

資料 3

平成30年度 岩手復興局交流拡大モデル事業について

平成31年3月8日
復興庁岩手復興局

現状について

沿岸地域の観光客入込は県全体の20%程度

一方、外国人客は県全体の3.5%程度

→復興・創生期間後を見据え、外国人の交流拡大につながるビの確立が必要

主な課題

- 情報発信が不十分で認知度も低い
 - 現地の機運醸成や取組が不十分
 - 他地域との差別化 等

インフラの整備

首日・全期間フェウ 就航(2018年6月)

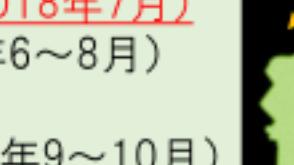
花卷·台北(桃園)便 就航(2018年8月)

花巻・上海(浦東)便 就航(2019年1月)

三陸鉄道 一貫経営開始(2019年3月)

宮古港 大型外港クルーズ船 寄港(2019年4月)

復興道路:復興支援道路等の整備



ビッグイベント

「国際防災・危機管理研究 岩手会議」(2018年7月)

「三陸防災復興プロジェクト2019」(2019年6~8月)

「ラグビーワールドカップ2019™釜石開催」

(2019年9~10月)

三



北東北インバウンド事業、防災・復興コンテンツ事業を実施

岩手県との直行便ができた台湾をメインターゲットとし、実際に旅行商品の造成・販売・送客を行うことでビジネスモデルの確立を目指した。

台湾での「岩手県海岸線旅遊商品説明会」

日時・場所: 2018年9月7日 台湾・台中市

対象: 台中市内の旅行会社関係者 48名

概要: 沿岸地域をめぐる旅行モデルを提示し、商品造成の働きかけ等を実施

関心が高く、出席者アンケートによると

95.5%が岩手県沿岸地域への送客に意欲



考察團招請・事業概要説明会

○3社4名を「台中市日本線旅行同業考察團」として
2018年10月に招請

○同時期に大船渡市に停泊中の「飛鳥Ⅱ」内で
事業概要説明会を開催。県内沿岸市町村、観光、
宿泊、交通などの関係者ら約50人が参加

○考察團が登壇し、参加者との意見交換を実施



考察團の主な反応

- サッパ船乗船や三陸鉄道乗車など、
体験型プログラムは概ね好評
- 三陸全般にインバウンド準備が不十分。
(スタッフ、言語対応、団体受入体制等)
- 場所が離れており、お座敷列車等の
移動中の工夫が必要
- 食事が海産物に偏っており、ベジタリアン対応等の選択肢が必要 等



12月 台湾での東北関連イベントへの参加を呼び掛けた結果、沿岸地域の方々が現地で自主的に考察團にプロモーションやセールスコールを実施



台中市内の旅行会社による商品造成

結果 計104人泊

※2月12日時点での販売実績。

3月末～4月にかけ、岩手県を中心としたコース(25人×4泊)の追加実施についても調整中

造成・販売した旅行商品

台湾発着 4泊5日 26人×4泊=104人泊

2月20日 花巻空港→花巻温泉(泊)

2月21日 花巻温泉→えさし藤原の郷→猊鼻渓→碁石海岸or三陸鉄道→陸前高田(泊)

2月22日 陸前高田→気仙沼(魚市場・氷の水族館)→平泉(昼食・中尊寺)→仙台(泊)

2月23日 仙台(免税店)→山形蔵王(樹氷)→宮城蔵王(キツネ村)→遠刈田温泉(泊)

2月24日 遠刈田温泉→仙台空港



- 構築した先方との関係を維持し、引き続き三陸地域への送客を実施
- 三陸だけでは商品造成が難しいため、他地域との組み合わせが必要
- 指摘された受け入れ体制の整備等についても引き続き取り組む

防災関連の国際会議開催等を踏まえ、防災・復興コンテンツを活用した旅行商品の造成・販売・送客を行いビジネスモデルの確立を目指した。

「国際防災・危機管理研究 岩手会議」エクスカーション

日時:2018年7月19日午後～20日

場所:岩手県沿岸地域(Aコース、Bコース、Cコースの3コース)

参加者:国内外の防災・危機管理に関する専門家等(10か国・地域から24名(うち、日本人4名))

Aコース



防災を学ぶ取組が好印象

Bコース



実際に避難経路を歩いたことで
理解が深まった

Cコース



民泊、伝統工芸・木工など体験系
コンテンツが人気

専門家、一般向けのファムトリップの実施

2018年11月 国内旅行会社1名(中国)及びメディア2名(ブルガリア、日本)

2019年1月 国内大学留学生(中国、台湾、タイ各1名)

2019年1月～2月 台湾人研究者2名

(参考)防災・復興コンテンツの海外事例現地調査

○台湾で1999年9月21日に発生した「921大地震」を後世に伝える
「九二一地震教育園區」(台中市)を訪問

○震災遺構の他、地震体験や防災教育施設も併設
伝承施設の活用や、震災の教訓を伝える参考とする



専門家向け

- ・おおむね好評
- ・教育旅行もターゲットになりうる



一般向け

- ・防災・復興コンテンツだけではなく、他の観光資源との組み合わせ等が必要
- ・文化や宗教感の違いのある外国人は防災・復興コンテンツの受け止め方が違う場合もある



専門家向け、一般向けそれぞれに商品を造成

結果 計12人泊

造成・販売した旅行商品

①専門家向け「国際防災・危機管理研究 岩手会議」エクスカーション 20人×1泊(=20人泊※)

※ KPIに計上せず(宿泊代、食事代等は参加者負担)

Aコース 宮古(田老・学ぶ防災)、唐丹本郷(釜石・昭和の移転地)、吉浜本郷(大船渡・明治の移転地)等

Bコース 釜石(根浜・鵜住居) まちづくりや防災教育視察、震災発生時の避難行動体験

Cコース 陸前高田 復興最前線ツアー視察や民泊(希望者のみ)、地元の伝統工芸(木工)体験

②一般向けベトナム発着ツアー 3人×4泊(=12人泊)

2月14日 福島空港→仙台(昼食)→松島→陸前高田(泊)

2月15日 陸前高田(復興最前線ツアー)→釜石(鵜住居・「釜石の奇跡」語り部・昼食)→大槌(泊)

2月16日 大槌(浪板海岸)→山田(復興街歩きつまみ食いツアー)

→田野畠(サッパ船・貝殻アート作り体験・泊)

2月17日 田野畠→平泉(中尊寺)→郡山(泊)

2月18日 郡山→福島空港



○今後、国際会議等の機会には専門家向けのプランを活用

○一般向けには、相手国の特性に合わせて、「防災」「復興」だけではなく通常のコンテンツと組み合わせる等、工夫が必要