

# **みやぎ観光回復戦略（仮）**

**～新型コロナウイルス感染症への対応と観光の再生～**

**令和 2 年 月**

**宮城県**

# 目次

<b>第1章 基本的な考え方</b> .....	3
1 計画策定の趣旨 .....	3
2 計画の位置づけ .....	3
3 計画期間 .....	4
<b>第2章 観光の動向及び新型コロナウイルス感染症の影響とその対応</b> .....	5
1 県内の観光の動向 .....	5
2 新型コロナウイルス感染症の拡大による県内観光への影響 .....	7
3 これまでの取組 .....	9
<b>第3章 みやぎ観光振興会議の設立と県内各圏域の施策の方向性</b> .....	13
1 みやぎ観光振興会議の設立 .....	13
2 県内の現状と課題，施策の方向性 .....	13
<b>第4章 計画の基本理念と3つの視点</b> .....	22
1 計画の基本理念 .....	22
2 具体的な取組に向けた視点 .....	22
<b>第5章 観光需要の回復フェーズに応じた具体的な取組</b> .....	26
<b>参考資料</b> .....	28

## 第1章 基本的な考え方

### 1 計画策定の趣旨

宮城県（以下「県」という。）は「第4期みやぎ観光戦略プラン」（以下「4期プラン」という。）に基づき、関係者の皆様と連携しながら、観光振興への取組を推進してきました。その結果、4期プランに掲げる6つの数値目標（令和2年）のうち、外国人観光客宿泊者数、沿岸部の観光客入込数及び宿泊観光客数の3つについては、令和元年の実績値で、一年前倒しで達成することができました。また、その他の数値目標についても、4期プラン期間中の伸びが同様に続けば、令和2年には、目標達成することが見込まれているなど、順調に推移してきました。

しかし、令和元年12月に海外で初めて確認され、現在も世界中で感染の流行が継続している新型コロナウイルス感染症（以下「感染症」という。）の影響により、観光を取り巻く環境は一変しました。

日本全体の令和2年4～6月の外国人旅行者数は前年同月比99.9%減となり、単月として過去最大の下げ幅となったほか、仙台国際空港においては全ての国際線が運休するなど、インバウンドは壊滅的な状況となっており、その需要回復時期は極めて不透明となっています。また、国内においても、旅行のキャンセル、予約控えや外出自粛の影響を受け、観光需要は大幅に落ち込んでおり、県内の宿泊事業者、旅行業者をはじめ、地域の交通事業者や飲食業者、物品販売業といった多くの観光事業者（以下、「観光事業者等」という。）には甚大な影響が生じています。

今後、当面の間は厳しい状況が続くと見込まれていますが、まずは、感染拡大防止対策を徹底し、県全体として、感染拡大防止と社会経済活動の回復を両立させていくことが求められています。

一方で、感染症の影響による税収減など更に厳しい財政運営が求められることから、地方創生臨時交付金といった国の感染症関連予算を最大限活用することはもちろん、事業を重点化しつつ、関係者とともに創意工夫しながら、感染拡大を予防する「新しい生活様式」を取り入れた事業継続等に取り組んでいく必要があります。

そのためには、世界の観光の在り方そのものが大きく変わっていく中で、これまで以上に県民や観光関係者と行政が一体となって、新たな観光需要を受け入れる体制を整備し、みやぎの優位性を打ち出す取組を進めていく必要があります。

みやぎ観光回復戦略（以下、「回復戦略」という。）は、まずは観光事業者等が資金繰りや雇用を維持し、感染拡大の波が一定期間繰り返すことを想定しつつ、観光業を回復軌道に乗せ、その後の成長軌道につなげていくための取組を推し進めるため、そのロードマップとして策定するものです。

### 2 計画の位置づけ

県の観光が東日本大震災からの再生を遂げ、観光産業が地域経済と復旧・復興を力強く牽引する役割を果たせるよう、その指針として、4期プランを策定しています。

今後も「みやぎ観光創造県民条例」に基づくみやぎ観光戦略プランを県観光産業の基本計画として位置付けておりますが、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が必要となるため、回復戦略は、4期プランの実施計画とします。

### 3 計画期間

1. 5年間（令和2年10月から令和4年3月まで）

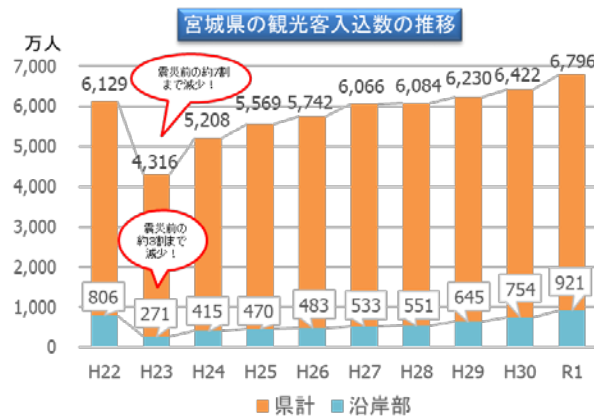
※中長期的に必要な対策は、次期観光戦略プランなどで対応していきます。

## 第2章 観光の動向及び新型コロナウイルス感染症の影響とその対応

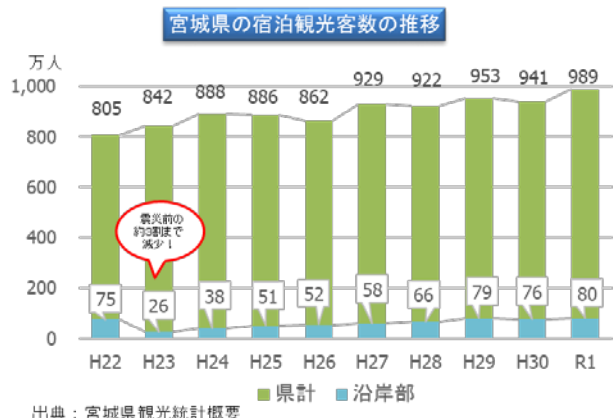
### 1 県内の観光の動向

県の観光客入込数は、東日本大震災で大きく減少し、震災前（平成22年）の約7割まで減少しましたが、令和元年は前年に引き続き震災前の水準を超え、過去最高を記録しました。また、沿岸部（石巻圏域及び気仙沼圏域）では、東日本大震災により震災前の約3割まで減少しましたが、令和元年には震災前を上回る水準まで回復しています。

また、県の宿泊観光客数は、東日本大震災後も復興需要などにより増加の傾向にあり、令和元年は震災前を上回り、過去最高を記録しました。また、沿岸部（石巻圏域及び気仙沼圏域）では、東日本大震災により震災前の約3割まで減少しましたが、ほぼ震災前の水準まで回復しています。



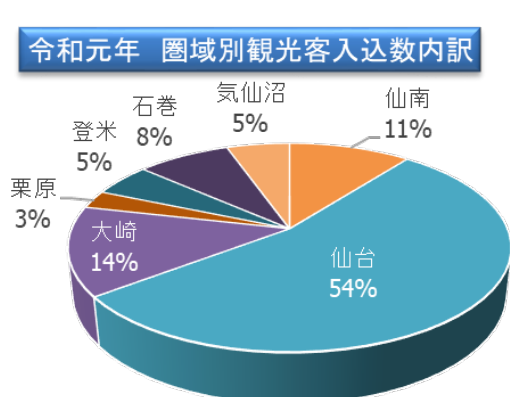
出典：宮城県観光統計概要



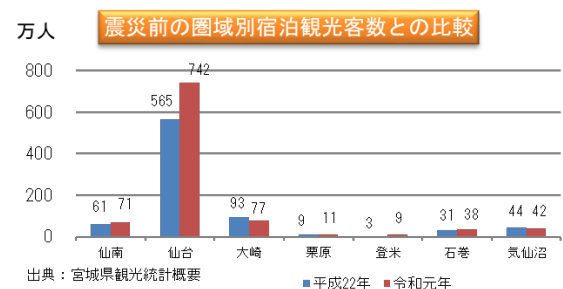
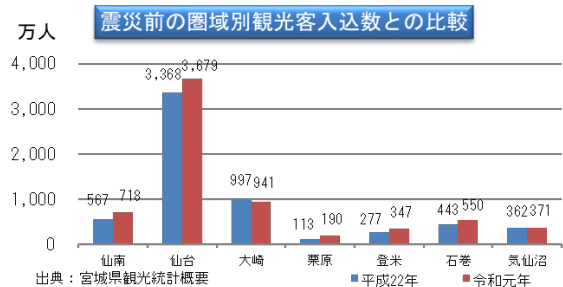
出典：宮城県観光統計概要

圏域別観光客入込数は、仙台圏域が54%と全体の5割以上を占め、大崎圏域が14%、仙南圏域11%と続いています。また、震災により甚大な被害を受けた沿岸部では、前年の石巻圏域に引き続き、気仙沼圏域でも震災前の水準を上回りました。

圏域別宿泊観光客数は、震災前との比較では、沿岸部（石巻圏域及び気仙沼圏域）はほぼ震災前の水準に回復していますが、大崎圏域が約17%減少しています。

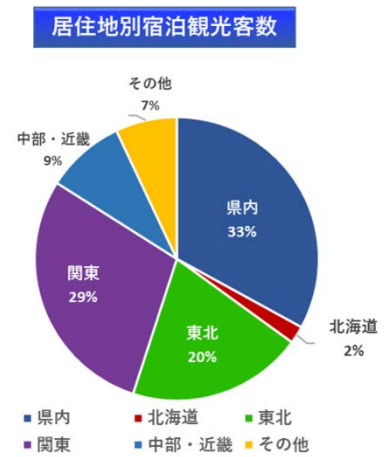


出典：宮城県観光統計概要



宿泊観光客を居住地別に見ると、県内在住者が3割超と最も多く、次いで関東地方が約3割を占めます。また、県内と東北地方を併せると、全体の半分以上を占めます。

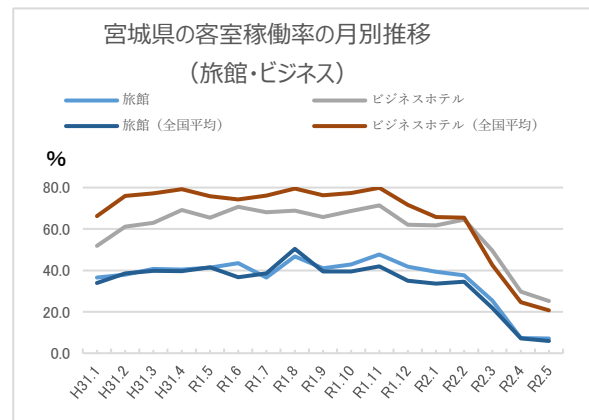
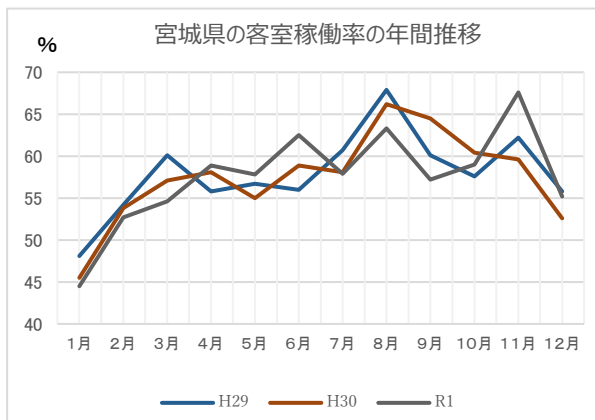
観光庁の宿泊旅行統計調査（平成31年1月～令和元年12月）によれば、旅館における県内客割合は42.7%で全国第4位と高いことから、感染症の状況が落ち着き次第、まずは県内から東北地方にかけて観光需要を回復させていくことが有効であると考えられます。



出典：宮城県観光統計概要（平成30年）

県の過去3年間における客室稼働率については、年によって変動があるものの8月が最も高い傾向にあります。また、どの年も1月が最も低くなっています。

年間推移を施設別に見ると、特に旅館とビジネスホテルで差が顕著であり、客室稼働率ではビジネスホテルが概ね60%以上を維持していますが、旅館では40%前後で推移しています。

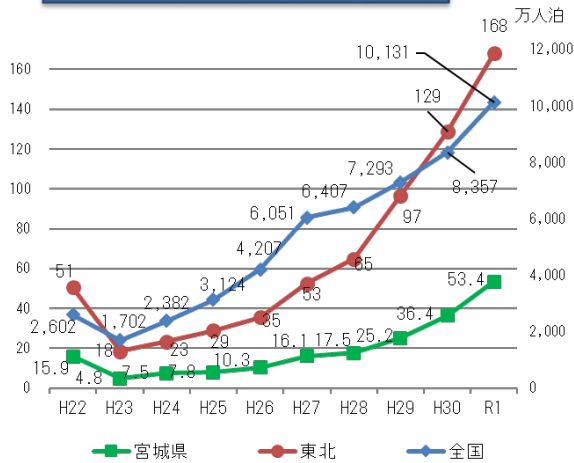


出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

次に、インバウンドの現状については、「東北観光復興対策交付金」を活用した取組を開始した平成28年度以降、本県の外国人延べ宿泊者数は急増し、50万人泊の目標に1年前倒しで達成しました。

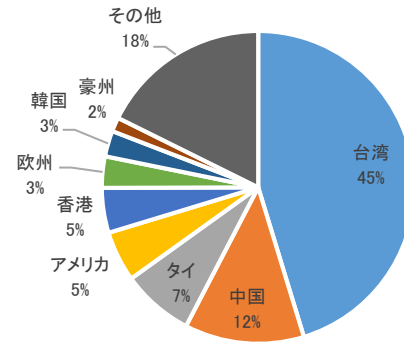
また、令和元年の外国人延べ宿泊者数の内訳を国別で見ると、台湾45%、中国12%、タイ7%が上位となっており、全体の約6割を占めています。そこで、更なる海外誘客を図るため、欧米豪など仙台空港との直行便が就航していない市場にも目を向け、首都圏等からの誘客に取り組んできました。

全国・東北・宮城の外国人宿泊者数の推移  
(従業員10人以上の施設)



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

国籍別外国人延べ宿泊者数  
(従業員数10人以上の施設 (2019年))

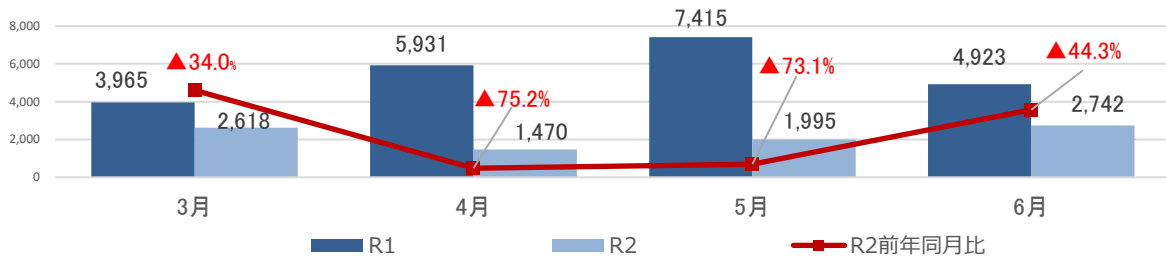


## 2 新型コロナウイルス感染症の拡大による県内観光への影響

### 2-1 旅行者数の大幅な減少

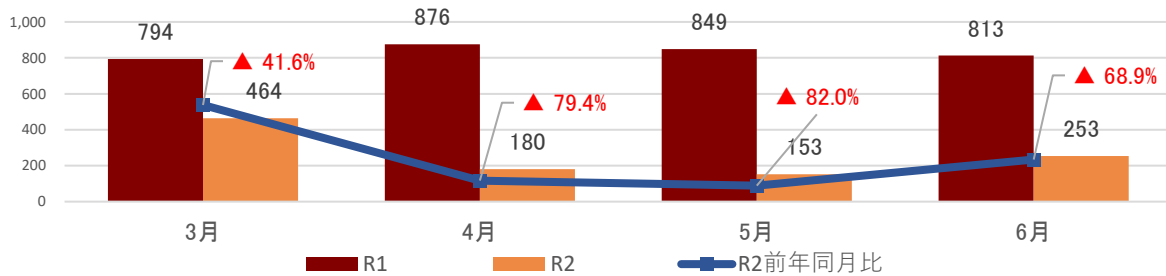
令和2年3月下旬以降、県内で断続的にコロナ感染者が確認される中、同年3月の県内の観光客入込数は前年同月比 34.0%減の 2,618 千人、同年4月は 75.2%減の 1,470 千人、同年5月は 73.1%減の 1,995 千人、同年6月は 44.3%減の 2,742 千人となりました。また、同年3月の県内宿泊観光客数は 41.6%減の 464 千人、同年4月は 79.4%減の 180 千人、同年5月は 82.0%減の 153 千人、同年6月は前年同月比 68.9%減の 253 千人となりました。

観光客入込数推移 (3月～6月)



出典：宮城県観光課調べ

宿泊観光客数推移 (3月～6月)

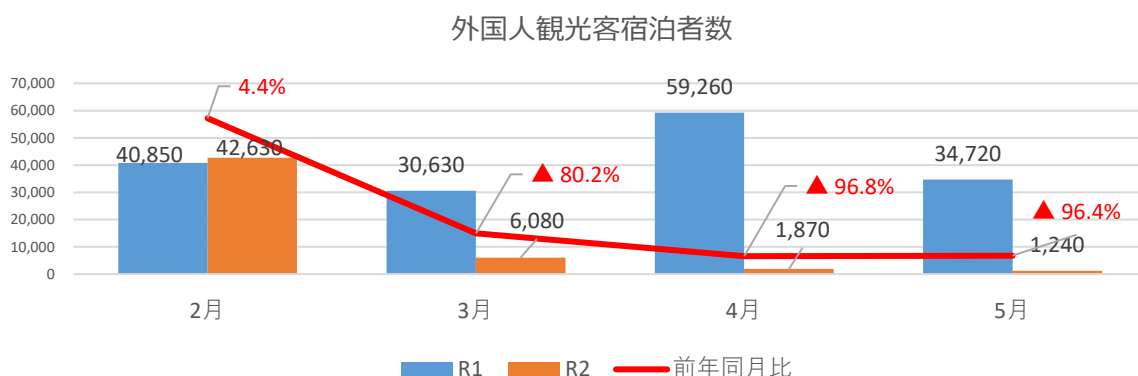


出典：宮城県観光課調べ

令和2年5月26日に開催した「宮城県新型コロナウイルス感染症対策本部会議」において、「県内の観光から徐々に呼び込み、6月19日以降は県外からの観光客の呼び込みも可能」との外出についての段階的緩和の目安を示したところであり、6月には回復の兆しが見られるものの、感染症防止対策との両立が必要である以上、その効果の発現は緩やかとなっています。

観光庁が発表する訪日外国人旅行者数は、令和2年2月は前年同月比58.3%減の108.5万人、同年3月は前年同月比93.0%減の19.4万人、同年4月は前年同月比99.9%減の2,900人、同年5月は前年同月比99.9%減の1,700人となり、1964年（昭和39年）の統計開始以降、単月として過去最大の下げ幅となっています。

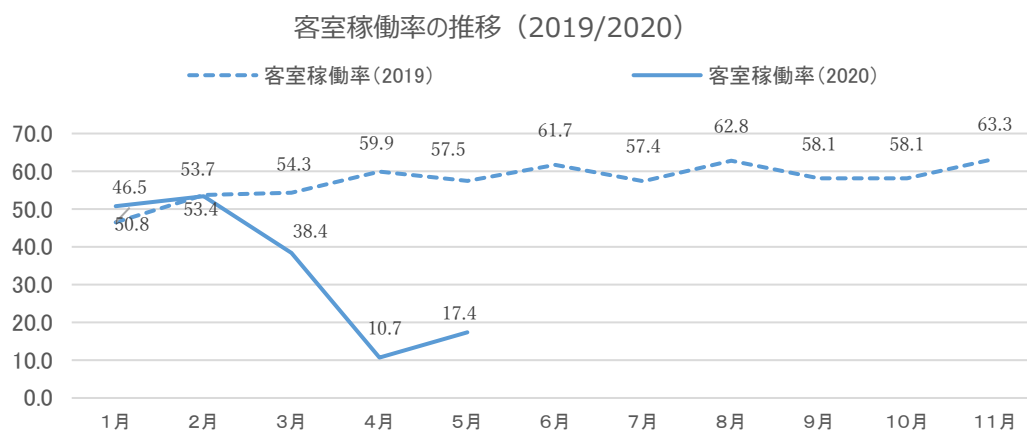
本県の外国人観光客宿泊者数を見ると、令和2年2月は、前年同月比4.4%増の42,630人となったものの、同年3月は前年同月比80.2%減の6,080人、同年4月は前年同月比96.8%減の1,870人、同年5月は前年同月比96.4%減の1,240人となっています。



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

## 2-2 宿泊業への影響

宿泊施設の客室稼働率の推移を見ると、感染症の感染拡大がみられた3月以降急激に落ち込み、さらに、緊急事態宣言による外出自粛等の影響により、一定期間休業を余儀なくされた施設もあり、特に4月から5月は1割程度に留まるなど極めて大きな打撃を受けました。



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査



### 2-3 旅行業への影響

観光庁がまとめる主要旅行業者 47 社の旅行取扱額は、令和 2 年 3 月が前年同月比 71.4%減の約 1,200 億円、同年 4 月は前年同月比 95.5%減の約 169 億円、同年 5 月は前年同月比 97.6%減の約 96 億円となっています。県でも、新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づき、令和 2 年 4 月 25 日から同年 5 月 6 日までの期間、店舗型の旅行代理店が休業要請の対象とされ、4 月から 6 月にかけての売上がほぼゼロに近いという声が企業側から聞かれるなど、県内の旅行業者も極めて深刻な打撃を受けました。

### 2-4 交通事業者への影響

#### (1) 航空事業者

仙台空港発着の旅客数の 4 月は対前年同月比 85.9%減、5 月は 92.1%減となりました。また、渡航制限により海外との直行便が全て運休になりました。

#### (2) 鉄道事業者

東北新幹線の 6 月の利用者は 73%減、大型連休期間中（4 月 24 日から 5 月 6 日まで）は 95%減となりました。

#### (3) バス事業者

4 月早々に大型連休期間中の高速バスの運休に踏み切った事業者もあるなど、業界全体に運休・減便などの動きが広がりました。県内のバス事業者からは、高速バスの利用者は対前年同月比で 2 割程度、観光バスの売り上げはほぼゼロだったという声も聞かれました。

#### (4) タクシー事業者

全国ハイヤー・タクシー連合会が県内の事業者 5 社に行った調査によると、4 月から 5 月にかけての営業収入は対前年同期比で約 3 割に落ち込んだとしていて、業績回復の道筋が見えない中、タクシー運転手の解雇に踏み切る企業も現れました。

#### (5) 旅客船事業

日本三景松島において、観光の目玉である遊覧船が 4 月上旬から約 2 か月間にわたって運航を休止しました。

いずれも利用者は回復傾向にはありますが、感染防止を図るための定員数を絞った運行や、在宅勤務の浸透など、新しい生活様式の普及に伴う影響は、これからも継続していくものと考えられます。

## 3 これまでの取組

### 3-1 国のこれまでの取組

#### (1) 資金繰り支援及び中小企業等支援

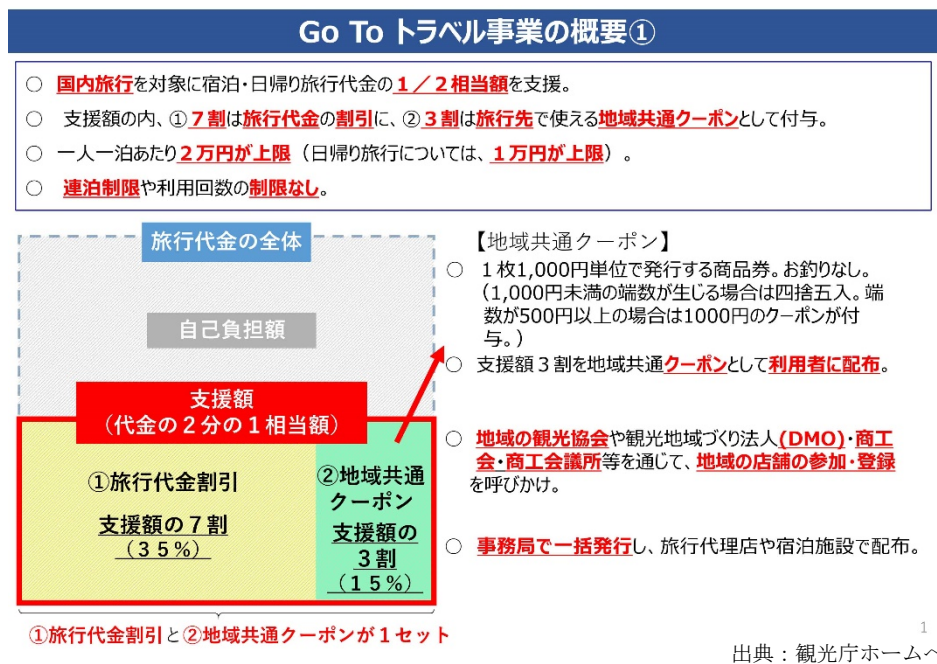
事業の継続のための資金繰り支援として、日本政策金融公庫や商工組合中央金庫の財務基盤を強化し、新型コロナウイルス感染症特別貸付や利子補給による実質無利子化などを行いました。

## (2) ガイドライン

「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針」に基づき、観光庁から必要な情報提供や助言を行い、宿泊業界や旅行業界等において、業界団体による感染拡大予防ガイドラインを作成・公表しました。

## (3) Go To トラベルキャンペーン

感染症の影響により、落ち込んだ観光需要を強力に喚起するため、「Go To トラベル」事業を令和2年7月22日から実施しています。本事業では、宿泊・日帰り旅行商品の割引(1/2相当額)を行うとともに、旅行先の地場の土産物店、飲食店、観光施設、交通機関等で幅広く使用できる地域共通クーポンを発行することにより、地域経済の再生を支援することを目的としています。



(参考) 国による大規模観光需要喚起キャンペーン「“Go To”キャンペーン」の概要

イ) “Go To トラベル” キャンペーン

旅行代理店等を経由した旅行商品の割引・クーポン券付与等(最大2万円/人泊)

ロ) “Go To EAT” キャンペーン

地域の飲食店で使える食事券やオンライン飲食予約に係るポイント付与等

ハ) “Go To イベント” キャンペーン

イベント・エンターテインメント関連チケット等の2割相当分の割引・クーポン等

## 3-2 県のこれまでの取組

### (1) 資金繰り支援

感染症により、売上げの減少などの影響を受けた中小企業者に対し、県制度融資「セーフティネット資金(保証4号及び5号)」、「危機関連対策資金」及び「災害復旧対策資金」により、円滑な資金調達を支援しました。

令和2年5月1日からは、新型コロナウイルス感染症対応資金において、セーフティネット保証4号・5号、危機関連保証のいずれかを活用した場合に、一定の要件を満たせば、実質無利子・無担保による民間金融機関を活用した資金繰り支援を行っています。

## (2) 協力金

新型コロナウイルス感染拡大防止のため、県の要請や協力依頼に応じて、令和2年4月25日から5月6日までの間、施設の使用停止や営業時間の短縮に全面的に協力いただいた中小の事業者へ市町村が実施した協力金の支給に対し、補助を行いました。(1事業者当たり30万円)

## (3) 中小企業等支援

感染症の拡大によって業績が悪化し、経営の維持向上に支障をきたしている中小企業・小規模事業者が、早期の再起を図るために行う、販路開拓や生産性向上などの取組を支援しました。(補助率3/4以内、上限100万円、下限50万円)

また、市町村が地域の実情等に応じて実施する事業者への支援に要する経費への補助も行いました。(事業継続支援、家賃補助支援等)

## (4) 観光事業者向け支援

### ① むすび丸通信の配信 (4/23～)

県観光PRキャラクター「むすび丸」を活用し、SNS等により宮城の魅力の情報発信を行いました。

### ② 観光・宿泊・飲食事業者クラウドファンディング活用促進事業

(愛するみやぎドットコム)

県内観光関連施設全般を対象としたクラウドファンディング運営主体に対し、手数料などの経費を県が補助しました。(支援者が2割増し利用券を購入。経営資金の調達とともに、未来の顧客を確保)



### ③ 安心な観光地づくり推進事業

観光事業者が行う安全・安心の取組について、県が一体的にサポートしつつ、面的に展開することで、観光客受け入れに向けた機運醸成を図るとともに、観光地として宮城が選ばれるための、安全安心の見える化を推進しました (PRポスター・ステッカー、優良事例の情報発信等)



④ 観光宿泊プラン造成支援事業（せんだい・みやぎ絆の宿キャンペーン）

新型コロナウイルスの感染拡大の影響により低迷した県内の観光需要を喚起することを目的に、旅行業者の商品造成に対する補助を行うとともに、旅行商品への割引補助を行いました。（旅行単価の1/2，最大5,000円割引）



⑤ 日帰りバスツアー特別支援事業

バス事業者に対する需要喚起施策が十分に講じられていない現状から、バスの感染症拡大防止策を含む県内向けバスツアーに限定した補助を行いました。（バス運行補助60,000円/感染防止策最大30,000円）

⑥ 観光事業者スタンドアップ支援事業

旅館組合等が実施する新型コロナウイルス収束後の集客につながる取組や今後の感染症対策の取組に対して支援することにより、観光事業者の集客回復を図りました。（補助率3/4，上限額：ソフト100万円，ハード300万円）

⑦ 小規模宿泊事業者支援事業（仙台・宮城すずめのお宿キャンペーン）

新型コロナウイルス感染拡大により、甚大な影響を受けている県内小規模宿泊事業者（概ね20室未満又は定員100名未満）に向けた補助を行いました。（対象：東北6県及び新潟県在住者，旅行単価の1/2補助，最大5,000円割引/人・泊）

⑧ 国内線を利用した宮城県への誘客プロモーション事業

新型コロナウイルスの影響により、観光需要が低迷していることから、航空会社と連携した需要を喚起する誘客プロモーションを実施しました。（就航地でのプロモーション，航空会社の広告媒体を活用したPR）

### 3-3 市町村のこれまでの取組

市町村では、休業協力金や支援金，商品券やクーポン券などの発行に加えて，テークアウト補助など地域の実情に応じた支援を国の地方創生臨時交付金等を活用して実施しています。

内 容	概 要
協力金・支援金	・県の休業要請に係る感染症拡大防止協力金の嵩上げ補助 ・感染症防止策を実施した公共交通事業者に対する補助 等
商品券・クーポン等	・割増し商品券等の発行
そ の 他	・テークアウトや商品のデリバリー等感染症防止対策に係る補助 ・宿泊事業者や飲食店等への水道料金相当分の補助 ・誘客イベント実施への補助 等

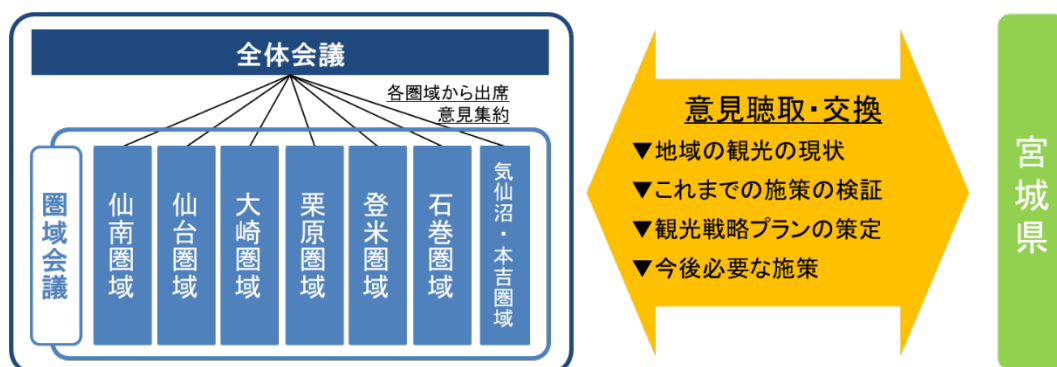


### 第3章 みやぎ観光振興会議の設立と県内各圏域の施策の方向性

#### 1 みやぎ観光振興会議の設立

人口減少社会において、経済規模の縮小が見込まれる中、国内外からの交流人口拡大を目指した効果的な観光振興施策を展開するため、地域観光関係者が一体となった観光振興の体制として、みやぎ観光戦略プランや地域観光資源の魅力向上に資する施策等及びそれらの施策の成果等の意見聴取又は意見交換を行う「みやぎ観光振興会議」を令和2年6月に立ち上げました。

観光振興会議は全体会議と7つの圏域会議で構成し、主に観光需要の回復に向けた施策について、議論を行ってきました。



令和2年6月5日に第1回全体会議を開催して以降、主に観光需要の回復に向けた施策について、以下のとおり議論を進めてきました。

令和2年6月5日	第1回全体会議
令和2年6月12日から29日まで	第1回圏域会議（全8回※）
令和2年7月14日から22日まで	第2回圏域会議（全7回）
令和2年8月3日	第2回全体会議
令和2年8月26日から9月4日まで	第3回圏域会議（全7回）
令和2年9月中旬	第3回全体会議
令和2年10月下旬	第4回全体会議

※石巻圏域は2回



#### 2 県内の現状と課題、施策の方向性

みやぎ観光振興会議の全体会議及び圏域会議において、委員からの観光を巡る現状と課題、施策の方向性についての意見を次のとおりとりまとめました。

## 仙南圏域（白石市、角田市、蔵王町、七ヶ宿町、大河原町、村田町、柴田町、川崎町、丸森町）

### 圏域の観光の現状

- 現状では蔵王は山形のイメージが強く、蔵王のブランドを活かしきれていない。
- 各宿泊施設や観光施設それぞれが単独で頑張っているが、地域全体としての誘客活動が弱い。
- 弱みだった点在する観光資源も、発想を転換し、密にならないという発信方法は良い発想。
- 「みやぎ蔵王三十六景」を活用した食と観光のブランド化の取組は、仙南として良い取組。

### 圏域の観光の課題

- 全国、海外では山形蔵王のイメージが強く、みやぎ蔵王ブランドとしての差別化が必要。
- 蔵王は首都圏若者に対して知名度が低い。県民と首都圏の認識の違いを意識する必要。
- 近くの客に蔵王の魅力を再認識してもらえる取り組み。仙台をマーケットとして捉える。
- 各観光施設間、農業・宿泊業・観光業・製造業など部門間、及び交通ネットワークとの連携。

### 圏域の施策の方向性及び取組

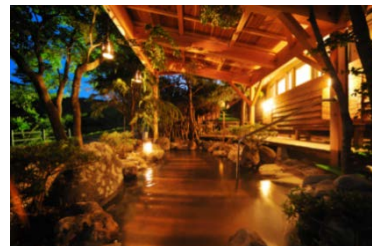
- (1) 当面、近郊観光需要の取り込みにより、事業者の事業継続・雇用維持を図るとともに、with コロナ時代に求められる新たな観光価値（No 密、安全安心、健康 等）の提供に向けて、従来からの強み（温泉、自然（みやぎ蔵王）、アクセス（仙台近郊、新幹線、空港））に加え、点在する多様な観光資源・過度に混雑しない観光施設等、これまで弱みとされてきたものも、この変革の機会を捉え強みに転換
  - 安全安心対策コストへの支援、安全安心対策（具体的な取組み）の情報発信【短期】
  - 少ない収容人数・売上の中で利益を出すための経営体質改善や新たなビジネスモデル転換への支援【短期】
  - 行政側で支援メニューを用意するのではなく、事業者がやりたいことに対する支援【短期】
  - MaaS と関連付け、密や混雑にならない安全・安心情報の共有・ネットワーク化【短・中長期】
  - 温泉街活性化、イメージ向上、バーチャル観光を動画配信、朝型観光へシフト【短・中長期】
  - 温泉ワーケーションへの環境整備、ワーケーション・移住希望者への情報発信【短・中長期】
- (2) まずは地元の方々に地元の良さを知ってもらい、次に仙台、県内、隣県からの誘客促進。地域にある資源の掘り起こし、磨き上げと、それらを結び付けたPR等により、見ていただく、買っていただく実需につなげ、地域に利益を還元
  - 宮城県民が県内を周遊するキャンペーンの実施【短期】
  - 仕事での来訪者を通じた”安全安心“の情報発信、広告塔としての活用【短期】
  - 将来的なインバウンドや国際交流の観点から、生活困窮外国人留学生対象ツアー等【短期】
  - 宿泊、交通など観光関連事業者間の連携強化【短・中長期】
  - 体験・「コト」消費の推進、サイクルツーリズムの呼び込み【短・中長期】
  - 仙南地域の一体的なポータルサイトによる情報発信、仙南地域 EC サイト立上げ【短・中長期】



みやぎ蔵王 御釜



一目千本桜・船岡城址公園  
(大河原町・柴田町)



みやぎ蔵王温泉郷  
(白石市・蔵王町・川崎町)

**仙台圏域**（仙台市、塩竈市、名取市、多賀城市、岩沼市、富谷市、亶理町、山元町、松島町、七ヶ浜町、利府町、大和町、大郷町、大衡村）

### 圏域の観光の現状

- 感染症の影響で観光客・宿泊客が激減し、宿泊業・飲食業など、幅広い業種で売り上げが減少している。
- 6月頃から人出が戻りつつあるが、平年並みまでは回復していない。
- 関東圏、関西圏の大都市の市場は魅力的だが、そこから東北に来るまで時間がかかる。
- 家族、子供連れのお客様はまだ不安があるため、宿泊客はビジネス層に集中すると思われる。
- インバウンドや若い世代はネット環境を重要視し、SNSを積極的に活用している。

### 圏域の観光の課題

- 首都圏や関西圏、海外からの誘客は当面見込めず、圏域内・県内、東北での流動を促す必要がある。
- 県内での人の流動が大事であり、そのためには県民の気持ち（シビックプライド）の醸成が重要である。
- ビジネス客やインバウンド、若い世代への対応として、デジタル技術の活用が必須になってくる。
- 新たな需要に対応した観光を推進する必要がある。

### 圏域の施策の方向性及び取組

#### （1）マイクロツーリズムなどの域内流動の促進

- 圏域内の地域ごとに対象を絞った誘客促進の取組（R2：黒川地域）【短期】
- 宮城-山形間の相互交流を促進する取組【短期】
- デジタルスタンプラリー（周遊型・在宅型）により誘客を促進する取組【短期】
- 公共施設等の無料化により冬季の街歩きを促進する取組【短期】

#### （2）地域の魅力に対するシビックプライドの醸成

- 東北DCに向けて圏域内の観光素材を発掘し、磨き上げる取組【短期】
- 県内外住民から観光素材を募集し、その魅力を発信する取組【短期】

#### （3）ビジネスモデルの転換に対応した新たな観光の推進

- 宿泊施設の活用を促進する地域観光グループの形成・展開を支援する取組【短・中長期】
- Wi-Fi・5Gの環境整備を支援する取組【短・中長期】



仙台北城跡（仙台市）



五大堂（松島町）



鹽竈神社（塩竈市）

## 大崎圏域（大崎市，色麻町，加美町，涌谷町，美里町）

### 圏域の観光の現状

- 観光客入込数は震災前まで1,000万人前後で推移していたが、平成30年は935万人となっており、いまだ震災前の水準には達していない。
- 宿泊観光客を居住地別にみた場合、県全体と比べて「県内居住者」の割合が高く、県外では「関東・東北地方」の割合が高い。また、観光客入込数に対し宿泊観光客数の割合が県全体と比較し低く、日帰り需要が多い傾向にある。
- 感染症拡大の影響により、地域経済、特に観光関連業に大きな打撃があり、宿泊施設においては、対前年比1割程度の宿泊観光客数となっている。

### 圏域の観光の課題

- 消費マインドや外出マインドが著しく低下していることから、各施設における普段の感染予防の取組をPRすることにより、旅行しようという雰囲気づくりをする必要がある。
- テレワーク等の仕事のあり方が注目されており、閉店した店舗の利活用も兼ねて、健康を売りにしたワーケーションを推進したいとの地元の意見があるが、通信機器が硫黄ガスにより早期に劣化するため、機器更新による経費負担が重く、なかなか進まない現状にある。
- 今後は比較的近距離にある他県、県内の観光客がメインターゲットになると想定しているが、どのような団体・個人を想定した観光がありえるのかの調査・分析がなされていない。
- 宿泊地周辺の周遊による宿泊観光客数の増加に向け、複数の近隣地域（例：鳴子温泉郷と岩出山地域）が連携した取組が不足している。

### 圏域の施策の方向性及び取組

- （1）宿泊施設が「安全・安心」と認識されることへの対策
  - 安全ステッカー貼付全店舗・施設への確認や指導【短期】
  - 徹底したコロナ対策事業と補助【短期】
  - 他県よりも「安全・安心」の施策をとっていることのアピール【短期】
- （2）第二波に対応できる新しいビジネスモデルの推進
  - WEB会議の会場として提供（ワーケーションの推進含む）【短期】
  - 旅館等を会議室や地域の集会場所として利用推進【短期】
  - 旅館等の平日利用の推進【短期】
- （3）圏域内が一体となった観光振興の取組の推進
  - 観光気運醸成に係る取組【短期】
  - 教育旅行等向け一元的相談窓口の設置【短期】
  - 大規模な会議等の誘致【中長期】



鳴子温泉郷「滝の湯」（大崎市）



涌谷城（涌谷町）



やくらい WALL（加美町）



## 栗原圏域（栗原市）

### 圏域の観光の現状

- 「宿泊関係」や「飲食関係」を中心に、観光関連産業全体で大変厳しい状況が続いている。
- 「宿泊関係」では、外出自粛による相次ぐキャンセルや、首都圏等からの予約を断るなど、休業を余儀なくされた施設もある。また、「飲食関係」でも、宴会等の自粛など、厳しい状況が続いている一方で、テイクアウト商品を扱う飲食店等も増えてきている。
- 毎年の催事や栗原地域の強みでもある「体験型イベント」のほとんどが中止となった。

### 圏域の観光の課題

- 滞在型観光の推進にあたり、圏域内を周遊するための2次交通が不足している。
- 「地域全体の安全・安心」の確保のため、関連産業間の協調が重要である。
- 市民が近場の観光資源や、その良さを再認識する機会（きっかけ）づくりが重要である。
- 山間部を中心に通信インフラ整備が進んでおらず、安全面からも早期整備が必要である。

### 圏域の施策の方向性及び取組

#### （1）地域全体で一丸となった安全・安心体制整備とその「見える化」

- 宿泊施設や飲食店、観光施設等を対象とした地域独自の「ガイドライン」整備とその遵守を促進し、その有効性を旅行者に分かりやすく発信する施策の推進【短期】
- 市民や観光関連施設等で働く従業員等が、感染拡大の不安なく観光客の受入れができるよう、訪問客に対して、マスク着用等の協力を呼びかける取組等【短期】
- 接触確認アプリの利用等、観光客等のデジタル化に対応した携帯電話の不通地区の解消に向けた取組等【短期～中長期】

#### （2）「新しい生活様式」に合わせた資源の磨き上げとマイクロツーリズムの推進

- 市民が身近にある自然や食、文化等の良さに気づく機会提供や、ふるさと教育を通して、地元の魅力を再認識し、それらを楽しむ近場観光の推進【短期】
- 家族などの限られた範囲の小規模・少人数による長期滞在型の旅行企画や、通好みの旅行企画など、客層に合わせたコンテンツの磨き上げ【短期】
- ネット通販やオンライン会議、テレワーク等、「新しい生活様式」に対応した日常生活や働き方に対応するためのデジタル化の推進【短期】

#### （3）お客様との「関係づくり」に重点を置いた集客戦略

- 関係人口の創出・拡大を推進し、地域住民とのつながりづくりや情報発信等の拠点となる「関係案内所」の設置など、コーディネート体制の構築を支援【短期】
- 「自然の豊かさ」という優位性を活かした豊富な体験プログラム等を積極的にアピールして、修学旅行や体験学習等の誘致を推進【短期】
- 売上減少に直面している事業者等を支援するため、栗原市出身者や在京ふるさと会等による地場産品の購入等のふるさと応援活動を推進【短期】



栗駒山（栗原市）



伊豆沼・内沼（栗原市）



栗駒山麓ジオパークビジターセンター  
（栗原市）

## 登米圏域（登米市）

### 圏域の観光の現状

- 大震災前と比べ統計上は観光客入込数が増えているが、地元事業者にはそうした実感はない。
- 通過型観光客がほとんどで、風土マラソン等の参加者もイベントに来て帰るだけ。
- 大手旅行会社の社員が登米市のことを知らない。知っていても明治村、長沼程度。
- 大手旅行会社と契約している観光施設が少なく、造成されるコースに登米が入りづらい。
- 以前は大型バス観光が主流だったが、最近は中型バスが増加。少人数化している。
- 宿泊はビジネス客が主。他には帰省客、冠婚葬祭に来た人が泊まる程度。

### 圏域の観光の課題

- 風土マラソンや、はっとフェスティバル等のイベント参加者をどのように登米市内の観光に繋げていくのか。二次交通を含めて、点と点を結ぶ仕組みづくりが必要。
- 自然や公園を生かしつつ、キャッシュポイントを考慮した観光地づくりが必要。
- 登米の観光振興を自分事として考えられる人材の育成、住民が登米の魅力を確認する機会の創出、また、それらをコーディネートしまとめられるリーダー、牽引役が必要。
- 登米の認知度が低く、効果的な魅力の発信や、旅行会社等へのPRと連携が必要。
- 登米の観光、観光地づくりの方向性等をいま一度、市民を挙げて議論する必要がある。

### 圏域の施策の方向性及び取組

#### （１）イベント参加客等の観光地等への二次誘導について

風土マラソン等のイベント参加者を市内観光地等へ誘導し、また、市内宿泊者の増加に繋げるため、登米市産の食、飲が楽しめる、農・林業体験もできる魅力的な滞在型観光コンテンツ等の造成と充実を図るとともに、二次誘導のための仕組みづくりを行う。【短・中長期】

#### （２）「みやぎの明治村」の観光振興について

登米市の中核的な観光地「みやぎの明治村」は、観光客が最盛期から大きく減じていることから、魅力の再発信と受入体制整備、魅力的なコンテンツ整備を図る。【短・中長期】

#### （３）NHK連続テレビ小説「おかえりモネ」の活用について

NHKの連続テレビ小説「おかえりモネ」のロケ地という絶好の機会を生かし、気仙沼市と一体となって効果的なプロモーションと観光振興を図る。【短期】

#### （４）観光振興リーダー等の設置、育成について

登米市の観光地づくりについて、一元的にコーディネートできるリーダー的な人材、組織を育成していく。【中長期】



東北風土マラソン&フェスティバル  
（登米市）



みやぎの明治村 教育資料館  
（登米市）



農作業体験（登米市）

## 石巻圏域（石巻市、東松島市、女川町）

### 圏域の観光の現状

- 新型コロナウイルスの影響でインバウンドが皆無、遠隔地からの観光客が激減
- 今回の影響前から、域内交通の不便さがアンケート結果等により指摘
- 石巻圏域は県内他観光地に比べ、観光情報が収集し難いとの調査結果

### 圏域の観光の課題

- 今後見込まれる県内等近郊からの観光・宿泊需要に、如何に応えるか
- 二次交通の利便性を図り、如何に周辺部観光地へも観光客を呼び込むか
- 観光情報や魅力を発信し、如何に知名度の向上と来訪の喚起を図るか

### 圏域の施策の方向性及び取組

#### 【施策の方向性】

- ウィズコロナ期に関心が高まる近郊旅行（マイクロ・ツーリズム）需要に石巻圏域としていち早く対応する。
- この機を捉え、従前からの課題であった石巻圏域内の二次交通や、観光客などに向けた情報発信を改善させることを通じて、アフターコロナ期へのステップアップを図る。
- 石巻圏域が一体となって実施できる回復策は、圏域内の関係者間で役割を分担しつつ、スピード感をもって講じていく。

#### 【短期的に実施すべき取組】

##### （１）近郊観光〔マイクロ・ツーリズム〕

- 新しい生活様式にも通じる「適疎」な観光の考え方の整理及び「適疎」な観光の浸透
- 地元石巻圏域の歴史的な魅力を再発見するための観光資源の面的な整備
- 半島部や離島部などでテレワークやワーケーションを実施する施設及び設備の整備
- 安全安心に関する学校教育や企業研修などの実施に対する官民連携での支援
- 県内学校や職場における休暇の分散化推進

##### （２）二次交通〔アクセス・トラフィック〕

- 半島部や離島部などの交通過疎地でのバス路線やタクシー利用の利便性向上
- 石巻圏域内の主なJR駅などへのレンタルサイクル施設の整備
- 石巻圏域での複数の航路を乗り継ぎ移動できる仕組みの整備

##### （３）情報発信〔デジタル・トランスフォーメーション〕

- 半島部や離島部など情報過疎地域での無料Wi-Fi設備の整備
- 県内主要観光地（仙台・松島など）からその先へと観光行動を促す情報の一元的な発信
- 宿泊施設や飲食店などにおける非接触型サービスの導入の促進

#### 【圏域として早急に実施しようとする取組】

- 観光マップ記載…離島航路や路線バスなどに関する情報の圏域の観光マップへの記載
- 地域の魅力伝達…石巻圏域の魅力を在京旅行雑誌や旅行サイトのライターなどに宣伝
- 県外物産観光展…石巻圏域の食材や物産や観光などを紹介するイベントを県外で実施
- 安全安心の向上…感染症の専門家を講師に招いて感染症予防や危機管理の知識を向上
- SNS発信促進…旅行中・後の発信を狙ってハッシュタグの共通化や写真投稿を促進
- オンライン実施…観光オンライン体験ツアーなどのデジタルコンテンツを作成し実施
- インセンティブ…石巻圏域の住民の地元宿泊施設の利用に対しインセンティブを付与
- 地元魅力再発見…埋もれる歴史的な地元魅力の再発見によりシビックプライドを醸成
- バスツアー運行…牡鹿・雄勝方面や宮戸方面など周辺部へ日帰り観光バスツアー運行
- タクシーで周遊…石巻圏域内の鉄道の主要駅からのタクシーによる周遊ツアーを造成
- 石巻地域ファン…ボランティア経験者などを対象に「石巻地域ファンクラブ」を募集



金華山（石巻市）



嵯峨溪（東松島市）



シーパルピア女川（女川町）



## 気仙沼・本吉圏域 (気仙沼市, 南三陸町)

### 圏域の観光の現状

- 大型バスや大規模宿泊施設による団体旅行が減少する一方、密になりがちな屋内が避けられアウトドア人気が高まるなど、観光の形態やニーズに変化が生じている。
- 首都圏など感染症拡大地域との往来には、躊躇・不安が見られる状況。一方で、教育旅行の行先については、首都圏などが避けられる中、当圏域の人気が高まっている。
- コロナ感染症拡大以前からの状況として、魅力ある観光資源が多数存在するも外部への情報発信力が弱いこと、仙台駅や空港からの公共交通アクセスが良くないこと、などがある。
- 三陸道沿岸道路の延伸のほか、NHK連続テレビ小説「おかえりモネ」の舞台に決まるなど、誘客に向けて新たにポジティブな要素が生じている。

### 圏域の観光の課題

- 観光の形態やニーズの変化を的確に捉えた振興施策を講ずる必要。また、感染リスクに対する訪問側・受入側双方の安心感を高めるための具体的な対応策が必要。
- 圏域における滞留性・周遊性を高めるための工夫が必要。
- 当圏域の安全安心面や観光の魅力が外部により効果的に伝わるよう情報発信の強化が必要。
- ポジティブな要素を最大限に活用した新たな施策展開が必要。その際、三陸沿岸道路を利用する観光客が当圏域を通過せず降り立ってくれるような誘因策が必要。
- 圏域への公共交通アクセスの改善が必要。

### 圏域の施策の方向性及び取組

- (1) 滞留性・周遊性を高めつつ、安全・安心で新たな観光ニーズに対応した観光モデルの構築
  - 自然の中で楽しむスポーツやレクリエーションを組み合わせた体験型、震災遺構をめぐる学習型、隣接市や岩手県南地域を含めた広域型など、観光資源・食・宿泊・ショッピングなどを一体的に楽しめる新たな総合的観光パッケージの造成【短期】
  - エリア・利用者限定の割引宿泊券の発行など、県内在住者向けなどの誘引策【短期】
  - ドライブマップの作成やスタンプラリーなど三陸沿岸道路と絡めた誘引策や、NHK連続テレビ小説のロケ地というチャンスを活かした効果的な観光プロモーション【短期】
- (2) 観光客を誘引する効果的な情報発信
  - SNSなど幅広い媒体による、圏域の観光情報や安全安心の取組に係る情報発信の強化(県内・東北・新潟向け【短期】、全ての県外地域・インバウンド向け【中長期】)
- (3) 圏域への公共交通アクセスの改善
  - 乗り継ぎダイヤの改善に向けた調整や、接続交通運行への助成【中長期】



安波山から望む気仙沼湾  
(気仙沼市)



きらきら丼 (南三陸町)



宮城オルレ「気仙沼・唐桑コース」  
(気仙沼市)

## 宮城県全体

全体会議及び圏域会議における県全体に共通する項目を次のとおり、集約しました。

### 県の観光の現状

- 感染症により観光客、宿泊客が激減しており、交通、飲食、小売業等も含め、観光関係事業者は非常に大きな打撃を受けている。
- 資金繰りの悪化などにより、事業継続が危ぶまれている観光関連事業者も多い。
- 順調な伸びを見せていたインバウンドは国の出入国制限に伴い、ほぼゼロに近い状態。
- 夏祭りやコンサート等の大規模な集客イベント、大型会議は軒並み中止。
- 旅行の自粛など、旅行者の旅行マインドの低下が見られる一方で受入側の観光地も不安を抱えている。
- 旅行者の行動変容により、これまでの観光形態やビジネスモデルの転換を迫られている。

### 県の観光の課題

- 安全安心対策の迅速化、可視化、情報発信のほか、設備投資や取組への支援が必要。
- 感染症発生時の対策、ガイドライン、イベント開催の判断基準、再流行への備えが必要。
- 段階に応じた事業者への支援や県内から東北、国内等へ需要喚起を広げる取組が必要。
- 地域の魅力の再発見や磨き上げと魅力の情報発信、イベント再開の支援等が必要。
- 自然を活用し、三密を回避した体験型コンテンツなど、地域の強みを活かした取組が必要。
- 新しい生活様式・新しい観光に対応したビジネスモデルの転換が必要。
- 5G等の情報通信環境やDX（デジタルトランスフォーメーション）への対応が必要。
- コミュニティやネットワークの再構築、関係人口を増やす取組や情報発信が必要。

### 県の施策の方向性及び取組

#### (1) 安全安心対策

- 旅行者に選ばれるための安全安心の取組の見える化と情報発信。

#### (2) 社会経済活動の段階に応じた事業者支援、域内流動や地域資源の磨き上げ

- 事業者の経営資金調達の支援や顧客確保のための取組。
- 近郊旅行から県内、東北、国内、海外と、旅行範囲を広げて回復していくための取組。
- 地域の観光資源の魅力を地域住民が再発見し、磨き上げ、魅力を発信していく取組。

#### (3) 新しい価値観・新たな観光

- 新たな観光需要を取り込むための施設のリノベーションの支援。
- デジタル技術を活用した情報発信や、受入環境の整備、デジタルマーケティングなど。
- テレワークやワーケーションの情報通信環境等の受入環境整備や情報発信の取組。
- 旅行者が観光に一定の責任を持つなど持続可能な観光のしくみを構築。

#### (4) 関係人口

- 単なる交流人口ではなく、将来的にも地域に関わる関係人口を増やす取組。

#### (5) アドバンテージを活かす取組

- 東北DCや、オリパラ、復興10年など今の宮城にしかないアドバンテージを活かす取組。

#### (6) インバウンドの取組

- 出入国制限解除を見据えたガイドラインや対応マニュアルの作成等の受入環境整備。

## 第4章 計画の基本理念と3つの視点

### 1 計画の基本理念

感染症による県内の観光への影響や、みやぎ観光振興会議における県全体に共通する現状、課題、施策の方向性及び取組などの検討結果等を踏まえ、計画の基本理念及び具体的な取組に向けた視点を取りまとめました。

### **デジタル変革に対応した新たなビジネスモデルを創出し、持続可能で選ばれる観光地をつくる**

これまでの旅行形態のシフトやライフスタイルの多様化に加えて、感染症の影響により、人々の行動変容が起きています。観光の在り方が大きく変化しています。

安全安心対策を踏まえた新しい観光のニーズや将来のリスク分散に対応した観光事業者のビジネスモデル転換・強化を支援するとともに、県や市町村はその取組が有機的に（面的に）繋がっていくよう事業を展開していきます。「世界の共通目標」というSDGsの共通言語の性質を活かし、官民がその役割分担のもと連携して、時代や価値観に順応した持続可能なみやぎの観光の基盤を形成していくことを目指します。

形成に向けての共通事項は、デジタル変革による新たなビジネスモデルの創出です。従来型のビジネスモデルや誘客手法から脱却し、例えば、事前予約システム、キャッシュレス決済、インターネット通販、クラウドファンディングなど、デジタル技術を積極的に活用することによる、感染症対策やサービスの効率化、事業の多角化に資する転換を支援していきます。

また、受入環境のデジタル化、オンラインツーリズムの導入、デジタルマーケティングといった観光分野のあらゆる施策にデジタル技術を積極的に活用するとともに、将来的には、インフラやサービス、情報などをネットワーク化することで、交通機関や観光施設での混雑緩和や円滑（シームレス）で非接触（タッチレス）なサービス提供につなげていきます。

新しいみやぎの観光を目指すために、観光施策のデジタル変革を基本認識としつつ、以下3つの視点に基づき事業を展開します。

### 2 具体的な取組に向けた視点

#### **視点1 安全・安心の機運の醸成と可視化により、選ばれる観光地をつくる**

- (1) 観光地として選ばれるための安全安心の対策とその見える化
- (2) 入国制限緩和を見据えたインバウンドへの取組

#### **視点2 回復フェーズに応じた取組を推進するとともに、観光資源の魅力を再発見し、地域と旅行客の関係を深める**

- (1) 社会経済活動の回復フェーズに応じた取組の推進
- (2) 地域の魅力の再発見と旅行客の受入体制の構築
- (3) 交流人口の拡大に加えて関係人口の拡大へ

#### **視点3 ニューノーマルに適応したビジネスモデルに転換し、新たな観光を創出する**

- (1) 新しい価値観からみやぎの新しい観光創出へ
- (2) 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

## 視点1 安全・安心の機運の醸成と可視化により、選ばれる観光地をつくる

### (1) 観光地として選ばれるための安全安心の対策とその見える化

安全安心対策とその見える化は、観光地として選ばれるための必要不可欠な要素です。業種別ガイドライン等に基づき、観光事業者が行うソーシャルディスタンスの確保や衛生対策といった取組をまとめて可視化し、優良事例を横展開します。

また、旅行者に安心感を持っていただくためには、まずは、住んでいる県民がみやぎは安全安心だと感じる事が大切です。また、ウィズコロナの旅行においては、旅行者が感染防止の「新しい旅のエチケット」を徹底し、地域に不安を持ち込まないことも重要です。

回復初期段階の県民等による県内旅行を通じて、地域と旅行者の双方向の安心感を醸成し、こうした取組や機運を県内外に発信していくことで、安心マインドを形成していくとともに、「過密を避け少人数で安心して楽しめる空間がある」東北・宮城の強みを組み合わせて、安心でクリーンな選ばれる観光地をつくります。

#### 【施策の展開例】

- ・ 各観光事業者が行う感染症対策への支援
- ・ 観光地として選ばれるための安全安心の可視化と情報発信
- ・ 感染症対策を確実にを行うことによる安心マインドの形成

### (2) 入国制限緩和を見据えたインバウンドへの取組

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、入国制限の緩和後に東北・宮城として需要を取り込むことができるよう、取組を進める必要があります。

訪日外国人旅行者に訴求力が強く、かつ宮城の強みである豊かな自然や食と癒やしに加えて、アウトドアでのアクティビティーといったコンテンツの魅力を高める一方で、相手国の感染症対策に適応した取組や、対応可能な病院の一覧など、旅行中の安心感に繋がる情報を旅マエから一般旅行者向けに発信するとともに、海外の旅行会社や国内に拠点を持つ外国人向け旅行会社等を対象としたプロモーションを展開します。

また、コロナ終息後に更なる訪日外国人旅行者を呼び込むためには、多言語対応や通信環境の整備への投資に留まることなく、館内のリノベーションや外国語対応人材の活用、食習慣などの生活様式への対応といった、もう一段踏み込んだ高付加価値な取組を進めることも必要となります。

#### 【施策の展開例】

- ・ 自然や食と癒やし、アウトドア等の滞在・体験コンテンツの整備
- ・ 海外の情報や国際基準を取り入れた対策ガイドラインの作成
- ・ 感染者発生時の対応マニュアルの作成（多言語）
- ・ 仙台空港国際線の再開にあわせたプロモーションの展開

### (1) 社会経済活動の回復フェーズに応じた取組の推進

ワクチンや治療薬が開発され、全世界的に観光需要が回復するまでの間は、感染症との共存も視野に入れながら、感染拡大の第二波、第三波を想定して、回復フェーズに応じた取組を推進します。

感染拡大防止期においては、観光事業者の事業継続と雇用維持を下支えするための資金繰り支援のほか、未来の顧客確保につながる新たな支援となるようクラウドファンディング等の活用を支援します。

観光需要の回復は、県内や東北からの宿泊観光者数割合が高い特徴を活かしながら、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ます。

県民や東北向けの消費喚起キャンペーンにより県内や東北から段階的に回復させていくほか、国の Go to Travel キャンペーンと相乗効果を図りつつ、旅行者とのつながりを再構築していきます。

#### 【施策の展開例】

- ・ 観光事業者の事業継続・雇用維持の下支えとなる資金繰り支援
- ・ 近郊旅行から回復するため、県内・東北からの域内流動の促進
- ・ 県内観光事業者の集客回復に向けた取組支援

### (2) 地域の魅力の再発見と旅行者の受入体制の構築

近郊旅行や県内旅行の機会が増えることをチャンスと捉え、例えば、県北地域と県南地域の相互交流など県内在住者向けの新たな取組も進めるなど、地域の魅力を再認識する機会(きっかけ)を提供する取組を推進するとともに、仙台空港や仙台駅からの二次交通利用拡大や地域内周遊の利便性向上など受入環境の充実に取り組みます。

更に、持続可能な観光地を形成していくためには、地域が一体となって、環境整備を進めることが重要であることから、地域において、観光産業がもたらす価値や観光振興に対する理解を深め、地域の観光を担う若手人材への支援等も含めた受入体制の構築・強化を進めます。

#### 【施策の展開例】

- ・ 県内観光事業者の集客回復に向けた取組支援
- ・ 地域が一体となった観光地づくりの支援

### (3) 交流人口の拡大に加えて関係人口の拡大へ

日本全体が人口減少、とりわけ地域の定住人口の減少が加速化する中では、単なる交流人口の拡大にとどまることなく、将来的にもその地域に関わっていく関係人口を拡大・構築していくことが重要です。

例えば教育旅行などで訪れた場所は、その特別な体験とともに、その人のライフサイクルにおいて長く記憶に残り続けます。地域を訪れる観光客にそこでしか味わえない特別な体験を提供することで、観光客は高い満足感を得るとともに、その地域への関心が高まり、将来的にその地域



のファンやサポーターとして、何らかの形でつながり続けることが期待されます。

一時的な需要喚起だけに終わらせることなく、地域との交流プログラムなど関係性の継続につながる取組を支援していきます。

#### 【施策の展開例】

- ・ 教育旅行の積極的な誘致とその後の関係継続への取組
- ・ 地域学習プログラムを含んだワーケーションツアーの造成
- ・ 地域課題解決型ツーリズム

### 視点3 ニューノーマルに適応したビジネスモデルに転換し、新たな観光を創出する

#### (1) 新しい価値観からみやぎの新しい観光創出へ

新しい生活様式に適応しながら、これまでと同様に経営を維持できるよう、ビジネスモデルの転換が求められています。そのためには、デジタル技術等の活用による固定費削減、宿泊施設における新たなニーズへの対応と事業の多角化などによる単価や客室稼働率の引き上げといった取組が考えられます。

また、急激な旅行客の増加によるオーバーツーリズムの問題が顕在化していますが、ウィズ・アフターコロナにおいては、旅行客が地域に不安を持ち込まないことはもちろん、地域の環境にも配慮するなど、旅行客が地域に一定の責任をもつレスポンスブル・ツーリズムを展開することで、持続可能なみやぎの観光を目指します。

#### 【施策の展開例】

- ・ ビジネスモデルの転換への取組支援（建物のリノベーション・ワーケーションの拠点化）
- ・ 旅行客も地域に一定の責任を負うレスポンスブル・ツーリズムへの転換
- ・ デジタル変革（受入環境のデジタル化、デジタルツアー、デジタルマーケティング、MaaS）

#### (2) 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

令和3年は、復興10年の節目の年であるとともに、東北デスティネーションキャンペーンの開催、東京2020オリンピック・パラリンピックの開催といったみやぎにしかないアドバンテージがあります。新しい生活様式の考え方にに基づき行動変容し、新しい価値観が生まれる中で、これらの取組と相乗効果を図りながら、未来に繋がるようなみやぎらしい新しい観光を創出していきます。

#### 【施策の展開例】

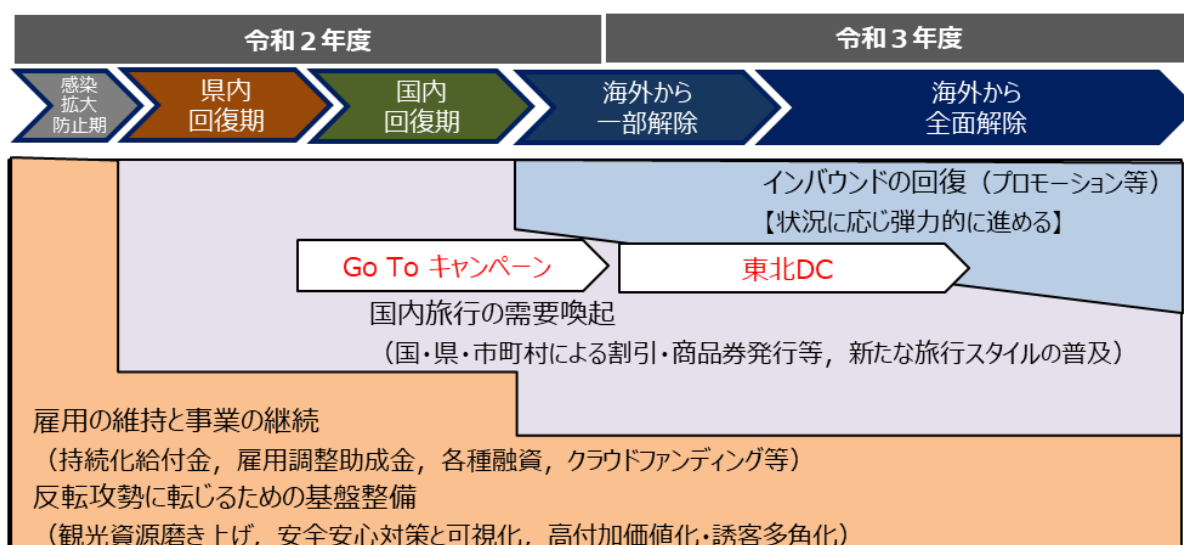
- ・ みやぎにしかないアドバンテージ（キラーコンテンツ）との相乗効果を図る取組（東北デスティネーションキャンペーン、東京2020オリンピック・パラリンピック、NHK連続テレビ小説「おかえりモネ」）

## 第5章 観光需要の回復フェーズに応じた具体的な取組

回復戦略では、感染症の影響による観光需要の回復フェーズを以下の4段階に整理した上で、各段階に応じた対策や季節変動に応じた切れ目のない取組を進めていきます。

- ① 感染拡大防止期 徹底した感染拡大防止対策を講じる時期（積極的助走期間）
- ② 県内回復期 県内に限定した域内流動の回復期（近隣日帰り旅行や県内宿泊旅行の回復）
- ③ 国内回復期 国内流動の回復期（国内の滞在型旅行の回復）
- ④ 国外からの誘客回復・発展期 訪日外国人旅行者の呼び戻し・社会構造変化に向けた新たな需要へのシフト（ニューノーマルな観光の創出）

（ロードマップのイメージ）



なお、県内の感染拡大の波は令和2年5月末までに一旦収束しましたが、世界では感染の流行が継続しています。本計画では、トレンドとしては収束に向かうシナリオを想定していますが、ワクチンや治療薬が開発されるまでの間は、感染症との共存も視野に入れながら、感染拡大の第二波、第三波を想定し、観光分野においても感染の影響を最小限に抑える感染拡大防止体制を整備するとともに、観光業の回復を進めていきます。

(1) 感染拡大防止期における取組

事業名	事業概要	事業年度		事業主体
		2	3	

(2) 県内需要回復期における取組

事業名	事業概要	事業年度		事業主体
		2	3	

(3) 国内需要回復期における取組

事業名	事業概要	事業年度		事業主体
		2	3	

(4) 国外からの誘客回復・発展期における取組

事業名	事業概要	事業年度		事業主体
		2	3	

※ 既に予算化されているもの、令和3年度の事業執行の確度の高い事業（政策課題、将来ビジョン、復興サポート事業、懸案事項協議了承事業など）のみ掲載予定

※ 令和3年3月に改訂し、令和3年度予算を追加することを想定

## 参考資料

- みやぎ観光振興会議開催経過
- みやぎ観光振興会議名簿
- 用語解説
- 市町村事業・観光団体事業一覧