

第5回 仙台市交流人口拡大推進検討会議 議事録

日 時 令和5年11月8日（水） 18:00～20:00

会 場 仙台市役所本庁舎8階 第一委員会室

出席委員 吉田会長、庄子副会長、岩松委員、梅原委員、佐藤委員、紫富田委員、高澤委員、高橋委員、中村委員、橋浦委員、林委員、山崎委員

欠席委員 石川委員、今野委員

事務局 仙台市文化観光局長、文化観光局次長、観光交流部長、観光課長、観光課企画調整担当課長、誘客戦略推進課長、東北連携推進室長、東北連携推進室東北連携推進担当課長

■議事（1）会長および副会長の選出について

仙台市交流人口拡大推進検討会議設置要綱（以下、「要綱」という）第4条第2項に基づき、互選により会長に吉田委員、会長の指名により副会長に庄子委員が選出された。その後、吉田会長が退席したため、要綱第4条第4項に基づき、庄子副会長が議事を進行した。

■議事（2）本検討会議における検討経過について

■議事（3）観光産業の現状について

庄子副会長

それでは次第に沿って議事を進めてまいります。まずは、「（2）本検討会議における検討経過について」となりますが、議事「（3）観光産業の現状について」も併せてご説明いただきたいと思います。

それでは、事務局より説明をお願いいたします。

事務局（観光課企画調整担当課長）

資料2（1～8ページ）を中心に説明。

庄子副会長

ありがとうございました。それでは「観光産業の現状」について、委員の皆さまからお一人ずつ、ご意見を頂戴したいと思います。

岩松委員

現在の作並温泉の状況をお伝えします。今、大体2019年対比で90%程度まで回復しておりますが、力強い回復ではございません。それとともに、やはり一番の、直近のテーマは「ゼロ・ゼロ融資」の返済という問題がありまして、非常に重い雰囲気の中で日々の商売をしております。

先ほどまち中の問題もありましたけども、まず仙台を3つのゾーンに分けてほしいということ、かつてこの種の会議でお話申し上げました。東部の沿岸地域、それから旧仙台市街地、仙台西部地域ですね。仙台西部地域は秋保、作並、定義等々、泉ヶ岳にいたるところでございまして、東日本大震災の影響があったということではないのですが、それなりにダメ

ージはありまして、大体 2020 年には回復したという手応えを感じておりました。その段階で 2020 年代にコロナという問題がありまして、大変苦しんでおりました。これは我々だけではなくて、実は昨夕、飲食業界の知人と、大体 40 分くらい立ち話をしましたが、お互いに似たような状況で、非常に厳しい状況にあると、エールの交換をした次第です。ですから街中だけが良いという訳ではなくて、むしろ私が言いたいのは、2020 年代のコロナ元年に、街中に 650 室のビジネスホテルができています。コロナ元年の年に、650 室です。いわゆる県外の大手資本のホテルで、たくさんの方が仙台駅からキャリーケースをガラガラ引っ張って、ここは非常に盛況でございます。通常の素泊りは 6,800 円くらいですが、ジャズフェスの時は 28,000 円と、いわゆるダイナミックプライシングができるご商売をなさっていらっしゃいますから、非常に順調に推移されています。しかし、県内のお客様が半数くらいを占めているような、私ども地元密着の温泉地はそんな商売はできません。しっかりとおいでになったお客様には、心と身体を癒していただけるように、できる限りのおもてなしをさせていただいております。これはもう、佐勘さんの場合は 800 年、1000 年前開業でしょうけども、私どもですら 227 年前から開業して、様々な形で仙台市、その前の伊達藩に、代々貢献してまいりました。それこそ温泉地というのは、ホスピタル、医療行為でもあるわけで、現在でもやはり、サラリーマンの方の会話の中には、ちょっと疲れたら「温泉にでもいってみようか」、こういう話になるわけです。そういった日本人の伝統文化を必死になって守りつないできまして、一生懸命に仙台市にも貢献してきたつもりでございます。しかし、残念ながらコロナ以降、俯瞰して見ますと、特に作並なんかは足切りをされていまして、どんどん捨てられていくという方向になっていて、街中の観光には非常に力が入っているように思えてなりません。非常にそういう面で釈然としないところですが、それでも私ども、小さな温泉街で必死になって各人がいろいろと苦労しながら、コロナ明けの改装をやったり、人員削減をやったり、その他様々切り詰めて生産性をあげるために努力をしながら、守りつないで、日本の伝統文化を切らすなど、そういう気概を持って頑張っております。これが現状でございます。

梅原委員

私どもの組合は、仙台市内のビジネスホテルや都市旅館といった施設が主となっております。現状を語る前に、まずコロナの時はどうだったのかというお話からしてみたいのですが、本当に、飲食店、宿泊業、コロナで大変だったと言われておりますが、本当にそうでした。仙台市内の、我々のビジネスホテル、都市旅館というのは、宿泊することが目的ではなく、他に目的があって初めて宿泊していただける施設になりますので、その目的がこのコロナで全てなくなってしまったという部分で、非常に苦戦しました。国の全国旅行支援であったりとか、仙台市でやっていただいた仙台トク旅であったりとか、そういったキャンペーンがある時も、泊まることが目的ではないので、そのキャンペーンを使って温泉に行こうというお客様は非常に多かったと思うのですが、そのキャンペーンでビジネスホテルに泊まろうというお客さんは非常に少ないという現状で、3 年間かなり苦戦しました。それで、コロナがある程度落ち着いてからは、その「目的」が非常に増えました。例えば、コンサートやスポーツ、学会など、そういった目的が、仙台市内で非常に多く催されまして、コロナが落ち着いてからは、非常に市内が好調という状況でした。

ただ、これは実は一時的なことで、例えばコンサートをするアーティストやそういった人たちは、コロナ禍に同じように何もできない中である程度落ち着いたもので、そういうことを再開して非常に数多く催しが開かれたわけですが、これがこの調子でずっと続いていくわけではないと私どもは思っておりまして、やはりちょっと危機感を持ちながらやっているというのが現状です。現状に関しては以上です。

佐藤委員

簡潔に2点お話をさせていただきます。今皆さんお話あったように、確かに足元の数字は悪くはないのですが、非常に着地感が薄いと言いますか、非常に月ごとによるブレがございまして、例えば、8月は良かったけども9月は全然ダメだったとか、10月はよさそうだけど、来年1月はかなり厳しそうとか、まだまだ全然、しっかりとした足並みになっていない。そんな感じがしております。

ホテル旅館生活衛生同業組合は250軒ありますけれども、10月の調査結果では、全体で100.2%（2019年比）ということで、見た目には悪くなさそうですが、やっぱり随分濃淡がありまして、例えば今梅原さんが発言した、仙台市中心部は108.7%である一方、私がいる秋保は97.4%と、必ずしも全体が底上げされているわけじゃないということが言えるかと思えます。ちなみに、1年間通していくと、2019年対比で4勝8敗（2019年を上回った月が4回、下回った月が8回）ということですので、まだまだ足取りが重いという見方ができるかと思えます。

2つ目でございます。インバウンドがたくさん好調に取れているような東京、大阪、京都、そういったところは宿泊料金、宿泊単価が非常に高騰しているという話を伺っております。しかし残念ながら、地方都市でなおかつインバウンドが比較的弱い地域では、宿泊単価の維持が精一杯でございまして、その結果どうなるかということ、エネルギーコストとか食材とか、そういったものが高騰している影響を受けると、利益率が非常に低下、悪化しているといえるかと思えます。なおかつ宮城県の観光連盟の調査によりますと、宮城県の宿泊インバウンドの旅館利用例が有意に低い、逆に言うならば、ビジネスホテルは有意に高いと言いができる一方で、山形、青森のインバウンドの利用率は有意に高いという結果でございます。これを考えたときに、今の仙台の観光はゲートウェイ機能だけで成り立っているという気持ちもございまして、これをいかにして本来の意味の「観光」にもう一度特化していかなければ、便利だから仙台に泊まっているという言い方から脱却していかないのではないかという風に思います。以上です。

紫富田委員

私は、MICEの立場から報告をさせていただきたいと思えます。ここ数年はオンラインと現地開催の会議を組み合わせたハイブリットという形がスタンダードになってきましたが、少しずつ現地開催の割合が増えてきています。特に今年に入ってから、社交行事も本格的に復活して、国際会議でも海外からの参加者が「待ってました」という形で、参加いただいています。仙台でいいますと、今年の5月に開催されたInterMag国際磁気学会では、約1,500名の方々が現地に來られて、久しぶりに国際会議らしい会議になったという報告を受けています。ただ一方で、コロナ禍の前と何が違うかと言いますと、1回手にし

たオンライン会議の便利さは手放したくないという意向と、今まで家庭の事情とか距離が遠い等の事情で会議に参加できなかった人たちの機会を無くしてはいけないという意向がありまして、恐らくコロナが完全に収まった後も、予算が許せばオンラインを併用したハイブリッド会議は残るのではないかと、我々は考えております。

やはり MICE は開催地にとっては交流人口の拡大、それが経済効果に結びつくということが重要になりますので、現地に来てもらわないと意味がありません。主催にとっても MICE というのは、本来は情報を収集するだけではなくて、お互いに顔と顔を突き合わせて情報交換をする、特に休憩時間などにたまたまお会いした人たちとの話の中で、そこで新たな研究のヒントがあったりとか、ビジネスチャンスがあったりという機会が重要です。

もう1つ、スポンサーの企業にとっても、例えば現地に足を運んでもらわないと出展する意味がない、お金出さないということになりますので、主催側はとにかく現地に足を運んでもらうための工夫をいたします。現地でしか会えない偉い先生と直接話ができるとか、社交行事を魅力的なものにするというような、我々も知恵を絞るのですが、やっぱり開催地の魅力というのは1番重要になってきます。コロナ禍前までは、主催者が今度は会議ここでやりますよ、と決めてしまうと、参加者はそこに行くしかありませんでした。ところがハイブリッド会議になると、オンラインに参加するか、もしくは現地に行くかというのは参加者自身が決められるため、開催地にとっては、MICE を誘致する時には主催者から選んでもらわなければならないし、ハイブリッドになったら参加者からオンラインか現地に行くか選んでもらうという、2回選択を受けることになるので、選ばれる都市になるためには、今まで以上に現地の魅力が大事になると私たちも考えております。

高澤委員

コロナ禍において、タクシー業界は売り上げ・乗車回数とも、コロナ禍前の約6割程度に落ち込みました。ただ今年になって、3月にマスクの規制がなくなり、5類に移行になって、コロナ禍前の2019年との対比で、今現在、大体8割ちょっとくらいまで戻ってきている現状です。

ただ、以前からですけれども、仙台におけるタクシーの利用は、観光客が占める割合が他都市に比べて少ないということが、我々の悩みの種でありまして、それは、コロナ禍が終わった今でも、全体に占める観光の割合が少なく、ビジネス客の移動、そういったもので使われる頻度が多いということでもあります。

それと我々の業界では、昨今、人手不足の問題が言われております。確かにコロナ禍において、それだけ利用が減ったので、乗務員離れということが起きましたが、幸い5類に移行になってからは、またタクシー乗務員の応募が増えてきて、乗務員の減少傾向には歯止めがかかっているというのが仙台市の現況です。以上でございます。

高橋委員

ちょっと前までは宿泊割とか仙台市のトク割とかがあった時に、やはり宿泊単価が上がった形になって、その時にマスコミ等に便乗値上げということを随分叩かれた時もありましたが、今、諸物価がすごく上がっていますよね。光熱費なんか1.5倍から、うちはチャラを入れたものですから、2倍になりました。だからもうそういう状況の中で、宿泊単

価だけは据え置きなんてことはありえないわけです。だからこれからの我々の課題は、宿泊単価をアップさせることです。どうしても温泉旅館というのは、秋保温泉もそうですが、団体旅行で成り立っていたところがありますが、どんどん個人化しております。昔はやはり数を入れることが課題みたいなどころがありました。やはり宿泊単価をアップしながら、数を減らしながら、なんとか生き延びるといいますか、減収増益ということを企業は求めていかななくてはならないと思っております。

コロナの3年間という本当に大変な時期に、うちは地震もありまして、被害がかなり厳しい状況で今年の7月にやっと全館復旧という形で、1年4か月ぐらいかかりました。その中で、徐々にお客様の動きも出てきておりますけれども、やはり1番の我々の課題は人手不足です。若い人はなかなか定着しないといいますが、魚はいるのになかなか取れないというような、そこがすごく悩んでいるところでございます。どの業界でも人手不足は1番の課題になっているのではないかと思っておりますけれども、一難去ってまた一難のような形で、そこが1番の課題と思っております。

中村委員

旅行業界としては、コロナ禍では、もう本当にどこにもいかない、という印象でした。今まで、湾岸戦争やニューヨークのテロ、SARSや新型インフルエンザ等、色々なことがありましたが、そういう時でもどこかにお客様は行っておりました。局地的にここは行かない、ここには行けない、ということはあって、東日本大震災の時も、もちろん東北のお客様は減少しましたが、実は海外に行くお客様は前年を上回っておりました。しかし、コロナの時は本当に世界中どこにも行かないし、「移動することが悪」のような雰囲気の中で過ごしてまいりました。そういう中で、ゴールデンウィークの日並びが非常によく、我々にとっては直近では非常にいい年であった2019年と比較しまして、全国旅行支援等の後押しもありますが、今年はまだ個人旅行では超えました。教育旅行も基本的にはある程度同じような形で推移しておりますが、厳密に言うと学生や学校の数が減っているため、少なからず減少傾向にあります。1番問題なのは、やはり先ほどもお話がありましたが、企業とか同業者組合等の団体旅行で、特に温泉旅館を使うような形態は、ほぼ戻っていないというのが実情です。これは東北地方に限らず、全国どこも同じような形です。さらに、なかなか申し上げにくいところもありますが、その部分というのは恐らく元には戻らないだろうという見方になっております。少しスケールが小さくともより回数を増やすとか、あるいは単価が上がるようなことを皆様と一緒に、我々旅行業界として頑張っているやっつけなければいけないと思っております。

それと、団体旅行という部分では、実は貸切バスの規制が来年度から厳しくなりまして、1人のドライバーが1日運転できる時間がまた1時間減って、8時間が最大になるとか、夕食も含めてバスを動かすような場合には、交代のドライバーを配置しなくてはなくなり、そういう部分のしわ寄せが、結局はお客様の負担となってしまいますので、なかなか選択されなくなるというような危惧も持っており、本当に皆様方といろんな課題を持ちながらやっていきたいと思っております。

橋浦委員

私は直接観光に携わっているわけではなく、経済人として、いろいろなMICE絡みのコンベンションに参加したり、出張で観光産業の方のサービスを利用したりするという立場からお話しさせていただきたいと思います。

コロナの間は様々な全国大会と呼ばれるようなイベントは、当然ながら全部中止ということで、我々が所属している経済同友会も、今般4年ぶりに長崎で開くことができました。今年度になって初めてそういったコンベンションが戻ってきた、ということですが、これは本当に色々な団体で全てそうでした。おかげさまで、今年になってからいろんな都市に行かせていただきました。長崎をはじめ、広島でも経済の全国大会がありましたし、あとは、京都、それから東京には頻繁に出張で行っているような状況の中で、冒頭で事務局の方からもお話ありましたように、やはり都市間競争といえますか、各都市が知恵を絞って観光客を集める努力を本当にしていると感じました。各地域で様々な事情があるとは思いますが、例えば長崎で顕著だったのは、長崎駅前の再開発を非常に大々的にやっておりました。サッカースタジアムを新しく建てるということもありますし、外資系のホテルを誘致してかなり大規模なコンベンションを開けるようにしておりました。それからみなさんご存知のように、広島もサミットがあった効果や、あるいは「訪問税」の徴収がはじまる宮島をはじめとした世界遺産があることもあって、非常に外国人も多かったという印象で、ここも自治体と民間が手を組んで中心部に大規模なスタジアムを建てるということをやっておりました。

やはりどこの都市も、血眼になって自分たちの魅力を向上させるということをやっているということを実感する中で話を聞いておりましたが、やはり相対的に仙台、あるいは宮城県の戻りがちょっと鈍いのではないかと思います。これは実際のデータの通りだと思いますが、恐らくほかの都市では本当はかなり戻ってきているところもあるという実感です。そういう意味では、まさに今後、仙台市として交流人口をどのようにして拡大していくのかということは喫緊の課題で、やはり取りも直さず今現在、「相対的に劣後している」というところをしっかりと認識した上で、まずは何が足りないのかをしっかりと分析する必要があります。恐らく相対的に戻りが鈍いということは、皆さん方の感想そのものだったと思いますので、それがなぜそうなっているのか、それを防ぐためにはどうしたらいいのか、ということをもまずはこの会議の主題に置くべきではないかと思っていて、やはりあくまでも、この会議の目的は交流人口の拡大策、ということだと思いますので、ここを一丁目一番地において議論していく必要があるのではないのでしょうか。

その点でいうと、宿泊税がすべてではなくて、交流人口拡大のために、例えば仙台市中心部の魅力拡大、今まで以上に魅力ある街にするための改善策であるとか、そこを含めて議論していかないといけないと思います。それでこれはちょっと我々には荷が重いのですが、やっぱり一番皆さんに残念と言われるのは、仙台駅を降りたときに目抜き通りがあのような感じでは魅力半減、ということで、これはやっぱり都市間競争や都市の魅力と言ったときに、少なからず影響与えるというようなこともありますので、広く仙台市の魅力をどうやってアピールしていくのか、という議論をまずはしっかりとしていくべきではないかと思いつつ皆さんの話を聞いておりました。以上です。

林委員

仙台ホテル総支配人協議会は、宴会や婚礼を行う仙台市のシティホテルを中心に、13のホテルが集まっておりますが、日本ホテル協会のデータによりますと、このコロナの3年間でバンケットを持っているホテルの損失が、1年分の利益の40倍、つまり40年間分の損失に相当するという結果になっております。そのくらい、このコロナの3年というのは非常に大きなマイナスを作ったという状況です。今年のGW明け、コロナが5類に変わってからだいぶ交流が活発になりまして、夏場（7月、8月）の売上は同時期の過去最高になったという状況でございます。背景として、どこの施設も約10～20%くらいの値上げやビジネス利用の減少、あるいはオンライン会議の影響により、会議数やビジネスによる出張需要が減少し、宿泊者数は減っておりますが、単価アップで収益を保持している状況でございます。しかし、諸物価や人件費、あるいは食材費等の高騰もあって、利益率はどこのホテルも低下しているのが現状で、決して楽観はできないというような状況です。また中国を除くインバウンドも戻ってきておりまして、どこの施設でも今は全体の稼働の中で20%以上はインバウンドという状況で、仙台市内のホテルはインバウンドにちょっと助けられているといったような面もございます。

宴会も徐々に戻りつつあって、忘年会も今年はやってもらえるのではないかと考えており、ホテル業は回復傾向にあるというような見え方もしますが、残念ながら人手不足が深刻でありまして、客室を全部満館にできない、満館にすると清掃が追いつかない、あるいはリネンが間に合わない、ということで、ホテルスタッフだけではなくて、そこに関係する、委託業者も人手不足な状況で、なかなか全館満館にすることができておりません。宴会も会場はいっぱい空いていてリクエストもあります。それをやると、調理やサービスのスタッフが追いつかないため半分しか受けられない。あるいは、レストランの調理人が間に合わない。定休日を設けたり、夜の営業を予約だけにしていたりと、本当に深刻な状況でありまして、いわゆるチャンスロスが発生しております。

インバウンドも、先ほど戻ってきているという話をしましたが、私どもも多くの団体を受け入れてはいるものの、その多くは夜に仙台に入って、朝8時過ぎには市外に行ってしまうので、はっきり言って仙台の街中への経済効果は少ないという印象です。仙台の街中をゆっくり観光していただけるというような海外のお客が増えれば、街中の経済効果も当然出てくるわけですが、個人旅行で来ている方々を日中見かけるというようなことはあっても、団体で来ている方は街中を歩かないというような実態でありますから、この辺が今後の課題になってくるのではないかと思います。

まとめますと、課題としては、インバウンドは増えてきてもなかなか経済効果に繋がってこないということと、お客が増えても受け入れ施設の中で人手不足によって、全部受けることができないといったことが、今ホテルを取りまく課題ということでございます。

山崎委員

中心部商店街活性化協議会は、いわゆる商店街組合組織の8つの団体で構成している会でございます。現状を言いますと、やっぱり仙台は昔から言われておりますが、人の利用はございます。人出は戻ってきていますが、それぞれの組合から聞く話では、売り上げは戻っておりません。我々の中心部には、大型のいわゆる百貨店も点在しているが、そういう方

たちからもいろんな話を聞きますと、同じような状況です。

もう一方で、ちょっと言いにくい部分もありますが、組合組織そのものの維持が非常に問題になってきています。いわゆるこのコロナを契機として組合から脱退するお店もありましたし、現実的にそれぞれの組織・組合の中で、「みんなでまちづくりに関わっていただけますか」という話になると、「そうは言っても目の前の売り上げとか、いろんな数字がもう追いつかない」というところの話で終わってしまうケースがごございます。ですから、やはり交流人口拡大、いわゆる仙台の魅力をしっかり整理して発信をして、仙台駅から目的地の観光地に行って帰ってそのままホテルに戻ってしまうというのは、我々の街中での消費にはつながってこない、今改めて感じております。

あともう1つ、今回の主題と違うかもしれないのですが、コロナ禍の結果として、地主の顔がちょっと変わりました。店舗の面積は小さく、基本的に土地の形は転用できる形になっていないことが多いので、さらに老朽化の問題をクリアしてやるとなると、全く同じような店舗構成になってしまいます。なかなか言いにくいのですが、このコロナ禍で消費行動が変わり「その店に来て買う」ということが低下してしまったために、ある町ではもう物販のお店が壊滅状態で、結果的にどうなっているかという、やはり飲食業に変わっています。飲食業もコロナ禍では相当の打撃でよく生き残ったなという業種もありますが、中身を見ると、やはり地元の人ではなくて、チェーン店の延長線のようなお店の方が多く、そうなる我々のまちづくりの話が通じなくなってしまいます。

最後に、10年先を考えての1番の難点は、アーケードです。あのようなハードをそれぞれの組合が競って作った故に、これを管理・維持し、場合によっては老朽化対策をすることで、本当に悩ましい問題だと思っています。この10年先には相当のハード面の計画が変わって行って、中には商業施設が付随した建物があるはずで、さらには駅前地区がどう変わるか、この間の新聞にもヨドバシの記事がありましたが、やっぱりそういう新しいもの・新しい視点でご商売の形態が変わると、人はそこに引きつけられてしまいます。では、既存の我々は何をすればよいのか、今協議会で個人的に話しているのは、もう一回、一番町さんのブランド力をあげる必要があるということです。どんな魅力の発信をして、どのようにお互いに協力し合っていくのかということが悩ましい問題でございます。

ですから、結論はやはり交流人口拡大、この委員会を通して、観光と、我々のものを売ることとのコラボと言いますか、こういうものがものすごく大事になると、個人的には強く感じています。

庄子副会長

私からもご意見を述べさせていただきます。今、皆さんに観光産業の現状ということでたくさんご意見をいただきました。回復に非常に濃淡があって、戻っているようで実は戻っていないのではないかとことや、利益率の低下・人材不足ということが色々な産業の方からお話いただきました。付加価値が向上していくことと、やはり地域の魅力をしっかり作っていくこと、そして地域間競争が厳しい中で、ちょっと仙台負けているのではないかと、しっかりとその背景を分析し、そしてどのようなハードで、どのように展開していくか、何をしていくかということを考えていかなければならないというご意見もいただきました。また、地域の魅力はやはりまちづくりに直結するので、景観や目抜き通りをしっ

かりと造り上げていく、まちづくりを一体として取り組んでいく必要があるということ等、皆様からの貴重なご意見だったかと思えます。

私からは1点、角度を変えてお話をさせていただきます。観光市場は、端的に言いますと、実は今20代女性が中心になってきています。2019年からそういった傾向がありまして、40～50代から20代女性に変わってきていて、キーワードは「モダンラグジュアリー」と言われているものです。コロナ禍を経て、インバウンドも実は20代、特に20代女性がメインになっていて、20代女性は旅行意欲も高く、旅行実施率がコロナ禍でも非常に高くなりました。日本政府観光局が強化しているのはラグジュアリー層であって、一見、ラグジュアリー層と20代女性とは距離があるように感じますが、ラグジュアリー層はクラシックラグジュアリーとモダンラグジュアリーの2つに実はわかれていると言われております。クラシックラグジュアリー層は50～60代が中心で、どちらかというとなりに快適性を求めるような層ですが、モダンラグジュアリー層は、自分にとって意義のあることを重視する層になります。本物体験ですとか、20代ですと、やっぱり一生に一度の体験やトキ消費のようなものを重視する傾向が非常に強いです。私の周りにはいる大学生も、普段の生活においては価格に対して非常に敏感ですが、いわゆる推し活のようなものに関しては、時間もお金も惜しまずに、すごくエネルギーを感じられますし、コロナ禍においても非常に積極的に旅行していたという印象です。

インバウンドも20代中心になってきているということもありますし、そういったモダンラグジュアリー的な、本物志向みたいなものを大事にしている層が、現行の大きなメインマーケットになっておりますので、こういったコンテンツをそういったモダンラグジュアリー層に刺さるものにしていくか、消化していくものにするかということ、考えていく必要もあると思っております。

ということで、委員の皆様からさらにご意見を伺いたいと思いましたが、ちょっと時間が押していますので、次の議題に入っていきたいと思えます。

■議事（4）強化していくべき施策の方向性について

庄子副会長

それでは議事「（4）強化していくべき施策の方向性について」、事務局よりご説明をお願いいたします。

事務局（観光課企画調整担当課長）

資料2（9～14ページ）を中心に説明。

庄子副会長

ありがとうございました。それでは今事務局から説明がありました内容について、委員の皆さまからご意見を頂戴したいと思います。

山崎委員

私の方からは1点、この会議で様々な支援策が出てくるとは思いますが、総当たりでやれるような状況ではないでしょうから、やっぱり優先順位をしっかりと決める必要があると思

います。私どもの立ち位置から見ると、例えば表示の方法とかは我々の町の中で話題になりましたけれども、やっぱりその中で、我々が目指す道筋として何を先に手をかけるか、費用対効果も測ってやっていく必要があると思います。

それと、観光業の方と我々の商店街との連携の方法は、いろんな形があり得ると考えております。現実には私共の協議会でも、やっぱり買い物に繋がるような、あるいは魅力の確認に繋がるような手段はいろいろありますので、我々の方でもそういう情報を発信する役割があると思っております。

林委員

私の方からは、たくさん課題があるので1点に絞らせていただくと、閑散期の対策に力を入れるべきではないか、と思います。労働集約産業である以上、ピークに合わせて人員を抱えるわけにはいかないということになります。繁忙期と閑散期の差があると、それだけ繁忙期には手が回らなくなり、閑散期は暇なので余力を持ってしまって、無駄が生じてしまうということがあります。ですから、仙台でいうと冬場の1~3月の閑散期対策をまず早急に打ち出し、平準化ができれば雇用が安定するというメリットもあります。

その上で、首都圏のインバウンドのメリットというのは、高単価で連泊をしてくれるということが魅力でございますが、仙台市内のインバウンドは、単価はある程度取れても、皆さん夜に来て朝にはもう出発するといった感じですので、地域にもお金を落とさないし、メリットが少ない状況です。宿泊施設としても、連泊していただくことで、清掃やりネン等、経費が軽減される場所がございます。そうすると少ない人数で回すことができるというメリットもあるため、実現できれば地域も潤い、ホテル事業も非常に稼働しやすい環境になるといったようなところでございます。以上です。

橋浦委員

10 ページ以降で重点的な取り組みを説明していただきましたが、非常に多岐にわたっていて、全部やれたらすごく良いと思いつつも、恐らく全部成功させることはとても難しいのではないかと思います。それでも、やらなければならないことではあると思いますが、全部一度にはやっぱりできないと思います。やはりメリハリをつけた施策ということが大事になってくると思っております。

資料編の20 ページにも現行施策が書いてあって、多岐にわたって予算額まで全部入っておりますけれども、まず効果測定をしっかりとやるべきではないかと思っております。交流人口拡大の施策の近道や飛び道具的なものは、恐らく無いと思っております。近頃の流行りのものに飛びつければ成功するかというとそうではなく、ツールとして近頃流行りのものを使うにしても、その本質的な中身としては、過去からずっと培ってきた発想が、やはり必要になってくると思います。エリア別のブランディングのプロジェクトということも、やっぱり各地域どういう理念を持ってブランディングしていくのかということもまず先に立たなければならないと思いますので、今日来ていただいている各地域の代表の方と今まで以上に詰めて、当局がやっていることと各エリアの方々がやって欲しいことが一致しているかどうかということの確認作業も必要になってくるのではないかと思います。

まとめると、新しいことをやろうと思わないほうがいいと思っております。まず今や

っていることを、成功しているものとそうでないもので峻別して、いけているものに関しては思い切った、例えばエリア別ブランディング予算 300 万とありますが、きっと最初に書いてあって、一番大事なのではないかと思えますけれども、これで何ができるのか、という話になってしまいますので、メリハリをつけた予算配分が必要であると思えます。それからすべて新しいことに飛びつくのではなく、今やっていることをどれだけ拡充したら、委員の方々が問題点だと指摘した点にフィットするのか、という観点で既存施策を見直し、そこでお金がもし足りないのであればその財源を考えるという順番になっていくのではないかと考えております。あくまでもやはり、各エリアの方々がどうして欲しいのかということが一番大事であって、それにフィットする施策を練り直すということが大切で、新しいことが全部正しいかという、そうではないと思えますし、ちょっと多岐にわたり過ぎているので、もっと子供でもわかるような、これをやった方がいいということをシンプルにまとめた方がいいのではないかと、というのが私の感想です。

中村委員

私は仙台という街をとにかくワクワクするような、本当にもう何度でも来て楽しみたいというような街になればいいと感じております。やはり仙台は、通りを歩くということも一つの魅力だと思っていて、それはクリスマスロードを初めとしたアーケード街もそうですし、青葉通りや定禅寺通りみたいなところを歩くのも非常にいいと思っています。ただ、だんだんと街あるいはお店が変わってきていて、そこに全国チェーンみたいなお店がどんどん増えてくると、魅力が半減してしまうように感じるので、そういったことも考えていく必要があると思えます。

もう一つは、やっぱり駅前の部分であって、さくら野の跡地と、向かい側のエリアが今後どのような開発になって、そこに何ができて、そこでどれだけの人を呼べるものができるのかということが、もうこれから 10 年先、20 年先を占うような気がしています。ですから、それぞれの事業者のいろんな考えがあるのは当然ですが、そこにしっかりと関係者が入って、市もそこに一緒に関わりながら、一体的な開発を行わねばならないと思っています。

それともう一つは、ナイトコンテンツの話も出ておりますが、それも国分町だけではなくて、駅前も含めて考える必要があると思えます。例えば東京からの出張で、夜仕事を終えてから 19 時ぐらいの新幹線に乗って 21 時ぐらいに仙台に着いて、ホテルにチェックインして、そのあとでちょっと食べようと思っても、意外と食べる場所がなくて、牛タンを食べたいと思ってもお店はクローズしていて、ホテルのレストランもクローズしていて、つまらないというようなことをよく言われます。やっぱり大阪とか東京とか福岡とかは、なかなか人手不足のところでは難しいとは思いますが、24 時くらいまでは楽しめると言われていて、そういうところも含めて駅前の再開発が一つの鍵なのではないかと思えます。

もう一つは、朝です。市内のビジネスホテル系にお泊まりの方がおいしい朝食を食べられるお店を、朝市や中心街に作って、ホテルの朝食だけでなく、外のレパトリーも加えて、それでビジネスに向かうというような街になると、よりいろんな意味で活性化するのではないかと思えます。もちろん旅館にお泊まりの方は旅館のお食事をお楽しみいただいて、市内のホテルに泊まったら、朝市で何か海鮮丼みたいものを食べて、といったことも

考えていくべきではないかと思っています。青森には「のっけ丼」があったり、金沢でも市場で食べることができたりということがあって、市内でそういうものが楽しめる、もっと魅力が増すと思います。

高橋委員

仙台の街の魅力を出すために、やっぱりいろんな財源が必要です。今日のこの会議の意図がわからないのですが、宿泊税ありきの会議でしょうか。宿泊税はもう、決定した会議なのではないでしょうか。いろんなことをやるには財源が必要だと思いますが、我々宿泊業者からしか取らないのではなくて、僕は頭ごなしに宿泊税に反対というわけではなく、これはもう致し方ないと思っておりますが、観光税としていろんなところから取ればいいのではないのでしょうか。そうすればもっと財源が集まるので、それで仙台の街をもっと良くしていけばよいのではないのでしょうか。徴収するのは我々宿泊業者だけで、我々がお客さんに頭を下げていくわけですから、仙台市の方たちはどうやって徴収するのか、これを検討していただけますでしょうか。この財源の検討自体が、ちょっと違うのではないかと思います。

庄子副会長

今日は仙台市の交流人口拡大推進検討会議ということで、まずは観光産業の現状を把握した上で、地域として今後何を強化していくべきなのかということを議論し、もし財源が必要であれば、恐らく必要になると思うが、それが宿泊税になるかどうかというのは、次の段階の話になります。

高橋委員

それでよろしいですね。

庄子副会長

ですので、本日の議論は宿泊税ありきではなく、強化していくべき施策について、今ご意見を伺っているというところでございます。と、私は認識しておりますが事務局の方からはいかがでしょうか。

事務局（文化観光局長）

文化観光局の金子でございます。今高橋委員から「宿泊税ありきでスタートしたのか」という発言がありましたが、それは違います。今、庄子副会長からご発言ありました通り、まずはどのような観光施策が都市間競争を勝ち抜いていくために必要かというご議論、これをまずお聞かせいただきたいと思っています。

その上で、財源なしで絵に描いた餅という訳にも当然いきませんので、財源の話はどうするのか、これを次の段階、次回以降と考えております。

高橋委員

大変失礼しました。今はホテルも仙台市にはたくさんありますし、温泉地もありますけれども、やはり温泉地の開発ということがすごく大事になってくると思います。やはり一泊

二食が普通の温泉のあり方ですが、これではもうやっていけないと思っています。だから例えば、泊まった温泉旅館とは別の旅館でも食事ができるとか、別の旅館のお風呂に入ることができる、といったようになっていくと、とても活性化していくのではないかと考えております。いろんな交流をやっていくことで、やっぱり街も活性化しますし、どうしても一泊二食となると提供する側にすごく負担がかかってしまいます。旅行代理店でも一泊二食のプランしか取り扱いがないので、そういう商品も考えていかなければならないと思います。

先ほど中村委員が発言したように、ホテルに泊まって、朝食を違うところに出かけるとか、そういうところをどんどん開発していただければ、日本旅館の今までのあり方を変えていく必要があると思っておりますので、その辺りを希望しております。

すいませんでした。全然違う方向にいたしました。

高澤委員

タクシーを利用した観光というのは、先ほど言ったようにそれほど多くはないのですが、今いろいろ観光ルートなどを業界各社、あるいは仙台市と協力しながら作っております。

その中でちょっと気になるのは、仙台市の観光ルートの中に多くの方が行かれる仙台城跡がありますが、仙台城跡に行ったらお城がなくてがっかりしたと、いう声が非常に多く聞かれます。これにはいろんな問題が絡んでいるのは理解しているのですが、やはりせっかく行ってがっかりさせてしまうというのは、大きな問題だと思います。お城じゃなくても仙台市ならではの大きなこのインパクトのある目玉商品、コンテンツ、そういったものが必要ではないかと思っております。

それと先ほど中村委員も言ったように、夜、泊まって歓楽街に行きたい、といったときに、仙台といえば国分町というように全国的に有名でございしますが、その国分町が今非常に廃れております。

仙台駅前については、さくら野の跡地をなんとかしなければならぬということもありますが、結構人は出ております。むしろ私は一番町や国分町の方を、大分人も減っていますし、やはり復興といいますか、何とかしなければならぬと思っています。夜で言えばやはり、国分町の再興が観光には欠かせないと考えております。

紫富田委員

MICE 誘致のインセンティブという言葉がこの資料にありましたが、まず主催に対して、仙台で開催したら参加者が増えますよ、ということ、私達も強く勧められるような街を作らなければならぬと思っています。いざ開催が決まりましたら、参加者にはオンラインではなくて現地に来てもらって、日帰りではなくて泊まってもらって回遊してもらって、できれば次は、友人や家族と観光客としてリピーターとして来てもらう、という形になるのが理想だと思っています。

MICE 参加者は事前にいろいろ調べる時間がありません。ではどうやってその土地の魅力を収集するかというと、主催が作るホームページや事前の情報発信、あとは会議開催中の昼食や、休憩時間や社公行事のタイミングというのが、魅力を発信する大きなチャンスになります。そうすると、あの会議がよかったから、仙台好きだからもうちょっといようと

か、次は友達と来ようという形になると思います。

例を挙げさせてもらおうと今年の夏に、ある都市で学会を開催しました。もともと開催地は魅力のある観光地ではありましたが、準備に際しまして地元の商店街の協力をいただき、会場にキッチンカーやお土産物屋を出したり、会議の参加証を見せると夜に飲み屋街でドリンク一杯サービスしたり、ということを提供してもらった。他には、早朝にその観光地を巡るマラソン大会も実施しました。その中で一番評判がよかったものは、学会参加者が公式の懇親会に出席している間に、その時間帯に合わせて、同伴者や家族向けに夜景の綺麗なレストランを借り上げまして、そこでコースの料理出すということをやりましたら、あっという間に完売しました。こういったことは非常に反響の大きかったケースで、地元からも「次、学会いつですか」と言われたと聞いています。

こういった取り組みは山崎委員のところでも取り組んでいると聞いていますが、これ主催者や私達のような運営会社だけが頑張っても不十分で、やはり市の観光課の方や、地元の商店街、ホテルや旅館、飲食店と色々な関係者が協力するということが非常に重要だと思っています。しかも、1回だけではなく、例えば参加証を見せるにしても、アプリを開発して継続してパッケージにするという仕組みを作る必要があると思っています。

もう1点は、コロナ禍を経て、国際的にはセーフティアンドセキュリティ、安心安全、それからサステナブル、持続可能な観光やMICEということが非常に重視されています。いただいた資料にある「持続可能」は、恐らく産業としての持続可能だと思いますけども、持続可能な地球という意味でのサステナブルは、特定の施設や場所だけが頑張るだけでは不十分です。空港や駅に着いた時から旅が始まっていて、私たちもいくつかの都市でMICE施設を運営しておりますが、感染症の時に施設だけ感染防止を必死でやっても、会議が終わった後に飲みに行かれて、感染されては困るということで、その地域全体で感染防止に取り組んだという経験もあります。

ですので、例えば「〇〇旅館が素晴らしい」と言われても、そこに行くまで日本語表示もなく、公衆トイレも汚かったとなってしまうと、もう当初のイメージがダウンしてしまうということになります。もともとMICEの誘致はチームで誘致することが重要と言われていましたが、今コロナ禍を経て、もっと関係者が一致団結して力を合わせるという仕組みを作ることが、一番大切なのではないかと思います。

佐藤委員

強化すべき施策の方向性ということで、今皆さんもいろいろお話をいただいて、なかなかかみ合っていないと思いましたが、やはりこの施策に関しては、短期か、長期かということもあると思います。長期で考えるならば、先ほど橋浦委員が発言したようなブランディングのことを考えなくてはならないし、また都市型観光と言うならば、中村委員がおっしゃっていたような、歩く駅前観光とか、そういったものを考えなければならないと思います。ただここでは時間もありませんので、セグメントしながら、地域型でかつ短期で、という前提条件でお話をさせていただきますと、やはり何といても、インパクトのある商品。キラーコンテンツが足りないということが、一番大きな問題ではないかと思っております。

先ほども9ページの取り組みの中で、「それだけで訪れる価値のある新たな観光資源の

整備」とありましたが、もっと、くだけていうならば、まだ見たこともない風景とか、まだやったこともない体験、そういったものをどこまで造り切れるのか、そういったことを考えなければならないと思います。1枚の写真で、もう行きたいと思わせるような風景とか、そういったものを、仙台市内を魚の目・虫の目・鳥の目で探しながら、表現していかなくてはいけないと思っています。

ただしそこには、造るといっても、省人化・省力化、とにかくお金がかからない、人手もかからないようなそういったもの、先ほど資料にもあった、宮崎県のスケルッチャ！とか、新潟県十日町にあるパノラマステーション、清津峡のドーム、また石川県の能登町にあるイカキングのようなものとかが、地方の観光地にとって、短期的な視点で早急に何か現状を打開できるものなのではないかと思っています。

二つ目、これはもう観点だけお話しさせていただきます。先ほど林委員・高橋委員が仰っていましたが、宿泊施設であれば標準化を図る必要があるということについては、全くその通りで、言葉を変えて言うならば、財務体質の強化をどうやって図っていくか、ということだと思います。この資料3にもあるように、仙台の観光を取り巻く状況は非常に悲観的で、なかなか認知度が足りないとか、宿泊業・飲食サービス業は、離職率も高いし、賃金が非常に低いとあって、こんな業界に本当に未来があるのか、ここからトップスターやトップリーダー生まれるのか、と考えさせられます。確かに財務体質の問題であれば、これは当の事業者任せればよいというのはその通りで、そこまで助けてほしいというつもりはありません。全然そうではなくて、本当にこれ賃金状況とか、離職状況とか、改装が何でできないのかとか、お金を出せとていうのではなくて、せめてどういう方法論でこの現状を打開していくのか、そういったところまで踏み込んだ伴走型支援をお願いしたいと思っています。いつまでたっても観光施設、魅力ある施設にならないという課題提起を、どこかでもう一度巻き起こらせない限り、なかなか将来にわたってDX人材が生まれるとかは考えにくいと思います。そういったことも踏まえた上で、財務体質の強化を、産官学なのか、制度なのかはわかりませんが、一緒に考えていって、仙台の一つの新しいモデルを作っていくべきではないかと、思っております。以上です。

梅原委員

皆さんが発言したこと、この資料が本当に、もうその通りだなと思って見えています。何をやらなくてはいけないのかという部分で、恐らくこの9~10月でヒアリングされて、資料を作られたと思いますが、関係者の話を聞くことがすごく大事で、何が必要なのかということが、すごく盛り込まれている資料かなと思いました。

橋浦委員も発言されていましたが、何が必要で、それにどれだけのお金がかかるのか、財源どうするのかということが大切なことで、第4回までの会議をちょっと思い出していただきたいと思います。第1回、第2回と、この内容を深めていく中で、突然宿泊税が適当という話になってしまいました。高橋委員も発言されたように、本当に宿泊するお客様からだけ税金を取って、これを財源に充てるのが適当だったのかということを思い返していただきたいと思います。確かに財源が必要なのはわかります。することに対してお金がかかるのはわかりますが、それが本当に宿泊税という、宿泊する方から税金をいただくということが、どういうことなのかということを、もう一度考え直して、次回以降の会議

にきちんと結びつけていただきたいと思います。私からは以上です。

岩松委員

高橋委員が発言したことに追加してお話させていただければ、この会を通過儀礼には絶対にして欲しくありません。議論をしっかりと積み上げて欲しいと思います。もう通過儀礼としてあしらわれたくはないですよ。ともすれば、私も仙台市の、ある委員会の委員になっていますが、通過儀礼として扱われることが非常に多かったです。ぜひ一つ、この会だけは、私も生きるか死ぬかの瀬戸際に立っていますから、その辺をしっかりと踏まえて欲しいと思います。

天野局長時代に、実は郡市長に直接申し上げましたけども、何か皆さん流行りのように、インバウンド、インバウンドということで、過去において皆さんが取り組んできましたが、結果的にどの程度の効果があったのでしょうかというお尋ねしたいです。私の皮膚感覚から言ってもせいぜい0.6%ぐらい、1%もいないような気がします。そういった形で、過去において、今までインバウンドやって失敗したのは何なのか、皆さんでヨーロッパに行ってきました、東南アジアに行ってきました、一生懸命インバウンド進めました、でも結果はどうですか。少なくとも作並温泉にはインバウンド効果が全くありません。もう本当にありません。東北大学のゼミの生徒は、インバウンドといえばインバウンドですけども、その程度ですから、全くないと言ってもいいと思います。その中で過去によってどうだったのか、もう1回検証して欲しいと思います。

それで、財源という話もありますけれども、まずはインバウンド云々よりも私が市長に申し上げたのは、国内の需要もっと喚起してくださいと、直行便があるところにトップセールスいってくださいということです。最近は関西からのお客さんも少なくなっていますから、関西にも行ってください、中部地区にも行ってください、あと沖縄から結構お客さんがおいでになっているので、沖縄に行ってちゃんと仙台の夕べをやって、しっかりと需要喚起して欲しいと、まず国内の交流人口を増やしましょう、という話を申し上げていますが、なかなか動いていただけません。仕方がないので私も、乏しいお金を使って出雲まで我々直接行って、一畑観光と提携しました。本当に厳しい予算の中で、私も代々、7軒の作並温泉の宿がありましたけど今4軒です。なぜそうってしまったかという、代々旅館組合長は手弁当です。自腹を切るわけですから、倒産したり、或いは廃業したりしてしまっています。私も今組合長をやっていますから、非常に厳しいです。手弁当で動いています。うちの旅館組合のスタッフの人件費はもちろん、出張旅費も下手すると手弁当です。何千万というお金を使っていると言っても過言ではないです。そういう状況の中に置かれております。

また別な角度からお話すると、先ほど山崎委員が発言したように、Sentiaの理事会の場ではいつも申し上げていますが、もうちょっと東部地区、中心市街地、西部地区とを有機的な結合させる販促をやってください、というお話をずっとしているが、なかなかやっていただけません。ようやく来年度のジャズフェスでは、秋保・作並をコラボさせましょうと、ようやく腰を上げるようになりましたけども、正直言うと今年の七夕も嵐のコンサートも、全くお客さんが来ないです。以前は、嵐のコンサートがあると、わざわざ作並までファンが泊まりにきたものです。それから、もう七夕も同じです。5月の末になってもそうですけども、全くお客さんがお出でにならない。独自にお客様を開拓しなければならな

い状況です。

そこで申し上げたいのは、宿泊税ところではないということです。過去の問題として、入湯税を全額戻してください。そうすれば、我々は自助努力、自力更生で動きます。そしてお客さんも集めますし、まちづくりもやりたいと思います。入湯税全額、下呂温泉のように戻して欲しい、もう宿泊税なんて話をするのはもってのほかだと思っております。それでもなお、インバウンド、インバウンドと言って、新たな財源が欲しいと言うなら、オーバーツーリズムになって、東京、大阪、神戸、金沢、京都、こういったところのように、もうお客様いらないです、となるくらいやって見せてください。

その上で、ぜひそのようにお願いしたいということと、最後に、無理・無駄・ムラいっぱいありますから、これを仙台市として考えていただいて、その無理・無駄・ムラを失くせば、目先の危機に対して、我々にいろんな援助の手を差し伸べることでできると思っています。先日の新聞に書かれておりましたが、パーキンソンの法則っていうのがあるらしいですが、役人の数は仕事の量に関係なく一定の割合で増加するとありました。よろしくお願ひします。

庄子副会長

ちょっと今日は強化していくべき施策の方向性についての議論の場になっていますので、そのことについてまとめに入っていきたいと思ひます。

皆さんからいろんなご意見をいただきましたが、私は佐藤委員がご発言された、時間軸という話はすごく大事だと思ひています。長期的なことはどうしても不明確ですから、まちづくりとか地域のビジョンとして、皆さんも同じ方向性を持って取り組んでいかなければいけないですし、そのブランドを作っていくために、恐らく短期的な、本当にキラーコンテンツを作っていくということが大事になってくるのではないかと思ひます。その短期的な取り組みを、やはり効果検証を絶対しなければいけないと思ひています。データに基づいて議論ができると、納得できるのではないかというところで、DX のところにもありましたが、MICE でもアプリを使って、という話がございましたけれども、やはりマーケティングデータをエリアとして取っていただきたいと思ひています。仙台市全体で取るのは難しいかもしれないし、各事業所が持っている顧客データを共有することも個人情報保護法で無理ですが、エリアとして、例えばポイントカードやアプリを開発して、マーケティングデータを持って、事業を実施した時にそれに基づいて効果検証していく、またニーズ等もそういったポイントカードの会員にしっかり聞いていくということもできるのではないかと思ひています。

ということで、非常に時間が押してしまいました。皆様からさらにご意見があれば伺いたいと思ひますが、ちょっと時間も少ないので、次回の会議までに温めていただきたいと思ひます。

事務局（観光課企画調整担当課長）

本日ご欠席された委員の皆さまから、施策の方向性については伺っておりましたのでそれについてご紹介させていただければと存じます。

仙台商工会議所の今野専務理事から、今後の施策の方向性についてのご意見をいただい

ております。

一つは仙台には観光のシンボルとなるようなものがないという話は昔からありまして、仙台城跡を含む青葉山は観光地としても重要なエリアであり、シンボリックな観光資源が欲しいという意見もあるのではないかとこのご意見をいただいています。

また、VIPをお招きできるような宿泊施設も少ないという課題への対応も検討してもよいのではないかとこのご意見や、地域の魅力を高めることについては異論はないが、プロモーションはやり方次第なのでその効果について疑義があるといったご意見も出てくるのではないかとこのご意見もいただいています。

DXや高付加価値化、事務局から提示したのですが、実施したい事業者がいるかどうか。その事業者の考えにもよるのではないかとこのご意見をいただいています。

また仙台観光国際協会の石川理事長からもご意見をいただいております。

新たな観光施策として、ハード整備を想定するならば、具体的な内容を提示していくことが必要であるというご意見や、観光産業の人手不足の対策につきましては、働き手の処遇改善に向けた直接的な支援は行政としては難しいかもしれないので、別の切り口から何か工夫した取り組みが必要ではないかとこのご意見をいただいています。

それからインバウンドは、各国に向けたプロモーションについては、現地のエージェントとタッグを組んで確実に送客につなげるところまで持っていくことが大事ではないかという話をいただいております。

またインバウンドはナイトコンテンツの需要もあるので、受け入れる事業者側の体制を整備する必要がある、日本の治安の良さや夜の飲食、観光目的で自由に歩けるということもアピールすると良いのではないかとこのご意見をいただいています。

また広域的な視点で、観光資源とか、繁忙期・閑散期対策を考えることが大事で、例えば蔵王では夏が閑散期、仙台は冬が閑散期なのでうまく組み合わせて、広域的な連携を進めてもよいのではないかとこのご意見をいただいています。

最後に事業者に訴求力の高い事業の実施、アイデアのあるプレーヤーの支援を行いながら、トライアンドエラーのエラーを許容できるような仕組みになると良く、DMOとしてもこれらをマネジメントできるように、地域に仕掛けを、働きかけをできるような人材が必要だというご意見をいただいているところでございます。以上でございます。

庄子副会長

本日欠席の委員のご意見も含めまして、皆様からいただきました貴重なご意見、吉田会長にもご報告いただいた上で、次回は取り組むべき施策ですとか、事業規模、それらを実現するために必要な財源などについて、委員の皆様と議論を深めて参りたいと思います。

それでは本日予定しておりました議事はすべて終了いたしました。その他として委員の皆様から何かございますか。

(なし)

無いようでしたら事務局に進行をお返ししたいと思います。

司会

庄子副会長ありがとうございました。

それでは以上をもちまして、第5回仙台市交流人口拡大推進検討会議を終了させていただきます。本日は誠にありがとうございました。