

## 4 みやぎの観光に求められる視点と目指す方向

宮城県の観光振興を推進するため、この「みやぎ観光戦略プラン」では、特に重要な3つの視点を提示しており、以下の方向を目指していくものです。

### 求められる視点

#### (1) 交流と発信によるみやぎの活性化

##### 団塊の世代の大量退職と元気高齢者の増加

人口減少や少子高齢化など社会情勢の影響は宮城県に及んでおり、地域が活性化するためには、「訪れる」、「滞在する」といった交流人口を増加させることが重要です。

経済的にも時間的にもゆとりがあり、行動力旺盛な団塊の世代の大量退職者や元気高齢者の増加は、宮城県の観光市場にとっても大きな魅力です。そこで、これらの人々を主要な対象と位置付け、この世代が求める観光ニーズや全国的な傾向を適切に把握し、効果的な観光施策を打ち出す工夫が求められています。

##### セールスポイントを意識した情報発信

現在、観光客への情報提供の多くは、目的地の地理・交通情報が主流となっていますが、今後は、宮城県の特徴・優位性を活かす方策が不可欠です。

例えば、東北6県全体の情報・歴史探訪として平泉文化や伊達政宗公や松尾芭蕉に関連する情報を再構築して発信する、あるいは農林水産業を体験宿泊できる施設など、より専門性の高い情報や宮城県のセールスポイントを前面に出したテーマ別、カテゴリー<sup>1</sup>別などに分けて情報発信することが必要です。

宮城県では、今までこうした取組に関し、観光産業と有機的に連携してきたとは言い難い状況です。よって、今後は、大型観光キャンペーンの実施などを核とし、市町村や県地方機関がコーディネート<sup>2</sup>機能を発揮して、事業者や住民が中心となった地域の魅力磨きを、観光の視点からも行うなど訪れる人を更に引き付ける施策を展開していきます。

1 同じような性質のものが含まれる範囲

2 物事を調整し、まとめること。

## 観光情報コンテンツ<sup>1</sup>の整備・拡充

観光に関する情報については、宮城県を訪れたいくなるようにホームページ、携帯サイト等、高度情報化社会に対応したあらゆる情報媒体を通じて分かりやすく提供する必要があります。他方、みやぎの食や体験活動などテーマごとのパンフレットの作成、配布など従来型の広報活動も継続的に取り組んでいかなければなりません。

今後激しさを増す観光による地域間競争に向け、多様化する観光客のニーズに対応すべく、分かりやすい観光情報の整備・拡充が求められています。

## (2) みやぎ各地域の魅力の活用

### 地域の魅力度アップ・再発見

地域の自然、歴史、文化などを活かした観光地づくりに取り組むことは、地域住民がそれらの価値を見直す契機となり、新しい地域の魅力を再発見・創造することにつながります。

このため、県民一人一人が地域を知って、自分が住んでいるところに誇りを持ち、郷土愛をはぐくむことが必要です。宮城県は、歴史と伝統にはぐくまれ、山紫水明に恵まれたすばらしい地域です。おいしい地元の食材や温泉など県民が当たり前と思っていることが本当は訪れる人が求めているものなのです。

こうした、地元でしか経験できないこだわりや本物を見極め、更に磨き上げていく地域づくりが今求められています。

### 滞在型・体験型観光の整備・拡充

本当の宮城県を知ってもらい、その魅力をより深く印象付けるためには、日常の生活や楽しい行事等への参加・体験が重要な手段となります。

グリーン・ツーリズム<sup>2</sup>などは、その代表とされています。触れたり、作ったり、味わったり、五感を働かせる滞在型・体験型の観光メニューを整備・拡充し、ひいては二地域居住（マルチハビテーション・週末居住）等やUJIターンも想定しての施策展開が必要です。



原風景（蔵王と水田）

1 情報提供サービスにおける情報そのもの、中身

2 都市住民が農山漁村に滞在し、地域の自然や文化、人々との交流を楽しむ旅行形態

## ホスピタリティの向上

観光客は、単なる「宿泊」、「飲食」にとどまらず、訪れた地域の人との「語り」、「ふれあい」などを通じ知的探求や心のふれあいも求めています。

住民誰もが誇りと愛着を持てるような地域づくりを進める「地域力」、地域へ観光客をいざなう「観光力」を向上させるため、真心のこもった「おもてなしの心の醸成」が求められています。

## 受入態勢の整備（ソフト・ハード）

自分の住む地域に誇りと郷土愛を持つことが「おもてなしの心」の原点といえます。しかしながら、私たち自身も故郷・宮城県をよく知らないのが実情です。

観光地としての魅力を高めていくためには、自分の地域の自然、歴史、伝統文化などの付加価値を有機的につなげていく仕組みが必要となることから、例えば、県民自らが県内を旅行してみやぎを知ろうとするキャンペーン「（仮）あなたの知らないみやぎ・新発見運動」や宮城学おこし（観光検定）など県民総参加の地道な活動が必要です。

観光客の行動の多様化に伴い、トイレや休憩所、案内看板、自然公園内の登山道など未整備な箇所の指摘も増加しています。まずは、こうした基礎的な施設の整備を行っていくことが喫緊の課題となっています。次いで、「まちなみ」、「景観」といった観光客に潤いを与える二次的な施設の整備に配慮していく必要があります。

他方、伊豆沼や栗駒山などすばらしい自然環境や生態系を保全し、未永く観光資源として活用するため、環境に配慮した観光地づくりが求められています。

訪れた人を丁重にもてなすこと。おもてなし

### (3) 東北の起点としての役割

#### 広域観光ルートの整備・拡充

宮城県は、東北縦貫自動車道や東北新幹線、さらには、国際空港である仙台空港を有するなど東北のゲートウェイとして高速交通体系の起点の機能を有しており、

県内への誘客のみならず、東北全体の総合窓口としての役割も求められています。

本県では、これまでも広域観光ルートの設定に努めていますが、「旅行者に県境はない」との視点で東北全体を広く視野に入れ、各地域のセールスポイントの複合化や同種のセールスポイントを重層化するなど、訪れる人の満足度をより高めていくよう工夫する必要があります。

こうした視点が東北全体、ひいては宮城県内での旅行者の滞在時間を延長することにつながります。そこで、東北各県とも連携を図り、広域観光や周遊化につながるルート設定を進めていきます。また、そのために各観光地間を快適で効率よく移動できるよう、利便性の高いサービスの充実が求められています。

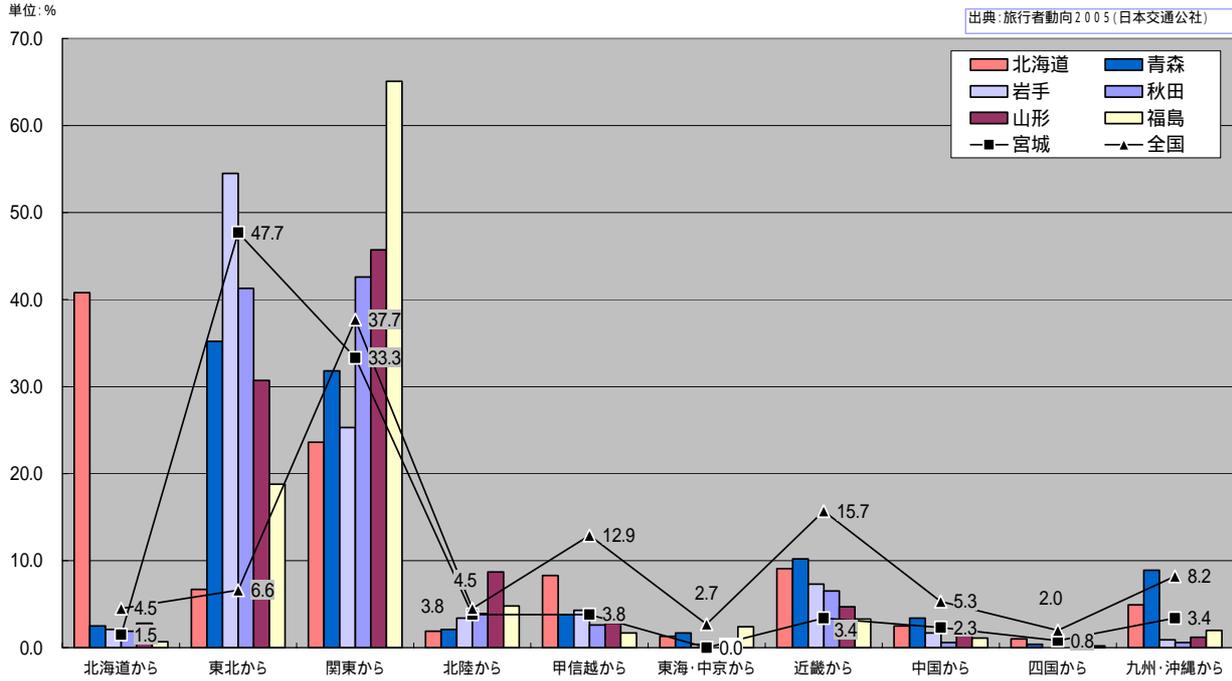
#### 対象（旅行形態・年齢・性別・世代・地域等）を絞った誘客

宮城県を訪れる観光客の居住地別シェアでは、東北域内・関東圏からの観光客が全体の81.0%を占めています（図表22）。したがって、今後、可能な限り東北域内・関東圏の人々に特化したアプローチを行うなどの絞り込みが必要です。加えて、宮城県をはじめ東北を訪れる観光客の旅行タイプシェア（図表23）やふるさと暮らしに対する意向（図表24）などの分析、把握に努め、例えば、「東北・みやぎに求めているイメージ」（「じゃらん」宿泊旅行調査2006）である「おいしい食べ物」、「豊富な温泉」を宮城県の売りとしてPRしていくなどの取組が不可欠です。

また、海外の観光客については、仙台空港と路線が開設されている韓国、中国、台湾をはじめとする東アジアからの誘客に関して、東北地域が連携して戦略的に取り組んでいくことが必要です。さらに、香港など空路開設を目指している地域については、開設交渉と連動した観光プロモーションを積極的に実施するなど、新規需要の開拓が必要です。

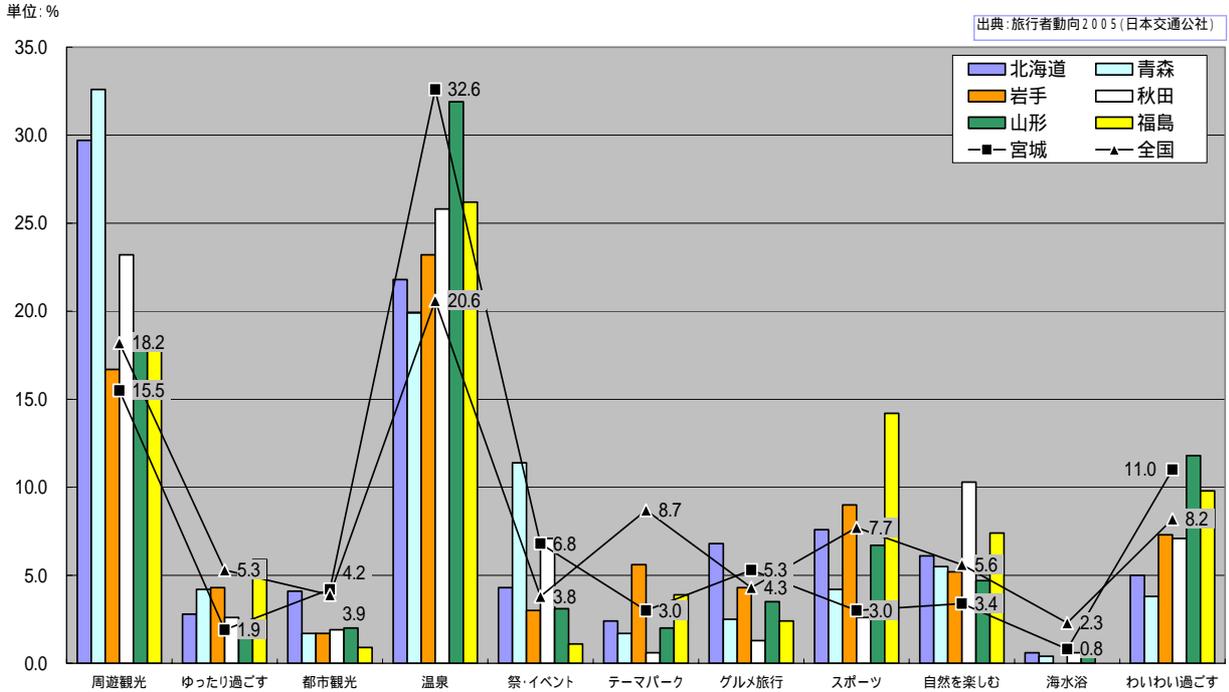
図表 22

旅行先(都道府県)別居住地シェア



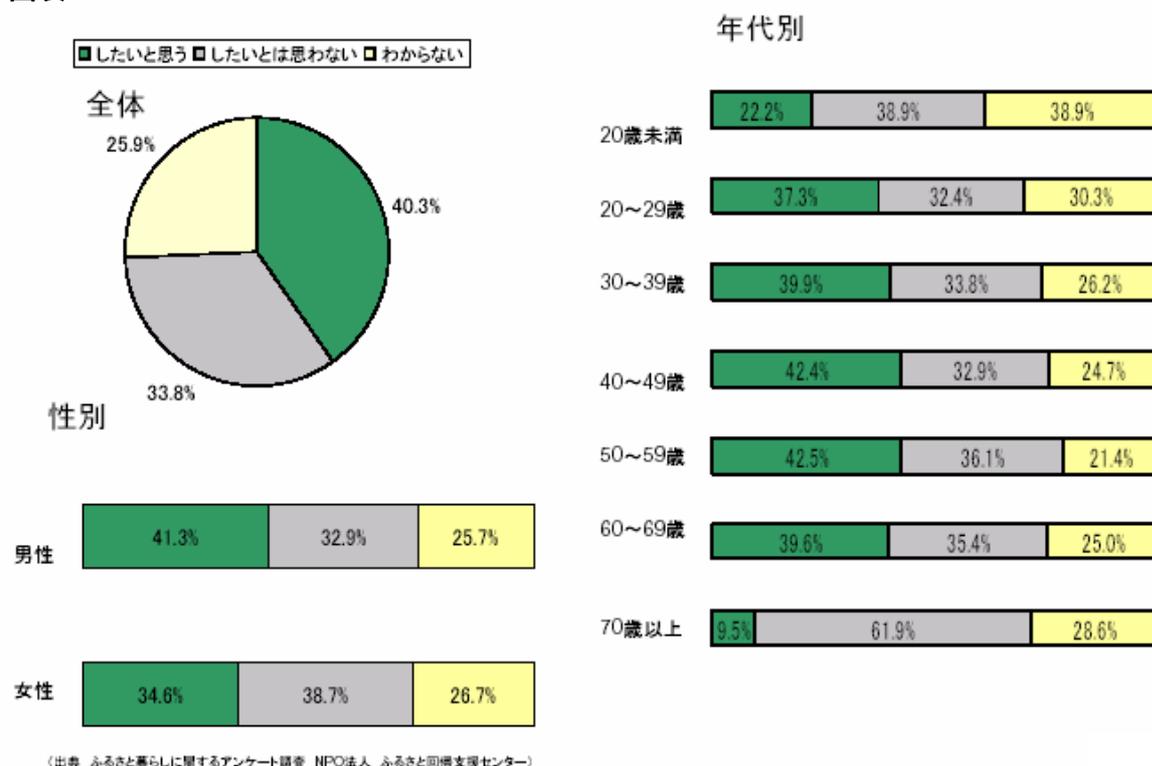
図表 23

旅行先(都道府県)別の旅行タイプシェア



## ふるさと暮らしに対する意向

図表 24



### 目指す方向：「観光を新機軸とする県土づくり」

観光を県の政策の中心に据えて県土をつくり上げる「観光王国みやぎ」とは、観光の担い手を観光事業者だけでなく県民全体に広げるというパラダイムの転換を意味しています。

県民に経済的な「富」を生み出し、それを県民生活の向上に好循環させ、みやぎが潤うための「富県産業」の一つとして、みやぎの観光振興を掲げます。このため、県民の「地域力」をはぐくみ、「観光力」を高め、地域が活性化されて交流人口が拡大する、「何度も訪れてよし」の観光地づくりを目指すものです。

考え方・認識の枠組み

#### その必要性和行政のかかわり

観光は、農林水産業、あるいは食品産業、外食産業、土木建築業をも含む幅広い分野が関連した間口の広い総合産業といえます。

人口減少や少子高齢化の進展という状況下にあっては、交流人口の増加により経

済を刺激していくことが、地域活性化の大きな柱となります。観光産業を交流産業ととらえれば、まさにみやぎの総合力を注ぐ必要があります。

このため、各地域の魅力を引き出すべく住民との連携など、「観光王国みやぎ」を実現するために、まず県職員一人一人が「みやぎの営業マン（ウーマン）」、「みやぎの設計者」との意識で行動することを心掛けていきます。

さらに、観光産業へのサポート体制の充実や、現場主義の視点からも、地方振興事務所など地方機関が地域の観光施策に積極的にかかわっていくことが必要です。今後、県自らが観光振興へ本気で取り組んでいく体制を整備していきます。

#### 官民の連携と役割分担

行政の関与は必要なものの、観光や地域活性化の主体はあくまで「民」です。また、各主体が個別に行動するのでは効果が波及しないのも事実です。官民、地域間、観光産業と他産業間等、多様な主体間による連携は、相乗的な効果をもたらすために重要となります。そこで、この計画をより実効性の高いものとするため、県民をはじめ、官民の役割分担をできる限り具体的に示し、各主体がその役割を理解した上で取り組むことを主眼としていきます。

#### 観光（産業）の生み出す経済効果の検証と県民の理解促進

「観光は観光事業者だけのもの」との先入観が依然としてありますが、県民全体が観光の生み出す様々な効果を理解すること、そして、特に経済効果・異文化交流・地域の再発見等の波及効果を検証し、観光による交流人口の増加が、いかに県民の利益となるかを広報・普及する必要があります。

また、次代を担う子どもたちへの教育が特に重要であり、沖縄県や宮崎県など観光産業を基幹産業としている観光先進県では、「観光ってなんだろう」などの観光を題材にした観光教育副読本を作成し、義務教育時点において、「ふるさとを大切にし、訪れた人をもてなす心と態度」を育てることを基盤としつつ、観光、交流人口などの効果や意味を分かりやすく説明するなどの観光教育が行われています。

みやぎが観光王国を目指すためには、観光産業がみやぎを元気にするという県民の共通理解を得ることが必要なことから、そのための施策を展開します。