意識にならない。取り組む内容はハードルが高いとは思わないが、魅力が今ひとつ伝わってこないため、一歩前に踏み出せない。

## 山田部会長

認証制度で高い評価をとれていると、市外からの観光客にアピールしやすい。観光協会としても取り組んでいきたいと考えているため、内容がわからないのであれば発信していく必要があると思っている。

## 大平部会員

勉強会などがあれば前向きに検討しやすい。「自分たちで勉強して取りなさい」という形だと、日々忙しい中でなかなか手を出せないと思う。それがあれば、尾瀬ルート活性化委員会の方々も参加できるかも。

## 山田部会長

教育旅行についてのご意見を五十嵐部会員より頂きたい。

## 五十嵐部会員

アクションプランとして細かいやり方はいろいろあると思うが、ひとつ大きな部分として「魚沼のファンになって頂くこと」が大事であり、そのためには市民の方々の方が心の底から自信を持って「魚沼はいいところ」と思い、接してくれるような意識改革が必要であると考え。

また、それに加えて「お米関連の施設」がなく、「魚沼市にきたらお米の勉強をしたい」と考えている学校関係者の要望に答えられていない。市内の旧小学校やユピオ、目黒邸等に昔の農機具があるが、あくまで古民具の展示程度であって、説明書きのパネルがあつたりと

いった学習できる場になっていない。そのあたりの調査も取組のひとつにしたいと考える。

今年コロナの影響で大口の仕事はできなかったが、奥只見のカヌーやボート体験は好評であった。参加頂いた10人全員が満足してくれた。ボートの数が足りない、インストラクターが少ない、着替える場所がない、水がでない等、課題も多くあるが、ぜひ教育旅行にも取り入れたいと考えている。

#### **山田部会長**

私自身、カヌー体験をしたときに同じような問題を感じた。そのような問題点を改善できれば、観光にもっと活かせると思う。

他にご意見ございますか。

#### **大平部会員**

どの地域を検索しても、観光協会のホームページはトップに表示され、「観光協会が一番情報をもっている」とのイメージが一番強いと推測できるため、魚沼市も観光協会のホームページの内容をもっと深めてほしいと思う。

なぜ魚沼市産コシヒカリは発信が弱いのか。それは現状に満足しているからだと思う。世界の味自慢が集う「世界食味コンテスト」というものがあるが、5000件程度応募がある中で、トップ200に南魚沼市の方は4~5名に対し、魚沼市は1名だけである。そして、その人達も最初からランクインしていたわけではない。味を磨き上げ、努力して結果を出した。JAに協力を仰ぎながら、食味改善に向けて動き出すような生産者への働きかけが必要であると考える。

#### **樺澤委員長**

魚沼市の観光客は女性や若い人が少ないため、そこを意識して発案頂くとありがたい。そのような現状の中で、食味の話が出たが、米自体はあまり手を加えてほしくない。米ではなく、料理を工夫したら良いのではないかと考える。女性や若い人をターゲットにすることをつい忘れがちだが、南魚沼市の本気井はすごく研究されている。魚沼市でも、もっとそのターゲット層が食べてくれるような研究をする必要があると考える。そのような意味では、称号（例：ミシュラン）や認証（例：サクラクオリティ）をとることはアピールしやすい。市内で満足しているのではなく、もっと外に発信していくことが必要であると考える。

#### **目黒部会員**

五十嵐部会員の「お米に関する施設がない」との意見を聞いて思ったが、入広瀬の駅を活用できるのではないかと。また、「野山の幸」も何かに利用できるのではないかと。

#### **山田部会長**

たしかに、使っていない施設の有効活用も考える必要があると考える。

#### **大平部会員**

若者や女性目線について、我々の立場からはわからない。話を聞ける機会があればいいが、無の状態から考えることは難しい。

#### **藤島委員**

若者目線のアイデアを聞きたいというのは、切実な意見であると思う。事務局の了解があれば、ミライ会議で出た意見をまとめた資料を提示できればと思うが、どうか。

#### **事務局（皆川）**

問題なし。意見調書を送付する際に同封する。

### 次第3：閉会にあたり

#### 事務局（鈴木）

貴重なご意見をありがとうございました。明確なゴール地点を示せない中で、議論頂いていることに対し、申し訳なく思っている。今、委員会で議論頂いている基本理念は、計画の背骨となる部分であるが、重要になってくるのは実践部会の皆さんに自分事として捉えて頂きながら考えるアクションプランであると思っている。行政としても何ができるのか、どのようなことを民間にやって頂くべきなのかということをしっかり考えたいと思う。実践部会の皆さまには、具体化できるということを頭の片隅に置いて頂きながら、今後もアイデア出しをお願いしたいと考えている。

以上