



観光型

地域
資源外国人
対応地域
交流

秋保温泉旅館組合

共同事業者：株式会社アキウツーリズムファクトリー

宮城県仙台市太白区

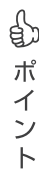
● 宮城県仙台市太白区データ

人口 (平成 30 年 12 月 1 日時点)	229,846 人
面積	228.4 km ²
人口密度	1,006.3 人 / km ²
昼間人口	187,712 人
夜間人口	226,855 人
小売業年間販売額	205,189 百万円
小売業従業者数	9,909 人

出所：人口・面積・人口密度（面積と人口より計算）→自治体ホームページ
 昼間人口・夜間人口→平成 27 年国勢調査
 小売業年間販売額・小売業従業者数→平成 28 年経済センサス



秋保を体験できる 環境を整備し、街歩きを促進



- 地域住民と連携し、地域資源を活用したコンテンツの企画、運営を行い地域の魅力を発信する。
- 基盤産業である観光を中心に事業の拡大を図り、秋保地域への宿泊客増加に繋げ、地域周遊機能を取り入れた仕組みにより商店街店舗への波及効果を狙う。

商店街概況

- 仙台市西部に位置する温泉地（JR仙台駅より車で約30分）。秋保温泉街入り口の秋保温泉地区から名取川上流の神ヶ根温泉まで県道62号線沿い（通称：秋保街道）に秋保温泉旅館組合に加盟している旅館が集積。近年は大型の農産直売所「秋保ヴィレッジ」や、宮城県初となるワイナリー「仙台秋保醸造所」も開設。

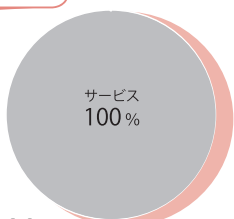
来街者数

平日： 451 人 休日： 794 人 （平成 29 年 8 月）

ホームページ

<http://www.akiuonsenkumiai.com/>

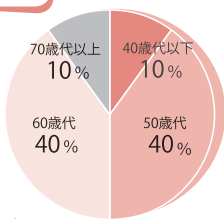
店舗の状況



総店舗数 38 店

業種構成 秋保温泉旅館組合に加盟しているのは大小の旅館になる

組織の状況



会員数 14 人

年代構成 60歳代以上が50%を占める

日帰り客の増加、地域住民の中心部への流出が課題

- 「少子高齢化」と「仙台市中心部への若い世代の流出」があり、空き家も散見される状況。
- 地域資源が活用されておらず、集客に繋がる観光コンテンツや食のカラーコンテンツが少なく、観光地としての知名度が低い。
- 商店街を周遊、滞在、宿泊させる仕組みが弱く、宿泊せずに日帰りで済ませてしまう旅行者が増加。平成25年までは8%の差であったが、平成26-28年には宿泊客37%：日帰り客63%（平均）となった。

事前調査の概要

- ニーズ調査
 - ・ 空き店舗調査
 - ・ 町内会と連携し調査 など
 - ・ ヒアリング調査
 - ・ 地域住民・秋保温泉関係者に対する要望・課題 など
 - ・ 外国人モニター調査
- マーケティング調査
 - ・ 統計データ調査
 - ・ アンケート調査
 - ・ 観光入込数、宿泊数からみた観光客の動向分析 など

観光客入込数は平成22年度以降は回復傾向にあるが、宿泊者数は、平成23年度以降、減少傾向にあることが分かった。

観光地として 魅力あるコンテンツの確立

地域住民から「除屋敷」として親しまれていた築160年の古民家（空店舗）を改修し、母屋を飲食事業と物販事業を展開する「アキウ舎」として開設。また、地域でサイクリスト誘致に努めていることから、隣接するガレージをサイクル事業の活動拠点兼サイクリストの休憩所兼コワーキングスペースとして整備・開業した（ガレージは平成30年3月31日、アキウ舎は同年7月2日竣工）。

「アキウ舎」では、地域を象徴するメニューや地元工芸作家と連携したお土産品の開発・提供を行い、認知拡大に向け、専用ホームページ・Facebookも開設。また、タブロイド型パンフレットとショップカードも制作して近隣の宿泊施設などに設置している。

ガレージは地域の活動団体や町内会関係者に無償で貸出し、サイクルツアーや地域連携のファームツアーの打合せ、ツアー発着時の待機場所として活用している。



名取川と秋保の温泉街



秋保温泉MUSIC BAR開催の様子



恋人の聖地「覗橋♡ハート」



秋保温泉夏祭り



秋保ワイナリー

地域資源の有効活用で 商店街に賑わいを創出

地域資源が活用されずに観光客の誘致に至る魅力発信が叶わず、また、地域住民の流出を留めることが出来なかったなかで、近年は、轟々峡のライトアップや恋人の聖地（NPO法人地域活性化支援センターによる少子化対策・地域の活性化に向けたプロジェクト）に登録・認定された「覗橋♡ハート」を活用した恋マップを制作など、景勝地を利用した周遊や地場産の食を活かす取り組みを実施しており、海外観光客に向けた外国語表記の看板やサイクルマップも設置している。

街づくりを事業とする株式会社アキウツーリズムファクトリーとの連携イベント開催による地域交流も積極的に行われるようになっており、今回のツーリズム拠点「アキウ舎」のオープン効果で、街歩きやサイクルツアー客がさらに増加。また、空き店舗を活用した新規出店も増えている。



事業の成果

BEFORE

- 地域資源の活用がされていなかったため、観光地として魅力あるコンテンツの確立が出来ず、観光地としての知名度が低かった
- 商店街を周遊、滞在、宿泊させる仕組みが弱く、宿泊せずに日帰りで済ませてしまう旅行者が増加
- 少子高齢化や仙台市中心部への地域住民の流出があり、空き家も散見される状況



AFTER

- 築160年の古民家を改修してツーリズム拠点をオープン。ホームページやSNSも活用して地域資源の魅力を発信
- レンタルサイクルの提供や地域周遊ツアー等を実施することで長期滞在を促し、街歩きの魅力が高まったことで宿泊客が増加
- 観光客が増加したことで商店街に賑わいが生まれ、空き店舗を活用した新店舗増加