令和7年度事業計画

○ 現状・課題

昨年はインバウンド観光が急速に回復し、訪日外客数は過去最速で3千万人を超え、訪日外国人旅行消費額も過去最高を更新するなど、訪日外客数・消費額ともに非常に好調な年であった中、我が県におけるインバウンドについては約77万人泊、2019 年比で137％と顕著に増加したものの、全国で占める割合は 0.5％に留まっている。また、日本人宿泊者数は 2019 年の数値に回復していない状況にある。

国では、2023 年 3 月に策定した観光立国推進基本計画に掲げる「持続可能な観光」の実現に向けて一層注力すべく、「地方を中心としたインバウンド誘客」、「持続可能な観光地域づくり」、「国内交流拡大」の 3 つの分野の取組を強力に推進していくこととしている。

このような中、当連盟では、観光庁が進める観光地域づくり法人（DMO）の活動を昨年4月から開始し、観光消費額において伸びしろが高い欧米豪からの誘客拡大に向けて観光庁支援事業等を活用し外国人旅行者目線による広域ルートの旅行商品コンテンツの開発やヴィーガンやムスリムなど、多様な食習慣や宗教上の習慣等を持つインバウンド受入環境の整備の取組を開始した。観光 DX の取組においては、デジタルマーケティング・プロモーションの強化に向けて東北観光DMPの活用や旅マエ・旅ナカにおけるデジタル広告手法について模索してきた。また、令和7年3月策定の第6期みやぎ観光戦略プランとの整合性を図りながら、新たに設置した企画専門委員会において当連盟独自の経営戦略を整備したところである。その他、観光・旅行情報サイトやSNSを活用し会員及び多様な関係者の協力により情報を収集し広く発信に努めたほか、宮城オルレルート開発や教育旅行誘致に向けて、県と連携しながら受入関係者とともに各種取組を進めてきた。

一方で、DMO の取組を進める中で、インバウンドの受入れにおける課題として、インバウンド自国語でのコミュニケーション、目的地までの交通手段及び受入施設での多言語による情報発信の弱さが挙げられた。また、我が県観光の認知が低いことから、更なるコンテンツの創出及び磨き上げが重要であるほか、地域への稼ぐ力を高めていくため、海外旅行会社へのコンテンツ販売に取り組んで行く必要がある。さらに、県内DMO等の関係者との調整・役割分担により県全域におよぶ共通目標に向けた一致団結した取組が望まれる。

○ 基本方針

- ✓ 「第6期みやぎ観光戦略プラン」及び観光庁の観光地域づくり法人形成・確立計画を踏まえ、地域連携DMOとしての使命をもった**独自の経営戦略**を進める。
- ✓ 会員組織を活かし、地域及び業界との連携により、**公益法人として実施すべき基本事業**において、課題に応じて柔軟に取り組み、地域文化産業と地域社会の発展を図る。
- ✓ 令和7年度は、昨年度から取組はじめたDMOとして、多様な関係者と連携した取組により、**経営戦略に掲げる目標達成**に向けて各事業を推進する。

○公益法人基本事業

企画調査事業
～戦略的な事業展開を図るために！～

観光関係者の意見・要望を伺いながらより良い事業を推進するとともに、観光振興に関する調査及び整備に関する事業を行う。

情報収集・発信事業
～国内客向け魅力ある観光情報の提供～

県内の観光情報を広く収集し、各種資料・ホームページ等において観光資源を整備し、一般配付や大型イベント等で活用し、強力に観光情報を発信する。

観光客誘致対策事業
～国内外からの交流人口の拡大を目指す！～

観光を取り巻く社会情勢や観光動向及び観光ニーズを捉え、会員及び各種関連団体等と連携し効果的な取組により観光客の誘致を図る。

観光開発・啓発・研修事業
～観光地域づくりを推進するために！～

地域と連携し観光資源を磨き上げるとともに地域が主体的に実施する観光客受入体制づくりや観光人材育成に対し支援する。

観光物品販売事業（収益事業）　～公益事業を支えるために！～

観光PRキャラクターグッズ等の商品を開発し、会員の協力を得て販売することで公益事業を支える。

○ 事業体系

	公益法人事業項目	宮城県観光連盟	DMO	財源 空欄は主に会費
公益事業	**企画調査事業**			
	企画専門委員会等の開催		○	
	観光振興に向けた調査・整備	○	○	
	観光情報収集・発信事業			
	情報発信資料の整備	○		
	ホームページ・ＳＮＳの運営管理	○	○	
	各種情報の収集・提供	○		
	観光情報発信センター・デジタルフォトライブラリーの運営	○		県受注業務
	観光客誘致対策事業			
	外国人観光客の誘致促進		○	一部国補助事業
	滞在型観光の推進	○		一部県受注等業務
	教育旅行等コーディネート支援センターの運営	○		県受注業務
	観光展等への出展	○		
	広域圏事業への支援	○		一部県補助事業
	観光開発・啓発研修事業			
	地域観光開発推進事業	○	○	一部県補助事業
	ホスピタリティー推進事業	○	○	
	観光キャンペーン事業			
収益事業	**観光物品販売**	○		―

DMO が掲げる目標

使　命

DMO としての活動開始により、観光地域づくりに必要な施策を地域とともにチャレンジできる機会を好機と捉え、旅行者に選ばれるデスティネーション経営を行っていき、地域の自然や文化を継承、発展させていく「持続可能な観光地域づくり」を最大のミッションとし観光経済の拡大を図り、ひいては、「観光客よし」、「地域よし」、「観光事業者よし」、「未来よし」の「4方よし」構築を目指し、地域マネジメントを行う。

戦略の3本柱　クロス SWOT 分析より設定

戦略的マーケティング	ターゲットを意識した観光コンテンツの創出・販売	観基礎的インバウンド受入環境の整備

※クロス SWOT 分析とは、SWOT 分析で分析した自社の内部・外部環境の 4 つの要素を掛け合わせて、戦略を立案するためのフレームワーク

旅行者戦略 STP　データ分析結果に基づく S:セグメーション、T:ターゲティング、P:ポジショニング

S:国内外とも旅行消費額に着目し設定	T:のびしろ・観光需要が高い地域・年代・参加形態を対象に設定	P:世界からの集客地「東京」⇒「仙台」から県内各地への移動優位性の設定

経営戦略

○ 多岐にわたり取組むべき施策があるが、組織の人材及び財源には限りがあるため、取組の範囲を拡大すると機能不全に陥ることから**「選択と集中」**により着実な成果を得る取組を推進する。

○ ディストネーション・マネジメントとして、多様な関係者と協働し、共通の目標を掲げ**「先導と調整」**を基本に取り組む。

○ 各種のデータやターゲット市場におけるニーズの分析に基づいた**戦略的なマーケティング**を推進する。プロダクトアウトとプロダクトインを融合しターゲット**市場に刺さる観光コンテンツの創出**や受入環境整備など施策を展開するとともに PDCA サイクルによりターゲットへの訴求力をさらに高める。

【訪日外国旅行者の取組）

✓ **欧米豪**の関心動向において、大きな伸び代がある考えられることから**重点市場**として位置付ける。

✓ 観光コンテンツは外国人旅行者目線を意識し、**特別な体験による「Amazing」を感じさせる**ものが必要である。また、販売方針については、ターゲット市場の実情を踏まえ、**海外旅行会社への観光コンテンツの認知、理解促進、販売準備、売れ筋型から誘客の流れとして3年を経る**取組とする。

✓ **インバウンド受入拡大に向けた課題**への対応として、県施策との棲み分け調整により**ガイド人材育成等のソフト面**の取組を進めるほか、新たなガイド・ドライバーサービスについて検討を進める。

【国内旅行者の取組】

東北観光 DNP など各種データから、旅行需要の高い層や観光トレンドなどを総合的に分析し、ユーザー数が多い観光旅行サイト「宮城まるごと探訪」やフォロワー数の多い Instagram などを通じて重点的なプロモーションを実施していく。

2027目標指標（KPI）　※第6期みやぎ観光戦略プランより

項目	2023年(R5)	2027年(R9)
観光消費額	3，985億円	**6，000億円**
延べ宿泊観光客数	943万人泊	**1，104万人泊**
外国人観光客宿泊者数	51．5万人泊	**120万人泊**
観光消費額単価　日本人	26，640円／人	**33，000円／人**
観光消費額単価　外国人	71，768円／人	**90，000円／人**

２０２７年（R９）　KPI
戦略の柱①［マーケティング］ 旅行者満足度　８９．３％
戦略の柱②［観光コンテンツ］ 販売額　１，０００万円
戦略の柱③［受入環境の整備］ １００施設

※第６期みやぎ観光戦略プランの目標値を採用。ＫＰＩは、令和９年度の経営戦略の３本柱に基づく数値目標

1　企画調査事業

(1)　企画専門委員会の開催等

地域観光振興の各分野で豊富な実績があるほか、行政や地域におけるキーパーソンを委員に委嘱し、観光地域づくりの推進に向けた取組方針について協議する。

【ポイント】
○　DMO活動に対する評価及び改善に向けての協議
○　県内外DMO等地域観光団体の取組等について情報・意見交換

(2)　観光振興に向けた調査・整備 【強化】

デジタル分析ツールや国、県及び民間企業の各種統計資料を活用し戦略的なマーケティングを推進する。

【ポイント】
○　WEB コンテンツの分析では興味関心度等を把握［ツール／Google Analytics］
○　旅行者の動態分析等を把握［ツール；東北ＤＭＰ（東北観光推進機構）］
○　宿泊需要期、宿泊地域、参加形態等を把握［ツール／観光予報プラットフォーム（日本観光振興協会）］

2　情報収集・発信事業

(1)　情報発信資料整備事業

①　ウェルカムみやぎ観光ガイドブックの発行
②　観光マップ「みやぎ旅まっぷ」の発行
③　観光カレンダーの発行・販売

【ポイント】
○観光地域づくりの視点による紙面づくりに注力
○全市町村の観光資料とし、県転入者への配付や旅行会社等での業務資料としても提供
○大型イベント、国際会議及び観光客集積施設等での配付

(2) Webサイト及びSNS運営管理事業 【強化】

多様な観光情報の発信するツールとし、WEBコンテンツ及び各SNSを活用する。また、会員等の関係者の取組発信の場としての利活用を促す。特に、アクセス数、フォロワー数を高めるコンテンツづくりの運営に努める。

① 公式ホームページ「宮城まるごと探訪」

観光・旅行需要期を捉えたコンテンツとして整備を行うとともに、ニーズや評価が高いコンテンツを発信する。また、英語、繁体、簡体、ハングルの多言語版と国内版を連携するなどホームページ運営の効率化を図る。

② 公式フェイスブックページ

当連盟の活動内容及びホームページと連携した観光情報発信ツールとして活用する。

③ 公式インスタグラム「triptomiyagi」

各種キャンペーン等との連携による情報発信ツールとして活用する。

④ 公式TikTok「triptomiyagi」

各種キャンペーン等との連携による情報発信ツールとして活用する。

⑤ 公式YouTube

各種キャンペーン等との連携による情報発信ツール及び動画の収納場所として活用する。

【ポイント】

○ データ分析に基づく観光需要期等を捉えたニーズが高いコンテンツの発信

○ 多様な関係者が発信する観光コンテンツ活用による効率的な運営

○ インバウンド向け観光コンテンツ（外国人目線）WEBサイトページの整備 **【新規】**

(3) 各種情報収集・提供事業

県内の各種観光資料及びデータを会員等の協力により収集し、関係機関及びマスコミ等に情報を提供する。また、各種情報発信資料については関係団体等が主体となり実施する各種イベント及び観光案内所等に積極的に提供し広く一般に配付する。

【ポイント】

○ 情報収集力を高め、県内の観光資源を集約し、各種の取組みへの活用

(4) 観光情報発信センター運営事業(県受注業務)

宮城県庁舎1階の観光インフォメーションコーナーにおいて観光問合せ対応等、本県観光の案内全般を行う。窓口をはじめ電話やメール等での問い合わせや県全域の観光資料等を提供する。

【ポイント】
○　県全域の観光資料等の集約及び観光問合せを通じたニーズが高い観光資源の組み合わせによる魅力的な旅行提案

3 観光客誘致対策事業

※県の補助・受注事業及び国の補助事業等を活用により事業の拡充を図り、公益事業を推進する。

(1) 外国人観光客の誘致促進

県及び関係団体との連携による効果的な外国人観光客誘致に向けた取組みを推進する。

特に県内のDMO及び地域観光団体と調整しながら、県全域にわたる地域連携DMOとしては欧米豪を重点市場と位置付け旅行商品造成に向けた取組を推進する。

【ポイント】
○　地域の伝統的で活気ある文化とともに、地域に暮らす人々の物語があるからこそ、唯一無二のコンテンツとなることから、このようなコンテンツを重点的に創出及び磨き上げを行っていく。また、東京や京都のような混雑した観光地と違い、手つかずの自然、文化の奥深さ、その地域の本物を体験し楽しむことができる、観光しやすい環境（東北・宮城の美しさ）であるかを伝えていく。
○　特別な体験による「Amazing」を感じてもらうサスティナブルツーリズムやカルチャーツーリズムをターゲット市場に提案していく。
○　海外旅行会社とのＢtoＢ取引**【新規】**
○　インバウンドアドバイザー派遣**【新規】**

(2) 滞在型観光の推進

滞在時間を増やす取り組みを推進するとともに具体的な観光客の誘致促進に努める。

【ポイント】
○　宮城オルレの推進（県受注業務）　**【強化】**
○　宿泊客誘致促進WEBプロモーション　**【強化】**
○　冬季誘客スキー場共との共同事業（一部県受注業務）
○　会員・ＳＮＳユーザー・WEBライター等の多様な視点での観光情報発信による誘客促進
○　会員が主体による多様な関係者との連携による観光コンテンツ・旅行商品づくり支援

(3) みやぎ教育旅行等コーディネート支援センターの運営（県受注業務）

県、関係団体及び受入施設等との連携により教育旅行誘致活動を推進する。

【ポイント】
- ○ 台湾からの教育旅行誘致に向けた活動 **【強化】**
- ○ 県、復興ツーリズム等と連携した震災学習及び SDG 探求プログラムの磨き上げ支援
- ○ 北海道、東京等での学校・旅行会社へのプロモーション活動
- ○ 教育旅行受入事業者における情報交換会等の実施
- ○ 国内における海外の学校との交流活動に対する支援 **【強化】**
- ○ コーディネート・マッチングデータ等の分析

(4) 各種観光展等への参加

県及び関係団体と連携し各種観光展等に参加し観光資源のPRに努める。

・県の物産と観光展［横浜市、広島市、名古屋市、大阪市、千葉市］（県補助事業）

・各種イベント等の出展・参加

(5) 広域圏事業への支援

県内外の広域圏団体等において行われる観光客誘致宣伝事業又は観光客受入体制強化事業等に対し支援する。

- ○ せんだい・宮城フィルムコミッション事業
- ○ みやぎおかみ会事業（県補助事業）
- ○ 宮城県観光誘致協議会事業
- ○ 仙台まるごとパス運営協議会事業
- ○ 楽天イーグルス・マイチーム協議会事業
- ○ 日本観光振興協会全国観光振興事業（県補助事業）
- ○ 東北観光推進機構事業
- ○ 情報発信センター（札幌）事業（県補助事業）
- ○ 大阪での観光情報提供事業

4 観光開発・啓発・研修事業

(1) 地域観光開発推進事業

① 観光資源の磨き上げ・受入環境整備の推進

DMO の取組を進める上で、外国人観光客に対する各分野における受入環境整備を関係者と連携

し進める。

また、地域に根付く資源を質の高い観光コンテンツとしての磨き上げを進めるとともに、地域関係者による観光客受入体制づくりを進めるため、関係者と連携・支援し各取組を推進する。

【ポイント】
○　多様な食習慣を有するインバウンド受入環境整備　**【強化】**
（みやぎ食のインクルーシブツーリズム推進協議会の運営）
○　観光コンテンツのガイド人材の育成　**【新規】**
○　観光施設等の多言語表示の支援　**【新規】**
○　交通マネジメントの構築検討　**【新規】**
○　広域周遊ルートやテーマ別の「魅力ある観光モデルプラン」の整備
○　滞在時間を高める「体験型観光」等の各種コンテンツの整備

②地域イベント開発の推進

各地域で行なわれる行・催事の振興を図るため、協賛・後援を行う。

(2)　ホスピタリティー推進事業

①　人材育成の推進

おもてなし等の意識啓発及び先進の観光事業等を推進するため、地域関係者による研修会等に対し支援する。

【ポイント】
○　会員による観光客受入体制づくりの取組支援
○　会員による観光人材育成のための研修会等開催の取組支援

②　アクセスポイントでのおもてなしの推進

・仙台空港での電飾看板・パンフレットラックの設置

(3)　観光キャンペーン事業

仙台・宮城大型観光キャンペーン事業を効果的に推進することから仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会に職員を派遣する。

(4)　観光功労者の表彰

観光事業の振興の上で顕著な業績があると認められる個人・団体及び先進的な観光振興事業を表彰し、後進の範とすることにより、観光事業全般の振興発展に努める。

5　観光物品販売事業 ※収益事業

公益事業を推進するための財源を確保する観点から、仙台・宮城観光PRキャラクター「むすび丸」グッズの一般有償配付を積極的に実施する。

【ポイント】

○　新商品の開発検討、販路拡充

令和7年度事業予定一覧

時期	事　業	実施場所等
1　企画調査事業		
随時	企画専門委員会等（必要に応じ開催）	県内
随時	観光振興調査・整備（デジタルマーケティング）	県内
2　情報収集・発信事業		
通年	観光情報発信センターの運営	県庁１階
通年	ホームページでの情報発信	全国
通年	ＳＮＳを活用した情報発信	全国
４月～	みやぎ旅光まっぷの発行	観光案内所、各種イベント
４月～	ウェルカムみやぎ観光ガイドブックの発行	旅行会社、観光案内所等
11 月～	観光カレンダーの発行・販売	関係機関
3　観光客誘致対策事業		
通年	地域等連携による広域周遊ルート・コンテンツの構築	県内　DMO
通年	みやぎ教育旅行等コーディネート支援センターの運営	県内
４月	県の物産と観光展（そごう横浜店）	横浜市
４月～随時	観光コンテンツ・旅行商品づくりの支援	国内
４月～随時	宮城オルレ　新コース造成	県内
７月～随時	宿泊客誘致促進 WEB プロモーション	県内

４月～随時	教育旅行　学校交流活動受入の支援	県内
６月	仙台市立中学校訪問	県内
７月	青森・宮城の物産と観光展（東急東横）	東京都渋谷区
７月	教育旅行セミナー	札幌、東京
11 月	県の物産と観光展（そごう広島店）	広島市
11 月	山形・宮城展	東京
11 月	大台南旅行博	海外（台湾）
11 月	教育旅行・体験学習説明会	札幌
11 月～3 月	冬季誘客共同宣伝	首都圏、県内
12 月	東北プロモーション・東北遊楽日	海外（台湾）
１月	県の観光と物産展（名鉄百貨店）	名古屋市
３月	県の物産と観光展（そごう千葉店）	千葉市
未定	宮城オルレ　オルレフェア運営	県内
未定	九州オルレイベントでの宮城オルレブース出展	九州
未定	済州オルレイベントでの宮城オルレブース出展	韓国済州
４　観光開発・啓発・研修事業		
６月～	観光コンテンツのガイド人材の育成	県内
５月～	多様な食習慣を有するインバウンド受入環境の整備	県内
９月～	観光施設等の多言語表示の支援	県内
７月～	交通マネジメントの構築	県内
通年	広域周遊ルートやテーマ別の観光モデルプランの整備	県内
通年	体験型観光等の各種コンテンツの整備	県内
通年	仙台空港での看板等掲出	県内
随時	地域による観光客受入体制づくりの支援	県内
随時	人材育成の支援	県内
随時	地域イベントの後援等	県内
６月	観光功労者の表彰	県内

5　観光物品販売事業		
随時	観光ＰＲキャラクターグッズ等の販売	県内ほか