

第4回みやぎ観光振興会議仙南圏域会議 委員発言要旨

3 議事

(1) みやぎ観光回復戦略について

- ・意見なし

(2) 仙南圏域会議WG活動について ⇒ 村上委員より「資料2」に基づき説明

(鈴木顧問 (大宮委員代理))

- ・本日、委員の大宮が所用により欠席なので、代理で私が発言させていただく。
- ・本WG活動には私もオブザーバーとして参加させていただいているが、参加者の発想を具体的に積み上げていく早さがある、また、何に対しての議論なのかについて委員間のイメージの共有ができています。
- ・通常のWGでは理想像だけで話が進むことが多いが、本WGでは、確実にこれならできるとか、新しく何かをつくるというのではなく今あるものの活用など、現実的な意見が出されている。
- ・次回以降、具体的な活動の方針が出てくると考えています。

(嶋崎委員)

- ・仙南に新たな客を呼びこむということも大事だが、すでに来ているお客様が実はたくさんいる。その方々を他の場所や、他の季節に呼び込む工夫、地域と地域をつなげる工夫が必要。
- ・具体的な連携や、アイデアの具体化に当たって、役割分担について議論を深める必要がある。

(宮原座長)

- ・観光振興会議の観光回復戦略策定の過程で、7つの圏域それぞれの状況を踏まえた戦略が盛り込まれているが、他の圏域でも何かしなければということで、独自の活動を始めるところが出てきている。良い動きだと思う。
- ・仙南のWGも、ただ圏域会議に参加するだけではなく、自分たちで何か生み出せるものがあるのでは、という観点で始まったWG。

(藤田委員)

- ・良いアイデアが出されているが、実際に、誰がどうやっていくのかというところまで落とし込んでいく必要があると思う。今後に期待している。

(宮原座長)

- ・WGの議論のリーダーはいるのか。とくになくフラットということか。また、誰がどのように具体化していくのか。

(村上委員)

- ・村上(道の駅村田)、大宮委員(タケヤ交通)などを中心に具体化の検討を行っていく。
- ・WGでは、実際に携わっている方の意見なので、単なる夢ではなく、実現可能な話し合いを行っている。かなり具体的な話にもなり、ワクワク感を感じられる会議となっている。どのように実現していくかの話し合いが次のステップ。仙南には良い素材がかなりあり、都会からのアクセスも良いので、「素晴らしい田舎」として、それらに目を向けて活用していく。

(松長委員)

- ・感想と意見をひとつずつ述べさせていただく。
- ・感想について、仙南のエリアカレンダーという発想、とても良いと思う。駅のコンコースに七ヶ宿、白石、蔵王、3つの市町の観光ガイドが配架されているが、オリジナル色が強い。その分、現在、仙南としてのまとまりは欠如していると思う。各市町でオリジナリティを出すのはよいが、仙南としてのまとまりが必要で、それを検討するのがWGの意義だと思う。

- 意見について、エリアカレンダーについて、紙面で作ると、どうしても文字が多くなってしまふ。できれば、これをWEBにして、クリックすると2市7町のWEBサイトに展開するなど、字面だけではなく、画像など視覚で表現していったら良いと思う。

(宮原座長)

- WEBやQRコードでの展開は良いと思う。

(笠原委員)

- 圏域会議で示されている観光回復戦略などについて、内容はその通りだと思うが、総花的。それらを実現化するのがWGの活動だと思う。WGで議論いただいているのは良いこと。ぜひ具体的な成果をあげてほしい。
- 提案も含めてだが、現状、行政単位（各市町や県など）での情報発信はあるが、一般の方には「仙南」という括りがピンとこないと思う。各地域それぞれに歴史的・文化的に異なる部分もある。仙南地域全体の情報の集約と発信は重要なので、ぜひ進めてほしい。そのためには、情報発信は一つのところからではなく、各機関が情報を共有して、さまざまところから発信していく必要がある。それを行政が主導的な役割として行う必要がある。
- 体験やモニターツアー等については、単発でやるのではなく、季節毎に年4回とか、一年を通してトータルで組んでいけば「仙南」を感じられてよいと思う。WGではその辺りを御検討いただきたい。

(佐藤委員)

- 今回のWGには参加しておらず、反対の立場。蔵王では、遠刈田温泉や観光協会ですでにWGをやっており、色々なアイデアが出ている。仙南は広すぎるし、地域によって色々（な事情があるのに、このWGの取組が現実化するのかという疑問はある。
- 入込数の分析だけがされているが、どういう客が来ているのかとか、どこからどうやって来ているのかなど見える化、ICTにより観光ルートや交通手段の分析が必要。京都や福島など、他のところではそうした分析をやっている。お客様が何を求めているか、それらの分析をきちんとせず、自分たちのやりたいことだけやっていくのでは、将来性がないと思う。
- 道の駅が目立ちすぎると、地域の八百屋が廃業してしまう。自分たちの地域の商店、八百屋を継続してできるような取り組みが必要。温泉街など、地域にシャッター街が増えて、道の駅だけあるのではおかしい。
- 観光に休みはない。WGのまとめで、冬はアイデア出しとなっているが、冬の季節にいいものもあるのに、なぜ冬はアイデア出しだけなのか。冬にできる事業をやるべき。

(宮原座長)

- (佐藤委員の発言について) 観光マーケットの観点からの分析は重要だが、一方で生活に関わる商売をしている方もいるので、そういう方への視点も必要という御意見。
- みやぎ蔵王三十六景は、広域観光圏を目指すというところから始まった取り組みだが、なかなかひとつの圏域としてはあがってこない。それぞれの地域、市町の事情の違いなどがあることから、ひとつの圏域として観光振興に取り組んでいくというのは難しく、どの自治体でもあまり積極的には行ってこなかった。
- 仙南全体の魅力をよその人に知らせるためには、地元の人がプレーヤーになってもらう必要がある。これまでやってきたことが通用しなくなる時代のなかで、地域らしい観光や、仙南に来てくれた人にどうしたら喜んでもらえるなど、新たな魅力、楽しみ方のアイデアを常に考えていくことが大事で、そのためには色々な人が関わっていかないとなかなか前に進まない。
- そういう意味では、WGが自発的に立ち上がったのはうれしいこと。地域を盛り上げようと努力している方々に敬意を表す。その努力がどこかで発揮できる場所があると思う。

- ・WGは、新しい観光のトライをしてみる、というところからスタートできたことが有意義。実現に向けた活動をお願いしたい。

(3) みやぎ蔵王ブランド推進事業の進捗状況について

- ・意見なし

(4) 仙南地域広域観光推進プランについて

(宮原座長)

- ・市町から意見を集め、集めた具体的な意見を書きこんでいくということだが、できあがりと発表はいつ頃になるのか。

(事務局)

- ・(プランに盛り込む) 具体的な事業については各市町の来年度の事業等も取りまとめた段階で、また、計画本文等については今年度中に作成・報告を行う。

(5) みやぎ蔵王三十六景「地域の逸品」の推奨について

(嶋崎委員)

- ・地域の逸品に認定されることで、売り上げが上がるなどはあるのか。
- ・地域の逸品を(パッケージとして)まとめてお歳暮やお中元で送ることはできるのか。自身も関東圏に宮城のものを送ったりしているが、仙台は転勤で来る人が多いので、宮城のものを地元を送りたいという人は多いと思う。地元の商品としてまとめて販売していったらよいと思う。

(村上委員)

- ・道の駅村田でも、4~5品目、地域の逸品の認定を受けている。地域の逸品の取組は、仙南の一つのブランドということでは、意味があると思っている。道の駅村田では、メインの場所にコーナーも設けている。
- ・地域の逸品を詰め合わせ商品として販売することについては、道の駅としても、今後考えていきたいと思っている。
- ・地域の逸品になることで売れるかどうかということでは、一定の効果はある。

(宮原座長)

- ・地域の逸品は60品目ほどあるので、詰め合わせセットを作って、お客さんが選べるようになると思う。
- ・「えごま油」「えごまドレッシング」については、それぞれ推奨として承認してよいか。(委員の異議なし)。
- ・それでは今回申請のあった2品目について、地域の逸品としての推奨について承認とする。
- ・現状では、各事業者がそれぞれでECなどをやっているが、地域の逸品全体で一つのECサイトを作るなどしていかないと、売り上げが上がっていかないと思う。Eコマースについて、大河原地方振興事務所の方でも工夫や検討をお願いしたい。現在で60品目もあるので、例えば、母の日セットや季節のセット等の商品造成や販売など。事業者どうしのチャンネルをつなげられないか。現状では売れている範囲が限定的で、地域の逸品に推奨されたメリットが弱い。どれもすばらしい商品なので、販売やPR方法についてはぜひ検討をお願いしたい。

4 その他

(嶋崎委員)

- ・一つ目として、連携についての考えについて。

- なぜ連携するのか、私も以前は連携は必要ないと思っていた。事業者それぞれが頑張っていて、そこから自然と他のところにも広がっていけばいいと思っていた。しかし、事業者として、自分のところを目的に、お客様に継続して来てもらうのは当たり前だが、それだけでは来ていただく回数に限りがある。そのため、自分の努力だけではなく、地域ぐるみなど、広い幅での取組が必要。地域全体としての魅力が増えると、来てもらえるチャンスが増える。
- 例をあげると、コロナ以前には、(柚子のあぜ道から) わざわざキツネ村に行くお客が少なからずいた。もしキツネ村がなかったら、この地域には来てくれなかった可能性もある。そういった意味からも、地域連携について考えていく必要があると思う。それを踏まえた上で、自分のところ、自分の地域だけでやっていくという着地点ももちろんあるが、前提としてそういう発想は必要。
- 二つ目として、地域の逸品について。
- 地域の逸品の取組については、個別事業者への支援というより、ブランドを育てていくということが重要。また、認定されたことで売上げが上がることも重要で、申請する事業者側もそれを期待しているのでは。地域の逸品に認定されることで得られるメリットを育てていくことに注力していく必要があると思う。

(佐藤委員)

- 地域の逸品についての意見。最近、GoTo トラベルの地域クーポンのおかげで、ホテルの売店でバブルのような勢いで物が売れている。地域の逸品も売店に置いてあり、売れているものもあるが、逸品だから必ずしも売れるというわけではないのが実情。クーポンの額面が1000円なので、あともう少し買うと1000円になるということで、200円程度のどら焼きやゆべしなど、ちょっとしたものがよく売れている。売店には、自分が食べてみておいしかったものを仕入れているが、離れた地域から取り寄せると、送料など経費がかかる。地域の逸品については、認定されてパンフレットに載れば売れるということだけでなく、もっと流通の仕方などを考えてほしい。
- 観光庁の「誘客多角化等のための滞在コンテンツ造成」実証事業の採択で、蔵王町、遠刈田温泉内から4つの提案が出されたが、そのうちの一つ、不動産管理会社を中心とする事業主体の事業が採択された。この圏域会議は選ばれたごく一部のメンバーで構成されているが、観光業に携わってなくとも観光を潤すという考えを持っている方もいる。もっとオープンに知恵、勇気、財力を駆使することで観光客を呼び込むことができる。こういう会議が必要ないとまでは言わないが、頑張っている企業の人を呼んで話を聞くとかがあっていいのでは。

(宮原座長)

- 佐藤委員の御意見にもあったが、時代が変わってきている。これまでは観光関係の人が観光を語る、心配するなどしていたが、最近は観光事業者ではない人たちが観光に興味を持ってきている。(東日本大震災の)沿岸部の被災地では、集客交流の補助金など、いろいろな枠組みがあるが、医療関係やガス会社など、異業種の人たちが興味を持っている。最近とても人気のある大和町のワイナリーの経営者も、もともとは水道事業者だった。これからは、観光プロパーだけでなく、異業種の人が観光振興として集客・交流や物販に参入していく可能性が大きいので、そういう人たちとのチャンネルを持っていくことが必要。
- 役場の方たちなど、行政が、地元でどういう人たちが観光に興味を持っているのか、アンテナを立てて、そういう人たちと意見交換してほしい。

(笠原委員)

- 連携について、それぞれの事業者が頑張るということが前提だが、その上で、各自単体ではできないことをお互いが補うという意味で、地域全体の連携は必要。

- ・地域の逸品について、蔵王酪農センターでも何品目か認定を受けているが、すでにブランドとして定着している商品については、地域の逸品に認定されても売り上げは変わらないと思う。
- ・しかし、これから出てくる新しい商品についてはPRする場がまず必要であり、そういう場合に地域の逸品の認定を受けてPRしていくことは重要。
- ・詰め合わせについては、仕入れの関係があるので、難しい部分がある。道の駅は逸品の取り扱いが多いと思うので、詰め合わせについてはそういったところ（道の駅など）を中心に検討を行い、この会議でバックアップしてほしい。
- ・ECサイトについては、この会議でやればよいと思うが、仕入れの関係などもあるので、まずは逸品についてHPで紹介して、そこから各社のHPにリンクして飛んでいけるという取組からやっていけばよいのでは。

⇒ 事務局より、当事務所の取組の現状について補足説明。

(松長委員)

- ・情報提供として。今回資料で「県南ご当地キャラクターを探せ」スタンプラリーの紹介があったが、JRでも、東北6県周遊のデジタルスタンプラリーを本日から開始した。これは、北海道新幹線の開通と、来年の東北6県デスティネーションキャンペーンをにらんでの取組。任天堂スイッチの「桃太郎電鉄」と連携して実施している。
- ・ご当地キャラについても、駅にパンフをたくさん配置するなどして、仙南地域への集客に努めたい。