

観光振興会議のテーマ

目的

- 地域の実情や現状を把握し、**地域の目指す姿（＝地域ビジョン）を共有**
- 県観光施策（回復戦略及び新たな観光戦略プラン）に反映

議論する項目

【短期的な課題（コロナ）→回復戦略へ】

- 地域における事業者の現状を共有
- 各観光事業者等の意見のとりまとめ
- 必要な取組とその役割分担についての検討

【中長期的な課題（通常）→成長戦略へ】

- 地域ごとの観光の現状や課題の集約及び共有
- これまでの観光戦略プランの実施状況の検証
- 地域の特性を生かした今後の観光施策のあり方、そのために必要な取組の検討

観光戦略プランの策定方針

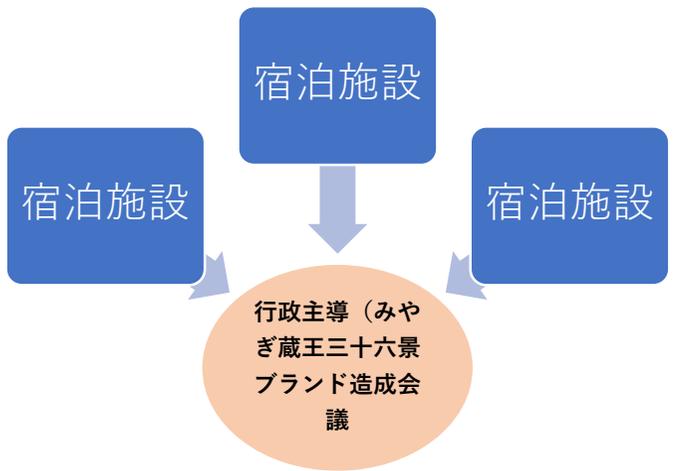
計画期間

	～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 (基本計画)	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)			

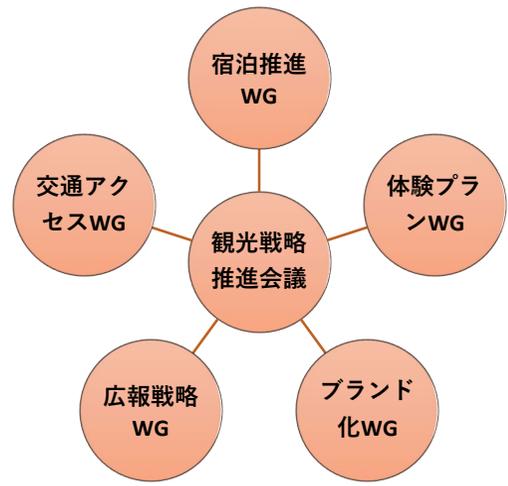
議論する項目

- 【短期的な課題（コロナ）→回復戦略へ】**
- 地域における事業者の現状を共有
 - 各観光事業者等の意見のとりまとめ
 - 必要な取組とその役割分担についての検討

第1回、第2回会議で各委員より現状についての意見発表
→ 個々の意見が中心で地域の現状として見えてくるものは、各企業の取組のみ



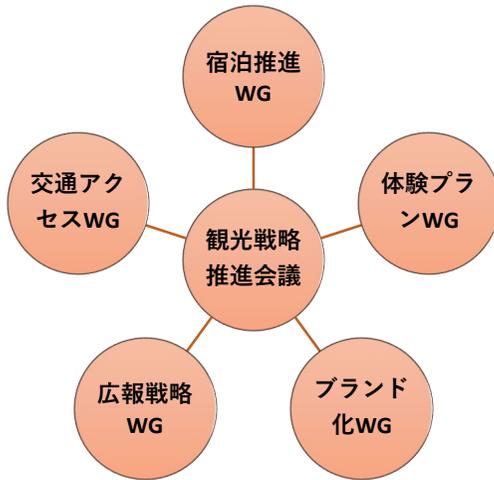
【行政主導型】



【行政民間連携型】

各WGでそれぞれ誘客強化に対する企画(案)を作成し、観光戦略推進会議に提案・協議を行い、実行計画の立案と予算案（収益目標）の作成、商品化を行う。

【短期的な課題（コロナ）→回復戦略へ】



【行政民間連携型】

協議すべき事項

- ・ コロナ禍において、誘客ターゲット地域と年齢層
- ・ 誘客メインテーマ（例.地元の食と地場産品の買物）
- ・ 旅行プラン（日帰りプラン、一泊二日プラン、二泊三日プラン）
- ・ 隣県地域連携による誘客
- ・ 受入体制調査と環境整備（案内板、多言語対応、観光案内所、Free-wifiなど）
- ・ 基幹アクセスと地域内アクセス（地元タクシーの活用や貸自転車など）
- ・ ターゲットへの広報宣伝（WEB、雑誌、パンフレット、メディアなど）
- ・ 商品化後の販売旅行会社や旅行代理店
- ・ いつから販売を行うか



販売開始までのスケジュール作成とKGI、KPIの設定

第1ステップでは、

- ・ 県内からの誘客（中心は仙台市）
- ・ 震災10年沿岸部からの被災地被災者受け入れ地域からの誘客
- ・ 隣接県からの誘客

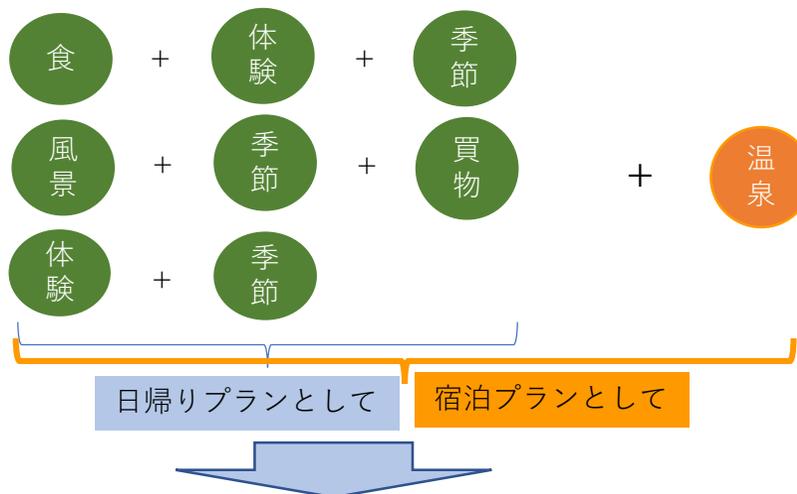
【第1ステップ 考える⇒行動するへ】



仙南圏域内交流から県内交流へ
そして東北を代表する観光エリアへ

【食と買物と体験と温泉と】

1. 各市町には、まだまだ価値のある観光素材がたくさんあるはず。
(素材の抽出 (季節の食や農産物、季節の風景と体験))



【1つモデルプランを作成し、旅行会社に提案してみる】

2. コロナ禍での新しい旅行プラン
 - ・ 自然を生かしたNO密プラン
 - ・ 昔は湯治⇒これからはワーケーション
 - ・ 仙南圏域買物ツアー (果樹と高原野菜)
3. GO TOトラベルキャンペーンを活かす旅行プラン
 - ・ 県南圏域基軸コースを作る!!
 - ・ 交通アクセスは、第1が自家用車、第2が貸切バス、第3が公共交通
 - ・ 地区内アクセスは、地元タクシー
4. 広報活動は、誘客ターゲット地域観光協会等の協力と大手旅行代理店ホームページやチラシなど

モニターツアーの実施へ