資　料　2

2　登米圏域における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

【参考】令和7年度宿泊事業者部会での御意見

（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
○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。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。	○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はどうか。ゆっくり街を走ることで、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はどうか。 ・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。 ○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。

【参考】令和7年度宿泊事業者部会での御意見

（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
○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。	○ターゲット層を意識した整備 ・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。 ・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。 ・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。 ○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。 ・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】令和7年度みやぎ観光振興会議での御意見

●滞在時間の長期化
・登米市は圧倒的に日帰りが多い。人を集める努力をしないと、人も来ないしお金も降りない。
・ナイトコンテンツを充実させて、少しでも多く滞在時間が増えるよう工夫することが課題。
・登米市は、教育旅行（グリーンツーリズム）のニーズが高い一方、受け入れ態勢が弱い。

●PR・情報発信
・オール宮城で効果的なＰＲをしていけるように頑張っていくべき。
・受け入れ体制や情報発信のためのベースが現状弱い。
観光に特化した組織の体制強化支援や、観光サイトのブラッシュアップも必要。

●二次交通
・二次交通の面が充実していけば、より長く滞在するお客様が増えるのではないか。
・二次交通を整備したところで、毎日使うお客様はそれほどいないのではないか。
・観光バスを、観光シーズンの週末だけでも試験運行して、効果検証を試みるのも有効でないか。
以前桜の時期にあわせて登米市で観光バスをやっていた。
・移動のニーズ調査も必要ではないか。
・電動自転車を市または県で整備することで、観光客の利便性が上がると考える。

●その他
・観光ガイドの育成が必要。
・屋外で使用できるWi-Fiの整備

特に多かった御意見（まとめ）

滞在時間の延長
➢登米圏域は「見るだけ」の観光が中心で、体験型観光や市内滞在を促す仕掛けが十分整備されていない。

観光PRの強化
➢登米市の認知度向上を図り、誘客を促進するため、戦略的な広報活動を展開する必要がある。

二次交通対策
➢市内においてタクシーの確保が困難。自家用車での観光が主となっている。

登米圏域における観光振興施策について

① コンテンツ磨き上げ事業

予算額：10,000千円
うち宿泊税：5,000千円



【目的】
宿泊に繋がるコンテンツの磨き上げを実施。早朝の「マガン飛び立ち」等を宿泊を伴う特別な体験へ昇華させ、市内の宿泊需要と経済波及効果を創出する。

【実施概要】
専門ガイドによる解説と、朝食提供をセットにした、五感で楽しむ冬の早朝観光等のプログラムを構築する。

・解説付き見学 ：ガイドによる伊豆沼の自然やマガンの生態系の解説
・朝食の販売　　：登米産米の「塩むすび」や「はっと汁」等のあたたかい朝食の現地販売/郷土料理や地域文化についての解説

② 登米圏域観光プロモーション事業



【目的】
登米市の観光ブランド（食・体験・景観等）をターゲット層へ浸透させ、旅行予約（宿泊・体験）へ繋げる循環を創出する。

【実施概要】
ターゲット層に向けた効果的な広報や素材作成を実施。

PRするものの例：農産物/観光スポット/景観/食文化

実施例：YouTube発信/観光ポータルサイトの運営
/動画・静止画（観光PR素材）作成/商談会でのBtoB向け営業活動

御意見を頂戴したいこと



仙台・宮城観光PRキャラクター
むすび丸

御意見を頂戴したいこと

登米圏域における観光振興施策について

① コンテンツ磨き上げ事業

・ガイド、食事に加え、このコンテンツの魅力や観光客の満足度を高める方法

・宿泊施設との連携策、 宿泊施設と伊豆沼の移動手段

・伊豆沼以外の観光スポットへの誘客策

・ツアー造成、旅行会社への売り込み　　など

② 登米圏域観光プロモーション事業

・何をPRするか

・ターゲット層をどうするか、媒体をどうするか　　など

御意見を頂戴したいこと

以下の3つの視点も参考に御意見をお願いします。

【視点①】地域の観光業が抱える課題への対応・地域の魅力創出に向けた施策など“地域”視点での検討に加え、隣接圏域等との連携による“広域周遊”の視点を踏まえ施策を検討

【視点②】宿泊税を納める“納税者（宿泊者）”の視点で有益な使い途施策を検討

【視点③】“地域経済活性化”の視点で、滞在時間が長く、消費額単価が高いインバウンドや宿泊観光客の増加に向けた施策や高付加価値化に向けた施策を検討