

丸 森 町 観 光 振 興 計 画

(最終案)

令和 5 年 3 月

目 次

第1章 計画の基本的な考え方	1
1 計画の目的	2
2 本町における観光振興の位置づけ	2
3 計画の位置付け、期間	3
4 踏まえるべき視点	4
第2章 丸森町の観光を取り巻く状況	9
1 丸森町の概況	10
2 観光客動向	12
3 これまでの町の取り組みについて	15
4 課題のまとめ	19
第3章 観光振興の基本方針	21
1 計画で目指すこと	22
2 基本戦略	25
3 施策体系	26
第4章 取り組みの展開	27
1-1 マーケティングの強化	28
1-2 情報発信と誘客	29
2-1 丸森の魅力を高める観光資源のプロダクトの充実	30
2-2 丸森の物販機能・商品開発等の強化	32
2-3 多様な視点からの「丸森ファン」づくり	33
3-1 町民の意識向上と人材育成	34
3-2 受け入れ体制の整備	35
3-3 観光推進体制の強化	37
第5章 計画の推進にあたって	43
1 重点戦略の設定	44
2 計画の推進体制	46
3 計画の進行管理	47

第1章

計画の 基本的な考え方

1 計画の目的

丸森町では平成 27 年 3 月に、令和 6 年度までを計画の期間とした「丸森町交流人口 70 万人計画」を策定し、観光による産業振興を通じた地域への経済効果の向上をめざし、観光資源の魅力向上、観光客受入環境の充実、観光資源の観光商品化などに取り組んできました。

しかし、令和元年 10 月に台風 19 号が甚大な被害をもたらし、住民の生活はもとより、産業振興に大きな打撃を与えました。さらには令和 2 年より日本国内に蔓延しはじめた新型コロナウイルス感染症の影響により、国内はもとより世界的に観光に対する考え方が大きく見直されています。

このような丸森町を取り巻く状況の変化を鑑みたうえで、丸森町の観光資源をもう一度客観的に見つめ直し、広く発信していくことで観光の振興、地域産業の活性化を図っていくため、計画の期間を前倒し、新たに「丸森町観光振興計画」（以下「本計画」という。）を策定するものです。

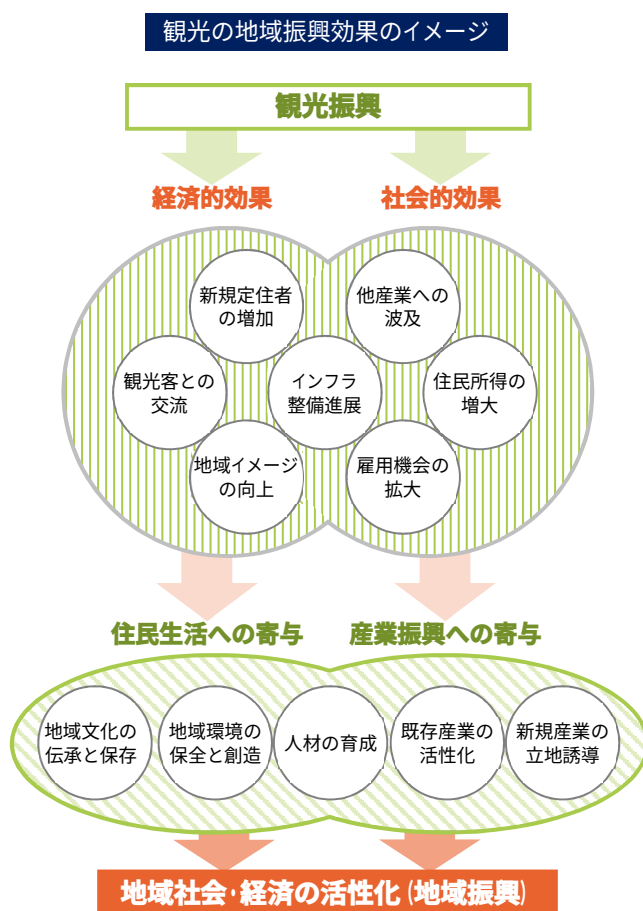
2 本町における観光振興の位置づけ

観光振興が地域に与える効果は、大きく「経済的效果」と「社会的効果」に分けることができます。

観光振興による経済的效果は、主に来訪者の消費が地域の産業に与える効果であり、町内経済への波及効果や雇用機会の拡大などが期待されます。

また、一方、観光振興が地域におよぼす社会的効果は主に来訪者と地域住民の交流の活性化が地域へもたらす効果であり、地域住民の地元への誇りや愛着の醸成、観光を足がかりとした移住・定住検討者の増加などが期待されます。

「経済的效果」「社会的効果」の双方を目的とした観光振興を進めることで、相乗効果を生み出し、持続可能な地域社会・経済の活性化が期待されます。



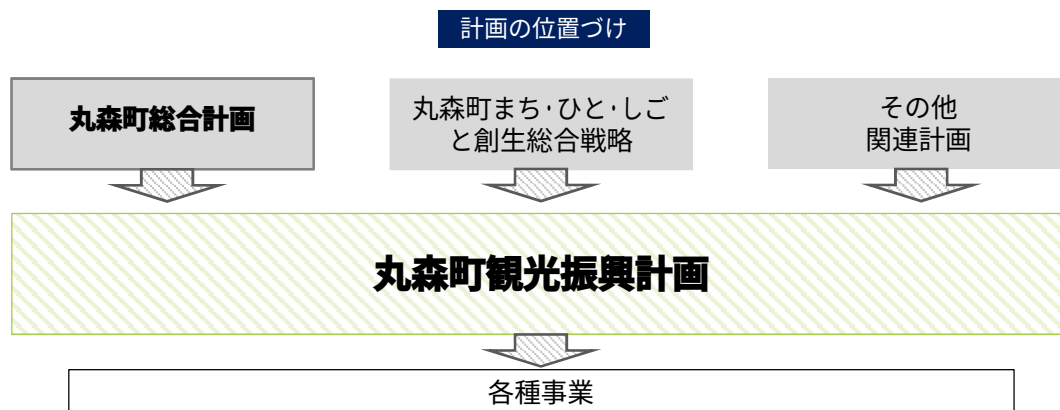
資料：公益財団法人 日本交通公社

3 計画の位置付け、期間

(1) 計画の位置づけ

本計画は、町の最上位計画である「丸森町総合計画」の観光関連分野における個別計画であり、国・宮城県の観光に関する計画や施策との整合を図りながら策定する計画です。

また、丸森町の観光振興の基本方針や施策を示すとともに、町民、観光関連事業者・団体、行政等が協働し、観光に関する取り組みを推進するための指針とします。



(2) 計画の期間

計画期間は、令和5年度から令和14年度の10年間とします。なお、観光を取り巻く社会情勢や環境の変化に柔軟に対応しながら、戦略的に取り組みを進めます。

4 踏まえるべき視点

(1) 国のこれまでの観光施策

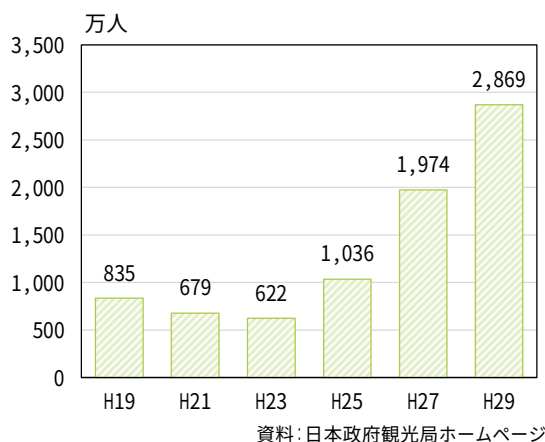
国は、今後の人口減少社会が見込まれる中で、観光が地域経済の活性化・雇用機会の増大など、国民経済のあらゆる領域に渡ってその発展に寄与するものであり、同時に国民生活の安定向上に貢献するものであるとして、平成 19 年 1 月に観光立国推進基本法を施行し、観光立国の実現を目指すため、観光庁の設置、ビザの戦略的な緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワークの拡大など、大胆な改革に取り組んできました。

その結果、平成 29 年には、訪日外国人旅行者数が観光立国推進基本法を施行した平成 19 年の約 3.4 倍の 2,869 万人に達し、その消費額も約 2.7 倍の 4.1 兆円となっています。

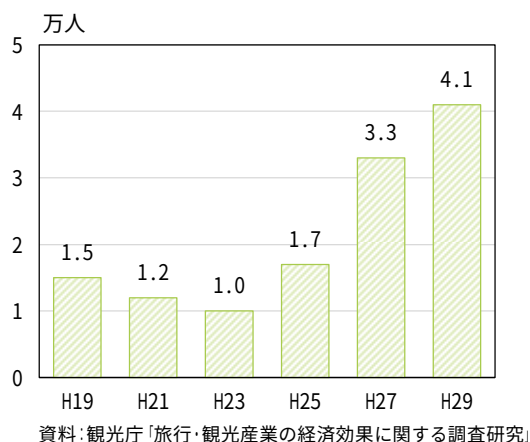
近年の国の政策の動向

平成 15 年 1 月	小泉純一郎総理 (当時) が「観光立国懇談会」を主宰
4 月	ビジット・ジャパン事業開始
平成 18 年 12 月	観光立国推進基本法が成立
平成 19 年 6 月	観光立国推進基本計画を閣議決定
平成 20 年 10 月	観光庁設置
平成 24 年 3 月	観光立国推進基本計画を閣議決定
平成 25 年 1 月	「日本再生に向けた緊急経済対策」を閣議決定 第 1 回国土交通省観光立国推進本部を開催
3 月	第 1 回観光立国推進閣僚会議を開催
4 月	第 2 回国土交通省観光立国推進本部を開催 ('国土交通省観光立国推進本部とりまとめ'を公表)
6 月	第 2 回観光立国推進閣僚会議を開催 ('観光立国実現に向けたアクション・プログラム'をとりまとめ) 「日本再興戦略-JAPANisBACK-」を閣議決定
平成 26 年 6 月	「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」決定 「日本再興戦略」改訂 2014 閣議決定
平成 27 年 3 月	「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」決定 「日本再興戦略」改訂 2015 閣議決定
11 月	安倍総理が第 1 回「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を開催
平成 28 年 3 月	「明日の日本を支える観光ビジョン」策定

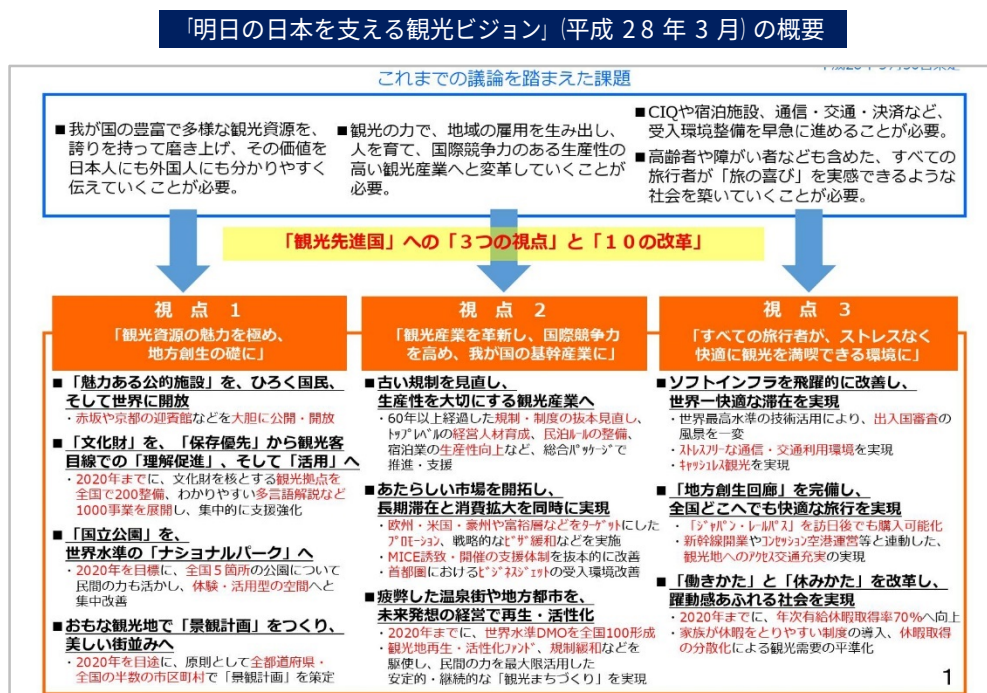
訪日外国人旅行者数の推移



訪日外国人観光消費額の推移



また、平成 28 年 3 月には、国は観光を成長戦略の柱、地方創生の切り札であるという認識の下、拡大する世界の観光需要を取り込み、世界が訪れたいくなる「観光先進国・日本」への飛躍を図ることを目的に、「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定しました。このビジョンでは、令和 12 年までの数値目標を立て、観光産業を我が国の基幹産業へと成長させていくことを目指しています。



(2) 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う新しい生活様式・新しい旅行スタイルへの対応

令和 2 年 1 月以降、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、観光需要が大きく減少し、国内の観光産業は大きな打撃を受けています。

感染リスクに対する不安が払拭されるまでは、感染拡大防止と観光振興の両立を図っていく必要があります。そのようななか、感染症の拡大は人々の生活や価値観に変化をもたらし、観光においても近隣を観光する「マイクロツーリズム」や仕事と旅行を合わせた「ワーケーション*・プレジャー*」といった新しい観光スタイルが広まってきています。

そのほか国では、日本在住者を対象とした「Go To キャンペーン」事業の実施など、国内における旅行・飲食・イベントなどの需要喚起に取り組んでいます。

観光は、社会の変化や情勢に影響を受けることから、地方自治体においても、常に柔軟な対応が求められています。また、旅行先の選択に当たり感染リスクを考慮する中で、飲食店や観光施設等の地域事業者一人ひとりが業種別のガイドラインを遵守し、地域一体となって感染症対策を徹底し、地域経済の回復と新しい観光につながる取組を推進することも重要です。

***ワーケーション**…Work(仕事)と Vacation(休暇)を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。

***プレジャー**…Business(ビジネス)と Leisure(レジャー)を組み合わせた造語。出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむことです。

また、ワクチン接種の進展によってコロナ禍における生活様式にも一定程度の改善が図られると期待できますが、引き続き、社会、経済や生活上の不安要因として存在することを見据えたウィズコロナ、アフターコロナの視点からの施策展開も必要となります。

(3) SDGs の達成に向けた取組の推進

SDGs（エスディーズ）とは、「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略称であり、2015年9月に国連サミットの中において採択された、国際社会共通の目標です。17の目標と169のターゲット（具体目標）で構成され、観光分野では、有形・無形文化遺産や自然環境に配慮しながら、地域の雇用や収入を生み出し、各地域の持続可能な発展のための推進力となることが期待されています。

UNWTO では SDGs のビジョンに基づいて持続可能な観光を定義し、ガイドラインを定めてモニタリングしており、観光事業者は、SDGs に取り組むことが求められています。

また近年、旅行者が旅先の町民の暮らしを尊重し、その土地に根付いた歴史や文化に敬意を払う「責任ある観光（レスポンシブル・ツーリズム）」への注目も高まっています。UNWTO が「責任ある旅行者になるためのヒント」を発表され、地域の環境や町民の暮らしを旅行者とともに守り次世代へつなげていく、持続可能な観光まちづくりの取組が重視されています。



(4) 宮城県の動向

平成 30 年度から「宮城県震災復興計画」に定める発展期の 3 年間でスタートし、復興の総仕上げに取り組む極めて大切な期間となることから、この期間と県政運営の基本的な指針である「宮城の将来ビジョン」の計画期間に合わせて、みやぎの観光が震災からの復興を成し遂げ、地域経済を力強く牽引する役割を果たせるよう、「観光の再生から未来につなぐ新たなステージへ」を基本理念とした「第 4 期みやぎ観光戦略プラン」を策定しました。

しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和 3 年度には 4 期プランを延長し、令和 4 年 10 月にポストコロナを見据えた成長の視点を踏まえ、取組の指針となる「第 5 期みやぎ観光戦略プラン」が策定されました。

第 5 期みやぎ観光戦略プランの概要

期 間	令和 4 年 10 月から令和 7 年 3 月まで																																
基本理念	ウィズコロナ・ポストコロナへの対応とともに、デジタル変革を進め、地域内外から選ばれる持続可能な観光地域づくり 感染症により落ち込んだ観光産業を回復・維持しつつ、みやぎの観光の新たなステージに向けて、地域の住民や観光事業者自らの力で光り輝き続ける観光地域づくりを目指す																																
目指す観光の姿	■観光客と地域住民が共に高い満足度を得られる観光地の姿 ■観光関連産業が地域経済を牽引している姿 ■多様化する観光ニーズや自然災害・感染症等に対応した姿 ■戦略的な情報発信により、広域周遊を通じて国内外から多くの観光客が訪れている姿																																
観光戦略プロジェクト	回復戦略：感染症により落ち込んだ観光需要の回復 (1) 特色ある地域資源の発掘・磨き上げと観光コンテンツの充実／(2) 観光に対する地域住民や旅行者の意識醸成／(3) 震災の経験を生かした復興ツーリズムや教育旅行の展開 成長戦略 1：魅力あふれる観光地づくり (1) 地域経済循環力の強化／(2) 地域を支える観光人財の育成・確保 成長戦略 2：観光産業の体制強化 (1) 地域経済循環力の強化／(2) 地域を支える観光人財の育成・確保 成長戦略 3：受入環境の整備促進 (1) 旅行者の安全・安心確保／(2) 多様化する旅行者の受入環境整備 成長戦略 4：戦略的な誘客プロモーション (1) 旅行者のニーズやターゲットに応じた戦略的プロモーション／(2) 東北各県や東北観光推進機構等と一体となった広域周遊観光の促進																																
仙南圏域の方向性	〜〜いっちゃね、みやぎ仙南！「みやぎ蔵王」ブランドを広域で推進！〜〜 (1) 感染症による影響からの回復のための取組 (2) 広域連携による「みやぎ蔵王」ブランド戦略の展開や多彩な魅力の PR による誘客促進 (3) 広域連携による多様で魅力ある周遊ルートの形成や、滞在型メニューの充実 (4) 仙南地域の観光を支える人材育成 (5) インバウンド受入体制の強化																																
数値目標	コロナ禍前（R 元）の水準に回復する目標（回復目標）を基本としつつ、コロナ後を見据えた成長目標を設定 <table><tr><th rowspan="2">数値目標</th><th rowspan="2">実績値【基準】 (R元)</th><th rowspan="2">実績値 (R2)</th><th rowspan="2">速報値 (R3)</th><th colspan="2">目標値(R6)</th></tr><tr><th>回復目標</th><th>成長目標</th></tr><tr><td>① 宿泊観光客数</td><td>989万人泊</td><td>587万人泊</td><td>584万人泊</td><td>990万人泊</td><td>1,040万人泊</td></tr><tr><td>② 外国人観光客宿泊者数</td><td>53.4万人泊</td><td>12.2万人泊</td><td>【確定値】3.6万人泊</td><td>50万人泊</td><td>70万人泊</td></tr><tr><td>③ 観光消費額</td><td>3,989億円</td><td>2,498億円</td><td>【確定値】2,624億円</td><td>3,990億円</td><td>4,200億円</td></tr><tr><td>観光客入込数</td><td>6,796万人</td><td>3,945万人</td><td>4,499万人</td><td colspan="2">観光成果指標へ移行</td></tr></table>	数値目標	実績値【基準】 (R元)	実績値 (R2)	速報値 (R3)	目標値(R6)		回復目標	成長目標	① 宿泊観光客数	989万人泊	587万人泊	584万人泊	990万人泊	1,040万人泊	② 外国人観光客宿泊者数	53.4万人泊	12.2万人泊	【確定値】3.6万人泊	50万人泊	70万人泊	③ 観光消費額	3,989億円	2,498億円	【確定値】2,624億円	3,990億円	4,200億円	観光客入込数	6,796万人	3,945万人	4,499万人	観光成果指標へ移行	
数値目標	実績値【基準】 (R元)					実績値 (R2)	速報値 (R3)	目標値(R6)																									
		回復目標	成長目標																														
① 宿泊観光客数	989万人泊	587万人泊	584万人泊	990万人泊	1,040万人泊																												
② 外国人観光客宿泊者数	53.4万人泊	12.2万人泊	【確定値】3.6万人泊	50万人泊	70万人泊																												
③ 観光消費額	3,989億円	2,498億円	【確定値】2,624億円	3,990億円	4,200億円																												
観光客入込数	6,796万人	3,945万人	4,499万人	観光成果指標へ移行																													

【白紙ページ】 ←削除

第2章

丸森町の観光を 取り巻く状況

1 丸森町の概況

(1) 町の概況

丸森町は宮城県南端に位置し、南西は福島県に隣接しています。町の総面積は273.30km²で、町の北部を阿武隈川が貫流し、その流域と支流一帯が平坦地を形成している一方、南東部は500メートル級、西北部は300メートル級の阿武隈山脈の支脈で囲まれた盆地状の町です。

また、宮城県沖を流れる暖流の影響を受けた温暖な地域で、多くの動植物の北限、南限の地となっており、恵まれた自然環境に加え気候を生かして様々な野菜や果物などが栽培されています。

縄文、弥生、古墳時代の遺跡が多く、台町古墳群は東北地方屈指の大古墳群で、県指定の史跡となっています。また、戦国末期に伊達、相馬両氏が激しく争った地で、近世には仙台藩の南境にあたるため丸森と金山に重臣が配置されました。

また、丸森は阿武隈川舟運の河港でもあり、米などの船荷積替え地として繁栄しました。金山は、近世養蚕業の発達により金山紬（仙台紬）が生産され、明治期には製糸工場がつけられました。江戸時代後期から昭和初期にかけて栄えた豪商、齋藤理助氏の屋敷は「蔵の郷土館齋理(さいり)屋敷」として名残を残しています。

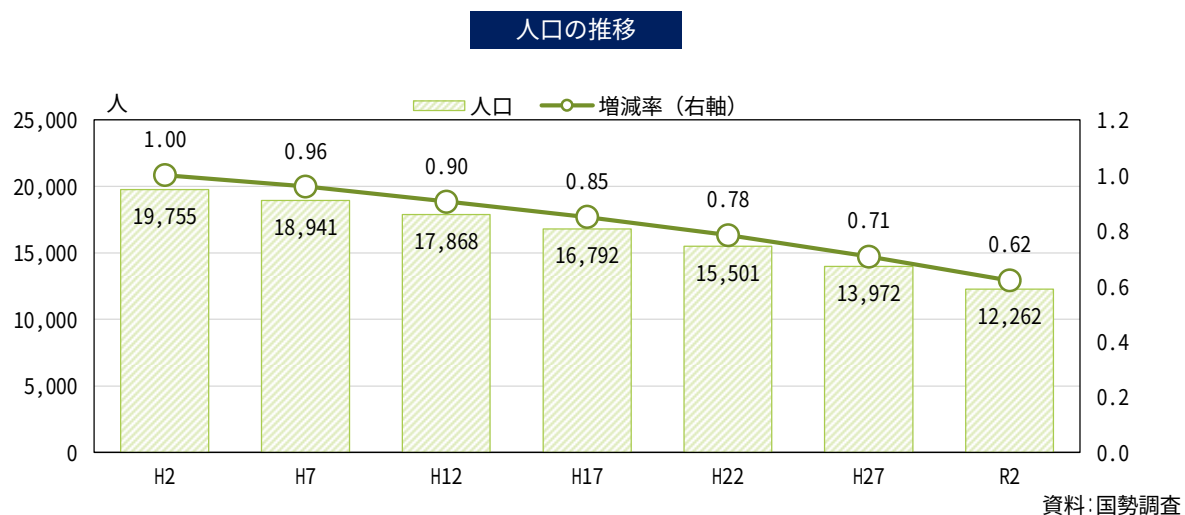
その後、昭和29年に2町6村が合併して丸森町が誕生しています。

これまで観光は、阿武隈ライン舟下りや齋理屋敷、さらには県立自然公園の指定を受けている不動尊公園を中心としたエリアが中心となってきましたが、近年は来訪者のニーズの多様化によってさまざまな目的で訪れる人が見られます。



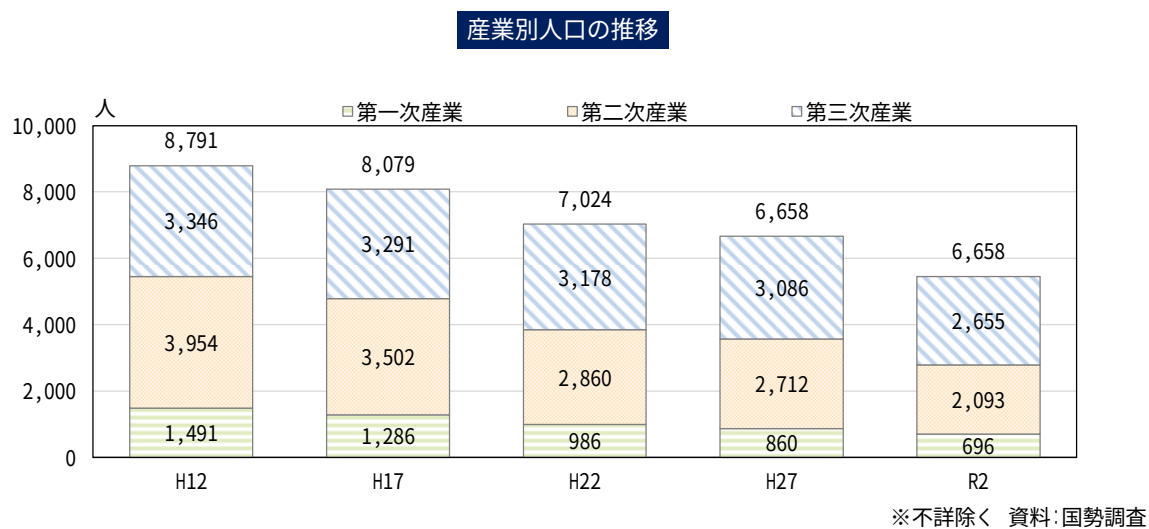
(2) 人口の状況

人口の推移をみると、平成2年以降減少が続いており、令和2年には約12,000人と、30年前の人口の6割にとなっています。



(3) 産業の状況

産業別人口の推移をみると、人口と同じく減少傾向にあり、特に第一次産業の減少が著しくなっています。

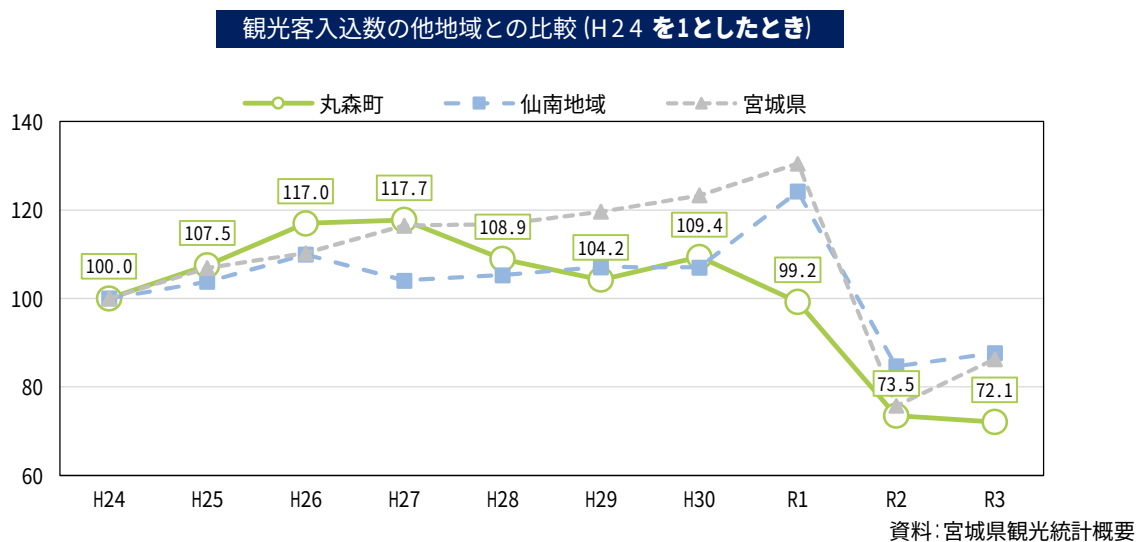
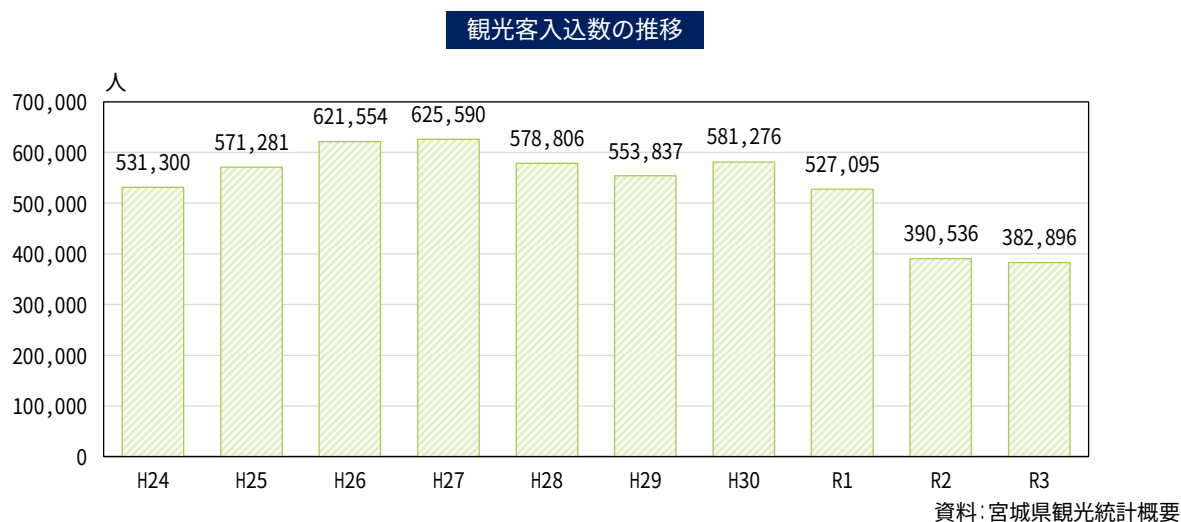


2 観光客動向

(1) 観光客入込数

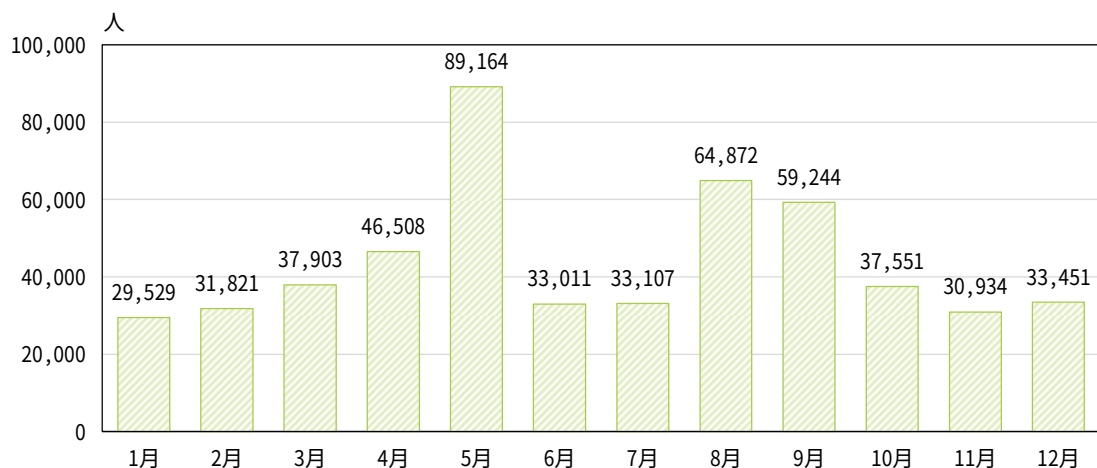
丸森町の観光客入込数は、平成 26・27 年には 60 万人を超えたものの、その後減少傾向で推移しており、令和元年には約 573,000 人と平成 24 年の水準を下回っています。また、令和 3 年には新型コロナウイルス感染症拡大の影響により約 383,000 人まで減少しています。

宮城県及び仙南地域と比較すると、平成 28 年以降、宮城県、仙南地域が増加している一方で、丸森町は減少していることが伺えます。



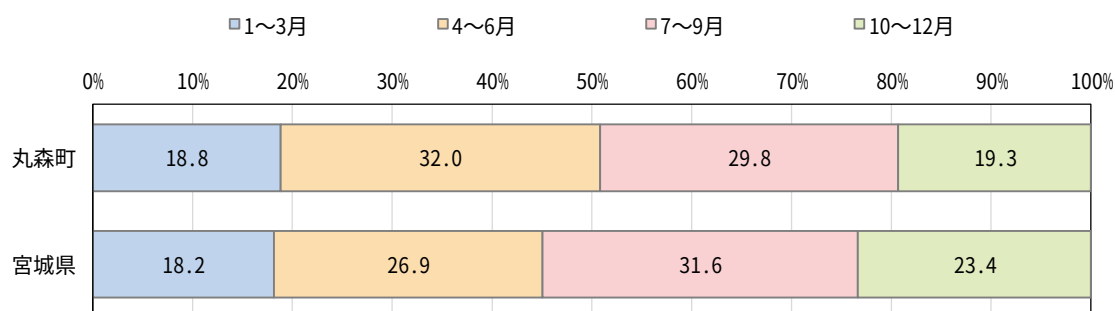
月別の月別観光客入込数を見ると、5月が最も高く8月、9月と続いています。
宮城県と比較すると4～6月、7～9月の割合が高くなっています。

月別観光客入込数 (令和元年)



資料: 宮城県観光統計概要

月別観光客入込数割合 (令和元年、宮城県との比較)



資料: 宮城県観光統計概要

(2) 外国人観光客入込数

丸森町の外国人観光客数は、平成 29 年以降、少しずつ増加しており、令和元年には約 1,000 人となっています。特に蔵の郷土館齋理屋敷、丸森物産いちば八雄館、いなか道の駅やしまやなどへの来訪が多くなっています。

外国人観光客入込数の推移

単位: 人

	H29	H30	R1
丸森物産いちば八雄館	179	122	115
いなか道の駅やしまや	50	127	165
阿武隈ライン舟下り	80	92	87
蔵の郷土館齋理屋敷	256	397	376
あぶくま荘	137	111	65
自然ゆうゆう館天水舎	58	89	153
不動尊公園キャンプ場	71	32	30
その他	37	58	47
合計	868	1,028	1,038

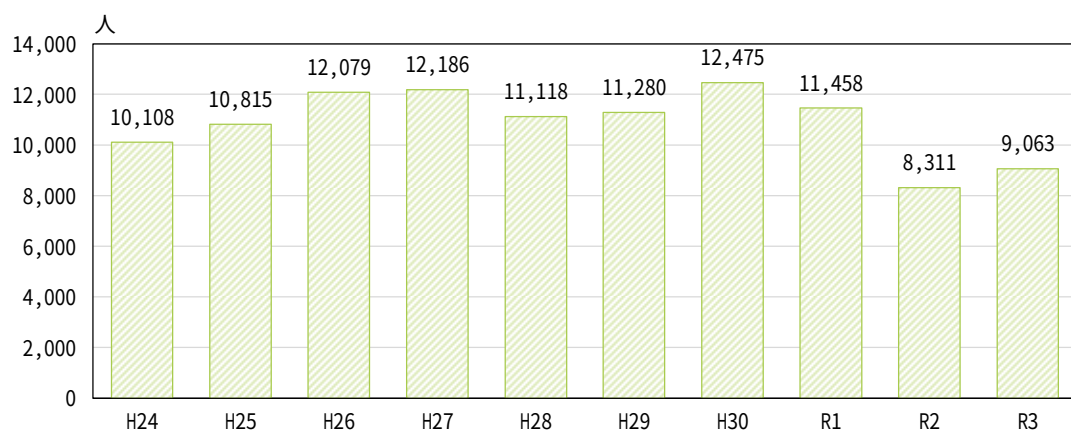
資料: 丸森町

(3) 宿泊観光客数

丸森町の宿泊観光客数は、平成 27 年まで増加傾向にあり、平成 27 年の約 12,200 人をピークに、その後は増減を繰り返しながら推移しています。令和元年には約 11,500 人となっていたようですが、令和 2 年には新型コロナウイルス感染症拡大の影響により令和 2 年には約 8,300 人まで減少しています。

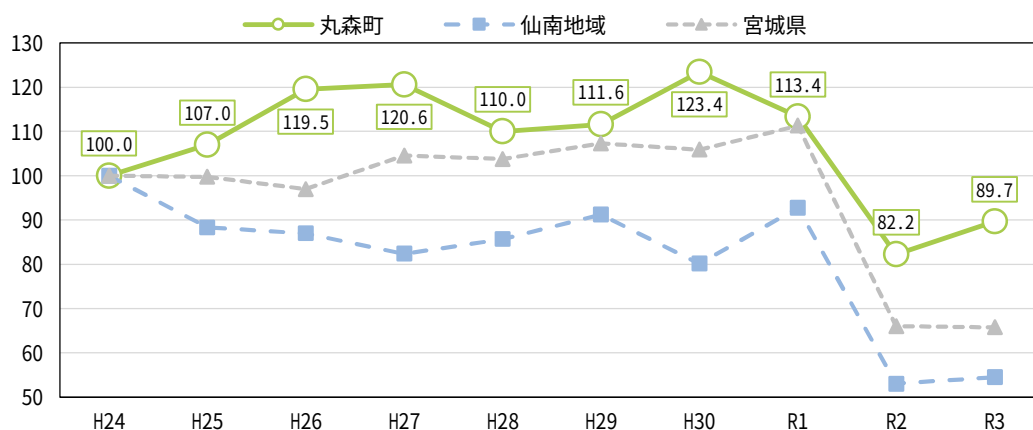
宮城県及び仙南地域と比較すると、両方の水準を超えて推移しています。新型コロナウイルス感染症拡大の影響による令和 2 年の減少割合も、宮城県及び仙南地域に比べて小さくなっています。

宿泊観光客数の推移



資料：宮城県観光統計概要

宿泊観光客数の他地域との比較 (H24 を1としたとき)



資料：宮城県観光統計概要

3 これまでの町の取り組みについて

「丸森町交流人口 70 万人計画」において定めた目標及び取り組みの進捗について総括しました。

(1) 目標数値の検証

単位:人

種別	施設名	平成 25 年		平成 22 年 震災前比	目標数値		実績値	
							令和元年度 (コロナ前)	
見る・遊ぶ	齋理屋敷	16,977		▲7,187	35,000		15,762	減少
	キャンプ場	9,517		▲2,772	15,000		12,188	減少
	舟下り	4,116		▲5,584	12,000		3,833	減少
	登山・ハイキング	18,479		▲7,742	28,000		19,642	増加
	イベント	96,247		▲6,152	112,000		73,735	減少
	その他 (ふるさと館、伝承館、文化財等)	38,400		▲9,757	49,000		18,301	減少
		ふるさと館	981		ふるさと館	1,000	517	減少
		伝承館	3,377		伝承館	5,000	2,160	減少
		文化財等	34,042		文化財等	43,000	15,624	減少
泊まる	あぶくま荘等 休養	66,536		▲1,663	71,500		50,748	減少
		あぶくま荘	65,065		あぶくま荘	70,000	50,735	減少
		その他宿泊施設	1,471		その他宿泊施設	1,500	13	減少
食べる	天水舎等食事	38,079		▲20,982	59,000		13,082	減少
		天水舎	16,931		天水舎	25,000	8,182	減少
		民間飲食店等	21,148		民間飲食店等	34,000	4,900	減少
買う	直売所	282,930		78,418	365,000		286,204	増加
合計	合計	571,281		16,579	746,500		493,495	減少

(2) 各取り組みの検証

基本方針Ⅰ 観光交流推進システムの強化

施策概要	事業	取り組み内容・課題	今後の方向性
各地区協議会・町役場・公社・各観光関係者との情報共有の仕組みづくり	定期的な連絡会議等の実施	令和2年度までは定期的な連絡会議等を実施していなかったが、令和3年度からは町と指定管理者とで定期的に連絡会議を実施している。	継続・現状維持
公社機能の強化・充実	公社の事業推進計画策定及び実施	阿武隈川の楽しみ方舟下りに新たな楽しみ方としてリバーアクティビティの実施により観光集客を図ったがコロナ禍もあり思った程集客に繋がらず継続実施は難しく見直しの必要がある。	見直し・変更
県観光推進協議会への参加 県南地域部会への参加	観光キャンペーンに参加による効率的な誘客の強化	県等が主催している観光キャンペーンに積極的に参加し、効率的な誘客の強化を図っている。	継続・現状維持
周辺自治体との連携強化	広域的ひな祭り開催等、連携イベントによる誘客強化	大河原地方振興事務所が主となり、仙南のひな祭りを周遊するパンフレットを作成してもらっている。町も積極的に参加している。	継続・現状維持

基本方針Ⅱ 町内への誘客機能の強化

施策概要	事業	取り組み内容・課題	今後の方向性
マスメディアの効果的活用	取材対応力と放送・掲載後の顧客対応力向上（町内情報共有促進等）	ラジオや情報誌を使い、新しい情報やマイナーな情報を発信している。	継続・現状維持
駅～中心部周辺への	レンタサイクルステーション整備	丸森駅待合室内にレンタサイクル9台（うち電動自転車2台、クロスバイク2台）を設置し、併設している「まるもり移住・定住サポートセンター」で貸出業務等を行っている。	拡充・強化
町内広域（各地区等）への利便性向上	るんるん号等の利便性向上	観光客向けに土日・祝日限定の100円バスを運行。バスの本数は12本あり阿武隈急行からの2次交通として大きな役割を担っている。毎年更新される阿武隈急行の時刻に合わせ、バスの時刻も毎年変更し、利便性を確保している。しかし、和元年東日本台風、新型コロナウイルス蔓延以降、利用者減に拍車をかけている。	拡充・強化
誘導方法・経路情報の再構築	案内看板の統一化、再整備	主要な観光看板は統一しているが、小さな観光看板については、デザインが様々となっている。	見直し・変更
	ホームページ等における交通案内方法の見直し	体験場所や名所で問い合わせが多い所については、ブログや各ページにて画像を作るなどして紹介しているが、町全体としてのアクセス情報は見直していない。新たなるんるん号を活用するためのマップ制作を行った。	継続・現状維持

基本方針3 グリーン・ツーリズム*の推進

施策概要	事業	取り組み内容・課題	今後の方向性
滞在型メニューの設定	民泊の促進（開設に向けた資金・制度等の支援、収益向上のための研修等）	民泊推進のため、補助金を創設した。 また、イベント民泊を推進するなど新たな取り組みも行った。	継続・現状維持
体験メニュー・学習メニュー等の設定	おすそわけ博等による町全体としての発信	グリーン・ツーリズムの受け入れ活動は、丸森町観光案内所のホームページにてほとんど全て紹介している。また、日常の各地域での体験イベントや、丸森の歴史を感じる神社仏閣・石碑なども定期的に発信している。	継続・現状維持
	通年の里山体験メニューの設定	春・秋などに合わせて町内の里山トレッキングなどを実施してきたが、トレッキング参加者は微減の傾向が見られた。他の里山体験メニューで定番化できたものはあまりない。ほか、猫神さまを見て回るツアーを常時受け入れができるようにホームページに掲載している。	継続・現状維持
公社と連携したツアーの実施	旅行業取得による独自ツアーの実施	仙台駅発着でのバスツアーを年に2回程度実施してきた。（コロナ禍以前）また、丸森駅発着のバスツアーも開催した。バスツアーの問題点としては、大型バスでは行ける場所が限られる事。バス代の高騰、コロナ過での乗客人数の制限などがある。	継続・現状維持
イベントを契機とした町内への誘客促進	各実践者（町・公社・地区・実践者）による特徴あるイベントの実施	町の特徴である景色等を活かし、サイクルイベントを実施した。	継続・現状維持
直売所を核とした町内回遊促進	リアルタイムな情報共有と観光客への提供	「丸森お買い物レシートラリー」を開催し、町内の直売所及び飲食店が連携し周遊する取り組みを行っている。あわせて、観光案内所のツイッター・フェイスブックにヒント情報を兼ねた施設のリニューアルオープンPRを行い、周知・誘客を促進させた。	拡充・強化
トレッキング、サイクリングコース等の充実	ノルディックウォーク、歩け歩け会、サイクルフェスタの実施	歩け歩け会は各地区協議会で実施、サイクルフェスタは町主催で実施している。	継続・現状維持
	百々石公園の再整備（つつじの植栽）	※未実施	見直し・変更
阿武隈川の魅力再発見	舟下りプログラムの再構築、新しい楽しみ方の提案	阿武隈川の新たな魅力を発信する為、現行コースを延長し丸森大橋までの新コースを運航する事で阿武隈川の新たな風景美を発信する事ができた。	拡充・強化
名所・史跡、伝統文化等の活用	伊具三城の整備、猫神様等特徴ある資源の活用	伊具三城をバスで巡れるツアーを実施している。また、猫神さまを誘客に活用したスタンプラリーを実施している。猫神さまについては常時受け入れの猫神さまを歩いて巡るツアーも運営している。町の史跡としても猫碑の他に蛇碑・蚕碑・一代塔など珍しい石碑があるため、その研修会を実施して、今後のツアーに活用すべく検討している。	継続・現状維持
	各種工芸品や伝統芸能の活用	町イベントにおいて、積極的に伝統芸能の方に出演していただいている。また、各種工芸品をふるさと納税の返礼品としても登録している。	継続・現状維持
観光ガイド・インストラクター育成	人材バンク登録	各指定管理者が検討しており、齋理屋敷は小中学生にガイドしていただけないか検討中。	拡充・強化
	ガイド・インストラクター養成等の研修会実施	台風・コロナ以降のお客さまの受け入れ方を考えた中で、少人数・常時受け入れを模索した。その中で猫碑などを案内できるようにするために、町内・町外の有識者へお願いして石碑研修会を実施した。現在、「猫神さま小道さんぽ」として観光案内所スタッフがガイドとして受け入れ態勢を整えて運用している。	拡充・強化
接客レベルの向上	再来促進のおもてなし研修会実施	※未実施	縮小

* **グリーン・ツーリズム**：農山漁村に滞在し農漁業体験を楽しみ、地域の人々との交流を図る余暇活動のこと。長期バカンスを楽しむことの多いヨーロッパ諸国で普及した。

基本方針 4 観光交流施設の整備

施策概要	事業	取り組み内容・課題	今後の方向性
あぶくま荘のリニューアルによる魅力向上	あぶくま荘の改築	宿泊棟は耐震補強（R3）により、安全な建物となったため、改築については再度検討していく。	見直し・変更
キャンプ場のリニューアルによる魅力向上	コテージ増設・テントサイト改修等	コテージが経年劣化等により、支障をきたしているため、コテージ増設ではなく既存コテージ改修を行う。テントサイトは、指定管理者が区画を変更したり利用者に沿った改修をしている。	見直し・変更
齋理屋敷を含めた周辺整備	街路灯の改修等、景観整備	既存街路灯の管理は、丸森町商工会で行っており、適切に管理していただいている。	継続・現状維持
	施設老朽化に対応した継続的整備	齋理屋敷は登録有形文化財に指定されている建物が多く、改修等は難しい状況にあり、適切に維持管理していく。	継続・現状維持
新規客層をターゲットとした施設整備	新規施設の調査・検討	※未実施	拡充・強化

基本方針 5 観光の産業化

施策概要	事業	取り組み内容・課題	今後の方向性
特産品を活かした商品開発	魅力ある商品開発のための補助利用促進	丸森町特産品開発支援事業補助金が毎年活用され、町内農産物等を活用した特産品等の開発や生産拡大に結びついている。 H30 年度に原料を生み出す農家により近いという理由で商工観光課から農林課に所管課を移したが、常に農林課、商工観光課、農業創造センターで連携をとり町内の6次産業化の推進を図っている。	継続・現状維持
特産品を活かした商品開発	売れる商品づくりのための研修会実施	農産物直売所に県、町、創造センターの担当者が定期的に巡回訪問し、特産品・加工品の相談を受け、必要に応じアドバイザーを派遣し、売れる商品づくりを推進している。	拡充・強化
	販路開拓、販売力強化のための研修会実施	農業創造センターセミナーや直売所のアドバイザー派遣事業に研修会を開催している。 また、お悩み解決相談会の実施など販売力強化を実施している。	継続・現状維持
地元飲食店等の魅力再発信	四季ごとの戦略的展開（山菜・麺類・キノコ・へそ大根等）	飲食店マップを活用し、町内飲食店の魅力を伝える。	見直し・変更
	町内連携規格の実施（おにぎり・餅・ラーメン・漬物等）	飲食店マップを活用し、町内飲食店の魅力を伝える。	見直し・変更
特産品の戦略的活用	柿、たけのこ、へそ大根、ヤーコン等を活用したメニュー提供	一部の飲食店において、地元食材を使用したメニューを提供している。	見直し・変更
安全・安心な商品の提供	丸森農産物認証制度の更なる推進と認知向上	丸森農産物認証制度が普及してきており、消費者に信頼される安全で安心な農産物の生産が推進されている。	継続・現状維持
食材等の地元調達体制の整備	直売所等と連携した安定供給体制確立	H27 年度から 4 年間、直売所が主体となって地元食材 PR を目的に「料理教室」等を開催した。昨今の情勢で中断しているが再開を希望する声がある。	拡充・強化

4 課題のまとめ

これまでの調査結果や検討結果を基に以下の視点で課題をまとめます。

○強みを生かした観光資源の発掘・魅力向上

丸森町には美しい自然景観や農村景観と地域根ざした農作物、商業の要所として栄えた歴史的背景や文化資源など多様な資源を有しています。

また、齋理屋敷、阿武隈ライン舟下りやあぶくま荘、不動尊キャンプ場、直売所などの丸森の自然や文化を体感することの施設もあります。

今後もこれらの観光資源の魅力を向上させるとともに、新たな魅力を発掘し、磨き上げることとで観光地としての付加価値を向上させていくことが重要です。

○リピーターの確保と来訪者の裾野の広がり

丸森町では、宮城県内（仙南・仙台地域）や福島県北部（伊達郡・相馬市・南相馬市）など、宮城県内や近隣地域からの来訪が多いことが伺えます。

今後のウィズコロナを、新型コロナウイルス感染拡大前に比べ、気軽に近場で楽しめるマイクロツーリズムの需要が増えることが考えられ、引き続き近隣からの来訪者が増えることが期待されます。そのため、リピーター確保に向け、何度も来訪してもらえるような魅力づくりと、それらを効果的に発信することが必要です。

また、歴史・文化資源やアウトドアなどは、場所を問わず明確な目的のもとで来訪者の増加も期待されます。県内や近隣地域だけでなく、首都圏やインバウンドなど、来訪者の裾野を広げていくために、効果的な PR により丸森町へ来たことがない人の来訪を促進していくことも重要な視点となります。

○滞在時間の延伸と来訪者の消費額の増加

持続可能なまちづくりに向けては、観光客を増やすだけでなく、訪問客の滞在時間を伸ばすことにより、町内での消費単価の上昇を図ることが重要となります。

丸森町では、日帰り観光が多いほか、各観光資源が点在しており、それらをつないで回遊性を高めるとともに、体験・購買・宿泊などの機会を増やしていくことが求められています。

○多様な分野のまちづくりとの連携

これから人口減少、少子高齢化が加速する中、観光客を誘致し、観光産業を発展させることは地域の経済力の維持、発展のために不可欠です。このため国を挙げて、あらゆる地域で観光振興についての取組が行われています。丸森町においても今後、少子高齢化が進行していくことが推測されており、地域活力の維持・発展のためには、観光振興の取組を進めることは極めて重要です。

また、観光には、丸森町で学び働く方々を増やし、定住人口・交流人口の増加につながる大きな役割も持っているほか、飲食店の充実や交通網の整備、各種制度の活用など、観光振興を進めることで町民の生活環境が向上することにもつながります。

そのため、産業だけでなく、定住・教育・都市基盤・町民協働など、多様な分野のまちづくりと連動しながら観光を進めていくことが重要となります。

○町民の郷土愛の醸成と観光振興への参画

観光振興を図るためには、まずは町民が町の魅力を実感し、観光を進めていく意識づくりを進める必要があります。

丸森町では、地区のつながりや、人の良さや来訪者を迎え入れる精神や、オープンな姿勢があり、これらの機運を生かし、町民や企業と連携しながら観光振興を進めていくことが重要です。

【SWOT 分析による現状・課題の整理】

強 み	弱み・課題
- 豊かな自然と歴史・文化資源に基づく観光コンテンツ - 歴史・文化資源、自然、アウトドア、食、農産物など、各コンテンツそれぞれに魅力があり、リピーターがいる - 地区ごとに特色があり、それぞれの状況に応じたまちづくりが進められている - 観光客を受け入れる姿勢や新しいことに取り組みやすい機運がある - 人と自然がつくる「ゆったりとした時間」に魅力を感じる人が多い - 直売所が多く、地元産品を購入できる機会が多い - 近隣地域に比べて、アクセス性が不便な反面、来訪目的がある人が多い	- 県内・福島県北エリア以外から来訪者の広がりが必要 - 効果的な PR・情報発信が必要 - 宿泊を伴う観光の減少 - リピーターを増やしていくことが必要 - コンテンツどうしをつなぐ仕組みが必要 - 消費を増やすコンテンツや経済・地域の活性化の取り組みが必要台風被害からの復旧が急務移動手段(二次交通)の不足 - 人口減少に伴う担い手の不足、過疎化への対応 - 空き地・空き店舗の活用、法規制等の緩和
機 会	脅 威
- 新たな観光スタイルの広まり(アウトドア、近場の観光、少人数、体験重視志向、ワーケーションなど) - 地方回帰の機運 - 観光 DX の推進(多様な情報発信、ビックデータの活用、オンライン決済、観光疑似体験など) - 文化財保護法の改正(文化財の保護の強化) - コロナ収束後を見据えたインバウンド向けの観光施策の推進 - 台風被害からの復興への関心の高まり	- 人口減少と少子高齢化 - 新型コロナウイルス感染症の拡大 - 近隣都市の求心力 - 他の観光地との競争激化 - 若者のクルマ離れ

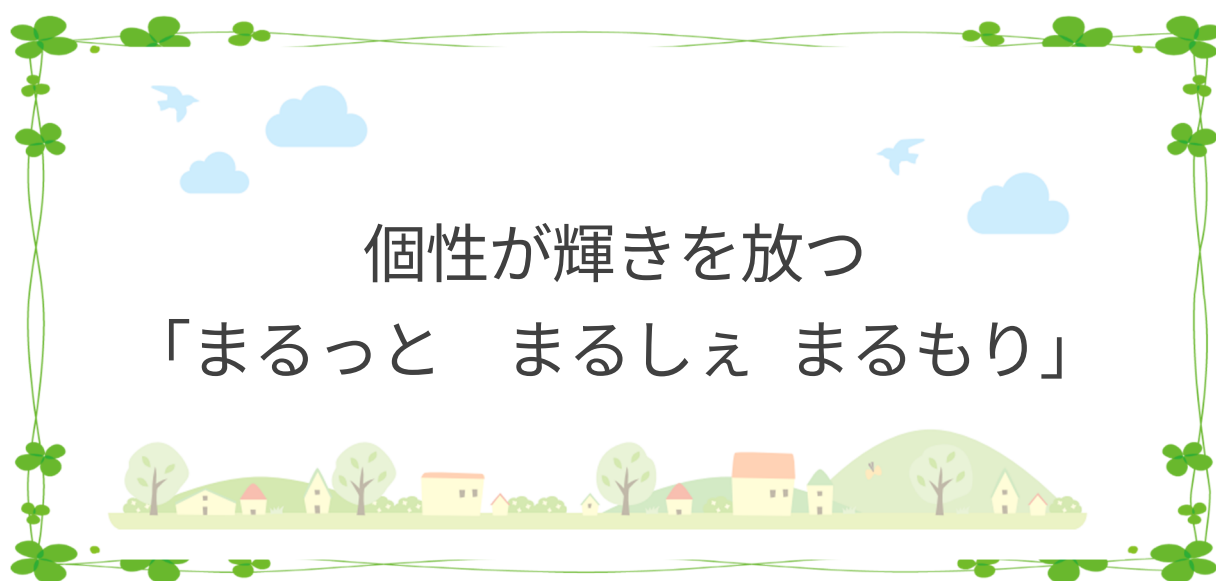
第3章

観光振興の 基本方針

1 計画で目指すこと

(1) 将来像

人口減少・少子高齢化が加速する中、観光客を誘致し、観光産業を発展させていくことは地域及び地域経済の発展のために必要不可欠です。そのため、本計画では各種調査結果から得られた観光客のニーズや町の観光資源をもとに、目指す将来像を位置づけ、その目指す将来像の実行に向けた3つの基本戦略を定め、各種事業を推進します。



町全体が観光の市場として楽しむことができるまちをイメージし、町にある多様な資源をつなぎ合わせて、新たな価値を生み出していくことによって丸森町の観光振興を進めていきます。

また、いつ何度来ても楽しめるよう新たな魅力や付加価値を生み出し、リピーターを増やしていくとともに、効果的なPR等により来訪者の裾野を広げ、新たな層の獲得を目指します。

(2) 目標値の設定

人口減少が進む中、より多くの方に丸森町に観光に来ていただくことも重要ですが、それによって地域の経済及び町民の生活が潤うことがそれ以上に重要となってきます。

本計画においては、「来ていただいた方がいかに町内で消費していただくか」を念頭におき、「観光消費額」を数値目標として設定します。

■一人当たり観光消費額（日帰りにおける平均単価 ※）

単位：円

項目	基準値 (令和3年)	目標値 (令和14年)
飲食費	1,872	2,800
土産購入費	3,499	5,200
その他	1,429	2,000

※ 令和3年度観光動向調査より

■観光客入込数及び観光消費額

項目	基準値 (令和3年)	目標値 (令和14年)
観光客入込数	38万3千人	80万人
観光消費額 ※	26億400万円	80億円

※ 観光消費額 基準値：6,800円/人×383,000人＝2,604,400,000円
目標値：10,000円/人×800,000人＝8,000,000,000円

～目標数値の考え方について～

第5期みやぎ観光戦略プランの考え方に基づき「日帰りの消費額」を令和元年度水準に戻していくとともに、その後7年間に於いて更なる増加を目指すこととします。

また、丸森町は現在宮城県全体における観光客入込数の約1%弱を占めています。第5期みやぎ観光戦略プランで占める観光消費額の1%を担うことができるよう、本計画では観光消費額と観光客入込数の双方の展望を見込むものとします。

(3) 「丸森町交流人口 70 万人計画」の継承

平成 27 年 3 月に策定した「丸森町交流 70 万人計画」においては、令和 6 年に観光客入込数 70 万人の達成を目指していましたが、観光客入込数は減少傾向にあるほか、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、目標の達成が難しくなっています。

このようななか、宮城県では、令和 4 年に「第 5 期みやぎ観光戦略プラン」を策定し、令和 6 年の観光消費額や訪日外国人観光客数を新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年の水準まで戻すことを回復目標と定め、さらにアフターコロナの観光需要を見据えた成長目標も合わせて設定しています。

しかしながら、本町においては令和元年 10 月の台風 19 号により甚大な被害を受け、復旧・復興期間中であることから、「丸森町交流人口 70 万人計画」の計画最終年にあたる令和 6 年の観光客入込数を過去最高であった平成 27 年の水準近くまで回復させることを目標とします。

また、この目標の達成に向けた取り組みについては、本計画の取り組みに包含していくものとします。

■観光客入込数の実績値及び目標値

単位：人

基準値 平成 25 年	当初目標値 令和 6 年	過去最高実績値 平成 27 年	実績値 令和元年	実績値 令和 3 年	修正目標値 令和 6 年
571,281	746,500	625,590	493,495 人	382,896	600,000

(4) 指標の設定

本計画を計画的・効果的に推進していくために、本計画の数値目標を設定し、目指すべき姿とします。この数値目標をもとに、本計画の推進状況を把握することにより、本町の観光振興の施策全般における計画推進の成果を評価し、次期計画策定の際に見直し等を図るものとします。

単位：人

施設名	令和元年度 (コロナ前)	令和 3 年度 (直近)	目標値 (令和 14 年)
齋理屋敷	15,762	8,225	20,000
キャンプ場	12,188	10,535	13,500
伝承館	2,160	1,190	2,500
あぶくま荘	50,735	26,182	56,000
舟下り	3,833	2,880	4,500
直売所	286,204	297,105	315,000

※数値の考え方

「第 5 期みやぎ観光戦略プラン」では直近 3 年間で令和元年度水準に戻す回復目標と、1.05 倍の増加を目指す成長目標を設定。この考え方に基づき、直近 3 年間について令和元年度水準に戻すものとし、その後 7 年間においては、1.05 倍×1.05 倍 1.1 倍の増加を目指すこととする。

なお、齋理屋敷については、重点戦略にも設定していることからプラス α での増加を目指す。

2 基本戦略

1 丸森観光のきっかけづくり

丸森町を訪れた観光客に、より多くの消費をしてもらうためには、国内外からの観光客の望むニーズをよく見極めて、そのニーズに基づくサービスや商品などを提供していく必要があります。

現在、観光客の町内での動線や顧客情報を十分には把握できていないため、ビックデータの活用やデジタル技術の活用により観光客の消費行動などを分析し、ニーズに合わせた観光振興を進めていきます。また、SNS の効果的な活用やマスメディアを通じた積極的な情報発信を進め、新たな層の獲得に努めていきます。

2 丸森の魅力が伝わる観光のコンテンツづくり

全国各地から訪れる観光客に、丸森にしかない日常や体験、価値を数多く提供することは、観光客の滞在時間の延長や宿泊のきっかけになり、また丸森に来たいというリピーターの増加につながっていきます。

齋理屋敷をはじめとした歴史・伝統文化や日本一の数と言われる猫碑の活用、阿武隈川を生かした観光客の誘致、「丸森のアウトドア」のブランディング*、農産物のブランド化及び地元飲食店等の魅力再発信など、「歴史、自然、農・食、人」といった既存の観光資源を磨き上げるとともに、満足度の高い新たな観光プロダクトの開発を行い、リピーターとなる『丸森ファン』を増加させていきます。

3 町一体となって取り組む受け入れ体制の充実

町民一人ひとりが「観光は自分たちの生活を支える大切な産業である」という意識を持つとともに観光が丸森町の経済に与える好影響を町民が実感できるよう、観光産業への参画を促進していきます。

さらに、こうした交流は、町民の地域への愛着や誇りといった「郷土愛」を育むことにつながっていくため、地域の歴史や文化などについて深く語れる学びの機会を提供していきます。

また、多様な視点から丸森町の観光を感じることができるよう、デジタル技術などを活用しながらハードとソフトの両面から受け入れる体制を整理していきます。

*ブランディング… 地域や企業自体や商品の価値やイメージを高めること。他とのちがいを明確にして、差別化すること。

3 施策体系

基本戦略	取り組み方針	具体的な取り組み内容
1 丸森観光の きっかけづくり	1-1 マーケティングの強化	● 観光データの収集・分析
	1-2 情報発信と誘客	● ターゲットに応じた効果的なプロモーションの展開 ● 旅行者のニーズに応じた情報発信
2 丸森の魅力が 伝わる観光の コンテンツづくり	2-1 丸森の魅力を高める 観光資源のプロダクトの充実	● 齋理屋敷をはじめとした歴史・伝統文化の活用 ● 阿武隈川を生かした観光客の誘致 ● 「丸森のアウトドア」のブランディング ● 新しい魅力や新規体験メニューの造成
	2-2 丸森の物販機能・商品 開発等の強化	● 農産物のブランド化及び特産品を活かした商品開発 ● 地元飲食店等の魅力再発信 ● 観光農業、グリーン・ツーリズムの推進
	2-3 多様な視点からの「丸 森ファン」づくり	● 「新しい働き方」に合わせた観光メニューの造成 ● 来訪者の裾野を広げる交流事業の推進 ● ふるさと納税の活用
3 町一体となっ て取り組む受 け入れ体制の 充実	3-1 町民の意識向上と人 材育成	● 町民への情報発信・郷土愛の醸成 ● 観光に係る人材育成
	3-2 受け入れ体制の整備	● 指定管理施設を中心とした施設の整備 ● 二次交通及び動線の充実 ● 時代に合わせた町内観光DX化の推進
	3-3 観光推進体制の強化	● 観光関係者との情報共有の仕組みづくり ● 広域連携強化 ● 民間事業者の事業活性化に向けた支援

第4章

取り組みの 展開

1-1

マーケティングの強化

丸森町を訪れた観光客に、より多くの消費をしてもらうためには、自分達が売りたいと思うモノ・コトを提供するのではなく、観光客の望むニーズをよく見極めて、そのニーズに基づくサービスや商品などを提供していく必要があります。

現在、丸森町では、このような顧客情報を十分に把握できていないため、デジタル技術などを活用し、観光客の消費行動などを分析した上で、戦略策定を行っていきます。

取り組み	内容
観光データの収集・分析	町内への誘客促進につなげていくため、来訪者の属性や観光消費額等の必要な数値の把握・効果検証を行い、事業の見直しと施策の立案に活用します。
	主な事業
	【新規】 来訪者アンケートやモニターツアーによるニーズの把握 【新規】 ビッグデータを活用した観光動向分析の実施



主な事業に位置づけられたマークは以下の通りです。

【継続】：70万人計画に位置づけられた取り組み

【新規】：今回の計画から位置づけていく取り組み

【提案】：事業提案シートにてご提案いただいた項目

1-2

情報発信と誘客

丸森町を訪れる方の年齢や生活スタイルなどによって、情報の入手先が異なり、興味・関心や観光に対する目的によって必要な情報も異なります。関係団体ヒアリングでは、観光に関する情報発信の充実を求める意見が挙げられているほか、丸森町を訪れた人は訪れてから目的地を決める場合も多く、気軽に情報を入手できるような仕組みを構築していくことが重要となります。

そのため、伝えたい人に、伝えたいことが伝わっていることを目標とし、「何を」「誰に」「どうやって」伝えるかをしっかり設計し情報発信していきます。

また、SNSの普及により、個人からの情報発信が消費者の動向などに大きな影響を与えています。そのほか、マスメディアにおいても、地域情報を取り上げる番組が多く放映されていることから、SNSの効果的な活用、マスメディアへの積極的な情報提供を進めていきます。

取り組み	内容
ターゲットに応じた効果的なプロモーションの展開	丸森町の状況や社会の流れを分析し、丸森町に来てほしいターゲットを定め、それぞれに対して効果的なプロモーションを展開していきます。
	主な事業
	【新規】 インバウンドプロモーションの推進
	【新規】 教育・団体旅行の誘致
旅行者のニーズに応じた情報発信	【新規】 オンラインツーリズム*を通じた観光誘客の推進
	丸森観光に関する情報を入手しやすいよう、情報を一元化していくとともに、多様な媒体を通じた情報発信を展開します。
	主な事業
	【提案】 観光に関する情報の一元化による発信
	【継続】 観光ポスター・パンフレット等のリニューアルと体系化
	【新規】 SNS ツールの整備・活用
	【継続】 マスメディアの効果的活用

*オンラインツーリズム：ICT 技術を活用して実在する観光目的地へ仮想的に到達し、関係者との相互作用を通して観光経験が得られる形態の観光

2-1

丸森の魅力を高める観光資源のプロジェクト*の充実

丸森町では、齋理屋敷をはじめとした歴史・伝統文化や日本一の数と言われる猫碑、阿武隈川沿いの豊かな自然、不動尊エリアのアウトドアなど丸森町ならではの資源を有しています。

既存の観光資源の洗い出し・整理を行い、その魅力を磨き上げるとともに、新たな魅力づくりに取り組みます。

取り組み	内容
齋理屋敷をはじめとした歴史・伝統文化の活用	齋理屋敷をはじめとした歴史・伝統文化になぞらえながら、丸森町全体をブランド化できるストーリー性を持たせ、町内を巡っていただけるスポットづくりやルートを作成します。
	主な事業
	【新規】 齋理屋敷のブランディング・情報発信 【継続】 齋理屋敷を含めた周辺整備
阿武隈川を生かした観光客の誘致	阿武隈川沿いの道路の復興や舟下りのコンテンツの充実を進めます。
	主な事業
	【継続】 舟下りプログラムの再構築、新しい楽しみ方の提案
	【提案】 教育旅行を中心とした舟下りの受け入れ体制の充実
	【提案】 舟下りに関する安全性の調査
	【新規】 阿武隈川の沿いの景観整備

*プロジェクト…製品、商品の意味。本計画においては、「テーマ性やストーリー性を有する丸森町ならではの新たな観光商品や観光メニュー」と定義する。

取り組み	内容
「丸森のアウトドア」のブランディング	不動尊エリアを中心に、豊かな自然や特産品等の資源を活用し、キャンプ・グランピング・アウトドアクッキング等子どもから大人まで、全ての方が気軽に楽しめる体験型ツーリズムを推進します。 また、「ワーケーション」・「ブレジャー」などの考え方をはじめ、アウトドアに新しい付加価値を付けることによって、丸森町のアウトドアのブランディングを図ります。
	主な事業
	【継続】 トレッキング、サイクリングコース等の充実 【提案】 不動尊公園キャンプ場の施設整備 【提案】 新しい働き方とアウトドアの融合 【提案】 「丸森のアウトドア」のブランディング・プロモーション
新しい魅力や新規体験メニューの造成	魅力的な観光資源を“面的”に整備することで、丸森町らしい観光コンテンツの充実を図り、町内滞在時間の延長と観光消費額の増加を目指します。
	主な事業
	【提案】 あぶくま荘の施設整備
	【提案】 温泉施設整備に向けた調査・検討
	【提案】 星空ツアーをはじめとした夜間コンテンツの開発
	【提案】 「癒し」をテーマにした森林療法
	【提案】 猫碑を活用した新たなコンテンツの造成



2-2

丸森の物販機能・商品開発等の強化

丸森町では、豊かな自然によって、たけのこ、ころ柿、へそ大根など地域に根ざした農作物が作られてきました。

また、町内に直売所が数か所あり、丸森産の農産物を買うことができる環境が多くあります。

一方で、観光事業者の担い手不足や新型コロナウイルス感染症の拡大による飲食店などへの影響が懸念されます。

今一度、「丸森の食」が観光資源であることを認識し、豊かな食を活かしたPRや情報提供などによる食観光の推進に取り組み、来訪者の満足度の向上を図ります。

取り組み	内容
農産物のブランド化及び特産品を活かした商品開発	丸森町の農産物のブランド化を進めるとともに、直売所をはじめ、地場産品を購入できる機会を充実していきます。また、丸森町の特産品を用いた新たな名物の開発に取り組みます。
	主な事業
	【継続】 丸森農産物認証制度の更なる推進と認知向上
	【継続】 新しい商品開発
	【提案】 マルシェ*等による新たな販路の拡大
地元飲食店等の魅力再発信	地場産品を活かした食のコンテンツや販売する飲食店を充実させるとともに、それらの魅力をPRします。
	主な事業
	【継続】 地元飲食店等の魅力再発信
	【継続】 直売所等と連携した安定配給体制確立
	【継続】 各観光施設における飲食・販売スペースの確保
観光農業、グリーン・ツーリズムの推進	美しい自然景観、農林産物などの地域資源を活用し、体験型農業やグリーン・ツーリズムなど農業と観光の連携を図り、農業の魅力の発信による観光振興に努めます。
	主な事業
	【提案】 体験農業の実施
	【新規】 グリーン・ツーリズムの実施
	【提案】 農作業等体験イベントの開催

*マルシェ…フランス語で「市場」を意味し、日本では、食料品だけでなく様々なものが販売されているフリーマーケットを「マルシェ」と表現する場合があります。

2-3

多様な視点からの「丸森ファン」づくり

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、団体旅行から個人旅行への観光形態の変化が加速し、テレワーク等で働きながら休暇を取る「ワーケーション」・「ブレジャー」の需要の高まりも見られます。

丸森町の資源とこれらの新しい観光形態を組み合わせた観光メニューの造成を進めます。

また、現在丸森町への来訪者は宮城県内及び福島県北部からの来訪が多くなっています。一方で、それぞれのコンテンツごとに見ると、数は多くないものの、県外や首都圏からの来訪者も見られています。

今後首都圏や県外からの来訪者を戦略的に呼び込むことによって、来訪者の裾野を広げ、丸森町が好きになって定期的に訪れる人や丸森町の活動を応援してくれる「丸森ファン」を増やしていきます。

取り組み	内容
「新しい働き方」に合わせた観光メニューの造成	一過性のものではなく長期的なメリットを見据えたワーケーション・ブレジャーの受入体制の整備に取り組みます。
	主な事業
	【新規】 ワーケーション・ブレジャーに関する調査・研究及び誘客体制の整備 【提案】 新しい働き方とアウトドアの融合(再掲)
来訪者の裾野を広げる交流事業の推進	来訪者の広がり可能性のある首都圏や東北地方へのPRのほか、歴史・文化やアウトドアなど、テーマでつながる地域との交流及び誘客促進を図ります。
	主な事業
	【提案】 首都圏や東北地方へのPRの実施 【提案】 特定都市との双方向ツアー事業の展開
ふるさと納税の活用	ふるさと納税の活用等により、丸森町の地域資源を生かした産品等のPRを行います。
	主な事業
	【提案】 ふるさと納税の活用

3-1

町民の意識向上と人材育成

観光振興においては、町民が主体的に取り組むことが重要となります。関係団体ヒアリングでは、町外からの来訪や移住を快く受け入れ、新しい取り組みを応援してくれる町民の気風があるという意見が多く挙げられています。

これらの気風を生かしながら、地域資源の周知等を通じて地域への愛着や誇り（シビックプライド）を高め、おもてなしの心を育むことができるよう、町民への情報発信や当事者意識の醸成、人材づくりを進めていきます。

取り組み	内容
町民への情報発信・郷土愛の醸成	広報誌やホームページ等を活用した情報発信により、町民に丸森町が観光地であることを広く認知していただくとともに、観光客と接する際のおもてなしの機運を醸成していきます。
	主な事業
	【新規】 広報誌やホームページによる観光情報の発信 【継続】 小中学校向けの郷土愛の醸成
観光に係る人材育成	観光ガイドの養成及び組織の育成を支援します。
	主な事業
	【継続】 人材バンク登録 【継続】 ガイド・インストラクター養成等の研修会実施



3-2

受け入れ体制の整備

町内に広く観光資源を有し、8地区ごとに異なる特徴がある丸森町では、観光客が町内を快適に周遊してもらえるようにすることが重要です。各地域にある観光交流施設については老朽化への対応が必要となっているほか、二次交通の充実が求められています。

そのため、持続可能で魅力ある観光施設づくりを進めていくとともに、円滑な移動手段につながる二次交通の確保や観光案内板の設置、Wi-Fi環境の拡充等受入環境の整備などにより、周遊しやすい環境を整えていきます。

また、近年のICT分野における技術革新は、観光のあり方にも大きな影響をもたらしており、デジタル技術の活用による業務効率化や地域マネジメントの強化のほか、観光資源と組み合わせた体験の提供・サービスによる質的向上に努めます。

取り組み	内容
指定管理施設を中心とした施設の整備	観光施設の利用状況、老朽化の状況や損傷箇所等の現状把握を行うとともに、既存施設の在り方や活用について検討を進め、長期的な視点をもった施設整備を実施します。
	主な事業
	【継続】 あぶくま荘の整備 【継続】 不動尊公園キャンプ場の施設整備(再掲) 【継続】 齋理屋敷を含めた周辺整備
二次交通及び動線の充実	既存の公共交通と各事業者が個別に運用する送迎等、活用できるものを連携させるなどして、地域で持続可能であり、かつ、観光客の利便性の向上に資する交通環境の整備に取り組みます。
	主な事業
	【継続】 レンタサイクルステーション運用 【継続】 るんるん号等の利便性向上 【継続】 案内看板の統一化、再整備 【新規】 モデルルートの作成 【提案】 「商品輸送」の仕組みの検討

取り組み	内容
時代に合わせた町内観光 DX 化の推進	観光地などにおける、デジタル技術を活用した体験プログラムの創設やサービスの拡充、収集したデータを活用した観光マーケティング機能の強化など、デジタル技術を効果的に活用した取組による情報発信を進めます。
	主な事業
	【新規】 AR*や VR*などのデジタル技術を活用した観光資源の磨き上げ
	【新規】 Wi-Fi 環境の拡充等受入環境の整備
	【提案】 デジタル技術を活用した観光地周遊を促すためのツールやサービスの検討



*AR (Augmented Reality) : 一般的に「拡張現実」と訳される、実在する風景にバーチャルの視覚情報を重ねて表示することで、目の前にある世界を“仮想的に拡張する”技術のこと。

*VR (Virtual Reality) : 「仮想現実」と訳される、主にデジタル技術を応用し、仮想的でありながらあたかも現実であるかのような体験を得ようとする考え方や技術。

3-3

観光推進体制の強化

観光振興にあたっては、行政、観光事業者、町、観光物産振興公社、商工会をはじめとする関係機関、町民団体、NPO 団体などがそれぞれの事業に対して関わり、連携をとっています。今後は、これらのつながりを生かしながら、関係する団体・機関がさらに綿密なコミュニケーション・連携を深めていきます。

また、仙南地域にはスキー場や温泉、桜並木など、全国的にも知名度が高く、観光客を惹きつける地域資源があります。引き続き仙南地域と連携した事業展開を進めながら、その中で丸森町ならではの魅力を PR していきます。

さらに、行政でなければならないこと、または、民間事業者の企業努力に託すことなど、役割分担を明確にすることで、民間事業者や地域の団体の活力を最大限発揮することができるよう円滑な調整に努めます。

取り組み	内容
観光関係者との情報共有の仕組みづくり	町内の観光事業者、町、観光物産振興公社、商工会などが情報共有や協議できる場を定期的に設けるとともに、観光を担っていく団体の設立や育成、研修などの支援、並びに観光諸団体の連携強化を図ります。
	主な事業
	【継続】 定期的な連絡会議等の実施 【継続】 観光連携に関する研修・交流会の実施
広域連携強化	仙南地域を中心に構成される観光推進協議会で連携をとるとともに、アウトドアや歴史・文化、食などといった地域にとらわれず、テーマでつながる連携にも取り組んでいきます。
	主な事業
	【継続】 県観光推進協議会への参加、県南地域部会への参加 【新規】 テーマに応じた新たな地域間連携の創出
民間事業者の事業活性化に向けた支援	民間事業者の新事業展開を支援していくほか、各種団体からの要望や意見等を聴取し、条例・規則等の緩和など、民間事業者等の活力を最大限発揮できる円滑な調整に努めます。
	主な事業
	【新規】 民間事業者の新事業展開の支援 【提案】 条例・規則等の緩和に向けた各種団体からの要望や意見等の聴取・対応

■各施策の実施主体と実施時期一覧

基本戦略	取り組み方針	具体的な取り組み内容	no	主な事業
1 丸森観光のきっかけづくり	1-1 マーケティングの強化	観光データの収集・分析	1	新規 来訪者アンケートやモニターツアーによるニーズの把握
			2	新規 ビッグデータの活用した観光動向分析の実施
			3	新規 インバウンドプロモーションの推進
	1-2 情報発信と誘客	ターゲットに応じた効果的なプロモーションの展開	4	新規 教育・団体旅行の誘致
			5	新規 オンラインツーリズムを通じた観光誘客の推進
			6	提案 観光に関する情報の一元化による発信
		旅行者のニーズに応じた情報発信	7	継続 観光ポスター・パンフレット等のリニューアルと体系化
			8	新規 SNSツールの整備・活用
			9	継続 マスメディアの効果的活用
2 丸森の魅力が伝わる観光のコンテンツづくり	2-1 丸森の魅力を高める観光資源のプロダクトの充実	齋理屋敷をはじめとした歴史・伝統文化の活用	10	新規 齋理屋敷のブランディング・情報発信
			11	継続 齋理屋敷を含めた周辺整備
			12	継続 舟下りプログラムの再構築、新しい楽しみ方の提案
		阿武隈川を生かした観光客の誘致	13	提案 教育旅行を中心とした舟下りの受け入れ体制の充実
			14	提案 舟下りに関する安全性の調査
			15	新規 阿武隈川の沿いの景観整備
		「丸森のアウトドア」のブランディング	16	継続 トレッキング、サイクリングコース等の充実
			17	提案 不動尊公園キャンプ場の施設整備
			18	提案 新しい働き方とアウトドアの融合
			19	提案 「丸森のアウトドア」のブランディング・プロモーション
		新しい魅力や新規体験メニューの造成	20	提案 あぶくま荘の施設整備
			21	提案 温泉施設整備に向けた調査・検討
			22	提案 星空ツアーをはじめとした夜間コンテンツの開発
			23	提案 「癒し」をテーマにした森林療法
			24	提案 猫碑を活用した新たなコンテンツの造成
	2-2 丸森の物販機能・商品開発等の強化	農産物のブランド化及び特産品を活かした商品開発	25	継続 丸森農産物認証制度の更なる推進と認知向上
			26	継続 新しい商品開発
			27	提案 マルシェ等による新たな販路の拡大
			28	継続 販路開拓、販売力強化支援
		地元飲食店等の魅力再発進	29	継続 地元飲食店等の魅力再発進
			30	継続 直売所等と連携した安定供給体制確立
			31	提案 各観光施設における飲食・販売スペースの確保
		観光農業、グリーン・ツーリズムの推進	32	提案 体験農業の実施
			33	新規 グリーンツーリズムの実施
			34	提案 農作業等体験イベントの開催
	2-3 多様な視点からの「丸森ファン」づくり	「新しい働き方」に合わせた観光メニューの造成	35	新規 ワークेशन・プレジャーに関する調査・研究及び誘客体制の整備
			36	提案 新しい働き方とアウトドアの融合備（再掲18）
		来訪者の裾野を広げる交流事業の推進	37	提案 首都圏や東北地方へのPRの実施
			38	提案 特定都市との双方向ツアー事業の展開
		ふるさと納税の活用	39	新規 ふるさと納税の活用

※公社:一般財団法人丸森町観光物産振興公社及び丸森町観光案内所

実施主体（◎：主体的、●：支援、○：参加協力）												実施時期		
事業者	指定管理施設	NPO	地域協議会	商工会	飲食店	直売所	JA	農家	公社	行政	その他	前期	中期	後期
										◎				
○	○				○	○				◎				
										◎		----->		
									◎	●				
◎	◎									●				
○	○	○	○	○	○		○	○	◎	◎		----->		
○	○				○			○		◎				
○	○	○	○	○	○		○	○	◎	◎				
◎	◎				◎			◎	◎	◎				
	◎								●	●				
	◎									◎		----->		
									◎	●				
									◎	●		----->		
									◎	●		----->		
									◎	●		----->		
									◎	◎				
	◎									◎		----->		
	◎			○						●		----->		
	◎									●		----->		
	◎									●		----->		
	◎									●		----->		
	◎									●		----->		
○	○								◎	●				
										●	◎丸森町農業創造センター	----->		
◎					○	◎		○		●				
◎	◎				○	○		○		●				
○					○	○		○		◎				
					◎					●				
						◎	◎	◎		●				
◎	◎					◎				●		----->		
								◎		●		----->		
◎								◎		●		----->		
◎								◎		●		----->		
	◎									◎		----->		
	◎			○						●		----->		
										◎				
										◎		----->		
◎										◎				

-----> : 準備・検討
 → : 実施・改善

基本戦略	取り組み方針	具体的な取り組み内容	no	主な事業
3 町一体となつて取り組む受け入れ体制の充実	3-1 町民の意識向上と人材育成	町民への情報発信・郷土愛の醸成	40	新規 広報誌やホームページによる観光情報の発信
			41	継続 小中学校向けの郷土愛の醸成
		観光に係る人材育成	42	継続 人材バンク登録
			43	継続 ガイド・インストラクター養成等の研修会実施
	3-2 受け入れ体制の整備	指定管理施設を中心とした施設の整備	44	継続 あぶくま荘の整備
			45	継続 不動尊公園キャンプ場の施設整備（再掲17）
			46	継続 齋理屋敷を含めた周辺整備
		二次交通及び動線の充実	47	継続 レンタサイクルステーション運用
			48	継続 るんるん号等の利便性向上
			49	継続 案内看板の統一化、再整備
			50	新規 モデルルートの作成
			51	提案 「商品輸送」の仕組みの検討
		時代に合わせた町内観光DX化の推進	52	新規 ARやVRなどのデジタル技術を活用した観光資源の磨き上げ
			53	新規 Wi-Fi環境の拡充等受入環境の整備
			54	提案 デジタル技術を活用した観光地周遊を促すためのツールやサービスの検討
	3-3 観光推進体制の強化	観光関係者との情報共有の仕組みづくり	55	継続 定期的な連絡会議等の実施
			56	継続 観光連携に関する研修・交流会の実施
		広域連携強化	57	継続 県観光推進協議会への参加、県南地域部会への参加
			58	新規 テーマに応じた新たな地域間連携の創出
		民間事業者の事業活性化に向けた支援	59	新規 民間事業者の新事業展開の支援
			60	提案 条例・規則等の緩和に向けた各種団体からの要望や意見等の聴取・対応

実施主体（◎：主体的、●：支援、○：参加協力）												実施時期		
事業者	指定管理施設	NPO	地域協議会	商工会	飲食店	直売所	JA	農家	公社	行政	その他	前期	中期	後期
										◎		----->	----->	----->
○	○	○	○					○		◎	◎各小中学校	----->	----->	----->
○	○	○		○						◎		----->	----->	----->
○	○	○		○						●		----->	----->	----->
	◎									◎		----->	----->	----->
	◎									◎		----->	----->	----->
	◎									●		----->	----->	----->
○	○				○	○			○	◎		----->	----->	----->
○	○				○	○			○	◎		----->	----->	----->
○	○				○	○			○	◎		----->	----->	----->
									○	◎		----->	----->	----->
◎	○				○	○		○	○	◎		----->	----->	----->
◎	○									●		----->	----->	----->
○									○	◎		----->	----->	----->
○	○	○	○	○	○	○			○	◎		----->	----->	----->
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	◎		----->	----->	----->
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	◎		----->	----->	----->
									○	◎		----->	----->	----->
									○	◎		----->	----->	----->
◎	○	◎		○	◎	○	○	○	○	◎		----->	----->	----->
○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	◎		----->	----->	----->

-----> : 準備・検討

-----> : 実施・改善

第5章

計画の推進に あたって

1 重点戦略の設定

本町のさらなる観光振興に向け、特に重点的に取り組む内容を「重点戦略」と位置づけ、本計画の基本戦略の中で、施策体系に囚われることなく横断的かつ重点的に取り組むことで観光振興に大きな効果が期待される施策で、町民・民間事業者・行政がともに連携し、積極的に事業を推進するものです。

重点プロジェクト1

齋理屋敷を含めた周辺整備プロジェクト

「蔵の郷土館齋理屋敷」は本町の観光交流施設の中でも知名度が高く、これからも観光誘客の中心を担っていく重要な資源です。引き続き、文化財の価値を守りながら、齋理屋敷の活用及びその周辺の活性化を意識した整備を行っていきます。

主な取り組み

① 齋理屋敷前の道路のモール化の実現

(1) 主要地方道丸森霊山線(県道 45 号)の町道化と無電柱化

- ・町道木沼竹谷線の未整備区間が解消し、県道として求められる機能を満たしていることから、町道と現県道との機能交換により齋理屋敷前の道路の町道化を図ります。
- ・本町ポケットパーク交差点から商工会までの丸森霊山線西側の電話柱について、東側の電柱(電力柱)への電話線添架等により無電柱化を図ります。

(2) 車歩道境界ブロックの撤去及びカラー舗装化

- ・町道木沼竹谷線の改良に伴い、大型車や通過交通が激減したことから、車歩道境界ブロックの撤去やカラー舗装化により、買い物客等の車の駐車スペースの確保や、町街並み散策のエリアとして整備します。

② 蔵のイメージなどシックな街なみの形成

(1) 歴史ある建築物の保存継承対策事業

- ・蔵の郷土館齋理屋敷や 旧丸森郵便局（現：アートギャラリー店）などの重要文化財をはじめ、歴史を感じさせる土蔵なども複数残されており、これら建築物の保存継承に努めます。

(2) 住宅・店舗等景観配慮型改修の推進

- ・通りに面した住宅・店舗等の外観を蔵や日本古来の建築物のイメージへの改修や、改修が困難な建物については、板塀の設置などにより統一的な街並みを形成します。

③ 蔵の郷土館齋理屋敷の魅力アップ

(1) 収蔵品のみならず、体験・飲食・物販等のコンテンツ充実

- ・齋理屋敷内での体験交流や飲食・物販等、民間事業者の利用を促進し、リピーターの確保に努めます。

(2) 中庭再整備の検討

- ・隣接する町有地の利活用を含めた中庭の再整備を図り、施設の魅力アップを図ります。

重点プロジェクト 2

水辺の交流拠点整備プロジェクト

町では、大規模災害の際に防災活動の拠点となる河川防災ステーションの整備に向け検討を進めています。本来の水防センター機能に加え、平常時は町の観光交流拠点の機能を担うとともに、市街地をはじめとした町内の観光資源とのつながりや動線をつくることによって、一体的な観光振興を進むことが期待されます。今後の検討結果を踏まえ、新たな賑わいの創出に繋がるよう取り組んでいきます。

主な取り組み

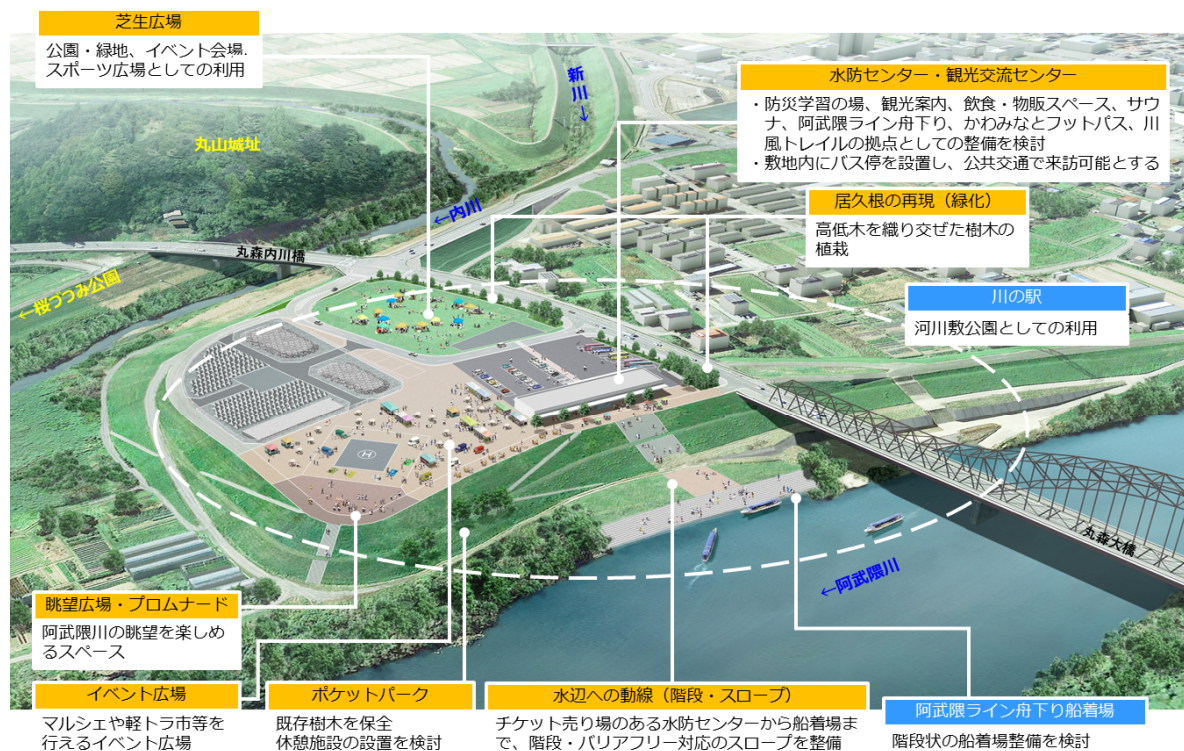
① 丸森地区河川防災ステーションの平常時の利活用

- ・健康&アウトドアをキーワードとして、フットパス*・トレイル*、サウナ、阿武隈ライン舟下り、サイクリングなど様々なアイデアが出され、事業の具体化に向け民間事業者、関係団体等と連携し、町内への回遊性の向上を図ります。

② 周辺環境を活用した新たなコンテンツの造成

- ・河川防災ステーションの整備に合わせ、対岸高水敷の樹木伐採や水辺の築校など周辺整備も計画されていることから、それらを活用した新たなコンテンツの造成に努めます。

■丸森地区河川防災ステーション 整備・利活用イメージパース（平常時）



*フットパス…イギリスで「歩くことを楽しむための道」として発祥したもので、森林や田園地帯、古い街並みなど地域に昔からあるありのままの風景を楽しみながら歩くこと。

*トレイル…登山道といった、自然歩道、自然遊歩道などの未舗装道路のこと。またはこれらの道路を自然散策を主な目的として歩くこと。

2 計画の推進体制

本計画の推進においては、丸森町や丸森町観光物産振興公社はもとより、地域住民、観光関連事業者団体および公共団体が連携して取り組むことが重要です。

○丸森町の役割

庁内関係部署をはじめ、関係機関や事業者等と横断的な連携を図りながら、本計画の推進に取り組めます。

また、民間事業者や地域の団体の活力を最大限発揮することができるよう、ハード・ソフトの両面から観光振興の基盤を整備するとともに、新たな交流・協力や事業展開を支援していくほか、条例・規則等の緩和に向けた各種団体からの要望や意見等を聴取し、柔軟性のある対応に向けた検討を進めます。

○丸森町観光物産振興公社の役割

本計画に掲げた施策の具体化に向けた取り組みや、地域の観光関連団体および観光関連事業者と連携して合意形成を図りつつ、中心的に事業を推進していくことが求められます。

具体的には、観光案内所の運営のほか、地域ブランド支援、観光プロモーション、コンテンツ造成、観光客受入体制および観光危機管理体制の整備等になります。

○観光関連事業者・団体の役割

丸森町、丸森町観光物産振興公社、観光関連団体および地域住民と連携し、観光客のニーズを常に把握し、また来たくなるようなサービスの質の向上等につなげていくとともに、観光客の滞在時間を延ばし、観光消費額を増やすため、体験メニュー等を提供する地域づくり団体等と積極的に連携するなど、魅力の向上に努めます。また、観光関連作業の生産性向上・競争力強化、雇用の安定化等を推進します。

○公共団体（国や県、近隣市町村）の役割

各公共団体間で連携した情報発信や受入環境の整備、プロモーションをおこなうなど、戦略的・広域的な観光誘客に取り組めます。

○地域住民の役割

持続可能な観光地づくりに向け、本町の魅力を自ら体感し、地域への愛着や誇りを持ち、町内外に発信するとともに、その魅力の維持・発展に参画いただくとともに、観光客が安全・安心・快適に過ごせる観光地となるよう、観光客の受入やおもてなしの心づくりに努めます。

3 計画の進行管理

本町の観光の目指す姿を実現するためには、計画に基づく事業推進について進捗管理を行う必要があります。

本計画の進捗管理は、各基本施策における具体的な取組状況の把握や PDCA サイクルに基づく評価、意見交換等を行うとともに、ウィズコロナやアフターコロナの動向等さまざまな社会情勢の変化を踏まえ、必要に応じて施策の見直しや追加を行っていくこととします。

評価にあたっては、本計画で定めた数値目標等の定量的な指標を活用するなど第三者にも分かりやすい評価に努めるものとします。

■PDCA サイクルのイメージ

