

第4回みやぎ観光振興会議 委員発言要旨

1 議事(1)みやぎ観光回復戦略(最終案)について(各委員等からの意見)

櫻井委員(株式会社ライフブリッジ)

- みやぎ観光振興会議の委員の皆様のご協力のもと、「宮城ワーケーション協議会」を9月25日に設立した。この場を借りて御礼を申し上げたい。
- これまでの欧州型ではなく、新しい生活様式とともに、滞在型の観光が進むことが予想される中で、企業や個人の皆様の1週間以上の中長期の滞在を促し、地域における消費の向上やマイクロツーリズムの造成等を協議会として推進していきたい。

菊池委員(日本航空株式会社)

- デジタル変革が重要であるということは理解しているが、今後宮城にしかないものをどうやってキラーコンテンツとして伸ばしていくかという観点が非常に重要。
- コロナ禍の中でDXやワーケーション等の取組については、全ての地域で一斉に走り出しているのに、宮城の優位性を確保するためには、IT化が前提であり、従来あるキラーコンテンツや宮城にしかないコンテンツをブラッシュアップしていく必要がある。
- 今後、南海トラフ地震や首都直下型地震が今後起こり得る可能性があるため、主体的に発信することで犠牲者を減らしていく。あるいは、広島や沖縄のようなしっかりとしたコンテンツに創り上げていくべき。

岡崎委員(仙台国際空港株式会社)

- 三陸道の完成が迫っており、インフラが整いつつあるが、そのインフラを活用し、いかに観光客に来ていただくか、あるいは楽しんでいただき、リピーターになっていただくかだと思う。
- ワーケーションは、新しい概念で、そこをどう定着させていくか。地域では、まだ理解が深まっておらず、理解を深めていくには、実際に東京や関西からワーケーションで来ていただくことも大切。
- 次のプランも大切だが、今後は、書いてあることをみんなでどうやって実行に移していくかということに是非力を注いでいただきたいと思う。

堀切川座長(東北大学大学院工学研究科)

- SDGsは広い概念であるため、SDGsのどの項目を意識して考えるかを明確にすることで観光戦略の方向性が定まるのではと思う。
- デジタル変革をこの観光戦略で進めるには、具体的に行政や観光関連事業者の皆様が「デジタル変革」というキーワードの中で、どのように発展させていくのかという視点も必要だと感じる。
- 先日、菅首相から2030年には、訪日観光客6,000万人を実現するための計画を年内に策定するという考えが示され、宮城県としてインバウンドをどのように進めていくかという視点も大切かと思う。
- ビジネスモデルを展開するために、規則や条例等の見直しが必要だと思う。

○コロナ禍以外にも、様々な災害は今後もあり得るため、今回の新型コロナウイルス感染症への対応を踏まえ、観光事業者における避難所の運営等、今後どのような危機管理を行っていくかも必要な視点だと思う。

岡崎委員（仙台国際空港株式会社）

- 次の計画の中で、インバウンドの問題は引き続き重要だと考えている。コロナ禍で足踏みをしているがコロナ禍前は伸びていたこともあり、この動きを着実なものにしていきたい。
- 実際に海外の方が来たときに、十分ではなかったと感じることは、多言語対応であって、AIを使った会話やサービス提供のご支援をお願いしたい。
- 災害時の救助対応を東北運輸局と協議しており、こういった点でのご支援と宮城県の観光のお手伝いをしていきたいと思っている。
- 宮城が東北をリードするという発想を次期計画に立てるべき。

菊池委員（日本航空株式会社）

- 仙台空港を玄関にして東北広域でしっかり魅力をつけていき、インバウンドが戻ったときに東北というものを追求していく形を次の戦略としてやっていきたい。
- 具体的には、復興10年を切り口とし、被災地の復興、あるいは学びを持って、多くの人たちに来ていただく仕組みづくりがあると思う。場合によっては、学びのコンテンツを標準化したり、公募したりということが必要になるかもしれないが、これをブラッシュアップし、一つの大きなコンテンツということもあると思う。
- 例えば、仙台という全国からみれば非常に清潔感にあふれた都市の都市観光をもう一度組み立てるという側面もあると思う。仙台に放射光施設が建設中だが、福島のイノベーション構想や長期的にはビッグプロジェクトである国際リニアコライダーという計画もあるため、一種の技術観光という視点もおくと良い。
- いろんな切り口があると思うが、キーワードは東北ならではのコンテンツを作っておくことを主体に議論していただきたい。

後藤委員（仙台ホテル総支配人協議会）

- 10年前の震災と匹敵するような痛みを今回のコロナ禍で受けているのが実情であり、コロナを抜きには語れないと考えると、改定4期プランや次期プランの中にも、この回復戦略の中に盛り込んだ内容を少し細かく入れ込むことが肝心だと感じる。
- 新型コロナウイルス感染症という未曾有の状況の中で作り上げた内容を全体の観光戦略プランの中にも再度、隅から隅まで落とし込めるような取組を考えていくべき。

今野委員（仙台商工会議所）

- デジタル化、DXについては、観光のどこで使っていくか、あくまでもこれをツールと考えてどのように活用していくかを考えると、若い方々の発想力を生かしていくべきだろうと考えている。
- 伝統行事を陰で支えている人材は、非常に苦勞しているため、シビックプライドのような地域をあ

げて応援していく何かしらの仕組があれば良い。

○企業経営の観点と非常に深く関わりのある観光振興という両面で努力を続けていくべき。

紺野委員（(一社)東北観光推進機構）

- 「SDGs」あるいは「DX」は、非常に聞こえがよく全体の方向もそういう形になっているが、言葉あるいはあるべき姿が先行し、具体的なところが追いついていなくなる傾向があるため、現実的なものかどうかの見極めが重要。
- インバウンドは非常に重要だが、観光業界の中では弱点が見えてきている。ワーケーションは非常に大事だという認識をしているが、具体的にどういう形かをもう少し可視化しながら目標に向かっていく必要がある。
- 仙台国際空港が、集中と選択で宮城県に入ったインバウンドのお客様を東北全体に周遊を促進し、「訪日外国人を2030年に6,000万人」という目標へ向けてこれからやっていく必要がある。
- 宮城県が力をいれなければならないのは、松島・鳴子・蔵王という世界に通じるようなあるいは、日本の観光の大きなコンテンツになってきたところを磨き上げ、周辺のマイクロツーリズムに対応する観光コンテンツ等々をピックアップし、あるいは見えるようにしたコンテンツのブラッシュアップが重要。
- マイクロツーリズムという言葉になると、近場や新しい観光コンテンツというものになりがちだが、国内全体でも松島や蔵王、鳴子等はお客様に響くところである。
- 東北の各観光施設等とリンクさせるとともに、東北を代表する観光地をより磨き上げ、世界で通用するものにしていく視点が大事。
- 観光のコンテンツあるいはルートをどのように結びつけていくかという視点、また、東北で宿泊客を増やしていくことは、東北域内の観光流動をどのように創っていくかということも非常に大事なポイントである。
- 東日本大震災から間もなく10年が経過し、震災遺構等の組織もできているため、広島や沖縄のような大きなコンテンツや柱にしなが、宮城県そして東北に修学旅行を呼ぶということに取り組む必要がある。

櫻井委員（株式会社ライフブリッジ）

- 日本国内では、あらゆるところでワーケーションを誘致して動いているところが多く、地域間競争がすでに大きく始まっているため、熱烈的なファン作りが必要である。
- ワーケーションを行う個人事業主の方が来られる時には、その地にどんな方がいて、どんな方々が働いていて、どんなネットワークが作れるかということに気にして場所を選んでいる。
- ワーケーションをすることで、その後のビジネスに繋がることを可視化させることがまさに「DX」だと思う。ネット上で可視化させることによって宮城県がビジネスするにも、観光するにもいいところだということで選んでいただく。選ばれるためには、ネットワークの可視化ということが必要。
- インバウンドは大変な状況であるが、今は、オンラインツアーなども大変盛んであるため、日本国内又は国外の方々とズームなどのオンラインで、観光のその地の魅力というのを伝えることができる。インバウンドの観光客が来ないのであれば、宮城県の資産を売れば地方と世界が直接繋がるような

ビジネスの仕組でアウトバウンドに取り組んでいただければと思う。

ジェシカハラムズ委員（インアウトバウンド仙台・松島）

- インバウンドでは、観光の回復に向けて戦略を実行するときに、観光客目線を意識していただき、東北全体のリーダーという役割を果たすべきである。宮城県だけでも魅力的な観光資源がたくさんあり、アクセスもよく比較的集客・誘客しやすい地域だと思う。
- インバウンドの客は、県や市という概念があまりなく、広く周遊したいというニーズがある。長く滞在していただき、地域に対する消費を向上するためには、宮城県だけでなく、少しずつ東北エリアの情報も同時発信し、広域連携で地域をさらに周遊しやすくすべき。
- 東北のリーダーとして可能性を意識しながら、これからの観光戦略の実行していただければ、効果をさらに期待できる。

陳内委員（観光庁：アドバイザーボードメンバー、内閣官房：クールジャパン地域プロデューサー）

- 回復戦略にデジタルを入れ込んだことは非常に良いと思うが、大切なのは観光戦略そのものをデジタルファーストでやるということが重要。それぞれの視点について、デジタルで進めていくということをも明記すべきではないか。
- デジタルファーストを進める中で、宮城県として推進する組織や予算を確保することが必要である。
- 県内の観光人材についてデジタル理解を深めるための教育研修を各階層で実施するなどデジタル観光人材育成の政策化が重要。

張委員（リトル台湾 in 仙台）

- 間もなく震災から10年が経過するが、ここまで復興してきたことについて、日本の力はすごいと尊敬するとともに、台湾に向けて情報発信をしていきたい。
- これまでの観光サイトなどで掲載されている観光地は、比較的大規模なところが多かったと思うが、今後の新しい観光の形として、地方の小さな観光地や今まで知られていなかった場所でも、複数の魅力を同時に発信できたら、海外の人にも来てくれるのではないかなと思う。
- 関係人口の広がりとして、日本在住の外国人や留学生、宮城県にゆかりのある母国に帰国した方などを活用した情報発信は、非常に効果的だと感じている。
- 台湾のIT大臣はデジタルの力を上手く活用し、対策を講じてきた。機会があれば本などを読んで欲しい。
- 台湾では、元々何もなかった土地を信念のある若者や企業を中心となり、毎年秋に農地で音楽祭を開催することで、地域の方々のシビックプライドが醸成され、地方を再生した事例があるので、住民自身が主体となるのが重要。
- コロナの影響により地域の特産品など現地で買えない状況なので、物産と文化的価値をセットでインターネット等により発信することは有効。今後インバウンドの回復などを見据え、その場所に行ってみたいと思ってもらうことが必要である。

宮原副座長（宮城学院女子大学現代ビジネス学部現代ビジネス学科）

- 現在実施している様々なキャンペーンにより、東北の観光地に初めて訪れた方が多いと思うので、その方たちにマーケティングを行い、次の戦略に生かすことも重要。
- 全国の若年層の方をターゲットとして、東北に来ていただくような仕掛けが大事。
- 県内の人のほか、修学旅行生など多くの観光客が楽しめる施設やコンテンツ等を新しく提供していく中で、これまでの震災遺構等の様々な事業も計画にしっかり盛り込んでいくべき。

矢野委員（全日本空輸株式会社）

- デジタル変革については、今後も必要な視点。ハードも大切だが、人材の問題が出てくる。今後持続的にデジタル変革を進めていくのであれば、人材育成も必要。

山尾委員（宮城県観光誘致協議会）

- 本当の観光の回復というのはインバウンドが回復してからなので、しばらく時間がかかる。
- 来年東北 DC があるので、宮城が中心となって東北六県というくくりの中で情報発信が必要なのではないか。

吉田委員（一般社団法人日本旅行業協会）

- 国内の個人旅行については、宮城県の時宜を得た施策が起爆剤となり、第三四半期から回復基調である。一方で、修学旅行以外の団体旅行や MICE 等については、回復の兆しが見えていない。
- 宮城県は、東北 6 県を観光施策でリードするような存在であっていただきたい。
- デジタル変革については大いに賛成であるが、Go To トラベルの地域共通クーポンが、10 年後に全て電子になることは想像できない。そもそも観光というものが、全てオンラインになってしまったら観光ではなくなる。このデジタル変革の中で、アナログをどのように捉えていくか、またデジタル化で何をやっていくかということを具体的に考えていくことが重要。

阿部委員（みやぎおかみ会） ※高橋代理（みやぎおかみ会副会長）

- Go To トラベルの地域クーポンについて、紙は問題ないが、電子クーポンは携帯電話の種類によっては使いこなせていない高齢者がいる。その場合、ホテルの従業員に作業をお願いされたりすると、余計の時間がかかってしまい、密になってしまう状況。一方で地域クーポンを使って売店の売り上げは増えている。
- 温泉がいいという裏返しではあるが、電子器具がとても壊れやすい。電子型の体温計が何度も壊れてしまい、アナログの体温計で検温をしているため、定員を 3 分の 2 程度にしている。そのため、消毒、手袋、体温計やりネン費などの経費だけがかかっている状態。
- 鳴子温泉は紅葉のシーズンで一番お客様が多い時期だが、やはり県内、東北圏内からの方が多。是非東北の首長の皆様、令和の時代の奥羽列藩同盟を結んでいただいて、東北 DC に併せ何か施策を広げてほしいと思う。

仙南圏域代表 村上委員（一般財団法人村田町ふるさとリフレッシュセンター）

- コロナの影響による完全終息はかなり時間がかかると思われるので、コロナを恐れながら経済活動を行うのが前提。
- 仙南圏域は農業が主産業であり、直売所や収穫体験、温泉等があるので、県内の人々の交流によって活性化を図ることがよいという意見が圏域であった。圏域の委員が中心となり、ワーキンググループをつくってモデルコースの造成などを進めている。

仙台圏域代表 小松委員（宮城県ホテル旅館生活衛生同業組合松島支部）

- Go To キャンペーン後、経営をどのように進めていけるか非常に懸念をしている。その中で経営者が行うべきは、経費の節約・節減である。お客様が減ったら、従業員、社員に一番影響が被る。そのような事態を避けるために、事業者も観光戦略を一生懸命協力して、お客様に来ていただく努力をしなければならない。
- 震災後に、宮城県が開設した「宮城県産業復興相談センター」が来年3月に閉鎖されるようだが、このような経営者が相談できる窓口を継続していただきたい。

大崎圏域代表 遊佐委員（NARU-GO！再生プロジェクト）

- インバウンドやデジタル変革については、東北の玄関口である宮城県が主となって取り組むことが必要。
- 地方にいけばいくほど、インバウンドやデジタル等についていけないので、より手厚い支援が重要である。

栗原圏域代表 炭屋委員（株式会社ゆめぐり）

- デジタル変革について、今後どのように進むのか、目指すべき姿はどのようなものかなど、現場が混乱しないように、研修会等を開催していただきたい。
- 現在実施しているキャンペーン終了後に、すぐに元の状況に戻ることは難しい。観光産業の危機管理をどのように進めていくか、アフターコロナを見据えて検討していただきたい。
- シビックプライドを醸成するため、ふるさと教育の推進をするべき。小学校を始めとした教育旅行やマイクロツーリズムを実施することで、将来観光ガイドになる可能性がある。

登米圏域代表 田口委員（一般社団法人登米市観光物産協会）

- 先日NHKの連続テレビ小説「おかえりモネ」の撮影が始まり、地元での機運が高まっている。
- 登米市では購入した店舗でのみ使える5割増し商品券の事業を行っているが、事業者の方々から様々な前向きな意見が出ている。コロナ禍の状況は今後も続いていくので、事業者自らが楽しみながら実施できる取組を進めていくことが必要。

石巻圏域代表 後藤委員（一般社団法人石巻圏観光推進機構）

- 石巻圏域ではサイクルツーリズムの推進をおこなってきたが、大型トラックの往来が激しい影響で、安全に走行できない状況である。道路の維持管理の一つとして、サイクルレーンの整備を進めていた

できればありがたい。

○みやぎ観光振興会議で議論を進めてきた内容について、絵に描いた餅にならないように、実現していく必要がある。石巻圏域では、10月にワーキンググループを立ち上げて、実際のプログラムを進めているところ。

○SDGsについては、世界共通の目標であり、県としても推進していくべきだが、まだまだ多くの方々の理解が進んでいない。SDGsが事業者の皆様にとどのように関わっていくか、それが事業者にとってどう評価され価値が上がっていくかという周知も必要である。

○観光事業者を始めとした労働集約型の産業については、生産性が低いのが現状であるため、DXをどう落とし込んで実現していくか、ご指導やご支援をお願いしたい。

○被災地である石巻圏域は、多くの支援のお陰で新しい環境は整ったが、それを生かしていくのは人である。復興の感謝とともに、地域の方々と一体となって全国・全世界へ発信していきたい。

○今後新たな災害が発生した際の対応は、伝承・備え・訓練の3つが非常に重要である。宮城県はこの3つを備えた学びの聖地としての仕組みづくりを進めるべき。

気仙沼・本吉圏域代表 鈴木委員（宮城県ホテル旅館生活衛生同業組合気仙沼支部）

○SDGsの視点を踏まえ、今後具体的にどのような事業に取り組んでいくか明確にすべき。

○次期プランとしてはインバウンドの視点が重要。その中で広域観光をどのように進めていくか、今後観光振興会議等を活用して、議論をする場を設けていただきたい。

千葉経済商工観光部長

○本日多くのご意見をいただいたが、やはり一番大切なのはこの戦略をいかに実行していくかということ。

○これまでいただいた意見の中で、宮城ワーケーション協議会が設立されたほか、委員の皆様が中心となったワーキンググループを立ち上げ、圏域の施策の具体化を進めている地域もある。県としては、各事業者が主体となった取組を、今後とも力強くサポートさせていただきたい。