

【仙南圏域】圏域観光に対する御意見

- 多様な観光資源が点在→各市町の周遊促進には二次交通の充実や山形、福島、福島の隣県を含む広域的な連携強化に加え、各資源の魅力を引き出し、高める努力が必要
- 宿泊客は県内客が過半数を占め、1泊が多い傾向→滞在日数を伸ばす周遊ルートの形成や滞在型メニューの充実を図る一方、昨今の人手不足を踏まえ、宿泊者数の増加だけでなく、観光消費額の拡大を目指す。
- 仙台圏域に宿泊し、日帰りで仙南圏域を観光するケースが多い→仙南圏域内での宿泊・周遊のため、タイムリーな情報発信と観光地での多言語表示やガイドなどの、情報提供手段の整備が必要

(1) 戦略的な観光地域づくり	(2) 仙台からの送客・周遊性向上のための二次交通対策
○広報 ・良い施設があるのに情報が行き届いていない。 →観光ルート、施設等の事務所SNSを活用した広報の充実 ・宮城県沿岸部と蔵王山麓との連携が必要→他圏域との連携 ・インバウンドの誘致、広域的なPRの支援 →インフルエンサー等による観光プロモーションの実施 ○コンテンツ造成支援 ・滞在時間を延ばし、宿泊につなげる取組が必要 →早朝、夜間のコンテンツ造成支援 ○情報共有 ・圏域への来訪目的などがサービス業で共有される取組が必要 →旅行者のニーズ把握・観光に関わる幅広い業態からの情報収集・共有 ○市町への観光財源交付	○広報 ・圏域は高速道路の利便性が高く、仙台や山形・福島へのアクセスに便利であることをPRしてはどうか。 ・新幹線白石蔵王駅を起点としたレンタカー、タクシー、バスなどの交通手段のアピールをしてはどうか。 ・二次交通が便利になると、仙南圏域への日帰り観光が増加するおそれがある。仙南圏域ならではの、不便を楽しむ田舎暮らし体験も特徴的である。 ○二次交通の不足 ・タクシー事業者の廃業で、タクシーの台数が減少 ・ライドシェアを検討してはどうか。 ・公共交通機関の終点から御釜など観光資源までの二次交通が乏しい。 ○市町への観光財源交付
(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備	(4) ターゲットを意識した効果的なプロモーションの展開
○人材育成 ・必要とする人材が宿泊施設によって異なるため、画一的なセミナーはなじまない。 ・外国人材については既存のサポートで充足している。 →宿泊税はメリハリをつけて充当してほしい。	○ターゲットを絞るのではなく、特色ある施設を用意して、観光客に選んでもらってはどうか。

【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。

<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。

<二次交通対策>

- 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。
- 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。

<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。

<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。

（１）戦略的な観光地域づくり

- 食・酒・自然体験・アニメなど、地域特性を活かした観光コンテンツを造成し、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で、担い手育成とも連動可能。

（２）仙台圏域内での周遊性向上のための二次交通対策

- 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。

（３）快適な旅行環境のための受入環境整備

- 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。

（４）ターゲットを意識した効果的なプロモーションの展開

- 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。

【大崎圏域】圏域観光に対する御意見

- 人材育成や誘客のための環境整備に要する人手や費用が不足しており、これらへの支援を検討すべきである。
- 地域の実情に応じて、国内客とインバウンドのバランスに考慮した集客施策を検討していく必要がある。
- 周遊促進のためには、インフォメーション機能を充実させ、大崎地域の情報を発信する必要がある。
- 最寄り駅や仙台から大崎地域の観光地へ移動するための交通機関の利便性には課題が多く、改善が求められている。

(1) 戦略的な観光地域づくり

- 花畑の整備など誘客を目的とした環境整備活動を継続するための資金に対する支援や、アクティビティ事業における利用者の安全確保に関する講習受講といった人材育成に対するスタートアップ支援があれば良い。
- 鳴子温泉の高付加価値化と持続可能な観光地づくりを目的とした組織の運営などに宿泊税が利用できると良い。
- 健康志向の長期滞在や湯治文化とも共存できるので、潟沼までの遊歩道の整備や鳴子峡の景観整備を検討してもらいたい。

(2) 仙台からの送客・周遊性向上のための二次交通対策

- 川渡から中山平や鬼首までを周遊する交通手段、宿泊客が街歩きをするきっかけとなる施策があれば、宿泊施設の外を回る客が増え、賑わいにもつながる。
- 仙台空港などでのインフォメーション機能強化、インバウンド客を対象とした、周遊モデルコース造成やガイドブックの作成が考えられる。
- 交通機関の週末の運行を支援する取組があると良い。
- インバウンド推進のためにも、県には陸羽東線の復旧を要望してもらいたい。

(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備

- 圏域内を広く案内できるエコツーリズム等の専門ガイドを養成し、必要に応じて活用できる体制を整えることが考えられる。
- インバウンド推進に当たり、地域住民の生活・環境の保全や二次交通対策に関する取組など地域に還元される施策を講じて欲しい。

(4) ターゲットを意識した効果的なプロモーションの展開

- 鳴子温泉においてインバウンドが少ないことを好意的に捉える宿泊客もあり、パンデミックが再び起きたときなども考えると、地域の実情に応じた集客を検討すべきではないか。
- 大崎圏域のインバウンドはまだ伸びしろがあるものの、ピンポイントで有効となる取組をする場合でも、個人では難しい場合には県や圏域単位で取り組む必要もある。
- ターゲット層の真のニーズ把握のため施策の議論に女性を交えたり、年代や性別等のきめ細かいデータをもっと収集できるよう、宿泊客以外にも大崎地域や県全体へのアンケート調査を行うなど、多様な意見を取り入れることも必要ではないか。

【栗原圏域】圏域観光に対する御意見

- 観光に来て地域にお金を落としてくれる層は60～70代が多い。コロナ禍以降、栗駒山の登山客の入浴の利用も減り、消費しなくなっている印象がある。
- 栗原地域はタクシーが少なく、夕方・夜は移動が困難である。
- 海外からの宿泊客には、宮城県内の各地域の観光情報が知られておらず、行くための交通手段も分からない。

(1) 戦略的な観光地域づくり

- 宿泊客向けに飲食店等の情報が掲載された「まち歩きマップ」等があると、観光消費額の増加にもつながるのでは。
- 登山客向けに物販イベント等を実施する際は、お金を落としてもらうための仕組みや工夫が必要。
- 栗駒山麓ジオパークと周辺各地のジオパークが連携した広域周遊、広域観光ができると面白い。
- 各業種の観光関係者をとりまとめ、方向性付をできるような地域観光の舵取り役を担う体制整備が進むと良い。
- 地域の宿泊事業者が集まる場合は意外と少ないので、今回のような場を通じて情報交換できることは非常に参考になる。

(2) 仙台からの送客・周遊性向上のための二次交通対策

- JRと高速乗合バス、市民バス等の地域内を運行する公共交通の乗り継ぎ時刻や場所、運賃等について、利用者が出発地と目的地を入力するだけで容易に検索できる、栗原版「NAVITIME」のような乗り替え案内サイトが構築されると良い。
- 仙台＝栗原間の高速乗合バスを活用した送迎付きの宿泊プランが好評で、一定の集客につながっている。
- オンシーズンに仙台空港からいわかがみ平への直通の高速乗り合いバスがあれば、インバウンドも含め、ダイレクトに来てもらえる。
- ライドシェアや、JRくりこま高原駅から温泉旅館までの移送において、タクシー事業者に補助金が入る仕組みを取り入れてほしい。
- 個人旅行が中心になってきているので、複数の宿泊施設を経由して観光に回るようなオプションルツアー（小規模な観光プラン）を連携して作れると良い。
- 宿泊事業者が送迎用に使う車両の購入に活用できる補助事業がほしい。

(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備

- 地域外の人材活用において、交通費等の補助があるとありがたい。
- 人材育成について、宿泊事業やバス事業ともに働き手の年齢層が高く、将来的な担い手となる若い世代にフォーカスを当てた人材確保・人材育成が必要。

(4) ターゲットを意識した効果的なプロモーションの展開

- 栗駒山は紅葉の時期の客が非常に多いが、新緑の時期も素晴らしいので、そこをPRすることで年に2回来ていただけるようになるのでは。
- インバウンド向けに、仙台空港で栗原地域をPRするイベントができると良い。
- 新幹線で駅に着いてから地域の観光スポットを回る旅の一連の流れを、移動手段を含めて紹介する情報発信があれば良い。

【登米圏域】圏域観光に対する御意見

- 観光が「見るだけ」にとどまっており、地域滞在時間が短い。
- くりこま高原駅などの主要駅から登米市内への移動手段が限られており、タクシーの確保も困難。市内の移動手段も少ない。
- 観光地の魅力としての「地元らしさ」を維持するには、地元の若者に働いてもらうことが重要。

(1) 戦略的な観光地域づくり

- 観光案内看板の整備がされると良い。(老朽化看板の撤去、観光地の看板の新規設置・更新、多言語表記)
- 観光地周辺において、24時間使用可能なトイレが増えるといい。
- 体験型観光(農業体験等)の充実や滞在時間を延ばすための施策(地域クーポン配布等)を実施する必要がある。
- 観光資源としても必要な、地域における自然・文化資源(桜や文化財など)の維持管理に対する公的支援があると良い。

(2) 仙台からの送客・周遊性向上のための二次交通対策

- 乗り捨て可能・電動タイプのレンタサイクルを充実させると良いのでは。
- タクシーの確保が困難。(台数不足・地域によっては近距離では対応されない・高齢者利用や介護で予約が埋まりがち)
- 登米市までのアクセス、登米市内の移動手段、どちらも手段が少なく、情報もまとまっていない。
- タクシードライバー不足を補うため、ドライバー経験のある地元住民による送迎サービスなども検討すべきではないか。

(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備

- 観光地の魅力としての「地元らしさ」を維持するには、地元の若者に働いてもらうことが重要。農業の「農の雇用」のような制度(新たに雇用した人に研修を受けさせることで、雇用側が助成金を受け取れる制度)を観光分野にも導入すべき。

(4) ターゲットを意識した効果的なプロモーションの展開

- 旅行会社やターゲット層とのマッチング支援が必要。
- 登米市らしい特徴的な体験・商品を掘り下げ、特定の層に向けてアピールできるニッチな観光コンテンツの強化が必要。
- 授乳室やお湯の提供、バリアフリー設備(トイレ等)の整備等を進めることで、地域の魅力向上・他地域との差別化につながるのではないかと。
- クレジットカードや電子決済対応店の拡充が求められている。タクシー等も同様。
- 道の駅三滝堂のドッグランや登米神社のペット御祈祷の取り組みもある。ペット同伴客の需要を意識したプロモーションも良いのでは。

【気仙沼・本吉圏域】圏域観光に対する御意見

(1) 戦略的な観光地域づくり

- 圏域の強みは「食（ガストロノミーツーリズム）」「アドベンチャーツーリズム」「防災・震災」。
- 食については、食だけではなく地域の歴史・文化とセットで価値を高めるとともに食文化の違いに配慮する必要がある。
- 欧米には山と海の絶景を同時に味わえるロケーションが少なく、三陸の景観はそれだけで需要がある。
- 朝夕も楽しめたりアルコールが伴うイベントが宿泊に直結しており、そうしたイベントは非常に重要である。

(2) 仙台からの送客・周遊性向上のための二次交通対策

- 移動手段の不足が観光満足度を下げる要因になっており、レンタカーを利用する観光客に対して金銭的支援を行うなど、宿泊者向けの交通支援制度を構築すべき。
- 小型のコミュニティバスを循環させるなど、小回りの利く交通網の整備が必要である。
- JR大船渡線の維持・改善に向けて自治体とJRとの連携強化が必要である。

(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備

- 地域全体で観光の意識を共有できる勉強会や支援制度の実施が望まれる。
- イベント主催者に任せきりでは続かず、人手不足を含め人材や運営面を行政と民間が協力して支えることが重要である。
- 宿泊税の一部を人材確保への補助金に充ててはどうか。
- 富裕層をターゲットにした、いかなるニーズにも対応する「スーパーガイド」を養成してはどうか。

(4) ターゲットを意識した効果的なプロモーションの展開

- 気仙沼圏域の豊富な食資源を活かした「究極の食ツアー」を打ち出し、旅行会社やインフルエンサーとのコラボやYouTubeなどを活用した情報発信を積極的に行ってはどうか。
- みちのく潮風トレイルの利用者は、全行程を踏破するバックパッカー的なロングトレイル利用者と、複数回にわけて踏破するセクショントレイル利用者の二極化があり、それぞれに合わせたプロモーション戦略が必要である。