

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日:令和6年7月19日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社)大船渡地域戦略	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	岩手県大船渡市	
所在地	岩手県大船渡市盛町字町 8-19	
設立時期	2021年9月28日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	5人【常勤2人(正職員0人・出向等2人)、非常勤3人】	
代表者(トップ人材:法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	(氏名) 志田 繕隆 (出身組織名) (株)オークラニッコーホテルマネジメント (株)海楽荘	(株)海楽荘は、温泉宿「大船渡温泉」の経営会社であり、その法人の専務取締役支配人を務めている。当法人は、同氏の呼びかけで実現しており、法人設立以降様々な観光誘客企画や事業者連携企画によって、地域経済の活性化の一翼を担っている。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO:チーフ・マーケティング・オフィサー)	(氏名) 大泉 諭美「専従」 (出身組織名) アローリンクス(株)	直近は、アローリンクス(株)にてWEBプログラマーとして企業等のホームページを構築しながら、アクセス数向上やSEOの分析等を担当。企業向けのSNSセミナーやOAスキルアップセミナー等の講師の経験もあり、office系ソフトの知識も兼ね備えている。また、同社において、大船渡市内の施設・店舗情報やイベントなどを集約したWEBサイト「大船渡ポータル」の管理運営にも携わっており、市内の観光関連情報の他、マーケティングの知識と経験を有している。
財務責任者(CFO:チーフ・ファイナンシャル・オフィサー)	(氏名) 志田 繕隆 (出身組織名) (株)オークラニッコーホテルマネジメント (株)海楽荘	直近は、(株)海楽荘取締役及び大船渡温泉支配人として、運営全般の責任者のみならず、温泉宿を黒字体质の宿として経営の安定化に取り組んだ。オークラニッコーホテルマネジメントには、24年勤務し、主にホテル新規開業業務を担当し、国内外合計で12軒のホテル開業を担当した。最後は、ホテル日航広州(中国)総支配人。
観光コンテンツ開発の責任	(氏名) 中村 純代 (出身組織名)	岩手開発産業(株)において、旅行商品の企画造成及び運営に従事しており、地域旅行商品の企画造成に経験と知識を有する。

者（専門人材）	岩手開発産業（株）	
ポイントサービスシステム責任者（専門人材）	（氏名） 川原 夕輝 (出身組織名) アローリンクス(株)	アローリンクス(株)を創業し、システム開発業務を2010年から行っており、当社のポイントサービス事業を企画立案から管理している。
インバウンド専任者（専門人材）	（氏名） 佐々木 イザベル (出身組織名) いざ大船渡	フランス出身。震災後に大船渡に移住し、漁師業の傍ら、主に三陸旅行外国人を顧客とした旅行ガイド、通訳を行っている。
事務局長	氏名) 中村 純代「専従」 (出身組織名) 岩手開発産業(株)	当法人設立準備段階から事務担当として、地域の様々な事業者及び団体の調整役を担う。 また、補助金事業の事務局として取りまとめを行なっている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・大船渡市商工港湾部観光交流推進室 (観光に係る振興計画、体制整備、施設・環境整備、第2次大船渡市観光ビジョンにおける市内観光関連事業者、団体との連携・合意形成、観光関連情報を活用した各種施策等) ・商工港湾部産業政策室(起業・第二創業支援) ・商工港湾部企業立地港湾課(観光二次交通) ・商工港湾部商工課(商工業者支援) ・協働まちづくり部生涯学習課(文化、スポーツ振興) 	
連携する事業者名及び役割	<p>[市内]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大船渡商工会議所(大船渡地域戦略組織運営支援) ・大船渡市観光物産協会(イベント連携、プロモーション連携) ・大船渡観光バス事業協同組合、三陸鉄道(株)、(株)菅野商店(タクシー事業者) (二次交通活性化事業) ・岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合大船渡支部(宿泊活性化事業) ・岩手県飲食業生活衛生同業組合大船渡支部(飲食活性化事業) ・岩手開発産業(株)(旅行業) ・さいとう製菓(株)(製菓製造・販売) ・鎌田水産(株)(水産業) ・(株)キヤッセン大船渡(まちづくり会社)(大船渡地域戦略組織運営支援、旅行コンテンツ造成、イベント連携) ・その他市内事業者に広く参画を呼びかけている。 	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るために合意形成の仕組み	<p>【該当する登録要件】②</p> <p>観光関係者、宿泊事業者、交通事業者等が中心会員となり組成された(一社)大船渡地域戦略を事務局として、大船渡市及び大船渡商工会議所、大船渡市観光物産協会の各代表を構成員とする大船渡観光推進協議会を2023年10月に設立。協議会は、戦略策定のための原案作成及び多様な関係者の合意形成の場としての役割を担う。申請に先立ち(一社)大船渡地域戦略にて登録 DMO 申請に係る検討が行われ(2024年6月18</p>	

	日)総会にて会員への説明、了承を得た。候補法人登録後、第一回大船渡観光推進協議会を 2023 年 10 月 27 日に開催し、その後年 2 回周期で開催を予定している。第二回大船渡観光推進協議会は 2024 年 7 月 2 日に開催。				
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	<p>地域の魅力を生かした観光地づくりを進めるのに必要不可欠な地域住民の観光地域づくりへの理解、機運醸成を高めるために、過去には下記のような取り組みを行ってきた。</p> <p>＜地域戦略主催事業＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域循環型ポイントアプリ「大船渡さんぽ」事業報告会 2024 年 3 月 28 日 (加盟店、利用者向けに DMO の取り組みと合わせて事業についての説明、報告を行った) <p>＜参画事業＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ・三陸観光フォーラム 2023 パネリストとして登壇 2023 年 11 月 18 日 三陸沿岸道路の全線開通を契機に、沿岸 13 市町村の観光を通じた更なる交流人口、関係人口の拡大を図ることを目的として行われたシンポジウムに観光地域づくりの専門家として参加。 ・大船渡観光バス事業協同組合主催「ガイド養成講座」企画・講師を担当 大船渡の観光の現状並びに観光を中心とした地域づくりについての意識啓発を行った。 2024 年 2 月 24 日 ・三陸観光事業従事者等を対象とした三陸観光プランナー養成講座において、DMO 候補法人として観光地域づくりへの取り組みを紹介した 2024 年 3 月 7 日 				
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <p>当法人はコロナ禍の 2020 年に景気刺激策として、異業種の連携を通して、大船渡のブランドイング力を高め、地域経済を活性化するべく結成された「地域ブランドイング研究会」が母体となっている。宿泊施設の夕食を市内飲食店で利用する「食事券付き宿泊」プラン、GoTo トラベルのクーポンを活用する「市内の逸品お土産付き宿泊プラン」等を販売し、2020 年 8 月から 11 月までに販売額合計 1,500 万円を超過し、異業種連携に効果があることが確認できたことから、その翌年、法人化することを決定し、地域事業者連携によって地域の「かせぐ仕組み作り」、地域に「人が集まる街づくり」のための活動を行うことを活動理念とする「一般社団法人大船渡地域戦略」を設立した。現在、2024 年 7 月 1 日現在、正会員 15 事業者・団体、賛助会員 20 事業者・団体の合計 35 業者団体が加盟、市内事象者の持続化及び持続可能な地域経済社会の実現を目指して活動を行っている。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td>＜観光庁令和 5 年 地域観光新発見事業＞2023 年 5 月に新型コロナウイルス感染症が 5 類移行、アフターコロナ化した来訪者向け(インバウンド含む)に大船渡市内の魅力あるコンテンツを組み合わせた旅行商品「恋する旅行。大船渡」において、IBC 岩手放送テレビ CM 放映「恋する旅行。大船渡」大船渡の PR-CM 放映期間:2023 年 8 月 1 日~31 日 (15 秒*170 本)</td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	＜観光庁令和 5 年 地域観光新発見事業＞2023 年 5 月に新型コロナウイルス感染症が 5 類移行、アフターコロナ化した来訪者向け(インバウンド含む)に大船渡市内の魅力あるコンテンツを組み合わせた旅行商品「恋する旅行。大船渡」において、IBC 岩手放送テレビ CM 放映「恋する旅行。大船渡」大船渡の PR-CM 放映期間:2023 年 8 月 1 日~31 日 (15 秒*170 本)
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	＜観光庁令和 5 年 地域観光新発見事業＞2023 年 5 月に新型コロナウイルス感染症が 5 類移行、アフターコロナ化した来訪者向け(インバウンド含む)に大船渡市内の魅力あるコンテンツを組み合わせた旅行商品「恋する旅行。大船渡」において、IBC 岩手放送テレビ CM 放映「恋する旅行。大船渡」大船渡の PR-CM 放映期間:2023 年 8 月 1 日~31 日 (15 秒*170 本)				

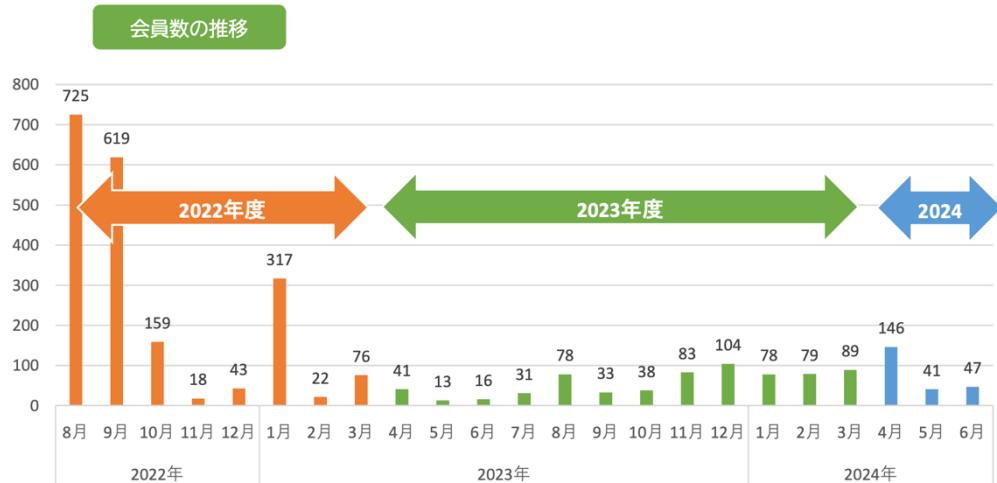
	<p>受入環境の整備</p>	<p>【受入環境整備】</p> <p>大船渡 DX 事業(大船渡さんぽ) 地域循環型ポイントアプリ「大船渡さんぽ」の展開 成果:会員数は 2,495 名 加盟店 81 店舗 (2024 年 3 月末日現在)</p> <p>2023 年 7 月 加盟店システム利用料の徴収開始 新規入会キャンペーン開始 (~2024 年 2 月末)</p> <p>8 月 飲食業組合主催「大船渡で食べて! 飲んで! 大当たりキャンペーン」実施</p> <p>8 月 復興庁ハンズオン支援事業(大船渡さんぽのブラッシュアップ)~2024 年 1 月</p> <p>12 月 大船渡さんぽ新規入会キャンペーン実施 (スーパー・マイヤ大船渡店にて)</p> <p>2024 年 1 月 大船渡さんぽ外国語対応リリース</p> <p>2 月 加盟店、利用者向け説明会開催</p> <p>3 月 加盟店用ダッシュボードリリース</p> <p>3 月 大船渡さんぽ事業報告会開催</p>
	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>・観光庁令和 5 年 インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業「恋する旅行。大船渡」</p> <p>2023 年 5 月に新型コロナウイルス感染症が 5 類移行、アフターコロナ化した来訪者向け(インバウンド含む)に三陸鉄道乗車と大船渡市内の魅力あるコンテンツを組み合わせた旅行商品「恋する旅行。大船渡」を企画、催行した。</p> <p>実施期間:2023 年 9 月~12 月</p> <p>① 事業で得られた効果</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「恋する旅行。大船渡」として 3 年継続していることで、地域住民への認知度も高まり、またツアー参加以外の観光客からも興味を持ってもらえるようになった。 ・他地域とは角度の違う、防災・震災学習コンテンツ「あの日」との相乗効果で、大船渡の防災・震災学習を知ってもらう機会を作ることができた ・平日に催行するため、地域事業者からも歓迎されること、マチナ力に賑わいを演出出来る事がわかった。 <p>② お客様からの意見</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各コンテンツは満足度、推奨度も高く、今後も自信を持って案内出来る。 ・ツアーの中に代表的な観光地(碁石海岸など)も取り入れて欲しかった、といった意見もあった。 ・昼食時や夕食時の地域内周遊の際に「大船渡さんぽ」を利用したが、定休日などで利用できる店舗が少なく、さらなるサービスの拡大を望みたい <p>③ 課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・CM 放映と旅行の実施時期がずれたため、プロモーションの効果が低くなってしまった ・町全体として歓迎の雰囲気が足らず、恋する旅行が実施されていることを知らない事業者も多く、来訪者へのサービスが行き届かない点があった <p>④ 次年度以降の改善点</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・ツアーコンテンツを造成する際に、コンテンツ提供者だけでなく周辺商店街などの事業者にも関わってもらい、全体で取り組むことで、一体感が出て、お客様に良い印象をもってもらえることにつながる。 ・タイムスケジュールをもっとコンパクトにして自由度の高いツアーにすることで、自由時間を楽しみたい参加者の獲得につながると考察 ・プロモーションについてはテレビ CM より SNS の方が集客効果があつたことから今後は SNS を積極的に活用 <p>令和 6 度実施予定事業</p> <p>1) <観光庁:令和 6 年サステナブルな観光コンテンツの高度化モデル事業(調査事業)></p> <p>事業名：“地域の魅力で紡ぎ、ハイカーと共に育てる 長く歩く道” みちのく潮風トレイルを活用した、観光コンテンツの充実、トレイル環境整備、サステナビリティに関する各種勉強会、地域連携での受入体制整備、インバウンド含むモニターツアー造成事業</p> <p>2) <観光庁:令和 6 年 地域観光新発見事業> (「新創出型」:重点支援事業枠)</p> <p>事業名：“三陸の冬季集客を目的とした三陸の俵物三品ストーリー作成と高級食材「鮑」の聖地化事業”かつて「俵物三品」と呼ばれた三陸を代表する高級食材「鮑」「海鼠」「鰯鰆」をストーリー化し 旅行商品として開発する事業</p>
--	--

【定量的な評価】

1)「大船渡さんぽ」

地域循環型ポイントアプリを 2022 年 8 月にリリース、携帯にダウンロードするアプリ形式で、加盟店での会計時に利用額に応じてポイントが付与されるシステム。ポイント付与、換算を通して、どの店でいくら消費されたのか、また利用者がどの地域に住んでいるのか等の属性をデータで把握、分析することが可能となっている。これにより消費動向データに基づく戦略策定、キャンペーンの企画立案、および評価を行う。2023 年の大船渡 DX 事業は、地域循環型ポイントアプリ「大船渡さんぽ」を中心に積極的な展開を続け、その成果として、会員数は 2,495 名に達し、加盟店も 81 店舗に成長した。また大船渡市中小企業振興事業の補助を受け、大船渡さんぽのデータ分析・加盟店用ダッシュボード開発と、アプリの外国語対応を行った。これらにより、大船渡市内の消費データを加盟店と共有し、地域マーケティングに活用していくことができる態勢が整った。また、システム利用料無料キャンペーンの終了に伴い、加盟店からのシステム利用料の徴収が開始されたことから事務負担の増加や加盟店へ理解をしていただく説明機会を増やすことが課題となっている。今年度は、キャンペーン、イベント出店等によるプロモーションを展開すると同時に、外国語対応や加盟店用ダッシュボードの設置などの機能の拡充により、会員と加盟店の双方に利益が還元されるシステムを構築していくことを目指す。



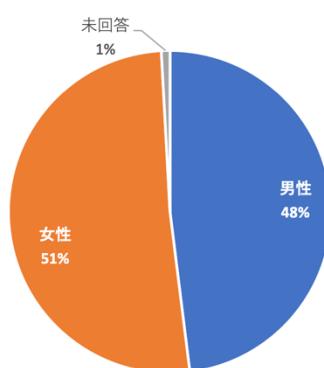
年度増加平均

2022年度:247人

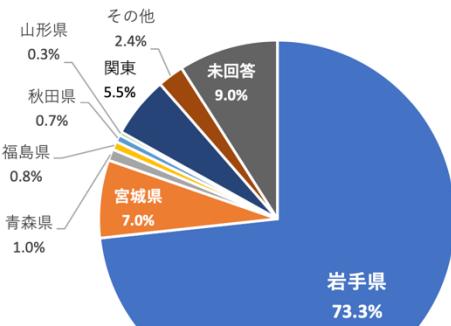
2023年度:57人

このままのペースで増加すると2024年度で757名増加、累計会員3419名となる見込み。

男女比



地域

岩手県内のうち
大船渡市在住者は72%を占める三陸さんぽ対象エリア(気仙と釜石市)
は84%を占める

- 今後の展開目標として、会員数 1 万人、加盟店数 150 店舗を目指すべく、対象エリアの拡大および会員数草加のための各種キャンペーンを開催予定。対象エリアの拡大として、東日本大震災津波伝承館来訪者 120 万人の消費が見込まれる陸前高田市、住田町の気仙エリアと、釜石市を含めた商圈 10 万人のエリアを見据え「三陸さんぽ(仮)」の展開を目指す。

- 令和 6 年 9 月 三陸さんぽ勉強会開催予定(気仙エリア、釜石市)

<実施キャンペーン>(カッコ内は新規入会者数)

2022 年 8—10 月「新規会員ボーナスポイント付与」キャンペーン

「大船渡で食べて！飲んで！大当たり！」キャンペーン
 (主催:岩手県飲食業組合大船渡支部)(1484人)
 2022年9月-2023年1月「恋する旅行。大船渡」での精算ツールとして使用(24)
 2023年1月 中小企業庁がんばろう商店街事業「大船渡さんぽ祭り」(284)
 2023年3月「三陸・大船渡つばきまつりと食のキャンペーン」(27)
 (主催:大船渡市観光物産協会)
 2023年7月「第二弾新規入会キャンペーン」(425)
 2023年8月「大船渡で食べて！飲んで！大当たり！」キャンペーン
 (主催:岩手県飲食業組合大船渡支部)第2弾(59)
 2023年12月 大船渡さんぽ新規入会キャンペーン(マイヤ大船渡店にて)(3)
 2024年4月「ポイント3倍キャンペーン」(146))
 2024年6月 大船渡さんぽ新規会員入会キャンペーン(おおふなと夢商店街・夢横丁フリーマーケットにて)(7)

<仕様等の変更>

2023年7月 加盟店からのシステム利用料の徴収開始
 2024年1月 外国語対応リリース
 2024年3月 加盟店用ダッシュボードリリース

<地域住民・加盟店への説明会>

2024年2月 大船渡さんぽ説明会
 2024年3月 大船渡さんぽ説明会

2024年6月末時点において、アプリ登録者数は2495人、加盟店数は81、利用金額は約6,000万円/年となっている。販促キャンペーンとして、ポイントの還元率が3倍になるキャンペーンや地元商店街主催のフリーマーケットにて新規会員登録促進のブース設置などを行い、地域経済の活性化につながる取り組みを継続して行なっている。今後も利用者の移動、購買データ等を用いたマーケティングやアプリを通して行うCRMによる再来訪促進、また消費拡大を目的とするデジタル化・DX推進を図ることで観光地経営の戦略策定と実施に役立てていく方針である。

令和6年度の予定

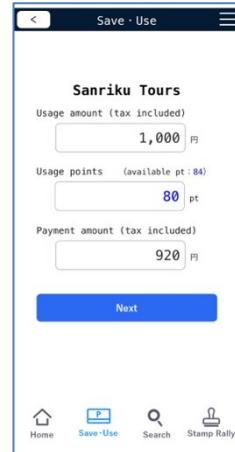
- ・各種ポイントキャンペーン:年4回
- ・加盟店、地域住民向け説明会:年2回

2)「恋する旅行。大船渡」

(市内事業者の提携による大船渡の街中観光コンテンツ、三陸鉄道との連携、市内体験型観光、これらを結ぶ二次交通等の課題を解決する体験、宿泊、食事等のコンテンツをつなぎ合わせたパッケージツアー、並びに地域循環型アプリ「大船渡さんぽ」の有益性検証事業)

開催期間:

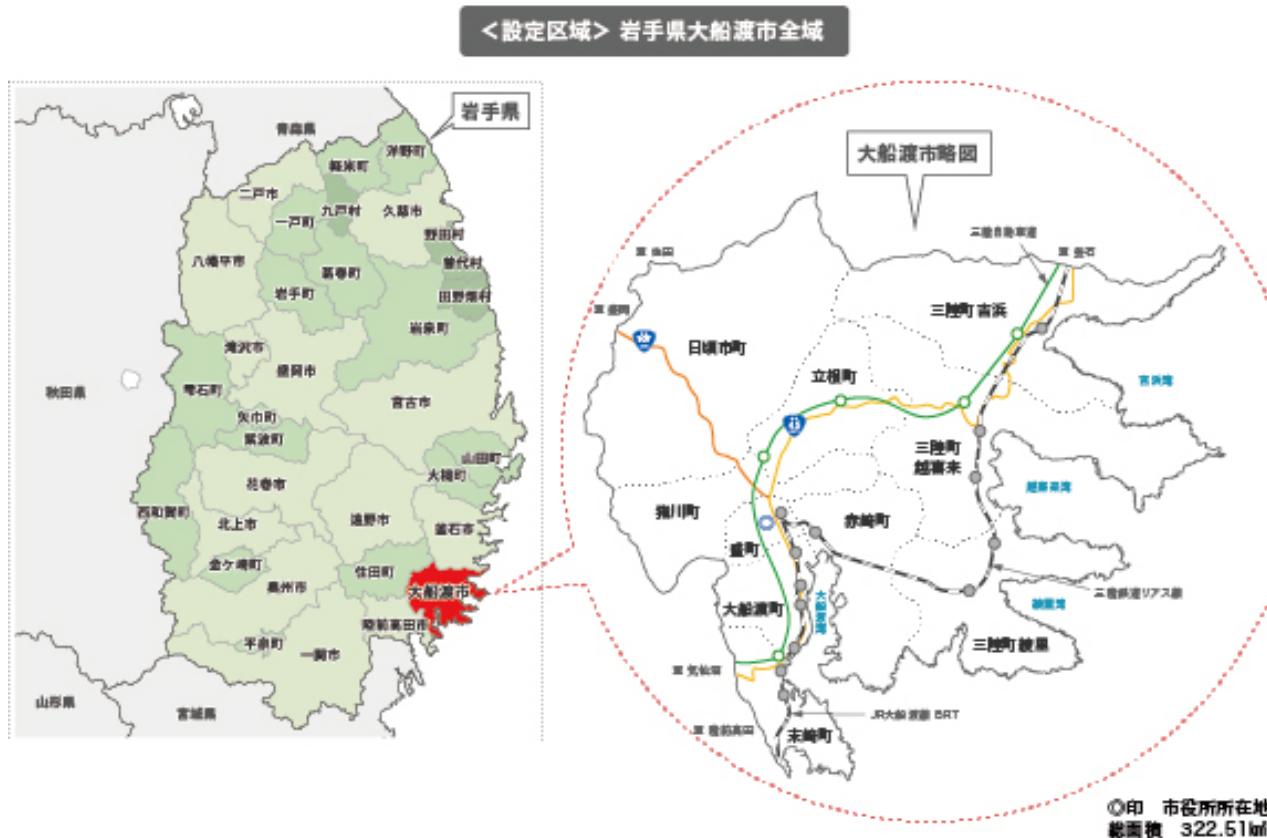
- ① 2021年11月(1泊2日)6回計画し、240人参加申込(コロナ感染拡大により3回催行 118人参加)
- ② 2022年度(1日プラン)8回計画し、8回催行、合計160人参加。
- ③ 2023年度:6回催行、合計180人参加。



	<p>今年度事業の概要:市内宿泊施設と連動した、地域の魅力発見ツアーの造成と実施三鉄乗車体験、越喜来まち歩き、商業施設キャッセン大船渡での防災観光アドベンチャーゲーム体験、大船渡さんぽ利用を組み合わせて販売した。</p> <p>令和 6 年度の予定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・いわて観光キャンペーン推進協議会「秋の観光キャンペーン」を活用し、「恋する旅行。大船渡」を実施する予定
<p>実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。</p>	<p>【実施体制の概要】</p> <p>(一社)大船渡地域戦略が事務局となり、大船渡市、大船渡商工会議所、大船渡市観光物産協会の 4 者による大船渡観光推進協議会を 2023 年 10 月に設立。大船渡地域戦略の理事を旅館ホテル組合、飲食業組合、観光バス事業組合、旅行業、商店街、水産業の各代表としており、観光関連事業者の意見収集は事務局が一括して行う。</p> <p>【実施体制図】</p> <pre> graph TD subgraph 大船渡観光推進協議会 [大船渡観光推進協議会] A[大船渡市観光物産協会 受入案内整備・誘客営業 ガイド育成・教育旅行] B[大船渡市 商工業者支援・観光施策 ふるさと納税・二次交通・ インフラ] C[大船渡商工会議所 事業者育成、サポート 飲食・グルメ・地域振興] end D[一般社団法人大船渡地域戦略 事務局・プロモーション・マーケティング] A --- D B --- D C --- D D --- E[上記他8社] D --- F[正会員15社] D --- G[賛助会員20社] D --- H[全35社] E --- I[交通事業者] E --- J[宿泊事業者] E --- K[観光・飲食・小売 まちづくり事業者] E --- L[製造業] E --- M[その他サービス 事業者] I --- I1[大船渡観光バス 事業協同組合] I --- I2[岩手開発鐵道] I --- I3[三陸鐵道] I --- I4[菅野商店 (タクシー)] J --- J1[岩手県旅館 ホテル組合 大船渡支部] J --- J2[海楽荘 大船渡温泉] J --- J3[サクラダ プラザホテル] K --- K1[岩手県 飲食業組合 大船渡支部] K --- K2[マイヤ (小売業)] K --- K3[酔仙酒造 (酒造)] K --- K4[スリービーフス (ファーマシー)] L --- L1[キャッセン 大船渡 (街づくり会社)] L --- L2[NPO法人おおふな と市民活動センター (市民活動)] L --- L3[スリービーフス (ファーマシー)] M --- M1[岩手開発産業 (旅行会社)] M --- M2[JAおおふなと (農協)] M --- M3[太平洋セメント (製造業)] M --- M4[アマダケ (食肉加工)] M --- M5[岩城一太郎 等 地域金融 機関 り行] F --- F1[大船渡商工 会議所] F --- F2[大船渡市観光 物産協会] F --- F3[アローリンク ス (IT企業)] </pre> <p>上記他8社 正会員15社 賛助会員20社 全35社</p>

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

大船渡市は、岩手県南東部に位置し、8町で構成される本地域は、宮城県気仙沼市や岩手県陸前高田市とともに陸前海岸を代表する都市であり、三陸海岸を代表する景勝地「国立公園・碁石海岸」を始めとするリアス海岸が連なる変化に富んだ海岸線と、市の花「椿」を中心にラベンダーや桜、椿など四季折々の花々が松林の緑と織りなす美しい景観を有する風光明媚な地である。三陸の豊穣な海がもたらす多種多様の魚介類が年間を通じて獲れる他、ホタテや牡蠣、ワカメなどの養殖も盛んであり、三陸の海の恵みを年間を通じて楽しむことができる。

また歴史的には白亜紀の地層や縄文時代の遺跡などを有するほか、隣接する陸前高田市、住田町と構成する気仙地方は、平安時代から金の産出地としても栄え、平泉黄金文化を支えた地としても広く名を残している。

観光面においては、東日本大震災の復興道路として国が整備を進めてきた三陸沿岸道が 2021 年 12 月に全線開通し、宮城県仙台から青森県八戸市までの 359 キロの距離が約 5 時間で結ばれたことから、仙台を拠点に首都圏からの観光客の増加が見込まれており、今後の地域産業全体の振興を視野に入れた「観光地域づくり」に向けての取り組みが大船渡地域戦略を中心に始まったところである。

当法人は地域のもつ様々な魅力や恵まれた地域資源を生かしつつ、観光地経営の視点にたった観光地域づくりのために大船渡市の地域企業、団体が集まって結成されていることから、活動地域として大船渡市を当該区域として設定するものである。

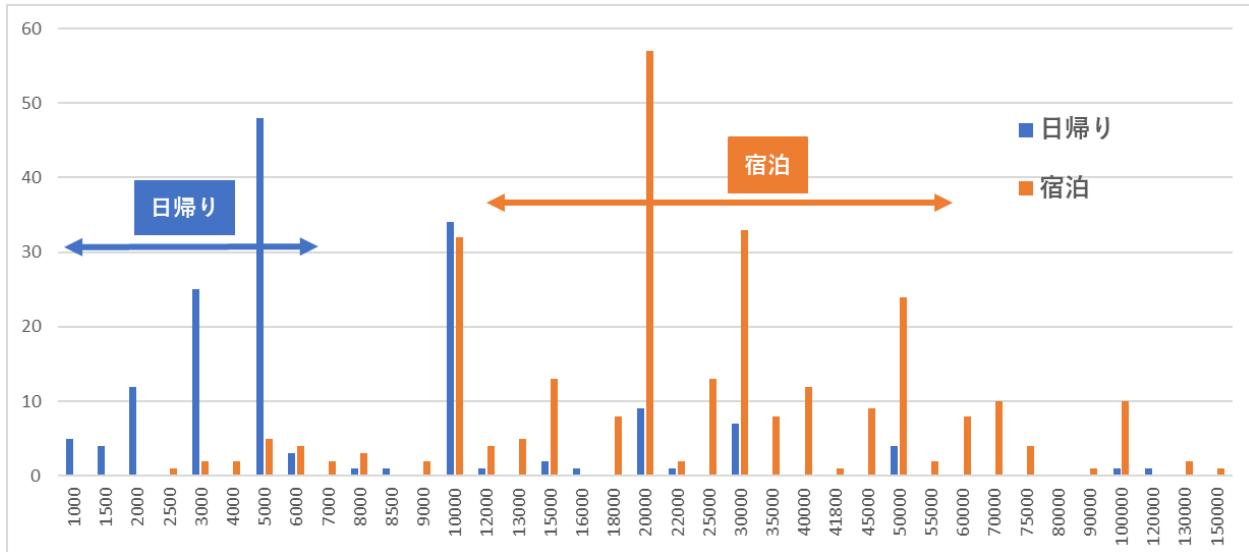
【観光客の実態等】

●観光消費額

・質問：今回（予定含む）の旅行について、一人あたりのおおよその予算を教えてください。

※予算の表記は半角数字（コンマなし）のみでご記入ください。（記述回答）

※参照）令和5年12月～令和6年2月実施「答えてLuckyアンケート」大船渡市観光物産協会（n=481）



旅行形態別の平均予算（答えてLuckyアンケート）

日帰り(n=188)：約8,100円／宿泊(n=302)：約28,000円

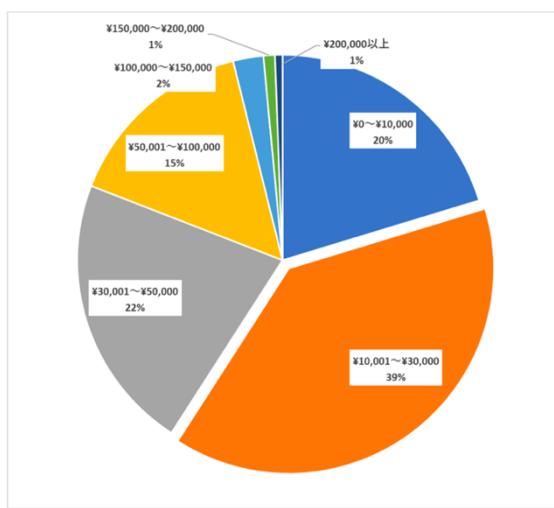
昨年より日帰り、宿泊ともに平均予算は微増した。背景には宿泊費、飲食費の値上げを含む物価の高騰及び円安の影響があると考えられる。さらに分析をしていくと、平均予算が上がった要因については、県外から来訪で宿泊の場合、平均予算は約30,000円と平均より高い割合を占めている。一方対象を県内から来訪で宿泊の場合に絞った場合、平均予算が約20,000円となることから、交通費部分、宿泊日数（統計なし）等による増加が原因と考えられ、今後のアンケートの中でさらなるデータの収集、分析を行っていく

・質問：今回の訪問の予算は一人当たりいくらくらいか教えてください。（選択式）

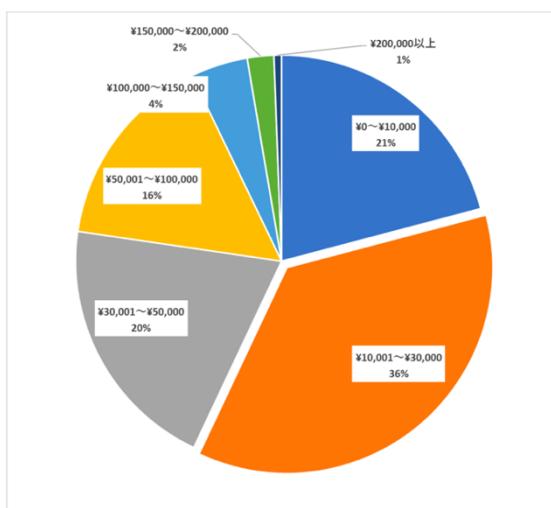
・質問：今回の訪問で実際使用した金額を教えてください。（選択式）

※参照）令和6年4月～5月実施「大船渡ご来訪アンケート」大船渡地域戦略（n=335）

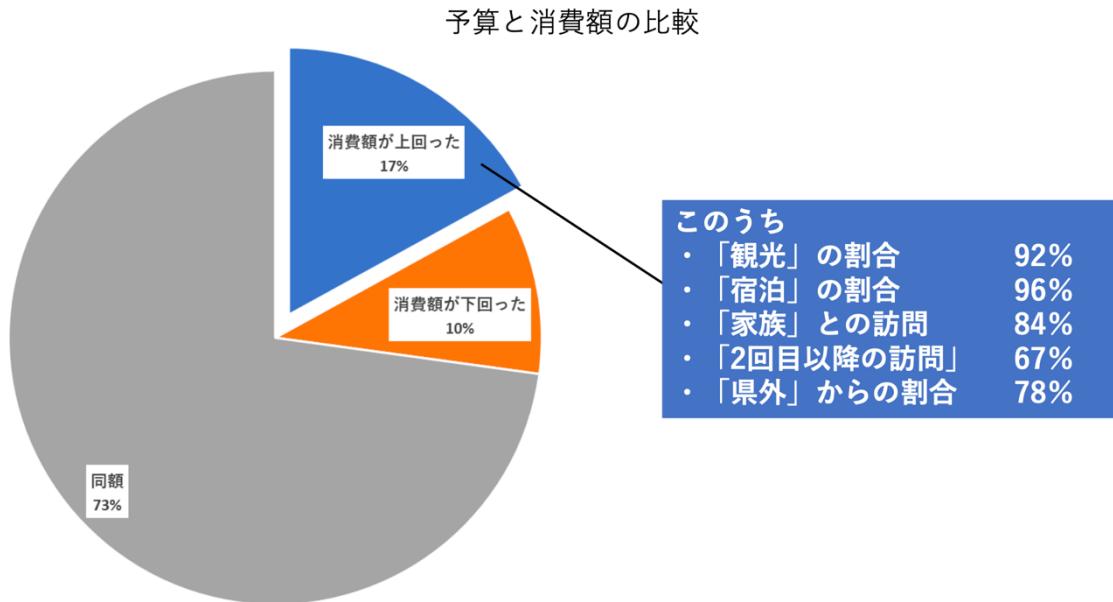
予算の割合



実際の消費額の割合



※参照）令和6年4月～5月実施「大船渡ご来訪アンケート」大船渡地域戦略（n=335）



※参照) 令和6年4月～5月実施「大船渡ご来訪アンケート」大船渡地域戦略 (n=49)

・予算と実際の消費額の差

予算と実際の消費額を比較し、実際の消費額が予算を上回った対象(n=49)の中で、宿泊が占める割合は96%、家族との訪問が84%、観光の割合が92%、2回目以上の訪問が67%となっている。これは平均予算同様、複数名での旅行による影響である。また、県外から来訪の割合が78%と非常に高い数値が出ており、消費額を押し上げる要因となっている。

●来訪者満足度

・質問: 大船渡市を訪れた満足度を(満足・普通・不満・旅行予定でまだ訪問していない)から選び、「その他」に理由とともにご記入ください。(選択・記述式)

・「旅行予定でまだ訪問していない」に関しては今回の満足度の数値からは除外。(回答数 72)

満足度	回答者数	割合
満足	292	69.5%
普通	82	19.7%
不満	2	0.5%
その他	44	10.5%

※参照) 令和5年12月～令和6年2月実施「答えてLuckyアンケート」大船渡市観光物産協会 (n=420)

・上記は総合満足度だが、他に「食事」「宿泊」についても個別に質問を行ったところ、いずれも約80%を超える満足度となった。食事においては、海産物に対して好評のコメントが多く、宿泊においては、温泉や部屋からの景観についてのコメントが多く、また提供される食事全般についても好評コメントが多くかった。

・「普通」を選んだ方のコメントの中にも、改善することで観光地としてさらに向上できるヒントが多くあることから、「満足」につながる要素として集中的に改善をはかることにより数値の引き上げを狙っていく。

●リピーター率

・質問:「大船渡市」への訪問回数を教えてください。(選択式)

・来訪目的が「帰省・知人訪問」は DMO のメインターゲットではないため含まない。

・「ビジネス」「観光」が目的の来訪者に絞ってリピーター率を算出すると 55%になる。

		大船渡市への訪問回数				
		1回目	2回目	3回目	4回目~	リピーター率
合計		89	34	19	82	60%
訪問目的	帰省・知人訪問	9	4	2	33	81%
	ビジネス	4	2	1	13	80%
	観光	76	28	16	36	51%

※参考) 令和6年4月～5月実施「大船渡ご来訪アンケート」大船渡地域戦略 (n=224)

・昨年実施したアンケートではスポット的な集計となり、満足度も高かったものの、今回から市内の事業者(宿泊施設、旅館、飲食店、観光スポットなど)約150箇所にQRコードによるアンケートを設置し、通年を通して回収できるようになったことからより精度の高い数値を取れるようになった。そのため、今回の数値を新たな基準として今後の目標値を再設定することとした。

・訪問目的で見ると、昨年同様ビジネスが観光よりもリピーター率が高いことがわかる。昨年度よりリピーター率は下がっているものの(昨年度リピーター率 65%)観光の1回目訪問の割合は10%近く上がっている(39%→48%)ことから今後のリピーターとなる層を作り出すことはできていると考える。

・訪問目的:観光、来訪回数1回目で1年内に再来訪希望の回答率は約50%になっていることから、新規来訪者に向けての再来訪の動機づけを施策として行うことできなるツーリズムの質の向上を目指す。

・質問:大船渡市に1年内に再訪を検討すると思いますか。(選択式)

・来訪目的が「帰省・知人訪問」は DMO のメインターゲットではないため含まない。

・「ビジネス」「観光」が目的の来訪者に絞って「大変そう思う」「どちらかといえばそう思う」の合計数を再訪検討率と仮定し算出すると 70%になる。

		大船渡市に1年内に再訪を検討すると思いますか				
		大変そう思う	どちらかといえばそう思う	どちらでもない	どちらかといえば思わない	全くそう思わない
合計		135	98	71	25	6
訪問目的	帰省・知人訪問	36	12	7	3	1
	ビジネス	18	9	3	2	0
	観光	65	71	53	19	4
その他		16	6	8	1	1

※参考) 令和6年4月27日～令和6年5月31日実施「大船渡ご来訪アンケート」大船渡地域戦略 (n=335)

・「どちらかといえば思わない」「全くそう思わない」の自由記述コメントには批評ではなく、好評の声が多かった。他県からの割合が87%、うち東北以外が74%と、ほとんどが遠方からの来訪で、「1年内」という部分で積極回答が弾かれていると思われる。

・観光で初めて来訪した割合が多いことから、観光を目的としたリピーターにつながる層ととらえ、今後の観光施策で、再来訪を促すよう取り組んでいく。

●観光入込客数・延べ宿泊者数

	H30	R1	R2	R3	R4	R5
観光入込客数(千人)	687	789	430	484	584	638
増減率		113.2%	54.5%	112.6%	120.7%	109.2%
延べ宿泊者数(千人)	198	212	131	132	158	139
増減率		107.1%	61.8%	100.8%	119.7%	88.0%
外国人観光客数	691	1322	105	112	204	1441
増減率		191.3%	7.9%	106.7%	182.1%	706.4%

※参照) 第2次大船渡市観光ビジョン

<日本人観光客>

大船渡市の令和5年の入込客数(延べ人数)は年間 638 千人と、5月に新型コロナウイルス感染症が 5 類に移行し、アフターコロナ化したことで観光客が少しずつ戻ってきてている。新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年の 789 千人と比較すると、約 19%、151 千人の減となった。新型コロナウイルス感染拡大による移動の制限や旅行控えの影響が生じた令和 2 年度の 430 千人と比較すると緩やかな回復傾向にあるものの、岩手県の他の地域(県央、県南)と比較すると伸び率は低い。国内旅行の令和 5 年の宿泊者数は年間 139 千人で、令和元年の 212 千人と比較すると約 25%、53 千人の減である。依然コロナ禍前の水準に達しておらず、昨対比では約 12%、19 千人の減となっている。要因として、昨年度も宿泊割を近隣市町村が行っていた中、当市では実施されなかったことも周辺要因として推測される。

<外国人観光客>

外国人観光客数については、令和5年は年間 1,441 人で、昨年の約 7 倍増となった。国籍別では台湾からの来訪者が 450 人と大きな割合を占めている。

新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年の 1,322 人より増えていることから、今後は観光客の受け入れ体制整備について、ますます外国人観光客の受け入れ体制に力を入れる必要が出てきているといえる。依然、市内の外国人観光客数は全体に占める割合が 1%未満であるが、みちのく潮風トレインの人気の高まりに伴い、昨年度に比較し、明らかに外国人観光客が増えており、今後の大幅な増加が予想される。また潮風トレインの利用者に代表されるアドベンチャーツーリズムでの来訪者の国籍は、米豪欧からが多くを占めているため、今後はターゲットに加える必要があると分析した。

「大船渡ご来訪アンケート」でも日英 2 力国語としたことから、外国人の回答が 5 件あった。その中でも 1 年以内の再来訪検討率は 100% という非常に満足度が高いことが伺える結果が得られた。今後も市内設置協力者へのデータ分析結果の共有を通じ、観光客への定点アンケートの回答数を増やすことで、より有効でリアルな声を拾い、来訪者の満足度向上とリピーター率の安定につながる施策を打ち出していきたい。

●大船渡ご来訪アンケート

市内の宿泊施設、旅館、飲食店、観光スポットなどの事業者約150箇所にアンケートを設置し、QRコードを読み取ることで回答する形式をとり、どこから来たか、性別、年齢の他、大船渡にきた主な目的や岩手県及び大船渡への訪問回数、予算等の設問を設け、令和6年4月から約1か月間で368件の回答が得られた。

アンケートは英訳も表記することで、インバウンド客の需要も分析できるようにした。分析を行い、得られた結果を事業者へ反映しさらなる受け入れ環境の改善につなげていきたい。

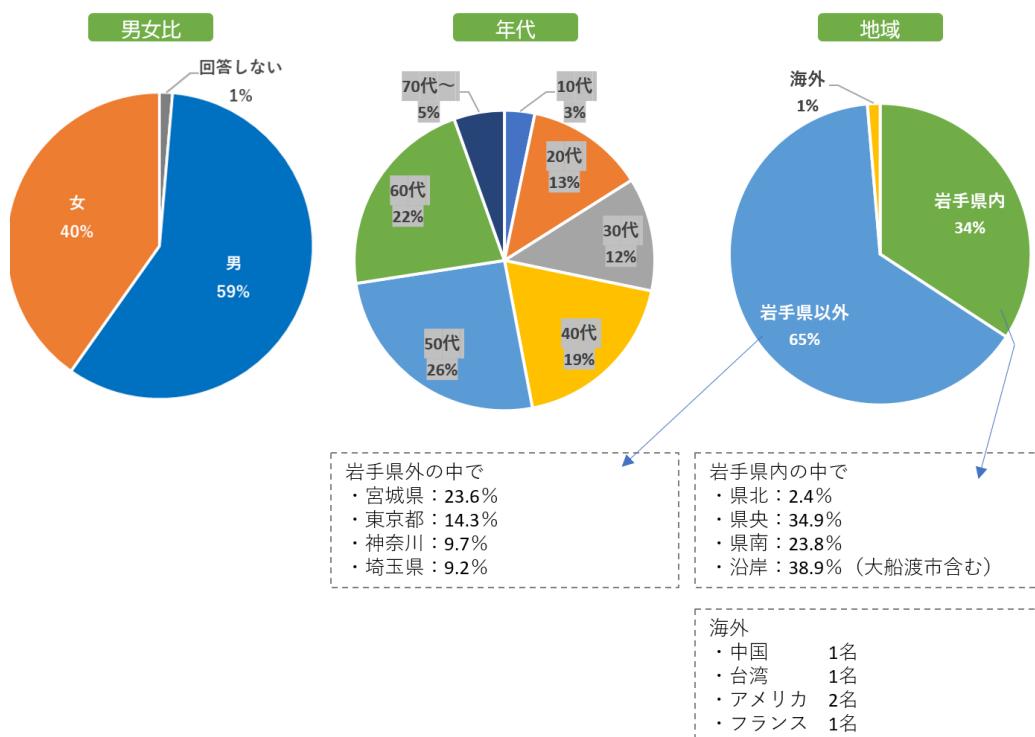
大船渡ご来訪者向けWebアンケート A quick web survey for tourist



QRコード

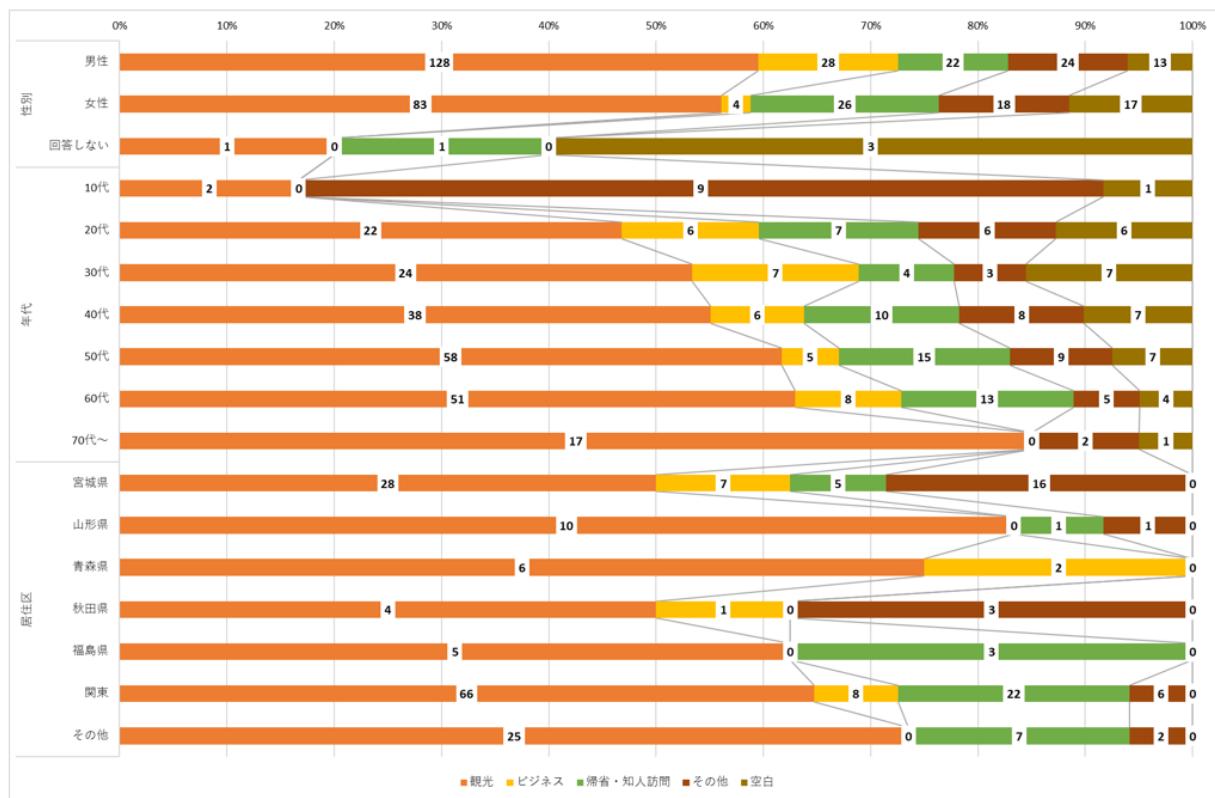
調査実施期間：
2024年4月27日～2025年3月31日

大船渡ご来訪アンケート 回答者 368名

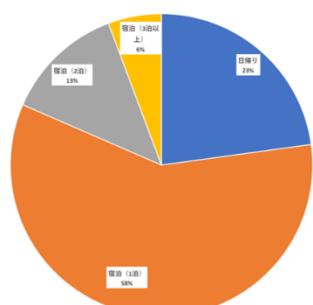


回答者の男女比はやや男性からの回答が多かった。年代別では50～70代が半数以上を占めている。この層のうち65%以上は大船渡市に家族で来ており、目的が観光の割合が68%以上となっている。どこから来たか、の設問においては、岩手県以外からの来訪が多く、その中でも宮城県、東京都、神奈川県の順となった。岩手県内では市内の割合が多いのは当然ではあるが、同じくらい岩手県央からも来訪があった。海外は観光が3件、ビジネスが1件、帰省・知人訪問が1件となりいずれも男性となっている。帰省・知人訪問以外の4件はいずれも大船渡市への来訪が初めてであり、うち1件は家族とみちのく潮風トレイルに参加したものであった。

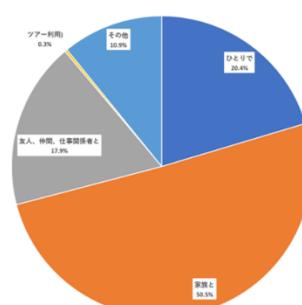
設問：来訪の目的、宿泊予定、訪問回数を教えてください



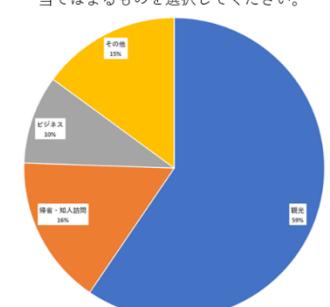
今回の訪問において、大船渡での宿泊を予定していますか。



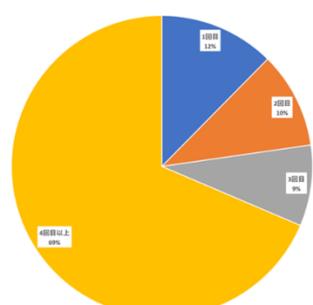
今回の訪問について教えてください。



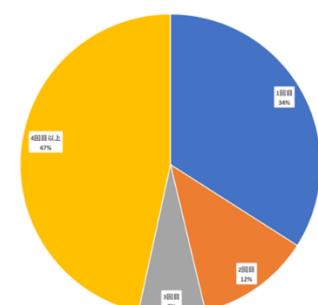
大船渡に来た主な目的として、当てはまるものを選択してください。



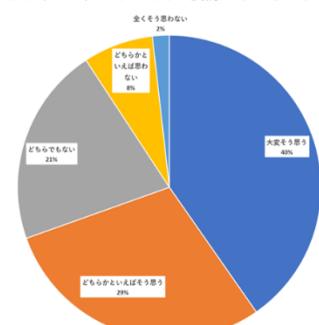
「岩手県」への訪問回数を教えてください。



「大船渡市」への訪問回数を教えてください。



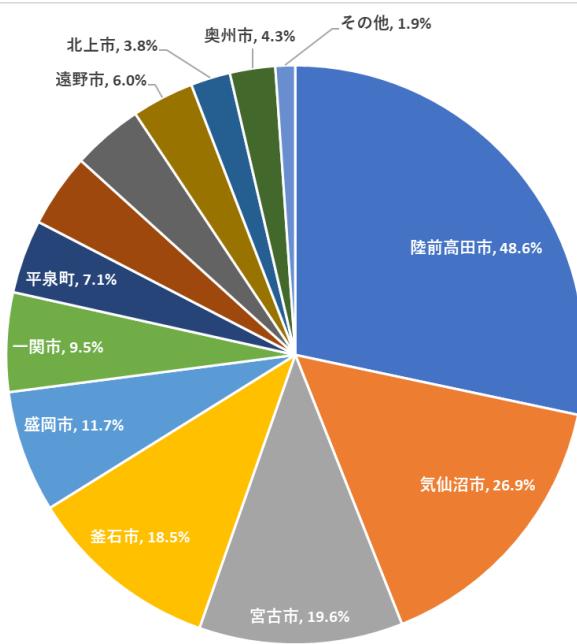
大船渡市に1年以内に再訪を検討すると思いますか。



目的別の、性別、年齢、居住区グラフをみると、観光目的が多くを占めている。10代の目的「その他」は、野球の試合・遠征であったが、いずれも岩手県には複数回訪問があったが大船渡市へは初めての来訪となっていた。

上記アンケート結果から、「宿泊」で「家族」と「観光」で来訪している割合が多くあった。岩手県への来訪が4回以上のうち大船渡市への来訪が1回目の割合は25%となった。

設問: 今回訪問予定の地域を“全て”選択してください。



複数回答ができる設問ではあったが、近隣の陸前高田市が最も多く、気仙沼市(宮城県)、宮古市、釜石市の順となった。大船渡市内のみを選択している割合は全体の 22%、そのうち岩手県以外の来訪者は 41%となり、陸前高田市・気仙沼市への同時来訪について 3 番目に多い結果となった。

【観光資源: 観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

当法人では観光誘客における戦略ポイントとして以下の2つを設定した。

① 中心市街地の資源を利活用し誘客と送客の要となる

2017 年 4 月にオープンした「キャッセン大船渡」をはじめとする大船渡駅前周辺地区は、収容人数の多いホテルを中心に、飲食、物販の商業集積施設、大手スーパー・マーケットエリア、お土産で全国的にも知名度の高い、さいとう製菓の経営する「かもめテラス」、大手水産会社鎌田水産の経営する「海の幸ふるまいセンター」、地元ワイナリー、地域の牽引役となっている事業者のファクトリーなど、市外からの来訪者にとっても非常に利便性の高く、集客力のあるエリアとなっている。大船渡湾に面し、大型客船等の入港もあることから、宮古と並ぶ「南の港」としての利活用が見込まれる。このエリアを最大限に活用し、休日だけでなく日常的な集客を行うべく、食を中心とした企画・キャンペーンや「キャッセン大船渡」の企画運営する「防災観光アドベンチャーゲーム」(津波時の避難を擬似体験するスマホを活用したゲーム)などを盛り込んだツアー企画「恋する旅行。大船渡」を実施し、エリアへの集客を図っている。隣接する陸前高田市の「東日本大震災津波伝承館」、「奇跡の一本松」の前後に訪れる来訪者も多いことから、地域を通過する観光客、市内を訪れるビジネス客にも立ち寄りを促し、短時間でも楽しめる体験を提供する。また、市街地から大船渡他地域への送客だけでなく、沿岸地域への送客を目的としたコンシェルジュ(道先案内人)の役割も果たす。そのために、市内宿泊施設や「キャッセン大船渡」等の商業施設、および大船渡市防災観光交流センター「おおふなぽーと」に拠点を構える大船渡市観光物産協会と協力し、近隣の地域情報の案内を拡充させるだけでなく、観光客の情報ニーズをリサーチし、必要な情報の収集、発信を行っていく。

② 三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイル、漁業体験等を活用した体験型コンテンツの開発

大船渡を代表する名勝・碁石海岸を始めとする三陸ジオパーク、沿岸を結ぶ市内全 77km の「みちのく潮風トレイル」はポストコロナ期においても堅実に集客を伸ばし、今後の大船渡の観光に欠かせない重要なコンテンツとなりつつある。これらを最大限活用し、自然と触れ合う体験を求めて訪れる来街者に対し、地域事業者と提携した宿泊・交通プラン、現地でのピクニッククルーズや漁業体験などの滞在を伸ばすための、地域観光コンテンツや滞在プランを提供し、地域経済への相乗効果、波及効果を図っていく。

(資料: 大船渡市観光物産協会 HP「大船渡の観光と物産」三陸ツアーズ HP より)

認定ガイドと歩く☆三陸ジオパーク碁石海岸ツアー

~「碁石海岸」の歴史はどうできた。海と大地の歴史とひびとの物語~

募集終了 季節限定企画 過去開催 NEW 人気
ジモツアー 休憩・アクティビティ おふなトレイル
日帰り 宿泊付

【満員御礼】おおふなトレイル2024 Vol.3
越喜来（おきらい）～風待月の道～

大船渡市三陸町吉浜～三陸町越喜来
2024年6月15日（土）

募集終了 季節限定企画 過去開催 NEW 人気
ジモツアー 休憩・アクティビティ おふなトレイル
日帰り 宿泊付

開催中 人気 ジモツナー 体験・アクティビティ
日帰り オプショナル

恋し浜ピクニッククルーズ
～クルージングをしながら絶品“恋し浜帆立”を堪能～

大船渡市三陸町綾里小石浜
通年

●大船渡市の観光資源一覧

分野	名称
自然・公園	三陸復興国立公園 碁石海岸（穴通磯・乱曝谷・雷岩・碁石浜）/三陸ジオパークジオサイト（碁石海岸他、館ヶ崎の角岩岩脈・樋口沢旧称ゴトランド紀化石・吉浜の津波記念碑（明治）・門の浜防潮堤・合足の津波岩・氣仙繩文遺跡群など）/五葉山/みちのく潮風トレイル/関屋洞窟/ど根性ボプラ/大王杉/綾里不動滝/夏虫山/天神山/滝観洞（住田町）
花・植物	椿・やぶ椿/立根川の桜/今出山のツツジ/大窪山の紅葉/ニッコウキスゲ/アカマツ/クロマツ/ヤマユリ/シャクナゲ
史跡・寺社・仏閣	加茂神社/五葉神社/長安寺/長谷寺/龍昌寺/下船渡遺跡（縄文遺跡）
観光施設	世界の椿館・碁石/碁石海岸レストハウス/大船渡市立博物館/キャッセン大船渡/大船渡夢商店街/かもめテラス/おおふなぽーと（大船渡市防災観光交流施設）/甫嶺復興交流推進センター（BMXコース併設）/フレアアイランド尾崎岬/碁石海岸キャンプ場
温泉	大船渡温泉/夏虫のお湯っこ/五葉温泉
伝統行事、祭り	三陸・大船渡夏まつり/盛町灯ろう七夕まつり/大船渡碁石海岸観光祭り/大船渡市産業まつり/大船渡市さんまうにアワビ帆立かき木やわかれ祭/三陸・大船渡つばきまつり/五年祭/吉浜のスネカ（ユネスコ無形文化遺産）/三陸沿岸郷土芸能各種
イベント	盛の市日（毎月5,10が付く日）/大船渡市さんま焼き師認定試験/大型客船入港/キャッセン海灯り（灯籠流し）/秋の大収穫祭/竹あかり（3月11日）/大船渡新春四大マラソン大会/三陸国際芸術祭/おおふなと産直海鮮まつり
海の幸	帆立（恋し浜ホタテなど）、秋刀魚、牡蠣、ホヤ、ワカメ、まんぼう、どんこ、鮓、鮎、盛川フレッシュサーモン
郷土料理	なべやき、かまもち、がんづき、ゆべし、おちつき（うどんとあんころ餅のセット）
その他	さんりく道の駅/サンリアシヨッピングセンター/浦浜サイコー商店街/潮目/三鉄柿のれん/マカルー（ボルダリング）/三陸BMXスタジアム

【宿泊施設:域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

●大船渡市内宿泊施設：22 施設 客室数：647 室 収容人数 1,121 人（令和6年5月末現在）

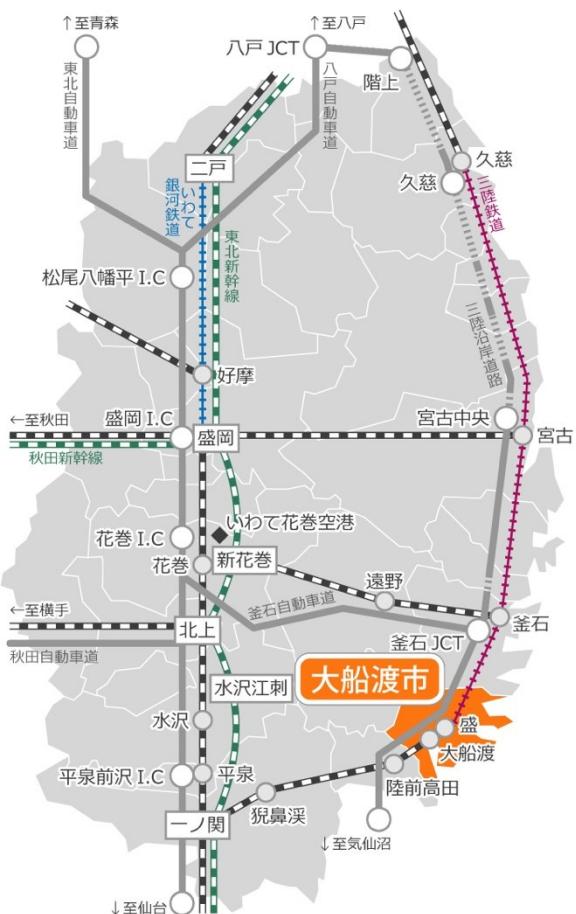
※No.23-26 の施設、キャンプ場は含まず



No.	名称	部屋数	収容人数	地区
1	大船渡温泉	58	165	2 大船渡町
2	大船渡プラザホテル	95	123	2 大船渡町
3	ルートイン大船渡	210	261	2 大船渡町
4	ホテル福富	56	75	2 大船渡町
5	シティホテル山口	24	32	2 大船渡町
6	只野旅館	20	30	2 大船渡町
7	つつみ旅館	17	35	2 大船渡町
8	B&B光潮荘	7	12	2 大船渡町
9	旅館 菊水館	16	32	2 大船渡町
10	宿家坂の上	10	28	2 大船渡町
11	海さんぽ	7	15	3 末崎町
12	刈谷ハイツC	4	8	1 盛町
13	大船渡インターホテル椿	33	60	6 立根町
14	福祉の里センター	10	40	6 立根町
15	民宿岡田荘	5	15	8 三陸町綾里
16	やすらぎの宿廣洋館	27	75	8 三陸町綾里
17	民宿 大平荘	5	10	9 三陸町越喜来
18	民宿 嘉宝荘	8	40	9 三陸町越喜来
19	民宿 刈谷ハイツ	13	20	9 三陸町越喜来
20	民宿 とまり荘(別棟舎)	9	25	9 三陸町越喜来
21	民宿 川古荘	7	10	10 三陸町吉浜
22	民宿 釣り船恵比寿丸	6	10	9 三陸町越喜来
小計		647	1121	
23	アイルーム大船渡	48	48	4 赤崎町
24	三陸アクティブ	4	72	9 三陸町越喜来
25	フレアアイランド尾崎岬	12	68	4 赤崎町
26	碁石海岸キャンプ場	36	-	3 末崎町
合計		747	1309	

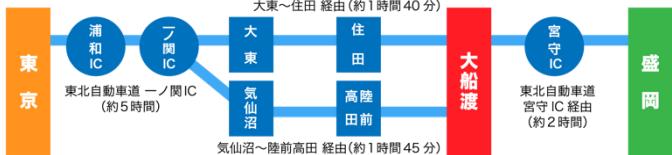
【利便性: 区域までの交通、域内交通】

1) 大船渡までの交通

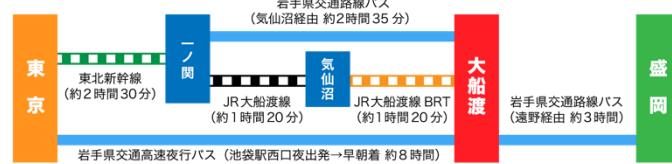


出典：岩手県観光ポータルサイト「いわての旅」

□車でのアクセス



□公共交通機関 <新幹線・電車・バス> でのアクセス



出典：大船渡ポータルサイト「大船渡ポータル」

□BRT / Bus Rapid Transit (JR バス高速輸送システム)



出典：JR 東日本 HP

□空港からのアクセス(いわて花巻空港または仙台空港利用の場合)

<飛行機> 仙台空港

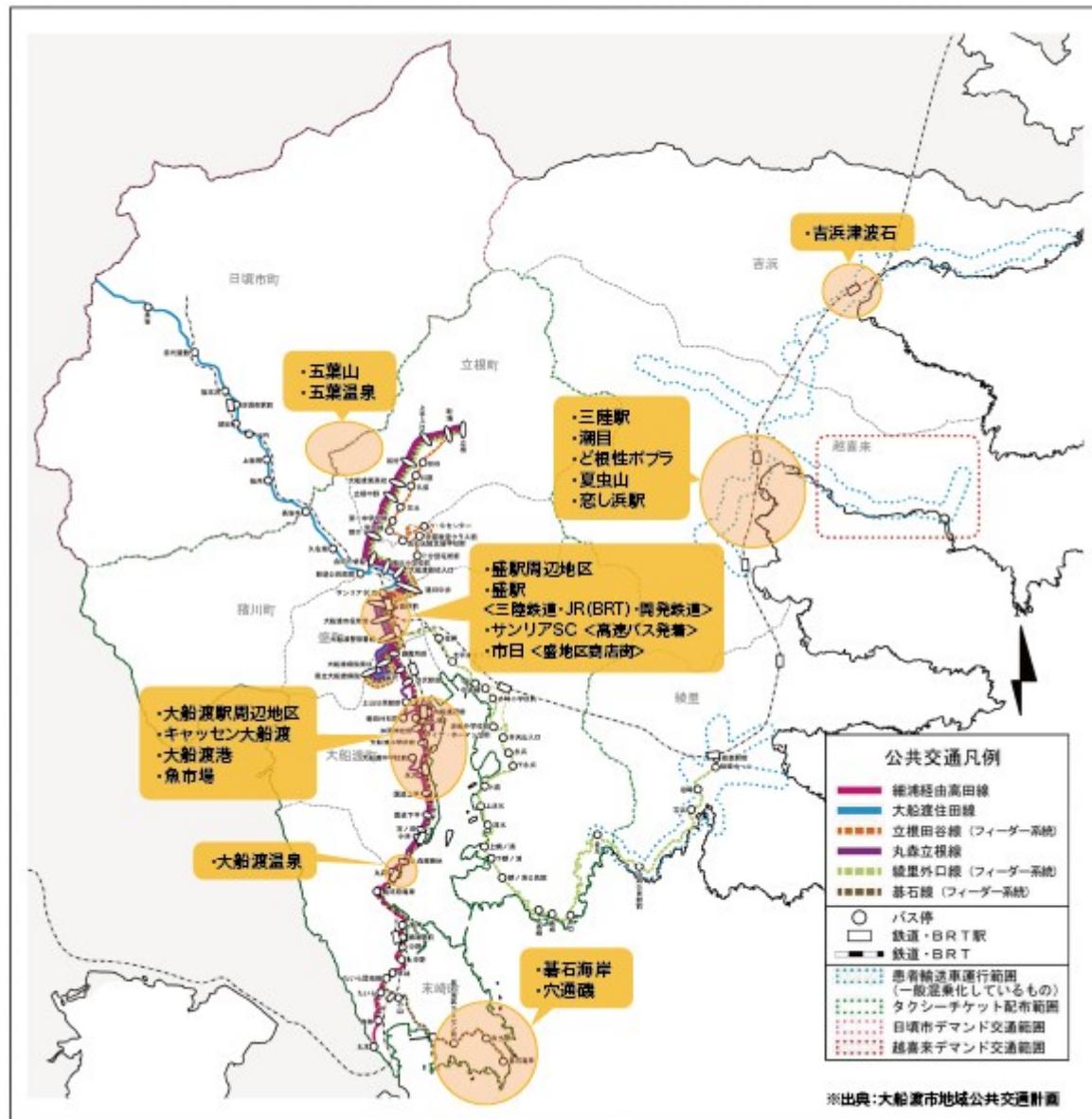
出発	到着	到着	到着	到着
新千歳	約1時間10分			
名古屋（中部）	約1時間10分			
大阪（伊丹）	約1時間15分			
大阪（関西）	約1時間25分			
神戸	約1時間20分			
広島	約1時間20分			
福岡	約1時間45分			
那覇	約2時間35分			
		車 約12分	仙台空港IC	三陸自動車道 約2時間15分
		電車（仙台空港アクセス線） 約30分		バス 約2時間50分
		電車（仙台空港アクセス線快速） 約17分	仙台駅	
		※快速は1日1本		東北新幹線／JR大船渡線 約3時間15分（最速）

<飛行機> いわて花巻空港

出発	到着	到着	到着	到着
新千歳	約55分			
名古屋（小牧）	約1時間10分			
大阪（伊丹）	約1時間20分			
神戸	約1時間30分			
福岡	約1時間55分			
		車 約5分	花巻空港IC	東北横断自動車道／釜石秋田線／釜石自動車道と国道107号線 約1時間10分（75km）

2) 域内交通

●大船渡市内の移動は JR・三陸鉄道が主な交通手段であり、駅から離れた地域へはバスやレンタカーあるいはタクシー等での車移動となる。



出典:大船渡市地域公共交通計画(加筆)

【外国人観光客への対応】

大船渡市で策定している「第2次大船渡市観光ビジョン」第4章基本方針3で“インバウンドと広域観光の推進”として「広域連携によるプロモーションの展開、受け入れ環境の整備と情報発信などの取り組みにより観光客の誘致拡大をはかる」とことし、これに伴い令和3年度より市内主要商業施設、駅などを中心にホテル・旅館や観光施設での Wi-Fi 整備に対する支援や案内標識の多言語化の促進など、県の補助金等を利用した取り組みが市全体で進められている。中でも台湾からの誘客をメインターゲットとしたインバウンドへの取り組みについては、令和元年より官民提携で継続して実施されており、地域の魅力の効果的・効率的なプロモーションを目指す取り組みには外国人観光客受け入れ事業等の補助金による支援が行われている。またソフト面では、大船渡市が独自に採用している国際交流員(外国人)による、飲食店メニュー、店舗掲示の翻訳も順次始まっており、外国人個人

旅行者(FIT)に対応した着地型の旅行商品の開発、観光地・宿泊施設・交通機関での多言語表示、ピクトグラムによる説明・案内の充実に向けた取り組みも進められている。

大船渡地域戦略では、令和 5 年度に市内で開催された、地域住民を対象とする「観光の地域人材養成のためのインバウンド対応強化研修」にて外国人観光客受け入れ対応に関する講座を担当した他、外国人観光客を対象としたまちあるきモニターツアーでのガイド実践にも会員企業らが参加、市内宿泊事業者、店舗・飲食店経営者などへ、インバウンド事業に参画を広く呼びかけた。

・2024 年 2 月 24 日 まちあるきガイド入門講座(主催:大船渡バス協同事業組合)

・2024 年 3 月 10 日 One Day In Ofunato~おおふなとまちあるきツアーア(同上)

また地域戦略として、三陸復興国立公園満喫プロジェクト推進協議会中部地区地域部会に参加、みちのく潮風トレインに係る、外国人ハイカーをはじめとするハイカーの受入体制整備について学び、環境保全につながるサステナブルな観光地づくりのあり方について関連自治体、環境省、地域観光事業者らと協議、情報共有を行った。

・2024 年 6 月 29 日

・2024 年 7 月 27 日

同様に、令和6年度第1回碁石海岸インフォメーションセンター管轄地域連絡会(主催:環境省)にオブザーバーとして参画、みちのく潮風トレインに係る大槌～気仙沼エリアの関係者(環境省、みちのくトレインクラブ、自治体、観光関連団体等)による、エリアの環境保全また魅力創出についての会合に参加し、情報共有、各種協議を行った。

・2024 年 2 月 1 日

・2024 年 6 月 24 日

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、観光の地域経済への波及効果の拡大に向けた取組に資するため	定期的なアンケート調査を実施
観光入込客数（国内外）	来訪者の動向を分析し、観光の地域経済への波及効果の拡大に向けた取組に資するため	大船渡市の調査等（観光統計）により把握
延べ宿泊者数（国内外）	宿泊者数の推移を把握し、観光の地域経済への波及効果の拡大に向けた取組に資するため	大船渡市の調査等（観光統計）により把握
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため	定期的なアンケート調査を実施
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため	定期的なアンケート調査を実施
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため	Google Analytics を利用し、市内観光関連事業者のサイトのアクセスデータを活用
大船渡さんぽアプリ決済金額	地域経済をリアルタイムで把握し、施策の立案に繋げるため	大船渡さんぽアプリの決済データを活用

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

大船渡では、人口構造に占める高齢者(65 歳以上)の割合が全国を上回るスピードで増加している一方で、生産年齢人口(15～64 歳)は減少を続けており、平成 6 年を境に、老人人口(65 歳以上)が年少人口(15 歳未満)を上回った。国立社会保障・人口問題研究所(「社人研」という。) の推計では、令和 2(2020) 年から老

年人口も減少に転じており、平成 27(2015) 年人口と令和 22(2040) 年推計人口を比較すると、中核市の多くが 10~20%程度の減にとどまるのに対して当市は 31.4%減と、約 2 倍の速さで人口の急減が見込まれている状況である。また主要産業の一つである水産業においては高齢化等の影響で就業者や事業所が減少傾向にある。こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人(DMO)を中心に既存の観光資源の磨き上げや観光受け入れ環境整備を進め、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加に繋げていくことが不可欠となっている。

大船渡地域戦略として実施した事業の検証結果からは大船渡の関係人口として、震災を機に定期的に来訪を重ねているリピーター、震災・防災をキーワードに訪れる教育機関を含む震災学習者、豊富な海の幸を求めて訪れる来訪者などが強みとして上がっている。さんま、わかめ、帆立といったブランド力の活用、発信、また被災経験や防災教育を核とした受け入れ環境を整えることで、これらはさらに観光集客の強みとなると捉えている。外部環境としては令和 3 年に開通した三陸沿岸道路によるアクセスの向上により、仙台圏、首都圏からの誘客が期待できる状況である。

また、大船渡市はこれまで、観光の町として強くプロモーションを行ってこなかったが、来訪者は宿泊を伴う大船渡を含む三陸を目的地とする出張者が多く、豊富な観光資源によりそれら出張者の滞在満足度を満たしてきたことから、今後の取り組みを通して、大船渡がひとり旅の観光の受け皿になり得ると捉えている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部 環境	<p>強み(Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> 山と海の恵みを受けた豊かな観光資源 国立公園とジオパークの両方を有する景観 三陸の海がもたらす豊富で新鮮な海産物とそれを楽しむイベント 冬季の気候が東北の中では比較的温暖であり降雪もほとんどない 県内重要港湾である「大船渡港」を擁し、大型クルーズ客船の入港、停泊が可能。 大人がゆっくりと楽しめる観光資源 出張者への対応資源が整っているため、ひとりでも過ごしやすい 三陸沿岸道路開通による都市圏からのアクセス向上 三陸他地域へのアクセスの良さ(南北両方) お客様を大切にするホスピタリティ 岩手を代表する優良企業が参画している 地域連携での取り組みが地域の経済に一定の効果を上げている 外国人対応可能なガイド及び通訳の存在 	<p>弱み(Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> 短期滞在のビジネス客がメイン 通過地点となりやすい立地 冬季の観光客減 二次交通の不足と新幹線駅からのアクセスの悪さ 地元食材を生かしたメニュー不足 知名度不足 インバウンド対応の不足と意識の低さ 施設の老朽化 ガイド人材、イベント担い手不足 体験コンテンツの不足 コロナの影響による経営悪化 少子高齢化による地域オピニオンリーダーの長期固定化
外部 環境	<p>機会(Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> 外国人ハイカーを中心としたみちのく潮風トレイルの人気の高まり 震災学習、教育旅行、被災地視察需要 震災伝承館を有する隣市陸前高田市との提携による集客増 三陸道開通による新規観光客呼び込み需要 個人旅行の増加 SNS の普及等による、ユニークな体験へのニーズの高まり 国や県の観光立国の実現に向けた取り組み コロナによる外出制限の終焉 	<p>脅威(Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> 少子高齢化に伴う人口減と働き手の減少 地球温暖化による海洋環境の変化と水産業の低迷 ALPS 処理水の排出による影響 海外旅行への回帰 三陸沿岸道路の開通により日帰り客、通過客の増加 コロナ関連旅行補助の打ち止め

(3) ターゲット

○ 第1ターゲット層 ひとり大船渡旅

① 都市部(首都圏、仙台)からくるビジネス出張者を含むひとり旅行者

【ターゲットペルソナ】

仕事のため沿岸南部に出張にきたビジネスマン。同僚もしくは一人で大船渡の夜を過ごす。

○ 選定の理由

- すでに大船渡が持つ資源を活用し、単身者の滞在をさらに充実したものにすることができる。

資源1) 域内中心部の宿泊施設の多くがシングル主体の客室で、主にビジネス利用をターゲットとしている

(P10 宿泊施設部屋数及び収容人員数参照)。市内宿泊施設のシングルルームの合計は約430部屋程度で市内宿泊施設(キャンプ場等の施設を除く)の部屋数合計の約6割。ツインや和室のシングル利用を含めると実際は7割以上がシングル利用であることが想定される。

資源2) 居酒屋やスナック、バーなど、夜遅くまで楽しめる観光資源、コンテンツの提供が可能

資源3) 「大船渡」での検索者を見ると岩手県に次いで宮城県、東京都、神奈川県と続くため、ボリュームの多い首都圏および宮城県の仙台をターゲットとすることが可能と考えられる。

「大船渡」の検索者数

期間: 2022/07 - 2023/06

岩手県	51,100	埼玉県	4,500
宮城県	18,000	千葉県	3,800
東京都	11,400	福島県	3,600
神奈川県	6,000	青森県	3,000

(Dockpitより)

- ビジネスマンが楽しめる大船渡にすることで、三陸を旅するひとり旅の受け皿になり得る。

○ 取組方針

- すでに滞在しているビジネスマンのニーズを把握し、観光資源(ソフト/ハード)を整備していき大船渡での滞在価値を高める。(随時実施)
- ビジネスマンの一泊目となるよう、地域事業者連携でキャンペーン等を実施。(毎年2回実施)
- 「一人で大船渡の夜を過ごす」ための「ナイトタイムコンテンツ」の開発(キャンペーンごとに設定)
- ビジネス利用を高めるために研修等の受け皿も用意していく。
- 三陸の周辺行政区(陸前高田、釜石、気仙沼、宮古など)を出張目的地とするビジネスマンにも大船渡を宿泊先として選んでもらえるよう沿岸他市町と連携し、モニターツアー等の運用による、観光モデルコースを開発する)。

○ 第2ターゲット層 おとなゆったり旅

② 40代以上の首都圏に住む旅好きグループ(夫婦・パートナー・友人)

【ターゲットペルソナ】

旅行経験も豊富で、何箇所も回るよりオーダーメイドでゆったり楽しめる旅を求めている。

○ 選定の理由

- 域内宿泊事業者らへの聞き取りにより、個人旅行が需要を伸ばしている状況にある。市内には実際に営業努力、販促強化により自らの魅力を全面に打ち出し、個人旅行客で売上を伸ばしている企業もあること。
- 同聞き取りから、宿泊者全体に占める40代以上の比率が高く、全体の約6割を占めていること、40代以上の層の売上比率が多いことから、40代以上をターゲットとして選定。
- 同聞き取りから40代以上の利用は主に、夫婦、パートナー、友人などの2人組が多く、ファミリー利用層は30代がメインであることから、ターゲットは夫婦、パートナー、友人などの少人数の旅行者とした。
- すでに大船渡が持つ資源(景観、海産物)を活用し、首都圏の人を対象にした大人グループ向け(40代以上)旅行の提供ができる。現状の資源をそのまま活用しても十分獲得できる層となっている。

○ 取組方針

- まずは大船渡に立ち寄っていただき、三陸沿岸の情報を得て、大船渡から新しい旅をスタートしてもらうため、「恋する旅行」を含む観光キャンペーン等を実施
- SNSを活用し、友人、知人、フォロワーに推奨してもらえる仕組みを整備する

○第3ターゲット層 はじめての SANRIKU 旅

③台湾、東南アジア(タイ、シンガポール)からのインバウンド客

④(追加)欧米、オーストラリアからのハイカー客(みちのく潮風トレイル利用客)

【ターゲットペルソナ】

自分で個人旅行手配ができ、ユニークな体験や景色を求めて日本に足を運んでいる

○選定の理由

- 海外からの観光客は、滞在期間が比較的長いことや観光消費額も大きく、また令和2年より外国人対応ができるガイド兼通訳(5カ国語対応可能)が移住しており、細やかな対応が可能なことなどから、内陸から沿岸への周遊ルートの構築等によりインバウンドの集客及び拡大を図るもの。
- 大船渡市の観光ビジョンの元となっている、岩手県が定めた「いわて国際戦略ビジョン(2017年3月策定)」P17において、台湾は最重点市場、また東南アジアは訪日客数が伸びている開拓市場として設定されており、今後県としても積極的にこれらの国を受け入れる環境整備、プロモーションに取り組むこととしている。

重点市場の設定

区分	市場
最重点市場	台湾
重点市場	中国、香港、韓国
開拓市場	東南アジア(タイ、ベトナムなど)、豪州

出典:「いわて国際戦略ビジョン(2017年3月策定)

2024年6月現在、大船渡へのアクセスポイントとなる花巻空港、仙台空港について、花巻空港⇒台湾便は週2便、仙台空港は台湾、韓国、中国への定期便が就航されている。コロナ禍前までの統計でも両空港を利用する訪日外国人は毎年増え続けており、台湾、東南アジア(タイ、シンガポール)からの来訪者も増加の傾向にある。これらのデータから、花巻空港、仙台空港を利用する台湾、東南アジア(タイ、シンガポール)からのインバウンド客をターゲットとして設定した。

新規ターゲット追加④

今年度より新規ターゲットとして、インバウンド対象国に、欧・米・豪を追加しました。理由として、東北観光推進機構が東北全体の取り組みとして、これまでのターゲットである台湾を「成熟市場」と位置付けた上で、「戦略市場」として、欧・米・豪を設定したこと、岩手県としても、新たなターゲットとしてみちのく潮風トレイルの利用客を含む、これらの国を捉えていることも選定要素としている。

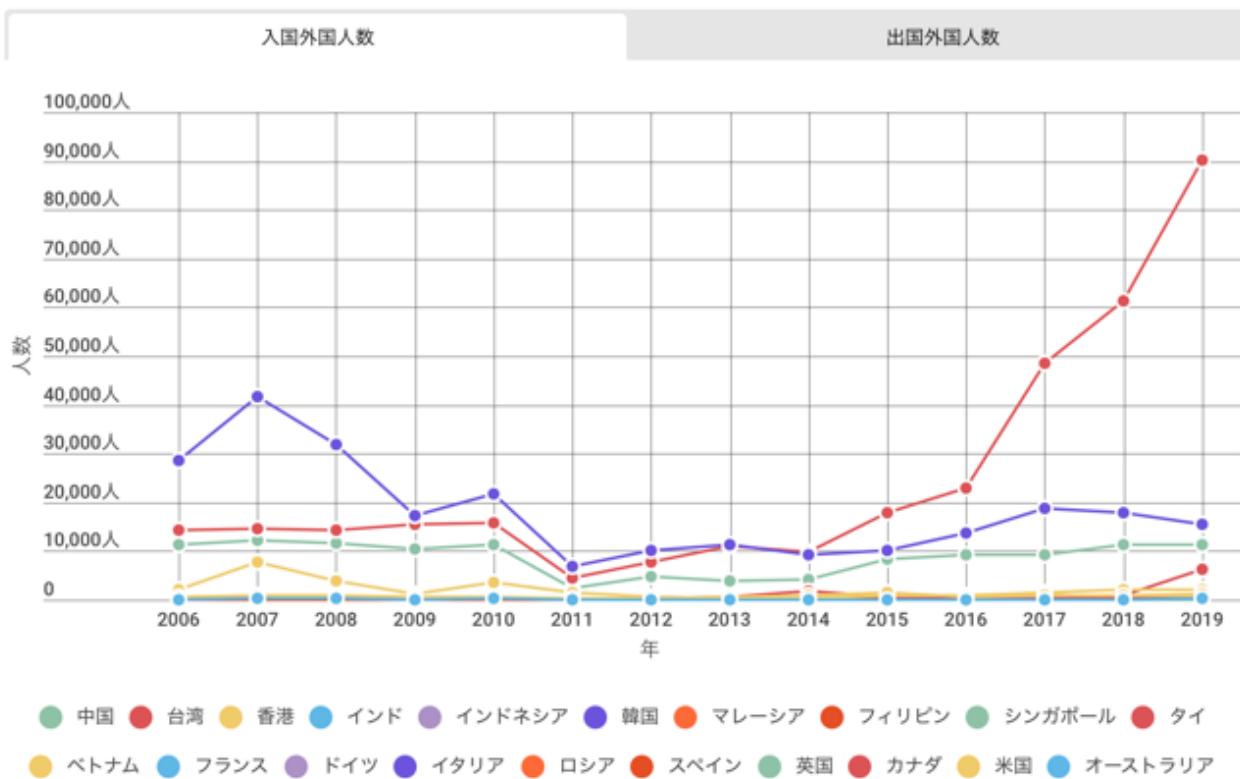
○今後の取組方針

- 滞在時間の延長やそれに伴う観光消費額の増を目的として、インバウンド向けの着地型旅行商品(観光体験等)の発掘や滞在コンテンツの磨き上げによる商品造成事業を実施。
- 受け入れた観光客を外国人対応地元ガイドの案内により、三陸沿岸の観光につなぐ。
受け入れ環境整備(Wi-Fi、多言語表示案内、情報入手可能なアプリ(大船渡さんぽの多言語化)対応)
- 採択2事業を軸に、地域観光コンテンツ造成、受け入れ体制整備に取り組む予定
 - R6 観光庁 サステナブルな観光コンテンツの高度化モデル事業(実証事業)
 - R6 観光庁 地域新発見事業～三陸の冬季集客を目的とした三陸の俵物三品ストーリー作成と高級食材「鮑(アワビ)」の聖地化事業(新創出型)

仙台空港の出入国訪日外国人年推移グラフ



仙台空港の出入国訪日外国人主要国籍別年推移グラフ



出典:「訪日ラボ」法務省出入国管理統計統計表
<https://honichi.com/data/immigration/hanamakiairport/>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	大船渡は岩手三陸観光を「つなぐ港」 ～コンシェルジュとして沿岸観光をつなぐ～
②コンセプトの考え方	<p>三陸沿岸を観光する際の必須立ち寄り所としての認識を獲得し、大船渡から他沿岸地域（陸前高田、釜石、住田等）、さらには内陸（遠野、花巻等）を旅していただく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宮城県にも近く岩手県の「南」の入口となり得る。 ・碁石海岸をジオパーク観光のゲートウェイに定め、三陸沿岸の観光に繋げていく ・大船渡港には飛鳥Ⅱなど大型客船も寄港しており、今後も今後は国内のみならず、海外クルーズ船の寄港も期待され、そこから三陸各地（陸前高田、釜石、住田等）への観光送客が可能となる。 ・本州1位の水揚げを誇る秋刀魚、わかめ養殖発祥の地としても知られるわかめ、キッピンあわびや、恋し浜ホタテなどのブランド商品、うに、ほや、まんぼう等、季節ごとの豊かな海産物を素材とした充実した食の提供 ・ひとり～複数人で楽しめる豊富な宿泊施設の活用（碁石海岸キャンプ場、フレア イラント尾崎岬、民宿、甫嶺復興交流推進センター（廃校を活用した宿泊体験施設等） ・居酒屋やスナック、バーなど、夜遅くまで楽しめる観光資源、コンテンツの提供 ・気仙地域の体験の価値を高める「つなぎ役」 ・三陸というエリアの中で他地域との連携・協調・共創（陸前高田、釜石、住田、遠野、花巻等）を図る。

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	<ul style="list-style-type: none"> ・地域戦略の策定にあたっては、DMO 法人、行政、商工会議所、観光物産協会、観光事業者等にて構成する「大船渡観光戦略会議を DMO とは別に設置、3ヶ月に1回程度取組に関する連絡調整を行う。 ・分野ごとに専門的な立場から検討を行う場として、また、法人以外の事業者の参画の機会を確保する場として、実際に事業に携わる主体に対して、上記機構への参加を呼びかける。 ・地域の観光・商工業・農業等のデータをとりまとめ、産業連携や観光振興方策の継続的な検討等、PDCA サイクルに活用する。また、マーケティング調査を行い、継続的に KPI を計測するとともに、戦略立案にも活用する。 ・地域内の観光関連事業者に向け、ニーズや現状に応じた講習会等を実施することにより、戦略の効果的な構築とともに関係者間の意見交換や情報共有も行う。 ・地域の弱みである「冬季閑散期対策」のためイベントや持続性のある企画を造成する。
観光客に提供するサービスについて、維持・向	<ul style="list-style-type: none"> ・主力商品である水産物や加工品、目玉商品等について、ブランディングと知名度の向上を目的とした商標登録や商品デザイン等を企画し、品質の維持と向上を図る。 ・Wi-fi の整備等により観光客の利便性向上及びデータ取得を目的とした事業を構築する。

上・評価する仕組みや体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・大船渡さんぽアプリから得られるデータを活用し、KPI の継続的な計測と評価を行い、PDCA サイクルを円滑に回すことにより、品質やサービスの維持と向上を図る。 ・二次交通の課題解消に向けた地域事業者との企画、PR を行う。 ・観光資源の磨き上げやサービスの品質管理・向上に繋がる取り組みの実施。(ステナビリティに関するガイドラインの策定、品質保証制度、表彰制度、OTAとの連携、研修等の人材育成等) 												
観光客に対する地域一体となつた戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<p>現在大船渡市の観光情報発信サイトとしては</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 大船渡市HP「おおふなとりっぷ」https://www.city.ofunato.iwate.jp/site/ofunatrip/ 2) (一社)大船渡市観光物産協会が管理する「大船渡の観光と物産」https://sanriku-ofunato.or.jp/kanko/ 3) 大船渡地域戦略会員アローリンクスが管理する「大船渡ポータル」https://ofunato.jp/ <p>の3つが存在する。それぞれのアクセス回数は下記の通りである。</p> <table border="1" data-bbox="339 855 822 990"> <thead> <tr> <th>WEBサイト名</th> <th>年間アクセス数(回)</th> <th>比率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>大船渡ポータル</td> <td>196,927</td> <td>57%</td> </tr> <tr> <td>大船渡市観光物産協会</td> <td>76,783</td> <td>22%</td> </tr> <tr> <td>大船渡市HPおおふなとりっぷ</td> <td>73,274</td> <td>21%</td> </tr> </tbody> </table> <p>大船渡ポータルが全体の半数以上のアクセス数がある中、統合に向けて大船渡市観光物産協会のホームページのアクセス数を今の5倍近くまであげる必要がある。</p> <p>2022年度の都道府県公式観光情報サイトの中でPCからの推計閲覧者数上位15サイトの平均が1,113,066回となっており、コンテンツの拡充、外国語対応など見られるための対策を強化する必要がある。</p> <p>大船渡の観光情報を取り扱うサイトが3つ存在し、明確な役割定義がないことが課題であったことから、大船渡全体でどのようなサイト運営を行うべきか検討し、合わせて「大船渡さんぽ」アプリや公式SNS等を活用し、観光客が必要な情報にアクセスしやすい情報発信体制を強化することも踏まえ、令和6年度内に3つのサイトを1つに統合するための協議が始まったところである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大船渡市観光ホームページの今後の方向性に関する検討会(名称仮) 2024年6月6日 第1回 2024年7月中旬 第2回 (参加団体:大船渡市、大船渡市観光物産協会、アローリンクス株式会社、大船渡地域戦略) ・JNTO(政府観光局)や地域内の関連団体と連携し、海外への観光客誘致プロモーション活動を展開する 2023.12.8-12 日本東北遊楽日2023大船渡・住田定住自立圏出展 (大船渡市・大船渡市観光物産協会他地域戦略会員企業) ・令和6年度も「日本東北遊楽日2024」に出展予定 (※大船渡・住田定住自立圏共生ビジョンによる取組内) 	WEBサイト名	年間アクセス数(回)	比率	大船渡ポータル	196,927	57%	大船渡市観光物産協会	76,783	22%	大船渡市HPおおふなとりっぷ	73,274	21%
WEBサイト名	年間アクセス数(回)	比率											
大船渡ポータル	196,927	57%											
大船渡市観光物産協会	76,783	22%											
大船渡市HPおおふなとりっぷ	73,274	21%											

6. KPI(実績・目標)

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	-	-	11,600	日帰り:8,748 宿泊:30,240 21,839	日帰り:9,448 宿泊:32,659 23,839	日帰り:10,204 宿泊:35,272 25,473
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	-	11,270	日帰り:8,100 宿泊:28,000 20,222			
		(-)	(-)	(-)			
●延べ宿泊者 数 (千人)	目標	213	218	223	228	234	240
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	132	159	139			
		(-)	(-)	(-)			
●来訪者満足 度 (%)	目標	-	-	90.0	70.0	73.0	75.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	-	89.9	69.5			
		(-)	(-)	(-)			
●リピーター率 (%)	目標	-	-	65	65	65	65
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	-	65	55			
		(-)	(-)	(-)			

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

大船渡市と連携し観光推進を行うため、令和3年10月「第2次大船渡市観光ビジョン」にて策定されている成果指標を活用。「延べ宿泊者数」以外が存在しないため、令和5年3月にアンケート調査を行い、本KPI目標設定に至っている。

今年度から、市内の事業者（宿泊施設、旅館、飲食店、観光スポットなど）約150箇所にアンケートを設置し、通年を通して回収できるようになったことから、よりリアルな数値を取れるようになったことを踏まえ、現段階では目標値は修正せず、データの充実を図ったうえで再検討していく。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

旅行消費額は、実施したアンケート結果を用いて、日帰り訪問・宿泊訪問の平均値を年度の旅行消費額とする。

目標値は観光入込客数・宿泊者数・日帰り者数に対して、令和4年12月に実施した、答えてLuckyアンケートで算出した宿泊・日帰りの際の旅行消費額予算を基に算出した数値で設定し、各年度の実績によって適宜修正を行う。今後、観光推進により来訪者数は増加する見込みであるが、事業者の高齢化・宿泊施設数の上限を考慮し、宿泊比率が大きく伸びるとは想定していない。当分の考え方としては来訪者数を増やし、高い満足度を維持することで、全体全体の旅行消費額総額を向上させていくことに注力する。

●延べ宿泊者数

大船渡市が収集している各宿泊施設の宿帳データから集計。基本的には、大船渡市が設定する目標値を共通目標とする。新型コロナウイルスの影響でR4は当初の目標値から実績が乖離しているが、R5からは行動制限も緩和されたため、従来通りの目標値を設定した。

●来訪者満足度

R4年度は、3月に実施した「答えて Lucky アンケート」調査にて、5段階評価のうち、上位2項目（「非常に満足」「満足」）の選択率を指標に設定し、89%と高い満足度を獲得できたことから、来訪者が増加してもクオリティーを維持することを第一に考え、90%を目標値に設定した。しかし、R5年度のアンケート結果では、前回より20ポイント以上下がる結果となった。原因は評価項目が5→3段階となったこと、また1回限りのスポット収集だったことが考えられる。今年度から、市内の事業者（宿泊施設、旅館、飲食店、観光スポットなど）約150箇所にアンケートを設置し、通年を通して回収できるようになったことから、より実際に近い数値を取れるようになったことを踏まえ、現段階ではまだ数値にはらつきがあるため、今後のデータの充実を図ったうえでKPIについても再検討していく。

（令和5年12月～令和6年2月実施「答えて Lucky アンケート」結果 n=420）満足度：69.5%

●リピーター率

同観光アンケート調査にて、大船渡市への来訪目的が「観光」「ビジネス」である来訪者のうち、来訪回数が2回目以上の来訪者の比率によるリピーター率を指標に設定。（※来訪目的が「帰省・知人訪問」はメインターゲットではないため含まないこととする）

今年度から市内の事業者（宿泊施設、旅館、飲食店、観光スポットなど）約150箇所にアンケートを設置し、通年を通して回収できるようになったことから、新規来訪者数が増加し、昨年度よりリピーター率が下がったことが分析結果として出たが、通年でのデータ取得後に再度分析を行うこととし、このまま目標値は65%に設定し、各年度の実績によって修正を行う。

（2）その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
Web サイト アクセス状況 (市、観光物産協会、 大船渡ポータル) (回)	目標	140,000	160,000	329,535	347,835	366,135	384,435
	実績	249,201	311,235	346,984			
観光入込客数 (千人)	目標	748	765	782	799	817	834
	実績	484	584	638			
外国人観光客数 (人)	目標	1,020	1,130	1,240	1,350	1,460	1,571
	実績	112	204	1,441			
大船渡さんぽ アプリ内 決済金額 (万円)	目標	－	－	4,700	9,650	13,500	17,550
	実績	－	1,739 ※1	6,009			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

※1=アプリを開始した2022/8から2022/12の実績

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

ターゲットへの取り組み効果を正確に把握するため、第 2 次大船渡市観光ビジョンの成果指標でもある目標値を参考に KPI を設定。また、観光客の増加および市内での消費活動の高まりによる経済効果を可視化するため、大船渡さんぽアプリ内での決済金額を目標におき、各事業所との連携を強化する。

【設定にあたっての考え方】

●Web サイトアクセス状況

ニーズの把握・PR 強化のため、大船渡市の観光情報を紹介するホームページへのアクセス数は重要な指標であることから設定。大船渡市が定める第2次大船渡市観光ビジョンと同様の目標数値は各年度達成している状況から、R5～R8 の目標値は R4 の実績に通常の目標伸び率 109%をかけて算出して設定した。今年度よりサイトの統合が図られる予定のため、

●観光入込客数

旅行消費額の向上に向けて、日帰り・宿泊者数を合算した年間観光入込客数を収集。基本的には、大船渡市が設定する目標値を共通目標とする。新型コロナウイルスの影響で R4 は当初の目標値から実績が乖離しているが、R5 からは行動制限も緩和されたため、従来通りの目標値を設定した。

●外国人観光客数

インバウンド強化に向けて、重要な指標であることから設定。基本的には、大船渡市が設定する目標値を共通目標とする。新型コロナウイルスの影響で R4 は当初の目標値から実績が乖離しているが、R5 からは行動制限も緩和されたことによるインバウンド増加のため、従来通りの目標値を設定した。

●「大船渡さんぽ」アプリ内 決済金額

地域経済の成果指標として、大船渡さんぽアプリでの決済金額(年間)を目標の一つに設定。

R5 の目標値は直近 5 ヶ月間(2022/12～2023/04)の決済金額から月平均を算出し、年間目標を設定した。

大船渡さんぽユーザー 2,891名(6/27時点)のうち、

- ・大船渡市内ユーザーの割合 1,526名(53%)
- ・2023年度 大船渡市内のユーザー決済額計 40,102,992円
- ・2023年度 大船渡市内のユーザー決済額平均 26,280円

これをもとに、R6年大船渡さんぽアプリ内決済金額目標を出すと

(市内ユーザーの2023年決済平均金額) × (6/27時点全ユーザー数) = R6年大船渡さんぽアプリ内決済金額目標: $26280 \times 2891 = 75,975,480$ 円

R6 からは毎年 150%の成長率を目標に設定した。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳(具体的に記入すること)
2021(R3) 年度	1,878,000(円)	【国からの補助金】 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 330,000 円 【会費】 1,548,000 円 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等 (円)
2022(R4) 年度	17,078,958(円)	【国からの補助金】 11,552,897 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 3,738,061 円 【会費】 1,788,000 円 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等 (円)
2023(R5) 年度	11,664,989(円)	【国からの補助金】 5,025,000 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 181,000 円 【公物管理受託】 【収益事業】 4,538,989 円 【会費】 1,920,000 円 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等 (円)
2024(R6) 年度	27,173,000(円)	【国からの補助金】 23,143,000 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 1,930,000 円 【会費】 2,100,000 円 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等 (円)
2025(R7) 年度	23,040,000(円)	【国からの補助金】 18,000,000 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 2,700,000 円 【会費】 2,340,000 円 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等 (円)
2026(R8) 年度	11,090,000(円)	【国からの補助金】 5,000,000 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】

		【収益事業】 【会費】 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】等 (円)	3,510,000 円 2,580,000 円 (円)
--	--	--	---------------------------------------

(2)支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)	
2021(R3) 年度	713,974(円)	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 (円)	713,974 円
2022(R4) 年度	15,911,583(円)	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】(国内) 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 (円)	945,763 円 2,675,000 円 38,803 円 5,610,000 円 4,053,222 円 2,588,795 円 (円)
2023(R5) 年度	11,318,935(円)	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】(国内) 【受入環境整備等の着地整備】 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 【観光イベントの開催費】 (円)	1,095,858 円 1,213,093 円 65,000 円 5,557,310 円 3,387,674 円 円 (円)
2024(R6) 年度	27,173,000(円)	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 (国内) 2,300,000 円 (国外) 3,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 14,000,000 円 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 4,643,000 円 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 1,497,000 円 【観光イベントの開催費】 円 (円)	1,733,000 円 (国内) 2,300,000 円 (国外) 3,000,000 円 14,000,000 円 4,643,000 円 1,497,000 円 円 (円)
2025(R7) 年度	23,040,000(円)	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 (国内) 2,740,000 円 (国外) 3,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 10,000,000 円 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 4,000,000 円 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 1,500,000 円 【観光イベントの開催費】 円 (円)	1,800,000 円 (国内) 2,740,000 円 (国外) 3,000,000 円 10,000,000 円 4,000,000 円 1,500,000 円 円 (円)
2026(R8) 年度	11,090,000(円)	【一般管理費】 【情報発信・プロモーション】 (国内) 2,740,000 円 (国外) 3,000,000 円 【受入環境整備等の着地整備】 1,050,000 円 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 円	1,800,000 円 (国内) 2,740,000 円 (国外) 3,000,000 円 1,050,000 円 円

		【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】 2,500,000 円 【観光イベントの開催費】 円 (円)
--	--	--

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

(3)自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- 観光地域づくり法人としての取り組みが地域経済全体の活性化につながるという趣旨を、観光産業以外の地域事業者に広く周知し、地域の理解・相互協力体制を確立し、会員増を目指す。
- 補助金、受託事業の確保による基盤の確立を目指す。
- 着地型旅行商品「恋する旅行。大船渡」をブランドとして確立し、年間を通じて安定した収益確保を目指す。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。

大船渡市は一般社団法人大船渡地域戦略を、当該地域における地域 DMO として登録したく、一般社団法人大船渡地域戦略とともに申請します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO(県単位以外)や地域DMOと重複する場合の役割分担について(※重複しない場合は記載不要)**【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った(行っている)か】**

- ・公益財団法人さんりく基金(三陸DMOセンター)

必要に応じて、各取組についての意見交換・情報交換を行っている。

【区域が重複する背景】

- ・公益財団法人さんりく基金は三陸地域の魅力ある観光地域づくりを推進するため岩手県を主体として地域連携 DMO として設立・登録されたものである。対象とする区域は広く岩手県の三陸沿岸13市町村であり、さんりく基金は三陸沿岸地域の地域連携 DMO として、岩手県沿岸全体のプロモーション等を行うもので、役割が異なる。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

- ・当法人は、地域 DMO として大船渡の観光振興を実施しており、体験プログラムの造成・実施やプロモーション活動を行っている。さんりく基金は、三陸沿岸地域全体を対象としているため、手法やターゲットも異なるものである。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

- ・一市町村を主体とした大船渡地域戦略と、岩手県を主体としたさんりく基金はそれぞれの強みを生かし、観光地域づくりの取り組みやプロモーションを行うことにより、地域としての相乗効果が期待されるものである。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	中村 純代
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	〒022-0003
所在地	岩手県大船渡市盛町字町 8-19 岩手開発産業株式会社 2 階
電話番号（直通）	0192-27-1114(直通) 070-1159-1233(大船渡地域戦略事務局事務局)
FAX番号	0192-27-2231
E-mail	Info@ofunato-ss.com

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	岩手県大船渡市
担当者氏名	新沼 博樹
担当部署名（役職）	大船渡市役所商工港湾部観光交流推進室(主幹)
郵便番号	〒022-8501
所在地	岩手県大船渡市盛町字宇津野沢 15
電話番号（直通）	0192-27-3111(内線 113)
FAX番号	0192-26-4477
E-mail	Ofu_kanko@city.ofunato.iwate.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

岩手県大船渡市

【設立時期】 2021年9月28日

【設立経緯】

①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】 志田 繕隆

【マーケティング責任者(CMO)】 大泉 諭美

【財務責任者(CFO)】 志田 繕隆

【職員数】5人(常勤2人(正職員0人・出向等2人)、非常勤3人)

【主な収入】

収益事業4.5百万円、会費収入1.9百万円、補助金5.2百万円
(2023年度決算)

【総支出】事業費10.2百万円、一般管理費 1.1百万円(2023年度決算)

【連携する主な事業者】 35社(正会員 15社 贊助会員 20社)

大船渡市・大船渡商工会議所、大船渡市観光物産協会、大船渡観光バス事業協同組合、三陸鉄道(株)、(株)菅野商店、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、岩手開発産業(株)さいとう製菓(株)、鎌田水産(株)、マイヤ(株)、アマタケ(株)、(株)キャッセン大船渡、醉仙酒造(株)他

戦略

【主なターゲット】

第1)都市部からのビジネス出張を含むひとり旅行者

第2)40代以上の都市圏に住む旅好きグループ
(夫婦・パートナー・友人)

第3)台湾、東南アジアからのインバウンド客

第4)米・欧・豪のハイカー客

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

第1)ひとり旅行者のニーズに沿った資源強化

第2)三陸沿岸の情報発信の強化

第3)観光体験・滞在コンテンツの強化

【観光地域づくりのコンセプト】

大船渡は岩手三陸観光を「つなぐ港」
～コンシェルジュとして沿岸観光をつなぐ～

KPI(実績・目標)

記入日：令和6年 7月 1日

指標項目		2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	-	-	11,600	日帰り:8,748 宿泊:30,240 21,839	日帰り:9,448 宿泊:32,659 23,839	日帰り:10,204 宿泊:35,272 25,473
	実績	-	11,270	日帰り:8,100 宿泊:28,000 20,222	(-)	(-)	(-)
	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
延べ宿泊者数 (千人)	目標	213	218	223	228	234	240
	実績	132	159	139	(-)	(-)	(-)
	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
来訪者満足度 (%)	目標	-	-	90	70	73	75
	実績	-	89.9	69.5	(-)	(-)	(-)
	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
リピーター率 (%)	目標	-	-	65	65	65	65
	実績	-	65	55	(-)	(-)	(-)
	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

※()内は外国人に関するもの。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・体験、食事、宿泊など、大船渡の魅力を感じられるコンテンツを合わせたツアー「恋する旅行。大船渡」の実施

【受入環境整備】

- ・地域循環型ポイントアプリ「大船渡さんぽ」による消費動向データを活用した販促イベント・キャンペーン実施
- ・観光の地域人材養成のためのインバウンド対応強化研修実施
- ・「外国人受入体制整備業務」参画

【情報発信・プロモーション】

- ・TV・SNSを活用した大船渡の魅力発信プロモーション
- ・海外向け観光情報発信(連携)
Experience Ofunato, Sanriku Japan

【その他】

- ・外国人対応観光ツアーの造成
- ・地域旅行商品販売サイト造成
- ・三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイルとの提携
- ・飲食店組合と提携したキャンペーン展開

