

基本的な考え方

- 計画策定の趣旨
長期化する感染症の影響により大きな打撃を受けている観光事業者等が資金繰りや雇用を維持し、観光業を回復軌道に乗せ、その後の成長軌道に繋げていくための取組を推進するため、観光政策の基本計画として策定するもの
- 計画の位置づけ
 - みやぎ観光創造県民条例に定める基本計画
 - 新・宮城の将来ビジョンに掲げる分野別計画
- 計画期間
令和4年10月から令和7年3月まで



年度	～令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
フェーズ	(1)感染拡大防止期	(2)県内回復期 東北域内回復期	(3)国内回復期	(4)国外からの誘客 インバウンド回復期/拡大期	
観光戦略プラン	改定4期プラン (5つの観光戦略)	5期プラン（回復・成長）			6期プラン
(実施計画)	回復戦略	実施計画			実施計画

みやぎの観光を巡る現状・課題と今後の施策の方向性

- 新型コロナウイルス感染症により落ち込んだ観光需要の早期回復
- 地域を支える基幹産業としての観光関連産業の生産性の向上
- 持続可能な地域づくりに向けた県民の意識の醸成

第5期みやぎ観光戦略プランの策定に当たって

<計画の基本理念>
（仮）新たな観光のステージを見据えた、地域内外から選ばれ 自ら潤う観光地域づくりの実現

- 当面は感染拡大防止対策の徹底と、感染状況に応じた観光需要の喚起や観光事業者等の事業継続支援等による観光産業の回復・維持が喫緊の課題
- 新しい生活様式の浸透や働き方改革の推進に伴い、観光の在り方も大きく変化
- 「食材王国みやぎ」としての多彩な食をはじめ、特色ある自然・歴史・文化等の地域資源の発掘・磨き上げによる付加価値の向上とともに、震災の伝承、復興支援への感謝と復興が進展した姿を発信
- 観光教育等を通じた郷土に対する誇りや愛着の醸成を図り、観光客と地域住民双方の満足度の向上とともに交流人口や関係人口の拡大を目指す
- 新しい観光ニーズや感染症・災害等のリスクに対応した対応力強化やビジネスモデルの転換を進めていく
- デジタル技術の積極的な活用により、サービスの効率化や感染症対策、デジタルマーケティングによる戦略的なプロモーションなどを実施
- 観光関連産業が持続的に成長を遂げるためには、観光と他産業との積極的な連携強化や、地域全体の魅力・収益性向上による地域経済の好循環に繋げる



感染症により落ち込んだ観光産業を回復・維持しつつ、みやぎの観光の新たなステージに向けて、地域の住民や観光事業者自らの力で光り輝き続ける観光地域づくりを目指す

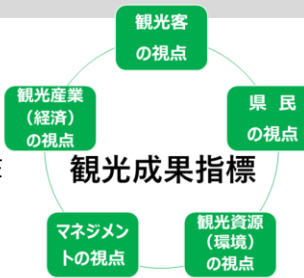
数値目標（基本指標）

数値目標	(参考) R元	基準値 (R2)	目標値(R6)	
			回復目標	成長目標
① 宿泊観光客数	989万人泊	587万人泊		
② 外国人観光客宿泊者数	53.4万人泊	12.2万人泊		
③ 観光消費額	3,989億円	2,498億円		
観光客入込数	6,796万人	3,945万人	観光成果指標へ移行	

観光成果指標

- 第4期プランまでの数値目標（基本指標）は、主に観光客（動態）の視点が中心
- 持続可能な観光の実現のためには、観光客視点のみならず、県民の視点や観光産業の視点など、多角的な視点・分析が必要（＝観光成果指標の設定）
- 観光成果指標については、実施計画で設定・評価を図り、観光施策の取組に反映させていく

【観光成果指標の例】
・観光客入込数 ・満足度 ・勧奨意向 ・リピート率 ・県内総生産

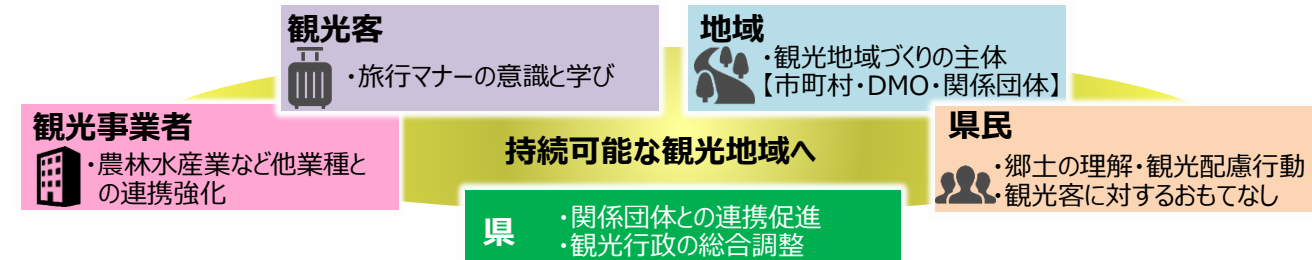


本県観光の今後の目指すべき姿

- 観光客と地域住民が共に高い満足度を得られる観光地の姿**
 - 地域住民が、地域資源の価値を再認識して、自分たちの住むまちに誇りや愛着を持ち、その魅力を国内外に積極的に発信しています。
 - 地域住民との交流等を通じて、宮城のファンが増加し、交流人口に加え関係人口が創出・拡大されて、質の高い持続的な観光地域づくりにつながっています。
 - 震災の教訓が国内外や次世代に渡って伝承されるとともに、震災を契機として、人と人、人と地域との絆が深まっています。
- 観光関連産業が地域経済を牽引している姿**
 - 農林水産業などの他産業との連携促進や事業者自らの創意工夫により、地域の観光ビジネスの創出や、体験型観光などの「コト消費」が拡大され、各圏域での観光消費が増大、域内調達率が向上し、地域経済への貢献度が増しています。
 - 官民一体となった面的な地域活性化の取組が広がり、地域全体の魅力が向上しています。
 - 観光地域づくりを担う人材や観光産業従事者、将来の観光産業の担い手となる若者の育成・確保に向けた継続的な取組が展開されています。
- 多様化する観光ニーズや自然災害・感染症等に対応した姿**
 - 自然災害や感染症など、今後起こりうる様々な危機（リスク）に備えた観光関連事業者等の対応力が強化され、旅行者が安全・安心に観光できる環境が確保されています。
 - 新しい旅のスタイルや価値観の変化に適応したビジネスモデルの転換が進展し、多様なニーズに対応した観光コンテンツやサービスが提供されています。
- 戦略的な情報発信により、広域周遊を通じて国内外から多くの観光客が訪れている姿**
 - 東北地方の玄関口としての役割を強化し、東北各県等と連携した広域周遊観光が促進され、国内外の多くの観光客が東北地方の観光地を周遊しています。
 - デジタルマーケティングの活用等による戦略的なプロモーションが展開され、効果的な誘客が図られています。

推進体制

- みやぎ観光振興会議などを通じて地域の意見を丁寧に聴き取りながら、地域（市町村・DMO等）、観光事業者などの多様な関係者が一体となって、観光地域づくりを進めていく



みやぎ観光創造県民条例（抜粋）

- 県民一人一人がおもてなしの心を持って、観光客を温かく迎えるよう努める
- 観光事業者は、地域における他の産業と連携することにより、地域の活性化に努める
- 観光関係団体は、他の観光関係団体と相互に連携を図るよう努めるとともに、観光に関する情報の発信、観光客の誘致、人材の育成等に取り組むよう努める

第5期みやぎ観光戦略プラン（中間案） ～（キャッチコピー）～ 【概要版】 2/2

施策立案・実施にあたっての基本的な方針／施策の柱

- ① ウィズコロナ（産業の回復）及びポストコロナ（産業の成長）時代への適応
- ② 持続可能な観光に向けた多様な関係者の意識向上とSDGsの実践
- ③ デジタルを活用したDXの促進・政策立案的な取組の推進（EBPM）



回復戦略

感染症により落ち込んだ観光需要の回復

（1）安全・安心の機運醸成と可視化による選ばれる観光地づくり

- 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の取組
- 入国制限緩和を見据えたインバウンドへの取組

（2）回復フェーズに応じた取組推進と観光資源の魅力の再発見

- 社会経済活動の回復フェーズや新たな旅のスタイルに対応した取組の推進
- アウトドアコンテンツをはじめとした地域の魅力の再発見と旅行者の受入体制の構築
- 交流人口に加え関係人口創出・拡大の取組



成長戦略 1

魅力あふれる観光地づくり



（1）特色ある地域資源の発掘・磨き上げと観光コンテンツの充実

- 食・自然・歴史・文化等の地域資源の発掘・磨き上げ
- 地域の独自性を売りにした体験型観光プログラムやデジタルを活用した観光コンテンツの造成

（2）観光に対する地域住民や旅行者の意識醸成

- 地域住民の郷土への誇りや愛着を醸成
(観光客と地域住民の交流促進, おもてなし講座の開催, 地域におけるふるさと教育の推進)
- 旅行者や地域住民の自然環境の保全や旅行マナー等に関する意識の醸成

（3）震災の経験を生かした復興ツーリズムや教育旅行の展開

- 震災の教訓を伝承するとともに, 防災・減災学習など学びの機会の創出
- 震災を契機とした地域との関係性の継続・深化



成長戦略 2

観光産業の体制強化



（1）地域経済循環力の強化

- 農林水産業などの他産業との連携強化やコト消費への転換
- 地域の価値向上や空間的魅力の創出による地域経済の活性化

（2）担い手の育成・確保

- 観光産業を牽引する「人財」の育成と活躍できる環境の整備
- 高等学校（観光科・商業科）等との連携による未来を担う観光人財の育成



成長戦略 3

受入環境の整備促進



（1）旅行者の安全・安心確保

- 災害や感染症等発生時の宿泊施設等の対応力・態勢強化
- 旅行者への情報伝達態勢の整備

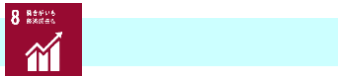
（2）多様化する旅行者の受入環境整備

- 多言語化やキャッシュレス等の非接触化の促進, AI技術等による観光サービスの機能強化
- ウィズコロナ・ポストコロナに適応したビジネスモデルの転換の促進
- 地域内・広域周遊のための二次交通の利便性向上



成長戦略 4

戦略的な誘客プロモーション



（1）旅行者のニーズやターゲットに応じた戦略的プロモーション

- デジタルマーケティングを活用したプロモーションの実施
- 東アジアなどの重点市場を対象とした誘客プロモーション
- 安全・安心対策の更なる可視化と確実な情報発信

（2）東北各県や東北観光推進機構等と一体となった広域周遊観光の促進

- 三陸沿岸道の全線開通や世界文化遺産などを生かした広域観光ルートの充実
- 仙台空港24時間化を契機とした中部以西から東北への誘客促進



各圏域の施策の方向（主なもの）

仙南圏域

- （1）感染症による影響からの回復のための取組
 - バーチャル観光・ワーケーション等の受入環境整備
 - 地域コンテンツの一体的PRやテーマ性を持った広域周遊促進
- （2）広域連携による「みやぎ蔵王」ブランド戦略の展開や多彩な魅力のPRによる誘客促進
 - 蔵王ジオパーク構想などと連携した食と観光のブランド化
- （3）広域連携による多様で魅力ある周遊ルートの形成や、滞在型メニューの充実
 - アドベンチャーツーリズムなどの体験型観光メニュー等の造成
- （4）仙南地域の観光を支える人材育成
 - 観光地域リーダー育成研修, 観光地域づくりの意識啓発
- （5）インバウンド受入体制の強化
 - 多言語ウェブサイトをガイドブック等による観光情報の発信

仙台圏域

- （1）関係者間の連携
 - 観光関連事業者, 交通インフラ関係者及び行政が情報共有, 意見交換及び協働等連携し行える仕組みづくり
- （2）観光資源の発掘・磨き上げやプロモーション
 - 観光資源と連携したスタンプラリーやテーマ性を持たせた情報発信による「面」としてのマイクロツーリズムの展開
- （3）戦略的な情報発信
 - 観光客のニーズや嗜好の把握及び圏域内で共有し, SNSの特性等を活かした訴求力の高い情報発信
- （4）仙山交流による観光資源の高付加価値化等
 - 「仙山交流」のネットワークを活用し, 交流人口・関係人口の拡大
 - 各市町村の特色ある他分野・異業種連携による観光資源の高付加価値化

大崎圏域

- （1）魅力の情報発信
 - 三陸沿岸道の全線開通及びコロナ禍におけるマイクロツーリズムを契機とした観光客に対し, SNSを活用しながら圏域の魅力情報を発信
- （2）環境整備及び産業との連携
 - 鳴子温泉街の閉鎖したホテル等の建物の撤去など, 「長期滞在したい」温泉街への変化と, ワーケーション, プレジャー等に適した環境を整備
 - 世界農業遺産としての魅力を活かし, 教育旅行及び農泊について農業体験等ができるよう受入態勢の強化
- （3）デジタル化の促進
 - 観光のデジタル化の促進やSNS等の更なる活用のため, ITに強い観光事業者が増えるよう, 研修会等を実施

栗原圏域

- （1）人材育成及び関係人口の拡大
 - ふるさと教育やシビックプライドの醸成等による人材育成
 - 農泊の推進や大学ゼミ合宿等誘致の取組等による関係人口の拡大
- （2）地域経済に好循環をもたらす「滞在型観光」の推進と情報発信
 - 豊富な体験プログラムや体験学習等による「滞在型観光」の推進
 - SNSやYouTube等の動画サイトを活用した情報発信による訴求力の強化

登米圏域

- （1）体験型コンテンツの開発
 - 地域に根差した団体や農林業者等と連携した体験型の観光コンテンツの開発
- （2）情報発信の強化
 - 歴史・文化など, 各分野の熱心なファン層を意識したInstagram, ツイッター等の様々な媒体を活用した情報発信の強化
- （3）受入環境の整備
 - 新しい生活様式に対応した感染防止対策の徹底とキャッシュレス決済システムやWi-Fi等の導入による利便性の向上
- （4）広域連携と周遊促進
 - 広域連携の推進による圏域外からの誘客促進と圏域内の観光地を周遊する機会の創出

石巻圏域

- （1）ポストコロナ時代の観光地づくり
 - マイクロツーリズム需要の継続的な取り込みに向けた観光コースの造成
 - 新しい生活様式に対応した「適疎」な観光の浸透
 - 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
- （2）関係人口や関係地域の創出, デジタル化及び交通課題の解決
 - 宮城県内外における石巻圏域の物産観光展等の開催
 - 圏域の豊富な食と観光資源のPRによる, 地域価値, 知名度の向上
- （3）新たな観光資源の創出による「滞在型観光」の実現
 - 日常の暮らしの中にある体験プログラムの開発
 - サイクルツーリズム等, 新しい視点からの観光推進と質の向上

気仙沼・本吉圏域

- （1）新しい生活様式やSDGsなど社会情勢の変化に適応した観光コンテンツづくり
 - 圏域の観光資源であるマリンスポーツ, 化石発掘体験, キャンプなど, コロナ禍で人気のアウトドアコンテンツの一層の充実
 - 「SDGs×アドベンチャーツーリズム」推進による持続可能な観光地づくりなど, 圏域ならではの観光コンテンツづくり
- （2）観光客の滞留性や周遊性を向上させるための観光プロモーションやイベントの実施
 - 隣接の観光地等と連携した, 「面」による地域の魅力の発信
 - 星空観測などを組み込んだ宿泊客増加のためのツアーづくり
- （3）圏域内外の交通アクセスの改善
 - 関係者による接続交通検討会議の設置と改善策の検討
- （4）ポストコロナを見据えたインバウンド対策
 - アウトドアアクティビティの充実や教育旅行用ツアー商品の検討

