

2 圏域会議

(1-1) 第1回仙南圏域会議

【日時】令和3年5月24日(月) 10時00分から12時00分まで

【場所】大河原合同庁舎2階201会議室

【委員からの主な意見】

- ワーケーションについてはどれほど効果があるか疑問。
- コロナ後の観光ということを見据えて考えていくべき。宮城の感染者が少なくとも、他の地域が多ければ、何をやっても難しいので、今は耐えて準備する時期。
- 京都などでは外資系のホテルが入ってきているが、外資系は日本国中に高級な宿泊施設がないので、海外の富裕層向けに高価格帯で設定しようとしている。今後、高価格帯への観光の取組を考えたほうがいいのかと思う。富裕層にも対応した観光のありかたを考えてほしい。
- 外資系は投資額が桁違いに異なる。県には地元の産業、人達を支えていただければありがたい。
- コロナが復活するまでにやっておくこととして、今あるコンテンツをブラッシュアップして魅力度をアップする。コロナ禍で新しいコンテンツ、付加価値を増やして魅力的な発信に努めるべき。蔵王や松島などでも、新たな付加価値を増やしていく取り組みが必要。
- メディアでどんな切り口でも取り上げられやすいコンテンツを準備しておく。番組は下請けの会社がリサーチしているので、それにひっかかるようにするべき。
- アナログの部分もしっかり作っておいて、その上でDXに取り組んでいくことが必要。
- 「おかえりモネ」で県全体が盛り上がっているが、仙南が置いて行かれないか心配。北と南を連携するような仕組みで県全体が盛り上がるようにしてほしい。
- インバウンドについていえば、地域住民に外国語を話せる人がいるとか、外国人が安心して観光できることを伝える取り組みが必要。
- 近年の県の観光キャンペーンでは、ポケふたキャンペーンが非常に効果があり、近年の県の観光施策では一番良かったと思う。
- 地域ごと、町ごとにどのような魅力的なコンテンツを作っていくか、そしてコンテンツの線を引き、誘客に繋げ、発信していくことにより、地域の連携、広域連携ができるのではないかと。
- それぞれが生き残るために必死。資源の再活用、磨き上げを図っているところ。
- 他との連携、手法が自分たちだけだと思いつかない。そのような意味で、連携を深めていかないと、来訪客は一か所にだけ来てそのまま帰ってしまう。
- 郷土愛ということで、大河原の小学校が、地域のいいものを探して、将来どういうまちにしていきたいと発表した事業があり、町の広報にも取り上げられた。教育の面でも郷土愛をはぐくんでいくことは重要だと思うので、そういった視点も入れていただきたい。
- 今回の骨子案は、個人的にはとてもよくできていると思うので、この方向性で進めていただければと思う。大事なのは、プランはプランとしてそれを具体的に実践していくこと。
- 行政と民間、民間の中でも地域の企業と連携して、プランを策定した後、住民が同じイメージを共有できるようなキャッチフレーズが必要かと思う。同じイメージのもと、それぞれの企業、住民、行政が進められるような取り組みが必要。

- 期間が3年間ということで、今年は回復期として位置づけられているのはそのとおり。現状、経済的にも精神的にもダメージが大きい中で、ダメージの回復をイメージして、緩やかな発展をしていくという感じがよいのではないか。
- 何年か前の観光戦略プランに「地域が潤う」と書いてあってその通りと思う。現在の観光産業が本当に裾野が広い産業になっているか、そうでなければそうならない。
- 今後、外資に限らず県外の資本が多くなっていくのは資本主義なので仕方がない流れ。食材のMaaSのようなものを整備し、コストを抑え、物の流れを見える化し、地域のものを地域で消費するという仕組みを作るべき。
- 観光産業の戦略2に農林等の連携強化を書いているが、これが非常に重要、力強く推し進めていただけたらと思う。
- 期間が3年という話があったが、その間はプランを策定した行政の担当者が担当してほしい。取組が間違った方向にいかないような期間に設定していただき、作って終わりにならないようなプランにしていいただければと思う。
- ワクチン接種が進み、コロナが落ち着いてきた時に、需要が急角度で戻ってくると思うが、そこまで頑張っていけるかという状況であり、インバウンドについても需要が戻ってきた時のことを考えなければならないが、そこまで頭が回っていない状況。
- 観光の地域が広域になっている。東北全体としての魅力を高めていかなければならない。
- 観光の幅を考えると、国内をまずは強める。魅力を出して、インバウンドにつながればよい。
- 東北人のおもてなし、人柄をアピール。東北の人柄の良さを発信できる取り組みが必要。
- コロナがなくなるということはないので、あるという前提でやったほうがよい。
- ワーケーションは疑問。小手先の手法ではなく汗をかいてお客さんを呼び込む努力をすべき。
- 視点の1「裾野が広い観光産業を地域を支える基幹産業へ」について、行政が観光地域として裾野が広がるように事業をやっているのか。または地域を支えているような産業にするよう事業として意識する必要がある。
- 2つ目の視点で、「観光効果で持続可能な地域づくり」が書いているが、観光については、暮らしのレベルが一定程度なければ成り立たない産業だし、住み続けてくれる地域にならないと観光事業を継続できないため、「住民の暮らしの向上」「持続可能な地域づくり」が重要。
- 行政の役割として、つなぐ役割、連携する役割、広域的な対応が必要。予算的に潤沢ではないので、全て要望通りにすることは難しいが、キャンペーンなどの効果を一過性にするのではなく、リピーターとしてつなぎとめるようなコンテンツを磨き上げる取り組みが必要。
- 小中学生の話があった。教育の中で体験をしていただくなど、地元愛を醸成するのも大切。
- 新たな感染症へのリスクの中、危機管理の意識として、インバウンドや圏域外の誘客も大切だが、「地元の方々とつながっておく」「一定程度の県域内の固定客を確保しておく」というのは必要かと思う。
- 日本観光学会の研究で、キャンペーンの実施により新しい宿泊層の方（宿のコンセプトを理解していない方）が来ているという傾向が出ていた。キャンペーンの実施時に、宿泊施設側は予約時の段階で、お客さんをチェックできるようにするなど、行政側でできることがないかと思う。今のうちに旅行の質、観光はなんのためにやるか、地域を理解するなど、観光とはどういう視点・意識なのかを伝えていくことが必要。