

岩手県を中心とした北東北インバウンド誘客推進調査・検討等業務 実施イメージ

事業の目的

インバウンド旅行者の誘客による交流人口拡大・観光振興に向けて、

1. 『オール岩手』でインバウンド旅行者を受け入れる機運醸成・意識啓発
 2. 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
 3. インバウンド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に寄与する事業を目指します。

▼企画のコンセプト(本事業の実施方針)

126.8万人県民コンシェルジュ計画

観光関連事業者のみならず、『オール岩手126.8万人の県民』一人ひとりがインバウンド旅行者の地域内周遊に関わる一員である意識を高めるとともに、『いつでも・どこでも・誰でも』岩手の魅力を提案できるおもてなし態勢づくりに貢献します。

〈イメージ〉

今(現状)

- ・インバウンド旅行者の来訪が珍しい。
- ・インバウンド旅行者の対応が不慣れ。
- ・受入態勢が不十分。



将来(目標)

- ・インバウンド旅行者が来訪することが想定できていて、自然に対応できる。
- ・インバウンド旅行者のニーズに合わせた対応の方法を理解し実践できている。
- ・観光関連事業者のみならず、県民各人が自身の生活や仕事の中で、インバウンド旅行者を受入れおもてなしできる態勢が整っている。



岩手県を中心とした北東北インバウンド誘客推進調査・検討等業務 実施イメージ

『126.8万人県民コンシェルジュ』実現に向けて重要視する内容

1

受入態勢整備

観光関連事業者のみならず一般意見を取り入れて県民がインバウンド旅行者誘客に向けて参画でき、新たな価値を生み出すネットワークを構築します。

2

コンテンツの整理・磨き上げ

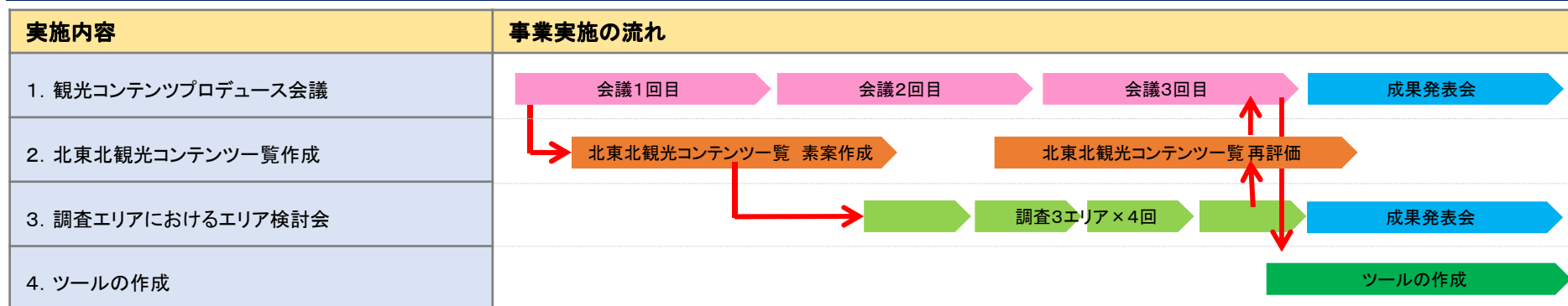
地域が推奨する『売りたいもの』、インバウンド旅行者の嗜好にマッチした『売れるもの』、旅行時や商品造成時に必要な情報を整理するとともに、コンテンツの魅力向上に向けての施策を検討します。

3

活用シーンを想定したツールの作成

いわてのおもてなし力を活かした受入を推進するための『岩手の観光案内ツール(仮称)』と、商品造成や情報発信から送客促進をするための『北東北コンテンツ集電子データ』を作成します。

『126.8万人県民コンシェルジュ』実現に向けた具体的な取組み(本事業実施内容)



1 観光コンテンツプロデュース会議

岩手県内へのインバウンド旅行者誘致と受け入れを推進するための課題を把握し、目指すべき方向性を共有し取組みを検証する場として運営します。

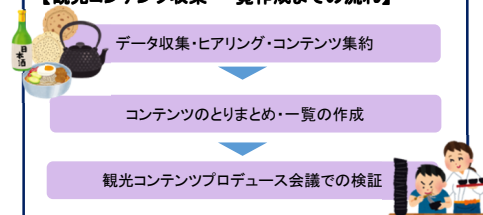
【観光コンテンツプロデュース会議の概要】

回数	全3回+成果発表会
開催地	岩手県内各所(基本は盛岡市内開催)
参加者	①有識者委員 ②実践委員
会議のテーマ	第1回: 調査エリアの選定 第2回: 現地調査会(沿岸地域で開催予定) 第3回: 調査エリアの取組・コンテンツの検証 第4回: 成果発表会の開催

2 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』とインバウンド旅行者の嗜好にマッチした『売れるもの』、旅行会社等の造成・販売側やインバウンド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します。

【観光コンテンツ収集・一覧作成までの流れ】



3 調査エリアにおけるエリア検討会

会議で挙げられた課題と『北東北観光コンテンツ』を以て、調査エリアにおける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開催します。コンテンツ数の拡充とともに、お客様に選ばれる売れる商品を岩手県内で15商品開発を目指します。

【調査エリアの想定】

- ① 県北エリア
- ② 県央エリア
- ③ 県南エリア

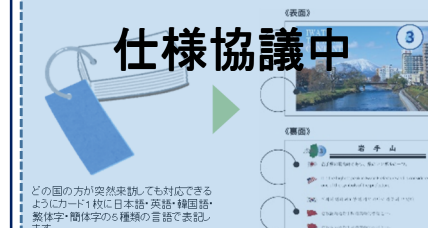
【エリア検討会開催回数】

各調査エリア全4回+成果発表会
※成果発表会にて各地域の取り組みをパネルディスカッションにて発表

4 ツール作成

『北東北コンテンツ集』をとりまとめて、
①『北東北コンテンツ集電子データ』と
②『岩手の観光案内ツール(仮称)』を作成します。

【岩手の観光案内ツールのイメージ】



岩手県を中心とした北東北インバウンド誘致促進調査・検討会等業務
観光コンテンツプロデュース会議およびエリア検討会について

【事業の流れ】



1. 観光コンテンツプロデュース会議	岩手県内へのインバウンド旅行者誘致と受け入れを推進するための課題を把握し、目指すべき方向性を共有し取組みを検証する場として運営します。
2. 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』とインバウンド旅行者の嗜好にマッチした『売れるもの』、旅行会社等の造成・販売側やインバウンド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します。
3. 調査エリアにおけるエリア検討会	会議で挙げられた課題と『北東北観光コンテンツ』を以て、調査エリアにおける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開催します。コンテンツ数の拡充とともに、お客様に選ばれる売れる商品を岩手県内で15商品開発を目指します。
4. ツールの作成	『北東北コンテンツ集』をとりまとめて、①『北東北コンテンツ集電子データ』と②『岩手の観光案内ツール（仮称）』を制作します。

1. 観光コンテンツプロデュース会議について

■ 会議の全体像

観光コンテンツプロデュース会議	
1) 開催回数	年3回+成果発表会1回
2) 開催地	岩手県内各所（基本は盛岡市内開催）
3) 参加者(委員)	10名程度
4) 会議のテーマ	岩手県内へのインバウンド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です。 第1回：調査エリアの選定 第2回：現地調査会（沿岸地域で開催予定） 第3回：選定地域の検証と地域コンテンツの検証 第4回：成果発表会「いわてインバウンド誘致プロジェクト会議（仮称）」の開催

● 第1回：地域コンテンツの検討と調査エリアの選定

本事業を推進するにあたり、取り組みの方向性を決定します。

● 第2回：現地調査会

調査エリアのうち1箇所にて現地調査会を実施します。※沿岸地域で開催予定。

● 第3回：調査エリアの検証と地域コンテンツの検証

調査エリアでの検討会の効果検証を行います。

また抽出された北東北コンテンツ集と、エリア検討会で新たに整備されたコンテンツの状態を確認し、岩手県内および北東北エリアの誘客に有力なコンテンツを整理します。

● 第4回：成果発表会「いわてインバウンド誘致プロジェクト会議（仮称）」の開催

事業の目的に基づき、本事業の成果発表と継続した取り組みへ繋げるためのきっかけづくりとして成果発表会を開催します。

【開催内容案】

・基調講演

※講演テーマ、講演者の今後検討

・パネルディスカッション

調査3エリアから1～2名程度登壇し、本事業をきっかけにした課題・取り組み・今後の展開について共有

・参加想定（100～150名程度※要相談）

本事業の関係者(検討会参加者)、県内観光関連事業者、自治体担当者、民間事業者、大学(学生含む)等

2. 調査エリアにおけるエリア検討会について

エリア検討会	
1) 開催回数	各調査エリア4回＋成果発表会1回
2) 開催地	調査エリア3地域
3) 参加者	①会議から派遣された委員1～2名程度を各地域へ派遣 ②調査エリア内の事業者・関係者(実践者のイメージ)
4) 検討・相談会 実施内容	会議で挙げられた課題と『北東北観光コンテンツ』を以て、調査エリアにおける誘客のフックとなる新たなコンテンツを開発。コンテンツの拡充とともにお客様に選ばれる商品を岩手県内で 15商品開発 を目指します。 ①会議で上がった観光コンテンツの評価説明 ②地域の底上げを目指した検討・相談会を実施 ③支援コンテンツを再評価

1) 調査3エリアの選定と委員

- ・調査エリア：旅行者のルートとなる交通インフラ（特に新幹線駅・主要道路）を規準に岩手県を3エリアで調査。
調査3エリア全てに沿岸市町村を組み込み、内陸と沿岸の相互交流ができるよう配慮。
- ・実践委員：インバウンド旅行者誘客のための商品・仕組み・地域づくりができる実践者であり、他地域の事例を提示しながら支援できる者を選出。

特定エリア	エリア対象自治体名	実践委員
岩手県北エリア	久慈市、二戸市、八幡平市、葛巻町、普代村、軽米町、野田村、九戸村、洋野町、一戸町、	株式会社ナレッジハウス 代表取締役 菅原 達也氏
岩手県央エリア	盛岡市、宮古市、滝沢市、雫石町、岩手町、紫波町、矢巾町、山田町、岩泉町、田野畑村	株式会社ライト・ア・ライト 顧問 雫石 吉隆氏
岩手県南エリア	大船渡市、花巻市、北上市、遠野市、一関市、陸前高田市、釜石市、奥州市、西和賀町、金ヶ崎町、平泉町、住田町、大槌町、	株式会社 JTB グローバルマーケティング & トラベル 地域交流推進部長 阿部 昌孝

※商品の内容は調査エリア区分に影響せず、柔軟に連携を図るものとする。

2) エリア検討会の内容（案）

※検討会の内容は地域の参加者の顔ぶれから実践委員と共にアレンジします。

○第1回：各エリアの現状把握と課題の共有

- ①現状把握(課題の共有)
- ②目指したい姿の共有
- ③取組みの方向性の確認
 - ・何を売りにしたいか
⇒旅行商品のみならず滞在中に提供できる、来訪のきっかけになるモノ・コトについて検討
 - ・売りたいターゲットは誰か

○第2回：各エリアで強みにしたいコンテンツの魅せ方の検討

- ①コンテンツ集約した結果の提供
- ②既存のコンテンツの状況の整理
 - ・地域の受入環境（ハード・ソフト面）
 - ・受入団体の状況
 - ・実施している販売・情報発信方法

○第3回：新たな観光コンテンツ開発、既存商品磨き上げの検討会①

○第4回：新たな観光コンテンツ開発、既存商品磨き上げの検討会②

会議での状況やコンテンツ収集の結果(県民のSNSへ投稿した声など)も含め、各委員が得意とするアイデアやノウハウを提供し、商品開発へ繋がります。

※旅行商品の場合は、弊社規定に基づき精査します。

○第5回：成果発表会「いわてインバウンド誘致プロジェクト会議（仮称）」の開催

各エリアのコンテンツ及び本事業での取組みの共有と成果報告

今後の方向性・岩手県全体の課題の共有