



# 第2期 大槌町観光ビジョン

計画期間 令和5年度～令和9年度（2023年度～2027年度）

**大槌町**  
2023年3月



## 目次 INDEX

### 第1章 観光ビジョン策定にあたり

- 1 観光ビジョン策定の背景
- 2 観光ビジョン策定の目的
- 3 観光ビジョンの策定プロセス
- 4 策定委員会

### 第2章 大槌町観光振興の現状と課題

- 1 国内の観光動向
- 2 岩手県および三陸沿岸地域の観光動向
- 3 大槌町の観光の実態
- 4 第1期大槌町観光ビジョンの取組状況と評価
- 5 大槌町観光ビジョン策定委員会の意見

### 第3章 大槌町観光ビジョン

- 1 大槌町観光ビジョン（将来目標像）
- 2 基本理念
- 3 計画の全体像

### 第4章 今後の施策展開

- 1 施策体系
- 2 重点プロジェクトの推進
- 3 受入環境等具体施策の取組
- 4 エリア別の取組の方向性

### 第5章 目標実現に向けた推進体制

- 1 受入体制
- 2 評価・検証の仕組み





## 第1章 観光ビジョン策定にあたり

---

- 1 観光ビジョン策定の背景
- 2 観光ビジョン策定の目的
- 3 観光ビジョン策定プロセス
- 4 策定委員会

# 1 観光ビジョン策定の背景

---

大槌町では2005年3月に、2005年度～2013年度の9ヶ年の「大槌町観光基本計画」を策定しました。しかしながら、2011年度に東日本大震災津波によって甚大な被害を受け、計画の見直しが難しい中、震災から7年が経過した2018年3月に5ヶ年の「大槌町観光ビジョン（2018年度～2022年度）」を策定しました。

震災後、大槌町東日本大震災津波復興計画に基づき町内の復興を推進してきましたが、2018年度で第三期実施計画発展期を終了し、2019年度からは復興計画の後継となる「第9次大槌町総合計画」を策定しました。「魅力ある人を育て 新しい価値を創造し続けるまち大槌」を基本理念とし、観光分野における将来像が提示されているところであり、改めて2023年度から5ヶ年の「第2期大槌町観光ビジョン」の策定が必要となっています。

大槌町の観光振興を推進し、更なる発展と活力ある町を形成するため、東日本大震災津波からの大槌町の復興状況や、旅行者のニーズや旅行スタイルの変化・多様化を捉え、現在の大槌町の状況に見合ったビジョンを描き、実行していくことが求められています。

大槌町は被災により多くの地域資源を失いましたが、残された観光資源や地域資源には美しい自然景観や歴史的な伝統芸能、海産物をはじめとする特産品も数多く有しています。また、これまでの観光資源の他に、震災をきっかけに新たに大槌町の観光を担う方々の活躍もあり、震災前にはなかった新たな大槌町への来訪者のニーズが目立つようになってきました。このような観光資源、担い手のポテンシャルを最大限に活かし、大槌町への交流人口や滞在時間の拡大を実現したいという町民の想いを取りまとめ、町民の方々と共有し、観光振興を加速させることが本観光ビジョン策定の背景です。

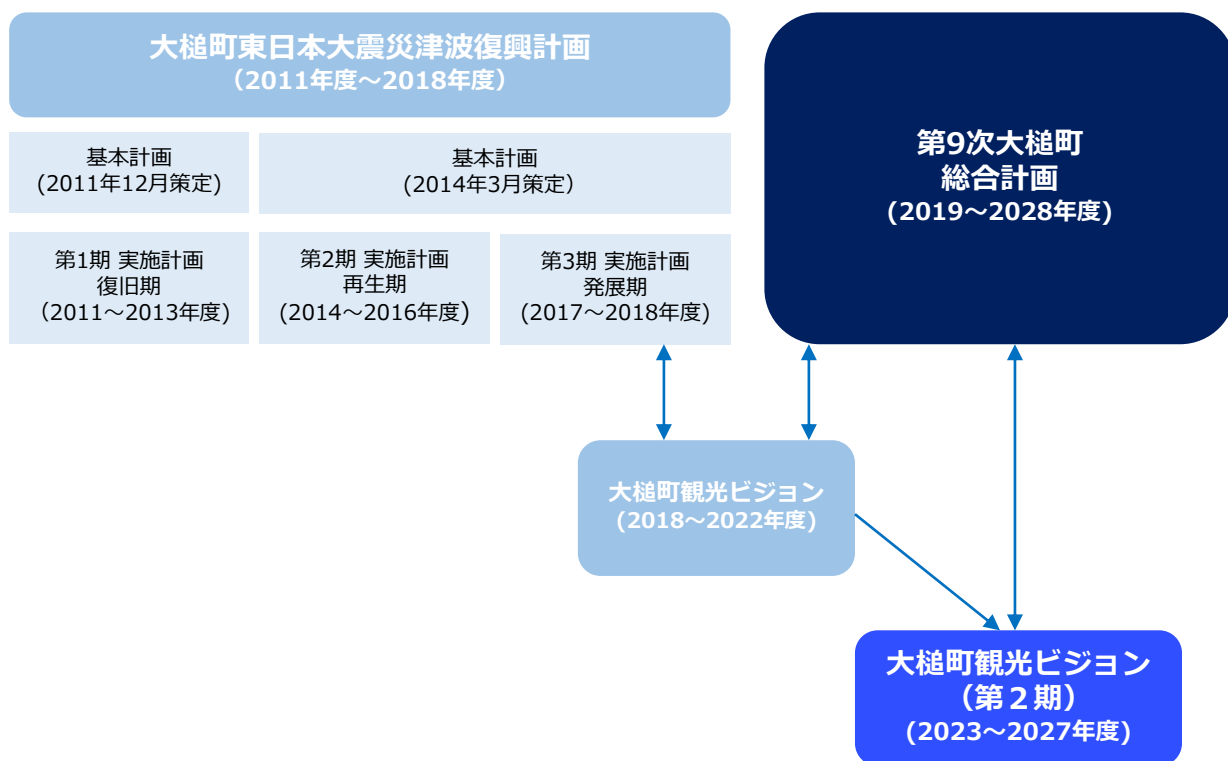
2019年には、三陸鉄道リアス線の開通・大槌駅の開業、三陸沿岸道路の全線開通により、交通インフラが整い利便性が向上したことで、町外からの流入のポテンシャルが高まっています。このような状況を受け、改めて町内の資源を見直し、更に魅力的なものとするため、大槌町に住んでいる人も訪れる人も楽しくなる観光ビジョンを策定し、大槌町への観光客のみならず、ボランティアや特産品の購入など様々な視点で大槌町を支援していただける、交流人口の枠組みを超えた関係人口の拡大を図ることも目的としています。

本計画は、知られざる大槌町の魅力を多くの方々に知っていただき、大槌町の観光関連事業者のみならず、町民が一丸となって大槌町の観光振興推進に取組む行動指針として定めるものです。

## 2 観光ビジョン策定の目的

東日本大震災津波から12年の月日が経過しようとしています。震災からの復興事業、新型コロナウイルス感染症の蔓延、ウクライナ危機に端を発するエネルギー価格等の高騰など世界情勢がめまぐるしく変化中、人々の行動・考え方も時代とともに変化を続けています。

このような状況の中、産業や観光面におけるトレンドをキャッチアップし、大槌町の観光が目指すべき方向性を再検討し、町民、関係団体、事業者等の連携による観光まちづくりの指針を定め、効果的に観光復興を推し進めることを目的とした大槌町観光ビジョン(2023年度～2027年度)を策定するものです。



### 3 観光ビジョンの策定プロセス

#### 計画策定の流れ

#### 策定委員会

##### 1 第1期観光ビジョンの取組状況の確認と再評価

- 第1期計画策定期間における取組の成果/反省  
観光振興における課題、トレンド確認
- 各重点プロジェクト内のコンテンツ見直し

第1回策定委員会  
(2022年12月22日)

第1期計画策定期間における取組の成果提示  
→委員ヒアリング、意見収集

##### 第2期観光ビジョン策定案とりまとめ・委員意見反映

##### 2 第2期観光ビジョンの計画案策定

- 第1期計画策定期間における取組の反映
- 第1回策定委員会の意見を反映させた計画案を提示

第2回策定委員会  
(2023年2月8日)

観光ビジョンの確認・承認  
【提示資料】  
観光ビジョン本書、概要版

##### 策定委員会の意見を反映した観光ビジョンの完成

全員協議会  
(2023年2月15日)

観光ビジョン策定報告  
【提示資料】  
観光ビジョン本書、概要版



## 4 策定委員会

### ■大槌町観光ビジョン策定委員会メンバー

#### 策定委員長

大槌町観光交流協会代表理事 千代川 茂

#### 策定委員

大槌商工会会長 後藤 力三

大槌商工会女性部長 木村 里美

新おおつち漁業協同組合代表理事組合長/大槌町郷土芸能保存団体連合会会長 平野 榮紀

花巻農業協同組合大槌地区担当理事 佐々木 重吾

はまぎく若だんな会代表/一般社団法人コレレ代表 芳賀 光

東京大学大気海洋研究所大槌沿岸センター長 青山 潤

大槌町副町長 北田 竹美

(順不同)





## 第2章 大槌町観光振興の現状と課題

---

- 1 国内の観光動向
- 2 岩手県および三陸沿岸地域の観光動向
- 3 大槌町の観光の実態
- 4 第1期大槌町観光ビジョンの取組状況と評価
- 5 大槌町観光ビジョン策定委員会の意見

# 1 国内の観光動向

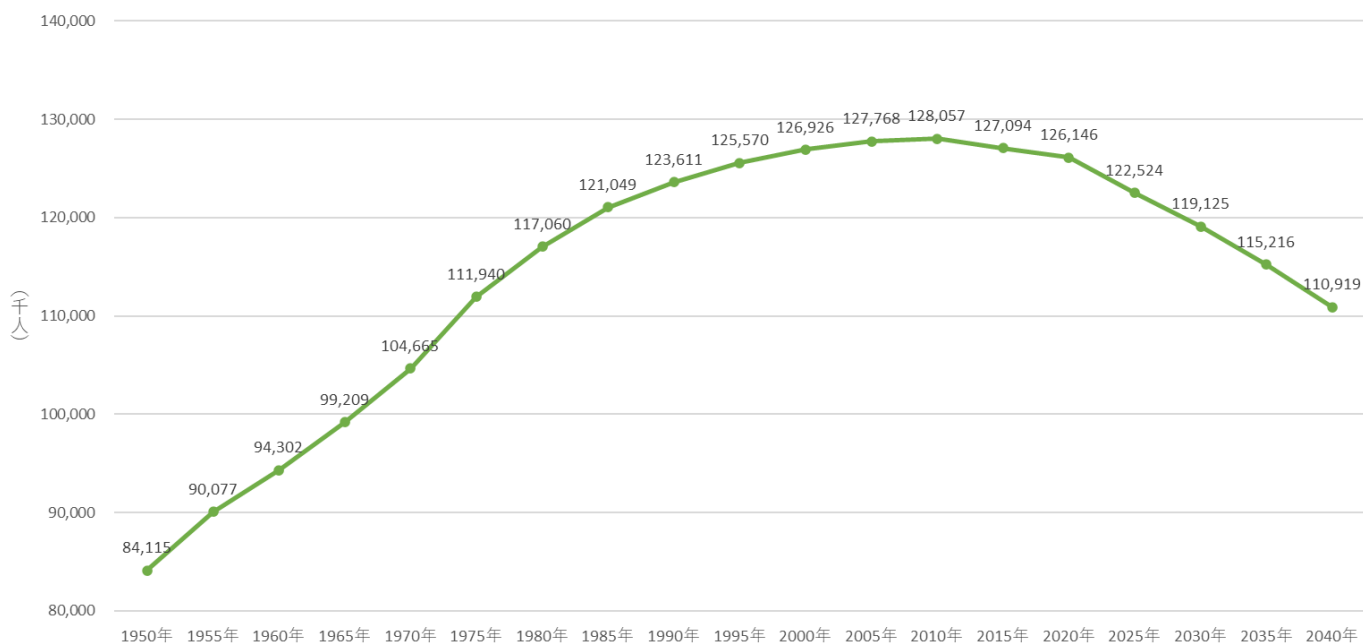
## ■人口減少社会の進行

現在、わが国は人口減少社会に直面しており、2010年以降は人口減少が続き、30年後の2040年には、1億1千万人程度となると予測されています。

人口減少、少子高齢化が進行することで、生産年齢人口の減少や社会保障負担の増加を起因とした可処分所得の減少により、経済規模の縮小が懸念されています。

また、地方創生により定住人口を増加させ、人口維持や人口増加が求められていることから、観光・交流人口の拡大による地域活性化が重要な施策の一つとなっています。

日本の人口推移と将来推計



資料  
2020年までは「国勢調査」  
2025年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」  
(2017年7月推計)

# 1 国内の観光動向

## ■観光形態の変化

スマートフォンやタブレット端末の普及、Facebook、Twitterに代表されるSNSなどの、インターネットの活用促進といった、近年の情報通信技術の急速な発展に伴い、観光分野においても様々な変化が見られます。

これまでは旅行会社が主催する団体旅行や宿泊と交通手段をセットにした「旅行会社主導」の商品を選んで旅行する、パッケージツアーが主流でした。しかし、2010年代以降のインターネット・SNSの急速な発展により、消費者が自分の好みの情報を自ら取りに行き、個人で直接移動手段や宿泊先を手配するスタイルが主流となっています。

また、ライフスタイルや価値観の多様化により、観光の目的や形態も多岐にわたっており、これまで多かった物見遊山の観光スタイルではなく、ニューツーリズムをはじめとする、それぞれの地域が持つ地域資源や観光資源を活かした「体験型観光」やSNSでの影響力のあるインフルエンサーや同様の趣味嗜好を持つグループの推奨する体験を観光のスタイルとして、取り入れられる傾向が徐々に加速しています。

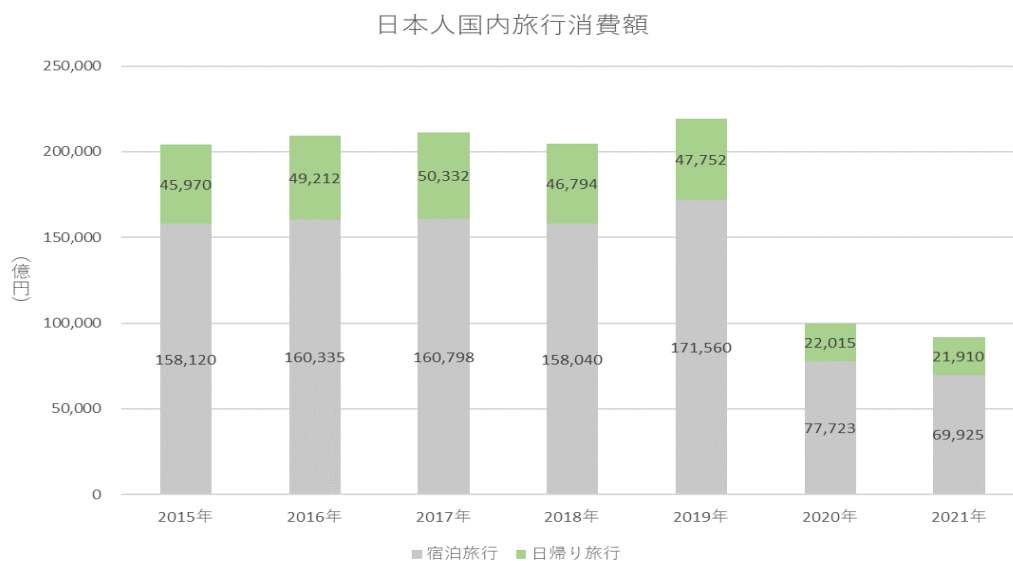
※ニューツーリズム：従来の旅行とは異なり、旅行先での人や自然との触れ合いが重要視された新しいタイプの旅行。

※インフルエンサー：世間を与える影響力が大きい行動を行う人物のこと。

## ■国内旅行消費傾向

2020年・2021年共に、新型コロナウイルス感染症の影響により、2019年度比で50%以上の減少、それぞれ10兆円を超えるマイナスとなった。

新型コロナウイルス感染症の蔓延は収束の兆しが見えず、国内旅行消費の回復は見通せない状況にある。



資料  
観光庁 観光統計 「旅行・観光消費動向調査」  
2021年年間値

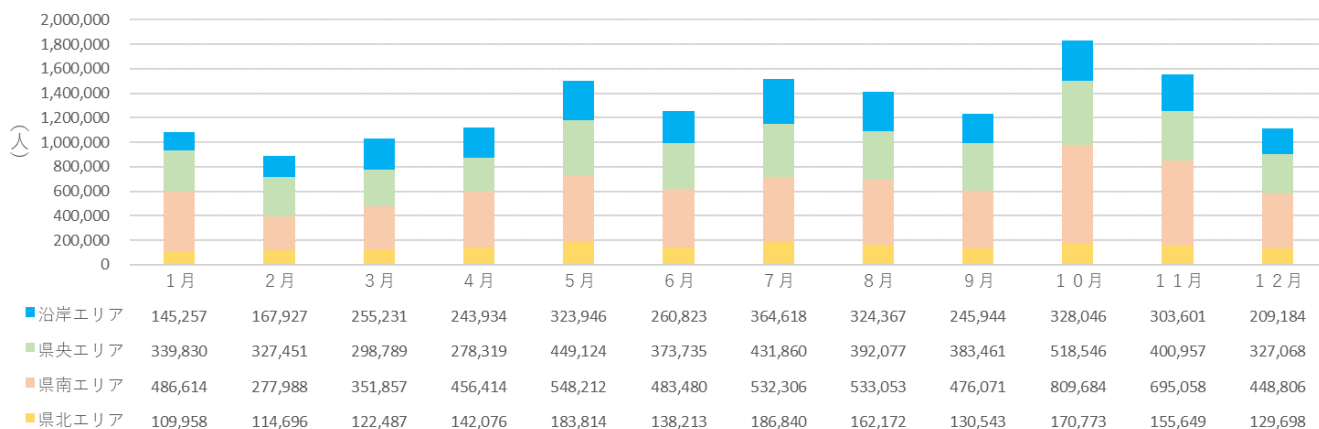
## 2 岩手県および三陸沿岸地域の観光動向

### ■岩手県地域別入込客数（2021年1月～12月）

2021年岩手県内の地域別入込客数を月別で見ると10月が最も多く、次いで11月、7月が多くなっています。これは例年には無い傾向で、新型コロナウイルス感染症における「行動制限」の影響によるものと思われます。

大槌町を含む沿岸エリアでは、7月が最も多く、次いで10月、8月の順であり、夏季が強い傾向に変わりはありません。

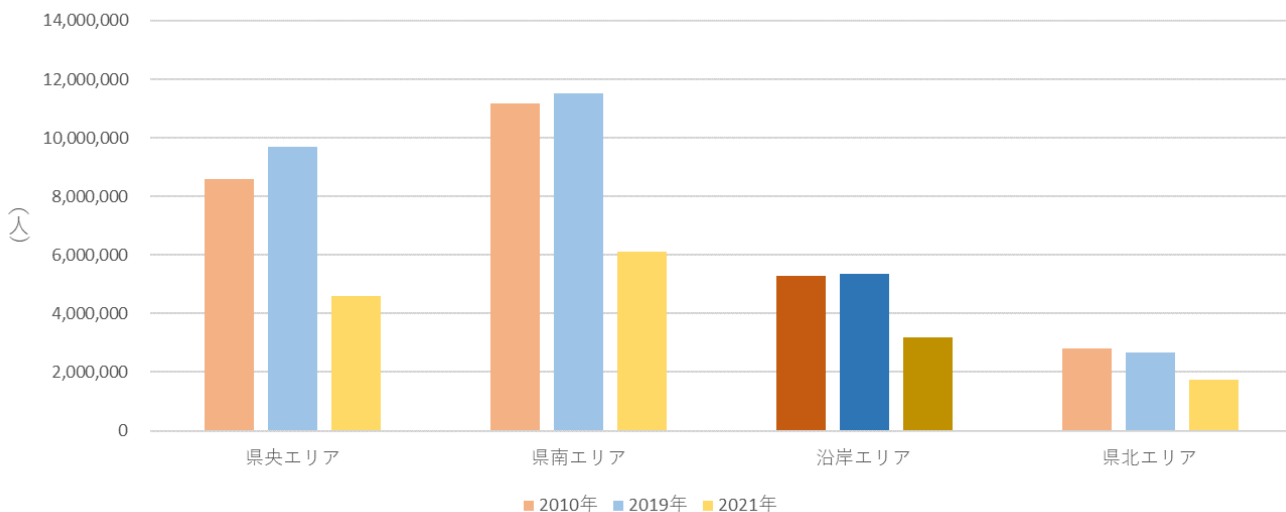
岩手県地域別入込客数



### ■岩手県内地域別年間入込客数および震災前(2010年)比較

岩手県内において、年間入込客数が最も多い地域は県南エリアで、次いで県央エリアです。大槌町を含む沿岸エリアの2019年の年間入込客数は5,350,255人であり、震災前の2010年と同レベルまで回復したものの、2020年から続く新型コロナウイルス感染症の影響により大きく落ち込んでいる状況です。

岩手県地域別年間入込客数および震災前(2010)比較

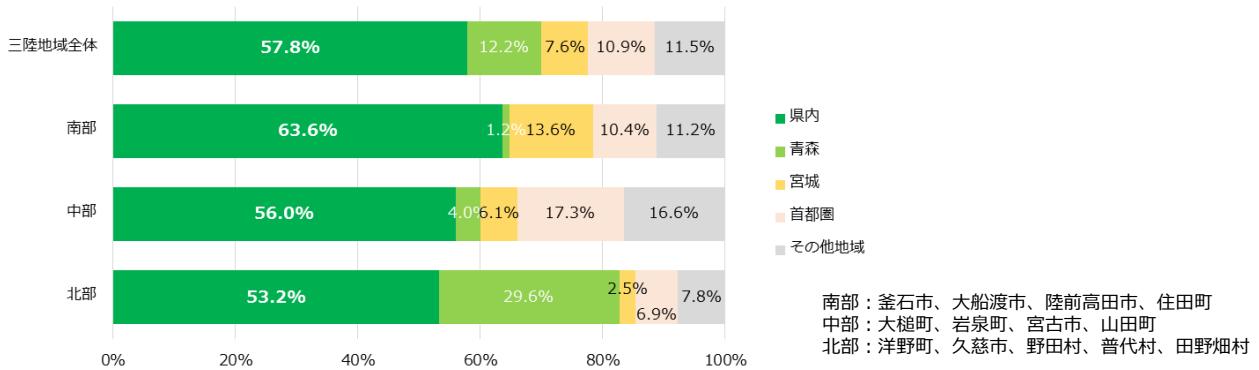


## 2 岩手県および三陸沿岸地域の観光動向

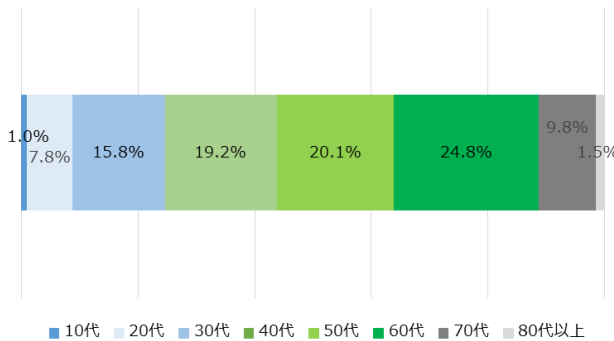
### ■三陸沿岸地域の観光動向

三陸沿岸地域への来訪者属性を見ると岩手県内からの来訪者が各地域とも50%を超え、年代層は60代が24.8%と最も多く、次いで50代・40代が多い傾向にあり、来訪する目的は、「自然景観を見ること」「美味しいものを食べること」が上位を占めることがわかります。また、来訪者の満足度では約8割の人が大変満足・満足・やや満足と回答しており、再来訪意向は非常に高く、また三陸に来たいと思う人が約9割、再来訪への期待が持てる「大変そう思う（再来訪したい）」と回答する人が約6割いることも注目されます。

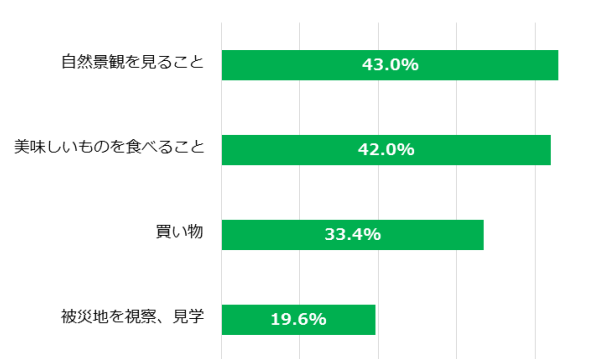
#### 来訪者居住地



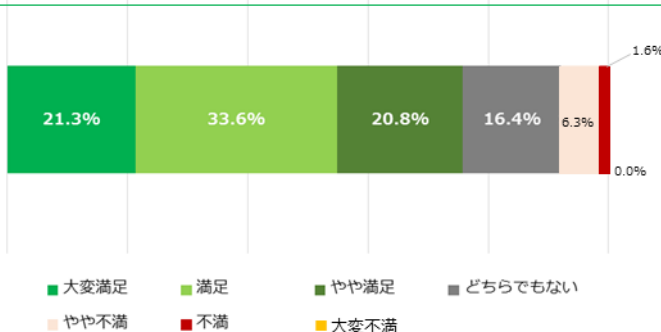
#### 来訪者年代層



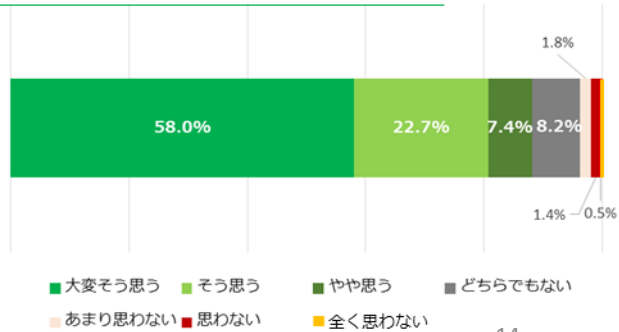
#### 来訪目的



#### 来訪者満足度



#### 来訪者再来訪意向



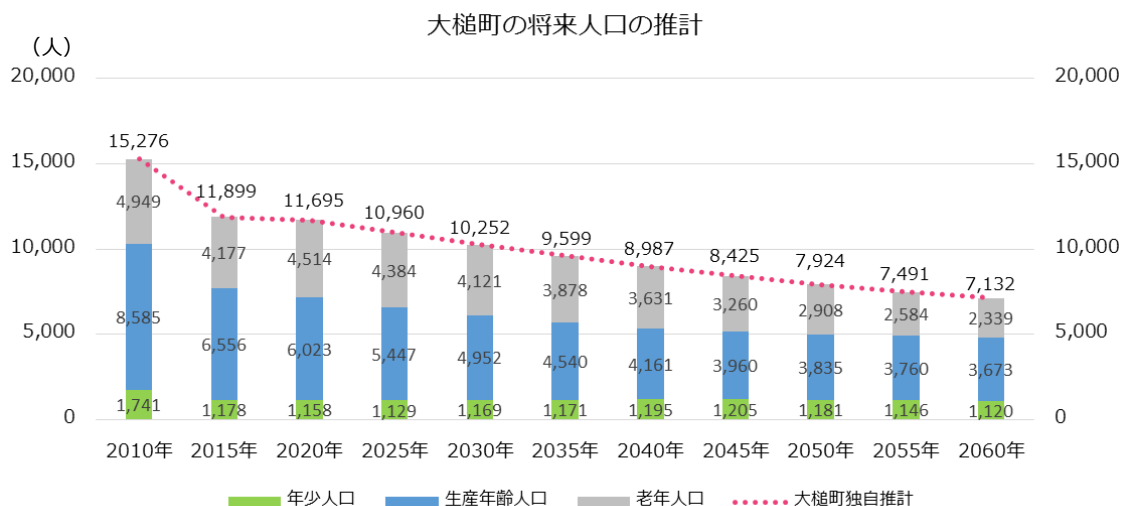
### 3 大槌町の観光の実態

#### (1) 大槌町の現状

東日本大震災津波以降、大槌町では「大槌町東日本大震災津波復興計画」に基づき、町内の復興を推進してきました。

2022年度にハード面における全ての復興事業は完了し、今後はコミュニティ形成や地方創生等のソフト系施策に重点を置いて推進していくフェーズに移行していきます。

一方、2016年に策定された「大槌町人口ビジョン」をもとに将来の大槌町の人口推計を見ると、2060年には7,132人に減少すると予測されます。そのため、いかに町外からの観光客を誘客するかが、極めて重要であることがわかります。



資料 大槌町人口ビジョン 平成28年



### 3 大槌町の観光の実態

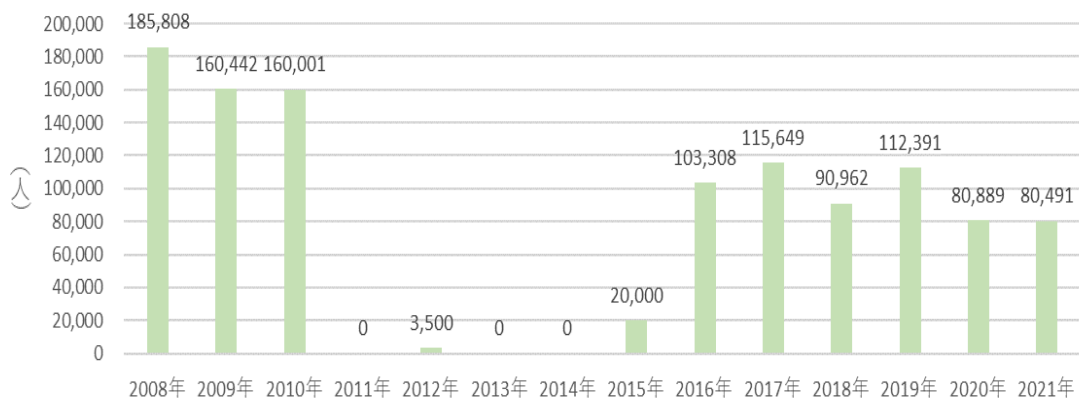
#### (1) 大槌町の現状

##### ■大槌町観光の現状

大槌町の観光客の入込数は、減少しているものの、2016年より住民参加型イベントの実施や町民主導型イベントの支援制度の創出など町民一体となって交流人口の拡大に取り組むことにより回復傾向にはありますが、未だ震災前の入込数には届かないのが現状です。

交通網の整備や海水浴場の再開等の環境を生かし、一層の取り組みが求められます。

大槌町観光客入込数推移



資料 岩手県観光統計

## 4 第1期大槌町観光ビジョンの取組状況と評価

### 重点プロジェクト1. 「海」

～泳ぐだけじゃない！見て、参加して、楽しむ大槌の海～

<b>目指す姿</b>	大槌の「海」の魅力を活用した他地域にはない観光コンテンツの開発に取組み、三陸沿岸に来たら大槌の「海」に行きたいと感じてもらえる観光地を目指します。
<b>第1期の状況</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・吉里吉里海岸海水浴場：令和元年から防潮堤工事により海開き中止</li> <li>・浪板海岸海水浴場：令和元年から令和3年に砂浜再生工事を実施</li> <li>・浪板海岸海水浴場：令和4年海水浴場関連施設（トイレ等）整備</li> </ul>
<b>第1期の取組</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・吉里吉里海岸海水浴場の開設（平成30年度・令和4年度）</li> <li>・浪板海岸海水浴場の開設（令和4年度）</li> <li>・海開きイベントの開催</li> <li>・体験型観光コンテンツの実施</li> </ul>
<b>第1期の成果</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>吉里吉里海岸海水浴場の開設（平成30年度・令和4年度）</b> 吉里吉里海岸海水浴場関連施設整備中。令和5年度より供用開始。</li> <li>・<b>浪板海岸海水浴場の開設（令和4年度）</b> 浪板海岸海水浴場関連施設（トイレ等）の整備を行い、令和4年度より供用開始。</li> <li>・<b>海開きイベントの開催</b> SUPマラソン・砂浜宝探し・ビーチフラッグ・潮風ライブ等、大槌の「海」を楽しむことができるイベントを開催した。</li> <li>・<b>体験型観光コンテンツの実施</b> 地引網体験などの大人数体験型のコンテンツの他、『おおつち里海ダイビング』といった先駆的な体験コンテンツの造成に努めている。（海水浴場入込客数）</li> </ul>

### 評価

吉里吉里地区は、堤防工事によりR1年より海開きを行っていないが、H30年には、海開きイベントを開催し、「海」の魅力を発信した。また、R4年のコロナ感染症の行動制限緩和により、海開きを再開し、海水浴場や地引網体験などにより、町内外のお客様に来町いただけたことは、「泳ぐ」だけではない、海の観光資源の価値を高めることが出来た。



## 4 第1期大槌町観光ビジョンの取組状況と評価

### 重点プロジェクト2. 「食」

～大槌町民の秘密のごちそうたち～

<p>目指す姿</p>	<p>大槌町の魅力ある食材を活かした「大槌町といえばこの食」「大槌町に行かなければ食べられない食」といえる大槌町らしい食メニューを大槌のブランドとして確立します。</p>
<p>第1期の状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・復興事業の収束に伴う飲食店の再建の本格化</li> <li>・コロナウイルス感染症による観光客の低迷</li> <li>・新たな特産品の生産の開始（大槌ジビエ・岩手大槌サーモン）</li> </ul>
<p>第1期の取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・岩手大槌サーモン事業への支援及びサーモン祭りの開催</li> <li>・ジビエ事業に係るプロジェクトの支援</li> <li>・地域おこし酒『源水 純米吟醸』の開発支援</li> <li>・郷土料理『ひつつみ』のPR及びオリジナルひつつみの開発・研究</li> <li>・県外イベントでの特産品販売</li> </ul>
<p>第1期の成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>岩手大槌サーモン祭りの開催</b> （入込客数） 第1回岩手大槌サーモン祭り（令和3年6月開催）：約3,000人 第2回岩手大槌サーモン祭り（令和4年6月開催）：約10,000人</li> <li>・<b>地域おこし酒『源水 純米吟醸』の開発支援</b> 令和4年11月19日発売開始</li> <li>・<b>町の新たな特産品である『ジビエ』に係るプロジェクトの支援</b> 山のジビエ『岩手三陸大槌鹿のシチュー』は岩手うんめえ～もん!! グランプリ2022にて優秀賞を獲得。</li> <li>・<b>郷土料理『ひつつみ』のPR及びオリジナルひつつみの開発・研究</b> ひつつみPR冊子「おーい ひつつみ！」を作成。 令和4年度にはオリジナルひつつみを商品化。</li> <li>・<b>県外イベントでの特産品販売</b> 町の特産品の魅力を町外に広く発信するため、首都圏をメインに特産品販売会及び特産品PRを実施。</li> </ul>

### 評価

大槌町の新たな特産品である『岩手大槌サーモン』の魅力を広く発信するため、岩手大槌サーモン祭りを開催した。第2回岩手大槌サーモン祭りの入込客数は約10,000人に達し、冬の鮭まつりに代わる町の一大イベントとして定着しつつある。町の新たな特産品である『ジビエ』に係るプロジェクトの支援の他、地域おこし酒『源水 純米吟醸』及び郷土料理『ひつつみ』の開発支援も行っており、大槌ブランドの確立に努めている。



## 4 第1期大槌町観光ビジョンの取組状況と評価

### 重点プロジェクト3. 「伝統芸能・文化」

～大槌ならば、狙って会える！大槌伝統芸能・文化～

<p>目指す姿</p>	<p>人から人へ受け継がれてきた誇りである「伝統芸能」や音楽、舞踊、演劇など「新しい文化」に見て・触れて・体験できる機会を創出し、町民と町外の人的交流を促進します。</p>
<p>第1期の状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三陸鉄道大槌駅の開所に伴う大槌駅キャラクター「大槌カイ」の誕生 (H31)</li> <li>・コロナウイルス感染症による大槌まつりの中止 (R2・R3)</li> <li>・リアルとオンラインを組み合わせた発信のあり方への取り組み</li> </ul>
<p>第1期の取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三陸♥おおつちPR大使制度の創設 (H30～現在)</li> <li>・三陸国際芸術祭への協力 (H30～現在)</li> <li>・郷土芸能定期公演支援補助金創設 (R1～現在)</li> <li>・動画やアニメーションの活用による町外ファンの獲得 (R3～現在)</li> </ul>
<p>第1期の成果</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三陸♥おおつちPR大使として7組8名の方へ委嘱 実業家・声優の佐藤ひろ美氏、歌手のみち乃く兄弟、映画監督の大友啓史氏、歌手underpath!MIKA氏、タレントのはなわ氏、イラストレーターの兎塚エイジ氏、モデルの東あずさ氏) →町アニメーションプロデュース、大槌町応援歌・応援動画・応援イラストの制作、SNSでの町特産品PR等。</li> <li>・三陸国際芸術祭への協力、郷土芸能定期公演 町内郷土芸能団体の御協力により海外郷土芸能団体（インドネシア）等とのコラボレーション公演を町内開催。町内郷土芸能団体、大槌町観光交流協会の御協力により「郷土芸能かがり火の舞」の町内及び首都圏（東京都、千葉県）での開催。</li> <li>・動画やアニメーションの誘致、PR、制作 映画・TV誘致・PR、町「大槌カイ物語」制作、台湾や首都圏への出展。当町とゆかりのある有名声優の方々にコンテンツ出演いただいた。コンテンツビジネス戦略事業部会を設置し、勉強会・企画会議を開催。</li> </ul>

## 評価

計画期間中、新型コロナウイルス感染症による大槌まつりの中止等、大きな影響を挟みながらも、町内郷土芸能団体の御協力により定期公演がスタートする一方、劇場公開映画のモデルの1つに当町が描かれ、町オリジナルアニメーションの制作、台北国際動漫節、ニコニコ超会議への岩手県との参加等、リアルとオンラインを組み合わせた発信に着手することができた。



## 4 第1期大槌町観光ビジョンの取組状況と評価

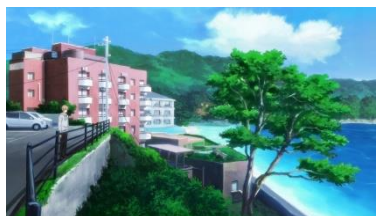
### 重点プロジェクト4. 「景観（ビジュアル）」

～知り合いにシェアしたい！ 大槌フォトジェニックプロジェクト～

<p><b>目指す姿</b></p>	<p>大槌町の多くの自然景観を見ていただく町内周遊を企画し、大槌町の魅力に触れていただき、その感動を町外に拡散する仕組みを構築します。</p>
<p><b>第1期の状況</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナウイルス感染症による観光客の低迷、海開きの中止</li> <li>・浪板海岸砂浜再生事業（R1～R3）</li> <li>・コンテンツビジネス戦略事業部会の設置（R3～現在）</li> </ul>
<p><b>第1期の取組</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・吉里吉里海岸海水浴場の開設（H30・R4）</li> <li>・浪板海岸海水浴場の開設（R4）</li> <li>・おおつちいいね！Instagramキャンペーン、大槌ジオフードの公募</li> <li>・映画、TV、町オリジナルアニメに町内各所を描画、探訪マップ配布</li> </ul>
<p><b>第1期の成果</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>おおつちいいね！Instagramキャンペーン、大槌ジオフードの公募</b> H30～R1、Instagramを活用した写真コンテストを2回実施し、のべ170点以上の応募を受け、優秀作品は当町のリーフレットや町紹介画像に活用。R3～現在、町内のジオサイト（蓬莱島、源水、浪板海岸）をイメージした飲食物をジオフードとして公募。現在4種目を認定し、町観光パンフレット等に掲載。</li> <li>・<b>アニメーションのモデル地探訪、約1000人</b> いわゆる「聖地巡礼」の町内巡礼者がR3夏以降、推定約1000人に達した。R3に映画・TV、R4に町オリジナルアニメーションで町内景観を描き、探訪マップやSNSでのPR、オンライン動画「おおつちアニメフェスタ」にて遠隔地でも当町内の自然景観や参画事業者を確認可能。</li> <li>・<b>コンテンツビジネス戦略事業部会の設置</b> 町内外49者（飲食、宿泊、町内小中高、産学官等）により知的財産ビジネスを磨き上げ、町内商業者が潤う新しい収益の途を開拓するため、新しい手法を用い大槌町のPRを図り、ファンを獲得することを目指す。</li> </ul>

### 評価

新型コロナウイルス感染症の影響のため、物理的往来が極めて制限されることとなった。これを機会として、従来の観光形態を一新する必要があり、お客様の利便性や町内事業者へのアクセスの容易さを鑑みながら、主体的に企画した場所に新たなストーリーを創り、新しい価値を提供すべく、町内に探訪ポイントを設定した。



## 5 大槌町観光ビジョン策定委員会の意見

「【第2期】大槌町観光ビジョン」の策定にあたり設置した策定委員会の意見を、4つの重点分野に整理して記載します。

### 「海」に関する意見抜粋

- ・海の体験型コンテンツとしてスキューバダイビングの取り組みがあるが、ただ楽しむだけのダイビングではなく、藻場再生事業と連携したボランティアダイビングが有効である。
- ・海の事業は、やろうと思えばいくらでもある。タチアマモの移植やブルーカーボン事業など、来訪者に事業の手伝いをしてもらいつつ楽しんでいただく仕掛けが重要である。
- ・ダイビングと藻場再生事業のコラボのように、「学び」と「被災した町で何かの役に立つ」という体験型観光への動きは今後益々重要になるだろう。

### 「食」に関する意見抜粋

- ・サーモンやジビエ、新酒等の新商品開発に新たな力を感じる、このまま進めて欲しい。
- ・冬の実入りの悪いウニを畜養し商品化し、特産品と「冬ウニ」を町内飲食店、宿泊事業者で提供できるようにしたい。

## 5 大槌町観光ビジョン策定委員会の意見

### 「伝統芸能・文化」に関する意見抜粋

- ・郷土芸能定期公演「かがり火の舞」は継続した方が良く、郷土芸能保存団体連合会は協力する。
- ・町内のお寺などに江戸時代の有名仏師が作ったとされる仏像が安置されている。また、震災復興事業の中で様々な土器が発掘されている。これらの文化財を担当部署が整理したうえで、観光コンテンツとして活用したい。
- ・配置が決まった2名の調査専門員（歴史文化担当・文化財担当）に散在している文化財を整理・整備してもらい、観光と結びつけていくべきである。大きな誘客に至らなくとも、貴重な歴史文化遺産を後世に遺すという価値はある。
- ・第1期では「文化芸能」だけが記載されているが、「大槌の歴史文化を発掘・整備して、文化資産に触れる機会を創出し誘客に繋げていく」という文言を追加すべきではないだろうか。
- ・代官所があり、それなりの文化財はあったはず。多くは流失しているが、吉里吉里地区には、「前川善兵衛の遺産」や「縄文土器」などが残っている。
- ・郷土館や博物館を作るのは難しいだろうが、城山の中央公民館の空き部屋を活用して展示室を作ることは可能ではないだろうか。

### 「景観」に関する意見抜粋

- ・新山ヒルクライム大会は年間行事（イベント）として定着している、もっと活用できるのでは。
- ・大槌駅周辺に看板を設置して、大槌八景や歴史文化と観光の名所、飲食店情報をPRしてはどうか。
- ・町内の飲食店等が、観光客に対し積極的に観光スポットや飲食・お土産店等のPRを実施すべき。







## 第3章 大槌町観光ビジョン

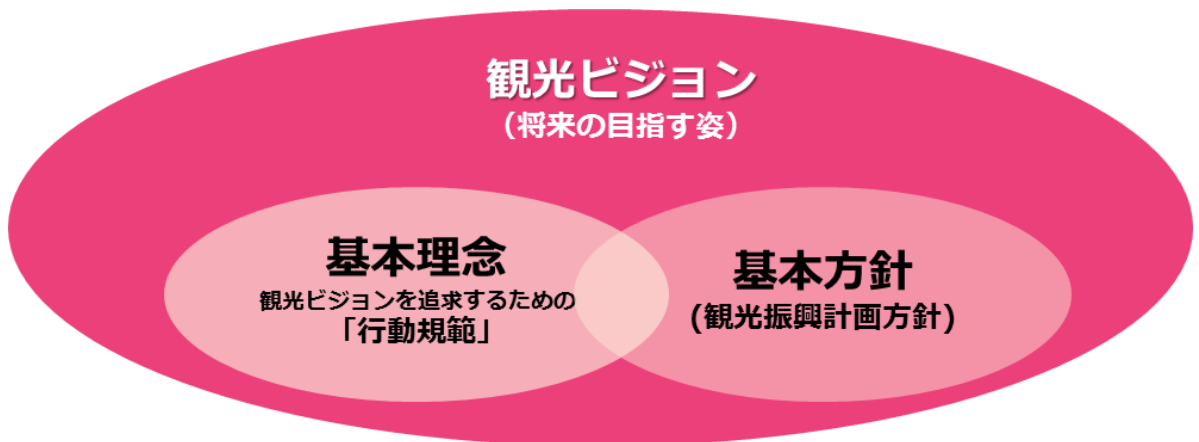
---

- 1 大槌町観光ビジョン（将来目標像）
- 2 基本理念
- 3 計画の全体像

# 1 大槌町観光ビジョン（将来目標像）

基本理念をもとに、大槌町の「海」「山」に存在する地域資源や観光資源を最大限生かし、訪れる人が大槌町での体験に満足し、ファンになっていただけるように、大槌町の魅力ある「人」が想いを込めて、おもてなしします。

その町民の「おもてなしの心や想い」が来訪者に伝わり、「また大槌に来たい」と感じてファン・リピーターとして大槌町の魅力を内外に発信いただくことで、更に大槌町の魅力が磨かれ、拡充し、内外の人がともに納得・共感できる大好きなまち・大槌の「大槌町観光ビジョン」の実現を目指します。



「基本理念」の中核要素である町民の来訪者に対する「思いやおもてなしの心」が、人が伝える伝統芸能・文化のみならず、海・山・食・景観など観光資源の魅力をより一層引き立たせていることが、大槌町の魅力です。来訪者が他の地域と異なる「大槌ならではの魅力」を感じていただくことが、大槌町民の「誇り」となり「目標像」となります。

※関係者ヒアリングで「大槌町の自慢したいコト・モノ」は「人」であると12.1%の人が回答

## ■ 大槌町観光ビジョン



大槌の魅力は、  
美しい「海」と「景観」。  
また来る人をおもてなす「食」と「伝統文化」。  
また訪れたい町、大槌町。

## 2 基本理念

「基本理念」は大槌町観光振興の取組を持続的に推進していくために必要な行動規範・指針であり、「観光ビジョン(将来目標像)」を実現する際の、具体的な活動の方向性を示すものです。



大槌町の魅力は、観光資源である「海」「食」「伝統芸能・文化」「景観」と数多くある中、多くの町民の方々が誇りにされている大槌のもう一つの魅力は「人」です。

個々の観光資源を来訪してほしいターゲットに向けてブラッシュアップし、情報を発信するにあたっては、大槌町のおもてなしの心あふれる人の魅力を伝えられる手法を付加し、提供することを目指します。

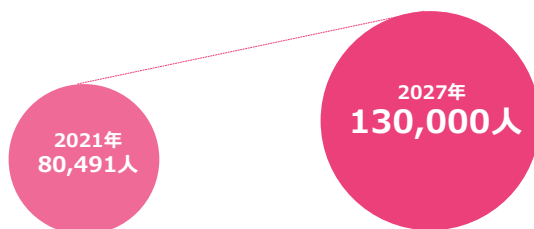
### 観光ビジョンにおける「基本理念」

大槌町の地域資源を丁寧に見つめ直し、魅力を（再）発見し、より魅力的なものに高めることで、多くの方に大槌のファンとして来訪していただくと同時に、それを発信する大槌町民にとって、住み続けたい魅力的な町づくりにつながる契機として観光振興に取り組みます。

#### ■ 目標値

観光ビジョンへの取組みに対する目標や方向性をより明確にするため、観光ビジョンの達成状況を客観的に評価できる目標値を設定しました。目標項目は「観光客入込客数」とします。

参考：東日本大震災津波前（2011年）に観光客入込数は160,001人



### 3 計画の全体像

観光ビジョン  
(将来の目指す姿)



大槌の魅力は、  
美しい「海」と「景観」。  
また来る人をおもてなす「食」と「伝統文化」。  
また訪れたい町、大槌町。

基本理念  
(行動規範)

大槌町の地域資源を丁寧に見つめ直し、魅力を（再）発見し、より魅力的なものに高めることで、多くの方に大槌のファンとして来訪していただくと同時に、それを発信する大槌町民にとって、住み続けたい魅力的な町づくりにつながる契機として観光振興に取り組みます。

#### 基本方針(観光振興計画方針)

重点プロジェクト

大槌の「海」を活用した  
魅力ある観光コンテンツの活用

大槌の「海」の魅力を活用した他地域にはない観光コンテンツの開発に取り組み、三陸沿岸に来たら大槌の「海」に行きたいと思われる観光地を目指します。

海と山の幸に  
大槌ならではの特色を活かした  
「食」のブランディング

大槌町の魅力ある食材を活かした「大槌町といえばこの食」「大槌町に行かなければ食べられない食」といえる大槌町らしい食メニューを大槌のブランドとして確立します。

大槌の魅力と誇りである  
「伝統芸能・文化」による  
誘客の促進

人から人へ受け継がれてきた誇りである「伝統芸能」や音楽、舞踊、演劇など「新しい文化」に見て・触れて・体験できる機会を創出し、町民と町外の人的交流を促進します。

大槌の海と山の美しい「景観」  
を活用した町内周遊促進と  
魅力発信機能の構築

大槌町の多くの自然・歴史などの景観を見ていただく町内周遊を企画し、大槌町の魅力に触れていただき、その感動を町外に拡散する仕組みを構築します。

大槌町の観光PRの推進と誘客の促進

大槌ならではの魅力を効果的に伝えるためのプロモーション戦略を推進し、誘客拡大を図ります。

来訪者の受入整備と  
「おおつちファン」の拡大

地域資源を磨き上げ、受入れ環境を整備し、魅力ある観光まちづくりを推進します。



## 第4章 今後の施策展開

---

- 1 施策体系
- 2 重点プロジェクトの推進
- 3 受入環境整備
- 4 エリア別の取組の方向性

# 1 施策体系

基本方針（観光振興計画方針）で示した重点プロジェクトである「海」「食」「伝統芸能・文化」「景観」を誘客の柱として確立するとともに、これらの魅力を認知してもらう情報発信・プロモーション、それを実現・継続的に実践する受入体制や環境の整備について、下記の施策体系のとおり推進します。

## 景観 ビジュアル

大槌町の多くの自然・歴史などの景観を見ていただく町内周遊を企画し、大槌町の魅力に触れていただき、その感動を町外に拡散する仕組みを構築します。

## 海

大槌の「海」の魅力を活用した他地域にはない観光コンテンツの開発に取り組み、三陸沿岸に来たら大槌の「海」に行きたいと感じてもらえる観光地を目指します。

## 食

大槌町の魅力ある食材を活かした「大槌町といえばこの食」「大槌町に行かなければ食べられない食」といえる大槌町らしい食メニューを大槌のブランドとして確立します。

## 伝統 芸能 ・ 文化

人から人へ受け継がれてきた誇りである「伝統芸能」や音楽、舞踊、演劇など「新しい文化」を見て・触れて・体験できる機会を創出し、町民と町外の人的交流を促進します。



大槌町来訪者が大槌の魅力的な景観をSNSに投稿・拡散した情報を、大槌町未来訪者が閲覧し、大槌町の魅力を感じることでより来訪者が拡大します



大槌への来訪者のリピート化＝大槌ファンを増加させることにより、中長期的には移住者、二地域居住者となり、大槌町の町民として住んでもらうことを将来的な目標とします。

## 体制

魅力ある大槌、目的地として選ばれる大槌となるよう観光資源そのものの魅力向上を図るとともに、来訪者がストレスなく滞在・周遊できる環境を整備・推進する体制を構築します。

## 1 施策体系

町民全体が、目標の実現に向けて理解・共有できる各プロジェクトのキャッチフレーズを下記のとおり定め、観光ビジョン実現に向けて取組みます。

### ■ 「重点プロジェクト」 キャッチフレーズ

#### 「海」 関連プロジェクト

泳ぐだけじゃない！見て、参加して、楽しむ大槌の海

#### 「食」 関連プロジェクト

大槌町民の秘密のごちそうたち

#### 「伝統芸能・文化」 関連プロジェクト

大槌ならば、狙って会える！ 大槌伝統芸能・文化

#### 「景観(ビジュアル)」 関連プロジェクト

知り合いにシェアしたい！  
大槌フォトジェニックプロジェクト

## 2 重点プロジェクトの推進 『海』

### 「海」関連プロジェクト

## 泳ぐだけじゃない！見て、参加して、楽しむ大槌の海

### 基本方針1

大槌の「海」を活用した魅力ある  
観光コンテンツの活用



### 目指す姿

大槌の「海」の魅力を活用した他地域にはない観光コンテンツの開発に取り組み、三陸沿岸に来たら大槌の「海」に行きたいと感じてもらえる観光地を目指します。

大槌町の中核的観光資源である「海」に関して「浪板海岸」「吉里吉里海岸」「大槌湾周辺」のそれぞれの特性やロケーションを生かし、町外からの誘客を目的とした観光コンテンツを企画、開発を検討します。また、町内の漁業事業者や町外の協力事業者と連携し「体験コンテンツ」や「新たなアクティビティ」「食との融合」等、様々な角度で企画を立案し、大槌町の夏季シーズンを中心とした観光振興における重点プロジェクトとして推進していきます。

- **本プロジェクトを選定した背景**：大槌町関係者インタビューにて「大槌町の自慢したいコト」で「海」が17.2%の支持を得たことと、大槌町に訪れた方へのアンケート調査の結果、大槌の観光資源で認知・来訪意向のトップ3は、「蓬莱島（ひょうたん島）」「吉里吉里海岸」「浪板海岸」と「海」に関連する観光資源の評価が高いことから重点プロジェクトとして選定しました。



## 2 重点プロジェクトの推進 『海』

### 実現にむけたアクションプラン

#### 1 東京大学大気海洋研究所等と連携した地域学習や体験の促進

東京大学大気海洋研究所 国際・地域連携研究センター 地域連携研究部門 大槌研究拠点（大槌沿岸センター）等と連携して、地域の子供から大人、観光客が地域学習や体験を楽しんで学べる「海洋科学調査研究の町 大槌」の環境づくりを促進します。

##### ■ 主な取組例

- ・ 大槌沿岸センターとの連携
- ・ 大槌沿岸センターの附属施設である「海の勉強室」の活用



##### ■ 取組体制

主体

大槌町、東京大学大気海洋研究所国際沿岸海洋研究センター

関係主体

観光推進組織、漁業関係者、町民 他

## 2 重点プロジェクトの推進 『海』

### 2 海水浴場の利用促進

子供連れなどのファミリー向けには吉里吉里海岸、マリンスポーツなどのアクティビティ向けには浪板海岸など、ターゲットごとに海岸の特性を生かした楽しみ方が提供されていることから、町の大きな観光目的地として、更なる利用促進を図ります。また、町内の体験観光への周遊や食への誘導拠点と位置付けます。

#### ■主な取組例

- ・ マリンレジャーやマリンスポーツの拠点としての運用体制を構築
- ・ 町民や観光客が参加するイベントの会場としての利用
- ・ 海水浴シーズンの集中誘客対策
- ・ 2022年に新規整備したトイレ・更衣室・シャワー一体型施設の管理



#### ■取組体制

主体	国、県、大槌町
関係主体	観光推進組織、漁業関係者、町民 他

## 2 重点プロジェクトの推進 『海』

### 3 海を活用した取組みの促進

各海岸エリアの特性やロケーションなどを生かした魅力あるマリンコンテンツを活用したイベントや体験プログラムなど、三陸の他のエリアとは違う魅力の開発を町民一丸となって取り組みます。

#### ■ 主な取組例

- ・海水浴シーズンのイベント強化
- ・藻場再生の体験ダイビング等、新たな体験型マリンアクティビティの開発
- ・地引網体験や漁船クルーズ等、漁業関係者と連携した体験プログラムの開発



#### ■ 取組体制

主体

大槌町、観光推進組織、町民

関係主体

漁業関係者 他

## 2 重点プロジェクトの推進 『食』

### 「食」関連プロジェクト

#### 大槌町民の秘密のごちそうたち

##### 基本方針2

海と山の幸に  
大槌ならではの特色を活かした  
「食」のブランディング



##### 目指す姿

大槌町の魅力ある食材を活かした「大槌町といえばこの食」「大槌町に行かなければ食べられない食」といえる大槌町らしい食メニューを大槌のブランドとして確立します。

大槌町には「海の幸」「山の幸」が四季を通して数多く収穫されます。より美味しく大槌の食材を来訪者に提供し、大槌ならではの魅力を感じていただくための、新たな調理方法や加工方法を企画検討することで、大槌の新たな特産品、郷土料理を開発していきます。将来的には「大槌町といえばこの食」と想起されるような、「大槌の食のブランド化」を推進します。

- **本プロジェクトを選定した背景**：大槌町関係者から大槌ならではの「食のブランディング」を推進していきたいと多くの方々から要望をいただきました。また、来訪者調査においては、大槌町に来訪し、最も満足度が高かった回答は「食事が美味しい」ことであり、インターネットによる非来訪者調査でも、食で一番好きなジャンルに対して「地域の郷土料理」と回答した人が53%と非常に高いことが重点プロジェクトに選定した背景です。

## 2 重点プロジェクトの推進 『食』

### 実現に向けたアクションプラン

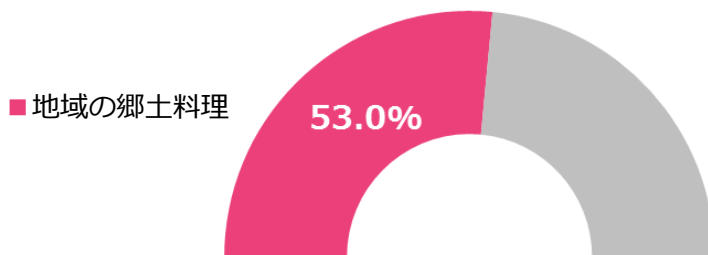
#### 1 『食』の掘り起し、大槌の強みの発見

大槌町では、「海の幸」「山の幸」が四季を通して数多く収穫されます。また、大槌発祥の「新巻鮭」や「磯ラーメン」、郷土料理の「ひつつみ」など、特産品・グルメが多数あります。これら大槌の『食』の魅力を改めて整理し、大槌の強みを発見することとします。

#### ■主な取組例

- ・ 『食』についての情報収集
- ・ 飲食事業者・生産事業者・宿泊事業者との食の掘り起こし
- ・ 町内イベントにおいて大槌町の食材を活用したブースを設置
- ・ 「食」の特産品創出に係る生産支援や情報発信

Q:食で、好きなジャンルをお答えください



インターネットによる非来訪者調査結果

#### ■取組体制

主体	観光推進組織、商業関係者、飲食業関係者、宿泊業関係者、漁業関係者、水産加工関係者、農業関係者、農産加工関係者
関係主体	大槌町、町民 他

## 2 重点プロジェクトの推進 『食』

### 2 大槌の強みを生かしたオンリーワンの開発

大槌の『食』を来訪者に「より美味しく」、「ストーリー性をもって」提供し、大槌ならではの魅力を感じていただくことを目指し、加工・調理・提供方法を検討し、オンリーワングルメの開発に取り組みます。

#### ■主な取組例

- ・「生ウニ、カキ、ホタテ、マツタケ」など旬の食材の活用の検討
- ・海と山が育てた「大槌ジビエ」の更なるブランディング
- ・「岩手大槌サーモン」、「桃畑学園サーモン」の商品化を推進
- ・きれいな水で育ったクレソンなど、新たな農林水産物の活用推進



#### ■取組体制

主体

観光推進組織、商業関係者、飲食業関係者、宿泊業関係者、漁業関係者、水産加工関係者、農業関係者、農産加工関係者

関係主体

大槌町 他

## 2 重点プロジェクトの推進 『食』

### 3 事業者支援体制の整備

商品開発の促進や商品の宣伝強化の支援事業の実施等により、町内事業者の更なる事業の振興を図ります。

#### ■主な取組例

- ・町内事業者の商品開発支援事業の検討
- ・商品開発セミナーの開催
- ・「おおつちブランド」の確立
- ・食材活用に係る町内飲食店、宿泊施設の連携
- ・首都圏での物販やPRの推進
- ・ネット販売機能の活用
- ・パンフレット、HPを活用した特産品の宣伝
- ・ふるさと納税の返礼品としての活用



#### ■取組体制

主体

大槌町、観光推進組織、商業関係者、飲食業関係者、宿泊業関係者、漁業関係者、水産加工関係者、農業関係者、農産加工関係者

関係主体

## 2 重点プロジェクトの推進 『伝統芸能・文化』

### 「伝統芸能・文化」関連プロジェクト

#### 大槌ならば、狙って会える！ 大槌伝統芸能・文化

##### 基本方針3

大槌の魅力と誇りである  
「伝統芸能・文化」による誘客の促進



##### 目指す姿

人から人へ受け継がれてきた誇りである「伝統芸能」や音楽、舞踊、演劇など「新しい文化」に見て・触れて・体験できる機会を創出し、町民と町外の人的交流を促進します。

大槌では20を超える伝統芸能団体が活動しています。古くから人から人へ受け継がれてきた伝統文化を来訪者に触れていただく機会の拡大を進めます。現在は大槌まつり等で上演されていますが、今後は大槌町文化交流センターでの定期上演も検討し、観光で大槌に来訪された観光客の方々へ、魅力ある「大槌の文化」の理解促進に注力していきます。また、虎舞、神楽、大神楽、鹿子踊等の文化的魅力を伝えるための、動画制作や大槌駅でのお出迎えなどを検討します。

- **本プロジェクトを選定した背景**：虎舞・鹿子踊・神楽等の伝統芸能は大槌の人から人へと受け継がれた文化の象徴です。大槌町関係者インタビューでも「伝統芸能」を自慢したいコトとして支持する方々が7.1%と多く、また、音楽や舞踊、演劇など「新しい文化」も発信していくことが大槌町観光振興にとって重要であることから、重点プロジェクトとして選定いたしました。



## 2 重点プロジェクトの推進 『伝統芸能・文化』

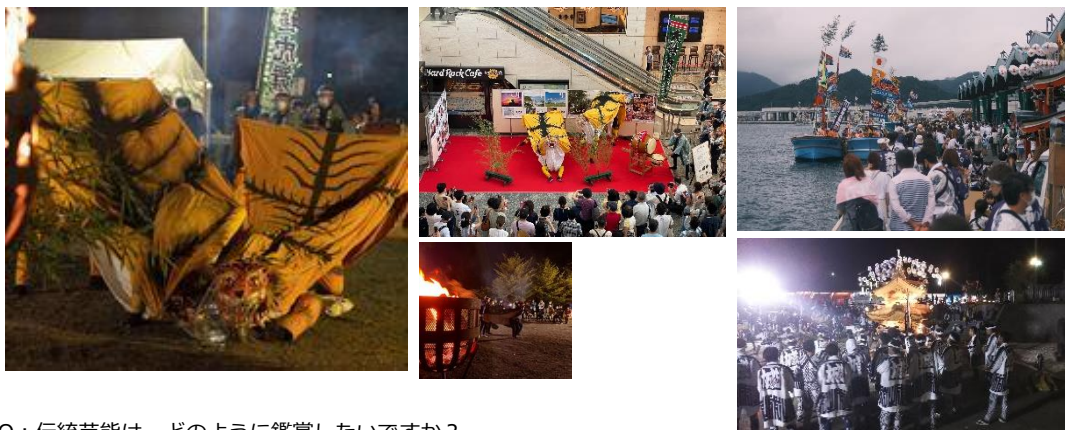
### 実現にむけたアクションプラン

#### 1 虎舞、神楽、大神楽、鹿子踊などの伝統芸能を活用した誘客促進

大槌町には、虎舞、神楽、大神楽、鹿子踊など、大槌の祖先たちが創り上げ現在まで守り引き継がれてきた伝統芸能が数多くあります。大槌の伝統芸能団体の数は20を超え、町内外のさまざまなイベントでの披露において、観覧客から高い評価をいただいております。多くの方が気軽に、大槌の誇りである「伝統芸能」に触れ、楽しめる環境を構築するとともに、伝統芸能団体の活動の活発化、やりがいの創出を目指します。

##### ■ 主な取組例

- ・ 大槌まつり、郷土芸能祭の実施
- ・ 町内外PRイベント等での伝統芸能披露
- ・ 各郷土芸能団体の演目の説明や、楽しみ方をわかりやすく解説したHP記事やPRムービー映像の作成
- ・ 「かがり火の舞」など町内外での公演



Q：伝統芸能は、どのように鑑賞したいですか？



インターネットによる非来訪者調査結果

##### ■ 取組体制

主体	観光推進組織、郷土芸能・祭事等関連団体
関係主体	大槌町、町民 他

## 2 重点プロジェクトの推進 『伝統芸能・文化』

### 2 音楽、舞踊、演劇など新しい文化を活用した誘客促進

大槌町には伝統芸能に加えて、音楽、舞踊、演劇など新しい文化を担う民間芸能団体が数多くあります。従来の枠に留まらず、芸能の盛んな大槌町として、自由で、のびのびとした民間活力を観光誘客にも生かし、来訪者が楽しめる環境を構築するとともに、各団体の活動の活発化、やりがいの創出を目指します。

#### ■ 主な取組例

- ・他地域との差異、大槌町固有の特長をPRし、誘客に活用
- ・歴史・史跡コンテンツの掘り起こしと観光プログラム化の検討
- ・アニメーションを中心とした「メディアミックス地域おこし」の推進
  - コンテンツビジネス戦略事業部会を町内外約50団体と共に設置
  - 知的財産ビジネスの磨き上げによる新しい収益確保、及び事業者のDX化を支援
  - 町内の風土・食などをアニメーションによって描き、新たな誘客地点を創出
- ・音楽、舞踊、演劇などの文化・芸術分野の活動を支援



#### ■ 取組体制

主体	観光推進組織、文化団体（音楽、舞踊、演劇など）
関係主体	大槌町、町民、文化研究者

## 2 重点プロジェクトの推進 『伝統芸能・文化』

### 3 町民交流と結びつく文化芸能活動と連携した観光資源の形成

「観せる側」「観る側」という立場に留まらず、両者がお互いに積極的に触れ合うことにより、共感と参加意識を醸成して連帯感を深め、活動の活性化を目指します。観光誘客を目的とするとともに、人口減少・少子高齢化社会を見据えて、来訪者が、町の文化芸能活動の次世代の担い手となり得るものとして捉え、長期的な展望に立って計画的に交流の機会や観光資源を形成していくことを目指します。

#### ■ 主な取組例

- ・文化芸能団体と来訪者の持続的な交流の場づくり
- ・遠隔地との円滑な交流方法の検討



#### ■ 取組体制

主体	観光推進組織、郷土芸能・祭事等関連団体、文化団体（音楽、舞踊、演劇など）
関係主体	大槌町、町民 他

## 2 重点プロジェクトの推進 『景観』

### 「景観(ビジュアル)」関連プロジェクト

#### 知り合いにシェアしたい！ 大槌フォトジェニックプロジェクト

##### 基本方針4

大槌の海と山の美しい「景観」を活用した町内周遊促進と魅力発信機能の構築



##### 目指す姿

大槌町の多くの自然・歴史などの景観を見ていただく町内周遊を企画し、大槌町の魅力に触れていただき、その感動を町外に拡散する仕組みを構築します。

大槌には蓬莱島や海をはじめ、新山高原や鯨山、崎山展望台からの絶景、大槌城跡や代官所跡等の史跡、イトヨが住む湧水など魅力ある景観が数多くあります。

大槌の魅力ある景観を来訪者が写真や動画で拡散し、まだ大槌に訪れたことがない方々に大槌の魅力の発信を通じ、来訪につながるサイクルを「フォトジェニックプロジェクト」で実現していきます。

このプロジェクトでは、様々な大槌の魅力あるスポットや資源を楽しんでいただくことで、景観のみならず、大槌の食や伝統文化、それらを中心に来訪者をおもてなしする「大槌で生活する人々」の「思い」を感じていただくことを目的とします。

- **本プロジェクトを選定した背景**：大槌町関係者インタビューにて「大槌町で自慢したいコト」に対して31.1%の方々が「大槌町の景観（ビジュアル）」を支持し、最も多い結果となりました。大槌町の海や山の景観は、大槌町の魅力的な地域資源であり、この景観を観光コンテンツとして磨き上げ、町外へ発信していくことが大槌町の観光振興にとって重要であることから、重点プロジェクトとして選定いたしました。

## 2 重点プロジェクトの推進 『景観』

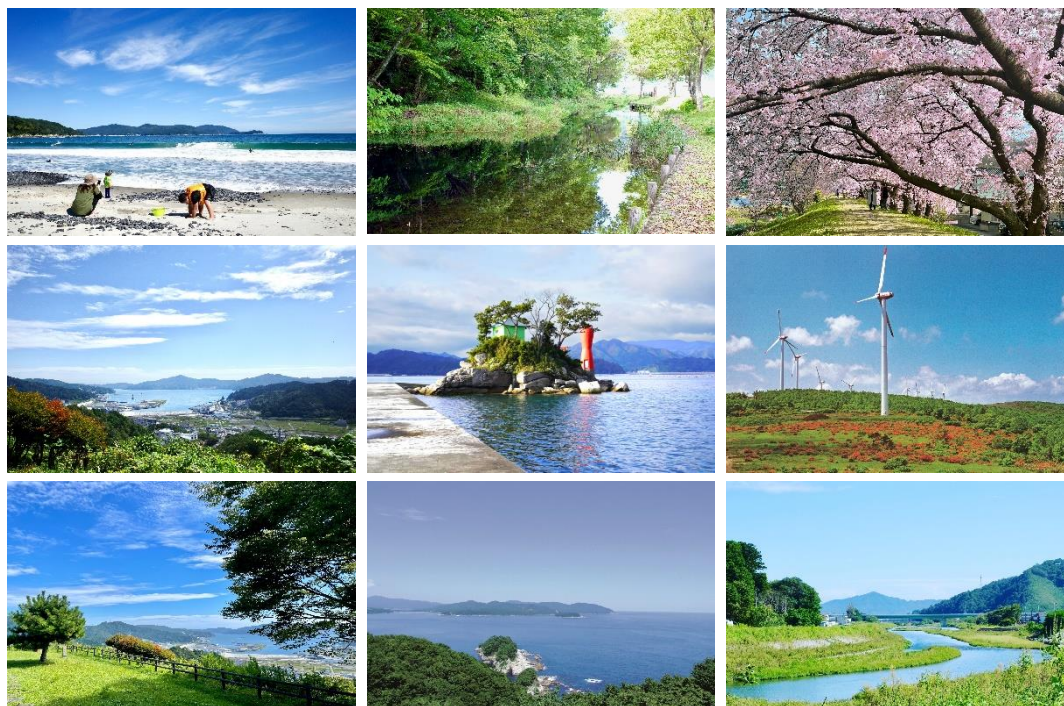
### 実現にむけたアクションプラン

#### 1 『景観』の再生・再発見による魅力向上の推進

大槌には、蓬莱島や海をはじめ、新山高原や鯨山、崎山展望台等からの絶景、大槌城跡や代官所跡等の史跡、イトヨが住む湧水など、魅力ある景観が数多くあります。また、自然風景以外にも「大槌で生活する人々」も魅力ある景観の一部といえます。景観の保存・再生事業、景観ポイントや魅力の整理を行うことにより魅力向上を図ります。

##### ■ 主な取組例

- ・ 清掃、環境整備
- ・ 大槌城跡や代官所跡等の史跡、イトヨが住む湧水などの町の歴史的な資源の魅力向上の推進



##### ■ 取組体制

主体	大槌町、観光推進組織、町民
関係主体	

## 2 重点プロジェクトの推進 『景観』

### 2 大槌の自慢したくなるフォトジェニックなスポットの情報発信

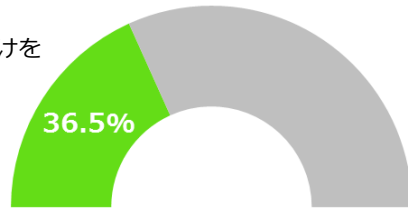
大槌の魅力あるフォトジェニックなスポットを町民や来訪者が動画や写真等で拡散し、大槌町に訪れたことがない方々にも大槌の魅力を発信します。

#### ■ 主な取組例

- ・フォトジェニックスポットを周遊するドライブコースの検討

Q：海のある地域での旅行・おでかけをどのように楽しんでいますか

- 海岸線のドライブやサイクリング



インターネットによる非来訪者調査結果

#### ■ 取組体制

主体	町民、来訪者
関係主体	大槌町、観光推進組織 他

### 3 新たな「景観」の創出

町内の景観に新しい付加価値を与え、これまで町民や観光客に認知されていない場所や施設に、ストーリー性を持たせ、新しい「景観」としての価値を創り出し、PRすることを目指します。

#### ■ 主な取組例

- ・町内観光景観のブラッシュアップ（ソフト面）
- ・町なか回遊イベントの検討
- ・フォトコンテストの開催

#### ■ 取組体制

主体	大槌町、観光推進組織
関係主体	町民 他

## 2 重点プロジェクトの推進 『景観』

### 4 「景観」に触れる機会創出

来訪者や町民に大槌町の魅力ある景観に触れていただく機会を創出します。

#### ■ 主な取組例

- ・ 自然体験メニュー作成の検討
- ・ 町内周遊マップ作成の検討
- ・ みちのく潮風トレイルのPR
- ・ 三陸ジオパークのPR
- ・ 既存イベント（新山高原ヒルクライム等）のPR
- ・ 「おおつちチャリクエ」を始めとした消費型コンテンツの充実



#### ■ 取組体制

主体	国、県、大槌町、観光推進組織
関係主体	

### 3 受入環境整備

#### 基本方針5

#### 大槌町の観光PRの推進と誘客の促進

大槌ならではの魅力を効果的に伝えるためのプロモーション戦略を推進し、誘客拡大を図ります。

#### (1) 「おおつちブランド」の確立

新しい発想による斬新な取組みを積極的に行い、今までにない意外性を町外へ発信・イメージ付けすることで、「おおつちブランド」としてPRを図ります。

町内においても、「おおつちブランド」を積極的に展開できる仕組みを構築し、大槌ならではの観光を推進します。

#### ■主な取組例

- ・町外イベントを通じた大槌町の知名度の拡大
- ・おおつち特産品パンフレットなどを通じた情報発信



#### ■取組体制

主体	大槌町、観光推進組織、商業関係者、飲食業関係者、宿泊業関係者、漁業関係者、水産加工関係者、農業関係者、農産加工関係者
関係主体	



### 3 受入環境整備

#### (2) 「おおつち」の魅力を伝える仕組みづくり

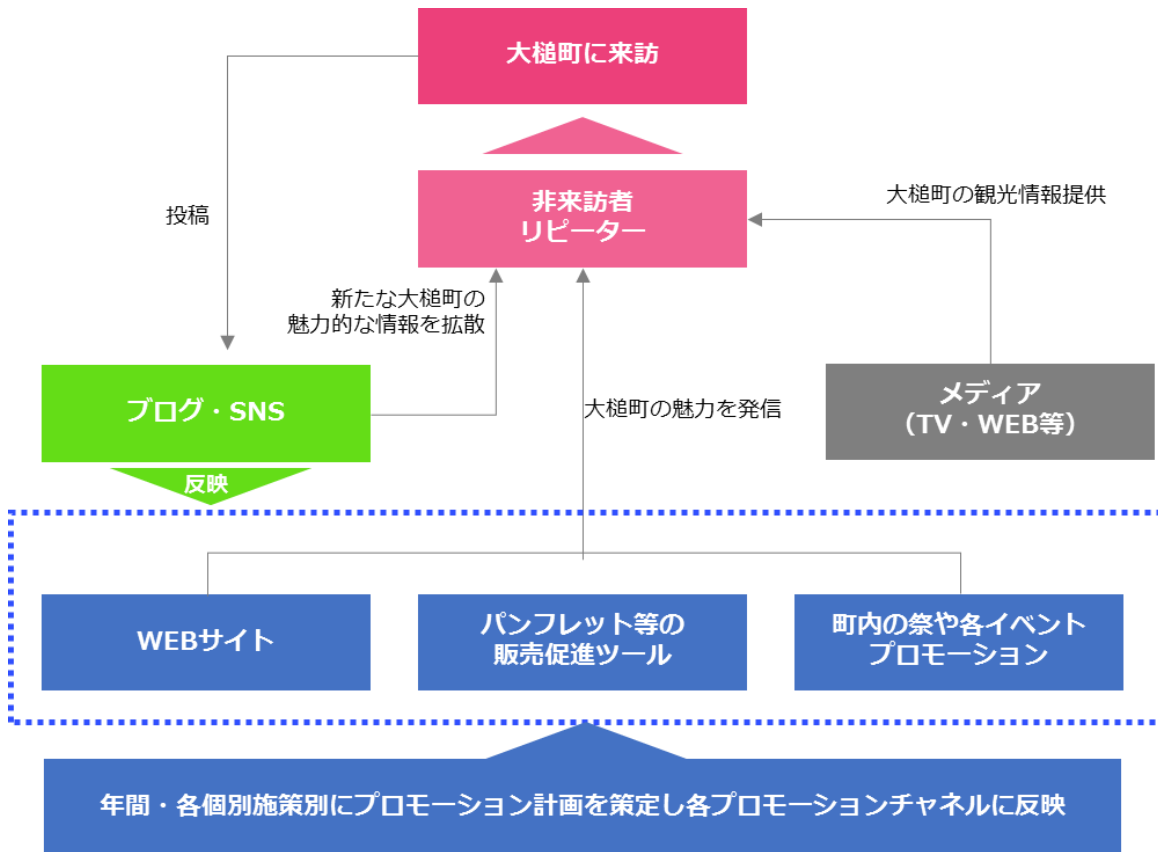
時代に応じた情報発信媒体を柔軟に活用し、「観光客・買い手」目線に立って観光交流・誘客・PR効果を強く意識したプロモーションを促進していきます。

また、個人がSNSなどで大きな情報発信力を持っていることから、外国人を含む個人来訪者へ町の魅力を効果的に伝える仕組みづくりを検討します。

#### ■主な取組例

- ・関係機関との情報共有研究会……個人アプリ・SNS、人工知能（AI）等の活用

#### 【大槌町戦略的プロモーションの全体像】



#### ■取組体制

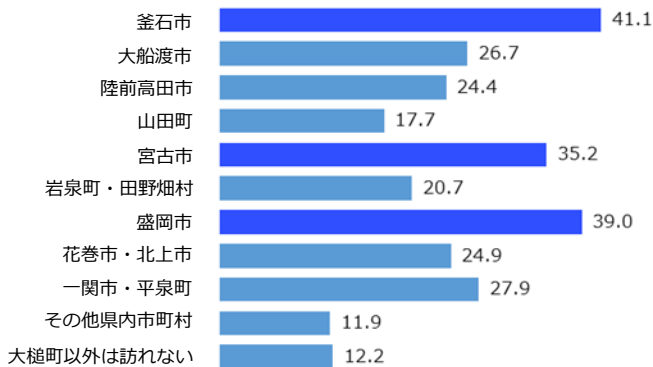
主体	大槌町、町民、観光推進組織、伝統芸能団体、文化団体（映像、演劇、音楽、舞踊、文芸、絵画等）
関係主体	学術機関、個人研究者

### 3 受入環境整備

#### (3) 広域連携による誘客の取組み

三陸鉄道の開業、三陸沿岸道路の全線開通を契機として、大槌町のみならず、隣接する周辺自治体とのタイアップにより、県内及び県外からの誘客促進を図ります。

Q：大槌町以外の訪問地を教えてください (%)



インターネットによる非来訪者調査結果



#### ■ 取組体制

主体	国、県、周辺自治体、大槌町
関係主体	観光推進組織

### 3 受入環境整備

#### 基本方針6

#### 来訪者の受入整備と 「おおつちファン」の拡大

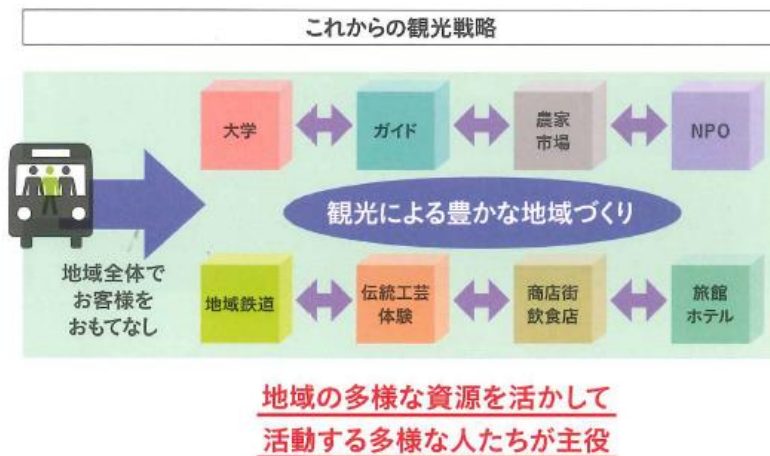
魅力ある大槌、目的地として選ばれる大槌となるよう観光資源そのものの魅力向上を図るとともに、来訪者がストレスなく滞在・周遊できる環境を整備・推進する体制を構築します。

#### (1) 来訪者の受入れ態勢の推進

国内外を問わず来訪者のニーズが多様化する中、観光関係者のみならず、町内の全ての産業やプレイヤーを総動員した「おもてなし体制」の構築に取り組みます。

#### ■主な取組例

- ・来訪者が事前に知りたい観光情報を得られる環境づくり（多言語化を含むWebサイトの充実等）
- ・広く来訪者を受入れる機運の醸成や受入れ環境の整備
- ・ガイドや観光コーディネーターを担える人材の育成
- ・体験プログラムの運営等、旅行素材の手配や開発機能を持つ「地域限定旅行業」の取得を検討



#### ■取組体制

主体	国、県、大槌町、観光推進組織、商業関係者、飲食業関係者、宿泊業関係者、漁業関係者、水産加工関係者、農業関係者、農産加工関係者
関係主体	周辺自治体、町民

### 3 受入環境整備

#### (2) 「おおつち」ならではの教育（学習）旅行の推進及び自然資源や産業と連携した体験プログラムの充実

大槌町には、美しい海岸線、広々とした高原、豊かな森林など恵まれた自然があります。また、歴史や文化に関する施設や史跡もあります。こうした大槌町ならではの自然資源や産業と連携した体験プログラムの開発を検討し、教育（学習）の体験プログラムの充実を目指します。

##### ■主な取組例

- ・岩手県の教育旅行の取組みとの連携
- ・充実した体験プログラムの構築
- ・震災語り部など既存の体験プログラムの推進
- ・観光関係団体との連携強化や、旅行エージェント等への積極的なプロモーションを展開



##### ■取組体制

主体	県、大槌町、観光推進組織、商業関係者、飲食業関係者、宿泊業関係者、漁業関係者、水産加工関係者、農業関係者、農産加工関係者
関係主体	町民

### 3 受入環境整備

#### (3) 交流を活かした「おおつちファン」の拡大

大槌町と繋がりのある支援団体や応援職員などと継続的に関わりを持つと共に、来訪者のリピート率を向上させることで、町内と町外とのパイプをより強固なものとして、「おおつちファン」の拡大を図り、町の観光振興を推進します。

##### ■主な取組例

- ・被災支援団体や教育機関などの関係団体と町民との交流
- ・大槌応援職員の会が一同に介する町内外の催事イベントの開催
- ・「おおつちファン層」への的確に情報が届く発信機能の検討
- ・大槌ネットワーク交流会を全国各地で開催し再訪や経済交流の機運を醸成



##### ■取組体制

主体

県、大槌町、観光推進組織、商業関係者、飲食業関係者、宿泊業関係者、漁業関係者、水産加工関係者、農業関係者、農産加工関係者、町民

関係主体

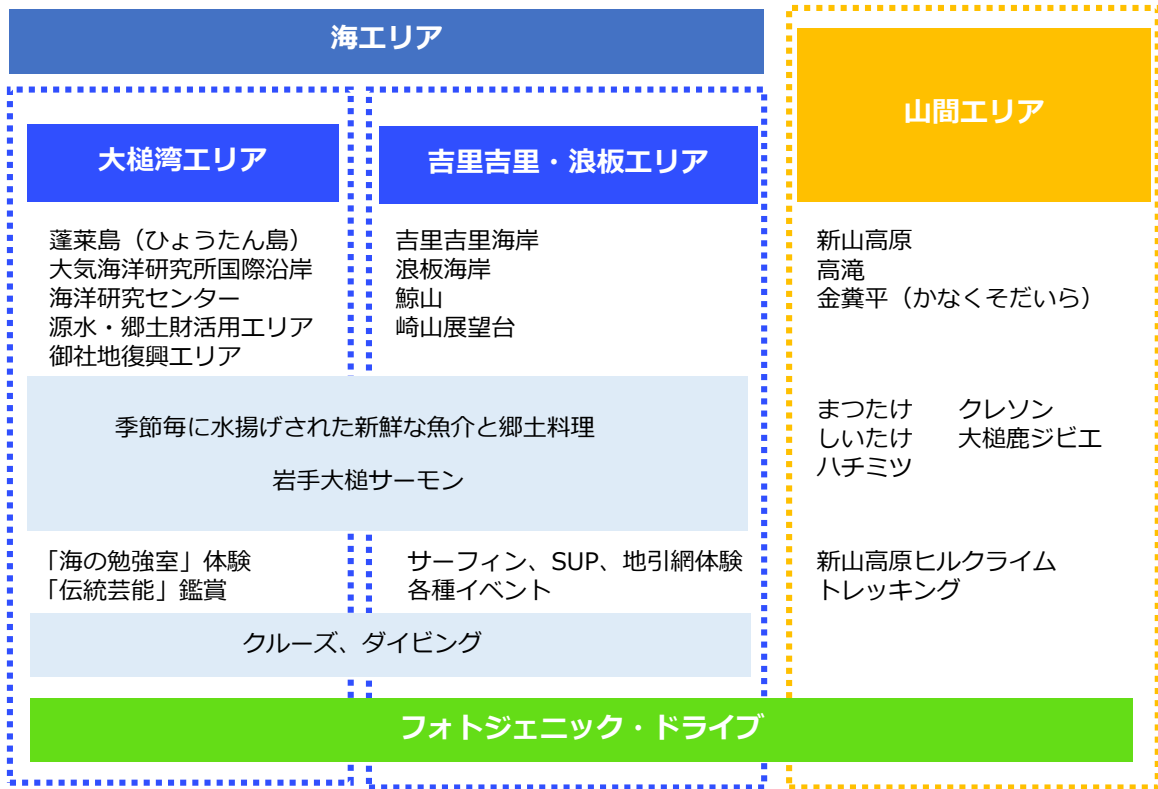
支援団体、応援職員

## 4 エリア別の取組の方向性

### ■町内エリア別観光テーマ

町内を大きく3つのエリアに分け、それぞれのエリアの特性やロケーションを生かしたエリア別の観光テーマを町内関係者で共有し、来訪者の嗜好にあった体験やサービスを提供します。

また、各エリアの観光コンセプトを明確にすることで、大槌町内に存在しているエリア・地域ごとの結束を強めるとともに、サービス提供やプロモーション時のターゲティング、最適な媒体の選定と実際の来訪へつなげていくことを目指します。



エリア別  
観光テーマ

大槌の海と文化・  
大槌のシンボルに  
触れられる

知・生の体感

大槌の海の魅力に  
触れられる

アクティビティ  
&  
イベントの体感

大槌の美しい景観を  
五感で楽しめる

リフレッシュ体感



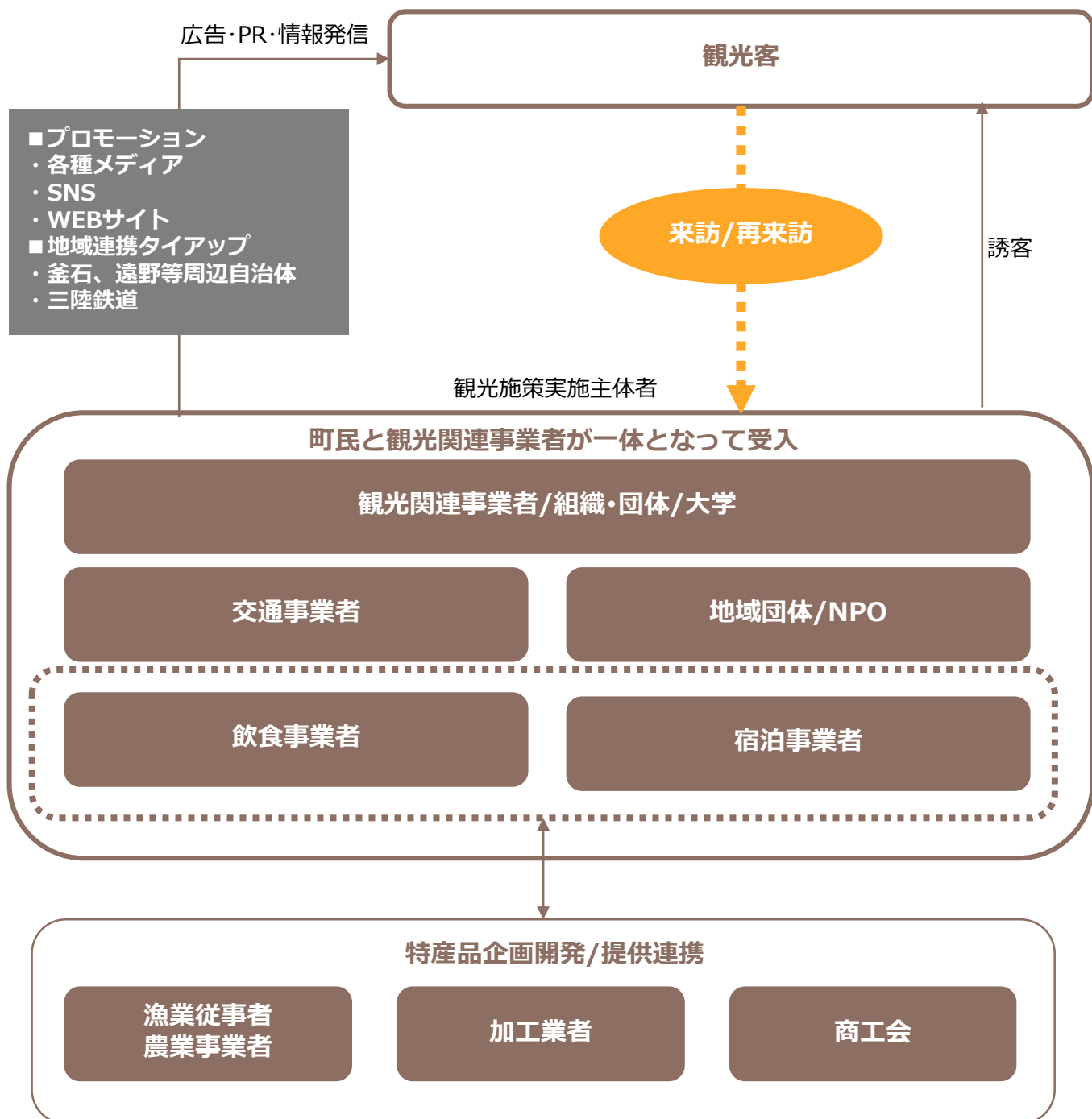
## 第5章 目標実現に向けた推進体制

---

- 1 推進体制
- 2 評価・検証の仕組み

# 1 推進体制

大槌町観光ビジョン実現のための推進体制は、大槌町で策定された観光ビジョンを基に、町民と観光関連事業者が一体となって推進することが必要です。また、大槌町産業振興課および各関係部署が観光施策や特産品開発等に関わる取組を支援します。





## 2 評価・検証の仕組み

### ■ 検証・評価の仕組み

策定した観光ビジョンの評価・検証は、毎年度末に全体の施策・取組をまとめて行います。大槌町として設定したKPIの進捗を検証するために実施主体者および関連組織/団体から入込客数等の定量データを提供いただき評価いたします。その結果を次年度の計画に反映し、施策の改善等に役立てます。

定量データの検証の他、施策の満足度調査などを実施することで、来訪者の満足度向上の要因となっている要素を把握し、サービスや特産品の質的改善に生かします。

また、効果的な施策を実行するため、町民の誰もが計画の推進や観光振興に関する意見を述べられるよう広聴広報環境を用意し、町民からの有益な意見、担い手として熱意のある町民が参加できる取組を実施します。

1

毎年度、設定したKPIの進捗検証・課題を抽出、次年度計画へ反映  
〈定量的なデータを中心に収集・分析〉

2

満足度調査の定期的な実施による来訪者の満足度を高める要因の把握

3

広聴広報環境を活用した町民意見の計画への反映

