

仙南圏域の観光の現状・課題・方向性及び取組（案）について

（１）圏域の観光の現状

- 令和元年東日本台風の被害からようやく立ち上がることができた矢先、新型コロナの影響によりほぼ全てキャンセルとなり、また、インバウンドは全く止まってしまった。
- 新型コロナの影響で、日帰り温泉・宿泊施設の客足は減少したが、物産館・直売所等では外出自粛の影響を受けたところもあれば、日常の食材を取り扱うためほぼ変わらないところもあった。
- 現状では蔵王は山形のイメージが強く、蔵王のブランドを活かしきれていない。
- 各宿泊施設や観光施設それぞれが単独で頑張っている感が強く、地域全体としての誘客活動が弱い。
- これまでは点在する観光資源がウィークポイントであったが、発想を転換して密にならないという発信方法は良い発想。
- これまで「みやぎ蔵王三十六景」を活用した食と観光のブランド化に継続して取り組んできており、仙南という中で良い取り組み。

（２）圏域の観光の課題

- 全国、海外では山形蔵王のイメージが強く、みやぎ蔵王ブランドとして他地域との差別化が必要。
- 蔵王は首都圏若者に対して知名度が低い。県民と首都圏の認識の違いを意識する必要。
- 近くの客に蔵王の魅力を再認識してもらえる取り組み。仙台をマーケットとして捉える。
- 回復戦略の実行には、市町単位の行政を超えた取組が必要。
- 各観光施設間、農業・宿泊業・観光業・製造業など部門間、及び交通ネットワークとの連携。
- 地域観光資源の掘り起こしと、それぞれの徹底的な磨き上げ。
- 自粛ムードが残る中、出かけたいというマインドの醸成。安全対策をいかに“安心”につなげるか。
- SDGs は当てはまる項目も多く世界的な指標なので、この時期だからこそしっかり準備する必要。
- インバウンド重視から、「近くから遠くまで」バランスの取れた集客を目指す必要。

（３）回復戦略や成長戦略などの方向性・具体的な取組等**（回復戦略の方向性）**

- 当面、近郊観光需要の取り込みにより、事業者の事業継続・雇用維持を図るとともに、with コロナ時代に求められる新たな観光価値（No 密、安全安心、健康 等）の提供に向けて、従来からの強み（温泉、自然（みやぎ蔵王）、アクセス（仙台近郊、新幹線、空港））に加え、点在する多様な観光資源・過度に混雑しない観光施設等、これまで弱みとされてきたものも、この変革の機会を捉え強みに転換していく。

（具体的な取組等）

- 安全安心対策コストへの支援。安全安心対策（宮城県としての具体的な取組み）の情報発信。
- 体験・「コト」消費の推進。
- MaaS と関連付け、密にならない、混雑しないという安全・安心情報の共有化・ネットワーク化。
- 仙南地域の一体的なポータルサイトによる情報発信。仙南地域 EC サイトの立上げ。
- No 密観光のための朝型観光へのシフト。温泉オフィス。温泉でのワーケーション。
- 入湯税を活用した温泉街の活性化、イメージ向上。バーチャル観光を動画で配信。
- 少ない収容人数・売上の中で利益を出すための経営体質改善とそのためへの支援策。
- 行政側で支援メニューを用意するのではなく、それぞれの事業者がやりたいことに対する支援。
- 先々のインバウンドの対象として、さらに国際交流の観点から、現在生活に困窮している外国人留学生対象のツアー企画など。
- 自転車での移動も多いことから、サイクルツーリズムの呼び込み。
- 現状、観光統計調査は観光客入込数での計測だが、正確な実態把握のため売上高で計測できないか。