

## 第1章 基本的な考え方

### (1) 計画策定の趣旨

観光事業者等が資金繰りや雇用を維持し、感染拡大の波が一定期間繰り返すことを想定しつつ観光業を回復軌道に乗せ、その後の成長軌道に繋げていくための取組を推し進めるため、そのロードマップとして策定するもの

### (2) 計画の位置づけ

第4期みやぎ観光戦略プランの実施計画

(感染症の影響から回復するために新たに生じた課題解決の指針)

### (3) 計画期間

令和2年10月から令和4年3月まで

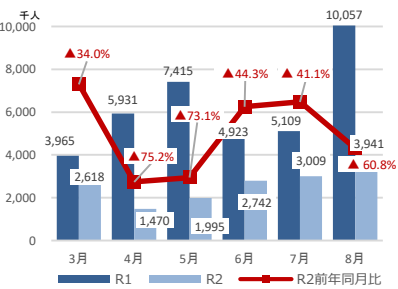
計画期間	～令和2年度		令和3年度		令和4年度～	
	上期	下期	上期	下期	上期	下期
観光戦略プラン	現行4期プラン (4つの観光戦略)		改定4期プラン (4つの観光戦略 +コロナ戦略)		5期プラン (成長戦略)	
(実施計画)	回復戦略(コロナ戦略)					

## 第2章 観光の動向及び新型コロナウイルス感染症の影響と課題

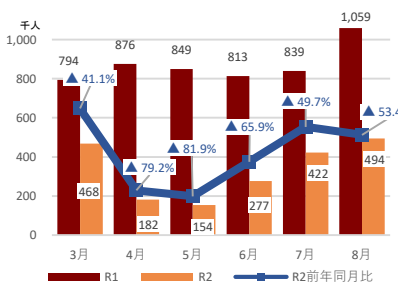
### 新型コロナウイルス感染症による観光への影響

- 3～8月の県内観光動向は、4～5月を底として6月以降は多少持ち直したものの、厳しい状況は継続
- 8月の県内の観光客入込数及び宿泊観光客数は、前年同月比それぞれ▲60.8%、▲53.4%
- 8月の外国人観光客宿泊数は、対前年同月比で▲95.7%の1,830人
- 3～8月の観光消費の減少額を試算すると、約1,310億円(令和元年年間観光消費額の約33%)と推計
- 旅行業や宿泊業はもとより、地域の交通や飲食業、物品販売業など多くの産業に深刻な影響が発生

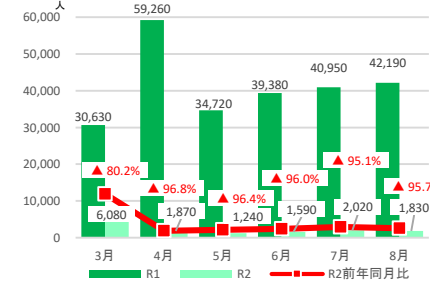
観光客入込数(3月～8月)



宿泊観光客数(3月～8月)



外国人観光客宿泊者数(3月～8月)

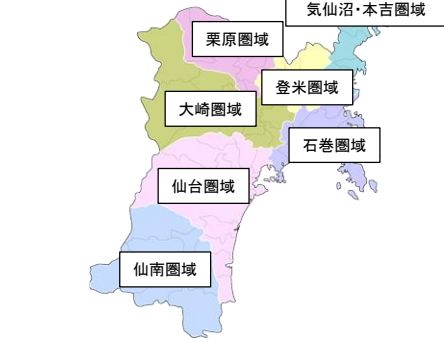
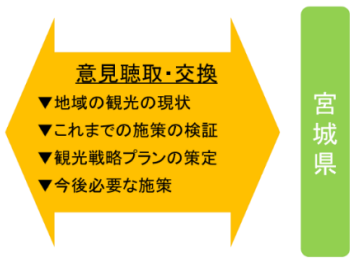
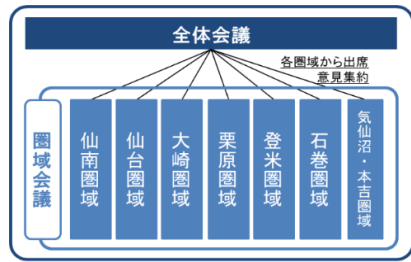


出典：宮城県観光課調べ(速報値)

出典：宮城県観光課調べ(速報値)

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

### みやぎ観光振興会議の設立と委員意見



### 【観光の課題についての委員意見】 ※全体会議・圏域会議での共通課題を抽出

- 安全安心対策の迅速化、可視化及び情報発信のほか、設備投資や取組への支援が必要
- フェーズに応じた事業者への支援や県内から東北、国内等へ需要喚起を広げる取組が必要
- 地域の魅力の再発見や磨き上げと魅力の情報発信、イベント再開の支援等が必要
- 自然を活用し、三密を回避した体験型コンテンツなど、地域の強みを生かした取組が必要
- 新しい生活様式・新しい観光に対応したビジネスモデルの転換が必要
- 5G等の情報通信環境やDX(デジタルトランスフォーメーション)への対応が必要
- コミュニティやネットワークの再構築、関係人口を増やす取組や情報発信が必要
- 点から線、線から面へと、観光客が周遊できる広域連携の取組が必要
- 東北の豊かな自然の活用策として、関心が高まっているワーケーションを進めるべき。
- 今後、発展が見込まれる観光分野にSDGsの思想を掲げるべき。

## 第3章 計画の基本理念と3つの視点

### <計画の基本理念>

安全安心の確保とともに、デジタル変革を進め、新たなビジネスモデルの創出を図り、持続可能で選ばれる観光地をつくる

- 新型コロナウイルスの影響により、人々の行動変容が起きている中、観光の在り方が大きく変化
- 安全安心対策を踏まえた新しい観光のニーズに対応した事業者のビジネスモデル転換を支援
- SDGs(持続可能な開発目標)の特徴やターゲットの内容等を生かし、官民がその役割分担のもと連携して、時代や価値観に順応した持続可能なみやぎの観光基盤の形成を目指す
- デジタル技術の積極的な活用により、感染症対策やサービスの効率化などの取組を支援
- 受入環境のデジタル化、オンラインツーリズム、デジタルマーケティングなどあらゆる観光施策にデジタル化を加速し、円滑(シームレス)で非接触(タッチレス)なサービス提供に繋げる。



### 視点1 安全・安心の機運の醸成と可視化により、選ばれる観光地をつくる

#### (1) 観光地として選ばれるための安全安心の対策とその見える化

- 安全安心対策とその見える化は、観光地として選ばれるための必要不可欠な要素
- 業種別ガイドライン等に基づき、観光事業者が行う安全安心対策の取組を横展開し可視化
- 住民がみやぎは安全安心だと感じ、旅行者が感染防止の「新しい旅のエチケット」を徹底して、地域と旅行者の双方の安心感を醸成するとともに、取組や機運を発信していくことで、安心マインドを形成し、東北や宮城の強みを組み合わせ、選ばれる観光地を目指す



#### (2) 入国制限緩和を見据えたインバウンドへの取組

- インバウンドは引き続き重要であり、東北・宮城として需要を取り込めるよう取組を推進
- 訴求力が高い歴史・文化や宮城の強みである豊かな自然や食、癒やしに加えて、サイクルやトレイルといったアウトドア等コンテンツの魅力向上
- 海外の感染症対策に適應した取組や安心感に繋がる情報発信とともに、プロモーションを展開



### 視点2 回復フェーズに応じた取組を推進するとともに、観光資源の魅力を見直し、地域と旅行者客の関係を深める

#### (1) 社会経済活動の回復フェーズに応じた取組の推進

- 感染症との共存も視野に入れながら感染拡大の波を想定し、回復フェーズに応じた取組を推進
- 感染拡大防止期は、事業者の事業継続と雇用維持のための資金繰り支援や、早期の経営資金の調達と未来の顧客確保に繋がる取組を支援
- 近郊旅行から、県内、東北等と徐々に観光需要が回復していく動態を捉えた取組を推進
- 消費喚起キャンペーンにより県内や東北から段階的に回復、国のキャンペーンと相乗効果を得る取組を図り、新たな観光客の呼び込みとリピーターの確保により、旅行者との繋がりを再構築



#### (2) 地域の魅力の再発見と旅行者の受入体制の構築

- 近郊旅行や県内旅行の機会の増加を好機と捉え、地域の魅力を再発見・再認識する機会となる取組を推進
- 空港や駅からのアクセス向上や地域内周遊のための二次交通の利便性向上など受入環境充実への取組
- 持続可能な観光地形成のため、地域が観光産業の価値等への理解を深め、地域の受入体制の構築・強化

#### (3) 交流人口の拡大に加えて関係人口の拡大へ

- 地域の人口減少が加速化する中、単なる交流人口に留まらない関係人口の拡大・構築が重要
- 休暇と仕事を両立させる新たな観光の在り方として、関心が高まるワーケーションの取組の推進
- 一時的な需要喚起に留まらない、地域との交流プログラムなど関係性の継続に繋がる取組を支援

### 視点3 ニューノーマルに適應したビジネスモデルに転換し、新たな観光を創出する

#### (1) 新しい価値観からみやぎの新しい観光創出へ

- 新しい生活様式に適應し、経営を維持できるようなビジネスモデルの転換を迫られている
- デジタル技術等の活用による固定費削減、宿泊単価や客室稼働率の引上げ等の取組
- 観光客と観光地、観光施設が地域に一定の責任をもつレスポンシブル・ツーリズムを展開し、持続可能なみやぎの観光を目指す



#### (2) みやぎにしかないアドバンテージを生かす

- 東北DC、東京2020オリパラ、復興10年などみやぎにしかないアドバンテージ
- 震災復興や伝承のコンテンツ(語り部等)を生かした未来に繋がるみやぎらしい新しい観光を創出



## 第4章 県内各圏域の施策の方向性

### 仙南圏域

- (1) 従来からの強みに加え、弱みを強みに転換する取組
  - 安全安心対策コスト支援等、新たなビジネスモデル転換支援、MaaSと関連づけた安全・安心情報の共有ネットワーク化等、温泉街の活性化等、朝型観光へのシフト
  - 温泉ワーケーションへの環境整備、情報発信
- (2) 地元の良さを再発見、磨き上げとPR等により、地域に利益を還元
  - 県内周遊キャンペーン、ビジネス客を通じた“安全安心”の情報発信、生活困窮外国人留学生対象ツアー等
  - 体験・「コト」消費の推進、サイクルツーリズムの呼び込み
  - 地域のポータルサイトによる情報発信、ECサイトの立上げ

### 仙台圏域

- (1) マイクロツーリズムなどの域内流動の促進
  - 圏域の地域を対象を絞った誘客促進、宮城・山形間の相互交流促進、デジタルスタンプラリー、公共施設等の無料化により冬季の街歩き促進
- (2) 地域の魅力に対するシビックプライドの醸成
  - 東北DCに向けた観光素材を発掘・磨き上げ、観光素材の募集・魅力発信
- (3) ビジネスモデルの転換に対応した新たな観光の推進
  - 宿泊施設の活用を促進する地域観光グループの形成・展開を支援、Wi-Fi・5Gの環境整備支援

### 大崎圏域

- (1) 宿泊施設が「安心」と認識されることへの対策
  - 店舗・施設への確認や指導、徹底したコロナ対策事業と支援、優れた「安全・安心」の施策のアピール
- (2) 第二波に対応できる新しいビジネスモデルの推進
  - 旅館等をWEB会議の会場として提供（ワーケーション推進含む）
  - 旅館等の地域内利用の推進
  - 旅館等の平日利用の推進
- (3) 地域が一体となって取り組む観光振興の推進
  - 観光気運醸成に係る取組、教育旅行等向け一元的相談窓口の設置、大規模な会議等の誘致

### 気仙沼・本吉圏域

- (1) 滞留性・周遊性を高めつつ、安全・安心で新たな観光ニーズに対応した観光モデルの構築
  - スポーツ等の体験型や震災等の学習型、あるいは広域型などの地域の魅力を一体的に楽しめる観光パッケージの造成、エリア等限定の割引宿泊券など県内在住者の誘引策、三陸沿岸道路と絡めた誘引策や「おかえりモネ」を生かしたプロモーション
- (2) 選ばれる観光地となるための効果的な情報発信
  - SNS等による圏域の観光情報の発信や安全安心の取組の可視化
- (3) 圏域への公共交通アクセスの改善
  - 乗り継ぎダイヤの改善や、接続交通運行への助成

食 × 文化・自然 × 癒し × アウトドア



### 栗原圏域

- (1) 地域全体の安全・安心体制整備とその「見える化」
  - 地域独自の「ガイドライン」整備等、安心な観光客受入体制整備等、デジタル化に対応した通信環境整備の取組等
- (2) 「新しい生活様式」に合わせた資源磨き上げとマイクロツーリズムの推進
  - 市民の近場観光の推進、少人数による長期滞在型旅行、通好みの旅行、客層に合わせたコンテンツの磨き上げ
  - 「新しい生活様式」に対応したデジタル化の推進
- (3) お客様との「関係づくり」に重点を置いた集客戦略
  - 「関係案内所」の設置等、コーディネート体制の構築支援
  - 体験プログラムを生かした教育旅行等の誘致推進、栗原市出身者等によるふるさと応援活動推進

### 登米圏域

- (1) 圏域観光の周遊促進
  - 風土マラソン等のイベント参加者を圏域内観光地へ誘導、自然や食材・農林業体験等の滞在型コンテンツの拡充、魅力ある観光資源の掘り起こし等、受入体制の整備
- (2) 圏域観光地の発信力向上
  - ソーシャルメディア等を活用した効果的観光PR推進、「みやぎの明治村」等圏域観光地の魅力を再発信
- (3) 「おかえりモネ」で知名度アップ
  - 気仙沼市と一体となった効果的なプロモーション等
- (4) 圏域一体となった観光地域づくりの推進
  - 観光地域づくりの意識啓発と機運醸成、圏域観光をコーディネートできるリーダー人材、組織の育成

### 石巻圏域

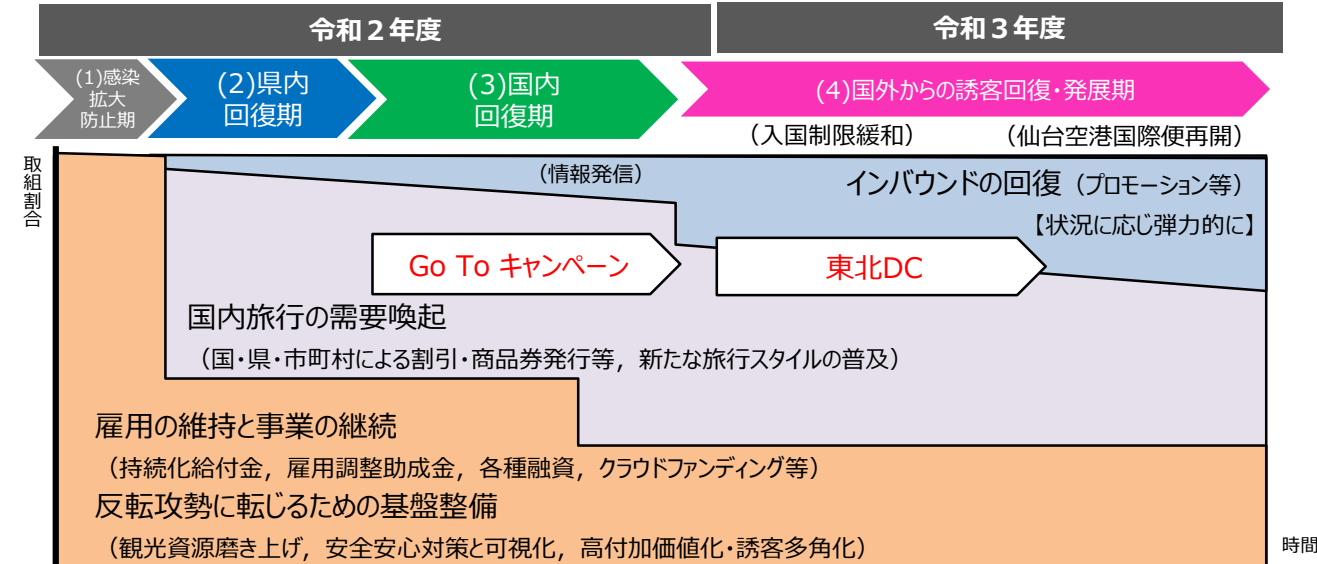
- (1) 近郊観光〔マイクロ・ツーリズム〕
  - 「適疎」な観光の浸透、観光資源の面的な整備、半島部や離島部等のテレワークやワーケーション、安全安心に関する学校教育等、学校や職場の休暇の分散化推進
- (2) 二次交通〔アクセス・トラフィック〕
  - 半島部や離島部のバスやタクシー利便性向上、レンタルサイクル施設の整備、複数航路の乗継の仕組みの整備
- (3) 情報発信〔デジタル・トランスフォーメーション〕
  - 半島部や離島部などの無料Wi-Fi設備の整備、県内主要観光地から観光客を呼び込む為の情報の一元的発信
  - 宿泊施設や飲食店等での非接触型サービスの導入促進

## 第5章 観光需要の回復フェーズに応じた具体的な取組

感染症の影響による観光需要の回復フェーズを以下の4段階に整理した上で、各段階に応じた対策や季節変動に応じた切れ目のない取組を推進する。

- (1) 感染拡大防止期 徹底した感染拡大防止対策を講じる時期（積極的助走期間）
- (2) 県内回復期 近隣日帰り旅行や県内宿泊旅行による県内流動の回復期
- (3) 国内回復期 国内の滞在型旅行による国内流動の回復期
- (4) 国外からの誘客回復・発展期 訪日外国人旅行者の呼び戻し・社会構造変化に向けた新たな需要へのシフト（ニューノーマルな観光の創出）

（取組のイメージ）



※ トrendとしては収束に向かうシナリオを想定しているが、ワクチンや治療薬が開発されるまでの間は、感染拡大の波が想定されるため、感染の状況に応じ、弾力的に取り組んでいく。

### 主な取組一覧

#### 視点1 安全・安心の機運の醸成と可視化により、選ばれる観光地をつくる

事業名	(1)	(2)	(3)	(4)
安心な観光地づくり推進事業	●	●	●	●
観光事業者スタンドアップ支援事業	●	●	●	●
県内在住の外国人を活用した情報発信事業	●	●	●	●



#### 視点2 回復フェーズに応じた取組を推進するとともに、観光資源の魅力再発見し、地域と旅行者の関係を深める

事業名	(1)	(2)	(3)	(4)
観光・宿泊・飲食事業者クラウドファンディング活用促進事業	●	●	●	●
観光宿泊プラン造成支援事業（せんだい・みやぎ絆の宿キャンペーン）	●	●	●	●
小規模宿泊事業者支援事業（仙台・宮城すずめのお宿キャンペーン）	●	●	●	●
中小企業等再起支援事業	●	●	●	●



#### 視点3 ニューノーマルに適応したビジネスモデルに転換し、新たな観光を創出する

事業名	(1)	(2)	(3)	(4)
みやぎ観光デジタルマーケティング推進事業	●	●	●	●
東北デスティネーションキャンペーン推進事業	●	●	●	●

