

第1回みやぎ観光振興会議仙南圏域会議 委員発言要旨

◆小野委員

- ・「資料7」はまさにこのとおり。コロナ禍で一番大事なのは安全・安心・健康の情報発信。
- ・これまで点在する観光資源がウィークポイントであったが、発想を転換して密にならないという発信方法は良い発想。
- ・MaaSに関連付け、どの地域にどのくらい人がいるのか、どうすれば密にならないで行くことができるのかという情報の共有化・ネットワーク化が重要。
- ・Go to キャンペーンや6県DCでも、情報共有が大事。
- ・JRの安全安心への取組としては、新幹線のeチケットサービスがある。駅に行かずともスマホで新幹線の指定席の予約ができる。会社としても密にならないような席の売り方が可能。自宅でチケットを取得し、タッチ&ゴーでシームレスに利用できる。
- ・駅の役割としては、仙南のいつどこで何をやっているのか情報を発信できる場としてご活用いただけるような取組をしていきたい。

◆一條委員

- ・4月は休館し、雇用調整助成金を活用したが、額が大きくないので5月11日から営業再開。大型旅館はまだ休館しているところもある。
- ・感染症対策をした上で営業している旨をSNSや宮城・山形・福島3県の顧客へのはがきによる案内でPRし、ようやくお客様が来てくれつつある。
- ・県の取組(案)のステッカー表示については、全国どこでも感染症対策はやっているのだから、宮城県としての具体的な取組みを情報発信すべき。例えば、携帯型消毒スプレーの配布など。
- ・当館では対策について、写真をとって具体的に示して発信している。
客から感染症対策をしているなら分かりやすく明示して発信した方が良いと言われ、やっている。当館では、客室へのオゾン発生器の活用、浴室の掃除回数の増加、個室での食事などにより、安心して御利用いただいている。

◆伊藤委員

- ・これまで積み上げて来たものが、今年の台風、コロナによりこんなにも簡単に崩れてしまうのかと感じる半年だった。本来来ていただくはずの海外からのお客様をまったく受け入れられず。
- ・SDGsは、17項目あり結構当てはまる項目も多い。世界的な指標なので、こういう時期だからこそしっかり準備していくことが重要。

◆今井委員

- ・道の駅は外出自粛で時短営業。4～5月で一年の1/3稼ぐつもりができず厳しい。
- ・従業員の手袋やお客様のアルコール消毒など、安全安心対策にはコストがかかる。対策にかかったコストへの支援制度があると良い。
- ・自粛が始まった頃、沖縄や神奈川などで「今はうちの県に来ないでくれ」というメッセージが強烈すぎて、観光マインドが下がり、移動制限解除になってもなかなか回復しない。トップが

ら逆の強いメッセージが必要。

- ・星野リゾートが提唱しているマイクロツーリズムだが、まずは県内、東北圏内での域内観光を流通させていくのが最初。その具体的な方法手法としては次のとおり。
- ・自粛ムードの今必要なものは、観光資源それぞれのブラッシュアップ。旅館であれば、お風呂、景観、おもてなし、ホームページやパンフレットなど情報発信方法、体験、料理の見直しなど。
- ・健康・スポーツ周遊（スポーツツーリズム）の推進という点で、道の駅にウォーキングステーションを開設。ある会社から会社のレクレーションとして取り組みたいとの話があり、周遊という点で波及効果に期待。

◆大宮委員。

- ・当社ではコロナ対策として、乗り合いバス（川崎—秋保—仙台）は、出発前に車内、手すり等殺菌消毒し、窓を5cm開けて運行。これらの対策をHPに掲載。
- ・観光バスは動いていないが、空調関係が優れており、5分位で空気入れ替え可能。3密に関する対策はある程度できている。
- ・みやぎ蔵王のブランド力は弱く、全国、海外では山形蔵王のイメージが強い。
- ・みやぎ蔵王ブランドとして他地域との差別化を検討していく必要。
- ・仙南の観光資源それぞれをうまく連携していく必要。さらにバス、タクシー、レンタカー等の交通手段をうまく組み合わせて、誘客していくことを考えていかなければならない。
- ・今後の取組としては、MaaSを活用していくべき。特に、JRと東急が取り組んだ静岡での実証実験は非常によいものであった。MaaSはいろんな企業が取り組んでいるが、お客にとって利用しにくいものが多く、まだまだこれからだと思っている。

◆小野寺委員

- ・日帰り温泉は、歓送迎会が始まる2月末からほぼ全てキャンセル。
- ・一方、直売所は常日頃食卓に並ぶ食材のため、ほぼ変わりなく運営。一人当たり一度に買う量が増加。関東地方にいる人にこちらから買って送る人も多かった。家から出られない方に対して少しでも役に立てたのではないか。
- ・移動制限解除後の先週末（6月20,21日）は、こんなに来ていいのかというくらいの混雑であった。来て欲しいと思う反面、完全に発症者が落ち着いた状況ではなく制限解除されたばかりであまりに多く来てどうかという気持ちも。制限解除されたことで安心しているのか、これからの対策をしていくにあたり、マスクをしていない方がいたり、密になることを気にしない人が増えてきていると感じている。
- ・コロナを通じて感じたのは、地元の人に来ていただいて、ありがたかったということ。こういった時だからこそ来ていただいたときに楽しんでもらえるように、大事にしていきたい。
- ・密を避けるためにも移動はどうしても車がメインになるだろう。海外の事例ではインバウンドでも自転車の観光も多いことから、サイクルツーリズムなども呼び込んでいければ。
- ・お願いだが、県でもどこでもいいのでSNSやポータルサイトは作れないか。特にSNSで検索する人が増えている。この時期はこれ、うちではこういった事業をやっているといったことや、共通のハッシュタグで発信をする場があれば、検索する人も多いと思う。

◆笠原委員

- ・ブランド創造会議は、なくなりそうになったときもあったが、継続していただき、仙南というなかで良い取組み。
- ・自粛期間中、狭い店は閉めて、営業できるところは時短営業。GWは売上げ85%減。自粛解除後、平日は7割くらいまで回復。先週末(6/20,21)は、前年比120~130%。我慢しきれなくなって外出しはじめた感じ。
- ・生乳や肉牛の販売などは、観光部門ほど大きな影響は受けず、全体として3~4割の減少。持続化給付金の対象にならず。
- ・地元、仙台、県内、山形といった近隣の客が戻ってきている。マイクロツーリズム、30分~1時間圏内のお客様を大事にしていきたい。昔も「安・近・短」と言われたことがあったが、地元の方に来てもらい、良さを知ってもらうことが大事。
- ・その後、県南と県北で交流するなど、県内全域に広げていくことが重要。
- ・インバウンドは回復まで1年半や2年など時間がかかる。あまりにもインバウンドに重きをおきすぎたのでバランスのとれた集客を考える必要。インバウンドは手段と目的がずれていた。あくまでも手段としての経済性の追求をもう一度見直し、国際交流など目的としての視点を重視していく必要。

◆佐藤(勝)委員

- ・昨年の台風で壊滅的な被害を受け、頑張っようやく立ち上がることができた矢先にコロナで全てキャンセルとなった。キャンセルになったということは白紙になったということで、改めて考え直せばいいのではないかと捉えている。
- ・自分の町の「三十六景」を作ろうと考えている。蔵王にとらわれず、町の36景(良い景観)は意外とあるが気づいていない。丸森町内には丸い森があるので、これを回復しようと働きかけてきたが実現できなかった。しかし、良い素材は足下に意外と転がっている。小さいけれど転がっているものを集めていくと大きくなる。
- ・本日の資料は総体的にはそのとおりだが、我々が実際にやろうとしても実際にはできない。足下からひとつひとつできることを少しずつやっていくことが今一番大事。
- ・当公社では、町内7つの観光施設を運営。99.4%売上げダウン。そのなかで、物産館の売上げはあまり落ちていない。滞在時間が短く、仙台や福島からの来客が多く、移動制限で県外として断ると客が来なくなる。
- ・一つの業種でやっていくのは非常に厳しい。食など様々なものを連携した仕組み・組織がよい。

◆佐藤(幸)委員

- ・遠刈田温泉旅館組合は13の旅館・ホテルの集まり。皆非常に苦しい「ステイホーム」の時間を過ごした。
- ・回復戦略の考え方は「資料7」にあるとおりだが、実行するには市町単位の行政を超えた取組が必要。
- ・観光回復のため宿泊業に充てられる予算があまりにも大きいので、周辺の農家などから観光業

がひいきされているとみられがち。観光客が地元にもお金を落とすような取組みを検討中。

- ・自粛期間中、蔵王のすばらしさ、時間の使い方を見直し。
- ・これからは体験・「コト」を売る取組みが重要。近くの客が蔵王の自然環境の魅力を再認識してもらえるよう、発信していきたい。
- ・もっと朝型観光にシフト。朝の蔵王の景観、朝風呂、朝食、ランチなどで多くの客を取り込んでいきたい。

◆四竈委員

- ・小原温泉旅館組合は最盛期7軒、現在3軒。
- ・昨年の台風19号で国道113号線が77日間通行止めとなり、2月半ばから後半にかけて、ようやく前年を上回るまで回復してきたところでコロナの影響により、3月半ばからは、完全にストップ。
- ・県境移動自粛が解除されたが、入浴のみの利用は7～8割戻ってきているものの、宿泊客は元の状況からはほど遠い。6月は平常時の20%程度。
- ・観光の統計調査は、観光客入込み数で計測しているが、売上高で計測できないものか。持続化給付金も売上高50%減を条件としている。正確な実態を把握するためには、売上高を計測すべき。実現には、私たち事業者の積極的協力と行政との信頼関係が不可欠と思う。
- ・これまでの県の観光ポスターやパンフは、タレントやアニメを多用しそれらに頼りすぎ。パンフレットもそれらキャラクターに紙面を割きすぎ。パンフ等の配布や補充の仕方についても検討が必要。過去には大量に送付されてきて、結局その半分を廃棄したことも。

◆嶋崎委員

- ・4、5月の宿泊はほぼゼロ。6月の稼働率は3～4割。7、8月は昨年度並み。もともと5～6割は県内容で、1日1組限定の1棟貸しという背景。
- ・コロナ対策としては、一時的なお金のばらまきはそろそろ限界。一時しのぎにはなっても、特に規模の大きな施設にとってはほぼ意味がない。
- ・ソーシャルディスタンスを考えると、飲食店や宿泊施設は今後、7～8割の収容人数でやっていく覚悟が必要。当然単価を上げる必要がある。7～8割の売上げでやっていける体制作りが必要。ソフト・ハード面での支援が必要。
- ・安全対策は全国どこでもやっている。それをいかに安心につなげるか、マインドの部分が大事。
- ・東京に住んでいた頃、蔵王の名前は知っていたが、東北のどこにあるか知らなかった。これが首都圏の若い世代のスタンダード。県民と首都圏の認識の違いを意識して考えていく必要。
- ・地域をひとつくりにしたがる傾向があるが、無理にまとめてブランドを作り上げては響かない。各地域に飛び抜けたコンテンツがあれば、自然と客がつなぎあわせる。それぞれのブラッシュアップが大事。
- ・仙台をマーケットとして見なす必要。仙台なら蔵王は誰でも知っており、仙台の人が連れて行きたい場所として大きなマーケットとなり得る。

◆藤田委員

- ・3～4月は「コロナ疎開」という言葉もあったが、売上げが伸びた。蕎麦屋も行列ができるほどで、怖いと感じるくらい。GW前に町として施設を休業することにし、それに対して町から支援いただいた。
- ・この週末は客足戻ってきた。宿泊施設は国の補助を使ってつくる段階でグループ客を想定したつくりとしており、6～8月まですべてキャンセル。
- ・この4年間で町の人口は200人減少。働き手としてのスタッフ確保、客を迎え入れる体制作りに苦勞。町内に遊ぶ場所は沢山あるので、受け入れ側のスタッフを集めているところ。
- ・地域によってやりたいこと、やらなければいけないことが違うので、行政側で支援メニューを用意するのではなく、それぞれの事業者がやりたいことに対する支援をしてほしい。

◆村上委員

- ・コロナの影響、非常に大きい。怖がってばかりでは経済が死んでしまうので、注意しながら活動していかなければならない。
- ・回復戦略の考え方の中でも、多様な観光資源が点在し一体感が弱いというのはそのとおり。
- ・魅力ある素材いっぱいある。掘り起こせば光らない原石がいっぱいあり、磨けば光る素材にもなる。
- ・仙南地域の連携が課題であり、地域の特産物の販売を拡販させる戦略が地域の所得向上、又潤いになり、地域の活性化につながる。
- ・農業・宿泊・観光・製造・工芸品の販売、体験など含めた観光資源を掘り起こして、一体感のある観光県にしていければ。

◆笹出委員

- ・行政の立場として、いただいた意見を県庁につなぎ、施策に反映する役割を担っている。
- ・今後もコロナ対策等で新たな施策が打ち出される。地域の実情に合った施策・事業にしていきたい。それも一過性のものではなく、腰を据え、息の長い取組になっていくように、行政としてサポートをしていきたい。

◆宮原委員

- ・17年前から「みやぎ蔵王三十六景」を活用して、域内の広域観光、周遊観光を進めようと地域の温泉地や直売所、飲食店等と取り組んできた。
- ・これまで作り上げてきた枠組みも大事にしながら、地域地域の魅力を掘り起こしていくことが重要。
- ・客の少ないこの時期は、これまで忙しくてできなかったことを見直し、新しいことにチャレンジする貴重な時間となる。
- ・仙南の良い空間づくり。健康でいることがうれしいと思える場所。行く先々で清潔感がある、花や果樹など美しい景観の連続など、すべてが健康になるような場所に作り上げていくことが大事。
- ・先々のインバウンドの対象として、さらに国際交流を絶やさないという観点からも、現在生活

に困窮している外国人留学生を対象にしたツアー企画などがあればよい。

【観光課】

- ・いただいた意見をきちんと施策に反映させていきたい。
- ・観光客の統計調査については、これまで入込み数が主体。観光消費額などどのような数値を出せるか持ち帰り検討したい。
- ・キャラクターに頼り過ぎたキャンペーンとの意見には同感。地域の観光資源が大事、それを売りにして観光客に訴求していくことが基本。地域づくりにつながり、自分たちの地域を愛し、自分たちの地域を自慢し、沢山の観光客に来ていただく、ファンになっていただく、ひいては定住する方々が増えるかもしれない。そこまで観光のカテゴリーのなかで考えて行かなければならない。来年、東北DCが開催されるが、もう一度改めて地域の観光資源を磨き上げ、その観光資源をどうやって訴求させていくのか基本に立ち返って取り組んでいきたい。
- ・いただいた意見をコロナからの回復戦略、その後の成長戦略に反映させていきたい。

◆今井委員

- ・Go to トラベルキャンペーンは、はじまると全国で奪い合いになる。それまでに対策を考えて、実行に移さないといけない。徳島県ではその地域の良さをパッケージにした旅行プラン等を考えた旅行代理店等への支援制度がはじまっている。。
- ・全国一斉なので、スピード感をもって進めていただきたい。

【観光課】

- ・キャンペーン開始前に、宿泊需要回復のための県独自の施策を展開すべく、開会中の議会で予算を提案しているところ。効果的な施策展開に努めて参りたい。