「新しい東北」官民連携推進協議会
令和５年度　宮城県意見交換会（第１回）議事概要

令和５年５月 25 日
「新しい東北」官民連携推進協議会事務局

【日　時】令和５年５月 25 日（木）13:00～15:00
【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＞（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／仙台港周辺地域賑わい創出コンソーシアム／宮城県／一般社団法人みやぎ連携復興センター／
＜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 総合研究所／株式会社 JTB

【議事概要】
1　開会
1.1　復興庁の挨拶
・復興庁より、震災から 12 年が経ち、コロナのフェーズも変わり、新しい取組を仕掛けていく段階になっている。復興ツーリズムを打ち出す動きも現れてきている。本日は本年度の第１回意見交換会となるが、新しい取組に向け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
復興庁、宮城県より、取組紹介資料（資料 2-1～資料 3-3）を基に、取組を紹介した。

3　令和５年度の取組方針、取組内容等について
（１）エクスカーションプログラムの試行が考えられる会議等について
エクスカーションプログラムの試行が考えられる会議等として、企業研修（特に旅行会社の若手職員を対象）や企業の支店長ネットワークの集まり等が挙げられた。また、費用面等を加味するとエクスカーションプログラムへの集客が難しい中で、被災地において防災・減災を学ぶという仙台・宮城の強みを活かし、エクスカーションプログラムを行うことが文化として当たり前にある状態という状態になるよう、コンテンツの磨きを行っていくべきという意見が挙げられた。

（主な意見）
・研修や会議を随時行ってはいるが、対象が宮城県内であるなど、原則的に地元から来ていただくものが多いので、エクスカーションプログラムの実施には不適なのかなと思う。東北６県や東京、大阪等のこともあるが来るのは数社程度であり、最近ではふるさと納税の募集をお手伝いするプログラムを行ったが、宮城県内を除くとほとんどオンライン参加だったので、難しいかなと思う。
・「巨大津波災害に関する合同研究集会」は 2003 年に設立され、若手の学生や研究者が発表するような、簡易的な研究発表会である。事務局側がツアーを組んで参加者を募ることは、難しいのではな

いかと考えているが、パッケージのようなものを準備していただけるのであれば試みてみたいという意見はいただいている。

・仙台は支店経済都市と言われるが、企業は仙台に赴任して来る人のために転入者研修をやっている。保険会社は震災のことをよく知らないと業務上支障があり、転入者研修においてもある程度の時間を取って講習をしている。何人かに聞いてみたところ、「パッケージで手軽なものがあれば震災遺構や伝承施設に行ってみたい」とは言っていたが、「バスを用意するので１万円かかる」と話したら「１万円だとちょっとどうかな…」ということだった。また、私も災害研究所に来てから、仙台市でもＬ２レベルの津波では浸水する場所も多いので自分で逃げないと危険があるということを初めて知ったが、中には知る機会がない方もおられるのではないか。転入者にはそういう研修を義務づけるというか、「そういうことをやるものだ」という文化を作って、根付かせていくという方法はあるのではないかと思った。

・支店長たちのネットワークがあれば、そこにアプローチすることも考えられる。本店に戻ったり、別の地方に赴任したりしても、関係人口になってくれると良い。

・仙台の商工会議所ならわかると思う。支店長さんたちの会議をやっているという話は聞いたことがある。ただ、最近はコロナでだいぶできなかったようだ。

・東北大学の学生は９割がた他の地域から来ているので、エクスカーションプログラムがあったら参加したいか聞いてみたが、学生によって事情は違うものの、１万円ぐらいのお金がかかるのは難しいという話だった。研究費として位置づけられるような場合は少し行きやすくなってくるかもしれない。

・業態的に、人を集めたりすることはできないかなと思う。しかし、関係人口をどうやって作っていくかということは大事だと思う。「ただ１回来て、見て終わった」ではなく、そこで何を感じてもらうか。そのためには、間に入っているコーディネーターに視野をもっと広く持たせるようにして、もともとあったもの、あるいは新しく出てきている人たちを見つけて、点ではなくラインにして紹介することもできると思う。

・学会という目的があって来て、そのついでに被災地を見ましょうということだと、やはり費用が１つのハードルになる。今まで我々が経験してきた中でもよく言われたことだ。今はバス代が上がり、１日のコースでも１万円を超えるようになっている。そうした状況では半日のコースを作るのも非常に難しい。最初から販売を当て込むのは少しハードルが高いのではないかと思う。本年度に５回ほどやる予定になっているが、集まるのかな？と少し不安だ。

・企業研修等の中でやってみてもいいのではないかという話があったが、それは可能性が高いと思う。エクスカーションはエクスカーションで狙っていきながら、ハードルが高い部分については企業研修の中で、新たに仙台市に人が来て研修をやりたいという企業とマッチングをしてやっていく。そういったこともあるだろうと思った。

・宮城県には観光誘致協議会という宿泊施設や観光施設が集まった組織がある。その事務局の各社が行う研修会の経費は観光誘致協議会が助成をしている。東京など県外の旅行会社が復興の状況を知らない中で旅行商品を造成したり販売、営業活動をすることがあったため、経験のない若手の職員に東北３県の状況を見せたいと思っている旅行会社もいる。そういうところにアプローチして、研修会でこういうコースを回ってもらうこともできるのではないかと思った。企業研修でコースを批評してもらって、将来的に旅行商品を作る若手の人たちへのアプローチをしてもいいのではないか。

・例えば大手の企業では今、わざわざ場所を仙台にして全国から人を集めるような会議はあまり行っていない。リモートが進んだこともあって「遠方の方はリモートで」という形が増えている。東京で行われる会議でも各支店の方はリモート参加という形なので、企業の研修を探すのは相当ハードルが高いのではないかと思った。また研修費、移動費とは別に 15～30 万出してくださいとなると、

目的に復興関係を見るということがあれば一致するが、企業の研修はたぶんそうではないので、なかなか難しいと感じている。

・仙台にもいろいろな企業グループがあり、支店長の繋がりというのは確かにある。宮城で仕事をさせていただいているという感情を皆さんお持ちなので、１社 15,000 円から 20,000 円程度で「復興後の関係人口を増やしたり観光消費のために、今年は試行だが、協力してもらえないだろうか？」というふうに民間企業へアプローチすることは考えられる。どうやってそこにアクセスするかとなるとハードルはあるが、企業グループごとに緩やかな横連携は必ずある。そういう緩やかな連携をしているグループがあるかどうかを周囲にお聞きして、「ご協力いただきたいが、いかがか」と提案することは可能かなと思う。

・論点である「更なるリストアップは可能か」という点について、政府や自治体では MICE 誘致に取り組んでいるため、そういったところと協力してリストアップしていくのも考えの一つ。ただし、今年度の取組でそこまで手を広げるというのは難しいとは思うので、今後のノウハウを残すときにそういった考えが盛り込めればよいと思う。費用のことを考えると、復興の目的で来ていないと厳しいという話はその通りだと思う。漠然と MICE と言ってもどういう MICE を対象にやっていくのかということ、復興に関係する目的で集まったのかそれとも復興とは全く関係ない目的で集まったのかというをことを考慮に入れつつ、今年は試行錯誤しながらもう少し整理していってもいいのかなと思った。

・一般の学生が単体で旅行するのに１万円は高くても、サークルや研究室の合宿となると話は別だと思う。そこにアクセスするために大学生協にアプローチすることは１つあるのかなと思った。

・企業研修は難しいという話もあったが、被災地の支店長クラスの人が災害のときにどう行動したかということは、次なる防災に向けての伝承活動の最たるものだ。自分が仮に企業の研修を組むとしたら、１つの支店を任されている店長が被災のときにどう動いたかという話はぜひ聞きたい。そういうものが作れれば企業研修は大いにあるのではないかと思う。仕組み方によっては、企業研修で集めた人たちのニーズに合うようなものもできるのではないかと思った。今回のエクスカーションプログラムでやるかどうかは難しい問題だが、その観点はあってもいいのかなと思う。

・仙台市が中心になって MICE の誘致をしており、SenTIA が核になっている。宮城・仙台に来るとどういう利点があってどういうウリがあるのかという部分について、１つのインセンティブにはなるだろうと思う。働きかけは県の観光部門からになると思うので、そこは我々と観光部門とで連携を取りながらということになる。エクスカーションプログラム付きの MICE をやる場合には必ず旅行会社が窓口になるので、攻め方としてどちらがいいかということだ。

・Ｇ７のエクスカーションのコースについて、閣僚等が参加したコース以外のコースには声掛けがなかった。将来的にはエクスカーション付きが当たり前という状態まで育て上げなければいけないのだろうと思う。仙台・宮城の強みとして被災地における防災・減災について学べるものがあって、「会議に来たついでに行きましょう」となる。それが将来の理想形だろう。そのためのコンテンツの磨き上げを今からしっかりとやっていかなればいけないということだと思う。

（２）エクスカーションプログラムの行程案について

事務局が示したプログラム案について、「宮城らしさ、仙台らしさ」を加味したコースとするべき、スポット間の移動について更に効率になるよう検討するべき、個人旅行では体験できない特別なコンテンツを１つは組み入れることといった、ブラッシュアップに繋がる様々な意見が得られた。こうした意見を踏まえて、更に行程案の検討を行っていくこととした。

（主な意見）

・震災はもちろんいいコンテンツだが、宮城・仙台の魅力はそれ以外にもあり、例えば東南アジアでは雪に魅力を感じている人が多いのが現状だったので、そうしたコンテンツを入れたりはしないのかなと思った。

・バス旅行の前提で検討されているようだが、バス旅行だと少し集めにくいのかなと個人的には思う。宮城県に来たら震災について知っておきたいとか１ヵ所ぐらいは（震災遺構や伝承施設に）行っておきたいという気持ちがあると思うが、かといってバスに相当の費用を負担して乗るかというとなかなか難しいのではないか。自由に動かせるけれども、いくつかの施設や遺構を回りたくなるような仕組みや仕掛けなどを考えてはどうかと思う。スタンプラリーのようにアプリで登録して何ヵ所か回ると割引になるとか、何かいいことがあるとか、そういうものがあってもいいのではないかと思った。

・確かに震災があったところと復興したところというストーリーはあるが、せっかく仙台に来ていただいたのだから、併せて仙台らしさというか仙台の魅力も途中途中で入れていかないと、それが仙台のものなのか、単なる被災地なのか？ということになってしまう。震災の後に下水が詰まらなかったのは四ツ谷用水のことをわかった上で作った街並みがあったからだとか、仙台の最大のコンテンツといえば伊達政宗という名前もあるので、そういったことも何かしらリンクさせていくことによって、来られる方の捕まえ方が見えて来るのかなと思った。必ずしも「どこに行け」という話でなくてもいいが、そういうところがあると深みや面白みが出るのかなと思う。

・細かいことになるが団体旅行を前提にお話しすると、例えば語り部コース①は荒浜小学校に行って牛タンを食べて閖上に行って、また水族館に行くという行ったり来たりになっている。松島離宮についても、水族館から離宮に行って荒浜小学校に戻ってくるという行ったり来たりだ。例えば離宮に行ったらそこから東松島に抜けるとか、もっと効率的なコースがいろいろあるのではないか。そこはストーリーの関係もあるので専門家にお任せするが、ちょっと行ったり来たりがあるなと思った。

・考え方としてMICEが終わって１泊してもらって朝からスタートするバージョンや、午前中にMICEが終わって夕方の新幹線で帰るまでの間を上手く使うなど、いろいろなパターンがあると思う。そこは、我々は１泊した後の翌日を使うという意志表示をしっかりした方がいいと思う。

・「宮城らしさ、仙台らしさ」という意見については、回るところで宮城らしさ、仙台らしさを提供できる部分は結構あると思う。例えば閖上では笹かまぼこの炭火焼体験などをやっているので、そういったものを入れていくことで、宮城らしさを提供できるのではないかと思う。

・内容はもう少しブラッシュアップした方がいいと思う。特に、個人で行けるところだけのコースだと、なかなか商品として買っていただけないと思う。「このコースに入れば特別なところに行ける、これは個人では行けないよね」というところがあることが重要だ。語り部コースは語り部と接することができるので重要だし、東北大の先生の出前授業は普段はお金を出してもなかなか聞けないが、それぞれ１つのコースにしか入っていない。一般でお金を出せば行けるもの以外のコンテンツを必ず１つコースに入れ込むことが重要なのではないかと感じた。

・特別なことを入れるという要素は強いと思う。エクスカーションプログラムとはいえ、旅行商品と考えると面白さはまず大事で、プラス特別さだ。特別さの中で震災の色をしっかり出していくという方向性にしてもいいのかなと思う。視察のときはそもそも震災のことを見るという頭だったのでよかったが、一般の方にはそれは通用しない。「面白いけれど、震災のことも目的にあるんだな」と見てわかるような打ち出し方や作り込みは、大いにやるべきではないかと思った。

・コースはいいかもしれないが、打ち出し方としては、例えば「うみの杜水族館でも、震災のことが聞けますよ」という、まずは旅行としての面白さを出すような打ち出し方にしてもいいのかもしれない。先ほどの意見のように、それぞれのところでももっと面白さを出せると思う。キリンビール

で被災したことを語るとか、水族館で通常行われていないガイドをするなど、そういう接し方でもいい。それだけでも「おっ」と思う人はいるのではないかと思う。基本はそれぞれのコースでもいいと思うが、もっと面白さを出していけるといい。
・語り部コース①は、伊達の牛タン本舗もいいが、震災復興との関係をより直接的に語れる JR フルーツパーク仙台あらはまも望ましい。荒浜小学校から近いし、年中何かしらやっており、果物狩りや野菜の主格体験などのコンテンツもあるのでお勧めだ。

（３）実践の場の企画案等について

大阪・関西万博への来訪者を対象として東北に人を呼び込むためには、インバウンド、かつ個人旅行の形態の方へのアプローチを検討する必要があるという意見が得られた。この際、Instagram 等の SNS を活用するなど「映えるスポット」を来場者に与える工夫が必要という意見、また、旅前の情報提供はもちろんだが、旅中で「万博の次にどこ行こうか」という情報提供が重要になってくるといった意見が得られた。東北まで足を運んでもらえるような魅力のあるプログラムを効果的に来場者に情報発信することにつながるよう、実践の場の企画案について引き続き検討を進めることとした。

（主な意見）
・大阪・関西万博からの誘致と考えた場合には、ターゲットはインバウンドだと思う。予想される来場者の内訳が欧米系の方なのかアジア系の方なのかによって、見せ方は変わるだろうと思っているが、おそらく震災や復興にそれほど興味がある方々が来るわけではないと思う。震災から復興した魅力がある場所を上手く発信して、行ってみたいなと思ってもらう、「ばえるスポット」みたいなものも重要だ。
・万博を狙った場合、おそらく個人で入ってくるので、エクスカーションに団体で連れてくるのは難しいだろう。万博から東北に来てもらうためには、インバウンドの個人旅行客にどう対応するかが１つの論点になってくると思う。個人旅行客へのアプローチは非常に難しいが、SNS でバズらせるのが今はインバウンドに一番効果的だと言われている。観光業界にとっては難しいところだが、万博に関してはインバウンドを頭の中に入れてやっていかなければいけないだろう。
・立ち返って「宮城県の魅力って何なんだろう」と思うと、やはり震災について学んでいただきたいとは思うものの、それをメインコンテンツにすると対象が相当限られてしまう感じがする。
・キャッチーなのは、やはりアニメが１つのコンテンツになってくるのかなと思う。それを見せることによって「なんだろう」と寄せるという話になってしまうのかなと思う。
・万博をターゲットにするなら個人旅行のインバウンドだ。論点３の「来訪者に魅力があると受け止められるようなプログラムの造成」というところをもう少し明確に考えた方がいいのかなと思う。「万博の来訪者」といったときに、誰なのか、そこにアピールできるのはどういう媒体でどういうコンテンツなのか。万博が目的で来るのであれば、そこを考えておかないといけない。
・予め用意されたプログラムに加えて、関心を持った人・もの・こと・食などを自由に組み合わせて回るためのインビテーションカードも作成したい。ある程度ターゲットが絞れて規模も計算できるエクスカーションプログラムとアラカルトメニューの両方が必要だと思う。
・海外から来る人たちには、万博の次にどこに行くか決めていないという人たちもいる。だから大阪に来て東北に来る可能性もある。旅前の情報提供はもちろんだが、旅中（なか）で「万博の次にどこ行こうか」という情報提供が重要になってくると思う。万博が終わって次にどこに行こうというときにスマホを見て、「ここがいいな」と東北が出てくるようにしていかないといけない。人で惹きつけて、「この人に会いに行こう」でもいいと思う。

4　閉会

今年度に予定しているエクスカーションプログラムの試行や実践の場でのプログラム内容について、関係者間で闊達な議論が行われた。議論内容を十分に踏まえて、引き続き副代表団体とも相談しながら、事務局において実現に向けた検討を進めていくこととした。

第２回の協議会は８月 21 日の週をめどに開催することとし、最終的な日程調整については追って事務局より連絡することとした。

（終了）