

5 施策展開の方向性

みやぎの観光の振興に際しては、観光事業者だけが担うものでなく、広く県民も主体的にかかわるものとの意識を根底に、「交流と発信によるみやぎの活性化」、「みやぎ各地域の魅力の活用」、「東北の起点としての役割」といった「みやぎの観光に求められる視点と目指す方向」を実現するため、施策展開の方向性を「いざなう」、「もてなす」、「ととのえる」の3つの言葉で表し、迅速に、かつ、相乗的、重層的に施策を展開します。

また、「東北・みやぎ」の独自性や主体性の源である「地域」、「観光資源」、「食」などについて、ブランドとして育成できるよう、大型観光キャンペーンなども活用しながら推進していきます。

こうして、地域を愛しはぐくむ「地域力」や対外的な魅力となる「観光力」を醸成し、さらに東北全体の交流人口の拡大により、結果としてみやぎも潤う「住民はこの地域に住み続けたい 観光客はこの地を訪れたい そしてまた訪れたい さらに住みたい」という姿、すなわち、交流と定住の両立と、観光を核とする産業や地域の活性化を推進します。



みやぎへ「いざなう」観光施策の展開

- みやぎの情報発信・誘客プロジェクト（観光地みやぎへいざなう） -

みやぎへ訪れる人を増やすためには、みやぎがどのような魅力を持つ所であるかを積極的に発信していく必要があります。当地を訪れる人や旅行エージェント・マスコミ等に対して、海・山・温泉・食・歴史や文化・くらし等に関する情報を誘客対象ごとに効果的に発信し、観光地みやぎに人を呼び込みます。

みやぎのイメージづくり

地域が一体となって取り組む姿を示すため、地域の特性を端的に表すイメージを作り上げるとともに、各種メディアやインターネットなどを通じ、きめ細かで、みやぎ特有の情報発信を行います。

特に、「食材」、「温泉」、「歴史・文化」といったみやぎのセールスポイントについて強力に情報発信します。

また、こうした「みやぎならではの」を探求すること自体が旅の目的になるよう提案していきます。

戦略事業

- ・ 関東圏誘客促進事業
- ・ 首都圏県産品販売等拠点施設運営事業
- ・ みやぎのおいしい「食」ブランド化戦略推進事業
- ・ みやぎの水産物トップブランド形成事業

その他ブラン策定期間内に重点的に取り組む事業

- ・ インターネット等を活用した情報提供（宮城県メールマガジン「メルマガ・みやぎ」、グリーン・ツーリズム情報サイト「みやぎまるごとツーリズム」など）
- ・ 県政首都圏ラジオ番組
- ・ 宮城の観光イメージアップ事業（教育旅行誘致）
- ・ みやぎ蔵王三十六景ランクアップ事業（地域産業振興事業）

みやぎの誘客ピンポイント対応

国内宿泊客の誘客活動は、まず東北地方への入込客数の多い関東圏に向け、特に団塊の世代を含めたシニア層を対象に、その生活スタイルや行動・趣向に合った企画を軸とする一方、航空路線就航先の関西・東海等においても実施します。



フルキャストスタジアム宮城

次いで、隣県や県内からの買い物・プロスポーツ観戦などの行動的な日帰り客が近年増加していることから、東北の文化・トレンドの中心としての情報発信や機能向上など、域内流動や地域間交流を促進する施策を展開します。

また、仙台駅や仙台空港・仙台港が集積するなど東北のゲートウェイである宮城県は、東北最大の都市仙台市を始め、コンベンション機能や多くの観光資源を有する求心力を最大限に引き出していくと同時に、東北地域に観光客が増えることが、みやぎの観光客増につながるとの意識を持ち、みやぎを起点として東北全体を視野にとらえた誘客活動を推進します。



東北のゲートウェイ JR 仙台駅

なお、現在、国では「2010年までに1,000万人の訪日外国人誘致」を実現するため、ビジット・ジャパン・キャンペーンを展開中です。加えて、平成19年3月には、仙台空港とJR仙台駅を結ぶ「仙台空港アクセス鉄道」が開通します。そこで、国際的には、経済成長著しい東アジアを重点市場

と位置付け、とりわけその発展が進み、かつ、国際航空路線が就航している韓国・中国・台湾などを軸に誘客活動を行うとともに、香港などへのエアポートセールスと一体となって新規観光需要の開拓を進めます。

戦略事業

- ・ 食材王国みやぎ総合推進事業
（「食材王国みやぎ」フェア開催事業）

その他プラン策定期間内に重点的に取り組む事業

- ・ みやぎまるごとフェスティバル開催事業
- ・ 県政首都圏ラジオ番組
- ・ 仙台・やまがた交流連携推進事業等の県際連携
- ・ 外国人観光客誘致促進事業（東アジア）
- ・ 観光客誘致ステップアップ事業（国外の新たな旅行市場の開拓）

イベント・コンベンション の誘致

みやぎの知名度の更なる向上のためには、大学が集積し、政令都市である仙台の都市機能を活用し、イベントやコンベンション の誘致を進め、県民の観光振興に対する意識の変化を促し、官民一体でみやぎの観光振興を連携、協働していきます。

また、都市と自然が程よい距離で存在している利点を活かし、アフターコンベンションの魅力に満ちた特性をPRしていきます。

大会，集会，大型会議など。

戦略事業

- ・ 仙台・宮城DC推進事業

その他プラン策定期間内に重点的に取り組む事業

- ・ フィルムコミッション事業

戦略事業

事業名	関東圏誘客促進事業
趣旨・目的	関東から宮城県へは、地理的に近いばかりでなく、高速道路や新幹線をはじめとする高速交通体系が発達している。今後の当県の観光客数・交流人口を増加させるため、関東圏にターゲットを絞り施策展開し、都市と農村の交流の促進等と併せて、更なる誘客を目指す。
事業内容	<p>関東圏を中心にマスコミや各種メディア、情報コンテンツ、ポスター掲示等を通じ、みやぎの情報を提供するなど、イメージアップを図る。</p> <p>具体的取組例</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 首都圏でのみやぎのイメージアップ 宮城県に縁のある著名人を起用した「みやぎをPRするポスター」を作成し、即効性の高いJR線等の車両メディア媒体を活用し掲示するほか、県民の観光に対する意識効用のため、県内の観光関連施設等へ掲示する。 2) 首都圏向けTV放送 首都圏向けのテレビ番組を制作・関東圏で放映し、宮城への更なる誘客を図る。 3) 情報コンテンツの活用(グリーン・ツーリズム) 農山漁村地域でのコミュニティ再生を主目的にしながらも、本県観光の魅力の大きな柱になりつつある、「グリーン・ツーリズム」について、機動性の高い携帯端末を利用した情報発信を実施する。
事業開始年度	プラン計画期間内(新規)
実施主体	県

事業名	首都圏県産品販売等拠点施設運営事業
趣旨・目的	首都圏における本県の観光物産の情報発信と消費動向等のニーズ収集など、情報の相互交流の拠点施設として、東京アンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」の運営管理を行うもの。
事業内容	宮城ふるさとプラザ内及びアンテナショップPRのための首都圏での催事物販拡販 物産販売 首都圏における消費者ニーズの把握 市町村，団体，企業等の活動支援 観光情報の提供
事業開始年度	H17年度
実施主体	県・(社)宮城県物産振興協会

東京アンテナショップ「みやぎふるさとプラザ」



事業名	みやぎおいしい「食」ブランド化戦略推進事業
趣旨・目的	<p>本県は「食」に関して、農林水産資源に恵まれる地域であることから、良質な素材を活用した付加価値の高い製品・サービスの開発・事業化を促進し、みやぎおいしい「食」ブランドとして全国へ統一的な推奨等を行うことで食関連産業の振興を図る。</p> <p>加えて、同ブランドを全国に情報発信することにより、優れた県産食材等の知名度を高め、「食」を通して県外からの誘客を図るもの。</p>
事業内容	<p>「食」関連産業振興の一つの方策として本県「食」のブランド化（＝食材・加工食品の特性、優位性を推奨し、買い手側に本県食材等に対する評価・信頼を高めること）を推進する。</p> <p>期間中には「食材王国みやぎ」を旗印に、本県の「食」に関する統一的な基本理念の普及・浸透を推進するほか、県内食産業のブランド化を牽引する産品・商品の発掘、育成、開発推進するほかブランド化を推進する上で重要な事業者・生産者等の意識啓発を行う。</p> <p>また、本県「食文化」を全国に情報発信することで、本県「食」の知名度及び全体イメージの向上を図る。</p>
事業開始年度	プラン計画期間内（新規）
実施主体	県

事業名	みやぎの水産物トップブランド形成事業
趣旨・目的	<p>本県水産物の「高鮮度」、「高品質」などの特徴を活かしたブランド魚の創出や、認知度の向上やサポーターの拡大、消費拡大等の取組を推進し、本県水産物のブランド構築と全国に高い知名度を有する水産物の増加を図る。</p> <p>また、優れた本県水産物の推奨を通じて、県外からの誘客を図るもの。</p>
事業内容	<p>全国有数の水揚げを誇る石巻・塩釜魚市場において、魚市場及び流通関係者が連携し、市場の特徴であり、かつ、潜在的ポテンシャルの高いカツオ（石巻）、マグロ（塩釜）について、高鮮度・高品質なブランド魚を創出し、地元内外に発信し「地域ブランド」の育成を図る。</p> <p>また、本県の主要な養殖水産物を中心に、地元及び首都圏サポーターの拡大、農産物など他産物と連携した消費生活提案等を通じたPR、イベント及びフェアの開催など、パブリシティ効果等も見込めるコマーシャルやマーケティング活動を実施し、本県水産物に対する認知度の向上や消費の拡大を図る。</p>
事業開始年度	H15年度
実施主体	県

事業名	食材王国みやぎ総合推進事業（「食材王国みやぎ」フェア開催事業）
趣旨・目的	東京事務所の人的ネットワーク等を活用し、本県の豊富で優れた食材を首都圏に発信し、「食材王国みやぎ」の確立を図る。
事業内容	首都圏等の有名ホテルにおいて、本県産食材を使用した「食材王国みやぎ」フェアを開催し、ホテルの持つ「高級イメージ」や有名シェフの「料理」という付加価値を付けることによって、本県産食材の特徴を最大限に引き出し、宮城の豊富な食材をPRするとともに、「食」の分野から本県への観光客誘致に寄与するもの。
事業開始年度	H17年度
実施主体	県

事業名	仙台・宮城デスティネーションキャンペーン（DC）推進事業
趣旨・目的	観光産業が地域経済の活性化に寄与する効果は非常に大きく、特に大きな経済効果を生み出す「宿泊観光客」の獲得を目指すとともに、2007年以降の団塊世代退職市場を攻略し、交流人口の拡大を図るため、JRと協力して全国大型観光キャンペーンである「デスティネーションキャンペーン」を実施するもの。さらに、このキャンペーンを契機として各地域が観光につながる資源を磨き上げ、又は発掘し、各産業間が連携した官民が一体となった観光客誘致のための継続的なシステムを構築することを目的とする。
事業内容	<p>交流人口の拡大を図るため、JRグループ6社と協力し、観光客の誘致を目的とした宣伝・広報活動を首都圏を中心とした全国各地において展開するもの。主な内容としては、デスティネーションキャンペーン開催1年前に開催する「全国宣伝販売促進会議」において旅行会社等にキャンペーンでの取組を説明し、商品造成や宮城県への集中的な送客を依頼するものである。また、プレキャンペーンや本番開催時の誘客イベントを通して集中的な誘客を図るとともに、首都圏を中心にキャラバンの実施、各種広告媒体を活用した活動を行うものである。</p> <p>平成20年の開催時期までの間、宣伝活動やイベント等の実施と合わせて、県内各地域において、自治体及び各産業間の連携のもと、官民一体となった観光客誘致のためのシステムを構築するため、観光資源の開発やおもてなし向上対策といった受入態勢の整備を行い、観光の視点による地域振興の推進及び活性化を図るための取組を行う。</p>
事業開始年度	プラン計画期間内（新規）
実施主体	仙台・宮城デスティネーションキャンペーン推進協議会

1 デスティネーションキャンペーンとは？

Destination（目的地・行き先）と Campaign（宣伝）を組み合わせた合成語で、地方自治体や観光関係者等とJR6社が協力して行う全国大型観光キャンペーン

地方自治体や観光関係者等は観光資源の発掘や開発・大規模なイベントを展開するなどの受入態勢整備を行い、JRは開催地を全国に集中的にPRし、全国から開催地への送客を図るものです。

また、このキャンペーンは、地域が観光につながる資源の磨き上げ及び新たな観光資源の開発など民官一体となった観光客の誘致を向上する継続的なシステムを構築し、産業間の連携による地域振興の推進、地域観光の活性化を図る魅力的な観光エリア「みやぎ」を確立する「きっかけ」となるものです。

2 仙台・宮城デスティネーションキャンペーン概要

(1) 開催時期

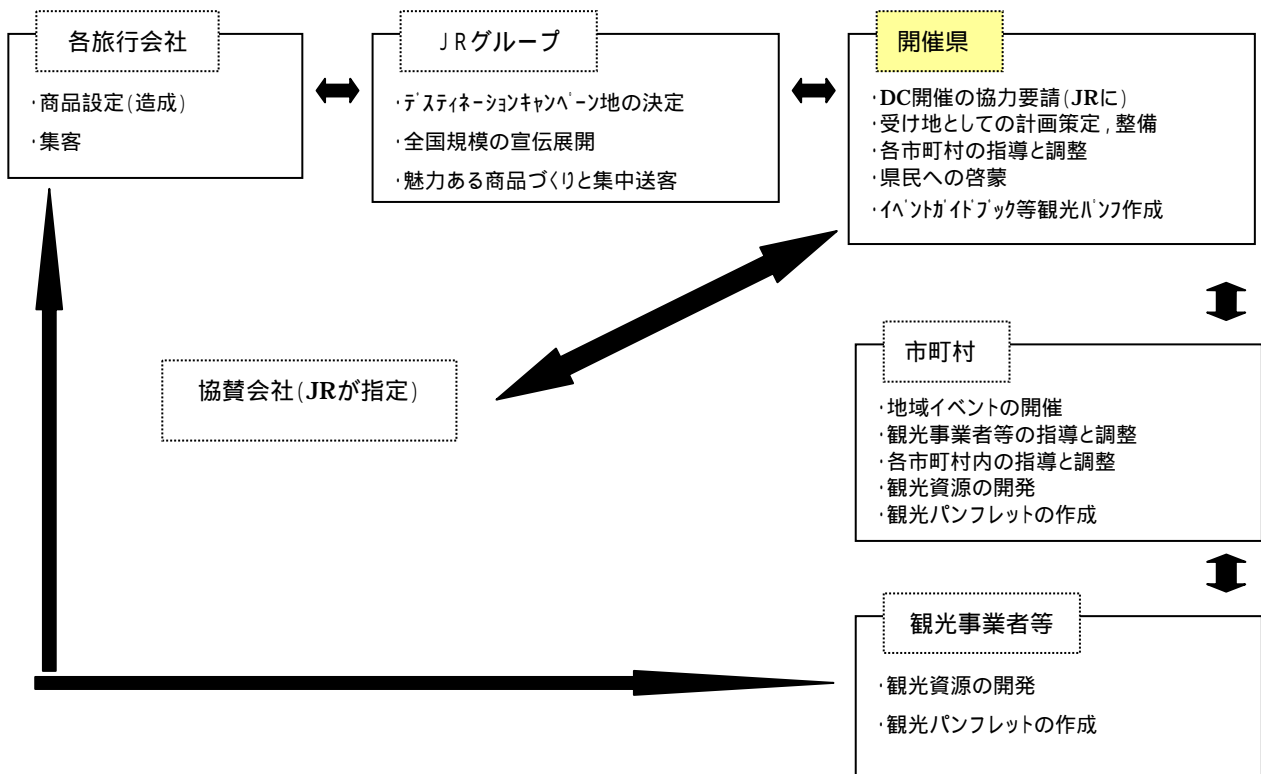
平成20年10月から12月まで(3か月間)

(2) 開催場所

仙台市をはじめとする宮城県内各地及び他県隣接地域

(3) 推進体制

- ・開催県、参画市町村及び観光事業者等が開催推進母体である協議会等を組織し、JRグループ6社と連携の上、全国での集中宣伝、情報の発信を行う。
- ・さらに、各旅行会社と連携し、開催県への集客のための商品設定(造成)を行う。



(4) 期待される効果

観光の視点を活かした地域振興の推進

地域観光の活性化と観光旅客の拡大

地元産業界の活性化

自治体、観光関係業界、農漁業界及び商工業界等との連携と融和

「交流」、「おもてなし」による観光客のリピーター化

みやぎで「もてなす」観光施策の展開

- みやぎの魅力創出プロジェクト（何度も訪れたくなるみやぎのおもてなし） -

みやぎへの観光客を増加させるため、住んでいる地域の魅力を認識し、誇りを持ち、その良さを伝えることができる人材の育成や観光地としての価値を磨き上げ、「地域全体でもてなす観光地づくり」を推進していきます。

みやぎのやさしい人づくり

県民一人一人が、あいさつや笑顔でもてなすなど、身近なホスピタリティ向上のための取組を大型観光キャンペーンに向けて開始し、その定着を図ります。

こうした取組に加えて、地元の旬^{しゅん}な食材等の情報案内や、観光地における環境美化運動、さらには、地元固有の祭りや互市などによるふれあい等による地域でもてなす心をはぐくむ施策を展開します。

なお、本県の観光振興を図るためには、観光は観光事業者だけが行うものではないということを広く周知する必要があります。観光がなぜみやぎにとって大切であるかを理解し、すべての県民が観光を担う人材としてホスピタリティ精神を高めていく必要があります。

県民のすべてがそうした認識を共有していくために、観光に関する教育を充実し、あわせて、観光の効果、地域とのかかわりなどを県民に伝えていきます。

戦略事業

- ・みやぎ観光ホスピタリティ向上推進事業
- ・外国人観光客安心サポート事業（通訳ガイドの育成、「i」案内所設置等）
- ・みやぎ観光理解啓発事業（観光教育副読本作成・活用等）

その他プラン策定期間内に重点的に取り組む事業

- ・グリーン・ツーリズム促進支援事業

みやぎのやさしい観光地づくり

観光施設の魅力を高めるためには、利便性の向上は必要ですが、他方、「環境に負荷のかからないこと」、「すっきりしていること」、「きれいであること」、「心地よいこと」といった素朴・端正な要素も重要です。

健常者のみならず、高齢者や障害のある人、子ども連れの人などにも気軽にみやぎに訪れていただくことのできるよう配慮した観光地のユニバーサルデザイン化、などやさしい観光地づくりを着実に進めます。

そのため、観光地における施設や、観光地に至るまでの道路や案内板といったサイン・標識の整備、さらには望まれる二次交通アクセスについて重点的に整備・検討を進めるなど、安全安心の視点から取り組んでいきます。

また、二次交通アクセスが確保されていない地域や観光地域内での移動の利便性の向上に関しては、民間等の交通事業者の主体的な取組を誘引し、訪れやすい観光地を目指します。

戦略事業

・仙台・宮城 DC 受入施設整備事業

その他プラン策定期間内に重点的に取り組む事業

- ・宮城の広域観光づくり事業
- ・主要観光地等の案内板
- ・自然公園施設再整備事業（サイン・トイレ等の点検整備）
- ・バリアフリーみやぎ推進事業

障害者・高齢者・健常者の区別なしに、すべての人が使いやすいような製品・建物・環境などのデザインにすること。

みやぎの地域資源向上

みやぎには、多くの観光資源が存在していますが、その活用状況等について把握するため、資源の総点検を行うことが必要です。関東圏，団塊の世代を含めたシニア層，東アジア地域の人々に、「みやぎならではの」の旅を提案するために、自然・

地理にとどまらず，歴史・伝承などストーリー性のあるゾーニング，さらには広域観光ルートの整備を行います。

また，近年の傾向として，観光客は自然と文化の共生といった環境に配慮した持続可能なテーマにも関心が高いことから，第一次産業などとの連携が大切な要素となっています。

そのため，農林業や環境などの体験型・滞在型観光の提案が不可欠であり，その発掘・整備を行うとともに，あわせて，そうした分野から観光産業に参入を目指す方々への支援体制づくりを整備していきます。

戦略事業

- ・ 食材王国みやぎ総合推進事業
（みやぎの外食産業支援事業）
- ・ みやぎ滞在・周遊型観光資源発掘事業
- ・ みやぎの景観形成事業
- ・ 自然環境保全対策事業
- ・ みやぎグリーン・ツーリズム推進協議会活動支援事業

その他プラン策定期間内に重点的に取り組む事業

- ・ 森林空間活用施設整備（キャンプ場・宿泊施設等の整備）
- ・ 観光施設整備資金融資制度
- ・ みやぎビジネスマーケット（ベンチャー・新分野進出への支援）

都市計画や建築プランなどで，空間を用途別に分けて配置すること。

戦略事業

事業名	みやぎ観光ホスピタリティ向上推進事業
趣旨・目的	宮城県を訪れた観光客に対して、おもてなしの心を持って観光案内をする「みやぎ観光コンシェルジュ」を設置し、そのコンシェルジュを中心として観光関係者、さらには一般県民のホスピタリティ向上を図ることにより、観光客の満足度をアップさせ、本県への誘客増加を目的とする。
事業内容	<p>観光コンシェルジュの認定</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光客を快く迎え入れ、宮城県を積極的にPRできる人 地域(観光地)の中心的存在として、ホスピタリティの向上をリードできる人 ホテル・旅館職員、交通機関職員、飲食店職員等、観光客と接する機会の多い人 みやぎの観光「伊達な拾傑」及び市町村、地方振興事務所から推薦された人 <p>観光コンシェルジュの役割</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光コンシェルジュとして自覚を持ち、おもてなしの心を持って観光客に接し、満足度のアップを図る。 地域の中心的存在として、観光関係者の人材育成に努め、地域全体のホスピタリティ向上を図る。 <p>認定した観光コンシェルジュを対象としたセミナーの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> 心構え、おもてなしの心等をテーマとして開催 <p>おもてなし研修会の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> 各地域の観光コンシェルジュを講師として、観光関係者及び一般県民を対象とした研修会を開催 受講者にガイドブックとステッカーを配布し、おもてなしの心の定着を図る。
事業開始年度	プラン計画期間内(新規)
実施主体	県、宮城県観光連盟

みやぎ観光ホスピタリティ向上推進事業

目的

宮城を訪れた観光客に対して、おもてなしの心を持って観光案内する「みやぎ観光コンシェルジュ(旅先案内人)」を設置し、そのコンシェルジュを中心として観光関係者、さらには一般県民のホスピタリティ向上を図ることにより、観光客の満足度アップ、宮城のほのぼのとしたイメージである「スマイルあったか宮城」の醸成・定着、本県への誘客・県内流動の増加を目的とする。

みやぎ観光コンシェルジュ

要件

- 観光客を快く迎えられる人、宮城県を積極的にPRできる人
- 地域の中心的存在として、ホスピタリティ向上をリードできる人
- ホテル・旅館職員、交通機関職員等、観光客と接する機会の多い人
- みやぎ観光「伊達な拾傑」及び市町村・地方振興事務所から推薦された人

役割

- 観光コンシェルジュとして自覚を持ち、おもてなしの心を持って観光客に接し、満足度のアップを図る。
- 地域の中心的存在として、観光関係者の人材育成に努め、地域全体のホスピタリティ向上を図る。

宮城県観光課

- 観光コンシェルジュの認定(定員50人程度)
- 認定書、バッジ、ガイドブック等を配布
- 観光コンシェルジュ向けセミナーの開催

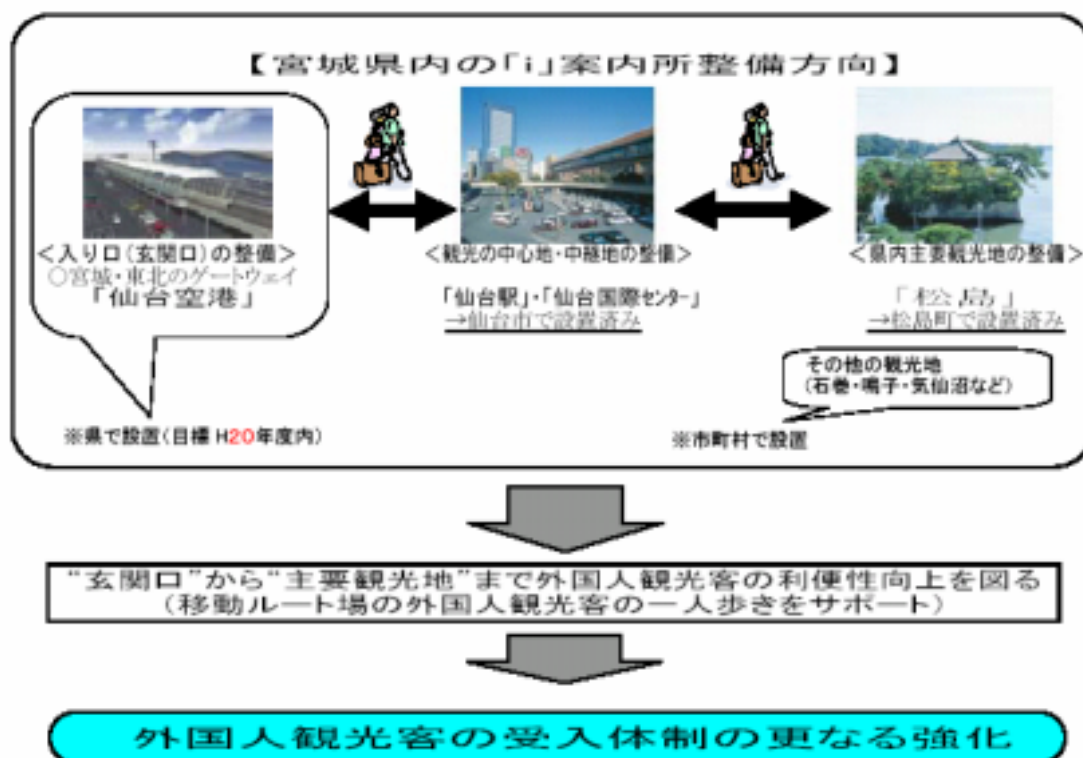
観光関係者

- おもてなし研修会
- 各地域のコンシェルジュを講師として、地域全体のレベルアップを図る。
- ホスピタリティ向上ステッカー
- 研修受講者へ配布し、おもてなしの心の定着を図る。

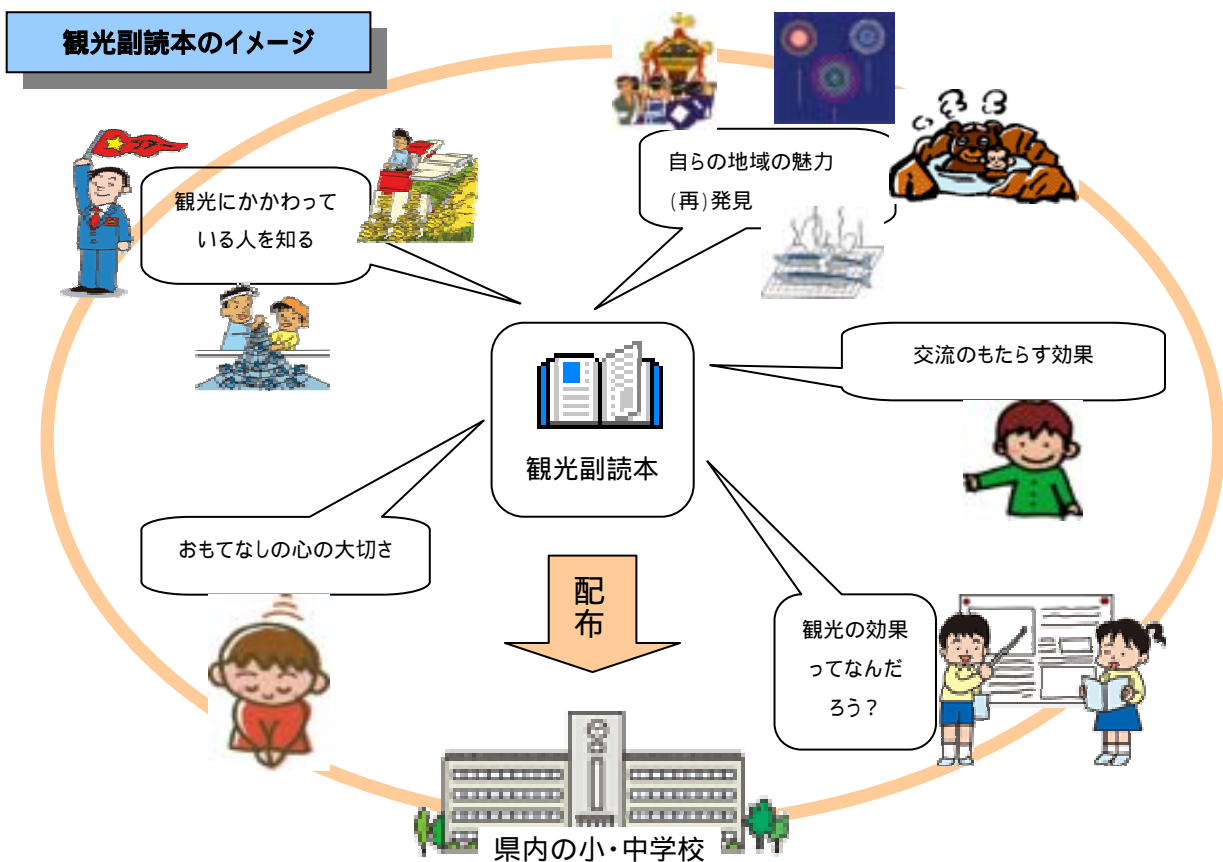
見込まれる効果

- ホスピタリティ向上により、観光客に好印象を与え、リピーターの増加が見込まれる。
- 観光コンシェルジュ及びおもてなしの心の普及をPRすることにより、潜在する観光客の誘客効果が見込まれる。

事業名	外国人観光客安心サポート事業
趣旨・目的	<p>国においては、外国人観光客の大幅な来日促進を図る「ビジット・ジャパン キャンペーン」を展開しており、外国人観光客の誘致が本格化するなか、日本三景の一つ松島、鳴子温泉を始めとする温泉、豊富な食材、さらには七夕祭りなど外国人観光客にとって魅力ある観光地である当県は、対応によっては、大幅な誘客の増加が見込まれる。また、団体旅行から個人旅行へと観光客の行動が変化していく中で、外国人観光客が安心して県内を“ひとり歩き”できるサポート体制の整備も求められている。</p> <p>そのため、外国人観光客の利便性の向上を図り、来県する外国人観光客への対応力のボトムアップ及び強化を図る。</p>
事業内容	<p>「i」案内所整備推進事業（仮称）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 仙台空港ビル「i」案内所設置運営管理：仙台空港ビル（株）と連携の上、東北の玄関口である仙台空港旅客ターミナルビル内に外国人観光客対応が可能な「i」案内所を整備し、外国人観光客の受入体制整備を強化する。 ・ 観光案内「i」アップグレード対応：現在市町村で設置している観光案内所を「i」案内所の指定が受けられるよう働きかけを行う。 <p>宮城県通訳案内士制度整備事業（仮称）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 外客誘致法の改正により新たに都道府県単位で実施可能な「地域限定通訳案内士」制度ができたことから、平成19年度は当県の魅力を深く理解し、正しく外国人観光客に魅力を伝え、かつ、満足感を与えることができる本県独自のおもてなしの心を持った宮城県通訳案内士の育成のため、実態調査と準備作業を行う。 <p>外国人観光客受入体制ボトムアップ事業（仮称）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 上記の宮城県独自の通訳案内士が誕生するのは平成20年度以降であるため、それまでの間、外国人観光客に対する地域の人的対応力の底上げと良質な受験人材の育成のために、主な受験者予備群と見込まれる県内の善意通訳者団体の構成員を対象に、各団体から募った研修企画を比較検討の上、より効果が高いと見込まれる研修企画を実施する。
事業開始年度	プラン計画期間内（新規）
実施主体	県



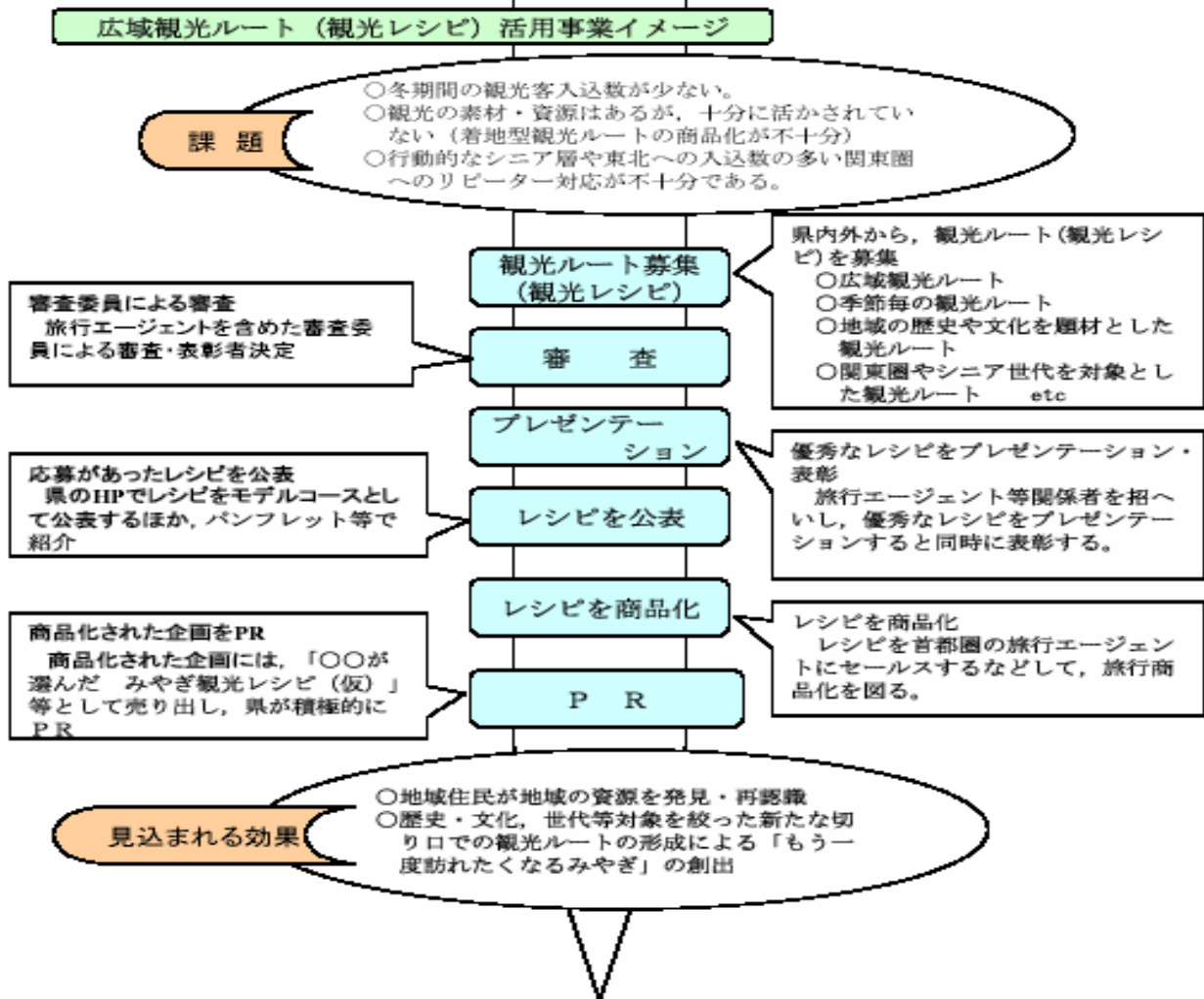
事業名	みやぎ観光理解啓発事業
趣旨・目的	観光事業は、総合産業といわれ、そのもたらす効果は、観光事業者だけのものではなく、農林水産業などへ幅広い波及効果が認められている。また、地域資源の再認識やおもてなしの心を育成することも必要であるが、一般的には、その効果があまり認識されていないことから、教育現場を始めとして広く県民に周知し、県民のホスピタリティの向上を通じ、訪れてよしの観光地づくりを目指す。
事業内容	<p>具体的取組例</p> <p>観光教育副読本作成・配布 幼いころから、ホスピタリティの心を醸成するため、観光がもたらす効果等を記した観光教育副読本を作成し、県内の小中学生に配布する。 副読本には、子どもが興味を示し、かつ、理解しやすいよう漫画キャラクター等を活用する。</p> <p>観光シンポジウム開催 観光の効果を広く県民に理解・啓蒙するため、観光シンポジウムを開催する。 ホームページへの副読本データ掲載（非予算的手法） 観光教育副読本を県のホームページで公開し、小中学生以外への観光事業に係る効果を啓もうする。</p>
事業開始年度	プラン計画期間内（新規）
実施主体	県・県観光連盟



事業名	仙台・宮城DC受入施設整備事業
趣旨・目的	<p>大型観光キャンペーンの開催に向け、県内の自然公園内の主要な観光拠点において、老朽化し安全・快適な利用に支障を来している遊歩道、休憩施設、公衆便所などの再整備を行い、観光地としての魅力の増進を図る。</p> <p>また、周辺に代替施設が整備されたことなどにより利用が減少した施設を撤去し、景観の復元と管理コストの削減を図る。</p>
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・安全な利用に配慮した自然公園施設の再整備を行う。 ・誘客サイン，照明施設，案内標識の充実を図る。 ・老朽化した公衆便所の撤去，再整備を行う。
事業開始年度	プラン計画期間内（新規）
実施主体	県

事業名	食材王国みやぎ総合推進事業（みやぎの外食産業支援事業）
趣旨・目的	地産地消を含め、消費者ニーズに応える優良な地元外食事業者を支援することにより、その質の確保と集客力向上を図り、県内の外食産業の振興に資する。
事業内容	<p>メニューの栄養成分や食材の産地表示，ヘルシーメニューの提供，バリアフリーに配慮した食事環境など，満足度の高い食事を提供するための取組を行う飲食店等を「健康づくりサポート・おもてなしの店」として登録し，外食分野において，ゆったりと楽しく食事ができる環境づくりを進めます。</p> <p>（取組内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> 栄養成分表示 食材情報表示（食材産地，栽培情報等） ヘルシーメニュー・オーダー（ヘルシーメニュー，健康的な食生活につながるオーダーへの対応） 禁煙・分煙 バリアフリー
事業開始年度	H17年度
実施主体	県

事業名	みやぎ滞在・周遊型観光資源発掘事業
趣旨・目的	地域内外の視点で県内や東北域内での広域観光ルートや季節ごとの観光ルート、さらには滞在型の観光資源の発掘等、着地型の観光ルートを新たに設定する。 地域外の視点を入れることにより、地域住民がこれまで観光資源と認識していない(地域の人にとって当たり前の)資源である「原風景」や「手つかずの自然」等を再認識するとともに、観光ルートを広く広報・商品化するなど、みやぎの滞在・周遊型の新たな観光ルートを開発、PRし誘客を図る。 また、宮城県内の観光地等観光資源や農業体験等と協調した宿泊地利用の促進など、滞在・周遊型の観光地みやぎの実現を図る。
事業内容	【具体的事業例】 (1) 広域観光ルート(観光レシピ)活用事業 広域観光ルートや季節ごとの観光ルート、地域の歴史や文化を題材とした観光ルート(以下「観光レシピ」という。)等を県内外から公募し、優秀な応募作品を選定・表彰・公表する。 また、旅行エージェントに企画を提示し商品化を図るほか、県が先頭に立って積極的にPRする。 (2) 体験・滞在・周遊型観光地づくり 県内の観光地等観光資源や農業体験等と県内温泉旅館ホテル等の利用をセットにした滞在・体験・周遊型の観光地づくりを進める。
事業開始年度	プラン計画期間内(新規)
実施主体	県



事業名	みやぎの景観形成事業
趣旨・目的	自然や歴史的街並みなど個性ある資源を積極的に活かしながら、良好な景観形成に取り組む地域を支援しようとするもの。
事業内容	<p>平成18年度に改訂した(仮称)新・宮城県景観形成指針の普及・啓発に努める。 また、景観法に基づく景観行政団体になろうとする市町村に対し、景観計画づくりへの支援や、景観ポータルサイト開設による各種情報提供(景観アドバイザー等)を行う。 その他、景観形成を進めるに当たっては、行政のみではなく県民全体での取組が必要であるため、シンポジウムの開催により、景観に関する県民意識の高揚を図る。</p> <p>具体的取組例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・景観シンポジウムの開催 ・顕彰制度の創設 ・景観百選選定事業 ・景観ポータルサイトの開設 ・景観教育の普及
事業開始年度	プラン計画期間内(新規)
実施主体	県

事業名	自然環境保全対策事業
趣旨・目的	<p>国定公園の中でも原生的な自然が残るなど、特に嚴重に自然景観を維持する必要がある「特別保護地区」、良好な自然環境を有する「蒲生干潟」、世界に誇り得るラムサール条約湿地である「伊豆沼・内沼」において、保全対策事業を実施し、優れた自然景観の保全修復等を図るもの。</p>
事業内容	<p>1) 国定公園保全対策事業 (S5 4 ~ , 実施主体: 県)</p> <p>栗駒国定公園保全対策 栗駒山雪田地域において、高山植生群落の保護復元を図るためのボランティアによる植栽作業や植生復元施設(階段工)の整備を計画的に実施する。</p> <p>南三陸金華山国定公園保全対策 金華山島において、森林群落の復元を図るための防鹿柵の設置を計画的に実施するとともに、島内に生息するニホンジカ等の頭数や植生生育調査を行う。</p> <p>2) 蒲生干潟自然再生推進事業 (H1 4 ~ , 実施主体: 県・蒲生干潟自然再生協議会)</p> <p>蒲生干潟自然再生協議会は、宮城県、仙台市、環境省東北地方環境事務所、日本野鳥の会宮城県支部、蒲生を守る会の5団体が共同で協議会事務局の運営を行っており、平成18年度には「蒲生干潟自然再生全体構想」を策定、今後、同構想に基づく実施計画を各実施者が策定の上、事業を実施する。</p> <p>3) 伊豆沼・内沼環境保全対策事業 (H5 ~ , 実施主体: 県)</p> <p>既存の「伊豆沼・内沼環境保全対策基本計画」を見直し、新たな計画に基づき、水環境の回復や生物多様性の保全に向けた実効ある保全対策事業を実施する。</p> <p>また、自然再生推進法に基づいた伊豆沼・内沼自然再生事業の導入も視野に入れながら、地域住民、専門家、NPO、関係行政機関等の多様な主体の参加と連携による推進体制を整備する。</p>
事業開始年度	継続事業
実施主体	県・蒲生干潟自然再生協議会



栗駒国定公園 (雪田ボランティア植栽作業)



栗駒国定公園 (雪田植生復元対策工事)



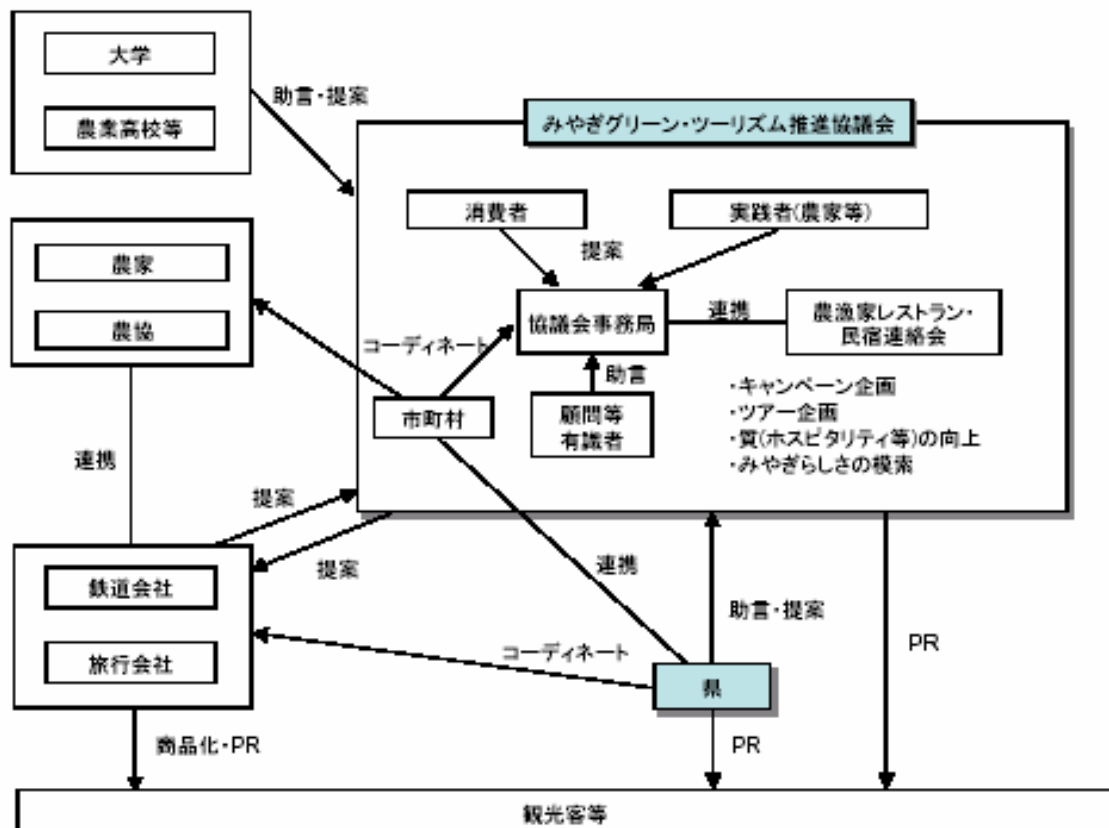
蒲生干潟の天然記念物コクガン



伊豆沼・内沼の落雁風景

事業名	みやぎグリーン・ツーリズム推進協議会活動支援事業 (グリーン・ツーリズム促進支援事業)
趣旨・目的	農山漁村地域活性化の一環として、都市住民が農山漁村地域の持つ景観、食材、伝統文化等を活用した体験・交流を行うグリーン・ツーリズムを一層推進するため、効率的な情報の受発信や啓発・普及などを、実践者、消費者、公共団体、その他関係機関が連携して行える広域的なネットワークを構築し、各分野において個別の取組が多い現状から、実践する側と利用する側両方の視点に立った課題の整理と、組織的な課題解決へと流れを変え質の向上を図るとともに、持続的な農山漁村地域の活性化に必要な自立した取組を実現するため、全県を範囲とする民間推進組織である「みやぎグリーン・ツーリズム推進協議会」の活動を支援するもの。
事業内容	みやぎグリーン・ツーリズム推進協議会が実施する事業を補助するとともに、必要に応じて助言・提案を行い、関係機関（旅行会社、教育研究機関等）との連携による効果が発揮できる事業展開へと導いていく。 推進協議会の目的 ・グリーン・ツーリズムの啓発・普及 ・グリーン・ツーリズムの情報受発信 ・グリーン・ツーリズムの実践化支援 ・都市住民と農山漁村の受入調整
事業開始年度	H17年度
実施主体	県

グリーン・ツーリズム促進支援事業によるグリーン・ツーリズム推進のイメージ



観光王国みやぎを「ととのえる」観光施策の展開

- みやぎの連携・組織づくりプロジェクト(みやぎの連携と組織をととのえる) -

観光王国みやぎの実現を図るため、官民など各主体間の連携の強化や地域力を高めるための県内組織の強化、また、広く東北6県などの広域連携の体系化など観光産業の振興を推進する体制、地域力・観光力を支える組織体制を整えます。

みやぎの地域力向上組織構築

観光王国みやぎづくりを推進するため、大型観光キャンペーンの開催を契機として県組織体制の在り方を点検し、地域や民間の創意工夫を施策に反映させることのできる地域支援のための機関へ転換できるよう体制づくりを進めます。

また、官民が主体的に地域力の向上に取り組み、今後の地域づくりのきっかけ、観光資源を生み出す場として引き継がれるような組織づくりや強化策を行います。

戦略事業

- ・全国大型観光キャンペーン宮城県実施推進本部整備事業（県組織体制の整備）
- ・仙台・宮城デスティネーションキャンペーン（DC）推進事業（地域部会の整備）
- ・みやぎ大型観光キャンペーン推進組織整備事業（観光連盟の強化）

みやぎ東北ぐるっと連携

現在進められている広域連携を観光振興の視点からテーマ、誘客対象、目的等により改めて体系化、再構築して、新たな磨き上げを行い、効果的な仕組みとなるよう進めていきます。

また、多様化する観光ニーズに対応するため、地域実情に即したランドオペレーター機能の充実を図るなど、取り組みやすく、かつ、実効性のある仕組みとしていきます。

戦略事業

- ・みやぎ発東北観光体制整備事業

その他プラン策定期間内に重点的に取り組む事業

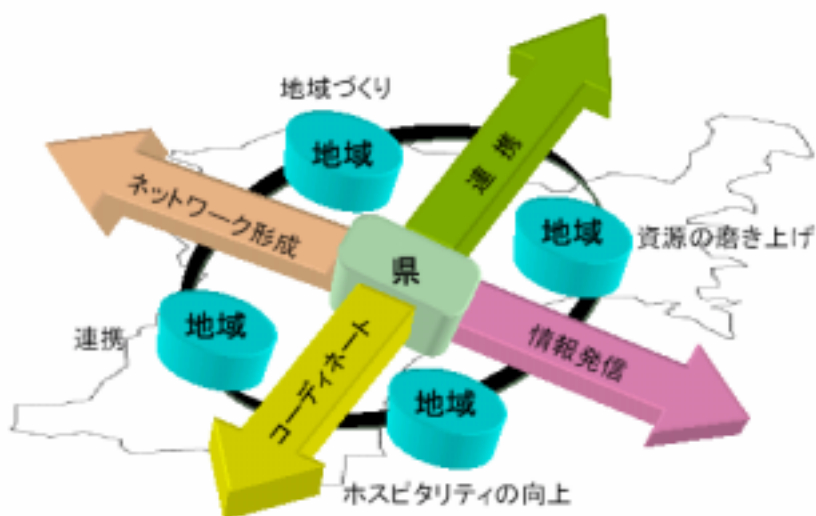
- ・広域連携の推進
- ・各種協議会の統合整理

地域の観光案内やホテルやレストランの手配などを行うこと。

各主体の役割分担

本県の観光力の向上に関しては、観光関連団体・民間事業者・県民・市町村がそれぞれに期待される役割を担い、主体的に行動することが不可欠です。

「観光」を総合産業として持続可能なものとしていくため、各主体がその担い手としての力を十分に発揮し得るよう、各主体間の調整役など県としての役割を着実に果たしていきます。



観光関連団体に期待する役割

観光関連の民間事業者などの接遇，サービスの向上のため，研修制度の充実を図るとともに，関係機関と連携し，観光情報の収集や誘客のためのPR活動を積極的に展開します。

具体的取組例示

- 戦略的観光キャンペーンの展開
- 訪問者のニーズに対応したサービスの提供，情報発信
- サービスの質の向上に寄与する人材の育成と確保
- 観光関連情報の収集と提供，誘客PR活動を実施
- 接遇サービス・ホスピタリティ向上などの研修
- ホスピタリティ産業等に対する助言
- 個々の事業者が連携した事業の展開を推進
- 異なる観光事業者同士や異業種とのネットワークの構築
- 観光振興や地域づくりを進める組織の育成・強化

民間事業者に期待する役割

観光王国みやぎの実現の主要な担い手として、地域資源を積極的に活用するとともに、観光客の方に対するホスピタリティの向上に努め、受入態勢の充実を図ります。

具体的取組例示

従業員教育の充実、ホスピタリティの向上
時代の要請にこたえるメニューづくりや施設整備
新たな魅力づくりのために地域と連携、磨き上げ
他産業との連携など多様なネットワークづくり
地域住民と一体となった地域づくり、まちづくり

県民に期待する役割

一人一人が地域の自然や文化に対する知識と誇りを持ち、また、宮城の観光情報発信の担い手となり、訪れる観光客の方を温かく迎えます。

具体的取組例示

日ごろから訪問者への「こんにちは」などあいさつの実践
花を植える、ごみを拾うなどみやぎの環境美化の実践
観光ボランティアなどの活動への参加
訪問者と地域との積極的な観光交流の促進
地域の自然や歴史・文化遺産の保護保全、伝統行事等の継承への取組
自らがみやぎに誇りを持ち、愛着を感じる魅力ある地域づくりへの自発的参加
NPO、ボランティア間の情報の共有や協力体制の確立

市町村に期待する役割

観光振興方策を樹立し、地域の観光関連団体、観光関連の民間事業者、地域住民と連携するとともに、県内外の隣接市町村と連携し、地域資源を活用しながら、具体的な施策を展開します。

具体的取組例示

地域の特性を活かした魅力ある地域づくりを推進
地域資源の一層の磨き上げなどブラッシュアップの推進
地域内の観光関連情報の収集と提供
県や観光連盟と連携した地域のPRを推進
観光関係者の取組に対する支援や調整
地域住民の観光に対する理解の促進
観光施設にかかわる基盤施設などの整備を推進
県や観光関係団体と連携による民間事業者の支援
地域内外との広域的な連携の推進

県の役割

総合的な観光行政推進の見地から，市町村，観光関連団体，観光関連の民間事業者，地域住民と連携し，また，東北各県などと広域的な連携を図りながら，施策を展開します。

具体的取組例示

- みやぎの観光振興の方向性の提示
- みやぎのイメージ創出と情報発信の推進
- 全県的な観光客の誘致促進や宣伝活動などを連携して展開
- 国や東北各県との連携による広域観光や国際観光の振興
- 観光全般に関する調査・分析や情報の提供
- みやぎの観光交流を担う人材の育成を推進
- 観光施設にかかわる基盤施設などの整備を推進
- 観光産業と異業種の連携の調整
- 市町村や民間の観光関連事業に対する支援や調整
- 関連主体間の広域的な連携の調整，ネットワークづくりの推進

戦 略 事 業

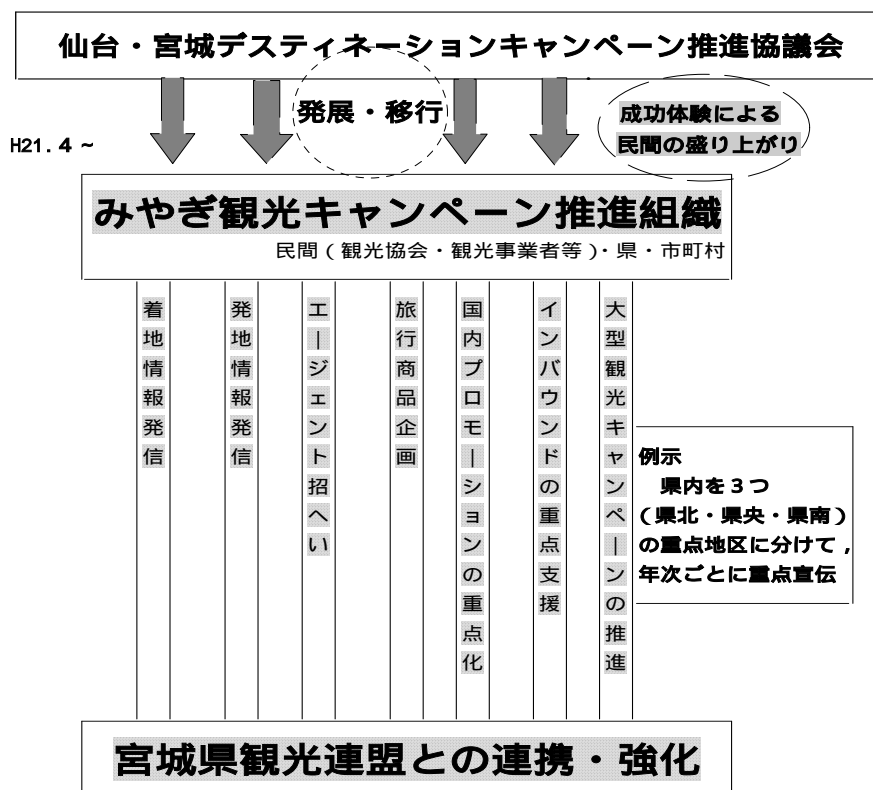
事 業 名	全国大型観光キャンペーン宮城県実施推進本部整備事業
趣 旨 ・ 目 的	平成 20 年の仙台・宮城デスティネーションキャンペーンの中心的役割を担う宮城県が主体的に取り組む各種の事業を円滑に推進するため、庁内組織の体制を強化する。
事 業 内 容	<p>仙台・宮城デスティネーションキャンペーンの実施に当たって宮城県が担うことになる事業の総合調整及び進行管理を行う。</p> <p>仙台・宮城デスティネーションキャンペーン推進協議会との連携の下、各地域の積極的な取組や盛り上げりを助長するための様々な仕掛けや取組を全庁挙げて推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・仙台・宮城デスティネーションキャンペーン宮城県実施推進本部の設置，運営 ・仙台・宮城デスティネーションキャンペーン産業経済部推進部会の設置，運営
事業開始年度	プラン計画期間内（新規）
実 施 主 体	県

事 業 名	仙台・宮城デスティネーションキャンペーン推進事業（再掲）
趣 旨 ・ 目 的	（再掲）
事 業 内 容	<p>（再掲）</p> <p>官民一体となった推進組織を設置する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・仙台・宮城デスティネーションキャンペーン推進協議会の設置，運営 ・仙台・宮城デスティネーションキャンペーン推進協議会地域部会の設置，運営
事業開始年度	プラン計画期間内（新規）
実 施 主 体	仙台・宮城デスティネーションキャンペーン推進協議会

事業名	みやぎ大型観光キャンペーン推進組織整備事業
趣旨・目的	平成20年の仙台・宮城デスティネーションキャンペーンを成功に導き、その成功体験による民間の盛り上げりを発展・移行させて、県内各地域における観光客受入態勢を後年に引き継ぎ、将来的に安定した県内統一の宣伝活動を実施する、ポスト仙台・宮城デスティネーションキャンペーンを担う、官民一体となった推進組織を設置し、機能的なプロモーション活動を行う。
事業内容	<p>県内一円で統一的に大型観光キャンペーンを推進できる組織を設け、宮城県観光連盟との連携・強化を図りながら、宣伝の重点化や旅行商品の企画などを行い、観光客の誘致促進・態勢整備を推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 大型観光キャンペーンの推進 ・ 国内プロモーション¹の重点化 ・ 旅行商品の企画 ・ インバウンド²の重点支援 ・ 旅行エージェント招へい ・ 県観光連盟との協働
事業開始年度	プラン計画期間内（新規）
実施主体	民間・市町村・県

- 1 誘客のための宣伝
- 2 外国人観光客誘致

ポストデスティネーションキャンペーン（DC）に向けて



事業名	みやぎ発東北観光体制整備事業
趣旨・目的	東北のゲートウェイを有する本県が東北の起点としての役割を果たすことが望まれる。 東北観光を推進する体制づくりを進めるため、官民一体による推進体制の整備と東北観光戦略を展開する。
事業内容	官民一体による推進主体として東北六県観光推進協議会と東北広域観光推進協議会を統合し、東北の観光戦略を展開する実行組織「東北観光推進機構（仮称）」を常設機関として設置し、東北が一体となって効果的・効率的に推進できる事業を東北観光戦略と位置付けて取り組む。 <ul style="list-style-type: none"> ・東北観光戦略の企画立案 ・東北観光戦略事業の実施 ・東北観光の国外宣伝の推進 ・東北観光の国内宣伝の推進
事業開始年度	プラン計画期間内（新規）
実施主体	民間・東北7県

