観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和 7 年　7 月　31 日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	区域を構成する地方公共団体名 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	6 人【常勤 5 人（正職員 0 人・出向等 3 人・契約社員 2 人）、非常勤 1 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	（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 ※必ず記入すること	（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・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（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、温泉宿を黒字体質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、国内海外合計で 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者（専門人材）	（氏名） 中村　純代 （出身組織名） 岩手開発産業（株）	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。

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。対応言語（英語・フランス語）
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っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	・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	〔市内〕 ・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 （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）キャッセン大船渡（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の合意形成の仕組み	【該当する登録要件】② 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ものとし官民連携体制での観光地域づくりへの取り組みを行う。 地域 DMO 申請に当たっては（一社）大船渡地域戦略を中心に申請に係る検討が行われ、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場として「大船渡観光推進協議会」が設立された。登録 DMO として登録後、第三回大船渡観光推進協議会を 2024 年 12 月 23 日に開催し、第四回大船渡観光推進協議会を 2025 年 6 月 30 日に開催した。今後も年 2 回周期で開催を予定している。	

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	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。 ＜大船渡地域戦略主催事業＞ ・みちのく潮風トレイルに関するキックオフ勉強会＆フィールドワーク 2024 年 7 月 23 日・24 日（基礎知識や関係者によるトークセッション、ハイカー受入環境整備についてのワークショップを行い、2 日目はトレイルルートでのフィールドワークを行った） ・俵物産品と郷土芸能「たらじがね」について学ぶセミナー　2024 年 8 月 13 日 ・LNT(Leave No Trace)レベル 1 インストラクター講座①2024 年 9 月 9・10 日@大船渡、②2025 年 1 月 16・17 日@釜石（トレイルルートを含む自然を活用したアクティビティに関する環境配慮及び保全の知識、指導法の習得の場として開催。参加者合計 17 名がレベル 1 インストラクターの資格を取得） ・俵物三品(乾アワビ、フカヒレ、煎ナマコ)調理指導セミナー　2024 年 9 月 19 日 （大船渡市内での俵物三品のメニュー開発と飲食店での提供を目指し、講師にホテルオークラ東京の中華調理課長を招き開催した） ・荷物配送セミナー＆事業説明会　2024 年 10 月 9 日 （みちのく潮風トレイルのインバウンド受入環境整備として南ルートの荷物配送サービスの仕組みを地域内で構築するために希望者を対象に開催した） ・俵物三品・気仙丸探訪ツアー　2024 年 10 月 12 日・13 日 （俵物三品の史実の紹介と観光コンテンツ化への意見交換を目的に、地域住民を対象として 2 日間催行した） ・サステナブルツーリズムに関する連続講座　2024 年 12 月 16 日・17 日 （みちのく潮風トレイルが持続可能な観光コンテンツとなるための基本の考え方を実践的に学ぶため、地域事業者を対象に２日間に渡り合宿形式で開催） ・みちのく潮風トレイルセミナー＆事業成果報告会　2025 年 1 月 18 日 （みちのく潮風トレイルやサステナブルツーリズムについてのセミナーと、観光庁実証事業の成果報告を行った） ・地域循環型ポイントアプリ「大船渡さんぽ」事業報告会　2025 年 3 月 26 日 （加盟店、利用者向けにキャンペーンの成果報告やアプリの課題共有、今後の事業展開等の報告会を行った） ・大船渡観光セミナー＆事業方針説明会　2025 年 6 月 30 日 （林野火災に起因する消費低迷に対する経済活性化支援やインバウンド集客促進施策についての説明会を行った。） ＜参画事業＞ ・南三陸町にて開催された「仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会三陸地域部会・視察研修会」（主催：仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会）に講師として登壇、みちのく潮風トレイルの受入環境整備、インバウンド誘客の取組内容と今後の展望等を発表した　2025 年 2 月 14 日 ・平泉町にて開催された「令和６年度観光客おもてなしセミナー」（主催：世界遺産連携推進実行委員会）に講師として登壇、観光の最前線に携わっている事業者・関係者及び観光案内に興味のある方に対し、みちのく潮風トレイルを活用したインバウンド集客について講演した　2025 年 3 月 21 日 ・石巻市にて開催された「観光関係者向けインバウンド研修」（主催：宮城県東部地方振興事務所）に講師として登壇、石巻圏域(石巻市、東松島市、女川町)の行政職員、観光協会職員、その他観光関係者に対し、みちのく潮風トレイルを活用したインバウンド誘客への取り組みについて講演した　2025 年 3 月 24 日 ・岩手県生活衛生営業指導センター主催「三陸さんぽデジタル化推進連絡協議会」に参加　大船渡、陸前高田、住田町、釜石市を対象とした「三陸さんぽ」の展開について協議を重ねた。 （2024 年 10 月 4 日、11 月 13 日、12 月 18 日に協議会実施）

法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

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、大船渡のブランディング力を高め、地域経済を活性化するべく結成された「地域ブランディング研究会」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。2025 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。

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) ＜観光庁令和６年度地域観光新発見事業＞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)」の聖地化事業の中で、俵物三品のパンフレットを制作した 完成・配布開始：2024 年 12 月 ＜台湾旅行博にて大船渡を PR＞台湾、台北市での東北旅行促進 PR イベント「日本東北遊楽日 2024」にて、大船渡市、大船渡観光物産協会と共に大船渡を PR 2024 年 12 月 9 日-10 日 ＜NY 旅行博にて三陸・大船渡を PR＞アメリカ、ニューヨークで開催の「NY Travel Show」に出展した岩手県ブースにて三陸沿岸・大船渡・みちのく潮風トレイルを PR 2025 年 1 月 25 日-26 日 英国 Financial Times みちのく潮風トレイル特集記事に大船渡特集、地域戦略インタビューが掲載 2024 年 11 月 23 日
受入環境の整備	【受入環境整備】 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 3,581 名 加盟店 76 店舗 (2025 年 3 月末日現在) 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） 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 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 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） 2024 年 1 月 大船渡さんぽ外国語対応リリース 2 月 加盟店、利用者向け説明会開催 3 月 加盟店用ダッシュボードリリース 3 月 大船渡さんぽ事業報告会開催 4 月 ポイント 3 倍キャンペーン開催

		10 月　ポイントが当たる！キャンペーン①開催 12 月　ポイントが当たる！キャンペーン②開催 2025 年 1 月 飲食業組合協賛「食べて!飲んで! ポイント 3 倍キャンペーン」実施 2 月　ポイントが当たる！キャンペーン③開催 3 月 大船渡さんぽ事業報告会開催 4 月 大船渡元気 UP キャンペーン
	観光資源の磨き上げ	2024 年（令和６年度）事業 ① 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「地域の魅力で紡ぎ、ハイカーと共に育てる長く歩く道」（実証事業） みちのく潮風トレイルが地域にとって「持続可能な観光コンテンツ」となるよう、理解と協業参加を促す勉強会の開催、冬季観光の誘客コンテンツとなることを目的に、１月の冬の絶景トレイル＋地域体験をセットにした FAM ツアーの実施、各種勉強会の開催など、宮古―気仙沼間の広域連携による共通コンテンツの整備、受入環境整備に取り組んだ。 実施期間：2024 年 6 月～2025 年 1 月 1　事業で得られた効果 ・宮古-気沼間での受入環境整備が進んだことで、結果として 2024 年度の大船渡市のインバウンドハイカーの倍増に地域での対応が可能となった。（ハイカー数の比較は大船渡温泉宿泊者データによる） ・宿泊事業者、飲食店業者、二次交通事業者、一次産業事業者等になどの地域事業者、地域住民に、みちのく潮風トレイルによる地域活性化の可能性について共有した。 ・隣接地域の受入環境整備などの取組が宮古-気仙沼間で共有され、宮古-気仙沼間地域事業者間の連携が確立された。 ・みちのく潮風トレイルハイカー向けの、南エリア（宮古-気仙沼間）の荷物配送サービス体制が構築でき、2025 年度からは荷物配送の受け入れと実施が可能となっている。 ・LNT 研修により、自然活動が環境に与えるインパクトや自然保護の考え方について実践形式で学んだ。 また継続続した活動やガイドとして他のハイカーに伝えていく啓蒙活動も必要である事を関係者で認識した。 2　参加者からの意見 ・自分もできる範囲でトレイルに携わっていきたい。 ・今後は全線の事業者と繋がっていきたい。 ・トレイルによって地域が活性化して欲しい。 ・人口減のエリアではトレイルルートの維持や環境保全が今後課題になると感じる。 3　今後の課題 ・冬季集客については今後も南ルート広域での連携した取り組みが必要である。 ・インバウンドに対応するスルーガイドの不足は引き続き取り組むべき最大の課題である。 ・関係する自治体の数が多いことから、広域連携の取り組みは時間がかかることが多い。 ・高齢化や人材不足が起因し、インバウンドなどに対応す

		るサービスの拡充が難しい。 ４　次年度以降の取り組み ・冬季集客のプロモーション方法 ・利用と保全活動への継続した取り組み ・各地域のステークホルダーとの更なる連携強化 ・サステナビリティに関する学びの機会を継続して地域で行っていく ② 観光庁 地域観光新発見事業「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 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」「鱶鰭」をストーリー化し旅行商品として開発・造成を行った。 実施期間：2024 年 6 月～2025 年 1 月 １　事業で得られた効果 ・三陸俵物のそれぞれの商品において市内関係事業者が協力し、取組を行ったことで連携体制が構築された ・三陸を代表する高級食材「鮑」「海鼠」「鱶鰭」への理解、食材としての探究が進んだ。 ・ストーリーを作り、伝えることで地域の魅力としての鮑の魅力が事業者だけでなく地域住民にも共有された ・俵物三品や千石船気仙丸など、当地の文化の背景や歴史を学ぶことで、これらのコンテンツを地域の文化として継承する活動が必要であるという共通認識が生まれた。 ・乾燥アワビ、ナマコ、フカヒレの調理方法を専門家より学びこれらの料理を市内で提供することが可能となった。 ・高級食材の地域ブランド化によって国内外の富裕層市場を視野に入れた展開の可能性を見出した ２　参加者からの意見 ・大船渡の魅力を知り、みちのくトレイルの魅力を知り、岩手県のこれからのインバウンドの可能性を感じた。 ・どれもが非常に味わい深いメニューだった。鮑を学んだ上で食したことで、大きさや触感、色などをしっかり認識することができた。 ・とても勉強になり、新しい食の世界を知る事ができた。大船渡の今後の可能性を感じられた。 ３　今後の課題 ・集客のための OTA 含む販売手法、ルートの確立。 ・中華圏以外にみちのく潮風トレイルハイカーが多い欧米豪をもターゲットとして考えているが、欧米豪の食事スタイルに合うかどうかメニューの検証が必要。 ・インバウンド向けに、日本の歴史と中国の歴史の両方を説明する必要があり、それをさらに英語で説明するためのガイドが必要となる。 ・ツアーのストーリー理解を深めるため、事前情報インプットのための情報発信・整備が必要である。 ・情報提供手法も限定的で、視覚的・インタラクティブな要素を強化する必要がある。

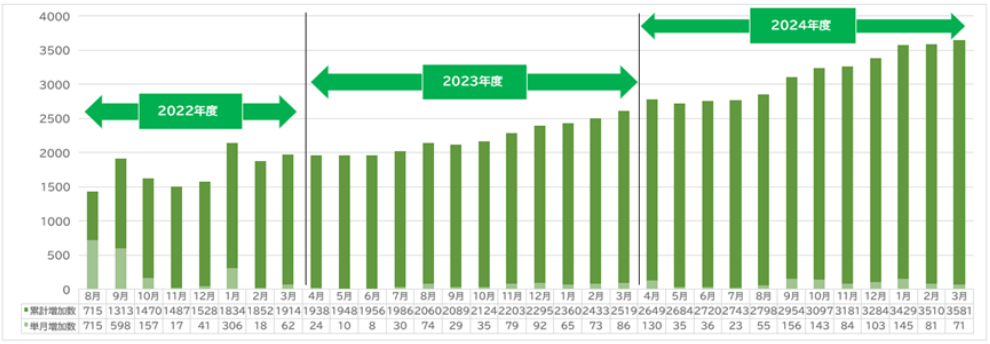
		・地域ブランド化が進んでおらず、国内外の認知度向上や市場拡大に向けた戦略の策定も必要 ４　次年度以降の取り組み（令和７年度事業にて販売を予定） ・コンテンツの更なる磨き上げ ・ターゲット層ごとの適正価格と付加価値の明確化 ・ターゲットに訴えかけるプロモーション、 ・対応ガイドの育成 ・OTA 含む海外販売体制の整備 ・三陸俵物のお土産品の開発 2025 年（令和 7 度）実施予定事業 ① 環境省：令和 7 年度 国立公園における感動体験・アドベンチャートラベル創出事業（実証事業） ハイカーと地域の力で再びつなぐ 1000 キロの道プロジェクト 林野火災で被災したみちのく潮風トレイルルートの再生のストーリーと活用と保全の仕組み作り ② 観光庁：令和 7 年度 地域観光魅力向上事業 俵物三品ストーリーによる高級食材「鮑(アワビ)」の聖地巡礼と大規模林野火災被災地復興ツーリズム販売事業

【定量的な評価】

1）地域循環型ポイントアプリ「大船渡さんぽ」の進化と展望

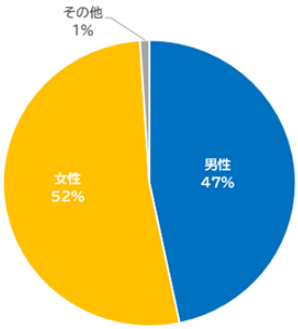
2022 年 8 月に導入した地域循環型ポイントアプリ「大船渡さんぽ」を中核に据え、地域内消費の可視化および活性化に取り組んできた。2024 年度においては、会員数が前年度の 2,495 名から 3,581 名へと増加し、地域住民および域外訪問者の双方における利用が広がっていることを示している。また、加盟店舗数は 81 店舗から 76 店舗とやや減少したものの、加盟店とのコミュニケーション強化と、サービス機能の高度化に取り組んだ 1 年となった。特筆すべきは、アプリの機能拡充として「クーポン機能」を新たに実装した点である。この機能により、加盟店舗が独自に割引クーポン等を発行できるようになり、イベント連動型プロモーションへの活用可能性が広がった。2024 年度中には 1 件の実証的運用が行われ、新規会員の獲得にも寄与している。現在のところ、利用履歴はアプリ運営側で集計のうえ、クーポン終了後にレポート形式で各店舗に提出しており、加盟店にとっては初めて可視化されたデジタルプロモーションの成果データとして機能しはじめている。今後は、こうしたデータを店舗のマーケティング戦略に活用できるよう伴走支援を強化し、店舗自身がデータを活かして次回施策を検討できる体制の構築を目指したい。クーポン利用がユーザー端末のみで完結する仕様は、現地での通信環境や専用端末を必要としないため、イベント等における柔軟な導入が期待される。また、報告対象期間の最終月である 2025 年 3 月には、新機能「プッシュ通知」の開発が最終段階に入った。これは全ユーザーに対して即時にお知らせを送信できる機能であり、キャンペーンや地域情報の発信において大きな効果が見込まれる。実装は 4 月に行われたが、開発は報告年度中に完了している。2025 年度以降は、会員数 10,000 人、加盟店舗 100 店舗を目標に掲げ、さらなる地域連携強化を進めたい。具体的には、三陸沿岸を横断する広域展開構想「三陸さんぽ（仮称）」のもと、まずは陸前高田市、住田町といった気仙地域、さらには釜石以北への展開を視野に入れている。なお、会員登録手続きについても、これまで高齢層を中心に課題となっていたメールアドレス入力のハードルを下げるべく、「電話番号による登録方式」への移行を計画している。さらに、加盟店向けダッシュボードの改善、Web サイトの刷新等を通じ、ユーザー・事業者の双方にとって使いやすく、地域マーケティングにも資するプラットフォームとしての進化を図りたい。

◆会員数の推移



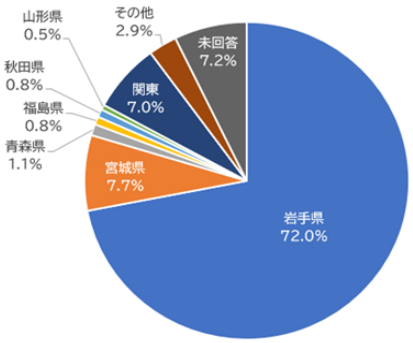
年度増加平均
2022年度:247人、2023年度:57人、2024年度:88人
開始当初からの平均は115人ペースで増加。
このままのペースで増加すると、2025年度で1,168人増加し、累計会員数は4,749名になる見込み。ただし、2025年度は4月と5月にキャンペーンを実施しており、その効果で累計会員数がすでに4,887人に達している。

男女比



※参考 昨年度数値 ()内は今年度対比
男性 48%（1%増）
女性 51%（1%減）
その他 1%

地域

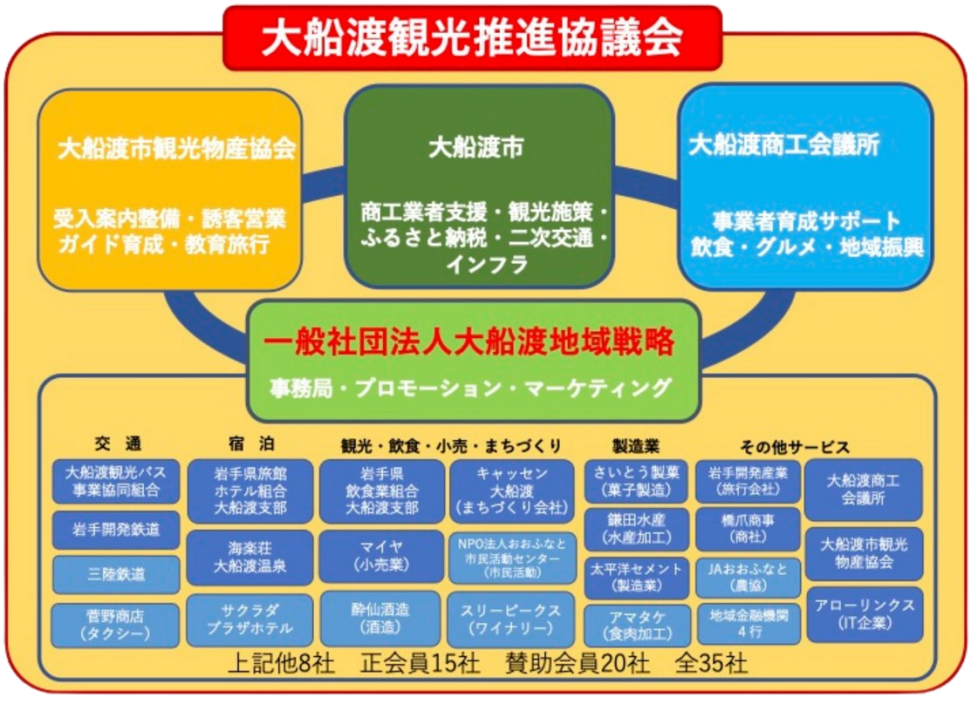


※参考 昨年度数値 ()内は今年度対比
岩手県 73.3%（1.3%減）
宮城県 7.0%（0.7%増）
青森県 1.0%（0.1%増）
福島県 0.8%
秋田県 0.7%（0.1%増）
山形県 0.3%（0.2%増）
関東 5.5%（1.5%増）
その他 2.4%（0.5%増）
未回答 9.0%（1.8%減）

岩手県内の会員が依然として多数を占める一方で、宮城県をはじめとした近隣県や、首都圏など関東エリアからの登録者が前年より増加しており、域外からの関心が着実に高まっていることがうかがえる。これは今後の広域展開に向けた重要な兆しであり、プロモーションやキャンペーン設計の際には、こうした地理的な広がりを踏まえたアプローチが有効と考えられる。

□　対象地域の拡大における検討会などの実績
2024 年 10 月「三陸さんぽ」デジタル推進連絡協議会等にかかる第一回検討会
「三陸さんぽ」キックオフセミナー
2024 年 11 月「三陸さんぽ」第二回検討会
2024 年 12 月「三陸さんぽ」第三回検討会
2025 年 2 月　三陸さんぽ事業の説明（陸前高田市観光物産協会）

□　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) 2024 年 9 月 3 つの鉄道祭り(7) さいとう製菓かもめの郷工場まつり（ちびっこ広場で遊べるクーポンを大船渡さんぽアプリ内で配信）(38) 2024 年 10 月 大船渡市産業まつり(48) ポイントが当たるキャンペーン①(142) 2024 年 12 月 ポイントが当たるキャンペーン②(117) （主催：大船渡市観光物産協会） 2025 年 1 月 大船渡新春ロードレース大会(17) 食べて飲んでポイント 3 倍キャンペーン(129) （主催：岩手県飲食業組合大船渡支部） 2025 年 2 月 ポイントが当たるキャンペーン③(75) 2025 年 4 月 大船渡元気 UP キャンペーン(1,057)
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】 DMO 法人である（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および旅館ホテル組合、飲食業組合、バス組合、まちづくり会社の 8 者によって、地域観光振興の合意形成競技の場として、大船渡観光推進協議会を 2023 年 10 月に設立した。DMO 法人である大船渡地域戦略は、大船渡市内民間事業者 35 社の加盟団体であり、その理事を旅館ホテル組合、飲食業組合、観光バス事業組合、旅行業社、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。 【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】

【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】

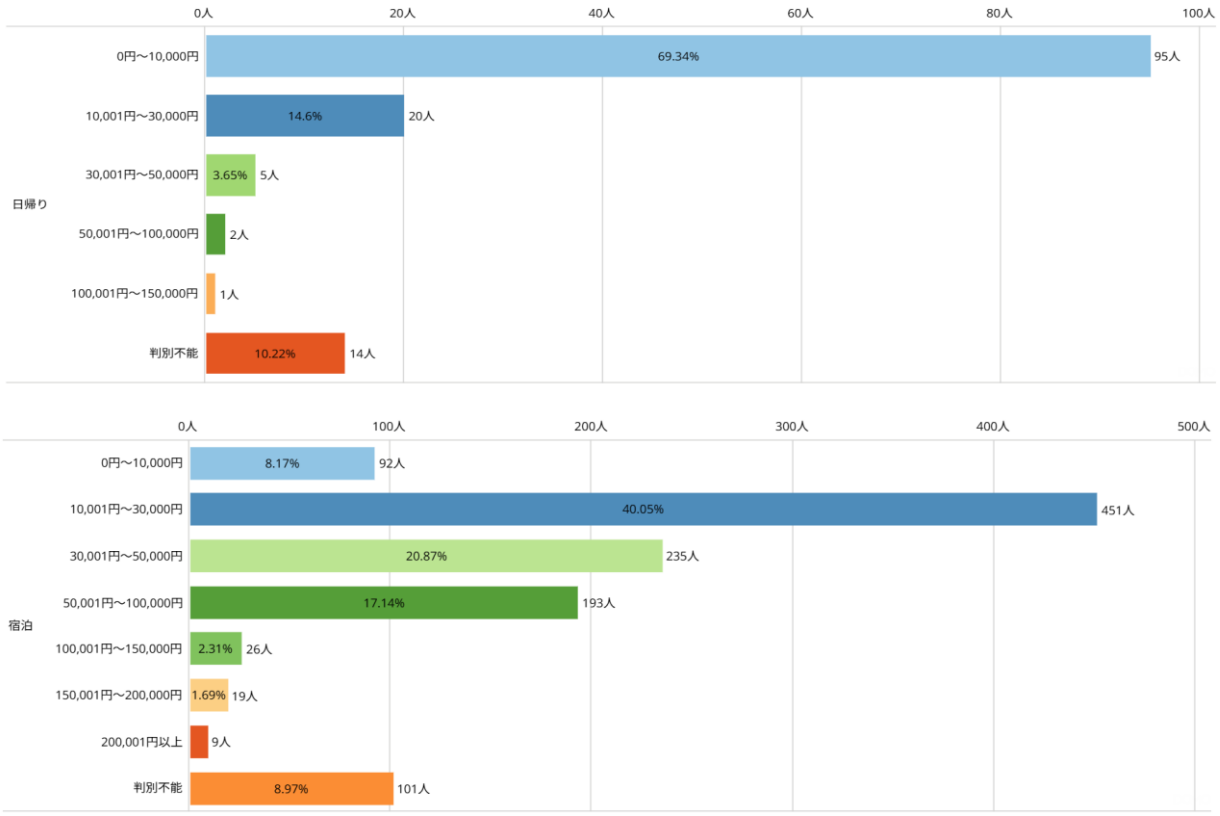
●観光消費額

予算と実際の消費額の比較

◯予算額

・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。

※参照）令和 6 年夏期および令和 6 年冬期実施「答えて Lucky アンケート」大船渡市観光物産協会（n=1,287）



旅行形態別の平均予算（答えて Lucky アンケート）

今年度 日帰り(n=137)：11,933 円 ／ 宿泊(n=1,126)：45,783 円

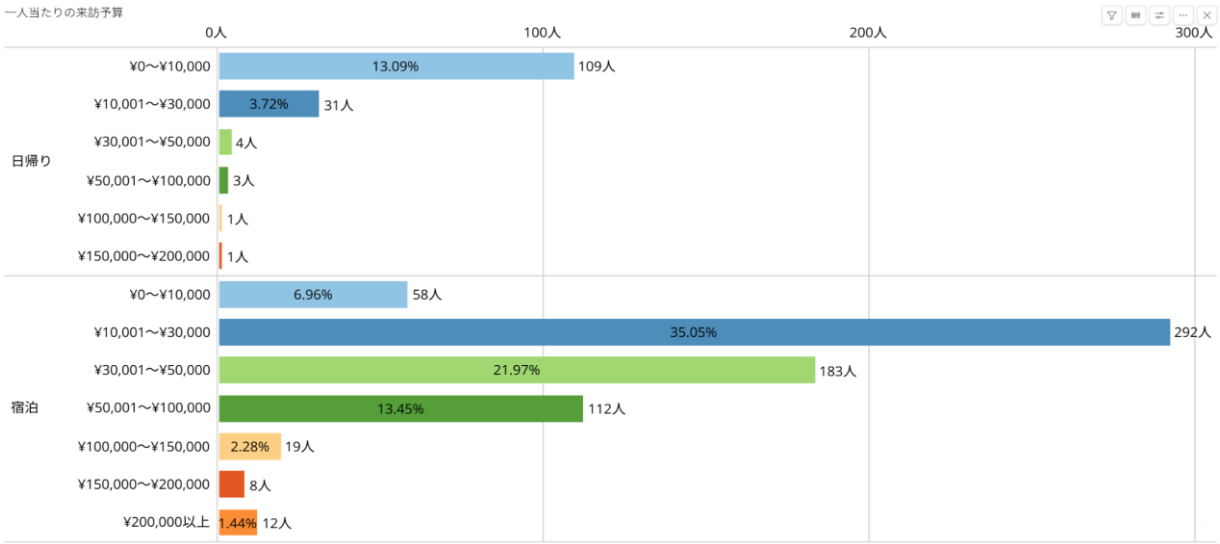
昨年度 日帰り(n=188)：8,100 円 ／ 宿泊(n=302)：28,000 円

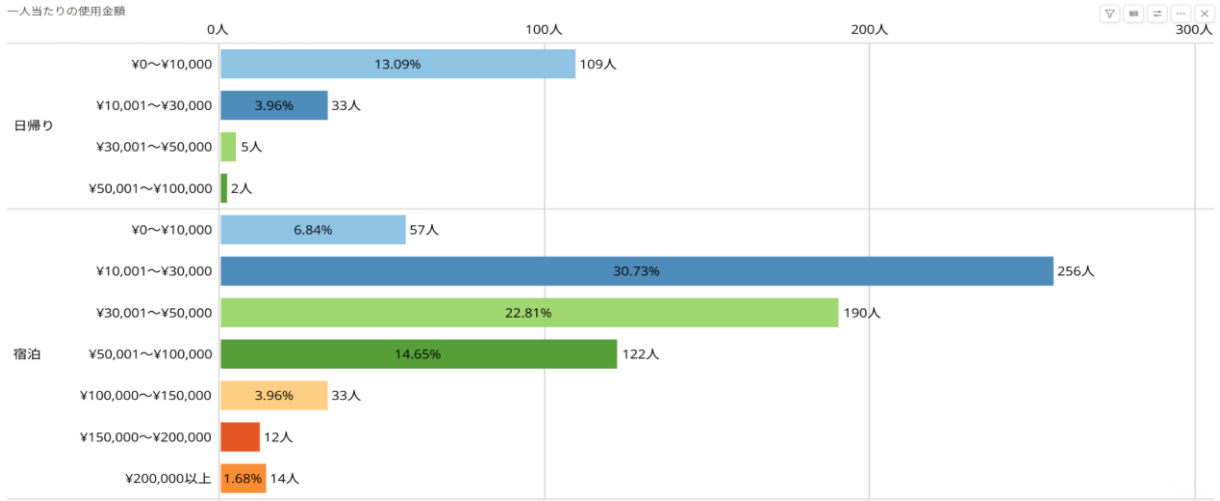
旅行形態別の一人あたり平均予算は、物価上昇の影響もありいずれも昨年度から増加傾向にあった。宿泊旅行では、2 泊以上の滞在が全体の 36%以上を占め、50 代以上が 7 割を超えるなど、可処分所得の高い層が中心であったことが単価の上昇につながったと考えられる。また、家族旅行が 7 割超を占めたことからも、宿泊・飲食・観光費用の総額が高くなる傾向がうかがえる。日帰り旅行においても、食・グルメ目的が約半数を占め、家族や友人との訪問が多く、女性の割合も 6 割を超えていることから、飲食や買い物などへの支出が増加したと推察される。両形態において自家用車利用が多数であり、移動の自由度の高さも消費行動を後押ししたとみられる。

○実施の消費額

・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～令和７年３月実施「大船渡ご来訪アンケート」大船渡地域戦略（n=894）

● 予算と実際の消費額の比較

今回の来訪アンケート（n=894）では、一人あたりの来訪予算および実際の消費額の分布に大きな乖離は見られなかったものの、予算に対して実支出が上回った層が全体の 17%を占めた。中でもこの層の特徴としては、宿泊を伴う旅行が 96%、観光目的が 92%、家族同伴が 84%、県外からの訪問が 78%、リピーターが 67%と、複数の条件が重なっている傾向が顕著だった。

これは、旅行単価の上昇に加え、宿泊日数の延長や同行人数の多さ、現地での飲食・買い物など多様な消費行動が複合的に作用した結果と考えられる。また、観光体験を目的とした層が多かったことからも、単なる移動型ではなく、「滞在して楽しむ」旅への関心の高さがうかがえる。

特に宿泊においては、3 万円以上の実支出者が全体の約 7 割を占め、10 万円超の高額層も 1 割超存在した。予算設定時点では慎重に見積もっていた来訪者でも、現地での充実した体験により想定を超える支出をした事例が一定数見受けられる。こうした傾向は、今後の観光戦略においても、「満足度の高い支出」を促す設計や、多層的な価格帯のプログラム造成が有効となる示唆といえる

●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 1,096）

満足度	回答者数	割合
満足	905	82.5%
普通	181	16.5%
不満	10	0.9%

※参照）令和 6 年夏期および令和 6 年冬期実施「答えて Lucky アンケート」大船渡市観光物産協会（n=1,096）

来訪者の満足度は前年（69.5%）を大きく上回り、82.5%が「満足」と回答しており、大多数が訪問体験に対して高評価を示した。また「不満」と回答した割合は 1%未満と極めて低く、全体として良好な結果となった。飲食施設の満足度については、利用者のうち 46.0%が「満足」、9.0%が「普通」と回答。施設未利用者を除いた実質評価者の中では、8 割超が肯定的な評価を示している。一方で、「市内の飲食施設は利用せず」が 39%に達しており、観光導線への消費機会の組み込みやサービス、情報の周知工夫が引き続き課題となる。宿泊施設においては、利用者のうち 75.7%が「満足」と回答。「普通」以下はわずか 7%にとどまり、施設・サービス両面での品質維持が評価された形となっている。総じて、「食」「宿」に対する評価が安定して高い水準を保っている一方で、施設の認知・アクセス促進や、満足から再訪・推奨への導線設計が今後の鍵となることが示されている。

●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 59.9%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		301	98	62	372	63.8%
訪問目的	帰省・知人訪問	10	10	2	84	90.5%
	ビジネス	22	5	6	51	73.8%
	観光	269	83	54	237	58.1%

※参照）令和 6 年 4 月～令和 7 年 3 月実施「大船渡ご来訪アンケート」大船渡地域戦略（n=833）

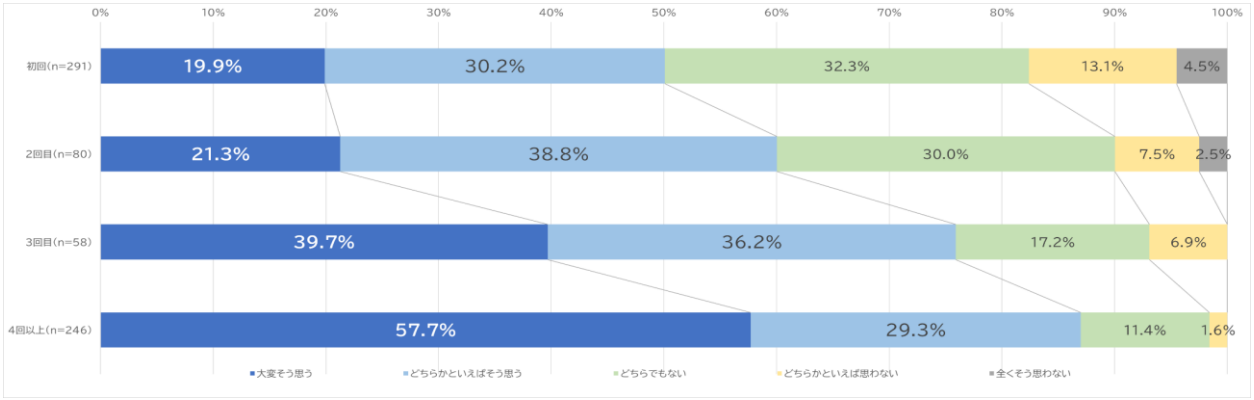
今回の調査では、観光目的のリピーター率は 58.1%と、前年（51%）から約 7 ポイントの増加が見られた。特に観光目的来訪者のうち 4 回目以上の訪問が 237 人（全体の 26%）と、中長期的な継続来訪者の存在が定着しつつあることが確認できる。
また、ビジネス目的では約 74%がリピーターと回答しており、出張や業務提携など継続的な接点の多さがうかがえる。帰省・知人訪問は 9 割以上が複数回来訪と極めて高く、地域内の人とのつながりを背景とした流動が依然として根強い傾向にある。
今後はこのような既存来訪者のリテンションを確保しつつ、初回来訪層（観光客の約 29%）へのフォローアップ導線や、再訪インセンティブ設計により、全体の再訪率の更なる向上を目指す。

・質問：大船渡市に１年以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集計には含まない。
・「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 59.3%になる。

		大船渡市に１年以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		339	239	177	59	19
訪問目的	帰省・知人訪問	62	22	14	5	3
	ビジネス	36	21	15	3	1
	観光	241	196	148	51	15

※参照）令和 6 年 4 月～令和 7 年 3 月実施「大船渡ご来訪アンケート」大船渡地域戦略（n=833）

令和 6 年度のアンケートでは、市外在住者のうち「大変そう思う」「どちらかといえばそう思う」と回答した再訪意向者は 59.3%（n=833）であり、昨年度の 70.0%（n=335）と比較して約 10 ポイント減少した。特に初回訪問者（n=291）では再訪意向が 50.2%にとどまり、「どちらでもない」が最多（32.3%）となっており、全体の割合を押し下げていると考えられる。一方、2 回目訪問者（n=80）では 60.0%、3 回目（n=58）では 75.9%、4 回以上（n=246）では実に 87.0%が再訪意向を示しており、訪問回数に比例して再来訪意欲が高まる傾向が明確に表れている。
この結果は、初回訪問者においては「まだ訪れたばかり」で比較対象や印象が定着していないことが影響している可能性がある。加えて、観光目的の割合が高かったことや、東北以外からの来訪者が全体の 74.0%と遠方比率が高かったことも、再訪の心理的ハードルを押し上げたと推察される。
今後は、初回訪問層の再訪促進を意識した情報発信や、短期でのリピートを促す周遊施策の強化、体験の質向上による「もう一度行きたい」と思わせる滞在価値の創出が求められる。また、2 回目以降の訪問者における定着傾向を活かし、リピーター向けの特典・交流イベント等の導入による囲い込み施策も有効と考えられる。



●観光入込客数・延べ宿泊者数

	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
観光入込客数（千人）	687	789	430	484	584	638	651
増減率		113.2%	54.5%	112.6%	120.7%	109.2%	102.0%
延べ宿泊者数（千人）	198	212	131	132	159	139	129
増減率		107.1%	61.8%	100.8%	119.7%	88.0%	92.8%
外国人観光客数	691	1322	105	112	204	1441	2725
増減率		191.3%	7.9%	106.7%	182.1%	706.4%	189.1%

※参照）第２次大船渡市観光ビジョン

＜日本人観光客＞

令和 6 年の岩手県の観光入込客数は 651 万人（千人回） で、前年（638 万人）から 約 2.0%増加した。コロナ禍からの回復基調が続いており、3 年連続の増加となっている。宿泊者数については前年よりもやや減少しており（129 万人、前年 139 万人）、宿泊を伴わない日帰り観光の割合が高まっていることが示唆される。旅行消費額が 42,181 円と前年（20,222 円）から大きく伸びているため旅行文化の変化が背景にあると考えられる。物価・円安の影響も考慮する必要はある。

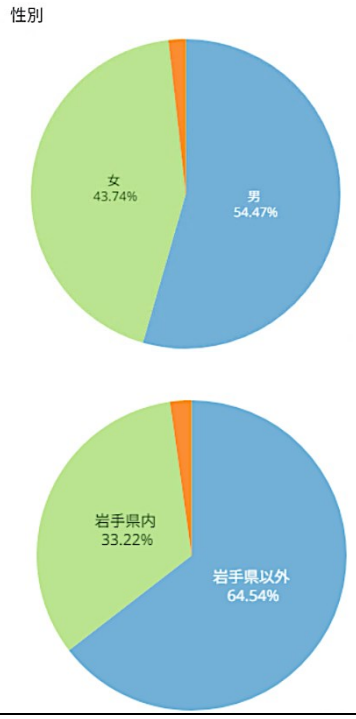
＜外国人観光客＞

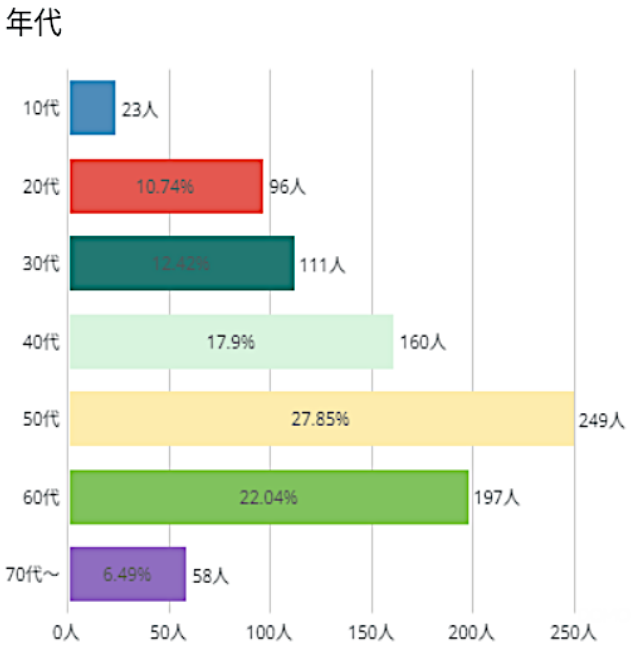
外国人観光客数は 2,725 人（千人）と過去最大規模に急増し、前年比で約 1.9 倍（＋89.1%）とほぼ倍増となった。これはコロナ後のインバウンド訪日旅行の本格再開が影響したものと考えられる。昨年度「大船渡ご来訪アンケート」にて、外国人の回答が 5 件あり、1 年以内の再来訪検討率は 100%という結果だったが、今年度は回答数が 20 件あり、大変そう思う５件、どちらかといえばそう思う７件、どちらでもない５件、どちらかといえばそう思わない３件と、分散する結果となった。これは居住地がアメリカ、オーストラリア、フランス、シンガポール、オランダ、中国、台湾と、世界各地からの来訪者となったためであると考えられる。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。

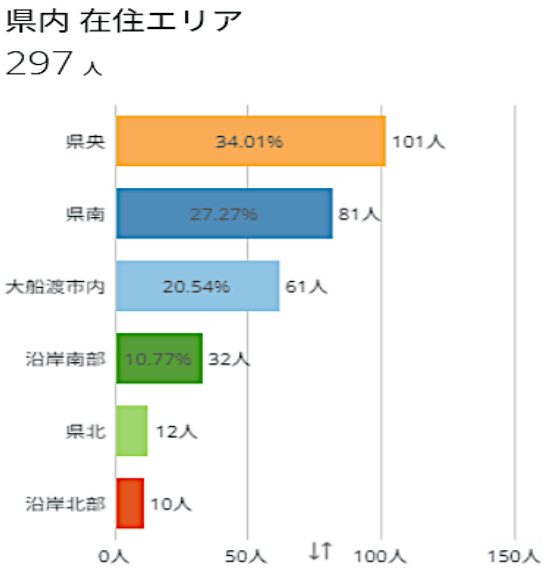
●大船渡ご来訪アンケート分析

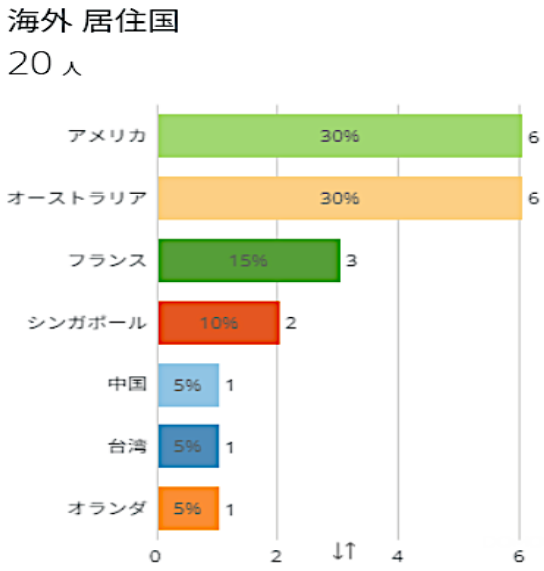
市内の宿泊施設、旅館、飲食店、観光スポットなどの事業者約 150 箇所にアンケートを設置し、QR コードを読み取ることで回答する形式をとり、どこから来たか、性別、年齢の他、大船渡にきた主な目的や岩手県及び大船渡への訪問回数、予算等の設問を設け、令和 6 年 4 月から 1 年間で 894 件の回答が得られた。

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共有するとともに、受入体制整備等の具体的な施策に活かしていきたい。



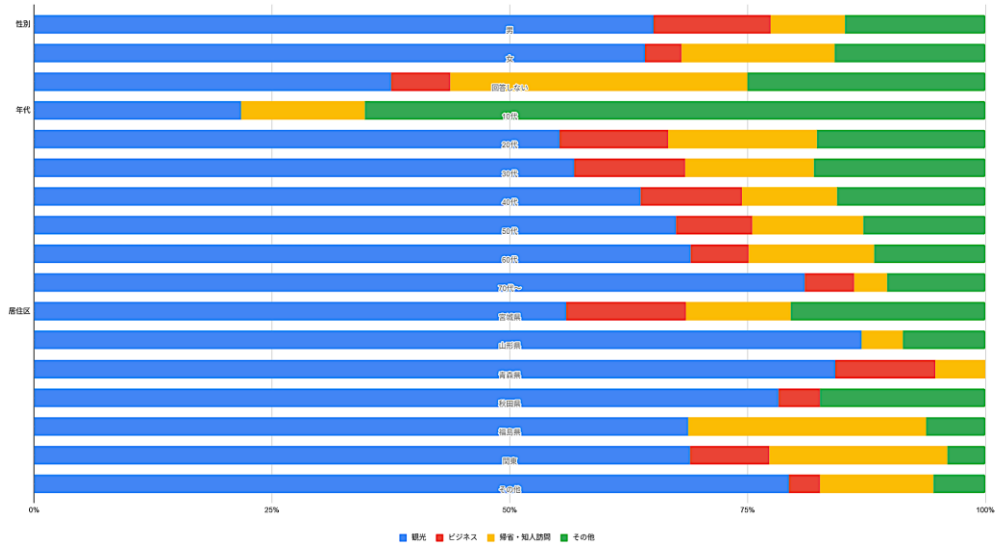


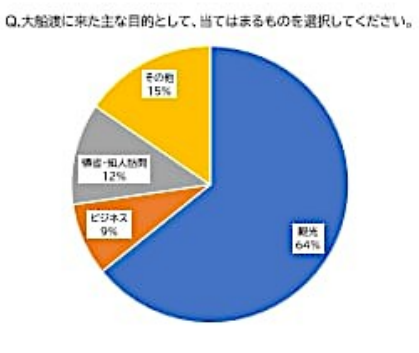


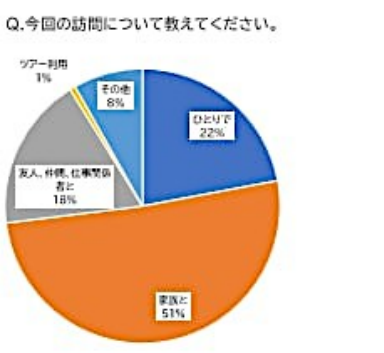


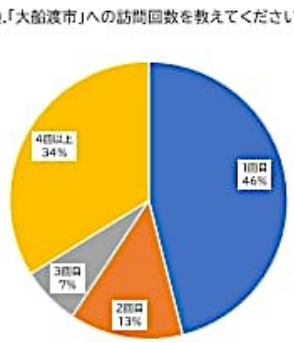
回答者の男女比はやや男性からの回答が多く、年代別では 50～70 代が半数以上を占めている。この層のうち家族での来訪は全体の 55%にのぼり、観光目的が 68%以上を占めた。来訪者の居住地を見ると、岩手県以外からの来訪が約 65%と多く、その中でも宮城県（22.0%）、東京都（17.5%）、神奈川県（9.0%）、埼玉県（8.1%）の順で上位を占めた。岩手県内では県央、県南、大船渡市隣接の沿岸南部からの来訪も見られた。海外からの来訪は 20 件あり、うち観光目的が最も多く（55%）、次いで帰省・知人訪問、ビジネスと続いた。訪日外国人はオーストラリア・アメリカ・フランスを中心とした国からの来訪が目立ち、全体として観光目的で初来訪となる割合が高かった。

設問：来訪の目的、宿泊予定、訪問回数を教えてください
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。







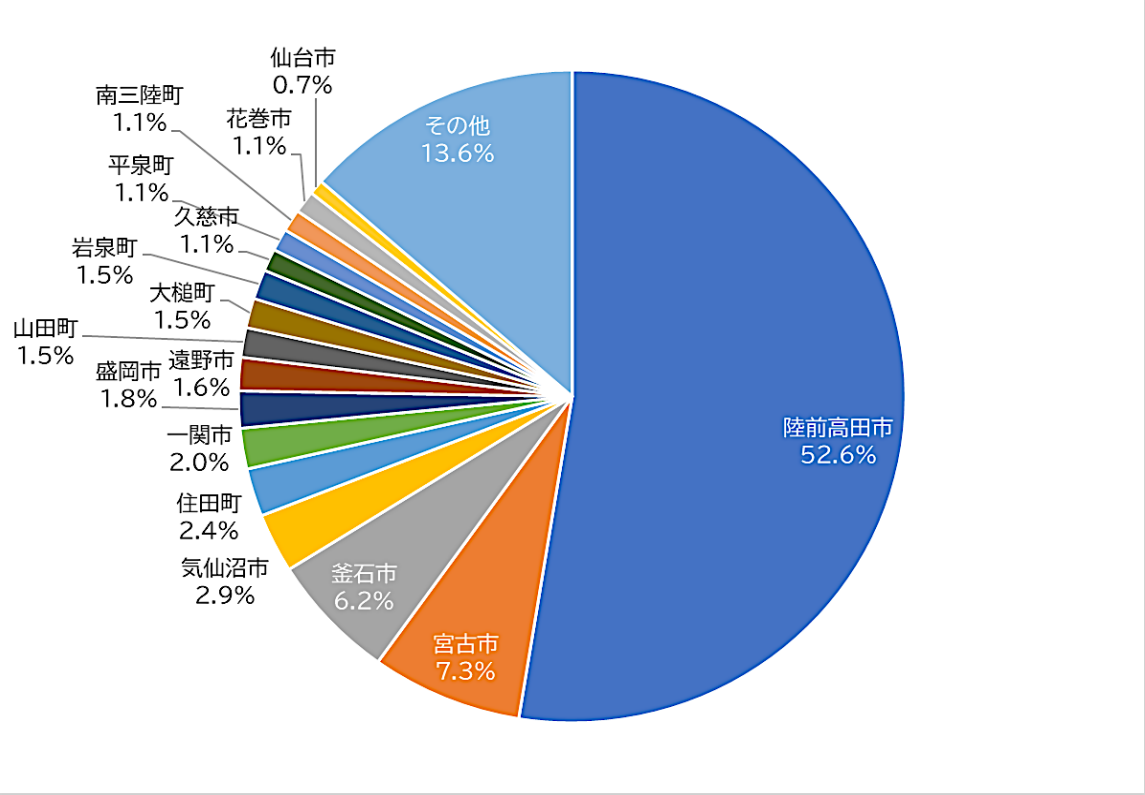


来訪目的別に性別・年代・居住区で集計した結果をみると、今年度も例年と同様に観光目的の割合が最も高く、全体の多数を占めていた。性別では男女ともに観光目的が大半を占める一方で、ビジネス目的は男性が多く、帰省・知人訪問については女性の割合がやや高くなっていた。
年代別に見ると、全年代を通じて観光が最も多くを占めているが、特に 30 代から 70 代にかけては観光目的が 7 割以上と非常に高い割合を示した。10 代では「その他」の割合が高く、自由記述の内容から、学校関連行事や部活動（野球遠征など）による来訪が含まれており、大半が岩手県には複数回来訪しているが、大船渡市は初訪問であるケースが多かった。また、20 代は観光以外にビジネス・帰省の割合が相対的に高く、就職・U ターンなどの影響が反映されていると推察される。

居住区別では、岩手県内・市内居住者では観光以外（ビジネス・帰省・その他）の目的も一定数見られたが、岩手県外からの来訪者の目的は圧倒的に観光が多く、特に関東圏（東京・神奈川・埼玉など）からの観光目的来訪の比率が高かった。海外からの来訪もすべて観光目的であり、地理的距離と目的との関連性が明確に現れている。

以上から、大船渡市への来訪は依然として観光が主軸であり、その中心を担っているのは中高年層であることが再確認された。一方で、若年層や市内・県内のビジネス・帰省・交流など多様な目的にも一定の受け皿が存在しており、観光以外の関係人口を育む必要性もうかがえる結果となった。

設問：今回訪問予定の地域を"全て"選択してください。



今回の来訪予定地域（複数選択可）においては、最も多く選ばれたのが陸前高田市で全体の 52.6%、次いで宮古市（7.3%）、釜石市（6.2%）、気仙沼市（2.9%）と続き、沿岸南部エリアとの併訪が多い傾向が見られた。一方、グラフには反映されていないが、大船渡市のみを訪問予定とする回答は 446 件あり、これは全体の単独訪問者としては最多であり、大船渡市単独での来訪目的が一定数存在していることも明らかとなった

【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　**<u>中心市街地の資源を利活用し誘客と送客の要となる</u>**

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バンザイ・ファクトリー、2024 年末に新たにオープンした魚の駅など、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。

大船渡駅前周辺地区への集客、市街地から大船渡他地域への送客、大船渡から三陸沿岸他地域への送客機能が大船渡に求められていると考えると、「三陸コンシェルジュ（道先案内人）」の役割が必要と考えられる。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：碁石海岸インフォメーション HP、三陸ツアーズ HP より）

募集終了　For Foreign Tourist　季節限定企画
過去開催　人気　ジモトツアー
体験・アクティビティ　国内旅行　おおふなトレイル
日帰り　宿泊付

【満員御礼】おおふなトレイル2025 Vol.1
越喜来（おきらい）～花時の道～

大船渡市三陸町吉浜～三陸町越喜来

2025年4月19日（土）

開催中　人気　ジモトツアー　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・気仙縄文遺跡群など）/五葉山/みちのく潮風トレイル/関屋洞窟/ど根性ポプラ/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ホヤわかめ祭/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、鱈、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/サンリアショッピングセンター/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】

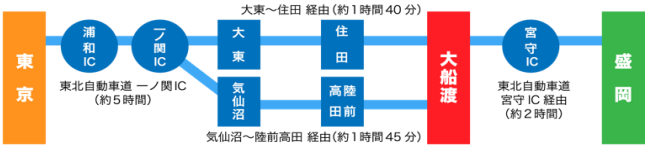
●大船渡市内宿泊施設：22 施設 客室数：647 室 収容人数 1,121 人 （令和 6 年 5 月末現在）

No.	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（別棟含）	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	

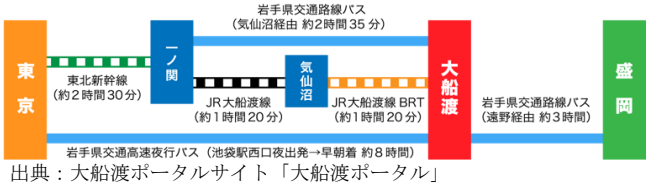
【利便性：区域までの交通、域内交通】

１）大船渡までの交通

□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：岩手県観光ポータルサイト「いわての旅」　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

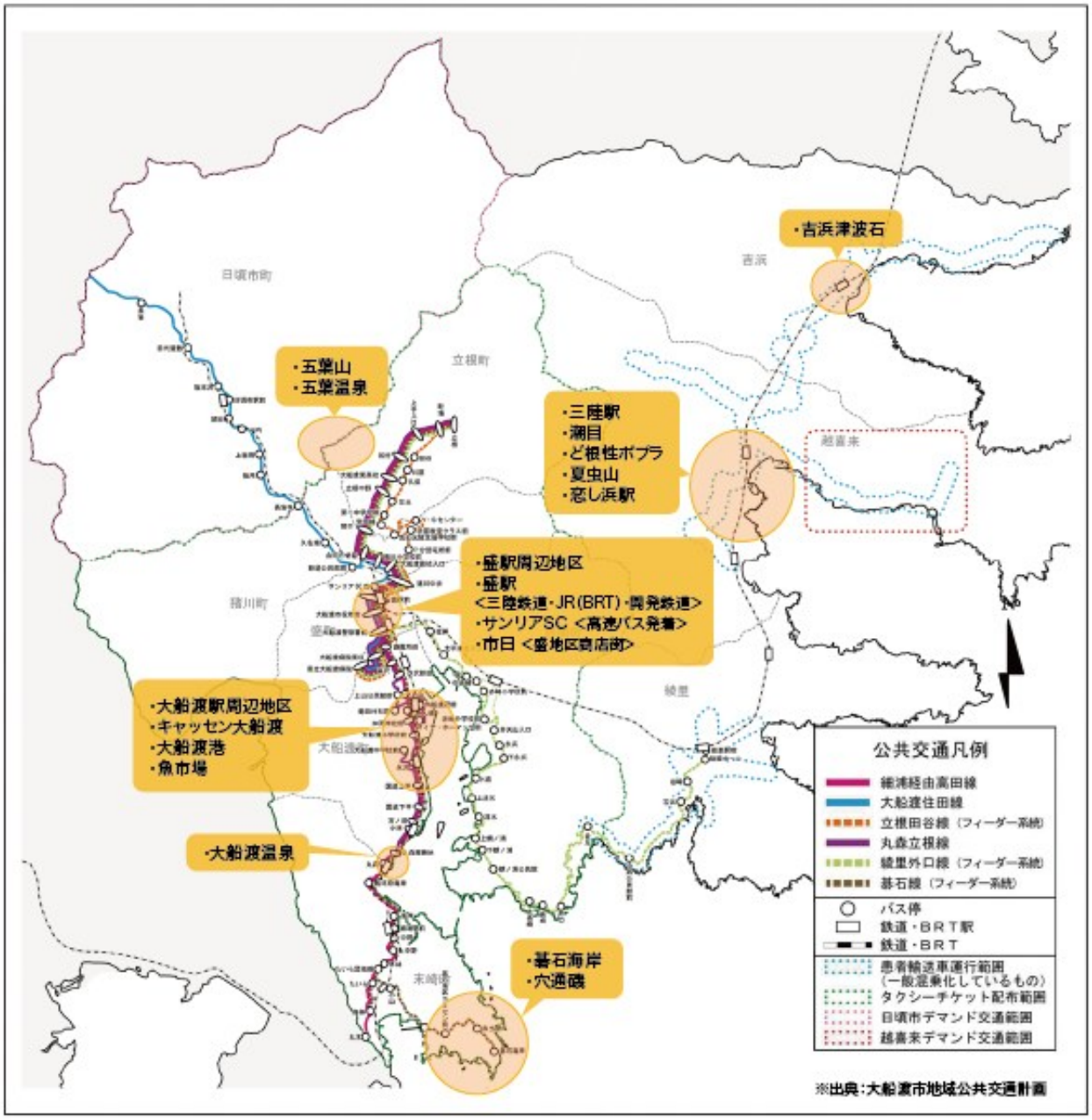
出発		到着		到着		到着
新千歳	約1時間10分	仙台空港	車　約12分	仙台空港IC	三陸自動車道　約2時間15分	大船渡
名古屋（中部）	約1時間10分					
大阪（伊丹）	約1時間15分					
大阪（関西）	約1時間25分		電車（仙台空港アクセス線）　約30分 電車（仙台空港アクセス線快速）　約17分 ※快速は1日1本	仙台駅	バス　約2時間50分	
神戸	約1時間20分					
広島	約1時間20分					
福岡	約1時間45分				東北新幹線／JR大船渡線 約3時間15分（最速）	
那覇	約2時間35分					

＜飛行機＞いわて花巻空港

出発		到着		到着		到着
新千歳	約55分	いわて花巻空港	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）	大船渡
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					

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」こととし、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、日本東北遊楽 2024,2025 への出展、旅行会社へのセールスコール、ファムツアー等の積極的な誘致活動、プロモーション活動が行われ、インバウンド旅行客数の増加の一因となっている。

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、店舗掲示の翻訳も行われている他、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（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ルに係る、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。
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ルに関する大槌～気仙沼エリアの関係者（環境省、みちのくトレイルクラブ、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。
・2025 年 6 月 24 日

◯インバウンド向け荷物配送事業の開始
　大船渡地域戦略では令和６年度観光庁事業「サステナブルな観光コンテンツの高度化モデル事業「地域の魅力で紡ぎ、ハイカーと共に育てる長く歩く道」内で、現在みちのく潮風トレイル北部（八戸～宮古）で実施されており、誘客増加を支える大事な要素となっている「荷物配送」について、南部宮古～気仙沼間絵の延長を予定し、関連セミナーや勉強会を開催し、地域事業者を募った。その結果２業者が参入を表明し、令和７年４月より地域戦略を窓口に荷物配送の受け入れを開始しており、外国人対象の旅行社より受注を受ける一方、個人ハイカー向けに HP での申し込みも受付開始した。今後は気仙沼以南のルート延長も見据え、関係者による協議を重ねている。

（図表は荷物配送の仕組み）ホテルからホテルへ専用車両によって同日配送を行っている

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	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、老年人口(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客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、飲食を中心とする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	**強み（Strengths）** ・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 ・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 （中心市街地キャッセン周辺の利便性・商業施設、宿泊施設が至近であることの優位性） ・三陸自動車道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（八戸ー仙台の中間地点） ・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 （他地域との連携が経済持続には必須） ・ 外国人対応可能なガイド及び通訳の存在	**弱み（Weaknesses）** ・ビジネス客の旅行消費額の低さ ・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（プロモーション不足） ・インバウンド対応の不足と意識の低さ ・施設の老朽化 ・宿泊施設が観光旅行者ターゲットの施設構成になっていない （ツイン、ダブルルームの不足） ・ガイド人材、イベントなどの担い手不足 ・個人向け体験コンテンツの不足 ・コロナの影響による経営悪化 ・地域オピニオンリーダーの長期固定化
外部環境	**機会（Opportunity）** ・みちのく潮風トレイルの人気の高まり ・インバウンド旅行客の増加 ・震災学習、教育旅行、被災地視察ニーズ ・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 ・国による東北への送客方針	**脅威（Threat）** ・少子高齢化に伴う労働人口減 ・三陸道開通通による日帰り、通過客の増加 ・物価高騰による旅行意欲の減少 ・景気後退による国内旅行者の減少 ・気候変動による自然環境、漁業への影響 ・隣接する陸前高田にブランド宿泊施設が開業予定(2026)

（３）ターゲット

〇第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。

〇選定の理由

・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。

〇取組方針

- 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「はしご酒」「バーホッピング」「ナイトエンターテイメント」のコンテンツ造成とプロモーションを実施する。

〇第 2 ターゲット層　おとなゆったり旅

②40 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。

〇選定の理由

- 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。

〇取組方針

- 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

〇第３ターゲット層　はじめての SANRIKU 旅

【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

③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）

④台湾、東南アジア（香港、シンガポール、タイ）からのインバウンド客

〇選定の理由

- 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集客及び拡大を図るもの。
- 今年度より欧・米・豪のみちのく潮風トレイルを目的としたハイカーの優先度を高くした。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。インバウンド増加要因分析の結果、昨年度と③④の順位を入れ替えている。

- 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（2024 年 3 月策定）」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、開拓市場として新しく米国が追加された。今後岩手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、シンガポール、マレーシア）米国

2025 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、香港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（シンガポール、タイ）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（シンガポール、タイ）からのインバウンド客をターゲットとして設定した。

〇今後の取組方針

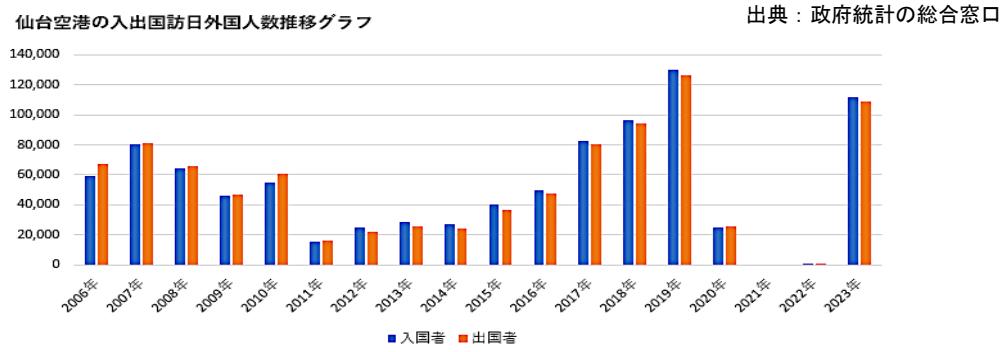
- 滞在時間の延長やそれに伴う観光消費額の増を目的として、インバウンド向けの着地型旅行商品（観光体験等）の発掘や滞在コンテンツの磨き上げによる商品造成事業を実施。
- 受け入れた観光客を外国人対応地元ガイドの案内により、三陸沿岸の観光につなぐ。
  受け入れ環境整備（Wi-Fi、多言語表示案内、情報入手可能なアプリ（大船渡さんぽの多言語化）対応）

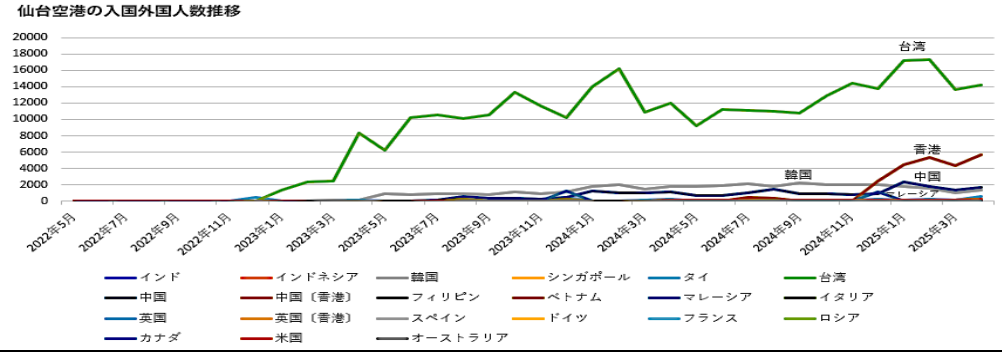
・採択 2 事業を軸に、地域観光コンテンツ造成、受け入れ体制整備に取り組む予定

・R7 環境省　国立公園における感動体験・アドベンチャートラベル創出事業　“ハイカーと地域の力で再びつなぐ 1000 キロの道プロジェクト”

・R7 観光庁　地域観光魅力向上事業　“俵物三品ストーリーによる高級食材「鮑（アワビ）」の聖地巡礼と大規模林野火災被災地復興ツーリズム販売事業

出典：政府統計の総合窓口ｅ－Ｓｔａｔ





（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	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。 ・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エイに定め、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、フレアイランド尾崎岬、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。	・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（仮）」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･向上・	・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。

<table>
<tr><td>評価する仕組みや体制の構築</td><td>・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。
・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。（サ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</td></tr>
<tr><td>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</td><td>令和 6 年度末時点において、大船渡市の観光情報を取り扱うウェブサイトは主に 3 つ存在していた。
・大船渡市が運営する「大船渡市 HP 内おおふなとりっぷ」
・(一社)大船渡市観光物産協会が管理していた「大船渡の観光と物産」
・大船渡地域戦略の会員であるアローリンクス株式会社が運営する「大船渡ポータル」である。これら 3 つのサイトはいずれも観光情報を掲載していたが、目的や役割の整理が不明瞭であり、観光客にとって情報の分散・重複・更新の差異が課題とされていた。
このような課題を踏まえ、観光情報発信の一元化に向けた「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」が令和 6 年度に全 3 回開催され、関係者間で統合の方向性について協議が重ねられた。
協議の結果、2025 年 3 月末をもって「大船渡の観光と物産」は閉鎖され、「おおふなとりっぷ」へ統合された。現在は、大船渡市 HP 内の「おおふなとりっぷ」を（一社）大船渡市観光物産協会が委託管理しており、観光情報発信の中核を担っている。一方、「大船渡ポータル」については、観光サイトではなく地域情報サイトとして位置づけられており、閉鎖に向けた準備が進められているものの、現時点では稼働中である。したがって、名目上は複数のサイトが存在するものの、実質的には観光情報の受け皿は「おおふなとりっぷ」に一本化されている状態である。
アクセス数の推移を見ると、2023 年度は「大船渡ポータル」が全体の 57%（196,927 件）と最も多くのアクセスを記録し、「大船渡市観光物産協会」サイトが 22%（76,783 件）、「おおふなとりっぷ」が 21%（73,274 件）であった。一方、2024 年度は「おおふなとりっぷ」が 146,714 件（31%）と大きく伸び、「大船渡市観光物産協会」サイトが 122,601 件（26%）、「大船渡ポータル」が 202,702 件（43%）と、役割移行の動きが数字にも現れた。
今後は、観光情報の発信拠点として「おおふなとりっぷ」への導線を強化しつつ、アプリ「大船渡さんぽ」や公式 SNS と連携したクロスメディア戦略を進め、観光客が求める情報に円滑にアクセスできる環境の構築が求められる。
<table><tr><th>WEBサイト名</th><th>年間アクセス数(回)</th><th>比率</th></tr><tr><td>大船渡ポータル</td><td>202,702</td><td>43%</td></tr><tr><td>大船渡市観光物産協会</td><td>122,601</td><td>26%</td></tr><tr><td>大船渡市HPおおふなとりっぷ</td><td>146,714</td><td>31%</td></tr></table></td></tr>
</table>

	・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 2024 年 6 月 6 日　第 1 回 2024 年 7 月 25 日　第 2 回 2024 年 10 月 3 日　第 3 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）

６．ＫＰＩ（実績・目標）

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標		11,600	21,839	23,839	25,473	27,001
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	11,270	20,222	24,332			
		(-)	(-)	(-)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	218	223	228	234	240	246
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	159	139	129			
		(-)	(-)	(-)			
●来訪者満足度（%）	目標		90.0	70.0	73.0	75.0	77.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(--)
	実績	89.9	69.5	82.5			
		(-)	(-)	(-)			
●リピーター率（%）	目標		65	65	65	65	65
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	65	55	59			
		(-)	(-)	(-)			

※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】
令和 5 年度より、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 箇所にアンケート回収用のツールを設置し、通年での来訪者データの収集体制を整えたことで、より実態に即した旅行消費額や来訪傾向の把握が可能となった。令和 6 年度はこの体制を維持・強化しながら、回収件数・分析精度の向上に取り組み、実績データの精度が高まったことを受けて、目標設定の妥当性や今後の修正余地について継続的に検討を進めている。
今後、収集した定量・定性データを基に KPI の再設定や細分化を行い、地域内での観光施策の PDCA に活用していく予定である。現段階では、昨年度に設定した目標値を基本としつつ、必要に応じて微調整を加え、実現可能かつ戦略的な数値目標を掲げた。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
令和 6 年度は、通年でのアンケート回収が可能となったことで、旅行消費額の実績値がより現実的な水準として把握可能となった。特に、宿泊・日帰りの各消費額の単価が一定の傾向を維持していることから、今後は来訪者数の増加により総額の増加を図る方針とする。
なお、目標値は、令和 4 年度に実施した「答えて Lucky アンケート」における宿泊・日帰りそれぞれの平均消費額を基に、延べ宿泊者数・観光入込客数の増加を掛け合わせて算出した。事業者の高齢化や受け入れキャパシティの限界により、宿泊者数の急増は見込みづらいものの、イベント・二次交通整備などによる日帰り来訪者の増加を想定している。
令和 6 年度は前年度目標を大きく上回ったが、次年度以降も急激な増加は想定せず、着実な成長として目標を設定した。

・・・

指標項目		2022 （Ｒ４） 年度	2023 （Ｒ５） 年度	2024 （Ｒ６） 年度	2025 （Ｒ７） 年度	2026 （Ｒ８） 年度	2027 （Ｒ９） 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	160,000	329,535	347,835	366,135	399,511	424,797
		(−)	(−)	(−)	(−)	(−)	(−)
	実績	311,235	346,984	472,017			
		(−)	(−)	(−)			
観光入込客数 （千人）	目標	765	782	799	817	834	851
		(−)	(−)	(−)	(−)	(−)	(−)
	実績	584	638	651			
		(−)	(−)	(−)			
外国人観光客数 （人）	目標	1,130	1,240	1,350	1,460	1,571	1,682
		(−)	(−)	(−)	(−)	(−)	(−)
	実績	204	1,441	2,725			
		(−)	(−)	(−)			
大船渡さんぽ アプリ内 決済金額 （万円）	目標	−	4,700	9,650	26,300	39,500	59,300
		(−)	(−)	(−)	(−)	(−)	(−)
	実績	1,739 ※1	6,009	17,586			
		(−)	(−)	(−)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※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。

・・・

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。

・・・

2025（Ｒ７） 年度	46,198,530 （円）	【国からの補助金】 【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】 27,980,000 【会費】 2,100,000 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】 16,118,530 （円）
2026（Ｒ８） 年度	41,400,000 （円）	【国からの補助金】 【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】 33,300,000 【会費】 2,100,000 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】 6,000,000 （円）
2027（Ｒ９） 年度	32,550,000 （円）	【国からの補助金】 【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】 30,450,000 【会費】 2,100,000 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】 0 （円）

（２）支出

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

2024（Ｒ６） 年度	31,998,093 （円）	【一般管理費】 1,724,567 【情報発信・プロモーション】 （国内） 6,623,432 【受入環境整備等の着地整備】 16,750,273 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 4,422,137 【マーケティング(市場調査・ブランド戦略等)】2,477,684 【観光イベントの開催費】 （円）
2025（Ｒ７） 年度	46,198,530 （円）	【一般管理費】 7,229,987 【情報発信・プロモーション】 （国内） 2,740,000 （国外） 3,000,000 【受入環境整備等の着地整備】 15,050,543 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 10,740,000 【マーケティング(市場調査・ブランド戦略等)】7,438,000 【観光イベントの開催費】 （円）
2026（Ｒ８） 年度	41,400,000 （円）	【一般管理費】 6,907,987 【情報発信・プロモーション】 （国内） 2,740,000 （国外） 3,000,000 【受入環境整備等の着地整備】 10,252,013 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 11,000,000 【マーケティング(市場調査・ブランド戦略等)】7,500,000 【観光イベントの開催費】 （円）
2027（Ｒ９） 年度	32,550,000 （円）	【一般管理費】 5,310,000 【情報発信・プロモーション】 （国内） 2,740,000 （国外） 3,000,000 【受入環境整備等の着地整備】 10,000,000 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】 4,000,000 【マーケティング(市場調査・ブランド戦略等)】7,500,000 【観光イベントの開催費】 （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

〇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。

〇補助金、受託事業の確保による基盤の確立を目指す。

〇着地型旅行商品「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

（登録）【地域DMO】一般社団法人　大船渡地域戦略

様式2

記入日：　令和　7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】 6人（常勤5人（正職員0人・出向等3人・契約社員2人）、非常勤1人）
【主な収入】
収益事業 2.7百万円、会費収入2.0百万円、補助金5.0百万円（2024年度決算）
【総支出】
事業費　30.2百万円、一般管理費　1.7百万円（2024年度決算）
【連携する主な事業者】35社（正会員　15社　賛助会員　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、酔仙酒造（株）他

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	（－）	11,600（－）	21,839（－）	23,839（－）	25,473（－）	27,001（－）
	実績	11,270（－）	20,222（－）	24,332（－）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	218（－）	223（－）	228（－）	234（－）	240（－）	246（－）
	実績	159（－）	139（－）	129（－）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	－（－）	90.0（－）	70.0（－）	73.0（－）	75.0（－）	77.0（－）
	実績	89.9（－）	69.5（－）	82.5（－）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	－（－）	65（－）	65（－）	65（－）	65（－）	65（－）
	実績	65（－）	55（－）	59（－）	—	—	—

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）米・欧・豪のハイカー客
第4）台湾、東南アジアからのインバウンド客

【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～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・三陸俵物三品のストーリー作成と高級食材「鮑（アワビ）」の聖地化
・みちのく潮風トレイルが「持続可能な観光コンテンツ」となるよう、勉強会の開催やインバウンド向け旅行代理店のFAMツアー実施
【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
・みちのく潮風トレイルを目的としたインバウンドハイカー対象の荷物配送サービスを始めとする受入体制整備

【情報発信・プロモーション】
・三陸俵物三品のパンフレット制作
・台湾旅行博「日本東北遊楽日2024」にて大船渡をPR
・アメリカ、ニューヨーク旅行博「NY Travel Show」にて大船渡及びみちのく潮風トレイルをPR
【その他】
・三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイルとの提携
・林野火災で被災した綾里・赤崎のトレイルルートの再生、火災の影響を受けた地域事業者支援