

第9回宮城県産業振興審議会商工業部会

日 時 平成29年7月24日（月）

午後1時から3時まで

場 所 宮城県行政庁舎9階 第一会議室

第9回宮城県産業振興審議会商工業部会 議事録

1 開会

■観光課 千坂副参事

定刻前ではございますが、皆様お揃いの様ですので、第9回宮城県産業振興審議会商工業部会を始めさせていただきますと思います。

本日は、お忙しい中、お集まりいただきましてありがとうございます。事務局から1点、お知らせでございます。ただ今、県庁におきましては、クールビズ期間となっております。上着を脱ぐ、あるいはネクタイを外すなどの軽装で業務に従事をしている状況でございます。本部会におきましても、皆様同様に上着をお脱ぎになって頂ければ幸いです。

次に、産業振興審議会条例の規定に基づく会議の定足数は、部会に属する委員及び専門委員の2分の1以上ですが、本日はこの条件を満たしておりますので、当条例第5条第2項の規定に基づき部会が成立していることをご報告いたします。また、情報公開条例第19条の規定により、会議は原則公開するとされており、産業振興審議会は平成12年度の第1回の会議の際に公開すると決定しておりますので、当部会も公開として進めさせていただきます。

それでは、ただ今から、第9回宮城県産業振興審議会商工業部会を開催いたします。開会にあたりまして、経済商工観光部長の吉田祐幸より御挨拶申し上げます。

2 あいさつ

■経済商工観光部 吉田部長

皆様、本日はお忙しい中御出席いただき、誠にありがとうございます。

さて、本日は第4期みやぎ観光戦略プランの中間案を議事としております。6月5日に産業振興審議会が開催され、第4期プランについて、審議会に諮問をさせていただいたところでございます。その際にお示しした骨子案につきまして、皆様から貴重な御意見をいただき、その御意見を元に策定しましたのが、本日の中間案でございます。

また、今月10日には、「みやぎ観光創造県民条例」に基づくみやぎ観光創造県民会議を開催させていただきます。そちらの会議においても中間案に対しまして御意見を賜ったところでございます。

本日は、これまでの御意見を元に修正いたしました中間案に対しまして皆様より御意見を賜りまして、その内容をさらに最終のプランへ反映していきたいと考えております。

中間案の考え方でございますが、大きく4つの戦略をまとめてございます。この議論の背景といたしましては、1つには六県連携のプロモーションが高まってきています。六県が連携し一丸となって広域周遊などを進めるような機運が盛り上がってきていること、2つ目には県内でDMOの設立の機運の高まりが出て参りました。県南、気仙沼、石巻などで設立がされ、来年にはこの仙台県域でも設立しようという動きが出てきている訳でございます。また、3つ目には仙台空港の民営化以来、様々な動きが加速化されてきております。そして4つ目には圏域毎に観光客の回復に差があるということです。特に沿岸部でございますが、観光客の入り込みの回復がまだ十分でございません。このような状況を踏まえまして、4つの戦略を作っております。1つは東北が一体となった広域観光の充実、2つ目には観光産

業全体としての成長の促進，そして3つ目にはインバウンドの振興，そして4つ目には沿岸部観光客の回復ということでございます。ぜひ中間案ではさらにあと一步踏み込んだ議論を賜り，よりすばらしいプランができますこと，そしてそのプランが実行されていきますことを期待しまして，私からのご挨拶とさせていただきます。本日はどうぞよろしくお願い申し上げます。

■観光課 千坂副参事

ありがとうございました。今回は，今年度初めての部会となりますので，委員の皆様と同席しております県の職員を，お手元の出席者名簿によりご紹介させていただきます。はじめに，産業振興審議会商工業部会の委員の皆様をご紹介いたします。

東北大学大学院工学研究科教授の堀切川一男部会長です。

ブレイントラストアンドカンパニー株式会社代表取締役社長の志田典明委員です。

オフィスアユミトイロ代表の佐々木美織委員です。

有限会社岩沼屋ホテル専務取締役の橘真紀子委員です。

キョーユー株式会社代表取締役社長の畑中得實委員です。

有限会社ひらが代表取締役，仙台商工会議所女性会名誉会長の平賀ノブ委員です。

続きまして県の職員を紹介いたします。

先ほどご挨拶申し上げました経済商工観光部長の吉田祐幸です。

同じく経済商工観光部国際経済・観光局長の高砂義行です。

観光課長の梶村和秀です。

富県宮城推進室長の小野寺邦貢です。

資料の確認をさせていただきます。本日，お手元に資料といたしまして，資料1の「第4期みやぎ観光戦略プラン中間案」と資料2「宮城県産業振興審議会商工業部会の今後のスケジュール」，それから，参考資料といたしまして，「産業振興審議会条例」を配布してございます。資料がお手元にない方はいらっしやらないでしょうか。大丈夫でしょうか。それでは，議事に入ります。

会議は，産業振興審議会条例の規定に基づき，部会長が議長となって議事を進めることとなっております。ここからは，堀切川部会長に議事進行をお願いいたします。どうぞよろしくお願い申し上げます。

3 議事

(1)「第4期みやぎ観光戦略プラン」の中間案について

■堀切川部会長

堀切川です。どうぞよろしくお願い申し上げます。本日は，朝から天気が非常に悪い中，お集まりいただきまして，どうもありがとうございました。それでは，議事に入らせていただきたいと思います。まず，議題(1)の「第4期みやぎ観光戦略プランの中間案」につきまして，事務局の方から御説明お願いいたします。

■観光課 梶村課長

それでは私から「第4期みやぎ観光戦略プラン」の中間案について御説明させていただきます。

初めにお手元の資料1(A4ホチキス留め冊子)を御覧ください。こちらが「第4期みやぎ観光戦略

プラン」の中間案でございます。表紙をめくっていただきますと目次になります。初めに第1章みやぎ観光戦略プランに関する基本的な考え方、次に第2章としてみやぎの観光をめぐる状況、次に第3章として第4期みやぎ観光戦略プランの策定にあたって、第4章として4つの観光戦略の具体的な取組、第5章としてみやぎの観光の飛躍に向けた取組の進め方、最後に資料という構成になっており、順に御説明させていただきます。

1 ページ目を御覧ください。第1章「基本的な考え方」の「1 プラン策定の趣旨」でございますが、近年、観光をめぐる環境がめまぐるしく変化する中で、東日本大震災からの再生から飛躍につなげることはもとより、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて急増する訪日外国人への対応や「第3期みやぎ観光戦略プラン」における課題などを踏まえて、みやぎの観光が東日本大震災から再生を遂げ、観光産業が地域経済と復旧・復興を力強くけん引する役割を果たせるよう、その指針となる新たな計画を策定することといたしました。

次に「2 プランの位置づけ」でございますが、みやぎ観光戦略プランは、みやぎ観光創造県民条例に定める観光振興に関する基本的な計画となっており、宮城の将来ビジョン及び宮城県震災復興計画において分野別の計画に位置づけているところであります。

次に2ページをお開きください。「3 プランの計画期間」でございますが、第4期観光戦略プランの計画期間は平成30年度から平成32年度までの3年間です。これは昨年度に平成32年度まで延長された宮城の将来ビジョンの計画期間、また、「宮城県震災復興計画」における「発展期」に合わせております。次にその下になります「第2章みやぎの観光をめぐる状況」の1「第3期みやぎ観光戦略プランの総括」でございますが、第3期観光戦略プランは、震災からの観光の復旧を目指した第2期観光戦略プランに引き続き、震災からの観光の復興を目指して平成26年度から平成29年度までの4年間で「沿岸部の観光資源の再生と積極的な誘客」など5つの戦略プロジェクトを掲げて取り組んでおります。2ページの中段以降の第3期観光戦略プランの数値目標につきましては、7項目について設定しております。最初に「①観光客入込数」につきましては、震災により落ち込んだ平成23年から着実に回復しており、平成28年は6,084万人と前年と比べて18万人の増加、震災前の平成22年と比較して99パーセントとなっており、震災前の水準まで回復しております。

次に右側の3ページを御覧ください。上段のグラフ「②沿岸部の観光客入込数」につきましては、平成28年は552万人と前年と比べて19万人増加しており、震災後順調に回復してきているものの、震災前の平成22年の約7割に留まっております。次に中段の、「③宿泊観光客数」ですが、復興関連需要の逡減などにより、平成28年は922万人泊と前年と比べてほぼ同水準となっており、目標値の900万人泊を達成しております。

次に下段の、「④沿岸部宿泊観光客数」につきましては、平成28年は67万人泊と前年と比べて9万人泊ほど増加し、こちらも目標値の60万人泊を達成しており、震災前の平成22年の約9割まで回復しております。

次に、4ページをお開きください。上段の「⑤外国人観光客宿泊者数」につきましては、平成28年は17.5万人泊と前年と比べて2万人泊増加し、震災前の平成22年の水準を超え過去最高となっております。次に、中段の「⑥観光消費額」につきましては、青色の折れ線を御覧ください。平成28年は4,528億円と震災以降、緩やかではありますが着実に回復傾向にあるものの、目標値に対する達成率は76パーセントとなっております。なお、黄みどり色の折れ線は後ほど詳しく御説明しますが、第

4期プランから適用する観光庁共通基準による観光消費額を参考まで記載しております。「⑦再訪問意思率」については、平成28年は95%となっており、目標値を達成していないものの、依然として高い数値となっている状況です。

次に5ページ目を御覧ください。「2 みやぎの観光の現状と課題」についてでございますが、第4期みやぎ観光戦略プランの策定に当たり、みやぎの観光が置かれている現状と課題を次のとおり整理しました。1つめは「沿岸部の観光客の回復の遅れ」です。先ほども御説明したとおり、本県の観光客入込数は、県全体ではほぼ震災前の水準まで回復しているものの、内陸部が順調な回復を見せる一方で、沿岸部では震災前の平成22年の6～7割程度の回復にとどまっており、圏域により、回復状況に差が見られます。これはインフラ整備の復旧の遅れなどにより、観光・宿泊施設等の復旧が遅れていることや震災の風評による落ち込みの影響が要因と考えられ、課題としましては、観光・宿泊施設等の再建・整備や震災の風評払拭、沿岸部の復興状況に応じた魅力ある観光資源の回復等があげられます。

2つめは「東北地方の外国人宿泊者の伸び悩み」です。平成28年の訪日外国人旅行者は国全体で過去最高の2,404万人となり、初めての2,000万人台となりました。なお、国の平成28年の外国人観光客宿泊者数は6,407万人泊と震災前の平成22年から146%増となりましたが、一方、東北地方では震災前の25%増に留まり、他地域に比べ大きく出遅れています。これは、未だ震災の風評払拭には至っていないことや海外における東北地方の認知度が他地域に比べて高くないこと、仙台空港への直行便や乗り継ぎ便が少ないこと、東北を周遊する広域観光ルートの整備や二次交通が不十分であることなど外国人の受入環境等が十分に整っていないことが要因と考えられます。課題といたしましては、訪日外国人旅行者の多様化するニーズをとらえた戦略的なプロモーションが必要であることや、外国人がストレスを感じることの少ない受入環境の整備が必要です。

3つめは「東北地方の国内観光旅行者の回復の遅れ」です。平成28年の日本人の観光客中心の宿泊施設の国内観光旅行延べ宿泊者数は、1億7,348万人泊と震災前の平成22年と同水準まで回復しました。一方、東北地方では震災前の平成22年の約82%で震災前の水準まである程度回復したものの、全国の回復に比べると遅れをとっています。これは東日本大震災の風評が影響しているほか、国内の特に首都圏や中部以西において東北の魅力を伝える観光情報の質と量が不足していることが要因と考えられ、課題としては首都圏や関西方面での正確な情報発信と一体的なプロモーションが必要であること、また、仙台空港の民営化を契機としたLCCなどの直行便の増加や東北新幹線の増発などにより、首都圏や関西以西からの更なる観光客の取り込みが必要と考えられます。

4つめは「観光消費額の低迷」です。観光庁の共通基準による平成27年の観光消費額は3,017億円であり、震災前の平成22年と比較し、92%まで回復しているものの、県全体の観光客入込数の順調な回復に対して観光消費額については、思うように伸びてきていません。これは震災後、東北を訪れる観光客の旅行形態の変化により、宿泊客一人当たりの観光消費単価が減少してきている傾向があることから、全体として一人あたりの観光消費額が伸び悩んでいることが要因と考えられます。課題といたしましては、観光消費額の増加のためには、宿泊観光客の割合を高めること、特に観光消費額の高い県外客の誘客に一層力を入れることが必要であり、また、多様なニーズに対応した観光資源の磨き上げと創出により、旅行者一人当たりの滞在日数や観光消費額を高める必要があります。また、「自然」や「食」などの従来の観光資源の磨き上げのほか、教育旅行や産業観光、ニューツーリズムと言われるエコ・ツーリズムやスポーツツーリズムなどの新しい観光分野などの新たな観光資源の創出に常に取り組む必要

があります。さらに、観光客の多様なニーズに対応できる人材育成や地域ぐるみの受入態勢の整備などで本県独自の「おもてなし」をさらに高め、滞在期間の長期化やリピーター獲得につなげる必要があります。

次に6ページを御覧いただきたいと思います。「第3章 第4期みやぎ観光戦略プランの策定にあたって」の「1 基本理念」について記載してございます。東日本大震災からの観光の復興に引き続き重点的に取組ながら、沿岸部のにぎわいの創出や、東北の広域観光の充実、訪日外国人観光客の誘客、観光産業の成長を促進することにより、みやぎの観光が観光業界の発展だけでなく、地域の経済や雇用を支える大きな産業になっていく新たなステージを目指します。これに基づき、第4期みやぎ観光戦略プランの理念として「観光の再生から未来につなぐ新たなステージへ」と定めます。

次に7ページを御覧ください。この理念に基づきまして、3年間の4期プランの取組で何を指すのかというのが「3年後に目指す本県観光の姿」です。本プランでは初めにプランの最終年である平成32年に目指す「日本・世界の中での東北の姿」、次に「東北の中でのみやぎの姿」、そして「みやぎの沿岸部の姿」の順に記載してございます。

まず3年後に目指す「日本・世界の中での東北の姿」は、みやぎが東北のゲートウェイとして、国内外から多くの観光客が訪れている姿を目指します。具体的な姿としましては、昨年7月の仙台空港民営化を契機として国内線・国際線の直行便が増加し、東北新幹線は各種取組により増発され、首都圏及び函館等からの仙台駅利用者が増加しております。また、仙台空港及び仙台駅を拠点に、本県が東北地方の玄関口の役割を増し、東北各県等との連携の下に、国内外の多くの観光客が本県を起点として東北地方の観光地を周遊していることを想定しております。さらに、『日本の奥の院ルート』など東北の新たな周遊ルートが確立され、東北地方がゴールデンルートに続く魅力のある新たな観光ルートとして認知されていることを思い描いております。このように、みやぎが東北のゲートウェイとしての役割をより強くし、そこから東北全体を多くの国内外の観光客が周遊していることを目指します。

次に「東北の中のみやぎの姿」の一つ目としましては、観光客入込数が年間7,000万人台に到達し、関係者間の連携の好循環により観光産業が経済を力強くけん引している姿を描いております。括弧内の宿泊者観光客数1,000万人泊、観光消費額4,000億円、雇用効果5万4,000人というのは観光客入込数7,000万人とともに第4期観光戦略プランの数値目標であり、後ほど詳しく御説明させていただきます。具体的な姿としましては、県内各地域で地域と協同して観光地づくり行っていく組織である destination・マネジメント・オーガニゼーション、いわゆるDMOが設立され、多様な関係者が連携し、新たな観光地域づくりが進んでいる姿を想定しております。また、産業間・地域間・関係者間で培われた連携の好循環が確立され、観光産業がさらに発展しています。さらに、県内外から多くの観光客が訪れることにより交流人口が増え、その観光消費がもたらす経済効果が地域経済をけん引する役割を果たしています。

次に「東北の中のみやぎの姿」の二つ目としましては、過去最高の外国人宿泊客が訪れている姿を描いており、最大目標としましては50万人泊を目指します。具体的な姿としましては、本県の主要ターゲットである東アジア市場（台湾・中国・韓国・香港）を中心として強力なプロモーションを展開することで、海外での根強い風評が払拭され、これまでにない高い水準で外国人観光客が増加しているということを思い描いてございます。

最後に「みやぎの沿岸部の姿」としましては、沿岸部観光客数が震災前の平成22年の水準まで回復

し、にぎわいが創出されている姿です。具体的な姿としましては、復興まちづくりの進展にあわせた魅力ある観光地づくりにより、沿岸部への観光客が回復し、にぎわいが創出されているということでございます。

次に8ページをお開きください。こちらは3年後に目指すみやぎの姿を達成するための4つの観光戦略としまして、基本となる大きな4つの方針を示しております。こちらは前のページの目指す姿とそれを達成するための戦略が同じ色でリンクさせております。まず、3年後に目指す「日本・世界の中での東北の姿」を実現させるための「戦略1」としましては「東北が一体となった広域観光の充実と誘客プロモーション」でございます。仙台空港の民営化などを契機としまして、一般社団法人東北観光推進機構などとの連携により、東北が一体となった広域観光の充実と効果的な誘客プロモーションを行うことにより、東北地方全体の観光の底上げを図ってまいりたいと考えております。特に、観光消費効果の高い海外や国内の首都圏・中部以西等に対して、東北の魅力ある冬季観光の推進など多彩な観光資源の情報を多様な媒体を活用して発信し、国内外からの大勢の観光客に来ていただけるよう、東北への誘客促進を図って参ります。

次に「東北の中のみやぎの姿」を実現させるための「戦略2」としましては、「観光産業の連携強化と成長促進」でございます。DMOの設立支援などにより地域の特性を活かした新たな観光地域づくりを行うとともに農林水産業などの関連産業や産学官の連携を図り、地域間・産業間・関係者間の連携を強化して参ります。また、インバウンドの増加などにより、ますます多様化する観光客のニーズに対応するため、マーケティングの活用や観光事業者の経営・サービスの改善などにより、本県観光関係者の「おもてなし」力の向上を図るとともに、観光資源の磨き上げ等による受入態勢の整備を強化し、観光客の満足度と観光消費額を高めることにより、観光産業全体の更なる成長を促進して参ります。

次に「東北の中のみやぎの姿」を実現させるための「戦略3」としましては、「外国人観光客の誘客加速化」でございます。今年の3月に県が策定しました「第4期みやぎ国際戦略プラン」におきましても最重点地域あるいは重点地域としております台湾、中国、韓国、香港の東アジア市場を中心としまして訪日外国人観光客の誘致を図って参りますとともに、東日本大震災の影響による海外の根強い風評を払拭するための正確な観光情報の継続的な提供や、2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けた外国人観光客等の受入環境整備を推進して参ります。

最後に3年後に目指す「みやぎの沿岸部の姿」を実現させるための「戦略4」としまして、「沿岸部のにぎわい創出」でございます。東日本大震災による津波の被害を受けた宿泊施設の再建支援など観光施設等の受入態勢整備支援をより一層強化するとともに、国内外に向けて被災地である沿岸部の復興状況や観光情報の積極的な発信に努め、他圏域に比べ遅れている沿岸部への観光客の回復を図りながら、新たなにぎわいを創出して参ります。以上が、第4期プランにおける基本的な方針となる「4つの観光戦略」でございます。

次に9ページを御覧ください。こちらから11ページまでが第4期みやぎ観光戦略プランで目指す数値目標でございます。3年後に目指す姿を先ほど御説明しましたが、こちらは具体的に定量的な数値目標としたもので、3年後の平成32年の目標を7つ設定しております。それぞれグラフを作成しており、緑の棒グラフが目標値、青色の折れ線グラフが実績値の推移でございます。目標値の平成29年の数値は第3期プランの目標値、平成32年の数値は第4期プランの目標値となります。まず、「①観光入込客数」でございますが、第3期プランの目標値の6,700万人に向け、現在、積極的に取り組んでいると

ころですが、3年後はさらに観光客を伸ばし、みやぎの観光の新たなステージとなる7,000万人と設定させていただきたいと考えております。

次に10ページをお開きください。上段の②「沿岸部の観光客入込数」でございますが、第3期プランにおいて、震災前の平成22年の水準である805万人と設定し、積極的に取り組んでまいりましたが、復興事業が今なお継続していることもあり、平成29年までの達成は難しそうな状況であることから、引き続き同じく805万人と設定させていただきます。次に中段の「③宿泊観光客数」でございますが、こちらは第3期プランにおいて設定した900万人泊を平成28年に既に達成しております。現在は一部復興関連需要もありますが、次第にその需要は減少していくと考えられますので、本来の観光目的での宿泊客をさらに多く呼び込み、3年後にはこちらも大台となる1,000万人泊を目指します。次に下段の「④沿岸部の宿泊観光客数」でございますが、震災前の水準の8割まで回復させることを目指し、60万人泊と設定しておりました。こちらも平成28年には、目標を達成していることから次の第4期プランにおいては、震災前の水準に完全に戻すことを目標に、75万人泊と設定させていただきたいと考えております。

次に11ページを御覧ください。上段の「⑤外国人観光客宿泊者数」でございますが、第3期プランにおいては震災後に大きく落ち込んだ外国人観光客宿泊者数を震災前の水準の16万人泊まで回復させようという目標を設定しておりましたが、こちらは平成27年に既に達成しております。国におきましては、東北の外国人観光客宿泊者数を平成32年に平成27年の3倍の150万人泊にすると示されていることから、宮城県におきましても国と合わせまして約3倍となる50万人泊と設定しております。次にその下の段の「⑥観光消費額」でございますが、4ページの第3期プランの総括でも御説明いたしましたが、青色の折れ線は第3期プランで適用している従来の観光消費額で本県独自の方法で算出したものです。もう一方の黄みどり色の折れ線は、観光庁が平成21年に策定した共通基準に基づき算定した観光消費額となっており、この共通基準は全国の地域間での現状や動向を比較するために導入され、全国的にも共通基準による観光消費額を目標数値に取り入れている自治体が多くなってきておりますので、宮城県におきましても第4期プランの策定を機に共通基準により算定した観光消費額を採用する予定でございます。平成32年における目標を4,000億円に設定しております。

次に12ページをお開きください。最後に「⑦観光消費による雇用効果」でございますが、これは今回のプランから新たに設定する指標でございます。その為、過去実績のグラフはございませんが、「⑥観光消費額」の目標額を元に消費区分毎に経済波及効果の一つとして誘発される雇用者数を産業連関表により算出しているもので、観光消費額と連動した数値にはなりますが、観光産業の効果を表す一つの指標として設定させていただいたところでございます。

次に13ページを御覧ください。「第4章4つの観光戦略と具体的な取組」についてですが、8ページで御説明した「4つの観光戦略」のそれぞれ具体的な取組を示したものです。まず戦略1「東北が一体となった広域観光の充実と誘客プロモーション」の具体的な取組については3つ挙げております。1つめは「東北の広域観光周遊ルートの確立と観光資源の磨き上げ」、2つめは「東北の魅力を伝える一体的な誘客プロモーション」3つめは「仙台空港等の活用や二次交通の充実による東北の周遊促進」でございます。次に戦略2「観光産業の連携強化と成長促進」の具体的な取組については2つ挙げております。1つめは「DMO等の形成による魅力ある観光地域づくり」、2つめは「観光産業の成長に向けた基盤強化」でございます。次に戦略3「外国人観光客の誘客加速化」の具体的な取組については3つ挙げてお

ります。1つめは「東アジア市場を中心とした誘客プロモーション」、2つめは「風評払拭のための正確かつ戦略的な情報発信」、3つめは「訪日外国人の受入環境整備の推進」でございます。次に戦略4「沿岸部のにぎわい創出」の具体的な取組については2つ挙げております。1つめは「魅力ある観光資源の磨き上げと正確な情報発信」、2つめは「観光施設等の再建と受入態勢整備強化」でございます。

次に14ページをお開きください。先ほど御説明した4つの観光戦略と具体的な取組に沿って、県または市町村で予定される個別の事業を記載しておりますが、平成30年度以降の事業が県や各市町村においてこれから議論される予定であり、現時点で掲載している事業は計画中・構想中のものであり、全ての事業が掲載されているわけではないことを御承知おき願います。今後予算検討の進捗に合わせてプランに反映して参ります。

次に31ページを御覧ください。「第5章みやぎの観光の飛躍に向けた取組の進め方」については、「1 各種計画との連携」、「2 進行管理と推進」についてはここに記載のイメージ図のとおり、進めさせていただきたいと思っております。

次に32ページを御覧ください。「3 各地域におけるDMOなどを中心とした観光地域づくりと東北の連携のイメージ」について記載しておりますが、本プランの観光戦略で述べているとおり、本県観光振興のためには地域の特性を活かした観光地域づくりが重要であり、DMOなどの組織を中心として、観光事業者はもとより関連産業や学術団体、行政、地域住民などを巻き込んだ連携が、各圏域に存在しみやぎの観光の発展につながり、東北の連携に繋がっていくというイメージを表したものになります。

次に33ページを御覧ください。こちらは参考資料として、宮城県が実施した調査等による、本県訪問者の地域別割合や年代、交通手段、来訪理由などの本県訪問者の姿をまとめておりますので、後ほど御覧いただければ幸いです。また、41ページには参考として「みやぎ観光創造県民条例」条文を掲載しております。資料1に基づく説明は以上となります。

続きまして資料2（A4ワンペーパー）を御説明させていただきます。こちらは「第4期みやぎ観光戦略プラン」策定にかかる今後のスケジュールでございます。先月6月5日に産業振興審議会が開催され、その中で「第4期みやぎ観光戦略プラン」を諮問させていただいております。中間案につきましては、本日の会議内容を踏まえた上で、8月下旬に審議会の全体会でご協議いただき、パブリックコメントなどを行います。9月以降は最終案について、中間案と同様に産業振興審議会商工業部会と全体会での審議を経まして、12月には産業審議会から知事が答申を受け、最終的には平成30年2月に決定したいと考えております。

ただいま、プランの中間案につきまして、資料1及び資料2でかけ足で説明させていただきましたが、東北そしてみやぎに国内外から多くの観光客が訪れ、みやぎが東北観光の中心としての役割を果たし、また、みやぎの観光産業が経済を力強くけん引していくための指針となる「第4期みやぎ観光戦略プラン」に対し、皆様方から忌憚のないご意見を賜りますよう、お願い申し上げまして私からの説明は以上でございます。

■堀切川部会長

どうもありがとうございました。それでは、ただ今、御説明いただきました事項につきまして、委員の皆様から御質問や御意見を伺いたいと思っております。特に、中間案について、非常に詳しく説明していただきましたので、中間案の第3章第4期みやぎ観光戦略プランの作成にあたってという部分と第4章4

つの観光戦略の具体的な取り組みというあたりを詳しく説明していただきましたので、そのあたりを中心にいろいろな側面から御意見をいただければというふうに思います。我はという方はぜひ手を挙げてお知らせ頂ければと思いますが、いつもだと名簿順にしているのですが、それでは寂しいということで、思いつき順でぜひお願いしたいと思いますが、いかがでしょうか。それでは本日の出席者名簿順で大志田委員からお願いします。

■大志田委員

大志田でございます。細かく読み取れてないので、どこかに記載があるのかもしれませんが、まず1点目は、今年度の6,700万人という目標数値が、まだ第1四半期が終わったところですけども、どんな見込みの状況にあるのかということを確認したいと思っております。その上でさらに32年度に7,000万ということなのですが、例えば本年度が6,100万人くらいで終わった場合に、27年、28年の傾向値で考えると、平成32年で6,700万いくかどうかという数値になります。あるいは、6,700万の傾向値に対して+300万するような何か大きな要素があって7,000万としているのかについてお答え頂ければと思います。

■観光課 梶村課長

まず、平成29年度の入込み数の見込みでございますが、当然のことながら、過去最高値でございます平成22年度の6,129万人、これはなんとかクリアしようと、そういうことで今年は通年キャンペーンということで、宮城県にとって初めて冬のキャンペーンをやりながら、ただ今、夏のキャンペーンやってございますけども、特に、入込み数、宿泊者数が低迷します冬の期間をテコ入れすることによりまして、宮城イコール温泉というものを非常に打ち出しまして、西の別府、東の宮城ということを訴えながらやらせていただきたいと思ひまして、この6,129万人をなんとか過去最高にすべく、6,200万人台を29年度で達成しようと考えてございます。一方で、7,000万人の話なのですが、我々としまして、過去の経験値としまして、平成元年以降、特に「独眼竜政宗」が放映されてからの傾向を見ますと、10年で1,000万人ずつ伸びてきているというデータがございます。4,000万人から5,000万人まで行ったのがちょうど本当に10年。5,000万人から6,000万人まで行ったのもちょうど10年ということになりまして、過去20年のスパンを見ますと1,000万になっております。ところが、震災もあったものですから、今後、平成20年以降、大きく下がっていて、10年というのは、なかなか厳しいですけども、それをちょっと前伸ばしにしまして、今回のプランの平成32年度までの間に、なんとか1,000万人の次のステージにいけるような姿を思い描きたいと思ひまして、今回、7,000万人と定めさせていただいたというところでございます。

■大志田委員

それはわかったのですが、です、今ですと22年というのは、とにかく越そう、ということですけど、きれいなならした数字として6,200万人としても、その傾向値が10年スパンで見ると具体的に3年ってというのは、非常にもうある意味あつという間に来る話ですので、そうしますと、単純にいうと6,200万というのは、いわゆる、800万人っていうのを3年の中でやるというのが、本当に現実的であれば物凄く大きな盛り上がりなると思ひますが、これがなかなかそうではないというこ

とになると、このタイミングでせっかく策定しても、ある意味でポジティブな波及効果になりづらいのではないかとということと、あるいは、この目標というのが、いわゆる、希望的な目標なのか努力目標なのか、必達なのか、私たち民間では基本的に必達以外の目標っていうのはあまり目標という捉え方をしておきませんので、そこがどういうポジションでやるかによって、今回、特に、民間の観光推進機構含めて、いろいろ連携しようということですから、その意識の辺りをはっきりと提示されていた方がいいというふうに思うのですが、それはいかがでしょうか。

■観光課 梶村課長

大志田委員のご指摘のとおり、中間案を策定するに当たりまして、どの程度、必達にするのかなど、いろいろ現実的な目標値にすべきではないかなど、いろいろ議論をさせていただきました。ただ、我々として、ある意味、大志田委員からは甘いと言われるかもしれませんが、努力目標的な意味合いを込めて、我々の宮城県の観光課が目指す姿勢というのは、こういう前向きな強気の姿勢で、今後ともプランの中に入れていくということを示すためにも、今の現実から言いますと、かなり残り800万の壁っていうのは高いかもしれませんが、現時点におきましては、少し目標高く設定させて頂いています。

■大志田委員

わかりました。努力目標は勿論オーケーなのですが、その場合、1つの考え方として、上限の目標として努力目標があるとすれば、最低限達成すべき下限目標が求められると思います。宮城が復興のリード県として、きちっと人を呼び込めて持続的に発展していくためにも、非常に大きな機会だと思っていますので、上を示すと同時に下の押さえが欲しいところです。どのように表現するかどうかは別ですが、内部的には指標を持っていただきたいと思います。以上でございます。

■佐々木（美）委員

御説明ありがとうございました。私は、商工業部会に出席するのは初めてなので、資料とか読み込ませて頂いたのですが、震災前の数字というのを基準に数値が上がった、下がったという御説明が基本的にあると思うのですが、時代の流れっていうのはもっと早いのではないかとこのように思っています。県内の数値で震災前を基準に上がった、下がったということ以上に、6県と連携するということであれば、他県の動きがこの6年間どういうふうになったのかというリサーチも必要だと思います。あとは、この5、6年の間に、地域に国からたくさんのお金が落ちていて、いろんな観光地でそれこそプロモーションのビデオもそうですし、いろんなプロデューサーが入っていて、特色を出すということをみんなが頑張りはじめたので、単純に県内の数値が、ライバルではなく、他県の動向もやはりこの部会も含めて、私たちも知るべきじゃないかなと思っていました。やっぱり、観光っていうのは、人が行きたいって思うような感性であるとか、そういう気持ちの部分に訴えかけないと、余暇に関してお金を払うっていうことはしない。特に、データを見ると、若い人が減っているとか、個人旅行が増えているということになると、会社が旅行でいくからっていう理由ではなくて、自分の趣味・嗜好で行く場所を選べる時代になってしまっている。そうなった時に、一体、宮城県に来ている人が本当に何を求めているかっていうのは、震災前じゃなく今の段階の調査をもうちょっと知りたいなと思います。また、チャレン

ジグザグな今まで無かったニーズに対しての取組に対して、各市町村で助成していくとか、検討してもいいのかなど。極論を申し上げれば、自然・温泉・名所って、全国どこでもある。それで勝負してしまえば、史跡とかそういうものがある県とか、京都には勝てないよって話になるのですが、たぶん、例えば被災地に行った時の温かいおもてなしとか、他の県にはない「何か」に満足しているっていうデータを引っ張ってきて、そこを膨らませて、宮城に来るとこういうことが得られるよっていうのを、3年後には、たぶん特色として、打ち出していかなきゃいけないのではないかなと思う。そうすると、目標と同時に、柱を立てるための調査事項というか、そういうものも、同時進行されるといいのかなというふうに思いました。被災地に企業研修などで訪れる他県の方々からのワークショップのご要望とか、すごい今、多いですね。また、同じ東北であれば岩手とか青森とか、観光誘客で頑張っておられますよね。でも、温泉地選び一つとっても、うちの温泉が一番だってみんな言うので、お客様からすると、泉質を選んでいるのか、それとも、周りの周辺観光地との組み合わせで選んでいるのか、名物で選んでいるのか、一度縁を持った観光地としての、リピートで選んでいるのかっていうのを、いろんなところが今、調査をしはじめています。あと、3年後って結構すぐだとするならば、もうちょっと詳しい、この方達の、特に40ページの来訪理由のところ、これが他の地域にないもので、大変重要なのではないのでしょうか。宮城県に来て良かったと感じるものはなんですかっていうふうに、少し掘り下げて調査したときに、私たちが宝として持っているけど、気づいていないものが、浮かび上がってくるのかなと思いました。調査項目が、たぶん、数年で同じ項目を調査するというこの意味合いって大切だと思うので、これは継続してやって頂けるといいなと思いつつ、ここ数年間に出てきた新しいトピックというのが、3年間でどういうふうに変動していくのかっていうのをデータとして見せて頂けるといいかなというふうに思いました。

■堀切川部会長

どうもありがとうございました。もし、書き込めるようでしたら、東北6県の他の5県のざっとしたここ最近の流れとか、そういうのが書き込まれているといいかもしれないですね。

■経済商工観光部 吉田部長

最近、青森が、青函連携が相当活発になって来まして、函館にイン・アウトで飛行機で見える方が、青森も回られるというような、そういう流れも出てきていまして、インバウンドの盛り上がりは青森県すごく出ているっていうのが特徴としてありますね。宮城県の特徴は、きつね村に代表されるのですが、今までから見ると、飛躍的に今、認知度が上がっていきまして、外国人の方がきっかけで出した情報が日本人を触発したっていうような、そんな事例が出てまいりまして、観光地として注目が上がっている。そういうものも出てきています。これは、今までにない新しいかたちになっているかと思えます。そういったところも、注目してみたいと思います。

■堀切川部会長

確かに、私、函館に最近何回か行った時に、あの先、新幹線が繋がって、札幌まで行って、あっちに観光客を取られたくないらしくて、函館としては、青森向いている方がいいっていうことを凄く強くおっしゃっていましたので、青森は、函館に全部今までの分を取られるのが嫌なので、お互いに生きてい

こうっていう感じです。ちなみに、仙台に戻ってきて、研究室を作って16、17年なるのですが、去年初めて、うちの学生がきつね村に行きました。認知度は上がっていると思います。大学生でも行くんだあとに思いましたが、凄いい気になったらしくて、いろんな情報で。それでは、続きまして、橘委員よりよろしくお願いいたします。

■橘委員

橘でございます。よろしくお願いいたします。私どもの場合には、お客様が実際にいらして、皆さんの動きとかよくわかるので、そういうところからお話させていただきたいなと思ったのですが、我々から見ると、東北地方を宮城県だけじゃなくて、東北地方を一体に考えて、外国人のお客様とかはそういう考え方になっているみたいなのですが、実際にお客様の話をお聞きすると、先日も、オーストラリア人が、ご兄弟3人で来て、いろいろとバーで飲んでいらしたのでお話を聞いたのですが、私ども考えているよりずっと行動範囲が広くて、今回も9日間来たっていう話なんですけど、普通の平均的な所得の方達だったんですね。それで、どういう動きをするかお話を聞いたら、東京に入ってから秋保に来て一泊しながら、次の日はニッカウイスキーに行って、そこでウイスキーを大量買うんだそうです。それを旅行の間中飲んで歩くっていうか、ロックで飲むのが好きだっておっしゃっていたのですが、飲んで歩くために大量に購入して、それでその後に伊豆の方に泊まりに行くんですね。それで、伊豆に行って、その後、富士山に登るんだって言うんですね。富士山に登った後に、東京に出て、秋葉原に行って、何かお買い物してから東京から帰っていくっていう話で、行動範囲が非常に広いんですね。それで、自分でこういうことしたいっていうものに関しては、凄くお金をかけているっていうか、ウイスキーも非常に私どものところに泊まった時もいっぱい持っていたのですが、ガバガバ飲んでしまうっていうか、日本人の飲み方じゃないっていう感じなので、そういう意味での消費する金額が非常に高いんじゃないかなって思いました。男性2人と女性が1人だったのですが、女性は1泊に3万4、5千円払ってました。支払っている金額も高かったんですね。それで、そういうこともありますし、また、仙台で自転車を借りて、フランス人の女の子が1人でやっぱり旅行にいらしたんですね。秋保までいらして、私どものところから、秋保大滝まで行って戻ってきて、泊まってらしたのですが、「これからどうするの？」って言ったら、仙台空港まで自転車で行って、そこからアウトするっていう話で、その方とお話した時に、フランス人っていうのは、大陸をずっと自転車でツーリングするようなことが非常に好きなので、モンゴルとかあっちの方までもずっと自転車で行く動きをしてらっしゃるので、仙台から秋保まで来るなんてのは、ちょっとしたツーリングっていうイメージで、あまり大したことじゃないという、そういう感じなんですね。なので、もっともっと我々の知らないといけないのは、そういう国ごとにも違うと思うんですけども、どういうことを今希望して、どういう動きをするかっていうのは、ある程度マーケティングリサーチして行って、それをもとに、動きを作って行くっていうのが大事なかなっていうふうに考えはじめております。私も先日、12月に秋田の尾去沢に行って来たんですけど、あそこは携帯電話を集めて、そこから1個につき、仁丹の半分くらいの金が取れるっていう話なんですけど、それを回収して、そして非常に潤っていたんですね。そういうふうなことも面白いんですけども、今、アジア人の中では金の好きな国もありますので、そういう人達が、例えば、金を求めている旅行を組み立てるとすると、その尾去沢から平泉に来て、それからあと、近衛山神社に来て、それで、ちょっと、もったいないんですけど、金沢まで行かせてそこからアウト

させるっていう方法もあるんじゃないかなっていうふうに思うんですね。新幹線に乗るっていうのが楽しみの1つなので、やっぱり我々が考えている、狭い感じの中の動きじゃなくて、ダイナミックに動かして、しかも、テーマ性があるっていうか、そういう動きを考えていくのもいいんじゃないかなっていうふうに考えました。先程も、温泉の話もあつたんですけども、鳴子温泉なんかは世界中にある温泉11泉質のうちの9泉質っていうか、それを楽しめるっていう特異性があるので、そういう意味では、別府よりはこちらの方が有利性があると思うので、やっぱりここだっていうところ、もっともっと強く出すと、すごく魅力あるところじゃないかなというふうに思います。それから、あと、我々があんまり大したことじゃないと思うようなことなですけれども、例えば、雪かきをしたとか、車の屋根から雪を下ろす手伝いをしたとか、スコップで雪を動かしたとかっていうのは、この間、タイのお客様、凄く喜んでらして、そんなさもないことなのに、そんなに感動するのかなと思うくらいに、一生懸命写真を撮ったり、喜んで見せて下さったりしていたので、我々が売りじゃないと思っていることが、逆に彼らにとって、非常に魅力だったりすると思うので、そういうところをいろいろと調査して、もっともっと東北の魅力をアピールしていくと、北海道に比べれば、雪が少ないですけども、楽しめるというところがありますし、いいのではないかなと思います。以上でございます。

■堀切川部会長

ありがとうございました。ひょっとするとなんですけど、他の地域、仕事とかで、たまたま観光地でもある駅で降りたりすると、レンタサイクルがすぐ目の前にあるところと、自転車の貸し出し全くやってない地域とあって、自転車の貸し出しがあると、皆さん借りて乗っているなっていうのが見てわかるので、私は仕事で行ったのに借りました。仕事先まで2時間ほど時間が余ったので、そのまま自転車で会議まで出て、また駅まで戻ってきて、タクシー代分が浮く以上、お得感もあつたので、確かに外国の人達がいっぱい来るようになると宿屋でも駅でも、例えば、そういう自転車借りられるのが簡単にできたり、2時間コースとか、半日コースとか、そういうのがちらっと説明書があつたりするとすごくいいかなという気もします。

■観光課 梶村課長

今の堀切川委員、それから、橋委員からあつたように、広義の2次交通、要は、仙台空港とか仙台駅からバスとかでも2次交通でございますけども、そこから行った先の観光地とか、それから宿泊施設に行けるようなさらなる2次交通として、サイクリング、サイクルツーリズムの一環としてやれるような仕組みというのを、今、観光課内でも検討させて頂いておりますし、あと、先程ウイスキーの話がありましたけれども、実は、この間、韓国の方が宮城オルレで県内いろいろ回つたんですけども、日本酒が韓国の人には凄くうけて、実は韓国で人気で、しかも韓国では、四合瓶しかあんまり売れてなくて、一升瓶が珍しくて、本当にびっくりしたんですが、1人3、4本の一升瓶を爆買いです。爆買いして宿で全部呑んで、我々もおもてなしをしたんですけども、さらに自分たちで部屋に戻って、橋委員が言うように、呑む量が違うなっていうのは凄く感じましたけど、そういった意味でやっぱりいろいろお付き合いしてみますと、そういった観光資源って言いますか、我々が見せるべきものなんかも明らかになってくると思いますので、もっともっと我々も、フィールドワークに務めたいと思っております。

■堀切川部会長

ありがとうございます。昨日、藤崎デパートの九州・沖縄フェア行きましたら、鹿児島のお店が芋焼酎4本で5千いくらって売っていきまして、その中になぜか魔王が入っていて、普通1本6千円以上するものが、さりげなく入れてあって、4本で5千いくら。買ってしまいました。というように、お酒は爆買いたくなる。それでは、続きまして、畑中委員よろしく願いいたします。

■畑中委員

私は、工業関係ですので、あまり観光のことは縁が薄いんですけど、工業の属するものばかり言って、ちょっと感じられたところを話させていただきます。先程、7千万人の観光客を目指しているというお話がありました。その受け皿は、どのような宿泊施設が対応できるのか、そういうところも検討されているのか、またその中で、今、流行の民泊っていうやつ、あの辺のところもどのくらい民泊増えたら、このくらいのお客さんがおもてなしできるのか、ということが1つと、それから、地域力、どんどん富県戦略、宮城県で言えばそうですね、その中で企業誘致が県主体で全部行われて、ある程度、一定以上の成果は出ていると思います。ただ、その産業枠だけじゃなくて、そこに働く人は外部からも来るんですね。そして、そこに仕事で来る、観光客の中に入るのかわからないですけども、そういう人達の消費も含めると、ずいぶん企業の連携っていうのは、もっともっと、情報交換しながら、どうお互いに話をして富県宮城に直結させていくのかっていうようなことも大事なんじゃないかと。特に私が、海外それから近くの国内の工場視察なりに仕事で行くと、近くの美味しいものがあったり、それから、観光いところがあると、そういうところに立ち寄るわけですね。ですから、特に、その産業が集積するには、やっぱりそのベースとして、その地域が暮らしやすい、良い街じゃなくてはだめだと言うような話をよく聞いていますけども、そこにはやっぱり産業が集積する。だから、産業とどう観光をうまく繋いでいくのか、この辺のところも、観光、観光って言うだけでなく、やっぱりその地域を盛り立てて行くには、もっとしっかりした連携が必要なのかな、そう思います。

■観光課 梶村課長

7千万人がどのくらいの宿泊で、その施設大丈夫かって話ですけど、実は、こちらに今7千万人は、入り込み数として、交流人口の入り込み数として記載しておりまして、実際、宿泊の方で1千万人泊を今回のプランで目指そうとしております。これにつきましては、現段階で922万人泊を達成しているところですので、なんとか、今の既存の宿泊施設等では対応できるのかなと思います。ただ、沿岸部の方は、特に民宿を中心に、今回の震災で廃業された方も多いものですから、あまり既存の旅館さんに影響ないように、50人未満で宿泊施設を再建されるという方には、上限2億円の補助を一昨年からやっございまして、そのように、沿岸部の方には周知をさせていただきます。もう一つ、民泊の方ですけども、実は、我々、宮城県観光課の公式見解としましては、民泊につきましては、今現段階では、首都圏、それから関西等で、要はホテルに泊まりたいのに泊まれないというまでの切迫した状況にはないのかなと考えてございまして、ただ、宮城県内でも、特に、南三陸町を中心に、漁業関係、農業の方の民泊等がございまして、そういった農漁業民泊の推進というのは、我々としまして、被災地を観て頂くという観点からぜひ必要だと思っておりますので、こちらにつきましては、なお一層、促進させていただきたいと思っております。また、最後に、本当に連携という話は、十分、我々も今回の連携強化の戦略2の中

で、皆様からご意見いただきながら、もうちょっと深掘りしていきたいと思います。

■畑中委員

仕事で出張すると、なんかあそこはいい観光地だよとか、うまいもの食えるから出張企画するかなんて人も結構あるような感じですから、そういう意味じゃ魅力ある地域に企業も観光の人も集まるのではないかなと思います。

■堀切川部会長

ありがとうございました。大学の悪口は絶対言わないって決めています。大学の先生方、よく海外の国際会議にここ10年行きやすくなったので、がらがん行きますけど、圧倒的にアメリカだとフロリダでやる。ディズニーランドとUSJがあるだけで、仕事のふりして、世界中の人が集まるので、国際会議場もいっぱいあるんですけど、その何倍も遊びどころがあって、会議に出ている人の人数が少ないっていう問題はあったんですが、いろんな目的で来た人っていうか、目的で来なくなる地域になってくれると色々な種類の人がある気がするので、ぜひ頑張って頂ければと思います。ちなみに、キョーユーさんと作らせていただいた雄勝の濡れ盃でございますが、公表してもいい情報としては、県のお力もあって、G7で展示されたわけなんですけど、今年度、日本ギフト大賞、都道府県賞を頂いたということで、キョーユーさんとこけしの島貫さんの力もあって販売してもらっていますが、作戦としては、先端技術工芸品っていう新しいジャンルを作りましょうと、伝統工芸品というのは、国の法律で決まっている用語ですけど、新しい言葉として、先端技術工芸品っていうのを出して、それこそ、産業と伝統工芸と全部一緒になったような格好ですけど、宮城からはそういうのがいっぱい出てくるっていう流れを作れたら嬉しいなと思っているところです。観光はいろんな産業と全部関わっているんですけど、時に、ものづくり製造業含めた、工業の世界とも実はリンクできるかなというふうには思っていますので、よろしくお願ひしたいと思います。それでは、続きまして、平賀委員よろしくお願ひいたします。

■平賀委員

お疲れ様でございます。皆さん、ずいぶんいろいろお話されたんですけど、私も日ハムとの交流戦で、函館入りました。列車の指定の窓口でお喋りしてて、あつという間に終っちゃったなと思ったんですけど、五稜郭で月7万人来るって聞きました。倉庫のところのビールを飲んで帰ってきたんですけど、みんなワイワイあっちこっち行って。今、お話の中であったのが、鳴子の温泉、冬の観光では青森がものすごく今流行っているんですって。だって、冬って青森だけじゃないでしょ。じゃあ、うちのほうだったら鳴子の冬いいですよ、もっと行っていいと思う。それから、体験型がない。体験型って言葉をぜひ入れていただけたらいいんじゃないかと思うんですよ。やっぱり、白石和紙とかありますし、それから、青森は田んぼアートも、みんな見に行つたと言っていましたから。仙台は、雪の蔵王、それから、ニッカウイスキーあり、一ノ蔵ありでしょ。それが、繋がってないんですよ。繋げなきゃいけないと思うんですよ。体験型のキャンペーンっていうか、おもてなし付きホテルとか、なんかそういった言葉をぜひくっつけてあげたらいいのかなって思いました。やっぱり、数字として、言葉として、書くのは簡単ですけど、じゃあ、なんなのって。そこにいってないっていう。例えば、冬の観光だったら鳴子があります、蔵王があります。そういう言葉を入れておかないと、具体的なのがないと、行かないと思う

んですね。そういった具体的なものをもう少し、文章をお作り頂けたらいいなど。すごくいい物がいっぱいあると思ってます。漬け物体験とか、うどんを作る体験とか、そういう作るという参加型のものをやらないといけないと思うんです。私、地下鉄東西線ができるときもいろいろ提案していたんですけど、観光メトロにしようって言ったんですよ。なぜかっていうと、動物園から水族館なんて、ただの東西線なんていったって、東京でもどこにもある。そうじゃなくて、観光メトロがいいなって。できれば、自転車専用列車を1つ付けてくれって言ったんですけど、やらなかったんですよ。「平賀さん、電車小さくて、入れられないんだ」「エレベーターもないしさ」とかって言われて、「あー、そうですか」って言ったんだけど、乳母車専用列車とか、そういう参加できるようなお母さん方とか、家族で行ける、そういう具体的なことを、ものを入れていったらいいんじゃないかと思うんです。私、お米で何が出来るっていうことも、お米体験談とか、この間、知事さんがテレビでおっしゃっていましたが、宮城のお米はこうやって食べると美味しいよとか。出汁昆布入れて炊いてごらんとか、そういうものをちょっとくっつけて、努力目標をくっつけた、そういったものを観光にしていっていいんじゃないかと私はつくづく思いました。材料はいっぱいあるんですよ。あるけど、繋がってないし、知らない。だったら、今、若い人達のその中でぜひ体験型っていうことを1つお入れになって、それが連携していくような今言ったような自転車とか。よろしくお願いします。中間発表です。

■堀切川部会長

どうもありがとうございました。過去に体験型で、個人的にすごく楽しかった体験が、青森県の津軽で、赤字になりそうな私鉄さんが、夏が短い津軽ですが、ビール列車っていうの走らせて、乗ったらそこがビアガーデンっていうか、行って帰ってくる間にひたすら出来上がるっていう、非常に面白かったです。折り返しの駅の1つ手前で、トイレ休憩させておいて、休憩した人を電車が置いていって発車します。その人達が真っ青になるのを見て、10分後に帰ってくる。あの慌てている姿を見るのは凄く楽しかったです。慌てている人は初めて乗った人。

■平賀委員

「こたつ列車」もありますよね。

■堀切川部会長

あります。イカも焼きます。するめも焼いて面白いなと思っていました。私からも少しだけ。1つは、せっかく12ページで観光消費による雇用効果っていう今までにない形になってきて、雇用も観光の役目になるということを書き込もうっていうことだと思うんですけど、ぜひこの辺を例えば、第3章の基本理念に、地方創生にもこの観光は役に立つんだ的なことでもいいんですけど、地方創生は雇用と経済効果だと思うので、そういうところもやるんだっていうことが書き込まれると、さらにいいかなという気がしました。あと、さりげないところでいくと、32ページに「DMOなど」というのが何度も出てくるので、懇切丁寧にDMOとは何かということも書いておかないと、横文字ばかり使ってとアンケートに書かれる可能性が高いかなと思うので、見返してもらえる説明の工夫っていうか、お願いできればいいなと。いろんな数値目標が9ページとかに書かれているんですけど、よく見ると、こっちが伸びるとこっちが減るっていうのも結構あって、例えば、LCCが出来れば人来るだろうっていいですが、

観光消費額が伸びないタイプの人がいっぱい来るわけなんです。たくさんの方が来て、山ほど金使えてということにはなかなかならないので、大変だなと思っているんですけど、私は、LCCで唯一、懸念事項があって、油断すると失敗すると思っているのは、LCCが来ると、今まで夏休みは県内に遊びにいかした人が、LCC安いからあっちこっちやおうとか、確か、宿泊観光客数のメインは、県内の方が県内に泊まるっていう、5割前後だったように記憶しているんですけど、油断すると、宿泊観光客を県外に取られる可能性があるんで、県内の人は県内で遊んでLCCはよそから使ってもらおうというところで頑張っただければいいなというふうに思います。たぶん、出て行く人も増えるのではないかと相当心配しております。あと、7ページ、数値の努力目標なのか、本当に目標なのか、微妙な、かなり努力目標的なところがいっぱいあるんだと思うんですけど、緑の部分の「東北の中でのみやぎの姿」で最初の行にも7千万人入り込み数っていうのが出てくるんですけど、他の方がどちらかっていうと、文字の中には数字を入れないで、努力目標だったりすると、括弧で入れてあるので、私だったら、宮城県に過去最高の観光客が訪れていますと書いて、括弧の中には、数値の努力目標みたいなものが書いてあるわけなので、そこに入り込み数7千万人って入れた方がいいかな。実は、その最初の行の部分が最低目標でもあるのかなと思ったので、例えば、外国人の場合に、過去最高のって書いてあれば、過去の一番多い人数よりは、3年後により多い人数目指しますよっていうのが最低の努力目標っていうか、ミニマム目標になるので、そういう表現でここを全部統一された方が、ミニマム目標はたぶん達成できるかなと。努力すれば私はできると思うので、そういう表現にされた方が、安全かなというふうに思いました。東北6県、一丸となっている割には、本当は各県自分ところだけよければいいっていうのが本音なんですけど、ここ難しいところですが、よくデパートの催事だと、人が来ないときは北海道フェアをやっておとくと必ず人が来るっていう。デパートで北海道のものを飲み食いしていると、本場に行きたくなるって、いい相乗効果になっていると思うんですけど、実際は、全国のデパートぐるぐる回っている専門のチームっていうか、業者さんがやっているの難しいんだろうと思うんですけど、本当は東北6県フェアみたいなものを、全国のデパートに出させるようにしむけて、6県でそこを支援するというのがあると個人的にはいいのかなという気がします。8割方、あまり美味しいのはないですが、2割ぐらい旨いのがあって、それに出会うと、現地に行くともっと旨いよと必ず言う人がいるので。6県一丸となって、いったい何やるんだろうっていうような、はっきりやれる中でいいのを見つけていただければ有り難いなあとと思います。メジャーじゃないかもしれないですが、観光パンフレットに載っているようなお土産とか、いかにも駅の観光みやげ店的なところのみやげだけは買わないっていう人が今増えていて、地元の人に聞かないとわからない、本当に美味しいものを買って帰りたいという人が多くて、何人かの人は地元のスーパーに行くって言っていました。チェーン店じゃないスーパーにいくと、なんか置いてあって、いろいろ聞くと、その場でしか買えないものがあって、観光を一生懸命やるっていうと、おみやげ屋さん1年も並ばないような、チャレンジお土産がいっぱい出てきて、観光なんか大賞とかやっているかもしれないんですが、地元で本当にここが1番うまいとか、このがいいよとかそういう情報が、観光客に繋がるようなのがあってもいいのかなと、最近付き合っている人達を見て思うところです。それどこで手に入るかっていうと、観光パンフレットに載っているようなところに行かないと、パンフレットに載せてもしょうがない、難しいんですけど、泊まる宿屋さんで教えてもらうのが一番美味しい情報で、「あーそういうことか」っていうふうになると、宮城はおもしろいぞというふうになると思います。ということで、まだまだ、時間が余っておりますので、今からオープンコースに入りまして、言

い足りないことがございましたら、いくつでもお願いいたします。

■佐々木（美）委員

大志田先生や私はお土産の開発とかさせて頂いているので、産業と観光っていうところとか、お土産開発のところか、疑念とか、疑問があります。正直、それがいいかわからないんですけども、例えば、国内の旅行を個人でした場合に、京都に行って、そこでしか買えないような和菓子ですとか、何かを見つくと、後日お取り寄せをするっていう、インターネットサイトでの再購入というのが国内では一定のニーズがあるんですが、海外の人達って、一回気に入った、さっきの日本酒とかを、その後生涯で再度飲むのかということが気になっているんですね。今、県も、アジアの方に輸出したいっていう商業者に対して、輸出の仕組みとかそういうものを同時に御支援しているならば、海外の方達が、本国に帰ったあとに、事後購入をどういうふうにするかっていうことで、商業者、工業者の売り上げっていうのが上げられないかなあっていうのを、凄く考えていました。ただ、先生がおっしゃったように、そこでしか買えないっていう価値と、また、本国で買えてしまうっていうことが、どういふふうにお土産の価値を左右するかっていうところがよほどきちんとブランディングをしなければいけないと思うんですが。1社1社にそういう輸出支援をするお金があるのであれば、あちらの本国で再購入すべきもの、もしくは、リピート購入を望まれるようなものに関しては、6県のショップみたいなものを、ニーズが高い、各国の都市に現物が買えるような状態を整えてはどうでしょう。来訪一回あたりの消費金額で今このようにデータを出していますけれども、時間軸を少し長くして、観光客の帰国後の再購入を促進して、生涯宮城県物産購入額みたいなものを視野に入れたいですね。3年後にもし仕組みできれば、オリンピックに1回来て、それでもものすごい成果を出すのは結構遠方なので、宮城県って難しいと思うんですが、宮城って地酒がすごく美味しかったよっていうことが、帰った時に、東京とか宮城に来なかった地元の人達に再度広まって、一石投じた後の波紋の作り方みたいなものは、やはり現地着地型だけでは、ちょっと難しいなっていうのもすごく思っていました。ですので、各国の輸出規制とか関税の違いとか、そういうところが逆に難しいので、そういうところをきちんと取りまとめて、宮城を中心に、6県でのってくる方達がいらっしゃれば、日本酒にニーズがあるのであれば、香港の方で、日本酒の新酒が出る頃に香港でも買えるので、観光に来た人に、旅行会社からDMを流してもらおうとか。そういう生涯宮城と切っても切れない縁をつくらないと、再訪するのはなかなか海外旅行では難しいので、一組を再訪させるんだったら、1人の人を帰らせて、その人の口コミで物を買ってもらおうほうが、県の商工業者に対して、入ってくるお金は大きいんじゃないかっていうのを思います。どうしても観光っていうと、温泉の方とか、旅行会社さんとか、交通の方とか、そういう方達がメインになっていると思うんですが、やっぱり宮城県とか仙台市とか、商都だと思うので、そういう良い物とか、それをいかに継続的に買って頂いて、宮城ってすごいよ、みたいなのをブランディングしていくかっていうのは一大テーマですし、帰ってから手放してはいけないような気がしているのです。難しいこととは思いますが、現地限定感とあっちでもまた買えるよっていうものの、そのプロデュースを誰かが、宮城県が音頭を取ってやれば、すごくいいんじゃないかなっていうふうに思いました。

■堀切川部会長

賛成です。私の知り合いで、ワインしか飲まない人がいて、山梨のあまり有名じゃない一升瓶の赤ワ

インが好きな人がいるんですけど、ちょっともらって飲んだら死ぬほど美味しくて、その人にまた欲しいとは頼めないで調べたら、実はネットで直接買えるっていうんで、六升注文しました。お菓子とかですと、例えばこうやって売りますよって紙が入ってあるお店もあるんですけど、例えば、県内の日本酒で、一升瓶に、おいしかったっていう時に、残るのは箱じゃなくて瓶ですけど、そこに例えば、ここに注文したらネットで買えるとか書いてあれば、それこそ継続的ファンが宮城のものを使えるようになりますよね。そうやってみると、たぶん、私の記憶では、日本酒にそんなの貼ってあるものはほぼない。獺祭が貼ってなければ、ほぼどこもやってないかもしれないですけど、先にやったもの勝ちかなって感じはしますね。本当に美味しいものだっていうのを、手に入った人がまた継続的に頼んで、また遊びに来るきっかけにもなるので、それが、シンガポールに東北6県パークがあれば、それは一番いいんですけど、大体1カ所に作るだけでも相当揉めそうなので、それぞれのお土産をやる人がそういうリピーターを得るための工夫はこうすればいいですよ、というアドバイスをどこかの会でやって頂けるっていうのは確かに便利かなという気もいたしました。

■大志田委員

1点ありまして、基本的には同じ枠組みの話ですが、観光産業成長に向けた基盤強化の中で、今後、より具体的なアクションプランに向けては、マーケティングの推進活用による新しい旅行ニーズへの対応が非常に重要でございます。先程来、議論もありましたが、観光コンテンツは提供する側の視点から作られがちですが、いわゆる、製品で言うとプロダクトアウトな観光戦略にならないためにも、国内インバウンドも含めて、宮城に来るとこんなに面白いのかというコンテンツを、利用者側の声や実態を収集して活用・反映するというマーケットインの軸が欲しいというのが1点目です。2つ目は、インバウンドについては、来ていただくお客様の外国人だけじゃなくて、サポート側の外国人の組織化も必要だと思います。もちろんDMOなどにも必要で、現地で宮城を知っている外国人が、一緒になって同じエリアから来る方に対して一緒にアテンドしていくという視点もぜひ盛り込まれた方がいいと思いました。以上です。

■堀切川部会長

ありがとうございました。他にいかがでしょうか。

■平賀委員

さっきの函館の続きですけど、街中は空き店舗だらけでした。若い人いないんだね。就職先がないからみんないないんだね。一角だけ光っているけど、あとは本当に錆びれているっていうか、レンガ造りとかはいいんですけど、何にもない。じゃなくて、もう少し、生き生きした、そういう意味では仙台にいらした留学生の方が、来るのはいいいんだけど、どこに行ったらいいかわからない。もう少し、明確にこういういい所あるよっていうのを、留学生のためのそういう場所があればいいのかなと思いました。この間、たまたま、その方に日本語をお話する機会があったんですけど、アルバイトして、ようやく日本語覚えましたとかって。そういう意味で、もう少し、何かがあったらいいのかなっていうのと、たまたま東京からの帰り道に、韓国の人達、4、5人が乗りました。空いている席に座ったわけですよ。そこにいたおばちゃん達が、「あんた達、切符持っているの」って一生懸命言っていて、わざわざ車掌が連

れて行っちゃったんですけど、たまたま友達で、韓国語がお話できる方いたのでわかったんですけども、外国の方って、入口でちゃんと言うと、なんでも乗れる切符になっているんだそうですね。空いているところは座っていい。それは、知らないんですよ。だから、もっとそういうことを知らせてあげないと、失礼になっちゃうわけ。せっかく来たのに、嫌な思いするでしょ。「ここに座っちゃいけない。立って」とかって、そういうふう「切符、切符」って言っているわけ。だから、もう少し、そういうテロップでもなんでもいいんですけど、外国の方、ようこそ日本へとか、どこでも空いているところにお座り下さいっていうふうなことをちょっと書かないと。もう少し、もう一歩だなんていうことを、観光って言いますけども、やっぱり中国は10億人いるわけで。そのうちの1億人が、金持ちだって言いますけども、日本の人口は1億人で、そのうち1千万人が金持ちかどうか知りませんが。知らない人も多いかもしれませんが、魯迅という言葉を知らない人も多いかもしれませんが、魯迅の墓ってあって、魯迅めぐりとかそういった特化したもの、ちょっともう1回考えてあげると、案外、わかりませんけれども、ちょっと具体的にはもう少し、例があったらいいかなと思うんですけど、街の右、左、よくわかんないし、案内が全然まだ出来ていませんよね。道案内も。日本語だけで花京院と書いてあってもサインがもっとあった方が絶対いいと思う。サインが足りないをつくづく感じました。

■橘委員

松島の観光協会にロジャーさんという方がいらして、そのロジャーさんと何かの時に一緒に、隣の席だった時に、先程のお話なんですけど、サインを英語に訳すんですけど、それが外国人から見ておかしくないかどうかっていうのを見て欲しいっていう話をしたら、ロジャーさん、タダで見て下さるんですね。しょっちゅうメールを送ると、赤い文字で戻って来て、どういうシチュエーションでこういうふうな文章書いているのかって凄く詳しく聞いてくるんですよ。それで、それをお答えすると、それに合わせて私の作った英語を全部直して下さるんですね。それで、それを、インターネットとか、ホームページとかいろんなところに出すんですけども、実際に、通訳の方とか、そういうお金もかかる方をお願いしてしまうと、1回やったり、取ったりしても、意外と文章が違っていたり、観光に精通してらっしゃらないと違っていたり、あと、ちょっと訂正するとき、またお金かかったりっていうこと、非常に面倒くさいんですけど、ロジャーさんは凄く親切な方で、ちょっとお酒を送るとたくさん出てくる。あのような方達ももっと沢山居れば、小さな店舗とかサインが必要なところが助かると思うんですよ。有料で1回、2万円くらいかかってやるとなると、やっぱり、うちの企画の担当達も凄く緊張しちゃうっていうか、もしまた、やり直しをする時になったら困るから、何度も何度もやり取りできないですよ。ねみたいなこと言っているんで、それを今、思い出しました。ぜひ、県の方でもそういう窓口を開いて頂ければと思います。お願いいたします。

■平賀委員

簡単なんです。右・左・ストレートに、それがあれば十分に道案内できると思うので。

■経済商工観光部 吉田部長

サイン計画すごく大事なんでね。着実に仙台から松島を中心に進めたりはしているんです。それから、ロジャーさんの話が出ましたけど、CIR って言わせて、外国人青年招致事業で来ている方が、自主的

にビジット松島っていう SNS を出してくれていて、彼がやっているそういうのに、得意技を持っている人だったものですから、凄くヒットしまして、いろんな方の応援もして頂いたということ。彼が変わって、次の後任の人が、またそういうものに親しい人だといえはすけれども、すぐ人が来るかどうかはわからないところがあります。県にも同じように CIR というのが来ていまして、ビジットみやぎっていう動画発信をしているんです。最近の最高では、20万回見てもらえるようなもの出したりして、ヒットを出しているんですけども、そういう方々が、何人か層でいますので、場所は県庁にいるかもしれないけど、お手伝いできますよとか、そういうネットワークをうまく活用できたらいいのかなと。CIR で来ている招致事業で来る人自身は一定の数が居るんです。松島に来た人だけ、頑張ってるっていうわけにもいかないのて、そういう来た人のネットワークをうまく活用させて頂くとか、留学生のネットワークをうまく活用させて頂くとか、そういう人のつながりを、うまく作って行ったらいいんじゃないかなと思っていました。

■橘委員

サインでも男性のお手洗いは、「Men」で e にしないとだめなんだけれども、日本で「Man」になっているじゃないですか。あのような間違いとか、やっぱり凄く細かいことなんですけど、そういうところが、1回間違えちゃうと、みんなそれがまた正しいと思って使っちゃうんですけど、お手洗いの数がたくさんあるときには、複数形で言わなきゃいけないとか、そういうところがすごく大事なんじゃないかと思いました。

■平賀委員

もし良かったら、県政だよりも1ページ載せてみんな知って、いろんな言葉でやったらいいんじゃないかなと思います。いろんな言葉もいいんだけど、やっぱりそういうサインをみなさん知らないですよ。人に言われるとみんなイメージがつくんですけど。

■経済商工観光部 吉田部長

様々な機会を捉えて研修したり、それから、広報する人の研修したり、やっていく必要がありますね。

■平賀委員

全員が案内人になればいいんですから。そうしたらいいと思いますよ。

■堀切川部会長

ありがとうございました。うちの大学でもサイン計画実施したんですけど、そのサインを指さして、ここはどこに行けばいいんですかって聞かれる。初めて見た人が右も左も何もわからなくて、うちの人しかわからないような説明がどうしても入ってしまうんですよ。本当は知らない人から見てこれで大丈夫かチェックしなきゃいけないかなと思いました。ちなみに、東北電力の新入社員に発電所で研修をさせた時に、気づいたアイデアを提案しろっていうのを以前言われて、どこにトイレがあって、どこは入っちゃいけない建物かを、建物の外からわかるように、札立てた方がいいって提案した教え子がいるんですが、社長賞取りました。理由は、電力の社員しかどうせいないと思っているクローズドの中

に、しょっちゅう出入りしているいろんな業者さんが行くと、その人達が代わってしまうと、わからない。建物の奥まで行ったら、ここは入れませんって、そこに書かれてあるのではだめなんですね。海外の人も他県の人も初めて来た人達に対して、足りないところがいっぱいあるかなって感じがしますね。ビジネスホテルでタオル持って行くと叱られるけど、温泉の小さいタオルはお持ち帰り下さいっていう日本人では当たり前ですけど、やっぱり書かれないと混乱してしまうかなって感じがしました。皆様のご協力により、計画通りの時間で来ましたので、御意見を伺う場はこれで終わらせていただきます。

(2) その他

■堀切川部会長

続きまして、議事の(2)その他となっておりますが、委員の皆様あるいは事務局の方からその他として何かございますでしょうか。無い場合は、私が浮かんでしまいました。その他でございます。お聞きするところによりますと、任期満了でご勇退される委員の方がおられるということで、一応、部会として、次回の部会は、もしかしたら何人か変わるのかなと勝手に理解しましたので、勇退される方、一言だけでもご挨拶をお願いしたいと思います。

■大志田委員

私も橋委員同様、10年審議会をご一緒させていただきました。途中で全く予期せぬ震災があり、産業振興政策については周回遅れを取り戻すべく、これからが本番と思っています。ぜひ宮城に明るい光が来るように祈念しております。長い間、ありがとうございました。

■橋委員

私、橋もめでたく10年を過ごすことが出来まして、本当に県の一番大事な心臓部に当たるような、こういう企画の関係に参加させて頂いて非常に光栄に感じております。ありがとうございます。本当にお力になれなかったかもしれないんですけども、皆様の引き続きのご活躍を遠くから見させていただきますので、どうぞ今後ともよろしく願いいたします。

■経済商工観光部 吉田部長

私の方からもお二人にご挨拶を申し上げたいと思います。大志田委員と橋委員におかれましては、宮城県産業振興審議会委員を平成19年の3月19日からお引き受けをいただきまして、5期10年に渡って、お引き受けを頂いておりました。本年の7月28日をもちまして、第8期委員の任期が満了することに伴いまして、本日の商工業部会を最後として、審議委員を退任されることとなりました。お二方には、委員にご就任頂いた第4期から第8期までのこの10年の間に、みやぎ食と農の県民条例基本計画、この見直しやみやぎ観光戦略プランの策定など、宮城県の産業振興を推進する上で、重要な柱となる案件についてご審議をいただきました。貴重なご意見を賜りましたことにつきまして、改めて、深く感謝申し上げる次第でございます。今後とも引き続き、委員在任中同様のご指導を賜りますようお願いを申し上げまして、私からの感謝と御礼のご挨拶とさせていただきます。どうもありがとうございました。

■堀切川部会長

産業振興審議会全体としても、商工業部会としても、お二人に貴重な意見たくさん今までも出して頂いて、しかも会の雰囲気をよくして頂くという円滑の上でもいつも助かっていて、お二人がおられるおかげで、何言っても大丈夫なんだっていうムードが、あれが結構大事ですよ。閉じこもってしまうと、良い意見が出てこなくなっちゃうので、本当に会議の雰囲気を作って頂いて、本当に有り難かったなと思っております。それから、今日、話が出なかったんですけど、前の期の観光のプランの中で、実は、目標値達成しているのがいくつかあって、それっていうのは、あの当時でさえもこんな目標値で達成できるのかっていう議論もあったような数値目標があったんですけど、目標を超えているものがあつたっていうのは、私は実は個人的にすごいなと、あの時、心の目標的なところであった数値に、外国人とか一部到達していますので、今回のプランの3年後に、1つでもいいんで、目標を超えるものが出たら嬉しいなというふうに思います。

それでは、円滑な審議にご協力いただきまして、どうもありがとうございます。これで、議事としては、完全に終了させて頂いて、事務局の方にマイクをお返しいたします。

4 閉会

■観光課 千坂副参事

委員の皆様、本日は大変ありがとうございました。以上をもちまして、第9回宮城県産業振興審議会商工業部会終了させていただきます。皆様、どうもありがとうございました。

以 上