



R6春 フォトコンテスト大崎賞「満谷の桜」



『こけし最中』の絵付け

第5期みやぎ観光戦略プランに基づく 大崎圏域の取組の実施状況等について



宮城オルレ 大崎・鳴子温泉コース：奥の細道



陸羽東線：快速湯けむり号

1. 第5期みやぎ観光戦略プランの概要 (第5期：R4.10～R7.3)

観光戦略プロジェクト(施策の柱)

回復戦略	感染症により落ち込んだ観光需要の回復
(1) 安全・安心の機運醸成と可視化による選ばれる観光地づくり	
(2) 回復フェーズに応じた取組推進と観光資源の魅力再発見	
成長戦略1	魅力あふれる観光地づくり
(1) 安全・安心の機運醸成と可視化による選ばれる観光地づくり	
(2) 回復フェーズに応じた取組推進と観光資源の魅力再発見	
(3) 震災の経験を生かした復興ツーリズムや教育旅行の展開	

成長戦略2	観光産業の体制強化
(1) 地域経済循環力の強化	(2) 地域を支える観光人財の育成・確保
成長戦略3	受入環境の整備促進
(1) 旅行者の安全・安心確保	(2) 多様化する旅行者の受入環境整備
成長戦略4	戦略的な誘客プロモーション
(1) 旅行者のニーズやターゲットに応じた戦略的プロモーション	
(2) 東北各県や東北観光推進機構等と一体となった広域周遊観光の促進	

大崎圏域の現状と課題

【現状】

- コロナ以前は当圏域を訪れる観光客のうち日帰り客が9割を占めるなど宿泊客が少ない。また、コロナ以後は、少人数旅行の形態に変化しているが、これらの対応が遅れている。
- 世界農業遺産「大崎耕土」や、泉質が多彩な温泉、歴史・文化施設など観光資源が豊富にあるが、明確なターゲットの設定とマーケティングが不足しているほか、観光資源の魅力を伝える情報発信力が弱い。

【課題】

- 世界農業遺産を構成する**多様な資源と観光との一層の連携**。
- 長期滞在及び周遊を促す**体験型観光メニューの磨き上げ**や造成と旅行者のニーズやターゲットに応じた**有効な情報発信**。
- デジタルを活用した**DXの促進**及びSNS等による効果的な情報発信のための**ITに強い人材の確保**。

大崎圏域の施策の方向性及び取組

計画期間で対応が必要な取組

- ① 鳴子温泉街の賑わい創出に向けた取り組みなど「長期滞在したい」温泉街への変化と、ワーケーション、プレジャー等に適した観光の整備を行う。
- ② 世界農業遺産としての魅力を活かし、教育旅行及び農泊について農業体験等ができるよう受入態勢を強化する。
- ③ 三陸沿岸道の全線開通及びコロナ禍におけるマイクロツーリズムを契機とした観光客に対しSNSを活用しながら大崎圏域の魅力を情報発信する。
- ④ 観光のデジタル化（例：非接触型サービス、デジタルマーケティングなど）の促進、SNS等の更なる活用のため、ITに強い観光事業者が増えるよう研修会等を継続して行う。

中長期的に対応が必要な取組

- ⑤ 長期滞在の観光地となるよう観光資源の磨き上げを図る。また移住希望者が観光地における空き店舗を活用した事業ができるよう支援に取り組む。
- ⑥ 観光と「食・農」との連携を進め、その基盤となっている暮らし・伝統行事などの郷土の特色及び地元で活躍している人を周知することでシビックプライドの啓発・醸成を図る。

2. 大崎圏域の取組の実施状況等

大崎圏域の主な取組状況（県関連）

戦略	事業名	実施状況	施策の方向性
回復戦略	<small>ぜいへん</small> ◆蛻変プロジェクト（R4・5・6） 【富県宮城推進室等】	○令和4年度は、鳴子温泉地区において、空き家を改修したカフェ兼ワーキングスペースの整備を支援するとともに、地域の担い手との意見交換会やモデル地域間の交流会を開催した。 ○令和5年度は、大崎市鳴子温泉地区等の3地区をモデル地域とし、意見交換会を2回開催したほか、地域の担い手と連携しながら新たな賑わい創出に向けたイベントを開催した。	①⑤
	◆大崎地域飲食店等支援事業（R4）	○令和4年度に、大崎合同庁舎に勤務する職員を対象とした地元飲食店等の商品斡旋を32回（総販売額2,287,680円）実施した。	—
成長戦略1	◆キャンパー誘客・地元農産物消費促進事業（R4）	○令和4年度に、対象の大崎地域のキャンプ場等を利用し、かつ対象の大崎地域の農産物直売所を利用して応募した方に賞品が当たるキャンペーンを実施し、同時に、大崎地域の魅力あふれる写真を投稿した方に賞品が当たるキャンペーンも実施した。	③⑥
	◆おおさき魅力発見事業（R6）	○県内の小中高生を対象に、大崎地域でガイド体験会を実施し、大崎地域の魅力を体感しながら、興味を抱いた観光コンテンツの説明ができるようにすることで、参加者やその家族、受け入れ地域のシビックプライドの醸成につなげる。	⑥
	◆地域観光新発見事業（R6）	○台湾訪日客をターゲットに、世界農業遺産「大崎耕土」の豊かな農村景観や食文化等と、宮城オルレなどの大崎地域の魅力を最大限に生かした観光モデルルートを造成する。	①⑤
成長戦略2	◆観光地の空間的魅力創出事業（R4） 【観光戦略課】	○鳴子温泉郷の観光事業者等が実施した高付加価値化のための宿泊・観光施設の改修又は廃屋撤去等の経費について、県から高上げ補助を行った。 ・令和4年度交付決定件数:31施設（観光施設改修:20施設、宿泊施設改修:10施設、廃屋の撤去:1施設）	①⑤
	◆食関連イベント事業（R4・5・6） （R5～地域食材魅力発信事業）	○令和5年度は、大崎市鳴子温泉地区で開催した「おおさき食楽まつり」において、来場者に対して地域食材の魅力を発信し消費拡大につなげたほか、大崎地域の農産物直売所等取材し、FacebookやInstagramによる情報発信を12回行った。 ○令和6年度は、大崎市鳴子峡で開催した「おおさき食楽まつり」において、来場者に対して地域食材魅力のほか、大崎圏域の観光情報等を発信するFacebookやInstagramのフォロワー増加を図った。 FacebookやInstagramによる情報発信は随時実施中。	①③⑥
成長戦略3	◆観光交通機能強化事業（R4・5・6） （R5～観光地周遊促進事業） 【観光戦略課】	○栗駒山、鳴子峡、松島の3地区において、紅葉時期等の観光シーズンに合わせ、駐車場や観光施設にセンサーやAIカメラを設置して混雑状況を把握し、デジタルマップ「ミヤギタビマップ」による情報発信を行った。 ・デジタルマップ閲覧数：令和4年度22,801回 令和5年度52,206回 ○観光シャトルバスの運行及びデジタルマップでの運行状況の表示など観光地内の周遊促進、移動の円滑化を図った。	①③④

2. 大崎圏域の取組の実施状況等

大崎圏域の主な取組状況（県関連）

戦略	事業名	実施状況	施策の方向性
成長戦略3	◆観光のデジタル化促進事業（R4・5・6）	<ul style="list-style-type: none"> ○令和4年度は、仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会県北地域部会と連携し、セミナーの中でSNS等を活用した情報発信に関する研修を実施した。 ○令和5年度は、圏域内の観光関連事業者等を対象に、施設情報の発信等に効果的なGoogleマイビジネスやSNSなどのビジネスへの活用方法を学ぶセミナーを開催し、集客の強化につなげる発信手法の周知を図った。 ○令和6年度も観光関連事業者向けの研修を実施予定。 	④
成長戦略4	◆宮城オルレ推進事業（R4・5・6） 【観光戦略課】	<ul style="list-style-type: none"> ○「宮城オルレフェア2022」 9月17日～11月30日まで 350人以上が参加 「宮城オルレフェア2023」 8月21日～11月30日まで 400人以上が参加 ・宮城オルレ延べ利用者数：約6.2万人（平成30年10月のオープン以降、国内外合計） ○令和4年度は台湾にてアジア・トレイルズ・カンファレンスに参加し、宮城オルレのPR等を実施。令和5年度は、国内では九州オルレウォーキングフェスティバル、海外向けには、済州オルレウォーキングフェスティバル代替イベントに現地参加し、いずれもパンフレット等を配布。 令和6年度は、台湾及び韓国の大崎・鳴子コース団体ツアー客に対して、大崎市等と連携した「賑やかし」を実施。 	①③⑤
	◆SNSによる観光情報発信事業（R4・5・6）	<ul style="list-style-type: none"> ○Instagram「東北のへそ」及び「よきたみやぎ」、Facebook「アイラブオオサキ」を活用し情報発信を行った。（R6.7末フォロワー数） ・東北へそ；2,397人、よきたみやぎ；1,867人、アイラブオオサキ；2,489人 ・山形県、秋田県、関係市町村と連携した情報発信を実施中 	③
	◆バーチャルトリップサイトによる観光情報発信事業（R4・5・6）	<ul style="list-style-type: none"> ○大崎管内の観光地を360度の映像等で紹介するバーチャルトリップサイト「アイラブオオサキ」を4カ国語（英語・中国語（繁体字）・中国語（簡体字）・韓国語）で大崎地域の魅力を発信した。 	③
	◆仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会 県北地域部会事業（R4・5・6）	<ul style="list-style-type: none"> ○令和4年度は県制150周年記念事業として、県産食材のオリジナルメニューを食べた方が対象の抽選会や、県北地域を舞台とした1泊2日のモデルコースの作成・評価を行った。 ○令和5年度は、誘客対策のため、9月と11月の計4回、モニターツアーを実施し、うち1行程が「伊達なバス旅(2024.4～9)」の商品として採用された。 ○令和6年度は情報誌への掲載を通じて県北地域の魅力を発信し、旅行需要創出を図る。 	③⑤⑥
	◆最上・雄勝・大崎三県連携交流事業（R4・5・6）	<ul style="list-style-type: none"> ○Instagram「東北のへそ」を活用して、「東北のへそ」フォトコンテスト2022を開催し、東北のへそ地域の魅力発信と誘客を促進し、交流人口の拡大を図った。 ○東北のへそ三県交流まつりを令和4年度は秋保ヴィレッジで、令和5・6年度は勾当台公園市民広場で開催し、東北のへそ地域の観光・物産・郷土文化等の魅力ある地域資源の情報を発信し、誘客促進を図った。 ○令和4年度及び5年度に、仙台市、福島県内等の旅行エージェントを訪問し、東北のへそ地域への誘客を図った。 	③⑥

2. 大崎圏域の取組の実施状況等

市町等の取組

市町等	事業名	事業概要
大崎市	国内都市交流事業	○姉妹都市等（東京都台東区、愛媛県宇和島市、北海道当別町、富山県黒部市他）との都市交流事業を通し、交流人口の増加ならびに移住定住を促進。「おおさき宝大使」を活用した市の知名度向上を図り、誘客につなげる。
	物産振興事業	○宮城県のアンテナショップをはじめとして、首都圏、仙台圏等で物産販売を行い、市の特産品や伝統工芸品を通じた市のPRと販路拡大を図る。
	観光振興推進事業	○地域おこし協力隊を活用して、観光商品の開発やSNS等での情報発信を行い、交流人口拡大を図る。
	シティプロモーション事業	○SNS等を活用して市の自然、歴史、文化、食やイベント等の情報発信を行い誘客を図る。
	教育旅行推進事業	○東北旅行セミナー等に参加し、旅行エージェントや学校関係者等に対して、世界農業遺産に認定された大崎耕土や観光資源を紹介することで、教育旅行誘致を図る。
	観光振興事業	○台湾旅行博へ出展し、世界農業遺産「大崎耕土」をはじめとする市の魅力を紹介することによりインバウンドの誘客を図る。 ○宮城オルレ大崎・鳴子温泉コースと温泉等の観光資源をあわせたPRやイベントの開催により誘客を図るとともに、コースの適切な管理を行う。
大崎観光公社	観光振興事業	○市の自然、歴史、文化、食などの資源を活用した旅行商品の企画販売と情報発信、イメージキャラクターを活用した各種イベント等での観光PR、観光案内所での観光客への各種情報提供を行う。
色麻町	交流人口増加のためのコンテンツ創出戦略策定事業	○地域資源を活用した観光コンテンツを創出することにより、交流人口や関係人口の獲得と地域の活性化を図ると共に、アフターコロナを見据えて、色麻町ならではのことができるような「コト」を発掘し、その磨き上げと活用の方向性を検討する。
加美町	モンベルアウトドア振興事業	○モンベルフレンドタウンとして、アウトドアランド形成事業を推進する。
	国際ビジネス推進事業	○町へのインバウンド誘客に向け、インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツの造成を推進する。
涌谷町	籠岳山・籠峯寺周辺の魅力増進事業	○「雲海」を一般の観光客が見ることができるよう環境整備を進め、籠峯寺の座禅体験と併せ、ツアー等に組み込めるよう働きかけを行う。
	「金」のストーリーでつながる広域連携推進事業	○日本遺産「みちのくGOLD浪漫」を旗印に、金の歴史を共有する構成市町（涌谷町・南三陸町・気仙沼市・平泉町・陸前高田市・石巻市）との連携を推進し、国内外からの誘客を図る。
涌谷町観光物産協会	地場産品振興事業	○町内特産品を広くPRし、町の認知度の向上を図ると共に、販売量の増加と販路の拡大を目指すほか、関係機関の主催するイベントに参加し、特産品のPR及び販売を行う。
美里町	物産観光振興事業	○町の魅力向上と地域経済の活性化に寄与することを目的に、町の物産販売、魅力PR、総合案内所運営、催事開催等を行う。

3. 令和5年観光統計概要（速報値）

観光客入込数・宿泊観光客数

令和5年1月～12月（大崎圏域）

- 観光客入込数は、809万人。 令和4年比 +100万人（114.1%）
令和元年比 ▲132万人（86.0%）
- 宿泊観光客数は、54万人泊。 令和4年比 +6万人泊（112.5%）
令和元年比 ▲23万人泊（70.1%）

項目		R1	R2	R3	R4	R5(速報値)	R5/R4	R5/R1
観光客入込数 (万人)	宮城県	6,796	3,945	4,495	5,724	6,824	119.2%	100.4%
	大崎圏域	941	659	627	709	809	114.1%	86.0%
宿泊観光客数 (万人泊)	宮城県	989	587	584	778	943	121.2%	95.3%
	大崎圏域	77	47	39	48	54	112.5%	70.1%

(出典：宮城県観光統計概要)

【令和5年観光統計概要（速報値）より】

- 県内全体の宿泊観光客数は、943万人泊と、前年に比べ165万人泊の大幅増加（+21.2%）となり、コロナ拡大前の令和元年の水準と同程度に回復しています。
- 観光客入込数と同様、コロナ5類への移行による宿泊需要の回復のほか、前年から引き続き実施された全国旅行支援による需要喚起策、教育旅行誘致やインバウンド誘客施策、宿泊施設の受入環境整備等の取組の成果が寄与したものと考えております。
- 一方で地域によって、令和元年水準までの回復率に差が生じており、特に大崎圏域においては、宿泊施設の廃業や、人手不足による客室稼働率の制限、施設改修に伴う客室数の減少などの要因により、令和元年比約7割の回復に留まっております。