

第6回 仙台市交流人口拡大推進検討会議 会議資料

文化観光局観光課

1. 重視する視点 3

2. 第5回の主な意見等 4

3. 本日の論点 5

4. 強化していくべき施策 6

取組み1 それだけで訪れる価値のある
新たな観光資源の整備 . . 6

取組み2 観光事業者の高付加価値化及びDXの実装 . . 10

取組み3 快適に旅行できる受入環境整備 12

取組み4 閑散期対策 18

取組み5 災害等緊急対策 20

重視する 視点

世界観光都市、仙台・東北の実現

- ・インバウンド獲得を含め、選ばれる観光地として仙台・東北を新たなステージへ引き上げるため、宿泊者の満足度と持続可能な観光地域づくり（観光競争力の強化）の視点を踏まえた新たな施策を検討

視点

①

宿泊者の満足度向上

- ・新たな訴求力のあるコンテンツの開発と直接的に宿泊者に還元できる取組み
- ・インバウンド対応などの快適に旅行できる受入環境の充実
- ・DXなどを通じたデータ分析の精緻化によるサービスの向上と来訪者がリピーター（ファン）になってくれる仕掛け

視点

②

持続可能な観光地域づくり

- ・設備投資やDX推進等による、高付加価値なサービスの提供や生産性の向上
- ・観光事業者が適正な対価を収受し、設備投資や従業員の待遇改善が図られ、サービスの充実と観光人材の確保・定着につながる好循環を生み出す、産業として魅力ある観光地域づくり
- ・大地震等の自然災害や感染症のまん延、国際情勢への変化に伴う資材費の高騰等の環境変化への迅速な対応

取組み

1

それだけで訪れる価値のある
新たな観光資源の整備

取組み

2

観光事業者の高付加価値化
及びDXの実装

取組み

3

快適に旅行できる受入環境整備

取組み

4

閑散期対策

取組み

5

災害等緊急対策

取組み

1 それだけで訪れる価値のある 新たな観光資源の整備

青葉山・温泉

- ▶インパクトのあるコンテンツ、目玉となる観光資源
- ▶東部、中心部、西部地域の連携した取り組み
- ▶年中訪れたい魅力的なコンテンツの発掘・創出
- ▶温泉地の開発、日本旅館のあり方を変える

中心地

- ▶他都市では大規模な再開発など魅力向上
- ▶仙台駅前、さくら野跡地の再開発が10～20年先を占う
- ▶国分町、一番町の活性化も重要

取組み

2 観光事業者の高付加価値化 及びDXの実装

高付加価値

- ▶高価格帯への宿泊や連泊を促進による雇用の安定と人手不足対策
- ▶宿泊事業者の財務体質の改善に向けた産学官等連携
- ▶アイデアのあるプレイヤーの支援とトライアンドエラーの許容する仕組み

取組み

3 快適に旅行できる受入環境整備

受入環境

- ▶宿泊した旅館が素晴らしくても、そこに行くまでの案内表示が無かったり、公衆トイレが衛生的でなかったりすると、却ってイメージダウン

インバウンド

- ▶他地域と比インバウンドが弱い
- ▶現地エージェントと連携した確実な送客
- ▶ナイトコンテンツの需要有

MICE

- ▶主催者と参加者双方に訴求ができるまちの魅力
- ▶ビジネス旅行者向けの施策の充実
- ▶誘致インセンティブの充実、参加証と連携したアプリ開発

取組み

4 閑散期対策

コンテンツ

- ▶閑散期対策に力を入れるべき

広域連携

- ▶閑散期対策を広域な視点で解決を図る

CP

- ▶閑散期対策を実施して需要を平準化することで、雇いを安定化

取組み

5 災害等緊急対策

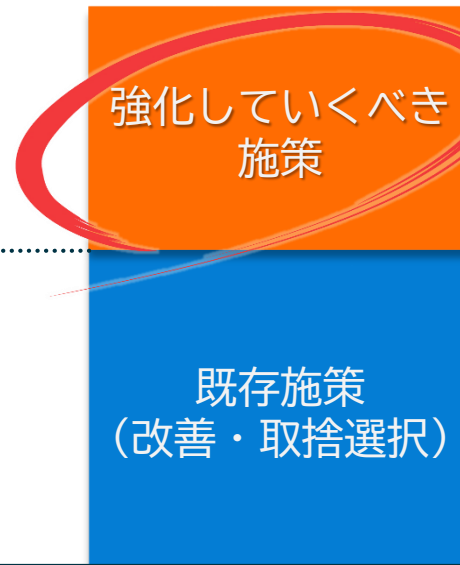
第5回検討 会議を意見 等を踏まえ

交流人口拡大に向けて積極的に手立てを講じる必要性や、国内外から多くの方々を惹きつける魅力をつくり上げ効果的に発信していくことの重要性へのご指摘を踏まえ、強化していくべき施策について、さらに踏み込んでご議論いただきたい

現状



今後



本日の論点

取組み 1 それだけで訪れる価値のある新たな観光資源の整備

- ▶青葉山公園を活用した交流促進、青葉山公園整備事業
- ▶宿泊関連団体の協定による連携
- ▶秋保大滝等エリア調査、事業助成金

取組み 2 観光事業者の高付加価値化及びDXの実装

- ▶観光デジタルマーケティング、仙台MaaSなどのDX実装関係
- ▶交流人口ビジネス表彰制度、DMO設置推進等、人材育成関係

取組み 3 快適に旅行できる受入環境整備

- ▶市有施設改修、るーぷる仙台、海手線ループバス運行等
- ▶タイ・台湾トップセールス
- ▶企業内会議・研修会等の誘致

取組み 4 閑散期対策

- ▶まつり関係開催補助
- ▶宿泊促進キャンペーン
- ▶東北ローカルツーリズム推進、東北ロードトリップ推進

取組み 5 災害等緊急対策

- ▶国費・災害復旧費で対応

4. 強化していくべき施策

取組み1 それだけで訪れる価値のある新たな観光資源の整備①

取組み

1

それだけで訪れる価値のある
新たな観光資源の整備

1. 王道観光地・青葉山エリアの価値向上

課題認識

- ▶青葉山エリア（仙台城跡）は本市で最も来訪が多いが、魅力度は平均的で単発のイベントに頼った集客
- ▶音楽ホール・中心部震災メモリアル拠点複合施設、大手門復元、ナノテラスの稼働など仙台の文化観光／学術をリードする重要なエリアとしての強みの更なる利活用



施策の方向性（案）

- ▶恒常的に人を惹きつける魅力の創出や、インバウンドにも訴求するコンテンツの造成
- ▶広瀬川の活用や周辺の自然に親しめる環境づくりなど、人が日常的に集い、憩える空間形成
- ▶都心部との接続や回遊性向上（二次交通の充実、MICE開催時の連携等）

4. 強化していくべき施策

取組み1 それだけで訪れる価値のある新たな観光資源の整備①

取組み

1

それだけで訪れる価値のある
新たな観光資源の整備

1. 王道観光地・青葉山エリアの価値向上

重点事業案① 青葉山エリア整備促進

- 仙台城跡や仙臺緑彩館において、通年を通して楽しめるアトラクションやインスタレーション等の整備、当該エリアの歴史資源を活かした特別な体験ができるツアーや大規模イベントの誘致・開催、都心との回遊環境の整備

先行事例 ⇨ 大洲城（城泊）

一般公開の他に、持続可能な文化財保全・整備環境を創出する方法として、日本初の城泊（しろはく）事業「大洲城キャッスルステイ」がある。歴代の城主たちと同じように、歴史に基づいた特別な体験が可能。



重点事業案② 広瀬川利活用

- 広瀬川が有する魅力を活かし、ソフト施策やハード施策により青葉山エリアの新たな価値と魅力を創出し、旅行者や市民が気軽に親しめる環境を整備

先行事例 ⇨ 乙川リバーフロントQURUWA戦略地区（愛知県岡崎市）

広大な水辺空間が広がる「乙川」を活かした、民間事業者主体による公民連携のまちづくりを展開しており、マルシェやキャンプ、水上アクティビティ等、憩いの空間を創出し、地域の賑わいの拠点となっている。



4. 強化していくべき施策

取組み1 それだけで訪れる価値のある新たな観光資源の整備②

取組み

1

それだけで訪れる価値のある
新たな観光資源の整備

2. 魅力ある温泉地での滞在促進

課題認識

- ▶ 歴史ある秋保温泉及び作並温泉はその高い魅力度を活かしきれてない
- ▶ 温泉は魅力度や再訪意向が高いが、仙台に温泉があるという認知度は十分ではない
- ▶ 西部地域の観光案内機能を有する施設の維持管理や調査、民間主体の賑わい創出支援（ソフト事業）のみならず、面的な魅力の磨き上げが必要



施策の方向性（案）

- ▶ 温泉旅館の外に出ても楽しめる、歩きたくなるような面的な魅力の創出、豊かな自然なども活かした、ぜひ訪れたいと思えるようなインパクトのあるコンテンツの創出
- ▶ 温泉地の特色などを活かし、インバウンドを含めたプロモーションを強化
- ▶ 温泉のエリア内外の観光資源をつなぐような回遊性の向上

4. 強化していくべき施策

取組み1 それだけで訪れる価値のある新たな観光資源の整備②

取組み

1

それだけで訪れる価値のある
新たな観光資源の整備

2. 魅力ある温泉地での滞在促進

重点事業案① 温泉観光街並み整備

- 温泉地の事業者と協働で温泉地観光まちづくりに関する計画を策定するなど、街歩きがしやすく景観に配慮した温泉街づくりを推進。環境配慮の強化や二次交通の整備、河川を活用した親水空間などの整備

先行事例 長門湯本温泉（山口県）

温泉街を流れる音信川及び大寧寺川が、都市・地域再生等利用区域に指定されたことを受け、長門湯本オソト活用協議会が占用主体となり、長門湯本温泉街で川床テラスなどを使った河川空間の利活用を実施している。

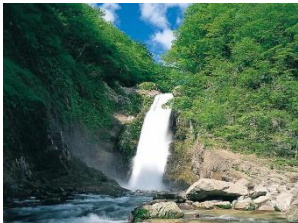


【提供：界 長門】



重点事業案② アドベンチャーツーリズム整備

- 豊富な自然（秋保大滝、二口、奥新川・新川等）を活かした観光資源の整備や、近接する市有施設のリニューアルなどを契機とした、自然とアクティビティ・景観を融合させたアドベンチャーツーリズムの整備



先行事例 馬ヶ背（宮崎県）

アフターコロナを見据えた誘客に向け、展望台にガラス張りの突き出し部分を増設。愛称「スケルツチャ！」は公募によりに決定。



4. 強化していくべき施策

取組み2 観光事業者の高付加価値化及びDXの実装

観光サービスの質的向上で満足度&客単価アップ

取組み

2

観光事業者の高付加価値化
及びDXの実装

課題認識

- ▶旅行者の消費額の増加(事業者の収益力向上)と高付加価値なサービス提供は表裏一体
- ▶人手不足と物価高騰といった利益率低下などの課題解決に向け、経営の強化が必要
- ▶デジタル技術について、観光マーケティングに活用している一方、旅行者にメリット・恩恵を生み出す取り組みが不十分



施策の方向性 (案)

- ▶人手不足の解消に向けた人材確保・定着支援をはじめとする、経営課題解決を図りつつ、旅行者の満足度と消費単価の向上につながる高付加価値なサービスを提供できる環境づくりの支援
- ▶データの管理・分析の高度化とともに、旅行者のさらなる利便性向上(事業者の生産性向上)やリピーターの獲得につながるサービス向上に向けてDXを活用

4. 強化していくべき施策

取組み2 観光事業者の高付加価値化及びDXの実装

観光サービスの質的向上で満足度&客単価アップ

取組み

2

観光事業者の高付加価値化
及びDXの実装

重点事業案① 宿泊施設等の高付加価値化

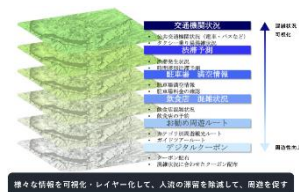
- 旅行者の満足度と観光関連事業者の収益力向上を実現するため、上質な空間を演出するための宿泊施設の改修や、高付加価値なサービスを提供する事業者への支援

重点事業案② 観光DX推進

- 市内の宿泊・観光関連情報等を一元的に集約し、お得な情報も配信できる観光情報サイト（アプリ）の構築
- 宿泊・観光事業者による生産性向上等に向けたDX化支援

先行事例 箱根温泉まるごとDX事業(神奈川県)

官民一体で交通・施設の混雑等の可視化や、旅マエ・旅ナカで情報提供により、旅行者の利便性向上・周遊促進を実現。



重点事業案③ 観光産業人材確保支援

- 観光人材確保・定着支援セミナー開催、採用活動支援、マッチングサービスを活用した人手不足解消支援
- 正規職員や外国人の雇用に係る直接的支援

先行事例 観光産業外国人材活用支援事業(東京都)

外国人旅行者対応力強化に関心を持つ観光関連事業者の外国人材の活用支援及び定着支援を実施。



4. 強化していくべき施策

取組み3 快適に旅行できる受入環境整備①

取組み

3

快適に旅行できる受入環境整備

1. 受入環境整備

課題認識

- ▶交通アクセスが課題の地域において、期間などを限定した実証的な取り組みの域を超えた二次交通の安定的運行が必要
- ▶観光施設等の維持管理費増加への対応の一方、新たな整備や抜本的な機能強化は困難



施策の方向性（案）

- ▶二次交通の改善に向けて、実証運行の実施期間の拡大や民間での自走化など、**安定的な運行**を図るとともに、**自動走行や新たな技術の導入**などの実証事業を推進
- ▶市有観光施設等の**機能強化や魅力向上**、運営のあり方や多様性への配慮などを含め**改善の視点を盛り込んだ整備**を推進

4. 強化していくべき施策

取組み3 快適に旅行できる受入環境整備①

取組み

3

快適に旅行できる受入環境整備

1. 受入環境整備

重点事業案① 二次交通強化

- 東部エリアの観光資源をつなぐ「海手ループバス」の運行期間・エリア拡充、るーぷる仙台(一方向運行)だけではない、都心と青葉山をつなぐ新たなモビリティの導入など都心の二次交通を改善

先行事例 日光グリーンスローモビリティ（日光市）

世界遺産地域～西町地域の点在する観光資源を結ぶことで、観光客の回遊性を高め、満足度の向上と滞在時間の延長に資することを目的として実施。



重点事業案② ユニバーサルツーリズム推進

- 年齢や障がいの有無、国籍などに関わらず、快適に楽しく過ごすためのハード・ソフト両面の整備、情報を得る機会を拡充するための観光案内機能の強化など、ユニバーサルツーリズムを推進

先行事例 観光地への次世代型電動車椅子の導入

全国の観光施設や商業施設、公園などで次世代型電動車椅子を一時的に借りられる、法人施設向けのモビリティサービス事業を展開。



※写真提供:WHILL株式会社

4. 強化していくべき施策

取組み3 快適に旅行できる受入環境整備②

取組み

3

快適に旅行できる受入環境整備

2. インバウンド獲得強化

課題認識

- ▶全国的に東北のインバウンドが少ない。市内は温泉地が少なく中心部のホテルに偏在
- ▶コロナ禍を経てインバウンドの地域別の動向が変化
- ▶誘客が見込める地域のニーズに応えるインバウンドの受入環境整備が不十分



施策の方向性（案）

- ▶重点市場のみならず、他エリアや国内大都市経由の呼び込みなど、誘客の見込みが高いターゲットを改めて選定
- ▶多言語化や生活・文化への対応、ガイド人材の確保・育成、キャッシュレス化など、必要な受入環境の整備や受入側のマインドの醸成

4. 強化していくべき施策

取組み3 快適に旅行できる受入環境整備②

取組み

3

快適に旅行できる受入環境整備

2. インバウンド獲得強化

重点事業案① 新規市場開拓プロモーション強化

- 重点市場に加え、東南アジアや欧米豪、国内大都市経由のインバウンドの獲得など、新たな市場開拓に向けたプロモーションの強化（各市場への旅行博出展、メディア招請、OTA掲載支援、東北連携強化等）

重点事業案② インバウンド受入環境整備

- 観光関連事業者や観光施設等の多言語化や生活・文化への対応、食のメニュー開発、インバウンドに訴求するコンテンツの造成支援、キャッシュレス化、ガイドの育成等の受入環境を整備



多言語解説の整備・充実
(QRコードからDigitalアプリへ)



多言語字幕



食のメニュー開発



キャッシュレス決済

先行事例 奈良県外国人観光客交流館運営（奈良県）

観光案内所機能とホテル機能を併設したおもてなし施設「Nara Visitor Center & Inn/奈良県外国人観光客交流館」を運営。
(地方自治法上の「公の施設」として条例により設置)



4. 強化していくべき施策

取組み3 快適に旅行できる受入環境整備③

取組み

3

快適に旅行できる受入環境整備

3. MICE推進

課題認識

- ▶国連防災世界会議やG7などの大規模な国際会議の開催を積み重ねてきたことによる、グローバルMICE都市としての更なるプレゼンス向上
- ▶都市間競争の中で、主催者と参加者に選ばれ、来訪意欲や回遊性を高める地域の魅力づくりと、MICE開催を通じた地域経済の活性化、交流人口の拡大の視点の強化



施策の方向性（案）

- ▶本市のプレゼンス向上につながる会議の誘致を強化
- ▶アフターコンベンションなども含め、参加者が現地を訪れ、回遊したくなるコンテンツの造成・発信

3. MICE推進

取組み

3

快適に旅行できる受入環境整備

重点事業案① MICE誘致インセンティブ強化

○MICE参加者が満足し、また訪れたいと思えるような付加価値のあるコンテンツの提供や、大規模MICE誘致の際のインセンティブ・助成拡大

重点事業案② アフターコンベンション環境整備

○テクニカルビジットやユニークベニュー等の、仙台開催の魅力を更に向上させるMICEコンテンツの整備（仙臺緑彩館、ナノテラス、仙台市博物館、中心部商店街など）

○MICE参加者の市内回遊の促進につながる助成・サービスの実施

活用していきたい資源



仙臺緑彩館



ナノテラス



旧伊達伯爵邸鐘景閣



レセプション

閑散期対策／コンテンツの強化

取組み

4

閑散期対策

課題認識

- ▶ 宿泊促進キャンペーンや屋外イベント開催支援は全額国費の期間限定の取組み
- ▶ お祭り等をはじめ、旅行者に訴求する魅力づくりと発信が必要
- ▶ 東北絆まつりなどインバウンド獲得、仙台延泊を意識した東北エリア全体の認知度向上や取組み不足



施策の方向性（案）

- ▶ 大規模イベントやスポーツイベントなどの誘致や直接的効果が見込めるキャンペーン
- ▶ まつり・大規模イベントの高付加価値化（収益力向上）
- ▶ 宿泊促進及び消費拡大につながる、ナイトコンテンツ等の充実
- ▶ 閑散期対策やインバウンドの獲得にもつながるような広域周遊プランの造成、東北魅力が旅行者に届く情報発信の強化

取組み

4

閑散期対策

閑散期対策／コンテンツの強化

重点事業案① 誘客キャンペーン

- 閑散期の観光需要喚起を目的とした宿泊促進キャンペーンの実施や、大型イベント・スポーツイベントの誘致の強化

重点事業案② 広域周遊強化

- インバウンドにも訴求する蔵王や山形などの冬の資源を活かした東北の周遊プランの造成や、東北の魅力や情報を発信する拠点機能の強化



重点事業案③ まつり等の高付加価値化／ナイトコンテンツ強化

- 仙台を代表するお祭りや大規模イベントにおいて、特別な体験ができる高付加価値型の商品を造成するなど、旅行者の満足度と運営団体の収益力向上につながる取組みを支援、閑散期への大規模イベント誘致
- 中心部商店街や道路空間などを活用した夜市の定期開催、青葉山での夜・早朝の気球体験など、訴求力のあるナイトコンテンツの創出

災害等緊急対策

取組み

5

災害等緊急対策

課題認識

▶不測の事態への迅速対応する体制



施策の方向性（案）

▶体制整備に必要な財源の確保

重点事業①

観光関連対策基金

○大規模災害等の緊急的な事態に迅速に対応するため、観光関連対策基金を創設

先行事例 観光交流基金（長崎市）

- 観光需要の回復及び喚起を図るための事業に要する経費の財源として確保しておくために設置。
- 震災や新型コロナウイルス感染症拡大等の影響により急激に減少した観光需要の回復を図るため、緊急的に実施する観光キャンペーン事業や、西九州新幹線の全線開通といった社会情勢の変化による効果を最大化するための観光需要喚起事業などへの充当を想定している。