

### 第3回 仙台市交流人口ビジネス活性化懇話会 議事概要

■日時：平成30年7月26日（木）18:00～20:15

■会場：仙台市役所本庁舎2階 第二委員会室

■テーマ：インバウンド推進

■参加者（敬称略）：

仙台市長 郡 和子（座長）

森トラスト・ホテルズ&リゾート株式会社 TIC TOKYO 統括マネージャー 小澤 敏弘  
雲彩之虹有限公司 総経理 洪斐文

一般社団法人東北観光推進機構 専務理事推進本部長 紺野 純一

株式会社仙台放送 Go!Go!Tohoku!! 海外プロモーション事業プロデューサー ジェシカ・ハラムズ

株式会社アキウツーリズムファクトリー 代表取締役 千葉 大貴

株式会社 Journal Entertainment Tribute 代表取締役 新鞍 トシヤ

宮城学院女子大学 現代ビジネス学部長 宮原 育子

（進行役：仙台市文化観光局長 天野 元）

- 次第：1. 市長挨拶  
2. 参加者自己紹介  
3. 話題提供  
4. 意見交換

■主なご意見

【コンテンツの発掘・磨き上げ】

- ・外国人観光客は、県や市町村、県境を意識して旅行をしていない。旅行の目的は、地元の人々の日常生活を含む、その地域でしか会えない「人」、できない「体験」。
- ・コンテンツの発掘には、外国人の視点のほか、地元目線やローカル感なども必要。日本に住んでいる外国人は大事なプロモーター。
- ・新しく発明するというよりは、地元の人が日常生活の中で発見したこともコンテンツになり得る。
- ・仙台には、訪日リピーターが多く訪れている。ディープインバウンド（何度も日本を訪れている方）向けの、5回目、6回目のマーケティングにしっかり取り組む必要がある。他方、1回目を狙っていくコンテンツの開発も必要。
- ・今は、動画を視聴したり、VRで体験したりしてから、追体験するというようになっている。観るだけで終わってしまう場所には足を運ばなくなる。
- ・分かりやすく体験ができ、写真も撮れるようなシンボルがあることも重要。
- ・都市と自然の融合こそ、仙台が持っている杜の都としての魅力であり、これをアジアの中でのオリジナリティに磨き上げていくことがよいのでは。また、仙台は、エコツーリズムに対するニーズに応えられるポテンシャルがあると思う。
- ・ハーフマラソン大会やジャズフェス等、世界に通用するイベントを深化させることも重要。見せ方によって、とても良いブランドになる。

### 【SNS等による情報発信】

- ・外国人観光客の情報源は口コミやSNS、ブログが主であり、個人によるSNSの発信力が強まっている。
- ・特にFIT（個人旅行者）には、点として観光地を訪れるのではなく、面として広域を周遊したいというニーズがある。これに応えられるよう、各地に点在する観光資源を、点としてではなく、面で捉えて発信していくことが必要。
- ・発信にあたっては、コンテンツの出し方、見せ方も大事。また、タイミング、場所やツールなど、コンテンツの情報をどう伝えるかといった情報デリバリーが大切。
- ・バーゲンの情報や流行りの店の情報など、地元の人向けの情報を発信することも有益。
- ・思いが伝わるようなキャッチフレーズなどを作ることも大事。

### 【シビックプライドの育成】

- ・シビックプライドの育成、地域に自信と愛着を持つ人が重要。そのためにも地元の人に地元の魅力を知ってもらうことがまずは大事であり、地元のアンバサダーになってもらう必要がある。そして、理想は、その人が実際に海外に行って地元を発信すること。

### 【その他のご意見】

- ・観光における東北の玄関口としての都市機能の整備や、直行便就航なども必要。
- ・仙台を通過点ではなく、目的地、仙台をベースキャンプとした広域周遊を促す地とすることが求められる。
- ・先を見据えたプロモーション、市場動向を見極めた種まきをするのもよいのでは。
- ・インバウンドに取り組む人の「まとめ役」が必要。
- ・例えば、古い物や建物ほど価値があるといった、価値観の転換も重要。若者たちが、古い文化はカッコいい、誇っていこうと思う文化を生み出していくことが大事。