

第1章 観光ビジョンの基本的な考え方

1. 観光ビジョン策定の背景と趣旨

大船渡市の観光は、昭和39年6月、陸中海岸国立公園が碁石海岸を含む釜石市から気仙沼市まで拡張されたことを契機として、「さんりく・リアス・リゾート構想（平成元年～平成18年）」や『マリン・リゾート大船渡21プラン』基本計画（平成6年～平成15年）」等に基づき、観光資源の開発や観光客の誘致等に鋭意取り組んできたが、観光ニーズの多様化や観光形態の変化などにより、観光入込客数は年々減少傾向にある。

また、国立社会保障・人口問題研究所が、平成25年3月に推計した将来推計人口をもとに、大船渡市の将来人口の推移を見ると、平成22年に40,737人であった総人口は、平成52年には24,969人まで減少（平成22年比で38.7%減少）すると見込まれている。

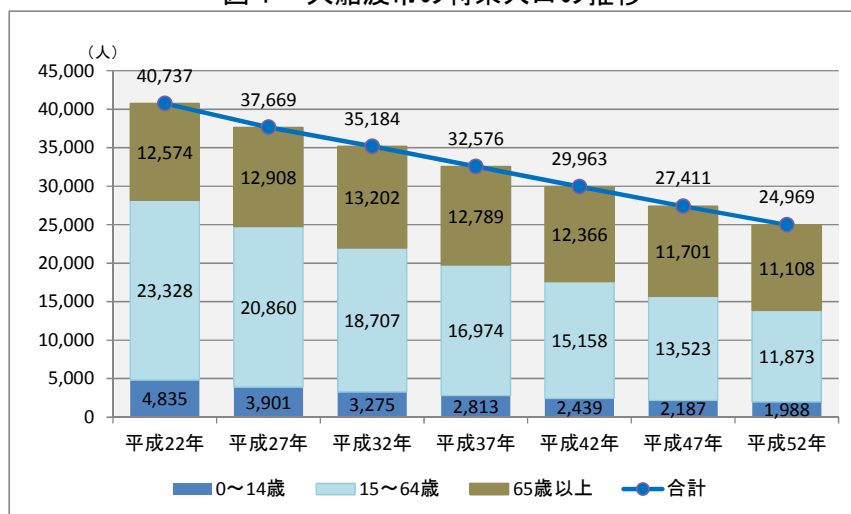
こうした中で観光は、交流人口の拡大や地域の魅力の掘り起こし等を通じて地域を活性化し、地域の様々な課題解決に向けた展望を開くものとして期待されている。

東日本大震災以後、震災前の課題克服を含めた「復興=新しいまちづくり」が始まっている。また、三陸沿岸地域は、平成25年5月に環境省から「三陸復興国立公園」として指定され、同年9月には、地質遺産を見どころとする自然公園「日本ジオパーク」に認定されるなど全国から注目されている。

今後、本市の観光が大きく発展していくためには、今一度、地域の魅力を見つめ直し、自分たちが住んでいるまちに誇りを持ち、訪れる人々に本市の本質的な魅力を伝え、交流人口の拡大を図るとともに、滞在時間を増やす仕掛けづくりが重要となっている。

そこで、本ビジョンでは、大船渡市の魅力である「海」、「山海の幸」、「浜の文化」に焦点を当て、気仙地域を含めた知られざる隠れた文化を最大限に発揮できるよう、観光に関わる事業者のみならず、市民も一体となって本市の魅力を発信することにより「三陸といたら真っ先に大船渡市を思い浮かべる」ような観光地を目指すことを目標に、今後の観光施策等の指針となる観光ビジョンの策定を行うものである。

図1 大船渡市の将来人口の推移



資料：国立社会保障・人口問題研究所
「平成25年3月推計」

2. 観光ビジョン策定の主な経緯

本ビジョンは、平成 25 年度大船渡市地域ブランド調査開発業務における調査検討を踏まえつつ、関係団体及び庁内関係各課とのヒアリングや意見交換を経て、市議会全員協議会、パブリックコメント・市政モニターの意見を反映して策定したものである。

(1) 平成 25 年度大船渡市地域ブランド調査開発業務

平成 25 年度大船渡市地域ブランド調査開発業務は、震災からの復旧にとどまらず、未来への希望あふれる「復興」へのビジョンをつくり共有するために、魅力的な地域のイメージ（地域ブランド）を形成するための第一歩となる取組である。本業務では以下の取組により、地域ブランドの検討を行った。

みんなのまちミーティング	実施時期：平成 25 年 8 月 参加者：市民及び市外に居住する有志 26 名 オンラインでのアイデア・コメント投稿 55 件 内容：「自分たちがやっていきたい」「市民みんなで取り組みたい」活動アイデアをワークショップ形式で検討
ブランド調査（郵送及びインターネットによるアンケート調査）	実施時期：平成 25 年 9 月 調査対象：大船渡市、首都圏、宮城県在住の 15 歳～69 歳男女、1,257 名 調査内容：大船渡市の認知度、魅力等
その他意見収集	インタビュー調査やフォトコラージュ（写真）調査、チラシ配布などにより、広く大船渡市に対する意見、活動アイデアなどを収集

(2) 観光客アンケート調査

東京タワーさんままつり来場者アンケート	実施時期：平成 25 年 9 月 調査対象：東京タワーさんままつり来場者、104 名
大型客船クルーズ乗船客アンケート	実施時期：平成 25 年 10 月 調査対象：「飛鳥Ⅱ」「ぱしふいっくびいなす」乗船客、15 名
観光客アンケート	実施時期：平成 25 年 10 月、同年 11 月、平成 26 年 5 月 調査対象：碁石海岸レストハウス、道の駅「さんりく」、大船渡おさかなセンター来訪者、239 名

(3) 庁内関係各課・関係団体ヒアリング

庁内関係各課等	実施時期：平成 25 年度 調査対象：観光関連施策の取組状況等に関するヒアリングを実施
関係団体	実施時期：平成 25 年 11 月 調査対象：宿泊施設事業者 6 団体、観光施設事業者 6 団体、交通事業者 2 団体、飲食施設事業者 7 団体、大船渡市観光物産協会、大船渡商工会議所

(4) 庁内関係各課・関係団体意見交換

庁内関係各課等	平成 26 年 6 月 26 日～平成 26 年 7 月 28 日（延べ 9 回）
関係団体	一般社団法人大船渡市観光物産協会：平成 26 年 7 月 10 日（事務局）、 同年 7 月 11 日（理事会） 大船渡商工会議所：平成 26 年 7 月 11 日 大船渡ブランド化推進会議*：平成 26 年 7 月 1 日、同年 9 月 26 日

※大船渡ブランド化推進会議：近年の観光物産の動向と需要に的確に対応し、かつ地域資源を活用した効果的な観光物産振興策を検討、推進することによる地域活性化を図ることを目的に、市内の商工観光物産、農水産業、宿泊業、飲食業、水産加工業関係団体や行政の実務担当者と組織している団体。

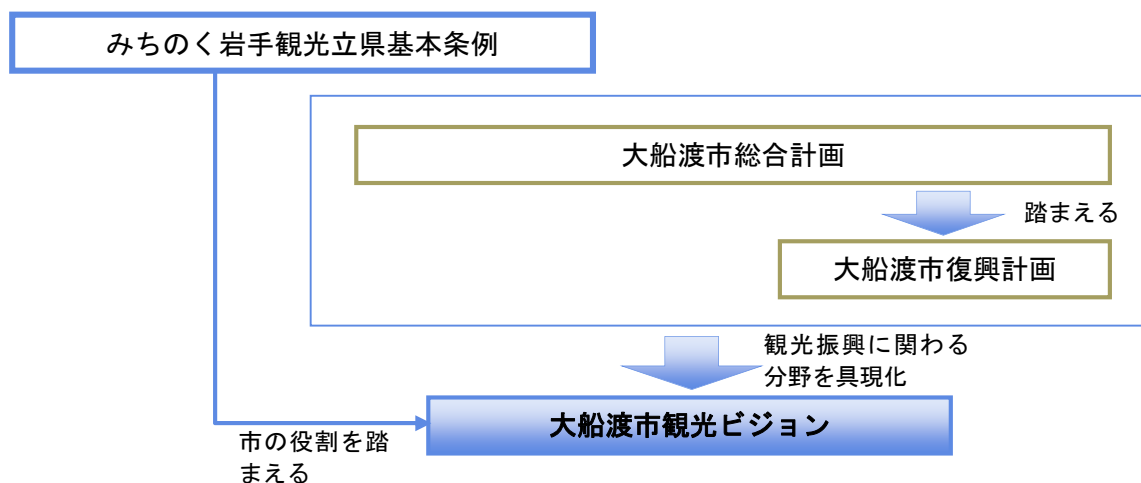
(5) 市議会全員協議会、パブリックコメント・市政モニターからの意見聴取

市議会全員協議会	開催月日：平成 26 年 8 月 4 日
パブリックコメント ・市政モニターからの意見聴取	実施期間：平成 26 年 8 月 29 日～平成 26 年 9 月 12 日

3. 観光ビジョンの位置付け・計画期間

(1) 位置付け

本ビジョンは、「みちのく岩手観光立県基本条例」の基本理念にのっとり、市の役割を踏まえるとともに、「大船渡市総合計画」、「大船渡市復興計画」との整合を図りながら、観光振興に関わる分野を具現化する観光振興施策を示すものである。



<みちのく岩手観光立県基本条例>

(基本理念)

第3条 本県の観光振興は、観光立県の実現を目指し、県、市町村、県民、観光に係る団体および観光事業者の相互理解と協力のもと、次に掲げる事項に取り組むことにより、観光産業を、農林水産業、製造業などに広く波及効果をもたらす総合産業として創り育てていくことを基本理念とします。

- (1) 地域の自然、歴史、文化、さらには地域固有の習わし、食、地場産品など、地域の特性や魅力を最大限活用し、観光客がゆとり、やすらぎと感動を覚え、再び訪れたいと思う魅力ある観光地づくりを進めること。
- (2) 県民の地域を誇りとする気持ちや、おもてなしの心を育み、誰もが安心して快適に観光できる受入れ態勢の整備を進めること。
- (3) 岩手の素朴さを大事にして地域の特性や魅力などの情報を発信するとともに、広域的な連携の下に誘客活動を進めること。

(2) 計画期間

本ビジョンの計画期間は、大船渡市総合計画との整合を図り、平成 26 年度から平成 32 年度までの 7 年間とする。

平成 26 年度から平成 27 年度までの 2 年間の前期、「大船渡市総合計画後期基本計画」策定後からの 3 年間（平成 28 年度～平成 30 年度）を中期、計画期間の締めくくりとなる 2 年間（平成 31 年度～平成 32 年度）を後期と設定する。

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度
大船渡市総合計画（基本構想）（平成 23 年度～平成 32 年度）						
前期基本計画 （平成 23 年度～平成 27 年度）		後期基本計画 （平成 28 年度～平成 32 年度）				
大船渡市観光ビジョン（7 年間）						
前期（2 年間）		中期（3 年間）			後期（2 年間）	