

第1回みやぎ観光振興会議 委員発言要旨

今野委員（仙台商工会議所）

- 東日本大震災では、それぞれのネットワークが強くなったが、コロナではそのネットワーク自体が駄目となったので、失われたネットワーク（絆）の再構築が必要
- 例えば、絆を再び結ぶための親子3世代家族旅行や地域一帯の取組など、どう流動させるのかは若者の発想が必要。
- 新しい計画を作るなら、これまでの課題をチャンスに変えていくような取組をするべき。

青沼委員（(公社)宮城県バス協会）

- バス路線対前年40～50%、高速バスは4～5月で通常の20%、観光バスはゼロの状態
- 生活路線等の維持が必要な中、大規模イベント等がほとんど中止となり、ハイラインは、連休明けから開通も県内のお客さんが中心。都市部の私鉄の定期的な売上げは6月で80%程度戻っており、東北のバスは50%程度。回復が遅れているという実感
- バスは元々密な乗り物で、コロナ収束しても容易に戻ることはない。リモートワーク、オンライン授業、ネットショッピングの普及により年内は戻っても8割の想定
- 今後は、東京オリンピックや大規模イベントや修学旅行など、バス会社が存続しないと誘致ができない状況に陥る可能性も考えられる。
- 実質破綻している会社もある中、無担保融資等はいくまで延命措置なので、健全な体になるバスに特化した支援が必要
- 震災や災害等により崩壊したコミュニティの復活、地域の活力の再生などの取組が必要

阿部委員（みやぎおかみ会）

- 東日本大震災に続き2度目の国難であり、震災時の二重三重ローン問題があり、全国的にも特に倒産が多いのが宿泊産業である。旅館は裾野が広い産業で、取引先は百数十社に及び、地域経済への影響が大きい。苦境に立たされる中、各旅館は雇用を守ることに必死である。
- みやぎおかみ会では、みやぎお宿エール券（3割増し利用券）を発行しており、独自の取組を行っている。クラウドファンディングのような形もあるが、大々的な県の観光キャンペーンの取組が必要。
- 国のGo Toキャンペーンは早くも2か月後、第2波が来ることも想定して手立てが必要。
- 食事会場、客室の密を避ける利用が求められる。
- バスは三密を避けるため増便の必要性等があり、補助制度など手厚い支援が必要。

岡崎委員（仙台国際空港（株））

- 仙台空港の旅客数は4月は4万1千人で前年同月比14.1%、5月は2万5千人で7.9%。
- 国内線は計画路線56往復が18往復の運航、国際線は全便運休中と大変厳しいが、国内線は5月が底であり、6月から徐々に戻ってきている。便数が少ないこともあるが、本日のIBEXの札

幌便は往復満席の状況。

- お客様は海外旅行から今後は国内旅行にシフトする可能性。ただし、国内需要は人口減少やマーケットの縮小により、今後も減少が明らかであり、国内と並行してこれまでのインバウンド取組も必要
- 海外から観光客を受け入れることに対する不安もあると思うが、旅客機は約3分で空気を交換させる。空港としても必要な投資を行い、安全安心に対する継続的な取組が必要。将来、国際線が復便した場合、空港で行うPCR検査の結果、海外からの旅客に陽性者が出た場合、地域としてどう受け入れるか、準備が必要。
- 国際線は関空と成田、羽田以外は事実上閉鎖、仙台が再開する場合に備え、出入国体制や検疫体制など、今から将来のインバウンド受入に向けた準備に着手することがチャンスにつながるのではないか。

陳内委員（観光庁：アドバイザーボードメンバー）

- コロナウイルスでDX（デジタル変革）がデジタルでやるのが当たり前という人が増えた中、安全・安心である宮城という広報もデジタルでいかに早く行うかが重要。コロナは第二波、第三波が来ることを前提に考えなければならないが、デジタル媒体であれば非接触で安全に情報発信が可能である。
- 観光客が来るほど県内が潤い、県民のためになるということを明確に打ち出した方がよい。観光消費額を高めるためには、質の高い観光を目指すべきであり、経済効果を測定できる仕組みづくりに取り組むとよい。

菊池委員（日本航空（株））

- 過去のパンデミックの例を見ると、都市機能が大きくなりすぎたことが原因であることは明らかで、都市機能の分散の議論が進んで行ったときに、東京との距離感や都市の規模感等から見ても、仙台の立ち位置は観光も含めて新しい都市機能の役割が出てくると思う。
- 観光の回復のためには、短期的には、知名度のあるキラコンテンツで国内流動を戻してこること。中長期的には、インバウンドなどは総花的な観光ではなく、より深い体験ができるところに集まっていくので、我々としても両方怠らず取り組んでいきたい。

後藤委員（仙台ホテル総支配人協議会）

- 今後の回復に向けて感染症拡大防止を図るため、観光産業をどう存続、維持させていくか、観光客のマインドをどう改善していくか、その仕掛け作りが重要なものと考えている。
- 宿泊関係は8割前後のマイナス、宴会施設をする施設は9割以上のマイナスというのが実情であり、国の雇用関係助成金も6月までとなっている、7月以降もサドンデスとなっている。
- 観光産業だけでなく、多方面にコロナの痛みは生じており、観光を回復させるためには県内の産業全体に対するダメージを認識して、その回復には何が必要で、その産業と観光産業をどうリンクさせていくかをまずは考えなければならないのではないか。

- 仙台市を青葉まつり、七夕祭りが中止になったように、大型イベントがいくつもなくなった。中止したイベントを再開あるいは別な形で実施できるよう、何らかの支援についても検討課題の中に入れていただきたいと思います。

紺野委員（（一社）東北観光推進機構）

- 今月から次のフェーズ（自粛期間から次のステップ）に入り、インバウンドにも再度取り組む準備をすることが大事。まずは、マイクロツーリズムや小さな旅のように、外に出てリフレッシュする、地元を再発見するような取り組みが必要。その後に県内流動を呼びかけながら、需要喚起を行う必要がある。
- 来週発表するが、東観推では、東北+新潟の域内を相互交流する仕掛けをしたいと考えており、来年の東北 DC につなげていく。
- 東観推へは東北への修学旅行の問い合わせがかなり来ている。震災体験をしっかりとしたコンテンツにして学生等と呼ぶ仕組みをつくったり、新たな観光地の掘り起こしに取り組むなど、宮城・東北の優位性を出す取組を行うことが大切。
- アナログだけでは、地域間の観光誘致競争には勝てないため、デジタルによる PR 手法、仕組みを準備することが大事。

櫻井委員（（株）ライフブリッジ）

- スピード感をもって進めるためのキーワードとして、①安全安心を発信すること、②家族単位でのターゲットを絞ったプランを考えること、③デジタルシフト。
- 例えば蔵王の別荘地である山水苑では、4月の稼働率は8割だが、家族で3密を避けて利用している方々である。父親はテレワーク、子供たちは自然で遊ぶという需要。東北の普遍的な強みは「ネイチャー」であり、これはコロナの状況下でも強みとなる。
- テレワーク（=ワーケーション）の観光地づくりを進めていくのはどうか。テレワーク推進のためには観光地に5Gを整備してほしい。
→ テレワークと家族単位の重ね合わせで「ワーケーション」の需要が高まっている。

佐藤委員（宮城県ホテル旅館生活衛生同業組合）

- 宿泊施設は、4月は8割以上、5月はほぼ収入がない状況が続いていた。県が示した安全・安心の取組は、秋保・作並でも先行的に行おうと思っていた取組であるので、ぜひ早急にチェック表の作成に取り組んでいただきたい。
- ビジネスモデルの転換を迫られている。3密対策は重要であるが、例えば従来の1部屋4~5人のモデルが通用するのかわからないのか、通用するわけがない。採算のとれるようにモデルを変えていかなければならない。
- デジタル変革については、もっと真剣に考えなければならない。例えば、大浴場にどれほどの利用者があるか見える化はしたいが、莫大なお金が必要。
- リモートワークについて、宿泊事業は難しいと思っていたが、予約のセクションは可能であった。国や県でも支援をしていただきながら、新しいビジネスモデルをつくっていきたい。

- 需要の先取りにならないように、SDGsのような持続可能性を考えながら、観光業の足元を作っていきたい。

ジェシカ委員（インアウトバウンド仙台・松島）

- 欧州などでも移動制限が段階的に解除され、旅行意欲はあるが、外国人の目線でも安全に移動し、安全に過ごせるかが大事なので、早めに安全安心の取組を行うべきであり、ガイドラインは、地元の事業者のみではなく、最初から海外の情報や国際基準を取り入れながら策定することが重要
- 観光は、県内、国内から回復すると思うが、国内観光の様子や取組を日本在住外国人の力も借りながら、積極的に情報発信していくことはすぐにでもできる。

張委員（リトル台湾 in 仙台）

- 台湾人観光客を再び増やす為には、日本に来たときにコロナに感染したら、どう対応すれば良いか明示しておけば良い。医療関係者と連携して、多言語で対応可能な「医療期間のリストなどを作成」しておけば、安心してもっと来てもらえる。
- 日本で台湾のイベント行くと、家族も連れて東北を旅行する。東北は大自然があり、台湾人は大好き。東北しか体験できないことも大事
- 若者をどうやって動かすか、やはり情報発信が必要なので、アイデアを集めてデジタル発信するために、三密を回避する観点からWi-Fiの設備の充実や人材育成が必要（宿泊施設ではロビーなどにしかWi-Fiが整備されていないところもある）
- リピーターを増やすためにはストーリーが大事で、今後、まずは国内が大事だが、インバウンドを呼び込む為の受入環境の整備が必要

古津委員（東日本旅客鉄道（株）仙台支社）

- 東日本大震災とコロナでは対策が全く違うことがあり、震災で学んだことを活かせること、震災の経験が活かさないことを分けて考えていくべき。
- 通勤などの地域内移動は5割まで回復しているが、新幹線などによる中長距離移動は6月になって2割まで回復してきた。密をどう防ぐか鉄道事業者としては大きな課題である。
- 移動は「通勤通学」「ビジネス利用」「観光」の3つに分けられ、通勤通学は学校再開などによりだいぶ回復したが、ビジネスと観光の回復には至っていない。テレワークが進んでいる中、ビジネスが同じように回復するとは思えない。
- 安心・安全がキーワードだとすると、住んでいる人がそう思わなければならない。コロナの感染拡大を防ぐというスタンスは大事と思っている。
- 宮城に来てもらうためには、全国各地で争奪戦になるかもしれない。来年は東北DCの開催が決まっており、これほど大きなアドバンテージがあるエリアはない。東北DCに向けて観光をどう回復していくかはターニングポイントと捉え、皆様と具体策を考えていければと思っている。

宮原委員（宮城学院女子大学現代ビジネス学部現代ビジネス学科）

- 大学に勤めている観点から学生の話をしたい。コロナウイルスの関係で、オンラインでの授業となっているが、学生などのデジタル世代は、すぐに慣れて当たり前になっている。観光の消費者として見た場合、こういったデジタルが当たり前の人が増えていくということは踏まえていく必要がある。
- 就職活動を控えた3年生の中には、「観光業に就職して大丈夫か」と不安な学生たちもいる。観光事業を変えていく中で、優秀な観光人材が必要であり、業界としてしっかり確保していくことを意識することは大事だと思っている。
- 観光客の嗜好として何があるかを考えると「アウトドア」と「健康」があると思っている。宮城県にはそれに対する強みがあると思うので、それを育てていくことは重要だと思っている。
- 短期的には、新しい生活様式でお客様をもてなすための施設の改修に対する補助があればよいと思う。そういったニーズを聴き取りして制度を設けてはどうか。

矢野委員（全日本空輸（株））

- 全日空6月の運行計画では東北エリアは60%の減便となっているが、IBEXが満席の例もあり、ばらつきもある。
- 7月以降のフライトスケジュールは、6月の3週目あたりに公表する予定だが、急激に戻すというより、徐々にという感じ。
- 今は、移動及び宿泊に向けた不安の払しょくを行うことが必要。
- 安心・安全の取組（マスク・消毒・空気の換気）を広く伝えることが必要。
- 県の資料にある「県内の機運醸成」は、ステッカーなどわかりやすい取組に連動しながら、アピールできたらよいと考えている。

山尾委員（宮城県観光誘致協議会）

- 今は再オープンに向け、安心・安全の取組のため、お客様とほどよい距離感を保てる新しいサービスを模索中している現状。
- 県をまたぐ移動はどれくらいで戻るかわからないので、まずは1か月以上コロナ感染者が発生していない県民向けの宿泊プランを補助金など活用しながら、実施出来たらよいと考えている。県内の旅行需要を喚起するような対策を検討してほしい。

吉田委員（（一社）日本旅行業協会）

- コロナ禍中で注目されている産業は「宿泊施設」「運輸」「飲食」「イベント」等であるが、人の動き全体をサポートする旅行会社（県内では百数十社）は、どちらかと言えば注目度が低いのではないかと考えている。
- 実際に旅行会社の状況は、4～6月の収入はほぼゼロに近い。小規模の事業者は将来を見据えて夏で閉めるという会社もある。
- 春から秋に教育旅行を移した学校や、ほかのエリアから東北に変更した学校など、秋は教育旅行の需要があるが、これも万が一中止になったら、大手・中堅もかなり厳しい状況となる。

- 旅行会社は大きな設備投資はないが、厳しい状況になってくると、旅行会社の観光人材が流出する懸念が発生する。すなわち旅行会社の危機は観光人材の危機。
- 今後の観光戦略としては、着地施策を中心に構成すべき。

堀切川座長（東北大学大学院工学研究科）

- 「楽しく気持ちよく」やらないといい案は出てこないと思うので、キャッチフレーズやネーミングが大事だと思っている。例えば、「みやぎ絆むすび丸プロジェクト」などといった、絆を再構築するといったイメージがあるといいのではないか。
- 新しい生活様式に対応した取組を意識して、次の5期プランに生かせるようにアイデアが出てくればいい。
- インバウンド・アウトバウンドは時期がくれば戻ってくるとは言いが、それがいつかはわからない。逆に言えば、これまで海外に行っていた人たちが、感染者の少ない安心の東北に来る可能性があるため、それに向けた戦略を考えるのはどうか。関西以西の人に「ハワイの代わりに東北」という仕掛けもいい。
- この観光振興会議は、地域の意見を取り入れるということなので、圏域会議では若い人の意見を取り入れてほしい。
- テレワークの環境づくりなどを行い「仕事しながら観光できるキャンペーン」をやってはどうか。その際には、地域産業おこしとして、テレワークに必要な机等に、地元の資源を使うことで、「これいいな」と広がっていくので、ほかの産業と連携して（戦略を）考えていければよい。
- 一案として、宿泊施設の中の「テイクアウトスタイル」など、新しいスタイルを考えていけばよいのではないか。

経済商工観光部長

- R4年3月までの回復戦略をどのように考えていくかというのは、R4年度以降の観光戦略に大きな影響を与えるのではないかと感じた。その意味で、この場の議論を未来へつなげていかなければならない
- Go To キャンペーンが間もなく始まるが、全国一斉に始まるので、どうしたら宮城に来ていただけるか、来た方がリピーターになっていただけるかが大切。
- 観光の語源と言われている「国の光を見る」のように、我々が観光資源を光として見せられるかが非常に重要である。
- DC・オリンピック・NHKの朝ドラ（モネ）といった、大きな三つのコンテンツがそろっているという優位性があるので、それをどのように生かしていくかは我々自身だと思っている。
- 次回の会議に向けて、より多くの意見や提案などをいただき、よりよいものに仕上げていきたい。