

## 第2回宮城県観光振興財源検討会議

日 時 平成31年1月31日（木曜日）  
午後1時30分から午後4時30分まで  
場 所 宮城県行政庁舎4階 庁議室

## 1 開会

### 観光課 千坂副参事

本日は、お忙しいところお集まりいただきまして誠にありがとうございます。

定刻となりましたので、ただ今から、第2回宮城県観光振興財源検討会議を開会いたします。始めに開会に当たりまして、経済商工観光部長、吉田祐幸よりご挨拶申し上げます。

## 2 挨拶

### 経済商工観光部長 吉田部長

皆様こんにちは。本日は大変お忙しい中、第2回目の観光振興財源検討会議にご出席を賜りまして誠にありがとうございます。

また、日頃から、本県の観光行政を始めといたしまして県政の推進にご理解、ご協力を賜っておりますことに対しまして、心から感謝を申し上げます。

さて、この検討会議ですが、今後も継続した観光施策の展開を図るために、財源検討の必要性、財源確保を行う理由、財源確保の在り方などについて議論をいただきたいと考えまして、1回目の会議を昨年10月に開催いたしました。今後、1年程度期間を設けて検討を重ねてまいりたいと考えております。

2回目となる本日の会議ですが、1つには、第1回目いただきましたご意見の振り返り、そして2つ目には今後、観光振興施策を推進していくために必要な施策などにつきまして、観光振興に携わる関係者の皆様からヒアリングを行いながら、委員の皆様から忌憚のないご意見をいただき、幅広く、丁寧に議論を進めていきたいと考えております。

本日は長時間とはなりますが、委員の皆様には、ご協力をお願い申し上げます。私のご挨拶とさせていただきます。本日はどうぞよろしくお願い申し上げます。

### 観光課 千坂副参事

それではここで同席させていただいております県の職員をご紹介します。

始めに今ご挨拶申し上げました経済商工観光部長の吉田祐幸です。

国際経済・観光局長、古谷野義之です。

参事兼観光課長、梶村和秀です。

参事兼国際企画課長、成田美子の代理として、副参事兼課長補佐、佐野浩章です。

参事兼アジアプロモーション課長、西村一慶です。

本会議の定足数は半数以上となっておりますが、本日は、委員10名の方に対し、8名の委員の皆様のご出席を頂戴しております。観光振興財源検討会議条例第4条第2項の規定に基づきまして、半数以上の出席を満たしていることから、本日の会議は有効に成立していることをご報告させていただきます。

なお、関美織委員、武田流星委員の2名の委員からは、所用のため本日ご欠席との報告を頂戴しております。

本日の議事は、次第3「議事」のとおり2件を予定しております。

配付資料につきましては、次第、委員名簿、座席表、それから資料1といたしまして宮城県観光振興財源検討会議のスケジュール、資料2といたしまして宮城県の観光の現状について、資料3といたしまして事業関係者からの意見聴取について、それから参考資料1としまして観光庁平成30年版観光白書の抜粋と、参考資料2といたしまして全国の観光予算に関する資料を配付させていただいております。資料の不足等ございましたら、職員にお申し付けをお願いいたします。よろしいでしょうか。

また、発言される際は、職員がマイクをお持ちいたしますので、マイクを使用してお発言をお願いいたします。

観光振興財源検討会議条例第4条第1項に基づきまして、会長が議長となって議事を進行することとなっておりますので、ここからの議事進行については、田中会長をお願いいたします。それでは田中会長よろしくをお願いいたします。

### 3 議事

#### 田中会長

会長を務めさせていただいております田中でございます。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

議事に入る前に念のための確認ですが、情報公開条例19条の規定に基づき、平成30年10月31日の第1回会議において「一部非公開」と決定しております。委員及び参考人として出席する関係者の発言時においては、傍聴人及び報道機関は退出をお願いすることになっております。

本日は議事(1)の説明までの公開となりますので、その旨ご承知おきをお願いしたいと存じます。

それでは、議事に入る前に会議のスケジュールについて事務局から説明をお願いいたします。

#### 観光課 梶村課長

それでは観光振興財源検討会議のスケジュールについてご説明させていただきます。資料1「宮城県観光振興財源検討会議のスケジュール」をご覧ください。

第1回会議で委員の皆様にもご了承いただきましたが、会議は全8回予定されており、本日は第2回となります。内容としましては、第1回会議で委員の皆様からいただいたご意見やご要望について用意しました資料によるご説明と、事業関係者からの意見聴取といたしまして本日は県内自治体及び観光・経済関係団体など7団体から観光振興に向けて必要な施策に関してのヒアリングを予定しておりますので、よろしくお願いいたしますと思います。

なお、3月に予定しております第3回では、同じく事業関係者からの意見聴取といたしまして、ホテル・旅館・交通事業者等からのヒアリングを予定しております。

スケジュールに関しては以上になります。

#### (1) 宮城県の観光の現状について（第1回会議でいただいた御意見等）

##### 田中会長

それでは早速次第に従って議事を進行させていただきます。

最初に議事(1)「宮城県の観光の現状」について、事務局からご説明をお願いします。

##### 観光課 梶村課長

早速「議事(1) 宮城県の観光の現状について」をご説明させていただきます。

資料2「宮城県の観光の現状について」をご覧ください。

こちらの資料2ですが括弧内に書かせていただいたとおり、第1回の会議の中で委員の皆様からいただいたご意見やご要望のあった資料についてまとめたものであり、宮城県の観光の現状についてまとめさせていただいています。

始めに資料の1ページをご覧ください。こちらは観光交流人口増大による経済効果を表したものです。総務省の人口推計によりますと、現在、日本の定住人口は約1億3千万人弱、国民の1人当たりの年間消費額は125万円とされており、国民の人口が1人減ると125万円の消費が減少することになります。これを交流人口でカバーするとした場合は、外国人旅行者では8人、国内旅行者の宿泊客では25人、国内旅行者の日帰り客では80人の観光客を増やす必要があるということになります。

国内の日帰り客よりも宿泊客、さらに国内旅行者よりも外国人旅行者のほうが一人当たりの観光消費額が高いため、少ない人数で定住人口の減少をカバーすることができることから、より消費単価の高い観光客を多く呼び込み、観光消費額を高めることが、地域経済の活性化させる上で効果的であるとされております。

2ページをご覧ください。こちらは宮城県の観光消費額を観光客の居住地別に表したものです。左側のグラフは前回の会議資料でもお示ししたもので、平成29年の宮城県の宿泊観光客を居住地別に見ますと、県内客の割合が35%、県外客の割合が65%となっております。

右側のグラフは平成29年の宮城県の観光消費額を観光客の居住地別に示したもので、こちらを見ますと、県内客が日帰り客と宿泊客合わせまして31%で1,110億円、県外客が同じく66%で2,320億円、外国人が3%で100億円となっております。

前回の会議で、県内客は域内循環となるため、県外や外国人客と分けて考えた方が良いとのご意見をいただきましたが、我々としまでも観光による交流人口の拡大による経済効果をより大きくするためには、県外客及び外国人からの観光客を増やしていくことが重要と考えており、今後とも様々な施策に取り組んでまいりたいと考えております。

次に3ページをご覧ください。左側の上の棒グラフは宮城県を訪れる国内観光客の年代です。20歳未満から30代が約3割、40代から50歳代は約4割、60代以上は約3割とな

っております。

その下の棒グラフは同じく宮城県を訪れる訪日外国人観光客の年代です。20歳未満から30代までが約5割を占めており、40代から50歳代は約4割、60代以上は約1割となっております。このように国内観光客と訪日外国人観光客では、年代別の構成比が大きく異なることから、それぞれのターゲット層を明確にしたマーケティングや戦略が必要と考えられます。

なお、右側のグラフは訪日外国人観光客の年代の割合を北海道・東北及び観光先進地の都道府県別に比較したものでございます。これを見ますと北海道や東北に比べまして、東京、大阪、京都、沖縄などの観光先進地ほど30歳代以下のいわゆるミレニアル世代の割合が大きいです。

次に4ページをご覧ください。左側の円グラフを見ますと平成29年に宮城県を訪れた外国人延べ宿泊者数は25.2万人であり、国籍別の割合を見ますと台湾、中国、アメリカ、タイ、韓国、香港の順となっております。

右側の棒グラフは全国の訪日外国人観光客の年代ごと国籍別割合となっております。宮城県に観光客が多く訪れている国の中でも台湾、中国、タイ、韓国などのアジア各国は、20歳未満から30代までの割合が6割を超えており、アメリカ、オーストラリア、イギリスなどの欧米豪各国に比べて若年層の割合が大きくなっております。このように、訪日外国人観光客の国籍や地域毎に年代の割合に差があることから、対象国のターゲット層を見据えることが重要と考えてございます。

次に5ページをご覧ください。こちらは宿泊観光客の推移を地域別・施設別に表したもので、左側のグラフは宮城県の宿泊観光客数の推移を、旧仙台市である都市部、それから秋保や作並、鳴子、蔵王などの温泉地、石巻・気仙沼県域などの沿岸部、その他の地域別に表したものです。これを見ますと都市部及びその他地域は震災後ゆるやかな上昇傾向にあり、沿岸部は東日本大震災以降に落ち込んだものの震災前の水準まで回復しております。一方で温泉地については横ばいの状況となっているところです。

また、右側のグラフは宮城県の宿泊観光客数を、ホテル、旅館、その他（簡易宿所等）の施設別に表したものであり、ホテルは比較的順調に伸びておりますが、旅館及びその他施設は、ほぼ横ばいとなっている状況です。このことから、本県の宿泊観光客数については、都市部のホテルを中心に伸びていることがご理解いただけると思います。

次に6ページをご覧ください。こちらは宮城県内の宿泊施設の客室稼働率を施設の種類別に表したものでございます。左側の折れ線グラフを見ますと、宮城県内の宿泊施設の客室稼働率は、震災後は復興需要により上昇しましたが、復興の進展に伴う復興需要の縮小により、緩やかな下降傾向にあります。

また、施設の種類別に見ますと、ビジネスホテルやシティホテルなど都市部の宿泊施設は70%から80%の高い稼働率で推移しており、旅館やリゾートホテルについては40%から60%台で推移しております。

右側の棒グラフは宮城県内の宿泊施設のうち、ホテル・旅館の客室の推移を表しております。近年はホテルの客室数が増加傾向、旅館の客室数が減少傾向にあることがご理解いただけると思います。

次に7ページをご覧ください。東日本大震災以降の宮城県の一般会計予算額は、震災対応事業により倍増しましたが、震災対応予算は復興の進展とともに年々縮小しております。震災前の予算水準に近づきつつある中で、観光関連予算についてもその財源の多くの割合を占めます東北観光復興対策交付金の終了や震災関係基金の減少が見込まれております。本県の今後の財政状況としましては、社会保障関係経費の急増や公共施設の老朽化等による財政圧迫が懸念されております。観光分野の現在の事業の継続及び新たな取組に必要な経費について、既存財源を安定的かつ継続的に確保していくことは難しい状況となることが想定されております。

次に8ページをご覧ください。こちらは、東北観光復興対策交付金や復興関係基金等の震災対応予算を財源とした事業を掲載しております。その使途は国内外の誘客促進事業の他、観光産業の振興や人材育成、観光資源の発掘・磨き上げ、受入態勢整備など多岐にわたっております。これらの事業は、近年の宮城県の観光客入込数や訪日外国人旅行者数の順調な伸びなどの成果を挙げている観光振興施策推進の中心となっている事業であることから、今後の事業の必要性やその財源の在り方について、十分に検討する必要があると考えているところでございます。

次に9ページをご覧ください。こちらは、宮城県の観光関連予算額の推移及び内訳を詳しく示しております。左側の棒グラフを見ますと、宮城県の観光関連予算は東日本大震災以降増加の傾向にありまして、平成30年度は当初予算額で約23億7,600万円となっております。このうち東北観光復興対策交付金等及び復興関係基金等の繰入金約7割を占めております。観光関連予算のうち、これらの交付金や基金等の繰入金を除いた一般財源及びその他予算の合計は6億円から7億円で推移しているところです。

右側の円グラフは平成30年度観光関連予算の使途の内訳です。これを見ますと、国外誘客促進が24%、国内誘客促進が12%、施設整備が43%、その他事業が21%となっております。

次に10ページをご覧ください。こちらは第4期みやぎ観光戦略プランの現状と課題、3年後に目指す姿、4つの観光戦略プロジェクトの関係を整理したものです。

前回会議でのご意見として、戦略プロジェクト2の「観光産業の連携強化と成長促進」につながる整理がわかりにくいというご意見がありましたが、現状と課題の上から2つ目として観光消費額の低迷を挙げておまして、消費額の高い県外観光客の取り込みや観光資源の創出・磨き上げ、それから人材の育成や地域の受入態勢の整備などが必要と考えており、3年後には観光産業が経済を力強く牽引することで観光消費額を引き上げていく姿を目指しております。

そのための戦略プロジェクトといたしまして「観光産業の連携強化と成長促進」を掲げて

ございまして、具体的には「DMO等の形成による魅力ある観光地域づくり」や「観光産業の成長に向けた基盤強化」に取り組んで行くこととしております。

なお、本日の資料のうち、参考資料として前回委員からご意見やご要望に対しまして、参考となるものを配付させていただいております。1つ目としまして、参考資料1「観光庁平成30年観光白書」につきましては、訪日外国人観光客の帰国後のインターネットを活用したお土産等の購入に関する資料です。また、もう一つ参考資料2ですが、こちらの観光経済新聞がまとめました全国の観光予算についての資料ですので、ご覧いただければと思います。議事(1)についての説明は以上です。

#### **田中会長**

以上、様々な面について説明を頂戴しました。この内容に関しましては、おそらく委員の先生方から更に追加的なご質問やご意見があろうかと存じますが、本日はヒアリングの時間の関係もありまして、誠に申し訳ありませんが、本日この場での質疑は見合わせることで、次回第3回目の会議時に追加的に「これはどうなっているか」あるいは「こういう資料がもう少し必要ではないか」といったご意見やご要望を頂戴できればと考えております。このことについて先生方のご了解を頂戴できればありがたいと考えております。よろしいでしょうか。

【(異議無し) の声】

#### **(2) 事業関係者からの意見聴取**

それでは次の議事に入りますが、先程説明を申し上げましたとおり、傍聴人及び報道機関はここで退出をお願いいたします。よろしいでしょうか。

#### **【傍聴人・報道機関退出】**

それでは引き続きまして、本日の議事(2)「事業関係者からの意見聴取について」に移ります。最初に事務局から説明をお願いいたします。

(以下、非公開につき議事概要のみ掲載)

#### **事務局**

- 議事(2)「事業関係者からの意見聴取について」を説明させていただく。資料3をご覧いただきたい。
- 意見聴取は、今後の宮城県の観光振興施策についての方向性、取組のイメージ等を把握するために観光関係の事業者や団体から、必要な施策や事業及び取組についてのご意見を伺うもの。

- 本日は県内市町村及び観光・経済団体の7団体からの意見聴取を予定している。
- 意見聴取の進め方は、一団体ずつ呼び込みで入室いただき、質疑応答を含めて一団体あたり20分程度で行う。
- 各団体には10分から15分程度お話しいただき、その後に各委員からの質疑にお答えいただき、一団体あたり計20分程度で進めたい。

### (参考人意見聴取の概要)

#### 参考人1

- 県の観光の問題は全体的に知名度が低いこと、二次交通が不足していることだが、宮城・岩手・福島は、他の地域に比べて東日本大震災という大きなマイナス要因があったというハンデを考慮していかなければならない。
- 県、市町村、DMO、観光協会等の観光に関わる組織をどのように整理し、より効果が発揮できる形にしていくか検討していく非常に大事な時期になってきている。
- ヨーロッパではパリ・ロンドン、アメリカではニューヨーク・ワシントン等の都市が目的地となっているように、宮城県における仙台のシティ観光を軸にしながら、松島を世界に通用するスター観光地まで高めていくことは、県が先導的に取り組まなければならないこと。
- インバウンドは長距離移動して国内を周遊するのが当たり前なので、国内観光地とのアクセスを強化し、松島や平泉、山寺等と函館を結ぶといったダイナミックな取組を行う必要があり、世界に向けて東北の広域観光ルートの魅力を発信しながら、その中で宮城県の観光コンテンツや宮城県らしい魅力を売っていくことが極めて重要と思う。
- 今は「農業」や「ダム」などのハードも観光コンテンツになる時代なので、DMOがしっかり地域の観光素材の磨き上げや観光客の動向やニーズを数値化し把握するためのマーケティングに取り組めるよう県が支援することが大事。
- 沿岸部のにぎわい創出は大きな課題であり、一朝一夕ではいかないが、宮城オルレの気仙沼・唐桑コースや奥松島コースなどのようなコンテンツを最大限に活用しながら、沿岸部の観光の支援事業に取り組んでいくことや、教育旅行で学生を中心とした観光客が被災地に訪れる仕組み作りに取り組む必要がある。
- 仙台・宮城はプロ野球、プロサッカー、プロバスケットボールチームを有していることを最大限活用するとともに、仙台市と連携して国連防災会議のような大規模なMICEを誘致しオプショナルツアー等により県内に広く足を延ばしてもらうことも必要。
- 社会経済や観光を取り巻く環境が大きく変化し、インバウンドの急増、観光客のニーズや行動が多様化する中で、世界農業遺産や日本遺産、ラムサール条約湿地など、世界・海外で通用するコンテンツの掘り起こしや磨き上げを支援し、デジタル戦略を中心としたプロモーションをかけていくという戦略が必要である。

- 東北には春夏秋冬の四季が織りなす景観や食、酒などの観光に直結する多くの素材があるので、どのようにしてデジタル映像を中心としたプロモーションをかけていくか。5年10年先を見据えた戦略と直近の観光客増加策と両方に取り組むことが極めて重要である。

#### 委員

- 仙台空港からの二次交通について、例えば直接沿岸部に向かいたい旅行者がどうアプローチしたらよいかわからないという問題があると思うがどうか。また、旅館に比べてホテルが伸びているという状況を踏まえ、旅館のサービスをホテル化していくという考え方についてはどう思うか。

#### 参考人1

- 二次交通についての課題は認識しているが現実的な需要の問題もあり、なかなかビジネススペースに乗っていかない。既存の二次交通をどのように組み合わせてマーケットに届けるかという取組は始まったばかり。仙台空港から出ているバスも利用客数がかなり少ない便もあると聞いており、需要をどのように創っていくかが課題。
- 最近では宿泊の部屋のみ提供し、食事は提供しないサービスもあるようだが、それでは伝統的な東北の旅館の魅力が失われてしまう。将来の東北の観光には伝統的な日本旅館の良さをできるだけ今のような形で残しながら、ホテルのようなサービス形態をどのように取り入れていくかが非常に大事で、それを支援する取組が必要であり、海外からの旅行手配にそういった旅館を提供できる仕組み作りが非常に肝要と思う。また、人手の足りない沿岸部などではホテル風のサービスを取り入れるなど戦略的に取り組むべき。

#### 委員

- 宮城県にはミレニアル世代が来ていないということがデータ上も明らかだが、これは逆に伸び代があるということ。最もお金を落としてくれるこの世代への宮城県の認知が進んでいないという課題があり、デジタル戦略の強化が重要という点には同感である。
- 観光客へのアイコンづくりとして「ないもの探し」ではなく「あるもの見つけ」をして、若い人に選ばれる磨き上げたコンテンツをSNSなどデジタルで情報発信するのが世界で勝つための法則ということは明らかなので、数値に基づいてデジタルを活用し情報発信できる戦略を継続することが成功につながる。

#### 参考人1

- これまで観光コンテンツとして捉えてこなかったが、外国人目線で興味を持てる観光資源はあると思うので、それに着眼して世界に発信する必要がある。
- アジアの客層は私たちが思うより若く、中国やベトナムなど30歳代世代が一番旅行で

消費する。そういう層に向けて石ノ森章太郎や「ハイキュー！！」などの漫画コンテンツや小型船で奥松島を周遊するようなラグジュアリーなコンテンツを整備すると自然と次のステップに進んでいくと思う。海外のスマホ世代のマーケットに届くような仕組みづくりをして、その世代がリピーターになるよう取り組んで行くことが大切である。  
(同参考人からの意見聴取は以上で終了)

## 参考人 2

- 観光は非常に裾野の広い産業で、他の産業以上のポテンシャルを持っており、東日本大震災により交流人口が減少したことを受けてインバウンドなどに取り組んでいる。
- これまでの取組として東北各地で持っているお祭りをネットワーク化しようと動いていたところに震災が重なった。その後これらの取組を東北絆まつりや六魂祭に昇華していったことは、取組の一つの成果と考える。
- プロモーションや海外PRについて、旅行者の視点に立った東北一体での実施が必要
- 県内市町村のそれぞれの観光資源を全て横並びではなく、旅行者のニーズに合わせて強弱をつけた情報発信を行わなければ実効性に結びつきにくい。そこから外れてしまったところは新たな視点での観光資源の磨き上げ等に努めるほうが、より効果的である。また、そういったコーディネートができる人材育成が重要である。
- 温泉や旅館など、日本人と外国人ではコスト面での感覚が異なる。多様な宿泊の形態やナイトツーリズムなど宿泊を伴わざるを得ない滞在が観光消費額を高めることになる。
- 県が宮城県に必要な観光施策をすべて行うのは限界があるので、自ら行う部分と市町村や団体、民間に任せる部分の役割分担を明確にして、連携しながら取り組んでほしい。

## 委員

- 温泉や旅館などに対して日本人と外国人とでコスト面での感覚が異なるのではないかと、というご意見をお持ちのようだが、その具体的な意図についてお伺いしたい。

## 参考人 2

- 日本人の場合、旅館とホテルのおもてなし等のグレードの違いを感覚的に理解しているが、外国人はその感覚を理解できておらず、旅館をコスト的に高いと感じ、手近なホテルに流れやすい傾向があるのではないかとということ。

## 委員

- ヨーロッパの観光地では、安い値段での交通機関乗り放題や、全ての博物館の入場料割引というようなカードを発行し、観光資源を結びつけて周遊させる取組を行っているところもあるが、このような取組について何か見解があるか。

## 参考人 2

- 将来的にはぜひ取り組んでみたい事業の一つ。現在我々もインバウンド対応事業としてキャッシュレスやおもてなし英会話教室など取り組んでいるが、まとまった成果が出るにはまだ時間を要すると思われるので、ゆくゆくはそういった事業に取り組みたい。

## 委員

- 東北六県や他の地域を訪問される中で、特に記憶に残っている観光振興への取組があればお教えいただきたい。

## 参考人 2

- F D A就航を契機に出雲を訪れた際に、観光コーディネーターにツアー企画やガイドをお願いしたところ、旅行者の即興のニーズに対して期待以上に質の高い対応をしてもらった。そういう人的ネットワークや対応スキルを持つ観光人材育成は非常に重要と改めて感じた。  
(同参考人からの意見聴取は以上で終了)

## 参考人 3

- インバウンドに関してはプロモーションが不足しており、海外のエージェントと話をすると「宮城県」の認知度が非常に低いと言われているので一層取り組む必要がある。
- 東北全域でのプロモーションは必須。個々のコンテンツを磨き上げ、面で魅力を発信するという動線を強化する必要がある。
- プロモーションにおいても、一時的な施策展開のみでは海外のエージェントも慣れてきており、どのような類いの予算でも補助金扱いとして考えており、一時的な誘客のみでリピート率の向上につながっていない。ツアー販売でも買い叩かれるケースがあり、消費額の増加につながっていない。
- 行政の仕組み上、年度予算に縛られるため、事業の開始時期が4月以降になり、年度末・始めにかかる春のコンテンツが手薄だと思う。春にも十分施策を行えるような形はつくれないか。
- アジア市場の香港・韓国は、現在、東日本大震災に伴う福島第一原子力発電所事故の風評被害の影響もあり今後の伸び代が期待できることから重点市場として引き続きターゲットにしていくべきである。
- 中国は観光客一人当たりの消費単価が高いので、地域への経済効果、域内調達率の面で本腰を入れて取り組むべき。また、欧米豪も一人当たりの観光消費単価が高く、同様に取組を強化していく必要がある。
- 沿岸部に関して、ハードは整ってきているがソフトがまだ弱い。インバウンド向けの防災対策は東日本大震災を経験した我々だからこそ強化していくべきだが、災害時の観光

地の受入態勢は弱くインバウンド向けには対応がまったく進んでいないことから、県として対策する必要がある。

- マーケティングについて各団体やDMOが個別に各地域の調査をするよりは県が全域で調査してデータを毎年整備し、各団体等が利用できる効率的で無駄のない環境づくりが必要である。
- 県からの受託事業について、仕様が最初から定まってしまうと、事業の中で解決すべき課題が見つかり、効果的なやり方に変更したくても仕様の変更が容易ではないことから、もう少し柔軟な運用ができれば、事業者としても効果的な提案が可能になる。
- 予算面でも他県と連携したプロモーション等を行うほか、観光施策の強化という観点で、市町村や複数のDMOが自主財源を出した取組に、県が例えば50%出資するというようなマッチングファンドのような制度があると使いやすいのではないかと。

#### 委員

- 広域的なデータは市町村レベルに落とし込むとデータとして不正確になると指摘しているがどういうことか。

#### 参考人3

- 観光庁の統計とDMOが調査したデータには乖離がある。県南地域の13自治体や宿泊施設のデータを吸い上げて独自調査という形で出しているが、観光庁が発表する数値は県単位での集計を前提とした調査であり、地域単位で調査に取り組んだ場合とでは調査対象の捕捉などの点から若干異なった数値になってしまう。ただ若干といっても地方において1,000人程度の誤差は大きいと感じている。

#### 委員

- 国によって宮城のどの観光資源に魅力を感じるか見え方は異なると思う。プロモーションを行う際のターゲットについてどう考えているかお伺いしたい。また、イタリアなどでは、アグリツーリズムなどがよく行われているがそのような仕掛けをどう考えているのか。

#### 参考人3

- 宮城に来る中国人は日本慣れしているため、満足してもらえるような仕掛けや仕組みを考えている。実際にアグリツーリズムのほか、田んぼアートの技術を学びたいなどのリクエストもある。また、教育旅行は重要で、宮城県を教育ツーリズムの聖地のような形でブランド化していきたい。医療ツーリズムについて検査やドックにかかる費用が東京に比べて割安である利点を活かして、中国の富裕層の取り込みを図りたいと考えている。

## 委員

- 震災の風評被害への対策として、安心してインバウンドの旅行者が地域に入っていくにはどういうことが必要と考えるか。

## 参考人3

- 風評被害について、放射能については、福島県境の白石や丸森への影響を懸念したが、県名が「宮城県」に変わるだけで意外に影響は少ないと思っている。しかし、食べ物の輸出の部分では当然課題が残っているので、震災の影響と言える部分と思っている。
- 沿岸部における津波被害の影響は強いと思われ、震災遺構を見て怖いという話をされる方がいた。したがって防災意識を高めることは今後課題になると感じている。  
(同参考人からの意見聴取は以上で終了)

## 参考人4

- 1つ目の問題点として、外国人観光客数が増加してきてはいるが、他県と比較すると伸び悩んでいることがあげられる。
- 宮城県は自然、歴史文化、温泉、グルメなどの観光コンテンツを有していることから、観光地としてポテンシャルを秘めているが、知名度、認知度の低さが問題である。
- 岩手県や青森県では県が先頭になって民間事業者と一緒にオール岩手、オール青森でプロモーションを実施し一体感があり、観光に行きたいという魅力が感じられる。各市町と常に情報交換しながら県全体の観光コンテンツを取り上げた事業展開が必要。
- 2つ目として、県が取り組むべき観光施策や取組だが、あらゆることだと思っている。ただし県だけで取り組むのではなく、各市町との役割分担をすることで効果的に取り組むことができると考えられることから、日頃から情報交換を行うことが大事。
- 3つ目として、県に求める具体的な役割や事業は、リーダーシップを発揮しオール宮城として観光の魅力をくまなく発信し誘客に向けて頑張ってもらいたい。
- 最後の4つ目のその他として、キャンペーン形式よりはユーザーバーやインフルエンサーといったSNSでの発信力のある方と連携し、観光コンテンツを体験してもらい発信してもらおうほうが効果的だと思う。

## 委員

- 広域連携事業について国も推進しているところだが、樹氷サミットに貴自治体として参加しなかった理由は。

## 参考人4

- 我が自治体には声がかからず、樹氷サミットがどのような経緯で今の参加自治体のみで開催されたのか把握していない。樹氷は我が自治体でも国内外に打っていけるキラー

コンテンツだと思っている。本来であれば参加した上で他の自治体と連携した取組を行いたいと思っている。

#### 委員

- 参加できれば国内外に向けた発信が可能なコンテンツとして非常に効果的と思うので、取り組んではどうか。サミットには東南アジアや中南米などからも参加者が訪れており、その方達にインフルエンサーとして各国で情報発信してもらおうと効果的ではないか。

#### 委員

- 白石市の蔵王キツネ村は有名なユーチューバーが動画を投稿して有名になった。SNSなどは視聴者数を獲得しやすいが実際の来訪につなげるためには、何でもいいからお任せで発信してというのではなく、実際に行ってみたいと思わせるようなオーダーを仕様書に盛り込むことで上手くいく。
- プロだけを起用するのではなく素人も組み合わせた二面戦略で情報発信を行うと成功しやすいと思う。やはり相手にお任せするのではなく「このような感じで」としっかり注文を付けることは重要。

#### 参考人 4

- 我々のほうとしてもインフルエンサー招請などに取り組んでおり、素人目線での情報発信は口コミで広がりやすいという実感もある。キツネ村の事例なども参考にしながら戦略を考えていきたい。

#### 委員

- アメリカのナショナルパークなどではビジターセンターがしっかり運営されていて、夏には理科の先生が駐留して小学生に自然などについて教えている。このように観光地を教材として活用することも可能と思われる。ブームづくりも大事だが、まずベースとしてコンテンツを作るということが大事と思っているが、その点はどう考えているか。

#### 参考人 4

- 我が自治体には観光の起点となる場所がないことが弱点で、ビジターセンターのようなものが必要と認識しており、ビジターセンター機能を持たせた道の駅なども検討している。
- 我が自治体には観光資源が豊富で紹介しきれていない悩みがあるが、1つのコンテンツを専門家の目を見てブラッシュアップすることも必要なのだと感じた。
- 連携の重要性について訴えてきたが、自分のところも努力して他の市町村、県と連携しながら進めていきたい。(同参考人からの意見聴取は以上で終了)

## 参考人 5

- 東日本大震災による大きな被害を受け、当時は観光という言葉を読むことすらできない状況から再スタートを切ったが、多くのボランティアの方々が訪れるようになると、交通手段や宿泊施設などの問合せが多く来るようになり、自然と観光観点の取組を進める必要がある環境に戻ってきた。
- 我が自治体における平成 29 年度の観光客入込数は震災前後を通じて過去最高を記録した一方、道路の整備も進んで仙台圏からのアクセスは向上したが、これは裏を返せば帰りやすくなったという事実もあり、宿泊面は苦戦している。現在、対策として何に取り組むべきか、地域内の関係者の協力を得ながら進めているという状況。
- 震災前は官民間問わず観光を盛り上げようという機運が高まり、それが実を結ぼうとしたところに震災が重なりリセットされたが、今後再びこういう取組も必要なのではないかと感じている。
- 震災によって我が自治体の人口は大きく減少した。そこからの復旧は賑わいづくりという経済的な観点から考えるしかなく、観光等でよく話題として出る定住人口 1 名減に対して交流人口何名で補うという考え方が先行して、経済性だけが優先され自治体の魅力づくりの部分が置き去りにされていると感じている。
- 県の観光戦略プランの 1 つとして沿岸部のにぎわい創出が掲げられているが、補助制度等はあるものもう少し具体的な取組が必要である。ハード・ソフトの整備には期間が必要であることから、積極的な施策を展開してほしい。
- 現在、ツール・ド・東北やトレイル開設のように広域的に取り組んでいる事業もいくつかあるが、直接的に県に関わる部分が少ない。案内表示の広域的なデザイン統一など、ニーズを拾いながら新しい事業に取り組んでいただきたい。
- 財源検討については、震災予算は今後収束していくことから、いま何故その施策をやるのか、一度立ち止まって考えるよう訴えていきたい。特に、新しい財源の導入を検討するのであれば、なおさら負担者に対する目的や受益負担等の説明が必要になるかと思う。
- 宮城県にはいろいろな地域に沢山の魅力があるので、それをどうやったら有効に活用できるのかということを検討してほしいと思う。決して県に任せきりというのではなく、一緒に進めていく仕掛けづくりのための財源としてまず検討いただきたいと思う。
- 宮城県観光創造県民条例の理念は素晴らしいと思う。一人一人の参加と協働と謳っており、この理念に則って再び県内一丸となって取り組む時期に来ていると思う。

## 委員

- 防潮堤等の建設での漁村ののどかな風景がなくなり、泊まる理由がなくなったということはないか。また統計を月別に見ると秋以降観光客が失速する傾向にあり、その対策はどうお考えか。

#### 参考人5

- 我が自治体を訪れる皆さんの交通手段はマイカーが一番多く、滞在するよりも帰るといふケースが多くなっていると感じている。それが宿泊者数の減につながっているといふ検証はしていないがその傾向はあると思う。
- 秋場と冬場が閑散期ということで対策を少しずつ始めている。観光的な魅力だけではなく、震災を経験した自治体ということから、安全性にもきちんと対応した町づくりを行っていることを魅力の一つにできないか考えている。

#### 委員

- ハードとソフトの基盤整備が必要と考えているようだが、具体的な整備のイメージはどうか。

#### 参考人5

- ハードとしては道路整備が進むとともに案内看板が必要となる。ソフトとしては今インバウンドも含めてたくさんの観光客に来ていただいているので、より満足度を上げて次のステップに進むためにも、観光人材の育成は必要と考えている。

#### 委員

- 貴自治体は仙台宮城デスティネーションキャンペーン（以下「DC」という。）時に頑張っって県全体の観光をリードされてきたと認識しており、震災によって、県と関わりながら一緒にやっていく機運が低調になったとの指摘があったが、震災前に頑張っって取り組んできた結果生まれたもの、そして震災を経て観光面で新しく生まれた部分というのをどう捉えているか。

#### 参考人5

- DC時に一所懸命に取り組んだのが教育旅行、グリーンツーリズムであり、受入態勢が完全に整ったところで震災を迎えた。結果として、震災から防災教育であつたり語り部という新たな観光ツールを獲得し、それで来ていただいた観光客もいる。
- 民泊体験というのが大きなツールとして根付いており、残念ながら受入側も被災したものの住宅の再建に伴い民泊を再開したいという人達によって民泊の取組が続いている。また、インバウンドで台湾からの教育旅行を受け入れているが、しっかり受入態勢ができているということがDCで培ったもの。  
(同参考人からの意見聴取は以上で終了)

#### 参考人6

- 我が自治体の観光客入込数は震災前、800万人強であったが、震災の影響で700万人弱ほどまで減少し、現在回復傾向にあって平成29年は700万人強まで回復してきた。
- 我が自治体は県内有数の温泉を有しているが、過去最高の宿泊者数を記録したのは平成18年の80万人であり、それが平成27年には50万人にまで減少した。平成29年は60万人まで回復している。こうした実情を踏まえ、平成27年に観光ビジョンというものをつくり、情報発信力、おもてなし力、トレンド対応力の3つを柱に地域一体となった観光振興に取り組もうと進めている。
- 県の観光の課題や問題は、連携や情報共有が不足していること。
- 問題点と感ずることについては、ハードとソフト両方で不足が生じており、特に観光は広域的な「面」で成り立っていくのではないかと思っており、一過性のイベントや祭、あとはプロモーション的なものは長期的な効果はないと思っている。
- 限られた予算で効率的に取り組むには、役割分担を明確にして、市町村や各団体、個人が行うべきものはそれぞれに任せながら進んでいってはどうかと思う。
- 県が取り組むべき観光施策としては、仙台空港からの二次交通の充実が課題と考えている。訪日外国人が楽しめるように案内看板などの受入環境整備に加速度的に取り組んでいただきたい。
- ハード、ソフトといった環境面の整備は必要だが、おもてなしに感動を受ける人もいることと思うため、しっかりおもてなしができる人材の育成も必要である。
- お客様がスマートフォンを活用して情報発信しそれが広がるという「口コミ」の影響力は大きいので、ハード、ソフトの基盤をしっかり整備し、訪問した観光客の力を借りての観光振興も大事ではないか。
- 県に求める役割は、地域の観光産業従事者の世代交代が上手くいっていないため、外から地域に入ってきて新たに事業を開始する人に対する支援制度を検討してはどうかと感じている。

## 委員

- 他の地域から宮城県に移って観光関係業を始めたいという事業者に対する県からの助成支援制度の検討について、具体的なアイデアなどがあればお聞かせ願いたい。また、貴自治体において官と民との役割分担についてどのように考えているのか。

## 参考人6

- まだ特に煮詰まったものはないが、廃業した宿泊施設などを外部の者が安価で購入して創業するという場合への支援制度があれば、足がかりにはなると思う。
- 官と民の役割分担は、日常的な管理は地元任せ、大きなハード面の整備や、プロモーションなど地元だけで取り組むことが難しい部分を行政に担ってもらいたいという話が出ている。

## 委員

- よそから入ってくる方というのは具体的にどういったレベルの方を想定しており、どういった活躍を期待しているのか。

## 参考人6

- 具体的な想定はしていないが、外からの目線で意見を述べてもらうと、地元の人が見落とししているいろいろな気づきを与えてくれるケースがあるので、そういったことを大事にしたい。  
(同参考人からの意見聴取は以上で終了)

## 参考人7

- 交流人口ビジネス活性化戦略に我々の考え方や方向性をまとめており、戦略策定の趣旨は、狭義の観光に留まらず、いろいろな目的を持って訪れる方々を交流人口という広い概念で捉え、単に来てもらうだけではなく消費を拡大して地域経済の活性化を図っていくよう観光施策を見直すことにある。
- 目標数値としては、3年間集中的に取り組むことにより、現在の延べ宿泊者数 570 万人から約 5% 延ばして 600 万人と設定した。そのためのプロジェクトとして 6 つ掲げており、主なものを 3 つ紹介すると、1 つ目は日本一の体験型プログラム、2 つ目は宿泊を促進するため、平日や冬場の宿泊施設をどう埋めるかということ、それから経済活性化に向けて地元企業の能動的な参画を促すこと、3 つ目はターゲットを絞って効果的なプロモーションを行うこと、受入環境の整備として快適な滞在環境を作ること、そして東北のゲートウェイとして我が自治体を基軸に広く周遊してもらおうというもの。
- 以上を踏まえた上で、我々が考える我が自治体の観光の課題や問題点は、まだまだ外国人観光客が少ないこと。そして消費拡大の視点を採り入れるよう強調していきたい。
- それからコンテンツの工夫、受入環境整備、閑散期の開拓、パラリンピックの開催や高齢化を踏まえバリアフリー化への対応も必要。
- 県が取り組むべき観光施策や取組は、まず観光を産業の一つとして捉え、プログラム開発や人材育成など基盤整備への支援を行うこと。また外国人観光客の受入環境整備として多言語表記や通信決済環境の整備など、県内で途切れなくサービスが受けられる環境整備については、県が一括して取り組むべきである。
- また、プロモーションよりもコンテンツの磨き上げや受入環境整備など将来に向けた投資をお願いしたい。
- 戦略に基づいて地域経済の活性化を図ることが大切と考えるため、日帰りの観光客には一泊してもらい、一泊の観光客には更に一泊してもらうためにどうするかという目線での施策が重要であると考えている。

- 財源の話についても、東京や大阪とは観光の状況が違ふ、客離れにつながるというような懸念の声などを聞いているので、そういった点に留意しながら我々も一緒に施策を進めさせてほしいと思う。
- 県にはコンテンツの磨き上げ、受入環境整備など将来に向けた投資を期待している。プロモーションは宮城県観光連盟や仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会でも対応しており、重複は避けられるべき。それらの団体ではカバーしきれない分野を担っていただきたいと考える。

#### 委員

- 戦略に掲げた目標について、現在の宿泊者数約 570 万人に対して、目標が 2021 年までに 600 万人というのは低いように見える。国策で高い目標を掲げて取り組んでいる中で、取り組む姿勢を見せないと東北全体で盛り上がらないように見えて、その辺の調整を県とは行っているのか。
- 知ってもらわないと観光客は一人も増えないので、受入環境整備とプロモーションのバランスが重要と思うが東北の認知度が低いと私は考えているが、受入環境整備やプロモーションの強化の役割分担を県と自治体で連携して行ってほしいと思っている。

#### 参考人 7

- 目標についてはインバウンドと国内客とを厳密に分けず全体のところで捉えている。ただ、一方で国から交付金を受けるために立てた計画では 2020 年までに外国人延べ宿泊者数 30 万人を目指すこととしており、目標値の 5% をインバウンドが占めなければならないと思っている。
- 目標は高く見えないかもしれないが、日本の観光客数も頭打ちで伸びない中で、3 年間という短い期間でもあることから、現実的な堅い数値を設定した。目標設定にあたっては宮城県の行った統計と我が自治体の割合などを見ながら我々なりに設定した。
- 本当に必要なのは滞在環境だと思っており、プロモーションは実はいろいろな団体が行っている。東北観光推進機構も宮城県もやっている中で、我が自治体でも必ずしも取り組まなくてはならないということではないと思っている。プロモーションは東北全体みたいなものを打ち出して強力に取り組むほうが効果的だと思っている。

#### 委員

- 受入環境は本来は各事業者が取り組むべきことで、一方でプロモーションは事業者任せにはできない。受入環境整備とのバランスを取りつつ、プロモーションの高度化をオール東北でどのように取り組むかをぜひ検討していただきたいと思う。
- 国全体の訪日外国人旅行者数が 3,000 万人を突破し、2020 年には 4,000 万人を目指そうという中で、1,000 万人の目標のうち東北で 5% にあたる 50 万人は増やしたいという

考えは国としてもあると思う。貴自治体が東北全体をリードしていくことを期待している。

#### 参考人 7

- 補足すると、目標達成を容易にする目的で低く設定した訳ではなく、客室稼働率を見ると土日を中心に既に高い状態にあり、平日を埋めていかないと 600 万人という目標の到達は難しい。戦略の一つとして閑散期対策を掲げているが、いかに冬場や平日を埋めるかという努力をして、結果として目標の達成を目指そうと考えている。そのために現状の資源の中で工夫を凝らしていくというのが趣旨である。

#### 委員

- 県には沿岸部の観光客数が伸び悩んでいるという課題があるが、その点については何か施策であったり、連携の取り方や魅力発信などどのように考えているか。

#### 参考人 7

- 復興ツーリズムを含めて、体験プログラムのようなものを集めたいと思っている。我が自治体の観光関係団体のサイト内に体験プログラム一覧を作り、検索サイトのような形にして、エリアや体験の種類、復興ツーリズム、食、文化などのテーマを選択して、おすすめのプログラムを表示するような仕組みを作る予定。ゆくゆくは交通手段も検索できるようなサイトに仕上げたい。我が自治体を訪れた方が沿岸部にも行っていただけるよう、県外を含め広域連携しながら人の流れをつくっていききたい。

#### 委員

- 観光予算について拝見した資料の中に宮城県は 16 億円なのに対し青森県が 23.6 億円という数字をみて驚いた。
- そこで貴自治体の観光予算について、東北の他の県庁所在地と比較してどの辺の規模にあって、また自分たちの立ち位置をどのように考えているか伺いたい。

#### 参考人 7

- 予算規模について特に他団体と多い少ないという比較検討はしていないが、国からの交付金などもあるため東北の各市町村よりも相当多い水準であると思っている。
- より効率的に予算を使うためのマーケティングを強く意識し、不特定多数ではなくピンポイントで対象に仕掛けるよう工夫している。
- 予算の枠が決まっていることから、最近はプロモーションではなく後に残るコンテンツなどに予算を充てている状況。
- 宮城県それから他県、東北観光推進機構とも役割分担をしながら、我々がやることや方

向性を選択していきたい。

## 委員

- 貴自治体では体験都市とか体験プログラムというのを打ち出しているが、基本的なイメージやコンセプトが何なのか気になる。観光とビジネスというのは、地域が産業で豊かになって、そして産業面での交流を進めていくという面もあって密接に関係していると思う。
- ビジネスの活性化と体験プログラムがどのように結びつくのか。自治体としての特徴、特色を打ち出す一種アピールという観点から打ち出しているのか、それともビジネス活性化戦略の一部という位置付けなのであれば、両者はどのように結びつくのか。

## 参考人 7

- 我が自治体が発行した「観光客動態調査」によると、我が自治体は観光資源に恵まれていない、観光都市としてのイメージがないという結論になった。
  - 一方、たくさんの方が来ている中でどのように消費してもらうかを考えた時に、体験型プログラムは有効ではないか、また、地域経済を活性化させるためには、単に消費を促すだけではなく、地元企業や商店街の能動的な参画を促す必要があるという結論に至った。例えば餅を売るだけではなく一緒に作ってそれを買ってもらうというストーリーを仕掛け、こうしたビジネスで今まで観光と関わりがなかった事業者も参画することにより、交流人口によるビジネス活性化につながることを期待している。
- (同参考人からの意見聴取は以上で終了)

## 田中会長

これで、本日の議事は終了させていただきます。本日時間の関係でいただけなかったご質問やご意見については事務局にお話しいただければ結構です。

## 4 その他

### 観光課 千坂副参事

田中会長ありがとうございました。次第4その他として、事務局のほうからは特にございませんが、皆様から何かございますか。よろしいでしょうか。

## 5 閉会

### 観光課 千坂副参事

以上をもちまして第2回宮城県観光振興財源検討会議閉会とさせていただきます。

なお、次回開催日時等につきましては、後日改めてご連絡を差し上げますのでよろしくお願いたします。本日は長時間にわたり、どうもありがとうございました。

