

宿泊税を活用した今後の 観光振興施策について



仙台・宮城観光PRキャラクター
むすび丸

1. 宿泊事業者部会での御意見を踏まえた施策案

現状・課題

目指す姿

注力していく施策

地域の魅力づくり・滞在期間長期化

- 地域独自の魅力創出が課題
- 夜まで楽しめる観光コンテンツが不足
- 人は来ているが、地域にお金が落ちていない。

- 地域資源を活かした特色ある観光地
- 夜まで賑わう、長期間滞在したくなる観光地
- 観光客で賑わい潤う観光地

施策1 戦略的な観光地域づくり

- 地域の創意工夫ある取組の充実・事業主体の体制強化
- 宿泊につながるナイトタイム(夜間・早朝)コンテンツの充実
- 観光消費による地域経済への波及

交通アクセスの充実

- 公共交通機関でのアクセスが不便
- 交通案内が多言語対応していない

- 交通手段の多様化により周遊しやすい観光地
- 目的地までにスムーズに移動できる観光地

施策2 周遊性向上のための二次交通対策

- 空港や最寄り駅など交通拠点からの交通手段、観光地内を周遊する交通手段の確保
- 二次交通の情報発信の充実

観光人材の確保・案内充実

- 施設スタッフの確保が困難
- 圏域内を広く案内できる専門ガイドが不足
- 観光案内が多言語対応していない

- 地域の雇用を生み出し、おもてなし力が高い観光地
- 外国人も快適に過ごせる観光地

施策3 快適な旅行環境のための受入環境整備

- 宿泊人材確保に向けたマッチング支援やスキルアップ支援
- 効率的・持続的経営支援
- 観光案内ガイドの育成・確保
- インバウンド向けの観光案内の充実

情報発信の強化

- 宮城県の認知度が低い
- 観光地のイベント情報が集約していない。

- 観光地の魅力を積極的に発信し、国内外から訪れたい観光地

施策4 効果的なプロモーションの展開

- 新規市場開拓に向けた宮城県の認知度向上
- SNS等を有効活用したデジタルプロモーションの推進

施策1 戦略的な観光地域づくり①

【重点テーマ】

- 地域の創意工夫ある取組の充実・事業主体の体制強化
- 宿泊につながるナイトタイム(夜間・早朝)コンテンツの充実
- 観光消費による地域経済への波及

【ポイント】

- 旅行者に選ばれる地域とするためには、**その地域でしか体験できない観光コンテンツの創出と、コンテンツを作り上げる地域の体制を強化**することが必要
- 多様な旅行者ニーズに訴求するため、モニターツアー等を行うことで評価検証を実施し、**更なるブラッシュアップ**につなげる。
- **観光消費が地域にお金が落ちる仕組みづくり**を行う。

地域の創意工夫ある取組の充実

【事業主体】

- ①市町村、②県(地方振興事務所・地域事務所)

【事業内容】

- ①滞在時間の長期化につながるコンテンツや着地型商品の造成等(左記市町村の取組への財政支援)
- ②圏域ごとの課題解決に向けた県事務所独自の取組強化

インバウンド向け観光コンテンツ磨き上げ

【事業主体】

- 県(観光戦略課)

【事業内容】

- ・欧米豪等現地旅行会社やオンライン旅行会社を対象としたモニターツアーの実施を通じ、観光コンテンツの評価検証、マーケットインによるコンテンツの磨き上げの展開
- ・上記を基に旅行商品として旅行会社等への更なる売り込み



宮城を訪れたくなる観光コンテンツ



観光地域づくりの担い手体制強化

【事業主体】

DMO(観光地域づくり法人)、観光協会などの観光地域づくりに関わる団体

【事業内容】

以下の取組に対する財政支援

- ①観光コンテンツ造成・旅行商品販売
地域に眠る観光資源の発掘や既存の観光資源の磨き上げ、旅行商品の企画・開発、集客イベントの企画・実施、着地型旅行商品の企画・造成 等
- ②組織の体制強化
新規事業実施に向けた体制強化として外部人材の活用や専門家派遣 等

施策1 戦略的な観光地域づくり②

【重点テーマ】

- 地域の創意工夫ある取組の充実・事業主体の体制強化
- 宿泊につながるナイトタイム(夜間・早朝)コンテンツの充実
- 観光消費による地域経済への波及

【ポイント】

- 旅行者に選ばれる地域とするためには、**その地域でしか体験できない観光コンテンツの創出と、コンテンツを作り上げる地域の体制を強化**することが必要
- 多様な旅行者ニーズに訴求するため、モニターツアー等を行うことで評価検証を実施し、**更なるブラッシュアップ**につなげる。
- **観光消費が地域にお金が落ちる仕組みづくり**を行う。



地域経済の好循環を促す仕組みの構築①

【事業主体】

一次産業事業者、飲食店、宿泊施設

【事業内容】

地域に根付く食材や食文化、農林漁業等の生業を活用した観光コンテンツの造成、磨き上げを行う事業者への支援

<磨き上げ例>

「食」

- ・地域食材を活用したインバウンド向け新たな食メニューの開発(ヴィーガン、ハラル、グルテンフリー等)と旅行商品として旅行会社等への売り込み

「農林水産業体験」

- ・地域の自然や歴史、文化を活かしたインバウンド向け体験型プログラムの旅行商品化

地域経済の好循環を促す仕組みの構築②

【事業主体】

地域の商工関係団体

【事業内容】

- 地域商店街等への交流人口呼び込みに向けた取組支援
- ・ここでしか買えない魅力ある地域土産の開発
- ・インバウンド向け商店街内での旅行商品の造成、磨き上げ
- ・宿泊、長期滞在につながるコンテンツの造成、磨き上げ
- ・上記を基に旅行商品として売り込み

観光需要取り込みに向けた環境整備

【事業主体】

地域の商工関係団体

【事業内容】

- ・インバウンド向け商店街デジタルマップの作成
- ・地図アプリ表示の多言語対応

施策2 周遊性向上のための三次交通対策

【重点テーマ】

- 空港や最寄り駅など交通拠点からの交通手段、観光地内を周遊する交通手段の確保
- 二次交通の情報発信の充実

【ポイント】

- 仙台空港から県内各地への送客強化を図り、県内滞在時間の増加を図る。
- 観光地における移動の利便性向上により、訪問意欲の向上や観光地での滞在時間の増加を図る。

仙台から他圏域へ・圏域間の周遊促進



観光地内・観光地間の周遊促進

【事業主体】

県(観光戦略課・地方振興事務所・地域事務所)・
交通関係事業者・観光地域づくり団体

【事業内容】

多様な移動手段を確保し、観光地での移動に係る利便性向上を図る。

<周遊促進パッケージ策(例)>

- ・広域周遊バスツアー造成
- ・レンタカー利用促進
- ・レンタサイクル、電動キックボードの設置促進
- ・二次交通最適化(域内交通事業者間連携、オンデマンド交通、既存路線等の有効活用など圏域内での最適な交通手段を検証)

インバウンド交通環境整備促進

【事業主体】

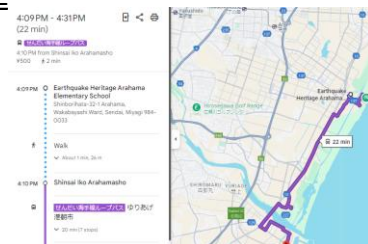
県(観光戦略課)

【事業内容】

公共交通情報の整備やWeb上の地図アプリの多言語対応を行うなど、旅行者の移動手段の円滑や満足度向上を図る。

<取組例>

- ・コミュニティバス等の路線情報のデータベース化促進
- ・Web上の地図アプリの多言語対応促進



施策3 快適な旅行環境のための受入環境整備

【重点テーマ】

- 宿泊人材確保に向けたマッチング支援やスキルアップ支援
- 効率的・持続的経営支援
- 観光案内ガイドの育成・確保
- インバウンド向けの観光案内の充実

【ポイント】

- 宿泊業の人手不足解消やおもてなし力の向上を図るとともに、観光案内の充実など**観光人財面での強化**を図る。
- 多様な旅行者に快適な旅行環境を提供するために、**設備面での機能強化**を図る。



また来たいと思える観光地



観光ガイド機能強化

【事業主体】

県(観光戦略課)

【事業内容】

移動手段の担い手となりうるガイドドライバーや、特定の地域における訪問者の体験価値向上のため当該地域について精通してガイドを行うローカルガイドの育成を計画的に行い、受入環境の充実を図る。

宿泊業体制強化支援

【事業主体】

県(観光戦略課)

【事業内容】

- ・人材確保・定着支援(宿泊事業者と学生等求職者をマッチング、外国人を含む従業員の業務能力・おもてなしスキルの向上支援)
- ・持続可能な経営支援(DX化・アウトソーシング導入支援)

インバウンド受入拡大支援

【事業主体】

県(観光戦略課)

【事業内容】

- ・インバウンド市場がもたらす地域への誘客効果や地域での受入対応等に係るセミナー・個別相談会の実施【機運醸成】
- ・上記踏まえた優良事例の横展開、必要な支援策検討【発展】

自然公園施設等受入環境整備充実

【事業主体】

県(観光戦略課)

【事業内容】

インバウンド向け旅行者の誘客拡大と満足度向上に向け、レストハウス等のWi-Fi整備や機能強化のほか、観光案内板の多言語化(ピクトグラム等)を行う。

施策4 効果的なプロモーションの展開

【重点テーマ】

- 新規市場開拓に向けた宮城県の認知度向上
- SNS等を有効活用したデジタルプロモーションの推進

【ポイント】

- **欧米豪からの認知度向上**に向け、宮城・東北が一体となった観光プロモーションを展開
- **東アジア市場**については、仙台空港国際線定期便がある地の利を生かし、**富裕層の誘客・リピーター化**を促進



宮城の魅力を発信

新規市場（欧米豪）向けプロモーション

【事業主体】

県（観光戦略課）

【事業内容】

・東北各県と連携し現地旅行会社招請を行うとともに、現地旅行会社等とのネットワーク構築により、本県の魅力発信を効果的に行う。

・個人旅行（FIT）層の誘客拡大に向け、オンライン旅行会社向けのプロモーションを強化するとともに、SNSを積極的に活用したデジタルプロモーションを展開



既存市場（東アジア）向けプロモーション

【事業主体】

県（観光戦略課）

【事業内容】

・食、サイクリング、ゴルフ、スキー、トレッキング等の特定の目的に特化した旅行ニーズに対するプロモーションの展開

・海外SNSやインフルエンサーを活用したデジタルプロモーションの強化



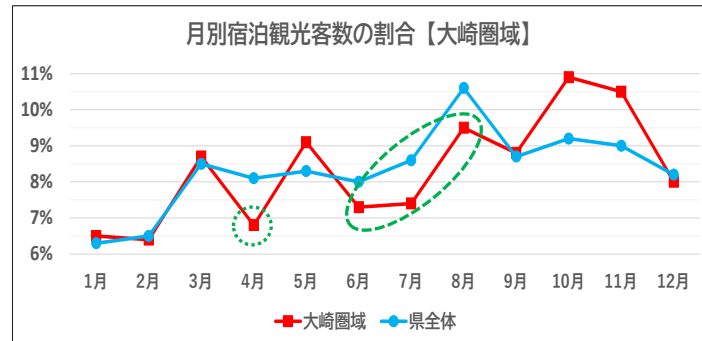
2. 大崎圏域での施策活用イメージ

施策1 戦略的な観光地域づくり

現状・課題

- 大崎圏域の月別宿泊観光客数の割合は、10月及び11月に県全体の数値より1.5%超高く、4月と夏季は県全体より1%程度低い
 宿泊する観光客を増やすため、閑散期の誘客推進が必要
- 観光客による散策や屋外でのアクティビティなどが可能となる環境整備に対する支援が不足している
 観光コンテンツの提供や整備、観光地における地域内連携に要する人手や手間、費用等に対する支援が必要

各市町が行う観光振興施策に対する側面・後方支援も実施



出典：令和5年宮城県観光統計概要

充実させたいコンテンツ・支援すべき取組の例

既存観光資源の魅力向上と景観整備・環境保全に関する取組



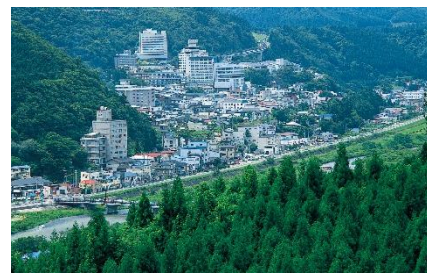
閑散期誘客にもつながる多様な体験コンテンツの利用拡大に関する取組



健康志向など新たなニーズに応える滞在環境の整備と人材育成に関する取組



外部人材活用や専門家派遣などによる観光地域づくり法人の体制強化に関する取組



- 一例として、川渡温泉の桜並木において、周辺景観にも工夫を凝らすことで観光スポットとしての魅力を高めることや、鳴子峡以外の紅葉スポットの魅力発信、地域が一体となって行う魅力向上の取組と、その連携体制への支援

- 四季を通じた魅力づくりのため、夏のカーヌー・SUP体験の利用拡大や、冬の星空観測ツアー、田んぼイベントなど体験プログラムの充実・造成支援

- 一例として、潟沼周辺の遊歩道やオルレコース等の滞在の満足度を高めるための整備のほか、エコツーリズムなどの観光ガイドの人材育成・PR

- 持続可能な観光地域づくりのための体制強化

施策2 周遊性向上のための二次交通対策

現状・課題

- 令和6年度観光客実態調査において、最も不満に感じた分野を「交通機関」とした回答は、県全体が9.8%だったのに対し、大崎圏域では15.3%と高い割合を示した
↳ 誘客及び周遊性向上のため、交通機関の利便性を高める必要がある
- 大崎圏域内の観光や交通機関に関する情報発信が不足しているほか、鉄道やタクシー、高速バス等の利便性が悪く、二次交通が充実していないため、圏域内の周遊に支障がある
↳ 県内の主要駅や仙台空港における情報提供機能の強化や、圏域内の交通機関の利便性向上と利用促進に取り組む必要がある



ゲートウェイでの情報提供機能強化や二次交通の多様化・機能強化に向けた取組の支援を実施

周遊促進に向けた取組例

観光客の周遊を促す分かりやすい情報発信に関する取組



- 主要駅や空港におけるインバウンドにも配慮した情報発信、モデルコースのガイドマップ化(デジタルマップなど)

主要駅を起点とした二次交通の選択肢拡充と機能強化に関する取組



- デマンド交通などの運行支援、乗ることが楽しめる小型モビリティ(トゥクトゥクなど)の導入検討、レンタカーの利用促進、レンタサイクルの増備等の利便性向上への支援

公共交通の利用促進・利便性向上に関する取組



- SNS等を活用したフォトコンテストの実施などによる鉄道の魅力発信や、陸羽東線などの公共交通に関し、観光利用者等の利便性向上に向けた、関係機関との連携による働きかけ

【参考】大崎圏域の観光の現状と課題

(1) 観光客入込数

大崎圏域の入込数は、「あ・ら・伊達な道の駅」（前年比+29万人）、道の駅「おおさき」（前年比+3万人）などの増加により、対前年比5%増加の847万人

(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)

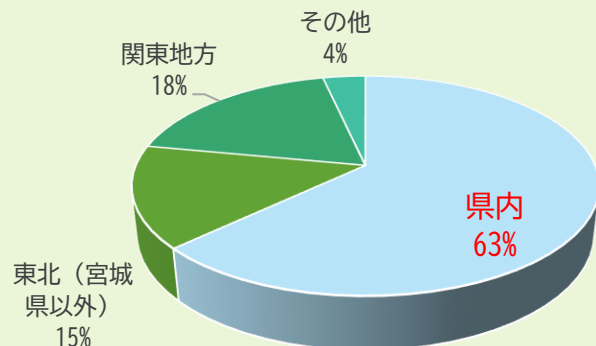
大崎圏域の宿泊観光客数は、前年比7%増加の約58万人泊

(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

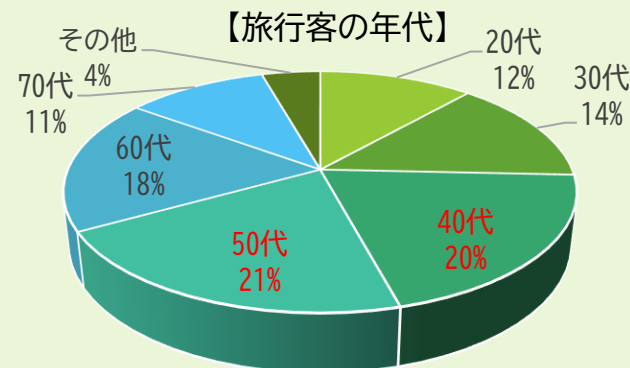
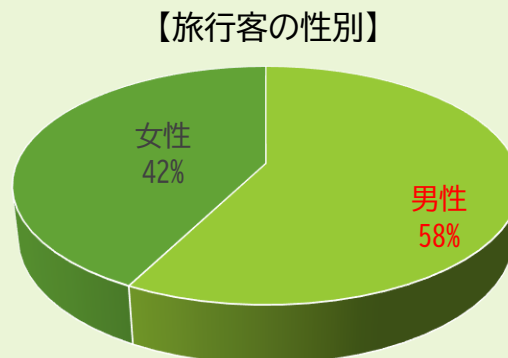
宮城県を含む東北地方が78%を占める一方、関東圏からの来客も多い。



(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58%を占め、年代別では50代(21%)、40代(20%)の割合が高い。



3. 御意見を頂戴したいこと

1. 宿泊税活用施策案について（P2～6）

○施策案の中で、具体的な活用策について御意見はありますか？

（例①：圏域の〇〇（観光スポット）はインバウンドに人気があるので、観光タクシー等の運行により二次交通の確保と合わせて、周遊促進が期待できるのではないかと、

例②：以前地域の食をテーマにSNSにより情報発信をしたところ、若い世代の観光客が増加したことから、県全体で取り組むことにより、更なる誘客が期待できるのではないかと。）

2. 圏域での施策活用イメージについて（P7、8）

（1）施策1

○圏域で磨き上げていきたい観光資源・コンテンツは何ですか？

（例：集客力のあるコンテンツ、閑散期対策に繋がるコンテンツ、宿泊に繋がるナイトタイムコンテンツ 等）

（2）施策2

○観光地への誘客拡大に向けて、必要とする移動手段や支援策は何ですか？

（例：交通手段、ルート、時期 等）