

パブリックコメント供覧資料

令和3年9月27日～10月11日

第2次大船渡市観光ビジョン (案)

令和3年 10 月
大 船 渡 市

目 次

第1章 第2次大船渡市観光ビジョンの基本的な考え方	1
1 策定の趣旨.....	1
2 位置付け及び計画期間.....	2
3 策定体制.....	3
第2章 観光の現状と課題	4
1 現状.....	4
2 前ビジョン期間中の主な実績.....	7
3 課題.....	10
第3章 第2次大船渡市観光ビジョンの基本方針等	11
1 大船渡市総合計画等と第2次大船渡市観光ビジョン.....	11
2 基本方針.....	16
第4章 具体的施策の展開	17
1 施策の体系.....	17
2 具体的施策.....	18
基本方針1 観光資源の磨き上げと創造.....	18
基本方針2 多様な主体の参画と幅広い分野の連携による滞在型観光の推進.....	22
基本方針3 インバウンドと広域観光の推進.....	27
基本方針4 観光宣伝の充実と特産品のPR.....	32
第5章 推進体制	37
1 推進体制の在り方について.....	37
2 推進主体と役割分担.....	37

第1章 第2次大船渡市観光ビジョンの基本的な考え方

1 策定の趣旨

当市は、平成 23 年に発生した東日本大震災津波により甚大な被害を受けましたが、国内外からの支援や復興需要を背景に、観光入込客数が震災の翌年には震災前の水準まで回復し、平成 26 年には震災後ピークとなる約 112 万 5,000 人に達しました。

「三陸と言ったら真っ先に大船渡市を思い浮かべるような観光地」を標ぼうするこれまでの大船渡市観光ビジョン（以下、「前ビジョン」という。）はこの年に策定し、前ビジョンに掲げられた観光誘客のための様々な施策の具現化に向け、官民挙げて取り組んできたところです。

前ビジョン策定後、復興需要の収束とともに観光入込客数は減少しましたが、令和元年に再び増加に転じました。この変化は、震災直後の一過性のものとは違い、復興事業や観光誘客等の着実な取組の成果の現れとして今後に大きな期待を抱かせるものとなりました。

この間、国においては、外国人観光客 4,000 万人を目標とするインバウンド拡大への取組が強力に推し進められるとともに、震災後再編された三陸復興国立公園周辺では、「みちのく潮風トレイル」の全線開通や「三陸ジオパーク」への再認定を始めとする広域観光が注目を集める中、稼げる観光「おもてなしからビジネス」への転換、さらに、その推進役として観光地域づくり法人が各地で組織されるなど、観光を取り巻く環境は大きく変化しています。

しかしながら、令和 2 年に入り、新型コロナウイルスの感染が世界規模で拡大し、市内経済にも深刻な影響が生じており、特にも外出自粛は、移動を前提とする観光にとって需要の消失とも言うべき厳しい状況を招いており、今後は、コロナ禍における観光需要の回復に向けた取組が不可欠となっています。

宿泊や観光、飲食・物販等幅広い産業分野への波及効果が高い観光は、人口減少傾向が続く当市にとって、交流人口の拡大による地域経済活性化の切り札として更なる推進が求められています。

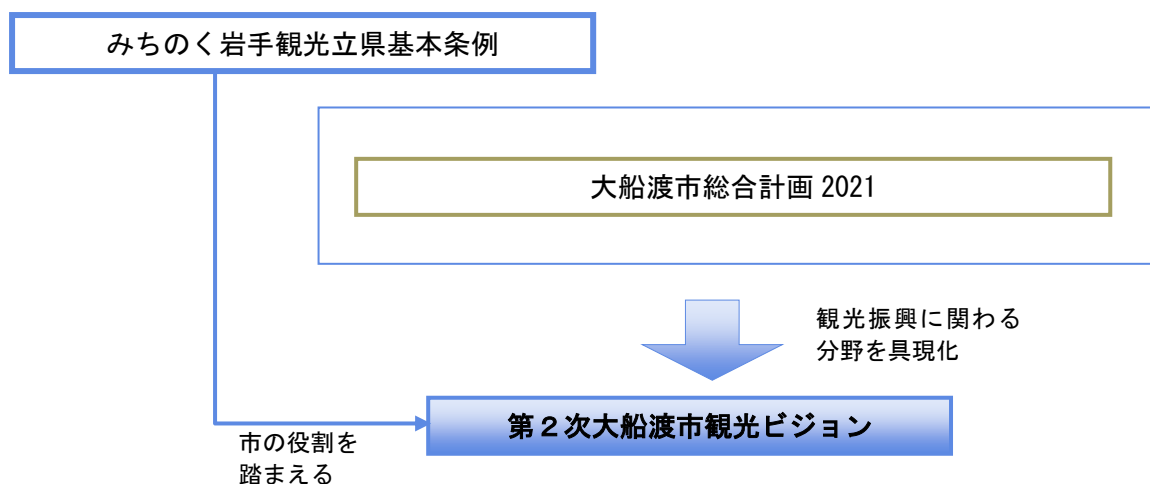
これらのことから、前ビジョンの取組から見えてきた課題や、コロナ禍における観光の在り方、国県の観光施策の動向等を踏まえ、令和 3 年度を初年度とする第 2 次大船渡市観光ビジョン（以下、「観光ビジョン」という。）を策定するものです。

2 位置付け及び計画期間

観光ビジョンは、「みちのく岩手観光立県基本条例」の基本理念にのっとり、令和3年度を初年度とする「大船渡市総合計画 2021（以下、「市総合計画」という。）」との整合を図りながら、観光振興に関わる施策を示す計画とします。

計画期間は、令和3年度から令和7年度までの5年間とします。

なお、観光ビジョンの策定に当たっては、県が策定した「みちのく岩手観光立県第3期基本計画」を踏まえ、「第2期大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略」等の市の関連する既存計画との整合を図ります。

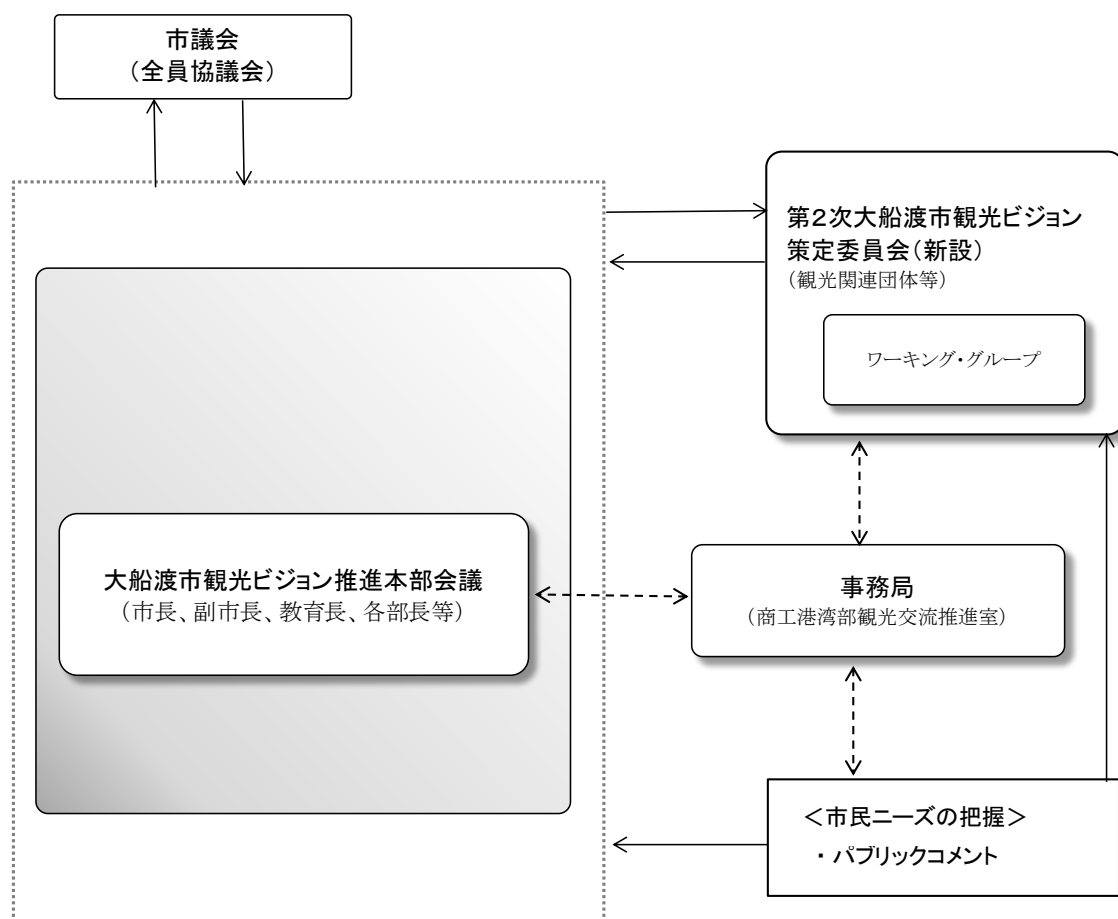


		R3	R4	R5	R6	R7
県	みちのく岩手観光立県基本計画		第3期			
市	市総合計画		基本構想（10年間）			
	第2期大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略			第2期		
	観光ビジョン			第2次		

3 策定体制

- (1) 観光関連団体等で構成する「第2次大船渡市観光ビジョン策定委員会」を新たに設置し、観光ビジョン案の策定及び調整を行いました。
また、委員会に、ワーキング・グループを設置し、観光ビジョンの素案づくりを行いました。
- (2) 市長、副市長、教育長及び各部長級職員で構成する大船渡市観光ビジョン推進本部会議において、観光ビジョン案の検討及び庁内調整を行いました。
- (3) パブリックコメントを実施し、市民から意見・提言を伺いました。
- (4) 市議会全員協議会において観光ビジョン案を説明し、意見・提言を伺いました。

第2次大船渡市観光ビジョン策定体制

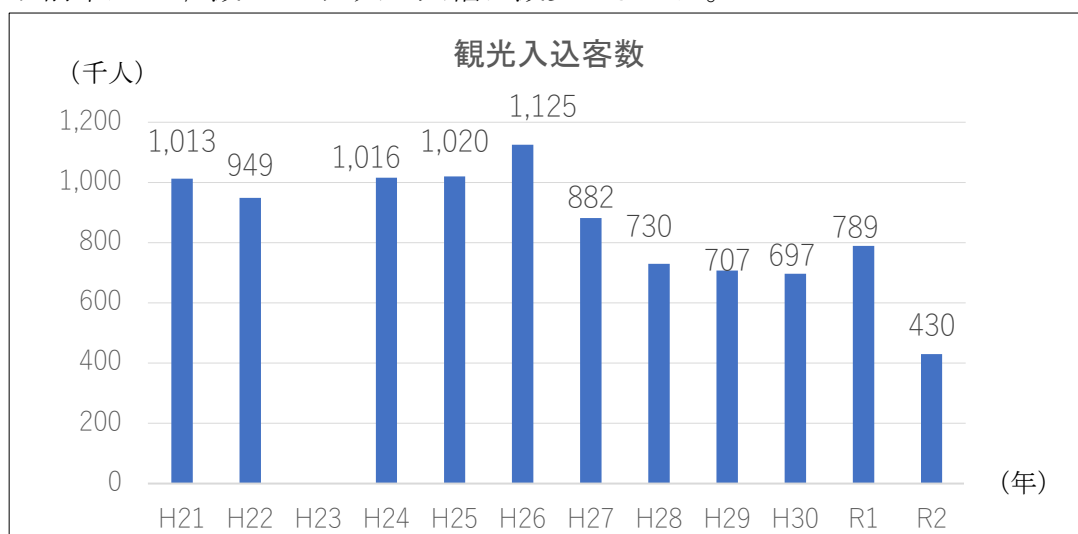


第2章 観光の現状と課題

1 現状

(1) 観光入込客数の推移

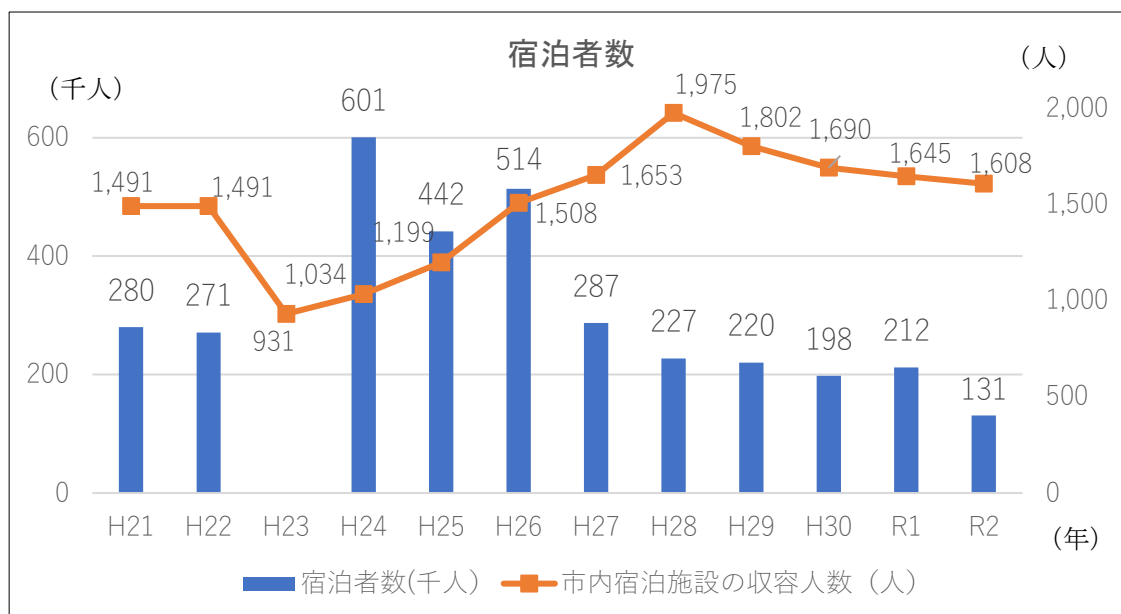
平成 24 年から 26 年までの観光入込客数は、被災地支援や復興需要などにより増加しましたが、平成 27 年から 30 年までは減少傾向にありました。令和元年の観光入込客数は、これまでの誘客の取組の成果などにより、前年比 13% 増の 78 万 9,000 人と増加しましたが、令和 2 年は、新型コロナウイルスの影響により前年比 46% 減の 43 万人と大幅に減少しました。



出典：大船渡市統計書 ※H23 は震災のためデータなし

(2) 宿泊者数の推移

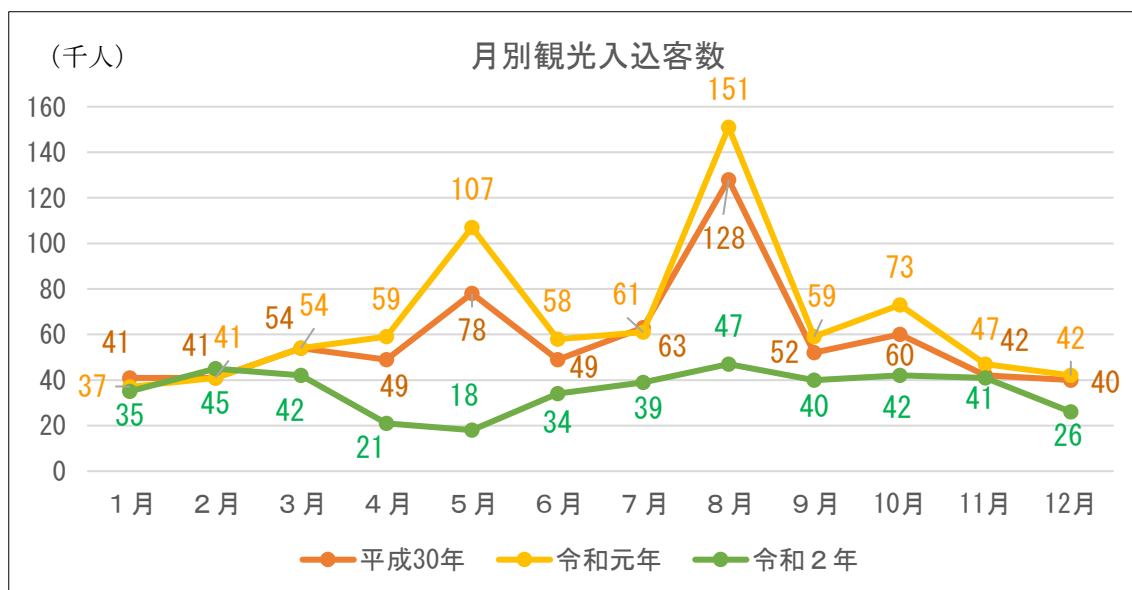
宿泊者数は、平成 27 年以降減少傾向でしたが、令和元年は、前年比 7 % 増の 21 万 2,000 人と増加しました。しかし、令和 2 年は、新型コロナウイルスの影響により前年比 38% 減の 13 万 1,000 人と大幅に減少しました。



出典：大船渡市統計書 ※H23 は震災のためデータなし

(3) 月別観光入込客数の推移 (H30～R2)

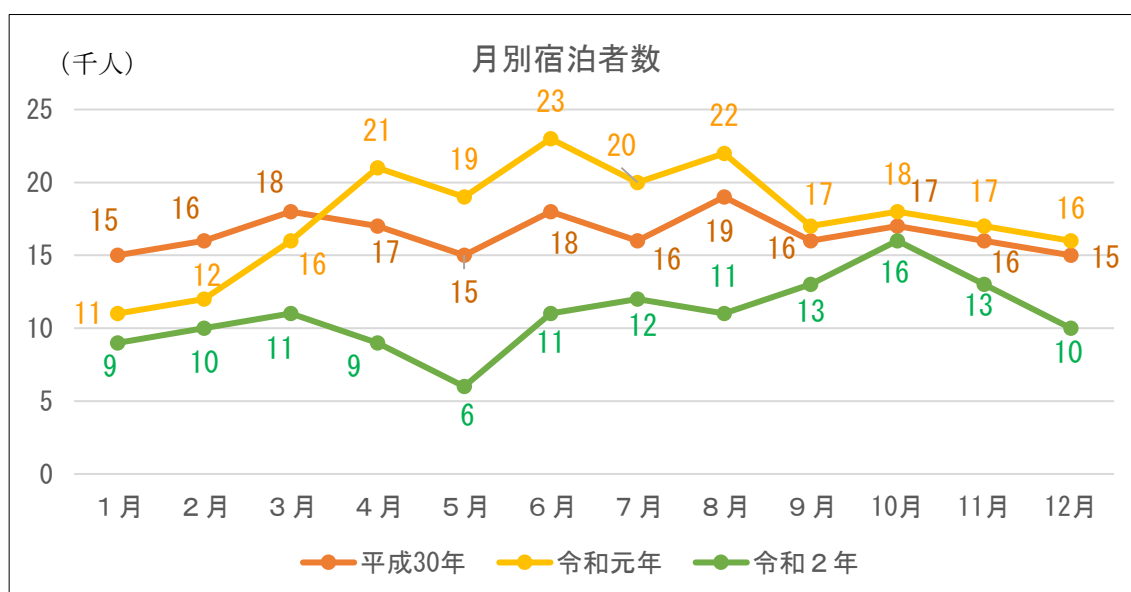
当市の観光入込客数は、春季から夏季にかけて増加し、冬季に減少する傾向があります。



出典：市観光交流推進室集計数値

(4) 月別宿泊者数の推移 (H30～R2)

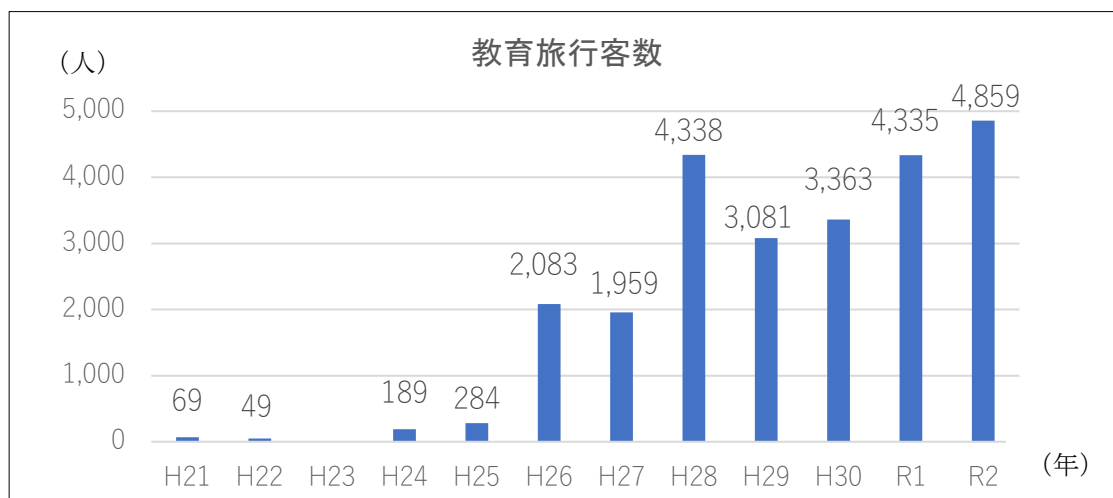
当市の宿泊者数は、春季から夏季にかけて増加し、冬季に減少する傾向があります。令和2年は、新型コロナウイルスの影響により大幅に減少しましたが、大船渡市宿泊観光回復事業を開始した9月から11月にかけての宿泊者数は、前年同時期の7～9割まで回復し、県内居住の観光客を対象とした同事業の効果がありました。



出典：市観光交流推進室集計数値

(5) 教育旅行客数の推移

教育旅行客数は、三陸鉄道の震災学習列車や民間の津波伝承施設等による震災学習により年々増加し、令和2年は、前年比12%増の4,859人で過去最高となりました。

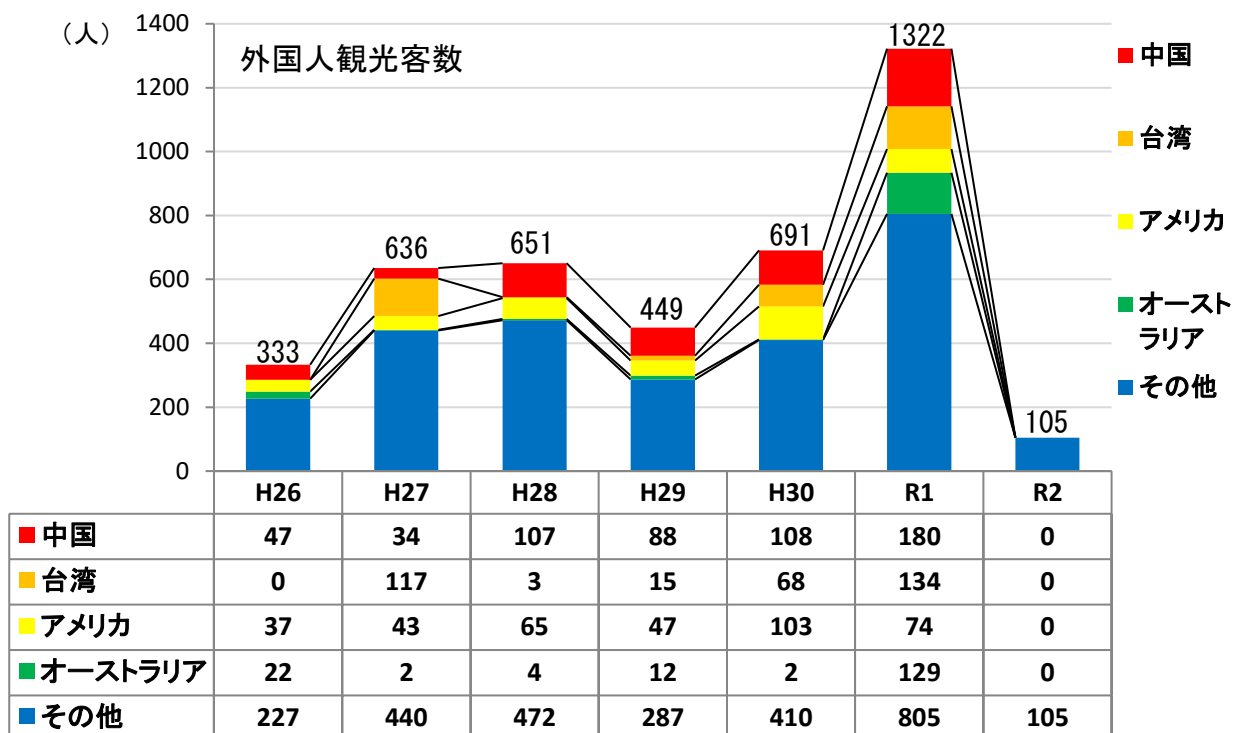


出典：市観光交流推進室集計値 ※H23は震災のためデータなし

(6) 外国人観光客数の推移（H26～R2）

外国人観光客数は、平成26年から増加傾向で推移し、令和元年は、インバウンド事業の成果に加え、ラグビーワールドカップ日本大会の釜石開催や「みちのく潮風トレイル」全線開通等の効果により、前年比91%増の1,322人と大幅な増加となりました。

令和2年は、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う入国制限により、前年比92%減の105人と大幅に減少しました。



出典：市観光交流推進室集計値

2 前ビジョン期間中の主な実績

(1) 基本方針1 海と山の食文化に根ざした「食」の魅力創造

- ア 多彩な海と山の味をいかした御当地料理の磨き上げと魚食グルメの開発
 - ・平成 27 年度から 28 年度にかけて大船渡グルメグランプリを実施し、一押しメニューの把握と P R に努めました。
 - ・さかなグルメのまち大船渡実行委員会は、平成 28 年度から、さんまを中心に各種活動を展開し、さんまグルメフェアや一流料理人による地元食材を活用した食事会の開催等により、食の魅力を発信しました。
- イ 郷土食・御当地料理・魚食グルメ等の魅力を味わう機会の創出
 - ・大船渡駅周辺に食のシンボルスポットとしてグルメ系店舗が集積し、飲食を楽しむバルイベントやグルメフェスティバル等の開催を通じて、味わう機会の創出に努めました。

(2) 基本方針2 ゆたかな海と山、人々とのふれあいで観光客をひきつける観光資源の開発

- ア 三陸を感じる漁業体験メニューと沿岸農業体験メニューの再興と充実
 - ・恋し浜クルーズ、碁石海岸穴通船や、碁石海岸レストハウスでのワカメの芯抜き体験など、海を生かした体験観光を推進しました。
- イ 三陸復興国立公園を代表する景勝地にふさわしい碁石海岸の魅力づくり
 - ・平成 26 年度に碁石観光の核となるインフォメーションセンターがオープンし、キャンプ場の運営、体験イベントの企画など各種事業の展開、みちのく潮風トレイルの利用促進や観光情報発信に努めました。
- ウ 穏やかな海・五葉山とその周辺の山々・北限の椿等の魅力再生・向上
 - ・越喜来浪板・吉浜・綾里海水浴場の被災したシャワー室・トイレを復旧整備しました。
 - ・当市、釜石市、住田町で構成する五葉山自然保護協議会は、登山者の安全確保を図るため、平成 30 年度に、避難小屋「石楠花荘」の改築を行いました。
 - ・三陸・大船渡つばきまつりの開催や椿の植栽等の取組により、椿の里の魅力向上に努めました。
- エ 震災遺構の活用と震災からの学びの伝承
 - ・三陸鉄道の震災学習列車や大船渡津波伝承館等による震災学習を取り入れた教育旅行が数多く行われました。
- オ 市民交流に結び付く地場産業と連携した観光資源の形成
 - ・酒造・菓子・セメント工場の見学など、民間企業と連携した観光資源の形成を推進しました。
- カ リアス式海岸の魅力を満喫する大型客船へのおもてなし
 - ・クルーズ客船を多数招致し、当地ならではのおもてなしで歓迎行事を行い、魅力の発信に努めました。

(3) 基本方針 3 市内観光資源の魅力あるネットワーク化の推進

- ア 大船渡観光が楽しめるサービスメニューの研究
 - ・震災後、復興を見据えて暫定版で対応していた観光パンフレットを令和 2 年に新たに作成しました。
- イ 「遠い」というイメージを改善し、観光交流を促進する交通アクセスの整備
 - ・平成 31 年の三陸鉄道の全線開通や三陸沿岸道路の延伸により、アクセス環境が大きく向上しました。
- ウ 周遊ルートや視点場等の魅力を伝えるサイン整備
 - ・平成 30 年度から令和 2 年度にかけて、大船渡駅及び各ジオサイトに三陸ジオパーク看板を、道の駅さんりくや三陸駅に観光案内看板をそれぞれ設置しました。
- エ みちのく潮風トレイルの取組をいかした地域内連携づくり
 - ・令和元年度にみちのく潮風トレイルが全線開通し、利用者と地域住民の交流や、市内外のボランティアの参加によるコース整備等の取組が行われました。

(4) 基本方針 4 三陸沿岸、県南エリアなどの広域と連携した大船渡の魅力と誘客機会の向上

- ア 気仙地域自治体等との連携による魅力の再発見
 - ・三陸・けせん観光協議会と連携し、三陸・けせん観光物産フェアの開催により首都圏等への P R 活動を推進しました。
 - ・三陸防災復興プロジェクト 2019 の開催により、多くの観光客が来訪しました。
- イ 三陸ジオパークの取組を切っ掛けとした知名度向上
 - ・気仙地域 2 市 1 町の行政と民間団体で構成する三陸ジオパークけせん地域協議会を設立し、ジオサイトの見直しやジオストーリーの作成など、ジオパーク活動を展開しました。

(5) 基本方針 5 大船渡観光 P R の推進と物産販売を通じた誘客の促進

- ア 三陸・大船渡の顔となる公式ホームページの拡充及び観光案内マップの充実
 - ・令和元年度に、市公式ホームページのリニューアルに合わせて観光サイト「おおふなとりつぶ」を開設し、メニューを整理して新たなモデルコースを掲載しました。
 - ・平成 30 年度から国際交流員を配置し、SNS を通じて当市の代表的景観を国内外に発信しました。
- イ 海の幸と三陸鉄道の知名度をいかしたキャンペーンの展開
 - ・ランチ列車やこたつ列車等の運行を通じて三陸鉄道の魅力発信及び誘客が図られました。
 - ・「おおふなトン」等のキャラクターの活用により、当市の P R と知名度向上に努めました。

- ウ 首都圏への特産品の販路拡大と「食」を通じた大船渡の魅力の発信
 - ・東京タワーや大阪等でのさんままつりにおいて、当市の知名度向上に取り組みました。
- エ 銀河連邦や被災地支援自治体との都市間交流による大船渡の魅力の伝達
 - ・銀河連邦や支援自治体の物産展等に参画し、大船渡の魅力を発信しました。

(6) 基本方針 6 古来からの風習を大切にしておもてなしの心の育成と実践

- ア おもてなしができる市民・事業者の意識啓発と実践の促進
 - ・観光ガイドについて学ぶセミナーの開催等により、人材育成や受入体制の整備に努めました。
- イ 復興支援者との交流の継続による大船渡ファンの獲得
 - ・三陸・大船渡夏まつりや盛町灯ろう七夕まつり等へ復興支援の企業や学生等が多数参画し、交流が図られました。
- ウ 外国人観光客の来訪に備えた受入れ態勢の準備
 - ・令和元年度から２年間、気仙地域２市１町により、外国人観光客の受入体制整備や観光ルート造成等の事業を実施し、受入れ態勢の準備に努めました。

3 課題

(1) 海の幸を中心とする「食」の魅力の誘客への活用

「さかなグルメ」の活動を充実・強化し、誘客効果が大きい食の魅力向上の取組を推進することが必要です。

(2) 観光客の滞在時間の延長

観光客の市内での滞在時間が短く、宿泊者数が伸び悩んでいます。食や体験の活用により滞在する時間を延ばし、宿泊につなげる取組を進める必要があります。

(3) 年間を通じた安定した誘客

当市の観光客は、春季から夏季にかけて増加し、冬季に減少する傾向があることから、年間を通して観光客を呼び込むことが重要です。

(4) 広域連携による観光地の魅力向上

三陸沿岸道路の全線開通に伴い、観光客が三陸沿岸を広域周遊することが見込まれることから、広域観光ルートの活用など、近隣市町との連携による観光地の魅力向上が必要です。

(5) アフターコロナを見据えた誘客の取組

コロナ禍において感染リスクの低い近場で観光を楽しむマイクロツーリズムの取組を推進するとともに、アフターコロナを見据えた受入体制の整備や誘客の取組が必要です。

(6) 効果的な観光情報の発信

あらゆる情報手段を活用し、観光客のニーズに応じた効果的な情報発信が必要です。

(7) 観光関係者の協力関係による推進体制づくり

観光関係者の連携・協働による官民一体となった推進体制づくりが必要です。

第3章 第2次大船渡市観光ビジョンの基本方針等

1 大船渡市総合計画等と第2次大船渡市観光ビジョン

第2次大船渡市観光ビジョンは、当市の将来都市像を実現するための施策の大綱等を明らかにした「市総合計画前期基本計画」の趣旨を踏まえた構成とします。

また、第2期大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略は、市総合計画の施策の大綱を横断する「重点プロジェクト」に位置付けられていることから、観光関連施策を観光ビジョンに取り込むこととします。

(1) 市総合計画

【市総合計画の役割】

ア まちづくりの指針

本計画は、市民を始め、産業界・各種団体・地区運営組織など多様な主体が共有でき、協働するための共通のビジョン、将来指針としての役割を担います。

イ 行政経営の指針

本計画は、市政の長期的展望を踏まえ、行政の役割や意図を明確にする戦略計画であり、SDGsへの対応を考慮した計画として、行政経営の品質向上を目指す指針としての役割を担います。

ウ 最上位計画としての指針

市の最上位計画として、福祉や教育、産業などの分野における個別計画を策定する際の指針としての役割を担います。

エ 他の関係機関に尊重されるべき指針

国、県などが、当市に関連する計画の策定や事業を実施する際、最大限尊重されるべき指針としての役割を担います。

【市総合計画前期基本計画の期間】

○令和3年度から令和7年度までの5年間

■将来都市像

ともに創る やすらぎに包まれ

活気あふれる 三陸のにぎわい拠点 大船渡

【大船渡市総合計画前期基本計画（観光関連を抜粋）】

施策の大綱（政策）1 豊かな市民生活を実現する産業の振興

3 にぎわいあふれる商業・観光の推進

(1) 現状

当市の商業施設は、盛駅や大船渡駅周辺、猪川・立根地区を中心とする国道 45 号沿い、赤崎地区周辺の主要地方道大船渡綾里三陸線沿いに集積しています。震災後、JR 大船渡駅周辺地区において、土地区画整理事業や津波復興拠点整備事業が実施され、官民協働によるまちづくりを進め、令和元年には国の「みなとオアシス」への登録を果たすなど、中心市街地の再構築に取り組んできました。

観光においては、豊かな観光資源や食材を生かし、各種イベントの開催や客船の誘致等を通じて、交流人口の拡大を図るとともに、復興支援をきっかけとした関係人口の拡大などに取り組んできました。

主な現状は次のとおりです。

《中略》

- 大船渡基石海岸観光まつりや三陸・大船渡夏まつりなど、年間を通したイベントの開催やクルーズ客船の招致、旅行代理店への営業活動、三陸復興国立公園協会や三陸ジオパーク推進協議会等の広域団体への参画により、観光誘客を図っています。
- 平成 30 年度から国際交流員を配置するとともに、大船渡市観光物産協会等と連携し、外国人受入体制整備に関するセミナーの実施や多言語ルートマップ作成、外国人観光客向けの観光ルート造成などに取り組んでいます。
- 観光施設や養殖漁業者、農家、企業等と連携し、体験メニューの充実を図るとともに、三陸鉄道が運行する震災学習列車等を観光資源として活用し、教育旅行などの団体旅行の誘致に取り組んでいます。
- ホームページや各種イベント等の機会を活用して、当市の魅力を発信するとともに、市 PR キャラクター「おおふなトン」や、さかなグルメの取組から生まれた「秋刀魚武士」を介して、当市の知名度やイメージの向上に取り組んでいます。
- さかなグルメのまち大船渡実行委員会の主催により、市内飲食店と連携し、通年提供するメニューの創出を目指し「さんまグルメ」フェアを実施するとともに、市内小中学校の協力を得て、大漁旗コンテストやさんまレターの取組を行い、さんまのまち大船渡の PR を図っています。
- 大船渡市観光物産協会と連携し、東京都内での物産展や市内での商談会開催を支援しているほか、民間事業所と大学などが連携して特産品の開発を行っています。
- 宇宙関連施設を有する 4 市 2 町と当市の間で、子ども留学交流や物産展への相互出店による経済交流等の銀河連邦友好交流事業を行うとともに、平成 28 年に友好都市協定を締結した山形県最上町との間で産業まつりにおける相互出店や、コース・郷土芸能等の民間団体の交流を行っています。

(2) 課題

《上略》

- ・ 通過型観光から滞在型観光への転換
- ・ 市内を中心とした周遊と滞在長期化に向けた広域観光の推進
- ・ 観光客のニーズに応じた情報発信の充実
- ・ 特産品の新商品開発や販路拡大
- ・ 多様な分野での都市間交流の継続と深化

(3) 施策の目的と成果目標

対象	意図	成果指標 (取得方法)	単位	実績値		目標値
				H30	R 1	R 7
事業者 観光客	(上略) 大船渡市を訪れ、消費 する。	(略)	(略)	(略)	(略)	(略)
		観光客年間入込数 (観光推進室業務取得)	千人	697	789	817

(4) 基本事業

① 活気あふれる商業地の形成支援

《略》

② 滞在型観光の推進

- さかなグルメのまち大船渡実行委員会や大船渡市観光物産協会等の関係団体、飲食店等と連携して、地元食材や旬のメニューなど当市の「食」の魅力を情報発信することで、「さかなグルメのまち大船渡」の知名度向上と、「食」を目的として訪れるリピーターの増加を図ります。
- 海や山、三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイル、みなとオアシスなどの豊富な観光資源を核として、食や震災学習、工場見学、BMXを始めとするスポーツ・アクティビティ等の体験メニューの充実と、旅行者が利用しやすい体制の構築を図ります。
- 観光地としての魅力を高めるため、気仙地域2市1町を始め、三陸沿岸等の広域団体との連携により観光ルートを形成し、団体旅行ツアーの商品化や客船入港時のオプションツアーの造成につなげます。
- 四季折々の魅力を伝えるイベントの開催を通じて、観光客の誘致拡大を図ります。
- 海外プロモーションによる知名度の向上や外国人観光客の受入体制整備により、インバウンドを推進します。
- 大船渡市観光物産協会を始め、観光関連事業者と連携し、地域全体で観光客をもてなす新たな仕組みづくりに取り組みます。

③観光宣伝の充実

- 多様化する観光客のニーズに対応するため、パンフレットやインターネット等を活用した情報発信、碇石海岸インフォメーションセンターを始めとする観光案内機能の充実を図るとともに、国内外に向けた観光情報の発信を展開します。
- 市の観光情報を発信するホームページやSNSについて、宿泊業者や飲食店、体験メニュー提供者のサイトとの連動性を高め、各店舗の営業状況等を可視化するなど、即時性の高い情報を発信する体制の構築に努めます。
- SNSを始めとする広報媒体や宣伝機会の利活用、市のPRキャラクターの活用によるまちの魅力発信により、広く市内外へのシティプロモーションを推進するとともに、大船渡の知名度や大船渡ブランドのイメージ向上を図ります。

④特産品の販売力強化と販路拡大

- 大船渡市観光物産協会等と連携し、県内外で開催される物産展への出展や商談会の開催、インターネット販売の活用により地元特産品の一層の販路開拓・拡大に努めます。
- 東京都内の大船渡ふるさと交流センター・三陸SUNを拠点に、三陸産加工食品・飲料・酒類等の店頭販売を通じて蓄積した消費者動向に基づき、複数商品を組み合わせた「三陸マリアージュ」を首都圏内の飲食店や小売店に提案し、当市からの新たな流通ルートの基盤構築を支援します。

⑤都市間連携・交流の推進

- 銀河連邦や姉妹都市、連携協定を締結している自治体、さらには、復興支援の一環として職員派遣に応じていただいた自治体との交流を継続するとともに、その拡充を図り、交流人口の拡大に向けた取組を促進します。
- 復興支援活動などを通じて構築された民間での連携・交流を支援しながら、経済や人的交流の活性化による関係人口の創出・拡大を図るとともに、移住・定住を促進します。

(2) 第2期大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略

【大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略】

- 社会経済の新たな潮流を視野に入れ、今後講ずべき施策やプロジェクト、数値目標を掲げる計画
- 市民を始め、産業界、関係行政機関、教育機関、地域金融機関、労働団体、メディアなど関係者の共通の目標として、その実現に向けて協働で取り組むもの

【第2期大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略の計画期間】

- 令和2年度から令和6年度までの5年間

【総合戦略の観光関連施策】

- 基本目標2 大船渡への新しい人の流れをつくる
- 施策1 多様な主体による交流人口の拡大

【総合戦略重点プロジェクト(観光関連を抜粋：「大船渡市総合計画 2021」40 頁)】

(1) 大船渡観光情報発信強化プロジェクト

観光に関する情報発信を強化するため、発信方法の検討、宿泊事業者や飲食店・小売店等のサイトとの連動性向上、即時性の高い情報発信の体制整備などに取り組めます。

(2) 大船渡の「食」満喫プロジェクト

大船渡の「食」をより楽しんでもらうため、飲食店のマップ作成、情報発信サイトの効果検証、新たなメニュー開発などに取り組めます。

(3) 碁石海岸観光拠点化推進プロジェクト

碁石海岸の観光拠点化を図るため、碁石海岸インフォメーションセンターを中心とした誘客促進、土産品等の地元産比率向上などに取り組めます。

(4) 椿の里おおふなと拠点形成推進プロジェクト

椿の観光利用や産業化のため、椿油搾油体験等の展開、碁石海岸にある観光施設等との連携などに取り組めます。

(5) スポーツ交流拠点形成推進プロジェクト

地元チームの競技力向上、宿泊や買い物等による観光展開を図るため、スポーツを中心とした合宿や大会、練習試合等の誘致、市内観光のパッケージ化などに取り組めます。

(6) スポーツ・アクティビティ体験型交流創出・展開プロジェクト

スポーツ・アクティビティ事業を展開するため、甫嶺復興交流推進センターの活用、地域観光情報プラットフォームの構築、ローカルツアーの造成などに取り組めます。

(7) 三陸広域観光連携プロジェクト

交流人口の拡大、インバウンドの対応強化を図るため、広域団体や近隣市町村との連携、外国客船の誘致、訪日外国人向けの情報発信などに取り組めます。

2 基本方針

前ビジョンの取組から見えてきた多様な課題を踏まえるとともに、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に細心の注意を払いつつ、市総合計画前期基本計画及び第2期大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略との整合を図り、以下の4つの基本方針の下、具体的な取組を進めていきます。

基本方針1：観光資源の磨き上げと創造

当市には、海や山の自然や体験を始め、温泉、宿泊施設、観光施設、各地に残された伝統文化やまつり、行事など、豊富な魅力があります。

その中で、「食」を最も重要な観光資源と位置付け、観光客に人気の高い「海の幸」を前面に出し、様々な観光資源とともに磨き上げ、新たな魅力の創造につなげます。

基本方針2：多様な主体の参画と幅広い分野の連携による滞在型観光の推進

多様な主体の参画と幅広い分野の連携により滞在型観光を推進し、観光客の滞在時間の延長を図り、市内での消費活動を高めることによる経済波及効果の増大を目指します。

基本方針3：インバウンドと広域観光の推進

広域連携によるプロモーションの展開、受入環境の整備と情報発信などの取組により、観光客の誘致拡大を図ります。

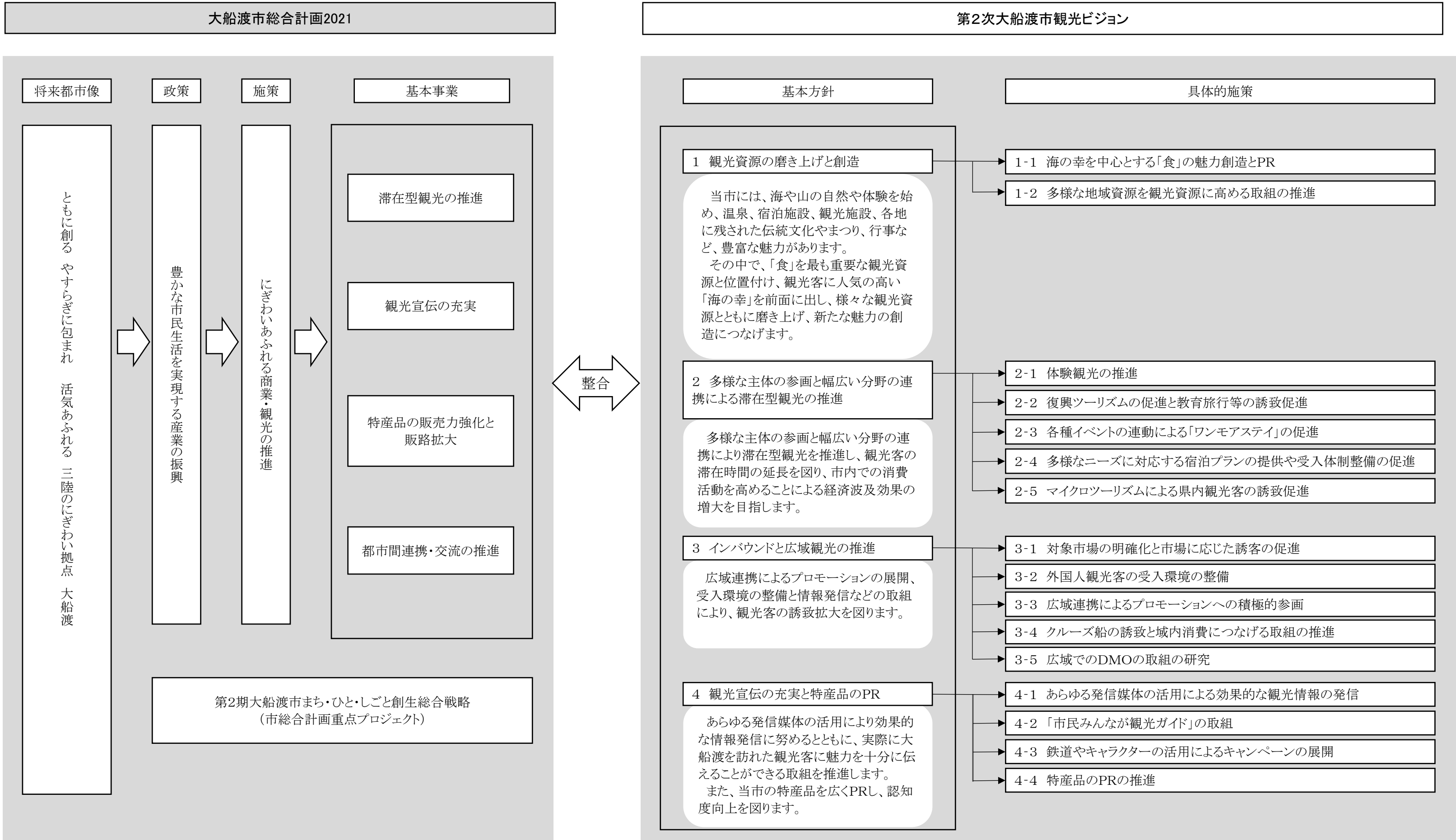
基本方針4：観光宣伝の充実と特産品のPR

あらゆる発信媒体の活用により効果的な情報発信に努めるとともに、実際に大船渡を訪れた観光客に魅力を十分に伝えることができる取組を推進します。
また、当市の特産品を広くPRし、認知度向上を図ります。

第4章 具体的施策の展開

1 施策の体系

第2次大船渡市観光ビジョンで取り組む施策の体系は次のとおりとします。



2 具体的施策

基本方針1 観光資源の磨き上げと創造

当市には、海や山の自然や体験を始め、温泉、宿泊施設、観光施設、各地に残された伝統文化やまつり、行事など、豊富な魅力があります。

その中で、「食」を最も重要な観光資源と位置付け、観光客に人気の高い「海の幸」を前面に出し、様々な観光資源とともに磨き上げ、新たな魅力の創造につなげます。

1 - 1 海の幸を中心とする「食」の魅力創造とPR

観光客に人気の高い「海の幸」を中心とする「食」を最も重要な観光資源と位置付け、魅力を高めるための取組を推進します。

(1) 現状

- ・海の幸は当市の最も魅力ある観光資源となっています(東京タワーさんままつりアンケートで常に第1位)。
- ・本州一の水揚げを誇る「さんま」を食のけん引役として、水産、加工、飲食、物販事業者が協力して「さかなグルメ」の活動を推進し、当市の知名度向上や誘客につなげています。
- ・さんまグルメフェア等を開催し、テーマ性の高いメニューが提供されています。

(2) 課題

- ・地元海産物の有効活用及び魅力の発信
- ・観光客が求める食の提供
- ・さんまを中心としたさかなグルメ活動の強化及び他の魚種の活用
- ・ランチメニューを提供する飲食店の認知度向上

(3) 取組内容

ア 四季折々の海産物を中心とするメニューや郷土料理など魅力ある食のPR

地元で水揚げされる海産物を中心とするメニューや郷土料理など魅力ある食の情報を、季節性やテーマ性を有効に活用し、市内外へPRします。

イ グルメイベントの開催とテーマ性のあるメニュー提供による味わう機会の創出

- ・碁石海岸観光まつりやさんままつりなどのグルメイベントや飲食店等の協力による食のキャンペーンを開催し、季節限定の海鮮丼などテーマ性をもって観光客を満足させるメニューを提供することにより、旬の食材を味わえる機会を創出します。
- ・イベント等において、市内で製造される和菓子や洋菓子を味わえる機会を提供します。

ウ 食のシンボルスポットのPR

大船渡駅周辺エリアや道の駅さんりくなど、大船渡を訪れたら立ち寄り、海の幸などを購入して堪能できる食のシンボルスポットをPRし、観光誘客に努めます。

エ 本州一の水揚げを誇る「さんま」を核とした「さかなグルメ」の活動の充実強化

地域の水産資源を生かし、市民に親しみのあるさんまをテーマに、さんま焼き師認定試験やグルメフェア、子供たちによるさんまレターや大漁旗コンテストなどの年間を通じた取組が徐々に定着しています。引き続き、さんまを食のけん引役としつつ、他の豊富な魚種も活用し、さかなグルメの活動の充実強化に努めます。

オ 集客を促す魅力あるランチメニューの提供

ランチマップの作成やランチを活用したフェアの開催により、市内の飲食店が提供するランチメニューをPRし、観光客や市民にランチを提供する環境を整備します。

1 - 2 多様な地域資源を観光資源に高める取組の推進

地域資源を観光資源に高める取組を推進します。また、観光地や観光施設を観光客の期待に応えられる状態に維持管理します。

(1) 現状

- ・市内では、商工・農水・交通・港湾・防災・文化・スポーツ・歴史・環境・教育などの各分野において、地域資源を観光資源に高める取組が進められています。
- ・市内の観光名所や施設について、関係機関や地域住民の協力により、適切な維持管理が行われています。

(2) 課題

- ・地域資源の魅力の向上
- ・活動団体の財源確保や後継者の育成
- ・観光地の適切な維持管理の継続

(3) 取組内容

ア 三陸ジオパークやみちのく潮風トレイルの活用による地域資源の魅力の発信

- ・三陸ジオパークのジオサイトを有効活用し、代表的な景勝地である碇石海岸や平泉の黄金文化を支えた気仙地方の金にまつわるサイト等を巡るジオツアーの実施、SNSを活用したPRにより、地域資源の魅力の発信に努めます。
- ・みちのく潮風トレイルを活用したウォーキングイベントの実施や魅力の発信により、ルートの利用促進及び周辺観光地への周遊を図ります。

イ 五葉山とその周辺の山々や穏やかな海、椿の里の魅力の向上

- ・リアス海岸が一望できる五葉山を始めとする山々など、豊かな自然と触れ合える魅力を発信します。
- ・県や地元関係者の理解と協力をいただきながら、新型コロナウイルス感染症の影響などにより開設していない市内の海水浴場の早期再開を目指します。
- ・世界の椿館・碁石による誘客や民間事業者との連携による椿スイーツの取組など、椿の観光資源としての活用や産業化を進め、椿の里の知名度向上を図ります。

ウ 郷土芸能等の魅力の発信

ユネスコの無形文化遺産に登録された吉浜のスネカや、客船入港時のメインアトラクションとして定着している綾里大権現、地域に伝わる郷土芸能など地域資源の魅力を発信します。

エ 観光交流人口拡大に資する取組への支援

観光交流人口拡大に資する団体の取組について、市民活動支援事業等の活用により支援します。

オ 観光地の適切な維持管理の推進

碁石海岸や五葉山等の観光地について、施設の安全性やトイレの快適性に配慮した適切な維持管理に努めます。

○成果指標（基本方針１）

	単位	平成 30 年	令和 2 年	令和 6 年 〈総合戦略目標値〉	令和 7 年 〈目標値〉	備考
地域食材の旬のメニュー提供飲食店数（グルメフェア等） ※注 1	件	24	10	35	38	平成 30 年を基準とし、年間約 2 件増
地域食材の旬のメニュー数（グルメフェア等） ※注 2	件	24	11	35	38	平成 30 年を基準とし、年間約 2 件増

※注 1・注 2 は、第 2 期大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略施策プロジェクト検証シートにおける重要業績評価指標

● 主な取組の実施時期と推進主体

施策項目	実施時期					推進主体				
	3年度	4年度	5年度	6年度	7年度	市	観光物産協会	商工会議所	観光関連事業者	市民
基本方針 1 観光資源の磨き上げと創造										
1-1 海の幸を中心とする「食」の魅力創造とPR										
ア 四季折々の海産物を中心とするメニューや郷土料理など魅力ある食のPR						●	◎	●	◎	
イ グルメイメントの開催とテーマ性のあるメニュー提供による味わう機会の創出						◎	◎	◎	◎	○
ウ 食のシンボルスポットのPR						●	●	●	◎	
エ 本州一の水揚げを誇る「さんま」を核とした「さかなグルメ」の活動の充実強化						●	○	○	◎	○
オ 集客を促す魅力あるランチメニューの提供						●	◎	●	◎	○
1-2 多様な地域資源を観光資源に高める取組の推進										
ア 三陸ジオパークやみちのく潮風トレイルの活用による地域資源の魅力の発信						◎	◎	●		
イ 五葉山とその周辺の山々や穏やかな海、椿の里の魅力の向上						◎	◎	●	◎	
ウ 郷土芸能等の魅力の発信						◎	◎	●	○	◎
エ 観光交流人口拡大に資する取組への支援						◎	●	●	○	◎
オ 観光地の適切な維持管理の推進						◎	◎	○	◎	○

主体区分：◎主体的、●支援、○参加協力

基本方針 2 多様な主体の参画と幅広い分野の連携による滞在型観光の推進

多様な主体の参画と幅広い分野の連携により滞在型観光を推進し、観光客の滞在時間の延長を図り、市内での消費活動を高めることによる経済波及効果の増大を目指します。

2 - 1 体験観光の推進

日帰り観光に比べ消費額が圧倒的に大きい宿泊を伴う滞在型観光を推進するため、豊富な観光資源を活用して体験観光の充実を図ります。

(1) 現状

- ・酒造・菓子・セメント工場見学、屋形船「潮騒」、恋し浜クルーズ、碇石海岸穴通船、碇石海岸レストハウスでのワカメの芯抜き体験等、当市の特徴をいかした体験観光を推進しています。
- ・平成 26 年にオープンした碇石海岸インフォメーションセンターでは、キャンプ場の運営やみちのく潮風トレイルの利用促進、世界の椿館・碇石等の周辺施設との連携による誘客の取組が進められています。

(2) 課題

- ・滞在型観光に重要な体験観光の推進
- ・体験メニューの円滑な利用を可能とする関係者との連携
- ・体験メニューの商品化による収益向上

(3) 取組内容

ア 体験と宿泊を組み合わせた旅行商品の造成と売り込み

酒造・菓子・セメント工場、水産加工場、鉄道車庫等の見学による産業観光、農林漁業の体験やオートキャンプ等のグリーン・ツーリズム、BMXやダイビング等のスポーツツーリズムを活用した体験型旅行商品の造成と売り込みにより誘客促進を図ります。

イ テーマ性のある体験ツアーの造成と売り込み

- ・食をテーマとして、漁業体験を通じた学びと新鮮な魚介類の提供や、さんま焼き師体験など、地域資源を活用したテーマ性のある体験ツアーの造成と売り込みにより誘客促進を図ります。
- ・農林漁家の体験提供を組み合わせた民泊の実現可能性について検討します。

ウ 関係者の連携による体験メニューの円滑な利用の促進

大船渡市観光物産協会、グリーン・ツーリズム推進協議会、体験提供者、宿泊施設等の周辺観光施設の連携により、利用者がスムーズに予約できる体制を整備するなど、体験メニューの円滑な利用促進を図ります。

2 - 2 復興ツーリズムの促進と教育旅行等の誘致促進

復興ツーリズムの促進と宿泊を伴う教育旅行や企業研修旅行の誘致促進に努めます。

(1) 現状

- ・震災学習列車や民間の津波伝承施設等を活用して、教育旅行等の団体旅行の誘致に積極的に取り組んでいます。
- ・教育旅行は、新型コロナウイルス感染症の影響に伴う行き先の見直しにより、市内に宿泊する修学旅行が一時的に増加しています。

(2) 課題

- ・宿泊につながる復興ツーリズムの活用
- ・通過型がほとんどである教育旅行の市内宿泊への転換

(3) 取組内容

ア 復興ツーリズムの促進

三陸鉄道、奇跡の船「気仙丸」、防災学習ネットワーク、震災遺構、被災体験の語り部、三陸復興国立公園、三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイル等のコンテンツを効果的に情報発信し、これらを活用して宿泊につながる復興ツーリズムの促進を図ります。

イ 団体旅行等の誘致と宿泊に結び付ける取組の促進

- ・教育旅行・企業研修旅行の誘致や大規模な集会等の受入体制整備に努め、団体旅行等の市内の宿泊施設等への滞在を促進します。
- ・スポーツを中心とした合宿や大会、練習試合を誘致し、宿泊や買い物といった観光への展開を図ります。

2 - 3 各種イベントの連動による「ワンモアステイ」の促進

様々な分野のイベントと連動した「ワンモアステイ」（観光でもう一日、もう一泊）を促進します。

(1) 現状

- ・三陸・大船渡夏まつりや三陸鉄道初日の出号等のイベントが定着しています。
- ・大船渡市観光物産協会や市では、モデルコースを造成し、ホームページに掲載して周知しています。

(2) 課題

- ・年間行事をまとめたイベントスケジュールの活用
- ・宿泊につながる早朝・ナイト観光の活用
- ・既存モデルコースの充実と認知度の向上

(3) 取組内容

ア 宿泊を促すイベントスケジュールの共有化

- ・宿泊を促すために、市内の各種団体及び近隣市町と連携し、イベントスケジュールを共有します。
- ・四季折々の魅力を伝えるイベントの開催を通じて、観光客の誘致拡大を図ります。

イ 早朝・ナイト観光の拡充による宿泊観光の促進

碇石海岸での日の出や穴通船、魚市場競り見学、海釣り、盛町市日の街歩きによる早朝観光、セメント工場の夜景や屋形船の活用によるナイト観光などにより、宿泊を伴う観光を促進します。

ウ モデルコースの見直しと情報発信

現在のモデルコースを観光客の滞在時間の延長につながるコースに見直し、市内外に情報発信します。

2 - 4 多様なニーズに対応する宿泊プランの提供や受入体制整備の促進

多様なニーズに対応する宿泊プランの提供や宿泊施設等における安全安心な受入体制の整備を促進します。

(1) 現状

G o T o トラベルキャンペーンを契機に、安全安心で魅力のある高付加価値の宿泊プランが人気となっています。

(2) 課題

- ・多様なニーズに応じた宿泊プランの提供
- ・誰でも安心して利用できる施設環境の整備

(3) 取組内容

ア 多様なニーズに対応する宿泊プランの提供

- ・ウニやアワビなどの高級食材や漁船によるアドベンチャー体験等を加えた高付加価値宿泊プランの提供を促進します。
- ・観光地等で余暇を楽しみつつ仕事を行う「ワーケーション」による宿泊施設等への滞在を促進します。

イ キャンプ場の利用促進

新しい生活様式を踏まえ、アウトドアレジャーへのニーズが高まっていることから、市広報を始め様々な広報媒体を通じて、碇石海岸キャンプ場やフレアイランド尾崎岬の利用促進を図ります。

ウ 宿泊施設の受入体制整備の促進

コロナ禍における、安全・安心で快適な旅行を提供するための宿泊施設の受入体制整備を促進します。

エ タクシーの案内メニューの整備

タクシー事業者との連携により、観光地の周遊に向けた案内メニューの整備及び活用を図ります。

2 - 5 マイクロツーリズムによる県内観光客の誘致促進

地域の観光ツアー造成等のマイクロツーリズムの取組により、県内観光客の誘致を促進します。

(1) 現状

コロナ禍で感染リスクの低い近場の温泉やグルメ、自然散策や体験などを楽しむマイクロツーリズムが推奨され、県民の県内旅行の需要が高まっています。

(2) 課題

マイクロツーリズムの取組による県内観光客の誘致

(3) 取組内容

ア マイクロツーリズムによる県内観光客の誘致促進

市内宿泊施設への誘客やクーポン券の活用による市内飲食店等と連動した取組、地域の観光ツアー造成の拡充により、県内観光客の誘致を促進します。

イ まちめぐりを促す取組による地元の魅力の紹介

ガイドの案内により市街地の街歩きを行う「まちめぐりミニツアー」を実施し、大船渡の魅力の再発見につなげ、まちなか観光による宿泊や周遊を促進します。

○成果指標（基本方針2）

	単位	平成 30 年	令和 2 年	令和 6 年 〈総合戦略目標値〉	令和 7 年 〈目標値〉	備考
年間観光入込客数 ※注 1	千人	697	430	797	817	平成 30 年を基準とし、年間約 17,100 人増
年間宿泊者数 ※注 2	千人	198	131	228	234	平成 30 年を基準とし、年間約 5,200 人増
体験プログラム等 利用人数 ※注 3	人	8,491	6,195	18,300	19,600	平成 30 年を基準とし、年間約 1,600 人増
年間教育旅行客数	人	3,363	4,859	—	5,500	平成 30 年を基準とし、年間約 300 人増

※注 1・注 2・注 3 は、大船渡市総合計画前期基本計画における施策の成果指標及び第 2 期大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲げる重要業績評価指標

● 主な取組の実施時期と推進主体

施策項目	実施時期					推進主体				
	3 年 度	4 年 度	5 年 度	6 年 度	7 年 度	市	観光物産協会	商工会議所	観光関連事業者	市民
基本方針2 多様な主体の参画と幅広い分野の連携による滞在型観光の推進										
2-1 体験観光の推進										
ア 体験と宿泊を組み合わせた旅行商品の造成と売り込み						●	◎	●	◎	
イ テーマ性のある体験ツアーの造成と売り込み						●	◎	●	◎	
ウ 関係者の連携による体験メニューの円滑な利用の促進						●	◎	●	◎	
2-2 復興ツーリズムの促進と教育旅行等の誘致促進										
ア 復興ツーリズムの促進						●	◎	●	◎	
イ 団体旅行等の誘致と宿泊に結び付ける取組の促進						●	◎	●	◎	
2-3 各種イベントの連動による「ワンモアステイ」の促進										
ア 宿泊を促すイベントスケジュールの共有化						◎	○	○	○	○
イ 早朝・ナイト観光の拡充による宿泊観光の促進						●	◎	●	◎	
ウ モデルコースの見直しと情報発信						◎	◎	●	●	
2-4 多様なニーズに対応する宿泊プランの提供や受入体制整備の促進										
ア 多様なニーズに対応する宿泊プランの提供						●	◎	●	◎	
イ キャンプ場の利用促進						●	◎	●	◎	
ウ 宿泊施設の受入体制整備の促進						●	●	●	◎	
エ タクシーの案内メニューの整備						●	◎	●	◎	
2-5 マイクロツーリズムによる県内観光客の誘致促進										
ア マイクロツーリズムによる県内観光客の誘致促進						●	◎	●	◎	
イ まちめぐりを促す取組による地元の魅力の紹介						●	◎	●	◎	

主体区分：◎主体的、●支援、○参加協力

基本方針3 インバウンドと広域観光の推進

広域連携によるプロモーションの展開、受入環境の整備と情報発信などの取組により、観光客の誘致拡大を図ります。

3 - 1 対象市場の明確化と市場に応じた誘客の促進

外国人観光客の消費を地域経済活性化に結び付けるため、インバウンドの対象市場を明確化し、市場に応じた重点的な誘客の取組を促進します。

(1) 現状

- ・コロナ禍でインバウンドの回復が見通せない状況ですが、人口減少基調にある日本では、外国人観光客は地域経済の活性化に欠かせない存在です。
- ・市では、平成30年度から本格的にインバウンドの取組を進め、令和元年には過去最高の1,322人の外国人観光客が来訪しました。

(2) 課題

- ・インバウンドのターゲットの明確化
- ・対象市場に向けた官民一体の取組

(3) 取組内容

ア インバウンドの対象市場の明確化と重点的な取組の推進

- ・対象市場を明確にし、市、大船渡市観光物産協会、関連事業者、広域連携組織などが連携して、市場ごとのプロモーションを推進します。
- ・岩手県がいわて国際戦略ビジョンにおいて最重点市場に位置付けている台湾を当市における対象市場とし、個人旅行者向けのプロモーション機会を増やすとともに、団体旅行を含めた旅行商品の造成を促進します。
- ・岩手県がいわて国際戦略ビジョンにおいて重点市場としている中国、香港、韓国、開拓市場としている東南アジア、豪州については、県との連携による取組を推進します。
- ・欧米市場においては、利用が見込まれるみちのく潮風トレイル等の情報発信による誘客の取組を推進します。

3 - 2 外国人観光客の受入環境の整備

外国人観光客に選ばれる観光地となるため、受入環境の更なる整備を図ります。

(1) 現状

気仙2市1町の連携事業や国際交流員の配置により、外国人観光客受入環境の整備を進めています。

(2) 課題

外国人観光客の受入環境整備の地域全体への普及

(3) 取組内容

ア 施設の受入環境の整備

外国人観光客が利用する施設の利便性を高めるため、宿泊、飲食、小売業等の観光関連事業者の無料公衆無線LAN、キャッシュレス決済等の情報通信技術（IT）の整備や、公共施設等における案内表示の多言語化といった受入環境の整備を促進するとともに、受入環境に関する情報を発信します。

イ 受入体制の向上に向けた取組

外国人観光客の受入体制の向上を図るため、観光・宿泊・交通・飲食店事業者等を対象としたセミナーの開催や専門家による指導を行います。

3 - 3 広域連携によるプロモーションへの積極的参画

外国人観光客の誘致拡大を図るため、広域の観光資源を活用した広域プロモーションの取組を推進します。

また、近隣市町との連携による広域観光ルート化を図り、誘客に努めます。

(1) 現状

気仙地域2市1町の連携により、外国人観光客の受入体制の整備や観光ルート造成、観光コンテンツ充実強化の事業を進めています。

(2) 課題

- ・ 国外での当市の認知度不足
- ・ 誘客のためのプロモーションの強化
- ・ 他自治体との連携による誘客の推進

(3) 取組内容

ア 広域連携によるプロモーションへの積極的参画

- ・ 広域による誘客拡大を当市への入り込み、特に宿泊者数の増加につなげるため、海外の旅行博への出展を始め、外国語によるPR用動画やSNSを活用し、海外の消費者に当市の魅力をPRします。
- ・ 海外旅行会社に対して、東北・岩手・三陸・気仙地域との連携によるプロモーションを展開し、海外における当市の認知度向上を図ります。

イ 近隣市町との連携による広域観光ルート化の推進

- ・ 令和3年に仙台市と八戸市を結ぶ三陸沿岸道路が全線開通し、観光客が三陸沿岸を広域周遊することが見込まれることから、近隣市町との連携の下、ゲートウェイ機能を有する東日本大震災津波伝承館や道の駅さんりく等の観光スポットの広域ルート化を図り、誘客に取り組みます。

3 - 4 クルーズ船の誘致と域内消費につなげる取組の推進

国内外のクルーズ船を誘致し、乗船客による経済効果を市内に取り込むため、寄港時の域内消費につなげる取組を推進します。

(1) 現状

- ・官民連携によりポートセールスを展開し、クルーズ船を多数招致して当地ならではのおもてなしで歓迎しています。
- ・外国クルーズ船の招致に取り組み、令和2年度に初の寄港が決定しましたが、コロナ禍の影響により中止となりました。
- ・大船渡港を核とした周辺施設が「みなとオアシス」に登録を果たし、関係施設へのパンフレットの配架やPRのぼり旗の掲示を行いました。
- ・令和3年1月に、港湾管理者を始めとする県や市の関係部局で「岩手県クルーズ船寄港受入協議会」が組織され、コロナ禍におけるクルーズ船の受入体制が構築されました。

(2) 課題

- ・クルーズ船受入に伴う地元への経済効果の向上
- ・みなとオアシスおおふなどの認知度向上

(3) 取組内容

ア 客船オプションツアーの気仙圏域周遊への誘導

県央中心となっている客船オプションツアーについて、船社等へ観光コンテンツやモデルコースを積極的に提案し、気仙圏域周遊への誘導を図ります。

イ 「みなとオアシスおおふなと」を活用した大船渡港のイメージアップとクルーズ船誘致活動の継続強化

- ・市ホームページやパンフレット等による日常的な情報発信はもとより、クルーズ船入港時に合わせた大船渡駅周辺地区での歓迎イベントなどを通じて、「みなとオアシスおおふなと」の周知に努め、まちと近接し、交流や憩いなど多様な魅力を併せ持つ大船渡港のイメージアップを図ります。
- ・大船渡港を拠点に、市内外の観光地を巡る観光ツアーの実施により交流人口の拡大を図るため、国内外のクルーズ船の誘致活動を積極的に展開します。

3 - 5 広域でのDMOの取組の研究

広域における観光地域づくり法人（DMO）の在り方について研究を深めます。

(1) 現状

- ・国は「稼げる観光」の受け皿としてDMOの活動を推進しています。

- ・東北6県及び新潟県による東北観光推進機構や、沿岸13市町村による三陸DMOセンター等により、広域DMOの活動が進められています。
- ・気仙地域でもDMO設置の可能性を模索する取組が進められています。

(2) 課題

- ・DMOの役割の明確化と財源や人材の確保

(3) 取組内容

ア 気仙広域におけるDMOの在り方についての研究

観光を通じて地域の稼ぐ力を引き出し、地域に継続的な経済効果を生むことを目的としたDMOについて、組織の役割や実施事業、財源や人材の確保、マーケティング活用等の研究を進めます。

○成果指標（基本方針3）

	単位	平成 30年	令和 2年	令和6年 〈総合戦略目標値〉	令和7年 〈目標値〉	備考
外国人観光客数 ※注1	人	691	105	1,350	1,460	平成30年を基準とし、 年間約110人増

※注1は、大船渡市総合計画前期基本計画における施策の成果指標及び第2期大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲げる重要業績評価指標

● 主な取組の実施時期と推進主体

施策項目	実施時期					推進主体				
	3 年 度	4 年 度	5 年 度	6 年 度	7 年 度	市	観光物産協会	商工会議所	観光関連事業者	市民
基本方針3 インバウンドと広域観光の推進										
3-1 対象市場の明確化と市場に応じた誘客の促進										
ア インバウンドの対象市場の明確化と重点的な取組の推進						◎	◎	○	○	
3-2 外国人観光客の受入環境の整備										
ア 施設の受入環境の整備						●	◎	●	◎	
イ 受入体制の向上に向けた取組						◎	◎	●	◎	
3-3 広域連携によるプロモーションへの積極的参画										
ア 広域連携によるプロモーションへの積極的参画						◎	◎	○	○	
イ 近隣市町との連携による広域観光ルート化の推進						◎	◎	○	○	
3-4 クルーズ船の誘致と域内消費につなげる取組の推進										
ア 客船オプションツアーの気仙圏域周遊への誘導						◎	○	○	○	
イ 「みなとオアシスおおふなと」を活用した大船渡港のイメージアップとクルーズ船誘致活動の継続強化						◎	○	○	○	
3-5 広域でのDMOの取組の研究										
ア 気仙広域におけるDMOの在り方についての研究						◎	◎	◎	◎	

主体区分：◎主体的、●支援、○参加協力

基本方針４ 観光宣伝の充実と特産品のPR

あらゆる発信媒体の活用により効果的な情報発信に努めるとともに、実際に大船渡を訪れた観光客に魅力を十分に伝えることができる取組を推進します。
また、当市の特産品を広くPRし、認知度向上を図ります。

4 - 1 あらゆる発信媒体の活用による効果的な観光情報の発信

旅行者が旅行の計画に活用できるように、ホームページやSNSなどのあらゆる発信媒体の活用による効果的な情報発信に努めます。

(1) 現状

- ・「見る、遊ぶ、買う」等の観光情報を紹介する市ホームページの観光サイト「おおふなとりっぷ」や大船渡市観光物産協会ホームページ、イベントや飲食店の詳細な情報を紹介する大船渡ポータルにより、広く情報発信しています。
- ・コミュニティFM局のFMねまらいんが当市の情報発信の重要な役割を担っています。
- ・国際交流員を配置し、SNSを通じて外国語により当市の代表的景観等の観光情報を発信しています。

(2) 課題

- ・団体旅行、個人旅行のニーズに応じた情報発信
- ・旅行の計画や予約につながる観光情報の提供
- ・インバウンド向けの情報発信の継続

(3) 取組内容

ア 多様化する旅行者のニーズに応じた効果的な情報発信

- ・ホームページやSNSの活用により、旅行者の旅の計画や旅先での行動に有効な情報発信を行い、旅行者の満足度向上につなげます。
- ・基石海岸インフォメーションセンター等の観光案内施設における観光案内や情報発信の充実に努めます。

イ 観光情報のホームページから体験メニューや飲食店等とリンクする仕組みの構築

- ・観光情報を発信するホームページと宿泊業者や飲食店、体験メニュー提供者のサイトとの連動性を高め、各店舗の営業状況等を可視化するなど、即時性の高い情報を発信します。
- ・官民の各ホームページの充実とともに、リンクによる共通化を図り、当市の観光関連施設や宿泊施設等のホームページを閲覧した際に、周辺の観光スポットや体験観光施設、飲食店等にリンクし、観光地の具体的な情報の取得や、体験メニューの利用予約等、幅広く活用することが可能となる仕組みの構築に取り組みます。

ウ 外国人が魅力を感じる観光情報の継続発信

当市に配置している国際交流員によるＳＮＳを用いた外国語での観光情報の発信や、ユーチューブ等の活用により、国内外の外国人の誘客に向けた情報発信に取り組めます。

エ 映画やテレビの撮影への協力及び魅力の発信

映画やテレビの撮影への協力をを行い、映像を通して当市の魅力を発信します。

4 - 2 「市民みんなが観光ガイド」の取組

市民が大船渡の良さを理解し、一人一人が魅力を発信する広告塔としての役割を担う、「市民みんなが観光ガイド」の取組を推進します。

(1) 現状

観光ガイドを行う団体等は、観光客へのガイドの取組を通じて、大船渡の魅力を伝えています。

(2) 課題

- ・ 市民による魅力の発信及び地元への愛着の醸成
- ・ 市民へ観光地や観光資源の良さを知らせる取組の実施

(3) 取組内容

ア 「市民みんなが観光ガイド」の取組の推進

自らが住む地域の歴史や観光スポットを知ることは、郷土愛や誇りの醸成につながります。観光ガイドを行う団体等の協力による市民の地元魅力発見ツアーの実施や、市広報等による観光スポットの周知等により、市民が大船渡の魅力を理解して発信する広告塔となるよう取り組めます。

イ 観光ガイドや観光を担う人材の育成

観光セミナー等の実施により、当市の魅力を十分に伝え、観光客に会いたいと思わせる名物ガイドやユニークガイド、観光を担う人材の育成に努めます。

4 - 3 鉄道やキャラクターの活用によるキャンペーンの展開

メディアに有効な鉄道やキャラクターを活用したキャンペーンを展開し、市の認知度の向上と誘客拡大を図ります。

(1) 現状

- ・ ＪＲ東日本、三陸鉄道、岩手開発鉄道の共同による３鉄まつりなどイベントの開催や、三陸鉄道等による企画列車の運行が行われています。

- ・市のPRキャラクター「おおふなトン」やさかなグルメの取組から生まれた「秋刀魚武士^{さんまぶっしー}」がイベントに参加し、大船渡の知名度の向上を図っています。

(2) 課題

鉄道やキャラクターの魅力を活用した観光PR

(3) 取組内容

ア 鉄道のタイアップによるキャンペーンの充実

三陸鉄道やJR大船渡線BRTとの連携による観光客誘致のためのキャンペーンの展開や、観光列車、企画列車の運行を推進します。

イ キャラクターの積極的な活用によるPRの展開

「おおふなトン」や「秋刀魚武士」を活用したPRの展開を図ります。

4 - 4 特産品のPRの推進

当市の特産品を広くPRし、認知度向上を図ります。

また、銀河連邦構成自治体や友好都市との交流を通じて、特産品のPRや交流人口の拡大につなげます。

(1) 現状

- ・三陸けせん希望ストリート連絡協議会等が主催する東京都内での物産展への出展や市内での商談会開催を支援しています。
- ・銀河連邦構成自治体や友好都市と当市との間で、物産展への相互出展による経済交流が行われています。

(2) 課題

- ・当市の特産品の認知度向上
- ・都市間交流での特産品の活用

(3) 取組内容

ア 物産展や商談会等への出展による特産品の魅力の発信

- ・市外で開催される物産展への出展やコロナ禍に対応したオンラインの活用による商談会の開催などへの支援を行い、当市の特産品の魅力を伝えることにより認知度を高め、来訪への動機付けを図ります。
- ・碁石海岸レストハウスや道の駅さんりく等の観光施設に設置された地元特産品紹介コーナーにより、市内外の利用者に特産品をPRします。
- ・ふるさと納税の返礼品を活用し、当市の特産品をPRします。

イ 銀河連邦構成自治体や友好都市での物産展等による特産品のPR

銀河連邦構成自治体や友好都市での物産展やアンテナショップにおいて当市の特産品をPRし、販路開拓を図るとともに、都市間交流を通じた交流人口の拡大につなげます。

○成果指標（基本方針4）

	単位	平成 30 年	令和 2 年	令和 6 年 〈総合戦略目標値〉	令和 7 年 (目標値)	備考
観光情報ホームページアクセス数 (市、観光物産協会、大船渡ポータル) ※注 1	回	91,900	195,525	100,000	200,000	平成30年を基準とし、年間約15,000回増

※注1は、大船渡市総合計画前期基本計画における施策の成果指標及び第2期大船渡市まち・ひと・しごと創生総合戦略施策プロジェクト検討シートにおける重要業績評価指標

● 主な取組の実施時期と推進主体

施策項目	実施時期					推進主体				
	3 年 度	4 年 度	5 年 度	6 年 度	7 年 度	市	観光物産協会	商工会議所	観光関連事業者	市民
基本方針４ 観光宣伝の充実と特産品のＰＲ										
4-1 あらゆる発信媒体の活用による効果的な観光情報の発信										
ア 多様化する旅行者のニーズに応じた効果的な情報発信						◎	◎	○	◎	
イ 観光情報のホームページから体験メニューや飲食店等とリンクする仕組みの構築						◎	◎	○	◎	
ウ 外国人が魅力を感じる観光情報の継続発信						◎	◎	○	○	
エ 映画やテレビの撮影への協力及び魅力の発信						◎	◎	○	○	
4-2 「市民みんなが観光ガイド」の取組										
ア 「市民みんなが観光ガイド」の取組の推進						◎	◎	○	○	◎
イ 観光ガイドや観光を担う人材の育成						◎	◎	○	○	○
4-3 鉄道やキャラクターの活用によるキャンペーンの展開										
ア 鉄道のタイアップによるキャンペーンの充実						◎	◎	○	◎	
イ キャラクターの積極的な活用によるＰＲの展開						◎	○	○	◎	
4-4 特産品のＰＲの推進										
ア 物産展や商談会等への出展による特産品の魅力の発信						◎	◎	◎	◎	
イ 銀河連邦構成自治体や友好都市での物産展等による特産品のＰＲ						◎	◎	○	◎	

主体区分：◎主体的、●支援、○参加協力

第5章 推進体制

1 推進体制の在り方について

(1) 官民一体となった推進体制

観光振興の推進は、市、大船渡市観光物産協会、大船渡商工会議所、観光関連事業者、市民が各々の役割を認識し、官民一体の推進体制により取り組む必要があります。

(2) 観光ビジョンの推進及び進捗管理

観光ビジョンの推進及び進捗管理に当たっては、「大船渡市観光ビジョン推進委員会」※を設置し、各施策の実施状況や効果、成果指標の達成度などについて評価・検証を行いながら、より実効性のある施策の実施に努めます。

※「大船渡市観光ビジョン推進委員会」は、第2次大船渡市観光ビジョン策定委員会を発展的に解消し、新たに設置する会議体とし、進捗状況等に関する情報共有や意見交換、合意形成の場を想定しています。

2 推進主体と役割分担

(1) 市の役割

市は、関係部局間での連携を図るとともに、国・県を始め、関係市町村や観光関連事業者、市民との協働による取組や調整を行い、市総合計画や観光ビジョンに基づく施策を推進します。また、各主体が取り組む事業を支援します。

(2) 大船渡市観光物産協会の役割

大船渡市観光物産協会は、観光振興を推進する中心的な役割を担う団体であり、行政とのパートナーシップにより、観光関連団体、観光関連事業者と連携・調整を図りながら、観光振興に関する具体的な事業を実施します。また、観光情報の収集や提供、誘客に向けた取組を積極的に展開します。

(3) 大船渡商工会議所の役割

市内の商工業事業者により構成される大船渡商工会議所は、観光振興においても企業・事業者と産業関係機関との調整役として、市や大船渡市観光物産協会等と連動した事業を展開します。

(4) 観光関連事業者の役割

観光関連事業者（宿泊、飲食、交通、物産、観光施設、各活動団体等）は、観光客のニーズを踏まえ、各自が持つノウハウの質の向上に取り組むとともに、市や大船渡市観光物産協会等と連動した事業を展開します。

(5) 市民の役割

市民は、それぞれの立場で郷土に誇りと愛着を持ち、訪れた観光客に接する際には、一人一人が大船渡の魅力を伝えるよう努めます。

■観光ビジョン推進体制イメージ

