

1. 第5期みやぎ観光戦略プランの概要

- (1) 計画策定の趣旨**
 長期化する感染症の影響により大きな打撃を受けている**観光業を回復軌道に乗せ、その後の成長に繋げていくための取組を推進**するとともに、裾野が広い観光の効果による地域活性化や、交流人口・関係人口の創出・拡大を通じた**持続可能な観光地域づくり**に繋げていくため、観光政策の基本計画として策定するもの。
- (2) 計画期間**
 令和4年10月から令和7年3月まで【2年半】
- (3) 計画の基本理念**
 ウィズコロナ・ポストコロナへの対応とともに、デジタル変革を進め、地域内外から選ばれる持続可能な観光地域づくり

2. 主な事業実績 ※件数などはR4,R5を合算

回復戦略	感染症により落ち込んだ観光需要の回復
【宿泊需要喚起策】 県民割約96万人泊(R3.10.15~R4.10.10) 、全国旅行支援約172万人泊(R4.10.11~R5.9.29※一部中断期間あり)	
【経営支援】 中小企業等再起支援(支援件数2,199件)、中小企業経営安定資金等貸付金(融資件数2,800件)、被災中小企業者対策資金利子補給(62,742件)、中小企業等事業再構築支援(支援件数194件) 等	

成長戦略1	魅力あふれる観光地づくり
【地域資源を活用した観光コンテンツの造成】 [仙南]周遊スタンプラリー・日帰りバスツアー、[仙台]SNSを活用した情報発信(12スポット)、[栗原]観光コンテンツ造成・商品化(5種類)、[登米]情報誌を活用した情報発信、[石巻]バスツアー、[気仙沼]観光スポットの体験レポート作成等	
【宮城オルレの推進】 県内5コース目となる村田コースの開設	
【教育旅行の推進】 教育旅行バス助成(508件)、教育旅行希望者の相談や受入調整等のマッチング(マッチング支援:220件・延べ9,097名)等	
【復興ツーリズムの推進】 首都圏復興フォーラムの開催(来場者数:6,741人)、冊子「みやぎ・復興の歩み」(20,000部発行)等	
【地域住民や旅行者の観光に対する意識醸成】 みやぎ観光振興会議の開催による意見交換(21回)、仙台・宮城観光PRキャラクター「むすび丸」を活用したPR活動(観光PR253回、メディア出演50本)、宮城マスター検定(408人受験、出前講座10回開催)	

成長戦略2	観光産業の体制強化
【高付加価値化改修支援】 宿泊施設等での改修支援(計31施設:観光施設改修20施設、宿泊施設改修10施設、廃屋撤去1施設)	
【観光人材の育成・確保】 県内の学生、全国通訳案内士、ボランティアガイド等を対象として、インウンド対応等に関する研修会等を開催	
【MICEの誘致推進】 コンベンション開催経費支援(国内会議:38件、国際会議:23件 合計61件)	

成長戦略3	受入環境の整備促進
【自然公園施設の整備】 県内の登山道や遊歩道の整備(蔵王、気仙沼大島等)、広域観光案内板の盤面更新(仙台駅西口等)	
【2次交通対策】 循環バス・シャトルバス運行支援(交付決定5件)	
【観光地混雑対策】 観光地の混雑状況調査・情報発信	
【新たな旅行スタイルへの対応】 ワーケーション情報の発信(掲載施設:128件、総ページビュー:約5万ビュー)	

成長戦略4	戦略的な誘客プロモーション
【訪日教育旅行の誘致強化】 台湾の教育機関や現地旅行会社等を招請(R6.4.16に教育旅行の促進、学校間交流の促進に係る覚書を締結)	
【宮城オルレ推進】 県内5コース目となる村田コースの開設イベントを開催、九州宮城レウォーキングフェスティバル、済州オルレウォーキングフェスティバルにおけるPR	
【インバウンド向けプロモーション】 WEBサイト「VISIT MIYAGI」の運営(観光PR記事の掲載 15記事×4か国語)、大台南国際旅行博への出展、海外向け公式SNSを活用した情報発信(各市場の合計投稿数982本、フォロワー数約29万人)	

3. 数値目標の達成状況

- 令和5年の観光庁宿泊旅行統計調査では、外国人観光客宿泊者数が51.5万人泊(回復目標比103.0%)となり、**1年前倒しで目標値を達成**した。
- また、令和5年の県観光統計概要(速報値)では、宿泊観光客数は943万人泊(回復目標比95.3%)、観光消費額3,985億円(回復目標比99.9%)となり、**回復目標と同水準まで回復**した。

数値目標	実績値(R元)	実績値(R3)	実績値(R4)	速報値(R5)	目標値(R6)	
					回復目標	成長目標
① 宿泊観光客数	989万人泊	584万人泊	778万人泊	943万人泊 (95.3%)	990万人泊	1,040万人泊
② 外国人観光客宿泊者数	53.4万人泊	3.6万人泊	5.9万人泊	51.5万人泊 (103.0%)	50万人泊	70万人泊
③ 観光消費額	3,989億円	2,624億円	3,117億円	3,985億円 (99.9%)	3,990億円	4,200億円

4. 成果と課題

- 【成果】**
- コロナ禍で大きく落ち込んだ観光需要の回復に向け、事業継続支援を行うとともに、国庫補助金を最大限活用しながら、宿泊需要喚起策を行ったことなどにより、宿泊者数はR元年と同水準まで回復した。
 - 国内観光客向けに、仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会等と連携した秋・冬キャンペーンの開催や、教育旅行等コーディネート支援センターにおけるマッチング支援、教育旅行バス助成金の交付を通して、教育旅行誘致を強化したことにより、閑散期対策としての取組を充実できた。
 - 外国人観光客向けには、宿泊施設等における無線LAN機器の設置や外国語表記の整備などの支援を行い受入環境整備に努めたほか、宮城オルレについては、県内5コース目となる村田コースを開設したほか、台湾の教育関係者等を招請し、台湾からの教育旅行誘致促進に向け、本県の魅力をPRする機会を創出したほか、教育旅行の促進、学校間交流の促進に係る覚書を締結し、相互交流の礎を築いた。

- 【課題】**
- 課題① 宿泊者数の増加による観光消費額の拡大**
- 圏域ごとの宿泊者数については、R元年比で約7割程度の回復に留まる圏域(大崎)もあることから、**地域資源を活用した観光コンテンツの造成や、仙台圏域から他圏域への周遊性の向上に向け、交通機能の充実や送客するための仕掛けづくりが必要**
 - 消費単価が高いインバウンドの誘客について、外国人宿泊者数の全国シェアが0.5%(51.5万人)と依然として低水準にあることに加え、特に**欧米豪からの認知度が低いことから、更なる情報発信や、インバウンドに関心が高い体験型コンテンツ等の造成が必要**
- 課題② 地域の基幹産業である観光産業の体制強化**
- 特に宿泊業界においては、コロナ禍によりスタッフの離職が相次ぎ、人員不足が深刻な状況にあるため、宿泊施設の受入体制強化に向け、**人手不足対策、収益力向上への対応が急務**
- 課題③ 観光客受入基盤整備の強化**
- 観光案内の機能強化、無料Wi-Fi整備など、**快適な滞在環境の提供に加え、旅行者への受入に対する理解促進に向け、県民の観光地満足度、観光地推奨度の向上が重要**

第6期みやぎ観光戦略プラン中間案①

1 基本的事項

策定趣旨	コロナ禍を経て顕在化した課題への対応や、人口減少社会において、観光が地域を支える基幹産業として、県内総生産の維持や地域経済の活性化に寄与するために、県や市町村等の行政機関、観光事業者、住民、観光客などが一体となって、総参加による魅力あふれる観光地域づくりを推進するため、観光政策の基本計画として策定するもの。
計画の位置づけ	<ul style="list-style-type: none"> ■みやぎ観光創造県民条例に定める基本計画 ■新・宮城の将来ビジョンに掲げる分野別計画
計画期間	令和7年4月から令和10年3月まで【3か年】

2 基本理念・目指すべき姿

基本理念

地域が主役となる持続可能な観光地域づくりを通じた
“all round”な観光地の実現

“all round”：総合的、万能、全般、全体、全員

“三拍子そろった”観光地	温泉、歴史遺産、四季折々の食材等の豊かな観光資源や、プロスポーツ、市民活動による観光誘客イベントなど、宮城県が持つ様々な魅力を磨き上げる。
“東北全体”へ誘客拡大	仙台空港、仙台駅、国際拠点港湾仙台塩釜港等を有する東北地方のゲートウェイとしての機能を果たし、宮城県が率先して、東北地方への誘客拡大を図る。
“地域経済全体”を活性化	観光には、交流人口の増加により、地域の産業や雇用を創出し、地域経済の活性化につなげる。
“関係者全員”参加型の観光地域づくり	県、市町村、観光事業者、観光関係団体に加え、地域住民の観光に対する理解や協力が不可欠である。
“全世代”参加型の観光地域づくり	宮城県が目指すべき姿を関係者間で共有し、県民の誰もが郷土に誇りと愛着を持ち、活力のみなざる地域の将来像を作り上げていく。

■基本理念に掲げる「“all round”な観光地の実現」を合言葉に、県民総参加で観光地域づくりを推進し、本県観光の姿として、次の4つを目指す。

本県の観光が目指すべき姿

地域資源を活かした観光コンテンツの提供により、**県内の隅々まで観光客が訪れる観光地**を目指します。

戦略1

地域経済の活性化に向け、地域を支える基幹産業である**観光産業の持続的な発展**を目指します。

戦略2

観光客の受入基盤を強化し、質の高いサービスの提供により、**何度も選ばれる観光地**を目指します。

戦略3

宮城でしか経験できない価値を効果的に情報発信し、**国内外から選ばれる観光地**を目指します。

戦略4

3 数値目標

設定の考え方

- 第5期プランで定めた3つの指標(宿泊観光客数、外国人観光客宿泊者数、観光消費額)は継続的にモニタリングする。
- 宿泊観光客数については、圏域ごとにR元年水準までの回復率に差が生じていることから、圏域ごとの目標値を設定する。
- 観光消費額の増加に向け、「質」の向上を意識し、新たに観光消費額単価を追加する。

目標指標	R元	R5年	R9年
1 宿泊観光客数	989 万人泊	943 万人泊	最終案で設定
2 外国人観光客宿泊者数	53.4 万人泊	51.5 万人泊	
3 観光消費額	3,989 億円	3,985 億円	
4 観光消費額単価	【日本人】22,710円/人 【外国人】54,526円/人	【日本人】26,640円/人 【外国人】71,768円/人	

※宿泊観光客数については、圏域ごとに回復率に差が生じている状況を踏まえ、圏域ごとの目標値を設定予定

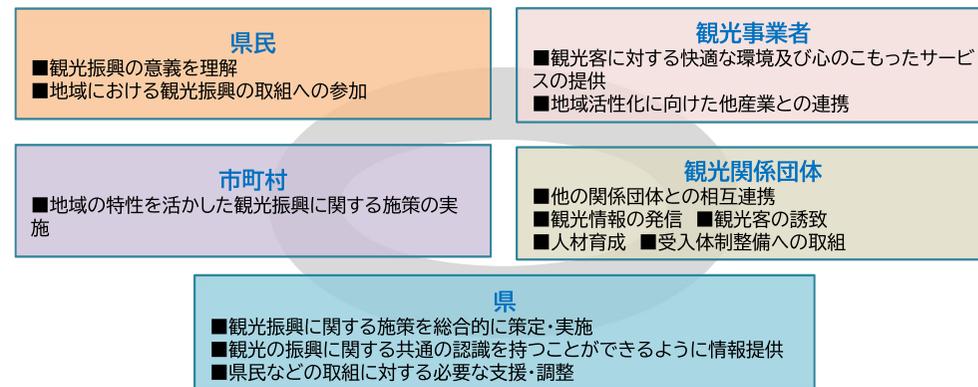
	R元(実績値)	R5(速報値)	R元年比	R9(目標値)
仙南圏域	71 万人泊	63 万人泊	88.7 %	●● 万人泊
仙台圏域	742 万人泊	727 万人泊	98.0 %	●● 万人泊
大崎圏域	77 万人泊	54 万人泊	70.1 %	●● 万人泊
栗原圏域	11 万人泊	9 万人泊	81.8 %	●● 万人泊
登米圏域	9 万人泊	8 万人泊	88.9 %	●● 万人泊
石巻圏域	38 万人泊	42 万人泊	110.5 %	●● 万人泊
気仙沼・本吉圏域	42 万人泊	40 万人泊	95.2 %	●● 万人泊

観光成果指標の設定

- 上記に加え、観光施策による成果・検証を行うため、毎年度以下の項目を「観光成果指標」として継続的にモニタリングする。
- 【指標例】リピーター率/再来訪意向/観光地としての推奨度/県民の出国者数/外国人観光客に対する受入意向/サステナブルツーリズムに対する認知度

4 観光推進体制

- 第6期みやぎ観光戦略プランを推進するためには、みやぎ観光創造県民条例に基づき、県、県民、観光事業者及び観光団体などが各々の役割を認識し、県民総参加で観光地域づくりを推進していく必要がある。



第6期みやぎ観光戦略プラン中間案②

5 みやぎの観光を取り巻く状況(現状・課題)

社会背景	<p>■人口減少社会において、交流人口や観光消費額の減少により、地域の衰退につながる恐れがある。(⇒観光SDGsの推進)</p> <p>■観光立国推進基本計画において、インバウンド回復戦略に基づき、インバウンドの誘客促進や消費向上に向けた取組を推進している。(⇒インバウンド需要・宿泊需要の積極的な取り込み)</p> <p>■観光産業は、デジタル化の遅れに象徴される生産性の低さや人材不足といった積年の構造的課題を抱えている。(⇒デジタル技術の積極的な活用)</p>
【県観光課題①】	<p>宿泊者数の増加による観光消費額の拡大 戦略1 戦略4</p> <p>■宿泊者数の回復率(R元年比)で、圏域ごとに差が生じている[約7、8割程度の圏域もあり]</p> <p>■宿泊者数の回復率で、全国的にも三大都市圏と比較し、地方部で遅れ[5%程度の差]</p> <p>■インバウンドの全国シェアが、依然として低い。[宮城県0.5%、東北全体1.5%]</p>
【県観光課題②】	<p>地域の基幹産業である観光産業の体制強化 戦略2</p> <p>■コロナ禍によりスタッフの離職が相次ぎ、人員不足が深刻な状況にあり、人手不足のために、稼働率を抑えている状況にある。</p> <p>■インバウンドの受入を促進するために、観光ボランティアガイド等の充実が必要。</p>
【県観光課題③】	<p>観光客受入基盤整備の強化 戦略3</p> <p>■観光案内の機能強化や無料Wi-Fi整備など、更なる整備が必要。</p> <p>■観光地満足度や観光地の推奨意向について、県民の割合が相対的に低い。 [観光地満足度:県民54%、県外客76%]、[観光地推奨度:県民45%、県外客73%]</p>

6 観光戦略プロジェクト

■基本理念の実現に向け、「**インバウンド需要・宿泊需要の積極的な取り込み**」、「**デジタル技術の積極的な活用**」、「**観光SDGsの推進**」を横断的な視点として、今後取り組んでいく施策を以下の4つに分類し、体系的に取り組みを進めていく。

戦略1 魅力ある観光資源の創出

- (1)地域色を活かした観光コンテンツの創出
- (2)みやぎの「食」、「自然」、「歴史・文化・芸術」の魅力向上
- (3)東日本大震災の記憶・教訓の伝承
- (4)DMOの体制強化

戦略2 観光産業の活性化

- (1)人手不足対策
- (2)観光人材の育成・確保
- (3)新たな旅のスタイルへの対応強化

戦略3 観光客受入環境整備の充実

- (1)観光地・観光産業の高付加価値化
- (2)インバウンド受入環境整備の推進
- (3)ユニバーサルツーリズムの推進
- (4)オーバーツーリズム対策の推進
- (5)交通アクセスの充実
- (6)安全・安心な自然公園施設等の整備
- (7)地域住民の「おもてなし」意識の醸成

戦略4 国内外との交流拡大の促進

- (1)デジタルマーケティングの推進
- (2)戦略的な観光プロモーションの強化
- (3)市町村、関係団体と連携したプロモーションの強化
- (4)ツーウェイツーリズムの推進
- (5)スポーツツーリズムの推進
- (6)ゲートウェイ機能を活用した誘客の推進

7 取組の方向性

戦略1 魅力ある観光資源の創出		※プラン本体のページ番号
(1)	地域色を活かした観光コンテンツの創出	<ul style="list-style-type: none"> ●市町村ごとの独自色を活かした観光地域づくり ●各地域が有する食、自然、伝統、季節等の魅力を活かしたテーマ別の広域的モデルルートの造成 等
(2)	みやぎの「食」、「自然」、「歴史・文化・芸術」の魅力向上	<ul style="list-style-type: none"> ●ガストロノミーツーリズム(地域の食、食文化)の推進 ●ベジタリアン、ヴィーガン、ハラル等の食の多様性への対応 ●アウトドアコンテンツの利用促進(宮城オルレ、みちのく潮風トレイル等) ●アニメツーリズム、ロケツーリズムの推進 等
(3)	東日本大震災の記憶・教訓の伝承	<ul style="list-style-type: none"> ●震災・防災・減災学習をテーマとしたプログラムの造成支援・情報発信 ●震災伝承施設や語り部活動による記憶と教訓の伝承 等
(4)	DMOの体制強化	<ul style="list-style-type: none"> ●DMOの創意工夫ある取組の推進 ●DMOの新規立ち上げ支援 ●DMOの広域連携推進
戦略2 観光産業の活性化		
(1)	人手不足対策	<ul style="list-style-type: none"> ●省人化・省力化設備の導入推進 ●外国人人材の積極的な活用 等
(2)	観光人材の育成・確保	<ul style="list-style-type: none"> ●デジタル推進に向けた中核人材の育成 ●観光ガイド等の育成・確保等
(3)	新たな旅のスタイルへの対応強化	<ul style="list-style-type: none"> ●農林水産業等の関連産業と連携した体験プログラムの充実 ●ワーケーション(企業研修も含む。)の普及拡大 ●プレジャーの普及拡大等
戦略3 観光客受入環境整備の充実		
(1)	観光地・観光産業の高付加価値化	<ul style="list-style-type: none"> ●観光地の面的整備の推進(ライトアップ、植樹、廃屋撤去等) ●宿泊施設の高付加価値化・DX化の推進 等
(2)	インバウンド受入環境整備の推進	<ul style="list-style-type: none"> ●観光施設等のキャッシュレス対応・無料公衆無線LANの整備推進 ●観光案内板・メニュー表記の多言語化の推進 ●災害や緊急時の情報提供体制の強化 等
(3)	ユニバーサルツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> ●施設や交通機関のユニバーサルデザインの推進 ●「観光施設における心のバリアフリー 認定制度」の更なる普及拡大 等
(4)	オーバーツーリズム対策の推進	<ul style="list-style-type: none"> ●移動手段の多様化による渋滞緩和 ●観光地の混雑状況の可視化 等
(5)	交通アクセスの充実	<ul style="list-style-type: none"> ●二次交通対策の強化 ●ラストワンマイル対策の推進(多様なモビリティの確保) 等
(6)	安全・安心な自然公園施設等の整備	<ul style="list-style-type: none"> ●安全な利用に配慮した登山道や遊歩道の整備 ●公園施設の利便性向上 等
(7)	地域住民の「おもてなし」意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> ●県民向けの観光に対する意識調査の実施 ●旅行者に対する日本のマナー・文化・風習への理解醸成 等
戦略4 国内外との交流拡大の促進		
(1)	デジタルマーケティングの推進	<ul style="list-style-type: none"> ●県内観光客データの収集・分析 ●東北観光DMPを活用した動態データの分析・活用
(2)	戦略的な観光プロモーションの強化	<ul style="list-style-type: none"> ●海外市場別のプロモーションの強化 ●羽田空港等を活用した首都圏からの誘客促進 ●「Visit MIYAGI」の充実
(3)	市町村、関係団体と連携したプロモーションの強化	<ul style="list-style-type: none"> ●WEBサイト旅東北を活用したプロモーションの推進 ●大阪・関西万博への共同出展による東北一体となったプロモーション
(4)	ツーウェイツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> ●県内学校の海外教育旅行の推進 ●SIT(特定目的型旅行)による双方向の交流拡大 ●若年層の海外教育旅行の推進
(5)	スポーツツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> ●プロスポーツと連携した誘客促進 ●学生スポーツの大会・合宿誘致の推進
(6)	ゲートウェイ機能を活用した誘客の推進	<ul style="list-style-type: none"> ●官民一体となった誘致強化・受入体制の構築 ●空港・港湾を起点とした周遊プラン造成推進 ●空港・港湾内の利便性向上(観光案内板・通信環境)

第6期みやぎ観光戦略プラン中間案③

8 各圏域の施策の方向

■地域主体の持続可能な観光地域づくりに向け、みやぎ観光振興会議圏域会議を活用し、各圏域の観光を巡る現状と課題を整理・検討の上、今後圏域として取り組む施策の方向性を定めるもの。

栗原 豊かな自然や歴史、文化を活かした、くりはら田園観光都市の実現

- ① 栗駒山や伊豆沼・内沼等の地域資源を活用したコンテンツ造成・ガイド人材の育成による滞在型観光の推進
- ② 宿泊施設や観光施設等における言語や多様な食習慣等のインバウンド対応強化・認知度向上に向けた情報発信
- ③ DMOや周辺地域と連携した平泉や仙台・三陸沿岸部と絡めた周遊ルート 造成等、さらなる誘客に向けた広域的な取組の強化

大崎 ~世界農業遺産「大崎耕土」の自然・文化・食を活かした持続可能な観光の推進~

- ① 鳴子温泉郷を軸とした賑わい創出の取組への支援や観光コンテンツの高付加価値化推進、二次交通の充実や他地域との連携による周遊・長期滞在の環境整備
- ② 観光資源を活かした旅行商品開発・教育旅行及び農泊の受入態勢充実とMICEの誘致等
- ③ 圏域内でのDMO創設や体制強化への支援・ターゲットを絞った観光情報の発信、観光DXの推進

仙南 ~いいっちゃね、みやぎ仙南！「みやぎ蔵王」ブランドを広域で推進！~

- ① 仙南圏域の象徴「みやぎ蔵王」の広域連携によるブランディングと、圏域の多彩な観光資源を活用した広域周遊促進
- ② コロナ禍後の旅行需要の変化に対応した宿泊スタイル、滞在型メニューの充実や教育旅行の誘致
- ③ 圏域のキラーコンテンツを活用したインバウンド観光客の誘客促進

仙台 ~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~

- ① テーマ性・ストーリー性のある観光ルートの造成による圏域周遊観光の推進、教育旅行の推進
- ② 観光客のニーズ・嗜好に応じたSNSや動画コンテンツを活用した魅力発信、圏域内の市町村や仙山交流のネットワークを活用した情報発信強化
- ③ DX化や高付加価値化の観光コンテンツづくり、持続可能な観光地域づくりに関する研修や情報交換会の開催を通じた観光人材育成支援

石巻 ~海まち空まち心まち 次の旅先 いしのまき~

- ① 宿泊観光客数増加に向けた滞在型・周遊型観光の推進
- ② インバウンド獲得に向けた観光資源の磨き上げ
- ③ 交流人口・関係人口の拡大に向けた地域間交流の推進

気仙沼 本吉 ~観て、食べて、感じて しおかぜ育む 三陸の魅力を再発見~

- ① 海産物をはじめとする地域の食をテーマとしたガストロノミーツーリズムの推進・トレイルやマリンスポーツ・化石発掘体験、キャンプ等のアクティビティを活用したアドベンチャーツーリズムの推進
- ② 気嵐や星空観測、魚市場見学など、圏域ならではの夜間・早朝のイベントを活用したツアー造成
- ③ 多言語対応の観光案内板の整備や通訳ガイドの育成などによるインバウンドの受入環境整備の推進

登米 自然と歴史が織りなす うまし うつくし 登米の旅

- ① 伊豆沼・内沼をはじめとする豊かな自然や郷土料理「はっと汁」等の食文化など、既存の観光資源の魅力の再認識と圏域ならではの魅力あるコンテンツづくり
- ② グリーンツーリズムの充実や圏域内の農畜産物を活用した手作り体験と農泊を組み合わせた滞在交流型観光の推進
- ③ 事務所公式SNS「はっとめーしょん」等を活用し、ターゲットに応じた情報発信の強化

