

みやぎ観光回復戦略（仮）【原案・概要版】①

1 基本的な考え方

(1) 計画策定の趣旨

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

(2) 計画の位置づけ

第4期みやぎ観光戦略プランの実施計画（感染症の影響から回復するために新たに生じた課題解決の指針）

(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）

※計画期間後も残る課題は新たな観光戦略プランの策定過程で検討

計画期間	～令和2年度		令和3年度		令和4年度～	
	上期	下期	上期	下期	上期	下期
観光戦略プラン	現行4期プラン (4つの観光戦略)		改定4期プラン (4つの観光戦略 +コロナ戦略)		5期プラン (成長戦略)	
	(実施計画)		回復戦略(コロナ戦略)			

2 これまでの観光の動向と新型コロナウイルスの影響

第4期観光戦略プランの数値目標

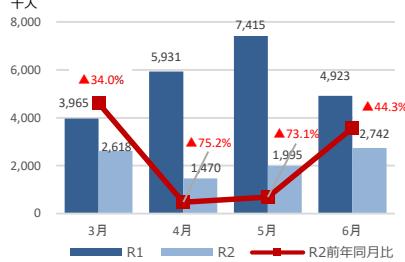
数値目標	基準値(H28)	最新値(R1)	現目標値(R2)	新目標値(R3)
観光客入込数	6,084万人	6,796万人	7,000万人	●●万人
うち沿岸部の観光客入込数	552万人	921万人	805万人	●●万人
宿泊観光客数	922万人泊	989万人泊	1,000万人泊	●●万人泊
うち沿岸部の宿泊観光客数	67万人泊	80万人泊	75万人泊	●●万人泊
外国人観光客宿泊者数	17.5万人泊	53.4万人泊	50万人泊	●●万人泊
観光消費額	3,044億円	3,989億円	4,000億円	●●億円

※令和3年の目標値は、みやぎ観光振興会議などの意見も踏まえて、改定4期プランにおいて設定

新型コロナウイルス感染症による観光への影響

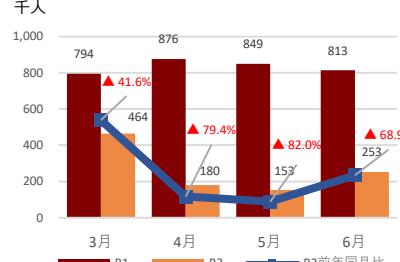
- 3～6月の県内観光動向は、4～5月を底として6月は多少持ち直したものの、厳しい状況は継続
- 6月の県内の観光客入込数及び宿泊観光客数は、前年同月比それぞれ▲44.3%、▲68.9%
- 5月の外国人観光客宿泊数は、対前年同月比で▲96.4%の1,240人
- 旅行業や宿泊業はもとより、地域の交通や飲食業、物品販売業など多くの産業に深刻な影響が発生

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

外国人観光客宿泊者数（3月～5月）



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

これまでの県の取組

資金繰り支援・経営基盤維持

- ✓ 新型コロナウイルス感染症対応資金
- ✓ 危機関連対策資金・セーフティネット資金
- ✓ 新型コロナウイルス感染症拡大防止協力金
- ✓ 新型コロナウイルス感染症対応事業者支援市町村事業補助金
- ✓ 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

安全安心対策

- ✓ 安全安心観光地づくり推進事業
- ✓ 観光事業者スタンドアップ支援事業



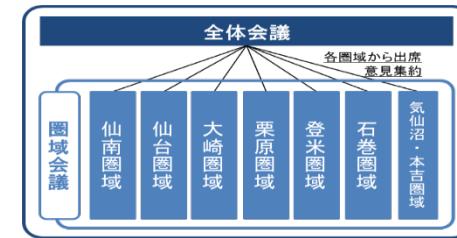
需要喚起策

- ✓ 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）
- ✓ 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）



3 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

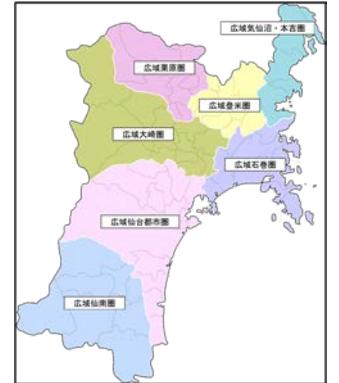
みやぎ観光振興会議の設立



意見聴取・交換

- ▼地域の観光の現状
- ▼これまでの施策の検証
- ▼観光戦略プランの策定
- ▼今後必要な施策

宮城県



県内各圏域の施策の方向性

仙南圏域

- 従来からの強みに加え、弱みを強みに転換する取組
 - 安全安心対策コスト支援等、新たなビジネスモデル転換支援、MaaSと関連つけた安全・安心情報の共有ネットワーク化等、温泉街の活性化等、朝型観光へのシフト
 - 温泉ワーケーションへの環境整備、情報発信
- 地元の良さ再発見、磨き上げとPR等により、地域に利益を還元
 - 県内周遊キャンペーン、ビジネス客を通じた“安全安心”の情報発信、生活困窮外国人留学生対象ツアー等
 - 体験・「コト」消費の推進、サイクルツーリズムの呼び込み
 - 地域のポータルサイトによる情報発信、ECサイトの立上げ

仙台圏域

- マイクロツーリズムなどの域内流動の促進
 - 圏域の地域を対象を絞った誘客促進、宮城-山形間の相互交流促進、デジタルスタンプラリー、公共施設等の無料化により冬季の街歩き促進
- 地域の魅力に対するシビックプライドの醸成
 - 東北D.C.に向けた観光素材を発掘・磨き上げ、観光素材の募集・魅力発信
- 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、Wi-Fi・5Gの環境整備支援

大崎圏域

- 宿泊施設が「安全・安心」と認識されることへの対策
 - 店舗・施設への確認や指導、徹底したコロナ対策事業と支援、優れた「安全・安心」の施策のアピール
- 第二波に対応できる新しいビジネスモデルの推進
 - W E B会議の会場として提供（ワーケーション推進含む）
 - 旅館等を会議室や地域の集会所として利用推進
 - 旅館等の平日利用の推進
- 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、教育旅行等向け一元的相談窓口の設置、大規模な会議等の誘致

気仙沼・本吉圏域

- 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・スポーツ等の体験型や震災の学習型、広域型等の地域の魅力を一体的に楽しめる観光パッケージの造成、エリア等限定の割引宿泊券の発行、県内在住者の誘引策、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
- 観光客を誘引する効果的な情報発信
 - SNS等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
- 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や、接続交通運行への助成

栗原圏域

- 地域全体の安全・安心体制整備とその「見える化」
 - 地域独自の「ガイドライン」整備等、安心な観光客受入体制整備等、デジタル化に対応した通信環境整備の取組等
- 「新しい生活様式」に合わせた資源磨き上げとマイクロツーリズムの推進
 - 市民の近場観光の推進、少人数による長期滞在型旅行、通好みの旅行、客層に合わせたコンテンツの磨き上げ
 - 「新しい生活様式」に対応したデジタル化の推進
- お客様との「関係づくり」に重点を置いた集客戦略
 - 「関係案内所」の設置等、コーディネート体制の構築支援
 - 体験プログラムを活かした教育旅行等の誘致推進、栗原市出身者等によるふるさと応援活動推進

登米圏域

- 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の市内観光地等へ誘導、宿泊者増加に繋げる食や農林業体験等の滞在型観光コンテンツ等の造成と充実、二次誘導の仕組みづくり
- 「みやぎの明治村」の観光振興について
 - 「みやぎの明治村」の魅力の再発信と受入体制整備等
- N H K連続テレビ小説「おかえりモネ」の活用について
 - 気仙沼市と一体となった効果的なプロモーション等
- 観光振興リーダー等の設置、育成について
 - 観光地づくりを一元的にコーディネートできるリーダー人材、組織の育成

石巻圏域

- 近郊観光[マイクロ・ツーリズム]
 - 「適疎」な観光の浸透、観光資源の面的な整備、半島部や離島部等のテレワークやワーケーション、安全安心に關する学校教育等、学校や職場の休暇の分散化推進
- 二次交通[アクセス・トラフィック]
 - 半島部や離島部のバスやタクシー利便性向上、レンタルサイクル施設の整備、複数航路の乗継の仕組みの整備
- 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の無料Wi-Fi設備の整備、県内主要観光地から観光客を呼び込む為の情報の一元的発信、宿泊施設や飲食店等での非接触型サービスの導入促進

みやぎ観光回復戦略（仮）【原案・概要版】②

4 計画の基本理念と3つの視点

計画の基本理念
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

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、人々の行動変容が起きている中、観光の在り方が大きく変化
- 安全安心対策を踏まえた新しい観光のニーズに対応した事業者のビジネスモデル転換・強化を支援
- 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基盤の形成を目指す
- デジタル変革による、感染症対策やサービスの効率化、事業の多角化などの取組を支援
- 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

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
 - 業種別ガイドライン等に基づき、観光事業者が行う安全安心対策の取組を可視化、横展開
 - 住民がみやぎは安全安心だと感じ、旅行者が感染防止の「新しい旅のエチケット」を徹底することで、地域と旅行者の双方向の安心感を醸成するとともに、取組や機運を発信していくことで、安心マインドを形成

- (2) 入国制限緩和を見据えたインバウンドへの取組**
- インバウンドは引き続き重要、東北・宮城として需要を取り込めるよう取組を推進
 - 訴求力が高い宮城の強みである豊かな自然や食、アウトドア等のコンテンツの魅力を高める
 - 海外の感染症対策に適応した取組や安心感に繋がる情報発信とともに、プロモーションを展開
 - 多言語対応や通信環境の整備への投資にとどまらず、高付加価値な取組を進めることも必要

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、地域と旅行者客の関係を深める

- (1) 社会経済活動の回復フェーズに応じた取組の推進**
- 観光需要が回復するまでの間は感染拡大の波を想定し、回復フェーズに応じた取組を推進
 - 感染拡大防止期は、事業者の事業継続等のための資金繰り支援や未来の顧客確保につながる支援
 - 観光需要の回復は近郊旅行から、県内、東北等と徐々に回復していく動態を捉えた取組を推進
 - 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、国のキャンペーンと相乗効果を得る取組を図り、旅行者とのつながりを再構築

- (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の増加を好機と捉え、地域の魅力を再認識する取組を推進
 - 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充実への取組
 - 持続可能な観光地形成のため、地域が観光産業の価値等への理解を深め、地域の受入体制の構築・強化

- (3) 交流人口の拡大に加えて関係人口の拡大へ**
- 地域の人口減少が加速化する中、単なる交流人口にとどまらない関係人口の拡大・構築も重要
 - 一時的な需要喚起にとどまらない、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

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、経営を維持できるようなビジネスモデルの転換が求められている
 - デジタル技術等の活用による固定費削減や宿泊施設における単価や客室稼働率の引上げ等の取組
 - 旅行者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、旅行者が地域に一定の責任をもつレスポンス・ツーリズムを展開

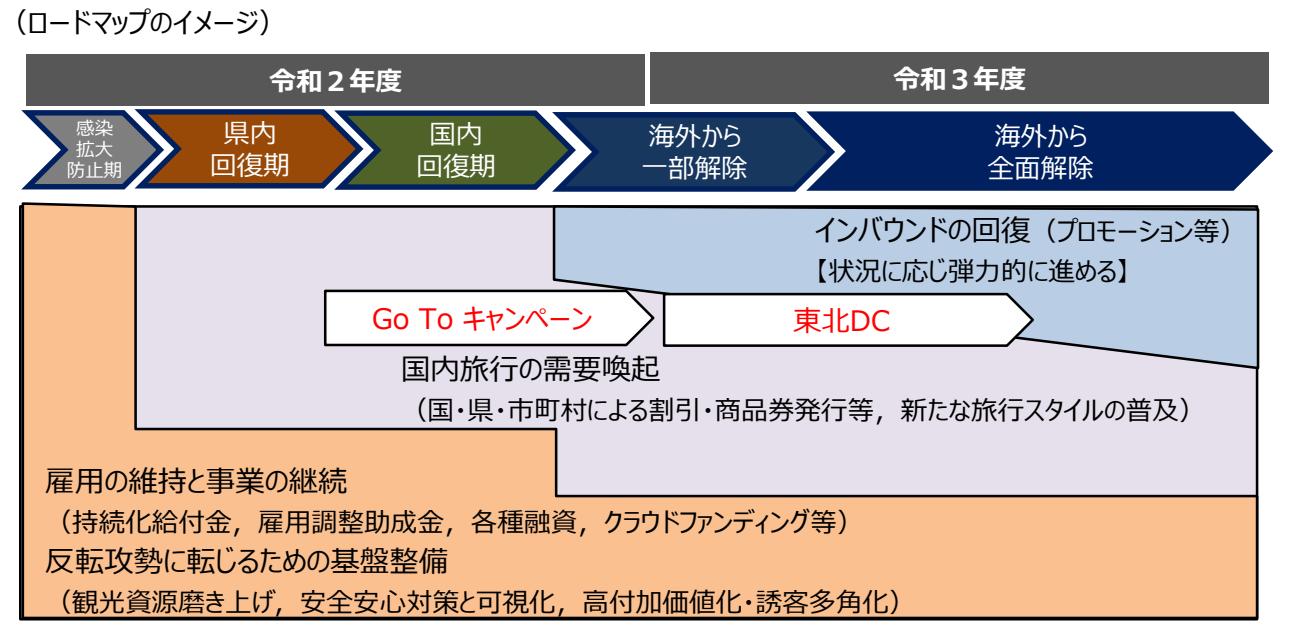
- (2) みやぎにしかないアドバンテージ（東北DC、東京オリパラ、復興10年）を活かす**
- 東北DC、東京2020オリパラ、復興10年の機を捉え、みやぎらしい新しい観光を創出

5 観光需要の回復フェーズに応じた具体的な取組

第4期プランに掲げる4つの観光戦略プロジェクトに継続して取り組むとともに、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る

- 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）

トレンドとしては収束に向かうシナリオを想定しているが、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る



取組一覧

- (1) 感染拡大防止期における取組 (2) 県内需要回復期における取組

- (3) 国内需要回復期における取組 (4) 国外からの誘客回復・発展期における取組

(回復戦略案から反映)