

【基本的な考え方】

第5期プランの基本的な考え方を踏まえつつ、第6期プランでは、コロナ禍を経て、圏域周遊観光のさらなる促進と、宿泊者数の拡大を図るとともに、人口減少社会に対応するための持続可能な観光地作りに向けた取組を加速する。

➡ キャッチフレーズ案：東北・宮城のゲートウェイ機能を活かした周遊性に優れた観光地づくり

■ 主なポイントと施策の方向性

① 圏域周遊観光の推進と宿泊者数の拡大に向けた取組の必要性

【ポイント】

第5期プランでは、コロナ禍に対応すべくマイクロツーリズムの展開を施策の方向性としていた。第6期プランでは、それらを活かしつつあらたに、テーマ性、ストーリー性を持たせた観光ルートを造成し、圏域周遊観光の促進による宿泊を伴う滞在期間の延長を図る。

【施策の方向性】

東北・宮城のゲートウェイ機能を有している優位性を活かし、広域周遊拠点としての利便性の向上を図るとともに国内観光客やインバウンド客にとって魅力的な圏域内の周遊観光を提供する。

圏域市町村と連携し、多様な体験観光コンテンツや、文化的並びに伝統的観光スポット、コロナ禍を経て顕著になった新しい観光要素（コンテンツツーリズムやフードツーリズム等）など観光資源の更なる掘り起こしを図るとともに、それらを組み合わせて、宿泊を伴う観光ルートを造成する。また、若い世代が将来にわたり当圏域へ再来訪するための誘客施策の一つとして教育旅行の取組を推進する。

【圏域会議等における主な意見等】

- ・仙台や松島に来た観光客を圏域内でどのように回遊させるかの検討が必要である。
- ・仙台の宿泊者が仙台圏や他の地域に広がるよう、圏域の観光を促進する施策が必要である。
- ・ストーリー性やテーマを生かした地域間の有機的な連携や、地域資源を活用した観光コンテンツの創出が重要である。
- ・首都圏や大阪圏の宿泊料金が高騰しているため、地方にとっては追い風になっており、教育旅行を改めてターゲットとするのも重要である。



② 情報発信力の強化と国内外からの誘客促進に向けて

【ポイント】

幅広い世代で利用が進んでいるSNS等を活用し、国内外から訪れる観光客に向けた情報発信力を強化する。

【施策の方向性】

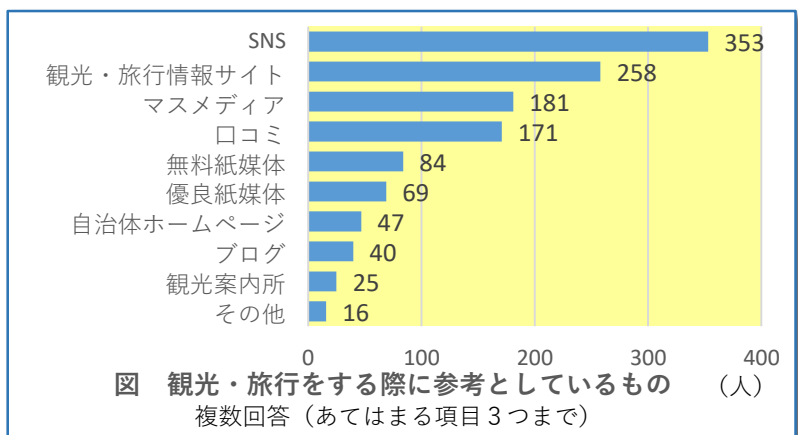
SNSや動画コンテンツ等を作成し、効果的に地域の魅力を発信する。また、インバウンド誘客の促進について、アクセス情報を含め、多言語での情報発信を進める。

【圏域会議等における主な意見等】

- ・他県に比べて観光の伸びがない原因として、魅力が伝わっていないのではないかと。
- ・急務なのはインバウンドの新規市場開拓。この先、高齢化で国内の旅行者が減っていく中で、インバウンドを中心に据えた施策が避けられない。
- ・伸びしろのあるインバウンドに特化することも必要なのではないかと。

【アンケート結果等】

- ・SNS等のデジタル媒体は、マスメディア等を抜いて、旅行をする際の重要な情報収集手段となっている。（「R6.9みやぎおでかけ観光キャラバン」アンケート結果。回答数596名。左図参照。）



③ 持続可能な観光地づくりに向けて

【ポイント】

持続可能な観光地づくりに向けて、コロナ禍を経て顕在化した観光産業に携わる人材不足対策支援が急務となっている。また、地元産品やサービスの付加価値を高める必要性や、多様な観光資源の開発により、年間を通して安定した収益を確保する取り組みが必要である。

【施策の方向性】

観光人材不足に対応したDX化や、地域の特色を活かした高付加価値の観光コンテンツ並びに持続可能な観光地域づくりに関する研修会や情報交換会を開催するなど、管内の観光人材育成の支援を推進する。

【圏域会議等における主な意見等】

- ・働き手不足に対応した生成AI導入への活用等、観光業の課題解決が図られるとよい。
- ・観光の目指すべき姿として、持続可能性を理念に含めることが望ましい。



観光人材育成に向けた研修会の例



市町村観光担当者とのワーキングの例