

第4回みやぎ観光振興会議仙台圏域会議 委員等発言要旨

日時：令和3年1月28日（木）午後1時30分から

会場：宮城県仙台合同庁舎10階1001会議室

意見交換① 議事（1）についての事務局説明後

早坂委員

- 報道では、感染者数に関する内容が多いように感じるが、回復した人数や治療の過程などについても発信するべきだと思う。過度に萎縮するのではなく、正しく恐れるようにしなくては、すべての事業が壊滅的な状況になってしまう。

島谷委員

- みやぎ観光回復戦略に係る取組（資料1-2）がいろいろある中で、どれに一番比重を置くのかを伺いたい。

事務局

- 新型コロナウイルス感染症の発生から約1年という中で、様々な回復フェーズを経てきた。
- 最初のフェーズでは、正しく理解して正しく恐れることや、しっかりとした感染症対策をすることが重要だろうということで、安全安心に取り組んできた。
- その後、感染症対策と経済の両立ということで、国のGoToトラベルキャンペーンに先駆けて、「せんだい・みやぎ絆の宿キャンペーン」などを実施し、少しずつお客様が戻ってきた。しかし、年末年始のあたりから、残念ながら再びブレーキを踏むような状況になっている。
- 安全安心と経済対策の両立を図りながら、回復フェーズに応じて、様々な取組をバランス良く組み合わせて行っていく。

島谷委員

- 仙台圏域としての取組（資料1-3）について、マイクロツーリズムということで、近隣の方々に動いていただく、また、県民の皆様に宮城県の素晴らしいところを再認識するとともに、しっかり伝え、理解していただくことが基本であり、これを繰り返し行うことがポイントだと思う。その際、若い方々に向けてデジタル媒体を活用するとともに、デジタルが苦手な方や年配の方々のために紙媒体も組み合わせるなどお知らせの仕組みや方法を工夫すると取組がより進んでいくと思う。

事務局

- コロナ禍において、なかなか思い切り行動するということを恐れているという中で、今は、いかに宮城のものを買っていただくか、宮城を知っていただくかという種まきをする時期と考え、今後の事業を検討している。
- PR の仕方として、QR コードを活用するなどして若い方にも簡単にアクセスしていただくようにする一方で、従来型のパンフレットも作成するということで、両面に取り組んでいく。
- インバウンド或いは首都圏・近畿圏からの来客が難しい中では、イベントなども開催しながら、域内での需要の創出につなげていきたい。

大宮司委員

- おうち時間が長くなったことで、以前よりも紙媒体を読む機会が増えたように感じる。例えば、学校で配布される媒体などを活用して、子どもを通して子育て家庭に情報発信をできれば良いと思う。
- 今は公共交通よりもマイカーを利用するという流れもあるので、松島にある県営駐車場の料金体制を見直したり、無料化したりすると、渋滞の解消や、密を避けることにつながるのではないかと思う。

意見交換② 議事（２）についての事務局説明後

村上委員

- 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ても良いと思う。
- 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。

太見委員

- 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。
- 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。

林委員

- 日本全体として人口が減少する中で、東北は特に高齢化率が高く、人口も急速に減少する。それに対する歯止めを、いわゆる観光産業で見出していくことが重要だと思う。
- 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。
- 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。

早坂委員

- 東北をはじめとした地方部では、かつて、農業や林業など、生活と仕事が一体化していた。機械化によって人手が余り、都市部に働き手を送り出すことで、国全体の発展につながってきたと思う。
- 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。

大宮司委員

- 「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。
- 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。
- 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な。

鈴木委員

- 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。
- 関西から教育旅行などの大きな団体を誘致する際に、どうしても航空機の機体が小さく、座席を確保できないというお話をいただく。仙台は東北のハブとなっている都市でもあるので、そういった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。
- 宮城に住んで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。
- 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。

島谷委員

- 人口減少ということで、山形県・秋田県では、県全体の人口が仙台市を下回っている。また、資料2-3の5ページ目を見ると、特に栗原圏域の人口は2045年に約半分までに減少すると予想されている。さらに資料2-2で、観光客入込数は仙台圏域が約半数を占めている。以上から、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。
- 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、ふるさとは素晴らしいところなんだ」と思っていただく、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。
- 紙媒体の配布場所については、観光施設だけでなく、スーパーや百貨店など日常的に利用する施設にも配架することで「今度行ってみよう」という気持ちになっていただけるような仕組みも検討していただければと思う。

- 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。

加藤委員

- 宿泊関係では、国のGoToトラベルキャンペーンや、県の「せんだい・みやぎ絆の宿キャンペーン」「仙台・宮城すずめのお宿キャンペーン」により、多少盛り上がってきたところで一時停止となってしまい、停滞しているような状況。資料1-2に「検討中」と記載されているが、令和3年度についても引き続き実施できるよう、検討していただきたい。
- 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。
- 利府町から松島町にかけて、散策をするのも危険な場所もあるので、自然環境の整備もお願いしたい。
- 松島の県営駐車場について、今の時期だけでも無料化などすれば、集客につながると思う。

大沼委員

- 資料1-3の取組①について、ホームページのアクセス数がどの程度増えたかという問い合わせがあった。前年同期比178%であったが、これが多いのかどうかの比較情報がない。アンケートや調査で情報を集めた後のフィードバックもお願いしたい。
- 東北デスティネーションキャンペーンについて、まだ浸透していないと感じる。まず関わっている人が自ら「TOHOKU サポーター」に登録するということから始まると思う。やるのであれば、もう少し盛り上げてほしい。
- 今年は雪が多く、観光も非常に大きな影響を受けている。よく道路状況についての問い合わせが寄せられるが、そのような情報を発信するものがあると、非常に役に立つと思う。

大崎委員

- ビジネス関係のお客様がほとんどで、長期滞在される方には、休日の観光情報を御紹介したりしている。現在、コロナ禍ということで、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。
- 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。

小松委員

- 圏域代表として全体会議に2回出席してみて、圏域の意見をかなり反映していただいたと感じている。積極的な、また地元ならではの御意見をどんどん出していただいて、全体会議に取り上げていただければと思う。
- 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。
- 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。
- 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。