

【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 of 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

○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
- ・欧米の富裕層を呼べるような目玉コンテンツの発信
- ・圏域が一体となって、新しいコンテンツの造成に加え、今あるコンテンツやイベントをブラッシュアップし、効果的なPRを実施することにより知名度を上げていくことが必要
- ・高まりつつあるスポーツクラブの合宿需要などに対応できる宿泊施設のPR
- ・観光施設関係者向けに、Googleマップへの登録や閲覧数増加につながる方法を伝える講座を実施

○コンテンツ造成・連携支援

- ・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
- ・角田・丸森地区における阿武隈川を利用した観光の検討
- ・高校生や若手農業者の様々なアイデアや、地域の商品券利用と組み合わせた体験型イベントの実施
- ・連泊ビジネス客が休日に利用できる広域クーポン券の発行
- ・地元高校生のほか、家族旅行の企画の中心となる女性・子どもたちに町の魅力や観光に関する意見を聞くことが必要

圏域会議・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（続き）

○コンテンツ造成・連携支援（続き）

- ・オルレを宿泊につなげるプラスアルファ（夜間イベントなど）の工夫が必要
- ・圏域の宿泊観光客数が少ない5～7月に集客するためのコンテンツ造成
- ・観光地と宿泊施設をつなげる取組（スタンプラリー、新たなコンテンツ利用者へのインセンティブなど）の実施
- ・クーポンや補助金は、消費者の割引依存や事業者の行政依存を生む可能性があるため、導入には慎重である。
- ・集客力の高い「道の駅かくだ」から角田市街地へ客を呼び込む工夫が必要
- ・仙台へのインバウンド客を仙台以外の地域にも呼び込み、宿泊につなげる施策の実施が必要
- ・観光施策は、観光関連の部署だけでなく他の部署も協力するよう、県組織を挙げた対応を要望
- ・地域にある当たり前のイベントを観光資源化するなど、「ナラティブ」な取組も重要
- ・コンテンツ作成の際は、ターゲットをしっかりと設定することが大事
- ・バス利用観光客に対する、圏域内での買い物や宿泊につながるコンテンツの周知が不足
→地元の飲食店や宿泊施設などが連携し、一体感を持って「誘客」「宿泊」に結びつける取組が必要
- ・「歩く」ことを共通のテーマに、ゆっくり歩きながらそれぞれの雰囲気を楽しむ「ブラタモリ」的な楽しみ方を提案
→提案の実現には「ガイド」の役割が大切であり、ガイドの養成のほか、既存の専門ガイドグループとの連携なども必要
- ・観光客増加につなげるため、SNS登録者に割引などのインセンティブを付与
- ・割引のような誘客策は賛否両論あるが、認知度を上げるためには必要

○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
- ・圏域を訪れる交通機関利用者の、時期（季節）、移動コース、消費額などのデータを分析して会議で共有すると、具体的な施策のアイデアにつながる。

○市町への観光財源交付

○宿泊税を基金のように積み立て、長期的に幅広く使えると良い。

○関係人口を増加させる移住者誘致の施策と組み合わせても良い。

圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

(2) 周遊性向上のための二次交通対策

○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。
- ・レンタカー事業者の誘致は良いが、仙南地域の既存の交通や資源を発信し、需要を喚起することが先決
- ・既存のバスやレンタカー、レンタサイクルなどを活用したモデルコースを作成し、周知することが重要

○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。
- ・周遊性向上のために、「自動運転」「宿泊施設のマイクロバスの一般利用」特区などの思い切った取組が必要

○市町への観光財源交付

○レンタカーに対する割引

- ・道の駅とレンタカー会社との割引を、仙台駅からのレンタカー利用者にも拡大

(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備

○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。

○受入環境整備充実

- ・蔵王エコーライン周辺のWi-Fi環境の整備や電波の増
- ・グーグルマップの室内ストリートビューが好評。このような取組への補助金も必要

圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

(4) 効果的なプロモーションの展開

- ・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。
- ・インフルエンサーのPRによりSNSフォロワー数増など認知度は向上したが、宿泊者の増には直結しなかったため、来年以降の効果を期待している。
- ・AIを活用して宿泊施設の弱点を知り、対策を行うと良い。
- ・地域内の周遊を促進するため、関係者連携による情報発信が必要
- ・各地域内の、さらに限定的なエリアの情報発信も効果的

【参考】仙南圏域の観光の現状と課題

(1) 観光客入込数

仙南圏域の入込数は、遠刈田温泉（前年比+7万人）やおおがわら桜まつり（前年比+3万人）などでの増加により、対前年比6%増加の708万人

（単位：万人）

	H31 (R1)	R5	R6	年比	
				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)

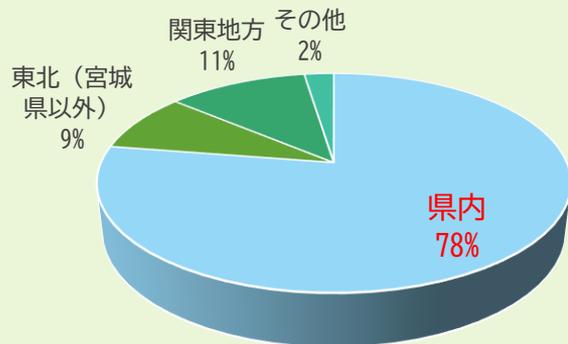
仙南圏域の宿泊観光客数は、前年と同水準の約63万人泊

（単位：万人泊）

	H31 (R1)	R5	R6	年比	
				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

県内客が約8割を占め、宮城県を含む東北地方では87%を占める。

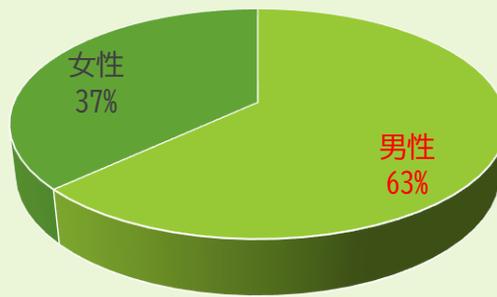


(4) 旅行者の性別・年代

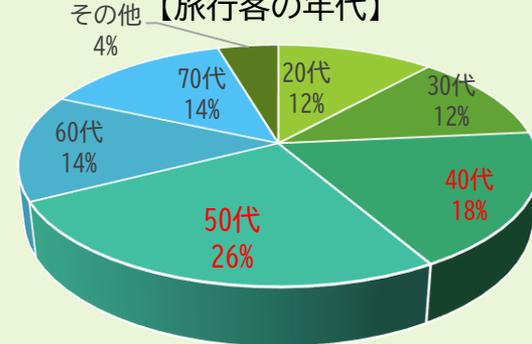
【出典】令和6年度観光客実態調査

男性が63%を占め、年代別では50代（26%）、40代（18%）の割合が高い。

【旅行者の性別】



【旅行者の年代】



【仙台圏域】圏域観光に対する御意見（意見・課題）

<全体的な御意見>

- 宿泊税の用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>

（宿泊事業者部会の主な御意見）

- 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。

（圏域会議の主な御意見）

- 食べ歩き以外に旅行者が楽しめる新たな魅力づくりが必要。
- 宿泊日数の増加は地域経済効果に直結するため、連泊・長期滞在を促す施策が重要。
- 宮城の自然を遺産として心に残る景観づくりが必要。
- 食と酒を組み合わせた高付加価値ツアーは可能だが受入人数に制約がある。
- 松島湾のサップや島巡りなどは十分に知られていない。
- 仙台圏域は県内観光の起点であり、他地域への誘客・紹介の役割も担う。
- 食と酒をテーマにする際は宮城らしいおもてなしを提供する「人」の存在が不可欠。
- 松島は文化財保護の制約が多く、国への働きかけが必要。

圏域会議・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（意見・課題）

<二次交通対策>

（宿泊事業者部会の主な御意見）

- 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。

（圏域会議の主な御意見）

- 地域内の資源は多いが、一部観光地に集客があっても交通手段がないため他の観光地へ波及していない。
- 市町村を超えた二次・三次交通が必要。
- レンタカー等の利用促進のほか、仙台中心部の駐車場問題への対応が必要。
- コミュニティバス情報は自治体をまたぐ利用者にはわかりにくい。
- ゴルフ場とホテルの距離があり団体移動手配が困難。
- 松島・塩竈・奥松島・多賀城・仙台（水族館、アウトレット等）を周遊する二次交通整備が必要。

<受入環境整備>

（宿泊事業者部会の主な御意見）

- 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。

（圏域会議の主な御意見）

- 東北は英語対応できる人材が少なく、海外旅行会社との連絡に支障がある。
- インバウンドは増える一方でアウトバウンドは少ないため、教育旅行などを通じて若い世代の人材育成につなげることが望ましい。
- 県民全体が宮城の魅力を理解し、自ら発信しようとする意識の向上を図ることが重要である。
- 時刻表などは多言語表記とし、外国人客の利便性を高める必要がある。
- 松島は事業者休業等により「いつでも来られる環境」になっていない。
- 松島の国道45号線は大型トラックが多く、観光客に不安を与えている。

圏域会議・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（意見・課題）

<プロモーション>

（宿泊事業者部会の主な御意見）

- 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。

（圏域会議の主な御意見）

- 宮城の認知度が低く、過去施策の効果検証を行った上で、次のプロモーションを考えることが必要。
- 県内ゴルフ場は認知度が低く、県の位置や存在自体も十分に知られていない。
- 台湾からの団体宿泊客は夜着・早朝発が多く、宿泊以外の地域への経済効果が少ない。

圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

(1) 施策1 戦略的な観光地域づくり (アイデア・提案)

宿泊事業者部会の主な御意見	圏域会議の主な御意見
<ul style="list-style-type: none">○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。○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。○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。○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。○「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。○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。	<p>【地域資源・観光コンテンツの整備・活用】</p> <ul style="list-style-type: none">○海外客は我々にとって当たり前のことでも新鮮に感じるため、特別な整備をせずともアピールできるものを掘り起こすべき。○連泊につながるコンテンツが重要であり、松島では秋のハゼ釣りに酒や夜の楽しみを組み合わせ、宿泊を促す仕組みが必要。○早朝・夜間のコンテンツ（朝市、ライトアップ等）を特定施設だけでなく全体的に展開できるか検討すべき。
<ul style="list-style-type: none">○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。	<p>【観光周遊・滞在促進】</p> <ul style="list-style-type: none">○松島を拠点に宮城全体を周遊できるコースを作り、コンテンツ不足の部分には新たな観光資源を整備すべき。○インバウンドは雪目的で蔵王や松島に短期滞在後、県外へ流れるため、県内で2～3泊できる周遊コースづくりが重要である。季節に応じて海・山などの要素を組み合わせることが有効。○空港や鉄道を拠点に、沿岸・中央・松島などを巡る1日コースを、土日祝日限定でも運行できるよう検討すべき。○ゴルフ場滞在後、近隣観光地や帰路の立ち寄り先を含めた移動手段の手配を検討すべき。

圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

(1) 施策1 戦略的な観光地域づくり (アイデア・提案)

宿泊事業者部会の主な御意見

○震災遺構を国内外に伝える仕組みを作る。

○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。

圏域会議の主な御意見

【防災・震災資源の活用】

○請戸小学校（福島県浪江町）には平日・週末問わず全国から修学旅行や一般観光客が訪れ、1日約30名のFIT外国人も来館しているため、SNS口コミを増やすことが重要。
○東南アジアを中心に減災・防災への関心が高く、これをフックにインバウンド集客が可能。
○地域全体でコンテンツを増やし、リピーター獲得のためにも、防災関連遺構など多様な切り口のコンテンツを増やすべき。

【全体戦略・広域視点】

○宮城県の知名度アップのため、松島や七夕といった有名資源を入口として磨くことが最も重要。
○県と仙台市は連携し、一体となって観光資源を活用していくべき。
○（象徴的イメージを作るような）施策のため、宿泊税は小口で使うのではなく、蓄えて集中的に活用すべきである。

(2) 施策2 周遊性向上のための二次交通対策（アイデア・提案）

宿泊事業者部会の主な御意見	圏域会議の主な御意見
<ul style="list-style-type: none"> ○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。 ○松島海岸駅からの二次交通（バスなど）を充実させる。 	<p>【既存の公共交通・インフラの活用・改善】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○宮城交通や仙台市交通局の既存データや、自治体のコミュニティバスの情報を整理・共有し、既存路線を有効活用することにより、乗り継ぎの仕組みができ、新たなインフラ整備に費用を投じる必要がなくなる。
<ul style="list-style-type: none"> ○遊漁船などと連携した「海からの二次交通」を検討する。 	<p>【新規周遊ルートの造成とモビリティの導入】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○二次交通対策として、レンタカーやオンデマンドカーに加え、市町村ごとに必要エリアや観光資源を検討し、大型バスによる1日ツーリズムルートを作成してほしい。 ○仙台空港やJR仙台駅など主要拠点から、県内各地まで漏れなく観光できるルートを作ることが望ましい。 ○大型バスは地域の魅力を広くPRでき、小団体はレンタカーやオンデマンドカーで十分にPRできる。 ○ダテバイクのようなモビリティの仕組みを導入することで、周遊を促し、長期滞在型の観光商品につなげる可能性がある。
<ul style="list-style-type: none"> ○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。 ○レンタカー利用補助（2泊3泊の宿泊者対象）を実施する。 	<p>【レンタカー・個人移動手段の利便性向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○なし

圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

(3) 施策3 快適な旅行環境のための受入環境整備 (アイデア・提案)

宿泊事業者部会の主な御意見	圏域会議の主な御意見
<ul style="list-style-type: none"> ○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。 	<p>【人材育成、外国人対応、情報システムの整備等ソフト面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○宿泊税の一部を子どもたちのパスポート取得費用の補助に充てられないか。自社では中学生のパスポート費用を補助しており、保護者や祖父母に好評である。 ○インバウンドが注目される一方、アウトバウンドは少ないため支援策が必要。特に高校生や中学生の教育旅行を通じて海外に目を向けさせ、人材育成につなげることが望ましい。 ○AIを活用した外国人対応（チャットボット等）によって、英会話不足によるロスを減らすべき。 ○塩釜高校や松島高校の生徒が地域のマーケティングや観光案内に積極的に取り組んでおり、宿泊税や教育予算を活用して、IT化も含めた若い世代のアイデアや研修機会を地域発信に活かすべき。 ○インフラ整備および多言語対応のデータベース作成に有効活用すべき。
<ul style="list-style-type: none"> ○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。 ○宿泊施設の老朽化対策に活用頂けると良い。 ○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。 ○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。 	<p>【大規模施設、交通インフラ、景観、宿泊施設のハード面への投資】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○三陸自動車道は石巻方面が無料であるが、仙台東IC～鳴瀬奥松島IC間も無料にすることにより、観光振興につながる。 ○松島等に大規模コンベンションホールが整備されれば仙台からのアクセスも良く、宮城県全体への経済効果が大きくなることから、県や国と連携して整備に協力することが望ましい。
<ul style="list-style-type: none"> ○なし 	<p>【県民の意識向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光事業者のみならず、多くの県民が宮城の魅力を理解し、どのように伝えていくかを考えることが重要。

(4) 施策4 効果的なプロモーションの展開 (アイデア・提案)

宿泊事業者部会の主な御意見	圏域会議の主な御意見
<ul style="list-style-type: none"> ○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。 ○SNSを活用した効果的なプロモーションを推進する。 ○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。 ○おもてなしの温かさを売りにしていくのも良い。 ○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。 	<p>【訴求力のあるコンテンツとメッセージの磨き上げ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○“日本一”や“日本初”などのキーワードを使ってメディアでアピールすると効果がある。
<ul style="list-style-type: none"> ○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。 ○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。 	<p>【戦略的な誘致活動】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光会社を巻き込み、多くの人で宮城を広くアピールしていきたい。 ○宮城県の国内外に向けた認知度向上のための活動に活用すべき。 ○旅行会社や海外のエージェントに対して、ターゲットを見極めながら働きかけ、県全体への誘客を進めるべき。

(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	年比	
				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)

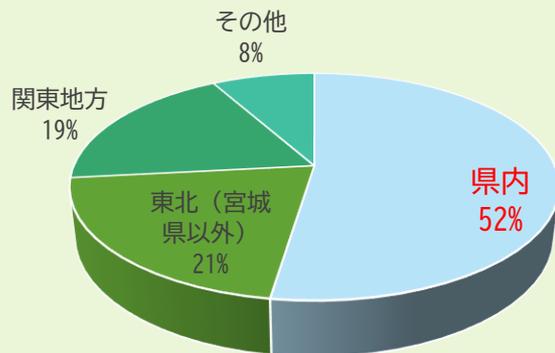
仙台圏域の宿泊観光客数は、前年比6%増加の約770万人泊

(単位:万人泊)

	H31 (R1)	R5	R6	年比	
				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。

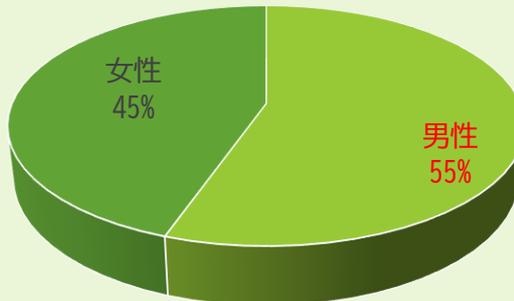


(4) 旅行者の性別・年代

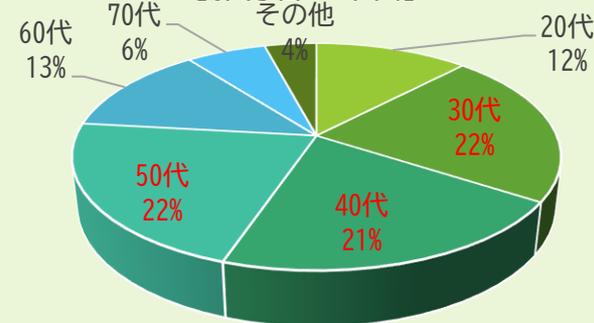
【出典】令和6年度観光客実態調査

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。

【旅行者の性別】



【旅行者の年代】



圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

【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人手や費用などの環境整備への支援に加え、特に春・夏の閑散期対策や冬のコンテンツ磨き上げ、景観整備といった具体的な魅力向上に、限りある予算を戦略的・集中的に活用していく必要がある。
- 周遊促進のためには、映像放映などによるインフォメーション機能の充実による情報発信とあわせて、二次交通の利便性向上が重要である。公共交通のダイヤを観光客が利用しやすいよう働きかけることや、電動アシスト付きレンタサイクルの拡充、ラストワンマイルを補う多様な交通手段の導入が必要である。
- 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。
- その他としては、「質の高いガイドの育成などおもてなしの質を高めること」、「観光施策が地域住民の生活にも配慮された持続可能な観光地づくりを進めていく視点が重要である」など。

(1) 戦略的な観光地域づくり

【第1回部会での主な意見】

〈観光コンテンツ磨き上げ等に関する意見〉

- 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、湯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。

【第2回部会での主な意見：※は、主に「大崎圏域での施策活用イメージ」に関する意見】

〈閑散期対策とコンテンツ磨き上げに関する意見〉

- ※春と6～8月ぐらいが暇な時期になっており、平均的に底上げを図る必要があると思う。
- ※1月、2月は訪問客が少ないため、冬のコンテンツの磨き上げも何か考えた方が良い。稲刈りの終わった広大な田んぼを活用したり、星空観測のようなナイトコンテンツも作れるのではないかな。

〈既存観光資源の魅力向上に関する意見〉

- ※川渡温泉の桜並木は、橋に色をつけたり、街灯をガス灯のようなおしゃれなものに変えたりするだけで景観がだいぶ良くなり、観光客誘致につながるスポットをさらに整備できると考える。
- ※紅葉も鳴子峡だけではなく、鬼首の紅葉やダムの上の紅葉など、鳴子にはスポットがたくさんある。

〈施策全般に関する意見〉

- 宿泊税活用の施策案は、かなり踏み込んだ内容で、宿泊税という税金を活用するには大変大きな展開になると思う。
- 観光コンテンツを県全体でやると全体に目が行き届きにくい場合があり圏域や地元との意見交換をしっかりとってもらいたい。
- ※県全体のこと大崎圏域のことが、非常にまとまって作られている。
- ※宿泊税予算は潤沢ではないと想定しているので、尖らせたものに集中的に使い、無理に使い切らなくても良いと考える。

〈その他〉

- 違法民泊についても宿泊税の予算を使い、取り締まる方向へ持っていけるようお願いしたい。

(1) 戦略的な観光地域づくり

【(前ページからの続き)】

【第1回大崎圏域会議での主な意見：※は、主に「大崎圏域での施策活用イメージ」に関する意見】

〈既存コンテンツの深掘り、集中投資、周遊促進等に関する意見〉

- 鳴子峡のような中心的な観光資源（キラコンテンツ）が抱える二次交通といった課題の解決に対し、集中的・戦略的な事業展開も必要ではないか。宮城県が本気で他県と競争していくのであれば、何か一つに絞って磨き上げるような、大胆な事業があっても良いと考える。（複数意見）
- 他圏域との情報共有により、各地域のポテンシャルを生かし、“競争”ではなく“補完”し合う「宮城県全体を見据えた事業選択」が可能になるのではないかと考える。
- ※鳴子を起点とした投資の波及効果を作るためには、鳴子訪問客に加美町のやくらいガーデンなど他地域のコンテンツを知ってもらい、周遊を促す「結び付き」を構築すべき。周遊に行けば行くほどポイントを付与するなど、「横軸の視点」を持った仕掛けづくりも有効と考える。
- ※既存でも魅力的なコンテンツ（伝統こけし、温泉、インバウンド市場でポテンシャルの高いやくらいガーデンなど）がこのエリアには多く存在する。これらの情報をどう発信するかを考え、しっかりと考えたうえでの事業展開が望まれる。
- 施策の方向性には賛同するが、地域によっては（紅葉バス運行停止時の代替交通手配など）来年度早々にも対応が必要な喫緊の課題が存在する。迅速な対応が求められる事業に対し宿泊税を有効活用できるよう、なるべく早めに具体的な協議を（市町村と）開始していただきたい。

(2) 周遊性向上のための二次交通対策

【第1回部会での主な意見】

〈二次交通対策や鉄道に関する意見〉

- 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。

【第2回部会での主な意見：※は、主に「大崎圏域での施策活用イメージ」に関する意見】

〈二次交通全般に関する意見〉

- 旅の形態が変化の中で、自家用車やレンタカー以外の選択肢を作らないと個人旅行客は誘致できないため、二次交通の優先順位は高いと考える。
- 二次交通は、観光客だけでなく、普段の生活でJRやバスを使う地元住民の声も吸い上げ、一緒に考えられれば良い。

(2) 周遊性向上のための二次交通対策

【(前ページからの続き)】

- 〈地域の公共交通(鉄道・バス)の課題に関する意見〉
- JR陸羽東線は、観光したい時間帯やチェックアウト後に滞在したい時間帯に電車の運行間隔が2時間も空いており、周遊の妨げになっている。二次交通として、陸羽東線の合間に代替交通手段があると地域内周遊ができるのではないかと。
- ※観光客や地元にも利用しやすいように、JRのダイヤを工夫してほしい。現状の午前8時台の列車は早すぎるため、午前9時台や10時台の列車を増やしてもらえよう働きかけて欲しい。
- ※鬼首地区はバスの本数が非常に少なく、バスで来られても周遊が困難なため、レンタカーや車でしかアクセスできないのが現状である。鬼首ではレンタカーがもう少しあれば良い。また、鳴子全体を周遊できるバスが少しでもあれば良い。
- 〈新たな交通手段・既存手段の強化に関する意見〉
- 最寄駅から宿泊施設までのラストワンマイルを解決するため「トゥクトゥク」のような楽しい乗り物に補助する考えもある。
- ※需要が高く非常に喜ばれているレンタサイクルは、台数を増やしてもらえれば良い。一方で、乗り捨ての課題や維持管理の手間が課題となっている。
- ※二次交通対策として移動手段を強化する上で、レンタサイクルの強化はすごく優先度が高い。
- ライドシェアは、陸羽東線不通時のような事態を補強できる。
- ※紅葉後、11月下旬からスキー場開きまでの観光の空白期間に集客できるよう、潟沼へアクセスする道路の冬季閉鎖期間を短縮してもらえるとありがたい。

【第1回大崎圏域会議での主な意見：※は、主に「大崎圏域での施策活用イメージ」に関する意見】

〈二次交通の課題認識に関する意見〉

- 二次交通の強化は非常に重要だと肌で感じている。人気バス旅のTV番組ロケが先日あったが、メディア紹介によるお客様のイメージと、実際の二次交通の利便性との間には大きなギャップが生じる可能性があり、コンテンツ強化以上に二次交通の問題は重要ではないか。
- ※鳴子温泉では、紅葉バスの運行危惧、高速バス運休、陸羽東線部分運休など、車以外の移動手段が著しく制限される状況に直面しており、観光地として非常に大きな課題である。
- ※紅葉という既存キラーコンテンツでの二次交通の問題解決策について、事業展開で実施していくことが求められる。

〈二次交通の運営・維持への支援に関する意見〉

- 大勢の客を運ぶため、土日運休の町民バスやスクールバスの活用可能性を検討できないか。二次交通に関わる人材限定で、大型免許取得費用を補助することは、人材確保の一助になると考える。
- ※トゥクトゥクなど、普通免許で運転できお客様を送迎できる車両の購入補助があると非常にいいと思う。
- 〈ラストワンマイル対策(レンタサイクル等)に関する意見〉
- ラストワンマイル対策として、坂道が多い地域の実用性を考慮し、電動アシスト自転車の導入を支援いただければ、宿泊施設も導入しやすくなると感じる。
- ※レンタサイクルは安定的な運営に多くの課題がある。単に導入補助金を出すだけでなく、誰がどのように管理・運営していくのかという仕組みまで含めた、広域的な制度設計を検討していただきたい。

(2) 周遊性向上のための二次交通対策

【(前ページからの続き)】

〈周遊を促す情報発信・ゲートウェイ機能強化に関する意見〉

- 道の駅のような場所でのPRは、次にどこへ行くか決めていないお客様も多く、そこでの情報提供は、周遊を促す上で非常に有効。
- ※仙台空港や仙台駅、大崎では古川駅などの玄関口(ゲートウェイ)に、単なる観光案内所ではなく、圏域の魅力が「映像」などで視覚的に楽しめ、訪問のきっかけとなるような情報発信場所を設けることが望ましい。そこが季節ごとのイベント紹介やグッズ販売をする「お祭り広場」のような役割を担うことで、圏域全体のサービス向上につながるのではないかと。
- ※大崎の素晴らしい景勝地などをまとめた映像コンテンツを県に作成していただき、地域のホテルでチェックイン・アウト時に放映することで、滞在延長や次回訪問の動機付けにつながる。そこに情報取得のためのQRコードの付与も有効である。
- ※仙台のような近隣の主要都市に対してすら、地域の魅力が十分に伝わっていないと感じている。SNSなどを活用した情報発信の強化をぜひお願いしたい。

(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備

【第1回部会での主な意見】

〈観光ガイドの育成・支援に関する意見〉

- 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。
- 〈インバウンド推進と地域への配慮に関する意見〉
- 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等、地域に還元される施策を講じて欲しい。

【第2回部会での主な意見】

〈観光ガイドの育成・活用に関する意見〉

- 観光ガイドの育成について、スタートアップ時の研修などに予算をかけることで、ガイド自身の付加価値が高まり、プロとして活動していけるようになる。その一方で、ボランティア的に安価で活動しているガイドもいるため、こうしたプロのガイドとの明確な差別化を図っていくことが必要になってくる。
- 差別化に関連して、そのためにも「専門的な研修を受け、安全に質の高い案内ができるプロのガイドがいる」ということを、旅行者や旅行会社に対して積極的にPRしていくことも必要ではないか。これにより、ガイドの価値が正しく評価され、質の高いサービスが選択される環境づくりにもつながる。

【第1回大崎圏域会議での主な意見】

〈観光地の安全対策に関する意見〉

- SNSによる情報発信により、役場にはクマに関する問合せがある。農林の方では鳥獣被害に対する補助金が充実しているものの、観光施設を電気柵などで対策するとき、現状、観光の方では補助等がない状況なので、宿泊税を活用した補助事業で観光地の観光整備など、こういった課題解決のための事業を今後検討したい。

(4) 効果的なプロモーションの展開

【第1回部会での主な意見】

〈地域の実情に応じた集客戦略に関する意見〉

- 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。

〈ターゲット層のニーズ把握とデータ収集に関する意見〉

- 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に、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。

【第2回部会での主な意見】

※直接、関連する意見はなし。

【第1回大崎圏域会議での主な意見】

〈メディアを活用した観光情報発信等に関する意見〉

- 地元出身タレントのテレビ出演が大きな誘客につながった事例もあるように、テレビ等のメディアが持つ影響力は非常に大きい。こうしたメディア露出も積極的に検討していただきたい。
- 大崎圏域は東京から2時間弱で来られるという利便性が強みだが、その魅力が十分に伝わっていない。東京駅の観光案内所でも、東北の情報に疎く、観光客を南の方に誘導しがち。首都圏の案内所なども含め、「オーバーツーリズムの状態になく自然が豊か」といった東北ならではの魅力を、もっと力強くPRしていくべきだ。
- みやぎポイント付与施策は集客に効果があった。全県の周遊を促すランキング制度のような仕組みとポイント付与があれば面白いし、それにポイントが付与されるとモチベーションが高まるかと思う。全県的だったり大崎圏域だったり人を動かす仕掛けを考えてもらいたい。

【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。
- 夜間のタクシーや運転代行があまり稼働しておらず、観光の重要な要素である「食」を提供する飲食店の課題となっている。
- 観光施設が点在しており、観光客の移動手段の確保が難しい。
- 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【圏域会議】

- 施策の内容は良いが、誰が事業主体となり、どう進めていくかが課題。舵取り役の体制整備をどうするかなど、圏域会議で議論していくことができると良い。
- 様々な事業者が提供する二次交通や観光コンテンツをとりまとめる中心的な団体が必要であり、そのための経費助成をしてほしい。
- 栗原市内で現在は年3回実施している「くりこま夜市」を毎週末など恒常的に実施していきたいと考えており、そのために必要なハード整備や情報発信、市の公共交通機関の臨時運行などに使える事業予算があると良い。
- JRでは毎週金曜日の夜に仙台＝石越間を運行しており、この列車を利用した宿泊や周辺地域の観光につなげられないかと考えている。
- 栗原地域にはまだ商品化されていない地域資源があり、そうした資源の活用に向けた民間の取組への支援や施策があると良い。
- 訪問先として選んでもらうためには、普段はできないことができるイベントの開催など、他にはないコンテンツづくりが大切。
- モニターツアーはこれまでも繰り返し行われているので、実施後の効果検証をしっかりと行ってほしい。
- 新たな試みを実証することは大切。1年では結果が出ないため、例えば3年など、ある程度の期間を設けて取り組めるようにしてほしい。

(1) 戦略的な観光地域づくり【宿泊事業者部会】

- 各業種の観光関係者をとりまとめ、方向性付け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。事業を動かしていく人材も必要であり、その強化に向けては、民間の負担を減らし公共的な予算を入れてもらいたい。
- 宿泊・交通事業者など関係者がアイデアや強味を活かし、栗原圏域全体の観光振興をインバウンドも含め中長期的に考えられる組織として、宿泊税を活用してDMOをつくり、国の補助事業などにもトライできる体制になるとよい。
- 地域の宿泊事業者が集まる場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。
- 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。
- 仕事で宿泊した方が後日、余暇で家族と過ごす場所として宮城県を選ぶ動機の一つとなるポイント付与の取組があっても良い。
- 「リトリート」といわれる心の癒しにつながる滞在など、新しい分野や隠れたニーズについて探るのもよいのではないか。
- 地域における宿泊税活用事業について、栗原市主体の事業はもちろんのこと、他圏域の成功事例などを栗原地域で展開できるような県の俯瞰的な視点が反映される施策を取り入れてほしい。また、この場に参加できない事業者の方にも広く平等に分配される施策を望む。

圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

(2) 周遊性向上のための二次交通対策【圏域会議】

- 民間だけで実施するのはリスクが高い定期観光バスのような取組へのチャレンジに、財源を活用してほしい。
- 夜間に運転代行やタクシーがあまり稼働しておらず、それを補う方法が実現できれば、飲食業を中心に地域経済が回ると思う。
- 新幹線駅を降りてもタクシーがないことがあり、観光客が必要としたときに車を手配できる仕組み、ライドシェアなどが実現できると良い。
- ジャンボタクシーの利用に対する補助や、レンタカー会社が自動運転車両を導入する際等に使える補助があると良い。
- 二次交通の課題解消は難しい。「ジオトレイル」を推進しており、こうした自分で歩いて移動するという取組とも協力・連携を図ってほしい。
- 二次交通対策として、レンタカー店でクラシックカーなどの魅力的な車を借りられるようにしたり、サイクリスト向けのツアーを作ったりできると、好きな車や自転車で地域を巡ってもらえるのではないかな。

(2) 周遊性向上のための二次交通対策【宿泊事業者部会】

- 宿泊施設共同による送迎運行はあったら良いと思うが、最初からシステム化するのは難しいため、まず実証を通じて利用者のニーズを把握してほしい。
- 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合バスがあれば、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。
- 宿泊事業者が自分たちのできる範囲で、送迎用の車を使って観光の依頼に対応でき、それに対する補助も受けられるような仕組みがあるとよい。

圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

<p>(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備 【圏域会議】</p>	<p>(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備 【宿泊事業者部会】</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○人材の確保に苦慮しており、<u>民間サービス(タイミー等)と組合など何らかの組織が連携して、個々の事業者は、繁忙期などにそこから人を派遣してもらえる仕組みが県全体できると良い。</u> ○民泊事業者が各自で予約サイトの立ち上げやOTAを活用することに難しさを感じる。<u>イタリアのアルベルゴ・ディフーゾのような、予約やチェックインなどの手配を既存旅館などに集中的に行ってもらおう仕組みと、その仕組みに対する経費の助成があるとありがたい。</u> ○<u>ガイド機能の強化について、ガイドが観光客の送迎を含めて実施するビジネスモデルの構築や、リスクマネジメント・応急手当・環境への配慮等への知識を学べる施策があると良い。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ○宿泊業界の人手不足解消策として、都市部の学生など地域外の人材と事業者をウェブ上でマッチングする「おてつたび」のような手段を使うことで、人材不足の解消につながる。更に、若年層の来訪促進や関係人口の創出、移住や就職への繋がりも期待できるのではないかと。 ○都市部の学生など、地域外の人材を活用して旅館業務を手伝ってもらおう際、交通費等の補助があるとありがたい。参加した学生等は地域のファンとなり、関係人口増大にもつながっている。 ○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。
<p>(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 【圏域会議】</p>	<p>(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 【宿泊事業者部会】</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○栗原市そのものを知らない人に旅行商品などを見て「行ってみたい」と思ってもらうには、この地域をもっと発信して、見どころなどをPRしていく必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ○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することで年に複数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。 ○宮城・栗原の認知度は低いので、海外(特に台湾など)で開催される旅行博への積極的な参加や、SNSの活用などを通じて認知度を高めていく必要がある。

【参考】栗原圏域の観光の現状と課題

(1) 観光客入込数

栗原圏域の入込数は、対前年比7%増加の177万人

(単位:万人)

	H31 (R1)	R5	R6	対前年比	
				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

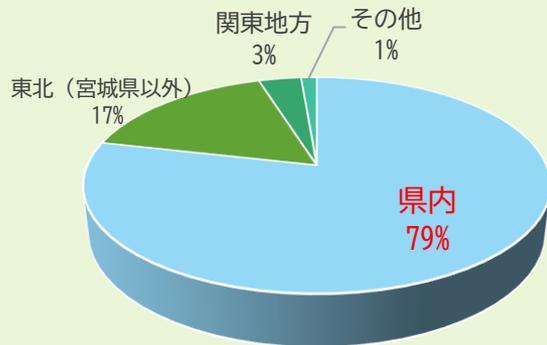
栗原圏域の宿泊観光客数は、前年と同水準の約9万人泊

(単位:万人泊)

	H31 (R1)	R5	R6	対前年比	
				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

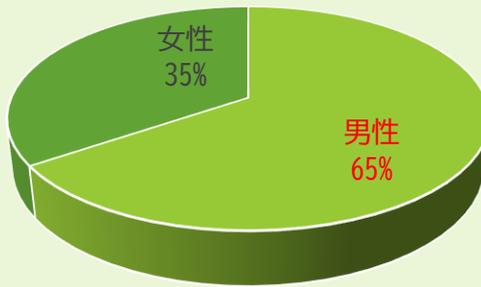
県内客が約8割を占め、宮城県を含む東北地方では96%を占める。



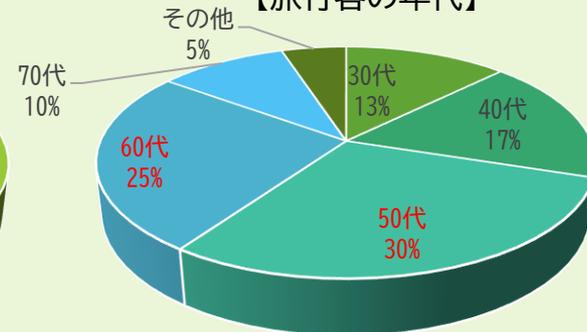
(4) 旅行者の性別・年代

男性が65%を占め、年代別では50代(30%)、60代(25%)の割合が高い。

【旅行者の性別】



【旅行者の年代】



【登米圏域】圏域観光に対する御意見

- 認知度不足→ポイントを絞ったPRや、年齢層を意識したPR方法の検討が必要。
- 受け入れ体制の強化→観光に特化した組織への体制支援が必要。
- マイカー・日帰りでの観光が主流のため滞在時間が短い→滞在時間を増やすため、試験的にツアーを実施し、ツアー実施に向けた体制を整備すべき。

(1) 戦略的な観光地域づくり

- 看板・地域の観光資源の整備
 - ・観光案内看板の整備がされると良い。(撤去、設置、多言語)
 - ・地域の自然・文化資源の維持管理に対する公的支援がほしい。
- 広報
 - ・宮城県や登米市の認知度をあげるためには、もっとアピールポイントを絞ってPRを打ち出していくべき。
- 観光関連団体の体制支援
 - ・地域の観光戦略を考えたり実際のお客さんのニーズを受け止めて情報発信をしていく、観光や教育旅行等に特化した組織の体制支援をお願いしたい。
 - ・観光コンテンツイベントの実施主体の支援をするのも良いのでは。
- 情報共有
 - ・圏域のイベントや観光コンテンツ等が、ホテルを含め地域内で共有される取組が必要。
- コンテンツ造成
 - ・ビジネス客が多いため、朝・晩のコンテンツを造成することで、仕事以外の時間に観光も楽しんでもらえるのではないかと。パンフレット等があるとなお案内しやすい。
 - ・民泊は開拓の余地がある。体験のみ・農家以外の受入など受入幅を広げることで、圏域活性化の足掛かりになる。
 - ・試験的にツアーを実施し、ツアー実施に向けた体制を整備すべき。
 - ・体験型観光(農業体験等)の充実や滞在時間延長のための施策が必要。

(2) 周遊性向上のための二次交通対策

- 二次交通の不足
 - ・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)
 - ・ライドシェアの運用基準等を検討してはどうか。
 - ・グリーンスローモビリティ(低速で走れる電気自動車)の試験導入をしてみてもどうか。ゆっくり街を歩くことで、桜鑑賞や街並みを楽しむこともできる。
 - ・自転車のレンタルサービスの試験導入をしてみてもどうか。
 - ・ホテル等が合同で期間限定のツアーを企画して、観光客用のバスをチャーターする、というのを試してみてもいいかもしれない。
 - ・観光のためだけでなく、住民も一緒に使える交通インフラを検討する場も必要。
- 交通手段の情報整理
 - ・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。
 - ・早朝コンテンツに活用可能な特急イブニングウェイ等の交通手段の周知。

圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備

○人材育成

- ・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。
- ・新たにガイドになる人材がないので、観光ガイドの育成をお願いしたい。

○ターゲット層を意識した環境整備

- ・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な。
- ・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。
- ・特定施設だけでなく観光地広域でのWi-Fi環境の整備。

(4) 効果的なプロモーションの展開

○ターゲット層を意識したコンテンツ整備

- ・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。

○広報

- ・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ないかな。
- ・ターゲットを絞るのも一つだが、年齢層によってPR方法も異なってくる。SNSも何がバズるかわからない時代なので、1個当たればこれまで関心がなかった人にも知ってもらえる。
- ・インバウンドも良いが、国内（県外）の人に宮城の魅力が伝わっていないので、国内向けPRをもっとやっていくべき。

○マッチング支援

- ・旅行会社やターゲット層とのマッチング支援が必要。

【参考】登米圏域の観光の現状と課題

(1) 観光客入込数

登米圏域の入込数は、道の駅「三滝堂」（前年比+2万人）、平筒沼ふれあい公園（前年比+2万人）などの増加により、対前年比4%増加の293万人

(単位: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)

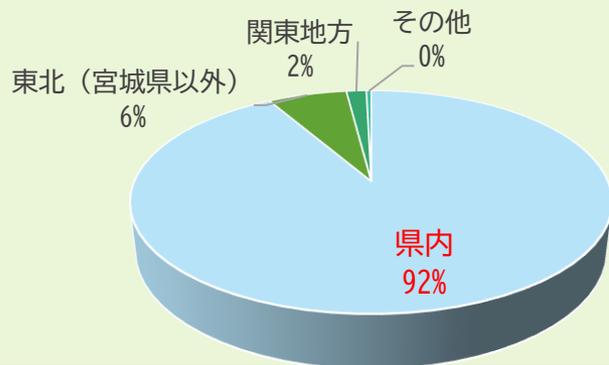
登米圏域の宿泊観光客数は、前年比13%増加の約9万人泊

(単位: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

県内客が約9割を占め、宮城県を含む東北地方では98%を占める。

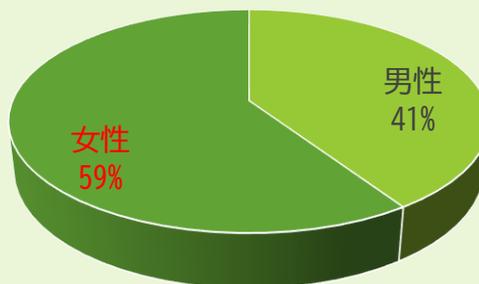


(4) 旅行者の性別・年代

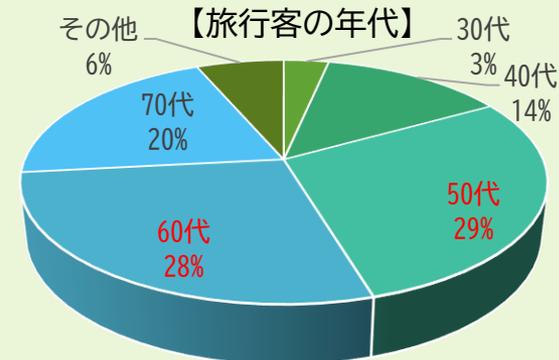
【出典】令和6年度観光客実態調査

女性が59%を占め、年代別では50代 (29%)、60代 (28%) の割合が高い。

【旅行者の性別】



【旅行者の年代】



■ 宿泊者数の回復に向けた取組の強化

- ・宿泊施設ではビジネス需要が減少傾向にあるため、稼働率の回復に向けた取組が必要である。
- ・団体旅行から個人旅行への変化に対応し、個人旅行者向けのサービス強化が求められている。

■ 周遊性と滞在時間の向上を図る移動手段の確保

- ・バスやタクシーなどの二次交通が不足しているため、移動手段の確保が必要である。

■ インバウンド受入環境の整備

- ・今後拡大が見込まれるインバウンド受入に対応するため、訪日外国人旅行者の受入体制等の環境整備が必要である。

■ 厳しい経営環境に対する支援

- ・気候変動の影響による魚種の変化や海産資源の不安定化に加え、物価高騰や人手不足等が深刻化しているため、冬季などの閑散期を含め安定的な集客策の確立と持続可能な経営体制の構築支援が求められている。

■ 観光関係者間の連携強化

- ・観光振興を地域全体で押し進めていくためには、観光関係者同士の協力体制の強化が重要である。

施策1 戦略的な観光地域づくり

① 体験・コンテンツ開発・商品造成

- **体験ツアー造成・販売**
 - ・体験ツアー造成支援
 - ・アドベンチャーツーリズム×ローカルガストロミー
- **漁業体験の観光化**
 - ・遊漁船安全設備の導入補助
 - ・遊漁船資格の取得支援
- **ダイビング・マリンスポーツ・SUP等**
 - ・ダイビングポイント開発
 - ・マリンスポーツ宿泊ツアー補助
 - ・モーターボート、SUP
- **一次産業との連携**
 - ・漁業者協力のブルーツーリズム支援
 - ・新魚種レシピ勉強会
- **オルレ利用者の宿泊誘導**
 - ・オルレ×宿泊特典制度
 - ・ポイント事業・口コミ
- **暮らしや文化の観光化**
 - ・自然環境の保全と観光
 - ・文化的資源の継承

② 地域資源の磨き上げ・差別化

- **金華山等の観光資源活用**
 - ・金華山の魅力調査・プロモーション
 - ・船のカモメ餌やり体験
 - ・海中観光資源調査
- **他地域との差別化**
 - ・石巻ならではの尖った戦略
- **圏域ブランド確立**
 - ・田代島、金華山のジグクス活用
 - ・広域マップ作成
 - ・スタンプラリー、特典企画

③ 広域連携・交流拡大

- **集客力のある地域との連携**
 - ・仙台・松島との連携
 - ・観光客を引き込む仕掛け
- **スポーツ合宿・長期滞在**
 - ・積雪の少なさを活かしたスポーツ合宿誘致
 - ・全国合同練習会
 - ・送迎費補助
 - ・プロを招いた練習会の開催
- **滞在型宿泊促進**
 - ・釣り・SUP等拠点開拓

④ インバウンド誘致

- **金華山・田代島・地域資源の海外発信**
 - ・鹿・猫など人気資源の発信
- **インバウンド商品造成**
 - ・団体ツアー組み込み
 - ・ブルーインパルス搭乗体験
 - ・馬車運行補助
 - ・自動翻訳機補助

⑤ イベント・プロモーション

- **海を活用したイベント**
 - ・海上競技、音楽フェス
- **目玉イベント**
 - ・花火大会、ドローンショー
 - ・エリアマップ作成
 - ・ナイトコンテンツ

⑥ ターゲティング・戦略立案

- **ターゲットの明確化**
 - ・30～40代女性中心の戦略

施策2 周遊性向上のための二次交通対策

① 地域内周遊・二次交通整備

● 圏域内の移動

- ・塩竈・松島から石巻圏域への移動手段整備
- ・石巻市内の観光地を巡る定期循環バス
- ・駅と宿・観光地をつなぐバス
- ・観光客向け交通手段・周辺案内サポート
- ・自動運転による観光周遊バス

● 大型イベント開催時の特別便の運行

- ・JR等と連携した増便

② 個人客・多様な移動手段の導入

● 個人向けモビリティ

- ・電動キックボード・カーシェア
- ・レンタサイクル補助
- ・EV充電設備の電気代補助
- ・住民バスの観光客利用

③ 空港・広域アクセス整備

● 仙台空港⇄石巻圏域

- ・送迎バスの整備
- ・直行便による誘客強化
- ・スムーズな移動手段の整備

④ 地域資源を活かした交通体験

● 観光体験型移動

- ・馬車運行の補助

● 地域資源をモチーフにした交通手段

- ・猫型のバスや電車

施策3 快適な旅行環境のための受入環境整備

① 観光受入体制の整備・強化

- 予約体制の強化
 - ・ツアー予約受付やコンダクター支援
- 体験コンテンツ受入れ連携
 - ・空き枠を他施設に案内する仕組み
- 施設改修支援
 - ・和室改装、テーマ宿泊企画支援
- 移動手段の確保
 - ・EV充電設備補助
- DX設備に対する補助
 - ・フリーWi-Fi等インバウンド対応

② 地域連携・ネットワーク強化

- 連携体制整備
 - ・DMOの横断調整・事業者連携
- 地域間の連携
 - ・三陸道・JR沿線共通通貨、クーポン
- 地域連携強化と情報発信の仕組みづくり
 - ・パンフレット配布、広域PR
- 他地域関係者・関係人口との連携
 - ・縁を活かした観光PR
- 地域発観光企画を形にする仕組み
 - ・企画の実行補助
- 地域連携強化と情報発信の仕組みづくり
 - ・広告宣伝費補助（重複）
- 広域連携による競技団体誘致
 - ・運動施設の広域利活用

③ 情報発信・マーケティング

- OTA戦略見直し
 - ・新たなOTA戦略
- ターゲットの明確化
 - ・30～40代女性中心層
- 他地域との差別化
 - ・尖った戦略の必要性
- 広域的情報発信
 - ・パンフレット・PR
- 広告宣伝費への補助

④ 地域資源活用・体験観光推進

- 地域資源を活かしたインバウンド誘致
 - ・釣り船業者情報提供
 - ・自動翻訳機等補助
- 漁業体験観光化支援
 - ・遊漁船安全設備、資格取得支援
- 宿泊施設の地元食材購入支援
 - ・地元食材の提供・補助

⑤ 人材育成・担い手づくり

- 観光振興の担い手づくり
 - ・若者対象のワークショップ
- アドバイザー等の招聘
 - ・他地域成功事例の助言

⑥ 施設・環境のDX・インフラ整備

- 施設改修支援
 - ・和室改装、テーマルーム
- DX設備整備補助
 - ・フリーWi-Fi

施策4 効果的なプロモーションの展開

① 海外向け情報発信・プロモーション強化 (外国人向けの情報発信・広報活動)

- 海外向け情報発信の強化
 - ・VISIT MIYAGIへの情報掲載強化
 - ・OTA・DMOへのリンク強化
 - ・SNS・TikTok向けプロモーション動画
- 人を呼び込むためのSNS強化
- プロモーションの強化
- 外国人インフルエンサーの活用
- 地域資源の海外発信 (例: 金華山の鹿、田代島の猫)

③ 観光資源の活用・新商品造成 (石巻地域ならではの資源やイベント活用)

- 金華山の外国人向け活用
 - ・魅力調査
 - ・プロモーション (鹿・海・緑・ヨガ)
 - ・海中資源調査
 - ・団体ツアーへの組み込み (カモメ餌やり)
- イベント開催による誘客
 - ・花火大会・ドローンショー
 - ・エリアマップ作成
- 地域資源活用 (②と重複)

② インバウンド誘客・市場開拓

- インバウンド対策
 - ・仙台空港の直行便を活かした誘客
 - ・台湾・中国などからの来訪促進
- 外国人の長期滞在促進
 - ・長期滞在施設紹介サイト開設
 - ・レンタカー補助
- 地域資源を活かしたインバウンド誘致
 - ・SUP、モーターボート、牧場体験
 - ・釣り船情報を宿泊施設に提供
 - ・ブルーインパルス搭乗体験
 - ・マリンスポーツ宿泊ツアー補助
 - ・馬車運行補助
 - ・自動翻訳機購入補助

④ 宿泊・食の魅力発信 (宿泊・地元食材・サービス強化)

- 宿泊施設における地元食材の購入支援
 - ・石巻限定食材の提供
- 長期滞在施設紹介
- 宿泊・マリンスポーツツアー補助

⑤ インバウンド受入環境整備 (施設・DX・多言語対応の充実)

- インバウンド対応力の向上
 - ・多言語SNS予約・メッセージ対応支援
- DX設備に対する補助
 - ・フリーWi-Fi等

圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

【石巻圏域】現状と課題

区分	意見等の内容
宿泊客の減少傾向 団体客の減少	<ul style="list-style-type: none"> ・女川原発関連のビジネス需要が昨年3月以降低迷し、稼働率が大幅に落ち込んでいる。 ・観光客やインバウンドは昨年並みだが、原発作業員の長期滞在減少を穴埋めできていない。 ・作業員需要が減り空室が増加中。 ・過去は団体客中心だったが、人口減少で現在はリピーター中心の小規模運営。
二次交通の不足	<ul style="list-style-type: none"> ・課題として、目的地への二次交通（マイクロ／シャトルバス）の整備が不足。 ・宿まで7km、徒歩約1.5h。送迎サービスがないと個人旅行者は敬遠しやすい。 ・二次交通整備（公共交通や送迎）の必要性が高い。 ・送迎バスの確保が課題。
インバウンド対応の遅れ	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド客には英語面で大きな課題。 ・宿泊施設が観光の核となり、石巻・女川・気仙沼が連携して少人数型インバウンドを狙う観光体制を模索すべき。
厳しい経営環境	<ul style="list-style-type: none"> ・魚種の変化や牡蠣など海産資源の不安定化で冬期の集客が大きく落ち込んでいる。 ・燃料・物価・人件費が上昇する一方、価格競争で宿泊料金を簡単に上げられない。 ・後継者不足に加え、女将が全業務を担い、負担が過重。 ・宿泊税を機に、ライフライン等のインフラ強化に財源を活用すべき。
観光関係者間の連携強化	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の観光資源を真剣に見直し、魅力を発掘・発信しなければ集客減少に直結。 ・トレイルやスポーツツーリズムなどで、関係者全員が連携すれば相乗効果あり。 ・北上町では同業者同士の情報交換の場が減少。 ・宿泊施設が観光の核となり、石巻・女川・気仙沼が連携して少人数型インバウンドを狙う観光体制を模索すべき。

第1回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

体験ツアー造成、販売	<ul style="list-style-type: none">・観光に関わる多様な関係者を巻き込んだツアーコース造成に対する支援。・農業体験や漁業体験等のアドベンチャーツーリズム、地域食材採取とローカルガストロミーの食事の組み合わせで2泊以上のツアーを造成。
集客力のある地域との連携強化	<ul style="list-style-type: none">・仙台・松島エリア等と連動させ、観光客を引き込む仕掛けが必要。・石巻の魅力を再発掘し、発信することが必要。
オルレ利用者を宿泊につなぐ仕掛け	<ul style="list-style-type: none">・オルレと宿泊を連動した特典制度により、宿泊施設への誘導を図る（宿泊施設間や他コース等と連携したポイント事業、SNS活用した口コミ、等）。
滞在型・長期宿泊の促進	<ul style="list-style-type: none">・複数のアウトレイトポイント（釣り・SUPなど）を開拓すれば、大型連休の宿泊増につながる。・ダイビングポイントの開発には漁業権者の理解が課題。
オフシーズンの活用	<ul style="list-style-type: none">・冬季に積雪が少ない利点を活かし、積雪地域のスポーツ合宿（陸上など）を誘致。
スポーツ合宿の広域連携	<ul style="list-style-type: none">・各市町の連携による強豪チームの全国合同練習会を企画。・仙台空港や仙台駅からの送迎費補助。
金華山の外国人向け観光資源としての活用	<ul style="list-style-type: none">・外国人にとっての金華山の魅力を調査。・外国人向けに観光的に見せるプロモーション（芝生で、鹿、海、緑の中でヨガ体験など）。・海中の観光資源調査の実施。・外国人向け団体ツアーコースに金華山を組み込む（船のカモメ餌やりなども人気が出そう。）。

第1回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

海を活用したイベント実施	<ul style="list-style-type: none"> ・各浜において競技、海上協議、音楽フェスなど。
他地域との差別化	<ul style="list-style-type: none"> ・観光振興には、石巻ならではの尖った戦略が必要。
ターゲットの明確化	<ul style="list-style-type: none"> ・国内旅行者の中心層（30～40代女性）をターゲットとした戦略。
イベント開催による誘客	<ul style="list-style-type: none"> ・花火大会やドローンショーなど目玉イベントの開催。 ・エリアマップの作成。
地域資源を活かしたインバウンド誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の観光資源（SUP、モーターボート、牧場、ブルーインパルス等）を絡めたインバウンド誘致。 ・釣り船業者などの料金や条件等の情報をまとめ、宿泊施設へ提供。 ・インバウンドに人気となり得る資源の海外発信（金華山の鹿や田代島の猫など）。 ・ブルーインパルスの搭乗体験の実施。 ・マリンスポーツの宿泊ツアーに対する補助。 ・地域内の馬車運行に対する補助。 ・自動翻訳機などの購入費補助。
石巻圏域のファンづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・交流人口増に向けた圏域ブランドの確立（食、体験など）。 ・田代島や金華山のジグス（3年続けて…）を活かしたリピータープラン ・船による周遊ルートの整備（雄勝、田代島、金華山等）。 ・宿泊・商業・体験をまとめた広域マップの作成。 ・広域での特典企画の実施（スタンプラリー、ポイントカード、クーポン券など）。
一次産業との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・観光以外の分野に対する支援による連携（漁業者によるブルーツーリズムへの協力
気候変動と食の対応	<ul style="list-style-type: none"> ・温暖化による新たな魚種の料理レシピの勉強会の開催。
漁業体験の観光化への支援	<ul style="list-style-type: none"> ・遊漁船安全設備の導入費の補助。 ・遊漁船運行資格の取得支援。

(2) 周遊性向上のための二次交通対策

二次交通の整備	<ul style="list-style-type: none">・仙台空港から石巻圏域までの送迎バスの整備。・塩竈・松島などから石巻圏域への圏域をまたぐ移動手段の整備。・石巻市内の観光地を巡る定期循環バスの整備。
インバウンド対策	<ul style="list-style-type: none">・仙台空港の直行便による空港経由の誘客強化。
個人客向けの移動手段の整備	<ul style="list-style-type: none">・電動キックボードやカーシェアなど、個人の移動手段の導入による交通不便解消。
移動手段の確保	<ul style="list-style-type: none">・駅と宿・観光地をつなぐバスやレンタサイクルへの補助。・EV充電設備に係る電気代の補助。
地域資源を活かしたインバウンド誘致	<ul style="list-style-type: none">・地域内の馬車運行に対する補助。
移動手段の整備	<ul style="list-style-type: none">・観光客が気軽に移動できるような交通手段の整備や周辺案内へのサポート充実。
交通アクセスの課題	<ul style="list-style-type: none">・仙台空港から石巻までのスムーズな移動手段の整備。

(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備

予約体制の強化	・ツアー予約受付人員やツアーコンダクター配置等に対する支援。
連携体制整備	・地域一体の観光振興には、受け入れ状況や課題を把握し、事業者の取り組みをつなげて一つの観光商品として販売する調整役が必要（DMOの役割強化、DMOによる横
OTA戦略見直し	・新たなOTA戦略による宣伝力の強化が重要。
体験コンテンツ受入れ連携	・体験受け入れが困難なときに、空き枠を他施設へ案内する仕組みが必要。
地域間の連携	・三陸道沿線やJR沿線の地域と連携した共通通貨、クーポンの導入。
観光振興の担い手づくり	・多様な業種の若者を対象に、観光振興や資源発掘をテーマにしたワークショップを開く。
広域連携による競技団体等の誘致	・競技団体や大会等を誘致するための運動施設の広域利活用計画の策定。
他地域との差別化	・観光振興には、石巻ならではの尖った戦略が必要。
アドバイザー等の招聘	・他地域で成功している企業や専門家による助言。
ターゲットの明確化	・国内旅行者の中心層（30～40代女性）をターゲットとした戦略。
地域資源を活かしたインバウンド誘致	・釣り船業者などの料金や条件等の情報をまとめ、宿泊施設へ提供。
地域連携強化と情報発信の仕組みづくり	・パンフレットを各施設に配布・他地域へ広げるシステム構築。 ・複数年担当の担当者の配置。 ・広告宣伝費への補助。
他地域の関係者や関係人口との連携	・他地域との縁を活かした観光PRや交流。
地域発の観光企画を形にする仕組みづくり	・地域の観光企画を実行に移すための補助。
施設改修支援	・インバウンド向けの和室改装に対する補助。 ・コンセプトルーム整備など、テーマ宿泊企画に対する支援。
移動手段の確保	・EV充電設備に係る電気代の補助。
地域資源を活かしたインバウンド誘致	・自動翻訳機などの購入費補助。
宿泊施設における地元食材の購入支援	・高価で利益が出にくい地元食材の購入費補助。 ・石巻限定の食材提供により、地域全体で魅力発信。
地域連携強化と情報発信の仕組みづくり	・広告宣伝費への補助。
漁業体験の観光化への支援	・遊漁船安全設備の導入費の補助。 ・遊漁船運行資格の取得支援。
DX設備に対する補助	・インバウンド向けDX設備整備に対する補助（フリーWi-Fi等）。

(4) 効果的なプロモーションの展開

海外向け情報発信の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・「VISIT MIYAGI」への石巻圏域情報の掲載強化。 ・「VISIT MIYAGI」におけるDMOやOTAへのリンク等による予約アクセス性の強化。 ・SNS・TikTok向けプロモーション動画の制作。
インバウンド対策	<ul style="list-style-type: none"> ・仙台空港の直行便による空港経由の誘客強化。 ・来訪が増えている台湾・中国などからの旅行客呼び込み促進。
金華山の外国人向け観光資源としての活用	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人にとっての金華山の魅力を調査。 ・外国人向けに観光的に見せるプロモーション（芝生で、鹿、海、緑の中でヨガ体験など）。 ・海中の観光資源調査の実施。 ・外国人向け団体ツアーコースに金華山を組み込む（船のカモメ餌やりなども人気が出そう。）。
外国人の長期滞在促進	<ul style="list-style-type: none"> ・長期滞在施設を紹介する外国人向けサイトの開設。 ・レンタカー補助（石巻を拠点に三陸道を活かした東北観光を推進）。
イベント開催による誘客	<ul style="list-style-type: none"> ・花火大会やドローンショーなど目玉イベントの開催。 ・エリアマップの作成。
地域資源を活かしたインバウンド誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の観光資源（SUP、モーターボート、牧場、ブルーインパルス等）を絡めたインバウンド誘致。 ・釣り船業者などの料金や条件等の情報をまとめ、宿泊施設へ提供。 ・インバウンドに人気となり得る資源の海外発信（金華山の鹿や田代島の猫など）。 ・ブルーインパルスの搭乗体験の実施。 ・マリンスポーツの宿泊ツアーに対する補助。 ・地域内の馬車運行に対する補助。 ・自動翻訳機などの購入費補助。
宿泊施設における地元食材の購入支援	<ul style="list-style-type: none"> ・石巻限定の食材提供により、地域全体で魅力発信。
インバウンド対応力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・多言語でのSNS予約やメッセージ対応等に対する支援。
外国人インフルエンサーの活用	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人トレイル観光客を地域ファン化し、拡散役として活用。
DX設備に対する補助	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド向けDX設備整備に対する補助（フリーWi-Fi等）
海外向け情報発信の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・「VISIT MIYAGI」への石巻圏域情報の掲載強化、 ・「VISIT MIYAGI」におけるDMOやOTAへのリンク等による予約アクセス性の強化。 ・SNS・TikTok向けプロモーション動画の制作。
人を呼び込むためのSNS強化	<ul style="list-style-type: none"> ・人を呼び込むためにはSNS強化が急務。
外国人の長期滞在促進	<ul style="list-style-type: none"> ・長期滞在施設を紹介する外国人向けサイトの開設。
外国人インフルエンサーの活用	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人トレイル観光客を地域ファン化し、拡散役として活用。
プロモーションの強化	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊観光客の誘致に特化したプロモーション実施。

(5) その他

宿泊税の公平な配分	・宿泊税は圏域や業種に偏らずに公平に行きわたるようにすべき。
既存予算の維持	・宿泊税の追加的財源を従来の観光予算の置き換えにしないよう注意。
地域内格差への配慮	・広域圏内での競争を避けつつ、石巻として必要な資金を確保し、宿泊税の用途を明確に示してほしい。
宿泊税の還元	・宿泊税を多く納めた宿へのインセンティブとしての還元。

第2回宿泊事業者部会・圏域会議での意見交換概要

(1) 戦略的な観光地域づくり

戦略的な観光コンテンツづくり	以前は二次交通対策が最優先と考えていたが、現在は戦略的な観光コンテンツづくりが重要と考える
観光客への訴求力向上	観光客への訴求力を高める取組も必要
スポーツ誘致	圏域のスポーツ誘致も納税者にとっては良い取組ではないか
アドベンチャーツーリズム等の開発	生産者と連携したアドベンチャーツーリズムや防災ツーリズム、文化体験などの開発が必要
ナイトタイム観光	石ノ森萬画館のナイトツアーなど夜間観光強化
学びや体験を持ち帰る商品作り	宿泊税を活用し、地域経済活性化につなげる
戦略的な観光地域づくり	魅力的な観光地を作ることが最優先
ブルーインパルス活用	ブルーインパルスなど唯一無二のコンテンツ活用
冬季イベント開催	冬にも航空祭のような集客イベントを開催
戦略的な観光地作り	東松島市・女川町・石巻市が連携したコンセプト設定が重要
金華山・田代島活用	宿泊レシート割引やマリンスポーツ割引など連携施策
コンセプト「体験するっちゃ松川巻」	3市町で体験型宿泊を磨き上げるコンセプト提案
閑散期対策	松島とのコンテンツ連携で閑散期集客
戦略立案の重要性	コンセプト策定後に整備・プロモーション
コンテンツ磨き上げと保護	磨き上げたいコンテンツは今あるものを磨く、新しいものを作る、消えそうなものを守るの3つ。郷土芸能や食など地方の暮らしを大切に、伝えていくことが重要
文化的資源の継承	暮らしが多様化しても残したいものはあるが、人口減少で担い手や職人がいない。こうした文化的な部分は観光と結び付けられると考えている
自然環境の保全と観光	どんな戦略でも基盤は山や海などの自然。自然が侵されつつある今、長期ビジョンで観光と暮らしを一体化させることが大事
過疎地域の文化活用	過疎地域は自然が守られ、良い文化が残っている。これを観光とつなげられないかと考えている
長期的ビジョンの必要性	短期施策だけでなく、30年・50年後の宮城の姿を考えるべき
プロモーションの優先順位	施策1～3が整っていないとプロモ効果は疑問、内容決定が先
圏域外団体との連携	圏域外のDMOや観光協会などとも連携が必要
商業施設横連携	複数店舗巡り特典などの横連携
イベント集約	地域ごとのイベントを集約し大規模化して発信
受入環境整備（パンフ・クーポン）	パンフレットやスタンプラリー、クーポンの準備が有効

第2回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

イベント補助	宿泊税を活用し、人が集まるイベントを支援することで地域経済を活性化
体験型観光の恒常化	農林水産体験や定置網体験を恒常的に実施できるよう補助
地域芸術祭の支援	芸術祭など集客力のあるイベントへの支援
ふるさと納税連携イベント	地域の魅力を発信するため、クイズ大会や大規模イベントを開催し、豪華賞品や有名人招待で定着を図る
戦略的な観光コンテンツづくり	交通整備よりも先に、地域の魅力を生み出すための戦略的な観光地域づくりを
猫バス・猫電車など話題性交通	田代島の猫を活用した猫バス・猫電車など話題性ある交通施策
冬季観光コンテンツ強化	冬季の観光コンテンツが弱く、季節に応じたイベント実施を検討
地域の魅力の検討	地域の魅力が何なのか検討し、それに付随するもので街の活性化
スポーツ誘致	夏が猛暑となる地域からの誘致
スポーツ合宿の誘致	プロを招いた練習会の開催などによる親世代も巻き込んだ宿泊
既存の観光施設の整備等	御番所公園の再整備/サンファンパークPR拡充

【圏域会議での意見】

<ターゲットとコンテンツの明確化・磨き上げ>

- インバウンドと国内旅行者（ビジネス、ファミリー、友人同士、高齢者など）など、ターゲットを明確にし、それぞれに合った対策を考えるべき。
- 車や電車、飛行機など、旅行者の交通手段に合わせて、それぞれの利便性や特別感を感じさせるようなPR方法を考えるべき。
- 「石巻と言えばこれ」というコンテンツの徹底的な磨き上げが重要であり、観光資源の絞り込みと作り込みに取り組むべき。
- 地域のおすすめコンテンツがバラバラになっている現状を改めるべき。
- 美味しいものを食べるなどの主目的があれば、観光客は遠く、交通手段が不便でも旅行に行くものである。
- 石巻圏域は認知度が低いため、特にインバウンド誘致のためには、SNSを活用した地道な魅力発信を積み重ねていくことが必要である。
- ターゲットを絞り込んだ戦略が非常に重要である。

<宿泊促進のためのナイトコンテンツ・特典の充実>

- 宿泊促進のためのナイトコンテンツの充実を図るべき。
- 飲酒は宿泊につながりやすいため、「ナイトマップ」を作成し、飲食店等の情報を分かりやすく提供してはどうか。
- 夜のイベントを実施しても日帰りや松島等に宿泊する観光客が多い。
- 宿泊しないと体験できない、あるいは購入できないという特典付きのコンテンツ（例：ポケモンとのコラボ商品、コンセプトホテルルーム）が宿泊客を増やすために効果的である。
- 宿泊客を増やすため、前泊した宿泊客にサンマの振る舞いのファストパスレーンを提供するなど、宿泊することで得られる具体的な「特権」を創出すべき。
- 宿泊すると市場で食事ができるなど、「宿泊したからこそできる体験」があると宿泊者目線で嬉しい。

第2回宿泊事業者部会での意見交換概要

(2) 周遊性向上のための二次交通対策

インター名の改善提案	三陸道の案内板に北上・雄勝・牡鹿が抜けている。知名度向上のため案内板に記載すべき
猫バス・猫電車など話題性交通	田代島の猫を活用した猫バス・猫電車など話題性ある交通施策
自動運転観光バス	自動運転による観光周遊バス実験誘致
二次交通整備	魅力的な観光コンテンツと併せて移動しやすい環境整備
カーシェア・電動キックボード導入	個人旅行者向け移動手段の充実
イベント時の特別便運行	JR等と連携した特別便運行
イベント時の特別便運行	移動手段/既存のミヤコーバスのJRや他の移動手段との運行時間変更調整
二次交通必須	圏域の地域柄、二次交通は必須
トレイル利用者向け交通	二次交通は重要、紙マップやWEBで動線明確化
牡蠣食べ比べツアー	松島と牡鹿半島を結ぶ交通補助で圏域全体を楽しませる
三陸道活用と誘客	三陸道は沿岸部の観光に影響大だが、石巻を通過される課題もある。途中で泊まってもらえるよう活用したい
圏域周遊バスの運行	マイクロバスや10名乗ワゴン車を活用した小回りのきく周遊バス運行
イベント時の補助	金華山大祭時の特別便や飲食店延長営業、タクシー補助
住民バスの観光化	住民バス等の観光客利用を可能にする。
主要な交通拠点からのハード整備	まずは魅力を抽出と空港、駅からのライフラインの計画

【圏域会議での意見】

<二次交通の課題認識と解決策>

- 二次交通が課題であると長年話し合われてきたが、全然取り組むことができていないため、この機会に具体的に進めるべきである。
- ふるさと納税の返礼品として、宿泊とセットでタクシーやバス、鉄道などを乗り放題という特典を付けたコンテンツを作り、二次交通の問題解決を図ってはどうか。
- タクシー不足解消のため、Uberのように一般の人がタクシー事業を担える仕組みを導入すべきである。
- タクシー業者は運転者不足で廃業する会社もあり厳しい状況が続いている。
- 外国人観光客はタクシー利用の可能性が高いため、インバウンド誘致が重要である。
- JR駅としては、観光地までの行き方等の案内を求められており、タクシー会社等の地元の交通事業者等との連携を考えている。
- 石巻地域に完全自動運転バスの導入を進めるため、国の補助等を活用した実証実験を県で誘致してほしい。

<宿泊税の活用（二次交通関連）>

- 宿泊客に限り、タクシーやバス、電車などの料金を割引・無料にするなど、「泊まってお得」と感じる施策に宿泊税を活用すべき。
- 宿泊税は、宿泊客が恩恵を受けられるような活用がよい。
- 石巻に宿泊した方には「寿司が半額で食べられる」や「タクシーを使って地域内を回れる」などの特典を与え、他地域との差別化を図ってはどうか。

(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備

設備投資補助の公平性	設備投資補助は宿泊事業者に平等な恩恵があるようには思えない
DX導入の具体化	DXは意識啓発よりも具体的な導入内容を詰める必要がある
宿泊人材確保	マッチングよりも人材数の確保を優先すべき
宿泊設備・人材確保	宿泊施設不足を防ぎ、宿泊設備・人材確保など要望に応えられる体制整備
インバウンド予約支援	ネット予約受入の課題に県のアドバイスを希望
OTA導入支援	高齢事業者へのOTA導入支援が必要
実務的支援優先	セミナーよりも施設や顧客への直接支援を希望
連泊補助	圏域3市町をまたぐ連泊者への補助
AI活用プロモーション	来訪前にAIで誘客、来訪後は地域事業者で補足
イベント時の補助	金華山大祭時の特別便や飲食店延長営業、タクシー補助
スポーツ誘致	圏域のスポーツ誘致も納税者にとっては良い取組ではないか
戦略的な観光地作り	東松島市・女川町・石巻市が連携したコンセプト設定が重要
金華山・田代島活用	宿泊レシート割引やマリンスポーツ割引など連携施策
コンセプト「体験するっちゃ松川巻」	3市町で体験型宿泊を磨き上げるコンセプト提案
圏域外団体との連携	圏域外のDMOや観光協会などとも連携が必要
商業施設横連携	複数店舗巡り特典などの横連携
受入環境整備（パンフ・クーポン）	パンフレットやスタンプラリー、クーポンの準備が有効
スポーツ誘致	夏が猛暑となる地域からの誘致
様々な施設を組み込んだ施策	宿泊業と飲食業、娯楽施設などを組み込んだ施策を考えて行く必要がある
離島への誘導	仙台、松島まで来ているインバウンド客を宿泊が必然となる離島（金華山、田代島等）までの誘導

【圏域会議での意見】

<案内・情報の不足と正確性>

- 石巻市内の道路名、交差点の表示がほとんどなく、旅行者にとって非常に不親切である。案内板や道路表示を最優先で充実させるべき。
- 石巻市内では、観光客向けの案内看板が少ないため、外国人観光客増加にも対応した看板・表示が必要である。
- お客様が携帯電話などで自分で調べる情報は不正確なことも多く、正しい情報が届いていないこともあるため、地域の観光地や飲食店等に関する情報の正確性を向上させるべき。

(3) 快適な旅行環境のための受入環境整備

<デジタル化と情報の一元化>

- 情報の一元化が課題である。
- 圏域全体の観光情報を集める際、現状は大量の紙媒体のパンフレットになってしまい、毎年の更新や作成費用が無駄である。
- ポスターのQRコードを読み込むだけで、圏域全体の一元化された情報を入手できるようにするなど、デジタル化を進めれば、修正等も容易になる。
- 仙台空港や仙台駅といった「玄関口」での観光情報の発信が不足しており、地元に来てもらうための工夫が必要である。
- 情報発信ではイメージ画像が多いので、単なるイメージ画像だけでなく、どこで食べられるか、営業時間、ルートなどがわかるように連携させ、情報を「繋がる」ようにするべき。

(4) 効果的なプロモーションの展開

圏域観光パンフレット作成	宿泊事業者が勧めやすい簡易パンフレット作成
ターゲット別プロモーション	ターゲットごとに異なるプロモーションの作成と発信が必要
冬季観光コンテンツ強化	冬季の観光コンテンツが弱く、季節に応じたイベント実施を検討
SNSインフルエンサー活用	SNSインフルエンサーの活用はされているが効果が薄く、具体的な動きが必要
コンテンツ発信	SNSやインフルエンサー活用も重要だが、県としての情報発信が必要
観光資源マップ化	金華山・田代島・嵯峨溪などをマップ化、体験型施策提案
AI活用プロモーション	来訪前にAIで誘客、来訪後は地域事業者で補足
納税者情報収集	納税者情報の収集・分析に宿泊税を活用し、施策立案に役立てる
幅広い層への情報発信	ターゲットを絞るのも必要だが、各年代別の各年代に向けた情報発信も必要
プロモーションの優先順位	日本全国・全世界の多くの人に知ってもらい注目、興味を持ってもらう事が最初
プロモーションの優先順位	施策1～3が整っていないとプロモ効果は疑問、内容決定が先

【圏域会議での意見】

<宿泊税の活用方針>

- 宿泊税は宿泊を増やすことに使うべきであり、宿泊が増えれば税収も増えるという好循環を目指すべき。
- 宿泊税は「宿泊が増えるようなお金の使い方」に議論を集中すべきである。
- 宿泊税の活用は「あれもこれも」ではなく、「選択と集中」で効果的な分野に集中的に投入するのがよい。
- 宿泊税の使い道の基準を明確にすべき。
- 資料の「石巻圏域の具体的な取組イメージ」はあまり具体的ではないという印象。
- Suicaが使えない等の既存の課題解決に宿泊税を充てて欲しい。
- 宿泊税を払っていただいた方に対するインセンティブ（例：抽選でタクシー券や地元の特産品をプレゼントし、SNSで発信してもらう）が必要ではないか。

(4) 効果的なプロモーションの展開

<数値目標と具体的な計画>

- 宿泊税がいくら使えるのかが分からないと、どのような企画をするかも決まらない。
- 宿泊税の税込目標を立てれば、自ずと目標宿泊客数も決まってくる。
- 宿泊税の収益額や目標宿泊者数等の数値目標を設定したうえで、事業主体や予算、実施期限・スケジュール等を具体的に決めていく必要があるのではないか。
- 宿泊税の税込見込み11億円のうち、地域で使える金額を3分の2とし、地域独自に予算を使える仕組み作りを考えていただきたい。

<新たな視点の導入>

- 宮城の観光については、これまでも同じメンバーで話し合い、結果として同じような内容になってしまうため、外部のプロに依頼して斬新なアイデアを出してもらってはどうか。
- 高コストなインフルエンサー招聘などではなく、AIをどう活用して情報発信するかという点に力を入れるべきである。
- 無料で簡単に旅行プランを提案できるAIを更に地域に特化させ、ユーザーニーズに合わせた情報発信に予算を使うべきである。
- 石巻圏域の悩みはどの地域にも共通しているため、「どこでも同じ」からの脱却が必要ではないか。

【参考】石巻圏域の観光の現状と課題

(1) 観光客入込数

石巻圏域の入込数は、道の駅「東松島」の開業（前年比+17万人）など増加した施設があった一方、海水浴場やキャンプ場などで減少したため、前年と同水準の639万人

(単位:万人)

	H31 (R1)	R5	R6	年比	
				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)

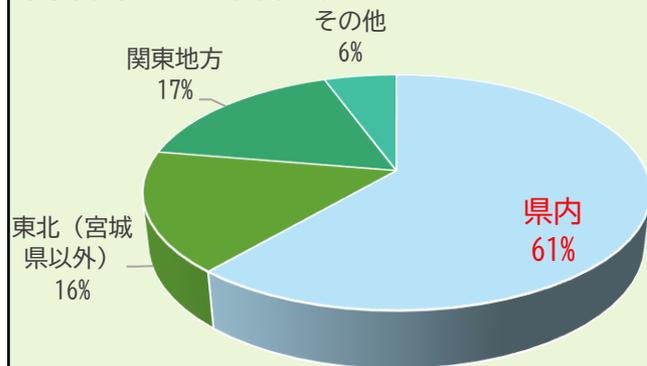
石巻圏域の宿泊観光客数は、前年比10%減少の約38万人泊

(単位:万人泊)

	H31 (R1)	R5	R6	年比	
				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77%を占める一方、関東圏からの来客も多い。

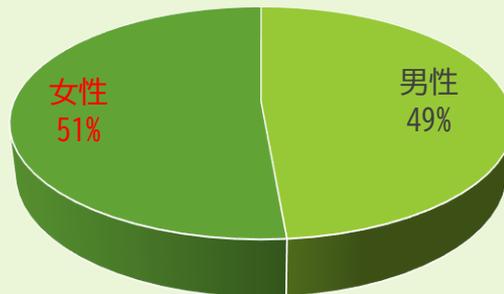


(4) 旅行者の性別・年代

【出典】令和6年度観光客実態調査

女性が51%を占め、年代別では40代(25%)、30代・50代(24%)の割合が高い。

【旅行者の性別】



【旅行者の年代】



圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

【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（ガストロノミーリズム）」「アドベンチャーリズム」「防災・震災」であり、特に潮風トレイルやサイクルリズムなどを推進すべき。
- 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、インバウンド向けでは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。スポーツや音楽、学会のほか、いわゆる「推し活」に刺さるような集客力が高いイベントを時期を考慮しながら誘致すべき。「ホヤぼーや」も人気が高く、集客力に期待できる。
- 企業研修を社会的責任として取り組む企業が増えており、当圏域には防災教育等のコンテンツが揃っているため、可能性を感じている。
- 関西圏など遠方からの観光客は「宮城」だけではなく、岩手や山形、福島を含めた周遊が主な旅行スタイルとなっており、こうした周遊型観光に対応していくためには、圏域を超えた広域的な連携が重要である。
- トレイルやオルレには、目的以外に「付加価値」の要素が重要で、来訪者に追加で紹介できる魅力づくりが必要だと考えている。潮風トレイルは広域的に商品化する視点が重要である。
- 観光コンテンツの拡充を進めていく中で、観光事業者や各支援組織のマンパワー不足が大きな課題と感じており、今後宿泊税を活用した事業の展開を誰が行うのか、その人材の確保や組織体制をどう確保・維持するのかといった視点が大事である。

(2) 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、宿泊者向けの交通支援制度を構築すべき。一方で、レンタカー利用による周遊はアクセスが良すぎることで滞在時間が短くなり、宿泊につながりにくい懸念もある。宿泊促進のためには、やはり地域に「滞在する理由」となる魅力的なコンテンツの磨き上げが不可欠である。
- デマンド交通を充実させるなど、小回りの利く交通網の整備が必要である。デマンド交通については、気仙沼では今フルデマンドとなるのは難しいが、現在唐桑で行っているデマンド交通であれば、あらかじめ予約してもらえれば観光客も利用できる。これに今後試験導入するライドシェアが軌道に乗り、これらをうまく組み合わせることで利便性が向上するのではないかと。
- 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。
- 三陸道全線開通に伴い「縦の流れ」ができており、県内のみならず、東北全体も意識した対策が必要である。
- 最近の若い世代は免許を持っていない人も増えているので、そうした人たちの対策も必要である。
- 期間限定の観光運行バスの運行やタクシーアプリの充実も検討すべき。
- 10月から東京からの夜行バスの運行が縮小されるが、夜行バスは東京からの来訪者にとって重要な交通手段の一つ。レンタカーだけではなく、こうしたところにも支援を考える必要がある。

圏域会議・宿泊事業者部会での意見交換概要

(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。
- インバウンドを含む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。
- 地域と連携した観光コンテンツづくりは、事業者の負担が大きく人手不足が課題であり、右腕となる人材が必要と感じる。
- 家族連れのインバウンド向けメニューの開発・アレンジが必要である。
- お客様に親切に観光情報を提供するためにも、我々観光事業者側も理解を深める必要がある。

(4) 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。実際にYouTuberを招いたイベントでは全国からファンが来訪し、宿泊にもつながり「推し活」の強い集客力を実感した。
- 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。
- インバウンド向けの情報発信は、費用対効果を意識しながら相手国のユーザーが利用している検索サイト等に留意すべき。
- スポーツイベントや各アクティビティと宿泊施設が連携し、SNSで情報発信する仕組みが必要である。
- 圏域単独でのPRには限界があり、近隣自治体が有する観光資源・誘客力との相乗効果による広域的なプロモーションが有効ではないか。また、国、県、DMO等と役割分担して進めることが必要。

【参考】気仙沼・本吉圏域の観光の現状と課題

(1) 観光客入込数

気仙沼・本吉圏域の入込数は、海の家（前年比+2万人）が増加した一方、南三陸さんさん商店街（前年比▲6万人）などの減少により、対前年比3%減少の314万人

(単位:万人)

	H31 (R1)	R5	R6	H31(R1)年比	
				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)

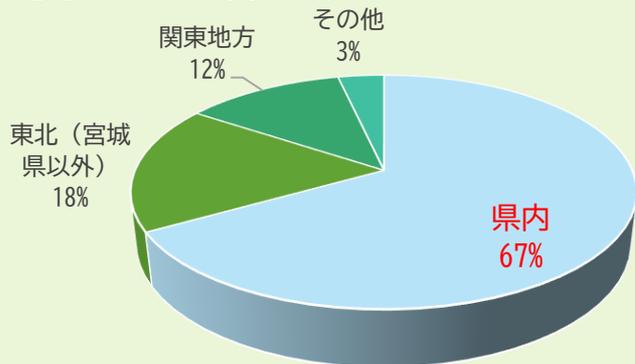
気仙沼・本吉圏域の宿泊観光客数は、前年比5%増加の約42万人泊

(単位:万人泊)

	H31 (R1)	R5	R6	H31(R1)年比	
				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

県内客が約7割を占め、宮城県を含む東北地方では85%を占める。

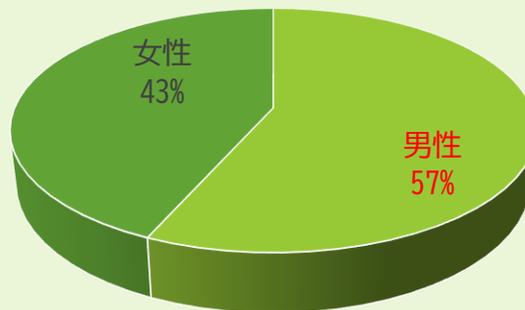


(4) 旅行者の性別・年代

【出典】令和6年度観光客実態調査

男性が57%を占め、年代別では50代(30%)、40代(20%)の割合が高い。

【旅行者の性別】



【旅行者の年代】

