

## 第1回みやぎ観光振興会議仙台圏域会議 委員等発言要旨

令和3年5月25日(火) 午後1時30分  
仙台合庁1001会議室

議事(1)(2)観光戦略プランについて 事務局説明後

## 早坂委員

- 次期プランの計画期間は新型コロナウイルス感染症のワクチン接種は全員終わった後と想定してよいか。

## 事務局

- ワクチンの接種状況は、現在高齢者を中心にして進んでいる。
- この計画については、令和4年度を始期とし、令和6年度までの3年という設定。ワクチン接種が完了しても、コロナによる影響を見通せないため、今後の状況を注視しながら計画をつくっていくことを考えている。

## 早坂委員

- 従業員が大崎市の日帰り温泉に行ったところ、3軒ほど仙台市民は利用できないという事があった。県ではそういった指導をされているのか。

## 事務局

- 観光サイドとして仙台市民ということでお断りするのはしていない。仙台市在住の方だからといって拒否するということは本来あってはならないこと。

## 富谷委員

- 3年のプランであれば、まずは宮城県から始まり、東北、全国とどんどん広げていくイメージでやるのがいいのでないか。
- 予定どおり令和6年にインバウンドが戻ってくるようであれば、それまでの間にデジタルマーケティングなどの整備を並行してやっていけば、新しい産業が生まれたりするのではないか。

## 事務局

- 現在の感染状況では、広域で動くことが難しいと捉えているが、マイクロツーリズムによる域内流動から、近場での観光を進め、徐々に広く動いていく施策に展開していければと考えている。
- デジタルマーケティングについても、ポストコロナ時代に対応するためには、観光の進め方も転換期であるかと思うので、そういった視点について中間案に盛り込めるよ

う検討を進めていく。

#### 太見委員

- デジタルというと難しい印象を持つかもしれないが、Facebook や Twitter、Instagram を自ら活用して情報発信し、集客する。単なる観光ではなく、そこに生涯学習や健康寿命の促進など、何を掛け合わせるか。県の方で SNS の活用について研修や講座をしたり、自分でできないのであればデジタルに特化した人を求めたりといった活動も必要。

#### 林委員

- 安全安心をアピールし、まずはマイクロツーリズムをしっかりと取り組んでいく。
- 来年再来年くらいには国内のお客様、首都圏を中心としたところから多く呼び込み、さらにその翌年にはインバウンドも含めた全世界から来てもらうというような大きな目標を持った中で計画的にやっていくのが良いのではないか。
- 令和3年の目標に観光客入込数 7,000 万人とあるが、現実的な目標、努力すれば叶うような目標を立てて、やるべきことをやるということが重要なのではないか。

#### 早坂委員

- コロナが収束するしないに限らず、観光客が足を運びたくなるようなインフラの整備をこのタイミングでやってしまうべき。例えば JR の通っていない観光地と最寄りの駅をケーブルカーでつなぐなど。
- 予算の使い方も、先を見据えた大胆な投資、支援をやるべきではないかと思う。

#### 事務局

- コロナの時代において、生活様式の変化が求められている中、観光サイドでは、ビジネスモデルの転換に向け、宿泊施設のワーケーション対応や Wi-Fi 環境の整備といった支援を行っている。また、ビジネスモデルの転換については、国の方でも予算を準備しているとのことなので、情報提供していく。

#### 大崎委員

- 令和4年度から3年計画ということだが、1年後に進捗状況や計画との差異を検証して残りの1年2年を立て直すといったことが必要ではないか。
- 他の県に先がけて宮城県はワクチン接種終了しているから安心して来てくださいという方法もあるのではないか。
- 横の繋がりを構築し、市町村や業者ごとにいろいろな情報交換をネットワークでできないか。

#### 事務局

- 取組の実施状況については毎年度、報告することとなっている。その中で、取組の実施状況などを分析・検証していきたいと考えている。  
取組の目標指標に対する進捗状況について、場合によっては目標指標の再設定といったことも状況に応じて取り組んでいきたいと考えている。
- 情報の共有については、情報発信や共有というのは県としてできる部分。安心安全の取組については、優良事例をホームページや YouTube を活用して発信している。こういった取組を今後も行いながらそれぞれの取組を支援していきたいと考えている。
- ワクチン接種の完了時期については他部局の話になるが、報道されているとおり大規模接種センターが設置され、接種が進んでいる状況。まずは高齢者の接種を7月末までに完了することを目指しており、それ以外の方の接種時期については未定となっているので、1日も早く接種完了するよう対応していくとのこと。

#### 大沼委員

- 見通しが立たない中、ワクチン接種がもっと進めば日本全体も落ち着いてくるかと思うが、現時点で感じることはコロナ格差について。良いところは良いが、悪いところはどんどん悪くなっている状況がこの先も続き、また資金力で、どんどん格差が出てくるという心配がある。こういった場で良い作戦などを見出せたらと思う。
- 感染対策として消毒、サーモカメラなどきりがなく、資金が追いついていないという話も聞く。支援が無いとやめる人が増えるのではないか。

#### 事務局

- 対象となる事業者が宿泊事業者に限られてしまうが、国から宿泊施設に対して、感染防止対策の支援策が新たに講じられたことから、県としても5月末の県議会の臨時議会に向けて、感染症対策に関する支援を講じられるように現在調整を進めている。

#### 富谷委員

- これまでやったような宿泊プランの支援事業など、早めに事業者に示してもらえると事業者側も色々な準備など、並行して動きやすい。

#### 太見委員

- 富谷委員や大崎委員からお話があったように、情報共有やコラボレーションしていく必要性をととても感じる。今後コロナがどうなるかわからない中、誰かに頼ることができなければ自分で動くしかないが、自分で動けない方もいる。
- 今日のようなかきこまった場ではなく、もっと気軽に、もっと近い距離でコミュニケーションをとれるような場所を提供してもらえると、なにか課題解決のヒントを得ら

れるのではないか。

**富谷委員**

- デジタルマーケティングの部分に関して、DMOの方などいろんな方が必要かと思うので、例えば人材バンクのようなものがあると、事業者も取り組みやすいと思う。そういった新たな仕組みがあると今までと違ったアクションが取れるようになり、アフターコロナの世界をしっかりと創れるのではないかと思う。

**小松委員**

- 今動いているお客様は最も親しい方と少人数で宿泊をしていて、ほとんどが2人連れという状況。ワクチン接種が広まっても、恐らくすぐに団体旅行は復活しないのではないか。基本は2人連れ、家族連れのお客様となり、団体旅行としては修学旅行が一番最初に復活するのcaと思う。
- 5期の戦略プランを作成するにあたっては、2019年以前のような客層を特定しないプロモーションではなく、今どういうお客様が動いているか見極め、どういったお客様をターゲットにプロモーション活動するのかということをおある程度絞り込む必要がある。

**事務局**

- コロナに伴う行動変容により、観光の仕方が夫婦や小グループになってきているという変化のポイントは踏まえていかなければならない。
- 教育旅行についてはマリンスポーツや漁業体験といった体験プログラムの展開を行いながら、コロナの影響で元々関東へ行っていた北関東方面の小中学校が東北に向ってきているという転機とも見て取れるので、関係者と連携して取り組んでいく。

**報告（1）圏域の取組について 事務局説明後**

**加藤委員**

- 昨年の「仙台・宮城すずめのお宿キャンペーン」のような、県民限定の企画、プランを作っていたら、落ち着いてきたら東北、新潟を含めていくような対応をしていたらきたい。

**鈴木委員**

- 2月の地震、3月の宮城県でのコロナ感染者数の急増により、7月くらいまでの教育旅行はほとんどキャンセルとなった。本来なら5月6月は関東方面、北海道方面からの修学旅行生の多く訪れる時期だが、ゴールデンウィークもかなり動きが悪かった様

子だったので、域内観光に力を注いだ方がいいのではないかと思う。

- 今はワクチン接種後にどのような方向性に向かうかというところが一番の関心事だと思われるが、域内観光を促進しながら、長期戦略としてインバウンド向けの情報発信をしていけば良い方向に持って行けるのではないか。

#### 大宮司委員

- デジタル化として、例えばこの会議でもタブレットを使用して資料を見るとか、デジタルに対して恐怖心を持っているような商工会や企業を対象にし、使用できるソフトが限定されたタブレットで宣伝や SNS アップをやっていただくなど、まず体験してもらってはどうか。
- 略語やカタカナ語の定義が共有できているだろうか。「シビックプライド」という言葉も、もともとの意味と日本で使われている意味が変わっている。
- デジタルのものにアクセスしにくい年代層に対して、デジタルに関する突破口、敷居をもっと低くし施策に落とし込んでいただきたい。

#### 武田委員

- 資料には横文字が多く、意味も調べて出てくるものと違うことも多々あるので、読み込むのが難しかった。わざわざ横文字を使用しなくても表せるのではないだろうか。
- デジタルはよりよい生活をするためのツールであるが、なかなかついていけない年代も結構いる。お年寄りでもわかりやすいデジタル化をお願いしたい。
- コロナが収束する時のことも考え、柔軟な考えで上手く対応し、発展するように動いていくのが良いのではないか。

#### 馬場委員

- 直売所はオープンして3年目を迎えるが、オープン以来ずっと順調で、数字は伸びている。田舎で人がいないから安心してお買い物に来ている様子。ただ、今年オープンしたフードコートについては苦戦している。アクリル板や消毒などは設置しているが、混雑時にはお客さんは入ってこない。テラス席で食べる方も増えているので、そういう状況に対する作戦も必要。
- お店をバックアップしてないと、コロナが収束したときに、行くところがなくなる。オープンしたばかりで実績のないところにもフォローが必要なのではないかと思う。
- ほとんど毎日 SNS での発信を行っている。お客さんからの評判も良く、口コミでどんどん広まっていく。シルバー層はスマホを持ってないかもしれないが、SNS を見た人からの口コミで広まっていくということもあるかと思う。

#### 太見委員

- デジタルに関して、積極的に学んだり、学ぶ機会を県の方で用意していただいたり、

できる人に頼むというのもあるかと思う。それぞれの目線でできる人がいるので、そういう人に頼って徐々に時代に沿っていくこともできるのではないか。

- 2月の地震被害を受けて、防災キャンプというプログラムを作ったところ全国からの問合せがあった。今ある観光資源をどう工夫し、付加価値をつけるか。圏域が向かうべき観光の方向性を創るきっかけをこういう場で学んだり、また、工夫の仕方であれば我が社の成功事例も失敗事例も紹介できる。