

2009.01.21 : 経済環境協議会

「仙台・宮城デスティネーションキャンペーンの結果等について」

経済局長

経済局からは、仙台・宮城デスティネーションキャンペーンの結果等につきまして御報告申し上げます。

昨年10月から12月まで実施いたしました仙台・宮城デスティネーションキャンペーンは、原油の高騰や経済状況の悪化など、ある意味で逆風の中での開催ではございましたが、委員の皆様方の特段の御協力、御支援もございまして、大きな盛り上がりの中、幕を閉じることができました。委員の皆様方におかれましては、キャンペーンのPR等大変お力添えを賜り、改めて厚く御礼を申し上げます。

期間中の入込状況等についてでございますが、観光客入込数は一昨年のプレキャンペーン実績を上回りましたものの、宿泊者数につきましては地震の影響、昨今の経済情勢などもございまして、厳しい結果となったところでございます。そういう中で、仮にDCがなければマイナスがさらに大きくなったのではないかというふうにも見ているところでございます。

キャンペーン開催に向けましては、準備期間も含め3年にわたる取り組みとなりましたが、この間、民間と行政の連携がさらに深まり、市民、県民の観光に対する意識の向上が図られるなど、仙台・宮城の観光地としての基盤が強化されたところでございます。

今後、このキャンペーンで得ましたノウハウや財産を生かしながら、さらなる発展を遂げるべく、仙台・宮城デスティネーションキャンペーンを継承する組織を立ち上げ、新たな観光キャンペーン等を実施してまいりたいと考えております。

キャンペーン期間中の観光客入込状況の詳細につきまして、国際経済・観光部長より御説明を申し上げます。

国際経済・観光部長

仙台・宮城デスティネーションキャンペーンの12月分及び10月から12月のキャンペーン期間全体の観光客入込状況等につきまして、資料2に基づき御説明申し上げます。なお、この観光客入込数は宮城県が毎年行っております観光統計概要、調査対象1,542カ所のうち118カ所を選定している概況調査でございますことから、傾向としてとらえていただければと存じます。

まず、1のエリア全体の観光客入込状況等についてでございます。

初めに、キャンペーンエリア全体の状況についてでございますが、12月は前年同月と比べて観光客入込数は111.2%、宿泊者数は100.4%、交通機関の乗車人数は125.9%となりました。観光客入込数につきましては、天候が良好であったこと

やキャンペーンのPR効果などによりまして増加したものと考えております。宿泊客数につきましては100.4%と、キャンペーンのPR効果などによりまして11月よりさらに上向きとなり、キャンペーン期間中初めて前年を上回ったところでございます。

次に、キャンペーン期間全体の状況についてでございますが、前年同期と比べまして観光客入込数は107.0%、宿泊者数は94.3%、交通機関の乗車人数は101.3%となっております。

次に、仙台市内の状況でございます。

2の仙台市における観光客入込状況等をごらんください。

まず、12月の状況でございますが、観光客入込数は112.4%、宿泊者数は95.7%、るーぷる仙台の乗車人数は146.9%となりました。観光客入込数につきましては、天候が良好であったことや博物館や文学館の特別展開催等により増加したものと考えております。

キャンペーン期間全体の状況でございますが、観光客入込数は111.3%、宿泊者数は93.0%、るーぷる仙台の乗車人数は127.1%となっており、特にるーぷる仙台は一昨年のプレキャンペーン時より約2万7000人増加し、多くの観光客の皆様方に御利用をいただいたところでございます。

次に、これらデータに対する分析でございますが、先ほど御報告させていただきましたとおり、キャンペーン期間中の入込数は、エリア全体で7.0%、本市域内におきましては11.3%増加いたしました。これは首都圏はもとより近県からの観光客が大きく動いた結果であると推察しており、これらの観光客は土産品等の買い物や飲食など、地元経済にも大きく貢献いただいたものと考えております。

また、宿泊者数につきましては残念ながら減少いたしました。その要因といたしましては、いわゆるサブプライムローン問題を発端とした世界同時不況などの経済状況の落ち込みにより、まずはビジネスが動かなかつたことや、6月、7月の地震により団体客が大きく減少したことが響いたものと考えております。

このような厳しい状況の中でありまして、一方で小グループや個人の観光客がdestinationキャンペーンを開催しております仙台・宮城に目を向け、そして実際に足を運んでいただけたことなどによりまして、この程度の宿泊客数の減でとどまったものというふうに考えております。

仙台・宮城destinationキャンペーンはおかげさまで無事終わることができましたが、今回のこの経験とキャンペーン中の取り組みを糧に、期間中の取り組みの検証を行いながら次のステップへこまを進めてまいりたいというふうに存じます。

委員長

ただいまの報告に対して質問等はございませんか。

池田友信委員

今の宿泊と兼ねて、やはり仙台市内にいかにお客様をとどませるかということがこれからの課題だと思うんです。これだけ一ふるにも来ている、いろいろな形でお客さんも入ってきている。しかし、仙台にとどまるということが非常に乏しいというか、欠けているという部分があるんですが、先ほど柳橋委員が話したように、観光客がどんな目的で来るのかという、新しいニーズというか、そういうことをより分析をしていかないといけないと思うんです。

その中で、先般DCの総括の打ち上げをメディアテークでやって、浜美枝さんがいろいろな形で体験話をしてまとめていただき、私は要点があの中に入っているなというように非常に感心しまして、新しい旅というものに対するニーズにいかにかたえていくかというふうな中で、今までは見せるものとか珍しいものを見てもらうというだけから、自分でやはり参加する、その旅先でいろいろないい思い出をつくるという工夫が求められているということが、つくづくあの総括の中で感じまして、あれは大変いい企画だと。そういう思い出をつくるためにはということで浜さんのいろいろな思い出話とかなんかも、残念ながらみんなほとんど郊外なんです。郊外の場所。田舎とか、そういう寂れたところ。昔のいい景色のある、炉端のあった、そういうところとかあるんですが、仙台はそういうところはないわけではないんですが、新しい形の旅のお客さんを受け入れる工夫をしなければならぬんじゃないかなというふうに思うんです。

実はこの間深夜にNHKのテレビでやっていましたが、外国人の方が東京に来て、お客さんとして来た外国人が何を求めていますかということで、今までですと神社仏閣とか、あるいはいろいろな有名なところとかだったんですが、どんどん変わってきてまして、東京の中で日本の文化を体験できる場所とか、あるいはそういう体験コーナーをつくってそこに案内するという形で、そして、したがって東京にも泊まるという、その場所を各区がいろいろな工夫をしているということを考えますと、やはり東北は東北の情緒豊かな自然との体験もあるでしょうけれども、仙台としての非常にユニークな、お客さんが体験してみたいと、あるいは東北のそういう意味でのにおいを感じるような、そういう受け皿を考えていくという、そういう新しい企画が私はこれから必要ではないかなという感じがするんです。

そんなことで、今回のこの分析のほかに、浜美枝さんが総括したような形で仙台市にかかわるそういうテーマとかなにかというものをこれから掘り下げていくことをしていかないといけないのではないかなと思うんですが、いかがでしょうか。

経済局長

今回のデスティネーションキャンペーンで、まずは仙台について観光地としての認知度

が高まった。それは総体として仙台にも観光地エリアとしてある程度認められたということだと思うんです。その次の段階として、まさに今池田委員がおっしゃいましたように、何か与えられたプログラムがあって、それに沿って皆さんが動くというよりは、先ほども一歩の件について御報告しましたように、それぞれの個人個人に即した形で観光は何かということが求められてくるのではないかと思います。そうしたときには、必ずしも大きなものというよりも、もっと自分の生活感覚に合った観光としてこういうものを仙台で見たよとか経験したよとかということがどれくらいこの仙台のまちとして提供できるかということが求められてくるんだろうと思います。

仙台に全部いていただくということではなくて、そういう楽しみが仙台には必ず一つはあるから、やはり仙台で1泊でも2泊でもしようとか、そういう方向に向けて私ら、もうちょっと今回まち資源を探しましょうということも今回のデスティネーションキャンペーンの大きなテーマにしていまして、今回そういうものもこれから特にきめ細かと言いますか、足を使った形で観光資源を見つけていかなければいけないというふうに感じております。

#### 池田友信委員

東京でやっていたその外国人のお客さんを受け入れるような体験コーナーで大変ユニークな、例えば忍者の体験とかあるんです。もう全くまちの真ん中に道場みたいなものがあるって、そこで忍者の服装をして、それをビデオカメラで撮って、そのCDをプレゼントすると。すると、帰ってそれを見て、私はこういう体験をしてきたというふうな、そういうふうな受け入れコーナーがいろいろなメニューがあるわけです。それに来た方々がどのメニューで東京にとどまるかというふうなことを選択して、そのコースで案内していくという。来た人の気持ちを聞くと、いろいろな意見を聞くと大変いい体験をしたということで、日本の観光と同時にそういう体験観光をしたという、そういうものが仙台は仙台らしい何かおもしろいものがあると思うんです。それを掘り下げて、そういうメンバーを募って、そういうコースをつくっていくというふうなことをすれば、私は仙台に長くいる時間をつくる、結果的には宿泊するというふうなことをいろいろ工夫することはこれからどんどんできると思うんです。

これは定着するためには民間の力も必要だろうし、ある意味では観光業界も含めてそういうPRもしないとできないことですが、その辺をいかにして立ち上げていくかということは今回のこのDCをきっかけに、これを機会にさらに今度第2弾のそういう部分につなげていくスタートだというふうに私は感じておりますが、ぜひそういう部分で知恵を結集して、ここの宿泊がされていないというところにいろいろな工夫が一ひねり必要ではないかなというようなことを感じましたので、一言そんなことを意見とします。