

第15回宮城県産業振興審議会

商工業部会

日 時 令和6年11月6日（水）
午後2時から午後4時まで
場 所 宮城県行政庁舎4階 特別会議室

第15回宮城県産業振興審議会 商工業部会 議事録

1 開会

■富県宮城推進室 太田副参事

ただいまから第15回宮城県産業振興審議会商工業部会を開会いたします。

2 挨拶

■富県宮城推進室 太田副参事

開会に当たりまして、宮城県経済商工観光部副部長の千坂より御挨拶を申し上げます。

■経済商工観光部 千坂副部長

審議会委員の皆様、本日はお忙しい中、宮城県産業振興審議会商工業部会に御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

また、日頃から、県政運営や産業施策の推進に御協力いただき、心から感謝申し上げます。

さて、本日の部会では、「第6期みやぎ観光戦略プラン」の中間案について御審議いただきます。今回の中間案は、8月に開催しました産業振興審議会で委員の皆様から頂戴した御意見を踏まえながら、具体的な観光施策の方向性や取組内容等について検討を進めるとともに、「みやぎ観光振興会議」など様々な関係者の皆様からの御意見をいただきながら作成しているところです。

本日は、中間案に関しまして委員の皆様から御意見をいただきまして、今後数度の部会や全体会で議論いただき、来年1月には知事に対しまして審議会からの答申をいただくこととしております。

それでは、それぞれのお立場から忌憚のない御意見・御提案を賜りますようお願い申し上げます。私からの挨拶とさせていただきます。本日はどうぞよろしく願いいたします。

■富県宮城推進室 太田副参事

それでは、議事に入る前に、定足数について御報告いたします。

本審議会の定足数は半数以上となっておりますが、本日は委員6名に対し、5名の御出席をいただいておりますので、産業振興審議会条例第5条第2項の規定に基づき、本日の会議は有効に成立していることを御報告いたします。

次に、会議の公開でございます。本審議会は平成12年度の第1回目の会議において、公開すると決定しておりますので、今回も公開として進めさせていただきます。

それでは議事に移らせていただきます。

本日の議事は、次第のとおり1件となっております。

ここからの議事進行は、産業振興審議会条例の規定に基づき、部会長が議事を進めること

となっておりますので青木部会長にお願いいたします。それでは、青木部会長、どうぞよろしくお願いいたします。

3 議事

(1)「第6期みやぎ観光戦略プラン」の中間案について

■青木部会長

よろしく申し上げます。

最近は大分大学が国際卓越研究大学の認定を今か今かと待っている状況にあります。様々な国の方とお会いすることが多くなり、今日はフランスの方に、昨日はイギリスの方、その前は台湾の方とお会いする機会がありました。海外の方とお話しする機会が多くなってきていますから、そういったアクティビティを地域にも我々のほうから波及したいと思っております。昨日、ロンドンの有力大学の役員の方でしたけれども、議論した時に生活環境と遊ぶ環境が重要だと盛んに話しておりました。フランスの政府機関の国際担当の方も日本に行く際はアコモデーションが大事だと言っておりましたので、そういった雰囲気が出てくれればいいなと思っておりました。

それでは議事に入ります。議事(1)第6期みやぎ観光戦略プラン(中間案)について、事務局から説明をお願いします。

■観光戦略課 松本担当課長

観光戦略課の松本と申します。

本日は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。どうぞよろしくお願いたします。

議事に入ります前に、宿泊税の導入に関して、説明のお時間を頂戴いたします。

先日の令和6年9月県議会で宿泊税関係条例を提出させていただき、賛成多数で可決いただきましたが、県議会における議論においても、宮城県が宿泊税を導入する意義や宿泊事業者の負担増大への懸念など、様々な御意見をいただきました。議会側からは、税を徴収いただく宿泊事業者の方々をはじめ、観光事業者の皆様などに意見聴取を行い、理解と共感を得られるよう、丁寧な対応を求められたところです。

県といたしましても、議会からの御意見を重く受け止め、みやぎ観光振興会議の全体会議や圏域会議に加え、新たに宿泊事業者部会を設置し、宿泊税の活用施策などに対して幅広く意見を伺うことといたしました。

これまでの既存の財源に加え、宿泊税という安定的な財源をもとに、宮城県の観光を盛り上げていくために、実効性のある施策を展開してまいりたいと考えておりますので、引き続き、本審議会の場で忌憚のない御意見を頂戴したいと考えております。御協力よろしくお願いたします。

議事に入らせていただきます。私からは、議事の「第6期みやぎ観光戦略プラン(中間案)」について、御説明させていただきます。恐れ入りますが、着座にて説明させていただきます。

はじめに、資料1の1ページ「第6期みやぎ観光戦略プラン策定スケジュール」を御覧ください。

資料中段、産業振興審議会の欄をご覧ください。本日は、第6期プランの中間案を御議論いただき、頂いた御意見を踏まえ、年明け1月に最終案をお示しし、2月に答申をいただいたうえで、3月に第6期プランを決定いたします。その間、みやぎ観光振興会議での議論やパブリックコメントなどを実施し、幅広く御意見を伺ってまいります。

委員の皆様におかれましては、御多忙のところと存じますが、御協力を賜りますようよろしくお願いいたします。

次に、2ページをお開きください。

本日は、中間案を御説明させていただきます。中間案については、骨子案でいただいた御意見などを踏まえ、取組の方向性などを整理しましたので、特に、宮城県の観光の課題であるインバウンドや宿泊者数の増加に向けた具体的な方策などを中心に御意見を伺いたいと思います。

次に、資料2を御覧ください。

「第5期みやぎ観光戦略プランの総括」について、現行の5期プランにおける取組と数値目標の達成状況を整理した資料でございます。

「1. 第5期みやぎ観光戦略プランの概要」を御覧ください。

「(1) 計画策定の趣旨」に記載のとおり、5期プランはコロナ禍の令和4年10月を始期とする計画のため、まずは、観光業の回復を第一に、各種取組を推進したところであり、並行して、新型コロナウイルス感染症の終息を見据え、観光資源の磨き上げや、国内外からの観光客誘客促進に向けた取組を行ってまいりました。

具体的には、「2. 主な事業実績」に記載しましたが、紫色の「回復戦略 感染症により落ち込んだ観光需要の回復」として、県民割や全国旅行支援による宿泊需要喚起策や、各種経営支援の実施をはじめ、緑色の「成長戦略1 魅力あふれる観光地づくり」として、各圏域の地域資源を活用した観光コンテンツの造成や、教育旅行の更なる推進に向けた取組を行ってきたところです。

このほか、赤色の「成長戦略2 観光産業の体制強化」として、宿泊施設等への改修支援や、全国通訳案内士やボランティアガイド等を対象とした研修会の開催を行うとともに、茶色の「成長戦略3 受入環境の整備促進」として、県内の登山道や遊歩道整備、2次交通対策としてのバス運行支援、行楽シーズンにおける観光地の混雑状況の情報発信など、観光地の受入体制の強化を行ってまいりました。

加えて、右上の「成長戦略4 戦略的な誘客プロモーション」として、訪日教育旅行の誘致強化に向け、台湾の教育機関などを対象とした招請事業や、宮城オルレの推進として、県内5コース目となる村田オルレの開設など、ポストコロナにおける誘客拡大に向けた取組

を行ってまいりました。

これらの取組も踏まえた結果として、「3. 数値目標の達成状況」にありますように、令和5年の外国人観光客宿泊者数が51.5万人泊と、回復目標を1年前倒しで達成したほか、宿泊観光客数、観光消費額も、コロナ禍前の令和元年水準と同程度まで回復したところです。「4. 成果と課題」について、5期プランの計画期間中ではございますが、現時点の成果として、観光需要の回復に向けた各種取組により、宿泊者数の増加に一定程度寄与したほか、閑散期対策の充実や今後の外国人観光客の誘客拡大に向け、受入環境の整備促進のほか、台湾からの訪日教育旅行の促進に向けた取組など、今後の相互交流の礎を築くことができました。

一方、課題としては、「課題① 宿泊者数の増加による観光消費額の拡大」、「課題② 地域の基幹産業である観光産業の体制強化」、「課題③ 観光客受入基盤整備の強化」の3点に集約しましたが、圏域ごとに宿泊者数の回復状況に差が生じていること、人手不足対策や収益力向上への対応が急務であること、観光地の受入側の態勢として、観光案内機能の強化や旅行者の受入に対する理解促進が重要であると考えております。

2ページを御覧ください。

中間案については、こちらの概要版でポイントを絞って御説明いたします。

左上、「1 基本的事項」を御覧ください。

計画期間は、県政運営の基本的な指針である「新・宮城の将来ビジョン」の実施計画の中期計画期間に合わせ、令和7年4月から令和10年3月までの3か年といたします。

次に、「2 基本理念・目指すべき姿」を御覧ください。

骨子案をお示しした際に、「キーワードやキャッチフレーズ的な要素があった方が良い。」との御意見をいただきましたので、基本理念を、「地域が主役となる持続可能な観光地域づくりを通じた“all round”な観光地の実現」とさせていただきます。

“all round”に込めた想いとしては、宮城県の豊富な観光資源や東北のゲートウェイという地理的特性を十分に生かし、観光に関わる全ての実施主体が連携のうえ、県民総参加で観光を盛り上げていきたいという想いを込めています。

人口減少社会において、地域経済の縮小が見込まれる中、裾野が広い観光産業を地域の基幹産業として、持続的な発展を目指すことが地域活性化の観点からも重要な視点だと考えております。基本理念を合言葉に、本県観光の目指すべき姿は、骨子案から変更はございませんが、方向性を4点記載しております。

次に、右上「3 数値目標」を御覧ください。

数値目標については、骨子案でお示しましたが、5期プランの3つの指標に加え、観光消費額単価を新たに設定したいと考えております。

この点について、骨子案では、「質の向上を意識した数値目標の設定は重要である。」との御意見をいただいたところです。

1の宿泊観光客数については、圏域の現状を踏まえ、今回から圏域ごとの数値目標を定め

ることとしており、現在最終案に向けて、みやぎ観光振興会議圏域会議で議論しているところ です。そのため、県全体での具体的な数値目標は、圏域での目標値の設定を踏まえ、最終案でお示しさせていただきますので、御承知ください。

また、5期プランから、数値目標とは別に、観光成果指標として、リピーター率などの指標を継続的に追っていくことにしておりますので、次期プランでも引き続き経過を追っていきます。

次に、3ページを御覧ください。

「5 みやぎの観光を取り巻く状況（現状・課題）」を御覧ください。

社会背景として、人口減少社会においては、交流人口や観光消費額の減少により、地域の衰退につながる恐れがあります。そのため、観光が各地域の持続可能な発展のための推進力となるよう、観光SDGsの視点が重要です。

また、観光庁が定める観光立国推進基本計画においても、インバウンドを1つの柱に据え、誘客促進や消費向上に向けた取組を推進しているところであり、本県においても、インバウンド需要や、消費額が高い宿泊需要の積極的な取組が課題となります。

最後に、デジタル化の遅れによる生産性の低さや、人材不足といった積年の構造的な課題の解決に向け、積極的なデジタル技術の活用も重要な視点となります。

県の観光が抱える課題は、先ほどの5期プランの総括で御説明させていただいたとおりです。

「6 観光戦略プロジェクト」を御覧ください。

みやぎ観光振興会議も含めた骨子案の議論でも、「インバウンドの積極的な取り込みは重要」、「デジタル技術の活用に積極的に取り組んで欲しい」、「SDGsは一般的な概念として必要。」との御意見をいただきましたので、これらは、横断的な視点として位置付け、各戦略に基づく取組を行ってまいります。

次に、施策の柱となる観光戦略プロジェクトを御説明いたします。次期プランでは、4つの戦略に基づき、持続可能な観光地域づくりを推進していきます。具体的には、右上の「7 取組の方向性」を御覧ください。

始めに、ピンク色の「戦略1 魅力ある観光資源の創出」でございます。

宮城県への誘客促進に向けては、宮城県に行かないと経験できない宮城ならではの観光コンテンツの造成が重要であると考えております。骨子案の議論では、「食のレベルで観光地のレベルが決まる。プランでも食を押し出したほうが良い。」との御意見をいただきました。各地の多様な食文化やそのストーリーの魅力に触れるガストロノミーツーリズムの推進とともに、ベジタリアンやヴィーガンなどの食習慣や、ハラル等の多様な食文化への対応により、安心な滞在環境を提供してまいります。

次に、青色の「戦略2 観光産業の活性化」でございます。

人手不足対策として、就職マッチング機会の創出や、デジタル技術の活用の観点から、省人化・省力化設備の導入促進などに取り組むとともに、地域ガイドなどの観光人材の育成に

取り組んでまいります。

次に、紫色の「戦略3 観光客受入環境整備の充実」でございます。

観光客の滞在期間中に、安全安心で快適な旅行環境を提供する観点から、観光案内板やメニュー表記の多言語化、キャッシュレス対応の充実のほか、高齢者などの旅行需要を喚起するため、バリアフリー化の推進などを図ってまいります。

次に、茶色の「戦略4 国内外との交流拡大の促進」でございます。

宮城県の認知度向上に向け、デジタルを活用し、旅行者の関心に応じたプロモーションの展開や、2025年に開催される大阪・関西万博において、東北観光推進機構や東北各県と連携したPRを行ってまいります。また、双方向の交流拡大の観点から、教育旅行を切り口として、県内学校の海外教育旅行を推進するなど、ツーウェイツーリズムを推進してまいります。

以上が、6期プランの概要になります。

4ページには、各圏域の施策の方向について、みやぎ観光振興会議圏域会議で議論中の内容を要約し、記載しております。最終案までに、圏域ごとのキャッチフレーズや取組の方向性をブラッシュアップしていきます。

最後に、観光財源の関係で補足させていただきます。資料3プラン本体を御覧ください。58ページをお開きください。

「3 安定的な財源の確保」として、宿泊税の必要性や制度概要を記載させていただきました。先ほど申し上げた、戦略プロジェクトに基づいた取組の方向性を具現化し、実効性のある施策を実現するうえで、既存の財源に加え、宿泊税を有効活用してまいります。

私からの説明は以上でございます。

■青木部会長

ありがとうございます。

ただいま、事務局から説明がありましたが、説明内容や資料について皆様から御質問や御意見を伺いたいと思います。マイクをお持ちいたしますので御意見がある方は挙手の上、御発言ください。

■笠間委員

笠間です。よろしく願いいたします。

資料2の2ページ目になります、今回基本理念に「all round」な観光地の実現ということで、こちらは県民や市町村などの関係者が一丸となってやっというとてもいい理念だと思っております。その中で関係者全員ということで、県と市町村で何か連携した具体的な観光の施策はありますか。今、企画されているものがあれば教えていただきたいと思っております。またはイメージでも結構ですのでお聞かせください。

■観光戦略課 松本担当課長

御意見ありがとうございます。

県はこれまでもキャンペーン推進協議会という団体があり、その場に各市町村にも加入し、負担金などもいただいております。デスティネーションキャンペーンなど各種キャンペーンに力を入れており、今年も秋冬キャンペーンを行っております。

秋冬は閑散期となりますので、秋冬の魅力をより県内の方を含めた皆様に情報を発信していく取組を行っております。これまでも市町村の皆様と連携しているところでございます。我々といたしましても、地域のコンテンツの磨き上げや、地域における人材の確保の分野において市町村の皆様にも地域の観光地づくりの担い手として取り組んでいただくことが重要だと考えておりますので、今後とも各種団体と連携していきたいと考えております。

■笠間委員

ありがとうございます。情報発信というところでは、3ページ目の右下の戦略4のところにあります、「visitMIYAGI」の充実ですとか、市町村との連携と書いてありますが、「visitMIYAGI」の最初の開発の構想に参加した立場からすると、コロナ禍が間に入ってしまったので、担当した方も忘却していると思いますが、「visitMIYAGI」自体は高機能に設計されており、市町村が独自に編入することが可能で、例えば栗原市が「visitKURIHARA」編集部を作った場合にその人達に権限を付与して、特集ページを作ることが可能で、市町村レベルで活用することができ、市町村で独自に更新をすることが可能です。本来は市町村と連携できる仕組みがありますので、こういったものをインバウンドにも活用していただいて、市町村だけで情報発信を行うことはコストや手間がかかって大変だと思いますので、ぜひとも埋もれてしまった機能を使って、市町村と連携していただければいいかなと思っております。以上です。

■観光戦略課 松本担当課長

ありがとうございます。非常に大事な視点だと思っておりまして、県全体としての取組もですが、資料の4ページにありますが、各圏域の取組を整理させていただきました。圏域での取組については、各地方振興事務所が市町村とタイアップしながら、SNSでの情報発信や積極的な取組が当然必要になってくると考えておりますので、委員のおっしゃる通り、市町村の地域の実状や強味を上手く発信できるように、より進化した形で市町村との連携を図っていききたいと思っております。

■笠間委員

市町村ということと言いますと、地域おこし協力隊がたくさんいらっしゃいます。中には英語で情報発信をしているという方も増えております。先日、県庁の1階ロビーで地域おこし協力隊のフェアも行いましたが、英語で普通に話すことができる方もいますので、そうい

った方々を取り込んで、県全体の情報発信をしていただければと思います。

■青木部会長

ほかにありますか。いかがですか。関委員お願いします。

■関委員

関と申します。よろしく申し上げます。

冒頭に本日の議論のポイントという話の中で、インバウンドの増加ですとか、宿泊者数増加とかの具体的な方策という話がありましたので、話題提供させていただきます。

FITと言われる個人客をどう掴むかが各事業者苦戦している印象を受けております。東京、大阪、京都と今から勝負するのは難しいので、コアな体験、コト作りというところに事業者は力を入れていると感じております。そういった時に私は食の開発に関わることが多いのですが、今までですと大量に作り、たくさんお土産で買ってもらいたいという相談が多かったのですが、今の相談の主流は少数に向けて限定的な物を高単価で出すためにはどうしたらいいですかという相談が多いです。どうしてそういった相談が多いかという一部に体験を入れて最後に持って帰っていただくので、賞味期限がそんなに長くなくても良くて、特別な物を持って帰っていただきたいという思いがあるので、業者の皆さんも特別な物をインバウンドの方に向けて、宮城らしいモノ、コトを発信したいという方向性はかなり合っていると思います。事業者さん達も肌でそれを感じて、頑張っております。令和9年度が終期の第6期はどういった状況になるのかと考えますと、地元の中小企業を見ていて感じるのは、けっこう駒がたくさんあり、それぞれが磨き合って勝負をかける段階にあると思いますが、コロナの打撃もあって、開発のスピードが止まったり、停滞したりとインバウンドの旅行者数の伸びに対して開発のスピードが付いていけない印象があります。ですので、令和9年度までのプランであれば、笠間委員のお話にもありましたが、事業者単体での情報発信は厳しいと思います。どんなに SNS 戦略を行っていると言っても FIT の人達に一事業者がダイレクトに刺さる広告を打てるかという点必ずしもそうではないです。しかも一発当たったとしても、継続的に行っていきたいと事業者さんとしては思っておりますから、一定のクオリティをクリアしたプランとかコンテンツとかを、今ですと中央のインバウンド向けサイトにアップして、絞って来てもらうことになるので、旅行者側に選ばれるまでの手数が多印象があります。東北や宮城についてのコアコンテンツを束にするようなイメージ作りを行政の皆さんの主導の元にやっていただくと、一社一社はコンテンツの磨き上げという質を高めることに注力できます。今は中身作りも発信も事業者が行っていると相談を受けております。コンテンツを作ることは上手くできますが、東北人は宣伝下手な印象があるので、第三者のお墨付きということではないですが、少数で限定的で深い内容のもので、単価的には高いけれども絶対体験させて損はさせないというブランドのイメージ作り、ハイブランドなコト体験等を束ねるイメージ作りに事業者をどんどん巻き込みながら行って

いただきたいなと思っております。

例えばですが、あるかまぼこメーカーさんで朝にホテルから朝食を食べないで来た人向けに見学をしてもらい、作り立てのかまぼこを食べるということを行っていますが、大々的広報ではないため出会った人はラッキーみたいな感じになっています。様々な事業者さんでそういった体験を実はしていますし、作ることができます。そういった体験を事業者さんも発信していますが、受け入れ枠が小さいので、発信の効果がありすぎて受け入れることができないので、そのあたりの量と質のコントロールをする必要があって、今まではたくさん作ってたくさん売ってことをメインにしてきた事業者が、ある特定の人達に限定的なプランを提供していくというように、マーケティングの仕方がかなり変わるので、一律にやってくださいということでは難しいのではないのでしょうか。マーケティングのマイナーチェンジを全事業者さんができれば、面白いコンテンツを作れる事業者さんも多く、水産を含めて、旬のもの、季節を感じる宮城のここでしか体験できない、今しか体験できないことがありますので、情報発信が重要になると思います。例えば、メキシコだったら『死者の日』に旅行に行くみたいに、ブランドを作って、冬だったら、光のページェントを見て、これを食べるといような、時と場所の掛け算をしていかないと宮城県としての差別化はできないと思っております。様々な会議で、委員の皆様も言っていますが、エッジの効いたものを束ねて、ハイクオリティな宮城県でしかできない体験を令和9年度くらいまでにプラン作りできれば、あとは切磋琢磨して自走していくことができると思っております。感想になっておりますが以上です。

■観光戦略課 松本担当課長

貴重な御意見ありがとうございます。

エッジの効いたという話がありましたが、各圏域会議でこの内容を見ていただき、ある委員からは宮城の色がなかなか見えないということを言われました。「all round」ということで、皆と一緒に盛り上げていこうというところを考えているわけですが、ほかの県の観光プランと変わらないのではないかと指摘もありました。ある事業者からは情報の発信の仕方が消極的になってしまっていて、広く上手く刺さるような発信の仕方は一事業者では難しいという話がありましたので、そういったことは県がやって欲しいという声もありました。限られたリソースを活用していくためには、委員がおっしゃられたように磨き上げの部分は事業者の皆さんにお願いして、磨き上げたものをどこに戦略的に発信していくかというところを、県がスケールメリットも生かし、役割分担していくことは重要だと考えております。そういった中で、エッジの効いたコンテンツ、宮城らしいコンテンツが出来上がっていくのではないかと思いますので、役割分担をしながら、県としても盛り上げていきたいと思いません。

■高橋委員

高橋でございます。よろしくお願いいたします。

第6期みやぎ観光戦略プランの中間案を見させていただきまして、社会背景から様々な課題やそれに対する戦略を見て、素晴らしい中間案だと思っております。

全てに関わってくるのではないかと思います、1つ話題として聞いていただきたいのが、観光と教育との連携です。教育機関との連携というのがこれからは絶対必要だと思っております。観光が稼げるものでないといけないと思っており、たくさんの魅力があったとしてもそれがきちんと稼げるもので、お客様も事業者もハッピーになれるものでなければ、情報を発信しても、ただ情報が流れて終わってしまいます。稼ぐもの、稼ぐ人がいないとその魅力が形になっていかないと思っております。

観光業は人手不足、人手不足と言っておりますが、コロナを経験した子供達と、経験しないで社会に出てくる子供達では、全く考え方や価値観が違うと思います。観光業界で感じているのが、稼がない、稼ごうとする力がない若者が多くおまして、それが商売に結び付いてないものですから、様々な事業者さんから聞く話ですが、簡単な言い方ですと、やる気がないのではないかと、若い人がお店に立っても売るのがない、商品を並べることができてもそれをお客様に売れない、言葉が出てこないとかそういったことをよく聞きますので、子供の時代から観光力を身に付けて、人に伝えて、物を売るといような日本の昔の良き時代の価値観が足りていないと思っております。旅に行けばお土産を買うとか、記念になる物を買うとか単純なことですが、そういったことが欠けているなと感じております。

これからは教育機関の中でも、宮城県がこれだけ観光に力を入れている、宿泊税もそうですが、稼ぐために新しい新税を導入するというところで理解したいと思っております。宮城県に泊まってもらわないといけませんし、宿泊税が始まって、宿泊者数が減ってしまつては元も子もないですので、泊まっていただくためには魅力を発信していかなくてはならないということと、泊まりに来た方を離さないくらいの人力がないとなかなかデジタル活用とともに、人を育てていかないと観光業は衰退していくのではないかと思っております。研究や実験、検証などは様々なところで行っておりますが、社会に出て宮城の観光を作り上げる力になっているのか不安に思っています。地域の小学校や中学校に出向いて、出張授業ではないですが旅館やホテルのスタッフが、観光の魅力と観光事業者のやっている仕事を伝える場面を増やしております。子供達にとって観光は娯楽の場面ですので、そこで仕事をするというイメージが全くないです。ただ、そういったものを一緒に作り上げていくことによって、人を呼ぶ、自分の家にお客様を呼ぶというような気持ちで、宮城の子供達が育っていくといいのではないかと感じておりますので、稼ぐ力を教育の中に入れていく、ニューゼーランドなどは観光立国として幼少の頃からそういったプログラムを教育の中に入れて、ガイドの育成を行っております。そこで様々な税金も必要だと子供の頃からお金の話をしていますので、日本でもこれからの時代には必要だと思いますし、宮城県にもこれからインバウンドが広がってきていると思います。インバウンドは中央からやっとなら広がってきている状況だと思ひまして、中央とは5年から6年くらいの時間差があります。時間差を感じず

に先手先手を打って、宮城県の学校との連携というのはできるのではないかと感じております。

■青木部会長

事務局からいかがでしょうか。

■観光戦略課 松本担当課長

稼ぐ力ということと、小さい子供の頃からマインドを植え付けていくということはとても重要なことだと思いました。持続可能性ということを考えてときに、しっかりと世代と世代に繋がっていくことができなければ、今の世代だけで終わってしまうといったことのないようにするにはいけないと思っております。基本理念であります「all round」には世代を超えたという意味も含まれておりますので、そういった視点もしっかりと盛り込んでいきたいと思っております。

宿泊税も導入されますので、稼ぐ宮城県の観光を推進していけるように、第6期プランを充実させていきたいと思っております。

■青木部会長

基礎自治体でそういった教育に力を入れているところがありますか。

今朝もテレビでキャッシュレス決済を学校のお祭りに導入したら、生徒達が競い合ってお祭りがとても盛り上がったというものがありました。現金でやり取りするのもいいんですけどキャッシュレスだとすぐに金額が見えるので、どこの出店が1番売れているのか分かるので生徒が盛り上がるようです。面白い教育だなと思いました。どこかの自治体でそういった取組をしてくれるところはないでしょうか。どこかでやってくれると突破口ができて、広がる可能性もありますし、面白い取組になると思っております。

■経済商工観光部 千坂副部長

市町村と話す機会がございまして、観光に関する教育という話をしますと、高橋委員からもありましたが、観光の場がお子さんからすると「もてなされる場」という認識があるようです。青木先生からもありましたが、キャッシュレス決済でしたり、時代の流れに応じた先進的な取組を含めた全体での観光産業の稼ぐ力に興味を持っていただけるような自治体に県として話をさせていただいて、モデルケースから始めて横展開できないか模索していきたいと思っております。

■佐藤委員

佐藤です。御説明ありがとうございました。

BS でクールジャパンという番組がありまして、11月4日に宮城の特集がありましたが、

御覧になった方はいらっしゃいますか。いないでしょうか。私もたまたま見たのですが、番組は外国人の感性をフルに生かして、クールな日本の文化を発掘して魅力を探ろうと言うものでした。宮城県の気仙沼市歌津と白石市、山元町に住んでいる外国人がその街を紹介するという内容で、歌津町は、私も知らなかったのですが、世界最古の魚竜の化石が発掘できるということで、自分達で化石を発掘することができるらしく、アンモナイトなどの化石を自分で発掘できることが信じられないとびっくりしていました。

白石市はお城と鎌先温泉、山元町は津波被害で全滅したいちご農家を再建したということで、全て特色が違っていました。歌津町と山元町に関しては、東日本大震災でどうしようもなくなったから、歌津町の漁師の方が化石に人が集まるように始めたことのように感じましたし、山元町は脱サラした方が育った町のいちごをもう一回再建したいと思ってやったというもので、復興の取組の方向性の中で東日本大震災の記憶ということが記載されていますが、東日本大震災があったということだけではなく、その震災を乗り越えて、今はこういふことを進めていますというストーリーを紹介することが出来ればより興味を持っていただけるのではないかと思います。

外国人の方が、宮城県は食べ物も環境もすごくいいので、もっと知って欲しいとか、京都だとお城を見るのに3時間くらい並ばないといけないのに、白石城に行ったらすぐに上ることができる、甲冑を着る体験もできるのは素晴らしいとか、温泉もジブリ作品に出てくるような鎌先温泉に泊まることができるなど、とても褒めておりました。やはり、まだまだ魅力の発信が足りないなと思いましたし、発信の仕方どこにターゲットを絞るかで変わってくると思うので、どういった方達に来ていただきたいのか、もう少しリサーチをして、それに合わせた発信を行えば、ヒットする可能性が出てくると思いますし、歌津町や山元町にしても仙台からのアクセスが難しいです。交通機関の充実ということで、ここに行きたいということであれば、こういった交通手段がありますなどとリードしていただいて、インバウンドの方が仙台に着いてから、目的地に行くまでがすぐに分かるようなものがあれば、宮城の魅力を感じてもらえるお客様が増えるのではないかと思います。以上です。

■青木部会長

今の委員からの御意見について、事務局からいかがですか。

■観光戦略課 松本担当課長

今、化石の発掘体験という話がありましたが、資料3の冊子の54ページに各圏域の取組の方向性を整理したものの中に、気仙沼圏域がありまして、下のほうに化石の発掘体験のことが載っております。観光の業務をしております私どもも知らない魅力もありますし、何気ないものや普段そこにあるような特別ではないものが、インバウンドの観光客には魅力的に見えるということもありますので、我々も視点を変えながら、ターゲットを絞った発信をしていくことも大切だと考えております。圏域ごとのコンテンツの洗い出しをしております

すので、上手く活用しながら進めていきたいと考えております。また、白石城についても、白石城が片倉小十郎の居住地であったということなどの歴史的な背景がきちんと多言語化でインバウンドに伝わっているのかなど、インバウンドの受入環境が整っているのかなど施設環境や二次交通を含めて県として取り組んでいくべきことだと思っておりますので、しっかり対応していきたいと思っております。

■青木部会長

資料2の2ページを見ていると、宿泊観光客数が戻っているところと戻っていないところがあるようですが、どう理解すればよろしいでしょうか。

石巻圏域が結構伸びているようですが、理由はありますか。ほかの地域は下がっているのが気になります。

■観光戦略課 松本担当課長

2ページの数値目標についてですが、石巻圏域について申し上げますと、石巻は東日本大震災で様々な施設が被災しまして、震災後に体育館や運動場を新しく立て直し、大会を誘致できるようになっております。そういったスポーツの大会がありまして、大会の関係者の方が宿泊をされているということがございます。また、地域の特性になりますが、女川原子力発電所の防潮堤の工事などの工事関係者の宿泊が多く、宿泊数が伸びているという状況にあります。

■青木部会長

そういった理由があるんですね。分かりました。

■佐藤委員

石巻には田代島という猫が多い島があって、外国人の方は皆さんその島に行くと、前回の産業振興審議会で委員の方が言っていました。

■青木部会長

私の部下が猫の写真家で、世界的に活躍していて、Sonyの大賞とかも獲得して有名になった方がいますが、結構猫ってキラコンテンツになりますね。

それに対して、秋保は仙台圏域だと思いますけど、けっこう頑張っていますよね。県民として見てもそうだなと思っています。

私、県内あちこち歩いて、カフェ巡りしているんですけど、仙台圏域はいいんですけど、ほかの圏域は結構厳しいなと感じます。個人的には例えば蔵王は地域が痛んでいるといいですか、仙台から蔵王に行くまでのカフェが全滅しているので、そういうようなことをすごく感じていますし、大崎については大丈夫なのかなと感じます。寄るところも吉野作造記念

館くらいしか思い付かなくて、中新田あたりも前の雰囲気になっていて、岩出山は感覚ミュージアムが出来て、盛り返しているのかなと思いますけど、ミュージアム周りのお店が閉まっていたりして、微妙だなと感じます。角田、丸森あたりもカフェがなくなったり、齋理屋敷のカフェもなくなって、心配しております。観光客が戻るのかと思ってしまいうのですが、地域が一度廃れてしまうと復活させようとしてもなかなか大変ですよ。圏域会議でも把握されていると思うんですけど、そういった話は圏域会議では共有されていないですか。危機感を持っているとかあると思います。秋保地区はいいと思います。ワイナリーがあったり、七ツ森も料理屋さんが入っていて、盛り上がっていると思います。ワンポイントのお店などがあってもそこに行くまでに何もない、目的のお店が閉まっているとどこにも行けないみたいな状態になっていると、出掛けるリスクが高いですよ。大崎市鹿島台のカフェに行こうと思って行くと、目的のカフェに入れなかったりすると1日がそれで終わってしまうみたいなことになってしまいます。そういったことに関して圏域会議などではどう思っているのでしょうか。

■観光戦略課 松本担当課長

大崎圏域の話がありましたので、大崎圏域については、コロナ禍前から7割しか回復していない非常に厳しい状況にあります。コロナ禍の間に廃業した事業者さんもいらっしゃいますし、大崎に限ったことではないのですが、稼働率を上げたくともスタッフの不足、人材不足でなかなか稼働率が上がらないという実状がございます。鳴子温泉地域もコロナ禍でイベントなどができない状況にあり、令和5年度になって、イベントをやろうと思ってもイベントを行う地域の人が集まらないとか人手の問題が一番大きいのかなと感じております。

客室稼働率で言いますと、国で示しているものについては6割弱となっていますので、稼働率を上げることはできると思いますが、人がいないという人手不足の問題があって、お客様を受け入れたくても受け入れられないという話があります。

■青木部会長

そうですね。田代島とかのキラコンテンツとは少し違う問題があるようですね。前に行ったときはあったけど、今行ったらなかったとかそういったことはすごく残念だと思いますので、元に戻すのか、違うことを頑張るのか観光の作戦を立てて欲しいです。角田とか丸森とかの仙南も山元町のいちごとか、ひな祭りとかはあるけど、全体的な雰囲気が良くならないといけないと思いますし、回復と言った時に本当に戻るのかと考えて、トリアージして、全てを全力ではできないので、どこかに注力するなど戦略的に行っていただきたいです。県内にはいいものがあるので、誘導する方法があればいいのではないかと思います。秋保みたいなになればいいなと思います。

■高橋委員

今の秋保になったのは、20年以上前から危機意識を持って、このままでは衰退してしまうという意識から様々なことを立ち上げたということがあります。以前は、宿屋同士のユニットしかなくて、秋保は奥座敷で、泊まる場所というイメージしかなかったのを払拭しなければならぬ、そうしないと50年後、100年後には秋保は残っていないという思いで、地域の魅力を発掘するために地域の人達との距離感を縮めていったというのが始まりです。前は、宿ばかり稼いでいるじゃないかと、地域の人達からとても冷たい目で見られていたというのが秋保の宿屋でした。そこから、それは違います、地域に人が来て泊まっていただいて、街を歩いてお茶を飲んだり、お饅頭買ったりすることで街が盛り上がるんですと理解をしていただいて、お店を1、2時間長くオープンしてもらおうとか、そういったことから歩み寄りを始めて、有名なおはぎだけではダメだから、もっと地域の人達で盛り上げていこうとぎくばらんに話せる関係づくりをしてきました。あとは、地域の小中学校の保護者や先生方にもそれを理解していただいて、生徒が観光地の景観について考えてくれて、洗濯物が干してあったら観光客の方は嫌がるよねとか、観光客の方は歩きますから歩くのはここが危ないとか、街の景観や観光地としても環境をみんなで作っていこうと考えて、関係者の人やバス会社の人と話してみよう、そういうことを20年前からやって、やっとこのような形になってきたということです。外から来る人達が増え、それが今の秋保の力になっていて、元からの住民や私どもだけでは今のような形にはならないので、新しく来た方が家を建てて生活して、そこで商売をしたいという目的地になっていまして、新しく家もどんどん建っていて、若い人が移住してくるような地域になっています。カフェもたくさんあって、カフェ規制したほうがいいのではないかなんて言われるくらいになっております。

■青木部会長

カフェはよく行きますので、少しカフェの話をしてみると、カフェがないと若い人がいかないですね。

■高橋委員

カフェが多い場所ってというのは、居心地がいいですね。空気がいいとか、景色がいいとか長く滞在したいというところで、そういった雰囲気の良いお店があって、そこに入るといふ人が多いと思うのでとてもいい傾向だと思っています。また、歩ける街並みとか、地元の人々の理解があって少しずつ観光地として出来上がってきているので、これからもこれを引き継いでいく人材がやはり必要だと思っています。

■笠間委員

カフェは、企業創業支援を生業としている私から見ると、とても難しい形態なので、かなり精密に事業計画を立てたり、近年ですと豆の販売を行っているところも多いですが、店頭だけではなく、WEB販売を組み合わせないといけないなど精密にやらないといけない

業種です。最近では地域おこし協力隊の方が頑張っていることも多いと思います。逆に言うと、商いとしてしっかりと計画してやれば成り立つので、そういう教育が必要かなと思います。カフェが地域にあると、そこがハブになっているいろんなことができますので、広く全般的に何でもやればというよりは、実は街のツボという概念があります。それが何かというと、やはりカフェであったり、バーであったりとか、そこにツボを作ると英語で言うとアーバンティックションって言ったような建設系まちづくりの用語にあるんですけど、全体的ではなく起点になるようなものを優先的にサポートするというのはあるのかもしれないです。もしかしたらそれが新規かもしれないですし、実は老舗の何かだったりするかもしれないですが、それを見極めてサポートするのはいいのかなと思いました。

別件で質問といいますか、視点として入れたほうがいいと思っておりますのが、インバウンドのことですが、資料2の3ページ目の戦略3になります、観光客の受入環境整備の(5)に交通アクセスの充実ということで、二次交通対策の強化という記載があります。たまたまなんですが、昨日仙台のメディア関係者の方々と仙台在住の外国人の人にどうやって車に乗ってもらうかなど話をしていた時に、ネクスコ東日本が東北エクスプレスウェイパスという通称テップと言っているものがあるんですけど、これが今すごく伸びている状況だそうで、令和4年の時は月に16~30件の申請数だったそうですが、直近ですと200~300件ということで10倍以上に増えているということです。申請するとネクスコ東北管内が4日間で4,000~5,000円で乗り放題になるもので、訪日外国人に限定したプログラムになっています。調べたら北海道では年間で5万、6万の申請、月にしたら数千件の申請があり、訪日外国人の間で今日本車に乗って日本の道を走るといのが一つのブームになりつつあって、これは首都圏や関西圏は難しいですけど、九州とか北関東は訪日外国人の方に積極的にレンタカーを使ってもらおうというような流れになっているということがあります。今回の第6期が令和10年までになっていますので、このレンタカーの問題もありますが、一方で遠方のところまでどんどん外国人の方が行くようになるという現象があると思います。実際に北海道ではそのような観光になっていますので、例えば栗原地域ですか、大崎地域が非常に回復が難しいということで、インバウンドの誘客ということであれば、プランの中にもレンタカーをどうするのかという問題は言及しておいた方がいいと思います。もちろん、安全に運転してもらうための支援を用意するということもありますし、シンプルに行く場所にGoogleのビジネスプロフィールと言って、スポットごとに各言語で説明があるといいですし、車で移動する時にカーナビだけではなく、Googleのマップで移動しますので、それだけでも十分サポートになります。こういったレンタカーに関して、しっかりプランに入れておくべきですし、やはり二次交通の問題というのを解決する一つの方策になると思いますので、入れていただきたいと思います。本文の方を見ても入っていませんでしたので、入れていただいて、東北でそのパスを使っている方は宮城県がスタートということで利用されています。70%が台湾からで仙台空港から来て、帰って行きます。都会で車に乗るのは皆さん怖いので、空港とかちょっと離れたところから乗っていくという傾向

があるようですので、そういったことを考えますと宮城県が起点になるはずですので、しっかり活用すると、遠方のなかなか公共交通機関ではいけないようなところとか、栗原地域の奥地のようなところにも行くようになるのではないかと思います。

もう1つは同じページの戦略4のところ、スポーツツーリズムの推進というのがありまして、これはとてもいいなと思っておりました。9月に仙台89ERSが台湾のフォルモサ・ドリーマーズさんと国際親善試合をされまして、弊社で親善試合の通訳をやりまして、チームの方といろいろ話をさせていただいて、仙台89ERSさんは、スポーツ外交という言葉をよく使われていました。それは海外の方を呼んだり、行ったりして、国際化をどんどん進めていきたいということでした。楽天さんとかベガルタさんはどうですかねと聞いたら、野球とかサッカーは国内の人気もあって、国内だけでやっていけるがバスケットとなると国内の市場が小さいので、海外に出ていくことを考えないと生き残れないみたいなことを話しておりました。なぜ台湾なんですかと聞きましたら、台湾の人気スポーツは野球ではなくて圧倒的にバスケットボールだそうで、その台湾の人達に仙台89ERSのファンにもなってもらって、仙台に来てもらい、スポンサーも国内の企業だけではなく、スターラックスさんのような海外の企業に入ってもらって海外まで進出していくという流れになっています。そうなってくるとプロスポーツの連携というものも、スポーツごとで、温度差がありますので、すでにやる気があって一生懸命やっているようなところを重点的にサポートするのもいいのかなと思いました。仙台89ERSが今スポーツ外交で海外のチームを迎えるということをやっていますが、国際プロトコルが分からないということもあり相当苦労されておられますので、ぜひそういったことをサポートされては良いのかと思いました。以上です。

■青木部会長

レンタカーはそうですね。活用されるといいですね。

■笠間委員

レンタカーはかなり重要だと思いました。テップはだいぶ安いプランですので活用が進んでいくと思います。あと、利用傾向で面白い傾向があったのですが、東北の場合は、地元の外国人の方が家族や友人を呼んで、それでそのパスを活用しているようです。宮城・仙台在住の人はこれは利用できないので、家族が来た時に家族に取得してもらって、実際に運転するのは宮城に住んでいる人がやっているというパターンが結構あるらしいです。これは今後もかなり伸びると思いますし、担当の方は10倍くらいになってもおかしくない話をしていました。実際に北海道はそうなってますし、東北の観光地は運転の環境としては非常にいいと思いますし、冬場が雪で大変かなと思いますけど北海道の方が大変なのに、北海道では冬場でもどんどんレンタカーが借りられている状況なので、東北の冬でも大丈夫です。若干社会問題にもなっている部分もありますけども需要を取り込まないといけないのではないかと感じております。

■ 関委員

秋保の話もありましたが、私のような企画業者としては、場所ではなく、コトの体験コンテンツを作らせていただいていると、浮かんでは消える、その瞬間のような刹那的なもののほうが集客できる感触があります。ですので、持ちだすことができないというか、土地に根付いた資源を保有していて、そこに誘客しなくてはならない人達というのがと事業者の種類としては2種類いると思っています。私は宮城県、仙台に残っている郷土芸能を残す活動をしています、例えば玉虫塗のような伝統工芸もそうですが、その土地でやらなくては意味がないということもあります。資源の磨き上げをする際に、実はその方達が悩んでいるのが、その伝統とか、その認定が土地と根付いたストーリーがあるものですので、離れてしまうと意味がなくなってしまう。郷土芸能の人達が都会のステージで踊るとショーとしては成り立つのですが、そこで踊る意味はないですね。海外の人からみたらただのダンシングショーにみたいになりかねないわけです。その土地で、その場所で、その季節に、という意味がある。例えば八戸の『えんぶり』ですが、寒い時期に雪を踏みしめながら、かっこいい衣装の人達が街を練り歩くのを見るために外国人が来ます。土地に根付いた理由があって、持ち出しではいけない文化が宮城県にも残っていると思っています。この前、仙台市北部の子どもが演舞を行う郷土芸能団体の会長さんと話をした際に、子ども達は国際感覚が身につけているから、いつかは海外公演に行ってみたいと言うそうです。でも、何十人という父母も連れて、装束を持って飛行機に乗って海外へいくということが現実的ではないので、自分達が日常的にやっていることを海外から注目を受けて、その場に本気の踊りを見に来ていただくことの方が、彼らの文化を継承していく自尊心を育てる上では大事なことだったりするそうです。ですので、総じて行き来するという往来の必要性だったり意味合いというのをきちんと考えたレイヤーみたいなものを、この基本理念の「all round」の方向性検討の段階にはあるべきかなと思っています。その土地を離れてはいけない人達と現地で会う流れと、一方でその土地に根付いているコンテンツを、あえて、仙台市の中心部であるとか、外国人が享受しやすい場所に、セレクトショップのような一時的にサーカスのように持って行っていくという2つの流れがおそらくレイヤーとしてあると思います。切り方として「all round」にはその2パターンについても考え方として重要だと思いますし、全部が全部観光客ご自身がその土地に行って楽しんでくださいと言うと、移動距離が長くなって1つの体験ともう1つの体験の間に移動時間が何時間もかかると大変なので、あるコンテンツは集約して疑似体験を中心地とするけれども、ツアーの中にオプションとして現地に行って実体験して泊まってもらいたい、身体的な移動と享受できるプログラム設計が上手くできないと点在させたり、磨き上げてもそれをお客様が大変な思いをして体験すると負担になってしまいますから、全部が「そこに行こう！」ではなく、土地で経験することとそうではないことを作らないと厳しいのかと思います。

郷土芸能の人と外国人旅行客の共通点って荷物が多いことなんですよ。装束ですとす

ごく大きくなりますし、ちょっとしたことで割れたり、壊れたりしてしまいます。

そういったこと考えると移動のメリットとデメリットがあるので、そこを上手くストーリーと組み合わせられるといいのかなと思いました。

■青木部会長

ありがとうございます。

カフェもそうなんですよね。大崎市の鹿島台のあるカフェに行こうとしても大変なんですよ。秋保のカフェだと閉まっても別のお店があるからいいんだけど、鹿島台だとお店が開いていないと、道の駅とかしかないので、その日の予定が台無しになってしまうなんてことがあります。点だけあってもしょうがないので、そういったことを考えるとプログラムは非常に大事なテーマになると思います。

■経済商工観光部 千坂副部長

ありがとうございます。

我々としては、やはりできればその土地に行っていただいて、長期滞在していただきたいという思いがあります。そういった思いが先走ってしまったなと感じるところも御指摘いただいてありました。観光客の方の立場から見たとき、どちらが行きやすいのか、体験しやすいのかという視点を盛り込みながら考えさせていただきたいと思います。

■青木部会長

若干、無理がありそうな箇所がありますから、少し考えてみてください。

あと、小中学校での教育については、秋保地区ではできそうですよね。稼ぐ力を付けるということもポイントになると思います。

■経済商工観光部 千坂副部長

地域の皆さんの理解が進んでいるところの方が取り組みやすいと思いますので、相談させていただきます。

■青木部会長

ほかにはないでしょうか。

あとは、なくなりそうなイベントってたくさんあると思います。例えば、東北大学の国際祭りも今はやっていなくて、そういったイベントから人を引っ張ってこれましたが今はないですよね。仙台はイベントがたくさんあるからいいですけど、他の地域ですと1つのイベントがなくなってしまうと地域全体が廃れてしまうということがありますから、危機感を持って、緊急事態宣言を出すくらいの勢いを持って誘客を行わないと戻らないと思います。

ほかには何かありますでしょうか。よろしいでしょうか。では何かあれば事務局にメール

などで意見を送っていただきたいと思います。

■富県宮城推進室 太田副参事

青木部会長、ありがとうございました。

それでは、次第の「その他」でございます。事務局からは特にございませんが、全体を通して皆様から何かございますでしょうか。特にないようですので、以上をもちまして第15回宮城県産業振興審議会商工業部会を閉会とさせていただきます。

なお、次回の全体会につきましては11月20日に開催予定ですのでよろしくお願いいたします。本日はありがとうございました。