

令和7年度みやぎ観光振興会議（全体会議） 委員発言要旨

1 内容（1）宿泊税を活用した今後の観光振興施策について

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）

＜宿泊事業者部会や圏域会議における意見、各圏域での施策活用イメージに関する意見＞

○宿泊税活用施策案についての主な意見として、施策1については、例えば、星空を眺めるイベントに参加してもらうなど、ナイトタイムコンテンツを充実させて、宿泊につなげる取組が必要である。

施策2については、新たな移動手段を増やすのは難しいため、既存の交通手段をうまく活用して、圏域内を周遊する方法などを示すことが重要である。

施策4については、仙台や松島以外の地域の知名度がまだ低いので、インフルエンサーやSNSなどの効果的なプロモーションを活用して仙南圏域の知名度を向上させることが大切である、などの意見があった。

○圏域での施策活用イメージの施策1「戦略的な観光地域づくり」について、「充実させたいコンテンツ例」の1つ目は、「滞在時間を延ばし、宿泊者しかできない」体験型コンテンツとして、仙台圏域に宿泊している観光客を仙南圏域にも誘客し、宿泊してもらうため、夜間のライトアップや早朝のツアー、酒造ツーリズムなどの造成。

2つ目は、「ここでしかできない」体験型コンテンツとして、今月に開設した「蔵王・遠刈田温泉コース」を含む仙南圏域のオルレコースと温泉、食を組み合わせたトレッキングツアーや蔵王ジオパークを活用したツアーなどの実施などを挙げている。

このほか、圏域の自治体と関係者が連携した「効果的な観光プロモーション」に取り組む必要があると考えている。

○施策2「周遊性向上のための二次交通対策」の「移動手段の充実に向けた取組例」の1つ目は、「交通手段の周知広報」として、圏域内の鉄道駅を起点とした既存のバス、タクシーのほか、レンタカーなどの交通手段の周知広報を強化していくこと。

2つ目は、「レンタカーの利用促進」として、長時間利用者への補助や施設等と連携したキャンペーンの実施などを挙げている。

○また、管内のタクシー事業者が減少していることなどを踏まえ、ライドシェアの利用可能性についても検討することとしている。

仙台圏域代表 林委員（仙台ターミナルビル株式会社）

＜宿泊事業者部会や圏域会議における意見、各圏域での施策活用イメージに関する意見＞

○宿泊税活用施策案についての主な意見として、施策1「戦略的な観光地域づくり」について、観光客の流れが仙台市内や松島に集中し、県内他地域との宿泊格差が課題であることや点在する観光資源を繋げて周遊性を高める仕組みが十分ではないことから、地域特性を生かした体験型観光やナイトコンテンツなどを磨き上げるとともに、テーマ性やストーリー性で繋ぐことで、滞在時間延長の動機付けを強化し、宿泊客の増加と地域内での消費拡大を図ることが重要であるとの意見があった。

○施策2「周遊性向上のための二次交通対策」では、施策1との関連で、点在する観光資源に公共交通でアクセスしづらい地域が多く、夜間の移動手段がないといった指摘があり、宮城交通やコミュニティバス等の運行データを一元化し、スマートフォンのアプリ等に掲出することで、既存路線を有効的に活用することやレンタカーや海上交通など、多様なアプローチによって周遊性を高めることが求められているとの意見があった。

- 施策3「快適な旅行環境のための受入環境整備」については、宿泊税は「形に残り、次に繋がる取組」に活用すべきであり、一過性のことに活用すべきではない。宿泊業界の人手不足や不人気業種化が進む中、外国語対応などを含めた人材育成支援、小規模・老朽化施設の改修支援といった基盤強化へ重点的に充当するべきといった意見があった。
- 圏域での施策活用イメージについては、施策1では、圏域の課題を踏まえ、活用検討の基本となる考え方を「自然・食・文化など地域特性を活かした体験型観光を磨き上げ、テーマ性とストーリー性を持たせた宿泊型観光ルートを造成し、連泊や閑散期の宿泊拡大を図る」とすることとし、具体的なコンテンツ例として3点まとめた。
 - 1つ目は「食と酒をテーマとしたツーリズム」で、蔵元やワイナリーを巡るツアーや料理人とのコラボによる特別な食体験を企画するもの。
 - 2つ目は漁業体験や熱気球、SENDAIルミナクト、星空観賞などの「アクティビティやナイトイベントと宿泊を組み合わせた商品づくり」を通じ、滞在の魅力を高める取組。
 - 3つ目は「地域情報ミニガイドの提供」で、ビジネスなどの観光目的以外の宿泊者にも周辺の観光・飲食情報を案内し、地域内消費を促進するもの。
 また、施策2では、「海上交通の活用、駅から観光地へのアクセス改善、滞在中の移動手段の確保など、多様な手法を組み合わせることで周遊性を高める」ことを活用検討の基本となる考え方とし、具体的な取組例として、地域特性が類似したエリアごとの二次交通支援や、レンタカー事業者との連携を挙げた。
 例示したこれらの取組に宿泊税を活用することで、滞在時間の延長と宿泊促進が図られるのではないかと考えた。

大崎圏域代表 遊佐委員（NARU-GO!再生プロジェクト）【オンライン】

- <宿泊事業者部会や圏域会議における意見、各圏域での施策活用イメージに関する意見>
- 宿泊税活用施策案についての主な意見として、施策全般では「鳴子峡など既存のキラークンテンツが抱える二次交通といった課題の解決に、集中的・戦略的に事業展開することも必要」、「何か一つに絞って磨き上げるような大胆な事業があっても良い」という意見があった。
- 施策2の二次交通に関しては、「ラストワンマイル対策として電動アシスト自転車の導入支援が宿泊施設にとっても有効である」、「二次交通に関わる人材限定での大型免許取得費用への補助」といった人材確保支援への意見があった。さらに「大崎圏域は東京から2時間弱で来られるという利便性が強みだが、それが十分に伝わっていない」、「首都圏の案内所などに対し、オーバーツーリズムの状態になく、自然が豊かという東北ならではの魅力をもっと力強くPRしていくべき」、県内や大崎圏域内で「みやぎポイント付与などのインセンティブを活用し、人を動かす周遊の仕掛けを考えてもらいたい」といった意見があった。
 このほか、メディアを活用した積極的なPR、観光施設における鳥獣被害の課題解決などに関する意見もあった。
- 圏域での施策活用イメージについては、施策1「戦略的な観光地域づくり」では、宿泊事業者部会での意見と共通して、四季を通じた誘客推進や、観光コンテンツの整備、地域内連携に対する支援が不足しているといった課題が挙げられた。
- 「充実させたいコンテンツ・支援すべき取組の例」については、課題に対し、資料記載の4点を挙げている。
 「既存観光資源の魅力向上と情報発信及び景観整備・環境保全」では、鳴子峡以外にもある紅葉スポットといった魅力的なコンテンツの情報発信の取組、「多様な体験コンテ

「コンテンツの利用拡大」では、大崎地域が夏場などは閑散期になっていることを踏まえ、四季を通じた魅力づくりの取組、「滞在環境の整備と人材育成」として、遊歩道の整備や観光ガイドの人材育成の取組などを挙げた。

- 施策2「周遊性向上のための二次交通対策」では、資料記載の現状・課題とともに、特に二次交通を含めた交通機関の利便性向上に多くの御意見があった。「周遊促進に向けた取組例」として、3点を挙げている。
- 「首都圏や仙台圏からの大崎地域への来訪や地域内の周遊を促す分かりやすい情報発信」として、ゲートウェイとなる主要駅や空港におけるインバウンドにも配慮した景勝地の映像コンテンツ放映、SNSなどを使った情報発信を行う取組を挙げた。
また、「二次交通の選択肢拡充と機能強化」については、デマンド交通などの運行支援、例えばトゥクトゥクといった乗ることが楽しめる小型モビリティの導入検討の取組、レンタカーの利用促進の取組、そして電動アシスト付きレンタサイクルの増備等の利便性向上への支援を挙げている。「公共交通の利用促進・利便性向上」については、大崎圏域の周遊の基軸となっている陸羽東線など、鉄道の魅力を発信し、「乗ってみたい」という気持ちを高める「ソフト面」での利用を促進する取組を挙げた。

栗原圏域代表 二階堂委員（株式会社ゆめぐり）

＜宿泊事業者部会や圏域会議における意見、各圏域での施策活用イメージに関する意見＞

- 宿泊税活用施策案についての主な意見として、「戦略的な観光地域づくり」では、宿泊事業者部会を含め、地域観光の推進主体となる体制整備の必要性を訴える意見が多く出された。様々な取組、施策について「誰が主体となり進めるのか」が課題であり、主体となる団体の設置に向けた圏域での検討や、必要な経費の助成をしてほしいという意見が出された。
- 施策2の「周遊性向上のための二次交通対策」については、観光施設等を巡回する「はとバス」的な栗原地域の定期観光バスの実証運行についての提案や、夜間を中心にタクシーや運転代行が少ない現状に対して、ライドシェアなどの仕組みで補えないかといった意見があった。
- 施策3「快適な旅行環境のための受入環境整備」については、観光事業者の人手不足が深刻であり、必要な時に簡単な手続きで人材派遣を受けられる仕組みの活用支援、小規模な宿泊施設などの予約管理を地域で一元的に行える仕組みの構築への支援を求める意見や、ガイド機能の強化について、観光ガイドが宿泊場所や駅等から現地までの送迎も合わせて行うビジネスモデルの構築を望む意見があった。
- 圏域での施策活用イメージについては、施策1「戦略的な観光地域づくり」について、資料に記載の「現状・課題」を踏まえ、「年間を通じて人を呼び込む」、「滞在時間を長くする」、「広域で手を組む」コンテンツの充実が必要としている。
具体例として、「くりこま夜市」というナイトイベントの恒常的な開催や、他地域のジオパークと連携した周遊ツアーの実施に向けた意見などを踏まえ、資料下段の4項目にまとめている。
- また、中段の右側に記載のとおり、そうしたコンテンツを生かして観光消費額の増加につながる域内の周遊・消費機会を創出していくため、旅行商品の造成・販売を含めた「地域観光の舵取り役を担う体制」の整備・拡充が必要であると考えている。
- 施策2「周遊性向上のための二次交通対策」について、「現状・課題」に記載のとおり、栗原地域は新幹線や高速バスが乗り入れているものの、そこから先の移動手段の確保が課題となっている。

- 取組例として、1台の車両で複数の宿泊施設を経由して観光地を回る観光プランを作ると良いといった意見や、まずは小規模な取組を試し、利用者のニーズを把握したいといった意見などを踏まえ、圏域の取組例として「ハイシーズンやイベント開催時における周遊バスの運行の実証」など3項目を挙げている。
- こうした新たな実証的な取組は、1年で結果を出すのは難しいため、検証と再度の実施が可能となるよう、少なくとも3年程度の期間を設けて地域で取り組めるような施策の組立て、制度設計が必要といった意見もあった。

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・一般社団法人石巻観光協会）

- <宿泊事業者部会や圏域会議における意見、各圏域での施策活用イメージに関する意見>
- 宿泊税活用施策案について、施策1に関して、宮城の観光については、長年全県的に議論を尽くしているため、新しいアイデアを持っている人材を発掘し協力してもらっても良いのではないかとこの意見があった。
また、インバウンドと国内旅行者については、それぞれのターゲットを明確に区分けして対策を考えるべきという提言もあった。
 - 施策2に関して、車や電車、飛行機など、旅行者のそれぞれの交通手段に合わせた利便性や特別感を感じさせるような広域的なPR方法を考えるべきとの意見が出された。
 - 施策3に関して、観光客を地元呼び込む工夫として、仙台空港や仙台駅といった「玄関口」での観光情報の発信が不足しているという意見が挙げられた。
 - 施策4に関しては、情報発信では、高コストなインフルエンサーの招聘などではなく、若年層を中心に広く使われているSNSやAI等をどう活用して情報発信するかという点に力を入れるべきといった意見があった。また、簡単に旅行プランを提案できるAIを地域に特化させ、ユーザーニーズに合わせた情報発信を行うべきとの意見もあった。
 - 圏域での施策活用イメージについて、石巻圏域では、情報の一元化と二次交通は長年課題とされていて、取り組みが進んでいないため、この機会に具体的に進めるべきという強い意見や、部会での議論内容は長年議論されてきたことであり、あとは実行するのみの段階にあるという発言もあった。
 - 情報の一元化と交通標識の改善について、石巻市内の道路名、交差点の表示がほとんどなく、レンタカーを利用している旅行者にとって不便であり、案内板や道路表示を最優先で充実させるべきという意見があった。また、圏域全体の観光情報を集約する際、紙媒体ではなく、ポスターのQRコードから一元化された情報が入手できるようにするなど、デジタル化を進めるべきとの意見が出された。
 - 宿泊客増加のための特典として、宿泊しないと体験・購入できない特典付きのコンテンツや、宿泊すると市場で食事ができるなど、「宿泊したからこそできる体験」の連携が重要との意見や「ナイトマップ」作成によるナイトコンテンツの充実についての意見が出された。
 - 二次交通対策の具体化では、タクシー不足解消のためUberのように一般の人が事業を担える仕組みを導入すべきといった意見や、ふるさと納税の返礼品として宿泊と二次交通をセットにしたような特典を付けるという意見、石巻地域への完全自動運転バスの導入に向けた実証実験を県で誘致してほしいといった意見も出ている。
また、二次交通の確保も課題だが、その前に「石巻と言えばこれ」といった石巻に行きたくなるようなコンテンツの徹底的な磨き上げが重要であり、力を入れていくべきとの意見もあった。

- 情報発信については、来訪客は動きながら情報を調べることもあるため、Wi-Fiの整備を進めるべきという意見や観光施設や飲食店等に関する情報を最新のものにアップデートするべきといった意見もあった。
- 最後に、宿泊税の活用について、県の方では税収を11億円と見込んでいるが、それぞれの地域で使える予算を多く確保してもらいたい、中には3分の2程度といった意見もあるため、是非配慮いただきたいという意見もあった。
また、宿泊税は「宿泊客を増やす」取り組みに議論を集中するべきであり、「あれもこれもと多方面の観光施策全般」に活用されるものではないことに留意いただきたいといった意見もあった。
- 納税者へのインセンティブとして、宿泊客に限りタクシーやバスの料金の割引など、「泊まってお得」と感じてもらう施策の展開が必要との意見が出された。
- 石巻圏域会議では、次年度以降も一步一步前に進めていきたいと考えている。

登米圏域代表 尾形委員（一般社団法人登米市観光物産協会）【オンライン】

- ＜宿泊事業者部会や圏域会議における意見、各圏域での施策活用イメージに関する意見＞
- 宿泊税活用施策案についての主な意見として、登米圏域においては、これまでもタクシー不足や、くりこま高原駅からの移動手段等の影響から「二次交通が弱い」という意見が常に出されており、二次交通が充実すれば、長く滞在していただけるお客様や観光客が増えるのではないかと意見があった。
次に、登米圏域は日帰り観光が中心であることから、滞在時間の拡大や宿泊へ繋がる早朝・ナイトコンテンツの作り上げと、積極的にPR活動等ができる観光関連団体等の組織体制への支援が必要ではないかと意見があった。
続いて、インバウンド対応を踏まえ、案内看板やホームページの多言語化、Wi-Fiや電子決済等の拡充が必要ではないかという意見があった。
 - 圏域での施策活用イメージについては、施策1「戦略的な観光地域づくり」について、登米圏域は、日帰りが95.3%と非常に高い割合を占めており、「見るだけ」の観光が中心で、体験型観光や市内滞在を促す仕掛けが十分整備されていない、ということで、登米圏域でしか体験できない自然や文化、歴史といった独自の魅力を発信できるコンテンツの造成が重要と考えた。
その充実させたいコンテンツ例としては、登米圏域に存在する多くの魅力ある素材や早朝・ナイトコンテンツを効果的・魅力的に組み合わせたモデルルート、例えば、「伊豆沼・内沼の渡り鳥観察で、夕方のねぐら入りと早朝の飛び立ち、その後にみやぎの明治村を観光するルート」、「農業体験ができる農泊とともに、早朝にきれいに咲くハスざんまいのルート」、「岩手県との周遊ルートとして、キリシタン施設や登米神社、柳津虚空蔵尊と横山不動尊の信仰ルート」など、観光コンテンツを造成してPRを支援する施策や、農業体験や農泊等の体験型観光の受け入れを支援することができないかと考えている。
 - 施策2「周遊性向上のための二次交通対策」については、「レンタサイクルの活用による観光客の利便性向上」と「桜やはすまつり等の観光客ニーズが高まる時期に限定したシャトルバスの運行」、自治体等が有償で観光客等を輸送する「公共ライドシェア等の導入」については、運営に向けてのプラットフォーム整備などを検討していくことも重要と考えられる。
また、「既存の交通手段の情報整理と積極的な発信」については、市民バス、住民バスも含め、利用可能な交通経路や時刻表、乗り継ぎ情報等を集約して情報発信し、観光客

の足としての活用促進を図っていきたい。

このことについては、現在ある交通資源を最大限に活用するほか、登米市と協働し、観光地への最適なルートや交通手段を検証することに活用できないかと考えている。

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）

- ＜宿泊事業者部会や圏域会議における意見、各圏域での施策活用イメージに関する意見＞
- 気仙沼・本吉圏域では、宿泊税を活用して明確な結果を出すため、優先順位をつけて取り組みを実施していくことが重要との認識でいる。
 - 施策1については、みちのく潮風トレイルや宮城オルレ等を活用したトレッキングについて、非常に多くの方に参加してもらっているが、日帰り客が多いため、食、物販、宿泊に繋げる仕組みづくりを検討していきたい。
 - また、被災後多くのイベントを開催してもらっているが、継続するイベントがない。昔はイベントと観光は別ものという認識でいたが、今はイベントと観光は密接なものと考えており、持続可能なイベントの誘致、造成を検討していきたい。例えば、ホヤぼーやは非常に人気であり、イベント等を開催すると日本各地から来訪者がいる。こういったことも一つの切り口としていきたい。
 - 施策2「周遊性向上のための二次交通対策」については、二次交通についても大きな課題であるが、最近の観光客はレンタカーの利用が非常に多い。レンタカー事業者や県と連携し、レンタカーの利用を促進することで、仙台空港等の仙台圏域から気仙沼圏域に来てもらえるような取り組みを実施したいとの意見があった。
 - 施策4「効果的な情報発信」については、最重要項目とも捉えており、何が流行るか分からないので、数打ち当たる認識で色々取り組み、宮城県や気仙沼圏域の認知度を高めることが重要との意見も出た。

濱田委員（一般社団法人日本旅行業協会）

- ＜旅行者が旅行先を選ぶ際の視点や、宮城・東北への旅行客を増やすための工夫＞
- 観光コンテンツの磨き上げに関しては、ただ作り上げれば良いというものではなく、マーケットインの発想に立つことが大事。特にインバウンドはソースマーケット毎に観光コンテンツの特徴を捉え、造成していく必要がある。例えば、欧米マーケットは所得水準が高く、観光市場としては非常に成熟しているので、本物、良いものといった思考が強く、客単価も高額であるため、このニーズに応えていくことが必要。どこをターゲットにするかをしっかりと見極めて、コンテンツを整備していくべき。
 - また、大事なのは、造成したコンテンツが売れるか、販路の整備が非常に重要。海外エージェント、OTA、コンテンツのプラットフォーマーといった販路を確保する必要がある。

高山委員（仙台商工会議所）

- ＜商工団体と連携した観光地域づくり＞
- 観光産業の波及効果は大きいため、商工団体としても、単なる誘客拡大にとどまらず、いかに地域消費に繋げ、地域経済の活性化に繋げていくかを考えていくことが必要。
 - 街でのイベントや取組が宿泊客に伝わりにくい点やどのような宿泊客がいるのかを商店街の関係者が把握できない点など、情報が繋がらないことを踏まえ、関係者で情報が共有できるプラットフォーム作りを検討している。
 - 仙台の街中でもインバウンド客が増えてきていると思うが、商店街関係者の「自分たち

のお客として取り込もうとする意識」がまだまだ低いので、関係者間で情報共有を図ることで意識醸成につながれば良いと考えている。

- 地域の文化や魅力は地元の店舗が形作っていると考えており、地元関係者にインバウンド消費に関心を持ってもらい、本気で取り組んでもらうことで、結果的に町の魅力向上やコンテンツの造成につながるものと認識している。
- 宿泊や観光に目が行きがちだが、地域の消費に変えなければ意味がない。宿泊税が地域の活性化や街づくりにも繋がっていかれば良いと思っている。

青沼委員（公益社団法人宮城県バス協会）

＜観光客の路線バス活用の可能性＞

- 二次交通対策については、自治体の支援も受けながら、これまで色々な取組を実施してきたが、利用者数が不足しているため、数の問題が根底としてある。
また、ドライバーの数も不足しており、先週宮城県バス協会の会議の中で、260人ほど不足している現状を共有した。
宮城交通グループの中でも今後5年間におけるドライバーの減少は、全体の2割である190人ほどの減少を見込んでいる。
- 既存バス、既存路線の活用は重要と捉えており、観光地に直接行かずとも近隣を走っている路線があれば、途中で寄ってもらう、延長するなど、様々な対応が可能であり、既存路線の収支改善にもつながるものと考えている。
- 二次交通の宣伝については、JRとも連携し、東北全体の二次交通対策を実施していくべきである。また、これまで以上に県が関与することも重要であり、関与の仕方も変えていくことによって、結果的に宮城県の二次交通充実に繋がっていくと思う。
- 最近のクマ問題により、バスの利用者は減少している。観光地に行くバスも減少し、実際に観光地に向かっても観光客がかなり減っている。修学旅行も「遠くには行かない」と申し出る学校も出てきている。この影響は今年や来年で完結する問題ではなく、今後影響が懸念されることから、このことも踏まえ観光支援の対策を検討して欲しい。

新井委員代理：戸田地域連携ユニットリーダー（東日本旅客鉄道株式会社東北本部）

＜インバウンドの鉄道の利用状況や利用促進策＞

- JR東日本管内の鉄道でインバウンドの利用は着実に増えていると考えている。
JRイーストパスや仙台エリアパスといったインバウンド向けのチケットの販売数は昨年度と比較し実績は伸びている。宮城県内、東北エリアで着実にインバウンドの利用は増えているものと認識している。
- また、JR東日本の取り組みとして、JRイーストパスをこれまで5日用であったものを、今年度の5月15日の利用分から10日用も販売し、長期滞在に向け商品改良も行っている。
- インバウンド客の利便性を高めるため、訪日外国人向けのアプリであるウェルカムスイカモバイルもリリースしている。このアプリで駅の窓口や券売機に立ち寄ることなく、入国前後のアプリ操作のみでスイカの発行やチャージが可能となった。
- 今後のPRについては、これまでも様々な海外イベントへの参加をしており、引き続き関係者と連携し、JR東日本一体となって取り組んでいきたいと考えている。

小川委員（仙台国際空港株式会社）

＜空港における新規路線就航に向けた受入体制の強化＞

- 昨年の香港便の就航に続き、今年の夏には台湾の高雄便が就航、12月1日からはタイ便が復活し、全体的に増便しているが、1つの増便だけで、空港は対応に追われている。具体的には、グランドハンドリングのスタッフ確保が必要となってくるが、便によっては、季節就航となる便があり、雇用の観点から、一部の季節のみ、スタッフを確保することが困難であることが課題。スタッフを安定的に確保するためには、路線を維持することが必要。航空会社が運航しやすい体制づくりを支援してもらえるとありがたい。
- 国内のメジャーな観光地に飽きている層においては、東北への注目が集まっている。他の地域との差別化を図る必要があり、東北全体で集客していくことがポイントと考えている。

紺野委員（一般社団法人東北観光推進機構）

＜海外からの誘客拡大に向けた東北一体となったプロモーションの展開＞

- 観光コンテンツ、二次交通対策、プロモーションなど、共通課題に対し、県、東北全体としてどのように解決していくかが課題。
- 小規模な観光コンテンツでは、多数の観光客を呼び込むことは難しい。大小のコンテンツを組み合わせることで、より効果的なプロモーションを行うという視点が重要。
- 対象とする観光客が何を求めているかを見極め、情報収集を行う必要がある。また、アドベンチャーツーリズムとして東北は魅力があるので単年度の実施ではなく広域で連携し継続した取組が大事。
- 現地ガイドが不足しているため、圏域で必要数を確保することや、二次交通対策として、ライドシェアも効果的と考えている。
- インバウンドに注目しがちだが、実際は東北地方へ来る観光客の90%弱は国内の観光客なので、国内観光客を対象とし、連泊機能を高め、単価を地域で取っていくという施策を、宿泊税を活用しながら検討していくことが重要という認識でいる。

佐藤委員（宮城県ホテル旅館生活衛生同業組合）

＜宿泊事業者視点で必要と考える施策＞

- 宿泊施設については、圏域ごとに大きな差があり、様々な特徴がある一方で、共通した悩みもある。コンテンツが豊富な地域もあれば、そうではない地域もあるので、このあたりのバランスの確保が必要と考えている。
- 関係者間での意見交換の中で、観光施設の誘致ができないかという意見があり、民間の力を借りつつ、工場誘致と同じように観光誘致をしていく中で、新たなコンテンツの造成などが図られないかといった意見が出ている。工場誘致と同じように税制優遇や土地の利活用を図るなどの対応も必要ではないか。
- 観光施設の新設は、宿泊税の活用用途としては不適切との認識がある一方で、県と仙台市は、観光施設を昭和以降作っていないのではないかと。青森県や福島県は観光施設を新設し、観光誘引となっていることを踏まえると、観光施設の誘致も進めていくことが必要と考えている。
- また、国内旅行については、高齢層の取り組みが課題。コロナ経験を踏まえ、高齢層が旅行を自重している流れがあり、旅行意向はあるものの、健康に不安を持つ方が多い。重篤ではないが、観光する上で、健康に若干の懸念を持っている方が、その懸念を克服できるようなコンテンツが造成できないかといった意見もある。日本一安心して旅行ができる地域（県）を目指し、例えば医師会と連携する体制など、宿泊税を活用して、県としてなにかできないかを検討してもらえるとありがたい。

- 人手不足の問題はあるが、特に調理師が不足している。下積み期間も長く、学費などが要因としてある。特にホテル・旅館の調理師は敬遠されがち。料理を作る人がいない、一泊朝食のみ、といった宿泊施設が増えている。このままでは宮城県のホテル・旅館の全体的なポジショニングが落ちてくるため、人材確保も非常に重要なことだと思っている。

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）

- 宿泊税について、徴収する事業者としては、非常に大きな負担となることを関係者の皆様にも承知いただきたい。
- 各圏域それぞれで取組を実施するのではなく、横連携を図り、各地域で連携して取組を実施することで宿泊に結び付けるという流れが必要。地域間連携については、各地域で行うことは難しいため、ぜひ県で地域間連携を促進、推進して欲しいと考えている。
- また、議論のみではなく、実施に向けたスキームづくりが重要。この体制づくりにも予算を充当して欲しい。

紺野委員（一般社団法人東北観光推進機構）

- コンテンツの磨き上げが直接的に宿泊や長期滞在に結び付くということは極めて少ない。コンテンツの磨き上げの前に、県内のコンテンツの棚卸を行い、どこに人が呼べるのかといった視点での議論が必要。例えば、国分町などは最大のナイトコンテンツであることから、どう磨き上げ、人を呼び込むかといった視点で、コンテンツを棚卸していくべき。

堀切川委員（東北大学名誉教授）

- 圏域ごと組織的に計画を練ることはとても重要であるが、各観光地やその関係者が個人、グループで取組を実施していく動きも必要であるため、芽が出てきているものを後から支援するような予算の活用方法もあっては良いのではと考える。トップダウンも必要だがボトムアップにも予算が付くような自由度があっても良い。
- 観光ボランティアガイドの存在も重要であり、デジタル化では表現できない魅力もあることから、ボランティアガイドの体制整備へも宿泊税を活用できると良いと考える。

津國委員（Google合同会社）

- プロモーションにおける市場の考え方について、人々の興味関心が細分化していることから、既存の〇〇人や〇〇国を対象とするかという考え方に加え、興味関心の観点は全世界を対象として良いと思われる。
- また、最近ではトラベルとローカルを組み合わせた「トローカル」という造語もあり、ベタではなく通な楽しみ方をしたいという方が世界的にも増えてきている。
- 情報インフラについては、圏域ごとではなく、ルート案内や主要な観光スポットについて、県として統一できないか検討して欲しい。プロモーションについても、圏域で力の強弱が出るとバランスが取れなくなってしまうため、ある程度県として指揮を取れると良いのではないかと。