

第三次雫石町観光・交流活性化 行動計画

令和3年3月

雫石町

—第三次雫石町観光・交流活性化行動計画—

【目次】

第1章 計画策定の趣旨	【1】
1. 計画策定の趣旨	1
2. 計画の位置づけ	1
3. 計画期間	1
第2章 雫石町の観光・交流の現状と課題	【3】
1. 雫石町の概況	3
2. 雫石町観光・交流を取りまく状況	6
3. 雫石町観光・交流活性化行動計画の進捗状況	16
4. 雫石町の観光の課題	31
第3章 計画の目標	【33】
1. これからの雫石の観光ビジョン	33
2. 基本戦略	35
3. 計画の数値目標	36
第4章 観光・交流活性化に向けた行動計画	【38】
1. 戦略1「民間主体のエリアマネジメント体制の構築」	38
2. 戦略2「観光産業の人材を確保する体制の構築」	39
3. 戦略3「ウィズコロナ時代に対応した新しい観光の確立」	39
4. 戦略4「受入基盤の整備と魅力的な観光コンテンツの創出」	40
5. 戦略5「鶯宿温泉エリアの再活性化(第4次鶯宿温泉活性化計画)」	41
第5章 計画の推進体制	【43】
1. 各主体の役割	43
2. 計画の推進体制	44
別表:雫石町観光・交流推進の主体及び推進スケジュール	45
参考資料	【46～】

第 1 章 計画策定の趣旨

1. 計画策定の趣旨

雫石町への観光レクリエーション客の入込数は、平成 8 年度の約 357 万人回をピークに減少傾向が続き、令和元年の入込数は、約 251 万人回とピーク時の約 70%まで落ち込んでいます。町では、平成 18 年度から「雫石町観光ビジョン」、平成 24 年度から「雫石町観光・交流活性化行動計画」、平成 28 年度から「第二次雫石町観光・交流活性化行動計画」により各事業に取り組んできましたが、観光客の減少に歯止めがかかっていない状況です。

また、令和元年に発生した新型コロナウイルスは、全世界で感染が拡大し、観光業にも大きな影響を与えており、本町の観光産業もかつてない局面に置かれているため、これまでと異なる新たな対応策に取り組む必要があります。

このことから、令和元年に実施した「第三次雫石町総合計画」の策定に併せて、これまでの観光・交流活性化行動計画の見直しを行い、第三次雫石町総合計画の中における個別計画として、ウイズコロナ時代に対応した、新たな観光施策の行動計画を策定します。

2. 計画の位置づけ

雫石町では、令和 2 年度から令和 9 年度を計画期間とする第三次雫石町総合計画を策定しており、雫石町観光・交流活性化行動計画は、総合計画の中における個別計画として位置づけられていることから、この位置づけを踏襲し、第三次総合計画と整合を図ります。

また、政府が推進する地方創生政策の一環として、地域の活性化と人口減少克服を目的として策定した「雫石町まち・ひと・しごと総合戦略」のアクションプランと連動するものとします。（図表 1 - 1）

3. 雫石町観光業の指針

第三次雫石町総合計画基本構想（令和 2 年度～令和 9 年度）では、「みんながつくる 未来につなぐ ふるさとすくしいし」をまちの将来像として、5 つの施策大綱を定め、実現に向けて取り組んでいくこととしております。

第三次雫石町総合計画前期基本計画（令和 2 年度～令和 5 年度）では、産業分野の施策大綱を「産業を通じて豊かさを実感し笑顔で稼ぐまち」とし、観光業分野では「地域の魅力ある観光資源を「観て」「触れ」「学び」「遊ぶ」まちづくり」を目指すこととしていることから、これを本計画における指針とし、「関係人口（リピーター）に支持されるまち」を目標に掲げて取り組んでまいります。

4. 計画期間

第三次観光・交流活性化行動計画は、令和3年度から令和6年度までの4年間を計画期間としますが、計画策定時において、新型コロナウイルス感染症の収束が見ないため、感染症の状況や社会情勢の変化等に合わせ、年度ごとに目標設定と計画の見直しを行うものとします。

また、計画期間において、観光地域づくり組織（DMO）が形成された時点で、本計画の内容を見直すこととします。

図表1-1 本計画の位置づけ

年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度
第三次 雫石町 総合計画	基本構想 8年							
	前期基本計画 4年				後期期基本計画 4年			
総合戦略	第2期町まち・ひと・しごと創生総合戦略 5年							
観光 行動計画		第三次観光・交流活性化 行動計画 4年※						

※新型コロナウイルス感染症の状況や社会情勢の変化等に合わせ、年度ごとに目標設定と計画の見直しを行う。

※観光地域づくり組織が形成された時点で、計画内容の見直しを行う。

第2章 雫石町の観光・交流の現状と課題

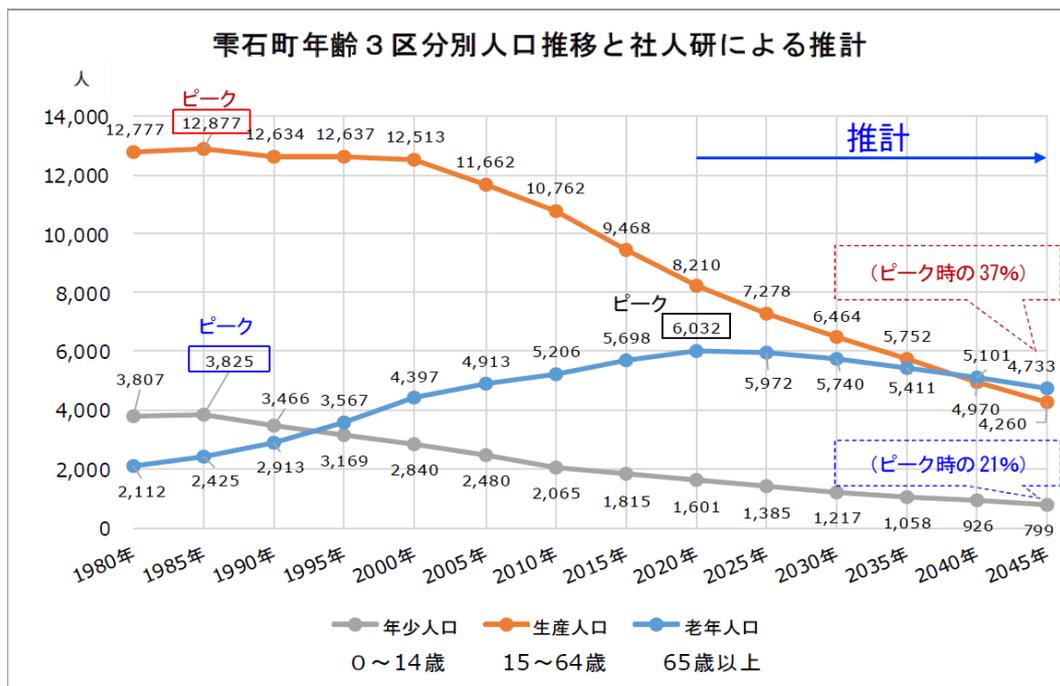
本章では、雫石町の観光・交流の現状や観光資源・地域資源について整理を行います。

1. 雫石町の概況

(1) 雫石町の概要

① 総人口と人口構成の推移

図表2-1 雫石町の総人口及び人口構成の推移と社人研による推計



※2015年までは国勢調査の数値を引用。

※推計値は、国立社会保障人口問題研究所（社人研）の推計値。

※（参考）2015年の高齢者率 岩手県平均 30.21%/全国平均：26.63%

全国的な人口減少の中で、本町でも、平成11年11月をピークに人口減少に転じ、今後も人口減少が見込まれます。

年少人口（0～14歳）、生産年齢人口（15～64歳）、老年人口（65歳以上）の1995年から2015年の推移を見ると、生産人口は12,637人から9,468人と25.1%減少し、年少人口も3,169人から1,815人と42.7%減少しています。一方、老年人口は3,567人から5,698人と59.5%増加し、2015年の高齢者率は33.51%となっており、今後も高齢化は進行していくと推計されています。

② 位置と地勢

雫石町は、北東北の拠点である盛岡市の西方 16km に位置しており、東は滝沢市、盛岡市に接し、西は、奥羽山系の山々を境に秋田県仙北市に接し、南は矢巾町、紫波町、西和賀町及び花巻市とそれぞれ連山を境に、北は岩手山鬼ヶ城稜線を境として八幡平市に接しています。

総面積は 608.82 km²と広大で東西 24km、南北 40km に広がり、土地全体の約 71%を山林が占め、農地は約 10%、宅地は約 1%となっています。西北部の一部が十和田八幡平国立公園に包括された岩手山 (2,038m)、秋田駒ヶ岳 (1,637m) を中心とする 1,000m級の奥羽山系の山脈に囲まれたやや扇状の盆地となっており、総面積の約 80%が標高 300m以上となっております。

山麓部には、広大な傾斜地が開け、盆地中央部は緩傾斜の耕地が広がり水田を中心とした農業集落地となっており、地域内を流れる雫石川、葛根田川、南側の三河川は、御所湖で合流し、雄大な水辺空間を形成しています。また、町内各地に温泉が湧出し、詩情豊かないで湯の里を創出しています。

主な山岳

名称	標高	名称	標高
岩手山	2,038m	三ツ石山	1,466m
駒ヶ岳	1,637m	乳頭山	1,437m
黒倉山	1,570m	湯森山	1,438m
姥倉山	1,517m	烏帽子岳	1,477m
犬倉山	1,408m	三角山	1,418m
高倉山	1,408m	男助山	758m

主な河川

名称	流路延長	最大幅員	流域面積
雫石川	11.0km	120m	10.0 km ²
葛根田川	27.5km	70m	160.0 km ²
竜川	10.5km	80m	50.0 km ²
南川	5.5km	90m	90.0 km ²
南畑川	29.5km	30m	30.0 km ²
鶯宿川	7.5km	20m	10.0 km ²

③ 交通アクセス

● 雫石町への一次交通アクセス

鉄道については、東京からは、秋田新幹線（こまち）を利用すると、直通で、約 2 時間 30 分で来訪でき、仙台からは、新幹線あるいは在来線を利用すると、1 時間から 1 時間半以内で来訪することができます。

道路については、盛岡市から国道 46 号を経由した約 20～40 分で雫石町内の各観光施設に来訪ことができ、東北自動車道盛岡 IC からはさらに短い時間で来訪することができます。

図表 2 - 2 雫石町への交通アクセスについて

東京から	秋田新幹線(こまち) ……東京駅▶雫石駅 ……	約2時間30分
	東北新幹線(はやぶさ) ……東京駅▶盛岡駅▶田沢湖線乗換▶雫石駅 ……	約3時間
	東京駅▶盛岡駅▶バス又はタクシー乗換▶雫石 ……	約3時間10分
東北自動車道 ……東京▶盛岡I.C▶国道46号▶雫石 ……	約7時間40分	
仙台から	秋田新幹線(こまち) ……仙台駅▶雫石駅 ……	約1時間
	東北新幹線(はやぶさ) ……仙台駅▶盛岡駅▶田沢湖線乗換▶雫石駅 ……	約1時間5分
	東北自動車道 ……仙台宮城I.C▶盛岡I.C▶国道46号▶雫石 ……	約2時間20分
秋田から	秋田新幹線(こまち) ……秋田駅▶雫石駅 ……	約1時間20分
青森から	東北新幹線(はやぶさ) ……新青森駅▶盛岡駅▶田沢湖線乗換▶雫石駅 ……	約2時間10分
	東北自動車道 ……青森I.C▶盛岡I.C▶国道46号▶雫石 ……	約2時間25分
八戸から	東北新幹線(はやぶさ) ……八戸駅▶盛岡駅▶田沢湖線乗換▶雫石駅 ……	約1時間20分
	東北八戸自動車道 ……八戸I.C▶盛岡I.C▶国道46号▶雫石 ……	約1時間45分
函館から	北海道新幹線(はやぶさ) ……函館駅▶新函館北斗駅▶盛岡駅▶田沢湖線乗換▶雫石 ……	約3時間30分
札幌から	航空便(JAL) ……新千歳空港▶いわて花巻空港▶バス▶盛岡駅▶田沢湖線orバス▶雫石 ……	約2時間30分
名古屋から	航空便(FDA) ……名古屋小牧空港▶いわて花巻空港▶バス▶盛岡駅▶田沢湖線orバス▶雫石 ……	約2時間40分
大阪から	航空便(JAL) ……伊丹空港▶いわて花巻空港▶バス▶盛岡駅▶田沢湖線orバス▶雫石 ……	約2時間40分
福岡から	航空便(JAL) ……福岡空港▶いわて花巻空港▶バス▶盛岡駅▶田沢湖線orバス▶雫石 ……	約3時間15分



交通機関のお問い合わせ先

JR雫石駅	☎019-692-2218
JR盛岡駅	☎019-622-3456
岩手県交通バス雫石営業所	☎019-692-3212
雫石タクシー	☎019-692-3131
いわて花巻空港(JAL)	☎0198-26-2016

レンタカーのご案内

※ご利用の2日前までに要予約

(一社)しずくいし観光協会	☎019-692-5138
ニッポンレンタカー	☎019-647-0919

周辺主要観光地までのアクセス(車又はバス)

盛岡市内	約20分	平泉	約1時間20分
田沢湖	約40分	浄土ヶ浜	約2時間
八幡平	約50分	久慈	約2時間15分
角館	約1時間	龍泉洞	約2時間20分

(資料)「雫石町観光ガイドブック」

●雫石町の二次交通アクセス

雫石町の二次交通アクセスについて、バスは、盛岡市と雫石町内を結ぶバスが運行されているため、盛岡駅で鉄道からバスに乗り換え、雫石町内の目的地へ直接移動する観光客には対応が可能です。また、雫石町内の一部の区間内はバスでの移動もできます。

雫石町内を回遊するための二次交通アクセスについては、車利用者以外の常設の移動手段は、タクシーもしくは、現在、(一社)しずくいし観光協会が実施しているレンタサイクルやレンタカー斡旋の利用となります。

2. 雫石町の観光・交流を取りまく状況

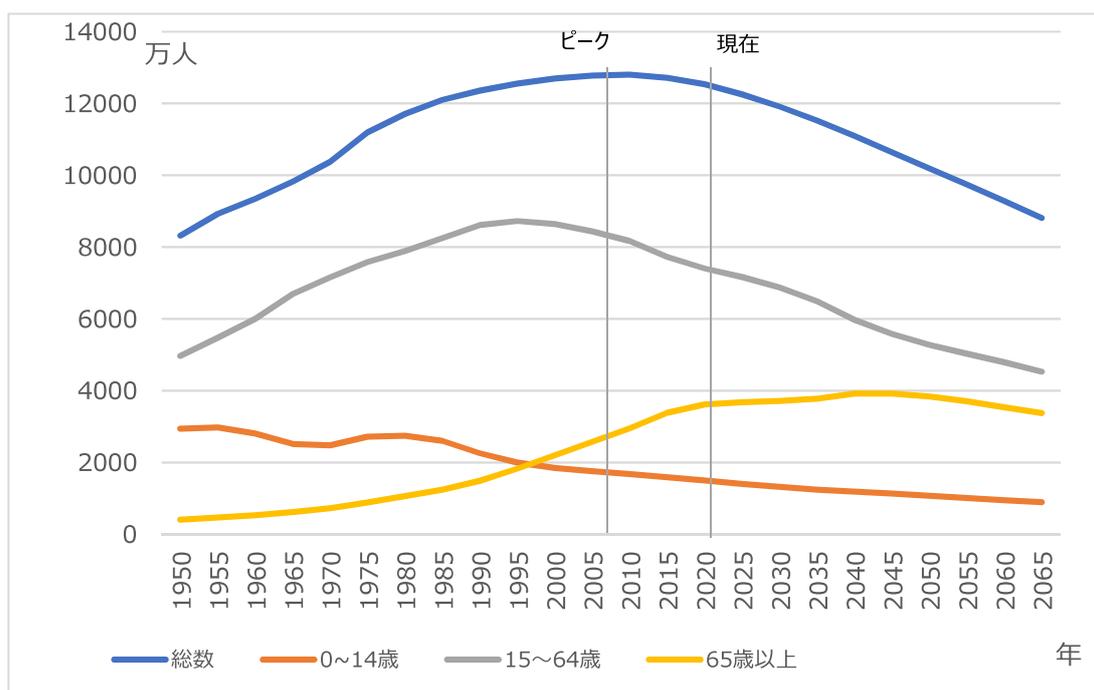
(1) 全国的な観光・交流の現状

① 少子高齢・人口減少社会の進行

日本は、少子高齢化が急速に進展した結果、2008年をピークに総人口が減少に転じており、人口減少時代を迎え、少子高齢化の進展、生産年齢人口の減少により、国内需要の減少による経済規模の縮小、労働力不足、財政の危機など様々な社会的・経済的な課題が深刻化することが予測されています。

観光においては、国内観光需要の伸び悩みや、地域づくりの担い手不足が懸念され、交流人口の増加、地域経済の活性化につながる観光振興の取り組みが重要です。

図表 2-3 日本の人口及び人口構成の推移

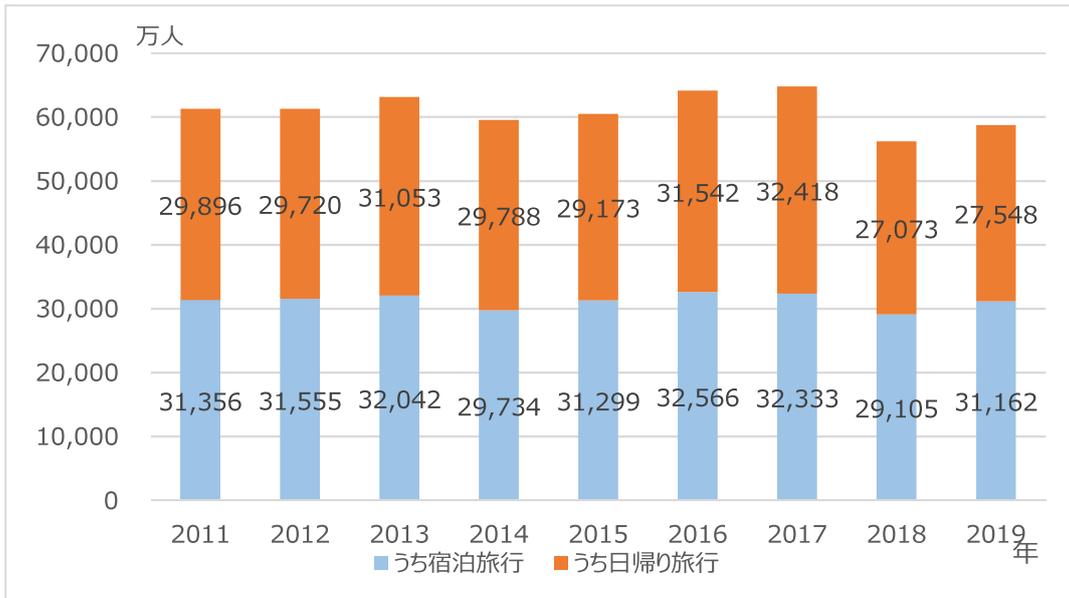


※ (出典) 総務省「国勢調査」、2018年以降：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」

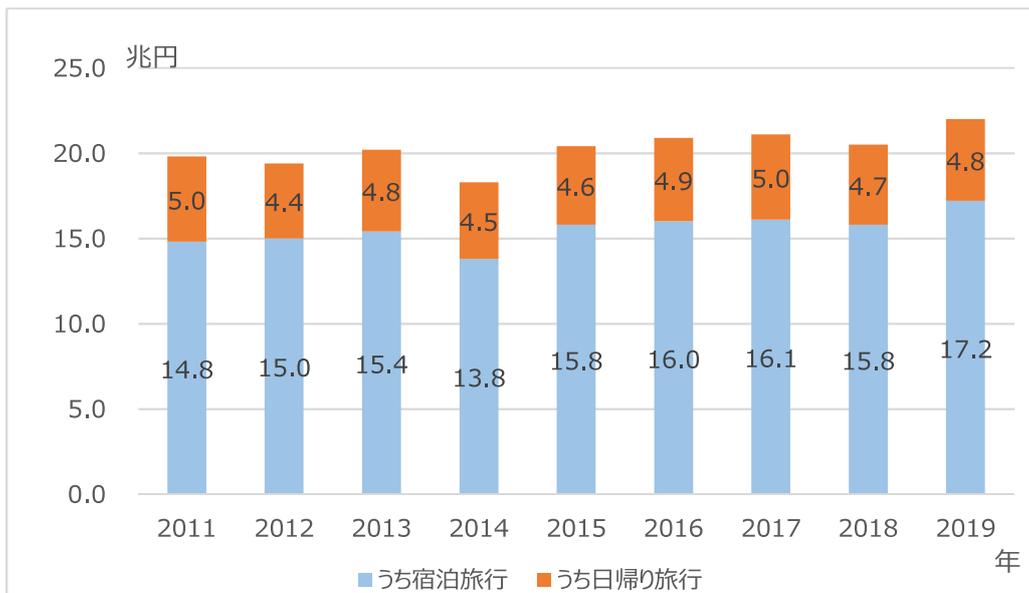
② 国内観光の動向

2019年までの日本人の国内延べ旅行者数の推移は、2011年以降、微減増を経ておりますが、観光消費額は微増傾向にあります。

図表2-4 日本人国内延べ旅行者数の推移



図表2-5 日本人国内旅行消費額の推移

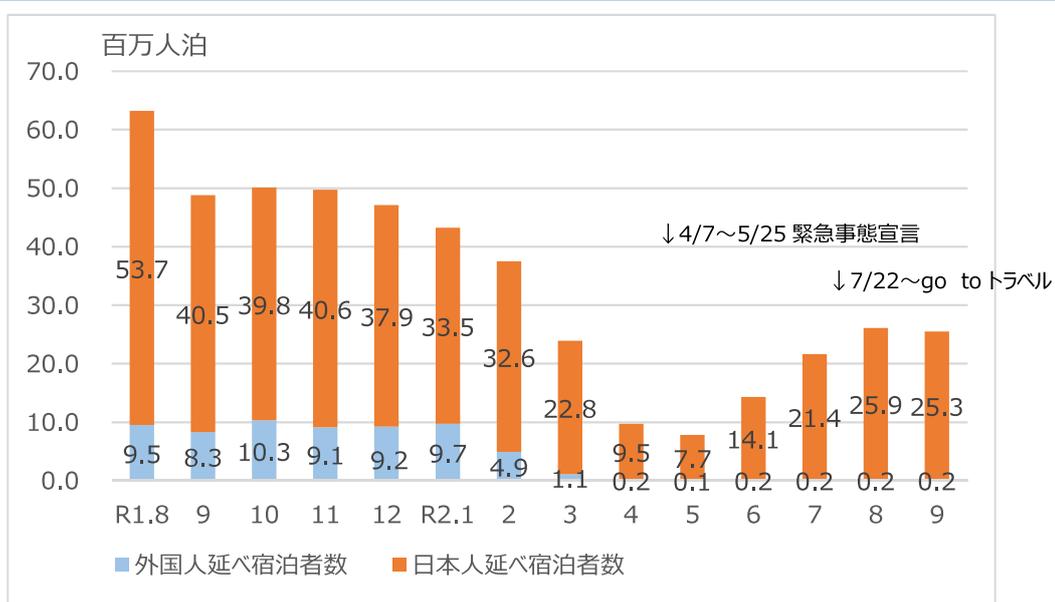


(資料) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」2019年統計

③ 新型コロナウイルス感染症の拡大による観光への影響と対応

令和元年に発生した新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大により、令和2年2月以降、世界では渡航制限する国が増加し、4月に日本が入国制限を強化した結果、訪日外国人の宿泊者数は4月以降ほとんどなくなりました。国内旅行も、4月の緊急事態宣言により4～5月は前年同月比の18%まで宿泊者数が減少しましたが、7月から開始した「Go To トラベル」キャンペーンの効果により徐々に回復が見られました。

図表2-6 国内・外国人延べ宿泊者数推移



観光庁「宿泊旅行統計調査令和2年9月・第1次速報」

(2) 雫石町の観光来訪者アンケート調査結果

1. 調査概要

【目的】

雫石町を訪れる観光客像の見える化および実態の把握

【実施期間】

- 1 回目(夏) : 平成 29 年 7 月 15 日(土) ~ 8 月 15 日(火)
- 2 回目(秋) : 平成 30 年 9 月 29 日(土) ~ 10 月 28 日(日)
- 3 回目(春) : 平成 31 年 4 月 20 日(土) ~ 令和元年 5 月 19 日(日)

【回収状況】

	調査施設数	配布数	有効回答数	回収率
H29 夏	23	2,220	833	37.5%
H30 秋	30	1,940	818	42.2%
H31/R1 春	25	1,920	533	27.8%

【調査結果概要】

これまでに冬を除く3つの季節で調査を行ったが、春・秋と夏で来訪者の傾向が異なっていることがわかった。

<年代> 春、秋は50代以上のシニア層が、夏は40代以下の若い層が過半数を占める。

<同行者> いずれの季節も「夫婦」と「家族」で全体の70%以上を占めるが、春、秋はそれらが同程度なのに対し、夏は「家族」の割合が増える。

<居住地> いずれの季節も「県内」が35~48%を占め、次いで「東北各県」が30%と、県内を含む東北が多数を占める。また関東からの来訪も20%前後を占め、夏は多くなる傾向。

<訪問回数> 春、秋は「5回以上」のリピーターが60%以上を占めるが、夏は「はじめて」が30%程度に増え「5回以上」のリピーターは半数程度に減少。

<旅行形態> 「日帰り」が60%前後と多数。滞在時間も「3時間以下」が60~70%を占める。宿泊を伴う場合「1泊」が約半数だが、町内0泊のケースも多く、特に春の調査では54%に上った。

<来訪目的> いずれの季節も、「観光・レジャー」、「温泉での保養」、「飲食・買い物」がトップ3。

<情報源> 「友人・知人の口コミ」が約20%で最多。「パンフレット」や「雑誌」などの従来の媒体が10%程度ある反面、「SNS」は5%に留まる。

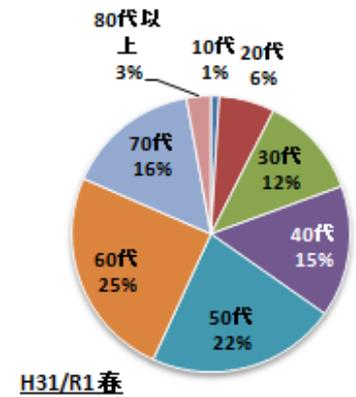
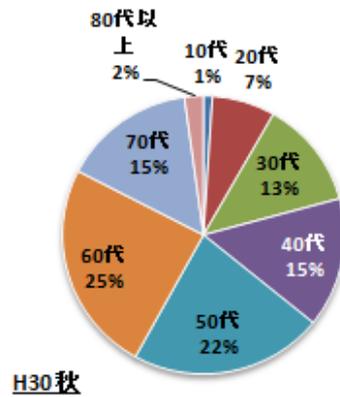
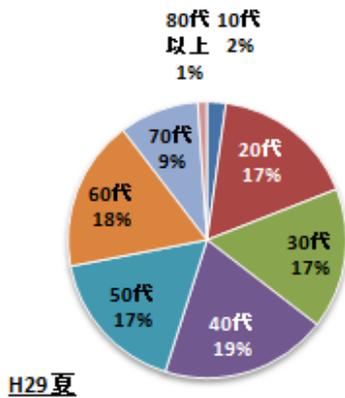
<満足度&再訪の意向> 総合満足度では「満足」、「大変満足」合わせて70%を超える。また、再訪の意向については、「機会があれば」も含めると99%が再訪の意向を示した。

2.調査結果

(1) 回答者の属性

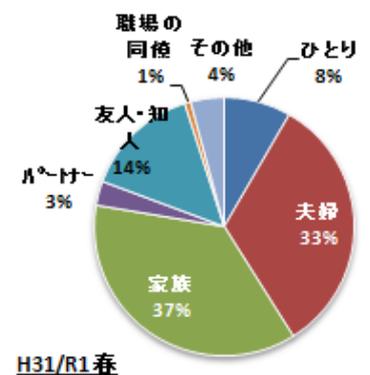
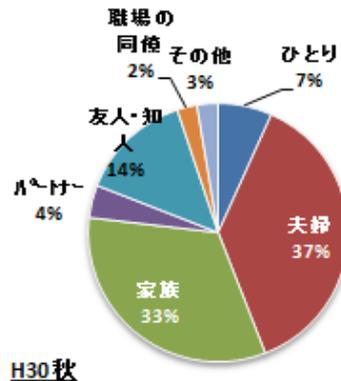
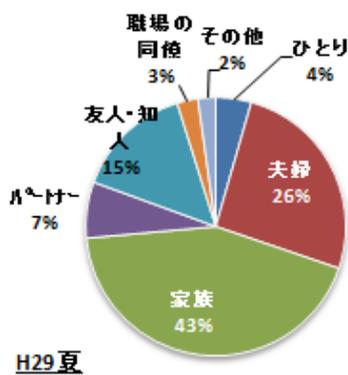
① 年代

春・秋は傾向が同じで、50代以上のシニア層の来訪が65%程度と過半数を占めるが、夏は40代以下の若い層が55%と多くを占める。



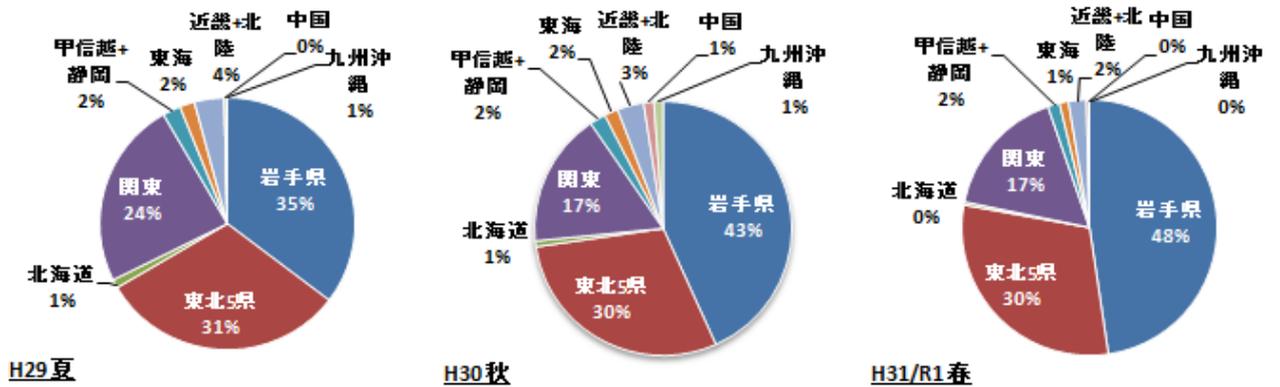
② 同行者

いずれの季節も「夫婦」もしくは「家族」での来訪が全体の7割を占めるが、春・秋はそれぞれ30%程度でほぼ同程度なのに対して、夏は「家族」での来訪が43%と高くなる傾向。若い世代の比率が高くなっていることも一因か。



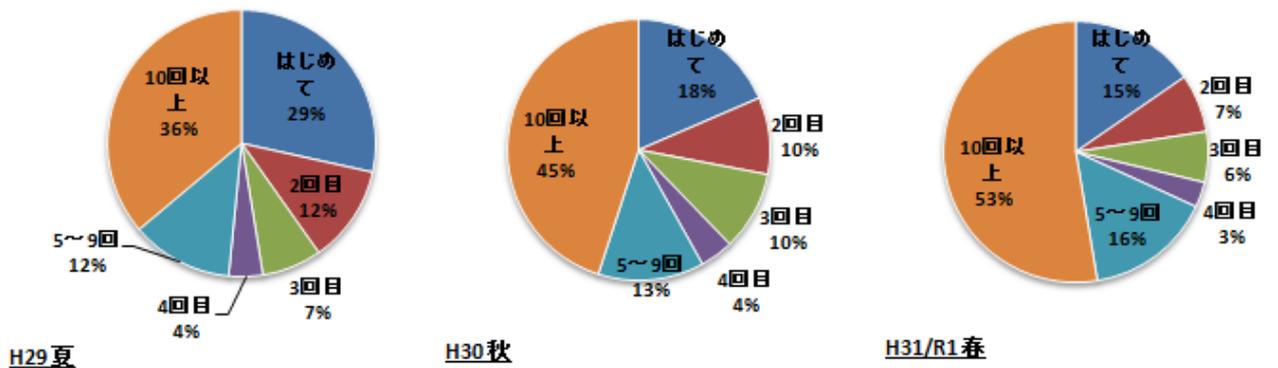
③ 居住地

いずれの季節も「岩手県」が 35～48%でもっとも多く、東北各県と合わせると全体の約 7 割と、近隣から多くを占める。関東からも一定数来訪があり、春・秋で 17%、夏は 24%と多くなる傾向(主に東京、神奈川から)。



④ 雫石への訪問回数

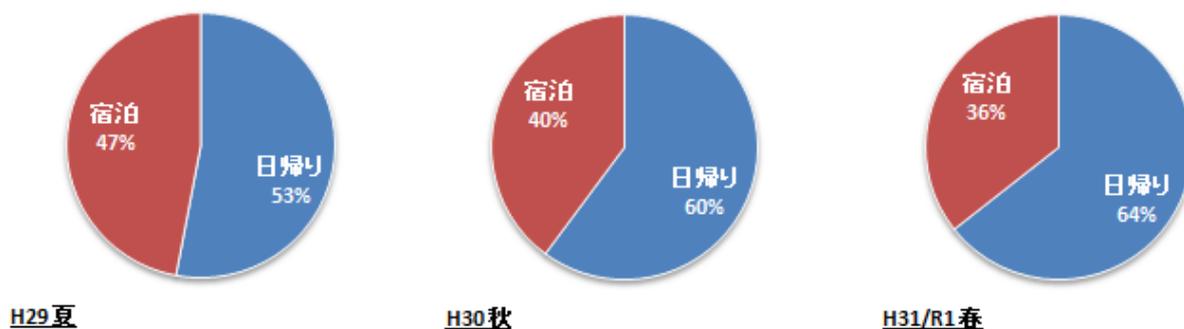
県内を含む近県からの来訪が多い春・秋では「5 回以上」のリピーターが 6 割以上を占め、「はじめて」は 20%に満たないが、近県の割合が少なくなる夏は「5 回以上」のリピーターが半数ほどに減り、「はじめて」が 3 割ほどに増加。



(2) 集計結果

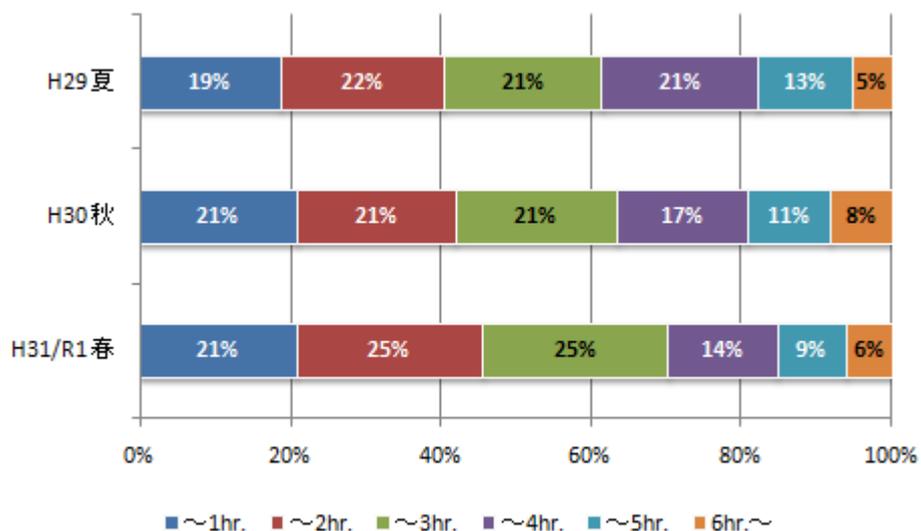
① 旅行形態（日帰施設での回答データで解析）

いずれの季節も「日帰り」が過半数を占めるが、夏は「日帰り」、「宿泊」の比率がほぼ半数となり、「宿泊」を伴う旅行が増える傾向。昨年春の3回目の調査では10連休となったGWを含んでいたが、「宿泊」より「日帰り」が多い結果となった。



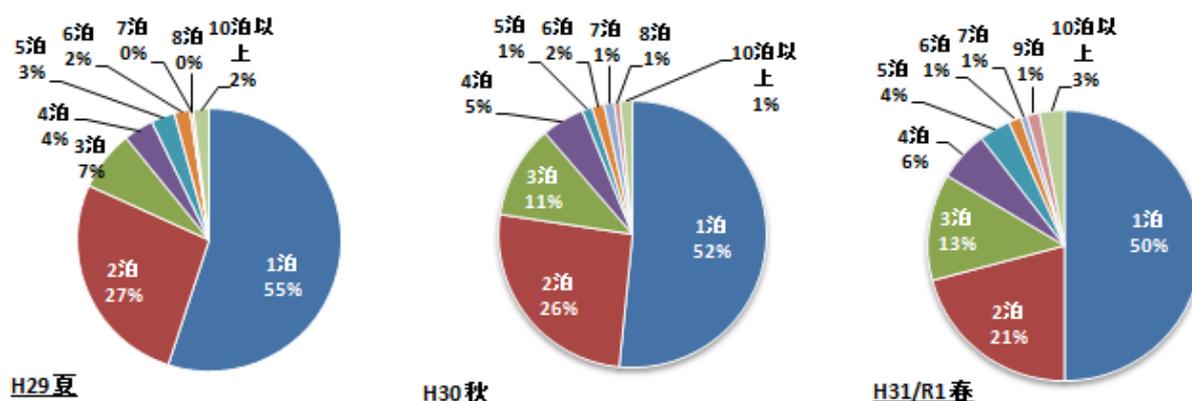
② 日帰りの場合の滞在時間

「日帰り」での来訪の場合の町内滞在時間は「2時間以下」のケースが約40%、「3時間以下」まで含めても60～70%で、多くは短時間の滞在に留まっている。特に昨年春の調査では、県内客が約半数を占めた影響が「3時間以下」の滞在が70%と、滞在時間の短さが顕著となった。



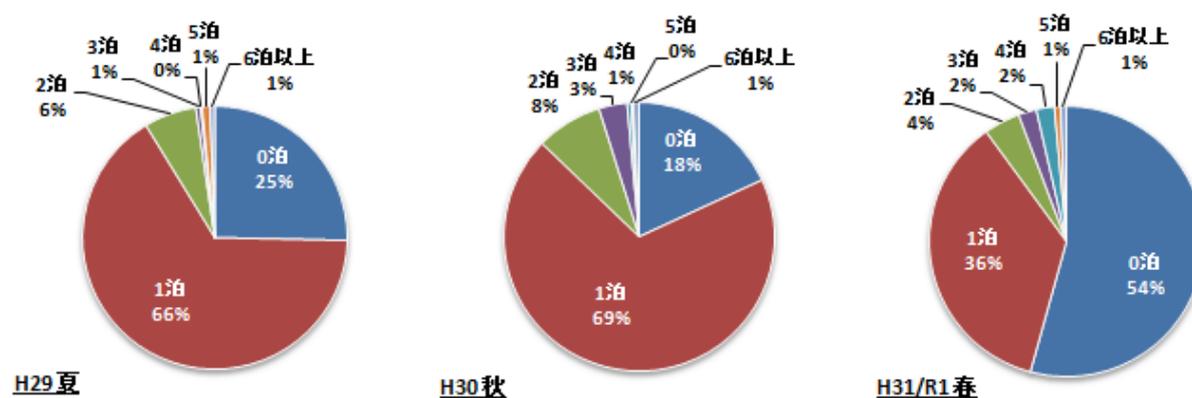
③ 旅行全体の宿泊数（日帰施設で「宿泊」と回答されたデータで解析）

宿泊を伴う場合、その半数は「1泊」に留まる。「2泊」を含めると全体の7割以上を占めるが、複数泊は少ない傾向。10連休を伴った昨年春の調査では、「3泊以上」の割合が増えたものの、半数は「1泊」に留まった。



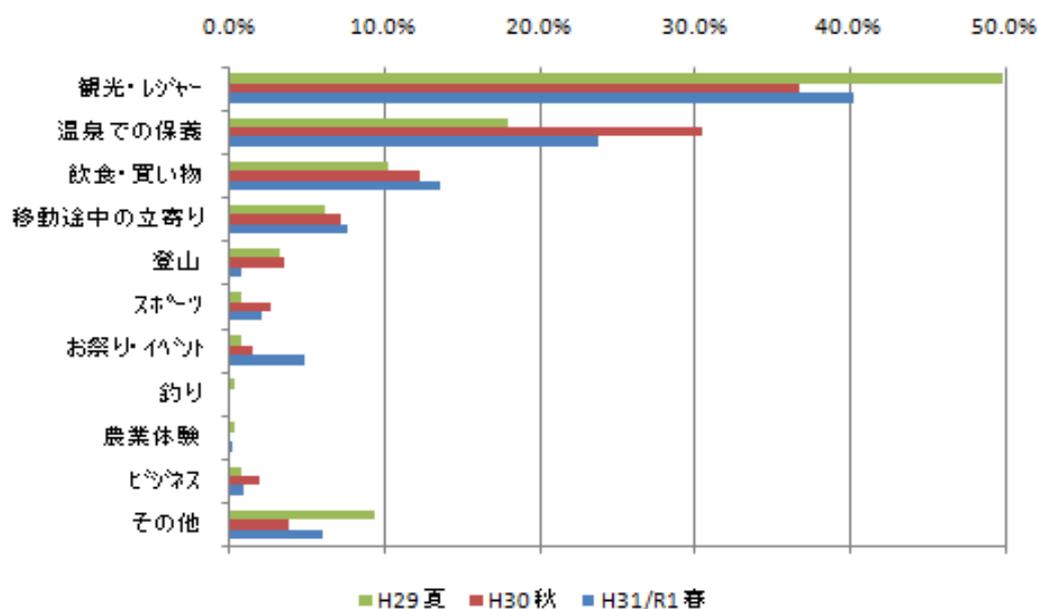
④ 雫石町内での宿泊数（日帰施設で「宿泊」と回答されたデータで解析）

夏、秋の調査では、宿泊を伴う旅行のうち町内での宿泊が「0泊」のケースが2割前後、「1泊」が7割前後と、町内宿泊なしのケースはまだ少なかったが、昨年春の調査では「0泊」が54%と半数を超え「1泊」も36%で、“町外に宿泊して雫石には日帰りで遊びに行く”という観光客の行動が顕著に表れる結果となった。



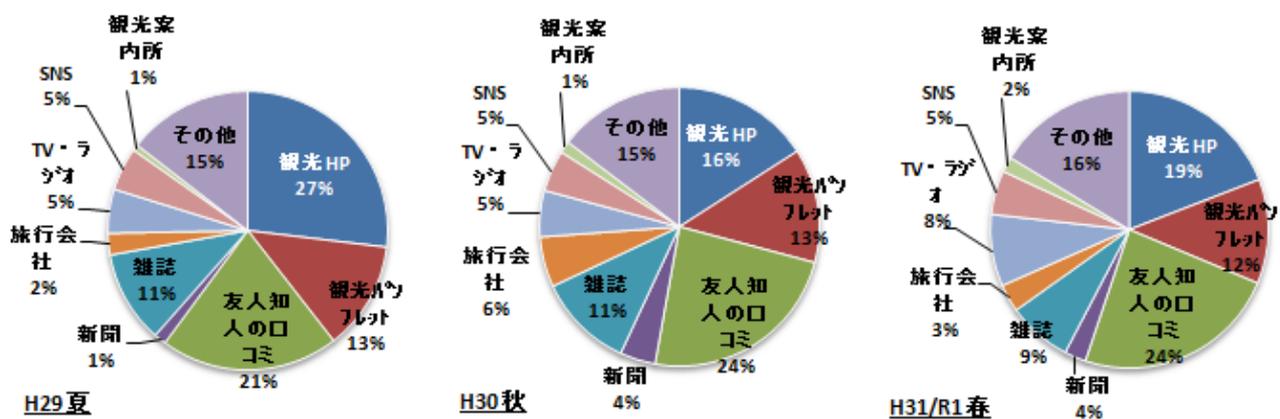
⑤ 来訪目的

いずれの季節も来訪目的は、「観光・レジャー」、「温泉での保養」、「飲食・買い物」がトップ3だが、「温泉での保養」は秋には約30%と他の季節より高くなる。



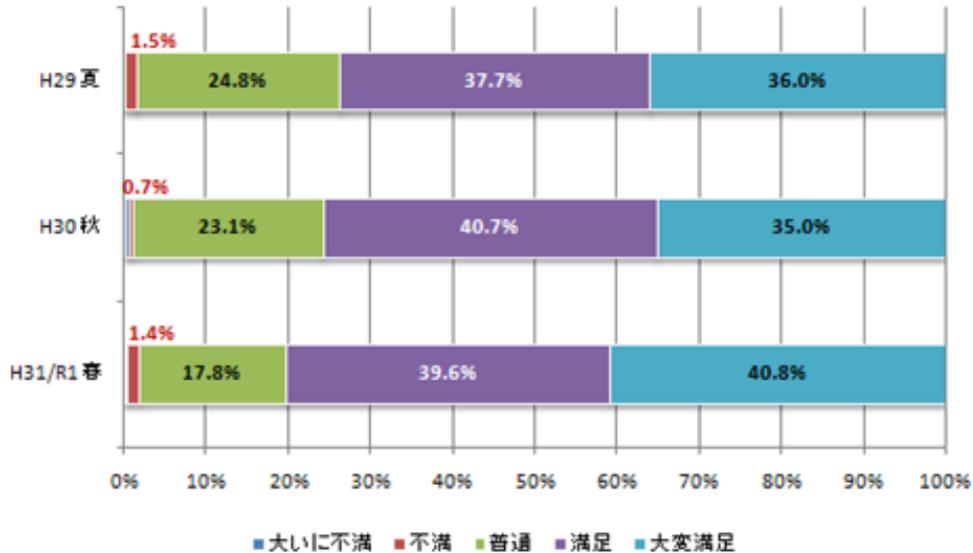
⑥ 情報源

「友人・知人の口コミ」が約20%で最も多く、次いで「観光HP」が主な情報源となっている。また、「観光パンフレット」や「雑誌」など従来からの媒体も、10%前後と一定数利用されている。一方、「SNS」の割合は5%と、あまり高くない。



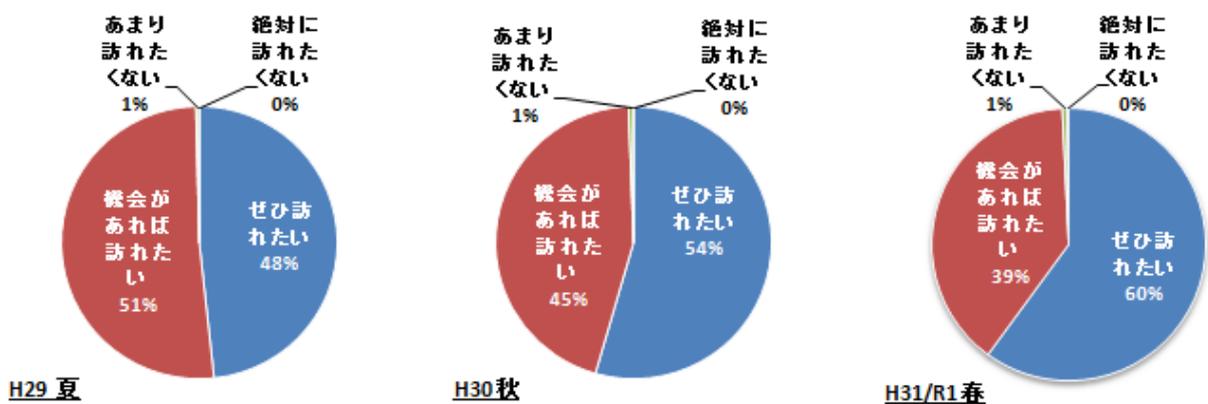
⑦ 総合満足度

「不満」の評価はほとんどなし。「普通」の回答も20%程度と少なく、「満足」、「大変満足」が7割を超える。一方、個別の項目では、いずれの調査でも「景観・雰囲気」、「温泉・宿泊施設」、「おもてなし」で満足度が高く、「公共交通機関」と「情報提供」で低い結果となった。



⑧ 再訪の意向

平成29年夏の調査では、「機会があれば」との消極的な再訪の意向が半数だったが、その後の調査では「ぜひ訪れたい」が過半数を占める結果となった。近県からの来訪、リピーターの多さがその要因か。一方、「訪れたくない」との意見はほとんどないものの、いずれの調査でもゼロではない。



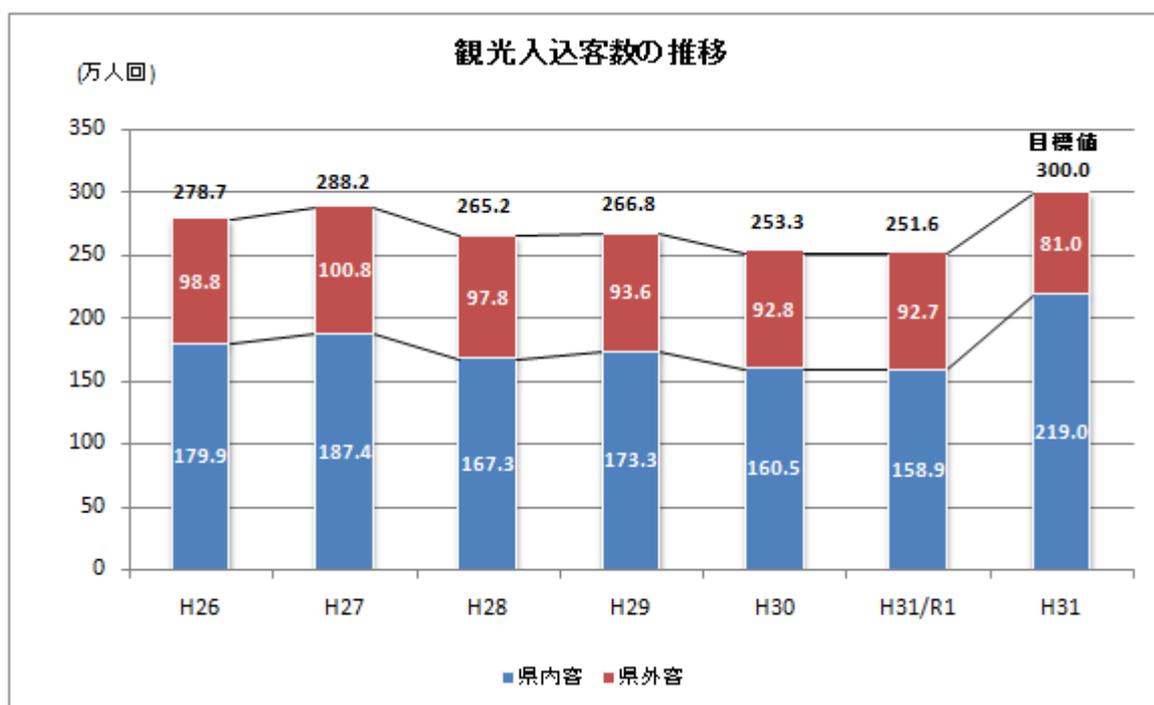
3. 雫石町観光・交流活性化行動計画の進捗状況

(1) 目標数値の達成状況

① 観光入込客数

単位：万人回

	H26実績	H31目標	H31/R1実績	達成率
総入込客数	278.7	300.0	251.6	83.9%
県内客	179.9	219.0	158.9	72.6%
県外客	98.8	81.0	92.7	114.4%



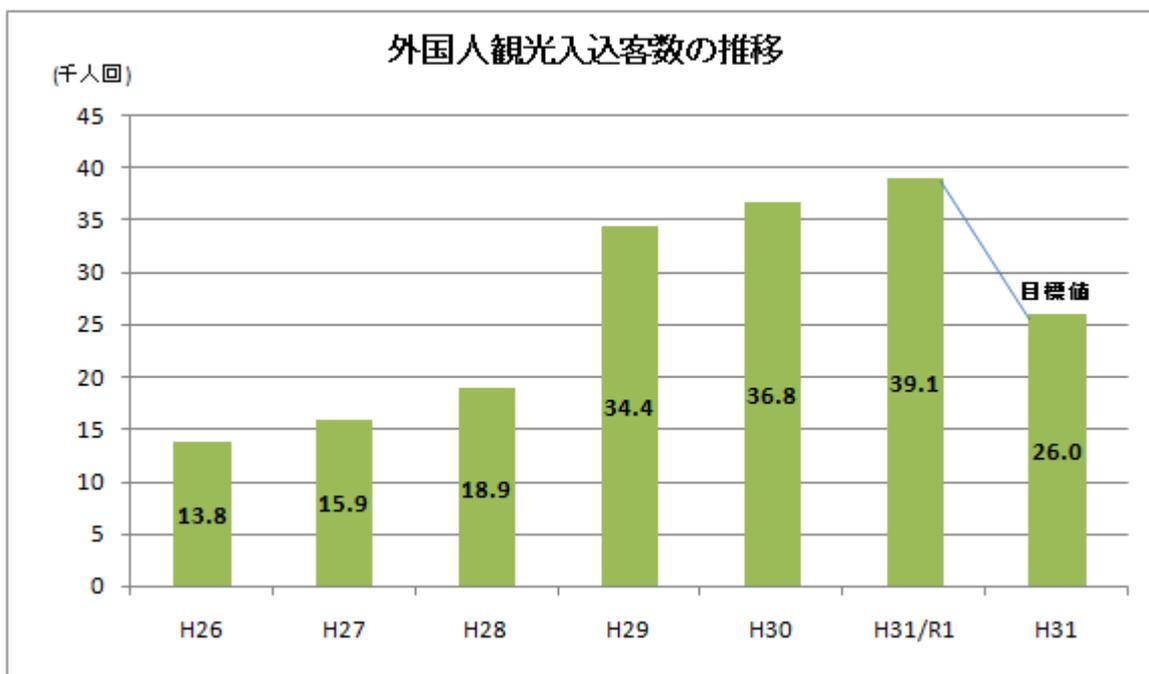
観光入込客数は令和元年度には251.6万人回と、平成27年以降緩やかに減少を続けており、目標の約84%となっている。県内外別で見ると、県外客は平成26年と比較して約6万人回減の約96%に留まっているが、県内客は21万人回減の約88%と減少幅が大きくなっている。

第50回の記念開催となった雪まつりへの来場者増、スキー客の増加により前年並みとなったが、平成30年は雪まつりの分散開催および会期短縮による入込減、大雪と低温による出控えなどにより減少、令和元年は雪まつりの会期延長による増加、10連休となったゴールデンウィーク期間の来訪者増があったものの、台風や紅葉シーズンの天候不良などの影響があったことが要因として挙げられる。

② 外国人観光入込客数

単位：人回

	H26実績	H31目標	H31/R1実績	達成率
外国人客数	13,846	26,000	39,091	150.4%

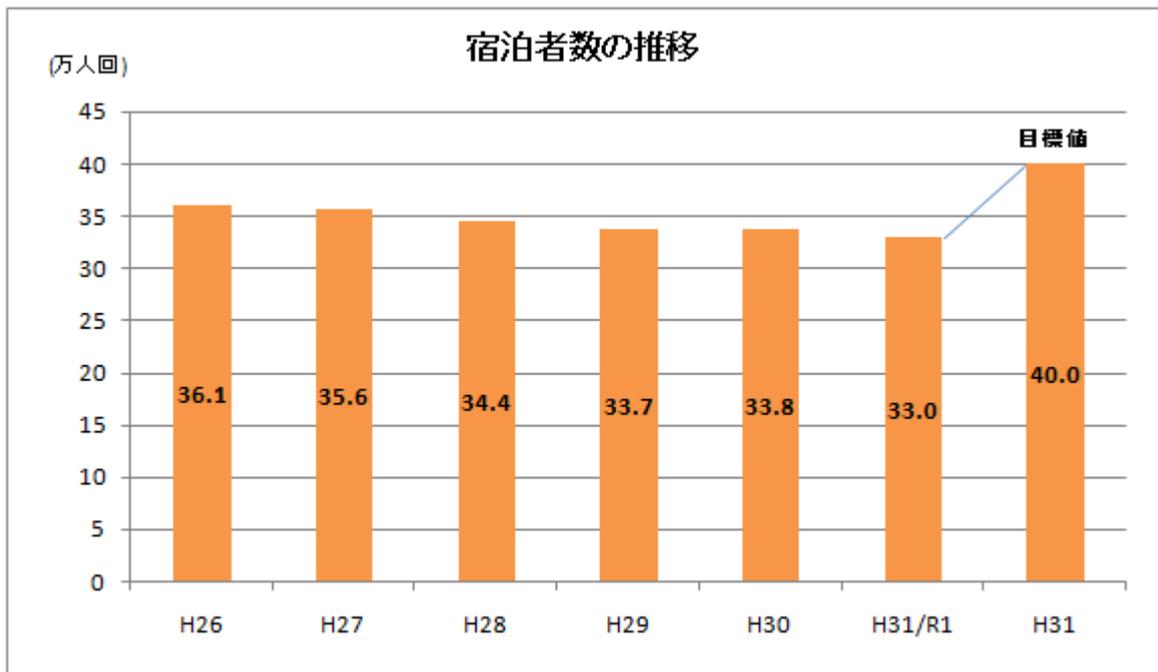


外国人観光客の入込数については、目標の約 150%となっている。平成 29 年の花巻と台湾、タイ、香港間のチャーター便が前年の約 4 倍、特に台湾便は 73 便運行されたことで台湾からの観光客数が急増、全体では前年の約 1.8 倍まで増加している。平成 30 年 8 月には台湾便が定期便化されたが、団体ツアーでの来訪が減少した影響で入込客数の伸びは鈍ったものの、令和元年には花巻⇔上海便が、さらに仙台⇔タイ便が定期就航したことで、中国やタイからの来訪者数も増加傾向にあり、入込数も目標の 150%と大きな伸びとなった。なお、令和元年の国・地域別の構成は多い順に、台湾：71%、中国：7%、香港：6%、オーストラリア：3%、タイ：3%となっている。

③ 宿泊者数

単位：人回

	H26実績	H31目標	H31/R1実績	達成率
宿泊客数	360,678	400,000	329,854	82.5%



宿泊客数も平成 26 年以降緩やかに減少を続けており、平成 31/令和元年は平成 26 年の約 90%に減少し、目標の約 83%となっている。来訪者アンケートの結果から、盛岡など町外に宿泊して雫石へは日帰りで訪れるというケースも散見され、このことも宿泊客減少の要因の一つとして挙げられる。

(2) 雫石町内観光施設等へのアンケート調査結果

1. 調査概要

【目的】

第二次雫石町観光・交流活性化行動計画の計画期間（H28～R2）終了にあたり、観光関連産業の現状・課題・需要を把握する。

【調査対象】

（一社）しずくし観光協会、鶯宿温泉観光協会会員の宿泊施設、観光施設・飲食店、計 75 施設

- ・宿泊施設：50 施設
- ・観光施設・飲食店：25 施設

【調査項目】

- ・宿泊施設：施設実態、営業状況、課題及び解決策
- ・観光施設・飲食店：施設実態、コロナ禍における新たな取組、キャッシュレス化実態、課題及び解決策

【調査期間】

- ・宿泊施設：令和 2 年 7 月 2 日～7 月 12 日
 - ・観光施設・飲食店：令和 2 年 8 月 11 日～8 月 19 日
- ※アンケート調査（郵送式調査）

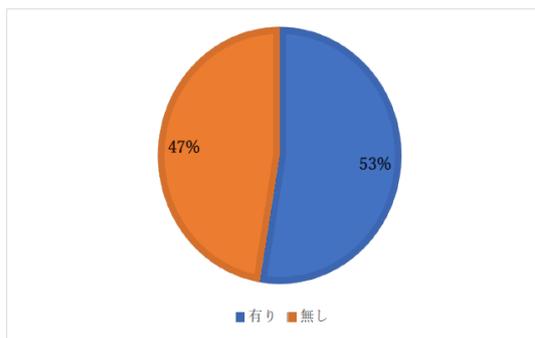
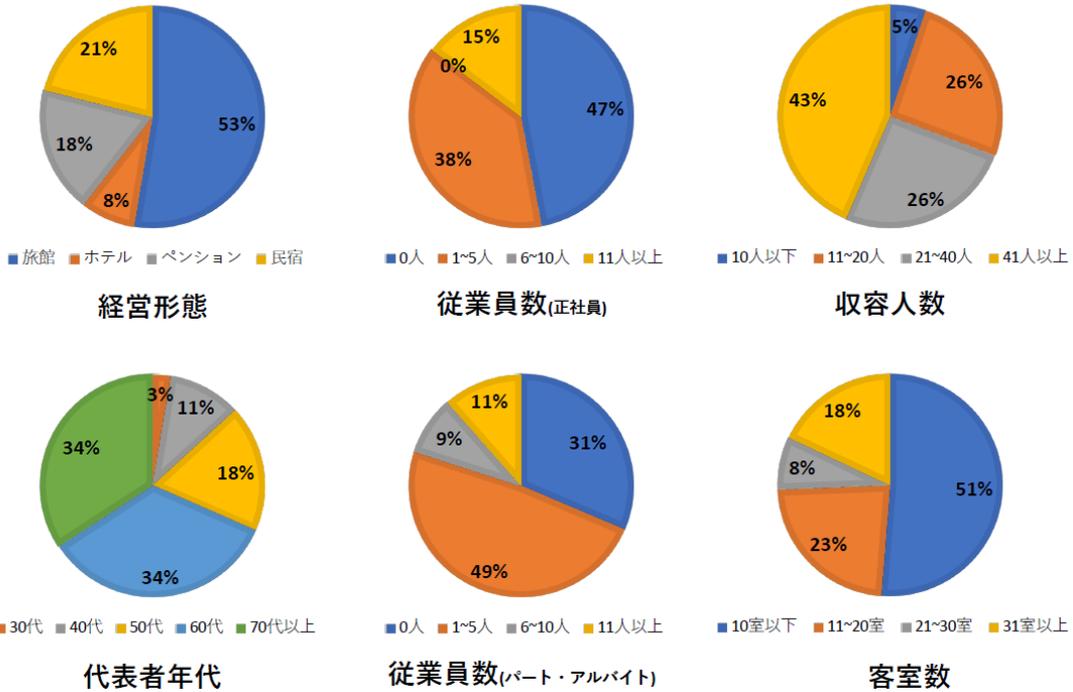
【回答結果】

- ・宿泊施設：回収数 39 施設、回答率 78%
- ・観光施設・飲食店：回収数 16 施設、回答率 64%

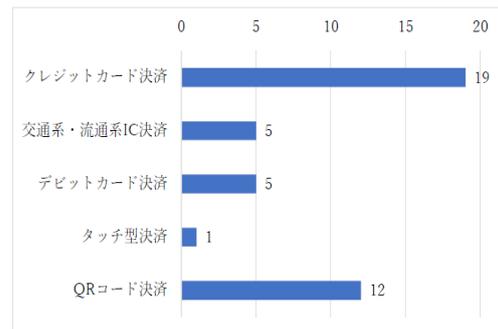
2. 調査結果

① 宿泊施設の実態

(1) 宿泊施設の経営状況



キャッシュレス決済の導入の有無



キャッシュレス決済の導入タイプ

(2) 宿泊施設の課題・需要

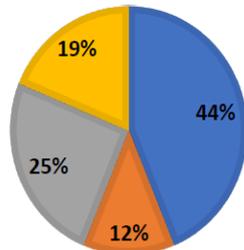
- ・経営者層の高齢化と雇用の不安定化
 - ➔60代以上の経営者が7割、70代以上の経営者の施設の7割で正社員0人
 - ➔雇用の不安定化及び人手不足への対応が課題
- ・受入基盤の整備
 - ・送迎（施設⇔駅）➔中・大規模施設の8割が実施、小規模では5割が未実施
 - ・キャッシュレス化➔導入済みと未導入が半々
- ・新たな動きへの対応
 - ・連泊化促進（ワーケーションや泊食分離）への対応
 - ・その他潮流への対応（インバウンド、バリアフリー）

(参考) 宿泊施設及び本町の課題・解決策についての回答結果

分野	取り組み内容	今後の対応の重要度			政支援やエリア連携の必要	
		重要	普通	重要ではない	必要	不要
交通	駅石駅からの2次交通ネットワークの整備	73%	24%	3%	90%	10%
	観光施設（観光地、宿泊施設）間の移動サービス	62%	35%	3%	82%	18%
	観光2次交通も含めたアクセス情報の発信	71%	23%	6%	87%	13%
	レンタカーの充実	41%	41%	19%	74%	26%
	レンタサイクルの充実	19%	42%	39%	53%	47%
	オンデマンド型（予約型）交通の導入	32%	45%	23%	70%	30%
営業	域内（県内）向け営業	68%	19%	13%	89%	11%
	東北・北海道向け営業	75%	19%	6%	83%	17%
	首都圏向け営業	58%	33%	9%	83%	17%
	海外向け営業	33%	43%	23%	74%	26%
	ビジネス客向け営業（ワーケーション誘致）	52%	34%	14%	77%	23%
	教育機関向け営業（教育旅行・スポーツ合宿誘致）	61%	23%	16%	80%	20%
情報発信	デジタルマーケティングの活用	61%	32%	6%	83%	17%
	観光者自身によるSNS発信の仕組み構築	58%	35%	6%	82%	18%
滞在型観光	観光地（温泉地・景勝地）の環境整備・維持管理	91%	9%	0%	100%	0%
	山岳・登山ガイドの養成など専門人材の育成	56%	31%	13%	76%	24%
	既存の近隣イベントと連動した宿泊商品造成	52%	35%	13%	64%	36%
	スポーツ関連施設と連携した合宿誘致	60%	27%	13%	86%	14%
	閑散期の宿泊商品の開発	67%	24%	9%	69%	31%
	近隣の物産販売・飲食店のPR	50%	44%	6%	76%	24%
	都市と農村との交流機会の創出（グリーンツーリズムの推進）	38%	53%	9%	72%	28%
	町内農畜産物や歴史文化の観光活用促進	50%	44%	6%	90%	10%
	JR駅周辺や温泉地周辺を巡る観光コンテンツ造成	55%	42%	3%	86%	14%
町内周遊を促す観光アプリの開発	47%	44%	9%	79%	21%	
	泊食分離型観光コンテンツ造成	38%	53%	9%	69%	31%
エリア連携	宿泊施設、飲食・物産事業者ら観光関連事業者のプラットフォーム構築	48%	42%	9%	90%	10%
	エリアでの共同採用活動の実施	28%	50%	22%	64%	36%
	施設利用食材の1次加工施設の整備	31%	41%	28%	54%	46%
	近隣自治体と連携した営業	44%	44%	13%	75%	25%
インバウンド 誘客促進	Wi-Fi環境整備	69%	22%	9%	67%	33%
	キャッシュレス決済化促進	58%	32%	10%	70%	30%
	多言語対応	52%	32%	16%	70%	30%
	人材育成・確保	48%	42%	10%	59%	41%
	外国人向け観光コンテンツ造成	31%	50%	19%	61%	39%
	紙・web媒体による発信	50%	38%	13%	69%	31%

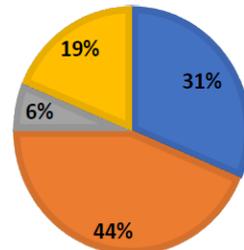
② 観光施設・飲食店の実態

(1) 観光施設・飲食店の経営状況



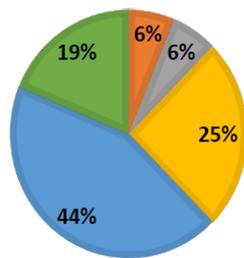
■ 飲食店 ■ 小売店 ■ 観光施設 ■ その他

経営形態



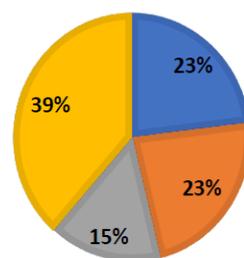
■ 0人 ■ 1人~5人 ■ 6人~10人 ■ 11人以上

従業員数(正社員)



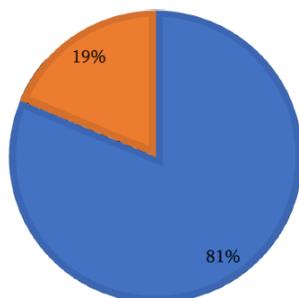
■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代 ■ 70代以上

代表者年代



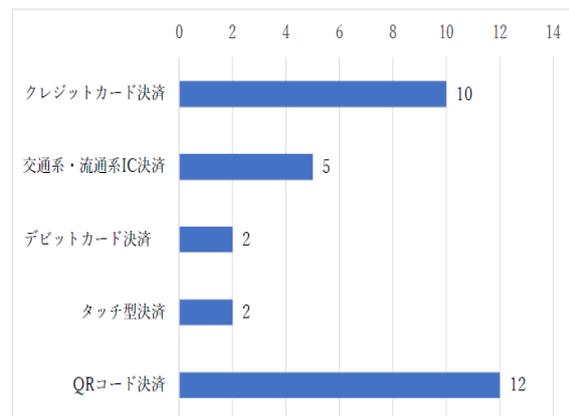
■ 0人 ■ 1人~5人 ■ 6人~10人 ■ 11人以上

従業員数(パート・アルバイト)



■ 有り ■ 無し

キャッシュレス決済の導入の有無



キャッシュレス決済の導入形態

(2) 観光施設・飲食店の課題・需要

- ・経営者層の高齢化と雇用の不安定化
 - ➔60代以上の経営者が飲食店で8割、小売店で5割、観光施設で4割
 - ➔雇用の不安定化及び人手不足への対応の課題
- ・新たな取組への対応と効果的な活用
 - ➔飲食店・小売店で7割、観光施設で2割の実施
 - ➔キャッシュレス化、オンライン販売などの効果的活用
- ・観光施設からの需要➔交通（二次交通ネットワーク他）、インバウンド受入
- ・飲食店からの需要➔滞在型観光（町内農産物の観光活用、町内周遊アプリ開発）

(参考) 観光施設・飲食店及び本町の課題・解決策についての回答結果

分野	取り組み内容	今後の対応の重要度			行政支援やエリア連携の必要性		全取組内容での需要
		重要	普通	重要ではない	必要	不要	
交通	幸石駅からの2次交通ネットワークの整備	50%	25%	25%	69%	31%	12%
	観光施設(観光地、宿泊施設)間の移動サービス	47%	47%	7%	87%	13%	7%
	観光2次交通も含めたアクセス情報の発信	53%	40%	7%	80%	20%	5%
	レンタカーの充実	20%	60%	20%	53%	47%	0%
	レンタサイクルの充実	13%	67%	20%	67%	33%	2%
	オンデマンド型(予約型)交通の導入	27%	67%	7%	87%	13%	0%
営業	域内(県内)向け営業	73%	27%	0%	80%	20%	10%
	東北・北海道向け営業	67%	27%	7%	80%	20%	7%
	首都圏向け営業	60%	33%	7%	67%	33%	5%
	海外向け営業	20%	60%	20%	53%	47%	0%
	ビジネス客向け営業(ワーケーション誘致)	20%	67%	13%	67%	33%	2%
	教育機関向け営業(教育旅行・スポーツ合宿誘致)	40%	47%	13%	80%	20%	5%
情報発信	デジタルマーケティングの活用	50%	43%	7%	69%	31%	0%
	観光者自身によるSNS発信の仕組み構築	53%	27%	20%	64%	36%	5%
滞在型観光	観光地(温泉地・景勝地)の環境整備・維持管理	80%	20%	0%	100%	0%	12%
	山岳・登山ガイドの養成など専門人材の育成	27%	67%	7%	73%	27%	2%
	既存の近隣イベントと連動した宿泊商品造成	29%	57%	14%	54%	43%	0%
	スポーツ関連施設と連携した合宿誘致	43%	43%	14%	79%	21%	0%
	閑散期の宿泊商品の開発	29%	50%	21%	57%	43%	0%
	近隣の物産販売・飲食店のPR	36%	64%	0%	79%	21%	5%
	都市と農村との交流機会の創出(グリーンツーリズムの推進)	40%	53%	7%	80%	20%	0%
	町内農産物や歴史文化の観光活用促進	47%	47%	7%	87%	13%	0%
	JR駅周辺や温泉地周辺を巡る観光コンテンツ造成	47%	40%	13%	79%	21%	2%
	町内周遊を促す観光アプリの開発	53%	33%	13%	80%	20%	2%
泊食分離型観光コンテンツ造成	33%	60%	7%	73%	27%	0%	
エリア連携	宿泊施設、飲食・物産事業者ら観光関連事業者のプラットフォーム構築	46%	46%	8%	50%	50%	2%
	エリアでの共同採用活動の実施	33%	33%	33%	36%	64%	0%
	施設利用食材の1次加工施設の整備	27%	53%	20%	43%	57%	0%
	近隣自治体と連携した営業	33%	40%	27%	50%	50%	0%
インバウンド 誘客促進	Wi-Fi環境整備	80%	13%	7%	86%	14%	7%
	キャッシュレス決済促進	29%	57%	14%	64%	36%	2%
	多言語対応	57%	29%	14%	79%	21%	2%
	人材育成・確保	64%	21%	14%	86%	14%	0%
	外国人向け観光コンテンツ造成	29%	57%	14%	79%	21%	2%
紙・web媒体による発信	50%	43%	7%	79%	21%	0%	

③ まとめ

宿泊施設・観光施設・飲食店とも経営者層の高齢化と雇用の不安定が課題となっている。

宿泊施設における連泊化、バリアフリー化、インバウンドへの対応、観光施設・飲食店におけるキャッシュレス化、オンライン販売など市場の変化や社会情勢の変化への対応に取り組む事業者もあるが、属性によって課題感は異なり、また、個別の事業者・産業では対応できない課題も出ている。

(3) 第二次栗石町観光・交流活性化行動計画の取組状況

- ①第二次計画で掲げたプロジェクトは 68 であり、そのうち 57 のプロジェクトが着手・実施済みであり、未着手は 11 のプロジェクトとなっており、概ね着実な推進が図られました。
- ②栗石町の観光・交流活性化のコンセプトを「しずくが潤す大地の恵み 栗石 ～町民みんなで取り組む観光・交流に向けて～」とし、町と観光関連組織、民間事業者はもとより、栗石町民自らが住むまちに対し関心を持ち、一体となって行動を実施していくことを目指して取組を進めました。
- ③「**戦略1 魅力ある観光メニューの確立**」は、桜・紅葉・山岳ツアーなど季節ごとの誘客ツアー等を実施することにより体験型観光を推進したほか、町外からのスポーツ・文化合宿に対し積極的に誘致活動や、既存施設の活用などにより受入を推進しました。町内の観光二次交通については、レンタカー手配やレンタサイクルの強化により、アクセスの改善を進めました。
- ④「**戦略2 地産地消の推進等による農業と観光・交流の連携**」は、県の認定を受けた「食の匠」を中心に、学校行事や PTA 活動へ講師派遣し、食に関する伝承活動に取り組んだほか、農産物の加工に関するセミナーの開催や実習等を支援しました。また、「地産食楽部」事業として、ホテルや観光施設で町産食材の PR のためのイベントの開催や、生産者と消費者、料理人とのマッチング事業を実施しました。
農業と観光の交流連携については、町グリーン・ツーリズム推進協議会を中心に、農業や農村文化体験メニューを定番商品としてパンフレットに掲載し、首都圏や主要都市で開催される誘致説明会に毎年参加するなど、教育旅行誘致活動を積極的に行い、農家民泊を含む農村体験の受入を進めました。
- ⑤「**戦略3 観光情報の強力な発信**」は、首都圏に「観光販売促進実践アドバイザー」を配置し、旅行会社等の企画担当や販売担当に対し、商品開発時期やキャンペーン時期に合わせて情報発信を行ったほか、広域連携により、年 1 回首都圏で観光商談会を開催し、商品造成と誘客促進を図りました。インターネットを活用した情報発信については、情報の集約や観光客ニーズに合わせた情報の提供に努め、多言語ホームページも開設しましたが、ページの訪問者数が年々減少して伸びなかったことから、令和元年度で休止することとしました。
- ⑥「**戦略4 外国人観光客の誘客促進と受入体制整備**」は、台湾・タイ・豪州を中心にプロモーション活動を行い、桜・紅葉・雪・温泉など自然資源を活用したモニターツアーを実施するなど誘客促進事業に取り組み、令和元年まで順調に入込客数が推移していましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、当面はインバウンド観光客誘客が難しい状況となっています。

⑦「**戦略5 観光まちづくりや観光推進体制の強化**」は、観光施設等との懇談会や観光戦略推進会議等を開催し、アクションプランの策定や情報共有を行い、農商工観のみならず住民も加えた新しい観光地域づくりの枠組みやしずくいし観光協会のDMO形成について検討を進めましたが、設置には至っていません。一方でDMC「いわてラボ」を中心に、「観光により稼ぐ」具体的な取り組みが進められています。

観光統計の整備については、既存の観光客入込数調査に加え、平成29年度から観光客に対し、アンケート調査を実施し、動向把握を図っています。

また、盛岡広域、県広域の自治体等と組織された協議会に積極的に参画し、宿泊施設共通キャンペーンや特典クーポン事業などに取り組み、しずくいし観光協会を中心とした観光プラットフォームの形成を推進しました。

(3) 第二次雫石町観光・交流活性化行動計画の取組状況（詳細）

基本戦略番号	基本戦略	施策番号	具体的な施策	PJ番号	プロジェクト	実施期間	状況	実施概要	事業名
1	魅力ある観光メニューの確立	1-1	雫石町が誇る観光資源を組み合わせ、魅力的な観光メニューを作成します	1	四季を感じる体験プログラムや雫石町でしか味わえない体験を組み込んだもの、その時にしか実施できないツアー等の造成	H28～R2	実施中	桜・紅葉・山岳ツアーのほか、雪まつりや移住体験を組み込んだツアーなど各種造成・実施している。	しずくしい観光協会事業
				2	施設間の連携による観光客のニーズに応じた多様なプランの造成	H28～R2	実施中	めぐりっぷ旅行券や共通入浴券など、観光客のニーズに応じた商品を作成・販売している。	しずくしい観光協会事業
				3	シニア世代、家族連れ、若い世代など、世代別を対象にしたプランの造成	H28～R2	実施中	プラン造成には、ターゲットに応じたコンテンツを含めるよう工夫して作成している。	しずくしい観光協会事業
				4	造成した着地型旅行商品・プログラムの直接販売と、旅行会社への情報発信の実施	H28～R2	実施中	造成したプランは、直接販売のほか、旅行会社への共有も行っている。	しずくしい観光協会事業
				5	観光資源の特性や魅力をより効果的に伝えるためのガイドの養成	H28～R2	実施中	山岳ガイド研修、おもてなし研修、町外研修等を実施している。	しずくしい観光協会事業
				6	観光資源と観光関連施設を組み合わせ、プランを提案するコーディネーターの養成	H28～R2	実施中	観光施設等と情報共有し、旅行業を取得した職員を中心にプランの造成を行っている。	しずくしい観光協会事業
		1-2	雫石町の優れたスポーツ・文化合宿環境を活用し、合宿誘致を推進します	1	町外からのスポーツ・文化合宿に対し、施設等の利用料や町特産品のプレゼント等の支援を実施	H28～R2	実施中	申込団体への合宿費の補助を行っている。	しずくしい観光協会事業
				2	雫石町の自然環境やスポーツ・文化合宿環境の情報発信	H28～R2	実施中	首都圏観光販売促進実践アドバイザー等による営業のほか、観光協会・町スポーツ担当等が連携し、誘致説明会参加や誘致活動を行っている。	観光交流推進事業
				3	合宿に特化した旅行商品「合宿プラン」の開発及び販売	H28～R2	実施中	会員宿泊施設を対象とした「合宿宿泊プラン」をHPやDMで販売している。	しずくしい観光協会事業
				4	既存施設をさらに活用できる環境の整備	H28～R2	実施中	廃校等を活用した受入もできるような環境整備を進めている。	生涯学習スポーツ事業
				5	各種コンベンションの町内誘致のみならず、周辺自治体で開催されるコンベンション参加者の宿泊を町内へ誘導する体制の整備	H28～R2	実施中	会員宿泊施設を対象とした宿泊プランをHPで販売している。	しずくしい観光協会事業
		1-3	雫石町内・町外のアクセスを改善します	1	雫石駅を拠点としてワンコインタクシー・レンタサイクルの実施体制の確立	H28～R2	実施中	ワンコインタクシーはH28～29実施した。レンタサイクルは、毎年4～11月に行っているほか、R2に環境省補助事業によりレンタサイクルを20台購入し、観光施設にも配置する。	しずくしい観光協会事業
				2	はじめて雫石町を訪れた観光客にとってわかりやすい二次交通情報の発信	R1～R2	実施中	公共的な二次交通については発信していないが、レンタカーについて協会HPトップページに掲載している。	しずくしい観光協会事業
				3	雫石駅で乗降が可能なレンタカーシステムの検討	H30～R2	実施中	公共的な二次交通について解決が難しいため、レンタカーを手配できるようなHPから予約できるようにしている。	しずくしい観光協会事業
				4	ワンコインタクシー・レンタサイクルを活用し、町内周遊ルートの作成・提案及び町内観光関連施設が連動した町内周遊・宿泊パックの造成	H28～R2	実施中	H30年度に「おすすめコース・食事場所・観光地」を記載したサイクリングマップを作成したほか、町内宿泊者が利用しやすいように2日間料金を設定した。	しずくしい観光協会事業
				5	ウォーキング、サイクリング、ランニングなどの体験観光ルートを町内の観光資源と対応させつつわかりやすく示すマップ等の整備	H28～R2	実施中	サイクリングマップは作成したが、ランニング等の体験と観光資源を対応させたマップは整備できていない。	しずくしい観光協会事業

基本戦略番号	基本戦略	施策番号	具体的な施策	PJ番号	プロジェクト	実施期間	状況	実施概要	事業名
2	地産地消の推進等による農業と観光・交流の連携	2-1	雫石町の食の伝統を継承します	1	地域の歴史や伝統行事、伝承、食等の発掘と整理	H28-R2	継続中	H28年度に8回、H29年度に9回「食の伝承者養成講座」を開催した。H30年度から「食の伝承者派遣事業」を実施し、食に関する伝承活動に取り組んでいる。この他、農産物の加工に関するセミナーを開催しているほか、町内の農業者グループを中心に町農業者トレーニングセンター等で味噌づくり、豆腐づくり、そば打ちが実施されており、地域の食文化の伝承に係る取り組みが地域主体でも取り組まれている。	農村活性化推進事業
				2	山菜を適正に採取できる指導者の養成		未実施	山菜の採取に向けた取り組みは行っていないが、町農業者トレーニングセンターでのセミナー開催により、山菜の保存技術に関する研修会を開催した。	農村活性化推進事業
				3	雫石ならではの食の技術、調理技術を伝承する講座の開催	H28-R2	継続中	H28年度に8回、H29年度に9回「食の伝承者養成講座」を開催した。H30年度から「食の伝承者派遣事業」を実施し、食に関する伝承活動に取り組んでいる。また、県から認定された「食の匠」を中心に学校行事やPTA活動からの講師依頼に対し、紹介を行っている。	農村活性化推進事業
				4	食の伝承活動に取り組む個人やグループの認証制度の構築	H28-R2	継続中	郷土料理や食の伝承活動に取り組む個人を発掘し、岩手県「食の匠」制度への候補者の選考や推薦を行っている。	農村活性化推進事業
		2-2	雫石町の農産物の地産地消と加工品開発を推進し、販路を拡大します	1	コンテスト形式による新メニューやお土産の開発		未実施	コンテスト形式での開催は行っていないが、地産食楽部事業として、町産農畜産物を使用した新メニューの開発を対象とした助成制度を創設した。	地産地消推進事業
				2	雫石産食材や郷土料理等を扱う飲食施設等の情報発信の強化	H28-R2	継続中	地産食楽部としてFacebook等を活用して町産食材や飲食店の情報発信を行っているほか、町産農畜産物・加工品の使用した料理提供による「雫石フェア」の開催やH29年度までの「雫石まるごとグルメスタンプラリーフェア」やH30年度からの「雫石まるごとグルメスタンプラリーフェア」の開催により、地産地消や販路拡大に向けた取り組みを行った。	地産地消推進事業
				3	観光産業従事者と農家間との直接的な関係構築の機会の創出	H28-R2	継続中	地産食楽部事業として、生産者と消費者、料理人とのマッチングプロジェクトとして、紫波町の飲食店において、交流イベントに参加したほか、地産食楽部のFacebookなどを活用した情報発信を行った。	地産地消推進事業
				4	食をテーマにしたイベントの充実	H28-R2	継続中	しずくいし産業まつり、地産食楽部事業としてホテルや観光施設でのイベント開催、町農業者トレーニングセンターを活用した加工セミナー、イベントを活用した町産食材のPR活動等、多様なイベントへの参加や開催等を通じた情報発信を行った。	地産地消推進事業 農業政策推進事業
		2-3	農家と観光客が長期的に交流する期間を創出します	1	農家民泊を含む体験受入体制の強化	H28-R2	継続中	町グリーン・ツーリズム推進協議会を主体に、体験・宿泊の受け入れを進めている。	グリーン・ツーリズム推進事業
				2	教育旅行誘致活動の推進	H28-R2	継続中	首都圏や主要都市で開催される誘致説明会に毎年参加している。	グリーン・ツーリズム推進事業
				3	農業を身近に体感・体験できるプログラムの定番商品化や予約・購買の利便性の向上	H28-R2	継続中	農業体験も体験メニュー定番商品として、パンフレットに掲載するなど、積極的に紹介している。	グリーン・ツーリズム推進事業
				4	体験を含めた農畜産物オーナー制度の検討		未実施	具体的な検討には至っていないが、一部の生産者へは提案中。	農産物生産振興対策事業

基本戦略 番号	基本戦略	施策 番号	具体的な施策	PJ 番号	プロジェクト	実施期間	状況	実施概要	事業名
3	観光情報の強力な発信	3-1	多様なメディアを活用し、 宇石町の露出を図ります	1	インターネットの他、テレビCM、ポスター掲出、パンフレット配架など露出手段の多様化	H28~R2	継続中	イベントや誘客企画に合わせてCM、ポスター、パンフレットのほか、イメージキャラクターも積極的に使用している。	観光情報発信事業
				2	通年で宇石での過ごし方がイメージできるガイド（本・映像）の作成・配布	H28~R2	継続中	移住促進を図るため、宇石での暮らしをイメージした映像やガイドブックを作製した。	移住・定住促進事業
				3	交流居住・移住検討者を対象とした宇石町の魅力発信	H28~R2	継続中	首都圏等で移住促進イベントに定期的に参加し、宇石での暮らしの魅力を発信している。	移住・定住促進事業
				4	県内外のマスメディア等を活用し、イベント実施期間や閑散期等、集中誘客を期待する時期におけるメディアキャンペーンの実施	H28~R2	継続中	ゆるキャラグランプリなど全国規模のイベントに参加した。	観光情報発信事業
				5	旅行会社の商品開発時期や、キャンペーン実施時期に合わせた、旅行会社の企画担当者、販売担当者等への情報発信	H28~R2	継続中	首都圏在住の観光販売促進実践アドバイザーを委嘱し、旅行会社を定期的に訪問するほか、広域連携により年1回、首都圏で観光商談会を開催している。	観光情報発信事業
				6	マスメディアや旅行会社に対し、旬の情報や良質な宣伝画像等を定期的に提供する仕組みの検討		未実施		観光情報発信事業
		3-2	町が一体となった効果的なプロモーション体制を構築します	1	観光施設・観光資源の情報を集約し、一元化して発信する仕組みの検討	H28~R2	継続中	観光情報ポータルサイトは、町HPファンクラブネットと観光協会HPに情報を集約した。	観光情報発信事業
				2	ターゲット層ごとに必要な情報をまとめたプロモーション活動の実施	H28~R3	継続中	インバウンド観光客や首都圏誘客など、ターゲット層ごとに、観光情報をまとめてプロモーション活動を行った。	観光情報発信事業
				3	観光客にとって利便性の高い観光情報ポータルサイトやパンフレット、画像、動画等の観光情報ツールの構築	H28~R2	継続中	観光情報ポータルサイトは、町HPファンクラブネットと観光協会HPに情報を集約した。パンフレットについては町が作成した観光ガイドブックのほか、各施設で作成している。H29年度に新しく観光協会で作成した四季の動画や他エリアと連携した冬季誘客用の動画制作に協力している。	観光情報発信事業
		3-3	ICTを活用し、必要な情報がリアルタイムに入手できる情報体制を構築します	1	パソコン版ホームページの充実による観光客のニーズに応えた情報提供の実施	H28~R2	継続中	ホームページは、ほぼ毎日更新し、最新の情報を掲載するように努めている。	観光情報発信事業
				2	場所や時間により以下の情報を提供する、観光アプリケーション開発の検討		未実施	観光アプリケーションの開発については検討していないが、観光客ニーズに合わせた情報を提供できるようにしている。	観光情報発信事業
				①	①自家用車やレンタカー利用者に適した情報		—	ドライブマップを配架しているほか、R1年度に英語版を作製し、HPに掲載している。	観光情報発信事業
				②	②公共交通や徒歩で移動する観光客への適切な情報		—	ガイドブック裏面への主要都市からのアクセスを掲載や、JRの駅からハイキング企画、している	観光情報発信事業
				③	③地域の奥深い魅力を観光客自身が「発見」し「感動」するための情報		—	地域づくり会議やよしなれ通りJV等、地域団体が作成した情報マップ等もニーズに応じて配布している。	観光情報発信事業
				3	市民や観光客に情報発信が可能な既存のウェブサイト等を活用したソーシャルメディアプラットフォーム構築の検討		未実施		観光情報発信事業
		3-4	宇石町の景勝地を観光名所に育て、交流居住を促進します	1	季節ごとの町内の景勝地の発掘・整理	H28~R2	完了	H27年度に宇石町を代表する景勝地として「宇石十四景」を選定した。	観光情報発信事業
				2	代表的な景勝地の選定とパンフレットや動画、看板等の整備によるPR	H28~R2	継続中	H28年度「宇石十四景」について、パンフレットを作成したほか、H29年度に多言語標記の看板を設置してPRしている。	観光情報発信事業
				3	名所に関する情報発信と併せて、名所をより一層イメージづけるためのイベント等の検討		未実施	イベント実施などは検討していない。	観光情報発信事業
				4	代表的な景勝地の景観保全の実施	H28~R2	継続中	「宇石十四景」のほか、宇石を代表する景勝地等の環境整備活動を観光協会を中心に実施している。	観光情報発信事業

基本戦略番号	基本戦略	施策番号	具体的な施策	PJ番号	プロジェクト	実施期間	状況	実施概要	事業名
4	外国人観光客の誘客促進と受入体制整備	4-1	磐石町ならではの資源を活用し、外国人向け体験メニューを造成します	1	桜・紅葉・雪・温泉などの自然資源を活用した外国人向け体験ツアーの企画・販売	H30～R2	継続中	環境省で取り組んでいる「国立公園コンテンツ集」に企画を掲載し、情報を提供。ツアー等の企画は現段階では未実施。	環境省 十和田八幡平国立公園満喫プロジェクト事業
				2	歴史民俗資料館を活用した日本文化体験の定期開催の仕組みづくり	/	未実施	資料館を活用した文化体験等は検討しているが定期開催の仕組みまでではできていない。	観光交流推進事業
				3	県内在住外国人を対象とした磐石の体験モニターツアーの実施	R1	完了	盛岡・八幡平広域観光推進協議会から委託を受け、体験モニターツアーを実施した。	盛岡・八幡平広域観光推進協議会事業
		4-2	磐石町の情報を海外へ積極的に情報発信します	1	多言語ホームページを活用した海外への旬な情報の発信	H28～H31	休止	町HPに多言語ページを開設したが、閲覧数が伸びず、目標値に達しなかったため、休止した。	観光情報発信事業
				2	外国語パンフレットの充実	H28～R2	継続中	英語、繁体字、簡体字、韓国語、タイ語のパンフレットを作製し、観光施設や現地旅行展等に配架している。	観光情報発信事業
				3	海外の国際観光展等への積極的な出展	H28～R2	継続中	H27年度から継続して台湾の観光展へ出展しているほか、タイや豪州へも出展している。	観光交流推進事業 スキーリゾートエリア連絡協議会事業
				4	海外旅行業者の招聘に寄る磐石町の観光地等の紹介と、観光施設等と商談会の開催	H28～R2	継続中	冬季誘客へ向け、韓国・台湾・中国・タイより旅行業者、団体を招聘してスキー場・観光地・宿泊施設の紹介及び説明会等を開催した。	観光交流推進事業 しずくしい観光協会事業
		4-3	外国人観光客の受入体制を強化します	1	磐石町国際交流協会と連携した観光関連施設の案内表示・メニュー等の多言語表示	/	未実施	/	/
				2	町管理施設・民間施設での公衆無線LAN設備の充実	H28～R2	継続中	町管理施設・民間施設とも公衆無線LAN整備を着実に進めている。	観光施設維持管理事業
				3	観光関連施設のスタッフを対象とした異文化交流会の開催	/	未実施	/	/
				4	海外からの団体旅行者等に対するお出迎えなど、外国人へのおもてなし活動の実施	H28～R2	継続中	花巻空港に到着する国際便のお出迎えなどを行っている。	泉空港利用促進協議会事業
				5	外国人受入セミナー、説明会等の開催による外国人民泊受入世帯の拡大	/	未実施	/	/

基本戦略番号	基本戦略	施策番号	具体的な施策	PJ番号	プロジェクト	実施期間	状況	実施概要	事業名
5	観光まちづくりや観光推進体制の強化	5-1	観光まちづくり体制を強化します	1	町内経済団体等による現状への危機感の共有や目指すべき大まかな方向性の検討	H28~R2	継続中	H28～観光施設等との懇談会や観光戦略推進会議等を開催し、アクションプランの策定や情報共有をしている。	観光交流推進事業
				2	農商工観のみならず関心のある住民などにより構成される新しい枠組みの設置	H28~R2	検討中	H28～観光戦略推進会議を開催し、枠組みの設置について検討したが設置まで至っていない。	観光交流推進事業
				3	しずくいし観光協会のDMO形成の推進	H28~R2	検討中	H28～観光戦略推進会議を開催し、枠組みの設置について検討したが設置まで至っていない。	観光交流推進事業
				4	新しい枠組みの組織の観光協会・商工会等の密接な連携による事業実施	H28~R2	検討中	H28～観光戦略推進会議を開催し、枠組みの設置について検討したが設置まで至っていない。	観光交流推進事業
		5-2	観光統計を整備しマーケティング機能を強化します	1	既存の観光客入込数調査の精度向上（開業、廃業の正確な把握や確実な報告）	H28~R2	継続中	観光客入込数調査で随時営業状況を確認しているほか、新型コロナウイルスの影響調査に合わせ、町内宿泊施設等の営業状況を確認した。	観光交流推進事業
				2	インターネットを活用した簡便な調査手法の検討	R2	実施	サイクリングツーリズムに関するアンケート調査をQRコードを作成し、SNS等のインターネットを活用して実施した。	都市農村交流事業
				3	宿泊統計・顧客満足度調査等の定期的な実施	H28~R2	継続中	宿泊に関する入込調査は継続して実施しているが、顧客満足度調査は、各施設の実施状況を共有していない。	観光交流推進事業
				4	外国人観光客に対する観光動向調査、満足度調査等の実施	H29~R1	実施	冬季誘客イベント等に合わせたFAMツアーやモニターツアーの際に満足度等の調査を実施したが、外国人観光客の動向調査までは実施できていない。	観光交流推進事業・観光誘客促進事業
				5	経済波及効果の測定方法の検討	R2	継続中	独自の測定方法は確立できていないが、県が作成したフォーマットを活用している。	観光交流推進事業
		3-3	周辺観光地と連携して国内外の観光客受入態勢の充実を図ります	1	既存の広域観光推進協議会事業への積極的な参加	H28~R2	継続中	盛岡広域、県境域の自治体等と組織された協議会に積極的に参加し事業を実施している。	観光政策推進事業
				2	雫石町主体の観光プロモーションへの他市町村参加の呼びかけ	H28~R2	継続中	本町が単独で開催していた首都圏での商談会を、H29年度から盛岡・八幡平広域観光推進協議会主催として開催したほか、近隣自治体にも連携を呼びかけている。	観光交流推進事業
				3	盛岡広域振興局事業と町事業の連携による広域観光プロモーションの効率的な実施	H28~R2	継続中	盛岡・八幡平広域観光推進協議会主催として首都圏商談会を開催しているほか、R1年度は秋田岩手広域観光推進協議会でタイや関西へのプロモーション等を行っている。	観光政策推進事業・観光交流推進事業

4. 雫石町の観光の課題

雫石町への観光客を対象に実施したアンケート調査の結果や、観光施設を対象に実施したアンケート調査結果、全国の観光動向と当町の観光動向の比較、前計画の進捗状況をもとに取りまとめた雫石町の観光の課題は次のとおりです。

(1) 一貫した政策実行体制の確立

第二次観光・交流活性化行動計画において、行政をはじめ関係団体・民間企業・住民とが連携する観光地域づくり組織（DMO）の形成を目指してきましたが、組織の形成には至っておらず、観光分野に関わる団体や事業者における観光政策の一貫性や連携が弱く、政策立案機能や事業等の実施機能に課題があります。

また、計画の立案や事業企画など外部委託するなど、知見が地域に残らず、収益事業や国等の補助事業等を活用した財源形成への取り組みが弱い状況にあります。

(2) 事業継承や人手不足の解消

雫石町には、スキー場や小岩井農場、各地に温泉があることなどから、大規模な宿泊施設から個人経営による簡易宿泊施設など 60 を超える宿泊施設のほか、飲食店や体験施設など多数の観光関連施設が営業しています。しかしながら、特に旅館等において、平日・休日や季節ごとの繁閑の差が大きい、客室稼働率の低水準、価格競争により付加価値化が進まないなどの原因により、経営環境が悪化し、人材確保が困難、施設の老朽化による魅力の減少など、さらなる経営の悪化につながるという悪循環に陥っています。

(3) ウィズコロナ対応時代に対応した新しい観光の確立

令和元年末に発生した新型コロナウイルス感染症は、全世界に猛威を振るい、近年増加していた訪日外国人旅行市場だけでなく、国内の移動も制限され、本町の観光産業をはじめ、あらゆる分野に大きな影響を与えており、明確な収束時期は見えない状況です。

ウィズコロナ時代において、新たな生活様式や旅行スタイルが提唱されるなど、社会変化が生じており、これまでの観光客入込数を単純に伸ばすことは難しく、付加価値を上げ、観光消費額の単価と滞在日数を上げることが必要です。

また、ワーケーションやブレジャーなど新たな観光需要も出てきており、これらを取り込んでいく必要があります。

(4) 観光コンテンツの磨き上げと受入基盤の整備

雫石町は、自然環境に恵まれ、四季折々の美しい自然景観を楽しむことができるほか、全国的に有名な施設に加えて、10 の温泉を兼ね備えるなど、多様な資源を有した地域ですが、「登山やキャンプなどの自然体験」や「農業体験や伝統工芸品づくりなどの地域文化体験」などを来訪目的とする観光客は、

まだまだ少ない状況です。

一方で、農業体験等を受け入れる農家の高齢化や観光客の受け入れに対する抵抗感などの課題があり、地域住民の理解醸成と関係機関や事業者などと連携した取り組みを推進する必要があります。

(5) 異業種連携による相乗効果の追求

来訪者アンケート調査結果によると、日帰り客の滞在時間も短く、周遊観光まで至っていません。観光地を訪れる目的として、自然景観や名所を見ることと並んで、地元のおいしいものを食べることや特産品を買うことなどが大きな理由として挙げられていることから、町内をより広く周遊し、より長い滞在を促進するため、本町ならではの食文化や体験などを組み合わせた観光コンテンツの開発や情報発信が必要です。

また、近年の旅行ニーズの多様化に伴い、環境やスポーツなど特定のテーマと観光を組み合わせたニューツーリズムの人気に合わせ、サイクリングや登山などの観光コンテンツは整備されつつありますが、農業やスポーツ・文化合宿と組み合わせた取組を推進する必要があります。

観光消費額を増加させ、地域経済を活性化させていくためには、観光分野のみならず、商工、交通、農林、文化、スポーツ、環境、教育など様々な分野や地域住民も参画した観光地域づくりに取り組んでいく必要があります。

(6) 鶯宿温泉エリアの再活性化

鶯宿温泉は、大型レジャー施設が閉館して以降、入込数が大幅に減少しており、小規模の宿が立ち並ぶ温泉街は、衰退が著しい状況です。また、温泉宿の経営者も高齢化や後継者問題を、大規模な宿泊施設においては人手不足の課題を抱えています。

開湯 450 年の歴史を持つ豊富な湯量と効能の高い泉質の温泉を親しみ、そぞろ歩きや食べ歩きなど周遊できる温泉街を形成するためには、閉業した施設等の利活用や、周辺の里山も含めた環境整備に取り組む必要があります。

第3章 計画の目標

人口減少、少子高齢化が進展する中、2019年に発生した新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大の影響を受ける観光産業において、活力ある地域社会を維持し、発展させるためには、交流人口を拡大させ、地域経済の活性化に寄与する取り組みを推進していくことが必要となります。

また、観光は裾野の広い産業であることから、多様な分野との連携する体制を確立することで、総合産業として交流人口の拡大や地域経済への貢献が期待される重要な産業です。

1. これからの雫石の観光ビジョン

前計画までは、雫石町が新たな観光・交流によるまちの活性化推進のために、町と観光関連組織、民間事業者、町民自らが住むまちに対し関心を持ち、一体となって計画を実行していくため、「しずくが潤す大地の恵み 雫石」をコンセプトに取り組んできました。

新型コロナウイルス感染症が、観光産業にも大きな影響と変化をもたらし、且つ、これまで潜在していた課題も顕在化させたことから、これからの雫石の観光・交流の取り組みは、「新しい生活様式」等に対応した「安全安心のおもてなし」を行いながら、多様な観光ニーズに対応した受入体制を整備し、町全体が一体となって取り組んでいく必要があります。

このことから、今後、持続可能な観光地域づくりの実現に向けて、「**関係人口（リピーター）に支持されるまち**」を雫石町のこれからの観光ビジョンとし、旅行者の目的地が雫石でなければならない理由を確立するため、①**来訪した観光客がまた訪れたいコンテンツの質と量の充実**、②**雫石の魅力进行评估する新たな関係人口を創出**に取り組んでいきます。

関係人口（リピーター）に支持されるまち

来訪した観光客がまた訪れたいコンテンツの質と量の充実

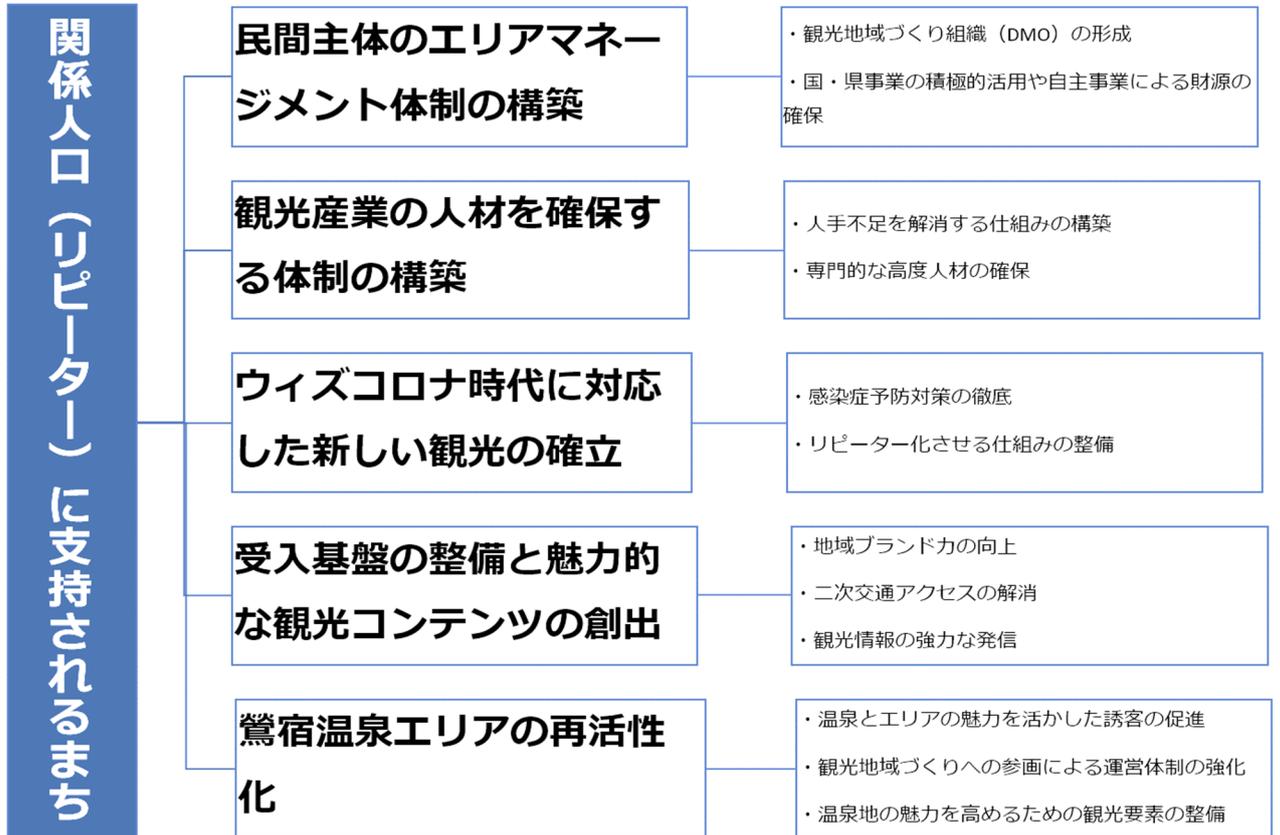
しずくいしの魅力进行评估する新たな関係人口の創出

施策の体系図

【観光ビジョン】

【戦略】

【施策】



2. 基本戦略

これからの雫石の観光ビジョンの実現に向けて、雫石町の観光振興の柱となる基本戦略を次のとおり設定します。

【戦略1】民間主体のエリアマネジメント体制の構築

本計画は、雫石町への誘客促進の起点となるものであり、計画に基づいた施策を具現化していくためには、行政をはじめ関係団体・民間企業・住民との連携により実践していく必要があります。

多様化した観光ニーズに対応していくためには、民間主体の観光地域づくり組織（DMO）を組成し、これまで町内の観光経営会社（DMC）が取り組んできた顧客管理や営業の手法を町全体で共有化していくことにより、一事業者・一分野だけでなく、エリア一体となった受入を実現していきます。

また、取組を持続していくため、国・県事業の積極的採用により、必要な財源を確保していきます。

【戦略2】観光産業の人材を確保する体制の構築

急激な人口減少の進行により、観光産業に従事する人手不足や事業者の負担を軽減するため、地域全体の仕事を組み合わせた年間を通じた仕事の創出や、事業者の要望に応じた人材を確保する体制を目指していきます。

また、地域経営に係るノウハウや専門的な知見を持つ人材についても共有する仕組みを作りながら、受入体制を強化していきます。

【戦略3】ウイズコロナ時代に対応した新しい観光の確立

ウイズコロナ時代においては、感染拡大防止が大前提となることから、観光事業者と旅行者双方の感染拡大防止策の着実な実施を徹底していきます。

また、従来の国内観光は特定の時期・場所に集中し、混雑や密が生じやすい傾向にありましたが、感染リスクを軽減しつつ、雫石の恵まれた自然環境等を活かしたコンテンツの魅力を発信していきます。

さらに、テレワーク等による働き方の多様化を踏まえ、長期滞在やリピーターが期待できるワーケーション等の促進のため、情報やセキュリティ環境、家族向けプログラム等の整備や、取り組みに関心が高い企業等との関係構築に取り組んでいきます。

【戦略4】受入基盤の整備と魅力的な観光コンテンツの創出

雫石町は、四季、自然、食、文化に恵まれており、これらの要素をフル活用し、より一層魅力と収益力のある観光地を実現するため、農林業や商工業など多様な関係者の連携や広域の連携により地域に眠る観光資源を磨き上げ、その価値を深く体感・体験できる滞在型コンテンツを造成していきます。併せて、宿泊施設の食事提供にかかる負担軽減と地産地消を推進するため、産直等と連

携した地産地消プラットフォームの構築を進めます。

また、コロナ収束後のインバウンド回復までの期間を活用し、Wi-Fi 設備やキャッシュレス機器などの導入やレンタサイクルの強化、二次交通対策など受入環境整備を進め、ストレスフリーで快適な旅行環境の実現を進めます。

【戦略5】鶯宿温泉エリアの再活性化

「いで湯に花舞い、水輝く里山づくり」をコンセプトに魅力ある温泉地を形成するため、要素別に具体的な施策を展開します。鶯宿温泉には、複数の温泉宿があることから、地域の宿を活用した町民の日帰り温泉を継続させる仕組みづくりに取り組みます。

また、温泉街を周遊できる魅力ある空間の整備とエリアの観光資源を活かしたコンテンツの創出は、国等の事業採用による財源確保も併せて行い、魅力づくりの取り組みを継続させる体制の構築を進めます。

3. 計画の数値目標

(1) 量的目標について

今後、日本の総人口がさらに減少し、国内旅行の需要の減少が見込まれる状況下において、何度も雫石町を訪れるリピーターの存在は非常に重要です。そのため、「顧客満足度」の向上を図り、再来訪を促すことや、一人当たりの消費単価を向上させることが必要です。

このことから、質に関する項目について、今後数値化への取り組みを進めていきます。

第三次観光・交流活性化行動計画の指標			
指標名		現在値	目標値 (R6)
指標1	旅行消費額 (円/人)	17,559 円	20,000 円
指標2	宿泊者数	329,854 人回	400,000 人回
指標3	顧客満足度	80.4%	90%
指標4	リピーター率(2回以上の宿泊)	— ※実績測定値なし	50%
指標5	観光客入込数	2,516,332 人回	2,800,000 人回
指標6	県外からの観光客入込数	887,851 人回	950,000 人回

※指標1～4：登録 DMO 形成計画必須 KPI

※指標1：(現在値) 令和元年版岩手県観光統計値

※指標2・5：(現在値) 暦年(平成31年1月～令和元年12月)集計値

※指標3：(現在値) 雫石町観光来訪者アンケート調査(平成31年4月20日～令和元年5月19日)実績値

※指標5・6：第2期雫石町まちひとしごと創生総合戦略 KPI

(2) 想定する重点ターゲット

新型コロナウイルス感染症の拡大及び収束状況に合わせ、重点ターゲットと段階的な事業を展開することとします。

第1段階：国内観光の復興期

コロナ下において、Go To キャンペーン事業などが展開されている時期は、国内観光客をターゲットとし、特に、県内や東北圏域に対し積極的にマイクロツーリズムの展開を図り、地元可愛される観光地としてリピーターの獲得を目指します。

第2段階：国内観光の隆盛期

感染拡大が小康状態となり国内観光が活況を迎える時期は、新型コロナウイルス感染症の影響が現れる以前までの水準まで宿泊数を回復させることを目標とします。

また、ウィズコロナ時代に対応したサービスの発掘・整備、情報発信を強化し、安心・安全に観光できるまちとしてのイメージの定着を図ります。さらに、これらの情報をインバウンド向けにも提供できる体制を整え、在日外国人等を起点としたプロモーションを展開できるようにします。

第3段階：アジア圏を中心とした国際観光の再開

渡航規制の緩和の検討が開始された時期からは、感染症発生前に重点的誘客事業を展開していた台湾・タイをはじめとしたアジア諸国や、オーストラリア・ニュージーランドなど近距離圏からの国際観光を再開します。訪日観光と住民生活が調和できるよう、観光客にサービスを提供する事業者や、観光客に対して求める行動規範について、関係機関等との合意形成を目指します。また、映像素材の発信など、現地における雫石観光の露出を高めます。

第3章で示した観光ビジョンの実現に向けて設定した5つの基本戦略を推進するため、下記のとおり具体的な施策に基づき、取組を実施します。

なお、計画策定時において新型コロナウイルス感染症の収束が見えないことから、年度ごとに計画内容を見直すこととします。

また、戦略1で掲げる観光地域づくり組織（DMO）が形成された時点で、本計画は見直しをすることとします。

【戦略1】民間主体のエリアマネジメント体制の構築

施策1. 観光地域づくり組織（DMO）の形成

関係人口やリピーターから支持される滞在型の観光地を目指して、雫石町ならではの地域づくりを進めるため、これまでの観光協会や商工会などの既存組織や産業分野にとらわれない新しい枠組みの組織を設置し、多様な構成員により地域資源の情報を集約しながら、計画に掲げる各施策の取り組みを具体化し、観光地域づくりを推進します。また、DMOサイトや各社予約サイトなどの連携により共通顧客管理・営業できる体制を設置します。

施策2. 国・県事業の積極的活用や自主事業による財源の確保

観光地域づくりを推進するうえで必要な財源は、既存のDMCの事業を強化し、取り組みの分野を広げて財源を確保するよう努めます。

また、国が推進する観光施策に積極的に取り組むことにより、財源支援が期待できるほか、社会情勢の変化に対応する先進的な取り組みを即時的に推進することができます。

特に、国が推進する観光地域づくり組織（DMO）への支援は、インバウンド誘客を含む観光地域振興に積極的で意欲とポテンシャルがあり、着地整備を最優先に取り組む法人が重点的に支援されることから、地域一体となった体制づくりを優先して進めます。

【戦略1】取組の内容

1. 町内産業団体等との現状への危機感や目指すべき大まかな方向性の共有
2. 農商工観のみならず関心のある住民などにより構成される新しい枠組みの設置
3. 新しい枠組みの組織と既存組織等の密接な連携による事業実施
4. DMOサイトや各社予約サイト等の連携した共通の顧客管理・営業部の設置による関係人口相関図の作成
5. 国・県等の施策の積極的な情報収集
6. 社会情勢の変化や地域課題に応じた事業の計画立案、助成事業の活用、着実な事業執行

【戦略2】観光産業の人材を確保する体制の構築

施策1. 人手不足を解消する仕組みの構築

観光客の入込は季節によって事業者ごとに差があり、事業者単位で見ると年間を通じた仕事がない場合もあり、安定的な雇用環境や一定の給与水準を確保できないことから、地域全体の仕事を組み合わせた年間を通じた仕事を創出します。そのため、総務省「特定地域づくり事業協同組合制度」等の活用により、安定的な雇用環境の仕組みを構築し、地域の担い手を確保します。

施策2. 専門的な高度人材の確保

人手不足が課題となっている観光事業者にとって、専門的な知識・技術のある人材を一事業者のみで雇用することが難しくなっていることから、専門的な高度人材を観光地域づくり組織として協働で雇用できる体制を整備します。

また、多様な観光資源を通年で発信・活用した企画を行うことは、一事業者で継続する負担を軽減するため、観光資源の活用の企画を主催する人材等を発掘・育成していきます。

【戦略2】取組の内容

1. 異業種間連携・人材等の町内リソースシェアリングのための「特定地域づくり事業協同組合制度」の活用
2. 専門的な高度人材をエリア協働で活用する体制の構築
3. 地域づくり人材の確保及び育成並びのその活躍の推進のための事業の企画・実施
4. データ収集・分析等の専門人材、財務・経理人材の一括化

【戦略3】ウイズコロナ時代に対応した新しい観光の確立

施策1. 感染症予防対策の徹底

ウイズコロナ時代においては、旅行者にとって観光地で実施されている感染拡大防止策が目的地を選択する際の大きな関心事項になっていることから、国内の観光需要の回復に向けて感染症拡大防止策を徹底していきます。宿泊施設・観光施設・飲食店・交通機関など観光事業者においては、業種別ガイドラインを遵守するとともに、旅行者にも「新たな旅のエチケット」を守っていただくなど、事業者と旅行者の双方での感染症拡大防止策を徹底します。

施策2. リピーター化させる仕組みの整備

これまでの国内観光は、特定の時期や場所に集中し、混雑や密が生じやすい傾向にありましたが、新型コロナウイルス感染症の影響によりテレワーク等の働き方の多様化を踏まえ、個人の連泊だけでなく、家族や子供を連れたワーケーションやブレッジャーなどを推進し、受入のための整備の促進を図ります。

受入体制としては、Wi-Fi、情報セキュリティ環境、家族向けプログラム等を整備するほか、長期滞在に耐えられるよう、散発しているコンテンツを整理し、包括的な商品造成と販売促進を行っていきます。

【戦略3】取組の内容

1. 感染拡大予防ガイドラインの実施の徹底による衛生対策
2. 「新しい旅のエチケット」の利用者への周知
3. 誰もが安心して旅行を楽しむことができる環境の整備促進
4. サテライトテレワークの誘致、ワーケーションに関心の高い企業との関係構築
5. ワケーション等に対応した環境整備の促進
6. 既存の観光コンテンツの整理と町内周遊を促進させるコンテンツの造成
7. 泊食分離型観光コンテンツの造成と販売促進

【戦略4】受入基盤の整備と魅力的な観光コンテンツの創出

施策1. 地域ブランド力の向上

雫石町への誘客に重要な「ここでしか食べられない」、「ここでしか購入できない」地元の食・農と地産地消（町内農林畜産物）の取引を拡大していくため、宿泊施設等への農産物の供給体制の構築を進めます。

また、自然、食、スポーツ、文化、温泉などの観光資源を磨きあげ、四季を感じる体験プログラムや雫石町でしか味わえない体験などを組み合わせるなど、観光客のニーズに応じたプランの充実を図ります。さらに、観光資源の特性や魅力を効果的に伝えるためのガイドの養成について取り組みます。

施策2. 二次交通アクセスの解消

公共交通機関で来訪する観光客を対象として、ゲートウェイや移動中継地となる雫石駅から観光スポットや宿泊施設等までの移動利便性を高めるとともに、泊食分離型観光の実現のため、点と点であった個々の観光スポットを結ぶ取り組みを促進します。

施策3. 観光情報の強力な発信

町や観光協会、個々の観光関連事業者のウェブサイトや SNS を活用した情報発信のみならず、デジタルマーケティングや周遊を促進するアプリの活用に向け、効果的なプロモーション体制の構築を図り、多様なメディアを活用した情報発信を強化します。

【戦略4】取組の内容

1. 地産地消プラットフォームの構築による下処理加工の実施するセントラルキッチン化や計画的な栽培管理マネジメントの検討

2. 新たな観光需要の獲得のための新商品・サービスの開発による販路開拓やブランディングの実施
3. 多様な観光資源を組み合わせたコンテンツ造成と魅力を伝えるガイドの養成
4. 町内体育施設や文化施設、廃校等を活用したスポーツ・文化合宿の誘致
5. 温泉地でのガストロミーウォーキングイベントの開催による食・温泉・文化の発信
6. 冬季イベント等に合わせた実証事業による観光二次交通課題の解決策の検討
7. 地域公共交通事業者等との調整、泊食分離に合わせた交通手段の整備
8. レンタサイクルや町内周遊サイクルマップの活用促進とコース整備の調整
9. グリーン・ツーリズム受入のための理解醸成と広域連携した農業体験受入と農泊の推進
10. 観光客にとって利便性の高い手段による観光情報の発信と、ターゲット層別のプロモーション活動の実施

【戦略5】鶯宿温泉エリアの再活性化（第4次鶯宿温泉活性化計画）

施策1. 温泉とエリアの魅力を活かした誘客の促進

新型コロナウイルス感染症のクラスター発生による影響が大きいことから、エリア一体となって「鶯宿温泉」の魅力を強く発信し、観光客入込数の回復に努めます。湯量・泉質ともに日本屈指のある温泉と、雫石ならではの食文化や四季を感じる体験など、鶯宿温泉の魅力を伝えるサービスを提供することにより、特に県内や近県をターゲットとしたリピーター化させる取り組みを進めます。

施策2. 観光地域づくりへの参画による運営体制の強化

民間の温泉施設を活用した町民の日帰り温泉を促進する体制の強化をすすめ、活性化に向けた取組を力強く推進するため、エリアだけでなく町全体の観光地域づくりの機能と連携を取りながら進めます。また、景観維持・保全のために規律するルールづくりや、エリア一体となり鶯宿温泉の魅力を発信を行います。

施策3. 温泉地の魅力を高めるための観光要素の整備

温泉街としての魅力づくりと泊食分離型観光にも対応できるようにするため、宿泊施設徒歩圏内での飲食や土産購入、散策や佇む空間づくりを、国等の支援事業を活用しながら進めます。また、「鶯宿温泉を語る会」を通してエリア関係者の意見や情報の共有を図りながら、「いで湯に花舞い、水輝く里山づくり」の実現に向けた取り組みをエリア一体となって行います。

【戦略5】取組の内容

1. 「鶯宿温泉」の魅力を再認識させる仕組みづくりとプロモーションの実施
2. エリア一体となった温泉・食・体験を提供するコンテンツの造成と宿泊企画の実施

3. 温泉の質をセールスポイントとした情報発信と民間施設を活用した日帰り温泉の受入強化
4. 魅力ある温泉街づくりの施策を継続させる運営体制の構築
5. 環境整備による絵になる場所、景観保全を規律するルール作り
6. 鶯宿川との親水性の創出や食べ歩き、そぞろ歩きのできる温泉街の形成に向けた検討

第5章 計画の推進体制

本章では、第4章に掲げる施策の推進にあたり、各主体の役割を以下のとおり掲げるとともに、それぞれの主体が連携を図りながら、それぞれの役割に応じて取り組みを進めます。

1. 各主体の役割

(1) 町の役割

町では、観光商工課が関連団体・事業者との窓口機能の役割を担いながら、庁内関係部署との横断的連携を図る体制をつくり、総合的な施策の推進と民間支援の充実を図ります。また、県や周辺自治体などとの調整・連携を図ります。

さらに、観光推進体制の強化と、観光コーディネーターの育成に努め、町一体となった計画の着実な推進を図ります。

(2) 関連団体の役割

しずくいし観光協会をはじめとする関連団体は、雫石町の観光振興の主導的機関として機能を充実させ、観光分野以外も含めた民間団体・企業との連携を深めることが求められています。

特に、プロモーション活動や新規コンテンツの開発等、民間事業者間の連携が必要な取り組みに対するプラットフォームとしての機能充実が必要であることから、持続可能な財務基盤の確立と人材の育成も視野に入れ、雫石町の観光推進に求められる組織体制を検討します。

(3) 観光関連事業者・観光分野以外の関連事業者等の役割

観光事業者のみならず、商工、農林、交通、文化、スポーツ、環境、教育等の分野に携わる観光分野以外の関連事業者等には、観光客のニーズに合った多様な体験の提供、継続的な観光コンテンツの発掘・磨き上げや情報発信など、相互の連携のもと、地域経済の活性化に向けて、それぞれ主体的な役割を果たしていくことが期待されます。

(4) 町民の役割

雫石町の歴史や文化、観光資源、特産品などの魅力に触れ、町民一人一人が地域に愛着と誇りを感じて大切にし、雫石町に住んでいることを楽しむとともに、自らが大きな観光資源であることを自覚し、「おもてなしの心」を発揮して積極的に観光客と交流することが期待されます。

2. 計画の推進体制

(1) 「観光地域づくり組織」の設置

第3章に記載したように、雫石町が目指す観光・交流活性化のコンセプトの実現のためには、町と観光関連組織、民間事業者はもとより、雫石町民自らが住むまちに対し関心を持ち、一体となった行動が必要不可欠であり、関係者の情報共有及びプロデュースやマネジメント機能の確立が求められます。

基本戦略1の施策1に掲げる「これまでの観光協会や商工会などの既存の組織にとらわれない新しい枠組みの組織」について、農商工観のみならず多様な主体により構成される「観光地域づくり組織」を設置し、町の観光振興の中核的組織とし、計画に掲げる各施策や観光振興に関する施策の取り組みを総合的かつ計画的に推進します。

(2) 民間を主体とする観光地域づくり組織（DMO）の形成

既存の観光経営会社（DMC）や第2種旅行業資格を有する「一般社団法人しずくしい観光協会」などが主体となり、商工業、農業、芸術・文化など多様な関係機関と、外国語や登山、農作業などの技術を有する町民との連携を強化し、「観光地経営」の視点から、観光戦略の推進や、地域内の幅広い関係者との合意形成などの観光事業のマネジメントを担い、観光地域づくりを行う組織「DMO」の形成に取り組みます。

3. 計画の推進スケジュール

第4章に掲げる第三次雫石町観光・交流活性化行動計画の5つの基本戦略に基づく33の施策について、スケジュールを定め、取り組みを進めます。施策には迅速に着手できるものも多いことから、推進スケジュールについては、施策の完了・完成を定めるものではなく、取り組み着手時点よりも一定の成果・進展を確認できるまでの時間的目標を定めていきます。

4. 計画の評価と検証

本計画は、国内外の観光を取り巻く社会経済情勢の変化を踏まえながら、町、観光に関連する団体、観光事業者、町民が連携を図りながら推進しますが、年度ごとに「雫石町観光戦略推進会議」及び「ワーキングメンバー会議」において観光振興に関する施策の評価を行いながら実効性を高めていきます。

計画は令和3年度から令和6年度までの4年間としますが、計画策定時において、新型コロナウイルス感染症の収束が見えないため、感染症の状況や社会情勢の変化等に合わせ、年度ごとの目標設計と計画の見直しを行います。また、計画期間において、観光地域づくり組織（DMO）が形成された時点で、本計画の内容を見直すこととします。

別表：雫石町観光・交流推進の主体及び推進スケジュール

戦略	施策	取組主体（◎：主体となって推進／○：連携主体として推進）							推進スケジュール					
		雫石町		団体		民間事業者		町民	○：取組開始年度（以降継続）／●：成果目標年度					
		観光商工課	他課	観光協会	関連団体等	観光事業者	商工事業者		R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度		
民間主体のエリアマネジメント体制の構築	1. 観光地域づくり組織（DMO）の形成	◎	○	◎	◎	◎	◎	◎	○	○方向性共有、観光分野のDMO形成	○他分野も含めた組織形成	●	→	→
	2. 国・県事業の積極的な活用や自主事業による財源の確保	◎	○	◎	◎	◎	◎		○				→	→
観光産業の人材を確保する体制の構築	1. 人手不足を解消する仕組みの構築	◎	○	◎	◎	◎	◎	◎	○	○仕組みの検討	○異業種間連携・人材シェア体制の構築		→	●
	2. 専門的な高度人材の確保	◎	○	◎	◎	◎	◎		○	○人材育成、発掘	○専門人材等のエリア協働活用、一括化		→	●
ウィズコロナ時代に対応した新しい観光の確立	1. 感染症予防対策の徹底	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○	○衛生対策の徹底、環境整備			→	●
	2. リピーター化させる仕組みの整備	◎	○	◎	○	◎	◎	○	○	○コンテンツの造成、環境整備促進	○ワーケーション等関心の高い企業との関係構築		→	●
受入基盤の整備と魅力的な観光コンテンツの創出	1. 地域ブランド力の向上	○	○	◎	◎	◎	◎	○	○	○コンテンツ造成、供給体制整備			→	●
	2. 二次交通アクセスの解消	◎	○	◎		◎			○	○冬季アクセス実証事業、サイクル事業	○泊食分離、公共交通事業者等との調整		→	●
	3. 観光情報の強力な発信	○	○	◎	○	◎	○	○	○	○外国語HP等充実、SNS	○ターゲット層別プロモーション		→	●
篤宿温泉エリアの再活性化	1. 温泉地の魅力を高めるための観光要素の整備	○	○	◎	○	◎	○	○	○	○景観形成、温泉街の新たなコンテンツ検討	○事業の実施		→	→
	2. 観光地域づくりへの参画による運営体制の強化	○		◎	○	◎		○	○	○方向性共有、観光分野のDMO形成	●	→	→	→

參考資料

1. 計画策定の経過

①観光戦略推進会議

「雫石町観光・交流活性化行動計画」の推進や観光地域づくりに向けた協議をするため、有識者、観光関連団体等の代表者によって構成される「雫石町観光戦略推進会議」を開催しました。

令和2年度 雫石町観光戦略推進会議 メンバー名簿

(敬称略)

所属団体等	職名等	氏名	備考
雫石町	町長	猿子 恵久	
(一社)しずくいし観光協会	代表理事	松原 久美	
鶯宿温泉観光協会	会長	小田 弘輝	
株式会社いわてラボ	代表取締役	照井 貴博	
小岩井農牧(株)観光部	部長	戸田 敦	
休暇村岩手網張温泉	総支配人	中山 広一	
雫石プリンスホテル	総支配人	佐藤 光紀	
ホテル森の風鶯宿	総支配人	阿部 孝二	
雫石商工会	会長	土橋 幸男	
雫石町グリーン・ツーリズム推進協議会	会長	櫻花 哲也	
manorda いわて	チーフコーディネーター	斉藤 隆秀	アドバイザー

②観光戦略推進会議ワーキングメンバー

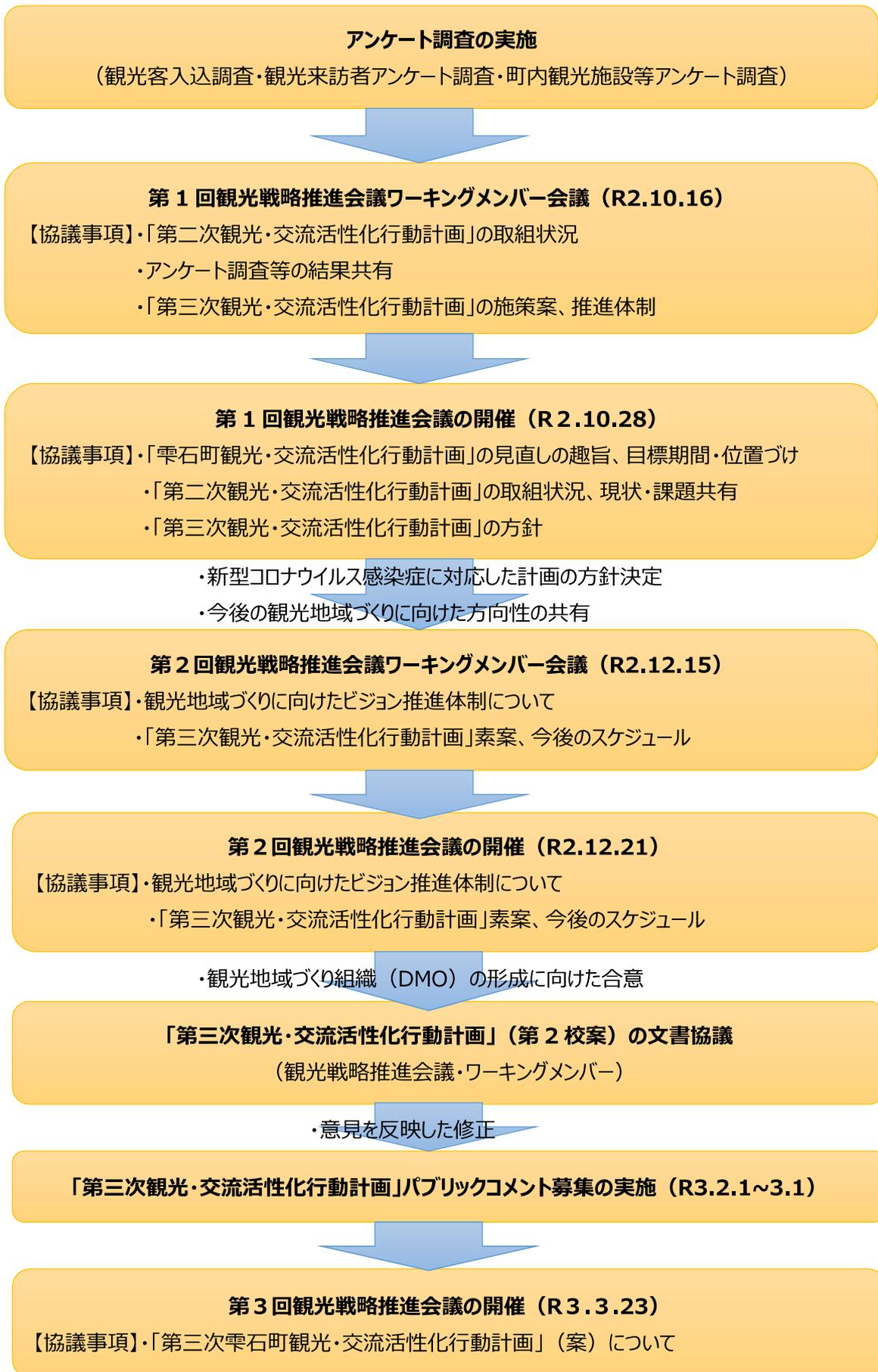
観光地域づくりの体制や計画の具体的な施策を議論していただくため、観光関連団体の事業担当者、行政の観光関連担当者等によって構成される「観光戦略推進会議ワーキングメンバー会議」を開催しました。

令和２年度 雫石町観光戦略推進会議 ワーキングメンバー

(敬省略)

所属団体等	役職名	氏名	備考
(一社) しずくいし観光協会	事務局長	石崎 清子	
鶯宿温泉観光協会	事務局長	上村 信	
株式会社いわてラボ	事務局長	神尾 真太郎	
小岩井農牧(株)観光部	課長	長沼 淳	
manorda いわて	チーフマネージャー	石川 恒介	
manorda いわて	マネージャー	幅下 貴文	
雫石町観光商工課	課長	澤口 憲英	
雫石町観光商工課	主査	藤原 瑞枝	
雫石町観光商工課	主事	井上 岳丸	
雫石町観光商工課	集落支援員	江頭 理恵	
雫石町政策推進課	主査	吉田 耕大	
デロイトトーマツ	シニアアナリスト	木下 遼	オブザーバー参加

③ 検討経過



2. 用語集

DMO

地域観光のマネジメントとマーケティングを一体的に担う組織であり、「Destination Management/Marketing Organization」の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。本計画では「観光地域づくり組織」とする。

DMC

「Destination Management Company」（観光地経営会社）の略。地域の資源を活かした観光地経営を主導し、データ分析や戦略づくり、旅行商品の開発や販売を行う。一般に株式会社の形をとる。

キャッシュレス

クレジットカードや電子マネー、口座振替等を利用して、紙幣・効果といった現金を使わずに支払・受け取りを行う決済方法。あらかじめ専用機で一定金額を入金する「プリペイド（前払い）方式」、支払いと同時に銀行口座から代金が引き落とされる「即時払い方式」、後日請求される「後払い方式」に分けられる。支払いは、基本的にカードやスマートフォンに記録された情報を、専用端末で読み取ることで決済する。

テレワーク

「tele = 離れた場所」と「work = 働く」をあわせた造語で、情報通信技術（ICT）を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方のこと。働く場所によって、自宅利用型テレワーク（在宅勤務）、顧客先や移動中にパソコンや携帯電話を使うモバイルワーク、施設利用型テレワーク（サテライトオフィス勤務など）の3つに分けられる。

ワーケーション

「work = 働く」と「vacation = 休暇」を組み合わせた造語で、観光地やリゾート地でテレワークを活用しながら、働きながら休暇を取る過ごし方。在宅勤務やレンタルオフィスでのテレワークとは区別され、働き方改革と新型コロナウイルス感染症の流行に伴う「新しい日常」の奨励の一環として位置づけられる。

ブレジャー

「business = 仕事」と「leisure = 余暇」を組み合わせた造語で、出張先で滞在日数を延長するなどして休暇を組み合わせること。

インバウンド

外国人が訪れてくる旅行のこと。日本へのインバウンドを訪日外国人旅行又は訪日旅行という。これに対し、本国から外国へ出かける旅行をアウトバウンド又は海外旅行という。

泊食分離（はくしょくぶんり）

宿泊者が宿泊施設に泊まる際、宿泊施設で食事をせず、近隣の飲食店等を利用すること。長期滞在の旅行者のニーズに対応し、宿泊施設の客室稼働率を上げるための方法として推進されている。

バリアフリー

対象者である障害者を含む高齢者等が、社会生活に参加するうえで生活の支障となる物理的な障害や、精神的な障壁を取り除くための施策、若しくは具体的に障害を取り除いた物事および状態。

デジタルマーケティング

電子デバイスやインターネットを活用するあらゆるマーケティングを指す総称のこと。

プロモーション

消費者の購買意欲を喚起するための活動のこと。主な手段として人的販売、広告、セールス・プロモーションなどがある。

滞在型観光

1か所に滞在し静養や体験型をはじめとしたレジャーを楽しむこと。または、そこを拠点に周辺の観光を楽しむレジャー形態。滞在型観光を楽しむ観光客は、地域の文化に触れ、地域の住民と交流できる機会が豊富にあり、1回限りの周遊型観光とは異なり、その地域のファンになる傾向があり、リピーターの獲得や長期滞在による経済波及効果が期待される。

リソースシェアリング

「リソース」とは「資源」を意味する言葉で、ビジネスでは「お金」や「人材」を指し、リソースシェアリングは、団体や組織がそれぞれで保有する人材や労働力を共有すること。

ガストロノミー

ガストロノミーとは、食事・料理と文化の関係を考察することで、ガストロノミーツーリズムとは、その土地が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、その土地の食文化に触れることを目的としたツーリズムで欧米を中心に世界各国で取り組まれている。

プラットフォーム

プラットフォームとは、「土台」や「基盤」、「場」を意味し、本計画においては、観光事業者のほか、農商工関係者、NPO、住民等の多様な主体が実施的に参加して企画・運営を担う事業体を指す。

マイクロツーリズム

自宅から1時間から2時間の移動圏内の地元又は近隣への宿泊観光や日帰り観光のこと。特に、公共交通機関の利用を避けた自家用車による移動を中心とし、地域の魅力の再発見と地域経済への貢献をねらいとした旅行形態。リピート利用の潜在性は高く、市場規模が小さいとは限らない。