

第3次大船渡市観光ビジョン

令和8年3月
大船渡市

目 次

| | |
|------------------------------|----|
| 第1章 第3次大船渡市観光ビジョンの基本的な考え方 | 3 |
| 1 策定の趣旨 | 3 |
| 2 位置付けと計画期間 | 4 |
| 3 策定体制 | 5 |
| 第2章 観光の現状と課題 | 6 |
| 1 現状 | 6 |
| 2 前ビジョンの主な取組実績 | 11 |
| 3 課題 | 19 |
| 第3章 第3次大船渡市観光ビジョンの基本方針と具体的施策 | 21 |
| 1 基本方針 | 21 |
| 2 施策の体系 | 22 |
| 3 具体的施策 | 23 |
| 基本方針1 観光で稼ぐ地域づくりの推進 | 23 |
| 基本方針2 効果的な観光情報の発信 | 29 |
| 基本方針3 観光資源の魅力向上と受入体制の強化 | 31 |
| 基本方針4 広域連携による周遊観光の推進 | 35 |
| 第4章 推進体制 | 36 |
| 1 推進体制の在り方 | 36 |
| 2 推進主体と役割分担 | 36 |

第1章 第3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、三陸の豊かな自然環境、長い歴史と地域によって育まれてきた文化、そして東日本大震災からの復興を経て培われた多様で魅力ある地域資源を有しています。令和3年10月に「第2次大船渡市観光ビジョン」を策定して以降、これらの資源を生かし、「海の幸」に代表される「食」の魅力発信を始め、各実行委員会が主催するまつりなどのイベント開催、「みちのく潮風トレイル」や「碁石海岸穴通船」などの体験型観光の推進、さらに、インバウンド需要の取り込みなど、官民が一体となった推進体制の下、観光による地域活性化を推進してきました。

一方、少子高齢化や人口減少といった全国的に共通する構造的課題が深刻化し、地域経済や地域社会の持続的な活力の確保が喫緊の課題となっている状況において、観光は、交流人口や関係人口の創出を通じて新たな人の流れを生み出す有効な手段であり、地域経済の循環促進や雇用の創出、さらには、地域への誇りや愛着の醸成など、多方面にわたる波及効果が期待されます。

また、近年では、新型コロナウイルス感染症の世界的流行を経て、人々の価値観やライフスタイル、旅行形態は大きく変化し、密を避けた個人や少人数での旅行、安心して安全な滞在環境、地域ならではの特別な体験への関心の高まりなど、観光に求められるニーズは一層多様化しています。

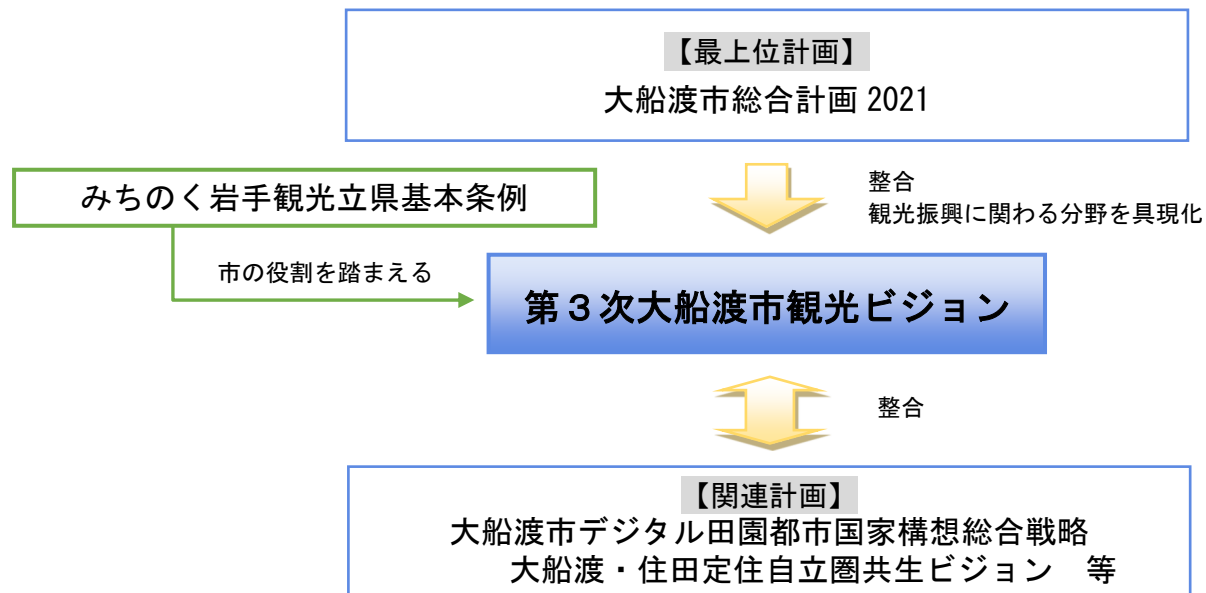
このような中、国の「第4次観光立国推進基本計画（令和5～7年度）」では、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」を基本方針に掲げ、地域の特色を生かした観光地域づくりの推進が求められており、当市においては、令和6年9月に観光地域づくりの一翼を担う観光地域づくり法人（地域DMO）が誕生するなど、行政や観光関係団体等が一体となった観光振興体制の基盤が整いつつあります。

こうした社会的背景や地域の現状を踏まえ、第3次大船渡市観光ビジョンは、当市の観光施策の方向性と具体的な取組を明確にし、中長期的な視点から、持続可能で計画的かつ実効性のある観光地域づくりを推進するための指針として策定するものです。

2 位置付けと計画期間

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、市の最上位計画である「大船渡市総合計画 2021」や関連する計画との整合を図りながら、観光振興に関する基本方針と具体的施策を示す計画とします。

計画期間は、社会・経済情勢の急激な変化や観光ニーズの多様化に的確に対応するとともに、中長期的な展望を視野に入れつつ実効性のある施策を推進するため、令和8年度から令和12年度までの5年間とします。



| | | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 | R7 | R8 | R9 | R10 | R11 | R12 |
|---|------------------|--------------|----|----|---------|----------|---------|----|----|-------|-------|-----|-----|
| 国 | 観光立国推進基本計画 | → | | | ← 第4次 | | | | | | ← 第5次 | | |
| | みちのく岩手観光立県基本計画 | ← 第3期 | | | | ← 第4期 | | | | | | | |
| 県 | いわて国際戦略ビジョン | ← 前ビジョン | | | ← 当面の指針 | | ← 現ビジョン | | | | | | |
| | 総合計画 | ← 基本構想（10年間） | | | | | | | | | | | |
| 市 | | ← 前期基本計画 | | | | ← 後期基本計画 | | | | | | | |
| | まち・ひと・しごと創生総合戦略 | ← 第2期 | | | | | | | | | | | |
| | デジタル田園都市国家構想総合戦略 | | | | | | ← | | | | | | |
| | 観光ビジョン | ← | | | ← 第2次 | | | | | ← 第3次 | | | |

3 策定体制

(1) 庁内体制

ア 大船渡市観光ビジョン推進本部会議

市長、副市長、教育長及び部長級職員で構成し、観光ビジョン案の検討及び庁内調整を行います。

イ 大船渡市観光ビジョン推進庁内連絡会議

課長級職員で構成し、観光ビジョン案の検討及び庁内調整を行います。

(2) 関係機関等との連携体制

ア 大船渡市観光ビジョン推進委員会

行政、観光関連団体及び観光関連事業者で構成し、観光ビジョン案の策定及び調整を行います。

(3) 市議会からの意見聴取

観光ビジョンを策定する過程において、月例会議で策定の趣旨を説明するとともに、全員協議会において観光ビジョン案を説明し、意見や提言を伺います。

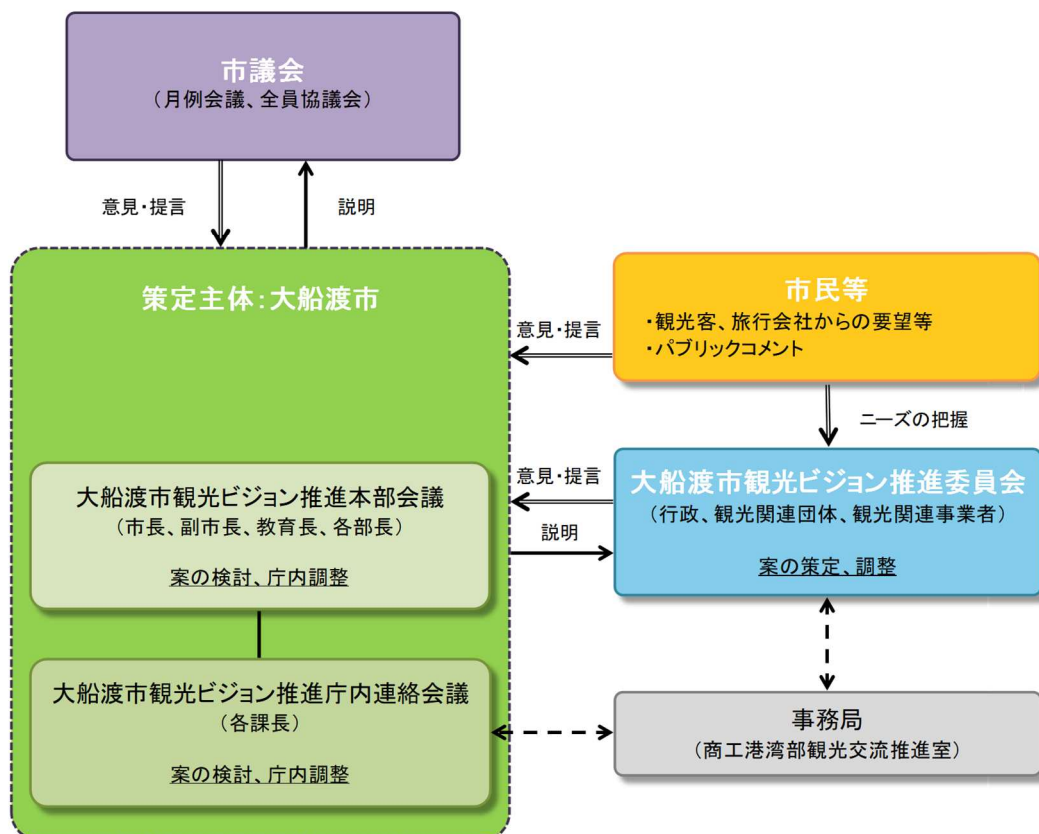
(4) ニーズの把握

ア 大船渡市観光ビジョン推進委員会の開催を通じて、観光関連団体や観光関連事業者等から意見を聴取するとともに、観光関連団体が実施するアンケートの結果も踏まえ、観光客のニーズの把握に努めます。

イ パブリックコメントの実施

観光ビジョンを策定する過程において、市民に観光ビジョン案を公表し、意見を募集します。

第3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

令和元年に78万9,000人だった観光入込客数は、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年には43万人へと大幅に減少しました。

その後、各種取組の効果や新型コロナウイルス感染症の5類移行もあり、令和6年には65万1,000人まで回復しました。依然として、コロナ禍前（令和元年以前）の水準には達していないものの、令和3年以降は着実に増加しています。



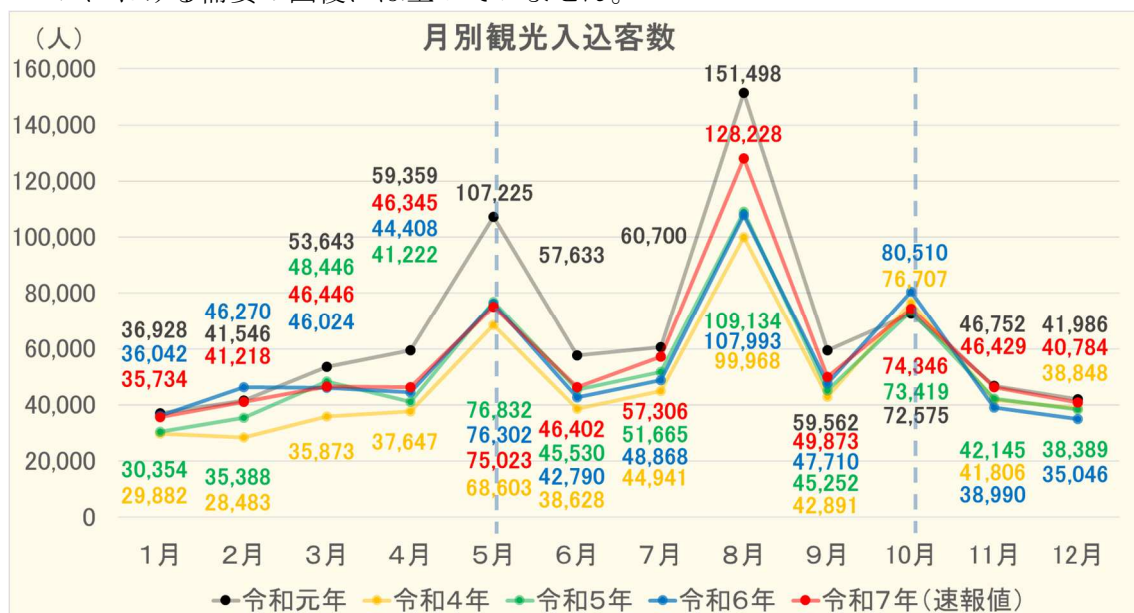
出典：大船渡市統計書

(2) 月別観光入込客数の推移（令和元年、令和4年～令和7年）

当市の観光入込客数は、例年5月から10月にかけて増加し、11月から4月にかけて減少する傾向にあります。特に5月・8月・10月は、いずれの年も入込客数が多く、観光需要が集中する時期となっています。

コロナ禍前の令和元年とコロナ禍後の令和4～6年を比較すると、全体的な傾向に大きな変化は見られないものの、令和6年2月及び10月の入込客数は令和元年を上回りました。

一方で、令和6年5月及び8月の入込客数は、令和元年の約70%にとどまり、観光シーズンにおける需要の回復には至っていません。



出典：市観光交流推進室集計値

(3) 宿泊者数の推移

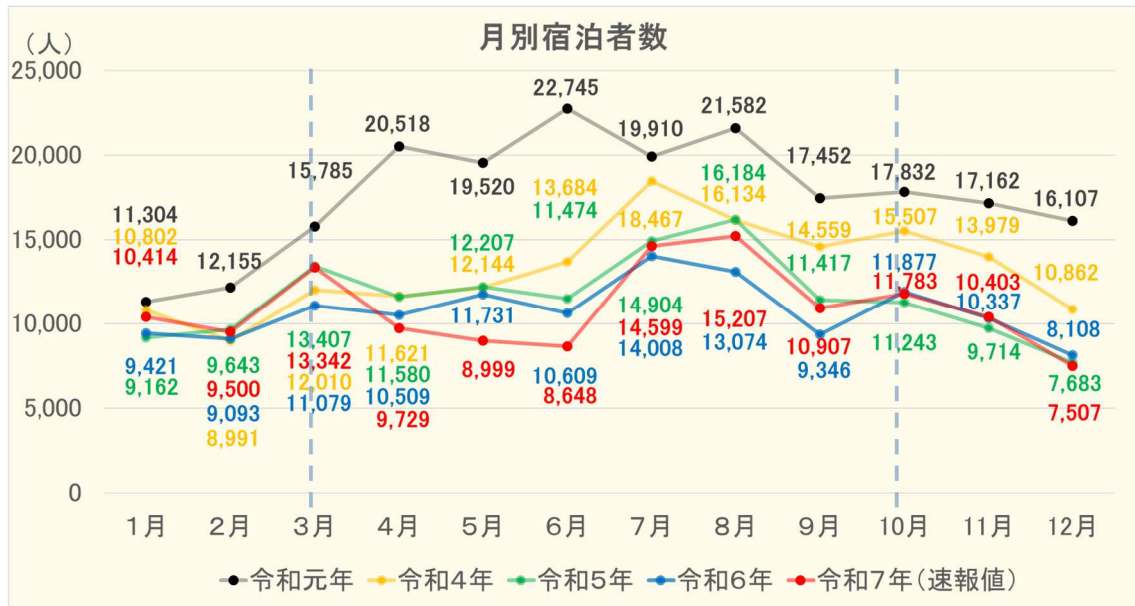
令和元年に 21 万 2,000 人だった宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和 2 年には 13 万 1,000 人へと大幅に減少しました。その後、観光客等を対象に実施した「市宿泊観光回復事業」の効果もあり、令和 4 年には 15 万 9,000 人まで回復しましたが、同事業の終了などにより、令和 5 年からは再び減少に転じています。



出典：大船渡市統計書

(4) 月別宿泊者数の推移（令和元年、令和 4 年～令和 7 年）

当市の宿泊者数は、例年 3 月から 10 月にかけて比較的高い水準で推移し、11 月から翌年 2 月にかけて減少する傾向にあります。令和 4 年 9 月から令和 5 年 1 月にかけては、「市宿泊観光回復事業」の効果により、令和元年から令和 2 年にかけての同時期と比べて 67～95% の水準まで回復しました。令和 6 年は、3 月から 9 月にかけて前年を下回ったものの、10 月以降は高位で推移しました。



出典：市観光交流推進室集計値

(5) 教育旅行客数の推移

令和元年に、三陸鉄道の震災学習列車や津波伝承施設等での学習、スポーツ合宿などを目的に当市を訪れた教育旅行客数は3,976人でしたが、新型コロナウイルス感染症の影響により移動が制限される状況の下、県内・東北地域を中心に当市を旅行先を選ぶ学校が増え、令和3年には9,263人と大幅に増加し、令和4年には過去最多の10,594人となりました。

その後、新型コロナウイルス感染症の5類移行もあり、令和5年は6,468人、令和6年は6,227人とやや減少傾向にあるものの、震災学習等の需要が一定程度あることから、令和2年以前（おおむね3,000～4,000人台）と比べると依然として高い水準を維持しています。

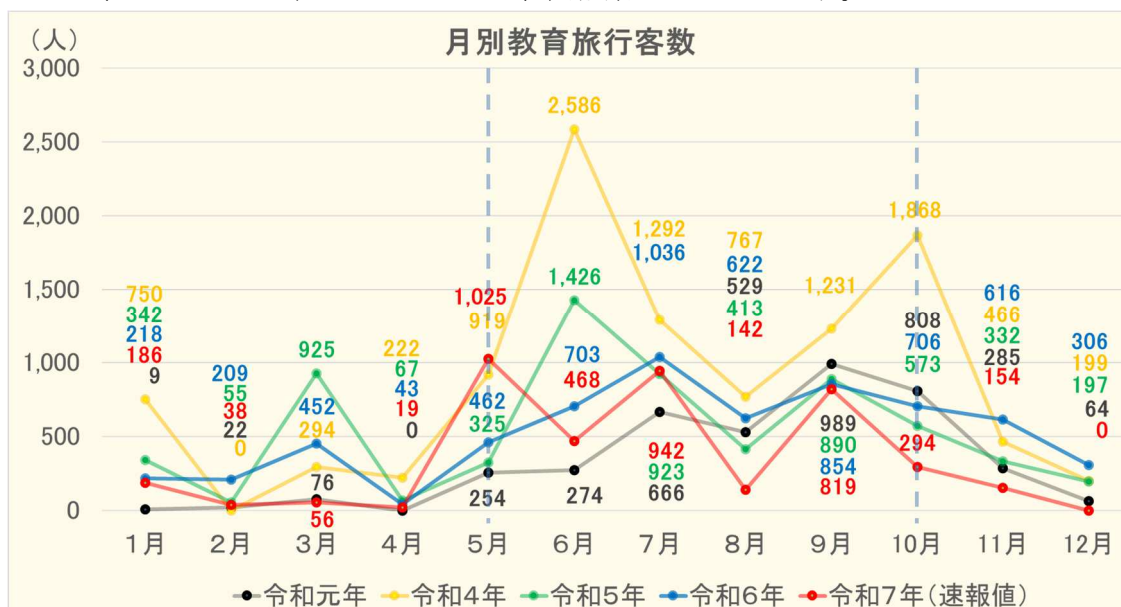


出典：市観光交流推進室集計値

(6) 月別教育旅行客数の推移（令和元年、令和4年～令和7年）

教育旅行客数は、例年5月から10月にかけて多く、小・中学校や高校の修学旅行がこの期間に集中する傾向があります。

一方で、11月から翌年4月にかけては、閑散期となっています。



出典：市観光交流推進室集計値

(7) 外国人観光客数の推移

外国人観光客数は、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」全線開通の効果もあり、令和元年には1,322人となりました。

その後、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年及び令和3年は大幅に減少しましたが、感染症の5類移行後は回復傾向を示し、海外メディアで「みちのく潮風トレイル」が「日本で訪れるべき場所14選」に選ばれたことなどを背景に、令和5年には1,441人、令和6年には過去最多となる2,725人を記録しました。

また、令和5年度に台湾で開催された旅行博へ住田町と共同出展した効果もあり、台湾からの令和6年来訪者は令和5年の483人から約2.6倍の1,274人へと増加しました。

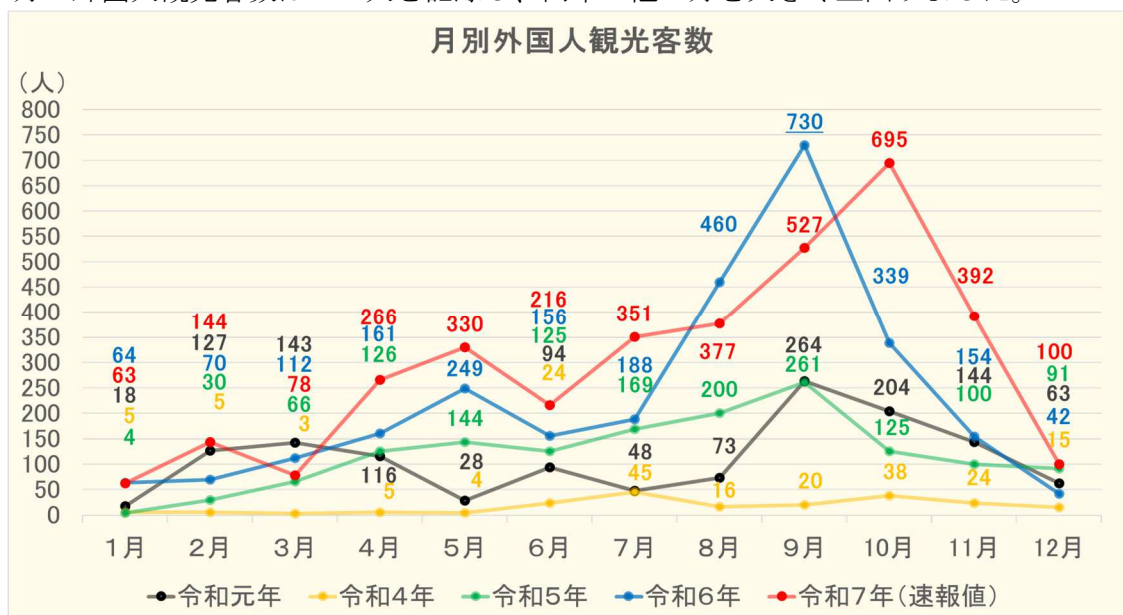
さらに、アメリカやオーストラリアからの来訪も増加傾向にあるほか、アジア諸国やヨーロッパ諸国からの来訪も見られます。



出典：市観光交流推進室集計値

(8) 月別外国人観光客数の推移（令和元年、令和4年～令和7年）

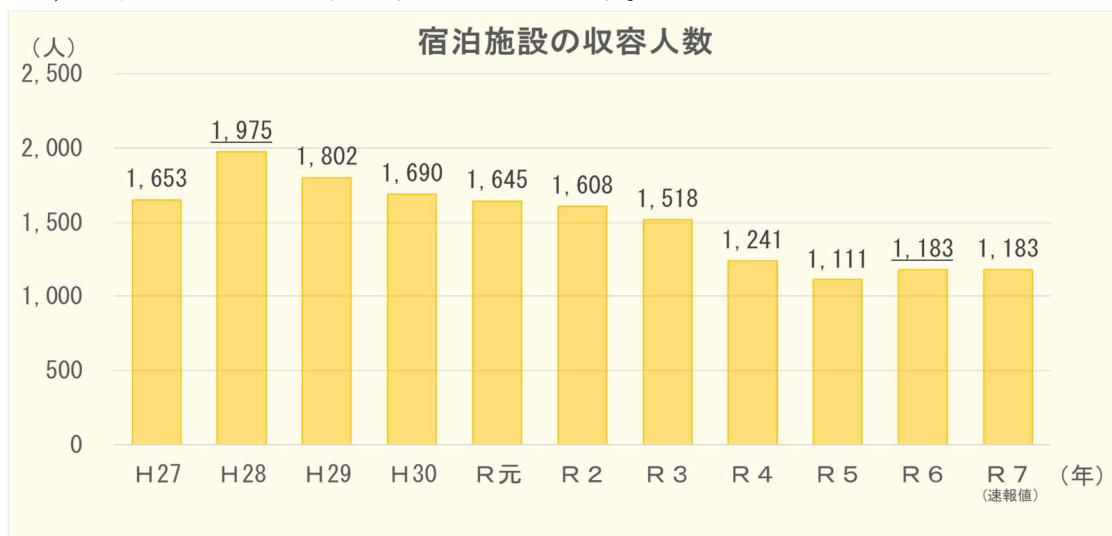
令和5年度に台湾で開催された旅行博に住田町と共同出展した効果もあり、令和6年9月の外国人観光客数は730人を記録し、同年の他の月を大きく上回りました。



出典：市観光交流推進室集計値

(9) 宿泊施設の収容人数の推移

市内宿泊施設の収容人数は、平成 28 年の 1,975 人をピークに減少傾向が続き、令和 6 年は 1,183 人とピーク時の約 60% となっています。



出典：大船渡市統計書

(10) ライダー来訪者数の推移

令和 5 年 8 月にライダーの交流施設「バイクの駅大船渡」が民間事業者により整備され、令和 7 年 4 月には、本市を訪れるライダーを対象とした割引サービス等を行う「おおふなとライダー割」が東北初の取組として開始されました。こうした取組が進められる中、本市を訪れるライダーの数は着実に増加しており、令和 7 年 10 月に予定されていた大規模なミーティングイベント「バイクの駅大船渡ミーティング」が中止となったものの、令和 6 年度比で約 14.9%、477 人増加しました。

単位：人

| 令和 5 年度 (7～11月) | 令和 6 年度 (4～11月) | 令和 7 年度 (4～11月) |
|--------------------|--------------------|--------------------|
| 1,100 | 3,200 | 3,677 |

※「バイクの駅大船渡」提供データ

(11) トレイル来訪者数の推移

令和 6 年 2 月に、「みちのく潮風トレイル」がイギリス・タイムズ紙で「日本で訪れるべき 14 選」として紹介されるなど、欧米を中心に関心が高まる中、本市ならではのトレイルツアーの実施や受入環境の整備等が進められ、日本人・外国人ともに来訪者数が増加しています。

単位：人

| | 令和 5 年度 | 令和 6 年度 | 令和 7 年度 (12月末現在) |
|-----|---------|---------|---------------------|
| 日本人 | 202 | 596 | 399 |
| 外国人 | 50 | 100 | 206 |
| 合計 | 252 | 696 | 605 |

※基石海岸インフォメーションセンター提供データ及び綾里峠簡易カウンターデータ(令和 6 年 4 月～)の合算数値

2 前ビジョンの主な取組実績

※各取組の下段【】には当該取組の主な実施主体を記載

(1) 基本方針1 観光資源の磨き上げと創造

ア 海の幸を中心とする「食」の魅力創造とPR

- ・俵物三品（アワビ、ナマコ、フカヒレ）を活用した料理の提供に加え、文化庁の「100年フード」に認定された「とりの貝がら焼き」を題材とした料理講習会の開催、アワビ料理や加工品を提供する店舗を掲載したマップの作成など、観光関連団体が中心となって地域資源である「アワビ」に焦点を当てた取組を展開しました。

【大船渡商工会議所、(一社)大船渡地域戦略、岩手県立大船渡東高等学校】

- ・まつりの開催に当たり、「ご当地グルメコーナー」や「飲食・物産販売コーナー」を設置するとともに、「大船渡市初さんま・うに・アワビ・帆立・かき・ホヤ・わかめ祭」や「おおふなと産直海鮮まつり」等を開催し、来場者が大船渡の「食」を体験しやすい環境を整えました。

【基石海岸観光まつり実行委員会、大船渡市産業まつり実行委員会、
未来蛸ノ浦実行委員会、おおふなと産直海鮮まつり実行委員会】

- ・飲食の提供と海産物の販売を兼ね備えた店舗が中心市街地及びその周辺エリアに整備されたことにより、新たなにぎわいが生まれ、中心市街地を核とした「食のシンボルスポット」としての機能の充実につながりました。

【岩手県飲食業生活衛生同業組合大船渡支部】

- ・大船渡産の海産物の旬が分かる食材カレンダーをホームページで公開するとともに、市内飲食店の情報をまとめたランチマップを活用した食のキャンペーンを実施し、旬の海産物を味わえる店舗や提供メニューに関する情報を観光客等に発信しました。

【(一社)大船渡市観光物産協会】

- ・さかなグルメフェアの継続開催により、参加店舗や提供メニューが増加し、観光客等が大船渡産の魚介類を味わう機会の拡大につながりました。

【さかなグルメのまち大船渡実行委員会】

イ 多様な地域資源を観光資源に高める取組の推進

- ・「大船渡さんまトレイル」や「おおふなトレイル」など、当市ならではのトレイルツアーの実施やハイキングパスポート用スタンプの設置、海外の旅行博での情報発信等の取組を進めた結果、トレイルを目的とする来訪者の増加につながりました。

【基石海岸集団施設地区運営協議会、(一社)大船渡地域戦略、(株)キャッセン大船渡、
岩手開発産業(株)】

- ・三陸ジオパークのサイトに解説板を設置し、見どころを分かりやすく紹介する取組を進めるとともに、ジオマップの作成やジオツアーを実施し、誘客促進に努めました。

【三陸ジオパークけせん地域協議会、市】

- ・郷土芸能を組み入れた旅行商品が販売されるなど、体験型コンテンツとしての郷土芸能の活用が進められました。

【岩手開発産業(株)】

- ・海水浴場シャワー室や公衆トイレの不具合箇所の修繕、五葉山赤坂峠の駐車場整備等を実施し、観光客が安全で快適に利用できる環境の確保に努めました。

【五葉山自然保護協議会、市】

※達成率=目標年度の直前年度における実績値/目標値×100

| 成果指標 | 単位 | 目標値 | 実績値 | | | | | 達成率 (%) | 達成 区分 |
|------------------------------------|------|-----|-----|----|----|----|------|------------|----------|
| | | R7 | R3 | R4 | R5 | R6 | | | |
| 地域食材の旬のメニュー 提供飲食店数 (グルメフェア等) | ※1 件 | 38 | 19 | 25 | 27 | 26 | 68.4 | C | |
| 地域食材の旬のメニュー 数 (グルメフェア等) | ※1 件 | 38 | 20 | 28 | 29 | 28 | 73.7 | B | |

※1：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（～R5）

○ 総括

- ・海の幸を中心とした食の取組やトレイル、ジオパークなどの地域資源の魅力向上に向けた取組を進めた結果、イベント参加者やトレイル目的の来訪者が増加し、地域資源の認知度向上につながりました。
- ・目標値には達していないものの、グルメフェアにおける地域食材の旬のメニュー提供飲食店数及びメニュー数が増加し、観光客等が大船渡産の魚介類を味わう機会の拡大につながりました。
- ・食や体験に関する取組の魅力が十分に伝わらず、来訪行動や消費拡大につながりにくい状況が見られました。
- ・観光施設の修繕や環境整備は一定程度進んだものの、老朽化への計画的な対応は十分とは言えない状況にあります。



焼きさんま



海鮮丼

(2) 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

ア 体験観光の推進

- ・大船渡ならではの体験、食事、宿泊を組み合わせた市内周遊ツアー「恋する旅行。大船渡」や、朝日をテーマとした「日の出ツアー」、海をテーマとした「恋し浜ピクニッククルーズ」など、多様な地域資源を活用した体験型観光の取組が展開されました。

【(一社)大船渡地域戦略、椿の里・大船渡ガイドの会、いざ大船渡】

- ・市内旅行会社が運営する観光サイトを通じて、市内事業者が提供する体験型コンテンツをオンラインで予約できる仕組みが整備され、体験型コンテンツの提供体制の充実が図られました。

【岩手開発産業(株)】

- ・教育旅行の受入れに当たっては、体験コンテンツ提供事業者と観光関連団体が連携を強化し、体験メニューの円滑な提供と利用促進に努めました。

【(一社)大船渡市観光物産協会、(株)キャッセン大船渡】

イ 復興ツーリズムの促進と教育旅行等の誘致促進

- ・震災学習列車や防災学習プログラム「あの日」、千石船「気仙丸」の視察の受入れ等を通じて、地域の特性を生かした防災学習機会を提供しました。

【千石船「気仙丸」利活用推進協議会、㈱キャッセン大船渡】

- ・(公財)岩手県観光協会が北海道、東京都、大阪府で開催した教育旅行誘致説明会に参加し、各地の旅行会社に対する営業活動を行うなど、教育旅行の受入れに向けた関係構築を進めました。

【(一社)大船渡市観光物産協会】

ウ 各種イベントの連動による「ワンモアステイ」の促進

- ・気仙2市1町の年間行事予定表を作成し、観光関係者間で情報共有やイベント開催日程の調整を行ったことにより、イベントの重複回避や連携の動きが広がりました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会、(一社)大船渡地域戦略、
㈱キャッセン大船渡】

- ・碓氷海岸での日の出鑑賞や海釣りイベントの開催による早朝観光の創出、中心市街地におけるイルミネーションの実施、「朝と夜」をテーマとしたフォトコンテストの開催等により、宿泊を意識した観光コンテンツの充実が図られました。

【(一社)大船渡市観光物産協会、大船渡商工会議所、㈱キャッセン大船渡、
LOVE大船渡プロジェクト実行委員会】

- ・碓氷海岸観光まつりを始め、ケセンロックフェスティバル、三陸・大船渡夏まつり、ウオータースプラッシュ、大船渡市産業まつり、三陸・大船渡つばきまつりなど、四季折々の魅力を伝えるイベントが開催され、中心市街地等におけるにぎわいの創出につながりました。

【碓氷海岸観光まつり実行委員会、ケセンロックフェスティバル実行委員会、
三陸・大船渡夏まつり実行委員会、大船渡市産業まつり実行委員会、
(一社)大船渡青年会議所、つばきまつり実行委員会】

- ・食事や体験等の地域資源を組み合わせたモデルコースの整備を進めるとともに、インバウンド向けの新たなモデルコースを造成し、周遊や滞在を促す取組の充実を図りました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会】

エ 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

- ・イベントに合わせた宿泊プランや、市内飲食店で利用できる食事券付き宿泊プラン、トレイルハイカー向け宿泊プランなど、多様なニーズに対応した宿泊プランを提供しました。

【岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合大船渡支部】

- ・碓氷海岸キャンプ場の営業期間を段階的に拡充するとともに、Web予約サイトを整備し、通年利用を見据えた受入環境の整備を進めた結果、年間利用者数が増加しました。

【碓氷海岸集団施設地区運営協議会】

- ・タクシー事業者との連携により、碓氷海岸を巡る市内周遊プランを始め、高田松原津波復興祈念公園や茶々丸パーク時計台などを組み入れた広域周遊プランを造成し、観光地周遊ツールの充実を図りました。

【(一社)大船渡市観光物産協会】

オ マイクロツーリズムによる県内観光客の誘致促進

- ・市内飲食店等と連携して、地域循環型ポイントサービス「大船渡さんぽ」を活用したキャンペーンを実施し、市内消費や県内からの来訪を促す取組を進めるとともに、消費動向データの収集・分析を行いました。

【(一社)大船渡地域戦略】

- ・「バイクの駅大船渡」が主催するバイクの乗り納めイベント「バイクの駅大船渡ミーティング」に協力し、ライダー同士の交流機会の創出につなげました。

【(一社)大船渡市観光物産協会、(株)キャッセン大船渡】

※達成率=目標年度の直近年度における実績値/目標値×100

| 成果指標 | 単位 | 目標値 | 実績値 | | | | | 達成率 (%) | 達成 区分 |
|---------------------|----|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|------------|----------|
| | | R7 | R3 | R4 | R5 | R6 | | | |
| 年間観光入込客数 (1～12月) | 千人 | ※1 ※2 ※3 | 817 | 484 | 584 | 638 | 651 | 79.7 | B |
| 年間宿泊者数 (1～12月) | 千人 | ※1 ※2 ※3 | 234 | 132 | 159 | 139 | 129 | 55.1 | C |
| 体験プログラム等利用 人数 | 人 | ※1 ※2 ※3 | 19,600 | 18,677 | 24,083 | 29,435 | 30,840 | 157.3 | A |
| 年間教育旅行客数 (1～12月) | 人 | | 5,500 | 9,263 | 10,594 | 6,468 | 6,227 | 113.2 | A |

※1：大船渡市総合計画2021前期基本計画における施策の成果指標

※2：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(～R5)

※3：大船渡市デジタル田園都市国家構想総合戦略施策・プロジェクト検証シートにおける重要業績評価指標(R6)

○ 総括

- ・体験型観光の展開や各種イベントの開催、教育旅行の誘致促進などの取組を進めたことにより、年間観光入込客数は目標値に達していないものの、着実に増加しました。また、体験プログラム等利用人数は目標値を大きく上回りました。
- ・体験メニューや宿泊プランの充実が一定程度進み、滞在を促す観光素材の拡充が図られたものの、年間宿泊者数は令和5年以降、伸び悩む状況が見られました。
- ・冬季における体験コンテンツやイベントが限られていることから、年間を通じた安定的な誘客には至らない状況が見られました。



防災学習プログラム「あの日」



大船渡湾の日の出

(3) 基本方針3 インバウンドと広域観光の推進

ア 対象市場の明確化と市場に応じた誘客の促進

- ・定住自立圏事業で制作したPR動画等を活用した観光プロモーションやセールススクールの実施により、台湾からの観光客が増加し、令和6年の外国人観光客数は過去最多を記録しました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会】

- ・台湾に加え、タイ・韓国を対象としたインバウンドセミナーの開催や、オーストラリア向け教育旅行モニターツアーの実施など、新たな市場を見据えた取組を進めました。

【(一社)大船渡市観光物産協会】

イ 外国人観光客の受入環境の整備

- ・三陸鉄道の盛駅、綾里駅、吉浜駅に多言語による観光案内看板を設置し、外国人旅行者にも対応した案内環境の整備を図りました。

【市】

- ・飲食店のメニュー表や宿泊施設で配布するチラシの英語翻訳を国際交流員が支援し、外国人観光客の受入環境の整備を図りました。

【市】

- ・市観光サイトの多言語化に加え、宿泊施設など市内事業者のホームページにおいても多言語対応が進んだことにより、外国人観光客が情報を取得しやすい環境の整備につながりました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会】

ウ 広域連携によるプロモーションへの積極的参画

- ・定住自立圏事業の一環として、台湾で開催された旅行博に住田町と共同でブース出展するとともに、PR動画等を活用した観光プロモーションやセールススクールを実施し、台湾からの誘客促進につなげました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会】

- ・当市が参画する広域団体の取組や同団体のホームページ、パンフレット、SNS等を活用した情報発信により、当市の魅力を広く発信するとともに、広域連携による周遊の促進を図りました。

【市】

- ・市内事業者が提供する防災学習プログラムと東日本大震災津波伝承館を同一行程で利用する場合に料金を一定額割引する仕組みを導入し、近隣自治体からの来訪に対応した受入環境の整備を進めました。

【(株)キャッセン大船渡】

エ クルーズ船の誘致と域内消費につなげる取組の推進

- ・中心市街地とふ頭が近接する当市の港湾の特長を生かし、クルーズ船の寄港誘致に向けた情報提供を行うとともに、関係事業者へのセールス活動を実施しました。

【市、大船渡港振興協会】

- ・クルーズ船のオプションツアーとして、碁石海岸、かもめテラス、大船渡温泉への立寄りに加え、市内水産加工場の見学やホヤむき体験、炭火焼さんまの振る舞いなどを組み入れた体験型ツアーが催行され、観光消費の創出につながりました。

【市、大船渡港振興協会】

オ 広域でのDMOの取組の研究

- ・(一社)大船渡地域戦略は、観光庁が推進する観光地域づくり法人(DMO)登録制度において、令和5年9月に候補DMO、令和6年9月に地域DMOとして登録されました。これを契機として、観光地域づくりの一翼を担う団体として本格的な活動が開始され、地域の観光推進体制の充実が図られました。さらに、令和5年10月には、行政、観光関連団体、観光関連事業者が連携し、観光産業の創出や地域経済の活性化を目的とする大船渡観光推進協議会が設立されました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会、(一社)大船渡地域戦略、大船渡商工会議所(株)キャッセン大船渡、岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合大船渡支部、岩手県飲食業生活衛生同業組合大船渡支部、大船渡観光バス事業協同組合】

※達成率=目標年度の直前年度における実績値/目標値×100

| 成果指標 | 単位 | 目標値 | 実績値 | | | | | 達成率 (%) | 達成 区分 |
|--------------------------|---------------------|-------|-----|-----|-------|-------|-------|------------|----------|
| | | R7 | R3 | R4 | R5 | R6 | | | |
| 外国人観光客数 (1~12月) | ※1 ※2 ※3 人 | 1,460 | 112 | 204 | 1,441 | 2,725 | 186.6 | A | |
| 造成された広域観光 ルート数(実績値累計) | ※1 ルート | 17 | 15 | 15 | 20 | 20 | 117.6 | A | |

※1：大船渡市総合計画2021前期基本計画における施策の成果指標

※2：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(～R5)

※3：大船渡市デジタル田園都市国家構想総合戦略施策・プロジェクト検証シートにおける重要業績評価指標(R6)

○ 総括

- ・定住自立圏事業により、台湾市場へのプロモーション等を展開した結果、令和6年の外国人観光客数は過去最多を記録するとともに、広域観光ルート数についても目標値を上回りました。
- ・案内表示等の多言語化による受入環境の整備や広域周遊に向けた取組は途上段階にあり、インバウンド消費や周遊促進による効果は十分とは言えない状況が見られました。
- ・(一社)大船渡地域戦略が地域DMOに登録されるとともに、新たに大船渡観光推進協議会が設立され、官民一体となった観光推進体制が強化されました。



台湾での観光プロモーション



客船の入港

(4) 基本方針4 観光宣伝の充実と特産品のPR

ア 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

- ・アマチュアライターの視点を生かした取組として、「まちおしAWARD a t 大船渡」を実施し、多様な切り口による情報発信が行われました。

【櫛キャッセン大船渡】

- ・国際交流員や観光関連事業者等がSNSを活用して外国語による観光情報を発信するとともに、市ホームページの多言語検索への対応や英語による動画の配信など、外国人観光客向けの情報提供体制の充実を図りました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会、いざ大船渡】

- ・ホームページやSNS、市内外の観光施設等へのリーフレットの配架、観光PRポスターの掲示など、複数の媒体を活用した情報発信により、旅行計画や現地での行動に必要な情報の提供に努めました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会、(一社)大船渡地域戦略、大船渡商工会議所】

- ・(一社)大船渡市観光物産協会のホームページを市ホームページの観光サブサイト「おおふなとりっぷ」に統合し、目的とする観光情報にアクセスしやすい環境の整備を図りました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会】

イ 「市民みんなが観光ガイド」の取組

- ・名物ガイド育成講座や千石船「気仙丸つとセミナー」、観光ガイド研修会等を開催し、地域の魅力を発信する人材の育成に取り組みました。

【千石船「気仙丸」利活用推進協議会、(一社)大船渡市観光物産協会、
椿の里・大船渡ガイドの会】

ウ 鉄道やキャラクターの活用によるキャンペーンの展開

- ・三陸鉄道(株)、東日本旅客鉄道(株)、岩手開発鉄道(株)が連携して実施する鉄道イベントへの運営協力や観光列車・企画列車の運行支援により、鉄道を活用した来訪機会の創出を図りました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会、(一社)大船渡地域戦略】

- ・「三陸・大船渡パーフェクトナイター」や「三陸なう」などのイベントに「おおふなトン」が出演し、当市の認知度向上に向けたPRを行いました。

【市】

- ・「さんま船出船式」や「三陸・大船渡パーフェクトナイター」など、県内外で開催されるイベントに「秋刀魚武士」が出演し、「さかなグルメのまち大船渡」、「水産のまち大船渡」の認知度向上に向けたPRを行いました。

【さかなグルメのまち大船渡実行委員会、市】

- ・「おおふなトン」及び「秋刀魚武士」の両キャラクターを活用し、SNSによる観光情報の発信や関連グッズの販売等を行うことにより、当市の認知度向上を図りました。

【さかなグルメのまち大船渡実行委員会、市】

エ 特産品のPRの推進

- ・県内外で開催される物産展への出展やECサイトへの参入支援、ふるさと納税返礼品の提供等を通じて、特産品の魅力発信と販路拡大を図りました。

【三陸けせん希望ストリート連絡協議会、市、(一社)大船渡市観光物産協会】

- ・銀河連邦構成自治体や友好都市で開催される物産展に出展し、特産品の販路開拓に取り組みとともに、都市間交流を通じた交流人口の拡大を図りました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会】

- ・「基石海岸レストハウス」や「道の駅さんりく」に地元特産品の紹介コーナーを設置し、来訪者に対して特産品の魅力を発信しました。

【市、(一社)大船渡市観光物産協会】

※達成率=目標年度の直前年度における実績値/目標値×100

| 成果指標 | 単位 | 目標値 | 実績値 | | | | | 達成率 (%) | 達成 区分 |
|---|---------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|------------|----------|
| | | R7 | R3 | R4 | R5 | R6 | | | |
| 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) | ※1 ※2 ※3 回 | 220,000 | 249,201 | 311,235 | 305,825 | 299,568 | 136.2 | A | |
| 観光スポット等の掲載 記事数 | ※1 ※2 件 | 200 | 91 | 96 | 77 | 123 | 61.5 | C | |

※1：大船渡市総合計画2021前期基本計画における施策の成果指標

※2：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（～R5）

※3：大船渡市デジタル田園都市国家構想総合戦略施策・プロジェクト検証シートにおける重要業績評価指標（R6）

○ 総括

- ・ホームページやSNSを始め、リーフレット、観光PRポスター、マスコットキャラクターなど各種媒体を活用した情報発信により、年間観光入込客数は目標値に達していないものの、着実に増加しました。
- ・観光情報ホームページアクセス数は目標値を上回ったものの、閲覧者が必要な情報にたどり着きやすい環境を整備するため、観光情報ホームページの統合を図りました。
- ・情報の更新や市ホームページと事業者ホームページ等とのリンク連携が十分でないため、来訪行動や消費喚起につながりにくい状況が見られました。
- ・特産品の販路開拓は一定程度進んだものの、継続的な売上げの拡大や新たな市場の開拓に向けては、より一層の支援が求められる状況が見られました。



おおふなトンと秋刀魚武士



大宮駅での物産展

3 課題

(1) 海の幸を中心とする「食」の魅力の誘客への活用

観光客を対象としたアンケート結果からは、本市への来訪目的として、海の幸を中心とする「食」への関心が高い傾向が見られます。旬の食材を生かした消費機会の創出や「食」を切り口とした取組が進められているものの、これらの取組に関する情報発信が十分でないことから、来訪行動や消費拡大につながりにくい状況にあります。このため、グルメイベントの充実に加え、情報発信力の強化を図る必要があります。

(2) 観光客の滞在時間の延長

イベントの同時開催や体験コンテンツを組み合わせた周遊提案など、観光客の滞在時間を延ばし市内での消費機会の拡大を図る取組が行われている一方、観光資源の魅力や周遊ルートが十分に認識されていないことから、滞在時間の延長につながらず、日帰り観光にとどまりやすい状況にあります。このため、これまでの取組を充実させるとともに、観光ガイドによる分かりやすい案内を通じて、滞在時間の延長や宿泊につなげる取組を強化する必要があります。

(3) 効果的な観光情報の発信

来訪動機の醸成や来訪者の周遊促進を目的として、ホームページやSNS等の各種媒体を通じた情報発信が行われているものの、情報の更新や市と事業者のホームページ間のリンク連携が十分でないなど、観光客が必要な情報にたどり着きにくい状況にあります。このため、観光客のニーズに応じた情報を的確に提供できる環境の整備を進める必要があります。

(4) 年間を通じた安定的な誘客

まつりを始めとする各種イベントの開催や体験メニューの提供など、年間を通じた誘客に向けた取組が行われているものの、冬季はイベントや体験メニューが限られている状況にあります。このため、既存イベントの魅力向上や冬季に楽しめる体験メニューの造成、食を切り口とした冬季キャンペーンの展開など、閑散期の誘客につながる取組を強化する必要があります。

(5) 広域連携による観光地の魅力向上

三陸沿岸道路等の全線開通により広域周遊が容易になる中、近隣自治体との連携による広域観光ルートの形成や情報発信が行われている一方、各自治体の観光コンテンツを組み合わせた地域全体の魅力を十分に発信できていない状況にあります。このため、近隣自治体との連携を一層深め、観光地としての魅力向上につながる取組を進める必要があります。

(6) 観光施設の適正な維持管理

観光客が安全で快適に利用できる観光施設の利用環境の確保に向けて、不具合箇所の修繕等が行われているものの、老朽化や損傷により、機能が十分に発揮されていない施設も見られます。このため、計画的な維持管理を進め、観光施設の機能を維持する必要があります。

(7) 特産品の販路拡大

市内事業者による商品開発を始め、物産展への出展やふるさと納税返礼品の提供等を通じて、特産品の販路拡大に向けた取組が進められています。一方で、これらの取組が継続的な売上げの拡大や新規市場の開拓、特産品を通じた当市の認知度向上に十分に結び付いていない状況も見られることから、消費者ニーズを的確に捉えた商品開発や販路開拓につながる取組を一層充実させていく必要があります。

(8) 観光推進体制における役割の明確化

観光振興を推進する体制は構築されているものの、地域DMOの登録により新たな推進主体が加わったことにより、各主体の役割分担や連携の在り方が必ずしも明確になっていない状況が見られます。このため、観光推進体制における各主体の役割を整理するとともに、連携体制の一層の充実を図る必要があります。

第3章 第3次大船渡市観光ビジョンの基本方針と具体的施策

1 基本方針

前ビジョンの取組実績から見えてきた課題を踏まえるとともに、持続可能で計画的かつ実効性のある観光地域づくりを推進するため、以下の四つの基本方針の下、具体的な取組を進めていきます。

基本方針1：観光で稼ぐ地域づくりの推進

当市が有する食、自然、歴史、文化、港などの観光資源を生かし、多様な旅行者の来訪を通じて地域消費の拡大につなげ、観光で稼ぎ、観光で潤う地域づくりを推進します。

基本方針2：効果的な観光情報の発信

官民連携による情報発信態勢を強化し、観光情報を取得しやすい環境の整備を進めるとともに、多様な情報発信媒体を活用し、旅行者の来訪につながる効果的な観光情報の発信に取り組みます。

基本方針3：観光資源の魅力向上と受入体制の強化

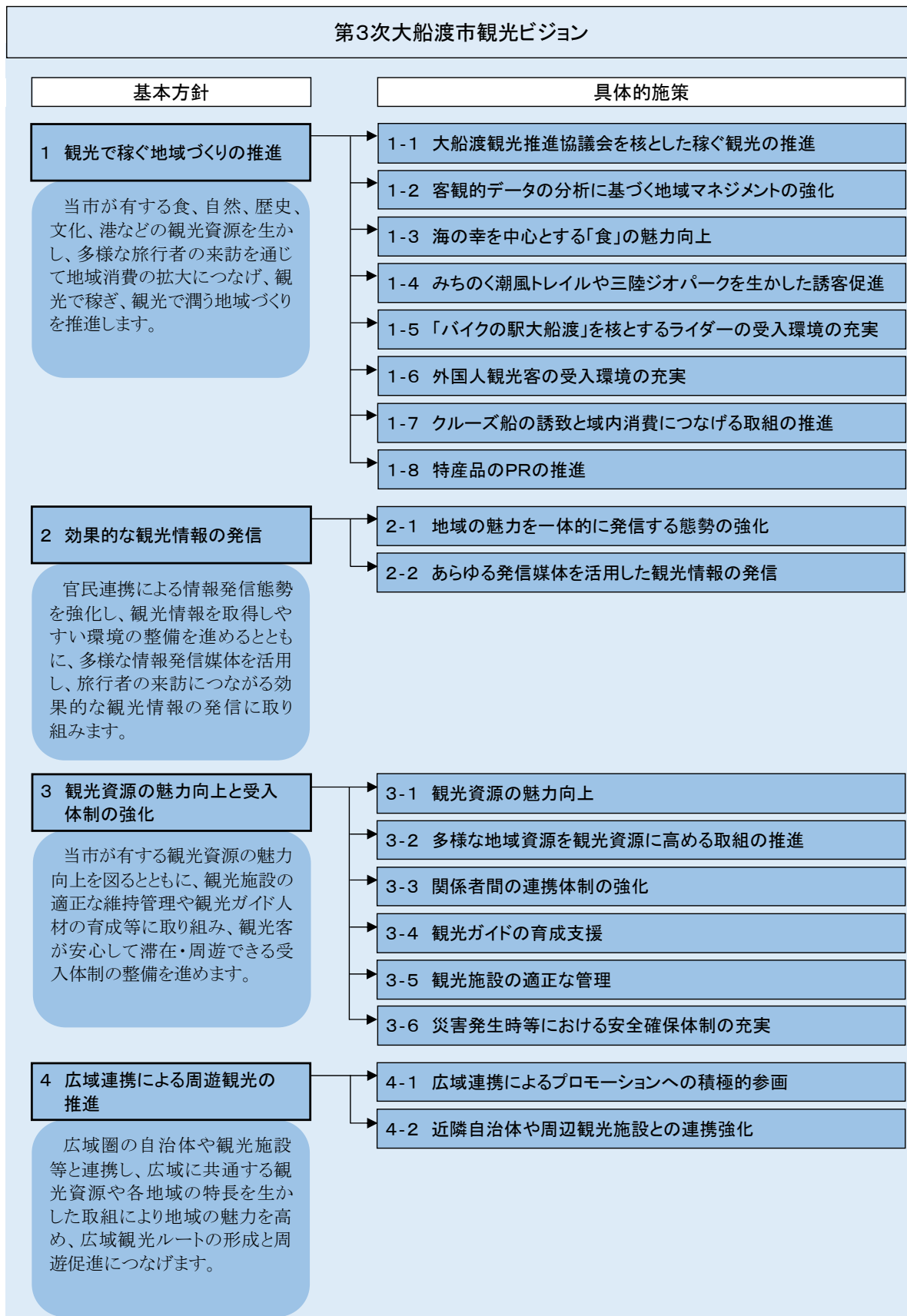
当市が有する観光資源の魅力向上を図るとともに、観光施設の適正な維持管理や観光ガイド人材の育成等に取り組み、観光客が安心して滞在・周遊できる受入体制の整備を進めます。

基本方針4：広域連携による周遊観光の推進

広域圏の自治体や観光施設等と連携し、広域に共通する観光資源や各地域の特長を生かした取組により地域の魅力を高め、広域観光ルートの形成と周遊促進につなげます。

2 施策の体系

第3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。



3 具体的施策

基本方針1 観光で稼ぐ地域づくりの推進

当市が有する食、自然、歴史、文化、港などの観光資源を生かし、多様な旅行者の来訪を通じて地域消費の拡大につなげ、観光で稼ぎ、観光で潤う地域づくりを推進します。

1-1 大船渡観光推進協議会を核とした稼ぐ観光の推進

多様な観光関係者で構成される大船渡観光推進協議会を推進主体として、観光を通じた新たな収益機会の創出や観光消費の拡大を図るため、誘客促進や旅行商品の造成、人材育成に取り組みます。

(1) 取組内容

ア 新たな稼ぐ取組の推進

- ・地域資源や既存の観光コンテンツを生かし、観光関連事業者の連携による新たな取組の創出を促進することにより、観光を通じた収益機会の拡大を図ります。

イ 付加価値の高い旅行商品等の造成

- ・当市ならではの体験やストーリー性を重視した付加価値の高い旅行商品等の造成を進めるとともに、滞在型・体験型観光の推進により、観光消費額の向上を図ります。

ウ 閑散期の需要を喚起する旅行商品の造成

- ・季節による来訪の偏りを踏まえ、閑散期の誘客を目的とした旅行商品の造成を進め、年間を通じた安定的な観光需要の確保を図ります。

エ 消費傾向の高い客層への対応

- ・滞在日数や消費額の増加が期待できる客層を意識した情報発信や商品造成を行うとともに、ターゲットに応じた受入環境の整備を進め、観光消費の拡大につなげます。

オ 観光地づくりを担う人材の育成

- ・観光地づくりを担う人材の育成に向け、観光関係者を対象とした研修や情報共有の機会を設け、人材の裾野の拡大と資質向上を図ります。

1-2 客観的データの分析に基づく地域マネジメントの強化

市観光統計やアンケートなどの客観的データを収集・分析し、その結果を施策に反映することにより、効果的で持続可能な観光地域づくりを推進します。

(1) 取組内容

ア データ分析体制の強化と分析結果の共有

- ・客観的データに基づく地域マネジメントを推進するため、当市で把握する観光統計データ等を分析する体制を強化するとともに、その分析結果を観光関係者間で共有する仕組みを整備します。

イ 分析結果に基づく効果的なプロモーションの実施

- ・旅行者ニーズや属性など、分析により得られた情報を生かし、ターゲット層を意識した戦略的かつ効果的なプロモーションを展開します。

1-3 海の幸を中心とする「食」の魅力向上

観光客に人気が高い「海の幸」を中心とする「食」を重要な観光資源と位置付け、その魅力向上を図る取組を推進します。

(1) 取組内容

ア 四季折々の海産物を中心とした食の魅力の発信

- ・地元で水揚げされる海産物の中から、季節ごとに重点的にPRする食材を明確にし、旬の食材を生かしたメニューや郷土料理の提供を通じて、食の魅力を市内外に発信します。

イ 「さかなグルメ」を味わう機会の創出

- ・「大船渡碁石海岸観光まつり」や「大船渡市初さんま・うに・アワビ・帆立・かき・ホヤ・わかめ祭」など、海産物を活用したグルメイベントの充実を図るとともに、飲食店と連携した食のキャンペーンの開催などにより、旬の海産物を味わう機会の創出を図ります。

ウ 食のシンボルスポットの発信

- ・大船渡駅周辺の飲食店集積エリアを地域の食を提供する拠点として位置付け、食のシンボルスポットとしての認知度向上に向けた情報発信に取り組みます。



大船渡碁石海岸観光まつり



大船渡市産業まつり

1-4 みちのく潮風トレイルや三陸ジオパークを生かした誘客促進

みちのく潮風トレイルや三陸ジオパークを生かした自然体験や学習機会の提供を通じて、当市ならではの魅力を発信し、滞在型観光の促進を図ります。

(1) 取組内容

ア トレイルルートの安全な利用環境の確保

- ・沿線自治体で構成される「みちのく潮風トレイル関係自治体協議会」の取組を通じて、ルート整備や案内表示の充実など、トレイルルートの利用環境の整備を進めるとともに、利用促進を図ります。
- ・環境省や認定特定非営利活動法人みちのくトレイルクラブ等の関係団体と連携し、草刈りや倒木除去などの維持管理を行い、ハイカーが安全・安心に利用できる環境の確保を図ります。

イ みちのく潮風トレイルを活用した誘客促進

- ・当市ならではの景観や食、地域との交流などを取り入れたウォーキングイベントを実施するとともに、外国人ハイカーを対象としたプロモーションを展開し、滞在型観光の促進と観光消費額の拡大を図ります。

ウ 多言語による情報発信の強化

- ・トレイルマップや案内表示等の多言語化を進めるとともに、外国人の視点による情報発信の充実を図り、外国人ハイカーの利便性向上につなげます。

エ 三陸ジオパークや日本遺産（みちのくGOLD浪漫）を活用した誘客促進

- ・三陸ジオパークのサイトに多言語対応の解説板の設置を進め、地質や歴史的背景、自然景観の価値を分かりやすく紹介します。
- ・関係団体と連携し、日本遺産に認定された碓石海岸や今出山金山跡などを巡るジオツアーを実施するとともに、SNSを活用した情報発信等により、誘客を図ります。

1-5 「バイクの駅大船渡」を核とするライダーの受入環境の充実

ライダーの立ち寄りスポットである「バイクの駅大船渡」を拠点として、受入環境の充実を図るとともに、市内周遊を促進し、市内経済への波及につなげます。

(1) 取組内容

ア 立ち寄りやすい環境の整備

- ・市内観光施設における二輪駐車場の確保や案内看板の設置など、ライダーが安心して立ち寄ることができる環境整備を進めます。

イ 「バイクの駅大船渡」を核とした市内周遊促進

- ・「バイクの駅大船渡」を拠点に、市内観光施設等を巡るモデルルートの造成やスタンプラリーなどのイベント開催を支援し、市内周遊の促進を図ることにより、市内経済への波及につなげます。



みちのく潮風トレイル



バイクの駅大船渡

1-6 外国人観光客の受入環境の充実

外国人観光客が安心して来訪・滞在できる環境の整備を進め、再訪につながる受入体制の充実に取り組みます。

(1) 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

- ・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、当市の重点市場とし、個人旅行者向けのプロモーション機会の拡大や団体旅行を含む旅行商品の造成を促進します。
- ・同ビジョンにおいて重点市場とされている中国、香港、韓国、開拓市場とされている東南アジア、米国、豪州については、県と連携した取組を推進します。
- ・欧米や豪州については、近年、みちのく潮風トレイルを目的とした観光客が増加していることから、旅行会社へのプロモーションや情報発信の充実を図ります。
- ・市場動向の変化に応じた柔軟な対応により、効果的な誘客を図ります。

イ 受入環境の充実

- ・ 宿泊業・飲食業・小売業などの観光関連事業者における無料公衆無線LANやキャッシュレス決済の導入を促進するとともに、案内表示の多言語化を進め、外国人観光客が利用しやすい受入環境の充実を図ります。

ウ 受入体制の充実

- ・ 観光関連事業者等を対象にインバウンドに関するセミナーを開催するとともに、個別課題に応じた専門家による助言・指導の機会を提供し、受入体制の充実を図ります。

1-7 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の誘致を進めるとともに、乗船客等による域内消費につなげる取組を推進し、市内経済への波及を図ります。

(1) 取組内容

ア 魅力的な客船オプションツアーの造成

- ・ 乗船客が魅力を感じる観光コンテンツやモデルコースを船会社に提案し、気仙圏域の周遊促進を図るとともに、経済効果の域内への波及につなげます。

イ クルーズ船誘致活動の強化

- ・ 港の静穏性や中心市街地への近接性など、大船渡港の特長をPRし、岩手県や関係団体と連携しながら、国内外のクルーズ船の誘致活動を進めます。

ウ 歓迎機運の醸成

- ・ キャッセン大船渡や市内観光施設等にポスターを掲示するなど、地域ぐるみでクルーズ船の寄港を歓迎する機運の醸成を図ります。

1-8 特産品のPRの推進

当市の特産品のPRを進め、認知度の向上を図るとともに、銀河連邦構成自治体や友好都市との交流を生かし、販路の拡大や交流人口の増加につなげます。

(1) 取組内容

ア 市内外での特産品のPR強化

- ・ 市外で開催される物産展への出展や商談会への参加支援を通じて特産品の魅力を発信し、認知度の向上と来訪の促進を図ります。
- ・ 「基石海岸レストハウス」や「道の駅さんりく」における特産品紹介コーナーの充実を図り、来訪者への特産品のPRを進めます。
- ・ ふるさと納税の返礼品の拡充を通じて、特産品の認知度向上と魅力の発信に取り組みます。

イ 都市間交流を活用した特産品のPR

- ・ 銀河連邦構成自治体や友好都市における物産展を通じて当市の特産品を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

| 成果指標 | 単位 | 実績値 | | 目標値 | |
|----------------------------------|----------|-----|---------|---------|-----------|
| | | R5 | R6 | R12 | |
| 観光入込客数（1～12月） | ※1 ※2 | 人 | 637,776 | 650,953 | 840,000 |
| 宿泊者数（1～12月） | ※1 ※2 | 人 | 138,618 | 129,192 | 137,000 |
| 上記「宿泊者数」のうち外国人観光客 宿泊者数（1～12月） | ※1 | 人 | 682 | 778 | 1,300 |
| ふるさと大船渡応援寄附額 | | 千円 | 496,944 | 784,408 | 1,000,000 |
| アプリ「大船渡さんぽ」利用額 （市内在住者を除く） | | 千円 | 10,731 | 37,665 | 153,000 |
| 食のキャンペーン参加者数 | | 人 | 55 | 317 | 1,000 |

※1：大船渡市総合計画2021後期基本計画における施策の成果指標

※2：大船渡市デジタル田園都市国家構想総合戦略施策・プロジェクト検証シートにおける重要業績評価指標

○ 主な取組と推進体制

| 施策項目 | 推進体制 | | | | | |
|--|------|--------|---------|-------|---------|----|
| | 市 | 観光物産協会 | 大船渡地域戦略 | 商工会議所 | 観光関連事業者 | 市民 |
| 基本方針1 観光で稼ぐ地域づくりの推進 | | | | | | |
| 1-1 大船渡観光推進協議会を核とした稼ぐ観光の推進 | | | | | | |
| ア 新たな稼ぐ取組の推進 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| イ 付加価値の高い旅行商品等の造成 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| ウ 閑散期の需要を喚起する旅行商品の造成 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| エ 消費傾向の高い客層への対応 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| オ 観光地づくりを担う人材の育成 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| 1-2 客観的データの分析に基づく地域マネジメントの強化 | | | | | | |
| ア データ分析体制の強化と分析結果の共有 | ◎ | ◎ | ◎ | ● | ○ | |
| イ 分析結果に基づく効果的なプロモーションの実施 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| 1-3 海の幸を中心とする「食」の魅力向上 | | | | | | |
| ア 四季折々の海産物を中心とした食の魅力の発信 | ● | ◎ | ● | ● | ◎ | |
| イ 「さかなグルメ」を味わう機会の創出 | ● | ◎ | ● | ● | ◎ | |
| ウ 食のシンボルスポットの発信 | ● | ◎ | ● | ● | ◎ | ○ |
| 1-4 みちのく潮風トレイルや三陸ジオパークを生かした誘客促進 | | | | | | |
| ア トレイルルートの安全な利用環境の確保 | ◎ | ◎ | ◎ | ○ | ○ | ○ |
| イ みちのく潮風トレイルを活用した誘客促進 | ● | ◎ | ◎ | ○ | ◎ | ○ |
| ウ 多言語による情報発信の強化 | ◎ | ◎ | ◎ | ○ | ◎ | |
| エ 三陸ジオパークや日本遺産（みちのくGOLD浪漫）を活用した誘客促進 | ◎ | ◎ | ○ | ○ | ◎ | ○ |
| 1-5 「バイクの駅大船渡」を核とするライダーの受入環境の充実 | | | | | | |
| ア 立ち寄りやすい環境の整備 | ◎ | ○ | ○ | ○ | ◎ | ○ |
| イ 「バイクの駅大船渡」を核とした市内周遊促進 | ● | ● | ○ | ○ | ◎ | ○ |
| 1-6 外国人観光客の受入環境の充実 | | | | | | |
| 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 | ● | ◎ | ◎ | ○ | ○ | |
| イ 受入環境の充実 | ◎ | ● | ● | ● | ◎ | |
| ウ 受入体制の充実 | ● | ◎ | ◎ | ● | ◎ | ○ |
| 1-7 クルーズ船の誘致と域内消費につなげる取組の推進 | | | | | | |
| ア 魅力的な客船オプションツアーの造成 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| イ クルーズ船誘致活動の強化 | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | |
| ウ 歓迎機運の醸成 | ◎ | ◎ | ○ | ○ | ◎ | ◎ |
| 1-8 特産品のPRの推進 | | | | | | |
| ア 市内外での特産品のPR強化 | ● | ◎ | ○ | ◎ | ◎ | |
| イ 都市間交流を活用した特産品のPR | ◎ | ◎ | ○ | ○ | ◎ | |

主体区分：◎主体的、●支援、○参加・協力

基本方針 2 効果的な観光情報の発信

官民連携による情報発信態勢を強化し、観光情報を取得しやすい環境の整備を進めるとともに、多様な情報発信媒体を活用し、旅行者の来訪につながる効果的な観光情報の発信に取り組みます。

2-1 地域の魅力を一体的に発信する態勢の強化

市、観光関連団体、観光関連事業者が連携し、市観光サイト「おおふなとりっぷ」を核として観光資源やイベント情報の集約を進め、情報発信力の強化を図ります。

(1) 取組内容

ア 市観光サイトにおけるイベント情報の発信強化

- ・市内で開催されるイベント情報を市観光サイトに集約し、一元的に閲覧できる環境の整備を進めます。

イ 官民連携による情報発信体制の強化

- ・市、観光関連団体、観光関連事業者が連携し、ホームページやSNSを活用してイベント等の観光情報を一体的に発信するとともに、関係者間で情報を相互に拡散する体制を整備します。

ウ 市観光サイトと事業者サイトとの連携強化

- ・市観光サイトと宿泊施設、飲食店、体験提供事業者等のサイトとの連携を強化し、市観光サイト上で営業状況を確認できる仕組みを整備するなど、即時性の高い情報の発信に取り組みます。



市観光サイト「おおふなとりっぷ」

2-2 あらゆる発信媒体を活用した観光情報の発信

旅行者が旅行の計画段階から必要な観光情報を取得できるよう、多様な発信媒体を活用し、効果的な観光情報の発信に取り組みます。

(1) 取組内容

ア ターゲットに応じた効果的な観光PRの推進

- ・ターゲットを明確にし、その特性に応じた媒体やコンテンツを選定することにより、効果的な観光情報の発信につなげます。

イ 外国人が魅力を感じる観光情報の発信

- ・国際交流員によるSNSを活用した外国語での観光情報の発信や、定住自立圏事業で制作した動画の配信等により、外国人観光客への情報発信の強化を図ります。

ウ メディアを活用した情報発信

- ・映画やテレビの撮影に積極的に協力し、映像を通じて市の魅力を広く発信します。

エ キャラクターを活用した観光PRの展開

- ・「おおふなトン」や「秋刀魚武士」を活用し、イベントへの出演やSNSでの情報発信を通じて、市の認知度向上を図るとともに、市の魅力を発信します。

○ 成果指標

| 成果指標 | 単位 | 実績値 | | 目標値 |
|--------------------------------|---------------------|---------|---------|---------|
| | | R5 | R6 | R12 |
| 観光情報ホームページアクセス数 (市、大船渡ポータル) | ※1 ※2 ※3 回 | 305,825 | 299,568 | 318,000 |
| 観光情報SNS投稿数 | 回 | 171 | 282 | 365 |
| 観光情報SNS閲覧数 | 回 | 175,779 | 354,735 | 460,000 |

※1：大船渡市総合計画2021後期基本計画における施策の成果指標

※2：大船渡市デジタル田園都市国家構想総合戦略施策・プロジェクト検証シートにおける重要業績評価指標

※3：実績値は、市、観光物産協会、大船渡ポータルの合計

○ 主な取組と推進体制

| 施策項目 | 推進体制 | | | | | |
|---------------------------------|------|--------|---------|-------|---------|----|
| | 市 | 観光物産協会 | 大船渡地域戦略 | 商工会議所 | 観光関連事業者 | 市民 |
| 基本方針2 効果的な観光情報の発信 | | | | | | |
| 2-1 地域の魅力を一体的に発信する態勢の強化 | | | | | | |
| ア 市観光サイトにおけるイベント情報の発信強化 | ◎ | ◎ | ◎ | ○ | ○ | |
| イ 官民連携による情報発信体制の強化 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| ウ 市観光サイトと事業者サイトとの連携強化 | ◎ | ◎ | ◎ | ○ | ◎ | |
| 2-2 あらゆる発信媒体を活用した観光情報の発信 | | | | | | |
| ア ターゲットに応じた効果的な観光PRの推進 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ○ |
| イ 外国人が魅力を感じる観光情報の発信 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| ウ メディアを活用した情報発信 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ○ |
| エ キャラクターを活用した観光PRの展開 | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

主体区分：◎主体的、●支援、○参加・協力

基本方針 3 観光資源の魅力向上と受入体制の強化

当市が有する観光資源の魅力向上を図るとともに、観光施設の適正な維持管理や観光ガイド人材の育成等に取り組み、観光客が安心して滞在・周遊できる受入体制の整備を進めます。

3-1 観光資源の魅力向上

自然景観や歴史、文化など地域の観光資源の魅力向上を図り、来訪者にとって魅力ある観光地となるよう取組を推進します。

(1) 取組内容

ア 景勝地の景観保全と利用環境の整備

- ・観光関連団体と連携した清掃活動や草刈り等を通じて、三陸復興国立公園及び五葉山県立自然公園の景観保全に努めます。
- ・関係機関と連携し、公園内の転落防止柵等の安全施設の整備を進め、来訪者が安全で快適に自然を体感できる利用環境の確保に努めます。

イ モデルコースの充実

- ・既存のモデルコースに加え、季節性を踏まえたモデルコースの充実に取り組みます。

ウ 観光地までの案内看板の拡充

- ・主要観光ルートや観光スポット周辺に案内看板の整備を進めるとともに、既存の看板を適切に維持管理し、来訪者が安心して目的地へ移動できる環境の整備に取り組みます。
- ・新たに設置する案内看板については、統一デザインを基本としつつ、分かりやすさと自然景観との調和を重視して整備します。



穴通磯



五葉山からの眺望

3-2 多様な地域資源を観光資源に高める取組の推進

自然や文化など地域が有する多様な資源を活用し、観光資源としての魅力や価値の向上を図ります。

(1) 取組内容

ア 観光交流人口の拡大につながる取組への支援

- ・地域団体が行う観光交流人口の拡大に資する取組を支援し、地域主体の観光振興を推進します。
- ・冬季においても積雪が少なく比較的温暖な気候を生かし、スポーツ合宿・大会の誘致を推進します。

イ 郷土芸能の魅力の発信

- ・地域に伝わる郷土芸能を観光イベントやクルーズ船の歓迎セレモニーに取り入れるとともに、メディアやSNS等を通じて国内外へ発信します。

ウ 化石産地としての魅力の発信

- ・日頃市町樋口沢周辺の中里層から日本最古の植物化石が発見されていることを生かし、学術的価値の高い化石産地としての魅力を、展示や情報発信を通じて広く周知し誘客につなげます。

3-3 関係者間の連携体制の強化

多様な主体の参画と分野横断的な取組により、体験コンテンツの活用やイベントの連携を進めるとともに、宿泊につながる取組の充実を図り、滞在型観光を推進します。

(1) 取組内容

ア 関係者の連携による体験メニューの利用促進

- ・宿泊施設等への体験メニュー一覧の配架や、市観光サイトと体験メニュー提供事業者のホームページとの連携強化を通じて、予約しやすい環境を整備し、体験メニューの利用促進を図ります。

イ イベントスケジュールの共有と調整

- ・観光関係者間でイベントスケジュールを共有するとともに、開催時期の調整を図り、年間を通じた安定的な誘客と効果的なイベント運営につなげます。

ウ 宿泊につながる取組の促進

- ・震災学習列車や震災遺構、防災学習プログラム「あの日」、千石船「気仙丸」などを活用した復興ツーリズムを展開するとともに、モデルコースの造成や宿泊と組み合わせた行程の提案により、宿泊につながる取組を推進します。
- ・教育旅行を始め、企業研修やスポーツ大会の開催等を通じて、宿泊を伴う滞在につなげます。

エ 市内周遊環境の充実

- ・観光客が市内を円滑に周遊できるよう、観光二次交通の確保に向け、庁内関係課と連携しながら検討を進めます。

3-4 観光ガイドの育成支援

研修やセミナーの開催を通じて、観光ガイドのスキルアップと次世代を担う人材の育成に取り組み、持続的なガイド人材の確保につなげます。

(1) 取組内容

ア 観光ガイド人材の育成支援体制の強化

- ・観光関連団体と連携し、観光ガイドに必要な知識・技能を習得できる研修やセミナーを開催し、スキルアップにつながる機会を提供します。
- ・若年層を始めとする新たな担い手の参加を促す仕組みを整備し、次世代を担うガイド人材の育成・確保につなげます。



三陸鉄道



千石船「気仙丸」

3-5 観光施設の適正な管理

観光施設の計画的な改修や維持管理に努め、観光客が安心して快適に利用できる受入環境の確保を図ります。

(1) 取組内容

ア 観光施設の計画的な整備・維持管理の推進

- ・海水浴場シャワー室や公衆トイレ等の市管理観光施設については、大船渡市公共施設等個別施設計画に基づき、計画的な改修等を進め、来訪者が安心して利用できる環境の確保に取り組みます。
- ・碁石海岸や五葉山等の観光地について、適切な維持管理を通じて、景観の保全と観光客等の利便性の向上を図ります。

3-6 災害発生時等における安全確保体制の充実

災害が発生した場合又は発生するおそれがある場合における観光客等の安全確保に向け、これまでの観光関連事業者の取組に加え、大船渡市津波避難計画に基づき、適切な避難誘導に係る観光関係者間での情報共有や関連施設の整備等を進めることにより、安全確保体制の充実を図ります。

(1) 取組内容

ア 避難計画等の共有

- ・各種災害に備え、観光ビジョン推進委員会等を通じて、観光施設や宿泊施設等における避難計画や情報伝達マニュアルの共有を図ります。

イ 避難誘導標識等の設置

- ・地理に不慣れで津波に関する知識が十分ではない観光客等に対して、庁内関係課と連携を図りながら、観光施設等において緊急避難場所等を示した案内看板等の設置を進めます。

○ 成果指標

| 成果指標 | 単位 | 実績値 | | 目標値 |
|-----------------------|----|--------|--------|--------|
| | | R5 | R6 | R12 |
| 体験プログラム等利用人数 ※1 ※2 | 人 | 29,435 | 30,840 | 36,000 |
| 観光ガイド育成支援回数 | 回 | 5 | 4 | 4 |

※1：大船渡市総合計画2021後期基本計画における施策の成果指標

※2：大船渡市デジタル田園都市国家構想総合戦略施策・プロジェクト検証シートにおける重要業績評価指標

○ 主な取組と推進体制

| 施策項目 | 推進体制 | | | | | |
|----------------------------------|------|--------|---------|-------|---------|----|
| | 市 | 観光物産協会 | 大船渡地域戦略 | 商工会議所 | 観光関連事業者 | 市民 |
| 基本方針3 観光資源の魅力向上と受入体制の強化 | | | | | | |
| 3-1 観光資源の魅力向上 | | | | | | |
| ア 景勝地の景観保全と利用環境の整備 | ◎ | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| イ モデルコースの充実 | ● | ◎ | ◎ | ○ | ◎ | |
| ウ 観光地までの案内看板の拡充 | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | |
| 3-2 多様な地域資源を観光資源に高める取組の推進 | | | | | | |
| ア 観光交流人口の拡大につながる取組への支援 | ◎ | ◎ | ● | ● | ○ | ◎ |
| イ 郷土芸能の魅力の発信 | ◎ | ◎ | ◎ | ● | ○ | ◎ |
| ウ 化石産地としての魅力の発信 | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 3-3 関係者間の連携体制の強化 | | | | | | |
| ア 関係者の連携による体験メニューの利用促進 | ◎ | ◎ | ◎ | ○ | ◎ | |
| イ イベントスケジュールの共有と調整 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| ウ 宿泊につながる取組の促進 | ● | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| エ 市内周遊環境の充実 | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | |
| 3-4 観光ガイドの育成支援 | | | | | | |
| ア 観光ガイド人材の育成支援体制の強化 | ● | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ○ |
| 3-5 観光施設の適正な管理 | | | | | | |
| ア 観光施設の計画的な整備・維持管理の推進 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ○ |
| 3-6 災害発生時等における安全確保体制の充実 | | | | | | |
| ア 避難計画等の共有 | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | |
| イ 避難誘導標識等の設置 | ◎ | ○ | ○ | ○ | ○ | |

主体区分：◎主体的、●支援、○参加・協力

基本方針4 広域連携による周遊観光の推進

広域圏の自治体や観光施設等と連携し、広域に共通する観光資源や各地域の特長を生かした取組により地域の魅力を高め、広域観光ルートの形成と周遊促進につなげます。

4-1 広域連携によるプロモーションへの積極的参画

広域圏の自治体等と連携し、広域に共通する観光資源や各地域の特長を生かしたプロモーションを展開します。

(1) 取組内容

ア 広域連携による観光プロモーションの推進

- ・当市が参画している広域団体のホームページやパンフレットなどを通じて当市の魅力が伝わるよう、写真や動画等の観光素材を広域団体に提供します。
- ・共通する観光資源や各地域の特長を生かした広域観光ルートの形成を進め、誘客の促進を図ります。

4-2 近隣自治体や周辺観光施設との連携強化

近隣自治体や周辺観光施設との連携を強化し、各地域の特長を組み合わせたプロモーションを展開します。

(1) 取組内容

ア 広域観光ルートの充実

- ・気仙2市1町の観光資源の魅力を生かしたモデルルートの充実を図るとともに、旅行会社等への提案を通じて誘客を促進します。

○ 成果指標

| 成果指標 | 単位 | 実績値 | | 目標値 |
|---------------------------|----|-----|----|-----|
| | | R5 | R6 | R12 |
| 広域圏のイベント等を通じて市が紹介された件数 ※2 | 件 | 42 | 43 | 43 |

※2：大船渡市デジタル田園都市国家構想総合戦略施策・プロジェクト検証シートにおける重要業績評価指標

○ 主な取組と推進体制

| 施策項目 | 推進体制 | | | | | |
|----------------------------------|------|--------|---------|-------|---------|----|
| | 市 | 観光物産協会 | 大船渡地域戦略 | 商工会議所 | 観光関連事業者 | 市民 |
| 基本方針4 広域連携による周遊観光の推進 | | | | | | |
| 4-1 広域連携によるプロモーションへの積極的参画 | | | | | | |
| ア 広域連携による観光プロモーションの推進 | ◎ | ◎ | ◎ | ○ | ○ | |
| 4-2 近隣自治体や周辺観光施設との連携強化 | | | | | | |
| ア 広域観光ルートの充実 | ◎ | ◎ | ◎ | ○ | ◎ | |

主体区分：◎主体的、●支援、○参加・協力

第4章 推進体制

1 推進体制の在り方

(1) 官民一体となった推進体制

観光振興の推進に当たっては、市、(一社)大船渡市観光物産協会、(一社)大船渡地域戦略(地域DMO)、大船渡商工会議所、観光関連事業者、市民がそれぞれの役割を担い、相互に連携しながら、官民一体となった推進体制の下で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

本観光ビジョンの推進及び進捗管理に当たっては、官民で構成される「大船渡市観光ビジョン推進委員会」及び「大船渡観光推進協議会」において、各施策の実施状況や効果、成果指標の達成度などを定期的に評価・検証し、その結果を施策の見直しや改善に反映させながら、実効性の高い取組を進めます。

2 推進主体と役割分担

(1) 市の役割

市は、関係部局間で連携を図るとともに、国・県を始め、関係市町村や観光関連団体、観光関連事業者、市民との協働により、各種取組や関係主体間の調整を図り、市総合計画や観光ビジョンに基づく施策を総合的に推進します。また、各主体の活動を支援します。

(2) (一社)大船渡市観光物産協会の役割

(一社)大船渡市観光物産協会は、観光振興を推進する主要な団体として、観光関連事業者や観光関連団体と連携・調整を図りながら、観光振興に関する具体的な事業の実施を担います。また、観光情報の収集・提供やイベント運営など、誘客に向けた取組を積極的に展開します。

(3) (一社)大船渡地域戦略(地域DMO)の役割

(一社)大船渡地域戦略(地域DMO)は、各種データの収集・分析に基づく戦略を策定するとともに、地域における取組が当該戦略に沿って進められるよう、関係主体間の調整を行います。また、地域の魅力の維持・向上につながる仕組みや体制の構築を進めます。

(4) 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、事業者と産業関係機関の調整役として、市や(一社)大船渡市観光物産協会、(一社)大船渡地域戦略(地域DMO)等と連携しながら事業を展開します。

(5) 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、各種団体等)は、観光客のニーズを踏まえ、新たな商品・サービスの造成や質の向上に主体的に取り組めます。また、市や(一社)大船渡市観光物産協会、(一社)大船渡地域戦略(地域DMO)、大船渡商工会議所等と連携しながら事業を展開します。

(6) 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、一人ひとりが観光客との交流を通じて、当市の魅力を伝える役割を担うよう努めます。

大船渡市観光ビジョン推進委員会構成団体

(順不同)

| No. | 団体名 |
|-----|-----------------------------------|
| 1 | 一般社団法人大船渡市観光物産協会 |
| 2 | 一般社団法人大船渡地域戦略 |
| 3 | 大船渡商工会議所 |
| 4 | 岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合大船渡支部 |
| 5 | 岩手県飲食業生活衛生同業組合大船渡支部 |
| 6 | 株式会社キャッセン大船渡 |
| 7 | 椿の里・大船渡ガイドの会 |
| 8 | さかなグルメのまち大船渡実行委員会 |
| 9 | 岩手開発産業株式会社 |
| 10 | LOVE大船渡プロジェクト実行委員会 |
| 11 | いざ大船渡 |
| 12 | 岩手県沿岸広域振興局経営企画部 大船渡地域振興センター 地域振興課 |

大船渡観光推進協議会構成団体

(順不同)

| No. | 団体名 |
|-----|-----------------------|
| 1 | 大船渡市 |
| 2 | 一般社団法人大船渡市観光物産協会 |
| 3 | 一般社団法人大船渡地域戦略 |
| 4 | 大船渡商工会議所 |
| 5 | 岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合大船渡支部 |
| 6 | 岩手県飲食業生活衛生同業組合大船渡支部 |
| 7 | 大船渡観光バス事業協同組合 |
| 8 | 株式会社キャッセン大船渡 |