

第5回宮城県産業振興審議会商工業部会

日 時 平成22年9月3日（金）
午後1時30分から午後3時30分まで

場 所 宮城県県庁4階 特別会議室

1 開会

志賀課長補佐

本日はお忙しい中、お集まりをいただきましてまことにありがとうございます。

開会に先立ちまして事務局よりお知らせを申し上げます。夏の期間は「クールビズ」ということをごさいますしてネクタイを外すなどの服装で出席している職員がおりますことをあらかじめ御了承願います。

次に、本日でございますが、三輪宏子委員、および小林滋男委員が所要のため欠席ということで御連絡がございました。

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以上ということになってございますが、本日はこの条件を満たしていることから部会が成立していることを報告申し上げます。また、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いうのを決定しておりますので、本日の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5回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河端より御挨拶申し上げます。

2 あいさつ

河端部長

お忙しいところありがとうございます。

とても暑い中、毎日毎日寝苦しい日が続いておりますが、そのような中、この部会にお集まりいただき、ありがとうございます。

さきほど、大連市の書記がこちらに岩手県からお越しになって昼食会に参加させていただきました。その中の書記の御挨拶でもお話しされましたが、7月からビザの発給要件が緩和され、大連でもビザを発給する形になってございまして、お互いチャンスなので相互に観光においても力を入れていきたいと思いますというお話がございました。また知事が今、台湾に行っておりまして、そこでも観光の面で現地の方々といろいろお話ししますし、航空会社も行って、エバー航空は10月だけ2便増で4便になるということですのでけれども、それ以降も搭乗率がよければまた定期便化して4便にしていだける期待もございまして。この辺については、予断は許しませんけれども、そういった観光面でも知事が台湾に行っているほか、若生副知事が吉林省の方を訪れまして、そちらでも経済交流の一環として観光の話もしてくるという形で、中国関係づいて、というところでございます。

今年県内では、栗駒山麓観光につきましては、御心配いただきましたけれども、9月17日11時から県道築館栗駒公園線がオープンし、またその翌日9月18日からは国道398号が開通するという形で、

県としても10月1日から【伊達な旅】キャンペーンが始まりますが、秋に向けた栗駒山麓観光を大きなひとつの柱として位置付けてやっていきたいというふうに考えてございます。

そういう中で、本日お手元でございますように、「(仮称)みやぎ観光戦略プラン」の中間案をまとめましたので、これにつきまして皆様からの御意見をいただくという形になってございます。

また一方、観光に関する動きといたしましては、議会で今年度、食と観光振興対策調査特別委員会というものが設置されまして、その委員会においては、「(仮称)観光王国みやぎの実現に関する県民条例」という、議員提案としての条例を制定するという動きがございます。議会においても観光に力点を置いた取り組みを重視しているということで、できれば2月議会で諮って来年度から施行するというようなことでございます。そういった議会の動きも見ながら、この戦略プランをまとめていきたいなというふうに思います。

限られた時間ではございますが、それぞれのお立場から多様な観点で御意見を賜りますようお願いいたしまして、私からのご挨拶とさせていただきます。本日は、誠にありがとうございます。

志賀課長補佐

前回欠席をされました委員の方をご紹介させていただきたいと思っております。

(ブレイントラストカンパニー株式会社代表取締役兼社長大志田典明委員、専門委員の宮城大学事業構想学部教授宮原育子委員紹介)

志賀課長補佐

それでは資料の確認をさせていただきたいと思っております。本日お手元に資料といたしまして、次第、名簿、座席表のほか「(仮称)第2期みやぎ観光戦略プラン(中間案)」とA3版縦長の参考資料、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というA4のワンペーパーを配布しております。また、10月から始まります「仙台・宮城【伊達な旅】キャンペーン」関係のパンフレット2種類をお手元に配布しております。資料の確認の方よろしいでしょうか。

次に、マイク的使用方法について確認させていただきます。当審議会では議事録作成のため、ご発言をマイクにより録音させていただきます。委員の皆様の前の方にマイク装置がございます。御発言の際は右の下の方でございますマイクスイッチをオンにさせていただきまして、マイクのところにありますオレンジ色のランプが点灯してからご発言をお願いします。またご発言が終わりましたら大変恐縮ではございますがその都度マイクのスイッチをオフにさせていただきますようお願いいたします。

3 議題

志賀課長補佐

それでは議事に入らせていただきます。

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

堀切川部会長

って議事を進めることとなっておりますので、ここからは堀切川部会長に進行をお願いいたします。よろしくお願いいたします。

皆さんこんにちは、堀切川といいます。

観光に行くことはあっても、観光戦略は全く素人の人間ですが、立場上、進行役を務めさせていただきますのでよろしくお願いいたします。特に、前回ご欠席された委員、大志田委員と宮原委員が今回参加しておられるので、また新しい切り口でいろいろなご意見を頂けるものと期待しています。まったく私事ですが、下の1階にまいりましたら、いつも県庁のロビーで県内のいろんな町の名産物を売っています。今日は涌谷町のものが置いてあって、個人的には稲荷寿司がうまそうだったのと、大きいメロンが750円というのがすごく気になっていて、重いので持って帰るかどうか、この2時間それを相当悩んでおりました。あれは見事なメロンで、一番大きいのが800円で、あれが売れるかがちょっと心配でございました。

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)「(仮称)みやぎ観光戦略プラン」につきまして事務局から説明をお願いいたします。

大森課長

観光課の大森でございます。それでは私から「(仮称)第2期みやぎ観光戦略プラン(中間案)」についてご説明いたします。

資料1をご覧ください。なお、参考資料としてA3版でプラン概要として中間案の流れを1枚にまとめたものがございますが、まだ完成したものではございませんので、本日は資料1を使用して御説明させていただきます。前回の第4回の商工業部会での御意見につきましては、参考資料としてまとめておりますので、こちらも参考に御覧いただければと思います。

それでは、資料1を開いていただきまして、左側目次のところを御覧ください。この中間案につきましては前回説明いたしました骨子案、パワーポイントのスライドのような感じで項目をまとめたものを文章化したものでございます。

このプランの構成でございますが、第1章から5章までの章立てにつきましては前回お示しした骨子案と変わりございません。ただ、内容につきましては、第1章と第2章、それぞれ内容をこの中間案として文章化するにあたりまして一部見直しているところがございます。たとえば第1章ですと(1)に「地域づくりにおける観光の重要性」がございまして、こういったものを新たに追加してございます。第2章では前回の意見も踏まえまして課題の記述の流れとして大所から徐々に具体的な課題を示すということで、前回は宮城県の具体的な話からお示しした流れを逆にしている、という形で記述を直しております。第3章では課題からプロジェクトへのつなぎの部分の橋渡しとして「(1)課題解決に向けた取り組みの方向性」

を項目として起こしたりしております。

骨子案の段階では、第3章までしかお示ししていませんでしたが、今回の中間案では第4章、第5章まで記述をさせていただきます。ただ、第4章につきましては、現時点では来年度に向けた事業の検討をスタートしているところでございます。将来ビジョンの具体的な取り組みなどを今盛んに議論させていただきます。そういったこともありまして、第4章の記述については現時点ではある意味かなり限定的な内容となっております。ですから、本日のこの場で皆様の方からできるだけたくさんの意見をいただきまして今後の施策の具体化に我々としても生かしていきたいと思っておりますので、様々な観点から御意見をいただければと思っております。

それでは内容に入ってまいります。骨子案とかなり被るところがございますので、主に骨子案からの変更点を中心に説明をさせていただきます。

1ページの第1章「観光王国みやぎの実現にむけた戦略プランの達成」ということで、(1)におきましては地域づくりにおける観光の重要性を記述させていただきます。この中では、骨子案から記述を充実した部分といたしましては、1ページの下の方になりますが、定住人口の減少を交流人口の増加によって補うための施策が必要とされており、観光はまさにこの交流人口の増加を担う分野として重要性を増しているということを記述しております。各地域で人口がこれから減少していき、定住人口一人の減少で消費額が減るわけですが、それを観光、交流人口で補おうとすると、外国人旅行者であれば7名、国内宿泊旅行者であれば24名、国内日帰り旅行者であれば79名補うことができるという試算を国の方、観光庁が示しております。それをこの中に入れてさせていただきます。参考までに、この数字は昨年も観光庁から示されておりました。その段階では、一人を補うのに、外国人旅行者7名、これは変わらないのですが、国内宿泊旅行者だと22名、日帰り旅行者だと77名という数字が出ておりました。観光消費額が減少しているというのはよく言われておりますが、こういった部分にも出てきているなと感じているところでございます。

続きまして、次のページを開いていただきまして、この章の記述として特に充実した部分といたしましては、2ページの下の部分、「多くの観光客の方に宮城県を訪れていただくためには…」という、この辺の記述を丁寧に書いてさせていただきます。

3ページを見ていただきますと、枠書きで観光王国のイメージということで中身が全くなく、枠だけ設定してさせていただきます。先ほど部長からの冒頭の挨拶でもありましたけれども、現在、議会の特別委員会の方で条例の話が出ております。イメージとしましては、「観

光王国みやぎ」という言葉はあるのですけれども、何をもって「観光王国みやぎ」というのか、という議論が出ておりました、ある程度、みんなでイメージを共有するために言語化が必要だろうという話になっているようであります。条例では、おそらく条例前文の中で観光王国とはこういったものなのだというものを表現することになるのだと思います。我々もその辺を踏まえまして、このプランの中に観光王国のイメージを少し言語化したものを入れたいなというように思っているところでございます。

続きまして、4ページを御覧ください。ここは「第2期みやぎ観光戦略プラン」策定の趣旨のところでございます。プランの位置づけでありますとか、プランの計画期間、こういったものにつきましては骨子案の際に説明した通りでございます。

5ページの「(5)プランの目標」でございます。これについては、骨子案から変更した部分がございます。前回のこの商工業部会の中で御意見をいただきまして、宿泊観光客数、目標として1000万人というものを提示してございました。現状を踏まえますと、平成25年、3年後に1000万人というのはあまりにも高い目標ではないかという御意見も踏まえまして、もう少し現実的な目標にした方がよいのではないかということで、900万人という数字に今回、中間案では改めました。なお、我々としてはやはり将来的にはより高い、1000万人という大台を目指すという意気込みで取り組みたいと思っておりますので、あえてカッコ書きでその1000万という数字を残してございます。ある程度のトレンドなどを見ながら、外国人の宿泊の増なども見込みながら、900万人でもかなり高い目標ではございますけれども、頑張っていきたいという考え方の目標設定でございます。

続きまして、6ページから第2章になります。第2章は、観光王国みやぎ実現に向けた課題の章でございます。これにつきましては、先ほど申し上げました通り、前回と記述の順番を大幅に入れ変えてございます。大きな外的環境から書き起こしまして、徐々に宮城県に特化した具体的な課題に、というように記述の流れを作っております。人口の話、この辺りを6、7ページに、8ページが少子高齢化となっております、この辺りにつきましては、前回説明した内容と変わりありませんので、内容については省略し、流れだけ説明させていただきます。

続きまして、9ページ、10ページには、インバウンドへの取組等の国の観光振興施策の概要ということで記述をしてございます。インバウンドは日本全国各地で非常に今、競い合うように施策の充実が図られている分野でございます。11ページからは広域観光の強化ということで、これも東北におきましては、新幹線の延伸、高速ネ

ネットワークの形成，航空路の開設，縮小といった様々な流れがありますけれども，そういったことを記述しまして広域観光を強化しなければならないという，大きな課題だということで記述しているところがございます。

その辺につきましては，骨子案からかなり記述を充実しておりますまして，東北全体が一つの魅力ある広域的な観光ルートとなるような観光地づくりを行うことが重要である，それから市町村，都道府県が連携した取組への転換で連携体制づくりを進める必要があることをかなり丁寧に，13ページのところで記述しているところです。

13ページの旅行形態の動向の変化，これも前回説明した通りでございます。ここまでが宮城県に限らず大きな外的な環境の変化ということでございます。

15ページから宮城県の現状からみた課題を記述してございます。内容につきましては，観光客，宿泊客数の動向の話，これも前回説明いたしましたけれども，入込数はかなり増えていますが，宿泊観光客数が足踏み状態でございます。16ページを見ますと，ピーク時とオフ，オンシーズンとオフシーズンの落差がかなり大きい。これも前回説明した内容ですが，ここに記述してございます。先に行きまして18ページでは，宮城県の大きな課題としまして外国人観光客数の増加の取組が重要であります，これをここに記述してございます。繰り返しになりますが，18ページの真ん中あたりですけれども，宮城県の外国人宿泊観光客数の全国シェアは約0.6%と小さなシェアになっております。東北全部足しても2%ほどしかないということで，非常に遅れている状態で，逆に言うと非常に可能性のある分野ということで，私ども力を入れたいと考えております。現行の戦略プランには実はインバウンドの取組についてほとんど記述がないのですが，今回の戦略プランの中ではかなりページを割いてインバウンドの取組について書き込みたいなということで，このような内容になっております。

次のページ，20ページをお開きください。観光消費額増加への取組ですが，これも前回説明したとおり，単価が非常に下がっているということで，観光消費額もそれにつれて平成21年の数値としては大幅な減になってしまっていることを改めてここに示しているところでございます。

21ページ以降につきましては，現行の観光戦略プランの三つのプロジェクト，「いざなう」「もてなす」「ととのえる」それぞれのこれまでの取組とそこから導き出される課題を整理したものでございます。内容については，骨子の中で示したものとほぼ同じでございます。21ページは「いざなう」の部分についてです。22ページでは，前回の意見を踏まえまして，下の部分につきましては，骨子に

はなかった項目を新たに中間案では書き起こしています。観光客のニーズにこたえる観光づくりということで、前の骨子案の中では、宮城県を訪れた方が何を目的にいらしたかというデータを示しまして、これから観光商品を作る際にある意味重視しなければならないテーマを示したのですが、前回の会議の中で宮城県に来ていない、ほかのエリアに旅行された方が、なぜ宮城県を選ばなかったのか、なぜ宮城県に来ていないのか、あるいはそういったことに限らず、世の中、日本、世界全体がどういったことで、どういったものをテーマに動いているのかということを見出すことが必要ではないかという御意見がありました。このへんは記述が難しかったのですが、少し工夫をいたしまして、旅行者の動向に民間の調査などを引きまして、今どういったことが皆様の興味を引いているのかという部分を、少し見出すという、なかなか御提案に沿った趣旨まで届いていないとは思いますが、ここに記述を入れさせていただきます。

24ページも同じような趣旨で資料をいれて記述を加えたところです。25ページが「新しい観光への対応」ということでこれも骨子案でも説明した通りです。26ページにまいりまして、中間案で書き加えたこととして、26ページの下の部分ですが、人材の育成につきましては、改めて項を付けまして、記述を加えているところでございます。27ページの部分は「ととのえる」からの課題ということで前回同様まとめたものでございます。以上、ここまでが第2章の、課題をまとめたものでございます。

続きまして、28ページをお開きください。ここからが第3章「観光王国みやぎの実現に向けた取組」というところでございます。29ページからプロジェクトの記述がございしますが、28ページの部分は、課題とプロジェクトのつなぎということで、課題をまとめてそこから取組の方向を見出し、その取組の方向性と合わせてプロジェクトが立てられているという流れを作るために、新たにここに1ページ書き加えました。課題を大きくくりで議題のようにある程度まとめまして、そこから導き出される取組の方向性を5つにまとめてございます。それからこういった取組の方向全てに関わる事項ということで、人材の育成、情報戦略、ICTを活用した観光に関する情報発信というものを下に記述しております。

この取組の方向性を受けまして、それぞれこの5つの方向性に関する中身で29ページの5つの戦略プロジェクトの取り組みに記述をつないでございます。この内容につきましては、前回の骨子案でお示したものとほぼ同じようなプロジェクトの立て方になっております。

「みやぎの魅力創出・発信プロジェクト」、 「広域観光充実・域内流動化プロジェクト」、 「インバウンド強化プロジェクト」、 観

光客増大の取組「東北在住者以外の観光客増大」，この部分は本日の案については，「東北在住者以外の観光客増大の取組」という記述になっておりますが，文言が必ずしも適切ではないといわれるように思っております。プロジェクトの内容についてはこのようなものですが，プロジェクト名称については見直したいと考えてございます。最後，「アクティブ・シニア等対応プロジェクト」というプロジェクトでございます。

なお，今④でも申し上げましたけれども，中間案では，かなり頑張ってお記述してございますけれども，29ページとかその他の部分も踏まえまして，若干まだこなれていない表現が一部出てまいります。そういった部分も含めましてもう少し我々としても適切な表現にしたい部分がございます。

30ページです。そういった5つのプロジェクトを立てまして，プロジェクトごとの取組ということでまとめているところでございます。イメージとしては，現行の観光戦略プランでも使っている，「いざなう」「もてなす」「ととのえる」こういった切り口からの取組ということで，ある意味，プロジェクトを縦軸にそういった取組の切り口を横軸に，取組をマトリックス状に整理していくようなイメージで考えてございます。そういったものを，以上方向性ということで，31ページから32ページにかけまして方向性についてまとめた内容でございます。以上が第3章でございます。

33ページから第4章ということで，「観光王国みやぎの実現に向けた施策」になります。ここにつきましては，ある程度具体的な施策を記述していくようなイメージでまとめたいと思っております。冒頭申し上げましたけれども，現行でこれまで進めてきた取組とか，ある程度方向性の決まっているような事業につきまして，現在のところまとめてございますけれども，将来ビジョンの推進事業でありますとか，現在，夏から来年度に向けた議論をスタートしてございます。そういった中で，インバウンドなどの大きな論点になっております。そういった議論を踏まえましてこの第4章につきましては，現状，本日の案はまだまだ不十分，これからますます充実する内容でございます。内容についてはそういうことで現状ではこの程度しかまだお示しできないということでご理解いただければと思っております。繰り返しになりますが，このへんにつきましては，ぜひ皆様からのご意見をいただければ今後の事業に取り込んでいける，生かしていけると思っておりますのでよろしくお願いいたします。

おおまかなところだけ少し触れますと，「みやぎの魅力創出・発信プロジェクト」の中では，「仙台・宮城観光キャンペーン推進事業」，こういったものも継続してやっていきたいと思っております。

す。またずっと開いていっていただきまして、36ページのあたりですと、人材の育成などの取組などもここにまとめてございます。

38ページにまいりますと、ここからは二つ目のプロジェクトが始まりまして、内容としましてはインターネット等を活用した観光情報提供の充実、東北観光推進機構との広域観光の取組の強化、こういったものを書いております。40ページからは三つ目のプロジェクト、「インバウンド強化プロジェクト」ということでございまして、インバウンドにつきましては、実は要素がたくさんございます。一番上が外国人観光客誘致促進事業ということで、海外ミッションでありますとか、旅行博への出展です。海外から本県に向けた旅行商品の造成の支援、それから現在県で持っております大連事務所、ソウル事務所、そういった事務所における観光受入れ活動の強化、こういったものを盛り込んでいきたいと思っております。

それから、外国人観光客受入体制整備事業ということで、通訳ガイドの育成、多言語対応案内板の設置、両替所、最近これもよく話題になりますけれども銀聯カード、こういったものへの対応などへの対応を想定してございます。

43ページからは4つめのプロジェクト、「観光客増大プロジェクト」でございまして。内容については御覧の通りです。45ページからは「アクティブ・シニア等対応プロジェクト」です。これについては、まだまだ記述、内容とも不十分ですが、平成24年の秋には「ねんりんピック」などもありますので、そういったものとの連携などもしていきたいと考えてございます。以上が第4章でございまして、47ページに、今申し上げたようにプロジェクトを縦軸に「いざなう」「もてなす」「ととのえる」を横軸にとった場合にそれぞれのプロジェクト、ここに記述している取組施策がどういう風に配置されるかを現時点でとりあえず示したものがこのページでございまして。

最後のページ、48ページでございまして、初めて記述を入れさせていただきました、進行管理ということで、この観光戦略プランにつきましましては宮城の将来ビジョンの進捗管理に合わせまして進行を管理していきたいというように思っております。県内部におきましては、観光はやはり各部局、農林水産部や環境生活部、土木部などそれぞれ関わりがございまして。ということで、部局横断的な体制で取り組んでいきたい、それから最後が様々な場面におきまして幅広く意見を聞きまして県の観光実現、翻って進行管理においても多くの方の意見をいただきながら進めていきます、ということをごここに記述しております。以上で現時点での中間案の概要をお示しいたしました。冒頭に言い忘れたのですが、このプランの名称ですが、現時点の中間案の段階では「第2期みやぎ観光戦略プラン」という名称を設定させていただきたいということです。現行の計画がありま

すので、その後継計画ということもありますので、最近の県のほかの計画でも、こういった第2期何々プラン、計画と記述する例が多かったので、とりあえず第2期みやぎ観光戦略プランという名称を仮置きさせていただきました。私から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。

では、前回のこの部会でのご議論を踏まえまして、まず文章が入ったということと、レイアウトが前回、ちょっと分かりづらいという意見もあって、わかりやすい流れになったかなと思います。

それではここから本番でございますが、ただ今御説明いただいた事項につきまして、皆様方から御質問や御意見を伺いたいと思います。どこからどうのこうのというより、もう気づいたところからやって、時間ぎりぎりまでご意見をいただいた方がいいかなと思いますので、是非、それぞれどんな切り口からでも結構ですから御質問御意見ありましたらお願いしたいと思います。

大志田委員

最後のページの部局横断というのは非常に大事ななと思います。表現の仕方はおまかせしますが、各課所の名前が書かれていた方が庁内的な意識付けも高まってまいりますので、現状は事業主体「宮城県」としか書いていないところに具体的な対応課等の名前が入っていた方が良く考えます。これだけのメニューがあると何となく全部観光課でできてしまうように誤解されるかもしれませんので県庁内の総合力で仕上げていくという意味でプランの段階で明記したほうがいいのではないかなと思いました。

堀切川部会長

ありがとうございました。具体的にどういう部局を横断するのかまでを書いてもらった方がいいのではないかという御意見でした。

大志田委員

あんまり多すぎると困ると思うんですが46ページまでの中に、県としか書いていない部分です。

大森課長

第4章のところは確かに御指摘の通り、今の施策をいろいろ記述する中で事業主体が全て宮城県としか記述しておりません。これについてはどこの部局、どこの課が担当なのか分かった方が皆様にわかりやすいということで、最終案ではその辺の、課名になるかと思いますが、そこまで記述をいれたいなというように思っております。御指摘の部局横断については記述を検討したいと思います。

堀切川部会長

ありがとうございました。そのほか、いかがでしょうか。

ちなみに、最後の48ページのところの第5章が、ここだけ、「進行管理」といういかにも役所的な書類の終わり方になっているように感じます。内部用語でわかりづらいので、県民の皆様が見ると聞くと、別な表現の方が良いかなと思いました。「第2期みやぎ観光戦略プラン実施に当たって」、とか「進めるにあたって」、というような文言の方がわかりやすいかなと思います。「進行管理」というと、何か管理されているような感じがしますので、少し言葉を検

堀切川部会長
大志田委員

討していただけるとありがたいです。

ほかにいかがでしょうか

今のことに関連して、一つ一つの施策がある意味プロジェクトだと思いますので、施策を出すだけじゃなくてプロジェクトマネジメント力を強化してやりますよ、ということを経最後に言っているとすれば、担当課所とそこの中での主務課所がはっきりしてくると非常にわかりやすいかなと思いました。

堀切川部会長

皆様が意見を頭の中でまとめるまでのつなぎに聞いてください。前回、順番が「もてなす」「いざなう」「ととのえる」だったのですが、順番が違うじゃないかということで「いざなう」「もてなす」「ととのえる」で、「ととのえる」はどちらにも係るということなのですが、この「いざなう」のまえに本来「見出す」があるのではないかという、観光に来ない人も含めてニーズを知らない戦略を立てられないというところがあって、たぶん今回は 22 ページから 24 ページあたりのデータが非常に使えるかなというように感じています。23 ページがこれは日本全体について、24 ページが日本に来る外国人、それを見て思いましたのは 23 ページの上の方の旅行の動機が「とりあえず日常生活から逃げ出したい」ことを願ってくるということ、それとあとは美味しいものを食いたい、というもう予想通りの展開だなと個人的には思いました。外国の人になると、これもある意味予想できているのしょうけれども、やはりショッピング、特に中国の人は日本に来て高いものを買っていくのを期待したら円高なので今どうなっているのかわからないですが、やはり日本の美味しい物を食べたいというのがあるんだということが分かりました。なんとなくすっきりとして個人的にはいいなと思いました。

その続きの 25 ページなのですが、観光がいろいろ多様化しているというところで、キーワードを見て「産業観光」から「スポーツ観光」まで書かれているんですけど、ひょっとしたら先ほどのアンケート調査からしても、私は個人的に今後これにもう一つ追加したらいいかなと個人的に思ったのはショッピング観光というか、物を買いたくて宮城県内にやって来たいという思いが強い人が実はもういるのではないかなという気もして、本来ショッピングは観光とは切り離すのかもしれないですけど、お隣の山形から高速バスに乗ってくる若い人たちは、観光ではありませんが、仙台で物を買って帰る人たちが非常に増えている。この人たちもある意味日帰りの観光客的な部分もあるのではないかと私は思うので、ここはショッピングみたいな切り口も観光の動機づけに強いということが分かるような表記にしたらいいいかなと個人的に思いました。これはどうでしょうか。

大森課長

ショッピング観光というのは、なかなか私もあまり聞いたことが

ない言葉ですが、すでに観光にとってショッピングは非常に大きな要素であることは間違いないと思います。外国人向けにもう少しお土産といったものを開発すべきではないかという意見も、いろいろなところで出ていますので、そういったことはやはり検討する必要があるということと、最近よく言われていて、ある意味問題視される部分もあるのですが、ニュースでも出ましたので、御覧になったかもしれませんが、例えば中国とか、韓国とかいろいろなところからいらっしゃる観光客が、向こうの旅行会社のルートに乗っていらっしゃるときにショッピングまで全てルートの中に入れて、囲い込まれている。本当にいい地元のものを買わずに、例えば中国の方、韓国の方のお店に中国や韓国の観光客が行って、まさに設えられた品物を買って帰ってしまうという、ある意味弊害めいた話が出ております。それでがっかりして二度と来たくないと思われる方もいるのではないかという話もありますので、そういった部分もやはり我々意識してショッピング観光についても、まさに地元の良いもの、日本の良いものをきちんと楽しく買っていただけるような環境整備が必要かなと思っています。そういった部分では、お金を使いやすい両替、カードが使いやすい環境、そういったものをやっていく必要があると考えています。

堀切川部会長

ありがとうございます。私も偶然そのニュースを気になって見ている、中国の方々の旅行パックは、中国の旅行代理店しかできなくて、日本の旅行代理店はやってはいけないという障壁があって、日本の旅行代理店がやるとももっともときめ細かく楽しませる企画ができるのに、それが許されないということで、向こうでも一年以内くらいには少し是正したいと中国政府が言っているという話なので、いい感じになるのではないかと思います。日本の旅行社が企画すると楽しいじゃないか、というコントラストがつくと、結構ドツとくるチャンスかなという気もしています。

大森課長

インバウンドの最後の部分ですが、これも朝日新聞等で報道されていますが、中国では、これまで日本の旅行会社が商品が売ることができなかったということとずっとこれまで中国政府に対してその辺の解禁を要請してきた経緯がございますが、規制緩和の流れで中国もそこをOKにしますという話になっているのですが、時期がまだはっきりしていないのですが、年内中には、という話が出ています。

そうしますと、日本の旅行会社が現地に人を置いてまさに日本向けの商品を自ら売ることができるようになりますと、日本の事情をよく知った日本の旅行会社がきちんと商品を設定して売れるということで非常に我々も期待しているものがございます。ただまだ、相手がある話ですから、本当にいつそれができるようになるのかまだ耳にはしておりません。

そろそろ皆様、心の準備はできたでしょうか。

広域観光のことについて、これは今の観光の流れといいますか、問題の出発点は、お客さんの動きが広域化している、これに地域がついてこなかったという現実ですよね。つまり来ていただくと思っている方は自分のところを目一杯にしたいので、よそと組むと取られてしまう、あるいは地図なんかにいっしょに入れてしまうとなんでそんなのをやるんだと議会に言われたりするのです、自分の地域だけを考えるのが当たり前で、よその地域まで面倒を見てやる必要はないという非常に狭い近視眼的な論理があって、どうしても広域観光というのをお客さんが望んでいるのにもかかわらず、やっぱり自分のところへ自分のところへという策になっている。そうするとそれをユーザー本位に立って、地域としてどういう準備をしてお客様の来訪を変えていくかという視点から入ると、当然、時間距離も技術が上がって短くなる、あるいは便利になるということで、今までは、大都市から来れば宿泊まで行っていただけでも、日帰りになってしまうというふうな変化も生じてきて、お客様の動きも変わる、そういった中で、県が行う、県が考える広域観光と、市町村が行う広域観光には若干違いがあると思います。つまり、県としては市町村がどこにやろうとしていることをしっかり後押しするというような広域観光の進め方が一つあって、県そのものは、県単位でまさにインバウンドのような大掛かりな多少大きい需要を満たしていく方向で、東北観光推進機構とか一緒に跨ってやりましょうというような、青森、あるいは岩手と、といったような形で、広域観光という、東北を網羅するような発想で、いざ市町村が県域を超える場合もあるでしょうが、隣近所とか合併したりもしていますが、なかなか自分の町と隣の町が仲良くすることは難しい。現実、していないところが多いですよね。それを、やっぱりあなたの町とこの町とこの市、三つうまく跨ると、跨ぐ力を使うと多くの方に多様な旅行商品とか面白さとか、いい時間を過ごせるような場所に変われるから、もっと頑張りなさいというような言い方を市町村の広域観光推進を促進させてあげる。そして県は、まさに先ほど申し上げたように、県単位くらいの大きさで、今いろいろ道州制、地域主権などありますけど、まずは県というくくりでさらに上の大きな枠組みで広域観光を考える。ですから、38ページのこういった広域観光で「いざなう」ところはまさにそれ、こういう方法がベストですよね。それから11ページのようにちょっと細かいですが、市町村がやるべきこととそれに対して県がどうそこに関わっていくかということ、私は違いを見せつけて表現していった方がいいんじゃないかというように思います。広域観光だから、市町村も県も一緒になってやりましょうねという、総論だけではちょっと弱いかと思います。以

堀切川部会長
大森課長

上です。

ありがとうございました。いかがでしょうか。

やはり抽象論では、もちろんダメだということに思います。県は県なりの戦略をきちんと立てて、今もある程度はやってはいるつもりなのですが、特にインバウンドなどは、単県ではなかなかできない部分が多いですから、これも前にお話ししたかもしれませんが、例えば山形県と組んで2県協という協議会がありまして、そういった取り組み、後は栃木県と南東北、我々も含めた4県でやっている4県協という取り組みですとか、後は東北観光推進機構、東北7県一体となった取組とか、様々な形が重層的にありますので、うまく役割分担しながらそこは進めていきたいと思っています。改めて言うまでもありませんが、外国の方は県境などは解りませんし、意識もしません。国内のお客さんだつて市町村の境界など関係がないわけでございますし、仰られた観点からもう少し内容について詰めていきたいと思っています。

堀切川部会長
真山委員

ありがとうございました。真山委員お願いします。

今の志賀先生の御意見の中で、県がやっていただきたいこととして、私は市町村の方でいろいろ活動している身としては、結局市町村の連携というのは先ほど志賀先生が言ったとおり、利害関係があるので、ある意味隣の方がかえって、少し離れた方が逆に結びつきやすかったりするのがありまして、今、私の方で大崎市岩出山というところで来週政宗公まつりがあるのですけれども、その連携として白石市さんと、もともと関連はそんなに強くなかったですけれども、今回は仙台市さんも含めてアニメの戦国BASARAというのをテーマに、戦国武将ブームだということで、戦国武将という部分のくくりでネットワークを持って、個人的レベルなのですがやっています。これは一つの例ですけれども、根強いのはやはり芭蕉ですよね、奥の細道とか。広域圏でやるためにはより遠いところから来れるくらいの魅力のあるものを設けることができると思いますので、その時にはやはり「宮城県」という発信よりも、なにかテーマ性をもって発信している方がより魅力的なものになるのではないかなと思います。全体的にプロジェクトの一番に「みやぎの魅力の創造、創出」というものがあつたんですが、魅力というものをどのように捉えるかというのを、具体的にしてはどうかと、これは意見なのですが。どういうところで取り入れてもらえるかはまた皆さんで考えていただければいいのですが。

志賀先生のコーディネートで1月に大分に観光の視察に行ったときに、観光カリスマの竹田市の市長さんの言葉が、すごく印象に残っていて、観光というのは誇りと憧れの還流であるという話をされまして、来てもらう方では誇りに思っていて、来るお客さんにとつ

ては憧れ。憧れまでならないとなかなか集客が来ないんだなと思いました。それは昔からの、例えば伊勢参りなどもそうなのですが、旅とか旅行の原点なのではないかと思いましたので、魅力を考えるときには先ほどのテーマもそうなのですが、憧れを持たれるようなそんな魅力が必要なのではないかと。もう一つ魅力の部分で、先ほどの23ページのアンケートで旅行の動機「日常生活からの解放」という部分があったのですが、やはりこういうニーズに立って我々の地域で旅行商品を考えるような着地型商品をJRさんとかJT Bさんと色々検討しているのですが、その中で教えていただいたことに、楽しい時間の過ごし方をどう提案できるのかということがあります。着地型商品では、地元の人が他のお客さんに、例えば施設を紹介するとかそういうのではなく、この地域だとかこういう楽しい時間が過ごせますよ、というそういう提案の仕方がいいのではないかと。ということで、施設を紹介するときにもそういった形で魅力を打ち出すようにしています。何々っていう施設がありますよ、では全然魅力は通じないようなので、ここだとかこういう楽しい時間が過ごせますよ、日常からの解放が味わえますよというような魅力の発信をしていかないとなかなか伝わらないのではないかと。という風に自分たちでも思っているところです。

もう一つ、お客様の時間の過ごし方が変わってきたということ、ここ数日すごく感じたのは、JRさんと「リゾートみのり」のいろいろな企画をしているのですが、去年は私ども岩出山の隣が鳴子温泉なので、土曜日に岩出山に来て、鳴子に泊まるお客様が多かったのですが、今年はそれを少し自由に選べるようにしたら、日曜日に鳴子温泉に泊まって月曜日にうちに泊まる人が多くなっているんです。それは多分シニアの対応でもあるのですが、連泊部分も増えてきているというのも、一時期はかなり減ったのですが、そういう動きとか、そういう多様なお客様の旅行の仕方というものに対応することによって、連泊すれば一泊分増えるのですから、宿泊を増やしていくことができるのではないかなと思います。

お客様の時間の過ごし方とかそういう部分と、宿泊、地域連携みたいなのを総合的に働きかけていく、そういうのは多分一つの町だけではできないことなので、県の方で連携を呼びかける形での、プロジェクト全部に関わってくる部分だと思いますが、推進をしていただければありがたいなと思います。以上です。

堀切川部会長

ありがとうございました。何かコメントがありましたらお願いします。

大森課長

私どもとしても、本当にありがたい御意見をいただきましたので、様々に検討させていただきたいと思います。

まさにおっしゃる通りだと思ってずっと聞いていたのですが、市

町村は隣り合っているとなかなか確かに、まずは競争が先に立ってしまっていて、難しい部分があります。これは市町村だけではなく、ホテル、旅館さんでも実は同じ構図がありまして、同じエリアで皆一緒に盛り上げればいいのですが、隣の旅館さんとどうしてもある意味競争のようになってしまう。確かにお互い切磋琢磨しなければならないという部分で、必ずしも否定されるべきものではないと思うのですが、やはりそこで切磋琢磨するとしても、本来競争すべき相手というのは、もっと別のところにいるのではないかということ、きちんと私どもも含め意識しながら皆さんと一緒にやっていかなければならないなと思っているところがございます。それから、魅力の創出という部分で、まさに私どもも旅行会社さんなどに提案などさせていただくときに、具体的にこういったもの、施設がありますよという提案では全く今は通じなくなっているのはそのとおりです。そこで具体的に何ができるのかというと、どれくらいの時間、こういった楽しみ方ができるのか、こういった新しい体験ができるのか、そういった具体的な、まさに先ほどお話に出ました楽しい時間をどうやって過ごせるんですか、具体的にこういった提案になるんですかという部分が問われているのが間違いない。そういった部分を皆さんと意識を高めながらやっていく必要があるなという風に思っております。ぜひ引き続き御意見を頂きたいと思えます。

堀切川部会長
佐藤委員

では、どうぞ。

これからの新しい観光の対応というのがありますけれども、25ページですね、これらの観光の誘発になるであろうという項目がずらりと並んでありますけれども、確かにこういうところを掘り起し、体制を整えて顕在化させていくことが、新たな観光客を増やすには大事な観点だと思っております。これがプロジェクトの中でどこに入っているのかなと思うとちょっと見当たらないですね。ITは最初の「みやぎの魅力創出発信プロジェクト」になるのかなと思うのですが、ここにもそれらしきものは入っていないということで、やっぱり魅力創出発信プロジェクトにこの新しい観光への対応をもっと体制整備も含めて掘り起こしていくことも入れていくといいんじゃないかなと思います。

堀切川部会長
大森課長

事務局、いかがでしょうか。

まさにおっしゃる通りでございます。まだまだ記述が足りないのでございますけれども、25ページとのつながりと言いますと、31ページを見ていただきますと①の「みやぎの魅力・創出発信プロジェクト」の中に、「もてなす」のところの三つ目のあたりに、「産業観光等の新しい観光資源の醸成」とか、ある程度一部書いている部分もありますけれども、この辺まだまだ記述が足りないという風に思っております。ここの25ページの内容ですと、まさに産業観光こういった

分野につきましては、教育旅行とのそういったつながりで、私も非常に意識を持って取り組んでいきたいと思っているところがございますし、例えばヘルスツーリズムとか、医療観光、こういった分野につきましてはインバウンドの取り組みの中で、積極的にやっていきたいなと思っておりまして、実は色々と今すでに議論になっている部分が多々ございます。その辺につきましては最終案までの間にさらに議論を深めまして、記述を追加していきたい、プロジェクトの中に埋め込んでいきたい、施策のなかにも中に埋め込んでいきたいと思っております。今のお話の部分も更に具体的なご提案をいただければ我々としても非常にありがたいなと思っています。内部でも議論はしているのですが、やはり多くの方から、様々な観点からご意見いただきますと、施策も色々厚みを増してくるということがあると思いますので、よろしく願いいたします。

堀切川部会長
橘委員

橘さんいかがでしょうか。

今回は、前回に比べてぐっと私どものところに寄り添った原案になってよかったなと思っているのですが、昨日たまたま NHK の番組で星野リゾートの社長さんの話を聞きました。星野さんがおっしゃっていたのがまさにそうなのですが、最近では私どもの旅館も健康を意識しまして、ご家族連れの記念旅行ですね、特にお年を召した方と小さなお子様をお連れのおお客様が非常に増えているんですね。色々なことを考えて分析してみますと、宮城県の今、観光の方で戦略として打ち出している食の安全ですとか、美味しいものがあるとか、この地域の環境が非常にフラットで平安なものですから、そういう意味で天気も安定していますし、観光するに、そんなに山坂があるわけでもないの、小さなお子様たちをつれた方が、ベビーカーとかも押しやすいのかなと思います。やはり何かそういう宮城県全体の、お客様をとにかくほしいという気持ちはまさにそうなのですが、特にこのお客様をターゲットにしようというのをある程度決めてしまって、そこをもっと深く掘り下げていくというのも一つなのかなと思います。特に今は先ほど申し上げたようにお子様連れとお年を召した方たちが、非常に来やすい環境を整えていくのをとにかく打ち出していく、今年のキャンペーンパンフレットの表紙もそうなのですが、中もレンタサイクルがこんなにたくさんあるのかと思うくらいたくさんありますし、やっぱり自然を、あまりお金をかけずに安全に楽しめるという意味では、宮城県は素晴らしい環境を持っていると思いますので、それを全国に打ち出していくというのも一つなのではないかなと思いました。

もう一つ、シャッターを切るというのを率先して県民がやるというのを提案したいなと思っております。意外に、家族で来ると記念写真を撮りたいんですね、そうするとお父さんが写真を写す時に、

堀切川部会長

お父さんはその写真の中に入れてないという不具合が出てくるので、とにかくそういうシャッターを押しそうな姿を見たら県民の方が「シャッターを切ってあげますよ。」という、一言が宮城県のファンをたくさん作るのではないかなと思いました。以上でございます。

大森課長

ありがとうございました。レンタサイクルは、私も個人的で恐縮ですが、この間天童に行った時に天童市役所の観光のホームページをのぞいてから行きましたら、天童でもレンタサイクルを300円で夕方5時まで乗り放題というのが出ていまして、思わず自転車を借りに行きましたら、借りに行く人がほとんどいなくて、ちゃんと自転車置き場まですごく丁寧に案内してもらって、新品の素晴らしい自転車で、すごく楽しかったです。仕事の前に観光できたんですが、あれはタクシーよりもはるかにいろいろなところに行けて、300円で元が取れる、そういう情報を見てすごく天童市のイメージが私の中で良くなりました。そういうのってすごく大事だと感じました。

今のお話で、若干PRもかねてお話させていただきますと、レンタサイクルにつきましては、これも最近何回か新聞に出ていましたので、御覧になった方もいらっしゃるかもしれませんが、県の観光連盟の方で「エコで街中巡り」という事業を作っていて、白石市、南三陸町で出発式などを最近やりまして、新聞記事になっています。レンタサイクルを活用した取組ですので、そういったことで県としても後押ししております。

さらに加えて、来年から県として環境税を県民の皆様から頂戴することになるのですが、その中で、具体的にどういった事業をやるか検討を進めております。観光課の方でも一つ提案しておりまして、エコツーリズムなど、こうした部分を環境税を一部活用させていただいて展開できないかということで、その中でもレンタサイクルを活用した観光という中身も提案として出てきているところでございます。エコツーリズムは、25ページの下、新しい観光への対応にも載っているのですが、宮城県としてもこういった部分もそういった財源などもうまく活用しながら取り組んでいきたいなというように思っているところです。以上です。

宮原委員

今回の中間案の中の全体の部分なのですが、色々取り出してきて、大変わかりやすくなったのですが、全部読んでみて、ご紹介いただいた中で、実はハード的な部分の整備の方向性というのが、この中間案からはあまり見られないですね。色々、こう呼びましよう、整備しましようという言葉は書いてあって、案内板を整備するというのは環境整備ということで書かれてはいるのですが、もう少し、そういったことだけじゃなくて、実際にお客さんの流れを作っていくために空港の問題や、特に仙台市市内のバスターミナルの問題とかですね、お客さんの動きを上手に作っていくための環境整備、観

光の分野からのハードの整備がどうあるべきか等々、もう少し、ビジョンを描かれてみてはどうかなと思います。お金がないとか、ハード整備はあまり言うなとか、そういうこともあるのかもしれないのですが、ただいくらソフトが上手にできても、例えばお客さんが大きな荷物を抱えながら雨降る中ですね、人通りが多い歩道をガラガラと荷物を行って楽しいかと言ったら、やはりそういうところが非常にマイナス点になったりするわけです。ですから今県として、県全体として観光の分野からハードを整備するとしたら、どういうところが課題になっているのかというのは、やはり一度抽出していただきたいなということがありました。

それからもう一点は、27ページのところに推進体制から見た課題「ととのえる」というのがございます。これは前回のみやぎの観光戦略プランでの活動を振り返りながら課題を出していらっしゃるのですが、もう一つ、ここに平成20年度のDCの評価ですね、これを少し入れておかれたらいかがかなと思います。特に私は、DCですごく素晴らしいなと思ったのは、観光課さん、それから地域の市町村の皆さん等々が一体になりながら、各圏域の観光、新しい魅力を創造したという体制が、その期間、非常によくよその人にも分かったし、お客さんにもそういう新しいサービスの創出ができたと思うので、その推進体制の中ではDCのことを書いておいてほしいこととがあります。

それからもう一つですね、宮城県の特徴として地方振興事務所さんの存在ですね。今、実は地方振興事務所との仕事が結構多くてですね、やはり地域で着地型の観光を考えると、地域でのディテールでおもてなしをするという場合に、一番地元の人たちといろいろなコンタクトがあってやっているのが、地方振興事務所さんだと思うんですね。それが昨日の大河原地方振興事務所さんとの来年の「伊達な旅」に向けて今、仙南のツアーの企画を学生が提案させていただいているんです。そういった話し合いも本当に宮城の観光に関わることだと思いますので、この計画の推進体制になるとは思いますが、地方振興事務所さんとの連携とをどういうふうにとっていくか、また市町村の観光課さんとの連携、そこら辺を具体的に書かれた方がいいのかなと思います。以上です。

堀切川部会長

ありがとうございました。いかがでしょうか。ハード的な整備の書き込みをもう少しということでした。

大森課長

ハード整備は、様々なレベルのものがあると思いますが、快適な観光をするための交通関係の整備でありますとか、私どもが所管する部分としては栗駒とか蔵王のレストハウスなども、栗駒は被災しましたので今実は工事中なのですが、蔵王は年数がたってきて様々な改修しなければいけない部分が出てきているようです。松島など

も同じような課題があります。そういったような部分、あとは例えば登山道なども宮城県は遅れているのではないかということが話題になることがあります。この辺につきましては、ある程度記述できる部分があると思いますので、土木部とか関係するところと相談しながら検討させていただきたいと思います。

DCの評価につきましては、我々としても外部からも評価をいただいていますので、そういったことも踏まえて入れていきたいなと思います。

地方振興事務所については、まさにおっしゃる通りで、私どもも連携しながら取り組んでまいりますので、これにつきましても何らかの形でこの中に記述を入れていければなと思っております。

その他いかがでしょうか。どれでもいいのですが、例えば33ページのプロジェクトの中に具体的に、「みやぎの魅力創出發信プロジェクト」という表現が出ていますが、文言だけの話ですが、「みやぎ」と「魅力」と「創出」、と非常にいい言葉なのですが、「創出」というのは、ないところから生み出す感覚で、みやぎに魅力がないので今から作ろう、みたいな言葉遣いに聞こえなくもないです。本来はあるのだけれど、顕在化していない気がするので、3年のプロジェクトなので、「みやぎの魅力抽出發信」とか、そういう表現の方がいいのではないかなという感じもします。ただもう、魅力がないんでみんなで作りましょう、というんであれば創出でいいのですが。あるんだけどそれを表に、どれを出していこうかという趣旨だと、表現を変えること、検討されてもいいんじゃないかなと思いました。

23ページの旅行の動機とか行ってみたい旅行タイプとかの上位はほとんど私の個人的な願望と全く一緒ですね。日常生活からの解放というのは、多分、働いている世代の人たちが特に感じていることで、シニアになってから皆さんが大型観光バスで動かれるというのは、もうちょっと違う、いろんな忙しさから解放されたので来たいという旅なのですが、日常生活からの解放と旅先の美味しいものと、下の方の旅行タイプの温泉旅行、ここが私にとってぴったりくるところなんですけど、それを考えると逆行するようなのですが、広域観光の推進とか域内流動化というのは一つはそういう旅行者が多いので、そこはやらなければならないのですが、私はその逆があってもいいのかなと思っていて、それはひょっとしたこういうところでやるプロジェクトの表に出すことでもないのかもしれないのですが、本当に日常生活から解放されたいのであれば、動かない方がいいですね。疲れない方がいい。となると、私は温泉旅館とか宿屋さんに行きたい派なのですが、私の夢はいまだに実現していないのがあって、一回も同じ場所に二泊以上したことがない。同じ宿屋さんに二

泊できると、真ん中に空白の一日、何もしなくて朝から晩まで風呂に入ってビールが飲めて、その辺を散歩して近くの蕎麦屋で食べてまた戻ってくる、というこれが初めて日常生活からの解放だと思っていて、もしそうであれば、例えば金曜に来て日曜に帰る二泊三日、毎週誰でもできるのですけれども、そういう旅行パックやると面白いということであれば、二日連続晩飯は変えてもらえばいいですよ。二泊連泊される人には、二日目はまるで違う料理出せますよとして、真ん中の空白の一日はその温泉街のどのホテルに行っても無料でお風呂に入れるとか、そういうことをしてもらえたら、絶対私はそこに二泊したいなと思います。連泊割引パックみたいなのがあると、日常生活から本当に解放されたい人は、もう仙台、宮城に行くしかないということがあっていいのではないかと。流動化しないで、広域にも行かせないで、疲れない。そういう人たちも実はいるのではないかと個人的に思います。というのは、宿泊観光客数がここ3年ずっと減ってきていて、ここを増やさなければいけないのですが、900万というのはかなり厳しいという話なので、だとすれば、実は二泊して初めて癒される、疲れがとれる、楽しめるということがあっていいんじゃないかという気がするのですが、それがどこに入るのかよくわからなかったのですが、そういう意識はあってもいいかなと感じた次第です。ぜひ、岩沼屋さんでそういうパックがあれば、個人的には近くて便利なので…。

橘委員
堀切川部会長
大森課長

21泊まで作っています。

21泊は将来の楽しみとして。

今の話でちょっとよろしいですか。非常に面白い話で、私もあちこちで聞き及んでいる話とつながったものですから。県内のとある旅館に、台湾かどこかの方がいらしたらしいんです。その方は非常に行動的な方だったそうで、そのひなびた温泉旅館を拠点にして一週間くらい泊まれて、今日は仙台、明日は東京とそんな行動をされて一週間くらい連泊されていった方がいらっしゃったそうです。昔から県内だと、湯治文化がありまして、本当に何もしないで一週間くらい温泉ばかり入るといって、そういう文化があったのですが、今はなかなかそういう文化もすたれまして、今、逆に新しい湯治を作りましょうということで、アルファベットをつかってTOJIと書いて湯治、ということで山形県でもやっているところがありますし、県内でも鳴子とか、取り組んでいるところがありまして、本当に日常生活から解放されてゆっくりする、ただ昔のような温泉ばかり浸かっているような、そういう湯治じゃない新しいスタイルの湯治みたいなものを発信するというのがあります。これを施策的にどうできるのかとなると、またひとつそこにはちょっと溝があ

るといふか、落差があるのですが、非常に面白い観点だなと思っ
ているところがございます。

連泊については、本当に連泊していただくと消費額も増えるので、
大変いい話で、これもまた県の観光連盟では連泊キャンペーンみた
いなものを昨年からスタートしておりました、結構、思った以上に
キャンペーンに対する応募数が多かったので、今年も9月15日か
らスタートする予定でございます。ぜひキャンペーンを使って連泊
していただくとありがたいなと思っておりますのでよろしく
お願いします。

堀切川部会長

絶対狙います。宮城の魅力って何なのかなと考えるといっぱい出
てくると思うのですが、私が個人的に浮かぶのは都市と田舎が両方
ある、それがすごく近いということ、海と山が両方あって、これが
また近い。松島に行ってるのに鳴子に泊まれる、ありえないですよ、
普通の地域だと。それが、非常にコンパクトにコントラストのつく
両方を持っているので、海の幸も山の幸も山奥の旅館に行っても海
のものが食べられるとか、それで最後は仙台でついでに買い物もい
ろいろとして帰れるというので、多分、そういうのを上手く打ち出
すと自然に宿泊型観光客は増えてくるのかなという気もするのです
ね。しかも、宮城はコンパクトなので、かならずどこかでお祭りを
やっていますね。雪が降ったら降ったで祭りやりますし、暑くても
花火上げるし、そういう意味では今、宮城ではここに行くとも明日は
楽しめますよ、みたいな情報が拾えるのは、毎日でも拾えるくらい
数があるので、それこそ情報発信でも発信できるネタが非常に広い
といふか、そこが魅力なんだと思いますね。山寺を楽しむなら仙台
から行くといいですよって言ったら、山形県庁に叱られますが、山
寺からこちらに戻ってきたら、せめて作並に泊まってもらったら絶
対に楽しいとか、これをやると広域観光の逆になるのかどうかかわ
かっていないですけど。

宮原委員

今の堀切川先生のお話はとても大事で、やはり今回の宮城県の観
光戦略プランの中で、具体的に一番成果を出していくものとして、
大きな課題はやはり宿泊観光をどう増やしていくかということだと
思うんですね。今、「いざなう」「もてなす」「ととのえる」とい
う言葉の中に、本当は「泊める」というのがないと、普通の人には
伝わらないと思うんです。本当に困っていることは、宮城県にいか
に泊まってもらって、何泊もしていただくかっていうことが、大き
な観光の発展や解決につながるってところの書き方とか、目標
がちよっと弱いのかもしれないですね。色々話していくと最終的
には宿泊につながるというお話になるんですけど、そうじゃなくて、
一番最初に宿泊観光を1,000万、900万にするためには、どうい
う戦略を持っていくべきかという組み立て方で本当は一つ章を取っ

戦略プロジェクトの中に「泊める」ということをどうするかということを書いていかないと、私たちの行動が具体的にになっていかないのではないかなという気がしました。

堀切川部会長

書き込んでいかれる時に、ぜひ「泊めさせる」ということを。四文字が流行っているようなので、とどめるとか。いざなう、もてなす、とどめる。ととのえるだけ五文字ですが。

確かに、泊まっていった人は絶対に良かったと思う地域だと思うんですが、そのきっかけを、いろいろな工夫をしていって、それからパラパラっとあたるといいのかなと感じました。

大森課長

泊まっていたくという部分について、もう少し何かの形で記述を、あと、取組も充実させるようにしていきたいと思います。

教育旅行なども民泊とかが売れてますけれども、一泊じゃなくて二泊すると効果が一泊の何倍も出るということで、連泊してもらった方がいい。そういった部分も出てきていますので、そこも含めてとどまる、とどめる、というか、それについても検討を少し深めていきたいと思います。

堀切川部会長

私の記憶では、山形県の高畠、米沢のちょっと北のいい街があるのですが、高畠の駅に本店があって、駅の隣接でビジネスホテルにも使える宿泊場所があるのですが、そこは連泊するとどんどん安くなるんです。一度行ってしまった人は一泊でも増やした方がより一日あたりが安くなる。温泉は徒歩一分であるよ、というやり方をして当てていて、ついでに朝寝坊市みたいなのをやっていて、朝早く朝市をやると、9時10時の電車で帰る人は間に合わないの、その人たちが買える時間帯に、わざと朝市の時間帯を遅くして、観光客の人に大根でも買ってもらおうという作戦で、結構人が来てますので、泊めさせる戦略を狙ったらどうですか、というキャンペーンをやるだけでも、各地域で考えるかもしれない。ぜひお願いしたいと思います。

橘委員

今の堀切川先生がおっしゃった中で、連泊したときに隣のホテルのお風呂にも入れるようにという話が合ったのですが、確かにお客様は、例えば秋保温泉の私どものところに二泊したとしても、他のホテルはどういう状況なのか、とても興味があるんですね。だけれども、なんとなく敷居が高いような、入れないような雰囲気になって、中には、水戸屋さん前泊、岩沼屋後泊という、そういう泊まり方をなさる方もいらっしゃるのですけれども、やはり連泊を増やしていこうという気持ちが前に出ていくとすると、地域の中で、お客様が例えば、佐勘さんに泊まっても岩沼屋も水戸屋も蘭亭さんもみんな見てみたいわ、という気持ちに込められるような、そういう地域の取組というのをしっかり立ち上げていかないと、やはりそこだけに囲われてしまうという、つまらなさが出てくるので、そこが一

番大事なのかもしれないですね。

堀切川部会長

ぜひその時は、木で将棋の格好をした通行手形でも作りまして、日付が書いてあって、うちに泊まった人ですって、それさえ持っていけば、その域内のどのホテルでも温泉がただで入れますというようなものを。それ自体がもうお土産になりますよね。行ったところでペタペタ押しってもらうのを持って帰れるとかというのがセットになると、結果的に泊まっていこう、という人が増える気がします。

佐藤委員

数年前に岩手の葛巻に、自然エネルギーの先進地ということで見学に行ったことがあるのですが、あそこは風力発電とか水力発電とかバイオ発電とかいろいろやっているわけですが、仙台から行くとそこで一泊せざるを得ないような場所で、見学、研修をするんですけれども、そこはうまくやっています、農業公社か何かの第三セクターでお土産を売る、宿泊もさせるといことで、そこに見学に行った人は仙台から行っても泊まらざるを得ないような行程が組まれていまして、やはり宿泊する。それからお土産を買うということで、その第三セクターは宿泊施設もお土産売り場も全部その黒字というふうなうまい観光の取組をやっているんです。先ほどのいろいろな今後の新しい観光の対応などのところに出ていましたけれども、そういう形で、いわゆる見学、研修した後で泊まれるような、泊まったところで十分お土産も買えるし、またそこも自立できるというようなことも一つの観光のやり方かなあということを感じたことを披露させてもらいました。

堀切川部会長

ありがとうございます。葛巻はたしかエコに取り組んでいること自体が観光の目玉になっていて、下手すると町議会とか市議会の議員さんたちのグループ旅行も、目的が立つのであそこにいっぱい行ってるんですよね。確かにうまい行程です。

志賀委員

若干辛口になってしまうかもしれないのですが、宮原先生のおっしゃった宮城県の宿泊施設と温泉というものの位置づけは非常に大事だと私も思います。ですから、こういう中に宿泊というものの影響力が、観光庁の資料の、定住人口一人減っても、宿泊24人で交流人口が増えるとか、と出ているくらいに大きいんですよね。それで一番最初にその影響を及ぼすわけですよね、そういう前提で重要な産業なんですけれども、では今なぜ減ってきたのか、あるいはどうして連泊しないのかということころを、少し分解しておかないといけないのではなないか。つまり、今のままで、何かこう、少し手を変え品を変えみたいな形で宿泊客を増やそうというのでは、ちょっとよそも大変な時だけに温泉自体が全くよそと違って、それこそ冗談じゃないですけど、お風呂に入ると性格が変わるとか、そういうレベルのお湯であればまたいいんですが、普通の常識的な温泉法のなかに入る温泉で、しかもさっきおっしゃったように、色々な旅

館さんのお湯を楽しめるというのがありますよね。それをもし望んでいるのだったら、そういう事は余所の地域でもやっていますし、私もぜひ、秋保温泉の女将さんがおられるので、もうバスなども一軒一軒出さないでまとまって秋保温泉号というのでやってもらわないと、と思っています。それは地域の一体感がないと、これからの観光って難しいと思います。

また、ちょっとそれと違うのですが、22, 23 ページのところでは旅行機や行ってみたいところとか書かれています。やはり温泉旅行が人気なんです。どこの地域もそうなんです。これは宮城県だけではないんです。ですので、温泉を持っているところは皆チャンスだと思っています。だからそれだけに、今、大分の方なんかでは温泉療養を健康保険適用だと頑張り始めている。制度設計やったら、面白い展開になるかもしれません。ただ、お医者さんにつぶされるかもしれませんけど。今、新しい温泉の味方というものを増やしていかなければ、もう太刀打ちできません、やっていけませんよという危機感をベースにして、草津の方だったか、入湯税を今 150 円ですが、200 円に何故できないのって言ってね、あるいは 300 円にしようって、宿泊客の方に理解していただいて、それで変えて行って、その分をあれは目的税というのですか、預かり税でもあり目的税であるから、いろいろなことに使える。観光の方にしっかり使って整備します、きちんと取り入れますとか、そういうふうにしますから、ぜひ応援してくださいねというやり方で乗り切ろうというふうなことです。かなり戦略的にやっているのを、これからこの秋保、作並、宮城県の温泉、鳴子、松島もそうですが、みんなでそういうことを考えていくいいチャンスだと思うんです。ここ 2, 3 年とか 3, 4 年に、新幹線は今年の 12 月ですが、平泉が来年の世界遺産になれるかどうか、それがポイントで、後は目ぼしいものってそうそうないわけですよね。そうすると、九州をはじめとして新大阪も乗り入れますよね。それから 2014 年には金沢も入るでしょう。東北なんか干上がってしまうんじゃないかと私は不安いっぱいですね。今からそういうのを見込んでどういう準備をするか、というような視点も必要で、22 ページのところですが、これは私としては今後の課題として、観光というところどうも地域論になったり、産業論になったり、いろいろ見方を変えて論じ合うことが多くなっていますね。これでいいですよ。ところが我々は、ある意味、地域論もやらないとならない。いい地域には人が来るという前提を観光ではもっと打ち出した方がいいと思っていますし、それから、いい地域になれば、お客さんは必ず来る。逆に言うのですね、お客さんにばかり一生懸命焦点を合わせて、地域を変えてお客さんが気に入

るものを作ってあげて、お客さんが飽きちゃったらもう終わりだっ
ていうことになる。地域としては、どういう整備方針とかというの
ことをしっかり置きながら、そしてお客さんのニーズも合わせて考
えていくという発想を取っていかないと、いきなりマーケティング
やって、温泉だ、温泉だ、あるいはグルメだ、グルメだ、何とかと
いうものを作ればいい、とやっていって、他もまた追いかけてきた
ら、また再投資とか、違った切り口で追いかけてこで、鶏と卵かど
うかわかりませんが、そういうがあるので、私はあまりにも観光
客のニーズにこだわってしまうと不安だなと思うところがありま
す。ニーズも大切にするんだけど、まず自分たちの地域の掘り起こ
しとかいろいろやって、魅力を上げていって、徹底して気に入った
人に来てください、と。でも、本音は来てほしいですよ。ある一定
量をもたらせなかったら、おかしくなるわけですから、そういう努
力はするんですが、根っこには、良い地域をしっかりみんなで連携
して作り上げていくことが大事です。そういうところには、おすそ
分け論理みたいに、人が望んで、あるいは評価して来てくれる、「ど
うぞ」と迎え入れて、そしてリピーター化させる。というふうな話
じゃないかと思います。最初から、いきなり観光客のニーズにばか
り合わせていくと言ってしまうと、不安がもたげる。そういう気が
して、この22ページ等を見ておりました。

堀切川部会長

ありがとうございました。成田委員、ご意見がありましたら願
いします。

成田委員

皆様のご意見を伺っていて、確かにおっしゃる通りだなと思って
おります。今日の資料も、前回の議論を踏まえて、非常に、いい方
向にご尽力いただいているありがたいなと思っています。

一つ、気になってしまったのは、「観光王国」といったときに、
私たちは県民としてどういう王国を目指すのかということのをイメ
ージできていないのではということです。「観光王国みやぎ」に対
して、他の県でもやっていますよというご意見をやはり真摯に受け止
めなくてはいけないと思っています。「観光王国」という以上、他
にはない王国の良さというものを、どこに置いていくのかなという、
それを作り上げてコーディネートしていくというのが、やはり県民
が県に期待するところではないかと思いました。そのことが実際書
かれてございまして、第4章の一番上の3行、33ページの3行のと
ころに、それぞれの役割を果たして実現していくものですと記載さ
れています。この役割をうまく果たせるような、役割というのが県
ではないか、県にしかできない役割ではないのかなと思ひまして、
それを強力に、リーダーシップを取っていかれるというのをもう少
しアピールされてもよろしいのかなと思います。

後は、私がなぜ若い頃に、松島に一番先に憧れを持って、何より

も松島に来たいと思ったのかとか、その憧れ心というのは、どこから来たのか、なぜ旅をしたくなるのかふりかえりますと「あそこは良かったよ。まだ行ってないの？それは損だよな。」というような、周りからの評価だったように思います。外からの評価というのは、人間は気になってしまうところもあるのかなと思います。これをどのように取組の中に入れていただけるかわからないのですが、自分からさあさあどうぞ、というよりも、周りから攻めていくような提案の仕方というのも一つ切り口としてあるのかなという風に思います。

先ほどいろいろなご意見が出て、もう一度、多様性に対してどうするのかというところで、ニーズを探すのと、ニーズはもうおいておこうという、あまり振り回されない方がいいというの、両方の御意見がもっともだなと思っております。先ほど橘さんからお話があった、星野リゾートのテレビを私も見ていまして、ある地域に行くと、食事もないけど、家族で泊まれて安いとか、惣菜は周りで買って来いって言って、商店街などに寄るとか、そういう多様性に応えられる整え方もあるのではと思います。

私の個人的な例ですが、キャンプとか行ってですね、一日家族で過ごしても5000円なんですね、テントを持っていくと。それでもすごく楽しい思い出というのがたくさんあります。多分、様々な、そういうことを言っているときりが無いのですが、ニーズの拾い方というところで、整理の仕方として、例えばお金が使えるのか使えないのか、というような切り口を少し整理されると、より県として旗振りしやすい方向に行かれると思いました。様々でございますから、御検討いただければというように思います。

堀切川部会長

ありがとうございました。では、先ほどからのご意見、私も全部賛成なのですが、自分らがまず、いい町だと思っていて、そういう町を作って、こんないいところに来ないのがおかしいでしょうという、絶対そっちだと思うんですね。一つはそういう魅力が足りないのだったら作っていかねばいけないのと、いる人間は気づいていないというのがあります。この間、関西からあるお客さんがあって、気楽な人だったので、割り勘だったものですから、立派なところに連れていけなくて「まる得こちら漁業部」に連れて行ったら、大感激されて、もし大阪に漁業部の居酒屋があったら、毎日でも行きたいと言っていました。あの値段でこんな新鮮なものが食えるのかって、言われたので、ここでびっくりされているんだったら、まだまだ仙台は奥が深いんだけどという話をしたら、ああいう店があるんだったら、飛行機で日帰りに来るんじゃないかな。今後は必ず泊まるって言うんですね。こっちにとっては当たり前刺身、赤い刺身が赤くなかったら食わないということが、黒くなってから食っ

てる人たちから見ると、考えられない魅力なのかなと思いました。同じようなことが、首都圏の方から来た家族にもあったのですが、仙台で物を買おうと、東京だと、銀座のあの店でしかなくて、毎週1個ほしいのに、1か所しかいけないのに、仙台はちょこちょこ歩くだけで、そんなのは置いてある。そういう意味でいくと、実は地産地消の地産ではなくても、よそのものでも、仙台だとちょっと歩くと全部手に入る。ずいぶん便利な町にいるんですねって、言われたんですが、そんなの知るかって。蜂蜜の石鹸が銀座三越まで行かなくても手に入るでしょって、言われても買ったことがないもの、みたいなのがあるのですが。そういう意味では、地元では当たり前で享受していること自体が、すごくいい魅力であるということもあるので、せめてその、魅力を一回抽出した時に、出せるものなら確かに、発信していただきたいんですね。こんなにいいところには来なくていいよというか、来た人だけが分かればいいんだというキャンペーンを張ると、確かに受けるかもしれない。ぜひ頑張ってくださいね。

橘委員

少し話から外れてしまうかもしれないのですが、議会の特別委員会で、これから何をもって観光王国というものを議論していくというお話がありました。昨日、一昨日と大阪に行ってきたときに、時間があつたので、京都まで車を走らせて行って来たんですが、清水寺を久しぶりに巡ってきました。2000年に仙台市でブランド化をしたいという時に、提案として「浴衣の似合う街仙台」というのはどうでしょうということをお願いしたことがあったのですが、まさに清水寺に行きましたら、男女のカップル、若いカップルがたくさん浴衣で歩いているんですね。すごくあの街並みに、あの姿で歩かれるととてもいい。特に男性が浴衣を着るのがいいんですね。ああ、やられたなとちょっとがっかりしてしまいました。これが先行して仙台でやっていたらいいことになっていたんだらうなと思うのと同時に、以前にやはり広告で使用する色とか形とか大きさとかをある程度規制したほうがいいんじゃないかという提案をしたことがあったのですが、これも京都の方で常にやっています、auとかローソンとかも、本当にこのような感じの色気で統一されていて、何となくしっとりとした街並みを作っているんですね。こういうことも、先に仙台がしていたらよかったのかなと思ったのです。その中で、例えば市長様とか知事様とか、特に知事さんは、お茶をなさっていて、お着物姿で何か公式の場に出られたら素敵なのになと思ったことも度々だったんですが、あの京都の市長様も着物でどこへでもお出ましになれるということなので、何かの機会にそういう風にして、伊達の歴史もあるので、仙台ももうちょっとそういう事に取り組んでいくようなかたちのことを、議会の方でも決

議していただけたらいいのではないかなというように思いました。
以上です。

堀切川部会長

ありがとうございます。ちなみに我々が京都で、自分らの学会で、国際会議をやったことがあって、1,000人くらい参加する会議があったのですが、京都市長は着物で来ていまして。市長さんの背中が力が入っているなど感じてしまいました。

大森課長

今、地域づくりとか、そういった話に及んだのですが、今回のプランは3か年計画ということで、25年までということで作りますが、私どもとしてはもう少し、かなり長いタイムスパンで物事を考えなければいけないだろうとっております。志賀委員が、おっしゃたとおりに、観光客のニーズに合わせるというより、やはりいい地域をまず作った上で、というのが前提としてあるんだろうなということも思っております。これまでそういった部分では、失敗事例がたくさんあるんですね、例えば中心市街地開発なんかの話についても、郊外に利便性を高めるために郊外店舗をたくさん作るのを認めておきながら、今更、中心市街地活性化という動きが出てきた。同じような論理で、とにかく観光客のニーズに合わせるためにその地域が壊れてしまったのでは、変な話になります。よくインバウンドにおきまして、中国人の観光客を呼ぶというふうにした場合、前回も話したかもしれませんが、そのもともとのホテル、旅館の雰囲気それが壊れてしまっていて、これまで来ていただいていたお得意様が来なくなってしまったのでは、まさに本末転倒であり、こういった観点もありますので、かなり長いタイムスパンで本来その地域にとって何が最もいいのかというのを踏まえた上で、それが大前提で、その上でたくさんの方にお泊りいただけるようなものが、まさに理想だろうという風に思っています。本当に、考え方は様々ありますので、多様な意見、多様な施策があり、一言では済まされない世界だなというのを改めて感じておりますので、そんなことで、ではどうするのか、まで言えないのですが、そういった問題意識を持ちながらまとめていきたいなと思っております。

堀切川委員

ありがとうございます。

大志田委員

志賀さんの魅力ある地域づくりは、非常に重要な話なんですけど、これはなかなか一朝一夕には難しいですよ。これは地域の活動として、観光という切り口があるまいが、やらなければならない話ですから、長期的にどうこの町を持続させるかという視点があるべき話だと思います。今回、観光という中で基本的な方向性として、ニーズを総当たりするということはないと思っておりますが、だからといって逆に観光客のニーズは聞かないの。もちろん、100%聞くということではありませんが、やはり地域の持ち味というのと、お金を持って払いに来るお客様の期待どころと、どこで折り合いを

つけるかというのが非常に重要な論議だと思うんです。そのためには、戦術を考える段階では、少なくともどういうニーズがあるのかという実態を把握すべきだと私は思っているんです。それをそのまま聞くかどうかは別にして、実態が分からない状態で、これがニーズだ、あれがニーズだというのは大きな間違いとなる可能性もある。先ほどの滞在の話も、あれが日本人の大多数なのか、部分なのかで変わってきます。例えばインターネット、ICTを活用した情報発信というのがありますが、一方で情報の“収集”ということもできるわけですから、例えば、東北以外の方で宮城を知っている vs 知らない、知っている中で来た vs また来たい or これから来たいという人たちが、来たときにどんなことをしたのでしょうか、来ていない人はどんなことを期待していますかなどネット上の仕組みも科学的にも性能的にもよくなっているのです、リアルなバックデータに基づいて設計するということは、一考された方がいいかなと思います。

堀切川部会長

私もその辺は大賛成です。多分、ニーズを知っていてそれに合わせているのではなく、知っていて戦略を…

大志田委員

知ったうえで戦略的にどう選択するか。ということですね。

堀切川部会長

観光客の人はいろいろあるのでしょうけど、「え。この地域ではこれに醤油をかけるわけ」というのだけでも、来てよかったと多分思うでしょう。うちではウスターソースなのに、とか。関西の人は初めて醤油味を楽しめるわけで。そのためには、ソース味のものが食べたいよとアンケート調査に書かれていたのに対応してしまっただけはおもしろくないみたいなことになる。そういうことは実はたくさんある。確かにそういう気がします。

真山委員

今のニーズの部分で、前にも少し発言したのですが、お客さんの変化への対応ということだけは忘れてはいけないというのがあって、14ページに個人旅行客が増えて、一般団体客が減っているというのが、これが温泉旅館の一番衰退している大きな原因だというふうに、確か何かで聞いたことがあるんですけども、いわゆる個人客という部分が増えているところで、団体向けみたいなサービスとか、個人客でもいろいろ変わってきているという部分で、例えば同じ施設でも見せ方が違ってきていまして、うちの岩出山で有備館という歴史的な建物があるんですけど、歴史というキーワードで来る人はそんなに増えていないんです。先ほどの楽しく時間を過ごすということにつながりますが「癒し空間」、そこでお茶を一杯飲むという人が増えていて、V字回復を今、しているんです。たまたま担当が女性になって、企画展も京都の冷泉家の手紙展とかやっていますが、ブームがあると、それに乗っちゃったりするので、ニーズ捉えることと、旅行に対するお客様の求めるものがここ何年か、変化していると思うんです。それにはやはり応えていかないと、なかなか

対応できない部分もあるのではないかなと思っていますところでは。

先ほど、魅力の発信のところ、たとえばこれからインターネットを使って発信するときに、今まで「歴史」のくりにあったものが、それとは違った、例えば「日常生活からの解放」というキーワードにするとか、インターネットは確実にキーワードをどこに持っていかか最大の問題なので、同じ施設でもキーワードを多様化する、ちょっと食わせ物かはあれだと、SEO 対策とかいろいろあると思いますけれども、とにかくアクセスしてもらわないといけないという部分からすると、インターネットのキーワードをどういうふうに持ってきて、そこに宮城県の魅力とか地域の魅力を発信していくかというのは、これから県の方と市町村の魅力を再発見という言葉でもいいと思うのですが、そういう部分がすごく必要になっているのかなと思います。最終的に、宮城県の方に求めるのは、最初に戻るのですが、やはり広域圏をどういう風にして作っていくのかということで、私は公募で委員になったものですから、作文を出したんです。色々勉強したんですが、その中で観光庁の方の資料がすごく納得したものがあまして、広域圏を作るときに、3つの広がりということで①地理的広がり、②時間的広がり、③人的広がりとあって、「地理的広がり」は先ほどから皆様が言っている通り、宿から町へ、町から周辺地域へという、そういう地域的広がり、「時間的広がり」は、日帰りから宿泊へ、一泊から連泊へ、あと特定時期の集客から通年化へというようなこともあって、「人的広がり」はおもてなしのところでも皆様が言っている通り、客からファンへ、リピーターへ等です。これから私は個人的に取り組みたいのは、週末住民、2に地域居住ですか、これはちょっといい言葉だなと思っています、これから自分の地域を作るときにしていきたいと思うんですが、この3つの広がりをどう、県としてまとめていくかというのが先ほどの実際の数値の方にどうやってつなげていくか。でもその中では、行きたい人から宿泊じゃなくて、日帰りのお客さんに対して今度は宿泊、一泊した人に連泊っていう戦略的な働きかけみたいなものが、インターネットの世界って、メルマガとかで定期的に行けるので、そのへんのところの顧客化みたいなものも含めて、構築してもらおうと大変ありがたいなと思って、要望も含めてお話ししました。

堀切川部会長

ありがとうございました。宮城の魅力を出していきながら、多分いろんな戦略があると思うんですけど、こういうことをいうと叱られる、こういう席でいう話ではないのかもしれませんが、ひらめいたことがあるんですが、仙台・宮城の魅力を出していくのに、やはりああ、あそこに行きたくなるなという一つは、北海道とか沖縄みたいに黙っていても観光地になっているところは別ですけど、個人的にはやはり北海道、札幌は行かなくてもいいのに皆行くのは、

「恋の街札幌」が流行ったからではないかと思えます。仙台は「青葉城恋唄」以降何もなくて、どこにいても実は「青葉城恋唄」を歌えて言われるくらいなんです。だから平成の「青葉城恋唄」を作ってもらいたいなとか、作ったらいいなと思っていて、そしてやはり仙台はちょっとハイカラなふうにしたいので、歌謡曲とかニューミュージックではなくて、例えばジャズとかそういう流れで仙台の新しい歌を地元の歌のうまい人に歌ってもらって、ボンと火が付いたらもうこっちのものだと思ったりしているのです。ごくまれに聞くのは、東京在住の方が、ちょっと今日は国分町で飲みたいとやってくる。そして国分町を楽しむ。さっきの表にはない新しいタイプですが「国分町で飲みたい観光」もあり得る。一時間台でついでしまうので、そういう話もチラチラ聞くんですけど、そういう時でも、あそこに行きたくなかったなあというのは、一つはやっぱり私は「青葉城恋唄」以降ない、歌のヒット曲のなさに根本原因があるんじゃないかと思っているの、何も解決にはならないですが、チャンスがあったら絶対に地元の発信のご当地歌を作ったらいいと思えます。ちなみに、この今度のキャンペーン、この2冊両方に「仙台づけ井」が載っていることに個人的に心から感謝を申し上げておきますが、「仙台づけ井」に対して、全国どんぶりサミット協議会から10月に小田原である井選手権に果たし状というか、招待状が届いたので、地元の観光宣伝になるというので、寿司組合さんが全面的にこれを受けて立って、小田原攻めに行くという話を聞きましたので、本当はああいうときに侍の格好をされた人たちが行けばいいのになあなんてことがあります。ただ、ライバルがあまりにも美味しそうなのと、そう簡単には勝てないようではありますが、一日500食が出るそうです。

そろそろ、時間が来ましたので、議論は尽きないところですが、ここまでということにさせていただきます。この後の議事、その他につきましては事務局の方から御説明をいただきます。

志賀課長補佐

今後のスケジュールについて御説明申し上げます。資料2ということでワンペーパー御用意しておりますが、皆様にはすでに別途ご案内申し上げますが、9月22日の午前に開催された産業振興審議会の方では、本日いただきました様々な意見等を踏まえまして、あらためて観光戦略プランの中間案をお示しいたしまして御審議いただくこととしております。また、これを受けまして、10月の中旬あたりから、この中間案に対するパブリックコメントを募集したいと考えています。そこでパブリックコメント等で寄せられた意見を踏まえまして、観光戦略プランの最終案を取りまとめ、またこの商工業部会でご審議を頂きたいと考えてございます。次回の部会の日程といたしましては、12月の上旬から中旬を予定しております。

なお、本日の時間の関係上、十分お話しいただけなかったこともございますが、お手元に別途一枚の用紙をご用意しております。こちらの方に記入をいただき、郵送、あるいはファックス、または電子メール電話その他、いろんな手段で結構ですので、改めて気づいた点などございましたら事務局の方にお寄せいただきたいと思います。以上です。

堀切川部会長

本日は非常に楽しい議論をしていただくことができ、個人的にも良かったと思います。他にないようでしたら、以上をもちまして本日の議事の一切を終了させていただきたいと思います。

本当に、有意義で盛り上がる議論をしていただいて、今週末を楽しく終われてよかったと思っています。後は一階で稲荷寿司とメロンを買うということで…。

4 閉会

志賀課長補佐

以上をもちまして、第5回宮城県産業振興審議会商工業部会を終了させていただきます。皆さまありがとうございました。