

仙南圏域の観光の現状・課題・方向性及び取組について

(1) 圏域の観光の現状

- 令和元年東日本台風の被害からようやく立ち上がることができた矢先、新型コロナの影響によりほぼ全てキャンセルとなり、また、インバウンドは全く止まってしまった。
- 新型コロナの影響で、日帰り温泉・宿泊施設の客足は減少したが、物産館・直売所等では外出自粛の影響を受けたところもあれば、日常の食材を取り扱うためほぼ変わらないところもあった。
- 最近の感染者数増加の報道によって、キャンセルが非常に多くなっている。首都圏からのみではなく、仙台や福島・岩手・秋田など近県からのキャンセルも増えている。マスコミの報道の影響が大きい。
- 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感が強く、地域全体としての誘客活動が弱い。
- これまでは点在する観光資源がウィークポイントであったが、発想を転換して密にならないという発信方法は良い発想。
- これまで「みやぎ蔵王三十六景」を活用した食と観光のブランド化に継続して取り組んできており、仙南という中で良い取り組み。

(2) 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他地域との差別化が必要。
- 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。
- 回復戦略の実行には、市町単位の行政を超えた取組が必要。
- 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。
- 地域観光資源の掘り起こしと、それぞれの徹底的な磨き上げ。
- 自粛ムードが残る中、出かけたいというマインドの醸成。安全対策をいかに“安心”につなげるか。
- SDGs は当てはまる項目も多く世界的な指標なので、この時期だからこそしっかり準備する必要。
- インバウンド重視から、「近くから遠くまで」バランスの取れた集客を目指す必要。

(3) 回復戦略や成長戦略などの方向性・具体的な取組等**(回復戦略の方向性)**

- 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していく。
- まずは地元の方々に地元の良さを知ってもらい、さらには仙台、県内、隣県からの誘客を促進。
- 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、地域に利益を還元する。

(具体的な取組等)

- 安全安心対策コストへの支援。安全安心対策（宮城県としての具体的な取組み）の情報発信。
- 体験・「コト」消費の推進。
- MaaS と関連付け、密にならない、混雑しないという安全・安心情報の共有化・ネットワーク化。
- 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 サイトの立上げ。
- No 密観光のための朝型観光へのシフト。温泉オフィス。温泉でのワーケーション。
- 入湯税を活用した温泉街の活性化、イメージ向上。バーチャル観光を動画で配信。
- 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とそのため支援策。
- 行政側で支援メニューを用意するのではなく、それぞれの事業者がやりたいことに対する支援。
- 先々のインバウンドの対象として、さらに国際交流の観点から、現在生活に困窮している外国人留学生対象のツアー企画など。
- 自転車での移動も多いことから、サイクルツーリズムの呼び込み。
- 現状、観光統計調査は観光客入込数での計測だが、正確な実態把握のため売上高で計測できないか。

仙台圏域の観光の現状・課題・方向性及び取組について【視点 1】

①圏域の観光の現状

視点 1 (1)

- 新型コロナウイルス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。また、イベント等の中止が相次いでいる。
- 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。また、7 月以降についても、宿泊の予約等は平年より少ない状況になっている。

視点 1 (2)

- 令和 3 年に東京 2020 オリンピック・パラリンピックが開催される。

②圏域の観光の課題

視点 1 (1)

- 経済回復に向けた交流のためイベント開催は必要だが、実施に向けた判断が難しい。
- 安心・安全の担保と P R が重要。また、感染対策として、どこまで何をすべきかが問題である。
- お互いに安全が担保されないと、お客様も来ないし、受け入れ側も対応しにくい。
- 検温や噴霧型の消毒装置などの設備投資に対する補助が必要である。

視点 1 (2)

- インバウンド対応についても検討する必要がある。

③回復戦略や成長戦略などの方向性・具体的な取組等

視点 1 (1)

- 感染対策の基準や、イベント開催の判断指標を示す。
- 感染対策を実施している事業者が貼りだせるようなステッカー・標示等を配布する。
- 新しい生活様式に対応するための、安全・安心確保の講習会や情報発信を実施する。
- 感染防止対策の徹底に向けた設備投資への補助を行う。
- 観光客向けに感染症対策を周知する標示等を導入する。
- 観光に携わる事業者、従業員の安全・安心を担保するための施策を実施する。
- 県民に安心感を与えるため、感染防止対策をきちんと実施しているという情報を発信する。
- 「東北六県相互に交流しています」「東北は安全です」という東北全域としての安全宣言を行う。

視点 1 (2)

- 外国人留学生や労働者、技能実習生等が新型コロナウイルスに感染した際の対応を検討する。

仙台圏域の観光の現状・課題・方向性及び取組について【視点2】

①圏域の観光の現状

視点2(1)

- 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。
- インバウンドが激減し、当面期待できない。
- 宮城県・東北は冬期の観光誘客が弱い。
- 単独市町村だけでは、数日間滞在していただくことは難しい。

視点2(2)

- 観光客入込数、宿泊観光客数ともに仙台市のウェイトが大きい。
- 圏域内に主要観光地を擁する地域とそうでない地域とがあり、市町村間で観光振興への取組の温度差が大きい。

②圏域の観光の課題

視点2(1)

- 東日本大震災と異なり、「被災地」が全世界的な規模である。
- 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。
- 圏域内市町村が連携した取組が必要である。

視点2(2)

- 仙台市と協調しながら、圏域・県として連帯感を共有し、一枚岩になって観光地域づくりを進める必要がある。
- 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。
- 地元の特集をするなど、新聞・報道・テレビ・SNS等で県民の気持ちを動かすような情報発信が必要。

③回復戦略や成長戦略などの方向性・具体的な取組等

視点2(1)

- 仙台圏域に居住・訪問している人の流動や消費、街歩き・食べ歩きを促す企画を開発する。
- 公共施設（博物館・美術館等）や公共交通への補助や無料化により、街歩きを促進する。
- 仙台圏域から宮城県内、新潟を含めた東北地方、関東圏と、段階的に誘客を回復させる。
- 圏域内にある観光スポットをつないだモデルコースを充実させる。
- 二次交通を活用し、圏域内を周遊できるようなモデルコースを充実させる。
- 訪れた人の心を動かすような、コト消費に働きかける仕掛けづくりを行う。
- 冬期における観光客入込数の増加に向けた、新たなイベント等を実施する。

視点2(2)

- 地元の人が宮城の魅力を発信し話題づくりを行いたくなる仕掛けを創出する。
- 各市町村で観光に携わっている方々の発信力を集約して、大々的な宣伝を行う。
- 専門的・客観的な意見をいただき、それを地域の観光に活かす機会をつくる。
- 県内立地企業の従業員に向けた情報発信を行う。
- 県内立地大学に通う留学生からの意見を取り入れる。
- 他都道府県の人に、宮城県がどのように映っているかを一つの指標とする。

仙台圏域の観光の現状・課題・方向性及び取組について【視点3】

①圏域の観光の現状

視点3 (1)

○令和3年に東北デスティネーションキャンペーン（東北DC）が開催される。

視点3 (2)

- 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。
- 内陸の山間地域～沿岸部と、多様な自然に恵まれている。
- 密な環境を避けるという観光需要がある。
- 教育旅行・修学旅行の需要が増えている。

②圏域の観光の課題

視点3 (1)

○東北DCを活かす取組が求められる。

視点3 (2)

- 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。

③回復戦略や成長戦略などの方向性・具体的な取組等

視点3 (1)

- 東北DCを見据えた、観光資源の掘り起こしと磨き上げを行う。
- プレDC企画を実施し、全国的に注目を浴び、マスコミに取り上げられるような情報発信を行う。

視点3 (2)

- SNSを活用し、地域の魅力をPRする。
- Wi-Fi・5Gの環境整備を行う。
- 豊富なアウトドアコンテンツを活用したアクティブツーリズムを促進する。
- SDGsや持続可能性を意識した観光の取組を行う。
- 少人数グループでの観光をターゲットとした誘客を行う。
- 教育旅行・修学旅行の需要増加が一過性で終わらないように情報発信や受入態勢整備を行う。

(1) 仙台圏域の観光の現状	(2) 仙台圏域の観光の課題	(3) 仙台圏域の観光の方向性・具体的な取組等	みやぎ観光回復戦略(仮)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 新型コロナウイルス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。また、イベント等の中止が相次いでいる。 ○ 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。また、7月以降についても、宿泊の予約等は平年より少ない状況になっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 経済回復に向けた交流のためイベント開催は必要だが、実施に向けた判断が難しい。 ○ 安心・安全の担保とPRが重要。また、感染対策として、どこまで何をすべきかが問題である。 ○ お互いに安全が担保されないと、お客様も来ないし、受け入れ側も対応しにくい。 ○ 検温や噴霧型の消毒装置などの設備投資に対する補助が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 安全・安心な観光地づくりに向けた基盤整備・受入体制整備 感染対策の基準や、イベント開催の判断指標を示す。感染対策を実施している事業者が貼りだせるようなステッカー・標示等を配布する。新しい生活様式に対応するための、安全・安心確保の講習会や情報発信を実施する。感染防止対策の徹底に向けた設備投資への補助を行う。 ● 観光客・従事者も含めた安全・安心の取組 観光客向けに感染症対策を周知する標示等を導入する。観光に携わる事業者、従業員の安全・安心を担保するための施策を実施する。 ● 安全・安心のための取組を実施していることのアピール 県民に安心感を与えるため、感染防止対策をきちんと実施しているという情報を発信する。「東北六県相互に交流しています」「東北は安全です」という東北全域としての安全宣言を行う。 	<p>1 (1)</p> <p>視点1 選ばれる観光地を醸成し、</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ 令和3年に東京2020オリンピック・パラリンピックが開催される。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ インバウンド対応についても検討する必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 世界に対する安全・安心のアピール 外国人留学生や労働者、技能実習生等が新型コロナウイルスに感染した際の対応を検討する。 	<p>1 (2)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ 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。 ○ インバウンドが激減し、当面期待できない。 ○ 宮城県・東北は冬期の観光誘客が弱い。 ○ 単独市町村だけでは、数日間滞在していただくことは難しい。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 東日本大震災と異なり、「被災地」が全世界的な規模である。 ○ 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。 ○ 圏域内市町村が連携した取組が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ● マイクロツーリズムなどの域内流動の促進 仙台圏域に居住・訪問している人の流動や消費、街歩き・食べ歩きを促す企画を開発する。公共施設（博物館・美術館等）や公共交通への補助や無料化により、街歩きを促進する。仙台圏域から宮城県内、新潟を含めた東北地方、関東圏と、段階的に誘客を回復させる。圏域内にある観光スポットをつないだモデルコースを充実させる。二次交通を活用し、圏域内を周遊できるようなモデルコースを充実させる。 ● 高付加価値な体験の提供 訪れた人の心を動かすような、コト消費に働きかける仕掛けづくりを行う。冬期における観光客入込数の増加に向けた、新たなイベント等を実施する。 	<p>2 (1)</p> <p>視点2 地域民が観光資源の交流の魅力を再発見し、</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ 観光客入込数、宿泊観光客数ともに仙台市のウエイトが大きい。 ○ 圏域内に主要観光地を擁する地域とそうでない地域とがあり、市町村間で観光振興への取組の温度差が大きい。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 仙台市と協調しながら、圏域・県として連帯感を共有し、一枚岩になって観光地づくりを進める必要がある。 ○ 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。 ○ 地元の特集をするなど、新聞・報道・テレビ・SNS等で県民の気持ちを動かすような情報発信が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域の魅力に対するシビックプライドの醸成 地元の人々が宮城の魅力を発信し話題づくりを行いたくなる仕掛けを創出する。各市町村で観光に携わっている方々の発信力を集約して、大々的な宣伝を行う。専門的・客観的な意見をいただき、それを地域の観光に活かす機会をつくる。県内立地企業の従業員に向けた情報発信を行う。 ● 外から見た宮城県という観念の導入 県内立地大学に通う留学生からの意見を取り入れる。他都道府県の人に、宮城県がどのように映っているかを一つの指標とする。 	<p>2 (2)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ 令和3年に東北 destinations キャンペーン（東北DC）が開催される。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 東北DCを活かす取組が求められる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 東北 destinations キャンペーンを契機とした誘客促進 東北DCを見据えた、観光資源の掘り起こしと磨き上げを行う。プレDC企画を実施し、全国的に注目を浴び、マスコミに取り上げられるような情報発信を行う。 	<p>3 (1)</p> <p>視点3 創出するノーマルな観光を</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ 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。 ○ 内陸の山間地域～沿岸部と、多様な自然に恵まれている。 ○ 密な環境を避けるという観光需要がある。 ○ 教育旅行・修学旅行の需要が増えている。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ● SNS・Wi-Fi・5Gなどのデジタル技術の活用 SNSを活用し、地域の魅力をPRする。Wi-Fi・5Gの環境整備を行う。 ● 新たな需要に対応した観光モデルの推進 豊富なアウトドアコンテンツを活用したアクティブツーリズムを促進する。SDGsや持続可能性を意識した観光の取組を行う。少人数グループでの観光をターゲットとした誘客を行う。教育旅行・修学旅行の需要増加が一過性で終わらないように情報発信や受入態勢整備を行う。 	<p>3 (2)</p>

大崎圏域の観光の現状・課題・方向性及び取組について

(1) 圏域の観光の現状

- 1 大崎地域の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。また、宿泊観光客数は、近年減少傾向となっている。
- 2 大崎地域の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。
- 3 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、地域経済、特にホテル・旅館・飲食店など観光関連業に大きな打撃があり、大崎地域の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。
- 4 今年春から夏にかけての各種イベントが中止となり、秋も中止となる方針なので、例年と比較して観光客が大幅に減少しており、飲食店や宿泊事業者の経営は非常に厳しい。
- 5 鳴子温泉郷の宿泊施設においては、5月の売上が前年比9割減や実質3か月間休業したところもある。運転資金の補充支援として、無利子無担保の融資、雇用調整助成金、持続化給付金制度等もあるが一時的に耐えるためだけのもので、さらに休業しても電気料金等の公共料金の負担が重くなっている。

(2) 圏域の観光の課題

- 1 新型コロナの影響により、消費マインドや外出マインドが著しく低下しており、観光地及び宿泊施設の利用が安全であることを周知しなければ、コロナ以前のような観光客数には戻らない可能性が高い。各施設における普段の消毒の取組をPRすることにより、旅行しよう、外出しようという雰囲気づくりをする必要がある。
- 2 新型コロナ後、テレワーク等の仕事のあり方が注目されている。鳴子温泉郷の宿泊施設関係者の話を聞くと、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意見がある。しかし、現在、鳴子温泉郷の通信機器が温泉の硫黄ガスにより早期（パソコンなどは1年）に劣化するため、機器更新による経費負担が重く、取組みがなかなか進まない現状にある。
- 3 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形態（イベント・短時間滞在）がありえるのかの調査・分析がなされていない。
- 4 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。
- 5 新型コロナによるホテル・旅館への影響は非常に大きく、雇用調整助成金などの支援制度は一時的な支援でしかないため、持続的な経営支援が求められる。

(3) 回復戦略や成長戦略などの方向性・具体的な取組等**【至急対応が必要な施策】****1 県内の宿泊施設が「安全・安心」と認識されることへの施策****(1) 徹底したコロナ対策事業と補助**

- ・一定のコロナ対策や研修を実施する団体等への事業補助

(2) 安全ステッカー貼付全店舗・施設への確認や指導

- ・施設における安全性の確認や現地指導を委託（公衆衛生協会や民間検査団体等）実施

(3) 他県よりも宮城県が「安全・安心」の施策をとっていることのアピール

- ・東京キー局や近隣県のマスコミなどに対し、宮城県の行っている施策の安全性が優れていることをアピールするため、番組制作し放映する。

【短期的に対応が必要な施策】**1 第二波に対応できる新しいビジネスモデルの推進****(1) WEB会議の会場として提供（ワーケーションの推進含む）**

- ・ビジネスホテルの客室，レストランのラウンジ等をWEB会議の会場として利用を推進する。また，良好な通信環境が必要となる場合は，整備費用を支援する。

(2) 旅館等を会議室や地域の集会場所として利用推進

- ・周辺地域の住民の利用拡大を図るため，旅館等の宴会場，客室を作業スペース，会議・打合せ会場として貸出しできる環境整備を推進する。

(3) 旅館等の平日利用の推進

- ・旅館等が仕事帰りでも気軽に利用できる施設と認識してもらうため，安価で温泉付き日帰りの少人数の事業プラン（格安夜帰り）を設定し，利用拡大を図る。

2 圏域内が一体となった観光振興の取組の推進

(1) 観光気運醸成に係る取組

- ・現在著しく停滞する観光客，そして観光事業者の観光気運を醸成するため，地域が一体となっ
て行うイベントや取組に対する支援（各地域から事業提案させ，優れた案件を採択）を行う。

(2) 教育旅行等向け一元的相談窓口の設置

- ・東北地方への教育旅行需要が拡大していることなどから，民泊・農泊，企業の研修を含めた一元的な相談窓口や情報管理ができる組織を立ち上げる。

(3) 大規模な会議等の誘致

- ・近隣地域と連携しながら，全国的な学術会議やイベント等の誘致を進める。

栗原圏域の観光の現状・課題・方向性及び取組について

(1) 圏域の観光の現状

- 新型コロナの外出自粛等により、「宿泊関係」や「飲食関係」を中心に、観光関連産業全体に影響が及び、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に加えて、首都圏等の県外からの予約客はお断りするなど、休業を余儀なくされた施設もある。
- 「飲食関係」では、宴会等の自粛や、会館等での法事開催が減るなど、厳しい状況が続いている。一方で、市等による「食って！買って！消費して！！」キャンペーンが徐々に浸透し、テイクアウト商品の販売を行う飲食店も増えてきている。
- 例年実施されているイベントのほとんどが中止され、「田植え体験」等、栗原の強みでもある「体験プログラム（体験型イベント）」も全て実施できなかった。
- 市民による外出自粛や、宴会の減少、観光客の減少、イベント等の中止等の影響は、タクシー業界や酒造会社など、様々な分野に及んでいる。
- インバウンドについては、以前より少なく、影響は小さい。

(2) 圏域の観光の課題

- 新型コロナの影響が、いつまで続くのか先が見えない状況にあるため、アフターコロナを見据えた対策のプランニングが難しい。
- 国や自治体等で実施されている支援策を知らずに申請していない事業者等が多い。また、事業者は、高齢者が多く、制度の理解が進んでいないため、丁寧な説明が必要である。
- 事業再開に際しての安全対策については、第2波、第3波を見据えて、地域全体が安全・安心であることが重要なため、関連産業間の協調を図りながら進める必要がある。

(3) 回復戦略や成長戦略などの方向性・具体的な取組み等

- 地域全体で一丸となった新型コロナに対する安全・安心対策の取組み。観光関連施設に係る「ガイドライン」の早期整備と関係者への動機づけ。
- 客側に感染拡大防止対策の徹底を求めるとともに、万が一に感染者が発生した際の対応方法を関係者間で共有するなど、受け入れ側の安全・安心の確保。
- マイクロツーリズムの推進。まずは「市民」。地域の魅力を再認識する機会（きっかけ）を多数提供。
 - ・市民が楽しめる企画（自然観賞、健康づくり、スポーツ、サイクリング、「地域体験プログラム」等）
 - ・「ふるさと教育」の推進（市民の目を地域資源等へ向けるような企画等）
- 「新しい生活様式」に伴う消費スタイルに合わせたコンテンツづくり。
 - ・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企画
 - ・通好みの、やや敷居が高いツアー企画（例えば、自然の中で、地酒を楽しむだけでなく、プラスαで何か一つ知識も身につけたい方を対象としたツアー等）
 - ・地域の「酒蔵」や「陶芸家の窯」、「藍染工房」、「地織工場」、「くり電廃線レール」などの活用
 - ・一人一人、客層に合せたコンテンツの見直し（ファンづくり、リピーターづくり）
 - ・デジタル化、リモート化の推進（ネット通販、観光地情報のネット配信、等）。
- 修学旅行や体験学習の受け入れ。
- 「関係案内所」の設置（地域の「イベント」や「店」、「人」等に関する情報が集まり、地域との関わり方をガイドする。）。
- 栗原市出身者（栗原市アンバサダー等）や在京ふるさと会等の協力（販路確保、等）。
- 2次交通の充実、強化による利便性の向上（タクシー利用者への補助等）。
- 携帯電話の電波の不通地区の解消。

登米圏域の観光の現状・課題・方向性及び取組について

(1) 圏域の観光の現状

- 飲食、宿泊、サービス業すべてコロナの影響大。タクシー業界は維持がやっと。生き残れるか。
- 大震災前と比し統計的に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。
- 滞在型ではなく、通過型観光客がほとんど。風土マラソン等のイベント参加者も来て帰るだけ。
- 大手旅行代理店の社員が登米市のことを知らない。知っていても明治村と、話題になった長沼。
- 大手旅行代理店と契約している観光施設がない。JTB で契約している施設はルートイン登米のみ。
- 以前は大型バス観光が主だったが、最近では中型バスの申し込みが増えている。少人数化している。
- 宿泊観光客がほとんどなく、ビジネス客が主。加えて帰省客、冠婚葬祭に来た人が泊まる程度。

(2) 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に来る人たちを、どのようにして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。
- 登米市の観光振興を自分事として考えられる人材の育成、市民それぞれが登米市の魅力を再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。
- 登米市の認知度が低く、効果的に魅力を発信していくことが必要。
- 登米市の観光、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。

(3) 回復戦略や成長戦略などの方向性・具体的な取組等

- 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、農業、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。
- 「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である「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。
- 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。
- 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。

石巻圏域の観光の現状・課題・方向性及び取組について

(1) 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
- 石巻地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

(2) 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

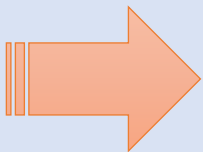

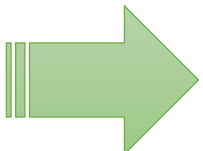
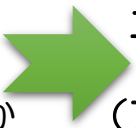
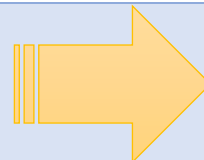

(3) 回復戦略や成長戦略などの方向性・具体的な取組等

別紙のとおり

石巻地域の観光の現状と課題及び回復に向けての整理

令和2年8月3日
みやぎ観光振興会議石巻圏域会議

1 石巻地域の観光の現状と課題

	現 状		課 題		事 項
(1)	新型感染症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		今後見込まれる県内等近郊からの観光・宿泊需要に、如何に應えるか		近郊観光 (マイクロ)
(2)	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		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込むか		二次交通 (アクセス)
(3)	石巻地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		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		情報発信 (デジタル)

2 石巻地域の回復への方向性

みやぎ観光振興会議石巻圏域会議での3回の議論を踏まえ、ウィズコロナ期に関心が高まる近郊観光（マイクロ・ツーリズム）需要に石巻地域としていち早く対応するとともに、この機を捉え従前からの課題であった石巻地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との考えに基づいて、回復戦略への意見を示すとともに、石巻地域が一体となって実施する回復策を、関係者間で役割を分担しつつ講じていくもの。

3 県回復戦略への反映などを検討すること

(1) 近郊観光〔マイクロ・ツーリズム〕

- ① 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
⇒適疎な観光を、ワーキンググループ等により整理し、地域での適疎な観光を浸透させていくための事業を展開する。
- ② 地元石巻地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
⇒認識が高くない地元の魅力の再発見を促進させるため、周辺を整備し誘客を促すと共に、その意義を後世に伝える。
- ③ 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
⇒新型コロナウイルスにより高まると予想されるワーケーションなどの需要に対し、風光明媚な石巻地域がいち早く対応する。
- ④ 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
⇒新型コロナウイルスで高まる安全安心の意識に応えるため、大震災の経験を踏まえ地元で活躍する民間団体などと連携する。
- ⑤ 県内学校や職場における休暇の分散化推進
⇒観光白書2020年版で新しい観光スタイルが検討課題とされ、その主要課題である休暇分散化を先駆けて推進する。

(2) 二次交通〔アクセス・トラフィック〕

- ⑥ 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
⇒アンケート結果でも指摘され、従来からの課題である二次交通に関し、誘客の促進を図るため利便性を向上させる。
- ⑦ 石巻地域内の主なJR駅などへのレンタルサイクル施設の整備
⇒石巻地域で力を入れるサイクルツーリズムの誘客強化のため、レンタルサイクル施設を増やし利便性を向上させる。
- ⑧ 石巻地域での複数の航路を乗り継ぎ移動できる仕組みの整備
⇒石巻地域の観光で更なる利用者の増加が期待される沿岸航路について、移動手段として整備し利便性を向上させる。

(3) 情報発信〔デジタル・インフォメーション〕

- ⑨ 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
⇒石巻地域は急峻な地形が多く通信環境が悪い所が多いが、観光客がリアルタイムで情報取得できるよう改善を図る。
- ⑩ 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
⇒石巻地域の観光情報取得の困難さがアンケート結果で指摘され、改善のため観光行動を促す情報の発信を強化する。
- ⑪ 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
⇒新型コロナウイルスの影響で需要が高まるであろう非接触型サービスに関して、実態を把握したうえで、導入の促進を図る。

4 地域として早急に取り組もうとしていること

(1) 東部地方振興事務所が旗振り役となるもの

表中の項目	実施概要	主なプレイヤー
●観光マップ記載	観光客利用が見込まれる離島航路や路線バスなどに関する情報を、観光キャンペーン推進協議会三陸部会作成のマップに盛り込み、観光客の利便性を図る。	協議会三陸部会 (東部地振内)
●地域の魅力伝達	東京で8月に開催される「東北六県物産観光あつ旋機関連絡協議会 定例記者会見」などで、石巻地域の魅力を在京の旅行雑誌等のライターなどに宣伝する。	東部地振・ DMO・観光協会
●県外物産観光展	7月に福島県国見町で石巻地域の物産と観光展を開催するほか、石巻地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する。	東部地振・ DMO・観光協会

(2) 石巻圏観光機構(DMO)が旗振り役となるもの

●安全安心の向上	感染症の専門家を講師に、ウィズコロナ期に宿泊・飲食施設で必須となる感染症予防に加え、万が一発生した場合の対応など危機管理の知識を向上させる。	学者等の感染症 対策の専門家
●SNS発信促進	石巻地域で弱いとされる情報発信の向上のため、特に旅行中や旅行後の観光客の発信を狙い、ハッシュタグの共通化や写真投稿キャンペーンを実施する。	石巻地域内の 旅行者
●オンライン実施	ウィズコロナ期に需要が高まる観光オンライン体験ツアーなどのコンテンツを作成して実施し、アフターコロナ期の石巻地域観光のゲートウェイ化をも狙う。	DMO・コンテンツ 作成会社

(3) 石巻観光協会等3市町観光協会が旗振り役となるもの

●適疎な観光浸透	新しい生活様式にも通じる適疎な観光の考え方を、ワーキンググループを組織して整理し、石巻地域での適疎な観光の浸透させていくための事業を展開する。	地域内の関係者 観光関係専門家
●インセンティブ	国や県のキャンペーンなどと連動し、石巻地域内の住民が地域内の宿泊施設などを利用した際に、地元産品を抽選で提供するなどインセンティブを付与する。	3市町観光協会
●地元魅力再発見	マイクロツーリズムで関心が高まる地元の歴史的な魅力の再発見により、シビックプライドの醸成などをも狙い、専門家による解説ツアーなどを実施する。	学芸員等専門家・ 3市町観光協会
●バスツアー実施	JR石巻駅から新たな観光施設が出来た牡鹿方面や雄勝方面、JR野蒜駅からオルシの起点である宮戸方面などへの日帰り観光バスツアーの運行を行う。	バス運行会社・ 3市町観光協会
●タクシーで周遊	個人や家族単位での観光客の需要に対応するため、石巻地域内のJR主要駅から身近な観光スポットをタクシーで周遊するツアーの造成を行い、実施する。	タクシー会社・ 3市町観光協会
●石巻地域ファン	石巻地域での復興ボランティア経験者や全国の石巻地域を想う方々(石巻地域ファン)を、「石巻地域ファンクラブ」として募集して、観光振興の協力を頂く。	3市町観光協会

気仙沼・本吉圏域の観光の現状・課題・方向性及び取組について

(1) 圏域の観光の現状

- 観光客入込数は、ようやく震災前の水準を上回ったものの、宿泊観光客数は今なお震災前の水準に届いていない。
- 魅力ある観光資源が多数存在しているにもかかわらず、それを外部に伝える情報発信力が弱い。
- 密になりやすい屋内の観光が避けられ、アウトドアの観光が好まれるなど、コロナ拡大により観光ニーズが変化してきている。
- 教育旅行について、首都圏から感染者数が少ない地域へと行先が移行しており、当圏域も候補地として引き合いが多くなっている。また、密を避けるため、大型バスでの一斉移動や大規模宿泊施設での一括宿泊が見直されるなどしている。
- 首都圏など感染症が拡大している地域との往来にはまだまだ躊躇がみられる。
- 三陸道沿岸道路延伸、気仙沼がNHK連続テレビ小説の舞台として決定するなどポジティブな動きがある。
- 仙台空港や仙台駅からの交通アクセスが良くない。

(2) 圏域の観光の課題

- 圏域内における滞留性・周遊性を高めることが必要。
- 圏域の観光コンテンツ・食・宿泊・ショッピング施設を一体的に楽しめるような取組が少ない。
- 来訪の動機付けとなるような当圏域の観光資源の魅力をより効果的に伝える情報発信が必要。
- 変化した観光に対するニーズを的確に捉え、振興施策を講ずることが必要。
- 観光客を受け入れる側に感染リスクに対する不安感がある。当面、県内在住者の県内における観光需要を喚起していくことが必要。
- 三陸沿岸道路延伸で観光客の増加が見込めることから、仙台⇄岩手・八戸間の単なる通過点とならないよう、三陸沿岸道路を活用する観光客に当圏域に立ち寄ってもらう手立てを講じる必要がある。
- 圏域へのアクセスを改善することが必要。

(3) 回復戦略や成長戦略などの方向性・具体的な取組等

- 登米市、栗原市、岩手県南部地域を含めた広域的な観光パッケージの造成など、より多様な観光コンテンツの提供
- 当圏域の観光資源の魅力や宿泊施設・観光関連施設等における安全安心の取組についての効果的な情報発信。その際に、圏域の魅力を再度しっかりと認識した上で、YouTubeやNetflixなどデジタル媒体のほか、マップや看板など従来からの媒体も含め幅広く実施する。
- 自然豊かな当圏域の特性を活かした新しい観光モデルの構築
- 教育旅行のニーズの変化に的確に対応したプランを造成し、地域内の事業者が連携して取り組む。
- ワークেশョンの需要調査を実施する。
- 事業者が安心して観光客を受け入れられるよう、感染症拡大の状況に応じた対応方針などを県がガイドラインとして明確に提示する。
- 県北地域と県南地域を相互に交流した場合の割引宿泊券の発行など、県内在住者向けの新たな観光誘引策
- 各インターチェンジ設置地域の知られざる魅力を掲載したドライブマップの作成やスタンプラリー事業など、三陸沿岸道路とからめた観光プランの造成
- 交通手段間連携によるダイヤ乗り継ぎ改善や接続交通運行に対する助成

気仙沼・本吉圏域の観光の現状・課題・方向性及び具体的な取組の視点について

圏域の観光の現状

周遊性

観光客入込数は、ようやく震災前の水準を上回ったものの、宿泊観光客数は今なお震災前の水準に届いていない。

- ◆ 気仙沼圏域の令和元年観光客数
 - ・ 観光客入込数 3,711千人
【H22年比102.4% H30年比126.0%】
 - ・ 宿泊観光客数 416千人
【H22年比94.4% H30年比105.1%】
- ※令和元年観光統計概要(速報値)

情報発信力

魅力ある観光資源が多数存在しているにもかかわらず、それを外部に伝える情報発信力が弱い。

ニーズの変化

コロナ拡大により、観光ニーズが変化してきている。

- ・ 密になりやすい屋内の観光が避けられ、アウトドアの観光が人気となっている。
- ・ 教育旅行は、行先が首都圏から感染者が少ない地域へ移行し、大型バスでの一斉移動や大規模宿泊施設での宿泊が見直されてきている。

感染リスクへの不安

首都圏など感染症が拡大している地域との往来にはまだまだ躊躇がみられる。

ポジティブ要素

三陸沿岸道路延伸、気仙沼がNHK連続テレビ小説の舞台として決定するなどポジティブな動きがある。

アクセス

仙台空港や仙台駅からの交通アクセスが良くない。

圏域の観光の課題

- 圏域内における滞留性・周遊性を高めることが必要
- 圏域の観光コンテンツ・食・宿泊・ショッピング施設を一体的に楽しめるような取組が必要

来訪の動機付けとなるような当圏域の観光資源の魅力をより効果的に伝える情報発信が必要

変化した観光に対するニーズを的確に捉え、振興施策を講ずることが必要

- 受入れ側の感染リスクに対する不安感を払拭することが必要
- 当面、県内在住者の県内における観光需要を喚起していくことが必要

仙台⇄岩手・八戸間の単なる通過点とならないよう、三陸沿岸道路を活用する観光客に当圏域に立ち寄りてもらう手立てを講じることが必要

圏域へのアクセスを改善することが必要

回復戦略や成長戦略などの方向性・具体的な取組の視点

登米市、栗原市、岩手県南部地域を含めた広域的な観光パッケージの造成など、より多様な観光コンテンツの提供

当圏域の観光資源の魅力や宿泊施設・観光関連施設等における安全安心の取組についての効果的な情報発信
⇒YouTubeやNetflixなどデジタル媒体のほか、マップや看板など従来からの媒体も含めた幅広い実施

- 自然豊かな当圏域の特性を活かした新しい観光モデルの構築
- 教育旅行のニーズの変化に的確に対応したプランの造成と地域内事業者の連携した取組
- ワークেশョンの需要の調査

- 県による感染症拡大状況に応じた対応ガイドラインの明示など、事業者の不安軽減の措置
- 県北地域と県南地域を相互に交流した場合の割引宿泊券の発行など、県内在住者向けの新たな観光誘引策

各インターチェンジ設置地域の知られざる魅力を掲載したドライブマップの作成やスタンプラリー事業など、三陸沿岸道路とからめた観光プランの造成

交通手段間連携によるダイヤ乗り継ぎ改善や接続交通運行などに対する助成