

## 事業概要

外国人旅行者の誘客による交流人口拡大・観光復興に向けて、

1. 岩手県を中心とした北東北への来訪のきっかけ、滞在の満足度を向上させるコンテンツの拡充と磨き上げ
2. 「オール岩手」で外国人旅行者を受け入れる機運醸成・意識啓発(=126.8万人県民コンシェルジュ計画)
3. 外国人旅行者の誘客や地域内周遊促進に向けた情報発信の土台構築を行うことで**地域の自立的な取り組み拡大を図る。**



## 課題

外国を中心に根強い風評被害の影響に加え、そもそも外国人受入体制が未成熟な部分があるなど、全国的なインバウンド急増の効果を享受できていない。

## 事業目的

新たなコンテンツの発掘や商品開発、情報発信、地域の関係者の意識醸成に取り組むとともに、市場と結びつきの強い民間事業者等と地域とのネットワークを構築し、地域の自立的な取組の拡大につなげ、将来の外国人の交流人口拡大を図ることで観光復興を目指す。

## 主な取組

### ① 「観光コンテンツプロデュース会議」の開催

岩手県内への外国人旅行者誘客と受入促進のための課題を把握し、目指すべき方向性を検討する場として運営。最終回は沿岸13市町村で構成する「岩手三陸連携会議」と合同で、「いわて三陸観光復興推進フォーラム」として開催。

テーマ	第1回: 事業の方向性、調査エリアの選定等 第2回: 調査エリアにおける検討状況と商品開発の検討方針等 第3回: これまでの検討結果を踏まえた各調査エリアの魅力を活かしたインバウンド向け商品の構築等 第4回: いわて三陸観光復興推進フォーラム
参加者	①有識者委員(2名) ②実践委員(3名) ③その他観光・復興関係者 等

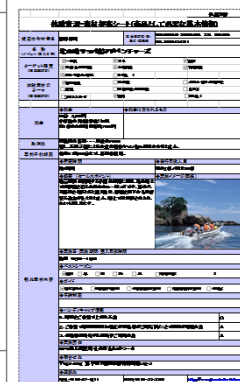
### ② 各調査エリアにおける「エリア検討会」の開催

誘客のフックとなる新たなコンテンツを開発するための「エリア検討会」を沿岸12市町村でのべ12回開催。コンテンツの拡充とともに、外国人に選ばれ売れる商品について**岩手県内で15商品程度の開発を目指す。**

エリア	(1)県北 (2)県央 (3)県南
テーマ	第1回: 調査エリアの現状把握と課題の共有 第2回: 調査エリアで強みにしたいコンテンツの魅せ方の検討 第3回: 調査エリアの魅力を生かしたインバウンド向け商品の構築 第4回: エリア検討会(計4回開催)のまとめとオペレーション方法 第5回: いわて三陸観光復興推進フォーラムにて各調査エリアによる成果発表
参加者	①実践委員 1名×3地域 ②地域事業者等 10~20名程度×3地域

### ③ 北東北観光コンテンツ一覧作成

岩手県民が推奨する「売りたいもの」と外国人旅行者の嗜好にマッチした「売れるもの」、また、旅行会社等の造成・販売側や外国人旅行者自身が求める「現地情報」を収集し、北東北の観光コンテンツ一覧を作成。今後、**旅行商品の販売や外国人旅行者対応のツールとして活用予定。**



素材シート(日・英)

案内ツール(日・英・中(簡・繁)・韓)

## 取組のスケジュール

- SNSによる観光コンテンツ調査(8月～9月)
- 観光コンテンツプロデュース会議(9月(第1回)、11月(第2回)、1月(第3回)及び3月(第4回)※)
- 観光コンテンツプロデュースエリア検討会(10月(第1回)、10月・11月(第2回)、12月(第3回)、2月(第4回)及び3月(第5回)※)
- ※第4回会議及び第5回エリア検討会については3月19日に宮古市で「いわて三陸観光復興推進フォーラム」(=成果発表会)として合同開催。

## 取組結果の分析

- 成果
  - ・実践委員による旅行商品造成支援を通じて、岩手県における観光コンテンツ商品(海外旅行会社への提案ツール)を多数造成。
    - 具体的には、海外旅行会社向けの旅行商品造成は15商品が目標だったが、**旅行商品の提案数は140件で、そのうち体験素材68商品を造成。**
    - 体験素材68商品については、「体験資源・素材提案シート」(商品として必要な基本情報)を作成し、英語翻訳を実施。
    - 特に、**68商品のうち42商品については英語、中国語(簡体字・繁体字)及び韓国語に翻訳し、本業務で作成した案内ツール「いわて周遊案内帳 Iwate 'Connectrip' Planning Guide ～あなたがつなげる、いわて旅～」に掲載。**
  - ・機運醸成や意識啓発のため、岩手県内の主要メディアであり、地域との強固なネットワークを持つ「新聞社」「テレビ・ラジオ」による一般向けの情報発信を定期的・継続的に実施。
    - 具体的には、公告掲載(岩手日報10回)、新聞記事掲載(岩手日報2回、読売新聞1回、東海新報2回)、岩手朝日テレビニュース放映1回、IBC岩手放送ニュース放映2回、IBC岩手放送ラジオ告知1回を実施。
    - SNSによる観光コンテンツ調査による**一般からの提案数は37件。**
    - 第1回～第4回エリア検討会への**延べ参加者数は174人。**
    - 「いわて三陸観光復興推進フォーラム」への**参加者は約120人。**
- 反省
  - ・台湾を中心に4月(桜)、10月(紅葉)の来訪者が多いが、夏季の底上げが必要。
  - ・岩手県では2017年3月に「いわて国際戦略ビジョン」を策定しており、2019年は「三陸防災復興プロジェクト2019」や「ラグビーワールドカップ2019™釜石大会」の開催に加え、大型外港クルーズ船の寄港等、岩手県にとって「ビッグイヤー」となるため、引き続き取り組むべき課題についての調査・収集・分析が必要。
  - ・宮古・室蘭間フェリーの就航や三陸鉄道による久慈～盛間一貫経営の開始に加え、復興道路や復興支援道路の整備等、三陸地域と内陸地域や県外を結ぶ交通インフラの整備もすすんでいることから、拠点となる「道の駅」の活用等、復興の先を見据えた岩手県を中心とした北東北の地域間連携や機運醸成、意識啓発の方法について検討を行うとともに、「ビッグイヤー」に向け、多様かつ多数のステークホルダーが参画する、外国人の交流人口拡大を図るための受入体制構築が必要。

## 事業終了後の動向

- 造成した商品同士を結ぶ周遊型商品として「北山崎サッパ船アドベンチャー、龍泉洞、浄土ヶ浜」等は、自然の驚異を結ぶ商品として旅行会社が次年度商品として動き始めている。
- 内陸部の世界遺産中尊寺と、沿岸部の玉山金山黄金探訪体験を結ぶ黄金の国といったテーマ商品も造成に動いている。