

## 緑の分権改革推進会議第2分科会（第2回）議事要旨

1 日時 平成23年1月28日（金） 15時00分～17時30分

2 場所 合同庁舎2号館10階 共用会議室2

3 出席者

委員：田中委員、中里委員、中東委員、堀場委員（主査）、宮原委員

ヒアリング団体：青森県八戸市、岩手県遠野市

4 議事次第

(1) 開会

(2) 議事

①先進的取組事例のヒアリング

・八戸市

・遠野市

②先進的取組事例の経済効果等の分析に関して

・B級ご当地グルメを活用した地域おこし

・地域文化の伝承等による地域おこし

5 議事の経過

<議事①>

各団体より各地域の取組状況について説明を受け、その後以下の質疑応答・討議が行われた。

（青森県八戸市）

○ 宿泊者数が平成20年に落ち込んだ理由は何か。

⇒ 平成20年夏の岩手・宮城内陸地震の影響が大きかったと考えている。

○ せんべい汁のネット通販の状況は。

⇒ 全体の売上の一割程度。やはり市内での売上が主で、市内消費も大きい。

○ 東北新幹線新青森延伸の影響の見通しは。

⇒ 現在のところ盛岡-新青森間の利用客の伸びよりも盛岡-八戸間の利用客の伸びが大きいという結果が出ているが、春以降、新青森に流れていく可能性はある。

○ 「B-1グランプリでのせんべい汁の知名度アップにより朝市等の観光スポットへの観光客が増えた」のか、「新幹線延伸等によりもともと増えていた観光客がせんべい汁に集客されている」のか。

⇒ 今までの例でいうと、B-1グランプリでグランプリを獲れば、それを目当てに観光客が殺到し、メディアも注目する。B-1グランプリのおかげで八戸=せんべい汁というイメージは定着したと思うが、八戸せんべい汁は2位が最高順位であり、足を運んでせんべい汁を食べようというところには至っていないと考えている。ただ、せんべい汁の知名度アップは朝市等の知名度アップへの相乗効果があると思っている。

○ 東北新幹線八戸駅から八戸市の中心部や朝市会場までは距離があるようだが、どのような対策をしているのか。

⇒ 市営バスの運行や乗合タクシーの運行を行っている。飲食や宿泊は中心街でという案内をして

いる。

- B 級グルメと観光の因果関係を何らかの形で抽出できないかというのがここでの大きなテーマである。東北観光は日帰りではなく宿泊のケースが多いと思うが、こういった場合、宿泊地の観光の状況が大きな影響を及ぼすと思う。例えば、八戸には行きたいが、宿泊地の魅力があまりなく、足を運びづらいといった状況があるとしたら、八戸だけの観光を取り出して B 級グルメの効果を議論するのは難しい。したがって、東北地域の同規模の都市（人口規模、観光の傾向が同じである等）の観光入込客数、宿泊数の傾向を把握していれば教えてほしい。

⇒ 他都市の状況は把握していない。

- 八戸市は通過型の観光地なのか宿泊型の観光地なのか。八戸市の相対的な状況を知るためには、通過型なら通過型同士、宿泊型なら宿泊型同士で比較する必要がある。

⇒ 宿泊型観光地には温泉地が多いと思うが、八戸市には温泉旅館はなく、ビジネスホテルでの宿泊が中心。温泉で言えば、隣の三沢市の古牧温泉に泊まって県内観光をするというパターンが多い。八戸市の場合は“泊食分離”（宿泊と食事が別）で、宿泊はビジネスホテルで、食事は横丁等で八戸料理を食べるといった流れが出来ているようである。

- 三沢市の最近のトレンドは。

⇒ 古牧温泉の宿泊者数は増加傾向である。

⇒ 説明資料 3 に示したように八戸市の比較対象として、横手市や秋田県といった隣の県で B-1 グランプリをとった地域の入込客数の伸び率については整理をしている。青森県内では弘前市を比較対象に考えたが、桜の一大名所でもあり、比較対象としては適さないのではないかと考えている。青森県や横手市との比較は考えている。

⇒ ご指摘にあった三沢市のデータが取れるかどうかについては、少し検討させて頂きたいが、三沢市は温泉もあり、航空祭（米軍基地）もあるということで、八戸市とは傾向が違うのではないかと考えている。観光客の伸びのうちせんべい汁の効果がどれくらいあるかという点については、八戸には様々な魅力があるので効果を把握するのは難しいとは思いますが、web アンケートの中で八戸を訪れた方でせんべい汁を目当てに来た方がどれ位いるのかについて把握していきたいと考えている。

#### （岩手県遠野市）

- 観光入込客数が平成 19 年度に大きくなった理由は何か。また、最近の状況は。

⇒ 平成 19 年度は NHK の朝の連続テレビ小説「どんど晴れ」とアニメ映画「河童のクゥと夏休み」の影響で観光客が増加したが、平成 20 年度は岩手・宮城内陸地震の影響で観光客入込数が減少した。平成 22 年度は、平成 22 年 10 月までの状況であるが、前年度を上回っており、観光入込客数が大きかった平成 19 年度に近い値になりそうである。

- 遠野市に来る観光客の行動パターンに特徴はあるのか。

⇒ 行動パターンとしては 2 つある。1 つは、平泉から入り、遠野を通り、花巻に泊まるパターン。もう 1 つは、盛岡または花巻から入り、遠野を通り、三陸海岸に抜けるパターン。観光客が泊まるのは花巻、釜石・宮古である。花巻温泉は 3,000 人を収容できる温泉街なので、花巻に泊まり、遠野には日帰りで来るというお客が多い。

- 宿泊入込数のデータがあったが、宿泊施設の稼働率はどの位か。

⇒ 30% を切る程度である。

- 遠野市が行っている観光推進に向けた取り組みの中で「地域文化の伝承による地域おこし」に該当するのはどの部分か。

⇒ 「全てが該当する」という答えになる。遠野の観光は、名所・旧跡の観光というより、遠野に来た人が様々な場面で“永遠のふるさと遠野”を感じて頂くところに特徴があると考えている。

○ 遠野遺産や遠野市の景観を見に来る観光客数はどの位になるか。

⇒ 遠野の遺産や景観を見に来る観光客数は把握していない。

## <議事②>

事務局から資料説明を行い、その後以下の質疑応答・討議が行われた。

### 【B級ご当地グルメを活用した地域おこし】

○ せんべい汁でどれだけ入込客数が増えたかという点では、1位をとらないと大きな効果が出ないというお話だったので、分析が少し難しい。どのようなデータが把握できそうなのか、その見込みを教えてください。

⇒ web アンケートで、「八戸に訪れた人の中でせんべい汁を食べたいと思ってきた人がどれくらいいるか」を把握する為の質問をする予定である（説明資料2のp.2問2・3）。また、供給側からの把握、つまり、せんべいやせんべい汁がどれ位売られているか等についても、八戸市のご協力を得ながらデータとして把握していきたいと考えている。

○ web アンケートで、「八戸市のせんべい汁以外の名産品や観光名所を知っているか」という質問を加え、せんべい汁以外の物を知っている人と知らない人でどれだけ違いがでるか把握した方がよい。

⇒ 設問を追加する。

○ せんべい、特にせんべい汁用のせんべいの生産額は把握できるのか。

⇒ せんべいの生産額に関する統計資料はないが、市内のせんべい製造業者に問い合わせればある程度把握できると思う。

○ 厳密にやろうとすると、飲食店の売上高に占めるせんべい汁の比率と、土産屋の売上高に占めるせんべい汁の比率が必要だが、そのような数字はなかなか把握できない。せんべい汁目当てに来ている人の消費動向を厳密に仕分けすることは諦めないといけないかもしれない。今回のwebアンケートでは、観光入込客数の増加に対してせんべい汁を目当てにきている人の割合を類推できる。つまり、「単価」×「人数」で「単価」の部分でせんべい汁の部分だけを仕分けすることは難しい。ならば、「人数」のところではせんべい汁の影響する部分を仕分けするしかないのではないか。

○ B-1の効果として八戸の知名度が上がり、観光客がせんべい汁を食べなくても、八戸市に来る観光客が増えれば、効果があったということになるのではないか。

○ 被説明変数に観光客数をおいて、様々な説明変数を入れることによりせんべい汁以外の効果を除外し、せんべい汁の効果として捉えることはできないか。

○ サンプルが2年しかないので、回帰分析は難しい。売上高を被説明変数にして、様々な要素で回帰してみれば、せんべい汁の寄与を統計的に抽出できるかもしれないが、推計してみないとなんとも言えない。それよりは、せつかくwebアンケートを実施するので、観光客数の中でどれくらいの数の人がせんべい汁目当てにきたのかという比率と実際に使った金額を用いて推計すればよいのではないか。供給側から捉えてしまうと、せんべい汁が目的ではない人の効果も入れてしまうことになるのではないか。

○ 説明資料2のwebアンケートの問4の答えで「食べた」という回答が多いのであれば、事務局が提示したやり方もよいかもしれない。ただし、「食べた」の回答が少ないとせんべい汁の寄与を

過剰評価しているかもしれない。

- 生産量で把握して産業連関分析を行う一方で、web アンケートを利用して需要側からの分析を行い、両者を比較してみるはどうか。
- お店ででてくるせんべい汁の平均単価はどのくらいか。  
⇒ 価格は300~900円の間で、店によって違いがある。
- そんなにバラツキがあると需要サイドで効果を把握するのは難しいかもしれない。
- 平均的なせんべい汁の販売額に占めるせんべいの比率を求め、その数字と飲食店用に出したせんべいの数が分かれば、飲食店におけるせんべい汁の販売量は捉えられる。
- せんべいの出荷先はわかるのか。  
⇒ 聞けばどこに卸しているかわかるはずである。
- せんべい汁目的で飲食店に行き、せんべい汁以外の物も食べた人がいた場合、せんべい汁の売上だけが効果なのか、せんべい汁以外の物も含めた全体の売上が効果になるのか。その点はどのように考えたらよいか。  
⇒ 供給側からの推計であればその効果を織り込んでいる。需要側からの推計の場合、飲食店の売上のうち、せんべい汁がどれ位を占めるかと聞いてしまうと、せんべい汁以外の波及効果は含まれなくなる。飲食店における売上増を考える場合は、せんべい汁の売上だけではなく、トータルの売上高を元に計算した方がよいかもしい。

#### 【地域文化の伝承等による地域おこし】

- 分析に必要なデータは揃っているか。  
⇒ 頂いた資料やweb調査で必要な数字は把握できるのではないかと考えている。
- 説明資料2のp.7問15（「旅行にかかった交通費」に関する質問）の意味合いは何か。  
⇒ トラベルコスト法を視野にいれたものである。
- 問15は遠野までの交通費を把握するものではなく、遠野市内の交通費を把握するという趣旨でよいか。  
⇒ そうである。ただし、トラベルコストでは両方を把握する必要があるので、両者を明確に把握できるようにする。
- 先程の話にあったように、最終的に花巻に泊まる人が多いということになると、トラベルコストにおいて遠野の価値をどのように考えればよいか。
- 遠野の観光で使った交通費として限定したほうがよいかもしいが、それだと効果が低くなってしまう。  
⇒ 遠野までの交通手段と遠野以外に滞在した場所（他の目的地）について把握できるようにしたい。
- 問14・問15の整理が必要。
- 説明資料2のp.4問4のCVMの金額の聞き方について、0円、500円、1000円、2000円の4段階になっているが、これで確率分布がうまくとれるのか。この金額設定の理由は何か。  
⇒ 金額設定については、他の事例を参考にした。

以上