

# 3. 第5期みやぎ観光戦略プランの現状と課題①

## 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

### (4) 観光戦略プロジェクトに基づく事業展開

※事業実績は、毎年度議会に報告している実施状況報告（令和4年度及び令和5年度）を参照）

## 回復戦略 感染症により落ち込んだ観光需要の回復

- (1) 安全・安心の機運醸成と可視化による選ばれる観光地づくり
- (2) 回復フェーズに応じた取組推進と観光資源の魅力の再発見

### 県民割・全国旅行支援の実施

落ちこんだ観光・宿泊需要の早期回復を図るため、宿泊割引等を実施し、269万人泊※の宿泊につなげた。



※県民割（R3～R4）及び全国旅行支援（R4～R5）の実績を合算

みやぎ宿泊割キャンペーン  
ロゴマーク

### 宿泊施設感染防止対策

感染予防対策の徹底を図り、観光需要の回復につなげるため、リーフレット等を作成・配布し、観光客に対する普及啓発を行った。



普及啓発チラシ

## 成長戦略1 魅力あふれる観光地づくり

- (1) 特色ある地域資源の発掘・磨き上げと観光コンテンツの充実
- (2) 観光に対する地域住民や旅行者の意識醸成
- (3) 震災の経験を生かした復興ツーリズムや教育旅行の展開

### 教育旅行の誘致促進

- 教育旅行希望者の相談や受入調整などのマッチング支援を計220件（延べ9,097人）実施
- 教育旅行で来県する学校に対し、バス利用経費の一部助成を計508件実施



宮城県教育旅行ガイドブック



教育旅行誘致促進（モニターツアー）

### 地域資源を活用した観光コンテンツ造成

- 地域資源を活用した観光コンテンツを造成し、商品化を行った。（5種類）
- PR動画の作成やSNS等を活用した情報発信を行った。



地域資源を活用したコンテンツ造成



SNSを活用した情報発信

## 成長戦略2 観光産業の体制強化

- (1) 地域経済循環力の強化
- (2) 地域を支える観光人財の育成・確保

### 宿泊施設等の高付加価値化改修

観光地の面的な再生・高付加価値化を目的とした施設改修に対する支援を計31施設に実施

【取組例】客室の洋室化（宿泊料単価UP）

Before After



高付加価値化改修（鳴子温泉郷）

### 通訳ガイドの育成・確保

インバウンド需要に対応し、観光業における受入体制を整備するため、全国通訳案内士、ボランティアガイド等を対象として、インバウンド対応等の研修会等を開催



研修会の様子



実践模擬ツアーの様子

## 成長戦略3 受入環境の整備促進

- (1) 旅行者の安全・安心確保
- (2) 多様化する旅行者の受入環境整備

### 自然公園施設の整備

観光客の安全な利用に配慮した登山道や遊歩道等を整備



蔵王登山道



気仙沼大島龍舞崎園地

### 観光地における混雑状況の可視化

観光地内での周遊を促進するために、観光施設や周辺駐車場の混雑状況を計測し、観光用デジタルマップで情報発信



観光用デジタルマップ



混雑状況可視化の様子

## 成長戦略4 戦略的な誘客プロモーション

- (1) 旅行者のニーズやターゲットに応じた戦略的プロモーション
- (2) 東北各県や東北観光推進機構等と一体となった広域周遊観光の促進

### 宮城オルレの推進

令和5年11月11日に、県内5コース目となる村田コースの開設を記念し、オープニングイベントを開催  
〔宮城オルレ延べ利用者数：約6.2万人（H30.10～）〕



村田コース



オープニングイベント

### プロモーションの展開

WEBサイト「Visit MIYAGI」を活用したインバウンド向けの情報発信の充実や、県政150周年記念観光キャンペーン、秋冬観光キャンペーン等を実施



Visit MIYAGI WEBサイト



2023年秋・冬観光  
キャンペーンガイドブック

3. 第5期みやぎ観光戦略プランの現状と課題②

2. 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、外国人観光客が50.7万人泊（回復目標比101.4%）となり、**1年前倒して目標値を達成**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。

観光指標の推移 ( ) : 対回復目標比

| 数値目標 |                | 実績値<br>(R元) | 実績値<br>(R3) | 実績値<br>(R4) | 速報値<br>(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<br>(95.3%)   | 990万人泊  | 1,040万人泊 |
| ②    | 外国人観光客<br>宿泊者数 | 53.4万人泊     | 3.6万人泊      | 5.9万人泊      | 50.7万人泊<br>(101.4%) | 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<br>(99.9%)  | 3,990億円 | 4,200億円  |

令和6年度は、第5期みやぎ観光戦略プランの最終年度に当たることから、**成長目標の達成**やポストコロナにおける観光地としての競争力を高めるために、観光地の受入環境整備のほか、市町村や関係団体と連携した誘客プロモーション等の施策を着実に実施し、更なる誘客促進を図っている。

3. 本県の観光の現状・課題

【現状・課題①】宿泊観光客数が、圏域によって回復に差が生じている。

○令和5年の県内宿泊者数は県全体で943万人泊となり、前年に比べ165万人泊の大幅な増加（対前年比121.2%）となり、新型コロナウイルス感染症感染拡大前の令和元年と同水準まで回復

○一方、**圏域別では、石巻圏域以外は令和元年水準まで回復しておらず、地域ごとに回復状況に差が生じている。**

(単位：万人泊)

| 圏域別   | H31 (R1) | R4  | R5  | H31(R1)年比 | R4年比   |
|-------|----------|-----|-----|-----------|--------|
| 仙南圏域  | 71       | 53  | 63  | 88.7%     | 118.9% |
| 仙台圏域  | 742      | 591 | 727 | 98.0%     | 123.0% |
| 大崎圏域  | 77       | 48  | 54  | 70.1%     | 112.5% |
| 栗原圏域  | 11       | 8   | 9   | 81.8%     | 112.5% |
| 登米圏域  | 9        | 7   | 8   | 88.9%     | 114.3% |
| 石巻圏域  | 38       | 31  | 42  | 110.5%    | 135.5% |
| 気仙沼圏域 | 42       | 40  | 40  | 95.2%     | 100.0% |
| 合計    | 989      | 778 | 943 | 95.3%     | 121.2% |

【現状・課題②】宿泊観光客数が、全国的に地方部で回復が遅れている。

○R5年の宮城県の延べ宿泊者数は、R元年水準の92.1%まで回復しているものの、**全国平均(103.6%)を下回ると共に、大都市圏である東京都(125.9%)、大阪府(106.9%)、京都府(104.5%)と比較し、回復が遅れが生じている。**

【表】都道府県別延べ宿泊者数(2023年)

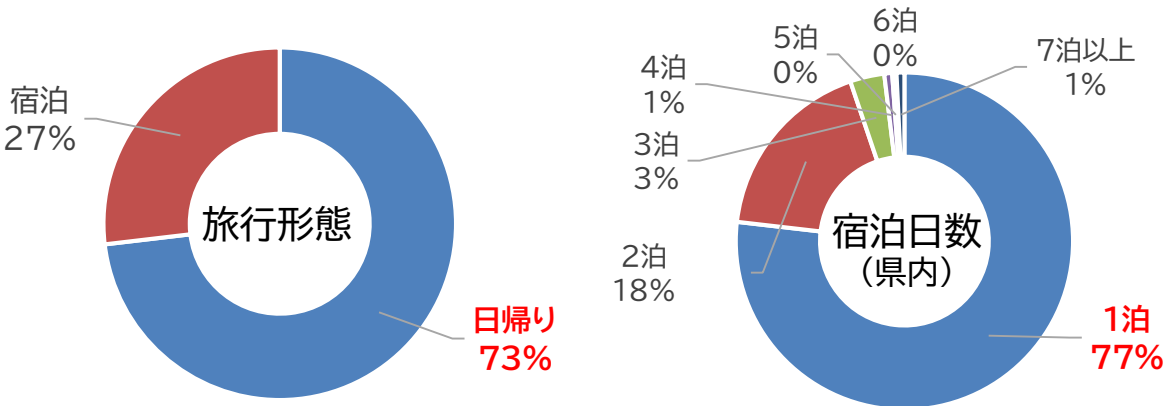
|     | 全体        |          | うち外国人     |          |
|-----|-----------|----------|-----------|----------|
|     | 宿泊者数(万人泊) | 対R元年比(%) | 宿泊者数(万人泊) | 対R元年比(%) |
| 全国  | 61,747    | 103.6    | 11,775    | 101.8    |
| 青森県 | 439       | 95.4     | 27        | 74.6     |
| 岩手県 | 586       | 93.3     | 28        | 82.1     |
| 宮城県 | 1,007     | 92.1     | 53        | 93.4     |
| 秋田県 | 300       | 82.1     | 10        | 68.6     |
| 山形県 | 457       | 82.0     | 18        | 76.4     |
| 福島県 | 969       | 76.5     | 21        | 99.3     |
| 東北  | 3,758     | 86.0     | 157       | 84.3     |
| 東京都 | 9,945     | 125.9    | 4,364     | 148.7    |
| 大阪府 | 5,070     | 106.9    | 1,876     | 104.6    |
| 京都府 | 3,213     | 104.5    | 1,213     | 100.9    |

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」2023年確定値

【現状・課題③】県内観光客の大半は日帰りで、宿泊日数も短い。

○宮城県を訪れる旅行者の**73%は日帰り観光**。

○宿泊する場合も、1泊(77%)、2泊(18%)と**短期間の滞在が多い**。



出典：令和5年度観光客実態調査

【現状・課題④】コロナ禍等を経て顕在化した課題への対応が急務

**人手不足の加速化**  
人材育成・確保やデジタル技術を活用した経営効率化等が進んでいない。



DXの推進



外国人労働者の雇用

**物価・エネルギー高騰**  
2024年3月消費者物価指数総合指数が2020年100に対し107.2に上昇する等コスト高による収益悪化が懸念



宿泊施設の生産性向上



省人化機器の導入

# 4. 第6期みやぎ観光戦略プランの骨子案

## (1) 計画策定の趣旨

令和5年の県全体の宿泊観光客数は、令和元年水準まで回復するなど、コロナ禍で大きく落ち込んだ観光需要が大幅に回復傾向にある一方で、圏域別では、令和元年水準と比較し、約7割又は8割までしか回復していない圏域があるなど、宮城県への誘客に加え、県内隅々までの周遊促進が課題となっている。

そのため、令和7年度を始期とする観光振興に関する施策の基本方針を定め、**県民総参加による魅力あふれる観光地づくりを推進**し、人口減少社会において、**本県経済の持続的な発展**、**豊かで活力に満ちた地域社会の構築や県民生活の向上**を図るもの。

(2) 計画期間 令和7年4月から令和10年3月まで【3か年】

※「新・宮城の将来ビジョン」の実施計画（中期：令和7年度～令和9年度）までの期間と同一

(3) 数値目標 ※第5期みやぎ観光戦略プランで定めた観光成果指標も別途設定予定

- 方針1
- 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**）を基本指標とし、特に観光消費額が高い**宿泊観光客数**を**重点指標**とする。
- 方針2
- 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、**圏域ごとの目標値の設定**を検討する。
- 方針3
- 観光消費額の増加に向け、「質」の向上を図るため、新たに**観光消費額単価**の追加を検討する。

## (4) 取組の方向性と主な施策

第6期プランでは、「**宿泊観光客数の増加**」に向けて重点的に取り組むこととし、既存事業の組替や予算配分の見直しに加え、新たな財政需要に対応するため、持続的かつ安定的な財源として宿泊税の導入・活用を検討していく。

## 基本理念

地域が主役となる持続可能な観光地域づくり

### 本県の観光が目指すべき姿

1. 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。
2. 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。
3. 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。
4. 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。



## 現状・課題

### 現状・課題①

宿泊観光客数が、圏域によって回復に差が生じている。

- 【主な要因】
- 宿泊施設の廃業
  - 人手不足による客室稼働率の制限

### 現状・課題②

宿泊観光客数が、全国的に地方部で回復が遅れている。

- 【主な要因】
- 宮城ならではの（宮城でしか体験できない価値）のコンテンツが不足
  - 特にインバウンドに対してのプロモーション不足
  - 多文化共生に対する理解醸成の不足

### 現状・課題③

県内観光客の大半は日帰りで、宿泊日数も短い。

- 【主な要因】
- 体験型コンテンツ、ナイトタイムコンテンツ、周遊型コンテンツの不足
  - 北海道東北新幹線・三陸道・仙台空港等の交通の利便性が高いがゆえに、通過型観光も多い。

### 現状・課題④

コロナ禍等を経て顕在化した人手不足や収益低下等への対応が急務

- 【主な要因(人手不足)】 コロナ禍で離職した人材の確保が困難
- 【主な要因(収益低下)】 物価・エネルギー高騰をはじめとしたコスト高で収益確保が難しい

## 取組の方向性

### 方向性 1

**新規顧客の獲得  
リピーターの増加**

### 方向性 2

**地域経済の活性化  
担い手の確保**

### 方向性 3

**ホスピタリティの向上**

### 方向性 4

**戦略的な情報発信**

## 主な施策イメージ（観光戦略プロジェクト）

### 戦略1

### 魅力ある観光資源の創出

- 地域資源を活用した”地域ならではの”の観光コンテンツの造成
- ストーリー性やテーマ性を生かした地域間の有機的な連携

### 戦略2

### 観光産業の活性化

- 観光産業における”稼ぐ力”の向上
- 観光地域づくりに向けた推進体制の充実

### 戦略3

### 観光客受入環境整備の充実

- 快適な旅行環境の整備促進
- 安全・安心な旅行環境の整備促進

### 戦略4

### 国内外との交流拡大の促進

- 市場分析に基づく戦略的な観光プロモーションの強化
- 教育旅行をはじめとしたツーウェイツーリズムの強化
- 東北一体となった広域周遊の促進

5. 観光戦略プロジェクトに基づく県施策イメージ

※具体的な事業内容や予算規模については、予算編成過程で精査

| 観光戦略プロジェクト |              | 施策の柱                                                        | 主な施策イメージ |                                       |    |
|------------|--------------|-------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------|----|
| 戦略1        | 魅力ある観光資源の創出  | <div>施策 1-1</div> <div>■地域資源を活用した”地域ならではの”の観光コンテンツの造成</div> | 1        | 市町村の観光地域づくりに向けた支援                     | 新規 |
|            |              | <div>施策 1-2</div> <div>■ストーリー性やテーマ性を生かした地域間の有機的な連携</div>    | 2        | 観光地再生に向けたにぎわいの創出(景観整備等のハード面の支援)       | 新規 |
| 戦略2        | 観光産業の活性化     | <div>施策 2-1</div> <div>■観光産業における”稼ぐ力”の向上</div>              | 3        | 地域資源を活用したコンテンツ造成(宮城オルレの新規コース造成等)      | 拡充 |
|            |              | <div>施策 2-2</div> <div>■観光地域づくりに向けた推進体制の充実</div>            | 1        | バス等を活用した県内周遊促進                        | 新規 |
|            |              | <div>施策 3-1</div> <div>■快適な旅行環境の整備促進</div>                  | 2        | コンテンツツーリズムの推進                         | 継続 |
|            |              | <div>施策 3-2</div> <div>■安全・安心な旅行環境の整備促進</div>               | 1        | DMO支援(新規登録に向けた専門家派遣等)                 | 新規 |
| 戦略3        | 観光客受入環境整備の充実 | <div>施策 4-1</div> <div>■市場分析に基づく戦略的な観光プロモーションの強化</div>      | 2        | 人材マッチング、定着支援(観光版ジョブフェア、プロフェッショナル人材派遣) | 新規 |
|            |              | <div>施策 4-2</div> <div>■教育旅行を始めとしたツーウェイツーリズムの強化</div>       | 3        | 地域クーポン等を活用した長期滞在促進                    | 新規 |
| 戦略4        | 国内外との交流拡大の促進 | <div>施策 4-3</div> <div>■東北一体となった広域周遊の促進</div>               | 1        | みやぎ観光振興会議を活用した観光施策の検討                 | 継続 |
|            |              |                                                             | 2        | 通訳ガイド等の観光人材の育成・確保                     | 継続 |
|            |              |                                                             | 1        | 滞在期間中の利便性向上支援(Wi-Fi整備、多言語翻訳機等)        | 拡充 |
|            |              |                                                             | 2        | 観光地の周遊促進に向けた交通手段の確保                   | 新規 |
|            |              |                                                             | 1        | 自然公園施設整備促進(遊歩道の機能向上、観光案内版の多言語化等)      | 継続 |
|            |              |                                                             | 2        | レストハウス等の維持管理及び機能強化                    | 継続 |
|            |              |                                                             | 1        | SNS等を活用した情報発信                         | 継続 |
|            |              |                                                             | 2        | 東北観光DMP等を活用したデジタルプロモーションの推進           | 継続 |
|            |              |                                                             | 1        | 県内観光地への教育旅行誘致強化・海外教育旅行の促進             | 継続 |
|            |              |                                                             | 2        | SIT(特定目的旅行)による双方向での交流機会の創出            | 新規 |
|            |              |                                                             | 1        | 大阪・関西万博を契機とした東北への誘客促進                 | 新規 |
|            |              |                                                             | 2        | ウェブサイトを活用した東北一体となった情報発信               | 継続 |