

みやぎ観光振興会議全体会議及び圏域会議における意見等について

【第6期みやぎ観光戦略プラン関係】

1 みやぎ観光振興会議（全体会議）

【令和6年度】

第1回全体会議（令和6年8月5日） . . . 1ページ

2 みやぎ観光振興会議（圏域会議）

【令和6年度】

（1）仙南圏域会議

（1-1） 第1回仙南圏域会議（令和6年8月1日） . . . 4ページ

（2）仙台圏域会議

（2-1） 第1回仙台圏域会議（令和6年7月30日） . . . 6ページ

（3）大崎圏域会議

（3-1） 第1回大崎圏域会議（令和6年8月1日） . . . 7ページ

（4）栗原圏域会議

（4-1） 第1回栗原圏域会議（令和6年8月1日） . . . 9ページ

（5）登米圏域会議

（5-1） 第1回登米圏域会議（令和6年7月31日） . . . 10ページ

（6）石巻圏域会議

（6-1） 第1回石巻圏域会議（令和6年7月29日） . . . 11ページ

（7）気仙沼・本吉会議

（7-1） 第1回気仙沼・本吉圏域会議（令和6年7月26日） . . . 12ページ

1 みやぎ観光振興会議（全体会議）

（1）第1回全体会議

【日時】令和6年8月5日（月）13時30分から15時30分まで

【場所】宮城県行政庁舎4階 特別会議室

【委員からの主な意見】

（1）本県の観光の現状・課題に対する認識

- みやぎの観光の弱点は、滞在型に耐え得るコンテンツが少ないこと。各圏域と意見交換しながら、長時間滞在を促す、あるいは高付加価値で海外にも通用するようなコンテンツを造成し、商品化につなげていくことが重要。
- 宮城の宿泊観光客の回復が遅いとあったが、東北は他の地方と比較しても回復が遅れている。
- 各圏域の回復には非常に濃淡があり、数値が戻ったとしても昔のやり方で戻るということはない。良いも悪いも含めて現状を認め、昨年を百として捉え、今後どういう進化をさせるかという発想に変えるべき。コロナ前と比較しないことがとても大切。
- 一番危惧しているのは、海外アウトバウンドに加えてロングの国内需要も良くなく、マイクロツーリズムが根付いてしまったこと。インバウンドの影響で観光地の宿泊費がかなり値上がりしており、旅行まで消費が回らないことも一因かと考えている。

（2）本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト

- 現在、どこでも地域間競争、エリア間競争となっている。財源の確保について、宿泊税も含め検討し、東北全体のインバウンドの伸びを牽引している宮城県が、ますます東北全体を牽引し、ゲートウェイの役割を果たしていくべき。
- 国内需要をどう喚起するか。インバウンドがいくら多くなっても、割合的にはまだまだ国内の比率が高い。関東圏からのバスツアーがドライバー不足で減っている中で、東北域内もしくは首都圏を中心としながら、1泊でも多く、滞在してもらおう仕組みに視点を置くことも極めて重要。
- 第5期の課題の1つの宮城の宿泊、連泊の増加について、ヘビーリピーターの多い香港との路線が、東北は空白地帯になっているため路線誘致が必要。加えて、宿泊施設の高付加価値化、通訳ガイドの育成確保、宮城の魅力の情報発信、戦略的な観光プロモーションにも取り組む必要がある。
- 観光素材がしっかりして、くつろげるような宿があれば、バスがなくとも現地にたどり着くのが今の一つの旅行スタイルであり、しっかりした素材があれば、自然発生的に二次交通が生まれるはずであるため、二次交通にさほどこだわらない方がいい。
- 東北の場合は、基本的に関東から入国して新幹線で上がってくるケースが多い。直行便で直接来ていただければ、観光の一つの起爆剤となるため、直行便を一つでも多く用意していただきたい。
- 外国人の方が広域で利用しやすくアクセスや分かりやすい案内の仕組みを、空港も含めて拡充したほうがよい。
- 若い世代の利用者が大都市圏に集中している。東北も魅力はたくさんあるため、若い層へのアプローチに取り組んでいくべき。
- 宿泊してもらうにはナイトタイムコンテンツの充実に力を入れるべきである。

- インバウンドは回復しているが、アジア系が多い。観光消費額が高く、滞在期間の長い欧米系の集客に力を入れたほうが良い。来年開催される大阪万博において、世界中から訪れる訪日客を東北に誘導する取り組みが必要となるので、連携していきたい。
- 若者が旅行に行かないことも含め総数が減り、交流人口獲得が、地域間でのゼロサム競争となっている。第6期プランでは、メリハリつけて競争で勝てる部分を作るべき。県内隅々まで観光客が訪れるのを目指すのはいいが、とりわけ東北のインバウンドにおいては宮城県、特にまずは仙台に来てもらわないと、そこから広がらない。
- 第6期プラン骨子案に、高付加価値、高単価、稼ぐ力が出てくるが、安かろうでは宮城県、そして東北の観光は回復しない。東京・大阪・京都の三大都市圏から東に目を向かせるには、高付加価値化が重要になる。
- ロケ誘致をした場合、その映画を見た人がその土地を訪れることがまさにイマーシブ（没入感）である。このような国籍を問わない高単価、高付加価値のコンテンツを作っていくべきである。
- 訪日教育旅行では、ターゲットの国に県内の高校生、中学生が修学旅行や研修旅行で行き、その代わりに来てもらうという双方向での交流が必要。
- 県全域を考えた場合、キーコンテンツとなる観光資源が重要な反面、今の観光客の行先は限定されてしまっている。
- 宮城県は、陳腐化した観光資源をいまだに引きずっている。昭和40年代ごろから本質的に変わっていないため、宮城県の観光は魅力がないと、ゼロベースで進めていかなければ、抜本的な対策が取れない。
- 宮城県の観光で最重要なのは、インバウンドの増加。去年の資料では、宮城県内の宿泊者に占めるインバウンド比率は、5.46%。これに満足しているのか、考える必要がある。
- ゲートウェイ機能の強化もあるが、やはりインバウンドが増えても宿泊がなければ意味がない。宿泊費用が、旅行の消費金額総額の4割を占めるため、宮城に泊まる方向性を作る必要がある。
- 担い手不足により100%の稼働ができていない部分があるため、ロボットの活用などDXの推進を施策に含めるべき。
- 国内外との交流でいうと、海外の商談会に事業者の方が参加する仕組みを作り、どういった方が訪れるのか知る機会を作ることが重要。
- 日本は観光客のリピーターが多いため、同じ観光地でも日本のはっきりとした四季の魅力を生かして宣伝していくべき。違う時間帯を楽しむ戦略を開発する。
- 海外では、日本のスノーアクティビティの価値を見出している人が多いが、宮城の蔵王は知名度が低い。新規のコンテンツ創出は時間を要するため、長期的には見据えつつも、短期中期に関しては既存のアセットの磨き上げとその認知度向上に力を入れるべき。
- 若者の旅行需要が減少しているとあるが、ライブ目的であれば福岡や札幌に出かけている。この移動をどのように捉えて、観光経済の中に引き込んでいくかが重要。
- 若者はスマホで旅行しているため、スマホがどこでも使える、情報収集ができるような整備をすることが必要。
- 東北一体となった広域周遊の促進に関して、万博やウェブサイトも大事であるが、空港や駅など東北の交通インフラをきちんとつなげ、周遊を可能にした上で、宮城県の強みを出していくべきである。

(3) 数値目標の設定方針

- 単価アップを狙った消費目標が設定されているが、限りある資源を考えると、高付加価値戦略に活路を生み出すしかないと考えている。
- 数値目標に関して賛成だが、戦略4はもう少し中間的な指標で目標設定が可能ではないか。例えば、宮城に対しての観光意欲度や交流度を設定する。特にプロモーションに関しては、今後行う施策の良し悪しを比較すべき。

2 みやぎ観光振興会議（圏域会議）

（１－１）第１回仙南圏域会議

【日時】令和6年8月1日（木）10時から正午まで

【場所】大河原合同庁舎4階 大会議室

【委員からの主な意見】

（１）本県の観光の現状・課題に対する認識

- 第5期みやぎ観光戦略プランの現状と課題②に関し、「圏域会議」であるので、圏域の現状と課題の資料は、圏域単位で示してほしい。外国人観光客宿泊者数など、仙台圏の伸びが地方を飲み込んでしまう。宮城県全体で伸びたといっても、実は仙台圏域の伸びだった、という事が見えてこないのので、圏域単位の分析が必要
- 東北観光推進機構が構築した東北観光DMPを活用するなど、仙南圏域の施策について、データを元に戦略的に考えることが重要。
- 特にGW以降、お得に旅をしたいという動きが顕著。宿泊値引きクーポンがあると一斉に売れ、若年層だけではなく、幅広い年齢層がクーポンに反応している。クーポンがあると売れるが、単価が下がってしまうと元も子もない。宿泊者数が減ったとしても単価が上がれば利益は出せる。高いお金を払っても行きたいと思われるレベルにもっていくという考え方にシフトしなければならないと考えている。
- 旅行の前提条件が変わっている。以前は旅行に行こう、宴会に行こう、というだけで人が集まっていたが、コロナ禍以降は、自分たちらしい旅、自分たちに都合よくカスタマイズできると、料金が高くても選ばれる。ファスティング（断食）、スリーピングツーリズムなど、旅行の目的が多様化している。宿泊業としては、旅行者のニーズ全てを取り入れなくても、自分たちの強みと合致するものがないかを考えなければならない。
- 仙南の最近の動向として、蔵王遠刈田地区の貸別荘に年間4万人が訪れる。欧米と台湾のおそらく富裕層。成田空港からレンタカーを借りて訪れる人もいる。地域で食事をとり、商店街で買い物をし、周遊する。そういった動きがここ数年で伸びている。豊かな自然や食を魅力に感じる、オーバーツーリズムを嫌う方々が来ていると思われる。欧米の方は歩くことを好むことから、わらじで歩こう七ヶ宿など、伝統的なイベントが富裕層には好まれるのではないかと。
- インバウンドが増加といっても、仙台方面に宿泊して、日帰りでキツネ村に観光、圏域の温泉街は素通りされる状況である。宿としては、コロナ禍以降、必要なもの不要なものを選別し、サービスのやり方が変わってきている。人の使い方を考えながら、人材不足に対策している。他地域に旅行した際、薬草の産地、薬草を使った料理や乾燥させた薬草をお風呂に入れて、薬膳としての効果を謳っていた。今まで、ヨモギやドクダミは草刈りが大変と思っていたが、見方を変えれば価値があるのだと思う。
- コロナ禍では、キャンプはブームであったが、以降はキャンプ場の利用が昨年度より10%減となった。長老湖 SUP 体験を企画し、割引があるとお客さんが殺到する。SUP 等の体験コンテンツにより、七ヶ宿町での滞在時間が延びることで、町内での食事、入浴など周遊の機会が増える。

(2) 本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト

- 外国人の観光の在り方は、観光は観光として松島や蔵王を日帰りを見て、宿泊は仙台のホテル、飲食も仙台という形が大半を占めている。宿泊客が仙台圏域以外に流れるような施策をお願いしたい。
- 日帰り観光、短期滞在が多いのは、高いお金を払ってまで行きたいと思う場所、食べたいもの、見たいものが少ないことに尽きるのではないかと。半日や一日で回り切れないほど魅力的な場所が多ければ、宿泊して滞在する。プロモーションもよいが、魅力的な場所を地道に増やしていくことが、やれることではないか。
- 新たな事業を始めてみたい、やる気のある事業者を育てる投資が必要
- 修学旅行等教育旅行の受入れや連携相手として、台湾を視察する機会があり、台北は楽しいコンテンツが多く、また、台湾の各地域に独特の文化があり、魅力的であると感じた。台湾の学校の教育旅行を受け入れる場合、仙南圏域にも甲冑体験など、外国人にも魅力的な体験があるが、台湾の高校生等にとって効果的な学習体験ができること、20~30 人程度の人数が体験できるところがポイントになる。
- 圏域を訪れる観光客は、色々周遊したいと考えている。各市町、団体の事業、計画見ると、お客さんと呼べる施設や事業が多いが、単発である。もう少し、連携できる施策を仙南独自でできれば、集客も増加し、お客さんにとって面白味のある周遊になると思う。
- 周遊促進に向けた交通手段の確保について、青根温泉の奥の方は交通手段が少ないので、県外の方はレンタカーを使われるが、新幹線代とレンタカー代の負担が大きい。借りる時間が長ければ長いほど割引額が大きくなるレンタカーのキャンペーンがあれば、宮城県に少しでも長く留まる気持ちになるのではないかと。
- 行政のものと民間のもの、プレミアムなもの、リーズナブルなもの、ミディアムなものをしっかり分けて戦略する必要がある。
- 人材不足対策について今回の資料（P6「5 観光戦略プロジェクトに基づく県施策イメージ」）戦略 2 施策 2-1 では「2 人材マッチング、定着支援」となっているが、デジタル化はどうなったか。お金の投資が発生するところはあるが、やらざるを得ない、やっていかないと回らないというところが、いつの間にか消えていると思った。ぜひデジタル化にも取り組んでほしい。
- 最近の観光客のバス利用について、仙台 MaaS や東北 MaaS のアプリを使って、出発前から計画を立て、船、飛行機、電車、バスのチケットを MaaS で予約・決済し、観光地に向かっている。弊社の西部ライナーでは、MaaS の利用が以前は 1% に満たない程度であったが、最近では 10% 程度まで上昇しており、旅行者が利便性を感じているのではないかと。各コンテンツをつないで県南圏域を結ぶ、レンタカー等を含めた連携 MaaS づくりやデジタル化は、お客さんにも事業者にもメリットが大きいと考える。

(2-1) 第1回仙台圏域会議

【日時】令和6年7月30日(火) 14時から15時45分まで

【場所】フォレスト仙台2階 第1・2会議室

【委員からの主な意見】

(1) 本県の観光の現状・課題に対する認識

- 仙台や松島に来た観光客を圏域内でどのように周遊させるか検討が必要である。
- 教育旅行については、コロナ禍以降、毎年増えてきており、改めてターゲットとするのも重要である。首都圏や関西圏の宿泊料金が高騰しているため、地方にとっては追い風になっている可能性がある。

(2) 本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト

- 県の観光戦略プラン、特に中長期的な施策の検討には、若者の新しい視点・意見を反映させることにより他県との差別化も図れるのではないかと。
- ストーリー性やテーマ性を生かした地域間の有機的な連携や地域資源を活用した観光コンテンツの創出が重要ではないかと。また、観光コンテンツ作りにはターゲットを絞ることも重要である。
- 教育旅行の誘致促進は、将来に向けた種まきとなり、若い頃の思い出が将来的に再訪に繋がる可能性があるため重要である。
- 若い世代に対して、地域の持続可能性や地球環境に配慮した観光を推進することが重要であるとともに、宮城県が選ばれるためには、地方が持っている持続可能な観光コンテンツを強調し、国内外の観光客にアピールすべきである。
- 宿泊振興施策だけではなく、日帰り観光を促進し、仙台の宿泊者が仙台圏域や他の地域に広がるような施策が必要である。また、施策としては、観光客が地域にいかにお金を落とすかということを考えていかなければいけないのではないかと。
- いずれ旅行が個人型に進んでいくことを踏まえ、各市町村が住民用に運行しているバス等を活用し、観光客も利用できるような観光コース作り等も必要なのではないかと。
- 宿泊税については、東日本大震災やコロナ禍の回復途上にある宿泊業界に追加の負担がかかることから反対である。

(3) 数値目標の設定方針

- 宿泊者数の回復状況については、仙台圏域内でも市町村間で差が大きいと思うので、分析が必要ではないかと。

(3-1) 第1回大崎圏域会議

【日時】令和6年8月1日(木) 14時から15時50分まで

【場所】グランド平成 2階 孔雀の間

【委員からの主な意見】

(1) 本県の観光の現状・課題に対する認識

- 大崎の魅力は宿泊客の回復状況等を見ても、本当の意味で魅力的な地域になりきれていない。隣県も含め他の地域の観光資源とも絡めながら、大崎圏域の中の振興を図っていければ良いのではないかと。
- 大崎圏域は、古川駅から先の交通手段が少なく周遊するための手段がない。例えば大崎MaaSといった一体型の予約システムを構築し、大崎の食や文化を体験できるものを、交通手段から周遊、宿泊まで一体型で予約できるようなMaaSの構築を考えても良い。東北に来る外国のお客様は本当に少ないので、それをターゲットにしていかないと伸びを見込めない。
- 外国人を含む観光客は、家族旅行は別にしても、できればシングルルームに泊まりたいというような要望が強く、大崎圏域で宿泊の数字を伸ばすのは、かなり厳しいのが現状。
- 各市町村で何ができるのか含め滞在型のイベントアクティビティも考え、誘致していくように努力すれば、もう少し変わってくるのではないかと。

(2) 本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト

- もっと踏み込んでグリーンMICEというキーワードを戦略の中に入れ込んだ方がいいのではないかと。また、本体の宮城県のDMOをこういう戦略の中で、書き込んでおいた方がいいように感じた。
- 例えば、サイクルツーリズムやヘルスツーリズムといったトレンドや最近の環境をどう捉えるかなどが、戦略の前に見えれば、より具体的な政策につながっていくのではないかと。
- 例えば、健康長寿宮城というテーマで宮城に来てもらおうといった、いろいろな切り口もあるのではないかと感じる。
- これまでの延長線上では多分変わらないので、海外の方をターゲットにするのが非常に重要になってくる。限定的な効果となりがちなSNSなどでは、発信方法も工夫が必要。
- 二次交通がすごく大切で、二次交通が充実すると、ローカル線や新幹線も生きてくるので、二次交通の重要性を入れていただきたい。
- シングルルームに関する課題として、事業者には設備投資が簡単にはできないので、政策で金融関係の援助も入れていただければと思う。
- 観光地づくりに向けた推進体制の充実がもう少しあってもいい。この推進体制が非常に重要。
- 伝統文化を守る意味でも、大崎圏域はやはり鳴子温泉の再生をお願いしたい。

(3) 数値目標の設定方針

○大崎圏域の目標数値について、鳴子温泉は宮城県の宿泊の方が6割来ているというような状況で、回復の状況も約7割程度というような状況の中で、大崎圏域は広く、各地域によって、どのような県内や県外のお客さんが来ているのか、しっかり調査したうえで数値を設定していければと思う。

(4-1) 第1回栗原圏域会議

【日時】令和6年8月1日(木) 14時から16時まで

【場所】栗原合同庁舎3階第一会議室

【委員からの主な意見】

(1) 本県の観光の現状・課題に対する認識

- 県内観光客の大半は日帰りであるという現状はそのとおりであり、宿泊し、長期滞在してもらえよう取組が必要である。
- インバウンドに対して「宮城県」が認知されていないのが課題である。
- インバウンドへのプロモーションが不足しており、情報発信が重要である。

(2) 本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト

- 栗駒山は秋の紅葉が注目されているが、登山の需要は年間を通じてあり、そうした需要をとらえて、長期滞在してもらえよう取組を進めてはどうか。登山客を案内できるガイドの育成も重要。
- 八幡平では、「みちのくアドベンチャーラリー」という、普段は走れない道も含めてオートバイで走ることができるイベントが人気。こうした「普通はできない、ここでしかできない経験」を提供できると良い。
- 広域連携も重要であり、世界遺産の平泉や仙台などを訪れた観光客に栗原を訪れてもらうような仕掛けづくりが必要である。また、DMOと連携し、戦略的に取り組むことができれば良い。
- 海外向けに販売する日本酒の瓶のラベル等を活用して「宮城県」や「栗原」をPRしてはどうか。
- インクルーシブツーリズムの推進について、ベジタリアンやハラールなど「食」の対応強化や宿泊施設の整備などを含め、県の取組として方向性を出すことができれば良い。

(3) 数値目標の設定方針

- 「宿泊観光客数」について、現在はビジネス目的の宿泊も含め計上されているが、観光、ビジネス等の宿泊目的を把握する必要がある。
- 宿泊観光客数について、コロナの影響がでる以前の令和元年水準までの回復率に触れているが、客室数等の圏域の状況もコロナ前と変わってきており、令和元年を基準とすることにあまり意味はなく、重要度は高くはないのではないか。
- 数値目標に新たに観光消費額単価を追加することは重要である。

(5-1) 第1回登米圏域会議

【日時】 令和6年7月31日(水) 10時から正午まで

【場所】 宮城県登米合同庁舎 501会議室

【委員からの主な意見】

(1) 本県の観光の現状・課題に対する認識

- 登米圏域に限らないが、地方においては二次交通の対策が全体的に遅れていると感じる。
また、仙台からそれ以外の圏域へ、人の流れを作る仕組みが弱いと感じる。
- 施設ごとのWi-Fi整備は行っているが、施設を出てしまうと接続できなくなってしまう状況があるので、インバウンド対応策としても、行政による地域のWi-Fi整備の加速が必要。
- インバウンドについては、欧米の観光客は、既にゴールデンルートで日本を知り尽くしており、あまり混んでいない地域での地元の人々との交流、暮らしぶりを体験できるような内容に対する需要が増えている様子が見られる。
- 来年は伊豆沼・内沼がラムサール条約に指定されてから40年を迎えることもあり、関連する方々と連携しながら情報発信し、誘客に繋げていきたい。

(2) 本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト

- インバウンドについて、現状ではなかなかお金を落としてくれるような観光がされていない印象があり、もう少し単価の高いお客様がいるような国の便を仙台空港に誘致するなど、工夫が必要。
- 海外からの教育旅行は、登米圏域との親和性が非常に高いと考えている。宿泊施設の問題はあるが、ホテル旅館、民泊の皆さんと連携していけば、非常に良いコンテンツができると考えている。
- 第6期みやぎ観光戦略プランの骨子案において、基本理念が『地域が主役となる持続可能な観光地域づくり』というところは、地域に目を向けていただけたということでも良かった。
- 骨子案中、戦略4の『国内外との交流拡大の促進』については、こちらにはぜひ力を入れていただき、登米圏域にもお客様を呼び込むきっかけ作りの支援をお願いしたい。

(3) 数値目標の設定方針

- 骨子案中、観光消費額の単価の追加を検討される点について、賛同する。消費額の計算方法についても難しいところがあるが、適宜アドバイスいただければ、データ蓄積が可能と考える。

(6-1) 第1回石巻圏域会議

【日時】 令和6年7月29日(月) 13時30分から15時まで

【場所】 石巻合同庁舎201・202会議室

【委員からの主な意見】

(1) 本県の観光の現状・課題に対する認識

- 観光客入込数や宿泊観光客数については、コロナ禍の状況や一時的な要因、特別なイベント開催など、様々な事情が関係しているため、検証が必要である。
- 観光客入込数や宿泊観光客数は増加傾向にあるが、観光関連産業への経済効果は感じられない。
- 第5期プランの成果をきちんと検証し、評価する必要がある。
- コロナ禍における石巻圏域の宿泊施設は、工事関係者などの宿泊により、他圏域と比べて落ち込みが緩やかだったところに、5類移行後の一般観光客が加わり、伸び率が他圏域よりも高い結果となったのではないかと。
- 石巻圏域の宿泊観光客数が増加した要因は、工事関係者の宿泊ほか、スポーツ関係の全国大会や大規模イベント開催等の一時的なものが影響していると考えられ、詳しく分析する必要がある。また、一時的な要因がなくなった後の宿泊客数の維持や、更なる取り込みが課題である。
- 観光客入込数や宿泊観光客数は伸びているが、観光関連産業への経済効果は感じられない。タクシー業界は、コロナ前の8～9割ほどしか売り上げが戻っていない状況。

(2) 本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト

- AI等の最新技術の積極的な利活用によるDXの推進を図るべき。そのための実業における活用について学べる機会やイメージーションを持てる機会が必要である。
- インバウンドは、ターゲティングを明確にして、プロモーションの物量をもっと増やす必要がある。
- オルレ等のネイチャー系の旅行者の消費単価を上げる取組が必要である。
- 「主な施策イメージ」には「新規」が多く、期待が持てる。
- 既存コンテンツの磨き上げや、新たなコンテンツの創出などによるリピーター獲得や、周遊コースの造成などによる滞在時間を伸ばす取組が重要である。
- まんがやアート、被災地としての復興アジェンダなど、ストーリー性やテーマ性を重視した「石巻ならではの」観光コンテンツづくりに向け、磨き上げが必要である。
- 新しい道の駅の開業やサン・ファン館のリニューアルオープンは今年の大きな動きだが、既存施設を含め、各施設を観光振興にどのように生かしていくのかの議論をしっかりとすべきである。

(3) 数値目標の設定方針

- 観光客入込数や宿泊観光客数等だけではなく、プランに基づく事業の成果を直接的に評価できるような数値目標の設定が必要なのではないかと。
- 圏域毎の宿泊観光客の目標設定にあたっては、宿泊施設数や定員数等から、「伸びしろ」を見極める必要がある。

(7-1) 第1回気仙沼・本吉圏域会議

【日時】令和6年7月26日(金) 13時30分から15時20分まで

【場所】気仙沼合同庁舎1階 大会議室

【委員からの主な意見】

(1) 本県の観光の現状・課題に対する認識

- 三陸道が完成し、気仙沼・本吉圏域はほとんど日帰りとなっている。滞在時間を長くする、宿泊させるため、宿泊施設と組んで事業を進めるなどの取組が必要。
- 今後、財源が限られてくる中で、課題解決に直結するような事業の優先順位を上げて、施策の柱にしていく必要がある。
- 教育旅行は宮城県だけに来るのではなくて、周りを經由して入ってくる場所が多く、町だけの誘致では力不足。今は、誘致合戦になっており、今ある素材とターゲットをうまく絞りながら、県と連動して誘致を一緒にできれば、まだまだ伸びしろはある。
- 気仙沼では夜のタクシーが激減しており、宿泊者がタクシーを手配することが難しくなっている。お客さんを移動させることは大事だが、夜、外出することが難しくなっている現状。
- 団体旅行は戻らない。企業も団体で旅行するのは、少ないのではないか。
- 5月ぐらいまでは毎日インバウンド客が来ているという実感があったが、6月以降、観光客が少なくなると同時になくなった。我々も原因を深掘りするとか、外国人にアンケートをとるなど、予算をかけなくてもできることがあるのではないかと思う。

(2) 本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト

- 教育旅行を一つの柱とするならば、大人を対象とした企業研修も進めるべき。震災のあった我々の地域では、コンテンツが揃っており、飲食を含めて消費も期待できる。
- 観光客の多くは食事が目当て。食に関するコンテンツや、取り組みが弱い。食、特にガストロノミーツーリズムが非常に有効。
- 宿泊施設等の改修には投資が必要なので、宿泊事業者が投資をどのような形で行っていくのか示すほか、収益性も含め、再投資できる環境づくりも進めていくべき。また、観光産業への投資について、外資等、県内外問わず今まで観光産業に携わっていなかった事業者へも促していくべき。
- 人手不足はどの産業も同じ。需要が増えれば、それに伴って観光関連事業の人手も不足する。デジタル化はもちろん、観光産業あらゆる部分で外国人の雇用を進めるべき。
- スポーツ大会の誘致が有効。大会を開催すれば、事前の現地視察や、家族やコーチ、応援団、役員、スタッフ等の宿泊も見込める。
- イベントは集客には非常に大きい効果がある。イベントをどう継続していくか、そういうイベントが立ち上がった場合、イベントをどう誘致するのか、支援していくのが重要。
- 多くの人に来てもらうことも重要だが、来た方の消費額をどう上げていくかがポイント。

(3) 数値目標の設定方針

- 宮城県全体が東北で一番の観光立県になる場合は、これから3年ぐらいの数値目標が出てくると思うので、ぜひ示していただきたい。