

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年7月11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 <b>地域DMO</b>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 大船渡地域戦略	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	岩手県大船渡市	
所在地	岩手県大船渡市盛町字町 8-19	
設立時期	2021年9月28日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	5人【常勤2人(正職員0人・出向等2人)、非常勤3人】	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	(氏名) 志田 緒隆  (出身組織名) (株) オークラニッコーホテルマネジメント (株) 海楽荘	(株) 海楽荘は、温泉宿「大船渡温泉」の経営会社であり、その法人の専務取締役支配人を務めている。当法人は、同氏の呼びかけで実現しており、法人設立以降様々な観光誘客企画や事業者連携企画によって、地域経済の活性化の一翼を担っている。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー)	(氏名) 志田 緒隆  (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であり、運営全般の責任者として大船渡温泉を絶景温泉として、知名度を上げた。 (株) 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。
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 緒隆  (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) 荻原 広樹  (出身組織名) 岩手開発産業(株)	岩手開発産業(株)観光部において、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13年行っており、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。
インバウンド専門責任者（専門人材）	（氏名） 佐々木 イザベル （出身組織名） いざ大船渡	フランス出身。震災後に大船渡に移住し、漁師業の傍ら、主に三陸旅行外国人を顧客とした旅行ガイド、通訳を行っている。
事務局長	（氏名） 中村 純代「専従」 （出身組織名） 岩手開発産業（株）	当法人 DMO 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、補助金事業の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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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）</li> <li>・商工港湾部産業政策室（事業者へのマーケティング支援）</li> <li>・協働まちづくり部生涯学習課（文化、スポーツ振興）</li> </ul>	
	<p>〔市内〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大船渡商工会議所（大船渡地域戦略組織運営支援）</li> <li>・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）</li> <li>・大船渡観光バス事業協同組合、三陸鉄道（株）、（株）菅野商店（タクシー事業者）（二次交通活性化事業）</li> <li>・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）</li> <li>・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）</li> <li>・岩手開発産業（株）（旅行業）</li> <li>・さいとう製菓（株）（製菓製造・販売）</li> <li>・鎌田水産（株）（水産業）</li> <li>・（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、旅行商品造成、イベント連携）</li> <li>・その他市内事業者に広く参画を呼びかける予定</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	<p>【該当する登録要件】②</p> <p>観光関係者、宿泊事業者、交通事業者等が中心会員となり組成された（一社）大船渡地域戦略を事務局として、大船渡市及び大船渡商工会議所、大船渡市観光物産協会の各代表を構成員とする大船渡観光推進協議会を設置する。協議会は、戦略策定のための原案作成及び多様な関係者の合意形成の場としての役割を担う。申請に先立ち大船渡観光推進協議会開催前の合意形成の場として、（一社）大船渡地域戦略にて DMO 候補申請に係る検討が行われ（2023年6月28日）総会にて会員への説明、了承を得た。総会を受けて、大船渡観光推進協議会を構成する4者による第一回準備協議会が開催され（2023年7月5日）、DMO 候補申請および取り組みについての説明と合意形成に係る協議を行なった。</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>地域の魅力を生かした観光地づくりを進めるため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、過去には下記のような取り組みを行ってきた。</p> <p>&lt;地域戦略主催事業&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「恋する旅行。大船渡」テレビ CM 放映：令和3年度観光庁既存歓呼拠点の再生・高度付加価値化推進事業（事業者連携型）を活用した「恋する旅行。大船渡」事業内プロモーション活動 2021年11月～1月</li> <li>・地域循環型ポイントアプリ「大船渡さんぽ」加盟店向け状況報告 2023年4月20日</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DMOに関するセミナー開催：テーマ：株式会社かまいしDMCについて 2022年6月20日</li> <li>・今後は上記協議会にて全体会議を年2回、分科会を合計6回程度開催し、情報共有や合意形成の場づくりに取り組む予定。 2023年9月 観光推進協議会開催予定、以降毎年12月と6月に定期開催予定 これを受けて分科会を奇数月に行う。</li> <li>・地域関係者の理解促進のためのセミナー、インバウンド対策のワークショップの他、年1回の市民向け報告会を開催する予定。 2024年1月 市民向け説明会実施予定</li> </ul>								
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <p>当法人はコロナ禍の2020年に景気刺激策として、異業種の連携を通して、大船渡のブランディング力を高め、地域経済を活性化すべく結成された「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ので、その翌年、法人化することを決定し、地域事業者連携によって地域の「かせぐ仕組み作り」、地域に「人が集まる街づくり」のための活動を行うことを活動理念とする「一般社団法人大船渡地域戦略」を設立した。現在、2023年7月1日現在、正会員14事業者・団体、賛助会員20事業者・団体の合計34業者団体が加盟、市内事業者の持続化及び持続可能な地域経済社会の実現を目指して活動を行っている。</p> <table border="1" data-bbox="389 1025 1362 1563"> <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>・2021年 観光庁既存観光拠点再生・高付加価値化推進事業「恋する旅行。大船渡」の企画・プロモーション実施。 2021年11月～2022年1月</td> </tr> <tr> <td>受入環境の整備</td> <td>・観光庁地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修（主催者として研修の取りまとめを行った） 2022年8月30日、9月12日 ・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 2022年8月～</td> </tr> <tr> <td>観光資源の磨き上げ</td> <td>・2022年 観光庁看板商品創出事業「恋する旅行。大船渡」磨き上げのためにモニターツアー実施。2022年9月～12月</td> </tr> </tbody> </table> <p>【定量的な評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「恋する旅行。大船渡」（市内事業者の提携による大船渡の街中観光コンテンツ、三陸鉄道との連携、市内体験型観光、これらを結ぶ二次交通等の課題を解決する体験、宿泊、食事等のコンテンツをつなぎ合わせたパッケージツアー、並びに地域循環型アプリ「大船渡さんぽ」の有益性検証事業）</li> </ul> <p>開催期間：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 2021年11月（1泊2日）6回計画し、240人参加申込（コロナ感染拡大により3回催行118人参加）</li> <li>② 2022年は（1日プラン）合計8回を予定し、8回催行、合計160人参加。</li> </ol>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	・2021年 観光庁既存観光拠点再生・高付加価値化推進事業「恋する旅行。大船渡」の企画・プロモーション実施。 2021年11月～2022年1月	受入環境の整備	・観光庁地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修（主催者として研修の取りまとめを行った） 2022年8月30日、9月12日 ・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 2022年8月～	観光資源の磨き上げ	・2022年 観光庁看板商品創出事業「恋する旅行。大船渡」磨き上げのためにモニターツアー実施。2022年9月～12月
事業	実施概要								
情報発信・プロモーション	・2021年 観光庁既存観光拠点再生・高付加価値化推進事業「恋する旅行。大船渡」の企画・プロモーション実施。 2021年11月～2022年1月								
受入環境の整備	・観光庁地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修（主催者として研修の取りまとめを行った） 2022年8月30日、9月12日 ・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 2022年8月～								
観光資源の磨き上げ	・2022年 観光庁看板商品創出事業「恋する旅行。大船渡」磨き上げのためにモニターツアー実施。2022年9月～12月								

実施コンテンツの一例) 三鉄乗車体験、越喜来まち歩き、商業施設キャッセン大船渡での大船渡さんぽアプリを活用した飲食、防災観光アドベンチャーゲーム体験、タクシー送迎による体験型観光など

参加者アンケート集計の結果、ツアーコンテンツへの満足度は約 90%と非常に高く、コンテンツ内容・価格設定(ポイント還元を含む)には納得感があり、再訪希望へも繋がる実証結果となった。

集客の差は、プロモーションに要した予算の差(プロモーション予算①2021年1,000万円、②2022年200万円)が大きく影響している。

2年間の実施の結果得られたデータより、60%が宮城県からの参加者であり、30%が岩手県、10%が首都圏からの参加者であるため、ボリュームは仙台圏であるが、今後の増加を期待できるのは首都圏である。

この2年連続した活動によって、「恋する旅行。大船渡」は、集客方法と運営方法が確立され、今年度は年間24回以上の開催が可能になっている。

申込はWEBを活用、アンケートはgoogleフォームで回収し、これらの収集データを来訪者の利便性向上、消費拡大に繋がる今後の戦略策定に活かしている。

・「大船渡さんぽ」

地域循環型ポイントアプリを2022年8月にリリースした。加盟店での会計時に利用額に応じてポイントが付与されるシステム。ポイント付与、換算を通して、どの店でいくら消費されたのか、また利用者がどの地域に住んでいるのか等の属性をデータで把握、分析することが可能となっている。これにより消費動向データに基づく戦略策定、キャンペーンの企画立案、および評価を行う。

<実施キャンペーン>

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)

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

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」

2023年3月 「三陸・大船渡つばきまつりと食のキャンペーン」

(大船渡市観光物産協会主催)

2023年7月 「第二弾新規入会キャンペーン」

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

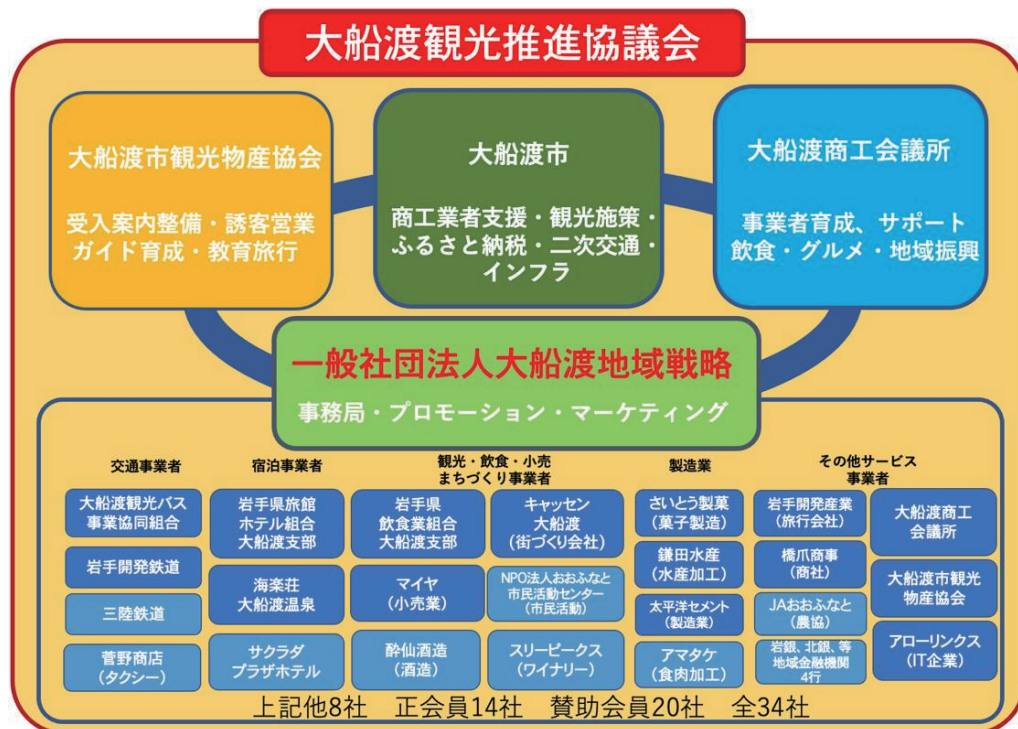
2023年5月時点において、アプリ登録者数は2040人、加盟店数は98、利用金額は約4,000万円となっている。販促キャンペーンとして、ポイントの還元率が倍になるキャンペーンやアプリの利用によって抽選で地元産の逸品詰め合わせが当たるイベントを開催し、地域経済の活性化につなげているまた利用者の移動、購買データ等を用いたマーケティングやアプリを通して行うCRMによる再来訪促進、また消費拡大を目的とするデジタル化・DX推進を図ることで観光地経営の戦略策定と実施に役立てていく方針である。

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】

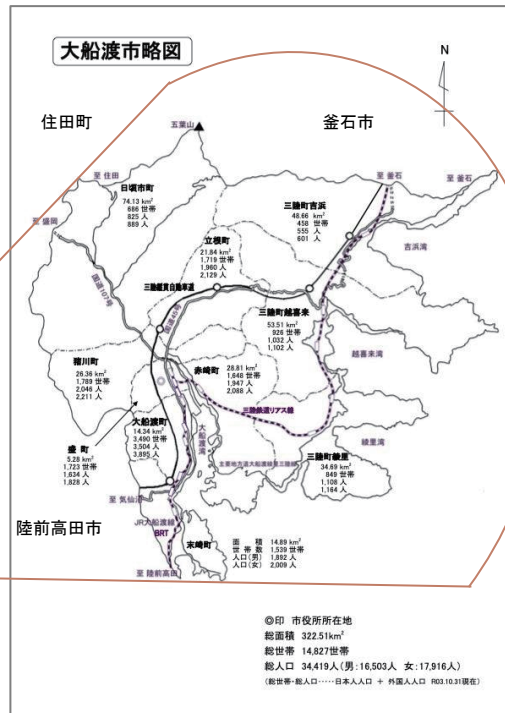
（一社）大船渡地域戦略が事務局となり、大船渡市、大船渡商工会議所、大船渡市観光物産協会の4者による大船渡観光推進協議会を設置する。（2023年9月設置予定）大船渡地域戦略の理事を旅館ホテル組合、飲食業組合、観光バス事業組合、旅行業、商店街、水産業の各代表としており、観光関連事業者の意見収集は事務局が一括して行う。

【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・碓氷海岸」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。三陸の豊穡な海がもたらす多種多様な魚介類が年間を通じて獲れる他、ホタテや牡蠣、ワカメなどの養殖も盛んであり、三陸の海の恵みを年間を通じて楽しむことができる。

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

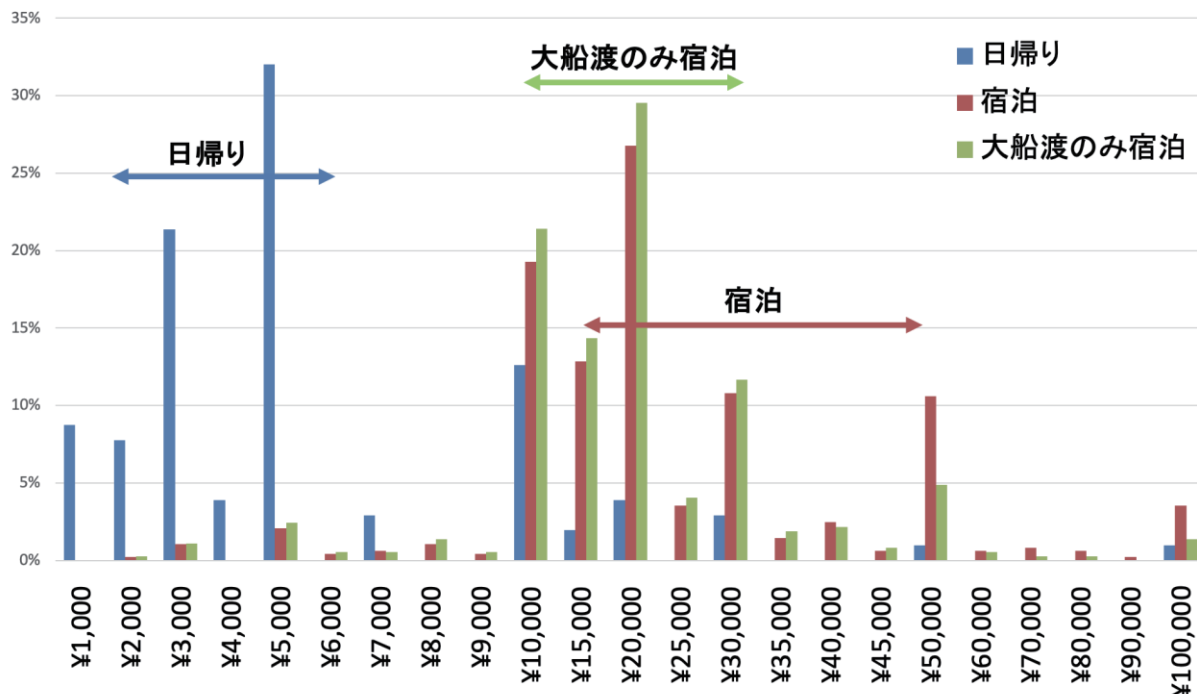
観光面においては、東日本大震災の復興道路として国が整備を進めてきた三陸沿岸道が2021年12月に全線開通し、宮城県仙台から青森県八戸市までの359キロの距離が約5時間で結ばれたことから、仙台を拠点に首都圏からの観光客の増加が見込まれており、今後の地域産業全体の振興を視野に入れた「観光地域づくり」に向けての取り組みが大船渡地域戦略を中心に始まったところである。

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

【観光客の実態等】

●観光消費額

・質問：今回の旅行で一人当たりの予算はいくら位か教えてください（記述回答）



※参照) 令和 4 年 12 月～令和 5 年 2 月実施「応えて Lucky アンケート」大船渡市観光物産協会 (n=586)

- ・旅行形態別の平均予算  
日帰り (n=119) : 約 7,500 円 / 宿泊 (n=519) : 約 27,000 円 / 大船渡のみ宿泊 (n=396) : 約 22,000 円
- ・大船渡のみ宿泊が低くなっている要因としては、連泊が少ないことが一つの要因と推測される。
- ・その他に、予算額に対して影響を与えるのは「宿泊数」や「来訪目的」であり、特に来訪目的によって予算に差が出やすい傾向があった。(予算の大きい目的順：ビジネス>観光>知人訪問)

●来訪者満足度

- ・質問：大船渡市を訪れた満足度を教えてください（選択式）
- ・5段階評価のうち、上位 2 項目（「非常に満足」「満足」）の選択率を満足度の成果指標に設定。

満足度	回答者数	割合
非常に満足	270	46%
満足	253	43%
普通	59	10%
不満	4	1%
非常に不満	0	0%

※参照) 令和 4 年 12 月～令和 5 年 2 月実施「応えて Lucky アンケート」大船渡市観光物産協会 (n=586)

- ・上記は総合満足度だが、他に「食事」「宿泊」についても調査したところ、いずれも 90%を超える満足度であった。食事においては、海産物に対して好評のコメントが多く確認できた。宿泊においては、温泉や部屋からの景観についてのコメントが多く、また提供される食事についても好評のコメントが見られた。

## ●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66%になる。

		大船渡市への訪問回数				リピーター率
		1回目	2回目	3回目	4回目～	
合計		57	21	15	111	72%
訪問目的	帰省・知人訪問	2	3	5	33	95%
	ビジネス	7	2	0	29	82%
	観光	48	16	10	49	61%

※参照) 令和5年6月実施「大船渡観光アンケート」大船渡地域戦略 (n=204)

- ・訪問目的で見ると、ビジネスが観光よりも高いことがわかる。旅行消費額においてもビジネス目的での訪問が高かったことから、ビジネス目的を含む単身者の滞在をさらに充実したものにすることが観光推進の一つのポイントではないかと考えられる。

## ●観光入込客数・延べ宿泊者数

	H30	R1	R2	R3	R4
観光入込客数 (千人)	687	789	430	484	584
増減率		113%	54%	100%	122%
延べ宿泊者数 (千人)	198	212	131	132	159
増減率		107%	62%	101%	120%
外国人観光客数	691	1322	105	112	204
増減率		91.3%	-92.1%	6.7%	82.1%

※参照) 第2次大船渡市観光ビジョン

## &lt;日本人観光客&gt;

大船渡市の令和4年の入込客数（延べ人数）は年間584千人で、新型コロナウイルス感染拡大前の令和元年の789千人と比較すると、約26%、205千人の減となった。新型コロナウイルス感染拡大による移動の制限や旅行控えの影響が生じた令和2年度の430千人と比較すると緩やかな回復傾向にあるものの、岩手県の他の地域（県央、県南）と比較すると伸び率は低いといえる。国内旅行の令和4年の宿泊者数は年間159千人で、令和元年の212千人と比較すると約25%、53千人の減である。依然コロナ禍前の水準に達していないものの、対前年比では約20%、27千人の増となっており、国の「全国旅行支援」や岩手県の「いわて旅応援プロジェクト」等の施策に加えて、大船渡市宿泊観光回復事業の効果も一定あったと考えられる。

## &lt;外国人観光客&gt;

外国人観光客数については、令和4年は年間204人で、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に伴い、各国・地域において水際対策等が強化されたことにより、コロナ禍前の令和元年の1,322人と比較すると約85%の大幅な減となった。市内の外国人観光客数はコロナ禍以前より全体に占める割合が1%未満であるが、県内では花巻空港と台湾を結ぶ国際定期便の再開に加え、米国のニューヨークタイムズ紙が「2023年に行くべき（世界の）52ヶ所」の1つとしてロンドンに次いで二番目に岩手県盛岡市を紹介するといった好材料がある中、みちのく潮風トレイルの利用など、R5年度の外国人観光客数は増えている状況にあり、今後の受け入れについての幅広い取り組みが求められるところである。



**【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】**

当法人では観光誘客における戦略ポイントとして以下の2つを設定した。

① **中心市街地の資源を活用した誘客と送客の要となる**

2017年4月にオープンした「キャッセン大船渡」をはじめとする大船渡駅前周辺地区は、収容人数の多いホテルを中心に、飲食、物販の商業集積施設、大手スーパーマーケットエリア、お土産で全国的にも知名度の高い、さいとう製菓の経営する「かもめテラス」、大手水産会社鎌田水産の経営する「海の幸ふるまいセンター」、地元ワイナリー、地域の牽引役となっている事業者のファクトリーなど、市外からの来訪者にとっても非常に利便性の高く、集客力のあるエリアとなっている。大船渡湾に面し、大型客船等の入港もあることから、宮古と並ぶ「南の港」としての利活用が見込まれる。このエリアを最大限に活用し、休日だけでなく日常的な集客を行うべく、食を中心とした企画・キャンペーンや「キャッセン大船渡」の企画運営する「防災観光アドベンチャーゲーム」（津波時の避難を疑似体験するスマホを活用したゲーム）などを盛り込んだツアー企画「恋する旅行。大船渡」を実施し、エリアへの集客を図っている。

隣接する陸前高田市の「東日本大震災津波伝承館」、「奇跡の一本松」の前後に訪れる来訪者も多いことから、地域を通過する観光客、市内を訪れるビジネス客にも立ち寄りを促し、短時間でも楽しめる体験を提供する。また、市街地から大船渡他地域への送客だけでなく、沿岸地域への送客を目的としたコンシェルジュ（道先案内人）の役割も果たす。そのために、市内宿泊施設や「キャッセン大船渡」等の商業施設、および大船渡市防災観光交流センター「おおふなぼーと」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ツーリズム開発**

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」はコロナ禍の時期に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要素となりつつある。これらを活用し、自然と触れ合う体験を求めて訪れる来街者に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オプションコンテンツを提供し、地域経済への相乗効果、波及効果を図っている。

● **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/ど根性ボブラ/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/おおふなぼーと（大船渡市防災観光交流施設）/甬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：645 室 収容人数 1,113 人（令和 5 年 6 月末現在）

※No23～26 施設、キャンプ場収容人数は含まず

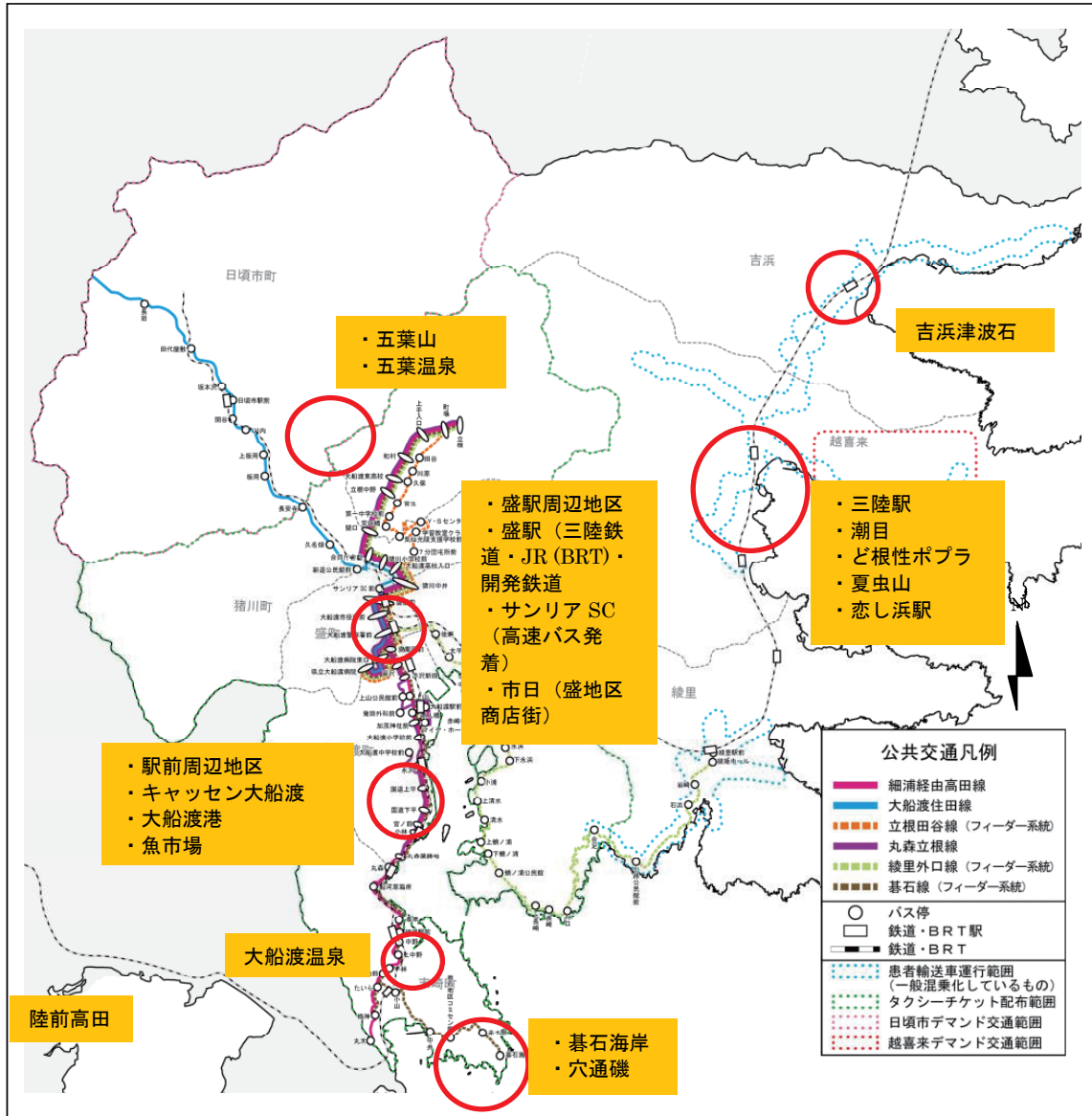


No.	旅館・民宿	名称	施設数	部屋数	収容人員	地区
1	1 旅館等	大船渡温泉	1	58	165	2 大船渡町
2	1 旅館等	大船渡プラザホテル	1	95	123	2 大船渡町
3	1 旅館等	ルートイン大船渡	1	210	261	2 大船渡町
4	1 旅館等	ホテル福富	1	56	75	2 大船渡町
5	1 旅館等	シティホテル山口	1	24	32	2 大船渡町
6	1 旅館等	只野旅館	1	20	30	2 大船渡町
7	1 旅館等	つつみ旅館	1	17	35	2 大船渡町
8	1 旅館等	B&B光潮荘	1	7	12	2 大船渡町
9	1 旅館等	菊水館	1	16	32	2 大船渡町
10	1 旅館等	宿屋坂の上	1	10	28	2 大船渡町
11	2 民宿	海さんぼ	1	6	15	3 末崎町
12	2 民宿	刈谷ハイツC	1	4	8	1 盛町
13	1 旅館等	大船渡インターホテル椿	1	34	60	6 立根町
14	1 旅館等	福祉の里センター	1	8	32	6 立根町
15	2 民宿	民宿岡田荘	1	5	15	8 三陸町綾里
16	1 旅館等	やすらぎの宿廣洋館	1	27	75	8 三陸町綾里
17	2 民宿	民宿大平荘	1	5	10	9 三陸町越喜来
18	2 民宿	民宿嘉宝荘	1	8	40	9 三陸町越喜来
19	2 民宿	民宿刈谷ハイツ	1	13	20	9 三陸町越喜来
20	2 民宿	民宿とまり荘（別棟含）	1	9	25	9 三陸町越喜来
21	2 民宿	民宿川古荘	1	7	10	10 三陸町吉浜
22	2 民宿	民宿釣り船恵比寿丸	1	6	10	9 三陸町越喜来
	小計		22	645	1,113	
23		イルーム大船渡	48	48	48	4 赤崎町
24		三陸アクティヴ	4	72	72	9 三陸町越喜来
25		フレアイランド尾崎岬	12	12	64	4 赤崎町
26		基石キャンプ場	35	35	-	3 末崎町
	合計		121	812	1,297	



## 2) 域内交通

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



出典:大船渡市地域公共交通計画(加筆)

### 【外国人観光客への対応】

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

またソフト面では、大船渡市が独自に採用している国際交流員（外国人）による、飲食店メニュー、店舗掲示の翻訳も順次始まっており、外国人個人旅行者（FIT）に対応した着地型の旅行商品の開発、観光地・宿泊施設・交通機関での多言語表示、ピクトグラムによる説明・案内の充実に向けた取り組みも進められている。

一般社団法人大船渡地域戦略では、令和4年度は台湾、タイ、オーストラリアを対象に練られた地域の観光コンテンツを組み合わせたFAM ツアーに企画参画、地域戦略として、地域課題に対するDMOとしての関わり方、事例を学び、またターゲット国に強いパイプを持つ旅行会社及びランドオペレーターを招聘し、大船渡市・周辺地域のコンテンツの受容性や可能性、また地域資源や地域事業者の受け入れ体制について、評価を受け課題の抽出を行った。ソフト面では人材育成研修として、外国人観光客受け入れのための講座「地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修」を開催、（令和4年8月・9月開催 32名参加）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する機会を積極的に提供するよう努めている。

### 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

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

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、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	<b>強み (Strengths)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>山と海の恵みを受けた豊かな観光資源</li> <li>国立公園とジオパークの両方を有する景観</li> <li>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</li> <li>県内重要港湾である「大船渡港」を擁し、大型クルーズ客船の入港、停泊が可能。</li> <li>大人がゆっくりと楽しめる観光資源</li> <li>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</li> <li>三陸沿岸道路開通による都市圏からのアクセス向上</li> <li>三陸他地域へのアクセスの良さ（南北両方）</li> <li>お客様を大切にするホスピタリティ</li> <li>岩手を代表する優良企業が参画している</li> <li>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</li> <li>外国人対応可能なガイド・通訳の存在</li> </ul>	<b>弱み (Weaknesses)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>短期滞在のビジネス客がメイン</li> <li>通過地点となりやすい立地</li> <li>冬季の観光客減</li> <li>二次交通の不足と新幹線駅からのアクセスの悪さ</li> <li>地元食材を生かしたメニュー不足</li> <li>知名度不足</li> <li>インバウンド対応の不足と意識の低さ</li> <li>施設の老朽化</li> <li>ガイド人材、イベント担い手不足</li> <li>体験コンテンツの不足</li> <li>コロナの影響による経営悪化</li> <li>少子高齢化による地域オピニオンリーダーの長期固定化</li> </ul>
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>みちのく潮風トレイルの人気の高まり</li> <li>震災学習、教育旅行、被災地視察ニーズの高まり</li> <li>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</li> <li>三陸道開通による新規観光客呼び込み需要</li> <li>個人旅行の増加</li> <li>SNSの普及等による、ユニークな体験へのニーズの高まり</li> <li>国や県の観光立国の実現に向けた取り組み</li> <li>コロナによる外出制限の終焉</li> </ul>	<b>脅威 (Threat)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>少子高齢化に伴う人口減と働き手の減少</li> <li>地球温暖化による海洋環境の変化と水産業の低迷</li> <li>ALPS処理水の排出による影響</li> <li>海外旅行への回帰</li> <li>三陸沿岸道路の開通により日帰り客、通過客の増加</li> <li>コロナ関連旅行補助の打ち止め（期日未定）</li> </ul>

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

### (3) ターゲット

#### ○第1ターゲット層 ひとり大船渡旅

①都市部（首都圏、仙台）からくるビジネス出張者を含むひとり旅行者

【ターゲットペルソナ】

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

#### ○選定の理由

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

資源 1) 域内中心部の宿泊施設の多くがシングル主体の客室で、主にビジネス利用をターゲットとしている（P10 宿泊施設部屋数及び収容人員数参照）。市内宿泊施設のシングルルームの合計は約 430 部屋程度で市内宿泊施設（キャンプ場等の施設を除く）の部屋数合計の約 6 割。ツインや和室のシングル利用を含めると実際は 7 割以上がシングル利用であることが想定される。

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

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

「大船渡」の検索者数

期間：2022/07 - 2023/06

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

(Dockpitより)

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

#### ○取組方針

- ・すでに滞在しているビジネスマンのニーズを把握し、観光資源（ソフト/ハード）を整備していき大船渡での滞在価値を高める。（随時実施）
- ・ビジネスマンの一泊目となるよう、地域事業者連携でキャンペーン等を実施。（毎年 2 回実施）
- ・「一人で大船渡の夜を過ごす」ための「ナイトタイムコンテンツ」の開発（キャンペーンごとに設定）
- ・ビジネス利用を高めるために研修等の受け皿も用意していく。（大船渡市と関係ある企業から、年 2 回のダイレクトメール発送を行う。）
- ・三陸の周辺行政区（陸前高田、釜石、気仙沼、宮古など）を出張目的地とするビジネスマンにも大船渡を宿泊先として選んでもらえるよう沿岸他市町と連携する（2025 年までに共同宿泊プランを開発する）。

#### ○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。

#### ○選定の理由

- ・域内宿泊事業者らへの聞き取りにより、個人旅行が需要を伸ばしている状況にある。市内には実際に営業努力、販促強化により自らの魅力を全面に打ち出し、個人旅行客で売上を伸ばしている企業もあること。
- ・同聞き取りから、宿泊者全体に占める 40 代以上の比率が高く、全体の約 6 割を占めていること、40 代以上の層の売上比率が多いことから、40 代以上をターゲットとして選定。
- ・同聞き取りから 40 代以上の利用は主に、夫婦、パートナー、友人などの 2 人組が多く、ファミリー利用層は 30 代がメインであることから、ターゲットは夫婦、パートナー、友人などの少人数の旅行者とした。

- すでに大船渡が持つ資源（景観、海産物）を活用し、首都圏の人を対象にした大人グループ向け（40代以上）旅行の提供ができる。現状の資源をそのまま活用しても十分獲得できる層となっている。

○取組方針

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

○第3ターゲット層 はじめての SANRIKU 旅

③台湾、東南アジア（タイ、シンガポール）からのインバウンド客

【ターゲットペルソナ】

自分で個人旅行手配ができ、ユニークな体験や景色を求めて日本に足を運んでいる

○選定の理由

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

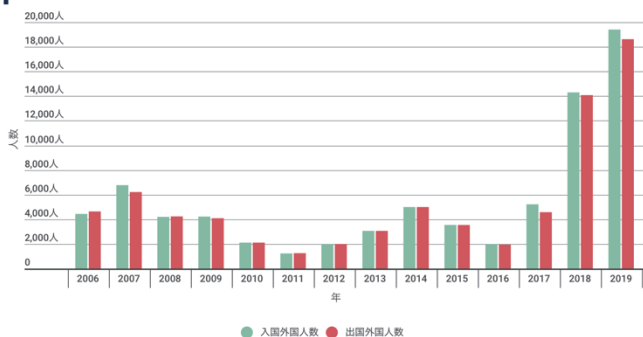
重点市場の設定

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

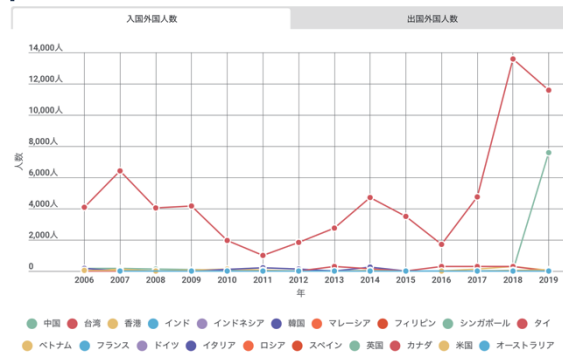
出典：「いわて国際戦略ビジョン（2017年3月策定）」

2023年5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、台湾便は週2便、仙台空港は毎日台湾、韓国、中国への定期直行便が就航されている。コロナ禍前までの統計でも両空港を利用する訪日外国人は毎年増え続けており、台湾、東南アジア（タイ、シンガポール）からの来訪者も増加の傾向にある。これらのデータから、花巻空港、仙台空港を利用する台湾、東南アジア（タイ、シンガポール）からのインバウンド客をターゲットとして設定した。

花巻空港の出入国訪日外国人数 年推移グラフ



花巻空港の出入国訪日外国人数 主要国籍別 年推移グラフ

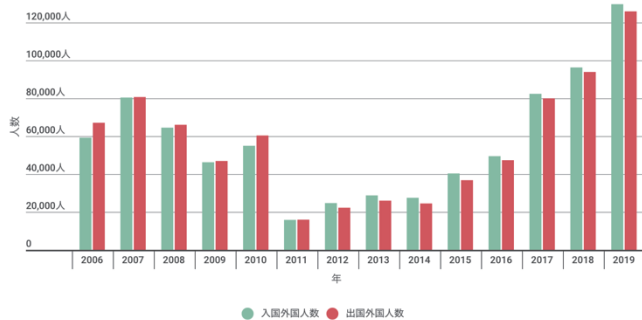


出典：法務省 出入国管理統計統計表

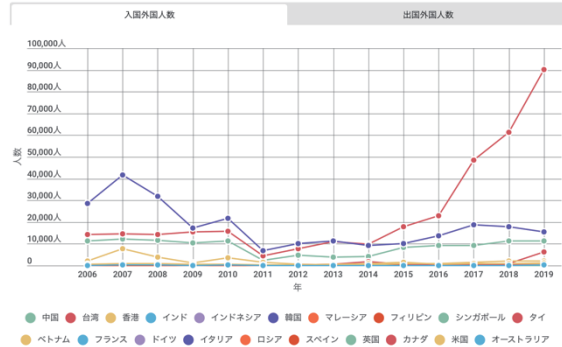
出典：「訪日ラボ」法務省出入国管理統計統計表 <https://honichi.com/data/immigration/hanamakiairport/>



仙台空港の出入国訪日外国人数 年推移グラフ



仙台空港の出入国訪日外国人数 主要国籍別年推移グラフ



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

○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）

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p><b>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～</b></p>
③ コンセプトの考え方	<p>三陸沿岸を観光する際の必須立ち寄り所としての認識を獲得し、大船渡から他沿岸地域（陸前高田、釜石、住田等）、さらには内陸（遠野、花巻等）を旅していただく。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宮城県にも近く岩手県の「南」の入口となり得る。</li> <li>・ 基石海岸をジオパーク観光のゲートウェイに定め、三陸沿岸の観光に繋げていく</li> <li>・ 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。</li> <li>・ 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</li> <li>・ ひとり～複数人で楽しめる豊富な宿泊施設の活用（基石海岸キャンプ場、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）</li> <li>・ 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</li> <li>・ 気仙地域の体験の価値を高める「つなぎ役」</li> <li>・ 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。</li> </ul>

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

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 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。</li> <li>・ 地域の観光・商工業・農業等のデータをとりとまとめ、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。</li> <li>・ 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。</li> <li>・ 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。</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 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。</li> <li>・ 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。</li> <li>・ 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。</li> <li>・ 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を行っている。（ガイドラインの策定や品質保証制度、表彰制度、OTA との連携、研修等の人材育成等）</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 観光庁「地域の観光人材のインバウンド対応能力強化研修」（2022 年 8 月 30 日/9 月 12 日）</li> <li>2) 「海からの恩恵を未来へ繋げるプロジェクト」（2022 年 8 月 25 日/10 月 28 日）</li> </ol>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現在大船渡市の観光情報発信サイトとしては               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 大船渡市 HP「おおふなとりっぷ」  <a href="https://www.city.ofunato.iwate.jp/site/ofunatrip/">https://www.city.ofunato.iwate.jp/site/ofunatrip/</a> </li> </ol> </li> </ul>

	<p>2) (一社) 大船渡市観光物産協会が管理する「大船渡の観光と物産」、<a href="https://sanriku-ofunato.or.jp/kanko/">https://sanriku-ofunato.or.jp/kanko/</a></p> <p>3) 大船渡地域戦略会員アローリンクスが管理する「大船渡ポータル」(<a href="https://ofunato.jp/">https://ofunato.jp/</a>) の3つが存在する。</p> <p>※それぞれの役割について 現状、大船渡の観光情報を取り扱うサイトが3つ存在し、明確な役割定義がないことが課題である。DMO 登録へ向けたの取り組みの中で、大船渡市および大船渡市観光物産協会とはデータ分析等の連携を進めており、3サイトのデータから来訪者分析・コンテンツ分析を行い、将来的にサイト統合を本DMO 法人の目的としつつ、大船渡全体でどのようなサイト運営を行うべきかの検討を行っていく予定。 合わせて「大船渡さんぽ」アプリや公式 SNS 等を活用し、観光客が必要な情報にアクセスしやすい情報発信体制を強化する。</p> <p>・ JNTO(政府観光局)や地域内の関連団体と連携し、海外への観光客誘致プロモーション活動を展開する 2023. 12. 8-12 日本東北遊楽日 2023 大船渡・住田定住自立圏出展予定 (大船渡市・大船渡市観光物産協会他地域戦略会員企業)</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		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
旅行消費額 (円/人)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	11,600 (-)	11,600 (-)	11,605 (-)
	実績	- (-)	- (-)	11,270 (-)			
延べ宿泊者数 (千人)	目標	208 (-)	213 (-)	218 (-)	223 (-)	228 (-)	234 (-)
	実績	131 (-)	132 (-)	159 (-)			
来訪者満足度 (%)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	90.0 ( )	90.0 ( )	90.0 ( )
	実績	- (-)	- (-)	89.9 (-)			
リピーター率 (%)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	65 ( )	65 ( )	65 ( )
	実績	- (-)	- (-)	- (-)	65 (-)		

※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】

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

また、目標設定の考え方として、以下の点を考慮している。

1. 現状の来訪者数において、高い満足度である
2. 来訪者数が増加していった場合、現在のリソースでは対応しきれない可能性がある  
(事業者や従業員の高齢化・減少、宿泊施設数の減少 等)
3. 新規来訪者数の増加およびリピーターの増加、旅行消費額の増加をそれぞれ施策を立てて同時に進めるよりかは、観光推進の土台となる「新規来訪者数」を増やすことで旅行消費額を増加させることに注力する

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●旅行消費額

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

目標値は観光入込客数・宿泊者数・日帰り者数に対して、令和4年12月に実施したLuckyアンケートで算出した宿泊・日帰りの際の旅行消費額予算を基に算出した数値で設定し、各年度の実績によって適宜修正を行う。

(令和4年12月～令和5年2月実施「Luckyアンケート」結果)

日帰り(n=119)：7,518円/人 / 宿泊(n=396)：21,788円/人

※現状、宿泊者割合が29%で計算している(参考：大船渡市観光ビジョン H27～R1実績)

今後、観光推進により来訪者数は増加する見込みであるが、事業者の高齢化・宿泊施設数の上限を考慮し、宿泊比率が大きく伸びるとは想定していない。当分の考え方としては来訪者数を増やし、高い満足度を維持することで、全体の旅行消費額総額を向上させていくことに注力する。

#### ●延べ宿泊者数

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

#### ●来訪者満足度

年4回集計される観光アンケート調査にて、5段階評価のうち、上位2項目(「非常に満足」「満足」)の選択率を指標に設定。現状89%と高い満足度を獲得できているため、今後來訪者が増加してもクオリティを維持することを第一に考え、90%を目標値に設定した。

(令和4年12月～令和5年2月実施「Luckyアンケート」結果 n=586)

満足度：89% (「非常に満足」46%「満足」43%)

#### ●リピーター率

年4回集計される観光アンケート調査にて、大船渡市への来訪目的が「観光」「ビジネス」である来訪者のうち、来訪回数が2回目以上の来訪者の比率によるリピーター率を指標に設定。(※来訪目的が「帰省・知人訪問」はDMOのメインターゲットではないため含まないこととする)

現状、全国平均(約40%)に比べるとすでに高い数値であることが分かる。また、今後新規来訪者数が増加するにあたり、リピーター率が現状より下がらないことを優先して考える。目標値は65%に設定し、各年度の実績によって修正を行う。

※参考：じゃらん「とーりまかし vol.30 じゃらんリピーター追跡調査レポート」2012年12月号

## (2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 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	120,000 (-)	140,000 (-)	160,000 (-)	329,535 (-)	347,835 (-)	366,135 (-)
	実績	195,525 (-)	249,201 (-)	311,235 (-)			
観光入込客数 (千人)	目標	731 (-)	748 (-)	765 (-)	782 (-)	799 (-)	817 (-)
	実績	430 (-)	484 (-)	584 (-)			
外国人観光客数 (人)	目標	910 (-)	1,020 (-)	1,130 (-)	1,240 (-)	1,350 (-)	1,460 (-)
	実績	105 (-)	112 (-)	204 (-)			
大船渡さんぽ アプリ内決済金額 (万円)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	4,700 (-)	5,405 (-)	6,216 (-)
	実績	- (-)	- (-)	1,739 ※1 (-)			

※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】

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

## 【設定にあたっての考え方】

## ●Web サイトアクセス状況

ニーズの把握・PR強化のため、大船渡市の観光情報を紹介するホームページへのアクセス数は重要な指標であることから設定。大船渡市が定める第2次大船渡市観光ビジョンと同様の目標数値は各年度達成している状況から、R5～R7の目標値はR4の実績に通常目標伸び率109%をかけて算出して設定した。

## ●観光入込客数

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

## ●外国人観光客数

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

●「大船渡さんぽ」アプリ内 決済金額

地域経済の成果指標として、大船渡さんぽアプリでの決済金額（年間）を目標の一つに設定。R5の目標値は直近5ヶ月間（2022/12~2023/04）の決済金額から月平均を算出し、年間目標を設定。R6・R7は毎年115%の成長率（ユーザー増で10%+決済金額で5%）を目標に設定した。

※1=アプリを開始した2022/8から2022/12の実績

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

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

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

### （1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度	1,878,000（円）	【国からの補助金】 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 330,000 円 【会費】 1,548,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】 等 （円）
2022（R4） 年度	17,078,958（円）	【国からの補助金】 11,552,897 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 3,738,061 円 【会費】 1,788,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】 等 （円）
2023（R5） 年度	21,920,000（円）	【国からの補助金】 12,000,000 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 300,000 円 【公物管理受託】 【収益事業】 7,700,000 円 【会費】 1,920,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】 等 （円）
2024（R6） 年度	37,300,000（円）	【国からの補助金】 30,000,000 円 【都道府県からの補助金】 【市町村からの補助金】 【公物管理受託】 【収益事業】 5,260,000 円 【会費】 2,040,000 円 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】 等 （円）

2025 (R7) 年度	39,800,000 (円)	<b>【国からの補助金】</b> 30,000,000 円 <b>【都道府県からの補助金】</b> <b>【市町村からの補助金】</b> <b>【公物管理受託】</b> <b>【収益事業】</b> 7,640,000 円 <b>【会費】</b> 2,160,000 円 <b>【特定財源 (宿泊税、入湯税、負担金等)】</b> 等 <span style="float: right;">(円)</span>
-----------------	----------------	---

## (2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2021 (R3) 年度	713,974 (円)	<b>【一般管理費】</b> 713,974 円 <b>【情報発信・プロモーション】</b> <b>【受入環境整備等の着地整備】</b> <b>【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】</b> <b>【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】</b> <b>【観光イベントの開催費】</b> <span style="float: right;">(円)</span>
2022 (R4) 年度	15,911,583 (円)	<b>【一般管理費】</b> 945,763 円 <b>【情報発信・プロモーション】 (国内)</b> 2,675,000 円 <b>【受入環境整備等の着地整備】</b> 38,803 円 <b>【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】</b> 5,610,000 円 <b>【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】</b> 4,053,222 円 <b>【観光イベントの開催費】</b> 2,588,795 円 <span style="float: right;">(円)</span>
2023 (R5) 年度	19,220,000 (円)	<b>【一般管理費】</b> 1,000,000 円 <b>【情報発信・プロモーション】 (国内)</b> 3,000,000 円 <b>【受入環境整備等の着地整備】</b> 1,220,000 円 <b>【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】</b> 6,000,000 円 <b>【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】</b> 4,000,000 円 <b>【観光イベントの開催費】</b> 4,000,000 円 <span style="float: right;">(円)</span>
2024 (R6) 年度	37,300,000 (円)	<b>【一般管理費】</b> 20,000,000 円 <b>【情報発信・プロモーション】 (国内)</b> 4,000,000 円 (国外) 1,000,000 円 <b>【受入環境整備等の着地整備】</b> 4,300,000 円 <b>【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】</b> 4,000,000 円 <b>【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】</b> <b>【観光イベントの開催費】</b> 4,000,000 円 <span style="float: right;">(円)</span>

2025 (R7) 年度	39,800,000 (円)	【一般管理費】	20,000,000 円
		【情報発信・プロモーション】 (国内)	4,000,000 円
			(国外) 3,500,000 円
		【受入環境整備等の着地整備】	4,300,000 円
		【コンテンツ開発 (観光資源の磨き上げ)】	4,000,000 円
		【マーケティング (市場調査、ブランド戦略等)】	
		【観光イベントの開催費】	4,000,000 円
			(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

- 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も広く周知し、地域の理解・相互協力体制を確立し、会員増を目指す。
- 補助金、受託事業の確保による基盤の確立を目指す。
- 着地型旅行商品「恋する旅行。大船渡」をブランドとして確立し、年間を通じて安定した収益確保を目指す。

## 8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

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

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

## 9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO (県単位以外) や地域DMOと重複する場合の役割分担について (※重複しない場合は記載不要)

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った (行っている) か】

- ・公益財団法人さんりく基金 (三陸DMOセンター)
- 必要に応じて、各取組についての意見交換・情報交換を行っている。

### 【区域が重複する背景】

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



## 【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

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

## 【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

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

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	中村 純代
担当部署名（役職）	地域共創事業部（プロジェクトマネージャー）
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
電話番号（直通）	0192-27-1114
FAX番号	0192-27-2231
E-mail	s-nakamura@iwte-kaiatusangyo.co.jp

## 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

記入日： 令和5年7月11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)】 志田 繕隆

【財務責任者(CFO)】 志田 繕隆

【職員数】5人(常勤2人(正職員0人・出向等2人)、非常勤3人)

【主な収入】

収益事業3.7百万円、会費収入1.8百万円、補助金11.6百万円  
(2022年度決算)

【総支出】事業費15百万円、一般管理費 1百万円(2022年度決算)

【連携する主な事業者】

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、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)、岩手開発産業他

KPI(実績・目標)

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
旅行消費額 (円/人)	目標	-	-	-	11,600	11,600	11,605
	実績	(-)	(-)	11,270	/	/	/
延べ宿泊者数 (千人)	目標	208	213	218	223	228	234
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
来訪者満足度 (%)	目標	131	132	159	/	/	/
	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
リピーター率 (%)	目標	-	-	-	90.0	90.0	90.0
	実績	(-)	(-)	89.9	( )	( )	( )
リピーター率 (%)	目標	-	-	-	65	65	65
	実績	(-)	(-)	(-)	( )	( )	( )

※( )内は外国人に関するもの。

具体的な取組・実績

【観光資源の磨き上げ】

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

【受入環境整備】

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

【情報発信・プロモーション】

- ・TV・SNSを活用した「恋する旅行」ブランドのプロモーション
- ・海外向け観光情報発信(連携) Experience Ofunato, Sanriku Japan

【その他】

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



今後の戦略

【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代以上の首都圏に住む旅好きグループ (夫婦・パートナー・友人)
- 第3) 台湾、東南アジアからのインバウンド客

【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～