

令和6年度第1回山形県観光審議会 議事概要

日 時：令和6年7月16日（火） 10:00～12:00

場 所：山形県庁2階講堂

内 容

1 開会

2 知事あいさつ

（吉村知事）

- ・ 本日は御多忙のところ、委員の皆様には本審議会に御出席いただき、心から感謝申し上げます。
- ・ 新型コロナウイルス感染症が（感染症法上の）5類に移行してから1年以上が経過し、本県の観光分野においても、昨年は外航クルーズ船の寄港や、国際チャーター便の運航再開など、観光誘客の拡大に向けた明るい話題が多くあった。
- ・ 本県の延べ宿泊者数についても、令和5年で約457万人泊と、コロナ禍前の令和元年の約8割まで回復した。
- ・ 外国人旅行者の受入実績については、立寄施設を含めると、令和5年で約40万人となり、平成22年の調査開始以来、過去最高となった。
- ・ 今年度は、「山形県春の観光キャンペーン」の展開や、「ラーメン県そば王国」など本県の魅力ある観光資源を活用した誘客促進に積極的に取り組んでいるほか、新たに観光消費額が高い訪日外国人旅行者をターゲットとした取り組みも始めるなど、各種の施策を重層的に展開しているところである。
- ・ 昨今の観光産業を取り巻く情勢に目を向けると、旅行形態の個人化・少グループ化の傾向が強まっていることに伴うニーズの多様化、あらゆる側面におけるデジタルシフトの加速、持続可能な観光への関心の広がりなど、その状況は大きく変化し続けている。
- ・ 加えて、先の見えない物価高騰や深刻な人手不足など、多くの課題にも直面しているところ。
- ・ 県としては、これらの課題に対応しながらも、四季折々の豊かな自然、その中で育まれてきた美食・美酒や温泉、精神文化など、国内外に誇る本県のポテンシャルを最大限に活用し、中長期的視点に立った施策を総合的に展開していくことが重要であると考えている。
- ・ 観光産業は裾野が広く、他産業への経済波及効果が大きいことから、観光振興は、本県の地域経済の成長の大きな推進力となる。
- ・ このたび策定する「新たな観光基本計画」については、本県観光産業の持続的発展ひいては観光立県山形の確立に向けた重要な指針となるものであることから、委員の皆様には、それぞれのお立場から忌憚のない御意見、御提言を賜りたい。

3 会長選出

- ・平井委員が本保委員を推薦。異議なしのため、本保委員が会長へ就任。
- ・本保会長の指名により、平井委員が会長代理へ就任。

4 会長あいさつ

5 諮問

- ・知事より、本審議会へ次期観光基本計画の策定について諮問。知事から本保会長へ諮問書を手交。

6 審議

事務局説明：佐藤観光交流拡大課長
資料のとおり説明

【各委員意見交換】

(安部委員)

- ・人口減による観光市場の縮小に対応するためには、従来とは違う観光に対する意識（観光感）を持つことが必要になってくると考える。
- ・山形を訪れる観光客が一度訪れたら終わりではなく、山形と長く緩く繋がっててもらえる、第二の故郷と思ってもらえるような仕組みづくりが重要。
- ・ふるさと納税と観光の親和性を高めていくような魅力発信や、観光分野におけるクラウドファンディングの実施状況などの情報を発信していくことが必要。現在、米沢にある小規模温泉が一体となった「米沢八湯」を組織し活動している。そこでは、行政では支援しきれない文化的、環境的な保全や復旧の取組みについて、クラウドファンディングで資金を集める活動を行っており、これまで4件の温泉が計2千万円ほどの支援を得ている。これは、温泉を訪れた観光客がその地域の自然や環境を守りたいという気持ちが行動に表れた結果だと感じている。このようなことから、観光地の「環境の維持や保全」に視点を置いた、「リジェネラティブツーリズム」を推進するための情報発信など、多様なプロモーションの在り方について検討する必要があると考える。
- ・米沢の温泉では、関東・関西圏からの連泊客が増えている。
- ・動画配信（YouTube等）などの新しい情報発信の手法を活用し、これまでのようなエリアごとに発信していくことに加え、ニッチな山形らしいテーマごとに発信していくなど、幅広いニーズに応えていく取組みも重要になるのではないかと考える。

(本保会長)

- ・「暮らすように旅をする」という言葉が流行っているが、山形県をより身近に感じてもらうために、ふるさと納税を活用するなどの取組みは大事。
- ・自然や環境の保全に着目する観光客が増えたことに対しては非常に嬉しく

思う。このような観光客の増加に向けて何か工夫した点などはあるか。

- ・ 連泊を増やすということは大きな政策課題の一つとして挙げられる。話の中で米沢の温泉では、連泊の宿泊客が増えているという話があったが、具体的に取り組んでいることがあれば教えてもらいたい。
- ・ 県でも YouTube 等による情報発信を行ってはいるが、そこをさらに進化させていく必要はあると感じる。

(安部委員)

- ・ 自然や環境の保全に着目した観光客の増加に対する工夫については、受入側の工夫というよりも、自然や環境に対するポジティブな意識を持つ観光客が増えてきていることが大きく寄与したものと認識している。連泊客の増加にあたっては、一度来た宿泊客に別の宿を紹介するなど、施設間で連携して連泊に結び付くよう取り組んでいる。

(本保委員)

- ・ 連泊客の増加については、温泉施設同士の強い信頼関係や結びつきが実を結んでいるものと考えられる。

(遠藤委員)

- ・ 最近は、関東・関西圏の国内宿泊旅行者で自動車以外の交通手段で訪れる方は比較的高単価であり、マイカーで訪れる方は近隣県の方が多く比較的低単価という傾向が見られる。観光の取組みについては、このような客層に応じて切り分けて考える必要がある。
- ・ 頻繁に本県を訪れることが難しい関東や関西圏の旅行者に対しては、上杉伯爵邸の利用を勧め、食事だけでなく文化財としても楽しんでもらうことで高単価な体験を提供している。一方で、近隣県からの宿泊客や日帰り客に対しては、景色・景観を無料で楽しめるスポットを紹介するなど、低単価で楽しんでもらえるような取組みを実施している。
- ・ 取組みにあたっては、ぐっと山形や庄内観光物産館などと連携し、情報交換や様々な取組みを実施している。その中で重要になるのが、いかに観光客から施設間を周遊してもらうかであり、施設だけでなく施設以外の魅力も発信してより多くの方に訪れてもらえるよう取り組んでいる。県としては、そういった観光地間を快適に移動できるよう、道路の整備をぜひ進めてもらいたい。
- ・ お土産についても、いかに価値のあるものを仕立てていくかが今後の課題となる。
- ・ 人手不足については、山形の食を売りとしていくのならば、接客人材だけでなく、食を作る調理人の育成も重要となるのではないかと。
- ・ DXに向けた取組みは非常に重要と考えるが、その一方で、「どのようなデジタルツールが自社に合っているのか」「どのようなデータが自社にとって必要なのか」といった点は、各事業者によってDXに関するノウハウや

習熟度・関心の度合等が異なることから、一律に整理することは難しい。そのため、それぞれの事業者の状況や課題に応じたDXの進め方について、事業者に寄り添いながら考えてくれるようなアドバイザーの存在が重要であると考えている。

(本保会長)

- ・ 近隣施設と連携した取組みは良いと思う。

(遠藤委員)

- ・ 複数の団体から協力してもらっており、連携して取り組むことができている。

(小野委員)

- ・ JRでは、県と連携して今年の4月から6月まで「山形県春の観光キャンペーン」を実施してきたところ。
- ・ 今年から、山形新幹線の新型車両が運行開始したことにより、山形～東京間を最速で2時間22分で結ぶことが可能となった。こういったアクセスの良さもあり、新幹線の乗車状況から見ると、当該キャンペーン期間中において、山形県への流動は東北の中でも比較的多かった。
- ・ インバウンドに関しては、まだまだ全国の他エリアに比べると東北は全体的に弱いと感じる。
- ・ 蔵王や銀山はやはり冬がメインとなることから、春になると観光客が減少してしまう。このため、冬季以外のコンテンツ作りやそのプロモーションが今後の課題と認識している。
- ・ また、山形県春の観光キャンペーンの期間中には、吉永小百合氏に山形を訪れてもらい、出羽百観音をテーマにした大人の休日倶楽部のテレビCMを作成した。国内のシニア層へ向けて、本県の精神文化や巡礼の旅などの魅力を改めて知ってもらいたいという思いで作成したが、こういったコンテンツは国内だけでなく、インバウンドに対しても刺さるのではないかと考えている。
- ・ 四国のお遍路や熊野古道などに比べると、出羽百観音はまだまだ知名度は低いですが、その分伸びしろはあると考えている。
- ・ 一方で、山寺や羽黒山以外のスポットについては、アクセスを含めた現地の案内体制に課題が多いと感じている。
- ・ 最上三十三観音の公式HPでも日本語表記のみであることから、コンテンツとして海外へも発信していくのであれば、英語表記も加えるなど最低限の受入準備は大切であると感じる。
- ・ インバウンドに向けてPRをする際には、県内全域であれもこれもというわけではなく、対象に刺さるコンテンツを絞ってプロモーションを行っていく必要がある。

(本保会長)

- ・ 出羽百観音と同ジャンルのコンテンツとして、熊野古道が挙げられるが、インバウンド受入に向けた取組みについては天地の差がある。その差をどのように埋めていくかが課題である。
- ・ 全国の宿泊者数のうち約20%がインバウンドであるのに対し、山形県は約5%ほどであり、インバウンドの誘客は今後も課題になると考える。

(後藤委員)

- ・ 山寺は仙台駅から電車で1時間の距離にあることから、外国人観光客が多い状況である。
- ・ 外国人観光客から「山寺の後にどこを訪れると良いか」と尋ねられるが、二次交通が不十分であることから、良い案内ができず仙台や東京へ戻ってしまうというのが現状である。
- ・ このことから、県全体として情報（イベント、体験、アクセス等）が一つにまとまっていると、次の観光地への案内も容易になるのではないかと考える。
- ・ また、インバウンドの食の多様性に対応するため、食に関する情報が県全体としてまとまっていると、外国人観光客も安心して県内を観光できると思われる。
- ・ ガイドや通訳などの人材育成について、外国人観光客を案内する際には、ただ通訳するだけでなく、それぞれの観光地の歴史や文化などを知ったうえで、魅力を伝えながら案内することが大切である。このため、県内各地の観光地について学ぶ勉強会や通訳・ガイドたちの横のつながりを広げる機会があるとより良い観光地づくりにつながると感じる。
- ・ インバウンドを受け入れるにあたり、県民自身が海外の文化や習慣を知ること重要であることから、アウトバウンドの促進にも力を入れていく必要がある。
- ・ 国内外問わず、全ての観光客が安心安全に本県を観光することができるよう、災害など緊急時の対応について、県内観光地全体で情報共有することも重要。

(本保会長)

- ・ 観光地におけるガイドの充実は非常に重要。

(柴田委員)

- ・ コロナ禍が明け、インバウンド客が増加しているが、二次交通が不十分であることから、行ってもらいたいところは多くあるものの、そこへ移動できる手段が乏しく、結果として連泊につながらないという現状がある。
- ・ 旅館（宿）は、温泉、食、酒など本県の魅力を一手に宣伝できる場所だと思っているが、どのように魅力を発信し、伝えていくかが課題であると認識している。

- ・ 人材不足が深刻であると感じており、特に外国人材については、3年程前から獲得に向け力を入れているところではあるが、やはり都会とは違い、利便性が悪いことから雇用人数が少ない。このため、雇用しても寂しさを感じて退職してしまう者が多く、長期的な雇用に結び付かないのが現状である。

(本保会長)

- ・ 人材不足は観光産業全体における共通の課題である。
- ・ 外国人観光客が多く訪れるという話があったが、どこの国籍が多いか。

(柴田委員)

- ・ 比較的欧米豪からの観光客が多い。昨年末からは台湾、韓国、シンガポールが多い。

(本保会長)

- ・ 山形県は全体を見ると、欧米豪からの観光客は少ないが、なぜ、赤倉温泉は欧米豪が多いのか。

(柴田委員)

- ・ 松尾芭蕉が巡ったとされる歴史の道を辿るルートが人気であり、それを目的に訪れる欧米豪からの観光客が多いと思われる。

(本保会長)

- ・ 国土交通省では、二次交通の課題解決へ向け、旅館の自動車等を活用して有償で運送サービスが提供できる事業（自家用車活用事業）について今後の方針を示したところであるが、こちらを含めた解決策は考えているか。

(柴田委員)

- ・ 運転士の確保をする必要があることや従業員の高齢化などにより、現状では、旅館の自動車を使った送迎は難しい。

(本保会長)

- ・ 制度改正もさまざま行われていることから、解決策について柔軟に検討していくことが必要。

(高澤委員)

- ・ 配布資料55頁の今後の施策展開の方向性の「【施策の柱1】「本物の価値」の追求による稼ぐ力の向上」について、急速に観光需要が回復し、幅広いインバウンド客が訪れている現在において、ターゲットを絞り、「本物の価値」が分かるターゲットに売っていくという施策の方向性は非常に良いポイントである。
- ・ 具現化するためには、県がターゲットとしている富裕層について、どのよ

うなものにお金を落とすのか、どのようなニーズがあるのかを分析したうえで手を打つ必要がある（泊まる宿に多くお金を落とすことはあっても、他にお金を落とすところがないとよく聞く）。

- ・ 米沢の例では、米沢の歴史に価値を感じ、その歴史を学びに首都圏から訪れた親子は単価が非常に高かった。
- ・ このように、それぞれのコンテンツに価値を見出してくれる観光客へターゲットを絞り、商品売っていくことが稼ぐ力の向上につながると考える。
- ・ また、お土産の少なさが満足度の低下につながってしまうことから、リサーチに基づいたお土産の開発についても計画に盛り込んでもらいたい。
- ・ 「【施策の柱2】「人材×DX」による観光産業の活性化」について、観光業や製造業において、DX化は非常に重要なことであるが、本県のDX化に取り組む企業の中には、企業ごとに見合った内容ではない高度すぎるシステムが構築され、全く活用できないという事例が見られる。このため、単にDX化を進めるのではなく、各企業のDXへの最適化に向けた支援が必要。
- ・ 「【施策の3】地域一体となった持続可能な観光地づくり」について、持続可能な観光地を実現することは非常に重要であるが、地域一体となって取り組むにあたり、より多くの事業者に協力してもらうためには、各事業者がこの取組みに協力することでどんなメリットがあるのかが明確に分かるような仕組みを構築していくことが必要と考える。
- ・ コロナ禍のような事態が今後も起こらないとは言い切れないことから、5年間という期間はあるものの、そのなかで適宜見直しを図りながら不測の事態でも迅速に対応できるような計画としていきたい。

（本保会長）

- ・ ターゲットとそこへ売るものを絞ることは重要である。それを県として情報共有を行い、共通認識を持ちながら取り組んでいく必要がある。また、観光だけでなく、本県は農産物も強みの一つであることから、観光、農林の両輪で連携しながらプロモーションに取り組んでいくことが重要である。

（竹委員）

- ・ 本会議資料を、それぞれの地域に共有するなどして、国や本県の現状をぜひ知ってもらいたい。それが官民一体となって観光振興に取り組んでいくことにもつながると思われる。
- ・ 観光（旅）において、それぞれの地域における本質や本物の価値を知るということは非常に大切であることから、配布資料55頁の今後の施策展開の方向性の「【施策の柱1】「本物の価値」の追求による稼ぐ力の向上」について着目している。
- ・ 銀山を訪れた際に、銀山の本物の価値について考えた。銀山の本物の価値は、景色ではなく、川やそこに生息する生物、人が共生しているところにあると感じた。このように銀山だけでなく、県内の観光地について、一般的に解釈されている魅力のさらに奥にある価値を伝えることが、高付加価値旅行

者の誘客については消費額の拡大につながっていくものと考えてる。

- また、「本物の価値」というワードを置くのであれば、観光の在り方についても検討していく必要があると考える。一例としては、情緒的価値を求める層（特に欧米豪）は、作られた地域には行きたいと思わない。残すべきもの、残したものをどのように魅せるか、活かすかを考えていく必要がある。
- おもてなし山形県観光条例第5条（県民の役割）に関して、県全体として観光振興を進めていくには、まず、県民の約2%にあたる約1万9千人いる県職員が本県の観光を知ること、県庁の中に観光の考え方を浸透させていくことが重要ではないか。そうすることで、県民がもっと観光や地域を認識して、観光客を迎える体制づくりにもつながっていくと考える。

（本保会長）

- 物事を浅く捉えて本物と言っても観光客は応えてくれない。県庁だけではなく、県民を含めてどう取り組むかが大切である。また、価値は受け取る相手によって評価が異なるものであることから、そこも含めた取組みや考えが必要である。
- また、人口減少に伴い、観光産業も縮小していく中においては、山形を大事にしてくれる人に来てもらう仕組みが大切。このことは、本県観光資源の高付加価値化にも通ずる考え方であると感じる。

（平井委員）

- 観光は、農林水産をはじめ、さまざまな分野と全て関わっている。そのため、県庁の中から観光に対する知識や理解（教育）を深めていかなければならないと強く感じている。
- 県職員として採用されるにあたり、事前に本県の観光を学ぶための場面づくりが必要と感じる（奥の細道を読む、国宝巡りをする等）。
- 現在、仙台空港では、週に28便国際便が飛んでいる。この中で、本県を訪れる者は非常に少なく、ほとんどの観光客が山寺などを訪れても仙台に戻ってしまう。その原因として、アクセスの問題や他にどこに行けば良いのか分からない（認知度不足）ということが挙げられる。
- 配布資料47頁の訪問希望率・認知率のグラフにおいて、「山形県」の認知率は「東北」に比べて低い。また、仙台空港、山形空港や庄内空港も「東北」に比べると認知度は低いことから、仙台空港を「東北国際空港」とし、東北を一つのまとまりとすることも必要であると感じることから、今後は、そういった働きかけも行ってもらいたい。
- 山形空港において国際線を定期便化することは難しいと考える。また、昨年度から再開した山形空港への国際チャーター便についても、今後も安定的に支援できるかは定かではない。そのような中においては、仙台空港からの誘客が重要であるが、仙台空港から本県へ運航しているバスの乗客数は1便あたり5名程度であり、外国人観光客に対する認知度は非常に低い。こういった課題に対しても向き合っていかなければならない。

- ・ サイクリング関連の取組みやさくらんぼなども、観光に与える影響は非常に大きいことから、部を横断した連携が大切。
- ・ 災害や感染症などの緊急時における観光従事者の対応についても学んでいく必要がある。観光アカデミーなどにおいて、県内4地域（村山・最上・置賜・庄内）の観光従事者がディスカッションできるような機会を作っていく必要があると感じている。
- ・ 観光DMOの長期的かつ安定的な運営が重要だが、資金面で潤沢なところは少なく、自治体からの補助金の影響も一定程度受けることから、本県観光を盛り上げるためにも、県からの支援を再開し育てていくことが必要である。また、県からの出向も積極的に行うことで、県職員の観光に対する意識醸成や県と地域・観光との関わりをより強くすることに繋がるのではないかと。

（本保委員）

- ・ 本物の価値を追求するためには、まずは、県職員が本物を知らないといけない。
- ・ インバウンドを獲得するには、直行便の確保が最も重要であるが、そのことが本県は現実的に難しいのであれば、やはり仙台空港を本県の玄関口にしなければならぬ。そのために、名称の変更を含めたさまざまな取組みが必要である。
- ・ 緊急時の対応についても、安心して安全な旅を担保するために、全員で共有して身に付けていくことが大切。

（森戸委員）

- ・ 計画案を見た第一印象として、これだけ多くの策を実施できるのかと感じた。
- ・ 山形県に即した計画としていくことが大切。現在は、オーバーツーリズムの問題もあり、全国的に、地域としてどのような観光のビジョンを描いていくかという意志を持つことが求められている。
- ・ 今後、施策の選択と集中が迫られる中で、優先順をどうつけていくのか、どこまで取り組んでいくのかを検討する必要があると認識している。
- ・ 今後の施策展開の方向性の中でも特にDX関係については、第一に着手しなければならないと感じているが、現在、DXそのものが目的化しており、導入するものの使いこなせていないという地域の声をよく耳にする。このため、あくまでDX化は、例えば人材不足を解消する手段であるというような、目的に基づいた位置づけのもとで取組みを実施していくことが大切である。
- ・ 人手不足については、外国人材の活用などが叫ばれているが、基本的には、いる人で対応するしかないことから、生産性を上げるためのリスクリグ的な観点も重要となってくる。
- ・ こういった取組みの一つとして、地域の人材同士が連携し、DX関係の勉強会の開催など、現場のつながりを広げる取組みが有効と考える。

- ・ キャパシティが減っていくことについては、前向きに考えていくことが重要であり、一例としては、コンテンツに一定の「限定感」を付与するという考え方ができるのではないか。泊数や単価を上げるためには、ある程度勇気を持って間口を狭めることも必要。特に高付加価値旅行者層をターゲットにするのであれば、安売りをしないなど一定の限定感を付与して商品を仕立てていくことが重要。
- ・ インバウンドのデータを分析した際、山形県は47都道府県の中で唯一特殊な結果となった。それは、山形県には山形に行きたい人しか行かない（最終目的地になりやすい）という特徴があった。これは、他の地域よりもハードルが高いということとなる。このため、山形に来て何をするのかというコンテンツ作りが重要となる。

（本保会長）

- ・ 選択と集中の必要性について改めて指摘があったが、一定の効果を生むためには、やはり地域が望ましい姿が何であるのかという認識を持ったうえで選択と集中に取り組まなければならない。
- ・ 資料中のインバウンドの旅行経路の図を見てみると、フランスやドイツからの観光客はほとんどが仙台まで来ても山形へは来ていない。一方で、台湾やアメリカからの観光客は多く山形を訪れており、国籍ごとの特徴も見られることから、このような視点での分析も必要である。

（山口委員）

- ・ 配布資料55頁の今後の施策展開の方向性の「【施策の柱1】「本物の価値」の追求による稼ぐ力の向上」については、誰が追及するのか、誰が稼ぐのかという主語は何になるのか。一例としては、観光DMOやDMCが挙げられる。
- ・ 具体的には、観光DMOやDMCの連絡協議会などの場を県が主導となって年に数回開催し、その場で県の方針を浸透させていくことが大事。
- ・ 「【施策の柱2】「人材×DX」による観光産業の活性化」について、人材の部分については、郷土愛やおもてなしの心を県民の方にいかに持ってもらうかが重要である。しかしながら、これは学校の教育から始まらないとかなかなか難しいと考える。このため、小中高それぞれで成長に合った観光教育というものを行っていく必要がある。
- ・ 観光庁において、2017年から観光教育に関して、継続的な検証などの事業を展開しており、すでにガイドラインや副読本も公表されていることから、これらを活かして教育の分野から観光振興につながる取組みを行ってほしい。
- ・ 通訳ガイドの問題について、宿泊施設のサービススタッフの語学力が不足していることから、いいおもてなしにつながっていない。現在、天童温泉内のスタッフの中には、自発的に英語を勉強したいという者の割合が増えている。このため、じゃらんリサーチセンターと協力し、11月頃から、天童

温泉エリアで語学研修会を開催する予定である。こういった取組みが県内各地に波及していけばよりよい受入体制が整うのではないか。

- ・ DX化に関して、県内宿泊施設の約8割はPMSシステム（顧客管理や予約管理を一体的に行えるシステム）を導入していると思われるが、これの連携を推進していくべきと考える。データを集積させていくことにより、傾向やニーズなどを分析することができるかと認識している。
- ・ 「【施策の柱3】地域一体となった持続可能な観光地づくり」について、現在、ユニバーサルツーリズムの推進に取り組んでいる。誰もがアクセスできる安心で安全な地域、施設づくりを進めていくことがおもてなし県山形の実現につながっていくのではないか。
- ・ また、ここ数年で県内各地の施設やエリアの価値が向上しているように感じている。価値が上がれば価格も上がり、価格が上がれば給料が上がる。これにより、宿泊産業全体のレベルが上がっていくというようにいい循環につながることから、高付加価値化の取組みにも現在力を入れている。
- ・ この高付加価値化に伴い、増えている客層が首都圏やインバウンドの層である。一方で、県内の観光客は価格の上昇に伴い、客足が遠のいているというのが現状であり、以前と客層が大きく変わった。このため、県内客を取り戻すという視点からの取組みも並行して実施していく必要があると感じている。

（本保委員）

- ・ 誰が価値を追求するのか、誰が稼ぐのかというのは、いわば計画策定にあたり、それぞれの役割を整理するというと同時に、県が全体との調整や連携役となるなど、役割分担を明確にするべきという指摘と捉える。
- ・ 地域DMOやDMCは稼ぐ主体として重要な役割を担う組織であることから、注目して取り組んでほしいという指摘であったと受け止めている。
- ・ 観光教育については、資料中にも記載が少ない。取組みのほとんどが観光部門であり、その他の部門が非常に少ない。総合性を高めるということも必要ではないかと感じる。
- ・ 英語学習の取組みはぜひ成果を共有してもらいたい。
- ・ PMSシステムについては、DX推進という意味で非常に有効な方法ではないかと感じる。このため、民間事業者単位では課題が多く着手しづらいものとも思われることから、県が主体となって進めてもらいたい。

（山科委員）

- ・ 人材育成について、多様なニーズに対応するプロガイドの発掘、育成は非常に重要である。当社のツアー客はほとんどがガイド付きであり、長い行程の中でも終始ガイドを付けてほしいという要望も多い。
- ・ 以前に県外の観光地で観光ガイドをする際、ガイドの都合がつかなかったことから、通訳案内士にガイドを依頼したことがあったが、当該ツアー客の感想では「基本的なことしか説明されなかった。地元にあまり興味が

ないようであった」との声があった。単なる旅ではなく、そこで人生の学びを得たい、日本の文化や歴史に関して多く知識を得たいという顧客にとっては、観光地の魅力を詳しく伝えることができるガイドの存在が非常に重要になる。このことから、ガイドの知識やスキルを磨く研修の機会を創出する取組みが必要と感じる。

- また、日本旅行の人気の高まっている昨今において、インバウンドを受け入れられる旅行会社が少ないという点も課題であると認識している。送客したいという海外旅行会社のニーズに応えるためにも、県内のトラベルデザイナーなどの人材を育成することも必要。
- 高付加価値化にあたっては、価格を高くすれば良いというわけではなく、中身も伴ったコンテンツを提供しなければ消費されない。
- また、最近では海外の観光客からスイートルームの少なさについて指摘を受けることがある。欧米豪の観光客は温泉付きの部屋を希望することが多い。このことから、高付加価値化旅行者層をターゲットにするのであれば、それを受け入れられる施設を充実させる取組みも重要。
- まだまだ山形の知名度が低い。首都圏で行われる商談などの場で、東京から山形までのアクセスについて紹介すると、「思っていたよりも近い」と驚かれることも多くある。このため、コンテンツの魅力発信は当然のことながら、他の観光地からどう山形へつなげるか、アクセス含めプロモーションをしていくことが重要である。

(本保会長)

- 山形は首都圏などから意外と近いのにそれが知られていないという指摘があったが、同様に、仙台空港からの近さも伝わっていない。
- 具体的に何をするのかを後藤委員、山科委員が核となり、ガイド育成に向けて県としてどのような取組みをしていくべきかを助言してもらいたい。

(本保会長よりまとめ)

- 本会議資料について二つ欠けていることがある。一つ目は県の取組みに対する評価が不十分であること。県の自身による評価だけでなく、民間の視点も含めた評価をしてもらいたい。二つ目は、総合的取組みをしていると言いつつ、中身を見てみるとほとんどが観光の取組みしか記載がないということ。本当の意味で総合的な取組みができるような施策の進め方を検討してもらいたい。
- 過去の取組みの反省をしてそれを踏まえて新しい方向性を示しているようであるが、両者の因果関係がよく見えない部分があった。課題に対する改善策として次の取組みで何をしようとしているのかを分かりやすくしてもらいたい。考え方ではなく実行することが大事であることから、具体策として何をできてそれに対しどのような反省し、それを踏まえて具体的にどうしていくのかを次回までに検討してもらいたい。

4 閉会