

# 令和6年度みやぎ観光振興会議（全体会議） 委員発言要旨

## 1 議事（1）第6期みやぎ観光戦略プラン（骨子案）について

### 紺野委員（一般社団法人東北観光推進機構）

- 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。
- 仙台国際空港を東北のゲートウェイとして、直行便や乗り継ぎで入ってもらえるような施策が重要。インバウンドの戻りに関して、2024年に入ってから、東北が関東に次ぐ伸び率になっている。その大きな牽引力となっているのが、宮城と福島で、インバウンドが一番多かった2019年と比較して大きく伸びている。コンテンツの高付加価値化、磨き上げと同時に、仙台国際空港をゲートウェイにしながら、国内を含めてしっかりコードシェアするような取り組みに重点を置くべき。
- 現在、どこでも地域間競争、エリア間競争となっている。広域で取り組むことと、観光予算をどれだけ多く取り、アクション、あるいはチャレンジをすることが極めて重要になってくる。2026年から北海道が宿泊税の導入を決めている。使い方は今後しっかり議論する必要があるが、財源をしっかり確保しながら、それをプロモーションの財源、あるいは地域づくりやコンテンツの磨き上げに予算を配分することは極めて重要。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。

### 高山委員（仙台商工会議所）

- 第6期プランでは、新規・拡充の事業が多数あるため、継続的な予算の確保が必要。
- 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。
- 23年の訪日外国人客を見ると、韓国、台湾、中国、香港だけで約5割を占めており、訪日10回以上のヘビーリピーターが非常に多く、こういった方たちは新しいデスティネーションを探している。加えて、各国の訪日旅行は、コロナ禍からの回復と正常化が進み、気軽に頻繁に各地に足を運ぶ動きが加速しているため、東北、宮城がこの需要を如何に取り込むかがポイントになる。
- 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。
- 第6期の事業促進、インバウンド拡大に取り組むためには予算が必要。県の一般財源では観光予算は限られており、削減される可能性もあるため、安定的に観光関連事業を展開することは難しい。宮城県は潤沢な財政状況ではなく、また日銀の追加利上げなどに伴い、国においても予算の見直しや歳出抑制することとなり、当然のことながら、観光

関連の交付金も今後減少していく可能性はある。県で観光施策を持続的に展開するならば、宿泊税等の独自財源を確保する必要がある。

- 観光産業は裾野が広く、宮城県の経済や観光産業における全体の最適化を考えた際に、観光に特化した独自財源は必要不可欠。宮城県で提案しているスキームによれば、宿泊税を一括で基金として管理し、観光に特化した財源として、振興会議で成果や必要施策の議論をし、次年度の企画立案につなげることとしている。事業者や地域の声を反映し、県の観光施策を展開する仕組みとして、経済界として非常に期待している。

#### **青沼委員（公益社団法人宮城県バス協会）**

- データ比較を前向きに、後ろを振り向かないものにしてほしい。バスにおいて、乗り合い、貸切、高速において、すべてコロナ前比較の83%程度のレベルで固定している。交通手段の変化や稼働数の減少があるため、コロナ前に戻すことに限界がある。
- バスだけでなく、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。
- 資料5の施策1-2にバスを活用した県内周遊促進とあるが、きっかけ作りとしてイベント的にやることは必要だが、定着させることは難しい。現代において、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。
- 第5期戦略プランで、最も良かったのは宿泊施設等の高付加価値を目的とした施設改修支援であり、今後も続ける必要がある。現在の旅行は、ホテルの滞在時間が長くなり、ホテルライフを楽しむようになった。ホテルや旅館が立派な観光素材になってきている。
- 第6期プランに、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。新たな観光素材を見つけるより、今あるものを磨き上げて、付加価値を高める戦略を優先すべきと考える。
- コロナ当時のような国からの支援策がない今、次なる財源は絶対に必要。使い途の議論をしっかりと行っていただきたい。第6期プラン骨子案の中に、宿泊施設について支援する考え方や使い途を示すことが大切。
- 県内、隣県の方にもっと動いて欲しい。我々自身がこの東北を大いに楽しむことが一番の戦略。

#### **小川委員【代理：前嶋航空営業グループ長】（仙台空港株式会社）**

- 空港において2023年度、国内線はコロナ前の95%まで、国際線は100%回復しているが、コロナ前に就航していた路線が完全には戻っていない状況。
- インバウンドの入国者数は、成田、羽田、関西空港で80%を占める。航空会社と連携し、より多くの路線の回復や新規の募集に取り組んでいく。
- 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。
- 国内について、ビジネス需要が戻り切っておらず、2023年度コロナ前の95%の回復。
- 今年度において、新潟線の新規就航、佐渡世界遺産決定があり、国内においても観光需

要を促進していく。

- 国際において、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。
- 国内では、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。
- 国内外とも、情報入手する方法が限られている中で、SNSを中心としたデジタルを活用して、日本人及び外国人の方にアプローチするために新しい領域に力を入れていく必要がある。

#### **猿橋委員【代理：妹尾マネジャー】（全日本空輸株式会社 仙台支店）**

- ビジネス客が戻っていない。オンライン化に伴い、出張需要の回復が難しい。
- 観光需要を伸ばしていかなければならないが、素通りされる都道府県として広島と並んで上位にいる。
- 第6期プランにもあるが、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。

#### **塩田委員（日本航空株式会社東北支社）**

- 航空業における国際線需要は、2019年比の90%まで戻ってきている。それを支えているのはインバウンドであり、日本人のアウトバウンドは在りし日の半分近くとなっている。
- 国内において、業務渡航はコロナ前より6割程度まで減退し、回復が遅れている。観光需要も昨年比10%ほど減っている。また、円安、燃油の高騰、空港の人手不足もあり、事業の拡大も難しい状況。
- 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。
- 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。
- 仙台に来ればわかる、味わえるというコンテンツを作り、この5年で整備し、その成果をきっちり見えるようにしていくことが重要。

#### **櫻井委員（株式会社ライフブリッジ）**

- 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。
- 現在、人物へのなりきりやテーマの中に入り込めるイマーシブ（没入感）が、高付加価値化、高単価として受け入れられている。
- 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。

- 国が今年4月からデジタルノマドのビザを始めた。これは、日本に六か月間滞在できるビザになっており、デジタルノマドの方々は、一定の年に一か月や二か月固定で滞在し、住人となるもの。日本での先進地は福岡市であり、宮城県も仙台市と一緒に、この長期滞在をするデジタルノマドの誘致というものを積極的に進めていくべき。
- 観光地を広く深く進めていくためには、財源確保に必ず向かわなくてはならない。宿泊税について大事なものは、どのような目的で使われているかしっかりと説明することと、徴収方法と徴収率。徴収方法については、OTAの方でしっかりと事前に徴収をしておくことでホテル・旅館の手間が減る。徴収額について、世界のトレンドは定率。同じ税額を払うのは、高単価高付加価値化を進めていく上で、もったいない。定額ではなく、定率でしっかりと徴収し、それを観光政策に反映させていくために、もう一度議論を深めていただきたい。

#### **中村委員（一般社団法人日本旅行業協会）**

- 誘客において、日本国内あるいは世界の都市との競争になるが、人手不足の課題もあるため、財源の確保は間違いなくこれから必要になる。
- 第6期プラン骨子案について、現在やっていることの上書き保存ではなく、新しく斬新なものにするべき。
- 今あるものの磨き上げだけでなく、地域が連携し、県内で連泊された宿泊者に対し、何か特別なサービスを提供することを考える必要がある。
- DXやEV等の開発を最優先で行い、宮城県が日本の中で先進的となれば、それを体験しに人々が世界から寄ってくる。
- 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。

#### **阿部委員（みやぎおかみ会）**

- 物価高で非常に困っている方たちが多い中で、新税導入を拙速に進めることは大変危険。
- 前回話した通り、観光振興会議が宿泊税ありきは非常に戸惑いを感じている。
- 温泉のある旅館では、入湯税を徴収しており、三重の税金を徴収するのは、利用者は大変負担であり、特に県民の方に宿泊税の中身について知られていないことも大変心配している。県民に早く知らせて関心を寄せてほしい。
- コロナ禍が長く、宿泊業界は装置産業で、大震災に遭遇して、三重ローンで苦しむ方が多い。雨の中、傘を取り上げる人もいと多数の沿岸部の経営者の声を聞く。
- 私が旅行者の目線で感じたことは、研修で福岡県に行った時に宿泊税が導入されており、空港から乗換時に地下鉄の券売機の上に宿泊税20,000円以上がいくら、20,000円以下がいくらという看板が大きくかかっていた。周知されない中で拙速にすすめられたら駅や空港に宿泊税のポスターが掲示され、特に徴収者である私たちは、無理やりその役割を担うようになるとフロントやエレベーターにベタベタとチラシを掲示することになる。そういったことはしたくない。
- 私共は震災後に、大切な寄付金を何度も届けたい方々を役場へ案内したり、時間のない方々からは届けてほしいと何回も頼まれて届けたこともある。そのような多くの方から支援いただいた被災地で、予算が無いからと宿泊税をお願いすることは出来かねる。応援いただいた方々に感謝の気持ちが伝わらなくなる。

- オーバーツーリズムでもない中で、先駆けて宿泊税導入を行うことは、徴収者である担当者は疲弊し宿泊者数は必ず減少につながる。
- 宿泊者が多い所はクールダウンでいいかもしれないが、我々は減少すると存続が危ぶまれている。
- 宿泊割などはお客様にメリットがあるのに、半分の施設が不参加だったのは耳を疑った。事務が煩雑で参加しないケース等もあり、疲弊して皆が怯えている。宿泊税の話が出てから、大島の民宿がもうやめようかと言っている。
- 宿泊税を推進される方及び行政の方はぜひ、宿泊施設の現状を聞いていただきたい。
- 参考までに阪神淡路大震災等の研究をしている著名な学者に宿泊税導入について尋ねたところ「ありえない。びっくりした。支援はあっても税金の徴収者はできるはずがないだろう」と言っていた。兵庫県の元役場職員は「宿泊施設は多額の広告宣伝費を使って集客され、雇用もたくさんしている。300円支援してもらおう事はわかるが、税金の徴収はできないだろう」と言っていた。
- 広島で宮島訪問税が導入されたが、必ず宿泊施設ではない。
- 災害に遭いやすい地域では、宿泊業界は避難所にもなったので、宿泊施設を失う事にならぬよう考えていただきたい。
- 観光業界がこういった話題で分断されるのは、非常に残念。知恵を出し合い、連携、官民一体ですすめるべき。
- 説明資料は、イメージ的なところが多い。6ページの施策について、具体的な内容や数値化がない。見合わせになった理由や新規で行う理由があれば伺いたい。
- 資料4ページで、数値が伸びた時期は宿泊割や観光キャンペーンが導入された時期でもあるため、冷静に数字を拝見したい。
- 観光予算について、本年度は福島が35億円、青森が29億円、山形・秋田が9億円、宮城が6億円、岩手が2.5億円。宮城県全体予算約1兆円の中の20数億円であれば、0.2%なので、やりくりもぜひ検討いただきたい。滞納額が20何億円という事も伺っているので、我々も知恵を絞って汗を流しながら頑張るので、慎重に議論いただきたい。

#### **後藤委員（仙台ホテル総支配人協議会）**

- 4年にも渡るコロナ禍で仙台市の街中であっても飲食店がだいぶ淘汰され、全国のどこにもある中央資本の集客力に優れたところだけが残ってしまった。観光客に喜ばれるであろう仙台・宮城の特色を感じることができ、家族連れ等でも楽しめるお店が中々見つかからない実情がある。  
(仙台市中心部以外では尚更。観光客誘致に際して支援すべきコンテンツを見直すべき)
- 飲食店以外においても、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極めて限定され、他地域より劣ってしまっている感が大。
- 資料5ページの戦略について、戦略4は、事業者や業界団体、地元単位では行えないため、力を入れ直して頂きたい。そのために新たな予算が必要なのであれば、その予算措置を講じ、運用面に公平公正化が常に保てる様にガラス張りにしてもらいたい。
- 宿泊税の導入に関して、震災バブルが終わり、徐々に平準化され下向きの踊り場が形成された時期に、復興基金の消滅に伴う観光振興財源の確保を目的として検討が始まったと記憶しているが、4年余のコロナ禍を挟み、当時と状況は全く違う。定額か定率か、対象外とする金額（免税点の設定）については改めてしっかり議論をすべき。
- 観光の高付加価値化の重要性はもちろんではあるものの、宮城を訪れた方が細かな情報を自分たち自身で拾い、自ら観光を楽しめる地域を形成することも重要と思量。

- 検索エンジンで宮城県と検索すると、宮城県の地図しか出てこないため、観光立県を目指すのであれば、陳腐化してしまっているデジタル情報をいちから改める必要がある。
- 県側においては、各市町村を上手く焚きつけ、DMOや事業者から効果的なアイデアを貰い、より良い観光戦略を練り直して頂きたい。

#### **佐藤委員（宮城県ホテル旅館生活衛生同業組合）**

- 第6期プランについて、メリハリ、強弱をつけた方がいい。
- 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。
- 資料6ページの施策の中で、インバウンドへの対策をしっかりと書いてほしかった。
- 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。
- 宿泊施設自体が観光資源であるため、第6期プランの施策イメージの中で、宿泊施設に関するものがもう少しあってもよかった。
- 今年、全国では3,500万人のインバウンドが見込まれており、これだけ日本に来ているのなら、インバウンドにある程度特化した数字の増やし方を考えるべきである。
- 産業の歪みの一つとして、オーバーツーリズムが生じている。宿泊税について、こういった歪みを解決する一つの方法にもなるとして、真っ向から否定できない部分がある。
- 今後、鳥インフルやパンデミックが起きた場合に、公助だけに頼っていいのかという議論もある。
- 夜遅い時間帯や午後3時の時間帯に、営業している飲食店が少ない。宮城県、仙台市が観光都市として大きく羽ばたくために、時間帯によるアンバランスの是正も必要。

#### **山尾委員【代理：林事務局長】（宮城県観光誘致協議会）**

- 観光誘致協議会は、多様な観光施設で構成されているおり、課題にあった仙台圏域から他の圏域に観光客が広がらないことについて、誘致協議会の事業者と連携し、ともに送客できる仕組みも含め、協力できる部分がある。
- 戦略1にあるストーリー性やテーマ性の活用では、コンテンツを単体としてではなく、線や面で繋げていくハブの役割を、誘致協議会として担うことが可能。
- 戦略2の観光産業の活性化において、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。宿泊のデータをデジタル化することも、より効果的・効率的な政策を打つことに繋がる。
- 今年度、誘致協議会でAI観光案内を導入予定。20か国24時間対応できるもの。外国語対応が難しい観光案内所に、AI観光案内のURLを掲示し、それから調べてもらうことで、解決することができる。こういったものを取り入れていくのもDX化の1つ。
- 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。
- 目指すべき姿として、東北のゲートウェイとして役割を果たして行く中で、県として宮城県の誘客をどのようにしていくのかという視点も必要。

### 張委員（リトル台湾in東北 実行委員会）

- 魅力ある観光資源の創出について、地域資源を活用するコンテンツのほか、東京や関西地方のような大きなテーマパークを取り入れることも視点として良いのではないかと。
- お客様の目線で魅力的なものを作る必要があり、国によって観光客が求めるものが違う。何が必要なのか、プランを作ることも重要。
- 稼ぐ力について、地方ならではの特色を生かしたお土産あるいは食べ物を開発し、お客様の購買意欲を促進させるものが必要。地域代表商品の開発、地方の観光地で似ているお土産は多い気がする。
- 快適な環境整備に関して、泊まる方の年齢に合わせた部屋のタイプを用意する細かい配慮も必要。例えば、年寄りに畳の部屋しか用意できない時に立ち上がる為の補助物があれば、階段かエレベーターから近い部屋の用意などが考えられる。
- 台湾と日本の交流は、教育交流が多い。台湾は、学生を海外の学校と交流させることに総力的に力を入れている。日本の学校はあまり経験がない為、戸惑いが多いようです。教育交流を実施した学校が経験を話すセミナーを実施すれば、より積極的な受け入れにつながる。
- リトル台湾in東北実行委員会は7月27日から8月25日まで、アクアイグニス仙台で台湾ランタン祭を行っている。このイベントの目標はランタンが綺麗であるため、この地域、震災後で夜に人が少ない問題を解決できるのではないかと提案した。
- 教育交流も含め、林委員からもお話があったように、商談会や民間協会の交流の機会を作り、人と人とのパイプをつなげられるといい。
- 日本は観光客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。

### 津國委員（Google 合同会社）

- 今回の会議では、各委員から危機感を持った発言があった。回復傾向にあるという以上に、各所属組織で実態として危機感を感じている大きなタイミングと捉えている。
- 県の観光施策は、各観光事業者に効果が跳ね返るため、抽象的な結果に終わってしまうので、目標設定がしづらいことは理解しているが、これまでの施策はやって終わりになってしまっている印象がある。
- 第6期プランで施策イメージが挙げられているが、その施策がなぜ新規か、なぜ継続か、予算を今後どのように配分するのか、これらの説明が不足している。
- 新規独自財源確保の話が出ている中で、説明責任を考えると非常に大きな観点。現状の財源の中でも、見直しをすることでより効率的に回せるのではないかと。
- 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るべき。
- スタンプラリーの実施や観光用デジタルマップ整備が例年行われているが、利用者数や貢献度が不透明な要素となっている。
- 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。
- インバウンドでアジアの人々が多い中、アジアの人々の比率について他県との現状分析を行うべき。

- 各圏域もしくは東北として、それぞれの特色がインバウンドに伝わり、最終的には東北全体で周遊を行ってもらえるようになってほしい。

#### 堀切川委員（東北大学名誉教授）

- 秋田県では、都会に住んでいる若者の第二のふるさとを提供するコンセプトで、地域おこし協力隊の方たちが、古民家を改修してゲストハウスを立ち上げている。宿泊料金が安いゲストハウスに連泊してもらい、耕作放棄地で野菜を育成及び販売し、地元の高齢者が買いにくる仕組みを作っている。
- 福島では、工事作業員向けのメニューを作ったところ、地元の人でも食べるようになった事例がある。伝統のメニューを残しつつ、訪れてほしい人向けに新しいメニューを出すことで、その店の魅力になる。
- 山形県では、中国の上海あたりに自分たちの工芸品のお土産ショップを作って、販売している事例がある。そこでは、数十万円から数万円のもの売れている。そこにしかない、いいものはどの国のどの町でも売れるので、宮城のそれぞれのエリアで開発が進めば非常に効果的である。
- 第6期プラン方向性2で担い手の確保とあるが、具体的に成果の出る事業を考えるのは大変だが、中間案において良い政策を書いてほしい。

#### 宮原委員（宮城学院女子大学）

- 観光業界のコロナによる被害の大きさ、また影響のスピードの速さが本当に大変なことだと感じた。
- 今後も渡航や入国などの人々の移動に関する制限が、世界的な情勢の中で発生する可能性があるため、そのような事態になった場合は、今回のコロナの事例を踏まえて宮城県だけではなく、東北6県で支えあうことが必要。
- 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。

#### 仙南圏域代表 村上委員（一般財団法人村田町ふるさとリフレッシュセンター）

##### <本県の観光の現状・課題に対する認識>

- 各種データを圏域単位で示していただきたい。例えば、外国人観光客の宿泊者数が宮城全体で伸びた場合に、仙台圏域が伸びただけだったということが見えない。
- お得に旅がしたいという動きが顕著で、実際に値引きをすると一斉に売れる一方、旅行の目的が多様化し、自分たちらしくカスタマイズできるものは高額でも選ばれている。高額でも行きたいと思われるレベルに持っていく考え方にシフトしなければならない。

##### <本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト>

- 宿泊客が仙台圏域以外に流れるように、何日もかけて回りたくするような、地域ならではの魅力的な場所を増やす施策をしてほしい。
- 観光地の周遊促進では、仙南圏域は二次交通が少ないため、レンタカーの割引キャンペーンがあれば長期滞在のきっかけになる。MaaSを活用して、地域内の連携を深めていく

ことが、観光客にも事業者にもメリットが大きくなるのではないか。

- 旅行にける価格層が多様になっているため、プレミアム・リーズナブル・ミディアムに分けて、戦略的に考える必要がある。プランに記載がないが、デジタル化についても取り組んでほしい。

<その他>

- 宿泊税について、世の中の変化に柔軟に対応し、お客様が宿泊税を払ってでも来ていただけるような事業を考えることが重要。

#### 仙台圏域代表 林委員（仙台ターミナルビル株式会社）

<本県の観光の現状・課題に対する認識>

- 仙台圏域の中では、仙台と松島という非常に特質した観光客の多い場所があるため、域内の周遊にどのようにつなげるか議論が必要。
- 教育旅行について、コロナ禍以降首都圏中心が地方の方に目が向いている。ターゲットを絞った中でのプロモーションも必要。
- インバウンドでは、双方向のコミュニケーションという意味において、学生の誘致と学生を海外に送り出す支援も必要。

<本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト>

- 中長期的な観光戦略プランの検討に、若者の視線が少し欠けている。大学生や県外出身学生の意見から、斬新なアイデアが出るのではないか。
- 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と、地域資源を活用した観光コンテンツの創出が重要になる。また観光コンテンツ作りにはターゲットをもっと絞り込むことが重要。
- 若いころの思い出が将来の再訪に繋がるため、復興ツーリズムや体験プログラムと抱き合わせて、国内で教育旅行の誘致を行う必要がある。
- 宿泊振興施策だけでなく、日帰り旅行も重要であるため、日帰り旅行の施策もプランに盛り込んでほしい。
- 旅行が個人型に進んでいることを踏まえ、旅行者における路線バスの利用しやすさや分かりやすさについても、網羅してほしい。

<数値目標の設定方針>

- 圏域内でも市町村間で差が大きいため、圏域単位ではなく、さらにその中でエリア別の分析といったものが必要。

<その他>

- 宿泊税に関して、宿泊関係者から非常に強い反対の意見があったが、全体としては第6期戦略プランの充実を望む意見が多数だった。

#### 大崎圏域代表 遊佐委員（東多賀の湯・有限会社やまびこ）

<本県の観光の現状・課題に対する認識>

- 宿泊客の回復状況を見ても、大崎圏域が魅力的な地域になりきれていない。隣県などの観光資源と絡めながら、振興を果たしていく必要がある。
- 大崎圏域は古川駅からの交通手段が少ないため、周遊するために移動から宿泊までの一体型の予約や、二次交通の充実が重要である。

<本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト>

- 第6期プランについて、アウトドアやMICE等のキーワードを、戦略の中に入れ込むことが必要。戦略に特徴が感じられないため、県北と県南で区別し、それぞれのイメージや

戦略が必要。

- サイクルツーリズムなどのトレンドや、最近の環境の捉え方が戦略の前に見えれば、より具体的な戦略につながる。県が持つ観光イメージをしっかりと話し合えるような仕組みや、観光地づくりに向けた推進体制の充実が必要。
- 稼ぐ力の向上として記載された地域クーポンは、長い目で見ると該当しないのではないか。クーポンを活用する場合、事務手続きの簡素化や宿泊事業者へ事前の意見徴収が必要。
- 大崎圏域は、やはり鳴子温泉の再生が重要。  
＜数値目標の設定方針＞
- 大崎圏域は広く、各地域によってどのような観光客が来ているのか調査した上で、設定する必要がある。
- ＜その他＞
- 宮城県観光連盟のDMOとしての位置づけが見えないこと、シングルルームへの宿泊需要が強くなっている。
- 宿泊税について、宿泊事業者からの理解を得たうえで骨子案に入れるべき、骨子案では導入を検討としているが、プランが実施されるころには検討ではなくなっているのではないか。

**栗原圏域代表 二階堂委員（株式会社ゆめぐり）**

＜本県の観光の現状・課題に対する認識＞

- 現状として、県内観光客の大半が日帰りであるため、長期滞在してもらえようような取り組みが必要。
- インバウンドでは、宮城県が外国人の方に認知されていないのが課題、プロモーション及び情報発信が重要。  
＜本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト＞
- 栗原圏域の観光資源は栗駒山。長期滞在に繋がるよう、登山の研修会や勉強会が必要。併せて、登山ガイドの育成も重要。
- 八幡平の事例のように、普段できない体験や経験を提供することはインパクトもあり、いいアイデアに繋がっていく。
- 広域連携の観点で、世界遺産の平泉や仙台を訪れた観光客が栗原に来る仕掛け作りが必要になるので、DMOと連携して戦略的に行いたい。
- 海外の商品販売について、栗原に酒造があり、日本酒を台湾や香港に輸出しているため、ラベルの裏にPRを掲載する。
- 観光庁が推進しているインクルーシブツーリズムを視野に入れて、県として取り組みの方向性が出せればいい。  
＜数値目標の設定方針＞
- 宿泊観光客数は、宿泊目的ごとに把握する必要がある。
- コロナ禍前と比較した回復率としているが、今の客室数も圏域ごとに変化しているため、令和元年を基準にすることは意味があるのか。
- 観光消費額単価の目標をぜひ入れてほしい。

**登米圏域代表 尾形委員【登米地域事務所が代読】（一般社団法人登米市観光物産協会）**

＜本県の観光の現状・課題に対する認識＞

- 地方において二次交通の対策が全体的に遅れており、仙台からその他の圏域へ人の流れ

を作る仕組みが弱い。

- 欧米の観光客はすでに日本を知り尽くしており、地域の人々との交流や暮らしぶりを体験できる内容に対し、需要が高まってきている。
  - 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年を迎えるため、関連機関と連携し、誘客に繋げていきたい。
- ＜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、もう少し消費単価の高い国からの便を仙台空港に誘致する工夫が必要。
  - 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ため、宿泊施設との連携すればいいコンテンツができる。
  - 第6期プランの基本理念がとても良い。
  - 戦略4に力を入れていただき、登米圏域にお客様を呼び込むきっかけづくりの支援をお願いしたい。
- ＜数値目標の設定方針＞
- 観光消費額単価を追加することに賛同する。消費額の計算方法について助言をもらえれば、データ蓄積が可能と考える。

**石巻圏域代表 後藤委員（一般社団法人石巻圏観光推進機構）**

＜本県の観光の現状・課題に対する認識＞

- 令和5年度数値で石巻圏域の伸び率が高かった理由として、女川原発の工事関係者、スポーツ大会誘致、川開きまつり100回記念イベントが挙げられる。今後、こうした要因が全て無くなる中で、この数字をどのように維持するかが課題。
  - 第5期プランの各事業について、一つ一つの政策の結果を示してほしい。
- ＜本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト＞
- 観光分野全般で活用が遅れているDXを、具体的にどう活用していけばよいか意識する上で、バクアップをしていただきたい。
  - 萬画館や田代島など、既存のコンテンツの磨き上げが重要。
- ＜数値目標の設定方針＞
- 第6期プランのそれぞれの項目において、数値目標が分かりやすく設定されるといい。

＜その他＞

- 復興ツーリズム、漫画、猫などの磨き上げを行いつつ、今秋完成予定の東松島市の道の駅において催しものを仕掛けていきたい。
- 施策イメージにコンテンツツーリズムの推進とあるが、みちのく潮風トレイルについて整備が不足していると感じているため、整備をし、ロングツーリズムを実現してもらいたい。
- Wi-Fiに関して、地方都市では施設ごとの整備がほとんどであるため、面的な整備が必要。
- 宿泊税について、石巻圏域としては当地域では寛容な姿勢の事業者が多く、特に強い反対意見は出なかった。現場の意見として、カスタマーハラスメントが起こりえることを危惧している。議論を重ねて、関係者の理解を得てほしい。使い道の部分では、各地域に使い方を委ねる枠を確保してほしい。

**気仙沼・本吉圏域代表 鈴木委員（宮城県ホテル旅館生活衛生同業組合気仙沼支部）**

＜本県の観光の現状・課題に対する認識＞

- 三陸道が開通して以来、ビジネス客を含め日帰りのお客さんが多くなっており、これが

課題。

<本県の観光が目指すべき姿や観光戦略プロジェクト>

- 教育旅行は誘致の一つの柱になるが、制約が多い割にお金あまり落ちない。また、全国的に競争が激しくなっており、大きな課題となっている。
- 宮城県は企業誘致が盛んであることから、立地した企業の社員研修等として、地域に来てもらい、防災、減災について学んでいただきながら、研修後に街に出て、飲食等でお金を使ってもらうことで消費額の拡大に繋がる。
- 食材王国宮城と謳っているのに、食に対するコンテンツが少ない。最近、ガストロノミーツーリズムという概念が広がっていることから、米どころや当圏域の様な沿岸部において、食に関するコンテンツを重点的に作り、他地域との差別化を図るべき。
- オルレにより多くの方が来ているが、お金が落ちていない。消費額をどう上げていくかが課題。

<その他>

- 宿泊税について、事業者から導入は今ではない、マイナスなイメージがついてしまうとの声があった。また、資料5ページに新たな財政需要に対応するためとあるが、何にお金を使うのかきちんと明記をし、もう一度議論してほしい。さらに、気仙沼地域は、民宿など小さな事業者が多いため、料金の高い宿泊施設と同じ税額の場合、逆進性があり不公平に感じることから、免税点を十分検討してほしい。
- 第6期プランを作るにあたり、第5期プランの検証をもう一度きちんと行うべき。