

観光コンテンツプロデュース会議等における これまでの検討状況について

平成30年1月26日
復興庁岩手復興局

平成29年度交流拡大版ハンズオン支援事業について

- 各復興局主導で、民間事業者と共同して意欲的な地域の支援・関係者の連携促進を行い、民間事業者のノウハウを活用した新たなコンテンツの発掘等の地域の魅力の底上げを図る事業を実施。
- 旅行会社等の民間事業者と地域とのネットワークを構築することで、取組の継続や自立的な取組の拡大につなげる。

岩手復興局

「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」(JTB東北)

【概要】

外国人旅行者の誘客による交流人口拡大・観光振興に向けて、

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に寄与する事業を目指す。

1 「観光コンテンツプロデュース会議」 (4回実施)

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。最終回は成果発表会(仮称)として実施。

会議のテーマ	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:成果発表会(仮称)兼 現地調査会(沿岸地域で開催予定)
参加者	①有識者委員(2名) ②実践委員(3名) ③その他復興・観光関係者 等 必要に応じて外国人委員の招聘も検討

2 各調査エリアにおける「エリア検討会」 (5回実施)

各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。コンテンツ数の拡充とともに、外国人に選ばれる売れる商品を岩手県内で15商品開発を目指す。

エリア	(1)県北 (2)県央 (3)県南
会議のテーマ	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:成果発表会(仮称)と合同で開催
参加者	①実践委員1名×3地域 ②地域事業者等10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。



素材シート(日・英)

コンテンツ集(日・英・韓・簡・繁)

第1回観光コンテンツプロデュース会議の開催について

プレスリリース

Reconstruction Agency

新たなステージ 復興・創生へ

記者発表資料

平成 29 年 9 月 13 日

復興庁 岩手復興局

第1回観光コンテンツプロデュース会議を開催します。

復興庁岩手復興局では、平成 28 年 4 月に取りまとめられた「東北観光アドバイザー会議」の提言等を踏まえ、岩手県を中心とした北東北の新たな観光コンテンツの開発や既存の観光コンテンツの磨き上げ、外国人向け旅行商品の造成等を行うことで、岩手県を中心とした北東北の観光復興を目指す事業（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、以下「本事業」）を現在実施しております。

本事業の一環として、岩手県を中心とした北東北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、現状やその課題を把握し、目指すべき方向性を共有し、その取組を検証する場として、この度第1回観光コンテンツプロデュース会議（以下「会議」）を下記の通り開催します。

会議については年度内に 4 回を想定しており、今回はその第 1 回となります。最終回は機運醸成や意識啓発等を目的とした成果発表会（仮称）の開催を予定しています。

記

1. 日時 平成 29 年 9 月 15 日（金）13:00～15:00
2. 場所 復興庁岩手復興局 4階会議室
（岩手県盛岡市中央通1-7-25 朝日生命盛岡中央通ビル4階）
3. 議題
 - ・本事業の方向性及び課題の検証について
 - ・調査エリアの選定と実践委員の承認について
 - ・地域コンテンツ収集の際の視点について 等
4. 委員 別紙1のとおり

※報道関係者による取材が可能です。ご希望の方は別紙2の取材申込用紙に記入の上、FAX にて事前に申し込みをお願いいたします。当日は、申し込まれたご本人であることを証明できる社員証又は名刺などをご呈示願います。

問合せ先：

復興庁岩手復興局 観光・調整班 小林
電話 019-654-6609
FAX 019-654-6612

別紙1

観光コンテンツプロデュース会議 委員名簿

（座長）南 正昭 岩手大学理工学部 教授

五味 壮平 岩手大学人文社会科学部 教授

雫石 吉隆 株式会社ライト・ア・ライト 顧問

菅原 達也 株式会社ナレッジハウス 代表取締役

阿部 昌孝 株式会社 JTБ グローバルマーケティング&トラベル
地域交流推進部長

（敬称略）

第1回観光コンテンツプロデュース会議の開催について

会議の様子



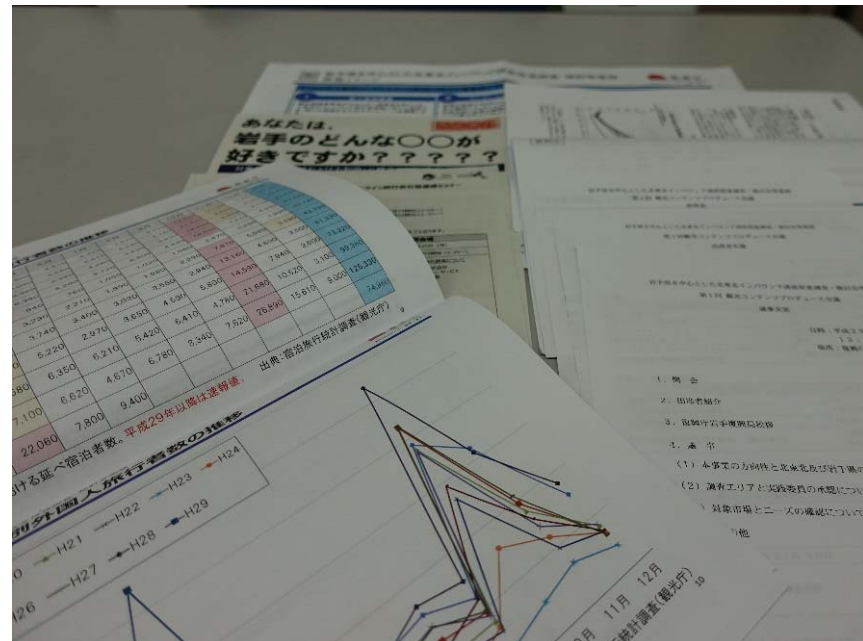
会場の様子



事務局説明の様子



委員の様子



配付資料 ※復興庁HPに掲載済み

第1回観光コンテンツプロデュース会議の開催について

新聞記事等

※下記のとおり、岩手朝日テレビ「Jチャンネルいわて」でも放送。

外国人の誘客へ
コンテンツ探る
本県関係者ら初会合
本県など北東北への外国
人観光客の誘客推進を図る
観光コンテンツプロデュース

ス会議の初会合は15日、盛岡市中央通の復興庁岩手復興局で開かれた。今後は県内を3地域に分けたエリア検討会を併せて開き、沿岸部を中心に計15件の誘客コンテンツ（商品）を開発する。出席者からは国、とくに連う旅の形態を踏まえた検討や季節に偏りのない商品構成を求める声が出た。約20人が出席した。同会議は岩手復興局のインバウンド推進事業の一環。官民の観光・地域振興の専門家が現状や課題を把握し、

取り組みを検証する場として設置された。岩手大理工学部南正昭教授が座長に就いた。本県への外国人観光客（従業員10人以上の施設の宿泊者数）は2016年に過去最高の12万5330人を記録し、ほぼ半数が台湾から。一方、台湾に次ぐ重点市場となる韓国や香港は震災前より少なく、全体の来県時期も紅葉の10月と桜の4月に偏る傾向がある。会合では商品づくりの留

平成29年9月16日 岩手日報※
※受託事業者



ニュース



外国人旅行者増加へプロデュース会議／岩手・盛岡市 2017年09月15日 18:50 更新

外国人旅行者の誘致で、観光分野の復興を進めようという取り組みが15日、岩手県盛岡市で始まりました。盛岡で初会合を開いた「観光コンテンツプロデュース会議」は、岩手復興局が観光分野の復興を進めようと立ち上げたもので、大学教授や旅行代理店の社員などがメンバーとなっています。岩手・北東北の観光をアピールするターゲットは、年々増加している外国人旅行者です。おとし全国での延べ宿泊者数が、過去最高の1974万人を記録しました。しかし東北の延べ宿泊者数はおよそ51万人で、震災前の水準には戻ったものの、全体の1%未満にとどまっています。会議では今後、インバウンドをどれだけ誘致できるかが、観光の復興に大きく関わると確認されました。このほか委員から「来日前に予約するものではなく、来日してから選べるものが良い」「季節や時間帯を考えるべき」といった、観光メニューづくりへの意見が出されました。会議は今年度中にと3回行われ、インバウンドの増加につながる旅行商品の完成を目指します。

平成29年9月15日 IBC岩手放送※
「IBCニュースエコー」

※受託事業者

<http://news.ibc.co.jp/item/31183.html>

今日の二
年賀はがき
め国体リポ
早く、分力



第1回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

プレスリリース

新たなステージ 復興・創生へ

記者発表資料
平成 29 年 9 月 28 日
復興庁 岩手復興局

第1回観光コンテンツプロデュースエリア検討会を開催します。

復興庁岩手復興局では、岩手県を中心とした北東北の新たな観光コンテンツの開発や既存の観光コンテンツの磨き上げ、外国人向け旅行商品の造成等を行うことを目的として、去る 9 月 15 日に第 1 回観光コンテンツプロデュース会議(座長:南 正昭 岩手大学教授、以下「会議」)を開催しました。

会議での検討結果を踏まえ、岩手県北、県央及び県南の3エリアにおいて、エリアごとの新たな観光コンテンツの開発等を行うため、この度、第 1 回観光コンテンツプロデュースエリア検討会(以下「検討会」)を下記のとおり開催します。

検討会開催数は各エリア年度内5回を想定しており、今回はその第 1 回となります。最終回は会議と合同で、機運醸成や意識啓発等を目的とした成果発表会(仮称)の開催を予定しています。

記

1. 日時および場所

平成 29 年 10 月 3 日(火) 13:00~16:00 県北エリア(久慈市役所3階大会議室)
平成 29 年 10 月 3 日(火) 13:00~16:00 県南エリア(大船渡市役所地階会議室)
平成 29 年 10 月 4 日(水) 13:00~16:00 県央エリア(山田町中央コミュニティセンター)

2. 議題

『各調査エリアの現状把握と課題の共有』(予定)
・岩手県と各調査エリアの現状把握(課題の共有)
・岩手県と各調査エリアの目指したい姿の共有
・今後の取組の方向性の確認(売り出したいモノ・コト、ターゲット等)
※各回ご参加の皆様主体のワークショップ形式にて進行いたします。

3. 委員 別紙1のとおり

※報道関係者による取材が可能です。ご希望の方は別紙2の取材申込用紙に記入の上、FAX にて事前に申し込みをお願いいたします。当日は、申し込まれたご本人であることを証明できる社員証又は名刺などをご呈示願います。

問合せ先:
復興庁岩手復興局 観光・調整班 小林
電話 019-654-6609
FAX 019-654-6612

別紙1

観光コンテンツプロデュースエリア検討会 参加予定者

○県北エリア(久慈市役所)

平成 29 年 10 月 3 日(火)13:00~16:00

菅原 達也 株式会社ナレッジハウス 代表取締役 (座長)

岩手県復興・観光担当部局

県北エリア市町村復興・観光担当部局

観光協会など関係機関

12名参加

○県央エリア(山田町中央コミュニティセンター)

平成 29 年 10 月 4 日(水)13:00~16:00

栗石 吉隆 株式会社ライト・ア・ライト プロデューサー (座長)

岩手県復興・観光担当部局

県央エリア市町村復興・観光担当部局

観光協会など関係機関

14名参加

○県南エリア(大船渡市役所)

平成 29 年 10 月 3 日(火)13:00~16:00

阿部 昌孝 株式会社 JTB グローバルマーケティング&トラベル

営業企画部 地域交流推進部長(座長)

岩手県復興・観光担当部局

県南エリア市町村復興・観光担当部局

観光協会など関係機関

19名参加

以上

第1回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

県北エリア(久慈)会場の様子



会場の様子



ワークショップの様子(その1)



ワークショップの様子(その2)



発表の様子

第1回観光コンテンツプロデュースエリア検討会議事(県北)

座長講話内容

座長：ナレッジハウス代表取締役 菅原達也氏

- (1)自己診断 内部環境(強み・弱み)と外部環境(脅威・機会)
- (2)どんなお客様へ何を提供するか(マーケティングと言う言葉)
- (3)私の地域はこんな地域だ！！(地域コンセプトを作る)
- (4)MK T(中村勘三郎が言う自分の人生観)イノベーション
- (5)お店・施設・観光地(コーペティションと言う言葉)
(今の競争は地域対地域の競争である)
- (6)地域活性化と観光開発
- (7)事業モデル概要
- (8)自分たちの環境分析(SWOT分析)
- (9)観光資源分類
- (10)事例研究(鳥羽の海女)

ワークショップ内容

【課題1】地域を確認し、グループで協議をして地域資源を評価する。

- 1、地域を選択する
- (1)ご自身の住まいの地域／行政単位

【作業1】観光資源の分類

- 1、地域資源を分類する(一般的な分類方法)
各項目を5～10項目程度摘出する。
- (1)自然環境・景観
- (2)歴史・文化財
- (3)食・特産品
- (4)人や生活文化

【作業2】摘出した項目の評価

- 1、グループで地域資源の評価を行う
- (1)認知度(外部評価であるが自分たちで5段階評価をする)
- (2)魅力度(同上)
- (3)愛着度(5段階評価)
- (4)自慢度(5段階評価) ⇒ ①重要(地域の宝だ)
②やや重要(地域の宝になり得る)
③普通(現状では単なる資源)
④現状ではやや不満
⑤現状では不要

参加者発表内容

3つのグループに分け、ワークショップを実施。

【葛巻町チーム】

- 一番評価が高かったもの
⇒くずまきワイン・くずまき高原牧場の乳製品・森のそば屋
- 評価が低かったもの ⇒廃校が6つある点・曲がり家・クリーンエネルギー
- 葛巻町では、ワインの収穫祭を実施しているのですが、町外からの認知度が低い
クリーンエネルギーは内部の評価が低い、外部の評価は高いという結果。

【八幡平市チーム】

- 総合評価が高いものは、温泉・自然関係とくに十和田八幡平国立公園や八幡平ドラゴンアイ。
- バックカントリー(山スキー)については、内部の認知度は高いが、外部の認知度は低いことにびっくりした。
- マタギ文化の外部の認知度が高かった。

【久慈市チーム】

- 『あまちゃん』のロケ地目的で、台湾を中心とした訪日外国人が来ている。
- 一番の認知度は、日本一の白樺。
- 平庭高原スキー場は、太平洋が望める珍しいスキー場のため、売りにしていきたい。
- 東北一の強アルカリ温泉＝べっぴんの湯を資源として活用していきたい。
- 海産物を売りにしたコンテンツも造成していきたい。
- 『みちのく潮風トレイル』は自然を訴求できる観光資源と思われる。
- 全国闘牛大会も実施している闘牛の歴史と文化の情報発信が必要
- シャワークライミングは体験型旅行商品として活用していきたい
- 久慈広域は琥珀の産地。



第1回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

県央エリア(山田)会場の様子



会場の様子



ワークショップの様子(その1)



ワークショップの様子(その2)



発表の様子

座長講話内容

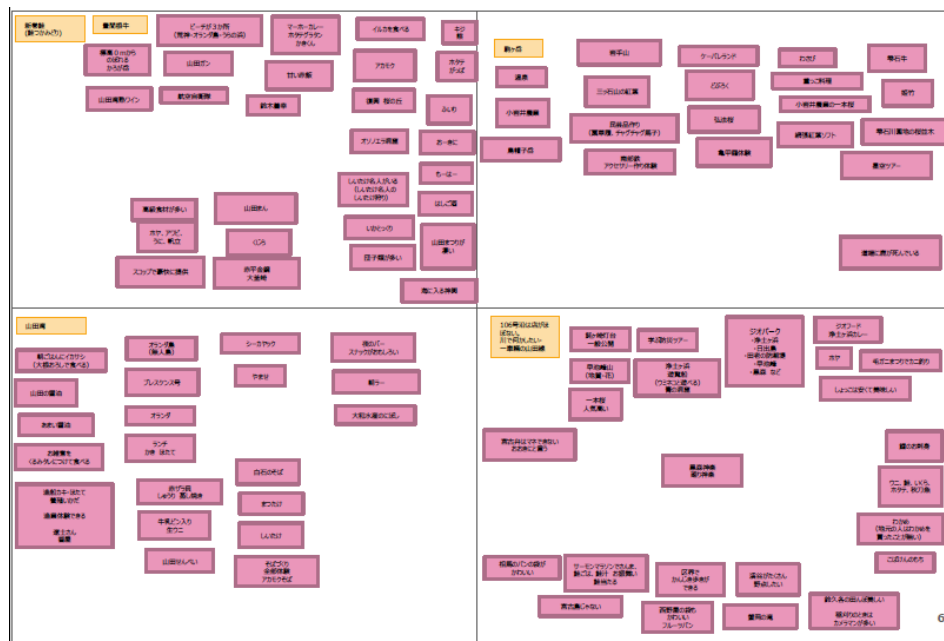
座長:ライト・ア・ライト プロデューサー 雫石吉隆氏

- (1)奈良は国際観光都市。
- (2)鹿せんべいの売上げ年間3,500万。のべ24万人がお買い上げ。
- (3)年間1,500万人(奈良市)観光客うち150万人が外国人観光客
- (4)みんなスマホで撮りまくり。大仏より春日大社より何故か鹿が・・
- (5)奈良のユニークなお祭り 氷の神様『氷室神社』
- (6)奈良は『かき氷の聖地』
- (7)長野の猿 『大人気のスノーモンキー』
- (8)冬季の平日来場者数150人の半数以上が外国人。
- (9)みんなスマホでネタ探し

ワークショップ内容

【作業1】グループで協議をして地域資源を洗い出す

- (1)身の回りに転がっているネタを出し合ってみる
- (2)内陸と沿岸を連携させ、新たな気づきを導き出す
- (3)風景や食べ物、制限はなし。まずは書き出してみる。



参加者発表内容

4つのグループに分け、ワークショップを実施。

【山田町】

- 山田湾を出発地点
- 朝食として、イカ刺しを山田の甘い醤油と大根おろしで召し上がる＝山田文化。
- 体験型として、船で牡蠣やホタテの養殖イカダを見学しながらオランダ島へ上陸。
- オランダ島では、牡蠣・ホタテ・シュウリ貝の蒸し焼きを提供。その際の飲み物は、牛乳瓶に入ったウニを提供する。
- 復路は、シーカヤックを利用。
- 昼食は白石集落でそば打体験をして頂き、天ぷらと共に召し上がっていただく。
- 夜は、スナックのママと盛り上がり、翌朝は山田名物朝ラーメンを召し上がって頂く。
- 山田湾に入り込んでくるヤマセは素晴らしい景色。

【宮古市】

- ジオパークに注目して観光振興していきたい
- 宮古市にしかないものとして、田老観光ホテル(震災遺構)をガイドと回る商品がある。
- インスタ映えとして、浄土ヶ浜や青の洞窟、サッパ船がある。
- 伝統芸能としては、黒森神楽がある。
- 冬の宮古の鮭。鮭のつかみ取りが出来る。あらまき鮭も味わって頂きたい。

【雲石町】

- 特徴として、星空観賞ツアー(ゴンドラで山頂へ登る)がある。
- 紅葉の時期は山が赤く染まりとてもきれい
- 春には、小岩井農場の一本桜と桜並木の観光客が増えている。
- 10種類の温泉がある。

【三陸鉄道】

- 冬期間はこたつ列車を運行している。
○こたつ列車で木村商店のイカ徳利で飲む地酒を味わう商品を販売する予定。

【食でつなぐ】

- 内陸ではリング、そば、ひつつみ。沿岸では赤皿貝、シュウリ貝が特色。
- ソフトクリームで地域をつなぐ食べ歩きを造成してみたい。
- 地酒でつなぐ『はしご酒』もお勧めできる。
- 体験型プログラムとしては、そば打ち、稲刈り、酒造見学、漁師小屋体験がある。

第1回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

県南エリア(大船渡)会場の様子



会場の様子



ワークショップの様子(その1)



ワークショップの様子(その2)



発表の様子

第1回観光コンテンツプロデュースエリア検討会議事(県南)

座長講話内容

座長: JTBグローバルマーケティング&トラベル営業企画部 阿部昌孝氏

- (1) 東北観光推進機構の取組(広域観光周遊ルート形成促進事業)
- (2) 1年間を通した平準化戦略を考えることが重要(東北は新緑も魅力的)
- (3) FIT集客方法(インバウンド商品の流通動向を考える)
- (4) FIT販売には戦略的オンライン販売の仕掛けも重要
- (5) 着地型商品は手仕舞日が重要
- (6) 着地型旅行商品化に必要な商品流通の仕組みづくりの考察
- (7) 訪日旅行者向け着地型商品『サンライズツアー』の概要
- (8) 商品計画及びラインナップの考え方
- (9) 商品の一例及び販売チャネル
- (10) 商品造成の仕組み
- (11) 着地旅行商品の課題に向けたチェックポイント

ワークショップ内容

【作業1】グループで協議をして地域資源を洗い出す

- (1) 身の回りに転がっているネタを出し合ってみる

【商品造成のポイント】

- (1) 販売開始時期は3~6か月前
- (2) 事業パートナー様との契約条件整備
- (3) 旅行商品を『在庫』化し管理・販売
- (4) 旅行商品の手仕舞日

【着地型旅行商品の課題に向けたチェックポイント7つ】

- (1) 市場ニーズとのマッチング
- (2) 交通の利便性
- (3) 隣県のコンテンツとの差別化の可能性
- (4) セールスポイントの分かりやすさ
- (5) SNS投稿向けの画像への期待度
- (6) 受け入れ環境(人材、多言語ツール等)
- (7) 金額の妥当性

参加者発表内容

4つのグループに分け、ワークショップを実施。

【釜石市】

- 釜石大観音、鉄の歴史観、道の駅仙人峠(紅葉)、釜石ラーメン、浜千鳥
- 世界遺産橋野鉄鉱山、2019ラグビーW杯、甲子川のあゆ全国1位の味。
- 中村屋の海宝漬、釜石線のSL銀河、新日鉄住金の見学体験、トロコ体験

【大船渡市】

- 碓氷海岸『穴通船』、魚市場、屋形船、さんま祭り、吉浜アワビ、キャッセン大船渡、
- サンマの水揚げ量本州1位、かもめの玉子工場見学、ちんどん寺町一座全国1位
- ド根性ポプラ、三陸大王杉、秋刀魚漁船(5艘)、スキューバーダイビング体験
- 大船渡線のドラゴンレール(ポケモン列車)、恋し浜ホタテバーガー、海&溪流釣り

【陸前高田市】

- 動く七夕、けんか七夕、米崎りんご、箱根山テラス、酔仙、千昌夫。
- 一本松、全国太鼓フェスティバルは質が高くPRしていきたい。

【釜石市・大船渡市・陸前高田市共通点】

- 三陸、五葉山、ジオパーク、震災学習、釣り船、道の駅。

【花巻市】

- 花巻温泉を基軸とした台湾コース例を作成
(仙台INOUT)または(仙台IN函館OUT)3泊4日が多い。
- 花巻温泉⇒遠野ふるさと村⇒浄土ヶ浜(昼食)⇒龍泉洞
- 花巻温泉⇒南部杜氏⇒えさし藤原の郷⇒中尊寺⇒猊鼻溪⇒松島海岸⇒
仙台アウトレット⇒仙台空港(団体主流コース)

【奥州市】

- 後藤新平、江刺りんご、金札米、前沢牛、回進堂の羊羹、及源の南部鉄器、
胆沢ダム(桜のトンネルライトアップ)、カヌー体験も検討。餅文化。
- 猊鼻溪(夜間ライトアップ)

【遠野市】

- SL銀河とバケツジンギスカン、多田克彦チーズ(四季島提供)、遠野ホップ収穫祭

【その他】

- 花(猊鼻溪の紫陽花、大船渡の椿)やフルーツ狩り

新聞記事



インバウンドの誘致促進を



インバウンド向け観光商品の開発を目指して初開催したエリア検討会＝大船渡市役所

岩手復興局は、岩手を中心とした東北北の新たな観光コートの開発と既存コンテナの増設など、外国向けに旅行商品の造成などに取り組むとして、9月に「観光コンテナシッププロジェクト」を主催（菅長・南正昭）若士会救済・地域振興被災地復興観光・地球規模にかかわる委員会が、事業の方向性、インバウンド客向けに岩手の課題などを話し合った。

この中で、県北、県央、県南と横断する3地域の切り取り各地域で開くエリア切取会、沿岸部と内陸の連携などを観光復興の一環を旨にした活版の観光商品を展開することを決定。今回の県エリア検討会の開催に至った。

初回会場には大船渡、花巻、野沢、一関、釜石、奥が前地型旅行商品に必要な

主権者を代表し、岩手復興局の連絡担当部長が「外国人観光客の視点から観光商品を開発、取り組むべき機運醸成を図っていく」と、どのようさつ、開催である大船渡市観光推進委員の鈴木大樹氏ら、観光関係者の鈴木達彦を述べ、取り組みへの意欲、期待を示した。

計事で示した。
国さと東北北のおおき岩手県の課題のエリア検討会で目指すインバウンド旅行者の受け入れるための考え方
④地域の課題の共有
4項目をテーマにして、現状説明ワークショップを実施

このうち、③ではインバウンド向けに旅行商品の開発を進めるにあたり、阿部氏が前地型旅行商品に必要な

復興省役所復興局による第1回観光復興プロジェクト「海外からの訪日大旅行」で所内で開かれた。堀手の観光復興を目指し、インバウンド（海外からの訪日旅行者）向け観光コンテンツの開発などに取組むもので、気仙を含む興南エリヤの行政・観光、宿泊業関係者が出席。参加者はインバウンドの誘客促進に向け、地産資産を活用した旅行商品のアイデアを出し合い、今後の開発へつなげた。

県南の観光コンテンツ開発へ
復興庁がエリア検討会
地域資源から旅行商品探る
大船渡で

大船渡で

な商品市場の仕組が、このころに完成した。

商品市場に向ひては、地域の歴史と生活文化がシナガの歴史を形作る重要なファクターで、五感に訴へるシナガのリゾフり。による旅の過ごす一歩、地域資源の掘り出しや磨き出しにとどまらず、マーケティングにも考慮する必要性に及した。

ワグネツヤップで参加者が4連分に分かれ、売りが1観光コース、地元にとこのよる高島がひとつといった現状から、新たな観光光点（アイチ）の開発に向けたいチン出しを実施。外洋人に受け入れられざる日本人の愛入や特産品をめぐりながら、複数の提案を周遊する観光コースを描いた。

最後に各々が、恋し浜プラタを代表するの個性が、大衆的のり大船が波蘭周辺地区を生かすに、遊覧船と、連携して

「SLI計画を使う（花巻から釜石、一関への旅客）とお客列車を走らせる地の日産鋼材とどうも関係ないかな」と案外と提案。次回以降の検討へとつなげた。

エリカ輪船会社は今後、沿岸自治体と連携し、12月の寒波にして開港。翌年の春に再度出航する。外国向け観光商品の開発が既存商品に感き上げたと進める。生明けに予定する取り込みは、観光コンテンツプロジェクトとユニズ会議と合同による成果発表記者会見。県内各版取組を報告し、異内容共有を取りつていく。

平成29年10月5日 東海新報

<https://tohkaishimpo.com/2017/10/05/177511/>

第2回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

プレスリリース

新たなステージ 復興・創生へ

記者発表資料

平成 29 年 10 月 18 日

復興庁 岩手復興局

第2回観光コンテンツプロデュースエリア検討会を開催します

復興庁岩手復興局では、岩手県を中心とした北東北の新たな観光コンテンツの開発や既存の観光コンテンツの磨き上げ、外国人向け旅行商品の造成等を支援するため、現状把握、目指すべき方向性の共有、取組の検証を行う場として、第1回観光コンテンツプロデュース会議(座長:南 正昭 岩手大学教授、以下「会議」)を 9 月 15 日に開催しました。また、第1回会議での検討結果を踏まえ、岩手県北、県央及び県南の3エリアにおいて、10 月 3 日・4 日に第1回観光コンテンツプロデュースエリア検討会(以下「検討会」)を開催し、各エリアの現状把握や課題の共有等を行いました。

今回、第1回会議及び第1回検討会の内容を踏まえ、「観光コンテンツの整理」や「受入環境」等について、エリアごとに検討を行うため、自治体担当者に加え、地域の実践者(観光協会、宿泊施設、観光・商業施設、公共交通機関、旅行者、その他観光・復興関係者)や、地域のリーダーとなる方にもご参加いただき、下記の通り、第2回検討会を開催します。

記

1. 日時および場所

~~平成 29 年 10 月 23 日(月)~~ 13:00～16:00 県北エリア(普代村役場3階大会議室) ※台風のため 11/9に延期
平成 29 年 11 月 2 日(木) 13:00～16:00 県央エリア(道の駅・みなとオアシスみやこ シートピアなあと2階研修室)
平成 29 年 10 月 24 日(火) 13:00～16:00 県南エリア(大槌町中央公民館3階大会議室)

2. 議題

「各エリアで強みにしたいコンテンツの魅せ方の検討」(予定)

- ①コンテンツを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(ハード面・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 等

※第1回検討会と同様、ご出席の皆様主体のワークショップ形式にて進行致します。

3. 参加予定者 別紙1のとおり

※報道関係者による取材が可能です。ご希望の方は別紙2の取材申込用紙に記入の上、FAXにて開催日の前日までに申し込みをお願いします。当日は、申し込まれたご本人であることを証明できる社員証又は名刺などをご呈示願います。

問合せ先:

復興庁岩手復興局 観光・調整班 小林
電話 019-654-6609
FAX 019-654-6612

別紙1

観光コンテンツプロデュースエリア検討会 参加予定者

○県北エリア(普代村役場)

~~平成 29 年 10 月 23 日(月)~~ 13:00～16:00 ※台風のため 11/9に延期

菅原 達也 株式会社ナレッジハウス 代表取締役 (座長)

岩手県観光・復興担当部局

県北エリア市町村観光・復興担当部局

観光協会、宿泊施設、観光・商業施設、公共交通機関など

地域の実践者、リーダー

12名参加

○県央エリア(道の駅・みなとオアシスみやこ シートピアなあと)

平成 29 年 11 月 2 日(木) 13:00～16:00

雫石 吉隆 株式会社ライト・ア・ライト プロデューサー (座長)

岩手県観光・復興担当部局

県央エリア市町村観光・復興担当部局

観光協会、宿泊施設、観光・商業施設、公共交通機関など

地域の実践者、リーダー

21名参加

○県南エリア(大槌町中央公民館)

平成 29 年 10 月 24 日(火) 13:00～16:00

阿部 昌孝 株式会社 JTB グローバルマーケティング&トラベル

営業企画部 地域交流推進部長(座長)

岩手県観光・復興担当部局

県南エリア市町村観光・復興担当部局

観光協会、宿泊施設、観光・商業施設、公共交通機関など

地域の実践者、リーダー

16名参加

以上

第2回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

県北エリア(普代)会場の様子



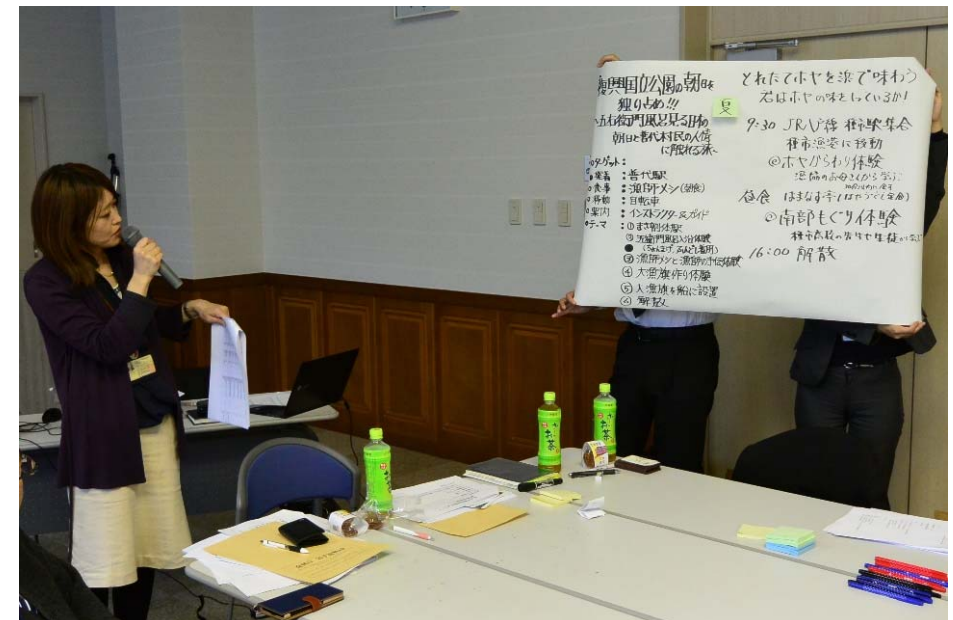
会場の様子



ワークショップの様子(その1)



ワークショップの様子(その2)



発表の様子

第2回観光コンテンツプロデュースエリア検討会議事(県北)

座長講話内容

座長：ナレッジハウス代表取締役 菅原達也氏

- (1)観光振興、地域づくりの一体化
 - ・マーケティング活用、地域のサービスの提供、持続可能な環境整備
- (2)観光地がマネジメント(9つの領域のマネジメントの必要性)
- (3)発地型旅行会社との今後の関係(地域と大手旅行会社は対等な関係)
- (4)DMOの検討を始める(観光推進組織の在り方を問う！)
- (5)事例研究 鹿角観光ふるさと館
 - ・取組概要
 - ・主な事業（総収入額の77%は飲食、物販、宿泊業）
 - ・組織体制（株式会社化、人員体制、中核的人材、事務所及び拠点）
 - ・課題と方向性（販売チャネルが少ない）
 - ・着地型旅行事業（IT経由の販売を高めたい）

ワークショップ内容

【作業1】体験型プログラムを作る

- (1)体験プログラムのポイント
 - ・地域の観光資源を考える(地域観光資源分類からの抜粋)
 - ・地元の人との交流型体験や案内人(語り部)が重要である。
 - ・景色がきれい、この歴史史跡が素晴らしいではリピートはしない(人材の観点が必要)
 - ・現在の旅行は目的志向が強く表れているその為、受入側は旅行の行動ソフトを考える必要がある。
 - ・体験プログラムを作るのは、発着型旅行会社ではなく、地域自身である。
- (2)体験型プログラムを作る
 - 1 地域資源の抽出
 - 2 どのようなお客様に来てもらいたいのか、どのようなお客様が多いと思われるか(ターゲット層)
 - 3 行動ソフトを考える(お客様の行動)
 - 動く ○学ぶ ○交流する ○作る ○観察する
 - 4 地域案内人(語り部)は誰か(どこの、どのような人ですか)
 - 5 時期、時間、場所の選定
 - 6 プログラムの内容(具体的に)
 - 7 フォローアップ(リピーター対策の為に)
 - 8 備考

参加者発表内容

2つのグループに分け、ワークショップを実施。

【Aグループ】

洋野町案、普代村案の2コース提案

- タイトル：採れたてホヤを浜で味わう旅
- 09:30種市駅集合後、種市漁港へ移動(ホヤの殻割り体験)
- ハマナス亭昼食(ホヤづくし定食)
- 南部もぐり体験（種市高校先生や生徒などから学ぶ）16時解散
- 久慈広域 普代村
- タイトル：復興国立公園の朝日を一人占め 五右衛門風呂で見る日本の朝日と普代村民の人情に触れる旅
- 復興国立公園の朝日を一人占め
- 五右衛門風呂でちょんまげとふんどし体験
- 猟師飯の昼食
- 蒔き割り体験(普代村の人々との交流)
- 大漁旗作り体験(お世話になった漁師さんへ恩返し体験)
- 季節：夏の時期を想定

【Bグループ】海と山の2コース提案

海コース

- タイトル：北三陸高級食材買い付けツアー（台湾富裕層をターゲット）
- 集合場所：三陸鉄道の各駅(時期によって、久慈駅、野田駅等)
- 季節：食べるものによってシーズンが異なるがオールシーズン対応可能。
- 食事：番屋で昼食
- 移動：三陸鉄道+ジャンボタクシー
- 案内：総合案内は観光協会、現地体験は、地元業者。
- 山コース 葛巻町+一戸町
- タイトル：山の幸満喫ツアー(森林、温泉、星空)
- ターゲット：ファミリー、カップル
- 発着場所：IGRの奥中山高原駅
- 葛巻町 薪を使ったプロジェクト（木の伐採）
- 葛巻ワイン併設箇所木工体験
- 奥中山温泉で昼食+入浴
- 日本一の星空の町 一戸町観光展望台で星空体験
- 奥中山高原駅にて解散

【宿題】地域資源にチェックを入れる。11月末までに完成させる。

今回は点と点。次回は面と面で1日、2日のツアーを作成する。

第2回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

県央エリア(宮古)会場の様子



会場の様子



ワークショップの様子(その1)



ワークショップの様子(その2)



発表の様子

第2回観光コンテンツプロデュースエリア検討会議事(県央)

座長講話内容

座長:ライト・ア・ライト プロデューサー 雫石吉隆氏

- (1)岩手県で発信されていること
- (2)行きたくなるコンテンツを発信すること。大切なのは魅せ方。
- (3)旅のモチベーション「撮りたい」「発信したい」「自慢したい」
- (4)「どうやって行こうか」「どこに泊まるか」は目的地を決めた後。
- (5)相手が行きたくなるという気持ちをどう作るか
- (6)映像・画像・動画には言語は必要なし
- (7)三浦学さん(八幡平市カメラマン)動画
- (8)IBC岩手放送で放送した特集「空から未来は」動画
- (9)ドローン利用動画「安比高原頂上の草原」「岩泉の差畑牧場」
- (10)ドローンと連動したVRゴーグルはアクティビティー(商品化)に変えられる。

ワークショップ内容

【作業1】個人ワーク

- (1)映像で見せたいコンテンツ・動画コンテンツを洗い出す
- (2)そのコンテンツをお勧めする理由を発表する。

【チェックポイント】

- (1)実施団体
- (2)観光素材テーマは一言で何か
- (3)目的別(ターゲットは誰か)
- (4)ベストシーズンはいつか
- (5)料金
- (6)実施期間
- (7)概要
- (8)近隣名物料理 (時間軸を考える)
- (9)近郊おすすめ施設 (時間軸を考える)

【ホテル講和】 鶯宿温泉長栄館 代表取締役社長 照井貴博氏(31歳)

- (1)トリップアドバイザーの活用
- (2)海外のお客様は安心を求めている。信用を求めている。
- (3)旅行ルート上の周辺施設の中で口コミの評判が良いということ
- (4)日本人と外国人を分けて考える必要はない。大切なのはストーリー。

参加者発表内容

4つのグループに分け、ワークショップを実施。映像・インスタ映えするものを発表。

【宮古市】

- ・浄土ヶ浜から昇る朝日、月夜、カモシカ、ウミネコ、青いソフトクリーム
- ・本州最東端にあるトケ崎高原(歩いていくには困難な場所)、潮吹き穴
- ・宮古盛岡間の106号線の紅葉+電車+滝
- ・大盛りの海鮮丼、毛ガニの山盛り
- ・鮭の漁で腹子を取るときの手さばき、鮭のつかみ取り
- ・松明しの風景(お盆の時期)
- ・源兵衛平の一本桜
- ・シーカヤックの街

【盛岡市】

- ・わんこそば(お椀を重ねた写真)
- ・花見で酔っている人々の写真

【雫石町】

- ・雫石山園地の桜並木
- ・南昌山の紅葉+バスで行けない葛根田周辺景色

【滝沢市】

- ・スィカのガスタンク

【岩泉町】

- ・早坂高原の桜、新緑、紅葉、短角牛、豆腐のストーリー
- ・龍泉洞(恋人の聖地、イルミネーション)、冬のコウモリ、263段の階段

【田野畑村】

- ・ドローンを購入し、活用している。
- ・鵜の巣断崖から北山崎。津波石。スキューバーダイビング。日の出。三陸鉄道。

【山田町】

- ・「やませ」・「けあらし」・ホタテの養殖場・定置網漁・イルカ・オランダ島、赤平金剛

【その他】

- ・秘境駅「白井海岸駅」
- ・宮古室蘭フェリーAM6時着の早朝歓迎が課題。

第2回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

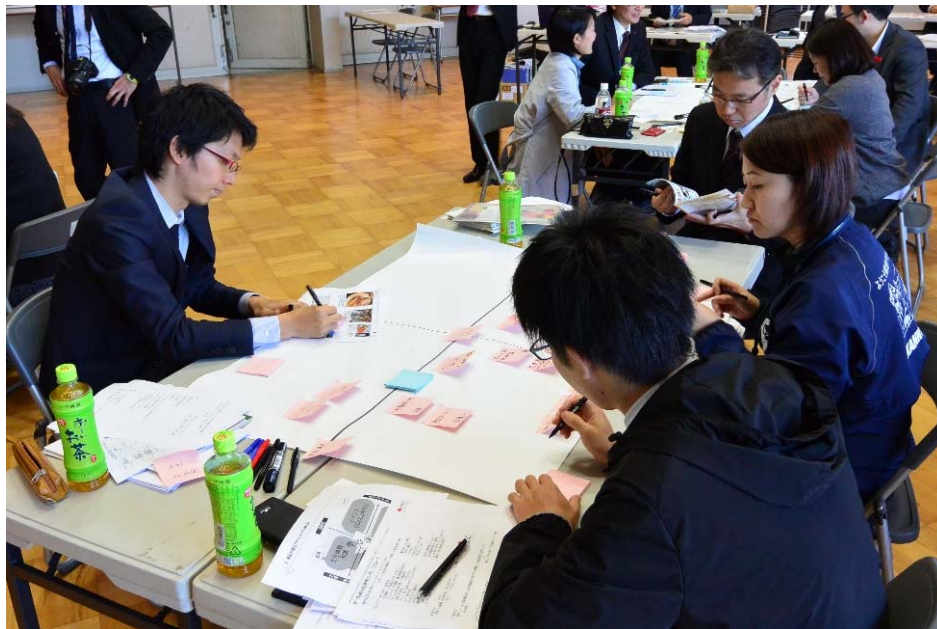
県南エリア(大槌)会場の様子



会場の様子



町長挨拶の様子



ワークショップの様子



発表の様子

第2回観光コンテンツプロデュースエリア検討会議事(県南)

座長講話内容

- 座長：JTBグローバルマーケティング&トラベル営業企画部 阿部昌孝氏
- (1)着地型旅行商品とは何か。
 - (2)ここでしか出来ない『ニッチ』や『オリジナル』を考えることが重要
 - (3)料金設定の重要性
 - (4)ゲートインゲートアウトは、新幹線・車・内陸から・沿岸から等様々。
 - (5)ハワイのオプションツアーを参考に
 - (6)五感に訴えるシナリオ作り＝物語化
 - (7)食事＋エンターテインメントは一つの商品になり得る。
 - (8)申込期限の重要性。外国人旅行客は旅中(前日・当日)申込みが多い。
 - (9)復興道路を活用した交通の利便性向上について

ワークショップ内容

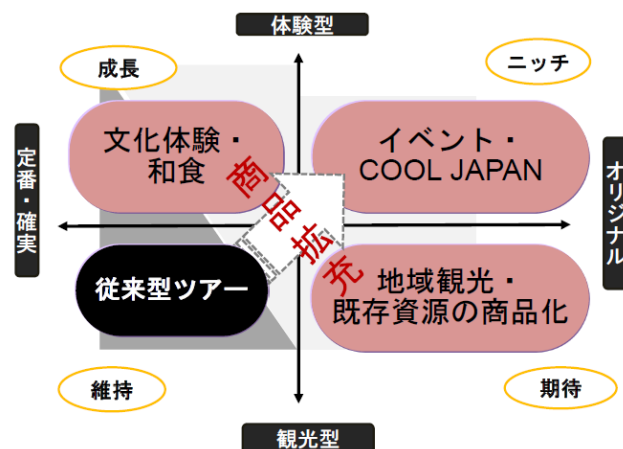
【作業1】グループで協議をして地域資源を洗い出す。

- (1)地域の従来型の観光素材
 - (2)文化体験・和食
- ※ここでしか出来ないものを整理する。

【作業2】作業1で出し合った素材を活かして、1泊2日または2泊3日の3つのルートまたは3つの旅行商品を書き出す。

※商品として必要な基本項目10をチェックしながら考える。

- (1)従来型の観光ツアー
- (2)体験型のツアー
- (3)ニッチなもの



参加者発表内容

4つのグループに分け、ワークショップを実施。

【遠野・大槌・釜石市】

- ・山、自然、鉄道、景色、鉄、文化などを出し合った。
- ・2泊3日プランA(釜石宿泊プラン)
 - 1日目SL銀河を利用し、昼から遠野で市内サイクリング＋バケツジンギスカン昼食。カッパ淵や伝承園を周遊し釜石線にて移動し、釜石宿泊。
 - 2日目は、釜石大観音＋漁船体験。午後はバスで移動し大槌で地元料理。三陸鉄道で大船渡へ移動。
- ・2泊3日プランB(遠野宿泊プラン) テーマは遠野の文化体験。
 - 1日目SL銀河を利用し、遠野ふるさと村体験をし、夜は神楽観賞して宿泊。
 - 2日目電車で釜石へ。鉄の歴史観、大観音を見学。昼食は釜石ラーメン。大槌へはバスで移動し、ジビエ料理を体験し、三陸鉄道で大船渡へ。

【一関・大船渡・釜石市】

- ・テーマ『世界遺産を巡る旅』
 - 一関昼出発。世嬉の一で酒造見学。昼食は餅膳。幽玄洞見学＋日本百景の往復手漕ぎ船下り体験。時間があれば紙すき体験も入れて、ベリーノー関へ宿泊。
 - 2日目は、中尊寺朝6時のお経＋平泉朝ごはんプロジェクトでの朝食。その後、江刺藤原の郷にて体験＋昼食後、大船渡の碁石海岸へ。宿泊は漁師さん経営の温泉へ。2次会は大船渡の飲み屋街へ。
 - 3日目は、三陸へ移動し、きっぴんアワビでかんぼうづくり体験。体験後、三陸鉄道貸切(お弁当昼食)で釜石へ。鉄の歴史館、橋の鉄鉱山を見学し、宝来館へ宿泊

【釜石・大槌町】

- ・テーマ『いにしえの日本 もののけ姫の世界観』
 - 海の信仰と山の信仰が鉄というストーリーで交わる1年間の唯一の時である『釜石まつり』をメインコンテンツとして検討。広域連携としては、花巻の宮沢賢治と遠野物語の世界観を繋げる。2泊3日を想定し、曳舟まつり＋漁業体験。夜は虎舞のアトラクション。2日目は釜石祭りを観賞し、橋の鉄鉱山へ導く。

【北上・大船渡市】

- ・テーマA 『黄金文化』中尊寺金色堂＋秀衡塗体験＋住田町砂金採り体験。
- ・テーマB 『語り部』
 - ・ヤクルト工場見学、かもめの玉子工場見学、餅つき体験、南部鉄器、ワカメの芯抜き体験、ツールド三陸、大槌ヒルクライム、釜石トライアスロン、神楽なども意見あり。

第2回観光コンテンツプロデュース会議の開催について

プレスリリース

Reconstruction Agency

新たなステージ 復興・創生へ

記者発表資料

平成 29 年 11 月 8 日

復興庁 岩手復興局

「第2回観光コンテンツプロデュース会議」を開催します

復興庁岩手復興局では、岩手県を中心とした北東北の新たな観光コンテンツの開発や既存の観光コンテンツの磨き上げ、外国人向け旅行商品の造成等を行うことを目的として、去る 9 月 15 日に「第1回観光コンテンツプロデュース会議」(座長:南 正昭 岩手大学教授)を開催いたしました。

また、10 月上旬から 11 月上旬にかけて、県北・県央・県南の3つの「調査エリア」において、計6回の「エリア検討会」を開催し、「観光コンテンツの整理」「受入環境」「磨き上げ」「パッケージ化」等について検討いたしました。

これまでの検討結果を踏まえ、インバウンド向け商品開発の検討方針について議論を行うため、この度、「第2回観光コンテンツプロデュース会議」を下記の通り開催します。

なお、会議については年度内に4回を想定しており、今回はその2回目となります。最終回は機運醸成や意識啓発等を目的とした成果発表会(仮称)の開催を予定しています。

記

1. 日時 平成 29 年 11 月 13 日(月) 13:00~15:00
2. 場所 復興庁岩手復興局 4階会議室
(岩手県盛岡市中央通1-7-25 朝日生命盛岡中央通ビル4階)
3. 議題
 - ・各調査エリアにおける観光コンテンツの集約・磨き上げの進捗状況について
 - ・インバウンド向け商品開発の検討方針について
 - ・第3回会議(フィールドワーク会議)の開催について 等
4. 委員 別紙1のとおり

※報道関係者による取材が可能です。ご希望の方は別紙2の取材申込用紙に記入の上、FAXにて会議前日までに申し込みをお願いします。当日は、申し込まれたご本人であることを証明できる社員証又は名刺等をご呈示願います。

問合せ先:

復興庁岩手復興局 観光・調整班 小林

電話 019-654-6609

FAX 019-654-6612

別紙1

観光コンテンツプロデュース会議 委員名簿

(座長)南 正昭 岩手大学理工学部 教授

五味 壮平 岩手大学人文社会科学部 教授

雫石 吉隆 株式会社ライト・ア・ライト 顧問

菅原 達也 株式会社ナレッジハウス 代表取締役

阿部 昌孝 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

(敬称略)

第2回観光コンテンツプロデュース会議の開催について

会議の様子



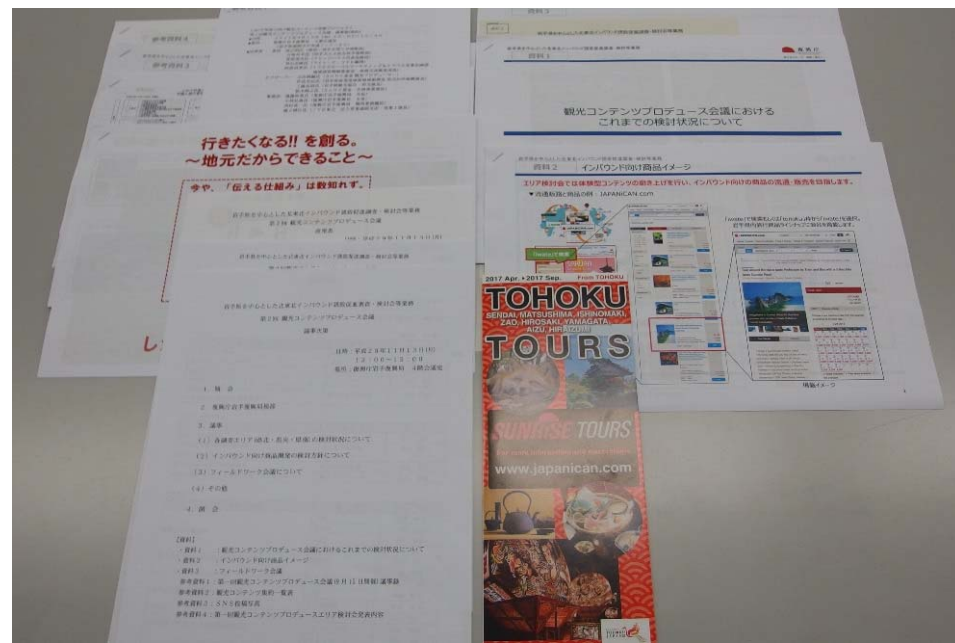
会場の様子



事務局説明の様子



委員の様子



配付資料 ※復興庁HPに掲載済み

第2回観光コンテンツプロデュース会議の開催について

新聞記事

外国人旅行者向け プラン検討会議

盛岡

観光振興で東日本大震災からの復興を進めようとインバウンド（訪日外国人旅行者）向けの旅行プランの検討会議が、盛岡市の復興庁岩手復興局で開かれた。県内の外国人宿泊者数は、従業員が10人以上の宿

泊施設で、2016年に12万5330人と過去最高に達した。年々増える外国人旅行者に、三陸沿岸道路の整備などで利便性が向上しつつある沿岸部にも足を運んでもらおうと、官民が連携して新たな旅行商品を開発するのが狙い。

岩手大の教授や民間旅行会社の社員らが委員を務め、会議では、漁業体験や砂金採りなど各地域の観光資源を挙げ、開発した旅行商品を複数の旅行会社が販売できるようにする方針を決めた。

座長の南正昭・岩手大教授（都市計画）は「多くの人を巻き込み、地域振興を進められる旅行商品を作りたい」と話した。

第3回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

プレスリリース

Reconstruction Agency
新たなステージ 復興・創生へ

記者発表資料
平成 29 年 12 月 13 日
復興庁 岩手復興局

第3回観光コンテンツプロデュースエリア検討会を開催します

復興庁岩手復興局では、岩手県を中心とした北東北の新たな観光コンテンツの開発や既存の観光コンテンツの磨き上げ、外国人向け旅行商品の造成等を支援するため、現状把握、目指すべき方向性の共有、取組の検証を行う場として、9月15日に第1回観光コンテンツプロデュース会議(座長: 南 正昭 岩手大学教授、以下「会議」)を開催しました。第1回会議での検討結果を踏まえ、10月上旬から11月上旬にかけ、岩手県北、県央及び県南の3エリアにおいて各2回、計6回の観光コンテンツプロデュースエリア検討会(以下「検討会」)を開催し、各エリアのコンテンツ集約と既存コンテンツの整理を行い、その進捗状況等について11月13日の第2回会議で共有致しました。

この度、これまで開催した会議及び検討会の内容を踏まえ、「商品イメージを提示共有し商品化へ向けての必要条件の確認と洗い出し」「地域内の連携先・組手の検討」等について、エリアごとに検討を行うため、自治体担当者に加え、地域の実践者(観光協会、宿泊施設、観光・商業施設、公共交通機関、旅行者、その他観光・復興関係者)や、地域のリーダーとなる方にもご参加いただき、下記の通り、第3回検討会を開催します。

記

1. 日時および場所

平成 29 年 12 月 19 日(火)13:00~16:00 県北エリア
(野田村生涯学習センター 多目的ホール)
平成 29 年 12 月 15 日(金)13:00~16:00 県央エリア(田野畑村役場 1階第1会議室)
平成 29 年 12 月 21 日(木)13:00~16:00 県南エリア
(陸前高田グローバルキャンパス 3階ワークショップルーム)

2. 議題

「各エリアの魅力を生かしたインバウンド向け商品の構築」(予定)

- ①体験資源・素材提案シート集約結果の提供と商品イメージの共有
- ②商品化へ向けての必要条件の確認と課題の洗い出し
- ③地域内の連携先・組手の検討

※第1~2回検討会と同様、ご出席の皆様主体のワークショップ形式にて進行致します。

3. 参加予定者 別紙1のとおり

※報道関係者による取材が可能です。ご希望の方は別紙2の取材申込用紙に記入の上、FAXにて開催日の前日までに申し込みをお願いいたします。当日は、申し込まれたご本人であることを証明できる社員証又は名刺などをご提示願います。

問合せ先:
復興庁岩手復興局 観光・調整班 小林
電話 019-654-6609
FAX 019-654-6612

別紙1

観光コンテンツプロデュースエリア検討会 参加予定者

○県北エリア(野田村生涯学習センター)

平成 29 年 12 月 19 日(火) 13:00~16:00

菅原 達也 株式会社ナレッジハウス 代表取締役 (座長)

岩手県観光・復興担当部局

県北エリア市町村観光・復興担当部局

観光協会、宿泊施設、観光・商業施設、公共交通機関など

地域の実践者、リーダー

11名参加

○県央エリア(田野畑村役場)

平成 29 年 12 月 15 日(金) 13:00~16:00

雫石 吉隆 株式会社ライト・ア・ライト プロデューサー (座長)

岩手県観光・復興担当部局

県央エリア市町村観光・復興担当部局

観光協会、宿泊施設、観光・商業施設、公共交通機関など

地域の実践者、リーダー

17名参加

○県南エリア(陸前高田グローバルキャンパス)

平成 29 年 12 月 21 日(木) 13:00~16:00

阿部 昌孝 株式会社 JTB グローバルマーケティング&トラベル

営業企画部 地域交流推進部長(座長)

岩手県観光・復興担当部局

県南エリア市町村観光・復興担当部局

観光協会、宿泊施設、観光・商業施設、公共交通機関など

地域の実践者、リーダー

20名参加

以上

第3回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

県北エリア(野田)会場の様子



会場の様子



村長挨拶の様子



ワークショップの様子



発表の様子

第3回観光コンテンツプロデュースエリア検討会議事(県北)

座長講話内容

- 座長：ナレッジハウス代表取締役 菅原達也氏
講演テーマ：大きく2つ(地域振興・リスクマネジメント)
- (1)日本版DMOの考え方（主役は地域。意識改革が必要）
 - (2)日本版DMOの概要
 - (3)DMOに要求されること1(新しい考え方に基づく数値管理の必要性)
 - (4)DMOに要求されること2(自主財源を生み出す仕組みと組織体)
 - (5)日本版DMO実施の基礎的役割、機能
成功モデル例：一般社団法人雪国観光圏(顧客と地域の相思相愛)理念の共有と啓蒙活動。
 - (6)食の品質保証と観光の品質保証—sakura quality
 - (7)リスクマネジメント(危険の調査・確認・評価・処理手段・予算編成)
 - (8)リスクマネジメント(危険の頻度・衝撃度と確率・頻度について)

ワークショップ内容

- 【作業1】体験資源・素材シート(商品として必要な基本情報)进行分类する
- (1)基本情報を分類する
 - 1 着地型旅行商品（体験型コンテンツ及びプログラム）
 - 2 施設（入場券やその他 料金が必要なもの）
 - 3 食事
 - 4 交通（バス、タクシー、電車、自転車、徒歩、その他）
 - (2)基本情報を分類する(時季催行)
 - 1 通年 2 春 3 夏 4 秋 5 冬 実施型
 - (3)基本情報を分類する(ターゲット別)
 - 1 ファミリー 2 カップル、夫婦 3 女子旅 4 アクティブ 5 一人旅
 - (4)グループで体験資源・素材シートの評価を行う
 - 1 市場ニーズとのマッチング(自分たちで5段階評価をする)
 - 2 交通の利便性(同上)
 - 3 隣県コンテンツとの差別化の可能性(同上)
 - 4 セールスポイントのわかりやすさ(同上)
 - 5 SNS投稿向け画像の期待度(同上)
 - 6 受け入れ環境(人材・看板)(同上)
 - 7 金額の妥当性(同上)
 - 8 想定されるターゲット(同上)

参加者発表内容

【野田エリア①】

タイトル：「野田〇〇ウォーキング」
内容：野田塩べこの道、みちのく潮風トレイルコースを地元ガイドと巡る
食べ歩きポイント：福来豚の肉まん、都市公園の豆腐田楽

【野田エリア②】

タイトル：「野田村の秋色 赤・青・白」
内容：PM出発→福来酒造(日本酒試飲)→りんご狩り+山葡萄体験→えぼし荘宿泊
赤：りんごと山葡萄ワイン
青：野田村の海
白：野田村の塩、ホタテの貝柱
2日目：塩づくり体験、十府ヶ浦の散策、わかめの塩抜き体験→AM終了

【普代村】

タイトル：「復興国立公園の朝日を独り占め！～五右衛門風呂から見る日本の朝日と普代村民の人情に触れる旅」
ターゲット：男性同士、一人旅
内容：普代駅発着。商店街散策、薪割り体験後、宿泊
朝日が昇る時間に五右衛門風呂入浴、漁師の作業体験と漁師飯。
大漁旗の制作。付加アイテムとして、ふんどしやちょんまげを用意。
実施時期：春～秋。
課題：日本語ガイドのための、工夫が必要。村内の移動手段の工夫も必要。

【八幡平市】

タイトル：八幡平市の四季を満喫「ナショナルパーク八幡平」
ターゲット：アクティブシニア
内容：ドラゴインアイ観賞(季節限定)。交通は路線バス又は貸切バス利用。
課題：通年対応(ドラゴンアイ代案)と多言語化。またガイド付にするかどうか。
景色×食や温泉で付加価値を。例えばドラゴンアイ丼等。
龍泉洞と相互連携での情報発信も良いのでは。

【菅原委員まとめ】

8つの評価はマーケティングに基づいて旅行会社が造成している。故に自地域でここを高めることが旅行会社が選びやすい商品となる。どこを改善する必要があるか、確認し、ブラッシュアップして欲しい。

【次回】商品をテーマで繋いでいく。点と点を結び線にする。

第3回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

県央エリア(田野畑)会場の様子



長坂復興大臣政務官挨拶の様子



村長挨拶の様子



ワークショップの様子



発表の様子

第3回観光コンテンツプロデュースエリア検討会議事(県央)

座長講話内容

- 【商品化に向けての必要条件の確認と課題の洗い出し】
- 【地域内の連携先・組手の検討について】
- ①外国人旅行者のニーズと受入リスクについて
- ②素材の強みと磨き上げ
- ③体験素材の課題の確認
- ④セールスポイントを活かした魅せ方の提案
- ⑤地域の役割分担
- ・商品提供＝お客様との約束事
- ・山田町オランダ島のドローン映像(旅前のPR用／鳥目線)
- ・お金を頂けるコンテンツを商品化し、魅せ方の工夫が大切。
- ・実際に体験したお客様が情報発信したくなるコンテンツの磨き上げが重要。
- ・地元から発信することがタイムリーな商品。地元で繋ぎ、地元で発信する。

ワークショップ内容

- 【到達点】旅行者が行きたくなる、旅行会社がルート化して送客したくなる体験素材の大枠の検討。及び企画実施における地域内の協力体制依頼。
- ・地域の一歩のターゲット層(性別、年齢層踏まえて)検討
- ・それぞれのターゲットニーズの検討
(外国人旅行者が困っている、悩んでいる、楽しんでいること)をターゲット層毎に洗い出す
- ・地域の強みの検討(地域にお金が落ちる仕組み)
- 【体験資源素材提案シート】から資源を選択。
- ・ターゲットに対して魅力があるポイントを考える
- ・ターゲットニーズと強みを考える
- ・ターゲットニーズと素材の強みを考える
- ・ターゲットニーズと素材の強みがマッチしているものを評価
- ⇒この結果がターゲットに対してコンテンツの一番の強みの部分
- 【体験資源素材】の魅力UPに必要なもの。協力体制の検討。

参加者発表内容

体験資源の魅力ポイントと商品の組手の発表

【山田町】無人島・オランダ島シーカヤック体験

ターゲット: 欧米の日本旅行リピーター

強み: 地元の人との交流やここでしか出来ない体験、インスタ映えする景色を通じて、非日常感やアドベンチャー感を提供

今後: 情報発信をするお金、プレイヤーとしてコーディネーターを依頼する

【田野畑村】サップ船アドベンチャー

ターゲット: ゴールデンルートに飽きた富裕層

強み: 他の富裕層が経験したことのない絶景スポットとして、海側から見る断崖絶景を提供。

今後: VRゴーグル、ドローン、ロレオール田野畑伊藤シェフ、通訳を準備依頼する

【盛岡市】歩いて楽しむ町盛岡

ターゲット: アジア圏の外国人旅行者

強み: ゆっくり歩ける古き良き街並みを提供

今後: 多言語でのガイドが出来るように岩手大学の留学生に協力依頼をする

【岩泉町】ガイドと歩く龍泉洞

ターゲット: 英語圏の外国人旅行者

強み: 神秘的な岩手県NO1を提供

今後: 鉄道再開と龍泉洞内のバリアフリー化を岩泉町に依頼する

【田野畑村】北山崎ネイチャートレッキング

ターゲット: 欧米系のトレッキング者

強み: お風呂を提供できます。

今後: トレッキングマップや英語ホームページでの案内をすると共に田野畑村役場と体験村の理事長に協力依頼をする。

次回、発表頂いた組手の方々から協力を得ることが課題。

第3回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

県南エリア(陸前高田)会場の様子



会場の様子



ワークショップの様子(その1)



ワークショップの様子(その2)



発表の様子

第3回観光コンテンツプロデュースエリア検討会議事(県南)

座長講話内容

- ・テーマ設定(アイキャッチな言葉を含め、響くようなテーマタイトル)が重要
例:世界遺産を巡る旅、古の日本もののけ姫の世界観 等
- ・地域をデザインした着地型旅行商品
例:長野県阿智村「天空の星」 日本一の星空×スキー場
課題:夜の滞在時間 ⇒ゴンドラの夜行運行
事故発生の対応等も検討を重ね、人口5000人の村に、現在年間で15万人が訪れている。
- ・カスタマージャーニー＝旅行者
- ・ペルソナマーケティング(旅行者の心理、行動、思考を考え組み合わせる)

ワークショップ内容

- 【体験資源素材シート】に、インバウンドの視点で、1～3点の点数をつける
- ①市場ニーズとのマッチング
 - ②交通の利便性
 - ③隣県コンテンツとの差別化
 - ④セールスポイントの分かりやすさ
 - ⑤SNS投稿向けの画像への期待度
 - ⑥受け入れ環境
 - ⑦金額の妥当性
 - ⑧想定されるターゲット

次に、コンテンツを組み合わせる。
・お客様の心理、思考、行動を考え、ストーリーを組み立ててみる。

参加者発表内容

【Aチーム】素材	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
奇跡の一本松	3	2	3	3	3	1	3
気仙大工伝承館	2	1	2	1	1	2.5	3
震災語り部	2	3	1	3	1	2	3
柚餅子づくり	2	1	1	2	3	2	3
復興最前線ツアー	2	3	3	3	2	2	2
【Bチーム】素材	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
奇跡の一本松	3	1	3	2	3	1	2
気仙大工伝承館	1	1	3	2	2	1	1
震災語り部	3	2	3	2	2	1	3
復興最前線ツアー	3	1	3	3	1	3	3
【Cチーム】素材	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
小型定置網	3	3	3	3	3	3	2
遠野ふるさと村	3	1	3	3	3	2	2
はちみつ採り	3	1	2	3	3	2	3
ホテル観賞体験	2	1	2	3	3	1	1
【Dチーム】素材	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
かもめの玉子工場見学	1	1	3	1	3	2	3
屋形船潮騒	3	1	3	3	3	2	3
基石海岸散策	3	2	2	3	2	3	3
酔仙酒造・酒造見学	2	2	2	1	1	3	3
椿の里大船渡	3	1	2	2	3	3	3
あさSUP小型定置網	3	1	3	1	3	1	3
釜石大観音	3	2	3	2	3	1	3
もち食文化	3	3	3	3	3	2	2
十二単	3	1	3	3	3	3	1

第3回観光コンテンツプロデュースエリア検討会の開催について

新聞記事

Web 東海新報 平成29年12月22日 金曜日

購読のお申し込み



HOT NEWS

ホーム

ライブカメラ

コラム

お役立ち情報

地域リンク集

天気予報

きょう



晴れのち曇り

あす



曇り時々晴れ

日本気象協会(banki.jp)

海上(波の高さ)

きょう

1m

あす

1m

あすの嵐

12月23日
旧11月6日仏滅

日出 06:49

日入 16:15

月出 09:59

月入 20:43

月齢 4.9

満潮時間 07:07

17:28

干潮時間 12:18

中潮(大船渡湾)

気仙2市の

震災被害者数

(平成29年9月30日現在)

大船渡市

死者数 340人

行方不明者数 79人

陸前高田市

死者数 1556人

行方不明者数 203人

電子新聞とは

平成29年12月22日付 2面

県南の魅力「面」でPRを、外国人観光客向け商品精査 陸前高田市でエリア検討会（別写真あり）



▲体験素材シートの課題をチェックした参加者ら＝米崎町

外国人観光客向け商品の構築を目指し、復興庁岩手復興局が県内三つのエリアで展開する「観光コンテンツプロデュース」の県南エリア第3回検討会は21日、陸前高田市米崎町の陸前高田グローバルキャンパスで開かれた。同市や大船渡市をはじめ釜石市、大槌町、遠野市、一関市などの観光担当課、観光協会の代表者らが参加し、各市町が提案する「体験型資源」の内容をチェック。個々の地域の魅力を、県南エリア全体で手を携えてPRしていくための方策を探った。

外国人の訪日誘致（インバウンド）に向け、県北、県央、県南の3エリアでそれぞれ展開される観光コンテンツ検討会。各自治体ごとに、海外からの観光客を想定した地域資源の洗い出しを行うとともに、それらをエリア全体で磨き上げることを目的とする。内陸と沿岸を結ぶコースの設定など、市町をまたいだ周遊の可能性を広げることで、各地に「点」で散らばる魅力を「面」で押し出していきたい考えだ。

第3回目となった今回は、各市町から提案された商品イメージを参加者で共有し合い、商品化へ向けた課題の抽出と、地域内の連携先・組み手の検討などを趣旨に開催。小グループに分かれ、事前に市の担当者や観光協会職員らが記入した「体験素材提案シート」のチェック作業を行った。

シートには、イベント・体験名と内容、ターゲット、料金、予約の要不要、周辺のおすすめ料理・施設・土産などの情報を記載。参加者はこれらを、①市場のニーズとのマッチング②交通の利便性③隣県コンテンツとの差別化の可能性④セールスポイントのわかりやすさ⑤SNS投稿向けの画像への期待度⑥受け入れ環境⑦金額の妥当性⑧想定されるターゲット——の八つの観点から、「よくない」「ふつう」「よい」をそれぞれ1～3点として評価した。

座長である同局TBグローバルマーケティング&トラベル営業企画部の阿部昌孝地域交流推進部長は出席者に、「ベルソナ」「ストーリーボード」などのマーケティング概念についても説明。利用者として想定される人物を具体的に描き、その人物の思考や感情に沿って商品を見ていくことで、サービスに必要とされるものが浮かび上がってくるとし、次回はその視点からコンテンツをさらに精査するとしている。

平成29年12月22日 東海新報

<https://tohkaishimpo.com/2017/12/22/187490/>

新聞広告の掲載について①

新聞広告

岩手を中心とした北東北のさらなる地域振興、復興のためには、海外からの旅行者の増加が重要です。このプロジェクトには、各地域の観光産業に関わる人たち、食、町並みなどの資源を全て活用し、岩手を中心とした地域の復興と振興を皆で進めるという意味があります。大切なのは「地域と人たちが一緒に行うこと」です。初回の会議では、皆さんがいろいろな視点でプロジェクトについて考えてくれました。観光客を受け入れる地域側の問題、観光コンテンツを

どう商品化するか、商品化後に流通させるために必要なことは何か、などの課題が見つかりました。今後、課題を整理するための要因を洗い出し、一つずつ解決していく作業が必要になります。岩手や北東北に住む皆さんに、このような取り組みの存在を知り、ぜひ地元を盛り上げることにやる気を出してほしいです。地域の活性化に向けて、はじめる一歩を踏み出すために、この事業がこのタイミングで形になったのだと思います。地域の良さを、地域に住む

人が自ら理解し、発信していく。それが海外の方々が岩手に来るための価値を発掘することにつながるはずで、このプロジェクトが新たな観光の形や地域づくりへとつながる一つのきっかけになればいいと思います。



座長に聞く・岩手大理工学部 南正昭教授

「オール岩手」で インバウンド旅行者を 受け入れ

「126.8万人県民コンシェルジュ」
実現へ

◇出席者
南正昭氏(座長・岩手大理工学部教授)
五味杜平氏(岩手大人文社会科学部教授)
菅原達也氏(ナレッジハウス代表取締役)
岸石吉隆氏(ライト・ア・ライト顧問)
阿部昌孝氏(JTBグローバルマーケティング&トラベル営業企画部
地域誘客戦略推進室 地域交流推進部長)

企画・制作／岩手日報社広告事業局



いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト(主催・復興庁)の第1回観光コンテンツプロデュース会議は15日、盛岡市で開かれました。被災地支援や観光推進、地域振興などに関わる委員が「事業の方向性と北東北および岩手県の課題について」「地域コンテンツ収集の際の視点について」などについて議論を交わしました。今後は県内を3地域に分けたエリア検討会を併せて開き、沿岸部を中心とした計15の誘客コンテンツ(商品)を開発します。

第1回観光コンテンツプロデュース会議

阿部 インバウンドの観光コンテンツを作るには、どの季節をどのような形で魅力的にブラッシュアップしていくかが大事になってきます。東北の新緑は本当にきれいです。その時期は旅行者が少なくない。そういう時期の魅力を発信し、観光にきていただけたらいいようにできればいいと思います。

菅原 地域でどれくらいの商品数がある程度作ってもいい、我々がブラッシュアップする形なのか、あるいは入って商品を出していくのか考えなくてはいいと思います。

東日本大震災から6年半余が経過し、三陸沿岸では、高速道路整備などの復興・創生が急ピッチで進んでいます。本会議は、その各種の状況を踏まえ、外国人観光客の観点から、岩手の観光資源を磨き上げるために開催します。

阿部 商品の作り方を地域の皆さんと一緒に学んでもらうのがいいですね。インバウンドのコンテンツを作るのは大変です。その過程が将来地域の中で役立つような仕組み作りが地域に入る私たちのミッションです。

いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト

復興庁岩手復興局

平成29年9月26日 岩手日報※
※受託事業者

新聞広告の掲載について②

新聞廣告

現在、三陸沿岸道路や宮城
臨海道路など、復興道路
復興支那道路の整備が進めら
れていることは、衆士の形が
変わるという、いいほど、大
きなインパクトのあることと
す。大幅に所要時間が短縮さ
れることに加え、道路が多
ルート化されることで防災
性、信頼性が高まります。地
域で産業や観光が成り立つと
き、道路用が多ルート化して
存在する意義は大きいという
ことをまず認識しなくては
いけません。

インバウンドの観光ネット
ワークを形成し、いくく上で
道路インフラの整備は、得格

観光コンテンツ育成「民」が主役

を成すものです。山崎翠嶺や吉良、八戸など、函館へのアクセス向上により、より広域的なルートを描めるようになります。また、釧路ルートのパターンを助やすことも図画できます。

そうした道路ネットワークの広がりの中に観光地が点在しています。点と点をどう結びつけるか、また観光地をどう貫いていくかが問われています。

道路事業は公的にバックアップされていますが、観光地やコンテナツを育てるのは「民」の方によると「民」が大きいと思います。今までは旅行



1000

業者が販売店を招き合わせて商品化していましたが、今回のプロジェクトは地域の人が魅力ある観光コンテンツを提案し、売れ込んでいくようにになります。ひとつあればいいので観光ネットワークシステムを協賛企業が手を出して作っていくのがポイントです。

復興道路・復興支援道路を活用し

岩手大理工学部 南正昭教授（プロジェクト座長）

あまちゃん、葛巻ワイン、八幡平ドラゴンアイ…
地域の宝を磨いて
旅行商品に



ちゃん」は海外ですごく有名なですが、久松市よりも外国人向け海女ツアーを積極展開している三重県鳥羽市の方が知られています。まずは鳥羽市を模範たり、岡市と連携したりするところからはじめてもいいのでは？」などとアドバイス。「今出された観光資源で点数が高いものを地域の宝として磨き上げたい。私自身重要な地域資源でプログラムを組むのは楽しみ」と議論の深まりを期待していました。

復興庁が主催する『いもで外国人向け観光コンテンツ発信プロジェクト』は、10月から熊本・鹿央・鹿南の3地域でエリア検討会がスタートしました。3月までに沿岸部を中心に計15のインバウンド旅行商品を開発します。第1回熊本エリア検討会は10月3日に久慈市で開かれ、行政・観光関係者ら約20人が参加。プロジェクト実行委員の菅原達也さん（レモンパノシ代表取締役）が各観光コンテンツの商品化に向けた考え方を紹介したほか、参加者でワークショップを行い、地域の課題や開発資源を共有しました。検討会の様子を紹介します。

インバウンド誘客へワークショップスタート

菅原さんは、「これから外国人はどんどん地方に来ます。皆さんには着地型の旅行商品をつくってほしいですが、外国人向けという概念にとらわれず、地域の強みを生かした商品作りを目指して下さい」といいます。ポイントとして▽市場（マーケット）は常に動いていることを意識する▽明確なターゲット（顧客）を想定した商品づくり▽イベントや理念を掲げ地域で共有する▽地域の中で連携する――などを挙げました。

その上で、地域の強みと強みを知るSWOT分析の手法を紹介。参加者は3つのグループに分かれ、葛西町、久慈市、八幡平市の観光資源を①自然環境・景観②歴史・文化③食・特産品④人や生活文化の4分野に分けて洗い



「過去に比べて、今は、日本企業は海外市場を積極的に開拓しようという意欲が、以前よりも強くなっている。これは、日本企業にとって、大きなチャンスである。しかし、同時に、海外市場の競争も激しくなっている。日本企業は、海外市場に進出するにあたって、十分な準備と戦略を立てる必要がある。また、海外市場の文化や習慣の違いを理解し、現地の人々とコミュニケーションをとることが、成功の鍵となる。日本企業は、海外市場に進出するにあたって、これらの課題を克服し、海外市場で成功するために、努力を怠らなければならない。」

出すワークショップを行いました。

いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト②

復興庁岩手復興局

新聞広告の掲載について③

新聞広告



東日本大震災の教訓を伝えるため、沿岸各地では防災を学ぶことのできるコンテンツが次々作られています。震災当時の状況をリアルに体験できたり、震災を経験した人の生の声を聞くことができたり、という機会を作りそれをインバウンドに活用するのは大事な視点です。

ただし、一般的な外国人が震災について学ぶだけのために訪れるということは

Vol.2 識者インタビュー 岩手大人文社会科学部 五味壮平教授 震災の教訓を観光メニューに 外国人への伝え方に工夫が必要

識者インタビュー 岩手大人文社会科学部 五味壮平教授

被災者の生の声こそ心に響く

少ないでしょう。観光の多様な選択肢の中の一つという位置づけになると思いいます。

また、外国人に震災を伝える際、どのような見せ方をすることが最も難しい問題です。震災のダイナミックな部分を強調するのは、「復興・希望」のような明るい側面を強調し出すのか、両方考えられると思います。どういうコンテンツにしたら外国人のみならず「ああ、震災の時ってこうだったんだ」と深く心に落ちて帰ってもらえることができるのか、我々も考えていかなければいけません。

例えば広島の場合、戦争

国内旅行オフシーズンこそ誘客の好機 新緑、冬のコンテンツを磨き 年間の客数の平準化を



参加者は、阿部さんの説明を踏まえて、4人のグループに分かれて、地域の観光資源を洗い出すワークショップを実施。大船渡市のチンドン寺町一丁目や磐石海岸、奇跡の一本松、須川高原温泉（一関市）の残雪、五葉山などをピックアップしていました。

復興庁が主催する「いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト」は、10月から県北・県央・県南の3地域でエリア検討会がスタートしました。3月までに沿岸部を中心とした計15のインバウンド旅行商品を開発します。第1回県南エリア検討会は10月3日に大船渡市で開かれ、行政・観光関係者ら約30人が参加。プロジェクト実践委員の阿部昌孝さん（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）が誘客コンテンツの商品化に向けた考え方を紹介したほか、参加者でワークショップを行い、地域の課題や観光資源を共有しました。検討会の様子を紹介します。

着地型旅行商品作りへワークショップ

阿部さんは「岩手には素晴らしい観光資源があります。それを磨き上げると同時にきちんと流通させ、いかに地域活性化につなげるかが重要です。また、県南エリアは今後、復興でインフラ整備が進みます。そのことを踏まえた着地型の旅行商品を目指したい」とあいさつし、商品作りのポイントを解説しました。

2018年の訪日外国人旅行者数をみると、東北は10、11月の紅葉の時期がピーク、春の桜のシーズンも多い一方、5月の新緑の時期は国内旅行客も少ない点を挙げ、「宿の空き室がある時期に力を入れると効果が高い。素晴らしい岩手の新緑を築しめるコンテンツを徹底的にブラッシュアップすればマーケットの中で外国人旅行客を誘導できます。冬期にも力を入れ、

年間を通して客数を平準化させることが大切」と、オン・オフシーズンを意識した商品作りの重要性を強調しました。

また、日本人向けと外国人向けで、旅行商品の「手仕舞い日（いつまで予約を受けられるか）」の違いを説明。「例えば、旅行中に「明日、時間がある。何して遊ぼうか」というニーズに対応できるのがインバウンドの着地商品。当日でも予約を受けられればベストです。商品に『在庫化』して管理・販売する仕組みも考えなければ」と指摘しました。



磐石海岸を代表する景観「穴通洞」（大船渡市）



震災遺構として保存されている「道の駅高田松原」（陸前高田市）。地元ガイドが震災の教訓を伝える活動を続けている。

企画・制作／岩手日報社広告事業局

いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト③

復興庁岩手復興局

新聞広告の掲載について④

新聞広告

復興道路・復興支援道路のネットワークをインバウンドに活用していくときに、道の駅の果たす役割は非常に大きいでしょう。三陸沿岸道路はサーブیسエリア（SA）を持たない道路であり、かつ無料です。道の駅がSAや観光・道路情報を提供する窓口、あるいは観光地そのものの役割を果たすことになり、岩手の地域観光ルートを構成する上での拠点になり得ます。道の駅は既存の枠にとらわれず、宿泊機能を持たせたり、子供を遊ばせられるアミューズメント機能を加したりなど、今よりも

三鉄の魅力を最大限に活用

三陸鉄道も沿岸観光の重要なファクターです。今も企画列車を運行しています。外国人に受けるように、立ち寄りたくなるような場所に変えていくことができればなりません。現道は津々浦々の自然景観や街並みへのアクセス道路としての役割も果たすことになるでしょう。通過交通ばかりでは復興道路・復興支援道路を地域で十分に活用することになりません。



本年度内に本格オープンする宮古市の「道の駅たち」・復興・飲食店、防犯カメラ、観光案内所などを整備する予定です。

求められる「道の駅」の機能多様化 立ち寄りたくなる地域観光の拠点に

識者インタビュー 岩手大理工学部 南正昭教授 プロジェクト座長

これまで以上にインバウンドのある観光商品作りに知恵を絞らなければならないでしょう。復興の元了とともに、南北リアス線が一本につながるのを機に、地元の足として、また観光列車として活用される「三陸沿岸」ならではの「地方鉄道」を地域で育みたいものです。

岩手の「当たり前」が観光資源になることも！ 情報発信は心に届く手法で 「インスタ映え」も意識して



地域の観光コンテンツを洗い出すワークショップに岩手県参加者（左から2人目が岩手県関係者）

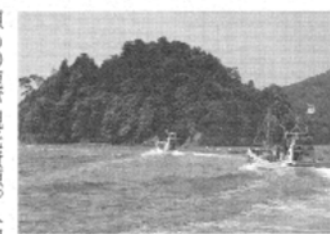
旅行商品作りとPR強化へワークショップ

岩手さんは「身の回りの観光資源をどう磨き、どう発信し、どう受け止めてもらうか。そして、来てもらったらどう感動してもらい、リピーターになってもらうかが重要」と話し、自身が東日本大震災後に被災地で関わった「三陸に仕事をプロジェクト浜のミサンガ環」、炊きたし事業「復興食堂」について紹介しました。

浜のミサンガ事業は、制作した動画がTV各局に取り上げられ、インターネットでも拡散されたことで、売上げ・話題性ともに大きな反響を呼ぶ事業に成長。「人の心に響くコンテンツは、うまく発信できれば気持ちがどんどん集まってくる。確実に人に届く手法で発信しましょう」とコンテンツ磨きと平行した情報発信の重要性を説きました。

頭もの鹿が観光資源。外国人観光客が鹿の写真を撮って写真共有アプリ「インスタグラム」などで拡散しています。「奈良県民にとって当たり前だった鹿が外国人にとっては魅力的だった。さらに、奈良の人たちは『インスタ映え』する食べ物やコンテンツを作って発信していて、SNSで拡散される工夫をしている」と話しました。

その後、参加者は、4人のグループに分かれて、地域の観光資源をピックアップするワークショップを行いました。山田町の関係者は、洗い出したコンテンツを組み合わせて山田湾やオランダ島周辺で丸一日楽しめるツアーを考案。栗石さんは「水中ドローンで山田湾の海中を撮影するなど、コンテンツの見せ方は工夫次第」とアドバイスしていました。



オランダ島（山田町）の体験観光「漁師さんの船で行く山田湾クルーズ」。コンテンツの磨き上げと同時に情報発信の工夫も必要だ。

また、外国人観光客が多い奈良市の事例も紹介。同市は、奈良公園周辺の1500

第1回 県央エリア検討会・山田

いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト④

復興庁岩手復興局

平成29年11月29日 岩手日報※
※受託事業者

新聞広告の掲載について⑤

新聞広告

ラグビーW杯、五輪が誘客の好機 ディープな岩手ファン獲得を

Vol.4
識者インタビュー 岩手大人文社会科学部 五味 壮平教授（プロジェクト委員）

2019年の三陸防災復興博（仮称）とラグビーW杯、20年の東京五輪で、たくさんの外国人旅行者が岩手に来ると思いますが、私は一連のイベント後が重要であり、イベントをきっかけにいかリピーターを獲得するかが大切だと感じています。

何度も足を運んでくれるディープな岩手ファンになってもらうためには、単に歓迎するだけではなく、1回来た観光客の顔と名前を覚え、人柄を理解し、記憶し、そしてそれが後々まで残っている、という状況を意識的に作る必要があります。

キャンプ誘致で関係性構築

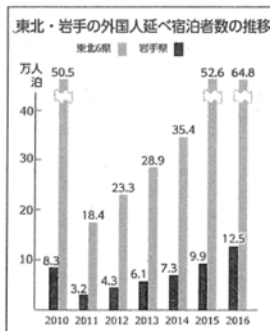
県内ではラグビーW杯への機運を盛り上げるイベントも行われています。まずは地元の人たちがイベントを楽しみ、喜んで外国人を迎える状況を作ることができればいいと思います。

また、盛岡市はカナダ水球チームの五輪事前キャンプ地に決まりましたが、こうしたキャンプ誘致の可能性はまだ残っています。キャンプをきっかけに姉妹都市や友好都市になるなど、交流が広がるのが期待できます。



ラグビーW杯の開催に合わせ、一役を担った盛岡市トワイライト・エリア・カンパニー。11月10日、盛岡市役所。

増えるインバウンド、目指せ150万人泊！ 東北のシェアわずか「1%」 潜在能力生かせるか正念場



これらの数字から見ても、東北はインバウンド誘客の後進地と言わざるを得ません。背景には▽一部の国や地域で依然として震災に対する根強い風評被害がある▽海外における東北の認知度が低い▽直行便が少ないなどアクセスが不便などが挙げられます。しかし、東北は全国一位の

復興庁が主催する「いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト」は、来年3月の成果発表会（仮称）に向けて、県内3地域でエリア検討会を行っています。日本のインバウンドは近年急増していますが、東北はその流れから大きく遅れをとっているのが現状です。そうした中で政府は、「東北の外国人延べ宿泊者数を2020年に、15年の50万人泊の3倍となる150万人泊に押し上げる」という目標を掲げており、16年4月にとりまとめられた「東北観光アドバイザー会議」の提言等を踏まえ、官民挙げて観光復興に向けた取り組みを進めています。今回は、東北や岩手のインバウンドの現状がどうなっているのか、データで見ながら課題を共有します。

外国人旅行者 東北・岩手の現状

観光庁の「宿泊旅行統計調査」によると、外国人延べ宿泊者数は2010年の約260万人泊から、16年は約640万人泊と約2.5倍も伸びています。一方、地域別の内訳を見ると16年の東北の外国人延べ宿泊者数は約64万8000人泊で、シェアはわずか1%。岩手は約12万5000人泊で全国シェアに占める割合は0.2%に過ぎません。

また、東北の外国人延べ宿泊者数の推移を見ると、10年に約50万人泊だったのが、11年の東日本大震災で約18万人泊まで落ち込みました。15年に約53万人泊まで回復し、ようやく震災前の水準になりました。

2016年の外国人延べ宿泊者数

全 国	64,066,730人泊
東北6県	648,430人泊
岩 手 県	125,330人泊

（出典：2016年観光庁宿泊旅行統計調査）

※従業者数10人以上の施設における延べ宿泊者数

数を誇る温泉（環境省が指定する「国民保養温泉地」の数）など、豊富な観光資源が

いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト⑤

復興庁岩手復興局

平成29年12月6日 岩手日報※
※受託事業者

新聞広告の掲載について⑥

新聞広告

復興道路・復興支援道路など、交通インフラの整備に合わせ、岩手の地域観光を連携して育んでいきたいと思いますという話を前回までしてきましたが、地域観光を支える「モノとヒト」のネットワークづくりが重要でしょう。

まず、情報提供の仕方を画期的に変えなければいけません。公衆無線LAN（Wi-Fi）の整備を早急に始める必要があります。海外旅行先で情報を入力するのはインターネットです。ネットにつながらない所へは来ないという人がいます。次に、観光ガイドや防災

Wi-Fi整備は喫緊の課題

ガイドなど観光を支える人をどう配置するかも大切です。手軽に情報が入手できて現地に対応できる人がいることが、旅の安心感につながります。

今回の事業の目標である「126・8万人県民コンシェルジュ計画」を実現するためには、コンシェルジュが案内に使う道具（媒体）の準備が不可欠です。観光マップやパンフレットは多言語に翻訳しておき、岩手の観光情報を検索できるサイトも、一つのサイトに集約しておけば利用しやすいでしょう。

三陸沿岸地域には、住民

外国人が安心してできる情報提供とは 多言語化、ガイド育成に注力

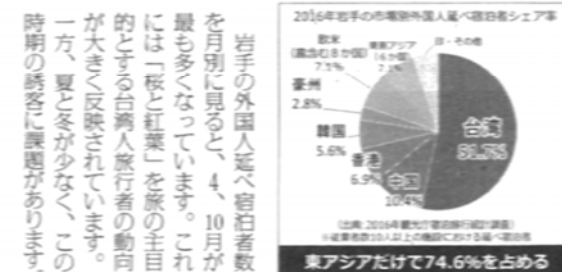
Vol.5
読者インタビュー 岩手大理工学部 南 正昭教授（プロジェクト座長）



同士に互いに顔の見える密接な人間関係があります。この人的ネットワークを、地域観光の育成への大きなアドバンテージとして活用したいものです。

震災からもうすぐ7年が経過しようという今、インバウンドの取り組みを地域の魅力を育てるチャンスとして捉え、「地域観光を育てる」という目的を皆で共有し、広く住民の参画を得る工夫が求められると思います。

岩手のブランドイメージどうつくる？ 半数を占める台湾人旅行者 市場別のプロモーションが鍵



岩手の外国人延べ宿泊者数を月別に見ると、4、10月が最も多くなっています。これには「桜と紅葉」を旅の主目的とする台湾人旅行者の動向が大きく反映されています。一方、夏と冬が少なく、この時期の誘客に課題があります。

岩手と似た気候の北海道は12月〜2月、7月が多く、岩手と比較するとほぼ逆のグラフを描きます。プロジェクの実践委員の菅原達也さん（ナレッジハウス代表取締役）は「小さな国際村」を標榜する北海道ニセコ町はスノーリゾートとしての伝統的な海外向けプロモーションなどにより、多くの外国人が集まる町としてここ数年で注目を集めていると話しており、プロモーション次第で岩手でも底上げを図れる余地があります。

岩手でインバウンドの取り組みを進めるには、国や市場別のニーズを把握・分析し、きめ細やかなアプローチをしていく必要があります。自然、食、郷土芸能、復興などのコンテンツを生かし、岩手のブランドイメージをつくる戦略も重要です。また、風評被害が根強く残る市場には、粘り強く正確な情報を発信することが求められます。

復興庁が主催する「いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト」は、去年3月の成果発表会（仮称）に向けて、県内3地域でエリア検討会を行っています。日本のインバウンドは近年急増していますが、東北はその流れから大きく遅れをとっているのが現状です。そうした中で政府は、「東北の外国人延べ宿泊者数を2020年に、15年の50万人泊の3倍となる150万人泊に押し上げる」という目標を掲げており、16年4月にとりまとめられた「東北観光アドバイザー会議」の提言等を踏まえ、官民挙げて観光復興に向けた取り組みを推進しています。今回は、岩手にどの時期にどの国や地域から旅行者が来ているのか、データで見ながら課題を共有します。

市場別外国人旅行者 岩手の現状

観光庁の「宿泊旅行統計調査」によると、2016年の岩手の外国人延べ宿泊者数は約12万5000人泊。そのうち台湾や中国など、東アジアは74・6%を占めます。中でもチャーター便などで年々増加している台湾の延べ宿泊者数は、約6万5000人泊で全体の半数以上になっています。しかし同じ東アジアの韓国や香港は震災前の水準に達しておらず、風評被害の影響が考えられます。数は少ないもののオーストラリアは10年の8700人泊から16年は35100人泊と約4倍の伸びで、スキー目的の増加がみられます。



いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト⑥

復興庁岩手復興局

平成29年12月13日 岩手日報※
※受託事業者

新聞広告の掲載について⑦

新聞広告

黄金文化、五右衛門風呂、龍泉洞の透明度…。 岩手ならではのアイデア続々 「体験」「交流」「発信」が鍵に

復興庁が主催する「いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト」は、県北・県央・県南の3エリアで検討会を行っています。各エリアの市町村や観光関係者らが出席し、観光コンテンツの磨き上げが行われており、来年3月の成果発表会（仮称）に向けて、計15のインバウンド旅行商品を開発します。岩手には地元の人がからこそ提案できる、外国人が知らない魅力的なコンテンツが数多く点在していますが、「点」と「点」をどうつなぎ、どう商品化していくかが課題となっています。今回は11月までに開催された各エリアでの第2回エリア検討会の様子をまとめて紹介します。

インバウンド旅行商品開発に議論深まる



多くの観光客が訪れる中津川温泉。この日は外国人も訪れ、温泉を堪能した。

各エリア検討会では、実践委員のアドバイスを基に観光資源の掘り起こしや体験型ツアーづくりを行っています。県北エリアでは、「地元の人の交流」をキーワードに、ツアーを考案しました。久慈地域の参加者は、漁師との交流や五右衛門風呂に入っ朝日を見る旅行の案を披露。体験中にふんどしやちゃんまげを付けてもらうなど、外国人受けを狙ったアイデアも出ました。

県央エリアでは、外国人旅行者の行動や思考を意識し、旅行に行く前の着想段階で、いかにタッチポイントを増やせるかを議論しました。同エリアの実践委員から、SNSで拡散されることを意識した「インスタ映え」の見せ方について、「映像や画像には言葉は必要ない」、「（旅行者自身が）撮りたくなる・自慢発信したくなるコンテンツを発信しよう」といった話があり、参加者からは「浄土ヶ浜」

から昇る朝日をタイムラプス撮影する」、「龍泉洞の地底湖の透明度は冬が最も安定する」、「山田のかき小屋で牡蠣が蒸し上がるシーンは見逃さがある」といった意見が出されました。

県南エリアでは、「黄金文化」をテーマに、中尊寺金色堂、秀衡塙体験、住田町の砂金採取体験など、「金」でつなぐ物語の旅行案が示されました。同エリアの実践委員からは「気仙地方（陸前高田市、大船渡市、住田町）には金山跡が数多く残っており、『金』は平泉と沿岸をつなぐフックとなりうるテーマ。一方、体験系のコンテンツは、作ったものをすぐに持ち帰れるかどうか課題になる」といった話がありました。

各エリア検討会で洗い出されたコンテンツ同士をどうつなぎ合わせるか、また外国人向けにどうアレンジするかが次の課題です。県内では復興道路・復興支援道路の整備により観光地間の移動時間が大幅に短縮され、円滑な観光が可能になります。これを踏まえ、今後の各エリア検討会では、「点」と「点」でつないで「線」や「面」としてインバウンドが受け入れられるような体制へと導いていくことを目指すために、一つ一つのコンテンツを磨き上げることが検討されています。

Vol.6

記者インタビュー

岩手大人文社会科学部

五味 壮平教授プロジェクト委員

「陸前高田グローバルキャンパス」

国内外との深い絆が生まれる拠点

一般的なインバウンド観光と少し視点が違います。海外と岩手をつなぐ窓口の一つとして、陸前高田市に今年4月に開所した「陸前高田グローバルキャンパス」を紹介したいと思っています。岩手大と立教大、陸前高田市で共同運営する施設で、講義室や研究室など、短期間・長期間借りられるレンタルスペースがあります。

まちづくりに外国人の活力を

地を訪れた事がきっかけで移住した人もいます。陸前高田市は、それだけの魅力と力を持った場所です。開所以降、当初の予想を超えて利用されています。米・ハーバード大と岩手大の学生との交流なども生まれました。

私はこのキャンパスを「ディープなつながりをつくる拠点」にしたいと思っています。ただスペースを提供するのではなく、ここに来ることで地元の人がつながったり、来た人同士がつながったりすれば、地元の人にとっても外国人も含めた訪問者が「よく分から



国内外との交流を促す「陸前高田グローバルキャンパス」。8月には岩手大とハーバード大の学生が共同でまちづくりを行いました。

いわて外国人向け観光コンテンツ発掘プロジェクト⑦

復興庁岩手復興局

平成29年12月20日 岩手日報※
※受託事業者