

第2期大槌町観光ビジョン（概要版）

計画期間 令和5年度～令和9年度（2023年度～2027年度）

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

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

大槌の魅力と誇りである
「伝統芸能・文化」による誘客の促進

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。

■目標値

観光ビジョンへの取り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「観光客入込数」とします。

2021年
80,491人

2027年
130,000人

参考：東日本大震災津波前（2011年）に観光客入込数は160,001人

重点プロジェクトの推進『海』

- (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**
 - 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
- (2) 海水浴場の利用促進**
 - マリ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
 - 新規整備したトイレ・更衣室・シャワー一体型施設の管理
- (3) 海を活用した取り組みの促進**
 - 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
 - 地引網体験等、漁業関係者と連携した体験プログラムの開発



重点プロジェクトの推進『食』

- (1) 『食』の掘り起し、大槌の強みの発見**
 - 大槌の『食』についての情報収集
 - 「食」の特産品創出に係る生産支援や情報発信
- (2) 大槌の強みを生かしたオンリーワンの開発**
 - 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
 - 大槌のきれいな水で育ったクレソンの活用推進
- (3) 事業者支援体制の整備**
 - 町内事業者の商品開発支援
 - 食材活用に係る町内飲食店、宿泊施設の連携



重点プロジェクトの推進『伝統芸能・文化』

- (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**
 - 「かがり火の舞」など町内外での公演
- (2) 音楽、舞踊、演劇など新しい文化を活用した誘客促進**
 - 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
- (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**
 - 文化芸能団体と来訪者の持続的な交流の場づくり



重点プロジェクトの推進『景観』

- (1) 『景観』の再生・再発見による魅力向上の推進**
 - 史跡や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
- (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**
- (3) 新たな「景観」の創出**
 - フォトコンテストの開催
- (4) 「景観」に触れる機会創出**
 - みちのく潮風トレイル・三陸ジオパークのPR
 - 新山高原ヒルクライム等、既存イベントのPR
 - おおつちチャリク工を始めとした消費型コンテンツの充実



大槌町の観光PRの推進と誘客の促進

- (1) 「おおつちブランド」の確立
- (2) 「おおつち」の魅力を伝える仕組みづくり
- (3) 広域連携による誘客の取組み



来訪者の受入整備と「おおつちファン」の拡大

- (1) 来訪者の受入れ態勢の推進
- (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
- (3) 交流を活かした「おおつちファン」の拡大

