

大崎市観光振興ビジョンの改定にあたって



大崎市長 伊藤 康志

大崎市が誕生して 15 年が経過しました。これまで総合計画の将来像である「宝の都（くに）大崎～ずっとおおさき・いつかはおおさき～」の実現に向けて、さまざまな施策を展開してまいりました。中でも、観光振興は、事業者、市民、来訪者など多様な主体で進めることができるすそ野が広い産業であることから、産業の振興のみならず、人口減少・少子高齢化が進む時代においては地域活性化につながる重要なものにとらえており、本市においても平成 27 年に大崎市観光振興ビジョンを策定し、さまざまな施策を展開してまいりました。

大崎市は、日本でも有数の温泉地である鳴子温泉郷をはじめ、松山地域には伊達家重臣茂庭家の城下町として栄えた町並みや酒造りの文化、三本木地域には全国で 2 番目となる約 42 万本のひまわりが咲き誇る「ひまわりの丘」、鹿島台地域には東北最大級の規模を誇り 100 年以上の伝統がある互市、岩出山地域には国指定史跡・名勝で四季の移ろいを感じる「旧有備館および庭園」、田尻地域にはラムサール条約湿地に指定され 10 万羽の渡り鳥が飛来する蕪栗沼など、多くの魅力ある資源の宝庫であります。特に、平成 29 年に世界農業遺産の認定を受けた大崎耕土は、農業遺産のみならず大崎市のこれまでの魅力を伝えられるものとなりました。そして、このような豊富で魅力的な宝を、磨き、つなぎ、国内外へ積極的に情報発信を行ってまいりました。

今般、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光産業全体が疲弊しているときではありますが、ウィズコロナ・アフターコロナを見据え、SDGs の広まりによる持続可能な観光の視点を取り入れる必要があると考えております。これらの社会情勢の変化や本市におけるさまざまな取り組みを効果的に進めるため、大崎市観光振興ビジョンを改定いたしました。これまでのビジョンから引き継ぐ視点に加え、新たに取り入れる視点を盛り込み新しい観光振興の形を構築することで、訪れたい観光の振興を目指してまいります。

結びに、本ビジョン改定に当たり御協議いただきました大崎市観光振興ビジョン戦略会議の委員の皆様、御意見や御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、心から御礼申し上げます。

今後は、本ビジョンの実現に向け、引き続き市民・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まいりましょう。

（令和 4 年 3 月）

目次

第1章 大崎市観光振興ビジョンの策定

1. ビジョン改定の趣旨	2
2. 計画の位置づけ	2
3. 期間と見直し	3
4. ビジョン改定にあたって踏まえるべき主な視点	4
5. 近年の観光を取り巻く状況	6
6. 近年の大崎市の動向	8
7. その他観光資源まとめ	10

第2章 観光による地域振興の可能性

1. 人口減少時代における観光振興の必要性	12
2. 観光地域づくり	13
3. 観光振興により期待されること	13

第3章 大崎市の観光を取り巻く状況

1. 観光入込客数等の状況	16
2. これまでにおける目標値の検証結果	23

第4章 ビッグデータ分析に基づく大崎市の観光動向

1. 宿泊観光客数の推移	28
2. 宿泊先の選択率	29
3. 旅行者の居住都道府県割合	30
4. 宿泊観光客の年齢層	31
5. 宿泊観光客の平均泊数	32
6. 今後の観光戦略の考え方	33

第5章 大崎市が目指す観光の姿と観光振興の柱

1. ビジョンの方針	36
2. 強化目標	39
3. 戦略の展開	40
4. 推進体制と目標数値	41

第6章 大崎市の観光振興に向けた戦略と行動指針

行動指針① “観光・大崎、を強力にアピールします”	44
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	45
行動指針③ 地域ブランドの向上に結びつく情報を発信します	46
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	48
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	50
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	52
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	53
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	55
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	57

第7章 大崎市観光振興ビジョン温泉事業指針

1. 目的	60
2. 基本的方向性	60
3. 温泉事業指針の推進	62

参考資料	63
------	----

用語集	64
-----	----

第 1 章

大崎市観光振興ビジョンの 策定



1. ビジョン改定の趣旨

大崎市では、平成 27 年 12 月に『大崎市観光振興ビジョン』を策定し、令和 6 年の観光入込客数 9,000 千人などを目指して観光振興施策を推進してきました。

この間、急速に進む IT 化やグローバル化、個人のライフスタイルの変化などによって国内外を問わず、観光目的や観光形態の多様化が加速的に進んでいるほか、SDGs やカーボンニュートラルなど新たな視点の観光も必要となっています。また、平成 29 年 12 月には大崎市が「世界農業遺産」に認定され国内外からさらなる注目を集めるなど、大崎市を取り巻く状況も大きく変わってきています。

さらに、令和 2 年初頭からの新型コロナウイルス感染症の蔓延により世界全体で人の流れが止まっており、観光産業に大きな影響を及ぼしています。

以上のように、本市の観光を取り巻く情勢の変化や計画の進捗状況などを踏まえ、平成 27 年度から令和 6 年度までの計画を令和 3 年度に改定を行うものです。

2. 計画の位置づけ

大崎市では、平成 18 年の市誕生以降の 10 年間を評価・検証し、地方創生といわれる時代にふさわしい持続可能な地域社会を実現するため、平成 29 年度から令和 8 年度までを計画期間とする第 2 次大崎市総合計画の後期基本計画を令和 4 年 2 月に策定しました。

後期基本計画は将来像「宝の都（くに）・大崎～ずっとおおさき・いつかはおおさき～」の実現を目指すため、施策の大綱（柱）を横断的、有機的に連携させながら戦略的に取り組む内容を重点プロジェクトと位置付けし、積極的に挑戦する施策のひとつとして「訪れたい観光の振興」を示しています。

さらに本ビジョンは、令和 3 年度に制定した第 2 次大崎市産業振興計画・後期計画の個別計画として位置づけられ、国や県の計画と整合を保ち連携しつつ観光振興を図り、持続可能な産業の確立を目指します。

第2次大崎市総合計画

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～

施策

2-3 地域資源を生かした地域間交流，国内・国際交流の推進

- 10年後の望ましい姿：○姉妹都市をはじめとした地域間交流の機会が増えている。
○オンラインを含めた多種多様な交流の機会が増えている。
○国際交流の機会が増えている。
○世界農業遺産ツーリズム（ジアスツーリズム）が確立され，交流・関係人口が増えている。

4-4 訪れたい観光の振興

- 10年後の望ましい姿：○国内外から訪れる観光客が増加し，商店街などへの経済効果が波及している。
○鳴子温泉郷を中心に各地域の魅力，知名度が高まっている。
○自然や温泉，食といった観光資源の魅力が向上している。
○体験型・滞在型観光による交流人口が増加し，二地域居住の人口が増えている。



第2次大崎市産業振興計画

基本目標 連携・醸成・発信 次世代へつなぐ産業の創造

- 1 誇りある農業の振興
- 2 新たな期待にこたえる林業の振興
- 3 にぎわいのある商工業の振興
- 4 訪れたい観光の振興
- 5 安定した就労・雇用支援
- 6 魅力ある地域資源の活用と産業の連携

個別計画

大崎市観光振興ビジョン

3. 期間と見直し

本ビジョンは，平成27年度から令和6年度の10年間の計画期間であり，令和3年度の評価を踏まえて見直しを行ったものです。

4. ビジョン改定にあたって踏まえるべき主な視点

(1) 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う新しい生活様式・新しい旅行スタイルへの対応

新型コロナウイルス感染症の世界的拡大の影響により、観光需要が大きく減少し観光業に携わる事業者も危機的な状況に陥っています。

ワクチン接種や経口薬などの対策が進んではいますが、新たな株も次々と現れるなど、感染リスクがすべて払拭されるまではしばらく時間がかかることが想定される中、観光需要を留めるためにも、感染防止対策として「旅行者向けの旅のエチケット」の啓発や新しい生活様式に対応した施設整備など、コロナ禍でも安心して安全な観光地づくりが求められています。

また、コロナ禍でテレワークが進み、それと呼応するようにワーケーションなどの新しい旅のスタイルも広がりつつあります。

今後しばらくの間、「新しい旅のスタイル」であるワーケーションなどに対応しながら、新型コロナウイルス感染症が収束した後の反転攻勢のための施策の準備も必要となります。

(2) 「持続可能な開発目標 (SDGs)」の達成に向けた取組の推進

SDGs (エスディージーズ) とは「Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標)」の略称であり、平成 27 年 9 月に国連サミットの中において採択された、国際社会共通の目標です。

17 の目標と 169 のターゲット (具体目標) で構成され、観光分野では、有形・無形文化遺産や自然環境に配慮しながら、地域の雇用や収入を生み出し、各地域の持続可能な発展のための推進力となることが期待されています。



◆ 大崎市の観光振興において特に期待される SDGs の分野



(3) デジタル、AI、ビッグデータ等テクノロジーの進展と Society5.0

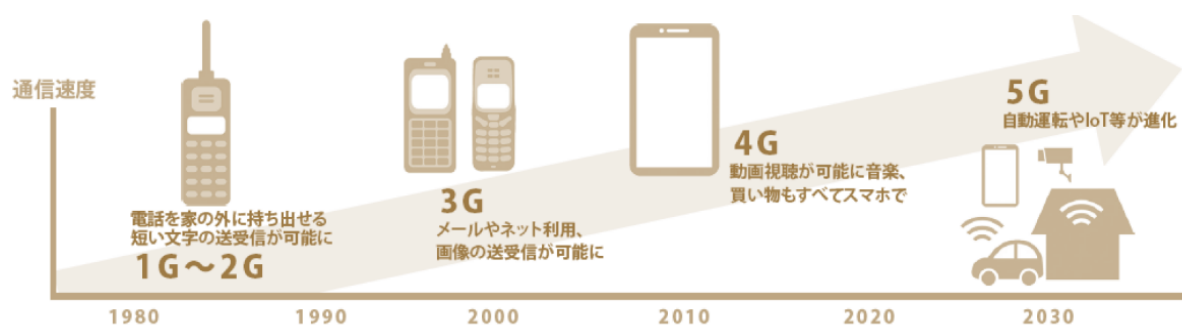
近年、ICT は大きく進化しています。特に光回線網の整備や移動通信システムの高速度並びにスマートフォンの普及によって人々の行動や生活は大きく変化しました。

令和 2 年からは国内で最新の通信規格 5G（第 5 世代）の商用サービスが開始されており、5G のエリア拡大に伴い、国が提唱する Society5.0 の社会に向け ICT 化の流れはさらに加速します。

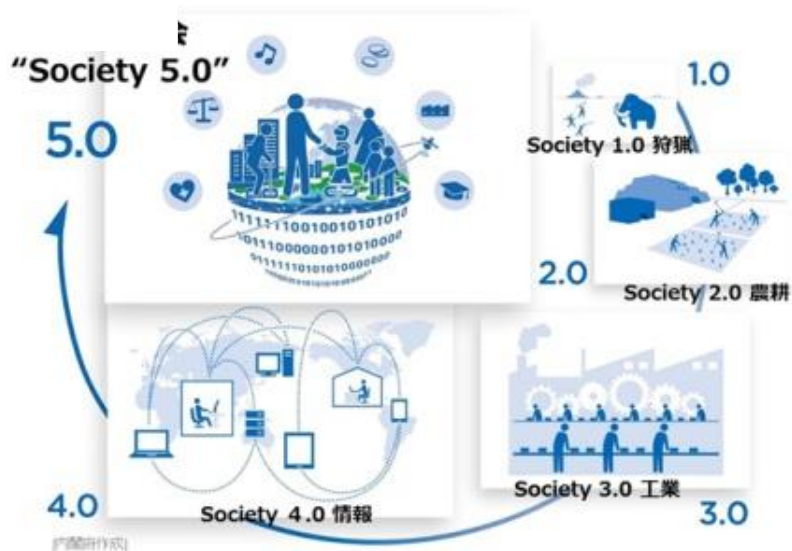
IoT や AI を活用しビッグデータを解析することで、新たな価値創造や必要な情報が必要な時に提供することができます。また、ロボットや自動走行の技術で少子高齢化や労働力不足など課題の克服にも対応できます。

本市においても、人口減少による労働集約的な業務従事者における不足の解消、オンライン環境を活かした新たなリレーションシップの構築など、変化に対する前向きな対応策の一つとして各分野での DX 推進に向けた動きを支援する必要があります。併せてビッグデータや ICT を活用した情報収集や分析、観光資源と地域の人々と観光客を相互に結びつけるなど、観光客の利便性を向上することでより誘客が見込めます。

◆ 国内の通信規格



◆ Society 5.0 の概念



5. 近年の観光を取り巻く状況

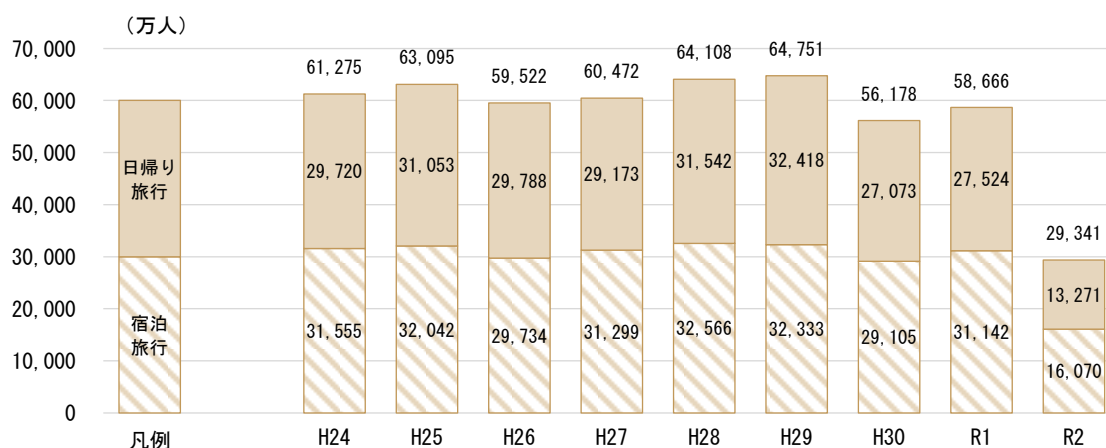
(1) 国内旅行者の状況

国内における日本人の旅行者数は、平成20年代以降、概ね横ばいで推移していましたが、平成29年の64,751万人をピークに減少傾向にあり、令和元年は58,666万人と約10%減少していることがわかります。

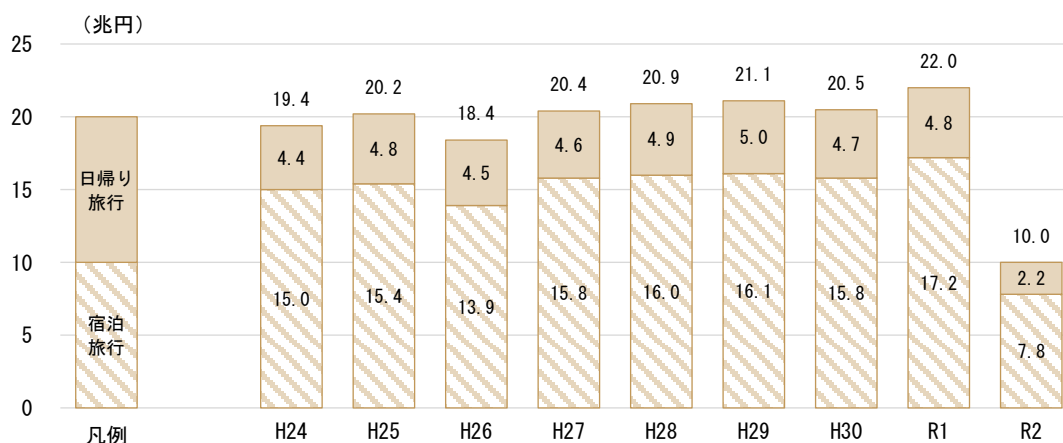
また、令和2年に入り新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、国内旅行の需要が激減しており、令和2年には29,341万と令和元年の約50%まで減少しています。

また、日本人の国内旅行消費額においても概ね横ばいで推移していましたが、令和2年には10.0兆円と令和元年の約45%まで減少しています。

◆ 国内旅行延べ人数の推移 (観光庁「旅行・観光消費動向調査」より)



◆ 国内旅行消費額の推移 (観光庁「旅行・観光消費動向調査」より)



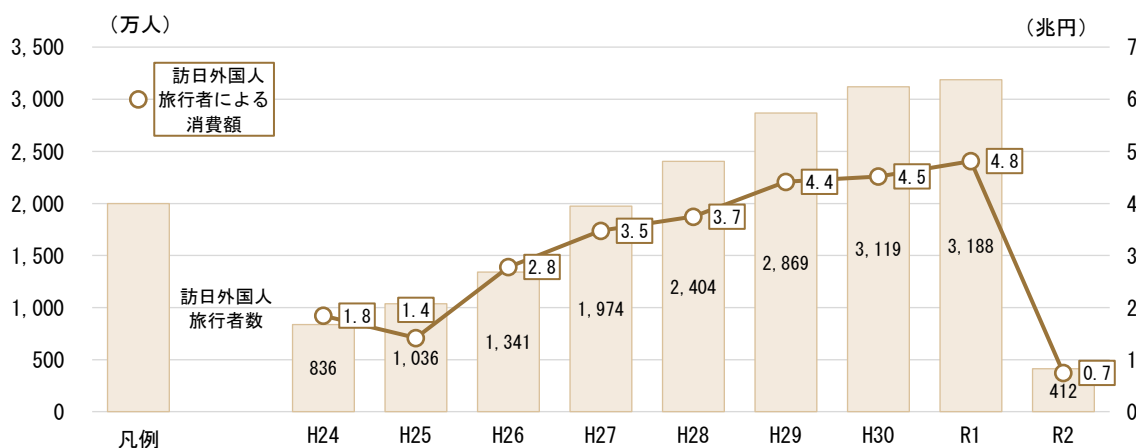
(2) 外国人旅行者の状況

令和元年まで日本を訪れる外国人旅行者は年々増加しており、平成24年時点では836万人であったのに対し、令和元年においては3,188万人と7年間で約3.8倍に増加しています。

新型コロナウイルス感染症拡大後は、多くの国において政府による入国制限や海外渡航禁止等の措置が講じられたこと等により、外国人旅行者数が大幅に減少しています。

◆ 訪日外国人旅行者数及び訪日外国人旅行者による消費額の推移

(日本政府観光局資料・観光庁「訪日外国人消費動向調査」より)



(3) 国の観光施策の状況

国では観光立国の実現を国家戦略として位置づけ、観光立国推進基本法を制定し国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進を目的として、国の経済社会の発展のために不可欠な重要課題として位置づけ施策を展開しています。

特にインバウンドではこれまで人口減少社会による国内旅行者の減少を補うための施策として重点的に予算措置も行ってきました。

しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により外国からの観光需要が見込めない状況となり、インバウンドの施策を引き続き行いつつ、国内旅行者の需要を喚起するためのGoToトラベル、将来の観光振興に備えた地域資源を活用したコンテンツ造成、観光地再生のため宿泊施設等付加価値化につながる整備に予算が計上されている状況となっています。

◆ 令和3年度に講じた施策 (観光庁「令和3年版観光白書について(概要版)」より)



6. 近年の大崎市の動向

(1) 鳴子温泉郷が「国民保養温泉地」として指定

鳴子温泉郷は五つの温泉地で形成されており、そのうち三つの「鬼首温泉」「中山平温泉」「川渡温泉」は昭和35年に環境省から「奥鳴子・川渡温泉国民保養温泉地」として指定されていましたが、平成28年5月に「鳴子温泉」「東鳴子温泉」を加えた鳴子温泉郷の全域において「鳴子温泉郷国民保養温泉地」として指定されました。



宮城県で唯一の国民保養温泉地である鳴子温泉郷は、約400本の源泉数と本州最大となる8種類の泉質を誇る日本有数の温泉地として全国の多くの方々に親しまれています。

(2) 鳴子ダムが「選奨土木遺産」として認定

土木学会は平成28年9月に東北地方では初となる「選奨土木遺産」として鳴子ダムを認定しました。

日本人技術者だけで建設した日本初のアーチ式のダムとして昭和32年に竣工した鳴子ダムは、江合川流域の洪水と湯水被害を低減させ、県内有数の穀倉地帯である大崎耕土への農業用水供給や水力発電など多用な役割を担ってきました。近年は、この「土木遺産」認定を機に新たな観光スポットとしての側面も担うことが増え、市民の暮らしと観光を支えています。



(3) 木造千手観音坐像が「重要文化財」に指定

平安時代の作と考えられる木像は、大崎市田尻小松に所在する薬師堂の敷地内にある観音堂で、お薬師様文化保存会によって守り伝えられてきました。平成23年3月に発生した東日本大震災では、観音堂とともに大きな被害を受けたことから京都の美術院国宝修理所で修復され、平成29年9月に「院政期における東北地方の仏像製作の様子を知る上で重要な遺品である」という評価のもと国の重要文化財に指定され、脇侍の木造不動明王立像と木造毘沙門天立像もつげたり附指定を受けました。

令和2年10月からは、国内では初めて「地方自治体庁舎内に設置された重要文化財の保存活用施設」として田尻総合支所内で収蔵・展示しています。



(4) 大崎耕土が「世界農業遺産」として認定

平成29年12月12日に「世界農業遺産（GIAHS：ジアス）」の審査結果がFAO（国連食糧農業機関）より公表され、大崎地域が申請した「持続可能な水田農業を支える『大崎耕土』の伝統的水管理システム」が世界農業遺産に認定されました。

江合川、鳴瀬川の流域に広がる水田農業地帯として発展してきた大崎地域は「やませ」による冷害や地形的要因による洪水、渇水が頻発する三重苦とも言える厳しい自然環境の中、中世以降、取水堰や隧道・潜穴、水路、ため池などの水利施設を流域全体に築くとともに、相互扶助組織「契約講」を基盤とする水管理体制を整えることで「巧みな水管理」を柱とした水田農業が展開され「大崎耕土」と称される豊饒の大地を形成してきました。また、農業が育んできた豊かな農耕文化や水田や水路、水田の中に浮かぶ森のような屋敷林「^{いぐね}居久根」のつながりが豊かな湿地生態系を育み、多様な動植物が存在する独特の農村景観を形成しています。これらを観光素材として活用し、体験メニューとして提供する動きにつながっています。



大崎耕土
世界農業遺産



OSAKI
KOUDO

GLOBALLY IMPORTANT
AGRICULTURAL
HERITAGE SYSTEMS

(5) 道の駅「おおさき」のオープン

令和元年7月に道の駅「おおさき」が国道108号沿いにオープンしました。

防災センター機能を備えると共に、世界農業遺産に認定された「大崎耕土」で育った農産物や加工品の販売を行っています。また、400年の伝統を誇る古川八百屋市やイベントが開催される屋外広場もあり、令和元年12月時点で約24万人が来訪しています。「あ・ら・伊達な道の駅」、道の駅三本木「やまなみ」と合わせて、大崎市への誘客の一端を担うことが期待されます。



(6) 宮城オルレ「大崎・鳴子温泉コース」のオープン

令和元年9月に宮城オルレとして県内3コース目となる「大崎・鳴子温泉コース」がオープンしました。

～大自然の恵みと悠久の歴史に包まれ 湯の香り漂う癒しの路～をテーマとして東北屈指の大湫谷・鳴子峡から、俳人「松尾芭蕉」などが歩んだ奥の細道を通り、足湯があるJR陸羽東線鳴子温泉駅までの約10kmのトレッキングコースです。コロナ禍以降においても、三密を回避しながら本市における観光の特色である大自然、歴史、温泉と組み合わせながら楽しめる新たなアクティビティとして多くの観光客が訪れています。



(7) 大崎市新世紀公園「三本木パークゴルフ場」のオープン

令和2年10月に日本パークゴルフ協会公認のコースとして市内2コース目となる「三本木パークゴルフ場」がオープンしました。全6コース54ホールの県内最大規模を有しており、全国大会も開催可能なコースであり、コンパクトなコース設計ながら初心者から上級者、子どもから高齢者まで多くのプレーヤーが幅広く楽しむことができます。また、同ゴルフ場内のクラブハウスは、地元産杉材を使用した木造CLTを採用し、心地よい木のぬくもりが感じられる空間となっており、国道4号線や三本木スマートインターチェンジからのアクセスの良さからも新たな観光資源として期待されています。



7. その他観光資源まとめ

歴史

(名所・史跡・旧跡・有形文化財・無形民俗文化財)

遮光器土偶、中沢目貝塚、権現山遺跡・苔の谷地遺跡、青塚古墳、留沼遺跡、名生館官衙遺跡、宮沢遺跡、名生館官衙遺跡、大吉山瓦窯跡、木戸瓦窯跡、山畑横穴群、旧有備館および庭園、陸奥上街道、出羽仙台街道中山越、鬼首の雌釜および雄釜間歇泉、茂庭家霊屋、岩出山城址(城山公園)、伊達政宗公騎馬像、尿前の関(尿前御番所跡)、木造千手観音坐像

自然

(環境・景観、公園、花の名所、天然記念物)

鬼首間歇泉、瀧沼、鳴子峡自然歩道、禿岳、荒雄湖、蕪栗沼・周辺水田、化女沼、切伏沼、内川、加護坊山、愛宕山公園、居久根、宮城オルレ(大崎・鳴子温泉コース)、三本木館山公園、清滝不動の滝、羽黒山公園、荒雄公園、緒絶川と藤棚、ひまわりの丘、市民鹿島台いこいの森、市民岩出山いこいの森、地獄谷遊歩道、吹上高原キャンプ場、荒雄湖畔公園、加護坊パークゴルフ場、新世紀公園三本木パークゴルフ場

商業・商店

(商店街、商業施設、市、道の駅)

リオーネふるかわ、古川八百屋市、鹿島台互市、岩出山互市、日曜朝市、十日朝市、道の駅 おおさき、あ・ら・伊達な道の駅、道の駅三本木 やまなみ、食の蔵 醸室

農業

(農産物、特産物)

大崎耕土、南原穴堰、鹿島台学童農園、ササニシキ、ひとめぼれ、ささ結、ふゆみずたんぼ米、ゆきむすび、シナイモツゴ郷の米、デリシャストマト、ブルーベリー、ミヤギシロメ

工業

(伝統産業(工場、職人、希少性)、伝統産業体験)

松山酒ミュージアム・松山華の蔵、鳴子伝統こけし、鳴子漆器、岩出山の竹細工、天然藍染め体験、たて藍の葉っぱのたたき染め体験、刀匠法華三郎、甲冑試着体験

文化・芸術

(文化施設、文化資源)

市民ギャラリー絶絶の館、大崎生涯学習センター(パレットおおさき)、吉野作造記念館、化女沼観光資料館、松山ふるさと歴史館、三本木垂炭記念館、「鎌田三之助展示室」(鎌田記念ホール)、感覚ミュージアム、中鉢美術館、日本こけ

し館、岩出山文化会館、田尻文化センター

食・グルメ

(食材、料理、名物)

清酒、凍み豆腐、手作りハム、味噌、しそ巻き、つけもの、栗だんご、伊達なごっつおーめん、なる子ちゃんご鍋

祭・イベント

4月：大豆坂地藏尊例大祭、加護坊桜まつり、菜の花まつり／5月：おおさき食楽まつり、禿岳山開き／6月：デリシャストマトまつり／7月：三本木ひまわりまつり／8月：古川まつり、有備館まつり、夏まつり DONDON かしまだい、ザ・祭り in さんぼんぎ、まつやま夏まつり、／9月：全国こけし祭り、政宗公まつり／10月：コスモス祭り、古川秋まつり／11月：岩出山パルーンフェスティバル／1月：法華三郎打初式

国際

(国際交流)

国際交流フェスティバル

有名人

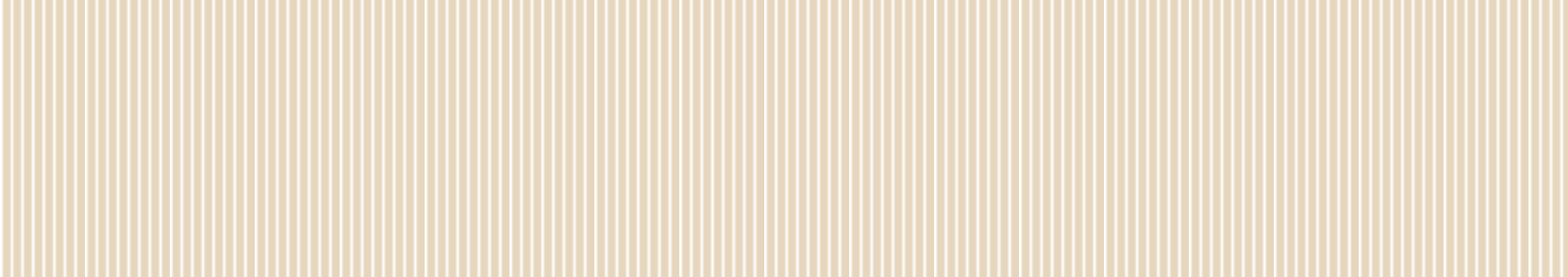
(著名人(歴史的)、ゆかりの著名人)

吉野作造

ゆかりの著名人：伊達政宗、黒川晴氏、松尾芭蕉

第2章

観光による地域振興の 可能性



1. 人口減少時代における観光振興の必要性

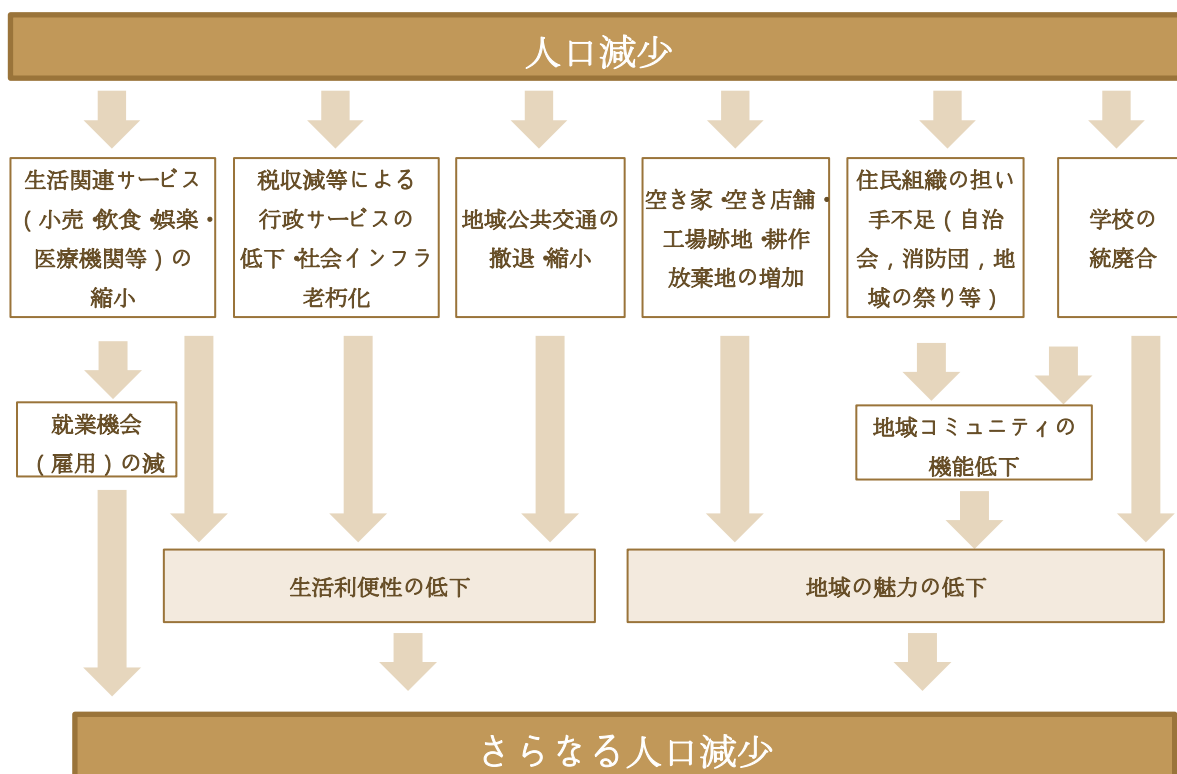
我が国は平成 20 年に人口減少時代への突入が確認されて以降, その傾向は顕著であり, 少子化, 高齢化により人口構造が急激に変化しています。

内閣府の高齢社会白書によると令和 47 年には, 総人口が 8,000 万人台まで落ち込み, 働く現役世代がほぼ 1 人で高齢者 1 人を支えなくてはならないと予測されています。

大崎市では, 令和 2 年における国勢調査人口(確定値)が 127,330 人と平成 22 年の 135,147 人から約 6 %減少しており, 今後も人口減少が進むことが予測されます。

人口減少による影響は, 生活利便性の低下や地域の魅力の低下へとつながり, さらなる人口減少を引き起こします。こうした悪循環を防ぐために定住人口の維持や交流人口・関係人口の拡大を図るためにも観光振興を進めていく必要があります。

◆ 人口減少の悪循環のイメージ図 (H16, 国土交通省作成資料より)



2. 観光地域づくり

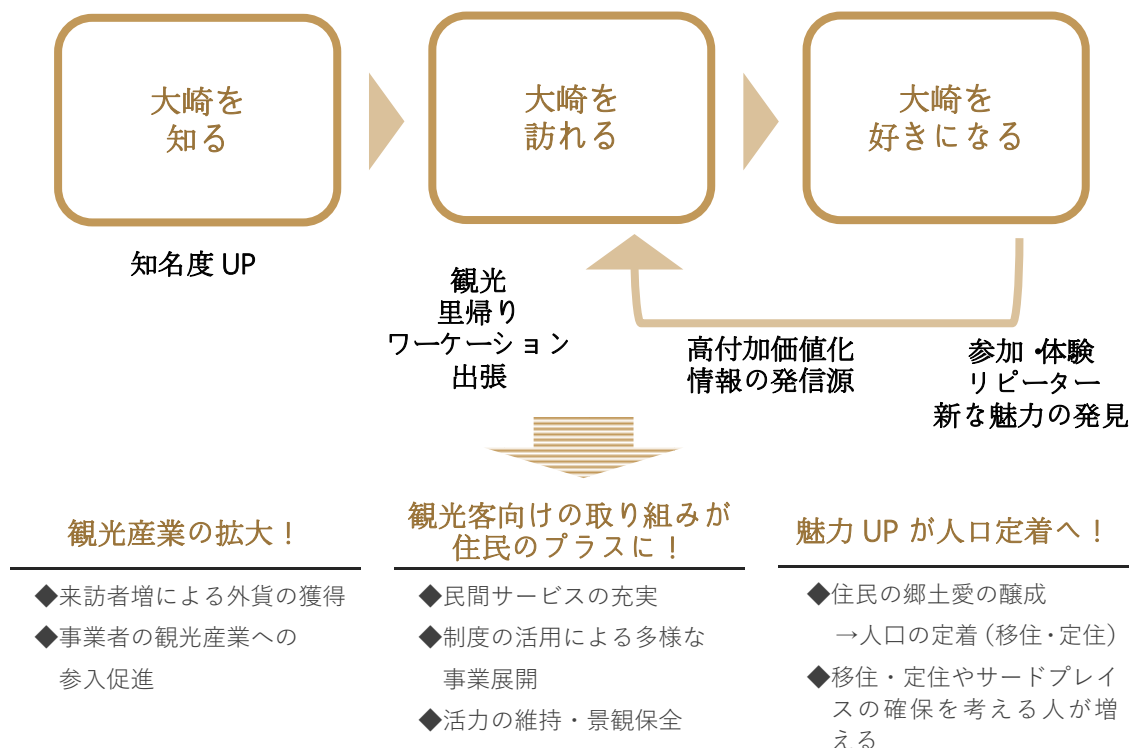
今後予測される人口減少や人口構造の急激な変化といった本市の将来見通しに対して、観光振興によって地域外からの来訪者による交流人口を増やすことは、地域内消費を維持・拡大するための手段として、重要な施策の1つとなっています。また、魅力的な観光資源の発掘と磨き上げ、来訪者をもてなして交流を深めるという観光振興は、市民の自らの地域に対する愛着と誇りを育て、地域の魅力を向上するといった大きな役割を担っています。

平成19年1月に施行された「観光立国推進基本法」では、観光立国を進める上で、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を基本理念に定めています。本市も自らの地域を愛し、誇り（シビックプライド）を持って暮らしていれば、自然と誰もが訪れたいくなるという観光の原点に立ち「住んでよし、訪れてよし」を具現化させていくことで、観光振興による地域づくりを推進する必要があります。

3. 観光振興により期待されること

本市における観光振興により期待されることを、以下のとおりまとめました。

◆ 来訪者の意識の変容（ねらい）



(1) 地域経済の活性化

観光は観光客と接する宿泊業や飲食業、小売業、運輸業、旅行業をはじめ、食材等を生産・提供する農林業、土産物や工芸品を製造する製造業など幅広い産業に恩恵をもたらし、地域経済の活性化と域内循環に寄与します。

観光は関連産業を含めて多くの雇用を生み出し、人々の生活を支えます。また、観光を通じた新しい分野の起業・創業や新たなビジネスモデルの構築なども期待されます。

(2) 景観の保全・都市機能等の充実

大崎市には、雄大な自然や世界農業遺産に認定された大崎耕土をはじめとする豊かな田園景観、これまで培ってきた歴史や連綿と受け継がれてきた伝統や文化など、自然と人の営みが共生してきた素晴らしい景観が随所に見られます。また、令和3年3月に「大崎市景観条例」及び「大崎市景観条例施行規則」を制定し、多様な景観を市民、事業者、行政が協働して守り、育てるとともに美しい「大崎市」を創り上げることを目指しています。

また、高齢者や障がいのある方、外国人など、あらゆる人々に大崎市の魅力を楽しんでもらえる環境を整えることで市民にとっても暮らしやすいまちになるほか、観光客の来訪による交通機関や飲食店などの利用者増加は市民・観光客の両方にとって快適で利便性の高い、魅力的なまちづくりに寄与します。

(3) 地域文化や地域コミュニティの継承・発展

観光客の来訪とさまざまな交流を通じて文化を一層磨くとともに新たな文化が生み出され、市民の暮らしの豊かさやさらなる観光の振興につながり、大崎市の文化財、伝統的な祭り、食文化の維持に貢献しています。

また、自らが関わる文化が多くの観光客に評価されることで地域に誇りが生まれ、絆の強化につながるとともに、文化の継承・発展の原動力が生み出されることが期待されます。

(4) 地域ブランド力の向上や市民の郷土愛の醸成

観光客の増加によりメディアなどの情報発信機会が増加し、国内外での知名度やイメージが向上し、地域ブランド力が高まることでさらなる観光客の流入や新しい企業の進出などにもつながります。

また、文化や自然等が継承され大崎市がさらに魅力的なまちになることで、市民の地域への愛着や誇りにつながり、ひいては観光客をあたたくお迎えする「おもてなしの心」の醸成にもつながり、交流人口・定住人口の確保にも寄与することが期待できます。

第 3 章

大崎市の観光を
取り巻く状況



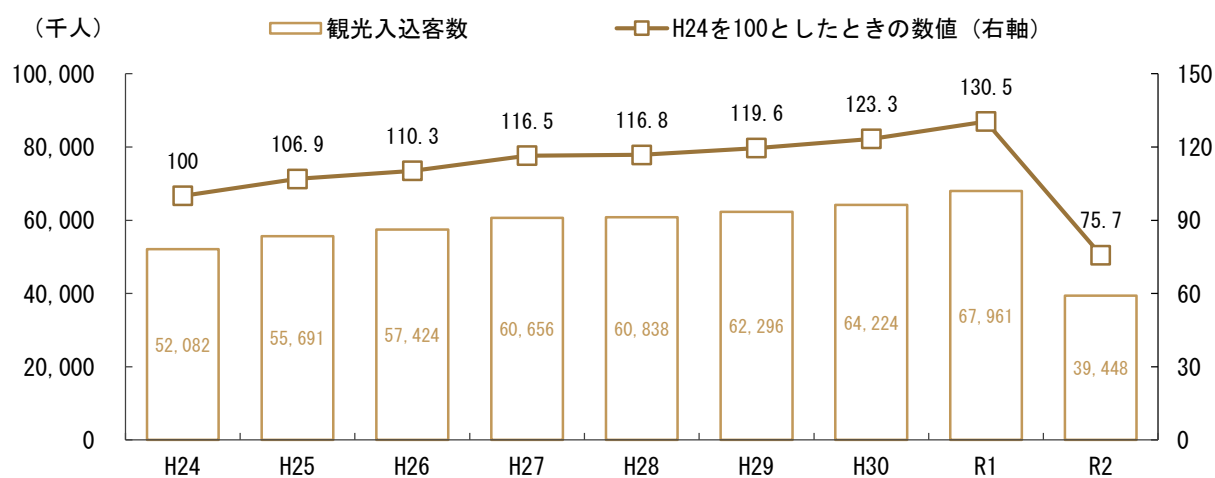
1. 観光入込客数等の状況

(1) 観光入込客数

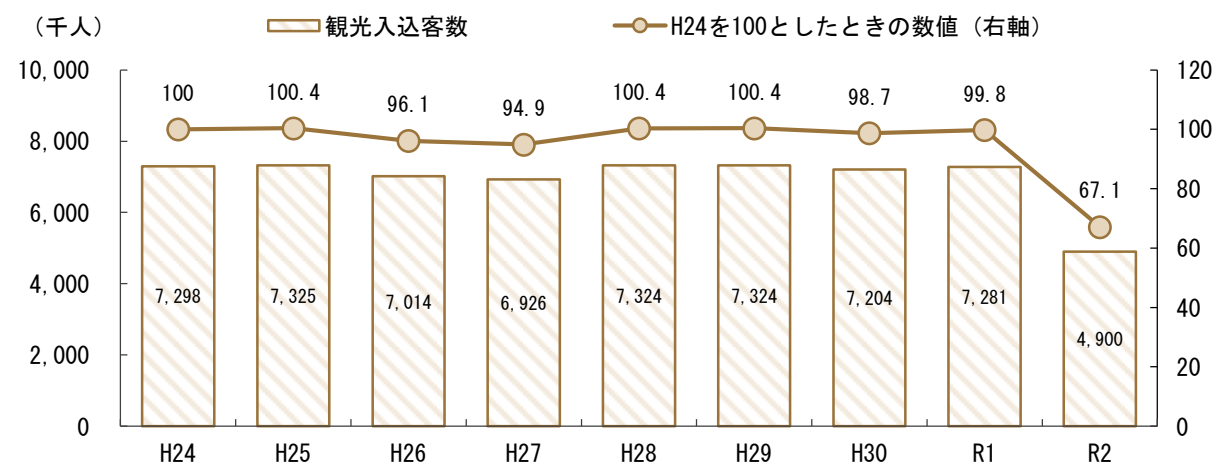
宮城県の観光入込客数は、平成24年以降増加傾向にあり、令和元年には67,916千人となっていました。令和2年には新型コロナウイルス感染症拡大の影響で39,448千人まで減少しています。

一方で、大崎市の観光入込客数はほぼ横ばいで推移しており、令和元年には7,281千人となっていました。令和2年には新型コロナウイルス感染症拡大の影響で4,900千人まで減少しています。

◆ 宮城県の観光入込客数の推移 (「宮城県観光統計概要」より)



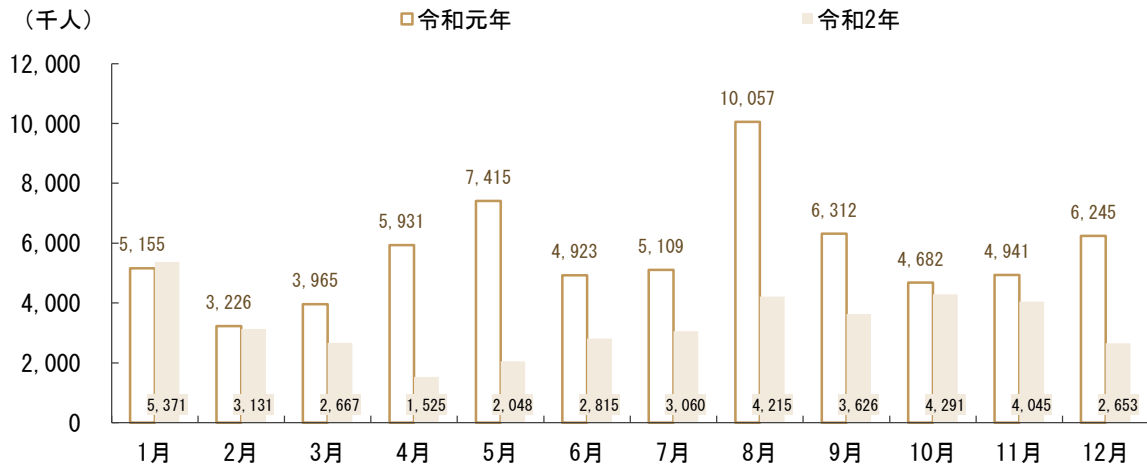
◆ 大崎市の観光入込客数の推移 (「宮城県観光統計概要」より)



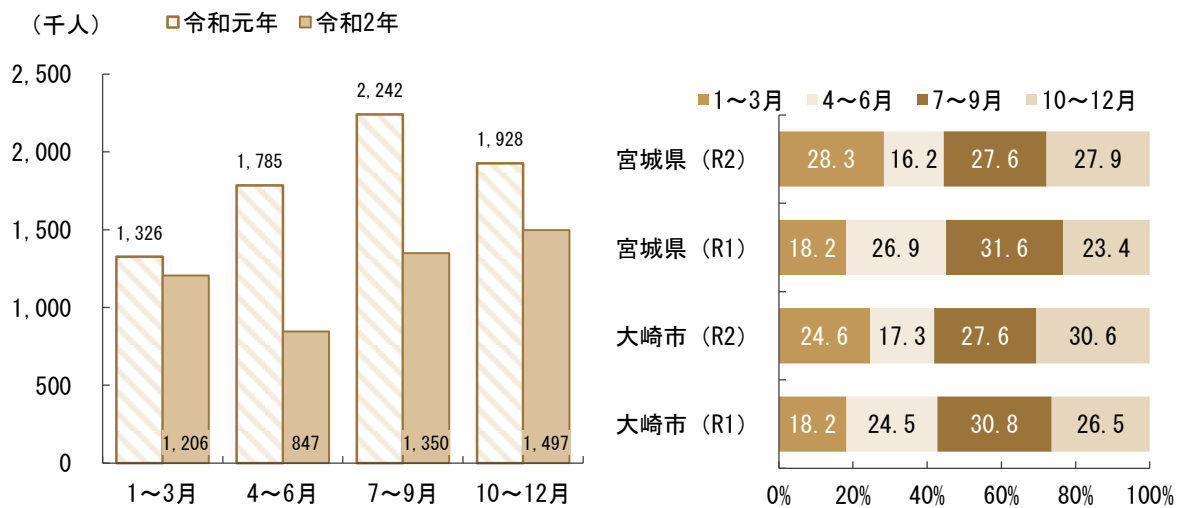
令和元年の月別観光入込客数をみると、宮城県では、8月が最も高く、それ以外の月は2・3月を除いて4万人弱から6万人台となっています。また、令和2年4月には全国的に新型コロナウイルス感染症拡大に伴う緊急事態宣言が発令されたこともあり、4月及び5月については、前年に比べて大幅に減少しています。

なお、大崎市では、県とほぼ同様の傾向となっています。

◆ 宮城県の月別観光入込客数（令和元年）（「宮城県観光統計概要」より）



◆ 大崎市の月別観光入込客数（令和元年）（「宮城県観光統計概要」より）



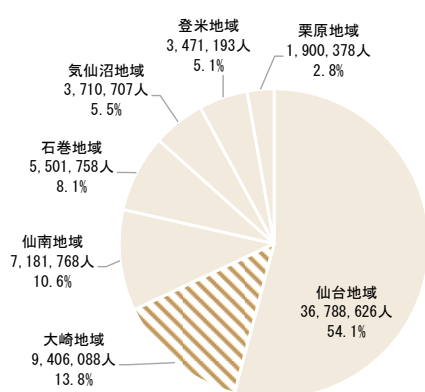
(2) 地域別観光入込客数

令和元年における宮城県内の地域別観光入込客数をみると、仙台地域が半数以上を占めており、大崎地域（大崎市，加美町，色麻町，美里町，涌谷町）は13.8%となっていました。令和2年には16.7%と令和元年から増加しています。

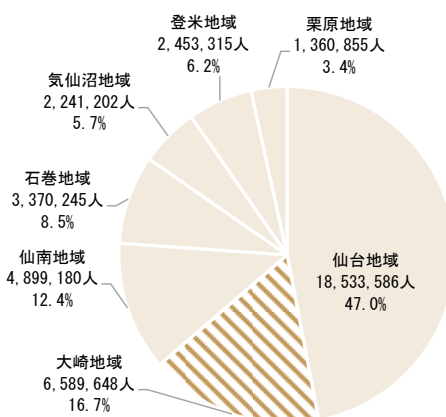
また、平成24年以降における地域別の推移をみると、大崎地域は概ね横ばいとなっており、他の地域に比べて低水準で推移しています。

◆ 地域別の観光入込客数の割合（「宮城県観光統計概要」より）

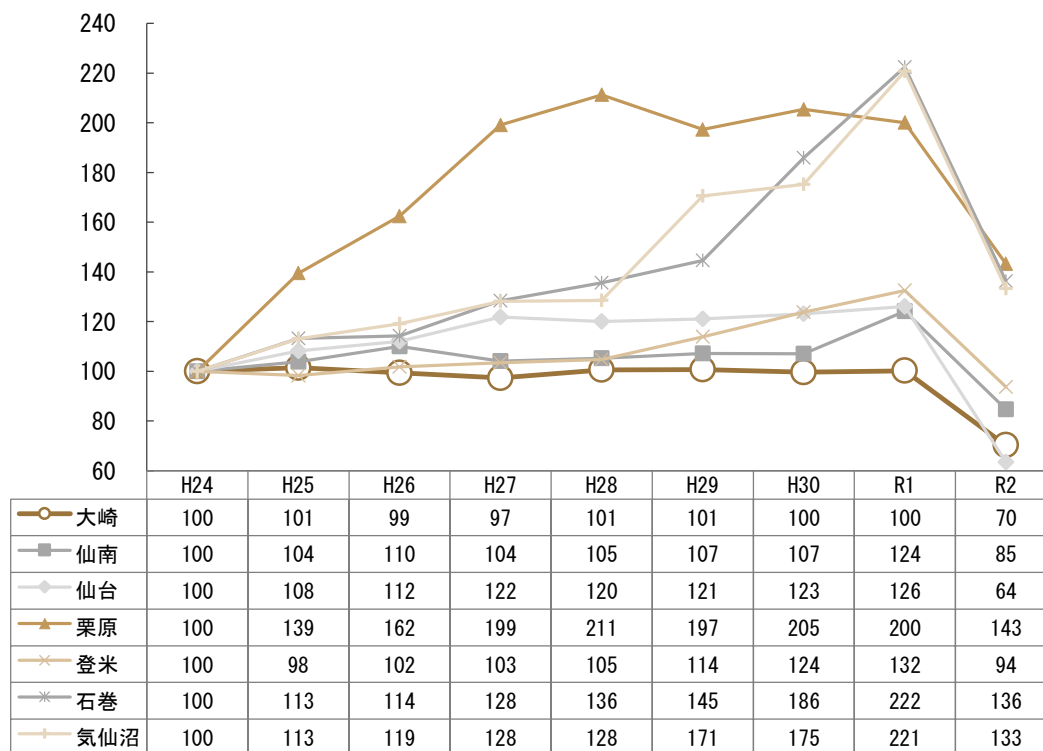
【令和元年】



【令和2年】



◆ 地域別の観光入込客数の推移（H24を100としたときの数値）（「宮城県観光統計概要」より）



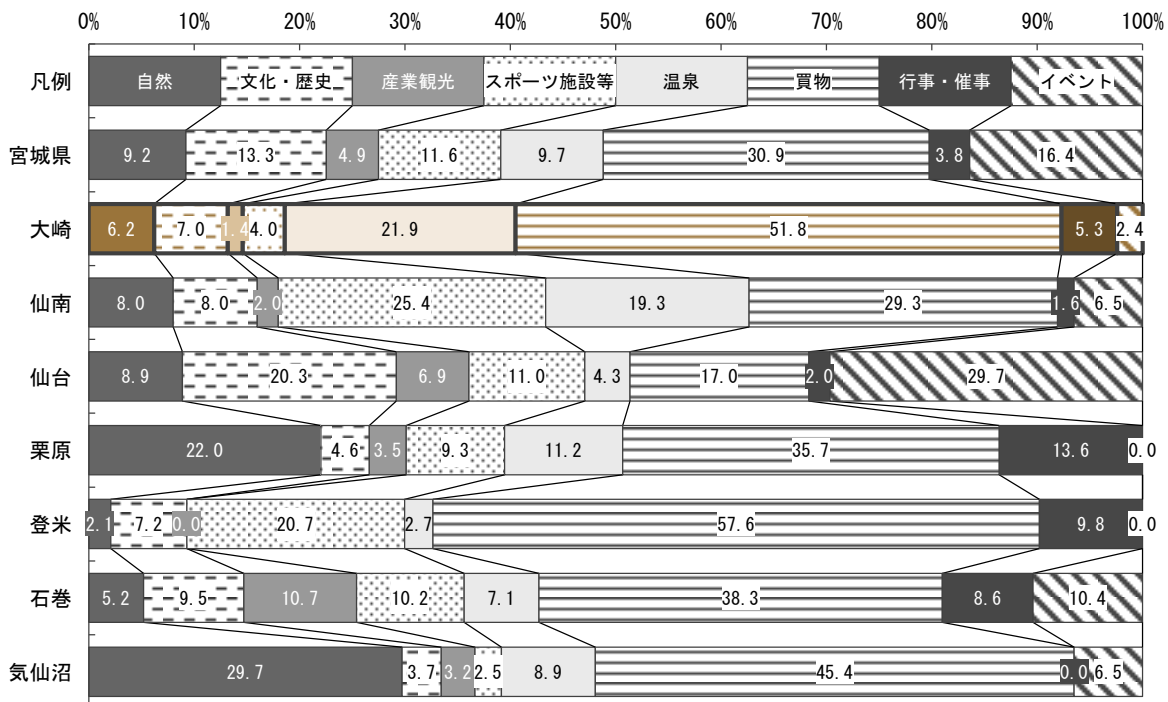
(3) 目的別の観光入込客数（地域別） （「宮城県観光統計概要」より）

令和元年度の目的別の観光入込客数をみると、宮城県では「買物」が最も高く、次いで「イベント」、「文化・歴史」の順となっています。

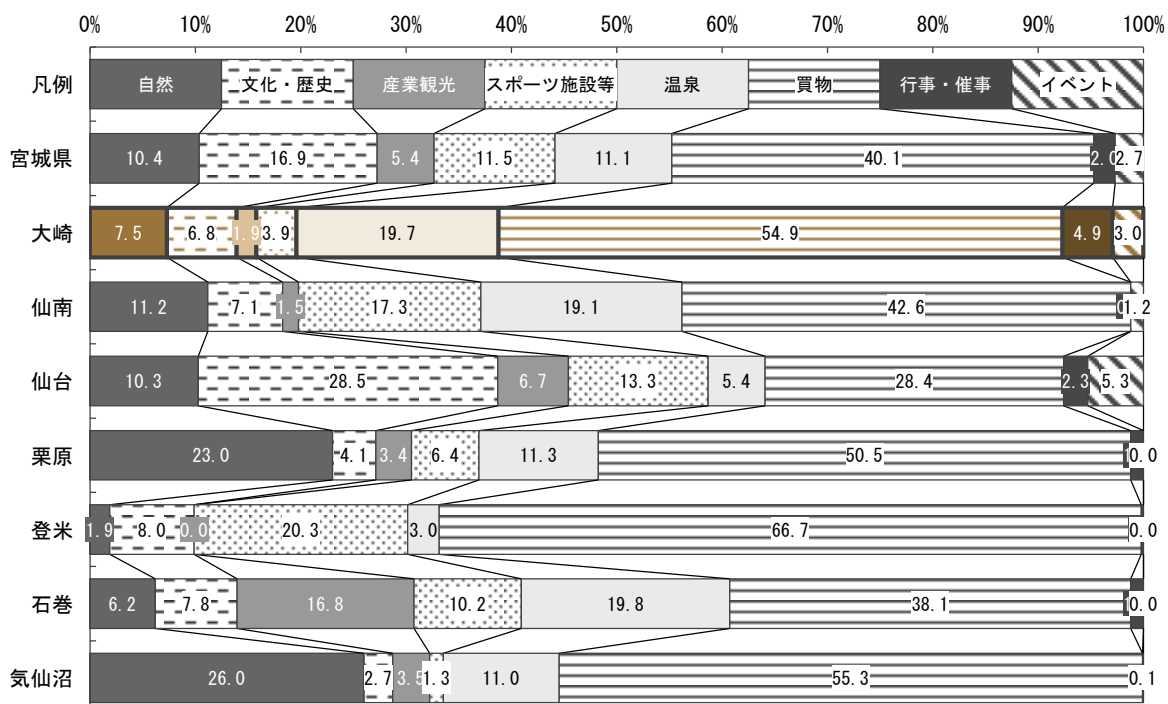
大崎地域では「買物」が51.0%と最も高く、次いで「温泉」が21.9%となっており、他の地域に比べて高くなっています。

また、令和2年の目的別の観光入込客数をみると、宮城県では「イベント」が大幅に減少して「買物」が増加しており、大崎市も同様の傾向となっています。

◆ 目的別の観光入込客数の割合（令和元年）



◆ 目的別の観光入込客数の割合（令和2年）

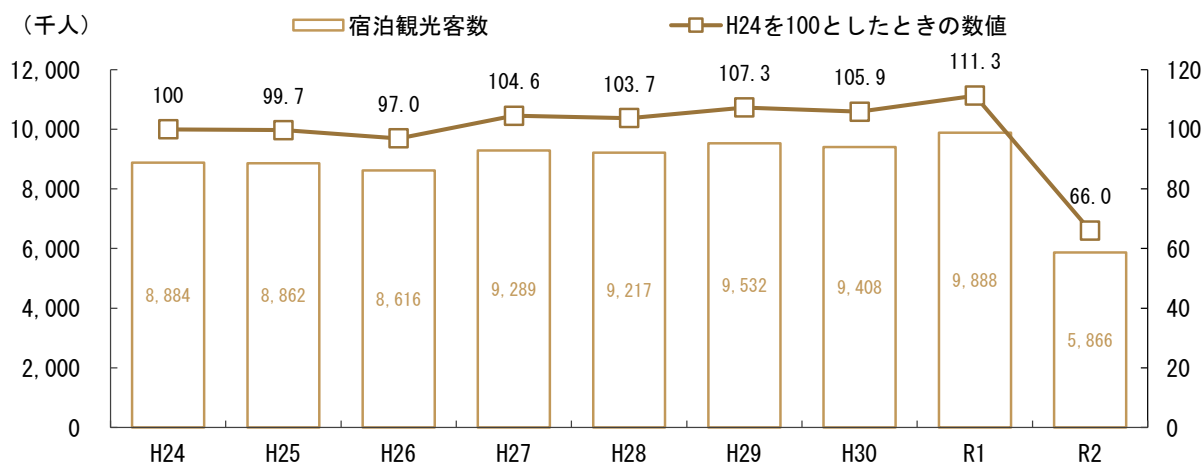


(4) 宿泊観光客数

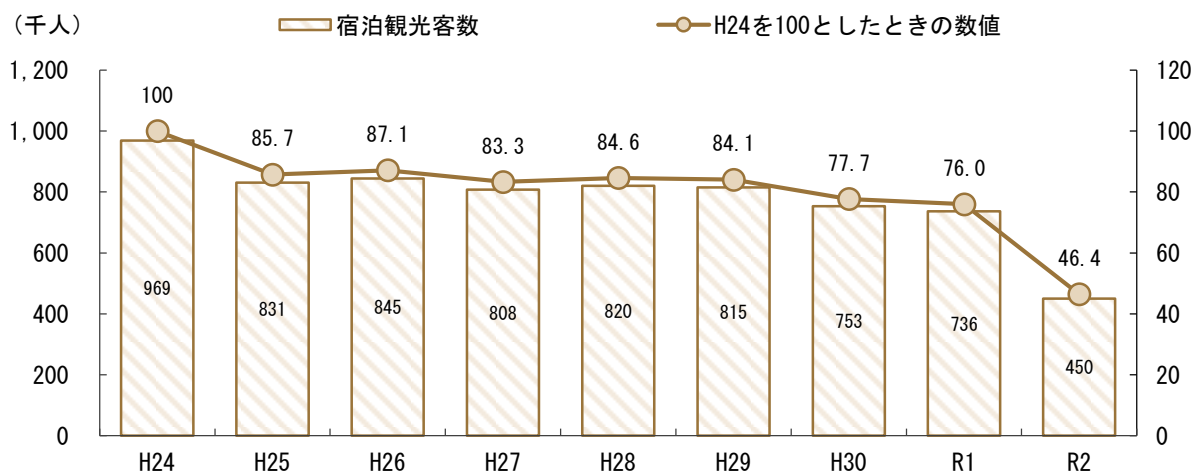
宮城県の宿泊観光客数の推移（表1）をみると、平成26年に微減したのち増加傾向にあり、令和元年は9,888千人と、平成24年の約1.1倍となっています。令和2年には、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で5,866千人まで減少しています。

一方で、大崎市の宿泊観光客の推移（表2）は、平成24年以降減少を続けており、令和元年は736千人と、平成24年から24%減少しています。令和2年には、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で450千人まで減少しています。

◆ 表1 宮城県の宿泊観光客数の推移（「宮城県観光統計概要」より）



◆ 表2 大崎市の宿泊観光客数の推移（「宮城県観光統計概要」より）

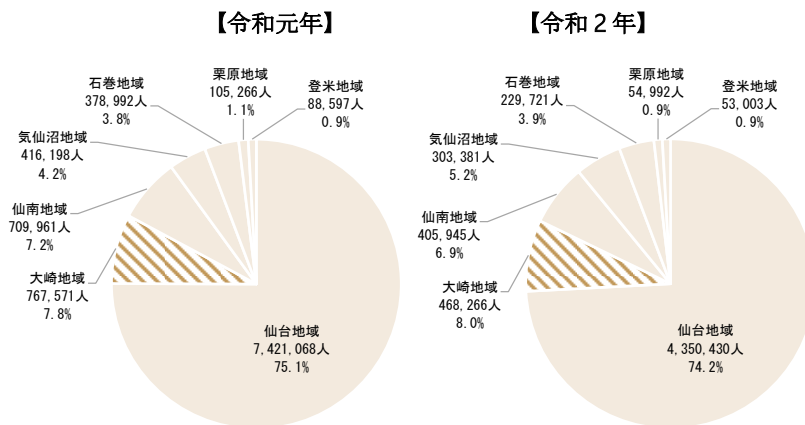


令和元年の地域別の宿泊観光客数（表3）をみると、仙台市が約4分の3を占めており、大崎地域は7.8%となっています。

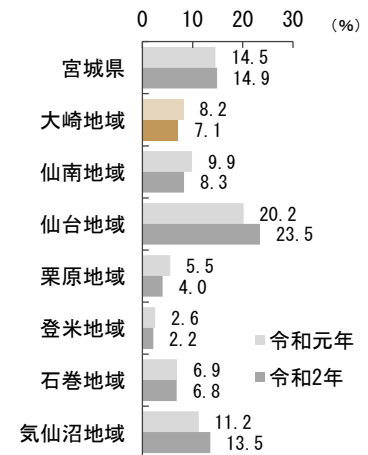
また、観光入込客数に対する宿泊観光客数の割合（表4）は、令和元年度で大崎地域は8.2%となっています。市内で宿泊を伴わない観光が多いことがうかがえます。

各地域の宿泊観光客数（表5）は、登米地域・石巻地域・気仙沼地域では平成24年を上回って推移している一方で、それ以外の地域では横ばいまたは減少傾向となっています。

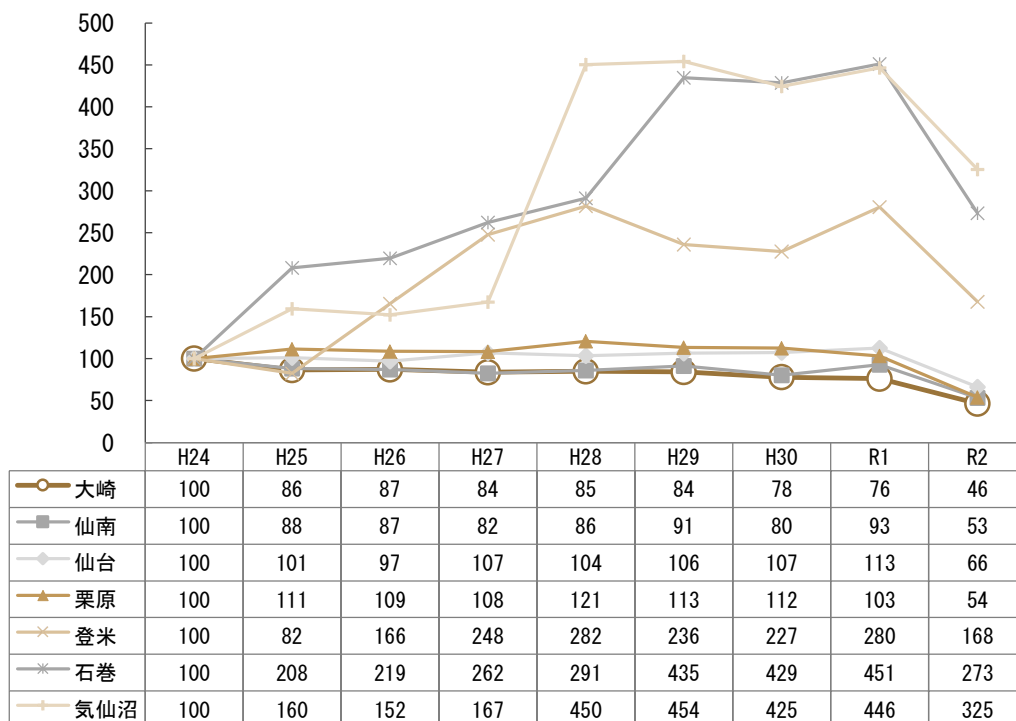
◆ 表3 地域別の宿泊観光客数の割合（令和元年）
（「宮城県観光統計概要」より）



◆ 表4 観光入込客数に対する宿泊観光客数の割合
（「宮城県観光統計概要」より）



◆ 表5 地域別の宿泊観光客数の推移（H24を100としたときの数値）（「宮城県観光統計概要」より）



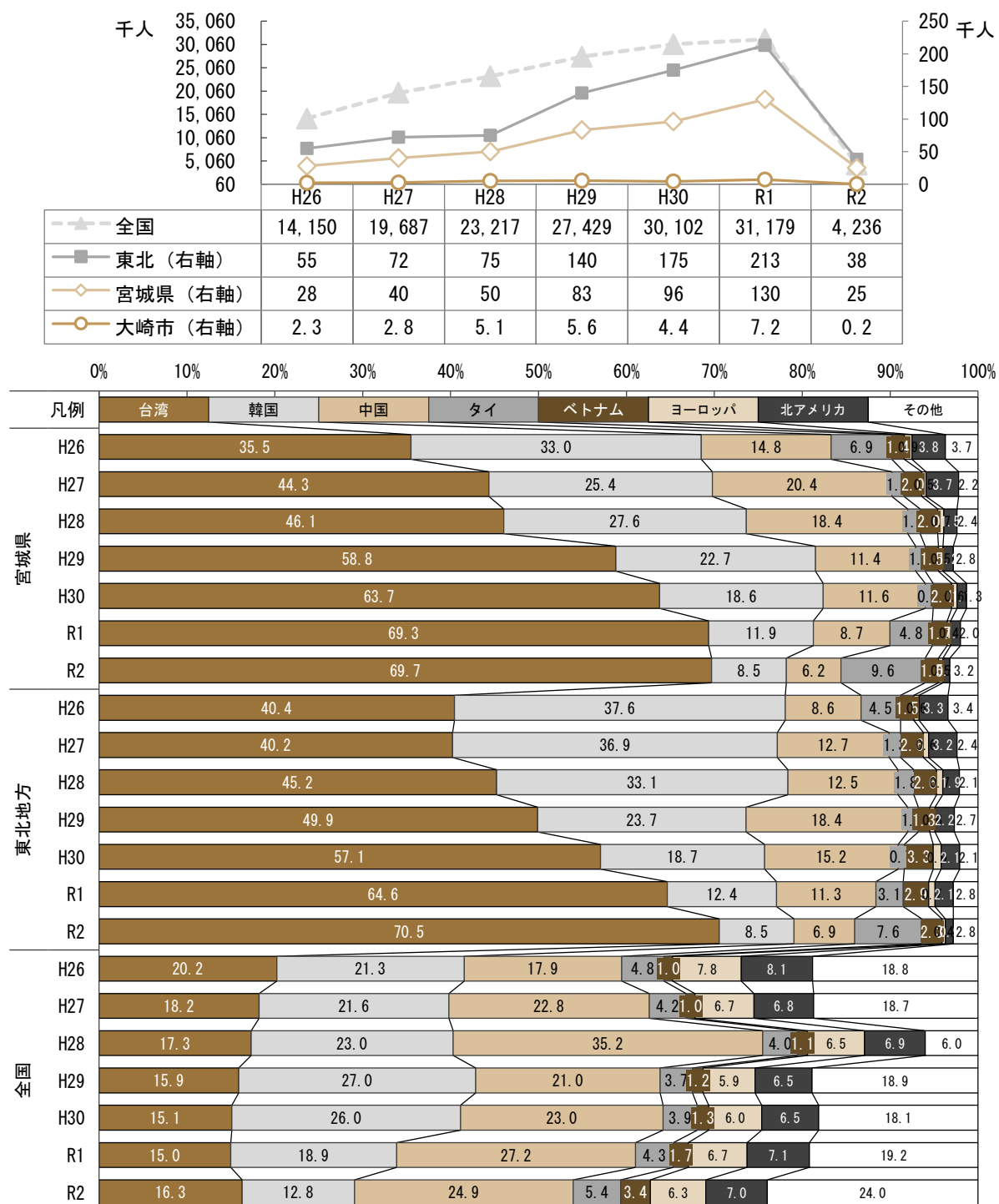
(5) 外国人入国者

法務省における出入国管理統計より、近年の外国人入国者数をみると、新型コロナウイルス感染症以前の令和元年までは、全国的に入国者数は年々増加傾向ではありましたが、令和2年には大きく落ち込んでいます。

また、入国者の主な地域においては、全国的な傾向としては台湾・韓国・中国の割合が高くなっていますが、東北地方や宮城県においては台湾の割合が圧倒的に高く、年々の比率も高まっていることがうかがえます。

◆ 表 地域別の入国者の推移 (「法務省出入国管理統計」より)

※R2は3月まで(以降は新型コロナウイルス感染症拡大による渡航規制のため公表せず)



2. これまでにおける目標値の検証結果

本ビジョン策定時に掲げた目標値について、中間見直しにあたって検証を行いました。

観光入込客数や大崎市民の観光や物産振興に関する満足度は、増加傾向にあるものの、目標値の達成に向けては不十分となっています。

なお、宿泊施設数の減少や災害における風評被害の影響もあり、鳴子温泉郷の宿泊客数が減少しており、新型コロナウイルス感染症拡大以降は、大きく減少しています。

項目	基準値	目標値	中間見直し時実績値	
			令和元年	令和2年
大崎市全体の 観光入込客数	平成26年 7,014千人	令和6年度 9,000千人	令和元年 7,281千人	令和2年 4,900千人
大崎市全体の 宿泊客数	平成26年 845千人	令和6年度 1,000千人	令和元年 736千人	令和2年 450千人
大崎市民の観光や 物産振興に関する 満足度	平成25年 23.1%	令和6年度 33%	令和元年 24.5%	

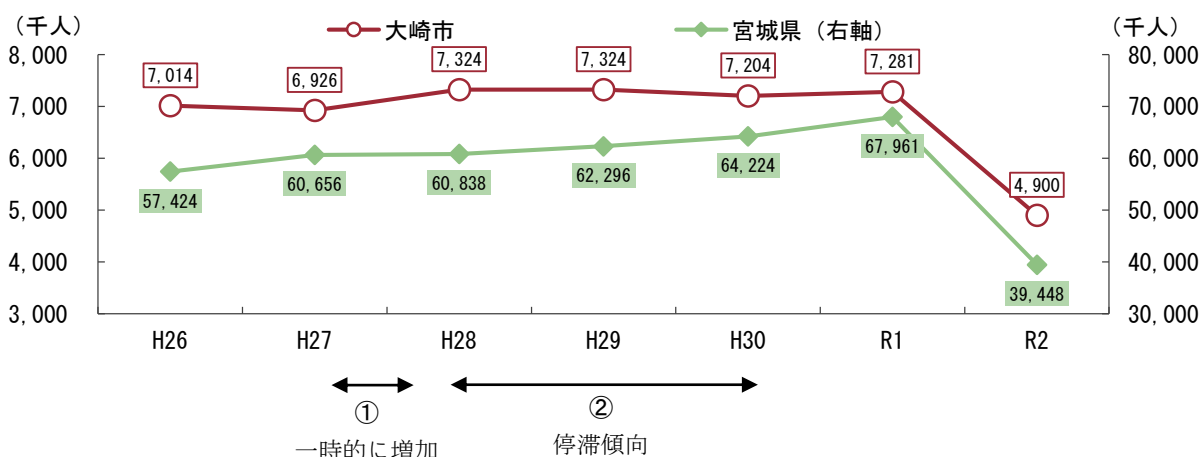
(1) 大崎市全体の観光入込客数

宮城県全体が右肩上がりに増加しているのに対し、大崎市では平成27年から平成28年に増加した後は微減または横ばい傾向にあり、観光入込客数が伸びていない状況です。

平成27年から平成28年に大きく増加した地点として、あ・ら・伊達な道の駅、鬼首温泉、東鳴子温泉、鳴子ダムなどがあります。

一方で、停滞傾向である平成28年から平成30年以降についてみると、あ・ら・伊達な道の駅、中山平温泉、古川まつり、鬼首温泉などが増加している一方で、鳴子ダム、東鳴子温泉、鳴子温泉など鳴子エリアの地点で減少しています。

◆ 観光入込客数 (「宮城県観光統計概要」より)



◆ 地点別観光入込客数（増減が大きいもの（10,000人以上）を抜粋）（「宮城県観光統計概要」より）

	①H27→H28				②H28→H30			
	H27	H28	増減数	H28	H30	増減数		
増加	あ・ら伊達な道の駅	3,104,815	3,245,423	140,608	あ・ら伊達な道の駅	3,245,423	3,368,290	122,867
	鬼首温泉	59,400	110,200	50,800	中山平温泉	116,800	163,500	46,700
	東鳴子温泉	111,700	159,100	47,400	古川まつり	210,000	250,000	40,000
	鳴子ダム	54,700	92,300	37,600	鬼首温泉	110,200	143,279	33,079
	蕪栗沼	3,530	20,783	17,253	感覚ミュージアム	52,882	63,659	10,777
	ひまわりまつり	43,800	59,000	15,200	化女沼古代の里	61,700	72,300	10,600
	旧有備館及び庭園	39,729	51,004	11,275				

減少					加護坊温泉「さくらの湯」	234,281	218,801	-15,480	
					鳴子峡	178,200	156,300	-21,900	
					政宗公まつり・花火大会	67,000	44,000	-23,000	
		鳴子峡	193,900	178,200	-15,700	旧有備館及び庭園	51,004	27,673	-23,331
		吉野作造記念館	34,818	14,672	-20,146	みちのく古川食の蔵 醸室	169,557	136,575	-32,982
		リゾートパークオニコウベ	107,600	72,500	-35,100	鳴子ダム	92,300	47,439	-44,861
		鳴子温泉	1,080,900	1,041,600	-39,300	東鳴子温泉	159,100	102,400	-56,700
	中山平温泉	157,500	116,800	-40,700	鳴子温泉	1,041,600	931,900	-109,700	

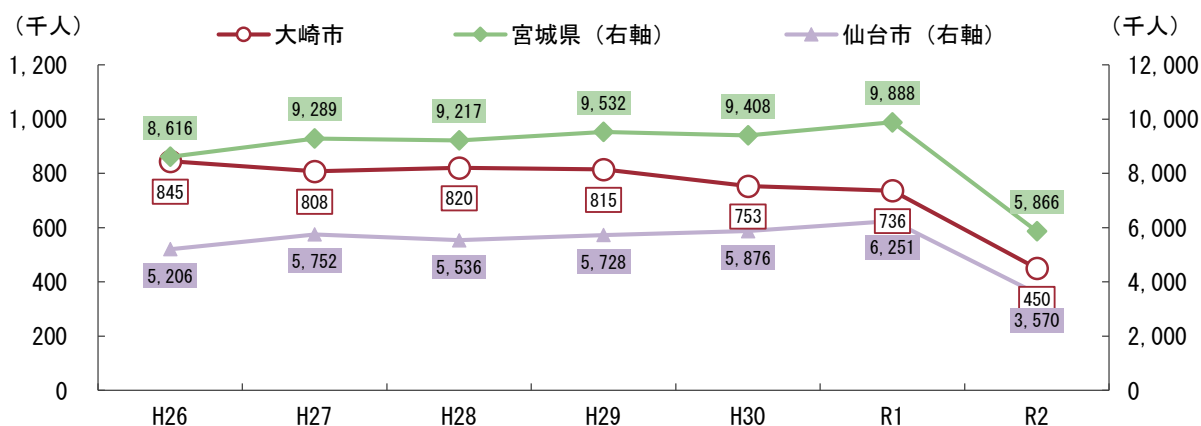
※R1で未計測の地点があるため、H30と比較

(2) 大崎市全体の宿泊観光客数

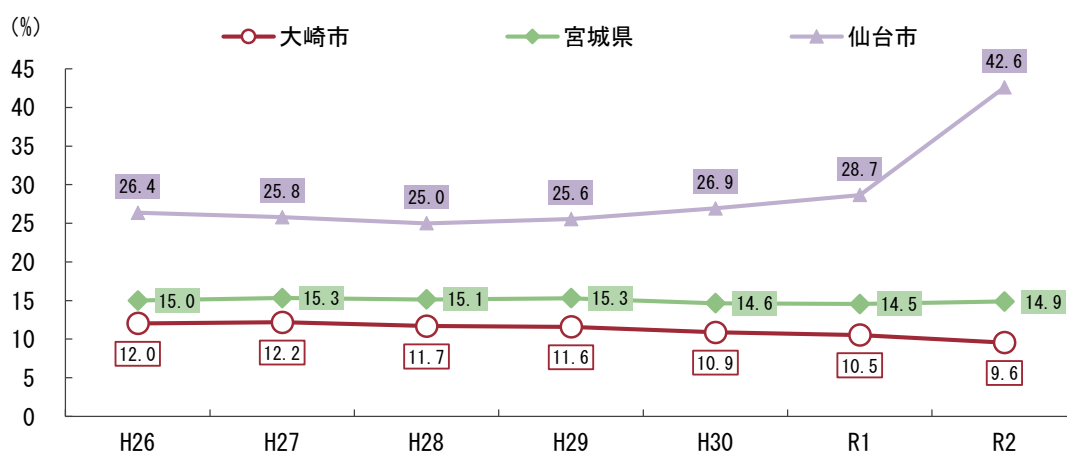
宮城県全体が右肩上がりに増加しているのに対し、大崎市では平成 29 年から減少傾向にあり、その差が大きくなっています。(表 1 参照)

また、観光入込客数に対する宿泊観光客数の割合は、宮城県全体より低くなっており、日帰り形態の来訪が多いことがうかがえます。(表 2 参照)

◆表 1 宿泊観光客数



◆表 2 観光入込客数に対する宿泊観光客数の割合

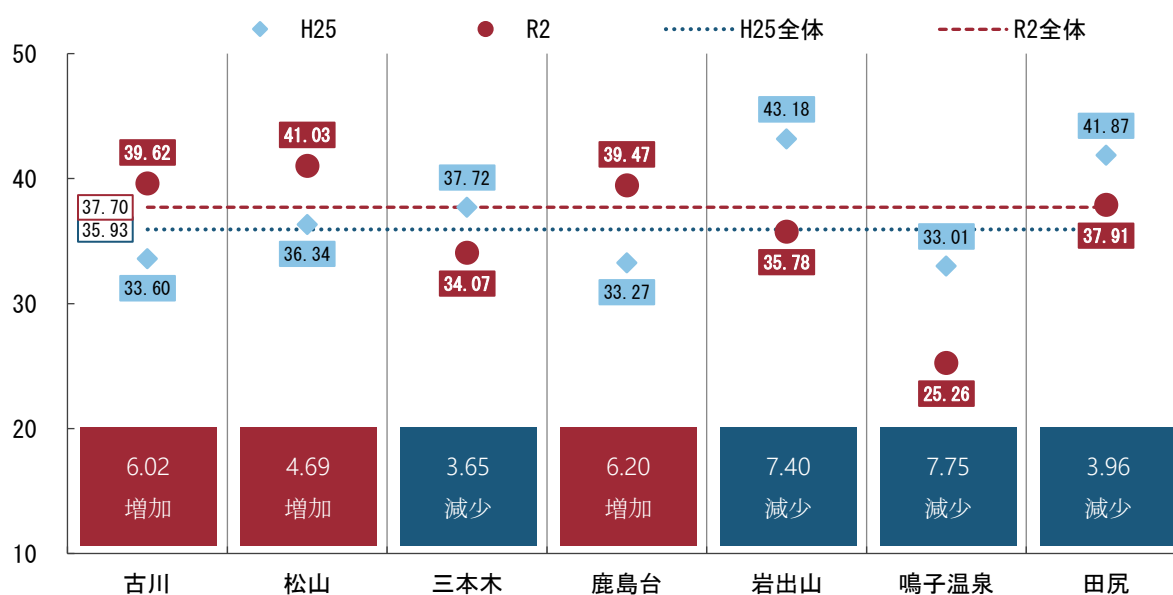


(3) 大崎市民の観光や物産振興に関する満足度

令和2年度に実施した市民満足度調査の結果について、満足度を点数化した数値を地域別で見ると、令和2年では、古川、松山、鹿島台、田尻地域で全体より高く、三本木、岩出山、鳴子温泉地域で全体より低くなっています。

また、平成25年と比較すると、古川、松山、鹿島台地域で増加している一方で、本市の観光や物産の主を担っている岩出山と鳴子温泉地域の市民において「観光や物産振興に関する満足度」が大きく減少した結果となっています。

◆満足度の点数化：地域別の傾向



第4章

ビッグデータ分析に基づく
大崎市の観光動向



～ 前提事項 ～

大崎市の観光を取り巻く状況を多角的に分析していくため、観光予報プラットフォームにおける宿泊観光客を主としたビッグデータを用いて、近隣の観光地との比較を行いました。

※観光予報プラットフォーム：宿泊を基軸にした「観光」に関連、必要とされるデータを提供するプラットフォーム。

※比較対象自治体：宮城県松島町，岩手県花巻市，山形県尾花沢市

1. 宿泊観光客数の推移

新型コロナウイルス感染症拡大以前における大崎市の平成 27 年と令和元年の宿泊観光客数を比較すると年間で約 4 万 4 千人が減少しており，比較した対象自治体と比べても減少率が大きくなっています。

また，新型コロナウイルス感染拡大以降に観光需要が減少した令和 2 年以降の宿泊観光客数は，いずれの自治体も宿泊観光客数が減少しており，大崎市では約 25%減少しています。

◆ 宿泊観光客数の推移 (観光予報プラットフォームより)

	H27	R1	H27→R1 増減率	H27～R1 平均	R2～R3 平均	増減率
大崎市	695 千人	651 千人	93.7% 	639 千人	478 千人	74.8%
松島町	1,433 千人	1,419 千人	99.0% 	1,361 千人	990 千人	72.7%
花巻市	1,593 千人	1,525 千人	95.7% 	1,566 千人	1,206 千人	77.0%
尾花沢市	324 千人	418 千人	128.9% 	373 千人	274 千人	73.5%

2. 宿泊先の選択率

新型コロナウイルス感染症の拡大前及び拡大後における宿泊観光客数の実態を比較するため、特定地域に住んでいる宿泊観光客のうち、対象自治体に宿泊した割合（宿泊先の選択率）を検証しました。

大崎市は、感染症拡大以前の平成27年から令和元年において「全国」における宿泊先の選択率は減少傾向にありましたが、感染症拡大後の令和2年以降は感染症拡大前の水準に戻りつつあります。しかし、自県を除く「東北地方」や東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県の一都三県の「一都三県」の宿泊先の選択率は大きく減少しています。

なお、大崎市を除いた比較して自治体における感染症の拡大前及び拡大後の「東北地方」及び「一都三県」における宿泊先の選択率は、ほぼ同水準となっています。

◆ 宿泊先の選択率の推移（観光予報プラットフォームより）

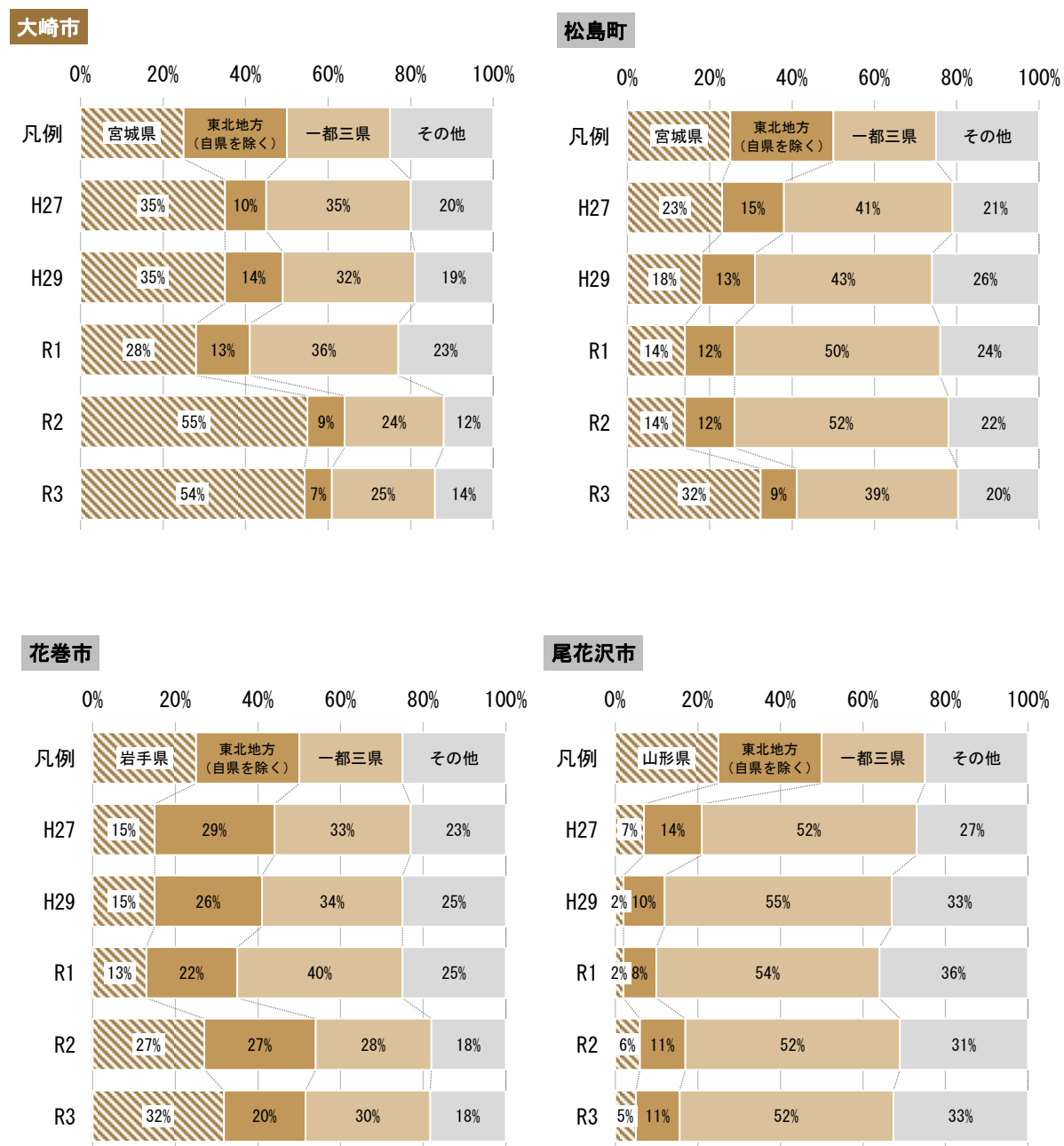
大崎市	H27	R1	H27→R1 増減率	H27～R1 平均	R2～R3 平均	増減率
宮城県	2.405%	2.246%	93.4%	2.279%	4.441%	194.9%
【特定地域】 東北地方 (自県除く)	0.401%	0.502%	125.3%	0.468%	0.336%	71.8%
一都三県	0.145%	0.141%	97.1%	0.137%	0.093%	68.1%
全国	0.159%	0.148%	93.2%	0.150%	0.150%	100.0%
松島町	H27	R1	H27→R1 増減率	H27～R1 平均	R2～R3 平均	増減率
宮城県	3.218%	2.441%	75.8%	2.753%	5.111%	185.6%
【特定地域】 東北地方 (自県除く)	1.442%	1.052%	72.9%	1.194%	0.914%	76.5%
一都三県	0.352%	0.420%	119.2%	0.374%	0.310%	82.9%
全国	0.328%	0.323%	98.5%	0.319%	0.310%	97.1%
花巻市	H27	R1	H27→R1 増減率	H27～R1 平均	R2～R3 平均	増減率
岩手県	6.599%	5.372%	81.4%	6.275%	16.026%	255.4%
【特定地域】 東北地方 (自県除く)	1.911%	1.592%	83.3%	1.820%	2.178%	119.7%
一都三県	0.318%	0.361%	113.5%	0.345%	0.283%	82.1%
全国	0.364%	0.347%	95.2%	0.367%	0.377%	102.8%
尾花沢市	H27	R1	H27→R1 増減率	H27～R1 平均	R2～R3 平均	増減率
山形県	0.501%	0.297%	59.3%	0.306%	0.879%	287.5%
【特定地域】 東北地方 (自県除く)	0.180%	0.146%	81.4%	0.170%	0.212%	124.6%
一都三県	0.100%	0.135%	134.5%	0.124%	0.115%	92.6%
全国	0.074%	0.095%	128.2%	0.087%	0.086%	98.0%

3. 旅行者の居住都道府県割合

宿泊観光客の居住都道府県割合をみると大崎市は「宮城県民」の割合が最も高くなっており、新型コロナウイルス感染症拡大した令和2年以降はその傾向が顕著になっています。

一方で、大崎市における「一都三県」及び自県を除いた「東北地方」の割合は、感染症拡大前及び拡大後においても比較した自治体の中で最も低くなっています。

◆ 宿泊観光客の居住都道府県割合 (観光予報プラットフォームより)



4. 宿泊観光客の年齢層

宿泊観光客の年齢層をみると、大崎市における未成年と若年層の割合が比較した自治体の中で最も低く、新型コロナウイルス感染症拡大以降においては未成年と若年層の割合がさらに低くなっています。

なお、大崎市を除き、比較した自治体の未成年における宿泊観光客数及び割合については、感染症拡大以降においても同水準若しくは大きく増加しています。

※ 未成年（～19歳） 若年層（20～39歳） 中年層（40～59歳） 老年層（60歳～）

◆ 宿泊観光客の年齢層と構成割合（観光予報プラットフォームより）

自治体	H27	R1	H27→R1 増減率	H27～R1 平均	R2～R3 平均	増減率	構成割合	
大崎市	未成年	2,572人	1,206人	46.9%	1,940人	1,452人	74.8%	
	若年層	138,984人	105,491人	75.9%	116,937人	68,915人	58.9%	
	中年層	324,113人	311,598人	96.1%	294,111人	186,299人	63.3%	
	老年層	224,166人	229,953人	102.6%	223,228人	165,022人	73.9%	
松島町	未成年	4,692人	4,573人	97.5%	5,376人	7,900人	146.9%	
	若年層	329,456人	281,393人	85.4%	291,849人	214,138人	73.4%	
	中年層	635,665人	608,909人	95.8%	598,154人	382,499人	63.9%	
	老年層	454,919人	517,399人	113.7%	460,211人	321,251人	69.8%	
花巻市	未成年	4,353人	4,738人	108.8%	3,711人	3,491人	94.1%	
	若年層	369,367人	274,905人	74.4%	326,654人	217,010人	66.4%	
	中年層	698,124人	667,818人	95.7%	679,345人	467,998人	68.9%	
	老年層	514,657人	570,412人	110.8%	550,360人	407,973人	74.1%	
尾花沢市	未成年	1,709人	1,104人	64.6%	1,293人	2,030人	157.0%	
	若年層	79,529人	91,753人	115.4%	86,429人	67,575人	78.2%	
	中年層	109,028人	142,389人	130.6%	124,814人	86,912人	69.6%	
	老年層	130,862人	178,554人	136.4%	157,881人	98,320人	62.3%	

5. 宿泊観光客の平均泊数

宿泊観光客の平均泊数をみると、新型コロナウイルス感染症の拡大前と拡大後において大きな変化はみられていませんが、「一都三県」における平均泊数は「帰属する都道府県」及び自県を除いた「東北地方」より約0.5日ほど長くなっています。

また、延べ宿泊者数から平均泊数で割った宿泊者実数において大崎市は「帰属する都道府県」が最も多いですが、感染症拡大以降は「一都三県」の落ち込みが大きくなっています。

◆ 宿泊観光客の平均泊数と宿泊者実数（観光予報プラットフォームより）

大崎市	H27年～R1年（単年あたり）		R2年～R3年（単年あたり）	
	平均泊数	宿泊者実数	平均泊数	宿泊者実数
宮城県	1.61日	127,849人	1.60日	163,775人
東北地方（自県を除く）	1.51日	51,090人	1.70日	21,750人
一都三県	2.25日	100,356人	2.25日	51,304人

松島町	H27年～R1年（単年あたり）		R2年～R3年（単年あたり）	
	平均泊数	宿泊者実数	平均泊数	宿泊者実数
宮城県	1.70日	147,178人	1.58日	190,916人
東北地方（自県を除く）	1.78日	104,933人	1.62日	62,188人
一都三県	2.23日	275,697人	2.20日	173,384人

花巻市	H27年～R1年（単年あたり）		R2年～R3年（単年あたり）	
	平均泊数	宿泊者実数	平均泊数	宿泊者実数
岩手県	1.59日	139,868人	1.66日	216,067人
東北地方（自県を除く）	1.73日	230,286人	1.69日	162,762人
一都三県	2.45日	231,023人	2.39日	145,806人

尾花沢市	H27年～R1年（単年あたり）		R2年～R3年（単年あたり）	
	平均泊数	宿泊者実数	平均泊数	宿泊者実数
山形県	1.84日	4,803人	1.89日	8,071人
東北地方（自県を除く）	1.75日	22,027人	1.67日	16,790人
一都三県	2.24日	91,191人	2.09日	67,590人

6. 今後の観光戦略の考え方

大崎市への宿泊観光客は宮城県民が最も多くを占めている一方で、全体的に来訪者数が減少しています。今後しばらくは、新型コロナウイルス感染症拡大前に比べて、気軽に近場で楽しめるマイクロツーリズムが増えると考えられ、県内など近隣からの来訪者が増えることが期待されます。

感染症拡大以降、宿泊観光客が大きく減少した東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県の一都三県においては本市における宿泊観光客の大きな割合を占め長期滞在も見込まれることから、観光需要の回復に向けた取り組みの他、新たな来訪者の拡大に向け来訪者の裾野を広げる視点が重要となります。

一方で、観光入込客数や宿泊観光客数は少子高齢化や人口減少の社会的要因、新型コロナウイルス感染症の影響が反映されやすいことから、来訪者数のみならず市内の観光消費額の把握や分析につとめ、高付加価値を追求していくことが求められます。

また、本市の宿泊観光客の年齢層においては平成27年から中年層・老年層が増加している一方で、40歳未満の未成年・若年層の減少が続いており、他自治体に比べて未成年・若年層の割合も低いことから、持続可能な観光に取り組むためには若者層が求める観光の提供のための設備整備などの対策も必要と言えます。

今後は、これらの層をターゲットに据え効果的な観光誘客を進めていくことが重要であり、再訪促進や長期滞在をこれまで以上に促せるように既存の観光資源に付加価値を加えることや、新たな資源を提供し、それらを効果的に発信することが必要となります。



第 5 章

大崎市が目指す観光の姿と
観光振興の柱



1. ビジョンの方針

(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

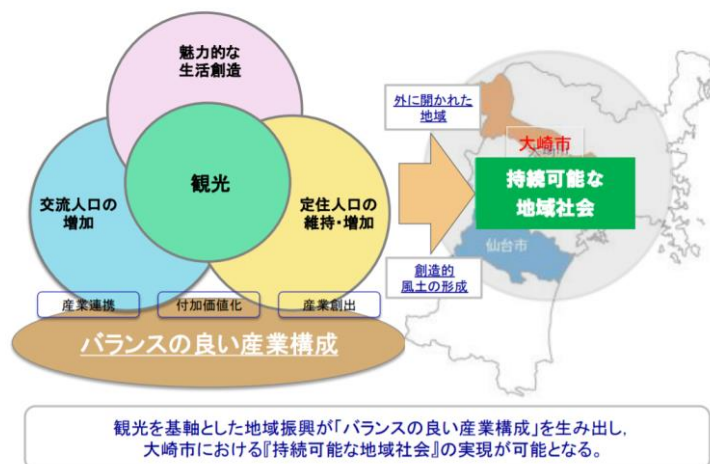
人口減少が進む大崎市においては観光を基軸とした地域振興策を講じて大崎市のファンを増やし、交流人口の増加による地域経済の維持・拡大につとめていくことが重要です。最終的には定住人口の維持・増加につなげることが求められます。

(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、滞在型観光のニーズが増加していることから、さまざまなテーマの体験プログラムにより地域住民と交流し、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につなげることが大切です。

◆ 地域振興における基本フレーム



(3) 全市一体となった観光振興で市民の「シビックプライド」を高める

今後大崎市で観光振興を進めていくうえで、市民一人ひとりが「まちを知り」「好きになること」が重要となります。7市町が合併し大崎市が誕生し、15年が経過しています。大崎市が観光によって豊かな地域になっていくためには、これまで観光振興を引っ張ってきた鳴子温泉地域だけでなく、市内にある観光資源を最大限に有効活用していくことが重要です。

まずは、市民一人ひとりが魅力に気付くことで、その資源の付加価値が高まります。さらに、大崎市に愛着と誇りを持った市民が地元を発信することで外から人が集まり、市民と共にまちを楽しむことで「大崎市のファンやサポーター」になる人を増やしていくことが期待されます。

本計画においては、市民におけるシビックプライドの醸成や市民の主体的な取り組みへの支援などの「ひとつづくり」を進めながら、全市一体となった観光振興を進めていきます。

さらに、再来訪の機会を創出することで観光に関わる産業が潤い、市内の雇用が維持されたり、市外から働きに来る人や移住者の増加につながれば、観光は「まちづくり」そのものになります。

また、観光客が大崎市の文化、食、市民との交流などをゆっくり楽しめる「観光客にやさしい」まちづくりを進めることで、市内の子どもやお年寄りなど、市民に対してもやさしく、暮らしやすいまちになることも期待されます。そのほか、本市の姉妹都市・友好都市における小中学校の相互交流や、教育旅行、物産の相互販売などは、交流機会の拡大を図りながら地域の魅力も引き出します。

(4) 観光コンテンツの充実と情報発信

本市には地域特性のある多様な観光コンテンツが存在していますが、社会情勢やニーズの変化に応じた形に変化し続けることが求められています。新たな観光資源の掘り起こしやこれまでの既存観光資源の磨き上げなど、更なる観光コンテンツの充実を促進していきます。

その観光コンテンツにおける情報発信においても、WebサイトやSNSなどさまざまなデジタル媒体を有効活用して幅広い年齢層への発信やターゲットに合わせた発信など、目的や内容に応じた発信手法を選別し魅力ある情報の発信を継続することが重要です。

また、市内の道の駅などの観光拠点施設や、姉妹都市・友好都市やおおさき宝大使とも連携して、本市のPRと交流人口の拡大につながるように観光情報の発信も行うことも大切です。

(5) ウィズコロナ期・アフターコロナ期における新たな観光振興の形を構築する

① 団体旅行から個人旅行へ

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により「観光」を取り巻く環境は大きく様変わりしています。感染症対策のために屋内や密集を避け、より安心して旅行したいという観光客の意識の変化から、集団行動を避け、個人・少人数行動を好むようになり、さまざまな行動変容が進むものと予想されます。さらに、インバウンドにおいてもコロナ禍以前から個人旅行の割合が増加してきており、感染症対策の観点からも今まで以上に個人旅行の需要が増加していくことが予測されることから、観光客の多様化するニーズへの対応が必要です。

② 新たな旅のスタイルへの対応

宿泊先として大崎市を選択する割合を高め、宿泊観光客数を引き上げるためには、新しい旅のスタイルに対応することが求められます。大人と子供がまとまった休日を過ごす機会を創出するキッズウィーク等の休暇の分散化や、出張のついでに出張先で旅行を楽しむブレッジャー、休暇中に滞在先で仕事をするワーケーションといった多様な休み方や働き方が可能となる環境整備を推進し、併せて滞在型旅行実現のためのコンテンツ整備を推進します。

③ 観光地域ブランドの強化

これまで大崎市における観光地域ブランドの確立には、本市最大の観光地である鳴子温泉郷がその役割を大きく担ってきましたが、今後においては新型コロナウイルス感染症の影響や多様化するニーズにより「安全・安心」を加味した新たな観光様式の要素を考慮し、観光地としての地域ブランド力を高めることが求められます。

そのため、本市の多様な観光資源を生かした魅力的な滞在コンテンツの造成に加えて、観光地ならではの景観づくりや既存観光拠点の再生などに取り組み、高付加価値化に即したブランドイメージの構築を目指します。

④ ICT化を推進するDXへの取組

ウィズコロナ、アフターコロナ期に即応した観光戦略の見直しが必要とされると共に、各事業者においても業務形態の見直しや事業多角化など事業継続を可能とする経営改善も求められ、来るべきアフターコロナ期の反転攻勢に向けて官民が一体となって取り組んでいくことが重要となります。デジタル技術と観光資源の掛け合せによって相乗効果を生み出し、これまでにない新たな観光コンテンツ・価値を生み出すため観光関連事業者によるICT化を推進し、さまざまなデータを分析することで得られる観光動向を的確に把握し、観光サービスの変革や観光需要の創出に向けたDX（デジタルトランスフォーメーション）に取り組めます。

⑤ ターゲットを明確にした観光戦略

情報技術の発展により、従来では取り扱いが困難だったビッグデータや統計データ、顧客情報等の集約・分析が比較的容易に行えるようになり、大崎市の傾向や他の地域と比較することで、多様化するニーズや観光動向の把握が可能となります。観光戦略におけるターゲットの設定や方針の策定には、根拠に基づいた内容を反映させることで訪れたい観光の振興を推進します。

また、新型コロナウイルス感染症拡大以前の東北地方や宮城県のインバウンド状況においては、仙台空港の直行便の開通を背景に外国人入国者数の約7割を「台湾」が占めており、本市も同様の傾向となっていました。そのため、今後の新型コロナウイルスの収束後を見据えたインバウンド誘致については、台湾をはじめとした東アジアをターゲットの中心に据えながら観光戦略を展開します。

2. 強化目標

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、記述に示したビジョンの方針から留意すべきポイントを掲げ、取り組むべき3つの強化目標を定めます。

■留意すべきポイント

- ◇産業連携によるサービスや付加価値の向上
- ◇シビックプライドを醸成し、市民の主体的な情報発信につなげる
- ◇さまざまなニーズに対応するためのコンテンツの造成と磨き上げ
- ◇コロナ禍を経験した上での新たな挑戦
- ◇観光振興により持続可能な地域社会づくりにつなげる

■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

- ・質の高い情報提供で情報発信力を強化
- ・宿泊客の増加の鍵となる観光客の視点に基づく情報提供
- ・市民一人ひとりによる SNS 等の発信力を強化

目標2：【おもてなし力】を強化する

- ・おもてなし意識の向上
- ・市内7地域の連携を強化
- ・周辺エリアとの広域連携を強化
- ・産業間の連携を強化
- ・連携が育む「おもてなし力」

目標3：【トレンド対応力】を強化する

- ・SDGs 達成に向けた理解促進への対応
- ・ニューツーリズムへの対応
- ・さまざまな観光関連のデータ収集・分析によるマーケティングへの対応

3. 戦略の展開

強化目標を達成するため、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。

3つの戦略	9つの行動指針
戦略1 【情報発信】	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 地域ブランドの向上に結びつく情報を発信します。
戦略2 【厚遇連携】	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れます
	⑥ 観光客、市民双方にとって快適な交通環境をつくれます
戦略3 【再訪促進】	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

4. 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。それぞれの役割は次のとおりです。

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、市内の関係事業者や他の産業との連携を深めることで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、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

農業・林業・商工業者は、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。

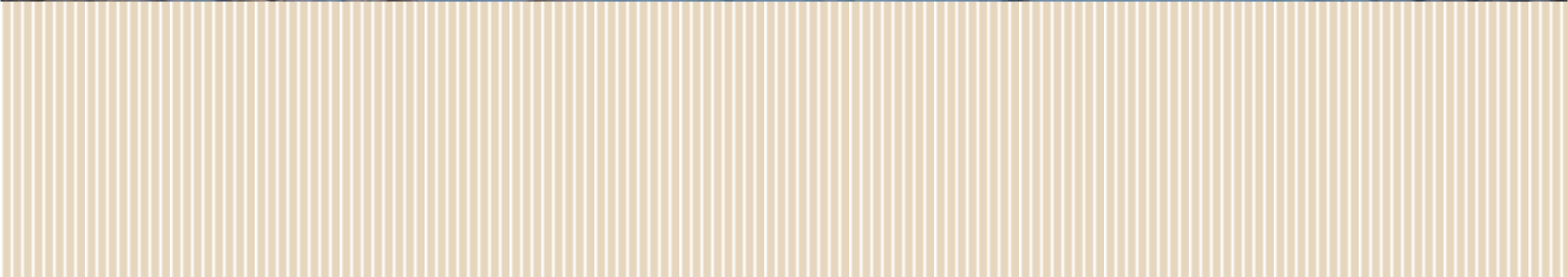
(2) 目標数値

本ビジョン策定時に設定した「大崎市全体の観光入込客数」「大崎市全体の宿泊客数」「市民の観光や物産振興に関する満足度」における目標値の達成に向け、引き続き取り組んでいくものとします。なお、来訪者における市内の観光消費額についても、現状や傾向の把握を行い高付加価値に向けた地域ブランド戦略に結びつくよう、定期的な調査及び分析にも取り組みます。

項目	基準値	目標値
大崎市全体の観光入込客数	平成 26 年：7,014 千人	令和 6 年度：9,000 千人
大崎市全体の宿泊客数	平成 26 年：845 千人	令和 6 年度：1,000 千人
市民の観光や物産振興に関する満足度	平成 25 年：23.1%	令和 6 年度：33%

第 6 章

大崎市の観光振興に向けた
戦略と行動指針



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。「語ることでできない地域に人は来ない、人の話で景色は変わる」との考え方に立ち、さまざまな場面を通じて多くの方に大崎をアピールします。

～ 効果 ～

- 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



～ 主な取り組み～

関係主体	主な取り組み（●は新たな項目）
市民	<ul style="list-style-type: none">○市内の資源に関心を持ち、学び、知る●SNS等を通じて、大崎市の魅力について積極的に発信する
観光事業者 農林商工業者 など	<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○大崎市の特産品をさらに磨き、ブランド化を進めることで「大崎市特産品＝高品質」のイメージを浸透させる○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○シティプロモーションを展開し、市民のシビックプライドの醸成と国内外に向けた大崎市のPRを推進する●市民が自ら情報発信できる仕組みをつくる

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。

～ 効果 ～

- 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
- 時代のニーズを捉えた新たな旅行スタイルを推進している



～ 主な取り組み～

関係主体	主な取り組み（●は新たな項目）
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 農林商工業者 など	<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 ○新しい産品、土産物などを開発する ○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 ●ワーケーションなどの導入について推進する
観光関係団体 など	<ul style="list-style-type: none"> ○新しい資源の発掘、ルートづくりなどに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”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 ●温泉、ハイキング、イベント、グルメなど観光客のニーズを捉え、それぞれに求められる観光プログラムを造成する ●感染症予防の観点から見直された近場での小さな観光（マイクロツーリズム）や、ワーケーションなどを推進する

行動指針③ 地域ブランドの向上に結びつく情報を発信します

新鮮かつ質の高い、高付加価値や地域ブランドの向上に結びつく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。

～効果～

- 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、行ってみたい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により、故郷への愛着を持ち、情報発信源となる
- 大崎市のブランドイメージを定着させる



～主な取り組み～

関係主体	主な取り組み（●は新たな項目）
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 ○市民だから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 農林商工業者 など	<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 ○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 ●オンライン予約○決済の仕組みやキャッシュレス決済を積極的に導入する ●高付加価値化につながる新たなサービス提供に取り組む
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 ●オンライン予約・決済の仕組みやキャッシュレス決済の導入を推進する

行政

- ・ 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，連携・連動した情報提供を行う
 - ・ 無料 Wi-Fi などのネットワーク環境の整備につとめる
 - 高速大容量ネットワーク（5G）のインフラ整備にむけた推進を図る
 - 景観づくりや既存観光拠点の再生などに取り組み，高付加価値化のブランドイメージを構築する
-

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

大崎市へ来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。

～効果～

- 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、生きがいつくりとなる
- 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



～主な取り組み～

関係主体	主な取り組み（●は新たな項目）
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 農林商工業者 など	<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 ○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
 - 市民に対する観光 PR を強化するほか，学習機会の提供や有識者による講演会などを通じて，観光意識の向上を図る
 - 市内の観光案内に取り組む「観光ガイド」の活動を支援する
-

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

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があってはなりません。来訪者，市民双方にとって安全，安心，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。

～効果～

- 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
- 感染対策が徹底された安全・安心なまちのイメージが根付く



～主な取り組み～

関係主体	主な取り組み（●は新たな項目）
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つとめる ○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全・安心なまちづくりに参加する ●新型コロナウイルス感染症拡大抑止に向け，新しい行動様式を守る ●ごみを減らし，緑を増やす活動を行い，地域ごとの特性を踏まえた景観づくりに取り組む
観光事業者 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 ○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 ●あらゆる場面について新型コロナウイルス感染拡大抑止に配慮し，安全○安心なサービスの提供につとめる
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，ゴミの処分場などを提示し，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発活動を行う ○観光地の清掃について関係各所へ周知○協力を要請する ●地域ごとの特性を踏まえた景観づくりを推進するとともに，ごみを減らし，緑を増やす活動を推進し，きれいな観光地としてのイメージアップを図る

行政

- 市民参加型の安全・安心で、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まちなか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
 - 徹底した感染症予防・拡大防止対策を図りながら、国内観光の強化も図り、十分な安全体制を確保したうえでインバウンド観光の再開に取り組む
-

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観光客，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。

～効果～

- 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，結果的に観光客の増加が見込まれる



～主な取り組み～

関係主体	主な取り組み（●は新たな項目）
市民	○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	○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	○市内を往来できる移動手段（二次交通）の確保につとめる ●市内に乗り入れる鉄道やバスなどの交通事業者と連携し，利用者の移動動線を踏まえた効果的な誘客を推進する
観光関係団体など	○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	○市内を往来できる移動手段（二次交通）の確保と，駐車場の整備に向けた調整 ○連携を図り，観光客の利便性向上に取り組む ○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

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。

～効果～

- 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



～主な取り組み～

関係主体	主な取り組み（●は新たな項目）
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 ●SNS等を通じて，大崎市の魅力について積極的に発信する
観光事業者 農林商工業者 など	<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 ○市内の地域資源を生かし，1つのコンテンツで終わらない観光メニューを開発する ○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 ●市内事業者からの物品・サービス購入を積極的に行い，地域内の経済循環を活性化させる
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 ●夜または早朝のコンテンツを充実させ，宿泊を伴う観光誘客を進める

行政

- 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開催する
 - 子どもや高齢者にとって観光しやすい環境整備により、市民を含めた健康や生きがいの増進の支援を進める
 - 福祉や教育分野と連携し、観光客だけでなく、市民も訪れてもらえるような魅力をつくる
 - 世界農業遺産である大崎耕土を、観光資源として活用しながら未来に継承する
-

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。

～効果～

- 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



～主な取り組み～

関係主体	主な取り組み（●は新たな項目）
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 ○地元で伝わる風習、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 農林商工業者 など	<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こと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 ○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 ●新たなテーマでの観光素材の組み合わせによる商品化で、新たな観光客の誘客とリピーターの増加を目指す ●旅前、旅中、旅後のようにリアルとオンラインを組み合わせたハイブリットな新しい観光様式に取り組む

**観光関係団体
など**

- 市民、観光事業者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
- リピーター獲得や観光産業の質向上に向けたデータ収集○分析を行う

行政

- 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
 - 周辺地域と連携した環境保全を目指す
-

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

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。

～効果～

- 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大崎市の自然環境や SDGs への理解が深まる



～主な取り組み～

関係主体	主な取り組み（●は新たな項目）
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や、個人・家庭でできることを考え、保全に協力する
観光事業者 農林商工業者 など	<ul style="list-style-type: none"> ○自然環境に配慮しながら、大崎市の自然を生かしたエコツーリズムやグリーンツーリズムを進める ○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 ●各事業者が SDGs についての理解を深め、その達成に向けて取り組む
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し、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つとめる ●自然環境の保全をテーマとしたエコツーリズムを始め、農作業が体験できるグリーンツーリズムなど、本市が有する山や川、里地里山といった自然環境を活用した観光を推進する

第 7 章

大崎市観光振興ビジョン
温泉事業指針



1. 目的

鳴子温泉郷は大崎市の最大の観光資源ですが、源泉・給湯設備の老朽化による湯量の減少、源泉維持管理費用の増大、源泉管理技術者の不足や高齢化が、深刻な問題となっています。

これらを解決し、魅力ある温泉郷として後世により良い状態で継承し、地域を再生していくため、鳴子温泉郷と市内の温泉地を含めた大崎市全体としての、今後の源泉管理方法、給湯方法、技術者育成指針などの方向性を、令和2年3月から大崎市観光振興ビジョンに位置づけました。

温泉の現状把握と情報を共有し、限りある資源として適切な保全管理を行いながら、温泉の新たな利活用により温泉の恩恵を市民で享受し、地域再生と後世に継承していくことを目的としています。

2. 基本的方向性

(1) 目指すべきもの

ア 温泉資源の保護

- ・科学的判断に基づいた温泉掘削、採取等を制限する温泉枯渇の未然防止対策の確立
- ・温泉資源の保護及び適正利用に官民が一体となって取り組む
- ・温泉保護条例の制定についての検討

イ 温泉資源の有効・他目的利用の推進

- ・地域のために未利用源泉の有効活用を推進する
- ・源泉所有者の意向を反映した管理体制の構築を目指す
- ・余剰エネルギーを利用して地域の特性を活かす

(2) 基本体制

- ・市民、事業者、地域、行政が一体となって当該指針の普及啓発を図る
- ・話し合いにより役割を分担して、課題解決に取り組む

(3) 分野ごとの個別対応策

ア 管理

- 源泉カルテの整備・共有
- 個別源泉の情報収集（定期的・適切なモニタリング）と問題点・課題整理と対策作成
- 温泉資源の形成メカニズムの理解
- 高温蒸気泉特有の問題とその対処法の確立
- スケール生成メカニズムとスケール種類ごとの抑制方法の確立
- 定期的メンテナンスによる源泉健全化維持
- 源泉で想定されるリスクと解決方法の確立
- 一括メンテナンスの確立
- 泉質等を考慮した集中管理

イ 人材

- 温泉管理に伴う人材確保
- 地域内での技術者育成
- 温泉に関する知識の普及向上

ウ 配湯

- 市有源泉の配湯優先順位の確定
〔①浴場②足湯等の観光施設③融雪等の公共〕
- 老朽化に伴う高効率化に向けた整備計画
- 源泉所有者の相互協力による安定供給維持方法の確立

エ 施設

- 民間出資の促進と計画的な施設、配管等の改修
- 収益確保となる事業創出とそれによる安定運営基盤の構築

オ 利活用

- 温泉熱余剰エネルギーを活かした融雪・暖房の広域化や新規事業の立ち上げ（民間投資の呼び込み）による地域内収益創出
- 従来通りの浴用・融雪・暖房等として利用
- 余剰エネルギーを活用した売電による原資確保

3. 温泉事業指針の推進

(1) 全体（官民一体）の取り組み

- ・源泉安定供給のための管理体制の構築につとめます。
- ・限りある資源を守り後世に継承していくため、知識、技術の向上と人材育成の推進につとめます。
- ・温泉熱余剰エネルギーを利活用し、利益を得る仕組みづくりにつとめます。

(2) 関係主体（事業者・地域・行政）の取り組み

ア 事業者

- ・話し合いによる温泉事業の推進につとめます。
- ・源泉の定期的モニタリングとデータの整理・共有を推進します。
- ・温泉資源の保護や適正利用の取り組みを推進します。
- ・地域全体での利活用を推進します。
- ・温泉設備の計画的な高効率化更新につとめます。

イ 地域

- ・地域全体で、源泉所有者が抱える問題の解決に知恵を出しあうことを推進します。
- ・地域活性化・貢献などに資する利活用方法を検討していきます。
- ・官民一体となり、協力して課題解決に取り組んでいきます。

ウ 行政

- ・温泉データを取りまとめ地域住民によく説明し、温泉資源について理解促進につとめます。
- ・温泉資源保護の対策を適切に進めるとともに、余剰温泉資源がある場合は利活用することを検討し、活性化へ繋がります。
- ・優先順位を明確化し、観光地として安定的な配湯につとめます。

～参考資料～

1. 大崎市観光振興ビジョン戦略会議

(1) 大崎市観光振興ビジョン戦略会議 委員

職名	氏名	所属・役職
委員長	遠藤 悟	株式会社 池月道の駅・代表取締役
副委員長	島谷 留美子	株式会社 東北地域環境研究室・専務取締役
委員	黒田 正雄	東日本旅客鉄道株式会社古川駅・駅長
委員	佐々木 靖行	東日本旅客鉄道株式会社古川駅・駅長
委員	高橋 宣安	鳴子温泉郷観光協会・会長
委員	真山 隆宏	一般社団法人 みやぎ大崎観光公社・代表理事
委員	高橋 順子	旬の店・シンフォニー・代表
委員	遊佐 翔	NARU-Go! 再生プロジェクト・代表
委員	茅野 智幸	電源開発(株) 火力建設部 鬼首地熱発電所・所長

(2) 開催日程

開催日	会場
第1回 令和3年2月12日(金)	市役所東庁舎 大会議室
第2回 令和3年12月10日(金)	市役所東庁舎 大会議室
第3回 令和4年2月16日(水)	大崎市図書館 多目的ホール

2. 市民懇談会

開催日	会場	出席者数
令和3年3月12日(土)	鳴子公民館 ホール	9
令和3年3月12日(土)	市役所東庁舎 大会議室	5
令和3年12月6日(月)	鳴子公民館 研修室	12

3. パブリックコメント

(1) 募集期間 令和3年12月9日(木)～令和3年12月28日(火)

(2) 意見数 1件

～用語集～

- P2 SDGs(Sustainable Development Goals)**
…2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標であり、地球上の「誰一人取り残さない」ことを誓っている
- P2 カーボンニュートラル**
…温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること
- P4 ワークーション**
…「ワーク（仕事）」と「バケーション（休暇）」を合わせた造語
- P5 ビッグデータ**
…一般的なデータ管理・処理ソフトウェアで扱うことが困難なほど巨大で複雑なデータの集合
- P5 Society5.0**
…仮想空間と現実空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する新たな未来社会
- P5 ICT**
(Information and Communication Technology)
…情報処理だけではない、インターネットのような通信技術を利用した産業やサービスなどの総称
- P5 5G(5th Generation)**
…第5世代移動通信システムと呼ばれる4Gに代わる新たな通信システム
- P5 IoT(Internet of Things)**
…モノがインターネット経由で通信すること
- P5 AI (Artificial Intelligence)**
…人工知能
- P5 リレーションシップ**
…顧客との関係性やデータ間の関連付け
- P5 DX(Digital Transformation)**
…進化したデジタル技術を浸透させることで人々の生活をより良いものへと変革すること
- P7 インバウンド**
…外国人の訪日旅行
- P7 GoTo トラベル**
…新型コロナウイルス感染症により落ち込んだ旅行需要を喚起するため、旅行の一部を国が補助する観光支援策
- P10 CLT (Cross Laminated Timber)**
…ひき板(ラミナ)を並べた後、繊維方向が直交するように積層接着した木質系材料
- P13 シビックプライド**
…単なる郷土愛やまち自慢ではなく、自身が地域のまちづくりにかかわっているという責任感を持つこと
- P13 サードプレイス**
…仕事に関わる「職場」やプライベートな「家庭」とは異なる3つ目の居場所
- P33 マイクロツーリズム**
…自宅から1時間から2時間圏内の地元または近隣への宿泊観光や日帰り観光
- P37 SNS(Social Networking Service)**
…登録された利用者同士が交流できるWebサイトの会員制サービス
- P37 ウィズコロナ**
…ワクチンや特効薬などがいない状況の中、感染拡大を防ぎながら新型コロナウイルスと共に生きていくこと
- P37 アフターコロナ**
…ワクチンや薬などで、ある程度コロナ禍が落ち着いた状況
- P38 キッズウィーク**
…地域ごとに学校の夏休みなどの長期休業日を分散化し、大人と子どもが一緒にまとまった休日を過ごす機会を創出しやすくするための取組
- P38 ブレジャー**
…「ビジネス」と「レジャー」を合わせた造語
- P38 ブランドイメージ**
…社会や消費者が持っている商品に付与されているブランドに対するイメージのこと
- P39 ニューツーリズム**
…従来型の観光旅行ではなく、テーマ性の強い体験型の新しいタイプの旅行とその旅行システム全般
- P39 マーケティング**
…商品開発や宣伝、市場分析など、顧客の欲求を満たすために行われるありとあらゆる企業活動の総称
- P41 シティプロモーション**
…地方自治体によって行われる、地域のイメージを向上させるために行われる活動
- P46 Wi-Fi**
…国際標準規格であるIEEE802.11規格を使用したデバイス間の相互接続が認められたことを示す名称
- P46 オンライン予約**
…利用したいサービスをインターネットで予約できるサービス
- P46 キャッシュレス決済**
…現金を「Less(少なくする)」ことを目的とした決済方法
- P47 インフラ整備**
…日常生活に必要な交通、及び各種の設備をきちんと整えること
- P50 ユニバーサルデザイン**
…出来るだけ多くの人が利用できることを目指した建築・製品・情報などの設計(デザイン)
- P57 エコツーリズム**
…自然環境のほか、文化・歴史などを観光の対象とし、環境保護と持続可能性を考慮するツーリズム(旅行、リクリエーションのあり方)
- P57 グリーンツーリズム**
…農山漁村に滞在し農漁業体験を楽しみ、地域の人々との交流を図る余暇活動のこと