

■ 観光の現状と問題点（各委員発言要旨）

平成26年2月14日（金）現在

通番	委員	枝番	タイトル	内容
1	中島	①	谷川岳・一ノ倉沢のマイカー規制の支障	強みとしてロッククライミングの聖地と言われているが、マイカー規制をすることをネガティブサイドから見ると、ロッククライミングの機材を運べない、よい時間に写真を撮れない、駐車料金がかかるなどの支障がある。
2	中島	②	スキーをする町内の子どもの減少	学校でのスキーの授業が減っているためか、スキーをする子どもが減少している。地元の人がスキーは面白くないからとやらなくなったところに、スキー客は呼び込めない。
3	中島	③	尾瀬はみなかみの観光資源	かつては「谷川岳」でお客さんが集まったが、来なくなってしまった。水上から尾瀬へは直接アクセスが可能（ただし、大型バスの通行はできない）で、1泊すれば谷川岳と尾瀬の両方を訪れることができ、尾瀬と谷川岳・一ノ倉沢を絡めて観光商品にできないか。また、経路にある照葉峡は紅葉・新緑の時期の景観がとてもきれいであるので、もう少しPRできないか。
4	中島	④	花を使った観光のプロモーション	ノルン水上スキー場の水仙や、藤原明川地区の千本桜、ホテルサンバードのコスモスなどはあるが、その他花の名所が町内には少ないのではないかと。特に4～6月は観光のローシーズンであるし、梅雨の季節に雨が降ると案内できる場所がない。
5	渡辺	①	問題点の優先順位	問題点を把握して明らかにすることは必要であるが、問題点がすべてイコールではなく、優先順位をつけたい。例えば、脆弱な二次交通とあるが、設備や投資を考えると優先順位が1番に来るとは思えない。
6	渡辺	②	ハイシーズンとローシーズンの平準化	観光客数の月別の季節変動や週間の差が大きいの弱みと言えないのではないかと。観光のピークが8月だったり、1～3月はスキーの日帰り客が大半を占めていたりするのは明白で、落ち込みを少なくするような施策が必要。このような状況で、イベントや行事が飽和状態の週末に集中しており、サービスがおろそかになっている。リピートしてもらうためにも、満足度を高めることが最も重要。
7	渡辺	③	若い労働力の不足	流動人口がピークを迎える週末に働ける人が少なく、飲食店やアウトドア事業者などで共通の課題。商工会などと連携し、地元高校の卒業後の進路の一つとして観光関連産業を選んでもらえる仕組み作りが必要。
8	本多	①	冬季のアトラクションの開発	観光農業は、6月中旬～12月中旬の繁忙期はよいが、冬場はほとんど収入がない。パートさんも冬場は1度解雇している状況なので、確保が困難。たくみの里も冬場は1/3くらいは店を閉めてしまう。冬の仕事がないということは冬のアトラクションがないということ。寒いことはひとつのアトラクションになる。何か新しいものを開発できないか。
9	本多	②	高品質な農産物のブランド化	農産物は非常に高品質であるが、ブランド化されていない（認知度が低い）ために、お客さんの理解が得られない（購買につながらない）。リンゴは信州・青森、サクランボは山形、コメは新潟産と思っている。
10	本多	③	農産物を使った加工品の開発	農業はどうしても廃棄が出るので、新たな商品を開発し、加工品として活用できないか。農産品には旬があるが、安定的に供給できる仕組みづくりが必要。
11	津久井	①	雪はみなかみの強み	雪が強みであるが、雪のアトラクションがスキーしかない。雪の上でスキー以外のサッカーや雪合戦なども考えられるのではないかと。
12	津久井	②	昭和のレトロな温泉街の復活	みなかみでは夜飲みに行けない。100mでもよいので昭和のレトロな通りがあって、浴衣や下駄で歩けるような魅力ある温泉街になるとよい。水上の旧道はそういう雰囲気はある。
13	津久井	③	多様な温泉群のブランディング	趣が異なる多様な温泉群は、実は弱みになっているのではないかと。それぞれ役割が異なるので、お客さんが混乱しないように明確にする必要がある。ブランディングの問題は、コンセンサスをとることが難しい。
14	津久井	④	資源を活かしたブランドロイヤリティの向上	東京圏からのアクセスの良さや自然などの資源を活かしながら、多くの子ども達に訪れてもらい、将来にわたるファンをつくってはどうか。ブランディングの認知度だけでなく、ロイヤリティを高める必要がある。
15	小林	①	成功するもしないも意識改革から	時間はかかるかもしれないが、我々も意識を改善していかなければ、ビジョンが絵に描いた餅になってしまう。行政に責任を丸投げするのではなく、策定後も客観的な指標を用いた進捗管理を行う必要がある。
16	河合	①	観光のベースを担う農林業の深刻な衰退	観光の素地をつくらせているのは農林業であるが、農家の高齢化が深刻であり、あと数年もすれば、今の環境が総崩れになってしまう。根本的なことを解決しなければ、観光も成立しない。現実には町内の農地の1/4は耕作放棄地。耕作放棄地の地主が株主となった一つの農業法人として運営していればよいのではないかと。
17	河合	②	地域で異なる「みなかみ」の天気予報	テレビが報道するみなかみ地方の天気と他のみなかみ地域の実地の天気に差があり、顧客を混乱させている。雪と報道されると、宿泊のほとんどがキャンセルされてしまうし、運転を敬遠して、スキー場にも人が来なくなる。
18	小野	①	ニーズの変化と農商工の連携	消費者の意識や遊びも多様化しているため、昔の良かった時代に戻すのではなく、我々自身も変わる必要がある。それと同時に、観光・農業・林業・商業の連携も必要ではないかと。
19	持谷	①	みなかみ温泉のブランドの差別化	みなかみ温泉18湯の1つとして水上温泉が存在し、広義のみなかみ温泉と狭義の水上温泉のブランドが差別化されていないため、マーケティングに支障をきたし、顧客を混乱させている。