

第二次登米市商工観光振興計画（案）に対する意見の概要及び意見に対する考え方

NO	項目	意見の概要	意見に対する考え方	担当課
1	第3章 第3節 観光の振興基本方針3 戦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②とめふるさと大使などを活用したプロモーション (P. 43)	登米市ブランドの創出については、強い物足りなさを感じます。「おかえりモネ」の放送時も全国的な注目を得る好機であったにもかかわらず、持続的な地域ブランドの確立には十分つながらなかった印象があります。	ご指摘のとおり、ドラマ放送を一過性のブームに終わらせず、持続的な地域振興につなげることが重要であると認識しております。本計画では、第3章第3節「観光の振興」の個別施策「3-(1)観光情報発信機能の充実」等において、これまでの画一的な情報発信からの脱却と、ターゲットを明確にした戦略的なシティプロモーションへの転換を掲げ、選ばれる地域ブランドづくりを推進してまいります。	観光物産戦略課
2	第3章 第3節 観光の振興基本方針3 戦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②とめふるさと大使などを活用したプロモーション (P. 43)	商業・工業・観光の各方針は整理されているものの、他自治体の成功事例をなぞるだけでは、人口減少や若年・子育て世代の流出という根本課題は解決できません。登米市らしさを再定義し、外部人材や若い世代、女性や子育て当事者の視点といった「新しい風」を意識的に取り入れることが不可欠です。既存の枠組みにとらわれず、挑戦を許容する姿勢こそが、市民の共感と誇りにつながる真のブランド形成への第一歩であると考えます。	変化の激しい時代において、ご意見にあるような「新しい風」を取り入れ、既存の枠組みにとらわれない視点を持つことは極めて重要であると認識しております。本計画は、基本理念として「強みの深化」「未来への革新」「地域一体の共創」を掲げております。市民や若者、女性など多様な主体と連携し、登米市ならではの魅力を再発見・磨き上げ、共感と誇りにつながるブランド形成を推進してまいります。	地域ビジネス支援課 観光物産戦略課
3	第3章 第3節 観光の振興基本方針3 戦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②とめふるさと大使などを活用したプロモーション (P. 43)	登米市のシティプロモーション強化をお願いします。知名度向上のためには、全国ネットのテレビ番組等で放送されることが最も効果的だと思います。「とめふるさと大使」によるPRはもちろん、「はっどん」等のキャラクターをテレビドラマの小道具として活用したり、著名人に身に着けてもらったりして、全国の人の目に留まるようにすることや、「おかえりモネ」のイベント時にドラマ出演者を招聘し、話題にしてもらうことなどが必要だと思います。	テレビ等のメディア露出やキャラクターを活用した知名度向上策は、大変有効な手段の一つであると認識しております。シティプロモーションの強化につきましては、第3章第3節「観光の振興」の個別施策「3-(1)観光情報発信機能の充実」において、マスメディアの戦略的な活用や、「とめふるさと大使」と連携した積極的な情報発信を掲げております。いただいたご提案も参考にさせていただきます、効果的なPR手法を検討してまいります。	観光物産戦略課
4	第3章 第3節 観光の振興基本方針3 戦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②とめふるさと大使などを活用したプロモーション (P. 43)	また、「登米産仙台牛」ではなく、「登米牛」としてブランド化できないでしょうか。	本市は全国屈指のブランドである「仙台牛」の約4割を生産する県内最大の産地となっております。「仙台牛」の市場評価と知名度は極めて高く、このスケールメリットを最大限に活かすことが、生産者の所得向上と安定経営に不可欠であると考えております。そのため、新たな名称でのブランド化ではなく、強力な「仙台牛」ブランドの中で、「その主要産地は登米市である」という認知を広めるプロモーションを強化し、「おいしい仙台牛といえば登米市」というイメージを定着させるよう一層努めてまいります。	観光物産戦略課
5	第3章 第1節 商業の振興基本方針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 (P. 22)	空き店舗の活用支援といっても、人通りの少ない商店街に店を出しても集客は望めません。現在、市内ではキッチンカーが多く、祭りや神社などで活躍しているイメージがあります。こうしたキッチンカー等への経営支援を行いつつ、将来的に空き店舗への出店につなげていくような支援をはいかがでしょうか。	ご指摘のとおり、人通りの減少した商店街への新規出店はハードルが高く、キッチンカー等の事業形態は、賑わい創出や創業の第一歩として有効な手段であると認識しております。本計画の第3章第1節「商業の振興」において、多様な形態での創業支援を推進することとしております。今後は、キッチンカー等でのチャレンジを支援するとともに、次のステップとして空き店舗を活用いただけるような、段階的な創業・定着支援の仕組みづくりを検討してまいります。	地域ビジネス支援課