

第4期みやぎ観光戦略プラン【概要版】

計画の位置づけ

- 「みやぎ観光創造県民条例」に定める観光振興に関する基本計画
- 「宮城の将来ビジョン」及び「宮城県震災復興計画」の分野別計画

計画期間

平成30年度から平成32年度までの3年間

計画の基本理念

観光の再生から未来につなぐ新たなステージへ

3年後に目指す本県観光の姿

日本・世界の中での東北の姿

東北のゲートウェイとして国内外から多くの観光客が訪れています。

- 仙台空港民営化により国内線・国際線の直行便が増加し、東北新幹線は各種取組により増発され、首都圏及び函館等からの仙台駅利用者が増加しています。
- 仙台空港及び仙台駅を拠点に、本県が東北地方の玄関口の役割を増し、東北各県等との連携の下に、国内外の多くの観光客が本県を起点として東北地方の観光地を周遊しています。
- 『日本の奥の院 東北探訪ルート』など東北の新たな周遊ルートが確立され、東北地方がゴールデンルートに続く魅力のある新たな観光ルートとして認知されています。

東北の中でのみやぎの姿

宮城県に過去最高の観光客入込数が訪れており、関係者間の連携の好循環により観光産業が経済を力強く牽引しています。(観光客入込数7,000万人、宿泊観光客数1,000万人泊、観光消費額4,000億円)

- 県内の各地域でDMOが設立され、多様な関係者が連携し、新たな観光地域づくりが進んでいます。
- 産業界・地域間・関係者間で培われた連携の好循環が確立され、観光産業が更に発展しています。
- 県内外から多くの観光客が訪れることにより交流人口が増え、その観光消費がもたらす経済効果が地域経済を牽引する役割を果たしています。

宮城県に過去最高の外国人観光客宿泊者数が訪れています。(最大目標50万人泊)

- 主要ターゲットである東アジア市場(台湾・中国・韓国・香港)を中心として強力なプロモーションを展開し、かつ、海外における根強い風評が払拭され、これまでにない高い水準で外国人観光客が増加しています。

みやぎの沿岸部の姿

沿岸部の観光客入込数が震災前の水準まで回復し、にぎわいが創出されています。

(石巻・気仙沼地域合わせて805万人・H22比100%)

- 復興まちづくりの進展に合わせた魅力ある観光地づくりにより、沿岸部への観光客が回復し、にぎわいが創出されています。

数値目標

| | 目標指標 | 基準値(平成28年) | 目標値(平成32年) |
|---|--------------------------|------------|------------|
| 1 | 観光客入込数 | 6,084万人 | 7,000万人 |
| 2 | 1のうち沿岸部(石巻・気仙沼地域)の観光客入込数 | 552万人 | 805万人 |
| 3 | 宿泊観光客数 | 922万人泊 | 1,000万人泊 |
| 4 | 3のうち沿岸部(石巻・気仙沼地域)の宿泊観光客数 | 67万人泊 | 75万人泊 |
| 5 | 外国人観光客宿泊者数 | 17.5万人泊 | 50万人泊 |
| 6 | 観光消費額(観光庁共通基準による観光客入込統計) | 3,044億円 | 4,000億円 |

みやぎの観光の現状と課題

- 沿岸部の観光客の回復の遅れ
- 東北地方の外国人宿泊者の伸び悩み
- 東北地方の国内観光旅行者の回復の遅れ
- 観光消費額の低迷

4つの観光戦略プロジェクトの具体的な取組

戦略プロジェクト1

東北が一体となった広域観光の充実と誘客プロモーション

- (1) 東北の広域観光周遊ルートの確立と観光資源の磨き上げ
 - 「日本の奥の院 東北探訪ルート」などの広域観光ルートの確立
 - 圏域間の連携による広域観光の充実
 - 自然・文化・歴史など東北ならではの多様な観光資源の磨き上げ
- (2) 東北の魅力を伝える一体的な誘客プロモーション
 - 東北が一体となった誘客プロモーション
 - 海外・中部以西等に対して冬季観光など東北の多彩な魅力をPR
 - 多様なメディアや媒体を活用した正確な情報発信
- (3) 仙台空港等の活用や二次交通の充実による東北の周遊促進
 - 仙台空港を活用した誘客促進及びLCC等の航空路線の拡大
 - 二次交通等の充実とクルーズ船の誘致

戦略プロジェクト2

観光産業の連携強化と成長促進

- (1) DMO等の形成による魅力ある観光地域づくり
 - 仙台・松島復興観光拠点都市圏や県内に設立されたDMO等による魅力ある観光地域づくり
 - ニューツーリズムや体験型観光など新たな観光コンテンツづくり
 - 農林水産業などの関連産業との連携による新たな観光の魅力づくり
 - 産学官の連携強化などによる観光産業に寄与する人材の育成等
- (2) 観光産業の成長に向けた基盤強化
 - マーケティングの活用推進による新たな旅行ニーズへの対応
 - 観光事業者の経営・サービスの改善による「おもてなし力」の向上
 - 事業者間の連携による観光商品等の開発
 - 観光資源の磨き上げ等による受入態勢の整備

戦略プロジェクト3

外国人観光客の誘客加速化

- (1) 東アジア市場を中心とした誘客プロモーション
 - 重点市場である東アジアを対象とした誘客プロモーション
 - 欧米豪を対象とした誘客プロモーション
 - 個人旅行(FIT)を対象とした誘客プロモーション
- (2) 風評払拭のための正確かつ戦略的な情報発信等
 - 風評を払拭する正確な情報提供
 - ICT・SNSを活用した戦略的な情報発信
- (3) 訪日外国人受入環境整備の推進
 - 多言語案内表示や無料Wi-Fi整備の推進
 - 訪日外国人の言語・文化の理解促進と「おもてなし力」の向上
 - 航空路線・二次交通等の交通網拡充とクルーズ船の誘致

戦略プロジェクト4

沿岸部のにぎわい創出

- (1) 魅力ある観光資源の磨き上げと正確な情報発信
 - 沿岸部のにぎわいを創出する誘客事業
 - 体験型観光・復興ツーリズムの推進
 - 沿岸部の風評を払拭する正確な情報発信
- (2) 観光施設等の再建と受入態勢整備強化
 - 観光・宿泊施設等の再建・整備支援
 - 沿岸部道路・観光案内板・歩道等の再整備

