

# 第12回宮城県産業振興審議会

## 商工業部会

日 時 令和2年11月12日（木）  
午後2時から午後4時まで  
場 所 宮城県行政庁舎4階 特別会議室

## 第12回宮城県産業振興審議会 商工業部会 議事録

### 1 開会

#### ■富県宮城推進室 橋本副参事

ただいまから第12回宮城県産業振興審議会商工業部会を開会いたします。

### 2 あいさつ

#### ■富県宮城推進室 橋本副参事

開会に当たりまして、宮城県経済商工観光部長の千葉より御挨拶を申し上げます。

#### ■経済商工観光部 千葉部長

おはようございます。

本日は大変お忙しい中、宮城県産業振興審議会商工業部会に御出席をいただきまして誠にありがとうございます。

また、委員の皆様には日頃から産業振興を始めとした県政の推進に御協力をいただいております。ありがとうございます。

特に新型コロナウイルスの感染者が増加しているということで、不安な面はございますが、そのような中でも経済活動を進めていくため、観光については「みやぎ観光回復戦略」の策定作業を進めてまいりました。

この戦略を反映する形で「第4期みやぎ観光戦略プラン」の改定案についてこれまで御審議いただきおりましたが、本日は「みやぎ観光回復戦略」の最終案を踏まえた、第4期プランの改定案について御審議をお願いいたします。

改定案の最終案につきましては、様々な場面で御意見をいただいております。そういった内容も踏まえた案となっております。

本日、最終案について御審議をいただいた上で、12月下旬に開催予定の産業振興審議会の全体会で審議を行う予定としております。

本日は、忌憚のない御意見、御提案を賜りたいと思っております。

以上で私からの挨拶とさせていただきます。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

#### ■富県宮城推進室 橋本副参事

議事に入ります前に定足数について御報告をさせていただきます。

審議会の定足数は半数以上となっておりますが、本日は、商工業部会の委員6名に対し、5名の御出席をいただいております。

産業振興審議会条例第5条第2項の規定に基づきまして、本日の会議は有効に成立していることを御報告いたします。

なお、佐藤万里子委員から、所用のため欠席との報告をいただいております。

次に、会議の公開でございます。

本審議会は、平成12年度の第1回の会議におきまして、公開すると決定しておりますので、今回も公開として進めさせていただきます。

それでは議事に移らせていただきます。

本日の議事は1件でございます。

ここからの議事進行は、産業振興審議会条例の規定に基づきまして、部会長が議事を進めることとなっております。

それでは青木部会長、どうぞよろしく願いいたします。

### 3 議事

#### ■青木部会長

さきほど千葉部長からもお話がございましたが、感染症の影響が厳しい中、観光についてはピンチをチャンスに、ということがうまく当てはまらないところもあり大変な状況だと思えます。本日は、現場感を持って皆さんのお話を伺いながら、内容に反映できればと思います。

それでは議事に入らせていただきたいと思います。

「第4期みやぎ観光戦略プラン改定案（最終案）」について事務局から説明をお願いいたします。

#### ■観光課 佐藤課長

宮城県観光課長の佐藤と申します。どうぞよろしく願いいたします。

それでは、私から本日の議事でございます「第4期観光戦略プラン改定案（最終案）」について御説明させていただきます。

改定4期プランにつきましては、資料1から資料3として、概要版、本体、新旧対照表を配布しております。

前回からの主な修正点につきましては、プランの実施計画であります、「みやぎ観光回復戦略」が決定したことを踏まえまして、その反映を行ったものでございます。

そこで本日は「みやぎ観光振興会議」及び「観光王国みやぎ推進本部会議」を経て決定しました、みやぎ観光回復戦略の内容を先に御説明させていただき、その後、改定4期プランの説明をさせていただきたいと考えております。

最初に、資料3の後ろに参考資料1がございますのでご覧ください。

まず、みやぎ観光戦略プランの改定スケジュールでございますが、前回8月に開催された、商工業部会では、改定4期プランの中間案について、御説明させていただきました。

その後、改定4期プランに対するパブリックコメントやみやぎ観光振興会議などにより、県民の皆様や地域観光事業者の皆様と意見聴取や意見交換を重ねてきたところでございます。

なお、改定4期プランのパブリックコメントにつきましては、今年の9月7日から10月

6日まで実施いたしました。特段意見はございませんでした。

次に参考資料2、「みやぎ観光回復戦略（概要版）」をご覧ください。

前回の部会では原案をお示ししておりましたので、全体概要と主な変更点を中心に御説明させていただきます。

まず、「第1章 基本的な考え方」でございますが、計画の期間につきましては、今回御審議いただく改定4期プランの終期に合わせて、令和2年10月から、令和4年3月までの1年半としております。この点については特段の変更はございません。

次に資料の左側中段の「第2章 観光の動向及び新型コロナウイルス感染症の影響と課題」でございます。前回の部会では、6月までのデータをお示ししておりましたが、今回は7月分と8月分を追加しております。

主な傾向といたしましては、4月から5月を底として、「Go Toトラベルキャンペーン」や県の「せんだい・みやぎ絆の宿キャンペーン」などの効果も一部ありまして、6月から8月にかけて、観光客の入込数や宿泊者数は徐々に回復はしているものの、依然として厳しい状況が続いております。

これらの実績を基に観光消費額を試算しますと、3月から8月までの半年間に約1,310億円の観光消費額が減少したものと推計されます。

なお、観光消費額につきましては、前回の審議会やみやぎ観光振興会議などで、皆様の意見を踏まえ、今回追加させていただいたものでございます。

次に資料の右側、「第3章 計画の基本理念と3つの視点」をご覧ください。

こちらが、宮城県全体としての回復戦略の基本理念と3つの視点に基づく取組でございます。

まず、計画の基本理念といたしまして、「安全安心の確保とともに、デジタル変革を進め、新たなビジネスモデルの創出を図り、持続可能で選ばれる観光地をつくる」と掲げております。理念に込めたメッセージは大きく2点で、「ビジネスモデルの転換」と「デジタル変革の推進」でございます。

前回の部会及び審議会の中では、「デジタル変革に対応した」という記載にしておりましたが、9月14日に県が発表した、「みやぎデジタルファースト宣言」などを踏まえ、よりデジタル化を強く推進していくため、「デジタル変革を進め」という強調した文言に修正させていただきます。

その下段に、基本理念を踏まえて3つの視点に整理しております。

視点の1は「安全・安心の機運の醸成と可視化により、選ばれる観光地をつくる」

視点の2は「回復フェーズに応じた取組を推進するとともに、観光資源の魅力を再発見し、地域と旅行客の関係を深める」

視点の3は「ニューノーマルに適應したビジネスモデルに転換し、新たな観光を創出する」という整理をいたしまして、この3つの視点にぶら下がって、7本の取組の柱を掲げておりますが、この3つの視点と7本の柱立てにつきましては、前回から大きな変更点はござい

せん。

なお、みやぎ観光振興会議の委員の皆様からは、新たな観光のあり方として関心が高まっているワーケーションの視点、それから、デジタル変革の必要性を基本認識としつつ、新たな観光を創出していくためのビジネスモデルの転換、震災復興や伝承のコンテンツを生かしたみやぎにしかないアドバンテージを生かす、などの重要性についての御意見をいただいたところでございます。

次に、資料の2枚目、左側の「第4章 県内各圏域の施策の方向性」でございしますが、こちらについても前回から変更点はございません。

次に、資料の右側「第5章 観光需要の回復フェーズに応じた具体的な取組」をご覧ください。この回復戦略では、回復フェーズを4段階に整理した上で、各段階に応じた対策や、季節変動に応じた切れ目のない取組を進めてまいります。

前回からの主な変更点といたしましては、資料の下段に「主な取組一覧」を視点1から視点3に沿って新たに掲載したところでございます。

改定4期プランの実施計画となる、みやぎ観光回復戦略については以上となります。今後はこの回復戦略を基に、実効性のある取組を進めてまいります。

それではここから、第4期みやぎ観光戦略プラン改定案（最終案）を、概要版に基づき御説明させていただきます。

資料の1をご覧ください。

朱書き部分が前回の中間案からの変更箇所、下線部分が現行4期プランからの追加または変更箇所となります。

まず、資料の左側「4年後に目指す本県観光の姿」のうち、下段にあります赤枠で囲った部分につきましては、前回の部会では「みやぎのコロナからの回復の姿」というダイレクトな表現にしておりましたが、委員の皆様のお意見を踏まえて、現在目指している3つの姿を実現するための下支えとして、「みやぎの新しい観光の姿」という表現に変更しております。

それとともに前回「新しい生活様式に適応したビジネスモデルに移行し」という記載にしておりましたが、これを「新しい時代や価値観に順応したビジネスモデルに移行し」という、ある程度バッファを設けた表現に修正させていただきました。

また、具体のイメージとしては、「安全・安心の機運醸成と可視化により、選ばれる観光地の基礎の形成」、「回復フェーズに応じた取組を推進するとともに、観光資源の魅力を再発見し、地域の旅行客の関係の深化」、「ニューノーマルに適応したビジネスモデルに転換し、新たな観光の創出」の3点を掲げております。

次に一番下にあります数値目標でございしますが、まず令和元年の実績値を追加させていただいております。このうち、「2 沿岸部の観光客入込数」、「4 沿岸部の宿泊観光客数」、「5 外国人観光客宿泊者数」の3つの数値目標については、当初の目標である令和2年より1年前倒しで目標を達成しております。その他の指標につきましても、新型コロナウイルスの感染症の影響がなければ、令和2年の目標達成が概ね見込まれる水準になるなど、順

調に推移してきたところでございます。

次に、プランの改定により、計画期間の終期が令和3年度に延長したことにあわせて、令和3年の目標値を令和2年の目標値と同値と設定をさせていただきました。

これは、新型コロナウイルス感染症の状況や人々の観光に対する行動の変容など、回復に要する期間や回復の程度は極めて流動的であるため、東北や首都圏などからの往来回復や出入国制限の緩和を前提に、令和3年の新目標値は令和2年の改定前の目標値と同値とさせていただきます上で、コロナ禍以前の水準の早期回復を目指していくという考え方として整理したものでございます。

次に、資料の右側、「5つの観光戦略プロジェクトの取組と展開」でございます。従来の4つの観光戦略プロジェクトに加えまして、回復戦略に関連する項目として、「戦略プロジェクト5 感染症により落ち込んだ観光需要の回復と持続可能な観光地づくり」を追加しております。

具体的には、先ほど参考資料2で説明しました、みやぎ観光回復戦略の3つの視点、7つの柱を改定4期プランの戦略プロジェクト5としたものでございます。

今後は、改定4期プランとその実施計画である、みやぎ観光回復戦略に基づいて、具体的な施策を実施してまいります。計画の期間である令和4年度以降も、必要な視点などについては、次期計画である第5期プランに繋げてまいりたいと考えております。

なお、本日の改定4期プランにつきましては、12月の審議会で最終案を提示させていただき、来年1月に答申をいただく予定となりますので、よろしくお願いいたします。

最後になりますが、新しい生活様式、新しい旅のエチケットが提案されるなど、コロナは従来の観光のあり方を大きく変えつつあります。

観光の視点で考えると、コロナ禍によって、観光はかつて人類が経験したことの無い大きな転機を迎えています。

観光振興と感染症防止の両立という非常に難しい局面ではありますが、アクセルとブレーキのバランスを上手に取りつつ、選ばれる観光地へ、コロナ終息後を見据え、ウィズコロナの今のうちからしっかりと準備を進め、訪れたいようなみやぎの観光地づくりをお客様目線で、かつ、観光に携わるすべての事業者の皆様とともに二人三脚で力強く推し進めてまいりたいと考えております。

駆け足の説明でございましたが、私からは以上でございます。

#### ■青木部会長

ありがとうございます。

ただいま事務局から御説明がございましたが説明内容、資料について御質問、御意見を伺いたいと思います。

なお、今回は第4期の改定案ということですが、1年間の延長ということですので、次期プランに向けたコメントなどもいただければと思います。

それでは、1人ずつお話を伺いたいと思いますので、笠間さんからお願いします。

#### ■笠間委員

まず、戦略プランとしてはとても良く出来ていて、特に戦略プロジェクト5の部分のコロナへの対応などは、先ほどおっしゃっていたとおり、非常にチャレンジしていかなくやいけないところなのかなと思っておりました。

感想というか、私の仕事に関わる場所でもありますが、仙台市の産業振興事業団というところで、創業支援とか企業支援などを行っているビジネスディレクターをしておりますが、今回のコロナ禍で、多くの旅行観光関係の事業者さんが残念ながら廃業される方も増えると思われまして、大変なことになるだろうと思っています。

一方で、廃業によって1度インフラが失われてしまうとなかなか回復が難しいため、事業を承継して残していくということが重要になると思います。今は、事業部門を買ったり売ったりということも進んでいて、昔のイメージと違って親族内承継はすごく少なくなり、事業承継の方法などもノウハウが蓄積されているので、実は廃業したとしてもその事業が生き残ることが出来るので、事業承継のような経済の支援と連携できるといいのかなと思っておられます。

おそらく、こういったコロナ禍の中でも起業して新しいビジネスを始める方、特に若い方がいらっしやると思いますので、そういう意味ではニューノーマルに適応したビジネスモデルの転換というところでは、既存の事業者さんの転換を支援するのはもちろんですが、新たな視点で創業する方などをきちんとサポートするような体制があるといいのかなと思いました。

#### ■青木部会長

廃業や創業、再チャレンジされる方もおられると思いますし、大事な視点なような気がします。

#### ■経済商工観光部 千葉部長

今、御指摘いただいたように、廃業する一方で、いかに新たにビジネスを起こすかということが経済活性化のために非常に大事なこととおもっております。

内部でも議論しておりますが、昔からの商店街などは、後継者がいないため店を閉じてしまった後でもそこに住み続けていて、なかなか物件として出てこない。そのため流動性といったものがなく、新たに開業したいという人がいても、なかなか場所がないという面がございますので、例えば新たな参入者が物件を借りやすくするようなことができないかとか、県としても検討しているところでございます。

具体的に創業ということで申し上げますと富谷市の方で「しんまち商店街」という宿場町でベンチャーの育成やベンチャーの方が入れるような仕組みを作っておりますし、栗原市

の旧栗駒町にある岩ヶ崎地区に「六日町商店街」がありますが、こちらはシャッター街となっておりましたが、そこに外部から新たな人が入ったことで、今では10店舗ぐらい新たに開業しているといった例もありますので、県としても、その地域の活性化のために新たに事業を起こす人を受け入れる、さらにはそれをてこにして活性化したいというエリアを今まで以上にサポートしていけるような仕組みなども作っていきたいということを考えているところでございます。

#### ■青木部会長

これは非常に大事なことだと思います。

後ほど高橋知子委員から現場の話も伺いたいと思いますが、現場も大変な一方で新陳代謝にトライすることも必要だということですね。

このような内容の話については観光戦略プランというわけではないと思いますが、どちらで議論することになるのでしょうか。

#### ■経済商工観光部 千葉部長

県で次年度に中小企業の計画を作ることとなっておりますので、その過程の中で議論していきたいと考えております。

#### ■青木部会長

やはり、現場感覚としては起業支援という声も出てくると思います。このプランに盛り込むということではないかもしれませんが、確かに富谷や栗原での取組は、非常に大事な視点ではないかと思えますし、そういった取組があると県民も前向きな気持ちになってくるのかなという気はいたします。

#### ■笠間委員

県庁の内部でそういったことが検討されているということを知ってとても安心しました。

震災の時に創業された方は特に若手の方が多かったと思います。当時30代前後の人達が今40代前後になっていて、他の県と違って宮城県とかあるいは福島県などもそうだと思いますが、その若手の人たちが10数年前ぐらいに、非常に頑張ったという事例がありますので、誰でも創業ということもでも良いですが、私としては、出来ればある程度ターゲットを絞り込むような形で、例えば若手の方の創業をサポートするべきだということでも良いでしょうし、考え方によっては、逆に今の60代70代の方は非常に活発ですので、そういう方をターゲットにするということもあると思います。六日町商店街の場合ですと、移住して創業される方が主体でございますので、例えば移住して来る人をサポートするみたいな形など、大ざっぱにサポートするというよりはある程度セグメントを決めてきちんとターゲットを決めていくことが、県の戦略として重要なのかなと思いました。



## ■青木部会長

おっしゃるとおりで、今、ヨーロッパなどでグリーンリカバリーという言葉が、非常に大きなテーマとして世界的なうねりになっていて、ダボスの経済フォーラムなどではグレート・リセットなどと言いますが、グリーンリカバリーという意味で言うと、宮城県は2回目の復興、10年前に震災により破壊的な被害からのリカバリーを経験しています。その時に、ソーシャル・イノベーターが大変たくさん集まってきて、それが財産でもあるということだと思いますので、そういう視点は非常に大事かもしれないですね。そういう人たちが集まってきている状態で、次のリカバリーが来たという観点は非常に大事だと思います。

## ■関委員

関です。よろしくお願いします。

観光回復戦略に記載しているグラフで6月以降の観光客入込数、宿泊観光客数、外国人観光客宿泊者数を拝見して、稼ぎ時の夏にすごい落ち込みだったというところを見ておりました。

前にもお話したかもしれませんが、私に関わらせていただいている事業者さんは、観光に関するお土産など、宿泊以外で観光に携わっている会社もありますので、その方たちの支援をされていて感じるころとしては、今後、往来の数を増やすということが出来ない世の中になった場合に、観光戦略プランの概要版の一番下「新しい観光の姿」の、2つ目の丸で「回復フェーズに応じた取組を推進するとともに、観光資源の魅力を再発見し、地域と旅行客の関係が深まっています」というところで、関係性が深まるということが、商業的にはどうということなのかなということを考えておりました。

例えば私の場合は、1度行った地域の農家さんから、今でも農産物をネットで購入したりしています。自分の足を運ばなくなった状況下でも、その農作物が旬を迎えるということが自分の中に記憶として残っていて、それがECサイトという足を運ばなくても、そこにお金を落とす仕組みがある時代ですので、この関係性が深まるということは、取組の背景ということでもいいのですが、観光をきっかけとして宮城への消費行動が積極的にもしくは能動的に起こるというようなことをゴールにしたほうが良いのではないかと思います。

これからの観光というのは人が往来するだけではなくのが新しいスタイルかなというふうに思います。高齢者の方が今年もう鳴子の道を歩けないかもしれない、行きたくても高齢化により行けないなどの理由が出てきた時に、あの時に食べた栗団子を取り寄せたいとか、その方達が宮城を思い出して観光に付随した消費を増やしていただくというようなことも1つの目標値としてあったほうがいいのかと思うと、単純に「泊まる」、「行く」というような数字以外の物差しで見るとということも新しい観光の姿として、商工業部会なので1つ御提言差し上げたいなというところです。もちろん「みやぎの新しい観光の姿」のところに入れて欲しいということではなく、来期以降の具体的な取組の中に、1つの物差し

として関係人口の観光をきっかけとした消費額が、これから右肩上がりが増えていきますというような形に、書いていただくといいのではないかとということが1つです。

#### ■観光課 佐藤課長

ありがとうございます。非常に大事な視点だと思って伺っておりました。

回復戦略の中でも交流人口の拡大や関係人口の拡大については意識しておりますし、新しい観光のあり方であるワーケーション、仕事と観光のあり方、そういったところも意識しております。

今は4期プランでございますけれども、次の5期プランの中でそういった視点も含めて検討課題とさせていただきたいなと思っております。

#### ■青木部会長

次のプランを考えてということですかね。

消費額としては高付加価値産品として、何かお土産でも栗団子もいいですけども、意外と高付加価値なお土産が継続的に出てくると結構面白いですよ。

やはり、笠間さんがおっしゃっているようなビジネスモデルの感覚がないとなかなか通常のお土産売り場みたいな感じになってしまうので、そういうところも一緒に何か支援できると本当はいいのではないかと思います。すごく大事なテーマのような気がします。

その後のリレーションに着目したということかと思えます。

#### ■高橋（知）委員

高橋でございます。よろしくお願いたします。

第4期みやぎ観光戦略プランの中の「みやぎの新しい観光の姿」という部分ですけども、緊急事態宣言が明けて、6月7月と夏を経て、絆の宿キャンペーンなどのピークが過ぎて、年末に向かって動いております。夏の始めのころは、新しい生活様式、また、新しい旅のマナー・エチケットなど、常に新しい時代、これからというのがものすごく強く強調されて、私たちがそうしなければならないというような思いで準備を整えてきましたが、新しいものをゼロからつくるということではなくて、やはり「宮城の観光」という今まで培ってきたものを再認識して、それをきちんとお客様に伝えていくということが、今求められてきております。

というのが、県内外の皆様がコロナで動けなかった、行きたくても行けなかった、特に地元の皆様方が行きたくても行けないという状況から、キャンペーンなどにより、ようやく、マナーを守って旅に行ってもいい、受け入れてくれる、私達もいけるという認識が出てきて、皆様が動かれています中で、やはり、初めて来た方とか、初めて旅館に泊まった方とか、地元の方たちでもそういった方がお越しにいただいている中で、私たちだけが、何か「新しい観光」と言っても、空回りしているような場面が多々ありました。やはり、今までの基本といえます

か、おもてなしだったり、接客だったりそういうところも含めて、観光業界があまり様変わりしてしまうとお客様と離れていってしまうのかなと感じております。全く新しいものという考えではなくて、コロナという、一緒に行かなければならないものが出来てしまっても、今までの宮城の価値をしっかりと伝えられたらいいのかなと、今、感じているところでございます。

また、変化があったものの1つとして修学旅行生が宮城に大変お越しいただいております。関西や沖縄、北海道に行くはずだった学生達が、突然東北の宮城を訪れることになったことで、あまり期待してなかったという声も聞きました。せっかく大阪に行く気満々だったのに、東北になってしまったけれど今日は一晩楽しみますという子供たちの声があり、お帰りの際にははとつても楽しかったと、来てよかったという声がありました。その中の1つに、やはり震災のあった宮城に来られたということがございましたが、これは、このコロナがなければこういうルートにはならなかったので、改めて震災というものを目の当たりにしたという感想や東北はなかなか行く機会がないところでこういうチャンスで、東北に来られたというような声もありましたので、これから長く続くと思われるこういった時代に、子供たちの教育の1つとして、宮城の経験したことを伝えられるというのは1つの強みなのかなと感じました。

また、子供たちが感想を家に帰って話したり、SNSの発信だったり、学校を基盤として広がっていくような流れがありますので、それが再び来ていただくチャンスにもなりますので、それがご家族単位であったり、グループ単位であったりすることを考えると、東北に来られる、旅の人口が増える1つのきっかけかなと思っておりました。

それと先ほど千葉部長様がおっしゃられたように、新しい事業所や事業者の人たちを獲得するという部分ですが、秋保に関しましてはコロナ禍でも3店舗新しく事業所が誕生しております。飲食店だったり、お土産屋さんだったり、この状況でも新しい人たちが生活をして、そこで事業を広げております。これは、今始まったことではなくて、秋保が数年前から力を入れて、外の人たちの力も使わなければ生き残れないという考えがあって、その人たちへどう魅力を伝えるかという、地域の魅力の発掘というものをずっと取り組んでおりましたので、それを感じていただいた方が、コロナの前から目をつけてくださっていて、スケジュールを組んで、まだ動けない緊急事態の中でも準備をされて、そして今ようやくスタートされたというような方々がいらっしゃいます。やはり、すぐにはこういうことは出来ないと思いますので、やはり培ってきたものが花咲いてきたのかなという手応えがございましたので、1つお話をさせていただきました。

#### ■観光課 佐藤課長

感染症を気にしながら旅行というのは観光を楽しめないと思いますので、戦略プロジェクトの5の1番目に追加したのは「安全・安心の機運醸成と可視化による選ばれる観光地づくり」ということでございます。せっかく旅行に来て楽しめないのでは本末転倒でございます。

ますので、まずしっかりベースとして、ちゃんとマスクをすとか、基本的なことをごく当たり前のようにしていくといったことが非常に大事なのかなということで、この「安全・安心の機運醸成と可視化」というものを掲げさせていただきました。

あとは、修学旅行の話でございますけども、確かに北海道は減っております。親御さんが陸続きでないと何かあったら心配だというのが背景にあるようでございます。また、北関東、特に栃木、群馬、茨城あたりは本来、東京とか大阪に行っていたのが、感染症が少ない東北に行ってみようかということになっているようです。一番多いのが栃木で例年の7倍ぐらいの問い合わせがある状況でございますので、先ほどはあまり期待しないで来たという話もあったということでしたけれども、これを機に東北・宮城の良さを知っていただいて、リピーターや復興ツーリズムなどにつなげていけばと思っております。

あと、秋保は新しい店舗がいろいろ出来ていると伺っておりますので、新しいビジネスモデルとして我々も支援ができるところはしっかり支援していきたいと思っております。

#### ■青木部会長

確かにそうですね。

前回、高橋さんがおっしゃっていましたが、あの時はいろんな人が来られて体温のチェックだとか、いろいろ心配なことがあったということでしたが、今はどういった状況ですか。

#### ■高橋（知）委員

皆様、それがもう当たり前になってきましたので、大きなトラブルはなく行っております。

最近が高齢の方たちが少しずつ動かれるようになってきて、宿泊のスタイルとしては滞在型が増えてきて、その間に体調崩されたりとか、いつもより多くお召し上がりになったりですか、そういった時の医療体制の不安はまだ残っております。

#### ■青木部会長

秋保には小さなクリニック等があると思えますけれども、そこではなかなか解決できない問題ですかね。その辺はニューノーマルに移行しながら、ということですかね。そういったところも県が橋渡しをして何か声掛けするのは可能ではないのかなと思えます。

新たな取組として、大学でも遠隔授業ということで初めは盛り上がっておりましたが、10月以降は対面の授業を始めたところ、学生たちは対面を望んでないということがわかりました。感染が怖い生徒もいるので、全授業を対面とオンラインのハイブリッドで実施しましたが、そうすると実は60人のクラスでも3人しかいないという状況があります。

実は、お客様は望んでいなかったということもあつたりしますので、状況が初めの頃の勢いとまた違って冷静に考えて、授業とは何かとか、観光とは何かということと同じだと思いますが、そういったモードになっているということは間違いないだろうと思います。

あと、修学旅行の話は大変印象的で、先ほど申し上げましたが、私たちにとっては震災の

10 年後にやってきた、もう 1 つの復興といいますか、2 回目のリカバリーというようなストーリーがあるので、非常にしなやかな社会になっているというようなことを感じられるツーリズムやブランディングというのは非常に大きいのではないかと思います。

また、先ほどおっしゃっていたように、若いプレイヤーも来られています。若くても震災のときに何かしたいという人たちが来ていて、そういう方も秋保に行って、いろんなことをされているのでそういったストーリーもあるのかなと思います。

最後に気づいた点ですが、秋保は結構盛り上がっているのに比べて、この間、鳴子に行きましたなかなか厳しそうな様子で地域色によって相当濃淡があるなというのを感じました。県としては、その辺もいろいろ御配慮いただくのが大事なのかなと思います。

### ■高橋（昌）委員

宮城県内にはいろんな観光地がたくさんあると思います。すてきな観光地がいっぱいあって、ではどうやって人を呼ぶのかという話になると、今、高橋さんから話があったとおり、ちょっと工夫すれば、人がいっぱい集まるのかなと感じています。

デジタル変革という話もありまして、デジタルのいろんなツールを使いながらコマースやる、または、近くにクリニックがあったらいいねというお話がありましたが、まさしくそういう話で、ちょっとしたことを工夫すれば、うまく人が来られるのかなと思います。1 つ 1 つの問題点を取り上げて、こつこつと解決するのが一番いいのかなと思っています。

そういう意味では新しいものではなくて、今ある観光の資源を使って、いろいろ工夫すればいいじゃないかという話もありましたが、私は、努力すれば何とかできるのかなということを考えていて、この戦略プロジェクトの 2 にあるようなニューツーリズムとか、体験型観光や新たな観光のコンテンツづくりというところにごく興味ありまして、蔵王のお釜を作るというわけにはいかないですが、例えば極端な話として、そういうお釜をもう 1 つ作るというような気持ちで、物理的なコンテンツ作りをしても良いのかなと思います。

今ある観光資源にちょっと手を加え、ちょっと角度を変えれば先ほど商店街の話もありましたけれども、誰かがまたそこを再建したい、違うものにしたいという人もやっぱりいますので、ちょっとした補助金以外の仕組みを作れば、そこが観光地になるのかなと思っています。今までの観光資源の活用として LCC をうまく使うとか、色々なことをすれば結構人が集まるのかなと私は確信していますけれども、しつこいようですけども新しい場を作るということを考えた方がいいのかなと思います。

私自身、海岸の方に新しい観光地を作るということで頑張っておりましたけれども、コロナの問題で、融資がうまくおらず断念しました。子供たちをターゲットに、子供たちが、全国から集まって楽しく遊んだり学んだりできるような施設を作ろうと思っておりましたが、残念ながらできなかったということでショックを受けていますが、そういった意味で、何か宮城県に新しいというか、今までにあるような形でもいいですけども、面白いコンテンツとかハードウェアをみんなで真剣に考えて作ってもいいのかなと思っています。

#### ■観光課 佐藤課長

観光資源の磨き上げは非常に大事だと思いますし、今こういう状況だからこそしっかりと、コロナのピンチをむしろ逆手にとってチャンスするというので、収束後にきっちりと呼び込めるように、地域の魅力や観光資源の磨き上げをしっかりとやっていきたいと思っております。

あと、今年は七夕など大きなイベントが中止になりました。少しイベントのあり方なども皆様が楽しめるような新しいイベントの形なども考えていかななくてはならないのかなと思っております。七夕は200万人も集まる大きなイベントですが、幸い、光のページェントについては12月18日から1月11日まで実施すると聞いておりますので、光のページェントがうまくイベントのモデルケースとして、感染症ゼロでしかも皆さんが楽しめたという形でやっていければと思っております。新たなイベントの楽しみ方や今ある観光資源の磨き上げというところに取り組んでまいりたいなと思っております。

#### ■青木部会長

高橋さんはジャズフェスもやっておられたと思いますが今回はどのような状況でしたでしょうか。

#### ■高橋（昌）委員

定禅寺ジャズフェスについては、前回の資料にもありましたように大きな観光資源でしたが中止になってしまいましたので、それをユーチューブで見せるような仕組みを作って、ライブホールで開催して配信しました。

一応成功だと言われておりますけれども、誰かが新しい形で続けていくことや、それに変わるもの、駄目だったらこうしようというような工夫が必要かなと思っております。

#### ■青木部会長

磨き上げに関して雄勝硯の盃などもそうですが、もう少しアートとかそういう要素があっても良いと思います。

震災復興の後に入ってきた方々もいらっしゃいますので、石巻の巻組さんなども、アートを支援したりしていますけど、意外と新しい価値になってきていますよね。意外とそういう部分を強化していくと面白いのかなと思いました。磨き上げというと、例えばカップの銅像を作るだけじゃなくて、少しアートの的なものなどをうまく組み合わせてみることや、そういった人たちとつながりを持つことで新しい取組になっていくのではないかと思いました。

#### ■経済商工観光部 千葉部長

今、内部で議論している話ですが、先ほど高橋知子委員の発言に関連しまして、秋保はい

いけれど、鳴子はどうするのかというお話がありました。やはり、我々としては、今まで、観光プロモーションを中心に取り組んでまいりましたが、プロモーションというのは光を当てることはできますが、そうすると光が当たった時しか見えないものですから、やっぱりそれぞれの地域が自ら輝かないと、継続的な持続的な交流にならないと思っていて、そういう面を県としてもサポートしようということで、今いろいろ取り組んでおります。

そういった中の1つとして、全国的に非常に人気のある温泉街といえばやっぱり街歩きできる場所、草津だったり、別府だったりそういうところではないかと思っていて、秋保は民間の方が一生懸命に取り組んでおられますが、県内2ヶ所ぐらいの温泉地をターゲットにして、どういった活性化が出来るのかということ、古谷野局長を筆頭に現地に入ってもらっていろいろな話し合いなどを行っております。

やはり地域の体験メニューといったものを、いかにうまく見せるかとか、使うかというところが必要ではないかと思っております。1つの成功事例としては、県南の蔵王の方に、別荘地がありますが、別荘は普段は空いておりますので、宿泊施設としての許可を取りまして、行政的に言うと旅館業法の簡易宿所という許可を取って貸し出しを積極的にやっております。それをステイジャパンというインターネットサイトに掲載しておりますが、コロナ前ですと外国人の方が6割ぐらいで、そのうち半分が欧米系の方ということです。そのお話を伺うと1週間ぐらい滞在しまして、それぞれの宿で体験できるメニューというのが、10何種類リスト化されていて、着物の着付け体験だったり、陶芸体験だったり、こけしの絵付け体験などいろいろメニューがありまして、そういったものをうまく組み合わせて地域の価値をアピールしていく、そういったことが非常に重要ではないかと思っております。

#### ■青木部会長

光は当たった時にしか見えないというのは確かにそうだなと思います。

普段からそういう魅力があるということは大事ですね。

#### ■笠間委員

鳴子の話が出たのでというわけではありませんが、実は日、月、火曜日に大崎市からの委託で、大崎耕土のモデル事業の調査を担当しております。実際体験した方々に、フォーカスグループインタビューと言われるようなマーケティングの調査をするという仕事を受けております。その中で鳴子が大変だということは、現地の方達もおっしゃっていただいたので、まさにそういう状況だと思います。その時に非常に痛感したのが、観光公社の方やいろいろな方もいらっしゃいましたが、「いや古川は」とか、「岩出山では」とか、「鳴子では」ということをおっしゃっていて、平成の大合併から20年ぐらい経っておりますが、意識的には皆さん旧市町村に所属意識のようなものがあり、古川の方は鳴子に宴会にいきましかと聞いたら「いかないね、最近はお風呂にも入ったことがない」といったことをおっしゃっていて、実は地元の大崎市の方が大崎市内を全然回っていないということでした。マイ

クロツーリズムというのが、今、全国的に非常にフォーカスされていて、それはたぶん需要喚起が目的だと思いますが、ちょっと視点を変えてぜひ地元の人が地元を理解することをテーマにされるといいのかなと思います。とりわけ、平成の大合併により、県北では細かくあった自治体が一緒になって、いまだにアメリカ合衆国のように州ごとに意識が違うように、旧市町村にかなりとらわれてしまっていると感じます。そこでマイクロツーリズムを地元理解のテーマにできればいいのかなということがその時のグループインタビューで得た1つ目の知見でした。

もう1つ大きな知見がありましたが、その時は地元の大沼旅館さんであるとか、よっちゃん農場さんとか、青田ファームさんの様なところなど、地域で非常に頑張っている事業者さんが、いろんなプログラムを提供していただいて、コンテンツになっていただきましたが、すごくいい内容でした。結局そう思ったのは、地域の活性化という面で、いろいろなケアをやらなければいけないと思う一方で、例えば大沼さんのようにもう20年以上ずっと取り組んでいるところとか、よっちゃん農業さんのようなところというのは、今回のコロナの中でも宿の稼働率とか売上などは実は落ちてないどころか上がってしまったというような話も聞いております。

ということで、究極的には鳴子などの地域が盛り上がるというのは個別の事業体が強くなる必要が正直あるなということを考えると、先ほどの創業支援や事業承継の支援に繋がることかもしれませんが、そういった事業体をいかに強く強靱にしていくかということをやっていかなければいけないなと思ったところです。

鳴子関係の話でいうとそのような2つの知見がちょうど出ておりましたので、多分それをレポートにしたいと思いますので、ぜひとも皆さんにもそれ見ていただければと思います。

もう1つは観光関係ですが、農水省からの委託でFacebook広告やGoogleのアド広告などを行っています。マイクロツーリズムだからということで宮城と山形と福島だけに広告を出したりしていますが、どういう人たちが反応するのかなという調査分析をしております。

これからはデジタルツーリズムとかデジタルだということで、私は若手のつもりでしたが、ついていけなくなったなと思ったことがいろいろありました。例えば、今はGoogleで調べるというよりも、SNSでたまたま見た人の方が、圧倒的に反応がいい、要は皆さん調べなくなっていて、観光だからGoogle広告に出せばいいかという、もともと興味がある人は、それで検索するというのを能動的にやりますが、ほとんどの人は、ほぼ検索してなくて、たまたまインスタで見たとか、そういった所から情報を取っていて、昔のように検索対策すればいいということでもないのかなと感じました。SNSでも誰かの投稿をちゃんと見たとか、ニュースフィードなどそういうものではなくて、最近はずーりって15秒ぐらいで流れて24時間で消えてしまうものがInstagramにもありますしFacebookにもあるし、Twitterでも今週か先週ぐらいから始まったりしているようです。



こういった使い方を分析すると、スマホとかタブレットを置いたままでストーリーズのボタンを押すと、そこに広告が紛れていますけれども、いろんな人が24時間で消える投稿が流れていて、テレビのCMがずっと流れているように使っているようです。そうすると友達などの投稿をしっかりと読むということですらなくなって、この1、2年はそういった使い方をしているようです。

そうすると、デジタルマーケティングをしようとした時に、そういうものを私はたまたまプロジェクトの委託を受けたので気づけましたが、こういったものは当然、県の戦略とかそういったものでも、最新の消費者行動というものを、きちんと把握する必要があると思いますので、ぜひともテスト広告なども、新しい技術、新しいセグメントの人達がどういう使い方をするかとかいうことも精密なリサーチをされた方がいいのかなというふうに思いました。鳴子の話とWeb広告の話でした。

#### ■古谷野国際経済・観光局長

鳴子の話は興味深く聞いていて、鳴子に先ほどのミッションとともに通っておりますが、地域の中でいろんなそれぞれの人間関係だったり、権利関係だったりいろいろあるわけですが、やはり地域の方々、特に若い方だと思いますが、若い方々がやっぱりこの地域をどうしたいという思いをどれだけ共有できるかということが、まず、1つ大きなポイントだと思っています。当然、いろんな人間関係があって、みんなしがらみの中でやっていきますが、そうは言いながらも、今後10年20年さらにその後の子供のことも考えたりすれば、今の30代40代の世代の方が、この地域をどうしようかというものを持ってもらわないと、なかなか前に進まないのかなと思っています。鳴子でいろいろお話ししている時には、特に若い方とお話をさせていただいて、この先どのような姿を作りたいのか、そういった話を今、始めています。そういった中で地元の方の理解というのも、もちろんおっしゃるとおりで、やはり自分ごとと思ってもらわないと、いくら県が一生懸命に旗を振っても地域の人々がそう思ってくれないとこれは進まないですし、地域に根付かないと思っていますので、その動機付けをどうするのかということがすごく大事なポイントなのかなと思ながらここ数ヶ月間通っております。

デジタルマーケティングの視点では県でもここ数年、力を入れて少し取り組んできておりまして、具体的にどんな広告をどの人にどう届けるのか、というのは我々もいろいろなツールを使いながらデータをとってやり始めています。ただ、これも絶対量のパイが取れているデータが少ないので、有益性がどこまであるかということも、もちろんありますが、そういった視点でまずはターゲットを絞って打ち出す部分と、拡散したことでなんとなく見ているということもあるので、2つのターゲット層に分けて考える必要があるのかなと思っております。

遠くの人に届ける、こういう情報に関心がある人に届けるという部分と、情報を拡散していろんな人に興味を持ってもらって、またそれを拡散してということで広がっていくような

ことも併せてやるというようなマーケティングというか、そういったことも考えていかなければいけないと、そういうようなことを今思っているところでございます。

#### ■青木部会長

新しい事業を起こす人というのはその土地の人という考え方がある一方で、先ほどもありましたけれども外から入ってくる人ということもありますね。その感覚やバランスというのは大事だと思います。

私がアントレプレナーシップいわゆる起業家育成をしたときに、大学の中などには社長業ができる人や新しいスタートアップが出来る人はなかなかいないです。この間、東経連と一緒にスタートアップ・ユニバーシティ宣言を行いました。大学に住み込みで社長になってくださるという殊勝な方がたまにいらっしゃいますので、こういった方を引っ張ってきてアントレプレナー・イン・レジデンスと言ってはおりませんけれども、社長業が出来る人を見つけていくというような可能性もあるのではないかと思います。そうすると何か、地域の人も、いろいろ気づいたりすることもあるのかなと思いつながり聞いていました。ぜひそういった力も引っ張ってきていただくといいのではないかと思います。

あともう1つ、うちの留学生にメールが届いているかということを確認しましたが、電子メールで全員に通知しても2割しか届かない、何回送っても2割にしか届かないです。

大学で見て下さいと言っているメールもその調子なので、いわゆるFacebookとかTwitterの方が早くリーチできるというのもわかっていますが、先ほどのストーリーの話は、そんなものがあるのかと初めて知って驚きました。そういう意味で言うと普通のメールとかホームページをいくら作ってもリーチしないということは我々も実証済みですので、セグメントによって違うものが必要なのかなと思います。

#### ■関委員

今の話の流れとも合っていると思いますが、観光地の受け皿の話があると思っていました。

局長からの話にもありましたが、別件で笠間さんといわきの方で仕事をしています。そこでコロナの影響によりステイホームということで家にいる時間が長いものから、改めて地元のイベントとか名称を見直そうということで、制作物を作る機会があり、そのリサーチを担当していました。そのときは、いわきを知らなかったの、改めてどういうことを載せるかということ調べておりましたが、その中で気づいたのは、例えば中止になっていなければ、なぜこのイベントや祭りが始まったのか、ということを探ることがなく、若い人たちは、なぜ始まったのか、いつ始まったのか、どういう意味合いで、どのような由来で、今こうなってきたのかという、歴史を知るきっかけがなかったということです。私が調べて「もともと花火というのは疫病よけのために徳川の時代から上がっていた」なんて書くと、地元の人からは「そうなんだ」という反応がありました。そのイベントやまつりの意味合い、

由来、成り立ち、そういうことを勉強するチャンスだと思って取り組んだ観光地がもしかしたら磨き上げですとか、再発見ということができるのかなと思います。

そのために、若い人を育てるタイミングとしては今なのかなと思っていて、ワークショップ的なものですか、そういうものに対するサポート等を小さな支援ですが自治体が率先して取り組んでいくことが必要ではないかと思っています。受け皿がスカスカで何かを聞かれても答えられないということであれば、経済的な面でイベントだけを続けるよりも、もう一度成り立ちを考えて出来ない部分は削ぎ落としても、この部分だけは変えたくない、規模を縮小しても時期は変えない、出すメニューは変えない、この神輿のルートは変えないとかそういったことを考えることも必要だと思います。

今、皆さんイベントを実施するのが怖いということで、田舎に行けば行くほどずっと続いていた祭りが軒並み中止になっておりまして、理由を聞くと何かあっては怖いと言うことでゼロか100で考えて、今年はやめて来年はどうするかということを行行政の方がお話しておりましたが、やはりゼロか100かの考え方だと、急に再開しようとなった時に難しいと思います。先ほど佐藤課長がお話になっていたように、仙台ではこのぐらいの規模のイベントをこういう対策をして成功しました。なので、こういった点が気をつける部分です、というような、各自治体のイベント担当者に向けたマニュアルの作成やワークショップの開催を来年の最盛期に向けて配布したり、オンラインなどを使って勉強会のようなものをしたりすると、ゼロか100かではなく、30%規模でやってみます、50%規模でやってみますというように、少しずつ復活していくのではないかと思います。まだ、成功事例が少ないがゆえに、皆さん自分のところが踏み絵になってしまって怖いというような、こともおっしゃっていて、それは民間・行政に限らず、やはり二の足を踏んでいるのは観光の宿泊だけではなく、たった1日のイベントであっても、何の保険に入ればいいのか、もし何かあったらどうすればいいんだろうということを考えていて、それを検討する労力を考えると、ゼロにしてしまった方が安全だろうというような議論になってしまっているようです。特に情報が少ない地方部がこういった情報にすごく飢えているのかなと思います。仙台であれば、この前こういうことをやっていたとか、あのぐらいの規模だと入口にサーモカメラがあったとか体験しに行けるので、皆さんも次やる時にはこういうところに気をつけようと実体験出来ますが、地方部にいらっしゃる方はそれさえ見ることが出来ないのです、どういうことをすれば防げるのか、どういうことをすればお客さんが安心して来てくれるのかということが、何となく理解しづらいのかなというのがありましたので、地元をサポートしていくような小さな支援こそ、今年や第5期が始まる初期の部分で必要になるのかなと思っています。

#### ■観光課 佐藤課長

イベントの開催についてですが、先ほど七夕は中止という話をしましたが、実は完全に中止になったわけではなくてウェブで短冊を作ったり、新聞広告の中で短冊を呼びかけたり

という形で、それが10%なのか30%なのかわかりませんが実施しておりました。

今まさに関さんがおっしゃったような形で、やはり来年につなげていこう、少しでもやっ  
ていこうというような取組が大事なのかなと思っておりました。今回の光のページェント  
についても、おそらく100%で実施するというのではなく、50%になるか70%になるかわ  
かりませんが、そういった形でやっていくのは非常に大事なのかなと思っております。今、  
光のページェント実行委員会でも、一生懸命マニュアルを作って県とやりとりしているよ  
うな状況でございますので、こうすれば大丈夫、皆さん楽しめるという成功事例にしてい  
きたいなと思っております。

#### ■青木部会長

施策としてワークショップ的なことを開催して誘導していくということは確かにありま  
すね。

自分たちのアイデンティティとか、他の地域との相対化という意味でいうと地方事務所  
をズームなどで繋いで実際にこられなくても参加できて、県北と県南で全く関係ないところ  
が実は同じようなことを考えていたりすることがあると思いますので、県庁のDXが進  
むと「コネクテッド宮城」になってくのではないかと最近思っております。

もちろん、仙台と繋ぐということもあると思いますし、同じような市町村を繋ぐというこ  
とも非常にやりやすいのではないかと思いますし、ぜひ、デジタルファースト宣言というこ  
であれば、そういった所にも神経を通わせるといいかもしれませんね。

#### ■高橋（知）委員

先ほどの地域の若者のやる気の話になりますが、約20数年前に、私が秋保に対する思い  
があって、このままでは多分なくなるだろうと、普通にそういうことを思ってしまった  
り、それを同じく感じてくれる次世代の経営者や、次世代の引っ張っていくエネルギーがある  
人たちとともに、当時、誰も見向きもしてくれない、私たちが集って、集って、話し込んで、  
企画を立ててやってみて、駄目なら次、駄目ならこっち、というようなことを自分の店も家  
庭も顧みず費やした時がありました。

その時はもう光も当たらず、奥座敷の秋保という形で走っていたその地域が、今ようやく、  
光を当てていただいて、そして「頑張っているね、今すごいね」と言ってくださるようにな  
りましたが、やはりそこには「20数年前のあの時間があったから」という自負があります。

やはり、それぐらい地域の人と意見をぶつけ合いまして、その頃の私の年齢からすればも  
う、若者だ、生意気だ、訳わからないのにそんなことを言うなという社長たちがいたり、元  
住民がいたりしますと、実際にお金は動かせないけれども、気持ちはすごくあってそれをぶ  
つけて、地域の人とまたぶつかるなんていう場面もよくありました。けれども、今はそうや  
って培ってきて、確固となるものを積み重ねてこられましたので、このコロナになってやは  
り地域の人が助けてくれる。そして、地域の人たちが新しいことやろうと言ってくれるよう

になって、逆に私達の方がもうボーッとしていられないような雰囲気になってきておりますので、積み上げていく人のエネルギーというのは、すごく地域にとっては大きいと感じていました。

また、ここ最近変化が起きているのは、お越しいただいたお客様の声、例えば紙ベースのアンケートでしたり、口コミ投稿やSNSの投稿もそうですけれども数が増えています。自社のアンケートもすごく増えて集計も追いつかないぐらいお客様が毎日毎日その声を届けてくれます。それと口コミの数も、例えば、じゃらんさんだったり楽天さんだったりいろんなサイトがありますけれども、その口コミ投稿もすごく増えております。そういう意味ではお客様が、伝えたいとか、発信したいとか、そういった動きがあるというのは感じますので、それに対しての返信とか反応とかっていうのはすごく大変で手間がかかります。お金をかけずに手間暇をかける広告や見せ方というのはすごくたくさんあると思うので、今、私よりももっと若い世代に伝えているのは、そういったSNSとか、ネットを見ることが得意な若者がたくさんいますので、そういう若者たちにお客様の声にきちんと反応しお返ししよう、お客様がこれだけ書いてくださる、言ってくださることにに対してきちんと私たちも、発信、反応していこうというようなことをしています。ただ、すごく手間がかかります。もう1日中スマホを見たり、タブレットを見たり、上の世代の方たちからは「何をやっているんだ」と思われがちですけれども、今はそういったことを積み重ねてきて大きくなっているということも感じておりました。

また、これからのインバウンドに関して、飛行機は飛ばないし、コロナもあるし、外国人のお客様はまだまだ先だという声もありますが、先日台湾の台北の駅で、東北を含めた全国の観光物産展というものをオンラインで行いました。会場にはものすごいお客様が座っていてくださっていて、東北としてステージにオンラインで出させていただきましたけれども、私たちはオンラインで何かを伝えるということは大して響かないのではないかと感じていたのですが、やはり台湾などはすごく進んでいて、お客様の反応がダイレクトでそれを見た方が現地からFacebookやTwitterでメッセージをくれました。それはすごくびっくりしたことですけれども、行ってみたいとか、東北の映像が見られてよかったとか、すごくシンプルな声でしたが、やっぱりそういうのを感じますと、見せる映像があつてオンラインの場面があれば、これからはあまり引き込まないで、どんどん出ていった方がいいのかということも感じてまして、1つのインバウンドへの道筋がまた見えてきたかなと感じていました。

#### ■観光課 佐藤課長

インバウンドの件について、回復戦略でもいろいろ意見はありましたが、インバウンドは引き続き大切だということで、今なかなかインバウンドを言い出しにくい状況ではありますが視点としては入れております。最近の少し明るいニュースとしましては、11月ぐらいから若干緩和されまして、シンガポール、韓国それからベトナム、この三国については、ビ

ジネストラックということで、事前に日本でPCR検査を受けて陰性になれば、相手先の国で1, 2週間の待機をしなくてもよいということになっているようでございます。ただ、これはあくまでビジネスでございますので、観光は少しまだ遠いというところはあります。

あと、その三国以外の国についても、短期の出張ニーズに対する枠組みが11月からできておりまして、7日以内であれば同じように、事前にPCR検査を日本で受けて陰性であれば、あちらで1, 2週間待機しなくていいということで少しずつではありますが、まずはビジネスから次に観光の方にも広がっていけばいいと思っております。

#### ■青木部会長

何かインバウンドは早いような気がしますね。

というのは、東北大学は10月の後期から毎年600人位の留学生が入学しますが、この状況でも出足が早く、昔のイメージでは私費留学生はこないかなと思っていました。私費留学生だと、入国した際に2週間の待機があって、費用も15万円くらいかかるためすぐには来ないと思っていましたがどんどん来ています。例年と比べても全く遜色ないというかいつもよりも来ている状態なので、我々が何か感じているのと相当違いますよね。我々の古い考えでいるとインバウンドはちょっと出遅れてしまいますので、動きは早いと思っていて台湾など親日の国はどんどん来るのではないかと思っております。

あと、地域のことを考える話で言うと、高橋さんみたいな方を講師にしたワークショップということもあると思います。今のような話を本当はオンラインでもいいから届けたいですよ。別に自分たちでも出来るよと言われるかもしれませんが、やっぱり刺激になると思うので、そういうのは非常にいいのではないかなと思います。知事にとってもオンラインを活用することでDXやデジタルファーストのある意味で看板になると思うので、そういうところで地域間で一緒にやっていくという雰囲気を作るということも良いのかなと思いました。GoogleにはMeetというツールあるので、それを使って地方振興事務所をつないで、そこに来ていただくだけで他の地域と繋がるというのもいいのではないかなと思って聞いていました。是非やってみてください。

#### ■高橋（昌）委員

ジャズフェスのお話をさせてもらいましたが、他にライブホールを3年間、素人ながらいろいろお手伝いしてやってみました。その中で、ライブホールに来るお客様は70%以上が宮城県外の人で、市内とか県内の人が少ない、東京や広島などから来ていらっしゃるようです。そうすると、単純に一泊して帰る人も結構いらっしゃいますが、来たお客様を、先ほどの旅館やいろんな観光地などを一緒に回ってもいいのではと思っていました。

あと、企画をするときに、自分だけ声を上げてもなかなか企画できないということがありまして、これを観光戦略プランの中の1つの手法として入れてみてはいかがかなと思っていますが、いろんな企画をすると、民間ベースで役所をお願いしようという話になる。また、

先ほどお話があったとおり、地元の人がどう考えているかということが一番大事だよねということを行行政が言っている。そうするとお互いに、やって欲しい、やって欲しいという形になって前に進まないということになります。

それで、今年の3月か4月に、知事の方から、パチンコ屋さん和ライブとそれから旅館など12社が呼ばれてコロナの説明があったときに、結果的に自粛して欲しいという話になりました。その時に残って、何かおかしいのでは、という話をさせてもらったときに、一緒に宮城県の仕組みではないですけども、行政と一緒に何かルールが作れないかという話になりました。先ほど七夕のルールという話もありましたが、そういうルールを作れないかという話になって、それではやってみようということで今回はライブホールを中心にコロナでも出来るような体制を作ってやってみて、結果うまくいきました。

宮城県の小規模のライブハウスは、地元のアーティストが多いのでコロナ対策が上手くいきました。大きいところは有名なアーティストになりますので県外の人が多くてなかなか無理でしたが、そういう意味ではコロナ対策をした上で色々なショーが出来ました。

何を言いたいかと言いますと、どういった形が良いのか、まだ、アイデアはありませんが、今、話されていたように行政と民間と一緒にになって取り組めればいいねということではあると思いますが、その先が進まないという現状があると思いますので、そのきっかけを作って、何か、民間と行政と一緒に進める仕組みがあれば今回のライブホールの時の様に結構進むのかなと思っています。

民間にしてみれば、どこに行けばいいの、どのようにすればいいの、行政がやってくれないから分からないとぼやきますが、それも民間の人も、もうちょっと進んで、どんどん積極的になって、行政の方々もそういう場を作っただけであれば、何かうまくいきそうな気がします。私も、行政の方と話しましょうということをも積極的にやっています、これから建設業界の方と会議をしますが、どんどん、どんどん積極的に進んで一緒にやりましょうという考えを持っていますので、ぜひ、今日、いろんな意見が出たと思いますが、実現できるように、何か会などを作りながらやって積極的にやっていきたいと思っていますので、よろしくお願ひしたいということです。

#### ■観光課 佐藤課長

イベント支援の話でございましたけれども、県としても、地元の市町村でも、そういった地元の祭りを非常に大事にしていると思いますが、やはり、大きなイベントとして七夕は中止して光のページェントは実施することになりましたが、両方とも200万人を超えるイベントでございます。ジャズフェスも私の記憶では70万人ぐらいの集客力があって、県内の人が多いということですので、そういったイベントの大切さということは、市町村とも共同しながら、可能な限り支援してまいりたいと思っております。

■青木部会長

官民が連携してそういうエネルギーのある人がどんどん参画していただくといいですね。それではお返ししますのでよろしくお願いいたします。

■富県宮城推進室 橋本副参事

青木部会長ありがとうございました。

それでは次第のその他でございます。

事務局から特にございませんが、全体を通しまして皆様から何かございますでしょうか。

それでは、以上をもちまして、第12回宮城県産業振興審議会商工業部会を閉会とさせていただきます。

なお、次回の全体会につきましては、12月24日に開催させていただきますので、よろしくお願いいたします。

また、次回の商工業部会では、第5期みやぎ観光戦略プランについて御審議いただくこととなりますので、そちらの開催日時等については追って御連絡を申し上げます。

本日はどうもありがとうございました。