

令和3年度 第1回山形県観光審議会 議事概要

日時：令和3年11月26日（金） 13:55～15:55

場所：山形県庁2階講堂

内容

1 開会

2 あいさつ

（齋藤観光文化スポーツ部長）

- ・昨年からの新型コロナウイルスの影響で本県の観光業も厳しい状況。
- ・10月に全国的に緊急事態宣言等が解除され、県内の旅館ホテルの宿泊客が徐々に回復しているが、例年に比べ入込みは減少。
- ・県としては観光需要を下支えするため、「県民泊まってお出かけキャンペーン～やまがた四季旅～」を実施し、約43万人泊分を支援している。
- ・コロナ禍において、マイクロツーリズムやワーケーション等の新しい旅行需要が注目されていることから、前向きな設備投資を支援する補助事業を創設して、ポストコロナを見据えた事業者の取組みを支援させていただいている。
- ・今後はポストコロナを見据えて、安全・安心、少人数旅行や滞在型観光への対応等を推進して、観光誘客を図っていく必要があると考えている。
- ・本日は、「第2次山形県おもてなし観光計画」の進捗状況の報告、各種管理指標の追加設定やポストコロナに向けての今後の観光振興施策の展開・方向性について、忌憚のない意見・提言をお願いしたい。

（本保会長）

- ・どんなにいい計画を立てても、いい考えがあっても、実行が伴わなければならぬ。実行の部分は私には数字としか見えないので、皆様からは日頃の経験を踏まえて、忌憚のない意見をお願いしたい。
- ・国際的にもコロナが沈静化しつつあり、動きが活発となってきている。インバウンドは2019年を平年とした場合、緩やかな回復でも3年後には、早い回復であれば2年後には2019年の水準に戻ると言われている。
- ・これは大変大きな数字で、現在ゼロの状態からいっぺんにそこまでたどり着けるのかというのは難しい問題でもある。
- ・しかし、全体としては前向きに捉えて、一緒に考えて山形・全国の観光が元気になると思う。

（司会）

- ・本日は過半数を上回る委員の出席により、おもてなし山形県観光条例第23条の規定に基づき、審議会が成立していることを報告。

3 意見交換

（司会）

- ・本審議会については、審議の透明性を確保する観点から公開とする。

(1) 令和2年度山形県観光者数調査について

(事務局説明：西堀観光復活戦略課長)

- ・令和2年度の県内主要観光地における観光者数は、総数で約2,751万人となり、令和元年度と比べ約1,780万人の減、率にして60.7%、約4割減となった。
- ・令和2年度については、新型コロナウイルスの感染拡大による観光施設の休業、入場制限やイベントの中止、緊急事態宣言の発令などに伴う不要不急の外出の抑制、外国人の入国制限によるインバウンド需要の消失などの影響により大幅減となった。

(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：西堀観光復活戦略課長)

- ・「第2次おもてなし山形県観光計画」について、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づけており、計画の期間は令和2年度から令和6年度の5年間となっている。
- ・「数値目標」として「観光消費額」、「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り組みを進めている。

①「数値目標」について

「観光消費額」については、令和2年は1,348億7千万円、前年比で60.3%、約4割減となった。新型コロナウイルス感染症の影響による入込みの減。日本人の観光目的、ビジネス目的及び訪日外国人のすべてにおいて、観光消費額が減。

②「参考管理指標」について

- ・「観光者数」は感染拡大の影響で減、「延べ宿泊者数」は前年比で63.1%、約4割の減。
- ・「外国人受入数」、「延べ外国人宿泊者数」については、令和2年の4月以降、入国者がほとんどいない状況のため、「外国人受入数」は前年比で32.4%、約7割の減。「延べ外国人宿泊者数」は37.4%になり、過去最高の外国人受入数となった前年から一転して大幅減となった。
- ・「平均宿泊者数」は、1.32と全国平均にわずかに届かないが、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、新型コロナウイルスの感染拡大による外出自粛、旅行マインドの落ち込みなどの影響により、162万件と減。

③観光満足度の目標値について

- ・「観光満足度」については、昨年度の審議会において、令和3年度に実施する対面調査の結果を踏まえて、目標値の設定を検討するとされ

ていた。

- ・前計画では、NPS（ネットプロモータースコア）という指標を用いていたが、他の自治体と異なっており比較困難であることから、より一般的な6段階評価の観光満足度に調査手法を変更した。6段階評価の新たな目標値が未設定のため、対面調査の結果を踏まえ、本審議会を設定したい。
- ・令和2年度及び令和3年度に実施した対面調査については、「山形県での、今回の総合満足度はどのくらいですか。」という質問項目に対し、「大変満足」、「満足」、「やや満足」、「やや不満」、「不満」、「大変不満」の6段階評価で回答していただく手法により、これまで計7回の調査で5,040件の有効な回答をいただいている。
- ・回答割合の平均として、「大変満足」、「満足」、「やや満足」の3つの肯定的な評価を合計すると96.7%となり、最も高い評価である「大変満足」だけ見ると30.2%という結果になった。
- ・このような調査状況を踏まえて、リピーターや新規観光客の誘因につながる山形ファンの獲得に向けて、他の自治体の目標値の設定も勘案して、現状から約10%引き上げ、目標設定計画の最終年度となる令和6年度に40%にすることを目標値とする案を諮りたい。

(3) 今後の観光振興施策の展開について

(事務局説明：西堀観光復活戦略課長)

(観光客の動向変化)

- ・「今まで以上に旅行に行きたくなった」などと回答した旅行に積極的な層と、「特に変わらない」とする慎重な層の二極化が見られる。
- ・本県観光サイトへ大都市圏からのアクセス数が令和2年度に比べ特に増加するなど、潜在層も含め旅行需要というのは増加している傾向があると考えられる。
- ・旅行の形態として、一人や少人数での旅行形態への移行が進んでおり、ステイケーション・ワーケーションなどの新たな旅行形態が拡大すると考えられる。
- ・観光におけるSDGsとして、サステナブルな旅行など新たな旅行需要への関心が高まっている。

(観光受入施設における意識)

- ・県内17の「温泉・旅館組合」へのアンケート調査の結果として、食や自然など地域の魅力の磨き上げやサステナブルツーリズム、ユニバーサルツーリズムなど、新たな分野の開拓を促進する必要があるという意見があった。

(ウィズコロナ・ポストコロナに向けた取組み)

- ・県では、新型コロナウイルスの感染拡大の長期化により甚大な影響を受けている観光需要を下支えするとともに、ポストコロナに向け、安心安全を求める「意識の変化」、個人旅行化、新たな旅行需要などの環境変化に対

応し、選ばれるという観光地づくりを進め、本県ならではの魅力である精神文化や自然などを生かした高付加価値な観光コンテンツを創出していく必要があると考えている。

- ・観光需要の回復に向けた取組みとして、「やまがた四季旅」など、宿泊割引クーポン等を発行するという観光キャンペーンを実施してきている。今後は、感染拡大による影響や政府のGo To トラベルの動向などを踏まえながら、引き続き対応を検討していく必要があると考えている。
- ・ポストコロナに向けた支援として、本年度6月補正予算や9月補正予算により、宿泊施設や観光立寄施設等を対象とし、ポストコロナを見据えマイクロツーリズム、ワーケーションユニバーサルツーリズムなどに対応する施設改修、それらコンテンツ開発などを行うために必要な経費を補助する事業を展開し、県内観光の魅力向上を支援している。
- ・選ばれる観光地への取組みとして、本県が誇る精神文化の柱の一つとして、新たなブランドの確立を図る「やまがた出羽百観音プロジェクト」と年間を通して国内外から多くの観光客で賑わう「四季のリゾート」を確立する「世界の蔵王プロジェクト」を展開している。
- ・以上について、御意見を賜りたい。

【各委員意見交換】

(安部委員)

- ・観光需要の回復に向けた取組みとして、県内宿泊割引キャンペーンを早々に実施していただきことに感謝。
- ①コロナで大変な状況であったが、その中でも収穫があった。
- i 国内の外国人ゲストの増
国内の外国のお客様に対して、開拓していけるようなアドバイスがあれば次の力になるのではないか。
 - ii キャンペーンによる若いゲストの増
団塊の世代が後期高齢者となるため、今後若い世代にどう足を運んでもらうかが中長期的な課題になる。
これらのゲストの方へのキャンペーンも今後必要ではないか。
- ②山形ファンになりリピーターになるためには、山形の人と人をどのようにして繋げるかに懸っている。
- ・「日本秘湯を守る会」の合言葉は「秘湯は人なり」であり、「秘湯巡り」、「人巡り」してくださるゲストがいる。
 - ・コロナ後も求められるキーワードに「安心感」があると思う。それを実現するためには「おもてなし」だけでは足りず、身内のように感じてもらうことが必要。
 - ・山形の人との出会いを深める政策というのも事業化してほしい。
 - ・羽黒山伏のように山形の地で修行をともにする体験は出会いや繋がりを生む。若い世代や外の人と出会い、繋がる体験に力を入れていただくことが今後必要。

- ・台湾はリピーターが多いので、そうした地域との関係づくりが必要。

③発信の編集の仕方について

- ・外への見せ方として「最上川ツーリズム」のように「最上川」をキーワードにすることで、県内でのそれぞれの取り組みに横串が通り、山形県のブランドイメージが出せるのではないかな。

(本保会長)

- ・国内の外国人・若年層のお客様をお迎えする中で、お客様の特質として見えてきたことがあれば、考えるヒントになると思うので、紹介いただきたい。

(安部委員)

- ・秘湯というとひなびたイメージがあったと思うが、新しく迎えている世代の方々は山形の自然なり地域の食文化を守っていることに共感・応援していただき、明るい秘湯を求めて自然や温泉を巡っていると感じる。

(本保会長)

- ・「最上川」の話に関連し、例えば岐阜県では「清流の国 ぎふ」ということで「長良川」、「木曾川」を清らかに維持してことに様々な営みがすべて参加して、今の岐阜を作り上げているというブランド戦略を展開している。全県イメージの考えられるポイントになるのではないかな。

(黒田委員)

- ・今年8月に米沢青年会議所が中心となって「ミナミハラ アートウォーク」を開催した。米沢には芸術家が多く移住してきており、絵、織物、古民家でのピアノコンサートなどそれぞれのアートを巡るイベント。なお、私は自分の家をオープンにし、暮らし自体がアートだということで参加した。
- ・8月のコロナの中、4,000人の方が動員となり、マイクロツーリズムの良い事例になる。
- ・米沢市南原地区は交通が弱みであるが、弱みを強みとするためにサイクルツーリズムなどが考えられる。あるものを活用して、弱みを強みにするというのを考えるだけでも大きなことができると思う。
- ・「文化」や「暮らし」は、観光のキーワードになる。県内には留学生もたくさんいるので、農家と留学生を結ぶような取組みもできるのではないかな。
- ・新しいものを作るのではなく、ここに既に素晴らしいものがたくさんあるので、あるものをどう活用して弱点を強化してやっていくかを考えることがよいのではないかな。

(佐藤委員)

①県内の旅行会社の現状等について

- ・9月の緊急事態宣言までは、昨年度よりも厳しい状況であった。
- ・緊急事態宣言が明けるという前提で、10月・11月に山形県民を対象にし

た大型ツアーを企画し実施した。

- ・実施したツアーは「富士山遊覧チャーター」、「ユニバーサルチャーターとれいゆ」と称して、「とれいゆ つばさ」を貸し切りユニバーサルな旅を提供。11月からは「高野山」、「熊野」の世界遺産と「出雲」を案内した。
- ・県の「夏旅キャンペーン」を利用させていただいたツアーもあり感謝。
- ・2020年度は、対前年比で厳しい状況、2021年度は前年度を上回ると見込むが、2019年度の半分に至らない。
- ・11月に案内した「高野山」、「熊野」、「出雲」では全国から人が押し寄せて、コロナ前に完全に戻り、バスも宿もなかなか取れない状況。
- ・この3つは精神文化に繋がる観光地でもあるので、山形も聖地として打ち出していけば、コロナの中で人々が求めるものに訴求できるのではないかと
- ・県によって感染対策が一律ではないと感じるので、山形県としてどのようなスタンスで受け入れるのかという方向性を明確にすべきではないかと
- ・コロナ後に山形県に来ていただくため、キラーコンテンツは何なのか改めて考える必要があるのではないかと

②提案

i キラーコンテンツとしてのユニバーサルツーリズムについて

すべての人に旅を提供できるという土台づくりをすることで快適な旅ができるとなれば、日本人だけでなく、インバウンドが復活したときに山形が選ばれる要素として一つの武器になるのではないかと

ii 観光業界の人材育成について

部活動や科目で観光を学ぶ高校があると聞くので、若い世代に山形の魅力を理解して、自分たちの口で伝えていけるという人材を育成していくための教育サポート体制に力を入れ、進めていってはどうかと

(本保会長)

- ・コロナ対策の状況が地域によって異なるところがあり、今後県としてどういう方針・考え方でコロナ対策を進めていき、お客様を受け入れるかという発言があったので、県から後で回答いただく。

(高澤委員)

- ・通勤で新幹線を使うことが多いが、最近は利用者が増えてきている。このまま第6波が来ずに観光がまた盛り上がりを見せてくれるといいなと思いつつ日常を過ごしている。

①観光満足度の目標値について

- ・他の県が採用している6段階評価の観光満足度に合わせることは他の県と比較できるので、有意義だと思う。
- ・質問であるが、NPSの分析方法を採用された背景を教えてください。
- ・総合満足度を聞くのみではなく、「CS分析」というやり方で「食事」、「旅館での滞在」、「二次交通」、など個別の満足度を聞き、全体の満足度と個別の満足度を比較し、何が足りないかを導き出すことで観光満足度を押し

上げるため重点的に何に力を入れるべきか見えてくるのではないか。

②今後の観光振興施策について

- ・資料3-1でいろいろな分析をされているが、それぞれの分析がどうポストコロナに向けた取り組みと結びつけていくか曖昧であるため、分析からどう実践に結びつけていくかというところを検討いただきたい。
- ・ビジョンのようなものを掲げ、山形といえばこういう旅行、観光地だというのがもう少し明確に掴めるようなものを検討するというのが重要になってくる。
- ・様々な立場の方、関係者の方がいるので、そういった方が観光に関して取り組みをするときに少しでも共通のビジョンに触れ、編集できるような土台づくりができると良いのではないかと思った。

(本保会長)

- ・観光満足度について、指標を作り上げたり、分析をされているが、ストラクチャー・構造、つながり、因果関係が分析されていないというのは非常に大事な指摘である。
- ・総合満足度を上げるために、県としてどういう知恵があるのか、その知恵の適切さが判断できるような分析が出る指標でなければ意味がない。指標間の繋がりについての整理・分析がないと結果は偶発的としか考えられない。
- ・企業と同じで、どういうことをやったらこんな成果が出てくるのかという仮説を持ち、この仮説が具体的に実現し効果があったのか、次に改善すべき点が見えてきたかなど、こういうところを組み立てていかない限りは、何となく数字があるという状態で意味のある推測ができない。もう少しそこを深めて考えていただきたい。
- ・ビジョンについて、東北の復興プログラムの取り組みが開始した7年前に東北の知名度はゼロに近かった。それが最近ではロンリープラネットでも次に行くべき土地として取り上げられるなど、「東北ブランド」が浸透した。それは6県が一緒に取り組み、しつこく「東北」と言い続けたことが要因。
- ・これは編集の仕方が非常に大事というご指摘につながるものなので、よく考えていただければと思う。

(竹委員)

- ・蔵王温泉で「温泉コーデショップ 高湯堂」という施設を運営しており、今年8月には宮城県の遠刈田温泉に2号店、さらにはプリンの専門店を立ち上げ、コロナ禍でも果敢に前向きにチャレンジしている。
- ・観光の調査、開発、プロモーション、そして儲けて潤うという一連の流れは事業予算で賄われていると思うが、繋がりが無いというところは気になるので明確にした方がよい。
- ・旅行の新形態として、ステイケーション・ワーケーション等があるが、旅行者や地域に訪れる人からすると、より本質的に地域が見られる状況になっていくと思う。

- ・もっと本質的なところを触れて・体験してもらえりような観光地域づくりをしていかないと滞在していただく方の満足度は上がっていかない。
- ・人材育成に関しても、観光が地域を担い、継承していく地域づくりの手段であると落とし込みをした上で、深く観光を学ぶプログラムを構築することで、中長期的な山形の各観光地の発展に繋がっていくのではないか。
- ・磨き上げも大事であるが、本質的なところで、持続的に地域が発展できるようなプログラムの実施や補助等をしていただきたい。

(本保会長)

- ・地域全体の運動をつくっている一種のコンテンツを見極めた取組みをすべきであり、そこに着目した人材育成をすることで、地域全体を活性化するような、深い理解のもとに熱意をもって活動してくれる人が生まれてくる。
- ・それぞれの地域は違うにもかかわらず、編集の仕方を誤り、同じ言葉で語られてしまうと、地域の姿が見えなくなってしまうので、そこをしっかりとやることで差別化が図られる。

(津藤委員)

- ・昨年3月中旬からのお土産の販売額は、前年度比で大変厳しい状況。この苦しい中、県独自の施策などにより、最近では売上額が5割を超えるほどになってきた。新幹線から降りるお客様も日に日に増え、戻ってきたなどという実感がある。
- ・弊社は駅と直結していることから365日開いており、2交代制で運営していくため、従業員を休ませることができず、雇用調整助成金を利用できなかった。
- ・コロナ禍で、地元の旅行会社が県内を回るコースを組み、弊社に寄ってくださるといふ今までなかったことが起き大変助かっている。
- ・教育旅行も遠くに行くのではなく、山形を見直してみようという機運があり、子供たち、私たちにとっても良い勉強になったと感じる。
- ・最近、お土産屋の製造元が（食品衛生法改正による衛生規制強化のため、製造許可を取得するための施設整備に）投資して続ける体力がないということで、廃業が相次いでいる。また、観光が静かであったことから製造元も機械を止め、原料を仕入れていないという状態のため、ここに来てお客様が回復しつつある中、製造が追いつかない状況となっている。
- ・観光満足度については、ここで関係者が集まって話すだけではなく、例えば、私から現場の人たちを集めて説明をして、みんなでこの数値を上げていくという形にしないと厳しい。
- ・県内でも地域によって違いがあるので、それぞれの地域にあった満足度調査でもいいのではないかと感じた。

(本保会長)

- ・教育旅行や地元ツアーで地域の再発見につながる事例で非常に良かった。

- ・製造関係者の撤退で観光回復の立ち上がりに間に合わず満足度を下げているという事例は、冒頭のあいさつで話したインバウンドの例と同様、ゼロから急速に立ち上がる中で大きな課題。

(平井委員)

- ・旅行業界、観光バス関係は非常に大変な状況であるが、10月以降、教育旅行で相当数動きが出てきている。現在の県内貸切バスについて、平日は教育旅行で動いているが、土日祝日は車庫で眠っている状況。
- ・コロナ後、世界と繋がるためには仙台空港との連絡は重要になってくるので、今のうちから仙台空港とのアクセスの問題をどうするか決めておかなければコロナ回復後の対応では遅い。
- ・人材育成については、小・中学生の頃から、観光は全産業に繋がること、山形県は観光で生きていくのだということを噛み砕いて教えていかなければならない。
- ・県の新型コロナ対策認証制度について、宿泊施設は7割以上が認証を取得しているが、飲食店は半数にも至っていない。食品衛生指導員など活用し、認証を取得し、お客様を沢山迎え入れましょうという働きかけをぜひやっていただきたい。
- ・県外はコロナが収束した混み具合だという話があったが、山形はまだそこまで至っていない。県からも積極的に動こうという発信をしていただきたい。
- ・安部委員から発言のあった「最上川」は、上流はきれいだが、途中の河川ではゴミだらけとか汚いというのが実感としてある。もっと観光の面からも環境の面からも各市町村を巻き込んで、改善に向け取り組んでいただきたい。

(本保会長)

- ・汚い最上川ではアピールにならない。大事なものであればそれにふさわしいあり方を考えた取り組みが必要。川をどうきれいにしていくかということは、持続可能性、SDGsの実現と一体だと思うので、真剣に検討を進めてよいのではないかと。

(山口委員)

- ・「やまがた四季旅」という形で春・夏・秋と県のキャンペーンがあり、宿泊業界も助かった。
- ・Go To トラベルが1月下旬に開始という噂があるので、その間の対策を考えていただけると宿泊業界としてありがたい。
- ・ポストコロナに向けた付加価値向上のための設備投資に対し、補助事業を実施いただいたことに感謝。
- ・10月はコロナ前から大体50%を超えるぐらいまで回復。9月以前は大変厳しい状況で推移していたので、やっと回復してきた。一方、12月は予約ベースで対前々年比4割。忘年会はほとんど入っていない。

- ・天童市も忘年会支援制度を打ちだしているが、コロナ対策の認証制度等を活用して、きちんと管理体制をとりながら、忘年会を行っていただきたい。
- ・ポストコロナももちろん大切であるが、キャンペーンが終わると、リバウンドでお客様が来なくなり辛い思いをする。いろいろなキャンペーンをできるだけなだらかに終わるよう、計画的に行う必要があるのではないか。
- ・観光庁の磨き上げ事業や既存観光拠点の再生事業などは、スタートアップ時は県・行政からお手伝いいただいて、その後は地域がきっちりと動かしていくという仕組みが重要だと思う。
- ・「ユニバーサルツーリズム」をテーマにいま地域づくりをしている。すべての人に開かれた、優しく安全で安心な、山形県の地域づくりをしていくというのが、インバウンドも含めてすべての人に訪れていただくことにつながるのではないか。
- ・コンテンツ造成や地域づくりの補助要件に「ユニバーサルツーリズム」の視点を入れることで浸透が図られるのではないか。

(本保会長)

- ・持続可能な観光については、J N T O (日本政府観光局) が力を入れており、きちっと取組みをしているところを中心にプロモーションをしていく。そのことによって、差別化をして取組みを促進させる、このような動きが進んでいるので、参考にしていただければと思う。

(本保会長)

- ・いろいろ御意見いただきましたが、私からとりまとめて申し上げたい。
- ・一点目、コロナの中で新しい発見・新しい取組みもあり、将来を考える上で、非常に役に立つものがあつた。非常に貴重な指摘になるので、これをすくひ上げて施策展開に生かしていくこともあってよいのではないか。
- ・二点目、指標の取り方、これを裏付ける施策体系のあり方の深堀りが足りていない。結果的に施策としての効率性を確保する上で、難がある。
- ・三点目、「持続可能性」、「ユニバーサルツーリズム」、「アクセシビリティ」は世界的に普遍的な価値となり、非常に鋭い反応をするようになっていく。仮に、山形県がこれらの取組みを行っていないと見捨てられることになる。県全体で観光面でもしっかり関係者と連携して進めていただきたい。

(事務局：西堀観光復活戦略課長)

- ・コロナ禍における宿泊施設における観光客の受け入れは、既に旅館組合でガイドラインを策定し研修会も繰り返し実施していることから。本県において感染対策にばらつきが見られるということはほぼ見られない。
- ・県で行っている第三者の認証制度として、旅館組合全体で取り組んでいる。
- ・高澤委員から御指摘のあつたN P S設定の経緯は、当時マーケティングの専門家である大学教授にアドバイスをいただき、質問項目が「勧めるか」、「勧めないか」という単純な質問であるため、満足度を点数化する方法では「振

れが少ないのではないか」ということで採用した。

- ・認証制度がどこまで進んでいるかについて、宿泊施設数では7割ほどの認証と考えている。飲食店の認証取得強化については、関係部局とも情報共有しながら県として取組みを進めてまいりたい。
- ・これまで、コンテンツや磨き上げは市町村や地域の方々の御尽力という形でやってきているが、コロナ禍を経て各地域にある魅力あるコンテンツの磨き上げができる地域もあれば、必ずしも力及ばずという地域もあると思う。そこについては、県が地域に入って行って観光庁の事業へのトライを伴走型でできないか内部で検討しているところ。

4 閉会