

令和3年度第2回みやぎ観光振興会議（全体会議） 委員発言要旨

1 各圏域会議で出た主な意見等

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）

- 厳しい状況が続いているが、ここで歩みを止めず、ポストコロナを見据えて、受入環境整備を継続するとともに、多彩な観光コンテンツを地域住民と協同して育てていく機運を高めることが重要。
- 策定したプランを具体的な戦術に落とししていくために、プランの考え方を市町村や県民としっかり共有し、連携して取組を進めていくとともに、民間の主体的な取組を行政が支えながら、新たな人材育成を進めていくことが必要。
- 圏域の方向性、取組としては、これまで関係者と連携して取り組んできた広域連携による「みやぎ蔵王ブランド戦略」の更なる展開や、蔵王ジオパーク構想などと連携した地域の食と観光のブランド化、豊かな自然を活用したアドベンチャーツーリズムなどの体験型観光コンテンツの造成など、圏域の関係者が一体的に取り組むべきという意見があった。
- 長期的には、教育現場における子どもたちの地元愛醸成や地域住民による地域資源発掘や理解の促進など、地域の観光を支える人材育成を行いながら、観光による持続可能な地域づくりを目指していくという意見があった。

仙台圏域代表 林委員（仙台ターミナルビル株式会社）

- 観光関係事業者や交通インフラ事業者、行政等が情報共有や意見交換等連携していくような仕組みづくりが必要。
- 地域の人を楽しめるような観光地に磨き上げることで、訪れる方も満足していただける観光地となるのではないかと。さらに、震災遺構やサイクルなどのスポーツ、海のマリンレジャーなどを総合的に磨き上げることも必要。
- 身近なSNS等を効果的に活用し、戦略的に情報発信を行うことが有効。
- これまで実施してきた仙山交流について、高付加価値化を図ることが、今後の交流を深めるために重要となる。
- 中長期的には、圏域内の観光資源をアピールするだけでなく、宮城県全体で「安全・安心」という情報を高品質かつタイムリーに、継続して発信していくことが必要。

大崎圏域代表 遊佐委員（NARU-GO！再生プロジェクト）

- 圏域の観光の現状として、コロナの影響も重なり、団体のお客様から個人旅行にシフトしたトレンドに十分対応できてない。また、世界農業遺産や大崎耕土、泉質が多彩な温泉などの豊富にある観光資源を活用しきれず、魅力を効果的に伝えきれていない。
- 長期滞在や周遊を促す体験型メニューの磨き上げや造成、旅行者のニーズやターゲットに応じた情報発信のほか、観光DXの促進、IT人材の確保や育成、圏域の観光資源を結びつける関係者と一層の連携強化が必要。

- 圏域の方向性、取組としては、三陸縦貫自動車道の全線開通や感染症の長期化によるマイクロツーリズム活況を契機として訪れた観光客に対し、SNS等を活用し、圏域の魅力の発信をしていくべき。
- 鳴子温泉街の閉鎖したホテルや空き店舗等の撤去や利活用などを進めながら、長期滞在に向けた温泉街への変化やワーケーション等に適した環境整備が重要。さらに、世界農業遺産としての強みを生かし、教育旅行や農泊の受入体制の強化が必要。
- 中長期的には、外から来た方への定着に繋がるような空き店舗の利活用や世界農業遺産と観光・食・農の連携強化のほか、地元の人・伝統・暮らしにスポットを当てることによる、地元のシビックプライドの醸成が必要。

登米圏域代表 鈴木委員（一般社団法人登米市観光物産協会）

- 圏域内には、都市部で生活する人々には普段見ることができない農業・畜産業・林業などの体験が数多くあるので、それらを複合的に結び付けながら体験型観光コンテンツを造成していくことが必要。
- 「おかえりモネ」をきっかけに認知度が高まっている圏域の魅力を更に深く知ってもらうとともに、歴史や文化など各分野に興味がある方を対象としてコアな情報を発信し、旅行者の増加につなげていくことが必要。
- 感染症の完全な収束が見通せないことから、新しい生活様式を踏まえた感染防止対策の徹底を図るとともに、旅行者のニーズに応じたキャッシュレス決済システムの導入など、旅行者に選んでいただける観光地づくりを進めていかなければならない。
- みやぎ県北高速幹線道路や三陸縦貫自動車道と東北縦貫自動車道を結ぶ県北の横軸が完成し、宮城県北と岩手県南の主要都市間のアクセス時間が大幅に短縮されることを生かし、圏域内の観光地を周遊する仕組みづくりが重要。

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）

- 感染症により取り上げられたマイクロツーリズム需要の継続的な取組に向けた観光コースを確立すべき。圏域では「適疎」という概念を提案しており、これは安全・安心の概念にもつながっていく。
- 地元の人が地元のよさを知らないことがたくさんあるので、シビックプライドの醸成と強化に取り組むとともに、圏域の歴史的な魅力を再発見するための観光資源の面的な整備が必要。
- 東日本大震災以降につながった地域との新しい交流の強化を図ることで、関係人口等の創出や強化を図っていくべき。
- 圏域では実証実験として「石巻MaaS」を実施しているが、それを実験だけに終わらせず、地域にどのように落とし込んでいくかといった点に取り組むことで、デジタル化及び交通問題の解決につなげるべき。
- 農林水産省で提唱している「セーバージャパン」に認定されたことから、地域の食文化をブランド化し、海外に情報を発信していくツールとして活用していきたい。
- 圏域の商店街や工場など、日常的な暮らしの中にある体験プログラムをシステム化する

- とともに、サイクルツーリズムなどの新しい視点からの観光推進に取り組むべき。
- 地域の飲食の場にスポットを当てて、いわゆる「夜時間」をどのように楽しめるかということ充実させることが滞在時間の向上につながるため、今後強化を図るべき。
 - これまでは「防災」に焦点を当てることが多かったが、今後は「SDGs」という新しい観光キーワードをプログラムに落とし込んだ商品開発をするとともに、それをベースとした教育旅行の誘致に力をいれていくべき。
 - 圏域ではこれから運動公園や陸上競技場等が整備されていく予定であるため、これらに対応したスポーツツーリズムの誘致に取り組むべき。
 - 圏域では新しい公園や文化施設が完成しているので、これらを活用したアートツーリズムなどの新しい要素に取り組むべき。

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）

- 感染症の影響により、苦しんでいる事業者が多いため、回復戦略を重点的に進め、回復がしっかりしてから成長戦略につなげるべき。
- 観光の担い手の育成については、非常に重要な視点であるが、中間案の中では弱いので、育成につながる具体的な施策や方法論を織り込みながら、より強く加えて欲しい。
- 新しい生活様式やビジネスモデルの施策として、SDGsを理念として掲げた地域観光の商品化を進めていくことが重要。
- 観光客の滞留性や周遊性を向上させるため、圏域の交通アクセスの改善が必要。三陸縦貫自動車道は開通したが、二次交通をどうしていくかが長年の課題。また、県や地方振興事務所の事業者との連携が非常に重要だが、圏域では「接続交通検討会議」を設置し、関係者と一緒になって解決策を探っていこうという方向になっている。
- マイクロツーリズムの視点として、例えば県南と気仙沼・本吉圏域の相互交流は潜在的な需要が多いため、継続していくべき。
- SDGs観光の視点におけるアドベンチャーツーリズム等の取組については、観光客の皆様にとっては体験を通して地域に触れていただくこと、地域の皆様にとっては地域が整備されるとともに関係性が構築されること、事業者にとっては多くの観光客がいらっしゃるという「三方よし」の方向で継続して取り組みたい。

2 議事（1）第5期みやぎ観光戦略プラン（中間案）について （各委員等からの意見）

青沼委員（宮城県バス協会）

- バス業界の現状として運休や減便が増えているが、コロナ禍ということだけではなく、運転手が不足しているという実態がある。
- これまで雇用調整助成金などの金融支援などが有効に機能しているが、これがないと困るといったような「麻薬」に変わろうとしている。再生するための施策を同時に進行しなければならない。

- ビジネスモデルの転換の促進は必要であるが、観光施設の中にはトレンド等に対応できていない施設もある。積極的に変わろうという施設には大いに応援すべきで、変わりたくとも変えられない事業者には変わるためのコンサル支援など、きめ細やかな支援が必要。
- 二次交通の整備については、利用者が圧倒的に少ないため、本数が少ないことや接続が少ないことはある意味仕方がない。二次交通を新幹線や列車等の一次交通と同列に捉えて考えていく必要がある。二次交通の利便性向上ではなく、「広域でのMaaSの充実強化」といった表現にすべき。
- ホテル等の過ごし方が変わったとしても、温泉街の街並みや歴史は変わらないため、景観等を保存する取組が重要であるが、それらの投資が非常に遅れている。

杉尾委員（全日本空輸株式会社）

- 成長戦略に掲げている観光消費をいかに拡大するかという観点が非常に重要。コロナ禍のため、マイクロツーリズムから進めていかなければならないが、マイクロツーリズムの観光客のみでは、お土産や飲食・物販等の拡大には限界があるので、いかに圏域外からお客様をお連れして、観光消費の拡大につなげていくかが重要。
- 観光客だけではなく「三方よし」と感じられるような観光地づくりを目指していくべき。

櫻井委員（株式会社ライフブリッジ）

- 「稼げる観光ビジネス」がなければ、観光を学んだ学生等の働く意欲がわからない。まずは事業の高付加価値化によって稼げる観光ビジネスを創出していくべき。例えば英語などを「掛ける」ことによって、価値を高め、一人にかかるお金を高めていくことが必要。
- 県内にも外国人が住んでいるが、彼らを観光で活用していくべき。ネイティブの方々なので、観光の知識さえあれば、しっかりとしたガイドとして活躍できる。
- ワーケーションについては、県もプログラム造成など支援をしていたが、これを更に強化していくことが必要。

佐藤委員（宮城県ホテル旅館生活衛生同業組合）

- 若い人たちの将来が、夢と希望に燃え立たせるような観光戦略を進めていかなければならない。観光業界は単なる宿泊のみならず、例えばレジデンスを備えるなど、新しい視点を進めていかなければならない。
- 感染症の影響がいつ終わるかは予想ができないが、潜在的な需要は高いと感じている。「観光ビッグバン」のように世界中の人々が動き始める局面というのは突然現れる可能性があるため、今活動する中で多くのプログラムを積み上げていく必要がある。
- 宮城県が率先して仙台市と手を組みながら仮想空間などのメタバースを創り、仕組みを作ることができれば非常に大きな形になっていくのではないかと。

- 災害協定を宮城県と結んでいるが、それを生かしていかなければならない。避難所に何があっても、その地域の観光地にどれくらいの人を受け入れられるか、交通はどうなっているかなどを把握するために、ITを活用していくべき。
- 外国人材にある程度頼らなければ産業として成り立たなくなっていく可能性がある。高等専門学校の外国人などしっかりと関係を深めていく必要がある。
- 今後産業を発展させていくためには、単に経験や勘、度胸に頼るのではなく、データに基づいた地域商品を開発しなければならない。しっかりとエビデンスに基づいて考えていく必要がある。

陳内委員（東北芸術工科大学，内閣官房：クールジャパン地域プロデューサー）

- みやぎ観光回復戦略では、「デジタル変革を進める」と明文化されていたが、それが弱まっているように感じられる。次期プランで「進んでいる」と評価されればよいが、具体的な手法論が手戻りしてしまったと判断されないか危惧している。
- デジタルを活用すれば、エビデンスに基づく政策決定が可能である。関係者全員で施策の取組の効果をタイムリーに検証できるようなダッシュボードを創出すべき。
- 宮城県のデジタル変革が進んだのかという数値を検討すべき。県民や関係者などが数値等の振り返りができるよう予算措置していくことが必要。

岡崎委員（仙台国際空港株式会社）

- 政府として非常に厳しい水際対策をしているが、諸外国の対応に応じて、急に大きく変わる可能性があり、それに向けた備えという視点が戦略に落とし込まれていないのではないか。
- マイクロツーリズムは、県内、国内、海外と順番通りに動くわけではない。水際対策が緩和されれば、一気に外国人が増えていくので、いつまでもどのような備えをしていくか戦略的に検討していくべき。
- 「地域の住民に愛される観光地」という視点は、言葉では分かりやすいが非常に難しい。自分たちが住んでいる町のことは自分たちが一番知らない。具体化するには、県外に就職した人たちに「同窓会」等を開催するサポートをすることで、故郷に帰ってきてもらうといった戦略をしていかないと、そもそも地元に戻ってこない。
- 教育旅行が観光の切り札に捉えられがちだが、今後「探究」という授業が高校で始まる。その結果として教育旅行はこれまでの団体バスが何台も連なってくるものではなくなるので、教育旅行を誘致すれば人がたくさん来るといった時代ではないと思われる。

紺野委員（東北観光推進機構）

- 観光庁の予算も変化してきており、プロモーション予算がほとんどなくなり、「地域づくり」や「観光の素材づくり」などにシフトしてきている。観光産業の厳しい状況が続いているが、行政、地域、事業者が一体となって、国の予算を取りに行く必要があるのではないか。

- 東北全体の平均宿泊数は、国全体の平均よりも低い。国内の観光需要は簡単には増えないことを考えると、長期滞在を促す仕組みをどのように構築していくかという視点を計画に落とししていくべき。
- 将来を考えていくと、プロモーションは単県でやっていくのは厳しい。東北あるいは隣県と連携していくことが、誘客という大きなキーワードとなる。

村上委員（日本旅行業協会）

- 感染症の影響により、関東方面の修学旅行が東北地方へ変更となっている。大変厳しい状況が続いているが、チャンスでもあるので、まずは学校の方に「東北に行こう」という気持ちを根付かせることが必要。宿泊施設や交通事業者等からお出迎えやおもてなしを一生懸命していただいたことで、教育旅行を実施した学校からも高い評価をいただいている。
- 一方で、教育旅行の情報が過多になっており、現場の職員がどの地域を選んでいいかわからない状況も発生している。教育旅行の体験メニューや素材など何らかの形でまとめた上で、それを教えていただける機会があれば、業界の若いセールスマンに勉強させながら、東北に興味関心を持っていただける機会を増やしていただきたい。

張委員（リトル台湾in仙台）

- 今後外国人の渡航が回復した際に、宮城県を選んでもらうため、保健福祉との連携は非常に重要。例えば外国人観光客に対応できる医者などの情報も事前に把握できていたら、安心できるのではないかと。外国人にとっては言葉が通じないことがとても不安となるので、言葉が通じる医者の情報もあれば安心度は増していく。
- 古い宿泊施設等を撤去していく話があったが、撤去する前に、残された建物で何かできないか検討していくことも必要。
- ほかの地域を知ることによって自分の住んでいる地域を知ることとなるので、インバウンドだけでなく、アウトバウンドもシビックプライドの醸成には重要。相手の国から誘客するだけでなく、他の国や地方の理解を深めるとともに、総合的な交流をしていけば、何か大きな変化が起こるのではないかと。

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）

- タイの政府観光局の代表の方が気仙沼市に訪れたが、タイもスマトラ沖地震津波の大きな被害があった。気仙沼の震災の伝承等について体験していただいたが、このような相互交流は非常に大事な視点だと考えている。
- 宮城県は「食材王国みやぎ」と言っている割には、戦略の中に食に関するものが盛り込まれていないのではないかと。「ガストロノミー」という言葉があるが、単なる食だけではなく、そこに関わる文化や地域などの要素が入ることから、SDGsの視点にもつながる。

堀切川座長（東北大学大学院工学研究科）

- コロナが収束した後、地域の道の駅などにふるさと納税返礼品コーナーを設けたらいいのではないかと。地域で購入した物産等を返礼品として用意することで、地域と観光客とのつながりが期待できるので、ふるさと納税返礼品をブランド化する事業を市町村単位で実施することを検討して欲しい。
- 長期滞在の意見があったが、「観光」と「移住」の間の視点があるとよい。「プチ移住型長期滞在観光」のようなキャッチコピーで、いずれ宮城県に移住してもらうための観光戦略があるとよい。
- 基本理念の「新たな観光のステージを見据えた」と「自ら潤う観光地域づくり」と記載している「新たな」と「自ら潤う」がわかりづらいので、例えば「地域に根差しDXやインバウンド時代に対応できる、質の高い持続可能な観光地域づくり」などとわかりやすくすべきではないか。

3 その他（会議終了後委員からいただいた追加意見）

大川委員（東日本旅客鉄道株式会社仙台支社）

- SDGsの視点や体験型メニューをどのように交通事業者の持つ機能と結び付けるか、真剣に考えるべきだと感じた。
- JRとしては、首都圏と東北を結ぶインフラを持っているため、宮城を含めた東北に目を向けてもらうことは重要な課題。食や地産品を通じて首都圏でのプロモーション等で連携することは、将来の観光にも大きく寄与すると考えられる。
- 新幹線を活用し、地元産品の輸送やそれを活用したターミナル駅での産直市にも取り組んでいるので、今後も発展させていきたい。