仙台・宮城DCの真意

Real intention of Sendai-miyagi destination campaign

仙台・宮城デスティネーションキャンペーン（通称：仙台・宮城ＤＣ）が終了した。本キャンペーンは昨年10月～12月の３カ月、一昨年のプレ期間も含めると、足かけ２年以上に及ぶ。

この富県戦略が、わがまちに残したものは何だったのだろうか。関係者の証言も交えながら、その真意に迫る。

「観光都市」の起爆剤に

仙台・宮城ＤＣとは、ＪＲグループと県内の自治体、地元の観光事業者などが協働で実施する大型観光キャンペーンである。内容は、ＪＲが開催地の県内各地域を集中的にピーアールして全国からの送客を図り、受け地である地元観光関係者と地方自治体は、観光資源の発掘やイベントを展開するなどの体制を整備することで、官民が一体となった観光客の誘致を図るというものであった。

市内では、一昨年2月に商工会議所や本市、観光協会でつくる「仙台・宮城ＤＣ白石市推進協議会」が設立され、会長に会議所会頭の太宰雄一郎氏が就任。実行委員会も組織し、官民を挙げた取り組みを行ってきた。

本市における仙台・宮城ＤＣは、成功したのだろうか。結論から言えば、確実に大きな経済効果がもたらされたと言える。昨年6月14日に発生した岩手・宮城内陸地震の影響はあったものの、それ以前から取り組んできた「片倉小十郎を基軸にしたまちづくり」との連動や、女優の吉永小百合さんが出演したＣＭ（ＪＲ東日本制作）の登場、また、生温麺や地場の漬物など、おもてなしで使われた食材も話題となり、仙台圏はもとより、関東方面やそのほかの地域からも多数の観光客が訪れた。ＪＲ東日本の観光周遊バス「びゅうばす」の「みやぎ食べばす号」も連日大盛況で、仙台・宮城ＤＣ期間中の３カ月は毎日運行。約1、700人の利用者に、わがまちの魅力を十分に味わっていただいた。推進協議会では、観光客向けに黄色い自転車のレンタルを実施し、新しい城下町散策の手段としてピーアール。貸し出しの拠点も期間中は3カ所に増やして対応し、好評を得た。

この2年間に見られた、多彩な小十郎グッズの登場や、次々と開催される魅力的なイベント、手作り観光マップ・方言カード配布などの、観光客誘致・もてなしの動きは、かつてない規模で市内に広がった。それは、「観光都市・白石」の実現に向けて大きな足跡を残したと言える。仙台・宮城ＤＣで生まれた大きな流れは、今後の取り組みにどのように活かされるのだろうか。関係者に、今回のキャンペーンを振り返ってもらうとともに、今回の反省点や今後に向けた意気込みを伺った。

小原温泉 旅館かつらや
四竈　亜衣さん

奥州白石温麺協同組合
吉見　光宣理事長

本市を代表する特産品、温麺。仙台・宮城ＤＣ期間中に行われた、スタンプラリーによる個店イベント「まるごとうーめんまつり」には、９月20日から10月19日までの期間中、前年を大きく上回る6、469人が来場。また、12月に行われた、本市と仙台の料理人が各店舗で独自の温麺料理を提供する「白石うーめんフェア」にもたくさんのファンが足を運び、市内の4店舗だけでも6、243人が訪れるなど、前年比50％以上の伸びを示した。好評を博した今回の企画について、奥州白石温麺協同組合の吉見光宣理事長（写真右上）は、「特に吉永小百合さんのＣＭの影響は大きく、温麺の知名度が向上した。仙台・宮城ＤＣは、観光客を受け入れる体制をみんなで整えようと、一丸となって取り組んだ初めての企画。白石のイメージアップにつながった。知名度という観点では、まだまだ関東方面の方々へのピーアールが足りない面があるので、この流れを断ち切ることなく、次の企画・販売戦略に生かしていきたい」と力強く話した。

温泉地の取り組みも功を奏した。小原温泉では、紅葉の碧玉渓、遊歩道、かつらの湯の全国放送などの効果や、地場の食材をできる限り取り入れた「おもてなし」が評判となり、岩手・宮城内陸地震の風評被害などで苦戦するほかの地域に比べ、前年を大きく上回る宿泊客が押し寄せた。材木岩公園や検断屋敷などでの地域の取り組みも、相乗効果を生み出したと考えられる。「旅館かつらや」の若女将、四竈亜衣さん（写真左上）は「社員には『市外からたくさんのお客さまが来るので、私たちも自分のまちについてもっと勉強しようね』と声掛けをしていた。お客さまから『風情があっていいまちだね』と言われたのがうれしい。仙台・宮城ＤＣ白石市推進協議会実行委員として、観光について理解を深めるいい機会になった。お客さまが喜ぶ宿泊プランなどを、関係者の方と今後も話し合っていきたいし、地元の方々と触れ合う機会も増やしていきたい」と話してくれた。

Act1. 最前線からの報告

市内で進む「片倉小十郎を基軸にしたまちづくり」。ゲームソフト「戦国ＢＡＳＡＲＡ」の戦国武将人気も仙台・宮城ＤＣを後押しした。ステッカーやＴシャツ、創作こけし、ペーパークラフト、キーホルダーなど、多彩な小十郎グッズが次々に登場、市民バス「きゃっするくん」にはラッピングバス「小十郎バス」「こじゅうろうくんバス」が登場し、白石駅前には「小十郎プラザ」がオープンして話題を呼んだ。白石城では昨年10月に「鬼小十郎まつり」が開催され、3、000人の来場者で賑わった。市内最大の観光拠点白石城は、３カ月で対前年比40％の売り上げ増を記録。白石城歴史探訪ミュージアムで提供する独自のメニューも好評を博した。

ミュージアムで販売を担当する髙野泰恵さん（写真右下）は「仙台・宮城ＤＣをきっかけに、以前よりも若い方や家族連れ、団体客が来場した。興味を持って小十郎グッズや食事メニューについて聞いてきたし、『こういったデザインの商品はないか』などの要望もあった。職場の人たちとも、白石城の限定メニューについて話し合う良い機会になったし、今後も、お客さまに喜んでもらえるものを出していきたい」と笑顔で話した。

寿丸屋敷やすま・iるひろばなどがある市中心部では、ＤＣ賑わい事業として「レトロフェスタinＳＨＩＲＯＩＳＨＩ」や「大道芸&鍋食べまくり」、「戊辰の役パネル展」が開催された。期間中に白石を訪れた観光客のうち実に4万人近くが、ここで行われた各種イベントを体験している。各地域で、各業種の人たちが白石の観光を盛り上げようと頑張っている。観光の最前線で、市内外から訪れる人たちと向き合いながら、今の自分たちに何が不足し、何が必要なのかを考える姿は、まちの将来に希望を与える。

今回、仙台・宮城ＤＣ白石市推進協議会の実行委員は、市内に観光に訪れた人が、どのように市内を回遊するのか、また、どのような催しが効果的なのかなどについて研究した。実際に面と面を合わせて話し合い、また、一緒に市内を歩くことで、共通理解を深めた。メンバーが共通して話すのは、「これまで知り合うことのなかった異業種の人たちと話し合う良い機会になった」ということ。仙台・宮城ＤＣを通じて、異業種間の人脈が形成されつつある。こういった人脈は、今後の観光振興に役立つことだろう。

白石城歴史探訪ミュージアム
髙野　泰恵さん