

第14回宮城県産業振興審議会 商工業部会

日 時 令和4年7月27日（水）
午後2時から午後4時まで
場 所 宮城県行政庁舎9階 第一会議室

第14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 熊谷副参事

ただいまから第14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 熊谷副参事

開会に当たりまして、宮城県経済商工観光部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

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

また、日頃から、県政運営や産業政策の推進に御協力いただき、心から感謝申し上げます。

本日の部会では、「第5期みやぎ観光戦略プラン」の最終案について御審議いただきます。皆様御承知のとおり第7波と言われる新型コロナウイルスの感染者が急増しており、先週あたりも感染者数が倍々ゲームで増えていまして、今週のデータを見ると、なんとか倍々ゲームが終わってもうすぐ山頂が見えるのかなと期待しているところです。特に、観光関係への影響が出ているようでして、私共としてもできるだけ早く収束すればと思っています。また、今回の第7波は一つ貴重な経験として、感染症と経済の両立といった点から、新たな知見を与えてくれるものと思っております。10月30日からタイガーエアで台湾便が復活するというので、実際ホームページにもスケジュール等載っておりますので、そういった面で今回の第7波を乗り越えることによって様々な局面がさらに一般に近づいていけばなと期待しているところでございます。

本題に戻りまして、今回の最終案でございますが、前回2月1日に開催いたしました産業振興審議会の全体会でお示した中間案に対する御意見のほか、4月に行いましたパブリックコメント、また「みやぎ観光振興会議」など、様々な方面から御意見を頂戴いたしましたそれを反映しながら作成したものとなっております。

今後でございますが、本日皆様から御意見をいただきまして、8月5日の審議会の全体会の開催で最後の審議を行い、8月中旬に知事に対しまして審議会からの答申をいただくこととしております。

本日も、それぞれのお立場から忌憚のない御意見・御提案を賜りますようお願いを申し上げます。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願いいたします。

■富県宮城推進室 熊谷副参事

それでは、議事に入る前に、定足数について御報告いたします。

本審議会の定足数は半数以上となっておりますが、本日は委員6名に対し、6名全員の御出席をいただいておりますので、産業振興審議会条例第5条第2項の規定に基づき、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。

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回目の会議において、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。

続きまして、ペーパーレス会議システムの操作方法等につきまして、担当から説明をいたします。

■富県宮城推進室 阿部班長

それでは、御説明させていただきます。本日の会議は紙の資料は配布しておりません。お手元のタブレット端末で、説明者と画面を同期して進行したいと思います。紙の資料もいくつか御用意しておりましたので、必要な方はお近くの職員までお声がけください。

それではお手元のタブレット端末を御覧ください。画面右下に耳のマークが出ていますが、これが参加ボタンになりますので、こちらをタップしてください。タップをしますと、オレンジ色に変わると思いますが、タップした後、説明者がページめくりや画面拡大などを行った際に、今御覧いただいているように、皆様のタブレット端末も同期して表示されます。また、画面がこちらのモニターにも同じように映ります。

同期している最中、耳の参加ボタンをタップすると、一度同期が外れて自由に他の資料を閲覧することができます。再び参加ボタンをタップしていただくと、その時点で説明している画面に戻ることになりますので、どうぞよろしく願いいたします。

何か操作で、御不明な点がございましたら、随時お近くの職員にお声がけください。

■富県宮城推進室 熊谷副参事

それでは議事に移らせていただきます。

本日の議事は、次第のとおり1件となっております。

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、部会長が議事を進めることとなっておりますので青木部会長にお願いいたします。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

(1)「第5期みやぎ観光戦略プラン」の最終案について

■青木部会長

県の皆さんといろいろ話をしていまして、コロナ禍でいろいろな意見を取り入れて、御苦労されて計画を取りまとめておられる様子がよく分かりまして、頭が下がります。我々のこ

の部会では、知事にしっかり届ける、メッセージとして動いていただけるような格好で、皆さんの御見識でウエイトをかけるとか、大事なポイントを確認して、意見を出していただくと良いのではないかと思います。知事も、360度全部お話できるわけではないでしょうから、こういう部分が大事ではないかという、ウエイトが見えると良いのではないかなと思っています。

それでは議事に入ります。議事（1）第5期みやぎ観光戦略プラン（最終案）について、事務局から説明をお願いします。

■観光政策課 柳澤課長

観光政策課長の柳澤と申します。本日もどうぞよろしくお願ひいたします。

青木部会長からもお話がありましたが、コロナの影響で、最終案の審議スタート段階では、感染状況が比較的落ち着いており、今後右肩の方に少し上がっていくような局面の中で作ってまいりました。部長からもお話があった第7波に非常に我々は、右往左往させられているような状況でございますが、なんとか最終案をとりまとめたいと思いますので、よろしくお願ひいたします。

第5期みやぎ観光戦略プランの最終案について説明させていただきますが、着座にて御説明させていただきます。

前回の商工業部会は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、残念ながら開催できませんでしたが、個別説明の際に、本プランの中間案について、委員の皆様から大変貴重な御意見を頂戴し、それらの御意見も踏まえて、今回最終案をとりまとめさせていただきました。それらの対応につきましては、後ほど御説明させていただきます。

まず、資料1「第5期みやぎ観光戦略プラン（最終案）【概要版】」の資料を御覧ください。私から中間案からの変更点やポイント等を絞って説明させていただきます。

資料左側の「基本的な考え方」を御覧ください。（3）の計画期間ですが、令和4年10月から令和7年3月までの2年半としております。本年3月に、現在の第4期プランの終期を、9月まで延長し、第5期プランは、10月開始となっております。

次に、中段の青帯白抜き文字の「第5期みやぎ観光戦略プランの策定に当たって」を御覧ください。基本理念ですが、コロナからの「回復」とコロナ後を見据えた「成長」の2つの視点から、「ウィズコロナ・ポストコロナへの対応とともに、デジタル変革を進め、地域内外から選ばれる持続可能な観光地域づくり」としております。

次に、資料左下の「数値目標」を御覧ください。これまで、具体的な数値をお示ししていませんでしたが、今回、令和6年の目標値について、回復目標と成長目標の2つを設定することといたしました。現時点におきましては、コロナからの完全な回復時期を見通すことは困難な状況にあるため、コロナ禍前の令和元年水準まで回復する目標として「回復目標」を設定し、当面はこの目標値の達成を目指してまいります。併せて、「成長目標」の方ですが、6月10日から外国人観光客の受け入れが再開されるなど、徐々にではございますが、社会

経済活動の回復に向けた環境づくりの明るい兆しも見え始めてきました。このため、アフターコロナの急速な観光需要も期待し、再び成長軌道に乗せられるよう、回復目標に上乗せする、成長目標を設定いたします。この目標値の設定方法及び数値につきましては、6月に実施した各圏域会議や今月11日に実施した観光振興会議において、概ね御理解をいただいたところです。

次に、資料右上の「観光成果指標」を御覧ください。中間案からの変更点ですが、観光成果指標の具体的な項目について、別冊の実施計画に記載いたしました。これまでの取組の成果の要因分析が十分でなかったとの反省から、5つの視点により、多角的にその成果を分析することとしました。具体的には、「観光客の視点」では、観光地としての満足度や再来訪意向、「県民の視点」では県内旅行の経験、「観光資源の視点」では、教育旅行体験プログラム数、「観光産業の視点」では、経済的な観点から県内総生産等の指標、「マネジメントの視点」では、有識者等からの意見聴取回数等について、数値の変動を確認しながら、評価をして行きたいと考えております。

次に、その下の「本県観光の今後の目指すべき姿」について、御覧ください。こちらは、中間案から変更はなく、記載のとおりとなります。先の観光振興会議で御意見を頂戴した点について、1つ御紹介いたします。

2つ目の「観光関連産業が地域経済を牽引している姿」でございます。

■の3つ目にありますように、観光地域づくりを担う人材や観光産業従事者、将来の観光産業の担い手となる若者の育成・確保に向けた取組です。この点について、観光振興会議では、「観光業界は人材不足であり、給与が要因となっている部分もある。サステナブルな取組を行うことによって、高付加価値の商品を造成し、利益が社員に還元していくような仕組みづくりが大切」との意見を頂戴しましたので、県としても国の補助なども活用しながら、観光地の高付加価値化に向けた取組を支援してまいります。

次に、資料の裏面をお開きください。左側の一番上の「施策立案・実施に当たっての基本的な方針／施策の柱」を御覧ください。基本的な方針の部分は、変更ございません。

次に、その下の回復戦略を御覧ください。「感染症により落ち込んだ観光需要の回復」として、感染症の拡大に伴い、県内の近場を旅行するマイクロツーリズムや、ワーケーションなど新たな旅行スタイルに対応した取組を推進してまいります。また、教育旅行の誘致は、宿泊施設の平日の稼働率向上や、将来的な関係人口の創出等の効果も期待できることから、教育プログラムの造成やマッチング支援により、積極的に推進してまいります。

先に実施したパブリックコメントにおいても、教育旅行誘致の強化について御意見をいただきましたので、この点も踏まえ、しっかり取組を進めてまいります。

また、新型コロナウイルスの感染状況の最近の動向も非常に気になるところですが、訪日外国人の受け入れが再開されたことから、国が示した感染防止対策のガイドラインを活用しながら、関係者との連携のもとで、受入態勢の整備のほか、誘客プロモーションを展開してまいります。

次に、成長戦略1「魅力あふれる観光地づくり」です。中間案から変更した点として、地域や自然環境等への影響を考慮した観光の形である、サステナブルツーリズム(持続可能な観光)の推進を追加しております。観光地の本来の姿を保ち、地域文化と環境の保全の両立を図っていくことが、重要と考えております。

次に、成長戦略2「観光産業の体制強化」です。中間案からの変更点として、(2)について、担い手の育成・確保から「地域を支える観光人財の育成・確保」に変更するとともに、■の2つ目に、「大学との連携」の観点も追加しております。前回の産業振興審議会にて、中間案を審議いただいた際に、「県内の大学の若者たちの活用・協力ということも視野に取り入れるべき。」との御意見をいただき、このように反映させていただいております。

併せて、「観光について、産業、アドベンチャー、スポーツ、自然など多様化していることを理解した上で、プログラムを造成する必要がある。」との御意見を踏まえ、(1)地域経済循環力の強化に、「スポーツ、コンテンツツーリズム等や文化・音楽、芸術イベント等との連携」と記載いたしました。

次に、成長戦略3「受入環境の整備促進」です。中間案からの変更点として、観光振興会議の委員から頂戴した意見を元に、観光交通機能の強化を追加し、二次交通のみならず、一次交通との連携を意識し、一体となった取組を検討してまいります。また、先の商工労働部会で頂戴した「観光と医療の連携について、観光・宿泊施設と医療機関が、いつでも相談できるようなパイプづくりを進めるべき。」との御意見を踏まえ、プラン本文24ページに、観光と医療との連携強化により、旅行者への安全・安心を図るとの記載を追加いたしました。県といたしましても、外国人観光客の受入再開に当たり、国のガイドラインを踏まえ、保健福祉部と連携しながら、旅行期間中の安全・安心を確保するための受入態勢の整備等に努めてまいります。このほか、「安全性に配慮した自然公園施設等の整備」を追加しております。

最後に、成長戦略4「戦略的な誘客プロモーション」です。

首都圏を始めとした国内各地でのプロモーションや、インバウンド需要の早期回復に向けたプロモーションについて、戦略的にデジタルマーケティングも活用しながら、東北各県や東北観光推進機構と連携のもと、取組を更に進めてまいります。

また、パブリックコメントで、「官民が一体となった観光誘致の取組を今後も継続させる必要がある。」との御意見をいただきましたので、プラン本体でその旨、追加いたしました。

以上が、第5期みやぎ観光戦略プラン(最終案)における取組と中間案からの変更点になります。

最後に、資料の右側については、各圏域の取組の方向性等でございます。中間案からの変更点として、委員から頂戴した御意見を踏まえ、圏域毎にキャッチフレーズを作成いたしました。それぞれ、圏域ごとの特色ある観光資源や今後の取組の方向性を踏まえ作成し、先に行われた圏域会議にて、委員の方々に御説明の上、賛同を得たものになります。圏域会議の委員の方からは、「観光客や住民向けに周知するために、各市町村のイベント等で使用してはどうか。」との御意見を頂戴しましたので、次期計画期間中の目指すべき方向性を、地域

全体で共有できるよう、周知を図っていきたいと思います。

私からの御説明は以上でございます。よろしくお願いいたします。

■青木部会長

ただいま、事務局から説明がありましたが、説明内容や資料について皆様から御質問や御意見を伺いたいと思います。マイクをお持ちいたしますので御意見がある方は挙手の上、御発言ください。

■高橋（昌）委員

産電工業の高橋です。御説明の中の数値目標の件ですけど、令和6年の回復目標とそれにプラスをして成長目標の数値を挙げたというお話でした。これは俗に言う希望値なのか、それとも実際にこういう数値が上がるという根拠に基づいて行っているのか、お聞きしたいです。

■観光政策課 柳澤課長

あくまでも希望する数値として、それぞれの取組でその数値を目指していくということでまとめさせていただいています。

■高橋（昌）委員

私も企業を経営しているんですけど、具体的な例があって数値を積み上げていくというやり方と、「よしやるぞ」という希望的なやり方、どちらも正しいと思っていますので、そういうことであればありがとうございます。

それから全体的なお話として、戦略的なお話が多く、もちろん戦術的なところをどうしようかということもお考えかなと思うんですけども、その中で、結構DXデジタルトランスフォーメーションの話が出てくるんですが、具体的にDXを利用した対策といたしますか、考え方というのはどのようにお考えなんでしょうか。

■観光政策課 柳澤課長

それに関しましては資料本体の18ページになりますが、施策立案実施に当たっての基本的な方針ということで、3点掲げさせていただいています。基本的な方針の中の1つとして、観光DXを記載させていただいております。DXといっても幅広く、設備の導入、DXを活用したプロモーション、DXに対応できる人材の育成など、DXと一言で言っても、様々なカテゴリーがあるということです。その件に関しましては、同じく観光振興会議の中で、御意見をいただきました。それを踏まえまして今回19ページのところでですけども、DXには様々な分野や、カテゴリーがありますので、若干DXの部分について補足いたしました。まずは新しい観光ニーズや感染症・災害等のリスクに対応した観光産業の対応力強化や、観光

事業者のビジネスモデルの転換が求められているという状況を踏まえまして、現在、デジタル技術を活用したサービスの向上、効率化、感染症対策や情報発信など、観光分野全般のデジタル化の促進を目指します。あとはDXを活用することによって、よりEBPM、データを活用した根拠に基づく政策立案が可能になることで、行政側としてはそういったデータの分析、評価を踏まえて、今後の施策に生かすとともに、どう効果的なプロモーションを展開するかということで、今回こういう記載をさせていただきました。DXについては様々、これまでも御意見をいただいております、そういったところをいろいろ考慮しながら、プランにも反映させていただいている状況でございます。

■ 笠間委員

DXの話になったということで、昨年末、グーグルマイビジネスと言っていたものが、グーグルビジネスプロフィールという形に変わっている。グーグルさんって検索して出てくるときに、お店の詳細情報が出てきて、それをオーナーが編集できるようになっているんですが、何が大きく変わったかということ、今までこのサーチエンジン対策ということでSEOという言い方をしていたんですね、サーチエンジン最適化。それが今はMEOという言葉が出始めていて、マップエンジン最適化ということ。それがこのわずか2、3年の話なんですけど、前まではネットでどういうふうに情報を載せるかということが、その前はサーチが重要だったのが、今はマップだっていうことで、一気に転換が起きているところです。他県の事例で、今までは小規模に、要は商店街でどうしてもパソコンが苦手な店舗のところにグーグルの登録をしてあげますみたいな、そういうのはよくやってらっしゃるところはあったんですけど、それがもうちょっと大々的にやる必要が出てくるのかなってというのはここ1～2年位で変わったので、これもDXの大げなものかどうかかわからないんですが、観光事業者にとっては、あるいは飲食も含めてですけど、そういう方々にとっては結構身近なDXだと思うんですね。そういうサーチエンジンではなくて、マップに登録されないとそもそも誰も来てくれないんだとか。スマホの時代の観光となると、この辺の転換が、もうすでに起きてるということだと思いますので、県の方でも何かこのMEOに対してサポートするような、あるいはそもそもそれに気づいていない事業者の方が大半だと思いますので、それを何か啓発するようなことを今からやっておくと良いんじゃないかと思いました。

■ 観光政策課 柳澤課長

ありがとうございました。

アナログなものですから、答えが難しいんですけども、6月補正で、国のデジタル田園都市国家構想推進交付金を活用して観光交通の事業を行う予定にしております。その中で、お店の混雑状況だったり、その辺もある程度見える化できるようなものを考えておりました、笠間委員がおっしゃったようなお店それぞれの情報というのが、現在も、グーグルマッ

プなどのデジタルマップに、そのお店の情報なども、スマホの画面などから、お店にどういったメニューがあったりとか、そういったものが分かる状況でございます。今回取り組む事業の中で、今のお話のようなことが、どういった形で、今後展開できるかということをもまず実証的に行う中で、いろいろと検討を進めていきたいと考えております。大事なポイントだと思いますので、事業者の方々と、どういう関わり方を持てるかとか、その作った情報をどういった形で継続していくか、そういった点も試行錯誤を重ねながらやっていきたいと思っておりますのでそういった視点も考慮して進めたいと思っております。

■経済商工観光部 千葉部長

結局いかに観光関係をはじめとした中小企業の皆さんにDXとかそういったものを活用してもらえるかということに尽きるのかなと思います。一昨年からコロナの交付金を活用しまして、県で、観光も当然含めて中小企業のデジタル化対応策を強化してまいりまして、昨年度から1億5千万円ほどの補助事業を作ってやってきております。

観光サイドは別途予算を取ってやっておりましたが、今年度から産業デジタル推進課という組織をつくりまして、中小企業のデジタル化を集中的にやる部署を設けております。こちらの方で中小企業デジタル化補助事業といったものを、財源も今までコロナだったんですが、今年度から発展税を活用しまして、恒久的に力を入れてやっていこうとしております。実は中小企業のデジタル化は実際にどうすれば本当に効果があるのかというところは、手探りの状態でやっている部分がございますので、今いただいた意見などもしっかり反映させながら、一層、観光を含めた中小企業のデジタル化対策・促進といったものをやってまいりたいと思っておりますので、今後もよろしくお願いたします。

■青木部会長

最近、グーグルマップとか、上に出てくると綺麗に紹介が出てたり、あと知り合いの歯科医師さんはインスタを始めてから相当客層が違うみたいで、随分時代が変わっていると思うんです。こういったものはプラットフォームのツールもほぼフリーでできてますよね、いろんなものを使える状況になっているんだけど、事業者さんへのそういう使いこなし的なものは、どういうふうになっているんですかね。講習とか、あるいはどなたかビジョナリーの方がおられてやっていただいているというのがあるといいと思うんですけども。笠間さんのところでやっているんですか？

■笠間委員

どこの店に行くとか、どこの観光地に行くとか、一定の年齢層以上の方は、自分でグーグルとか検索していただく場合はとても大切だと思うんですが、ある年齢層からは全然調べないんですね。意思決定の理由について、あるマーケティングの調査があったんですけど、実はT i k T o kで見たとか、インスタグラムで誰かがシェアしたから見たっていうこ

とで、実は他人がやったのに対してこれいいなって意思決定することが多くなっているということで、ターゲットに応じて特に飲食店だと思うんですけど、調べる人は多分 30 代 40 代以上は真面目に調べるんですけど、それ以外の人は最初に調べるときに、グーグルを開くんじゃなくて、インスタグラムを開く人が多い。そういう意味で、より誠実に対応する必要があるので、結構コツがいるかなというところがあります。ただ、なかなか事業者さんは自分が得意な SNS を使いがちであって、ターゲットごとにやるという感じでもないのです。今後そういったところでどうしていくか、全部のお店をそのように丁寧にやるのも難しいので、何かモデルになるようなケースを作っていくと、どこどこのお店のようにやればいいたみたい事例を通して、啓発をしないとちょっと難しいかなというのが、現場でやっている私の感想です。

■高橋（知）委員

秋保は以前、G7 を受け入れさせていただいたときに、まず多言語対応というものをしていたかなきゃならない。そのためには QR コードを使った、各スポットに多言語化で音声で出せるとか、そういうところから始まりまして、その QR コードはじゃあ一体何者なのかから始まりまして。今では当たり前になってきておりますけれども、各事業所さんの SNS 発信は、エリアとしては意識高く持ってやっている地域かなと思っております。

私自身もどちらかというとやる方なんですけれども、時間がかかるんですね。お金はかからないけれども、かなり時間を費やすっていうのが実体験の感想で、一昔前のホームページを活性化させるとか、広告を目立つようにするとかっていうやり方とは全く違う世界になってきてるかなと思います。ですのでその事業所さんの発信力というよりもその人 1 人のエネルギーがあるかないかっていうところで今すごく差が出てきてるのかなと思います。

また、宮城の観光づくりの中で、やはり最近感じるのはお客様が、宮城って災害が多いわねっていう。ここに来て大雨とか、そういうものもありまして災害が多いイメージっていうのをすごく感じてらっしゃるお客様が県外からいらっしゃっているのかなというイメージがすごく強くなりましたので、成長戦略の中にもありましたけれども、宮城らしさとか、宮城らしい観光地づくりというところに繋げるためにも地元の皆様方と一緒に、災害時の観光地のあり方とか、旅館もそういった勉強会などもしておりますので、楽しいところだけの発信ではなくて、宮城にある観光地としての、これからの生き方みたいなものを地元の皆様方と一緒に作り上げていくことでこの成長戦略に繋がっていくのかなと最近強く感じております。以上です。

■観光政策課 柳澤課長

御意見ありがとうございます。

その点、観光振興会議の中で、御意見をいただいております。東日本大震災の際に、避難所の代わりに行った、避難者の方々をお宿の方で受け入れていただいたほか、1.5 次避難

としてリフレッシュしていただいたといったように、この東日本大震災から、いろいろ宿泊施設の方でも様々な社会的なインフラとして、社会的責任を果たしつつ、避難者の方々を受け入れてサポートしていただいた動きがございました。現在もやはり大災害が頻発しているような状況の中で、そういった取組がしっかりと受け継がれていかなければいけないのではないかと考えております。そういった意味で、成長戦略3のところに、災害を踏まえた上で、そのリスクへの備えとしてのこれまでの知見経験、教訓を生かした、観光宿泊施設の災害時や感染症拡大時における対応力の強化として、今の高橋委員のお話にも通ずるところでございますけれども、そういったことでこのような記載にさせていただいております。大事なポイントでありまして、今後も全国的にも大災害が発生した時に、宮城県で対応した経験、教訓というのは、また次もしっかりと受け継がなければいけないと思っております。宮城県での経験が現在、他県においての災害対応の際に生かされつつあるのではないかと考えております。

■ 関委員

宮城や青森の新型コロナウイルス感染者数が4桁になる直前に、八戸商工会議所様からお呼びいただいて、八戸で講演会をして来たんですけれども、やはり八戸も観光客の戻りが鈍くて、ホテルですとか、飲食店だったり、いわゆる、八戸に行ったら立ち寄るであろうところがセミナーに御参加いただけるっていうことで、夏休みの期間ではあるんですが、お客様が少ない時期なのかなと肌で感じたところです。

最終案の感想としては、キャッチフレーズをつけていただいて、非常に何を目指すのかが分かりやすくなったかなと感じております。

やはり、宮城県は転勤族が多いなと最近思っていて、そろそろ10月で保育園・幼稚園の次の年度の申し込みを考える時期なのですけれども、転勤族が非常にまた仙台に戻ってきている。コロナの間は転勤が止まっていたんですけれども、全国企業で転勤が再開しまして、最近公園でいろんなお母さん達と話すと、鳥取、九州から来ましたという人が多いので、転勤族が増え始めているのかなあと感じております。土地柄として、他の県と違って観光客と地域住民との間に、何か転勤族という見えない「もう一つの層」があるのが支店経済の宮城県らしいところかなと感じておりまして、その層を含めて、県民の県内観光の参画とか促進が計れたら宮城県らしいデータになるのかなと感じながら拝見しておりました。なので、一概に地域と地域外っていうことではなく、もしかすると出身者とそうではない層と観光客というふうに関がグラデーションがかかっているのかなあというのを今見ながら思っていたので、分析のときの視点として入れていただくと嬉しいなと、面白い基礎データが出そうだと思います。

もう一つ、その成長戦略2(1)の連携のあたりですとか、圏域のキャッチフレーズまでつけていただいて、非常にその地域の魅力を個別に打ち出していこうという考えがすごくよく感じとれると思っております。やはり地域とターゲットを絞ったモデルケースづ

くりを強く押し出していかないと、メリハリがつかないかなと思っております。モデルケースって作って終わりではなくて、周知して競い合うことが大事なのかなというふうに思っております。先行事例研究会などを、地域を跨いで観光事業者さん及び関連事業者さんと一緒にやる際にもやっぱりテーマと総合力かなと思ってます。やっぱりこんなに魅力的な地域がいくつもあって、それぞれに何かを知っているのであれば、やっぱりテーマと総合力で、あの地域にはこういうことがあるんだよっていうのを、住んでいる地域住民もPRしていくようなことが必要なんじゃないかと。先進事例をみんなで研究してみて、開発してみるのも良いのかなと。売り方が間違ってるんじゃないかと、伝える相手を間違っていたり、もっと稼げるのに、単発で終わっているっていうのが、今まで広がらなかった理由なのかなと思います。稼げるなら総合的に稼いだ方がいいですし、楽しめるならとことん楽しんでいただ方がいいのかなあとと思うので、やはり成長っていうことを考えると、貪欲に商売に結びつけていくっていうところを応援していただけたらうれしいのかなと。

それから、この前八戸に行って、東北六県限定のおでかけクーポンを使わせていただいたんですけど、至れり尽くせりで、4～5千円引いていただいた他に、お土産が1人につき3品付いて、さらに商店街の飲食店で使えるクーポン券を一人2千円ずついただいたんですね。ほぼタダじゃないかって思うぐらいだったんですけど。ただ、それが、私たちがなぜそのホテルを選んで、なぜその飲食店でこれを使ってお土産に何を買ったか、きっと誰もつないで情報を得ていないんだらうなと思って、この紙の回収をどうするんだらうとか、なぜ点と点を結ぶことを考えないんだらう、もったいないなと思ってまして、印刷費もかかりますし。ホテルの予約がウェブでできる層であれば、全部、観光通貨みたいにしてしまって、ポイントも1万円ぐらいはじめにもらって、好きなところでキャッシュレス決済して、年代とか、同行した人とか、それでやれば一気に終わるのに、すごくもったいないことをしているなって思いました。やはり情報と総合力かなって思っています。各事業者のベースを作った後は、それをいかに総合的に積み上げるかっていう、プロデュース目線が必要だと思うので、そういうところに関してはプロの方に入ってください、できるだけ、良いデータを素早く手間をかけず、次の施策とか評価に使っていただければいいかなと。

実体験から思ったことだったんですが、やっぱり東北の他の県は、特にDX遅れてるなと今回、感じたところがありましたので、参考になればと思います。

■観光政策課 柳澤課長

DXの部分、私自身も、難しく考えず、まさにデータを有効活用するというお話にだんだん集約するのかなと考えています。そのデータをうまく使えない、一方で今、様々なスマホから、その方の属性とか行動が把握でき、そのデータを活用することによって、どういう人たちをターゲットにどういうプロモーションをかけたとか、この方であればどういったところに行っているし、どういったプロモーションをしたら、また次に繋がるんじゃないかというふうにできてきていると思います。その辺はまだ我々の対応が不十分と考えてお

りますし、宮城県でここだけの人間が分かったとしてもやっぱりうまくいかないと思います。観光に携わる人間が、DX, 特に今のお話の中では、データの有効活用というところに、共通理解をまず進めていかなければならないんじゃないかと考えています。せっかくその資源を磨き上げてプロモーションするならば、やはり刺さるようなプロモーションをしていかないといけないのだろうと思うんです。今までの、紙のパンフレットを作って、駅に配架し、いろんなどころに置いておけば、誰か持って行って見てくれる、もうそういう時代じゃないと我々教えられております。そこを含めて大転換を進められないところもあり、やはり今そういったスマホを持ってそれぞれ行動している方々に、より効果的なプロモーションという視点は何かといった点について、いろいろ考えさせられております。

あとは、稼ぐために何かしないといけない。単にボランティアでもなんでもありませんし、事業者さんが稼ぐ仕組みというところにも、このDXというのは今後非常に使えるのではないかと思います。やはり奥ゆかしい人間が多いものですから、貪欲にやっぱり稼げるような仕組みに、DXの有効性について理解を深めて、いかに共有していくかというところ、観光分野でできるところで進めなければならないなど、今の御意見を踏まえながら、私としての感想になりますけれども、そのように考えたところでございます。

■観光プロモーション推進室 樋口室長

プロモーション室長の樋口でございます。

おっしゃるとおりこれからDXデータをどう活用しながらプロモーションをして誘客を進めていくかということが非常に大きな課題になっていくと考えております。そうした中で今回のプランの最終案を提案させていただきましたが、今の柳澤課長のお話の中で紙媒体による広告の話があったので、ちょっとだけ補足をさせていただきたくて、マイクをいただいたところです。

昨年度は市場マーケティングを行いまして、ファミリー層の誘客に少し弱点があるということで、ファミリー層向けのデジタル広告、それからユーチューブ広告でさらに深くいく、そういったことも行っております。また今、みやぎおかみ会と一緒におかみ会チャンネルを勉強しながら一生懸命やったり、そういった中で、今後このデータを取得するのが今まで薄かったものですから、デジタル広告等を使いまして、推移データを取りながら、どういうプロモーションをどういったターゲットに行っていくかということについて、今、来年度に向けて検討しているところでございます。

特に国外につきましては、こういう状況ですので我々渡航して直接プロモーションすることはできません。韓国ではSNSがよかったり、中国だとウェイボーというサイトがよかったり、そのような各市場の特徴がありますので、各市場で一番有効的なもの、例えばインフルエンサー等を使いながら、いろいろ宮城のプロモーションをやっているということです。ただ、我々としてそれが少し弱いものですから、今後そこを強めていきながらもっとデータを取って、どういう人たちにどういう宮城の観光資源が必要なのかということについ

ては、新しいプランに基づいて、しっかりやっていきたいと思っております。

先ほど青森県の宿泊の割引等の話がありました。言い訳になりますけれども、実は宮城県も今やっております、5千円割引に加え、の2千円のクーポンが出ております。大変申し訳ございません、私今自信を持って、DXのお話をしましたが、宮城県はアナログでやっております。全然これではデータが取れない。一つ言い訳がございまして、これは国の制度でございまして、1ヶ月ごとに延ばされるんです。1ヶ月ごとに延長、延長。我々もここまで来て、去年の10月からやっていて、これ最初からデータを取っていたらものすごい大きいデータになるだろうなと思って、そのところは忸怩たる思いをしているところです。この後、国の方では全国割引がスタートするということです。ここについては旅館・ホテルさんのDXに資するように、業務改善にも繋がるように、システムを導入していただき、既にシステムを導入しているところもありますが、新しく導入するところに対して少し応援をしつつ、そういった形のデジタル化の推進、そういったところでデータを取りながら、どういった方々が宮城にお泊まりいただいているのかということについても今後、頑張っていきたいと思っております。

■青木部会長

非常にいいんじゃないでしょうか。おかみ会も頑張っておられるみたいなので。

■佐藤委員

御説明ありがとうございます。いろいろな方面から意見を取り上げていただいて、大変御苦労なさったんじゃないかなと思っております。

先ほど、宮城が転勤族が多いというお話がありましたけれども、やはり支店経済を見せつけられたのが、コロナが落ち着いた時に、飲食店への活気が全国でかなり戻ってきたにも関わらず、仙台は、全国で多分一番戻りが遅かったと思うんです。それはやっぱり支店経済ということで、東京本社がまだ駄目って言ったところは全部の飲食ができないという状況になっていたり、あとはその本社の方から、幹部の人が仙台に来た時に、支店全体で食事をするとか、そういうのが全くなかったために、すごく仙台の飲食店の戻りが遅かったというところがあったんですけれども。先ほど県民の意識とかそういうものが違うんじゃないかっていうお話をいただいた時に、いろんなどころから多角的な視点で分析しているところの中に、資料の中にも、宮城県民の満足度が低いという結果がありましたけれども、それが何が理由なのかっていうところまで含めると、それに対する対策を打てるんじゃないかなと思います。

それと、食が良いとか、温泉があるっていうのは、宮城だけじゃなくしていろんなどころにもそういう魅力があると思うので、何を宮城として打ち出すかと言った時にやっぱり何かちょっと尖ったっていうか、特異性のあるものが必要なのかなって言ったときに、本当に一般的ではないんですけれども、やっぱり障害者の方とか、これからすごく高齢化社会になっ

ていく上で、こういう方たちも、安心してお泊まりいただける、これは宮城の良さですよ、みたいなことがあると、全国からも、宮城に行けば新幹線を降りた時からこういうサービスがあって、安心して良い体験ができるっていうような、なんかそういうモデル的なものとか、そういうものを一つ見つけ出すと、やっぱり今、世代的に言うと高齢者の人たちが一番お金を持っていると思うので、そういう方たちも、宮城に行けば、そういうサービスが受けられる、安心して温泉に入って楽しめたとか、そういうものがあると、また選ばれる宮城県になるのではないかなって思いましたので、御検討いただければと思います。

■観光政策課 柳澤課長

どうもありがとうございます。

各委員からもお話の中で、やはり尖った部分とか、やはり宮城県の観光というと幕の内弁当のように、可もなく不可もなく、全部が整っていると揶揄されることもあります。そういった中でやはり、何が特徴的とか、独自性とか、そういったことを求めて訪れるお客様もいるんだろうと思います。そういった部分について、市町村をはじめ、様々な関係者とそういった分野の掘り起こしや磨き上げを進めていかなければいけないかと思っています。

あとユニバーサルツーリズムという話に変えてしまうんですけども、今後の高齢者の方々自身、所得水準も高い方々もいらっしゃいますし、障害とか、身体が不自由な方々も、やはり安心して、泊まりに来られるような環境整備というのは非常に大事だと思います。予算の方でもそういったバリアフリーへの対応というのは、進んでいるところもありますけれども、そういった観点なども、十分留意しながら、努めてまいりたいと思います。すべて貴重な御意見でございます。ありがとうございます。

■青木部会長

このほか、いかがでしょうか。

■高橋（昌）委員

宮城県に観光地が少ないって前にもお話させてもらったんですけども、本当に観光地が少ないと思います。それと、今までいろんな委員の方がお話しているように、いろんなサービスがあるよねっていう、いろんな方向から見る形ですかね。そういうのも観光になると思うんですね。

先ほどプロモーションの話でも、インフルエンサーの方についてお話があったんですけど、インフルエンサーは、結局、宮城県に住む方全員かなと私は思ってるんです。

ちょっとここからまた変な話になってしまいますけど、今観光地を自分で作る。県民の方が自分で作ってこういうことも面白いよね、こういう仕組みも面白いよね、こういうサービスもあるよねっていうのを自分で発信して、自分でそのマップを作っていくようなシステムを作りました。これがまた、突拍子のない話なんですけども、宮城ツウホウなんて名前を

つけて勝手に作っちゃったんですけど、例えば宮城県と東北大学が開発したようなイメージで、ソフトウェアのリナックスがただで使えるというイメージがあるんですけども、それと同じように、宮城県の観光に関するいろんな情報・情報サービスを、みんなが作っていくようなシステムをただで配るから、みんながインフルエンサーになってくださいよというのを、具体的にやったらいいんじゃないかなと思ってます。そのためにはこういうものがあつたらいいよねって話ばかりしてもどうしようもないもんですから、ソフトウェアも作って、勝手にそのポイントポイントで、いろんな観光地のいろんな情報、いろんなことを見てもらおうと。いろんな団体がいっぱいあるんですよ、調べてみると。その団体が使って、気楽にそのエンジンを使って、ただで作る。それがいつの間にかどんどんどん皆さんに伝わっていくようなシステムを、やっぱりドラスティックに作っていかなきゃいけないのかなと思ってます。具体的にこういうのどうでしょうかっていうのを宮城県に提案させていただきたいなと思ってますので、やはり産学官じゃないんですけど、大学にも入っていただいて、一緒にこういうシステムをみんなで作っていきましょうというのをぜひやりたいなと思ってますので、少しは考えに、耳を傾けてもらえば助かるなと思ってます。以上です。

■青木部会長

宮城県では、デジタル田園都市関係の事業など、各自治体の応援はされているんですけど。何か取りまとめをやっているような気はするんですけど。何かリストになっていませんでしたか。

■観光政策課 柳澤課長

市町村に対してどういう交付がされているかは把握しきれておりません。ただ、観光政策課では、デジタル田園都市国家構想推進交付金を活用させていただくこととして、6月補正で予算を認めていただき、デジタルを活用した観光施策2事業を展開する予定です。市町村の方もあるかもしれませんがちょっと私自身が把握していないという状況です。

■青木部会長

観光だけの切り口じゃないと思うんですけど、そういうものをやっぱり上手く情報集めてしっかりやると力にはなると思いますよね。

■笠間委員

市町村のお話になったので。コロナ直前まで各地域で、例えば県北だと大崎耕土であるとか、仙南だと一目千本桜が結構海外の方を含めて、青森の弘前よりも行きたい場所ということで注目を集めたり。沿岸部の方だと日本遺産のみちのくGOLD浪漫、あの辺が動いていて。2019年度とか2020年度までやっていて、よし対応はできたぞ、それじゃあどどんや

っていこうとなった時にコロナになり、今凍結されている状態です。私も関わっているプロジェクトもあるんですけども。せっかく種がまかれて今凍結されている状態だと思うのでぜひとも再起動をすると、一応今はまだ生き残っていてノウハウも残っているので、比較的スムーズに移行できるのではないかと。あるいはこの2、3年の中で、例えばDXにちょっと近いんですけどデジタルスタンプラリーとか、以前は専用アプリとか初版で20万円、月々40～50万円とかかかっていたんですね。最近技術的なところでブラウザで全部できるようになって、首都圏の鉄道会社さんとは専用アプリではなくてブラウザでやれるような、一番安いもので5万とか10万円ぐらいからになって、一気にそのハードルがこの2～3年で下がったんですね。凍結していたものを再起動する際に、最新のそういう技術を入れて、再起動できるかというのかなと思ったところです。

■青木部会長

DXって県だと地道なものが結構多いんですよね。業務改革とかね。観光のテーマだとやっぱりプロモーションのところは、相当に面白いことやっていると思うんですね。今笠間さんがおっしゃっていたようなところは、知事が紹介したりなんかしながら元気づけていくってのはいいんじゃないですかね。お金を出す出さない、いろいろあると思うんですけど、出さなくたってほとんどただで動くのもありますね。そういう取組を情報収集するとDXの取組って結構あると思うんで、やられるといいと思いますよね。

私から最後に。この仙南の「いいっちゃね、宮城仙南…」っていうキャッチフレーズはいいんですけど、この配置の順番、南が上から書いてあるのは、何か配慮してらっしゃったわけ。

■観光政策課 柳澤課長

順番は、行政組織順等を参考とした圏域の並びです。

■青木部会長

素人から見た時に、今までキャッチフレーズがなかったんで気にならなかったんですけど、キャッチフレーズが入っていると、いきなり蔵王が左上って変だなと思ったりね。直せという訳じゃなくて、何かそういうイメージ。

他に何かございますか。ちょうどお時間になりましたので、非常にたくさん、特にDXにかなり集中していましたね、大変ありがとうございます。

次回の全体会で最終案審議となりますので皆さんどうぞよろしく願いいたします。それでは事務局に進行をお返ししたいと思います。お願いします。

■富県宮城推進室 熊谷副参事

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。事務局からは特にございませんが、全体を通

して皆様から何かございますでしょうか。特にないようですので、以上をもちまして第 14 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 8 月 5 日に開催予定ですのでよろしくお願いいたします。本日はありがとうございました。