

みやぎ観光戦略プラン（概要版）

「地域が潤う、訪れてよしの観光王国みやぎの実現」を目指して－

H18.12

1 はじめに

(1) 策定の趣旨

「(仮称)みやぎの将来ビジョン」及び「みやぎ産業振興ビジョン」等の個別計画とし、情勢変化を踏まえ、短期間(4年)で、かつ、対象を絞って計画を実現するため策定します。

(2) 目指す姿

県民生活を向上させる「富県共創」の一環として「何度でも訪れたい観光地みやぎ」を実現するため、「地域が潤う、訪れてよしの観光王国みやぎ」のスローガンのもと観光を新機軸とする県土づくりに着手していくものです。

2 プランの目標・計画期間

(1) プランの目標

数値目標

区 分	H 1 7	H 2 2
観光客入込数	5 4, 4 0 8 千人	6 0, 0 0 0 千人
宿泊観光客数	7, 9 1 8 千人	1 0, 0 0 0 千人
観 光 消 費 額	5, 2 8 4 億円	6, 0 0 0 億円
経済波及効果	9, 1 3 2 億円	1 0, 0 0 0 億円 (1兆円)

実行目標

戦略事業の着手率 8割

(2) 計画期間

平成19年度から22年度までの4年間

3 本県観光の直面する課題

外的要因(観光を取り巻く環境の変化)

(1) 少子高齢社会の加速

ここ数年の出生率の低下を考慮すれば、更なる少子高齢社会への加速が予想されます。

(2) 団塊の世代の動向

「団塊の世代」の行動形態が地域にもたらす経済効果が注目されており、多様化する旅行スタイルやニーズに対応した施策展開を行っていく必要があります。

(3) 旅行形態の変化

「学ぶ」・「体験」・「癒し」等への志向により、有名観光地巡りから歴史探訪やそばづくり等、テーマ性・体験型を組み込んだ旅行需要の増加など、旅行者のニーズは大きく変化してきています。

(4) 地域間競争の時代

交流人口の拡大については、地域同士が競い合う「地域間競争」の時代となってきています。

内的要因（本県の現状と課題）

- (1) 低い（少ない）情報発信
観光資源（素材）は豊富ですが、その魅力が効果的に情報発信されていません。
- (2) 「地域でもてなす」意識の不足
「住んでいる地域に誇りを持ち、訪れる人に地域の良さを伝え、もてなす」という意識が不足しています。
- (3) 観光がもたらす効果への認識不足
観光がもたらす効果（経済効果・異文化交流等）はすそ野が広く、かつ、大きいですが、そのことが十分理解されていません。
- (4) 「地域の魅力」の未活用
地域には魅力的な観光資源が多くあるが、有効に活用できていません。

4 みやぎの観光に求められる視点と目指す方向

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

行動力旺盛な団塊の世代の大量退職者や元気高齢者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

宮城県の特徴・優位性を活かしながら、より専門性の高い情報を提供する宮城県のセールスポイントを前面に出したテーマ別、カテゴリー別などの情報発信が必要です。

観光情報コンテンツの整備・拡充

多様化する観光客のニーズに対応するため、ホームページなどを活用した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

観光地づくりの取組は、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。

地元でしか経験できないこだわりや本物を更に磨き上げる地域づくりが求められています。

滞在型・体験型観光の整備・拡充

触れたり、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、二地域居住やUJI ターン等も想定しての施策が必要です。

ホスピタリティの向上

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」の原点です。そのためには付加価値を有機的につなげていく仕組みが必要です。また、トイレや休憩所、案内看板など基礎的な整備、「まちなみ」や「景観」といった潤いを与える二次的な整備に配慮していく必要がある一方、自然環境や生態系を末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も求められています。

(3) 東北の起点としての役割

広域観光ルートの整備・拡充

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る工夫をする必要があります。

また、東北各県とも連携を図り、広域観光ルート整備や周遊化を進め、各観光地間を快適で効率的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

東北地域を訪れる観光客の特性を分析、把握の上、可能な限り東北域内・関東圏の住民に特化したアプローチが必要です。

また、海外の観光客は仙台空港と路線開設している韓国、中国、台湾をはじめとする東アジア地域からの誘客を東北地域一体で重点的に取り組むこと、さらに、空路開設交渉と連動して新規需要の開拓が必要です。

目指す方向：「観光を新機軸とする県土づくり」

その必要性と行政のかかわり

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。

「観光王国みやぎ」を実現するため、県職員一人一人が「みやぎの営業マン（ウーマン）」との意識で行動することを心がけます。また、観光産業へのサポート体制の充実や、地方機関が地域観光へ積極的にかかわるための体制を整えます。

官民の連携と役割分担

官民、地域間、観光産業と他産業間など、多様な主体による連携は相乗的な効果をもたらします。計画を実効性の高いものとするため、県民をはじめ、官民の役割分担を具体的に示し、各主体がその役割を理解した上で取り組みます。

観光（産業）の生み出す経済効果の検証と県民への理解促進

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、そのための施策を推進します。

特に次代を担う子どもたちに、「ふるさとを大切に、訪れた人をもてなす心と態度」を育てる観光教育等を通じて、観光がもたらす効果等について、広報・普及します。

5 施策展開の方向性

各プロジェクトに記載している事業は、
主要事業が確定し次第、変更になります。

みやぎへ「いざなう」観光施策の展開

- みやぎの情報発信・誘客プロジェクト（観光地みやぎにいざなう） -

みやぎへ訪れる人を増やすためには、みやぎがどのような魅力を持つ所であるかを積極的に発信していく必要があります。当地を訪れる人や旅行エージェント・マスコミ等に対して、海・山・温泉・食・歴史や文化・くらし等に関する情報を誘客対象ごとに効果的に発信し、観光地みやぎに人を呼び込みます。

みやぎのイメージづくり

各種メディアやインターネット等を活用し、「食材」、「温泉」、「歴史や文化」といったみやぎ特有のセールスポイントを強力に情報発信

戦略事業

- ・ 関東圏誘客促進事業
- ・ 首都圏県産品販売等拠点施設運営事業
- ・ みやぎのおいしい「食」ブランド化戦略推進事業
- ・ みやぎの水産物トップブランド形成事業

みやぎ誘客ピンポイント対応

国内向け

- ・ 東北への入込客数の多い関東圏への誘客活動を強化
- ・ 団塊の世代を含めシニア層を対象に、その生活スタイルや行動・趣向に合った企画事業を展開
- ・ 県内からの買い物・プロスポーツ観戦などの行動的な日帰り客を対象とした地域間交流を促進する施策の実施
- ・ 航空路線就航先の関西・東海等において誘客活動実施

国外向け

- ・ 国際航空路線が就航している韓国・中国・台湾などを軸に東アジアへの誘客活動の強化
- ・ 香港などへ新規観光需要の開拓

仙台空港やJR仙台駅等の「東北のゲートウェイ」である特性を活かし、みやぎを起点として、東北全体を視野にとらえた誘客活動を推進

戦略事業

- ・ 食材王国みやぎ総合推進事業（「食材王国みやぎ」フェア開催事業）

イベント・コンベンションの誘致

みやぎや政令都市仙台的都市集積機能を活用したイベントやコンベンションの誘致

戦略事業

- ・ 仙台・宮城DC推進事業

みやぎで「もてなす」観光施策の展開

- みやぎの魅力創出プロジェクト（何度も訪れたくなるみやぎのおもてなし） -

みやぎへの来訪者やリピーターを増加させるため、住んでいる地域の魅力を認識し、誇りを持ち、その良さを伝えることができる人材の育成や観光地としての価値を磨き上げ「地域全体でもてなす観光地づくり」を推進していきます。

みやぎのやさしい人づくり

大型観光キャンペーン開催を契機にホスピタリティ向上への取組強化
地元の旬な食材によるおもてなし、観光地の環境美化運動、地元固有の祭りなどのふれあいを通じて地域のホスピタリティをはぐくむ施策を展開
観光がなぜみやぎにとって大切であるのかを県民がより理解することにより、ホスピタリティ精神を高揚
観光教育を充実し、併せて観光の効果、地域における位置付けなどについて、次代を担う子どもたちへの教育を含め、広く県民に広報

戦略事業

- ・みやぎ観光ホスピタリティ向上推進事業
- ・外国人観光客安心サポート事業（通訳ガイドの育成、「i」案内所設置等）
- ・みやぎ観光理解啓発事業（観光教育副読本作成・活用等）

みやぎのやさしい観光地づくり

観光地の施設や観光地への道路、案内板といったサイン・標識について重点的に整備
高齢者や障害のある人、子ども連れの人などにも配慮した観光地のユニバーサルデザイン化
二次交通アクセスが確保されていない地域や観光地域内での移動の利便性の向上（民間等の自発的な取組を誘引）

戦略事業

- ・仙台・宮城DC受入施設整備事業

みやぎの地域資源向上

観光資源を更に磨きをかけるため、みやぎの観光資源の総点検を実施
「みやぎならではの」旅を提案するために、歴史・伝承などによるストーリー性のあるゾーニング、広域観光ルートの整備を推進
自然と文化の共生といった環境に配慮した体験型観光・滞在型観光の発掘・整備
観光産業に参入を目指す方々への支援体制の強化

戦略事業

- ・食材王国みやぎ総合推進事業（みやぎの外食産業支援事業）
- ・みやぎ滞在・周遊型観光資源発掘事業
- ・みやぎの景観形成事業
- ・自然環境保全対策事業
- ・みやぎグリーン・ツーリズム推進協議会活動支援事業

観光王国みやぎを「ととのえる」観光施策の展開

- みやぎの連携・組織づくりプロジェクト（みやぎの連携と組織をととのえる） -

観光王国みやぎの実現を図るため、官民など各主体間の連携の強化や地域力を高めるための県内組織の強化、また、広く東北6県などの広域連携の体系化など観光産業の振興を推進する体制、地域力・観光力を支える組織体制を整えます。

みやぎの地域力向上組織構築

県組織体制の在り方を点検し、地域や民間の創意工夫を施策に反映できる地域支援のための機関へ転換できる体制づくりを推進
官民が主体的に地域力の向上に取り組み、今後の地域づくりのきっかけ、地域資源を生み出す場として引き継がれるような組織づくりや強化を推進・支援

戦略事業

- ・全国大型観光キャンペーン宮城県実施推進本部整備事業（県組織体制の整備）
- ・仙台・宮城DC推進事業（地域部会の整備）（再掲）
- ・みやぎ大型観光キャンペーン推進組織整備事業（観光連盟の強化）

みやぎ東北ぐるっと連携

現在進められている広域連携をテーマや誘客の対象、目的別等に改めて体系化・再構築
新しい連携のあり方についても検討を行い、効果的な仕組みづくりを推進
多様化する観光ニーズに対応する地域事業に即したランドオペレーター機能の充実

戦略事業

- ・みやぎ発東北観光体制整備事業

各主体の役割分担

本県の観光力の向上に際しては、観光関連団体・民間事業者・県民・市町村がそれぞれに期待される役割を担い、それぞれの立場で主体的に行動することが不可欠です。

「観光」を総合産業として持続可能なものとしていくため、各主体がその担い手としての力を十分に発揮し得るよう、各主体間の調整役など県としての役割を着実に果たしていきます。

観光関連団体に期待する役割

観光関連の民間事業者などの接遇、サービスの向上のため、研修制度の充実を図るとともに、関係機関と連携し、観光情報の収集や誘客のためのPR活動を積極的に展開します。

具体的取組例示

- 戦略的観光キャンペーンの展開
- 訪問者のニーズに対応したサービスの提供、情報発信
- サービスの質の向上に寄与する人材の育成と確保

民間事業者に期待する役割

観光王国みやぎの実現の主たる担い手として、地域資源を積極的に活用するとともに、観光客の方に対するホスピタリティの向上に努め、受入態勢の充実を図ります。

具体的取組例示

従業員教育の充実、ホスピタリティの向上
時代の要請にこたえるメニューづくりや施設整備
新たな魅力づくりのために地域と連携、磨き上げ

県民に期待する役割

一人一人が地域の自然や文化に対する知識と誇りを持ち、また、宮城の観光情報発信の担い手となり、訪れる観光客の方を温かく迎えます。

具体的取組例示

日ごろから訪問者への「こんにちは」などあいさつの実践
花を植える、ごみを拾うなどみやぎの環境美化の実践
観光ボランティアなどの活動への参加

市町村に期待する役割

観光振興方策を樹立し、地域の観光関連団体、観光関連の民間事業者、地域住民と連携するとともに、県内外の隣接市町村と連携し、地域資源を活用しながら、具体的な施策を展開します。

具体的取組例示

地域の特性を活かした魅力ある地域づくりを推進
地域資源の一層の磨き上げなどブラッシュアップの推進
地域内の観光関連情報の収集と提供

県の役割

総合的な観光行政推進の見地から、市町村、観光関連団体、観光関連の民間事業者、地域住民と連携し、また、東北各県などと広域的な連携を図りながら、施策を展開します。

具体的取組例示

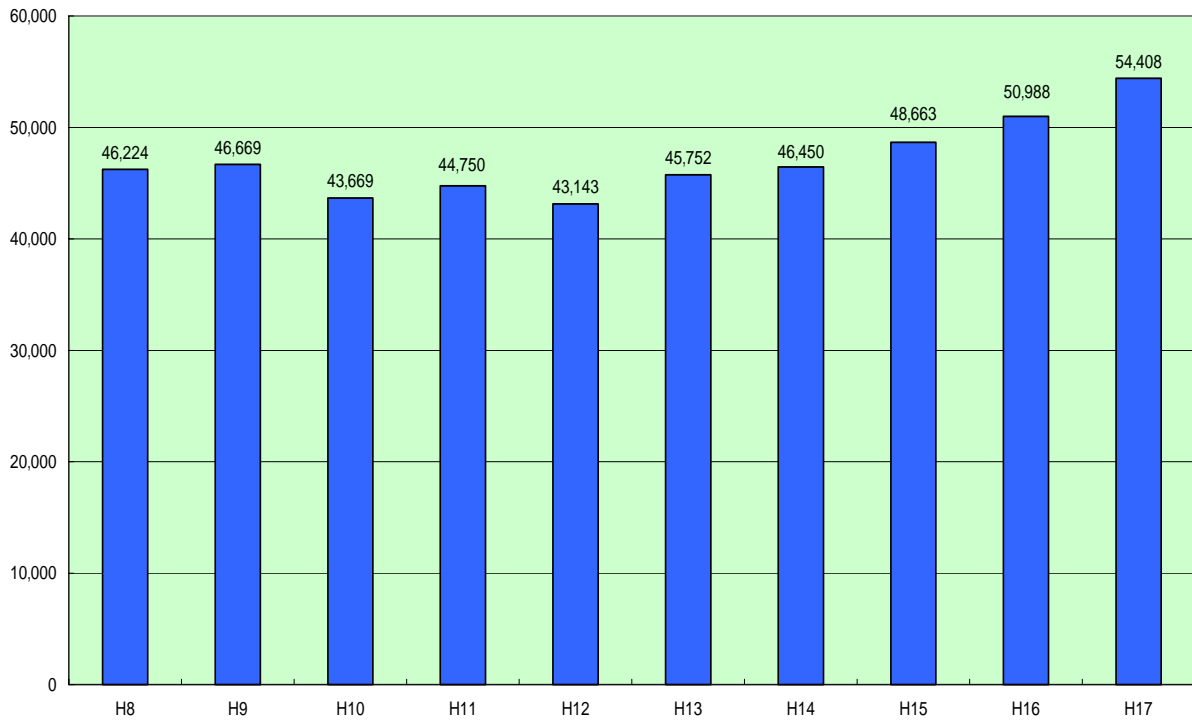
みやぎの観光振興の方向性の提示
みやぎのイメージ創出と情報発信の推進
全県的な観光客の誘致促進や宣伝活動などを連携して展開

6 進行管理

当プランは、その着実な事業化を図るため数値目標等を設定することとしており、これらについて、県の行政評価システムによる評価及び進行管理を実施していきます。また、事業進ちょく状況の判断の過程において有識者・県民の意見を一層の取り入れる仕組みを整えていきます。

観光客入込数の推移

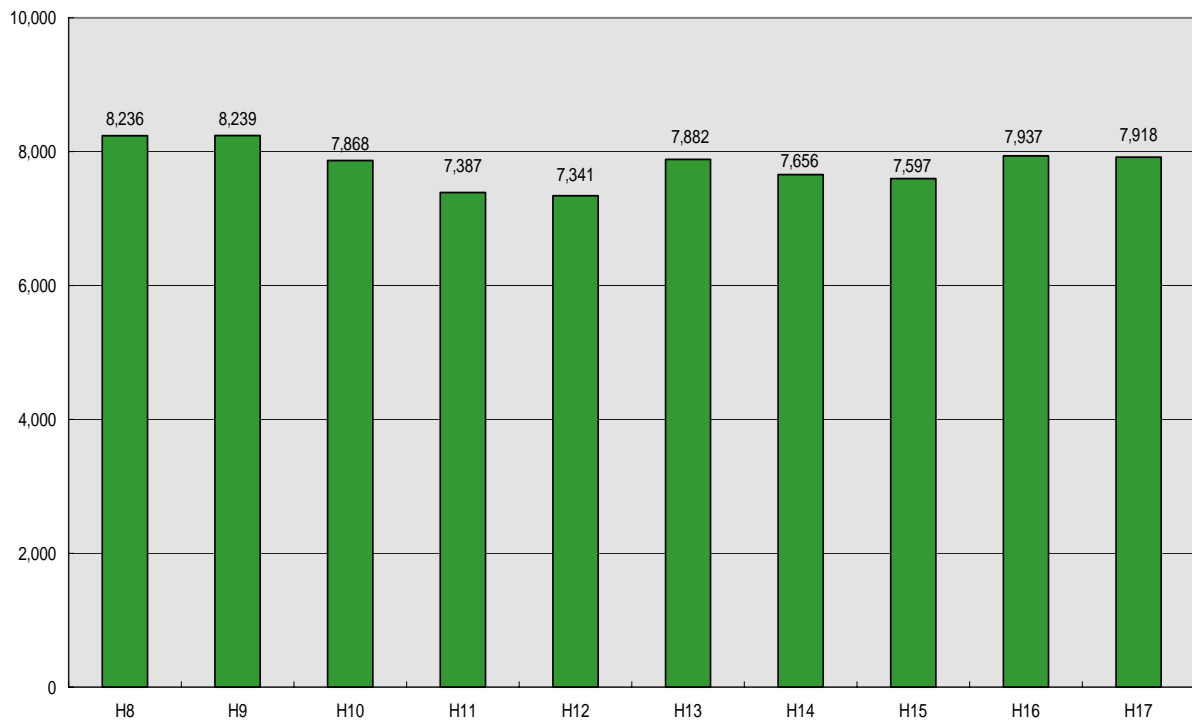
(単位:千人)



出典:宮城県観光統計概要

宿泊観光客数の推移

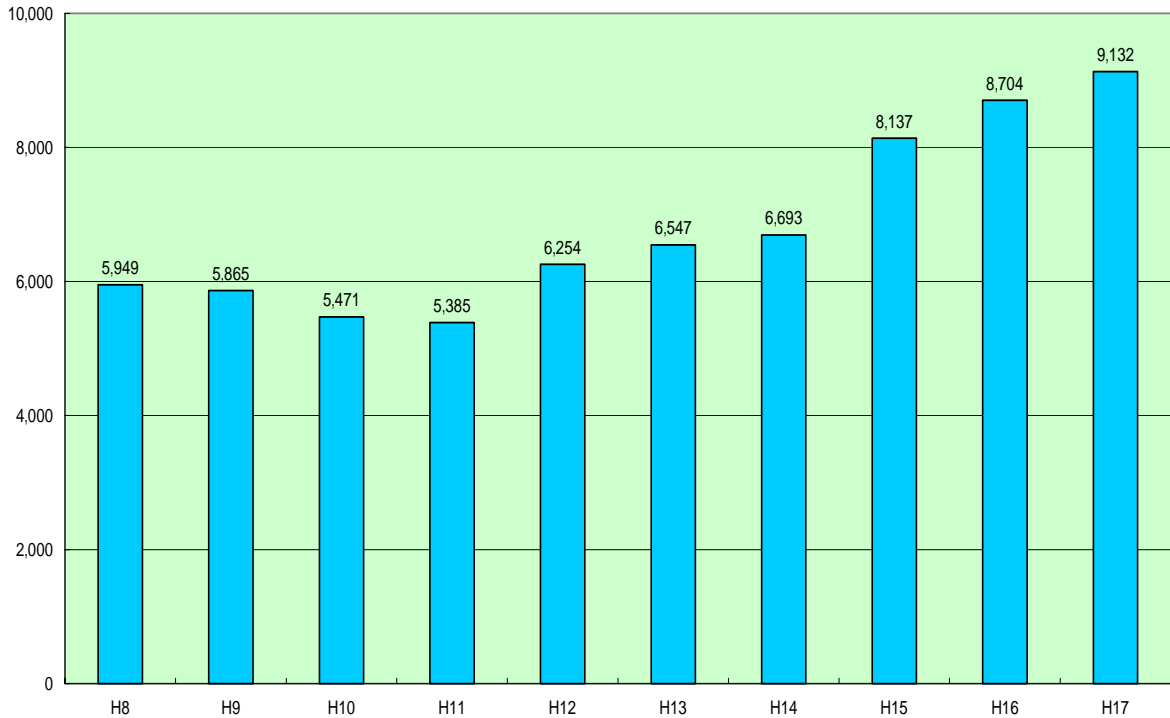
(単位:千人)



出典:宮城県観光統計概要

経済波及効果の推移

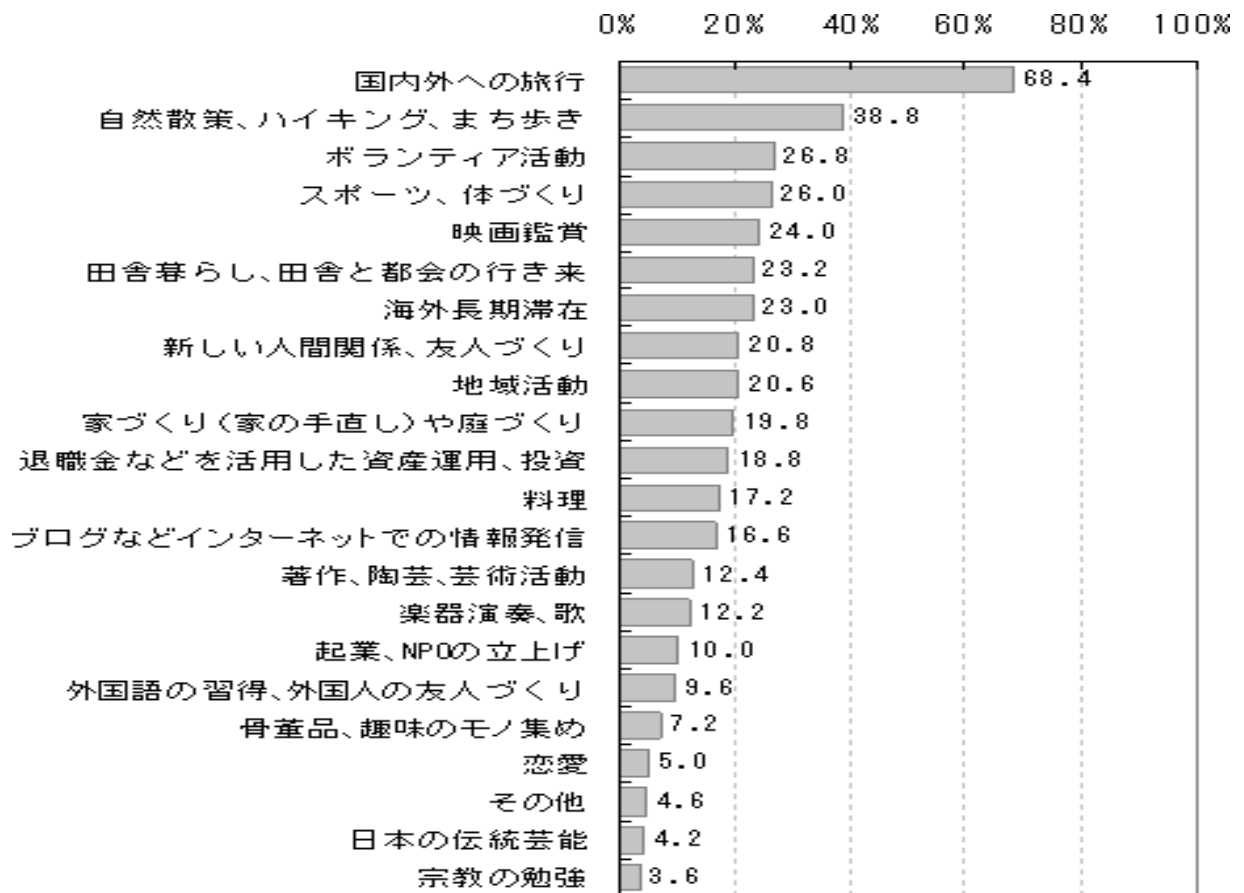
(単位:億円)



出典:宮城県観光統計概要

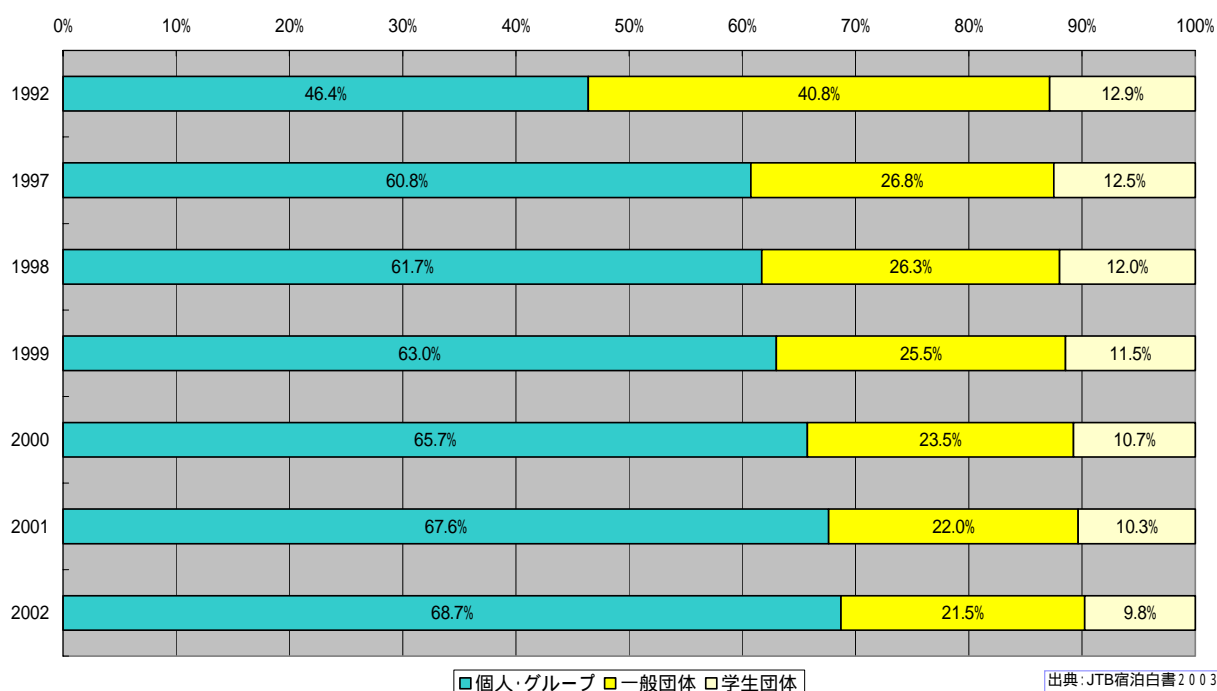
60歳を過ぎてからの人生で、やってみたいこと

(団塊の世代のセカンドライフに関するアンケート結果)

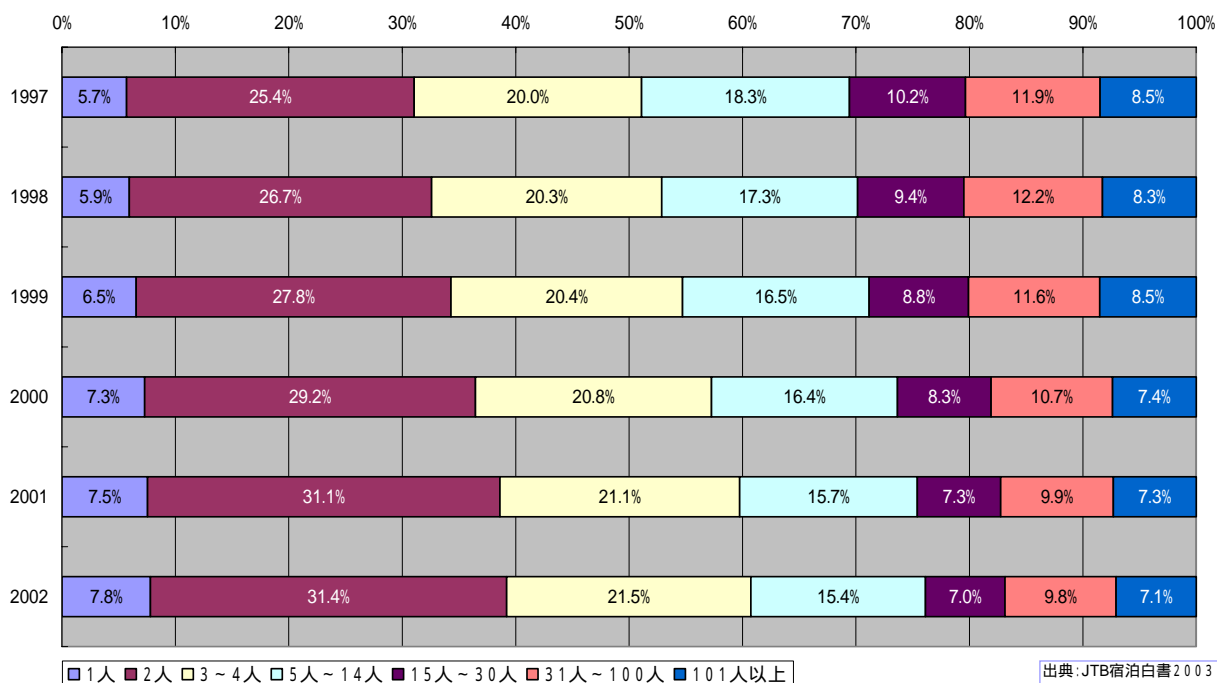


出典:株式会社野村総合研究所('05.11.18 ニュースリリース)

旅行形態別宿泊者数シェア推移



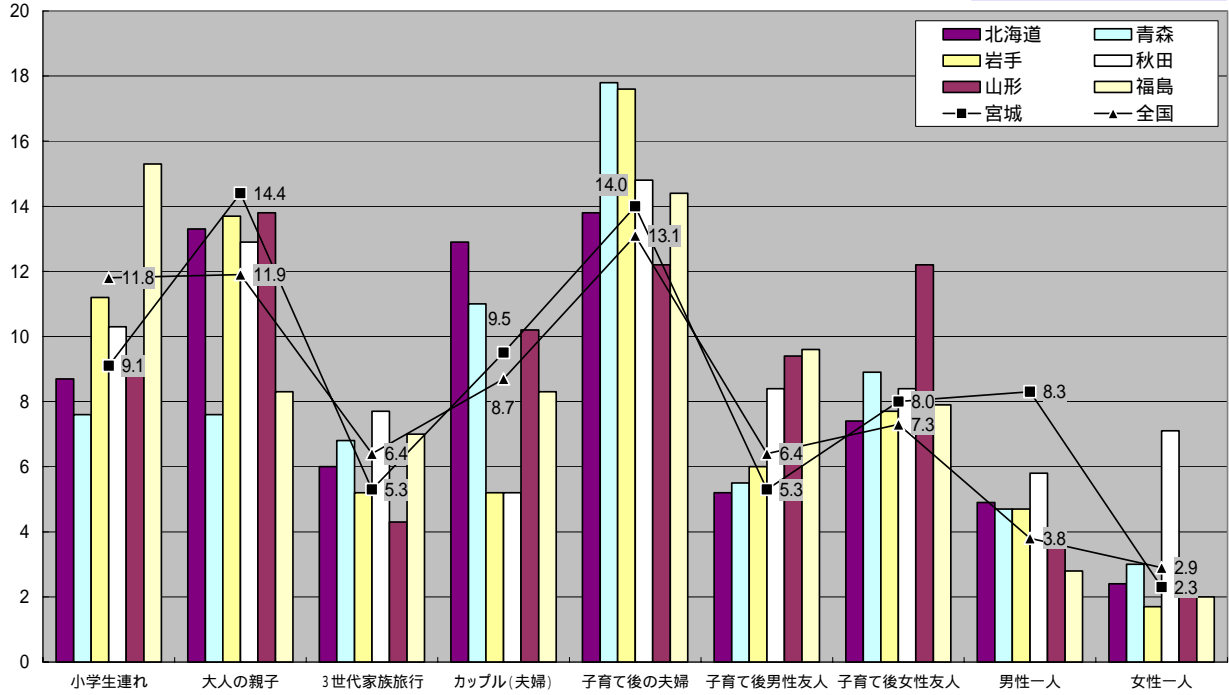
同行人数別宿泊人数シェアの推移(学生団体を除く)



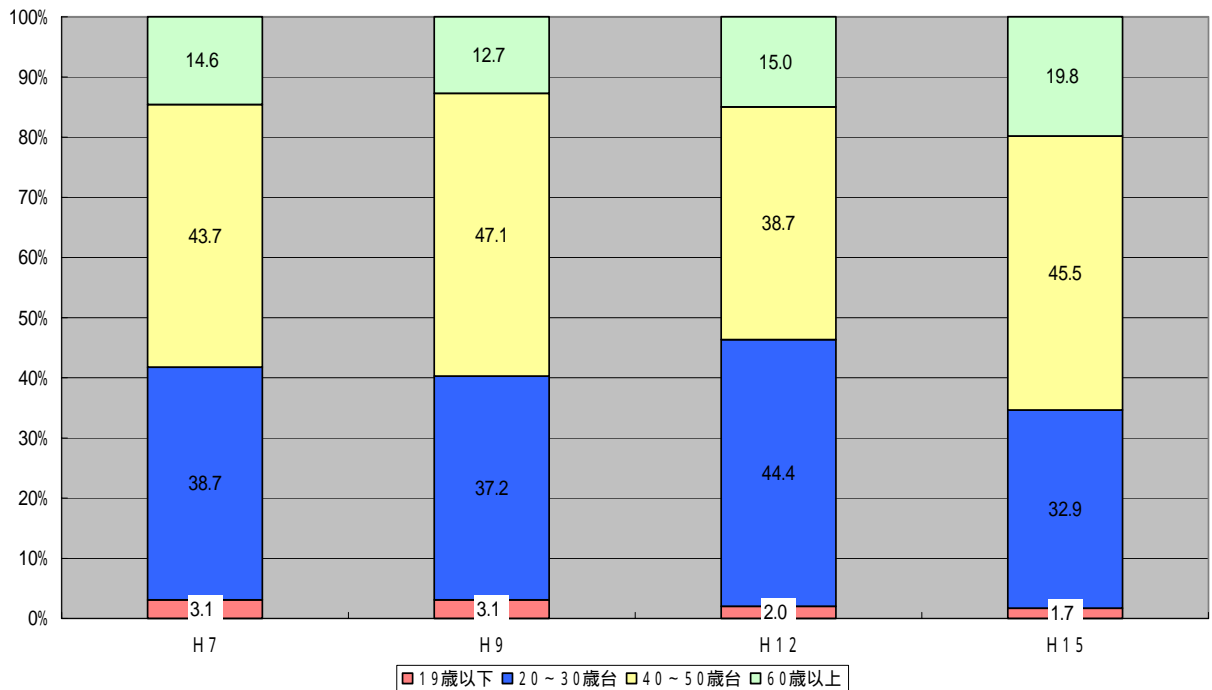
旅行先(都道府県)別の同行者タイプシェア

単位: %

出典: 旅行者動向2005(日本交通公社)



観光客の年齢構成の推移

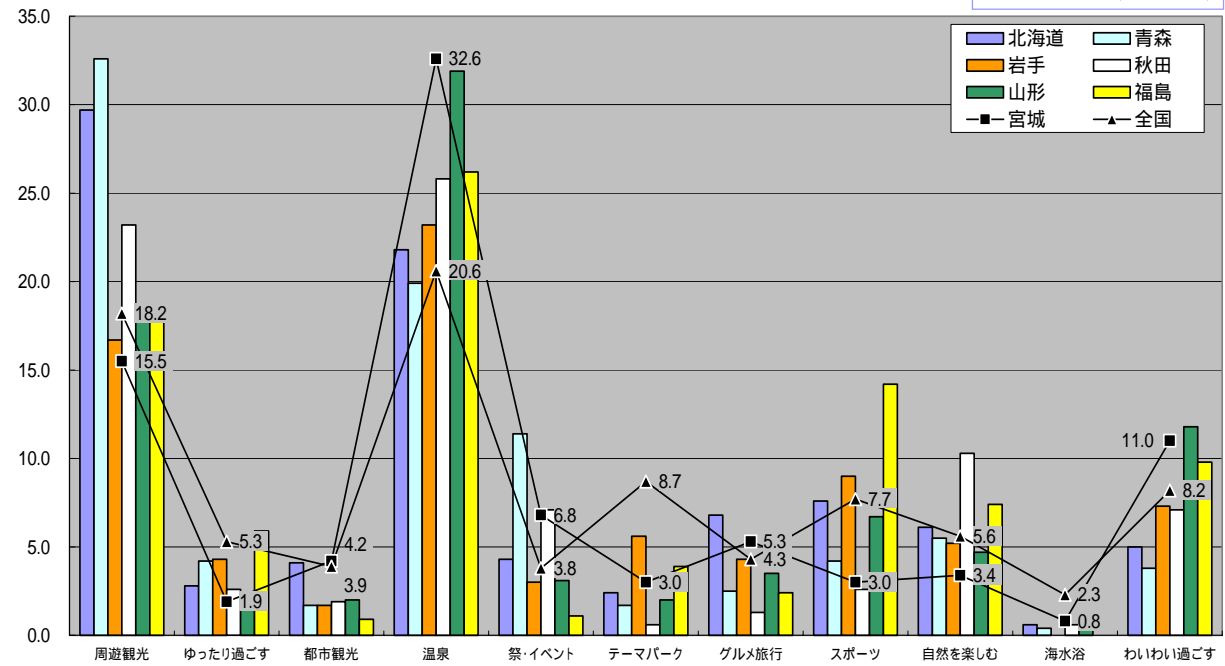


出典: 宮城県観光動態調査

旅行先(都道府県)別の旅行タイプシェア

単位: %

出典: 旅行者動向2005(日本交通公社)



旅行先(都道府県)別居住地シェア

単位: %

出典: 旅行者動向2005(日本交通公社)

