

第 3 回会議でいただいた御意見等について

■関係事業者からの意見聴取

今後の観光振興施策についての方向性、取組のイメージ等を把握するために観光関係の事業者や団体から、県が行うべき施策や事業及び取組みについて意見聴取を行った。

【関係事業者からの主な意見】

- インバウンドに対する取組みを有効にするためにも、アウトバウンドを積極的に強化し、ツーウェイツーリズムの確立に取り組んでいただきたい。また、アウトバウンドの強化はインバウンド拡大や航空路線の維持、世界の観光需要を把握といった意味でも重要である。
- 県内の歴史ある温泉街などは、手を入れていけばまだまだ十分に観光客に来てもらえる観光素材なので、例えば新潟県村上市の黒塚(くろべい)プロジェクトのように街並みの景観を整備するような事業に対して補助できるような仕組みというのも検討してはどうか。
- 観光予算の使い方として、宮城県に間違いなくお金を落とし、経済効果も大きい宿泊施設に対して使う方が良いのではないか。宮城県への宿泊を増やし、体験型の経験を積んでいただくことが、将来の観光需要の創出につながるのではないか。
- エアラインの誘致活動をするにあたっては、就航初期の搭乗率の低さやエアライン負担のコストなど、様々なリスクを軽減して路線が定着するまでの支援が必要である。
- 観光周遊の促進の取組として、観光型 MaaS (Mobility as a Service) を県内で積極的に推進し、タクシーやレンタカーといった二次、三次交通の利便性を高めていく必要がある。県内では、定額制のタクシーなどが少なく、仙台空港や松島までいくらで行けるか観光客にわかりやすく伝える仕組みが必要。
- インバウンド向けとして、ナイトメニューの充実が必要で、夜の観光地のライトアップのような形で既存の観光素材を磨き上げることも必要ではないか。
- 教育旅行については、国内は、特に関西圏に相当需要があると思われ、現在主流の沖縄・東京の次は東北が良いと論議が進み始めており、宮城県が得意とする防災学習に興味を持っている学校も多くあるので、ここはピンポイントで相当需要があり、狙い目だと思う。
- 魅力ある観光地域は地元の人がまず訪れて、その魅力を求めて観光客が外からやって来る。そしてその観光客がリピーターになる。今、国内外で成功している観光地とはそういう地域なので、そのような持続的な地域づくりをしてほしい。
- 旅館やホテルでは大規模旅館チェーンの進出や、人手不足による外国人の雇用等の様々な人的資源の問題、建築費の高騰による財務状況の悪化、施設の陳腐化等、環境が激変していることに伴い、旅館やホテルのマインドが低下しており、改善していかないといけない。
- 施設が古く壊れたままではお客様をお呼びできないので施設のリニューアルを検討することになるが、この時、旅館は休業しなくてはならなくなる一方で、雇用や固定資産税等のコストは引き続き発生することから、こういった場合に何らかの支援が

あるとよい。

- 観光業は裾野が広い産業であるため地域産業にも経済効果をもたらし、特に宿泊業は被災時には一次避難所等の役割を果たせるほか、事業形態上、製造業などと違って機械化できずどうしても人手が必要となるので、雇用や定住促進にもつながる。
- 観光産業における生産性を上げることが重要であり、その為には人材育成が必要。また、個々の事業者だけではなく、観光地域全体が豊かになることを考えてほしい。
- 観光産業の持続的な発展のためには、東北の広域連携が重要であり、今後、機材が大きい航空会社が就航すれば域内の連携はますます重要になって来る。特に欧米からの観光客を迎え入れるためには、域内に加えて域外との連携といったことが必要。
- 県でもオルレ等に取り組んでいるように、来てもらった人が観光地を見るだけでなく地元の方と接点を持つような取組は、必ずインバウンドとアウトバウンド双方向に育っていく。
- 初めて来るインバウンドを狙うより、国内の既に多くのインバウンドが訪れている地域において空港や駅など人が集まる場での大々的なPRをすることで、インバウンドに対して東北のPRをできるよう連携していくことが必要である。
- 商品造成について、マーケットインの視点で商品造成して行き、地域の食材を活用して地域内調達率、循環率を上げていくことを意識した商品づくりが出来ていない。
- 人材育成について、特に欧米の旅行会社からは質の高いガイドを要求されるが、人材不足によりチャンスを逸している現状もある。知識や語学のみならず、的確な行程管理や地域及び多様性への理解、臨機応変な対応とコミュニケーション能力もある有償ガイドは地域の消費を引き出す重要な存在として、育成が必要である。
- 塩竈から松島まで直線で橋を架けて港観光や水上観光という取り組みのほか、牡鹿半島や松島、奥松島を活かした東北に今までない離島観光にチャレンジするのも面白いコンテンツになるのではないか。
- マーケティングについて、これからは感覚や経験に基づくのではなくデータに基づいた観光戦略を展開すべきであり、ある程度予算をかけて継続的かつ長期的に取り組む必要がある。
- 多様性への対応も大切である。LGBT、ハラール、ベジタリアンなどに対応する具体的な商品造成について、宮城県はまだまだ少ないと思う。