

平成28年度「富県宮城推進会議」幹事会 議事録

日 時 平成28年10月18日（火）10：30～12：00

場 所 宮城県行政庁舎9F第一会議室

出席者 別紙「出席者名簿」のとおり

1 開会

- ・交代のあった幹事について、事務局から紹介
- ・幹事長不在のため、幹事長選出までの間、副幹事長である宮城県 吉田経済商工観光部長が進行役を務める旨を説明

2 議事（1）幹事長選出

- ・事務局より、前幹事長の後任として幹事に就任された東北大学 矢島理事の幹事長就任案を提案。全会一致で承認。
※以降は、会則第6の規定により幹事長が議長となり議事を進行。

2 議事（2）報告

事務局より資料1に基づき、「平成27年度「みやぎ発展税」の活用実績と成果」について報告。資料2-1～3-2に基づき「宮城の将来ビジョンの改定」について報告。

【意見要旨】

- 企業立地の成果もあり、製造品出荷額の比率が16.6%と高まってきているが、製造業の企業を訪問すると、人材が確保出来ないという話しを聞く。製造業に高校生が就職した割合が51.6%となっており、ものづくりを学んだ生徒たちはどこへ就職しているのか。
- 情報サービス産業業界でも人材確保が難しい状況である。たとえば、徳島の神山町のように光ファイバー網を使って過疎地でIT産業の拡充が出来ないかといった話しもある。暮らしやすさ等の周辺環境も含めて人材確保が出来るような仕組みを作れないか。
- テレワークや在宅ワークといったネット環境が非常に良くなってきている中で、優秀な人材をどう囲い込んでいくかということであり、地方都市が活性化する上でのチャンスである。

2 議事（3）意見交換

東北運輸局 飛田観光部長より資料4に基づき、意見交換の土台となる観光の現状についてご説明いただいた後、意見交換を行った。

【説明要旨】

- 日本全体の訪日外国人は右肩あがりとなっており、24.7%の増加で4分の3くらいが東アジアの方となっている。経済効果については、外国人の方の消費は、3兆4,771億円を消費している。この3兆4,771億円という数字を品目ごとの輸出の金額の中に入れてみると、自動車部品に迫るような数字になっている。

- 日本人の年間消費額は、一人当たり年間消費額が125万円。外国人については、1回の旅行で十数万円使うため、外国人旅行者8人で定住人口一人分の消費がある。
- 東北の外国人宿泊者数としては、平成27年に震災前の平成22年の数字を回復した。宮城県を含めて東北は、日本人の宿泊者数については上位に位置しているが、外国人の宿泊者数は下位に位置している。外国人に東北や宮城の認知がまだ浸透していないため、どのように売り込んでいくかが大事となる。
- 外国人宿泊者数は地方部の方が三大都市圏よりも伸び率としては上回っており、外国人は徐々に地方部の方に入ってきている。この流れをどうやってしっかり宮城・東北として受け止めていくのが大事になってくると思う。
- 東北の認知度を高めるという意味では、東北六県が連携して一丸となってあたっていくことも必要であるし、外国人自体が非常に広域に移動するので、周りとの広域連携が必要になってくると思う。

【意見交換】

- 東北の延べ宿泊者数は速報値で51万人泊まで回復したが、全国的には低い数値である。単なる宮城県でのプロモーションではなくて、東北六県でアピールする広域連携が重要だと感じる。インバウンドが叫ばれている中で、次の一手として絶え間ない対策というのが必要だと感じている。
- 東北七県が一緒になって観光を推進していくべく、インバウンド誘客に関する提言を出させていただき、内容に三項目を盛り込んだ。ひとつが、地域のブランド化。雪や果物、祭りといった被災地の観光コンテンツの充実をさせること。二つ目が、アクセス問題。たとえば行政と関連業者が一体となった、アクセスを含めた東北を訪れやすい環境づくり。三つ目として受け入れ環境の整備があげられる。
- これだけプロスポーツがある地域はないのではないかと。スポーツ観戦を東北のコンテンツにしていったらどうかと考える。また、ヘルスとして、泊ってもらって健康的な生活の送り方をガイドするドッグを打ち出してもいいのかなと思う。ショッピングについては、カードで決済や免税処理が全て出来るくらいの集中したショッピングスペースが必要ではないか。さらに、ラーニングとして、震災復興を成し遂げた先進モデルを学んでもらう。スポーツ、ヘルス、ショッピング、ラーニングという価値観をインバウンドの中に入れ込んだらどうかと思っている。
- インバウンドの消費拡大に向けて、環境整備あるいはそのコンテンツの磨き上げというものについて支援をさせていただいている。その中で世界をも惹きつける地域資源の戦略的活用というのを重点事項のひとつに掲げており、地域の強みを活用した交流人口の増加、消費拡大に向けた取組みを行っていくことにしている。東北をPRして東北に来てもらうための仕掛けを

検討していくためには、関係機関の連携が必要ではないかと思っている。

- インバウンドといっても、まだ取り組んでいないというのが一般的。そうした中でも、宮城県に来てもらった外国人や日本国内の方に、宮城県に来たのにお米が美味しくないと言われることがある。やはり県内産の美味しい農産物を食べていただくということで、秋保や松島で県内産のお米を使っていただくように働きかける取り組みをしている。
- インバウンドについては、商工会の地域は地方なのであまり実感はないところだが、期待は大変大きい。柴田町のまちづくり協議会のような協議会を立ち上げて、外国人の誘客のW i - F i とか観光案内所の設置とか、取り組みをさせていただいている。また、個々の企業でも販路開拓のための国の補助金を活用してホームページの英語版とかパンフレットを英語表記に直すといった取り組みはやっているが、全体にまでは広がっていない。
- 東南アジアの方に調査をしているが、良く出る話として、九州はJ RからJ Aから自治体も県、市町村、含めて一体的なセールス活動やっている。宮城県、東北ということであると、絶対的にセールス活動が足りない、努力が足りない。台湾のセールスを東北六県知事でやったが、トップセールスを含めて、セールスが足りないということだけは認識しながらやっていかないと、現状はなかなか解決しないだろう。

○インバウンドは皆で一丸となって頑張っていこうというのが当座の目標。ニーズがどこにあるのかということを知った上で、顧客目線で取組を進めないといけないと思っている。我々が意識している課題は3つあり、1つめは海外のインバウンド向けについては、情報の質的にも量的にも不足感がかなりある。セールス、プロモーション、ファムトリップ等について徹底し、インパクトを持つことが必要である。2つめは、インバウンドの場合、宮城というのは範囲が狭いので、東北としてのブランドを持って行く必要があると感じる。東北全体としてブランドは何かということをとともに議論していく必要がある。3つめは連携であるが、各県同士の連携をばらばらに発散気味にやるよりは、一丸となって東北ブランドを意識づけていくプロモーションをしていくということが極めて重要。

2 議事（4）第5回富県宮城グランプリ

事務局より資料5-1、5-2に基づき、「第5回富県宮城グランプリ」について報告。

【以上】