

第3次大船渡市観光ビジョン〈概要版〉

第1章 第3次大船渡市観光ビジョンの基本的な考え方（P.3～5）

1 策定の趣旨

当市は、三陸の豊かな自然環境や歴史・文化、東日本大震災からの復興を経て培われた多様な地域資源を生かし、官民一体となった推進体制の下、観光による地域活性化に取り組んできました。

一方、少子高齢化や人口減少が深刻化する中、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おり、観光には交流人口の創出や地域経済の活性化、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ています。

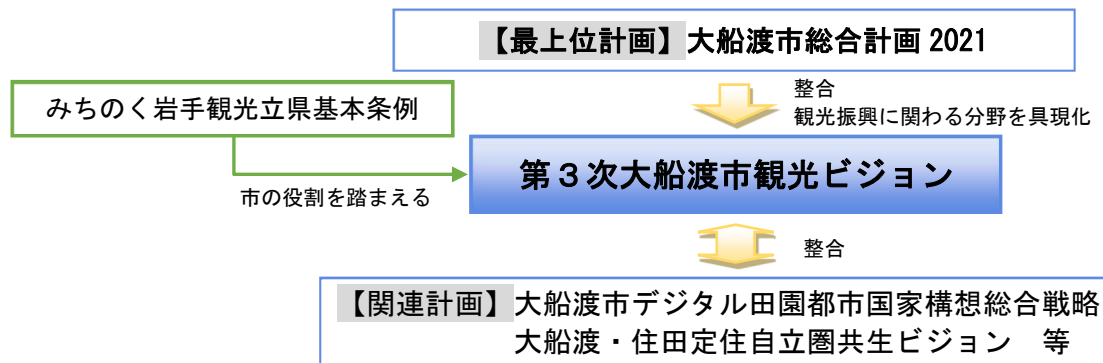
コロナ禍を経て、観光に求められるニーズが一層多様化する中、当市においては、令和6年9月に観光地域づくりの一翼を担う観光地域づくり法人（地域DMO）が誕生するなど、観光振興体制の基盤が整いつつあります。

こうした社会的背景等を踏まえ、本ビジョンは、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、令和8年度から令和12年度までの5年間とします。



第2章 観光の現状と課題（P.6～20）

2 前ビジョンの主な取組実績

基本方針	具体的施策
基本方針1	観光資源の磨き上げと創造
施策1-1	海の幸を中心とする「食」の魅力創造とPR
施策1-2	多様な地域資源を観光資源に高める取組の推進
総括	
<ul style="list-style-type: none">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。	

基本方針	具体的施策
------	-------

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
施策2-1	体験観光の推進
施策2-2	復興ツーリズムの促進と教育旅行等の誘致促進
施策2-3	各種イベントの連動による「ワンモアステイ」の促進
施策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
施策2-5	マイクロツーリズムによる県内観光客の誘致促進

総 括
<ul style="list-style-type: none"> ・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。

基本方針 3	インバウンドと広域観光の推進
施策3-1	対象市場の明確化と市場に応じた誘客の促進
施策3-2	外国人観光客の受入環境の整備
施策3-3	広域連携によるプロモーションへの積極的参画
施策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
施策3-5	広域でのDMOの取組の研究

総 括
<ul style="list-style-type: none"> ・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。

基本方針 4	観光宣伝の充実と特産品のPR
施策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
施策4-2	「市民みんなが観光ガイド」の取組
施策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
施策4-4	特産品のPRの推進

総 括
<ul style="list-style-type: none"> ・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。

3 課題

前ビジョンの取組実績から見えてきた課題を次のとおり整理しました。

課題1：海の幸を中心とする「食」の魅力の誘客への活用	課題5：広域連携による観光地の魅力向上
課題2：観光客の滞在時間の延長	課題6：観光施設の適正な維持管理
課題3：効果的な観光情報の発信	課題7：特産品の販路拡大
課題4：年間を通じた安定的な誘客	課題8：観光推進体制における役割の明確化

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（P. 21～35）

1 基本方針

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、観光で稼ぐ、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

基本方針	具体的施策
基本方針1 観光で稼ぐ地域づくりの推進	
施策1-1	大船渡観光推進協議会を核とした稼ぐ観光の推進
施策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
施策1-3	海の幸を中心とする「食」の魅力向上
施策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
施策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
施策1-6	外国人観光客の受入環境の充実
施策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
施策1-8	特産品のPRの推進
基本方針2 効果的な観光情報の発信	
施策2-1	地域の魅力を一体的に発信する態勢の強化
施策2-2	あらゆる発信媒体を活用した観光情報の発信
基本方針3 観光資源の魅力向上と受入体制の強化	
施策3-1	観光資源の魅力向上
施策3-2	多様な地域資源を観光資源に高める取組の推進
施策3-3	関係者間の連携体制の強化
施策3-4	観光ガイドの育成支援
施策3-5	観光施設の適正な管理
施策3-6	災害発生時等における安全確保体制の充実
基本方針4 広域連携による周遊観光の推進	
施策4-1	広域連携によるプロモーションへの積極的参画
施策4-2	近隣自治体や周辺観光施設との連携強化

3 具体的施策（成果指標）

基本方針	成果指標	単位	実績値		目標値	
			R5	R6	R12	
1	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
2	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
3	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
4	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

※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

第4章 推進体制（P.36）

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。