

第2回仙台市観光戦略推進検討会議議事録

日 時：令和8年9月3日（木）14:00～16:25

会 場：仙台市役所本庁舎8階第四委員会室

出席委員：資料1に記載のすべての委員

欠席委員：なし

事務局：仙台市長、文化観光局長、文化観光局理事兼次長、東北連携・観光交流部長、東北連携・観光交流部参事、観光戦略課長、観光戦略課企画調整担当課長、インバウンド・MICE 推進課長、東北連携推進課長、公益財団法人仙台観光国際協会 DMO 担当部長兼観光地域づくり推進課長

議事（1）副会長の選出について

事務局（司会）

副会長に辞退があったため、新たに選出を行います。仙台市観光戦略推進検討会議設置要綱第4条2により、副会長は会長の指名となっておりますが、結城会長いかがでしょうか。

結城会長

皆さんこんにちは、仙台観光国際協会の結城でございます。よろしくお願いいたします。それでは、大変恐縮ではございますが、指名させていただきたいと思います。昨年の会議で日本旅行業協会東北支部長の増子さんをお願いしましたから、ご後任の濱田委員をお願いしたいと存じます。

事務局（司会）

ありがとうございます。それでは濱田委員に副会長をお願いしたいと存じます。濱田副会長におかれましては、副会長席にご移動をお願いいたします。

ここからは、結城会長に議事進行をお願いしたいと存じます。結城会長、よろしくお願いいたします。

結城会長

承知いたしました。改めまして、結城でございます。

昨年の会議で顔を合わせた方々がたくさんいらっしゃっていますが、本日も忌憚のないご意見をいただければと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

議事（2）観光戦略の進捗、主な観光施策の取り組み状況について

結城会長

どうぞよろしくお願いいたします。それでは、次第に沿って進めてまいります。まずは、「（2）観光戦略の進捗、主な観光施策の取り組み状況について」、事務局からご説明をいただきたいと思っています。

事務局（観光戦略課長）

資料2を用いて説明。

結城会長

ありがとうございました。それでは、今の事務局のご説明を踏まえまして、早速皆様方からのご意見を頂戴したいと思いますが、資料2の 26 ページを見ていただくと分かるのですが、今回、皆様から2つの議題についてご意見を頂戴します。一つ目は「観光施策の取組状況について」、それから「今後の観光施策について」ということになってございますので、まず一巡目は「観光施策の取組状況について」、時間に限りがございますので、大体お一人様、2～3分程度でお願いしたいと思います。それでは、阿部委員から、一言お願いいたします。

阿部委員

和楽旅行社の阿部と申します。まずは遅れたこと大変申し訳ございません。実は台湾からVIPのお客様が来て、私が自身で添乗して、一ノ関から車で来ました。この後また栗原に行きますので、2時間しかないのですが、それぐらい大事な会議だと思っています。なぜかという、まさしく去年のこの会議で、事業者さんが皆海外セールスを行うのは難しいという話をして、ぜひ補助とかを考えていただきたいという提案をさせていただいたところ、もう早速実施していたという話を聞いて、こんな素晴らしい市に誇りを持って、何としても参加したいと思って、すごくタイトなスケジュールになってしまいました。

時間がない中ですみません。私からは、ランドオペレーターの立場から感じたことをまずお話しさせていただきたいと思います。

まず昨今の日中関係で、大変厳しい中ではあるんですが、ただ中国からのお客様が減っているのではないかと感じている方がいらっしゃいますが、実はちょっと違います。実は中国が、香港や台湾に対しても補助金をかなり出していて、もともと中国や日本・韓国が目的地となっていて、でも、中国がそういう補助金を出すことによって、本来日本を旅行先に考えている人たちが結構中国に流れてしまっているということが見られてしまいました。今日はホテルの方も多くいらっしゃいますが、間違いなく香港と台湾の団体は減っているのが現状です。

あともう一つ、こういう時だからこそ、中国との関係を切った方がいいのではないかなと思う方もいらっしゃるかもしれませんが、宮城県に今まで大連事務所というのがあったのですが、今度閉鎖になってしまうのですが、中国（からの旅行者）はいずれまた戻ってくるので、細くても良いので、そういう関係性をしっかりと持っておかないと、いざ戻っても、その関係をすぐに構築できるものではないので、ぜひ仙台市が補っていただきたいと思います。

和楽旅行社としての取り組みを一つお話しさせていただきますと、実は秋保温泉に一棟貸切の宿を作ったのですが、これを通して秋保温泉の魅力をすごく感じました。改めて、こんなに素晴らしいところなのだと思います、例えば磊々峡など、私が宮城県とオルレでいろいろと取り組ませていただいて、連携もしているのですが、そういう目線で見たら、こんなに素晴らしいコースあるのかなと思います、例えば秋保ヴィレッジからスタートして一周する10キロぐらいのコースが作れるのではないかと感じています。ただ、普通のトレッキングコースでいいのではないかなと思う方もいらっしゃるかもしれませんが、宮城オルレもここ8年でもう6コースを作っているのですが、今度は7コース目を作るのですが、やはり知名度が相当上がってきています。韓国からもたくさん来ていますし、台湾もかなり来ています。なので、そこに乗っかって、宮城県と連携できる場所はぜひ連携していただいて、そこでコースを作ることによって、先ほど言っていた秋保温泉の回遊がしっかりできるのではないかと、場合によっては連泊も狙えるのではないかと感じています。

最後に弊社の取り組みに関してですが、実は8月からタイ市場に事業領域を拡大いたしました。なぜかという、私のランドオペレーターの仲間が転職することによって別の県に行ってしまい、タイ市場のランドオペレーターが少なくなることにより、どんどん動きが鈍くなってしまうのではないかと考え、8月から弊社が、そこで働いていたスタッフを採用して、人脈などをしっかり受け継いで頑張っていきたいと思っています。

梅原委員

仙台ホテル旅館組合の梅原です。よろしくお願いいたします。

私からは、今、仙台市でお客様の宿泊キャンペーンをさせていただいておりまして、非常に助かっていたのですが、その集客キャンペーンを、ただお金を配って終わるのではなく、例えばお客様がアンケートに答えて初めて割引がもらえるというような仕組みにさせていただいて、そのアンケートの内容、例えば購買傾向であったり、周遊ルートであったりとか、そういうものを仙台市としてデータを取っていただいて、今後の観光施策に役立てるのはもとより、宿泊した宿にそのデータをフィードバックしていただいて、ホテル側としても、例えば「この時期にこういうキャンペーンで泊まったお客様は、こんな目的で泊まっていた」ということを分かるようにさせていただいて、旅館の商品開発等に役立てられるような仕組みづくりをしていただけると、非常にありがたいと思っております。

あとは資料2の21ページの③番の「市内宿泊団体との協定に基づく連携」で、実は今年度、我々の組合と仙台市との協定で、ホテル従業員への、インバウンドのお客様に対しての接客の英会話を、講師の先生を迎えて、「日本語でこういうふうに言うと英語に聞こえるよ」のような、外国人のお客様に対して現場のハードルを下げられるような実践的な取り組みを、仙台市にお手伝いをさせていただくことが決まっており、非常にありがたいと思っております。来年度は、地元の飲食店などを紹介している紙媒体のメディアと、スタッフがお客様におすすめの飲食店などをおすすめするコラボをして、動画サイトを作っていきたいと、仙台市と話をしております。

嘉藤委員

鐘崎の嘉藤でございます。よろしくお願いいたします。

まずは、全体の観光施策についてですが、仙台の観光をこれまで以上に多面的に捉えた取り組みが進められていること、これは大変良いことだと評価いたします。特に宿泊者数が過去最高を更新しているということは、これまでの観光施策が、一定の成果につながっている表れだと思っています。また、6つの重点プロジェクトを軸に「仙台に来てもらう」から、「仙台で楽しんでもらう」というための取り組みに広がってきたことも、大きな前進だと思います。

一方で、秋保温泉などの温泉地の宿泊数が伸びていないというデータを伺うと、「泊まってもらう」から、「もう一泊したくなる仙台へ」という次の段階につなげていくということも重要ではないかなと感じました。その上で、この6つの重点プロジェクトに関連した、当社で実施した取り組みを2つほどお話しさせていただきたいと思います。

一つが、資料2の12ページにあります、「漫画・アニメコンテンツを活用した誘客促進」に関連した取り組みです。実は、当社でこの夏、初めて『ハイキュー!!』とのコラボ企画を実施したのですが、コンテンツが持つ力というものを改めて感じる取り組みだったと思っています。作品をきっかけに仙台に興味を持って、実際に訪れてみたいと思う人を生み出すという意味では、非常に大きな誘客力があります。Xなどのコメントを少し見てみたのですが、「笹かまとのコラボ、仙

台らしくていいよね」「これからも宮城・仙台を盛り上げてください」「仙台に行きたい」「笹かまの出来立てを食べてみたい」「笹かま館に行ってみたい」というようなコメントが多く寄せられていて、仙台への来訪や体験につながる反応が多く見られました。とにかく8月の仙台駅が、もう『ハイキュー!!』一色になるくらい盛り上がっていました。このコンテンツを見に来た人は、一体仙台の街をどのようにして楽しんでいるのかというのを知りたいと思いますし、そんな観点からもっともっといろいろな仕掛けができるのではないかなと感じました。こういったことを今後さらに効果を高めていくためには、コンテンツで人を呼ぶところから、コンテンツを入り口に仙台全体を楽しんでもらうということが、次のステップで必要ではないかなと思います。ただ一方で、こうした企画を一企業が単独で準備して、いろんな権利関係の調整から商品開発、イベント、そして発信、というのはとても大きな負担がありました。これが次年度に向けての課題だと感じています。

もう一つが、[資料2](#)の16ページにある「せんだい海手線ループバスの運行」についてです。私どもの所属している仙台東部エリアには魅力的な施設や観光施設があるのですが、それぞれ点在しているために利用のしづらさや回遊が課題となっています。それをループバスでつなげていただいている取り組みは大変ありがたいことだと思っており、この場で感謝を申し上げます。ちょうど夏休みから始まったということもあり、実際に利用したお客様を目にしました。成果としては、認知も含めて、まだまだ未熟だと感じておりますが、継続していくことで、定着につながるものと今後に期待をしたいなと思っています。また、参加する企業同士でスタンプラリーをやっているだとか、一緒にエリアを盛り上げていこうという動きが生まれたことは、大きな意味があると感じています。今後はこうしたつながる仕組みを作ることも重要であるのではないかと感じました。

神崎委員

仙台国際センターの神崎でございます。本日はよろしくお願いいたします。

仙台国際センターは、昨年の2025年、令和7年度の4月から会議棟が大規模改修工事に入りまして、今は展示棟だけで稼働しております。ただ、展示棟は、令和7年度は稼働率77.4%、それから、利用件数としては262件、利用者数も23万人以上ということで、かなり高稼働になっております。令和8年度に関しましても、想定ですけれども、同じようにだいたい70%を超えるような形で、利用者数等も昨年度並みになるのではないかなと思っております。こちらに関しては、やはり先ほどご説明の[資料2](#)の20ページにありました、MICE関係の助成金への取り組みですとか、それから分散開催への取り組みが非常に利用者様に好評でございまして、分散開催の助成金といったものを活用して、仙台でぜひMICEを開催したいと言ってくれる利用者様がいらっしゃるということで、実績として出てきているのではないかなと思っております。一方で、今年の4月から、地下鉄国際センター駅の北側にあります青葉山交流広場が利用停止になり、駐車場がなくなったということがございます。駐車場は無くなりましたが、向かいの仙臺緑彩館に、200台ぐらいの駐車場と大型バスが複数停められる場所がありますので、緑彩館とか博物館、東北大学とかなり密に連携をして、お互いの催事情報も連携して情報を共有いたしまして、緑彩館の駐車場をできるだけ活用するような形で連携してやっているというところで、展示棟の稼働率もそこまで下がらずに来ているのではないかなと思っております。ただ、一方で、やはり青葉山交流広場がなくなったことによって、かなり大きな影響は出ているような状態ではございますので、こちらについては、これから課題が残ると思っております。

栗田委員

東北観光推進機構の栗田でございます。お世話様でございます。

私としましては、この中で仙台市が地域周遊というところで、秋保とか作並とかでいろいろバスを走らせていただいているのはすごく良い取り組みだと感じております。ただ、バスを走らせていただいて、観光客をそういったところに連れて行くのは良いのですが、そこでどういう楽しみがあるか、何時間滞在できるかというところは、私どもも6県の取り組みの中で、いろいろ課題としているところではございますが、行った先でどれだけその地域にお金を落とせて、楽しめる時間があるかというところは、やはり地域の魅力を高める最大のところになりますので、そこは秋保・作並、あとは海浜エリアにおいて、バスを走らせた先で、どれだけ時間をつぶして、お金を落として、皆さんが楽しんで戻って来られるかというところは、しっかりと地域と一体となって取り組んでいただきたいと思っているところでございます。

また、仙台市の郊外にいろいろ観光客をお連れするのはできるのですが、仙台市の中心市街地の「都市観光」というところは、仙台市の最大の魅力でございますので、いかに「都市観光」の魅力を出していくかというところは、非常にこれから取り組んでいかなければならない重要なところだと思っているところでございます。

仙台市は、東北一帯として、新幹線が秋田や青森を含めてあるので、仙台市に連泊をしていたら、東北全体を楽しんで、仙台市に戻ってきてもらうと日帰りプランは、誰でもできることになりますので、それも含めて取り組んでいただければと思います。私ども東北観光推進機構としては、東北一体として、連泊促進というのを取り組んでおりますが、それと連携する形でしっかりと取り組みさせていただけると思っているところでございます。

肥後委員

日本航空から参りました肥後と申します。JALで「ふるさとアンバサダー」を務めさせていただいております。今日はどうぞよろしくお願いいたします。

まず取組状況についてでございますが、宿泊者数が過去最高となり、680万人泊になったというところで、また、海外から訪れる宿泊者の方々も大きく伸びているということから、この一年間の取り組みについて確実に成果が現れているのだと感じました。大きなイベントですとか、漫画・アニメのコンテンツ、ナイトコンテンツなど、仙台に来ていただくきっかけもかなり増えてきているのではないかと考えております。皆様と重複してしまう部分があるかと思うのですが、これから重要になってくるのは、来ていただいたお客様にいかに長く滞在していただくかということがカギになってくるのではないかと考えております。仙台には、仙台城跡ですとか瑞鳳殿、食べ物、秋保・作並など温泉ですとか、自然などすでに魅力的な観光資源がたくさんあります。新しいものを作ることは大切だと思いますけれども、今ある魅力をつないで、仙台に来たらまたここに行ってみよう、行ってみたい、そしてもう一泊してみたいと思っただくことが重要になってくるのではないかと考えております。

そして、航空会社に属する者として関心を持っているのが、仙台を東北の観光の拠点として位置づけていくこと、これも大事なことだと考えております。仙台に来て、仙台に泊まって、そこから東北各地を巡って、そしてまた仙台に戻っていただく、立体観光のように、仙台を起点として旅を面的・広域的に広げていくということで、仙台市だけではなく、東北全体の波及効果にもつながっていくのではないかと考えております。宿泊税も始まりましたので、これからは何人来たかと

ということだけではなくて、何泊していただけたか、そしてどこまで周遊していただいたのか、そして地域でどれだけ消費していただけたのか、また来ていただきたいなと思っていただけるというところまでを検証していくことも、今後訪れる方々を増やしていくという面では大切になってくるのではないかなと思っております。

庄子委員

石巻専修大学の庄子でございます。よろしくお願いいたします。

特に宿泊者数の過去最高ということと、他の都市と比べても宿泊者数の伸びが大きいということは非常に喜ばしいことだと思いますし、これまでの施策が一定の評価をできるものなのかなと思いました。ナイトコンテンツの創出などが非常に賑わいをもたらしていると思いますし、宿泊のきっかけを作っているなと思います。一方で、厳しいことを言いますと、もしかしたら勇み足かもしれませんが、資料3の8ページのデータなんですね。一人当たりの旅行消費額、また再訪意向が、ちょっと数字を下げております。これの内訳を追ってみましたら、比較はできないのですが、国全体ですと、消費額というのは上がっています。再訪意向もちょっと上がっているというところで、仙台市が下げている。これは何が要因なのかというところです。内訳をより探っていくと、買い物代とか、あと娯楽・サービス費の減少が大きくなっているところでありました。なので、何が再訪意向を下げてしまっているのかというところと、観光消費額というのは非常に大きなポイントだと思っています。今は、いろいろな魅力が創出されて仙台に来ていただいていると思いますので、そこで滞在の質を上げてたくさんお金を使っていただく、あとは体験のコンテンツもたくさん打ち出しておりますので、そういったところをもう一度丁寧に訴求していくということも大事なのかなと感じたところでございました。

コンテンツ産業『ハイキュー!!』も非常にキラークンテンツになっていると思いますし、若い人を誘客する大事なものになっていますので、そういったコンテンツを活用しながら、例えばファン同士が交流できるような場ですとか、他の事例を見ますと、ファンと一緒にマップを作ったりですとか、そういった取り組みも出てきていますので、また来たいと思ってもらえるような、再訪意向を高めて、いろんなところで消費額を上げていくような仕掛けを今後検討していったら良いのかなと思いました。

深松委員

仙台 reborn の深松です。よろしくお願いいたします。

アクアイグニス仙台を運営する民間事業者の立場から、取り組み状況についてお話しできればと思います。アクアイグニス仙台では、今年、施設全体のリニューアルを進めてまいりました。7月1日には、カジュアルダイニングの「FUJITSUKA Table」をオープンし、4月に近隣に開園したラブラス公園によるファミリー層の来訪需要も踏まえ、お子様ランチをご用意するとともに、ペットと一緒に食事ができるエリアも整備しています。7月17日には「Digital Fun Park」もオープンしました。デジタル版のドッジボールのように実際に体を動かして楽しむARスポーツ「HAD0」と、360度の没入空間を作ることができる「IMMERSIA」を導入しております。温泉やマルシェだけではなく、飲食とデジタル体験を加えることでファミリー層をはじめ、幅広い方に施設内でより長く滞在していただける場所への転換を図っています。また、2025年11月末にオープンしたRVパークも想定を大きく上回って推移しています。年末年始やゴールデンウィーク、お盆はいずれも常に満車となりました。直近の2026年8月は稼働率50%を達成し、採算ラインとして設定

していた 15%の約 3.3 倍となっております。これは、東部沿岸部が日帰りで立ち寄る場所としてだけではなく、宿泊し、滞在する場所としても需要があることを示していると我々も受け止めております。さらに、7月24日から8月23日まで開催した「台湾ランタン祭 SENDAI2026」も無事に終了いたしました。今年は、アクアイグニス仙台の会場だけで完結させず、仙台 PARCO、BiVi、山形とも、七夕展示企画などを通じて連携することができました。一つの施設のイベントという「点」から、市内中心部や他地域との「線」が生まれ、仙台・宮城、山形まで含めた「面」的な展開に向けた礎ができたと感じております。12月には再び台湾を訪問し、旅行会社との商談や現地との関係強化を進める予定です。台湾との取り組みについても、ランタン祭を年に一度開催するだけではなく、海外での営業、旅行商品の造成、市内や周辺地域との連携までを一連の取り組みとしてつなげ、継続的な誘客に変えていきたいと考えております。直近で言いますと、9月19日に「ぼーっとする大会」というものを開催いたします。また、例年人気の芋煮会についても、単に芋煮を提供するイベントではなく、仙台・東北ならではの独自性をより明確にした企画へ磨き上げたいと検討しています。

ただ、現場で感じておりますのは、単発のイベントの集客数だけを追っていったら、持続的な観光にはならないということです。これは今まで他の方々もおっしゃっている「また来たい」「もう一泊」といったところが重要だと思っています。「台湾ランタン祭」で初めて藤塚地区を訪れた方に、次は Digital Fun Park や温泉を目的に来ていただいたりとか、ラプラス公園を訪れたファミリー層に FUJITSUKA Table で食事をし、HADO を体験していただくだったりとか、RV パークを利用した方に東部沿岸部の他の飲食店や周辺地域を巡っていただく、さらに市内中心部の企画から東部・西部へ、東部から中心部へ人が動く流れを作る必要があると感じております。アクアイグニス仙台としても、施設やイベントという「点」を年間を通じた再来訪の「線」にし、東部沿岸部全体の消費や交流を「面」に広げることに取り組んでまいります。その実践を踏まえて2巡目では、仙台市全体として「点」を「線」、そして「面」へ広げていくための具体的なご提案をさせていただきます。

林委員

仙台ホテル総支配人協議会で、仙台ターミナルビルの林と申します。

私どもは、ホテルメトロポリタン仙台も営業しておりまして、先ほど宿泊の数字が出ておりますけれども、非常に仙台市・宮城県が好調だということを、肌で感じているところでございます。今年度に入りまして、全国的には前年を下回っていると聞いております。7月だけは前年風評があった影響で上回りましたが、実質は多分、7月も全国的には少なくなっていると思っておりますが、仙台においては、2割ぐらい前年を超えてきているのではないかとということで、4月以降もずっと増え続けているというのが現状でございます。その背景は、今まで自治体の皆さん、あるいは東北観光推進機構の皆さんとか、あとは独自にホテル関係のグループ、あるいは JR グループで、海外の商談会ですとかプロモーションといったような、そういった取り組みに参加をしていることが、徐々に効果として現れてきているのではないかなと思っております。今日も弊社の海外担当がマレーシアに行っておりますし、台湾を中心に、インバウンドプロモーションもマレーシアやインドネシアなど、新たなターゲットとしたところに行っておりますし、これまで通り、タイや韓国といったところもしっかりと足しげく通うというようなこともやっているということで、今後もインバウンドのお客様は増加傾向だと思っております。アメリカなどの欧米系の方も「日本は非常に良いけれど、混んでいるところは嫌だ」というような、そういうニーズが

だんだん広がってきまして、「空いてところで魅力のあるところ」を探しているというような形で、まさに東北はそういうところに合致するのだろうなと思います。

海外プロモーションの中では、私どもはホテルだけではなくて、当然に地域の魅力を一番最初にアピールしながら、宿泊施設は手段であって「観光の魅力をアピールし泊まる時にはこういうところがありますよ」と目的を PR しております。また私どもは「JR フルーツパーク仙台あらはま」も運営をさせていただいておりまして、今まで 11 ヘクタールだったところを、今は第 2 期工事で 21 ヘクタールに拡大し日本一の規模で来年の夏にはオープンしたいと思っております。インバウンドの来場者も昨年は 1 万人を超え、沿岸部の魅力というのをますますアピールし、深松委員さんのアクアイグニス仙台とかとも連携をしながら、東部沿岸のエリアを「仙台のテーマパーク」というような、そんな位置づけでアピールできればなと思っております。

それとは別に、長期滞在の宿泊施設も無いという問題もあると思い、4 月 23 日に、ホテルメトロポリタン仙台の隣に「ホテルメトロポリタン ベース仙台」という、56 部屋しかないコンパクトなコンセプトホテルを作らせていただきました。連泊ができるようにということで、電子レンジや冷蔵庫、大型の冷凍庫等を配備し、シンクあるいは食器といったようなものもしっかり用意させていただいて、利便性と快適性というのを求められるような、満足していただけるようなホテルを作らせていただきました。残念ながら連泊者はあまり増えてはいないのですが、この夏はほぼ満室状態で、夏休みが終わりましてけれど、週末は満室ということで、非常に好評を得ております。これからは、いろいろなコンテンツをきっかけに、いかに楽しんで、長く滞在してもらうかといったところが鍵になるかと思っておりますので、仙台市の街中の魅力アップというのが一番なのですが、まだまだ魅力あるものがたくさんあると思っておりますので、そういうところをアピールしながら、街中に経済効果が出るような、そんな取り組みをやっていければなと思っております。

新井委員

JR 東日本仙台事業本部の新井と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

私どもは、この 7 月に組織改編ということで、これまで東北本部と申し上げておりましたが、仙台事業本部という名称に変わりまして、名称も変わったのですが、具体的にもう少し言うと、今まで山形、福島、宮城という 3 県を東北本部という形で仙台で見えておりましたが、山形は山形事業本部、福島は福島事業本部という形で分かれたので、これからはもっぱら宮城県を担当する事業本部という形になってございます。これからは今まで以上に宮城県の皆さんと一緒にやっていきたいなと思っております。

おかげさまで鉄道のご利用は、お盆などを含めて、比較的に順調に推移しているところで、大変多くのお客様に仙台駅あるいは新幹線をご利用いただいているところでございます。特に、はやぶさ号は、大宮駅まで停車しないということもありまして、ご利用も好調ということで、今年 3 月のダイヤ改正でも一本増発をして、臨時列車も含めまして、今度はシルバーウィークなどもございますので、最大限しっかりとお客様にご利用いただけるような列車を用意しつつ、安全・安心に列車を運行するというところで取り組んでいるところでございます。

仙台あるいは東北への誘客ということで申し上げますと、先ほど来、出ておりますコンテンツ関係で、弊社でも今、全社的に様々なコンテンツの方々と組みましてキャンペーンを実施しております。今年について言えば、7 月に乃木坂 46 のライブに合わせたキャンペーンがあり、これはどちらかというと東京でやっている「ポケモンスタンプラリー」のスタンプを、仙台とか盛岡と

か、各地に置いておりました、このポケモンスタンプラリーで、仙台駅のスタンプを押していた方も数万人いると聞いております。また、今『ハイキュー!!』との連携も始めているということで、これからも様々なコンテンツの皆さんと連携をして、仙台に来ていただける、仙台だけではなく東北エリアを中心に来ていただくように取り組んでいるところでございます。やはりコンテンツの皆さんと連携していると、当然相手方の、もちろんいろいろな思いもあるというところではあります、やはりいかにファンの皆さんに喜んでいただけるか、ファンの皆さんの気持ちをうまくくすぐるようなイベントができるのかというところが非常に大きな課題かなと思っておりまして、やはり手間をかければ良いイベントはできるのですが、なかなか単発のイベントは我々も毎日のようにやるわけにはいかないというところもございまして、ある程度パッケージで、中身としては同じような中身かもしれませんが、手を変え品を変えやる形で、少しずついろいろなファンの方に仙台に来ていただけるようにしておりますし、『ハイキュー!!』で言えば、まさに来ていただくだけではなく、コラボグッズという形で連携をさせていただいて、いろいろな形で楽しんでいただけるようにするとか、あるいは仙台駅から少し離れた駅にもスタンプを置いて、仙台駅だけではなく仙台駅のもう少し外側まで行っていただけるような仕掛けも取り組んでいるところでございます。もちろん 2028 年に仙台・宮城 DC ということで控えていますので、コンテンツだけではないので、これからそういったところを頑張っていきたいと思っています。

高山委員

仙台商工会議所の高山です。まずは、今年の七夕まつりで、急だったのですけれども、七夕とすずめ踊りのコラボということで、七夕戦後復活 80 回ということで、青葉まつり実行委員会からのお声かけもあって、1 日だけでしたけれども、夜に七夕飾りの下ですずめ踊りを披露するというところで、急に企画させていただいたにもかかわらず、仙台市の全面的なご協力をいただきまして実施できましたので、改めて感謝申し上げたいと思います。非常にいらしていただいた方にも好評だったのですけれども、関係者に大変好評で、特に商店街の方たちに好評で、「来年もよろしくね」というような声もあったので、ぜひ来年もご協力いただければと思っています。今回は初めて実施したので 1 日だけでしたけれども、3 日という声もあるので、3 日目は 20 時に七夕飾りを下げているのでなかなか難しいなと思って、できれば 2 日くらいはやりたいと思いますので、ぜひよろしくお願いしたいと思います。

先ほど、いろいろ庄子委員さんから消費の話とかもあって、七夕でもですね、サンプル数は少ないですけれど、アンケートを行った際に、まず全体的な姿をこのアンケートで反映できたかということにはクエスチョンのところはあるのですけれど、30 代・40 代がボリュームゾーンで、その次に 20 代が多かったということで、若年層と中年層が多かったです。そして、市外や県外からの来訪者がだいたい 3 分の 1 くらいだったということで、結局 3 分の 2 は市内の方ということでした。その消費については、やはり市内の方が多いので、1,000 円台の方が 4 分の 1 くらいで、1,000 円未満という方も 4 分の 1 くらいで、40% ぐらいが 1,000 円から 1,000 円以下というところで、なかなか飲食費の消費をしていただけていないというところと、買い物代も、1,000 円未満という方が 30% もいまして、いらしていただいたお客様が消費につながっていない、というところが見えてきました。ただ、そういう方たちに単価を上げて購入していただくというのは難しいと思うので、安い単価のものを複数回購入いただけるような形で、トータル単価を上げていくというのが一つかなと思うのですけれども、コロナ禍前は商店街のアーケードの中にいろいろな出

店があって、皆さんそこでかき氷を食べたりジュースを買ったりと、いろいろ祭りらしい雰囲気があって、そこで結構消費もされていたと思うのですが、コロナ禍以降、アーケードに出店されている方がほとんど見受けられなくなったので、祭りの雰囲気とか、あとはそういった少額の消費をする方たちが消費する場所やモノが無いのかもしれないので、その辺もこれから工夫していかなければいけないと思った次第です。

先ほど栗田委員もおっしゃっていましたが、やはり仙台・宮城・東北を観光される方は、仙台が東北の玄関で、仙台・宮城に来られる方は「都市観光」も必ず楽しめるので、非常に大事だなと思ったのは、先日も堺市の商工会議所の方が 50 名くらいでいらっしゃり、大半の方が「あの街路樹素晴らしいよね」と称賛をいただいたのですが、一方で、「街路樹の下は草がボーボー」という感じで、なかなか手が行き届いてないというところで、やはり「杜の都」ということと「都市観光」ということで、新しいものを作るのも大切なのですが、今ある資源を最大に生かすという意味で、そういった部分もしっかりと手を加えながら、仙台の魅力を伝えていくということも大事なかなと感じています。

高橋委員

秋保温泉旅館組合の、篝火の湯 緑水亭の高橋でございます。よろしくお願いいたします。

まずは、仙台市における観光戦略、また施策ということで、日頃より仙台西部地区、また秋保温泉の活動、またはいろいろな企画に対しまして、サポート、バックアップ、いつもありがとうございます。心より感謝申し上げます。

宿泊税を活用した様々な観光施策には、現在スタートしているものと、また、これから出来上がっていくものがありますけれども、まずは秋保大滝滝見台の整備に令和8年度に着手、ということで大変地元も盛り上がっておりますし、期待をしております。お客様が動くであろう湯元地区から大滝地区への交流が生まれ、また、二次交通も、今以上に充実化を期待しておりますし、大滝地区のさらなる賑わいということで、滝見台の整備に関しましては、秋保全体、また仙台西部地区全体で大変期待をしておりますのでございます。いろいろ設計の絵を見て、すごく夢が膨らんでワクワクする、これからの整備に本当に期待をしているところでございます。また、二次交通の部分では、この夏にループバスということで、秋保を周遊するバスを走らせていただき、今までは仙台から大変近い温泉地ということで、アクセスが良いということが売りなのですが、とはいえ町内の足としましては、マイカーかバスかまたはタクシーということで、お客様に多少の不便さもあるエリアということも問題視はされておまして、この二次交通に関してはまだ始まったばかりですので、仙台市のデータを我々とも共有しながら、また次につなげていきたいと思っておりますし、また町民の皆様からも「使って便利だった」という声もありましたので、観光客だけではなく、秋保町内の一つの足としても、これから成長できたらなと思っております。

また、IP コンテンツの活用といたしまして、『ハイキュー!!』、あとはこの秋冬にございます SEGA のソニックのキャンペーンなども大変期待度が高いところでございますが、『ハイキュー!!』のモニUMENTが秋保・里センターに設置され、私も実際に見てまいりましたけれども、若い女性の方、または若いご家族連れなどの、今までにあまり秋保地域に多くは見られなかったような世代の方々が、ユニフォームを着て、いわゆる「推し活」で、秋保にお越しになり、その方々が秋保にも泊まり、また仙台市内のホテルにも泊まっていらっしゃるというのを実際に目にしまして、『ハイキュー!!』ファンの方々、また、そういうスポーツに関わるファンの方々が多くこれから

仙台に入って来られるかなと思っております。

また、秋冬のキャンペーンでは、欧米豪のお客様の期待を持っておりまして、秋保地域に関しましては、台湾からのお客様が多かったもので、これからの新しいエリアのインバウンドへの期待というのが高まっております。

また、地域の飲食店と連携した企画というのが充実をしてきておりまして、秋保地区はコロナ禍でも 16 軒以上の事業所が誕生したエリアであり、事業所の皆様方の 1 店舗 1 店舗のパワーがすごいというところで、旅館組合だけではなくて、地域のお店の皆様方とのタッグが強くなっているエリアでもあります。一つは、そういった店舗の皆様方との夜の企画（ディナーコース）だったり、ランチコースだったり、そういったものをホテル・旅館と取り入れたり、あるいはマルシェだったり、いろいろな音楽イベントだったり、外で楽しめるようなイベントも、それらの事業所の皆様方の知恵とパワーがすごく合致して、今、旅館・ホテルとも行っているというのも、一つ仙台西部地区・秋保のパワーとなっております。

また、このたび仙台トク旅キャンペーンも行っておりまして、いろいろ反省点は残しまして、次にまたつなげたいと思っておりますので、手数料の問題など、やはり私たちも儲けたい、稼ぎたいという思いがありますので、いろいろな反省を踏まえて、事前の打ち合わせ、あとは説明の時間をもう少し取って次につなげていきたいと思っております。今回は、秋保地域では売り切ることができなかったという声もありますので、「もう完売して売れない」というぐらいに、次は頑張っていきたいと思っております。

また、宿泊税が活用されたものが一体何なのかというのが、もっとお客様や市民の皆様方にも分かるような露出があると良いと、私どもも現場で立っておりますと、お客様からも言われますし、市民の皆様方からも「これは宿泊税でやっているの」というような声もありますので、ぜひ市民の方々、また観光客の皆様方に、宿泊税活用が伝わる、わかるような露出をお願いしたいと思っております。

また、観光戦略の 6 つの重点プロジェクトの中に「Sendai Urban Resort」という言葉がありますがけれども、私ども「仙台秋保温泉」ということで、これまでは「仙台的奥座敷」という、奥まった温泉地というような、ちょっと奥にある温泉地みたいなイメージがありましたけれども、やはり政令指定都市の中にある温泉地ということで、秋保では「仙台秋保温泉」という呼び方をしていこうと、広めている最中です。「仙台秋保温泉」ということで、DC などでも単独での呼び名ではなく、「仙台秋保温泉」というのを地域でも強くアピールをしていきたいと思っております。

鈴木委員

七十七銀行の鈴木と申します。いつもお世話になっております。

ちょっと感想を先にお話しさせていただくと、本当に『ハイキュー!!』の秋保の時とか、私も地下鉄に乗っていたり、若い子が何の缶バッジを付けているかなとか、何の会話をしているのかなって結構最近チェックするようになって、外国の方もそうだと思うのですが、コンテンツの力というのは非常に強いな、と一市民として感じておりました。

私は銀行から参りましたので、地元経済を考えるとということで、いろいろと妄想をする部署でもあるのですが、観光関連で言うと、先ほど来お話に出てましたコンテンツとか、この 5 月に七十七銀行もコンテンツ産業をやってみます、という宣言をしてきたのですが、その意図というのは、交流人口とか関係人口を増やしたいということと、あともう一つ、産業基盤、若者とか女性がなかなか仙台でありながらも出ていってしまうという現状がある中で、ソ

フト産業とか若者が選ぶ企業だとか、働く場所は何なのだろうかというところで、私も娘が仙台の大学を卒業して東京に出て行って、友達とかとの話を聞いていても、やはり仙台には、残酷な言い方なのですが「楽しみが無い」という捨て台詞を残して出て行ってしまったところもあるので、では何が必要なのだろうかということで、いろいろ地元の若い人とかともお話をしました。

もう一つ、やはり大学生とか専門学校生とかが仙台にたくさん集まっていっちゃって、やはりアニメとかを学んでいっちゃう学生さんも1,000人近くいっちゃうと。そして、そういう方もお話を聞くと、働く場所がないので東京に行きます、ということで、皆さん先ほどから「点」から「面」へというようなキーワードがありましたけれども、まだまだ妄想なのかもしれないのですが、仙台に働く場や楽しむ場があって、仙台はそういうふうな挑戦できる場になる、そういうふうな産業基盤ができないかということ、ちょっと長い時間をかけてになると思うのですが、銀行なりに考えているところです。具体的に「ではこれをやります」とか「こんな商売ができています」ということを言えれば良かったのですが、地元の事業者の皆様とご一緒に、IPのお話も先ほどありましたけれども、地元から発信するような、新しく発信するようなことができたなら良いとメンバーで話し合っています。地元の事業者の皆様のお知恵を借りながら進めていきたいと思っています。

菅原委員

作並温泉旅館組合の菅原でございます。日頃はいつもありがとうございます。

作並温泉および仙台西部地区では、SenTIA（仙台観光国際協会）事業から3期目になりますが、引き続き二次交通の実証実験ということで、「作並定義リトリートバス」を運行させていただいております。概ね参加されたお客様はご好評いただいております。今期からもニッカウヰスキーの工場見学も絡めるようにできましたので、参加されたお客様はより満足度が上がっているように見られます。やはり告知および周知の問題がまだまだと思っております。基本的に来ていただいたお客様に「こんなのありますよ」とお話をしてから行かれる方も結構いらっしゃったので、もう少し事前に周知をしていただいて、このバスを目的として観光を組めるような方策も必要なのかなと考えております。

作並はあまり元気がない地域でして、秋保みたいにお店ができたりとか、何か楽しい話があったりというようなことは残念ながらなく、今のところは自然を活用したコンテンツで、お客様の集客を図ったりとか、「こんなことができますよ」みたいなことを、SenTIAの協力を得ながら告知している状況ではございます。

何分宿泊施設も減ってしまいましたし、今、どこのお宿さんもそうだと思いますが、高付加価値化を目指して、なるべく来ていただいたお客様の満足度を高めるように営業しておりましたので、作並は宿泊者数を見ると71%に減ってしまっていますけれども、稼働率とか、お客様の宿泊された金額とかでも変わってくるのではないかなと考えております。

結城会長

ありがとうございました。濱田副会長からも手短にご意見を申し上げます。

濱田副会長

私は、JATA（日本旅行業協会）、JTB の濱田と申します。

先ほど石巻専修大学の庄子先生からもお話があった通り、私もまずは 2027 年までの宿泊目標の 680 万人泊を前倒しで達成されたということは、非常に大きい、高い評価であると思っていますが、今後 700 万人泊を目指すという上では、単なる宿泊者数という「量」に注目するのではなく、やはり「質」に関する指標をもっと深掘りして分析していく必要があるのかなと思います。連泊率やリピーター率、閑散期からの平準化など、そういったところにもっと指標を、見方の軸を移していく必要があるのではないかと思います。

われわれ旅行者としては、とにかく仙台にお連れするというだけでなく、もう一泊してもらうとか、もう一つ体験をしてもらうとか、こういった仕掛けをするのが使命でありますので、ぜひそういったデータをもとに、商品開発に着手できればと考えております。

結城会長

ありがとうございました。今、データに基づくというお話があったのですが、皆様からのご意見を一巡しまして、特にデータの関係で、庄子委員からありました観光消費の件やデータマーケティングのことについて、事務局で何かご説明をいただければと思いますが、いかがでしょうか。

事務局（公益財団法人仙台観光国際協会／川口 DMO 担当部長兼観光地域づくり推進課長）

仙台観光国際協会の川口と申します。

先ほどお話のあったデータについて、もう少し細分の話をしていただこうかと思います。まず、一人当たりの旅行消費額が 34,702 円に下がった部分の分析ですが、こちらは日帰りのお客様の金額の減少が大きかったと考えています。2024 年は 12,950 円だったのが 10,660 円と、2,300 円ほど下がっています。高山委員からもお話があったように、なかなか今、お金を使えない日帰り客が多かったということが一因と考えています。

一方で、宿泊の方は、45,433 円から 44,399 円ということで、1,000 円ぐらいの減少になっているということで、日帰り客の方が消費額の下げ幅が大きく、また宿泊率も実は下がっており、2023 年の 76.1%から 2024 年の 73.3%、2025 年は 71.3%まで下がっているということで、宿泊するよりも日帰りでお帰りになる方も、今の割合としては増えているというところでございます。

また、項目としてショッピングと娯楽・サービスの消費額が下がっています。宿泊と飲食は実はあまり大きくは下がっておらず、ショッピングと娯楽・サービス、体験といったものに使う部分が多少下がっていると考えています。特にショッピングにおいては、東北からいらっしゃる方の金額が大きく下がってしまっていて、8,464 円だったところが 6,484 円ということで、やはり 2,000 円くらい下がっています。現在多くの方は東北から来ていただいているのですが、なかなかこの部分の分析といたしましても、やはりコロナ禍から回復してからの旅行ニーズの落ち着きと、物価高の影響は一つ原因と思っています。

もう一つ再訪意向について下がっている部分は、なかなか今は分析がしきれていない部分ではありますが、実は消費額が大きいリピーターの減少が目に見えているというところで、今まで仙台の観光を支えていただいているリピーターの方々が、さらにまた来ていただきたいと思うような取り組みを強く考えています。

結城会長

ありがとうございました。様々な要素とかその理由とかというのは、やはりマーケティングに基づいた分析が必要になってきますので、そういう意味でも、今後とも定期的に追いかけてながら対策を講じていく必要があるのかなと思ってございます。

少し時間が押してきたのですが、今後の取り組みについて、ご要望なりご意見を伺いたいと思います。菅原委員からお願いいたします。

菅原委員

作並温泉および仙台西部地区としましては、引き続き二次交通の拡充や定着を図っていただきたいと考えておりまして、今現在プラスで滞在で回れるようなルートですとか、秋保とセットで秋保大滝も周遊していただくとか、ある程度、他の交通とかも考えていただければいいかなと考えております。私個人の意見としてですが、作並には鳳鳴四十八滝という滝がありますので、この観光開発を積極的にしていただければなという希望でございました。

鈴木委員

今後の要望ということで、先ほど高橋委員さんもおっしゃっていましたが、宿泊税が何に使われたのかということも、やはり市民は注目されるかなと思いますのと、アンケート結果で、事業者様がハード面とか市内のイベントの宣伝みたいなことが資料2の36ページ以降に入っていますけれども、今後「これで（宿泊税が）使われたんだ」みたいな露出があると、なお使われ方としては明確なのかなと思っていました。

高橋委員

西部地区、秋保温泉の取り組みのこれからの課題としましては、やはり二次交通というところで、仙台市街地からは近いけれども、エリア内の二次交通と、あとは秋保とお客様を結ぶ市街地との二次交通、例えば MICE、イベント、コンサートなどでお越しいただく観光客、または MICE 等で仙台にいらっしゃるお客様を温泉地に引っ張ってくる、その足がやはりまだ弱いので、そちらを構築していきたいという思いがございます。

あとは、秋保温泉旅館組合が大変高齢化しておりまして、旅館組合だけではもう力不足というところに来ております。やはり次につながる人材が旅館組合も不足しているという実態と、地域の旅館・ホテルだけではない皆様方ともタッグを組んでいかないと、作り上げていくマンパワーがないというところで、秋保に関しては、そういう思いを強く持っております。

また、人材不足に関して、働き手の中で外国人を取り入れている施設が多くなってきておりまして、中国、台湾、ミャンマー、ネパールですが、それらの人材、職員、社員、従業員も地域のイベントに体験をさせて仕事をしてもらい、その若者たちがどんどんまた地域を作っていくというのが、少しずつですが始まっておりますので、新しい秋保を作っていくという意味では、働き手の活躍と、あとは地域の子どもたちですね、秋保温泉旅館組合ではもう20年近く人材育成ということで、保育所から中学校までの学校と連携を取りながら、地域の子どもたちに秋保に戻ってきてほしい、将来は秋保で働こうねと伝えながら、人材確保をしていかないと、やはり将来秋保で仕事をする人間がいなくなるという危機感を持っておりますので、保育所、幼稚園の子どもにも「秋保はいいよ」「温泉入ってね」という遠足を兼ねた入浴体験とかも行っておりますので、そういう積み重ねとコツコツ活動をぜひ見ていただければと思います。

高山委員

資料2の12ページで主要都市の比較があり、仙台は広島とか金沢よりも上になっているのですけれども、でも例えば金沢だとハイアットホテルがあって、駅前にANAクラウンプラザホテル金沢やホテル日航金沢もあり、広島はシェラトングランドホテル広島やヒルトン広島もあって、なおかつ今度はアンダーズ広島ができて、宮島にもヒルトンのラグジュアリーホテルができるということで、仙台はそういった投資が少ないです。仙台は宿泊数が多いのにそういった投資をなかなかしてもらえないということは、ここを考える必要があるのかなというところと、先ほどお話があったように、やはり目的は数ではなく、ここまで数をまずは達成したというのはすごいことだと思うのですけれども、やはり我々としては数ではなくて、いらっしゃった方に消費をしていただいて、どう外貨を獲得していくかというのが目的だと思いますので、消費していただいた外貨を地元企業の資本に回して、さらに投資とか雇用を拡大していただいて、それがまた滞在者の回遊性向上につながって、さらに消費拡大していくという、レジリエントな地域経済の循環、そういったものが受け入れ側の目的だと思いますので、その辺をしっかりと捉えて取り組んでいく方法が必要なのかなと思います。そのためにはもしかすると、どうしても経済局の経済対策と文化観光局の観光戦略ということで分かれてしまっているのですけれども、これらを一体で考えることも、これから先はもしかすると必要なのかなと思っています。

あと、700万人泊を目指す上で、単発的なイベントは非常に重要なのですけれども、例えば仙台の宿泊キャパシティ以上の誘客をしても、普段泊まれる方が泊まれなくて、他の地域に相乗効果もあってそれは良いのかもしれないですけど、仙台市内の事業者への効果は限定されてしまうので、一発でドンと誘客するよりは恒常的に宿泊していただく、今までも話に出ていますけれども、平日とか閑散期の宿泊というのも大事ですし、そのためには何か恒常的な観光資源とか、今あるものの磨き上げ、ビジネス、街並みの整備というのも大事なかなと思います。そういった意味で、例えば今新聞で騒がれていますけれども、SK（韓国の半導体製造）のような企業を誘致するというのも、宮城県の協力が必要になりますけれども、そういった企業が誘致されると、熊本のTSMC（台湾の半導体製造業）ではないのですけれども、台湾で熊本が認知されて、台北、高雄、台南、台中便がああ便数も飛んでいるということで、以前は仙台空港よりも少なかった台湾便が増えてしまっているということもありますので、そういったところも観光と経済を合わせて取り組んでいくことも必要なかなと考えております。

結城会長

ありがとうございました。今の件について、事務局からコメントがあればお願いしたいなと思います。いかがでしょうか。

事務局（東北連携・観光交流部／高橋部長）

ありがとうございます。東北連携・観光交流部長の高橋でございます。

観光のこの先のことを考えたときに、確かに700万人泊というのは次のメルクマールと思っておりますが、数の議論だけでもなかなか、やはり市民の生活環境も守りながら観光で地域を潤していくということで、経済的な観点、また、より客単価を上げるという高付加価値な観光を推進することで、「効率よく稼ぐ」といった視点が大事だと思っております。

ちょうど経済政策は今年度また計画の見直しがございます。そういったところともきちんと連携

をいたしまして、また、観光戦略は1年ずれておりますけれども、きちんと経済性ということも視点を持ちまして、次の戦略と一緒にまた議論させていただければと思います。

結城会長

ありがとうございました。それでは、続きまして新井委員をお願いします。

新井委員

私どもは、2028年10月から「仙台・宮城DC」ということで、その1年前、来年の10月からプレ・キャンペーンということで予定をしておりますので、それに向けて、仙台市の皆様、それから宮城県の皆様と連携をしてというところが一番なのですが、やはり私どもは特に首都圏から集客・誘客をしていくという観点で考えたときに、当然に仙台がインバウンドも含めてハブになるということは大命題としてありつつも、松島あるいは山寺などの比較的仙台から行きやすい観光地といかに連携をして、魅力を高めて、誘客をしていくのかというところがやはり大きな課題だと思っておりますので、仙台市のような事業者の支援が第一だと思いますけれども、観光戦略にもある通り、仙台がハブという意味で、周辺との連携はぜひ私どももしっかりとやってまいりたいと思いますし、宮城県と連携して、これからよろしくお願いできればと思います。

あとは、鉄道事業者である私どもの宣伝手法の一番の部分は、首都圏の駅でいかに露出をするのかということでありまして、その意味で申し上げますと、DCのタイミングになると、首都圏の駅で大々的に仙台・宮城をアピールする形になっており、今年も例えば4月から6月に福島DCをやりますので、本当に首都圏の駅では「福島一色」みたいな感じだったのですが、その時に、一目見て「仙台のポスターだな」と分かるものが何か無いかというのは、今個人的には思っております、一般的には伊達政宗公の騎馬像なのですが、それでも、「今、若い人は時代劇とか見ないしな」みたいなことあり、どうしたものかと思っているところなのですが、これからそういったものを考えながらやっていければと思っております。

林委員

今後の観光施策というところでは、先ほども少し触れましたけれども、やはりいかに長く滞在してもらうかというところだと思います。夜の魅力が良くないと言われておりまして、それもだいぶ宿泊税を活用したメニューの中に、ナイトイベントとか夜景とか、あるいは飲食といったようなところも入っておりますので、そういうところを徐々にやっていければ良いのかなと思います。先ほど申しましたけれど、私どもで7月にオープンしたホテルメトロポリタンベース仙台の1階にレストランがありまして、これを朝6時半から夜の1時まで営業して、1時にお客様がいるのかというところにチャレンジをしております。これはやはり夜に楽しむ場所がないという方に、「1時まで飲めますよ」というのがどれだけ反響するかということを試しており、なかなか閉店までお客様がいるという実態は無いのですが、とはいえ夜でも飲めるところがあるという場を作っていければと思っております。当面やり続けるつもりではおりますけれども、やはりアクティビティも、あるいは知らない人がいろいろなところを本当にノーアイディアで来ても連れていってもらえるような、いわゆるガイドツアーといったもののメニューがいくつかあると、お客様に選んでいただいて、そこで気に入ったところを「今度はもう一回じっくり来よう」とリピーターにつながったり、あるいは、本当にそういう魅力がたくさん増えることによって、「1泊では足りない」と、2泊・3泊という連泊につながると思っておりますので、先ほどハイグレード

ホテルが広島と比べて少ないというお話もありましたけれども、確かに国際的なホテルは少ないのですけれども、需要が増えれば宿泊施設も多分増えてくるのだと思う。場所は、仙台は駅前からもいっぱいありますから、そういったところにも進出するホテルもあるかもしれないので、まずは需要の創出ということで、魅力を高める方を優先すべきかなと思います。

深松委員

僭越ながら、今後の観光施策について3点提言させてください。

一点目は、イベントの年間カレンダー経営です。資料2の25ページでは、1～2月の閑散期対策やスポーツ、大規模コンサートとの連携が今後の方向性として示されています。また、資料2の35ページの宿泊事業者連携会議でも、「通年観光するものがない」「様々なイベントを作り、連続して人が集まる仕組みが必要」という意見が出ておりました。私は、イベントが不足しているというよりは、すでにあるイベントが、年間の戦略として十分につながっていないこと自体が課題なのではないかと感じました。市が主催するイベントだけではなくて、県とか民間とか業界団体が実施するものも1つの年間事業カレンダーにおいて、1月、2月、6月などの閑散期をどのコンテンツで埋めるのか、どのイベントを前泊・後泊につなげるのか、翌日にどのエリアを周遊してもらうのかまでを設計する必要があると感じました。資料2の20ページには、地域OTAにおいて宿泊クーポンと体験クーポンをセットで付与する仕組みも示されています。これをイベントカレンダーと連動させて、今日は仙台に何があるのかを知らせるだけではなくて、宿泊・交通・体験までを一体で予約する動線にできると、一人当たりの消費額が上がるのではないかと考えます。

二点目は、強いコンテンツ（『ハイキュー!!』やPokémon GO）を会場だけの「点」で終わらせず、周辺への「線」、地域全体の「面」に広げることです。資料2の13ページでは、大規模イベントの継続的な誘致が示されており、11月のPokémon GO ワイルドエリアが具体的な取り組みとして挙げられています。一方で、資料2の16ページでは、せんだい海手線ループバスを2026年7月から来年の2月まで長期運行するとされています。さらに資料2の24ページでは、Sendai Urban Resort の課題として、二次交通の確保とエリア内の回遊促進が示されています。私はこの3つを別々の施策として考えるのではなくて、一つに考えられないかと考えました。Pokémon GO ワイルドエリアは、11月6日から8日まで宮城県で開催され、仙台市がリアルイベントのメイン会場になると認識しています。4月に藤塚で開園したラプラス公園には、すでにPokémon GO の「ポケストップ」と公式ルートがございます。そこで、11月のイベントにおいてラプラス公園を活用する予定があるのか、主催者や株式会社ポケモン、宮城県との調整が行われているのかを伺えたら幸いです。すでに感度の高いお客様からお問い合わせをいただいているので、我々もお答えできたらなと思っていました。もし連携が可能であれば、中心部から荒井駅、荒浜小学校、ラプラス公園、そしてアクアイグニス仙台を、一つの周遊ルートとしてつなげられるのではないかと考えております。

三点目は、観光部門以外の取り組みを観光資源として横断的に編集することです。資料2の25ページでは、宿泊促進につながる民間の取り組み支援が方向性として示されております。また、宿泊事業者アンケートでも、民間施設を活用しながら会議、大会、行事を広げていく施策を考えてほしいという意見が出ています。私自身、先日、宮城県が立ち上げた建設産業魅力発信プロジェクトのコアメンバーに選出され、キックオフ会議に参加してまいりました。そこでは、建設業版

キッズニアや、作業着は最近結構スタイリッシュなものが増えているので、ファッションショーなどの具体案が出ています。これらは本来、中高生への魅力発信や人材確保を目的とした取り組みですが、きちんと設計すればファミリー層や教育旅行を呼び込む、仙台・宮城ならではの観光コンテンツにもなり得ます。特に東部沿岸部で、重機の体験だったり、測量、ドローン、震災復興、防災、地域の食や温泉を組み合わせれば、他土地にはない教育旅行や企業研修、MICE 向けの商品にできるのではないかと考えました。事業者や来訪者の目線では、その予算が観光・土木・教育のどこから出ているかというのはあまり重要ではないのかなと思います。それぞれの部局、県、業界団体、民間事業者が目的と予算を持ち寄って、役割分担をしながら一つの体験価値として届けられると、非常により良くなると感じております。

以上の3点に共通するのは、個別の施策ではなく、全体を「面」にしていくということです。先ほどからも上がっていますが、効果検証の方法も非常に重要だと思っておりました。仙台市では、すでに観光 DMP や、GPS 等の位置情報データを活用して、市内の移動情報や観光客の動態を分析していると認識しています。この基盤を個別事業の分析にとどめず、市や民間が実施する主要な観光施策を共通の指標で継続的に評価する仕組みにして、いつでも必要な時にそれを我々が参照できるようにできると、中心部と西部・東部といったところで考えられると思っております。もしこの検討会議が今後も定期的に行われるのであれば、毎回そのデータを用いて、前回の施策によって人がどう動いたのか、宿泊や消費にどうつながったのかを振り返って、次の施策や予算編成に反映できると考えております。

事務局（東北連携・観光交流部／日下参事）

様々なご提案ありがとうございます。一点だけ、Pokémon GO ワイルドエリアについてのご質問にお答えさせていただきます。Pokémon GO ワイルドエリアにつきましては、現在主催者と様々な検討をしており、実は9月9日に、市長も入って共同記者会見でいろいろと発表させていただくことにしております。現段階でまだ明確に「これをします」ということをお伝えはできないのですが、今お話のありましたように、いらっしゃる方々に周遊していただく仕掛けや、さらに継続的に来ていただくような仕掛けは、仙台市中心部のみならず、西部エリアも東部エリアも仕掛けができるように、主催者と議論をしているところですので、また改めてご報告させていただければと存じます。

庄子委員

私からは2点ございます。

まず、高橋委員からもありましたし、他の委員からもありましたけれども、エリアで観光事業者以外とタッグを組んで、地域で受け入れていくことは必須だと思っています。もちろん魅力を作り出すというのもそうですし、あともう一つ、今、宿泊業界で人手不足がボトルネックになっている部分もあるのではないかと思います。大学にもたくさん求人が来ていますけれども、なかなか学生が宿泊産業に就職をしないというところもあり、そこがボトルネックになっている地域もあります。そこで何をして解消しているかという、例えば飲食店と組んで朝食の提供ですとか、夜のマルシェですとか、人手不足だからそうしているのではなく、新たな魅力を作り出していく。そういったところに結びついていくと、エリアでいろんな選択肢があり、楽しみ方が変わっていくと、滞在時間も伸びていくのではないかと思いますので、やはりエリアで受け入れていく、エリアで連携していくところを後押しするような、そういった施策も大事なのではないかと思います。

した。

また、令和8年度の事業の一覧を見まして、いろいろなPRですとか、ハード整備ですとか、そういったところに非常に力を入れていると思いますし、よく作られていると思うのですが、もしかしたら、顔が見えるような関係のコンテンツ作りが薄いかなと思いました。また来たいという最高のキラコンコンテンツは、「あの人に会いたい」なので、人を見せていくというか、そういった意味で、コンテンツ産業であればファン同士の交流ですとか、ファンと地元の飲食店の方が繋がるようなコンテンツですとか、あと仙台で人気なのが横丁文化で、ガイドツアーをして「ちょっと入りづらいけれど、横丁の人と顔見知りになって」とか、そういった顔が見えるような、踏み込んだ施策に、今もう随時取り組みが行われていると思いますので、そういったところにもぜひ力を入れてほしいなと思いました。

結城会長

ありがとうございました。次は肥後委員の順番でございますが、阿部委員が次にどうしてもスケジュールが入っているということに中座してしまいますので、先に阿部委員からご意見を伺いたいと思います。

阿部委員

私から一点だけご提言させていただきたいと思います。過去、インバウンド部会とか、そういう話をさせていただいたことがあるのですが、ガイドの重要性について以前お話ししたことがあるのですが、結局、どう滞在時間を延ばすか、仙台でどのように消費していただくか、この肝がガイドです。一つだけ例を言わせていただくと、ある方に、メガネの相沢のメガネがどれだけ良いかみたいなお話をしたことがあったのですが、そうしたらそのご夫婦が最後にお買い上げいただき、なんと40何万円を使っていただきました。それだけガイドのお話を信じてくださいます。もう一つの話だと、金蛇水神社も1Day ツアーに組んでほしいと言われ、なぜかという滞滞在時間が30分で帰ってしまうという話だったのですが、それで私が添乗して、皆さんと喫茶店だったりとか、さらに我々がどれだけ御朱印を集めているのかという話をしたら、一人1万円近くの御朱印帳や御朱印も買われたので、それだけガイドはとても大事だと思っています。弊社は1Day ツアーも作っているのですが、一つの理由としては、やはりガイド育成を目的としていて、今実際に弊社でガイドを提供していただいている方が10名ほどいらっしゃるのですが、いくら頑張っても彼らを「ガイド」とは言えず、あくまでも中国語ができる添乗員になるので、ぜひ仙台市の力をお借りして、地域限定の通訳案内士として、県単位では今まで北海道とか福島県、埼玉県はあるのですが、山形県酒田市も市として独自にやった成功事例があるので、ぜひ仙台市もぜひ取り組んでいただきたいと思います。仙台はやはり玄関口なので、そこをぜひよろしくお願いします。

肥後委員

私からは自身の実体験をもとにお話をさせていただきたく思います。国際線の飛行機に乗っていると、やはり海外の方、特に欧米の方々がアニメをご覧になっている方々、翻訳されたものをご覧になっている方々を見かけることが多々ございまして、「何を見ているの」とか、「日本でどんなところに滞在して何をするの」というお話をさせていただく機会がありまして、そうするとや

はり皆さんおっしゃるのは、「東京に行く」とか、「北海道に行ってくる」とか、あとは「京都・大阪に行く」ということで終わってしまう返答が多々ありました。やはりアニメというコンテンツのところから、私も『呪術廻戦』が大好きなので、こういう素晴らしい・楽しいものもあるということを伝えると、「仙台で一体何ができるのか」という返答をもらうことが多々ありました。

「こういうものもあるし、こういうのもあるんだよ」と言っても、やはり海外の体験型観光が好きな方々には響かなかったというか、私の拙い英語だったのかもしれないのですが、伝わりきらない部分があったので、宿泊施設で考えると、ディズニーランドホテルのようなところまで行ってしまうと大きすぎるのかもしれないですが、仙台に来てアニメを楽しむ場の一つとして、宿泊施設の中に、一つのアニメとは限らずに、「こういった体験型のものがあるんだよ」というものがあると、日本のご家族連れも然り海外の方々は、そこにはお金を惜しまず使ってくださいるので、もっともっと盛り上がるきっかけになるのではないかと考えました。

栗田委員

私は、少し観光と外れるかもしれませんが、まちづくりと観光という面で発言をさせていただきますと、仙台駅前さくら野が閉店して少し経ちます。いろいろ仙台市でも検討されているようですが、仙台市は以前からバス乗り場が（高速バス／路線バス）あちらこちらにあって分かりづらいというのは、いろいろ市民を含めて観光客にもよく言われるところですので、旧さくら野跡地を、思い切って仙台市のバスターミナルとして集約していただくというのはどうかと思っているところです。

それに合わせて、上部に複合施設を設けて、夏は気温が 40℃になって、実は子どもたちが遊ぶ場所がなく途方に暮れているというのが実情だと思いますので、イオンモールに行ったり、いろいろな日陰のところを探しているところがありますので、旧さくら野跡地を複合施設としまして、上部に全天候型の遊び場を併設していただきますと、新幹線を待っている方も利用できますし、観光客も利用できますし、地域の方も市内中心部に寄ってくる、あわせてそこを移設プラス駐車場とすれば、市内の回遊も含めて、様々な魅力のある仙台駅前の開発ができ、土地の魅力も上がってくると思いますので、そういう取り組みを思い切って仙台市でやっていただければと思っていますところでございます。

あと、先ほど高山委員もおっしゃいましたが、仙台すずめ踊りは今後、仙台七夕まつりに次ぐ大規模なインバウンド向けのイベントになると考えておりますので、すずめ踊りを参加型として、しっかりとお金を取って、継続してできるような取り組みとしてやっていただけるようお願いしたいと思います。

神崎委員

先ほど、国際センターの件をお伝えさせていただきましたけれども、私からは青葉山エリアの課題について、ご報告させていただきたいと思います。やはり青葉山交流広場がなくなり、かなりの催事離れがあります。例えば BtoB の展示会、それから一般向けのイベントに関しては、やはり主催者様が「駐車場が無い」ということで、特にリピーターを中心に、他会場・他都市での開催を決定している例が数多くあります。それから4月以降（青葉山交流広場駐車場が無くなってから）も利用いただいているお客様からも、まず集客数が減っているということと、売上がかなり減ってしまったので次回からは別会場もしくは他都市で開催する、というようなお話を多数いただいています。

あと、企業内会議は、やはり一般の車両で参加者様がいらっしゃるが多くなったりとか、インセンティブに関しては、大型バスで海外の方がインセンティブ会場に乗りつけるということがありますが、その車両や大型バスの駐車場がかなり少ないということで、仙台での開催は難しいと言われるお客様も多いです。それと、緑彩館や庭球場、博物館など青葉山エリアで大型の催し物がありますと、やはり渋滞の発生と、それから駐車場が不足していてかなり近隣の皆様にご迷惑をおかけしているような状態になっています。こちら資料2の24ページにも記載がありますけれども、どうしても片側一車線で交通量が多いと、どうしても消化できないような道路になっているという物理的な問題もあると思います。これから近隣には西公園に子どもの遊び場が整備されると伺っておりますし、交流広場には音楽ホールが整備されると伺っております。今以上にお客様がいらっしゃるのであれば、やはりアクセスに関する交通インフラは、仙台中央署でもかなり課題感を持って対策会議をされている事例もありますので、これからはやはりアクセスに関するインフラ、受入環境の整備、ソフト部分ではどうしようもなくなっているというのが実情ですので、ハード部分に関しても、ぜひ受入環境の整備を重点的にお願いできればと思っています。

嘉藤委員

私は本日、経済同友会を代表して参加させていただいていますので、地域の民間企業の立場から今後の取り組みについての意見を述べさせていただきます。

「観光客を増やす仙台」から「観光によって地域企業が成長する仙台」を目指していきたい、一緒に目指していただけたらと思っています。観光客が増えても地域企業にお金が落ちなければ、地域経済の活性化にはつながりません。皆様方からもご意見が出ておりましたけれども、観光客数や宿泊数だけではなく、観光によって地域企業にどれだけ消費が生まれたのかという視点も非常に重要ではないかと思います。そのためには、我々地域企業自身も新しい観光ビジネスに挑戦していくことも必要があると思っています。一緒に仙台市には、民間企業が新しい商品とか体験を生み出しやすい環境づくりや、挑戦を後押しする仕組みをぜひ作っていただきたいと思っています。先ほど高山委員から、仙台七夕まつりのお話がありましたけれども、当社も七夕まつりのアーケードの前に、10年ぐらい前には10店舗以上のいわゆる臨時売店を出店していました。今年は1店舗です。10年前の店舗は全てお土産の物販なので、客単価は3,000円とか4,000円ぐらいでした。今年出店した1店舗は食べ歩き用の1枚の笹かまぼこ（客単価500円）に変化しています。もちろん売上の減少はしていますが、その分がなくなったというわけではなく、七夕まつりの期間はECサイトでの購入が増えています。旅マエとか旅アトに、仙台七夕まつりを検索して、お土産を買われるというお客様が増えています。近年の観光客の皆さんは、時間を上手に使いながら観光を楽しみ、お土産はECサイトで自宅に届けば良いと、価値観が大きく変化しているのだと思います。そういった意味で、ぜひ地元企業が観光で稼げる新たな仕組みと一緒に考えていただけたら嬉しく思います。

梅原委員

われわれ仙台ホテル旅館組合で、まさに栗田委員がおっしゃった仙台駅前の再開発について、まるきり同じことを考えておりました。やはり仙台駅前にバスターミナルがあり、仙台駅前の大型バスの駐車場不足と、仙台と宮城県内・東北の点と点を線でつなぐようなものになればという部分で、ぜひバスターミナルを検討していただきたいと思っています。これに関しては、宮城県で

も宿泊税を徴収していますので、宿泊税の特徴としては基金として積み上げていくことができますので、仙台市で宮城県とで協力し合って、基金を持って大きな予算を使って、投資していただけないかとわれわれ旅館組合でも話し合っていました。

あとは、皆さんがおっしゃっている通りなのですが、ハイグレードなホテルの誘致に関して、やはり MICE にかなり有効だということは分かりますし必要だとは思いますが、公金・税金をどのように投入するかという部分に関しましては、例えば外資とか新規の一部企業に税金を使って補助金を出してしまうと、やはり長年地元で雇用をしてきたり税金を納めたりしている既存事業者としては、すごく不公平感を感じる部分ですので、例えば制度的な部分（容積率の緩和など）での補助にとどめていただき、やはり進出してくる企業も都市に魅力があって初めて進出してくるわけですので、ぜひ都市の魅力づくりに宿泊税を使っていただき、まずは新しい大きな高級ホテルが仙台に来たいと思うような土地づくりをすることを先に進めるべきではないかという話が出ておりました。

あとは、1 月、2 月の閑散期対策に関してですが、やはり閑散期に対して何か対策をしないといけないなということは皆さんご存知ではいるのですが、具体的な案が出ておらず、やはりこれは早急に閑散期対策は効果のあるものをしないといけないという部分がありますので、そこを強く押し進めていただきたいと思います。

濱田副会長

ありがとうございます。今日の会議は、仙台への観光客をいかに増やすとか、来訪者をどう増やすかというお話なのですが、私は裏腹だと思っていて、やはりお互い様であって、しっかりと仙台から訪問していく人を増やしていくということも非常に重要ではないかと思っています。仙台市民の皆さんが訪問先で現地の方と触れ合ったり、いろいろな交流をしたりして、仙台の魅力を語るということが、最大の宣伝マンでありインフルエンサーであると感じていますし、例えばパスポートも韓国や台湾は国民の 60% が取得していますけれども、日本国民で言うとも 18%、今パスポートの取得額が引き下げられていてどの程度まで伸びているのかというデータはまだ持っていませんけれども、宮城県で言えば 10% を超えるくらい、東北の他の県はもう 10% 以下といった状況ですので、仙台のインフルエンサーとして、仙台市民がしっかりと海外に出かけていき、航空路線の維持・拡大に向けても、イン・アウト双方のバランスの取れた販売というのは非常に大事だと航空会社からも伺っておりますので、裏腹で、そういったところにも観光戦略として取り組んでいただければと感じております。

結城会長

私も仙台観光国際協会の立場から何点かお話しさせていただきたいと思います。先ほど来、今までの観光施策の取り組みの成果や課題について、まったく同感の部分もたくさんございましたし、これからも継続的な取り組みというのはやはり必要になってくるのだと改めて感じた次第でございます。その中で、大型イベントの話があり、すごくアニメは人気や集客力があるというお話がありましたけれども、やはりその時だけ観光客が集まっても、すぐ帰ってしまいますので、それがやはり継続的に、仙台でこういうことがあったその時だけではなく、また来ることにつながっていくためには、イベントがあった際は、その都度何かを残していくことで、聖地化につながったり、あるいはレガシーになったりと、先を見据えた取り組みが必要になると思っています。やはり新しいコンテンツやアニメを持ってくるということはすごくエネルギーが必要ですし、それ

を継続するのも大変だと思いますので、何か足跡を残していただくような手法を考えなければいけないと思いました。

それから、資料2の20ページに仙台観光国際協会で携わっております地域OTAのことを書いていただいておりますが、実は今年度からスタートしたわけですが、この機能を使って宿泊予約をしていただくことで、大手OTAが取っていくような手数料というのは取らず、本当に事務手数料だけ、事務的経費だけで済む仕組みになっているのですが、それだけでなく、予約していただいた方のデータを当協会が持つことになりますので、先ほどデータの話もございましたけれども、属性に応じてプッシュ通知が次々とできるようになり、イベントに合わせて通知を送れたり、それだけではなく例えばポイントの付与できたりというように使っていきますので、いろいろな利用者や関係者がいますので、OTAの活用方法をこれからいろいろとご提案をいただけるとありがたいなと思ってございます。

さらにMICEについてですが、資料2の40ページのアンケート結果を見ますと、今後のプロモーションを望むものとしてMICE推進が一番低くなっています。冒頭で、郡市長からも「観光MICE都市として」というお話がございました。MICEは、来てもらう方々の数だけではなく、すごくお金を落としていただく方が多いので、質の面ではすごく良いと思っています。プラス観光は大事なので、その上でユニークベニユーの活用とか、今日は国際センターの神崎委員がいらっしゃいますけれども、施設の柔軟な使い方をいかうまくやって、MICEを取り込むかということも大事だと思っています。

最後になりますが、新井委員からお話のあった「一目で仙台とを感じるイメージ」ですが、まさしくその通りで、仙台と聞いた時に思い浮かべるイメージはバラバラだと思いますので、誰が聞いても市内の人や市外の人、県外の人が聞いても仙台に頭に思い浮かべるようなイメージというのを一つ集約できるものがないかと、そういうものがあれば良い戦略になるのではないかと感じた次第でございます。

いろいろご意見を伺って多岐にわたりましたけれども、ここで郡市長からコメントをいただければと思います。郡仙台市長、よろしくお願いいたします。

事務局（郡市長）

委員の皆様方、今日の2回目の検討会議においても非常に素晴らしいご意見をたくさん頂戴いたしました。本当にありがとうございます。私自身も「なるほど」と思うところがずいぶんございました。

いくつか私の方から申し上げたいと思うのですが、今般、「2036年プロジェクト」ということで、本市は観光分野もそうですけれども、いろいろな都市・まちづくりの分野など、全部タッグを組んで大型のプロジェクトとして進めているところでございます。これは伊達政宗公没後400年にあたる年、また、東日本大震災の発災から25年（四半世紀の年）ということで、青葉山エリアを中心としたプログラムと、都心部におけるMICEの誘致にかなうような、建物の更新も含めてやっていただけるような取り組みを全部集めてやっていこうということで、今進めているところでございます。そういう中で、駅前の方についてとも言及がございました。ここはなかなか民間の土地ということもありますものですから、様々な制約というのがあるところですが、「2036年プロジェクト」の中にも、やはり組み込まなければならぬ地域だということで、今、少しエンジンを上げながらですね、いろいろと関係者の方々ともお話をしているところでございます。また、この機会を逃さずに、観光や経済、まちづくりとも連携しながら進めていきたいと

考えて取り組んでいるところです。

それから、データのご意見があったと思うのですが、本市ではご承知のように、様々なデジタルデータを公表させていただいております。これを民間の方々にも使っていただきたいということで、オープンデータ化しまして、本市のポータルサイトに掲載しております。使っただけのデータと、そうでないデータもあるということを担当からも聞いているところですが、これらも活用しながら、観光分野でもどのように使えるのかということ、ぜひ今日お集まりの委員の皆様方からも意見をいろいろあちらこちらにお聞きいただきまして、ぜひ挙げていただけるとありがたいと思って聞かせていただきました。

それから通訳のガイド制度について、もうお帰りにになりましたけれども阿部委員からお話がありました。これはとても重要だと思っております。地域限定で、県なり自治体なりが設けることができるわけですが、その名称を使えないという法律上の決まりもあるようで、なんと呼んだら良いのかということはありませんけれども、仙台の街の歴史や仙台の魅力を、改めて研修もしていただきながら、ガイドさんたちに通訳をしていただきながらという取り組みはやっている中で、それになお力を入れていくということも重要だろうと思っていたところです。

次期観光戦略に向けて本当に貴重なご意見を頂戴したと感じました。限られた時間で、もっともお話になりたい方々ばかりだと思いますけれども、いただいたご意見をしっかりと受け止めてさせていただこうと思います。本当にありがとうございました。

結城会長

ありがとうございました。郡仙台市長は、この後、ご公務があるということで、ご退席されるということでございます。大変ありがとうございました。

二巡をして、それぞれのお立場からご意見を頂戴したわけですが、時間が少しだけありますので、これだけは言いたいというご意見、あるいは事務局へのご質問があればお受けしたいと思いますが、いかがでしょうか。

高山委員

仙台 MaaS の中にプラチナマップというのがあり、今年から市営バスが今どこにいるか、どこを走っているか、そのバスをクリックすると、どんなルートでどこまで行くのかというのが分かるようになっていまして、シンガポールに「Singapore」というアプリがあり、前々からすごく便利だと思っていたのが、今年から仙台 MaaS で見られるようになっていきます。これは仙台市民もあまり知らず、ましてや観光客はさらに知らないと思うのですが、これをうまく活用すると、すごく街中の移動にかかる利便性が向上するので、ぜひ今後の観光戦略とか、誘客に活用いただくと良いと思いました。

結城会長

昨年の会議でも、情報発信のあり方というご意見がいろいろあったと思うのですが、やはりイベントのスケジュールの話もございましたが、皆さんの観光事業をどうやって周知するというのは大事だと思いますので、その辺のあり方というのもご検討いただければと思います。

栗田委員

るーぷる仙台は、空いてる時には運転手さんのガイドがよく見えるのですが、混んで立ってしま

うと全然ガイドさんの説明もわからなくて、せっかくの魅力が半減する状態が実際に発生していると思います。私も実際に乗ってみて、もったいないなと思いながら感じているのですけれども、る一ぱる仙台の車体をもう少し大きくして、立って乗るお客様をできるだけ少なくして、せっかくのる一ぱる仙台の魅力が半減しないような取り組みを今後検討していただければと思っていますので、よろしくお願いします。

結城会長

なかなか難しい問題ではございますが、われわれ仙台観光国際協会でも、どのようなあり方が良いのかと、仙台市と意見交換している中ですけれども、このことについて事務局からコメント等、いかがでしょうか。

事務局（東北連携・観光交流部観光戦略課／渡辺課長）

る一ぱる仙台については、通常のバスよりも非常に凝った造作にしており、木も使っていて非常に重い車体になっておりますので、あれ以上に車体を大きくするというのは、逆に乗っているお客様へのリアクションが大きくなり負担がかかってしまうので、車体を大きくするという検討はしておりませんし、今の大きさでもかなりの金額がかかっている車体でございます。さらに大型化というのは難しいとは思っているのですが、ただ非常に重要なご指摘でして、昨年度る一ぱる仙台は過去最高の乗車数があったということで、非常に車内が混雑する日も多くなってきました。それは乗る方の利便性の低下にもつながる部分がありますし、ストレスがかかっている部分もありますので、その辺りを分析して、スムーズにご乗車いただけるような工夫ですとか、あとは先ほど仙台 MaaS のお話もありましたが、例えばすごい渋滞で全然待ってもる一ぱる仙台がバス停に来ないという課題もございましたので、お客様が「今る一ぱる仙台はどこを走っているから、あとどのくらいで着く」というのが少し分かるだけでもストレスが下がったりしますので、そういう意味で、よりスムーズにストレスフリーに乗っていただけるような工夫は継続して考えてまいりたいと思います。

新井委員

ご参考までですが、会津若松で「ハイカラさん」という同じような動きに凝ったバスが走っているのですけれども、お客様が多い時期は、そのバスのすぐ後ろに普通のバスが直行便で走っています。

事務局（東北連携・観光交流部観光戦略課／渡辺課長）

われわれもすぐ続行便は待機しておりまして、通常で回っているる一ぱる仙台に待機しているる一ぱる仙台も用意しており、仙台駅で乗りこぼしたり、仙台城跡で乗りこぼしが多かったりという時は、続行便を出すというシステムは今でもやっております。さらにゴールデンウィークなどの繁忙期には、る一ぱる仙台ではない普通の路線バスも待機してお客様を回収する運用も行っております。ただ、お客様はる一ぱる仙台を期待していたのに普通の路線バスが来るとがっかりされることもあります。さすがにすごく混むときはお客様のストレスになってしまって、そもそも乗れないということ自体が非常にマイナスなので、そういう様々な手法も使いながら、会津若松市の情報も改めて確認していきたいと思います。非常にる一ぱる仙台は魅力あるコンテンツですが、課題も多いと思っておりますので、そこはしっかり対応してまいりたいと思います。

結城会長

利便性の向上は再訪意欲に直接つながりますので、われわれも一緒に、利便性の向上をどのようにしたらうまくいくか考えたいなと思っています。その他ございますでしょうか。

高橋委員

「学都仙台」と言われておりますので、ぜひ県内・仙台の学校や若者たちを、仙台のまちづくりや魅力づくりに引っ張って、観光産業は裾野が広い産業ですので、その若者が散らばって仙台を作れるような、そんな若い力をどんどん引っ張れるような仕組みづくりをぜひしていけたらと願います。

梅原委員

11月6日からのPokémon GOに関して、非常に難しいと思うのですが、情報解禁時の状況をお話ししますと、公式から仙台での開催というのが発表された朝に、仙台市内のホテルの予約が爆発的に増加してしまったというか、全部埋まってしまったという状況になってしまいました。ただ、われわれPokémon GOのチケットの当落があるので、全ての予約が生きているとは思っておらず、その後キャンセルも出るということは踏んでいるのですが、東北大学のA0入試の問題もありまして、そちらにもお部屋を提供しないといけない状況です。

あと、ダイナミックプライシングといいますか、需要と供給に合わせて値段が上がり下がりするというホテルがほとんどでして、非常に難しいなと思っております。今度から値段は上げようと思う宿泊事業者が多く、そういう部分の兼ね合いもありますし、あとはPokémon GOというブランドもある中で、情報発信の仕方が、仙台市もご存知だったと思うのですが、それを先に宿泊事業者に言ってしまうと、宿泊事業者も「混むだろう」ということで宿泊料金を上げる可能性もあったので非常に難しいと思います。そのため、今後は上手なやり方を検討していく必要があると感じました。

結城会長

ありがとうございました。なかなか情報が早ければ良いというだけではなく、実際に与える影響を踏まえた調整も必要ではないかというご意見がございました。

その他にございますでしょうか。

ご意見が出尽くしたようですので、このあたりで本会議を終わらせさせていただきたいと思えます。すべての進行にご協力をいただきまして、ありがとうございました。それでは事務局に進行をお渡します。

事務局（司会）

結城会長、ありがとうございました。

それでは以上をもちまして、第2回仙台市観光戦略推進検討会議を終了いたします。本日は皆さん誠にありがとうございました。