

宿泊事業者部会での意見交換概要

【仙台圏域】圏域観光に対する御意見

- 宿泊税の使途に関する納得感のある説明や、将来への期待感を伝えるメッセージ発信が求められている。
- 宿泊目的の多様性や地域間格差にも配慮した施策展開が求められる。
- 仙台駅・仙台空港などの玄関口を有するが、観光客の流れは仙台市内・松島などに集中。仙台市と県内他地域で宿泊者数に地域間格差がある。
- 宿泊税がパンフレットなど一過性の事業に広く浅く使われ、効果が薄れることや、予算が中途半端に分散されることへの懸念がある。

<観光地域づくり>

- 観光資源が圏域内に点在している一方、それらをつなげて滞在や宿泊につなげる仕組みが十分でない。
- 宿泊税は観光目的以外の宿泊者（例：ビジネス利用等）からも徴収されるが、こうした層への観光情報提供が不足しており、地域内での観光消費につながっていない。
- 震災の経験を風化させないための仕組み作りが必要。
- 黒川地区は観光客よりもビジネス客が主で、観光地として認識されていない。
- 松島はナイトコンテンツが不足している。
- 飲酒を伴うナイトコンテンツは治安にも配慮が必要。
- 地域独自の魅力が知られておらず、地元の人でもすべてを知らない。

<二次交通対策>

- 魅力的な場所が駅から離れているにも関わらず、公共交通ではアクセスしづらい地域が多く、地域の特性に応じた交通支援の導入が必要。特に夜間の移動手段がない。
- 過去の送客取組（例：松島地区の宿泊施設による循環バスなど）では、運営コストや関係者間の調整が課題となり、持続性の確保が重要。
- 「点と点を線で結ぶ」具体的な方法が見えない。
- レンタカーの乗り捨てができない、借りる場所と返す場所が限定される。

<受入環境整備>

- 宿泊業界では人材不足や不人気業種化が課題。
- DX化を図るためにはコスト・ノウハウ面のハードルがある。
- 小規模宿泊施設や老朽施設では、改修にかかる費用負担が大きく、ハード整備支援の必要性も高い。
- 松島の国道45号線の大型トラックの渋滞が深刻な問題。

<プロモーション>

- 海外市場（欧米等）への広報には、トップセールスやメディア発信など戦略的プロモーションが必要。
- 平日・閑散期をターゲットとした集客企画の支援による観光需要の平準化が求められる。
- 宮城県は特に京阪神や欧米圏における認知度が低い。

宿泊事業者部会での意見交換概要

(1) 戦略的な観光地域づくり	(2) 周遊性向上のための二次交通対策
○食・酒・自然・アニメなど、地域特性を活かした観光コンテンツを造成または、既存の地域固有の食、お酒、文化、アニメなどをリストアップし、旅行商品への組み込みを進める視点も重要。 ○シンボリックな観光素材やナイトコンテンツ、朝活コンテンツの磨き上げを通じて、宿泊の動機づけを強化する取組も期待される。 ○地元発の体験型観光はファミリー層やインバウンドにも人気、担い手育成とも連動可能。体験型観光を宿泊プランとして提供し、連泊を促す。 ○「草津の湯畑」のように、宮城を象徴する核となるスポットを作る。 ○震災遺構を国内外に伝える仕組みを作る。 ○松島の無人島整備など「癒しの景観」を再生し、リピーターを増やす。 ○アドベンチャーツーリズムのインストラクターを育成し、多様なアクティビティを企画する。 ○宮城県の観光地は偏っており、周遊する旅行の形になっていない。まずは松島のような主要な観光地を整備すべきである。 ○スポーツや学会といった分野を個別に考えるのではなく、県全体でトータルに捉えるべきである。 ○多様なコンテンツをジャンル分けし、分かりやすくアピールする。 ○仙台城や貞山堀等の歴史的な観光資源を長期的な計画で整備するのも良い。	○海上交通の活用や駅から観光地へのアクセス改善など、多様なアプローチにより、面的な周遊性を高めることが有効である。 ○レンタカー利用補助（2泊3泊の宿泊者対象）を実施する。 ○松島海岸駅からの二次交通（バスなど）を充実させる。 ○遊漁船などと連携した「海からの二次交通」を検討する。 ○レンタカーの乗り捨て可能な拠点を設ける。 ○秋保大滝へのアクセス改善に活用されることが望ましい。
(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備	(4) 効果的なプロモーションの展開
○宿泊業界の人材不足等に対し、外国語対応等を含めたスキルアップ支援が求められる。 ○施設ごとの事情に応じた伴走支援や事例集の活用が効果的。 ○地域景観の維持（例：松島湾の松の保全など）も、宿泊税の活用先として期待される。 ○宿泊税はハード事業や「形に残り、次に繋がるもの」に使うべき。 ○避難所として用途が制限されている松島海岸駅近くの施設を道の駅として活用するなど、別の用途での利用を検討する。 ○松島の渋滞対策として、国道45号を通るトラックの高速道路への迂回やバイパス建設を検討する。 ○宿泊施設の老朽化対策に活用頂けると良い。	○食や文化、アニメなどをテーマとした着地型観光の磨き上げ・発信が重要。 ○プロモーションは、魅力的なコンテンツを整備した後に行うべき。 ○イベントは、宿泊客の多い土日祝日を避けて平日に長期的に開催すべきである。また、単発ではなく、効果的なものは継続的に実施することで、リピーター獲得につなげることが重要である。 ○有名インフルエンサーを活用した「尖った」プロモーションに挑戦する。 ○地域ごとの特性やシーズンを活かし、県全体で連携してアピールする。 ○東京から新幹線で1時間半というアクセスや、宿泊費が安い点を海外や東京滞在客にアピールする。 ○SNSを活用した効果的なプロモーションを推進する。 ○おもてなしの温かさを売りにしていくのも良い。

(1) 観光客入込数

仙台圏域の入込数は、東北絆まつり（前年比+57万人）、松島海岸（前年比+18万人）などの増加により、対前年比4%増加の4,073万人
(単位: 万人)

	H31 (R1)	R5	R6	H31(R1)年比	R5年比
仙南圏域	718	670	708	98.6%	105.7%
仙台圏域	3,679	3,936	4,073	110.7%	103.5%
大崎圏域	941	809	847	90.0%	104.7%
栗原圏域	190	166	177	93.2%	106.6%
登米圏域	347	281	293	84.4%	104.3%
石巻圏域	550	637	639	116.2%	100.3%
気仙沼・本吉圏域	371	324	314	84.6%	96.9%
県全体	6,796	6,824	7,051	103.8%	103.3%

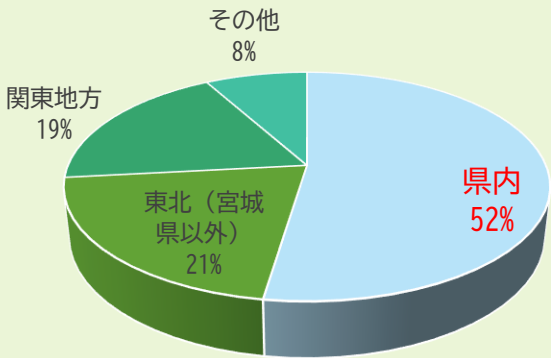
(2) 宿泊観光客数 【出典】宮城県観光統計概要(R6速報値)

仙台圏域の宿泊観光客数は、前年比6%増加の約770万人泊
(単位: 万人泊)

	H31 (R1)	R5	R6	H31(R1)年比	R5年比
仙南圏域	71	63	63	88.7%	100.0%
仙台圏域	742	727	770	103.8%	105.9%
大崎圏域	77	54	58	75.3%	107.4%
栗原圏域	11	9	9	81.8%	100.0%
登米圏域	9	8	9	100.0%	112.5%
石巻圏域	38	42	38	100.0%	90.5%
気仙沼・本吉圏域	42	40	42	100.0%	105.0%
県全体	989	943	988	99.9%	104.8%

(3) 旅行者の居住地エリア

宮城県を含む東北地方が73%を占める一方、関東圏からの来客も多い。



(4) 旅行者の性別・年代 【出典】令和6年度観光客実態調査

男性が55%を占め、年代別では30代 (22%)、50代 (22%)、40代 (21%) の割合が高い。

