

「新しい東北」官民連携推進協議会
令和6年度 宮城県意見交換会（第1回）議事概要

令和6年7月3日
「新しい東北」官民連携推進協議会事務局

【日 時】 令和6年7月3日（水）15:00～17:00

【場 所】 宮城復興局仙台支所／オンライン（Teams）

【出席者】（敬称略）

＜副代表団体＞（順不同）

株式会社七十七銀行／宮城県／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

＜意見交換会参加団体＞

仙台港周辺賑わい創出コンソーシアム 仙台水族館開発株式会社

＜復興庁＞

復興庁 復興知見班／復興庁 宮城復興局

＜事務局＞

株式会社読売エージェンシー／株式会社 JTB

【議事概要】

1 開会

復興庁本庁政策調査官より、参事官、企画調査官の出席が出来ないこと、新しい東北の取り組み全般に携わることの挨拶がなされた。

2 各団体の活動紹介

復興庁、七十七銀行、宮城県、東北大学、みやぎ連携復興センター、仙台港周辺賑わい創出コンソーシアムより、取組紹介資料（資料1～資料3-5）などを基に取組を紹介した。

3 令和6年度の取り組み方針、取り組み内容等について

＜本年度企画に関する意見交換＞

事務局より、大阪・関西万博を見据えたインバウンド観光を促進させるモニターツアー企画、および招待状ワークショップの企画説明を実施し、内容に対する意見交換が行われた。

＜主な意見＞

- ・インバウンドの多様性に対して、ターゲットをアジア系か欧米系かなど絞るべきかを決める必要があり、その決定がワークショップで選ぶ学生や外国人にも影響を与えると考える。絞り込みが必要なのか、あるいは3つのコースに分けて、それぞれのコース毎にターゲットを変更すべきかについての議論が必要。また、外国人の嗜好や滞在期間も、欧米の方は長期間滞在し計画を立てる傾向があり、アジア系の方は短期間で計画を立てる傾向があるなど地域ごとに変化するため、ターゲット設定の検討が重要。
- ・ターゲットを絞らなければ、モデルコースの作成は難しくなる。地域によっては震災時の様子よりも復興した姿を見たいということもあるため、ターゲットを明確にしないと商品の魅力が薄れる。また、インバウンドに訴求するために重要とされる次世代ガイド育成や観光コンテンツの磨き上げについては、既存の復興ツーリズムモデルコースを利用することが効果的かと考える。例えば、JRの復興ツーリズムや東北観光推進機構、宮城県の教育旅行コーディネートセンターでは教育旅行のモデルコースが、3.11 伝承ロードでもテーマに分けた3地域のコースが既に作成されているなど、被災地だけでなく観光資源とも結びつ

け、東北に來た人々が震災を学び、東北の魅力も堪能できる様々なコースが存在する。これら既存のコースや観光資源を利用することが、1年しかない取り組みの中では効果的であると考え。また、東北運輸局と連携することで、国が実施するインバウンド中心の観光コンテンツや東北全体のコンテンツの知見を活用できる。東北観光推進機構とも協力が可能だと思う。ターゲット設定においても、滞在期間が長い場合は宮城の県南部だけでなく、福島から宮城、岩手を巡るコースや日本海側を含むコースも考えられる一方で、短期間の東アジアからの観光客には地域を絞ることが適しており、このようにターゲットを明確にしないと、取り組みが散漫になってしまう。

- ・今年度の取り組み方針の順序としてはインバウンドを獲得するために、まずワークショップを行い新たな地域資源を見出し、次に次世代の語り部を育成し、それをインバウンド用に活用し、最終的に大阪・関西万博でインバウンドの方々を東北・宮城に呼び込むという流れにすべきと考える。

- ・現在、日本に多くのインバウンドが訪れているが、東北のシェアは依然として少ない。日本全体では増えているが、東北のシェア自体は変わっておらず、復興や被災の視点でのターゲット設定で、東北の可能性を大きく伸ばすことができると考える。大阪・関西万博以降にも繋げるために、観光業界と連携し、復興の分野でも魅力的なコンテンツ作りを進め、多言語化なども含めて考えていくべきだと思う。インバウンドには大きな可能性があるのも、その狙いは良い。

- ・昨年の招待状ワークショップ活動の反省として、10月から11月の開始から完成までの時間が短く、生徒がエピソードを取材する時間が不足していた。今年も1回目の活動が10月から12月に予定されているが、生徒の休みがない期間に十分な活動ができるか心配。昨年は松島高校の生徒がボランティアで放課後や休日に活動したが、スケジュールがタイトで印刷までの作業が厳しかったと感じている。しかし、この活動は非常に良いものであり、学生の素直さが表れた観光パンフレットが好評だった。大阪・関西万博で配布されることで、東北への誘客に役立つと期待している。今後生徒に作成を依頼するのであれば、教育の観点から時間の確保が重要に思う。生徒もよく考えて取り組めるよう、スケジュールをしっかりと調整していただきたい。

- ・招待状ワークショップについては、昨年は松島高校や観光課の協力で作成したが、大学生や一般の方など、年齢層を広げてメッセージ性を高めるのはどうか。

- ・昨年は招待状の取り組みへのスタートが遅れたため、教育委員会と相談し、県内で唯一観光学科のある松島高校に協力を依頼した。本来は大阪・関西万博から東北へ様々な世代のメッセージを届けることが理想だが、1年でそれを実現するのは難しい。取材対象を広げると大変になるため、これまでの対象者で十分ではないか。例えば、被災地に関わっている大学生など若手のメッセージが良いのではないか。

- ・参加対象を高校生とした場合、時間の問題で活動が放課後や休日になり負担がかかる。例えば東北大学の学生は10月、11月に時間の余裕があるのか。また、副代表団体からご紹介いただき、若手職員に参加してもらい、夜リモートで取り組むことはできないか。

- ・昨年、岩手県の観光ルート開発ワークショップに協力した際は、参加人数が足りず、東北大学の学生に声を掛けたが、交通費や宿泊費が出る好条件にもかかわらず少数の学生しか参加しなかった。今の学生は忙しく、また選択肢も多く、選ぶことにも慣れていて自分の興味を優先するため、強い興味を持ったり、インセンティブがなければ参加してもらうのは難しい。また、復興や震災伝承に意欲的な学生は既に活動しており、語り部を継ごうと大川小学校に行き、実際の語り部から学び、自分たちで原稿を書き起こしたりもしている。そういった学生に、更に新たな取り組みに参加を促すのは難しい。学生をターゲットにする場合、モチベーションをどう高めるかを検討する必要がある。また、学生の参画を大学の先生方に依頼する場合は、その学生自身の研究に役立つことが必要になる。インバウンドでどのように外国人を引き入れるかと同様に、引く手数多の学生層を活動に引き込むのは容易ではないが、琴線に触れるアイデアがあれば反応する学生は出てくると思う。

- ・インビテーションや招待状は心温まるものであり、紹介された場所に行ってみたい気持ちを高める効果があるが、紙媒体は限られた人にしか届かず、波及効果も少ないと感じる。それよりも、インスタグラム

などに投稿して「いいね！」やアクセス数を得る方が良いのではないかと考える。また、ポスター展示も学会等では効果があるが、一般向けの広報活動としては対象がかなり限定的になると考える。広報活動にはインターネットやSNSの活用がより適しているように考える。

- ・招待状は電子で作成し、印刷できるようにすることも検討した方がよい。現在、観光パンフレットはWeb版があるが、紙で欲しい人もいるため印刷の準備もした方が良く、両方できるか。

- ・参加者は高校生が良いと思う。大学生の県外出身者は、宮城についての知識が少ないため、地元の良いところを知っている高校生が適している。一方、1つの高校だけで作成すると地域が限定される可能性があるため、宮城全体をカバーするには課題がある。

- ・地域おこし協力隊ならば、地域への理解や県外からの視点を活かし、各市町村での活動を通じて協力を得られる可能性がある。

- ・宮城県の各市町村で地域おこし協力隊を実施しているところが増えてきており、各市への確認が必要になるが、おそらく3年間、市・町毎に地域おこし協力隊が雇用されている。産業振興や観光誘客を目的に宮城に意欲的に移住してきた方々もあり、その方々の目線でメッセージを出すのも面白いと思う。

- ・インバウンドのモニターツアーのターゲットは、アジア系や欧米系を問わず、企業で働いている様々な外国人が含まれているが、モニターツアーの成功には、参加者の属性を選定することが重要。例えば、気仙沼にインドネシアから船に乗り漁に出ている外国人と、東北支社を持つ会社の正社員の目線は異なる。ターゲットを明確にすることで、モニターツアーやワークショップに参加する外国人の選定が行える。

- ・松島や女川、南三陸でガイドをしている外国人の方については、具体的な情報を持っていないが、以前に岩手県の「新しい東北」で紹介された「みちのく潮風トレイル」の振興を検討するセミナーで「熊野古道」の事例を取り上げ、地域に馴染んでいる外国人の英語の先生を起用したことが効果的であったことが紹介された。地域に密着した外国人の観光振興のアイデアを実践することは、インバウンド観光の成功に寄与する可能性が高い。ただし、適切な人材を見つけることが重要。そのような方の人選について良いアイデアもないが、例えばSenTIA（仙台観光国際協会）などに情報を照会することは考えられるのではないかと。

- ・仙台松島エリアの観光振興について大学生や地元の人々が観光コースを考案するとなると時間がかかり、準備が遅れ、人を集める時間が不足する可能性があるのではないかと。観光コースの作成は、旅行会社やプロ、現地をよく知っている人々に任せた方がよい。

- ・モニターツアーには外国人にいろいろな場所を見てもらい意見を集めてターゲットを絞り込むツアーコースを作成するもの、既存のコースに対する評価を求めるものと2つある。今回のモニターツアーは両方を含んでいるため、方向性がまとまらないのではないかと。大阪・関西万博を狙うなら、東アジア系や欧米系のツアーが適しており、少人数で試行し、その地域の人々にどのように観光資源を活かすか、復興を見せるかの意見を集めることが重要。コース作成はプロの旅行会社に任せ、素材をどのように見せるかを地元の人々と共に考えるべきで、団体旅行か個人旅行かも考慮してコース設定を行う必要がある。

- ・いろいろな学校に声がけするとすると、時間や移動手段などから、この会場に集まるのは難しく、交通機関や費用面でも問題。オンラインであれば、各学校でも実施しているため、参加者とリモートで繋げることも可能だが、開催時間の設定は各学校と調整する必要がある。

4 閉会

第1回意見交換会では、各副代表団体から出た意見を受け、取り組みの方向性について大筋で合意をえられたため、招待状ワークショップについては、他県よりも先行して進めることとなった。

また、モニターツアーについては、ターゲット選定に関して、招待状のアウトプットについてはWEBでの展開も考慮した構成を事務局で再度精査して、7月中に各副代表団体へ連絡を行い、進めていくこととの了承を得られた。