

第2回気仙沼・本吉圏域宿泊事業者部会

【日時】令和7年9月4日（木）午前10時から正午まで

【場所】宮城県気仙沼合同庁舎 1階 大会議室

【委員からの主な意見】

（1）施策1 戦略的な観光地域づくり

（（一社）南三陸研修センター 阿部委員）

- 滞在時間を伸ばす工夫や目的地型コンテンツ開発が重要との感想を持った。「ついでに寄る」というよりも「目的地とする」ようなコンテンツをみんなで開発して、連携しながら、地域づくりを兼ねながら、やっていく必要がある。
- 生成AIで観光モデルコースを提案してもらおうというのも一案。

（民宿砂子 川村委員）

- 漁業体験などは全国的に法規制が厳しくなり、中々個人で続けていくのが厳しくなっている。
- 当民宿の近くで映画「サンセット・サンライズ」のロケ地となり、ロケ地巡りや推し活に刺さるようなコンテンツづくりも効果的であると思う。
- ハイシーズンである夏はある程度宿泊客が入るので、スポーツイベントは開催時期をずらし、シーズンオフにぶつけてもらえるとうありがたい。

（小さな宿のん 中村委員）

- トレイル客が増えている。特にセクショントレイルだと宿の体験や食を楽しむ方も多い。トレイル上のスタンプを集めるというスタンプ帳を使ってスタンプラリーのように楽しむ方も多いので、ビジターセンターとの連携も必要。
- 特に事前にプランを考えてこず、宿についてから「明日何しようか」と考える宿泊者も多いが、南三陸町内に当日予約ができるコンテンツが少ないので地域全体で意識を変える必要がある
- 個人客が増えてきているが、団体客の誘致も効果的。その中でも学会。学会は仙台でばかり行っているの、地方での開催を誘致してみてもどうか。（南三陸町では「いのちめぐるまち学会」が11月に開催されとり、経済効果が高いとのこと）

（明海荘 村上委員）

- 観光モデルコースが少ないと思われるので作った方がよい。
- トレイル客はセクショントレイルと思われる方が多く、数日間食や景色を楽しまれている。気仙沼の「食べる」・「学ぶ」・「遊ぶ」については今まで以上の磨き上げが必要
- スポーツ関係の誘致は経済効果が高い。全国大会レベルになると選手だけでなく、家族や一般の応援の方も来られるので誘致していきたい。

（気仙沼セントラルホテル松軒 鈴木部会長）

- トレッキングを中心に政策を作ってはどうか。オルレは新コースも設定されており連携するもあり。国内外から認知度も高く、これらを取り扱う業者も増えてきており可能性を感じているので、県全体で力をいくこととすれば予算化もしやすいのではないかと。
- トレッキングの観光商品化にあたってはコースだけではなく、その中に食の魅力を入れるなど付加価値を高めることが大事。常に付加価値を意識しながら考えていく必要がある。

- イベントは、単発だけではなく次年度以降も繰り返し行われ、効率的な集客手段と言える。イベントもスポーツや音楽等様々なジャンルがあるが、近年「推し」に対する熱量が大きいので、そういうところも意識したい。
- 企業研修を社会的責任として取り組む企業が増えてきているが、気仙沼にはそれに見合うコンテンツ（防災教育等）が揃っている。企業の規模や予算に応じて、様々なタイプの宿泊場所も気仙沼にはあるため、企業研修には可能性を感じている。

（２）施策２ 周遊性向上のための二次交通対策

（大鍋屋本館 熊谷委員）

- 仙台は東北観光のハブであり、周辺地域への広がりや弱い一方で、気仙沼は宿泊地として選ばれる傾向が増していると感じている。その理由として、交通動向は従来の仙台→一関経由の交通機関を利用する形から、「縦の流れ」へと変化しており、東北6県全体での観光政策を意識する重要性が高まっている。

（小さな宿のん 中村委員）

- レンタカーの促進については、現状で自家用車利用者も多く、また、最近の若い世代は、そもそも免許を持っていない人も増えてきているので、レンタカー以外の交通対策も必要。そうすると一関から来ることになるので「横移動」についても意識したい。
- 南三陸のデマンド交通については（鈴木委員の話した気仙沼形式と異なり）、事前登録者が利用したいときにアプリで呼ぶタクシー形式ということもあり、利便性が高い。ただし、事前登録制なので観光客には難しい。
- 法改正がありライドシェアも広がりつつあるが、既存のタクシー会社への影響がないか懸念している。

（明海荘 村上委員）

- レンタカー客は増えているが、関東圏からでも自家用車で来る人も多い。
- 公共交通機関で気仙沼で来る人はそこからバスかタクシーになるが、タクシーアプリ（GOやDiDi）の対応エリア外で使えないので充実させる必要がある。
- モデルコースを作ることで、当該コースをタクシーでも回る客も出てくるだろうし、観光バスを運行させるのもよい。

（気仙沼セントラルホテル松軒 鈴木部会長）

- 交通手段は長年の課題。デマンド交通は気仙沼で過去に、市民も観光客も利用できる主要地点を結ぶ周遊バス形式で運用したことがあるが、観光客の利用はほとんどなかった。その理由として①周遊バスが故に行きたい時間にすぐアクセスができない、②観光客に周遊バスの存在を周知することが難しい、の2点が挙げられる。
- レンタカーの利用者が増えている。補助なのか別のサービス提供等がいいのか、やり方は考える必要があるし、安全問題もあるかと思うが、ここにコミットした政策立案が大事。

(3) 施策3 快適な旅行環境のための受入環境整備

(一社) 南三陸研修センター 阿部委員)

- 宿泊業は負担が大きく人手不足も課題であり、右腕のような存在が必要と感じた。
- 宿泊充実是一次産業や雇用、子供の夢にもつながると考える。地域づくりや観光施策は「楽しさ」が必要。関わる人や訪れる人が心地よく過ごせる場を意識して取り組む必要がある。

(明海荘 村上委員)

- インバウンド客が連泊する場合、2泊目以降は和食以外を希望される方が多い。特に家族連れの場合、子供が洋食を希望するケースもあり、インバウンド向けのメニューの開発・アレンジが必要。

(4) 施策4 効果的なプロモーションの展開

(民宿砂子 川村委員)

- 宿泊客に聞いたところ、欧米系とアジア系で傾向が全く違うことに気づいた。欧米系の人からのコンタクトは、ほとんどがメールである一方、アジア系の方は8割がラインで、メールは2割程度であった。また、当民宿を知ったのは国内利用者も含め、ほとんどがグーグルマップの書き込みであったことに驚いた。更に、情報収集は各国で主に使われているSNSなどで行っているようであった。
- こうしたことから、SNSなどの情報発信に当たっては、相手国のユーザーに合わせて費用対効果を考えて取り組むべきである。また、グーグルマップの充実も非常に効果的である。

(大鍋屋本館 熊谷委員)

- 全体的にはインバウンド客が増えているものの、夏と冬の時期は気候的にトレイルに向いておらず客が減ってしまう。全国的には季節を問わずインバウンド客は来ているので、トレッキング以外の情報発信をし、通年で集客できるようにしたい。

(小さな宿のん 中村委員)

- 物産展等に加工業者や商店が出展するが、その際に商品の紹介・販売に留まらず、観光情報も発信していくなど、地域全体で連携していくという意識が必要。