

「新しい東北」官民連携推進協議会
令和4年度 宮城県意見交換会（第3回）議事概要（公開用）

令和5年2月28日
「新しい東北」官民連携推進協議会事務局

【日 時】令和5年2月28日（火）13:00～15:00

【場 所】TKP ガーデンシティ PREMIUM 仙台西口／オンライン

【出席者】（敬称略）

＜副代表団体＞（所属の五十音順）

株式会社七十七銀行／国立大学法人 東北大学／一般社団法人 みやぎ連携復興センター

＜主団体＞

仙台港周辺地域賑わい創出コンソーシアム

＜オブザーバー＞

仙台市／株式会社 たびむすび／株式会社三井不動産ホテルマネジメント

＜復興庁＞

復興庁 復興知見班／復興庁 宮城復興局

＜事務局＞

株式会社 JTB

【議事概要】

1 開会

復興庁より、実践の場に参加して見えてきた様々な課題の振り返りと、次年度、さらには今後の協議会の運営について忌憚のないご意見をいただきたい旨、挨拶した。

2 各団体の活動紹介

株式会社七十七銀行より、活動資料（資料2）をもとに取組を紹介した。宮城県より、活動資料として小冊子「Baton Vol.03」を配布した。

3 実践の場の開催結果を踏まえた意見交換

（1）本年度の実践の場の意見交換の内容を踏まえた、エクスカーションプログラムを推進する際の課題等についての議論

－今年度造成した個別のプログラムの更なるブラッシュアップ等にどのように取り組んでいくか
－挙げられた課題等に関して、本協議会や各副代表団体の果たす役割等は何か

実際にプログラムを体験することにより、防災に関する学びや啓蒙が図られるといったエクスカーションプログラムの果たす社会的意義について再確認できた。一方で、実際にこのプログラムが商品化できるのかという点が、更に検討を進めるべきポイントとして挙げられ、G7や学会の後のプログラム、研修旅行などの具体的な出口やそれに応じたターゲット層等をしっかりと定めた上で、今後の議論を深めていく必要があるとの意見が得られた。

（主な意見）

・実際にやってみることの重要性を改めて認識できたのではないかと思う。ただインフラ復興した土地でいかに消費活動を生み出すかというポイントもあると思っている。今回は観光消費的なところ

がプログラムになかったが、そこは要検討だと感じている。

- ・エクスカーションプログラムは非常に良い取組で意義もあるとは思うが、商品化するとなつた場合、果たして民間の方や外国の方が受け入れてくれるのか、当初、自走化、マネタイズ化といった意見もあったと思うが、そういうことは見込まれるのか、という点がポイントとなるのではないかと思う。我々も例えば地域の賑わい創出をするためにどういったことができ、どの程度のニーズがあるかということで事業会社に話をすると、良い取組だけれども自走化は難しいだろうといった回答になることが結構ある。今回も自走化させていくという観点で見たときには、もう少し深掘りが必要になると思う。いろいろな方々のニーズに合わせ、ある程度採算が合うような形の商品化ができるのか、もう少し詰めなければいけないと思う。
- ・宮城にはガイドを束ねたり作ったりする会社があり、それは優位性だと思う。あとは旅行会社が今回のエクスカーションプログラムを自分たちも販売したい、取り扱いたいと言つてもらえるところまでどうやって引き上げるかという話になってくるかと思う。
- ・やはり一番は商品化できるのかどうかがポイントだ。協議会としてサポートしながらモデルコースを作りブラッシュアップしていくのも良いが、最後にどう商品になっていくのかというところをもう少し詰めていかないと、協議会での取組が終わったらそこまでになつてしまふ恐れがあると思う。来年度に向けて、どのようなことを深堀していくべきかよく考える必要がある。
- ・個々の内容についての理解は深まつたので、最終的にどういう形でターゲットの方々に使ってもらうのかというところをもう少ししっかり打ち出していければ、すごく良いものができるのではないかと思う。仮に震災を中心にするなら環太平洋地域、今回のトルコもそうだが、国々の代表に対して、何を最終的にもらいたいのかというイメージを持った上で実施すれば、すごく良いものができるのではないかと思う。
- ・私たち被災地にいる者としては、一般に“被災地ツア””というと、一般の方が特定の場所に来て周辺を見るということで、被災地として伝えたい・見せたいところと、来る人たちが見たい・知りたいところが違うのではないかといつも思っていた。今回は切り口を変えてG 7に来た方や特定の外国の方を案内するということで、ある程度属性がわかっているので、その人たちに合わせたプログラムが組めると思う。そのときに課題となるのは、今は宮城県も含め被災地ごとの連携がなく、震災伝承施設同士がつながっていることもほとんどない状況だ。隣の町の施設も知らないという人たちもいるので、そこをどうクリアしていくのかが重要だと思う。この取組をきっかけに、例えばツアを主催する側が「こことここを連携させましょう」という形でつなげていける可能性はあるのかという気がしている。
- ・スルーガイドで1人の方が通じで話をされることにより、つながるというのはあると思う。自分の地域のことはよく知っているが、気仙沼はどうか?と聞かれても全然知らない。そういう意味では、ある程度オーガナイズ的にポイントを知っている方から話を聞けた方がいいと思う。今回、荒浜小学校に初めて行った。被災者支援をやっている人間は避難先を校舎に変えたことがどれだけ大きなことかよくわかるが、一般の人は「ああ、なんだ」で終わってしまうと思う。そういう点を上手く伝えられるようにし被災地同士がつながると、学びがあり、次の防災につながると思う。
- ・年数が経ったとはいえ、震災の実態とその後の復興の状況をこの目で見てみたいという声は出張者から聞かれる。1泊2日で出張に来て、当日は業務があるが、翌日にできれば震災のエリアを見てみたいというリクエストをいただくことがある。今後の造成では1日終日ではなく半日バージョンなど、時間的なフレキシビリティのあるプログラムが検討できれば、よりニーズにマッチするのではないかと思った。加えて、複数の異なる施設を跨いで、一定の基本的な情報をわかりやすく、で

きれば外国語も含めて伝えることができるような人材の準備・育成ができると、よりプログラムが具体化し実現していく可能性が高まるのではないかと思う。

- ・地元の被災者の団体とつながっていると、外から来た人は点的にうちの施設には来るが、その他の施設について聞かれたときになかなか答えるのが難しいという話がある。各施設の横のつながりがもっとわかるような仕組みがあると、他の施設を見ていただくことにも寄与できるのではないかと思う。
- ・ターゲットに応じて各施設の色々なつなぎ方ができるように、各施設をメニューのように示して、上手く組み合わせ、合うものを提供できる協力体制をしっかりと作っておくことが必要だと思う。プラットフォーム的なものを持っておいて、旅行会社が「こういう学会があって、こういう参加者で、これに適したものを組めるか?」となったときに取捨選択して組めることができれば非常に良いし、実践的になってくるのかと思う。
- ・スルーガイドとして通しで全部語ることは、かなりハードルが高いと思う。そこまでの人をどうすれば育成・確保できるのかはまた別途考えることとして、ここであまり追い求めすぎても答えは出にくい。
- ・最終的に商品化を見越したとき、研修旅行などアプローチしやすい出口を1つ見出し、そこに絶対に入れ込むという話であれば、もう少し具体化できるような気がする。同様に東南海地域で震災防災の関係で、防災関係の学会があったときのアフタープログラムとして絶対にこれを入れ込むのだということができたら、そこに対するアプローチもできるのかなと思っている。
- ・昨年の世界津波会議のときはエクスカーションプログラムが組まれていたが、コロナ禍だったので残念ながら応募がなく実現しなかった。実際に具体的なコースとしてあったのは沿岸地域を回るコースや福島第一原発を見て回るコースなどで、ニーズはあったようだ。上手く機会を捉えて形にすれば、ニーズはあると思う。ただ、専門家が集まる機会は限られてくるので、例えば企業の研修ツアーミたいな形である程度ターゲット層を絞ったものを用意しておいて、時期を定めずとも、いつでも実施できる体制を整えることはいいと思う。
- ・出張で来られた方の「東日本大震災のあとはどうなっているのだろう」と気持ちに応えられるような、半日程度のプログラムは非常に面白い。
- ・次世代の小学生や中学生の修学旅行としてのツアーハは永続的かつマーケットも継続的に見込めるとと思う。マネタイズに期待できない点はあるが、社会的意義はすごく大きい。それを10年、東南海の地域で繋ければ、本当に地震や津波が起こったときに被災者の数は相当減らすことができる。そういう社会的な意義も踏まえたツアーガできたら良い。悲しくなるようなツアーハ積極的に集客することは難しいので、やはりきちんと目的を持って来てもらうという設えでやっていかないと難しいと思う。例えば各国の防災担当者に対して、ぜひ啓蒙してもらいたいとか、前提条件を示した上で参加してもらうことが大事だと思う。
- ・ソーシャルなプランであればいろいろなところに広がりはあるのかと思う。学生・学校や、企業の研修プログラムにおいても新入社員研修などいろいろなところに組み込むことができるのではないか。地元の企業においても、他県から来ている人など様々な地域から来ている人たちに地域の歴史を知ってもらうことにもつながると思う。
- ・東京圏・関西圏などの大企業と話をすると、東日本大震災に対して企業としてどういう対応をしたかといった防災の観点について聞かれる。彼らも将来的に起こう得る関東もしくは西日本の大震災に備えなければいけないので、東日本エリアには非常に興味がある。そうしたソーシャルなプランであれば、彼らの研修プログラムも組み込んでいけるかと思う。ソーシャルとは社会的意義のある商品であり、どちらかというと利益目的ではないイメージのものだ。
- ・東松島市の団体として、震災前は企業の新入社員研修を受け入れて取り組んでいた。企業には2パ

ターンあり、社員研修として定期的に被災地に訪れて、一緒に学び、作業を通して学びと貢献を得るとするパターンと、最初から被災者支援のために企業の社員を派遣するパターンがある。あるイベント系の会社が毎年、社員の有給休暇を利用し、旅費は会社が負担する形でやっていた。そのときに、震災支援という枠組みにおいて企業としての取組はなかなか上がハンコをつかないが、震災支援のつながりとしての地域貢献の様な形に持っていくことができれば会社に対しても訴求できるということで、一緒に考えたことがあった。企業側としては、社員の研修や社会貢献のような形で特定の地域とつながりたいということはあると思う。そういうものをもう少し他との連携を取って、日数を増やしたり場所を変えたりしてやっていくという流れが常態化すれば、商品化とは言わないが、企業との関係性の観点においては経済性のある商品にはなると思う。

- ・国から人的資本情報開示のガイドラインが出されており、企業としても人を育てなければいけない。離職率の問題に歯止めをかけるためにも、コミュニケーションを上手く図り、研修を行うことでその会社にいる意義が見出せるようなものを企業は望んでおり、その需要は高い。そういったものに対しても、復興というキーワードで研修に参加してもらう提案ができると感じた。
- ・（窓口の機能をどこに置くのが良いかとの質問に対し）エクスカーションプログラムで言うと、会議自体をまとめているところがポイントになってくると思う。そういう意味では前回ツアーに参加していただいているSenTIAさんといった方々に入っていただいて、仙台で実施する会議の中で提案していただくことができると、自走化にプラスになるのではないかと考える。
- ・SenTIAさんは公益的な法人なので、あそこに情報が集まって、そこからいろいろな民間企業に調整をかけていただければ、おそらく皆がやりやすいだろうという気がする。何度かコンタクトを取っている中で、エクスカーションプログラムをやらなければいけないことはわかっているが、どうしても仙台周辺、街中で終わってしまっているという話をされていた。そこに上手く乗せていけたらいいのかと思う。
- ・第1回では「観光というと拒否感がある」といった話があったが、そこまで拒否感を持たなくとも、実際にツアーに参加すると「復興の姿を見たい」という感想が一番多く感じられた、そこをしっかりとコンテンツ化することが非常に大事だと思った。
- ・今までの自分の経験から言うと、復興についての話を聞きたいという方もいるが、やはり観光を皮切りにそこから震災の話をするというケースが非常に多い。観光と切り離して考えるよりも、どうやって融合させていくかを考えるといいのかなと思う。

（2）今年度の取組を踏まえ、次年度の取組テーマや対象とする地域をどう考えるか

－次年度以降、本協議会が有機的に連携するべき、地域における官民のネットワーク体はどこか－各県での意見交換会・実践の場の取組や得られた成果との連動・連携をどう図るべきか

次年度は、今年度の取組を継続し、実際にエクスカーションプログラムとして活用できるところまでプラスアップすることが重要という意見が多数挙げられた。この際、今年度の意見交換会で上がっていた他のルート案や、多賀城や閑上地域なども含めたより発展的な可能性についても検討していくべきとの意見が得られた。また、来年度の具体的な取組としては、プログラムの対象となる会議や社員研修の会社等をできるだけ明確化し、検証までできると良いとの意見が得られた。

（主な意見）

- ・今年度のように持続性や実現可能性が求められるプロジェクトの場合、地域に根差した取組とする

必要があると思う。また他のご意見として、東北に人を呼び込むという意味では福島、岩手のプログラムと連携した3県を横断したエクスカーション、の必要性も考えられる。地域の官民のネットワーク体とも有機的につながりにて、情報交換や個別のプロジェクト間の連携みたいなところも図られていくと、我々の取組が少し具体化に近づくのではと考える。

- ・思い返すと、インフラの復興後にどうやって人を呼び込み、消費活動を生み本当の意味での復興につなげていくかということが大元の目的。直接観光に結び付けると、被災した方々の被害の度合いで温度感が大きく異なるため、“観光”という言葉は使わず“エクスカーションプログラム”として国際会議や学会、企業の方々に入っていたり、そこから観光につなげていこうというのが今回の目的だったと認識している。今回はいくつか案があった中で1つだけ実証実験をやり、その結果が今日の段階。私はニーズに合わせて組むというのはなかなかまだ難しいと思う。汎用性のあるものを作り、会議のエクスカーションプログラムとして実際に使っていただくところが重要だと思っている。“せっかくここまで作ったのに、そのままにすると蒸発してしまって”ので、それをブラッシュアップして上手く組み込める形にしていくのが来期、取り組むべき1つの課題ではないかと感じている。
- ・せっかく多くの関係者が力を合わせて取り組んでいることなので、少しでも実際にご利用いただけるプログラムにつなげられるように取り組むべきかと思う。今回は実証実験を1つやったが、いくつか他の候補、ルート案も我々の中では議論していたし、多賀城も今年から来年にかけて新しい魅力的な施設ができる。来年度も、より深めていくような取組を継続できると、実現に近づくのではないかと期待している。
- ・来年度以降の取組としては、まず今回のブラッシュアップはしていくべきだと思うが、単発で終わらせずに、より発展的にしていくことも必要。多賀城や閑上地域なども含めて、その他の可能性も広げていくべきだと思っている。より深掘りをしていくというところだ。ネットワーク体という形についても、各エリアの方々のご協力は得られると思う。みやぎ広域PPPプラットフォームとの連携ともつながってくるが、各地域の自治体にご協力いただきなり、各地域を盛り上げるための団体、事業者さんの協力を得ていくという連携の可能性もあるのかなと思う。
- ・新しい東北は、毎年テーマを変えてやっている。それはそれで目先が違っていていいが、先ほど言われた通り“やったら終わり”みたいなところがある。今回、商品にはならなくても見通しがあるのであれば、もう少し深堀をして、来年度も続けた方がいいと思う。他のエリアや震災遺構、語り部の方を巻き込むのもいい。私が知らないところで活動している団体等もあるので、そういうものの発掘も含めてもう少し長期的に取り組むのがいいと思う。
- ・今までやってきたことをしっかりと今度のG7で形にするという継続性の観点をもってやってみる。その上で具体的なテーマを持って、ターゲットを作り、商品化に近い1つの形になるかどうかを検証する取組ができたらいいと思う。例えば企業の研修プログラムを作つてみようとか。今年やったことも生きると思う。「あの部分が使えるのではないか」という形で、コンテンツとして継続して使えるところもたくさんある。まだ一般的な観光としてやるのは時期的に難しいということであれば、テーマ性を持ったもので、例えば新たなテーマで来年後半にトライしていく。まずは、G7にフォーカスしてできたらいいかなと思う。
- ・東北大學として、いろいろな学会やフォーラムに上手くタイミングを合わせて連携することができればと思う。今回のワールド防災フォーラムも同様だが、大学のメンバーは会の運営だけで手いっぱいになっているので、その後のツアーオンでは誰がやるの？という話になっている。したがつて連携することによって、何らかのものを生み出せるきっかけになる可能性がある。
- ・学会などに実装し、評価してもらうといった段階に進めたら良い。社員研修等の話も魅力的だが、来年度全部を実現しようとすると大変なことになってしまう。新しいモデルコースに手を出すのではなく、今年度の取り組みを少しブラッシュアップし、実装させていくのがよい。

- ・窓口の問題は出て来るが、それはSenTIA や皆さん、宮城県、仙台市も考えざるを得なくなると思う。最終的には民間の力に負うところが大きい取組だと思うので、是非、プラットフォームとの連携を図りたい。まずは情報共有から始めて、そのうち意見交換などもできるようになるといい。
- ・先ほどからのお話にあるように、これを商品化するのは大変だと感じる。いろいろな方が来られるので、それぞれに対するパターンを作っていくとなると、すごくたくさんになる。だから例えば「防災全般」とか「東日本大震災全般」、「地域での防災活動について」とか「子ども向けの防災」「産業復興について」などテーマをいくつか考えて基本パターンを作り、モデルとして見せていくのが、他の地域の方からするとわかりやすいのかと思った。先ほどいろいろな素材を棚から選ぶようなイメージという話をされていたと思うが、そういう考え方もすごくいいと思う。「時間、日にち、何日ぐらいでどの辺を回って予算がこのぐらいで、こんな勉強をしたい」と言われたときに、「この素材とこの素材を組み合わせると1つのツアーになるので、これでいかがですか」と言えると思う。ただ、そうするとその素材を誰が選んで、どこに置いておくのかという問題がある。あと、提案する方がお話を聞いてきちんと素材を組み合わせることができないといけない。今後はその辺りについて、皆さんのお力で1つの棚づくりみたいなことができたらといいのではないかと思った。
- ・実際に希望に応じてアレンジできるようなコンテンツを持っていることは大事だと思うので、それぞれ地元のコーディネーターさんになるのか団体になるのか、コーディネートする方がきっちり組み立てて、旅行会社等の希望に応えて作ってあげることが重要なのかなと思う。

モデルコースを作ることは、PRや提案においてとても大事であり、それをアレンジして希望に応じたツアーを作れる仕組みの方がいい。どうしても旅行会社さんは質の高いもの、完成されたものを選びたがると思うが、そうでなくとも、例えば東松島の語り部さんなど、まだブラッシュアップする余地はあると思う。しかし、少なくとも現地の方や自治体等の支援、サポートがないと上手くブラッシュアップしていかないと思うので、その辺の支援を継続してお願いできればと思っている。

4 閉会

次年度の取組として、エクスカーションプログラムの具体化・商品化を目指して、副代表団体が行っている取組とも連携し、プログラムのコンテンツと出口をしっかりと固めていく、という大きな方向性について同意が得られた。こうした方向性に沿って、引き続き、事務局と副代表団体との間で丁寧に意見交換を進めていく。

以上