

1 基本的事項

策定趣旨	コロナ禍を経て顕在化した課題への対応や、人口減少社会において、観光が地域を支える基幹産業として、県内総生産の維持や地域経済の活性化に寄与するために、県や市町村等の行政機関、観光事業者、住民、観光客などが一体となって、総参加による魅力あふれる観光地域づくりを推進するため、観光政策の基本計画として策定するもの。
計画の位置づけ	■みやぎ観光創造県民条例に定める基本計画 ■新・宮城の将来ビジョンに掲げる分野別計画
計画期間	令和7年4月から令和10年3月まで【3か年】

2 基本理念・目指すべき姿

基本理念

地域が主役となる持続可能な観光地域づくりを通した
“All-round”な観光地の実現

“多種多様な”方々が集う観光地

国内外から関心が高く、老若男女問わず訪れたいと思える観光地を目指します。

“オールシーズン”賑わう観光地

四季折々の観光コンテンツを軸に、平日及び閑散期における観光需要の底上げを図ります。

宮城県を玄関口に“東北全体”へ誘客拡大

東北地方のゲートウェイとしての機能を果たし、宮城県が率先して、東北地方への誘客拡大を図ります。

観光を核に“地域経済全体”を活性化

交流人口の拡大により、地域の産業や雇用を創出し、地域経済の活性化を図ります。

“関係者全員”参加型

行政機関や民間事業者、観光団体などと継続して意見交換を行うとともに、県内産業のほか、多様な事業者との連携により、全員参加型で魅力ある観光地をつくります。



本県の観光が目指すべき姿

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。
戦略1

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。
戦略2

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、**何度も訪れたい観光地**を目指します。
戦略3

宮城でしか経験できない価値を効果的かつ積極的に情報発信し、**国内外から訪れたい観光地**を目指します。
戦略4

3 数値目標

設定の考え方

- 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)は継続的にモニタリングし、毎年度効果検証を行い、効果的な施策の立案につなげる。
- 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、圏域ごとの目標値を設定する。
- 観光消費額の増加に向け、「質」の向上を意識し、新たに観光消費額単価を追加する。

目標指標		R元	R5年	R9年
1	宿泊観光客数	989 万人泊	943 万人泊	1,104 万人泊
2	外国人観光客宿泊者数	53.4 万人泊	51.5 万人泊	120 万人泊
3	観光消費額	3,989 億円	3,985 億円	6,000 億円
4	観光消費額 日本人 単価	22,710 円／人	26,640 円／人	33,000 円／人
	外国人	54,526 円／人	71,768 円／人	90,000 円／人

※宿泊観光客数については、圏域ごとに回復率に差が生じている状況を踏まえ、圏域ごとの目標値を設定予定

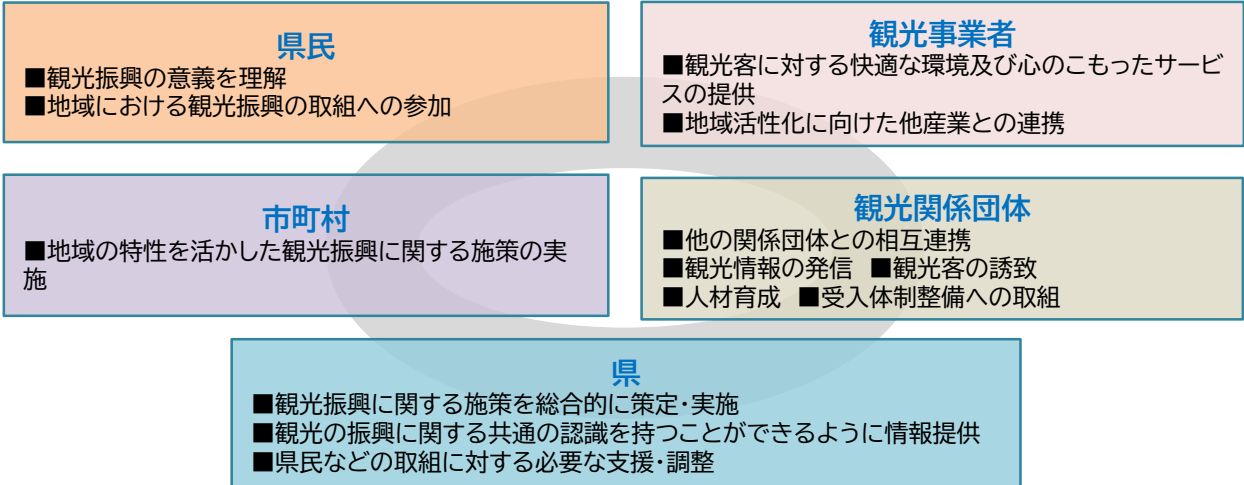
	R元(実績値)	R5(実績値)	R元年比	R9(目標値)
仙 南 圏 域	71 万人泊	63 万人泊	88.7 %	75 万人泊
仙 台 圏 域	742 万人泊	727 万人泊	98.0 %	830 万人泊
大 崎 圏 域	77 万人泊	54 万人泊	70.1 %	87 万人泊
栗 原 圏 域	11 万人泊	9 万人泊	81.8 %	11 万人泊
登 米 圏 域	9 万人泊	8 万人泊	88.9 %	9 万人泊
石 巻 圏 域	38 万人泊	42 万人泊	110.5 %	44 万人泊
気仙沼・本吉圏域	42 万人泊	40 万人泊	95.2 %	48 万人泊

観光成果指標の設定

- 上記に加え、以下の項目を「観光成果指標」として設定し、本県の観光を巡る現状を多角的に分析・評価するとともに、毎年度観光施策の見直し・改善を行い、効果的な施策立案につなげる。
- 【指標例】リピーター率／再来訪意向／観光地としての推奨度／県民の出国者数／外国人観光客に対する受入意向／サステナブルツーリズムに対する認知度

4 観光推進体制

- 第6期みやぎ観光戦略プランを推進するためには、みやぎ観光創造県民条例に基づき、県、県民、観光事業者及び観光団体などが各々の役割を認識し、県民総参加で観光地域づくりを推進していく必要がある。



第6期みやぎ観光戦略プラン【概要版】

5 みやぎの観光を取り巻く状況(現状・課題)

社会背景	■人口減少社会において、交流人口や観光消費額の減少により、地域の衰退につながる恐れがある。(⇒観光SDGsの推進) ■観光立国推進基本計画において、インバウンド回復戦略に基づき、インバウンドの誘客促進や消費向上に向けた取組を推進している。(⇒インバウンド需要・宿泊需要の積極的な取り込み) ■観光産業は、デジタル化の遅れに象徴される生産性の低さや人材不足といった積年の構造的課題を抱えている。(⇒デジタル技術の積極的な活用)
【県観光課題①】	宿泊者数の増加による観光消費額の拡大 戦略1 戦略4 ■宿泊者数の回復率(R元年比)で、圏域ごとに差が生じている[約7、8割程度の圏域もあり] ■宿泊者数の回復率で、全国的にも三大都市圏と比較し、地方部で遅れ[5%程度の差] ■インバウンドの全国シェアが、依然として低い。[宮城県0.5%、東北全体1.5%]
【県観光課題②】	地域の基幹産業である観光産業の体制強化 戦略2 ■コロナ禍によりスタッフの離職が相次ぎ、人員不足が深刻な状況にあり、人手不足のために、稼働率を抑えている状況にある。 ■宿泊業の賃金や労働生産性が、全産業平均よりも下回っている。 [賃金:全産業507万円、宿泊業370万円]、[労働生産性:全産業738万円、宿泊業464万円]
【県観光課題③】	観光客受入基盤整備の強化 戦略3 ■観光案内の機能強化や無料Wi-Fi整備など、更なる整備が必要。 ■観光地満足度や観光地の推奨意向について、県民の割合が相対的に低い。 [観光地満足度:県民54%、県外客76%]、[観光地推奨度:県民45%、県外客73%]

6 観光戦略プロジェクト

■基本理念の実現に向け、「インバウンド需要・宿泊需要の積極的な取り込み」、「デジタル技術の積極的な活用」、「観光SDGsの推進」を横断的な視点として、今後取り組んでいく施策を以下の4つに分類し、体系的に取り組みを進めていく。

戦略1

魅力ある観光資源の創出

(1)地域色を活かした観光コンテンツの創出

(2)みやぎの「食」、「自然」、「歴史・文化・芸術」の魅力向上

(3)東日本大震災の記憶・教訓の伝承

(4)DMOの体制強化

戦略2

観光産業の活性化

(1)人手不足対策

(2)観光人材の育成・確保

(3)新たな旅のスタイルへの対応強化

戦略3

観光客受入環境整備の充実

(1)観光地・観光産業の高付加価値化

(2)インバウンド受入環境整備の推進

(3)ユニバーサルツーリズムの推進

(4)オーバーツーリズム対策の推進

(5)交通アクセスの充実

(6)安全・安心な自然公園施設等の整備

(7)地域住民の「おもてなし」意識の醸成

戦略4

国内外との交流拡大の促進

(1)デジタルマーケティングの推進

(2)戦略的な観光プロモーションの強化

(3)市町村、関係団体等と連携したプロモーションの強化

(4)ツーウェイツーリズムの推進

(5)スポーツツーリズムの推進

(6)ゲートウェイ機能を活用した誘客の推進

7 取組の方向性

戦略1	魅力ある観光資源の創出	※プラン本体のページ番号
(1)	地域色を活かした観光コンテンツの創出	●市町村ごとの独自色を活かした観光地域づくり ●各地域が有する食、自然、伝統、季節等の魅力を活かしたテーマ別の広域的モデルルートの造成 等 P28
(2)	みやぎの「食」、「自然」、「歴史・文化・芸術」の魅力向上	●ガストロノミーツーリズム(地域の食、食文化に関わる人、ストーリー性)の推進 ●ベジタリアン、ヴィーガン、ハラル等の食の多様性への対応 ●アウトドアコンテンツの利用促進(宮城オルレ、みちのく潮風トレイル等) ●アニメツーリズム、ロケツーリズムの推進 等 P29 30
(3)	東日本大震災の記憶・教訓の伝承	●震災・防災・減災学習プログラムの造成・情報発信による教育旅行の誘致促進 ●震災伝承施設や語り部活動による記憶と教訓の伝承 等 P31
(4)	DMOの体制強化	●DMOの創意工夫ある取組の推進 ●DMOの新規立ち上げ支援 ●DMOの広域連携推進 等 P31

戦略2	観光産業の活性化
(1)	人手不足対策 ●省人化・省力化設備の導入推進 ●就職マッチング機会の創出や定着・スキルアップ支援 ●外国人人材の積極的な活用 等 P32
(2)	観光人材の育成・確保 ●観光ガイド等の育成・確保 ●学生等の観光に対する理解醸成促進 等 P32 33
(3)	新たな旅のスタイルへの対応強化 ●農林水産業等の関連産業と連携した体験プログラムの充実 ●ビジネス需要取込による誘客拡大 等 P34

戦略3	観光客受入環境整備の充実
(1)	観光地・観光産業の高付加価値化 ●観光地全体の魅力向上(ライトアップ、植樹、廃屋撤去等) ●宿泊施設の高付加価値化・DX化の推進 等 P35
(2)	インバウンド受入環境整備の推進 ●観光施設等のキャッシュレス対応・無料公衆無線LANの整備推進 ●観光案内板・メニュー表記の多言語化の推進 ●災害や緊急時の情報提供体制の強化 等 P35
(3)	ユニバーサルツーリズムの推進 ●施設や交通機関のユニバーサルデザインの推進 ●「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の更なる普及拡大 等 P36
(4)	オーバーツーリズム対策の推進 ●移動手段の多様化による渋滞緩和 ●観光地の混雑状況の可視化 等 P36
(5)	交通アクセスの充実 ●二次交通対策の強化(シャトルバス、レンタカーや乗合タクシーによる周遊促進等) ●ラストワンマイル対策の推進(多様なモビリティの確保) 等 P37
(6)	安全・安心な自然公園施設等の整備 ●安全な利用に配慮した登山道や遊歩道の整備 ●公園施設の利便性向上 等 P37
(7)	地域住民の「おもてなし」意識の醸成 ●県民向けの観光に対する意識調査の実施 ●旅行者に対する日本のマナー・文化・風習への理解醸成 等 P38

戦略4	国内外との交流拡大の促進
(1)	デジタルマーケティングの推進 ●県内観光客データの収集・分析 ●東北観光DMPを活用した動態データの分析・活用 等 P39
(2)	戦略的な観光プロモーションの強化 ●海外市場別のプロモーションの強化 ●羽田空港等を活用した首都圏からの誘客促進 ●「Visit MIYAGI」の充実 等 P39
(3)	市町村、関係団体等と連携したプロモーションの強化 ●WEBサイト旅東北を活用したプロモーションの推進 ●大阪・関西万博への共同出展による東北一体となったプロモーション 等 P40
(4)	ツーウェイツーリズムの推進 ●県内学校の海外教育旅行の推進・本県への教育旅行誘致促進 ●SIT(特定目的型旅行)による双方向の交流拡大 ●若年層の海外教育旅行の推進 等 P40
(5)	スポーツツーリズムの推進 ●プロスポーツと連携した誘客促進 ●学生スポーツの大会・合宿誘致の推進 等 P41
(6)	ゲートウェイ機能を活用した誘客の推進 ●新規路線の就航・寄港に向けた誘致強化 ●空港・港湾を起点とした周遊プラン造成推進 ●空港・港湾内の利便性向上(観光案内板・通信環境) 等 P41