

釜石市観光振興ビジョン

目 次

第一章 本ビジョン策定の趣旨.....	4
第一節 ビジョン策定の趣旨.....	4
第二節 ビジョンの位置づけ.....	6
第一項 上位計画との関わり.....	6
第二項 観光振興ビジョン策定までの経緯.....	6
第三項 ビジョン策定により目指す姿.....	8
第二章 釜石市の観光の現状と課題.....	9
第一節 観光市場の現状.....	9
第一項 日本の観光の概要.....	9
第二項 岩手県の観光の概況.....	13
第三項 釜石市の観光の概況.....	16
第二節 釜石市の観光振興の課題整理.....	29
第一項 釜石市の特徴.....	29
第二項 釜石市観光におけるターゲット.....	33
第三章 基本的な考え方ー 釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想.....	44
第一節 釜石オープン・フィールド・ミュージアムの目指す姿.....	44
第一項 釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想の考え方.....	44
第二項 オープン・フィールド・ミュージアムの定義.....	44
第三項 釜石オープン・フィールド・ミュージアムで体験できること.....	45
第四項 3つの基本理念.....	47
第二節 4つの基本方針.....	48
第一項 釜石市民同士の域内交流の拡大.....	49
第二項 マーケティングデータ分析に基づく観光事業推進.....	49
第三項 釜石市内での宿泊を伴う滞在交流型観光の創出.....	50
第四項 ラグビーワールドカップ 2019 TM 日本大会後の国際交流・多様性の受け入れ促進.....	51
第三節 釜石市が持続可能な都市となるために.....	53
第一項 サステイナブルツーリズムの活用.....	53
第二項 国際基準の管理評価指標の導入.....	54
第四節 エリア設定の考え方.....	55
第一項 甲子川流域エリア.....	56
第二項 鵜住居川流域エリア.....	59
第三項 五葉山・唐丹エリア.....	61
第五節 展開イメージ.....	62
第六節 釜石オープン・フィールド・ミュージアムの立ち上げ手順.....	66
第七節 釜石オープン・フィールド・ミュージアムにおける人材育成.....	67
第一項 釜石市民の意識と発信力の向上.....	67

第二項	リーダー人材と団体の育成.....	67
第三項	次世代の郷土愛の醸成.....	67
第四項	移住者の受け入れを目指した活動.....	67
第八節	釜石市地域DMO設立を目指す取り組み.....	68
第一項	DMOとは.....	68
第二項	釜石市地域DMOが持つべき機能.....	70
第四章	観光地域づくりを牽引する3つのプロジェクト.....	73
第一節	プロジェクトの考え方.....	73
第二節	中心市街地の活性化.....	74
第一項	フロントプロジェクト1～商業とにぎわいの拠点づくり～.....	74
第二項	フロントプロジェクト3～魚河岸地区のにぎわいづくり～.....	75
第三項	中心市街地との回遊性向上.....	75
第三節	世界遺産と鉄づくりの産業遺産観光の促進.....	76
第一項	「学びの象徴拠点」としての理解促進.....	76
第二項	橋野鉄鉱山へのアクセスやホスピタリティ等利便性の向上.....	76
第四節	ラグビーワールドカップ2019™日本大会を活用した地域再生.....	77
第一項	釜石鶴住居復興スタジアム（仮称）を活用した観光施策.....	77
第二項	鶴住居駅前を活用した観光施策.....	78
第三項	根浜海岸・箱崎半島地区の観光施策.....	78
第五節	3つのプロジェクトを通じた経済成長.....	79
第一項	宿泊需要を拡大.....	79
第二項	物産・飲食を充実.....	79
第三項	地域産品をブランド化.....	79
第五章	交通網整備と広域連携.....	80
第一節	釜石市外からの交通整備による考え方.....	80
第一項	整備計画.....	80
第二項	国道45号「三陸沿岸道路」開通による考え方.....	80
第三項	国道283号「東北横断自動車道釜石秋田線（釜石～花巻）」開通による考え方.....	81
第四項	JR山田線復旧による考え方.....	81
第二節	集客拡大のための広域連携の検討.....	82
第一項	岩手県、三陸DMOセンター（公益財団法人さんりく基金）との連携.....	82
第二項	集客力のある平泉町、花巻市、遠野市との相互送客や合同集客.....	82
第三項	競争的共存による三陸ブランドを活かした連携.....	82
第三節	二次交通整備の考え方.....	84
第一項	整備計画の重要性.....	84
第二項	地域公共交通網整備計画と連動した考え方.....	84
第三項	新たな回遊性向上のための取り組み（陸上）.....	84
第四項	新たな回遊性向上のための取り組み（海上）.....	85
第六章	広報計画.....	86

第一節	釜石オープン・フィールド・ミュージアム鳥瞰図の作成	86
第二節	「時代に先駆け 挑戦し続ける釜石」を発信	86
第七章	K P I とロードマップ	87
第一節	考え方	87
第二節	ロードマップ	87
第三節	K P I 一覧	89

第一章 本ビジョン策定の趣旨

本章では、本ビジョンを策定する目的、上位計画「釜石市復興まちづくり基本計画（スクラムかまいし復興プラン）」との関係、さらには本ビジョン策定までの流れについて説明します。

第一節 ビジョン策定の趣旨

釜石市観光振興ビジョンは、東日本大震災で大きな被害を受けた被災地域の早期復興と新しい地域づくり（観光地域づくり）を具体化するための指針をまとめたものです。釜石市は、東日本大震災等で生じた環境の変化に対応し、様々な課題を克服する動きを加速化しています。観光面においても変化する社会環境を捉えた新しい施策等の導入が必要です。例えば、平成 29 年 2 月からスタートしたプレミアムフライデー（最終週の金曜日を 15 時終業とし、消費の活性化を促すムーブメント）への対応です。博報堂行動デザイン研究所の調査によるとプレミアムフライデーの過ごし方の希望として 1 位に挙がっているのは「旅行」です。旅行以外では「近場の行楽スポットに出かける」も多くの回答を得ています。また、ユニークな体験にも注目が集まっています。田舎暮らしが楽しめる古民家、民泊、ホテル並みのサービスと豪華さを兼ね備えたキャンプ「グランピング」といった宿泊形態や、そこでしか体験できない鉄道の旅や農業・漁業体験等、観光ニーズの多様化が進んでいます。

観光の語源は、中国の儒教の經典である四書五經の一つ『易経』に登場する「国の光を観る」といわれています。国の政治のありかたや暮らしぶりを遊覧し視察する、という意味です。本来の観光は、地域を訪れ、地域独自の「暮らしぶり」「生き様」をじっくりと観察する（「見る」ではなく「観る」）ことを意味していたのです。

高度成長期以降、日本の観光は、団体旅行等、名所や観光施設を短時間に足早に見て巡るスポット型観光が主流となりましたが、近年は一か所の地域に滞在し自然、文化、人々との交流や体験を楽しむ滞在型観光に注目が集まるようになってきました。これは、まさに「暮らしぶり」「生き様」をじっくりと観察する観光への原点回帰です。そのような注目に応えるために、近年では、全国各地で、住民による「暮らしぶり」「生き様」（「地域の宝」と言い換えられます）の再発見が盛んに行われています。

釜石市は目玉となる観光スポットを有する観光都市ではありません。しかし、釜石市には独自の文化・風土、そして、日本が誇る栄光とともに歩み、日本が経験する試練を先取りしてきた歴史があります。釜石市内全域には、まだまだ注目されていない釜石市独自の光＝「地域の宝」が沢山あります。

本ビジョンが目指す釜石市の将来の姿は「観光を通じた震災復興の実現」です。

釜石市は、観光という手法を用いて、釜石市民とともに、東日本大震災で大きな被害を受けた地域をあらためて見つめ直し、釜石市独自の光＝「地域の宝」が何であるのかを再発見し、それを釜石市内外に示していきます。釜石市を訪れる人と釜石市民との間で生まれる交流から、あらゆる産業に潤い（経済的な効果）をもたらしていきます。釜石市民の生活を向上させる、新しい「釜石市民の挑戦」が、この釜石市観光振興ビジョンから始まります。

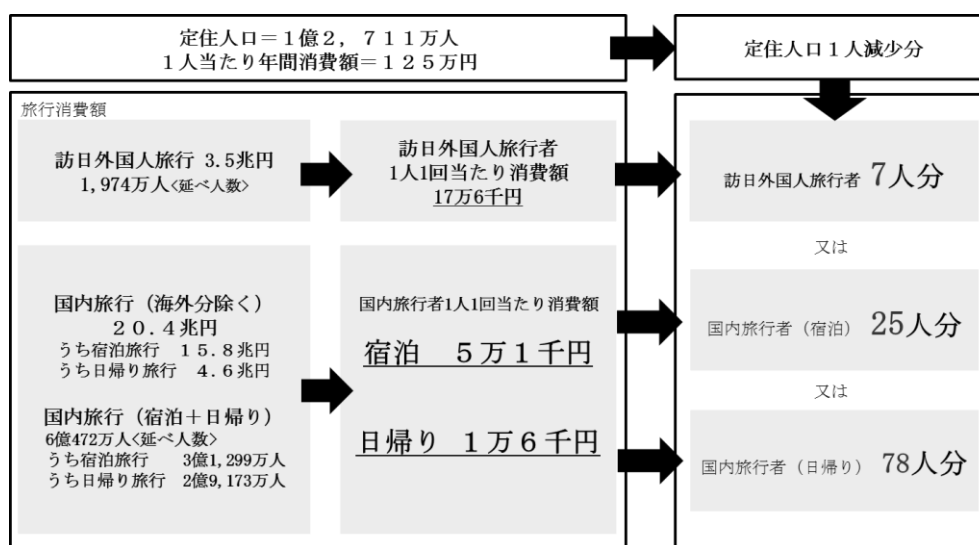
調査概要：博報堂行動デザイン研究所 平成 28 年 10 月実施。20～50 代の有職男女 800 人対象（調査地域：首都圏・京阪神+愛知圏）

なぜ「観光を通じた震災復興の実現」なのか 観光のもたらす経済的な効果について

観光は 21 世紀最大の成長産業といわれています。「観光立国」は日本全体の大きなテーマになっています。平成 29 年 3 月 28 日に、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。この計画では、平成 32 年までに、1)国内旅行消費額を 21 兆円にする、2)訪日外国人旅行者数を 4,000 万人にする、3)訪日外国人旅行消費額を 8 兆円にする等の目標を掲げています。

人口減少が進む地方では、観光による交流人口の拡大が重要視され、各地で観光客を呼び込む活動が展開されています。観光による消費が、地方の産業活性化につながると考えられているからです。総務省・観光庁データによる試算によると、日本の定住人口 1 億 2,711 万人の 1 人当たりの年間消費額は 125 万円です。定住人口 1 人減少分の消費額は、訪日外国人観光客の 7 人分、又は国内旅行者（宿泊）の 25 人分、または国内旅行者（日帰り）の 78 人分の旅行消費額に相当すると示されています。

1 人当たり年間消費額と旅行消費額



（出展）総務省 平成 27 年国勢調査・平成 27 年家計調査

観光庁 平成 27 年訪日外国人調査・平成 27 年旅行・観光消費動向調査より作成

※四捨五入により、合計は必ずしも一致しない。

第二節 ビジョンの位置づけ

第一項 上位計画との関わり

釜石市観光振興ビジョンは、東日本大震災からの一日も早い復旧・復興により活力を取り戻し、新たな時代への対応を目指す「釜石市復興まちづくり基本計画（スクラムかまいし復興プラン）」を上位計画と位置づけます。

また、岩手県が策定を進める「岩手県東日本大震災津波復興計画復興実施計画(第3期)」を上位計画に準ずる計画と位置づけます。

第二項 観光振興ビジョン策定までの経緯

平成23年3月11日に発生した東日本大震災により、釜石市は甚大な被害を受けました。多くの観光施設が津波により大きな打撃を受け、休業を余儀なくされるとともに、豊かな自然環境を魅力としていた観光地の流失により、釜石市は観光の魅力が著しく低下しました。各地からのボランティア、復興事業に従事される方々の支援をいただき、釜石市は不撓不屈の精神で復興を進めています。そして、平成23年12月に策定した、今後のまちづくりの基本的な方向性を示す総合計画に準ずる役割をもつ「釜石市復興まちづくり基本計画（スクラムかまいし復興プラン）」の中で示した基本目標に沿って、既に様々な観光に関する施策をスタートさせています。

平成27年3月には、釜石市が平成31年の9月から10月に開催されるラグビーワールドカップ2019TM日本大会の試合会場に決定。多くの観戦客が世界中から釜石市を訪れることが予想され、釜石市内各所では、様々なインフラの整備が進んでいます。また、平成27年7月に橋野鉄鉱山がユネスコ世界遺産に登録されると、釜石市への注目が世界から集まり、釜石市の観光振興を取り巻く環境は大きく変化しました。

釜石市は平成28年10月には、米国民泊サービス大手のAirbnb（エアビーアンドビー）と観光促進に関する覚書を締結しました。釜石市を訪れる国内外からの訪問客の観光を促進し、地域を活性化させるための協働のスタートです。ラグビーワールドカップ2019TM日本大会や平成32年に開催される東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を見据えた新しい取り組みは、既にスタートしています。

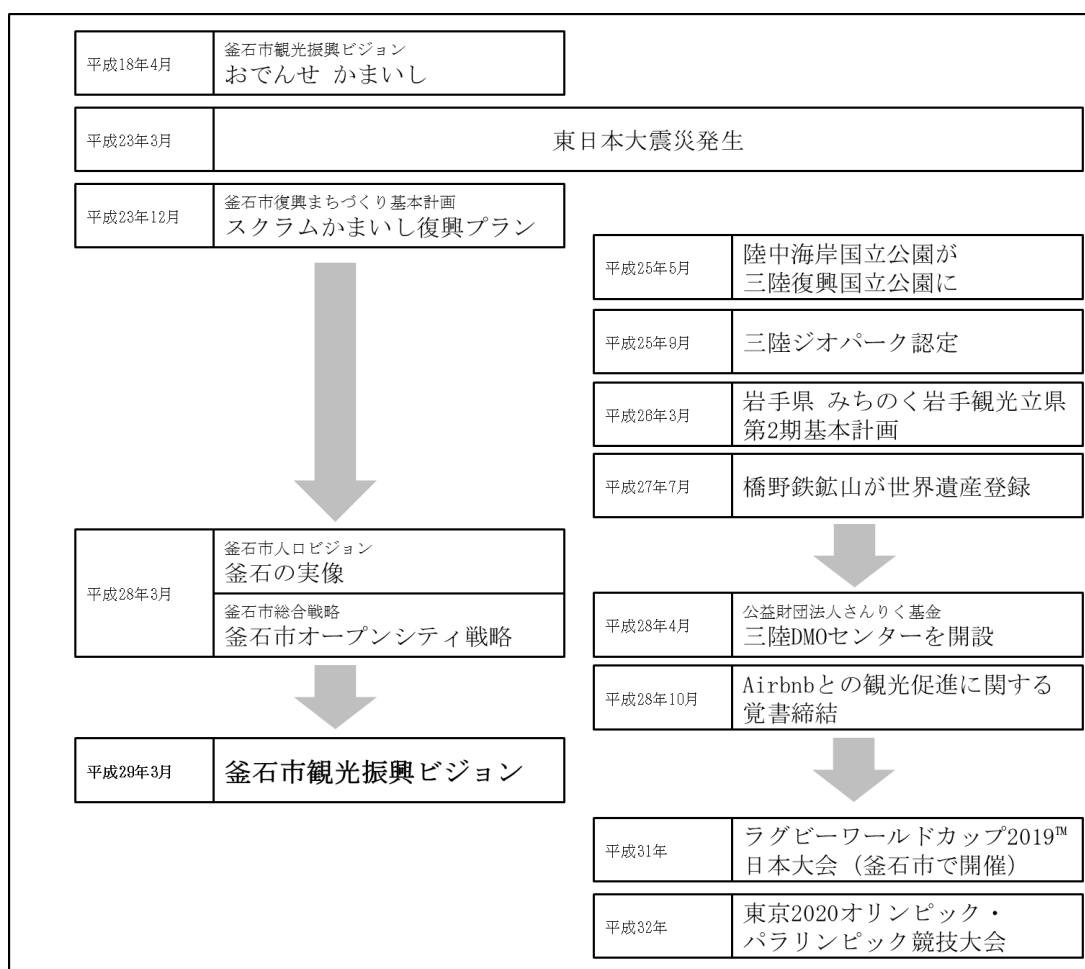
一方、日本は、他国に例のない少子高齢化を迎え、急激な人口減少が進行しています。釜石市は、平成28年3月に「釜石の実像（釜石市人口ビジョン）」と「釜石市オープンシティ戦略（釜石市総合戦略）」の最終版を公表しました。「釜石の実像（釜石市人口ビジョン）」では、平成26年現在で36,078人の人口が、平成52年には21,503人まで減少すると予測しています。それを受けて策定された、「釜石市オープンシティ戦略（釜石市総合戦略）」では、「オープンシティ釜石」を掲げ、「市民一人ひとりが役割を持つ、もっとも開かれたまち」の実現を基本思想としています。多様な人材が還流し、地域の課題と可能性が自分事化され、新たな事業機会や市民活動が生み出されることによって、希望が連鎖していく、という循環を確立することを戦略の柱としました。キーワードは「つながりが社会の問題を解決する」です。

さらに岩手県では「岩手県東日本大震災津波復興計画復興実施計画(第3期)」の策定を進めています。観光を復興の手段とし「復興活動を契機とした交流人口の拡大や、豊かで多彩な自然環境、地形・地質、岩手の風土に根差した歴史の中で育まれた文化遺産や伝統芸能等を生かした地域ツー

リズム等の展開を通じて、新たな岩手ファンや観光客等との交流により、三陸地域における一層の観光振興、定住・交流の促進を図る」を目的とした新たな交流による観光地域づくりプロジェクト「三陸創造プロジェクト」を掲げています。また、三陸沿岸地域が一体となった観光推進体制が必要と判断し、公益財団法人さんりく基金（盛岡市）の観光地域づくりを担う部署として、平成 28 年に岩手県内で初めての観光地域づくり推進法人「三陸DMOセンター」が開設されました。釜石市も岩手県を形成する自治体の一つとして、計画実現に向けて歩んでいます。

こうした経緯で釜石市観光振興ビジョンの策定が決定し、平成 28 年より具体的な策定作業がスタート。釜石市観光振興ビジョン策定のために設置したエリア部会、策定委員会等で得た、市民、関係団体等の意見を反映し、策定しました。

釜石市観光振興ビジョンの策定までの経緯



観光を通じた震災復興の実現

本ビジョンでは以下の３点を通して「観光を通じた震災復興の実現」を目指します。

- 市民が観光を通じて釜石市に住まう誇りを取り戻す。
- 人と人とのつながりを生み出し移住者の増加を目指す。
- 上記を支援する滞在交流型観光システムを創る。



第二章 釜石市の観光の現状と課題

本章では、観光に関わる国の動向、岩手県の状態を概観した上で、釜石市の観光の現状と課題を探ります。観光関連の動態調査データ（観光入込客数、主要観光スポットの集客数等）の分析、釜石市内の観光関連事業者へのインタビューや直近2年以内に釜石市に訪問し観光をされた人を対象にしたインターネットアンケート調査等を実施し、釜石市の観光について現状と課題のとりまとめを行いました。

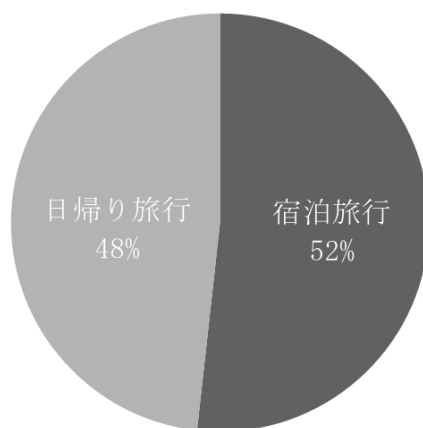
第一節 観光市場の現状

第一項 日本の観光の概要

1. 国内旅行者数の約半数は宿泊旅行

観光庁の旅行・観光消費動向調査(平成27年年間値)によると、平成27年度国内旅行者数は6億472万人となりました。うち、宿泊旅行者数は3億1,299万人(全体の52%)、日帰り旅行者数は2億9,173万人(全体の48%)となっています。

平成27年年間国内旅行者数／6億472万人の内訳

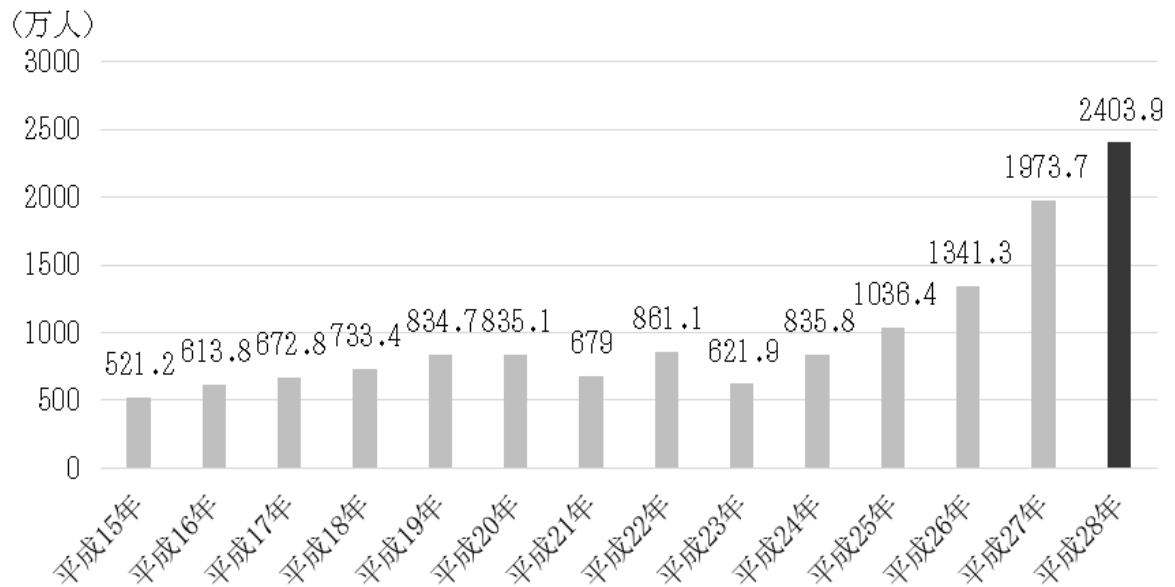


(出典) 観光庁 平成28年旅行消費動向調査

2. 増加し続ける訪日外国人観光客

アジア新興国の経済成長により、訪日外国人観光客は急増しています。既に平成 28 年に訪日外国人観光客が 2403.9 万人に達しています。平成 32 年の東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会開催に向けて、訪日外国人観光客の動向は、業界を問わず大きな注目を集めています。

訪日外国人旅行者数の推移



(出典) 日本政府観光局

訪日外国人観光客による国内消費をさらに拡大し、その効果を全国津々浦々に届けるため、平成 29 年 3 月 28 日に閣議決定された「観光立国推進基本計画」では以下を基本的な目標として設定しています。

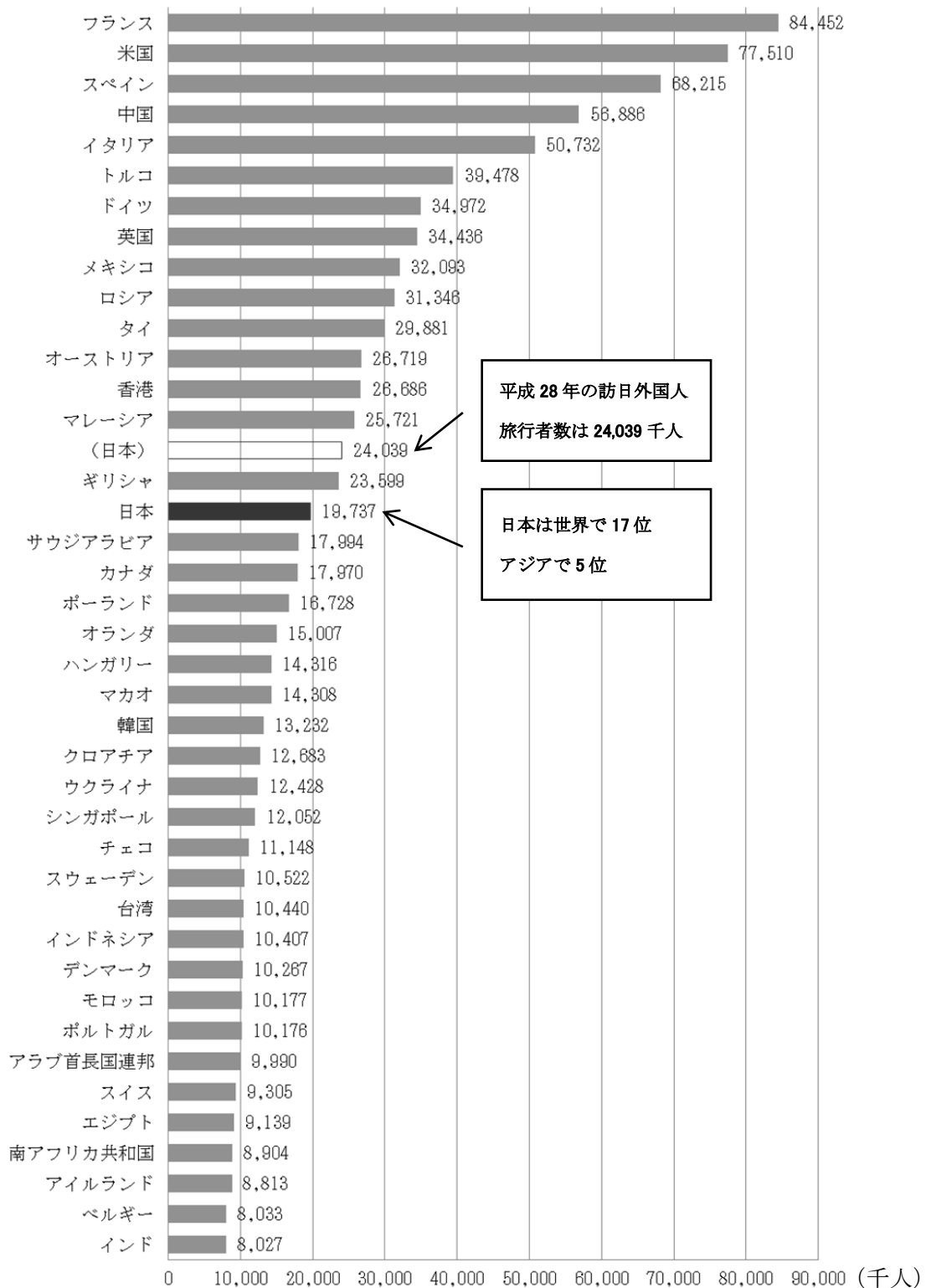
(1) 国内観光の拡大・充実

- 1) 国内旅行消費額：21 兆円

(2) 国際観光の拡大・充実

- 2) 訪日外国人旅行者数：4,000 万人
- 3) 訪日外国人旅行消費額：8 兆円
- 4) 訪日外国人旅行者に占めるリピーター数：2,400 万人
- 5) 訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数：7,000 万人泊

外国人旅行者受入数ランキング（平成 27 年）



（出典）日本政府観光局

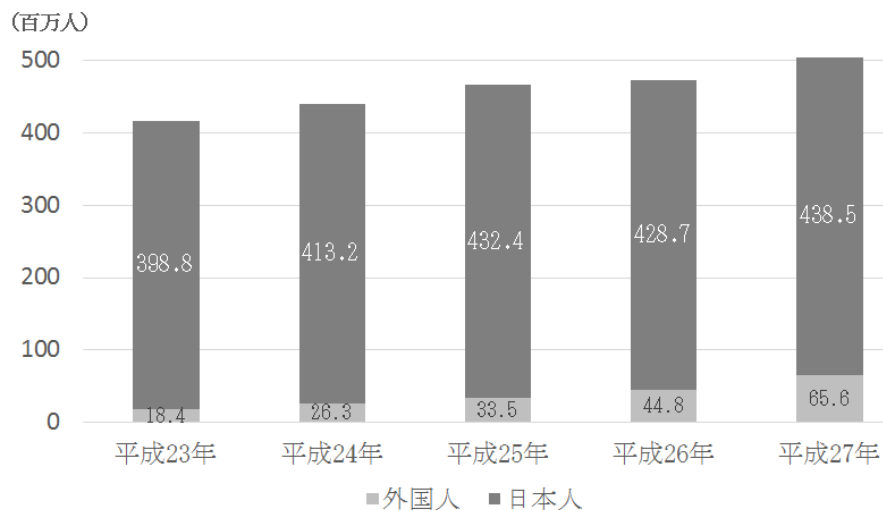
3. 5 億人泊を超えた延べ宿泊者数

平成 27 年の日本国内の延べ宿泊者数は、5 億 408 万人泊（前年比＋6.5％）と、過去最高となり、初めて 5 億人泊を超えました。

日本人の延べ宿泊者数は 4 億 3,846 万人泊（前年比＋2.3％）でした。平成 26 年は、消費税増税等の影響により、日本人延べ宿泊者数は減少しましたが、平成 27 年は、その反動増や円安による海外旅行から国内旅行へのシフト傾向、北陸新幹線開業効果等が、増加の要因と考えられます。

外国人延べ宿泊者数は 6,561 万人泊で、訪日外国人観光客の増加を受け、前年比＋46.4％と大幅に伸びました。

年別・延べ宿泊者数推移（平成 23 年～平成 27 年）



（出典）観光庁 平成 27 年宿泊旅行統計調査

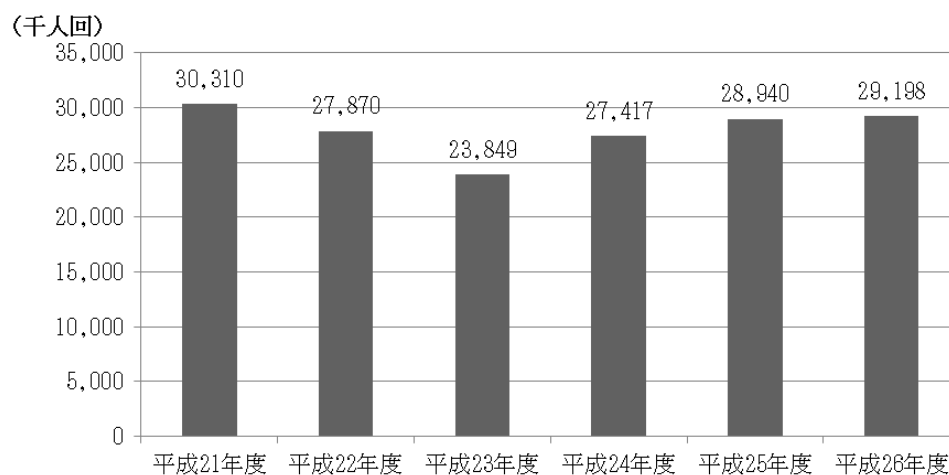
訪日外国人観光客の急増により、三大都市圏（東京圏、大阪圏、名古屋圏）では宿泊施設が不足しています。民泊の規制緩和等の検討も進んでいます。

第二項 岩手県の観光の概況

1. 岩手県の観光入込客数（延べ人数）

岩手県の観光入込客数（年度別）は、平成 23 年 3 月 11 日の東日本大震災の影響で、平成 23 年度は大きく落ち込みましたが、緩やかに回復してきています。

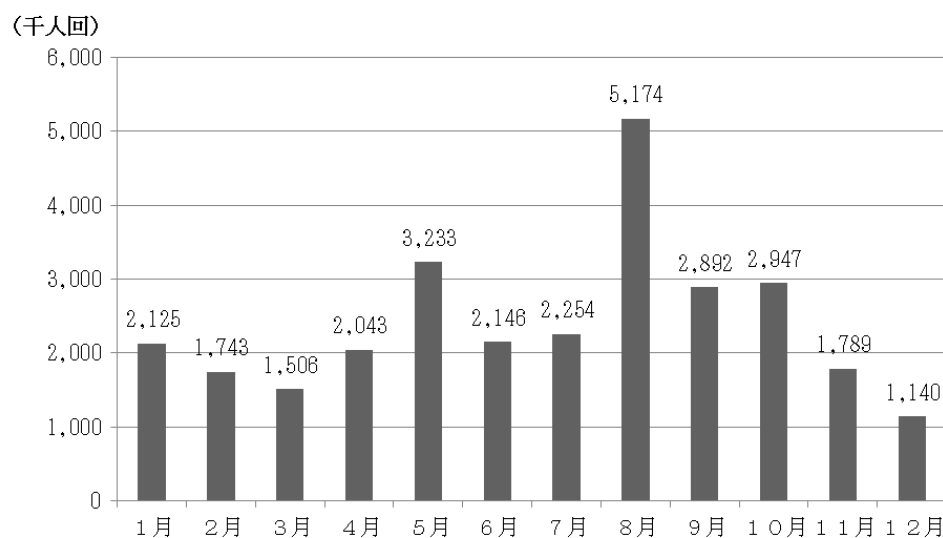
岩手県観光入込客数推移（平成 21 年度～平成 26 年度）



（出典）平成 26 年度岩手県観光統計概要

平成 27 年月別の観光客入込客数は、月により大きく傾向が変わり、8 月が 5,174 千人回と突出して大きくなっています。

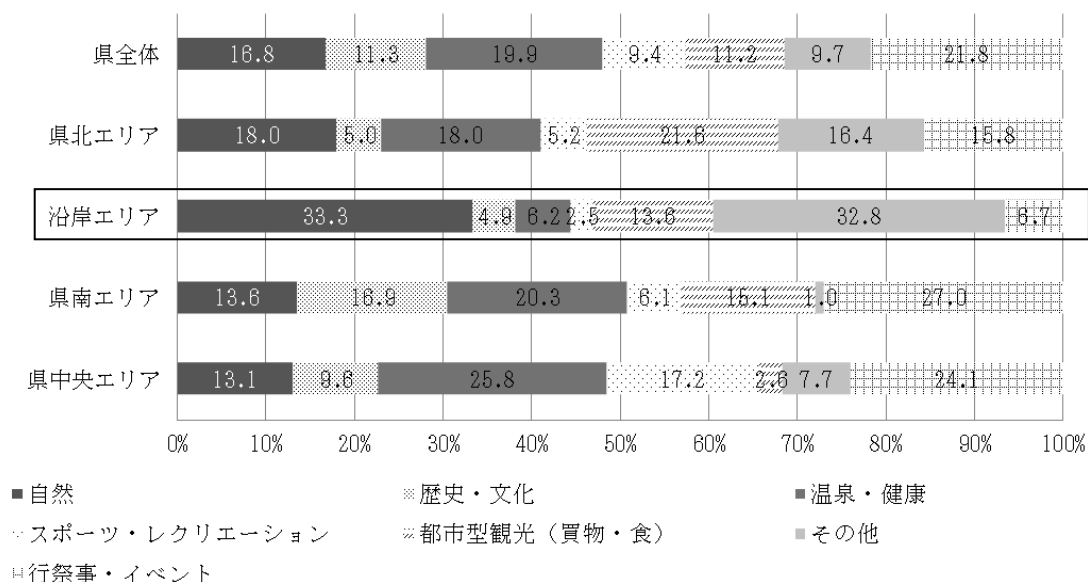
平成 27 年岩手県観光入込客数（月別）



（出典）平成 27 年岩手県観光統計概要

地域別・分類別入込割合では、県内エリアにより訪問目的が大きく異なっていることがわかります。沿岸エリアにおいては、「自然」の構成比が 33.3%と他エリアと比較して高くなっています。

平成 27 年岩手県観光客入込客数（地域別・分類別入込割合）



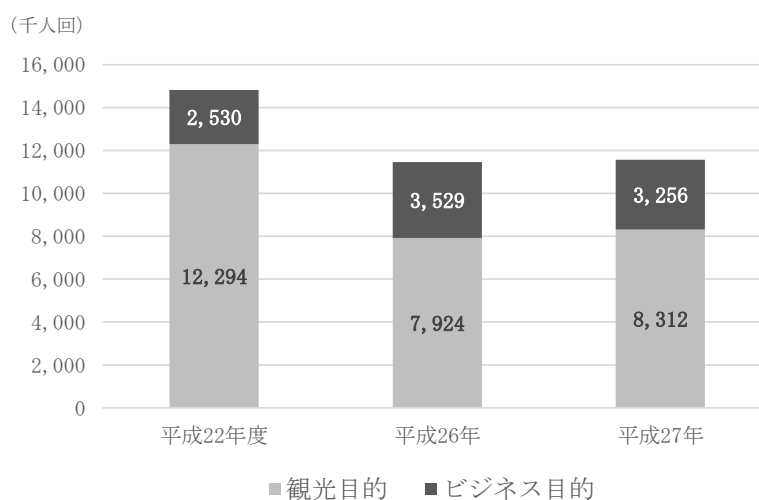
（出典）平成 27 年岩手県観光統計概要

※四捨五入により、合計は必ずしも一致しない。

2. 目的別入込客数（実人数）¹

目的別では、東日本大震災以前の平成 22 年度においては、観光目的の割合が圧倒的に高い状況でした。近年ではビジネス目的の割合が 3 割程度に増えています。

目的別 岩手県観光客入込客数（実人数）



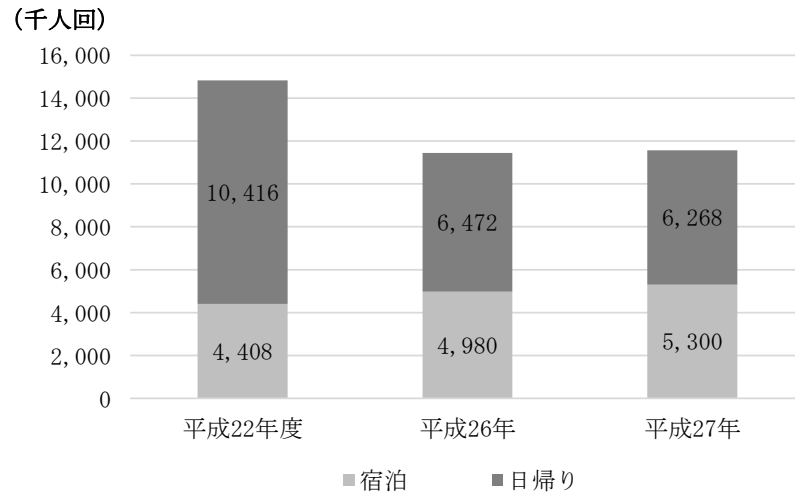
（出典）平成 27 年岩手県観光統計概要

¹ 実人数は、観光地点等ごとの重複を除いた数値です。1 人の観光入込客が該当都道府県内の複数の観光地点等を訪れたとしても 1 人・回と数えます。

3. 宿泊・日帰り別 観光入込客数（実人数）

宿泊・日帰り別では、東日本大震災以前の平成 22 年度においては、日帰りの割合が大幅に高い状況でした。しかし、近年では宿泊旅行者の割合が高まっています。

日帰り・宿泊別 岩手県観光客入込客数（実人数）

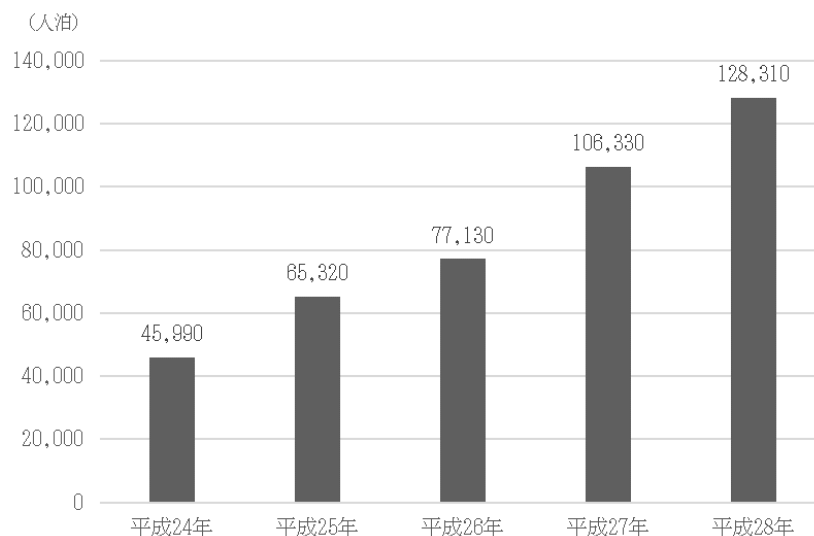


（出典）平成 27 年岩手県観光統計概要

4. 訪日外国人延べ宿泊者数

東北は、「雪」を強みとしてアジア圏の訪日外国人観光客を取り込んでいますが、北海道には大きく後れをとっています。しかしながら、平成 24 年から順調な伸びを示し、平成 28 年は 128 千人泊に達しました。前年対比+20.7%で、全国の伸び率+8.0%よりも大きな伸びを示しています。今後も、訪日外国人観光客の取り込みは拡大していくと考えられています。

岩手県訪日外国人延べ宿泊者数



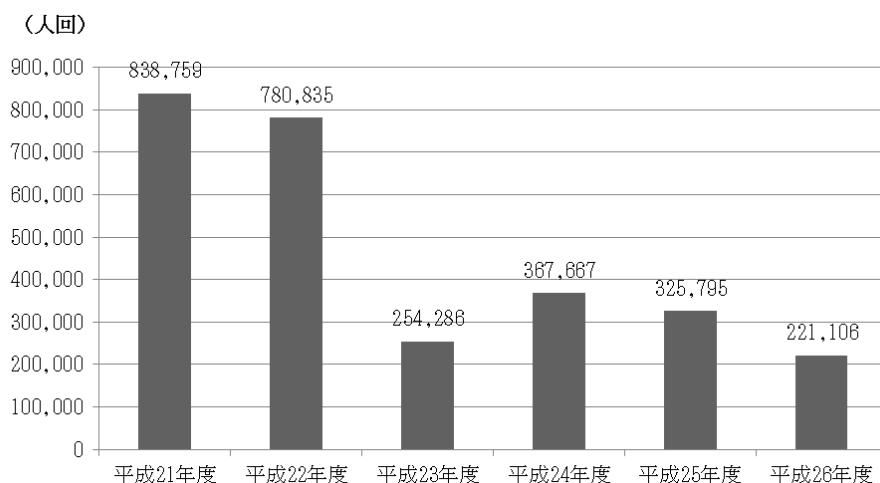
（出典）観光庁 平成 28 年宿泊旅行統計調査

第三項 釜石市の観光の概況

1. 釜石市の観光入込客数（延べ人数）

釜石市の観光入込客数（年度別）は、平成 23 年 3 月 11 日の東日本大震災の影響で平成 23 年度は大きく落ち込みました。岩手県全体では緩やかに回復していますが、釜石市においては、未だ回復に至っていません。

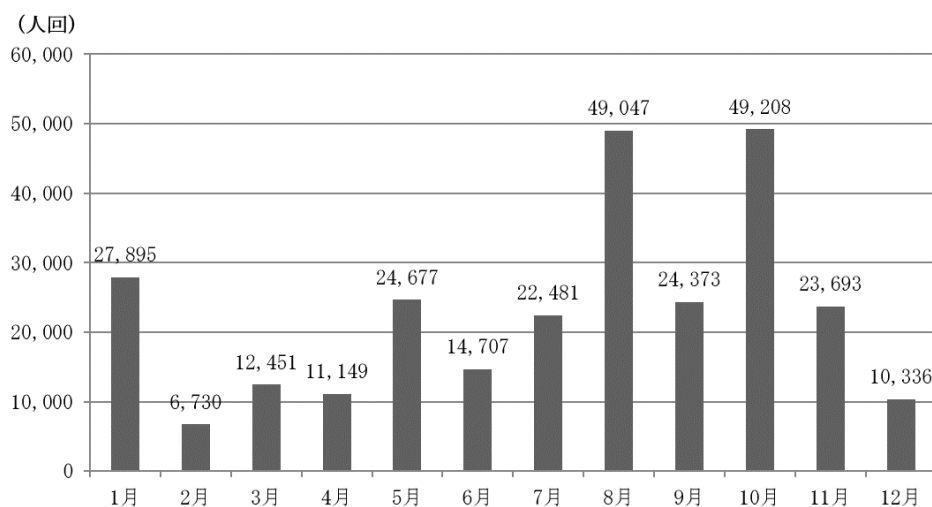
釜石市観光入込客数推移（平成 21 年度～平成 26 年度）



（出典）平成 26 年度岩手県観光統計概要

平成 27 年月別の観光客入込客数は、月により大きく傾向が変わっています。岩手県全体では 8 月が突出して大きくなっていますが、釜石市は「釜石まるごと味覚フェスティバル」や「釜石まつり」を開催する 10 月が最大の入込月になっています。

平成 27 年 釜石市観光入込客数（月別）

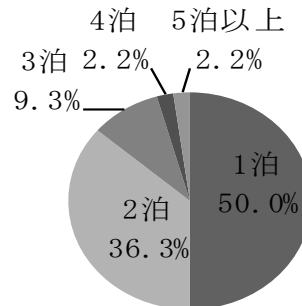


（出典）平成 27 年岩手県観光統計概要

2. 釜石市での宿泊数

釜石市内の泊数は、「1泊」が半数を占め「2泊」を加えると全体の8割を超えます。訪問回数が多いほど泊数が増える傾向になっています。

釜石市での宿泊数



		N	1泊	2泊	3泊	4泊	5泊以上	平均宿泊数
回答者全体		182	50.0	36.3	9.3	2.2	2.2	1.7
性別	男性	118	50.8	34.7	11.0	1.7	1.7	1.7
	女性	64	48.4	39.1	6.3	3.1	3.1	1.8
年代	20代以下	49	32.7	44.9	14.3	4.1	4.1	2.1
	30代	47	55.3	31.9	8.5	2.1	2.1	1.7
	40代	46	56.5	30.4	8.7	2.2	2.2	1.6
	50代	23	65.2	26.1	8.7	0.0	0.0	1.4
	60代以上	17	47.1	52.9	0.0	0.0	0.0	1.5
居住エリア	北海道・東北	23	56.5	34.8	8.7	0.0	0.0	1.5
	関東	89	47.2	38.2	9.0	3.4	2.2	1.8
	中部・東海	27	59.3	37.0	3.7	0.0	0.0	1.4
	近畿	24	45.8	29.2	16.7	4.2	4.2	2.0
	中国・四国・九州・沖縄	19	47.4	36.8	10.5	0.0	5.3	1.8
釜石市への通算訪問回数	1回	76	60.5	31.6	5.3	0.0	2.6	1.6
	2回～4回	78	42.3	44.9	9.0	3.8	0.0	1.7
	5回以上	28	42.9	25.0	21.4	3.6	7.1	2.1

(%) (泊)

N≥30かつ回答者全体より10ポイント以上 高い 低い

(出典) インターネット調査 (平成 28 年釜石市調べ)

各宿泊場所に宿泊した回答者/それぞれ単一回答
回答者全体 (N=182)

※対象者

- ・岩手県釜石市住民を除く、全国エリア居住者
- ・直近2年以内に釜石市を訪問し、観光経験あり

※四捨五入により、合計は必ずしも一致しない。

3. 釜石市の認知度・訪問目的

(1) 釜石市で知っているもの

「三陸鉄道」が52.3%で最も高く、「釜石まつり」が47.3%、世界遺産登録を経て「世界遺産 橋野鉄鉱山」が41.7%で釜石市を代表する資源3つの認知度が高いことが分かります。



(出典) インターネット調査(平成28年釜石市調べ)

全体/複数回答

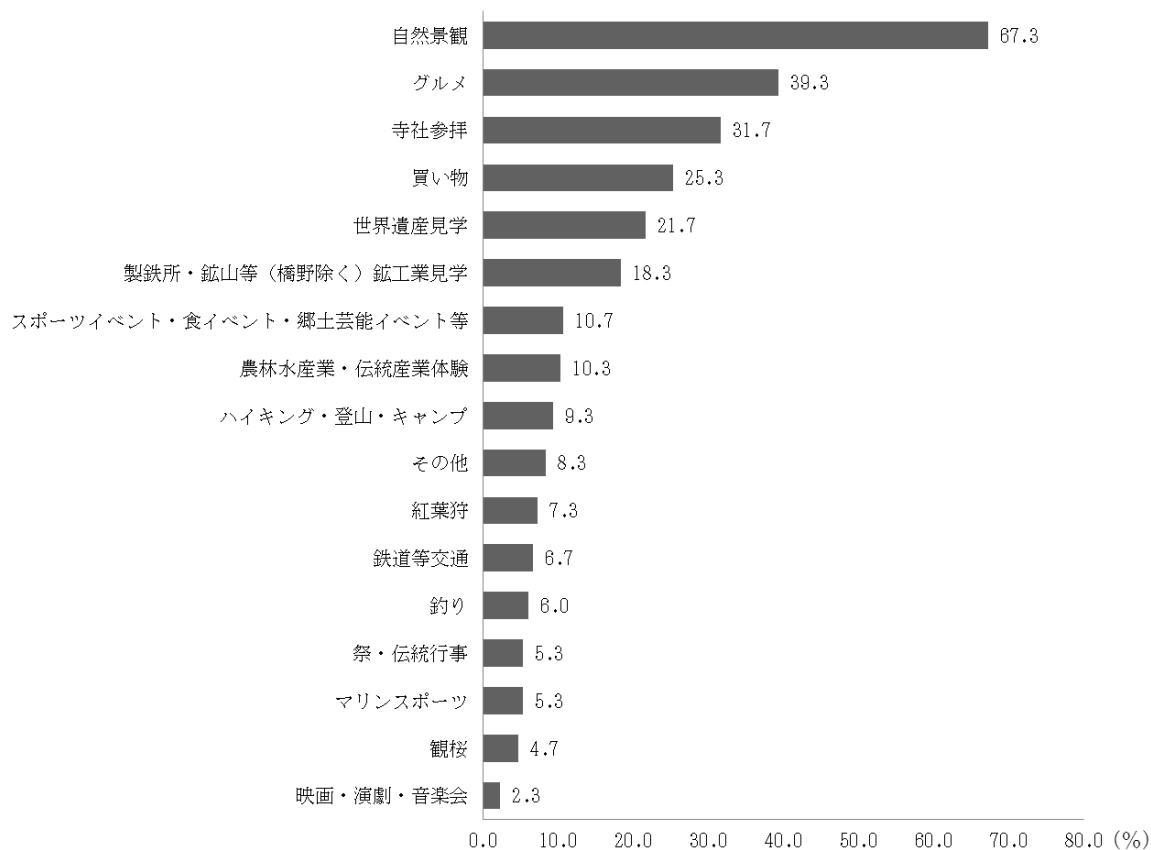
回答者全体(N=300)

※対象者

- ・岩手県釜石市住民を除く、全国エリア居住者
- ・直近2年以内に釜石市を訪問し、観光経験あり

(2) 釜石市の訪問目的

「自然景観」が 67.3%で最も高く、「グルメ」が 39.3%、「寺社参拝」が 31.7%が続いています。一方、世界遺産である橋野鉄鉱山については 21.7%と上記の観光資源と比較して低い数値となっており、認知度が高くても訪問目的となっていないことが分かります。



(出典) インターネット調査 (平成 28 年釜石市調べ)

全体/複数回答

回答者全体 (N=300)

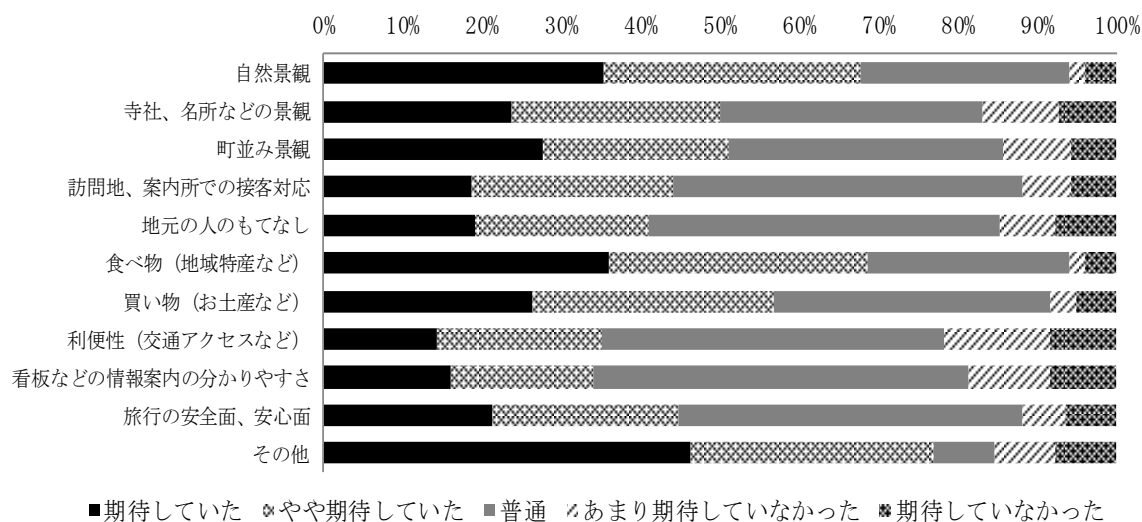
※対象者

- ・岩手県釜石市住民を除く、全国エリア居住者
- ・直近 2 年以内に釜石市を訪問し、観光経験あり

4. 釜石市の項目別期待度・満足度

(1) 項目別期待度

「期待していた」「やや期待していた」を合わせた“期待していた・計”を見ると、「食べ物」「自然景観」が7割弱となりました。「あまり期待していなかった」「期待していなかった」を合わせた“期待していなかった・計”を見ると、「利便性」が2割強で最も高く、「看板などの情報案内の分かりやすさ」「寺社、名所などの景観」がそれぞれ2割弱で続いています。



(出典) インターネット調査 (平成 28 年釜石市調べ)

全体/それぞれ単一回答

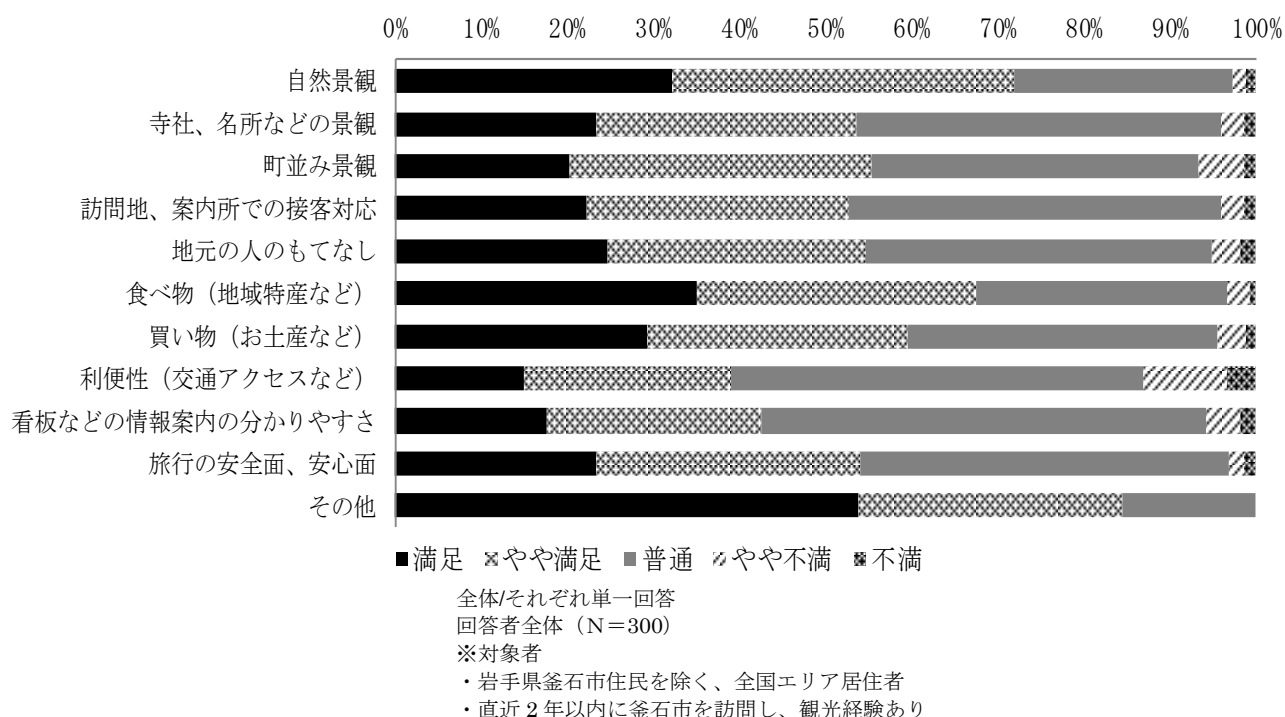
回答者全体 (N=300)

※対象者

- ・岩手県釜石市住民を除く、全国エリア居住者
- ・直近 2 年以内に釜石市を訪問し、観光経験あり

(2) 項目別満足度

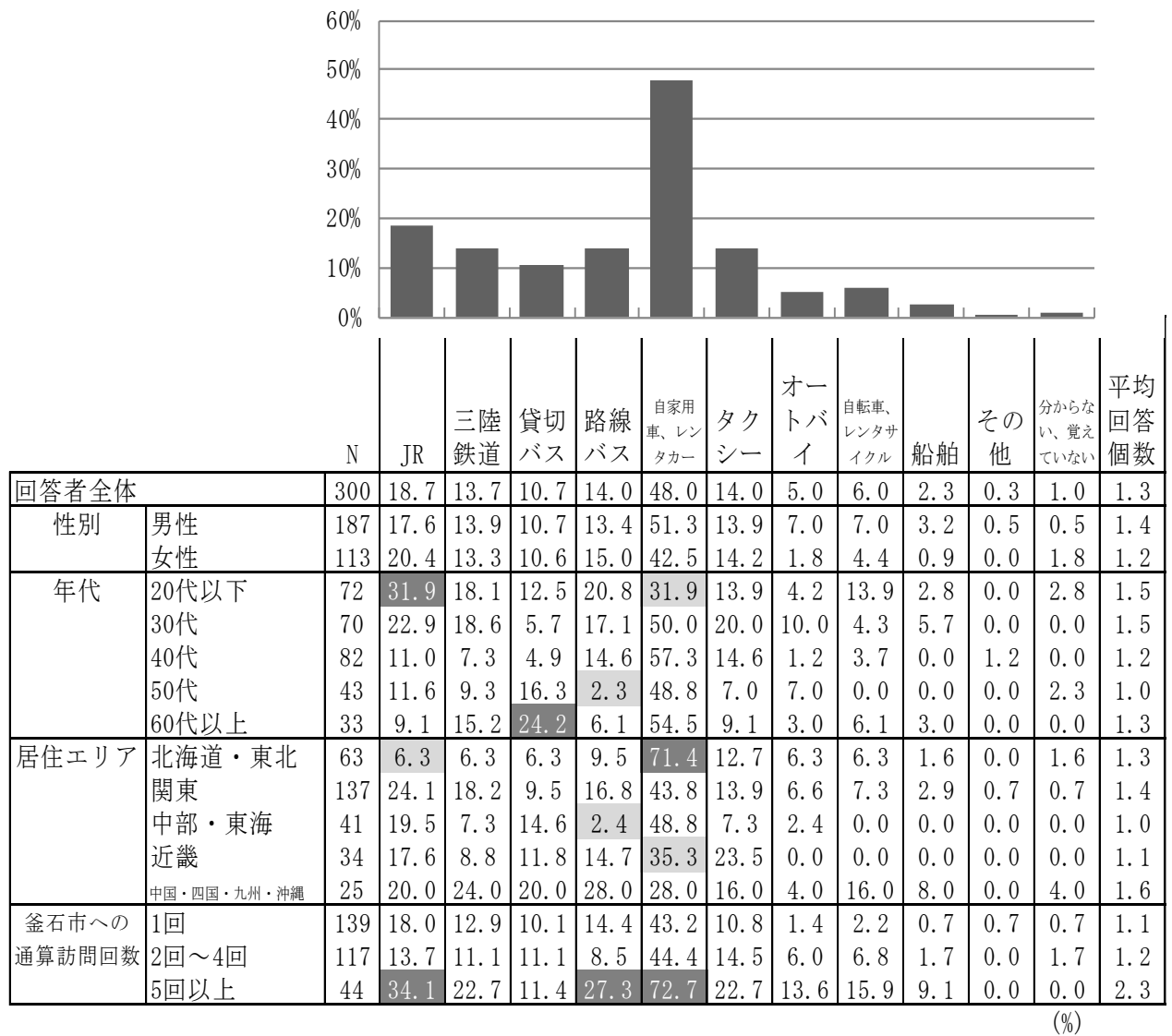
「満足」「やや満足」を合わせた“満足・計”を見ると、「自然景観」が7割強、「食べ物」が7割弱で続いています。一方、「利便性」が4割弱で最も低いですが、前述の“期待度”を大きく下回る項目はなく、期待以上の満足度が得られていることが分かります。



5. 釜石市内の利用交通機関

「自家用車、レンタカー」が最も高く、釜石市まで車で来た人がそのまま市内を移動しているものと考えられます。

年代別では、20代以下で「JR」の割合が高く、60代以上で「貸切バス」の割合が高くなっています。高齢者の多くは団体ツアーを利用して釜石市を訪問していることが推測されます。



(%)

N≥30かつ回答者全体より10ポイント以上 高い 低い

(出典) インターネット調査 (平成 28 年釜石市調べ)

全体/複数回答

回答者全体 (N=300)

※対象者

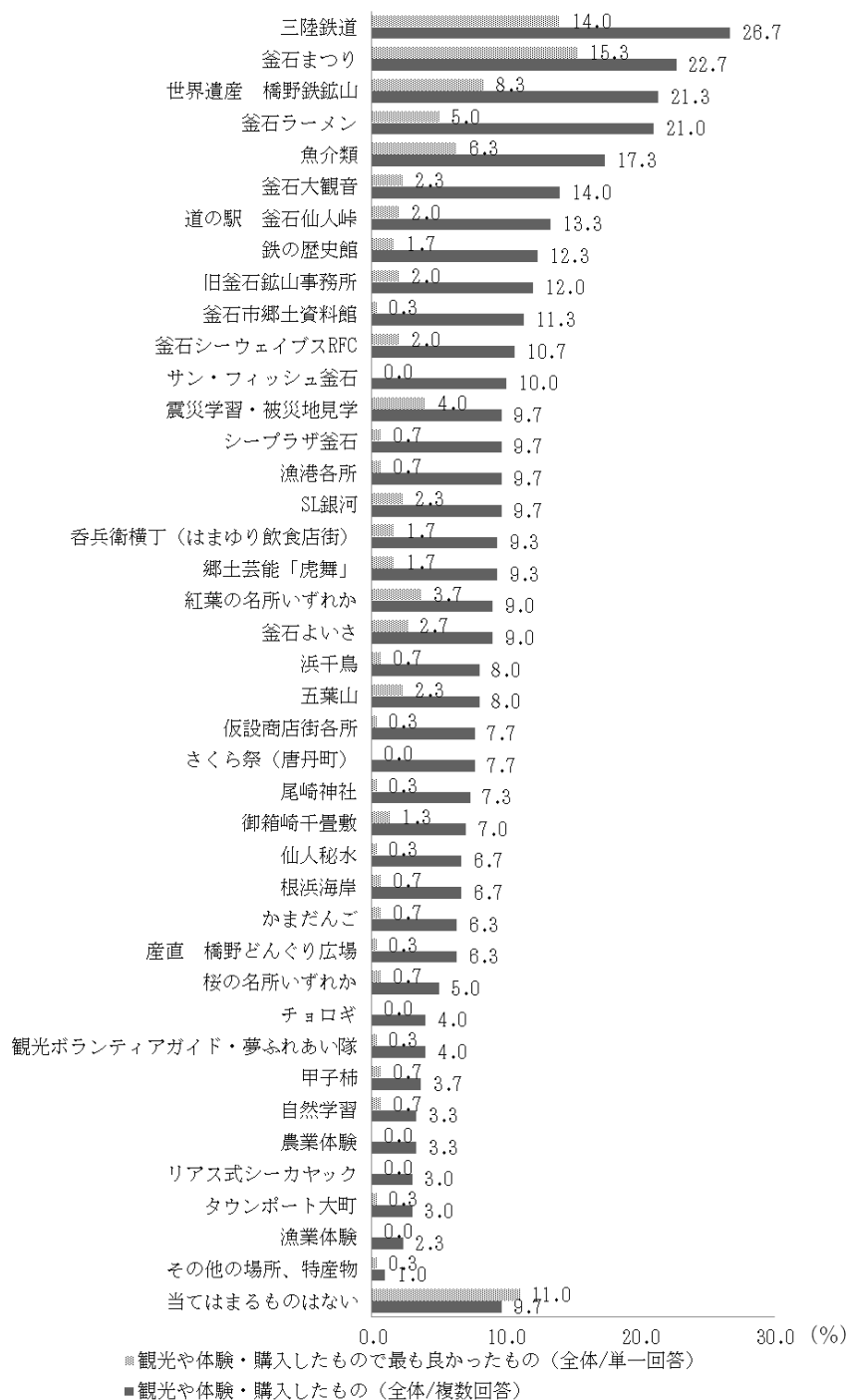
- ・岩手県釜石市住民を除く、全国エリア居住者
- ・直近 2 年以内に釜石市を訪問し、観光経験あり

※四捨五入により、合計は必ずしも一致しない。

6. 観光や体験・購入したもの

観光や体験・購入したものにおいては「三陸鉄道」が3割弱で最も高く、「釜石まつり」「世界遺産 橋野鉄鉱山」「釜石ラーメン」がそれぞれ2割以上で続いています。認知度と相関する傾向が見られます。

一方、観光や体験・購入したもので最も良かったものでは「釜石まつり」「三陸鉄道」がそれぞれ1割以上で高く、逆に「世界遺産 橋野鉄鉱山」「釜石ラーメン」は1割に達していません。



（出典）インターネット調査（平成28年釜石市調べ）

回答者全体（N=300）

※対象者

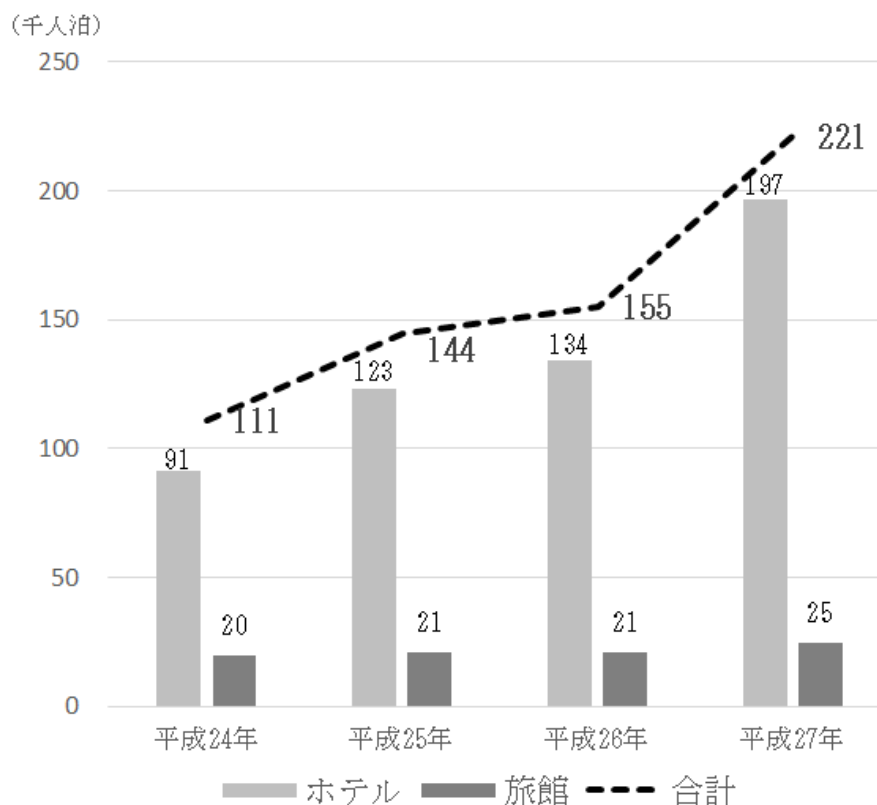
- ・岩手県釜石市住民を除く、全国エリア居住者
- ・直近2年以内に釜石市を訪問し、観光経験あり

7. 釜石市の宿泊施設入込客数

ホテルの入込客数は大きく伸びており、平成 27 年は平成 24 年の 2 倍以上の 221 千人泊となっています。平成 26 年にホテルルートイン釜石、平成 27 年にホテルフォルクローロ三陸釜石が開業したことが増加要因となっています。

旅館の入込客数は、大きな変化ではありませんが、平成 27 年は前年から 4 千人泊増加しており、宿泊施設全体で、順調な伸びを示しています。

釜石市のホテル・旅館別宿泊施設入込客数推移（平成 24 年～平成 27 年）



(出典) 釜石市調べ

※入込客数は千人単位表記による四捨五入のため、合計は必ずしも一致しない。

8. 釜石市内での宿泊者属性と稼働率

釜石市内にはビジネスホテルが多く、「工事関係者」もしくは「ビジネス客」が多数、釜石市内で宿泊しています。ホテル、旅館ともに客室稼働率が高く、平日は満室による客室不足の声も聞かれます。「一般観光客」の比率が高い旅館 B の客室稼働率が高くないことから、復興関係者によって宿泊数の下支えされていることがわかります。

宿泊者属性の割合と平均稼働率（概算）

	ホテル A	ホテル B	ホテル C	旅館 A	旅館 B
工事関係者	20%	10%	45%	35%	3%
ビジネス客	70%	85%	35%	60%	3%
一般観光客	10%	5%	20%	5%	94%

客室稼働率	80%	回答なし	80%	76%	55%
-------	-----	------	-----	-----	-----

※一般観光客には震災学習を目的とした旅行を含みます。

（出典）釜石市宿泊施設ヒヤリング調査（平成 28 年釜石市調べ）

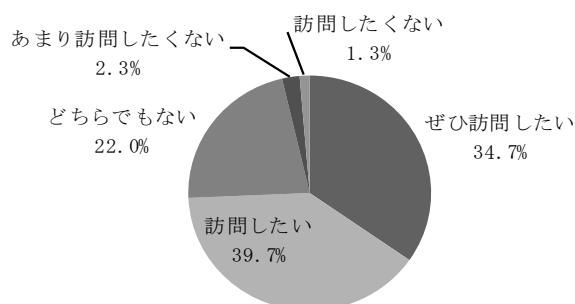
参考： 全国の客室稼働率	全体	シティ ホテル	ビジネス ホテル	旅館
	60.3%	79.2%	74.2%	37.0%

※シティホテルの客室稼働率 79.2%は平成 22 年の調査開始以来、最高値。

（出典）宿泊旅行統計調査（平成 27 年観光庁）

9. 釜石市への訪問意向

「訪問したい」が4割弱で最も高く、「ぜひ訪問したい」を合わせた“訪問したい・計”は7割以上を占めます。年代別では、20代以下で「ぜひ訪問したい」が高くなっています。60代以上では低く、訪問回数別では、“5回以上”の層で「ぜひ訪問したい」が高くなっています。



			5点	4点	3点	2点	1点	小計		
			ぜひ訪 問した い	訪問し たい	どちら でもな い	あまり 訪問し たくな い	訪問し たくな い	訪問し たい・ 計	訪問し たくな い・計	
N										
回答者全体			300	34.7	39.7	22.0	2.3	1.3	74.3	3.7
性別	男性	187	35.3	39.0	22.5	2.1	1.1	74.3	3.2	
	女性	113	33.6	40.7	21.2	2.7	1.8	74.3	4.4	
年代	20代以下	72	45.8	34.7	18.1	1.4	0.0	80.6	1.4	
	30代	70	30.0	38.6	25.7	4.3	1.4	68.6	5.7	
	40代	82	34.1	41.5	20.7	2.4	1.2	75.6	3.7	
	50代	43	34.9	44.2	20.9	0.0	0.0	79.1	0.0	
	60代以上	33	21.2	42.4	27.3	3.0	6.1	63.6	9.1	
居住エリア	北海道・東北	63	41.3	31.7	25.4	1.6	0.0	73.0	1.6	
	関東	137	35.0	41.6	19.0	2.9	1.5	76.6	4.4	
	中部・東海	41	19.5	43.9	29.3	4.9	2.4	63.4	7.3	
	近畿	34	35.3	38.2	23.5	0.0	2.9	73.5	2.9	
	中国・四国・九州・沖縄	25	40.0	44.0	16.0	0.0	0.0	84.0	0.0	
釜石市への 通算訪問回数	1回	139	25.9	41.0	29.5	1.4	2.2	66.9	3.6	
	2回～4回	117	28.2	48.7	17.9	4.3	0.9	76.9	5.1	
	5回以上	44	79.5	11.4	9.1	0.0	0.0	90.9	0.0	
			(%)					(%)		

(%)

(%)

N≥30かつ回答者全体より10ポイント以上 高い 低い

(出典) インターネット調査 (平成 28 年釜石市調べ)

全体/単一回答

回答者全体 (N=300)

※対象者

- ・岩手県釜石市住民を除く、全国エリア居住者
- ・直近2年以内に釜石市を訪問し、観光経験あり

※四捨五入により、合計は必ずしも一致しない。

近隣市の観光資源の状況を把握するために、観光コンセプト、観光資源を参考資料として以下の表にまとめました。近隣市は、明確な観光コンセプトのもとで、様々な観光資源を組み合わせで提供しています。また、学習・体験要素も加えて各種取り組みを進めています。

釜石市と周辺都市等の観光コンセプト・観光資源（一部）比較

	釜石市	宮古市	大船渡市	遠野市
観光コンセプト		もてなし交流観光都市	「三陸物」発祥の地「ゆたかな」海と「ゆっくり」「ゆったり」したふるさと 「三陸俵物」のブランド品として扱われていた歴史を背景に魚食グルメを軸に観光振興	永遠の日本のふるさと
宿泊施設	ビジネスホテル 中心 (かつてのビジネス客)	旅館、大型観光ホテル 中心 (かつての団体客)	観光ホテル (民宿・小規模ホテル 中心)	旅館、農家民泊 中心
郷土料理・名物料理	ひつまじ 海宝漬	南部鼻曲り鮭料理	さんまのすり身汁 磯花寿司	ジンギスカン ひつまみ
飲食施設	呑ん兵衛横丁 ミッフィーカフェ かまいし サン・フィッシュ釜石 釜石漁火酒場かまりば	宮古市魚菜市場 浄土ヶ浜レストハウス	魚市場れすとらん海 碁石海岸レストハウス	遠野食肉センター あんべ
特産品	海産物全般(特に海宝漬) サウア缶 新巻鮭 酒 飲料水	海産物全般(特に秋刀魚と鮭) 酒	海産物全般(特に秋刀魚) かもめの玉子 酒	ビール(ホップ) どぶろく
物販施設	サン・フィッシュ釜石 シーブラザ釜石 道の駅釜石仙人峠 橋野どんぐり広場	道の駅・みなとオアシスみやこ 「道の駅」やまびこ館 道の駅たろう 道の駅・区界高原 宮古市魚菜市場	大船渡おさかなセンター 道の駅さんりく	道の駅 遠野 風の丘 道の駅みやもり
観光交通	釜石線 三陸鉄道 バス	山田線 三陸鉄道 バス	BRT 三陸鉄道 バス	釜石線、バス
自然・景観	千疊敷 尾崎半島 箱崎半島 橋野 五葉山	浄土ヶ浜 みやこ浄土ヶ浜遊覧船 青の洞窟・さっぱ船遊覧	穴通磯 碁石海岸 碁石海岸穴通船	カッパ淵 日本の原風景
伝統・歴史	日本武尊伝説 義経北行伝説 近代製鉄業発祥 高度成長期	義経北行伝説 盛岡藩の外港 戊辰戦争	義経北行伝説	義経北行伝説
産業	工業 鉱業 漁業	漁業 工業	漁業	農業
スポーツ	ラグビー			サッカー
芸術・文化	釜石PIT	寄生木	椿	映画撮影 遠野物語
学習・体験	漁業体験 グリーン・ツーリズム 防災学習	「森の体験」「川の体験」「海の体験」「食の体験」「防災学習」5つのテーマ	体験型観光 ブルー・ツーリズム 津波伝承館 魚市場	農業体験グリーン・ツーリズム 遠野ふるさと村 伝承園

学習・体験のプログラム数比較			
釜石市	宮古市	大船渡市	遠野市
18	31	16	28
かまなび（釜石市観光物産協会公式サイト平成 29 年 1 月）に掲載	宮古まるごと体験 ガイドブック（宮古市産業振興部商業観光課発行平成 27 年）に掲載	一般社団法人大船渡市観光物産協会ウェブサイト（平成 29 年 3 月）に掲載	遠野の体験・体感プログラムやマップに関する概要資料（NPO 法人遠野山・里・暮らしネットワーク発行 平成 29 年 1 月）に掲載

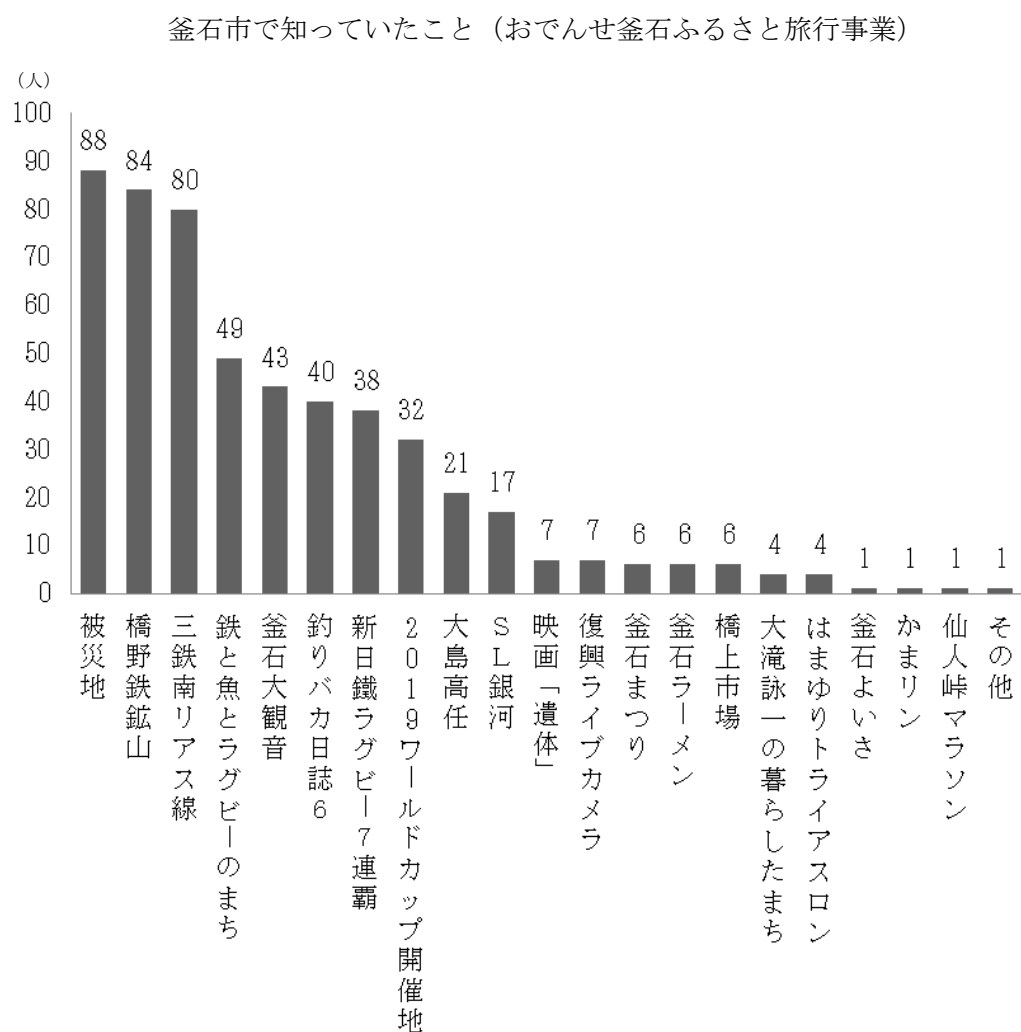
10.「おでんせ釜石ふるさと旅行事業」で実施されたアンケート

平成 27 年に釜石市は、世界遺産登録を目指す（当時）橋野鉄鉱山、S L 銀河、防災教育ツアー等の釜石市の観光資源を目的地として、釜石市内に宿泊を伴う新規ツアーの造成を行いました。ツアー参加者を対象にアンケート調査を実施しました。

※集計数 137 人（男性 43 人女性 94 人）／参加者の年代は 60 歳以上が 116 人（84.7%）

（1）釜石市で知っていたこと

「被災地」「橋野鉄鉱山」「三鉄南リアス線（三陸鉄道）」が特によく知られていました。



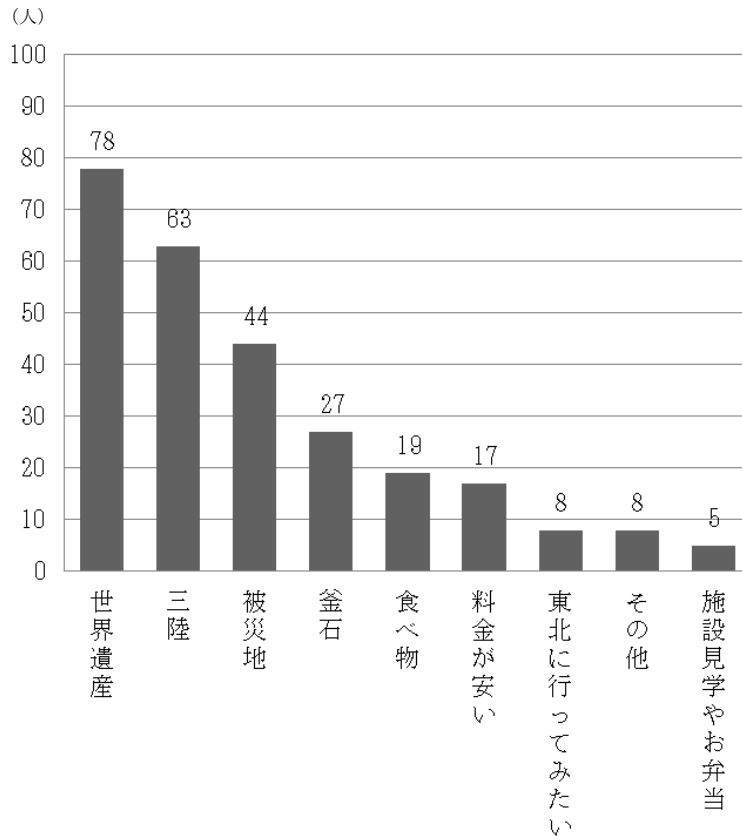
（出典）平成 27 年釜石市調べ

全体/複数回答
回答者全体（N=137）

(2) 旅行に参加した理由

「世界遺産」が圧倒的に多く、次いで「三陸」「被災地」が旅行への参加理由となっています。

旅行に参加した理由（おでんせ釜石ふるさと旅行事業）



(出典) 平成 27 年釜石市調べ

全体/複数回答
回答者全体 (N=137)

ここまでの調査結果のまとめ

- 釜石市で知名度の高い観光資源は、三陸鉄道（交通手段）、釜石まつり（祭り・イベント）、橋野鉄鉱山（世界遺産）。
- 通年（真冬を除く）で訴求でき、他の地域との差別化を行える、知名度の高い観光資源は、世界遺産登録をした橋野鉄鉱山といえます。
- しかし、橋野鉄鉱山は訪問目的としての評価が低く、訪問者の満足度も低いです。二次交通やホスピタリティ整備に課題があることと理解が難しいことが理由だと推察されます。
- 訪問目的として評価され、しかも訪問者の満足度が高いのは自然景観です。ただし、三陸沿岸地域の近隣市町村と比較して競合優位性の高い自然景観があるわけではありません。
- 釜石市内の主たる移動手段は自家用車またはレンタカーで交通網整備に課題があります。
- 入込客数は低調に見られていますが、宿泊施設入込客数は伸長し稼働率が高いです。
- 平日は満室による客室不足の声も聞かれますが、主な宿泊者は復興事業工事関係者です。

第二節 釜石市の観光振興の課題整理

第一項 釜石市の特徴

この項では、第一節の観光市場の現状を踏まえ、釜石市を取り巻く環境、釜石市の特徴（強み、弱み）を整理します。

《釜石市を取り巻く環境》

釜石市がおかれている環境を好機と危機に分けて整理します。

好機には、以下の項目があります。

- ・世界の観光需要は増加傾向
- ・国の戦略課題に「観光立国」が掲げられ、観光庁により各種施策が展開／日本版DMOの形成を促し、登録法人には関係省庁が連携して支援を行う予定
- ・アジア新興国の経済成長により訪日外国人観光客が急増
- ・いわて花巻空港の台湾への国際チャーター便運航と定期便化に向けた動き
- ・東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催
- ・日本、岩手県において宿泊旅行者は増加傾向
- ・釜石市がラグビーワールドカップ 2019TM日本大会の試合会場に決定 ※1
- ・橋野鉄鉱山がユネスコ世界遺産に登録
- ・国道 283 号「東北横断自動車道釜石秋田線（釜石～花巻）」、国道 45 号「三陸沿岸道路」等の主要幹線道路が開通し利便性が向上 ※2
- ・JR 山田線（宮古～釜石間）が復旧（三陸鉄道へ運営を移管） ※3

特に橋野鉄鉱山の世界遺産登録や、ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会の開催は、釜石市独自の機会であり他地域と差別化できる要素です。主要幹線道路や鉄道による利便性向上を活かしながら、来訪者や訪日外国人観光客を取り込むチャンスと捉えることができます。

ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会の開催 ※1

平成 31 年 9 月～10 月に開催されるラグビーワールドカップ 2019TM日本大会の国内 12 開催地の一つとして釜石市が選定されました。

ラグビーワールドカップとは、オリンピック、サッカーワールドカップに次ぐ世界三大スポーツイベントの一つで、ラグビーの世界一（ナショナルチーム）を決定する世界選手権大会です。昭和 62 年に第 1 回大会がニュージーランド、オーストラリア共催で行われて以降、4 年に一度、第 7 回ニュージーランド大会まで、ラグビーの伝統国で開催されており、ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会はアジア地域では初の開催です。

かつて日本選手権で 7 連覇した新日鉄釜石ラグビー部の本拠地であった釜石市でのラグビ

ーワールドカップの開催は、震災復興のシンボル・未来に誇れるまちを次世代へ継承することや、沿岸被災地の活性化、岩手県のスポーツ界のさらなる飛躍・発展のきっかけになるものと期待されています。

釜石市鶴住居復興スタジアム（仮称） 完成イメージ図



（出典）釜石市ホームページ

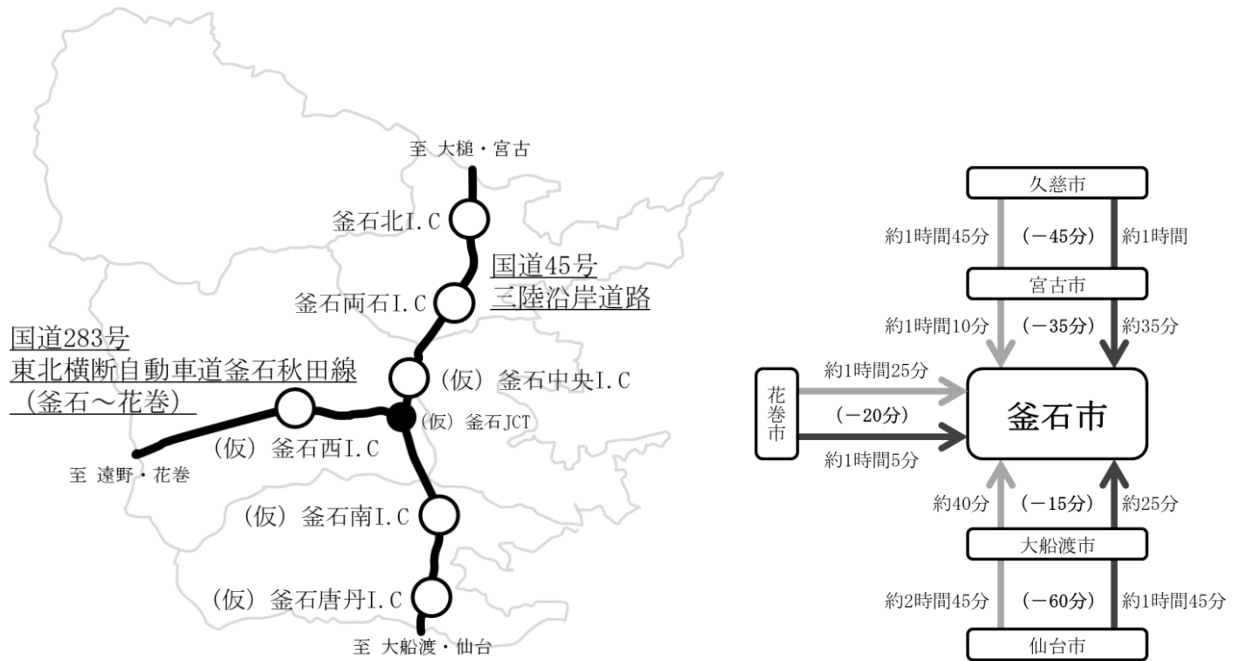
・国道 283 号「東北横断自動車道釜石秋田線（釜石～花巻）」、国道 45 号「三陸沿岸道路」等の主要幹線道路が開通し利便性が向上 ※2

三陸沿岸地域は交通アクセスに難があり、移動に要する「時間・距離の壁」が観光入込や地域間連携の障害となってきました。また、自然災害時における避難救急活動等の面で大きな課題となっていました。

東日本大震災により甚大な被害を受けた三陸沿岸地域の復興に大きく寄与する、三陸沿岸地域を南北に貫く国道 45 号「三陸沿岸道路」は平成 30 年度に全線開通が予定されています。仙台市から釜石市への自動車による移動所要時間は、約 2 時間 10 分（岩手県県土整備部 道路建設課調べ）と、これまでより 1 時間 15 分短くなり、大幅に利便性が向上します。

内陸と三陸沿岸地域を結ぶ国道 283 号「東北横断自動車道釜石秋田線（釜石～花巻）」が整備されます。釜石 JCT～釜石西 I.C を結ぶ 6 km 区間が平成 30 年度に開通し、内陸部と三陸沿岸地域を結ぶ重要なルートが全線開通します。花巻市から釜石市への自動車による移動所要時間は、約 1 時間 5 分（岩手県県土整備部 道路建設課調べ）と、これまでより 20 分短くなります。これにより、東北縦貫自動車道と釜石市が自動車道で結ばれます。

岩手県復興道路計画 自動車による移動所要時間の比較



・JR 山田線（宮古～釜石間）が復旧（三陸鉄道へ運営を移管）※3

さらに、平成 30 年度末までには、JR 山田線（宮古～釜石間）が復旧し、三陸鉄道へ運営が移管されます。北は久慈市から南は大船渡市まで三陸鉄道がつながる予定です。

危機には、以下の項目があります。

- ・ 訪日外国人観光客を含む観光需要獲得に向けた地域間競争の激化
- ・ 東日本大震災被災地に対する想いの風化
- ・ 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

観光振興をめぐる地域間競争は激化しています。また、被災地へのツアー等防災学習ツアーは減少傾向にあります。

《釜石市の強みと弱み》

釜石市の特徴を強みと弱みに分けて整理します。

強みには、以下の項目があります。

- ・ビジネスホテル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を含む産業遺産群
- ・産業都市としての歴史
- ・全国的にも強い印象を与えているラグビー
- ・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開かれた気質
- ・スポーツ交流や防災・歴史教育、甲子柿の販売促進等に熱い思いを持つ観光人材の存在
- ・Meetup Kamaishi 等に参加される意欲的な観光人材の存在
- ・豊富な水や甲子柿等、海産物だけではない優れた食資源
- ・海と山、多くの入り江や岬をもつ釜石市ならではの地形
- ・1日のレジャーの対象として買い物客を集めるイオンタウン釜石

釜石市は橋野鉄鉱山をはじめ、多彩な地域資源を有しています。宿泊需要を受け入れる観光客収容力もあります。各地には観光に対して意欲的な人材が存在します。

弱みには、以下の項目があります。

- ・低下している被災地としての集客力（被災地ツアーの減少から）
- ・シープラザ釜石等の観光施設の集客力低下
- ・全国的に見て良いとはいえない交通アクセス
- ・象徴的なイメージが確立されていない観光資源
- ・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
- ・観光地として地域が一体となった推進力（観光に関わる人材の連携等）が弱い
- ・観光事業推進への機運の低さ

課題には以下があります。

集客の目玉となるような代表的な景勝地や名物料理が想起されにくく、他地域との差別化が図られているとはいえません。意欲的な人材が多数存在していますが、その数や連携体制が十分とまではいえません。観光地として域内の情報共有や情報発信が不足しており、観光に対する全般的に低い意識が、ホスピタリティの弱さにも表れています。地域一丸となった観光振興への取り組みが求められています。

これらを踏まえると、釜石市は、貴重な観光資源を有していながら、その強みを顕在化させ、有効に活用できていないのが現状です。今後は、釜石市民が主体となって理念や情報を共有し、一丸となった取り組みを進めることが求められます。強みとなる貴重な資源を活かすためには、観光振興に対する釜石市民の参加性を高めて一体感を醸成することが、観光振興ビジョンを推進する初期段階として、極めて重要な課題といえます。

第二項 釜石市観光におけるターゲット

この項では、釜石市観光のターゲットについて考察します。

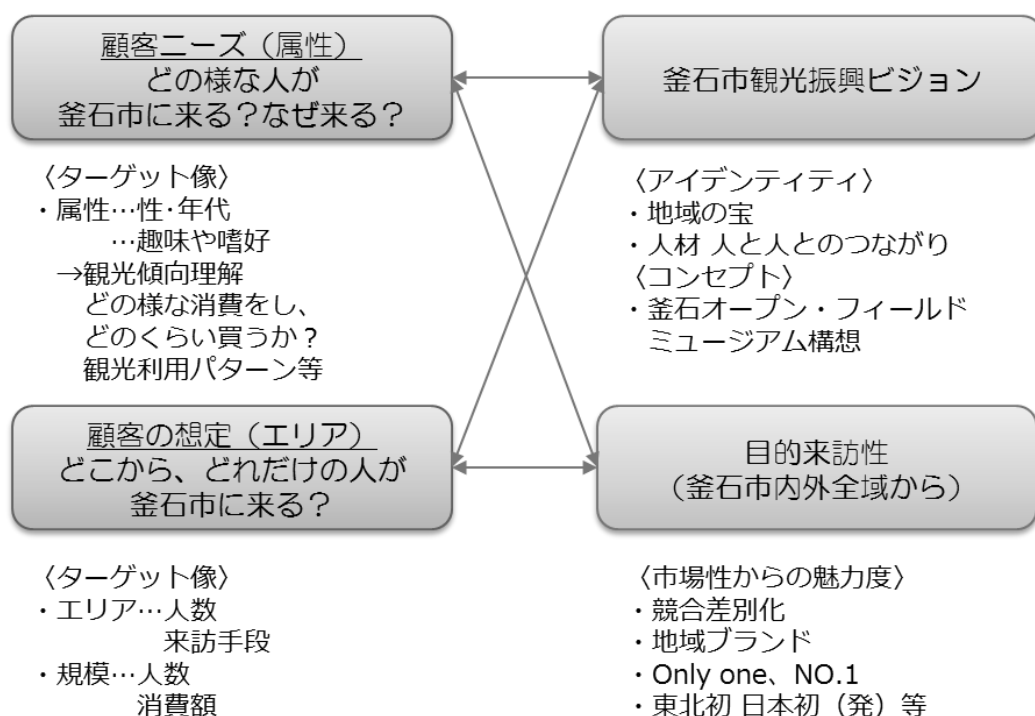
1. ターゲット設定の考え方

釜石市内に滞在する復興関係者は減少傾向で、今後は、宿泊施設の稼働率が低下する可能性があります。そのため、効率的に釜石市の魅力を釜石市内外に伝えて、復興関係者に代わる来訪者を確保していかなければなりません。近い将来の環境の変化予想を踏まえて、新たにターゲット像（想定される顧客層）を特定する必要があります。

2. 顧客の特定化（ターゲティング）

釜石市観光顧客（来訪者）を新たに創造していくためには、まず「顧客は誰か（どんな人が、どこから、どのようにして、どれだけ来るか）」を「顧客の特定化（ターゲティング）」として捉えることが必要となります。

ターゲット設定の考え方 イメージ図



3. ターゲット像

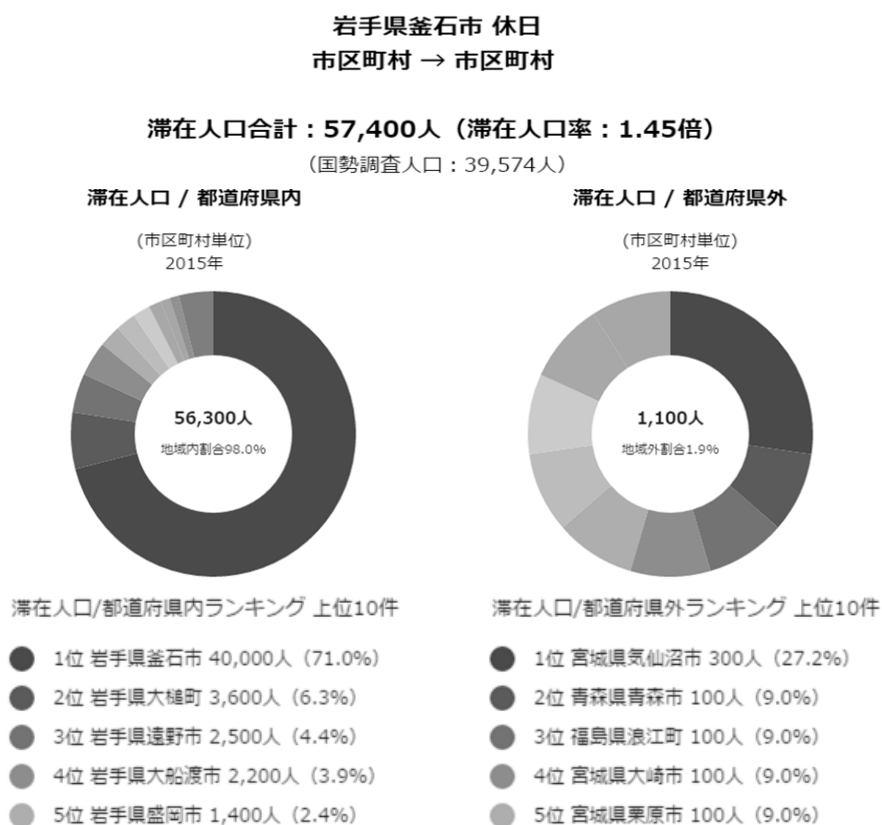
(1) エリアからの考え方

最重点ターゲットとして岩手県民（特に近隣市町村）を設定します。準重点ターゲットとして宮城県民や岩手県内（沿岸・県南地区）の来訪者にまで拡大させます。

釜石市へ来訪者はどこから来るのか、人の流れ等の官民ビッグデータを集約し可視化する「RESAS」（地域経済分析システム）を用いて分析を行いました。

岩手県内からの来訪者（滞在人口）の内訳を見てみると、隣接する大槌町、遠野市、大船渡市からの来訪者が上位を占めています。岩手県外では宮城県、青森県の順番で来訪者が存在することが分かります。しかしながら、岩手県内（釜石市以外）からの来訪人数も多くはなく、まだ岩手県内エリアから釜石市への来訪者を十分に獲得できていないといえます。

良いとは言えない交通アクセスを考慮すると、現時点での最重点ターゲットエリアは岩手県民（特に釜石市内および近隣市町村）とし、準重点ターゲットエリアについては宮城県民（特に北部エリア・宮城気仙沼圏域）が現実的で望ましいことが読み取れます。



出典：RESAS 観光マップ（From-to 分析）より引用

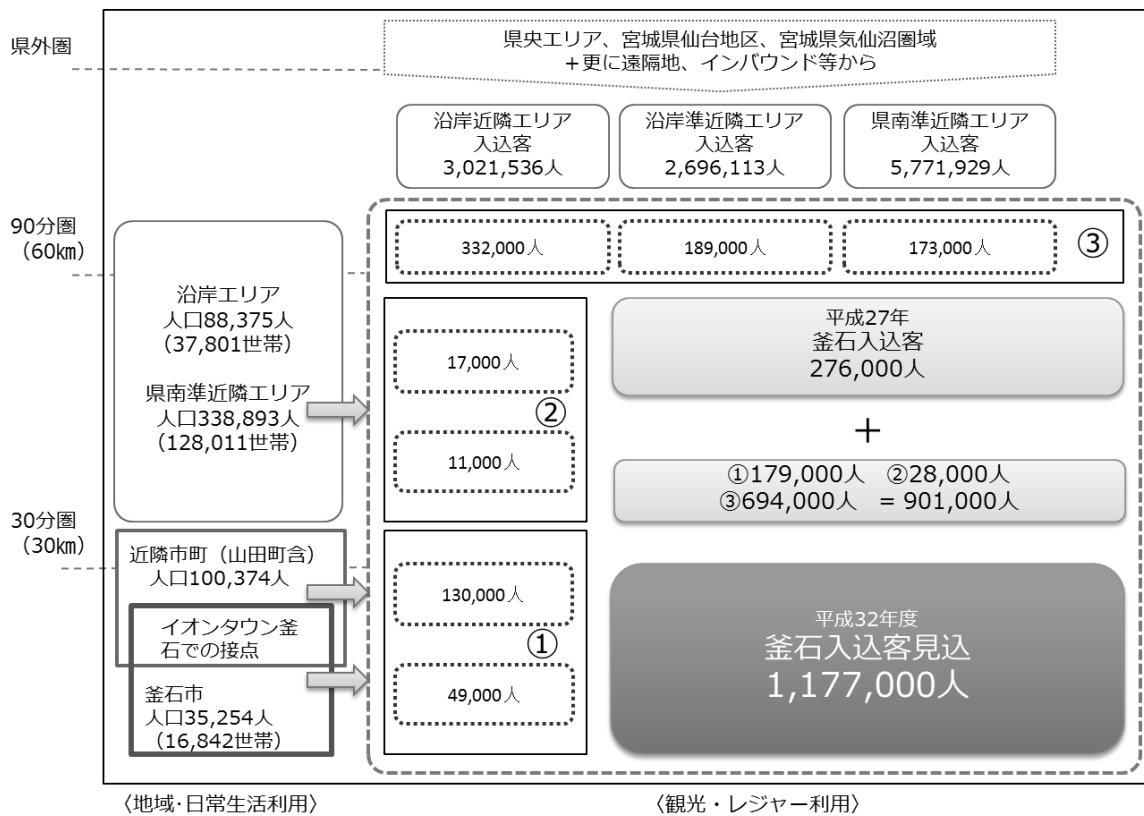
2015年の年間平均で市内に2時間以上滞在した人をスマホアプリの位置情報より抽出

まず、最重点ターゲットエリアの中でも重きを置くのは 1.68 万世帯（平成 29 年 1 月現在）の釜石市民と、イオンタウン釜石へ週末に来店するような近隣市町村住民（①）です。国道 45 号「三陸沿岸道路」、国道 283 号「東北横断自動車道釜石秋田線（釜石～花巻）」等、釜石市外からの交通整備が進むタイミングに合わせて、沿岸・県南（東部）エリアの市町村住民（②）を加えていきます。そして、準重点ターゲットエリアである宮城県民（特に北部エリア・宮城気仙沼圏域）や東北最大の都市である仙台市、県央エリアの盛岡市、さらには一人当たりの消費金額の多い「訪日外国人観光客」や「首都圏住民」を含む「沿岸・県南エリアの来訪者（観光客）」（③）にターゲットエリアを拡大していきます。

これらにより、現状の観光客（入込客数）27 万 6 千人を成長させ、近い将来は 117 万 7 千人の観光客（入込客数）を狙うことができます。



ターゲットエリアの考え方 イメージ図



ターゲットエリアの考え方の算出根拠

①「釜石市民と近隣市町村住民」の来訪促進（観光客化）を図ります。

➡新たに+179,000人

釜石市民

- ・16,842世帯×74%（独占シェア）＝12,463世帯
- ・観光集客を以下と推定します。

年4回利用 12,463世帯×1世帯（単独世帯で訪れる）×4回＝49,852世帯≒49,000人

年4回利用：文化施設入場、遊園地入場・乗物、他の入場の回数4.09回（総務省家計調査 平成26年より計算）＋国内日帰り旅行 観光・レクリエーションの回数3.65回（公益財団法人日本交通公社旅行年報2016） 合計7.74回の約50%を想定。

近隣市町村（山田町含）人口100,374人の内訳

	人口	世帯	入込客（平成27年）
住田町	5,814	2,240	74,264
大槌町	12,278	5,456	20,000
大船渡市	37,891	15,005	994,794
山田町	16,163	6,677	231,276
遠野市	28,228	10,894	1,701,202
合計	100,374	40,272	3,021,536

（単位：人、世帯）

近隣市町村住民

イオンタウン釜石の年間来場者数 235万人（当初目論見500万人）

- ・平日集客 6,000人～7,000人
- ・土日集客 11,000人～12,000人

※読売WEB 2016年3月5日発表データ

※日経WEB 2016年3月15日発表データ（当初目論）

- ・土日集客12,000人－平日6,000人＝6,000人がレジャー・観光利用の可能性を持つと考えます。
- ・土日遠方来店の利用者は人口10万以下の都市では、一般に月2回程度の来店頻度とされています。
- ・6,000人×土日2日×年52週÷2（重なり）＝312,000人（釜石観光可能性人数）
- ・釜石観光可能性人数のうちのシェアは42%（相対的安定・圧倒的一番シェア）を目論みます。
- ・観光集客を以下と推定します。

312,000人×42%＝131,040人≒130,000人

②「沿岸・県南（東部）エリアの準近隣市町村住民」の来訪促進（観光客化）を図ります。

➡新たに+28,000人

沿岸エリア世帯 37,801 世帯の内訳

	人口	世帯	入込客（平成27年）
宮古市	55,115	24,215	1,216,295
岩泉町	9,832	4,541	429,024
田野畑村	3,583	1,446	551,870
陸前高田市	19,845	7,599	498,924
合計	88,375	37,801	2,696,113

（単位：人、世帯）

- ・観光イメージは、世帯の（観光に向かう意思を持った）大人が、1年に複数回利用する想定を狙います。
- ・観光集客を以下と推定します。

年2回利用 37,801世帯×15%（認知シェアよりやや高いシェア）×1.5世帯（友人等別世帯と一緒に訪れることが多い）×2回=17,010世帯≒17,000人

年2回利用：文化施設入場、遊園地入場・乗物、他の入場の回数 4.09回（総務省家計調査 平成26年より計算）+国内日帰り旅行 観光・レクリエーションの回数 3.65回（公益財団法人日本交通公社旅行年報 2016） 合計 7.74回の約25%を想定。

県南準近隣エリア世帯 128,011 世帯の内訳

	人口	世帯	入込客（平成27年）
一関市	120,860	46,249	2,194,025
花巻市	97,934	36,894	2,150,684
奥州市	120,099	44,868	1,427,220
合計	338,893	128,011	5,771,929

（単位：人、世帯）

- ・観光イメージは、世帯の（観光に向かう意思を持った）大人が、1年に複数回利用する想定を狙います。
- ・観光集客を以下と推定します。

年1.5回利用 128,011世帯×35%（一部の地区として想定）×11%（認知シェア）×1.5世帯（友人等別世帯と一緒に訪れることが多い）×1.5回=11,089世帯≒11,000人

年1.5回利用：文化施設入場、遊園地入場・乗物、他の入場の回数 4.09回（総務省家計調査 平成26年より計算）+国内日帰り旅行 観光・レクリエーションの回数 3.65回（公益財団法人日本交通公社旅行年報 2016） 合計 7.74回の約15%を想定。

③「沿岸・県南エリアの来訪者（観光客）」の来訪促進（観光客化）を図ります。

➡新たに+694,000人

沿岸近隣エリア入込客 3,021,536 人の内訳

	人口	世帯	入込客（平成27年）
住田町	5,814	2,240	74,264
大槌町	12,278	5,456	20,000
大船渡市	37,891	15,005	994,794
山田町	16,163	6,677	231,276
遠野市	28,228	10,894	1,701,202
合計	100,374	40,272	3,021,536

（単位：人、世帯）

- ・沿岸近隣エリアへの来訪者（観光客）に対して、来訪先を釜石市に振替える、または、第2、第3の目的地として釜石市も訪問先に加えていただくことを目論む。
- ・観光集客を以下と推定します。

入込客 3,021,536 人 × 11%（認知シェア） = 332,369 人 ÷ 332,000 人

沿岸準近隣エリア入込客 2,696,113 人の内訳

	人口	世帯	入込客（平成27年）
宮古市	55,115	24,215	1,216,295
岩泉町	9,832	4,541	429,024
田野畑村	3,583	1,446	551,870
陸前高田市	19,845	7,599	498,924
合計	88,375	37,801	2,696,113

（単位：人、世帯）

- ・沿岸準近隣エリアへの来訪者（観光客）に対して、来訪先を釜石市に振替える、または、第2、第3の目的地として釜石市も訪問先に加えていただくことを目論む。
- ・観光集客を以下と推定します。

入込客 2,696,113 人 × 7%（存在シェア） = 188,728 人 ÷ 189,000 人

県南準近隣エリア入込客 5,771,929 人の内訳

	人口	世帯	入込客（平成27年）
一関市	120,860	46,249	2,194,025
花巻市	97,934	36,894	2,150,684
奥州市	120,099	44,868	1,427,220
合計	338,893	128,011	5,771,929

（単位：人、世帯）

- ・県南準近隣エリアへの来訪者（観光客）に対して、来訪先を釜石市に振替える、または、第2、第3の目的地として釜石市も訪問先に加えていただくことを目論む。
- ・観光集客を以下と推定します。

入込客 5,771,929 人 × 3%（橋頭堡シェア） = 173,158 人 ÷ 173,000 人

以下を基準にシェア目標を設定しています。

	状況	シェア目標
独占シェア	少数の競合しか存在しない状況です。	73.9%
認知シェア	存在が確認されるシェア目標のことです。競合からも存在が認知される状況です。	10.9%
存在シェア	存在が許されるシェアです。市場価値が低下し、これ以下のシェアになった場合は撤退を検討する状況です。	6.8%
橋頭堡シェア	橋頭堡とは「足がかり」のことです。市場に参入するための足がかりを築いた状況です。	2.8%

入込客データは、平成 28 年 10 月発表

「平成 27 年版データ 岩手県商工労働観光部観光課」より

（２）属性／性別・世代・趣味や嗜好からの考え方

●子育てがある程度落ち着き、旅行に興味を持つアクティブな女性

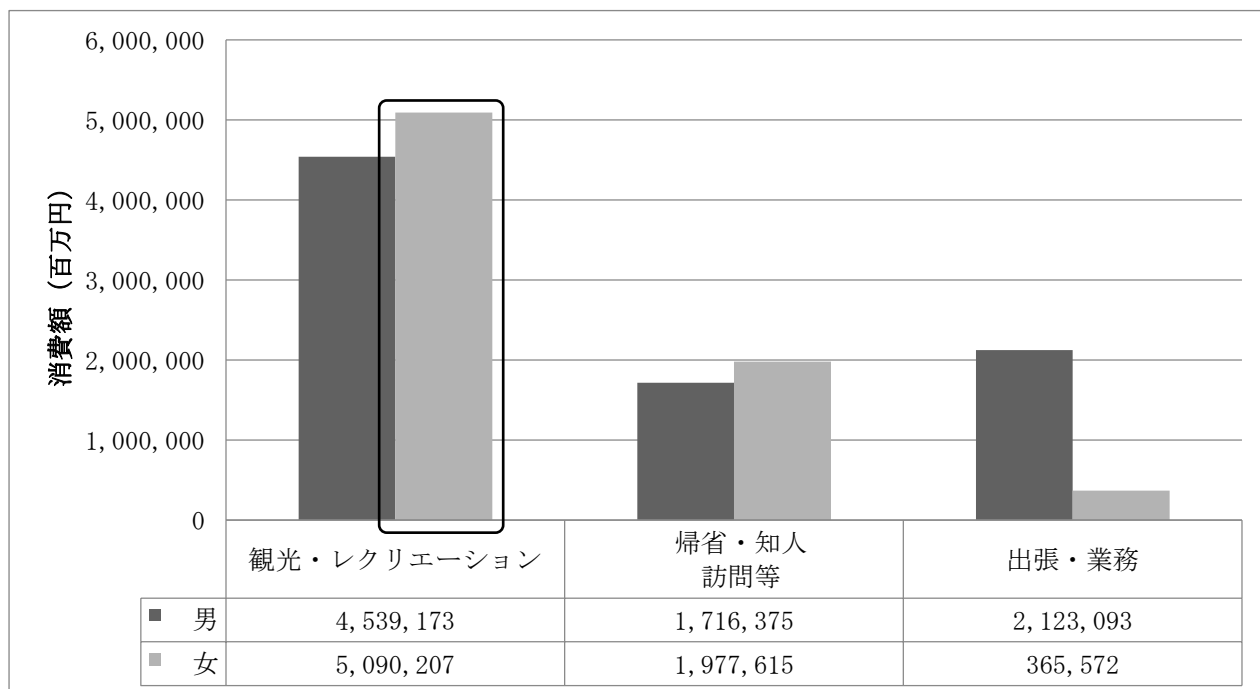
女性は男性と比較し、旅行先での消費額が多いため、性別では女性をターゲットとし、年代は、人口が比較的多い40代、50代、60代を中心とします。特に、時間的余裕もあり、各種の年齢的特典（大人の休日倶楽部パス等）のある50代～60代の女性をメインターゲットと定めます。

女性は観光で「今までに行ったことのない所に行きたい」「食べ歩き旅行がしたい」や「その時期だけの特別な観光ができる旅行がしたい」嗜好があり、“リフレッシュ・充電”の非日常的な場を求めています。また、年齢が高くなるにつれ、近所の友人や趣味を通じた友人等と一緒に出掛ける傾向が見られます。子供が独立し、夫婦のみ、あるいは単身の世帯の割合も増加することから、世帯外とのつながりが増えることが背景にあると考えられます。

以上の性別・世代・趣味や嗜好を踏まえて、釜石市は受け入れ態勢を整えます。

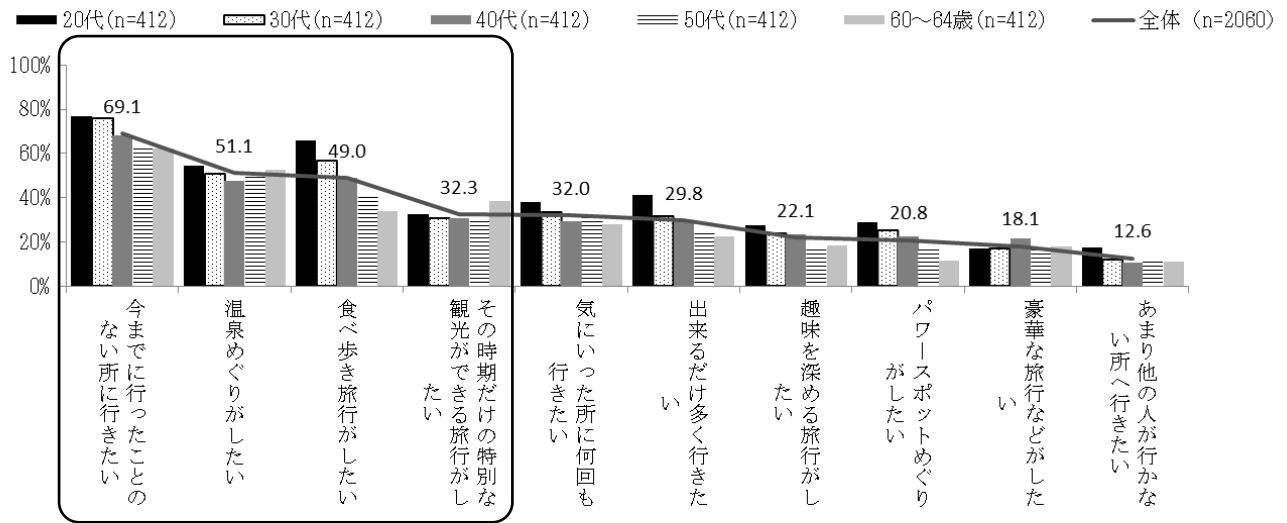
なお、三陸沿岸地域では、女性（年代は40代、50代、60代）に対して明確な優位性を確立できている自治体は見当たりません。例えば、非日常を演出する釜石市にしかない食事、癒しやおしゃれ感を漂わせる飲食店（釜石市の姉妹都市「仏・ディーニュ・レ・バン」の田舎料理に、ストウブ社鉄鍋を模した“南部鉄器”を使用するカフェ等）が存在すれば、一つの吸引力になると考えられます。

男女別旅行消費額

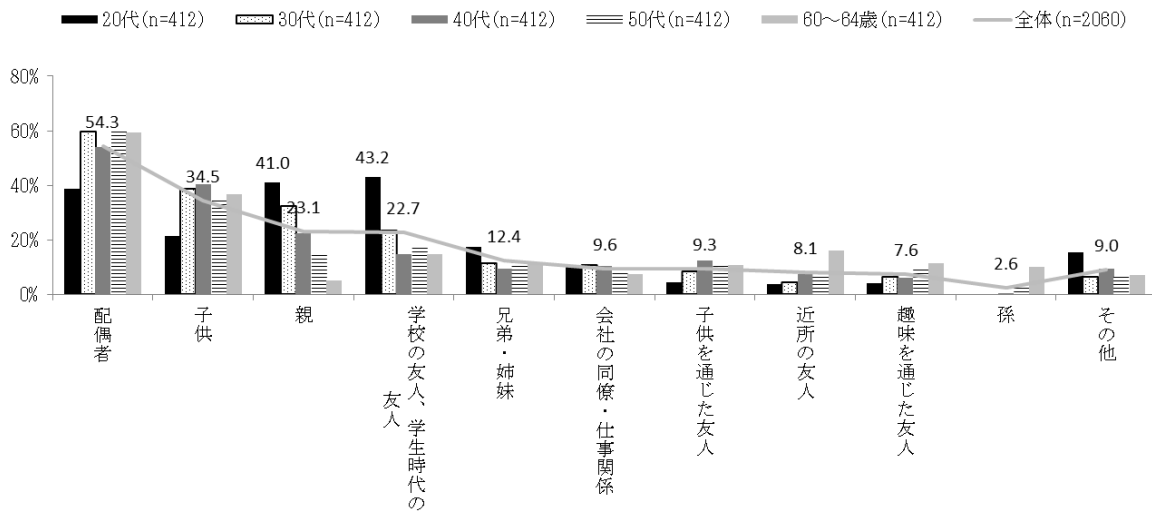


（出典）観光庁「旅行・観光消費動向調査 2015」

行ってみたい国内旅行



普段よく一緒に出掛ける人



(出典) JTB 総合研究所「女性の旅行と情報収集についての調査」(平成 26 年) より引用
平成 26 年 5 月実施 対象者: 20 歳～64 歳の女性 (合計 2,060 人)

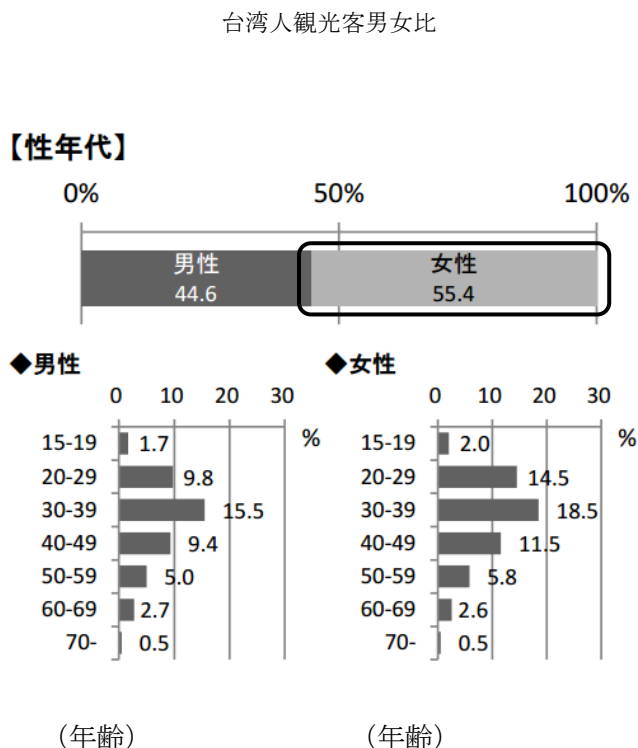
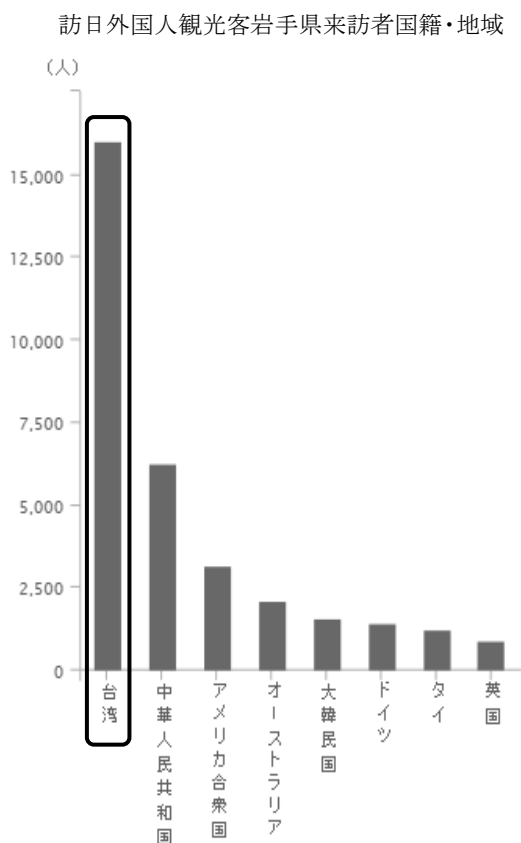
(3) 訪日外国人観光客

- 台湾人女性を最重点ターゲットに。
- ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会の出場国に対しても積極的な対応を。

年を追うごとに、日本旅行を経験する訪日外国人観光客が増加することにより、再来訪者の比率が増え、これまでの定番ルートや買い物主体の観光とは異なる新しいコースの周遊観光が求められていきます。その結果、新たな訪問先として、釜石市への来訪者も増加する可能性が高まっています。

岩手県ではタイ・台湾をターゲットとした観光事業に多く取り組んできています。特に、台湾からの定期チャーター便への働きかけのみならず、宮城県の仙台国際空港でも、台湾便（平成 29 年現在週 6 便）が就航しており、台湾人が東北へ旅行する機会は拡大しています。

台湾人来訪者の男女比で見ると女性が半数を超えており、釜石市では訪日外国人観光客に関しては台湾人女性を最重点のターゲット顧客として設定します。また、ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会の出場国（特に釜石市開催試合の出場国）もターゲットとします。



(出典) 観光庁 平成 27 年度訪日外国人消費動向調査

第三章 基本的な考え方ー 釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想

第一節 釜石オープン・フィールド・ミュージアムの目指す姿

第一項 釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想の考え方

ビジョン策定の趣旨で示した通り、釜石市は、観光という手法を用いて、釜石市民とともに、東日本大震災で大きな被害を受けた地域をあらためて見つめ直し、「地域の宝」が何であるのかを再発見し、それを釜石市内外に示していきます。そのためには、釜石市内の全域に存在する「地域の宝」を釜石市民の間で共有し、釜石市外へそれを伝えていく、新しい「滞在交流型観光システム」を導入する必要があります。

釜石市は、釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想を導入します。釜石市民の参加性を高めて一体感を醸成し、「地域の宝」を再発見する過程を通して、釜石市民に「住まう誇り」を呼び戻します。そして、釜石市内の全域・隅々まで回遊するコースや体験プログラムを開発し、釜石市外へは釜石市への来訪を呼びかけます。

釜石市が目指す釜石オープン・フィールド・ミュージアムは

東北で唯一の世界遺産を伴う市内全域型フィールド・ミュージアム

～釜石市全体が生きた博物館～

第二項 オープン・フィールド・ミュージアムの定義

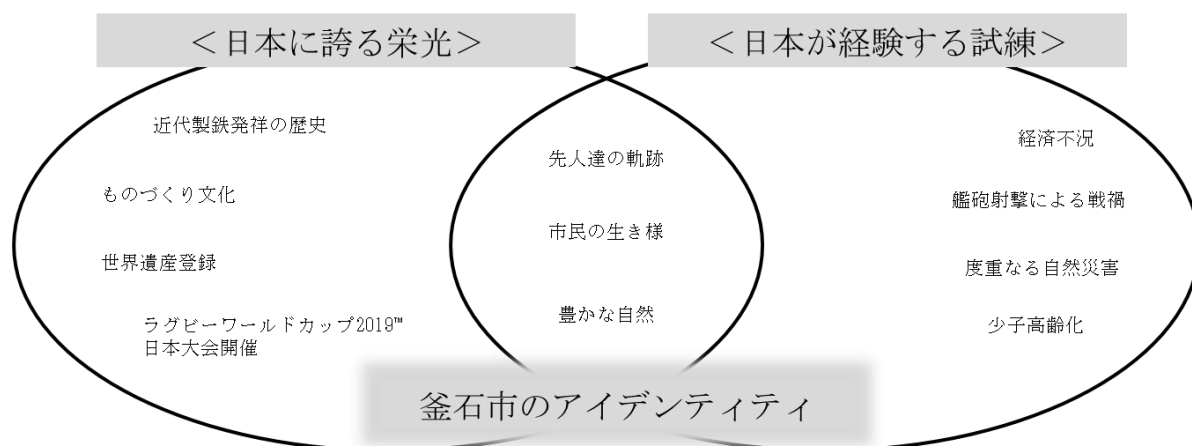
フィールド・ミュージアムとは、広く一般的に「エリア全体を博物館と見立てる」意味で用いられます。これは施設（ハード）としての博物館ではなく、その地域に固有の自然・歴史・文化等を野外で直接体験し、学習できる「システム」のことを指します。

「学び」「展示」「保全」といった本来の博物館の役割だけではなく「参加・交流・コミュニティ」「観光」「情報発信」「活性化」にまで役割は多岐にわたります。また、フィールド・ミュージアムを立ち上げる取り組み過程は、観光地域づくりそのものです。取り組みを通して、釜石市民の郷土愛を醸成し、観光人材を育成し、最終的には移住者の受け入れに寄与します。

釜石市民の気質として“ヨソモノ”を拒絶しない、というものがあります。釜石市には、魚や鉄の交易拠点や企業城下町として歩み外部人材を受け入れてきた、オープンな歴史的背景と文化的土壌があります。そこで、釜石市は、このフィールド・ミュージアム構想を釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想と命名しました。

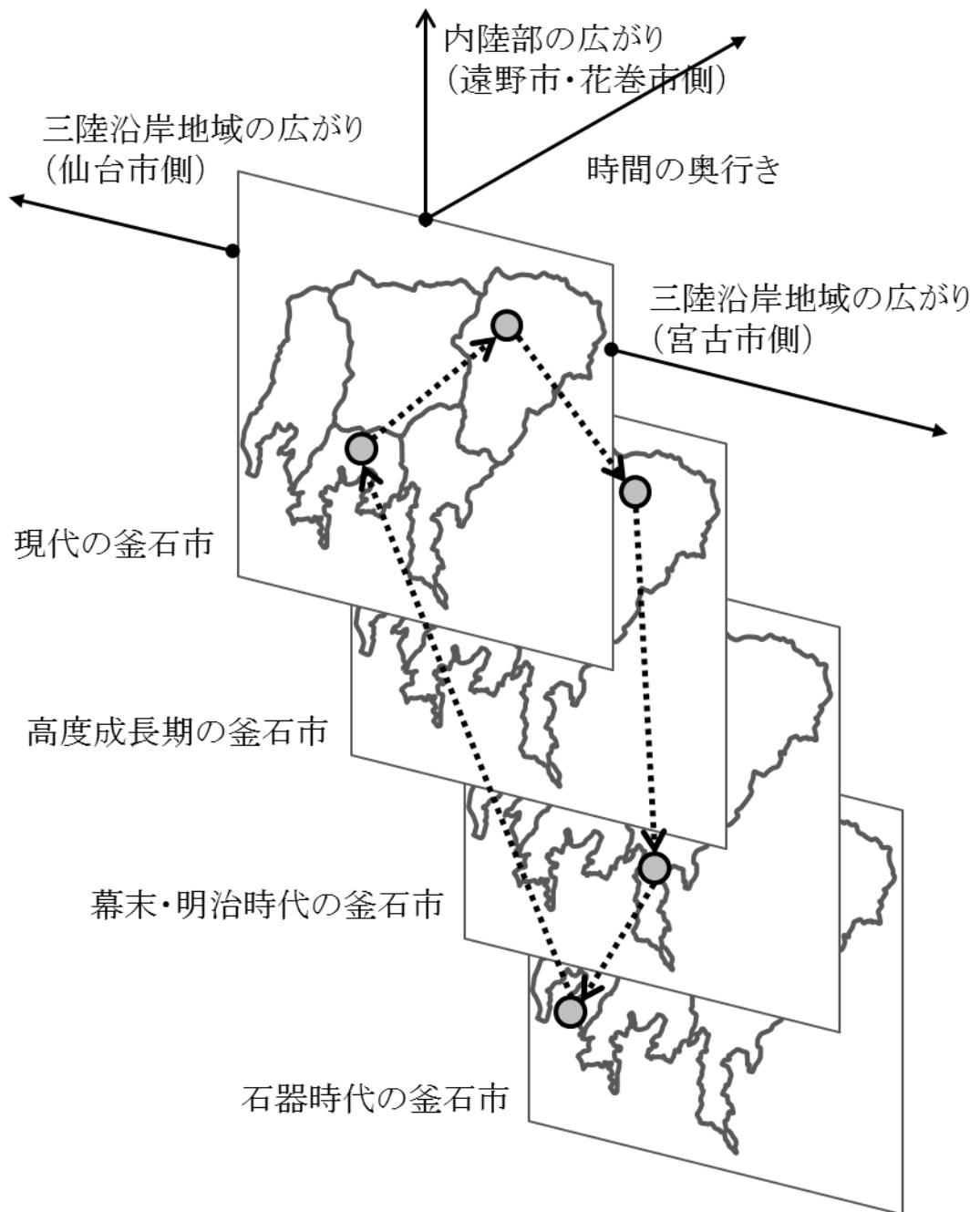
第三項 釜石オープン・フィールド・ミュージアムで体験できること

「時代に先駆け 挑戦し続ける釜石」



日本は幕末・明治時代に産業革命を起こし、欧米の列強に肩を並べることを目標に世界でもまれな急成長を遂げました。そして、第二次世界大戦による荒廃、度重なる自然災害等の被害等、さまざまな幾多の試練を乗り越えてきました。現在では経済不況や少子高齢化による人口問題にも直面しています。釜石市民は、これらの試練に対して常にいち早く、時代に先駆けて挑戦してきました。山を切り拓き、自然災害と戦い、近代製鉄をいち早く起こし、モノづくりを極め・・・数々の「挑戦」の歴史こそが釜石市民の生き様です。釜石市を訪れると、豊かな自然に出合えるだけでなく、各所に残る先人たちの挑戦の軌跡を、時空を超えて体験することができます。

釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想模式図



第四項 3つの基本理念

釜石市民、来訪者双方にとってメリットのある仕組みとするために、釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想を推進する基盤となる3つの基本理念を定めることとします。

《3つの基本理念》

<くらし>

釜石市で生活してきた市民一人ひとりの暮らしが観光資源となり重要な役割を果たします。釜石オープン・フィールド・ミュージアムをつくり上げる過程で、釜石市独自の素晴らしい生活文化や釜石市民のこれまでの生き様を、釜石市民が改めて認識することで、住まう誇りを取り戻します。来訪者へも独自の文化として広く体験機会を提供することを目指します。

<まなび>

釜石市で生活してきた市民一人ひとりが地域を学び、釜石市民の手で、これまで埋もれていた釜石市の自慢できる場所、自慢できる事、自慢できる物、自慢できる人といった「住まう誇り（地域の宝）」を発掘することで、釜石オープン・フィールド・ミュージアムをつくり上げます。教育委員会との連携により、学校でのコミュニティスクール推進事業等を通じた「住まう誇り（地域の宝）」の発掘も行います。さらなる研究や観光資源保全のために学術機関との連携も検討します。

また、釜石市内の全域・隅々まで回遊するコースや体験プログラムを通して、生きた学びの場を提供します。釜石オープン・フィールド・ミュージアムを総合学習や遠足、野外授業等の体験学習や環境学習等へ活用します。そして、釜石市外からの学習旅行や研修旅行の誘致拡大にも活用します。

<つながり>

釜石市内の各地区をつなぎ、全域を回遊するコース開発を行います。釜石市内の交通網を整備し、市内全域を移動しやすい環境をつくり出します。観光促進に関する覚書を締結した Airbnb（エアビーアンドビー）等との連携も積極的に行い民泊の受け入れを拡大する等、来訪者と釜石市民との交流を拡大します。例えば橋野地区には人を自分の家の軒先へ招き話をする「ねまる」というおもてなし文化があるように、釜石市民一人ひとりの来訪者へのおもてなしを通じて人と人とのつながりを生み出します。そのことにより、釜石ファンを育成、拡大し、最終的には移住者の増加を目指します。

第二節 4つの基本方針

釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想を実現するためには、釜石市民自らが楽しみながらもてなす側・もてなされる側として参画・活躍することが必要です。これまで埋もれていた釜石市の自慢できる場所、自慢できる事、自慢できる物、自慢できる人といった「住まう誇り(地域の宝)」を共有し、今まで以上に釜石市に愛着を持ち、住み続けたくなり、外から釜石市に人を呼び込みたくなる釜石市民が増加する環境（移住者の増加）をつくり続けることを目指します。ここに、4つの基本方針を定めます。

《4つの基本方針》

1) 釜石市民同士の域内交流の拡大

市民自らが各地区での魅力を再発掘・再認識した上で、釜石市内他地区との意見交換、相互訪問をすることにより、地区を超えた釜石市民の交流の輪を広げていきます。「釜石市への郷土愛と住まう誇り」を持てる釜石市民を増やしていくことを目指します。

2) マーケティングデータ分析に基づく観光事業推進

過去には属人的な経験による取り組みが行われていましたが、マーケティングデータに基づいた戦略的な取り組みを行います。来訪者の満足度を把握する（上げる）ことで、釜石市への入込客数の増加と釜石市内での消費額のさらなる拡大を目指します。

3) 宿泊を伴う滞在交流型観光の創出

釜石市内に朝夜に滞在することを前提とした滞在プランや仕組みの創出、鉄路／道路の開通によるターゲット市場の拡大を活かし、民泊からホテルまでの多様な宿泊施設を提供することにより、滞在時間の拡大を目指します。

4) ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会後の国際交流・多様性の受け入れ促進

ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会を好機と捉え、ガイドの育成や釜石市民によるおもてなし等のソフト面、Wi-Fi スポットや案内サインの統一等のハード面、両面での受け入れ環境整備を活かし、多様な来訪者の受け入れを継続していくことを目指します。

第一項 釜石市民同士の域内交流の拡大

釜石オープン・フィールド・ミュージアムをつくる過程で、釜石市民が地域のアイデンティティを見つめ直し、「住まう誇り（地域の宝）」を発掘し、共有し、東日本大震災で失いかけた釜石市の魅力や価値を再評価します。釜石市民が住んでいるエリアから足を踏み出し交流を拡大。釜石市の魅力や価値を釜石市全域の市民が全員で共有できる環境をつくり出します。釜石市民が「住まう誇り（地域の宝）」をガイドし、また逆にガイドされ、人と人とのコミュニケーションをつくり出し、釜石市民の「つながり」を生み出します。全ての釜石市民が釜石市に愛着を持ち、住み続けたいことを目指します。この域内交流により、各地区の「住まう誇り（地域の宝）」を、釜石市全域に拡散させます。さらには、釜石市民が外から人を釜石市に呼び込みたいという気持ちを育てます。

例えば、学校教育と連動し次世代のひとづくりを応援する取り組みである、「コミュニティスクール推進事業」をはじめとする鉄の学習等、地域理解を深められる場づくりを支援し、青少年の世代から郷土愛を育み、栗橋地区以外に居住する釜石市民が橋野鉄鉱山から鉄の魅力や価値を理解し共有できる仕組みづくりを促進していきます。また、釜石市内で開催する観光イベント、文化・芸能イベントにより、釜石市民の交流を拡大させていきます。各地区のイベントに他地区の釜石市民が参加することを積極的に推奨していきます。

第二項 マーケティングデータ分析に基づく観光事業推進

来訪者の満足度を把握し、再来訪の促進や課題を解決するために、マーケティングデータ分析を徹底します。過去の属人的な経験だけに頼らず、客観的な事実に基づく現状を把握することで課題を明確化し、解決のための戦略的な観光事業推進を継続して行います。

来訪者の属性情報、宿泊単価、滞在日数、参加形態等の基本情報や移動情報等のビッグデータを取得し、専門家の視点を加えて分析し戦略立案することが重要です。一度実行して終わりではなく効果測定から調整までを繰り返すことが大切です。Plan（計画）→Do（実行）→Check（評価）→Action（改善）のPDCAサイクルを繰り返すことで観光事業を改善していきます。

例えば、このような項目を調査し1年ごとの変化を把握していきます

- 釜石市には、どのような人が来訪しているのか
- 釜石市には、何人くらい来訪しているのか
- 来訪者は、なぜ釜石市に来たのか
- 来訪者は、どこから、どのようにして釜石市に来たのか
- 来訪者は、再来訪なのか新規来訪なのか
- 来訪者は、釜石市内で何をしているのか
- 来訪者は、どれくらいの期間で釜石市に滞在するのか
- 来訪者は、釜石市内でどのくらい消費しているのか

第三項 釜石市内での宿泊を伴う滞在交流型観光の創出

釜石市にはビジネスホテルを中心に宿泊施設が多数あり、三陸沿岸地域では最大規模（部屋数では最大）の宿泊客を受け入れられる地域です。その多くは市内中心部（東部地区）に位置しています。宿泊客の増加は市内中心部での滞在時間を長くし、宿泊、飲食等、消費金額を増加させる効果があり、その結果、市内中心部（東部地区）の活性化につながり、市内中心部（東部地区）が釜石市の震災復興を牽引していくことになります。釜石オープン・フィールド・ミュージアムを展開するにあたり、見学コース設定や提供体験プログラム開発においては、釜石市内での宿泊を伴う滞在交流型観光の創出を心がけます。例えば「早朝に漁船の上から朝日を浴びる釜石大観音を見学できる漁業体験」等が、これに相当します。

平成 28 年 10 月、釜石市は米国民泊サービス大手の Airbnb（エアビーアンドビー）と観光促進に関する覚書を締結しました。農林水産省が「グリーン・ツーリズム」の一環として推進する「農家民泊」を中心に宿泊の受け入れを拡大します。釜石市は三陸沿岸地域における主たる滞在促進地区の役割を担うことを目指します。Airbnb（エアビーアンドビー）との提携は、将来の訪日外国人観光客の取り込みに、大きな強みになったといえます。

三陸沿岸地域では最大規模（部屋数では最大）の宿泊客を受け入れられる地域であることを活かし、学校、企業、地域コミュニティの教育旅行も積極的に誘致します。



第四項 ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会後の国際交流・多様性の受け入れ促進

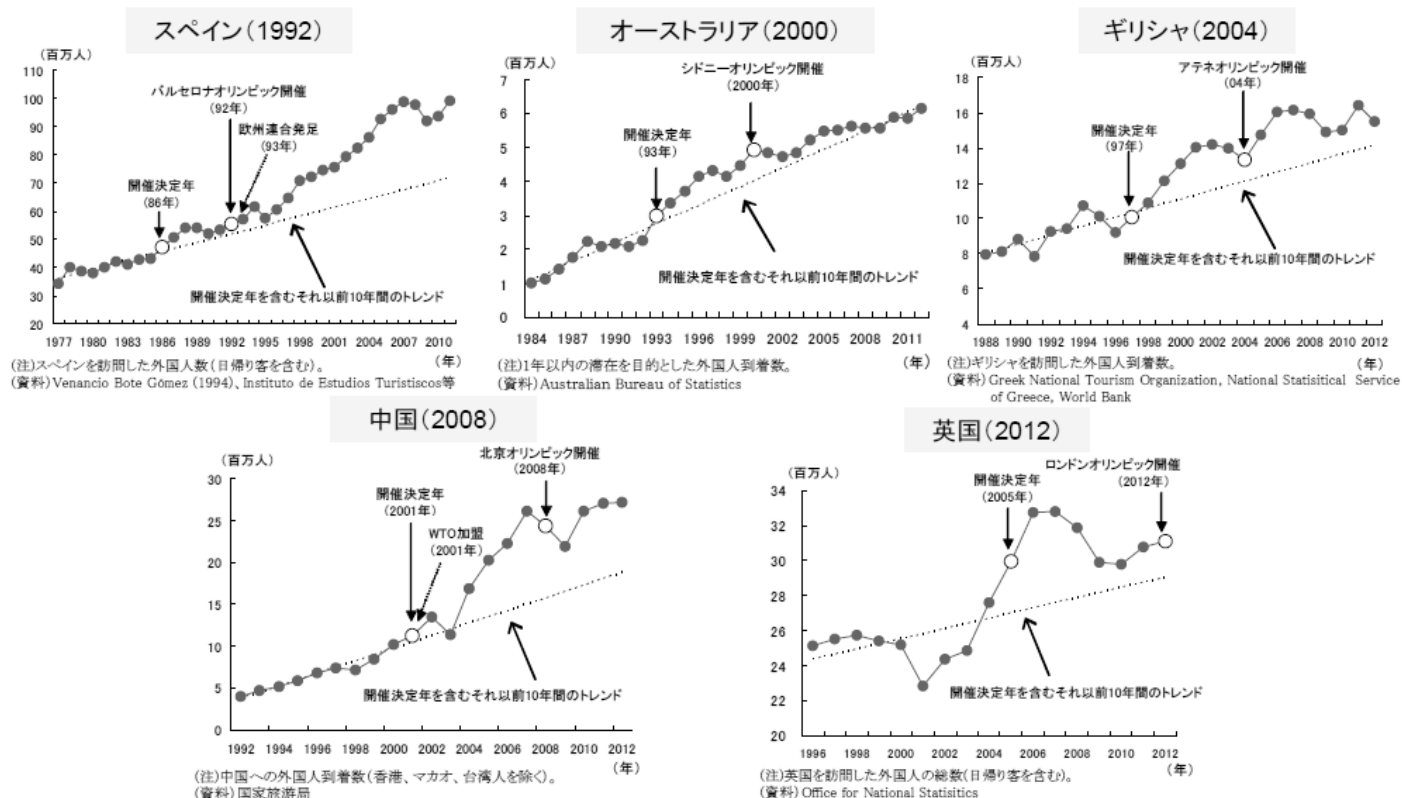
ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会が釜石市で開催されます。これを機に、訪日外国人観光客の受け入れ拡大に必要な施設や、Wi-Fi スポット等の通信環境、案内サインの統一、二次交通の整備、外国語ガイド等の観光人材育成等、受け入れ態勢の整備が行われます。

過去のオリンピック・パラリンピックの開催国の外国人旅行者数を見ると、開催決定後は、開催決定年を含むそれ以前の10年間のトレンドを上回って推移していく傾向が見られます。このように、過去の大会では、オリンピック・パラリンピックが、外国人観光客誘致の追い風になっていることが分かります。

この傾向の要因としては、オリンピック・パラリンピックの機会を捉え、有効な取り組み・施策を講じたことが考えられます。開催前の早い段階から、複数年にわたるプロモーションや、海外メディア対策・国際会議の誘致、公共交通ネットワークの整備、バリアフリー対策等に取り組み、大会効果を持続的なものとする上で成果を挙げています。また、国との連携により、国全体の魅力を発信するプロモーションや波及を狙ったイベント等、大会効果を開催地のみならず全国に波及させる上で成果を挙げてきました。

ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会および東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会でも同様に、大会開催後に国内外で釜石市を訪問する気持ちが高まる人が増加する可能性があります。ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会のために整備された受け入れ態勢を活かし、継続的な訪日外国人観光客の受け入れを促進する各種施策を実施します。

オリンピック後の来訪者数



(出典) みずほ総合研究所より引用

観光促進に関する覚書を締結した Airbnb（エアビーアンドビー）は、全世界 200 万軒以上の宿泊先を掲載し、利用者が検索・予約できる信頼性の高いコミュニティー・マーケットプレイスです。これら民間事業者・団体との連携も積極的に行い、新たな訪問先を求めている人との接点を拡大し、訪日外国人観光客をはじめとした国内外からの集客促進を行います。

また、ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会の開催により、大型国際大会の運営ノウハウを取得することができます。今後は、国内外の各種スポーツ大会の誘致も行い、多様な来訪者を受け入れる機会を拡大していきます。

第三節 釜石市が持続可能な都市となるために

本ビジョンでは「観光を通じた震災復興の実現」を目指しています。しかし、釜石市は東日本大震災からの復興にとどまらず、さらに、将来へ都市を継続していく必要があります。そのために、サステイナブルツーリズムの考え方を活用し、釜石市らしさを維持した都市の持続可能性の実現を目指します。

第一項 サステイナブルツーリズムの活用

サステイナブルツーリズムは、地域の生活を持続させるためのバランスを維持しながら観光を進めていくという考え方です。ここで「持続」させるのは「観光」ではなく「都市（市民生活）」です。

例えば、持続可能性を考慮せずに広く観光情報を発信すると、施設や環境の収容（受け入れ）可能人数以上の過度な誘客や、誘客可能範囲以上の設備投資等過度な都市開発を推し進めてしまう恐れがあります。

観光開発は、外部からの訪問者にとっての魅力を向上します。観光開発が進むと観光の満足度が高まり、観光入込客数は増加します。

一方で、観光開発が過度に進むと地域資源の保全を阻害します。そして、大量の来訪者による弊害で、市民生活の環境悪化が起こります。

市民生活の環境悪化を防ぐためには、地域資源を次世代へ継承するための学習・研究活動、保全活動が必要です。観光開発による過度な商業化を避けながら、地域資源を管理し、地域本来の姿をバランスよく保つことで「持続可能な都市」が実現します。

世界遺産に登録された橋野鉄鉱山を例に挙げると、採掘場から高炉場までをつなぐおよそ2.6kmの運搬路を含むルートは、保全のため立ち入りを禁止し非公開エリアとなっていました。世界遺産登録を記念して、平成27年9月に公開日と公開人数を限定した見学会を行いました。非公開エリアへの立ち入りができるとあって、観光客にとって満足度が高い状態にあったといえます。もし、観光客にとって満足度が高い状態を継続して観光入込客を大量に呼び込むためにこの限定を解除し、無秩序に来訪者が山道や遺跡関連資源に踏み込めるようにすると、地域資源の破壊を招き、次世代へ継承することができなくなります。

第二項 国際基準の管理評価指標の導入

前項での考え方を実現するための方法として、「持続可能な都市」（良好な市民生活の持続）を形成するための具体的な指標について、制度設計とそれに対応する管理評価指標が設定されています。この制度・指標は、グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会（G S T C）規定基準（国際的かつ持続可能な観光地の基準）によって、国連ミレニアム開発目標である地球規模の課題に対応して作成されました。平成 19 年に、27 団体で構成するネットワーク（グローバル・サステナブル・ツーリズム基準パートナーシップ）が設立され、基準の共同開発が始まりました。やがて平成 20 年に最初の基準がリリースされ、意見反映を経て最新版の「G S T C 宿泊施設およびツアーオペレーター用基準バージョン 2」が完成しました。この基準は、宿泊施設およびツアーオペレーターを対象に策定されたものですが、観光産業全般に適用することができます。国連が国際認証の導入を推進し世界約 30 か国において同指標が導入されていますが、日本では導入・認証された地域はまだありません。

そこで、釜石市は日本国内で第一号となる国際基準を満たす管理評価指標の導入を目指していくこととします。国際認証の日本国内第一号の取得により、「釜石市型サステナブルツーリズム」は全国に先駆けた挑戦のモデルケースとして日本国内外からの注目が高まることが予想されます。国内外から広く注目されることで、市民の観光への関心の高まり、釜石市内を視察する団体や個人の来訪者数増加も期待できます。

管理評価指標の導入を目指すにあたっては、定量的な K P I とその進捗状況を管理できる P D C A サイクルを明示するとともに、マーケティング志向に基づくデータ分析を行うことが必要です。管理評価指標は、観光事業において望ましい最低限の条件と持続可能な観光のあり方の共通理解のために、大きく 4 つのテーマに分けて策定されています。釜石市においても、今後の管理評価指標の導入にあたり、グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会規定基準を参考に、下記の観点での指標項目を実現する必要があります。

（参考）＜国際的かつ持続可能な観光地の基準＞

A. 持続可能な観光地管理 (14項目)	B. 地域社会における経済利益 最大化、悪影響の最小化 (9項目)	C. 地域社会、旅行者、自然文化 資源に対する利益の最大化、 悪影響の最小化 (6項目)	D. 環境による恩恵の最大化、 悪影響の最小化 (12項目)
A1. 持続可能な観光地への戦略 A2. 観光地の管理組織 A3. モニタリング A4. 観光業の季節変動に対する 経営管理 A5. 気候変動への適応 A6. 観光資源と魅力のリスト作成 A7. 規制計画 A8. ユニバーサルデザイン A9. 資産取得 A10. 旅行者の満足度 A11. 持続可能性の基準 A12. 安全と警備 A13. 危機管理と緊急時体制 A14. 観光促進	B1. 経済調査 B2. 地域の就業機会 B3. 住民参加 B4. 地域社会の声 B5. 地域住民のアクセス B6. 観光への気づきと教育 B7. 搾取の防止 B8. 地域社会の支援 B9. 地域企業の支援と フェアトレード	C1. 観光資源の保護 C2. 旅行者の管理 C3. 旅行者のふるまい C4. 文化遺産保護 C5. サイトの解説、 インタープリテーション C6. 知的財産	D1. 環境リスク D2. 繊細な環境の保護 D3. 野生生物の保護 D4. 温室効果ガスの排出 D5. 省エネルギー D6. 水資源管理 D7. 水の安全性 D8. 水質 D9. 廃水 D10. 廃棄物の削減 D11. 光害と騒音 D12. 環境に優しい交通

（出典）グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会（G S T C）

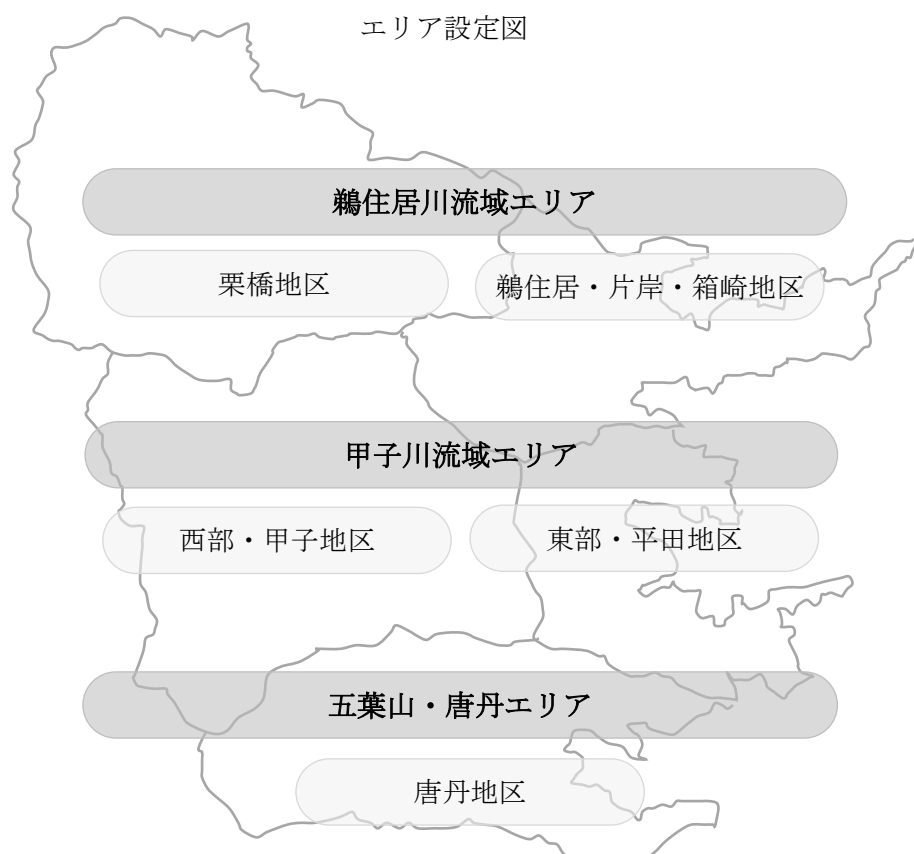
K P I : Key Performance Indicator の略称で組織や事業、業務の目標の達成度合いを計る定量的な指標（業績評価指標）のこと。

第四節 エリア設定の考え方

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。昭和 12 年に釜石市となり、昭和 30 年に旧釜石市、甲子村、鵜住居村、栗橋村、唐丹村が合併し、今の釜石市の姿となりました。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ました。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くいます。観光振興においても、多くの取り組みが、地区ごとに独立して行われてきました。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」の歴史があります。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ます。

釜石市における「観光を通じた震災復興の実現」のためには沿岸部である東部・平田地区をはじめ、鵜住居・片岸・箱崎地区、唐丹地区の活性化が欠かせませんが、それぞれの山側に存在する仙人峠および釜石鉱山、橋野鉄鉱山、五葉山といった山間部の観光資源活用と人材交流が必要です。そこで本振興ビジョンでは「うみ・やま連携」を活発化する 3 つのエリア分けを設定しました。

5 つの地区エリア	観光における 3 つのエリア
西部・甲子地区	甲子川流域エリア
東部・平田地区	
栗橋地区	鵜住居川流域エリア
鵜住居・片岸・箱崎地区	
唐丹地区	五葉山・唐丹エリア



各エリアの特徴を市民が共有するためのエリア・アイデンティティを設定しました。

第一項 甲子川流域エリア

甲子川流域エリア・アイデンティティ

～鉄都・釜石の大動脈～

釜石鉱山や明治政府が欧米諸国と肩を並べるために建設した官営釜石製鉄所の操業により、人が集まり、人々の暮らしを豊かにするための各種産業が発展してきました。道路を整備し、鉄道を敷設し、働く人たちの住まいが建設され、食が生み出され、日本の高度成長とともに大きく発展していきました。このエリアは三陸の交通の要所、釜石市の玄関口でもあります。釜石市と内陸地域を結び、また三陸沿岸地域を結ぶ道路や鉄道が交わる、釜石市民の生活になくてはならない大動脈の役割を担っています。

豊かな生態系に恵まれ、住民が新緑・紅葉の名所としても親しみを持つ仙人峠。仙人峠が属する北上高地の奥深く、釜石鉱山の歴史が物語るように石灰岩・花崗岩の多い地層を通り、澄んだ名水があります。この水は東部の釜石湾に流れ込むまでに、甲子柿をはじめとした農産物の命となり、流域の人々の心・喉の渇きを潤し、海に出ては釜石湾の豊かな漁場を支える重要な栄養分として海産資源を支えてきました。

豊かな自然と釜石製鉄所があったからこそ生まれた、この地域の生活、文化、歴史を丹念に紐解き、体験することで、この流域の生活に共感していただけるエリアです。

《東部・平田地区》

・地区の特徴

釜石駅周辺から港にかけて、釜石市の中心市街地が形成されており、商業、工業、教育・文化、行政等の都市機能が集積しています。大型商業施設を中心に新たな商業空間の形成が進められています。一方で、震災および撤退や移転等により大規模な低・未利用地が増加しています。

海沿いの高台には、「鉄の歴史館」や「釜石大観音」等の観光施設が立地しています。

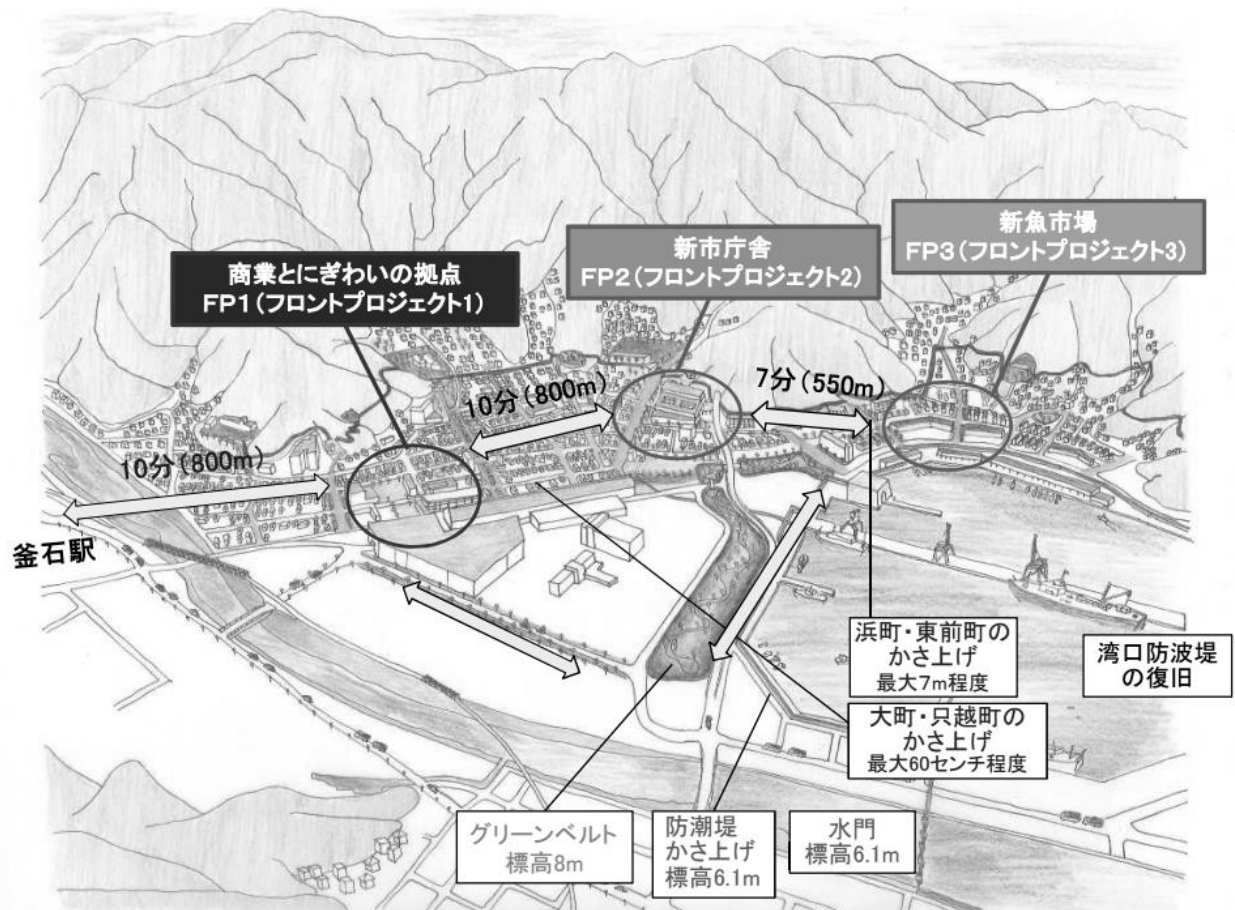
国道 45 号「三陸沿岸道路」と国道 283 号「東北横断自動車道釜石秋田線(釜石～花巻)」、JR 釜石線・JR 山田線と三陸鉄道により三陸沿岸地域と内陸地域を結ぶ交通の結節点となっています。

・復旧・復興の取り組み

釜石市は、復興まちづくりにおける市中心拠点の東部地区における商業集積、行政機能再構築、魚市場整備と併せた魚河岸地区のにぎわいづくりを推進する 3 つのフロントプロジェクト (FP) を展開しています。

フロントプロジェクト 1 (FP1) は、商業とにぎわいの拠点づくりを目指し、公共施設と商業施設の効果的配置により、交流と商業の拠点となる新しい市街地の顔を作り、周辺への投資を促進するプロジェクトです。文化・芸能イベントの多くを開催する計画になっています。フロントプロジェクト 2 (FP2) は、行政機能の再構築を目指し、震災の経験を踏まえた市庁舎の建設を中心として、都市機能の整備により、回遊性と利便性を向上させることを狙いとしたプロジェクトで

す。フロントプロジェクト 3 (FP3) は、魚河岸地区のにぎわいづくりを目指すプロジェクトです。新釜石魚市場の整備と背後地への水産加工施設の集積を核として、広場や親水空間等のにぎわい施設を整備します。にぎわい創出施設、おまつり広場はイベント会場として活用。食育体験施設としても活用し「魚のまち釜石」の復活を目指します。フロントプロジェクト 1 (FP1)、フロントプロジェクト 2 (FP2)、フロントプロジェクト 3 (FP3) を連携し回遊性を向上するまちづくりが進んでいます。



(出典) 釜石市

《西部・甲子地区》

・地区の特徴

かつては釜石街道の宿場として、また、釜石製鉄所のベッドタウンとして人口が増加した地域です。国道 283 号「東北横断自動車道釜石秋田線（釜石～花巻）」開通により自動車移動における花巻方面からの玄関口としての重要性がさらに増します。

道の駅釜石仙人峠では食提供、物販を行っており多くの来訪者があります。当地域で製造・販売まで一貫して行っている甲子柿は、地域が誇るブランド品です。製法に特徴があり、健康や美容に良く栄養成分が豊富です。柿酢やサイダー等の商品開発も行われています。甲子柿のような、新たな特産品開発等を充実させ、自然や歴史・文化に囲まれた豊かな暮らしや活動を活かした展開が望まれる地区です。甲子川と山々、仙人峠に囲まれた環境と景観は、このエリアの貴重な資源です。

橋野鉄鉱山よりも大規模な産業遺構として釜石鉱山（選鉱場跡等）を有しており、現在でも年

間約 100 トンの採掘を行っています。大規模な地下空洞は産業に活用され、鉱泉水のナチュラルミネラルウォーター「仙人秘水」が製造されています。この水は、新緑・紅葉の美しい仙人峠が位置する北上高地の山中からの湧き水で、石灰岩・花崗岩の多い岩盤層を流れた良質のミネラルウォーターです。大手メーカーの化粧品に活用されるほど素晴らしい水質を誇ります。

《甲子川流域エリアの役割・機能》

- ・主にホテルによる滞在促進、機会の創出
- ・観光や食に関する情報発信、繁華街による食事の提供の場
- ・鉄道および復興道路開通によるゲートウェイ（玄関口）
- ・航路による半島交通の起点
- ・豊かな漁場から獲れる海の幸をはじめ、仙人秘水、浜千鳥、甲子柿、甲子川鮎、山菜等の様々な食を楽しむ



第二項 鵜住居川流域エリア

鵜住居川流域エリア・アイデンティティ

～世界とつながる山と海～

栗橋地区には鉄と川と森林資源が生み出した世界遺産・橋野鉄鉱山があります。鵜住居川の上流に位置する橋野鉄鉱山は「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の一つとして世界遺産に登録されており「近代の日本の夜明け」を象徴する地域として日本中に知られています。釜石市に、当時、最新の製鉄技術があったからこそ、日本は、欧米の列強に肩を並べることが目標にした新たな歴史への第一歩を実現しました。

根浜海岸等が、東日本大震災において壊滅的な被害を受けたものの、海に暮らす人々は立ち上がり、度重なる自然災害を後世に語り継いでいます。また、鵜住居地区にはラグビーワールドカップ 2019TM日本大会の会場となる釜石鵜住居復興スタジアム（仮称）が建設されます。「復興の象徴」として世界とつながります。

山間部と沿岸部が連携し、釜石市を世界とつなぐエリアです。

《鵜住居・片岸・箱崎地区》

・地区の特徴

根浜海岸は、震災前には、海水浴、釣り、サーフィン、ヨット等のマリンスポーツが楽しめ、トライアスロン国際大会の開催や、グリーン・ツーリズムによる交流も行われてきました。水海地区には、総合公園である水海総合公園があります。

箱崎半島には箱崎白浜をはじめとする漁港集落があります。箱崎半島の先端からは、北側は大槌湾から山田湾を、南側は三貫島から釜石湾を眺望でき、陸中海岸を代表する景勝地となっています。花崗岩の巨大な奇岩が敷きつめられたような「千畳敷」は隠れた名勝です。

・復旧・復興の取り組み

① 鵜住居駅前における津波復興拠点の整備・運営計画

鵜住居地区は釜石市内で最も東日本大震災の被害が大きく、全体の約 7 割が被災しました。行政機能、商業機能をはじめとして、あらゆる生活利便機能の再生が急務となっています。鵜住居駅前にある鵜住居地区防災センター跡地には、東日本大震災犠牲者の追悼、鎮魂、震災の経験・記憶・教訓を後世に伝え、防災意識・防災学習を継承・発信する「祈りのパーク」と「津波伝承館」の整備が計画されています。併せて観光交流拠点（産直、物販、コミュニティレストラン）の整備も予定されています。釜石鵜住居復興スタジアム（仮称）も隣接して建設されます。

②根浜地区集団移転跡地利用計画

東日本大震災の津波により、当地区では家屋の流出等甚大な被害を受け、被災した市民の生活再開のため安全性が確保できる地域で新たな住宅地が整備されました。

これを受け、当地区は災害危険区域に指定され、災害状況や地域の特性および関係被災者の意向を配慮した跡地利用の推進計画を図っています。

震災前の根浜地区は、根浜海岸の白砂青松に特色づけられた大槌湾に面する観光レクリエーション地区で、広く地域内外に知られていました。観光レクリエーション施設（レストハウス、係留施設、キャンプ場等）、グリーン・ツーリズムやトライアスロン国際大会等で活用されてきましたが、最も大きな観光資源である根浜海岸は、震災の津波被害によって、地盤沈下、砂浜が流出した状況にあります。

これまでの状況を踏まえ、以下の5つの移転跡地整備方針を掲げました。

- ①津波災害等からの安全性の確保
- ②住まい・生活の再建（基盤整備）
- ③観光レクリエーション復興と地域活性化
- ④自然環境・景観の再生と活用
- ⑤地域の歴史・文化等の継承

観光面においては、根浜海岸の砂浜再生を岩手県と連携して検討する、グリーン&ブルー・ツーリズムの推進、観光レクリエーション施設の整備（根浜キャンプ場、レストハウス等）を推進していく計画となっています。

《栗橋地区》

・地区の特徴

世界遺産に登録された「明治日本の産業革命遺産」の一つである橋野鉄鉱山があり、併せて自然環境の素晴らしさを実感できるエリアです。釜石市の北西部に位置しており、江戸時代から沿岸部と遠野市、内陸部を結ぶ交易の中継的な要衝としての地理的位置を占めていました。農業と鍛冶を生業として発展し、世の中の移り変わりとともに農林業が現在の主産業となっており、グリーン・ツーリズムの受け入れを多く行ってきました。

遠野市が隣接しており、本地区の観光客は釜石市内を通過せず、遠野市を起点として来訪するケースも多くなっています。

《鵜住居川流域エリアの役割・機能》

- ・世界遺産観光、グリーン・ツーリズム、自然体験による住民との「ねまり」交流を楽しむ
- ・オートキャンプや民泊による滞在促進、機会の創出
- ・防災の学びの場を提供できる
- ・スポーツを通じた観光・交流機会がある
- ・箱崎半島を中心にした観光・体験提供による交流機会がある

第三項 五葉山・唐丹エリア

五葉山・唐丹エリア・アイデンティティ

～伊達仙台藩の藩境～

伊達仙台藩と南部盛岡藩の藩境にあたり、異文化交流が行われた地域です。様々な背景を持つ人々を受け入れ、良いところを取り入れ、常に変化してきた異文化受容に寛容なまちです。このエリアに生まれた多くの先駆者たちが独自の工夫で、漁業をはじめとする産業で新たな技術を生み出し、人々の暮らしを向上させていきました。度重なる自然災害に負けずに再興し、良港に恵まれ採介藻漁業、養殖漁業が営まれています。

伊達仙台藩直轄の山だった五葉山へは、唐丹駅から赤坂峠を経由するコースからの登山者が最も多くなっています。伊達仙台藩・南部盛岡藩の境のまちとして、独特の文化を体験できるエリアです。

《唐丹地区》

・地区の特徴

江戸時代に気仙郡は伊達仙台藩領、閉伊郡は南部盛岡藩領だったため、現在の釜石市では唐丹町のみが伊達仙台藩領にあたります。釜石市内において唐丹地区は特有の歴史を有する地区です。本郷桜並木は釜石市内随一の桜の名所として知られ、3年に一度の4月下旬に常龍山鎮座天照御祖神社の式年大祭御神輿渡御式、通称「さくら祭」では大名行列が再現されています。また、伊能忠敬が三陸地図の完成に向けてこの地区で2日間の天測を行い、測量実績を残した全国唯一の場所として、記念碑が建立されています。

国道45号「三陸沿岸道路」において（仮）釜石唐丹I.C、（仮）釜石南I.Cの完成により仙台方面からの玄関口となる地区であり、これまでとは異なった人の流れが期待できると同時に、他地域でも見られたように通過点となる懸念も持たれています。甲子川流域エリアで道の駅釜石仙人峠が担っていた役割や成果を参考にした新たな取り組みの検討が必要な地域です。

《五葉山》

釜石市、大船渡市、住田町の2市1町に跨がる準平地地形の山です。藩政時代には、伊達仙台藩直轄の山で、ヒノキ等の林産資源が豊富で藩にとって重要な山であったことから「御用山」と呼ばれました。それが後に五葉松になぞらえ、「五葉山」と呼ばれるようになりました。貴重なヒノキアスナロの原生林やシャクナゲの群落があり、ホンシュウジカやニホンザル等の棲む岩手県立自然公園（昭和41年6月1日指定）です。

《五葉山・唐丹エリアの役割・機能》

- ・高規格幹線道路（自動車専用道路）開通による交通の起点（釜石市への南からの入口）
- ・航路による半島交通の起点
- ・尾崎半島を中心にした観光・体験提供による交流機会の創出
- ・伊能忠敬に代表される歴史文化が学習できる
- ・コンパクトな立地を活かした山と海の体験学習ができる

第五節 展開イメージ

釜石オープン・フィールド・ミュージアムでは、交通アクセスと主なターゲット（来訪者の存在する）エリアを意識し、複数の「玄関口」と各エリア内の「地域拠点」を設定します。それぞれの地域拠点が役割を果たし、有機的に連携し、釜石オープン・フィールド・ミュージアムを機能させていきます。

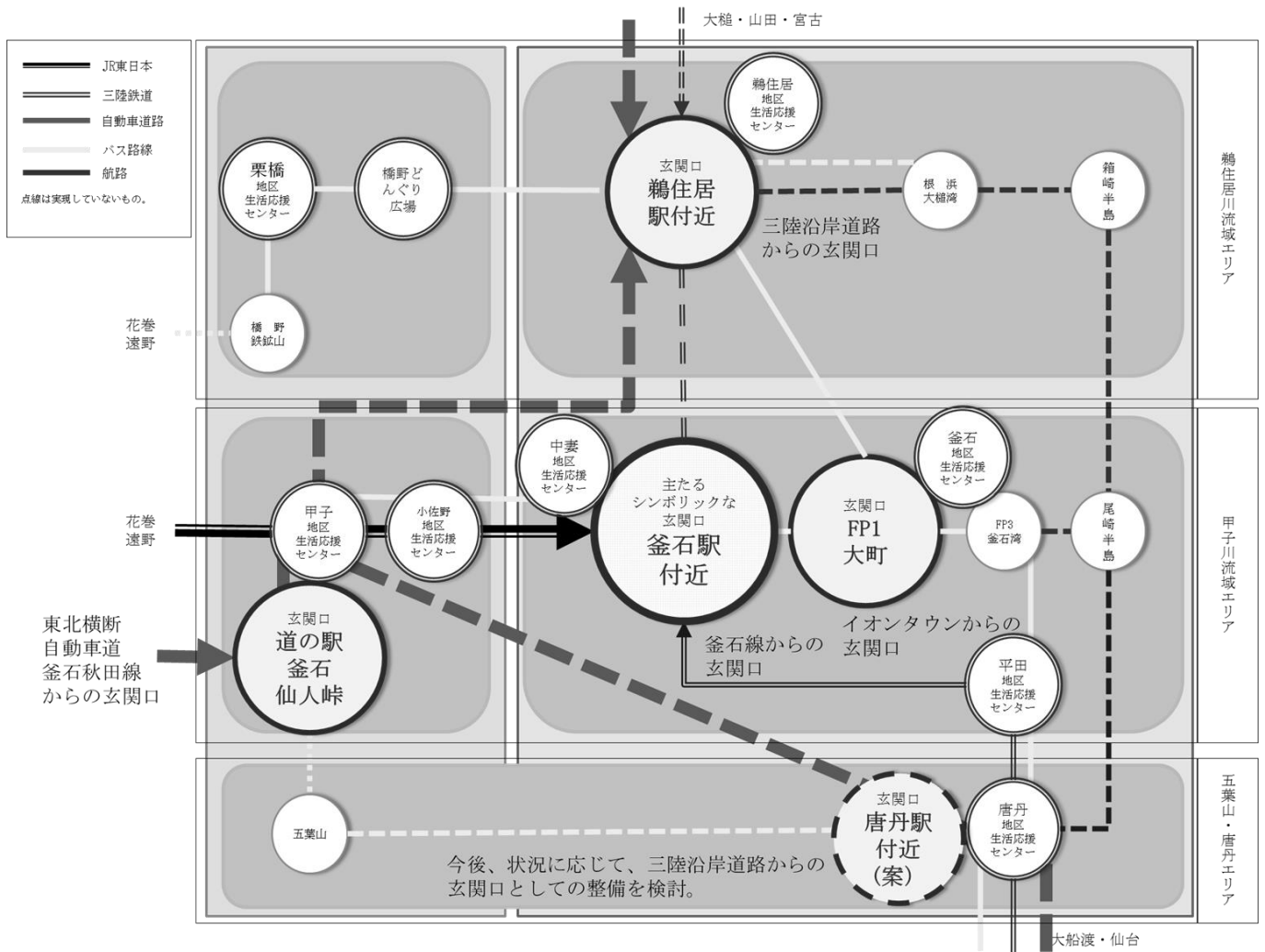
●玄関口（ゲートウェイ）

観光客を市外から迎え入れる玄関口、すなわちビジターセンター施設です。釜石市外から釜石市へ入る交通アクセスの要所に設置します。大型駐車場と常設のインフォメーション（情報提供）機能が重要です。体験プログラム、各種旅行商品のご案内や予約機能を持ち、釜石市内の各エリアへの送客を行います。主たるシンボリックな玄関口としては釜石駅付近に設置します。主たるシンボリックな玄関口を補完する玄関口として鶴住居駅付近、道の駅釜石仙人峠、フロントプロジェクト 1（FP1）大町に設置します。この中でフロントプロジェクト 1（FP1）大町は交通アクセスの要所ではありません。しかし、フロントプロジェクト 1（FP1）に隣接するイオンタウン釜石は近隣市町村からも高い集客効果を挙げ、多くの来店者を集めています。このイオンタウン釜石の来店者を釜石オープン・フィールド・ミュージアムへ誘導するための情報発信拠点としてフロントプロジェクト 1（FP1）大町に玄関口が必要となります。釜石駅付近およびフロントプロジェクト 1（FP1）大町に玄関口を設置することで、市内中心部（東部地区）への送客を強化。多数存在する宿泊施設の利用も促進し、観光を通じた震災復興の実現の核となる市内中心部（東部地区）のにぎわいづくりを強化します。

●地域拠点（サテライト）

各エリアでのインフォメーション（情報提供）機能やホスピタリティ（おもてなし）機能を提供するために各エリアの生活応援センター等に地域拠点（サテライト）の機能を追加します。また、地域拠点（サテライト）は釜石オープン・フィールド・ミュージアムの立ち上げ・拡大のための地域拠点としての機能を持ち合わせます。釜石オープン・フィールド・ミュージアムのコンテンツ（観光資源・見学場所・体験プログラム等）となる「住まう誇り（地域の宝）」を地域拠点（サテライト）が中心となり市民とともに発掘を推進していきます。また、市民一人ひとりがガイドになるような地域学習やガイド研修を行い、釜石オープン・フィールド・ミュージアムを通じた市民の交流拠点としての機能も提供します。

玄関口と地域拠点の位置関係



(点線の交通網は平成 29 年 3 月現在で実現していないもの)

＜生活応援センター＞

釜石市では、市内 8 か所（釜石地区・平田地区・甲子地区・小佐野地区・中妻地区・栗橋地区・鶴住居地区・唐丹地区）に生活応援センターを設置しています。各センターには、保健師等の職員を配置し、保健・医療・福祉・生涯学習（公民館）の仕事のほか、住民票の発行等の行政窓口を一体化した総合的なサービスを行っています。地域のみなさんといっしょに考え、ともに実行する「協働」の取り組みを進める機能も有しています。

以下の理由で生活応援センターが地域拠点（サテライト）機能を持つこととします。

- ・ 昼間は職員が常駐しており来訪者からの問い合わせに対応できること。
- ・ 既に持っている機能を使えば「住まう誇り（地域の宝）」の発掘推進や学習交流の推進役になれること。

玄関口と地域拠点の機能

		玄関口(ゲートウェイ)		地域拠点 (サテライト)
		主たるシンボリックな玄関口	玄関口	
エリア	鶴住居川流域 エリア		鶴住居駅付近	栗橋地区生活応援センター
				橋野どんぐり広場
				鶴住居地区生活応援センター
	甲子川流域 エリア	釜石駅付近	道の駅 釜石仙人峠	甲子地区生活応援センター
				小佐野地区生活応援センター
				中妻地区生活応援センター
			FP1 大町	釜石地区生活応援センター
				平田地区生活応援センター
	五葉山・唐丹 エリア		唐丹駅付近(案)	唐丹地区生活応援センター
機能	市民向け	<ul style="list-style-type: none"> ●インフォメーション(情報提供)機能 ●送客機能 		<ul style="list-style-type: none"> ●インフォメーション(情報提供)機能 ●送客機能 ※以下は橋野どんぐり広場を除く ●「住まう誇り(地域の宝)」の発掘推進機能 ●学習交流機能
	来訪者向け	<ul style="list-style-type: none"> ●インフォメーション(情報提供)機能 ・総合案内所機能 ・体験プログラム、各種旅行商品予約機能 ●ホスピタリティ(おもてなし)機能 ・休憩提供機能 ・飲食提供、物販機能 ・多言語対応機能(パンフレット設置、通訳等) ●二次交通の起点機能 ・新たな二次交通の起点機能の強化 ・駐車場の拡大 		<ul style="list-style-type: none"> ●インフォメーション(情報提供)機能 ・総合案内所機能 ・体験プログラム、各種旅行商品予約機能 ●ホスピタリティ(おもてなし)機能 ・休憩提供機能 ・多言語対応機能(パンフレット設置、インターネット通訳等) ●二次交通の起点機能 ・新たな二次交通の起点機能の強化

誰でも、いつでも、学び、体験できるよう、釜石オープン・フィールド・ミュージアムの整備を進めていきます。限られたエリアや施設だけではなく、釜石市全体が「生きた博物館」となり、釜石市の隅々まで来訪者が回遊できる環境づくりを目指します。

●交通インフラ整備

- ・幹線道路を整備していきます。 ・駐車場を整備していきます。
- ・周遊バスルート等の公共交通機関によるアクセスを整備していきます。

●環境・景観整備

- ・景観等の環境や文化遺産を保全するための、観光客に対する規制誘導をしていきます。
- ・わかりやすいサイン・インフォメーションを整備していきます。

●総合的プロモーション

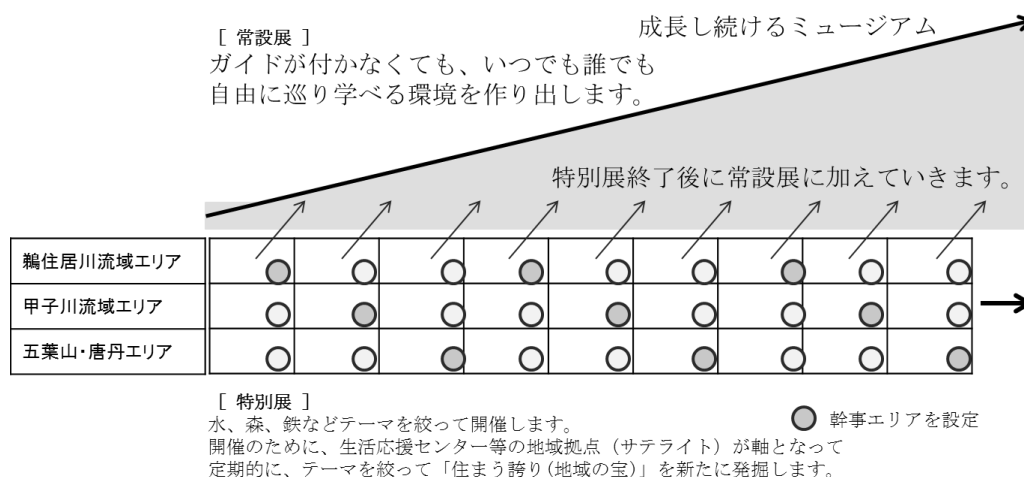
- ・イベント、PR活動等を展開し、釜石市内外で広い認知を獲得していきます。

●展示空間・利用施設等の整備

- ・玄関口と地域拠点のインフォメーション（情報提供）機能を強化していきます。
- ・楽しみながら学べるように展示空間を整備していきます。
- ・展示物は常設開放できるように展示状態を整備していきます。
- ・既存施設の有効利用等により、関連サービス施設を整備していきます。
- ・広い知見を有した観光ガイドを育成していきます。

●常設展と特別展による展示・体験の整備

- ・当初は観光イベントのような期間限定の特別展からスタートしていきます。
- ・最終的には、いつでも誰でもガイドが付かなくても楽しみ学べる常設展を充実させ、さらには特別展が定期的開催される状態を目指していきます。
- ・特別展は開催ごとにテーマを絞り、「住まう誇り(地域の宝)」を発掘していきます。
- ・特別展で発掘した「住まう誇り(地域の宝)」を常設展に加え、常設展を充実させます。
- ・特別展は開催ごとに幹事エリアを設定し、各エリアが協力して推進していきます。



第六節 釜石オープン・フィールド・ミュージアムの立ち上げ手順

釜石市民が観光を通じて釜石市に住まう誇りを取り戻し「観光を通じた震災復興の実現」のためには、幅広く市民、団体、民間企業の参加を募り、共感と連携の輪を広げていく必要があります。

立ち上げの過程として大きく 3 つのステップを想定し、既に釜石市で開催している観光イベント「Meetup Kamaishi／鉄人が案内する観光体験プログラム」の運営手法を基盤として取り入れながら進めていきます。途中で新たな運営組織を立ち上げ、ターゲット（来訪者）を釜石市民から広域へと拡大していきます。



第七節 釜石オープン・フィールド・ミュージアムにおける人材育成

釜石オープン・フィールド・ミュージアムが導入され、成長し、発展していく過程で、釜石市を継続的に支えていく人材の育成を目指します。釜石市民が参加する機会を数多く提供し、釜石市民が一体となった観光地域づくりを進めていきます。また、教育委員会が推進している学校教育とも綿密に連動していきます。

第一項 釜石市民の意識と発信力の向上

釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想には、釜石市民がそれぞれの住む地域を再発見、再評価する機会を得ることで、そこにある地域資源に価値を見出し、釜石市に住んでいることに自信と誇りが持てるようになる過程が含まれています。

自分の住む地域に自信と誇りが持てるようになると、人は「地域の宝」を周りの人に自慢したくなります。釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想を通して、情報発信を活発に行う釜石市民を育成し、釜石市外からの来訪者の呼び込みを拡大します。

第二項 リーダー人材と団体の育成

釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想では、釜石市民が交流活動を進める過程の中で、多くの市民との接点を持ちます。個人の興味や関心が他の人に伝わり、組織的な活動へと進化していく中で、釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想の活動をリードする人材が育ってきます。

自信と誇りを持ち、楽しく活動している人は魅力的で、人の輪が大きく広がり、数々のプロジェクトが生まれます。そんな活動をしている人々の中から、プロジェクトを引っ張っていくリーダーが至るところで生まれ、刺激しあいながら、さらに活発な地域づくりが展開されていきます。そこから突出した力を持つ団体が育ち、地域全体のプロジェクトを牽引していく姿も期待できます。

第三項 次世代の郷土愛の醸成

釜石市民にとって世界遺産に登録された橋野鉄鉱山は、貴重な郷土の地域資源であり、誇りでもあります。この価値を、子どもの頃からしっかりと学び、後世につなげていくことは非常に重要です。

釜石市民向けの取り組みとして、学校教育プログラムと連動し、義務教育期間中に必ず一度は橋野鉄鉱山を訪問するコミュニティスクール推進事業を支援します。この取り組みにより、青少年の郷土への自信と誇りを定着させ、次世代リーダーの育成につなげていきます。

第四項 移住者の受け入れを目指した活動

釜石市内での交流を通じて、釜石市や釜石市民とのつながりを持つ釜石市外の人を増やし、釜石ファンを育成します。釜石ファンとなった来訪者が繰り返し釜石市に来訪を経験することで、最終的には釜石市内に移住を希望するようになります。そのような方を一人でも多く生み出せるよう、釜石ファンの育成につながる交流の機会づくりを行っていきます。

第八節 釜石市地域DMO設立を目指す取り組み

釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想を推進するにあたっては、行政と市民、事業者、NPO等の団体をつなぎ、強力な牽引力と多岐にわたる組織や民間事業者との連携等を行う、観光事業の横断組織化が必要となります。これを担う新組織（釜石市地域DMO）の設立を目指します。この組織を機能させることにより、「狭義の観光」にとどまらず、観光振興による、あらゆる産業の活性化へ寄与します。

第一項 DMOとは

DMO（デスティネーション・マーケティング／マネジメント・オーガニゼーション）は、専門性の高い人材がマーケティングに基づく地域の産業振興、人材育成に取り組む組織。欧米等観光先進諸国で導入されてきました。

日本版DMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役です。多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人とされています。観光庁が日本版DMOの候補になり得る法人を募集し、登録を行った法人およびこれと連携して事業を行う関係団体に対して、関係省庁が連携して各地の日本版DMOの形成・確立を支援しています。

日本版DMOが必ず実施する基礎的な役割・機能（観光地域マーケティング・マネジメント）

- (1) 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
 - (2) 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
 - (3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション。
- 以上の3つが挙げられます。

また、地域の官民の関係者と効果的な役割分担をした上で、例えば、着地型旅行商品の造成・販売やランドオペレーター業務の実施等地域の実情に応じて、日本版DMOが観光地域づくりの一主体として個別事業を実施することも考えられます。

観光庁は、日本版DMO候補法人の登録にあたっては、以下の3区分での登録を実施しています。釜石市は地域DMOとしての登録を目指します。

○広域連携DMO

複数の都道府県に跨がる地方ブロックレベルの区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織。

○地域連携DMO

複数の地方公共団体に跨がる区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織。

○地域DMO

原則として、基礎自治体である単独市町村の区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織。

※広域連携DMOおよび地域連携DMOの形成・確立にあたっては、連携する地域間で共通のコンセプト等が存在すれば、必ずしも地域が隣接している必要はありません。



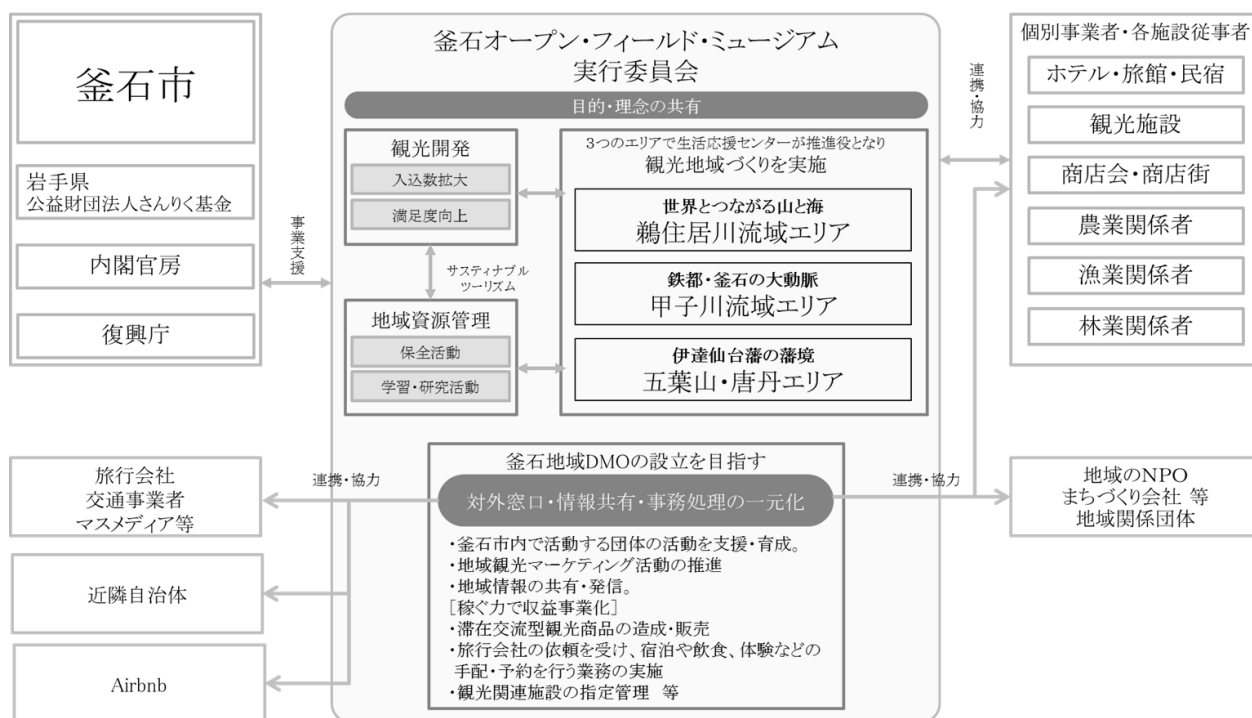
第二項 釜石市地域DMOが持つべき機能

釜石市地域DMOは、自らが「稼ぐ力」を持つ法人組織であることが必要です。また、釜石市全域を一体としたマーケティングやマネジメント等を行うことは特に重要です。釜石市は、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ました。その影響もあって、エリアごとに株式会社、一般社団法人、NPO法人等様々な団体が観光地域づくりの活動をしてきました。釜石市地域DMOを設立することによりマネジメントが機能すれば、例えば、様々な団体が開催する観光イベントを一括掲載した観光イベントカレンダーの作成や、効率的な情報発信、さらには重複する観光イベントの日程調整も容易になります。

既に、釜石市では官民両面からの観光事業への取り組みが進められてきていますが、さらに新たに釜石市地域DMOを設立することで、マーケティング視点に立脚し、官民一体となり、農商工連携や交通計画も含めた広範囲にわたる、より精度の高い観光戦略を策定し、釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想を推進することができます。

岩手県においては、岩手県および三陸沿岸市町村が協力して運営する「三陸DMOセンター（公益財団法人 さんりく基金）」が釜石市を含む地域連携DMOとして、広く岩手県の三陸沿岸地域をマーケティングとマネジメントするDMO法人の登録をしています。今後、釜石市で設立する釜石市地域DMOは、「三陸DMOセンター（公益財団法人さんりく基金）」との連携も図りながら、より深く、釜石市のあらゆる産業の活性化を目指していくことが必要です。

釜石市地域DMOの設立組織イメージ



<参考事例 「せとうちDMO」>

せとうち観光推進機構では組織の役割を、全体戦略の策定、ブランド構築と向上、エリア全体のプロモーション実施、民間事業者のサポート役としています。同組織においては、自組織で稼いでいくこと以上に、DMOの組織・理念・活動に共感する民間企業のサポートをすることで、環瀬戸内地域全体のブランド向上、来訪者数の拡大、経済波及効果の伸張を目指しています。このように、域内の既存事業者と重複する領域で活動するのではなく、あくまでも既存組織の円滑な活動や事業推進による効果の最大化を目指し、エリア全体で推進・実施することにより単体の組織での取り組み以上の効果が期待でき、それに集中して取り組むという手法も、釜石市で検討されるDMOの在り方の一つといえます。このようなDMOは自組織での直接雇用は多くない傾向にありますが、エリア全体の経済波及効果が大きければ域内の多岐にわたる産業での魅力的な雇用環境が生まれ、エリア全体の活性化につながる事が期待できます。

瀬戸内ブランド推進体制「せとうちDMO」

兵庫県/岡山県/広島県/山口県
徳島県/香川県/愛媛県

DMO

地域の背景・概要

- 瀬戸内地域は魅力的な観光資産に溢れる一方、各県単位の観光振興に止まるため、瀬戸内全体としての認知度は低い状況にある。こうした課題認識のもと、平成25年4月に7県で瀬戸内ブランド推進連合を設立し、広域連携事業等に取り組んできた。
- この取組を一層加速するため、瀬戸内7県の民間事業者・行政等が一体となって、エリア全体を俯瞰してマネジメントする組織「一般社団法人せとうち観光推進機構」へ平成28年4月目途に発展改組。観光関連事業者や地元金融機関・日本政策投資銀行等と広域に連携して、瀬戸内ブランド推進体制を構築し、瀬戸内ブランドの確立を目指す。

取組の概要

【責任ある総合的な経営・執行体制の確立】

- 推進機構は、全体戦略を策定し、国内外へのプロモーション、瀬戸内ブランドの観光関連サービスや地域商品等の開発を支援する。
- 民間事業者は、金融機関のサポートのもと、魅力ある観光関連サービス・地域産品等の供給をビジネスとして確立させる。

【明確な目標とKPIを設定し、PDCAサイクルを回しながら進捗管理】

- 首都圏における瀬戸内への来訪意向を27.9%(2013年)→50%(2020年)、外国人延泊者数120万人泊(2013年)→360万人(2020年)とした明確な目標を設定し、関係者と共有する。

【専門人材による運営・確保】

- 牽引役となる推進機構の代表は民間ノウハウを活かした戦略的な施策展開を行うため、代表者に民間出身者を登用。
- 事業本部長は民間出身者を招致し、7県の民間事業者及び行政等からの出向者により運営する。



今後の自立に向けた道筋

- ◆金融機関と連携し、観光関連事業者の事業化や事業拡大を経営面・資金面で支援することにより、骨太で継続的な事業推進を目指す。
- ◆会費制の導入等による財源の確保により、推進機能の自立的運営を目指す。

7

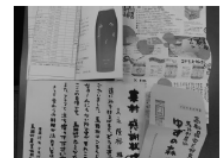
(出典) まち・ひと・しごと創生本部事務局

第2回地域しごと創生会議(12月8日)資料5 P7

<参考事例 高知県「馬路村農業協同組合」>

馬路村では村の特産品であるゆずの青果物出荷・販売を目的として栽培していましたが、高齢化に伴う担い手の不足、新たな販路開拓に悩んでいました。馬路村では重要な産業であるゆず栽培を拡大させることを目的に、馬路村のゆずのブランド構築、商品開発、独自の販路開拓を行う、まさに「商社」の機能を持つ、DMO＝地域商社を立ち上げました。馬路村農業協同組合は、せとうちDMOとは異なり、馬路村内におけるゆずを自らの組織で直接、販売拡大をする機能を持つ「会社」です。このような地域商社型DMOを設立する場合は、明確な販売したい地域資源があることが重要であるといえます。また地域商社においては、明確に販売する商品、サービスがあり、販売することを最大の目的としているため、提供商品を生み出すために、同組織での直接雇用の拡大が期待できます。また、馬路村のように生産する第一次産業のみならず、加工の第二次産業、観光でPRする第三次産業と六次産業化につながることも期待され、将来的には元気な地域商社ができることで、地域の活性化にもつながるといえます。

馬路村農業協同組合	高知県馬路村	地域商社
地域の背景・概要 <p>○当該地域は、ゆずの青果物販売が盛んであったが、高齢化による労働力の低下が進行。 ○代表理事組合長(活動当初は販売課長)を中心に、これまでの青果物販売から、労働力の低下に対応出来る加工品販売へ方向性をシフトする必要性を提起し、農産加工分野での生き残りを決断。</p>		
取組の概要 <p>【販路開拓に向けた取組】 ○独自の販売経路開拓を目的として、デパート催事場へ集中的に出店し、ゆず酢を購入するリピーターの存在に気付くとともに、3,000名分の顧客リストを収集。 ○リピーターの需要に基づいた新たな商品開発(ポン酢醤油)や顧客リストを活用した通販事業やテストマーケティングを実施。 ○地元テレビ局等を活用し、村民が主演する高知県内向けCMにより情報を発信。 「馬路村」自体の認知度も向上する結果につながる。 ○インターネットの活用により、直販や交流をととした全国レベルでの顧客名簿をDB化(30万人超)。顧客管理のシステム化に成功。</p> <p>【商品開発及び販売体制の構築】 ○馬路村という名前を前面に出した地域ブランドを創出するため、村の特産品であるゆずを使用した「ごっくん馬路村」を開発。高知市内のデザイナーとも年間契約を結び、イベント企画を協働化。 ○新規事業として化粧品事業に新たに取り組み、高知大学やアロマテラピー協会と連携した幅広いネットワークを構築。 ○馬路村活性化協議会(村、農協、森林組合、観光協会)を発足させ、「ゆずの森構想」に基づき施設整備を進める。</p>		
これまでの取組成果 <p>◆ 人口1,200人の村において、加工事業による雇用が76名、年商は31億円(H24年度)と、若者の雇用創出や農業者の所得確保に貢献。また、全国各地より年間6万人を超える人々が馬路村を訪れ、村の活性化につながっている。</p>		



顧客への定期DM



ゆずの加工場

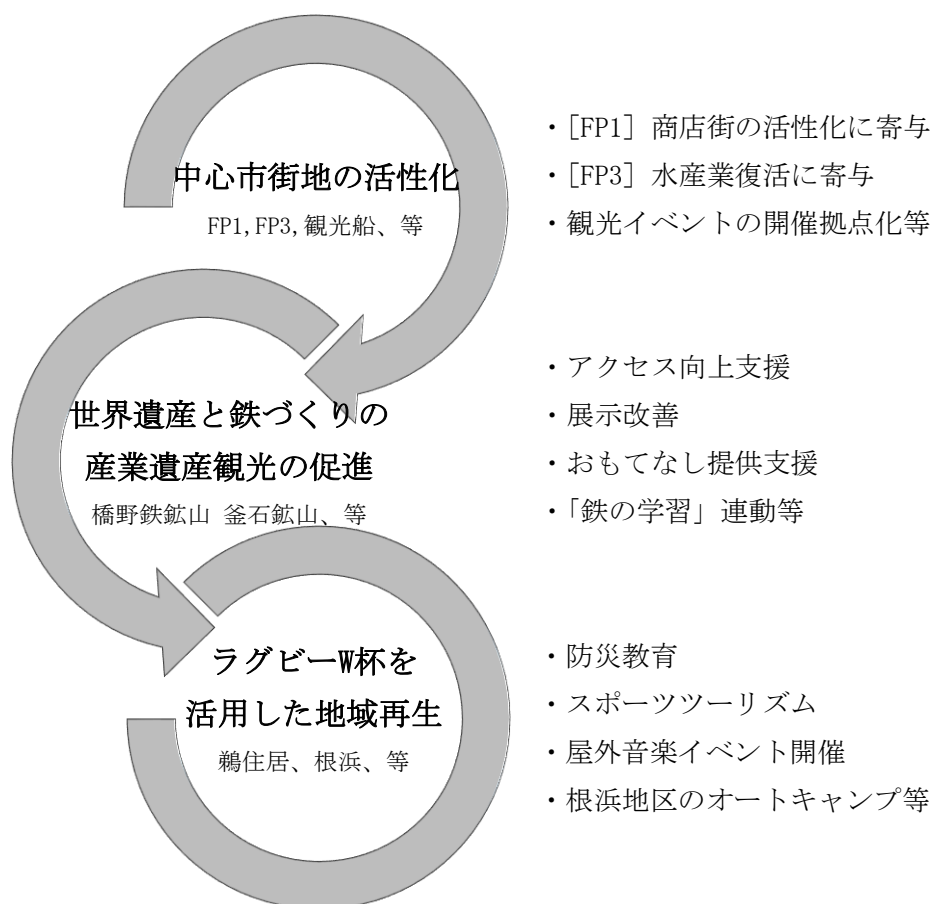
(出典) まち・ひと・しごと創生本部事務局

第2回地域しごと創生会議(12月8日)資料5 P15

第四章 観光地域づくりを牽引する3つのプロジェクト

第一節 プロジェクトの考え方

釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想による、観光地域づくりを牽引する重要なプロジェクトとして3点を定めました。この3つのプロジェクトを推進することで、観光を通じた震災復興の実現を加速させます。3つのプロジェクトに優先順位はありません。



第二節 中心市街地の活性化

東日本大震災以前の甲子川流域エリアの市内中心部（東部地区）には只越町、大渡町、大町、浜町の4つの商店街がありました。観光を通じた震災復興の実現のためには、市内中心部（東部地区）のさらなるにぎわいづくりは急務です。そのため、開発の進む市内中心部（東部地区）のフロントプロジェクト1（FP1）、フロントプロジェクト3（FP3）を観光においても最大限に活用し、商店街をはじめとする市街地の活性化と水産業復活によるにぎわいづくりを目指します。

第一項 フロントプロジェクト1～商業とにぎわいの拠点づくり～

フロントプロジェクト1（FP1）は、公共施設と商業施設の効果的な配置により、商業とにぎわいの拠点となる新しい市街地の顔をつくり、周辺への投資を誘発させるプロジェクトです。既に釜石市最大のにぎわい施設となっているイオンタウン釜石に隣接する敷地に、釜石市民ホール、釜石情報交流センター（釜石 PIT、ミッフィーカフェかまいし等）を建設します。来訪者の憩いの場となり、文化・芸能イベントを中心に様々なイベント空間としても利用できる市民広場を整備します。平成28年現在、甲子川流域エリア（釜石駅周辺）の鈴子町シープラザ遊で開催されている「全国虎舞フェスティバル」等の文化・芸能イベントの会場をフロントプロジェクト1（FP1）に移す（予定）等により、釜石市街中心部のにぎわいづくりを観光で支援します。

イオンタウン釜石の来店者と観光情報とを結びつける拠点としての機能も重要です。イオンタウン釜石の来店者（釜石市民および近隣市町村住民）へ、情報を提供するための玄関口（ゲートウェイ）として、フロントプロジェクト1（FP1）にビジターセンター施設を設置します。

フロントプロジェクト1エリア内の施設配置並びに各施設間の関係図



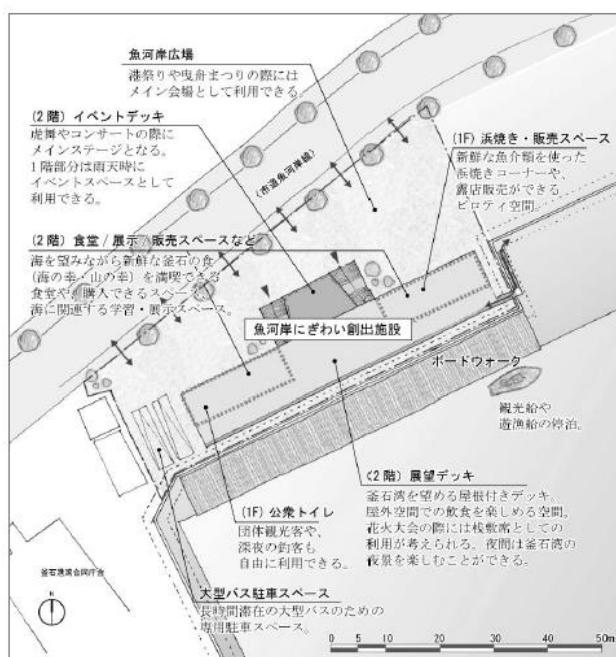
（出典）釜石市

第二項 フロントプロジェクト3～魚河岸地区のにぎわいづくり～

フロントプロジェクト3(FP3)は、魚市場の整備と背後地への水産加工施設の集積を核として、広場や親水空間等のにぎわい施設を整備するプロジェクトです。漁業体験学習や食育(漁業教育)等、海と魚について学び、体験できる場、イベント広場、展望デッキ、飲食施設、海産物等の物販スペース等を設けます。釜石市内の観光イベントの主たる会場としてイベント広場を活用し、津波で大きな被害を受けた釜石湾沿岸部のにぎわいを復活させます。遊漁船の停泊スペースも設け、漁業体験や海からの半島観光の起点とします。また、東日本大震災の津波で地上に乗り上げ、解体となった観光船「はまゆり」と同様の観光船を就航させる場合は、フロントプロジェクト3(FP3)が起点となります。

釜石市は、親潮と黒潮が交錯する世界屈指の漁場である三陸漁場を控えるとともに、大陸棚と典型的なリアス式海岸に恵まれ、イカ釣りや定置網等の漁船漁業をはじめ、アワビ、ウニ等の採介藻漁業、ワカメ、ホタテ等の養殖業を中心とする沿岸漁業が行われています。国際的な漁業規制や自然環境の変化により漁業生産が低迷、加工生産量が減少していましたが、このフロントプロジェクト3(FP3)で、観光を通じて釜石市民や来訪者と釜石市の水産業との接点をつくり、かつては釜石市の基幹産業であった水産業のいち早い復旧・復興を支援します。

フロントプロジェクト3 施設配置図



(出典) 釜石市

第三項 中心市街地との回遊性向上

イオンタウン釜石の来店者と観光情報とを結びつけ、イオンタウン釜石の来店者を送り出す玄関口(ゲートウェイ)機能を持ったフロントプロジェクト1(FP1)と釜石市内の観光イベントの主たる会場となるフロントプロジェクト3(FP3)を連携させる仕掛けづくりを積極的に行います。天然記念物「石割桜」の種子から育てた苗木の桜が立ち並ぶ盛り土の緑地帯「グリーンベルト」等を活かし、景色を楽しみながら散策できる観光回遊コースを開発します。

第三節 世界遺産と鉄づくりの産業遺産観光の促進

世界遺産に登録された「明治日本の産業革命遺産」の一つである橋野鉄鉱山をはじめ、釜石市内には、多数の貴重な産業遺産があります。橋野鉄鉱山を、釜石オープン・フィールド・ミュージアムの「学び」の象徴拠点とします。

第一項 「学びの象徴拠点」としての理解促進

橋野鉄鉱山は、近代製鉄の父・大島高任の指導により築造された、現存する日本最古の洋式高炉跡および関連遺跡です。石組の高炉3基や水路、御日払所等の初期の近代製鉄業の遺構が所在しており、自然豊かな森林に囲まれた産業景観が残っています。

橋野鉄鉱山は知名度が高いものの、現在残された高炉跡は3基分の基礎部分の石積みが残るのみで、来訪者がその価値を理解するのに苦心するという課題があります。資料や説明を通じて紐解かなければ、当時の様子をうかがい知ることができないからです。こうしたこともあり、釜石市の観光における世界遺産ブランドの活用は限定的で、交通の便が悪いこともあって来訪者の増加が継続しない状況にあります。

このイメージを払拭するため、釜石市民はもとより、来訪者に対して、橋野鉄鉱山の価値を分かりやすく伝える必要があります。民間ガイドのさらなる育成、関連する「明治日本の産業革命遺産群」の特別展示等の検討が求められます。さらに視覚的に魅せる手法として、橋野鉄鉱山内においては最新技術を投じて拡張現実（AR）や仮想現実（VR）を用いる等、「分かりやすさ」を手助けする施策を検討します。

また、釜石オープン・フィールド・ミュージアムのコースとして鶴住居川流域エリア以外のエリアに存在する産業遺産（釜石鉱山・選鉱場跡、旧釜石鉱山事務所、工部省鉄道寮釜石鉄道小川アーチ橋梁2号橋等）、木炭の材料となった森林、積み出しに使用された川や海（港跡）、鉄の歴史館を回遊するルートを推奨し、フィールド・ミュージアムならではの手法で、理解促進を手助けし満足度を向上させます。

世界遺産という絶対的な価値は橋野鉄鉱山を釜石市内の「学び」の象徴拠点と位置づけることに役立ちます。釜石市民向けには、学校教育と連動し、義務教育期間中に必ず橋野鉄鉱山を訪問するコミュニティスクール推進事業を支援し、青少年の受け入れを拡大。郷土愛の醸成を推進します。

岩手県内では橋野鉄鉱山の他に平泉の文化遺産が世界遺産登録されています。世界遺産を結んで回遊する観光コース設定や、相互送客等の広域連携も集客には重要な手段です。

第二項 橋野鉄鉱山へのアクセスやホスピタリティ等利便性の向上

甲子川流域エリア市内中心部（東部地区）から橋野鉄鉱山への回遊性向上を支援する二次交通の整備等を行います。橋野鉄鉱山と同じ鶴住居川流域エリアにある鶴住居駅周辺を二次交通の結節点やホスピタリティの提供拠点とします。鶴住居駅からのシャトルバス、定額制タクシー等の導入を検討します。鶴住居駅前に建設が予定されている観光交流施設に玄関口（ゲートウェイ）を設置し、併せて物販（土産物の販売）、飲食を提供しホスピタリティの向上に努めます。

橋野鉄鉱山においてはインフォメーションセンターの充実を検討します。

第四節 ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会を活用した地域再生

ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会の開催に向けて、釜石鶴住居復興スタジアム（仮称）および鶴住居駅周辺に関連施設（観光交流施設、祈りのパーク、津波伝承施設等）が建設されます。これらは複合的な利用形態にも柔軟に対応し、継続的に使われる施設となります。そして、近隣の根浜海岸、キャンプ場の再整備も検討されています。ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会の開催に合わせて整備される施設、インフラを活用し、観光による地域再生を目指します。

第一項 釜石鶴住居復興スタジアム（仮称）を活用した観光施策

1. スポーツツーリズムの誘致

スポーツ大会や合宿に代表されるスポーツツーリズムを活用し、鶴住居駅周辺への来訪者を誘引します。釜石鶴住居復興スタジアム（仮称）ではラグビーワールドカップ 2019TM日本大会の開催記念品の展示を行い、スポーツファンへのアピールを行います。新日鉄釜石ラグビー部の7連覇の偉業はスポーツの領域のみならず、世界遺産と鉄づくりの産業遺産観光にも関連付け、釜石オープン・フィールド・ミュージアムのコースに取り入れます。

2. 国際大会の誘致

釜石鶴住居復興スタジアム（仮称）が日本では数少ない国際基準のラグビー専用スタジアムである特徴を生かし国際大会の誘致を行います。ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会で培ったノウハウを活用し円滑な運営を実施することが可能です。国際大会の開催は、選手、関係者、観客が釜石市内に長期間の宿泊をするため、飲食等、消費金額を増加させる効果があります。鶴住居駅前に建設が予定されている観光交流拠点に設置予定の玄関口（ゲートウェイ）を活用し、大会期間中の観光による釜石市内回遊を促進します。

3. 屋外音楽イベント等大型イベント等の開催

ラグビーワールドカップ 2019TM日本大会で培った運営ノウハウを活用し、これまで釜石市内では開催することができなかった音楽イベント等大型イベントを釜石鶴住居復興スタジアム（仮称）で開催します。釜石鶴住居復興スタジアム（仮称）は近隣に住居が少ないため、騒音問題が発生しにくく、音楽イベントの開催に適しています。また、敷地内の広場等を活用し、様々な市民イベントの開催も可能です。

第二項 鵜住居駅前を活用した観光施策

鵜住居駅前には、東日本大震災の犠牲者の慰霊追悼を行う「祈りのパーク」、震災の記憶と経験の確かな継承、鵜住居での出来事を物語る防災学習施設「津波伝承施設」、物販（土産物の販売）と飲食、ホスピタリティを提供する「観光交流施設」が建設されます。



（出典）釜石市

鵜住居駅周辺は、復旧する JR 山田線（三陸鉄道へ運営が移管される予定）のみならず、国道 45 号「三陸沿岸道路」の釜石北 I.C から釜石市内に移動する際のルート上にもあたるため、玄関口（ゲートウェイ）を設置します。鵜住居川流域エリアにある橋野鉄鉱山、根浜海岸、箱崎半島等への交通結節点となります。橋野鉄鉱山、根浜海岸、箱崎半島等は、いずれも観光施設が小規模で、満足のいくホスピタリティ提供が難しい環境にあるため、この鵜住居駅周辺がそれらを補完する役割を担います。来訪者の立ち寄りによりにぎわいを創出し、観光で鵜住居駅周辺の復興を支援します。

第三項 根浜海岸・箱崎半島地区の観光施策

鵜住居駅の周辺エリアにあたる根浜海岸・箱崎半島地区は、鵜住居駅周辺への来訪者が増加することを好機と捉え、釜石オープン・フィールド・ミュージアムの一環として、防災学習、漁業体験、千畳敷の見学を目玉とした海からの観光等の、体験プログラムを整備することが重要です。

また、根浜海岸の砂浜再生についても、岩手県と連携し検討します。

第五節 3つのプロジェクトを通じた経済成長

釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想の推進により、観光を通して釜石市内全域の産業を支え、釜石市の経済成長に貢献していきます。また、経済成長を通して、釜石市内の企業に魅力的な就労環境を作り出します。これからの釜石市を支えていく、新たな担い手の育成（移住者の獲得も含む）にも貢献していきます。

第一項 宿泊需要を拡大

観光を目的とした来訪者を増やし、釜石市内での宿泊数を向上。特に多数の宿泊施設を有する釜石市内（特に甲子川流域エリア）での滞在を長時間化することで、中心市街地の消費を拡大し、周辺の飲食店、小売店をはじめとする幅広い産業に経済成長を生み出します。さらには、鵜住居川流域エリアでの民泊、キャンプの受け入れ整備も行います。現在は復興関係者によって宿泊数が下支えされていますが、近い将来、復興関係者の宿泊数が減少してからも、観光で宿泊客数を維持または拡大させ、地域の経済成長を継続させます。

第二項 物産・飲食を充実

増加する来訪者を対象とした物産開発や名物メニュー等飲食店メニューの魅力向上を行います。地産地消による地元調達率を向上し、釜石市内の農業、林業、水産業を支えます。名物メニュー等飲食店メニューの魅力を向上すれば、来訪者は、良い物を（安くではなく）適切な価格で購入します。客単価の向上により、生産者の収入増加や新たな生産者の受け入れ拡大を目指します。

第三項 地域産品をブランド化

来訪者の満足度向上により評価を高め、物産・飲食の独自価値を向上します。三陸沿岸地域の水産物の価値を「三陸ブランド」として近隣市町村と一体になって高めます。一方で釜石市の産品については「釜石市の地域ブランド化」を推進します。「釜石市でしか味わえない」または「釜石市産でしか味わえない」オリジナリティを追求し、ただ釜石市産だというだけではない独自価値に裏打ちされた「釜石市の地域ブランド」としてのポジションを獲得していきます。他の商品との差別化を行い販売価格の向上を目指します。希少性を維持しながらも安定した供給量を確保し、地場産業として、魅力的な就労環境を創出します。

＜独自価値に裏打ちされた「釜石市の地域ブランド」代表例＞

- 海宝漬（有限会社 中村家） ●仙人秘水（釜石鉱山株式会社） ●浜千鳥（株式会社 浜千鳥）
- 富士（藤勇醸造株式会社）

＜「釜石市の地域ブランド化」を進めるプロジェクト例＞

- 甲子柿 ●かまいし桜牡蠣 ●クエ（陸上養殖）

＜近隣市町村における「地域ブランド」代表例＞

- どぶろく（遠野市） ●遠野産ホップ「いぶき」（遠野市） ●かもめの玉子（大船渡市）
- サンマ（大船渡市） ●フカヒレ（気仙沼市） ●ホヤ（女川町） ●雄勝湾産カキ（石巻市）

第三項 国道 283 号「東北横断自動車道釜石秋田線（釜石～花巻）」開通による考え方

国道 283 号「東北横断自動車道釜石秋田線（釜石～花巻）」の釜石 JCT～釜石西 I.C を結ぶ 6km 区間が平成 30 年度に開通し、内陸部と三陸沿岸地域を結ぶ重要なルートが全線開通します。釜石市を起点とし、遠野市、奥州市を經由し花巻市で東北縦貫自動車道に合流しさらに北上市にて分岐し、横手市、大仙市を經由して秋田市に至る総延長 211km の高速自動車国道です。内陸部から三陸沿岸地域への来訪者誘致に大きな期待が寄せられます。

これにより岩手県における海と山相互の広域周遊観光が促されます。多くの観光入込客数を有する遠野市、花巻温泉、平泉の文化遺産等、内陸の観光地と連携した観光プロモーションを強化し、より多くの来訪者を誘致します。訪日外国人観光客誘致に関しても、いわて花巻空港から釜石市までの移動時間が短縮されるため、拡大が期待できます。

一方で、甲子川流域エリアの甲子地区においては、単なるルート上の立ち寄り地区ではなく、目的地としての価値向上が求められます。道の駅釜石仙人峠に設置する玄関口（ゲートウェイ）機能を強化し、滞在時間を長時間化する施策が求められます。

第四項 JR 山田線復旧による考え方

平成 30 年度には、JR 山田線（宮古～釜石間）が復旧し、三陸鉄道へ運営が移管される予定です。これにより、三陸沿岸地域の海岸線沿いを走る鉄道路線が久慈駅（久慈市）から盛駅（大船渡市）まで三陸鉄道一本でつながり、利便性の向上が期待されます。

三陸鉄道は知名度が高く、大切な観光資源です。生活路線として通勤、通学に便利のように運行スケジュールが組まれている一方で、単なる「移動手段」ではなく、乗車すること自体が、非日常空間を味わえる観光資源でもあります。

例えば、江ノ電（神奈川県）や京丹後鉄道（京都府）は、重要な観光鉄道となっており、生活における移動の手段とは明確に異なった位置づけとして活用されています。鉄道を軸にした観光キャンペーンも行われています。

三陸鉄道に乗車することを目的とした、三陸沿岸地域を周遊する旅行商品の開発や観光車輛の導入を検討します。

釜石駅は JR 釜石線の終点にあたり、三陸鉄道と JR 釜石線の乗換駅になります。釜石駅で三陸鉄道を下車し、釜石市内での滞在を促進する体験プログラムや周遊コースの開発が求められます。



第二節 集客拡大のための広域連携の検討

集客拡大のために近隣市町村や岩手県等との連携を積極的に行います。

第一項 岩手県、三陸DMOセンター（公益財団法人 さんりく基金）との連携

岩手県は岩手県東日本大震災津波復興計画にともない、全県的な誘客への取り組みを展開しています。三陸ジオパーク活用の強化事業を含む様々な観光事業に取り組んでいます。釜石市では、岩手県全域等、より広域からの集客を図れるように岩手県との連携を図っていきます。三陸DMOセンター（公益財団法人 さんりく基金）が行う助成事業（調査研究事業、県北沿岸地域特産品開発事業、地域コミュニティ再生支援事業、イベント開催助成事業）との連携も視野に入れて、観光振興を行っていきます。

第二項 集客力のある平泉町、花巻市、遠野市との相互送客や合同集客

J R釜石線および国道 283 号「東北横断自動車道釜石秋田線」（釜石～花巻）を基軸とした内陸部との連携（東西）を行います。内陸部と釜石市とを結ぶ高規格幹線道路（自動車専用道路）が平成 30 年度に全線開通予定です。これにより沿線である秋田市から釜石市までの間に点在する観光施設を活用した広域連携による観光誘客が可能となります。これまでも各種の連携を行ってきた遠野市（民話）、花巻市（温泉）、北上市等のみならず、さらに遠方にあたる、橋野鉄鉱山と同様に世界遺産に登録されている平泉の文化遺産からの移動時間も大幅に短縮されるため、これまでに成立しなかった連携が可能となります。

第三項 競争的共存による三陸ブランドを活かした連携

三陸鉄道および国道 45 号「三陸沿岸道路」を基軸とした三陸沿岸地域の連携（南北）を行います。三陸沿岸エリアの市町村は個性を発揮し、それぞれが競争しあって個別の発展を目指していますが、「三陸」というエリア全体のイメージが確立されています。特にリアス式海岸の景観や、牡蠣をはじめとする豊かな海産物のイメージは三陸ブランドとして全国的にも深く浸透しています。三陸沿岸地域の自治体が広域連携を行うことで三陸ブランドのさらなる価値向上を行い、三陸沿岸地域全体への波及効果を拡大します。

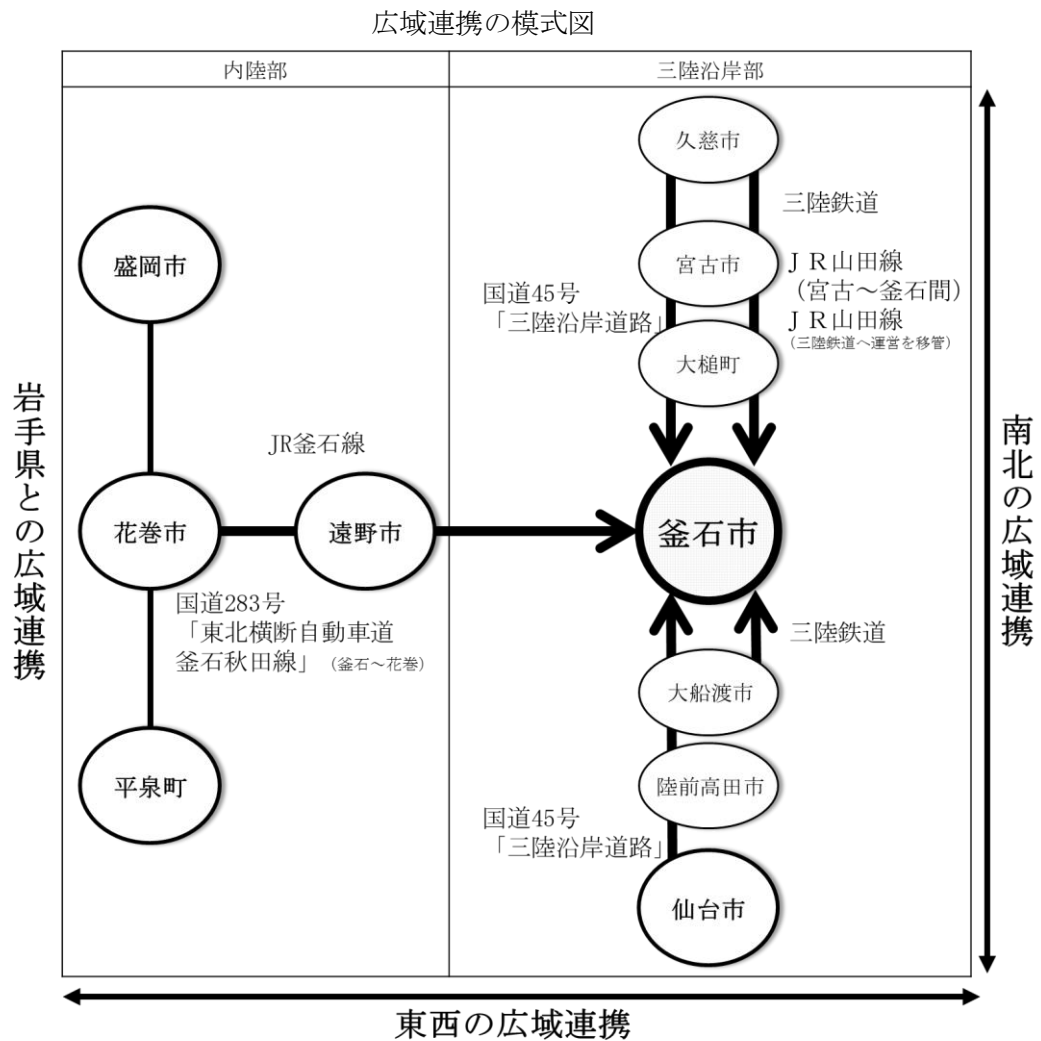
平成 30 年度に国道 45 号「三陸沿岸道路」が全線開通し、三陸沿岸地域は大幅に利便性が向上します。これを活かし、東北最大の都市である仙台市や三陸沿岸地域の自治体との広域連携を図ります。特に仙台市は海外における旅行博覧会への出展や観光セミナーの開催、海外メディアの招請事業等のプロモーション活動を積極的に展開しており、平成 27 年には約 116,000 人の訪日外国人観光客を受け入れました（前年比 168.4% 仙台市調べ）。これまで釜石市内には訪問しなかった新たな層の来訪者を仙台市経由で集客することが期待できます。

平成 30 年度には JR 山田線が復旧し、三陸鉄道へ運営が移管され、久慈市から大船渡市までつながります。三陸鉄道を通して三陸沿岸地域の周遊を促進するための広域連携を行います。

三陸鉄道はテレビドラマその他での露出を通じて知名度が高まり、体験ニーズも高いため、単なる移動手段ではなく、非常に認知度が高い観光資源となっています。また、他のコンテンツと比較しても利用満足度が高いため、釜石市を代表する観光資源の一つといえます。三陸鉄道に乗

車することを主目的とした、三陸沿岸地域を周遊する旅行商品の開発を行います。沿線自治体が力を合わせて集客し、観光で三陸鉄道を支えています。

また、三陸沿岸地域全体が対象エリアとなっている「みちのく潮風トレイル」「三陸ジオパーク」「三陸復興国立公園」においても、自治体同士で広域周遊を促す取り組みを行っています。



第三節 二次交通整備の考え方

第一項 整備計画の重要性

釜石オープン・フィールド・ミュージアムにおいては、「回遊性」が一つのキーワードになります。各地の地域資源を効率的に巡るための交通整備が必要です。釜石市を訪れる来訪者が釜石市内で利用する公共交通機関（二次交通）を整備します。

第二項 地域公共交通網整備計画と連動した考え方

公共交通機関を利用して釜石市を訪れる来訪者の多くは主たるシンボリックな玄関口である釜石駅周辺から、釜石市内の公共交通機関（二次交通）を利用して釜石市内を回遊します。釜石市は「地域公共交通網形成計画における交通ネットワーク」の整備を検討しています。「地域公共交通網形成計画における交通ネットワーク」の整備では、新たな交通結節点を設定し機能を強化して路線バス幹線軸の区間短縮等を行います。通常ダイヤでの整備に加えて、来訪者が増加する週末やハイシーズンは、特に鉄道との乗り継ぎ時間を短縮する、モデルコースを回遊しやすい運行ダイヤとする等、観光プランと、複数の鉄道、バス運行が一体となった二次交通整備を行います。それにより来訪者の利便性を高め、満足度を向上し、来訪者の再来訪を促進します。

第三項 新たな回遊性向上のための取り組み（陸上）

回遊性を向上するために、新たな取り組みの検討を行います。

・バイクシェア（貸自転車）の配置の検討

玄関口や地域拠点（地域応援センター）において、バイクシェア（貸自転車）の配置が考えられます。無人でもオペレーション可能なサイクルポートを地域拠点に設置し、活用できるようにすることを検討します。例えば「東北自転車旅」は東北の人気観光地を巡るのに便利な電動アシスト付き自転車のレンタサイクルサービスで、岩手県内でも遠野市や平泉町、一関市、久慈市で導入されています。気軽に自転車を借りて、車移動では見えなかったスローな風景を楽しんだり、地元の人々の優しさに触れたりすることができます。電動アシスト付き自転車なので坂道でも楽々と散策できます。

・自動車による交通結節点機能強化の検討

地域を限定した「定額制タクシー」やレンタカー事業への支援等が考えられます。定額制タクシーは、鵜住居駅から橋野鉄鉱山へのアクセスやタクシー利用に難のある地域等に限定して導入することを検討します。

第四項 新たな回遊性向上のための取り組み（海上）

東日本大震災以前には、釜石市では観光船「はまゆり」が「釜石湾絶景巡りコース」、「三貫島めぐり豪快コース」を1日3便から最大5便運航していました。しかし、東日本大震災の津波で観光船「はまゆり」は地上に乗り上げ解体となったため、観光船の定期運航がなくなり、海から見た素晴らしい釜石市の景観は観光資源として活かされていらない現状にあります。また、半島への航路を失うことで半島部と釜石市中心部を結ぶ回遊性が低下しています。

東日本大震災で失われてしまった釜石湾内の回遊性を再び高め、存在する観光資源を活用するための航路の復活を検討します。



第六章 広報計画

本章では、釜石オープン・フィールド・ミュージアムをいかに多くの方に認知していただき、内外にわたって活用していただくための広報計画について述べます。市民の機運醸成を図るとともに、積極的な情報発信が必要です。

第一節 釜石オープン・フィールド・ミュージアム鳥瞰図の作成

より多くの釜石市民の参加を募るために、釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想を釜石市民に啓蒙していく必要があります。そこで、象徴的なビジュアルとして、釜石市の「住まう誇り(地域の宝)」をふんだんに盛り込んだ、釜石オープン・フィールド・ミュージアムの完成イメージを1枚の鳥瞰図(空から見下ろしたような絵画地図)にして作成しました。



「時代に先駆け 挑戦し続ける釜石」の姿を描きました。時空を超越し、紅葉と桜が同居し、2つの高規格幹線道路(自動車専用道路)が開通した後の釜石市を伝説の人物や大島高任らが散歩する絵画です。この鳥瞰図を釜石市民の間で共有する釜石オープン・フィールド・ミュージアムのイメージとします。

第二節 「時代に先駆け 挑戦し続ける釜石」を発信

釜石市の代表的な「住まう誇り(地域の宝)」は「時代に先駆け 挑戦し続ける釜石」という言葉で表現される釜石市民の「挑戦」。つまり「人」です。釜石市では観光をプロモーションするインターネットコンテンツ、印刷物、映像を制作する際に、美しい景観だけではなく、釜石市民の「挑戦」の歩みや暮らしぶり、生き様を感じられるビジュアルや文章表現を取り入れることを基本とします。

第七章 K P I とロードマップ

第一節 考え方

本ビジョンは、釜石市民とともに長期的な視野をもって推進していく必要があります。市民が地域の魅力を再発見し、価値を創造していくことは、容易ではありません。長い目で、市民の関心や意欲の高まりを育てながら活動していくことが大切です。

市民同士のネットワーク形成や主体的な活動から、新たなリーダーが生まれ、釜石市民自身で楽しむレベルから、釜石市外の人々にも楽しみを与え、新たな観光コンテンツの創造につなげていきます。観光を通して釜石市内の産業を成熟させ、市民が喜んで働ける魅力ある仕事を成長発展させます。

第二節 ロードマップ

本ビジョンの計画期間は、平成 29 年から平成 38 年までの 10 年間です。

成長のプロセスを、大きく以下の 2 つの段階に区分します。前期 4 年間は導入・成長期、後期 6 年間は発展期として計画します。前期の 4 年間は、市民の機運醸成により市民が釜石市を考え、住もう誇りを芽生えさせる段階になります。後期の 6 年間は、地域内外の交流を活発化させ、宿泊を伴う滞在交流型観光を創出する多くの観光コンテンツが生まれている状態を目指します。

ロードマップ	テーマ	観光まちづくり 市民が釜石を考える期間				観光による産業育成 市民が釜石を磨き上げる期間
	計画期間	平成29年度～平成32年度				平成33年度～平成38年度
	目標設定	●市民が地域の宝を知り、釜石市に誇りを取り戻す ●持続可能な滞在交流型観光システムを生み出す				●地域の交流を活発化させ、 生まれた産業を育てる
	プロセス	STEP 1 導入期		STEP 2 成長期		STEP 3 発展期
	トピックス	●鶴住居メモリアルパーク まちびらき併用開始	●宮古・室蘭フェリー 航路開設	●ラグビーW杯 ●三陸沿岸道路 ●釜石花巻道路開通	●東京五輪	
戦略目標	行動指針	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度～平成38年度
釜石市民同士の 域内交流拡大	Meetup Kamaishiの運営	年間1～2回開催の観光イベント 「鉄人が案内する観光体験プログラム」		年間4回開催～12回開催。 定期開催の観光イベントとしての活動		日常的にいつでも誰でも利用できる 観光体験システム化
	担い手の育成	観光関連セミナー実施		エリアリーダーの育成研修		専門ガイドの育成研修
	流域エリアにおけるイベント開催	流域エリア毎 観光イベント開催				
	市内の回遊促進			エリア間回遊コース設定		
	学校教育プログラムの支援	コミュニティスクール推進事業「鉄づくりの学習」				STEP 1～2での活動の拡充
	市民・民間企業による情報発信	観光関連ホームページ新規開設		観光関連ホームページ維持・更新		
	住民の誇りの醸成	観光振興にかかわる住民満足度向上／市民アンケート調査実施				
釜石市内での宿泊 を伴う滞在交流型 観光の創出	観光目的の宿泊増	宿泊を伴う観光コンテンツ開発				
	民泊利用数の拡大	グリーンツーリズム・漁業体験プログラム設定		Airbnb経由集客数拡大・民泊受入箇所数拡大		
	教育旅行誘致数増	教育プログラム開発	旅行代理店営業	教育旅行団体誘致数		STEP 1～2での活動の拡充
	スポーツ団体誘致		スポーツ大会誘致数		スポーツ合宿誘致数	
	広域連携による集客	いわて花巻空港チャーター便に対応した 訪日外国人観光客誘致		釜石秋田線沿線自治体 周遊コース設定 三陸沿岸自動車道・三陸鉄道 周遊コース設定		
	顧客満足度の向上	域外滞在者のアンケート収受と顧客満足度の向上				
	ラグビーワールド カップ2019*開催 後の国際交流多様 性の受入れを促進	訪日外国人観光客数増	WiFiスポットの設置／多言語化サイン設置／外国語ガイド育成 ／Airbnb経由訪日外国人集客数			STEP 1～2での活動の拡充
	国際スポーツ大会の誘致	国際スポーツ大会誘致 販促資料の整備		国際スポーツ大会誘致		
マーケティングと 地域DMO設立	DMO設立準備	関連団体打ち合わせ	マーケティング専門人材の登用	DMO登録申請	DMO設立	継続的なマーケティングデータの収集管理 (DMO取得必須重要指標) ・延べ宿泊者数・旅行消費額・来訪者満足度 ・リピーター率
	マーケティング・マネジメント活動	三陸DMOとの連携	マーケティングデータの 収集管理			

戦略目標	行動指針	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度	平成33年度～平成38年度
中心市街地の活性化	F P 1 の活性化	文化芸術イベント開催				F P 1 商店街の売上高の拡大
	F P 3 の活性化	漁業振興イベント開催				観光船復活への働きかけ
世界遺産と鉄づくりの産業遺産観光の促進	権野鉄鉱山の訪問者数拡大	来場者アンケートによる満足度向上 コミュニティスクール推進事業支援	アクセス向上施策（シャトルバス、定額タクシーの設定） 飲食・土産品販売提供	世界遺産とつなぐ（平泉等）相互送客促進の情報発信数（インターネット広報等）		権野鉄鉱山来場者数の拡大
ラグビーワールドカップ2019®を活用した地域再生	鶴住居駅周辺、根浜地区の活性化	鶴住居駅前震災メモリアル施設による防災教育展示・プログラムの実施	釜石鶴住居復興スタジアム（仮称）を活用した大型屋外音楽イベントの開催誘致	STEP 1～2での活動の拡充		
		漁業体験プログラム設定				
		千量数を目玉とした海からの景観スポット整備と来客数				
		根浜地区オートキャンプ場施設の新設と常設利用				
釜石オープン・フィールド・ミュージアム整備	市民向け対応の為の環境整備	玄関口機能の整備・地域拠点の整備		・関連サービス施設の整備：既存施設の育成、新規施設の誘致	・全国のフィールドミュージアムとの連携 ・STEP 1～2での活動の拡充	
		展示空間の整備：整備計画（マスタープラン）の検討・作成				
		・学術研究施設の開放・展示空間化：暫定開放・試験的開放に向けての働きかけ				
	来訪者向け対応の為の環境整備	・関連サービス施設の整備：施設整備計画・誘導方策の検討・作成既存施設の掘り起こし		・観光ガイドの育成：人材のネットワーク化、外部支援者・会員の募集、育成	・観光ガイドの育成：他団体との交流、広域来訪者の誘致	
		・観光ガイドの育成：観光ガイド育成講座の開設、既存観光ガイド組織との連携				
		・景観保全方策：現況把握、景観保全方策の検討				
		・駐車場の整備：整備計画（マスタープラン）の検討・作成				
来訪者向け対応の為の環境整備	・公共交通機関（バス）の充実：周遊バスルートの設定		・公共交通機関（バス）の充実：新規バスルートの具体化		・情報センター機能の強化：拠点施設の充実 ・広域的な来訪者の誘致 ・その他、STEP 1～2での活動の拡充	
	・情報センター機能の強化：マップ、ガイドブック、パンフレットの充実、インフォメーションブースの設置		・情報センター機能の強化：インフォメーション拠点の設置			
	・サイン・インフォメーション計画：計画の作成		・景観保全方策：誘導、規制、取り締まりの実施 サイン・インフォメーション計画：整備の具体化（着手）			
	・イベントの開催、PR活動：イベントの企画・開催、PR活動		・イベントの開催、PR活動：観光PR、観光客誘致、観光産業の強化、育成			

第三節 K P I 一覧

K P I とは、Key Performance Ind I . Cator の略称で組織や事業、業務の目標の達成度合いを測る定量的な指標（業績評価指標）のことを指します。

前節においてロードマップの期間を前期 4 年と、後期 6 年と区分しました。それぞれの区切りとなる 4 年目（平成 32 年度）、10 年目（平成 38 年度）に向けて K P I を設け、ロードマップに対して適正に進捗しているかを定量的な指標を基に判断します。

現時点で正確な現状数値を把握しているものが少ないため、初年度は現状把握のための調査を実施した後に業績評価指数数値を策定します。平成 30 年度以降については初年度の策定数値を基に国や岩手県の業績評価指数の伸び率を参考に具体的な数値へと落とし込みを行い、業績評価指標とします。

テーマ	具体的な取り組み	業績評価指標（K P I）	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	平成 32 年度	平成 33 年度 以降
観光地域づくり	住民の誇りの醸成	誇りを持つ市民の割合（人数）	策定				
		人を呼び込もうとする市民の割合（人数）	策定				
	観光目的の宿泊増	ホテル・旅館・民泊 延べ宿泊者数（人泊）	策定				
	滞在交流型観光の促進	体験プログラム数 （グリーン・ツーリズム）	策定				
		体験プログラム参加者数	策定				
	次世代への継承	教育旅行誘致数（学校数）	策定				
		企業研修数（企業数）	策定				
観光による産業育成	地産地消の促進	地元調達率（地場産品利用率）			調査	策定	
	収益性の確保	客単価（地域消費額）			調査	調査	策定
	持続可能都市の形成	正規雇用割合（人数）			調査	調査	策定
		給与水準向上 （業種別 年収対前年比率）				調査	策定

