

# 第5期みやぎ観光戦略プランの策定に向けて

---

みやぎ観光振興会議

# 宮城県のこれまでの観光の取り組み

- 宮城県は「宮城の将来ビジョン」を策定し、「富県共創！活力とやすらぎの邦づくり」を基本理念として県政を推進する中で、観光の果たす役割が極めて重要であるという認識に立って、平成18年12月に「みやぎ観光戦略プラン」、平成23年3月には「第2期みやぎ観光戦略プラン」を策定した。
- その後に発生した東日本大震災により、「宮城県震災復興計画」を策定し、その中で復興のポイントの一つに「多様な魅力を持つみやぎの観光の再生」を掲げており、平成26年3月に「第3期みやぎ観光戦略プラン」を策定し、観光の復興に向けた取組を推進してきたところである。

## みやぎ観光戦略プランによる取組

第1期	第2期	第3期	第4期 (改定版)
平成19年度から 22年度	平成23年度から 25年度	平成26年度から 29年度	平成30年度から 令和3年度
「地域が潤う、訪れてよしの観光王国みやぎの実現」を目指して	地域が潤う、住んでよしの、訪れてよしの感動の「観光王国みやぎ」の実現を目指して	みやぎの観光の創造的復興とさらなる飛躍へ	観光の再生から未来につなぐ新たなステージへ
<u>3つの戦略プロジェクト</u>	<u>5つの戦略プロジェクト</u>	<u>5つの取組の方向性</u>	<u>5つの戦略プロジェクト</u>
1 みやぎの魅力創出プロジェクト 2 みやぎの情報発信・誘客プロジェクト 3 みやぎの連携・組織づくりプロジェクト	1 みやぎの魅力向上プロジェクト 2 広域観光充実・域内流動促進プロジェクト 3 インバウンド強化プロジェクト 4 関東以西からの誘客強化プロジェクト 5 アクティブ・シニア等の受入態勢充実プロジェクト	1 沿岸部の観光資源の再生と積極的な誘客 2 外国人観光客の回復 3 LCC就航や仙台空港民営化等を契機とした東北が一体となった広域観光の充実 4 観光消費効果の高い県外等からの誘客強化 5 観光資源の魅力の向上と観光客受入態勢の整備拡充	1 東北が一体となった広域観光の充実と誘客プロモーション 2 観光産業の連携強化と成長促進 3 外国人観光客の誘客加速化 4 沿岸部のにぎわい創出 5 <u>感染症により落ち込んだ観光需要の回復と持続可能な観光地づくり</u> <b>【令和3年3月改定予定】</b>

平成二十三年三月 みやぎ観光創造県民条例の制定

## 計画の位置づけ

- ・「みやぎ観光創造県民条例」に定める観光振興に関する基本計画（行動計画）
- ・「[新・宮城の将来ビジョン](#)」の分野別計画

## 計画期間

平成30年度から令和3年度まで

## みやぎの観光の現状と課題

- 沿岸部の観光客の回復の遅れ
- 東北地方の外国人宿泊者の伸び悩み
- 東北地方の国内観光旅行者の回復の遅れ
- 観光消費額の低迷
- [感染症の影響により旅行需要は大幅に減少](#)

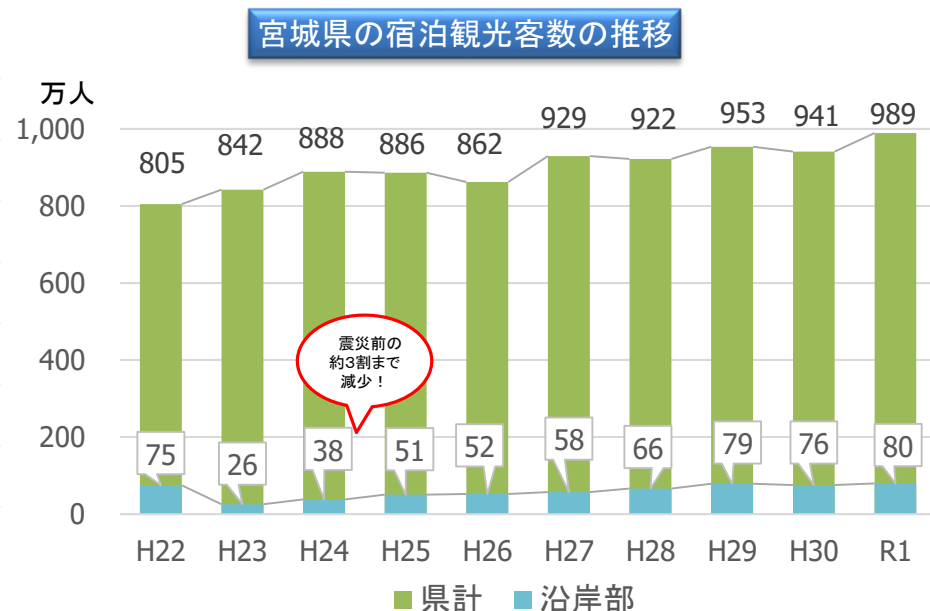
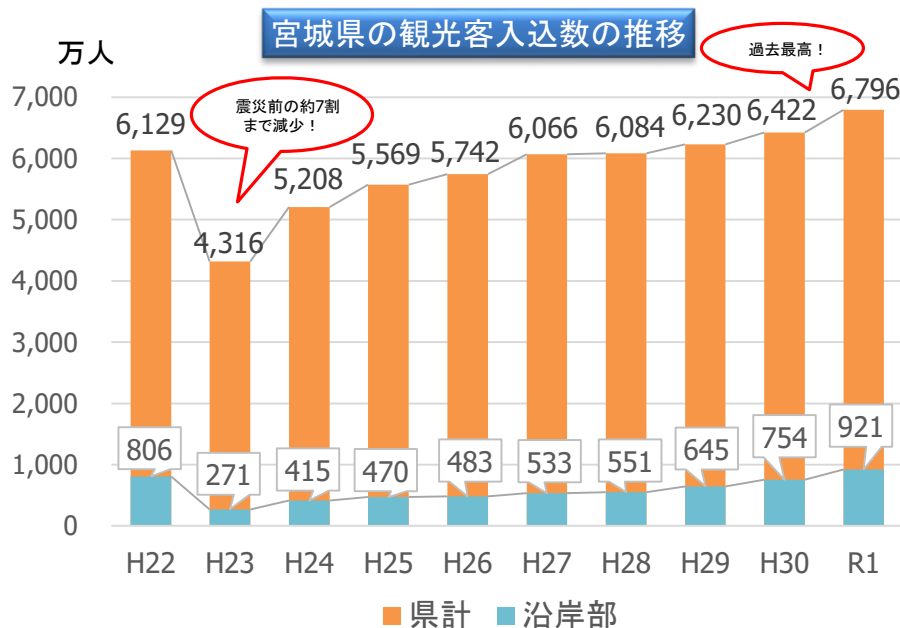
## 計画の基本理念

観光の再生から未来につなぐ新たなステージへ

数値目標	基準値 (平成28年)	最新値 (令和元年)	改定前目標値 (令和2年)	目標値 (令和3年)
観光客入込数	6,084万人	<u>6,796万人</u>	7,000万人	<u>7,000万人</u>
うち沿岸部(石巻・気仙沼地域)の 観光客入込数	552万人	<u>921万人</u>	805万人	<u>805万人</u>
宿泊観光客数	922万人泊	<u>989万人</u>	1,000万人泊	<u>1,000万人泊</u>
うち沿岸部(石巻・気仙沼地域)の 宿泊観光客数	67万人泊	<u>80万人</u>	75万人泊	<u>75万人泊</u>
外国人観光客宿泊者数	17.5万人泊	<u>53.4万人泊</u>	50万人泊	<u>50万人泊</u>
観光消費額	3,044億円	<u>3,989億円</u>	4,000億円	<u>4,000億円</u>

# 観光の現状① ～宮城県の観光客入込数・宿泊観光客数～

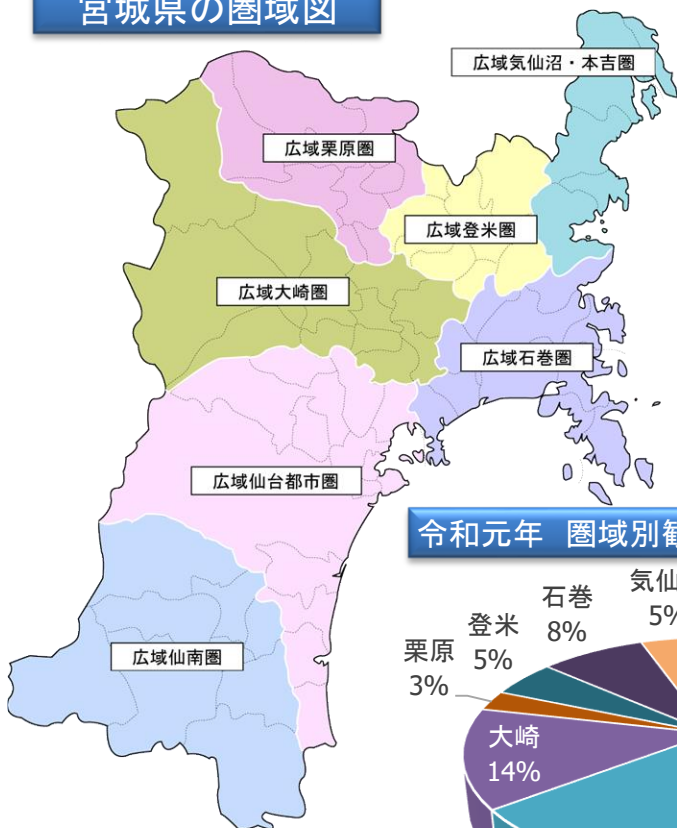
- 宮城県の観光客入込数は、東日本大震災で大きく減少し、震災前(平成22年)の約7割まで減少したが、震災前の水準を上回った平成29年以降、過去最高の観光客入込数を3年連続更新した。また、沿岸部(石巻圏域及び気仙沼圏域)では、東日本大震災により震災前(平成22年)の約3割まで減少したが、令和元年には震災前の水準を超えた。
- 宮城県の宿泊観光客数は、東日本大震災後も復興需要などにより増加の傾向にあり、令和元年は震災前(平成22年)と比較し、約2割(22.9%)の伸びとなっている。また、沿岸部(石巻圏域及び気仙沼圏域)では、東日本大震災により震災前(平成22年)の約3割まで減少したが、ほぼ震災前の水準に回復している。



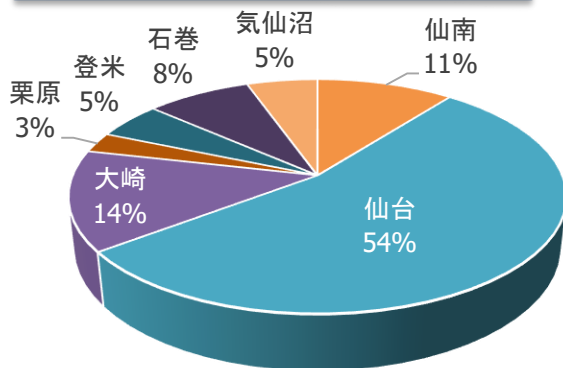
# 観光の現状② ～圏域別観光客入込数・宿泊観光客数～

- 圏域別観光客入込数は、仙台圏域が54%と全体の約6割を占め、大崎圏域が14%、仙南圏域11%と続いている。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H22年の水準を上回った。
- 圏域別宿泊観光客数は、震災前(平成22年)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るが、大崎圏域が17%減少している。

## 宮城県の圏域図

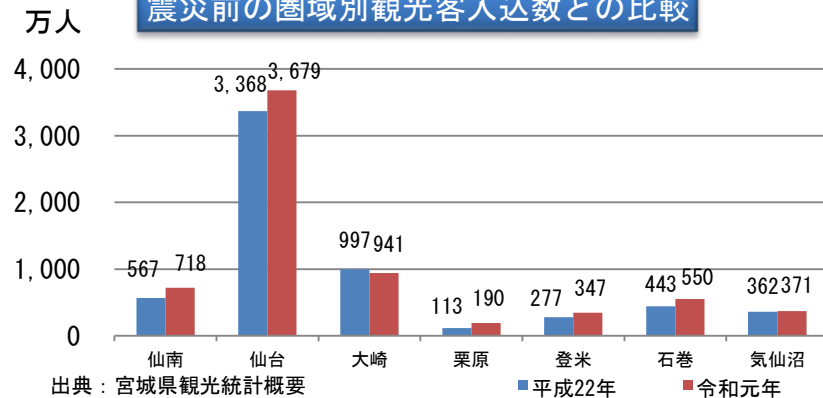


### 令和元年 圏域別観光客入込数内訳

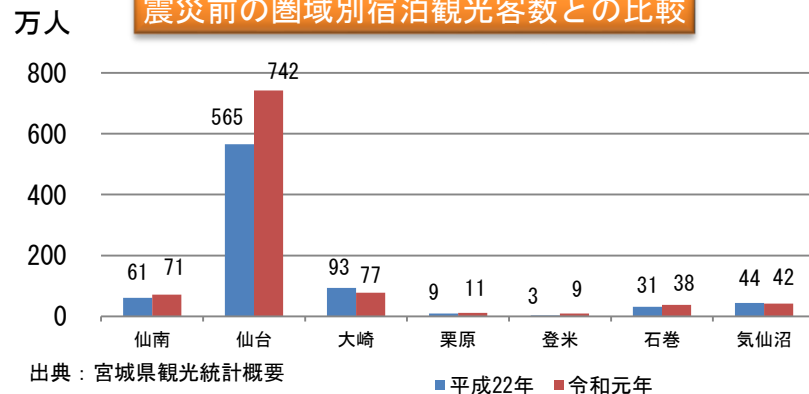


出典：宮城県観光統計概要

## 震災前の圏域別観光客入込数との比較



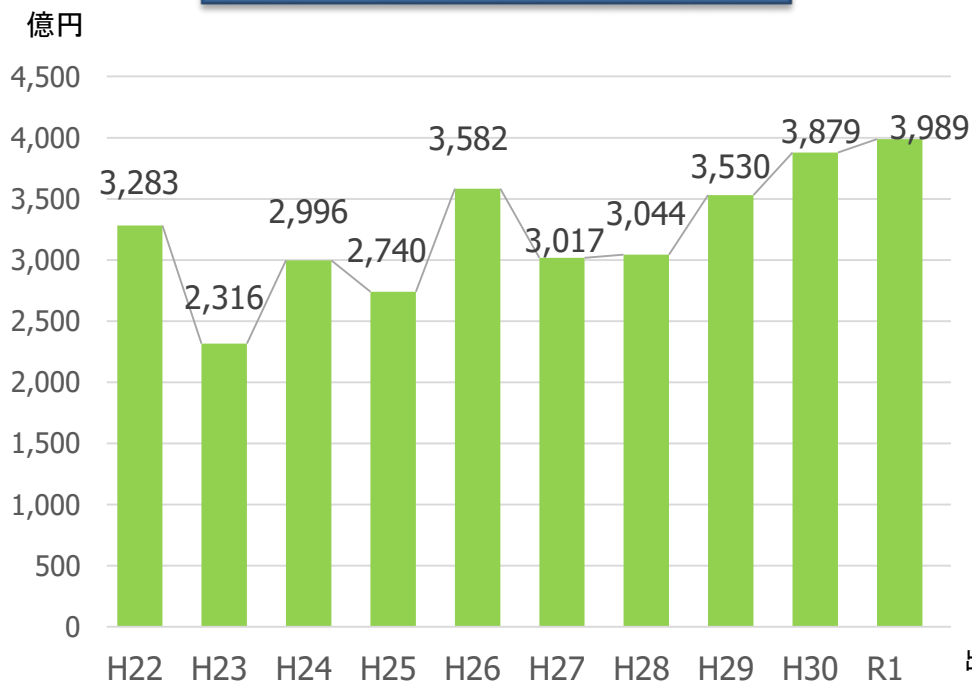
## 震災前の圏域別宿泊観光客数との比較



## 観光の現状③ ～観光消費額の推移～

- 令和元年の宮城県の観光消費額は3,989億円であり、震災前(平成22年)の121%まで伸びており、観光客入込数などの順調な伸びとともに、着実に増加している。
- 消費額については、「国内客(日帰り)」、「国内客(宿泊)」、「訪日外国人」の順に大きくなるのが特徴。

宮城県の観光消費額の推移



出典：観光庁 共通基準による観光入込客統計

観光客の消費動向(宮城)

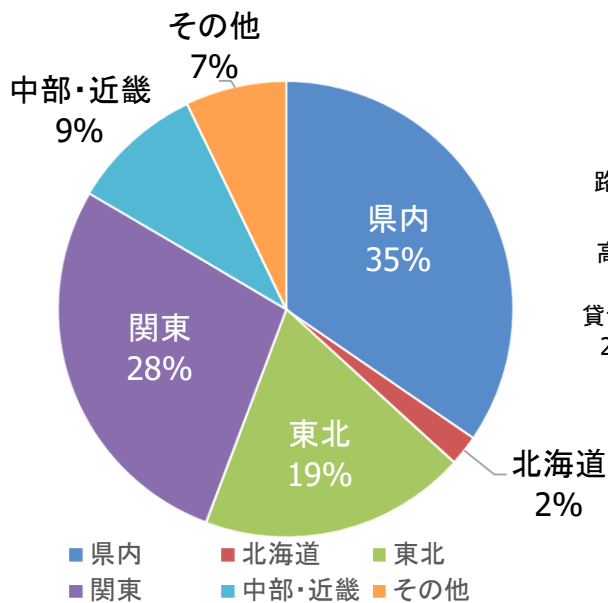
宮城県	観光消費額	人数	1人1回あたりの消費額
訪日外国人	440億円	39万人	112,820円
国内客(宿泊)	2,129億円	767万人	27,757円
国内客(日帰り)	1,420億円	2,038万人	6,968円

出典：観光庁 令和元年共通基準による観光入込客統計

# 観光客の動向① ～居住地別・交通手段・来訪目的～

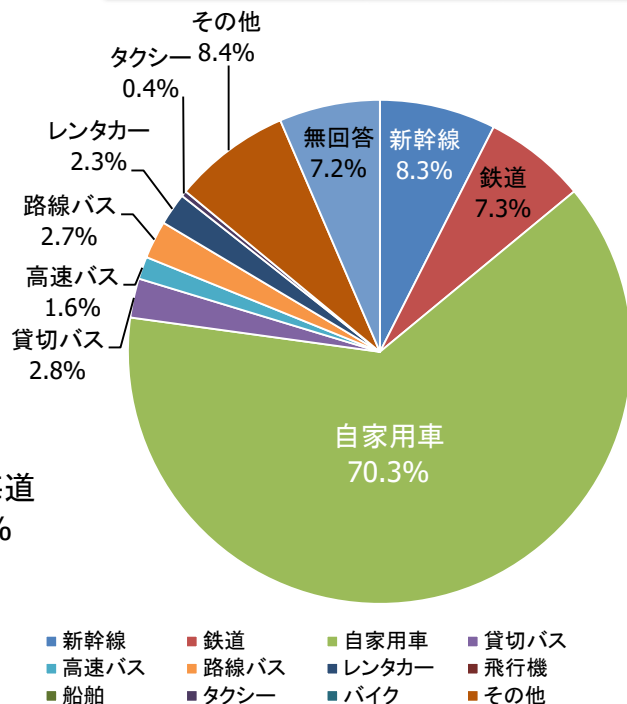
- 宿泊観光客を居住地別に見ると、県内と東北の割合が高く、合わせて5割を超える。
- 主な交通手段は自家用車が最も多く7割を占める。鉄道・新幹線は1割半程度
- 来訪目的は観光が5割を超え、イベントお祭りが約2割弱、買い物が約1割

## 居住地別宿泊観光客数



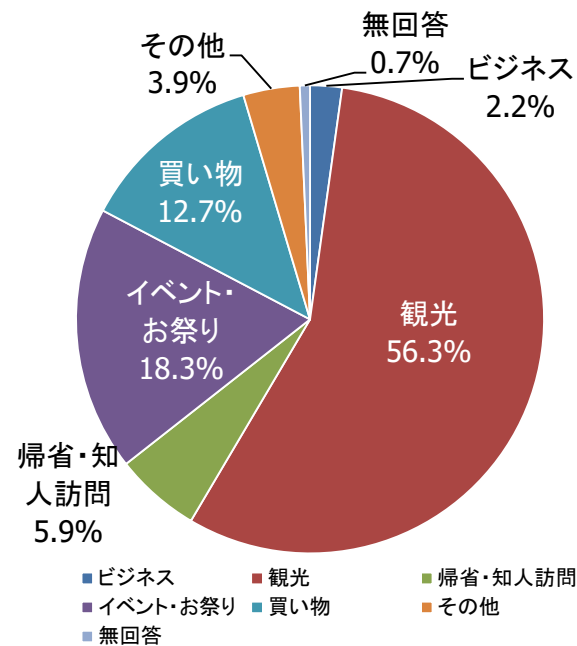
出典：宮城県観光課調べ

## 主な交通手段(複数回答)



出典：宮城県観光課調べ

## 来訪目的

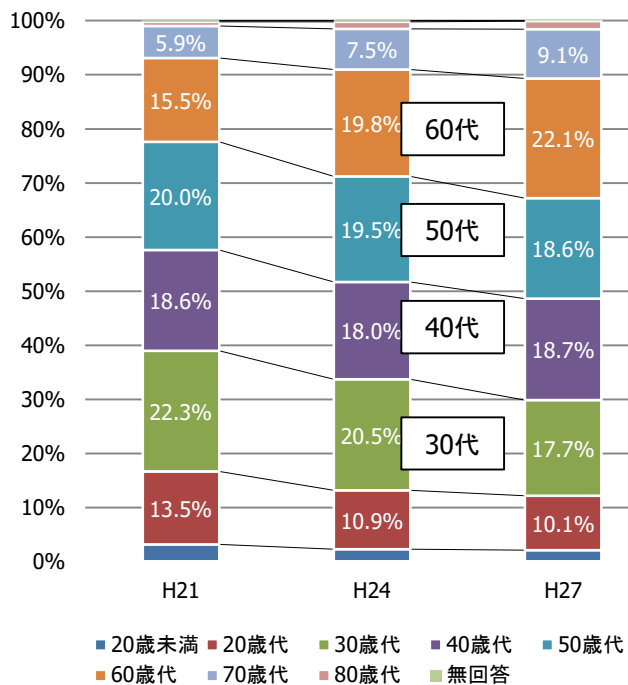


出典：宮城県観光課調べ

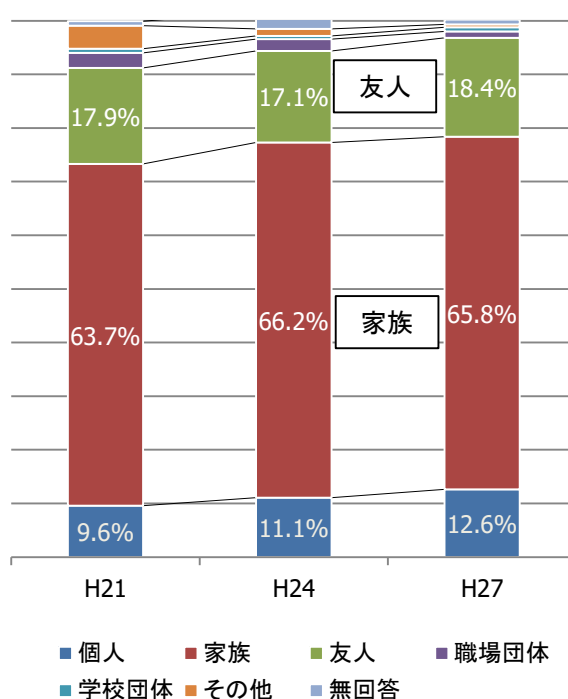
## 観光客の動向② ～年代・同行者・人数～

- 年代は、20歳代から60歳代まで幅広い方々が訪れている。平成27年は60歳代が増加した。
- 同行者の種類は、家族旅行が6割超を占める。
- 同行人数は、2人旅行が4割超、3人及び4～5人旅行が3割超を占める。

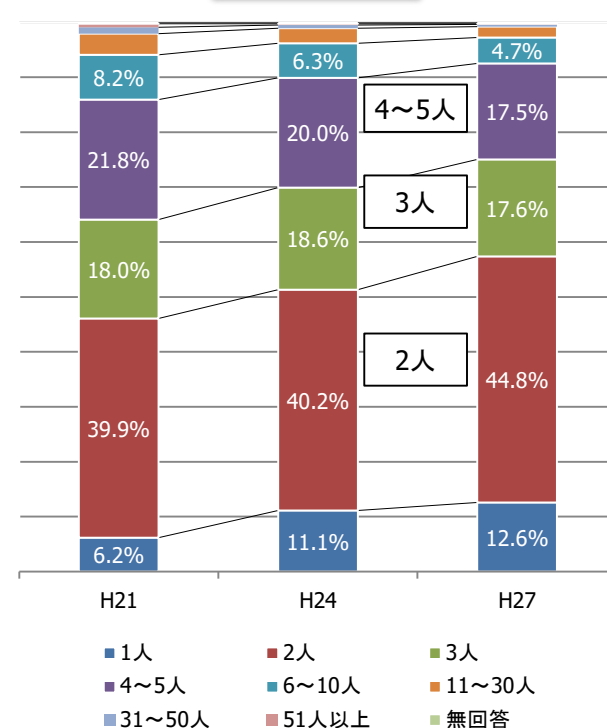
### 観光客の年代



### 同行者の種類



### 同行人数



出典：宮城県観光課調べ

出典：宮城県観光課調べ

出典：宮城県観光課調べ



# 分類別主要観光地点観光客入込数

- 県内の主要観光地点を分類別に入込数順にまとめると、イベント・行催事は、1位SENDAI光のページェント285万人、2位仙台七夕まつり225万人
- 温泉は、1位秋保温泉(仙台市)104万人、2位鳴子温泉(大崎市)81万人
- 景観・名所・旧跡等は、1位松島海岸(松島町)298万人、2位竹駒神社(岩沼市)167万人

## イベント・行催事

順位	名称	入込数
1位	SENDAI光のページェント(12月)	285万人
2位	仙台七夕まつり(8月)	225万人
3位	仙台・青葉まつり(5月)	97万人
4位	定禅寺ストリートジャズフェスティバル(9月)	77万人
5位	リボン・アート・フェスティバル(8月～9月)	44万人

## 温泉

順位	名称	入込数
1位	秋保温泉(仙台市)	104万人
2位	鳴子温泉(大崎市)	81万人
3位	遠刈田温泉(蔵王町)	73万人
4位	道の駅「上品の郷」ふたごの湯(石巻市)	30万人
5位	作並温泉(仙台市)	24万人

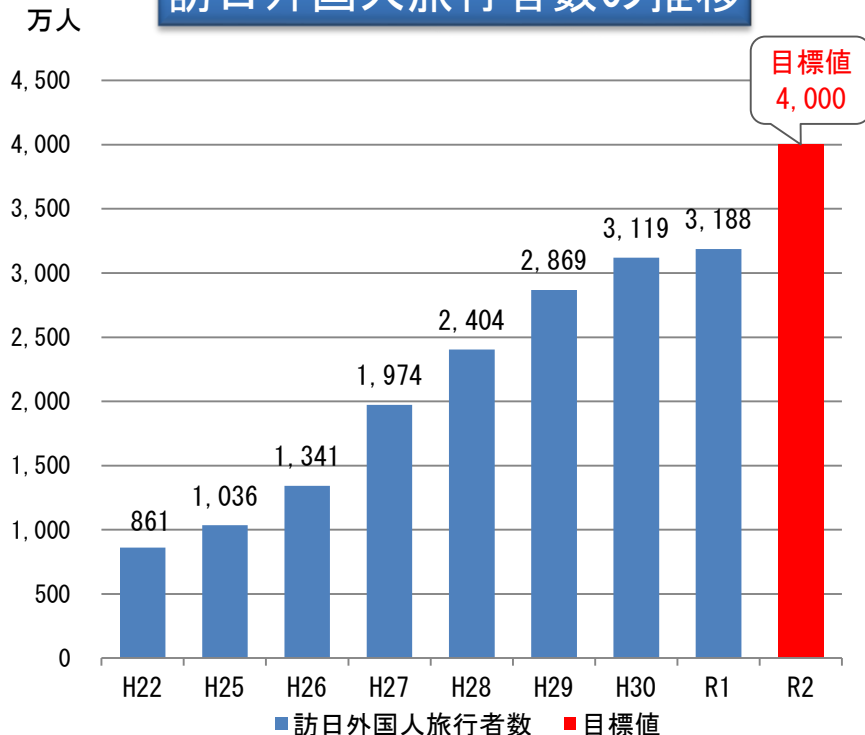
## 景観・名所・旧跡等

順位	名称	入込数
1位	松島海岸(松島町)	298万人
2位	竹駒神社(岩沼市)	167万人
3位	鹽竈神社・志波彦神社(塩竈市)	114万人
4位	宮城県総合運動公園(利府町)	104万人
5位	仙台城跡・瑞鳳殿・博物館等(仙台市)	101万人

# インバウンドの現状① ～全国の訪日外国人旅行者数・内訳～

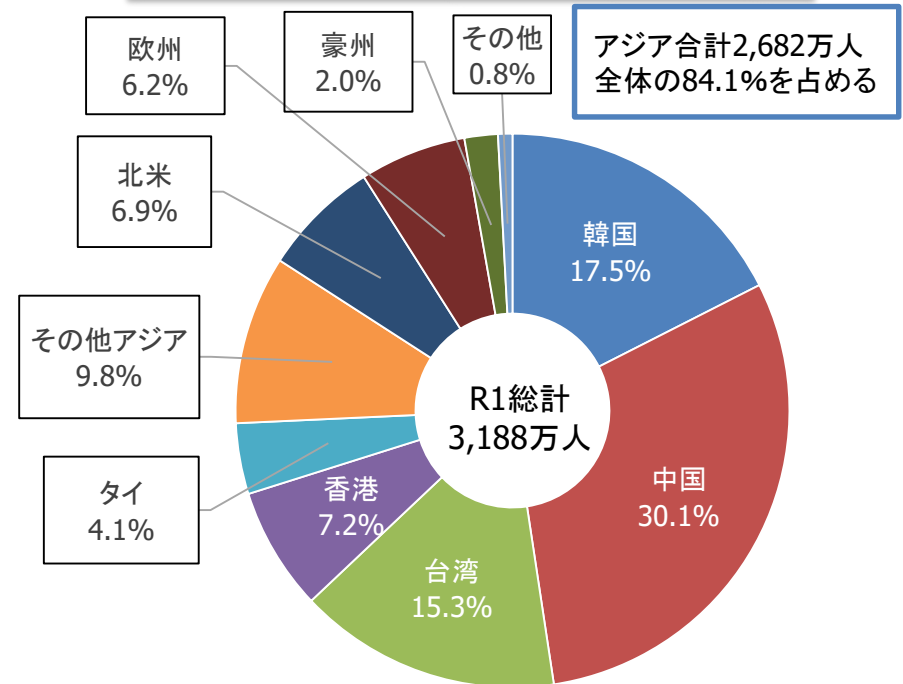
- 令和元年の訪日外国人旅行者数は、平成30年の3,119万人を更に上回る3,188万人(対前年比2.2%増)となり、過去最高を更新した。
- 訪日外国人旅行者を国籍別に見ると、中国・韓国・台湾などのアジア諸国が全体の84.1%となっており、北米が6.9%、欧州が6.2%と続いている。

## 訪日外国人旅行者数の推移



出典：日本政府観光局（JNTO）年別訪日外客数の推移

## 国籍別訪日外国人旅行者の内訳

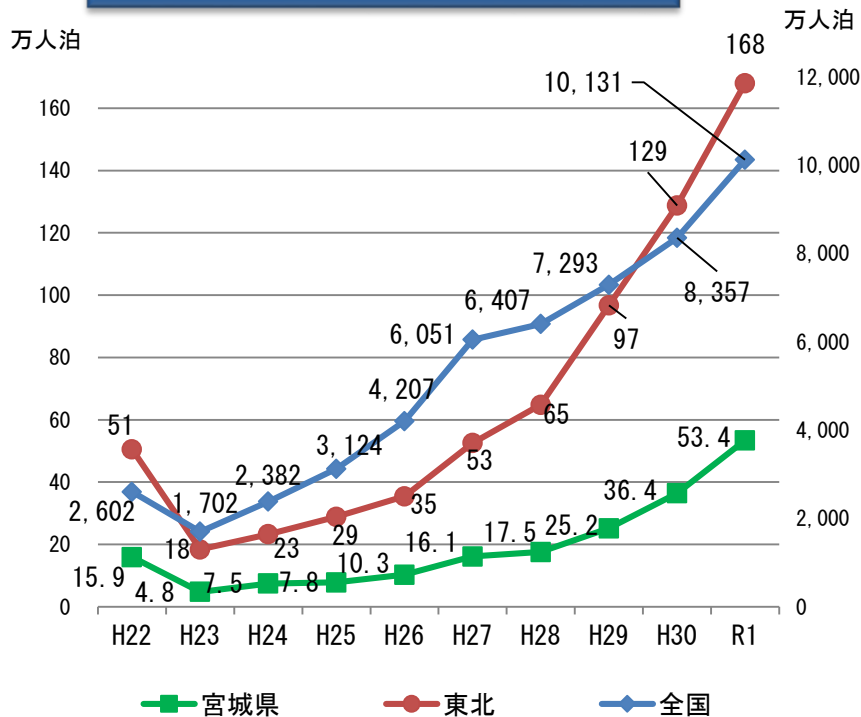


出典：日本政府観光局（JNTO）訪日外客数（2019年）

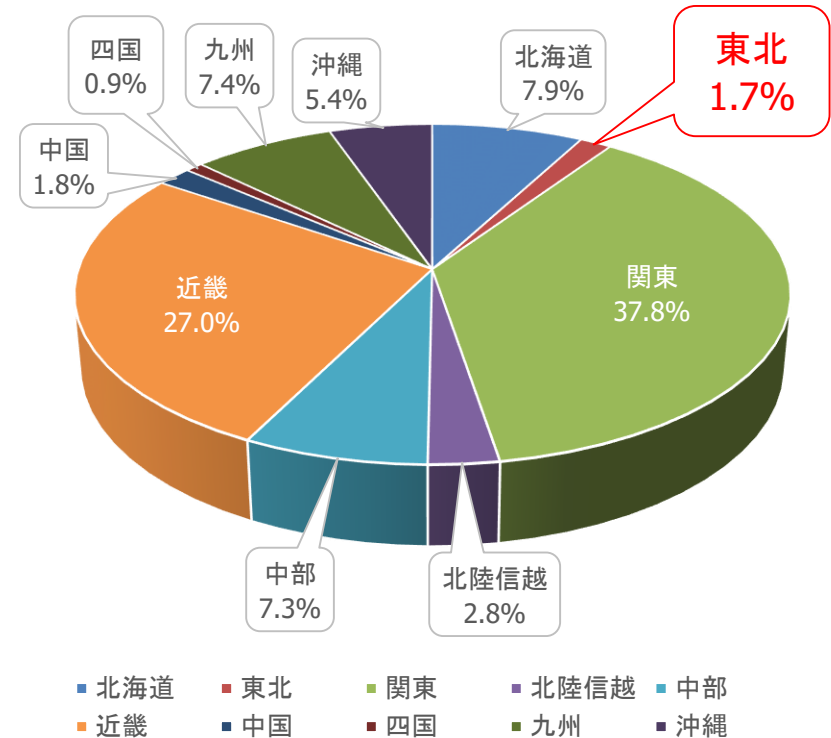
## インバウンドの現状② ～東北地方の外国人宿泊者数～

- 全国の令和元年の外国人宿泊者数(ビジネス目的含む。)は、約9,071万人(震災前比約3.5倍)と近年大きく伸びており、これに対して東北地方も約156万人(震災前比約3.1倍)と伸びているものの、全国の中では約1.7%の割合に留まっている。

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)



地区別外国人宿泊者数の割合

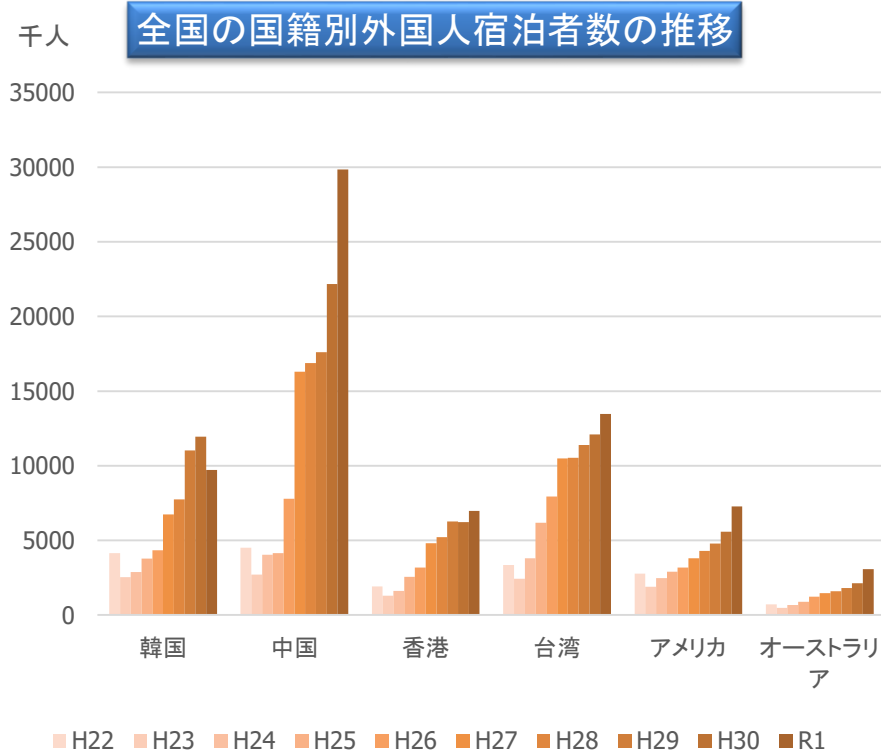


出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

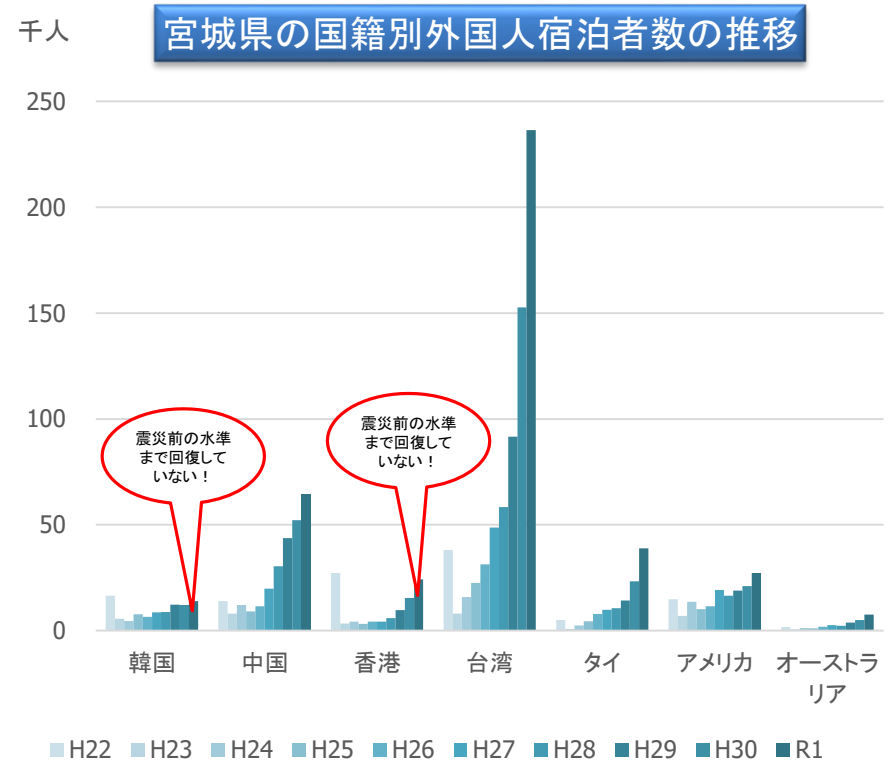
出典：観光庁 宿泊旅行統計調査（令和元年）

# インバウンドの現状③ ～全国・宮城の国籍別外国人宿泊者数の推移～

- 国籍別外国人宿泊者数を見ると、全国ではどの国も震災前を大きく上回り、順調に伸びているのに対して、宮城県では全体としては、順調に伸びているものの、韓国や香港などのように依然として震災前の数値に戻っていない国もある。
- 主な原因としては、東日本大震災や東京電力福島第一原子力発電所事故による風評の払拭に至っていないことなどが考えられる。



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

# 観光に関するデータ分析

---

## 第4期プラン目標指標

- ①観光客入込数
- ②沿岸部の観光客入込数
- ③宿泊観光客数
- ④沿岸部の宿泊観光客数
- ⑤外国人観光客宿泊者数
- ⑥観光消費額

**主に  
観光客  
の視点**

### 【課題】

- 現目標は、「結果としての数」しか示されていない。
- 本来は、現在の指標が、どういった要素の変動（成果）により、増減しているかの検証が必要ではないか。
- プランには、県民生活や地域の目指すべき姿についても言及されているが、そもそも現状や目標を示していないので、県民や事業者がイメージしづらいのではないか。  
→達成イメージをより具体化するため、県民がイメージしやすい指標や視点を多角的に分析するべきではないか。

## 目標（成果）指標のイメージ

# 観光成果指標

**観光客  
の視点**

- ・観光客入込数
- ・外国人宿泊者数
- ・旅行者の居住地 等
- ・宿泊観光客数
- ・リピーター率

**観光産業  
（経済）の  
視点**

- ・観光消費額
- ・雇用者数
- ・宿泊施設数
- ・観光客滞在日数
- ・客数（主要観光施設入場者）等
- ・経済波及効果
- ・県民所得
- ・観光収入

**県民  
の視点**

- ・県民所得（全産業）
- ・観光客比率
- ・県民旅行の実施度
- ・意識調査 等

**マネジメント  
の視点**

- ・県観光予算
- ・市町村観光予算
- ・市町村観光計画の有無
- ・市町村観光協会の有無 等
- ・DMO/DMC数

**観光資源  
の視点**

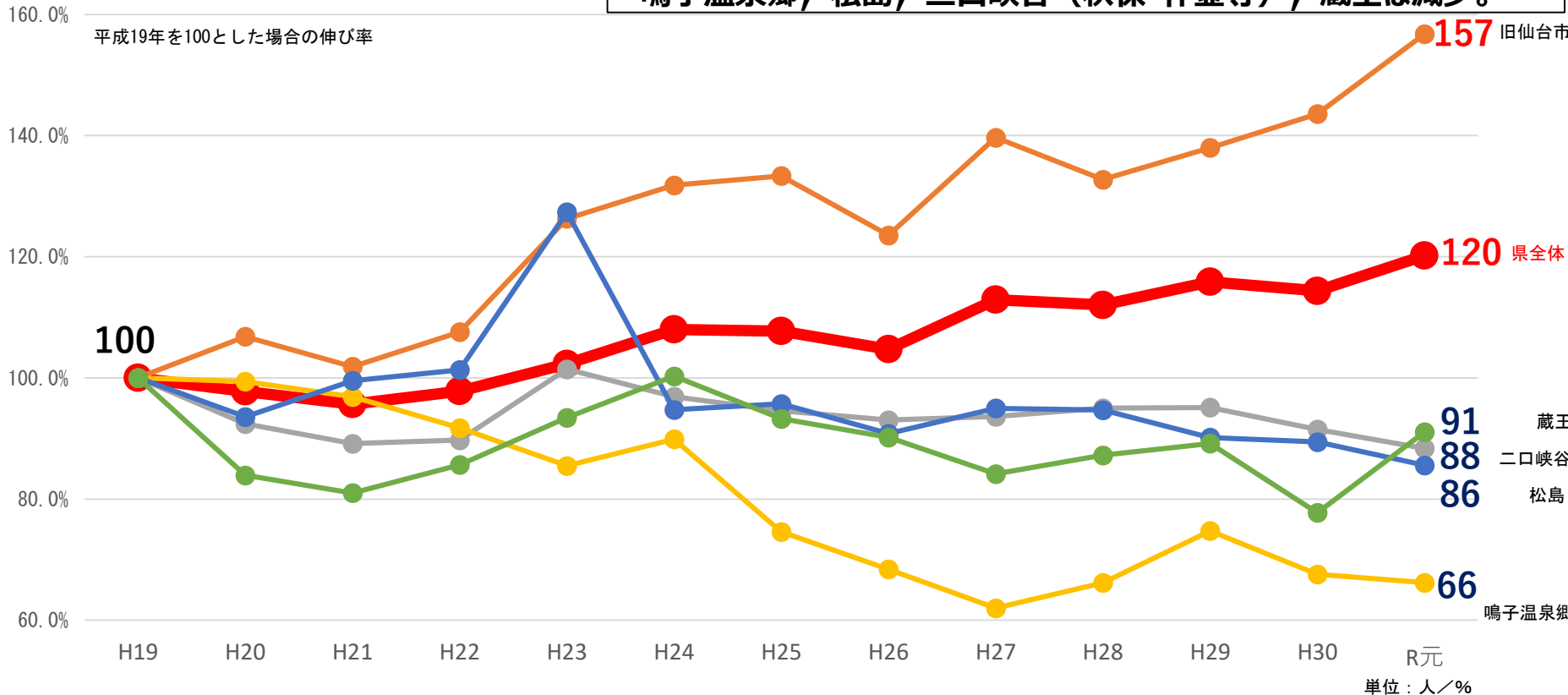
- ・震災語り部数
- ・文化財の数
- ・国立/県立公園の数
- ・文化/スポーツイベントの集客数 等
- ・観光ガイド数
- ・海水浴場の数
- ・通訳案内士数

# 本県観光の検証

出典：宮城県観光統計概要

## 観光客の視点（宿泊者数）

・宿泊者数は、対平成19年比で+20.2%だが、増加はほぼ仙台市中心部のみ。  
 ・鳴子温泉郷、松島、二口峡谷（秋保・作並等）、蔵王は減少。



地域別	H19	H22	H25	H28	R元	増減数 (R元-H19)	増減率 (対H19)
■ 県合計	8,226,706	8,047,141	8,861,731	9,216,753	9,887,653	1,660,947	20.2
■ 旧仙台市	3,121,332	3,357,592	4,162,217	4,143,673	4,892,986	1,771,654	56.8
■ 二口峡谷（秋保・作並等）	1,210,242	1,085,858	1,144,417	1,149,831	1,069,305	▲ 140,937	▲ 11.6
■ 鳴子温泉郷	801,000	734,900	597,500	530,000	530,100	▲ 270,900	▲ 33.8
■ 松島	735,276	744,949	703,802	696,228	629,216	▲ 106,060	▲ 14.4
■ 蔵王	650,604	557,179	606,794	567,479	592,341	▲ 58,263	▲ 9.0

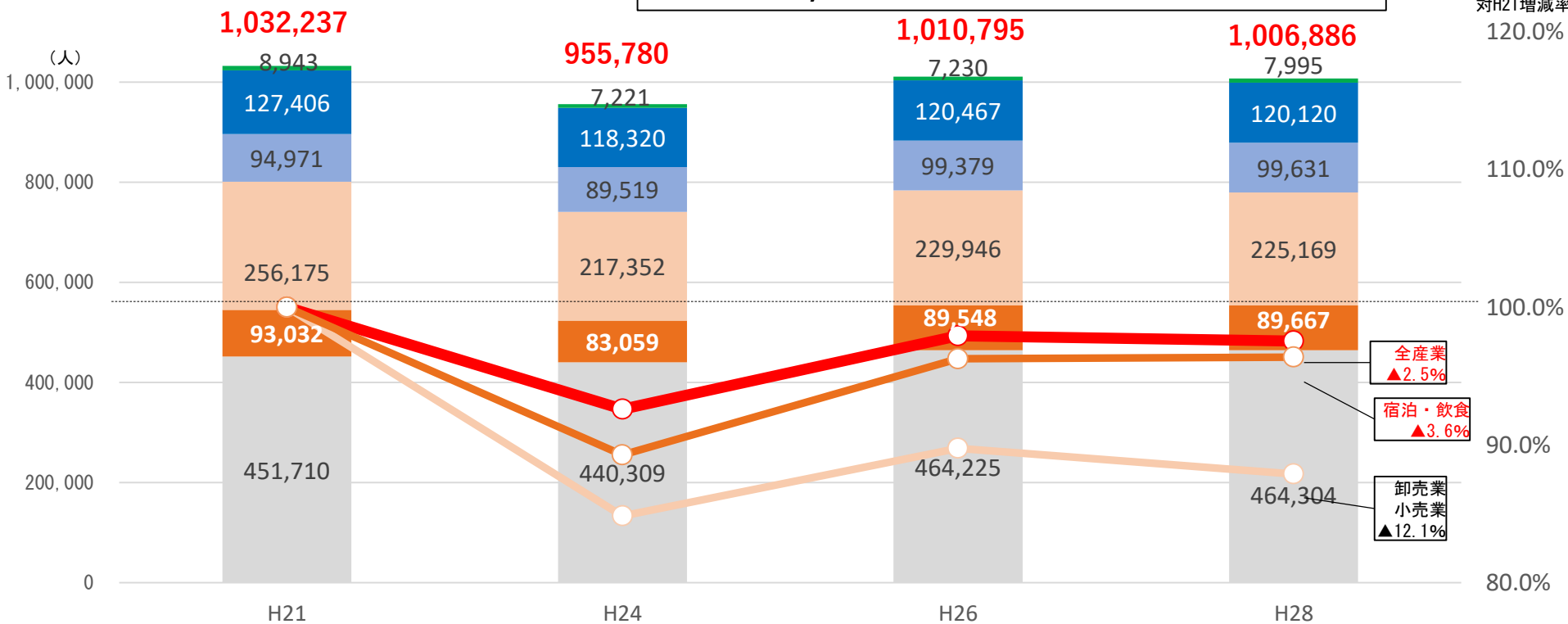
# 本県観光の検証

出典：経済センサス

## 観光産業の視点（従業者数）

・従業者数は、対平成21年比で▲2.5%  
 ・うち宿泊業、飲食サービス業は▲3.6%

【折れ線】  
 対H21増減率  
 120.0%



単位：人／%

産業別	H21	H24	H26	H28	増減数 (H28-H21)	増減率 (対H21)
全産業	1,032,237	955,780	1,010,795	1,006,886	▲ 25,351	▲ 2.5
農林漁業	8,943	7,221	7,230	7,995	▲ 948	▲ 10.6
製造業	127,406	118,320	120,467	120,120	▲ 7,286	▲ 5.7
建設業	94,971	89,519	99,379	99,631	4,660	4.9
卸売業、小売業	256,175	217,352	229,946	225,169	▲ 31,006	▲ 12.1
宿泊業、飲食サービス業	93,032	83,059	89,548	89,667	▲ 3,365	▲ 3.6
その他	451,710	440,309	464,225	464,304	12,549	2.8



# 本県観光の検証

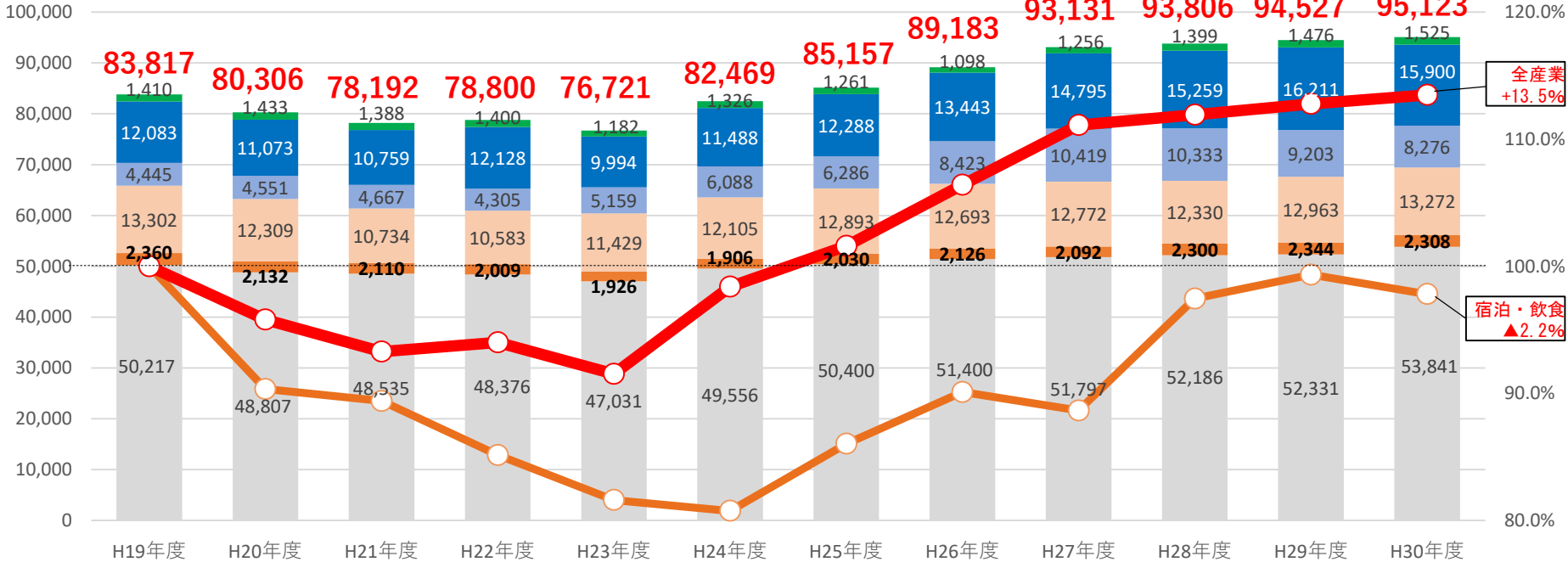
出典：県民経済計算

- ・観光産業の視点 (県内総生産)
- ・県民の視点

- ・県内総生産は、対平成19年度比で13.5%と増加
- ・一方で、宿泊・飲食サービスの県内総生産は▲2.2%と微減

【棒グラフ】

各産業 (億円)



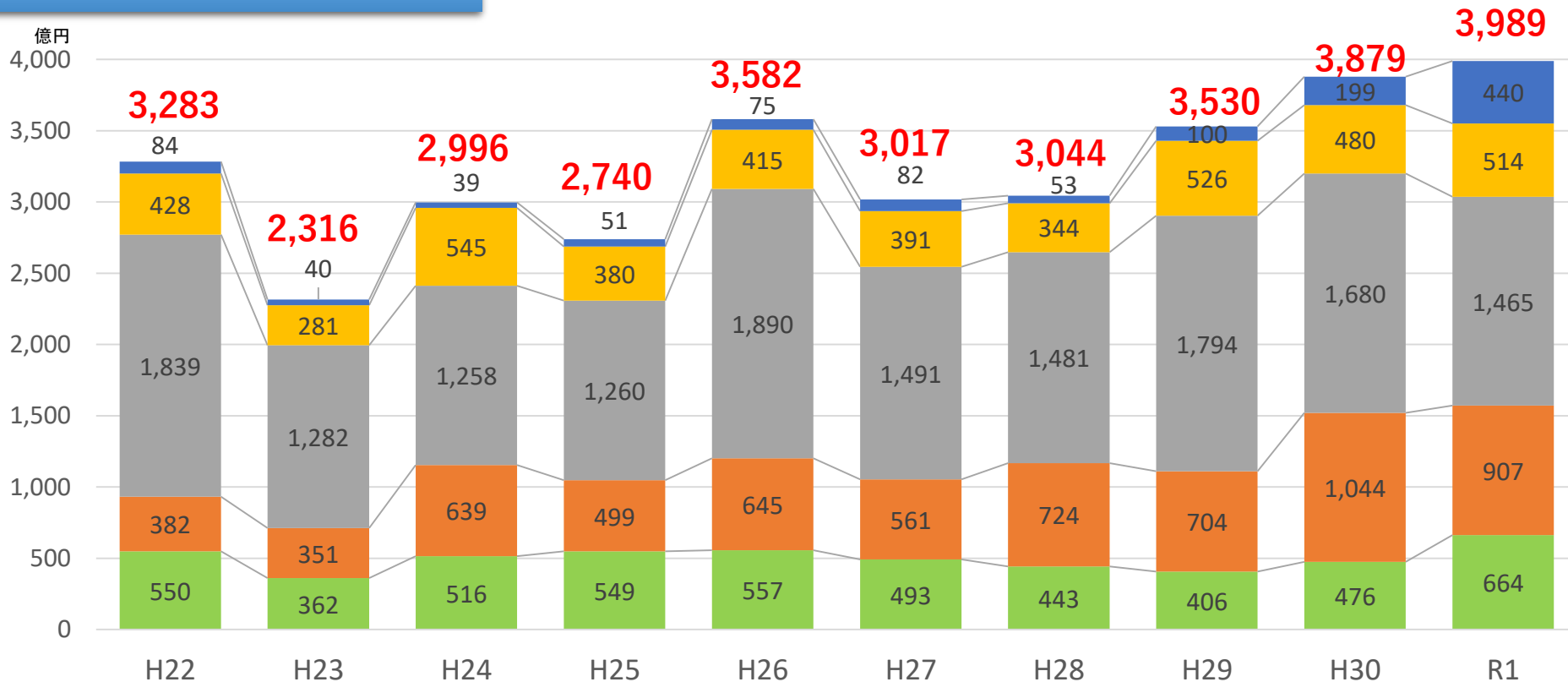
単位：百万円／%

産業別	H19年度	H22年度	H25年度	H28年度	H30年度	増減数 (H30-H19)	増減率 (対H19)
<b>県内総生産</b>	8,381,717	7,880,010	8,515,654	9,380,602	9,512,296	1,130,579	<b>13.5</b>
農林漁業	140,966	139,975	126,058	139,878	152,452	11,486	8.1
製造業	1,208,289	1,212,836	1,228,768	1,525,852	1,590,011	381,722	31.6
建設業・鉱業	444,532	430,461	628,573	1,033,287	827,646	383,114	86.2
卸売業、小売業	1,330,193	1,058,254	1,289,262	1,233,043	1,327,232	▲ 2,961	▲ 0.2
宿泊・飲食サービス業	235,998	200,933	203,017	229,977	230,827	▲ 5,171	<b>▲ 2.2</b>
その他	5,021,739	4,837,551	5,039,976	5,218,565	5,384,128	362,389	7.2

## ・観光産業の視点（観光消費額）

・観光消費額は、対平成22年比で706億円の増となっている。（+21.5%）  
 ・このうち、外国人の観光消費額は356億円の増となっているほか、県内日帰りは525億円、県内宿泊は114億円それぞれ増となっている。

観光消費額（県全体）の推移



※表示単位未満四捨五入のため、積み上げと計が一致しない箇所がある

# 本県観光の検証

## ・観光産業の視点（観光消費額単価）

(円/人回)

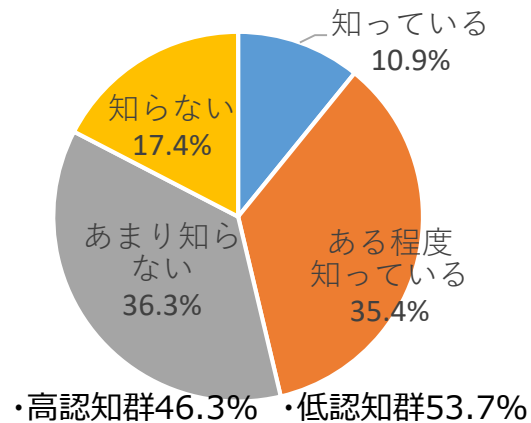
消費額 単 価	日本人								外国人		
	県内（観光目的）		県内（ビジネス目的）		県外（観光目的）		県外（ビジネス目的）		観光目的		ビジネス
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊
平成22年	14,936	3,492	29,173	5,115	24,085	8,170	35,806	3,870	46,647		94,451
平成23年	17,577	3,763	8,380	3,214	22,694	6,633	25,346	5,646	47,915	7,872	83,405
平成24年	21,881	3,977	14,217	4,281	24,606	10,102	22,690	3,190	56,011		71,132
平成25年	16,026	4,247	20,245	4,507	22,896	10,221	26,537	4,306	59,012	20,193	71,515
平成26年	16,483	4,407	16,010	3,809	26,323	9,200	31,534	4,801	57,863		96,606
平成27年	14,235	3,936	17,201	2,868	26,251	7,217	24,985	5,420	42,052		63,243
平成28年	16,821	4,373	16,044	3,412	28,633	6,380	30,904	5,051	32,488	9,952	41,873
平成29年	17,300	4,434	16,203	3,905	30,859	9,624	33,737	3,982	33,521	9,208	58,388
平成30年	18,888	6,357	21,454	6,806	32,650	8,803	22,271	5,722	40,312	8,371	103,388
令和元年	25,949	5,980	23,586	4,848	27,618	10,221	30,853	8,070	35,643	9,212	175,420
令和元－ 平成22年	11,013	2,488	▲ 5,587	▲ 267	3,533	2,051	▲ 4,953	4,200	▲ 11,004	9,212	80,969

出典：観光庁 共通基準による観光入込客統計

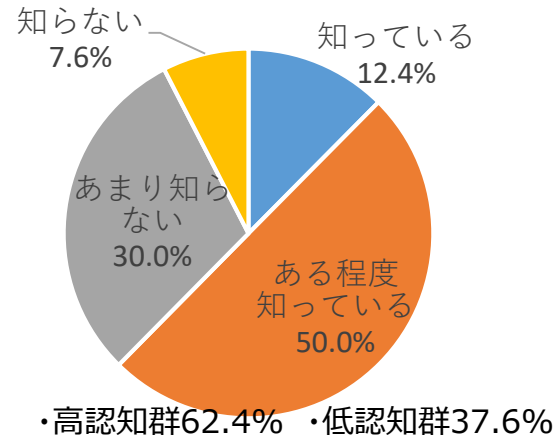
## ・県民の視点

### 【認知度】

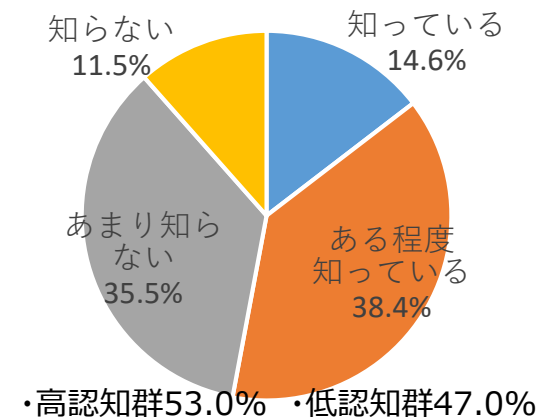
#### 商業・観光



#### 被災者の生活環境の確保

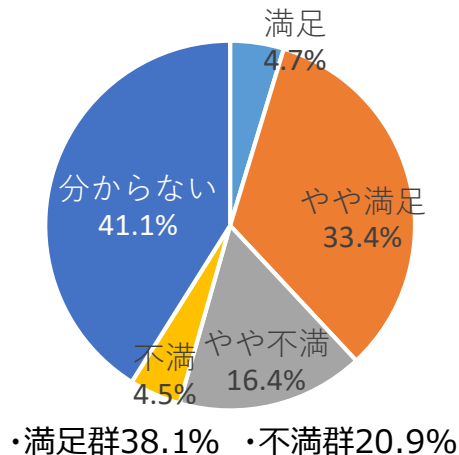


#### 未来を担う子どもたちへの支援

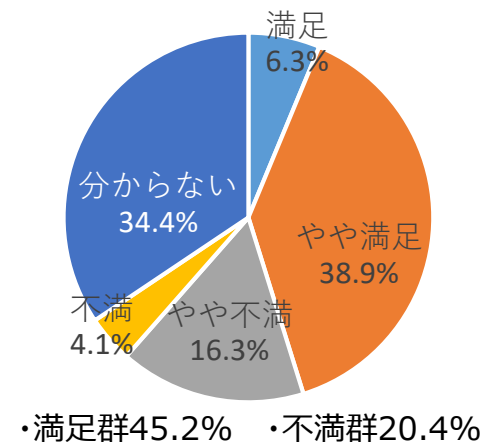


### 【満足度】

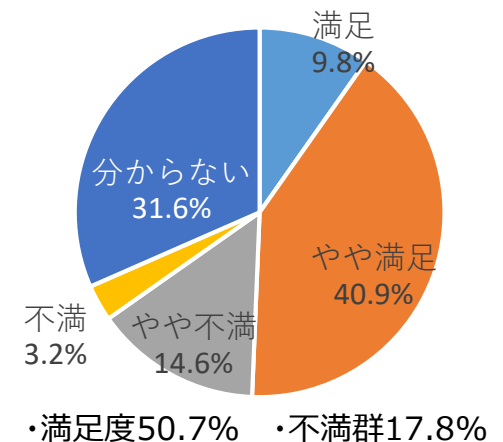
#### 商業・観光



#### 被災者の生活環境の確保



#### 未来を担う子どもたちへの支援



# 前回会議の振り返り

---

令和2年10月26日

## 次期プランに向けての意見（10/26 第4回全体会議） 1/3

### SDGs

- SDGsは広い概念であるため、SDGsのどの項目を意識して考えるかを明確にすることで観光戦略の方向性が定まる。
- SDGsについては、世界共通の目標であり、県としても推進していくべきだが、まだまだ多くの方々の理解が進んでいない。
- SDGsの視点を踏まえ、今後具体的にどのような事業に取り組んでいくか明確にすべき。

### DX

- デジタル変革をこの観光戦略で進めるには、具体的に行政や観光関連事業者の皆様が「デジタル変革」というキーワードの中で、どのように発展させていくのかという視点も必要。
- 県内の観光人材についてデジタル理解を深めるための教育研修を各階層で実施するなどデジタル観光人材育成の政策化が重要。
- デジタル変革が重要であるということは理解しているが、今後宮城にしかないものをどうやってキラーコンテンツとして伸ばしていくかという観点が非常に重要。
- デジタル化、DXについては、観光のどこで使っていくか、あくまでもこれをツールと考えてどのように活用していくかを考えると、若い方々の発想力を生かしていくべき。
- ワークーションをすることで、その後のビジネスに繋がることを可視化させることがまさに「DX」だと思う。ネット上で可視化させることによって宮城県がビジネスするにも、観光するにもいいところだということで選んでいただく。選ばれるためには、ネットワークの可視化ということが必要。
- 今後持続的にデジタル変革を進めていくのであれば、人材育成も必要。
- このデジタル変革の中で、アナログをどのように捉えていくか、またデジタル化で何をやっていくかということを実体的に考えていくことが重要。
- 観光事業者を始めとした労働集約型の産業については、生産性が低いのが現状であるため、DXをどう落とし込んで実現していくか示すべき。

### インバウンド

- 次期プランとしては**インバウンドの視点が重要**。
- 宮城県としてインバウンドをどのように進めていくかという視点も大事。
- 次の計画の中で、インバウンドの問題は引き続き重要だと考えている。コロナ禍で足踏みをしているがコロナ禍前は伸びていたこともあり、この動きを着実なものにしていきたい。
- インバウンドは非常に重要だが、観光業界の中では弱点が見えてきている。ワーケーションは非常に大事だという認識をしているが、具体的にどのような形かをもう少し可視化しながら目標に向かっていく必要。
- 長く滞在していただき、地域に対する消費を向上するためには、宮城県だけでなく、少しずつ東北エリアの情報も同時発信し、**広域連携で地域をさらに周遊しやすくするべき**。

### 災害対応

- コロナ禍以外にも、様々な災害は今後もあり得るため、今回の新型コロナウイルス感染症への対応を踏まえ、**観光事業者における避難所の運営等、今後どのような危機管理を行っていくかも必要な視点**。
- 観光産業の危機管理をどのように進めていくか、アフターコロナを見据えて検討。
- 今後新たな災害が発生した際の対応は、**伝承・備え・訓練の3つが非常に重要**である。宮城県はこの**3つを備えた学びの聖地としての仕組みづくり**を進めるべき。

### シビックプライド

- シビックプライドを醸成するため、ふるさと教育の推進をするべき。

### コンテンツの磨き上げ

- コロナ禍の中でDXやワーケーション等の取組については、全ての地域で一斉に走り出している中で、宮城の優位性を確保するためには、IT化が前提であり、**従来あるキラコンテンツや宮城にしかないコンテンツをブラッシュアップしていく必要**。
- 復興10年を切り口とし、被災地の復興、あるいは学びを持って、多くの人たちに来ていただく仕組みづくりが重要。
- 仙台に放射光施設が建設中だが、福島のエノベーション構想や長期的にはビッグプロジェクトである国際リニアアコライダーという計画もあるため、一種の技術観光という視点がある。
- 東日本大震災から間もなく10年が経過し、震災遺構等の組織もできているため、広島や沖縄のような大きなコンテンツや柱にしなが、宮城県そして東北に修学旅行を呼ぶということに取り組む必要。
- 県内の人のほか、修学旅行生など多くの観光客が楽しめる施設やコンテンツ等を新しく提供していく中で、これまでの**震災遺構等の様々な事業も計画にしっかり盛り込んでいくべき**。

### その他

- 新型コロナウイルス感染症という未曾有の状況の中で作り上げた内容を全体の観光戦略プランの中にも再度、隅から隅まで落とし込めるような取組を考えていくべき。
- **宮城が東北をリードするという発想**を次期計画に立てるべき。
- 「SDGs」あるいは「DX」は、非常に聞こえがよく全体の方向もそういう形になっているが、言葉あるいはあるべき姿が先行し、具体的どころが追いついていなくなる傾向がある。



○今後の人口減少社会を見据えた、**宮城の観光産業の目指す将来像**について

○これまでの会議で出された**視点・キーワード**について

SDGs, DX, インバウンド, 災害対応, シビックプライド,  
ビジネスモデル転換, 持続的に東北地方のゲートウェイなど

○**地域の価値向上**に向けて、地域が一体となって進める取組について