第３章　観光振興の基本方針

塩竈市の観光を取り巻く現状と課題を踏まえて、塩竈市観光振興のコンセプト、基本方針を以下のように整理しました。

コンセプト

千年の歴史と美食にであう港町・塩竈

- 鹽竈神社と門前町でご利益を授受
- マリンゲート塩釜で海の恵みを体験
- 飲食店・塩釜水産物仲卸市場・魚市場で美食体験
- 浦戸諸島でゆったり島ぐらし

第３章　観光振興の基本方針	第４章　基本施策
(1) 観光客のニーズを調査して、マーケットインの発想で観光振興に取り組みます。	**1. 観光メニューづくり** (1) 観光マーケティングの分析・活用
(2) 観光客を県内、近県、首都圏、全国、海外と明確に区分して、それぞれのニーズに対応した観光メニューを開発します。	(2) ストーリー性のある観光メニューづくり (3) 観光案内機能の充実 (4) 食の開発 (5) お土産を購入する場の充実 (6) 交通利便性の向上
(3) 鹽竈神社をまちの象徴と位置づけ、鹽竈神社と塩竈市の歴史を物語化して発信します。 (4) 塩竈市のブランドを確立して、統一したイメージで全国・世界に発信します。	(7) 塩竈市観光振興コンセプトに沿った塩竈ブランドの確立
(5) 国内外に向けて情報発信と集客・誘客に取り組みます。	**2. 情報発信・集客・誘客** (1) 情報発信手段の多様化と内容の充実 (2) ターゲット別情報発信 (3) 戦略的な集客・誘客プロモーションの実施 (4) シティープロモーション活動の推進
(6) 観光振興を行政、団体、企業、市民が協力して進めます。	**3. 人材育成・体制づくり** (1) 人材の育成 (2) 体制づくり
(7) 宮城県や周辺の市町などと広域的に連携して観光振興に取り組みます。	(3) 広域連携

発地別ターゲットへのきめ細やかな観光メニューづくりと情報発信・集客・誘客

- ターゲット(1) 宮城県内の観光客
- ターゲット(2) 近県の観光客
- ターゲット(3) 首都圏の観光客
- ターゲット (4) 北海道・関西方面などの観光客
- ターゲット (5) 海外の観光客

1 コンセプト

塩竈市の多様な主体が、協働で観光振興に取り組むため全員で共有できる塩竈市観光の理念（コンセプト）を以下のように設定しました。

コンセプト

千年の歴史と美食にであう港町・塩竈

鹽竈神社と門前町でご利益を授受	マリンゲート塩釜で海の恵みを体験	飲食店・塩釜水産物仲卸市場・魚市場で美食体験	浦戸諸島でゆったり島ぐらし

市民が参加したワークショップから『千年を単位としたまちづくり』というキーワードが抽出され、多様な主体が協働で持続可能なまちづくりを推進していくために、塩竈市の『これまでの千年』の歴史を大切にしながら、『これからの千年』をつくっていくことを軸としてこのコンセプトは設定されました。

2 基本方針

塩竈市の多様な主体が、協働で観光振興に取り組むための基本方針を以下のように整理しました。

(1) 観光メニューづくり

①観光客のニーズを調査して、マーケットインの発想で観光振興に取り組みます。
②観光客を県内、近県、首都圏、全国、海外と明確に区分して、それぞれのニーズに対応した観光メニューを開発します。
③鹽竈神社をまちの象徴と位置づけ、鹽竈神社と塩竈市の歴史を物語化して発信します。
④塩竈市のブランドを確立して、統一したイメージで全国・世界に発信します。

(2) 情報発信・集客・誘客

⑤国内外に向けて情報発信と集客・誘客に取り組みます。

(3) 人材育成・体制づくり

⑥観光振興を行政、団体、企業、市民が協力して進めます。
⑦宮城県や周辺の市町村などと広域的に連携して観光振興に取り組みます。

3 観光客のターゲット

塩竈市を訪れる観光客のターゲットを発地別に5つに分けて、きめ細かな観光メニューづくりと情報発信・集客・誘客に取り組みます。

(1) 宮城県内の観光客

仙台市民や宮城県民は、初詣のような年間行事や、結婚などの人生の節目に鹽竈神社に参拝する習わしが広く浸透し、塩竈市をたびたび訪れています。また、祭りやイベントに参加したり、マリンゲート塩釜や塩釜水産物仲卸市場で買い物や食事を楽しんだり、塩竈前の寿司を楽しんだりする利用者も大勢います。さらに浦戸諸島で、夏休みに家族で海水浴を楽しむこともありました。

このような塩竈市をたびたび訪れる仙台市民や宮城県民に対して、塩竈市は気軽に訪問できる地理的なメリットを生かして、鹽竈神社の門前町の魅力を高めて、まちあるきや食体験、芸術鑑賞などを楽しめるようにするとともに、塩釜水産物卸売市場や塩竈市魚市場での体験や買い物、浦戸諸島での自然体験などの観光メニューの充実を図り、観光集客を推進していきます。

(2) 近県の観光客

福島県、山形県、岩手県など隣接する県民は、鹽竈神社の参拝、塩釜水産物仲卸市場の海鮮丼体験と買い物、マリンゲート塩釜から松島湾遊覧船を楽しむなど、個人グループや団体客として、塩竈市をたびたび訪れています。

このような近県の観光客に対して、鹽竈神社の門前町の魅力向上や、塩釜水産物仲卸市場や塩竈市魚市場の食体験、マリンゲート塩釜と松島湾観光などの観光資源をさらに磨くとともに、松島町や多賀城市などの周辺市町（松島“湾”ダーランドエリア）と連携して観光周遊ルートを改善し、観光集客を推進していきます。

(3) 首都圏（東京、埼玉、神奈川、千葉）の観光客

首都圏の観光客は、生涯一度は日本三景の一つである松島湾を訪れますが、鹽竈神社と門前町やその他の観光資源については、首都圏で得られる観光情報が少なく、訪れる観光客も少ない状況にあります。

そこで首都圏の観光客に対して、これまでの取り組み以上に鹽竈神社の歴史や伝統を発信するとともに、門前町のまちあるきの魅力や、塩釜水産物仲卸市場や塩竈市魚市場での食体験、マリンゲート塩釜と松島湾遊覧船などを観光メニューとして組み合わせて、個人や団体客の集客を推進していきます。また、浦戸諸島での島の暮らしや漁業体験など、離島ならではの体験メニューで教育旅行や個人向け集客を推進していきます。

(4) 北海道や関西方面等の観光客

北海道新幹線の開業や仙台空港の民営化などのアクセス向上を生かし、東日本大震災からの復興と、東北の自然や農漁業を体験できる観光メニューを、広域連携により教育旅行として発信し始めています。

塩竈市においても、仙台からのアクセスの良さに恵まれた離島・浦戸諸島での島の暮らしや漁業体験など、離島ならではの体験メニューで教育旅行や個人向け集客を推進していきます。

また、東日本大震災の復興支援による絆交流（地域間交流）を継続し、相互交流による交流人口の拡大を推進していきます。

(5) 海外の観光客

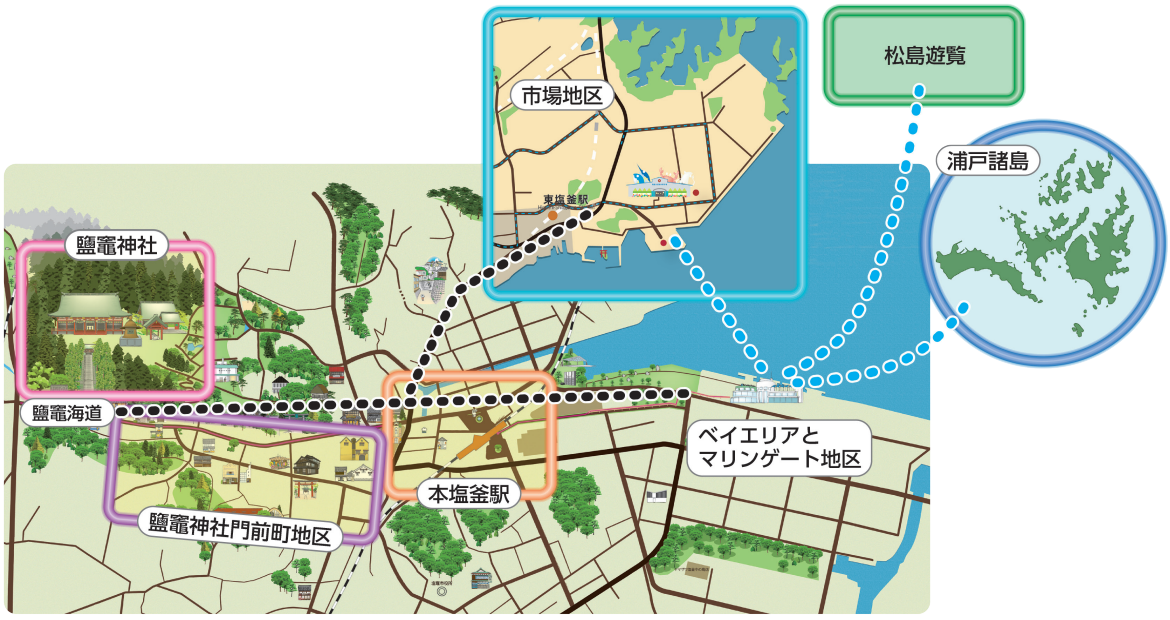
東北地方を訪れる海外の観光客が増加していることから、千年以上の歴史を持つ鹽竈神社と門前町の魅力を発信して、日本の歴史と文化を体験できる観光メニューを開発して、観光集客を推進していきます。

具体的には、台湾・タイなどの東・東南アジア諸国のリピート率の高い個人客を中心とした観光客に、鹽竈神社や松島湾観光などの観光素材を周辺市町と連携した観光メニューとして開発して発信、集客します。また欧米系の個人の観光客は日本文化の学習や体験に関心を有していることから、塩竈市の歴史や文化を学び体験できる観光を、宮城県や近県との広域連携への参画を強化し、発信して集客します。

4 4つの観光拠点とネットワークづくり

塩竈市内の観光地について、「鹽竈神社と門前町地区」を塩竈市観光の顔となる観光拠点と位置づけ、「ベイエリアとマリンゲート地区」「市場地区」「浦戸諸島」を3つの観光拠点に位置づけます。

これら4つの地区間の回遊性を高めるために周遊バスや舟運を運行して、ネットワークする仕組みを作ります。



・4つの観光拠点と交通ネットワークイメージ
注：黒の破線は周遊バス、青色の破線は舟運を表している。

5 4つの観光拠点

(1) 塩竈市観光の顔となる観光拠点「鹽竈神社と門前町地区」

塩竈市を訪れる観光客が最も多く、塩竈市のシンボルである鹽竈神社を中心に、塩竈市の観光の顔となる拠点を「鹽竈神社と門前町」と位置づけて、導入部（JR本塩釜駅）、門前町、鹽竈神社と続く観光ストーリーを明確にします。

この地区は宮城県内だけでなく、近県市場、首都圏市場、さらには海外インバウンド市場など、幅広い観光客を標的市場としています。歴史に裏打ちされた観光ストーリー作りを行うことで、これまで以上に鹽竈神社と門前町との関連性を明確にし、『鹽竈神社と門前町地区』として一体感のある取り組みを推進していきます。

鉄道や自家用車での来訪者のまちなか回遊性を高めるため、本塩釜駅から鹽竈神社までの誘導を明確にします。往路は、現在の鹽竈海道を進み、表参道から楼門をくぐり参拝します。復路は、東参道または歴史ある七曲坂から鹽竈海道を横断して本町通りに入ります。

本町通りを散策しながら、体験、食事、買い物を楽しんでいただきます。そのため、本町通りは和風の雰囲気づくりに取り組みます。また、商店は特色ある商品や料理、サービスを開発して提供します。

(2)「ベイエリアとマリンゲート地区」

海岸通からマリンゲートの前には、市民から千賀の浦と親しまれている塩釜湾が広がっていて、市民にとって心の原風景ともいうべき景観を形成しています。この地区には、海岸部の公園（シオーモの小径・千賀の浦緑地・港町公園）、大型小売店、マリンゲート塩釜、海上保安庁の船舶が停泊する塩釜港西ふ頭などが連なっています。

現在のマリンゲート塩釜は、松島湾観光船と浦戸諸島への発着地としての機能を中心に、観光物産販売、食事、休憩、駐車場などで構成されて、個人と団体客が利用しています。

そこでマリンゲート塩釜を千賀の浦のシンボルとして、集客力をあげるため、塩竈市内で小規模な事業者、浦戸諸島の漁民が手づくりで生産した農産物、水産物、加工品などの直売所を設けます。また、大型バスの団体客を受け入れることのできる収容人数の多い飲食スペースの確保など、松島観光の客の昼食需要を取り込むようにします。

(3)「市場地区」

塩竈市には水産物仲卸市場と再整備された魚市場の2つの市場があり、食のまち塩竈の発信拠点となっています。水産物仲卸市場では、マイ海鮮丼の取組みが成功して約7万人を越える利用者がいます。魚市場は建物の屋上に千賀の浦を見渡すことのできるテラス空間があります。新鮮な魚介類を食材とした食を、魚市場の上の素晴らしい景観のなかで、堪能できるサービスを提供することで、食のまち塩竈を広く発信することが可能となります。

また、現在整備が進められている北浜緑地護岸が完成することで、本塩釜駅から市場までの間に散策できる場や休憩スペースができ、若者や小さな子どもを持つ家族連れなどの利用が今後増加していくことも想定されます。この他、周辺には、「おくのほそ道風景地」や日本遺産「政宗が育んだ伊達な文化」に認定された籬ヶ島もあり、古から現代までの塩竈の港を体感できるエリアを回遊できる仕組みをつくります。

(4)「浦戸諸島」

浦戸諸島は桂島、野々島、寒風沢島、朴島の4島と石浜を加えた5集落からなり、塩釜港から一番近い桂島へは30分ほどで到着することができます。人口は400人ほどの有人の島で、潮騒に包まれたのどかな集落には、歴史と自然に培われた静かな暮らしがあります。漁業は海苔とカキの養殖が盛んで、かつては海水浴、釣り、地引き網、島歩きなどの体験と民宿やペンションもありましたが、震災後は観光施設が一部再開できず、観光客も減少しています。

浦戸諸島では、住民が漁業体験やカヤックなどのマリンスポーツ、島歩きなどの地域おこしに取り組んでおり、すでに子どもの自然体験スクール事業が始まっています。

しかしながら、島には食堂、トイレ、宿泊施設などが十分ではなく、大勢の観光客を受け入れることは困難な状況にあります。

そこで、島のよさや島の暮らしを丸ごと体験してもらう滞在・体験型の体験を、首都圏などの都会の生活者に提案していきます。都会の富裕層やインバウンド観光客が仕事を離れて、離島でゆっくりとした時間（島じかん）を過ごし、島の住民と個人的にふれあいながら自分を取り戻す体験をつくります。