

第6回宮城県産業振興審議会商工業部会

日 時 平成22年11月22日（月）
午後1時30分から午後3時30分まで
場 所 宮城県県庁4階 特別会議室

1 開会

進行（志賀課長補佐）

本日は、お忙しい中お集まりいただきありがとうございます。本日は、佐藤徹委員、橘眞紀子委員が所用のため欠席でございます。お配りした出席者名簿では小林滋男委員は欠席となっておりますが、スケジュールを調整して出席いただけることになりました。ありがとうございます。

当審議会条例の規定に基づく会議の定足数は部会に属する委員及び専門委員の2分の1以上となっておりますが、本日はこの要件を満たしていることから、部会が成立しますことをご報告いたします。また、当審議会は平成12年度の第1回の会議の際に「公開する」と決定しておりますので、当部会も公開として進めさせていただきます。

それでは、開会に当たり、経済商工観光部長の河端より御挨拶申し上げます。

2 あいさつ

河端部長

お忙しいところお集まりいただきありがとうございます。本日は、第6回の商工業部会の審議会でございます。この10月からは仙台・宮城【伊達な旅】キャンペーンが始まっておりますが、それにつきまして御協力いただき、感謝申し上げます。10月の観光客の入込数などにつきましては、サンプル調査を行い、その結果を先週の金曜日に発表させていただいたところでございます。宿泊観光客数につきましては、前年と比べまして0.1%の微増、日帰りも含んだ観光客入込につきましては、前年と比べまして0.9%の微減という結果になってございます。天候の影響で、仙台市内での祭り・イベントでの入込が減少したことによりまして、日帰りの観光客の入込が伸び悩んだということが考えられます。厳しい経済情勢の中でありまして、宿泊観光客数が伸びるなどキャンペーンの効果が一定程度あったものと考えるところでございます。また、キャンペーンにおいて、復興した栗駒山そして栗原地域の誘客の取組を行っております、そちらへも多くの観光客がお越しになってございます。データによりまして、調査地点は栗駒山のいわかがみ平とハイルザーム栗駒となっておりますが、53700人ほどがこちらにお越しになっております。このキャンペーンにつきましては、御案内のとおり12月まででございますので、光のページェントといったイベント、今年は例年よりも1週間程度はやく12月3日から開催されるということもございます。引き続き多くの方に宮城県においでいただきたいと考えてございます。

さて、本日の商工業部会につきましては「（仮称）第2期みやぎ観光戦略プラン」の最終案につきまして委員の皆様方から意見をいただくこととしてございます。観光戦略プランにつきましては7月29

日、9月3日に開催いたしました商工業部会で議論していただきました。また、9月22日に開催いたしました産業振興審議会の全体会でも貴重な御意見を賜ったところでございます。このような意見を踏まえまして取りまとめました中間案へのパブリックコメント・県民からの御意見の聞き取りや県内市町村への意見照会を10月中に行ったところでございます。これらを踏まえまして、取りまとめた最終案として本日お示ししております。この最終案につきましてそれぞれのお立場から多様な観点で引き続き御意見を賜りますようお願い申し上げます。また、前回のこの部会でも申し上げました宮城県議会の食と観光振興対策調査特別委員会で検討されております「（仮称）観光王国みやぎの実現に関する県民条例」につきましても県内外での調査やパブリックコメントによる県民への意見の聞き取りなど平成23年度からの施行に向けて作業が進んでいるところでございます。今回御審議いただく観光戦略プランと議会の特別委員会で検討していただく条例によりまして宮城県の観光振興に向けた取組をより促進していただけるものと考えております。

簡単ではございますが、開会に当たっての私からの挨拶とさせていただきます。本日は誠にありがとうございます。

3 議事

志賀課長補佐

配布しております資料の確認をいたします。

本日お手元に資料として「資料1（仮称）第2期みやぎ観光戦略プラン最終案」、「資料2 パブリックコメント等における（仮称）第2期みやぎ観光戦略プランへの意見」及び「資料3（仮称）第2期みやぎ観光戦略プランの策定に関する今後のスケジュール」を配布しております。よろしいでしょうか。

次にマイクの使用方法についてご説明申し上げます。当審議会では、議事録作成のため、ご発言をマイクにより録音させていただきます。委員の皆様の前にはマイク装置がございます。ご発言の際は、右下にございますマイクスイッチをONにして、マイクのところにありますオレンジ色のランプが点灯してからご発言をお願いします。また、ご発言が終わりましたら、大変恐縮ですが、必ずマイクのスイッチをOFFにさせていただきますようお願いいたします。お手数をおかけいたしますが、ご協力、よろしくお願いいたします。それでは議事に入らせていただきます。

会議は産業振興審議会条例の規定に基づき、部会長が議長となつて議事を進めることとなっておりますので、ここからは堀切川部会長に進行をお願いいたします。よろしくお願いいたします。

堀切川部会長

それでは、これから議事に入らせていただきます。本日は、日曜と祝日の間という日にお集まりいただきましてありがとうございます。前回の産業振興審議会のときに急用ができて、皆様にご迷惑をかけ

てすみませんでした。その時もいろいろと有益な御意見をいただいたようですので、よかったなと思っております。それでは、まず議題（1）の「（仮称）観光戦略プランについて」を事務局の方から説明をお願いします。

大森観光課長

観光課の大森でございます。それでは、私の方から説明させていただきます。資料の1と2を使って説明いたしますけれども、まず資料2の方でございますが、こちらの方はパブリックコメントですとかこれまでの産業振興審議会の全体会そして本会の意見をまとめたものがございます。パブリックコメントにつきましては、1件のみでございますが1枚目です。これらの意見を踏まえまして、この最終案をまとめさせていただいたという経緯でございます。意見の内容については、省略させていただきます。

なお、これ以外に観光戦略プランの策定懇話会でありますとか各市町村からの意見につきましても最終案の方に入れ込んでございます。

それでは、資料1の方をご覧ください。最終案といいますけれども、これから説明をいたしますとおおり、まだまだの部分がございます。本日も御意見をいただければと思っております。9月の第5回の商工業部会から2か月ちょっと経っております。前回は、中間案が50ページぐらいでしたが、現在、最終案につきましては70ページを超えるものとなっております。それから表紙を見ていただきますとわかるとおり、みやぎ観光戦略プランの下にサブタイトルをつけております。「地域が潤う、住んでよし、訪れてよしの感動の観光王国のみやぎの実現を目指して」というタイトルとなっております。これも様々な意見を踏まえまして、いろいろ入れ込みすぎているという印象もありますけれども、こういったサブタイトルをつけさせていただきました。ちなみに現在のプランのサブタイトルは「地域が潤う、訪れよしの感動の観光王国のみやぎの実現を目指して」という形になっております。これは、いろいろ説明しなければならない要素がありますけれども、このあと説明させていただきます。

第1章から第3章までにつきましては、主な修正部分につきましては下線を付しております。第4章・第5章につきましては、記述をかなり詳細にしております。

表紙を開いていただきまして、目次でございますが、目次につきましては中間案と同じでございます。この前からの変更点についてご説明させていただきますので、よろしくお願ひします。第1章は「観光王国みやぎの実現に向けた戦略プランの策定」ということでございます。2,3ページのところをお開きください。2ページの下の方の記述のところでございます。この辺につきましては、前回から書き方を変えております。宮城県は温泉や食、自然、歴史などの多彩な観光資源に恵まれており、その多様性は我が国の中でも際立っておりますとい

うようなこと、そして、この多様性の魅力を宮城の大きな強みの1つであると認識するとともに、既存の資源の見つめ直し、磨き上げ、新たな魅力の掘り起こしといった取組や、その取組を支え、担い、実現していく「人」の育成・確保が必要であるという記述を前回より加えております。3ページのところでございますが、観光王国みやぎでございませけれども、どんなものなのかということを示す必要があるだろうということで、箱書きで「観光王国みやぎが目指す姿」を記載してございます。例えば、訪れる人に感動をもたらす地域となっている、それから地域の活性化・地域経済の活性化が図られている、それから東北地域のゲートウェイとしての機能を果たして東北の各県との連携を深めている、そういったことを記載してございます。

なお、先ほど部長の挨拶にもありましたけれども、現在、食と観光振興対策調査特別委員会の方で検討しております条例の中で、その前文で観光王国について記載が入るということでこの辺につきましてはそれとの調整を図っていきたいと思っております。それで一つ重要な部分がございます、今日の午前中に議会の特別委員会が開催されました。今日の特別委員会で初めて、条例の案が審議の対象となっております。我々も傍聴人という形で参加させてもらいまして、これは公開の委員会でございます、この中で「観光王国みやぎ」という表現が議論になっております。これにつきましては議会の委員会だけではなくて、県内各地の意見交換でありますとか、条例へのパブリックコメントでありますとか、様々な場面でこれが話題として出ております。この審議会でも話題となっておりますけれども、この表現が本当にいいのかどうかということが議論となっております、方向性として「観光王国みやぎ」という表現でない方がいいのではないかというような話が議会の方でも出ております。条例の現在の名称は「(仮称)観光王国みやぎの実現に関する県民条例」ということで動いておりますけれども、この条例の名称が最終的に変わる可能性が出てきているという状況であります。私どもの方でも、宮城将来ビジョンの方で「観光王国みやぎ」という言葉を使っておりますし、現在の観光戦略プランでも「観光王国みやぎ」という言葉を使っておりますので、第2期のプランにおきましても「観光王国みやぎ」という言葉を使っていくということでこのプランを策定しておりますが、県民の方々の様々な意見でありますとか、議会のこういった考えを尊重するということが必要だろうということで、その辺の状況によりますけれども、根本的に「観光王国みやぎ」という表現をこちらの方でも変える必要があるかもしれない状況であるということをお伝えしたいと思います。もし、そうなった場合には、冒頭に紹介しましたサブタイトル「『観光王国みやぎ』の実現を目指して」という部分についても場合によっては変える必要があるかもしれないということでございます。ちなみに

今日の特別委員会の中では、条例の名称を決めるには至っておりませんが、県議会の議員の方から強く出ていた意見としては、例えば「伊達な観光創造立県推進条例」といったような名称はいかがかという意見が強く出ておりました。複数の議員が賛同されているという状況がございました。このことでもサブタイトルや「観光王国みやぎ」の目指す姿についてはその辺の動きも踏まえながら調整していく必要があると考えております。

5 ページをお開きください。前と繰り返になりますけれども、この観光戦略プランの位置づけですが、宮城の将来ビジョンの分野別計画ということでございます。それから計画期間は平成23年度から平成25年度までの3か年計画、目標につきましては、これも繰り返になりますけれども4つの数値目標、観光客入込数6500万人、宿泊観光客数900万人、外国人観光客宿泊者数20万人、観光消費額6300億円ということでございます。

6 ページからは、第2章観光王国みやぎの実現に向けた課題を記しているところでございます。これにつきましては前回とほぼ変わってございませぬが、変わった部分としましては13ページをお開きください。観光の広域化の課題でございます。13ページの記述がかなり充実しております。観光客は多様な目的・ニーズを有しており、市町村・都道府県の区域を超えて行動する、そして、今後の新幹線の整備によりましてますます観光客の行動範囲が広がっていくだろうということで、近隣の市町村・都道府県は今後は争う、競い合う競争相手ではなく、ともに連携して広域的に観光客をもてなす連携相手としてともに支えあう相手であるということも記述してございます。13ページの下の方ですが、宮城県は東北のゲートウェイ機能を有しておりまして首都圏から東北・北海道へとつながる新たな観光ルートを中心軸を担うなど、東北の中の宮城を強く意識した取組を担うべき役割を有しているというふうにもまとめております。

続きまして、26ページをお開きください。「宮城らしい観光地づくり」についての課題というようなことです。26ページの真ん中から下の方ですが、これにつきましても記述をかなり増やしております。宮城県は「自然」、「温泉」、「食」、「歴史」など様々な魅力があり、その魅力は「海と山」、「都市と農山漁村」、「季節の移り変わり」といったように対比性とか変化に富んだものとなっており、対比性こそが宮城の誇る特徴であるとし、下の方に「宮城の持つ多様性」という形で温泉の泉質、海・山・平野・川・湖沼などの自然景観、最近特に言われますけれども、四季は東北が日本でも最もはっきりしているということなどを多様性として記述しております。

それから27ページの人材の育成、これについても前回よりもかなり膨らませて書いております。観光に関する人材の育成については、

本県の観光振興において重要なものと位置付けて、取組を行っていく必要があると、人材育成についてはそれぞれの育成対象毎に取組を行っていく必要がある、観光地のリーダーを育成するという場合、旅館とか運輸関係の方についての育成の場合、どういったことが必要かということを書いてございます。それから小中学生に対する観光についての教育の重要性、それから観光が地域の活性化に果たす役割の県民への周知、県民意識の醸成といった取組も重要であるといったことを書いております。そういったことで、人材の育成だけでなく、観光振興の役割を担う人への支援や態勢の整備も大事であるというところをまとめてございます。

続きまして28ページをご覧ください。「新しい観光への対応」ということで、前回もこのあたりの記述があったんですけども、下の方の表、新しい観光の姿、これを前回の資料では観光庁の新しい観光の取組の定義的なものをここに記載しておりました。今回は、そういった定義ではなくて、宮城県が取り組むとした場合にどういった新しい観光の姿があり得るのかということで宮城県の切り口でこの表を作り直しております。それから29ページ、自然環境・景観の保全につきましても記載を充実させております。それから観光に関するインフラの整備ということで道路・空港・港湾などの整備、それから2次交通の確保、案内看板・インターネット環境の整備などの観光がしやすくなる環境の整備、さらに遊歩道・トイレなどの施設のバリアフリー化・ユニバーサルデザイン化に配慮した環境の整備について記載しております。

続きまして、31ページ・32ページからは第3章観光王国みやぎの実現に向けた取組でございます。これにつきまして大きな構成の変化はございませんが、前回も説明したとおり課題から導き出される取組の方向性、その取組の方向性に見合う5つの戦略プロジェクトというような流れで構成しております。33ページの下の部分ですが、戦略プロジェクトの構成の仕方を図にしております。1つの戦略プロジェクト毎に「いざなう」「もてなす」「ととのえる」という切り口ごとに取組をまとめてございます。それから34ページ。5つのプロジェクトに共通する重要な取組ということで、ICT等を活用した情報発信、それから人材育成、これらが5つのプロジェクトを縦断する重要な事項となっております。

35ページからはそれぞれのプロジェクト毎にその取組を1ページづつまとめております。それが39ページまでとなっております。

続きまして40ページ、ここからが第4章観光王国みやぎの実現に向けた施策でございます。これにつきましては前回も説明いたしましたが、来年度の予算編成が今行われており、その中で出てくる事業を記載してございまして、現在もいろいろと調整をしているところでござ

います。この辺の記述につきましては、事業がはっきりしたところにつきましては付け加えて記述しております。前回なかった項目として実施期間、この計画期間3か年のどの時期にどの事業を行うのかということに記載する形でこの表をつくってございます。これにつきましては67ページまで記載しております。それぞれの事業につきましてはこの場での説明は割愛させていただきます。

68ページの図を開いていただきますと、第4章に記載しております施策を表にプロットしたものとなっております。横軸に5つのプロジェクトを取りまして、縦軸に「いざなう」「もてなす」「ととのえる」という3つの切り口を取りましてその中に40ページから67ページまでに記載されている事業をどの位置にあるのかということプロットしたのが、この68ページ・69ページの表として載せております。ご覧いただくと分かる通り、たくさん取組・事業がございまして、ただ、これにつきましてもまだまだ掘り起こしてしていたり、内部で調整をしていたりしてございますので、まだ入る部分が相当あると思います。

続きまして、70ページが第5章ということになります。観光王国みやぎの実現に向けた取組の進め方ということで、条例の方でも中心となっておりますが、県民が自ら参加するといったことは我々の方でも大切なことと考えております。そして全市町村、観光関係団体、観光関連事業者はもちろんのこと、県民が取組の主体として参加することが重要というふうに考えております。そういった体制の整備も実施してまいります。庁内につきましては、これまでは観光という切り口で部局横断的な組織・体制はございませんでした。今回のプランの策定、それから観光振興条例の制定を契機に、全庁、組織を横断するような体制を設けたいと考えております。（仮称）観光王国みやぎ推進本部は知事を本部長として、各部長で構成するという形を取りたいと考えております。この産業振興審議会の方で計画の審議をいただきながら、県の推進本部が具体的な施策のリーダーシップを担っていくこととしております。その横に（仮称）観光王国みやぎ県民会議というものを置いております。組織としては、観光関係団体、観光産業従事者、県民等が参加する組織でございまして、県庁の組織とこの観光王国みやぎ県民会議が車の両輪のように、県の観光振興施策を推進していくというイメージでございまして、この観光王国みやぎ県民会議に参加する市町村であるとか、観光関係団体であるとか、県民であるとか実際に動く主体が書いてございます。こういったところと県が協働して、連携して今後の観光振興を盛り上げていくというようなこととございます。それから71ページにはよくある図でございましてけれども、Plan-Do-Seeとして取り組んでいくものでございます。以上、非常に駆け足での説明でございましたが、現在の最終案については以上でござ

- 堀切川部会長 ございます。
- 三輪委員 どうもありがとうございました。前よりボリュームも増している資料についてご説明いただき、ありがとうございました。それでは、ただいまご説明がありました事項について委員の皆様からご質問やご意見などを賜りたいと思っておりますので、切り口はどこからでも結構でございますから、よろしく願いいたします。今日の予定終了時刻は16時30分となっております、まだまだたっぷり時間はございますので、だいたい終了5分前くらいまでは議論白熱で大丈夫かなと。ざくっというと4時25分くらいまでに収束するといいいかなという感じですね。とブツブツ言っている間に、皆様スタートの切り口、いろいろ作戦を練っているかと思っておりますので、どなたからでも結構ですのでよろしく願いいたします。
- 堀切川部会長 質問でいいですか。
- 三輪委員 どうぞ。
- 堀切川部会長 まず、一つ事務局にお尋ねしたいのですが、今日の議題で「観光王国みやぎ」という言葉に対する否定的な理由とはどのようなものがあったか教えていただけますか？
- 三輪委員 まず、「王国」という言葉のイメージ、ニュアンスが、どうも合わないのではないかと、県民参加で観光振興を進めていくと行った時に、「王国」というのはどこかに王様がいるのかといったような話とか、どうしても「食材王国」がある意味定着しているの、それに引きずられて観光も安易に「観光王国」と使ってしまったのではないかと。そもそも「観光王国」ということを使いながら、これまで明確に「観光王国」のイメージを示してこなかったのもおかしいのではないかと。やはり一般的に観光王国といいますと、どこにも負けないナンバーワンの観光県みたいな、そういうイメージになってしまうのではないかと。なかなか現実問題として、宮城県は確かにいろんな資源に恵まれているけれども、例えば富士山があるわけでもなく、グランドキャニオンがあるわけでもなく、観光王国というのは、どうもなにかちょっとニュアンスが、イメージが合わない。まあ、そういったようなものが主だった意見でした。
- 大森観光課長 ありがとうございます。
- 三輪委員 他にいかがでしょうか。
- 堀切川部会長 今日資料を拝見して、懇話会の方でいろいろな意見を出したものが反映されているということを知りまして、大変にきちっとわかりやすくなったと思っております。ただ、全体を通して読んでいく中で特に1ページから3ページの部分がですね、始めの部分で、県が観光に対してどういう姿勢で行くかということが書かれているのだと思うのですが、まだその県自体の主体的な姿勢がちょっと見えにくいと思っております。例えば2ページの一番上の「宮城県の県政運営の基本方針である
- 宮原委員

ビジョンにおいても、観光関連産業は経済波及効果の大きい分野で今後の宮城県経済の成長のカギと位置付けられています。」ということで、位置づけられているからということ、それから1ページでも観光交流はすごく大事だということもやっているから、だからその観光王国を目指していきますよという形なのですが、ほかの県のいろいろな計画とかそれから条例の全体では、やはり観光というのは県の基幹産業の一つであると、自分たちとして重要だという認識を持っていることが非常に強く打ち出されているので、書き方だと思うのですが、やはり位置づけられています、という受け身ではなくて、それを自分たちの産業のカギとして推進していきます、というようなそういった姿勢をしっかりと前文で打ち出された方が、よりこれからの施策も生きてくるのかなという印象を受けました。以上です。

堀切川部会長
大森観光課長

ただいまの御意見について何かございますか。

姿勢として、ある意味我々としてはもちろん主体的にやっていきたいという思いは強くありますので、確かに改めて読んでみると我々もちょっと、なんというのでしょうか、あまりこう疑問もなくこういうふうに書いてしまっただけなのですが、確かにそういうご意見はまさにそうだなという部分もございます。「受け身でなく」という部分については、協議させていただきたいと思います。

宮原委員
堀切川部会長

よろしくお願いたします。

上品な表現だったみたいなので、よりこう行動していくというか、そういうふうを考えてやっていくのだという表現の方がよいかもしれません。確かに、2ページの上の方はそういう表現に変えると、それだけでもイメージがコロッと変わるような気がしました。

他にいかがですか。小林委員。

小林委員

この5年間の私どもの宿泊券の販売額の推移を見ますと、2006年、7年まで順調に伸びてきて、2008年に、この十数年で初めて前年実績を下回る。リーマンショックですね。そして2009年はそれに加えて新型インフルということで、大きく落ち込んでいます。そして今年度回復を期待していたのですが、なかなか回復は進まなかった。ちょうどこの2年半、いわゆる第一期のみやぎの観光戦略プランの2年半というのは、一番観光にとって厳しい2年半だったわけですが、ようやくこの10月から回復の兆しが出てきている。そうしてまた、12月から東北新幹線が延伸をして、3月に「はやぶさ」が運行を開始して、そして来年6月には平泉が世界文化遺産登録への期待が高まっているということを考えますと、この第二期というのは、第一期と違って、非常に可能性が持てる時期じゃないかなというふうに思っているんですね。したがって、そういう第一期と第二期の違いというか、第一期もややDCキャンペーンでなんとか底支えはしましたけれども、もう少しという思いがあったわけですが、それと違って、第

二期は大いに可能性があるんだと、景気のこと、あるいは公衆衛生も安定して来てますし、その辺のことを少し、時系列的な流れを入れた方がより第二期への期待というものも持てるんじゃないかなと。現に我々として大いに期待をしているというところですよ。

このプランを拝見させていただいて、本当によく体系的にまとめていただいたなという感じがします。これから引用させていただこうかなと思っています。その中で1点だけですね、気になるところなのですが、28ページに先ほどニューツーリズムの、宮城県における分析をされたということで、間違いなくニューツーリズムへの取組ということが重要になってくるのだらうということだと思いますし、それから32ページ、33ページですね、1番上の左側です、体験型交流型観光への対応ということで、分析をされていらっしゃる。まさしく私もそう思うし、この辺の取組強化をしていかないとなかなか新しい観光需要の創造にはつながっていかない、そんな時代だらうなというふうに受け止めているわけございまして、その中で、今後の活動ということになりますと、例えば35ページであります、温泉、食、自然、気候などみやぎの魅力をアピールすることによる本県への誘客活動というようなことでまとめていらっしゃるのですが、やはりその、観光客の動向とかトレンドとか趨勢とかそういう分析は非常に的確な分析をされていらっしゃると思うのですが、いざ個々の取り組みということになると、ややそういったトレンドが反映されていないのではないかなというように思います。もっともっとテーマとかストーリー性とか、あるいはこういうニューツーリズムにかかるコンテンツの開発、やっぱりそういったことを地道にやっていき、そして継続的に発信をしていくということが、私は一番肝要ではないかなというように思っています。その辺がやや焦点が薄まっているんじゃないかなというふうに思うんですがいかがでしょう。

堀切川部会長
大森観光課長

いかがでしょうか。

まず、前段の方にございまして、これまでの時系列的な取り組み、流れとか、そのあたりにつきましてある程度課題のところでは現在のプランの取り組みに関して分析や成果とか、そこから抽出した課題なども出してございましたので、ある程度書いてきたなとは思っておりますけれども、なお、さらに記述ができるかどうか検討させていただきたいと思っております。前回、前々回も何回かお話ししましたが、今回のプランのプロジェクト、現行プランにない、例えばインバウンド強化プロジェクト、そういったものを新たに考えてございます。我々としてもちょっと前のプランに対していうのもなんなのですが、視点的にかなりそういった部分が欠けていたという反省もありましたので、特徴を今回のプランではそういった部分を出したかなという思いはしております。まさに今後3年間ですね、非常に大きな変化の時代

であろうと思っております。インバウンドに限って言いますと、このプランの中では宿泊観光客数900万人で、外国人は20万人ですから。900万人分の20万人という、比率的には決して多くはないインバウンド観光の部分ではございますけれども、ただインバウンドというこの観光産業の構造に与えるインパクトというものは非常に大きなものがあるというふうに思っております。県内の観光関係者が、そういったまさに海外からたくさんのお客様が来る時代を迎えて、こういった方向にこれから事業を向けていくのか、ある意味で選択が迫られる時期に来ているのだらうなという思いもございます。そういった部分を我々としてもきちんと支えていきたいなという風に思っております。それからその体験型、交流型の観光への取り組み、ニューツーリズムの部分、それに対して方向性、課題などはきちんと出して、方向性も出しているのだけれど、実際プロジェクトの中身がですね、必ずしもそのへんきちんと受け取って、強く打ち出されていないのではないかというご指摘だという風に思います。35ページ以降の記述につきましては、確かにおっしゃられたようなきらいはあるかなというように思います。もう少し具体性を、付け加えていくというようなことが、私たち今後とも必要かなと思っております。そこから40ページの具体的な施策にきちんとつながっていくように、この35ページから70ページの部分につきましては、より一層内容を充実させるように検討させていただきたいというように思います。

堀切川部会長
真山委員

ありがとうございました。そのほかいかがでしょうか。

今の具体的な、体験型とかそういうものの担い手として、事業仕分けですごくこの間話題になっていた観光庁の観光地域づくりプラットフォーム事業があったのですが、それがいわゆる着地型商品の提供者と観光会社とか旅行者をつなぐワンストップの窓口の機能の事業だということで、いわゆる地域の株式会社やNPOや社団法人や財団法人がそれを育てていくような支援事業が、事業仕分けで半分になったんですけれども、今、大崎市の中で志賀先生にもご指導いただいたのですけれども、そういった地域観光づくりプラットフォーム機能を持った今は社団法人で考えているのですが、作ろうと思っておりますけれども、今までの市町村や観光団体とか観光業の人だけではなかなか県民が全部参加できる仕組みはできないと思うんです。そのところに、今言ったプラットフォームの機能を持った事業体があると、いわゆる県民が参加できる、一般の、今まで観光業といわれていない方が参加できる仕組みができるということで、改めて事業仕分けを見てから調べてみると、まさしく大崎市が目指している部分と一致していますし、それこそが県民が参加できる仕組みなのかなという風に思っています。具体的に、志賀先生にご紹介いただいたのですが、別府のNPOのハットウオンパクで、市民がやっぱり参加できる

ような旅行商品の仕組みを、NPOが作っていたり、教育旅行で大変業績をあげている南信州の観光公社でもやはり公社という形で、農協さんとかそういった農業体験ができる団体と組めるような仕組みとか、もう一つ、長崎のおぢかアイランドツーリズムという協会NPOがあったんですけれど、そこは島の旅を演出している事例が、観光庁のホームページに載っていたので、我々もそういったところと勉強していたのですが、そこは、国際関係の高校生の教育旅行みたいなものを受け入れていて、その満足度がナンバーワンになっている。これから大崎市が作るにおいて、この3つ事例を今参考に、いろいろこれからの仕組みを考えていたのですけれども、やはりいろいろな、今までのインバウンドの問題とか、体験型とかグリーンツーリズムを受けとる策として、担い手として新たな仕組みを作っていくというのは、すごく大切なことです。うまくいっているところはそういう新しい仕組みができていくということなので、実際にこの中にどういうふうに入れられるかはわかりませんが、この県民参加まで行く中で、新しいそういった仕組みというものについて観光庁の場合は補助事業なので、進め手が対象となるような補助金ではなかったのですけれども、考え方として、観光地域づくりプラットフォームという考え方はすごく今やっていることに合っていたと思いますので、もし県の方でそういった部分の、広めたりとか、考え方を市町村とか、いろいろな部分での連携が取れると面白いものになっていくのかと思います。実際にこのプランが実現する担い手になっていくのかなと考えたところなので、意見ということで言わせていただきました。

堀切川部会長
大森観光課長

ありがとうございました。いかがでしょうか。

結構、なかなかそのあたりは難しい部分だなと思っているところがございます。先日の事業仕分け最終仕分けで、聞いていてちょっと驚いたのですが、観光庁がずいぶん俎上に上がりまして、かなり厳しい判定をされたということで、ご紹介のあったとおり、観光地域づくりプラットフォーム支援事業については、予算半減という判定がなされました。この観光地域づくりプラットフォーム、我々もちょっといろいろ情報は得ておりまして、DESTINATIONマネジメント、そういったことをきちんとした組織がやっていくのがいいだろうと、いろんなこれまで個別にあったものを、一つの法人組織にきちんとまとめて、そこが全体のコーディネイトをできるような形でやる、旅行業なんかもきちんと登録してやっていくようなイメージだという風に聞いております。全国的には、そういったイメージに合ったような取組をして成功している事例もあるようには聞いているのですけれどもいろんなところに話を聞いても、非常にこのへん難しいなと思っている方が多いようでございます。主に観光圏整備事業の中で、観光圏の担い手として、こういったプラットフォームをきちんとやっていくと

いうイメージで今は動いていると思うのですが、理念、コンセプト自体は確かに非常にしっかりしてよいものだという風に思いますがそれを現実のものにするには、やはりいろんな関係者が様々な思いでいますので、それを一つにまとめるというのは、かなり時間と労力が必要なのかなというように思っています。現在のプランの中には、そういった意味でこういった観光地域づくりプラットフォームみたいのところまでは書き込んでごさいません。ただ様々な主体との連携というものはもちろん必要だと考えます。それからこれもよく話題になりますが、県内でありますと南三陸の観光協会のようにきちんと自立の方向で、法人化して旅行業の登録もして、着地型の旅行商品の開発、教育旅行の受け入れに積極的に動いていくという、そういった方向性は非常に大切で、そういうものを育てていきたいという風な思いはありますけれども、観光庁が考えているプラットフォームですね、果たしてそういったところまでいけるのか。現実問題として、いくのが本当にいいのかという部分では、まだ確信を持ってないというのが正直なところでごさいます。大崎市は清水慎一先生のご指導の下でそういったものに取り組んでいると聞いてはおりますけれど、結構時間もかかっているようでございまして、いろんな意見もあるやに聞いておりますので、我々もその辺さらに今後勉強させていただきたいなという風に思っているところでございまして。

堀切川部会長

ありがとうございました。個人的には国の事業仕分けで観光のあたりがどっさり削られて、地域の方はこれからどうしようかと悩むと思うのですが、それであれば、宮城はもう国はあまりあてにしないで、独立した気概を持ってやろうとなると、観光王国っていい言葉だって気がするんですけど、議会とどうもぶつかりそうな心配が心配だなと思うんですが、行政側の計画で今、まとめようとしている最中に、議会は議会で全く違う意識でどうも似たようなことをされそうなので、これは大変だなと思いましたが、国はあてにできないこれからの時代と考えたら、観光王国という言葉は捨てない方が、地域がずっとやってきた言葉が、ぽっと変わるとというのは、何か、ちょっと理解が、個人的にはあるんですが。議会とぶつかりそうなので、言ってしましますが。あんまり今、真山委員がおっしゃった観光の地域づくりプラットフォームですか、それが国の方はどうもバラバラになりそうな、という話のようなのですが、例えばこのプランの70ページの、一番最後の部分ですが、県民参加ということもあって、県の方は観光王国みやぎ、どういう名前になるかわかりませんが、みやぎ推進本部、まあ横の連携を取られるのに対して、観光王国みやぎ県民会議（仮称）って書いてありますが、右側で県民参加するような形でやりましょと、いうところを見させてもらおうと、例えばですが、真山委員がおっしゃった観光関連の団体さんとか事業者さんだけではうまくいかな

いようだという意識ですとですね、例えば三角の下のところに市町村とかあって、観光関係団体だけが団体としてくくられているのですが、観光関係団体と、例えば、及びというか、観光と連携可能な幅広い団体というの、ここに入れておくのもいいんじゃないかなと、今お話をうかがってそんな感じがしました。左下の方に観光関連事業者ってやっぱり入っていますが、観光関連事業者さんだけでなく、観光を推進して連携できるようなやっぱりそこも幅広い事業者も、そこに入りたいと仰ってくだされば、協力したいというのがあれば、入ってもらっていいという表現をここに書き込めば、少なくとも県はそういう意識でやりますよという感じにはなるかもしれないですね。なんか、ちょうど国がこけそうなときに、県は立ち上げるというのは、悪くないんじゃないかなと思いました。もし可能であれば70ページの右の県民会議のところは、県民が入っているので、素晴らしいのですが、ここにそういう観光を専門にしないけれども、応援できる人たち、業者さんとか、そういうものを意識していますよと書くことでかなり違ってくるのではないですかね。そんな気がしましたので、ぜひ検討していただければと個人的には思いました。

大森観光課長

部会長のおっしゃられるように、ここに観光関係団体以外の団体、例えば一次産業関係、農業団体とか漁業団体とか、そういったものを付け加えるというのは、まさにそれは必要だという風に思います。観光と農業なんか、非常に親和性が高くて仲良くできるので、それは非常に良いと思います。ただですね、観光庁が考えている観光地域づくりプラットフォームというのは、かなりしっかりした法人組織をイメージされているように聞いています。法人格を持ったものしか国としては支援しないという形というようなことがありまして、そのプラットフォームの中に、今おっしゃられた様々な主体が全部入り込んで一つの法人を作るというか、既存の法人でもいいのですが、そういったものをプラットフォームにするというイメージだという風に理解していましたので、いろんなところで連携するのまでは我々も全然問題ないのですが、プラットフォームを立ち上げる、例えば県の観光連盟のようなものとか、そういったものを母体としてプラットフォーム化するということは、なかなかちょっと今の時点ではハードルが高いかなと思っております。

堀切川部会長

分かりました。私のイメージは、国がやろうとしているのは、それはそれで見ておけばいいというか、県としてはいい答えが出るような、連携は十分とりましようという意識をここに書き込まれればいいんじゃないかなという感じがしたという程度の話です。ついでですが、議会の方で、先ほども三輪委員からご質問ありましたが、観光王国みやぎは良くないという議論が進んで、先ほどちょっとメモが追い付かなかったのですが、伊達な観光創造立県とか何とかいうキー

ワードになったのですか？観光以外は全部変わっちゃったという感じがしたのですが。

大森観光課長

ちょっと説明不足があったかもしれませんが、観光王国みやぎを否定したということでは決してないのですが、ちょっと言葉の使い方としていかなものかという意見が複数の方から出てですね、それを否定されたという感じではございませんので、そちらじゃなく、先ほど紹介しました「伊達な観光創造立県」みたいな方が、結構今の施策の方向に合うんじゃないかということですね、あと王国というのもいろんなところで宮城県だけじゃなくて使われているので、新しい取り組みというか、新しい条例というか、そういったようなイメージにもなるんじゃないかという、そういったような意見です。

堀切川部会長

いろいろですね。食材王国の方は否定されないのに不思議だなあという気がしたんですけどね。観光のキャンペーンも、「伊達な」とか「仙台・宮城」とかつけるのが今は流行ってきているので、せめて観光王国みやぎに「伊達な」がつくくらいならいいかなって個人的には思ったものですから。議会を忘れて知らないふりをしてずっとこのまま観光王国みやぎ、でこれはまとめるというのも一つの面白い作戦だなと。個人的には「伊達な『観光王国みやぎ』」にしておけば、議会の「伊達な」は少しもらっておきました、ということくらいで、議会の方がどのようにまとめられるかわからないですが、それに合わせてフットワークよく行政側がきれいに全部対応しなくてもいいんじゃないかなという気がしたりしていましたので、議会とは二人三脚だと思うのですが、極端に合わせなくてもいいのではないかという気が個人的にはしたところですよ。創造立県、伊達な創造立県という、今まで何もないので一から作り上げるような感じなのですかね。かえってイメージダウンじゃないかという。

住んでよし、というのがサブタイトルに入れているので、住んでよし、はやっぱり良い国だからだと思うので、まさに観光王国で、住んでよしでいいのではないかと思います。

三輪委員

前回、前々回と欠席しているのですが、もし同じことを申し上げていたらご容赦いただきたいのですが、68ページと69ページに表としてまとめていただいている、「いぎなう」、「もてなす」、「ととのえる」というように分けての施策づくりが、すごくはっきり明快でいいなと思いつつ、私がちょっと気になったことを申し上げますと、35ページからの必要な取り組みのところ、人材の育成というのが入っているのが、「もてなす」のところなんですね。もう一回戻って、68ページと69ページのところを見ていて、明らかにこの3つの、「いぎなう」、「もてなす」、「ととのえる」のバランスでいうと、ととのえるが少ない、薄いなというのを少し感じていまして、まず、はっきりと言って申し訳ないのですが、この「いぎなう」と「もてなす」

というのは、一番行政が考え付きやすいなということで、県民に向かって一番わかりやすい内容だなという印象です。私は正直に言って、この「ととのえる」のところを行政にやってほしいなと思っていました、実は、さっき真山委員も県民の参加とおっしゃっていたのですが、こういう事に対して、参加してください県民の方、というのも極々一部で、実は宮城県のイメージとか印象を与えてしまうのは、こういう事に全く意識を持っていない県民だと私は思っているんですね。ちょっとその証拠を、戦果を私が経験したところで申し上げますと、私はもともと東京の方の出身ですから、東京から友達がしょっちゅう遊びに来たり仕事で来てくれたりするんですけども、私の友達だけあってみなすごく口が悪いです。どういう事を言って帰るかという、まず全員が異口同音に言うのが、これはもう何回言われても直らないので、私ももうこれで8年目に入っているんですけど、毎回文句を言うのがタクシー。どこそこへ行ってくださいとホテルのことを言っても返事をしない、降りるときにありがとうございますって言わない、タクシーの中が臭い、こういうことを言われていては観光立国にはなれない、観光王国にはなれないと私は思います。はっきり申し上げますけれど、それから例えば、いろいろな商店街で普通の人が買っているものを見たいというので、街の中のお店とかレストランに入って、ちょっと美味しかったから、これはどうやって食べているの？と地元の人たちの食べ方を教えて、と言っても答えられない。それから道の駅や直売所でもクレームの発生というのが最近頻繁に起こっているということですね。固有名詞は言いませんけれど、北の方のある市で、道の駅だったかな、お客様からクレームの電話が入った時に出た販売員のおばちゃんが「そんなの知りません」と言って切っちゃったので、ワーッと大きい騒ぎになりました。その市から私の会社に、道の駅の販売員の接客を教えてくれないかという依頼があったくらいなんです。もう今は、お客様というのは直売所だから、道の駅からと許してくれないものなのです。あと、私が毎回感じるのですが、私の会社は地元の水産品とか農産品を使って、加工品化とかブランド品化のお手伝いをしていますので、これをやる時に必ず試作品のモニター調査を東京と仙台でやっているんですね。これの結果が、完全に真逆の結果が出る。東京では皆さん絶賛してくださる。こういう宮城県でとれたものを宮城県で加工して、しかもこの値段で売ってくれる、どこで買えるのと、もう皆さん喜んでモニター調査に協力してくださるのですが、仙台では全く逆の結果が出て、仙台市民の主婦の方をお呼びしてやっているのけれど、もうクソミソですね。それはね、ある意味で愛情があるからこそ、商品をもっと良いものにしたいたいと思ってくれているからそういう意見が出るとみることもできますけれども、もう最初から、私は石巻の生まれで新鮮で生で美味し

いものを生まれた時から食べているから、加工品にすること自体が許せないということをする人もいるくらいです。こういうのを聞いていると、そもそも宮城県民、仙台市民からして、宮城県のものを応援しようとするスタンスをもっているのかと、時々ものすごく腹が立ちますね。こんなことだったら、最初、販売するときの販路は首都圏でやるしかないと思うくらいです。ということをして、何を言いたいのかということですね、大半の県民あるいは仙台市民の意識って、だいたいそんなものだということです。だとすると、話を元に戻しますと、「ととのえる」というところで、一番やってほしいのは、そういう一般の方々の意識向上ということにもう少し、これは一番目に見えなくて時間がかかって苦労することなんです、こんなこと民間企業でやってられません。ということですね、これを行政にやってほしいんですよ、時間がかかっても。なので、私はこの解決、ととのえるがむしろ一番大事だと思います。このところをもう少し厚くしていただくことができないのかなって。ついモニター調査のことも、毎回腹が立つものですから。ありがとうございます。

堀切川部会長

非常に貴重な、事例を含めた貴重な意見だったと思いますが、いかがですか。

大森観光課長

非常にわかりやすいご指摘をいただきました。タクシーの話などは、おっしゃられたような部分については、具体的にどうすればいいのかという処方箋がかなり難しいかなというふうに思いますけれども、やはりこれはやっていかなければならない部分だと思っています。今、審議されている条例の中ではですね、その辺は県民の意識の醸成という部分、県民総参加を柱にするものですから、そのために県民意識を高めるという事にかかなり力が入ったかたちで、議会の方で審議されていまして、例えば観光週間の話とか、観光地づくりの人材を施策、観光教育であるとか、県民の意識醸成、観光週間、表彰とかですね、そういった部分がさらに期待されております。その辺の取り組みについて、我々の方ではまだ具体的な事業としてここには落とし込んでいないというところがございます。具体的にどういった取組が考えられるのか、その辺についてもぜひご意見をいただきながら、一般的な研修とかそういったようなものは今もやっておりますし、今後もやっていきたい、支援していきたい、例えば業界の研修に対して講師を派遣するとか、講師をお招きする際にそういった部分の費用の一部を支援するとかですね、そういったことは県あるいは県の観光連盟なんかで今もやっておりますし、今後もやっていくつもりなのですが、そういったものに加えて、何か具体的な処方箋に取り崩してアドバイスいただけるものがあれば、ぜひお願いしたいというふうに思います。

堀切川部会長

ちなみに、その69ページの右の「ととのえる」は確かにすごく極

端に少なく、縦に長く書いてあるのは、県の事業における観光の視点の導入って、具体的になんだらうなという感じがしないではないのですけれど、ひょっとしたら次の70ページですね、下の県の中に観光王国みやぎ推進本部を置くとか、県民会議を置くというようなものも、二つ縦にドンと書かれた方が、ひょっとしたらこの5つのプロジェクトを全部推進する意味で、県の行政の内側と外側に二つの強化する組織を組みますよということがわかりやすくなるので、入れられた方がいいような気がしますね。スペースはちょっと苦しいのですけれど、そうするとととのえるがもうちょっと広く見えてきて、いけるのかなというのと、ひょっとしたらその観光王国みやぎ県民会議のようなところに、タクシー業者が参入、組合さんみたいなのも入っていただいて、そういう声があるんだけど何とかありませんか、というところだとなつてところは、例えば腕章で、常に親切に対応しますとかっていうのを、運転手さんに全部つければ、それで対応しなかったら、誰だってなるような感じが出るかもしれない。こういうものは、京都とかに行くと非常に上手で、対応はすごくいいのですが、よく考えるとタクシー代を多くとられるような、ここも寄りませんかっていう、あれがまた非常にお上手なので怒る気になれないというか、なるほどここに行くとそういう土産屋もあるのかと、よく考えたら土産屋と裏でタイアップしているというのは、後から気づくわけなのですけれど、やっぱりタクシーもプロは違うなど、その観光県だと思ったりするので、そういうのを書く上で、「ととのえる」にそういうものがあるといいのかもしれないですね。と勝手に思いましたが。ほかに皆さんいかがですか、自由な意見交換をしましょう。

大志田委員

脈絡のない小話でございますけれども、今の三輪さんのタクシーの話は、今では名古屋の名物タクシーさんもビフォーアフターで随分変わったという例があります。ムスツとして典型的なあまりよろしくないタクシーだったんですが、ある民間の会社が入って1年以上かけて、今乗ると、「ありがとうございます〇〇タクシー誰々です」って多分名前を名乗るところから始まるように変わったんです。マニュアルでもいいんですね最初は。当たり前でそういうものだという風にしていけば、上がそうしていると、入った人間もそうになっていくので、時々年に何回か、やっぱり訓練とかチェックをいれて戻らないようにしているようです。やっぱりタクシーは不慣れた土地で乗るときに最初の顔になるので、第一印象として非常に大事だと思いましたが、参考まで。

この間は、新幹線が通る直前の熊本から福岡まで特急に乗ってきたんですが、東京圏や大阪圏では比較的東北の観光の案内は目立たないんですが、九州はこの時期はほとんど東北と北海道ばかりでしたね。行こう東北とか、ちょっとどきりとしますね。でも、我々がやってい

る【伊達な旅】のツールとして無いので、宮城でこんなことやっているんですという情報はそんなに向こうでは無かったのですが、それが無くても冬場の時期の九州というのは東北をクローズアップしているというふうに思いました。

最後ですが、観光の話ではありませんけれども、たまたま商店街、市内の再々開発をするというある計画の中で、中心市街地の商店街にだんだん人が来なくなっている。来ない理由があるんだろうねということでネットリサーチを約1000名くらいの商圈の方にお聞きをしました。商店街に来る人の現状だとか、ニーズだとか、他はどこで買っていますかとか、その商店街には来ないけれども市内の中心部で買っている人や、そもそも市内の中心部に来ない人、来ない人はなぜ来ないかということ調べたら様々なヒントが出たんです。来ない人の「なぜ来ないか」がわかるというのが非常に役に立つというのをつい最近発見したばかりでございます。以上です。

堀切川部会長

ありがとうございます。前も確かみなさんで御議論いただいたときに、宮城に来てくれた人から聞くだけではなくて、来ない人から理由を聞かないといけないということがあったと思うんですけど、通じる場所があると思います。名古屋は、タクシーの運転手さんの対応がよくなった。宮城でも可能かなというふうに思います。

来ない人たち、宮城に観光に来ない人たちの理由は予想としてはどんなことが考えられますか。こんなことを聞いたことがないのでわからないかと思いますが。私だったらこう思うというのでいいんですけど。

成田委員

来ないのは本当に知らないからだと思います、単純に。私、ベタな情報と言いますか、生の体験なので恥ずかしいのですが、昨日・一昨日と広島原爆ドームに、観光に子どもと学習がてら、本物を見に行きまして。そこで原爆ドームを2時間、夢の感動案内人が語るボランティアツアーというところで、2時間も案内していただいて、800円というツアーが商品になっていまして、それに申し込んで話を伺ってまいりました。その時に、手前味噌で恥ずかしいのですが、宮城県のむすび丸の黒糖饅頭を持って行ってですね、800円であまりにも申し訳ないと思って、これを持って、仙台はこういうところがあって、非常にいい所なんですと、まず相手を喜ばせる、大切にしてもらおうと思ってですね、そしたら向こうの方から宮城県はどんな所なんですかと何があるんですかという話があって、非常に興味を持ってくださって、ぜひ次は来て下さいね、行きますということで、そういうコミュニケーション、草の根的なコミュニケーションもあるのかなと思いました。そんな話をしたあとだったので、原爆ドームの建築の設計をされた方が、前に松島のホテルの設計をされていて、チェコの方なんですけれども、当時の宮城県知事が赴任した先が広島だった

ので、広島でちょうど原爆ドームの会館の建設の話が実現性を帯びたときに、あの宮城にいた素晴らしい建築家がいるからそれを使って建てたというのが素晴らしい洋館ができたというような説明も淡々と始めてですね、そういう国とか県自体とか財政的な問題でプラットフォームをつけるとかお金をかけたものは難しいという判断の中で、我々としては草の根的な、一人一人が、全県民が「宮城大好きなんだけど、1回来てみないと損だよ」というような気持ちでコミュニケーションを取れると面白いのではないかと思います。そこで40ページを拝見したときに、誰がやるか、育成も含めてなんですけれども、観光団体はもちろんなんですけれども、「県民の参加のもと」、という記載がございます。県民の前にやはり県、全庁をあげて観光を推進していこうという意気込みがあるといいのかなという気がいたします。県庁の方は何千人いらっしゃるのですかね、その方々が行った先々で「行かないと損だよ」というようなことでファンを増やしていくような地道な活動で、お金もかかりませんですし、というようなことが一つございました。

それからもう1点ですね、表紙で「観光王国みやぎの実現を目指す」というところで、触れられています、私はよそ者なので、観光はもう実現しているんだという意識があったんですね、非常に素晴らしい観光資源を持っているので、一度は行ってみたい松島とか誰もががかっては持っていたと思うんですが、実現、実現というのは少し控え目な言い方ではないのかと思います。さらなる推進ですとか、さらによりいい方向な、よりいいものとするよなというような表現をお選びになる方がよろしいのかという印象を受けた次第です。

で、もう1点は、こういう施策のプランでございますので、県が潤うことが大事とは思いますが、もうちょっと目を広げたときに、宮城県にとって生鮮物を食べてみない、いろいろなものを見てみないで一生終えていいのかというものを提供することによって少しでも皆さんの気持ちが潤っていくところに貢献する意味があるのではないのかということをお自身は持っています。だから、地域が潤うというよりもみんなが潤うために観光を宮城県では提供していくというようなことを思っていたときに、ちょうど30代位の独身のOLが松島に行って楽しかった、とてもよかった、東京から友達が来たんだけど、その理由は癒されたというんです。癒されて帰られたということですので、こちらから客を引っ張るというよりも、皆さんに魅力をより広めていくのが観光のあり方ではないのかなという印象を受けました。これを議事録にするのかと思うと苦しい所なんですけれども、趣旨について御理解いただけたらうれしいです。

堀切川部会長
大志田委員

来ない理由というのは知らないからというのは正解だと思います。蛇足ですが、昨日、塩竈でシンポジウムをやったんですけれども、

すというものなんですけれども、ただ今後やるときにちょこちょこ宮城県の情報を向こうが欲しがっている以上教えていくというのも一つの宣伝の効果になるのかということを感じてまして、そういうことを活用していけないかと思っているところです。我々、東京に1万から2万くらいのモニター調査をできる集団を抱えているので、ですから、何かそういう機会があれば、活用していただいていると思うんですね。民間の力と行政の力が一緒になって宣伝をしていくという草の根的に、あの人たちが知りたがっている特に東京の人は。そのモニター調査で聞いたことを隣近所や友達に言いたくて仕方ないんですね。ですからそういう手を利用するというのとは一つあるのかなと思います。

あと大志田さんがおっしゃったように仙台の人って意外と宮城県のこと知らないですよ。私、びっくりしたのは「のどぐろ」という魚がありますけれども、知っていますかというモニター調査をしたならば、東京の人の方が8割知っていて、仙台市の人の方で知っているのは1割満たなかったんです。これは困ったなあという、「のどぐろ」ってある程度高級魚なんですけれども、東京の人の方がお取り寄せとかやっているから知っているのかと思いましたけれども、これは仙台市民としてあってはならないのではないかと。せめて、仙台市民くらいは何とかしたいなと実感いたしました。

堀切川部会長

北陸の「のどぐろ」は高級魚ですけれども、仙台朝市だと小さいサイズだとすごく安く売っていますね。

来ないのは宮城を知らないから、でも知りたがっているという、そこを意識して戦略を組むと、インターネットで情報を提供して、知りたがっている人はそこから情報を得る。草の根的、口コミでもいいので、いろんな意味で発信していくというのは効果的ではないかと思えます。広島には饅頭を持っていくといいのもわかりました。

成田委員

黒糖饅頭しかむすび丸がついているお土産がなかったんですよ。こちら辺も課題の一つではないかと思えます。

堀切川部会長

ちなみに広島県で宮城県の物産展をしたというのが情報で出ていて、雨でとってもひどい日だったけれども、宮城の料理を食べるためにイトインに入ったという人のブログを読んだことがあります。行って良かったと書いてあるんですよ、こんな美味しいの初めて食べましたとかいう、そういうのが非常に大事なのかなと思いました。本当に、ここにいれば当たり前のことが、他の地域では当たり前でないということがいっぱいあると思うんです。知りたいし、食べたいしということがあると思うので、ぜひそのあたりを練ればよいと思います。

私は個人的にこのプランに書いてあることを全部やっていけば、絶対数字的には上がっていくだろうという気がしているんです。

いくつかの施策が何十ページにわたって出ている中で私が特に重要そうだったのが、40ページのインターネットによる観光情報の提供。数字が上がるこれは効果的、これだけで入込数100万人は固いという感じなんですけど。あと、41ページの県外向け広報事業、知らせるといふこの活動は絶対効くと思う。お金出してでもテレビ局で特番組させてもらっても効くと思う。どんなルートでもとにかく広報活動は効くと個人的に思います。42ページの「みやぎのおいしい「食」ブランド化推進事業」とか食べ物の魅力を出していくというのは、個人的には食べ物以外では他の地域に行きたいと思わない、やはり美味しいもの食べたいと思う。この辺が効くのと、43ページ仙台・宮城【伊達な旅】観光キャンペーン、毎年実施されていると思うんですが、このキャンペーンは効くと思います。びっくりしたのは仙台・宮城【伊達な旅】観光キャンペーンのパンフレット、何種類もありますけれども、首都圏の主要駅だけでなく、普通列車しか止まらない駅の改札の脇にできえあるんです。そこには他の九州、中国地方とかのものは何もないんですよ。仙台・宮城だけが普通列車しか止まらない駅にある。これは効果がある。

他の事業もいっぱい大切ですけども、それくらいのところが100万単位で客を増やし、100億単位で金額をアップしていく、絶対効くと思います。

観光客入込数と観光消費額は達成できる数字かと思います。残り2つは現在よりも上がるということを目指にいただければいいと思います。

小林委員

アイデアとしてお話したいと思いますが、北海道であれば必ず札幌がゲートウェイなんですよね。道東に行っても、道東と札幌というように、データの的に確認しているわけではないんですけども、北海道に行かれる方の札幌立ち寄り率というのは高いと思うんですよ。大半の方が札幌に寄る。それに対して東北はどうかというと、ゲートウェイ構想を出されていますが、これは重要だと思います。もっともっと、東北におけるゲートウェイは仙台なんです、東北に行ったら帰りに仙台に寄るべきですよというようなイメージを醸成するとともに、いろんなイベントも仙台でやっているわけだし、本来であればもっともっと魅力を知ってもらってということと、なぜ、北海道とかは運転の形態が片一方、我々オープンジョーって言っているんですけども、行きが釧路、帰りが札幌、あとはフリーといったような運転形態となっているんです。それに対して東北のフリープランはほとんどが単純往復、例えば東京から青森でフリーというように全て単純往復がベースになっているんじゃないかと、今後私どもも4月から誘客活動を本業とするので提案をしていこうと思っているんですけども、もっと行きは青森、帰りは仙台から東京というようにJRさんを含めて、大

阪から行きは青森，帰りは仙台から大阪へ帰るというように，オープンジョー，片一片の商品造成を仕掛けていくことが，必要ではないかということのを改めてゲートウェイという表現を見て感じているんですね。そうすればもっともっと仙台への立ち寄り率が増えると思うんです。それが一番，攻勢があるのではないのかと。東北における仙台への立ち寄り率，データがあればもっとちゃんと言えるんですけど，感覚的なブレストアイデアとして聞いていただければと思うんですが，その辺をどう高めていくかということも，イメージの醸成と旅行会社・航空会社・JRへの働きかけの両輪でやっていくということも面白いのかなというふうに思います。

堀切川部会長

この東北のゲートウェイとしての仙台・宮城を強化して行くために，そういうのをJRさんとかに提案をしていかれることはいいと考えます。

大森観光課長

ぜひご協力をお願いします。まさに今おっしゃられた部分というのは非常に注目しているところでございます，新幹線の青森開業がまもなくでして，青森開業して実は一番得をするのは仙台ではないかということが実は言われていて，全ての新幹線が全て仙台に止まる。ところが仙台以外は思ったほど止まる列車が増えなかったり，逆に減ったりという例もある中で，仙台だけはすべて止まる。これを見逃す手はないと思います。函館への延伸も視野に入っています，それらを考えると，非常に我々もいいなと思っております。飛行機については羽田の国際化もありますし，香港－仙台便もまもなく飛び立ちますけれども，インもアウトも仙台というのは現実的ではなくて，仙台に入ってから成田から出るとか，新幹線ですぐですから羽田から入って東北を回ってもらって仙台からアウトしてもらう，あるいは羽田から入って東北を通ってもらって千歳からアウトするとか，いろんな運用もあるんですけども，ますますこれから羽田のインパクトが大きくてやれる部分が大いかなと思っています。これにつきましては繰り返になりますけれども，御協力をお願いします。

先ほど話が出た部分について若干説明させていただきたいんですが，県庁を挙げてというお話がございました。村井知事が先頭になって引っ張っているのも，意識が非常に高まっていると思いますけれども，先ほど申し上げました内部組織ですが，部局横断型の推進本部を立ち上げますので，そういったことで県庁職員がPR，セールスマンになるということを着実にやっていきたいと思っています。それから来ない人はなぜ来ないということについては，まさに知らないということもあるかと思いますが，イメージ的に西日本から見れば遠いという，意外と実は近いんだけど遠いと思っているということがあるかと思っています。それから，潜在的に知りたがっているということがあるかと思いますが，いいタイミング伝えるということも本当に大切だと

思います。我々、一生懸命情報は出しているつもりなんですけれども、本当に思っている以上に伝わっていないというのはよく感じるところでして、知りたがっているときにきちんと伝わるとちゃんと知ってもらえるんですが、知りたがっていない人にパンフレット・テレビとかでPRしても全然印象に残らない。この辺は繰り返し繰り返しやっていくしかないのかなというようなことは思っております。実は先日、県政の広報番組、今年からBS-TBSで「いいトコ！みやぎ」という番組を月曜の19時55分から5分間やっています、その来年度以降もどうするかという検討会議がありまして、そこに私も出席したのですが、見た方にとっては非常に評判がいいそうです。視聴率もBSの中ではまあまあ取れている。来年も引き続きやっていきたいと思いますということになっているのですが、その中で言われたのは、認知してもらおうというのは非常に大事であるけれども、認知からアクションに大きなハードルがある、単に知ってもらおう、認知してもらおうというだけでなく、アクションに繋げるワンステップが必要であるという指摘を随分受けました。メディアミックスということで、単にテレビ番組で知っているというだけではなくて、行ってみたいと思った時にすぐアクションを促すような仕掛けであるとかそういったものをしていかなければならないのではないのかという意見をそこでいただきました。まさに、そのとおりかと思います。観光についてもまさに同じことが言えるかと思います。パンフレットを出すだけではなくて、来たいと思った時にきちんとアクションにつながる、ポイントを外してしまうと、1回やろうと思ったときになかなか動けなかったとすると次のアクションは起きなかった、成果は0だということになってしまう。その辺を我々も意識してやる必要があるんだと思うなと思いました。具体的にどうするかとなるとこれが問題と思いますが。以上でございます。

志賀委員

私は、「知らない人が多い」ということをどう考えるかといったとき、知らない人が悪いのではなくて、教えていない方が悪いというふうに考えるべきだと思っています。どこまで教えきるかとなると非常に難しいのですが、やはり伝えきれていないということだと思っております。例えば、仙台市は年間5万人くらい転入・転出がある。10年経つと50万人が入替わることになる。仙台は他の町と違って、出て行ったたくさんの人によって伝わる可能性を持っている。小さな町だとそのようにはならない。悪い話だったりすると余計広がるかもしれない。他にネットに載せるとかパンフレットでいろいろな要素がありますので、それをどう使い分けるかというところがポイントになるんですけれども、まずは知っていただかないと来てもらえないと思います。繰り返しになりますが、問題を把握する際の基本的な考え方としては、知らないという方が悪いのではなくて、我々が教えてなかつ

たということを理解する必要がある。

私はプラン策定のお手伝いをさせていただいて感ずることは、これまであまりにもどこから呼ぼうかというところに力点がありすぎたように思います。まず今、来ている人をどうファンにするかという作戦が必要だと思う。どこかに投網をかけて九州・関西から何万人呼びます、もちろんインバウンドもいいんです。そういう意味では整えるということが大事だと思うんです。でも、今、来ている人をもう一度来ていただくようにするための作戦を取り切れるかどうかです。その意味で先ほどお話があったように、タクシーの話は大事です。これはまずタクシー会社さんの問題なのですが、私もそういうことに直面したことがあるのですが、乗ってから1度もしゃべってくれない運転手さんでどうしようかと思いました。こうしたことはどこでも起きる可能性がある。ただ、仙台は本当によくはないねという声も多いので、みんなで考えなければならぬし、タクシー会社の経営者はもっと考えなければならぬ。実は以前MKタクシーの青木会長をお招きして青森で研修をやったとき、経営者の半分が寝ていたんです。そこで会長が怒りまして、最後に「運転手が悪いとか、部長がどうだとかいう話ではなくて、悪いのは経営者だ。そんなことではタクシーのレベルは上がらない」と。最後に「こんなことなら私の会社が出てくるから」とまで発言されました。すでに英会話をできる運転手を200人育てて、通訳は要らないよというようにやっている会社と違うかもしれませんが、基本は同じなんです。会長は、自分たちは運輸業ではなく情報産業なんだとも言っていました。だからそういう気構えでやっていく経営者とか、まさに産業としてしっかりやっていく分野が、運輸業ではなくて、観光業である。あるいは情報産業なんだというようにして、その地域全体に展開するという話がある中で、片方では口もきいてくれないということもある。いろいろなことが関わって観光を構成しているのです。タクシーの運転手さんの一挙手一投足は観光客にとってはとても大事な要素だと思います。

私も宮原先生が冒頭におっしゃったように、2ページのところはやや受け身かなと思います。やはり、観光は宮城の将来ビジョンにおいても非常に重要な位置づけ、カギであるということで、こういうところで、宮城県のリーディング産業であるという言葉を出していくということが必要ではないのかと思います。議会でヒアリングを受けた時にも申し上げたんですが、数値とかをしっかりと押さえてやっていかないと、これまでのように勘と勢いでやるようなことではもう駄目。そういう意味でも県のプランの中で、言葉の持つ意味の大きさ、強く打ち出していくというようなことが必要というように思いました。

今、志賀さんが最初の方でおっしゃっていた、どこから呼ぼうかという話ばかりでピンポイントで狙うことの大事さということについて

て私も言いたいことがあるんですが、実は今年の7月に愛媛県で講演したことがきっかけで、愛媛県の県庁から連絡がありまして、みかんのセールスキャンペーンを県庁でやるので、それを仙台でやるから、引き受けてくれませんかという依頼だったんですね。今年度で2回目だということだそうです。来年の2月にやるんですけれども、去年は卸売市場の中で実施して、そこに百貨店のバイヤーを呼んだそうですが、今年は街の中でやりたいということでホテルの会場の手配であるとか、百貨店の手配であるとかを全てうちの会社に任されることになった。この話を聞いていて思ったのは、仙台がゲートウェイだということが一番わかっているのは地方の人、宮城県外の人かなとすごく思ったんです。宮城県が台湾であるとか香港とかで農産物とかの営業活動をやっているのはよくわかるんですけれども、需要と供給の問題がありますから、といって愛媛県に宮城県がセールスキャンペーンのために行くかということは非常に難しい話かと思いますが、例えば大阪の土地企業者の方と話をしていたら、関西の人は東北にすごいあこがれがあり、行ったこともないし、いろいろなものが食べられるというけれども、どんなものがあるのか知りたいという人が多い。なぜ関西でイベントをやらないの、とよく言われるんですけれども、例えば、関西・福岡、名古屋はやっているのかもしれないけれども、仙台市がやっているのか宮城県庁がやっているのかよくわかりませんが、最近、伊達武将隊に、おっかけがいるそうですが、そういう話を聞くと、国内でやることはあるのではないのかと思うんです。愛媛県は「みかん王子」とか連れてくるそうですが、そういうアクションがあってもいいのかなという気がします。参考までに。

堀切川部会長
宮原委員

それでは宮原委員。

先ほど堀切川先生から宿泊観光の方が厳しいかなということだったんですけど、68ページ、69ページの表を見て気がついたのは宿泊観光関係の施策といいますか、1泊でも滞在を伸ばすとか、宿泊事業に関する整備、整える部分であるとか、そういった部分が具体的に上がってきていないような気がします。あと、MICEとかアクティブシニアの方たちが少しでも多く宮城県に1泊でも多く滞在するようなプログラムであるとか、そういった魅力的なものを持ち込むとか、まだここに書き込めるものがあるのではないか。特にシニアの方はねりんピックしか書かれていないんですが、「学び」ですとか、シニアのニーズの部分をとって宮城県でのんびりしていただくという部分を積極的に挙げていくようなことをここに書き込みをしていただきたいと思います。

堀切川部会長

ありがとうございました。シニアの人というのはこれから人口が増えていく部分でもあるので、ぜひ加えていただければと思うんです。

JRが協力されないと難しいとほ思うんですが、例えば、名古屋・

九州・関西からだと周遊券の超広域で、奥の細道周遊券といった1週間ずっと使えるというのができたら、滞在する人も増えるし、仙台に寄って帰ろうかという気にもなるのかなど。ぜひJTBさんの力でJR東日本さんを動かしていただければ、と思います。

前も申し上げたんですが、仙台・宮城がゲートウェイであれば東北の観光の全ての美味しいものであるとか、土産物の観光物産センターが駅から歩いて行けるところとか空港とかにあればいいんですが、なかなかそうも実現が難しく、時々駅の2階で東北物産フェアをやられると観光客でもないのに自分用にと買っている。なんかそういうのがあるといいなあと思いました。どこかで提案しようと思っているのですが、仙台がゲートウェイになるのであれば、観光客の人、特に日本人はどっさりお土産を買うんで、お土産用の観光エコバックをきれいなデザインで作られたらいいと思っているんです。それで笹かまぼことか萩の月を平積みで入れられるようにする。それで新幹線の網棚の上にきちっと収まる形で、戻ってからもそれを普通のエコバックとして使いたくなるようにしておきますと、その人が各地で歩く度に、仙台・宮城を無料で宣伝してくれるというのを作れると思っているんですけれども。そういったものはこの地域にもないですよ。紙袋があるか、どこでもあるような手提げバックで、これは機能性と美しさに欠けていると思うので、仙台に行くとかあのかっこいい入れ物を買って土産を買おうという気になると土産の購買意欲も増す。脇に収納の場所があってお店でもらった個別の紙袋を入れるといったもの。これがあるだけで観光客が落としていく金額が上がると思います。

予定していた時間になりました。非常に有益な御議論ありがとうございました。司会というよりは個人的にはお聞きして楽しいと思いました。あとこれに関しましては事務局の方で、本日の御意見を踏まえて12月22日に産業振興審議会の全体会があるかと思うんですが、その際に付議する観光戦略プランの最終案へ事務局の方で最終案を取りまとめていただければと思います。

それで議事（1）を終わらせていただいて、議事（2）その他につきまして事務局の方にマイクをお渡しいたします。

志賀課長補佐

今後のスケジュールをご説明申し上げます。資料3をご覧ください。ただいま部会長からご指示をいただきましたが、本日いただいた御意見を踏まえてとりまとめた最終案を12月22日に開催を予定しております産業振興審議会の全体会において審議をいただくということとなっております。その後は1月に答申をいただきまして、3月に計画を策定し、公表することとしております。

次に議事録の確認のお願いです。

先に行いました第4回商工業部会、第5回商工業部会の議事録をとりまとめさせていただいたものをお手元に配布いたしております。内

容を確認をいただきまして、修正等がございましたら、修正箇所がわかるように修正していただき、当該ページを事務局の方へ送付いただけるようお願いいたします。

なお、本日時間の関係上、十分お話できなかったことがございましたら、お手元の用紙に記入の上郵送又はFAXいただくか、電子メールにて御意見をいただけるようお願いいたします。

事務局からは以上です。

堀切川部会長

本日は限られた時間でしたが、熱心に御議論いただきありがとうございます。

以上をもちまして議事の一切を終了いたします。円滑な審議に御協力をいただきありがとうございます。

志賀課長補佐

以上を持ちまして第6回宮城県産業振興審議会商工業部会を終了します。皆様本当にありがとうございました。