

第1章 観光王国みやぎの実現に向けた戦略プランの策定

(1) 地域づくりにおける観光の重要性

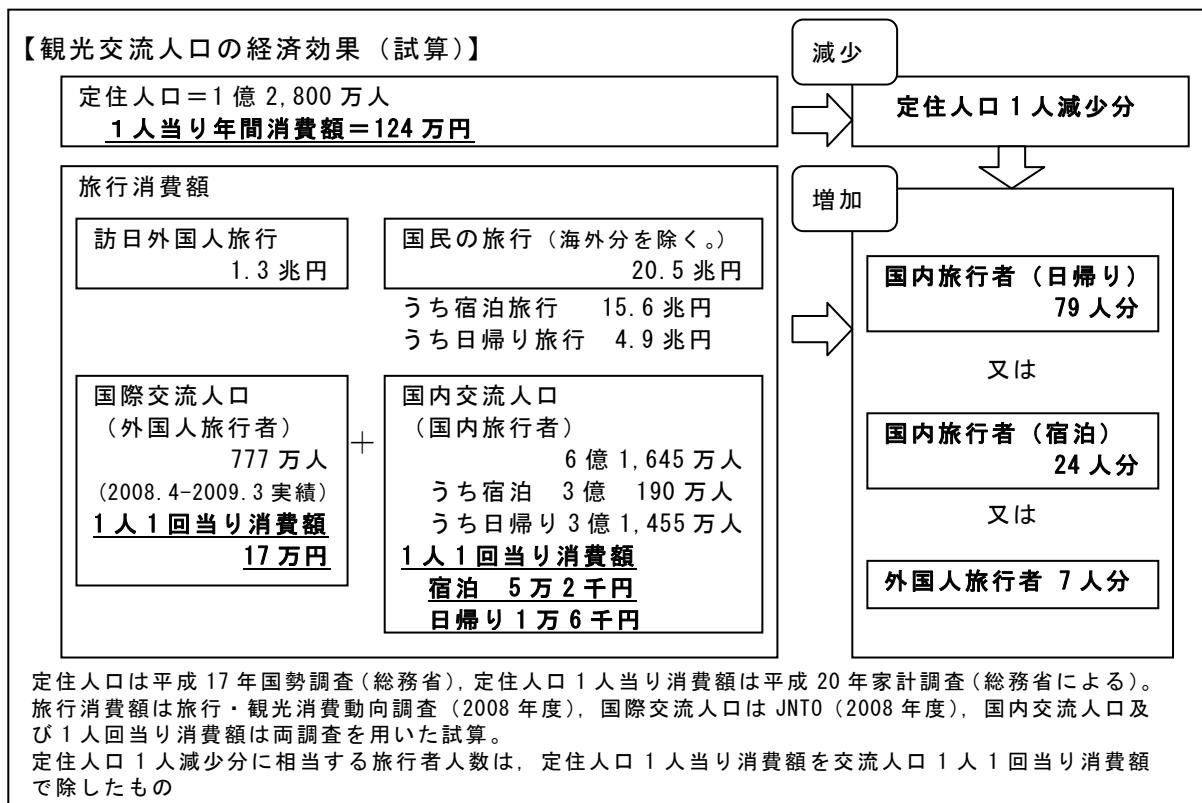
観光は、余暇活動や生活・文化面の充実などの効果だけではなく、第1次から第2次、第3次産業までが幅広く関わる総合産業であり、経済波及効果や雇用効果が大きい産業分野でもあります。

国では、平成19年に観光立国推進基本法を施行し、平成20年には観光庁が発足するなど、観光を国家戦略プロジェクトの柱に位置づけ、施策を展開しており、平成22年6月に閣議決定された「新成長戦略～「元気な日本」復活のシナリオ」においては、観光戦略・地域活性化戦略が7つの成長分野の一つに選定されています。

少子高齢化の進展に伴い、我が国にも人口減少時代が到来しました。東北そして宮城県でも人口減少傾向は強まってきていますが、こうした定住人口の減少は、消費の減少ひいては生産活動の停滞・縮小を招き、経済全体の規模を縮小させると懸念されています。

このため、定住人口の減少を交流人口の増加によって補うための取組が必要とされており、観光は正にこの交流人口の増加を担う分野として重要性を増してきています。

国の試算によれば、定住人口1人の減少による消費額の低下は、国内日帰り旅行者79人、国内宿泊旅行者24人、外国人旅行者7人の増加によって、それぞれカバーが可能だとされています。



（出典：観光庁資料）

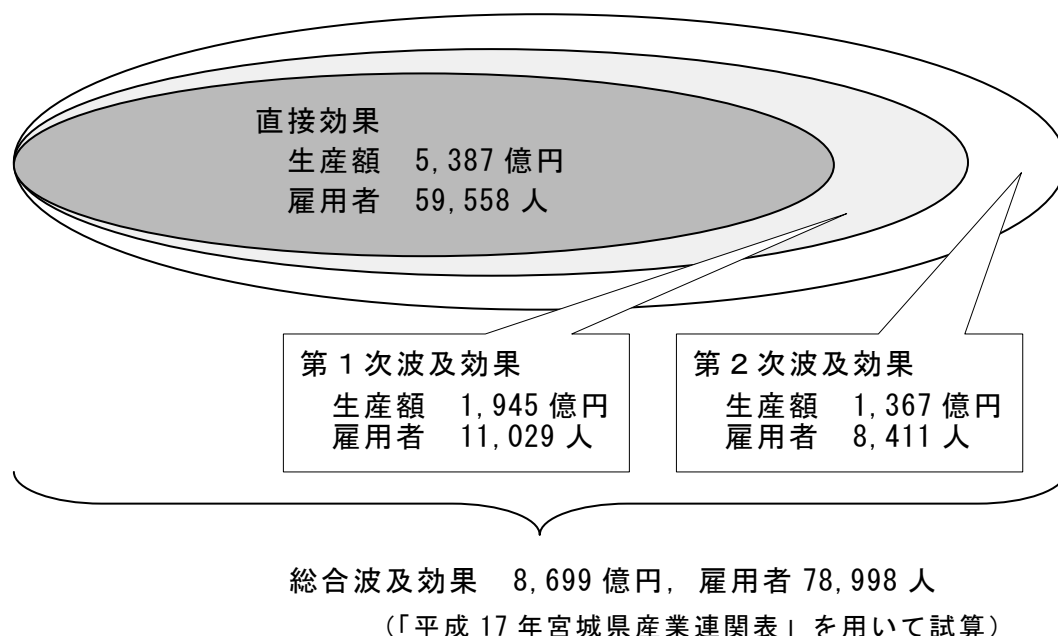
宮城県では、県政運営の基本方針である「宮城の将来ビジョン」※において観光関連産業を「経済波及効果の大きい分野で、今後の宮城県経済の成長のカギ」と位置づけています。

「宮城の将来ビジョン」※

平成 19 年 3 月策定。宮城県の県政運営に当たっての基本的な理念や平成 28 年度までの県が目指すべき姿と方向性などを総括的に示したもの。

また、「宮城の将来ビジョン」を具体化するための取組や目標を 3～4 年ごとに示すものとして「行動計画」を策定している（現在は「第 2 期行動計画」の計画期間中（平成 22 年度から平成 25 年度まで））。

【平成 21 年の観光消費が宮城県にもたらす経済波及効果】



宮城は「食」や「温泉」、「自然」、「歴史」などの多彩な観光資源に恵まれており、その多様性は我が国の中でも際立っています。

観光地づくりに当たっては、この「多様性の魅力」を宮城の大きな強みの一つであると改めて認識するとともに、既存の資源の見つめ直し及びその磨き上げ、新たな魅力の掘り起こしといった取組や、これらの取組を支え、担い、実現していく「人」の育成・確保が何よりも必要になります。この取組がもたらす自らの地域への誇り、愛着といった思いこそ、まちづくり、地域づくりを進める力の源泉に他なりません。

また、観光に関する取組は、観光関連産業に携わる人やその地を訪れる観光客だけではなく、その地域に住む人すべてに関係するものです。したがって、観光による地域づくりの取組にはその地域に住む人々の主体的な参加が欠かせません。

宮城県では、人口減少時代における地域経済の活性化と魅力ある地域づくりを実現するに当たっては、観光が果たす役割が極めて重要であるという認識に立ち、県民の参加のもとで、「観光王国みやぎ」の実現を目指した幅広い分野にわたる施策を実施していくこととしています。

【「観光王国みやぎ」の目指す姿】

- ・ 県内に、自らの地域の魅力の掘り起こし、磨き上げ等を通じて絶え間なく新しい観光を創造する機運がみなぎっている。
- ・ 多彩な「食」、「温泉」といった魅力のほか、「都市と農山漁村の対比」、「季節の移り変わり」といった宮城ならではの「多様性」の魅力を生かして、様々な目的を持って国内外から訪れる多くの観光客に「見てよし」、「訪れてよし」の感動をもたらす地域となっている。
- ・ 多くの観光客が訪れることにより交流人口が増加し、地域経済及び地域社会の活性化が図られている。また、観光関連産業が地域経済をけん引する大きな役割を果たしている。
- ・ 県民が、宮城県そして自らの住む地域に魅力を感じ、「住んでよし」という誇りを持ち、また、おもてなしの心を持って宮城県を訪れる観光客に接している。
- ・ 観光が第1次から第2次、第3次産業までが幅広く関わる総合産業であり、地域経済及び地域の活性化に果たす役割が重要であるということを県民が十分に認識している。
- ・ 様々な産業が連携して宮城らしい観光資源を醸成し、また、観光に関する地域の取組に県民が主体的に参加している。
- ・ 国内外からの観光客にとって東北エリアのゲートウェイとしての機能を十分に果たすとともに、東北の各県等との連携を深め、広域観光に関する取組を推進している。

(2) 「第2期みやぎ観光戦略プラン」策定の趣旨

平成18年12月に策定した「みやぎ観光戦略プラン」では、誰もが地域に誇りと愛着を持てるような地域づくりを進める「地域力」と地域へ観光客を引き寄せる「観光力」の向上を目指し、「いざなう」・「もてなす」・「ととのえる」をキーワードとして取組を進めてきました。

このプランに基づいて、平成20年10月から12月に実施した「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン(仙台・宮城DC)」など様々な観光振興施策に官民一体となって取り組んできました。

これらの効果もあり、首都圏をはじめとする地域からの誘客が増大し、観光客入込数は、過去最高を更新するなど、順調な伸びを示しています。また、異業種が相互に協力、連携した着地型旅行商品^{*}の開発が進むとともに「おもてなし」意識の向上も見られ、県内各地域における観光地づくりの素地が整ってきました。

着地型旅行商品^{*}

体験交流型をはじめ、グリーンツーリズムやエコツーリズム、学びの旅など、地域の個性あふれる素材を扱う旅行商品。

さらに、平成19年6月には東北観光推進機構が設立され、東北地方における県境を越えた結びつきが強化されたほか、仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会などの設置により、観光に関する活動のネットワーク化が図られました。

しかし、このような成果が見られた一方、取組を進める中で、まだ様々な課題が残されていることが分かってきました。

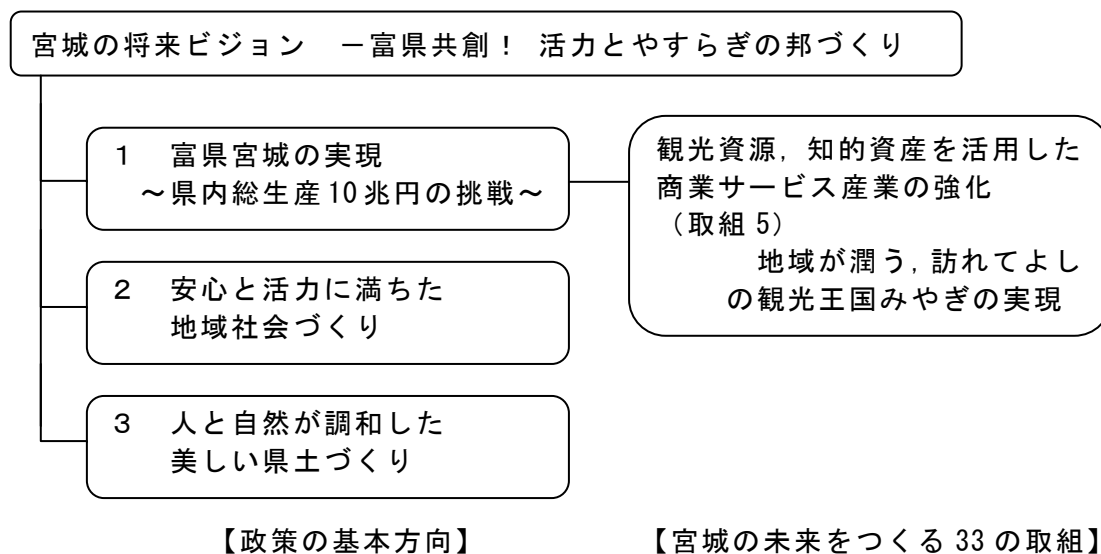
加えて、「みやぎ観光戦略プラン」策定以降、人口の減少・少子高齢化の進行など社会情勢が変化しているほか、観光ニーズや旅行手配方法の多様化や東アジアからの外国人観光客の急増などのように観光に関する状況も大きく変わってきています。

「観光王国みやぎ」の実現のためには、これらの情勢や新たな課題を踏まえて「第2期みやぎ観光戦略プラン」を策定し、観光施策を充実し、戦略的に推進していくことが必要です。

(3) プランの位置づけ

「宮城の将来ビジョン」では「富県宮城の実現 ～県内総生産 10 兆円への挑戦～」, 「安心と活力に満ちた地域社会づくり」, 「人と自然が調和した美しく安全な県土づくり」の3つの政策推進の基本方向に沿った「宮城の未来をつくる33の取組」を定めており, 「地域が潤う, 訪れてよしの観光王国みやぎの実現」はその取組の一つとなっています。

「第2期みやぎ観光戦略プラン」は, 「観光王国みやぎの実現」に向けた「宮城の将来ビジョン」の分野別計画となります。



(4) プランの計画期間

プランの計画期間は, 平成 23 年度を初年度として, 「宮城の将来ビジョン 第2期行動計画」の終期である平成 25 年度を最終年度とする3年間とします。

(5) プランの目標

「宮城の将来ビジョン」に掲げる「地域が潤う, 訪れてよしの観光王国みやぎ」の実現を目指します。また, 観光客の入込数を増加させ, 外国人観光客を含めた宿泊観光客を増やすことにより, 観光による消費を増やすことを目標とします。

平成 25 年における数値目標は, 次のように設定します。

① 観光客入込数	6,500 万人
② 宿泊観光客数	900 万人
	(将来的には 1,000 万人を目指す。)
③ 外国人観光客宿泊者数	20 万人
④ 観光消費額	6,300 億円