

登米市商工観光振興計画

平成 28 年 2 月

登 米 市



登米市商工観光振興計画の策定にあたって

登米市長 布施 孝 尚

本市が誕生して 10 年が経過いたしました。この間、新しいまちづくりの指針として、第一次登米市総合計画を策定し、各種施策の取組を着実に進めてまいりました。

しかし、少子高齢化の急速な進展や人口減少、さらには東日本大震災による影響から地域経済が伸び悩み、本市を取り巻く環境が大きく変化している中、景気回復への取組がこれまで以上に強く求められております。

そのため、昨年 9 月に策定した「第二次登米市総合計画」の基本政策の一つである『地域資源を活かし、魅力ある元気な産業を「つくる」まちづくり』を具現化し、戦略的な視点をもってにぎわい創出と地域経済の振興を推進するため、本市商工観光分野の振興指針となる「登米市商工観光振興計画」を策定いたしました。

本市の商業を取り巻く課題としては、車社会の進展による郊外への大型商業店舗の進出、空き店舗等の増加による商店街の空洞化や市外への消費流出等があります。工業においても、生産年齢人口の減少や製造品出荷額の減少等の課題を抱えております。観光については、震災以降に落ち込んだ観光客入込数が回復してきている状況にはありますが、従来の通過型観光から滞在型観光の創出、情報発信の強化に向けた取組が必要となっております。

こうした中、本市が商業、工業及び観光を通じて元気になるためには、各分野の振興策を“市民”、“事業者”、“商工団体”、“学校”、“行政”などが連携して推進していくことが必要となります。

今後は本計画に基づき、ここに働く人々の暮らしの好転に向けて、市民、関係団体の方々と連携、協力のもと、商業、工業及び観光の魅力ある振興を創出し、本計画の基本理念にも掲げた「地域をあげた魅力創造による商工観光の持続的な発展」の実現を目指してまいります。

結びに、本計画の策定に当たり、検討委員会や専門部会、商工振興審議会を通じてご協議、ご審議をいただきました委員の皆様にご心からお礼申し上げます。

平成 28 年 2 月

目 次

第1章	登米市の現状	
1	位置と沿革	1
2	人口・世帯数と産業別就業人口数	1
3	現状と課題	3
	(1) 商業	3
	(2) 工業	6
	(3) 観光	9
第2章	商工観光振興計画の基本的な考え方	
1	計画策定の目的及び位置付け	12
2	基本理念、方針	12
3	計画の期間	13
第3章	商工観光の振興施策	
第1節	商業の振興	14
1	商店街のにぎわい創出と消費者ニーズに対応したサービスの構築	15
2	商業振興を支援する体制の強化	18
3	新規事業者や販路開拓等による経営支援策の拡充	19
4	中小企業・小規模事業者の経営の安定化	22
第2節	工業の振興	23
1	既存企業の育成	24
2	ものづくり産業の戦略的育成	26
3	雇用対策と企業誘致の推進	27
第3節	観光の振興	29
1	観光の魅力創造と体験型観光の推進	30
2	観光受入体制の強化	33
3	情報発信と観光客誘致	36
第4章	計画の推進	
1	計画の推進体制	39
2	計画の進行管理	39
資料編		
[資料1]	登米市商工観光振興計画策定までの経過	40
[資料2]	登米市商工振興審議会条例	41
[資料3]	登米市商工振興審議会委員名簿	42
[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	43
[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	44

第1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、北は岩手県、西は栗原市及び大崎市、南は石巻市及び遠田郡、東は気仙沼市及び本吉郡に接し、市域面積は536.12k㎡で県全体の7.36%を占める県内第5位の規模となります。

西部は丘陵地、東部が山間地、その間を県内有数の穀倉地帯を形成する広大で平坦肥沃な登米耕土が広がっており、宮城米「ササニシキ、ひとめぼれ」の主産地となっています。また、ブランド牛肉「仙台牛」を4割近く出荷しており、県内最大の肉用牛の生産地です。

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・内沼をはじめ、国内唯一の常設8レーン国際A級公認オートコースを有する長沼、南には遊歩道と浮棧橋が整備された平筒沼の湖沼があります。

■人口／83,321人(平成27年3月末現在)
■世帯／27,119戸(平成27年3月末現在)
■面積／536.12k㎡

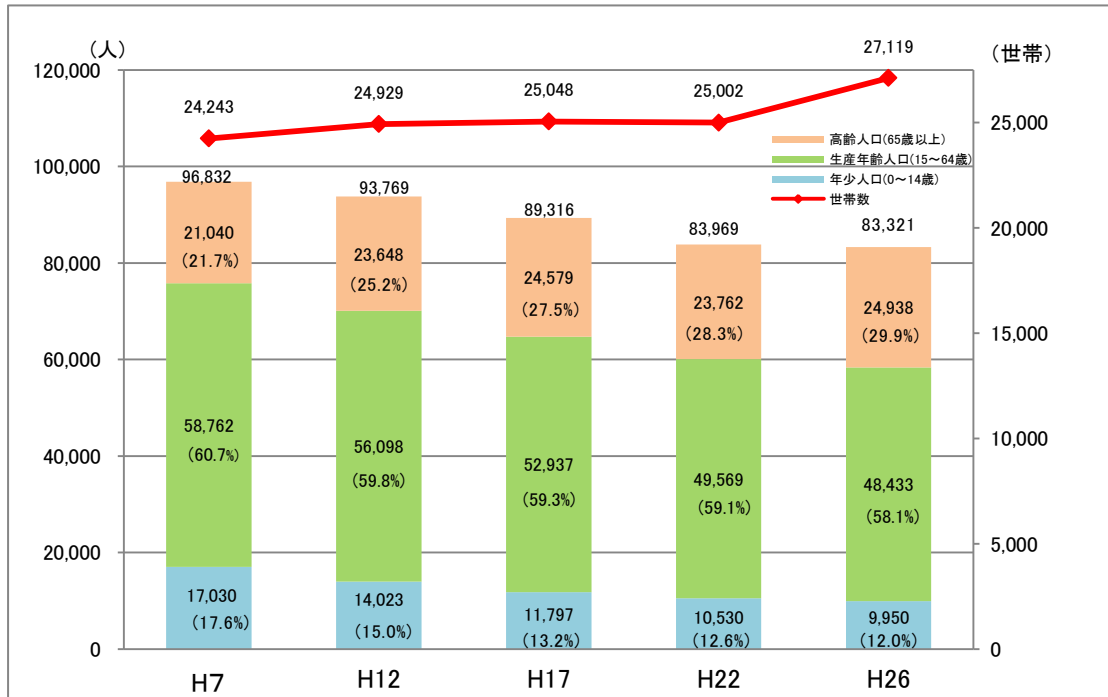


2 人口・世帯数と産業別就業人口数

本市の人口は、平成26年度末において83,321人で、平成22年国勢調査より、0.8%ほど微減しています。一方、世帯数は平成26年度末において27,119世帯で、平成22年国勢調査より8%ほど増加していることから、核家族化の進行など、世帯構成が変化してきています。また、平成26年度末における0～14歳の年少人口は、平成22年国勢調査より6%ほど、15～64歳の生産年齢人口は2%ほど減少し、65歳以上の高齢人口は5%ほど増加していることから、少子高齢化が進行しています。

就業人口としては、平成7年から平成22年国勢調査の「産業別就業人口の推移」によると、農林業などに従事する第一次産業は49%ほど、製造業や建設業などに従事する第二次産業は35%ほど減少。小売業やサービス業などの第三次産業は2%ほど増加しており、第一次及び第二次産業人口の後退が際立っています。

人口・世帯数の推移

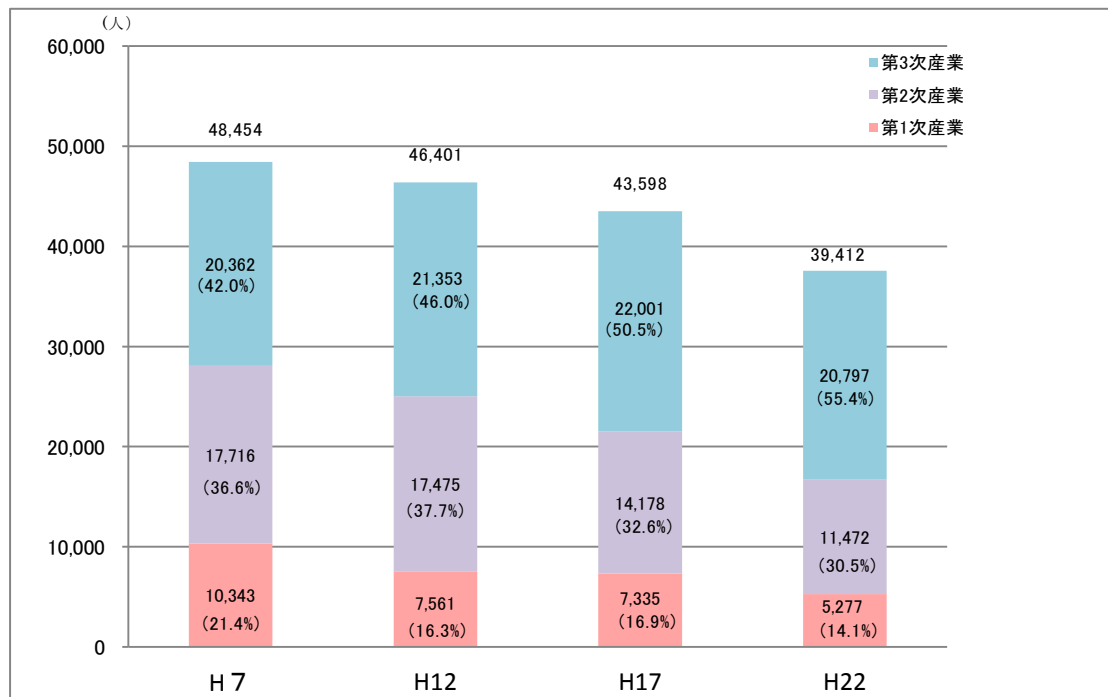


資料：総務省「国勢調査報告」（各年 10 月 1 日現在） H26 は市統計による。

注）：人口の合計は H17 に 3 人、H22 に 108 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。

産業別就業人口の推移



資料：総務省「国勢調査報告」（各年 10 月 1 日現在）

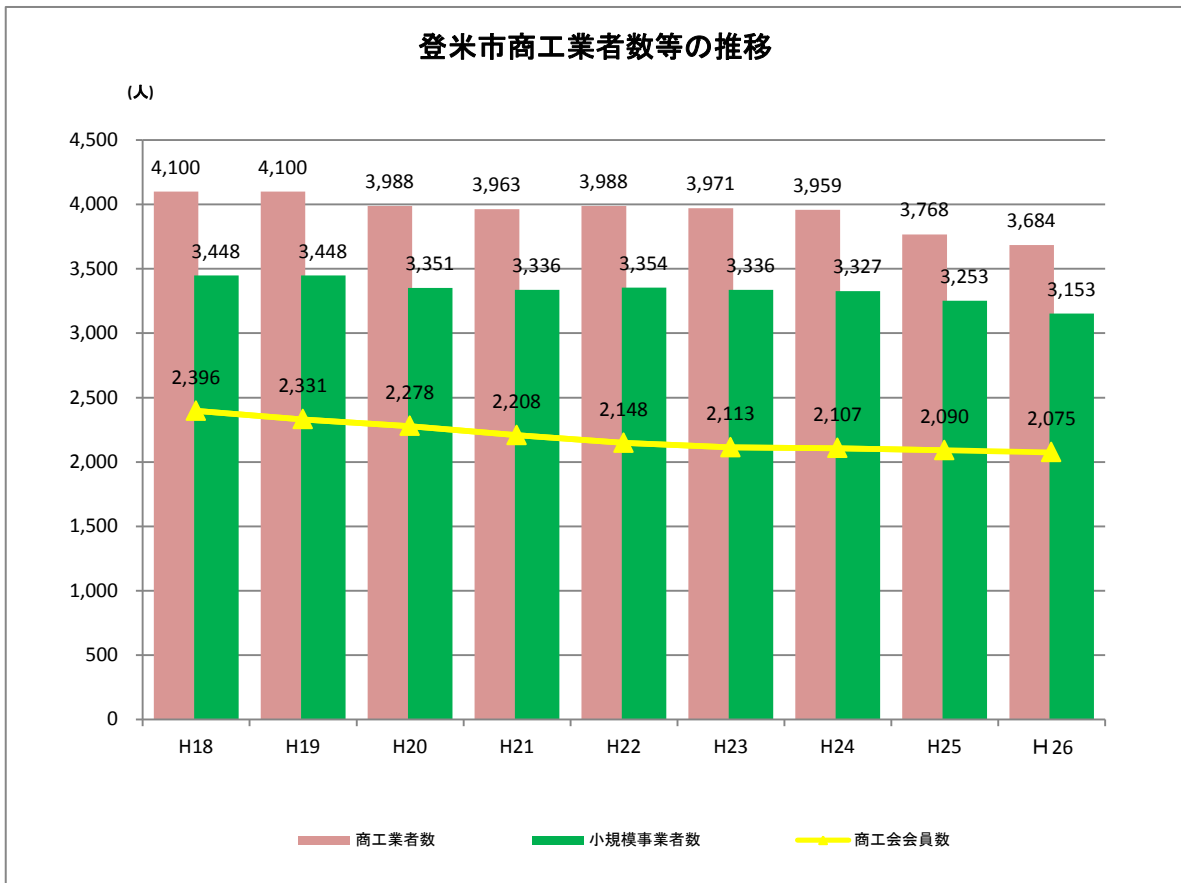
注）：就職者数の合計には、H7 に 33 人、H12 に 12 人、H17 に 84 人、H22 に 1,866 人の分類不能の産業を含めているため、各年の産業別就職者数の合計数値とは一致しません。

3 現状と課題

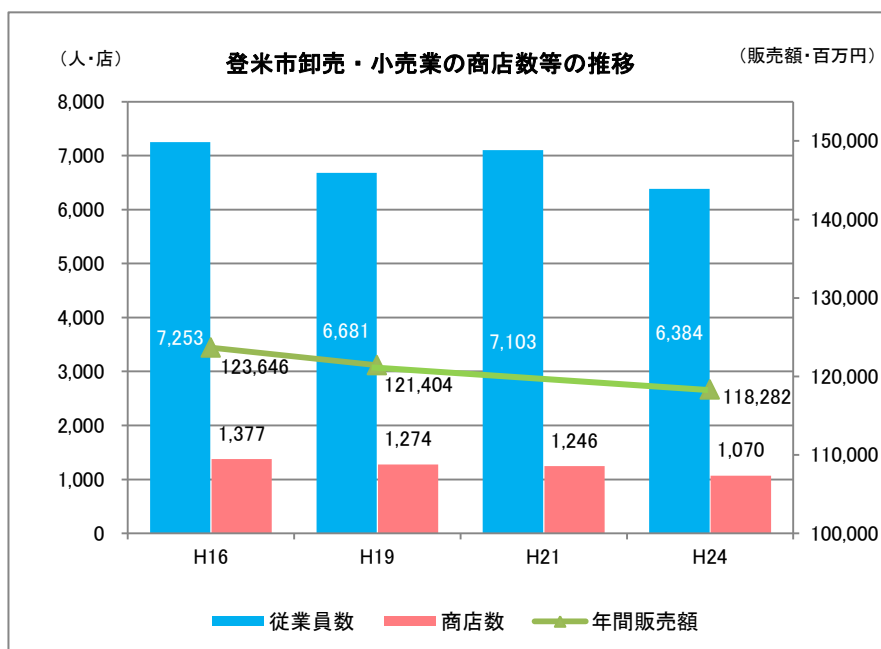
(1) 商業

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は、車社会の進展による郊外・沿道型の店舗の進出や大型商業店舗・コンビニエンスストアへの消費者の購買行動の変化、市外への消費流出などにより、商店数及び年間販売額が減少し、個店や商店街を取り巻く環境は厳しい現状にあります。卸売・小売業については、平成19年度と24年度の比較で商店数は204件、年間販売額は31億円ほど減少しており、商店数及び売上減少に対する対策が課題となっています。



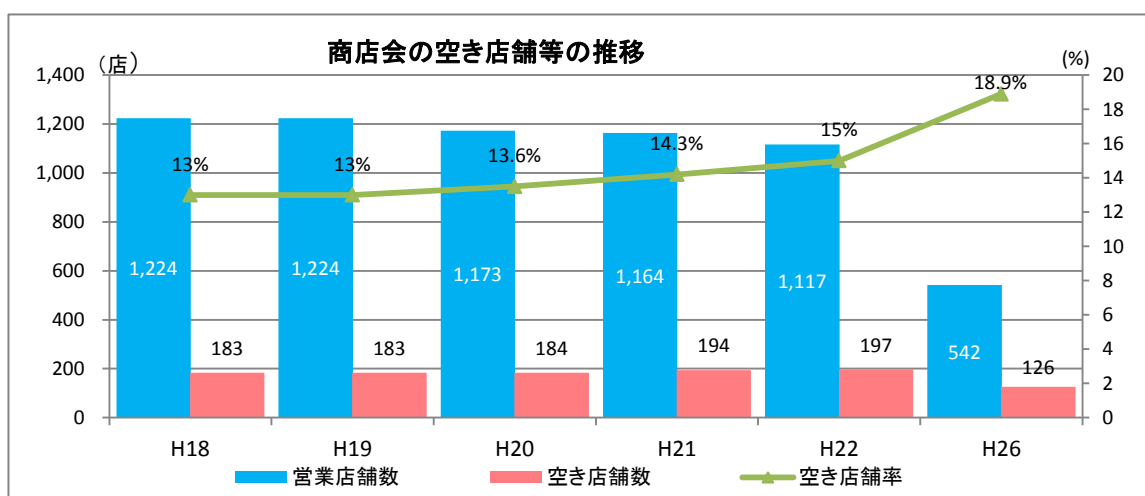
注)：登米中央商工会、みやぎ北上商工会、登米みなみ商工会統計による



② 空き店舗等の増加

平成26年度における商店会は、平成22年度から5カ所が消滅又は解散しています。既存の商店街には空き店舗が増え、空き地化している状況も散見し、かつてのにぎわいが失われつつあります。県商店街実態調査によると、本市の空き店舗の状況(店舗数に対する空き店舗数の割合)は、平成18年度が13%、26年度が18.9%と、空き店舗の割合が増加しています。要因としては、経営不振による売上減少、事業主の高齢化や後継者がいないこと、あるいは後継者がいるとしても、厳しい環境下で事業の引き継ぎをちゅうちょするなどの理由があります。

また、東日本大震災で被災したことを契機に廃業した個店が多くあった状況も併せて商店街の空洞化に拍車がかかった要因となっており、経営不振や後継者育成をどう補えるかが課題となっています。



資料：宮城県商店街実態調査(H26.12 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。

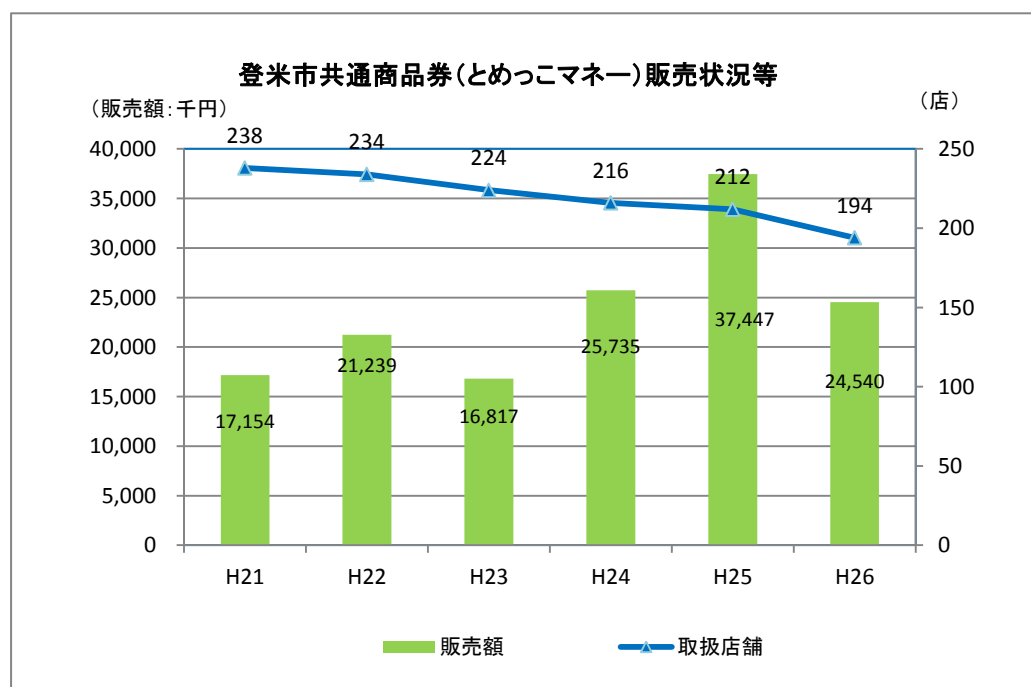
H26に営業店舗・空き店舗が減少しているが、5商店会の解散、消滅により16商店会による集計。

③ 経営改善、活性化に向けた取組の低迷

市が中小企業、小規模事業者に対して実施している経営支援施策の年間活用件数は、平成 26 年度実績が 203 件で、商工者数の 5 %、商工会会員数の 10% に留まります。これは、支援策が広く個店等に周知、活用されていない状況と言えます。支援策の一つであるビジネスチャンス支援事業は、店舗イメージアップとデザイン・商品力向上に一定の活用があるものの、新規マーケット開拓や人材育成事業については活用例が少なく、ニーズに偏りがあります。

また、消費の地域内循環を後押し、市内店舗での利用促進を目的に普及を推進している市共通商品券「とめっこマネー」の販売額、取扱店舗が減少しています。

こうしたことから、支援策の普及、活用のあり方が課題となっています。



注) : H25 に共通商品券を 500 円券から 1,000 円券に切り替え、お釣りの発生を可能とした。

(2) 工業

① 工業生産活動の縮小、就職場所の不足

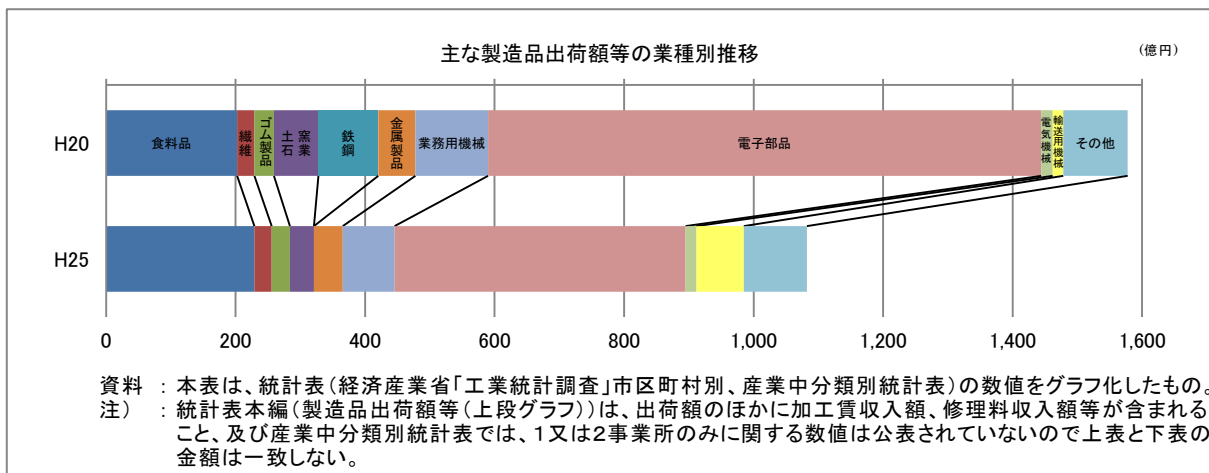
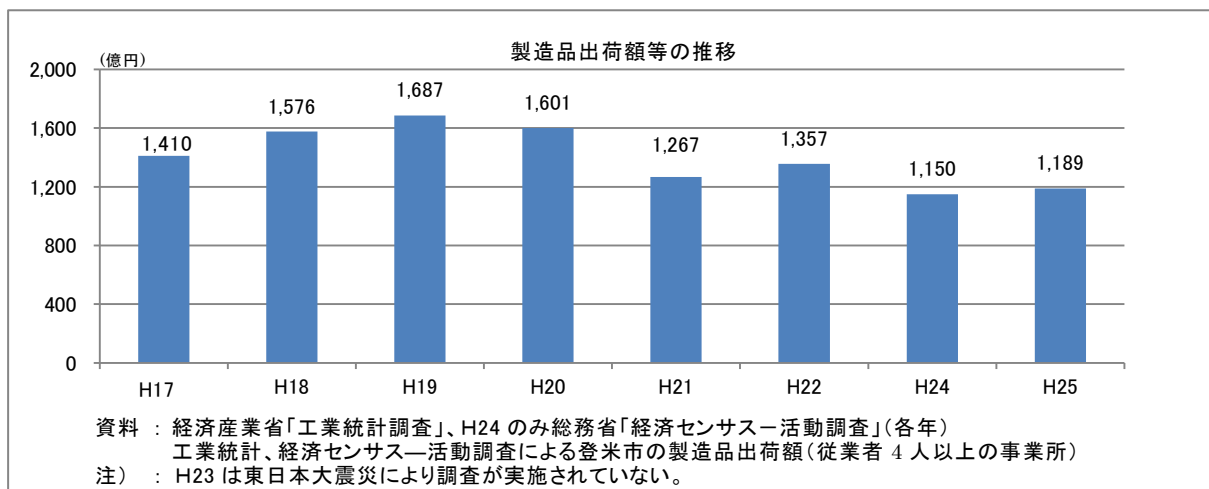
本市の産業は、稲作を中心とした土地利用型農業を中核としていますが、生産額等で比較すると、平成25年の農業産出額※が348億円、工業の製造品出荷額等が1,189億円で、工業は本市の産業の中でも地域経済の活性化に果たす役割は重要な位置付けとなっています。

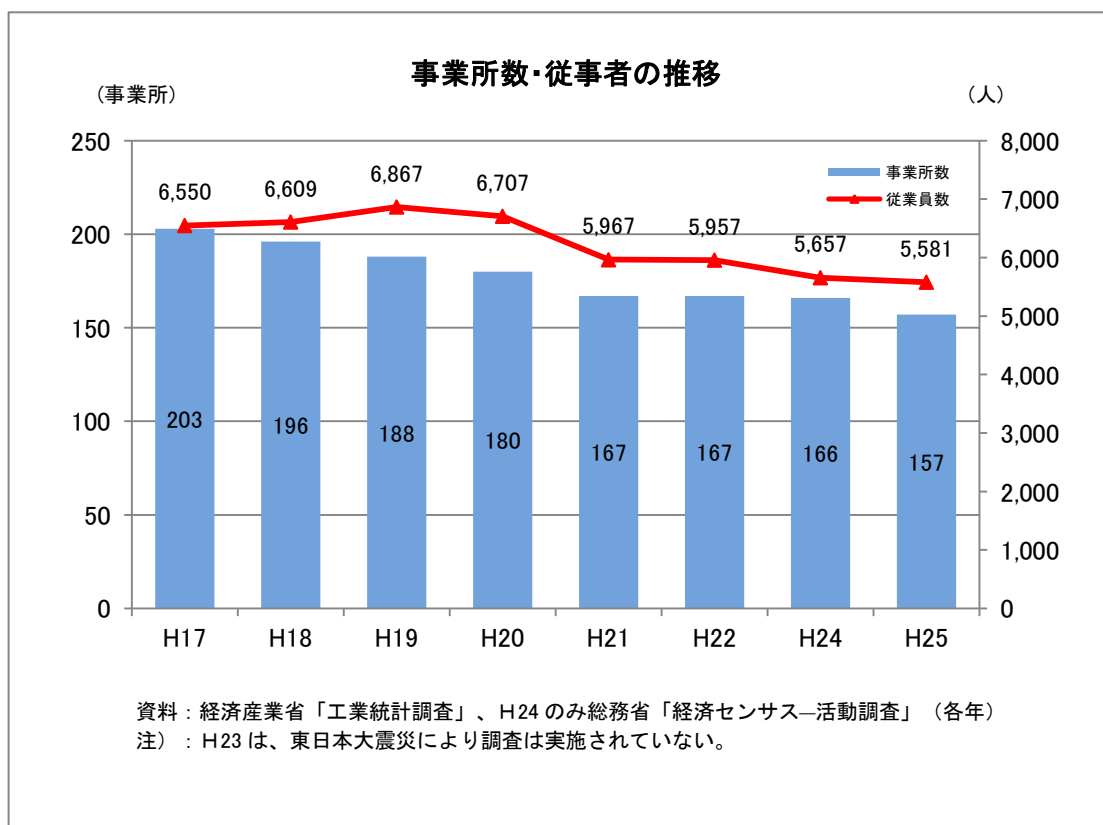
しかし、製造品出荷額等の推移を見ると、平成19年までは増加していたものの、リーマン・ショック※や東日本大震災などの影響で、平成20年以降は減少傾向にあり、いまだに平成19年をピークとした1,687億円には回復していません。市内の事業所数（製造業）についても、平成17年に203事業所であったものが、平成25年では157事業所となり、46事業所が減少しています。業種別の出荷額としては、食料品や輸送用機械（自動車関連）等が業績を上げているものの、電子部品等が下降しています。

このことから、工業生産活動の縮小や就職場所の不足が懸念される状況にあり、改善策のあり方が課題となっています。

※「農業産出額」 登米市農業生産1日1億円創出プラン検証結果より。

※「リーマン・ショック」 2008.9.15にアメリカ合衆国の投資銀行（リーマン・ブラザーズ）が破綻したことに端を発して、続発的に世界的金融危機が発生した事象。



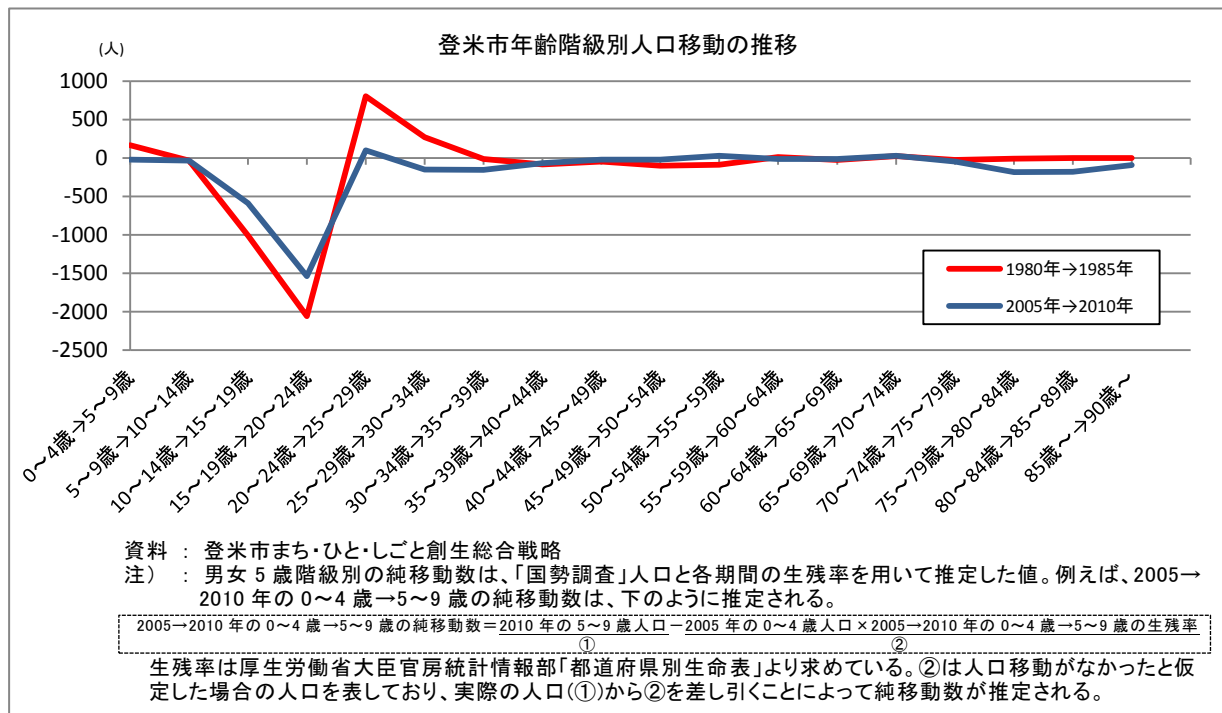
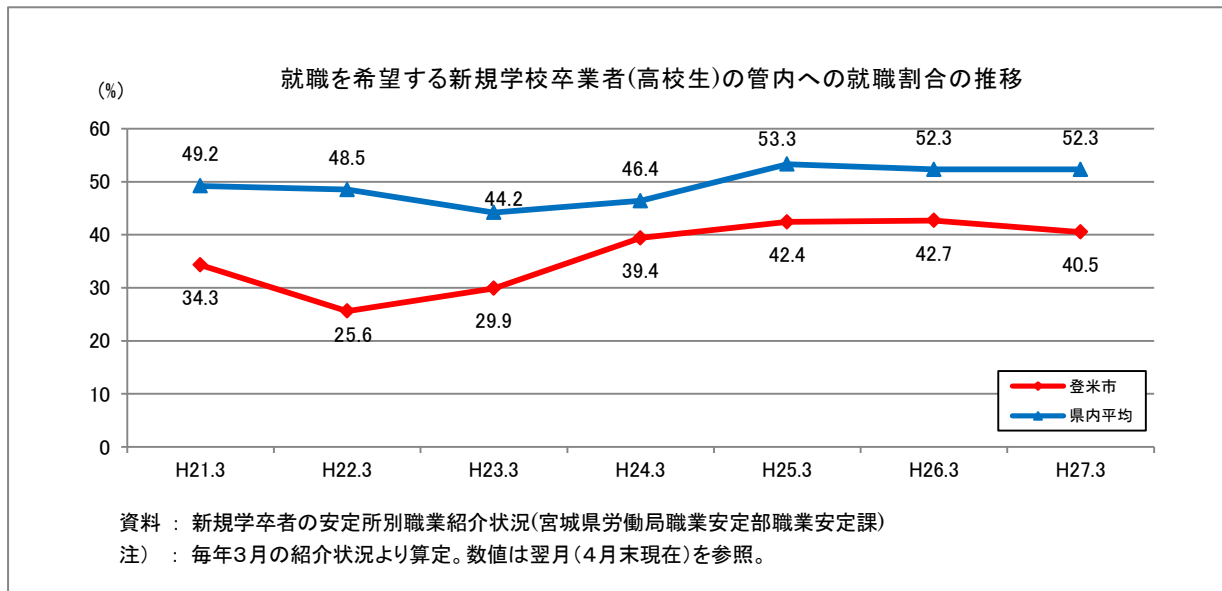
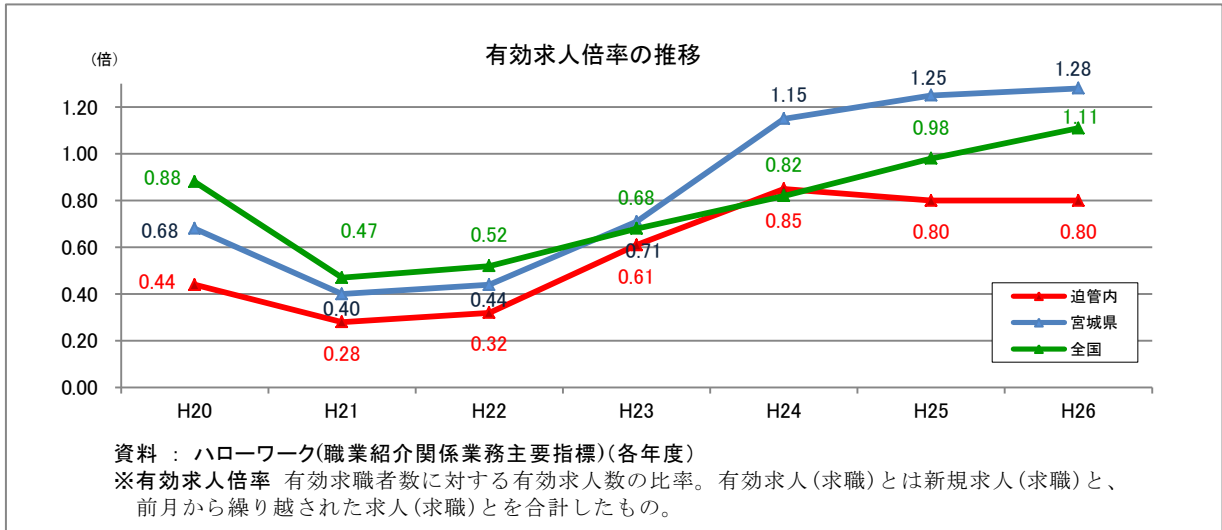


② 生産年齢人口の減少、低い地元定着（就職）率

人口減少や少子高齢化などの課題に対応し、地元への定住化を進める上で、工業の振興による地域の活性化が重要な役割を担っています。そのため、継続した企業活動の維持と生産性の向上、規模拡大と発展を目指す上で、生産年齢人口の減少対策も工業振興の重要な課題の一つです。

市内事業所の業務縮小や事業廃止により、地元で就職を希望する人に対する雇用環境は、本市の有効求人倍率などからも決して求職者に優位な状況とは言えない状況です。新規高卒者の地元への定着（就職）率が低いことや、大学卒業後の地元への就職者が少ないなどの問題が懸念されるところでもあり、地域経済を支える産業の活性化を推進するため、若者等の定住化の促進と人材の確保が重要な課題となっています。

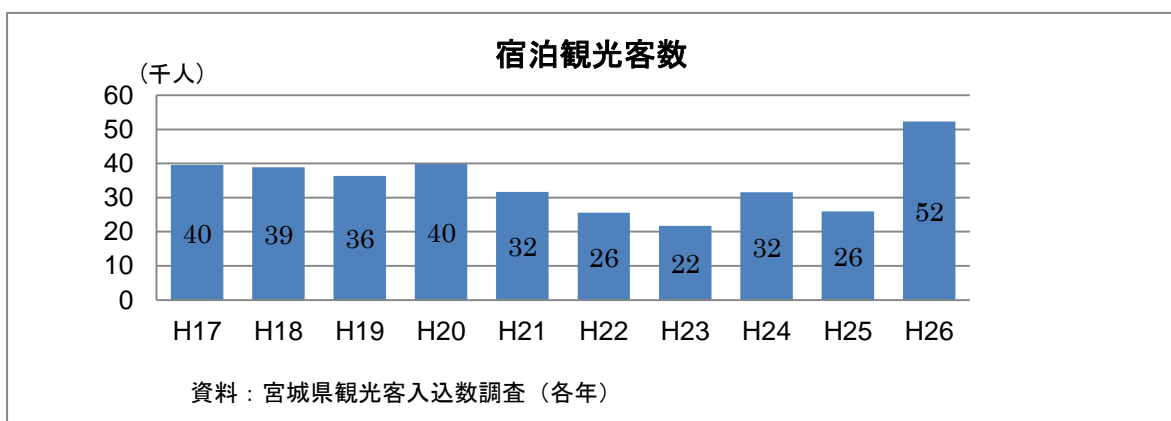
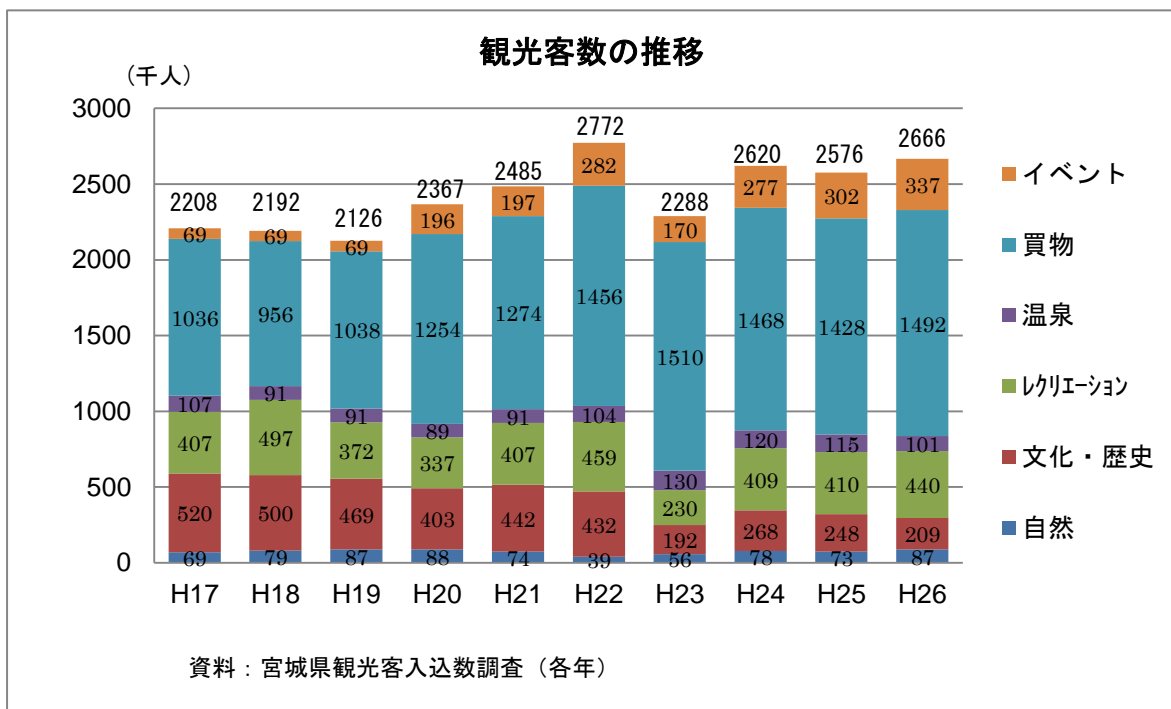
さらに、社会情勢の変化などもあり、業種や職種によっては求人があっても人材が集まらない現象も懸念されており、特に若者の製造業離れ対策なども工業の振興において取り組むべき課題です。



(3) 観光

① 観光客数の現状

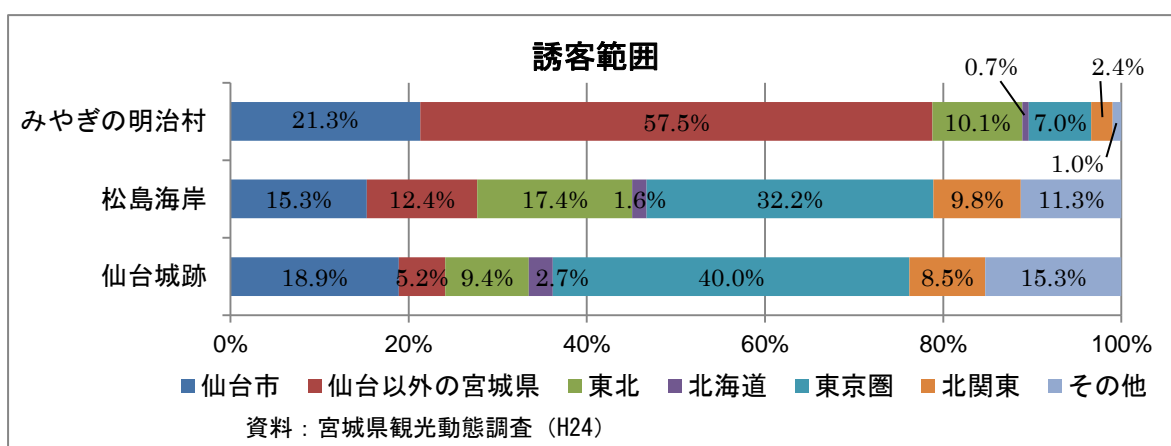
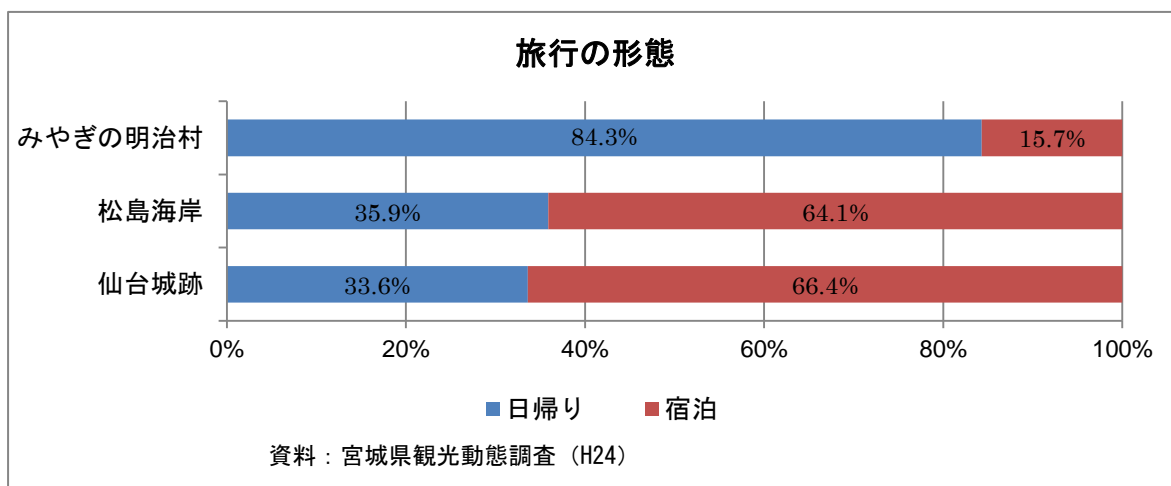
本市の観光客数は、合併当初の平成 17 年の約 221 万人から、平成 22 年には約 277 万人となり、農林産物の直売施設である道の駅や各種誘客イベントを中心に観光客数が伸びてきました。しかし、東日本大震災の発生後は、特に観光公園等のレジャー関係、登米町の「みやぎの明治村」を中心とした文化・歴史関連施設が被災し、受け入れができなかったり、イベントが中止になるなどして観光客数が減少しました。その後、施設の復旧や観光キャンペーンの取組もあり、平成 26 年の観光客数は約 267 万人となり震災前ピーク時の水準に徐々に回復している状況です。また、宿泊観光客数については、新たなホテル進出により平成 26 年に大きく伸びましたが、周辺地域と比べるとまだまだ少ない状況です。



② 通過型観光が多く、長時間滞在が少ない

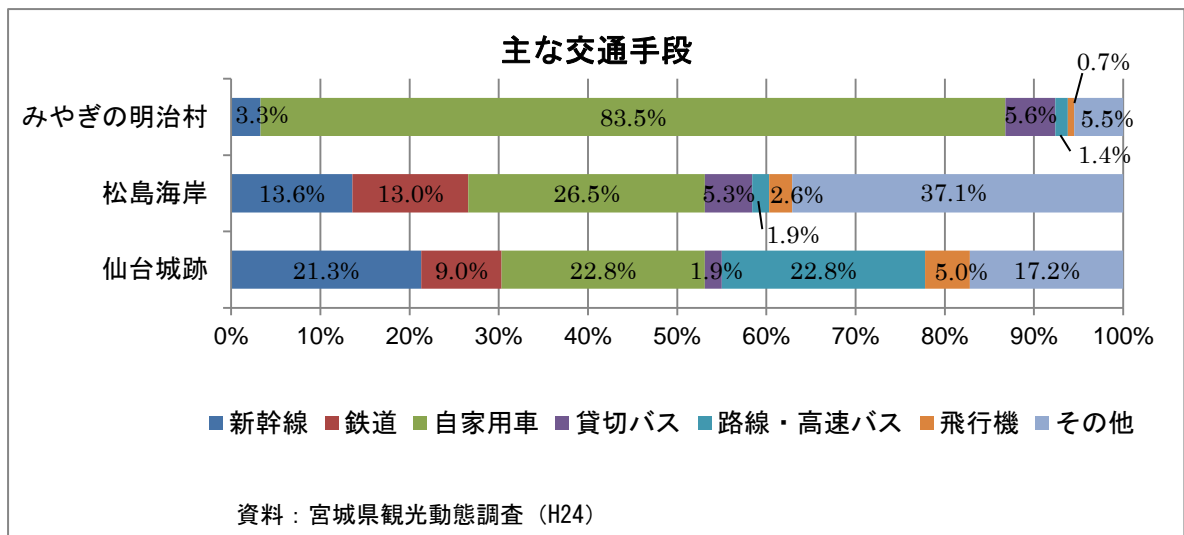
本市における観光の特徴としては、近隣の大崎市や南三陸町のような宿泊温泉地がないことから、宿泊を伴わない日帰り旅行や通過型の観光が多く、長時間の滞在や複数日滞在するような観光客は多くない状況です。そのため、本市観光の中核である「みやぎの明治村」を訪れる観光客は、県内の観光客が大きな割合を占めています。

また、みやぎの明治村や石ノ森章太郎ふるさと記念館などの観光施設は、“見る”観光が主となっていますが、観光客にリピーターになってもらうためには、“見る”観光から“体験する”“食べる”などの新たな観光形態が望まれます。そのため、観光客の動態を捉えた滞在時間を延ばせる観光プランや、周辺地域との連携による広域的な観光プランを創り上げる必要があります。



③ 交通アクセスが不便

本市の観光に係る交通アクセスについては、鉄道及び路線バスなど、交通アクセスが悪く、自家用車に頼った交通形態となっています。旅行者が目的地へ行くための手段にも乏しいため、旅行ルートから外されるケースがあり、みやぎの明治村などせっかく観光地があっても“交通の利便性が良くない”ということから観光客を逃している状況にもあります。



④ 観光施設の老朽化が進む

観光施設については、老朽化が進んでいる施設が多くある状況です。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利用に効果のある施設などは、計画的に改修整備する必要があります。

また、今後整備する三陸縦貫自動車道パーキングエリアの新「道の駅」については、市内の観光施設などと連携をとり、観光のゲートウェイとしての機能が必要となります。

⑤ 高くない認知度

調査機関（ブランド総合研究所）の情報によると、本市の認知度は1,000自治体中830位、さらに魅力度においても706位となっており、全国でもかなり低い状況です。このことから、さらなる情報発信の強化が求められます。

また、観光客からの好感度・満足度を向上させるため、市民全員が観光への意識を高くし、おもてなしの心を持ち対応することが必要です。

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	8.1点	830位	2.0点	706位
栗原市	8.5点	811位	1.2点	873位
大崎市	7.9点	838位	1.4点	829位
気仙沼市	38.9点	98位	11.7点	162位
仙台市	47.9点	25位	28.3点	22位

資料：第9回地域ブランド調査2014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、魅力度など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、それらを加重平均したもの。

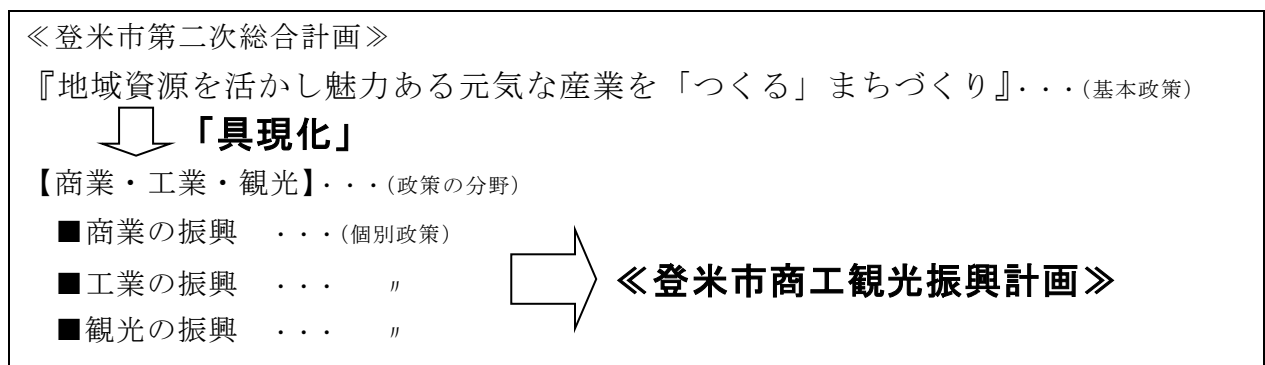
【魅力度点数】 「とても魅力的」を100点、「やや魅力的」を50点、「どちらでもない」「魅力を感じない」「名前も知らない」を0点として、それらを加重平均したもの。

第2章 商工観光振興計画の基本的な考え方

1 計画策定の目的及び位置付け

平成26年度に市が実施した市民意向調査では、市の弱みとして「商工業が活発でない」ことが上位項目となっています。また、地域発展に向けた重点施策として、既存商店街の活性化、既存工業の振興及び新たな工業団地の整備等、「商工業の整備・活性化」が約半数を占めるなど、市民の期待、関心が高い反面、観光振興については、平成23年度の前回調査より満足度が低下しています。

新市合併以降、登米市第一次総合計画（平成18～27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。今般策定された第二次総合計画（平成28～37年度）のまちづくりの基本政策『地域資源を生かし、魅力ある元気な産業を「つくる」まちづくり』を目指し、商業、工業及び観光振興の具現化として、本計画を策定するものです。



2 基本理念、方針

地域経済の衰退、人口減少社会に対して、地域の暮らしやすさを持続的に確保していくためには、地域経済の発展を維持、創造し、それが市全体の個性、魅力、活力につながるまちづくりが必要です。このことから、市民、事業所、各団体と連携、協力し、地域をあげての商業、工業及び観光振興によるまちづくりを進めます。

登米市商工観光振興計画では、市民、事業所、商工観光団体、学校、県及び市が連携、協力し、相互に進行管理を図りながら推進するため、本計画の基本理念を次のとおり掲げ、商業、工業、観光それぞれの基本方針を以下のとおりとします。

基本理念

「地域をあげた魅力創造による商工観光の持続的な発展」

商業の振興

基本目標 「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な発展」

- 基本方針 1 商店街のにぎわい創出と消費者ニーズに対応したサービスの構築
- 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 「既存企業の育成・企業誘致による工業の発展と雇用創出」

- 基本方針 1 既存企業の育成
- 基本方針 2 ものづくり産業の戦略的育成
- 基本方針 3 雇用対策と企業誘致の推進

観光の振興

基本目標 「五感体感・魅力創造による観光振興と交流人口の拡大」

- 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 観光受入体制の強化
- 基本方針 3 情報発信と観光客誘致

3 計画の期間

登米市商工観光振興計画は、第二次総合計画の分野別計画であることから、計画の期間は、平成 28 年度から平成 37 年度までの 10 年間とします。

なお、商工観光を取り巻く地域経済情勢の変動に対応するため、中間年に当たる平成 32 年度に見直しを行います。



市内企業の製造工程とにぎわいを生む活性化イベントの様子

第3章 商工観光の振興施策

第1節 商業の振興

＜基本目標＞

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

大型商業店舗、コンビニエンスストアの進出、市外への消費流出などにより、商店数や売上の減少等がもたらされ、個店や商店街を取り巻く環境は厳しい状況にあります。この地域経済の活力と景況回復に向けて、個店の売上の増加や空き店舗等対策、後継者育成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、中小零細企業、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、商工団体、学校、行政が連携し、協力を図りながら「**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**」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。

第二次総合計画 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(26年度)	目標	
			32年度	37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	3,684人	3,800人	3,850人
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	181,650千円	200,000千円	210,000千円
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)	2事業者	14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)	209件	329件	429件
6次産業化認定事業者数	6次産業化法に基づく認定事業者数(累計)	14事業者	20事業者	25事業者

基本方針 1

商店街のにぎわい創出と消費者ニーズに対応したサービスの構築

1-（1）魅力ある個店、商店街づくりの推進

① トップリーダーによる経営支援と支援事業活用の促進

経営改善、集客イベント、人材育成等を手掛けてきたトップリーダーによる講習会を開催し、個店、事業者の経営計画と意欲の向上を支援します。

また、公的支援事業内容の周知及び活用の促進と、事業主相互の情報交換の場となることと併せて、「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 ニーズに応じた専門家派遣と店舗イメージアップ支援の推進

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。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、助言できる専門家を派遣します。

また、専門家のアドバイスなどをもとにした商品及び集客力向上のため、店舗のイメージアップにつながる店舗改修等を支援します。

③ にぎわいを生む商店街づくりの推進

商店街のにぎわいを取り戻すには、個店の経営改善は基より、商店街自らが特色ある集客に向け、消費者にとって魅力ある取組を計画、実践していくことが必要です。商工会や商店街が実施する各種事業を支援するとともに、観光客を取り込む商店街のあり方に向け、商店街と観光物産協会等との連携により、個店に誘客し回遊する仕掛けづくりを進めます。

居住人口の増加、駐車場の整備、くつろぎの空間づくり等、中心市街地や商店街活性化に向け、未来を担う地元高校生からの提言や、各部局との連携を図りながら、商店街に人を呼び込める環境整備や施策づくりに努めます。(株)全国商店街支援センター※と業務協力し、商店街への問題解決や支援事業の活用により、にぎわいの創出を図ります。

※(株)全国商店街支援センター 地域商業の活性化を目指し全国の商店街が抱える諸問題を解決するため、全国商工会連合会等が出資して作った会社。研修及び支援人材の派遣を主軸とする様々な事業を実施し、商店街の支援を行っている。



イベントでにぎわう商店街（佐沼大通り商店街）



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

1－（2）個店と消費者の交流を生む仕組みづくりの推進

① 商品知識や生活に役立つミニ講座の開催

商店数と売上が減少している現状、集客には、個店自らの強みや魅力をアピールする施策が必要です。顧客開拓、経営改善に向けた個店の自主的取組の促進と集客力向上の仕掛けとして、個店の店主らが講師となり、プロならではの商品知識や生活に役立つ知恵を紹介・体験す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、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、盛岡市で取り組んでいる「まちゼミ」。

[左] テーマ「きれい」 美容店によるカウンセリング
お客のニーズとしてお肌に合ったスキンケアの仕方を提供している。

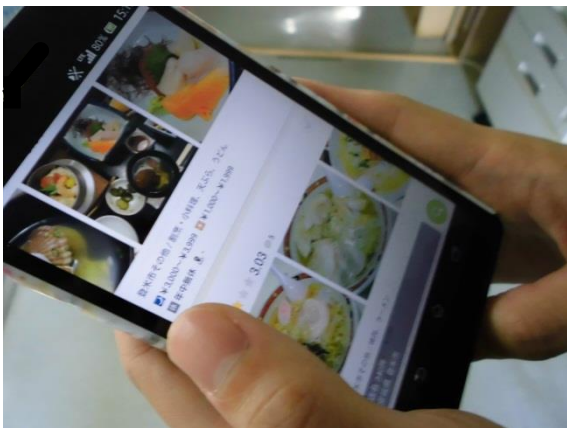
[右] テーマ「つくる」 飲食店によるお菓子作り
昔懐かしい、にぎやかな雰囲気の中、お店の人とのやりとりにより、お店と商店街のにぎわいの形成が図られている。

② 個店情報発信の支援

市内には多くの商店があるものの、検索手段や一元的な個店情報の集約化が見られません。魅力ある個店を内外に広める情報提供、既存個店の販路拡大、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、パソコンやスマートフォンのアプリ及びSNS※上での情報発信で、誰もが気軽に検索でき、商業、観光振興につながる取組を推進します。

※アプリ ユーザーが要求する情報処理を直接実行するアプリケーションソフトウェアの略。近年、スマートフォンの普及により、手軽に様々なアプリケーションが使えるようになった。

※SNS ソーシャルネットワーキングサービスの略。個人間のコミュニケーションを促進し、社会的なネットワークを利用したサービスのこと。ブログやツイッター、フェイスブックなどがある。



スマートフォンによる飲食店を検索するイメージ写真

【施策の目標】

指標項目	指標の説明	実績(24年度)	目標	
			32年度	37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	1,183億円	1,250億円	1,270億円

基本方針 2

商業振興を支援する体制の強化

2 商工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。

また、これまで3商工会と連携して登米市振興協同組合が共同で実施している市共通商品券事業の販売額と取扱店の増加を目指し、贈答品としての販路拡大など、拡充に努めます。

平成12年に国の「経営改善普及体制実施事業マスタープラン」に基づき、商工会の広域連携や合併が推進され、本市でも平成17年に旧町の商工会組織が3商工会に再編されました。新市合併以降10年が経過し、市内に三つある商工会（登米中央商工会、みやぎ北上商工会、登米みなみ商工会）は、地域の商工振興に向けそれぞれの計画が進行していますが、合併の方向性も、今後課題を整理しながら検討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（消費税転嫁対策講習会、創業セミナー 主催：登米中央商工会）

② 国・県との連携、協力

中小企業庁、東北経済産業局、公共職業安定所等との協力により、国の支援策の周知と活用を進めるとともに、外部の専門家、有識者による支援体制の活用を図ります。「宮城県よろず支援拠点」※は、小規模企業振興基本法※成立の目玉として設置された国による支援団体であり、多様な経営課題に対し、専門家による支援チームを編成して、個店や商店街を支援しています。

また、今般新たに宮城県が制定した「中小企業・小規模企業の振興に関する条例」※に基づき、県の助言、支援を活用しつつ振興施策を進めていきます。

※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。

※小規模企業振興基本法 平成26年6月に小規模企業を中心に据えた新たな施策の体系を構築すべく策定された。小規模企業の振興の基本原則として、小規模企業者（商業・サービス業：従業員5人以下、製造業その他：従業員20人以下）を含む小規模企業について、中小企業基本法の基本理念である「成長発展」のみならず、技術やノウハウの向上、安定的な雇用の維持等を含む「事業の持続的発展」を位置付ける。

※中小企業・小規模企業の振興に関する条例 平成27年7月に、中小企業・小規模企業に関する施策を総合的に推進し、経済の発展及び雇用の場の創出等を目的に策定された。必要な施策を講じることや市町村が実施する施策について、情報提供や支援等を位置付ける。

基本方針 3

新規事業者や販路開拓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

商店会における空き店舗の割合が増え、商店街の消滅、解散が生じてきていることから、人口減少とともに地域経済の衰退が懸念されます。このため、新規事業者の参入を支援し、商店街の活性化を推進するため、空き店舗に係る店舗改修や賃借料補助を引き続き支援するとともに、散見する空き地についても、新規事業に係る経費の助成等、新たな支援策としての取組を進めます。

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	目標	
			32年度	37年度
空き店舗率	商店会における空き店舗の比率	18.9% (26年度)	17.5%	15%
商店数	卸売・小売業の商店数	1,070店 (24年度)	1,140店	1,155店

② 地域資源を活かした起業・創業の支援

本市の創業支援の取組が、平成26年3月に産業競争力強化法に基づく「創業支援事業計画」※として国の認定を受けました。その中心となる施策として、地域資源を生かした本市ならではの起業・創業の活動を支援するため、ベンチャー起業の支援を引き続き推進します。

農・商・工の各分野において、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、店舗家賃や改修費用等に対し、低利の創業支援資金融資等を実施します。

※創業支援事業計画 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。

③ 6次産業化を推進する支援組織の立ち上げ

農業が基幹産業であり、東北を代表する食料地帯である本市の特徴を生かした新たなビジネス創出として、農林業者による加工、販売への取組や、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、団体、個人による支援組織を設立し、県6次産業化サポートセンター※等との連携を通じて、産業者の育成に努めます。

また、推進方策を探る地域の商工業者、商工会等との意見交換会、さら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、地域産品の創出、販路拡大に向けて農商工と併せて、観光分野が連携しての取組を進めます。

※県6次産業化サポートセンター 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

売上を伸ばすために、事業主が抱える経営課題として新規マーケット開拓や商品開発があります。事業主相互の情報交換や研修による事例紹介機会の創出のほか、国や県の支援施策や専門家派遣、商品知識や生活に役立つミニ講座の開催、個店情報発信等の支援を絡ませ、ニーズに応じた支援事業の活用を図ります。

② 経営力を持ち合わす人材育成機会の創出

販路拡大に係る経営課題として、営業・企画力を持ち合わす人材が少ないなどの課題があります。担い手のやる気を引き出し、企画力向上などの人材育成を図る支援は、経営改善や若手後継者の育成を図りつつ、先を見据えた経営計画として必要です。経営の安定には事業者及び雇用者の人づくりが大切であるとの視点に立ち、人材育成を推進します。



人材育成事業の様子
(若手後継者育成事業 主催：登米中央商工会)

③ 後継者の育成と事業継続の推進

商工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。経営環境の先行き不安に直面する後継者不足の対応策として、近い将来に事業を承継する人を対象とした後継者育成事業の創出や、承継を検討する事業主に対し、商工会との情報共有、後継者と創業意欲の高い起業家等を引き合わせるなどの事業に取り組む県事業引き継ぎ支援センター※を活用し、後継者支援に努めます。

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、渡し手、受け手双方への支援策として活用されることで商工業者の事業継続を支援します。

※県事業引き継ぎセンター 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。

④ 若者の地域定着機会の創出

若者の自然減、高校卒業後の市内への就職する者が少ないこと、進学後または市外就職後のUターン者が少ない現状があり、若手人材の確保も大きな課題です。地域経済を支えるためには、後継者育成をはじめ、消費者の数も維持されなければなりません。このためには、市内で働き、定住する人を増やしていくためにも、若年層への働きかけを行っていくことが中長期的に必要です。

高い離職率の緩和と、今後の個店、事業所を支える若者の定着に向け、従来の企業情報ガイダンスに加え、身近に興味、関心を抱ける職場見学・体験や、離職理由として高い人間関係の構築や仕事のやりがい、自己実現などの人材育成機会を創出し、子育て支援や定住施策等との連携を図りながら、若手人材の確保と地域定着を推進します。



若年層への働きかけの様子

キッズマーケット事業 主催：みやぎ北上商工会

職業人インタビュー 主催：佐沼高校

基本方針 4

中小企業・小規模事業者の経営の安定化

4 低金利な融資のあっせん

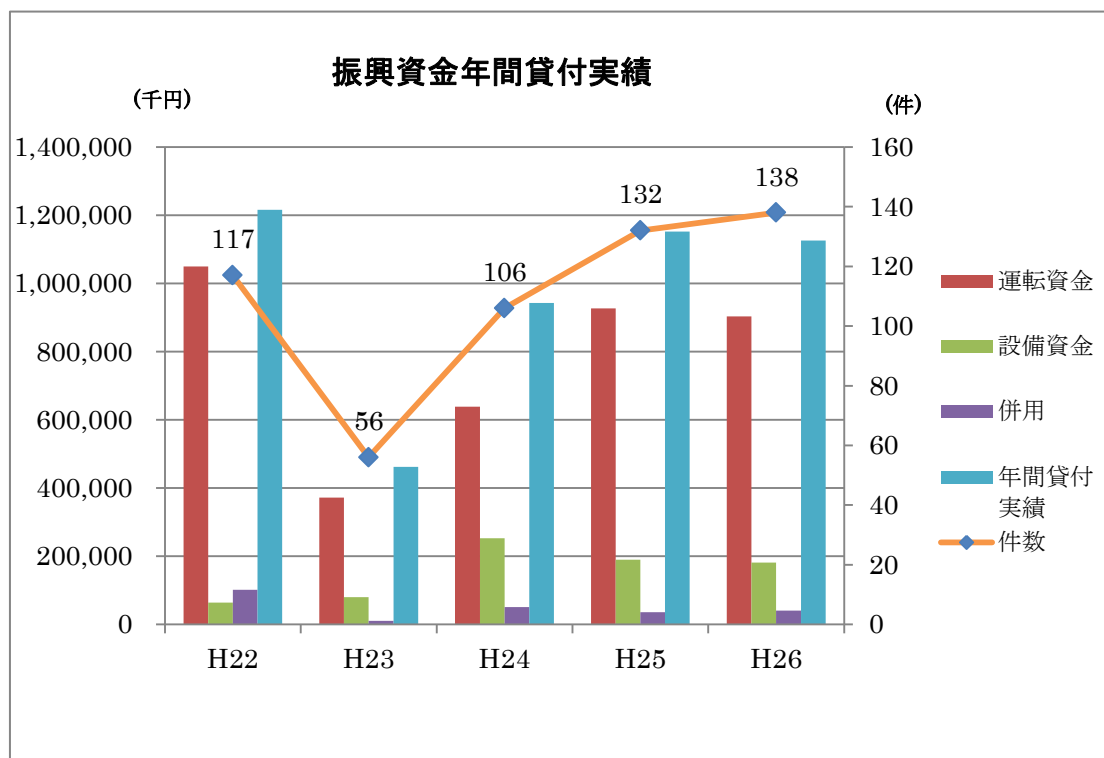
① 高まる振興資金ニーズに対応した体制の拡充

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。

震災以降、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。



【施策の目標】

指標項目	指標の説明	実績(24年度)	目標	
			32年度	37年度
商店の従業員数	卸売・小売業の商店における従業員数	6,384人	6,840人	6,930人

第2節 工業の振興

<基本目標>

既存企業の育成・企業誘致による工業の発展と雇用創出

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、工業生産活動の指標となる製造品出荷額等は、平成19年をピークにいまだに回復しておらず、市全体としては工業生産活動の縮小、就職場所の不足などが懸念されています。

そのような中でも、誘致企業や自動車関連産業等に取り組む企業では、順調に生産を伸ばし事業の拡大により新たな雇用の場を創出しており、今後も企業活動の支援を継続していく必要があります。

また、生産年齢人口の減少や地元の高校を卒業した生徒の市内への就職(定着)率が県平均を下回っているなど、若者等の定住化の促進と人材の確保が重要な課題となっており、既存企業の生産活動への支援と若者等の働き手の確保などが求められています。

そのため、本市工業のさらなる発展に向け、既存企業へ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や、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、さらに、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、積極的な企業誘致を推進しての「**既存企業の育成・企業誘致による工業の発展と雇用創出**」を目指します。

第二次総合計画 工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 (26年度)	目標	
			32年度	37年度
製造品出荷額等	工業統計、経済センサス活動調査による登米市の製造品出荷額等(従業者4人以上の事業所)	1,189億円 (25年度)	1,260億円	1,323億円
従業者数	工業統計、経済センサス活動調査による登米市の製造業従業者数(従業者4人以上の事業所)	5,581人 (25年度)	5,731人	5,856人
誘致企業数	合併以降に市が誘致した企業数(累計)	11社	16社	21社

基本方針 1

既存企業の育成

1 - (1) 新規分野への進出・開拓の推進

① 販路開拓の取組への支援

地域のものづくり産業の育成を図るため、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（商談会や交流会）等を実施します。

また、企業ニーズに対応する支援事業や奨励制度の創設なども検討しつつ、販路開拓への取組を支援します。

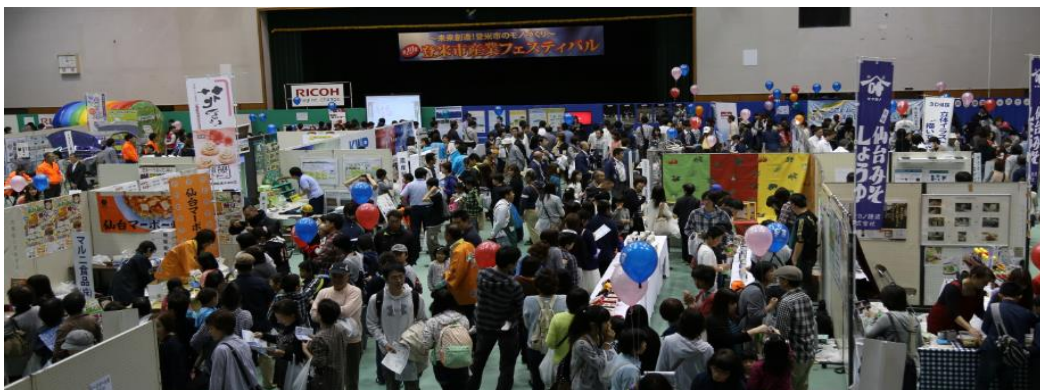


「登米・栗原ビジネスマッチング
in 登米」の商談会風景

② 地域産業の魅力発信と地元企業PRの推進

当市には、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の媒体等を通して市内外へ広く情報発信し、さら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、将来に向けた人材の確保に寄与するため、子どもの頃からの地元企業の興味付けとして、イベント等により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り、企業活動を支援します。



登米市産業フェスティバルの様子

③ 新事業、新製品開発等の取組への支援

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の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して情報の提供を図るとともに、新たな支援制度なども検討し支援を行います。

1－（2）人材の確保・育成による生産活動の強化

① 若者等の地元定着とU I 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、若者等の地元への定着が極めて重要な課題となっています。人口減少により企業で働く生産年齢人口減少の対策として、登米総合産業高校をはじめとする地元の高校卒業生はもとより、県内外の大学へ進学した学生、または地域の自然や資源の特徴をアピールしてU I J ターン者をターゲットに人材確保支援事業等を実施し、企業支援を推進します。



市内求人企業と地元の高校生等との「企業情報ガイダンス」（写真左）と、「市内企業と大学・高校等との情報交換会」（写真右） 風景〈人材確保支援事業〉

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あたり、人材とは大切な財産「人財」であり、その確保と育成は極めて重要な位置づけとなっています。このことから、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、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。

登米市まち・ひと・しごと創生総合戦略「重要業績評価指標」

指標項目	指標の説明	現況 (26年度)	目標
			31年度
就職を希望する新規学校卒業生（高校生）の登米市への就職割合（年間）	市内高校生新卒者の市内企業への就職割合	40.5%	50.0%

基本方針 2

ものづくり産業の戦略的育成

2 地域企業連携による新規事業の育成

① 産学官及び地元企業の連携強化の推進

企業が抱える様々な課題の解決や、個々の企業だけで取り組むことが困難な事業等について、産学官それぞれが有する情報・知恵・ノウハウなどを活用し、地域が一体となったものづくり産業の発展に資するため、産業関連機関や工業系大学等との連携強化を推進します。



取組事例等の情報収集

② 新たな成長分野等への取組の支援

地元企業が持つ技術や地域の資源、特性等を生かし、今後さらに成長が期待されている高度電子機械産業や医療・健康関連産業など、新たな分野への進出や取組を助長するため、情報の収集や先端技術の取得に向けた取組に対して支援し、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。



先端技術情報の収集、新分野への取組を推進



ロボット工学についての
受講風景

基本方針 3

雇用対策と企業誘致の推進

3－（１）企業活動支援等による安定した雇用の創出

① 雇用機会を創出する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は、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・移転や、雇用増に係る優遇制度の活用と、各種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 安定した雇用を生み出す企業生産活動への支援

新たな事業への取組や規模拡大等への支援のほか、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の補助や優遇制度の活用情報の提供、人材確保支援により求人・求職のミスマッチング等による企業活動の停滞がないよう支援をしていきます。

3－（２）企業誘致の推進

① 企業立地のための情報収集と誘致活動の強化

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、三陸縦貫自動車道の延伸と、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域特性を最大限に生かし、食品関連産業や今後さらなる成長が期待される高度電子機械産業など、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誘致活動を積極的に実施します。



宮城県企業立地セミナーでの企業立地PR活動

② 各種企業立地優遇施策の拡充

新たに立地する企業は移転等に伴う初期投資が大きな負担となっています。このことから、企業が立地しやすい条件を整えるため、既存の優遇制度の見直しや拡充を図り、近隣他市町村と比較した場合の優位性を打ち出しながら、積極的な企業誘致活動を展開します。

3－（3）立地環境等の整備

① 工業団地及びインフラ等の条件整備

企業誘致を推進するために必要不可欠な工業団地の整備が急務となっていることから、新たな工業団地を整備します。

また、企業誘致をより円滑に行うため、団地周辺の市道や上下水道等のインフラ整備を行い立地環境の整備を進めます。



(仮称)長沼第二工業団地イメージ図

第3節 観光の振興

<基本目標>

五感体感・魅力創造による観光振興と交流人口の拡大

登米市合併以来、観光振興については、2度のデスティネーション・キャンペーンを契機に県内関連団体と連携した観光PR、食をテーマとした誘客イベントなどの実施、グリーン・ツーリズム推進や道の駅での産直販売などの取組により、多くの観光客の誘致が図られ、合併当時の観光入込客数を2割程度増加することができました。

観光を取り巻く最近の情勢としては、東日本大震災の影響を大きく受けるとともに景気の変化などがあり、余暇活動としての観光においても大きく影響を受けているところです。また、近年の旅行形態も個人旅行による割合が高まる傾向にあることや日帰り旅行、自動車旅行などが増加傾向にある中、単に観光地を巡るだけではなく、テーマや目的を明確にし、それに沿った訪問地・体験などを組み込んだ旅行の人气が高まっています。このことから、観光客の受入態勢の整備や情報発信のあり方についても観光客のニーズを的確に捉えつつ、効果的な方策を講じることが求められています。

本市観光の中核を担ってきた「みやぎの明治村」についても、団体旅行が中心であったものが個人旅行に変化し、マイカー観光や日帰り観光が多くなっている状況にあるなど、個人の行動パターンやターゲット層を捉えた観光戦略の構築が必要となっています。

今後の人口減少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、交流人口の拡大を図る方策が必要不可欠です。そのため、「**五感体感・魅力創造による観光振興と交流人口の拡大**」を基本目標に、観光客ニーズを捉えた五感で感じられる魅力ある観光地創りを行います。

第二次総合計画 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 (26年度)	目標	
			32年度	37年度
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	2,666千人	2,800千人	3,000千人
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	52千人	61千人	70千人

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

これまでは、観光客入込数や、宿泊観光客数といった宮城県観光動態調査などのデータを参考に観光施策を検討してきたところが多くありました。しかし、このデータだけでは実際の観光客の動きが見えにくく、施策の有効性が分かりにくい状況でした。このことから、新たな観光戦略や有効な施策を展開するため、観光客が何を求めているのか、どのような行動をしているかなど独自の調査、分析を行います。

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、レジャーなど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こします。

また、掘り起こした資源や既存資源を地域ならではのアイデアや地域の合意形成を図り、磨き上げながら地域の魅力を高めていきます。

1－（２）観光プログラムの構築

① 登米市ならではの観光周遊プランの作成

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」観光だけでは物足りないことから、何回訪れても楽しめる「体験する」観光へ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、「また、来たい」と感じられる、登米市ならではの観光周遊プランを創り上げるとともに、市内に滞在する時間を延長できる仕組みづくりを市観光物産協会等と連携し取り組みます。

② 農業・農家体験等観光プログラムの構築

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、北陸から東北方面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あります。しかし、現在の受入農家数では対応できないケースもあり、実際の受入が伸びない状況にもあります。こうした状況を改善するため、受入農家の拡大を図り宿泊農業体験学習事業を一層推進します。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観光プランをPRしていきます。

【施策の目標】

指標項目	指標の説明	実績 (26年度)	目標	
			32年度	37年度
宿泊農業体験 受入農家	登米市グリーン・ツーリズム推進協議会会員数	45戸	52戸	60戸



農業体験風景



ファームステイ生徒と受入農家集合写真

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発信していきます。

また、震災で減少した観光客の拡大を図るため、新たな視点での観光活性化を検討するとともに、自家用車での観光客が、みやぎの明治村以外の市内観光地を巡れるよう、他の観光施設との連携を図ります。

活性化プログラムとして関係部署・機関と連携し、次の事業を推進します。

- ・ 保存されている歴史的建造物の観光活用
- ・ (仮称)新登米懐古館の整備に伴う「みやぎの明治村」新たな回遊プランの構築
- ・ 警察資料館周辺整備で駐車場を拡大
- ・ 五感で体感できる観光プログラムの整備
- ・ みやぎの明治村とその他観光施設の連携強化

【施策の目標】

指標項目	指標の説明	実績 (26年度)	目標	
			32年度	37年度
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	108千人	119千人	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 観光ネットワークの構築と広域観光の推進

現在、市内の観光施設間における情報連携機能はなく、訪れた観光客に対し市内観光情報の提供がうまくできていません。このことから、市内観光施設間のネットワークを構築し、それぞれの情報を共有、互いにPRすることで、市内観光施設の回遊を促進します。

また、市内観光地を巡るお勧めモデルコースを目的別に設定し、旅行者へ情報発信していきます。

旅行者は、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ります。このことから、近隣地域と連携を図り、互いに観光PR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。

基本方針 2

観光受入体制の強化

2－（1）交通と宿泊対策

① 観光周遊に係る二次交通対策

市内に点在する観光地を結ぶ交通機能としては、現在、タクシーや市民バスがあります。タクシーの場合は料金の問題、市民バスの場合は、観光地を直接結んでいないなど、旅行者が市内観光地を巡るには、利便性の悪い状況になっています。このことから、観光に特化した交通の整備が必要であり、観光地巡回バスの運行など有効な二次交通手段の整備について進めていきます。

また、市内には、鉄道の駅はあるものの、位置的にも市の外周側にあることから、観光地との接続が困難な状況です。そのため、駅からのアクセスを向上させる二次交通対策にも取り組みます。

さらに、市内観光地への案内看板についても、より効果的な観光案内につながるよう充実を図っていきます。

② 観光宿泊施設の拡大

登米市には、宿泊温泉地が無く、宿泊そのものを目的とした観光客は期待できない状況です。市内の宿泊施設は、平成 26 年 4 月に大手ホテルチェーンが開業し、ホテル・旅館が 16 軒、収容人員が約 660 人の規模となり、収容人員は大幅に増加しました。また、農家民宿は 2 軒（平成 26 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、大きなイベント時には、まだまだ市内宿泊施設だけでは対応できない状況です。

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につなげ、宿泊可能人員の拡大を図ります。



農家民宿「かじか村」

2- (2) おもてなし意識の醸成と受入対策

① おもてなし意識の醸成とPR

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。

観光客に「また、来たい」と思ってもらえる「まち」を目指して、おもてなし意識の醸成を地域全体で図っていきます。このため、観光関連企業、地域団体、商店、交通機関などを対象とした「おもてなし」の講習会などを開催します。

また、市内のおもてなし力向上の気運を高めるため、観光施設・団体等それぞれの「おもてなし実践」についてPRするなど、おもてなし意識の高い観光地をアピールしていきます。



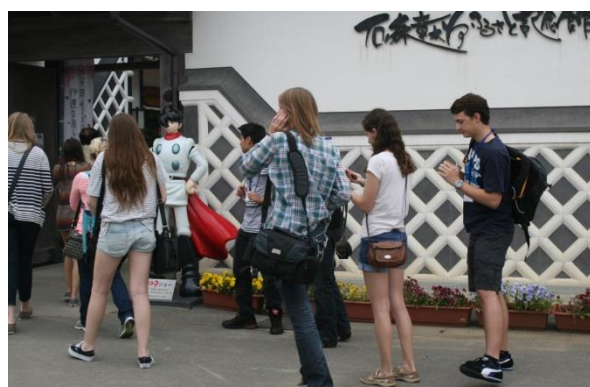
2014 登米おもてなし観光セミナー
主催：県東部地方振興事務所登米地域事務所

② 外国人観光客の受入対策

近年、日本への外国人旅行者は増えており、宮城県でも、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す。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、外国人に対応した案内標示、Wi-Fiなどの案内機能の整備やガイドの育成など、受入体制の整備を行います。



外国人観光客への案内（春蘭亭）



外国人観光客（石ノ森章太郎ふるさと記念館）

2 - (3) 観光施設の整備

① 観光施設等の整備・管理

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四つの道の駅（林林館、米山、みなみかた、津山）の物産販売施設、長沼フートピア公園、大関川河川公園（三滝堂ふれあい公園）、平筒沼ふれあい公園、石越高森公園（チャチャワールドいしこし）、南方花菖蒲の郷公園などの観光公園があります。これらの施設は、そのロケーションや機能から市内外から多くの観光客が訪れています。いずれの施設も老朽化が進み、修繕・改修の必要性が高まっていることから、施設の安全性・利便性を確保し、さらなる誘客を図るため計画的な修繕・改修を行っていきます。

また、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・運営に努めていきます。



長沼フートピア公園



道の駅「林林館」森の茶屋

② 道の駅「三滝堂」の整備

三陸縦貫自動車道パーキングエリアの整備に伴い、人々の交流・情報発信機能といった整備効果を最大限活用するため、パーキングエリア内に「道の駅」を整備します。この「道の駅」を登米地域及び内陸・沿岸地域の観光・交流のゲートウェイ（入り口）に位置付け、市内にある四つの「道の駅」や物産販売施設などと連携した市内物産品の販売・PRはもとより、登米市全体の魅力発信の拠点施設として整備し、登米市の観光・交流人口の拡大を目指します。

基本方針 3

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、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、インターネット、ラジオ、TV、新聞、雑誌を活用したPRを進めます。

② 登米市知名度アップ対策

登米市の知名度・認知度については、県内でも高くはなく、さらに全国的にも低い状況であります。このことから“登米市”を知ってもらう対策を講じる必要があり、マスメディアの活用や全国各地で登米市を自ら応援・宣伝してもらう「観光アンバサダー」を登用するなど積極的な情報発信を行い、登米市の知名度アップに努めます。

また、登米市で全国に誇れるものを特化してPR活動を行い、“〇〇〇なら登米市”といったような広告塔となるブランドを作り上げ、登米市を全国へPR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、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、ツアー商品に本市の観光地を組み入れてもらえるよう、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の誘客活動協力や首都圏などの観光キャラバンにも積極的に参加し、宮城県、登米市の観光情報をPRしていきます。

② 観光誘客事業の実施

「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多くの観光客が訪れる事業として定着しました。このことから、今後も事業を継続して情報発信を強化したり市内観光施設と連携したりすることで、市内回遊を促進し、さらなる誘客に努めます。

また、地域イベントにおいても誘客効果が高まるよう情報発信を強化していきます。

特に、「食」や「花」をテーマにしたイベントでは、イベント間の連携を図りPRしていくことで年間を通じた誘客に努めるとともに、市内飲食店と連携して、商店街の回遊も促進し、滞在時間の延長やリピーターの拡大を図ります。



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

計画の体系

基本理念

地域をあげた魅力創造による商工観光の持続的な発展

現状と課題

《商業》

1. 卸売・小売業の商店数及び年間販売額が減少
2. 空き店舗等の増加
3. 経営改善、活性化に向けた取組の低迷

《工業》

1. 工業生産活動の縮小、就職場所の不足
2. 生産年齢人口の減少、低い地元定着（就職）率

《観光》

1. 観光客数の現状
2. 通過型観光が多く、長時間滞在が少ない
3. 交通アクセスが不便
4. 観光施設の老朽化が進む
5. 高くない認知度

商業振興

〈基本目標〉
「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」

工業振興

〈基本目標〉
「既存企業の育成・企業誘致による工業の発展と雇用創出」

観光振興

〈基本目標〉
「五感体感・魅力創造による観光振興と交流人口の拡大」

基本方針

- 1 商店街のにぎわい創出と消費ニーズに対応したサービスの構築
- 2 商業振興を支援する体制の強化
- 3 新規事業者や販路開拓等による経営支援策の拡充
- 4 中小企業・小規模事業者の経営の安定化

基本施策

- 1- (1) 魅力ある個店、商店街づくりの推進
- 1- (2) 個店と消費者の交流を生む仕組みづくりの推進
- 2 商工団体等との連携強化
- 3- (1) 地域に根差した起業・創業の支援
- 3- (2) 販路開拓、人材育成等の推進
- 4 低金利な融資のあっせん

個別施策

- ① トップリーダーによる経営支援と支援事業活用促進
- ② ニーズに応じた専門家派遣と店舗イメージアップ支援の推進
- ③ にぎわいを生む商店街づくりの推進
- ① 商品知識や生活に役立つミニ講座の開催
- ② 個店情報発信の支援
- ① 定期的な商工会との施策検討の推進
- ② 国・県との連携、協力
- ① 空き店舗等を活用した新規事業者支援の推進
- ② 地域資源を活かした起業・創業の支援
- ③ 6次産業化を推進する支援組織の立ち上げ
- ① 新規マーケット開拓支援の推進
- ② 経営力を持ち合やす人材育成機会の創出
- ③ 後継者の育成と事業継続の推進
- ④ 若者の地域定着機会の創出
- ① 高まる振興資金ニーズに対応した体制の拡充
- ② 保証料、利子の助成による経営の支援

既存企業の育成

- 1- (1) 新規分野への進出・開拓の推進
- 1- (2) 人材の確保・育成による生産活動の強化

- ① 販路開拓の取組への支援
- ② 地域産業の魅力発信と地元企業PRの推進
- ③ 新事業、新製品開発等の取組への支援
- ① 若者等の地元定着とU・Iターンによる人材確保の支援
- ② 次代を担う「人材」の育成による企業生産活動の強化

ものづくり産業の戦略的育成

- 2 地域企業連携による新規事業の育成

- ① 産学官及び地元企業の連携強化の推進
- ② 新たな成長分野等への取組の支援

雇用対策と企業誘致の推進

- 3- (1) 企業活動支援等による安定した雇用の創出
- 3- (2) 企業誘致の推進
- 3- (3) 立地環境等の整備

- ① 雇用機会を創出する企業の事業拡大等への支援
- ② 安定した雇用を生み出す企業生産活動への支援
- ① 企業立地のための情報収集と誘致活動の強化
- ② 各種企業立地優遇施策の拡充
- ① 工業団地及びインフラ等の条件整備

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- (2) 観光プログラムの構築

- ① 観光動態の把握
- ② 地域資源の掘り起こしと磨き上げ
- ① 登米市ならではの観光周遊プランの作成
- ② 農業・農家体験等観光プログラムの構築
- ③ みやぎの明治村の観光活性化
- ④ 観光ネットワークの構築と広域観光の推進

観光受入体制の強化

- 2- (1) 交通と宿泊対策
- 2- (2) おもてなし意識の醸成と受入対策
- 2- (3) 観光施設の整備

- ① 観光周遊に係る二次交通対策
- ② 観光宿泊施設の拡大
- ① おもてなし意識の醸成とPR
- ② 外国人観光客の受入対策
- ① 観光施設等の整備・管理
- ② 道の駅「三滝堂」の整備

情報発信と観光客誘致

- 3- (1) 観光情報発信機能の充実
- 3- (2) 観光客誘致対策

- ① 首都圏、仙台圏への情報発信機能の強化
- ② 登米市知名度アップ対策
- ① 観光キャンペーンの展開、誘致活動
- ② 観光誘客事業の実施

第4章 計画の推進

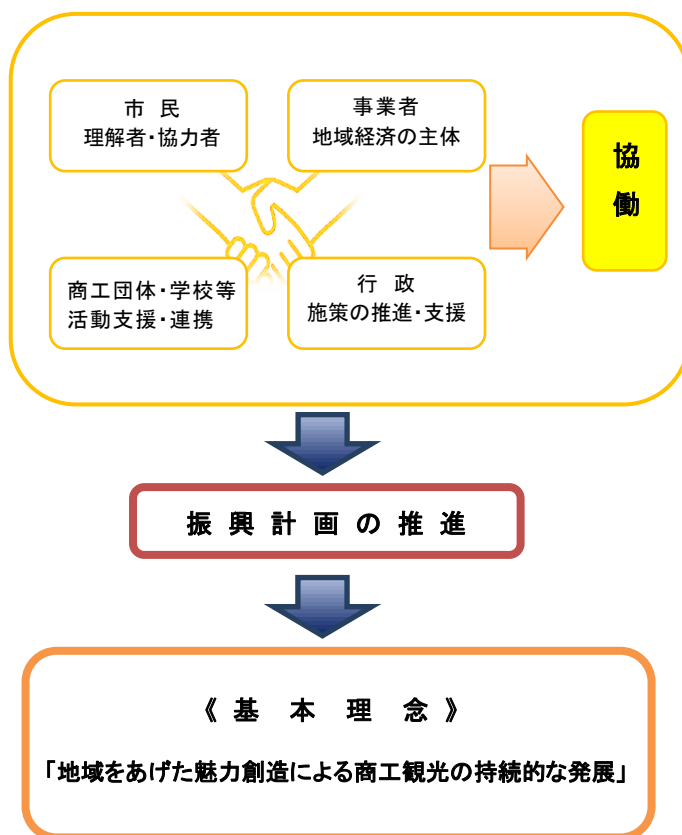
1 計画の推進体制

商業、工業、観光の専門部のワーキング、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めます。

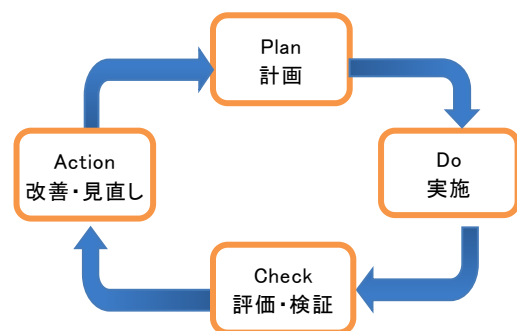
2 計画の進行管理

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



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
平成27年 6月 8日	第1回登米市商工観光振興計画策定検討委員会
	第1回登米市商工観光振興計画策定検討委員会商業・工業・観光部会
平成27年 7月31日	第2回登米市商工観光振興計画策定検討委員会商業部会
	第2回登米市商工観光振興計画策定検討委員会工業部会
平成27年 8月 4日	第2回登米市商工観光振興計画策定検討委員会観光部会
平成27年 8月24日	第3回登米市商工観光振興計画策定検討委員会観光部会
平成27年 8月27日	第3回登米市商工観光振興計画策定検討委員会商業部会
平成27年 8月31日	第3回登米市商工観光振興計画策定検討委員会工業部会
平成27年10月 1日	第2回登米市商工観光振興計画策定検討委員会
平成27年12月 1日	第1回登米市商工振興審議会 「登米市商工観光振興計画（案）」の諮問
平成27年12月21日	第3回登米市商工観光振興計画策定検討委員会
平成27年12月25日 ～ 平成28年 1月25日	市民意見公募（パブリックコメント） 「登米市商工観光振興計画（案）」について
平成28年 1月29日	第2回登米市商工振興審議会
平成28年 2月 1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の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	いわ ぶち きち ろう 岩 渕 吉 郎	登米地域商工会連絡協議会 会長
2	さい じょう たみ こ 西 條 多美子	登米ブロック商工会女性部連絡協議会 会長
3	か とう ひと し 加 藤 仁 志	登米ブロック商工会青年部連絡協議会 会長
4	あ べ やす ひこ 阿 部 泰 彦	一般社団法人 登米市観光物産協会 会長
5	すが わら かず お 菅 原 和 夫	株式会社とよま振興公社 代表取締役
6	いけ だ かず こ 池 田 和 子	登米市グリーン・ツーリズム推進協議会 会長
7	に かい どう まなぶ 二 階 堂 學	登米市産業振興会 会長
8	すが わら じゅん 菅 原 淳	迫公共職業安定所 所長
9	あ べ ゆき のぶ 阿 部 幸 信	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	さ とう おさむ 佐 藤 修	迫リコー株式会社 取締役
11	くま がい けい こ 熊 谷 桂 子	精進スイーツ結び 経営者兼パティシエ
12	やな がわ こう た 柳 川 晃祐太	公益社団法人 とめ青年会議所 理事長

○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、説明又は意見を聴くことができる。

(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	たか はし いわお 高 橋 巖	登米市産業経済部 部長	委員長
2	まる やま ひとし 丸 山 仁	登米市産業経済部 次長	副委員長
3	えん どう じん 遠 藤 仁	登米市産業経済部 参事	〃
4	さ とう ひろ ゆき 佐 藤 浩 幸	登米中央商工会 事務局長	商業 (部会長)
5	たちばな きく お 橘 喜久男	有限会社ガトウタチバナ 代表取締役	商業 (副部会長)
6	あい ざわ よし ひろ 相 澤 義 広	みやぎ北上商工会 経営支援課 課長	商業
7	さ とう ひで お 佐 藤 秀 雄	登米みなみ商工会 経営支援課 課長	〃
8	わた なべ まこと 渡 邊 誠	登米市産業経済部 ブランド戦略室 室長	〃
9	ご とう こう じ 後 藤 康 治	株式会社登米精巧 代表取締役	工業 (部会長)
10	みず の ひろ し 水 野 寛 司	トヨタ東北株式会社 取締役社長	工業 (副部会長)
11	さ さ き えい いち 佐々木 栄 一	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
12	さ さ き のぶ ゆき 佐々木 信 行	宮城県東部地方振興事務所登米地域事務所 地方振興部 次長	〃
13	い とう ひで き 伊 藤 秀 樹	登米市産業経済部 新産業対策室 室長	〃
14	い とう ひで お 伊 藤 秀 雄	有限会社伊豆沼農産 代表取締役	観光 (部会長)
15	え び な やす かず 海老名 康 和	合資会社海老喜商店 代表	観光 (副部会長)
16	み うら ひとし 三 浦 均	宮城県観光連盟 観光産業振興参与兼事務局長	観光
17	すが わら ひろ こ 菅 原 博 子	登米市観光物産協会 事務局長	〃
18	さ とう ひろ 佐 藤 浩	登米市企画部 市民活動支援 課長	〃

平成 28 年 2 月策定

登米市商工観光振興計画

発 行 登米市産業経済部

編 集 登米市産業経済部 商工観光課

〒987-0602

登米市中田町上沼字西桜場 18 番地

電 話 0220-34-2734

電子メール syokokanko@cty.tome.miyagi.jp