

みやぎ観光振興会議及び宮城県産業振興審議会での意見等について

【次期プラン関係】

1 みやぎ観光振興会議（全体会議）

【令和2年度】

第4回全体会議（令和2年10月26日）・・・・・・・・・・ 3ページ

第5回全体会議（令和3年 2月 8日）・・・・・・・・・・ 5ページ

【令和3年度】

第1回全体会議（令和3年 6月11日）・・・・・・・・・・ 7ページ

第2回全体会議（令和4年 2月 8日）・・・・・・・・・・ 8ページ

2 みやぎ観光振興会議（圏域会議）

（1）仙南圏域会議

（1－5） 第5回仙南圏域会議（令和3年1月18日）・・・・・・・・ 10ページ

（1－1） 第1回仙南圏域会議（令和3年5月24日）・・・・・・・・ 12ページ

（1－2） 第2回仙南圏域会議（令和4年1月21日）・・・・・・・・ 15ページ

（2）仙台圏域会議

（2－4） 第4回仙台圏域会議（令和3年1月28日）・・・・・・・・ 17ページ

（2－1） 第1回仙台圏域会議（令和3年5月25日）・・・・・・・・ 19ページ

（2－2） 第2回仙台圏域会議（令和4年1月18日）・・・・・・・・ 21ページ

（3）大崎圏域会議

（3－4） 第4回大崎圏域会議（令和3年2月 1日）・・・・・・・・ 23ページ

（3－1） 第1回大崎圏域会議（令和3年5月31日）・・・・・・・・ 25ページ

（3－2） 第2回大崎圏域会議（令和3年1月17日）・・・・・・・・ 27ページ

（4）栗原圏域会議

（4－4） 第4回栗原圏域会議（令和3年1月28日）・・・・・・・・ 28ページ

- (4-1) 第1回栗原圏域会議 (令和3年5月19日) 29ページ
- (4-2) 第2回栗原圏域会議 (令和4年1月24日) 30ページ
- (5) 登米圏域会議
 - (5-4) 第4回登米圏域会議 (令和3年2月 2日) 32ページ
 - (5-1) 第1回登米圏域会議 (令和3年5月26日) 33ページ
 - (5-2) 第2回登米圏域会議 (令和4年1月13日) 34ページ
- (6) 石巻圏域会議
 - (6-5) 第5回石巻圏域会議 (令和3年1月27日) 36ページ
 - (6-6) 第6回石巻圏域会議 (令和3年3月15日) 38ページ
 - (6-1) 第1回石巻圏域会議 (令和3年5月19日) 40ページ
 - (6-2) 第2回石巻圏域会議 (令和4年1月18日) 42ページ
- (7) 気仙沼・本吉会議
 - (7-5) 第5回気仙沼・本吉圏域会議 (令和3年1月29日) . . . 43ページ
 - (7-1) 第1回気仙沼・本吉圏域会議 (令和3年5月27日) . . . 44ページ
 - (7-2) 第2回気仙沼・本吉圏域会議 (令和4年1月20日) . . . 45ページ

3 宮城県産業振興審議会

- (1) 第13回商工業部会 (令和3年7月15日) 47ページ
- (2) 第47回宮城県産業振興審議会 (令和3年8月 4日) 48ページ
- (3) 第48回宮城県産業振興審議会 (令和4年2月 1日) 49ページ

1 みやぎ観光振興会議（全体会議）

（1）第4回全体会議

【日時】令和2年10月26日（月）13時30分から15時30分まで

【場所】江陽グランドホテル

【委員からの主な意見】

- ① 「宮城ワーケーション協議会」を9月25日に設立した。これまでの欧州型ではなく、新しい生活様式とともに、滞在型の観光が進むことが予想される中で、企業や個人の皆様の1週間以上の中長期の滞在を促し、地域における消費の向上やマイクロツーリズムの造成等を協議会として推進していきたい。
- ② コロナ禍の中でDXやワーケーション等の取組については、全ての地域で一斉に走り出しているため、宮城の優位性を確保するためには、IT化が前提であり、従来あるキラーコンテンツや宮城にしかないコンテンツをブラッシュアップしていく必要がある。
- ③ 三陸道の完成が迫っており、インフラが整いつつあるが、そのインフラを活用し、いかに観光客に来ていただくか、あるいは楽しんでいただき、リピーターになっていただくかだと思う。
- ④ ワケーションは、新しい概念で、そこをどう定着させていくか。地域では、まだ理解が深まっておらず、理解を深めていくには、実際に東京や関西からワーケーションで来ていただくことも大切。
- ⑤ SDGsは広い概念であるため、SDGsのどの項目を意識して考えるかを明確にすることで観光戦略の方向性が定まるのではと思う。
- ⑥ デジタル変革をこの観光戦略で進めるには、具体的に行政や観光関連事業者の皆様が「デジタル変革」というキーワードの中で、どのように発展させていくのかという視点も必要だと感じる。
- ⑦ 先日、菅首相から2030年には、訪日観光客6,000万人を実現するための計画を年内に策定するという考えが示され、宮城県としてインバウンドをどのように進めていくかという視点も大切だと思う。
- ⑧ ビジネスモデルを展開するために、規則や条例等の見直しが必要だと思う。
- ⑨ コロナ禍以外にも、様々な災害は今後もあり得るため、今回の新型コロナウイルス感染症への対応を踏まえ、観光事業者における避難所の運営等、今後どのような危機管理を行っていくかも必要な視点だと思う。
- ⑩ 次の計画の中で、インバウンドの問題は引き続き重要だと考えている。コロナ禍で足踏みをしているがコロナ禍前は伸びていたこともあり、この動きを着実なものにしていきたい。
- ⑪ 宮城が東北をリードするという発想を次期計画に立てるべき。
- ⑫ 仙台空港を玄関にして東北広域でしっかり魅力をつけていき、インバウンドが戻ったときに東北というものを追求していく形を次の戦略としてやっていきたい。
- ⑬ 仙台に放射光施設が建設中だが、福島のエノベーショナル構想や長期的にはビッグプロジェクトである国際リニアコライダーという計画もあるため、一種の技術観光という視点もおくと良い。
- ⑭ 復興10年を切り口とし、被災地の復興、あるいは学びを持って、多くの人たちに来ていただく仕組みづくりが必要。
- ⑮ 新型コロナウイルス感染症という未曾有の状況の中で作り上げた内容を全体の観光戦略プランの中にも再度、隅から隅まで落とし込めるような取組を考えていくべき。

- ⑩ デジタル化、DXについては、観光のどこで使っていくか、あくまでもこれをツールと考えてどのように活用していくかを考えると、若い方々の発想力を生かしていくべきだろうと考えている。
- ⑪ インバンドは非常に重要だが、観光業界の中では弱点が見えてきている。ワーケーションは非常に大事だという認識をしているが、具体的にどういう形かをもう少し可視化しながら目標に向かっていく必要。
- ⑫ インバウンドの客は、県や市という概念があまりなく、広く周遊したいというニーズがある。長く滞在していただき、地域に対する消費を向上するためには、宮城県だけでなく、少しずつ東北エリアの情報も同時発信し、広域連携で地域をさらに周遊しやすくするべき。
- ⑬ 回復戦略にデジタルを入れ込んだことは非常に良いと思うが、大切なのは観光戦略そのものをデジタルファーストでやるということが重要。それぞれの視点について、デジタルで進めていくということを明記すべき。また、デジタルファーストを進める中で、宮城県として推進する組織や予算を確保することが必要
- ⑭ コロナの影響により地域の特産品など現地で買えない状況なので、物産と文化的価値をセットでインターネット等により発信することは有効。今後インバウンドの回復などを見据え、その場所に行ってみたいと思ってもらうことが必要である。
- ⑮ 現在実施している様々なキャンペーンにより、東北の観光地に初めて訪れた方が多いと思うので、その方たちにマーケティングを行い、次の戦略に生かすことも重要。
- ⑯ 県内の人のほか、修学旅行生など多くの観光客が楽しめる施設やコンテンツ等を新しく提供していく中で、これまでの震災遺構等の様々な事業も計画にしっかり盛り込んでいくべき。
- ⑰ デジタル変革については、今後も必要な視点。ハードも大切だが、人材の問題が出てくる。今後持続的にデジタル変革を進めていくのであれば、人材育成も必要。
- ⑱ デジタル変革については大いに賛成であるが、Go To トラベルの地域共通クーポンが、10年後に全て電子になることは想像できない。そもそも観光というものが、全てオンラインになってしまったら観光ではなくなる。このデジタル変革の中で、アナログをどのように捉えていくか、またデジタル化で何をやっていくかとうことを具体的に考えていくことが重要。
- ⑲ 鳴子温泉は紅葉のシーズンで一番お客様が多い時期だが、やはり県内、東北圏内からの方が多い。是非東北の首長の皆様が、令和の時代の奥羽列藩同盟を結んでいただいて、東北DCに併せ何か施策を広げてほしいと思う。
- ⑳ シビックプライドを醸成するため、ふるさと教育の推進をするべき。小学校を始めとした教育旅行やマイクロツーリズムを実施することで、将来観光ガイドになる可能性がある。
- ㉑ SDGsについては、世界共通の目標であり、県としても推進していくべきだが、まだまだ多くの方々の理解が進んでいない。SDGsが事業者の皆様にとどのように関わっていくか、それが事業者にとってどう評価され価値が上がっていくかという周知も必要である。
- ㉒ 今後新たな災害が発生した際の対応は、伝承・備え・訓練の3つが非常に重要である。宮城県はこの3つを備えた学びの聖地としての仕組みづくりを進めるべき。

(2) 第5回全体会議

【日時】令和3年2月8日(月) 13時30分から15時30分まで

【場所】宮城県行政庁舎 特別会議室

【委員からの主な意見】

- ① 観光地の持続可能化のためには、変わり続けることが一番大切。これまで様々な観光開発がされてきたが、個々の変化はあるが、地域全体としては、実はあまり変わってないのではないか。
- ② 参考資料の宮城県に過去最高の観光客入込数が訪れているという表現に違和感。宿泊事業者にそのような実感はない。今の観光業界の実態がストレートに伝わるような適切な表現はできないものか。
- ③ 全国的にも認識されたマイクロツーリズムや域内観光というキーワードを研究し、これからのウイズコロナの観光を現実的に考えるべきではないか。
- ④ 人口減少が避けられない中、国内流動を活性化し持続的な観光をつくり出すために、来ていただく回数を増やすことが大事。観光戦略プランは入口として来てもらうという観点は多いが、何回も来てもらえるような選ばれる観光地になるための取組が弱い。
- ⑤ ワークেশョンは、県を挙げて企業にセールスをかけないと、ナンバーワンどころか取り残されてしまう。
- ⑥ 外国からの観光客を呼ぶだけでなく、外国人労働者や技能実習生などを県の政策に取り込んで行ければ多様性を進める政策やSDGsにも合致する。
- ⑦ DX・デジタルは、もはや計画の中心でなければならぬと思っており、受入環境整備、人材育成、お祭り、イベント、ワークেশョンすべてにデジタルの網をかけることを計画に示さなければならない。
- ⑧ 復興10年を迎え、防災教育の拠点を宮城県に持ってくることを、もう一度力強く取り組んでいくべき。
- ⑨ 人口が減少する中、リピーターや長期滞在者をいかに増やすか、また、ニセコのように高単価の客をどう拡大していくかという視点が極めて大事。
- ⑩ ワークেশョンの実証実験を宮城県内で地域毎にテーマを設定して行っているが、企業の社員は、なかなか会社の休みが取れないことから、現時点では利用が少ない。企業がワークেশョンを進める上での環境づくりが大事。
- ⑪ 企業を集約化しながら、サービス産業の生産性を向上することは必要な施策。その為には優秀な人材の確保が絶対条件であるが、観光産業の現状は優秀な人材の確保どころか、流出している可能性すらある。
- ⑫ 地域の価値向上のため、人材育成は重要。地域の方々にどのように伝え、シビックプライドなどの概念をどう実現させるかがポイント。
- ⑬ これからの観光のあり方として、近年自然災害が頻発する中で、観光においても、ただ単に美しい景色を眺めるだけではなく、宮城の自然を学び知るための観光をしっかりと位置付けて欲しい。
- ⑭ 宮城県、特に三陸地方は数十年毎に津波を伴う地震が来ているので、中長期的に災害と観光をどう捉えていくかという視点をぜひ取り入れてほしい。
- ⑮ 世界のトレンドは、旅行先や商品の選択基準が持続可能性・SDGsを含む新たな価値感に変化しており、観光とサステナビリティは、もはや切り離せない時代になっている。

- ⑯ 外国人に注目してもらうための提案として、これまでのモニターツアーだけではなく、日本に興味がある外国人や留学生を対象に、自分達が好むコンテンツを盛り込んだ旅行プランを募集し、コンペを開催してはどうか。
- ⑰ 人口減少は仕方がないが、ワーケーションなどの新しい取組も開始されており、交流人口から定住人口につなげていく取組や、関係人口を活用する施策をさらに強化して行くが良い。
- ⑱ 人口減少の中、宿泊人口をどう増やすか。県外や海外からの誘致も必要だが、やはり県民の滞在をふやす努力も必要。県民割の早目の再開などを検討いただき、滞在2泊目からの割引など、もっと長く宿泊するようなプランもあると良い。
- ⑲ 修学旅行の取組は非常に重要。子ども時の修学旅行や青春時代に訪れた場所には、様々な形で訪れる機会があると思うので、そういった思い出づくりに、宮城県が力を入れるといった取組も、検討すると良いのではないか。
- ⑳ 単に良いものを見せるだけではなく、旅先での様々なリスクに的確に対応できる総合的な受入体制を事前に備えておくことが、地域の価値向上と、持続的な観光振興に繋がる。
- ㉑ 今後、観光を盛り上げて行く為には、リピーターを増やし何回も来てもらうしかないが、せっかく7つの圏域会議が立ち上がっているのだから、7つの圏域会議がお互いの圏域間で旅行に行くのが良いのではないか。みやぎ発の新しい観光スタイルを何か作って、上手く計画に入れられると良い。
- ㉒ せっかく東北大学があるのに、観光の目玉にしない手はない。札幌では北海道大学のクラーク博士の像の前で修学旅行生が写真を撮っている。

(3) 第1回全体会議

【日時】令和3年6月11日（金）14時00分から16時00分まで

【場所】宮城県行政庁舎 特別会議室

【委員からの主な意見】

- ① 今、観光業界は非常に疲弊しており、かなり気弱な状況になっている。そういった意味では、数値目標を高く掲げるのも、非常に勇ましくていいかもしれないが、小さな成功体験の積み重ねを業界としてはすべきではないか。
- ② 高齢者の旅行における、一番のネックは健康不安だと思う。コロナ後に、旅人への医療ネットワークの構築をするなどのソフトパワーで今あるものを利用しながら、なおかつ不安に応えるということができるのではと考えている。
- ③ 全国の温泉街でも共通の課題となっているのが廃屋の問題。旅館だけではなく喫茶店、スナック等で事業をやめてしまい持ち主がわからないような建物や空き家が沢山ある。事業を継続している間は、リノベーションや事業再生、減築等色々なやり方があると思うが、最後は取り壊しとならざるをえない。早めに手を打てば、資金は軽微に済むが、逆に手遅れになると、時間ばかりかかり、最悪の場合は、例えば火災の危険や治安の問題等に結びつきかねない。
- ④ 地域経済の循環力の強化と観光人材の育成による持続可能な地域づくりや観光施設の多言語化や多様な文化習慣を持つ旅行者への対応を進めると書いてあるが、この二つで共通するのは教育である。青森県の事例だが、語学の教育をするわけではなく、既に言語を話せる方に対し、ガイドの教育をしている。
- ⑤ 現在の状況は、ピンチではあるが変革のチャンスである。このタイミングで、大方針として宮城県観光デジタル変革をすすめる合意形成が必要。また、みやぎ観光回復戦略の基本理念に「デジタル変革をすすめる」と明記されたので、次期計画にも戦略・戦術・実行計画として継承し、落とし込むことが重要。
- ⑥ キーワードである、ワーケーションについて、行政の方に行動を示していただくと、一般の企業にも浸透しやすいのではないか。
- ⑦ 観光と地域の調和と観光に対する満足度を追求しながら、数より、観光の地域への貢献度を目標化することが必要。要するに、観光の持続可能性を評価することが重要になっている。観光客を受入れる地域住民が郷土に誇りを持ち、観光に対する満足度が高まるように、宮城県の観光戦略やその目標、横の繋がりとして、持続可能な観光ガイドラインの取り組みも取り入れることもぜひ検討していただきたい。
- ⑧ 広域連携は、インバウンドやマイクロツーリズムに合っているため重要である。今回コロナでマイクロツーリズムの重要性が非常にピックアップされているが、もともと気仙沼は仙台のお客が多いが、県南の皆さんがどれほど来ているのか。これまで地域の需要の掘り起こしをやっていたのかということを感じた。
- ⑨ 今回の計画期間が3年間ということなので、その間の中でいろいろなターゲット等の設定をし、そこから具体的な事業を展開していくというやり方もある。
- ⑩ 素晴らしい旅館、宿泊施設が宮城県には沢山あるが、そういったところに泊まる機会のない若い人たちがどんどん増えてきており、その良さであるとか、旅館でのくつろぎ方とか、マナーであるとか、楽しみ方を知らない世代が少し増えてくることを懸念している。旅行のマナーなど、一緒に旅しながら楽しんで学べるような機会を宮城の観光の中から発信していくことも大事。

(3) 第2回全体会議

【日時】令和4年2月8日（金）13時00分から15時00分まで

【場所】宮城県行政庁舎 特別会議室

【委員からの主な意見】

- ① 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。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。
- ② 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。
- ③ 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。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。
- ④ 「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。
- ⑤ 宮城県と締結している災害協定を生かしていかなければならない。避難所に何があって、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。
- ⑥ 今後産業を発展させていくためには、単に経験や感、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。
- ⑦ 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。また、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。
- ⑧ 「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。
- ⑨ 東北全体の平均宿泊数は、国全体の平均よりも低い。国内の観光事業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。
- ⑩ 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。
- ⑪ 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。
- ⑫ 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。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。

- ⑬ 他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はなく、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はなく、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、大きな変化が起こるのではないかと。
- ⑭ 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。
- ⑮ 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こと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。
- ⑯ 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と。

2 みやぎ観光振興会議（圏域会議）

（1－5）第5回仙南圏域会議

【日時】令和3年1月18日（月）10時00分から12時00分まで

【場所】総合会館 LaLa さくら飛鳥の間

【委員からの主な意見】

- ① 今回のように7圏域の皆さんの意見を集約する形は初めての取組。これはすごく良い取組なので、次期プラン策定に関しても、圏域ごとの皆さんからのご意見をしっかりと吸い上げていきたい。
- ② コロナはワクチンが出ても完全に収束とはならないだろう。ある程度コロナと共存していく形で取り組んでいかなければならない。
- ③ 県の将来を考えていくには、現場の若手の人たちの意見が一番大事。
- ④ 人口が減ること自体が必ずしも悪いことというわけではない。成熟した社会において結婚・出産について選択肢が増えるのは当たり前で、そういう世界の方が幸せではないか。問題があるとすれば、経済的・環境的に子供を育てられないといったことであり、単純に人口が減ること自体は問題ではない。人口減少もコロナもその変化に対して柔軟に対応できるところが生き残る。そうやって大きな変化に対して柔軟に対応しようとする事業者をいかに支援するかに尽きる。
- ⑤ DXはあくまで手段であり、これが目的化してしまうのはよくない。人をきちんと介在させて、人が価値を提供しているというところに重きを置けば、デジタルに置き換える必要はない。ただ、人が本来やるべきではない、やる必要、価値がない仕事であれば、デジタルに置き換える必要がある。まず大事なのは、どこにどう価値を考えて、デジタルに置き換えるべきところは置き換えるという設計の部分。
- ⑥ ワークーションは宿泊事業者側の受入環境はある程度整備されているので、むしろそれよりも社員を行かせる企業側の問題。現状、企業側のメリットがあまりない。行かせる側の企業に何らかの補助や、若しくはこういうケースもありますよという事例紹介により推進していく方がよいのではないか。
- ⑦ 会議資料では、観光客を増やせば宿泊客が増えて、宮城にお金が落ちるかのごとく表記されるが、そうではない。現実には仙台空港を利用する外国人が増えても、ただ昼間の観光だけして、宮城にはお金を落とさず他県に宿泊するということがあるので、そういうところも踏まえて目標を設定していかなければならない。
- ⑧ コロナの時代になって宿泊観光事業者として大変被害を受けているが逆に良い点もあった。これからどうやって商売を持続させるか、IT化やロボット化を進めて、働き手を少なくしながら、競争力を高め、同業者に負けない商売をしていくかということをしごく考えさせられた。
- ⑨ 人口が減れば所得が減って、観光にお金を使わなくなる。人口が減っても所得が変わらないようにすればよいわけで、「質の高い雇用を生み出し、若者の県内定着や県民の所得向上につなげる」といのは全くそのとおりだが、県民の所得向上につなげるような教育をしているのか。観光だけの議論では不十分。

- ⑩ 高齢化社会やコロナ禍でビジネスモデルの転換が必要だが、売上が減少するなかで負担は重い。頑張ろうと思っても頑張れない人たちへの支援が必要。
- ⑪ 次期プランの検討にあたっては、観光だけを考えるのはナンセンスで、やはり広い視野が必要。業種・業態，県域を越えた連携といった幅広い視点で考える必要がある。
- ⑫ 「SDGs」は言葉が難しい。実際には既に取り組んでいることも多いが，何か新しく難しいことをやらなければいけないというイメージを持ってしまう。もっと取り組みやすい表現で周知いただきたい。
- ⑬ 秋田の角館では，小さな子供たちが観光客に町の歴史や地場産品について語っている。子供たちがやりがいを感じ，自分たちの町を背負って自分はPRしているんだ，どうぞこんなすばらしい秋田県に来てください，という意識が小さい時分から根づいている。
- ⑭ 子供の時からいろんなところに行って，いろんなものを見て，経験を積んで，地元に戻ってきて地元の経済のために，自分の町の発展のために一生懸命尽くしてくれることが理想。親元に留め置くのは，子供の成長を阻害してしまう。
- ⑮ 隣県との強い連携という仕組みづくりを考えていただきたい。
- ⑯ 新しい価値創造というのは，これまで以上にその働きを強めていく意識を持ってやっていく必要がある。
- ⑰ コロナ禍で「集ってはいけない」「交流をなるべくするな」といった今までの観光と全く逆の方向性のなかで，観光を考えるのは，まさに新しい価値創造であり，ひとつのチャレンジ。
- ⑱ 実際に被害が起きるような災害が頻発する中で，どういうふうに観光を組んでいくかという視点も非常に大事。
- ⑲ まずは会議のメンバーを変えてみることも必要。同じような業種，年齢，性別で考えても今までと同じアイデアしかでない。農政や教育関係者を加えるなど，行政の縦割りを変えていくことも必要。

(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】

- ① ワークーションについてはどれほど効果があるか疑問。
- ② 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。
- ③ 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ではないかと思う。富裕層にも対応した観光のありかたを考えてほしい。
- ④ 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。
- ⑤ 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。
- ⑥ 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べき。
- ⑦ 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。
- ⑧ 「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。
- ⑨ 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。
- ⑩ 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。
- ⑪ 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結び、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。
- ⑫ 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。
- ⑬ 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。
- ⑭ 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。
- ⑮ 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。大事なものは、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。
- ⑯ 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。

- ⑰ 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。
- ⑱ 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。
- ⑲ 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。
- ⑳ 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、力強く押し進めていただけたらと思う。
- ㉑ 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ただければと思う。
- ㉒ 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。
- ㉓ 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。
- ㉔ 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。
- ㉕ 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。
- ㉖ 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。
- ㉗ ワークーションは疑問。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。
- ㉘ 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な事業として意識する必要がある。
- ㉙ 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。
- ㉚ 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。
- ㉛ 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。
- ㉜ 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」「一定程度の圏域内の固定客を確保しておく」というのは必要かと思う。

- ③ 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。

(1-2) 第2回仙南圏域会議

【日時】令和4年1月21日(金) 10時00分から12時00分まで

【場所】大河原合同庁舎4階 大会議室

【委員からの主な意見】

- ① コロナで先が見えない状況。宮城県の県民割の取組により昨年10月以降お客が戻ってきているが、年明けから動きが鈍くなってきている。とにかくコロナが収束してほしい。また、ワーケーションについてはどれほど効果があるか疑問。
- ② 現在、インバウンドに関しては皆無の状況だが、ここで歩みを止めてしまうとどこもかマイナスになってしまいかねない。今後も継続してインバウンド市場獲得に向けた受入環境整備を行っていく事が重要。
- ③ 今後、教育旅行は重要であり、防災教育などしっかりと次に繋いでいくことが必要。また、子ども達の「学び」と同時に地域にお金が落ちる仕組み「利益」のバランスを取ることが大切。
- ④ 現在、観光庁が「アドベンチャーツーリズム」を進めようとしており、アドベンチャーなどのコンテンツは仙南地域の得意とするところなので、国の事業も活用しながらしっかりと進めていきたい。また「アドベンチャーツーリズム」というワードを是非、仙南圏域の施策の方向性及び取組の中に記載していただきたい。
- ⑤ 現状はコロナ感染拡大の影響で厳しい状況にあるが、ウィズコロナ、アフターコロナを見据え、地域の関係者と協力しながら、観光客を受け入れる環境整備を進めていきたい。
- ⑥ 今回のプランはよく出来たプランと思うが、いくら良いプランを作ってもそれを実行しないと意味がない。具体的な戦略を立てて実行するのは市町村になると思うので、プランの考え方を市町村とよく共有し、連携して進めてほしい。また、行政との共有と同様に生活者である住民との共有も重要。市町村で「ふるさと検定」のような取組を行うとか、地域で地元の良さを伝える活動をしている団体を支援するなど、プランの考え方を県民にダイレクトに伝えていく方法を考え、住民と共有する仕組みを作してほしい。
- ⑦ ウィズコロナに関しては、先行き不透明であるが、そうした事を前提に経営していく必要がある。
- ⑧ プランの内容をどう具体的に戦術に落とし込んでいくかが大切であり、民間をうまく活用し、民間の取組を行政が支えながら、新しい人材の育成も進めていく必要がある。
- ⑨ ワーケーションのような世の中に出回ってる言葉が果たして実際にどうなのか、本当にそこに金と時間を掛ける必要があるのか見極める必要がある。
- ⑩ 地域資源があってもそれを使える人がいなければ届かない。新しい事や面白い事をやりたい人を支援する体制づくりが重要だ。
- ⑪ 圏域と言えば、面積が広く、広域連携も必要だが、消費者として圏域を意識するかという疑問。単に距離が近いなど土地に縛られていないか考え直す必要がある。
- ⑫ 白石蔵王駅はビジネスより観光視点での南蔵王の玄関口、着地点となっており、観光客を受け入れる役割がある。プランに記載の「ウィズコロナ時代において、まずは域内旅行の需要喚起策を図る」の記述は同感であり、鉄道駅としての情報発信などしっかりやっていきたい。また、プランにはSDGsの記載があるが、SDGsの必要性等について住民への理解醸成が必要。さらに、プランにデジタルの活用について記載があるが、「人」にしか出来ない事との棲み分け

をしっかりとした上で推進していくことが重要。

- ⑬ 現在、試食中止や密を避けるなどコロナ感染対策に配慮しながらイベントを開催している。今年度モニターツアーで地域の特産であるトウモロコシの収穫体験を行ったが、農業体験などへのニーズは高いと感じている。
- ⑭ 地元の小中学生の体験受入や、コロナで県外から県内に切り替えた高校の修学旅行の受入などを行っており、今後もこうした活動を続けていきたい。地域のコンテンツの魅力をどう向上していくかが重要であり、同時に旅行会社や個人に向けていかに情報発信していくかが大事。
- ⑮ キャンプ場の予約は増えており、売り上げも伸びている。キャンプ場の体験メニューとして、SUPがあるが、人気であり、体験型メニューへのニーズが高まっている。
- ⑯ キャンプ場への来場者は東北が8～9割を占めており、近い所から来ている。ワーケーションも実施しているが、反応は薄く、今後の需要はあまり見込めない。
- ⑰ アウトドアをコンパクトに遊び、楽しんでもいただくため、スキー場利用客に近くのカフェで使える割引サービスを行うなど、近いところで地域を繋いでいくことから始めている。
- ⑱ 異なる業種や地域、行政と民間など、タグを組むことで魅力が向上すると思う。また、特に子どもは何かを与えられてクリアしようという傾向が見られ、例えば蔵王三十六景を全て回りたいとか、何かを収集してクリアしたいという欲求を捉えたキーワードなどで事業展開していくのもよいのではないか。
- ⑲ プランについては、宮城県に観光に来たいと思わせるようなキーワードやキャッチコピーがあると良い。
- ⑳ インバウンドの視点では、蔵王キツネ村に在日インドネシア人が来ているという話を聞くが、在留外国人への事業展開を行い、そこから母国への情報発信に繋がると良い。
- ㉑ 人材育成については、継続的に地域に根ざして活動する方や団体を支援することが重要。
- ㉒ 蔵王町のジオパークの動きは今のところ一つの町としての取組だが、地域の自然や防災、子ども達の学び、自然の恵みを生かした農産物など、これらをしっかりと位置づけて蔵王のストーリーを作って発信していくことが観光のきっかけとなるため、「ジオパーク」という言葉を圏域の施策の方向性の中に入れていただくと良い。
- ㉓ コロナ後に向けた準備が大事。町や三十六景、コンパクトなものなど様々なスケールの観光メニューがあり、そうした事が多様性を生むと思う。今だからこそ出来る事があると思うので、仙南の様々な資源を育てて、住民と一緒に動いていく機運を作れば良いと思う。

(2-4) 第4回仙台圏域会議

【日時】令和3年1月28日(木) 13時30分から15時30分まで

【場所】仙台合同庁舎10階1001会議室

【委員からの主な意見】

- ① 宮城県として、SDGsに取り組むという方向性がある中で、今やっていることをいかに未来につなげていくのか、各圏域でSDGsに向けて取り組める内容をまとめてみるのも良いと思う。
- ② 「ここに観光で来て、このような活動をするのが、SDGsのこの目標・ターゲットに絡んでいる」と示すことで、SDGsの浸透や、県としての目標を発信することにつながると思う。
- ③ 観光はある程度余裕がある方々がされるという点で、宿泊施設や飲食店の利用料金の一部を、貧困で困っている人々に寄付するようなプランがあると、観光をしながらSDGsについても意識していただく、または意識しなくても参加できるようになると思う。
- ④ 人口減少社会の中で高齢の方が増えるということで、バリアフリーやユニバーサルデザインについても入れ込んで発信していければ、より多くのお客様に来ていただけるのではないかと。
- ⑤ 宮城に住んでいる人たちが豊かな暮らしを創造していかないと、他地域から来た人に対して良いサービスも提供できないと思う。
- ⑥ 観光産業は裾野が広く、交流人口を増やすというメリットがある。「訪れてよし」というところから始まって、リピーターになっていただいて、将来的には住んでみようと思っただくことで、一定の歯止めがかかるのではないかと。交流人口から定住人口につなげるようなビジョンを描ければ良いと思う。
- ⑦ 資料2-2で、観光客入込数は仙台圏域が約半数を占めていることから、今後も仙台圏域が牽引役を務めていかないと、宮城県・東北が大変な状況になっていくと思う。
- ⑧ こういう時こそ、仙台圏域、宮城県の皆さんに「自分の住んでいる地域、ふるさとと素晴らしいところなんだ」と思っただく、シビックプライドの醸成のために、デジタル媒体と紙媒体で繰り返し情報発信をして記憶に留めていただくことが大切。
- ⑨ 小さいうちから、宮城でいろいろな教育・研修を受ける、体験をすることで、将来的にまた来たい、さらには住みたいというところにもつながってくると思うので、教育旅行というものも、視点として明記するべきではないかと。
- ⑩ 仙台は東北のハブとなっている都市でもあるので、航空産業などのアクセスの面も引き入れて、コロナ禍後に良いスタートを切りたい良いと思う。
- ⑪ 教育旅行では、SDGsにも関連するため、震災教育の需要が非常に高く、学校側に語り部や震災遺構に関する情報を提供している。コロナ禍で他地域に行けなかった地元学生に震災教育を行っているほか、関東方面にもプログラムを持って行っており、特に港町の横浜市では高い関心を示してくださる学校もある。
- ⑫ 団体の集客はなかなか見込めず、個人客が中心になるということを踏まえた企画を考えていただきたい。団体の場合は、スポーツ団体や修学旅行など、学生中心の集客が多くなると思う。

- ⑬ 人口減少が大変な状況にある中で、コロナ後も団体旅行はすぐには回復せず、個人旅行が主流になると思う。個人旅行以外では、修学旅行が宮城県にとって非常に有望な旅行形態であり、力を入れていくべきだと思う。
- ⑭ SNS の情報発信力が高い人ほど、アクティブに旅行している印象を受ける。リピーターを獲得する方法として、SNS でお客様とつながることが有効。一旦 SNS でつながると、イベントを行うときに、瞬時に情報発信ができる。
- ⑮ 国内外問わず、SNS をしっかりと活用するというのも、今後の方向性の一つに含めても良いと思う。
- ⑯ 現在、県西部の大和町で、観光資源になり得る農林業をテーマにいろいろ取り組んでいる。欧米からいらっしゃるお客様には、日本の伝統文化に関心を持っていただきたい。従来の伝統文化をもう一度見直して、採算性のあるビジネスとして発展させていきたいと思う。
- ⑰ コロナ禍でまだまだ見通しが厳しい中では、ビジネスモデルの転換も大事なポイントになる。仙台ターミナルビル株式会社が仙台市荒浜地区に観光果樹園をオープンすると伺っており、まさに新たなビジネスプランだと思う。新たな魅力として、今までにない宮城の巡り方、楽しみ方につながり、また被災地でもあるため、学習旅行としても訪れていただけたらと思う。
- ⑱ 観光業界では、リアルエージェントの店舗縮小という報道が多くなされており、OTA が主流になってきている。そうになると、スマートフォン等に不慣れなお年寄りの方々が、街で旅行商品を購入できなくなるという問題も想定される。
- ⑲ 第5期観光戦略プランの策定に当たっては、メインターゲットが例えば個人客なのか団体客なのか、さらに、セールスプロモーションをどの層に行っていくのかを準備段階から考えていき、コロナ禍後の新たな観光の動きに、敏感に反応できるようにするべきだと思う。
- ⑳ 人口減少への対策として、インバウンドの誘致が行われてきた。教育旅行においては児童・生徒の数が減ってきているため、インバウンドは非常に重要なお客様だと思っている。
- ㉑ コロナ禍が収まれば、インバウンドということになるかと思うが、黒川地域には外国人労働者も多くいらっしゃる。その方々に、母国に向けて情報発信をしていただくことも必要だと思う。
- ㉒ 東日本大震災からの産業の変化では、観光も盛り上がり目指すところまで来ることができた。震災からの産業の発展とコロナ禍からの産業の発展の違いについても、考えてみたいと思う。
- ㉓ 現在、コロナ禍ということで、運営しているホテルでは、観光よりも病院に関する問い合わせが多い。地域の医療機関等との連携が大切だと実感している。

(2-1) 第1回仙台圏域会議

【日時】令和3年5月25日(火) 13時30分から15時30分まで

【場所】仙台合同庁舎10階1001会議室

【委員からの主な意見】

- ① 3年のプランであれば、まずは宮城県から始まり、東北、全国とどんどん広げていくイメージでやるのがいいのではないか。
- ② 2022年度から3年計画ということだが、1年後に進捗状況や計画との差異を検証して残りの1年2年を立て直すといった方法があるのではないか。
- ③ 令和3年の目標に観光客入込数7,000万人とあるが、一気に令和元年度のような状況には多分ならないと思われるため、現実的な目標、努力すれば叶うような目標を立てるということが重要なのではないか。
- ④ 5期の戦略プランを作成するにあたっては、2019年以前のような客層を特定しないプロモーションではなく、今どういうお客様が動いているか見極め、二人連れ、家族連れ、または修学旅行など、どのお客様をターゲットにプロモーション活動するのかということを絞り込む必要がある。
- ⑤ 予定どおり令和6年にインバウンドが戻ってくるのであれば、それまでの間にデジタルマーケティングなどの整備を並行してやっていけば、新しい産業が生まれたりするのではないか。また、デジタルマーケティングに取り組もうとしている事業者へ、例えば人材バンクのような人的支援があると、取り組みやすいと思う。
- ⑥ デジタルというと難しい印象を持つかもしれないが、FacebookやTwitter、Instagramを自ら活用して情報発信し、集客するために自分で動くしかない。動けない人へは何かしらの支援が必要。
- ⑦ デジタルに対して恐怖心を持っているような商工会や企業の年代層を対象にし、タブレットを使用した宣伝やSNSアップをやっていただくなど、まず体験してもらってはどうか。このようなデジタルに関する突破口、敷居をもっと低くした施策をパイロットケースとかでやっていただきたい。
- ⑧ 資料2-1のP.20 宿泊者数に占める県内居住者の割合について、神奈川県が急上昇している点は研究に値するのではないか。参考にし、宮城県の施策を考えてみてはどうか。
- ⑨ 資料2-2のP.4【目指す宮城の姿】で「〇〇になっています」と言い切っているのに違和感を感じる。
- ⑩ お店の経営を支援していかないと、コロナが収束したときに、お客の行くところがなくなる。オープンしたばかりで実績のないところにもフォローが必要なのではないかと思う。
- ⑪ コロナウイルスが収束するしないに限らず、観光客が足を運びたいくなるようなインフラの整備など、大胆な投資、支援をこのタイミングでやってしまうべき。例えばJRの通っていない観光地と最寄りの駅をケーブルカーでつなぐなど。
- ⑫ 単なる観光ではなく、生涯学習や健康などを掛け合わせ、今ある観光資源をどのように工夫し、付加価値をつけるかが重要。
- ⑬ 字、カタカナが多く、わかりにくい。わざわざ横文字を使用しなくても表せるのではないだろうか。

- ⑭ 略語やカタカナ語の定義が共有できているだろうか。シビックプライドという言葉も、もとの意味と日本で使われている意味は変わっている。
- ⑮ 今年度は昨年度からの継続的な部分も大きいため、これまで培ってきた安心安全の取組や感染防止の取組を強調し、安全な場所だということや、復興した新しい魅力についてもアピールしながら、東北エリア内の連携を深め、まずはマイクロツーリズムに取り組む必要がある。
- ⑯ 情報共有やコラボレーションしていく必要性をととも感じる。観光振興会議のようなかしまった場ではなく、もっと気軽に、もっと近い距離でコミュニケーションをとれるような場所を提供してもらえると、なにか課題解決のヒントを得られるのではないか。
- ⑰ 昨年の「仙台・宮城すずめのお宿キャンペーン」のような、県民限定の企画、プランを作っただけ、落ち着いてきたら東北、新潟を含めていくような対応をしていただきたい。

(2-2) 第2回仙台圏域会議

【日時】令和4年1月18日(火) 13時30分から15時30分まで

【場所】仙台合同庁舎10階1001会議室

【委員からの主な意見】

- ① 県内で国際会議等の人が集まる会議やイベントの開催に合わせて、観光業界に情報を発信してもらい、観光地をめぐってもらえるような連携を図ってはどうか。
- ② 様々な観光に関するコンテンツがあるが、点だけの整理では足りず、それらをどのように繋ぎ、楽しんでもらうのかというところまで考えていく必要があると思う。
- ③ プランにおけるターゲティングやペルソナ設定ができれば、より具体的になっていくのではないか。
- ④ 観光関連産業では、実際に観光客と接する人が経済的に困窮しているため、経済的・精神的なフォローもプランに入れていただくとよいのではないか。
- ⑤ 観光需要が回復しても、観光関連産業は雇用面で厳しい状態が続くと思われるので、その対策もプランに入れていただくとよいのではないか。
- ⑥ プランにあらゆる分野のことが網羅されているが、目標や宮城県の観光の姿を分かりやすく打ち出し、ターゲットをはっきりさせていくと、多くの方に浸透していくと思う。
- ⑦ このような時期だからこそ、思い切って宮城県ならではのプランを考えてみてもよいのではないか。
- ⑧ 昨年10月以降、一番動いた団体が教育旅行であり、北関東を中心に宮城県に来ていた。交流人口を増やすためには、学校のプログラムで教育旅行に行くところを攻めていくのが有効な方法だと思う。
- ⑨ 昨年の秋に感染者数が減り、最初に動いたのが教育旅行で、今まで宮城県には来ていなかった地域からたくさん来た。観光振興の一つの軸として教育旅行は大切にするべきだと思う。
- ⑩ 教育旅行に関連して、宮城県に若いうちに1回でも来ていると、大人になった際にまた来たいという気持ちになるのではないか。修学旅行の学生は、将来のお客様になるという観点から大切にしなければならない。旅行もモノからコトと言われているが、その先の「心」というところまで繋げた観光地に宮城県がなれば、観光客にまた行ってみたいと思われるのではないか。
- ⑪ 域内の小学生、中学生にアプローチすることで、やがてその子どもたちが情報発信をしてくれるようになるのではないか。
- ⑫ 宿泊客の主流は2人連れや家族連れであり、最も親しい人、信頼できる人と一緒に旅行するのが圧倒的に多い。しかし、そういった宿泊客も今回のオミクロン株の感染拡大で大分減っており、今後どうなるのか不透明というのが旅館業界の現状。
- ⑬ 県内の人の約半分は宮城県を観光地としてよく思っていないと考えているが、地元の人が自分のところをよく思わなければ、観光誘発には繋がらないので、その認識を変えていくことがこの機会にやるべきことと思う。
- ⑭ 震災遺構は宮城・福島・岩手というエリアに限定されており、名取の閑上や、現在開発されている仙台市沿岸部は、面白いエリアになると期待できるので、そのエリアが発展してもらえるように期待しているエリアとしてプランに歌い上げていくのも面白いのではないか。

- ⑮ 一番人口の多い仙台圏の方々に、県内の魅力を知ってもらい、発信してもらおうといった将来に繋がるようなサイクルができればいいと思う。
- ⑯ 仙台圏には専門学校が非常に多いので観光関連産業の将来の担い手の育成・確保のターゲットとして、当該学校を支援していただけるとありがたい。
- ⑰ 現状、バス会社では観光バス事業のみだとリスクが大きく、観光事業も展開しつつ他の事業も模索している。旅行代理店からは事業が苦しいという話を聞いたので、他の事業者とも一致団結して新しい形の観光に対応していかなければ生き残りはできないと考えていた。
- ⑱ 自分たちが伝えたいものや楽しいと思うものにプラスして特徴的なものがないと、観光客への訴求は難しいと思っている。その町に何か特徴的なものがあるからこそ、様々な人が来るようになると思うので、プランにはそういった視点も落とし込んでいただくとよいのではないかな。
- ⑲ 既存の観光地ではない地域をこれから観光資源化、開発していくにあたっては、当事者をどのようにやる気にさせるかが重要であり、地域の人の意識改革から始まらないと地域の活性化は難しいと感じている。
- ⑳ SDGs は世界的に盛り上がっており、第5期の戦略に、環境にやさしいという視点も観光の切り口として取り上げていただきたい。

(3-4) 第4回大崎圏域会議

【日時】令和3年2月1日(月) 13時30分から15時30分まで

【場所】大崎合同庁舎1階大会議室

【委員からの主な意見】

- ① 地方における人材不足が懸念される。IT系人材、観光ガイド等の仕掛けることができる人の人材育成が必要である。人材がいないとイベント等を開催したいと思ってもモチベーションも下がる。また、旅館経営者の後継者も不足している。
- ② みやぎ観光回復戦略のDXやSDGsの理念をどう施策に落とし込んでいくのかが課題となる。どうしても高齢者はデジタル・非接触型サービスに疎いので、高齢者も利用できる別な手立ても考えてもらいたい。
- ③ 海外や首都圏に対する誘客・セールスは市町にとって弱い部分であり、その部分を県にしてもらうとよい。
- ④ 平日の交流人口を増やす施策を要望したい。また、先駆的な取組を情報共有してほしい。
- ⑤ 観光施設・宿泊施設の感染症対策は、コロナ後も長期に当然のように取組むべきものではないか。また、宿泊施設を営む企業の経理部門に対する支援として、県がRPA等を組み込んだ汎用性の高いソフトを作成して、導入できるようになれば助かる企業も多いのではないか。
- ⑥ 目標値を設定する際には、例えば、観光地別・施設別の細かい目標値を定め、それを積み上げるという視点も必要ではないか。
- ⑦ インバウンドが急回復とはならないと思うので、まずは国内観光客のリピーターを増やすことを目標とすべき。宿泊客は新型コロナウイルス感染症を怖がっており、首都圏等からの来客は減少している。新潟県を含めた東北6県の人が東北の魅力を発見(Discover)していく、そういう支援をお願いしたい。また、新型コロナウイルス感染症の影響により物産販売は不振であり、支援が必要である。
- ⑧ 大崎圏域は世界農業遺産があるなど、農業との結びつきが強い地域であり農業と連携していくべき。また、世界農業遺産「大崎耕土」を具体的に観光に活かせるような方策が望まれる。さらに、PRについても工夫が要る。
- ⑨ コロナが収束した時のために、今のうちからインバウンドに向けた施策が必要である。世界農業遺産に関心を示すのは海外では欧米人ではないか。例えば、北海道知床半島の世界遺産は欧米向けにシフトしている。インバウンドは、アジア向けではなく、欧米向けに考えた方が大崎圏域には合っていると思われる。
- ⑩ テレワークの延長線上としてのワーケーションを推進するほか、ブレッジャーとして首都圏等から仙台に出張に来る人を大崎圏域に呼び込む仕掛けが必要である。また、ワーケーション及び教育旅行に来た方々に、地域の課題・現状を知ってもらい解決策も提言してもらう、そのような仕組みがあってもよい。あえて日本全国から高齢者が集まる町というものがあってもいいのではないか。
- ⑪ 受入側の企画力をもっと高めたい。例えば、三本木に大きなパークゴルフ場が完成したが、グラウンドゴルフとワーケーションといった仕事と遊びを両立させた企画があってもよい。また、受入側が地元食材を活かした食事提供を含めた周遊コースを示すのもいいのではないか。

- ⑫ 地方では農地の休耕地の問題があり，これを活用したドイツのクラインガルテンのような取組はどうか。

(3-1) 第1回大崎圏域会議

【日時】令和3年5月31日(月) 13時30分から15時30分まで

【場所】大崎合同庁舎1階大会議室

【委員からの主な意見】

- ① 第5期観光戦略プランの期間を3年間と短期に設定することは、新型コロナウイルス感染症の収束後を見据えれば、妥当だと思う。
- ② 新型コロナウイルス感染症に伴い、旅行スタイル・ニーズが大きく変わっている。第5期観光戦略プランには、新しい旅の仮説を立て、どういう市場にどういうことをやっていくのか具体的なアクションプランを入れ込んだらどうか。
- ③ ワクチン接種がやっと始まった状況の中で、新型コロナウイルス感染症収束後に向けて思い切った対策を講じてもらいたい。昨年度に実施したGo Toトラベルは効果が大きかった。
- ④ 鳴子温泉にある「こけし館」は、5月及び6月も休館となり漆器・工芸品の販売は厳しい。漆器・工芸品の販売促進策を考えてもらいたい。
- ⑤ 世界農業遺産「大崎耕土」と連携した観光振興策を考えてもらいたい。米の消費が落ち込んでおり、観光と世界農業遺産との連携で米どころを守っていきたいと考えている。また、そのためにもソーシャルキャピタル(社会関係資本)の構築が必要であり、地域の人々が地域の良さを伝えられるシビックプライドの醸成が大切である。
- ⑥ 安全安心は人々の目には見えにくい。安全安心の見える化に取り組んでいかなければならない。また、デジタル技術を活用した動画等による観光にも取り組むべきである。
- ⑦ 観光地の魅力、地域の良さをもっと知ってもらえるよう情報発信が必要だが、その情報発信力が弱いのではないか。
- ⑧ ワークーションを推進したいが、企業側に動いてもらう仕掛けが必要である。
- ⑨ 第5期観光戦略プラン期間の3年に違和感がある。今は観光事業者を継続させる方が大事である。交通事業者も大変厳しい状況にあり、宿泊割引キャンペーンなどの振興策を実施してもらいたい。また、ワクチン接種の進展もあるので、状況に応じた対策を実施してもらいたい。
- ⑩ 今後の観光振興のキーワードとしては「健康」、「自己啓発」、「出会い・触れあい」が考えられる。また、長期的な施策として空き店舗・建物取り壊しなど温泉街の風情の創出に取り組んでももらいたい。
- ⑪ 第5期観光戦略プランの目標指標値に、沿岸部の復興関係を入れ替えて県全体の数値を目標指標値としていることは、今後、内陸部における振興策も推進されるものの表れと期待している。また、目標指標値を高めを設定した方が良い。行政がすること、事業者がすることなど役割分担を明確に示すと分かりやすい。
- ⑫ 観光ニーズは大きく変わっており、変化のスピードも早い。世界農業遺産「大崎耕土」をコンテンツにオンラインによる実証事業に取り組んだところ、参加された方に大変気に入られた。今年9月開催の全国農泊ネットワーク大崎大会を通じ、全国的なものにしたい。多くの財産があるので、大崎圏内で連携しながら観光を作り上げることを柱にできれば。また、大衡村にあるトヨタの工場が近くにあるので、工場見学に来た観光客を大崎地域に呼び込む方策を検討してはどうか。

- ⑬ 観光施策の方向性としては「食との連携」がよく取り上げられる。この地域は世界農業遺産「大崎耕土」があるので、ここで収穫された農林産物を活用した施策を関係団体とよく連携して取り組んでいく必要がある。
- ⑭ (北部地方振興事務所において) マイクロツーリズムの促進事業を検討しているとのことで、大変期待している。また、大崎地域を訪れる観光客のビッグデータがあればいい。そのデータを観光・宿泊施設別にあると事業者側にとって大変役立つ。
- ⑮ 第5期観光戦略プラン期間が3年間としているが、目標指標に関して、PRのための「観光イベントに参加した人の人数」、「観光イベントを支援した件数」など、途中経過の指標でもよいのではないか。
- ⑯ ワークーション対応に設備を整えたが、客が来ていない。今の20代の半分はテレビを見ていないし、Facebookもやっていない。30代以降はSNSでもFacebookが多い。年代別に区別した情報発信が求められる。
- ⑰ 宿泊施設は、災害時には避難者の受け入れ先にもなる。災害・事故時の旅行者の安全確保や宿泊施設が安全となるような施策も必要である。

(3-2) 第2回大崎圏域会議

【日時】令和4年1月17日(月) 13時30分から15時30分まで

【場所】大崎合同庁舎1階大会議室

【委員からの主な意見】

- ① 観光地の地域住民が地元の良さを知らない圏域外から来る観光客へ推奨できない。何気ない生活が観光客にとって魅力であり、地元の人が他の人にすばらしいと自慢してもらえるような観光地にしなければならない。
- ② 観光地の地域住民の満足度を高める仕組みづくりが必要。遠方から来る観光客も地域住民などが喜ぶものを利用する。
- ③ 単なる地域づくりの域を脱し、経済的メリットを享受できる「観光産業」にしていかなくてはならない。地域の良さをそのまま観光資源とするのではなく、観光商品へ磨き上げもしていかなければならない。
- ④ 第5期観光戦略プランの中間案の内容をみると、10年以上前からほとんど変わっていない。今後のアクションプラン(実施計画・事業化)を策定する際には、もっと踏み込んだ具体的な内容にしてもらいたい。
- ⑤ 他産業との連携のことはうまくまとまっていると思う。持続可能な地域づくりという観点では、後継者不足が大きな問題になっているので、そこまで効果が繋がるようなアクションがあるとよい。
- ⑥ 持続可能な観光を目指すのであれば、環境もテーマにしてはどうか。環境に関心のある方を呼び込むスタディツアーを実施するなど、環境をテーマとしたコンテンツを作り上げてもいいのではないかと。
- ⑦ デジタル化・DXの促進について、市町でも取組が難しい。DX一つとっても、経営におけるDX、観光コンテンツのDX、あるいはそのどちらもあろうかと思う。
- ⑧ ワークেশョンの客が増えるよう一部の宿泊部屋を改修したが、利用する客がいない。都市部の人々がワークেশョンの場所として大崎圏域を選んでもらえるようPRするためにも、温泉でワークেশョンをすると仕事の効率が上がるなどのデータがあると良い。
- ⑨ 宿泊者数の分析に関し、県内居住者数の割合のみならず、県外のどこから来ているかのデータもあると有用な資料になるのではないかと。
- ⑩ 宿泊事業者にとっては、新型コロナウイルスの感染者が減少した時期に県が宿泊割キャンペーンを行い、対象者を全国一律ではなく東北地方に限定したことは、とてもいい施策だと思う。使い勝手がよく、また、宿泊施設の充実に資する支援策があるとよい。
- ⑪ 昔は鳴子温泉郷を知らない人はいなかったが、今は名前すら知らない人が多い。検索サイトのバナー広告を活用するなど、改めて名前そのものをもっと周知する取組が必要である。
- ⑫ 大崎圏域の観光資源をさらに魅力あるものにするためには、様々な団体、隣県とも連携を強化することが必要である。
- ⑬ 観光は裾野が広い産業と言われているが、地域に観光客と地元産業を繋げるプラットフォーム的な役割となる人がおらず、機能的に弱いところとなっている。

(4-4) 第4回栗原圏域会議

【日時】令和3年1月28日(木) 13時30分から15時30分まで

【場所】栗原合同庁舎3階第一会議室

【委員からの主な意見】

- ① 「いかにお金を落としてもらうか」が重要であり、観光産業全体で「儲かる仕組みづくり」を進める必要がある。そのためには、「農業」と「観光」など、横のつながりが大事である。
- ② コロナ禍で行われているバーチャルツアーなどをお金に結びつけていく方策が必要である。
- ③ 「栗駒山」や「伊豆沼」等の有名観光地だけでなく、地域に点在する他の観光資源への周遊を促す方策が必要である。
- ④ 地域製品のセット販売も有効である。コロナ禍で「買い方」や「売り方」が変化する中で、次の戦略が必要である。
- ⑤ 県内、栗原地域には、すばらしい食材が豊富にあり、「食」を活かした観光は有効。主力の米以外にも、訪問客のニーズに合わせた「売れる商品づくり」に取り組む必要がある。
- ⑥ 食産業振興では、「PR活動」も大事であるが、需給バランスを保つには、生産現場の育成にも、しっかりと取り組む必要がある。
- ⑦ 今回のコロナ禍のような、宿泊料金割引等の方策は、即効性があり有効ではあるが、国、県、市が全て右ならい的に行うのではなく、別な角度による支援策の検討も必要である。
- ⑧ 東日本大震災から10年、栗原市では「岩手・宮城内陸地震」や「洪水被害」等でも大きな被害を受けている。防災教育では、「津波」だけではなく、様々な災害に目を当てる必要がある。
- ⑨ 高齢化の進展下、高齢者層の観光需要を取り込む方策が必要である。
- ⑩ 人口減少下の観光産業では、近隣自治体との連携や、様々な分野の産業との連携など、「広域化」の視点が重要である。
- ⑪ 観光インフラ等の整備だけではなく、それらを運営する人材育成も重要である。
- ⑫ スタッフの高齢化により閉園となった「一迫ゆり園」について、周辺への影響も大きいため、地域としても継続方法の検討が必要である。
- ⑬ 子供たちへの「ふるさと教育」は重要であり、郷土に対する深い思いは、将来的には「地元に戻ってくる」ことにつながる。
- ⑭ 「観光」と「学校教育」の連携が必要である。栗原市では、学校教育でジオパーク学習を取り入れている。
- ⑮ DXについて、事業者が無益な投資をしないように、導入前のいちは的な研修会が必要である。
- ⑯ カード決済を推進していく必要がある。
- ⑰ 長く続いてきた地域のお祭りやイベントが新型コロナウイルスの影響により、多くが取りやめとなっており、担い手への伝統の継承が途絶えてしまわないような方策が必要である。
- ⑱ SDGsは言葉だけが走っているような印象、内容を理解している人は少ない。

(4-1) 第1回栗原圏域会議

【日時】令和3年5月19日(水) 13時30分から15時30分まで

【場所】栗原合同庁舎3階第一会議室

【委員からの主な意見】

- ① プランの方向性だけではなく実際にどう事業に取り組み具体化していくかが重要である。県全体と圏域で連携して取り組んで欲しい。
- ② コロナ収束後を考えた場合、隣県でもさまざまなキャンペーンを打つだろう。地域の少ないパイを奪いあうのでは意味がないので、施策の有効活用が図れるよう、戦略的に施策を組み立てていく必要がある。
- ③ インバウンドについて、今後復活してくるが、その効果は主要な観光地から現れてくるので、栗原のような地方は効果があったとしても時間がかかるだろう。仙台までは観光客も来るようなので、そこからさらに地域に足を運んでもらうような打ち出し方が必要ではないか。
- ④ 地方では、交流人口を拡大させないといけないが、交通条件が悪い中で、道路も悪いとなると人が来ない。道路等のハード整備の視点も重要ではないか。
- ⑤ 観光と物産は一体である。商品開発に力を入れる必要がある。
- ⑥ 人の移動が制限される中、オンラインを活用して物販へつなげるのがひとつの方策ではないか。そのため、遠隔で経済的なつながりが持てるような取組が必要である。
- ⑦ シビックプライドの醸成のため、ふるさと教育の推進をするべきである。地元を知ることが、地域を離れたとしても活き、いずれ交流人口の増加につながっていく。
- ⑧ 団体観光客が見込めない状況の中、少人数の滞在型、ワーケーションの推進がポイントとなるのではないか。栗原は新幹線の駅もあり、企業誘致のため環境整備を進めていくのはどうか。
- ⑨ コロナ禍においては、従来からのアプローチを変えていく必要がある(例えば、ジオトレイル、アドベンチャーツーリズム等に農泊も組み合わせた取組など)。また、県内からの誘客の範囲をさらに狭め、市内でのマイクロツーリズムを推進する考え方もある。
- ⑩ 長く周遊してもらう工夫が必要である。「おかえりモネ」の効果を活用するなどして、新幹線駅からの栗原観光への誘導を検討して欲しい。
- ⑪ 観光拠点が連携しイベントを打ち出すなど、周遊を促す取り組みが必要ではないか。そのためには、基盤づくりが欠かせず、ネットワークの構築、連携した協働を進めた上で、地域全体でプロモーションしていくことが必要である。

(4-2) 第2回栗原圏域会議

【日時】令和4年1月24日(月) 13時30分から15時30分まで

【場所】栗原合同庁舎3階第一会議室

【委員からの主な意見】

- ① 復興の目指すべき姿3「多様化する観光ニーズや自然災害・感染症等に対応した姿」について、県全体としては、東日本大震災が念頭にあると思うが、岩手・宮城内陸地震や丸森町などの大雨災害など局地的なものも取り上げて欲しい。
- ② 施策の柱③「デジタルを活用したDXの促進」の関係で、観光客の動向、消費性向などの大きなデータは1自治体で取り扱うのは難しい。県全体としてデータをまとめ、提供していただきたい。圏域でもできるところから進めていきたい。
- ③ 栗原圏域は自然に由来する観光コンテンツが多いので、「サステナブル」の視点を強めても良いのではないか。
- ④ プランの内容だけではなく実際にどう事業に取り組み具体化していくかが重要である。スピード感を持って実践に移して欲しい。
- ⑤ シビックプライドの醸成の取り組みは大切であり、引き続き取り組んで欲しい。市民でも存在を知らない施設等も多い。総合支所単位で周遊するなど、再発見の機会が得られると良い。
- ⑥ 圏域の課題として、栗駒山の交通渋滞があり、10年来対策に苦労している。それを踏まえると、「オーバーツーリズム」の視点を加えても良いのではないか。
- ⑦ 自然公園法の改正に伴う「自然体験活動促進計画」と「利用拠点整備改善計画」の作成に関し記載してはどうか。協議会を設け、渋滞対策、観光客の分散、ハード整備、地域経済の活性化などに取り組みたい。
- ⑧ 栗原には、良い施設が多くある。文言だけでなく、具体的に観光施設間の連携を進め、周遊を促していくことが大切である。観光客の数は限られるので、どのように次につなげて行くか工夫が必要である。
- ⑨ コロナ禍においては、従来からのアプローチを変えていく必要がある。また、オンラインの取り組みなど、コロナ禍でも実施可能な取組について配慮してもらえると良い。
- ⑩ 栗原市観光振興ビジョンを作成中である。市民が「しあわせ」であるために必要な「良好な地域環境」を目指し、観光振興を推進する。
- ⑪ 新たな取組により、イベントあたりの集客力がついてきている。いかに地域への周遊に繋げるかが課題である。いろいろな団体との連携により、特に、冬シーズンの活性化を考えられると良い。
- ⑫ 圏域内は直売所が豊富であり、行政で横の連携がとれるようお願いしたい。
- ⑬ 学生に来てもらい地域課題を解決する取組を実施し、企業とも連携することを考えている。
- ⑭ 地域課題解決のための事業に、国や企業などの外部資金を積極的に活用したい。また、施策を絞り込み事業に落とし込んだ結果、事業目的が地域ニーズと若干ずれるケースがあり、もったいない。事業の検討段階で工夫をして欲しい。
- ⑮ 圏域で各団体がホームページを作成しているが、情報が分散して分かりづらいので発信を一本化できないか。

- ⑩ 市内の酒蔵で若い後継者が増えてきており，一緒に何かできないか考えている。栗原のお酒は首都圏，海外に出て行くものが多い。QRコードを酒ラベルに印刷するなど，効果的なPRに活用できるのではないか。
- ⑪ 道路等の観光インフラ整備の視点も重要ではないか。

(5-4) 第4回登米圏域会議

【日時】令和3年2月2日(火) 10時00分から12時00分まで

【場所】ホテル望遠閣萩の間

【委員からの主な意見】

- ① 戦略にある安全安心は、コロナ禍が終わってからも重要なキーワードになると思う。コロナの感染防止対策をしっかりとやり、安全安心を見える化して発信することが今後の観光に必要。
- ② SDGs や DX 等、聞こえはいいが言葉だけが飛んでいて、内容を理解していない人が多いと思う。おじいちゃんやおばあちゃんにもわかるような表現、言い回しも必要。
- ③ SDGs を実際に現場で普及しようとしたときに、どうすることで市民に広められるかということを行行政側で具体的に考えていく必要がある。
- ④ デジタル化に若い人の発想が必要とあるが、置いていかれるのは高齢者。高齢者でも使えるような仕組みが必要で、高齢者からも意見をもらい、作り上げていってはどうか。
- ⑤ 将来、観光事業に従事するプレイヤーとなる世代をいかに育てるかということが大切。教育委員会等と連携し、小学生から高校生を対象とした観光業を知ってもらう取組を行ってはどうか。
- ⑥ 仙台だけではなく、県北でもインバウンドに取り組む必要がある。現状ではコロナの関係で先が見えないが、無料 Wi-Fi の整備や多言語化対応の支援等、受入態勢整備を進めていく必要がある。
- ⑦ 「おかえりモネ」では、放送が終わってからも地域を盛り上げていけるような官民一体となった体制づくりが必要で、全体で連携して動いているという見せ方も大事。
- ⑧ 地域観光を活性化するためには、個人で積極的に動く地元のプレイヤーが重要。地元の人に地域の観光地を見て、知ってもらい、地元を好きになって動いてもらえる仕組み、積極的に情報発信してもらえる仕組みが必要。
- ⑨ 登米市では様々な分野で担い手が不足。若者だけではなく、セカンドライフを迎える人などへのアプローチも必要。シニア世代が楽しめる場所もつくっていくべき。
- ⑩ 登米町の宮城芸術文化館館長らの関係で、ヴァイオリン工房の学校ができるという話もあり、特定の分野でも興味のある人は来てくれる。そういったものを観光に結びつける取組も必要。
- ⑪ 農泊と観光との連携、ワーケーションなど、観光でも来てもらうし、仕事としても来てもらうなどの仕組みを長期的な視点でつくる必要がある。
- ⑫ みやぎの明治村は、登米市への合併前には旧登米町民は無料で観覧できたが、今は有料。子供たちをはじめ、市民が気軽に見られるような仕組みにしていきたい。
- ⑬ 観光関連産業で働く人が仕事を続けられることが重要であり、特に収入面の確保が重要。コロナ禍においては通信販売が伸びており、ノウハウを共有していければと考えている。
- ⑭ 登米地域では、ビジネスモデル転換を無理に意識する必要はないと思う。まずは、今までの取組、地域の良さを生かした取組を充実・実践していった方がいいと思う。
- ⑮ 登米市は観光資源が点在するため、タクシー等の二次的な移動手段が重要となってくるが、タクシー単体ではコスト的にあわないので、パッケージ商品として、そこに旅客運送として関わられるような仕組みができればよい。

(5-1) 第1回登米圏域会議

【日時】令和3年5月26日(水) 10時00分から12時00分まで

【場所】登米合同庁舎5階501会議室

【委員からの主な意見】

- ① コロナ禍で観光客の大半は自家用車で、タクシーや観光バスの利用が増えた実感はない。
- ② 宿泊の選択肢が増え、キャンプや民泊が伸びており、旅館、特に小規模な宿泊業者は苦戦している状況。
- ③ 自家用車以外で来訪する方向けのターミナル駅等からの交通網の情報をプランに入れるべき。
- ④ 観光と農業の横の繋がりが大切。会議にも農業関係者の意見を取り入れるべき。
- ⑤ 観光業には、農業・飲食業等いろいろな分野が関わっている。農業体験やその他の産業体験をしてもらうのであれば、受入側として、地域の方々の協力が得やすい時期等を十分に話し合ってから企画することが大事で、異業種で交流する機会を作ることも大切。
- ⑥ 観光客の受入に際しては、観光客にガッカリさせないように訪れてよかったと思える工夫や準備を街全体で行うことが大切。
- ⑦ 今は、コロナ禍で人の行き来は難しいが、手紙や電子メールで繋がりを保つ等、リピーターを大切にすることが必要。
- ⑧ 仙台市には、仕事で出張される方が多いので、そういう方に登米市に足を運んでもらえるよう、登米市のことをもっと知ってもらえることが必要。
- ⑨ コロナ禍の中で、多くの観光地が観光客の呼び込みに苦労していると思うが、登米には「おかえりモネ」という素材があるので、気仙沼市と一体となったプロモーションなどで、今年だけではなく複数年繋げていけるような取組が必要。
- ⑩ コロナ禍で気軽に外出することが難しい反面、自然が再注目されている。ホームページやYouTubeを活用し、「おかえりモネ」のロケ地を配信するなど、継続的に接点を持つことが大切。
- ⑪ 登米市の最大の魅力は、自然である。空、雲、森、水、空気、そういったものが観光資源だと「おかえりモネ」を見て感じた。
- ⑫ 「おかえりモネ」で登米市が全国的に注目を浴びていることをもって、戦略的に旅行会社や宿泊業者に対して地域全体が連携して、登米市を売り込むことが有効。
- ⑬ 「おかえりモネ」の放送が始まり、観光客は増えたが、テレビで登場したスポットだけを見て、他には足を運ばない傾向がみられる。
- ⑭ 限られた期間の放送なので、観光客を呼び込むためには、登米市全体で舞台となっていることをうまくPRしていく必要がある。
- ⑮ 登米市の観光コースも自家用車の場合や新幹線の場合で構想を作り、観光客がカスタマイズできるような仕組みも大事。
- ⑯ 登米市が「おかえりモネ」の舞台となったが、市内でも積極的なところとそうでないところの温度差が感じられる。
- ⑰ 「おかえりモネ」で放送された場所を地元出身の方が質問されて、答えに窮したとの話も聞き、改めて地元を知ることが大切と感じる。

(5-2) 第2回登米圏域会議

【日時】令和4年1月13日(木) 10時00分から12時00分まで

【場所】登米合同庁舎5階501会議室

【委員からの主な意見】

- ① コロナ禍でモチベーションの低下、意識の変化も見られるが、いろいろなアイデアを出し合っていくべきであり、農業関係者、学校教育関係者などの意見も取り入れるべき。
- ② 今はコロナと共存しながら、やっていかなければと、仲間といろいろな話しをしており、コロナが収束したら、コロナ前のように多くの方々を受け入れられたらと期待。
- ③ コロナ禍で、誘客が難しくなり、体験プログラムをできる限りオンライン化したところ、「手づくりソーセージ」の体験プログラムがヒットし、法人客からの引き合いも多くなった。ウィズコロナのツールとして、オンラインを活用することで、実際に現地に行けなくとも興味を持っていただき、今後実際に現地に来ていただくきっかけになるので、デジタルの活用も一つである。
- ④ 多感な時期の子供たちが、登米の食や農業などを体験することで、リピーター化にもつながっている。仙台の名所・旧跡、鳴子と登米の農業体験などのそれぞれのいいところを、点と点を結び線となれば、いろいろな楽しさを提供できるのではないかと。
- ⑤ 地元を誇りを持ち、地元のPRができる人の育成は非常に大切であり、高等学校の授業の中で育成していく考えは良いが、小学校、中学校あたりから取り組むべき。
- ⑥ 観光に携わらなくても、観光客と接する機会もあることから、市民の一人一人が登米市の魅力を発信しているという自覚を育てていく必要。また、観光は裾野の広い産業であることから、農業、商業、製造業など実は結びついている産業もあるので、それぞれの産業が観光にもたらす貢献を意識していくべき。
- ⑦ 伝統芸能は、どの団体も後継者不足にある。今やられていても、5年度、10年後に継続できているかを考えると、なかなかイメージがわからない。やはり、「人」が大切。
- ⑧ 誰に向けて発信するかといったターゲティングが大切で、具体的な議論も必要。
- ⑨ 収益性の向上を目指すのか、交流人口の拡大を目指すのかによって、ターゲティングの議論や商品開発も変わってくる。
- ⑩ 観光客に満足感をもっていただくためには、学びや質の向上も必要。
- ⑪ 「おかえりモネ」の放送後、サイトへのアクセス数も急増し、モネ関連、登米市関連の物産販売も好調。
- ⑫ 「おかえりモネ」で紹介された「森舞台」はそれまで施設の中でも入館率が最も低かったが、放送されたことで、多くの方に見ていただき、入館率が大幅に向上。
- ⑬ 「おかえりモネ」の効果もあって、登米市は、非常に注目度が上がり、キーワード一つでの検索率も非常に高まっているが、記憶が薄れないように、深掘りし、広げていくことで、コロナ後に登米市を訪れたいという動機付けに繋がるインパクトをだしていくことが必要。
- ⑭ 「おかえりモネ」を見て、登米を訪れた観光客の声として、「ちょっと休める場所がない」、「写真ではきれいだ、ゴミが散乱していた」が聞こえてきたのは、残念。
- ⑮ 集客という点から見れば、イベント開催は必要であるが、コロナ禍ではほとんど開催されていないのが実情で、感染症に対応した運営体制を整備していくことが必要。

- ⑯ タクシーを使った観光は、今後増えると予想。観光ガイドができるドライバーが必要。
- ⑰ 登米市全域に対応できる観光ガイドは、ほんのわずかというのが現状。登米市内の観光を進めるに当たっては、観光ガイドの育成や観光地案内ができるタクシードライバーの育成が必要。
- ⑱ 地元の民間事業者だけではなく、官民連携したプロモーションや観光商品の売込みも必要。

(6-5) 第5回石巻圏域会議

【日時】令和3年1月27日(水) 14時00分から16時00分まで

【場所】東松島市矢本西市民センター多目的ホール

【委員からの主な意見】

- ① 関係人口増加と育成は大切である。数ではなく、魅力有る一人一人のストーリーをキュレーション(情報を選んで整理すること)して伝えなくてはもったいない。東日本大震災でどこよりも関係人口についてはリードしている。多くの魅力有る人々を大切に、つなぎ止める秘策が必要だ。
- ② 石巻地域ファンクラブについて、いい企画だと思う。ほかにもファンクラブは結構あるが重要なのは、相互交流や継続し関係を深めていくこと。
- ③ 石巻地域ファンクラブについてはみやぎ絆大使や、各市町の観光大使を通じて発信していただいてはどうか。
- ④ デジタルトランスフォーメーションは一個人で設備の準備やシステムを組むのは難しいが、便利なツールの利用などで上手に取り入れたい。
- ⑤ 情報発信のポイントは、世代別発信が響いている。
- ⑥ 三陸自動車道やの快速列車など交通システムが整い便利になったおかげで、観光を楽しんだ後は仙台市内や温泉地への宿泊が多く、地域の宿泊が伸びない。また地域内の交通システムが整っていないのでタクシーでの観光など割高になる。調和の取れた交通システムを検討いただきたい。
- ⑦ 観光人口は回復しているが沿岸部の宿泊が伸びてない。地域の滞在時間を延ばし、そこでお金を落として宿泊いただく方法を検討いただきたい。
- ⑧ 仙台は非常に大きな商圏である。石巻地域までは1時間で移動可能であり地域としてはチャンスである。県内のマイクロツーリズムを促進すべきである。
- ⑨ 鯨サミットで会ったスタッフとの会話で、鯨でつながる文化はあるが宮城県を訪問したことがなく距離的な問題や費用の問題があげられた。
- ⑩ 住民が地域に誇りを持ち、地域を観光し知ることが大事、そして住民が地域を応援する事や観光客を歓迎することで素晴らしい観光ができる。
- ⑪ 子どもに地元の歴史や魅力を教えることが必要。歴史等を知れば、子ども達がPRしてくれる。
- ⑫ 宿泊者統計の令和1年1～12月では宮城県観光目的が50%、その内県内宿泊者は40%に近い、これは全国1位で、令和2年1月～11月のコロナ禍でも全国4位の高い順位となっている。
- ⑬ 食の磨き上げが大切だと考えている。しかし、発信力やブランド化するチカラが足りず自分たちで具立的にどう磨きあげるか。観光産業の目指す方向として県内には素晴らしい食材がある。地域できっちりブランド化する手法を示し支えていただけるとありがたい。
- ⑭ 東北大学の次世代放射光施設や国際リニアコライダーの誘致などで世界各国から集まる優秀な人材(学生など)に日本の良さを知ってもらい宮城県への移住を県の息の長い戦略として目指してほしい。
- ⑮ ワークेशन協議会に加入した。新規顧客の開拓をしながら、地域貢献できればと考えて

いる。宿泊施設に限らず、周囲の事業者とのつながりも大切である。

- ⑯ 東松島市は教育（体験学習等）や復興まちづくりを観光の目玉としている。また、再生エネルギーを利用した復興住宅の電力など県外から宿泊を伴った視察もあるが、再生エネルギーが縮小したときや、教育旅行客の減少などマイナス面の対策を協議しなくてはいけないのではないか。
- ⑰ 宿泊客がリピートするよう、リピテーションの管理を徹底する。お客様の声に耳を傾け、改善を重ね何度も来てもらう仕組みは大事。こういった取組をして欲しい。
- ⑱ ターゲット（どこからの観光客、年齢層等）について、このような会議ではマクロに考えるべきだと思うが、商売をする上では細かく分析することも大事である。

(6-6) 第6回石巻圏域会議

【日時】令和3年3月15日(月) 13時30分から15時30分まで

【場所】女川町まちなか交流館

【委員からの主な意見】

- ① 「何かの役に立ちたい」という観光客のニーズはとても多い。「リジェネラティブ・トラベル」の社会性思考の高い観光は、素晴らし志を持ったお客さんを呼ぶことができ、観光客のニーズを満たせる。
- ② リジェネラティブ・トラベルは体験型の旅と相性が良く、提供する体験と地域の課題を結びつけ旅行者に目的を持たせてあげることが大事。
- ③ 社会性志向の観光の定着について、日本旅行では、サステイナブル・ブランド国際会議を定期的に出席協賛しており、地方創生に関しての情報やノウハウを持っている。連携していくとよりよい価値を創造できる。
- ④ 社会性志向の観光の定着については、経済学の本ではサステイナブルは、開発と保護のどちらつかずである。リジェネラティブ・トラベルの「トラベル」がつくのがツーリズム(近代的)ではなくトラベル(昔からの考え)なのが「旅行」と「旅」の違いのような、新しい概念ではとの印象を受ける。
- ⑤ 社会貢献(グリーントーリズム)の一環として、減反する田んぼを畑にして、耕作してもらうなどどうか。
- ⑥ 見て食べて知るだけではなく自然の中で地域の方とふれあう体験を観光に取り入れてほしい。
- ⑦ 石巻地域ファンクラブについて、会費無料、特典あり、利用額の一部が石巻エリアの事業に利用されるとかだけではなく、何か推しがほしい。
- ⑧ 震災後に地域でできあがったコミュニケーション、顔の見えるつながり(関係人口)を通じて安心な関係を築き行ったり来たりする事が1番大事だ。
- ⑨ 二次交通については、事業者や民間サイドが特別に設定出来るよう国に規制緩和を呼びかけることも大事ではないか。
- ⑩ ツアーを複数造成し、旅行会社へ売り込む際、団体が得意な又は、個人が得意な旅行会社がいる。そこに売り込めば全国各地の支店にツアー内容が落とされ実際の受注に繋がるのでは。
- ⑪ JRの「小さな旅」でオルレ初心者用コースを募集したところ20名の定員がすぐに埋まった。JR利用のネックである「あおみな」までの足を地元と協力し成功した。
- ⑫ MaaSにレンタサイクルや石巻駅発着の観光タクシーの予約を入れ込んで事前予約が可能になっている。他にDMOの海街さんぽのQRコードも反映できるように準備しているようだ。良いツールがあればMaaSに入れ込めるよう後押ししていきたい。
- ⑬ 交通システムについて、昨年、郡山市、観光協会、日本旅行3社で持続可能な観光復興及び地域活性化をさせるための包括連携協定が締結された。その例をヒントに、連携をすることで得られるものがあるのではないか。
- ⑭ 旅行会社の既存のツアーと一緒に面白くない。地域の自慢になる物を商品化したツアーであればこの地域独自のものになると思う。
- ⑮ 半島までバスでまわり、船で金華山へ渡り、金華山から女川のほうへ移動するコースもいい。
- ⑯ 二次交通について女川町は難しい。牡鹿半島から金華山、女川町へと考えますが、女川から金

華山までの船の運行経費が往復で12万円かかり、それを行政の支援で賄うと莫大なものになる。

- ⑰ トライアンドエラーを覚悟の上で具体的にモニターツアーを行い、無理を発見できた。
- ⑱ 二次交通について、ワンコインタクシーはどうか。タクシー会社の料金は認可制なので、料金は自治体が払い、自治体はタクシー会社何社かを選び、券を発行してはどうか。
- ⑲ デジタルシフト構想については、情報戦略が重要になってくる。情報を欲している人達へのアプローチを、より細分化、よりリアルタイムに近い形で情報提供をしていくことが必要。
- ⑳ デジタルシフト構想や石巻ファンクラブなど動いていて素晴らしい。特にデジタルシフト構想は範囲が広くどの程度の予算規模を考えているのか。持続可能な事業にするため、メリットを受ける業界の方達から集めて予算化し、続けていくための予算の割り出しも必要。
- ㉑ アナゴは石巻の水揚げ高が日本一であるが、石巻で採れても「仙台湾で採れたアナゴ」と言われる。牡蠣やたらこ等も他の地域に取られがちである。石巻ブランドを育てる必要がある。
- ㉒ 一年を通し圏域の会議を行うのは初めての経験ではないか

(6-1) 第1回石巻圏域会議

【日時】令和3年5月19日(水) 13時30分から15時30分まで

【場所】マルホンまきあーとテラス(石巻市複合文化施設)大研修室

【委員からの主な意見】

- ① バス等のツアーを造成した際、観光客が石巻圏域に滞在する時間を増やすため、石巻圏域のホテル、旅館に泊まるのが望ましい。各ホテルで、ツアーを商品化する旅行会社との基本契約等があるのか、棚卸しして共有して欲しい。
- ② 自動車で個々に訪れた観光客向けの宿泊、周遊プランの提案が今後は重要である。
- ③ 重要なのは新型コロナウイルス感染症が収束した際の対応であり、地域が持っている観光資源、地場産品等を各方面に情報発信していく方策が必要である。
- ④ 「適疎な観光」という方針は石巻圏域の観光に良く当てはまっており、目指す方向として良い。
- ⑤ Google カレンダーで石巻圏域の情報を集約する取り組みは良い。圏域がまとまった1つの観光地であると周知ができる形になれば、より観光地としてアピールできるのではないか。
- ⑥ 今後、インバウンドが回復していくであろう中で、それぞれの国によって生活様式、新型コロナウイルス感染症に対する意識が異なってくることから、他国傾向に対応した受け入れ体制の整備が重要である。
- ⑦ 観光は場合によっては不要不急に分類されがちな分野であるが、観光が無ければ立ち行かなくなる地域、職種が数多くある。観光に直接関わるところだけではなく、色々な波及効果があるということを県として明確に伝えていくべきではないか。
- ⑧ 観光戦略のスタートは「お客様目線」であることである、今後の県の観光戦略にもその要素を入れて欲しい。そうでなければ、結果的に経済効果、リピーターというものは生まれないのではないか。
- ⑨ 震災以降必死にやってきた、ツール・ド・東北に代表される「自転車」、Reborn-Art Festivalに代表される「芸術の町」という新たな色を、これからいかにして圏域の特徴に昇華させていくかということが大事なポイントである。
- ⑩ モニターツアーを通じた参加者の様々な意見の反映は必要なことであるが、現在の旅行形態は個人や友達同士という少数での旅行が主流である。団体ツアーの集客不足によるリスクを考えると、少人数で設定できるパック商品についても考えるべきである。
- ⑪ シビックプライドの醸成、観光人材の育成としての指標を検討してはどうか(県内小学校、中学校、高等学校の県内教育旅行実施数、県内小学校、中学校、高等学校における観光の可能性や課題に関する教育プログラムの実施数等)。
- ⑫ 観光産業の視点から、域内調達率●パーセント以上(地域経済循環の指標)を追加してはどうか。
- ⑬ 持続可能な観光を目指し、地域の文化・自然・歴史、震災復興教育、教育旅行を確立し、各地域の魅力を発信すべくコンテンツの活用を強化することが重要である。
- ⑭ 大学の合宿需要(ラグビー、テニス、スキー等)に応える形のプラン造成、誘致を実施してはどうか。

- ⑮ 宮城県にゆかりのある監督等に対して映画やドラマ等の誘致に向けた PR を実施し、圏域そのもの、圏域内の施設の知名度向上を図るべきである。
- ⑯ 各自治体、観光協会で SNS が多数設置され、ユーザーが何を見て良いかわからなくなってしまっている可能性がある。情報発信の一体化、連携等が今後必要になってくるのではないかな。
- ⑰ 石巻圏域には、震災復興に係るボランティアや応援職員等、顔が見える形で地域に関わり、愛着を持って下さっている方が多い。石巻圏域の特徴であるこの点を生かし、関係人口の増加を目標とするのは方向性として良い。

(6-2) 第2回石巻圏域会議

【日時】令和4年1月18日(火) 10時00分から12時00分まで

【場所】奥松島 LANE HOTEL 多目的ルーム

【委員からの主な意見】

- ① 宿泊者数増に取り組む場合、地域の飲食の場等にスポットを当てた夜時間の充実といった内容を盛り込むとより効果的な内容となるのではないかと。
- ② 地域の観光を発展させるためには、地域住民がその地域の観光資源をよく理解することがまずは重要である。
- ③ 観光客にエリアごとの過ごし方を具体的にわかりやすく提案するのがウィズコロナ時代の観光においては重要である。
- ④ 道の駅が、町のことを全く知らない層にも明確な目的地として選ばれる施設になっている点、一過性のイベントだけでなく、Reborn-Art Festivalのような長期間継続するイベントも地域の観光にとって効果的である点を確認できた。
- ⑤ 食、景色、震災復興といった圏域の特徴を、SNSをプラットフォームとして画像で見せることが魅力発信の手段として効果的である。
- ⑥ 建造物等の観光資源を大切に、それらを保全するような取組も実施して欲しい。
- ⑦ 宮城県は教育旅行の旅先として人気があり、震災防災と共に、SDGs探求型学習の場として注目されているが、震災防災をSDGsプログラムに落とし込めていないため、震災防災に焦点を当てたSDGsプログラムの商品開発が重要である。
- ⑧ 石巻圏域は、通常と違う発想を持った方が多く、多くのファン、フォロワーを築いているため、その点を活かすと良いのではないかと。
- ⑨ デジタル化の加速を含めた観光地づくりを考える上で、通信環境が非常に重要となる。ワーケーション等でお客様にノンストレスの状態の環境を作ることについての取組を進めるべきではないかと。
- ⑩ 女川町や石巻市雄勝とでは復興の様子が全く異なる。その違いやストーリーを観光や震災学習の素材として打ち出してはどうか。
- ⑪ ビジネスで訪れる方々の消費の効果は非常に大きい。ビジネスで訪れて、何かを見て、学んで帰るといったのも一つの観光と言えるのではないかと。
- ⑫ 教育旅行の一つの分野として、スポーツツーリズムが石巻圏域の観光施策の柱となりうるのではないかと。
- ⑬ 新しくできた施設等を活用した、クラシック音楽等のアートツーリズムも圏域の観光施策の柱として考えてはどうか。

(7-5) 第5回気仙沼・本吉圏域会議

【日時】令和3年1月29日(金) 13時30分から15時30分まで

【場所】ゲストハウス気仙沼アーバン出逢いの間

【委員からの主な意見】

- ① 今後も当分の間続くと考えられる新型コロナウイルス感染症の影響を十分に考慮し、外出自粛を含めた新しい生活スタイルにも対応した観光のあり方を考えることが必要。
- ② これまでとは少し違った視点で変化しようとする動きを捉えた活動を民間と行政がタイアップして進めることが必要。
- ③ 人口減少に伴う旅行需要の減少を想定し、地域経済効果が大きい宿泊観光客をいかに増加させるか、具体的な数値目標を掲げて取り組むことが必要。
- ④ 新しい視点やキーワードを目的化せず、手段と据えて取り組むことが必要。
- ⑤ 「宮城の観光産業の目指す将来像」の一つ理念として、「都市と自然豊かな地方の融合」を入れてはどうか。
- ⑥ 「視点・キーワード」に「震災復興と伝承」を入れてほしい。
- ⑦ 持続可能な観光を目指すに当たっては、地域の特性や観光資源にマッチするSDGsの視点を意識した取組が必要。
- ⑧ プランに掲げられている目標値について、その想定も含めて精査が必要ではないか。
- ⑨ インバウンドについては、誘客ターゲットとする国やエリアをしっかりと意識した上で検討する必要がある。また、インバウンドがまったく見込めない場合も想定しておく必要があるのではないか。
- ⑩ 人口減少によって国内観光客数も少なくなるので、圏域を何度も訪れてくれるリピーターやファンをつくることが必要。
- ⑪ インバウンドの取組には広域的な連携が不可欠となる。広域的な取組に際し、民間の力では限界があるので、県が先頭に立って進めてほしい。
- ⑫ 各市町村の観光地としての強み・弱みを補い合うことで広域的な取組につながり、相乗効果も図れることから、市町村間の関係性の構築が必要。

(7-1) 第1回気仙沼・本吉圏域会議

【日時】令和3年5月27日(木) 13時30分から15時30分まで

【場所】気仙沼合同庁舎1階大会議室

【委員からの主な意見】

- ① 地域経済にとってプラスになる観光政策とするためには、内容をもっと具体化し、重点ポイントを絞る必要がある。
- ② 観光消費額の増加だけでなく、観光振興に携わった人たちの満足度を上げることによる観光の好循環を目指す視点が必要
- ③ 計画期間は3年が妥当と考えるが、コロナ禍で来週のことさえ予想がつかない状況なので、回復フェーズに応じた見直しを随時行う必要がある。
- ④ インバウンドの回復時期の想定によって取組の方向性が変わってくるので、推計する際は、的確な現状把握と具体的な根拠が必要
- ⑤ 新型コロナウイルス感染症拡大により観光事業者はかなり深刻な状況に陥っており、将来への見通しが立たない状況なので「戦略5：ポストコロナ時代への対応」に重点的に取り組む必要がある。まずは、経済的にダメージを受けた事業者に対する即効性のある施策等で体制を整えてからでないと進められない。
- ⑥ 現在コロナ禍の中で窮屈な思いをしている現状が打開されたアフターコロナやポストコロナを見据えた前向きな視点も必要
- ⑦ 「観光資源の磨き上げ」「デジタルマーケティング」などの言葉が具体的に何を指すのか分かりづらい。
- ⑧ 「観光ニーズ」の変化をしっかりと捉え、その変化に即応できるような体制づくりが必要
- ⑨ 「マイクロツーリズム」の想定している範囲や経済的規模、あるいは「観光人材の育成」が示す意味などを具体化した方が良い。
- ⑩ 仙台一極集中の宮城県においては、仙台とそれ以外の地域の連携の方法について考える必要がある。
- ⑪ NHK連続テレビ小説「おかえりモネ」効果を逃さず活かしたプロモーションと放送を契機とした登米市との連携
- ⑫ 三陸沿岸道路の県内全線開通により仙台・仙南圏域からの日帰りが可能となったことから、圏域内の市町が連携して宿泊につながるような滞在を誘引する必要がある。
- ⑬ マイクロツーリズムに適した観光コンテンツがその需要をしっかりと取り込み、リピーターになってもらえるような仕掛けが必要
- ⑭ 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により変化した観光ニーズに対応する地域の受け皿を充実させる必要がある。
- ⑮ 地域の観光産業と基幹産業の相互理解を深め、連携する必要がある。
- ⑯ インバウンドの回復を見込み、県全体若しくは広域連携による観光ルートの整備が必要
- ⑰ 当圏域の豊かな自然を活かしたSDGsに特化した取組が必要
- ⑱ 高校生など若い世代が観光振興に取り組むことによるシビックプライドの醸成及び地域の活性化
- ⑲ 季節や年齢を問わない体験プログラムの充実などによる社会情勢の変化や多様化に対応可能な観光振興の取組が必要

(7-2) 第2回気仙沼・本吉圏域会議

【日時】令和4年1月20日(木) 13時30分から15時30分まで

【場所】南三陸ホテル観洋 多目的ホール「クイーンエリザベス」

【委員からの主な意見】

- ① まずは回復戦略を重点的に進めて行き、感染症により落ち込んだ観光需要の回復がしっかりと図られてから、成長戦略につなげてほしい。
- ② 気仙沼市では、令和4年度、アフターコロナを見据え、マイクロツーリズム、アウトドアをテーマにした旅行商品の造成・販売を行うこととしており、県と一緒に取組を進めたいと考えている。
- ③ タクシー業界は、燃油高騰の影響により採算がとれなくなっているため、対策をお願いしたい。
- ④ 感染症の影響により、宿泊、物販、飲食ともにこれまでで最悪の業況となっている。金融支援策をはじめとする県の回復戦略・コロナ対策について、具体的な内容を示してもらいたい。
- ⑤ 新しい観光のビジネスモデルは、SDGsを理念に掲げ、地域の観光の中でできるSDGsの取組を考え、それを商品の中に落とし込み、市場にお出しすることだと考えている。
- ⑥ 観光には、地域住民を巻き込むことも重要。地域住民の皆さんにとってもよい、我々事業者にとってもよい、そしてなによりお越しいただく観光客の皆さんにとってもよい「三方よし」を目指していきたい。
- ⑦ SDGsは、教育旅行やインバウンドを誘致する際には、欠かせない視点となっている。
- ⑧ 防災と自然をテーマにしたSDGsでは、気仙沼・南三陸エリアで提供できるコンテンツがたくさんあると思う。商品として形にして外に届ける営業部分とお客様がいらした時の受け皿部分の両方を大切にすることが重要。ぜひ広域で進めていきたい。
- ⑨ これまで様々なキャンペーンが実施されてきたが、その振り返りや効果検証を行い、課題を抽出して次につなげることも重要だと思う。結果については、圏域会議の議題に入れて報告してほしい。
- ⑩ 回復戦略は回復戦略と割り切るのではなく、次の政策にうまくつなげてほしい。
- ⑪ 県において観光地における人流に関するデータ収集を行い、その結果に基づいた観光政策を掲げてほしい。
- ⑫ 担い手の育成は、大変重要な視点。観光産業に携わる方が誇りを持って働き、やりがいにつながる必要があると思っているが、成長戦略にはその視点が弱いと感じたので、言葉を加えていただきたい。
- ⑬ 稼げる、将来に希望が持てる地域になれば、定住につながり、宮城県の発展にもつながる。
- ⑭ ウィズコロナとアフターコロナを並べると、ウィズコロナを我慢すればバラ色のアフターコロナが待っているようなイメージを持つ方もいるかもしれない。現実的には、ウィズコロナが相当期間続くと思うので、表現に留意した方がよい。
- ⑮ 新幹線を利用して当圏域を訪れる場合の交通アクセスについて、(仮称)接続交通検討会議でしっかり検討していただきたい。
- ⑯ 若い世代が地域の観光について考えてくれるようになった。
- ⑰ キャンプやSUPなど様々な活動に関するインストラクターを養成することによって、担い手育成のみならず地域産業の活性化や就業先の確保にもつながる。

- ⑱ これからの時代の観光は、業者ではなく、こういう場所でこういうことをしたいという志を持った有志が機動力になっていくのではないかと考えている。
- ⑲ 地域にあるものに着目して、それに携わる人を見つけて、育てていく視点も必要。
- ⑳ 昨年の夏に、昼間は化石発掘体験、夜間に昆虫採集を行う自由研究ツアーや一関、気仙沼、南三陸の3団体合同の化石の巡回展示などを開催したところ、参加者の滞在時間が長くなり、宿泊につながった。ツアーの造成やイベントの企画に当たっては、滞在時間を長くするための仕掛けやリピーターになってもらうための工夫が必要。
- ㉑ 「みやぎ宿泊割キャンペーン」の終了時期については、新型コロナウイルス感染症拡大の状況をみながら、延長も含めて適切な判断をお願いしたい。
- ㉒ 「おかえりモネ」のポスター掲示、バッジの着用、販促グッズの陳列などで、「聖地巡礼」の観光客の皆様に歓迎の意を表した。こうした見える化の取組は非常に重要。デジタル化も大切だが、紙媒体のものもまだまだ必要であると思う。
- ㉓ 宿泊割りなどの県の各種キャンペーン実施の際には、利用促進を図るため、県がしっかりPRをしてほしい。
- ㉔ 人材育成、担い手育成は事業継承の問題につながる。これまでは、具体策や方法論がなかなか出てこなかったが、大変重要な課題であるので、県も含めて話し合っていきたい

3 宮城県産業振興審議会

(1) 第13回商工業部会

【日時】令和3年7月15日(木) 14時から16時まで

【場所】宮城県行政庁舎 庁議室

【委員からの主な意見】

- ① 観光は裾野が大変広く、多くの産業が関わっている。また、観光は平和でなければ生きていけない産業である。
- ② 観光と医療の連携が弱いと感じている。ウイルスと共存を図っていく中で、観光産業と医療機関などがよりつながっていくと、一つのブランドとして、お客様も安心して県内旅行ができるのではないかと。
- ③ 目標について、新しいことを始めれば結果が出るのに時間がかかる。まずは発信し続けて、それを認知という数値把握を挟むのはどうか。磨き上げをして、発信しそれを認知する。そうすることで、第6期に向けて確実に数値に反映するように、第5期の3年間は発信と周知を柱にしたほうが、今までとの差が明確になるのではないかと。
- ④ 感染症が広がる中で、「休養」や「リラックス」というのは大切なキーワード。東北地方は温泉や自然に恵まれていて、そのような環境を深く浸透させることで県民の郷土愛にも繋がるのではないかと。
- ⑤ 満足度の評価について、県民からすると普通なことでも、他の県から見ると宮城県はすごいということもある。そこに滞在した人だけの評価ではなく、他県の人から見て、宮城県はどのようなイメージをもっているのかなどの評価も必要ではないかと。
- ⑥ 宮城県の食と温泉をつなぎ合わせたプロモーションなどを広げていくべき。
- ⑦ 地域のファンになっていただくなど、リピーターや満足度などの政策が必要と明記していることは素晴らしい。あとは戦術的な具体の取組をロジカルにできるとよい。
- ⑧ 単にモノだけではなく、システム的な仕組みを打ち出せばよい。例えば、宮城県に来たら医療的な安心の仕組みが整備されている、あるいは自動的な交通網が整備されているなど、多くのことが繋がっていると、自然と人が来ると考えている。

(2) 第47回宮城県産業振興審議会

【日時】令和3年8月4日(水) 10時から12時まで

【場所】宮城県行政庁舎 特別会議室

【委員からの主な意見】

- ① 観光について、都市型の観光、歴史の観光、産業の観光のほか、アドベンチャーやスポーツ、自然など多様化している。その多様性を客観的に捉え、ターゲットを明確にしなければイニシアティブを握られることになる。イニシアティブをしっかり持てれば、お客様を選べると言うことにもつながる。
- ② 観光産業に携わっている人のみならず、住んでいる人たちも観光に対するおもてなしの気持ちを持つことが大切。アンテナを張って観光資源などを勉強できるような資料や情報発信について検討いただきたい。
- ③ 医療との連携について、次期プランではしっかり反映して欲しい。安心が一番感じていただくことが、これからの宮城の観光をさらに引っ張っていくための材料になる。
- ④ 東北全体の観光のプロモーションを考えるのであれば、効果的な情報発信の一つとしてスポーツの力を取り入れるべき。
- ⑤ 産業に関わっている者が自ら力をつける取組に行政が応援するという取組が必要ではないか。単に基盤を整えますだけでなく、いかに自由に事業者に考えていただくかという視点が、「富県」という概念につながるのではないか。
- ⑥ 農業の視点をさらに組み込むべき。最近のトレンドとして、農業体験や農家の人と一緒に料理をつくるなどの取組が始まっている。また、農村の人から見れば何でもない水路が、都会からの観光客には、水路の歴史と重ねて新鮮に映るなど、貴重な観光資源になり得る。
- ⑦ 宮城に何を求めて来ているかの分析が重要。
- ⑧ 宮城は多くのものがあるが、逆にイメージが固まっていない。クリプトツーリズム（妖怪観光）など、強烈なイメージを創り上げられたら強みとなる。

(3) 第48回宮城県産業振興審議会

【日時】令和4年2月1日(火) 14時から16時まで

【場所】宮城県行政庁舎 特別会議室

【委員からの主な意見】

- ① 住民一人一人が自分で Instagram や Facebook, YouTube といった SNS を使って様々な情報発信をできるようになっている。県民がもう少し情報発信に参画できるような仕組みを考えるといいのではないか。
- ② 観光事業者と農林水産業など他業種と連携した取組は、自発的に増えていくことが一番だが、そのためにはロールモデルを早めに作る事が重要である。具体的な連携の形が見えてくると、自発的に様々なところから点が生まれて、そこがつなぎ合わされて宮城県、東北全体を網羅した素晴らしいツアーをめぐるような観光の新しい形ができるのではないかと考える。
- ③ 二次交通に関して、登米市にはカーシェア業者がおらず、くりこま高原駅周辺にも2台しかない。カーシェアを県内の至るところで使えるようにすれば、若者たちが車を運転して旅行できる。自治体でカーシェアを誘致するかそういったものをサポートするのも一つの解決策になるのではないか。
- ④ 医療との連携に関して、コロナの他にも、最近ではアレルギーが大変増えており、そうしたお客様を迎えるときに医療関係との連携が取れていることで、受入側もお客様も安心できる。全国的にそうした連携を取っている観光地は数少ないので、何か良いモデルが出来上がっていけば良い。また、経営者、オーナー等の受入側のリーダー的立場の人たちのメンタル面のケアがあれば未来が少し明るくなってくると思う。
- ⑤ 宮城県内の各大学の観光教育に関して協力してくれるクラブ活動や、あるいはそういう若者の人的資源がこれからの観光事業に必要だと感じている。資源活用の中に宮城県内の大学の若者たちの活用・協力ということも視野に取り入れるべき。
- ⑥ 宮城県には美味しいものがたくさんあるが、例えば大豆一つとっても、本州では生産量が全国一位であることや、加工の技術が伝播していたことは県民自体にあまり知られていない。そうした今まで脈々と続いてきた文化を掘り下げ、今後継承していくよう事業ができると良いのではないか。
- ⑦ 小中学生、中体連、高体連、大学生といったような、アマスポーツの大会を固定で何年か企画するようなことができないか。
- ⑧ この観光戦略プランやプランに基づく取組をどのように広報していくのか。戦略的な情報発信が必要ではないか。