



氣仙沼觀光推進機構

氣仙沼觀光推進機構 重点テーマ活動報告

氣仙沼觀光推進機構

2017年度は下記8つの重点テーマを推進することに決定。

上記4つは住民部会を設立し推進、下記4つは部会を設けず主幹組織単体で推進していく

重点テーマ	主管団体	部会	取組内容	事務局
地区戦略インフラ・ 2次交通	市	地区戦略	<ul style="list-style-type: none"> •強み、弱み、競合・ダブリ、相互補完の検討 •地区ごとの重点戦略検討・決定 •地区を跨ぐ多種多様な周遊コースの設定 •既存施設(案内所含む)の精査、適正配置、二次交通のあり方 	市 + 観光コンベンション協会
観光意識醸成・ ガイド育成	観	観光意識醸成	<ul style="list-style-type: none"> •地域資源の発掘・再発見 •市民の意識醸成 •ガイド育成 	観光コンベンション協会
商品開発 (インバウンド・物販含む)	地	商品開発 インバウンド	<ul style="list-style-type: none"> •アクティビティの開発 •イベント構築・支援 •おみやげ •ナイトライフコンテンツの開発 <ul style="list-style-type: none"> •調査・検討、対象国の絞り込み •受入れ体制構築 •多言語対応(看板、印刷物、接遇等) •クルーズ受入調査・検討 	気仙沼地域戦略 気仙沼地域戦略 観光コンベンション協会
食グルメ	商	稼げる食	<ul style="list-style-type: none"> •飲食店マップ •スローシティならではの取り組み •食の商品開発 	商工会議所




- 強み、弱み、競合・ダブリ、相互補完の検討
- 地区ごとの重点戦略検討・決定
- 地区を跨ぐ多種多様な周遊コースの設定
- 既存施設(案内所含む)の精査、適正配置、二次交通のあり方





- 地域資源の発掘・再発見
- 市民の意識醸成
- ガイド育成





- アクティビティの開発
- イベント構築・支援
- おみやげ
- ナイトライフコンテンツの開発





- 調査・検討、対象国の絞り込み
- 受入れ体制構築
- 多言語対応(看板、印刷物、接遇等)
- クルーズ受入調査・検討




※ 市、観光コンベンション協会、商工会議所、地域戦略
はすべての部会に参加する。



※部会を設けず組織
単体で活動



凡例  観光コンベンション協会



気仙沼地域戦略



気仙沼商工会議所・本吉唐桑商工会



市



活動報告

〈重点テーマ〉

商品開発

担当: 氣仙沼地域戦略

氣仙沼觀光推進機構

気仙沼の仕事・暮らしを観光アクティビティ商品に！

漁業を中心として発達してきた気仙沼には、気仙沼ならではの仕事・暮らしの文化・伝統があります。こういった気仙沼の文化・伝統を、地元民や観光客が楽しめるコンテンツに仕立て、観光アクティビティ商品として完成度を高めていく取組みを進めてきました。将来的には、街全体に様々なコンテンツが点在している、遊んで学べるテーマパークのようなまちづくりを目指しています。



左) 貯氷庫・氷切り体験、右) 函持ち実演・体験

2017年度の活動



ちょいのぞき気仙沼、宮城県と復興庁からのW受賞！



宮城県 観光王国みやぎおもてなし大賞

気仙沼の産業、暮らしの中にある文化・伝統、自然の中での遊び等の様々な観光資源に着目し、普段見ることのできない産業の現場や気仙沼ならではの体験など、観光客が楽しめる個人向け体験プログラムを展開している。実施されたプログラムへの参加者からの評価も高く、平成29年は毎週末開催され、プログラム内容も益々充実されてきており、参加者は年々増加している。

本取組は地域の産業と観光を融合させ、観光客が楽しめる地域の魅力として継続的に発信しており、観光による地域活性化のモデルとなる非常に優れた取組である。

(平成30年2月1日 宮城県記者発表資料より)



復興庁 「新しい東北」復興・創生顕彰

気仙沼の観光産業の振興に資するため、水産業を中心に発展してきた気仙沼ならではの「しごと」や「くらし」を発信するための「しごと場・あそび場ちょいのぞき気仙沼」を立ち上げる。

この活動では、水産業や農業など観光業以外の様々な事業者が参画し、訪れた方に日頃の仕事や暮らしを面白く体験してもらえるよう、工夫をこらしたプログラムとしている。

平成27年には不定期のイベントとして開始したが、ボランティアツアーや企業視察旅行の受入などを通じて、平成28年度には毎月開催、平成29年度には毎週開催となるなど、地域の関係者を巻き込んだ継続的な取り組みとなっている。

(平成30年2月9日 復興庁記者発表資料より)

2017年度の取り組みの成果・得られたこと

事業者増

- 25社 → **35社**へ

コンテンツ増

- 29個 → **44個**へ

満足度・大

- 調査実施32回 平均**4.8**

メディア 露出・多

- てれまさむね (NHK)、月間みちのく (K-NET)
- まみたん、まちなみ、関東東北じゃらん etc…

団体客 動員・多

- 年間動員 **3,001人** うち 団体客 **2,047人**
(参考: 2016年度の団体客は年間で886人)

2018年度に向けての課題

個人客

動員・苦戦

- 全85プログラム中 天候による中止5回
最低人数に満たず中止10回 ※魚市場は12回

宿泊客

割合・少

- 個人向客宿泊は**22%**のみ、近隣客中心
(団体は宿泊が中心)

フォロー
少

- 事務局の人員不足により、モニターツアーによる磨上げ、
当日のフォロー等が行き届かず

チーム感
低

- 実施がバラバラのため、個人プレーになってしまふ

今年から来年への変化

2017年

- ・ 毎週開催
- ・ ひたすら実施
- ・ チラシ集客主体



2018年

- ・ 毎週開催を継続する
- ・ ちょいのぞき継続を対外発信する
- ・ 自走できる事業者を中心に運営する

**ちょいのぞき
レギュラー**

- ・ 個人客動員・苦戦



- ・ 個人客の希望日時に予約制で開催する
- ・ 小さめの団体客を狙い、動員数を稼ぐ
- ・ 従来の団体旅行誘致も継続して狙う
- ・ 自走できる事業者を中心に運営する

**ちょいのぞき
セレクト**

- ・ 宿泊客割合・少
- ・ チーム感・低
- ・ フォロー・少



- ・ 年に3~4回、大型のイベントを打つ
- ・ 複数のコンテンツ、事業者との懇親会、ガイド等も絡めた、宿泊ツアーに仕立てる
- ・ 宿泊施設・エージェント・メディア等で遠方からの宿泊客にアプローチする
- ・ チーム一丸となって磨き上げ・運営をする

**ちょいのぞき
スペシャル**



気仙沼観光推進機構

活動報告

〈重点テーマ〉

食・グルメ

担当: 気仙沼商工会議所・本吉唐桑商工会

気仙沼観光推進機構

食のブランド化

【メカジキ】

気仙沼メカジキブランド化推進委員会



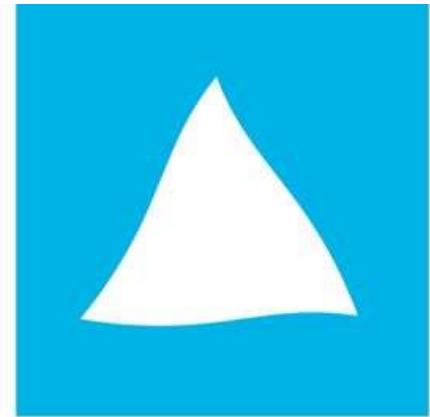
気仙沼
メカジキ
KESENNUMA
SWORDFISH

【生鮮かつお】
気仙沼市生鮮かつおプロモーション
事業実行委員会

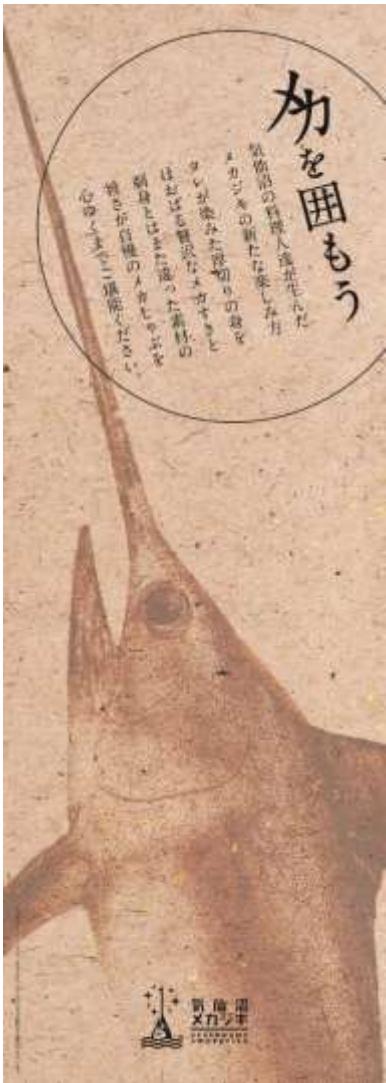


【サメ】

サメの街気仙沼構想推進協議会



サメまち気仙沼



『メカしゃぶ』・『メカすき』



新メニュー『気仙沼メカ×カレー』

第四の肉“メカ”と
カレーが気仙沼で交わる。

気仙沼メカ×カレー誕生

気仙沼は、メカジキの水揚げ日本一。地元では樂しみをもって“メカ”と呼ばれています。もっとたくさんメカを知って欲しい、もっと新しいメカの食べ方を楽しんで欲しいという想いから、気仙沼のグルメの達人たちがメカジキ × カレーのオリジナルメニューを開発しました。

これがのったジューシーなメカの食感は、まさに第四の肉。かねてより気仙沼では実際にメカカレーが食べられていました。懐かしいメカカレーや、カレースパイスを使った新たなメカの魅力を、市内各所で楽しんでください。

全メニュー
ALL 1,000円

クードバー
七福屋 300.com
シャンブル
Buggy
浜の家
バーガー オルゴール
Bistro eM's
北からみぐら屋
道の駅 大曾西岸
リップスキッチン
レストラン BRUNCH
気仙沼メカ×カリー



H30年度の取り 組み

- 市内飲食店情報の収集・情報発信強化
- 飲食店MAPの制作
- 気仙沼食材を活用した更なる新メニュー開発



活動報告

〈重点テーマ〉

観光意識醸成・ ガイド育成

担当: 気仙沼観光コンベンション協会

気仙沼観光推進機構

観光意識醸成・
ガイド育成

(稼げる)ガイドを育てる！

受入・案内所整備

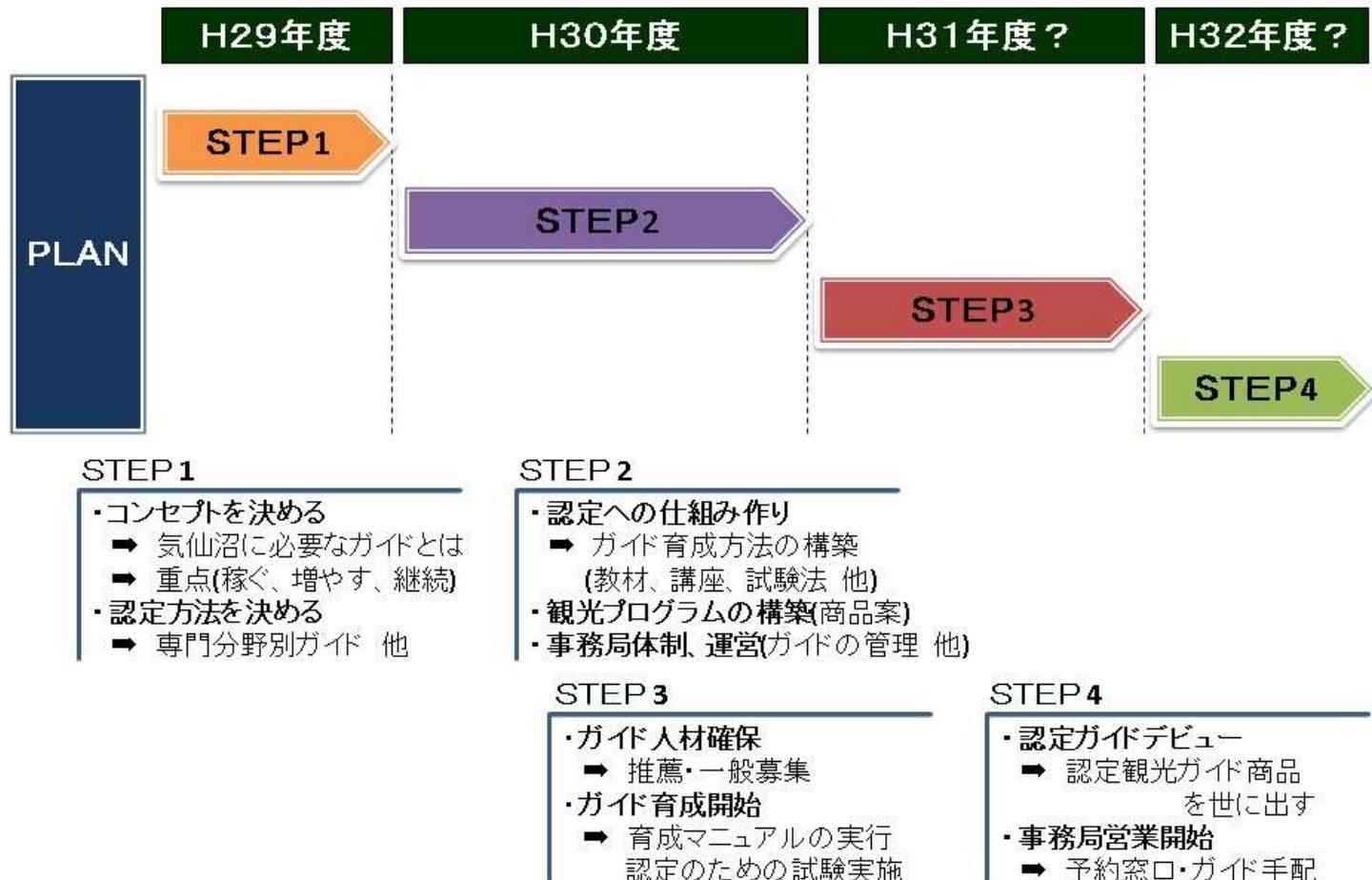
お客様と魅力をつなげる！

誘客営業(団体)

気仙沼を売り込む！

観光意識醸成・ ガイド育成

PLAN案



観光意識醸成・ ガイド育成

②安波山マップの作製(1万部)

地域の観光意識醸成を目的とした「ば！ば！ば！」の場プロジェクトの上半期の事業。

マップのお披露目をワークショップとして開催。



觀光意識釀成・ガイド育成

観光意識醸成・ ガイド育成

③7回のワークショップ等の開催 122人の参加

今年度も気仙沼の魅力を楽しむイベントを実施していきます！！



(一社)気仙沼観光
コンベンション協会



活動報告

〈重点テーマ〉

受入・案内所整備

担当: 気仙沼観光コンベンション協会

気仙沼観光推進機構

受入・案内所整備

お客様と魅力をつなげる！

①-1 観光サービスセンター＆駅前観光案内所の窓口業務

①-2 毎週開催のちょいのぞき気仙沼の受付対応

①-3 ちょいのぞきセレクトの受け入れ態勢整備を進める

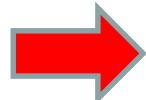
①-4 様々な企画とのタイアップ



平成29年は**58,768人**の
対応
前年より約2割増加

受入・案内所整備

②ー1 旅行業の取得 (宮城県知事登録旅行業第3 - 388号)



今までは…

ツアーハウスに
地域素材を販
売してもらう



旅行業があると…

地域の素材を地域
の力で販売するこ
とが可能！！



②ー2 旅行業の取得 自社ツアーの実施



活動報告

〈重点テーマ〉

誘客営業(団体)

担当: 気仙沼観光コンベンション協会

気仙沼観光推進機構

誘客営業(団体)

①商談会への参加(9回)、誘客営業の実施(9回)

国や県規模の観光関連団等が企画をする商談会への参加、また、旅行エージェント、学校、企業などを対象に誘客営業を行った。

対象のツアー形態は、教育旅行、インバウンド、企業視察が中心。



誘客営業(団体)

②うみの杜水族館での観光PRの実施

29名の参加、観光パンフレットの配布、観光アンケート(120枚)の実施など

PR後は他地域の震災遺構を見学し、本地域の観光素材の活用について考える場とした。

今期は、よりPR力を高め、地域が一丸となって気仙沼を宣伝する取り組みを目指します！！



誘客営業(団体)

③誘客営業資料の作製

ちよいのぞきセレクトや各地域の体験学習、先進的な取り組みの視察など、新しい素材を取りまとめて営業資料を作成した。

震災遺構となる旧向洋高校や大橋架橋など、次年度以降を見据えた内容も盛り込んだ。



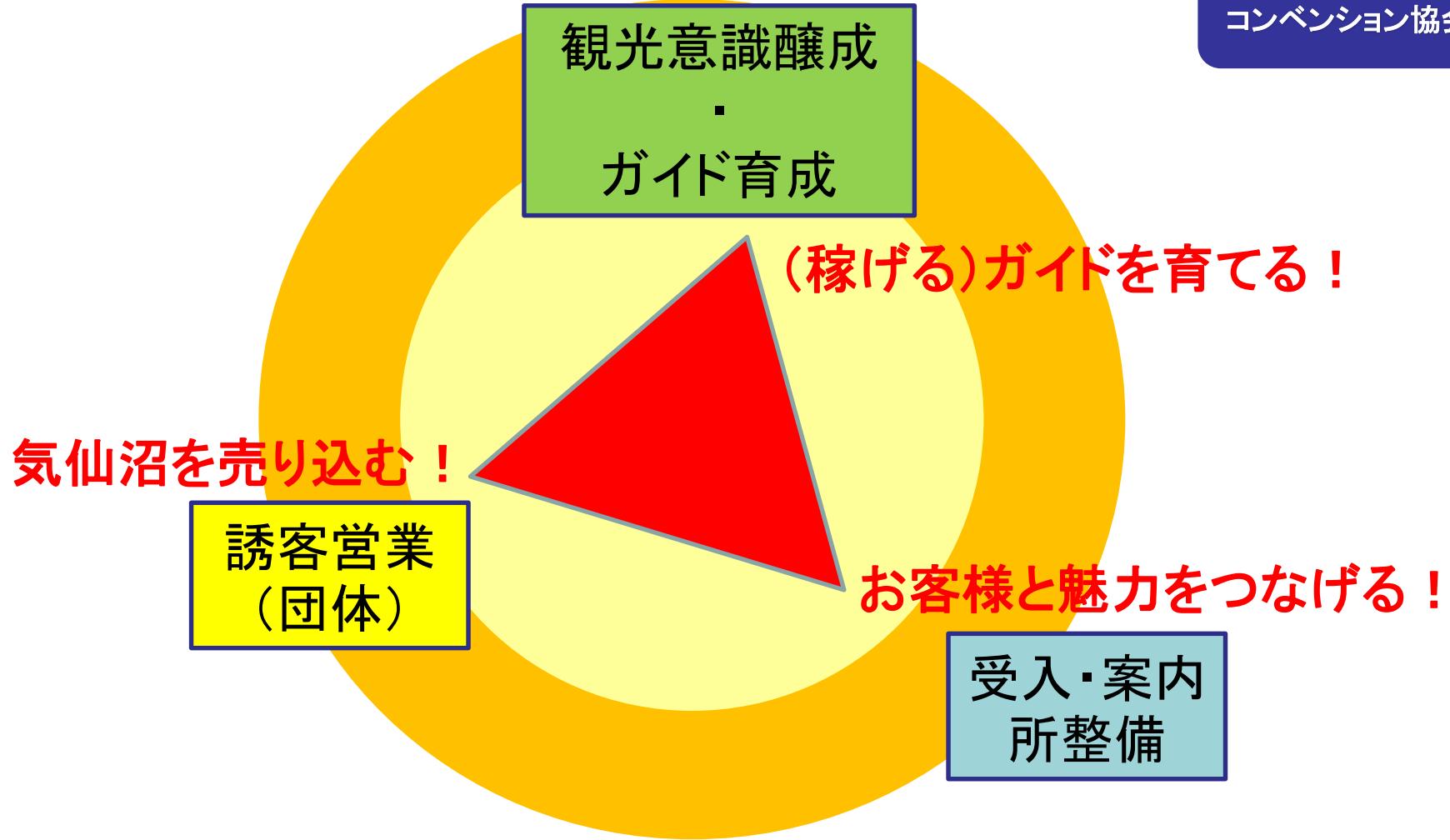
誘客営業(団体)



結果として‥

平成29年 協会全体受入れ人数 **14,372名** (前年とほぼ同数)
収益は**3割増** 震災の風化のため語り部の受入れが大きく減る中、
数字を保ち、収益を大きく増やした。

今年度は営業チームを強化！！
どんどんお客様を呼んでこよう！！



営業から受入れまでを担う。DMOの機能と連携し、それぞれの役割を伸ばすことにより、稼げる仕組み作りを模索する。
気仙沼市の窓口としての機能を強化していきます！！

最後に・・



気仙沼までのご旅行の要望は
一般社団法人 気仙沼観光コンベンション協会
(宮城県知事登録旅行業第3 - 388号)
へご相談下さい！！



活動報告

〈重点テーマ〉

マーケティング

担当: 気仙沼地域戦略

気仙沼観光推進機構

クルーカードについて

気仙沼クルーカード実施による地域マーケティングの実践をはかる

気仙沼市民はもとより、復興支援員や観光客、地元出身者などつながりを持つ人を一元化
このカードの会員を新しい定義の『市民』として関係性を構築していく



■ 気仙沼Crew Card（クルーカード）とは？

- ・顧客データベースを獲得できる
- ・顧客の行動履歴を知ることができる
- ・地域内外でためたポイントで地域消費を拡大できる
→ 1500のECサイトと提携
- ・ダイレクトマーケティングを実施できる

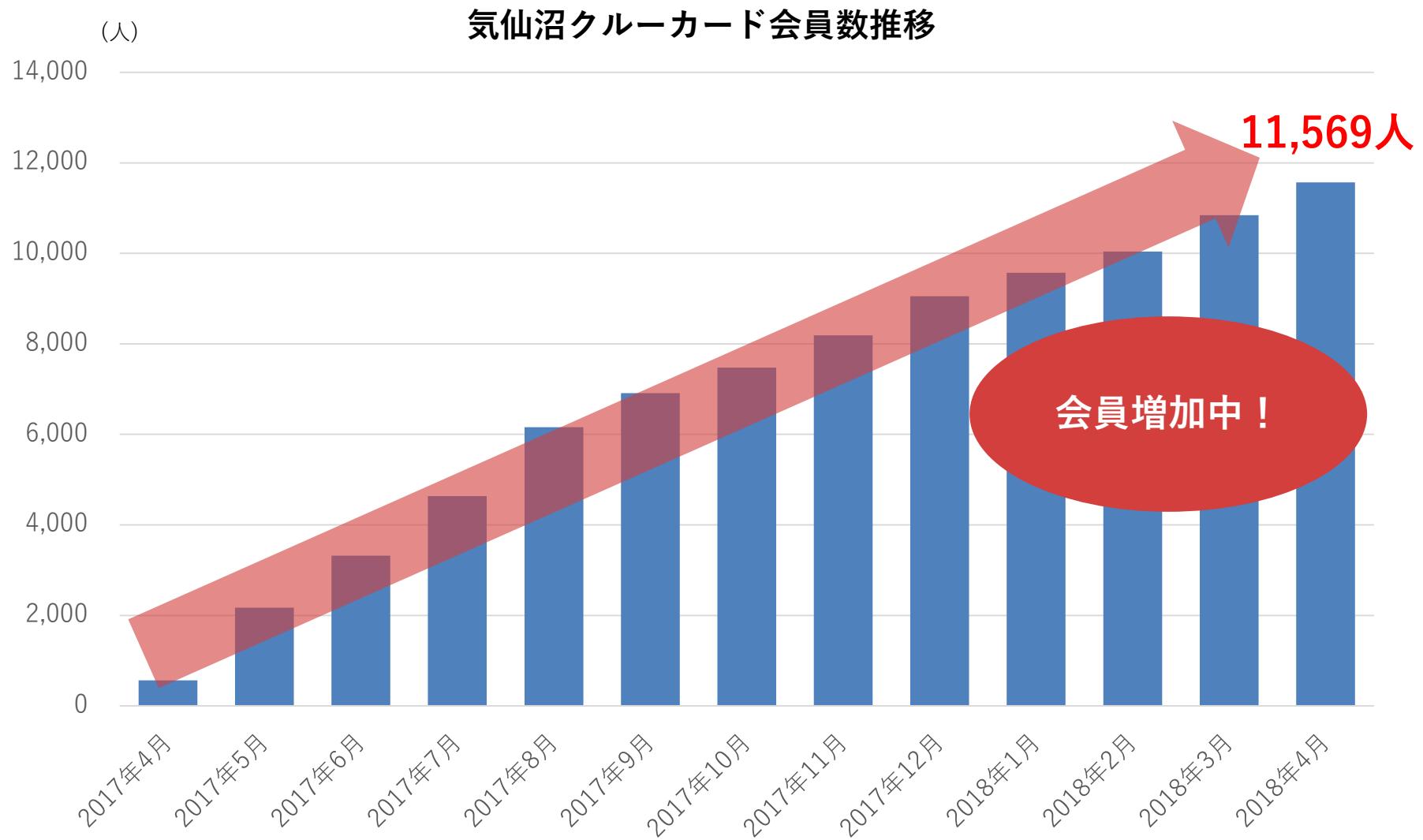


クルーカードについて



加盟店数 全73店舗（75端末）

クルーカードについて



クルーカードについて

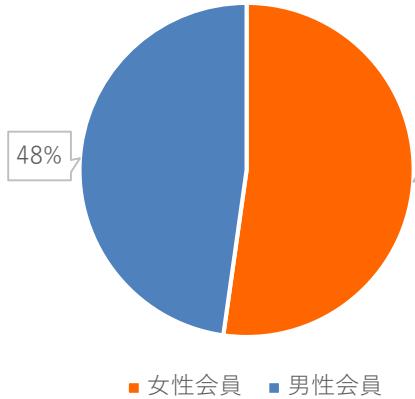
気仙沼クルーカード利用金額・利用人数推移



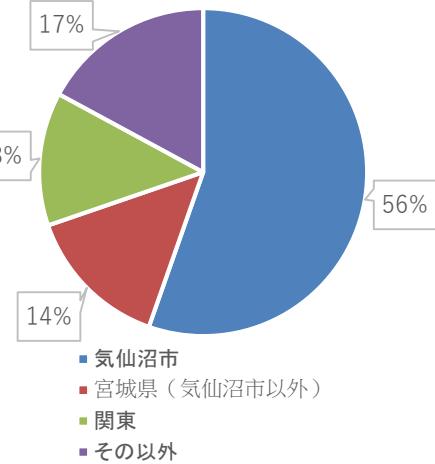
クルーカードについて

* * * 参考データ * * *

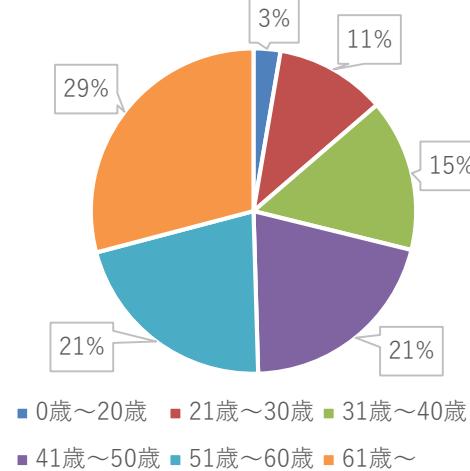
会員属性：男女別



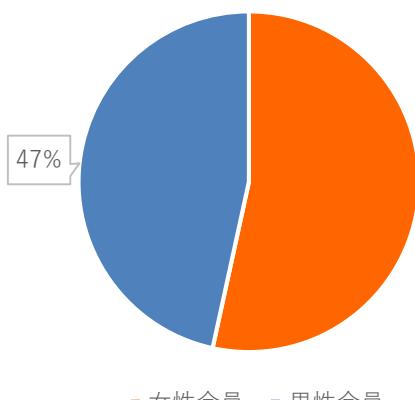
会員属性：エリア別



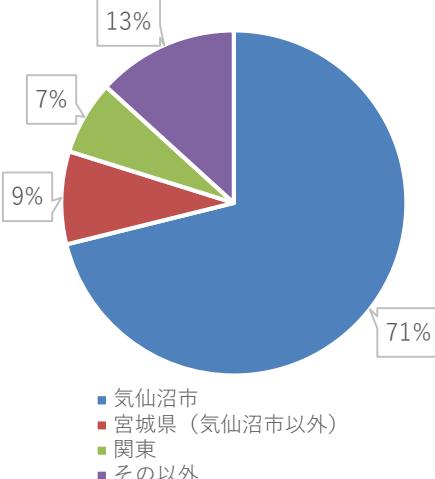
会員属性：年代別



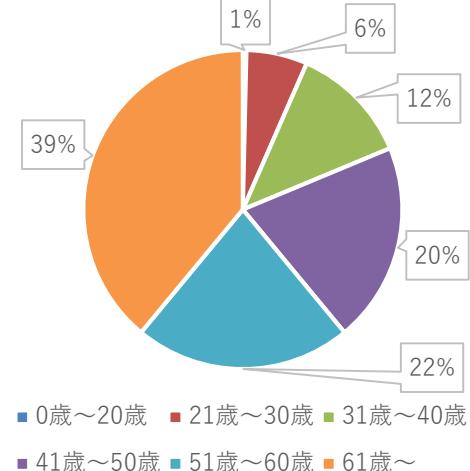
利用金額：男女別



利用金額：エリア別

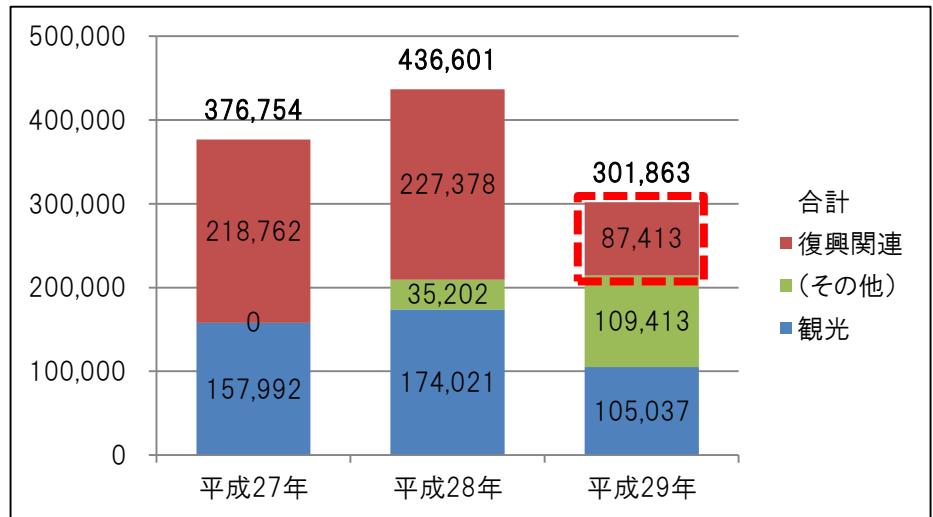


利用金額：年代別



1. 宿泊人数と人口推計(気仙沼の現在と未来)

(1)宿泊人数(前年比)

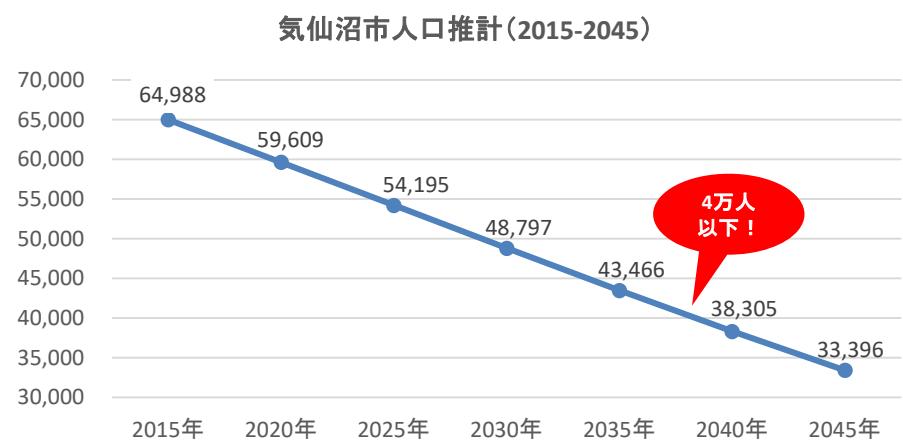


宿泊者数	平成27年	平成28年	平成29年
観光	157,992	174,021	105,037
(その他)	-	35,202	109,413
復興関連	218,762	227,378	87,413
合計	376,754	436,601	301,863

※出展: 気仙沼市観光マーケティングレポート(平成29年速報版)

平成29年度を境に復興関連事業者は大きく減少、観光(その他)が伸びており、特にビジネス客が増加しています。

(2)気仙沼市人口推計

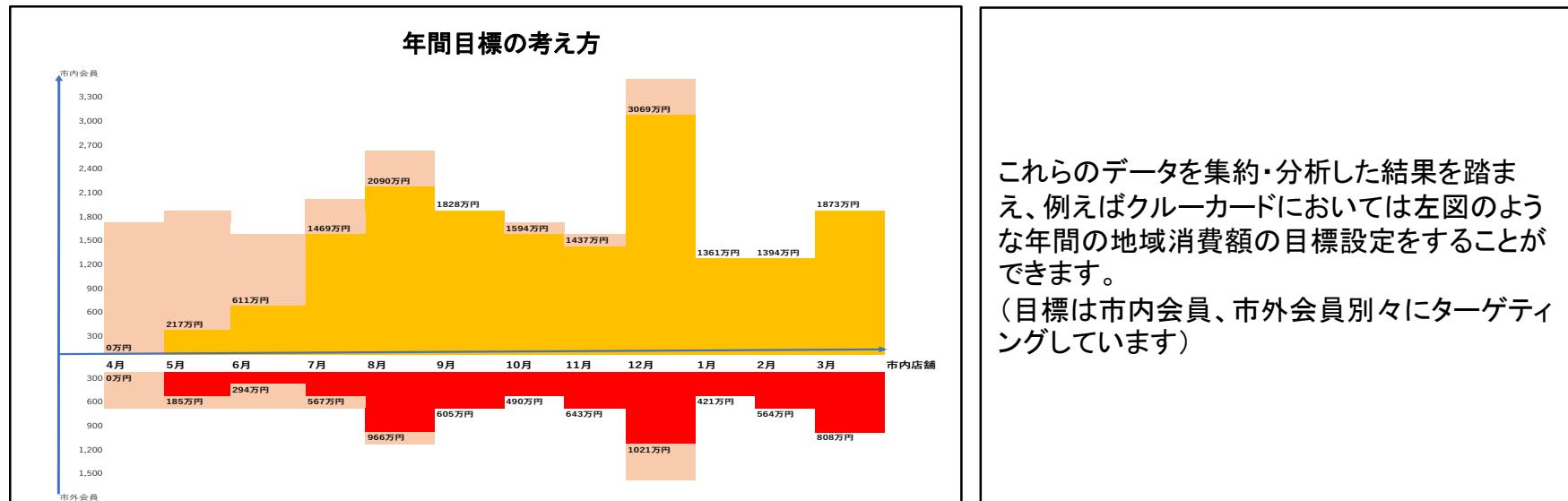
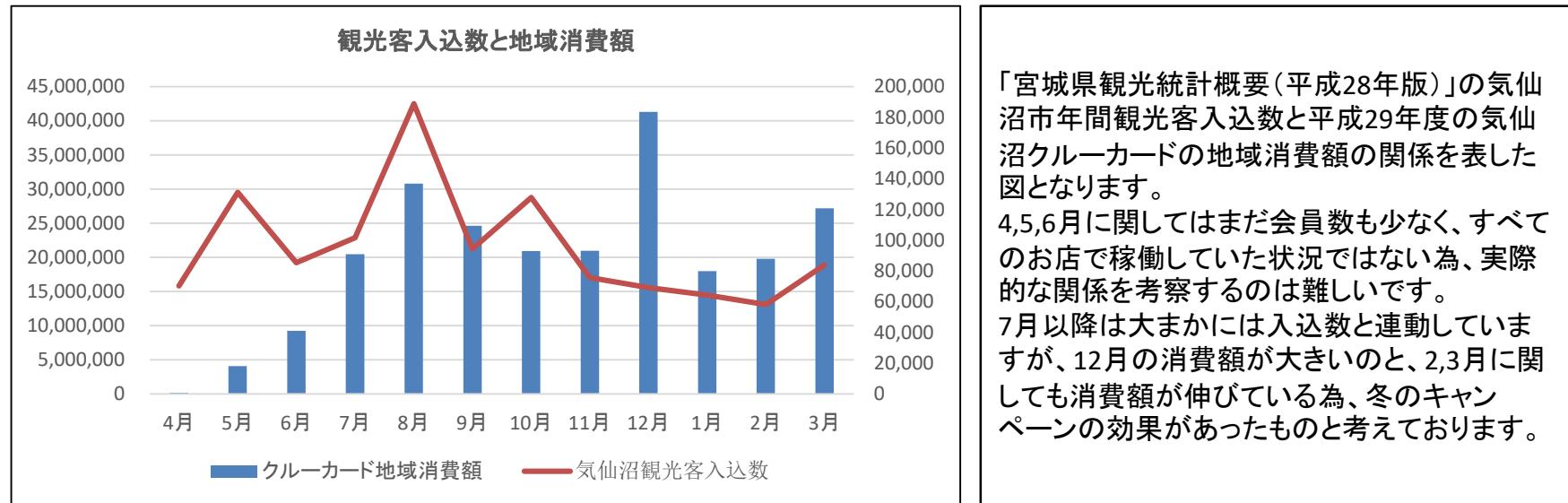


国勢調査をベースとした将来推計人口では、気仙沼市は2040年において、人口4万人を下回ると予想されています。また、上記復興関連宿泊者に関しては、今後復興事業縮小に伴い、減少していくのは必至です。これからは気仙沼市の基幹産業である水産と、新たに「観光」によっていかに外貨を獲得するか、また、マーケティングによる地域経済の循環、最大化を実現していく必要があります。

※出展: 国勢調査を独自集計、「日本の地域別将来推計人口(平成30(2018)年3月推計)」(国立社会保障・人口問題研究所)

2. データ分析(複合型編)

(1) 観光客入込数と地域消費額の関係



3. データ分析(クルーカード編①)

(1) チェックインブースを設置することで得られるデータ

産業まつり(市場で朝めし)



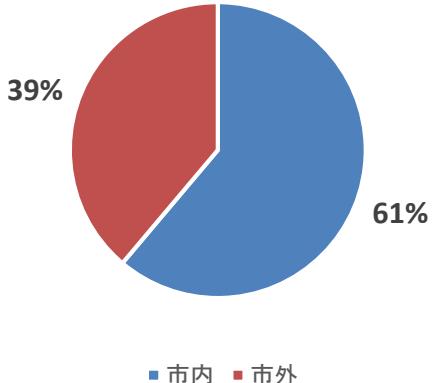
10月22日開催の「産業まつり」にクルーカードのチェックインブース設置

関係者の声

産業まつりは地元の人が参加するイベントだから市外への宣伝効果はないかな…

実際には…

産業まつりチェックイン属性



実は市外からも4割近くの人が訪れていることが分かった

■市外内訳

気仙沼以外の宮城県	11
岩手県	9
埼玉県	1
千葉県	1
東京都	10
神奈川県	2
愛知県	3
兵庫県	1
不明	9

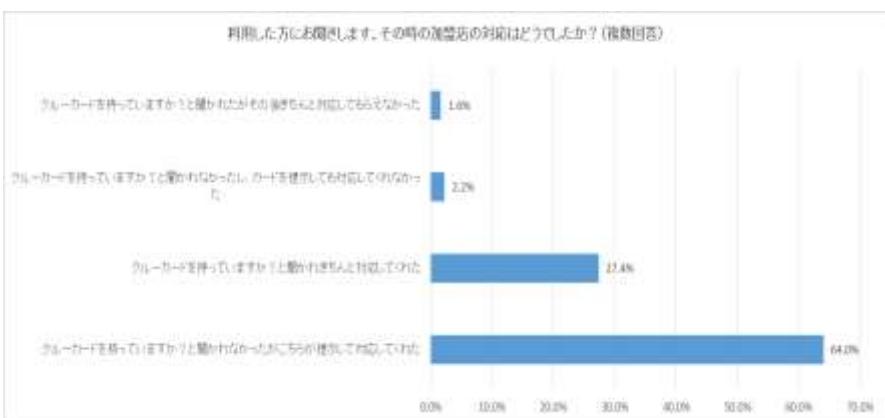
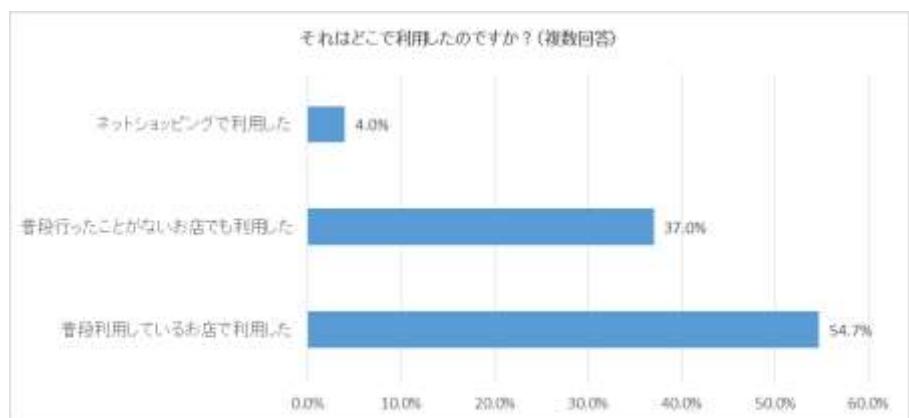
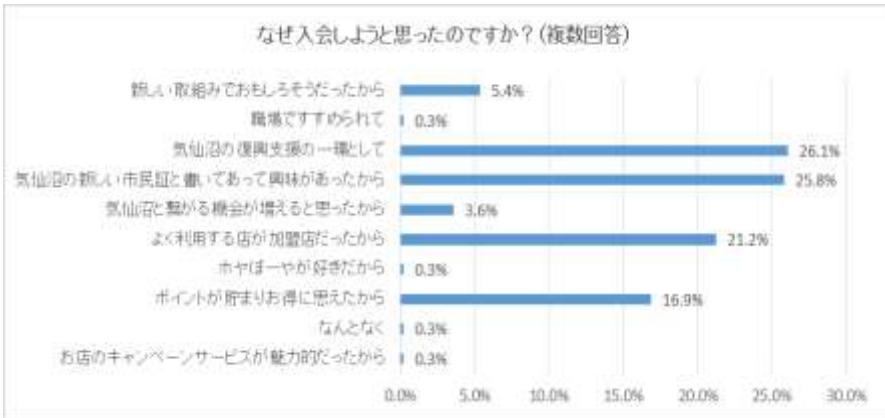
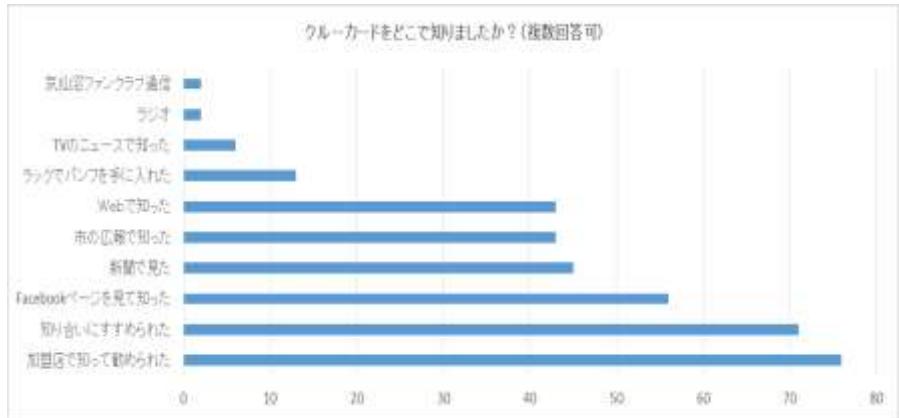
更に市外の方がどこから来ているのかを調べてみた。この他にも、市外の人の男女比や年齢層、どのお店を頻繁に利用しているか、利用単価や利用回数といったデータの分析も可能。

4. データ分析(クルーカード編②)

(2)会員(クルー)にアンケートを取ることで得られるデータ

◆ 実査期間

2017年9月25日(月)～2017年10月2日(月) ◆ 対象者 気仙沼クルーシップ会員 メルマガ希望者全2, 549名 ◆ 回答者 全386名



上記はアンケート結果の一部を抜粋したもので、他にもフリーコメント等で沢山のご意見・ご指摘をいただいております。今後は加盟店から会員(クルー)へのアンケートを実施するなど、マーケティング手法として裾野を広げていく予定です。

5. データ分析(観光アンケート調査編)

(1) 観光アンケート調査で得られるデータ

- ◆年に8回、観光施設「海の市」で市外からいらした観光客の方向けに「観光アンケート調査」を実施しています。
- ◆その結果を元に、様々な分析を行っています。

例えば…

気仙沼に来ていらっしゃる方の年代・同伴者は？

気仙沼への宿泊旅行者メインは

- 「(1)30－50代夫婦二人旅行」
- 「(2)30－40代高校生以下を連れた家族旅行」
- 「(3)50代のその他の家族旅行」

交通手段は？

交通手段は

- 「(1)宿泊旅行目的すべてで自家用車・バイク」が多い。次いで
- 「(2)友人との旅行で新幹線＋レンタカー」

旅行目的

旅行目的は

- 「(1)東北発地宿泊者は『食』」
- 「(2)関東発地宿泊者は『被災地の現状を見る』」
- 「(3)日帰りは東北発地が多く『食』と『買い物』」

ランチ単価、夕食代はどれくらい？

ランチ単価は、

- 「1000円」が一番多く、次いで1500円、2000円、3000円という順

夕食代は、

- 「5000円」が一番多く、次いで1000円、4000円という順

6. データ分析(ちょいのぞき気仙沼編)

(1) ちょいのぞき気仙沼参加者アンケートから得られるデータ

◆ちょいのぞき気仙沼に参加されたお客様にアンケートへのご協力をお願いしています。

例えば…

ちょいのぞきを体験した宿泊客はどこから来ているの？

ちょいのぞき体験をした宿泊客の発地別で最も多いのは、

「(1)東京」次いで「(2)宮城(仙台圏内)」

※日帰りだと「一関市」「登米市」「仙台市」の順に多い

ちょいのぞきに参加したきっかけは？

ちょいのぞき参加きっかけは、

「(1)気仙沼在住と日帰りは『チラシ』」、「(2)宿泊客は『家族・友人・知人からの紹介』」が多い

どんな人たちが参加しているの？

参加者は、

(1)「親子」、(2)「仕事仲間」が圧倒的。

宿泊客だと「夫婦・カップル」も次いで多い

リピーターの傾向は？

リピーターになっているのは「親子」が多い

6. 最後に

気仙沼では、

クルーカード、マーケティングレポート、観光アンケート調査、ちょいのぞき気仙沼の参加者アンケート、インバウンド、国・県・市のマーケティングデータを分析し、各部会への情報提供を行うと共に、魅力的な街のプロモーションに活かして参ります。



気仙沼観光推進機構

〈重点テーマ〉

観光情報発信

担当: 気仙沼地域戦略

気仙沼観光推進機構

現状

顧客



現状はそれぞれの取組で個別に集客



気仙沼のコンテンツ

現状

行政



地域戦略

組織ごとそれぞれにWebページが存在する

観光コンベンション協会

商工会議所

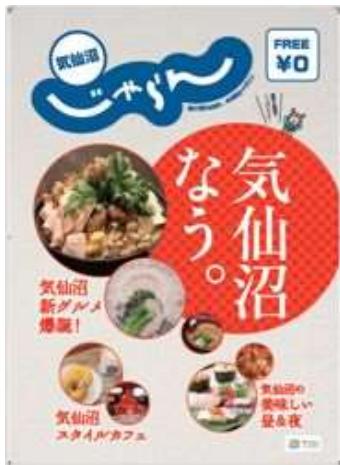


現状

行政



地域戦略



組織ごとそれぞれにパンフレットが存在する

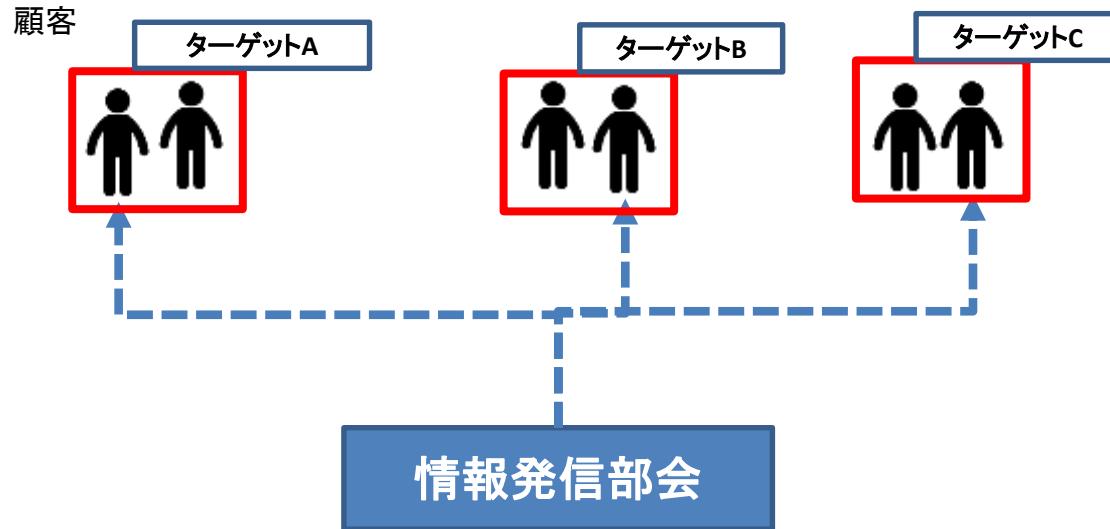
観光コンベンション協会



商工会議所



実現したい理想



今後はその時々の気仙沼情報全体を把握して揃えて
適切にターゲットごとの顧客に届けていく



新WEBページ

気仙沼観光ポータルWEBページ 「気仙沼さきてけらいん」

<http://kesennuma-kanko.jp/>

新潟県の魅力をいち早く詰め込んだ観光情報発信サイト

View English Site!

気仙沼さ
来てけらいん
見

おへる | 観光スポット | 体験 | モデルコース | 泊まる | おみやげ | お土産



気仙沼湾
クルージング

遊覧船で気仙沼湾をクルーズ!
約50分の非日常・海上散歩を楽しもう!

この記事を読む

徳仙夫特集ページ
Feature articles

ツツジ花開花情報
Blooming

ツツジバス
Azalea Bus

公共交通機関
Public transportation

2018.05.13 (5月16日更新) 平成30年おはなづかに観る情報

2018.05.02 @W希望中、気仙沼港フェリーターミナル付近に観光駐車場を整備します

2018.04.27 平成30年おはなづか・駐車場・公共交通ガイド

キーワード 気仙沼 海鮮

検索する



現状検討しているW e bページの主な役割分担

①気仙沼市

- ・観光スポット情報の更新
- ・モデルコース情報の更新

②気仙沼観光コンベンション協会

- ・イベント情報の更新
- ・ツアー造成とその情報更新

③気仙沼商工会議所

- ・飲食店情報の更新

④気仙沼地域戦略

- ・特集ページの更新
- ・G a l l a l y の更新
- ・その他W e bページ全体の管理に必要な更新

⑤全組織横断で行う役割

- ・開催している体験ページの更新
- ・観光活動団体の情報更新

実現したい理想への検討STEP

①情報発信推進チーム発足

(市、観光コンベンション協会、商工会議所、地域戦略の各担当を中心に構成)



②情報発信の漏れ・ダブりの精査



③情報集約の仕方と発信方法について 具体的な方法検討



④今期より具体的に実施



活動報告

〈重点テーマ〉

「インバウンド」

事務局担当：気仙沼地域戦略



昨年度の目標

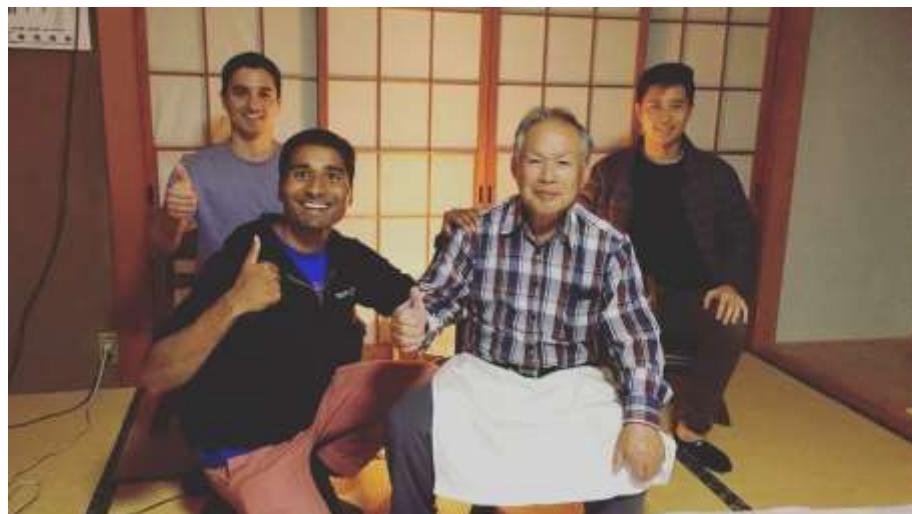
- ・インバウンド誘致に向けての体制整備

昨年度の取り組み

- ・トラベルマートへの出展
- ・訪日外国人向けのツアー実施 5件
- ・近隣DMO、外国人受入実績のある猊鼻渓へのヒアリング
- ・取材、ラジオ出演 4件(TV3件、Youtube1件)
- ・観光コンベンション協会にアメリカ人の職員を採用

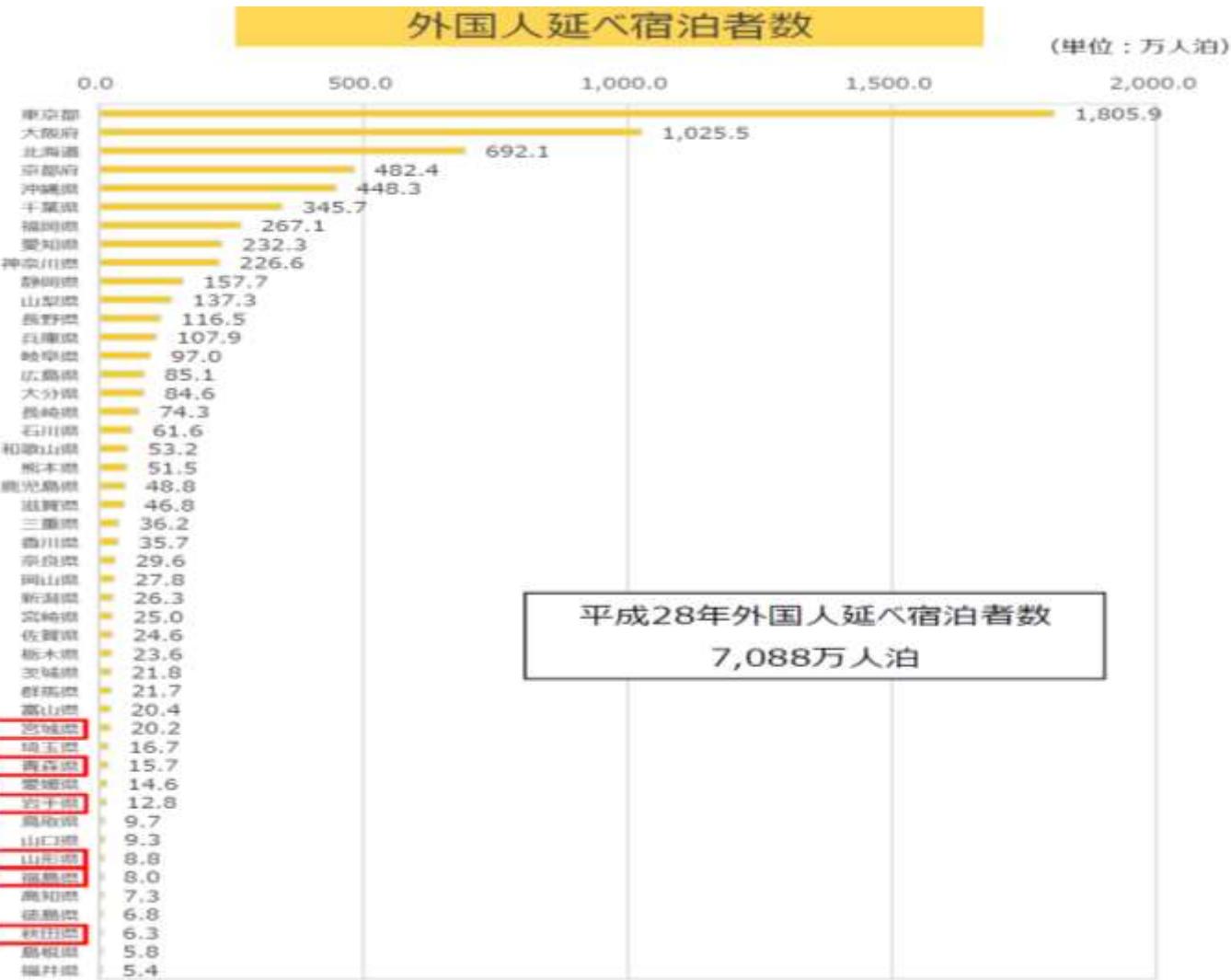


インバウンド部会





現状のデータ



【TOP5】

- 東京都 1位
- 大阪府 2位
- 北海道 3位
- 京都府 4位
- 沖縄県 5位

【東北6県】

- 宮城県 34位
- 青森県 36位
- 岩手県 38位
- 山形県 41位
- 福島県 42位
- 秋田県 45位



現状のデータ

国	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
韓国	0	0	0	2	0	2	5	2	2	2	0	0	15
中国	340	374	24	6	56	1	3	5	0	7	2	16	834
香港	0	0	4	0	0	0	2	0	4	0	7	1	18
台湾	17	13	2	62	4	0	8	0	0	1	0	0	107
アメリカ	1	0	2	7	71	5	5	8	6	4	8	4	121
カナダ	0	0	0	0	0	0	32	0	0	0	0	0	32
イギリス	3	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	6
ドイツ	0	0	0	1	2	8	0	2	37	6	0	0	56
フランス	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	2
ロシア	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
シンガポール	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2
タイ	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	5
マレーシア	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
インド	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
オーストラリア	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
インドネシア	0	14	6	0	72	0	1	10	14	0	1	5	123
他	0	3	2	12	6	1	5	0	0	0	4	2	35
不明	0	5	36	6	0	10	34	0	0	26	16	8	141
小計	361	411	76	97	212	30	95	27	68	47	39	37	1500
宿泊レポート対象外施設													88
合計													1588

全国 : 7,088万人泊
 東北6県 : 72万人泊(全国の約1%)
 ※平成28年度外国人延べ宿泊者数

気仙沼の宿泊者数は
 年間1,588人!



今年度の目標

- ・「気仙沼」の認知度を上げる
- ・気仙沼のインバウンド誘致の取り組みを発信する

今年度の取り組み

- ・外国人観光客向けの体験プログラムおよびツアー造成、受入
- ・連携してツアー開発ができる海外エージェントへの営業
- ・FIT含め、外国人観光客を呼び込む情報発信の方法の検討
- ・プロモーション映像作成

Undiscovered Wonder 気仙沼泊プラン					
施設名	気仙沼ザザホテル	部屋数	95室	収容人数	329名
料金	16000円税別	料金に含まれるもの	1泊2食付(夕食・朝食・サービス料)		
お風呂	大浴場有り(気仙沼温泉) 男女各1ヶ所 半貸切風呂は無し。	Wi-Fi	□有り □無し	ものの サービス	
夕食 プラン	<input checked="" type="checkbox"/> 大 <input type="checkbox"/> 中 <input checked="" type="checkbox"/> 小 <input type="checkbox"/> 海鮮 <input checked="" type="checkbox"/> ランチ <input checked="" type="checkbox"/> デザート付き				
写真 欄					
アピール ポイント・ 備考欄	気仙沼港を見渡す両台に建ち、地下1900mから湧き出す気仙沼温泉に浸かりながら船が行き交う気仙沼を味められます。お食事は気仙沼魚市場で水揚げされる新鮮な地場の魚介類をご堪能できます。太鼓の演奏等、様々な和風のエンターテイメントも用意できます。				

Kagoshima Ocean of Love

all City Center & Around (Accommodation) Karakura Peninsula (Accommodation) Monoyada Onsen

Sea Kayaking

Yuzu Ice-cream Making

Disaster Prevention Island

Moo Land Moroyoshi Farm



日本第一的杜鵑花名勝地 棵數多達50萬

德仙丈

TOKUSENJO

在這裡可以欣賞到杜鵑花的盛開美景
在下方的杜鵑花名勝地我們找齊了最好的地形
最適合觀賞杜鵑花的氣氛。在這裡可以欣賞到杜鵑花的盛開美景
及杜鵑花花季的各種活動。

<http://kesenuma-kanko.jp/tw>

氣仙沼觀光推進機構



號稱日本第一的杜鵑花名勝地德仙丈 棵數多達50萬 魅力無窮

2018/05/03

5月中下旬，氣候溫暖，晴朗的日子也很多。
春天溫暖的氣息誘惑著人們想出門去享受大自然。

號稱日本第一的杜鵑花名勝地德仙丈山，位於氣仙沼市和舊吉町的交界處，海拔711米。
雄偉壯觀的杜鵑花和草薙杜鵑花的面積廣達60公頃（相當於約10個東京巨蛋的面積）。其樹木多達50萬棵。
從5月中旬開始到5月末是杜鵑花盛開的時期。開花氣勢龐大，整座山峰都被染成紅色和棕色。

從氣仙沼側的登山口後要走爬到山頂（711米），大約要花40分鐘。由於登山口附近也開滿了杜鵑花，所以無需登上山頂，也可以盡情地欣賞杜鵑花。

德仙丈專題頁面
Feature articles

杜鵑花開花信息
blooming

公共交通
Public transportation



活動報告

〈重点テーマ〉

「地区戦略インフラ・2次交通」

事務局担当:市産業部観光課

目 標

①気仙沼全体としての最適なインフラ整備、2次交通の配置

地区毎の観光資源の強み・弱み、他地区との競合・重複要素の整理、相互補完のあり方を検討する。



②観光客の市内周遊及び滞在時間の延長促進

③「気仙沼観光推進機構」での協議を踏まえた戦略的な予算配分

～H29年度の取組内容～

- ①各地区観光協会毎にヒアリング調査を行い、次年度予算の積算に反映
- ②大島地区については、「大島観光活性化委員会」を立ち上げ、架橋供用開始に伴う課題整理と解決に向けた具体的な協議を開始
- ③市内各地の観光関係施設(現存・整備予定)に関する機構幹事会での情報共有を実施

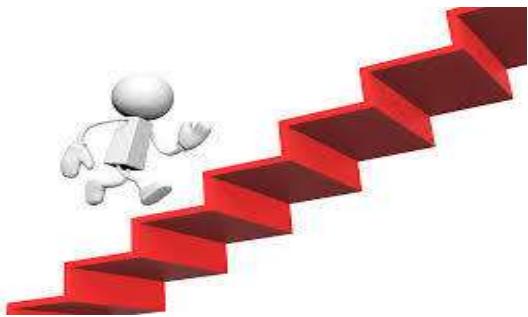
〈現存施設〉位置、名称、規模、利用人数、収支等

〈整備予定〉位置、名称、概要、規模、事業費、完成予定期限等



～H30年度の取組予定～

- ①地区毎のワーキング組織の設置
- ②地区毎の勝負コンテンツの検討
- ③市全体の最適化を念頭に置いた
地区毎のインフラ整備検討
- ④上記を踏まえた次年度予算積算



※H32(2020)年度(復興・創生期間)までに
全体最適を目指す。

※オール気仙沼の取組事例



- ・観光関係者が一堂に会し、それぞれ自慢の
コンテンツをPR
- ・「徳仙丈山※」来訪者を市街地へ誘導

- ※・国内最大級のツツジ群生地(東京ドーム10個分の規模)
- ・毎年この時期に満開を迎える、20日程の開花期間に全国
各地より2万人程が来訪
- ・山から直帰が多い→市内周遊に繋がっていない。