

パブリックコメント用

第二次登米市商工観光振興計画 (案)



令和〇年〇月
登米市



目 次

序 章	登米市商工観光振興計画とは	
1	登米市商工観光振興計画とは	1
2	関連計画との位置づけ	1
3	本振興計画の計画期間	1
4	第一次商工観光振興計画の総括	2
第1章	第二次登米市商工観光振興計画の策定にあたって	
1	策定の趣旨	3
2	策定の背景	3
3	基本理念	4
4	SDGsと本振興計画の関係	6
第2章	登米市の現状	
1	位置と沿革	7
2	人口・世帯数と産業別就業人口数	7
3	現状と課題 (1) 商業	9
	(2) 工業	11
	(3) 観光	14
第3章	目指す将来像	
第1節	商業の振興	17
1	商店街のにぎわい創出と多様化するニーズへ対応したサービスへの支援	18
2	商業振興を支援する体制の強化	21
3	新規事業者や販路開拓、事業承継等による経営支援策の拡充	22
4	中小企業・小規模事業者の経営の安定化	25
第2節	工業の振興	27
1	持続的成長ができる地域企業の育成	28
2	ものづくり産業の戦略的育成・強化	30
3	雇用の創出と企業誘致の推進	31
第3節	観光の振興	33
1	観光の魅力創造と体験型観光の推進	34
2	観光客受入体制の強化	39
3	戦略的な情報発信と観光客誘致	43
第4章	計画の推進	
1	計画の推進体制	46
2	計画の進行管理	46
資料編		
[資料1]	登米市商工観光振興計画策定までの経過	47
[資料2]	登米市商工振興審議会条例	48
[資料3]	登米市商工振興審議会委員名簿	49
[資料4]	登米市商工観光振興計画策定検討委員会設置要綱	50
[資料5]	登米市商工観光振興計画策定検討委員会委員名簿	51

序 章

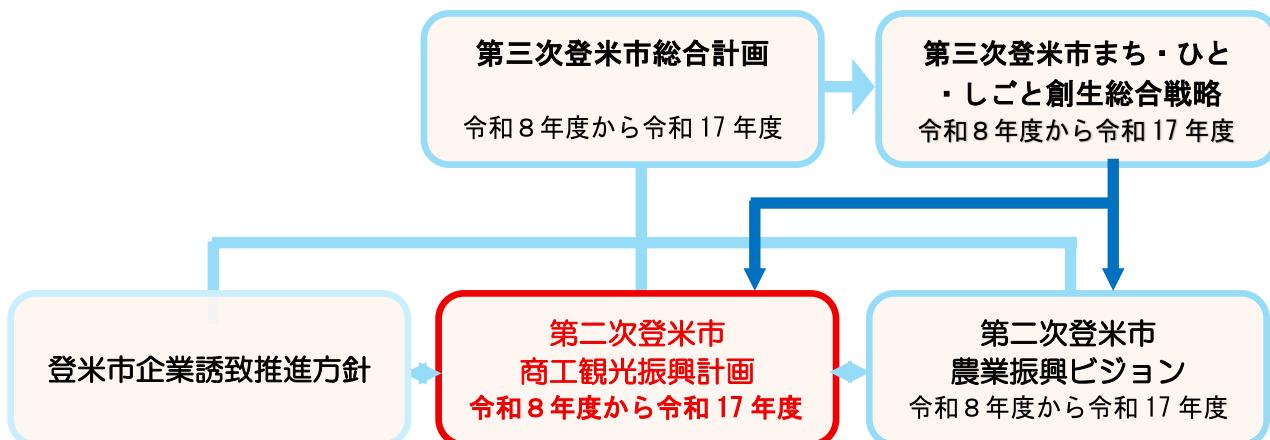
登米市商工観光振興計画とは

1 登米市商工観光振興計画とは

市の総合計画が市政全般にわたる総合的な指針であるのに対し、「登米市商工観光振興計画」（以下「振興計画」という。）は商業・工業・観光及びその横断的な分野に関する産業振興の具体的な指針としての役割を果たすものです。

2 関連計画との位置づけ

本振興計画は、「第三次登米市総合計画」を上位計画として、「第三次登米市まち・ひと・しごと創生総合戦略」や「第二次登米市農業振興ビジョン」などの関連計画と整合性を図り、一体として取り組むものです。



3 本振興計画の計画期間

本振興計画は、令和8年度から令和17年度までの10年間を計画期間とします

	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15	R16	R17
登米市商工観光振興計画	前回計画											第二次登米市商工観光振興計画
登米市総合計画	前回計画											第三次登米市総合計画
登米市まち・ひと ・しごと創生総合戦略	前回計画											第三次登米市まち・ひと・しごと創生総合戦略
登米市農業振興ビジョン	前回計画											第二次登米市農業振興ビジョン

4 第一次商工観光振興計画の総括

第一次商工観光振興計画は、「地域をあげた魅力創造による商工観光の持続的な発展」を基本理念に商業・工業・観光の分野ごとに基本目標を定め、個別施策により主な指標の達成に向け推進してきました。基本目標ごとの指標全体では、目標年度(令和7年度)に対する令和6年度の進捗率は74.6%に留まり、人口構造の変化や新型コロナウイルス感染症の影響からの回復、あらゆる物の物価高騰など地域経済への影響による課題が残されています。

(1) 基本目標ごとの総括

【商業の振興：魅力ある個店づくりとにぎわいを創出する 経営支援による商業の持続的発展】 (進捗率 74.9%)

商工業者数や空き店舗率は目標を達成し、一定の成果が見られました。

しかし、その一方で、商店の年間販売額・商店数・従業員数は軒並み目標を大きく下回っており、特に商店数と従業員数の減少が深刻です。市の支援による起業・創業者数も目標の半分程度となっており、商業の担い手創出と、地域商業全体の活性化が大きな課題として残りました。

【工業の振興：既存企業の育成・企業誘致による工業の発展と雇用の創出】 (進捗率 76.9%)

製造品出荷額や従業員数は、目標に対し7割後半の進捗率を維持しました。

しかし、その一方で、全ての指標が目標を下回っており、特に新規高等学校卒業者の市内就職割合は目標達成率が74.4%に留まりました。令和6年度の市内就職率は急激な落ち込みを見せるなど不安定な状況であり、若者の地元定着と、それを支える市内企業の生産活動の維持・発展が大きな課題として残りました。

【観光の振興：五感体感・魅力創造による観光振興と交流人口の拡大】 (進捗率 72.2%)

新型コロナウイルス感染症の影響で観光需要が大幅に落ち込み、目標達成に至りませんでしたが、観光・宿泊需要の回復やポストコロナに向けた観光誘客の取組を着実に実施した結果、回復基調に転じています。一方で、観光の主目的が道の駅での買い物が中心であり、各観光施設では“見る”観光に留まっているため滞在時間が短いほか、認知度が低く戦略的な情報発信が不足しているという課題は依然として残っています。

第1章

第二次登米市商工観光振興計画の策定にあたって

1 策定の趣旨

令和5年度に本市が実施した市民意向調査では、市民が最優先とする課題として「雇用の場の確保」が上位項目となっています。商業は中心市街地の活性化、工業は企業誘致と雇用創出を両立するバランスの取れた発展、観光は豊かな自然や農産物を活かした魅力発信、物産は高品質な一次産品に加え、6次産業化の推進が求められています。

登米市第二次総合計画（平成28～令和7年度）に基づき、商工観光振興に取り組んできましたが、前述した現状と課題のとおり取り巻く環境は厳しい状況にあります。第三次総合計画（令和8～令和17年度）のまちづくりの基本政策Ⅱ『生き生きと人々が集い活力のあるにぎわうまちづくり』を目指し、商業、工業及び観光振興の具体的な施策として、本計画を策定するものです。

2 策定の背景

地域経済の衰退、人口減少社会という大きな課題に立ち向かい、市民一人ひとりが豊かさを実感できる暮らしを持続的に確保するため、地域経済の好循環を創造することが不可欠です。市民・事業所・行政など、あらゆる主体が「共創」の精神で連携し、地域をあげての商業、工業及び観光振興による活力と魅力あふれる「にぎわうまち」づくりを進めます。

本振興計画では、市民・事業者・商工観光団体・教育機関・県及び市などが連携、協力し、相互に進行管理を図りながら推進するため、基本理念を次のとおり掲げ、商業、工業及び観光それぞれの基本方針を以下のとおりとします。

3 基本理念

『しごと』と『くらし』の好循環創出による 商工観光の持続的な発展

3 つ の 核

強みの「深化」 未来への「革新」 地域一体の「共創」

キャッチフレーズ

「技」、「にぎわい」、「出会い」、そして「感動」
～登米市の多彩な産業を未来へ～

この基本理念は、登米市の持続的な発展を実現するため、以下の3つの具体的な行動指針を示しています。

- 1 **強みの「深化」**：登米市の基盤である、豊かな自然・歴史・文化・食といった多様な地域資源や、ものづくり産業基盤といった独自の強みを再認識し、その価値をさらに磨き上げることを意味します。
- 2 **未来への「革新」**：社会経済情勢の変化に対応するため、商業におけるDXの推進、工業におけるスマートファクトリー化、観光におけるガストロノミーツーリズムなど新たな体験型コンテンツの造成といった、新技術の導入や新たな価値の創出に積極的に挑戦する姿勢を示します。
- 3 **地域一体の「共創」**：市民・事業者・商工観光団体・教育機関・県及び市など、あらゆる主体が「共創」の精神で連携し、一体となって地域課題の解決と魅力あふれるまちづくりに取り組む姿勢を示します。

これら「深化」「革新」「共創」の取組を通じて、市民生活の基盤となる雇用の場を確保・創出し、地域経済の活性化を実現することで、登米市が未来に向けて持続的に発展する道筋を明確にするものです。

商業の振興

基本目標 「魅力と活力ある地域商業を創出する経営支援による商業の持続的発展」

基本方針1 商店街のにぎわい創出と多様化するニーズへ対応したサービスへの支援

基本方針2 商業振興を支援する体制の強化

基本方針3 新規事業者や販路開拓、事業承継等による経営支援策の拡充

基本方針4 中小企業・小規模事業者の経営の安定化

工業の振興

基本目標 「地域企業の育成・戦略的な企業誘致と安定した雇用創出」

基本方針1 持続的成長ができる地域企業の育成

基本方針2 ものづくり産業の戦略的育成・強化

基本方針3 雇用の創出と企業誘致の推進

観光の振興

基本目標 「魅力満開、五感に響く新たなツーリズムの共創による交流人口の拡大」

基本方針1 観光の魅力創造と体験型観光の推進

基本方針2 観光客受入体制の強化

基本方針3 戦略的な情報発信と観光客誘致

4 SDGsと本振興計画の関係

平成27年9月に国連で採択され、世界が合意した「持続可能な開発目標」(Sustainable Development Goals=SDGs)は、全世界の共通課題である貧困や不平等・格差、テロや紛争、気候変動など様々な課題を2030年までに解決し、「誰一人取り残さない」世界の実現を目指すために17の目標を設定しています。

SDGsの考え方は、登米市総合計画に掲げるまちづくりの基本理念「協働による登米市の持続的な発展」に合致し、その内容が取り入れられたことから、本振興計画においても、SDGsの多様な目標を取り入れるとともに、本市商工観光業が抱える諸課題を解決するため、SDGsの取組を推進します。

本振興計画においては、特に以下のSDGs目標へのアプローチが重要となります。

目標4：質の高い教育をみんなに

目標7：エネルギーをみんなにそしてクリーンに

目標8：働きがいも経済成長も

目標9：産業と技術革新の基盤をつくろう

目標12：つくる責任つかう責任

目標17：パートナーシップで目標を達成しよう

以上の目標に市民・事業者・商工観光団体・教育機関・県及び市などが連携し、環境に配慮しつつ、社会・経済に関わる様々な課題を解決していく視点をもって取り組みます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



第2章 登米市の現状

1 位置と沿革

本市は宮城県の北東部に位置し、北部は岩手県に、西部は栗原市及び大崎市に、南部は石巻市及び涌谷町に、東部は気仙沼市及び南三陸町に接し、人口は71,370人（R7.3末現在住民基本台帳人口）、面積は536.09km²で人口、面積ともに宮城県内第5位となっており県全体の7.36%を占めています。

地勢は、西部は丘陵地、東部が山間地で、その間を県内有数の穀倉地帯である広大で平坦肥沃な登米耕土が広がっています。宮城米「ササニシキ、ひとめぼれ」の主産地であるとともに、ブランド牛肉「仙台牛」の県内最大の生産地（県内出荷量の約4割）でもあります。

また、本市北西部にはハクチョウやガンなどが飛来する伊豆沼・内沼を、国内唯一の常設8レーン国際A級公認ボートコースを有する長沼、南には遊歩道と浮桟橋が整備された平筒沼など、豊かな水辺環境に恵まれております。



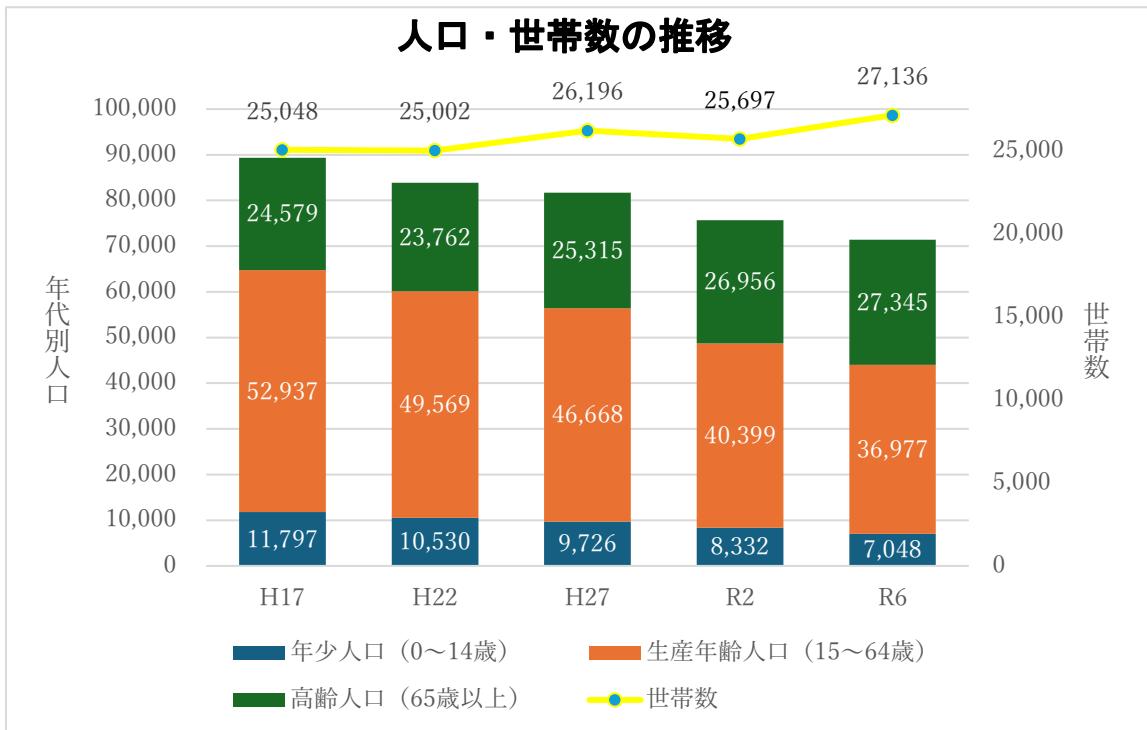
- 人口／71,370人(令和7年3月末現在)
- 世帯／27,136戸(令和7年3月末現在)
- 面積／536.09km²

2 人口・世帯数と産業別就業人口数

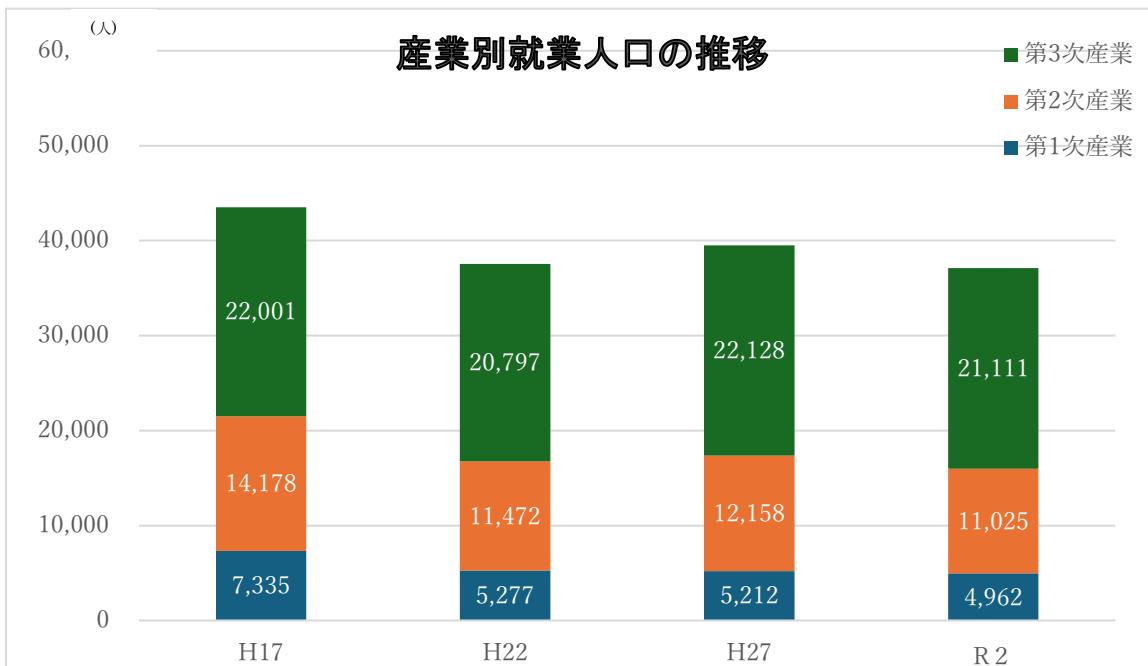
本市の人口は、令和7年3月末において71,370人で、令和2年国勢調査より、6%ほど減少しています。一方、世帯数は同時期において27,136世帯で、同調査より5%ほど増加しており、核家族化の進行など世帯構成の変化が見られます。

年齢構成を見ると0～14歳の年少人口は令和2年国勢調査より15%、15～64歳の生産年齢人口は8%それぞれ減少し、65歳以上の高齢人口は1%増加しており、少子高齢化がさらに進行しています。

特に進学や就職を機とした10代後半から20代の若者層の転出超過が続いている、地域経済の将来的な担い手確保が喫緊の課題となっています。就業人口の推移（平成17年～平成27年）を見ると、農林業などの第一次産業は31%、製造業や建設業などの第二次産業は30%減少了しました。これに対し小売業やサービス業などの第三次産業は4%増加しており、第一次及び第二次産業からの産業構造の変化が際立っています。



資料：総務省「国勢調査報告」（各年 10月 1日現在） R6は7年3月末の住民基本台帳人口による。
注）：人口の合計はH17に3人、H22に108人、H27に250人、R2に350人の年齢不詳者を含めてい
るため、各年の年齢別3階層人口の合計数値とは一致しません。
※生産年齢人口 生産活動に就いている中核の労働力となるような年齢（15~64歳）の人口のこと。



資料：総務省「国勢調査報告」（各年 10月 1日現在）
注）：就職者数の合計には、H12に12人、H17に84人、H22に1,866人、H27に2,466人、R2に1,794
人の分類不能の産業を含めているため、各年の産業別就業者数の合計数値とは一致しません。

3 現状と課題

(1) 商業

① 卸売・小売業の商店数及び年間販売額が減少

本市の商業について、年間販売額は令和3年度までの5年間で 240 億円もの減少に転じており、極めて深刻な状況です。この背景には、全国的な課題である既存商店主の高齢化と後継者不足や郊外の大型店との競合に加え、コロナ禍を経て急速に消費者の生活に浸透したECサイト（ネット通販）の普及など、本市の小規模事業者が抱える構造的な課題が浮き彫りになっています。この結果、卸売・小売業の事業所数も同期間で 88 件減少しており、小規模事業者や個人事業主に対する対策が急務です。



注) : 登米中央商工会、みやぎ北上商工会、登米みなみ商工会統計による



注) : H19 は商業統計、H21 以降は経済センサスの数値による。
H21 及び H26 の年間販売額調査は実施されていない。(経済産業省)

② 空き店舗等の増加

県商店街実態調査によると、本市の空き店舗率は、令和5年度に15.9%と平成29年度の19.7%から減少しています。しかし、これは商店会の解散や採算の取れない店舗が商業統計の対象から外れた、あるいは解体・空き地化した結果も含まれており、商店街の活力低下に歯止めがかかったとは言えない状況です。むしろ商業機能そのものが失われつつあるという、より深刻な課題を示しています。

また、商店街の空洞化に拍車がかかっていることに加え、新型コロナウイルス感染症及びエネルギー等物価高騰の影響も踏まえ、経営面や後継者の育成をどのように支えていくかが課題です。



資料：宮城県商店街実態調査(H29.12 宮城県経済商工観光部商工経営支援課)における市内商店会の数値を基に集計。

注）：H23～H25は震災影響により、調査は未実施。

H26に営業店舗・空き店舗が減少しているが、5商店会の解散、消滅により16商店会による集計。

③ 経営改善、活性化に向けた取組

本市が実施する中小企業、小規模事業者向けの経営支援施策について、令和6年度の活用件数は178件で、商工者数の5%、商工会員数の9.3%となっています。

特にビジネスチャンス支援事業は、店舗改修等に活用があるものの、マーケット開拓や人材育成事業といった事業創造の分野での活用が少ない状況にあることから、ニーズに応じた支援策の見直しを行います。

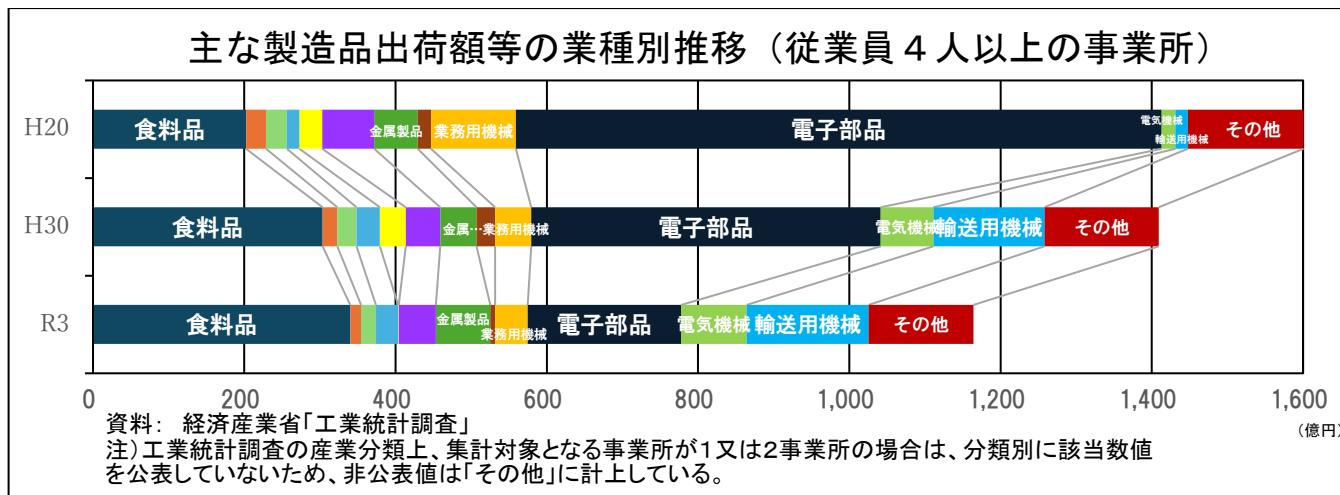
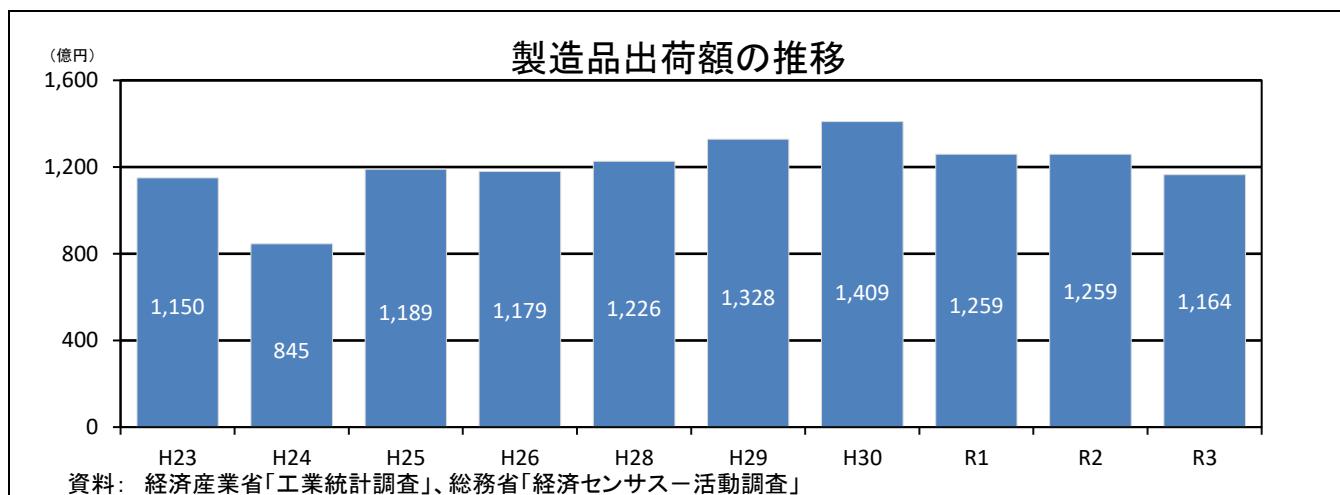
(2) 工業

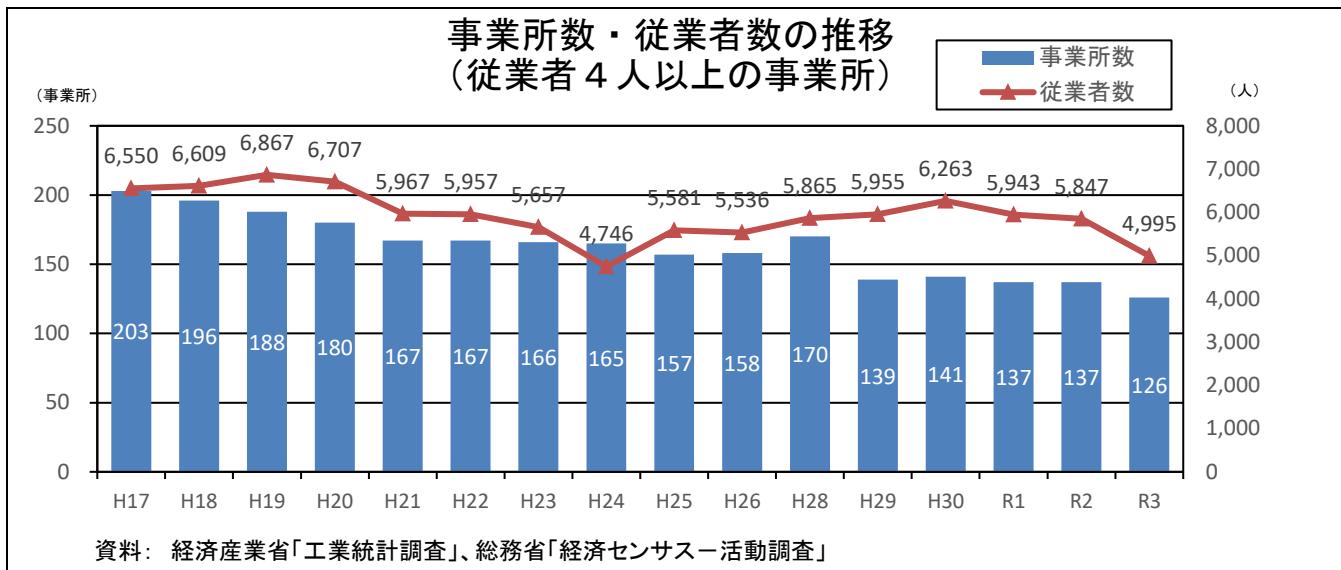
① 工業生産活動の縮小、雇用機会の減少

本市の工業は、製造品出荷額等が1,164億円（令和3年）であり農業産出額の296億円を大きく超える産業であり、本市の産業の中でも地域経済の活性化に果たす役割は重要な位置づけとなっています。

しかし、製造品出荷額は、平成19年の1,687億円をピークにリーマン・ショックや東日本大震災、新型コロナウイルス感染症の感染拡大等の影響を受け、未だ回復には至っていません。事業所数も、平成17年の203事業所から、令和3年には126事業所へと大幅に減少しました。業種別に見ると、企業誘致により立地した食料品や自動車関連の輸送用機械等は業績を上げていますが、これまで本市工業を支えてきた電子部品等は減少しています。

また、近年は、新型コロナウイルス感染症や不安定な国際情勢及び急激な円安を背景とする原材料・エネルギー価格の高騰など、経済活動に大きな影響を及ぼしており、目まぐるしく変化する社会情勢に対応しなくてはならない環境にあり、依然として全国的に社会経済活動が停滞している状況であります。本市においても、更なる工業生産活動の縮小や雇用機会の減少が懸念されることから、地元企業の生産活動の維持・発展による地域経済の活性化が課題となっています。

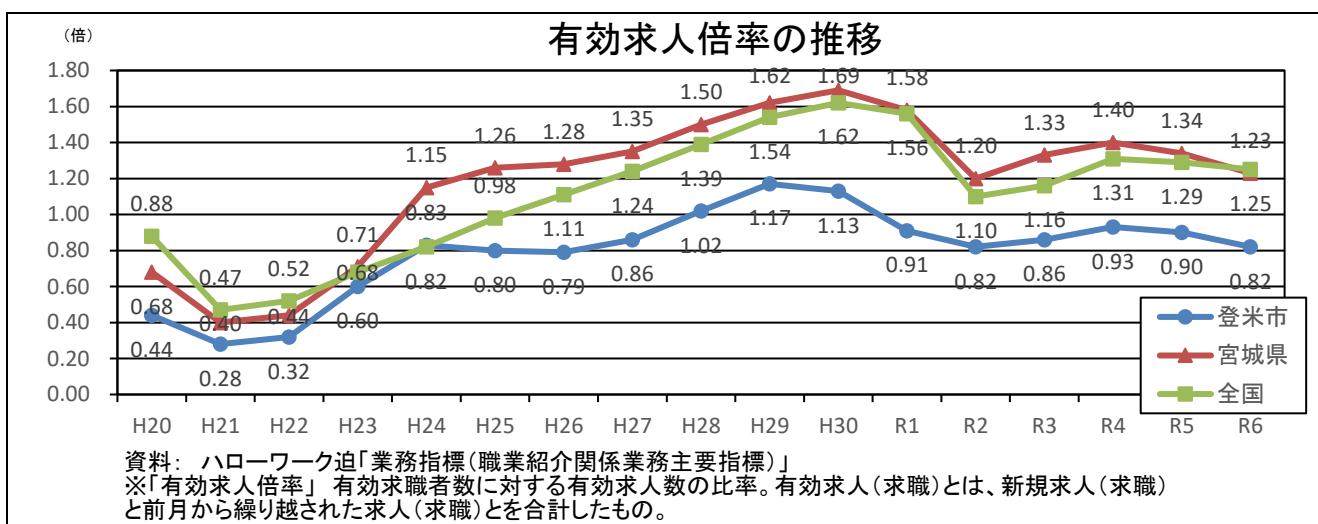


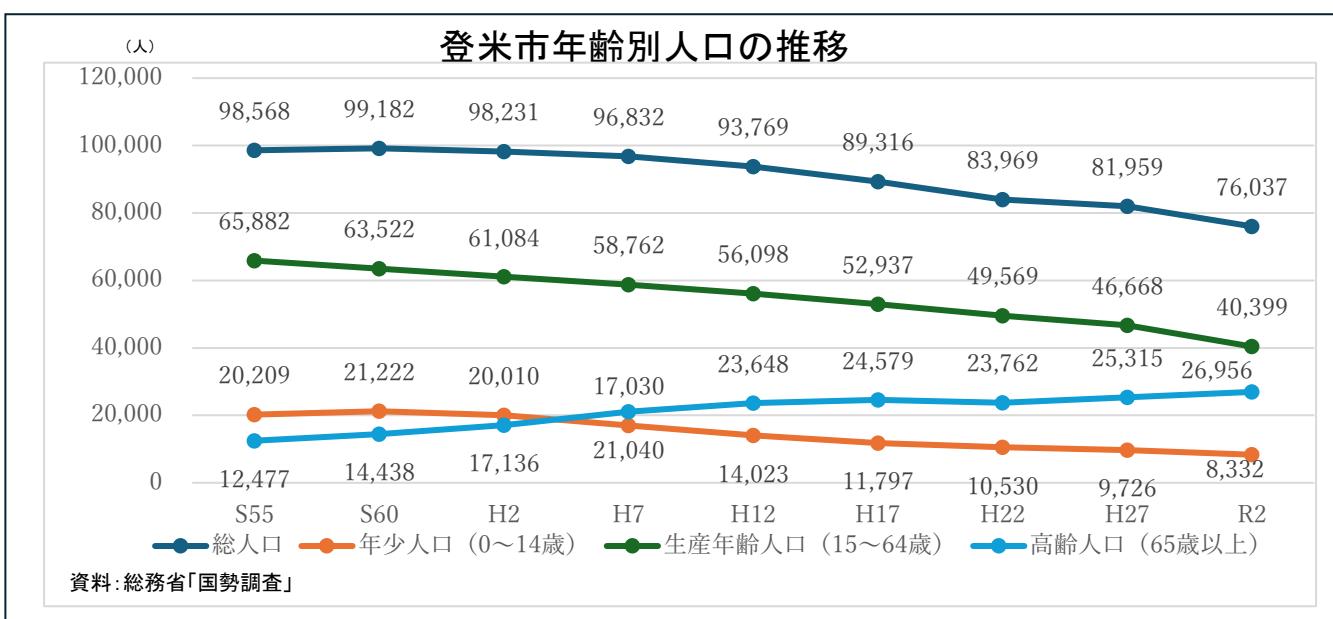
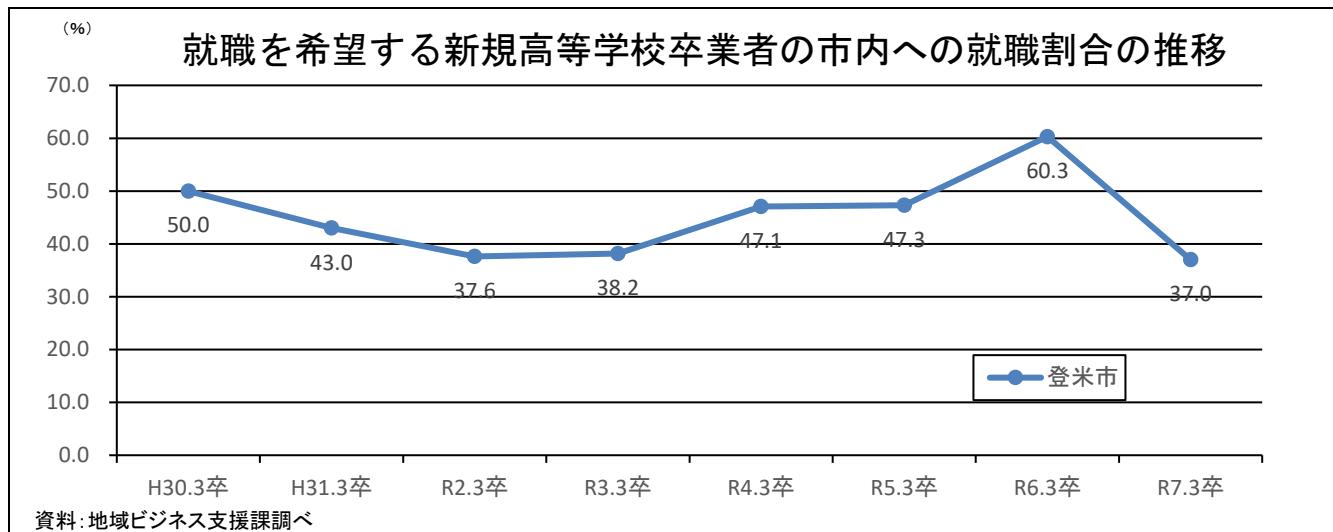


② 人材確保と若者の地元定着化

市内の多くの企業が、「人材の確保」と「人材の育成」に苦慮しています。人口減少や若者の市外への流出を背景に体系的な人材育成が必要不可欠ですが、多くの企業では、人的・時間的リソースの不足により十分に取り組めていないのが現状です。加えて、若者層を市内に惹きつけるためには、賃金等の労働条件の改善だけでなく、DXの推進による生産性向上と働き方の柔軟化、従業員のスキルアップを支援するキャリアパスの提示など「働きがい」と「働きやすさ」を両立させる魅力的な職場環境づくりが不可欠です。

また、若者の地元定着化を示す新規高等学校卒業者の市内就職割合をみると、これまで就職ガイダンスの開催や市内中学2年生と市内及び近隣高校2年生への企業ガイドブックの配布など、企業の認知度向上の継続的な取組により令和6年3月卒業生の市内就職率は60.3%まで上昇し、各種取組が一定の成果をあげたものと捉えていましたが、令和7年3月卒業生は37.0%まで急激に減少しており、今後、市内企業の安定した雇用を維持するためにも、この要因を分析し市内就職者が浮き沈みのないような取組が必要となっています。





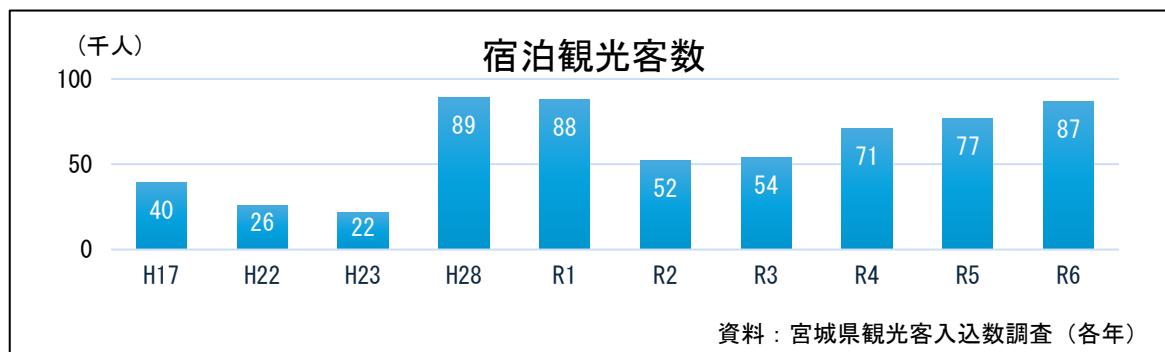
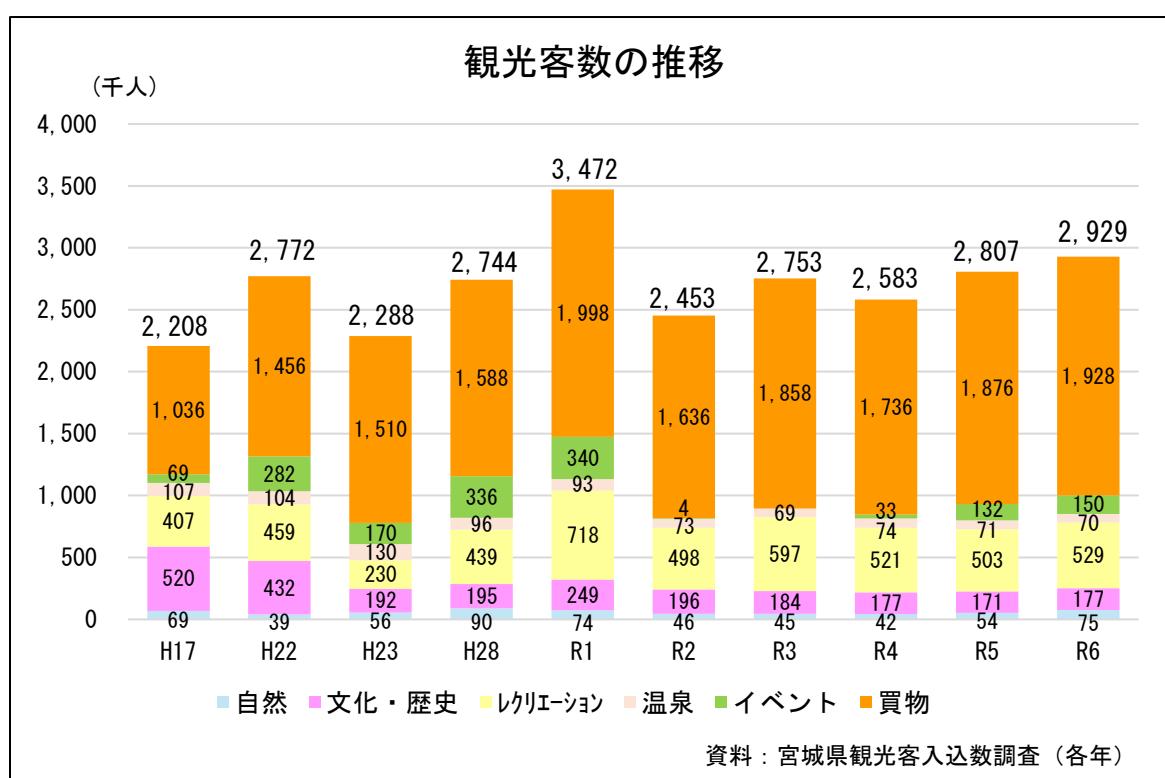
(3) 観光

① 観光客数の現状

東日本大震災の発生後、一時的に本市の観光客数は減少しましたが、道の駅三滝堂などの観光施設の整備や観光キャンペーンなどの取組もあり、令和元年には過去最大となる約347万人となりました。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光需要が大きく落ち込み、令和2年には約245万人まで激減しました。その後、観光・宿泊需要の回復や、ポストコロナに向けた観光誘客の取組を着実に実施してきたことにより、令和6年は約292万人と回復の兆しが見られたところです。

また、宿泊観光客数については、令和2年に5.2万人まで落ち込みましたが、令和6年には8.7万人まで回復しました。しかしながら、本市には宿泊施設が少ないとことから、県全体に占める割合は約1パーセントに留まっている状況です。

人口減少によって地域の活力低下が懸念される中、観光は裾野の広い産業であることに加え、交流人口の拡大にもつながる地域を支える産業であることから、今後においても観光振興の取組が必要となっています。



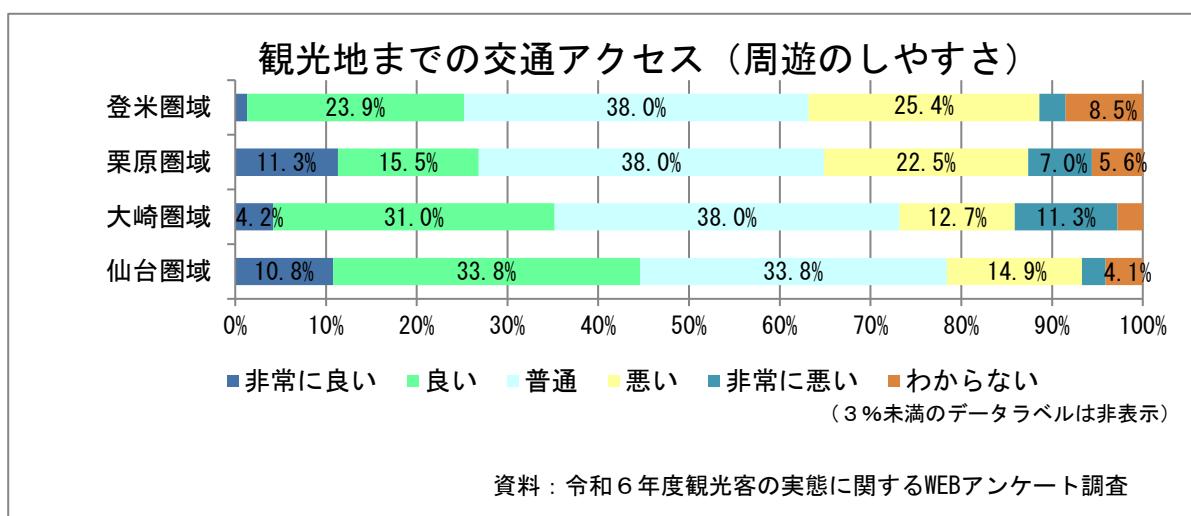
② 通過型観光が中心、滞在型観光が少ない

本市の観光は、長期間滞在できる宿泊温泉地等がないことから日帰りや通過型の観光を中心で、滞在時間が短いという課題があります。観光客の多くは「道の駅」での買い物が目的であり、「みやぎの明治村」などの観光施設も“見る”観光に留まっています。観光客をリピーターにつなげるには、“体験する”“食べる”といった新たな魅力の創出と、隣接自治体と連携した広域観光の推進が必要です。

目指すべきは、単なる「コト消費」の提供に留まらず、本市の豊かな自然や歴史文化、食、そして「人」との交流を通じて、何度も訪れたくなる「第二のふるさと」と感じてもらうことです。こうした関係人口の創出・拡大こそが、交流人口の裾野を広げ、持続可能な観光を実現する鍵となります。

③ 地域公共交通の状況

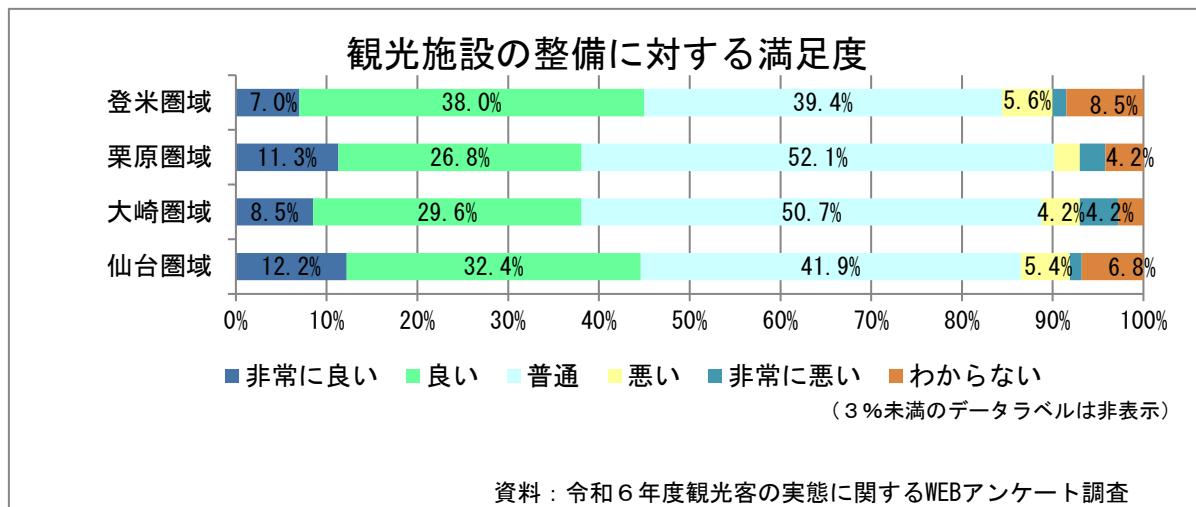
本市の地域公共交通については、利用者の減少や公共交通の担い手の不足などにより、地域公共交通を取り巻く環境は非常に厳しい状況であり、観光に係る交通アクセスについても、自動車に頼った交通形態となっています。このため、旅行者が目的地へ行くための地域間の交通アクセスが不便であることから、旅行プランから外されるケースもあり、みやぎの明治村などの観光地があっても“交通の利便性が良くない”という理由から観光需要を十分に取り込めていない状況です。



④ 観光施設改修等の必要性

観光施設については、老朽化が進んでいる施設があります。今後、観光客の満足度を上げリピーターを増やすためにも観光需要のある施設などは、計画的に改修整備する必要があります。特にコロナ禍を経て、自然体験型観光への需要が高まっていることから、観光公園やオルレコースの利便性向上を図るために、アウトドアコンテンツなどの体験型観光の受入環境を整備する必要があります。

また、本市の観光の強みである「道の駅三滝堂」を含む市内5カ所の道の駅については、市内の観光施設などと連携し、観光のゲートウェイとしての更なる機能の強化が必要です。



⑤マイナーな認知度

調査機関（ブランド総合研究所）による令和7年の調査では、本市の認知度は1,000自治体中812位と低く、戦略的な情報発信の強化が不可欠です。これまでの画一的な情報発信から脱却し、ターゲット（例：歴史好きのシニア層、自然体験を求めるファミリー層、インバウンド観光客など）を明確に設定し、それぞれのターゲットに響くコンテンツを、最適なメディアを通じて届けるという、戦略的なシティプロモーションへの転換が求められています。

また、市民一人ひとりがおもてなしの心を高め、市全体で観光客を迎える体制を構築することも重要です。

認知度・魅力度の状況（本市及び周辺自治体）

市町村	認知度		魅力度	
	点数	順位	点数	順位
登米市	13.6点	812位	4.9点	797位
栗原市	12.5点	846位	4.2点	885位
大崎市	12.4点	852位	4.8点	812位
気仙沼市	40.5点	110位	23.2点	103位
仙台市	54.4点	9位	38.0点	16位

資料：第20回地域ブランド調査2025ハンドブック（ブランド総合研究所）

注）：全国1,000市区町村を対象に認知度をインターネットで調査したもの

【認知度点数】「よく知っている」を100点、「知っている」を75点、「少しだけ知っている」を25点、「名前も知らない」を0点として、加重平均したもの。

【魅力度点数】「とても魅的」を100点、「やや魅的」を50点、「どちらでもない」「魅力を感じない」「名前も知らない」を0点として、加重平均したもの。

第3章

目指す将来像

第1節 商業の振興

<基本目標>

魅力と活力ある地域商業を創出する経営支援による 商業の持続的発展

個店・商店街を取り巻く環境は、大型商業店舗との競合や購買行動の多様化、ECサイトの普及、市外への消費流出などにより、商店数や売上の減少等、個店や商店街を取り巻く環境は厳しい状況にあります。地域経済の活力と景況回復に向けて、個店経営力の強化や空き店舗等対策、後継者育成、事業承継などの課題に対する取組が求められています。

また、販路開拓や集客力向上を図り、中小企業、個店が元気になるために、魅力ある個店づくりやにぎわい創出、人材育成などに積極的に取り組む必要があります。

そのため、事業者、商工振興団体、教育機関、行政等が連携し、協力を図りながら「魅力と活力ある地域商業を創出する経営支援による商業の持続的発展」を基本目標とし、個店等の経営の安定と発展を目指します。

【第三次総合計画 商業施策の主な成果指標と目標値】

指標項目	指標の説明	実績	中間目標	目標
		令和6年度	令和12年度	令和17年度
商工業者数	商工会法に基づく決算資料(商工会)の商工業者数	3,506 事業者	3,570 事業者	3,595 事業者
空き店舗活用支援件数	ビジネスチャンス支援事業による支援件数(累計)	105 件	117 件	127 件
中小企業振興資金融資実行額	中小企業振興資金融資申請に基づく、設備資金に係る融資実行額	167,520 千円	183,000 千円	194,000 千円
市の支援による起業・創業者数	登米市の支援を活用し、起業した事業者数(累計)	13 事業者	19 事業者	24 事業者
市内企業等の地域資源を活かした新ビジネスへの支援	ビジネスチャンス支援事業による支援件数(累計)	524 件	590 件	650 件

基本方針 1 商店街のにぎわい創出と多様化するニーズへ対応したサービスへの支援

1－（1）個店の魅力向上と、にぎわいあふれる商店街づくりの推進

① 先進事例に学ぶ経営力向上と、公的支援の戦略的活用

経営改善や人材育成の第一線で活躍するトップリーダーから直接学べる、実践的な講習会を開催し、個店の経営力を高め、新たな経営計画の策定や事業への意欲向上に繋げます。

また、公的支援事業の情報提供や活用の促進と、事業主相互の情報交換の場となること併せて、「見て・聞き・活用する」機会として取り組みます。



トップリーダーによる商業振興講演会の様子
(地域商店街活力向上講演会 主催: 宮城県商工会連合会)

② 課題とニーズに応じた専門家派遣と「入りたくなる店づくり」の推進

経営を持続していくためには、商品開発やサービス提供のあり方など、あらゆる経営課題への対応が必要ですが業務に追われ、根本的な課題解決策を見い出せないケースが少なくないと思われます。消費者にとって魅力ある個店づくりを推進するため、経営改善相談として商工会による巡回や窓口指導と並行し、それぞれの課題、ニーズに対してより具体的に指導、助言できる専門家による伴走支援を通じて支援します。

また、専門家の助言などをもとにした商品及び集客力向上のため、店舗イメージアップのための店舗改修等の支援に取り組みます。



店舗イメージアップ支援事業〈活用例〉
レジカウンターの改修



店舗イメージアップ支援事業〈活用例〉
一人掛けカウンターの新設

③ にぎわいと魅力あふれる商店街づくりの推進

にぎわいと魅力にあふれる商店街づくりを推進するためには、個店の経営改善はもちろんのこと、商店街自らが特色ある集客策を企画・実践し、消費者にとっての魅力を高めていくことが不可欠です。商店街の事業が持続可能なものとなるよう自立化を支援するとともに、観光客を呼び込む新たな視点も重要です。そこで、商工会や登米市観光物産協会等と緊密に連携し、個店に足を運んでもらい、商店街全体を回遊してもらえるような仕掛けづくりに取り組みます。

商店街が開催するイベントについては、個店の売上向上や新規顧客の獲得といった具体的な成果に繋がるよう支援します。



にぎわいを生む商店会のイベント
(春のフリーマーケット 主催：佐沼中央商店会)



佐沼夏祭り
(佐沼夏祭り 主催：佐沼夏祭り実行委員会)

1－（2）個店と消費者の新たな「絆」づくりの推進

① お店のファンをつくる交流講座と、新たな顧客開拓の促進

消費者の購買行動多様化、ECサイトの普及、市外への消費流出などにより、商店は数・売上ともに減少しており、この状況の解決策として、各店舗が持つ独自の強みや魅力を消費者に直接アピールする施策が不可欠です。顧客開拓、経営改善に向けた個店の自主的な取組の促進と集客力を高める仕組みとして、店主らが、プロならではの商品知識や生活に役立つ知恵を伝える「少人数制講座」の開催を支援し、個店と消費者の交流を生む機会の創出に努め、消費者によるお店と商店街のファンづくりを進めます。



お店の存在、特徴を知ってもらうと共に、お店（店主やスタッフ）とお客様のコミュニケーションの場として、平成29年度から取り組んでいる「とめまちゼミ」。



② DXで繋がる・広がる、個店の情報発信の支援

市内には魅力的な商店が多くあるものの、その情報が探しにくく十分に伝わっていないという課題があり、DXを活用し、魅力ある個店の情報を市内外に広く情報発信することにより、個店の販路拡大、地元購買力を高めるとともに、交流人口の拡大に向けた観光振興との相乗効果を図るために、スマートフォン等から手軽に情報を確認できるよう、商業、観光振興につながる市内の個店の通販サイトをまとめ、市民のみなさんや全国のみなさんに、ネット上で「登米市の魅力」をPRするサイトの拡充などの取組を推進します。



「登米市観光物産協会 HP」

登米ブランド

9月22日 9:00

【登米市地産地消推進店 道の駅みなみかた もっこりの里】

登米市地産地消推進店である「道の駅みなみかた もっこりの里」では、登米市産の餅米と「もっこりにら」を使用したニラ餅がおすすめです。駅長イチオシの「もっこりの里」にしかない特別商品で、取材当日は、午前中だったのでにもかかわらず売り切れでした。

また、登米市産のりんごの販売が開始されました。3月末まで販売予定で、りんごジュースも販売しております。

ほかにも、生産者の名前がわかり、安心でおいしい旬の登米市産野菜や新米も販売しております。

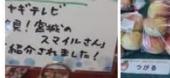
Instagram、Xで最新の情報が確認できます。
ぜひ、お店に足をお運びください。

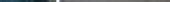
「道の駅みなみかた もっこりの里」 ホームページ
<https://mokkorinosato1.wixsite.com/website>

「道の駅みなみかた もっこりの里」 インスタグラム
<https://www.instagram.com/michinoekiminamikita?igsh=cmcOZzR5dzJhbDEx>

「道の駅みなみかた もっこりの里」
<https://x.com/minamikata3111>





「登米ブランド HP」

【施策の目標】

指標項目	指標の説明	実績	中間目標	目標
		令和3年度	令和12年度	令和17年度
商店の年間販売額	卸売・小売業の商店における年間販売額	1,115 億円	1,070 億円	1,077 億円

基本方針2 商業振興を支援する体制の強化

2 商工振興団体等との連携強化

① 定期的な商工会との施策検討の推進

地域の景況を肌で実感している地元商工会の取組を補い、既存事業の評価、支援の必要性を捉えるため、定期的な懇談会等の開催により連携を強化し、効果的な施策の実施について検証します。

本市では、市内3商工会が、それぞれ経営発達支援計画を策定し地域の商工振興に向け取り組んでいます。

商工会合併の方向性については、メリットとデメリットを踏まえ、今後継続して課題を整理していくこととします。



商工会による経営支援事業の様子（創業チャレンジセミナー　主催：登米みなみ商工会）

② 地域一体となった商業振興

近年、事業者の高齢化や人口減少による人手不足、技術の高度化、更には大規模自然災害や物価高騰など、個々の事業者の努力だけでは解決が難しい課題が増えています。

このような状況を乗り越えるため、事業者の自主的な努力や創意工夫を尊重し、市や市民、関係機関の役割を明確にし、地域が一体となって商業の振興に取り組みます。

また、国の中小企業支援策が円滑に活用されるよう、中小企業庁や東北経済産業局、ハローワーク等と連携し、国の支援策の周知と活用を進めるとともに、「宮城県よろず支援拠点」※をはじめとする外部専門家の知見も積極的に活用し、個店や商店街が抱える多様な経営課題の解決をサポートします。

※宮城県よろず支援拠点　国が全国に設置する経営相談所であり、中小企業・小規模事業者の売上拡大、経営改善など、経営上のあらゆる悩みの相談に対応している。

基本方針3 新規事業者や販路開拓、事業承継等による 経営支援策の拡充

3-（1）地域に根差した起業・創業の支援

① 空き店舗等を活用した新規事業者支援の推進

商店街では空き店舗の増加が続き、活気が失われつつあることが、人口減少と並行して地域経済の大きな課題となっており、商店街に新たな魅力を生み出すため、従来の空き店舗の改修費や家賃の補助を継続することに加え、新規事業者のチャレンジを積極的に支援します。

また、不動産業者と連携して市ホームページなどへの掲載により、広く周知の強化に努めるとともに、市外からの新規出店者が空き店舗を活用することで移住、定住を図ります。

【施策の目標】

指標項目	指標の説明	実績	中間目標	目標
			令和12年度	令和17年度
空き店舗率	商店会における空き店舗の比率	15.9%(R5)	16.9%	17.9%
商店数	卸売・小売業の商店数	799(R3)	892	898

② 地域資源を活かした起業・創業の支援

本市の創業支援等事業計画※は、国（産業競争力強化法）の認定を受けた計画です。この計画の中心となる「ビジネスチャンス支援事業」では、地域の資源や魅力を活かした、本市ならではの起業・創業の活動を支援するため、ビジネスチャンス支援事業により市内での起業・創業者を対象にビジネスプラン（事業計画）を募集し、創業支援を引き続き推進します。

新商品の開発や販路の開拓に挑戦する事業者のサポートを通じて、地域に根差した新しい産業を育てます。

※創業等支援事業計画 市区町村と地域の創業支援事業者（商工会等）が行う創業セミナーの開催等の創業支援事業について計画を作成し、これを国が認定することにより、認定を受けた市区町村、支援事業者、創業者それぞれが国の支援措置を活用することができる。



（登米市ビジネスチャンス支援事業（創業支援事業）審査会）

③ 6次産業化及び農商工連携の推進

一大食料供給基地である登米市の最大の強みを活かした、新たなビジネスを創出するため、農林業者の生産（1次）だけでなく、加工（2次）、販売（3次）まで、地域資源を生かした新たな産業の創出を図るため、6次産業化を推進します。そのため、産業経済部内に設置している「ビジネスサポートセンター」において、相談体制の更なる充実を図っていくほか、宮城県地域資源活用・地域連携サポートセンター※等との連携を通じて、6次産業者の育成に努めます。

また、「農商工連携」も積極的に進め、双方の成長・発展を実現するため、地域の事業者、商工会等との意見交換会、更には生産者と実益者とのマッチング支援など、国等の施策を活用しながら、農業・商業・工業と併せて、観光物産との連携による地域產品の創出、販路拡大に向けた取組を推進します。

※宮城県地域資源活用・地域連携サポートセンター 農林水産業者による加工・販売、事業計画作成など、6次産業化に取り組む農林漁業者をサポートするための機関。

3-（2）販路開拓、人材育成等の推進

① 新規マーケット開拓支援の推進

売上を伸ばすには、新しい市場の開拓やヒット商品の開発が欠かせないことから、事業者が抱える経営課題に寄り添い、事業者同士の情報交換や研修による事例紹介のほか専門家派遣事業などニーズに応じた支援事業を行います。

② 経営力を持ち合わせる人材育成機会の創出

事業を成長させる上で、「営業力」や「企画力」を持つ人材の不足は、多くの事業者が抱える課題です。企業の安定と成長の鍵は「人」にあるとの考え方のもと、人材育成の機会づくりを支援します。

経営の改善や、若手後継者へのスムーズな事業承継を見据え、経営者と従業員が共に成長できるような研修やセミナーの開催を支援し、人材育成を推進します。



登米市事業承継支援研修会



登米市事業承継セミナー

③ 後継者の育成と事業承継の推進

事業者が廃業する理由としては、経営不振の他に、後継者不足があります。令和6年に実施した市内中小企業・小規模事業者の事業承継に係るアンケート調査の結果、回答のあった事業者の約3割が廃業を視野に入れており、そのうち約6割が後継者問題に直面していることから、後継者不在により惜しまれながら廃業することがないよう、宮城県事業承継・引き継ぎ支援センター※との連携を図るとともに、市内3商工会及び金融機関により支援体制を構築します。

また、これまで地域を支え、培ってきた商人としてのスキル、商いのノウハウが伝承されるよう、渡し手、受け手双方への支援策としてセミナー等の開催による後継者支援に加え、ビジネスチャンス支援事業により事業継続を支援します。

※県事業承継・引き継ぎ支援センター 事業承継に悩む中小企業の経営者の相談に対してアドバイスをワンストップで行う公的支援機関。事業引き継ぎに精通した専門家が対応する。



登米市事業承継支援担当者 MTG



登米市事業承継支援連携推進会議

基本方針4 中小企業・小規模事業者の経営の安定化

4-（1）低金利な融資のあっせん

① 高まる振興資金ニーズに対応した体制の拡充

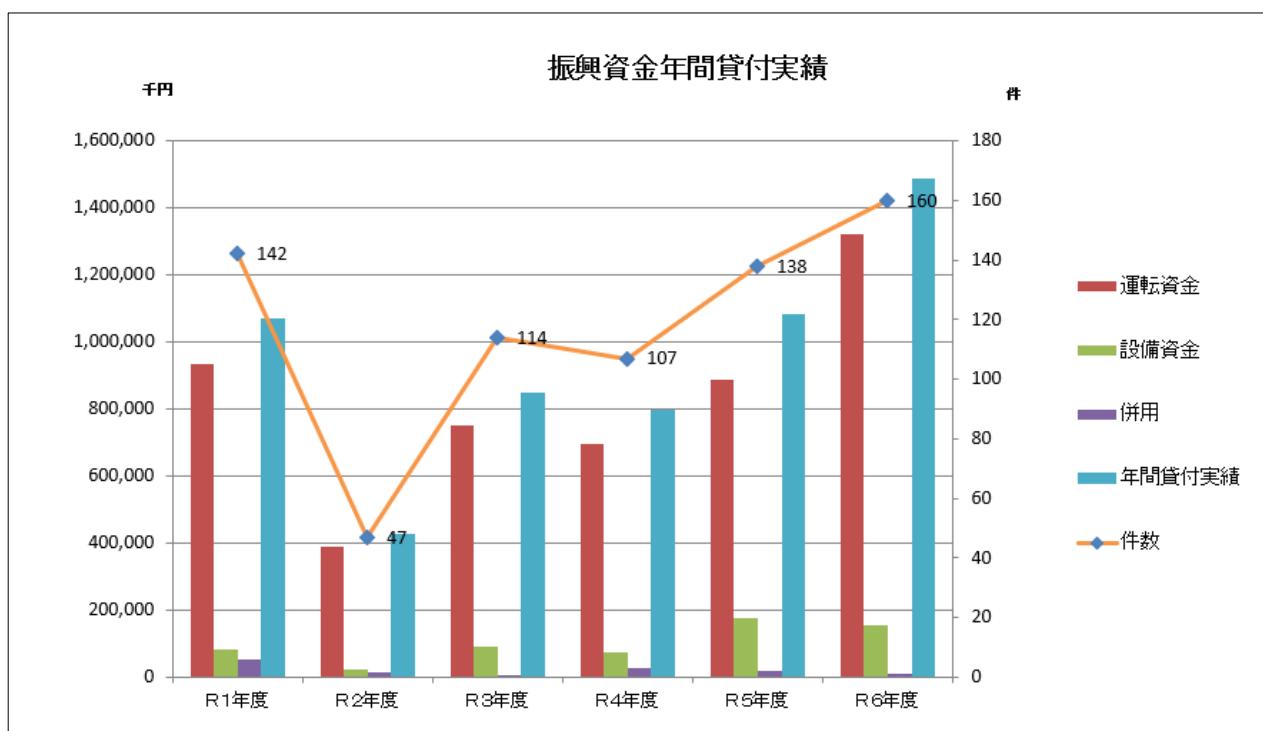
経営の安定化を支援するため、市内事業所における運転資金及び設備投資に対し、貸付限度額の範囲内で中小企業振興資金の融資をあっせんします。

新型コロナウイルス感染症からの回復とエネルギー等物価高騰の影響により、融資件数は増加傾向にあり、今後とも市内金融機関との連携により、振興資金預託額の確保、拡充を図り、高まる資金ニーズに対応します。

特に設備投資資金については、事業拡大に向けて活用の促進を図ります。

② 保証料、利子の助成による経営の支援

中小企業振興資金の融資を受ける場合に、融資を受けた市内中小企業者が県信用保証協会に支払う信用保証料の補給と金融機関に支払う利子の一部を助成するなど、高まる融資に平衡して市内中小企業者の経営を支援します。



4－（2）危機下における効果的な経済対策

① 中小企業・小規模事業者等への支援

エネルギーや物価高騰等による影響は、本市のみならず、日本や世界全体に大きな影響をもたらしています。

こうした経済的なインパクトは、人々の価値観や生活スタイル、社会のあり方にも新たな変化をもたらします。

このような状況下にあっては、関係団体と緊密に連携しながら、中小企業者の事業継続に向けて、必要な資金の融通や雇用の維持・確保に向けた取組を支援するとともに、売上げが減少するなどの影響を受けた中小企業者の新分野進出、業態転換、事業・業種転換、事業再編の取組を支援します。

② 持続可能な経済活動を加速する取組

エネルギー・物価高騰等の影響による、産業構造の変化に伴う課題の解決に向けて、产学官金の連携による研究開発や新事業創出などの取組を強化するとともに、国内外の情勢の変化を見極めながら、新たな消費ニーズに対応した中小事業者の段階的な取組を支援します。

第2節 工業の振興

＜基本目標＞

地域企業の育成・戦略的な企業誘致と安定した雇用創出

これまで、地元企業の生産活動の維持・発展による地域経済の活性化と、市民の就労の場の確保を図るため、企業活動への支援事業や企業誘致活動を行ってきましたが、企業誘致においては、長沼工業団地や長沼第二工業団地、登米インター工業団地のほか、市内空き工場などへ合併以降、21社の企業に立地をいただいております。

立地した企業については、自動車関連産業や食品関連産業が多く、順調に生産を伸ばし、新たな雇用の場を創出してきましたが、今後も、市民が実際に働き、生活を維持できる魅力的な雇用の場を市内において創出していくため、本市の強みを活かした戦略的な企業誘致活動を行っていく必要があります。

また、地元の高校を卒業した生徒の市内への就職率の向上と、進学等により一度市外へ転出した若者を市内へ呼び戻す対策が必要であり、若者の地元への定住の促進と人材の確保が重要な課題となっており、若者が将来のキャリアを描き、地元に定着したいと思えるような、安定的で働きがいのある雇用創出が求められています。

そのため、本市工業の更なる発展に向け、既存企業の販路開拓や人材の確保・育成の支援による生産活動の強化、地域企業と産業関連機関等との連携による新たな成長分野等への取組も必要であり、市内で就労することを希望する人の雇用対策として、既存企業の増設・移設等の規模拡大への支援と地域経済活性化のため、新たな事業分野の立地動向等も注視した積極的な企業誘致を推進し、「地域企業の育成・戦略的な企業誘致と安定した雇用創出」を基本目標とし、地域企業の持続的な成長と企業誘致による新たな雇用の場の創出を目指します。

【第三次登米市総合計画基本計画「施策の主な成果指標と目標値】

指標項目	指標の説明	実績	中間目標値	目標値
		令和6年度	令和12年度	令和17年度
誘致企業数	合併以降に市が誘致した企業数（累計）	21社	24社	28社
就職を希望する新規高等学校卒業者の登米市への就職割合（年間）	就職を希望する市内高等学校の新規卒業者の市内への就職割合	37.0%	60%	60%

基本方針 1 持続的成長ができる地域企業の育成

1－（1）販路開拓・新分野への取組推進

① 新たな販路開拓への取組支援

持続可能な成長や事業継続のために、新たな販路開拓や新規取引の受注等に積極的に取り組もうとしている企業が実行しやすい環境の整備を図るとともに、企業の経営革新や事業拡大、販路開拓を促進するため、各種産業関係団体や宮城県産業技術総合センターなどの機関等と連携を図りながら、国・県の支援制度の活用に向けた情報提供や、ビジネスマッチング等の商談会への参加を促進します。



「ビジネスマッチ東北」

② 企業情報の発信力強化と地元企業PRの推進

本市には、優れた技術を持ち合わせた様々なものづくり企業が存在することから、企業の自社製品や技術力などの魅力を市内外へ広く情報発信し、更なる市場の開拓や企業間の連携等による受注・発注の一層の促進を図ります。

また、次代を担う人材を育成するため、子どもの頃からの地元企業の理解を深める取組として、「産業フェスティバル」や県と共に催で行っている「とめオープンファクトリー」等の開催によりPRを行うことで企業の知名度アップとイメージの向上を図るとともに、SNS等により市内企業の魅力を発信するなど企業活動を支援します。



「登米市産業フェスティバル」

③ 新事業、新製品開発等の取組への支援

企業の持続的成長には、新たな価値創造が不可欠であり、企業活動の更なる活性化を目指し、新事業の展開や新商品開発に向けた取組を促進するため、国や県が実施する各種資金融資や補助金などの制度活用について、県の産業関連機関等と連携を密に情報の提供を図ります。

また、農商工連携による地域資源を活用した新商品の開発や分野進出を推進します。

1－（2）ものづくり人材の確保・企業生産活動の強化

① 若者等の地元定着の推進とU－Jターンによる人材確保の支援

地域が将来に向け持続的に発展していくためには、市内高等学校卒業者や大学卒業者等若者の地元への定着が極めて重要な課題となっています。ハローワーク等関係機関との連携による求人情報の提供や、企業説明会等で、企業の技術力や魅力を積極的にPRすることに加え、インターンシップ等による就業体験や職場研修の実施を推進し、若者等の地元定着への取組を支援します。進路が定まっていない高校1・2年生を対象とした就職ガイダンスを開催し、進学希望者にも大学等卒業後の進路選択の参考にしてもらうため、市内企業等の情報にふれてもらう機会の創出に取り組んでいきます。

また、本市に関心を持つ都市部の人材や市外に進学・就職した若者を呼び戻すためU－Jターン者をターゲットに、就職ガイダンスや企業情報を掲載したガイドブックの配布等を実施し、積極的な情報発信に努め、市内企業への就職支援に取り組みます。

若者の地元回帰と定住促進を図るため、奨学金の貸与を受けて修学した方が、卒業後に市内に居住し就労した場合に、奨学金返還額の一部を補助する登米市奨学金返還支援事業補助金を活用し、市内の人材確保に努めます。



市内求人企業と地元高校生等との「登米市就職ガイダンス」

② 次代を担う「人財」の育成による企業生産活動の強化

企業が継続的かつ発展的に事業を展開するに当たり、人財の確保と育成は極めて重要な位置づけであることから、次代を担う若者等の地元企業への定着化や就職支援と併せ、関係機関や産業関連団体等と連携しながら、各種のスキルアップ研修等を実施することで、若手・中堅職員の育成を促進し、将来を見据えた生産活動の強化を支援していきます。

基本方針 2 ものづくり産業の戦略的育成・強化

2 地域企業連携による新規事業の育成

① 企業間連携と产学官金の連携の強化

企業が抱える様々な課題の解決や、優れた品質の製品と高い生産技術を有する各企業の能力を向上させるために、同業者間、異業種間の連携を推進するとともに、産学官金の連携強化を推進し、それぞれが有する情報・知識・ノウハウ等を活用して、地域が一体となつたものづくり産業の更なる活性化を目指します。



地元企業と市議会産業建設常任委員会との意見交換会



登米市産業振興会記念講演会

② 新たな成長分野と環境に配慮した取組の支援

地元企業が持つ技術や地域の資源、特性等を生かし、今後更なる成長が期待されている半導体関連産業など、新たな分野への進出や環境に配慮した取組を支援し、これまでにない成長分野の開拓と産業の集積を推進します。

また、市内企業の生産性向上や競争力の強化、人材不足対応といった課題に対し、デジタルトランスフォーメーション（DX）やAIなどを活用したスマートファクトリー化を推進するとともに、本市は「2050 ゼロカーボンシティ」を表明していることから、環境への負荷を考慮した経営理念や生産方法など「脱炭素への対応」を促進するため、グリーントランスフォーメーション（GX）の推進を図ります。



先端技術情報の収集、新分野への取組を推進



県と共に開催している DX 先進企業見学会

基本方針3 雇用の創出と企業誘致の推進

3-（1）安定した雇用の創出による地域経済の発展

① 新たに雇用を生み出す企業の事業拡大等への支援

雇用機会の創出を図るために、既存企業の事業継続と規模拡大等による就業場所を安定的に確保していくことが不可欠です。

このため、新たに雇用を生み出す既存企業の増設・移設や雇用増に係る優遇制度の活用、奨励制度等の充実を図り、雇用を創出する企業を支援します。

② 首都圏からの就職希望者の採用活動への支援

企業が継続して事業活動を実施するためには、安定した雇用を維持することが重要です。

このため、産業関連機関等からの各種補助、優遇制度の情報提供や、首都圏におけるU-I-Jターン就職希望者の支援拠点として宮城県が開設した「みやぎ移住サポートセンター」と主に学生を対象とした「みやぎジョブカフェ(東京サテライト)」との連携を図りながら、首都圏からの就職希望者をターゲットとした企業の採用活動の支援を行っていきます。

3-（2）戦略的な企業誘致の推進

① 本市の強みを活かした誘致活動の強化

地元へ就職を希望する人の雇用機会を創出し、産業の集積による地域経済の活性化と若者の地元定着を促進するため、企業誘致を推進します。

誘致を推進する業種としては、これまで東北地方に多くの企業が進出した自動車関連産業を基軸としつつ、東北縦貫自動車道と三陸縦貫自動車道を結ぶ、みやぎ県北高速幹線道路の整備効果による広域交流拠点としての地理的優位性を最大限に生かし、物流関連産業、良質な農産物など地域資源を活用できる食品関連産業や今後更なる成長が期待される半導体関連産業など、質の高い雇用を生み出す可能性のある高付加価値企業をターゲットとし、県や企業誘致関連機関と綿密な連携を図り、新たな事業分野等の立地動向も注視しながら、本市の強みを活かした誘致活動を戦略的かつ積極的に実施します。

また、現代の若者の就労観に合致するIT関連産業やクリエイティブ産業のサテライトオフィスを積極的に誘致します。



「宮城県企業立地セミナー」での企業立地PR活動



市長による誘致企業への工場見学

② 企業立地優遇施策による誘致活動の展開

新たに立地する企業にとっては、初期投資が大きな負担となることから、企業立地奨励金やICT・クリエイティブ産業創出支援奨励金など本市の優遇制度等を全面的にPRし、首都圏や中部圏で開催される企業立地セミナーへの参加や企業訪問など積極的な企業誘致活動を展開します。

③ 工業団地の整備検討

登米インター工業団地や長沼第二工業団地A区画への企業立地が決定し、残る分譲地は長沼第二工業団地D区画の1区画のみとなっていることから、企業の立地動向を見極め、企業ニーズに応じた新たな工業団地の整備や学校統合による空き校舎の活用、空き工場への誘致などについて検討します。



長沼第二工業団地の全景

第3節 観光の振興

<基本目標>

魅力満開、五感に響く新たなツーリズムの共創による交流人口の拡大

令和5年5月に、新型コロナウイルス感染症の位置づけが5類に移行したことにより、国内観光客の移動が活発になり、観光客数及び宿泊観光客数は回復傾向の兆しが見られています。

しかしながら、人口減少社会が本格化し、国内の観光市場が成熟期を迎える中で、地域間の競争はますます激化しています。同時に、旅行者の価値観は、単なる「モノ消費」から、その土地ならではの体験や交流を重視する「コト消費」へと大きくシフトしています。

このような社会経済情勢の変化に的確に対応し、本市が有する自然・歴史・文化・食といった多様な「本市ならでは」の地域資源の魅力を最大限に開花させ（魅力満開）、来訪者が視覚だけでなく、聴覚、嗅覚、味覚、触覚の全てで深く感動を記憶するような質の高い体験（五感に響く）を提供することを目指します。

さらに、地域住民、観光団体、民間事業者などの多様な主体が一体となる新たな観光の価値を創造する「共創」のアプローチを推進する必要があります。

今後の人ロード社会における産業の活力として「観光」が持つ役割は大きく、持続可能な観光活性化を実現し、定住人口の維持・拡大にも寄与する交流人口の拡大を図るため、

「魅力満開、五感に響く新たなツーリズムの共創による交流人口の拡大」を基本目標に、創意に富んだ取組を積極的に推進し、観光客を惹きつける魅力的な観光地域づくりを目指します。

【第三次総合計画 観光施策の主な成果指標と目標値】

指標項目	指標の説明	実績	中間目標	目標
		令和6年	令和12年	令和17年
観光客入込数	宮城県観光客入込数調査による年間（1月～12月）の登米市観光客入込数	2,929千人	3,651千人	4,000千人
宿泊観光客数	宮城県観光客入込数調査による年間（1月～12月）の登米市宿泊観光客数	87千人	90千人	93千人

※令和6年宮城県観光統計概要
公表後、更新予定

【参考】観光消費額単価（宮城県令和5年観光統計概要より）

区分	観光消費額単価（円／人回）			
	県内		県外	
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
日本人・観光目的	17,196	5,009	29,205	10,321
日本人・ビジネス目的	18,769	5,961	34,117	7,771

県においては、滞在する目的別（観光、ビジネス等）に応じた観光消費額単価を算定しておりますが、市においては、目的別の算出が困難であることから、参考として県の観光消費額単価を掲載しています。

基本方針 1 観光の魅力創造と体験型観光の推進

1－（1）観光資源の魅力創出

① 観光動態の把握

これまで、宮城県の観光統計概要や観光客実態調査などのデータを参考に、季節ごとの観光客入込数、宿泊観光客数や観光目的などを確認し、観光施策を検討してまいりました。今後においても、県のデータを活用しながら、観光客のニーズを的確に把握し新たな観光戦略や効果的な施策立案につなげていきます。

② 地域資源の掘り起こしと磨き上げ

本市には、自然・歴史文化・食・イベントなど、それぞれの地域に根差した多くの観光資源が存在しています。これらの魅力を再認識するとともに、癒やされる・触れる・味わう・買う・体験するなど、地域を上げて新たな観光資源を掘り起します。

また、掘り起した資源や既存資源を地域ならではのアイディアや地域の合意形成を図りながら、地域の魅力を高め、通過型観光から滞在周遊型観光への質的転換を行い、観光客の記憶に深く残る体験価値を創造します。

③ 体験価値の向上と観光コンテンツの造成

静的な施設見学から、来訪者が能動的に関わる動的な体験へと転換するため、「みやぎの明治村」における観光客が没入感を高められる体験型コンテンツや、地域の「食」をターゲットとしたガストロノミーツーリズム、日本酒等の酒蔵を活用した酒蔵ツーリズムなど「登米市ならでは」の観光コンテンツを地域住民・観光団体・民間事業者とともに造成します。



生産者から米作りに対する想いを聞き、
環境保全米を食す体験



生産者から酒造りに対する想いを聞く
酒蔵見学会

④ 環境保全と自然観光の推進

豊かな水と緑に恵まれた本市は、自然と人がともに共生する風景・景観そのものが魅力的な観光資源であります。環境保全米発祥の地として、人と生き物、環境との調和を重視した持続可能な環境保全型農業の魅力を発信するとともに、国の特別天然記念物であるトキを育む環境が十分に整っている本市にトキを迎えることができるよう地域と一緒に取組を推進します。

また、全国有数の渡り鳥の飛来地であり、ラムサール条約湿地である伊豆沼・内沼では、夏のハスが極楽浄土の趣を見せ、冬にはマガノの壮大な飛び立ちやねぐら入りが見られます。ワイルドユースの理念に基づき、自然環境を保全しながら、四季を通じて伊豆沼・内沼の自然を体感するエコツアーを開催します。



飛来が期待されるトキ（環境省 Facebook より引用）



伊豆沼 マガノの飛び立ち

1-（2）観光プログラムの構築

① 登米市ならではの新たな観光スタイル、ニューツーリズムの推進

観光客のニーズが多様化してきている現況を捉えると、これまでの「見る」観光のみならず、何回訪れても楽しめる「つくる」「食べる」等の体験型観光を拡充する必要があります。

このため、体験型の観光資源の掘り起こしや磨き上げを行い、「見る」観光と結び付け、観光客を惹きつける観光コンテンツを創り上げるとともに、地域との交流をテーマにしたスロートラベルや自然文化体験型のアドベンチャーツーリズム、食を楽しむフードツーリズムなどのニューツーリズムを推進し、滞在する時間を延長できる観光体験プランを地域住民・観光団体・民間事業者などと連携しながら、展開していきます。



伊豆沼・内沼ハスまつり 遊覧船



武家屋敷「春蘭亭」抹茶体験

② 農業・農家体験等観光コンテンツの再構築

近年の交通網の発展により、教育旅行の行動範囲が拡大しています。北海道から東北方への農業体験を組み合わせた修学旅行を検討している学校が多く、本市への問い合わせも多く寄せられています。

しかしながら、現在は受入農家数が減少し、担い手が不足していることから、受入体制が充分に整っていない状況であります。

このため、登米市グリーン・ツーリズム推進協議会・食農体験ネットワーク登米協議会・（一社）登米市観光物産協会と連携し、受入農家の拡大を図り、農業体験メニューを拡充することで収益性を向上し、持続可能な事業モデルへと転換を図り、農業・農家体験等観光コンテンツの再構築を行います。

また、学生から大人まで幅広い層の農業体験型の観光を進めるため、旅館業法の特例を生かした通年で受入できる農家民宿の拡大を図ります。

市内には農業体験のほかにも、豊富な森林資源を活用した森林セラピーや木工体験、郷土料理の手づくり体験、市内農畜産物を活用した加工品手づくり体験など、様々な体験メニューが豊富にあります。この体験メニューとその他の観光メニューを組み合わせた食農体験型の観光や本市の強みである環境保全型農業、県内初のオーガニックビレッジのPR活動を行いながら、宿泊農業体験学習事業を推進します。

【施策の目標】

指標項目	指標の説明	実績	中間目標	目標
		令和6年度	令和12年度	令和17年度
食農体験人 数	登米市グリーン・ツーリズム 推進協議会及び食農体験 ネットワーク登米協議会 における食農体験人数	568人	1,000人	1,600人

（観光物産戦略課調べ）



農業体験風景



受け入れした生徒を送り出す農家

③ みやぎの明治村の観光活性化

みやぎの明治村は、本市の中核的な観光地に位置付けられることから、引き続き歴史文化の保存伝承に努めるとともに、その歴史的な建造物や街並み景観を生かし、本市の中心観光地としてその魅力を戦略的に発信し、観光客に選ばれる観光地域づくりを行います。

令和3年度から小学4年生の社会科の教科書に「古いまちなみを生かすまち」として、みやぎの明治村が掲載されたことを受け、小学生の校外学習を支援するとともに、小学生から高校生までの教育旅行の誘致を推進します。

小学生の来訪は、将来の登米市ファン、リピーターとなる原点です。学習体験を通じて心に残る思い出を育むことができるよう、親子での再訪や大人なってからも再び訪ねたくなる魅力的な施策を展開します。

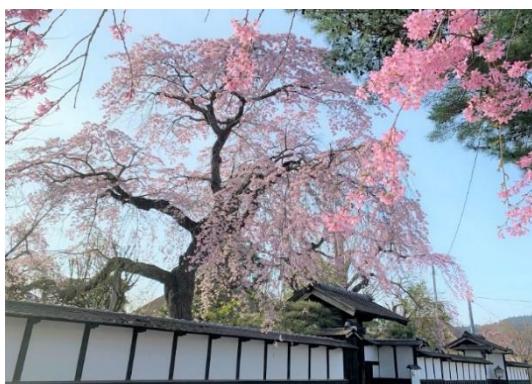
また、訪日外国人観光客は、日本文化への関心が高いことから受入体制の整備を継続し、インバウンド誘致の強化を図ります。

今後は、みやぎの明治村の観光活性化プログラムとして関係部署・機関と連携し、次の事業に取り組みます。



【施策の目標】

指標項目	指標の説明	実績	中間目標	目標
		令和6年	令和12年	令和17年
みやぎの明治村 観光客数	宮城県観光客入込数調査による年間（1月～12月）の登米市観光客入込数のうち歴史資料館5施設・とよま観光物産センター、高倉勝子美術館分	87千人	103千人	130千人



みやぎの明治村「武家屋敷通り」



みやぎの明治村「教育資料館」

④ 「食」の力を最大活用したガストロノミーツーリズムの推進

地域で世代を超えて受け継がれ 100 年続く食文化（「100 年フード」）として、文化庁に認定された郷土料理「はっと」及び本市を代表する環境保全米、仙台牛などの農産物、油麩等の伝統食材を核とし、その背景にある歴史・風土・生産者の想いといった物語を体験できる、深みのある食農体験型コンテンツを地域住民・観光団体・民間事業者とともに造成します。



郷土料理「はっと」



伝統食材「油麩」を使用した油麩丼

⑤ 観光と物産の一体的な PR 活動による交流人口の拡大

道の駅や直売所には、市内で生産された新鮮な野菜や特産物を求めて買い物に訪れる利用客が多いことから、買い物需要を戦略的に喚起することで観光客の増加や農産物の販路拡大を図り、双方の相乗効果を創出します。さらに、首都圏や仙台圏の物産展・イベントなどに積極的に参加し、観光と物産の一体的な PR を展開するとともに、交流人口の拡大を推進します。



道の駅三滝堂で買い物を楽しむ観光客



「とめマルシェ」 in まるまる東日本
(さいたま市大宮区)

⑥ 広域連携による観光ルートの形成

旅行者にとって市町村という垣根は関係なく、大きなくくりで旅行を楽しむ傾向にあることから、近隣地域と連携を図り、それぞれの観光資源の強みを活かし、互いに観光 PR ができる環境を構築し、共同での広域観光ルートの開発や観光情報の発信、交流事業など積極的に広域観光を推進します。

また、県内各地に整備されている「宮城オルレコース」を最大限に活用し、トレッキングなど特定のセグメントへのアプローチを強化します。

基本方針2　観光客受入体制の強化

2-(1) 交通と宿泊対策

① 観光周遊に係る交通アクセス等の案内機能強化

市内に点在する観光地を結ぶ交通手段としては、現在、市民バスやタクシーがあります。市民バスは、通学や通院などの生活交通としての役割を担っていることから、観光地間の交通を直接結ぶことができず、タクシーは長距離利用する場合には料金の負担が大きいなど、旅行者が市内観光地を巡る交通環境は整っているとは言い難い状況であることから、旅行者目線で分かりやすい交通アクセスや市民バス運行情報等の案内機能の強化に努めます。

② 観光宿泊施設の拡大

本市には、宿泊温泉地等が無く、宿泊そのものを目的とした観光客の増加は厳しい状況にあります。現在、市内の宿泊施設は、ホテル・旅館が14軒あり、収容人員は約560人の規模です。

また、農家民宿は8軒（令和7年度現在）あり、農業体験型の民宿として利用されています。しかしながら、大きなイベントが開催される際には、まだまだ市内宿泊施設だけでは対応ができない状況です。

このことから、農業体験型の観光を組み合わせることのできる農家民泊を推進しながら民宿へのステップアップや空き家のリノベーションによる簡易宿所の開業などを支援するとともに、住宅宿泊事業法（民泊新法）の届出による開業の支援を推進し、宿泊可能人員の拡大を図ります。

また、アウトドア需要に対応するため、長沼フートピアトヨテツの丘公園等のキャンプ施設の利活用を推進します。



長沼フートピアトヨテツの丘公園キャンプ場



登米森林公園キャンプ場

2-(2) おもてなし意識の醸成と受入環境の整備

① おもてなし意識の醸成とユニバーサルツーリズムの推進

観光の活性化に向けては、観光客及び地域住民の観光に対する満足度を向上し、観光客に「また、来たい」と思ってもらえる観光地づくりが重要であります。

観光客の満足度は、ただ単に観光地が魅力的だっただけではなく、訪れた人にどのように接し、どのようなサービスがあったかが重要で、満足度が高ければその観光客はリピーターとなり、また訪れてもらうきっかけにもなります。地域住民が観光客と関わることにより、地域文化・伝統の価値を再認識し、地域への誇りと愛着を感じる機会の創出や、観光客に対するおもてなしの心の醸成につながることから、地域住民と連携し観光コンテンツの造成に取り組みます。

また、おもてなし意識の醸成と併せて、高齢者・障がい者及び外国人をはじめとするすべての観光客が、安心して快適に観光を楽しめる環境整備を推進します。



イベント「とめまる」 子ども見守りブース



登米市産業フェスティバル 授乳室

② インバウンド観光客受入体制の整備

訪日外国人旅行者が2024年に過去最高となる約3,687万人となったことから、宮城県では海外からの観光客の誘客を推進するため、観光PR活動を展開しているところであり、本市においても、新たな観光客の需要と捉え、外国人観光客の誘客を積極的に図るとともに、各観光施設における多言語解説文の表示、イベントにおける多言語音声案内、ガイドの育成など、受入体制を拡充します。

【施策の目標】

指標項目	指標の説明	実績	中間目標	目標
		令和6年	令和12年	令和17年
訪日外国人旅行者数	登米市訪日外国人旅行者数 (みやぎの明治村、伊豆沼ほか)	758人	1,400人	2,300人

(観光物産戦略課調べ)



フードマラソンにコスプレで参加する外国人観光客



外国人観光客の農泊受入（ASEAN諸国など）



食材を巡るインバウンドツアー（ハワイ州）



ALTが体験する森舞台

2－（3）観光施設の整備

① 観光施設等の整備・管理・機能強化

市内既存の観光施設は、歴史資料館や石ノ森章太郎ふるさと記念館などの歴史・文化施設のほか、とよま観光物産センターや5つの道の駅の物産販売施設・長沼フートピアトヨテツの丘公園・大閑川河川公園（三滝堂ふれあい公園）・平筒沼ふれあい公園・石越高森公園などの観光公園があります。

近年、これらの施設では老朽化が進み、施設の安全性・利便性を高めるためには、修繕・改修が必要であることから、今後も施設管理者と連携を図りながら、計画的な修繕・改修を実施していきます。

また、スポーツツーリズムコンテンツとなる田園ライドメフルや高森パークゴルフ場の適切な維持管理を行い、市外からの利用者の拡大を図ります。

施設管理において管理人を配置するような規模の施設は、指定管理による管理を進めており、民間のノウハウを生かしながら効率的な管理・運営に努めるとともに、観光情報の発信や体験型観光の拠点として機能強化を図ります。



長沼フートピア トヨテツの丘公園



平筒沼ふれあい公園



とよま観光物産センター観光案内機能



登米地区情報発信施設（道の駅三滝堂）

基本方針3 戰略的な情報発信と観光客誘致

3-(1) 観光情報発信機能の充実

① 首都圏、仙台圏への情報発信機能の強化

本市への観光客の多くは、仙台を中心とした県内、次に東北、首都圏の順となっています。このことから、首都圏や仙台圏を中心とした情報発信が有効であり、これまで活用してきた観光パンフレットやホームページ、観光PRポスターなどの情報発信媒体の充実を図るとともに、より誘客効果の高い情報を広く発信する観点から、SNS、YouTube、情報誌など様々な媒体を活用した訴求力の高い情報発信を展開します。



登米市観光パンフレット

② とめふるさと大使などを活用したプロモーション

登米市の知名度については全国的に低い状況であります。知名度向上のためには「誰に（ターゲット）」「何を（コンテンツ）」「どのように（メディア）」伝えるか、戦略的な観光プロモーション活動を展開し具体的な来訪動機を創出する必要があります。このことから、マスメディアの戦略的な活用や全国各地で本市を自ら応援・宣伝してもらう「とめふるさと大使」と連携した積極的な情報発信を行い、本市の知名度アップと誘客促進を図っていきます。

また、SNSによる国内外の各ターゲット層に影響力を持つインフルエンサーを招聘し、実際に本市の魅力を体験してもらい、その感動を第三者視点で発信してもらうことで、情報の信頼性と拡散力を高めます。

さらに、本市ならではの全国に誇れる魅力の戦略的なPRを展開し、「米といえば登米市」、「仙台牛といえば登米市」といった「〇〇〇といえば登米市」というブランドイメージを築き上げ、全国へ発信していきます。



最高級の「みやぎ登米産仙台牛」



安心・美味しい「環境保全米」

3-（2）観光客誘致対策

① 観光キャンペーンの展開、積極的な誘致活動

旅行者は、個人で企画するほかは、旅行会社が企画したツアー商品、教育旅行プランなどで、行程を組み、旅行を行うケースが多くあります。

このことから、県内・市内の観光関係事業者、近隣自治体と連携し、ツアー商品や教育旅行プランに本市の観光地を組み込んでいただくため、旅行会社への観光素材等の事業提案を積極的に行います。

また、仙台・宮城観光キャンペーン協議会主催の誘客イベントでの観光物産PRや首都圏などで開催される教育旅行誘致を目的する商談会にも積極的に参加し、観光PRを行い、誘客の拡大につなげます。

② イベントの開催とフードツーリズムによる観光誘客の拡大

「登米フードフェスティバル」や「日本一はっとフェスティバル」などは、本市を代表するイベントであり、魅力的な観光コンテンツとして多くの観光客に認知されています。

このことから、今後も事業を継続してSNS等を活用した戦略的な情報発信を展開し、市内観光施設と連携することで、周遊を促進し、更なる誘客を図ります。

また、観光・地域交流イベントにおいては、四季折々の祭りや各種イベントが開催されており、多彩な観光コンテンツとしての魅力や多様な楽しみ方をインバウンドを含む多くの観光客に知っていただくため、積極的なPRを取り組みます。

特に、四季を感じる各種イベントを相互に結びつけてPRを展開し、誘客を推進する一方で、地元飲食店と連携して商店街の回遊性を高め、滞在時間の伸長と再訪者の拡大を図ります。

本市自慢の豊富な農産物と地域独自の食文化を満喫できるフードツーリズムを推進し、食を通じて本市の魅力を全国に発信します。



東北風土マラソン&登米フードフェスティバル



日本一はっとフェスティバル

③ ロケツーリズムの展開

NHK連続テレビ小説「おかえりモネ」のレガシーを持続的に活用するため、ドラマの舞台地を巡るロケツーリズムに積極的に取り組むことにより観光誘客の促進を図ります。

舞台となった好機を一過性のものとせず、積極的に本市の魅力を発信するとともに、番組の中で本市が「森の町」として紹介されたことを活かし、森の町で青春を送るヒロインに照らし合わせた、本市の豊かな森林資源を活かしたフォレストツーリズムを推進します。

また、本市はロケツーリズムによるシティプロモーションとインバウンドの確立を目指すロケツーリズム協議会に加入しており、市内での映画やテレビ等のロケーション撮影の誘致を積極的に行うとともに、官民一体でのロケ支援を土台に本市ならではのロケツーリズムを展開し、本市の魅力が映像化されることによるイメージアップを図るなど観光誘客に向けた取組を強化します。



おかえりモネファン感謝祭



ロケツーリズムの推進

④ 持続可能な関係性を構築するシティプロモーション

「ふるさと応援寄附金制度」の返礼品として、宿泊券や特別な体験プログラム参加権など、「コト消費」に繋がる体験型返礼品の充実を図ります。

また、本市のファンが増加する取組を推進し、各種イベント等を通じて、本市との継続的な関係性を構築・深化させることで関係人口の拡大を図ります。



みやぎ移住交流フェア



登米×よしもとお笑いライブ

第4章

計画の推進

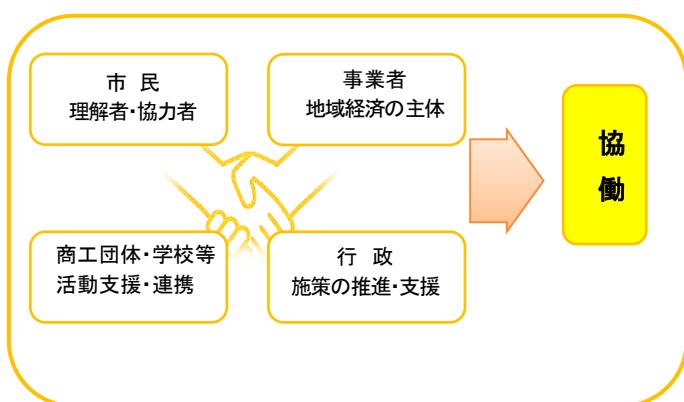
1 計画の推進体制

商業・工業・観光のワーキンググループ、検討委員会による全体協議、商工振興審議会を経て策定した本計画については、市民・事業者・商工観光団体・学校・県及び市が計画を共有し、連携、協力体制のもと、その基本、個別施策の推進に取り組みます。

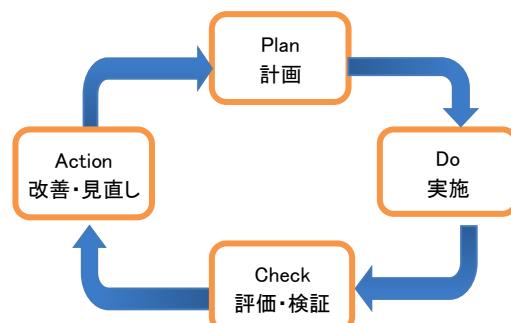
2 計画の進行管理

計画の推進を図るため、毎年度に関係部局による評価・検証を行うとともに、各関係機関・商工振興審議会での意見、助言を得ながら、必要な改善・見直しを図ります。

◆計画の推進



◆PDCAによる計画の進行管理



振興計画の推進

《基本理念》

「『しごと』と『くらし』の好循環創出による商工観光の持続的な発展」

第二次登米市商工観光振興計画策定までの経過

年 月 日	開催した会議等
令和 7年 5月19日	第1回第二次登米市商工観光振興計画策定WG会議
令和 7年 7月30日	第1回登米市商工観光振興計画庁内策定連絡調整会議
令和 7年 8月18日	第2回第二次登米市商工観光振興計画策定WG会議
	第2回登米市商工観光振興計画庁内策定連絡調整会議
令和 7年 8月21日	第1回登米市商工観光振興計画策定検討委員会
令和 7年11月26日	第1回登米市商工振興審議会 「第二次登米市商工観光振興計画（案）」の諮問
令和 8年 1月 6日 ～ 令和 8年 2月 6日	市民意見公募（パブリックコメント） 「第二次登米市商工観光振興計画（案）」について
令和 8年 月 日	第2回登米市商工振興審議会
令和 8年 月 日	「登米市商工観光振興計画（案）」の答申

○登米市商工振興審議会条例

平成 17 年 4 月 1 日
条例第 180 号

(設置)

第 1 条 市長の諮問に応じ、商工業振興の基本的な計画及び観光振興対策等に関する重要事項を審議するため、
登米市商工振興審議会(以下「審議会」という。)を置く。

(組織)

第 2 条 審議会は、委員 20 人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから必要な都度市長が任命する。

(1) 市商工会会員

(2) 知識経験を有する者

3 委員は、当該諮問に係る審議が終了したときは、解任されるものとする。

(会長)

第 3 条 審議会に会長を置き、委員の互選によって定める。

2 会長は会務を総理し、審議会を代表する。

3 会長に事故があるとき又は欠けたときは、会長があらかじめ指定した委員がその職務を代理する。

(会議)

第 4 条 審議会は、会長が招集する。

2 審議会の会議は、委員の半数以上が出席しなければ開くことができない。

3 審議会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは会長の決するところによる。

(委任)

第 5 条 この条例に定めるもののほか、必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。

附 則

この条例は、平成 17 年 4 月 1 日から施行する。

登米市商工振興審議会委員名簿

No.	氏名	役職等
1	くま　がい　たけし 熊　谷　毅	登米地域商工会連絡協議会 会長
2	さ　さ　き　ちゑ子 佐々木　ちゑ子	登米ブロック商工会女性部連絡協議会 会長
3	くま　がい　まさ　ふみ 熊　谷　正　史	登米ブロック商工会青年部連絡協議会 会長
4	さい　とう　けい　いち 斎　藤　恵　一	一般社団法人 登米市観光物産協会 会長
5	かま　た　とも　ゆき 鎌　田　智　之	(株) とよま振興公社 代表取締役
6	いわ　ぶち　よし　こ 岩　渕　芳　子	登米市グリーン・ツーリズム推進協議会 会長
7	い　とう　ひで　お 伊　藤　秀　雄	登米市産業振興会 会長
8	いた　がき　ひで　ゆき 板　垣　秀　幸	迫公共職業安定所 所長
9	さくら　い　たつ　お 櫻　井　達　夫	宮城県東部地方振興事務所登米地域事務所 地方振興部長
10	くま　がい　けい　こ 熊　谷　桂　子	精進スイーツ結び 代表

○登米市商工観光振興計画策定検討委員会設置要綱

平成 27 年 6 月 1 日
告示第 210 号

(設置)

第 1 条 登米市商工観光振興計画(以下「振興計画」という。)の策定に関する事務を総合的かつ効果的に推進するため、登米市商工観光振興計画策定検討委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事項)

第 2 条 委員会の所掌事項は、次のとおりとする。

- (1) 振興計画の策定検討に関すること。
- (2) 振興計画策定のための関係機関との連絡調整に関すること。
- (3) 前 2 号に掲げるもののほか、振興計画策定のために必要な事項

(組織)

第 3 条 委員会は、委員 20 人以内をもって組織する。

2 委員は、次の各号に掲げる者のうちから市長が委嘱又は任命する。

- (1) 学識経験者
- (2) 商工業関係者
- (3) 観光関係者
- (4) 関係行政機関の職員
- (5) 市の職員
- (6) 前各号に掲げる者のほか、市長が必要と認めるもの

(任期)

第 4 条 委員の任期は、委嘱又は任命された日から振興計画の案を市長に提出した日までとする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長及び副委員長)

第 5 条 委員会に、委員長及び副委員長を置き、委員長には産業経済部長の職にある者を、副委員長には産業経済部次長及び参事の職にある者をもって充てる。

2 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第 6 条 委員会の会議は、委員長が招集し、委員長がその議長となる。

2 委員長は、委員が会議を欠席する場合には、当該委員の代理者の出席を求めることができる。

3 委員長は、会議の運営上必要があると認めるときは、委員以外の者に出席を求め、説明又は意見を聞くことができる。

(専門部会)

第 7 条 委員会における所掌事項について、専門的かつ幅広い視点から調査及び検討を行い、委員会の討議に資するため、委員会に次の専門部会を置く。

- (1) 商業部会
- (2) 工業部会
- (3) 観光部会

2 委員長及び副委員長以外の委員は、専門部会に所属する。

3 専門部会に、部会長及び副部会長を置き、部会員の互選により選任する。

4 第 5 条(第 1 項の規定を除く。)及び第 6 条の規定は、専門部会に準用する。この場合において、「委員長」とあるのは「部会長」と、「委員会」とあるのは「専門部会」と、「副委員長」とあるのは「副部会長」と、「委員」とあるのは「部会員」と読み替えるものとする。

(謝金)

第 8 条 委員(公共団体及び公共的団体に属する者を除く。)には、予算の範囲内で謝金を支払うものとする。

(庶務)

第 9 条 委員会及び専門部会の庶務は、産業経済部商工観光課において処理する。

(委任)

第 10 条 この要綱に定めるもののほか、委員会及び専門部会の運営について必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

この告示は、平成 27 年 6 月 1 日から施行する。

登米市商工観光振興計画策定検討委員会委員名簿

No.	氏 名	役職等	専門部
1	千葉 昌彦	登米市産業経済部 部長	委員長
2	佐藤 貴光	登米市産業経済部 次長兼産業総務課長	副委員長
3	山形 政宏	登米中央商工会 事務局長	商業
4	佐々木 正司	みやぎ北上商工会 事務局長	商業
5	佐藤 克則	登米みなみ商工会 事務局長	商業
6	佐々木 博子	登米市観光物産協会 事務局長	観光
7	村田 勤	迫公共職業安定所 求人・専門援助部門 統括職業指導官	工業
8	佐々木 直美	宮城県東部地方振興事務所 登米地域事務所地方振興部 企画員（班長）	工業
9	佐藤 雅和	宮城県観光連盟 事務局次長兼総務課長	観光
10	佐藤 純	長沼ふるさと物産（株） 代表取締役	観光
11	伊藤 裕之	佐沼中央商店会 会長	商業
12	佐藤 耕城	有限会社伊豆沼農産 取締役社長	観光
13	山崎 準一郎	登米道の駅連絡会 代表	観光
14	及川 健一	東京発條株式会社 宮城工場 工場長	工業
15	まつ松 お尾 浩久	トヨテツ東北（株） 取締役社長	工業

第二次登米市商工観光振興計画

令和〇年〇月

発行 登米市

編集 産業経済部 地域ビジネス支援課 TEL 0220-34-2706

観光物産戦略課 TEL 0220-34-2759

〒987-0602 登米市中田町上沼字西桜場18番地