

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年7月31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・ <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">地域DMO</span>	
観光地域づくり法人の名称	株式会社かまいしDMC	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	岩手県釜石市	
所在地	岩手県釜石市魚河岸3番3号	
設立時期	平成30年4月2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	19人【常勤14人（正職員14人・出向等0人）、非常勤5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） ※必ず記入すること	河東 英宜「専従」	代表取締役兼CMO。2021年5月より現職。総合旅行業管理者。「地球の歩き方」を発行する出版社の旅行マーケティング部門長を経て、2017年に（株）パソナグループ入社。New Value Creation Fund 投資政策委員会事務局にて地方創生事業に取り組むなかで、2018年4月（株）かまいしDMC設立に出資参加。早稲田大学トランスナショナルHR研究所招聘研究員。 Professional Certificate in Sustainable Tourism（2021年5月取得） ジオパーク認定ガイド 観光庁「広域周遊観光促進専門家」
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：チーム・マーケティング・オフィサー） ※必ず記入すること	河東 英宜「専従」	代表取締役が兼任。
財務責任者（CFO：チーム・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	大杉 尚也「専従」	財務省関東財務局、金融庁で4年間勤務。MBA（一橋大学大学院経営学修士）取得。現在は、持続可能な運営のため、運営収支や財源確保等、財務全般を担当。また、統計学（データ分析）を活用した社会経済システムの分析をはじめ、CMOサポートも行う。

旅行商品造成・販売	佐藤奏子「専従」	日本大学芸術学部写真学科卒。Professional Certificate in Sustainable Tourism (2021年取得)。主に体験プログラムの造成・企画・実施を担当。AAフリーダイビングインストラクター・AAAスキダイビング&シュノーケリングインストラクター、JASCAシーカヤック&SUPベーシックインストラクター、三陸ジオガイド、無人航空マルチコプター操縦技能者講習終了。
地域商社事業	花堂 佳月「専従」	米国 DePauw University 卒。星野リゾートを経て2020年に入社。岩手釜石オンラインショップの運営、ふるさと納税の運営等を通じて、地域の特産品の開発、稼ぐ地域づくりを実践している。
インバウンドPR、受入担当	佐野 利恵「業務委託」	米国大学院で環太平洋圏のサステナブル学修士取得。釜石の復興支援員として、広報を担当。現在は、フリーアナウンサー・映像クリエイターとして、インバウンド向けPR動画を制作するなど、釜石へのインバウンド誘客を行う。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	岩手県釜石市産業振興部商工観光課（マーケティング、観光振興） 産業振興部水産農林課（特産品PR、ブルーカーボン等） 産業振興部国際港湾産業課 ゼロカーボンシティ推進室（脱炭素推進） 総務企画部総合政策課（総合的なまちづくり） 総務企画部総合政策課 オープンシティ・プロモーション室（関係人口構築） 文化スポーツ部文化振興課（震災伝承、文化振興） 文化スポーツ部スポーツ推進課（ラグビー推進） 岩手県商工労働部観光・プロモーション室（県内連携） 岩手県沿岸広域振興局（沿岸地域観光振興）	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・釜石観光物産協会（イベント事業、プロモーション）</li> <li>・釜石商工会議所（特産品開発）</li> <li>・釜石青年会議所（イベント実施）</li> <li>・釜石大槌旅館ホテル組合（旅行動向調査、商品開発）</li> <li>・釜石地方森林組合（カーボンクレジット、研修受入れ）</li> <li>・JR東日本旅客鉄道（旅行商品開発）</li> <li>・三陸鉄道株式会社（旅行商品開発）</li> <li>・岩手銀行、北日本銀行、東北銀行（情報共有等、運営資金の融資）</li> <li>・(株)パソナ東北創生（企画・運営）</li> <li>・東北観光推進機構（広域連携）</li> <li>・岩手大学釜石キャンパス（海洋関係連携、魚食プロモーション連携）</li> <li>・東京大学大気海洋研究所国際・地域連携研究センター（海洋関係連携）</li> </ul>	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	<b>【該当する登録要件】②</b> 観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置 (概要) 観光推進の最高意思決定者を市長とする「釜石観光推進連携協議会」のもと、観光に関わる多様な関係者とDMOとが連携して地域の観光を推進している。	

<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2018年度より、毎年2月に、市民およびステークホルダーに向けた観光フォーラムを実施し、DMOの取組等を発表している。</li> <li>・観光フォーラムでは、より深い理解促進のため、専門家を呼び、講演いただいている。</li> </ul> <p>(これまでの観光フォーラム)</p> <p>令和2年度：「ディスティネーション・マネージメント」コロナ禍で市民ホールでの実施が困難であったことから、WEB開催。観光庁観光地域政策企画室土居室長、一橋大学鎌田准教授の講演。</p> <p>令和3年度：新型コロナウイルス感染症の影響より例年実施している現地での観光フォーラムは実施せず、誰でも視聴可能なYouTubeにて当社の取組について報告した。</p> <p>令和4年度：「持続可能な観光サミット」GSTC公認トレーナーである高山傑氏による講演や連携7自治体（弟子屈町、ニセコ町、小布施町、宮津市、三好市、小国町、与論町）との持続可能な地域づくりに関する取組みを報告した。</p> <p>令和5年度：「釜石持続可能な観光フォーラム2024」を開催し、GSTC公認トレーナーである荒井一洋氏による基調講演のほか、釜石オープン・フィールド・ミュージアムの成果と展望、釜石商工高等学校と取り組んできた観光教育推進事業について報告した。</p>				
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%; text-align: center;">事業</th> <th style="text-align: center;">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td> <p><b>【令和2年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人向けYouTube観光チャンネル・instagram開設</li> <li>・オンラインツアー実施（東北観光推進機構共催）</li> </ul> <p><b>【令和3年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・釜石の観光コンセプトである「オープン・フィールド・ミュージアム釜石」に関するウェブサイトを充実させ、地域の魅力を対外だけでなく、地域住民に向けても発信（パンフレットも制作）。</li> <li>・ワーケーション推進を目的としたワーケーション特設サイトを公開。</li> </ul> <p><b>【令和4年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・根浜キャンプ場の持続可能な取組を紹介するウェブサイトを公開</li> <li>・公式LINE制作・活用による情報発信の高度化（また、属性データ、コンテンツの人気度の収集）</li> <li>・観光DX化の前段階として、地域事業者が自らタイムリーな情報発信ができるように、Googleを活用した情報発信セミナーを、2023年2月に開催した（釜石市内外事業者22名参加）</li> </ul> <p><b>【令和5年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市民向けの地域資源のプロモーションとして、釜石のインストラクター等に焦点を当て、様々な体験プログラムを楽しめる期間限定イベント「Meetup</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p><b>【令和2年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人向けYouTube観光チャンネル・instagram開設</li> <li>・オンラインツアー実施（東北観光推進機構共催）</li> </ul> <p><b>【令和3年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・釜石の観光コンセプトである「オープン・フィールド・ミュージアム釜石」に関するウェブサイトを充実させ、地域の魅力を対外だけでなく、地域住民に向けても発信（パンフレットも制作）。</li> <li>・ワーケーション推進を目的としたワーケーション特設サイトを公開。</li> </ul> <p><b>【令和4年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・根浜キャンプ場の持続可能な取組を紹介するウェブサイトを公開</li> <li>・公式LINE制作・活用による情報発信の高度化（また、属性データ、コンテンツの人気度の収集）</li> <li>・観光DX化の前段階として、地域事業者が自らタイムリーな情報発信ができるように、Googleを活用した情報発信セミナーを、2023年2月に開催した（釜石市内外事業者22名参加）</li> </ul> <p><b>【令和5年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市民向けの地域資源のプロモーションとして、釜石のインストラクター等に焦点を当て、様々な体験プログラムを楽しめる期間限定イベント「Meetup</li> </ul>
事業	実施概要				
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p><b>【令和2年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人向けYouTube観光チャンネル・instagram開設</li> <li>・オンラインツアー実施（東北観光推進機構共催）</li> </ul> <p><b>【令和3年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・釜石の観光コンセプトである「オープン・フィールド・ミュージアム釜石」に関するウェブサイトを充実させ、地域の魅力を対外だけでなく、地域住民に向けても発信（パンフレットも制作）。</li> <li>・ワーケーション推進を目的としたワーケーション特設サイトを公開。</li> </ul> <p><b>【令和4年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・根浜キャンプ場の持続可能な取組を紹介するウェブサイトを公開</li> <li>・公式LINE制作・活用による情報発信の高度化（また、属性データ、コンテンツの人気度の収集）</li> <li>・観光DX化の前段階として、地域事業者が自らタイムリーな情報発信ができるように、Googleを活用した情報発信セミナーを、2023年2月に開催した（釜石市内外事業者22名参加）</li> </ul> <p><b>【令和5年度】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市民向けの地域資源のプロモーションとして、釜石のインストラクター等に焦点を当て、様々な体験プログラムを楽しめる期間限定イベント「Meetup</li> </ul>				

		<p>Kamaishi2023」を開催し、23のプログラムに396名が参加した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・釜石地域課題解決型ワーケーションのプロモーションを目的としたウェブサイトを制作。</li> </ul>
	<p>受入環境の整備</p>	<p>【令和2年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・運営するジェラートカフェでの紙ストロー使用</li> <li>・キャンプ場での間伐材を利用した木皿の活用等によるプラスチックゴミの軽減。</li> <li>・鶴住居駅前の津波伝承施設～鶴住居復興スタジアム～根浜キャンプ場～箱崎半島（国立公園）について、アクセス改善と環境への配慮から貸し自転車を設置した。</li> <li>・スタッフ8名が国際基準 GSTC のトレーニングプログラムを修了。</li> <li>・持続可能な観光地マネジメントの担当者サステナビリティ・コーディネーターを配置。</li> <li>・「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」のロゴ使用の条件を満たし、使用承諾を受けた。</li> <li>・GSTC 認定の国際認証機関グリーン・デスティネーションズの認証プログラムに2018年から参画し、「世界の持続可能な観光地100選」や「グリーン・デスティネーションズ・アワード ブロンズ賞」を受賞。</li> <li>・第13回観光庁長官表彰</li> </ul> <p>【令和3年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・釜石市および民間事業者と連携し、釜石での企業版ワーケーション推進の新たな拠点となるワーケーション施設「Nemaru Port」を開設。</li> <li>・「世界の持続可能な観光地100選」に選出されたほか、日本で初めて「グリーン・デスティネーションズ・アワード シルバー賞」を受賞。</li> <li>・釜石の食材を中心とした「三陸ジオ弁当」を市内弁当企業と開発し、市内調達率の重要性など、その経緯で事業者「持続可能な観光」の考え方を共有。</li> </ul> <p>【令和4年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「世界の持続可能な観光地100選」に選出（5年連続）。</li> <li>・今後のインバウンド誘客を見据え、釜石市と連携し、音楽、文化、食、スポーツ等を通じて、オーストラリアと釜石市の交流を深めるオンライン交流会（KOALA CAMP）を開催（オーストラリア大使館共催）。</li> <li>・防災学習プログラム等の体験プログラムの英語化。</li> </ul> <p>【令和5年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「世界の持続可能な観光地100選」に選出（6年連続）</li> <li>・日本初「グリーン・デスティネーションズ・アワード ゴールド賞」を受賞</li> <li>・企業版ふるさと納税を活用した、新ワーケーション施設「Nemaru Port II（仮称）」の建設が決定し、建築デ</li> </ul>

		<p>ザイン設計業務に対するプロポーザルを実施した（令和7年開業予定）。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域人材の育成及び将来の担い手の確保を目的として、観光教育への取組みを本格化（観光庁「地域活性化のための観光教育推進事業」に採択）。</li> </ul>
	観光資源の磨き上げ	<p>【令和2年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・常設体験ツアー26コースをスタート</li> <li>・SUP、シーカヤックガイド8名を養成</li> </ul> <p>【令和3年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・釜石湾漁船クルーズの運航開始</li> <li>・これまで観光資源としてあまり注目されていなかった復興過程で建設された釜石の建築群を、新たに観光資源として再構築した「まちの建築デザイン共有事業」を実施（観光庁事業）。</li> <li>・地域の星の伝承と脱炭素を意識したキャンププログラムを造成する「星空ツーリズム（アストロツーリズム）とゼロカーボンキャンプ推進事業」を実施（環境省事業）。</li> </ul> <p>【令和4年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サステナブルツーリズムの取組を感じられるサステナブルコンテンツとして、「サステナブルな観光コンテンツ強化事業」（観光庁）にて、 <ul style="list-style-type: none"> <li>★岩手大学釜石キャンパスと連携した「マイクロプラスチックから海洋保全を考えるSDGs 学びプログラム」</li> <li>★釜石地方森林組合と連携した「釜石の森林・バイオマス発電から考えるSDGs 学びプログラム」</li> </ul> </li> <li>を造成した。</li> <li>・釜石の新たな高付加価値・高単価プログラムの造成を目指し、「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」（観光庁事業）にて、地域の自然、食材を贅沢に味わい、特別感を感じられるような「釜石ラグジュアリーマリンツアー」を造成した。</li> <li>・ニーズが多様化しているワーケーションに、三陸沿岸の自然を掛け合わせることで、新たな誘客需要を創出する「みちのく潮風トレイルを活用した『エコトレイル』ワーケーションプログラム造成事業」を実施した。</li> </ul> <p>【令和5年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域課題である海洋環境変化に対し、釜石が取り組んでいる「ウニの畜養」をテーマに、「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」（観光庁事業）を活用し、「ウニの畜養から海洋環境を考えるSDGs 学びプログラム」を造成した。</li> <li>・これまでのラーニング・ワーケーションに加え、地域と来訪企業が共に地域課題解決を目指す「地域課題解</li> </ul>

決型ワーケーション」を本格的に実施。また、効果的な課題解決に向け、地域側と来訪企業の地域に対する期待・考えを整理する手法を、専門家とともに整理した。

【定量的な評価】

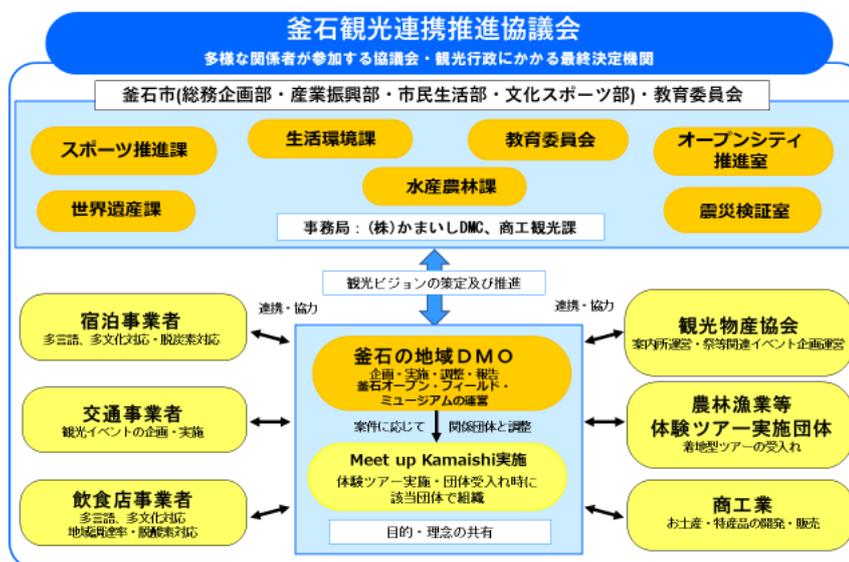
項目	単位	2020	2021	2022	2023
HP アクセス数	回	181,775	138,584	255,749	291,257
体験プログラム参加者数	人	1,102	2,713	2,713	3,755
津波伝承施設入館数 (いのちをつなぐ未来館)	人	29,680	24,371	27,172	29,335
臨海観光施設入館者数 (魚河岸テラス)	人	100,383	89,841	100,851	94,392
海浜キャンプ場宿泊者数 (根浜キャンプ場)	人	2,610	3,025	3,785	3,792

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）。

【実施体制の概要】

- 観光戦略の策定における合意形成組織は「釜石観光連携推進協議会」
- ・メンバーは、岩手県、釜石市、釜石市観光物産協会、釜石商工会議所、交通・鉄道会社、釜石地方森林組合組合、釜石市内漁協 等  
(会長：釜石市長、事務局：釜石市およびDMO)
  - ・協議会は、年1回開催。協議会では、釜石の観光状況の共有や釜石が進めている施策、各団体による意見交換を実施。
  - ・第1回：2021年10月開催、第2回：2022年11月開催、第3回：2024年3月開催。
  - ・全体の方向性については、釜石観光連携推進協議会で協議および合意するものの、個別テーマについてはテーマごとの会議体において、合意形成を行い、報告会を実施している（令和5年度は41回の会議を開催）。

【実施体制図】



## 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】



※釜石は8つの行政区に分かれるが、「うみ・やま連携」を活発化する3つのエリア分けを設定

### 【区域設定の考え方】

釜石市は、岩手県の沿岸部リアス式海岸の「三陸復興国立公園」の中心に位置し、標高1,300mクラスの3つの山と4本の川など、豊かな自然に恵まれた地域である。

明治22年の町村制施行により釜石村と平田村が合併し釜石町として誕生した。昭和12年に釜石市となり、昭和30年に旧釜石市、甲子村、鶴住居村、栗橋村、唐丹村が合併し、今の釜石市の姿となった。山、岬、入江、川等の険しい地形により地区を結ぶ交通アクセスに課題があり、長い間、市内のコミュニケーションを分断してきた。そのため、各地区の市民が釜石市内全域を回遊することは少なく、釜石市民でありながら、釜石市の中心部（東部・平田地区）以外の地区には足をほとんど運ばないという方も多いのが課題であり現状である。観光振興においても、これまでの多くの取組みが、地区ごとに独立して行われてきた。

一方で、鉱物資源・森林資源に恵まれた釜石市の山が川の流れを通じて三陸沿岸地域の豊かな生活を育ててきた実態や、山間部と沿岸部の市民の連携があったからこそ生まれた近代製鉄産業等、釜石市民の誇りにつながる「うみ・やま連携」の歴史がある。これは、三陸沿岸地域の近隣市町村と比較すると釜石市の特筆すべき独自価値といえる。

そこで釜石市の観光振興ビジョンでは「うみ・やま連携」を活発化する3つのエリア分けを設定した。

- (1) 世界と繋がる山と海（鶴住居川流域エリア）
- (2) 鉄都・釜石の大動脈（甲子川流域エリア）
- (3) 仙台伊達藩の藩境（五葉山・唐丹エリア）

観光資源に一定のまとまりをもつ地域でグループ化し、コースを確立することで、釜石市内の複数エリアの観光回遊性の向上を図る。

## 【観光客の実態等】

## ①観光客入込客数

観光客入込客数は、震災前の780,835人（平成22年度）をピークに、平成26年度は221,108人まで大きく落ち込んだものの、平成30年度は518,718人の水準まで戻ってきている。令和元年度は、観光関連施設の開設や、ラグビーワールドカップによる誘客効果もあり、907,281人であった。しかしながら、令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により大きく減少し、令和3年度は、新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し近隣地域からの来訪者が増えた。新型コロナウイルスによる行動制限も緩和され始めた令和4年度からは、近隣地域のほか、遠方からの来訪者も増え、令和5年度は618,053人となった（前年度比3,055人増）。

## ②延べ宿泊者数

直近の推移は、令和元年度164,985人、令和2年度103,865人であり、令和3年度112,459人、令和4年度148,371人であった。令和5年度は、コロナウイルスによる行動制限緩和のほか、前年度からの実施されている市の宿泊割による宿泊需要の喚起施策のほか、観光イベントや体験プログラムによる宿泊増や防災学習等による教育旅行の増加により、宿泊者数は150,933人（前年度比2,562人増）となった。

引き続き釜石への旅行の目的化が課題となっている中で、体験コンテンツの充実を図るほか、当社は、宿泊を促進するナイトタイムコンテンツの充実を目的として、「うにのまち釜石プロジェクト」を継続して実施している。当社が開発した「うにスープ」を市内飲食店等に販売し、このスープを活用して、夜メニューとして、オリジナルメニュー（うにリゾットやうにパスタ等）を販売していただくことで、宿泊を促す施策を実施している。

また、2021年10月に開業した釜石での企業版ワーケーション推進の新たな拠点であるワーケーション施設「Nemaru Port」のほか、2025年開業に向け、新たなワーケーション施設を整備予定である。これまでの「釜石ならではの学び」を提供するプログラム（防災学習や復興まちづくりを通じたマネジメントプログラム）のほか、地域課題解決に地域側と共に挑戦する「地域課題解決型ワーケーション」の提供によって、宿泊者数の増加だけでなく、リピート率の向上を促進する。

## ③消費額等

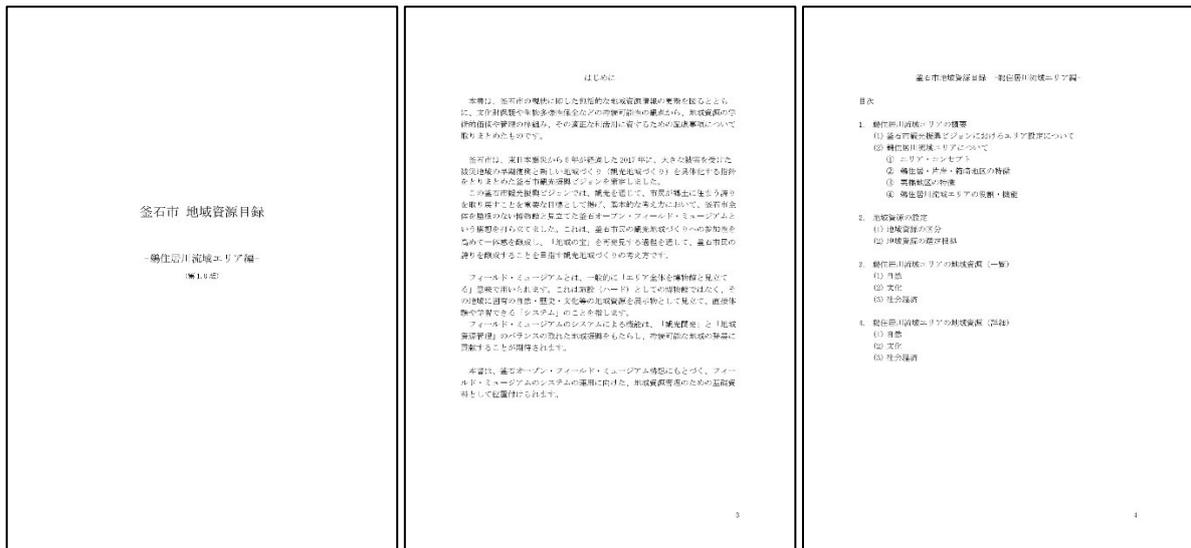
令和4年度の観光客一人当たりの消費額（宿泊代、飲食代、お土産代、観光代の合計）は、宿泊旅行：16,407円、日帰り旅行：5,096円であり、令和5年度は宿泊旅行：15,436円、日帰り旅行予算：4,338円であった。この理由として、生活費の高騰により、節約した旅行のニーズも高まっているほか、宿泊事業者や飲食店などの観光関連事業者が、旅行者への提供価格に対し、物価高騰を反映できておらず、客単価を十分にあげることができていないなどが考えられる。

## 【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】

分野	名称	概要	活用・状況等
観光施設	釜石大観音	リアス式海岸の絶景を見渡せる	コンテンツ化
	橋野鉄鉱山（世界遺産）	近代日本を支えた最大の製鉄所	コンテンツ化
商業施設	シープラザ	釜石駅前の物産館	観光の拠点化
	道の駅釜石仙人峠	内陸部からの入り込みの玄関口	観光客の窓口
	橋野どんぐり広場	橋野地域の産直	休憩・買い物
	かまりば	飲食店の集積エリア	N Tエコノミー
	魚河岸テラス	釜石の食の発信施設	観光の拠点化
	鵜の郷交流館	鵜住居駅前の物産館	観光の拠点化
自然	根浜海岸	美しい砂浜とマリン整備	海浜観光拠点
	根浜シーサイド	キャンプ場、レストハウス等	海浜観光拠点
	五葉山	花々が美しい山	トレッキング
	甲子川	鮎の食味日本一を受賞	一部店舗で提供

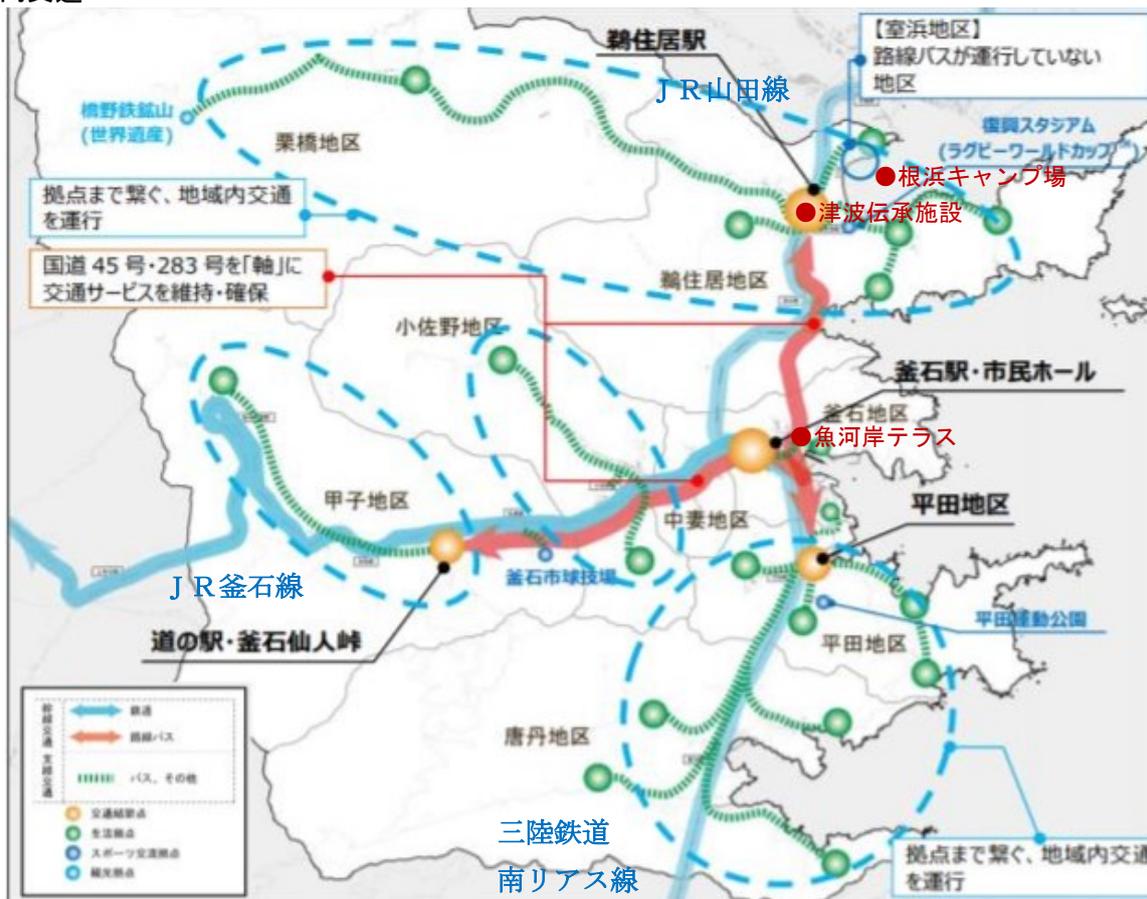
	漁船クルーズ	観光船の代替	人気コンテンツ
	みちのく潮風トレイル	トレッキング、写真ツアー実施	人気コンテンツ
	釣り	海釣り、川釣り等	大会実施
文化	鉄の歴史館	製鉄の歴史、釜石の鉄作り	人気コンテンツ
	釜石郷土歴史館	戦前からの市民の暮らし	通常稼働
	旧釜石鉱山事務所	国登録有形文化財	通常稼働
	いのちをつなぐ未来館	津波伝承施設	観光拠点化
	釜石祈りのパーク	東日本大震災慰霊施設	観光拠点化
	漁業体験	定置網見学、漁業体験ツアー	人気コンテンツ
	林業体験	体験コース実施、工作等	人気コンテンツ
教育	防災教育	釜石の出来事の取組等	人気コンテンツ
スポーツ	釜石鵜住居復興スタジアム	体験ツアー等を案内	人気コンテンツ
	仙人峠マラソン	毎年10月実施	釜石市管轄
	釜石オープンウォータースイミング	水泳大会、7月実施。	実施
イベント	春の桜まつり	薬師公園にて4～5月開催。	実施
	唐丹町さくらまつり	3年に1度開催。	実施予定
	橋野鉄鉱山八重桜まつり	5月に開催。	実施
	釜石よいさ	釜石鵜住居復興スタジアムにて9月開催	実施
	納涼花火	8月開催。	実施
	釜石まるごと味覚フェスティバル	9月開催。	実施
	釜石まつり	10月開催。	実施
	鉄道	三陸鉄道	市域を南北に縦断。
JR 釜石線		内陸地域と沿岸地域を結ぶ。	イベント連携

このほか、観光資源については、エリアごとに、「釜石市 地域資源目録」を制作し、自然、文化、社会経済のテーマごとに、地域資源を整理している。





## ②域内交通



※釜石市内は、JR・三陸鉄道の鉄路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での車移動となる。震災復興の過程において、高速道路（釜石自動車道、三陸沿岸道路）の整備がされ、岩手県内陸からの移動や、宮城県からの移動が容易となり、アクセスが改善した。

## 【外国人観光客への対応】

## ＜ハード面＞

- ・Wi-Fi スポット等の通信環境の整備（公共施設はすべてフリーWi-Fi化、多言語化サイン化、洋式トイレの整備）を2019年までに完了している。

## ＜ソフト面＞

- ・高度な英語が話せる人材の採用、指差し会話帳の作成、ハラルメニューの勉強会
- ・DMOによる市内飲食店を対象とした「食の多様性を学び・取り入れるためのインバウンドおもてなしセミナー」を開催（令和3年度）
- ・DMOによる防災学習プログラム等の体験プログラムの英語化。令和5年度は、ASEAN諸国の若手リーダーに対し、マネジメント研修を実施した。
- ・欧米からの来訪者に対し、漁業体験やトレッキングプログラムを提供（令和5年度）

## ＜情報発信＞

- ・訪日外国人向けの多言語対応した情報発信として、「MATCHA Contents Manager」と導入し、釜石各地の観光地約20スポットを登録している。これにより、持続可能なインバウンドに向けた効率的な情報発信体制を構築した。
- ・海外富裕層向け旅行エージェント3社へ商品を提供し、「漁村体験」を販売している。

### 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	消費額から、地域内の経済波及効果を計測することで、観光による地域による裨益を見える化する	観光来訪調査および東洋大学国際観光学部教授古屋先生の指導のもと経済波及効果分析を実施
延べ宿泊者数	宿泊需要の把握	宿泊施設より収集
来訪者満足度	地域滞在に対する満足度を把握	毎年実施の観光来訪調査
リピーター率	地域滞在に対する満足度を把握	毎年実施の観光来訪調査
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	Google アナリティクスを使用
住まう誇り	持続可能な地域づくりの最上位目的である住まう誇りの醸成を把握	観光住民意識調査（2年毎に実施）
住民の観光客を迎える意識	市民の観光誘客に対する意向理解	観光住民意識調査（2年毎に実施）
その他	サステナブルツーリズム推進のため、「市内小中高校に対する観光教育の実施回数」や「地域調達率」、「プラスチックを減らすイベントの実施回数」、「釜石市への来訪者におけるカーボンオフセットを実施した人数」等を収集・分析している。	釜石市と連携し、DMO が計測

### 4. 戦略

#### (1) 地域における観光を取り巻く背景

釜石市では、他の地域に比較し観光資源が乏しく、かつては企業城下町として栄えていたことから、以前は積極的に観光には取り組んではこなかった。しかしながら、東日本大震災からの復興を期に、観光に取り組むに際して、サステナブルツーリズム（GSTC 基準）の考え方を取り入れた地域づくりに取り組んでいる。

新型コロナウイルス感染症に影響により落ち込んだ観光需要も、コロナウイルスによる行動制限が緩和され始め、少しずつ街ににぎわいが戻りつつあるものの、引き続き長期的な地域経済活性化が課題である。

当社は、体験プログラムの充実や効果的なプロモーションによって、釜石への誘客に対する施策を、市や観光物産協会をはじめとした観光推進組織と協議のうえ実施しており、一定の効果がみられている。

このような中、釜石市では、持続的な地域づくりの施策として、企業版ワーケーションを推進しており、ワーケーションを基軸とした交流人口の増加、さらには、来訪企業とのビジネスマッチングを通じた地域企業活性化など、持続可能な地域づくりに向けた取組を推進している。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ビジネスホテル（主にシングルユース）による三陸沿岸地域最大級の観光客収容力</li> <li>✓ ユネスコ世界遺産として登録された橋野鉄鉱山</li> <li>✓ 産業都市としての歴史</li> <li>✓ 全国的に有名なラグビー（ラグビーワールドカップ 2019™日本大会を含む）</li> <li>✓ 鉄の歴史から導かれた、外部からでも新しい人やものを迎え入れるオープンマインド</li> <li>✓ 海産物だけではなく、豊富な水や甲子柿をはじめとした優れた食資源</li> <li>✓ 釜石ならではの防災学習の確立</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 首都圏からのアクセス</li> <li>✓ 既存の観光施設の集客力低下</li> <li>✓ 特別感を提供できていない</li> <li>✓ リゾート施設が無い</li> <li>✓ 象徴的なイメージが確立されていない観光資源（代表的な景勝地や名物料理の不在）</li> <li>✓ 外部に向けた情報発信力が弱い</li> <li>✓ 地域内における情報共有が弱い</li> <li>✓ 観光人材の不足</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ みちのく潮風トレイルの認知度の向上（英紙の「日本で訪れるべき場所」14選に選出）</li> <li>✓ 全国的な防災意識の高まり</li> <li>✓ 「地域ならではの」を学ぶ越境学習の需要増加</li> <li>✓ 三陸道等の交通網の利便性向上</li> <li>✓ SDGs の世界的な浸透</li> <li>✓ 地域のレジリエンスの重要性の理解向上</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ マクロ的な人口減少による域内経済の低下</li> <li>✓ 主要幹線道路整備で釜石市を通過することによる観光客減少懸念</li> </ul>

(その他のマーケティング分析)

★STP分析

(1) S: セグメンテーション

以下の変数を用いてセグメントしている。

- ・ 地理的変数⇒首都圏 or 県内や東北内近隣地域 / 欧米・オセアニア or アジア
- ・ 人口動態変数⇒個人 or グループ / 一般観光客 or 企業
- ・ 心理的変数⇒観光を楽しむ or 観光を通じて学ぶ・交流する

(2) T: ターゲティング

上記のセグメンテーションおよび釜石の強みである、「①防災学習、②みちのく潮風トレイルや三陸復興国立公園、三陸ジオパーク、③ラグビー」を鑑み、

- ・ ターゲット⇒「首都圏からの観光を通じて学びたい・交流したいグループ」を選定

(3) P: ポジショニング

上記のターゲットに対し、以下の独自ポジショニングを築く。

- ①「地域ならではの学び」を希望する首都圏企業、学校（ワーケーション、企業研修、教育旅行）のグループに、深い学びを地域一体で提供する。
- ②みちのく潮風トレイルを起点とした、釜石の自然・文化を感じたい訪日外国人（特に、欧米やオセアニア地域）に、上質な「漁村体験」を提供する。
- ③国内外からのラグビー関連の誘客（国内：ラグビー合宿、国外：主に釜石とつながりのある国）と、ラグビー合宿に加え「地方の社会課題」をテーマとした取り組みを一緒に考える機会を提供する。

## ★STP 分析を踏まえた 4P 戦略の策定

### ①商品戦略

- ・「サステナブルツーリズム」と「地域ならではの学び」を掛け合わせた観光商品とすることで、高付加価値の観光商品を造成。  
 (例) 漁船クルーズ×マイクロプラスチックプログラム  
 防災学習×地域マネジメントプログラム

### ②価格戦略

- ・「地域ならではの学び」を提供するコンテンツを磨き上げ、高付加価値商品として販売。通常の体験アクティビティと比べると利益額が大きく、地域事業者への裨益を実現できる。また、インバウンド向け商品も高付加価値価格にて販売している。

### ③流通戦略

- ・防災学習プログラムをはじめとした体験プログラムは、自社のウェブサイト等の直接流通チャンネルで販売しているが、リピートや企業間での紹介がほとんどである。また、企業研修においては、首都圏の人材育成・研修企業と協力することで効率的に販売していくなど、選択的流通チャンネルを採用している。
- ・インバウンドは、富裕層向け旅行エージェントと連携し「漁村体験」を販売している。

### ④プロモーション戦略

- ・プッシュ戦略によるプロモーションは行っておらず、プログラムを磨き上げることで、満足度を高め口コミやリピートでのプル型誘客を図っており、特に広告宣伝は行っていない。また、ラーニング・ワーケーションプログラムのプロモーションでは、ブランドパトナーシップ型の戦略を採っており、参加企業が地方において協働したくなるようなプログラムを提供している。
- ・インバウンド誘客では、地方を好む富裕層を対象に、国ごとのニーズを把握しながら、連携旅行エージェントの要望に応じてプログラムを提供している。

## (3) ターゲット

### ○第1ターゲット層

「地域ならではの学び」を希望する首都圏企業、学校（ワーケーション、企業研修、教育旅行）のグループ

### ○選定の理由

釜石市の方針である「釜石市オープンシティ戦略」は、人口減を首都圏等の外部人材とのかかわりを深くすることで、まちの活力を維持するというものである。この方針を受けて、DMOとして開始したものが、「企業版ワーケーション」である。

首都圏企業を中心にワーケーションのニーズが本格的に増加している中で、企業研修やワーケーションで来訪した企業は3泊4日ほどの中期滞在中に、域内消費額を高めてくれるほか、地域をしっかりと理解しようとするため、プログラム等の実施主体にも生業に対して誇りを再認識させることができる。

また、企業研修は、例えば部署ごとに来訪してくれるなど、企業としてリピーターとなる可能性が高い。さらに、地域課題解決型ワーケーションのニーズも高まり、ワーケーションを通して、地域の行政や企業と共に、まちづくりを進めてくれることで、地域においても持続的な経済活性化を見込める。

以上の理由から、ワーケーション・企業研修を希望している企業をターゲットとすることで、短期的な地域活性化だけでなく、長期的な活性化も見込めるため、第1ターゲットとして選定した。

<p>○取組方針</p> <p>企業より3泊4日等でワーケーションを実施したいという要望があった際に、企業の要望を取り入れつつ、釜石の防災や文化を理解するプログラムや、漁業や林業をはじめとした釜石の産業を体験できるプログラムを提供することで、来訪側だけでなく、自身の生業の価値を再認識できるため地域側にとってもプラスとなるようなワーケーションを提供する。</p> <p>また、「地域課題解決型」をテーマとしたワーケーションを通して、釜石が抱える課題に対し、これまで以上に加速して課題解決に取り組む態勢を構築していく。</p>
<p>○第2ターゲット層</p> <p><b>みちのく潮風トレイルを起点とした、釜石の自然・文化を感じたい訪日外国人（特に、欧米やオセアニア地域）</b></p>
<p>○選定の理由</p> <p>みちのく潮風トレイルが、2024年2月に英紙の「日本で訪れるべき場所14選」に選出されるなど、自然を肌で感じるロングトレイルトレッキングの人気の高まっている。釜石は、このみちのく潮風トレイルの一部となっており、この地域ならではのリアス海岸や壮大な景観を楽しめる。</p> <p>これまでの受入経験より、みちのく潮風トレイルハイカーは、地域の自然だけでなく、文化を味わいたいというニーズがある。</p> <p>当社では、現在、SUP、シーカヤック、シュノーケリングといったマリナクティビティを常時実施しているほか、釜石らしさとして、漁業の生業を体験できる「定置網見学」等のプログラムを提供している。さらに、このターゲット層は、1度の来訪で市内に2～3泊する傾向にあるため、市内への経済的な効果も見込める。</p> <p>この「地域ならではの、付加価値が高い体験」を望んでいる訪日外国人を第2ターゲットとして選定した。</p> <p>○取組方針</p> <p>訪日外国人に対し、漁業体験といった釜石ならではの体験を提供していくほか、これまで十分ではなかった情報発信を強化し、訪日外国人が日本へ来訪する前と来訪中に、適切に情報にアプローチできる環境を整備する。</p>
<p>○第3ターゲット層</p> <p><b>国内外からのラグビー関連の誘客（国内：ラグビー合宿、国外：主に釜石とつながりのある国）</b></p>
<p>○第3ターゲット層</p> <p>日本国内だけでなく、海外のラグビーファンから、釜石は日本におけるラグビーの聖地として知られており、ラグビーワールドカップ2019の開催にあたり建設された「釜石鶴住居復興スタジアム」が釜石のラグビーの象徴となっている。</p> <p>現在も、国内から学生を中心にラグビー合宿が増えており、また、市内においてもラグビー関連のイベントも開催されており、まち全体で受け入れる体制は整いつつある。</p> <p>全国的にスポーツによる誘客は増加傾向にあるため、釜石ならではの強みである「ラグビー」を活用したターゲットの選定を行う（第3ターゲット）。</p>
<p>○取組方針</p> <p>国内向けのラグビー合宿誘致では、主に釜石市スポーツ推進課が担当し、合宿の付加価値として、例えば防災学習プログラムなどを提供していく。</p> <p>また、インバウンド向けには、「ラグビー」を再アピールし、長期滞在に向け誘客を図るほか、た、ラグビーだけでなく、当社が実施するプログラムの英語化も進め、釜石の文化の伝承やアドベンチャーツーリズムにも取り組む。</p> <p>また、ラグビーを目的とした交流は毎年継続する傾向があるものの、例年同じようなプログラムになってしまい、工夫が必要であるため、さらなるリピーター創出に向け来訪全体のコーディネート的高度化を図る。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	まち全域が、「博物館」。 オープン・フィールド・ミュージアム釜石
②コンセプトの考え方	<p>釜石全域を「屋根のない博物館」と見たてた観光地域コンセプトであり、住まう誇り・郷土愛を醸成しながら、観光地域づくりを行う仕組みである。</p> <p>(具体的なビジョン)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・住民と来訪者で、持続可能な観光地を実現する。</li> <li>・オール釜石で地域の宝を発掘し、来訪者に紹介する過程で、観光に関わる人材を増やしていく。</li> <li>・来訪者は、人や地域との関わりから再訪頻度が増加する。</li> </ul> <p>(コンセプト策定の経緯)</p> <p>基幹産業の衰退、人口減少、東日本大震災からの復興といった様々な課題に対し、住民が誇りや郷土愛を感じられるまちづくり、地域内外の方が参加できるまちづくりを目指した。地域にある観光資源の原石を磨き上げ、エリア全体を「博物館」と見立て、地元の宝を地域内外が一体となって育てていく地域づくりを行っている。</p> <p>観光素材そのものを「人」や「生業」にすることで、住まう誇りを醸成し、かつ「稼ぐ力」に結びつけることを意図している。</p>

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
<p>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。</p>	<p>【釜石観光連携推進協議会】 (メンバー) 岩手県、釜石市、釜石市観光物産協会、釜石商工会議所、交通・鉄道会社、釜石地方森林組合組合、釜石市内漁協 等 (会長：釜石市長、事務局：釜石市および DMO))</p> <p>(開催頻度) 協議会は、年 1 回開催。 第 1 回：2021 年 10 月開催、第 2 回：2022 年 11 月開催 第 3 回：2024 年 3 月開催</p> <p>(内容) 協議会では、釜石の観光状況の共有や釜石が進めている施策、各団体による意見交換を実施。</p> <p>全体の方向性については、釜石観光連携推進協議会で協議および合意するものの、個別テーマについてはテーマごとの会議体において、合意形成を行い、報告会を実施している（令和 5 年度は約 41 回の会議が開催）。</p> <p>(例) ・津波伝承施設の運営についての会議体（DMO が主催）： 被害地域の地域会議議長、観光ガイド会、NPO 等が参加。年 4 回開催。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・魚河岸地区の賑わいについての会議体（DMO が主催）： 漁業関係者、商工会議所、飲食店が参加。年 1 回開催。</li> <li>・ホテル旅館組合との会合（釜石大槌ホテル旅館組合が主催）： 組合加入全ホテル・旅館が参加。年 4 回開催。</li> <li>・海水浴場エリアの運営についての会議体（DMO が主催）： 海浜地域の NPO、旅館が参加。年 2 回開催。</li> <li>・ラグビー関連の会議体（釜石市が主催）： 釜石シーウェイブス、日本製鉄、釜石のラグビーを応援する企業・個人が参加。不定期開催。</li> <li>・世界遺産の関連の会議体（DMO の CEO が委員長）： 鉄の歴史館の運営を中心とした世界遺産関係者が参加。年 2 回開催</li> <li>・観光教育推進会議（DMO が主催）</li> </ul>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<p>サステナブルツーリズム国際認証（グリーンツーリズム/オランダ本部）について、日本で初めてアセスメントを受け、2018 年、「持続可能な観光地 TOP100」に選出されて以降、6 年連続で選出されている。また、2024 年 3 月、日本で初めて「グリーン・デスティネーションズ・アワード ゴールド賞」を受賞した。</p> <p>今後も引き続き、「観光地管理」26 項目、「自然・景観・野生動物保護」8 項目、「環境と気候変動」20 項目、「文化と伝統への配慮」5 項目、「社会福祉」22 項目、「ビジネスとホスピタリティ」19 項目のアセスメントを受け、改善に取り組んでいる。</p> <p>この国際認証に取り組むことで、当社の観光客に提供するサービスについて、世界の他地域と比べて相対的に評価され、今後の取組の指針としている。</p> <p><b>【観光施策に対する検証体制】</b> (検証体制)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・釜石市観光審議会（例年 5 月開催）：メンバーは、釜石市、釜石観光物産協会、釜石市ガイド会、釜石駅、各地域協議会、かまいし DMC 等</li> <li>・釜石観光連携推進協議会（例年 11 月開催）：メンバーは、釜石市、岩手県沿岸広域振興局、釜石物産観光協会、釜石商工会議所、かまいし DMC 等</li> </ul> <p>(検証プロセス)</p> <p>上記会議において、釜石市及び DMO から、KGI・KPI の状況やその分析、また、現状の観光や目指すべき観光の在り方・方向性等について報告し、その後、メンバーとの意見交換を実施する。</p> <p>また、釜石観光連携推進協議会では、報告・意見交換のほか、メンバーの観光推進に係るレベルアップのため、基調講演を行っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和 3 年度：北海道大学観光学高等研究センター客員教授小林先生 ＜テーマ：サステナブルツーリズムについて＞</li> <li>・令和 4 年度：東洋大学国際観光学部教授古屋先生＜テーマ：釜石市の地域経済波及効果分析＞</li> <li>・令和 5 年度：GSTC 公認トレーナー荒井一洋氏＜テーマ：サステナブルツーリズムとツーリズムを活用した地域づくり＞ ※令和 5 年度は、観光フォーラムにて基調講演を実施</li> </ul>

<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>釜石の観光に関するプロモーションは、以下の媒体により実施している。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①当社のウェブサイト（体験プログラム・企業版ワーケーション・企業研修）</li> <li>②当社が運営する SNS（instagram、Facebook、YouTube）</li> <li>③釜石市ホームページ、市発行広報誌（市民向け情報発信）</li> <li>④釜石観光物産協会が運営するウェブサイト（観光全般）</li> <li>⑤市内の各観光施設</li> </ol> <p>また、当社、釜石観光物産協会、釜石まちづくり会社それぞれのコンテンツを統合したサイト（KAMAISHI TRAVEL GUIDE、<a href="https://travel-guide.kamaishi-dmc.com/">https://travel-guide.kamaishi-dmc.com/</a>）を制作した。</p> <p>さらに、情報発信と観光 DX を掛け合わせ、来訪者が旅マエから旅アトまで釜石とのつながりを持てるようするほか、顧客のロイヤルティを向上させるため、2023 年 2 月に「釜石版 LINE」をリリースした。</p> <p>これにより、旅行者から問い合わせが多い案件を、LINE に投稿することで、解決ができる仕組みを構築した。さらに、お土産や旅アトのふるさと納税にもつなげる仕組みとなっている。</p> <p>さらに、地域事業者が自らタイムリーな情報発信ができるように、Google を活用した情報発信セミナーを、2023 年 2 月に開催した（釜石市内外事業者 22 名参加）。</p>
--	--

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 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

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 (円)	目標	50,623 (-)	33,397 (-)	宿泊： 18,048円 日帰り： 5,606円 (-)	宿泊： 19,853円 日帰り： 6,167円 (-)	宿泊： 21,838円 日帰り： 6,784円 (-)	宿泊： 24,021円 日帰り： 7,462円
	実績	30,361 (-)	宿泊： 16,407円 日帰り： 5,096円 (-)	宿泊： 15,436円 日帰り： 4,338円 (-)			
●延べ宿泊者数 (人)	目標	88,150 (-)	94,911 (-)	101,672 (-)	108,433 (-)	114,938 (-)	121,834 (-)
	実績	112,459 (-)	148,371 (-)	150,933 (1,523)			
●来訪者満足度 (%)	目標	76.0 (-)	78.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)
	実績	77.1 (-)	75.7 (-)	83.0 (81.0)			
●リピーター率 (%)	目標	75.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)
	実績	78.2 (-)	56.1 (-)	53.7 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

### 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】

平成30年4月2日の当社設立以前は観光関連データのうち「観光入り込み者数」「宿泊者数」以外は集計していなかったため、平成30年度において3回の観光調査を実施し、必要データを収集した。令和元年度より、春と秋の年2回のアンケートを実施している。

また、持続可能な地域づくりの観点から、令和2年度から、2年毎に住民に対する観光意識調査を実施している

#### 平成30年度以降に実施した観光調査概要

調査対象	市外からの観光客
調査場所	(令和5年度) 魚河岸テラス、いのちつなぐ未来館、根浜レストハウス、橋野鉄鉱山 インフォメーションセンター、旧釜石鉱山事務所、釜石物産センター 「シープラザ釜石」、鉄の歴史館

調査日/ 回収数	<p>【令和 2 年度】 2020 年 9 月 20 日～11 月 8 日 191 サンプル ※令和 2 年春の調査は、新型コロナウイルス感染症の影響で調査が行うことができなかった。</p> <p>【令和 3 年度】 2021 年 4 月 23 日～7 月 18 日 186 サンプル 2021 年 11 月 6 日～1 月 22 日 111 サンプル</p> <p>【令和 4 年度】 2022 年 4 月 29 日～ 7 月 10 日 205 サンプル 2022 年 10 月 8 日～12 月 31 日 134 サンプル</p> <p>【令和 5 年度】 2023 年 4 月 29 日～7 月 23 日 333 サンプル 2023 年 10 月 6 日～12 月 3 日 204 サンプル</p>
調査方法	調査票配布による対象者自身が記載する記入式調査
参考資料	観光庁 旅行・観光消費同行調査

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●旅行消費額

旅行消費額は、年 2 回実施している観光来訪調査を用いており、東洋大学国際観光学部古屋教授の指導のもと、調査内容および分析手法をアップデートした調査を実施している。具体的には、宿泊旅行と日帰り旅行の旅行消費額を区分するほか、立ち寄り回数を計測し、実来訪者を把握することで、実態に即した消費額を推定。

計測手法をアップデートした令和 4 年度の数値を基準に、令和 5 年度以降の目標値を再設定する。令和 5 年度以降は、前年度比 10%増加として設定した。

#### ●延べ宿泊者数

釜石市商工観光課で収集している宿泊者数を用いる。当初は、令和 5 年度までに平成 28 年度の宿泊者数 236,900 人を目標としたものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、宿泊者数が大幅に減少したことから、令和 2 年度の実績を参考に、令和 3 年度以降の数値を再計算し、増加率の年平均を、約 6%として目標値を設定した。

#### ●来訪者満足度

観光来訪調査では、来訪者満足度を次の①～④のテーマに細分化し、各テーマに大使「来訪前に期待していたこと」と「その評価（満足～不満まで 5 段階）」を調査している。

＜項目：①「食べ物・地域特産」、②「自然景観」、③「観光名所・寺社等」、④その他＞

来訪者満足度の KPI は、回答者が 5 段階評価の上位 2 項目「満足」「やや満足」の合計した値の①～④の平均値とする。令和 5 年度に来訪者満足度は、目標値 80%を超えたため、次年度以降も目標値 80%を維持できるように各施策を改善していく。

#### ●リピーター率

年 2 回実施するアンケート（春、秋）における再来訪に対する割合（「釜石への来訪は初めて」以外の回答を合計）を用いる。

令和 2 年度、令和 3 年度ともに目標値 75%を達成しているものの、令和 4 年度と 5 年度は、初来訪者が増え、相対的にリピート率が下がっている。令和 4 年度以降は、令和 2 年度、3 年度で超えた目標値を掲げ、リピート率 80%を目標値として設定する。

## (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
●住民満足度 (%)	目標	37.5 (-)	43.0 (-)	48.5 (-)	54.0 (-)	59.5 (-)	65.0 (-)
	実績	- (-)	14.7 (-)	- (-)			
●来訪者を迎える 意識 (%)	目標	72.5 (-)	72.5 (-)	75.0 (-)	77.5 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)
	実績	- (-)	65.7 (-)	- (-)			
●観光消費（飲食店、土産屋、宿泊施設の飲食等）に関わる域内調達率 (%)	目標	25.0 (-)	33.0 (-)	41.0 (-)	49.0 (-)	57.0 (-)	65.0 (-)
	実績	53.7 (-)	66.7 (-)	41.7 (-)			
●観光地域づくりの司令塔としてのDMOの認知度 (%)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
	実績	- (-)	28.7 (-)	- (-)			
●経済波及効果 (億円)	目標			- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
	実績	19.08 (-)	20.92 (-)	- (-)			

※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。

## 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】

サステナブルツーリズムの推進にあたり、主に GSTC 基準に即した指標を KPI として設定。

## 【設定にあたっての考え方】

## ●住民満足度

釜石市民約 1,400 名に対し、郵送式にて、「観光と住民意識に関する調査研究」アンケートを実施（2年毎に実施）。住民満足度は、「市民の住まう誇り」として捉える。

## ●来訪者を迎える意識

釜石市民約 1,400 名に対し、郵送式にて、「観光と住民意識に関する調査研究」アンケートを実施（2年毎に実施）。「今後、多くの日本人観光客に訪れてもらいたい」という質問を、「来訪者を迎える意識」として捉える。

※令和 4 年度調査での「今後、多くの外国人観光客に訪れてもらいたい」という質問に対するポジティブな割合は、56.8%である。

## ●観光消費（飲食店、土産屋、宿泊施設の飲食等）に関わる域内調達率

DMO が、毎年 2 月～3 月に観光関連事業者に対し実施「持続可能な観光に関するアンケート調査」での回答結果を用いる。

## ●観光地域づくりの司令塔としてのDMOの認知度

釜石市民約 1,400 名に対し、郵送式にて、「観光と住民意識に関する調査研究」アンケートを実施（2年毎に実施）。

DMOの認知度に関する質問「かまいしDMCは、観光振興のために真剣に取り組んでいる」

（回答選択肢：とてもそう思う、そう思う、どちらとも言えない、そう思わない、まったくそう思わない）回答において、「とてもそう思う」「そう思う」の回答数を認知度として捉える。

## ●経済波及効果

## ★産業連関分析による経済波及効果の計測

地域の特性を反映した分析を実施するため、以下の分析・調査手法を用いる。

- ・釜石市の産業連関表（環境省「地域経済循環分析」）
- ・釜石市観光来訪調査（かまいしDMC実施）

観光による経済効果⇒20.92億円

（内訳）

- ①観光客の消費のうち、市内で生産されるもの（直接効果）⇒12.58億円
- ②市内での生産に対する原材料（間接1次効果）⇒6.05億円
- ③財・サービスの生産者による消費活動（間接2次効果）⇒2.29億円

## 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	458,967千円	【収益事業】 57,336千円 【指定管理収入】 62,100千円 【受託事業収入】 307,753千円 【官公庁事業】 31,779千円
2022（R4） 年度	388,468千円	【収益事業】 65,896千円 【指定管理収入】 61,677千円 【受託事業収入】 239,842千円 【官公庁事業】 21,053千円
2023（R5） 年度	411,758千円	【収益事業】 91,874千円 【指定管理収入】 61,677千円 【受託事業収入】 245,580千円 【官公庁事業】 12,626千円
2024（R6） 年度	431,677千円	【収益事業】 100,000千円 【指定管理収入】 61,677千円 【受託事業収入】 240,000千円 【官公庁事業】 30,000千円
2025（R7） 年度	441,677千円	【収益事業】 110,000千円 【指定管理収入】 61,677千円 【受託事業収入】 240,000千円 【官公庁事業】 30,000千円

2026 (R 8) 年度	451,677 千円	【収益事業】 120,000 千円 【指定管理収入】 61,677 千円 【受託事業収入】 240,000 千円 【官公庁事業】 30,000 千円
------------------	------------	---

## (2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2021 (R 3) 年度	457,236 千円	【体制強化、人材育成等】 1,500 千円 【観光体験プログラム造成】 4,554 千円 【広報・PR・プロモーション】 2,500 千円 【観光施策に係る調査・計画策定等】 3,986 千円 【一般管理費等】 444,696 千円
2022 (R 4) 年度	387,733 千円	【体制強化、人材育成等】 1,500 千円 【観光体験プログラム造成】 3,000 千円 【広報・PR・プロモーション】 2,500 千円 【観光施策に係る調査・計画策定等】 4,880 千円 【一般管理費等】 375,853 千円
2023 (R 5) 年度	411,166 千円	【体制強化、人材育成等】 7,644 千円 【観光体験プログラム造成】 9,482 千円 【広報・PR・プロモーション】 5,000 千円 【観光施策に係る調査・計画策定等】 1,390 千円 【一般管理費等】 387,649 千円
2024 (R 6) 年度	421,000 千円	【体制強化、人材育成等】 6,500 千円 【観光体験プログラム造成】 9,000 千円 【広報・PR・プロモーション】 2,500 千円 【観光施策に係る調査・計画策定等】 5,000 千円 【一般管理費等】 398,000 千円
2025 (R 7) 年度	435,000 千円	【体制強化、人材育成等】 7,500 千円 【観光体験プログラム造成】 10,000 千円 【広報・PR・プロモーション】 3,500 千円 【観光施策に係る調査・計画策定等】 5,000 千円 【一般管理費等】 409,000 千円
2026 (R 8) 年度	442,000 千円	【体制強化、人材育成等】 7,500 千円 【観光体験プログラム造成】 11,000 千円 【広報・PR・プロモーション】 4,500 千円 【観光施策に係る調査・計画策定等】 5,000 千円 【一般管理費等】 414,000 千円

## (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

①自主事業の確立による財源確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業研修やラーニング・ワーケーションプログラムの販売、さらに地域食材を活用したジェラート販売などにより、年々自主事業収益を伸ばしている。</li> </ul>
②行政からの委託事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>釜石内観光施設 4 施設 (魚河岸テラス、うのすまいトモス、根浜キャンプ場、御箱崎の宿) の指定管理業務</li> <li>釜石市からのふるさと納税運営事業</li> <li>その他、釜石市、岩手県からの新規案件業務の受託</li> </ul>

## ③地域 DMO としてのステークホルダーとの協議による推進

- ・令和 4 年度に、地域の未来を担う釜石青年会議所の株主になっていただき、より地域に密着した活動を行う体制を構築している。
- ・当社は、釜石市の地域 DMO であるため、地域のマネジメントをスピーディーかつ効果的に実施するため、株主である金融機関や商工会議所及び地域の民間企業との関係を強化し、経営の自主性を発揮していく。

## ④事業の地域金融機関からの調達

地域金融機関からの事業運営の融資枠を設定いただき、スムーズな事業運営をサポートしていただいている。

## 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

岩手県釜石市は、株式会社かまいしDMCを同市における地域DMOとして登録したいので株式会社かまいしDMC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】

- ・さんりく基金（地域連携DMO）  
必要に応じて、各組織の取組に関する意見交換を実施している。

## 【区域が重複する背景】

さんりく基金は三陸沿岸地域の地域連携DMOとして、三陸沿岸の全体のプロモーション等を行うなど、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】

当社は、地域DMOとして釜石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行っている一方で、さんりく基金は、三陸沿岸地域全体のプロモーション等を実施しているため、手法やターゲットも異なり、DMOとしての役割も異なる。

## 【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】

それぞれの手法等によって、プロモーション等を実施することで、相乗的な効果が期待できる。

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	①河東 英宜、②大杉 尚也
担当部署名（役職）	①代表取締役、②経営企画管理部長
郵便番号	026-0012
所在地	岩手県釜石市魚河岸 3-3
電話番号（直通）	0193-27-5260
FAX番号	0193-27-5261
E-mail	contact@dmo-kamaishi.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	岩手県釜石市
担当者氏名	菊池 拓朗
担当部署名（役職）	産業振興部商工観光課（課長）
郵便番号	026-8686
所在地	岩手県釜石市只越町 3-9-13
電話番号（直通）	0193-27-8421
FAX番号	0193-22-2762
E-mail	Kikuchi1626@city.kamaishi.iwate.jp

都道府県・市町村名	岩手県釜石市
担当者氏名	①前川 靖展 ②中田 深雪
担当部署名（役職）	①産業振興部商工観光課（課長補佐） ②産業振興部商工観光課（係長）
郵便番号	026-8686
所在地	岩手県釜石市只越町 3-9-13
電話番号（直通）	0193-27-8421
FAX番号	0193-22-2762
E-mail	①Maekawa1937@city.kamaishi.iwate.jp ②Nakata1831@city.kamaishi.iwate.jp

記入日: 令和6年7月31日

基礎情報

**【マネジメント・マーケティング対象とする区域】**  
 岩手県釜石市  
**【設立時期】** 2018年4月2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】** 河東 英宜(代表取締役)  
**【マーケティング責任者(CMO)】** 河東 英宜(代表取締役兼任)  
**【財務責任者(CFO)】** 大杉 尚也  
**【職員数】** 19人(常勤14人(正職員14人・出向等0人)、非常勤5人)  
**【主な収入】**  
 収益事業 91百万円、委託・官公庁事業319百万円(令和5年度決算)  
**【総支出】**  
 事業費 23百万円、一般管理費387百万円(令和5年度決算)  
**【連携する主な事業者】**  
 釜石観光物産協会、釜石商工会議所、釜石青年会議所、  
 岩手大学釜石キャンパス、東京大学大気海洋研究所国際・地域連携  
 研究センター、市内事業者等

KPI(実績・目標)

※( )内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (円/人)	目標	50,623 (-)	33,937 (-)	宿泊:18,048円 日帰り:5,606円	宿泊:19,853円 日帰り:6,167円	宿泊:21,838円 日帰り:6,784円	宿泊:24,021円 日帰り:7,462円
	実績	30,361	宿泊:16,407円 日帰り:5,096円	宿泊:15,436円 日帰り:4,338円	-	-	-
延べ 宿泊者数 (人)	目標	88,150 (-)	94,911 (-)	101,672 (-)	108,433 (-)	114,938 (-)	121,834 (-)
	実績	112,459 (-)	148,371 (-)	150,933 (1,523)	-	-	-
来訪者 満足度 (%)	目標	76.0 (-)	78.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)
	実績	77.1 (-)	75.7 (-)	83.0 (81.0)	-	-	-
リピーター率 (%)	目標	75.0 (-)	75.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)
	実績	78.2 (-)	56.1 (-)	53.7 (-)	-	-	-

戦略

**【主なターゲット】**  
 「地域ならではの学び」を希望する首都圏企業、  
 学校(ワーケーション、企業研修、教育旅行)  
**【ターゲットの誘客に向けた取組方針】**  
 来訪側だけでなく、自身の生業の価値を再認識  
 できるため地域側にとってもプラスとなるような  
 体験プログラム・ワーケーションを提供する。  
**【観光地域づくりのコンセプト】**  
 『まち全域が、「博物館」。  
 オープン・フィールド・ミュージアム釜石』  
 …釜石全域を「屋根のない博物館」と見たてた  
 観光地域コンセプトであり、住まう誇りを醸成

具体的な取組

- 【観光資源の磨き上げ】**
  - ・地域課題の海洋環境変化に対し、釜石が取り組んでいる「ウニの畜養」を用いたプログラムを造成
  - ・地域共創を目指す「地域課題解決型ワーケーション」の本格的実施
- 【情報発信・プロモーション】**
  - ・市民向けの地域資源のプロモーションとして期間限定イベント「Meetup Kamaishi 2023」の開催
  - ・釜石地域課題解決型ワーケーションのプロモーション
- 【受入環境整備】**
  - ・企業版ふるさと納税を活用した、新ワーケーション施設「Nemaru Port II (仮称)」の建設決定
  - ・市内商業高校への観光教育開始
- 【その他】**
  - ・「世界の持続可能な観光地100選」に選出(6年連続)
  - ・「グリーン・デスティネーションズ・アワード ゴールド賞」を受賞

