

第4章 基本施策

観光振興の基本施策として、観光メニューづくり、情報発信・集客・誘客、環境整備、人材育成・体制づくりについて、取り組む施策を整理しています。

第3章の基本方針にしたがって、下記の基本施策に取り組みます。

新たな施策を推進しながら、既存事業や過去に取り組んだ事業などの再確認・効果検証などを行い、必要に応じて関係者などと調整し、その仕組みやPR方法などを再構築の上、事業化することも検討していきます。



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

- ・消費者（観光客）からみた塩竈市のイメージを定期的にネット調査
- ・消費者（観光客）の観光に対するニーズや動向の調査
- ・観光先進地の調査や事例研究
- ・市内観光客の動向調査
- ・観光客のターゲット設定・仮説検証

(2) ストーリー性のある観光メニューづくり

- ・鹽竈神社を起点とした海、港の物語の評価と活用
- ・浦戸諸島での離島体験や、市場地区での食体験など、塩竈市ならではの独自性を持った観光メニュー化

(3) 観光案内機能の充実

- ・本塩釜駅構内の観光案内所の充実（2018（平成30）年11月オープン予定）
- ・マリングート塩釜の観光案内機能の拡充
- ・市場地区、浦戸諸島における観光客受入機能の充実
- ・まちなか観光案内機能の充実

(4) 食の開発

- ・寿司はターゲット市場の多様化に対応した、付加価値の高低による選択システムを提供
- ・日本酒について、体験学習のできる場づくり
- ・女子好みのお土産スイーツの充実
- ・藻塩を活用した食品開発の充実
- ・水産加工品の充実

(5) お土産を購入する場の拡充

- ・ワンストップで塩竈市のお土産を買える場所の提供・充実
- ・小規模な生産者が出荷できる地産地消市場の提供
- ・本塩釜駅周辺における観光物産売り場や人が集えるカフェの充実

(6) 交通利便性の向上

- ・本塩釜駅、鹽竈神社・門前町地区、バイエリアとマリングート地区、市場地区を結ぶ二次交通（周遊バスやタクシー、シャトル船など）の運行
- ・本塩釜駅を起点とし、市内の各拠点や近隣市町を結べるレンタサイクルのシステム導入
- ・観光的な魅力を持つ人力車の実施
- ・仙台駅と塩釜駅、本塩釜駅間のアクセス向上
- ・塩竈をテーマとする「寿司海道」・酒蔵などとの連携による観光列車の運行再開・遊覧船運航の内容充実

(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

- ・塩竈市観光振興コンセプト『千年の歴史と美食にであう港町・塩竈』を推進し、塩竈市のさらなるブランド力を強化するため、各拠点でのコンセプトロゴタイプ・マークを新規制作し、既存ロゴタイプ・マークの元に共存させ、利活用を強化
- ・『千年の歴史と美食にであう港町・塩竈』を軸にした塩竈ブランドの情報発信による認知度の上昇

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

- ・インターネットHPの充実
- ・インスタグラムやフェイスブックなどのSNSの活用
- ・塩竈市内で活用する観光地図や冊子の充実（選択・集約による、コンテンツの充実）

(2) ターゲット別情報発信

- ① 仙台市近隣市町（特に本市に近接する泉区・宮城野区および富谷市などを想定）
 - ・仙台駅や商店街におけるイベント
 - ・仙台市などに情報発信拠点を整備または連携強化
 - ・仙台市などの駅、地下鉄、バスなどの公共交通機関における情報発信
 - ・テレビ、ラジオ、新聞、タウン誌を活用した情報発信強化
- ② 近県
 - ・県庁所在都市や交流のある市町における観光PRイベントの実施強化
 - ・発地の旅行代理店に対する営業活動の実施
- ③ 首都圏、北海道・関西方面など
 - ・銀座や日本橋などの都心エリアにおけるマルシェ・イベントの実施
 - ・池袋の宮城ふるさとプラザにおけるイベントの実施
 - ・全国ネットのTV局の旅番組を通じた情報発信の強化
 - ・企業の支社や支店が多い仙台市の全国へ向けた発信力を活用した情報発信の強化
 - ・広域連携による発地の旅行代理店に対する営業活動の継続
 - ・東日本大震災の復興支援の絆により築いた地域間交流の活用継続
- ④ 海外
 - ・多言語のインターネットホームページ、インスタグラム、フェイスブックなどの作成・充実
 - ・海外のSNSのインフルエンサーの招致を通じた情報発信強化（対象国ごとに最適化された情報発信）
 - ・広域連携などを活用した情報発信の強化

(3) 戦略的な集客・誘客プロモーションの実施

① マスメディア向けのPR素材の充実

- ・塩竈ブランドの物語と塩竈市観光振興コンセプトロゴタイプ・マークの活用強化
- ・写真素材の整備と提供
- ・CM動画の活用強化

② 鉄道や航空など交通機関と連携したプロモーション

- ・仙台空港に乗り入れている航空会社の機体に塩竈ブランドを掲示
- ・仙台空港に乗り入れている航空会社の機内や仙台空港での観光PR
- ・JRにおける既存のPR（ポスター・中吊り・冊子など）と仙台駅での観光PRの拡充

③ 映画の撮影誘致などのフィルムコミッションの取り組み

- ・塩竈の物語に関する映画の制作とPR
- ・テレビ・ドラマの舞台としてロケーション・サービスの提供

(4) シティープロモーション活動の推進

- ・仙台市における宮城県、東北、全国市場へ向けたシティープロモーション活動
- ・東京における首都圏に向けたシティープロモーション活動
- ・海外におけるインバウンド市場に向けたシティープロモーション活動



塩竈神社の「塩竈桜」

3 人材育成・体制づくり

(1) 人材の育成

- ①既存ボランティアガイドおよび有料ガイドがそれぞれのフィールドで活躍できる仕組みづくり
 - ・既存ボランティアガイドの知識を生かした、鹽竈神社や門前町などの歴史文化に関するガイドの支援
 - ・門前町を、娯楽性を持って案内するガイドの育成と、より専門性や満足度の高い有料ガイドの導入
 - ・ベイエリアとマリゲート地区で海洋性レクリエーション活動を支援する有料ガイドの育成
 - ・市場地区でキッチンスタジオを活用して魚食教育のできる有料ガイドの育成
 - ・浦戸諸島で島くらしを指導できる有料ガイドの育成
- ②企画と事業推進を担う観光プランナーの育成
 - ・よりガイド能力の高いランドオペレーターとして活躍できる人材の育成

(2) 体制づくり

- ・市内全体の観光振興を推進する既存の各団体（塩竈市観光物産協会、塩釜商工会議所、塩釜市青年四団体連絡協議会など）の役割分担に基づく再構築または機構の設立支援（民間主体）、また、第三種旅行業取得なども視野に、独自財源確保のための旅行・観光の付帯サービス提供（レンタサイクル・手荷物配達など）、有料ガイドサービス手配、旅行商品の販売などの検討
- ・NPOによる歴史・芸術・文化やまちあるき活動の推進
- ・上記の団体と活動をコーディネートする外部プロデューサーの起用
- ・市内外の観光事業者とともに、宿泊場所の確保について、千賀の浦観光推進特区や地域未来投資促進法、住宅宿泊事業法（2018（平成30）年6月施行）などの活用を視野に入れた検討

(3) 広域連携

- ・広域でのメリットを生かし、「（一社）東北観光推進機構」との外国向けを中心とした連携強化や、国内外向けに「宮城県関連の広域の枠組み」への積極的な参画
- ・「観光には自治体の境界はない」という視点から、それぞれの強みを生かした「松島“湾”ダーランド構想」に参加している松島湾エリア3市3町（塩竈市、多賀城市、東松島市、松島町、七ヶ浜町、利府町）連携の充実と強化
- ・国内外での知名度とアクセスの利便性が高い「仙台」を生かし、主にインバウンド誘致に取り組む「仙台・松島復興観光拠点都市圏DMO」への積極的な参画
- ・主に教育旅行誘致の強化のため、「伊達な広域観光推進協議会」への積極的な参画