

第4期みやぎ観光戦略プランの令和2年度の実施状況について【概要版】～みやぎ観光創造県民条例第12条に基づく報告～

①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 ■「新・宮城の将来ビジョン」の分野別計画

②計画期間

平成30年度から令和3年度まで

③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

④令和2年度事業の実施状況

【事業数】237事業（再掲・道路関係・戦略5除く：90事業） 【事業費（再掲・道路関係・戦略5除く）】2,229,000千円（総事業費124,195,362千円）

⑤5つの観光戦略プロジェクトの具体的な取組（令和2年度実施事業）

※担当課室は組織改編後（令和3年度）の所属を記載

戦略プロジェクト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【37事業・626,087千円】

- (1) 東北の広域観光周遊ルートの確立と観光資源の磨き上げ
- (2) 東北の魅力を伝える一体的な誘客プロモーション
- (3) 仙台空港等の活用や二次交通の充実による東北の周遊促進

▼東北観光推進機構等と連携した広域観光の取組強化（観光政策課・観光プロモーション推進室・18,500千円）
東北各県及び新潟県内の観光需要の早期回復を目的に、関係団体と連携したプロモーション等を実施した。
（「東北・新潟応援！絆キャンペーン」の実施）

▼仙台空港活用誘客促進事業（観光プロモーション推進室・14,567千円）
山形県と連携し、香港及び韓国を対象とした旅行商品造成販売等を行った。
（各市場向けOTA特設ページビュー数：約20万回、旅行会社招請によるモデルコース造成：4件）



仙台空港活用誘客促進（韓国FAMツアー）

▼東北連携による外国人観光客誘致促進事業（観光プロモーション推進室・29,737千円）
広域的な連携による東北一体の観光地の魅力向上や統一的なプロモーションの展開を行った。
（旅行商品造成数：61本、海外OTAサイト誘因数：約11万クリック）

戦略プロジェクト2

観光産業の連携強化と成長促進【46事業・1,075,540千円】

- (1) DMO等の形成による魅力ある観光地域づくり
- (2) 観光産業の成長に向けた基盤強化

▼仙台・松島復興観光拠点都市圏事業（観光政策課・38,314千円）
拠点都市圏において、マーケティングリサーチや観光資源の発掘・磨き上げ、受入体制整備を行った。
（ガイド人材育成研修会：7回、共同商品造成数：9本、モニターツアー：1回）

▼宮城オルレ推進事業（観光プロモーション推進室・16,116千円）
韓国・済州島発祥のトレッキング「宮城オルレ」のコース造成やイベント等を行った。
（宮城オルレフェア2020の開催）



宮城オルレフェア2020

▼みやぎ観光戦略受入環境基盤整備事業（観光政策課・205,528千円）
観光客の安全に配慮した自然公園施設の整備や老朽化施設の再整備を行った。
（蔵王レストハウス設備等改修、旭山園地駐車場の整備等）

戦略プロジェクト3

外国人観光客の誘客加速化【30事業・466,191千円】

- (1) 東アジア市場を中心とした誘客プロモーション
- (2) 風評払拭のための正確かつ戦略的な情報発信等
- (3) 訪日外国人受入環境整備の推進

▼欧米豪を対象とした長期滞在型観光プロモーション事業（観光プロモーション推進室・12,991千円）
欧米豪からの誘客促進のため、欧米豪向け観光コンテンツの磨き上げ等を行った。
（インバウンド需要回復に向けた外国人向け冊子の作成／紙媒体：12,500部発行、デジタル：約21万プレビュー）



▼先進的インバウンド促進事業（観光プロモーション推進室・34,515千円）
海外旅行会社の招請や直接的なセールスを実施し、本県の認知度向上を図った。
（欧米豪／旅行会社招請数：4社、メディア記事掲載：100万プレビュー）



海外旅行会社の招請

▼みやぎ観光デジタルマーケティング推進事業（観光プロモーション推進室・51,557千円）
デジタルの特性を生かした対象者の分析、WEBサイトの改善等を行うとともに、マーケティングの発想によるプロモーションを実施した。
（バナー広告：約28万回、動画広告：約105万回、特設ページ：約35万プレビュー）

戦略プロジェクト4

沿岸部にぎわい創出【17事業・12,055,047千円】

- (1) 魅力ある観光資源の磨き上げと正確な情報発信
- (2) 観光施設等の再建と受入態勢整備強化

▼観光誘客推進事業（観光プロモーション推進室・113,054千円）
ポケモンのキャラクター「ラプラス」とタイアップし、様々な媒体による通年の観光キャンペーンを行った。
（ガイドブック：春夏20万部、秋冬18万部、スタンプラリー参加者：5,472人）



ポケモンキャラクターラプラス

▼沿岸部交流人口拡大モデル施設整備事業（観光政策課・580,876千円）
沿岸部における集客力のある観光集客施設の設置に要する経費の一部を助成した。
（交付決定：モデル観光集客施設設置型 3件）



沿岸部交流人口拡大モデル施設整備事業（石巻市：MEET門脇）

▼震災復興広報強化事業（復興支援・伝承課・47,237千円）
震災の風化防止、支援の継続につなげるため、県内外に向けて各種媒体を活用し、情報発信を行った。
（広報紙「NOW IS.」毎月19,000部発行、「みやぎ・復興の歩み10」17,000部発行等）

戦略プロジェクト5

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【107事業・109,972,497千円（うちコロナ対応経営安定資金・協力金等107,231,299千円）】

- (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
- (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
- (3) ニューノーマルに適應したビジネスモデル転換と新たな観光の創出

▼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）（観光プロモーション推進室・325,552千円）

▼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）（観光プロモーション推進室・109,713千円）
落ち込んだ観光需要を喚起するため、旅行商品の割引補助等を行った。
（絆の宿合計：約5.6万人泊、すずめのお宿：約2.9万人泊）



▼安心な観光地づくり推進事業（観光政策課・4,163千円）
ステッカー等により安全・安心の取組について可視化するとともに、優良事例の情報発信を行った。
（県内宿泊・観光施設462件）

▼県産食材需要喚起支援事業（食産業振興課・93,330千円）
「MIYAGI EAT YELL」キャンペーンに参加する店舗等が、県産農林水産物等の仕入れに要する費用の一部を助成した。
（県内飲食店等527店舗、補助金額39,458千円）



ビジネスモデル転換事業
大広間をワーケーション等の対応施設へ改修したものの左：改修前 右：改修後

▼新しい旅の形に対応した宿泊施設ビジネスモデル転換事業（観光政策課・40,094千円）
ビジネスモデルの転換等に要する施設改修等経費の補助を行った。
（県内宿泊施設26件）

⑥数値目標に対する進捗状況

目標指標	基準値 (平成28年)	実績値 (令和元年)	実績値 (令和2年)	目標値 (令和3年)
1 観光客入込数	6,084万人	6,796万人	3,945万人	7,000万人
2 沿岸部（石巻・気仙沼地域）の観光客入込数	552万人	921万人	561万人	805万人
3 宿泊観光客数	922万人泊	989万人泊	587万人泊	1,000万人泊
4 沿岸部（石巻・気仙沼地域）の宿泊観光客数	67万人泊	80万人泊	53万人泊	75万人泊
5 外国人観光客宿泊者数	17.5万人泊	53.4万人泊	12万人泊	50万人泊
6 観光消費額（観光庁共通基準による観光客入込統計）	3,044億円	3,989億円	2,513億円	4,000億円

※令和3年の目標値は、改定前のプラン最終年（令和2年）の目標値と同値に再設定し、感染症拡大以前の水準の早期回復を目指すこととした

⑦本計画の実施状況の検証

- 震災復興10年目となった令和2年度は、沿岸部を中心とした観光施設の復旧支援の継続や、風評被害対策としての正確な観光情報発信など、宮城県震災復興計画の最終年度として237事業を積極的に展開した。
- 各戦略を効果的に実施してきた結果、震災からの復旧・復興については確実に進展してきたところではあるが、新型コロナウイルス感染症の影響により、目標指標に対する令和2年の実績値については、非常に厳しい落ち込みとなるなど、観光業界をはじめとする産業全体に、深刻な影響を与えている。
- 感染症により落ち込んだ観光需要の回復と観光事業者が資金繰りや雇用を維持し、その後の成長軌道に繋げていくため「みやぎ観光回復戦略」を令和2年11月に策定するとともに、回復戦略の視点を踏まえ、みやぎ観光戦略プランを改定した。
- 感染症への対応としては、「せんだい・みやぎの絆の宿キャンペーン」や「仙台・宮城すずめのお宿キャンペーン」などの需要喚起策のほか、ビジネスモデルの転換に要する施設改修等の経費について補助を行った。
- 感染症の感染拡大については、依然として予断を許さない状況が続いているが、感染症対策と社会経済活動の両立を進めるとともに、ポストコロナを見据えた受入環境整備やインバウンド施策を着実に推進していく。