

大崎市観光振興ビジョン



平成27年12月

宮城県大崎市

大崎市観光振興ビジョン



旧有備館及び庭園（岩出山地域）

大崎市観光振興ビジョンの策定にあたって



大崎市長 伊藤 康志

わが国は、骨太の方針、成長戦略、地方創生の基本方針に「観光」を位置づけ、観光で地方を元気にしようとして取り組んでいます。観光は観光事業者だけではなく、農林商工業へも経済波及効果があり、総合産業として地域振興の救世主になろうとしています。

平成18年に合併して誕生した大崎市は、10年の節目を迎えようとしています。この間、総合計画の将来像「宝の都（くに）大崎～ずっとおおさき・いつかはおおさき～」の下、観光振興に対する施策を展開してまいりましたが、観光を取り巻く現状は、団体旅行から個人旅行やグループ旅行などへシフトし、旅行者のニーズが多様化しております。

そこで、大崎市の観光がどの方向に向かい、何が重要なのかを示す指針が必要であることから、この度「大崎市観光振興ビジョン」を策定いたしました。

本ビジョンは、数々ある大崎市の宝を磨き魅力あるものにすると同時に、今まで以上に宝を繋げることの重要性を謳っています。ここでいう宝とは鳴子温泉郷をはじめ、郷土食や地酒、豊かな里地・里山、多くの史跡名勝などの観光素材のことであり、人情豊かな人のことです。多くの方が地域や産業など立場を越えて繋がること、そして互いに磨き合うことでそれぞれを輝かせ、大崎でしか出来ない体験を提供することができます。

本ビジョンの策定にあたりご協議いただきました大崎市観光振興ビジョン策定委員会の皆様、ご意見やご提言をいただきました大崎市議会並びに関係団体、そして市民の皆様に対し心より御礼申し上げます。

今後は、本ビジョンの実現に向け、市民・観光事業者・農林商工業者・観光関係団体・行政が一体となって観光を推進していきましょう。

（平成27年12月）

目次

第1章 大崎市観光振興ビジョンの策定 1

- (1) 基本的な考え方
- (2) 計画の位置づけ
- (3) 計画期間と計画の見直し

第2章 観光による地域振興の可能性 5

- (1) 今、なぜ観光か
- (2) 観光振興は人口減少時代の最優先課題
- (3) 観光を通じた地域産業の活性化と人材育成
- (4) 観光産業の特性
- (5) 観光を取り巻く環境の変化
- (6) 地域一体型観光の推進
- (7) これからの観光を考える視点

第3章 大崎市の観光の現状と課題 9

- (1) 大崎市の概要
- (2) 人口・世帯数
- (3) 産業構造
- (4) 大崎市の観光の現状と課題
- (5) 大崎市の観光を取り巻く環境

第4章 大崎市が目指す観光の姿と観光振興の柱 19

- (1) 観光振興が生み出すバランスの良い産業構成
- (2) 観光振興で持続可能な地域社会をつくる
- (3) 交流機会の拡大で魅力的な生活をつくる

第5章 大崎市の観光振興に向けた戦略と行動指針 21

- (1) 観光振興に向け優先的に取り組むべき3つの強化目標
- (2) 観光振興に向けた戦略と行動指針
- (3) 強化目標, 戦略, 行動指針の関連体系図
- (4) 行動指針の内容

第6章 推進体制と目標数値 39

- (1) 推進体制
- (2) 目標数値

参考資料 41

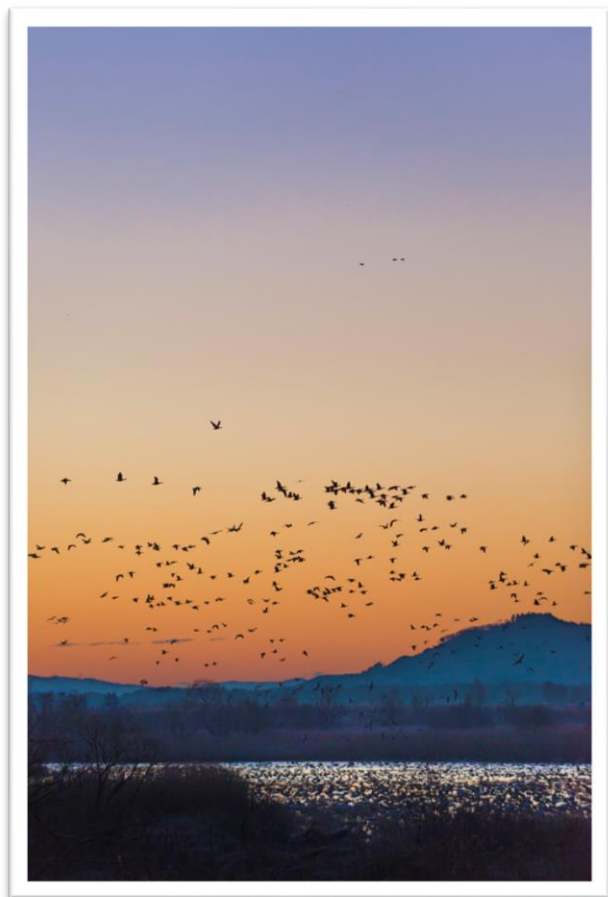
- (1) 大崎市観光振興ビジョン策定委員会 委員名簿と開催日程
- (2) 大崎市観光振興フォーラム
- (3) 市民懇談会
- (4) パブリックコメント



みやぎ大崎

ふつふつ共和国

大崎市の魅力をキャッチフレーズにした「みやぎ大崎ふつふつ共和国」。発酵食文化や自然, 歴史など多彩な価値が互いを触発し新たな魅力を醸成する様子を「発酵」に重ね合わせ, 「ふつふつ」という擬音によってあらわしています。また, 「共和国」という多様性を集束する言葉で, たくさんの「ふつふつ」が集った一体感をあらわしています。



燕栗沼（田尻地域）



大崎市イメージキャラクター

パタ崎さん

「みやぎ大崎ふつつ共和国」の広報大臣を務めるパタ崎さん。市の知名度向上のため、各種イベントなどに飛び回っています。

パタ崎さんは、市のラムサール条約湿地「燕栗沼・周辺水田」「化女沼」に飛来する渡り鳥「マガン」をモチーフにしています。

第1章 大崎市観光振興ビジョンの策定

(1) 基本的な考え方

大崎市は平成18年3月、1市6町の合併により誕生しました。以来、旧市町がこれまで培ってきた地域の個性や歴史、生活・文化、食、農林業、商工業、自然、環境、温泉など多様で魅力的な資源を活かし、観光振興に取り組んできました。

平成26年の大崎市の観光入込客数は701万人で、東日本大震災（平成23年3月）による影響を受けながらも仙台・宮城デスティネーションキャンペーンの実施による効果もあり、若干持ち直してはいますが、宿泊客数は減少し、とりわけ地域を代表する鳴子温泉地域での落ち込みが大きく、厳しい状況となっています。

一方、観光庁の調査では、日本国内の旅行消費額及び観光客数は、平成25年夏期には前年同期に比べ10ポイント以上上回り、3年連続で東日本大震災前の水準を超えていること、さらに平成26年の訪日外国人観光客数は1,341万人と過去最高を記録しました。

観光は、観光事業者をはじめ、農林業、商工業、そして市民等多様な主体で進められるため、裾野が広く、経済波及効果が高い分野です。人口減少、少子・高齢化が進むなか、資源を有効に活用し、地域の産業連携を促進させ、交流人口の増加による経済の拡大を通じて最終的には定住人口の維持、増加につなげることが可能です。

以上のことから、大崎市における観光施策を強化するため、地域全体が一体となって将来像を描き、観光の底上げを図る戦略を明らかにするとともに、魅力ある観光によるまちづくりに向け、観光に係わっている方々の力と知恵の集約はもちろんのこと、市民、団体、産業、そして行政が一体となった取り組みを進めるための共通の目標として指針となる「大崎市観光振興ビジョン」（以下、本計画という）を策定するものです。

(2) 計画の位置づけ

大崎市では、平成19年度に平成28年度までの10年間を計画期間とする「大崎市総合計画」を策定し、市政運営の基本方針として合併効果を最大限に発揮し、誇れる地域資源、地域の力を磨き、自立した“まち”の創造を謳っています。

ここでは、地域の人、物、社会基盤、自然環境、歴史、文化などを「宝」と呼び、まちの将来像を「宝の都(くに)・大崎 ～ずっとおおさき・いつかはおおさき～」という言葉でまちづくりの基本姿勢を明らかにしています。

このさまざまな「宝」を市民一人ひとりが認識し、磨きをかけ、全国に発信していくためには、改めて大崎市の優位性に着目し、市民、団体、企業、行政が一体となって取り組んで行くことが求められます。

一方、平成23年には東日本大震災の発生により「大崎市震災復興計画」を策定し、復旧・復興へ対応が図られています。また、平成19年度には、大崎ブランドの確立と産業の創造をめざした「大崎市産業振興計画」が策定(平成24年度に見直し)されています。

本計画は、上記計画が掲げた大崎市の観光振興に関する個別計画として位置づけられるものであり、市が策定する全ての他の個別計画、また、国や県の計画と整合を保ち、連携しつつ観光振興を図っていくものとなります。



■上位計画などにおける位置づけ

大崎市総合計画

宝の都（くに）・大崎 ～ずっとおおさき いつかはおおさき～

大崎市震災復興計画

～真の豊かさ・連携と協働による大崎の創生～

大崎市産業振興計画

大崎の宝づくりプロジェクト

～大崎ブランドの確立と新産業の創造～

- 自然と共生する持続可能な農業の振興
- 森林の再生と循環型社会を可能にする林業の振興
- にぎわいと雇用を生み出す商工業の振興
 - 笑顔と魅力でもてなす観光の振興
 - 多様な連携による産業の創造
- 再生可能エネルギーによる産業の創造
 - 大崎ブランドの確立

大崎市観光振興ビジョン

(3) 計画期間と計画の見直し

大崎市の観光振興を中長期的な視点で取り組むため、本計画の期間は平成27年度から平成36年度の10年間とします。また、観光を取り巻く情勢の変化への対応や計画の進捗状況などを踏まえ、5年目に見直しを行います。



紅葉の鳴子峡（鳴子温泉地域）



第2章 観光による地域振興の可能性

(1) 今、なぜ観光か

観光は、受入側にとっては地域資源の価値を最大限に引き出し、他の場所に住む人に自分の地域に来ていただき、自分の土地を知っていただく行為(活動)です。それゆえ、人に来てもらうためには「行きたい」と思わせる力(魅力)を持たなければなりません。すなわち、そこに暮らす人々の生活や文化を生き生きとさせ、地域を訪れる人たちが交流したくなるような水準の生活や文化をつくり上げることが大切です。全国では、その土地を訪れた人にしっかり対応していくことで、住む人、訪れる人双方にとって魅力的な地域づくりを通して観光振興を行う事例が増えています。

しかし、観光は、地域にとって大切な分野であると認識されてはいても、その考え方や取り組みについて温度差があり、なかなか前に進まないといったことが多いのが実情です。地域を元気にするため、皆で一枚岩となって観光をしっかりとやっという気持ちを束ね、今、なぜ観光か、この地域をどう動かしていくのかということを新しい発想で前向きに考え、課題や危機感を共有し、自分たちの地域の将来像をしっかりと描き、そのためにどのような観光を推進すべきなのかについて理解を深め、取り組むことが大切です。

(2) 観光振興は人口減少時代の最優先課題

全国の多くの地域において、今後さらに人口減少や少子・高齢化が進むと地域経済を維持することが困難になるため、地域の活性化および人口減少対策として雇用の創出や各産業の連携などが最優先課題となっています。

これまで、観光業界や観光事業者が行うものと思われがちだった観光振興が、地域のあらゆる産業と連携し、付加価値を高め、相互の利益を生み出すことにより、地域の活性化につなげる一方、地域を熟知している住民が観光客をもてなすことにより、地域の魅力が向上し、交流人口が増えるとの考え方に立ち、積極的に活動することが求められています。

(3) 観光を通じた地域産業の活性化と人材育成

観光を通じた地域産業の活性化を図るため、観光産業と他の産業及び地域住民の連携により相互の利益を生み出すことの重要性については前述したとおりです。しかし、連携を円滑に行うためには、お互いが信頼し合うことのできる関係にならなければ長続きしないことから、それぞれが提供できるサービスの質を上げるとともに、そこに携わる人材の育成が求められます。

特に接客サービスは属人的なサービスともいえ、スキルが高まれば付加価値が高くなり、顧客満足度の向上に繋がるということを意識することが大切です。

(4) 観光産業の特性

観光産業は、第一次産業や第二次産業と深く係わる裾野の広い総合産業です。観光産業の活性化につながる観光政策は横断的、複合的な側面を有しており、観光の振興は農林水産業、商工業、交通・運輸業、宿泊業、飲食業などから福祉、教育、環境など幅広い地域振興や地域の活性化に直結しています。

(5) 観光を取り巻く環境の変化

■観光客の動向

団体から個人へ

国内旅行は、戦後の高度経済成長による所得向上と相まって、その機会は増加してきました。当時は団体旅行が主力であり、「施設を整備すれば人は来る」という時代でした。しかし、高速交通時代が到来し社会経済状況の変化や顧客ニーズの変化などから旅行形態は団体から個人へと大きくシフトしてきています。

観るから体験へ

近年の旅行目的として、温泉、自然、食、歴史、文化などが主力となっていますが、都市、産業、スポーツなど体験型を重視するニーズが高まっています。

また、訪れた土地に住む人々の暮らしや文化へと関心が移ってきています。

本物志向, 安全安心志向

社会の成熟化に伴い、人々の価値観が「物の豊かさ」から「心の豊かさ」へと変化し、本物志向や安全・安心志向が高まっています。

表1 観光客のニーズと観光振興を進める上での考え方

ニーズ	考 え 方
体験・交流	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の人との出会い, 交流を楽しむ ・ 地域の文化や産業を体験する ・ 癒やしやリフレッシュを期待している
飲 食	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の素材を地域の伝統的な食べ方や新たな活かし方で味わう ・ 食材や器, 空間, 接客も含め, 地域をトータルに味わうことを期待している
宿 泊	<ul style="list-style-type: none"> ・ ゆっくり地域を楽しむために, ゆったりと泊まり, 滞在する ・ エコロジカルな空間で癒やされる雰囲気 ・ ソフトで優しく押しつけにならない接客 ・ 旅館, ホテルとの程よい距離感
購 買	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域性のある産品を購入する ・ 安全・安心への志向が強く, 素材や製法が詳しく説明されている商品

以上、観光客のニーズが多様化し、観光目的が従来型の観光資源とは異なる地域の生活や文化などに関心が広がっています。

こうした地域の生活や文化の掘り起こしには地域住民の協力が欠かせません。

地域の人々との交流を通して、その地域特有の歴史や文化、自然などを体験し、楽しむ、いわゆる「体験型観光」の対応に向けて地域が一体となって取り組むことが必要です。

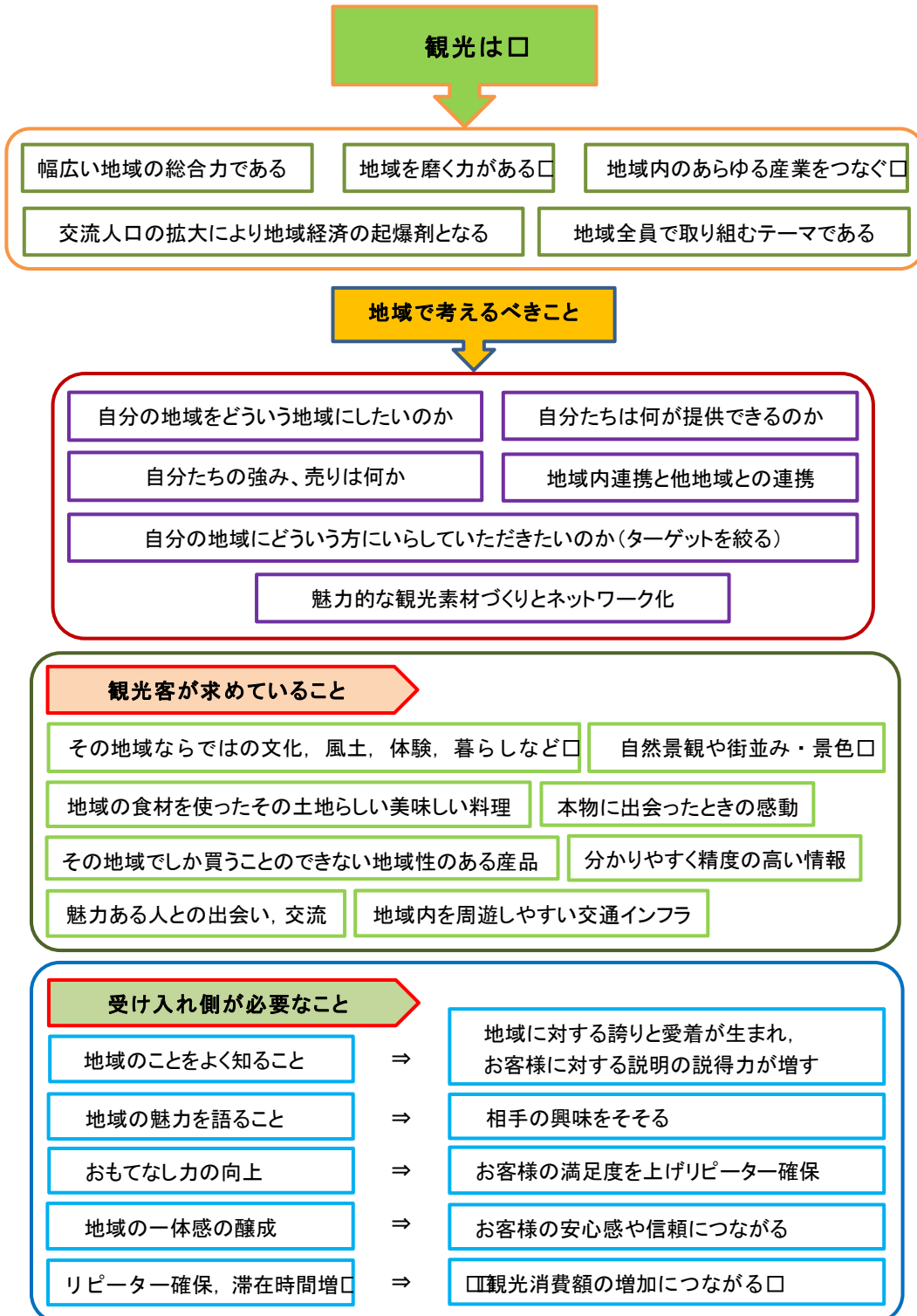
(6) 地域一体型観光の推進

観光は、地域があってこそ成り立つ分野です。したがって、地域の総合力を高め、その力を発揮するために「皆で一緒に元気になろう」という考え方で地域が一体となって観光に取り組むことが大切です。

そのためには、地域の人や組織をはじめ、多様な資源を総動員し、地域の一体感を醸成する取り組みを進めることが必要です。

(7) これからの観光を考える視点

観光は、地域全体でお客様をもてなし、交流することによって、地域のあらゆる分野に波及効果がある活動と捉えることが出来ます。観光による地域振興の可能性を最大化するため、これからの観光を考える上で重要な視点を整理したのが次の図となります。



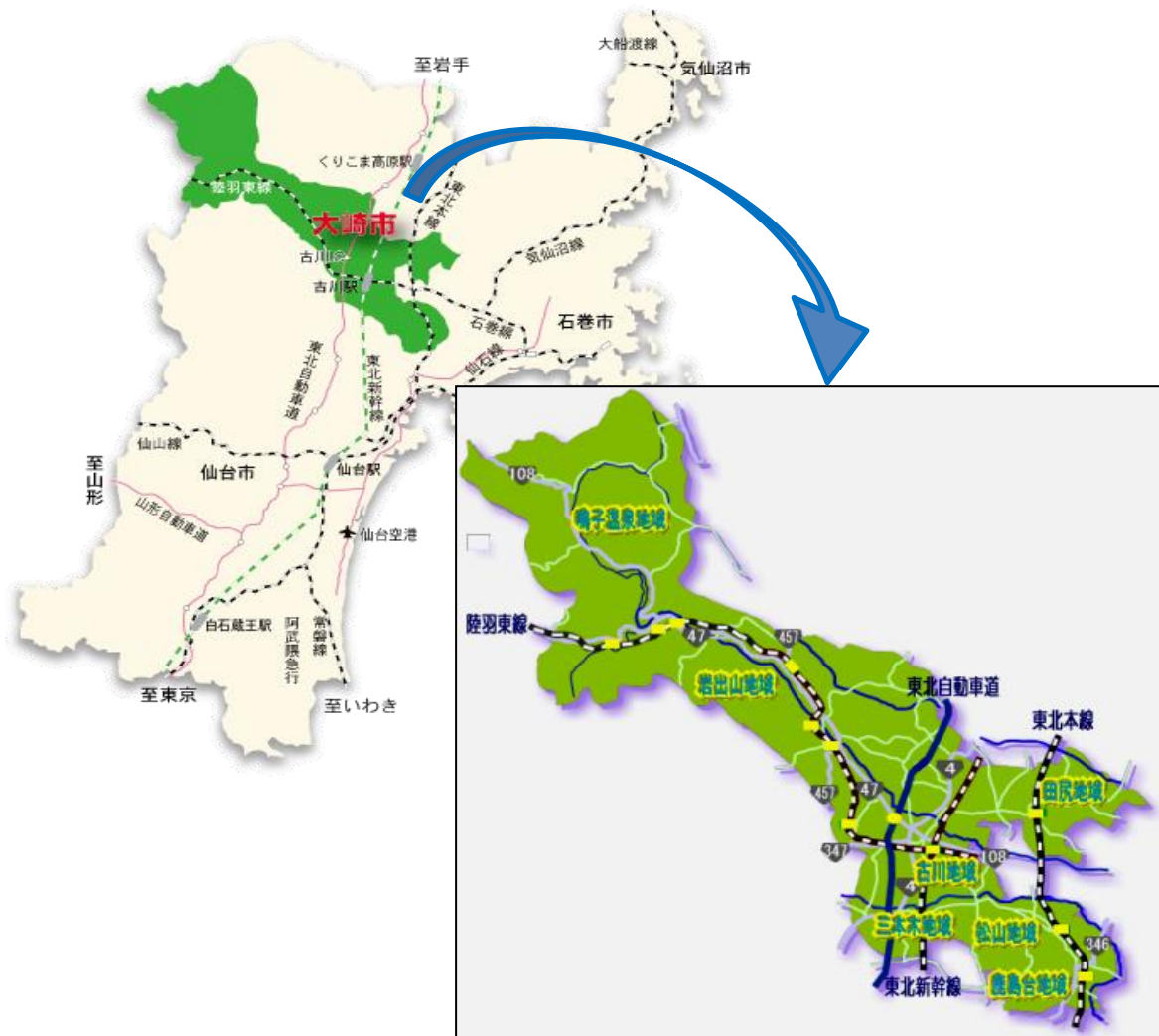
第3章 大崎市の観光の現状と課題

(1) 大崎市の概要

① 位置

大崎市は、宮城県の北西部に位置し、東西に細長く伸びた地形で、総面積は 796.7 km²です。

平成 18 年 3 月「地域資源や地域の力を磨き、融合させることにより、地方政府にふさわしい自立したまち（自治体）を創る」をまちづくりの基本的な考えと定め、古川市、松山町、三本木町、鹿島台町、岩出山町、鳴子町及び田尻町の 1 市 6 町が合併し誕生しました。人口は平成 27 年 4 月 1 日現在 134,292 人となっています。



② 交通アクセス

大崎市は東北最大の都市・仙台から北西約 40 kmに位置し、市の南北方向には東北新幹線と東北本線、東北縦貫自動車道、国道 4 号が伸び、東西方向には、陸羽東線、国道 47 号、108 号が横断していることから、市中心部を起点にすると「奥座敷、鳴子温泉はもちろんのこと、仙台市や松島町、平泉町などへ列車や車のいずれでも 1 時間以内で行くことができるため、観光アクセスの拠点として高いポテンシャルを有しています。

③ 自然、歴史、文化など

大崎市には栗駒国立公園の代表的な温泉観光地である鳴子温泉郷（鳴子温泉、東鳴子温泉、川渡温泉、中山平温泉、鬼首温泉、の 5 つの温泉地から成る）や紅葉が美しい鳴子峡をはじめ、ラムサール条約登録湿地の化女沼、蕪栗沼などの自然環境のほか、三本木地域のひまわりの丘、松山地域のコスモス園など市内全域にわたりたくさんの見どころがあります。国指定文化財である遮光器土偶（※1）や名生館官衙遺跡（※2）、旧有備館及び庭園（※3）に代表される史跡などの文化財も数多く包蔵しています。

昭和 32 年に完成した鳴子ダムは、日本で初めて外国人の技術者を招かずに日本人だけの手により建設されたアーチ式ダムであり、近年、その価値を改めて問い直す動きが出ています。

大崎市は伊達家ゆかりの地であり、天正 19(1591)年、伊達政宗公は米沢から岩出山に居城を移し、それに伴って城や町が整備されました。慶長 6(1601)年には、政宗公は岩出山から仙台に居城を移しましたが、その後も岩出山伊達家や松山茂庭家などの伊達家一門や重臣が配置され、町や街道の整備、新田開発などが行われました。

また、鳴瀬川、吉田川の氾濫により水害との戦いを余儀なくされた鹿島台地域には、干拓事業を先人から受け継ぎ、語り受け、幾多の困難を乗り越え、今や肥沃な耕土は良質な宮城米の産地と生まれ変わり、こうして農業を基盤とする現在の大崎市の礎が築かれました。

（※1）遮光器土偶（しゃこうきどぐう）

～縄文時代に作られた土偶。現在は東京国立博物館所蔵。

（※2）名生館官衙遺跡（みょうだてかながいせき）

～国指定史跡。奈良時代に古川地区に作られた朝廷の役所跡。昭和 55 年に大規模な調査が行われ、政庁正殿や脇殿が作られていたことが判明。陸奥国府多賀城より早くに律令が及んでいたことを示す重要な史跡である。

（※3）旧有備館及び庭園

～有備館は、江戸時代、岩出山伊達家の家臣子弟の学問所。茅葺きの書院造りの建物は学問所として日本最古であったが平成 23 年に発生した東日本大震災により倒壊。その後復旧工事が行われ、現在は以前と変わらぬ姿を見ることができる。

(2) 人口・世帯数

大崎市の人口は、平成27年4月1日現在134,292人、世帯数は49,879世帯で、宮城県北部の中核都市です。

合併後、人口は微減で推移してきましたが、日本創成会議のレポートでは2040年には10万人程度になると予測されているだけに、今後の人口減少を見据え、来訪者や二地域居住などの交流人口の拡大や交流を通じて移住者を獲得していくことが求められています。

表2 大崎市の人口、世帯数の推移 (単位:人,世帯)

	平成18年4月	22年4月	27年4月
人口	138,262	136,574	134,292
世帯数	45,918	46,285	49,879

※平成18年4月は合併時。

(3) 産業構造

平成24年における大崎市の産業別従業者数をみると、製造業は約22%で最も多く、次いで卸・小売が21%と続いています。宿泊・飲食・サービス業従業者数は、市内の産業別従業者数の8.9%で、従業者数としては5番目に多く、4,569人となっています。

表3 大崎市の産業別就業者数の推移(中分類) (単位:人,%)

産業	平成18年	21年	24年
製造業	11,018(18.0)	10,995(18.1)	11,211(21.8)
卸・小売	12,746(20.9)	12,353(20.3)	10,898(21.2)
医療・福祉	5,953(9.7)	6,517(10.7)	5,245(10.2)
建設	5,221(8.5)	5,270(8.7)	5,035(9.8)
宿泊・飲食・サービス	5,222(8.6)	6,091(10.0)	4,569(8.9)
農業	903(1.5)	1,236(2.0)	1,093(2.1)
合計	61,066(100)	60,802(100)	51,503(100)

(4) 大崎市の観光の現状と課題

① 大崎市の観光資源

大崎市は広い地域に山岳、自然、温泉、街並みや道の駅などをはじめとする多彩な観光スポットや集客施設が存在しています。また、地域の歴史、文化、食、イベントなど多様な資源を有しています。下記にその一例を示します。

地域名	観光スポットなど	施設など	産品など
古川	<ul style="list-style-type: none"> 化女沼、古代の里 古川まつり 羽黒山公園 緒絶川（藤まつり） 	<ul style="list-style-type: none"> 吉野作造記念館 醸室 祥雲閣 緒絶の館 	<ul style="list-style-type: none"> ササニシキ ひとめぼれ 大豆、関連商品 発酵グルメ
松山	<ul style="list-style-type: none"> 御本丸公園 コスモスまつり 茂庭家霊屋 	<ul style="list-style-type: none"> 酒ミュージアム、人車 松山ふるさと歴史館 フランク永井展示室 	<ul style="list-style-type: none"> 日本酒 味噌、醤油 せり
三本木	<ul style="list-style-type: none"> ひまわりの丘 館山公園 どんと祭 	<ul style="list-style-type: none"> 道の駅 三本木やまなみ 亜炭記念館 	<ul style="list-style-type: none"> 伊場野いも 菊 ねぎ
鹿島台	<ul style="list-style-type: none"> 互市（春・秋） わらじまつり 菱取り唄全国大会 	<ul style="list-style-type: none"> 鎌田記念ホール 鹿島台学童農園 滝沢不動尊 	<ul style="list-style-type: none"> デリシャストマト シナイモツゴ郷の米
岩出山	<ul style="list-style-type: none"> 岩出山城址 旧有備館及び庭園 政宗公まつり バルーンフェスティバル 内川と「学問の道」 	<ul style="list-style-type: none"> あ・ら・伊達な道の駅 感覚ミュージアム 竹工芸館 凜菜上の家 	<ul style="list-style-type: none"> 梅 竹細工 凍み豆腐 かりんとう 麴
鳴子温泉	<ul style="list-style-type: none"> 温泉郷 鳴子峡 瀉沼 山岳リゾート、スキー場 ゴルフ場 おくのほそ道 こけし祭り 	<ul style="list-style-type: none"> ホテル、旅館 足湯、手湯 日本こけし館 鳴子峡レストハウス 鳴子ダム 東北大学農学部農場 エネカフェメタン 	<ul style="list-style-type: none"> ゆきむすび（米） こけし 鳴子漆器 栗団子 どぶろく ブルーベリー 地ビール
田尻	<ul style="list-style-type: none"> 蕪栗沼 加護坊山 ジャンボ肉まつり 	<ul style="list-style-type: none"> ロマン館 加護坊温泉さくらの湯 加護坊パークゴルフ場 	<ul style="list-style-type: none"> ふゆみずたんぼ米 畜産 畜産加工品

② 観光客入込数・宿泊客数の推移

大崎市を訪れる観光客数は、県内では仙台市に次ぎ第2位となっていますが、平成26年では東日本大震災前と比べ1割程度減少し、701万人となっています（表4）。

これを地区別にみますと、松山地域を除く6地域は震災前の数値に戻っておらず、厳しい状況が続いています。（表5）。

【観光客入込数】

表4 宮城県内市町村の観光客入込数 (千人)

順位	平成17年(参考)		20年		23年		26年	
1	仙台市	15,812	仙台市	15,731	仙台市	16,208	仙台市	19,746
2	大崎市	6,737	大崎市	7,900	大崎市	6,886	大崎市	7,014
3	松島町	3,419	松島町	3,473	登米市	2,288	松島町	2,931
4	石巻市	2,646	登米市	2,366	松島町	2,238	登米市	2,666
5	塩釜市	2,218	石巻市	2,596	岩沼市	1,963	岩沼市	2,298
参考	宮城県	54,407	宮城県	56,788	宮城県	43,157	宮城県	57,424

表5 大崎市観光客入込数 (千人)

エリア	平成17年	20年	23年	26年
大崎市全体	6,737	7,900	6,886	7,014
【内訳】				
古川地域	321	732	469	678
松山地域	26	66	40	71
三本木地域	588	497	409	392
鹿島台地域	235	228	115	184
岩出山地域	3,005	3,697	3,541	3,323
(うち「あ・ら・伊達な道の駅」)	(2898)	(3,409)	(3,365)	(3,126)
鳴子温泉地域	2,233	2,243	1,926	1,971
田尻地域	329	437	386	395

【宿泊客数】

一方、宿泊客数は90万人台から減少傾向で推移してきましたが、平成26年には84万人台まで減少しました（表6）。とりわけ、知名度が高く、多くの宿泊客で賑わった鳴子温泉郷は、全体で約54万人台にまで落ち込み、たいへん厳しい状況となっています。

表6 大崎市宿泊客数

(千人)

エリア	平成 17 年	20 年	23 年	26 年
大崎市全体	970	980	920	845
(うち鳴子温泉郷)	834	796	685	548
【内訳】				
鳴子温泉	490	488	456	370
中山平温泉	147	103	71	42
鬼首温泉	23	18	10	31
東鳴子温泉	84	86	74	37
川渡温泉	41	33	40	32
その他(キャンプ等)	49	68	34	36
参考 宮城県	7,918	8,043	8,416	8,615

③ 取り組むべき課題

③-1 観光振興による交流人口の拡大と定住人口の維持・増加

大崎市の人口は減少傾向にあり、2040年には10万人程度になるとの予測もあるだけに、森林・農地の荒廃、商業・商店街の衰退、地域の伝統行事などの継承への影響が懸念されます。安定的な市政運営、活力のあるまちづくりのためには定住人口の維持・増加が必要であり、そのためには観光振興による交流人口の拡大を進め、大崎市のファンを増やしていくことが効果的であるといえます。

③-2 観光客入込数、宿泊客数の増加

大崎市の観光において、観光客入込数、宿泊客数ともに減少傾向にあるだけに、両面での増加策が欠かせません。

そのためには、今日の観光客がどのようなことに関心を持ち、魅力を感じているのかといった観光客の視点によるマーケティングが求められます。その上で大崎市の魅力をより深く知っていただくための取り組みや、日帰り客から宿泊につながる取り組みなどを戦略的に進め、滞在交流型観光を目指すことが大切です。

③-3 観光資源のネットワーク化と情報発信力の強化

大崎市にある観光資源について、現状ではその魅力を十分に伝えきっていないとはいえません。大崎市の多様な資源をネットワーク化させ、観光客にとって分かりやすく、知りたい情報がすぐ得られるようにすることが大切です。観光関連コンテンツの充実と情報の鮮度・精度向上を含めた情報発信力の強化が重要です。

③-4 観光関連産業の競争力の強化

市内の宿泊施設や観光関連施設は、これまで一定の客数を確保してきましたが、観光を取り巻く環境を見据え、地域を挙げてさらなるサービス、商品の改善を進める必要があります。大崎市の観光全体を底上げしていくためには、資源の魅力向上はもちろんのこと、観光客と接する観光関連産業そのものが他地域と比較して競争力を備えたものとなっていくことが求められます。

③-5 他産業との連携

大崎市の観光のレベルを上げていくためには、宿泊施設をはじめ、交通・運輸、物販、飲食施設などの観光関連事業者をはじめ、農業など地域のさまざまな産業との連携により、大崎市の多様な魅力をつなぐ取り組みが必要です。そして、他の産業との連携強化により相互にメリットを見いだせる状況や循環をつくり出し、一体となった取り組みを強化することが大切です。

③-6 鳴子温泉郷の再生

観光・大崎の屋台骨とも言える鳴子温泉郷は、地域内を北から東南に貫流する江合川の清流をかかえ、南北朝時代の山城跡がある三条山などを眺望できる山紫水明の地であり、泉質は日本の温泉法に定められている10種類のうち8種類と多種多様で、湧出量も豊富なことから、多くの観光客が訪れ、宿泊客でにぎわってきました。

しかし、近年の観光客ニーズの変化、湯治離れなどが相まって宿泊客の減少が続いています。

日本には各地区の観光をリードしてきた有名温泉地が数多くありますが、バブル経済崩壊後、経営的に苦戦を強いられ、衰退してしまった温泉地も少なくありません。高価格でありながらサービスが伴わないことやニーズの変化への対応の遅れなど、衰退の原因はさまざまですが、いったん衰退してしまうと、従業員を減らさざるを得なくなったり、低賃金での雇用など、サービスが低下する要因が増え、客足が途絶え閑散とした温泉街ではますます客離れが進むという負の循環に陥ってしまいます。一度落ち込んだ温泉地を再建するのは大変困難で、多大な努力や資金が必要となります。

したがって、個々の施設が観光客のニーズに合わせたサービスや料理を提供し、おもてなしのレベルアップを図り、温泉地全体に活気が出て、魅力が感じられるようにつとめるなど、地域全体としての受け入れ体制の充実を図っていくことが大切です。

温泉地は地域があってこそ成り立つものであり、宿泊施設をはじめ、飲食、物販店などは地域と一緒に呼吸する存在といえます。それだけに、絶えず話し合う場を設け、情報交換を行って、お客様を地域全体で迎えることが大切であり、地元メンバーによる温泉地全体で理念を共有することにより、課題の解決に向け取り組む必要があります。

鳴子温泉郷は温泉という資源では共通していても、それぞれが泉質、街並み、景観、サービスなどの個性を磨き、特徴を際立たせることが大切であり、そのためには、まず、地域自体が個性や魅力を発揮し、そこに温泉の魅力が加わるという考え方が必要です。

今日、お客様が観光のメニューから温泉地を選択する場合、泉質や効能から入るのではなく「のんびり」「ゆったり」「リラックス」といった『癒し』の要素を中心に選ぶ傾向が多いことから、まずはこの点を強調し、伝えていくことが重要です。

ただし、健康面で自分に見合った泉質を探している方や、温泉を利用した治療や療養に対するニーズも踏まえ、温泉の効能をきちんと伝えること、そして将来を見据え、医療機関との連携を模索・検討し、新たな観光客の獲得に向けて進んでいくことも、鳴子温泉郷のブランド力をさらに高めることにつながります。

そのために、温泉資源を長く大事に活用していくために、行政と民間が協力して源泉の管理を行うとともに、新たな源泉の調査や掘削も計画的に進める必要があります。

(5) 大崎市の観光を取り巻く環境

① 外部環境

日本の人口は、平成20年をピークに減少に転じ、平成22年の国勢調査では1億2,806万人となりましたが、以降、長期の人口減少過程に入ると予測されています。

こうしたなか、国内旅行のスタイルは団体から個人へシフトし、同行者数も1グループあたり2人程度となり、個人の小さなグループが主要な層となっています。このため、人口減少及び1人当たりの国内宿泊旅行の回数や宿泊数の減少傾向により、国内観光客の市場は縮小傾向へ向かうとみられています。

教育旅行市場をみると、少子化に伴い市場は縮小し、教育旅行のスタイルは学年全体で行動するものからクラス別や班別と少人数で行動するように変化、さらに農林漁業体験や郷土芸能体験など民家に宿泊して来訪先の生活を学ぶといった体験型の学習を取り入れる傾向が強まっています。

一方、今後さらに高齢化が進み、平成32年における高齢者数は3,612万人（高齢化率30%）と予測されています。特にアクティブシニアと呼ばれている団塊の世代を中心とした層は、人口も多く、旅行に対して意欲的であることから、多くの地域で注目するマーケットとなっています。

こうした層に対応するためには、知的好奇心を満たす仕組みや質の高い旅行メニュ

一を提供するとともに、バリアフリー、ユニバーサルデザインなどの整備が求められています。

そして、次世代のアクティブシニア層をつくるために、教育旅行などを進めるとともに若い世代（10代後半～30代）の人たちにいかに大崎市を訪れてもらえるかがポイントです。温泉や自然、食、産品、体験などを通じてリピーターとなってもらうためにも、こうした世代をしっかりとリサーチし、効果的な情報発信と彼らが求めるおもてなしを行っていくことが大切です。

② 訪日外国人観光客市場の拡大

訪日外国人観光客数は、これまで平成23年の東日本大震災などの影響を受け、減少傾向にありましたが、国主導によるインバウンド対応の推進により増加傾向を示し、平成25年に初めて1,000万人を突破し、同26年には1,341万人と、かつてないペースで急増しています。

全国の外国人延べ宿泊者数は、4,088万人泊となっていますが、東北全体では34.1万人（うち宮城県は10万人）に過ぎず、東北全体として国、各県、旅行会社、交通関係者などとの関係を強化し、積極的に取り組む必要があります。

すなわち、東北観光の現状はその60%以上が地域内の人の訪問で成り立っており、東北の人口が今後約20年で150万人の減少が見込まれていることから、国内の他地域はもちろん、海外からの観光客を増やすことは極めて重要です。このため、海外に対する関心を深め、大崎市としてどのように対応していくかが大切です。



互市（鹿島台地域）



第4章 大崎市が目指す観光の姿と観光振興の柱

これからの大崎市が目指す観光の姿は、7つの地域がこれまで培ってきた地域の個性や多様性を、自分たちの魅力の原点として磨き込み、強力な連携による地域一体型観光です。

そのためには、大崎市全体を1つの交流ゾーンとして、内外から、人・物・情報が行き交い、循環する仕組みをつくりあげることが重要です。

大崎市が観光を基軸とした地域づくりを進める上で、以下の点が観光振興の柱と考えられます。

(1) 観光振興が生み出すバランスの良い産業構成

① 産業連携、付加価値の向上、産業の創出

観光産業は、第一次産業や第二次産業と深く係わる裾野の広い総合産業です。観光を基軸とした地域振興策によって地域経済を活性化するためには、地域内における農林水産業、商工業、交通・運輸業、宿泊業、飲食業などの産業連携を促進し、相互に付加価値を高められるようにすることが大切です。

今日の観光客ニーズに対応するための産業連携は、横断的、複合的な側面を有しており、既存の関連産業の活性化にとどまらず、新たな産業の創出や雇用創出にもつながっていきます。

観光産業は多業種、多産業連携型の産業分野であり、地域の総合力が問われるため、観光産業は「バランスの良い産業構成」に資する効果を生み出します。

② 交流人口の増加、定住人口の維持・増加

人口減少が進む大崎市においては、観光を基軸とした地域振興策を講じて大崎市のファンを増やし、交流人口の増加による地域経済の維持・拡大につとめていくことが重要です。最終的には定住人口の維持・増加につなげることが求められます。

(2) 観光振興で持続可能な地域社会をつくる

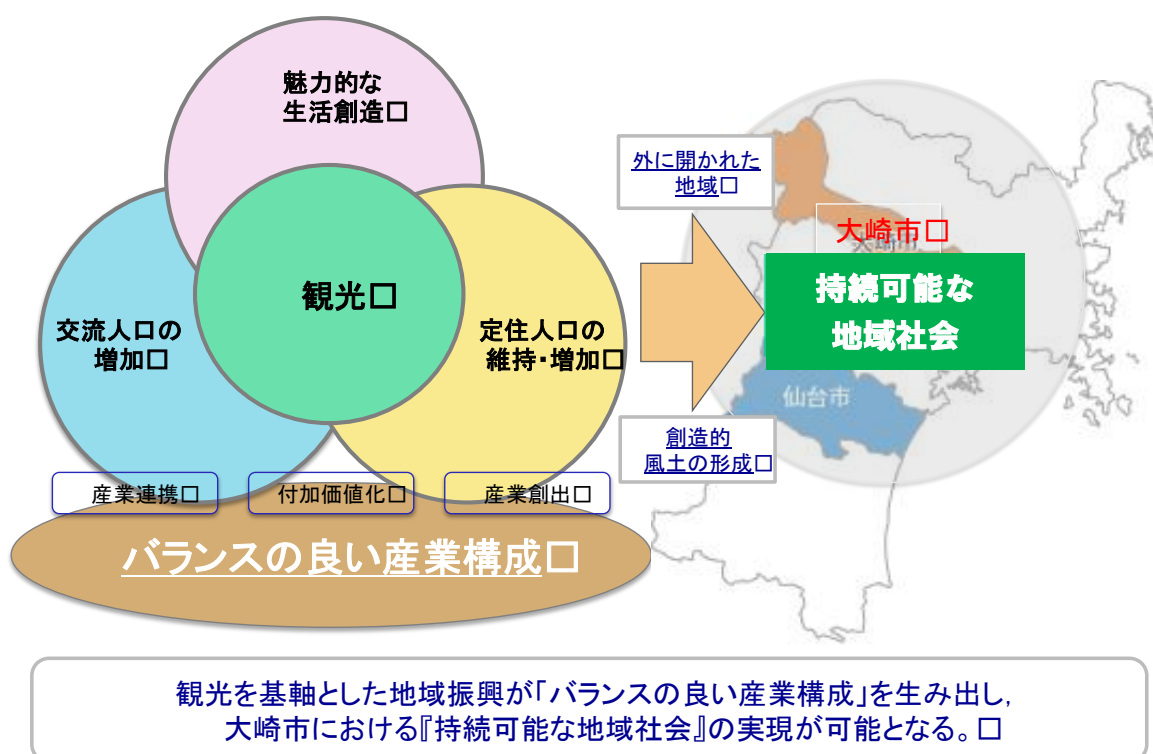
若者が地域に定着することで初めて地域の持続可能性が高まります。そのためには、観光振興による地域活性化により、若い人たちが従事しやすい仕事を生み出す取り組みや各産業の後継者育成などを積極的に進めることが必要です。

また、訪れた人が観光にとどまらず、地域住民と交流し、お互いに多面的な活動や交流を継続することができる関係を構築し、さまざまなテーマによる体験プログラムづくりを行うことが大切です。

(3) 交流機会の拡大で魅力的な生活をつくる

観光資源として魅力の原点となる地域の個性や多様性を支えているのは、そこに暮らす市民です。観光振興策によって外に開かれた地域を形成することで、地域外の人々との交流機会が拡大し、さまざまな気づきや触発効果を生み、地域の暮らしに誇りを持ち、より魅力的な生活を創造してくという好循環が期待されます。

■地域振興における基本フレーム



第5章 大崎市の観光振興に向けた戦略と行動指針

大崎市が観光振興に向けた戦略と行動指針を立案し、推進するにあたり、留意すべきポイントを以下に掲げます。これは、大崎市が地域の強みを生かし、新たな魅力を発掘し、創出する取り組みを継続的、計画的に行うために求められる重要な視点です。

■留意すべきポイント

- ◇ 観光に対するニーズの変化や地域間競争の激化などを踏まえ、市民、観光事業者、農・商工業者、行政など、地域ぐるみで“地域一体型観光”を展開すること
- ◇ 持続可能な観光振興を目指す上で、いかなる要件をクリアすべきかについて考え方を共有する必要がある、地域のあらゆる産業、自然、文化、住民の暮らしなどの持続性も高められるような活動として観光事業を活用すること
- ◇ 地域振興に貢献することや、地域の産業や文化、自然の保全と活用につなげるとともに担い手の育成を持続的に行うこと

上記3つの留意すべきポイントを踏まえ、大崎市がこれから優先的に取り組むべき内容をカテゴリ一別に分類・整理したのが以下の「3つの強化目標」です。

(1) 観光振興に向け優先的に取り組むべき3つの強化目標

目標1 “情報発信力”を強化する

① 質の高い情報提供で情報発信力を強化

観光振興において情報発信は極めて重要です。地域のイメージを高め、“行ってみ

たい、と感じていただけるような情報発信を多角的に展開する必要があります。そのため、マーケティングをしっかりと行い、埋没しない新鮮で質の高い情報を発信し続けることが大切です。

情報発信においては、「一貫性」「迅速性」「継続性」が重要と言われますが、例えば、地域からの情報発信がこの3要素に照らし合わせてみて現状はどうか、定期的にチェックすることが必要です。

情報の発信先については、東京や大阪などの大都市圏のみならず、東北の玄関口・仙台市への取り組みを強化することが必要です。仙台市と連携し、市民のトレンドや行動、関心がどこに向いているかなどを常に把握することが大切です。

観光情報は、マスコミをはじめさまざまな媒体で取り上げられることが集客につながりやすいといえますが、そのような取材を増やすためにも、広報宣伝活動の一環として、ウェブサイトやSNS、パンフレットなどの印刷媒体などを活用し、常に新しく質の高い情報を提供し続けることが、情報発信力の強化につながります。

また、お客様を通じての口コミは重要な情報発信源であることを踏まえて、一人ひとりのお客様との関係構築を常に考え、「いま人々の関心はどこに向いているのか」ということを強く意識し、接することが大切です。

② 宿泊客の増加の鍵は観光客の視点に基づく情報提供

国土交通省の試算では、宿泊客は日帰り客の3倍以上のお金を使っており（宿泊を伴うお客様の消費額は54,000円、日帰りのお客様の消費額は16,000円）、地域経済の振興にとって宿泊客をいかに増やすかについては大きな課題となります。

宿泊客を増やし観光振興を成功させるポイントは、ファーストタイマー（初めて行く人）の獲得とリピーターの確保にあります。多くの人に「いつか行ってみたい」、そして「また行こう」と思ってもらえることが極めて重要です。ファーストタイマーの獲得には何よりも観光客への動機付けが大切で、質の高い情報を提供し続ける情報発信力の強化が鍵となります。

また、リピーター確保のためには、「楽しかった、また行こう」「次回はあれをやってみよう」と思ってもらえるように、期待を裏切らない仕組みづくりが欠かせません。

大切なことは、大崎市の地域資源を生かし、昼の時間のみならず、朝・夕・夜の大崎を楽しむプログラムを市全域においてつくりあげ、宿泊することでこそ味わえる大崎市ならではの楽しみ方を提案、提供することです。つまり、「着地型観光の充実」を図り、観光客の視点からの情報発信力が求められているのです。

③ 道の駅の機能をフルに活用した情報発信

大崎市の観光入込客数のほぼ半分が「あ・ら・伊達な道の駅」と「道の駅三本木やまなみ」の2つの道の駅で占められています。このため、両道の駅において、ハード面、ソフト面をさらに強化・充実させることにより、「観光・大崎」の拠点・起点と

して地域の情報発信と受信，旅行商品の企画を行い，さらには防災拠点機能を高めていくなど，観光客の視点から道の駅の機能をフルに活用していくことが求められます。道の駅は大崎市全体の観光情報を把握し，発信機能を強化することが必要です。

目標2 “おもてなし力”を強化する

① おもてなし意識の向上

観光振興を地域全体で行うため，市民が観光に対する考え方を共有し，地域全体として観光客を受け入れるという意識を持つことが重要です。“大崎ならではの丁寧なおもてなし”をつくりあげ，実践につなげることが大切です。

観光事業者は顧客満足度を高めるため，常に「いま人々の関心はどこに向いているのか」を把握し，自らができる最高のおもてなしを実践しなければなりません。

② 市内7地域の連携を強化

大崎市の観光振興のために，市内7地域のそれぞれの個性や地域資源を生かした連携方策を明確にすることが大切です。

そのためには，前述した「大崎市ならではの楽しみ方を提案，提供すること」の強化に向け，テーマ別体験プログラムの検討・立案・実施・改善といったことを継続的に行うなど，市内全域で交流密度を高めるための活動を展開する必要があります。

③ 周辺エリアとの広域連携を強化

観光客は県境や市町村の境に関係なく行動します。お客様の視点から，知りたい情報や求める旅行プランを提供するため，大崎市内だけでなく，周辺エリアで話題になっている店や人が集まる観光スポットなどについて日頃から注意を払い，情報収集や交流の機会を設けるなど，広域連携の強化につとめることが大切です。

④ 産業間の連携を強化

観光が地域経済に貢献するためには，一次産業からサービス業に至るあらゆる産業との連携が求められます。

例えば，旅館において食材の地元調達を推進する場合，関係者は，栽培・収穫・加工・流通・レシピといった内容について議論し検討することを通じて，域内の調達率を高め，相互にメリットがある取り組みなど，産業間の連携を強化する仕組みづくりが必要です。

⑤ 連携が育む「おもてなし力」

地域連携、広域連携、産業連携の取り組みを通し、連携による「おもてなし力」を育み強化することが大切です。

目標3 「トレンド対応力」を強化する

① インバウンド（外国人観光客の受け入れ）への対応

日本を訪れる海外からのお客様は着実に増えており、「温泉」「和食」「日本酒」「日本文化」などへの関心が高まっています。

こうしたトレンドに対応するため、今後、大崎市がどのような受け入れ体制を整えることができるかが問われています。

すなわち、関係者の英語や中国語などによるコミュニケーションスキルの向上、海外からのお客様が期待するおもてなしのレベルアップや、地域文化体験プログラムの立案、提供などが欠かせません。大崎市としては、外国人観光客受け入れのために以下のような環境整備を進めることが大切です。

インバウンドに対する環境整備

- ・ 多言語化対応（道路サインやウェブサイト、ガイドブック、地域案内イヤホン、医療機関、災害時の避難誘導など）
- ・ 訪日客向け無料Wi-Fiなどのネットワーク環境の整備と情報セキュリティの向上
- ・ 決済方法の多様化（クレジットカード、デビットカード、電子マネーなど）
- ・ 免税店の許可取得
- ・ 食事メニューの内容表示（多言語化、ハラル、アレルギーへの対応など）
- ・ 英語や中国語などによる会話能力の向上
- ・ みやぎ大崎観光公社、各観光協会・観光施設での各種問い合わせへの英語や中国語での対応

② ニューツーリズムへの対応

日本国内では、従来型の観光に加えて、グリーンツーリズム、エコツーリズム、医療ツーリズム、エネツーリズム、インフラツーリズム、産業観光、文化観光、スポーツ観光など多様なニューツーリズムが展開されています。

これまで市内各地域で、さまざまなニューツーリズムに取り組んできましたが、トレンドや地域の強みを踏まえ、今後、どのような分野を柱にすべきか、地域間の連携、担い手の育成、誘致も含めて検討を進め、実施する必要があります。

スポーツによる観光振興の場合、スポーツ施設を中心として多くの競技大会や合宿などを誘致するのはもちろんのこと、湯治場としての歴史を生かし、例えば広くアスリートたち向けに、医師やトレーナーの指導のもと、温泉を利用した治療や療養を行う「湯治プログラム」などを新たに設定するなど、利用者が再訪したくなるようなメニューの提供が欠かせません。

③ 教育旅行への対応

ニューツーリズムのプログラムを活用することで、修学旅行をはじめ、食育、地域の方との交流旅行などこれまで行われてきた教育旅行を充実させるとともに、大人の修学旅行、社員研修、アクティブシニア層や高齢者向けプログラムなど、テーマや対象を絞った旅行を企画し、受け入れを進めることが必要です。

上記①～③のテーマについては、これからの観光のトレンドや観光客の動きを見定め、それぞれに応じたプログラムを立案し、提供することが大切です。そして、観光関係者の理解をはじめ、地域住民の理解、参画を得ることで、地域に多様な目的を持った来訪者を幅広く受け入れることが可能となります。



酒ミュージアム（松山地域）



(2) 観光振興に向けた戦略と行動指針

大崎市の観光の現状を踏まえこれからの観光振興に向けて、以下の3つのキーワードを掲げた戦略と9つの行動指針を定めます。なお、平成36年度までの計画期間となっておりますが、5年目に見直すこととします。

【3つの戦略と9つの行動指針】

戦略1 宝の都・大崎^{くに}を知っていただく(情報発信戦略)

訪れたいまちを目指し、新たな魅力を創出し、質の高い情報を発信します

行動指針

- ① “観光・大崎”を強力にアピールします
- ② 新たな魅力をつくり、訪れたいまちを目指します
- ③ 質の高い情報を発信します

戦略2 宝の都・大崎^{くに}でおもてなしをする(厚遇連携戦略)

多様な観光主体が一体となり、“大崎ならではのおもてなし”を目指します

行動指針

- ④ “大崎ならではの丁寧なおもてなし”の実現を目指します
- ⑤ 観光客、市民双方にとって安全で快適なまちをつくります
- ⑥ 観光客、市民双方にとって快適な交通環境をつくります

戦略3 宝の都・大崎^{くに}にまた来ていただく(再訪促進戦略)

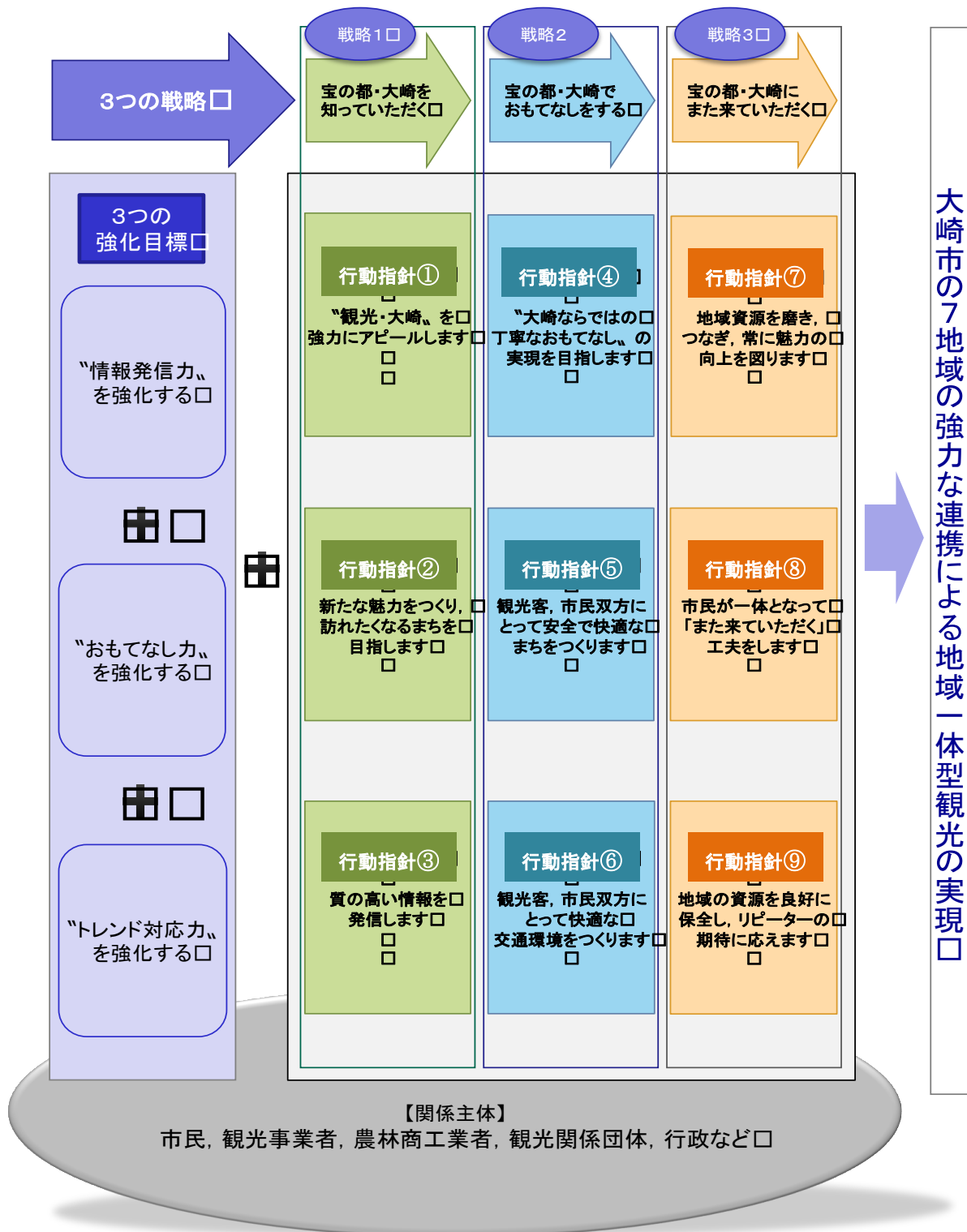
地域資源を磨き、つなぎ、再訪を促すよう、さらなる魅力の向上に取り組みます

行動指針

- ⑦ 地域資源を磨き、つなぎ、常に魅力の向上を図ります
- ⑧ 市民が一体となって「また来ていただく」工夫をします
- ⑨ 地域の資源を良好に保全し、リピーターの期待に応えます

(3) 強化目標, 戦略, 行動指針の相関体系図

前述のとおり, 大崎市がこれからの観光振興に向け, 優先的に取り組むべき「3つの強化目標」を掲げ, これをベースにした「3つの戦略と9つの行動指針」を定めましたが, これらを体系図としてまとめたのが以下の図となります。



(4) 行動指針の内容

「宝の都・大崎を知っていただく」「宝の都・大崎でおもてなしをする」「宝の都・大崎にまた来ていただく」という3つの戦略ごとに、それぞれの行動指針について、その内容と主体別の取り組みについてここに示します。

大崎市には多様な観光資源がありますが、最も大切な存在は豊かな大崎の地で生き生きと暮らす市民です。「語ることが出来ない観光地に人は来ない」との考え方に立ち、地域をしっかりと語ることのできる人を増やしていくことが基本です。

多くの観光客は人に会いに行きます。「会いたくなる人」と言われる市民が増えることで大崎市の魅力が高まり、選ばれる地域となることにつながります。

この行動指針は大崎市全体で取り組んでこそ実効性が高まります。行政や観光事業者、観光関係団体のみならず、農林業、商工業者、市民など、あらゆる主体がそれぞれの役割を認識し、分担して相互に連携して行動することが大切です。



祥雲閣（古川地域）



戦略1 宝の都・大崎を知っていただく（情報発信戦略）

行動指針① “観光・大崎”を強力にアピールします

一人ひとりが大崎市に関心を持ち、大崎を知り、大崎を語ることで“観光・大崎”を伝えることが可能となります。「語ることのできない地域には人は来ない、人の話で景色は変わる」との考え方に立ち、多くの方に大崎をアピールします。

関係主体	主な取り組み
市民	<ul style="list-style-type: none"> 市内の資源に関心を持ち、学び、知る 学び、知ったことを人に伝える
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> 市内の資源を改めて学び、つなぎ、観光事業者同士で共有する 経営者や従業員のおもてなしに対する意識を高める 市民や他の産業と相互にメリットのある関係を築くことで PR 効果を高める
農林商工業者など	<ul style="list-style-type: none"> 大崎市の特産品をさらに磨き、ブランド化を進める 観光への理解を深め、観光事業者との接点を強化するとともに、地場産品を活用した商品開発を行う
観光関係団体など	<ul style="list-style-type: none"> 他の関係団体などとの連携強化により、観光資源の開発、観光商品の企画を進める
行政	<ul style="list-style-type: none"> 広く市民が観光や地域資源を学び、知るための機会を積極的につくる 広く情報を収集し、PRの機会を得る 多種多様な方法で、シティプロモーションを行う



効果	<ul style="list-style-type: none"> 市民一人ひとりが市内をよく知り、観光ガイドの意識を持って多くの人に接することにより、大崎の素晴らしさを多くの人に伝えることができる
----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

行動指針② 新たな魅力をつくり、訪れたいまちを目指します

多様な資源を有する大崎市では、市内全域をステージと見立て、これまでの観光資源の組み合わせを変えたり、これまで観光資源と思われていなかった「原石」を発掘し、磨き込むことにより新たな魅力をアピールし、訪れたいまちを目指します。

関係主体	主な取り組み
市民	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントなどに積極的に参加し、観光客と交流を図る ・自分自身が良い旅を経験する
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・これまで地域資源ととらえていなかったものを探し出し、磨き込み、つないでルートづくりを行う ・従来の観光行事をさらに磨き込み、新たな資源と掛け合わせ魅力を増幅させる
農林商工業者 など	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい産品、土産物などの開発 ・美味しい食べ方、地元に伝わる食べ方などを積極的に発信する
観光関係団体 など	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい資源の発掘、ルートづくりなどを観光事業者などと協働して取り組み、誘客につながるような仕組みをつくる
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・各関係団体との連携を密にして、「大崎ならではの」の新しい魅力づくりにつとめる ・まち並みや施設整備において観光を視野に入れた整備を行うことができるよう、庁内連携につとめる



効果	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな観光客の獲得が期待できる ・自らのまちを、角度を変えてみることで故郷の良さを再確認できる ・「観光・おおさき」の確立が図られる
----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



行動指針③ 質の高い情報を発信します

新鮮かつ質の高い、観光客が知りたくなるような情報を発信し続けることが重要です。こうした情報は、市民にとっても自らの地域の再確認につながります。的確な情報発信で、観光客が訪れやすく、また、市民一人ひとりが情報発信源となることを目指します。

関係主体	主な取り組み
市民	<ul style="list-style-type: none"> 大崎市内の観光情報に興味を持ち、観光客にとってどんな情報が役立つ情報であるか積極的に考える 市民なればこそ知っている地元の情報などを積極的に提供する
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> 旬でタイムリーな情報を積極的に提供する 各観光地、施設などが連携し、お客様の質問に対し、市内のどこでも統一的な情報を提供できるようにする 無料 Wi-Fi などのネットワーク環境の整備につとめる
農林商工業者など	<ul style="list-style-type: none"> 各団体と連携を深め大崎市全体の魅力づくりに取り組み、わかりやすい情報発信につとめる 自ら生産、開発した産品が、どこで、どのように活用されているか積極的に発信する 取材などに積極的に応じ、大崎を発信する
観光関係団体など	<ul style="list-style-type: none"> 他の市町村と比べて大崎市の何が違うのか、何が良いのかをしっかりと把握して伝える 各団体と連携のうえ、情報の作り方、発信の仕方などを研究する 無料 Wi-Fi などのネットワーク環境の整備につとめる
行政	<ul style="list-style-type: none"> 観光情報の一元化やタイムリーな情報提供につとめる 国や他の自治体の情報をいち早く入手し、情報提供を行う 無料 Wi-Fi などのネットワーク環境の整備につとめる



効果	<ul style="list-style-type: none"> 多様な資源を持つ大崎の魅力を多くの方に伝えることができ、行ってみようと思うきっかけとなる。 訪問客の滞在時間延長や消費単価の上昇が期待できる。 市民一人ひとりが市内の情報を知ることで、故郷への愛着を持ち、情報発信源となる
----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略2 宝の都・大崎でおもてなしをする（厚遇連携戦略）

行動指針④ “大崎ならではの丁寧なおもてなし”の実現を目指します

大崎市へいらしていただいたお客様に対しては、“大崎ならではの丁寧なおもてなし”のスタイルを確立することが大切です。多様な観光資源を有する大崎市として、地域ぐるみでおもてなしの意味を理解し、実践につなげます。

関係主体	主な取り組み
市民	<ul style="list-style-type: none"> 観光に興味を持ち、お客様が訪れることに対して興味を持つ 困っている人を見かけたら進んで声をかける 市内外の方との積極的な交流を図る 市民参加の観光、おもてなしは特別なことではないことを学び、市民自ら楽しく実践する
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> 会社全体でサービスマインドを徹底して磨く 固定観念にとらわれず、常に真のサービスとは何かを追求する 地場産品を使った大崎ならではのメニューを開発し、提供する
農林商工業者 など	<ul style="list-style-type: none"> 安全、安心で大崎ならではのこだわりを持った食材を生産し、提供する 地域性豊かな土産品の開発につとめる 観光キャンペーンやイベントを周知し、お客様を迎える 観光振興が自らの仕事にかかわることを意識し、観光に興味を持ち、講演会、研修などに積極的に参加し、機会を捉えておもてなしを実践する。
観光関係団体 など	<ul style="list-style-type: none"> 事業者、関係団体との連携を強化する 観光キャンペーンやイベントを周知し、お客様を迎える 観光客のニーズを把握し、対応するための研修会を開催する
行政	<ul style="list-style-type: none"> 観光公社、観光協会などと連携し、おもてなし能力のレベルアップのために定期的に研修、講座などを開催する 観光キャンペーンやイベントを周知し、お客様を迎える



効果	<ul style="list-style-type: none"> 大崎市のファンが増え、リピーターにつながる リピーターから移住、定住への可能性が高まる 市民の出番が増えることにより、生きがいづくりとなる 市民が地域に誇りと自信を持ち、積極的に地域のことを語るようになる
----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

行動指針⑤ 観光客、市民双方にとって安全で快適なまちをつくります

たくさんのお客様に来ていただきたいと考えても、治安が悪化したり、至るところにゴミが散乱するようなことであってはなりません。来訪者、市民双方にとって安心、安全、清潔なまちをつくることでお互いに快適な、おもてなしの環境が生まれます。

関係主体	主な取り組み
市民	<ul style="list-style-type: none"> ・自宅やその周辺の清掃活動に積極的に参加し、きれいなまちづくりに努める ・ゴミの回収などのルールを守る ・近所同士、声かけ運動を行い、お年寄りから子どもたちまで安心、安全なまちづくりに参加する
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客に対して、安全なまち歩きなどについての周知を図る ・観光客に対してトイレの場所、ゴミの処分所などを提示する ・バリアフリー、ユニバーサルデザインの導入を促進する ・観光地の清掃について関係各所へ協力を要請する ・ゴミの回収などのルールを守る
農林商工業者 など	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客に対して、安全なまち歩きなどについての周知を図る ・観光客に対してトイレの場所、ゴミの処分所などを提示する ・バリアフリー、ユニバーサルデザインの導入を促進する ・ゴミの回収などのルールを守る
観光関係団体 など	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客に対してトイレの場所、ゴミの処分所などを提示し、きれいに使用することを呼びかける ・全ての人のマナー向上につながる啓蒙活動を行う ・観光地の清掃について関係各所へ周知・協力を要請する
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・市民参加型の安心、安全、快適なまちづくりに取り組む ・魅力的な街並みを目指した街中整備を進めるとともに、老朽化した公共施設や街並みや景観を損ねる設備は改修や撤去につとめる ・空き店舗活用に向けた施策を講ずる



効果	<ul style="list-style-type: none"> ・まちづくりに対する意識が高まり、まちに対して愛着が湧く。きれいなまちには観光客が増える
----	------------------------------------------------------------------------------------------------

行動指針⑥ 観光客、市民双方にとって快適な交通環境をつくります

旅行シーズン、四季折々のイベントなどにおいて一度にたくさんのお客様が訪れると渋滞が発生するなどして来訪者、市民双方に大きなストレスが発生します。お互いが快適な交通環境をつくることは観光を推進するうえで大きな課題です。まずは現状を認識し、道路アクセスの改善などの検討を行うことが大切です。

関係主体	主な取り組み
市民	<ul style="list-style-type: none"> 市民全員が地域の観光ガイドとの認識を持ち、困っているように見える人には積極的に声をかける
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> それぞれが観光案内人としての認識を持ち、ニーズに合わせた観光案内ができるようつとめる
農林商工業者 など	<ul style="list-style-type: none"> それぞれが観光案内人としての認識を持ち、ニーズに合わせた観光案内ができるようつとめる
観光関係団体 など	<ul style="list-style-type: none"> 観光案内所の機能の充実を図る 観光ガイドの養成や、観光客や訪問者に対して安全なまち歩きなどの周知を図る 関係団体と一体となり、公共交通機関の利用を呼びかける
行政	<ul style="list-style-type: none"> 交通アクセス、特に二次交通の改善につとめる 分かりやすい道路サインの整備につとめる 観光関係団体と協力し、交通情報を提供する わかりやすく一元化されたパンフレットを作成する 周遊できるルートを検討する



効果	<ul style="list-style-type: none"> 市民参加型で行うと、観光客は多少のストレスを感じても気持ちの良い対応を受けたことで良い印象を得ることにつながる 市全域を巡るためには、自家用車使用を想定し、巡りやすいルート、駐車スペースの確保、分かりやすい道路標識などは不可欠であり、これにより「行きやすい」「巡りやすい」と感じることになり、結果的に来訪者の増加が見込まれる
----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

戦略3 宝の都・大崎にまた来ていただく（再訪促進戦略）

行動指針⑦ 地域資源を磨き、つなぎ、常に魅力の向上を図ります

観光の形態が多様化する中、観光地に求められることは、非日常ではなく“欲しかった日常”を提供することです。大崎ならではの観光を実現するため、これまで見過ごしていたかもしれない資源にも目を向け、磨き、新しい資源とすることが大切です。

関係主体	主な取り組み
市民	<ul style="list-style-type: none"> 生活者目線で楽しく大崎市内の宝探しを行う
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> 柔軟な発想で、観光資源や組み合わせを考える 地域資源を磨き、つなぎ、常に魅力の向上を図るため、これまで常識とされていた資源に対する見方を変えて捉え直す
農林商工業者 など	<ul style="list-style-type: none"> 皆で新しい大崎ならではの逸品をつくる 農家レストラン、体験型観光プログラムなど、地域資源を生かした観光メニューづくりを行って提供する
観光関係団体 など	<ul style="list-style-type: none"> 地域資源を見直し、付加価値を高める お客様が利用しやすいストーリーをつくる 市民だからこそ知る“自分だけの絶景ポイント”、“地域の自慢話”などの情報提供を呼びかけ、市民が楽しく参加する仕組みを各団体、行政と一体となっていり、着地型観光プログラムの立案に反映させる 地域資源をむすぶ周遊コースを設定し、積極的に広報する
行政	<ul style="list-style-type: none"> 関係団体と連携を図り、地域資源をむすぶ周遊コースを設定し、積極的に広報する 市民が観光や誘客する意義などを学び、理解を深めるセミナーや講座を定期的に関催する



効果	<ul style="list-style-type: none"> 大崎市の魅力が増し、リピーターをさらに惹き付けるとともに、新たな客層の発掘になる 市民が観光に参加するきっかけとなる
----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



行動指針⑧ 市民が一体となって「また来ていただく」工夫をします

観光の地域間競争が激化する中、お客様に選ばれる観光地になるためには、大崎市が一丸となって観光振興に取り組むことが重要です。そのためには、市民一人ひとりが市内各地域の交流密度を高め、お互いをよく知り、学び合うことが必要です。

関係主体	主な取り組み
市民	<ul style="list-style-type: none"> ・大崎市内各地域について、興味を持ち、改めて学ぶ ・地元には伝わる風習、郷土料理などの保存につとめ、伝える ・ふるさと大崎の魅力を知り、他の人に伝える ・観光客が訪れるイベントなどに積極的に参加し、さまざまな人との交流を図る
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・「大崎にまた来ていただく」ための方策やアイデアを出し合い、大崎市内各地域について、歴史、自然、食、風習などをお互いに学び、来訪者に対して語るができるよう取り組む ・勉強会、視察会などには経営者のみならず従業員も積極的に参加する ・人が最大の観光資源であることを認識し、従業員などのおもてなし力のスキルアップにつとめる
農林商工業者 など	<ul style="list-style-type: none"> ・大崎市内各地域について、改めて歴史、自然、食、風習などをお互いに学び、大崎市の魅力アップに取り組む ・各地域の農林産品などの組み合わせを行い、新たな産品、料理メニューの開発などを検討する ・農林産品や加工品などの作り手、商業、飲食業などで魅力ある方の出番をつくることを心がける
観光関係団体 など	<ul style="list-style-type: none"> ・市民、観光事業などが各地域を改めて学ぶため、研修、視察会などの開催を検討する ・関係団体と連携を取り、大崎市全体の魅力アップのための取り組みを行う ・市民と積極的に交流を図り、市民の出番をつくる
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・一人でも多くの市民が観光を学び市内を改めて知る機会を継続的につくる ・大崎市一丸となった取り組みを推進する



効果	<ul style="list-style-type: none"> ・大崎市一丸となった観光を推進することから、新しい観光の実現が図られる ・「観光・おおさき」の厚みが増す ・リピーターの増加、滞在時間の延長、消費単価の向上が期待できる ・市民一人ひとりが出番を持つことにより生きがいにつながり、生き生きと暮らすことができる
----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

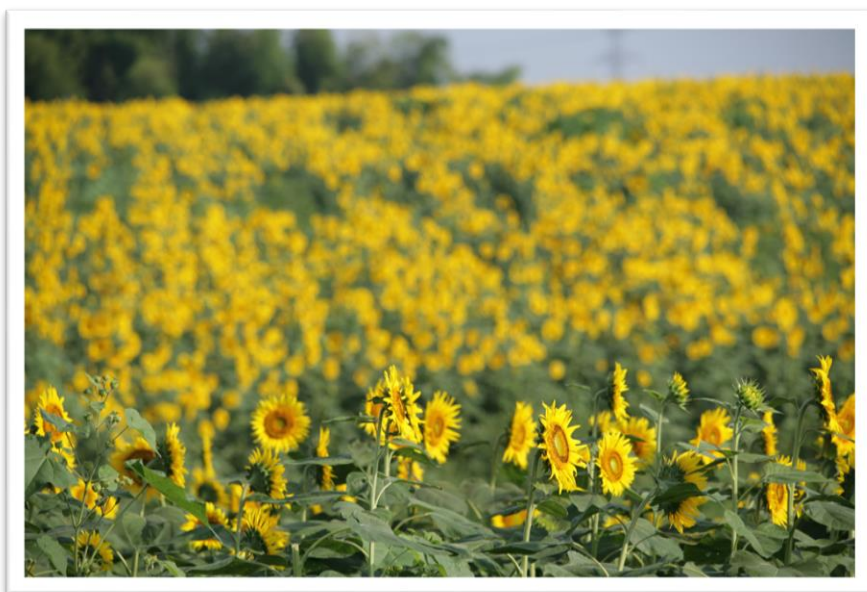
行動指針⑨ 地域の資源を良好に保全し、リピーターの期待に応えます

大崎市の多様な資源はわれわれだけのものではありません。郷土の自然や先人からの預かり物として良好に保全して未来へ伝える必要があります。リピーターの期待に応えるためにも、過去の遺産を未来への輝きに変える努力と持続力が求められます。

関係主体	主な取り組み
市民	<ul style="list-style-type: none"> ・街並み、景観、温泉など、さまざまな地域の資源に興味を持つ ・10年後、30年後、50年後の大崎市はどのような姿であるべきか考え、保全に協力する
観光事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・大崎市の現在、将来の姿を想定して、地域の資源を利用し、保全するためにはどのような仕組みが必要かを検討する ・リピーターの期待に応えていくためにも、関係団体と協力して推進する
農林商工業者 など	<ul style="list-style-type: none"> ・自然景観、農村景観などを観光素材としてとらえ、多くの方に興味を持っていただくことができるよう保全につとめる ・保全の仕組み、方法について関係団体と協力して推進する
観光関係団体 など	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の資源の利用・保全について、関係団体と連携を図り進めるとともに、進行を随時公表するなどして市民に情報提供、参加しやすい環境をつくる
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・市民や観光客の意見などをもとに、大崎市が残していくべき資源を検討し、関係団体と協力し、保全方法などを示す ・重要な資源（自然景観・温泉など）は計画的な管理や保全に努める ・情報提供、公開につとめる



効果	<ul style="list-style-type: none"> ・大崎市の多様な資源の再確認につながる ・マナーを守って大切にすることを理解し、伝えていくことで新たな語り部となる ・市民参加型で保全することでより理解が深まる
----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



ひまわりの丘（三本木地域）



第6章 推進体制と目標数値

(1) 推進体制

大崎市観光振興ビジョンを実現するためには、大崎市民、観光関連事業者、団体などさまざまな主体が協力し、一体となって取り組むことが必要です。以下にその役割を示すこととします。

また、それぞれの立場で検証するため、仮称「大崎市観光振興ビジョン戦略会議」を設置します。

① 市民

自分が住んでいる地域の歴史や文化をはじめ、地域の資源に対する理解を深め、この地域で暮らし続けたいと思えるまちづくりに取り組みます。

また、市民全員が大崎で暮らす実践者であるという自覚のもと、観光客に対し「大崎ならではの丁寧なおもてなし」の心で接します。

② 観光事業者

観光客と接する機会が多い観光事業者は、観光客の多様なニーズの把握につとめ、時代に対応した質の高いサービス、商品を提供します。

また、市内の関係事業者、そして、他の産業との連携を深め、観光振興による経済波及効果を高めます。

③ 観光関係団体など

観光関係団体、そして、地域の経済活動につながる団体は、それぞれの立場で「人が訪れたいまち」をつくる観点での取り組みを行います。

また、各団体の活動を効果的、効率的な取り組みとするため、情報共有を図り、団体間の連携を強化します。

④ 農林商工業者

大崎ならではの魅力ある商品を開発し、積極的に観光事業者に情報発信を行います。

⑤ 行政

行政は、「大崎市観光振興ビジョン」の実現に向け、庁内の枠組みを超えて相互連携を図りながらビジョンの推進につとめます。

また、国、県及び周辺市町村などとの連携強化やシティプロモーションにより、効果的、効率的な情報発信に取り組むと同時に、必要な財源措置を講じ、観光基盤や条件整備を行うとともに、市民や観光関係事業者などの自主的な取り組みを支援します。

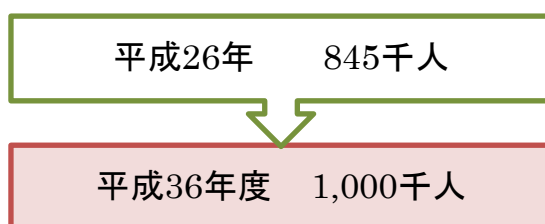
(2) 目標数値

社会・経済の動きや観光客のニーズなどの変化を勘案しつつ、本計画に掲げたさまざまな取り組みを通じて今後の目標数値を設定するにあたり、上位計画である大崎市産業振興計画などの数値目標を参考にしながら検討を行いました。

① 大崎市全体の観光入込客数



② 大崎市全体の宿泊客数



③ 大崎市民の観光や物産振興に関する満足度

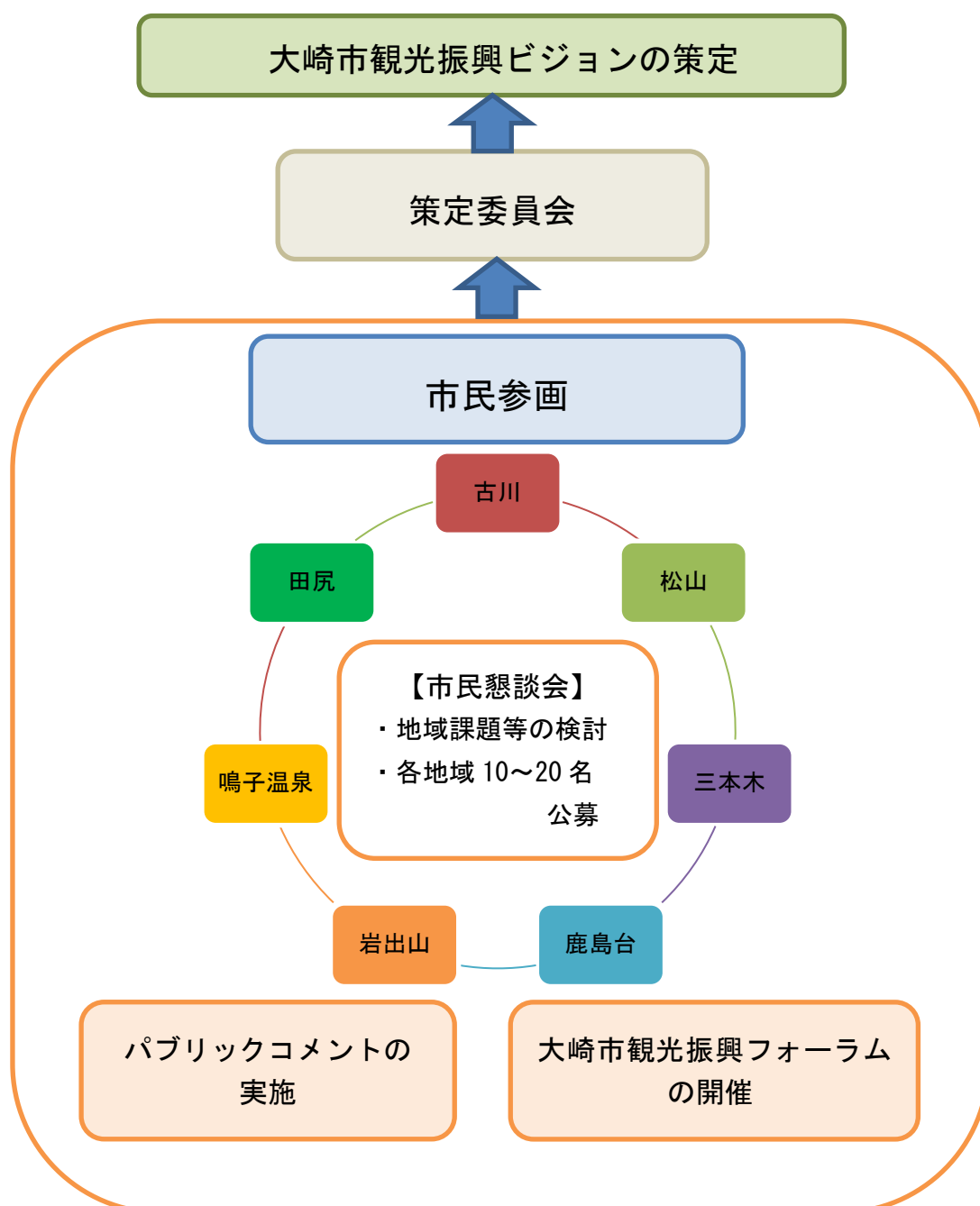


※平成25年数値は、市民に対する観光や物産の振興についての満足度調査による(内訳は、「満足」1.5%、「やや満足」21.6%)。

【参考資料】

このビジョンは、有識者で構成する「大崎市観光振興ビジョン策定委員会」を設置し議論を行いました。また、市内7地域での開催された「市民懇談会」や2回の「大崎市観光振興フォーラム」を開催、「パブリックコメント」等を経て市民と共に策定しました。

■大崎市観光振興ビジョンの策定フロー



(1) 大崎市観光振興ビジョン策定委員会 委員名簿と開催日程**① 大崎市観光振興ビジョン策定委員会 委員 (五十音順・敬称略)**

職名	氏名	所属・役職
委員長	宮原 育子	宮城大学 教授
副委員長	吉田 昭二	国土交通省東北運輸局 企画観光部長
	飛田 章	同 観光部長
委員	遠藤 悟	(株)池月道の駅 代表取締役社長
委員	菊地 武信	(一社)みやぎ大崎観光公社 代表理事
委員	菊地 大樹	(株)醸室 代表取締役社長
委員	佐々木重信	大崎市グリーンツーリズム協会 会長
委員	佐野 治久	東日本高速道路(株)東北支社 副支社長
委員	高橋 宣安	鳴子温泉郷観光協会 会長
委員	本田 裕	東日本旅客鉄道(株) 古川駅長
委員	三浦 均	宮城県観光連盟 事務局長

② 開催日程

開催日	会場
第1回 平成27年1月26日(月)	三本木総合支所 会議室
第2回 平成27年6月3日(水)	市役所本庁舎 北会議室
第3回 平成27年8月28日(金)	鳴子公民館会議室

(2) 大崎市観光振興フォーラム**① 第1回**

(日時) 平成27年1月26日(月) 13:30～16:30

(会場) 三本木総合支所「ふれあいホール」

(内容) 講演

[講師] 後藤靖子氏 (九州旅客鉄道(株) 顧問)

[演題] 「地域づくりにおける観光の可能性」

～クルーズトレイン「ななつ星 in 九州」を通じて地域活性化
を考える～

(来場者数) 200名

① 第2回

(日時) 平成27年8月28日

(会場) 鳴子公民館「ホール」

(内容) 講演

〔講師〕 宮原育子氏 (宮城大学事業構想学部 教授)

〔演題〕 「“観光・大崎” への期待」

鼎談

「地域一体型観光を実現するために」

〔講師〕 紺野純一氏 (東北観光推進機構 専務理事)

宮原育子氏 (宮城大学事業構想学部 教授)

伊藤康志 (大崎市長)

(来場者数) 100名

(3) 市民懇談会

(単位：名)

地域名	開催日時 (いずれも平成27年)	会場	出席者数
鹿島台	2月24日(火) 10:00~12:00	鹿島台総合支所	18
松山	2月24日(火) 14:00~16:00	松山総合支所	14
岩出山	2月25日(水) 10:00~12:00	岩出山総合支所	6
三本木	2月25日(水) 14:00~16:00	三本木総合支所	11
田尻	2月26日(木) 10:00~12:00	田尻総合支所	16
鳴子温泉	2月26日(木) 14:00~16:00	鳴子総合支所	18
古川	2月27日(金) 14:30~16:30	市役所本庁舎	11
計			94

(4) パブリックコメントの募集

募集期間 平成27年7月16日(木)~平成27年8月4日(金)





大崎市観光振興ビジョン

平成 27 年 12 月発行

発行：宮城県大崎市

編集：大崎市産業経済部観光交流課

住所：宮城県大崎市古川七日町 1-1

TEL：0229-23-2111（代表） FAX：0229-23-9979

URL：<http://www.osaki.miyagi.jp/>