

## 令和2年度 第1回山形県観光審議会 議事概要

日時：令和3年3月15日（月） 14：00～16：05

場所：山形県庁2階講堂

内容

### 1 開会

### 2 あいさつ（土屋次長）

- ・委員に就任いただき、また出席いただき感謝。
- ・新型コロナウイルス感染症拡大により観光業界が大きな影響を受けている中、県としては、補正予算で「県民泊まって元気キャンペーン」などの宿泊割引クーポンの発行や「『バス・タク旅』やまがた巡り事業」など、各種キャンペーンを実施するなど、観光需要回復に努めている。各キャンペーンについては、6月末まで延長し実施することを3月7日に決定したところ。
- ・今後は、ポストコロナを意識した個人旅行や、移動による感染リスクが低減される滞在型観光、テレワークなど働き方の変化を踏まえた、新たな旅行スタイルへの対応が求められているものと認識している。
- ・「山形ならではの」の自然や精神文化を活用した、デジタルプロモーションの展開等により国内外からの観光誘客進めてまいりたい。
- ・東北DCにおいては、観光型Ma a Sなど、観光のデジタル化に取り組んでいく。コロナの感染防止対策を徹底しながらおもてなしの心で、安全・安心そして快適で、心に残る東北・山形の旅の実現を目指す。
- ・本日は、「第2次山形県おもてなし観光計画」の概要や進捗状況、令和3年度の施策について説明を行ったうえで、各委員の皆様より、今後の方向性について忌憚のない意見をお願いしたい。

### 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。

（山口委員）

- ・国内外の観光事情に精通する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）

- ・山形県とは長い付き合いとなり山形県のファンでもある。皆様から協力を得ながら務めていきたい。
- ・本審議会は、過半数が女性委員。東京都でも委員を務めているが、山形県はさらに一歩進んでいると感じる。
- ・会長代理に平井委員を指名。  
⇒平井委員、了承。

### 4 意見交換

（1）第2次おもてなし山形県観光計画の概要について

## 【事務局説明：大泉観光立県推進課長】

- ・本審議会は、平成26年に制定された、「おもてなし山形県観光条例」第19条に基づいて設置。同条例第8条に基づき、昨年3月に第2次計画を策定したところ。
- ・本計画では、「基本的施策」と、集中・重点、加速化して取組む「リーディングプロジェクト」の2つの軸で施策を展開していく。
- ・「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」、「延べ宿泊者数」、「外国人受入数」、「延べ外国人宿泊者数」、「平均宿泊数」、「観光満足度」などを掲げている。
- ・観光消費額については、平成25年の1,843億円から、令和元年の2,235億円と約21%のアップ。第2次計画における目標値は、令和6年度時点で2,600億円と平成30年と比べ約2割アップとなる。
- ・令和2年度は、新型コロナウイルス感染症拡大により、観光関連産業について深刻な影響を受けている。先日、「延べ宿泊者数」の令和2年速報値が公表されたが、県内の延べ宿泊者数は330万8,630人（対前年比59.4%）となっている。本県では観光需要の回復に向けて、各種キャンペーンを実施しており、6月末まで延長したいと考えている。
- ・また、「参考管理指標」の「観光満足度」の目標値設定について、令和2年度に対面調査結果を踏まえて設定する予定であったが、今年度はサンプル数が十分に得られなかったため、令和3年度に実施する対面調査を踏まえて設定したい。

## (2) 令和3年度における観光振興施策の展開について

### 【事務局説明：大泉観光立県推進課長】

- ・令和3年度の施策展開について、「観光地域づくりの推進」、「戦略的な誘客促進」、「地域の特性や魅力を活かした多様な交流の促進」の3つの柱により推進。（赤字が新規事業、青字が拡充事業）
- ・「精神文化デジタルプロモーション事業費」ではコロナ禍などに不安が広がる社会状況において、心の安らぎや癒しを与える精神文化が見直されている中、出羽三山などの精神文化のブランド化と動画や魅力的コンテンツによるデジタルプロモーションを展開する。
- ・「広域的・長期滞在型観光推進事業費」では、近隣県や交通事業者と連携して、「新しい山形の過ごし方」を提案し、誘客促進事業を実施する。
- ・「学会・大会等誘致推進事業費」では、地域経済の活性化を図っていくため、コンベンション主催団体を支援し、コンベンションの誘致に取り組んでいく。
- ・「地域DMO育成事業費」では、ポストコロナを見据え、ワーケーションなどに対応した商品開発など、地域DMO等が行う活動を支援していく。
- ・「観光誘客緊急対策事業費」では、コロナ禍の厳しい状況の中、観光需要回復に向けて、500円の宿泊割引クーポンを30万枚追加発行する。
- ・「観光デジタルマーケティング・プロモーション事業費」では、コロナ禍に

において、重要性が増しているデジタルマーケティングによる観光データの分析とその結果を活用したデジタルプロモーションを展開していく。

## 【各委員意見交換】

### (安部委員)

- ・最上川の始まりとされる米沢で秘湯の宿を営んでいる。
- ・一点目として、「山形ならではの」地域資源を活かすという視点が重要である。キラークンテンツとして取り上げている「精神文化」は、特に欧米系に響くコンテンツと考える。
- ・他県との差別化できるブランド化に繋げるため、例えば「精神文化」と「最上川」を結び付け、源流の米沢から日本海へ流れ込む酒田までを辿るツアー（自転車や船等も利用）など、「最上川ツーリズム」という全県的な視点での組み立て、プロモーション発信をしていってはどうか。
- ・米沢の子どもが所属する温泉施設群は収容人数が少ないが、昔から山岳道路や登山とつながる秘湯が多い。単独の宿に宿泊するというより、姥湯や滑川など、他温泉をはしごされるお客様が多い。これは一つの「巡礼」と捉えられる。近年は、外国人の温泉の「巡礼」も増加している。こういった今ある素材を十分に活かした取組みを発展させていくため、是非協力をお願いしたい。
- ・二点目として、今後の観光において、個人客の割合は高くなり、お客様は「ニーズ」や「旅先でのテーマ」をより深掘していただろうと考えている。「山形ならではの」の深いツーリズムを知ってもらうためには3つの視点があると思う。
  - ①県内向けの発信
    - ・県内の方に対し、深度の深いツーリズムが山形でできるということを紹介し、知ってもらう。
  - ②近隣への発信
    - ・仙台空港は、山形にとって訪日外国人の玄関口でもある。ポストコロナに向けてインバウンドニーズのあるコンテンツの充実を図ることにも繋がるので、近くて大きいマーケットである仙台圏でいろいろなチャレンジも重要。
  - ③ビッグデータの活用
    - ・確定している数値の分析のみならず、商売につながる移動データの集積・解析を、他企業と協力し実証試験や情報開示の実施を期待する。

### (本保会長)

- ・「精神文化」の新しい切り口や見せ方を考える際の全県的な視点の重要性、ポストコロナ期の個人客のニーズに着目することの重要性、さらには仙台をはじめとした近隣県からの集客の必要性等について御指摘であった。また、個々の企業ではできない有用なデータ活用の仕組みについての御指摘であった。

**(池田委員)**

- ・資料1-2の外国人宿泊者数について、速報値として出ているが、この人数は、コロナでストップする前の数値という認識で良いか。また、例年の1～2月に比べ、順調に進んでいたところコロナにより減少に転じたという認識で良いか。

**⇒(事務局：西堀イン・アウトバウンド推進課長)**

延べ宿泊者数は、暦年となるため令和2年1～12月で集計されている。

例年に比べ令和2年1～2月は宿泊者数が多くなっていたが、入国制限が始まった3月以降、極めて大きく減少しており、現在もこの状況。

- ・アフターコロナを見据えて、今後どのようにデジタルコンテンツを使って発信していくかが重要。流通が発達している中で、「現地ではしか体験できないコンテンツ」の重要性が増していくと思う。そういったコンテンツを重点的に発信していくべき。
- ・湯野浜では、シーカヤックや加茂水族館と提携した体験、ワーケーションなども取り込んだ体験型のコンテンツは作っている。

**(大川委員)**

- ・先月発生した地震の影響により、新幹線が利用できない期間があり大変申し訳ない。3月26日をめどに所定の運行に戻す予定である。
- ・東北DCについては、予定通りの開催で進めている。間もなく報道発表を予定している。弊社の求められる役割としては、首都圏やJR各社での広告宣伝、鉄道による首都圏からの誘客であると認識している。そういったところに精一杯取り組んでいく。
- ・今回、コロナ禍における宿泊キャンペーンが実施されたことで、県民自身が地元の旅館・ホテルに宿泊することも増え、これにより地元の良さを体験・体感する良い機会になったものと思う。
- ・地域の人々自身が地域の良さを再認識することは年代問わず重要。とりわけ、子どもや学生、若者に山形県の良さを知ってもらう取組みが大切と思うが、資料を見渡したところでは、そこがよくわからなかった。未来を担う若者が、山形県の良さを知り、広告塔になっていくことも期待される。
- ・また、「精神文化」については、他県では見られない取組みである。こういったものは、大事にしつつ、挑戦していくことが大切だと思う。
- ・弊社でも厳しい状況であり、例年どおりとはいかないかもしれないが、課せられた役割を認識し、出来ることを精一杯取り組んでいく。

**(熊谷委員)**

- ・酒田市でホテルを経営している。インバウンドを呼び込みたいという思いで、「みちのくインバウンド推進協議会」を立ち上げて取組みを進めてきた。
- ・仙台空港にタイ航空が週3便で運行し、83%ほどの高い搭乗率であったが、コロナ禍においてタイ航空が倒産してしまい、また振り出しに戻ってしまっ

た。

- ・これまで5年間、インバウンドに取り組んできたが、全体に対する東北6県の割合は1.3%ぐらいに留まる。
- ・庄内空港は全日空のみの運航であり、航空料金が安い状況。羽田経由で庄内となると余分な交通費が必要となり、他県と比較すると、直行便がない分、不便さを感じる。
- ・これまで富裕層をターゲットに、羽田経由で相当のお客様に来ていただいたが、それだけでは何ともならない。
- ・ポストコロナにおいては、インバウンド需要も復活していくと考えている。仙台空港をハブ空港にしながら、東南アジアから7時間程度で来県できるということを作り出し、アジア圏の需要を取り込んでいきたい。
- ・県においては、是非、インバウンドとアウトバウンド双方の活性化に取り組んでもらいたい。山形県は、パスポート発行数が非常に低い状況。パスポート取得率が低ければ、外国に行く気にならない。
- ・例えば成人式のお祝いとして、パスポートを無料で発行するなど、取得率向上に向けた取組みを検討してもらいたい。
- ・現在は、団体旅行やFITなど、インバウンドを含む様々なニーズに対応していくための準備期間である。一挙に動き出すことも考えられるため、今からしっかりと次の成長戦略を検討してもらいたい。

⇒（事務局：西堀イン・アウトバウンド推進課長）

- ・インバウンドの取組みとして、特に、デジタルマーケティングとそれに基づくプロモーションが重要と考えている。デジタルマーケティングについては、職員自らが分析を行いつつ、有効な媒体を選定するなど、プロモーションに結び付けていく考え。また、多言語サイトをリニューアルしつつ、データ取得を進めている。
- ・今後、国としてはオリンピック・パラリンピック後に徐々にインバウンドの誘致を進めると考えられるため、それに合わせ、JR東日本と南東北3県と連携したインバウンド向け事業に取り組んでいきたい。また、オリンピック・パラリンピックに合わせた東京都と連携した情報発信など重層的にインバウンド回復に向けた準備にも取り組んでいきたい。

⇒（事務局：大泉観光立県推進課長）

- ・アウトバウンドについては、みらい企画創造部において、18～30歳向けのパスポート助成事業として、一人5,000円を支援している。これは県・市町村折半の負担によるもの。

（黒田委員）

- ・東京から移住し、人材育成の仕事をしている。
- ・自県にあるものをリスペクトして、他県に発信していくことが重要。自分自身が、山形に移住して幸せを感じている。前職の友人と話をする、コロナ収束後に米沢へ来訪することを非常に楽しみにしてくれている。「幸せに暮らすローカル」ということを発信することは、誘客にも結びつくものと思う。

- ・また、今後はSDGsやサステナブルツーリズムの視点が重要となる。山形は、これまでもSDGsを普通に実践できている県である。誘客の一つの手段として、山形の旅行が、持続可能な旅行であるということを伝えることができる情報発信のコンテンツを作ると良い。
- ・アフターコロナ期の観光需要に向けたコンテンツが、実は山形に豊富にあることを示していきたい。

#### (本保会長)

- ・黒田さんは、まさに地元の良さを認識し、発信していると思う。
- ・SDGsに山形は、既に様々な形で取り組んでいる。持続可能な観光に取り組む地域であるとブランド化していかないと、中長期では勝ち残れない。

#### (佐藤委員)

- ・観光関連産業は非常に厳しい状況にあることをまずお伝えしたい。どこも経営や雇用の問題に直面している。昨年以降、第2、3波とコロナ感染拡大の波を繰り返し、県や国のキャンペーン、雇用支援施策などで、何とか会社を維持し、雇用も維持してきた。まだ出口は見えていないが、一年たってようやく少しずつ希望を持ち取り組める段階となってきたのではないか。
- ・今年度の取り組み事例として、一旦収束がみえた11月頃、県民限定のチャーター便を企画した。これは予想を超える反響をいただき、当初1便の予定から3便に増便し、それでもキャンセル待ちの状況となった。また、2月には富士山の遊覧チャーターを企画したが、こちらについては3便とも満席をいただいた。
- ・こういった取り組みを通し、県民の旅行需要を実感している。外に出たい、何とか旅をしたいという大きな需要がある。これは旅行業界にとっては大きな希望。
- ・コロナ禍の中、当社の新たな取り組みとして、県内の介護事業所と連携し「ユニバーサルツーリズム」に取り組んでいる。高齢者も障がいのある方も、誰もが旅を、山形を楽しめる仕組みづくりは、今後、山形県の新たなキラコンテンツに位置付けられると考えている。
- ・こういった新たな挑戦を通し、社員にも県内事業者の方々にも夢をもって働いてもらう取り組みを展開してゆきたいと考えている。
- ・観光を盛り上げるのは人材であり、若い方々が希望を持って観光業界や山形を盛り上げていこうという環境づくりが重要であると考えている。
- ・県においては、観光関連事業者等がコロナ禍を乗り越える新たな事業展開・取り組みに積極的にチャレンジできる支援や施策を盛り込んでいただきたい。

#### (本保会長)

- ・現状の苦労については、観光関連産業共通の思いであると思う。
- ・「観光をしたい」というマグマが国内外に溜まっており、今後、これをどう受けとめていくかが課題だというお話だと思う。

- ・最後は、観光は人が大事なので、若者・関係者の勇気が出るような施策を打ってほしいという要望をいただいた。

#### (高澤委員)

- ・山形大学で都市計画や地域づくりを専門とし、学生とともにフィールドワークや調査を行っている。
- ・「第2次おもてなし山形県観光計画」で示す方向性は、非常に具体的で明確に示されていると思う。
- ・個人的にここ数年、地方のMICEを研究している。令和3年度予算において、MICEが拡充されることは大変嬉しく思う。
- ・MICEは、非常に波及効果が高い。誘致するだけでなく、是非、誘致後の取組みも検討してもらいたい。
- ・また、昨今の会議ではオンラインも併用されるが、そういった方々に対しても山形の良さを知らせる仕組みづくりや遠くにいても応援できる寄付の仕組みが出来ないかと考えている。
- ・学会等の開催にあわせて、エクスカージョンを行う例も多くある。例えば、学会の特質にあった産業観光や医療観光などのツーリズムの展開も期待できる。
- ・先日、DMC天童温泉で、オンラインの産業観光を実施しているが、非常に興味深い取組みである。そういったコンテンツを積み上げ、結び付けていくことで、MICEだけではない、幅広い誘客に繋がるのではないかと。
- ・海外の事例として、オーストリアのチロル地方では、環境に配慮して行われる会議である、グリーンミーティングが実施されている。地産地消や青空教室、自然環境を満喫してもらうような内容で山形ではその半分くらいが実践できているため、こういった取組みを編集して、上手に発信していくことが重要だと思う。
- ・温泉や自然を生かした会議開催の効果（対話の質の向上等）を科学的に測ることができないかと思っている。そういったデータを蓄積・還元していくことで、山形の良さをもっと強みとしていけるのではないかと。

#### (本保会長)

- ・MICE誘致だけではなく、その効果を最大化するための様々な取組みが必要との御指摘をいただいた。

#### (竹委員)

- ・蔵王温泉で地域づくりの仕事やショップの運営をしている。前職で旅行観光系の仕事で山形に携わり蔵王のファンとなり、2年前に移住した。現在は、やまがたアルカディア観光局や青森、高知でもコーディネート業務に携わっている。
- ・「第2次山形県観光計画」では観光を手段とした「地域づくり」において必要とされる、「マーケティング」、「人材育成」、「体制づくり」が網羅されて

いるので方針としては、良いと思った。その中で「デジタルマーケティング」、「人材育成」、「推進体制」の3つが気になった。

#### ①デジタルマーケティング

- ・数字だけに頼らず、その現場の「空気感」や旅行者の「声」などと「数字」を掛け合わせたデジタルマーケティングを推進していただきたい。
- ・デジタルマーケティングを実践できる専門人材が求められているが、観光業界では枯渇している。マーケティングは、2～3年で習得できるものではない。是非、専門人材を育ててもらい、2～3年で異動しリセットするのではなく、複数年留まるような配慮をお願いしたい。

#### ②人材育成

- ・条例中の県民の役割にもあるが、やはり、コロナ禍である今だからこそ、是非、地元をよく知ってもらうための取組みを実施してもらいたい。地元を知るとは郷土愛の深化にもつながり、定住施策にも結び付く。こういった取組みによりその方の友人等が集まり、さらに人と人のつながりの輪が広がっていくものと思う。
- ・さらには、観光や地域づくりを深く理解している現場に携わっている推進役が不足していると思う。推進役になるような人材の育成、サポート体制を築いていただきたいと考えている。

#### ③推進体制

- ・部局横断的な体制づくりが重要。観光消費額や観光入込客数をK P Iとしているが、それを実現するための県庁内での組織連携の体制が分かりづらく感じる。
- ・山形県が世界に誇れる圧倒的なコンテンツとして「食」がある。県庁内での連携体制をしっかりと構築し、農業と観光など、他分野事業間で横串を刺しながら、目指す姿の実現に取り組んでももらいたい。

#### (津藤委員)

- ・観光消費額の目標値について、今後5年間で2割アップは高い目標であると感じた。令和3年度も不安の中であり、実質的には令和4～6年度で2割アップを目指すという状況になるものと思う。高い目標であるが、我々もしっかりと取り組んでいこうという思いになった。
- ・最上地域でも経済が疲弊している中、最上総合支庁や商工会議所の若手を中心に、最上の強みである「冬」の商品づくりに向けた会議を重ねている。
- ・目前に東北DCを控え、山形新幹線の終着駅である新庄駅において、どのようなおもてなしを実施していくか、という意見交換もするなど、前向きに努力している。
- ・コロナ禍の今、個々の事業者や店舗の取組みに終始するのではなく、連携していろいろな人の強みを受け、1つの事業の成功にむけて体制がとられてきている。
- ・令和3年度の施策体系として、地域DMO支援が盛り込まれているが、勉強会開催や商品開発支援などに対しても、是非、協力してもらいたい。



- ・農観連携など、他分野との連携を持って、「おもてなし山形観光計画」の推進にも力を入れていただきたい。

#### (本保会長)

- ・コロナをバネに域内連携が強化されたという良い話。
- ・観光は、裾野が広く様々な分野との連携が考えられる。農業など主要な分野との連携については、外部に見える形での体制づくりや取組みも必要ではないか。

#### (平井委員)

- ・「おもてなし山形県観光条例」に掲げる全県民・全産業参加による観光立県の実現は、山形県の課題かつ目標である。観光は教育や農業、工業など、その連携先は幅広い。
- ・地元を知ろうということで、教育委員会や環境エネルギー部と連携した、小中学生向けの教育旅行は大変好評を得た。次年度以降も是非継続していきたい。こういった取組みは横串を刺した取組みの例であるが、今後さらなる協力をお願いしたい。
- ・地域DMO育成については、県観光物産協会が山形県での旗振り役となり、活動の活性化を支援していきたい。補助金がなければしぼんでしまうというのが現状であるため、それを何とか協会で力強く後押ししたい。
- ・インバウンドについては、今秋から来年にかけて徐々に回復も見られてくるのではないかと。県においては、昨年一度も開催されておらず、今後の戦略について、今年には是非会議を民間も入れながら開催することの検討を進めてもらいたい。
- ・デジタル関連については、来年7月以降、庄内交通・山交バスにおいて、地域限定Suicaの導入を予定。これで取得した情報はビッグデータとしての活用を期待している。
- ・パスポート取得支援については、県・市町村折半ではなく、県100%として思い切った施策をお願いしたい。特に成人した若者向けの取得支援は県100%での検討をお願いしたい。
- ・「精神文化」として世界に誇れる斎藤茂吉の歌碑が山形県に相当数建立され、蔵王温泉に20数基建立されたので、国内のお客様に紹介していきたい。
- ・例えば最上川舟下りとサイクルツーリズムを掛け合わせ、舟下り後に羽黒山を訪れてもらうなど既に観光物産協会で実施実験をしており、他業種連携の取組みも検討できたらと考えている。

#### (山口委員)

- ・短期的にはコロナ収束、ウィズコロナ期において、どのような施策展開をしていくかスケジューリングを行った方が良い。GoToキャンペーン実施期間中・終了後、オリンピック・パラリンピック前後においても、施策内容は変化するものと思う。適時的確な施策展開が重要である。少しでも経済を

循環させるため、県内G o T oキャンペーンを先行するといったことも考えられる。

- ・県民向けキャンペーンを実施してもお客様が回らないのは、「旅行していいのかわからない」、「やっぱり行かない方がいいのではないか」という雰囲気・情勢があるため。家族単位・小グループであれば域内で回ろうという雰囲気を県民に持ってもらうことが重要。
- ・コロナにより多くの旅館・ホテルは債務超過であるのが実情。一日も早い対策をお願いしたい。
- ・中長期的には、目前に控える東北DCで築き上げた商品を、今後に結び付けていくことが大切。3年程度の支援期間を設けて商流にのるまでのスタートアップ支援をお願いしたい。
- ・インバウンドについては、需要回復期において出遅れないよう取組みをお願いしたい。海外向けのバーチャルツアー実施など、今だからこそ出来る取組みもあると思う。

#### (本保会長)

- ・現在、計画に抜けている視点として、①コロナへの対応、ウィズコロナを見据えた施策展開、②マイクロツーリズム、県民や近隣県に向けた施策展開、が挙げられる。
- ・意見いただいた点について県で再度整理をし、委員へのフィードバックをお願いしたい。

#### (事務局：土屋次長)

- ・委員の皆様から、いろいろな視点やそれぞれのご経験を踏まえた御意見を多数いただいたことに感謝。
- ・我々としてできる限りこういった御意見を踏まえて、これからの山形県の観光のために、観光業界の皆様とともに、取り組んでまいりたい。

## 5 閉会