

令和4年度 山形県観光審議会 議事概要

日時：令和4年11月24日（木） 13:55～16:10

場所：山形県建設会館1階 大会議室

内容

1 開会

2 あいさつ

（西澤観光文化スポーツ部長）

- ・ 新型コロナウイルス感染拡大から3年目となり、本県の観光産業は大変厳しい状況が続いている。今年度の宿泊者数は昨年比で増加しているが、まだまだコロナ禍前には至らない状況。
- ・ このような中、観光業界を下支えするため、本県では今年度の4月から10月10日まで「やまがた春旅・夏旅・秋旅」の各キャンペーンを、10月11日からは全国旅行支援「やまがた旅割キャンペーン」を展開しており、4月からこれまで約69万人泊分を支援してきた。引き続き感染防止対策の徹底を図りながら、観光産業の回復に向け取り組んでまいりたい。
- ・ インバウンドについては、10月11日から政府の水際対策が大幅に緩和され、回復に大きな期待が寄せられている。観光消費額の大きいインバウンド需要の回復は、本県観光産業の発展に不可欠であり、国際チャーター便再開・外航クルーズ船復活に向けた取り組みなども進めているところ。
- ・ 今後の観光需要の本格回復を見据え、本県観光を一層飛躍させるためには、アドベンチャーツーリズムやサステナブルツーリズムなど、新たな観光需要への対応を図るとともに、観光DXの推進や観光資源の磨き上げ、観光地域づくりの促進、観光人材の育成など、幅広い取り組みが必要。
- ・ 本日は、計画開始から3年目の折り返しとなる「第2次おもてなし山形県観光計画」の進捗状況等を報告させていただき、今後の観光振興施策の展開の方向性等について、忌憚のない御意見を頂戴したい。

3 会長選出

（事務局）

- ・ 改選後初の審議会となるため、本審議会の会長を選出いただきたい。

（平井委員）

- ・ これまでの見識、行動力など総合的に判断し、本保委員を推薦したい。
⇒ 拍手により満場一致で決定

（本保会長）

- ・ 私は北海道出身だが山形愛が強く、先週も来県して改めて山形の良さを実感したところ。
- ・ 一層山形が良くなるためには、観光の発展が大事。皆様の御協力をいただき、議事審議を進めていきたい。
- ・ 会長代理に平井委員を指名。
⇒ 平井委員、了承。

4 意見交換

(1) 令和3年度山形県観光者数調査について

(事務局説明：黒木観光復活戦略課長)

- ・ 令和3年度の県内主要観光地における観光者数は、約3,006万人となり、令和2年度と比べ、率にして9.3%の増。
- ・ 令和3年度は、観光需要の回復に向けて実施した県内での宿泊・日帰り旅行の割引キャンペーンや、東北デスティネーションキャンペーンの展開による誘客の促進などにより増となった。
- ・ 一方で、コロナ禍前の令和元年度と比べると33.7%の減。首都圏等の緊急事態宣言の発令や、県内でのまん延防止等重点措置の適用など新型コロナウイルスの影響により、コロナ禍前の観光者数の水準には戻っていない。

(2) おもてなし山形県観光計画の進捗状況について

(事務局説明：黒木観光復活戦略課長)

- ・ 「第2次おもてなし山形県観光計画」については、おもてなし山形県観光条例第8条に基づく観光振興に関する基本計画と位置付けており、計画期間は令和2年度から令和6年度までの5年間。今年度は計画の3年目。
- ・ 「数値目標」として「観光消費額」を、「参考管理指標」として「観光者数」、「外国人受入数」、「観光ホームページアクセス数」などを掲げて各種取組みを進めている。
 - ① 「数値目標」について
 - ・ 「観光消費額」について、令和3年は1,252億3,000万円、前年比で92.9%。新型コロナウイルスの影響等による、特に県外客や観光消費額単価の減や、入国制限による訪日外国人の大幅減などが原因。
 - ② 「参考管理指標」について
 - ・ 「観光者数」(年度での算出)は約9%の増加。「延べ宿泊者数」(暦年での算出)は345万1,400人となり、前年比で98.2%。なお、「延べ宿泊者数」を年度で算出し直すと前年比で約110%となり、「観光者数」とほぼ同様の傾向。
 - ・ 「外国人受入数」、「延べ外国人宿泊者数」については、令和2年4月以降、入国者がほとんどいない状態のため、「外国人受入数」は前年比で13.6%、「延べ宿泊者数」は前年比18.2%の大幅減。
 - ・ 「平均宿泊数」は1.42泊で、全国平均(1.33泊)を上回り、前年に比べ伸びている。
 - ・ 「観光ホームページのアクセス数」は215万件となり、前年度(162万件)から大きく増加したが、コロナ禍前までは回復していない。
 - ③ 「参考管理指標」のうち「観光満足度」について
 - ・ 「観光満足度」については、昨年度の審議会にて目標値の設定を御審議いただき、「6段階評価で最も高い評価の割合：40%」と設定したところ、令和3年度は29.2%となった。

- ・ 「観光満足度」については、その結果を分析し、審議会に報告することとしており、現在調査中ではあるが、中間報告をしたい。
- ・ 「観光満足度」の設定に係る経緯については、昨年11月開催の審議会にて、「観光満足度の分析・活用方法を検討して欲しい」という附帯意見を頂戴したところ。これを受け、県では、観光満足度に関する調査票に、従来の総合満足度以外に新たに六つの個別調査項目（「名所・旧跡等の観光地」「文化・芸術の鑑賞」「スポーツ・体験プログラム」「宿泊施設・温泉」「食事・酒」「土産品」）の満足度評価を追加した調査を実施し、その結果を分析・報告することとしたところ。
- ・ 令和4年度の観光満足度の状況（中間報告）については、4月～6月期の調査を仮分析したものであり、観光満足度は35.8%となっている。分析結果については、CSポートフォリオ分析にて、県内4ブロックごとに、強みや改善点を分析した。例えば村山地域は、「名称・旧跡等の観光地」「スポーツ・体験プログラム」が強みとなっており、「食事・酒」「土産品」が改善点となっている。
- ・ 今後の対応について、現時点でこの調査はサンプル数が大変少なく、統計的な分析が不十分のため、引き続き調査を継続して精度を高めるとともに、地域や観光施設へフィードバックして、強みのさらなる強化や課題解消等を促し、満足度向上につなげてまいりたい。

（3）今後の観光振興施策の展開について

（事務局説明：黒木観光復活戦略課長）

（本年度の主な取組み）

- ・ 「観光需要の回復に向けた取組み」について、今年4月から10月10日まで途切れることなく、「やまがた春旅・夏旅・秋旅」の各キャンペーンを展開。10月11日からは全国旅行支援「やまがた旅割キャンペーン」を開始し、当面12月20日まで実施する。20日以降については、政府の動きを踏まえながら適切に対応してまいりたい。
- ・ 「宿泊施設、観光立寄施設等への支援」について、「山形県ポストコロナに向けた観光施設支援事業費助成金」として、県内の観光施設における誘客の促進を図るための新たな取組みを支援するため、Wi-Fi整備や非接触型システムの導入、多言語表示への対応など新たな取組み等に対し助成を実施しているところ。
- ・ 「インバウンドの再開に向けた取組み」について、政府の水際対策緩和に合わせ、時機を逸することなく誘客を図るため、アジアの重点市場でのプロモーションや、県内を周遊・宿泊する旅行商品造成に向けた支援、国際チャーター便の誘致活動に取り組んでいるところ。
- ・ 今年4月から6月まで、南東北各県及びJRと連携した「ポストDCキャンペーン」を実施し、昨年度の「東北DC」で磨き上げた観光素材等を活用し、空気神社ライトアップや朝パフェややまがたキャンペーンなどを展開。
- ・ 観光情報番組「ワクワク！やまが旅」の放送を開始。

- ・ 「さくらんぼを活用した観光誘客の推進」として、新幹線や高速バス、長距離トラックのラッピングや、県内の小学生と保護者を対象にしたさくらんぼ観光果樹園の入園チケットのプレゼントキャンペーンなどを展開。
- ・ 「世界の蔵王プロジェクト」については、総合情報サイト「feel the ZAO」を立ち上げ、動画等での情報発信や持続可能な観光地づくりを推進。加えて、今年8月に本県で開催された「山の日全国大会」を契機として山岳観光を盛り上げるため、旅行商品の造成支援などを実施。
- ・ 「やまがた出羽百観音プロジェクト」については、誘客の促進に向けたプロモーション動画の制作発信、旅行商品の造成に向けたセミナーや招請事業などを実施。先日は県内の学生による体験ツアーを実施。

(観光需要の状況)

- ・ 本県の宿泊者数は、新型コロナの感染拡大により急減し、令和2年5月には月別宿泊者数が10万人を切ったが、その後徐々に回復して令和4年8月には約44万人となり、コロナ禍前の7割まで回復。また、コロナ禍により少人数化が進んでいる。
- ・ 今後拡大しそうな旅行形態としては、ステイケーションやワーケーションなどの滞在型観光、サステナブルな観光といった旅行へのニーズが高まっている。

(観光業の状況)

- ・ 観光地の類型別に分析すると、道の駅が入込動向や施設数も伸びている一方、温泉地は減少傾向。県内の宿泊施設数を見ると、ここ10年で約20%ほど減少し、温泉地の景観や賑わいに与える影響が懸念される。また新型コロナの影響により、特に宿泊業の負債比率が大きく厳しい状況。一方、DMOやDMCは、県内でも少しずつ増えてきている。
- ・ 昨年度県で実施したアンケート調査では、温泉地を維持発展させるための課題として「滞在コンテンツの造成・磨き上げ」や「周辺施設との連携」などが多く挙げられたところ。

(インバウンドの状況)

- ・ 世界経済フォーラム発表の旅行観光開発指数について、日本が初めて一位になり、国際的には高く評価されている。政府は6月以降、水際対策を段階的に緩和し、10月11日には大幅に緩和されたため、本県でも今後インバウンドが本格的に回復することが期待される。

(施策展開にあたり重視する視点)

- ・ 「観光事業の早期回復」、「持続可能な観光地域づくり」、「インバウンドの拡大」の三つを柱として施策展開を進めていきたい。

(施策展開の方向性)

- ・ 「観光需要の早期回復とその後に向けた取組み」のうち「観光需要の喚起」については、まずは観光需要の回復に向け県民割や全国旅行支援などを実施しており、今後も観光需要が回復するまで国内観光需要喚起策を継続実施できるよう、引き続き政府に対し要望等を行ってまいりたい。
- ・ 「山形の強みを更に強化した誘客」については、さくらんぼのブランド力

を活用し、令和5年の「やまがた紅王」本格デビュー、令和7年のさくらんぼ栽培150周年等を契機に、さくらんぼを活用した誘客を強力に進めてまいりたい。

- ・ サステナブルな観光を推進する。具体的には、本県の強みである精神文化や自然、アクティビティといった山形ならではの観光体験を通じ、旅行者の方々が地域の環境、社会に貢献できるコンテンツの開発などを考えている。さらに山岳ツーリズムの推進として、今年8月の「山の日全国大会」の本県開催を受け、本県の多様で豊富な山岳資源等への注目が高まっているため、これを絶好の機会と捉え、山岳観光やアドベンチャーツーリズムを推進してまいりたい。
- ・ 『何度かよってくる旅』の推進について、地域の伝統行事や農作業などをテーマに、地域住民との交流を取り入れた、何度かよってくる旅を体験できるプログラムを開発し、リピーター需要を創出していきたい。
- ・ 「持続可能な観光地域づくりに向けた取組み」のうち、「温泉地を中心とした観光地の活性化」について、県の助成制度などにより、ポストコロナに向けた積極的な取組みを支援してまいりたい。また、観光地の再生・高付加価値化が大きな課題であり、政府の助成制度なども活用し、温泉地を中心として観光地の面的な再生を促進してまいりたい。
- ・ 「観光産業を支える人材の育成」について、地域のニーズに合わせたアドバイザーをお呼びし、地域資源を活かしたコンテンツ造成などの実践を通じた人材育成を図る。また観光人材の裾野を広げるため、教育旅行において地元山形の魅力を子供たちに実体験させることで、山形の良さを語れるおもてなしマインドを育成していく。
- ・ 「観光DXの推進」については、Web上での観光検定を継続実施して山形ファンの拡大を図る他、デジタルチケットやGPS機能などを活用して、利便性の向上や観光流動の喚起を図っていく。また、今後旅行者のニーズがますます多様化していくため、データに基づいた計画立案・戦略策定、ターゲット明確化などが必要となるので、旅行者に関する情報の収集・分析・活用を進めていく。
- ・ 「インバウンドの拡大に向けた取組み」のうち、「県内空港国際線、外航クルーズ船の復活・拡大」については、国際定期チャーター便の再開を目指し、助成制度なども提示しながら働きかけを行っていく。また外航クルーズ線の復活に向け、船会社やランドオペレーターの招請や受入側の機運醸成に向けたセミナーの開催などを行っているところ。さらに、アジアの重点市場である台湾、中国、香港、韓国、タイについては、現地旅行博や商談会などへの出展や、台湾の旅行会社の商品造成責任者を本県に招請しての旅行商品の造成に向けた取組みを進めているところ。
- ・ 「他県空港からの誘客促進」については、県外空港から入国する外国人観光客の誘客促進のため、旅行商品造成に対する助成制度を創設するなどして取り組んでいる。
- ・ 「高付加価値旅行層の開拓」について、観光消費額増のためには、富裕層

の来訪が重要であるため、精神文化や食文化を活用した特別な体験や、観光施設の高付加価値化、ガイド等の人材育成などにも取り組んでいきたい。

- ・ 以上について、委員の皆様から御意見を頂戴したい。

【各委員意見交換】

(安部委員)

- ・ 今年は大規模な雪害と2回の豪雨災害に見舞われたが、多くの方々から御支援をいただき、稼業としてだけではなく「地域資源を守っている」という意識が目覚めたのと同時に、皆様から地域資源として守っていただいているという思いを強くした。本当に感謝している。
- ・ 自然豊かな山形の観光施設のひとつとして、自然と共に歩む姿を示していきたいと思う一方、防災対策をこの機会に進めなければとも感じている。
- ・ 自分の施設の周辺は携帯の電波が繋がりにくく、観光施策の中で「DX」が叫ばれている中で、我々はそこから2周半くらい遅れている印象。毎年自然との闘いが厳しくなる中、お客様の安全を確保することも我々の仕事であるため、携帯電波の不感地域を解消するための支援などをいただきたい。
- ・ 観光需要喚起策を展開する中で、そのキャンペーンを若い世代が利用し、山岳や温泉など限りある資源に興味を持って再評価していただくことが増えたと感じている。「新しい削ぎ落された豊かさ」を求める若い世代が静かに育っていることを実感しつつ、それに応えられるよう、素材の磨き上げや良い温泉の供給をしていきたい。
- ・ 観光は一過性ではなく、縁ある人との地縁を作っていくことが大事であり、インバウンドこそ相互交流の視点が大切。
- ・ 国の資料に「中長期の滞在者や反復継続した来訪者の支援」などの施策があるが、山形は農産品や地場産業、お祭り、教育機関などにも恵まれているため、このような施策は有効と感じている。「観光」よりは「生活」の視点になると思うが、風土に根差した文化の若い世代への伝承・教育的プログラムへの支援がますます必要になると感じる。

(本保会長)

- ・ 雪害・豪雨災害の話があったが、これは全県共通の話。気候変動で自然災害も増えてきており、携帯電波を使えるエリアの全県的な拡大は、県でしっかり考えていただきたい。
- ・ 「長期滞在者づくり」は非常に重要な視点。観光消費額増加の意味合いもあるが、地域を理解いただくことも大事。次の計画づくりの際に検討する必要がある。関連して、事務局説明で平均宿泊数が増加したとの報告があったが、その背景についても分析いただきたい。

(小野委員)

- ・ 初めて参加させていただく。
- ・ 山形新幹線の最近の利用状況（福島～米沢間でのデータ測定）について、

コロナ禍前の平成30年度と比較した場合、今年8月は49%と非常に厳しかったが、9月は57%とやや上昇し、10月は水際対策の緩和や全国旅行支援の開始、鉄道開業150年記念パスの設定等の効果もあり71%まで回復した。しかし11月(20日までのデータ)は67%とやや下降している。様々な要因があるとは思いますが、コロナの感染者の増減にある程度比例しているところ。大事なのは、感染者数の増減に一喜一憂せず、「旅行をしていい」というムードづくり・制度設計を関係者全員で行うことだと、この2年半で痛感している。

- ・ 春の重点販売(ポストDC)では、一定の成果を感じた取組みも数多くあった。空気神社ライトアップや朝パフェなどは、非常に優れたプログラムだと思うので、これを一過性に終わることなく山形のコンテンツとしてしっかり根付かせることが大事。
- ・ インバウンドも非常に大事だが、これに関しては地域間での取り合いとなるため、その中でどうやって山形に来てもらうかという視点が重要。具体的に、どの季節に、どの国に、どういったコンテンツを訴求していくのか、戦略的なアプローチが必要。また、「東北」「広域連携」の視点も併せて持つべきであり、東北6県でしっかり連携し、誘導を作っていくことが大事。

(本保会長)

- ・ 「旅行していい」という雰囲気づくりは非常に重要。中国などを見ると、その時のコロナの状況で動きがガラッと変わってしまう。
- ・ インバウンドに関し、セグメントしてターゲットを捉えて戦略的に進めるべきとの話があったが、県でもそのような取組みをしているはずであり、もしかしたら、関係者に共有できていない懸念があるので、そこはしっかりお願いしたい。

(黒田委員)

- ・ 人材育成会社代表の他、様々な立場を持っているので、そのようなところからお話したい。
- ・ 山形の人達は、自分の地域を「スターバックスもない」、「夜は電気が消えて真っ暗になる」「雪が降って嫌だ」などネガティブに捉えがちだが、それらはとても素敵なこと。「早く電気が消えること」が「持続可能な世界に寄与している」と自信を持って言うと、意識がどんどん変わってくる。山形は非常に魅力的な所であり、観光に携わる人だけではなく、ここに生きる方々の意識改革が必要。
- ・ 学校や教育が変わり、若い人達の意識も変わる中、旅行で若い人達が「居心地がいい」と思う事も以前と変わってきている。子供たちがどういう教育を受け、どのような精神構造であるのかを、大人達が知ることが大事。
- ・ 先日、ある大手のコンビニエンスストアの方を農園に御案内した際、「ある他県に行ったら、せっかくSDGsの素晴らしい取組みをしている農家の人だったのに、横でタバコを吸っていてがっかりした。山形はそうでなく

て素晴らしい」と言われた。その時はたまたまそうだったけれど、常にそう
だと言いきれるのかと思ひ、ドキッとした。これからの時代に対応した観光
を勉強することは、非常に大事。

- ・ 山形には素晴らしい風景があり、それをどういうことに活用できるのかを
示していくことが必要。
- ・ 現在介護をしている。東京から父が来ており、また夫の両親もいる。その
中で思うのは、そういう方々も大切にするためには、要支援の方でも旅をで
きるようなコンテンツをブラッシュアップして、「山形は優しい県」「山形は
温かい県」ということを見せていくことも大切。
- ・ 課題を何かするというのも大切かもしれないが、良いことを徹底的に磨
き上げていくことで、色々なことがますます輝いていくと思う。

(本保会長)

- ・ 移住して来られたということで、ここにいらっしゃる多くの方々と違う経
験と視点で山形の側に立ち、山形の見えていない魅力の見つけ方について、
大変貴重な視点からの御提言だった。

(高澤委員)

- ・ 観光消費額は非常に重要な指標だが、資料1-1には入込客数のみコロナ
禍前との比較が示されている。資料2-2にある観光消費額でざっくり計
算したところ、令和3年度は令和元年度比で56.0%であり、入込客数よ
り低い。観光消費額の大きな要素であるインバウンドがまだ戻っていない
ことが大きいと思う。宿泊単価を上げるなど、いくつかの方法があると思う
が、どのように観光消費額を上げて目標を達成していくのか、具体的に考え
ていく必要がある。
- ・ 宿泊者数は昨年度比で増となり素晴らしいことだが、エリアや施設により
バラつきがあると思う。どんな施設が伸びていて、どんな施設が伸びていな
いのか、もう少し細やかに分析をすることで、支援するポイントが見えやす
くなっていく。CSポートフォリオ分析も、「季節別」「エリア別」「性別」
「居住地別」などの比較分析により、具体的な施策に繋がると思う。
- ・ サステナブルな旅に関連して、30～50年後の山形の観光を考えた時に、
山形の素晴らしい温泉をどれだけ残せるのかと考えると、誘客だけでは解
決できない問題がたくさん見えてくる。温泉施設の経営支援など、高い視点
からの支援を施策に落とし込んでいくことが重要。
- ・ 「30～50年後に旅行する人」を考えると、今の若い世代が旅の経験を
しないと、将来、「旅」という選択肢が上がらないのではないかと危惧して
いる。学生に話を聞くと、スーパー銭湯を温泉と思っている人もいて、湧き
出ている温泉に行ったことがある人はすごく少ない。そのような若い人が
温泉を身近に体験するための支援があると良い。
- ・ これまでの研究の中で、「ただ温泉の話聞くだけでなく、実際の温泉を
『見る』『触る』などの感性に訴える体験をすると、その自然界に対する愛

着度が高まる」という結果が出ている。そのような実体験ができるような支援があると、サステナブルの観点からも良いと思う。

(本保会長)

- ・ 統計分析に係る御指摘・御質問については、後程事務局から御回答いただきたい。
- ・ 30～50年後の姿については、まさに持続可能性の話がここにあると思う。県全体もそうだが、個別の地域がどれくらい残るかも非常に重要であり、そのような視点での施策も必要。
- ・ 温泉をフィールドに、感性にアピールすることで次のアクションに繋がるという研究は大変興味深い。是非その結果を活用できればと思う。
- ・ 誘客以外の対策が必要でありながら、誘客が目立ちすぎるとい御指摘はもっともだし、ともすればそう流れやすい点でもある。大きな留意点。

(竹委員)

- ・ 前回の審議会でも話したが、人材育成が非常に重要。結局、観光地域づくりは全て「人」に行き着く。
- ・ サステナブルツーリズムに関連し、「レスポンシブルツーリズム」という言葉がある。「責任ある観光」という意味であり、「訪れる人も、その地域に旅行した時に責任を持って観光する」ということ。オーバーツーリズムなどの問題が起きないためにも、受け入れる側はもちろん、訪れる側もそうした意識を持ってきてもらうことで、本当の意味での「持続化」について責任を持つ観点を根付かせる必要があると思う。5年ほど前に知床五湖を訪れた際、入場前に10分間ほど、ガイドさんとビデオによる「知床五湖の守り方」の説明があり、納得した人だけ入れるという取り組みをしており、これこそまさにレスポンシブルツーリズムだと感じた。
- ・ 人材育成に関し、アドバイザー活動などを行っているが、1回限りのアドバイスで、具体的な話ができないまま終わることが多い。単発ではなく現場でしっかり伴走支援できるような人材育成の事業を作るべきだと思う。
- ・ プロポーザル審査がある事業の場合、行政の他に民間の審査員が入ることが多いが、審査の時だけではなく、事業評価の時も民間人を入れてもらいたい。結局観光地域づくりをしているのは民間の方々なので、そういう方々の評価を最終的に得て次年度に繋げることが大事。
- ・ 熊本県の黒川温泉は自分が一番尊敬する温泉地だが、黒川の方々は視野が広く、50年後・100年後に残していく覚悟を持って営んでいる方が多い。また、近県や遠方の地域を競合相手として見ており、意見交換しながら競争している。一方で山形の人達は、「山形オンリー」で考えている印象が強い。そうではなく、「この取り組みだったら山形」と言われるよう、競争姿勢を出すような目標を設定していくべきと思う。

(本保会長)

- ・ 事業評価へ民間を入れることは、恐らく県でもやっていると思うが、どの程度やっているのかということはあると思う。
- ・ レスポンシブルツーリズムについて、私の所属するUNWTOではレスポンシブルツーリズムとサステナブルツーリズムを一体として捉えている。別の言葉ではあるが切り離して考えられないものという整理。

(津藤委員)

- ・ JR新庄駅併設の「ゆめりあ」内で、お土産屋をやっている。今回のコロナの大打撃を私のところも受けて今日に至っている。先ほど小野委員から山形新幹線の状況をお聞きし、私の肌感覚では「もっと戻っているだろう」と思っていたが、「まだまだだな」と感じたところ。
- ・ 最上地域は、農業体験や郷土食、雪に耐え春を待ち望む気持ちなどが大きな強みだが、考えてみると、今の子供たちが郷土食をどれだけ体験しているのか。今後、そのような自分たちの強みを伝えられない人が増えていくと思うと、ビクッとする。今後最上地域にお客様を呼び、「ああよかった」と思える地域にしていくためには、今のうちから若い人にも体験してもらうことが大事と感じた。
- ・ 最近の取組みでは、「ゆめりあ」内にある現在利用されていない元映画館のスペースを活用し、モンテディオ山形のパブリックビューイングを実施している。最上総合支庁の職員の協力もいただいて会場が一杯になった日もあり、地味な地域だがこういったことで盛り上がれて、いい時間と思った。こういった行政と民間の繋がりを考えると、行政におねだりするばかりではなく、行政が重点を置く取組みを民間が受け、自発的に「じゃあこういうことをやってみませんか」と動いていくことが大事と感じた。
- ・ 満足度のアンケートにはゾッとするような内容もあったが、こういった辛口な評価や、お褒めの言葉が私たちには必要と思った。アンケートをする際には、私たちの頑張っていることや魅力を示しながら、それらも含めてお客様から評価していただければ良いと思ったところ。
- ・ 現在の全国旅行支援のような支援も大事だが、お客様のマインドに刺さる営業力が、今後の観光誘客に向けて大事なことと感じている。

(本保会長)

- ・ お土産屋さんの観点から、貴重な御指摘をたくさんいただいた。
- ・ 観光プロモーション等でPRする事と、地域の子供たちの経験が乖離してきているというのは大変重い話。考えなければならないのと同時に、変えなければいけないのかもしれないと思った。今の人達が求めているものと、売りたいものにズレがあるのかもしれない。大変貴重な御指摘。

(平井委員)

- ・ コロナ禍がこれだけ長引くと、疲弊する事業者が本当にどんどん出てきている。様々な支援もいただいているが、運転資金借入の返済資金がなかなか

出てこないところも出てきている。

- この年末年始を見ると、コロナ禍前より良い施設もある一方で、極端に悪い施設もある。中間層がないと思うくらい、良い施設と悪い施設の差がありすぎるため、そういった悪い状況のところへの支援も必要。
- 京都の清水寺などは、インバウンドも国内旅行者も溢れかえっているが、翻って山形を見れば、個人旅行にシフトしており、団体客はほぼ壊滅状態。旅行に対する感性・マインドは非常に冷え込んでいる。
- 一方、8月に本県で行われた「山の日全国大会」は、1年遅れの開催となったが、多くの方々に来ていただき、成功したと言われている。以前から子供向け体験ツアーの造成などを地道にやってきた結果。
- 先ほど黒田委員から「雪が嫌だとの声が聞こえてくる」という話題があったが、我々観光業、特に蔵王を持っていると、雪は「幸せを運んでくる雪(幸雪)」と捉えている。しかし、最近は学校でも「雪が降って嫌だ」「寒くなったから外に出ない」という声が大きくなっている。観光はすべての産業に関連しており、もちろん教育も関わっている。観光の10年先を考えれば、今の子供たちにも、「幸雪」の話を含め、「観光って何だろうな」ということを学んでもらい、将来、山形県で観光客を迎える楽しみを感じてもらうための教育が非常に大事。本日は県側に教育・保育関係の方がいないが、そういう観点も大事にしてほしい。
- 8月豪雨で被災した米坂線に関し、素人目線だが現状は復旧がかなり厳しい印象。一方で、東北中央自動車道が延伸され、県の背骨ができたこともあり、縦軸と横軸をきちんと整えなければ、観光周遊に繋がらないと考えている。米坂線が難しいのであれば、やはり国道113号、112号、47号、48号など、横軸となる高規格道路の早期の整備を進めてほしい。
- 仙台空港との連携・仙山交流の強化が必要。山形空港の滑走路延長は難しいと聞いているが、そうであれば、東北でひとつにまとまり、インバウンドについても仙台空港を核として東北全体に繋げることが大事。各県で温度差はあり、これに関しては民間ベースでの対応が必要と思うが、県知事をはじめとした皆様の努力で、是非ひとつにまとまっていたきたい。

(本保会長)

- 教育の重要性については、大変重要な御指摘だった。幸い西澤部長は文化も所管されているので、併せて広く教育にも御注力頂きたい。
- 山形の観光協会の会長として全県を見渡し、今の観光産業の状況、交通問題、仙山交流という具体的な御指摘をいただいた。このような公開の場で御指摘いただき共有することは大変重要。

(山口委員)

- インバウンドに関して、例えばチャーター便や外航クルーズについては、これまでは「そこに費用をかけてどれだけの効果があったのか」という視点があったが、今後は少なくなるのではと思っている。

- ・ 海外からのツアーに補助金を出すのは、一生懸命に付加価値を高めようとして値段を上げている事業者とのギャップが生じてしまうので、考え方としては民業圧迫になると考えている。そのあたりはもう少し慎重に、「民間が何をしようとしているのか」「その中でどのように海外から誘客する努力をすべきなのか」を相談しながら進めるべき。補助金に頼らずに山形に来てもらうためには、やはり圧倒的な地域の魅力が必要。
- ・ 2009年に初めてプログラムチャーターを実施し、台湾から山形県内に4泊していただいた。その時は蔵王での宿泊はなかったが、蔵王を一点集中で宣伝した。「世界の蔵王プロジェクト」は素晴らしい企画だと思うが、蔵王や山形市だけで実施するのではなく、他地域と一緒に考え、行動していくプロジェクトにすることが大事。
- ・ 本保会長から大変な御尽力をいただき、2018年に開催されたUNWTO「雪と文化の世界観光会議」にて、リファイ事務局長から「観光はコントラスト」という趣旨の話があった。雪と温泉など、様々な対比するものがインパクトに繋がり、観光の魅力になるという内容。山形にも魅力ある素材は多くあるので、雪やフルーツなどの素材に焦点を当て、地域で魅力を作り上げ、磨き上げ、それを全世界にプロモーションしていくことに人もお金も使っていくと良い。
- ・ 今、天童温泉では、全ての旅館でPMSというシステムを連携する取組みを進めている。これにより、いつ、どこの旅館がどれぐらい空いているのか、どれくらいの予約が入っているのかの集計が取れて、様々な形で機動的に動けるようになると考えている。また、今はAPI連携で比較的簡単に別々のシステムを連携することもできるので、県の施策の中に、こういったAPI連携も考えてもらえると良い。

(本保会長)

- ・ 補助金にはネガティブな面もあり得るところであり、事業者と手を携えて考える重要性はおっしゃるとおり。事業者と政策当局がコミュニケーションを上手く取るための仕組みづくりは、両者でよく検討すべき課題であり、成功すれば山形の観光は一步前進すると思う。
- ・ PMSも素晴らしい。本当に必要な所に技術が使われ、良いことだと思う。
- ・ 私からも二点お話をしたい。
- ・ ステークホルダーを含めた観光行政の取組み体制を再検討・再構築いただきたいと考えている。端的に言うと、県は頭脳になり、手足はできるだけ地元精通しているDMO等の事業者になってもらうことで、全体の効率化と専門性の向上を図ることにチャレンジしていただきたい。
- ・ 山形全体の国際的な知名度をもっと高める必要があり、その意味で「世界の蔵王プロジェクト」などは適切な企画だが、正直言ってパンチが足りない。インバウンドの世界を引っ張っているのは富裕層だが、今の蔵王は恐らく富裕層から見ると、滞在すべき場所に数えられていない。富裕層は最低限、上質な宿と上質な飲食ができる施設が必要だが、十分にあるとはとても言

えない。わかりやすく言うと、国際級の五つ星ホテルがひとつもない。それでは行き先として認知されない。日本人から見ても、「東北だったら山形の蔵王」と映っているわけなので、少し踏み込んだ大胆な取組みをぜひお願いしたい。一番大切なことは、新しい客層を呼び、その下のすそ野の広がりを取り込んで全体として発展していくこと。是非お願いしたい。

5 閉会