

1. 視察箇所ごとの主な魅力・課題等について

A. 龍泉洞

5日前の台風の大雨の影響により、龍泉洞が閉洞のため、龍泉新洞科学館の訪問に代替となった。

- ・洞内は狭く、暗く滑りやすい。高齢者ツアーでの事前案内。団体の場合は時間の予定が立たない。
- ・新洞科学館の鍾乳洞では物足りない部分があり+αの代案が必要。
- ・(この時期は)周辺の溪流や紅葉の美しさは格別で鍾乳洞と一緒にの広報宣伝が良い。

B. 北山崎断崖クルーズ

200m級の断崖が続く三陸海岸の景勝を洋上から間近に眺められる1周約50分の遊覧船。

- ・昨今の体験型人気からウミネコ餌付けと乗船をセットにするのが良い。
- ・音声のみのガイドであり、通り一遍のガイドとなっており残念。
- ・訪日旅行客でも面白いクルーズ。英語での解説資料があれば良い。
- ・クルーズ船の船着き場までの導線が不明、地図や案内掲示等が必要。

C. 弁天崎トレイルウォーキング

海に突き出た弁天崎灯台を目指す約60分のコース。アップダウンはあるが海を見下ろす絶景を楽しむことができる。

※参加者毎に顧客層が異なるため、商品化の課題は魅力にもなっている。

- ・比較的楽に絶景が見られるコース。足に自信のない方は除き、通常のツアーに組み込める。
- ・案内人がいないと個人型商品は難しい。添乗員同行であれば、他プログラムと組み合わせで商品化に。
- ・少人数毎グループの案内前提。大型団体(修旅等)などの場合は実施が難しい。
- ・変化に欠けるトレイル。他の体験プログラムとの組み合わせが重要。
- ・商品化に向けての難易度の説明が難しい。標高差や階段の有無などの地図がある案内しやすい。

D. ハイペ海岸(津波石見学)

1億年以上前の地層や化石を間近で見学でき、また、岸に打ち上げられた巨大な岩石から、津波の威力を感じさせる震災学習の要素も持ち合わせるスポット。

- ・駐車場やトイレ等の整備が必要。
- ・1回に案内できる人数に限りがあり、大型団体(修旅等)への対応方が課題。
- ・津波に移動した石が元々どこにあったのかが分かりやすい説明方法が欲しい。
- ・ガイド説明が必要なプログラム。旅行会社で作る商品として成立する素材。
- ・ジオ関連の説明と津波石との組み合わせで大きな魅力。
- ・朝一番に訪れて、朝日の美しさを体感出来る時間帯に組み込みたい。

E. 机浜番屋群での体験プログラム(各自選択)

1) サッパ船アドベンチャーズ

地元の漁師の方が操縦する小型漁船に乗り、岸壁の近くまで見学でき、観光船にはない臨場感のあるユニークな観光素材。(搭載人員8名、最大6隻)

天候や、参加者個人によって得て不得手があるが、ユニークな内容に、多くの参加者が満足した。

- ・ユニークな体験で比較的波が静かな時期を選ぶ必要がある。
- ・雨天時や直前で乗船を躊躇するお客様へのプログラム変更（塩づくり体験など）の対応があれば、よりツアーに組み込みやすい。
- ・（個人旅行の視点から）サップ船でトレイルのスタート地点まで運び、歩いて戻る企画があると面白いし、舟の回送を気にせず、運営会社もやりやすいのでは。
- ・企業のインセンティブとして、近くにあった養殖エリアでの餌付け、ワカメの引き上げなども体験させれば差別化ができて良い。
- ・一艘あたりの搭載人員（8名）や保有数（6隻）の中で、大型団体（修旅等）の対応方などが課題。
- ・訪日外国人に喜ばれる体験。船長による写真を使った説明で言葉は大きな問題でもないと考える。
- ・商品化に際して、救命胴衣着用などの安全対策のほか、投げ出された場合の対応など確認しなければならない。

2) 塩づくり体験

地元の方のレクチャーで三陸海岸一帯で行われていた塩作りの製法を番屋で体験できるプログラム。

- ・コスト消費としてニーズに当てはまるプログラム。
- ・番屋での体験は生活を知ることができる。英語資料があれば訪日客も対応可能。
- ・「自分で作った」実感が得るために、より塩作りに参画させたほうが良い。
- ・大人数での対応ができないのが課題。

F. “みちのく潮風トレイル” 北山崎～北山浜（各自選択）

トレイルを実際に歩くコースと、浜辺を散策し展望台を見学するコースに分かれて踏査した。

1) 「トレイルウォーキング」コース

北山崎展望台のメインの第一展望台からスタートし、眼下に海を望みながら森林浴ができる三陸ならではの約120分のトレイルコース。今回のコースは、整備された道であるものの、階段が多くあり、各社の顧客層や個人の体調や体力で意見に違いがあった。

- ・基本的に整備されているので初中級者でも問題なく歩行できる。
- ・階段は段差が大きく幅も狭く傾斜も急で、人によってはかなりしんどいコースと感じた。
- ・途中の美しい林など紹介したいポイントはあったので、コースをもう少し軽めにして取り組みたい。
- ・難易度によっていくつかコースを用意しておく、より多くの方にご参加いただける。
- ・高低差を含め、ウォーキングの難易度のような物差しを作り、パンフレット等に表示があると、一般の方がコースを選ぶ際に参考になる。
- ・階段、アップダウンと事前の情報提供が必要。エスコート型の一部として造成は可能。

2) 「散策」コース

地域の生活が垣間見える浜辺や、地元の方しか知らない浜辺と浜辺をつなぐトンネルを見学するコース。

- ・途中で岩石の上や真っ暗な洞窟を歩く等、予想以上にハードな内容。商品化するには、お客様に事前にコース内容のご案内が必要。
- ・断崖のありのままの状態を満喫できるが、得手不得手がはっきり分かれる内容で、エスコート商品でも設定が難しいと思った。

G. 三陸鉄道

震災で被害を受け 2014 年 4 月に全線復旧をした三陸鉄道の定期列車に乗車。

復興の象徴として話題のあるローカル線に、乗車体験をしながら、景色も楽しめる点で満足が高かった。

- ・ 景色や歴史についての多言語での説明があるとよい（資料でも良い）。
- ・ 震災体験説明がもっとあっても良い。
- ・ 継続的な人気継続に様々な企画列車を行なって欲しい。
- ・ 団体乗車の場合の座確は課題であるので、貸切列車となる。
- ・ 景勝地での徐行やガイド、地域の名産品の車内販売など、観光素材としての要素は十分。

H. 道の駅 くじやませ土風館

物産館「土の館」、観光交流センター「風の館」に分かれ、久慈のお土産品が販売、お祭りの山車が展示されている道の駅。

- ・ 地元根付いた商品選定や販売方法など、とても自然であり、地元客も観光客も立ち寄れる良い道の駅だった。地元と観光客がもっと触れ合える機会などが設定できると更に良い。
- ・ 久慈駅やあまちゃんに特化した商品だけでなく、岩手県全域の名産が置いてあると良い。
- ・ 久慈駅からも徒歩圏内にあり、コースで設定しやすい。（街歩きの拠点としての活用も可能）
- ・ 展示されていたお祭りの山車が素晴らしかったが、来場者への広報が不十分で見に行かない人が多い。

2. 貴社商品の企画・造成・販売に向けて、現時点での予定をご記入下さい。（自由記述）（抜粋）

- ・ 来春、受注型企画旅行を検討中。
- ・ 4 月頃に企画商品を発売したいと部内で検討中。
- ・ 来期に向けた新商品として、潮風トレイルは取り組む予定。
- ・ 桜～グリーンシーズンで北海道発の企画を検討、他の地域も入れてどうコースを組むか検討中。
- ・ 団体旅行営業（学校、一般、公務など）中心のため、お客様の構成などを考えながら、コース提案のかたちで今回の各観光箇所を提案していきたい。
- ・ 三陸単体で商品を造成するのは難しいのが現状だが、当社のお客様のニーズに応えられる観光素材を絞り込み、三陸に誘客できるよう、行程内容の見直しを図りたい。
- ・ 個人型商品を主に扱っているので、オプションの素材として、すでに商品化の北山崎断崖クルーズ、サップ船等を引き続き販売していきたい。
- ・ サップ船体験やトレイルなどをインバウンド（欧米豪・韓国）向けコースへの組み込みを検討したい。
- ・ 訪日インバウンド FIT 向けのオプションプランとして検討をしていきたい。
- ・ 来年以降でインバウンド推進と絡め企画を進めたい。
- ・ 現時点では商品造成の予定はないが、自社機関紙や SNS などで広報展開したい。

（その他）

- ・ まだまだ観光資源が眠っている。静かで意外にも紅葉が非常に良く、良さがたくさんあると感じた。
- ・ 各観光箇所は外国人にもおすすめできるので英語などの対応も今後必要。
- ・ （個人旅行の場合）2 次交通の課題がある。タクシープランや多言語の語り部など受入態勢整備が課題と感じた。

以上