

東北地方交通審議会第2回観光戦略部会議事概要

日 時：平成15年9月8日（月）14:00～16:00

場 所：ホテルメトロポリタン仙台 曙・西

出席者：恩地部会長、清水部会長代行、青木臨時委員、野崎臨時委員、遠藤芳雄専門委員、佐藤潤専門委員、志賀専門委員、津嶋専門委員、中谷専門委員、山川専門委員、竹森専門委員（代理：青森県藤岡文化観光推進課副参事）、小原専門委員（代理：岩手県田中観光課長）、遠藤正明専門委員（代理：宮城県小野寺観光課観光振興専門監）、野村専門委員（代理：山形県正木観光振興課長）、丹野専門委員（代理：福島県鈴木観光グループ参事）、佐藤正一郎専門委員（代理：仙台市黒田商工部参事）
大野東北運輸局次長、長濱企画振興部長、小森交通・観光計画調整官、田鎖交通・観光計画調整官、三澤観光振興課長、江原企画課長

次 第

1．開 会

2．東北運輸局次長挨拶

3．審 議

議題 「観光戦略部会中間報告素案について」

（1）事務局素案説明

（2）質疑、意見交換

（3）その他

4．閉 会

1．開 会

事務局（江原企画課長） ただいまより東北地方交通審議会第2回観光戦略部会を開催させていただきます。

部会長に議事進行をお願い申し上げるまでの間、私が進行役を務めさせていただきますので、よろしく願いいたします。

本日は、ご多忙の中にもかかわらず、ご出席をいただき大変ありがとうございます

ます。

なお、東北運輸局長の久米でございますが、東京での急な会議がございまして本日の部会を欠席させていただいております。申し訳ございませんが、ご了承願います。

それでは、本日の部会では、緊急に実施すべき観光振興方策を中心として今年中に取りまとめる予定としております中間報告につきまして、事務局から素案をご説明させていただき、皆様のご審議をいただきたいと思っております。

続きまして、本日出席の委員の皆様をご紹介させていただきたいと思っておりますが、時間の関係もございまして、前回ご欠席をされた委員のみご紹介をいたします。

野崎委員でございます。

野崎委員 野崎でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

事務局（江原企画課長） なお、秋田県の吉野委員は、ご都合によりご欠席というご連絡をいただいております。

続きまして、第1回部会の後に東北運輸局の人事異動がございました。新しい幹部をご紹介したいと思います。

上田の後任で東北運輸局次長に就任いたしました大野でございます。

大野東北運輸局次長 大野でございます。よろしくお願いいたします。

事務局（江原企画課長） 続きまして、遠藤の後任で企画振興部長に就任いたしました長濱でございます。

長濱企画振興部長 長濱でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

2．東北運輸局次長あいさつ

事務局（江原企画課長） それでは、本部会の開催に当たりまして、東北運輸局次長より一言ごあいさつを申し上げます。

大野東北運輸局次長 ただいまご紹介いただきましたように、7月に参りました大野でございます。よろしくお願いいたします。

私は、もともと観光行政というのは、運輸省に長い間おり、国土交通省になりましたからも力を入れている好きな分野でございます。参りましてからすぐにこういう仕事をさせていただきまして大変光栄に思っておりますし、少しでも東北

地方の経済活性化のために頑張っていきたいと思っております。

早速、私ごとですが、夏休みに羽田から旭川に飛びまして北海道を何日か回ってまいりました。1泊目に、旭川空港から40分ぐらいのところにある美瑛という丘の町に泊まりましたが、旭川空港に着きましたら大変びっくりいたしました。それは、台湾のエバー航空の飛行機が着いていたのです。直行便、定期便があるわけではございませんのでチャーター便だと思いますが。そして、小さいロビーに中国からの旅行者の方々があふれていた。美瑛に参りまして、丘のあたりを見物しておりましたら、観光バスが止まりまして中国の方が大勢降りてそのあたりを見ておられる。要するに、東北運輸局でこういう仕事をやればいいんだなと、そのときに思った次第です。

本日は、中間報告案のご審議をお願いするということになっておりますけれども、位置付けを明確化させていただきたいと思っております。

と申しますのは、後ほど事務局がご説明いたします案は、いろいろもってもらい書いてございます。一生懸命我々が勉強した成果ではございますが、まだまだとても完成形ではございません。ただ、中間報告ということですから、まず東北地方の観光をめぐる現状というものはここでしっかり固めてしまいたい。そして、これについて総合的な戦略を練っていくという方針をぜひオーソライズいただければと思います。その総合的な戦略の中身というものは、一定の方向性を書くにしても、まさに最終答申までにこれはご議論をお願いする話であろうと思っています。

それから、これは役所側の都合になるわけですが、私ども運輸局あるいは国土交通省として取り組むべき話も含め、あるいはそれを中心にして緊急に取り組むべき対策ということで、ぜひこれを書かせていただきたい。こういう位置づけでございます。

したがって、中間報告には実際残らないかもしれない部分も含めまして、ご議論の種になるかと思い、最大限さまざまな数字を集めてまいりました。これも後ほど事務局からご説明いたしますけれども、そういったところで東北地方の観光をめぐる現状をまず客観的にとらえて、そしてご議論をいただければと思います。

よろしく願いいたします。

事務局（江原企画課長） ありがとうございます。

先ほど事務局の方から舌足らずな面がございましたところを次長に補足いただきました。まさに本日事務局の方で準備をさせていただきました素案は事務局の素案でございます。この内容について非常に充実したものになるようにさまざまなご意見を頂戴したいと思っております。

3. 審 議

議題 「観光戦略部会中間報告素案について」

（1）事務局素案説明

事務局（江原企画課長） それでは、これからの進行につきましては、恩地部長にお願いをいたします。

恩地部会長 よろしくをお願いいたします。

次長の今お話しにもあったように、今日の目的は、東北の観光を取り巻く環境とその現況について一つの念押しをしたいということでございます。お立場から皆様もきっとお一方お一方ご意見があると思しますので、ぜひそれをこの報告の後にご提示をいただければ事務局としてまとめる範囲が非常に広がるかと存じます。

それと、もう一つ緊急に取りまとめなければならない。これはもう委員の方々お一方お一方が緊急に今一番必要と思われるものというものをご念頭に置きまして、ご審議をいただければと、こういうふう存じております。よろしくをお願いいたします。

それでは、審議に入らせていただきます。

議題の「観光戦略部会中間報告素案について」、まず事務局からご説明をお願いいたします。

事務局（江原企画課長） それでは、事務局の方で準備をさせていただきました中間報告の事務局の素案についてご説明をさせていただきます。

お手元にお配りいたしました資料2が中間報告の事務局の素案でございます。

また、資料3といたしまして、この中間報告、特に現状分析に関する箇所に関連するデータを取りまとめた資料集を添付してございます。この二つを用いながらご説明をさせていただきたいと思っております。

(資料2、資料3により説明)

事務局の方で作成したしました素案といたしましては以上のとおりでございます。

(2) 質疑、意見交換

恩地部会長 ありがとうございます。

繰り返しになりますが、皆様のご意見といたしますか、お立場の中でいろいろと取り上げていただければよろしいと思います。ただ皆さんもきっとご同意いただけたらと思うんですが、このデータ集はなかなか国土交通省にいただいたデータとしては随分思い切ったデータをおつくりになったと思う。「行ってみたいスキー場」なんていうのもお出しになるというのはなかなか私は立派なことだと思うし、今後これは大変皆様お立場お立場で、部分部分でご活用いただけるものではないかと思ひまして敬意を表したいと存じます。

それでは、僭越でございますが、ご指名をさせていただきながら皆様のご意見をちょうだいしたいと思ひますが、まず1回目にご出席をいただけませんでした野崎委員の方からお話をいただきたいと思ひます。私も先ほどの次長のお話ではございませんが、この夏は結構歩きましたというかバスに乗りました。大曲、西馬内、きわめつけは「おわら風の盆」まで行ってまいりました。昼間行ってそれを見て、夜行で帰ってきて朝5時。60のおじさんがやることではありませんでしたが、大変いろいろ勉強になりました。これはまた回を改めて報告書でというか論文をつくりたいと思っておりますが、そういうことでバスで非常にいろいろと思ひがありましたこの夏でございましたので、それも含めて野崎委員からご見解をいただければと存じます。

野崎委員 大変事務局がわかりやすくおまとめになったと思ひます。しかしながら、これは現在を見ていきますと、なかなか理想論的なところがあります。一番大切なのは、如何に連携が東北6県でとれるかだと思ひます。特に、各市町村に視点を移しますと、もう各市町村もまちまちです。そういう面では、夏の東北三大祭りとかこういう一つの流れをつくり始めたところはよろしいのですが、それ以外の問題についてはどうもてんでんばらばらということですので、やはりこれをどのような組織体でまとめていくかというのが一番のテーマではないかと思ひ

ます。

それぞれ売り込むに当たっても、海外の場合については、例えば日本を訪れる外国人旅行客は全世界で35位。本当にそういう面では低い国です。そういう現状のときに海外ではどのようにしたらいいかというテーマ、それから、やはり東北ということ自体で考えていった場合には、どのような方向に、どのように持っていくべきかという戦略的なものをまず立てていかなければならない。ただキャンペーンをやっていけばいいんだということだと、単に広告代理店と旅行エージェントだけがその恩恵に浴するだけということになり、結局毎年毎年の繰り返して、何か年月がたっても効果がないということになってしまうのではないかと思います。ですから、私は連携をとることと、それからあくまでも戦略的なもの、それは年度別に、例えば5カ年計画でクライマックスを迎えるとかそういう長期戦略の側に立った形でぜひ検討する組織体をつくるべきだと、このように思います。

どちらにしろ、改めて観光のあり方というのが、やはり経済効果に大変プラスであるということについてはわかってきたわけですから、ただ単に画一的ではなく、その地域の特徴をうまく引き出すようなそういう戦略をぜひお考えいただければ幸いです。以上、感じた面でございます。

恩地部会長 おっしゃるとおりでございます。野崎委員、1回目のときもこれは2年、3年と、最終的には4年先までというような長期的な視点を持ってやるというお考えがございましたものですから、今のご指摘を何とか反映していくような形もできるのではないかと私も期待しております。ありがとうございました。

お隣の遠藤委員も東経連として今の野崎委員ご指摘の海外からの誘客に相当ご尽力されており、この前は海外の記者を招いて北東北を回られたり、今度は台湾へミッションを派遣されたりと大変ご活動のようでございます。そういう相乗効果が先ほどのご指摘にプラスになってくるのではないかと考えます。そのあたりでいかがでございますでしょうか。

遠藤芳雄委員 9月15日から東北広域観光推進協議会が東北運輸局のご指導を得ながら台湾と香港に誘客のプロモーション活動を行います。そういったものも本当に連携が大切であります。また、先日は、航空会社やエージェントのご協

力を得て、関西の方からの誘客のために商品化してもらおうと関係者に多数来てもらい、実際に東北各地を見てもらうとともに、いろいろと打ち合わせを行っています。こういうことを行うにしてもやはり連携というものが物すごく大切だと思っています。各県の枠を越えて行っていかなければ今後は失敗するのではないかなというような感じがしますので、ぜひ6県が連携して行っていきたいと思っています。

それから、この報告書を見ていて感じますことは、産業としての観光の構造改革というものがもう少し必要ではないかということです。例えば、旅館・ホテルばかりでなく、すべての観光産業について、観光客を意識した経営というものがこれからはもっと必要になってくるのではないかと考えています。これまではどちらかというと団体旅行者を中心とした経営だったわけですので、エージェントに任せておけばよかったわけです。これからはますます個人や家族など少人数での旅行者が多くなるし、価値観も多様化してくる。このような観点から、もっともっと観光客を意識した経営というものを行っていく必要があるのではないかと考えています。それから、商習慣も是正していく必要があるのではないかと考えています。例えば、旅館に泊まれば夕食と朝食は必ず付くというのではなくて、夕食は場合によっては外で食べてもらうなどといった商習慣の見直しを行っていく必要があると思います。さらに、観光は観光事業者だけでなく町全体とか地域全体で観光に対する意識改革とか、それから進めて観光客を温かく歓迎する機運というものを地域全体、町全体としてつくっていくという意味の構造改革といいますが、意識改革といいますが、そういったものが大切になるのではないかと考えています。

また、観光産業の担い手としての人材育成といったものも考えていく必要があると思います。それぞれの旅館とか、バス会社、JRだけに任せるのではなくて、もう少し全体を見通せる人材の育成というものが必要になってくるのではないかと考えています。

恩地部会長 ありがとうございます。

広域のといいますが、東北地方の連携ということにつきましては、後ほど各県の代表の方にご見解がいただけるかと思っています。たまたまといいますが、次に佐藤委員にお話をいただくわけですが、いわゆる観光産業の構造改革という点にも

ついてもご意見を頂ければと思います。ただ本当のところは、今もう旅館業界は大変ですよ。今度東京での大キャンペーンを宮城県で行うようですし、この前の第1回のときは第1回目の地震で、あの1回目の部会の後にもう1回また来ましたというような状況もこの夏には宮城県を襲ったわけです。そういうご苦労の中でご対処をされました佐藤委員にお願いをいたします。

佐藤委員 地震については、風評被害が大変多ございまして、全然関係のない温泉地まで1軒で何千人という大きなキャンセルが出ているというのが現状です。やはりこういうときにどうやって手を打つべきかということも大変学ばせていただきました。地震が起きた後に行政の皆様がある都市にキャラバンに行っても、そんなに大きな効果は出ないのではないかなと思います。やはりそういうときに地震の起きた行政が大きな、何千万円かかるかわかりませんが、そういうお金を使って全国紙の新聞にこういうところは大丈夫ですというような公の告知をしていただかないと大変大きな被害が出るということを今回経験したわけでございます。

地震のお話はそれだけにさせていただいて、先月8月の末でございましたが、東京で自由民主党政務調査会の3人の先生方から、観光立国を目指してという提言をおつくりになった小委員会や交通部会の先生方の報告を聞く会がございました。そちらで伺ってまいりまして、本当に始まったなということに意を強くして帰ってまいりました。

私は東北地方がこれから海外のお客様を迎えるに当たっても、また国内のお客様を受け入れるに当たっても交通機関、いわゆるJRだけではなく空の便が重要だと思います。いつも九州と比較してしまいましたが、九州の場合、どうして福岡があんなに大きなハブ空港になったのかと。それに比べて私どもの東北の空港の場合は、あのような形になっていないということが非常に残念ですし、海外に私どもが観光のキャラバンで参りましても、やはりその辺が非常に大きなネックになって戻ってまいります。これは東北6県の中で大きな力を持つ県がみんな広域的なところで力を結んで、そして牽引するところが必要だと思います。九州の場合は福岡県が大きな牽引をしていたからあのような形になってきたのかなと思っております。今遠藤委員のお話しにありましたけれども、そういう広域という点が、これから東北に課せられた一番の課題ではないかなと思います。

もう一つは、私どもの所管の監督官庁が国土交通省だけではなくて、ある旅館の大きさによっては経産省とかというように監督官庁が全然別個だということが非常に困っていることです。今こういう時代になりましたら、やはり何と申しましても今の構造改革ではございませぬけれども、あっちに行ってはまた別な省庁、こっちはこの省庁ということになると非常に一つのこともまとまらないということも大変多く出てきておりますので、ぜひ省庁を一つにさせていただきたいということがお願ひです。

そして、いろいろなところに出させていただきますと、観光に関する会議がいろいろございませぬが、観光の会議というのは、タクシー会社や飲食店など、大変その職種が非常に広うございませぬ。本当に観光をどうしなければならないかという根源に関するところを話し合うにはどうしてもくくりが広いというんでしょうか、広過ぎてなかなか話がまとまらないというのが現状でございませぬ。そのため、ぜひ観光に関する会議を、ちょっとくくりを小さくして討議できるような場をぜひつくっていただきたいと思っております。以上です。

恩地部会長 ありがとうございます。

折も折、9月1日から中国がノービザ対応になりまして、山川委員からもお話があるかもしれませんが、そこへ例のSARSの取り返しということが問題に出てきているわけでございませぬ。同じような場合に、こういう厳しい環境の中で商品力のあると我々は思いますこの東北がどのように、特に宮城県がどういうふうに取り返していけるかということは、ある意味で本当に努力をし、かついい勉強になるところではないかと思ひます。今の佐藤委員のご指摘はそういうことを思いながら聞かせていただきました。

志賀委員 お願いいたします。

志賀委員 本日いただいたペーパーについて感じたところを述べさせていただきます。

提案されている内容について問題点を整理し、現状はどうなっているのか等を見極めた上で、プラス面、いいところを生かす発想での具体化が欠かせませぬ。その際メリハリをつけることと、スピードが肝心です。

今、東北に置かれている状況は、なかなかいい話が少なく悩ましいものがあります。それだけに、今こそ観光の力をもっと発揮すべく重点的に対応していく必

要があると思います。観光はイメージが大切な分野ですので、どんな時代の波にも左右されないしっかりとした東北全体のイメージを構築し発信していかなければなりません。

私たちは、日常的に「東北」を意識し、名乗って生活しています。さて、それではどれくらい「東北」を皆が共有し、自信を持って伝えているかとなると、今一つのような気がします。却って人前で「東北」と名乗らない方がいいのではないかという発想もあるような気がしてしまいます。やはり、一県単位、一市町村単位ではなく、「東北」の良さに着目し、増幅させしっかりと伝えていく状態を作り出さなければ、「東北」というエリアとしての観光の広がりにはつながらない。

それから温泉についてですが、東北にとって貴重な資源であり、財産であると思います。ただ、いくら泉質が良く、湯量が豊富だからといって、それだけで評価されるということではないと思う。温泉の歴史、文化、取り巻く環境、サービス、食事、街並み、人の存在などが一体となって評価の対象となるのであり、そういう意味では、地域づくりと温泉の存在がどのように寄り合っているかが問われるのではないかと思います。

最後に、どちらかというところまで主流であり、意識して追いかけてきた西日本をはじめとする先進地と呼ばれる地域の観光の方向性とは別の、新しいサイズに基づいた観光の有り様を打ち出す必要に迫られているのではないのでしょうか。
恩地部会長 ありがとうございます。

今までのシナリオといいますか、書かれたことに対しての反語ではございませんが、ある意味でのご検討をいただくこと。もうこれでいいのかと。温泉市場でいいのかというあたりはぜひ後でとらえていただきたいと思います。

津島委員、いかがでございましょうか。

津島委員 まず一つは、一番やるべきことは「ビジット・ジャパン」という言い方で、海外から日本への誘客を進めているとありますが、東北では、「ビジット・東北」ということではっきり打ち出すべきではないかと思います。

というのは、広域観光とか広域連携だとか、それぞれの地域がもっと連携していかなければならないということはよく言うのですけれども、それを何をもってやるかということが大変必要なのではないかと考えています。私は今簡単に「ビ

ジット・東北」とひっかけて言ってしまっただけなのですが、そういうものが大変必要なのだと思うのです。今回はそういう意味では、運輸局がこういうことをやっていただくというのは非常に効果的です。東経連やいろいろなところでもやっているものがありますから、それを引っ張っていくためにも「東北」というものを一つまとめる方向性、今「ビジット・東北」と言っているのですが、そういうものをぜひひとつ考えて、きちっと打ち出して欲しいなという感じがいたします。

それから、これを入れていいのかなのかちょっとわからないのですが、都市の観光ということについて触れられていないのではないかと思います。ここが一番わかりやすいので、宮城県を例にしますが、秋保に来て、秋保からすぐ別なところに行くという、恐らく最近の観光客はそういう傾向があるのだと思います。そのとき、例えば仙台を経由するということがあるわけです。都市という魅力が一つ加わっていいのではないかと思います。そこが一つ、都市観光というものにどれだけ触れる必要があるかということをおもいました。

また、確かに観光はこれからの産業的なものとしては重要です。裾野も広いことはよくわかります。そのとおりだと思います。しかし、どうも観光というのを、例えばこの資料にもあるように、山形の銀山だとかいろいろ今お客さんを盛んに呼んでいるところがあります。これは何で銀山がこれだけのことになったのかという時間的な経緯を考えてみますと、一番は「おしん」、やっぱりテレビだと思うのですが、もう一つ逆さまに考えてみますと、銀山がそれだけ守ってきたのではないのでしょうか。変わりようがなかったのかもわかりません。それが今は、逆にお客さんが行って非常にいい観光地だと、いい温泉地だというふうに変ってしまったということなのではないかと思うんです。

申し上げたいのは、恐らく各県でもこの観光問題については非常に熱心に開発と育成をしていると思いますが、どうも今都市観光のこともちょっと触れましたけれども、同様にその各県で持っている埋もれた、今我々地元にはわからないという感じの、わからないというよりも観光地なのかどうかと思って見過ごしてしまっているようなところを発掘することに対しての提案があってもいいのではないかと思います。これは時間が経つに従って、そういう育て方をしないと、今エージェントがいろいろな商品化を図っているのは、既存の皆さんが来てくれそ

うな有名なところをどんだんやりやります。これはこれでいいと思います。これは当然それが地域として引っ張っていくことなのですが、それとは別個にひとつ各県なりで、あるいは市でも、町でもいいと思いますが、埋もれていて「これを」というものを育てていく、あるいは守っていく。お客さんが来ないからもうそういうものはどんだん廃れていく時代ですから、はっと気がついたらあとは何もなかったというような感じにならないような、そこが私はかなり重要なのではないかなという感じがいたします。

もう一つ、余計なことですが、昨日ですか、SMA Pが仙台に来たのは。あれはもうファンの集まりだそうですから、大阪から何からみんな来たようですが、5万3,000人観客が来たそうです。びっくりしたのは、場所が場所だけに、交通の便で言って仙台というのは大したことはない土地ではないかというふうに帰った人たち、そう見られた評価というのですか、かなりあったそうです。ですから、なかなか難しい問題ですけれども、もう既にここで触れられているように、2次交通というのは物すごく大事だなと思いました。

それから、つい先週ですが、東北・北海道の商工会議所の会頭さん方が集まりました。1日観光をディスカッションしたのですが、行ったのは秋保です。大滝を下までおりて大変喜ばれたと。もう一つは、仙台市の方もおられるので余り明確に言うと怒られるかもわかりませんが、本当は秋保の工芸の里を見てもらいたかったのですが、開いているところはなさそうだからやめたということになったそうです。通り過ぎるだけでやめてしまったと。温泉で少しお茶をごちそうになってお菓子を出してもらって、そこまでは通常なのですが、最後に私もちょっと1時間ほど時間があつたら南鍛冶町というのがあるからそこに寄ってみたらということで話しました。しかし、わずか14名だったのですが、団体客は受けないと断られました。そんなこと言わないで北海道から来た方々だからPRのためにもよく説明してくださいよと言ったら、特別だよということで快く引き受けて頂き、みなさん物すごく関心して帰ったそうです。

やはり観光というのは、今はパッケージ化されたような、あるいは非常に名の通ったところの意識だけで、どうもその地域でぜひ知ってもらいたい、売り込みたいという部分をなかなか使えていない部分があると思うのです。先ほど申し上

げたのはそういうこととつなげてほしいなということです。

恩地部会長 「ビジット・ジャパン」、これは今のところは海外からのということにはなっておりますけれども、今の津島委員のご指摘のように「ビジット・東北」となれば国内観光についても対応ができるのではないか。これが35億円の予算の中にあるのかどうかは別にいたしまして、大変示唆に富んだご指摘と思いますし、その後いろいろなご指摘になったこともまた組み込みたいと存じております。

では、中谷委員、お願いいたします。特に、今年は東北が航空客の入り込みが、特に外人客の入り込みが減ったというのは、便数が減ったということが原因だというような新聞記事もありました。それといわゆる遠距離からの、西日本からの観光客の来客について、そのあたりも含めてご指摘をいただければと思います。

中谷委員 中谷でございます。よろしくお願いをいたします。

まず、インバウンドの方ですが、全体500万人規模に膨れ上がってきたのですが、実際仙台空港で今将来的にも含めて可能性のある航空会社はアジアナ航空とドラゴン航空。ドラゴン航空は今運休しておりますけれども、正常時というように考えた場合、今アジアナの場合は7対3、3割が外国人旅客、7割が日本人。ですから、対象は3割です。ドラゴン航空、香港からの旅客に関してもほぼ同じ比率です。

ただし、香港、今台湾も一部通じるところもあるのでしょうかけれども、年間4回の大きな流動の中で、年末年始、それから旧正月、1月末から2月、それからイースターの4月というような大きな流れのパターンがあるので、そういう意味ではインバウンドの緊急対策の中で、どこを対象に、どの時期に、海外に対してどういうプロモーションをしていくか。そこに運航航空会社、アジアナとかドラゴン航空とかそういうものをどういうふうに絡めてやっていくかというものが次のステップで当然必要となってくると思います。

これは全般的に言えることですが、より突っ込んだ具体的な対策上の資料が必要であるという意味でこういうものはないのかというご要望を各航空会社の方にいただければ、別に隠す必要もございませんので、具体的にインバウンド対策をしていくというようなものを、ビジット・ジャパンでやっていく中でご活用いた

だけのような資料もご提供できる準備がございます。

それから、もう1点、西日本エリアの問題が出ておりますけれども、あくまでも航空会社としては、確かにこれは需給バランスの問題もあります。今仙台空港発着の国内線の全日空も全部入れました便数シェアで見ますと、全体で札幌線が24%、東北6県で東京線が24%、大阪線が25%、名古屋が12%、福岡が8%、九州、北陸、中・四国、沖縄はもう2%程度の供給量です。これは単純に便数で言っています。機材の大きさ、提供する機数で見た方がいいのですが、話を簡単にするために便数としました。これを見ると、供給量と旅客流動がリンクをしているというこれはもうどうしようもない事実でして、需給バランス、要は需要のないところに路線便数は増えていかないという宿命がどうしてもございます。

そうしますと、先ほどもありましたけれども、違う観点で西日本以西、東海以西をターゲットにして今後の誘致活動等のPRをしていってよいかどうかという一つの問題提起にはなると思います。流動の少ないところを逆に切り捨ててしまって多いところをターゲットとしていくという考え方も一つあります。沖縄みたいに一方通行でこちらから出ていってしまうという路線で沖縄に対してPRしてもしようがないのかなという部分もそういう便数関係でございます。

それから、月別の波動をなくしていく。これは大変結構なことです。まさしく航空会社もこれを悩んでおまして、12月から2月で、具体的な数字でいきますと、平均値を100といたしますと札幌では12月から2月は81しかありません。名古屋では77。ビジネス路線である福岡、大阪でも94、97と100を切っています。ということは、もうビジネス路線の飛んでいるところでも年間平均で100以下であると。特に観光路線、観光型が多い路線に関しましてはまさに12月から2月の間の対策が急務であって平準化をしていこうということは大賛成なので、私どもも全国が一緒にこれに協力して、この平準化、イベントづくり、プロモーション等を検討していきたいと考えております。以上でございます。

恩地部会長 ありがとうございます。

では、それに連動いたしまして、やはり集客あるいは送客両面からこの東北地方を見ていらっしゃるお立場として山川委員にお願いいたします。

山川委員 まず、外客誘致の方からお話を申し上げますと、実は私も今月の16日から、先ほど遠藤委員のお話にございましたような台湾と香港に行ってみます。それぞれの分野で専門家と言われる方々が参加をして、現地のキーマンにお会いをしながら東北をアピールしてきます。しかし、残念ながら単発的に、例えば施設の方は自分の施設を一生懸命アピールします。交通機関の方は交通機関を一生懸命アピールします。どうもこれを体系的に結びつけて東北を一つの商品として、宿泊プラス交通プラス食事、こういったものをカテゴリー別に商品化をする人がだれもないというのが実は悩みでございます。ぜひ東北にインバウンドの専門会社あるいは専門的にやる方を早急に育成していく必要があるだろうと思っております。全国的なそういう会社あるいは専門的におやりになっている方はいっぱいいらっしゃるのですが、やはり先ほど来話が出ております東北を本当に知っていて情報発信をするのとそうでないのとは大きな違いがあるだろうという思います。こういう観点からぜひインバウンドの専門業者なり専門に扱う方が東北にいればなと思っております。

二つ目は、緊急に取り組むべき施策の中にございます。東北6県が一体となった強力なインバウンド・イベントの実施でございます。これについては、ぜひ実施をしていただきたいと思えます。なかなか我々が現地に行きまして説明をし、ビジュアルで表現してもやはりキーマンとなる方に東北を実際に見てもらって、そして体験してもらって、こういうことが一番大事なことだろうと思えますので、ぜひこれは実施に向けて強力に推進をしていただきたいと思えます。

また、国内の関係ですが、一つは熟年だとかあるいは個人化だとかそういったことがキーワードになっているという話でございましたけれども、ぜひ若い方にも目を向けたらいかかかなと思えます。特に、修学旅行であります。最近の修学旅行というのは、昔我々が関西等に行きましてお寺さんを見て帰ってくるような修学旅行と大分変わってきまして、むしろ体験だとか交流だとかこういったことがキーワードに最近の修学旅行はなりつつあります。そういった意味では、東北が持っているものと大変合致をするだろうと思えますし、特に体験・交流といったものについては住民の方々の協力なしには成り立ちませんので、観光の全体の理解あるいは人材育成にも当然つながっていくだろうと思えます。

さらに、東北のロゴあるいはキャッチコピーをぜひつくろうと。これは大変私

も賛成でございまして、旅行エージェントの立場からいきますと、例えば我々旅行会社、いわゆるJATAという組織に属している会社が東北の商品をつくるに当たっては、すべてキャッチコピーあるいはロゴを入れていくというようなご協力もできないことはないと思いますので、そういった観点からもぜひ我々を、余りエージェント・代理店で儲けということだけではなくて社会的に大いに活用していただければなと思っております。以上でございます。

恩地部会長 ありがとうございます。

今のお話を聞いていてふっと思い出したのですが、オーストラリアに日本人観光客が50万人を超えたら日本交通公社がランドをやり始めた。ということは、こちら海外からのアジアのお客さんが50万人を超えるとランドを交通公社がおやりになるかなとちょっと思いましたし、ただ今のお話は確かに一方では地元のバス会社とかそういうところがランドをもう本格的に扱いになるという機運に来ているのではないかと。また、野崎委員にもお願いしてみたいなと思うところでもあります。ありがとうございました。

では、青木委員、お願いいたします。先ほど津島委員からお話のございました都市型観光、特に前にご指摘もありましたコンベンションも含めて言及が足りないのではないかとのご指摘につきまして、もしご意見がありましたらお願いいたします。

青木委員 コンベンションについて言いますと、仙台をコンベンションの街にして、便利になった新幹線で東北各県、エクスカーションに行きましょと、こういうプランを津島さんたちと一緒につくったのは、実は昭和48年でございます。やっとそういう時代が来たのかなと思いますが、考えてみると30年経っているのです。そういう意味では、今回のプランは、スピード、連携、オリジナル、地域づくり、こういう四つを重視して行うということで、まことに時宜を得たものだと思います。

それから、今回のプランを推進するに当たってマーケティングを重視していくということについても大賛成でございます。それは、こちらだけで考えた考えを押しつけてはいけないと思うという意味からでございます。

それで、今の恩地部会長のご質問について言えば、人はいろいろ何を見たいが、第一に何を見たいかというのはもう種類がいろいろあり過ぎるのだと思うの

です。私は外国へ行った場合、一番先に行くのは街の真ん中でございます。街の真ん中を歩いてみる。これが非常に楽しいから、人の表情とか人の動き、それを見るのが楽しいからそういうふういたします。

いわゆる東北の玄関口としての仙台の役割、そういう意味では、僕は買い物だと思っています。この資料の中に、特産品として買い物を挙げていますが、必ずしも特産品に限らないのではないかと考えております。

この資料の中で、外国人の宿泊比率その他の表がございます。これは、実は私どもとはかなり違います。私どもでいいますと、構成比でございますが、北米・ヨーロッパで85%なのです。アジアが4%です。この違いがどこから来るかということになりますと、ビジネス客、商売で移動する人たちの部分だろうと思っています。ですから、観光というものは1本の柱だけではなくてビジネスというもう一つのものがある。飛行機の問題にしても、いわゆる基礎票はビジネスなのだという感じを持っております。

仙台市の姉妹都市でありますダラス、それから去年はサッカーを縁といたしましたローマ等々、これは数年前から交流は続いていますが、こういう方々と話をしますと、一つ感じるのは、こちらの自治体の方々はそういう方々と名刺を交換することに意味があるようにお考えになっているような気がするのですが、向こうから来る人たちは商売の種が生まれないだろうかということ随分求めていらっしゃる気がします。そここのところのギャップ、これが一番の問題だなと。東北地方のように国際化がおくれている地方で県や市が国際化の音頭をとるのはごく当然のことですし必要なことだと思っておりますが、ちょっとレールに乗ってきたら興味のある民の人たちに主導権をとってもらおうとか、その人たち中心に動くようなことを考えるのも有効なのではなからうかと思っております。

恩地部会長 ありがとうございます。

これで業界の代表の方々皆様にお話をいただきまして、先ほど来お話ししました広域協力ということで各県の代表の方にこれからお願いいたしたいと思っておりますが、先般最後に猛烈に急いで失礼なことをいたしました福島県の鈴木参事からまずお話をいただければと思っております。広域のお考えということも、もちろん全体の感想でも結構です。その後で黒田さんをお願いいたしますので、よろしく願います。

丹野委員（代理：鈴木観光グループ参事） 私は、観光グループ参事の鈴木でございます。きょうは部長の代理で参りました。

2点ほど申し上げたいと思うんですが、まず国際観光でございます。

これにつきましては、今回のテーマとちょっと外れるかもしれませんが、これまで国の観光の行政につきましては、例えば要するに外国人が来られたときに歓迎をするといいますか、そういう視点が欠けていたのではないかという気がいたします。そういった意味で、こういった部分を県といいたまうか、地方公共団体ではできない部分でございますので、そういった国を挙げて歓迎をするようなシステムというものをまずお願いしたいと思っております。

具体的にどういうことかといいますと、C I Q、外国に行きますと出入国の担当の方が、特にヨーロッパの方では愛想がいいのですが、何か日本人の方は犯罪者を見るようなといいますか、何かそんな感じもいたします。そういったことです。

あと、今私の方で取り組んでいますが、広域の看板、道路のサイン、観光地のこういったものに日本語プラス外国語の表示をしたいということで、それも市町村単位ではなくて広域の地区をまとめてやりたいということを考えています。そういったものも国の方で進めていただければ大変よろしいのではないかと考えています。

次に、国内の観光についてですが、今まで皆さんからいろいろご意見が出ました。やはり私も常日ごろ感じているのは、これまでですと観光といいますと一部の業界の方だけというようなイメージでとられる方がおられたと思います。しかし、大分そういった考え方が変わってまいりまして、やはり行政が主体的に取り組むといいたまうか、その町に住んでいる方が自分の町をよくするというようなことで、それがひいては観光につながるというふうに大分考え方といいたまうか、ベクトルといいたまうか、変わってきたというふうに思います。やはりそういった考え方に軸足を移して進めていくべきではないかと考えております。

何人かの方からお話が出ましたけれども、そういった場合に大事なものは、そこに住んでいる方というのは地元によさというのはわからないのです。それは、やはりよその人に見てもらおうといいたまうか、よその人の意見を聞くというのが

一つのいい方法だと思います。物事を変えるときに、よそ者、若者、ばか者の意見を聞くというような話をどこかで聞きましたけれども、よその人の意見を聞くというのは非常に大事なことではないかと思います。それは、別に東京とか都会の方や学識者の方の意見を聞くというようなことではなくて、例えば私の県ですと裏磐梯とか猪苗代の近辺にはペンションを運営されている方がおります。こういった方は東京から脱サラで来られた方が多いのです。そういった方は、そこが好きで来ているわけですから、そういった方に例えば委員になってもらって意見を聞くなんていうことで大分地元の方も考え方とか見方というのは変わってくるのではないかと思います。そういったよその人の見方、目線というものを大事にしながら観光地づくりといいましょうか、素材をもう一度見直すということが大事なのではないかと思います。以上でございます。

恩地部会長 ありがとうございます。

では、この前も時間を短くしてしまいました黒田参事、お願いいたします。特に、もしよろしければ、やはり先ほど来議題になっております都市型観光、それに対しての仙台としてのお考えとか。

佐藤正一郎委員（代理：黒田商工部参事） 都市型観光につきましては、今青木委員の方から大変すばらしいお話をいただきました。ちょうど今集客交流産業の基本調査をしておりますので、その中でまとめていきたいと思っております。

ただ、一つありますのは、評価の軸の中で都市品質ということで、住んでいる方の評価、それからおいでになる方の評価は微妙に違いますので、その辺の評価基準をどうやってつくるかということを考えております。

それから、もう一つ、お客様の話ですけれども、おいでいただくお客様の量と質を考えなければならないのかなど。量については、キャンペーンといたしますか、たくさん来ていただくということでいろいろ皆様と一緒にやっていきたいと思っております。質につきましては、自分の地域の生活文化を高められる方とどういうふうにおつき合いしていくか、選んでいただけるか。逆に言うと、こちらの価値観の提示と相手の価値観の提示が一致するかというようなところがあるかと思っております。

それから、今日いろいろお話しいただきましたが、連携のお話が相当出てまいりました。連携をより効果的に進めるために、事業主体といたしますかプレイヤー

をはっきりさせる必要があると思います。何となく6県でやりますということももちろん一般論としては必要ですけれども、例えば先ほどお話ありました修学旅行を受け入れてくる旅館さん、それをやりたいサービス業の方、あるいは外国のお客さんを泊めたい旅館、ホテル、西日本から積極的にお客さんを増やしたいという具体的な事業者の方がやはりプレイヤーなのかなと。プレイヤー同士の連携をお手伝いする、PRをお手伝いするのが行政の役割なのかなと考えております。

その連携する際のお客さんの価値観といいますか、ライフスタイルが一致しているお客さんを選んでいくというのが一番効果的なのかなと思います。そのプレイヤーである企業の意思と努力といいますか、要するに言ってみれば、そのプレイヤーのマーケティング戦略、投資、そういったものなしには成功するのはなかなか難しいのかなと思っております。

さらに、これは一般論ですけども、具体的な東北の商品としていろいろたくさんあると思いますが、一つ湯治場というのが商品にならないものかなと。いろいろ見ましたら、かなり新しい形の湯治場も出ておりますし、体験型、交流型、安くて長く泊まっていただけ。それと文化とか芸術を組み合わせるとかいろいろな形の交流ができるのかなとちょっと思いました。以上でございます。

恩地部会長 ありがとうございます。

では、正木課長、お願いします。

野村委員（代理：正木観光振興課長） 山形の正木でございます。野村部長のかわりに出席させていただきました。

私の方から2点だけ申し上げたいと思います。一つは先ほど事務局案に東北ブランドというお話がございました。やはり東北ブランドをどうやってつくっていくかというのは我々もいろいろ考えているわけですが、例えば私の方の蔵王も入ってやっておりますけれども、「マウント6」というスキー場の連携です。「ベスト・オブ・ザ・クラシック・マウンテン・リゾート」、野沢、蔵王、志賀高原、草津、白馬、それから妙高といったいわゆる全国ブランドあるいは国際的にスキー場としてブランドの高いところが手を結んで、今現実的にキャンペーンをやっております。これは海外向けにもやっています。例えばこういうものを東北6県のスキー場ということであれば、各県ともいろいろなスキー場を抱えています

から、一番メジャーなところを6県1個ずつ出して、やはり東北は本当にスキーリゾートだというようなところをアピールするとかそういう仕掛けが一つ必要かなと思います。

それから、平成元年でしたか、芭蕉の「奥の細道」の300年のイベントがございまして、これは東北6県が一緒に取り組んだものですが、前の台湾総統の李登輝さんも「奥の細道」を歩いてみたいというような発言をされて、実現はしていませんが、我々が考える以上に海外で「奥の細道」というのは知られております。この辺が本当に歩けるような、トレッキングのルートとしても成り立つような街道の整備ということをやっていく必要があるのではないかと考えております。

JRでも「四寺回廊」というキャンペーンを今やられておりますが、中尊寺、毛越寺、瑞巖寺、それから私どもの立石寺、山寺。慈覚大師が開山したという寺ですが、これがちょうどすべて「奥の細道」で芭蕉が回ったとされるお寺が入っています。やはりこういうようなブランドをつくるにはブランドをつくるような仕掛けが必要だろうと考えております。それが1点でございます。

2点目が、きょうは国土交通省の会議ですので、先ほど私どもの温泉地の銀山の事例が出ました。確かに古いものが残っていてちょうど「おしん」、あるいは今でいえば藤ジニーさんとでもいいでしょうか、非常に全国的なブームになっているわけですが、実はあそこに相当公共投資を投入しております。電線の地中化も含めまして東大の堀先生からいろいろご指導いただきまして、古い公衆浴場を撤去しまして足湯をつくったり、石畳をつくったり、あと至るところにベンチをつくって散策を楽しめる。それから、非常に素敵な雰囲気がいい共同浴場をつくって全体でまちづくりをやっているわけですが、これからの公共投資の大きな視点の中で観光というものを公共投資のテーマに掲げたような事業枠をぜひ設定していただきたいということでございます。

ともすると、道路は公共投資でやれるんですが、せっかく温泉街が、それぞれの旅館がまちづくりをしようと思っても、道路は規格だということで画一的な道路整備をされるとやはり雰囲気というものがめちゃくちゃになってしまうわけです。そういう自治体の工夫で今やっているところ、私どももやっているわけですが、そもそもの視点で公共投資の中に観光という視点をあらかじめ取り入れて、

むしろそういう事業を実施する際に事前評価の中で観光関係者も入れたような評価システムを前提として整備していくような発想がこれからもっとも必要になってくると思います。

やはり観光業界は産業として弱いというのは、実は国の助成がほとんど入っていない。各県の単独事業あるいは民間事業でやってきたという経過がございます。ある意味でいうと、もうちょっとパワフルに産業として認知をしていただくためには、やはり国土交通省もソフトの仕組みづくりももちろん必要ですが、それ以上にそういうものをハード的に裏づけするような制度が必要だということをお願いして終わりたいと思います。以上です。

恩地部会長 ありがとうございます。

今お二方のお話と、それから先ほどの佐藤委員のお話、そしてその冒頭にありました野崎委員のお話、この辺はずっと連携して今具体例として出てきたということで、事務局もぜひそれを集大成していただきたいと思っております。

では、宮城県、小野寺専門監、お願いいたします。

遠藤正明委員（代理：小野寺観光課観光振興専門監） 中間報告素案の考え方、それから方向性、まさにこのとおりだと思っております。

一つだけ付け加えさせていただければ、感じたことでございますけれども、外客誘致の致命的な課題として東北の知名度の低さ、それを克服するためには東北6県がまとまってキャンペーン等を展開する必要があるというくだりがありますが、これは、そのとおりだと思います。

ただ、東北6県全体のまとまりももちろん必要ですが、これだけではないと思います。と申しますのは、私は先週、韓国へ山形県と一緒に共同でキャンペーンに行っていました。その際、JNTO、韓国観光公社及びアジアナ航空等を回っているいろいろお話を伺っていました。その時、東北の中で一番韓国の方に知名度の高い土地はどこですかとお伺いしますと、青森だという答えが返ってきました。私は、仙台あるいは宮城と言われることを期待していたのですが、残念ながら青森だったのです。なぜだろうと考ますと、青森は、長いこと地道に県独自で韓国に向けた情報発信の努力をしてきた結果だろうと思っております。今でも青森では、地下鉄の車体広告等を出しているといったこともあって青森の知名度が一番高いというお話を聞いてきました。

このように、6県まとまって行うことも必要ですが、やはり県単独あるいは隣県ろ行うキャンペーンによりお互いに相乗効果を上げるやり方も一つの方法ではないかと思imasるので、その点も若干加えていただきたいと感じております。

恩地部会長　キャンペーンのご成功をお祈り申し上げます。

田中課長、お願いいたします。

小原委員（代理：田中観光課長）　岩手県でございます。

今日のこの中間報告、事務局素案に対する意見ということが中心だと思imasるので、2点ほど申し上げます。

書いていること一つ一つはよいような気もするのですが、全体ですと、私は少し違和感を感じております。どこにその原因があるのかなと思って見ていましたら、先ほど来各委員の方々のさまざまなご意見がございました。多分突き詰めて考えれば相反するご意見もあったと思imas。観光というのは十把一からげではないのですが、一つにくくることは難しいのではないかと思imas。人によっては、ああしてほしい、こうしてほしい、ああすべきだ、こうすべきだ。ところが、対象により、年代により、あるいは地域により様々なご意見があります。受け入れ側も、先ほどもお話しがりましたが、相手方によって対応している、例えば、宿泊施設一つとっても高級旅館、ホテルから、本当にビジネスマン相手、あるいは修学旅行、それから民宿だとかさまざまなタイプがあります。そういう方々を宿泊施設ということで一くくりにしてとらえて、宿泊施設はどうすればいいかということでも答えを出そうとしても多分私は無理だと思imas。地域によっても違うと思imas。

そういうことで、もう一遍私が申し上げたいのは、お話しが出ていましたが、現状は非常に国の方々がまとめたとは思えないような、いわば本当に透明性の高いいろいろな意見を集約したというのはわかります。ただ、だんだん進んでいきますと、やっぱり東北としてまとまって取り組むというのは最後は多分外客誘致なのかなと思imas。そうであれば、何かそこが明確になっていない。多分この資料のスタンスは国内、国外問わず東北地域の観光振興をどう図ったらいいかということだと思imasが、そうだとしても具体の戦略になってくれば、相手によって違うのではないかと思imas。「東北」で売っていくのであれば、少なくとも海外はそれでいいです。国内の場合には関西から西だと思imas。首都圏にお

いての「東北ブランド」、多分これを皆さんで話し合っても、東京に対しては「東北ブランド」というものはもう要らないのではないかと。各県のブランドでいいのではないかとということになると思います。

岩手でも今「岩手ブランド」をつくろうと。これはもう観光だけではなく生産物から、とにかくオール岩手県の「岩手ブランド」を今確立しようという動きもございませう。いろいろなブランドがあります。岩手の単独のブランド、東北全体のブランド、北3県のブランド、何のブランド、やはりこれは相手によって使い分ける必要があるのではないかと。思います。

ですから、言いたいことは、ターゲットを決めて、あるいは複数のターゲットであるならば、それに合わせた戦略を使い分ける必要があるのではないかと。ことです。そして、そういう組み立てをしていけば、逆にいけば現状もそういうところにつながる形で持っていけないといけない。現状は海外、それから国内の場合も首都圏なのか、それ以外の全国ベースなのか。それを一緒にしてしまうというのは、何かそこに座りが悪いというか、違和感を感じています。

それから、もう1点、今まで私どもの先人を含めて官民挙げていろいろな取り組みをしてきたわけです。そのことが全然触れられていない。やはり戦略というときには、今までどうやってきたか。その強さは何だったのか。そして、どういう成果を生んだのか。弱い点はどこだったのか。その分析もやはり必要ではないかと思ひます。観光振興は昨日、今日始まった話でないわけです。重要性は皆さんわかって取り組んでいます。その成果として多分こういう現状のいろいろな数字が出ていると思ひます。ですから、やはり戦略を立てるときは、今何が足りないのか、今までこうやってきたけれどもここが問題だと。場合によっては自己批判も必要だと思ひます。そういったことが何か大きく抜けているのかなと思ひます。

恩地部会長 その積み上げであったとは思ひるのでございませうけれども、ただやはりご指摘の点、十分に加味して、ただ今日ももうそろそろ終わりの時間でございますけれども、よかったと思ひるのは、例えば志賀委員のお話が今の田中課長のお話に関連したり、佐藤委員のお話が黒田参事あるいは正木課長に関連したりということで、大変こだまのような討議が出ていたのではないかと、若干自画自賛でございますが思ひております。

大変お待たせいたしました。藤岡副参事、きょうはもう青森dayでございますので、最後を締めさせていただきます。

竹森委員（代理：藤岡文化観光推進課副参事） 青森県の藤岡と申します。

この報告書、現状のところまでは大変楽しく拝見させていただきました。申し上げたいのは、まず1点がお願いでございます。これから外客誘致ということになると、どうしても地方空港の活用というのが重要になってくるかと思いますが、例えば以前チャーター便を誘致しようとしたときに、いわゆるC I Q体制がうまくいかないということで大変苦労したという経験があると前任者から聞いておりました。例えば東北地方全体でV J Cに呼応してというのであれば、その辺も運輸局さんからもバックアップ等いただければなと思います。

まず一つお願いした上で、今岩手県からもお話がありました。関西以西と国外を一緒くたにして、例えば「東北ブランド」というお話に関しては非常に違和感を感じました。先ほど中谷委員からも東海以西を要はターゲットにするのか、あるいは切り捨てるのかというお話が出ましたが、東北はイメージが弱いにしても北海道よりはブロック間移動が高いという現実、資料にありました。そうすると、イメージだけの問題ではないのかなと思います。あるいは、東北の場合は、関東や北海道からの入り込みが多いのであれば、よいところを伸ばしていくという展開もあるだろうし、弱いところを総体的に引き上げるという手もあるのだろうと思います。その辺の戦略を、野崎委員からもありましたが、きちっとした年次別の計画を立てていかないと、「東北ブランド」をだれに対して発信するのかという部分があいまいになるのではないかと思います。

特に、国外に関していえば、ソウル、韓国は6県のうち4県までが直行便を持っています。こういう場合に「東北ブランド」なのか。あるいは、上海であれば福島と宮城だけです。香港がたしか宮城県だけ。アメリカはどこにもありません。そういった中で、「東北ブランド」として売っていった方がいい地区と、各県でブランド化をして、要は競争していった方がいい地区、これはやはり分けていくべきではないか思います。それは、例えば台湾に対しては最初のうちは宮城と花巻しかチャーター便が来ていないからそこを中心とした活動だとして、その後また台湾からのチャーター便が増えてくれば、また各県のライバル的な競争という、年限が変わるにつれ戦略も変わってくるべきでありますし、現時点で2

010年、あと7年間の少なくとも先行きを見通した計画の中の今やるべきことを確立していくべきではないかと思えます。

恩地部会長 部会長代行清水委員、それではまとめとしてお願いをいたします。

清水委員 県の方の発言で極めて議論が具体的におもしろくなってきたなと思えました。本日の報告書に端的に出ていますが、やはり東北地域内の連携というものが今回の報告書のキーワードだというふうに思います。とりわけ、民間側の委員の方は、これに補強するという形で東北6県一体となったブランドの形成の話だとか、あるいは東北6県一体となったキャンペーンの展開の話だとか、それについてのいろいろな具体的な補強策といえますか、さらに付加したらいいのではないかというご提案があったと思っております。県の方々からはその連携について、一つは6県がどのように連携をするかという意味で、その仕掛けの問題について議論する必要があるのではないかということ。例えば、インバウンドでくくっていくとか、あるいはスキーでくくっていくとか。また、そもそもこの連携自体に違和感を感じるというところもあったと思っております。しかし、最終的に運輸局とまた議論をしながらまとめていかなければいけないと思えますが、私の感想で申し上げますと、一つはやっぱり東北6県の関係者の現状認識をもう少し統一した方がいいのではないかと思えます。岩手県、青森県の違和感の議論もよくわかりますが、前回も申し上げましたとおり、私どものアンケート調査で北東北と南東北を分けてアンケートをとっても首都圏のお客様別では東北一体でしか見ていただけないという結果が出ております。うちはこうだと幾ら頑張っていたとしてもなかなかお客様のイメージ形成からすると非常に難しい現状があるなということです。ましてや、インバウンドで外国に発信をするというときにも、これは非常に難しいと思っております。この辺東北6県は、やはり連携をしてブランドの構築とキャンペーンの展開をやるべきだと思います。もう少しこのところは県の方々を含めて6県の現状認識を統一する必要があると思っております。

それから、もう一つは、観光について引き続き長期的に議論をする場が必要だといういろいろな委員の発言がございました。そのとおりだと思います。観光というのは、本当にあちこちで議論されている割には、先ほどの連携に反して議論がそれぞればらばらだと思えます。私も観光関係の委員を十幾つやっています

が、みんな同じようなことを言って、いつも同じような報告書が出てきて全然具体化しないということがございます。この辺をどうやって東北で戦略的に、先ほどもこれから長期的に年次別の戦略を立てて実現していくといった意味での場が必要ではないかといご議論がありましたが、そのとおりだと思います。

その際には、トータルコーディネートはだれがするのかということが問題になると思います。6県をまとめる、あるいは民間業者をまとめるという形で、先ほどだれが牽引車になるのだと、あるいは国はだれがこれをリードしていくのだという話もありましたが、まさにトータルコーディネーターはだれがやるのかということは、極めて大きな問題だと思います。しかし、幸いに東北は東北運輸局のバックアップ、東経連というすばらしい組織もありますので、そういった既存の組織を使いながらしっかりとまとまっていくのが必要かなと私は感じました。

恩地部会長 ありがとうございます。

清水委員に今までのご議論を反すうして、まとめていただき、有意義だったと思います。

では、最後に大野次長、感想をお聞かせください。

大野東北運輸局次長 いろいろありがとうございました。

厳しい意見もたくさんいただきましたけれども、最大限消化してまいりたいと思っています。ただ、冒頭申しましたように、これは中間報告の段階でございますので、今後の戦略については今後の留意事項というようなまとめ方にさせていただく面も多かろうと思います。特に、連携の問題、観光産業の構造改革の問題、それから抜けているという意味では都市観光の視点が抜けているとか、修学旅行の話でありますとかさまざまお聞きしておりまして、そういったものは取り入れていきたいと思っています。

ただ、非常に難しいわけでございます。これはぜひご理解いただきたいのですが、清水委員のお話しにありましたように、観光の審議会というのはやるのはいいし、作文するのはいい、けれども何も実現しないというものをつくるのは簡単でございます。ただ、実際に実のあるものにしようと思うと、観光というのは、今日もご意見をいただきましたように、ありとあらゆることにかかわってくるわけですから、これをすべて書き込もうということになるとなかなか書けない。しかし、最終的に答申をいただくまでには作文の部分と、それからここにいる関係

者が何に取り組んでいくのか、この二つになるだろうと思っています。

哲学の整理も必要だと思いますが、もう一つはせっかく運輸局でお声をかけさせていただいてこういった関係者にお集まりいただいた中で、この関係者で取り組んでいける部分について最終的にまとめていけたら私どもも非常にいいなと思っています。

2点若干具体的にコメントさせていただきます。

連携の話でございます。さまざまなご意見をいただきました。いずれも心に響いています。東北ブランドの最後の岩手さん、青森さんの意見もなかなか、こういう言い方は悪いのですがおもしろく拝聴させていただきました。確かに、何でもかんでも「東北ブランド」でまとめようというのは無理だと思います。これは、今我々の書き方が稚拙なせいもあると思いますが、そういうこととか、それから今までの各県のご努力を否定するようなことを考えているわけでは全然ございません。ただ、むしろさまざまなご意見を聞いていますと、最後に清水委員におまとめいただいたような気もするんですが、例えば「東北ブランド」というものを使ったときにだれがまとまって、だれをターゲットにして何をやるのか。そういったものに使える部分については使っていこうと。少し我々も原案の打ち出し方をそういうふうに変えてみたらいいのかなと思っているところでございます。

それから、最後になりますが、山川委員もお触れになりましたけれども、来年の2月にインバウンドのイベントを各県や東経連とJR、JTB、いろいろなところのご協力を得て初めてやってみようと思っています。主要な課題は、東北の冬の祭りを売ろうということで、主としてアジアから旅行エージェントの方とプレスの方をお呼びして東北6県をいろいろ回っていただくということでありませう。

ただ、これを1回やって終わりにしたのでは何の意味もない。それで、今後どのようにしていくかという話も含めて考えなければいけない。一つ言えることは、何でそんなことを運輸局が急にやろうかと言いだしたかということ、今までだったら考えられなかったのですが、全国でビジット・ジャパン・キャンペーンの予算が今年初めて20億円ついた。今までとは桁の違う予算額であります。来年は35億円要求しています。幾らつくかは別にして、国の予算の常識からすれ

ば、今年と比べて確実に上に行くということです。

そこで、見ていただくだけではいけませんので商談をやっていただこうと思います。これはいろいろな場をつくろうと思っていますが、商談もばらばらにやられると、これはおよそまとまらないということもまた事実だと思えます。委員からもそういうご意見がありました。まだ固まっているわけではございませんし、これから中央とも話し合わなければいけません、基本的にはこのようにしていきたいなと思っています。

せっかく2月に雪を見に来ていただけるのですから、次の年の旧正月にいかにしてチャーター便とかを飛ばしてもらって、中国系の方を中心に来ていただくかということも明確にしていくことが必要だろうと思います。繰り返しますが、まだ決まっているわけではございませんが、その場で、各県、各業者の方が個別にPRするのとは別に、例えば来年その時期にはモニターツアーのような形で来ていただいたらこういうサービスができますとか、あるいは香港とか台湾とか現地の新聞に現地のエージェントが広告を打つときには、その広告費を半分日本国政府で負担しましょうとか全額負担しましょうとかいろいろなサービスのやり方があると思います。そういうものも研究して、国全体としても東北に来てくださいということがPRできる。それと併せて、各県とか個別の業者の方もそこでいろいろな商談をされるという場にしていこうかなということの一つの戦略として持っています。

なぜこのような細かい話を申し上げたかといいますと、ともかく答申の作文に意味があるとは全く思っておりません。話の中で一般的なものもあると思いますが、具体的になるものについては常に具体的な戦略というものを意識して進めていきたいと思っています。そういう意味できついお話を含めてご意見をいただければ今後大変にありがたいと思います。以上でございます。

恩地部会長 ありがとうございます。

石炭1.7トンは日本人観光客1人に匹敵するというのが私の売りでございます。オーストラリアの首相が石炭というか鉱物資源から観光へかじを切ったときに繰り返し繰り返し言った言葉です。日本人の観光客を誘致しなければならないという当時の危機感を表した言葉です。

それと、やはり利だと思えます。利で説かなければいけないと思えます。今の

お話を承りながら、そのときのことを思い出しておりました。

皆様、ご協力を感謝いたしまして、事務局へお返ししたいと思います。

(3) その他

事務局（江原企画課長） 本日は大変さまざまなお意見をいただきましてありがとうございました。

次回でございますけれども、11月の下旬ごろを想定しております。詳しい日程につきましては改めて皆様ともご相談をさせていただきたいと思っております。次回の部会では、中間報告の取りまとめを目指したいと考えております。

また、本日、参考資料といたしまして「平成16年度の概算要求の概要について」をお配りしております。時間の関係で説明は省略させていただきますけれども、内容について何かご質問等ございましたら事務局までお問い合わせ願います。

4 . 閉 会

事務局（江原企画課長） 本日は、大変長い時間のご審議になりましたけれども、どうもありがとうございました。

大野東北運輸局次長 それから、きょう時間が少なかったと思います。何かございましたら、メモで今月中に事務局に送っていただけますと中間報告の方に反映させるようにいたしますので、何とぞよろしく願いいたします。

恩地部会長 どうもありがとうございました。

以 上