

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和7年7月4日

1. 観光地域づくり法人の組織

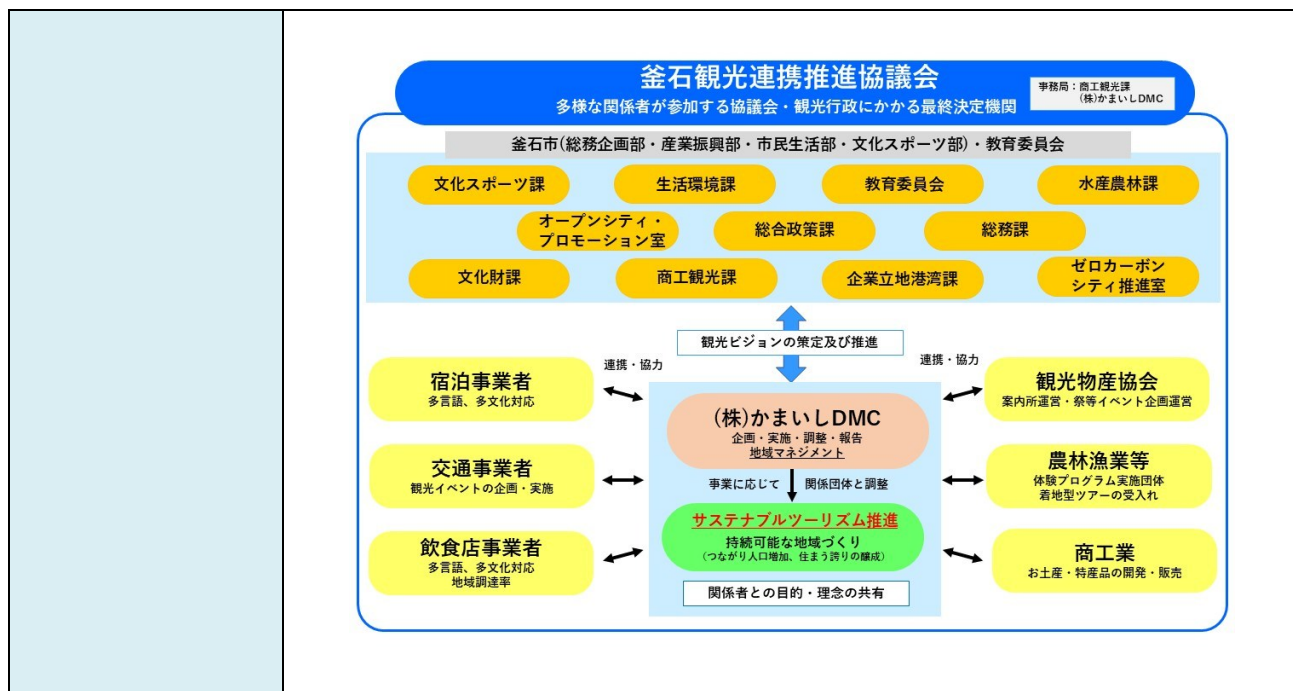
申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	株式会社かまいしDMC	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	岩手県釜石市	
所在地	岩手県釜石市魚河岸3番3号	
設立時期	平成30年4月2日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	18人【常勤13人（正職員13人・出向等0人）、非常勤5人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	河東 英宜「専従」	代表取締役兼CMO。2021年5月より現職。総合旅行業管理者。「地球の歩き方」を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 令和3年度より観光庁「地域周遊・長期滞在促進のための専門家」。 令和6年国土交通省観光行政研修講師。 岩手県観光協会（DMO）専門家アドバイザー 令和7年度「能登半島地震からの復興に向けた観光再生支援事業」有識者委員。 脱炭素アドバイザーベーシック。
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	河東 英宜「専従」	代表取締役が兼任。
財務責任者	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

(CFO: チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること		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 スキンダイビング&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(地域特産品 PR、ブルーカーボン等) 産業振興部企業立地港湾課 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) 総務企画部オープンシティ・プロモーション室(関係人口構築) 総務企画部総務課(震災伝承) 教育委員会文化財課(文化振興、世界遺産) 市民生活部文化スポーツ課(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	・釜石観光物産協会(イベント事業、プロモーション) ・釜石商工会議所(特産品開発) ・釜石青年会議所(イベント実施) ・釜石大槌旅館ホテル組合(旅行動向調査、商品開発) ・釜石地方森林組合(カーボンクレジット、研修受入れ) ・JR 東日本旅客鉄道(旅行商品開発) ・三陸鉄道株式会社(旅行商品開発) ・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) ・(株)パソナ東北創生(企画・運営) ・東北観光推進機構(広域連携) ・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) ・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)	
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。				
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	<ul style="list-style-type: none"> ・2018年度より、毎年1～2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。 ・観光フォーラムでは、より深い理解促進のため、専門家を招聘し、講演いただいている。 <p>(これまでの観光フォーラム)</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>令和6年度：「釜石持続可能な観光フォーラム2025」を開催し、JTIC.SWISS代表の山田桂一郎氏にみちのく潮風トレイルによるインバウンド誘客」についてのご講演、内閣官房の中村様より「地方創生に関する具体的な取組」のご説明をいただいたほか、観光を起点とした地域づくりの現状と展望について報告した。</p>				
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</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> <p>【令和4年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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開発 ・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） ・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） <p>【令和5年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 Kamaishi2023」を開催し、23のプログラムに396名が参加した。 ・釜石地域課題解決型研修のプロモーションを目的としたウェブサイトを作成。 <p>【令和6年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和5年度に引き続き、市民向け地域資源のプロモーションとして「Meetup Kamaishi2024」を開催した（12プログラム、298名参加）。 ・外部専門人材（小松崎友子氏）を招聘し、DMP等の分析に基づくインバウンドターゲットの選定やインバウンド向けウェブサイトを作成するほか、インバウンド向 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<p>【令和4年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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開発 ・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） ・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） <p>【令和5年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 Kamaishi2023」を開催し、23のプログラムに396名が参加した。 ・釜石地域課題解決型研修のプロモーションを目的としたウェブサイトを作成。 <p>【令和6年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和5年度に引き続き、市民向け地域資源のプロモーションとして「Meetup Kamaishi2024」を開催した（12プログラム、298名参加）。 ・外部専門人材（小松崎友子氏）を招聘し、DMP等の分析に基づくインバウンドターゲットの選定やインバウンド向けウェブサイトを作成するほか、インバウンド向
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	<p>【令和4年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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開発 ・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） ・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） <p>【令和5年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 Kamaishi2023」を開催し、23のプログラムに396名が参加した。 ・釜石地域課題解決型研修のプロモーションを目的としたウェブサイトを作成。 <p>【令和6年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和5年度に引き続き、市民向け地域資源のプロモーションとして「Meetup Kamaishi2024」を開催した（12プログラム、298名参加）。 ・外部専門人材（小松崎友子氏）を招聘し、DMP等の分析に基づくインバウンドターゲットの選定やインバウンド向けウェブサイトを作成するほか、インバウンド向 				

		け instagram を開設し、情報発信を強化した。
	受入環境の整備	<p>【令和 4 年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「世界の持続可能な観光地 100 選」に選出（5 年連続）。 ・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）。 ・防災学習プログラム等の体験プログラムの英語化。 <p>【令和 5 年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「世界の持続可能な観光地 100 選」に選出（6 年連続） ・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 ・企業版ふるさと納税を活用した、新施設「NEMARU PORT」の建設が決定し、建築デ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 7 月開業）。 ・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）。 <p>【令和 6 年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「世界の持続可能な観光地 100 選」に選出（7 年連続） ・令和 5 年度に引き続き、商業高校に対する観光ビジネス授業を提供したほか、地域の未来を担う若い世代のキャリア育成のため、市内全中学 2 年生向けの職業体験会や、東京大学の協力のもと、東京大学の 4 つの研究所の講師が中学 1 年生に「未来」を考えるイベントを開催した。
	観光資源の磨き上げ	<p>【令和 4 年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、 ★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」 ★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」を造成した。 ・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。 <p>【令和 5 年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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

	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none">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、有識者とともに整理した。 <p>【令和 6 年度】</p> <ul style="list-style-type: none">令和 5 年度から引き続き実施している「ウニの畜養」と、東京大学・岩手大学の協力のもと制度設計した「釜石版ブルーカーボンオフセット」を学べる環境プログラムを、「地域観光振発見事業」(観光庁事業)を活用して、造成した。令和 6 年 10 月に、釜石市が脱炭素先行地域に選出され、そのテーマである『「釜石版サステナブルツーリズム」がつなぐ地域脱炭素プロジェクト』の取り組む中で、「脱炭素×サステナブルツーリズム」プログラムの造成を開始した。																																				
	<p>【定量的な評価】</p> <table><tr><th>項目</th><th>単位</th><th>2021</th><th>2022</th><th>2023</th><th>2024</th></tr><tr><td>HP アクセス数</td><td>回</td><td>138,584</td><td>255,749</td><td>291,257</td><td>281,889</td></tr><tr><td>体験プログラム参加者数</td><td>人</td><td>2,713</td><td>2,713</td><td>3,755</td><td>4,172</td></tr><tr><td>津波伝承施設入館数 (いのちをつなぐ未来館)</td><td>人</td><td>24,371</td><td>27,172</td><td>29,335</td><td>27,967</td></tr><tr><td>臨海観光施設入館者数 (魚河岸テラス)</td><td>人</td><td>89,841</td><td>100,851</td><td>94,392</td><td>89,752</td></tr><tr><td>海浜キャンプ場宿泊者数 (根浜キャンプ場)</td><td>人</td><td>3,025</td><td>3,785</td><td>3,792</td><td>3,482</td></tr></table>	項目	単位	2021	2022	2023	2024	HP アクセス数	回	138,584	255,749	291,257	281,889	体験プログラム参加者数	人	2,713	2,713	3,755	4,172	津波伝承施設入館数 (いのちをつなぐ未来館)	人	24,371	27,172	29,335	27,967	臨海観光施設入館者数 (魚河岸テラス)	人	89,841	100,851	94,392	89,752	海浜キャンプ場宿泊者数 (根浜キャンプ場)	人	3,025	3,785	3,792	3,482
項目	単位	2021	2022	2023	2024																																
HP アクセス数	回	138,584	255,749	291,257	281,889																																
体験プログラム参加者数	人	2,713	2,713	3,755	4,172																																
津波伝承施設入館数 (いのちをつなぐ未来館)	人	24,371	27,172	29,335	27,967																																
臨海観光施設入館者数 (魚河岸テラス)	人	89,841	100,851	94,392	89,752																																
海浜キャンプ場宿泊者数 (根浜キャンプ場)	人	3,025	3,785	3,792	3,482																																
<p>実施体制</p> <p>※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>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」</p> <ul style="list-style-type: none">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、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、第 4 回：2024 年 11 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 6 年度は 52 回の会議を開催)。 <p>【実施体制図】</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】



※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6年度は609,331人となった。

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6年度は、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による宿泊需要は引き続きあるものの、台風等の悪天候による観光イベントの中止も要因となり、昨年度より約7,000人の減少で、宿泊者数は143,164人となった。

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拠点施設のほか、2025年7月末にオープンする新たな共創施設「NEMARU PORT」を整備している。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、「地域との共創」をテーマとしたプログラムの提供によって、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6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：18,631円、日帰り旅行：5,630円であり、どちらも令和5年度数値より増加した。

この理由として、物価高騰だけでなく、観光商品の付加価値向上に付随した観光コンテンツの価格改定も要因に挙げられる。

【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
	みのすけ沼（片岸公園）	30by30 フィールド	保全活動中
	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
	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	例年 8 月開催。	実施
	釜石まるごと味覚フェスティバル	例年 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。	イベント連携
	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。

<p>釜石市 地域資源目録</p> <p>一湯仕沼川流域エリア編一</p> <p>【Ⅲ.1.0】忠</p>	<p>はじめに</p> <p>本書は、釜石市の現状に即した創発的な地域資源調査の集大成を図るとともに、支庁振興や年数多歩を保全などの市町村協会の観点から、形成資源の活用計画や管理の仕組み、その策定が計画目録に資するための取組等について取りまとめたものである。</p> <p>釜石市は、東北日本海沿岸から早期開発された2017年、大きな被害を受けた被災地域の平瀬復興と新しいまちづくり（震災まちづくり）を両立化する取組が求められ、釜石市が地域資源目録システムを策定し、公表した。</p> <p>この中で被災地復興ビジョンでは、復興を促すこと、被災地にも生かす誇りを創り出すことを重要な目標として掲げ、基本方針の考えに基づいて、釜石市が復興の目標のない復興策を策定した釜石オープン・フィールド・ミュージアムという取組がけられてきた。これは、釜石市が被災地づくりへの参加者を求め、市民一帯を動員し、「復興の力」を市民発する取組を通じて、釜石市街の誇りを醸成することを策定する「震災まちづくり」の考えである。</p> <p>フィールド・ミュージアムとは、一般的に「エリア全体を博物館と見立てる」空間で用いられる。これは博物館（ミュージアム）としての博物館だけでなく、その地域に固有の自然・歴史・文化等の見聞価値を軸として見て、価値を体験や学習できる「システム」のことを指し示す。</p> <p>フィールド・ミュージアムのシステムにもとづいて、「形成資源」と「形成資源管理」の2つの点で取れた形成資源をもとに、形成資源の形成の発展に貢献することが期待される。</p> <p>本書は、釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想にもとづき、フィールド・ミュージアムのシステムの策定に向けた、形成資源等のための形成資源目録として位置づけられる。</p>	<p>釜石市地域資源目録 一湯仕沼川流域エリア編一</p> <p>目次</p> <p>1. 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>(1) 釜石市街一帯と湯仕沼川におけるエリアの位置について</p> <p>(2) 湯仕沼川流域・リアンについて</p> <p>(3) エリア・コンセプト</p> <p>(4) 湯仕沼川・丹波・西田地区の特徴</p> <p>(5) 湯仕沼川流域</p> <p>(6) 湯仕沼川流域・リアンの発展・発展</p> <p>2. 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>(1) 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>(2) 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>(3) 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>3. 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>(1) 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>(2) 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>(3) 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>4. 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>(1) 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>(2) 湯仕沼川流域・リアンの概要</p> <p>(3) 湯仕沼川流域・リアンの概要</p>
---	--	---

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

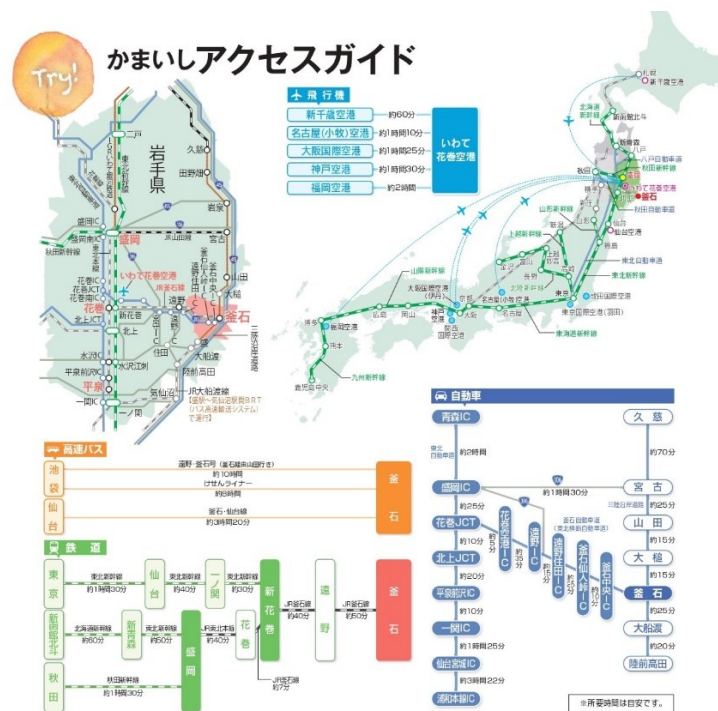
施設数：ホテル10軒（約1,100名）、旅館5軒（約150名）、民泊数軒



(出典：いわて釜石観光ガイド)

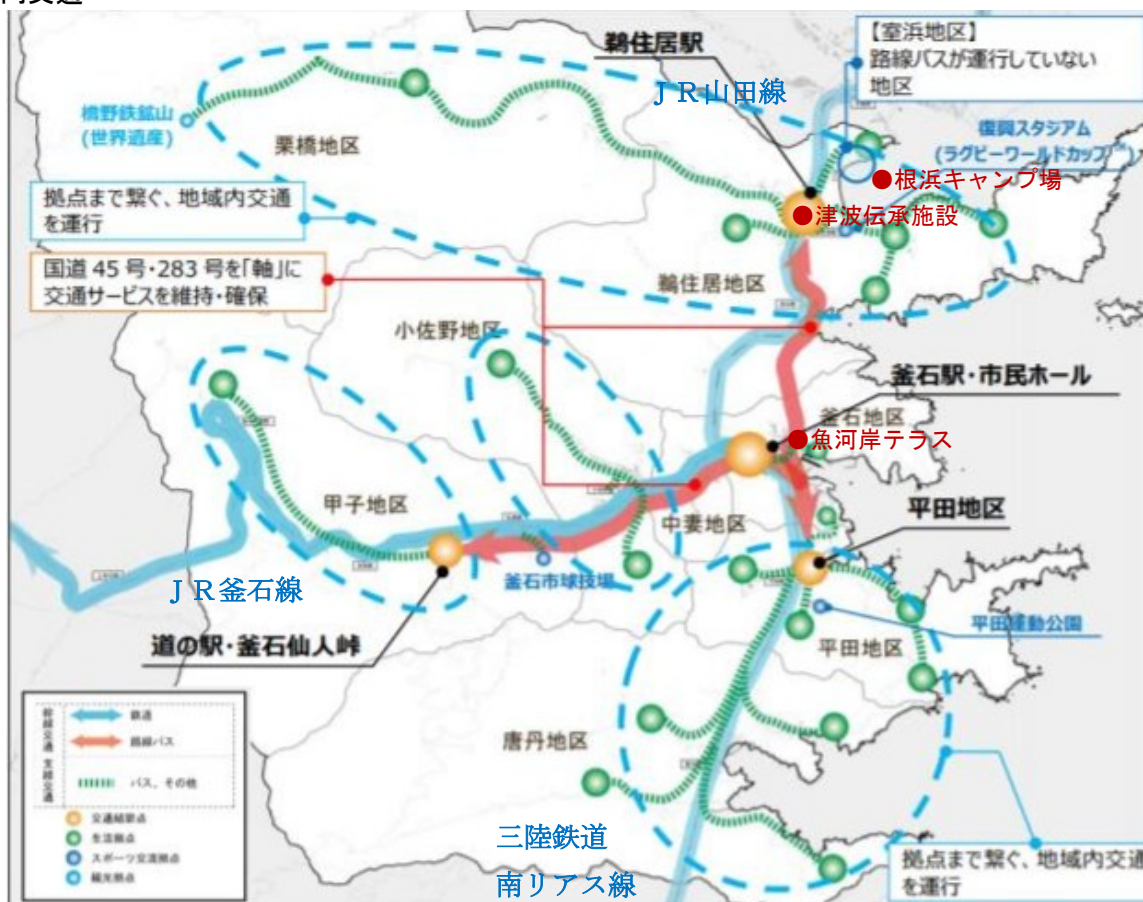
【利便性：区域までの交通、域内交通】

①区域までの交通



(出典：いわて釜石観光ガイド)

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 6 年度も、前年度に引き続き、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。
- ・DMO による DMP やモニター調査によって、訪日外国人の多くが、地域ならではの文化体験に興味を示していることがわかり、インバウンド向けのツアー造成を行った。「外国人向け防災学習プログラム」や「漁村体験をテーマにした準富裕層向けツアー」は、訪日外国人が学びたいと思うポイントや、体験してみたいポイントを取り入れている（令和 6 年度）。

＜情報発信＞

- ・インバウンド向けには、主に欧米豪からの来訪者に人気がある「みちのく潮風トレイル」を中心としたウェブサイトを構築し、体験コンテンツのほか、宿泊施設等の情報発信も行っている。インバウンド向け facebook「Visit Kamaishi, Visit Japan」は、令和 7 年 6 月末時点で、1,644 名のフォロワーがいる。
- ・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。
- ・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。
- ・インバウンド向け自社ウェブサイトを作成するほか、インバウンド向け instagram を開設し、情報発信を強化した。

【オーバーツーリズム対策】

- ・釜石鵜住居復興スタジアムの活用時には、混雑が想定されるため未然の防止策として、「交通輸送計画」および「交通規制実施図」を整備済。

【二次交通課題対策】

- ・DMO は、来訪者に対し、EV バイクレンタルサービスを提供しており、環境にも配慮した交通手段を確保している。
- ・DMO は、域内周遊をシームレスにするため、アプリ（LINE）で二次交通の情報提供している。

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） 筑波大学社会・認知心理学上市秀雄研究室と協働で調査をアップデートし、住まう誇りを高める要因分析を実施した。
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。

全国的にインバウンド需要が大きく伸びている中で、釜石でも「みちのく潮風トレイル」等を起点としたインバウンド来訪が少しずつ増えているものの、まち全体でみると、人口減少が著しく、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、企業研修を推進しており、企業研修を基軸としたつながり人口（関係人口）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	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 ✓ ユネスコ世界遺産として登録された橋野鉄鉱山 ✓ 産業都市としての歴史 ✓ 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） ✓ 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 ✓ 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 ✓ 釜石ならではの防災学習の確立 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ✓ 首都圏からのアクセス ✓ 既存の観光施設の集客力低下 ✓ 特別感を提供できていない ✓ リゾート施設が無い ✓ 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） ✓ 外部に向けた情報発信力が弱い ✓ 地域内における情報共有が弱い 観光人材の不足
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ✓ 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） ✓ 全国的な防災意識の高まり ✓ 「地域ならではの」を学ぶ越境学習の需要増加 ✓ 三陸道等の交通網の利便性向上 ✓ SDGs の世界的な浸透 ✓ 地域のレジリエンスの重要性の理解向上 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ✓ マクロ的な人口減少による域内経済の低下 ✓ 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

(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（企業研修）、学校（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。また、令和 6 年度からは、『脱炭素』をキーワードとした、プログラムも造成

(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
 漁業×ブルーカーボンプログラム

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、プログラムの磨き上げるで、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、広告宣伝は行っていない。企業研修プログラムのプロモーションでは、ブランドパトロナージュ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（企業研修）、学校（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、2021 年 10 月から本格的に取り組み始めたものが「企業研修（越境学習）」である。

首都圏企業を中心に越境学習のニーズが本格的に増加している中で、企業研修で来訪した企業は 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、地域課題解決型研修のニーズも高まり、研修を通して、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、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。

○取組方針

企業より 3 泊 4 日等で研修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研修を提供する。

また、「地域課題解決型」をテーマとした研修を通して、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。

○第2ターゲット層

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）

○選定の理由

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。

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。

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。

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。

○取組方針

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。

○第3ターゲット層

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）

○選定の理由

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「釜石鵜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。

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（令和6年度約2000人泊）、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。

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）。

○取組方針

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。

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。

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の高度化を図る。

(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"> ・住民と来訪者で、持続可能な観光地を実現する。 ・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。 ・来訪者は、人や地域との関わりから再訪頻度が増加する。 <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
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>【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、釜石市内漁協 等 (会長：釜石市長、事務局：釜石市およびかまいしDMC)</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、第4回：2024年11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6年度は約52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"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 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 ・ 30by30 を目指す自然公園に対する地域住民との意見交換会（DMO が主催）
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>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、7 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>【観光施策に対する検証体制】 (検証体制)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 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 <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"> ・ 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＞ ・ 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 ・ 令和 6 年度：JTIC. SWISS 代表山田桂一郎氏＜テーマ：地域教育と地域振興について＞

<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>【プロモーション媒体】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①当社のウェブサイト（体験プログラム、企業研修、インバウンド向け） ②当社が運営する SNS（instagram、Facebook、YouTube） ③釜石市ホームページ、市発行広報誌（市民向け情報発信） ④釜石観光物産協会が運営するウェブサイト（観光全般） ⑤市内の各観光施設 <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、https://travel-guide.kamaishi-dmc.com/）を制作した。</p> <p>【インバウンド向けプロモーション】</p> <p>インバウンド向けには、主に欧米豪からの来訪者に人気がある「みちのく潮風トレイル」を中心としたウェブサイトを構築し、体験コンテンツのほか、宿泊施設等の情報発信も行っている。インバウンド向け facebook「Visit Kamaishi, Visit Japan」は、令和 7 年 6 月末時点で、1,644 名のフォロワーがいる。</p> <p>【観光 DX】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DX に関する基本方針は、「来訪者のシームレスな市内周遊の実現」と「来訪者情報の自動蓄積による来訪者分析の高度化」である。 ・「来訪者のシームレスな市内周遊の実現」に対する施策として、LINE を活用した観光情報や二次交通情報等の発信と利用促進を実施。 ・「来訪者情報の自動蓄積による来訪者分析の高度化」に対する施策として、市内観光施設において、AI カメラを導入し、人数および性別、年齢の区別を図ったところ、男性の来客が 8 割であり、これまでの記入式アンケートとは属性が異なる結果となった。この結果を踏まえ、DMO は、男性向けのメニューの提案や、女性向けのインスタの発信強化を各店舗と調整した。 ・現在、オーバーツーリズム対策として、観光施設（魚河岸テラス）の混雑具合を可視化することで、他の市内の観光施設（鮮魚店が入っている施設等）に誘導することを目的とした、市内周遊促進施策に取り組んでいる。
--	---

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（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K P I

指標項目		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	2027 (R 9) 年度
●旅行消費額 (円)	目 標	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	宿泊： 26,423 円 日帰り： 8,208 円
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実 績	宿泊： 16,407 円 日帰り： 5,096 円	宿泊： 15,436 円 日帰り： 4,338 円	宿泊： 18,631 円 日帰り： 5,630 円			
		(-)	(-)	(-)			
●延べ宿泊者数 (人)	目 標	94,911	101,672	108,433	114,938	121,834	129,144
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実 績	148,371	150,933	143,164			
		(-)	(1,523)	(3,165)			
●来訪者満足度 (%)	目 標	78.0	80.0	80.0	80.0	80.0	80.03 ! GokiQenyok o9
		(-)	(-)	(80.0)	(80.0)	(80.0)	(80.0)
	実 績	75.7	83.0	88.5			
		(-)	(81.0)	(100.0)			
●リピーター率 (%)	目 標	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実 績	56.1	53.7	54.4			
		(-)	(-)	(-)			

※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6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	【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 【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 【令和6年度】 2024年4月27日～6月30日 285 サンプル 2024年10月5日～11月30日 200 サンプル
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

年2回実施する観光来訪調査で収集している数値を用いる。令和6年度の来訪者満足度は、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回実施する観光来訪調査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	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サイトの	200,000	220,000	240,000	260,000	280,000	300,000

アクセス状況 【回】	目標	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	255,749 (-)	291,257 (-)	281,889 7,798			
●住民満足度 (%)	目標	43.0 (-)	48.5 (-)	54.0 (-)	59.5 (-)	65.0 (-)	65.0 (-)
	実績	14.7 (-)	- (-)	25.4 (-)			
●来訪者を迎える 意識 (%)	目標	72.5 (-)	75.0 (-)	77.5 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	- (-)
	実績	65.7 (-)	- (-)	66.7 (-)			
●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	33.0 (-)	41.0 (-)	49.0 (-)	57.0 (-)	65.0 (-)	65.0 (-)
	実績	66.7 (-)	41.7 (-)	54.3 (-)			
●観光地域づくりの司令塔としてのDMOの認知度 (%)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	40.0 (-)	45.0 (-)	50.0 (-)
	実績	28.7 (-)	- (-)	30.0 (-)			
●経済波及効果 (億円)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)
	実績	20.92 (-)	26.81 (-)	- (-)			

※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

2年に1度、釜石市民1,400名に対し、郵送式にて住民意識調査を実施している。住民満足度は、「市民の住まう誇り」として捉えている。令和6年度では、「観光振興と交流人口の拡大による住みよいまちづくりに向けた地域に対する住民意識調査」を、筑波大学社会・認知心理学上市秀雄研究室と協働で実施し、市民の住まう誇り（地域に対する愛着）を高める要因分析も実施した。

●来訪者を迎える意識

2年に1度、釜石市民1,400名に対し、郵送式にて住民意識調査を実施している。「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6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、57%である。

●観光消費（飲食店、土産品店、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

2 年に 1 度、釜石市民 1,400 名に対し、郵送式にて住民意識調査を実施している。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

東洋大学国際観光学部古屋教授の監修のもと、毎年度、産業連関分析による経済波及効果の計測している。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）

※入込客数等観光データ確定といったタイムラグが発生するため、前年度の分析となる

《分析結果：令和 5 年度》

観光による経済効果⇒26.81 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）⇒16.14 億円

②市内での生産に対する原材料（間接 1 次効果）⇒7.73 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）⇒2.94 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）
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	314,688 千円	【収益事業】 72,870 千円 【指定管理収入】 61,677 千円 【受託事業収入】 163,784 千円 【官公庁事業】 16,356 千円
2025（R7） 年度	360,000 千円	【収益事業】 90,000 千円 【指定管理収入】 57,000 千円 【受託事業収入】 198,000 千円 【官公庁事業】 15,000 千円

2026（Ｒ８） 年度	387,000 千円	【収益事業】 100,000 千円 【指定管理収入】 57,000 千円 【受託事業収入】 210,000 千円 【官公庁事業】 20,000 千円
2027（Ｒ９） 年度	407,000 千円	【収益事業】 110,000 千円 【指定管理収入】 57,000 千円 【受託事業収入】 220,000 千円 【官公庁事業】 20,000 千円

（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	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（Ｒ５） 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（Ｒ６） 年度	311,841 千円	【体制強化、人材育成等】 11,056 千円 【観光体験プログラム造成】 9,015 千円 【広報・PR・プロモーション】 6,500 千円 【観光施策に係る調査・計画策定等】 960 千円 【一般管理費等】 284,309 千円
2025（Ｒ７） 年度	358,000 千円	【体制強化、人材育成等】 9,500 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】 6,500 千円 【観光施策に係る調査・計画策定等】 2,000 千円 【一般管理費等】 330,000 千円
2026（Ｒ８） 年度	385,000 千円	【体制強化、人材育成等】 10,500 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】 6,500 千円 【観光施策に係る調査・計画策定等】 3,000 千円 【一般管理費等】 354,000 千円
2027（Ｒ９） 年度	405,000 千円	【体制強化、人材育成等】 10,500 千円 【観光体験プログラム造成】 12,000 千円 【広報・PR・プロモーション】 6,500 千円 【観光施策に係る調査・計画策定等】 3,000 千円 【一般管理費等】 373,000 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

【方針】

- ・安定財源確保も含めた運営資金確保の短期計画（次年度事業計画）は、毎年度策定しており、市や商工会議所、銀行等が株主である株主総会にて了承を得ている。
- ・安定財源としては、自主事業のほか、釜石市を中心とした行政受託業務（ふるさと納税業務、指定管理施設運営業など）がある。

(自主事業例)

【取組】

①自主事業の確立による財源確保

- ・企業研修販売や視察受入（令和 6 年度：2,800 万円）
- ・防災学習プログラムをはじめとした体験プログラムの販売（令和 6 年度：約 800 万円）
- ・物販、オンラインショップの運営や地域食材を活用したジェラート販売（令和 6 年度：約 1,400 万円）

②行政からの委託事業

- ・釜石内観光施設 4 施設（魚河岸テラス、うのすまイトモス、根浜キャンプ場、御箱崎の宿）の指定管理業務
- ・釜石市からのふるさと納税運営事業
- ・その他、釜石市、岩手県からの新規案件業務の受託

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 であり、地域内マネジメントをステークホルダーであり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、調整しつつ地域内運営を図っている。

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を行っている一方で、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	前川 靖展
担当部署名（役職）	産業振興部商工観光課（課長補佐）
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	Maekawa1937@city.kamaishi.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】 18人(常勤13人(正職員13人・出向等0人)、非常勤5人)

【主な収入】

収益事業 72百万円、委託・官公庁事業16百万円(令和6年度決算)

【総支出】

事業費 27百万円、一般管理費284百万円(令和6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)

記入日: 令和7年7月4日

※()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 (円/人)	目標	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	宿泊:26,423円 日帰り:8,208円
	実績	宿泊:16,407円 日帰り:5,096円	宿泊:15,436円 日帰り:4,338円	宿泊:19,853円 日帰り:6,167円	—	—	—
延べ 宿泊者数 (人)	目標	94,911 (-)	101,672 (-)	108,433 (-)	114,938 (-)	121,834 (-)	129,144 (-)
	実績	148,371 (-)	150,933 (1,523)	143,164 (3,165)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	78.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)
	実績	75.7 (-)	83.0 (81.0)	88.5 (100.0)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	75.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)	80.0 (-)
	実績	56.1 (-)	53.7 (-)	54.4 (-)	—	—	—

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
(企業研修)、学校(教育旅行)のグループ

【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・研修プログラムを提供する。

【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】

・釜石市が脱炭素先行地域に選出
され、メインテーマである「脱炭素
×サステナブルツーリズム」プロ
グラムの造成を開始。

【受入環境整備】

・地域の未来を担う若い世代のキャ
リア育成のため、市内中学2年生
向けの職業体験会や、東京大学
の協力のもと市内中学1年生に
「未来」を考えるイベントを開催。

【情報発信・プロモーション】

・市民向けの地域資源プロモー
ションとして期間限定イベント
「Meetup Kamaishi 2024」を開催
・インバウンド向けウェブサイト・
instagramを開設

【その他】

・「世界の持続可能な観光地100選」
に選出(7年連続)
・キャンプ場での宿泊施設国際
認証グリーンキーの取得