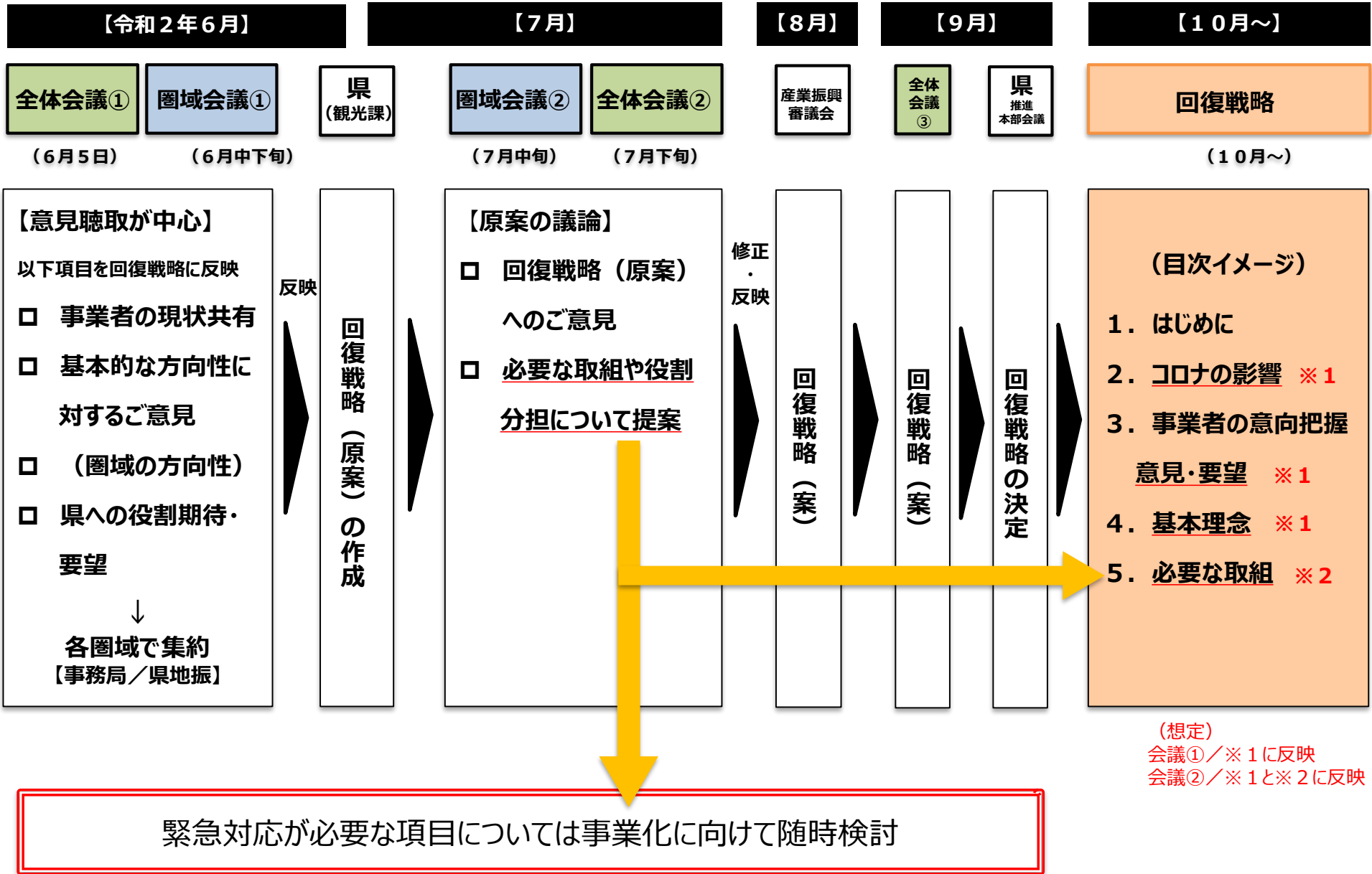


回復戦略の策定スケジュール



1 策定の趣旨・現状認識

(策定趣旨)

- 観光事業者等が資金繰りや雇用を維持し、感染収束後に観光業を回復軌道に戻し、その後の成長軌道につなげていくための取組を関係者が一体となって推し進めるために策定

(現状認識と方向性)

- 新型コロナウイルス感染症により、県内の観光事業者、宿泊事業者には甚大な影響が発生
- 治療薬やワクチンの開発期間が見通せないため、終息までの期間は非常に不透明
- 収束後は抑えられていた需要が顕在化し、県内→東北→国内→隣国→長距離海外旅行の順で段階的に回復が進むと想定

2 基本的な考え方

(1) 計画の位置づけ

本計画は、第4期観光戦略プランの実実施計画と位置づけ（新型コロナウイルス感染症の影響から回復・再生するために新たに生じた課題解決の指針）

(2) 計画期間

1. 5年間（令和2年10月から令和4年3月まで）

※計画期間後も残る課題は新たな観光戦略プランの策定過程で検討

計画期間	観光戦略プラン	～令和2年度		令和3年度		令和4年度～	
		上期	下期	上期	下期	上期	下期
		現行4期プラン (4つの観光戦略)		改定4期プラン (4つの観光戦略 + コロナ戦略)		5期プラン (成長戦略)	
		(実施計画)		回復戦略(コロナ戦略)			

(3) 実施主体

地域住民や観光事業者と行政（県・市町村）とが一体となって、関係機関や外部人材とも連携して実施

3 観光事業者の意向把握

新たに設立したみやぎ観光振興会議の場を通じて観光事業者としっかりと話し合っていく。（集約意見や取組内容を回復戦略に記載予定）

4 基本理念と回復のポイント

計画の基本理念



【柱の例】

(1) 近郊旅行から回復，事業者の事業継続・雇用維持の下支え

(具体例)

- ✓ 県民による県内旅行の回復を後押しするための取組
- ✓ 多様な宮城県への応援者の拡大 (ex. 県外者がCFで応援)
- ✓ 帰郷者等の県内旅行需要の取り込み
- ✓ 東日本大震災時の関係者へのアプローチ (宿泊施設への避難者、震災ボランティア等)

(2) 安全安心への取組と発信

(具体例)

- ✓ 収束後にみやぎが選ばれるためのブランド戦略 (差別化戦略)
- ✓ withコロナ時代において評価されるためには安全・安心の見える化
- ✓ 国の観光需要喚起キャンペーン、県通年観光キャンペーン、オリパラ、東北DC等との連携

(3) 社会構造変革，ニューノーマルな観光を創出

(具体例)

- ✓ デジタルシフトへの取組
- ✓ 新たな働き方改革への提案 (テレワーク、ワーケーション、副業)
- ✓ SDGsへの取組

事業者の現状

- 新型コロナウイルス感染拡大による観光関連事業への影響と現状、今後の見通し
- 現状を受けて、観光産業の回復のため、今後必要となる取組とその中で県に求める役割

取組の検討に向けた視点

- 甚大な影響を受けた県内事業者の事業継続や、今後につながる基盤整備等に必要な取組について
- 新しい生活様式に対応した安全安心の取組について
- 新たな付加価値となる「安心感」の見える化に向けた取組について
- 近くから遠方に向かう（県内→国内→海外）旅行形態の回復傾向を踏まえた本県の事業展開の基本的な方向性について
- 本県の宿泊客の特徴である県内客3割超、東北を含めると5割超という域内流動の多さを生かす取組について
- 本県の観光客の年代は近年高年齢化の傾向にある中、感染の影響を受けにくい若年層旅行者から旅行活動を開始するとの見解を踏まえたターゲット層の設定とそれを取り込むための取組について
- 7月にも国のGo Toキャンペーンも開始が見込まれる中で、今後みやぎを旅行地として選んでもらうための取組について
- 地域の魅力を再発見するため、地域の関係者を巻き込みながらどう進めていくかについて
- 仙台圏の集客機能を最大限活用しながら、他の地域もいかに周遊してもらうかについて
- 社会構造変革に対応した中長期戦略へつなげる取組について（デジタルシフト、SDGs、インバウンド、観光地エリアマネジメント）