

【みやぎ観光回復戦略 計画の基本理念】

安全安心の確保とともに、デジタル変革を進め、新たなビジネスモデルの創出を図り、持続可能で選ばれる観光地をつくる

視点1 安全・安心の機運の醸成と可視化により、選ばれる観光地をつくる

- (1) 観光地として選ばれるための安全安心の対策とその見える化
- (2) 入国制限緩和を見据えたインバウンドへの取組

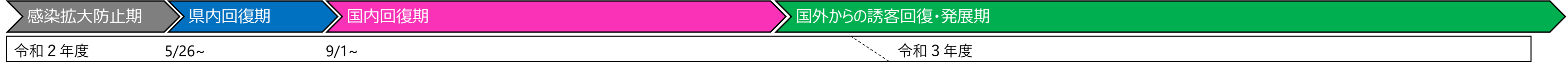
視点2 回復フェーズに応じた取組を推進するとともに、観光資源の魅力を再発見し、地域と旅行客の関係を深める

- (1) 社会経済活動の回復フェーズに応じた取組の推進
- (2) 地域の魅力の再発見と旅行客の受入体制の構築
- (3) 交流人口の拡大に加えて関係人口の拡大へ

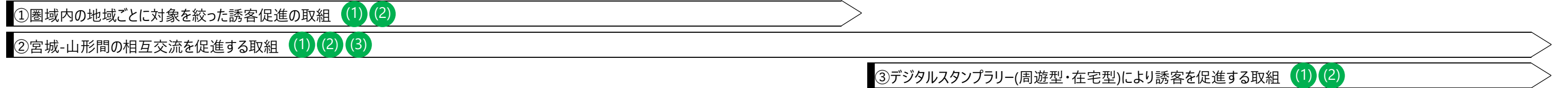
視点3 ニューノーマルに適応したビジネスモデルに転換し、新たな観光を創出する

- (1) 新しい価値観からみやぎの新しい観光創出へ
- (2) みやぎにしかないアドバンテージ（東北 DC、東京オリパラ、復興 10 年等）を活かす

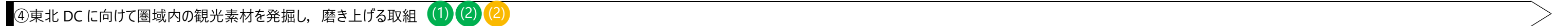
【回復フェーズ】



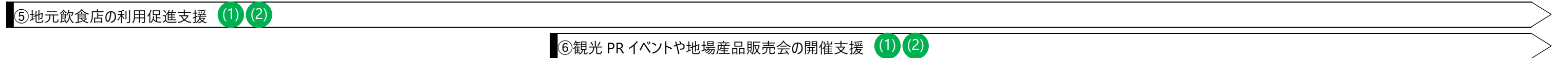
(1) マイクロツリズムなどの域内流動の取組



(2) 地域の魅力に対するシビックプライドの醸成



(3) その他の取組



取組	概要	取組の進捗状況		主な対象
		令和2年度 (1月28日現在)	令和3年度 (予定)	
① 圏域内の地域ごとに対象を絞った誘客促進の取組	圏域内を複数のブロックに分け、各地域の特色に応じた企画(スタンプラリー等)を実施し、誘客促進を図る。(R2年度:黒川地域)	○黒川地域4市町村を対象としたデジタルスタンプラリー(家たび+ドライブ)を実施した。(期間:9/15~12/13 参加:のべ1,608名 スタンプ押印:のべ10,224回) ※家たび:スマートフォンでクイズに解答 ドライブ:実際に現地を周遊	〔H30 松島湾, R1 みやぎ県南浜街道, R2 黒川と圏域内の各地域を一巡したため, ③へ発展させる。〕	A
② 宮城-山形間の相互交流を促進する取組	文化面・交通面での結びつきが強い宮城県-山形県合同の特産品販売会等を支援することで、相互交流をさらに深める。	○合同販売会「仙山交流味祭 in せんだい」の開催を支援した。(9/26~27@勾当台公園) ○仙台圏域14市町村及び山形県村山圏域14市町村の「食・お酒・買い物」をテーマにした相互送客パンフレットを計2万部作成し、観光施設等に配布・配架する。(3/26完成予定)	○合同販売会の開催を支援する。 ○R2年度とは異なるテーマで相互送客パンフレットを作成し、観光施設等に配布・配架する。	B
③ デジタルスタンプラリー(周遊型・在宅型)により誘客を促進する取組	コロナ禍でも安全に参加可能な在宅型も併用した県内観光施設等を巡るデジタルスタンプラリーを実施することで、誘客促進を図る。	○スマートフォンによる情報収集が主体である行動様式に対応したデジタルスタンプラリー実施に向け、制度設計や事務手続等を行う。 ○市町村など関係各所と企画内容についての調整を行う。	○圏域内全14市町村を対象としたデジタルスタンプラリー(在宅型・周遊型)を実施する。(4月下旬~10月下旬) ○来訪・消費拡大のため、スタンプラリー企画の景品として圏域内観光施設の利用券や地場産品等を贈呈する。	A
④ 東北 DC に向けて圏域内の観光素材を発掘し、磨き上げる取組	圏域内にある"知る人ぞ知る"観光素材を発掘・再発見して磨き上げ、定番モデルコースへの肉付け等により東北 DC を機に周知する。	○市町村及び観光事業者とのワークショップを計6回開催し、観光素材やモデルコースについての検討を行った。 ○モデルコース及び観光素材を紹介するガイドブックを4万部作成し、東北 DC 開催直前に合わせて観光・交通関係施設等に配布・配架する。(2/26完成予定)	○東北 DC を契機として訪れる観光客を圏域内に誘引するため、R2年度に作成したガイドブックを活用した観光 PR を行う。 ○モデルコースを軸にした、圏域内を巡るバスツアーを開催する。	A・C
⑤ 地元飲食店の利用促進支援	圏域内市町村等が発信する地元飲食店のテイクアウト・デリバリー情報をとりまとめ、県広報媒体などで一元的に PR する。	○4/17に県ホームページでの情報発信を開始した後、5回の情報更新を行いながら、SNS等の他媒体での追加 PR も実施した。 ○仙台市を中心とするスーパー等にチラシ1,500部を配架した。(5/24~6/21)	○情報の更新(今回はゴールデンウィーク直前を予定)を継続しつつ、ホームページや SNS などのデジタル媒体及びチラシ配架等のアナログ媒体を組み合わせた広報を展開する。	D
⑥ 観光 PR イベントや地場産品販売会の開催支援	圏域内市町村等と連携しながら、観光 PR イベントや地場産品販売会の開催を支援することで、域内流動・消費を促す。	○地場産品販売会「ネイティブ オブ みやくろ~ナインマルシェ~」の開催を支援するとともに、同イベント内において観光 PR を実施した。(11/21~22@三井アウトレットパーク仙台港)	○東北 DC (4/1~9/30)や「第40回全国豊かな海づくり大会」(10/2~3)などの相乗効果を図りつつ、関係各所と連携しながら PR イベント等の開催支援を継続する。	D

【上表右端「主な対象」 凡例】 A: 県内外観光客 B: 県内外観光客 (特に宮城・山形両県) C: 観光事業者 D: 宮城県民 (特に仙台圏域内住民)