



塩竈市観光振興ビジョン(概要版)

発行日：平成30年3月

発行：塩竈市

編集：産業環境部観光交流課

電話：022-364-1165 FAX：022-364-1169

E-mail：kankou@city.shiogama.miyagi.jp

塩竈市観光振興ビジョン (概要版)

千年の歴史と美食にであう港町・塩竈



塩竈市

4 観光振興の基本方針と基本施策

塩竈市の多様な主体が協働で観光振興に取り組み、持続可能なまちづくりを推進していくため、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コンセプトを設定しました。また、コンセプトを元に観光振興の基本方針を整理し、観光メニューづくり、情報発信・集客・誘客、人材育成・体制づくりなどの基本施策を展開していきます。

コンセプト

千年の歴史と美食にであう港町・塩竈

塩竈神社と門前町で
ご利益を授受

マリゲート塩釜で
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

基本方針

- (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) 塩竈神社をまちの象徴と位置づけ、塩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。
- (5) 国内外に向けて情報発信と集客・誘客に取り組みます。
- (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などと広域的に連携して観光振興に取り組みます。

基本施策

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) 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
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) シティプロモーション活動の推進
3. 人材育成・体制づくり
 - (1) 人材の育成
 - (2) 体制づくり
- (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

5 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、「塩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、「ベイエリアとマリゲート地区」、「市場地区」、「浦戸諸島」を合わせて、塩竈市の観光振興の軸となる4つの観光拠点とします。

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。



塩竈神社と門前町地区

- 塩竈市のシンボルである塩竈神社を中心に、塩竈市の観光の顔となる拠点を「塩竈神社と門前町」と位置づけ、導入部(JR本塩釜駅)、門前町、塩竈神社と続く観光ストーリーを明確化
- 『塩竈神社と門前町地区』としてブランディングを進め、一体感のある取り組みを推進



門前町のまちなみ

ベイエリアとマリゲート地区

- マリゲート塩釜を千賀の浦のシンボルとして、ベイエリアと共に集客力のある施設に
- 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、松島観光客の昼食需要を取り込む



塩竈みなと祭 御座船「鳳凰丸」

市場地区

- 仲卸市場のマイ海鮮丼、魚市場のテラスなどのコンテンツを活用し、食のまち塩竈を広く発信
- 「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などを活用し、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作る



塩釜水産物仲卸市場の「マイ海鮮丼」

浦戸諸島

- マリンスポーツ、島歩き、小型船による観光遊覧など、島ならではのコンテンツで誘客
- 島のよさや島のくらしを丸ごと体験してもらう滞在・体験型の体験で、首都圏などの都会の富裕層やインバウンド観光客への誘客を推進



夏の浦戸諸島

6 アクションプラン

4つの観光拠点を軸に、塩竈市の観光振興を具体的に推進してゆき、各観光拠点の魅力を引き出し、集客力を高めるアクションプラン(行動計画)です。

鹽竈神社と門前町地区	ベイエリアとマリングート地区
<p>鹽竈神社の門前町として、体験、食事、買い物など、さまざまな活動を楽しめるにぎわいのまちづくり</p> <p>①門前町のブランディング(風情づくり) ②娯楽性のある門前まちあるきガイドの育成 ③門前町のイベント開催・門前町の新商品・サービスの開発 ④観光案内所のインバウンド対応とまちなか観光案内の充実 ⑤日本遺産「政宗が育んだ“伊達”な文化」の魅力発信</p>	<p>観光客が海に触れて、水産物を買ったり、食事を楽しんだりする場づくり</p> <p>①みなとオアシスとしての機能強化 ②マリングート塩釜と魚市場を結ぶ二次交通の運行 ③マリングート3階空きスペースの活用検討 ④マリングート1階空きスペースの活用検討</p>
市場地区	浦戸諸島
<p>新鮮な水産物を食べて、買って、体験できる場づくり</p> <p>①魚市場テラスの一般開放と利活用 ②塩釜水産物仲卸市場における市場食堂(横丁)の整備 ③塩釜水産物仲卸市場のキッチンスタジオを活用した体験プログラムの充実 ④魚市場の展示スペースの活用</p>	<p>浦戸諸島の島時間・島のくらしを体験できるコンテンツ整備</p> <p>①遊休施設を活用した交流施設づくり ②地元の事業推進組織づくり ③教育旅行の誘致</p>



市内の酒蔵を説明する「蔵ガイド」



どっと祭り



島々を巡る観光遊覧船



浦戸の漁師が使う小型の船「だんべっこ船」で、観光船では見ることができない浦戸の裏側を見学

7 観光振興ビジョンの主な目標設定

塩竈市観光振興ビジョンの主な達成目標です。

現在の第5次塩竈市長期総合計画は2020年度までを示していることから、観光振興ビジョンの中間検証を行う2020年を目標値の設定としました。

分野	項目	目標値 2020年	基準値 2017(H29)年	(単位)	評価方法
集客	観光客入込数	243	219	(万人)	市内各観光地点へ照会
消費	観光消費額(日帰り単価)	4,100	3,920	(円)	観光客アンケート調査から試算
	観光消費額(市外宿泊単価)	4,600	4,346	(円)	
	観光消費額(市内宿泊単価)	11,900	11,405	(円)	

8 進捗管理

アクションプランの実施と目標の評価のため、PDCAサイクルを取り入れ、以下のように取り組みます。

	概要	実施項目
(1) 観光振興ビジョン推進の評価	観光振興ビジョン推進の進捗状況について、アクションプランの実施時や、第5次長期総合計画の総括及び第6次塩竈市長期総合計画策定時などにおいて、外部有識者やアクションプランの実施関係者などによる定期的な確認と評価を実施します。	<ul style="list-style-type: none"> 各アクションプランの効果測定と評価 前年度事業の実施状況評価
(2) 各種調査の実施	観光客動態調査や観光客アンケート調査の定期的な実施や、事業実施時などに合わせて各種調査を行い、目標値の達成度を確認します。	<ul style="list-style-type: none"> 観光客動態調査 観光客アンケート調査 塩竈ブランドの認知度調査など 仙台・松島復興観光拠点都市圏DMOが実施する広域(6市3町)調査データの利活用 各事業実施による満足度調査など



門前町の歴史的な建物



鹽竈神社の「鹽竈桜」



浦戸諸島・初夏の野々島「ラベンダー畑」



浦戸諸島「桂島海水浴場」