

第1章 基本的な考え方・これまでの観光の動向

(1) 計画策定の趣旨

観光事業者等が資金繰りや雇用を維持し、新型コロナウイルス感染収束後に観光業を回復軌道に戻し、その後の成長軌道につなげていくための取組を関係者が一体となって推し進めるために策定

(2) 計画の位置づけ

本計画は、第4期観光戦略プランの実実施計画と位置づけ（新型コロナウイルス感染症の影響から回復・再生するために新たに生じた課題解決の指針）

(3) 計画期間

- 5年間（令和2年10月から令和4年3月まで）
※計画期間後も残る課題は新たな観光戦略プランの策定過程で検討

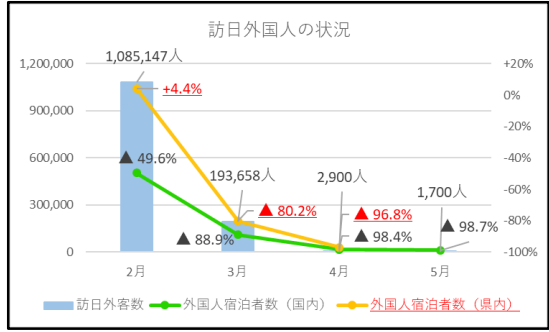
| 計画期間 | 観光戦略プラン | ～令和2年度 | | 令和3年度 | | 令和4年度～ | |
|------|---------|----------------------|----|--------------------------------|----|-----------------|----|
| | | 上期 | 下期 | 上期 | 下期 | 上期 | 下期 |
| | 観光戦略プラン | 現行4期プラン (4つの観光戦略) | | 改定4期プラン (4つの観光戦略 +コロナ戦略) | | 5期プラン (成長戦略) | |
| | | (実施計画) | | 回復戦略 (コロナ戦略) | | | |

| 数値目標 | 基準値 (平成28年) | 最新値 (令和元年) | 現目標値 (令和2年) | 新目標値 (令和3年) |
|-------------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| 観光客入込数【万人】 | 6,084 | 6,796 | 7,000 | ●● |
| うち沿岸部の観光客入込数【万人】 | 552 | 921 | 805 | ●● |
| 宿泊観光客数【万人泊】 | 922 | 989 | 1,000 | ●● |
| うち沿岸部の宿泊観光客数【万人泊】 | 67 | 80 | 75 | ●● |
| 外国人観光客宿泊者数【万人泊】 | 17.5 | 53.4 | 50 | ●● |
| 観光消費額【億円】 | 3,044 | 3,989 | 4,000 | ●● |

第2章 新型コロナウイルスの影響

訪日外国人

- 訪日外客数は4月、5月ともに前年同月比▲99.9%
- 本県の外国人宿泊者数
3月▲80.2%
4月▲96.8%



県内観光

- (参考)
宮城県ホテル旅館生活衛生同業組合の調査による宿泊者数
- 3月 ▲40.6%
 - 4月 ▲80.2%
 - 5月 ▲83.6%
 - 6月 ▲61.5%

精査中
(観光客入込数, 宿泊観光客数)

交通事業者・旅行者

※新聞報道, 第1回復興会議発言

- 東北新幹線／大型連休中前年比93～96%減 → 6月73%減
- 仙台空港／5月の旅客数前年比約92%減
- バス／高速バスは4～5月で20%程度, 観光バスはゼロ
- 旅行業／4月から6月にかけての売上はほぼゼロに近い
- ハイヤー・タクシー／3～5月前年同期比32～66%

宮城県では、大幅に落ち込んだ県経済の回復と感染症に対応する「新しい生活様式」を取り入れた事業継続への取組を進めていくため、累次の対策を実施

- <主な取組>
- 事業継続や雇用の維持／経営相談窓口設置, 融資制度の開始, クラウドファンディングによる資金調達への助成
 - 経済活動の回復／中小企業等再起支援, 観光事業者スタンドアップ支援
 - 観光需要喚起／旅行商品造成への支援, 小規模事業者への助成

みやぎ観光回復戦略（仮）の概要② ～観光振興会議での意見とその集約

各委員からのご意見

課題（仮）

取組の視点（仮）

戦略の方向性・取組

← 第 3 章 として 構 成 →

← 第 4 章 として 構 成 →

← 第 5 章 として 構 成 →

- 宮城は安全・安心だということをデジタル等を活用し早急に対応すべき
- 今後コロナが再び発生した際にどう対応するか検討すべき
- 感染防止対策の徹底に向けた設備投資への補助など受入体制の整備が必要
- インバウンドへの取組を再検討するべき
- 外国人目線で安心できるかが重要で、ガイドラインは国際基準準拠で策定を
- 観光資源の原石はたくさんあり、磨き上げが必要
- 体験型コンテンツの整備が必要
- 地元が楽しめる取組の継続が魅力発信になる
- 県南と県北で交流するなど、県内全域に広がっていくことが重要
- 二次交通への対応
- 震災ボランティアなど心理的なつながりによる関係人口へのアプローチ
- ふるさと教育により郷土愛の醸成やシビックプライドを持つことが重要
- 東北DCを活用し、全国で取り上げてもらえるような情報発信が必要
- おかえりモネの舞台となることをアドバンテージとして取り組む
- ビジネスモデルの転換が迫られている
- コロナの前に単に戻すのではなく、国や県の支援を待つのではなく、今回の経験を活かして新しい観光のモデルをつくるべき
- 密を回避したテレワーク・ワーケーションへの取組はチャンスになる

- 安全安心対策の迅速な実施が必要
- 感染症発生時の対応策
- 設備投資や感染者受入体制の整備

- 今後のインバウンドへの取組の方向性
- 国際基準準拠のガイドライン策定

- 観光資源の磨き上げ
- 体験型コンテンツ不足
- 地域一体の取組
- 県内の交流人口を拡大
- 二次交通への対応

- 震災ボランティアなど関係人口の構築・拡大
- ふるさと教育・郷土愛

- 東北DC、おかえりモネなどの相乗効果

- ビジネスモデルの転換
- 新しい生活様式への対応
- 3密回避のコンテンツ造成
- テレワーク・ワーケーションへの取組

- 安全安心への対策
- 対策の可視化
- 可視化情報の発信

- 出入国制限解除
- 外国人への対応

- 地域による魅力再発見
- 県内流動促進
- 県民の県内の魅力再発見
- 二次交通の充実

- 関係人口の構築・拡大

- 圏域にあるアドバンテージを活かす取組（東北DC、復興10年）

- 新しい価値観・観光の提供・創出
- SDGs
- デジタル・テレワーク

今回の会議で検討

コロナによる影響の現状と課題を踏まえ、県全体や圏域（地域）として取り組むべき戦略の方向性や取組

みやぎ観光回復戦略（仮）の概要③ ～【第4章】基本理念と取組の視点～

基本理念

（仮）新たな視点による観光の回復と「みやぎ」の新しい観光の基礎づくり

<基本理念のポイント>

- ① コロナウイルスの影響により、観光の在り方が大きく変化する中で、新しい観光のニーズを十分に分析し、訴求力の高い観光資源（自然や癒やし）と相乗効果を図り、デジタル技術を効果的に活用しながら、官民一体となって選ばれる観光地をつくる
- ② 観光需要の回復に当たっては、安全安心への取組とその可視化が不可欠であり、他地域に先駆けて機運醸成や情報発信を行い、安心ブランドを醸成する
- ③ まずは近郊旅行から、県内、東北、国内、海外と同心円を徐々に大きくしながら回復していく動態を捉えた取組を進める
- ④ 中長期的な視点ではインバウンドは引き続き重要であり、コロナ収束後には東北・みやぎとして新たな需要を取り込むことができるよう、もう一段踏み込んだ高付加価値な取組を進める必要がある

視点1 安心ブランドを醸成し、選ばれる観光地をつくる

- （1）観光地として選ばれるために、安全安心の面的対策とその見える化
- （2）出入国制限解除を見据えた取組

※地域が再発見し磨き上げた魅力を県民が共有

視点2 県民が観光資源の魅力^(※)を再発見し、地域は旅行者との交流の深さを高める

- （1）県民による県内流動の促進と観光資源の魅力^(※)を再発見するきっかけづくり
- （2）交流人口の拡大から関係人口の拡大へ ～地域への旅行者の質を高める～

視点3 社会構造変革とともにニューノーマルな観光を創出する

- （1）みやぎにしかないアドバンテージ（東北DC、東京オリパラ、復興10年）を活かす
- （2）新しい価値観（SDGs×レスポンスブル×デジタル×グリーン）からみやぎの新しい観光創出へ