

栗原圏域の現状・課題を踏まえた施策の方向性実現への具体策（素案）

資料 3

No.	圏域の観光の現状と課題		施策の方向性及び取組	圏域会議等で出された意見	施策実現への具体策 (プランで掲げる施策の柱(抜粋))
①	旅行者の大半が 日帰りの観光	ア 観光客が特定の時期に集中する傾向	・ 特定時期に集中する訪問客への消費機会を創出し、消費単価を引き上げる	○紅葉シーズンにくりこま高原駅前、荷物預かり所、マルシェの開催	重点1：紅葉観光客向けのマルシェ等の開催による消費機会の創出
		イ 日帰りの通過型観光が中心	・ 観光資源を最大限生かした「栗原ならではの」の体験を提供できる観光コンテンツの造成	○特別感のある車のレンタルなど、移動手段も楽しみたい ○インバウンドは地域の特色ある体験を好む傾向	重点3：栗原に足を運んでもらい、滞在してもらうための仕掛け及びリピーターの創出 戦略1(2)みやぎの食、自然、歴史・文化・芸術の魅力向上 戦略2(3)農林水産業等と連携した体験プログラムの充実 等
		エ 既存観光資源の再評価と磨き上げを通じて、長期滞在に結び付く魅力的な体験プログラムの提供により、農泊等を含め宿泊を伴う滞在型観光の推進	・ 既存観光資源の再評価と磨き上げを通じて、長期滞在に結び付く魅力的な体験プログラムの提供により、農泊等を含め宿泊を伴う滞在型観光の推進	○旧奥州街道を待ロードとしてPRを ○交通手段を含め、栗原の歩き方のモデルがあるとよい	
		・ ガイドなど観光を支える人材の育成や観光に携わる事業者等が栗原の価値の再認識する機会の創出	・ ガイドなど観光を支える人材の育成や観光に携わる事業者等が栗原の価値の再認識する機会の創出	○客を理解し、ニーズをつかんでガイドする人材は、リピーターをつかむ ○ガイドの目指す方向性を確認したい	戦略2(2)観光ガイド等の育成・確保
②	インバウンドを含む宿泊観光客数の伸び悩み	ウ 宿泊観光客数は、コロナ禍前に戻らず			戦略3(1) 観光地全体の魅力向上、宿泊施設の高付加価値化・DX化の推進 等
		エ インバウンドについて、言語や多様な食習慣への対応等を含めた受け入れ環境整備の遅れ	・ 案内表示の多言語化やWiFi等の通信環境の整備を推進 ・ 多様な食習慣への対応強化、受入環境整備の促進	○栗駒山の途中電波入らず、キャリアへの働きかけを ○市の委託でビーガン・ハラール研修を実施 ○交通手段について、栗原観光ナビを作れないか	戦略3(2) 観光案内版等多言語化、無料公衆無線LAN整備の推進、 (5) 二次交通対策の強化、ラストワンマイル対策の推進 等
		オ (インバウンドを含め、) 圏域の魅力を伝える情報発信力が不足	・ 圏域の認知度向上に向けた、各種媒体を活用した訴求力の高い情報発信を積極的に展開	○市の委託でオンラインのインバウンド商談を実施、欧米豪は栗原を知らない ○YouTubeなどで旅ルート情報の発信	戦略4(2)(3)首都圏からの誘客促進、WEBサイト旅東北を活用したプロモーション、Visit MIYAGIの充実等
③	誘客に向けた広域的取組が不足	カ 隣接自治体等との連携した取り組みの効果が不十分	・ 周辺自治体、DMO、観光関連団体等と連携し、平泉や仙台・三陸沿岸を絡めた周遊ルートの造成など、スケールメリットを生かした戦略的な誘客の取組を推進		重点2：広域ツアーに栗原コンテンツのはめ込み 戦略1(1) テーマ別の広域的モデルルートの造成
追加	観光振興の取組を持続的に展開する体制が不十分		・ 各観光振興の取組の連携や持続性を担保するための仕組みづくり等、地域観光の舵取り役を担う体制の整備・充実		重点4：地域が儲かるための仕組みづくりのための推進体制の強化

栗原圏域観光重点戦略アクションプラン（素案）（R7～R9）

目的：観光客の域内誘客と観光消費額アップの効果が期待でき、かつ、地域での主体的な取組が可能な項目を重点戦略事項と位置づけ、計画的な実践をはじめとした、PDCAサイクル（OODAループ）により、みやぎ観光戦略プランに掲げる栗原圏域の数値目標（宿泊観光者数）の実現を目指す

その1 栗駒山の紅葉時期など観光客が集中する時期の観光消費額を稼ぐイベントの開催

企画：くりこま高原駅から栗駒山までシャトルバスで移動する観光客にシャトルバス発着までの時間に、買い物等できるよう駅前でのマルシェなどのイベントを開催する

その2 仙台・平泉ルートなど集客力の高い広域観光ツアーに栗原キラコンテンツのはめ込み

企画：平泉や南三陸・気仙沼などを旅行先とする観光客（インバウンド含む）が、（例えば仙台からの行程で、）栗原に立ち寄るキラコンテンツの造成と当該地域の旅行取扱事業者（DMO含む）及び関連自治体等に対し、連携協力に向けた営業・交渉を行う

その3 栗原に足を運んでもらい、滞在してもらうための仕掛けとリピーターの創出

企画：例えば、農山漁村での滞在旅行の関心層をターゲットとして、ストーリー性のある滞在型旅行商品を体験コンテンツ（宿泊コンテンツ含む）のパッケージ化・磨き上げにより商品化し、販売促進を行う

その4 地域が儲かる仕組みづくりのための推進体制の強化

企画：観光誘客と観光消費額の増加に向け、圏域内関連団体が、栗原市や県とともに、多様な関係者との連携・協働の強化に向けた調整等を図り、舵取り役を果たしていくための体制を整備・充実させ、地域における戦略的取組について、PDCAサイクルによる不断の見直しを図り、地域観光の儲かる仕組みを構築する。