

令和6年度第1回みやぎ観光振興会議仙南圏域会議 議事概要

1 開 会

2 挨拶

3 議 事

- ・議事（1）第5期みやぎ観光戦略プラン圏域施策の方向性の具体的事業の進捗状況について事務局から資料1-1により、市町の取組については資料1-2により、市町観光担当課長等から説明

→委員からの質疑なし

- ・議事（2）第6期みやぎ観光戦略プラン圏域施策の方向性の具体的事業の進捗状況について宮城県経済商工観光部観光戦略課 松本担当課長から資料2により、「第5期みやぎ観光戦略プランの現状と課題」「第6期みやぎ観光戦略プランの骨子案」について説明

→【意見等】

（大沼委員）

- ・（資料2 4ページ）第5期みやぎ観光戦略プランの現状と課題②に関し、「仙南圏域会議」であるので、圏域の現状と課題の資料は、仙南圏域のものを示してほしい。
「3 本県の観光の現状・課題」で、合計はH31年比95.3%であるが、仙南圏域では88.7%、仙台圏域では98.0%である。例えば仙台圏で105%になれば、地方を飲み込んでしまう。宮城県全体で伸びたといっても、実は仙台圏域の伸びだった、という事が見えないので、圏域単位の分析が必要である。
- ・外国人の観光の在り方は、観光は観光として松島や蔵王を日帰りで見、宿泊は仙台のホテル、飲食も仙台という形が大半を占めている。宿泊客が仙台圏域以外に流れるような施策をお願いしたい。

（佐々木座長）

- ・東北観光推進機構が構築した東北観光DMPを活用するなど、仙南圏域の施策について、データを元に戦略的に考えることが重要。
- ・インバウンドは、基本的には仙台空港から仙南に入る。宮城県に泊まっているかは把握していないが、東北を周遊し、ショッピングモールで買い物をして空港から帰るところ、帰る前に宮城県でもう一泊してもらおうと、県南の強みがあると思う。

（嶋崎委員）

- ・日帰り観光、短期滞在が多いのは、高いお金を払ってまで行きたいと思う場所、食べたいもの、見たいものが少ないことに尽きるのではないかと。半日や一日で回り切れないほど魅力的な場所が多ければ、宿泊して滞在する。プロモーションもよいが、魅力的な場所を地道に増やしていくことが、やれることではないか。
- ・宿泊税については、賛成でも反対でもないが、一旦県の事業を全部やめて、その代わり宿泊税もとらないのも一案かと思うことはある。極論だが、一旦やめてみたら、これまでやってきたことの効果が見えてくるのではないかと。
代わりに、新たな事業を始めてみたい、やる気のある事業者を育てることが、仙南の魅力アップにつながるのではないかと。

(佐々木座長)

- ・最初に話のあった、高いお金を払っても行く場所を作っていくことは重要。仙南には蔵王の方にリゾートが進出するとか、そういう流れに乗り遅れないで、先頭に立ってやってくれる方が、どんどん増えてくるとよい。

(伊藤直美委員)

- ・修学旅行等教育旅行の受入れや連携相手として、台湾を視察する機会があり、台北は楽しいコンテンツが多く、また、台湾の各地域に独特の文化があり、魅力的であると感じた。
台湾の学校の教育旅行を受け入れる場合、仙南圏域にも甲冑体験など、外国人にも魅力的な体験があるが、台湾の高校生等にとって効果的な学習体験ができること、20～30人程度の人数が体験できるところがポイントになる。
今後、PSMCの工場進出などにより、宮城県全体で台湾との交流が盛んになると思われるが、生徒にとっては、交流のため語学を学び、相手の国の歴史や文化を学ぶことで、日本や宮城県を振り返るといった学習のきっかけになる。

(佐々木座長)

- ・仙台空港に到着する外国人はほとんどが台湾からと思われ、県南が率先して教育に生かしていくことは重要。
- ・台湾には日本が作ったインフラが多いので、台湾に行って、逆に日本の古いことを学ぶということもできるので、意見交換できればよいと考える。

(一條委員)

- ・OTA（インターネット上のみで取引を行う旅行会社）との情報交換で、特にゴールデンウィーク以降、お得に旅をしたいという動きが顕著である。値引きクーポンがあると一斉に売れる。若年層だけではなく、幅広い年齢層がクーポンに反応している。クーポンがあると一斉に売れるが、単価が下がってしまうと元も子もない。宿泊者数が減ったとしても単価が上がれば利益は出せる。高いお金を払っても行きたいと思わせるレベルに自分のところをもっていくという考え方にシフトしなければならないと考えている。
- ・旅行の前提条件が変わっている。以前は旅行に行こう、宴会に行こう、というだけで人が集まっていたが、コロナ禍以降は、自分たちらしい旅、自分たちに都合よくカスタマイズできると、料金が高くても選ばれる。ファスティング、スリーピングツーリズムなど、宿泊業としても、全部を取り入れなくても、自分たちの強みをどこに持っていけるかを考えなければならない。
- ・「宮城つながり応援」という取組をX、Facebookで展開しており、共創企業として参加している。このために7月からXを始めたが、表示回数が1日に1万回など、SNSの発信力を感じた。国内や海外、また年代層も分けながら、会社にもSNS担当者を置き、地道に発信している。自分のところの強みを再確認して磨きなおす、また弱い点をどうするかということを、今までは経営者目線でやっていたことを、組織として対応することを考えている。委員の皆様方や県とうまく連携すれば、地域が強くなっていくと考える。
- ・宿泊税には反対だが、強固に反対したところで事は進んでいくだろう。反対に、それを使って何ができるのかを冷静に考えていく。観光のためになるのであれば、宿泊税を払ってでも行きます、とお客さまが言っただけのことを考えていく。徴収方法もいろいろ大変だが、前提条件が変わってきているので、宿泊税に反対の立場であるが、世の中の変化に柔軟に対応しなければならないと思っている。

(佐々木座長)

- ・人口減少、経済状況の悪化といわれているが、企業の内部留保や個人のストックは増えていて、高付加価値の商品が売れるということもあるのかと思う。
他県だが、経営の厳しい温泉宿にブランディングを行う企業が支援に入ったところ、劇的に回復した。うまくいったモデルが一つあると、地域に波及していく。委員から力強いお言葉があったので、県南でも、一つ高付加価値のモデルを作ると、よいイメージができる。やはり戦略が重要であると認識した。

(田村委員)

- ・仙南圏域の最近の動向として興味深いのは、外国人が蔵王遠刈田地区貸別荘に年間4万人訪れている。欧米と台湾のおそらく富裕層。成田空港からレンタカーを借りて訪れる人もいる。地域で食事をとり、商店街で買い物をし、周遊する。そういった動きがここ数年で伸びている。豊かな自然や食を魅力を感じる、オーバーツーリズムを嫌う方々が来ていると思われる。
欧米の方は歩くことを好むことから、わらじで歩こうセケ宿など、伝統的なイベントが富裕層には好まれるのではないか。
- ・次期プラン骨子案に、「地域資源を活用した“地域ならではの”観光コンテンツの造成」とあり、重要である。
仙南圏域は道路のネットワークがよく、山、川、湖、温泉があって、丸森町にはここ5年ほどで移住者が160人と、県内トップクラスの移住者数である。実態として、「いいな」と思って来てくれている人がいる。これを強みにして、仙南の観光を戦略的に考えていきたい。

(佐々木座長)

- ・体験型のコンテンツが富裕層に受けている。この圏域会議を通じて、地域が連携していくことが必要。
- ・外務省の国際基金の東京、東北、関西、京都を巡る復興観光のツアーで、石巻と南三陸を案内した。
県北の沿岸部以外にも、県南のコンテンツももっとあるのではないか。

(村上委員)

- ・連携の重要性を感じている。
道の駅オープンから28年、遠刈田温泉や各地に行きたいとの問い合わせが多く、観光客は色々周遊していることを感じる。次期プランの骨子案「本県の観光が目指すべき姿」で「県内の隅々まで観光客が訪れる観光地を目指します」とうたっているが、観光産業の持続的な発展を目指すということが重要性を帯びている。
各市町、団体の事業、計画見ると、お客さんと呼べる施設や事業が多いが、単発である。
もうすこし、連携できる施策を仙南独自でできれば、お客さんにとって面白味のある周遊になると考える。

(佐々木座長)

- ・宮城県は、旅行誌の「るるぶ」で、タイトルが都道府県の名称になっていない県の1つ。るるぶ宮城ではなく、仙台、松島。
蔵王の名前は強いが、PRの媒体に「県南」や「仙南」を意識的に打ち出さないと、黙っていても観光客は来ない。仙南圏域はすごく可能性があるが、首都圏の人は情報を得にくい状況にあるということを意識した方がよい。そこをどう戦略立てていくかが大事であり、まとまって売りに行くことも一つの手だと考える。

(佐藤委員)

- ・周遊促進に向けた交通手段の確保について、青根温泉の奥の方は交通手段が少ないので、県外の方はレンタカーを使われるが、新幹線代とレンタカー代の負担が大きい。
借りる時間が長ければ長いほど割引額が大きくなるレンタカーのキャンペーンがあれば、宮城県に少しでも長く留まる気持ちになるのではないか。

(佐々木座長)

- ・レンタカーはもちろん、交通手段について何か考えることは、戦略上重要。

(安倍委員)

- ・宿として、旅のコンシェルジュを心がけている。ここに行ってみて、ここで食べて、と提案する存在と思っている。
- ・5月以降、客の流れが悪くなっていることを感じる。インバウンドといっても、仙台方面に宿泊して、日帰りでキツネ村に行くが、温泉街は通り過ぎてしまう。
- ・宿としては、コロナ禍以降、必要なもの不要なものを選別し、サービスのやり方が変わってきている。人の使い方を考えながら、人材不足に対策している。かけるところはかけなければならないという宿の使命がある。
- ・薬草の産地の宿に宿泊した際、薬草を使った料理や乾燥させた薬草をお風呂に入れて、薬膳としての効果を謳っていたが、商売のひとつと感じた。今まで、ヨモギやドクダミは草刈りが大変と思っていたが、見方を変えれば価値があるのだと思う。
- ・季節に応じた飾りつけをすることで、1度来た方が、別の季節に訪れた時にまた違った印象を持ってもらうことを意識している。
- ・折角の機会なので、宿とどこかのコラボなど、マッチングの提案があれば、ぜひ協力したい。

(佐々木座長)

- ・マッチングをKPIにすると、委員の皆さんも会議に出席するメリットが出てくるのではないか。
- ・戦略を作る時に、行政のものと民間のもの、プレミアムなもの、リーズナブルなもの、ミディアムなものをしっかり分けて戦略する必要がある。
- ・女性の皆さんが、お金を出してもいいと思うものが、本当にいいものではないかという見方もあると思う。

(小野寺委員)

- ・プレミアム、ミディアム、リーズナブルにわけて戦略する必要があるという話があったが、社で運営している直売所で、商品の価格を上げたいと思うが、週末は観光客、平日は地元の方が多いので、価格の設定が非常に悩ましい。
- ・宿泊と物販では状況が異なると思うので、同一に考えるのではなく、業態に合わせたことができたらと考える。
- ・次期プランの骨子案について、担い手の確保に関しては、資料2 6ページ「5. 観光戦略プロジェクトに基づく県施策イメージ」の、施策2-1の主な施策イメージとして「人材マッチング、定着支援（観光版ジョブフェア、プロフェッショナル人材派遣）」となっているが、デジタル化はどうなったか。お金の投資が発生するところはあるが、やらざるを得ない、やっていかないと回らないというところが、いつの間にか消えていると思った。ぜひデジタル化にも取り組んでほしいと思っている。それ以外は概ね、県の状況や仙南の状況から納得できるものと考えている。

(佐々木座長)

- ・デジタル戦略もいずれプランに出てくるのではないかと。プライシングは、学生たちも悩んでいる。高い値をつけておいて割引するなど、色々なやり方があるが、適正価格で売るということは大事。今後も情報をお願いしたい。

(小野委員)

- ・丸森観光案内所に勤務し、丸森町の観光の目的は、町を知ってもらって、訪れてもらうきっかけ作りを念頭に置いて考えていた。さらに、知っていただいて、住んでもらえるようになれば一番よいと考えていたが、今日の会議を通じて、町の観光とは違う視点で、宿泊業や、旅行業で経済を回すことが目標にあって、観光戦略プランが作られていることを感じた。今後、我々の地域の方でも、そういったものを考えつつ、進んでいきたいと考えている。

(佐々木座長)

- ・丸森は交通の面で不利なところもあるが、その中でさらに良いものを作っていられることに期待している。

(大宮委員)

- ・骨子案では、具体的な施策のイメージが出てきたと感じた。
資料2 6ページ「5. 観光戦略プロジェクトに基づく県施策イメージ」の、施策1-2の主な施策イメージ、コンテンツツーリズムの推進は以前から出ていたが、「バス等を活用した県内周遊促進」は今回が初めてではないか。
施策3-1の主な施策イメージ、特に2の「観光地の周遊促進に向けた交通手段の確保」も、今回新規として挙げられ、交通事業者として該当してくるところ。
「滞在期間中の利便性向上支援」については、Wi-Fi 整備や多言語対応は、弊社の車両に装備し、対応している。
- ・最近の観光客のバス利用について、仙台MaaS や東北MaaS のアプリを使って、出発前から計画を立て、船、飛行機、電車、バスのチケットをMaaS で予約・決済し、観光地に向かっている。
弊社の西部ライナーでは、MaaS の利用が以前は1%に満たない程度であったが、最近では10%程度まで上昇しており、旅行者が利便性を感じているのではないかと。
各コンテンツをつないで県南圏域を結ぶ、レンタカー等を含めた連携MaaS づくりやデジタル化は、お客さんにも事業者にもメリットが大きいと考える。

(佐々木座長)

- ・今の学生たちも携帯一つで旅行に出かけていくので、紙媒体もよいがデジタルで連携していくというアイデアは重要。

(渡部委員)

- ・コロナ禍では、キャンプはブームであったが、現在は運営するキャンプ場の利用が昨年度より10%減となった。
- ・蔵王天然水のとれる長老湖でSUP体験を実施しているが、キャンプ場の宿泊で、体験料の割引があると、利用者の反応がよい。
SUP等の体験コンテンツにより七ヶ宿町での滞在時間が延びることで、町内での食事、入浴など周遊に広がりが見えている。
- ・各委員から話のあった、組織的に動くことが大事であり、こういった体験ができる、こういった宿

があるという情報を共有して、観光客に紹介できるような関係ができるとよい。

(佐々木座長)

・最後に締めいただき、ありがとうございました。

■ 全体へのコメント（観光戦略課 松本担当課長）

- ・様々な視点から多岐にわたる御意見、叱咤激励をいただき、感謝申し上げます。
- ・佐々木座長のおっしゃる通り、やはり戦略あつての戦術であり、向こう3年間どうしていくのかということを進めていく必要がある。
- ・「つなぐ」が一つのキーワードになっていくと考えている。資源である観光コンテンツ同士をつないでいく、市町村間をつなぐ、地域と地域をつなぐ、仙台に来た方々をいかに県内の各圏域につなぐか、また、海外から来た人をつないでいくか。我々としても戦略を持ってプランの策定作業を進めていきたい。

■ 議事（3）みやぎ蔵王三十六景地域の逸品の推奨について ※事務局から資料3により説明
→委員からの質疑なく、3品目について推奨承認された。

■ 議事（4）その他

なし

4 その他

なし

(以上)