

第 1 回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】

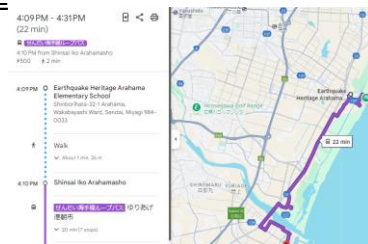
県(観光戦略課)

【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への認知度向上
- 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

