

# 第二次雫石町観光・交流活性化行動計画

～しずくが潤す大地の恵み 雫石～



平成 28 年3月  
雫石町観光商工課



# —第二次雫石町観光・交流活性化行動計画—

## 【目次】

<b>第1章 計画策定の趣旨</b>	<b>【1】</b>
1. 計画策定の趣旨	1
2. 計画の位置づけ	1
3. 計画期間	1
<b>第2章 雫石町の観光・交流の現状と課題</b>	<b>【3】</b>
1. 雫石町の概況	3
2. 雫石町観光・交流を取り巻く状況	6
3. 雫石町観光・交流活性化行動計画 進捗状況	17
4. 雫石町の観光の課題	26
<b>第3章 雫石町が目指す観光・交流のコンセプト</b>	<b>【31】</b>
1. 雫石町の観光・交流活性化のコンセプト	31
2. 基本戦略	32
3. 計画の数値目標	34
<b>第4章 観光・交流活性化に向けた行動計画</b>	<b>【37】</b>
1. 基本戦略1「魅力ある観光メニューの確立」	37
2. 基本戦略2「地産地消の推進等による農業と観光・交流の連携」	39
3. 基本戦略3「観光情報の強力な発信」	40
4. 基本戦略4「外国人観光客の誘客促進と受入体制整備」	42
5. 基本戦略5「観光まちづくりや観光推進体制の強化」	43
<b>第5章 計画の推進体制</b>	<b>【45】</b>
1. 各主体の役割	45
2. 計画の推進体制	46
3. 計画の推進スケジュール	47
4. 計画の評価と検証	47
別表：雫石町観光・交流推進の主体及び推進スケジュール	48

## ■ 参考資料

1. 計画策定の経過	<b>【49】</b>
①委員会委員名簿.....	49
②策定部会(ワーキング)メンバー名簿.....	51
③委員会並びに部会(ワーキング)検討経過.....	51
2. 来訪客アンケート調査及び宿泊施設実態調査結果	<b>【53】</b>
①来訪客アンケート調査結果.....	53
②宿泊施設実態調査結果.....	60
3. 用語集	<b>【65】</b>

---

# 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年の約 357 万人回をピークに減少が続き、昨年の入込数は 205 万人回と、ピーク時の 57%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」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。

このことから、平成 27 年度に実施した第二次雫石町総合計画の基本構想の見直し、後期基本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、第二次雫石町総合計画の中における個別計画として、新たに観光施策の行動計画を策定します。

## 2. 計画の位置づけ

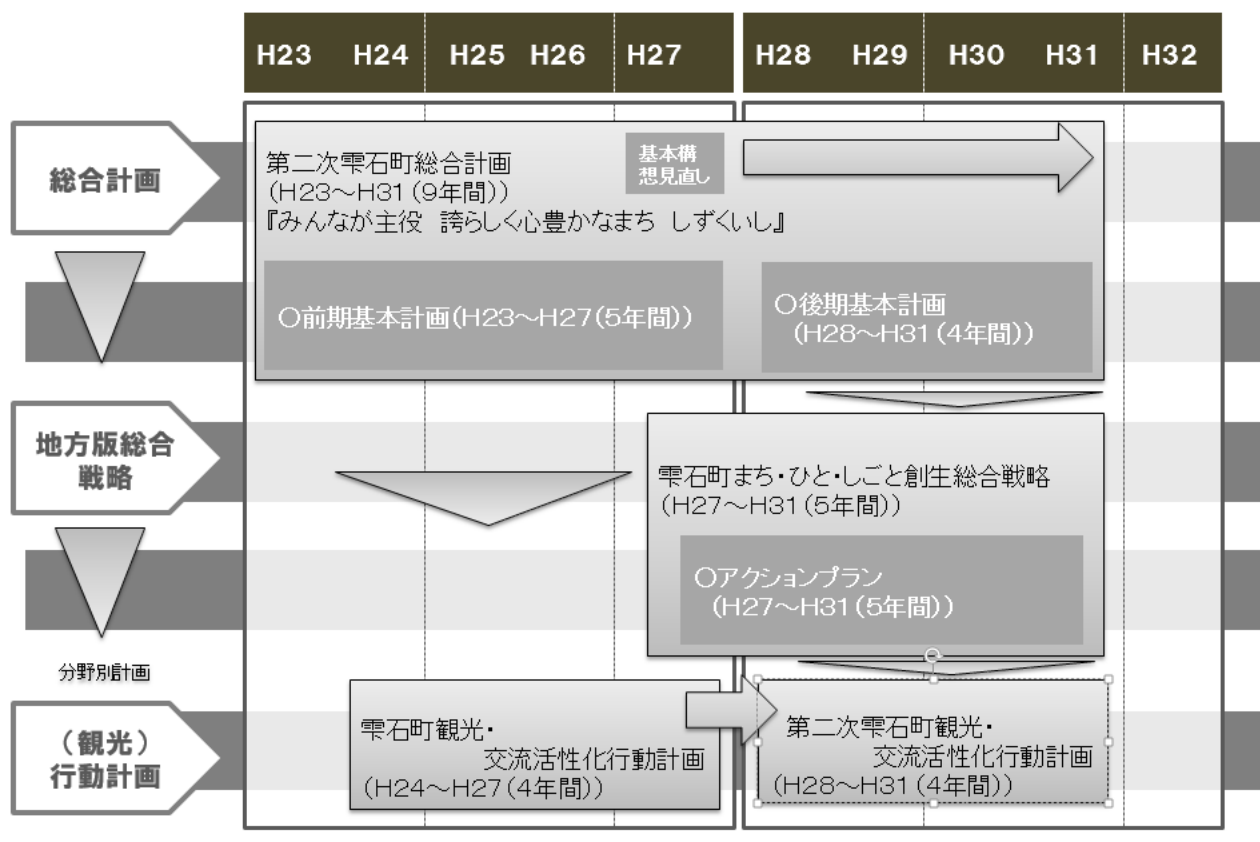
雫石町では、平成 23 年度から平成 31 年度を計画期間とする第二次雫石町総合計画を策定しており、雫石町観光・交流活性化行動計画は、総合計画の中における個別計画として位置づけられていることから、この位置づけを踏襲し、総合計画後期基本計画と整合性を図ります。

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. 計画期間

第二次雫石町観光・交流活性化行動計画の目標期間は、平成 28 年度から平成 31 年度までの4年間とします。ただし、計画の進捗状況や社会情勢の変化等に合わせて、必要に応じ計画の見直しを行うものとします。

図表1-1 本計画の位置づけ



## 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・交流の現況や観光資源・地域資源について整理を行います。

## 1. 雫石町の概況

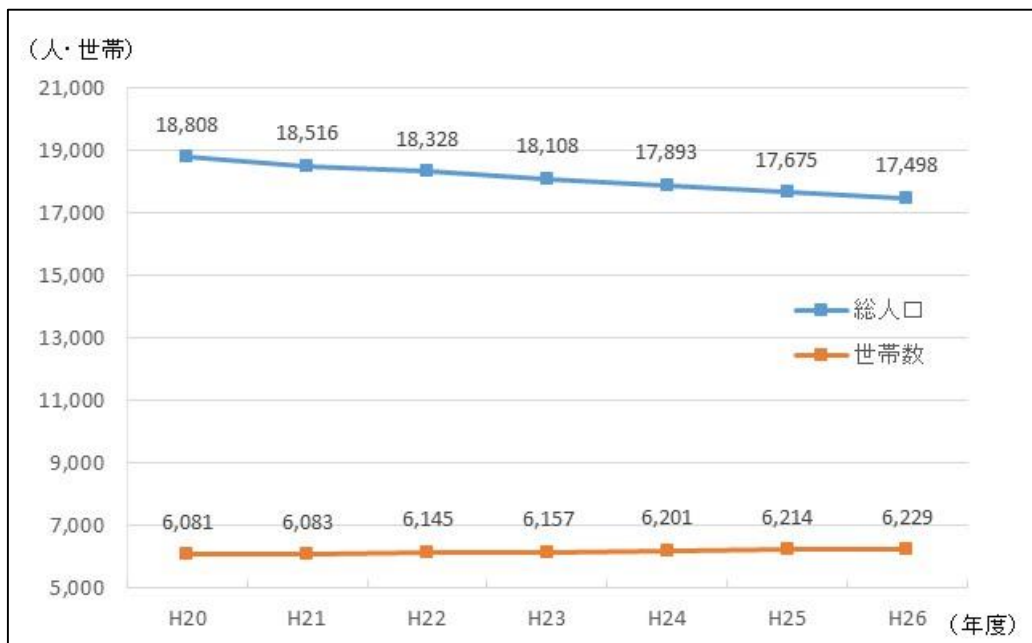
## (1) 雫石町の概要

## ① 人口および世帯数の推移

雫石町では、平成 11 年 11 月をピークに人口減少に転じ、平成 20 年 3 月には総人口が 19,000 人を下回っています。平成 27 年 11 月時点での総人口は 17,372 人であり、減少傾向が続いています。

世帯数については、人口とは反対に年々微増傾向であり、平成 27 年 11 月末現在で 6,218 世帯となっています。

図表2-1 雫石町の総人口及び世帯数の推移\*



\* 各年3月における住民基本台帳人口+外国人登録人口

## 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界に、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。

総面積は東西 24 km、南北 40kmで 608.82km<sup>2</sup>であり、奥羽山系の山脈に囲まれた自然豊かな地域です。

北上川の上流域にある雫石町は、北に秀峰岩手山(2,038m)、西に秋田駒ヶ岳(1,637m)、南に須賀倉山(940m)、東に厨川篠木山\*(389m)と四方を山々が連ね、やや扇状地の盆地となっており、山岳や高原が総面積の大部分を占めているほか、総面積の約 80%が標高 300m以上となっています。また、山麓には、広大な傾斜地が開かれ、天然林、牧野、田畑がのどかな田園風景をつくりだし、田、畑の耕地は、葛根田川、雫石川、南川の三河川流域の低地平野部に展開されています。

盆地を張り巡るように流れる幾つもの川は、盆地を囲う四方の山々より流れ出ており、盆地東部に位置する御所湖へと流入します。こうした地勢により、雫石町は農耕水利に恵まれ、牧畜にも恵まれた環境となっています。

\*厨川篠木山…大沢坂峠、篠木峠、烏泊(からすどまり)山の3つの山(峠)

## 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 号を經由して約 20~40 分で雫石町内の各種観光施設に来訪することができます、東北自動車道盛岡ICからは更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
	仙台駅 ▶ 盛岡駅 ▶ バス又はタクシー乗換 ▶ 雫石 ……	約1時間15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 ……	約1時間40分
	東北自動車道 ……青森中央I.C ▶ 盛岡I.C ▶ 国道46号 ▶ 雫石 ……	約2時間35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 ……	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
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3時間20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30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)しずくしい観光協会	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

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」

●雫石町への二次交通アクセス

雫石町への二次交通アクセスは、車を利用しない観光客にとって、必ずしも十分な移動手段が準備されていません。駅からの二次交通アクセスが不十分なため、一次交通アクセスである秋田新幹線などの列車を利用する観光客が少ない現状にあります。

バスについては、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あり、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が、雫石町内を回遊するための二次交通アクセスは十分ではないため、車利用者以外の常設の移動手段は、タクシーに頼らざるを得ない状況です。雫石町内の移動の利便性が向上するよう、現在実施中のレンタサイクル・観光ワンコインタクシー等の二次交通アクセスの拡充が期待されます。

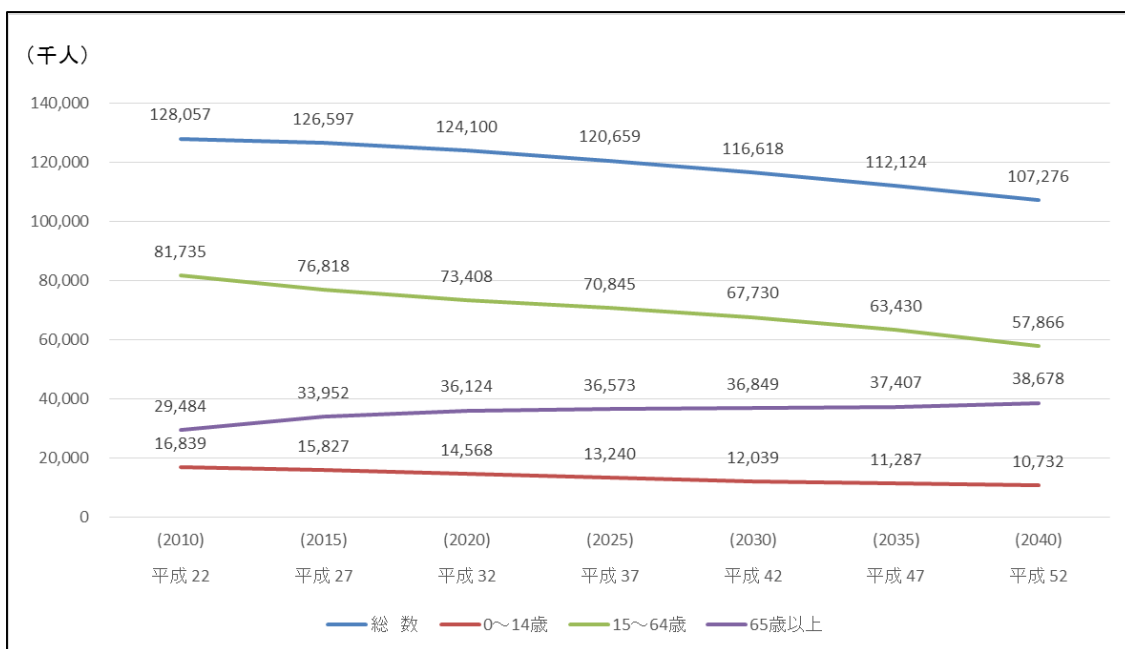
## 2. 雫石町の観光・交流を取り巻く状況

### (1) 全国的な観光・交流の現状

#### ① 少子高齢・人口減社会の到来

日本は本格的な人口減少社会に突入しています。国立社会保障・人口問題研究所の「日本」日本将来推計人口(平成 24 年1月推計)」によると、日本の総人口は平成 52 年には 1,900 万人以上減少すると推計されており、旅行者数の減少に伴う国内観光の縮小が予測される中、地域の観光資源の魅力向上による国内需要の喚起や海外の市場開拓が必要な状況にあります。

図表2-1 日本の総人口、年齢3区分別人口推計

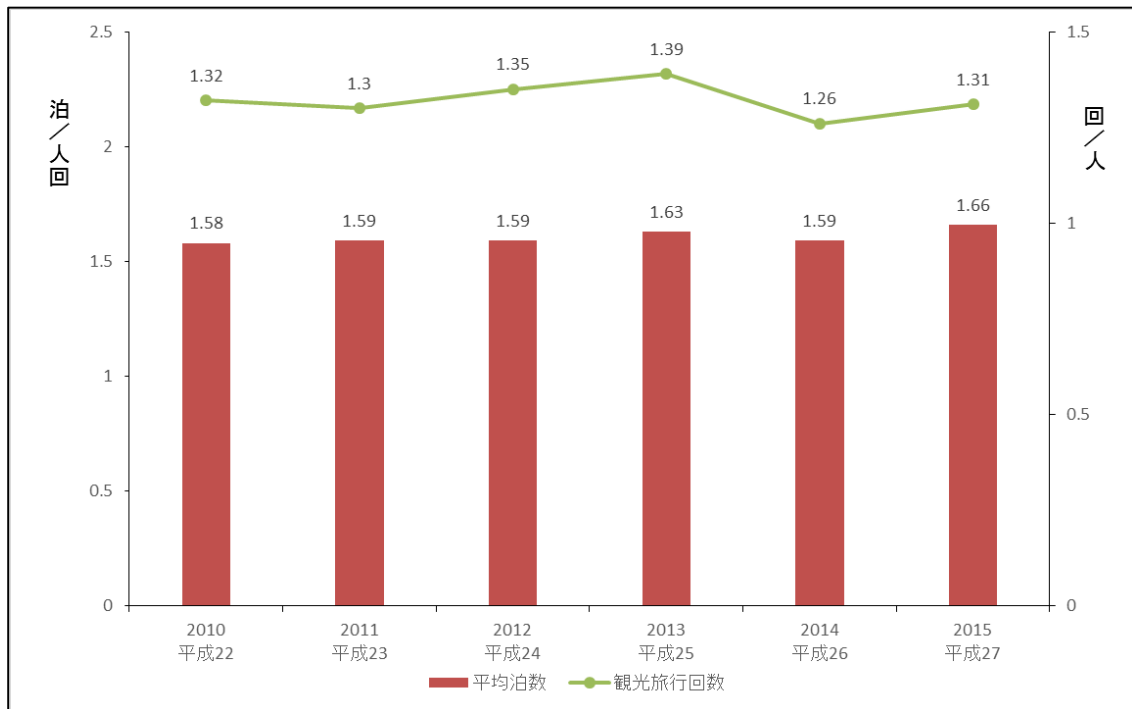


(資料)国勢調査、平成 27 年以降国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成 24 年1月推計)の中位推計)

②国内観光の動向

平成 27 年の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行回数は平均で 1.31 回/人(暫定値)、同国内観光旅行宿泊数は 1.66/人回(暫定値)でともに微増傾向にありますが、平成 22 年以降の推移では、ほぼ横ばいの傾向にあります。

図表2-2 国内 宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移

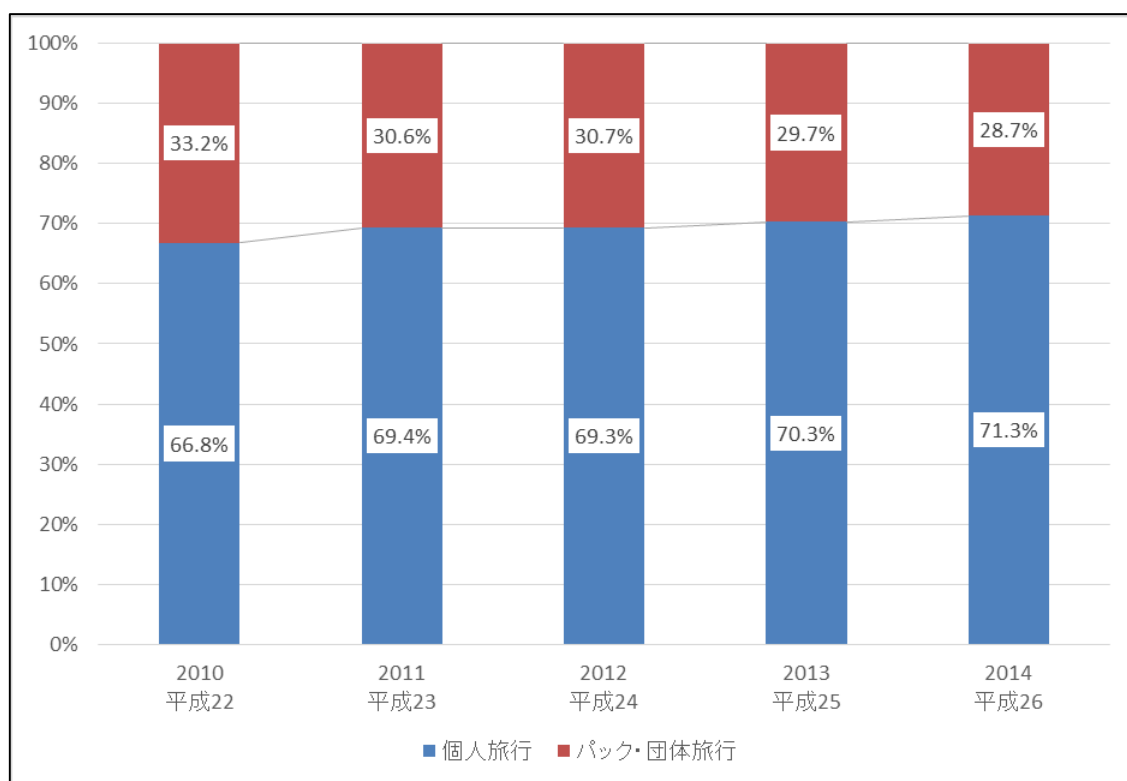


(資料)観光庁「旅行・観光消費動向調査」平成 27 年度の数値は推計

### ③旅行形態

国内宿泊観光旅行の形態は、団体旅行から個人旅行へ移行しており、平成 25 年以降は個人旅行の比率が7割以上を占め、さらに増加傾向にあります。

図表2-3 国内宿泊観光旅行の個人・団体別割合の推移

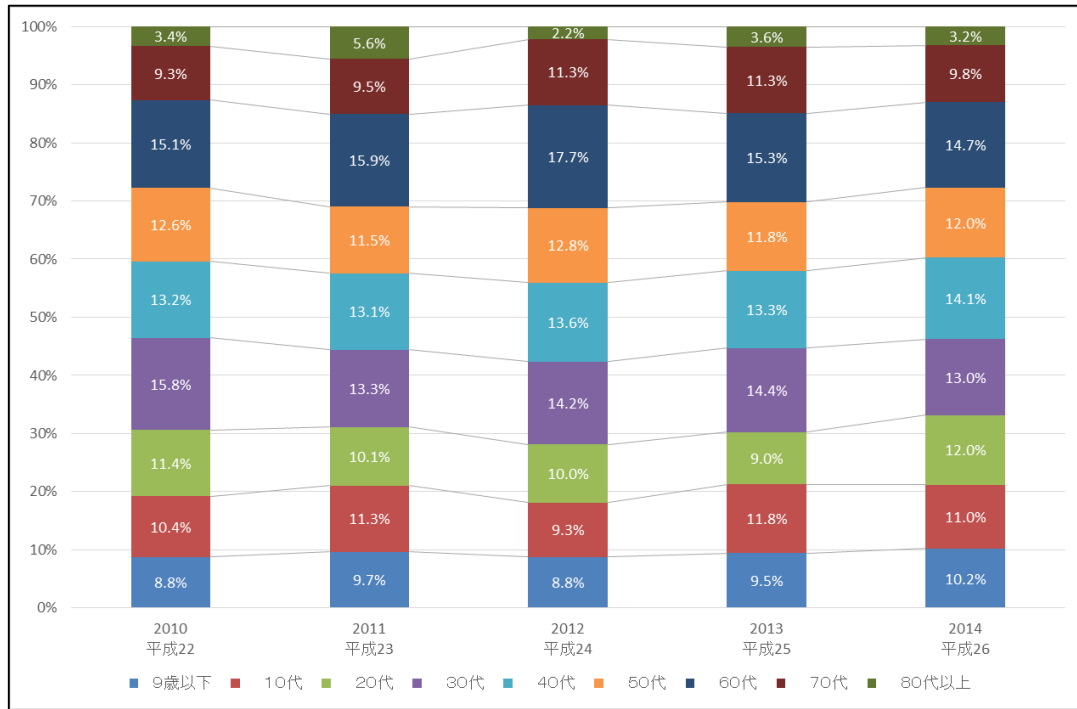


(資料)観光庁「旅行・観光消費動向調査」

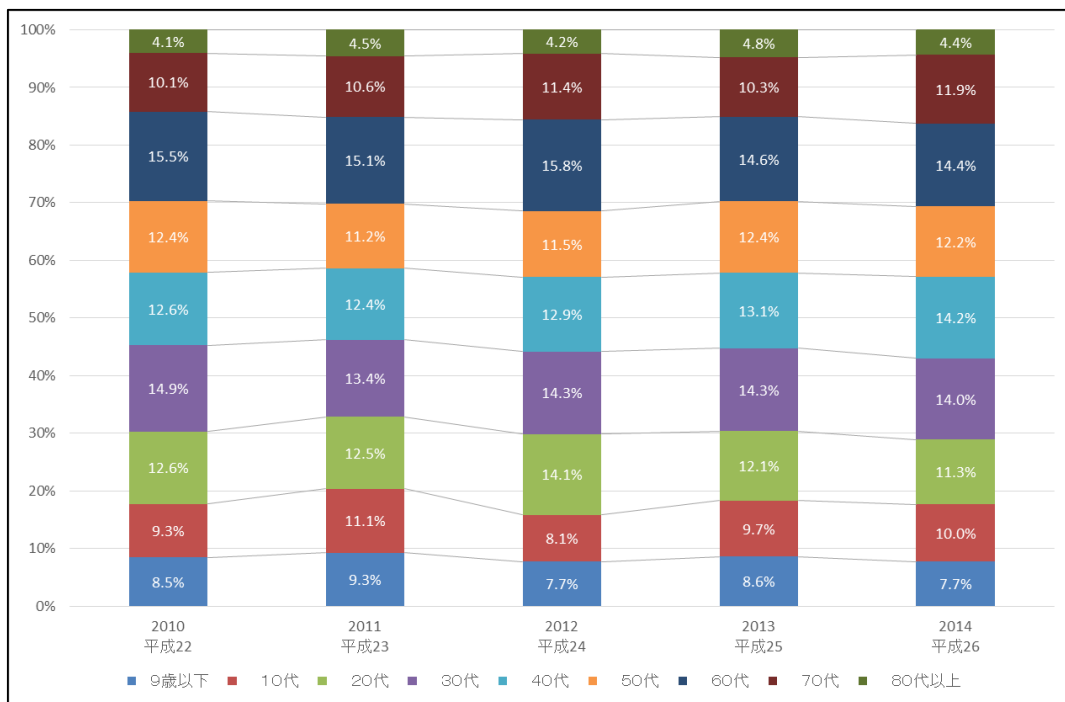
④性別・年代別割合

国内観光宿泊旅行の性別・年代別の割合は、平成22年から大きな変化はなく、男女とも30代、40代、60代の割合が多くなっています。

図表2-4 国内宿泊観光旅行の性別・年代別割合の推移(男性)



図表2-5 国内宿泊観光旅行の性別・年代別割合の推移(女性)



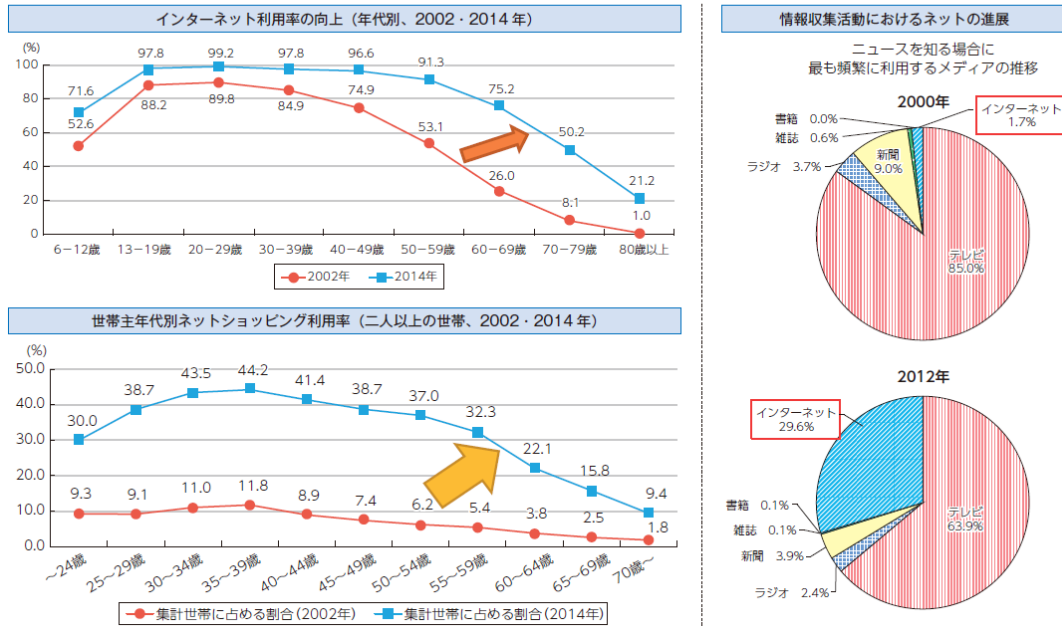
(資料)観光庁「旅行・観光消費動向調査」

⑤インターネットの普及

インターネットは全年代に浸透してきており、情報収集活動におけるインターネット利用の割合も大幅に増加しています。また、観光情報の収集手段の45.1%がインターネット利用となっています。

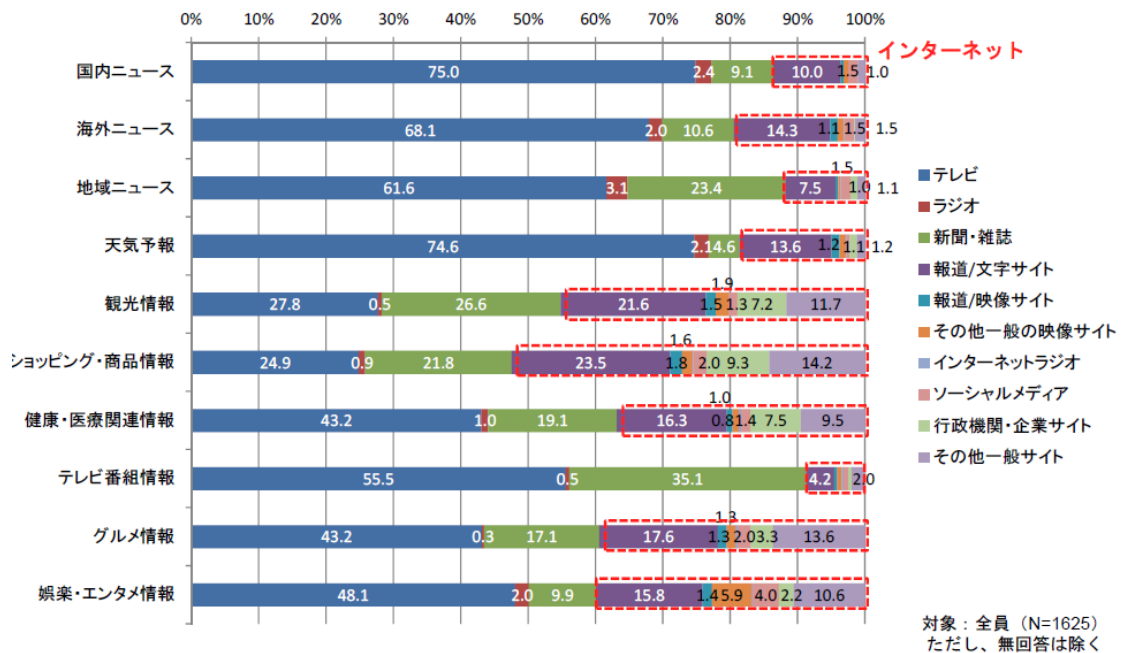
図表2—6 ICT 利活用の進展

○インターネット利用をはじめとするICT利活用は過去約10年間で全年代的に浸透。



(資料)情報通信白書平成27年版ポイント

図表2—7 最も利用するメディア(情報種類別)

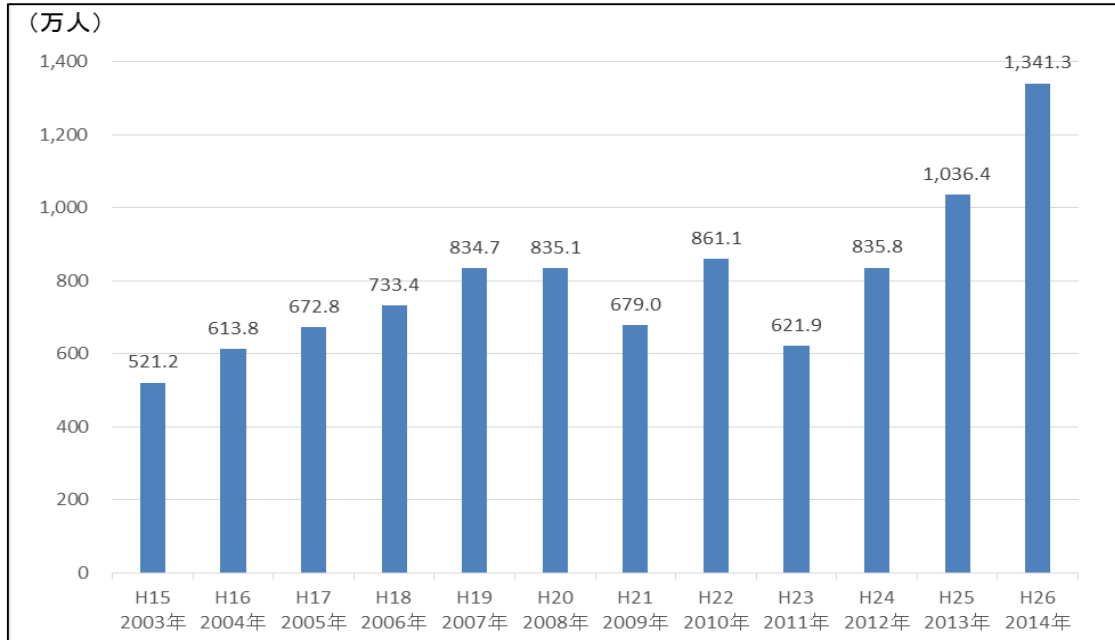


(資料)ICT 基盤・サービスの高度化に伴う利用者意識の変化等に関する調査研究(総務省 情報通信国際戦略局 情報通信経済室)

⑥訪日外国人旅行者の動向

訪日外国人旅行者数は平成 25 年の 1,036 万人で初めて年間 1,000 万人を突破した後も大幅に増加しており、平成 26 年には 1,341 万人(対前年比 29.4%増)を記録し、今後も増加が予想されています。

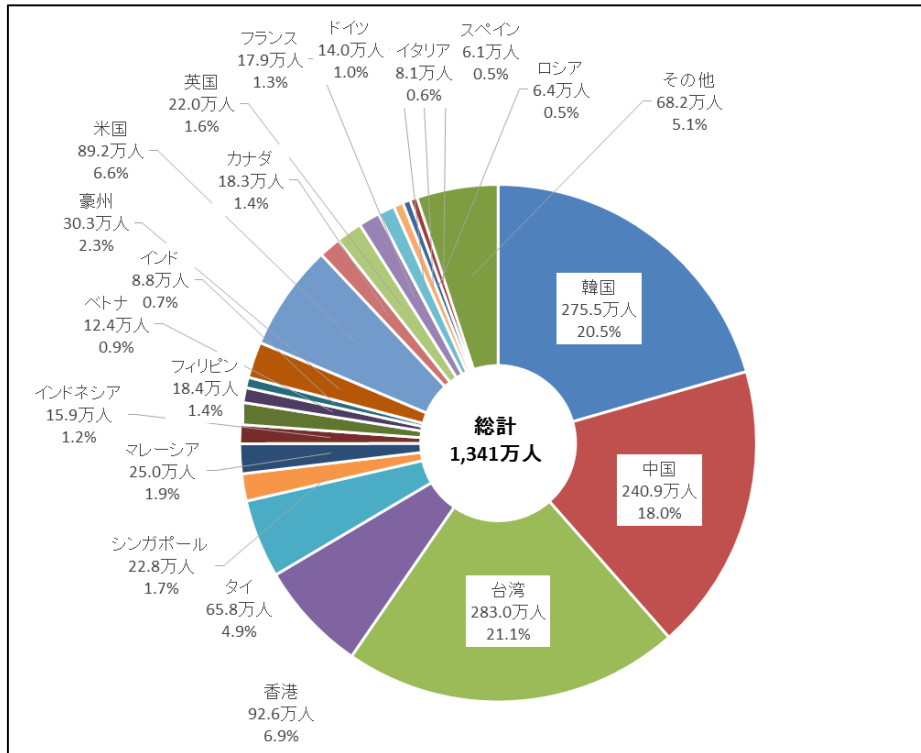
図表2—8 訪日外国人旅行者数の推移



(資料)日本政府観光局「ビジット・ジャパン事業開始以降の訪日客数の推移」

図表2—9 訪日外国人旅行者の国・地域別内訳

資料:日本政府観光局「ビジット・ジャパン事業開始以降の訪日客数の推移」平成 26 年数値



## (2)観光客の利用実態アンケート調査結果

### 【来訪客アンケート調査結果】

- 目的：雫石町の観光利用実態、観光客のニーズ等の詳細把握
- 実施期間：平成27年7月8日（水）～ 8月3日（月）
- 回収状況：協力施設13施設／配布数1,500票／回収数365票／回収率24.3%

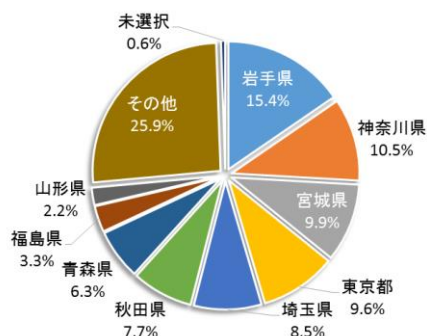
### ○調査結果概要

- ・【居住地】は、「岩手県」が15.4%と最も多く、東北地方で44.9%を占める。
- ・【性別】は、男女の割合が半々であり、【年代】は「60代」が27.1%と最も多い。
- ・【雫石町での宿泊数】は「1泊2日」が43.3%を占め、【来訪回数】は、「初めて」が45.8%と最も多いが、「2回目以上」も54.2%と多く、リピーター率が高い。
- ・【来訪動機】は「保養・休養のため」と約半数が回答している。次いで「日常生活から解放されるため」「旅先のおいしいものを求めて」となる。
- ・【旅先に選んだ理由】は、「以前、来て良かった」が23.0%を占め、【参考にした情報源】は「インターネット」が最も多く33.70%を占める。
- ・【総合満足度】は、満足（＝「大変満足」「満足」「やや満足」の合計）が87.0%と高い。
- ・【個別満足度】は、「景観・雰囲気」と「宿泊施設」が、満足（＝「大変満足」「満足」「やや満足」の合計）が9割前後である一方で、「買物」は、62.4%と低い。
- ・【再来訪意向】【紹介意向】ともに「そう思う」が最も多い。「大変そう思う」「やや思う」を含めると、70%を超える。

### ○調査結果

#### 【居住地】

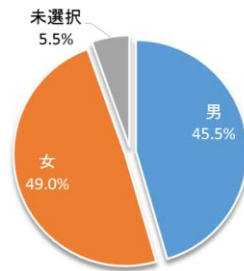
- ・「岩手県」が15.4%と最も多く、東北地方で44.9%を占める。東北地方以外では「神奈川県」10.5%、「東京都」9.6%、「埼玉県」8.5%となる。





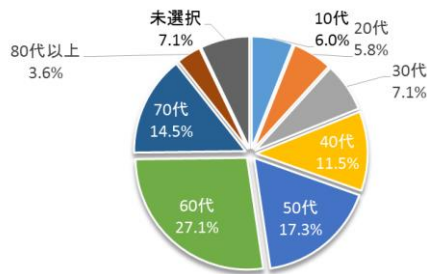
【性別】

・「女性」が「男性」を若干上回るものの、ほとんど差はない。



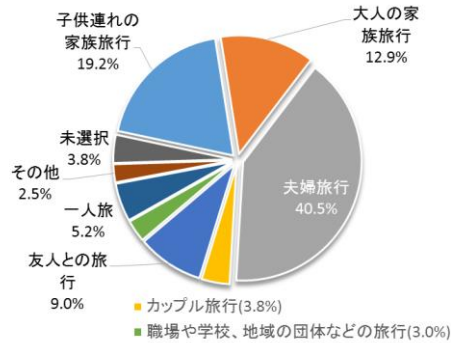
【年代】

・「60代」が最も多く、27.1%であるが、20～50代で41.6%を占める。



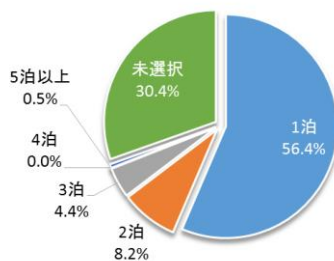
【同行者】

・「夫婦」が最も多く40.5%を占め、「子ども連れ家族」が19.2%となっている。



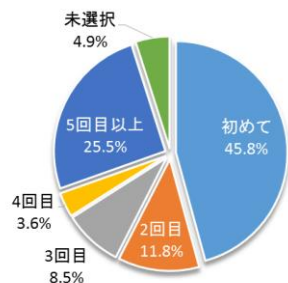
【雫石町での宿泊数】

・「1泊」が56.4%を占め、「2泊」と合わせると64.6%となる。



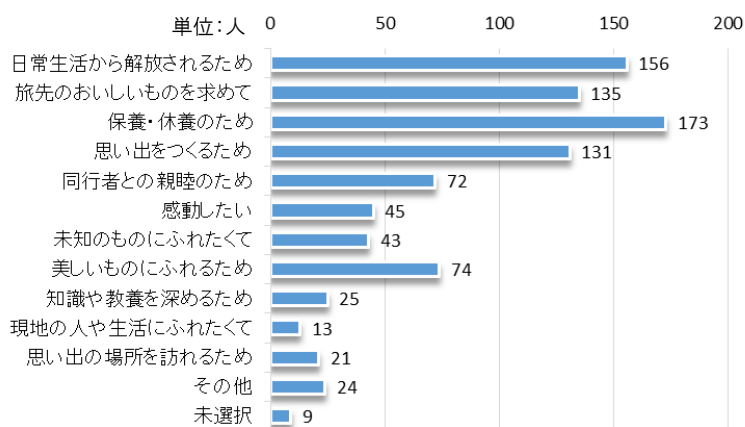
【来訪回数】

・「初めて」が45.8%と最も多いが、「2回目以上」も54.2%となっており、リピーター率も高いことが伺える。



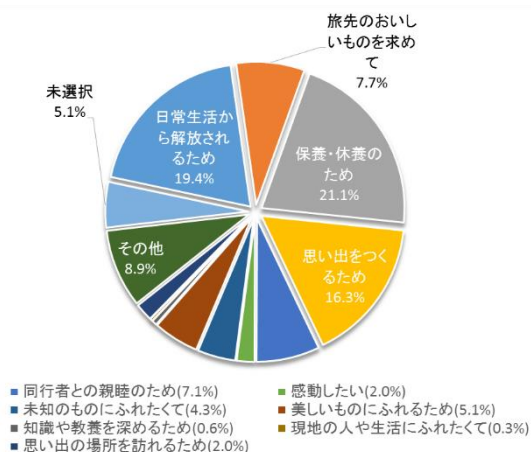
【来訪動機】

・「保養・休養のため」と約半数が回答している。次いで「日常生活から解放されるため」「旅先のおいしいものを求めて」となる。



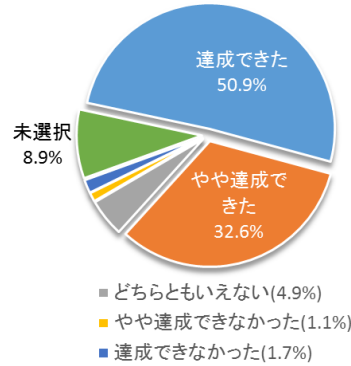
【来訪動機の中で最も重要視したもの】

・「保養・休養のため」が21.1%を占め、「日常生活から開放されるため」の19.4%、「思い出をつくるため」の16.3%と続く。



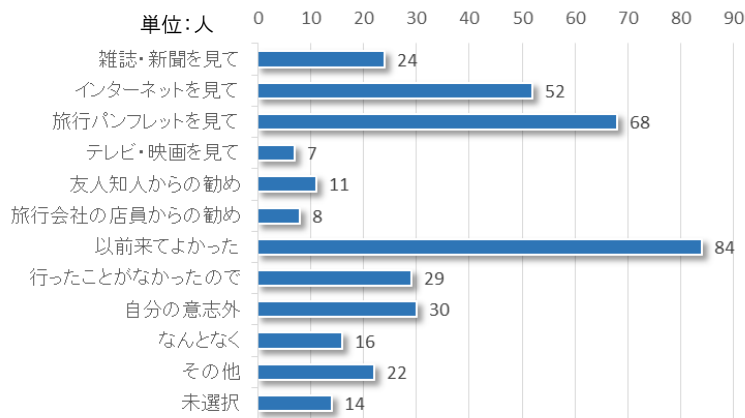
【動機に対する達成度】

・「達成できた」と「やや達成できた」で83.5%を占める。



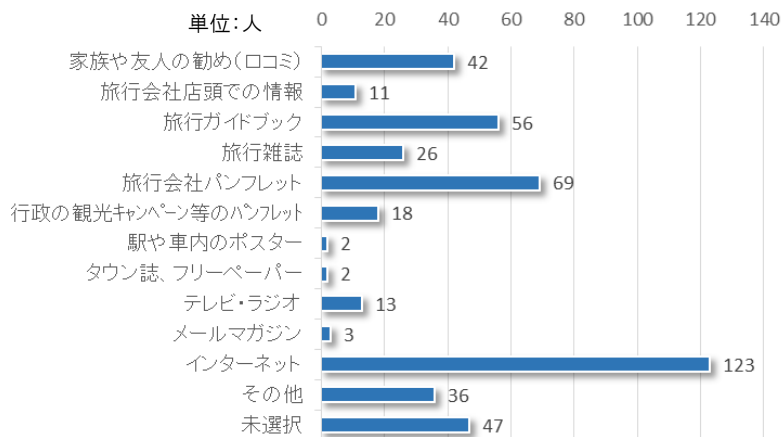
【旅先に選んだ理由】

・「以前、来て良かった」が31.6%を占め、「来訪回数」同様、リピーターが多くなっているのがわかる。



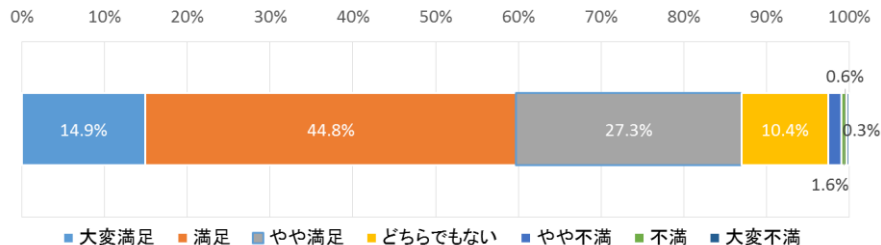
【参考にした情報源】

・「インターネット」が最も多く123人が選択しているほか、「旅行パンフレット」が69人であり、「旅先に選んだ理由」同様、旅行会社等への露出が増加していると思われる。



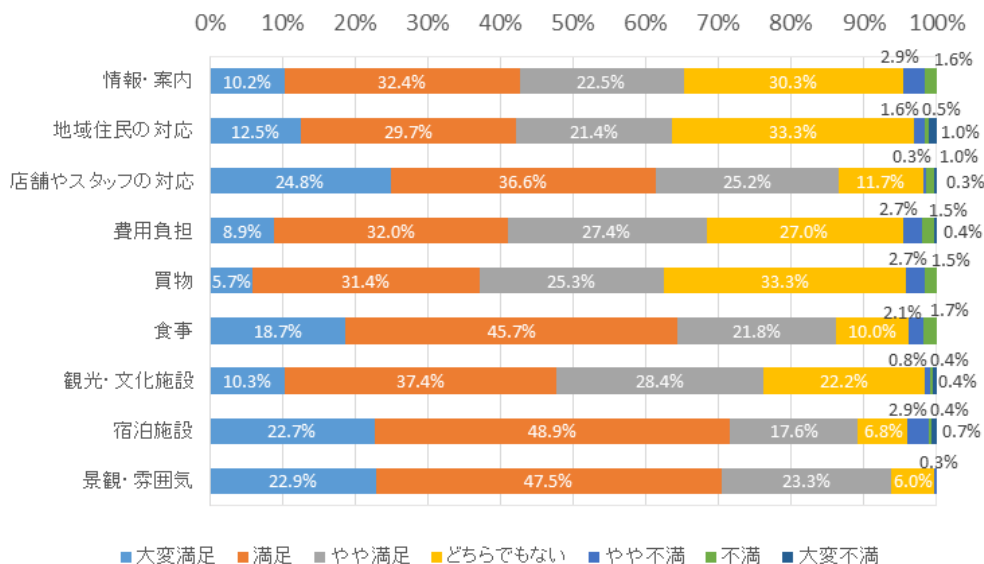
【総合満足度】

・「満足」が45.5%を占め、「大変満足」「やや満足」を含めると91.3%となり、総合満足度が高くなっているのがわかる。



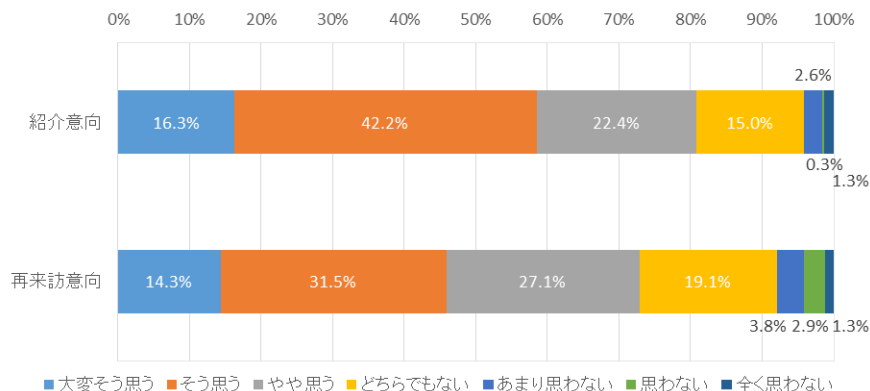
【個別満足度】

・全ての項目で「満足」の占める割合が高くなっていて、「大変満足」「やや満足」を含めると「買物」以外は7割を超える。中でも「景観・雰囲気」と「宿泊施設」は9割を超えている。満足度が低くなっているのは「買物」で66.9%。



【再来訪意向と紹介意向】

・再来訪意向、紹介意向ともに「そう思う」が最も多い。「大変そう思う」「やや思う」を含めると、80%を超える。



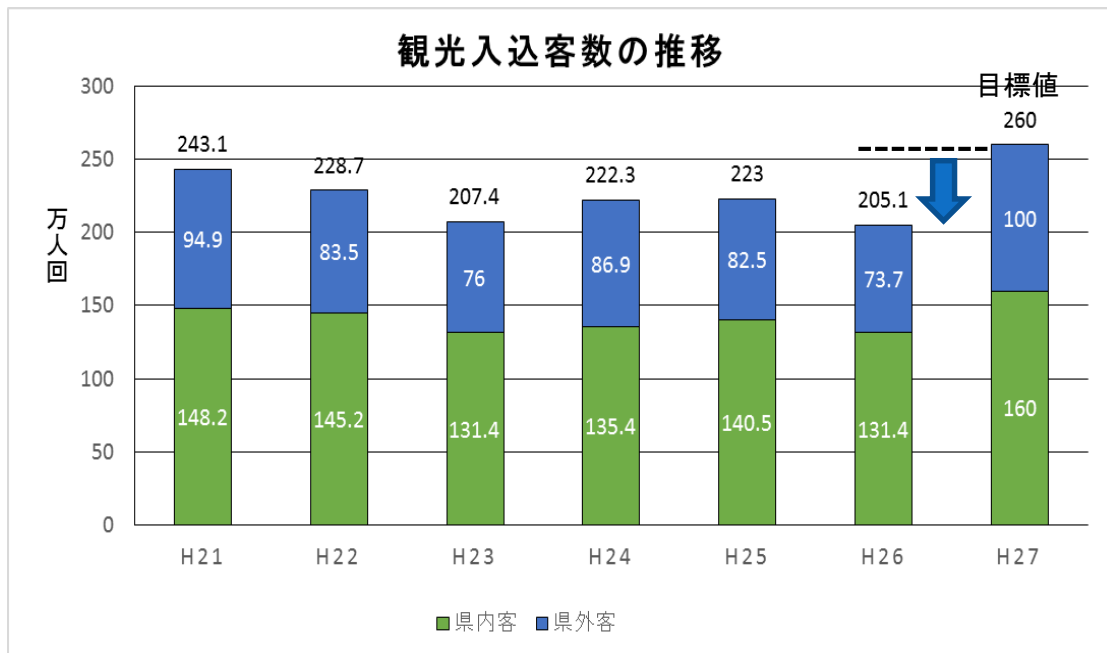
### 3. 雫石町観光・交流活性化行動計画 進捗状況

#### (1) 目標数値の達成状況

##### ① 観光入込客数

平成21年		H26年		H27年(目標)
243.1万人回		205.1万人回		260万人回
うち県内客 147.1万人回	→	131.4万人回	→	160万人回
うち県外客 96.0万人回		73.7万人回		100万人回

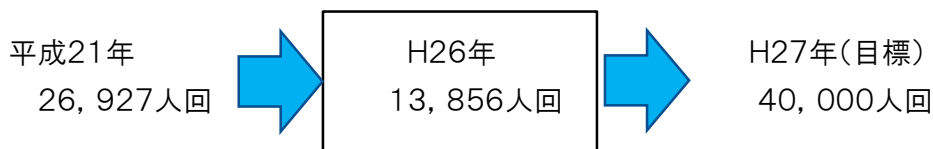
観光入込客数は、平成 26 年で 205.1 万人回となっています。計画策定時の平成 23 年は東日本大震災による国内外の観光需要の落ち込みなどから、10.3%の減少となりましたが、平成 24 年、平成 25 年はいわてデスティネーションキャンペーンなどの大型誘客キャンペーンの展開により回復したものの、震災発生前の数値に達成することができていません。平成 26 年は悪天候によるいわて雪まつりの来場者数減少や、けんじワールドの閉鎖、ぬくもりの里 NUC の温泉施設の中止など、集客力の高い施設の減少により 17.9%と大幅な減少となっています。



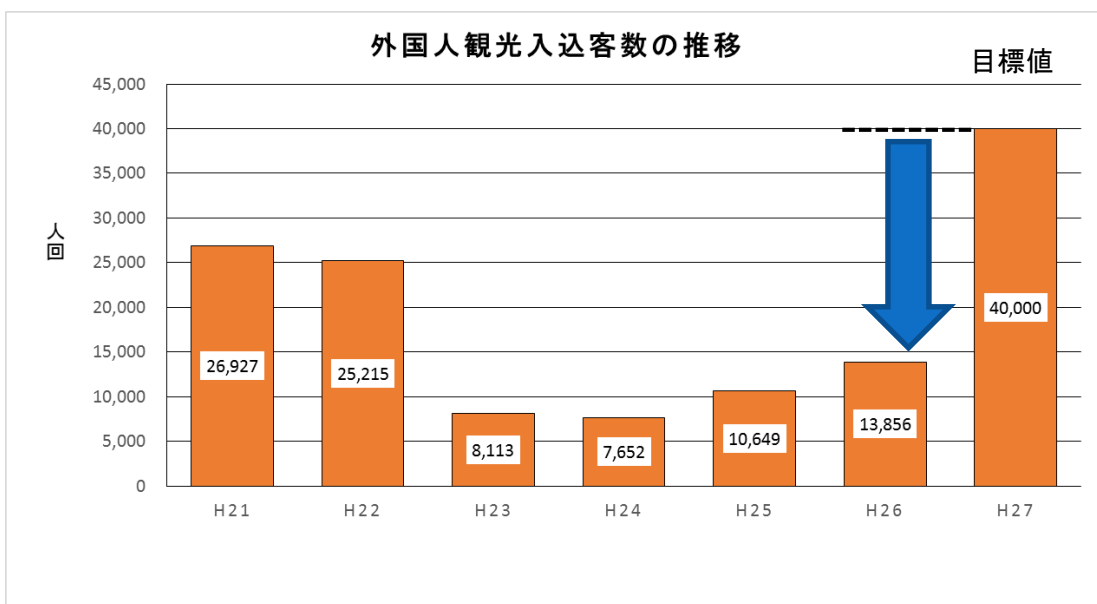
(雫石町観光客入込調査)

※ 平成 22 年に観光レクリエーション客入込統計の全国共通基準が変更になったが、平成 21 年以前の水準との比較ができなくなるため、平成 27 年までは基準変更前の数値を用いて指標の設定をしている。

②外国人観光入込客数



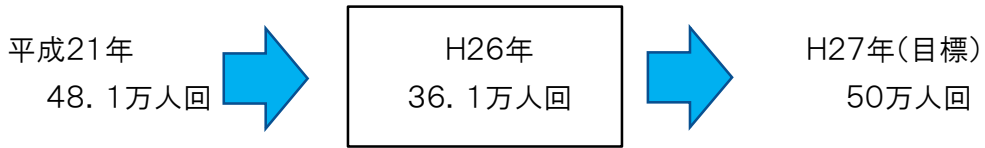
外国人観光客入込数は、平成 26 年で 13,856 人回となっています。平成 23 年 3 月の東日本大震災以後、東北地方を訪れる外国人観光客は大幅に減少した後、徐々に増加傾向にあります。平成 21 年を基準年として決定した平成 27 年の目標値 40,000 人回を大幅に下回っている状況にあります。国・地域別の内訳では、台湾からの旅行者が 91.6%と圧倒的となっており、香港、韓国を合わせたアジアからの旅行者で 97.7%を占めています。



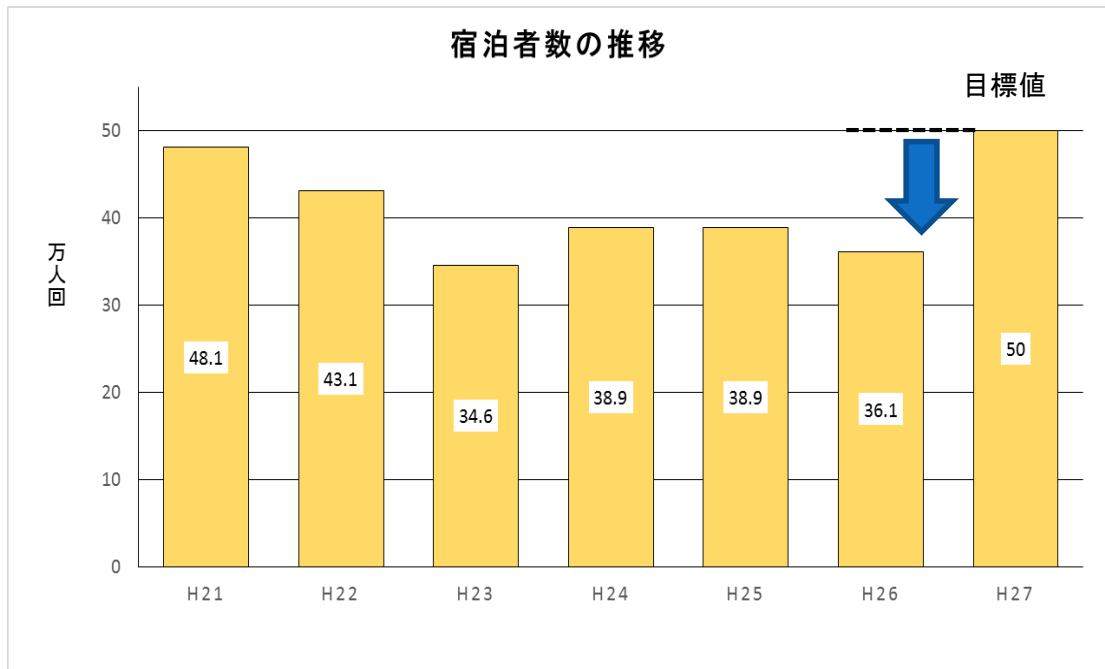
(雫石町観光客入込調査)

※ 平成 22 年に観光レクリエーション客入込統計の全国共通基準が変更になったが、平成 21 年以前の水準との比較ができなくなるため、平成 27 年までは基準変更前の数値を用いて指標の設定をしている。

③宿泊者数



宿泊者数は、平成 26 年で 36.1 万人回となっています。平成 23 年は東日本大震災の影響により 19.8%の減少となり、平成 24 年、平成 25 年はいわてデスティネーションキャンペーンなどの大型誘客キャンペーンの展開により回復したものの、震災発生前の数値に達成することができていないのは全体の観光客入込数と同様の傾向です。平成 26 年は集客力の高い施設の減少により 7.2%の減少となり、目標値である 50 万人回は大幅に下回っています。



(栗石町観光客入込調査)

※ 平成 22 年に観光レクリエーション客入込統計の全国共通基準が変更になったが、平成 21 年以前の水準との比較ができなくなるため、平成 27 年までは基準変更前の数値を用いて指標の設定をしている。

## (2) 雫石町観光・交流活性化行動計画の取組状況

- ① 前計画で掲げたプロジェクトは 39 であり、そのうち 32 のプロジェクトが着手・実施済みであり、未着手は 7 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 雫石町観光キャッチフレーズを募集し、選考された「あなたの心に思い出の一滴を。」を活用し、ロゴマークの作成やピンバッチ・ポスターを製作し、新しい雫石町のイメージ構築に取り組みました。
- ③ 雫石町の食文化である「重っこ料理」を活用した旅行商品メニューを検討し、モニターツアーを実施することにより、体験旅行商品化を推進したほか、新たな雫石町の名物として「雫石スープカレー」を考案し、「雫石まるごとグルメフェア」により地産地消を情報発信しました。
- ④ グリーン・ツーリズム推進協議会による体験受入関係施設に受入可能メニュー等のアンケート調査と冬季体験メニューの検討により、グリーンツーリズム受入体制の見直しが図られました。
- ⑤ 長山街道、御所街道、橋場街道の三街道に焦点をあてて観光資源を発掘し、ポスター製作とテレビ CM 放映により情報発信を行なったほか、発掘した観光情報をもとにぶらりぶらぶら御所街道実行委員会が御所街道のパフレットを製作するなど、雫石町三街道の周知が図られました。
- ⑥ 盛岡・八幡平広域観光推進協議会や秋田岩手広域観光推進協議会に参加し、関係団体と連携してパフレットの作成やキャンペーンを実施することにより、広域観光・滞在型観光の促進が図られました。
- ⑦ 首都圏観光客増加を目指した「旅・食・文化芸能まるごと”しずくいし”in 東京」の開催や、外国語ホームページ製作など、国内外の観光客誘客のための情報発信に取り組みました。
- ⑧ 物産と観光展の開催、外国向け観光DVD・観光ガイドブックの作成、台湾を始めとしたアジア地域からの誘客に向けた国際プロモーション活動など、雫石町の知名度の向上に向けた取り組みを推進しました。
- ⑨ いわて雪まつり期間の町内施設利用特典クーポン、宿泊施設共通キャンペーン、着地型旅行商品開発などの取り組みにより、町内観光関連施設の連携意識を醸成し、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) 粟石町観光・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	年度	実施概要	事業名	
1	粟石町を運翔させる地域イメージの構築	1-1	粟石町の地域資源に関する情報を集約し、整理する	1-1-1	地域資源情報の集約・一元化事業	24	完了	24	観光ガイド作成準備実施時に観光協会による地域資源取集及び一元化を実施。	春地型旅行商品開発事業	
								25			
								27			
		1-2	対外的なキャッチコピーの検討	1-2-1	対外的なキャッチコピーの検討	24	完了	24	24	粟石町観光キャッチフレーズを募集し、「あひだの心に思い出一滴を。」を公募。	観光・交流活性化行動計画推進事業
								25			
								26			
								27			
		1-3	粟石町をイメージさせる各種情報媒体を整備する	1-3-1	基本的な各種情報媒体や情報発信ツールの整備・改定事業	24, 25, 26	実施中	24	24	観光キャッチフレーズに沿った観光ロゴマークを作成。	観光情報発信事業
								25			
								26			
2	粟石盆地の郡・農村文化の観光的活用	2-1	農村の暮らしや文化等を見直し、発信する	2-1-1	農村集落で受け継がれている地域の歴史行事や伝統行事・伝承・食等発掘事業	24, 25	実施中	24	HPにガイドブック及びドライブマップ掲載、ドライブマップを全面改定しスマートフォンで動画が見れる機能を追加。	観光情報発信事業	
								25			
								26			
2	粟石盆地の郡・農村文化の観光的活用	2-2	農村の暮らしや文化等を体験できるプログラムを充実させる	2-2-1	四季折々の体験プログラムや歴史・食等を活かした体験プログラム作成事業	25, 26	実施中	24	軽トラ市と温泉を組み合わせたツアーの企画販売	春地型旅行商品開発事業	
								25			
								26			
								27			
								24	軽トラ市と温泉を組み合わせたツアーの企画販売		
								25	季節ごとのモデルコースを作成し、そのうち町内観光ツアー・紅葉ツアーの販売企画（気象条件等により中止）		
								26	全国軽トラ市サミットや小岩井・イルミネーション、雪まつり、ツツ石山の紅葉など季節ごとの資源を活かした旅行商品を販売。		
27	重っこ料理、農業体験を中心にプログラム作成を行うグリーン・ツーリズム推進協議会の事業を支援。										
2	粟石盆地の郡・農村文化の観光的活用	2-2-2	郷土芸能の受け入れ機会創出事業	27	未実施	24	重っこ料理、農業体験を中心にプログラム作成を行うグリーン・ツーリズム推進協議会の事業を支援。	春地型旅行商品販売促進事業			
						25					
						26					

基本戦略番号	基本戦略	施策番号	具体的な施策	PU番号	プロジェクト	実施期間	状況	年度	実施概要	事業名
2	磐石盆地の歴史・農村文化の観光活用	2-3	磐石盆地の農村風景、牧歌的風景を保全・活用する	2-3-1	地域の歴史を伝える美しい風景や建造物の保全・活用事業	24、25	実施中	24 25 26 27	景観住民協定及び景観形成補助金見直しのため磐石町景観ワークショップ開催 25 網走行政区(岩手高森ペンション村)において景観からの地域づくり(景観点検)実施及び景観住民協定認定 26 25年度認定された網走行政区の景観住民協定活動の支援 27 林行政区において景観住民協定認定	景観形成推進事業
				2-3-2	花を活かした風景づくり事業	24~長期	実施中	24 25 26 27	町内の学校に花苗を配布し、花壇整備を推進。 24 地域コミュニティの花壇整備等の活動に交付金を支出。 24 国道46号バイパス「フラワロード」植栽を住民とともに実施 24 水路、農道等農地周辺への補助活動等に補助金を支出。 26 1行政区2団体に計64本のソメイヨシノ等の苗木を配布 24 磐石スーパークラレールを共通メニューとして「磐石まるごとグルメフェア」を開催し、地産地消の情報発信。 24 しずくしい地産地消のタペによる地産地消の情報発信(平成27年度は磐石地産食産部) 25 農産物認証基準に適合する農産物の認証、農産物取扱店表示認定基準に適合する取扱店の認定。 26 「おいしいうれいしいしずくしい」イベントを開催し、地産地消推進店を周知。 27 キャンペーンによる農産物認証等制度の周知を継続しながら、制度改正を検討。	花と緑のまちづくり事業 地域コミュニティ形成推進事業 花と緑のまちづくり事業 農地・水保全管理支払交付金事業 多目的機能支払事業 環境緑化木配布事業 地産地消推進事業 農産物認証等事業
3	地産地消の推進等による農業と観光・交流の連携	3-1	磐石産食材や食文化を提供する	3-1-1	磐石産食材や郷土料理等を扱う飲食施設等の効果的な情報発信事業	25、26、27	実施中	24 25 26 27	24 しずくしい料理研究会で開発した地産地消メニューを「しずくしい地産地消のタペ」(平成27年度は「磐石地産食産部」)で公開 26 業者向け「磐石スーパークラレール」の新商品「トマトスーパークラレール」の開発及び販売 27 「磐石スーパークラレール」の個人消費者向け商品開発の検討	地産地消推進事業
				3-1-2	地域ならではの食や歴史を伝える物販飲食施設の活用を検討	24~長期	実施中	24 25 26 27	道の駅を施設改修しリニューアルオープン 24 「しずくしい」経営改善連絡会議により道の駅、磐石ステーションの施設改修を含めた改善の検討 25 道の駅を施設改修しリニューアルオープン	道の駅施設管理運営事業 磐石ステーション管理運営事業 道の駅管理センター等管理運営事業
3-2	農家と観光客が交流する場や機会を創出する	3-2-1	観光客が交流する場や機会を創出する	3-2-1	交流居住者や都市住民等と農業者の交流事業	25~長期	実施中	24 25 26 27	コテージから磐石町体験農園貸出、農業体験の実施による交流事業の実施 24 全日本スキー選手権大会誘致 25 全日本学生スキー選手権大会誘致 26 振興の台湾観光客市場開拓プロモーションにグリーン・ツーリズム推進協議会が参加し、台湾旅行会社に体験型旅行をPR、修学旅行誘致説明会(東京)でのPRを実施。 27 修学旅行誘致説明会(函館・札幌)や台中国際旅行展覧会等に参加しPRを実施。	コテージ管理センター等管理運営事業 体験農園管理運営事業
				3-2-2	観光客との連携による地域内でのエネルギー循環推進事業	24~長期	実施中	24 25 26 27	「しずくしい」菜のデコクログロジープロモーションにより、菜の花を多段階利用した資源循環に取り組んでいる 24 「しずくしい」菜のデコクログロジープロモーションにより、菜の花を多段階利用した資源循環に取り組んでいる 25 「しずくしい」菜のデコクログロジープロモーションにより、菜の花を多段階利用した資源循環に取り組んでいる 26 「しずくしい」菜のデコクログロジープロモーションにより、菜の花を多段階利用した資源循環に取り組んでいる 27 「しずくしい」菜のデコクログロジープロモーションにより、菜の花を多段階利用した資源循環に取り組んでいる	観光情報発信事業 観光政策推進事業 しずくしい・菜のデコクログロジープロモーション管理運営事業 環境政策推進事業
3-3	農林業と観光の連携により循環型の仕組みをつくる	3-3-1	農林業と観光の連携により循環型の仕組みをつくる	3-3-1	観光客を巻き込んだ地域内循環の仕組みづくり	24~長期	未実施	24 25 26 27	24 新エネルギービジョンを再生可能エネルギーの計画的な導入と普及を推進。 24 新エネルギービジョンを再生可能エネルギーの計画的な導入と普及を推進。	環境政策推進事業
				3-3-2	観光客を巻き込んだ地域内循環の仕組みづくり	24~長期	未実施	24 25 26 27		

第2章 粟石町の観光・交流の現状と課題

基本戦略番号	基本戦略	施策番号	具体的な施策	PU番号	プロジェクト	実施期間	状況	年度	実施概要	事業名	
4	観光・交流施設の魅力を高め、観光客の呼び込みと誘客促進	4-1	宿泊施設・観光施設の新たな魅力を創出する	4-1-1	各温泉の歴史・文化を活かした体験メニュー開発事業	24、25、26	未実施	24、25、26	各温泉の歴史・文化を活かした体験メニュー開発事業	着地型旅行商品開発事業	
				4-1-2	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等造成事業	25、26、27	実施中	25、26、27	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等造成事業		着地型旅行商品開発事業
				4-1-3	集落民宿モデル事業	24、25	完了	24、25	関係施設に受入可能メニュー等のアンケート調査を実施し、グリーンツーリズム受入体制の見直しを図った。冬季体験メニューを検討し、モニターツアーを実施。		集落民宿モデル事業 体験型旅行商品販売促進事業
		4-2	宿泊施設・観光施設の新たな魅力を創出する	4-2-1	地域一体となった食の魅力づくりやイベントの開催事業	24、25、26	実施中	24、25、26	毎年共通テーマを決め、テーマに沿ったメニューを町内参加施設で提供し「粟石まるごとグルメフェア」を開催。(H24、H26スーパーカレ、H25南都かしわ) 新しくいし地産地消のタベによる地産地消の情報発信(平成27年度は粟石地産食産部)	地産地消推進事業	
				4-2-2	観光産業従事者向けの粟石産の食材や食文化の講座の開設事業	24、25、26	実施中	24、25、26	重たご料理の商品化のため、伝統を損わないようシステムの変更を研究。他地域の伝統料理の商品化取り組みを視察	観光交流推進事業	
				4-2-3	観光産業と農家等のマッチングシステムを構築する	24、25、26	実施中	24、25、26	重たご料理提供協力民宿と商品化に向けたメニューの検討会を開催し、検討結果の検証のためのモニターツアーの実施。 重たご料理提供体制を町内関係団体と連携して構築するための講習会の開催 いし料理研究会の開催 いし料理研究会の開催 いし料理研究会の開催	グリーン・ツーリズム推進事業	
		4-3	商店街や街連(エリア)の魅力の向上を図る	4-3-1	イベントに合わせた郷土芸能の公演実施事業	24、25、26	実施中	24、25、26	VIBES MEETINGでの粟石よしやれ、夏まつりin小岩井での粟石さんさ踊りを披露 粟石・語りこの会が粟石プリンスホテルにおいて宿泊客への方言講座と昔話を聞く会を実施 中川獅子社中がホテル森の庭において民謡公演を実施。粟石・語りこの会が昔語りをイベントや観光施設において実施。 粟石・語りこの会が昔語りの小岩井農場主催イベントで実施。粟石プリンスホテルにおいて「粟石町の語り部方言講座」の実施。	観光誘客促進事業	
				4-3-2	街連・エリアでの連携の強化と一体的な情報発信事業	25、26、27	実施中	25、26、27	岩手大学の「地域課題解決プログラム」により御所街道の資源発掘を実施。粟石三街道をテーマとしたCMの製作・放送。 粟石三街道をテーマとしたCMの放送。	観光・交流活性化行動計画推進事業 観光情報発信事業	
				4-3-3	街連・エリアでの連携の強化と一体的な情報発信事業	25、26、27	実施中	25、26、27	街連・エリアでの連携の強化と一体的な情報発信事業	観光・交流活性化行動計画推進事業 観光情報発信事業	

帯石町観光・交流活性化行動計画

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	年度	実施概要	事業名	
5	観光まちづくりや観光 推進(受入れ)体制の 強化	5-1	観光推進体制を強化 する	5-1-1	観光関連組織によって構成さ れるプラットフォームの形成	24~27	実施中	24	いわて雪まつり期間の町内施設利用料無料クーポン、宿泊施設共通キャンペーンなどの取り組みにより、町内観	着地型旅行商品開発事業	
								25	光関連施設の連携意識を醸成		
								26	グリーンツーリズム推進協議会・NPO法人等、受入れ案件作り関係組織団体との協議による連携の推進		
		5-2	観光・交流に対する理解促進 事業	5-2-1	観光・交流人材の発掘・育成 事業	24	24~長期	実施中	24	観光大使フォーラムでの公演・パネリストセッションにより町民への観光地周知	観光・交流活性化行動計画推進事業
									25	各実施主体で観光・交流活性化行動計画に関連する事業を展開する際に関係団体へ配布、説明し、計画の趣旨 への理解を深めるほか、町が主催するセミナー等で配布し周知。	
									26	全6回の観光ガイド養成講座を実施し、18名へ修了証授与。	
		5-3	観光情報を共有し効 率的に発信・提供す る	5-3-1	地域情報の提供・発信体制構 築事業	24, 25, 26	24~長期	実施中	24	観光ガイドを活用した商品の開発・検討。	観光・交流推進事業
									25	今年最後の元祖屋トラ市と名湯網走温泉の旅をコアブランドの販売により実施 「いわて雪まつりと親しの温泉」親子ツアー・「富士市・帯石町友好交流都市提携記念」モーターツアー・網 走温泉スキーツアー・「春休みこそ！帯石で雪遊び海陸旅」を直接販売により実施	
									26	税金所めぐりツアー・三ツ石ハイキングツアー・「親子で行こう！いわて雪まつりと親しの温泉ツアー」・ 「ふれあい紀行 湯治の会 帯石温泉」・「しずくしい昔話し」と「ほっこり温泉」を楽しむツアー・「げざ ンワ観察会」と十年の名湯「網走温泉」日帰りツアーを直接販売により実施	
		5-3	観光情報を共有し効 率的に発信・提供す る	5-3-2	観光案内サイン整備事業	24	24~長期	未実施	24	「帯石町・桜の名所を巡る旅」・三ツ石ハイキングツアーを直接販売により実施	観光・交流推進事業
									25	帯石町観光ポータルサイトを構築し、イベント・キャンペーン等を一元化して情報発信	
26	観光案内サイン整備事業										
5-3	観光情報を共有し効 率的に発信・提供す る	5-3-3	防災情報の提供と改善発生時 の誘導仕組みづくり事業	24, 25	24, 25	実施中	24	地域防災計画を周知し、要支援者の対象に外国人、旅行者を含め、有事の際の対策を明確化した。	地域防災体制確保事業		
							25				
							26				
								27			

基本戦略番号	基本戦略	施策番号	具体的な施策	PI番号	プロジェクト	実施期間	状況	年度	実施概要	事業名
5	観光まちづくりや観光推進(受入れ)体制の強化	5-4	周辺観光地と連携して国内外の観光客受入体制を充実する	5-4-1	周辺観光地との連携による効果的・効果的な観光促進事業	24~27	実施中	24	盛岡・八幡平広域観光推進協議会に参画し、広域観光パンフレット・ホームページの作成及び大都市圏での観光PRを実施。 25 秋田若手広域観光推進協議会に参画し、広域/パンフレット・ホームページの作成及び大都市圏での観光PRを実施。 26 盛岡広域振興局の台湾観光誘客事業により、盛岡市・八幡平市とともに台湾での観光PR及び商談会等に参加 27	観光政策推進事業
								25		
								26		
								27		
		5-4-2	観光施設・宿泊施設向けのレストランアップ講習会事業	24~27	実施中	24	しずくしい観光協会事業により平林郁夫を講師に招き観光施設従業員向け接客研修を実施。 しずくしい観光協会事業により観光施設視察研修(オカールプラザ)・接運向上セミナーを実施。盛岡・八幡平広域観光推進協議会事業により盛岡・八幡平広域観光施設接客担当者及び外国人接客研修を実施。 しずくしい観光協会事業により研修の実施。異文化講習の実施。	観光交流推進事業		
						25				
						26				
		5-4-3	一・二次交通アクセスに関する事業	24~長期	実施中	24	JR東日本盛岡支社に対し、秋田新幹線の栗石駅停車本数増加要請を実施 25 鯉沼温泉~盛岡駅を結ぶ無料シャトルバス運行を支援 26	観光交流推進事業		
						25				
						26				
5-5	観光統計を整備しマーケティング機能を強化する	5-5-1	観光統計(宿泊統計・顧客満足度調査等)の整備事業	24~27	実施中	24	しずくしい観光協会において実施するレンタサイクル、ワンコンコングツアーを支援。 栗石町内の各地域における観光客の動向を把握し、効果的な観光振興策を進めるための基礎資料を得ることを目的に観光レクリエーション客入込調査を実施。 25 26 27			
						25				
						26				
5-5-2	経済波及効果の測定事業	26、27	未実施	24						
				25						

## 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と、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) 宿泊に関する課題

#### ① 観光メニューの拡充による滞在時間の延長

雫石町は10の温泉と大小多様な規模の宿泊施設があり、その多くがセールスポイントとして、「山や川など自然環境が良い」を挙げていますが、観光客が雫石町で体験するものうち、「キャンプ、山歩きなどの自然体験」や「田植えや伝統工芸品づくりなどの地域文化体験」は1割程度に留まっています。観光メニューを拡充することにより、観光客の選択肢を増し、滞在時間を延長させて宿泊に結びつけていくことが必要です。

#### ② ニュートゥリズムへの対応

近年旅行ニーズが多様化し、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トゥリズムの人气が高まっています。農業やスポーツ・文化合宿と観光を組み合わせたニュートゥリズムの推進に向けた取り組みが必要です。

#### ③ 広域連携による滞在型観光の促進

雫石町は一次交通の要点である盛岡市と隣接していることから、盛岡市を經由する周遊ルートによる滞在型観光の促進に向けて、関係機関や事業者などと連携したさらなる広域観光の取り組みを推進する必要があります。

### (2) 観光資源の活用に関する課題

#### ① 観光資源の連携による特徴の醸成

雫石町は小岩井農場や雫石スキー場など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、資源性に恵まれた地域ですが、一方で、地域外の人には町の特徴が十分に伝わっているとはいえない状況にあります。

様々な資源を多様に組み合わせ、雫石町の特徴を醸成し、観光客に積極的にPRする必要があります。

## ② 観光資源の発掘と環境整備

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ますが、町を代表する景勝地の場所などのPRが足りないため、観光客の認知度が低い状況にあります。「名所」として知られている場所以外にも、地域の方々に愛されている場所などを新たな景勝地として発掘しながら、景勝地として環境整備を図ることにことにより、町の貴重な財産である自然環境と良好な景観をPRしていく必要があります。

## ③ 観光二次交通の整備

町内に点在する観光施設や自然景観などの資源を連携して活用するために、現在実施しているレンタルサイクルやワンコインタクシーの観光二次交通の取り組みをさらに発展させていく必要があります。

## (3) 情報発信・観光客誘致に関する課題

### ① 情報発信の強化

旅行の情報収集の手段としてインターネットの割合が増加していることから、ホームページやSNSによる情報発信など多様なコミュニケーションツールを活用した情報発信の強化が必要です。

### ② 観光客誘致の強化

これまでも首都圏誘客の拡大を目的に、「旅・食・文化芸能まるごと”しずくいし”in東京」による旅行会社へのPRに取り組んでおりますが、アンケート結果では旅先に選んだ理由として「旅行パンフレットを見て」の割合が増加しており、取り組みの効果が表われていることから、さらなる誘客活動の推進が必要です。

### ③ MICE の誘致

地域へ与える経済波及効果が大きい各種学会や企業主催の会議・研修、国際会議なども含めたMICEは、全国で活発な誘致活動が進められているため、雫石町でも対応した取り組みが必要です。

#### (4) 国際観光に関する課題

##### ① 外国人向け情報発信

平成 26 年に 1,341 万人を突破した訪日外国人旅行者のうち、雫石町を訪れた外国人観光客は 14,000 人に届いていません。また、9 割以上が台湾を中心としたアジア圏からの観光客であることから、欧米圏の観光客を誘客していくため、多様なメディアを活用した情報発信が必要です。

##### ② 誘客キャンペーンの実施

岩手県で進めている花巻空港～台湾の定期便就航への取り組みと連動し、これまで以上に台湾からの観光客誘客を促進するとともに、東南アジア地域を対象としたキャンペーンや観光プロモーション活動に取り組み、外国人観光客の増加を図る必要があります。

#### (5) 受入体制に関する課題

##### ① 観光案内標識の整備

現在の町内の観光案内標識はそれぞれの団体が独自に整備しているため統一感がなく、さらに老朽化により景観を悪化させているものもあります。国内外からの観光客を受け入れる基盤として、統一感のあるわかりやすい観光案内標識を整備し、観光客の円滑な案内と誘導を促進する必要があります。

##### ② 公衆無線 LAN 設備の整備

スマートフォンなどの携帯端末からインターネットに接続できる公衆無線 LAN は、特に外国人観光客が SNS に雫石町の情報を投稿することや観光情報の収集に効果が高いですが、高速でインターネットに接続できることから国内観光客にも人気です。

現在も主要な観光拠点施設に公衆無線 LAN 設備を整備しておりますが、民間施設も含め公衆無線 LAN 設備整備を拡大する必要があります。



## (6) 観光地域づくりに関する課題

### ① 観光関係者と住民と一体となったおもてなし意識の醸成

アンケート結果では残念ながら平成23年度と比較して満足度が減少しています。「店舗やスタッフの対応」の満足度が減少していることや、「地域住民の対応」では満足度が7割を下回っていることから、地域が一体となって観光客をもてなす意識の醸成が必要です。

また、今後外国人観光客の誘客を促進するにあたり、施設での外国人への対応や案内など、異文化に対する理解の促進が必要です。

### ② 観光プラットフォームの強化による観光まちづくり組織(DMO)の形成

前計画においても重点事業として取り組んできておりますが、前計画に掲げた5つの基本戦略に基づいた39のプロジェクトについては、個別の団体で取り組んでいるものの、観光プラットフォームの確立には至っていません。今後観光プラットフォーム機能を強化し、観光まちづくり組織DMO(Destination Marketing/Management Organization)の形成が必要です。



## 第3章

# 雫石町が目指す観光・交流のコンセプト

雫石町の観光の課題を解決し、交流人口の拡大を図っていくため、以下のとおりコンセプトと基本戦略を定めます。

## 1. 雫石町の観光・交流活性化のコンセプト

### しずくが潤す大地の恵み 雫石

町民みんなで取り組む観光・交流に向けて

前計画では、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、一体となって行動を実施していくため、「しずくが潤す大地の恵み 雫石」をコンセプトとしました。4年間の計画期間のなかで、雫石町を取りまく観光の動向は変化してきていますが、観光入込客数の減少は以前続いており、町全体が一体となって、従来の観光スタイルの枠を超えて、観光に取り組む必要性は増していることから、前計画のコンセプトを踏襲し、雫石町全体としての魅力を向上させていきます。

また、上記のコンセプトのもと、観光・交流により町を活性化していくために、一滴の小さな雫が集まって一つの大きな姿(魅力)を生み出すように、町民一人ひとりが主役となって観光・交流に取り組むことで、町全体としての魅力を磨き、町民にとって誇りの持てる町となることを目指します。

## 2. 基本戦略

コンセプトの実現に向けて、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。また、戦略の実施に当たっては、これまでの計画の趣旨と取り組み成果を踏まえ、「【戦略5】観光まちづくりや観光推進体制の強化」に重点的に取り組むこととします。

### 【戦略1】 魅力ある観光メニューの確立

雫石町の自然環境、生活・文化、工芸品等の地域の魅力の発掘を進め、新たな観光的魅力として提供するほか、スポーツ・文化合宿やコンベンションについて誘致を促進し、観光と組み合わせた新しい滞在型観光に取り組み、多様な観光メニューの確立を推進します。また、観光メニューをつなぐ観光二次交通の拡大を図ります。

### 【戦略2】 地産地消の推進等による農業と観光・交流の連携（継続）

農業を基幹とする雫石町で、農業と観光の連携を更に進展させるために、雫石産食材や食文化を提供するメニューの開発や提供方法を検討し、観光客が地産地消を身近に楽しめる環境を整備します。

### 【戦略3】 観光情報の強力な発信

テレビCMやSNS、観光ポータルサイトを活用した広告プロモーション展開により、雫石町の魅力を県内外に発信するとともに、首都圏観光エージェントと町内観光施設とのマッチング推進と観光資源、観光メニュー等の情報発信を行い、首都圏からの誘客を促進します。また、雫石町観光大使の増員と活用により、雫石町の観光地としての認知度を向上させます。

### 【戦略4】 外国人観光客の誘客促進と受入体制整備

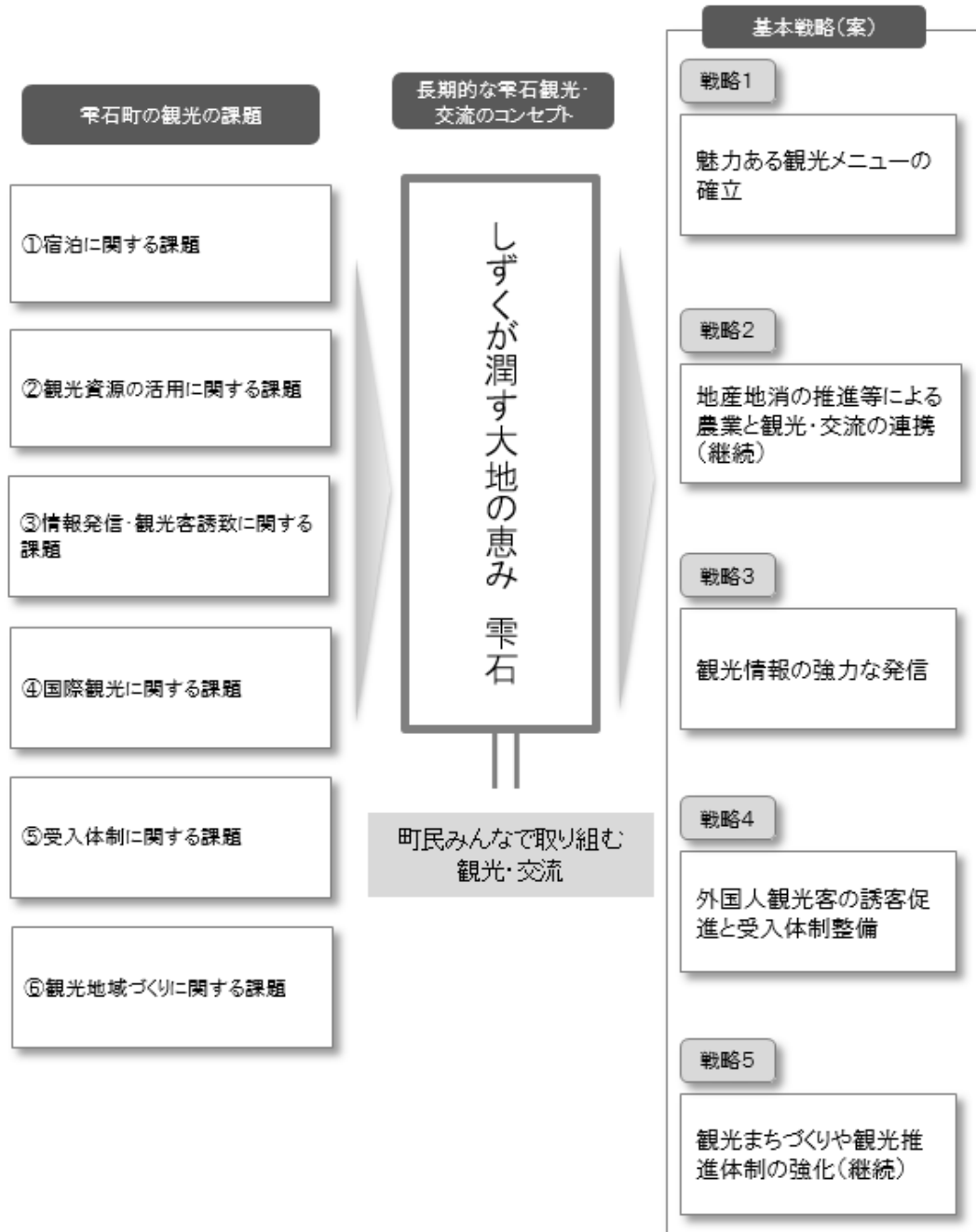
多様なメディアを活用した積極的な情報発信のほか、観光プロモーションにより海外における雫石町の知名度の向上を図ります。また、公衆無線 LAN 整備や観光施設等の外国人への理解を促進し、これまでも雫石町を訪れている台湾からの観光客を拡大しながら、欧米圏の観光客の拡大を図ります。

### 【戦略5】 観光まちづくりや観光推進（受け入れ）体制の強化

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施計画を作成し進行管理を行ないながら、計画を実践していく必要があります。推進体制として、庁内関係各課と関係団体の連携による推進組織を確立し、計画の実現を図ります。

また、多様化した観光ニーズに対応するために、多様な主体と雫石町の魅力や観光に対する意識の醸成を図り、一体となって国内外の観光客を受け入れる体制を整備します。

図表3-1 計画の体系



### 3. 計画の数値目標

雫石町の観光・交流を取り巻く環境の変化を踏まえ、各施策に計画的に取り組むにあたり、今後4年間の数値目標を以下の通り設定します。

#### (1)量的目標について

ここ数年、雫石町の観光客入込数は減少傾向にあり、既に多くの観光客が来訪する観光地であるため、量的には大きな伸びは見込めませんが、平成31年の目標に以下の指標を掲げ、計画を推進します。

図表3-1 量的な目標数値

指標名		現在値	目標値 (H31年)
指標1	観光客入込数	2,787,307 人回	3,000,000 人回
指標2	宿泊客数	360,678 人回	400,000 人回
指標3	県外からの観光客入込数	736,846 人回	810,000 人回
指標4	外国人観光客数	13,856 人回	26,000 人回
指標5	雫石ファンクラブ Net アクセス数	52,812 件	65,000 件
指標6	多言語ホームページアクセス数	0件	50,000 件

\* 指標1～4: 暦年(H26年1月～12月)集計値(第二次雫石町総合計画より)

\* 指標5: 各年度における雫石ファンクラブ Net のページビュー数(現在値: 平成26年度)。

発信した観光情報の利用状況を客観的に示す指標。(第二次雫石町総合計画より)

\* 指標6: 海外向けに開設した多言語ホームページのページビュー数(現在値: 平成26年度)。

発信した観光情報の利用状況を客観的に示す指標。(第二次雫石町総合計画より)

#### (2)質的目標の考え方について

今後日本の総人口が更に減少し、国内旅行需要の減少が見込まれる状況下においては、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も、今後数値化への取り組みを含め、目標設定の検討を行います。

### (3)想定する重点ターゲット

観光客の志向や旅行形態の多様化を踏まえ、本計画を策定する上で、雫石町の主要市場やターゲットの現状及び今後の成長性を想定し、観光客の具体的な姿をイメージして計画を推進することが必要です。

このことから、本計画のターゲットを、居住地(海外を含む)だけでなく、観光客の来訪目的や年齢層、旅行形態、交通手段等を踏まえ、雫石町及び隣接地域の周遊観光のスタイルや楽しみ方を整理し、以下のとおり設定します。

#### ①ターゲットの居住地・誘致圏

雫石町への観光客は、県内が約 15%を占めており、東北地方で約 40%を占めていることから、仙台を中心とした東北からの観光客を重点ターゲットとして設定する必要があります。また、首都圏からの観光客においても約 30%であるため、首都圏をターゲットとした誘客についても重要です。

一方、全国的な人口減少の中で、今後観光客入込数の増加を図っていくためには、急速に増加している訪日外国人をターゲットとした誘客が必要です。

また、安定的な宿泊と地域への経済効果が期待できるスポーツ・文化合宿についても取り組みを進めます。

- ・【重点ターゲット】東北地方(県内を含む)
- ・【重点ターゲット】首都圏からの来訪者(新幹線・自家用車等利用)
- ・【短期～中長期ターゲット】東北圏内を周遊する外国人観光客(個人旅行・団体旅行)
- ・【短期～中長期ターゲット】スポーツ・文化合宿等を主目的とする来訪者





## 第4章

## 観光・交流活性化に向けた行動計画

第3章で示したコンセプト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16の施策に基づき、68項目の取り組みを実施します。

## 基本戦略1

## 魅力ある観光メニューの確立

## 施策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

小岩井農場や農作業体験、スキー場や自然景観などの魅力に加え、大小の個性的な宿泊施設、10の温泉や、豊かな山林資源等、観光資源の魅力を最大限に活用し、観光客に体験・体感頂くための観光メニューの開発、充実を図ります。また、これらの観光資源を組み合わせ、観光メニューとして提案するコーディネーターと、ガイドの養成について取り組みます。

## 取組の内容

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
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
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
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
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
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

## 施策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

雫石町総合運動公園をはじめとする体育施設、野菊ホールをはじめとする文化施設と、多様な宿泊施設を擁しているなど、スポーツ・文化合宿に適した特性を活かし、長期の滞在による地域経済への波及効果が期待できる合宿を積極的に誘致します。また、各種コンベンション参加者の宿泊を雫石町へ呼び込む取り組みについて検討します。

取組の内容
<ol style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>3. 合宿に特化した旅行商品「合宿プラン」の開発及び販売</li> <li>4. 既存施設を更に活用できる環境の整備。</li> <li>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</li> </ol>

## 施策3. 雫石町内・町外のアクセスを改善します

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、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。

取組の内容
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 雫石駅を拠点としたワンコインタクシー・レンタサイクルの実施体制の確立</li> <li>2. はじめて雫石町を訪れた観光客にとってもわかりやすい二次交通情報の発信</li> <li>3. 雫石駅で乗降が可能なレンタカーシステムの検討</li> <li>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</li> <li>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</li> </ol>

**基本戦略2****地産地消の推進等による農業と観光・交流の連携****施策1. 雫石町の食の伝統を継承します**

これまでの雫石町の食生活の中で形成された郷土料理と、地域の農事などの行事に関連した行事食などの食の伝統を後世へ受け継いでいくため、伝統を支える農産物や山菜などの食材の確保や、伝統料理を調理する人材の養成、伝統的作法や習慣を後世へ伝える取り組みを促進します。

取組の内容
1. 地域の歴史や伝統行事、伝承、食等の発掘と整理
2. 山菜を適正に採取できる指導者の養成
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
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

**施策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**

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・農を拡大していくため、宿泊施設等への町産農産物の供給体制を支援するとともに、加工品の新規開発や既存の商品を活用した他地域と差別化可能な食メニューの開発・プロモーションを推進します。また、地産地消を推進する飲食施設等の取り組みを支援し、新規開業施設の増加を図ります。

取組の内容
1. コンテスト形式による新メニューやお土産の開発。
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
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創出
4. 食をテーマにしたイベントの充実

### 施策3. 農家と観光客が長期的に交流する機会を創出します

景観・史跡等を「見る」だけから、訪れた地域に十分な時間をとり、その地域の魅力を奥まで探索するというように観光客のニーズが変化してきていることに対応し、農家と観光客の双方が楽しみながら交流し、その交流が長期間継続するための仕組みづくりを推進します。

取組の内容
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 農家民泊を含む体験受入体制の強化</li> <li>2. 教育旅行誘致活動の推進</li> <li>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</li> <li>4. 体験を含めた農畜産物オーナー制度の検討</li> </ol>

## 基本戦略3

### 観光情報の強力な発信

#### 施策1. 多様なメディアを活用し、雫石町の露出増加を図ります

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、マスメディア、旅行会社、航空会社等と連携し、多様な情報媒体により、さらに広く、かつ雫石町を来訪する可能性が高い観光客に対して効果的に情報を発信する体制を整えます。また、雫石町の交流居住人口増加の観点から、観光のみならず地方への移住を検討している大都市圏居住者へ交流のきっかけとなる情報発信を行います。

取組の内容
<ol style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>2. 通年で雫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</li> <li>3. 交流居住・移住検討者を対象とした雫石町の魅力発信</li> <li>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</li> <li>5. 旅行会社の商品開発時期や、キャンペーン実施時期にあわせた、旅行会社の企画担当者、販売担当者等への情報発信</li> <li>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</li> </ol>

## 施策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

町内の観光地・施設ごとに個々に行っているプロモーション活動を集約し、市場のニーズを踏まえながら町全体として整理した情報を基に、ターゲットごとに情報を変化させて雫石町の観光プロモーションを行います。

取組の内容
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 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 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

## 施策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

インターネットは旅行出発前から旅行中を通じて帰宅するまで観光客が情報を探す手段として定着していることから、地域の様々な魅力だけではなく、観光客の旅行計画づくりや旅行中にも使える情報を観光客のニーズに合わせて提供できる体制の整備を推進するとともに、観光客が自ら情報を発信できる仕組みを検討します。

取組の内容
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 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 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 自家用車やレンタカー利用者に適した情報</li> <li>② 公共交通や徒歩で移動する観光客への適切な情報</li> <li>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</li> </ul> 3. 市民や観光客による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

#### 施策4. 雫石町の景勝地を観光名所に育て、交流居住を促進します

まだ多くの観光客に知られていない景勝地も含め、積極的にPRすることにより、出発地での観光客への観光名所としての雫石町の印象付けと、雫石町への旅行の動機付けを促進します。また、雫石町の景観を気に入り、何度も雫石町を訪れる「雫石ファン」の増加により、将来的な交流居住を促進するため、景勝地の景観保全に取り組みます。

取組の内容
1. 季節ごとの町内の景勝地の発掘・整理
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
3. 名所に関する情報発信と合わせて、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
4. 代表的な景勝地の景観保全の実施

### 基本戦略4

#### 外国人観光客の誘客促進と受入体制整備

#### 施策1. 雫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

外国人を対象として、スキー場や雪まつりなどの冬季観光資源や温泉などの雫石町ならではの特徴を活用した体験メニューや、着物や和食など日本文化体験を基本とした体験メニューの作成を促進します。

取組の内容
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
2. 歴史民族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
3. 県内在住外国人を対象とした雫石の体験モニターツアーの実施

#### 施策2. 雫石町の情報を海外へ積極的に情報発信します

平成27年に開設した多言語ホームページの活用や、パンフレットの多言語化など情報発信ツールの充実を図るとともに、国際観光展への出展や現地の旅行業者やメディアを訪問により、雫石町の観光を売り込むセールスプロモーションを積極的に展開し、雫石町の知名度向上と誘客促進を図ります。

取組の内容
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
2. 外国語パンフレットの充実
3. 海外の国際観光展等への積極的な出展
4. 海外旅行業者の招聘による雫石町の観光地等の紹介と、観光施設等との商談会の開催

### 施策3. 外国人観光客の受入体制を強化します

首都圏を中心とした慢性的な宿泊施設不足の東北地方への波及に事前に対応するため、既存の宿泊施設の外国人受入はもとより、外国人に対応した民泊の受入拡大に取り組みます。また、外国人受入可能な宿泊施設の観光案内の多言語表記や公衆無線LAN設備の充実を図ります。

取組の内容
1. 雫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
2. 町管理施設・民間施設での公衆無線LAN設備の充実
3. 観光関連施設スタッフを対象とした異文化講習会の開催
4. 海外からの団体旅行者等に対するおでむかえなど、外国人へのおもてなし活動の実施
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

## 基本戦略5

### 観光まちづくりや観光推進体制の強化

#### 施策1. 観光まちづくり体制を強化します

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の組織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、観光まちづくりを推進します。

また、しずくしい観光協会のこれまでのプラットフォーム強化の取り組みをさらに推進し、多様な主体と町民が連携する観光まちづくり組織(DMO)の形成を図ります。

取組の内容
<ol style="list-style-type: none"> <li>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おおまかな方向性の検討</li> <li>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</li> <li>3. しずくいし観光協会のDMO形成の推進</li> <li>4. 新しい枠組みの組織と観光協会・商工会等の密接な連携による事業実施</li> </ol>

## 施策2. 観光統計を整備しマーケティング機能を強化します

今後の観光施策の策定や効果的なプロモーションに役立てるため、雫石町の観光客の量的変化と内容の傾向を定期的に把握し、施策1の新しい枠組みでの検討内容にフィードバックする仕組みづくりを検討します。

また、農業と観光の連携による観光推進状況を把握し、より一層の動きを推進するために、観光客の町内での消費による季節や旅行形態別経済効果の測定方法について検討します。

取組の内容
<ol style="list-style-type: none"> <li>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)</li> <li>2. インターネットを活用した簡便な調査手法の検討</li> <li>3. 宿泊統計・顧客満足度調査等の定期的実施</li> <li>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</li> <li>5. 経済波及効果の測定方法の検討</li> </ol>

## 施策3. 周辺観光地と連携して国内外の観光客受入体制の充実を図ります

雫石町を訪れる観光客や外国人観光客は、広域で移動することも多いため、観光客の移動を考慮した情報発信を周辺自治体と連携しながら行います。プロモーションの実施については、観光客のニーズや首都圏・外国人等の市場に応じ、必要に応じて県も含めた枠組みにより対応します。

取組の内容
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 既存の広域観光推進協議会事業への積極的な参加</li> <li>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</li> <li>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</li> </ol>



## 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をするにあたり、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、観光商工課が観光関連団体・事業者との窓口機能の役割を担いながら、庁内関連部署との横断的連携を図り、総合的な施策の推進と民間支援の充実を図ります。また、県や周辺市町村などとの調整・連携を図ります。

更に、観光推進体制の強化と、観光関連組織体制の強化充実と観光コーディネーターの育成に努め、町全体として、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始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) 観光関連事業者の役割

雫石町の観光の最前線に立ち観光客と接する観光関連事業者は、多様化する観光客のニーズに対応した質の高いサービスの提供により、おもてなしの実現が求められており、町や観光関係団体及び町民、町内活動団体と連携し観光産業の創出・振興を図る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、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、積極的に観光客と交流することが期待されます。

特にも、雫石町に魅力を感じて移住してきた方は、町外からの視点による雫石町の魅力の提案などにより、以前から居住している町民が感じている雫石町の魅力と組み合わせ、新しい魅力としていくなど、観光客と地域を結びつける役割として、地域の魅力や観光情報の提供が期待されます。

## 2. 計画の推進体制

### (1) 「観光推進組織」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機能の確立が求められます。

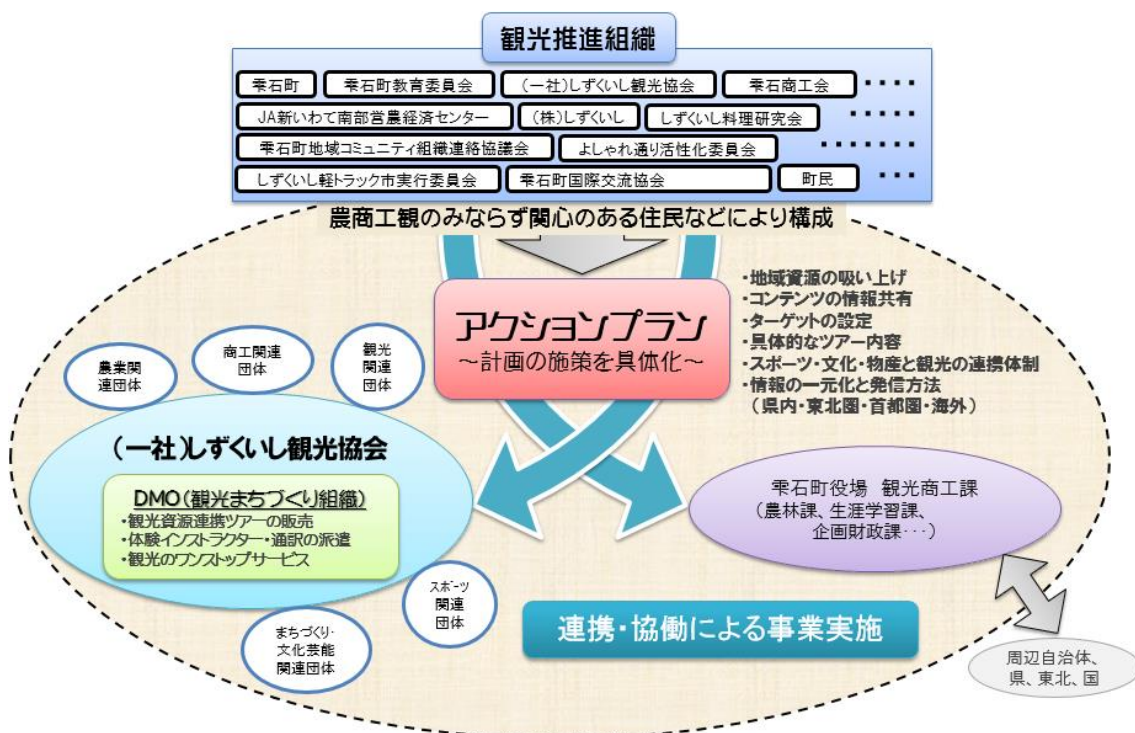
そこで、基本戦略 5 の施策 1 に掲げる、「これまでの観光協会や商工会などの既存の組織にとらわれない新しい枠組みの組織」について、農商工観のみならず関心のある住民などの、多様な主体により構成される「観光推進組織」を設置し、町の観光振興の中核的組織とし、計画に掲げる各施策の取り組みを具体化する「アクションプラン」の策定をはじめ、観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進します。

### (2) 観光協会を主体とする観光まちづくり組織(DMO)の形成

第2種旅行業資格を有する「一般社団法人しずくいし観光協会」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、マーケティングに基づく観光戦略の推進や、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。

DMO の形成により、町民も観光資源と捉えた着地型ツアーの造成、販売のほか、地域資源を活かした物産の開発・販売など、観光推進組織が決定するアクションプランに基づき、地域自らが価値を生み出し、自ら来訪者を集める体制への変換を図ります。

図表5-1 計画の推進体制のイメージ



### 3. 計画の推進スケジュール

第4章に掲げる第二次粟石町観光・交流活性化行動計画の 5 つの基本戦略に基づく16の施策について、別表のとおり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ます。

### 4. 計画の評価と検証

本計画は 4 年後の平成 31 年度が目標年次ですが、その間に内外の情勢や環境が変化することから、必要に応じた計画の軌道修正が必要となります。また、施策の推進は多様な主体が連携して進めることから、その連携や進捗状況を客観的に評価するため、いわゆるPDCAサイクルに基づく計画の進捗管理の仕組みを確立する必要があります。

#### ※ PDCA サイクル

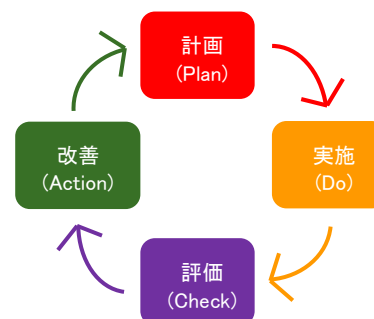
Plan/Do/Check/Action の頭文字を揃えたもので、各事業を計画(Plan)→実施(Do)→評価(Check)→改善(Action)の流れで実行し、次の計画や事業の改善に活かす考え方

Plan ……目標を設定して、それを実現するためのプロセスを設計する。

Do ……計画を実施し、そのパフォーマンスを測定する。

Check ……測定結果を評価し、結果を目標と比較するなど分析を行う。

Action ……プロセスの継続的改善・向上に必要な措置を実施する。



進捗管理の仕組みづくりにあたっては、施策の取り組みの始期が当初の計画スケジュール通りかどうかの検証のほか、観光レクリエーション客入込数調査、顧客満足度調査等の実施により、計画において提示された取り組みの効果や目標値の達成度を評価・検証します。

また、計画の進捗度、評価結果と、粟石町を取りまく状況の変化を踏まえ、必要に応じて事業を見直し、計画へ反映させていきます。

これらの検証作業は、外部の専門家や第三者組織などの意見を踏まえながら「観光推進組織」で行ない、計画の進捗管理体制と連動した施策の実行体制の確立による町が一体となった推進体制の実現を図ります。

別表：雫石町観光・交流推進の主体及び推進スケジュール

施策		取り組みの主体(◎:主体となって推進/○連携主体として推進)						
		雫石町		団体		民間事業者		町民
		観光商工課	他課	観光協会	関連団体等	観光事業者	商工事業者等	
魅力ある観光メニューの確立	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	○		◎	◎GT ○商工会等	◎	○	○
	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	◎	◎	◎	◎体協 ○芸文協等	◎		
	3. 雫石町内・町外のアクセスを改善します	◎	○	◎		◎		
観光・交流の連携 等による農産物の地産地消の推進	1. 雫石町の食の伝統を継承します	○	◎	○	◎料理研 ○GT等	○		○
	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	○	◎	○	◎株式会社・JA・料理研等	◎	◎	○
	3. 農家と観光客が長期的に交流する機会を創出します	○	◎	◎	◎GT・株式会社・JA等	○	○	○
観光情報の強力な発信	1. 多様なメディアを活用し、雫石町の露出増加を図ります	◎	○	◎	○	◎	○	
	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	◎		◎	◎	◎	○	
	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	○		◎	○	○		◎
	4. 雫石町の景勝地を観光名所に育て、交流居住を促進します	◎	○	○		○		○
外国人観光客の誘客促進と受入体制整備	1. 雫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	◎	○	◎	◎国際交流・GT等	○		
	2. 雫石町の情報を海外へ積極的に情報発信します	◎		◎		◎	○	
	3. 外国人観光客の受入体制を強化します	◎	○	◎	◎国際交流等	◎	◎	○
観光まちづくりの強化	1. 観光まちづくり体制を強化します	◎	○	◎	◎	◎	◎	◎
	2. 観光統計を整備しマーケティング機能を強化します	◎		○		○	○	
	3. 周辺観光地と連携して国内外の観光客受入体制の充実を図ります	◎		○	○	○	○	

\*GT…町グリーン・ツーリズム推進協議会/商工会…雫石商工会/体協…町体育協会/芸文協…町芸術文化協会/  
国際交流…町国際交流協会

推進スケジュール				取り組みの方針・ 関連計画等との関係
○:取り組み開始年度(以降継続)/●:成果目標年度				
平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度	
○検討・モニター実施	○販売・PR	●	→	観光メニューの充実とコーディネーターの育成 (総合計画施策 4-2-1・総合戦略基本目標 1-(ウ)-③)
○支援実施・商品開発・販売	○商品販売拡大	●	→	スポーツ・文化合宿やコンベンションによる来訪者の観光促進 (総合計画施策 4-2-1・総合戦略基本目標 1-(ウ)-③)
○二次交通限定実施・商品開発・販売	○二次交通期間・商品販売拡大	→	●	移動利便性の向上と、個々の観光スポットを結ぶ取り組みの促進 (総合計画施策 4-2-3・総合戦略基本目標 1-(ウ)-④)
○人材養成仕組み検討	○認証制度実施・養成講座開催	→	●	食材・人材の確保により、食の伝統後世へ伝える取り組みの促進 (総合計画施策 4-2-1・総合戦略基本目標 1-(ウ)-③)
○既存事業強化・イベント検討	○イベント実施	→	●	町産農産物の供給強化と、加工品の開発などによる食と農の拡大 (総合計画施策 4-2-1・総合戦略基本目標 1-(ア)-①)
○既存事業強化・オーナー制度検討	○オーナー制度試行	→	●	農家と観光客の交流が長期間継続する仕組みづくりを推進 (総合計画施策 4-2-1・総合戦略基本目標 1-(ウ)-③)
○既存事業強化・情報発信体制検討	○新体制による情報発信試行	→	●	ターゲットに応じてメディアを多層的に活用した情報の発信 (総合計画施策 4-2-2、3・総合戦略基本目標 1-(ウ)-①)
○体制検討	○体制試行	→	●	各施設等と連携し、情報を集約・発信する仕組みの構築 (総合計画施策 4-2-2・総合戦略基本目標 1-(ウ)-①)
○HP 充実・アプリ・SNS 検討	○SNS 実施	○アプリ開発	→	HP 充実のほか、特設の SNS・アプリを構築して情報を発信 (総合計画施策 4-2-2・総合戦略基本目標 1-(ウ)-①)
○景勝地発掘整理・保全・PR イベント検討	→	○イベント実施	→	景勝地のPRにより観光客への旅行の動機付けの促進 (総合計画施策 4-2-2・総合戦略基本目標 1-(ウ)-④)
○民泊受入拡大・文化体験・モニター検討	○文化体験試行・モニター実施	○体験メニュー造成	→	文化体験を基本とした外国人向け体験メニュー作成の促進 (総合計画施策 4-2-4・総合戦略基本目標 1-(ウ)-②)
○既存事業強化	→	→	●	海外市場の誘致拡大のための効率的なプロモーションの実施 (総合計画施策 4-2-4・総合戦略基本目標 1-(ウ)-②)
○案内表示等翻訳・おもてなし体制検討	○おもてなし試行・LAN 整備・講習会開催	○おもてなし実施・PR	→	案内等の多言語表記と公衆無線 LAN 整備及び接遇の向上 (総合計画施策 4-2-4・総合戦略基本目標 1-(ウ)-②)
○体制検討・設置	○新体制による施策推進	→	●	多様な構成員による枠組みによる観光まちづくりの推進 (総合計画施策 4-2-1・総合戦略基本目標 1-(ウ)-③)
○観光統計手法検討	○新観光統計手法実施(隔年)	●	→	観光客の量的変化と内容の傾向について定点調査を実施 (総合計画施策 4-2-1・総合戦略基本目標 1-(ウ)-③)
○町事業広域化・広域協議会事業参加	→	→	●	観光客、旅行会社等を対象とした広域観光の促進 (総合計画施策 4-2-2、3・総合戦略基本目標 1-(ウ)-③)

料理研…しずくしい料理研究会/(株)しずく…株式会社しずくしい/JA…JA 新いわて南部営農経済センター



# 參考資料





## 1. 計画策定の経過

### ①委員会委員名簿

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・交流活性化行動計画策定委員会」を2回開催しました。委員の構成は、以下の通りです。

(敬称略)

役職名	氏名	所属団体等	職名等
委員長	松原 久美	(一社)しずくいし観光協会	理事長
委員	安島 博幸	跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部	教授
委員	松倉 幸道	東日本旅客鉄道(株) 盛岡支社営業部	販売促進課長
委員	堀内 紀孝	(株)JTB 東北 法人営業盛岡支店	支店長
委員	中村 淳	(株)東北博報堂盛岡支社	支社長代理
委員	川口 善昭	鶯宿温泉観光協会	会長
委員	中山 広一	休暇村岩手網張温泉	支配人
委員	戸田 敦	小岩井農牧(株)観光部	部長
委員	土橋 幸男	雫石商工会	会長
委員	中川 一	雫石町グリーン・ツーリズム 推進協議会	会長
委員	小西 司	雫石プリンスホテル	支配人
委員	照井 貴博	(株)長栄館	代表取締役
委員	佐藤 信幸	ホテル森の風鶯宿営業部	次長

計13名

## ②策定部会(ワーキング)メンバー名簿

5つの基本戦略に基づき、戦略ごとに具体的な施策を議論して頂くために、地域資源に詳しい方や観光関連団体の事業担当者、行政の観光関連各課担当者に大学生を加えたメンバーによって構成される「雫石町観光・交流活性化行動計画策定部会(ワーキング)」を2回開催しました。メンバーの構成は、以下の通りです。各戦略5～7名で構成されています。

(敬称略)

所属団体等	職名等	氏名	担当
鶯宿温泉観光協会	事務局員	石塚 啓乃	魅力ある観光メニュー(戦略1)
小岩井農牧(株)観光部	専門員	齊藤 正宏	魅力ある観光メニュー(戦略1)
岩手県立大学 ソフトウェア情報学部		咲山 拓哉	魅力ある観光メニュー(戦略1)
岩手県立大学 ソフトウェア情報学部		手塚 祐樹	魅力ある観光メニュー(戦略1)
観光商工課	主任	齊藤 愛沙	魅力ある観光メニュー(戦略1)
社会教育課	主査	吉田 光彦	魅力ある観光メニュー(戦略1)
(株)しずくいし	支配人	滝澤 裕行	農業と観光・交流の連携(戦略2)
雫石町産直協議会	会長	滝澤 清	農業と観光・交流の連携(戦略2)
岩手県 食の匠		石亀 文子	農業と観光・交流の連携(戦略2)
新岩手農業協同組合 南部営農経済センター	センター長	三河 一志	農業と観光・交流の連携(戦略2)
岩手県立大学 ソフトウェア情報学部	教授	佐々木 淳	農業と観光・交流の連携(戦略2)
岩手県立大学 総合政策学部		香木 なつみ	農業と観光・交流の連携(戦略2)
農林課	主査	小林 由美子	農業と観光・交流の連携(戦略2)
東北博報堂盛岡支社	AE	松田 雄太	観光情報発信(戦略3) 外国人誘客促進(戦略4)
雫石商工会	事務局長	岩崎 憲悦	観光情報発信(戦略3) 外国人誘客促進(戦略4)

所属団体等	職名等	氏名	担当
観光商工課	主査	山口 善英	観光情報発信(戦略3) 外国人誘客促進(戦略4)
雫石町国際交流協会	事務局長	瀬川 繁雄	観光情報発信(戦略3) 外国人誘客促進(戦略4)
雫石町国際交流協会		細川 玲菜	観光情報発信(戦略3) 外国人誘客促進(戦略4)
岩手県立大学 ソフトウェア情報学部		高橋 静音	観光情報発信(戦略3) 外国人誘客促進(戦略4)
岩手県立大学 ソフトウェア情報学部		高橋 和宏	観光情報発信(戦略3) 外国人誘客促進(戦略4)
(一社)しずくいし観光協会	事務局長	石崎 清子	観光推進体制強化(戦略5)
しずくいし軽トラック市実行委員会	委員長	相澤 潤一	観光推進体制強化(戦略5)
岩手県立大学 ソフトウェア情報学部		土田 稔泰	観光推進体制強化(戦略5)
岩手県立大学 ソフトウェア情報学部		福坂 祥基	観光推進体制強化(戦略5)
観光商工課	主査	岩井 真晴	観光推進体制強化(戦略5)

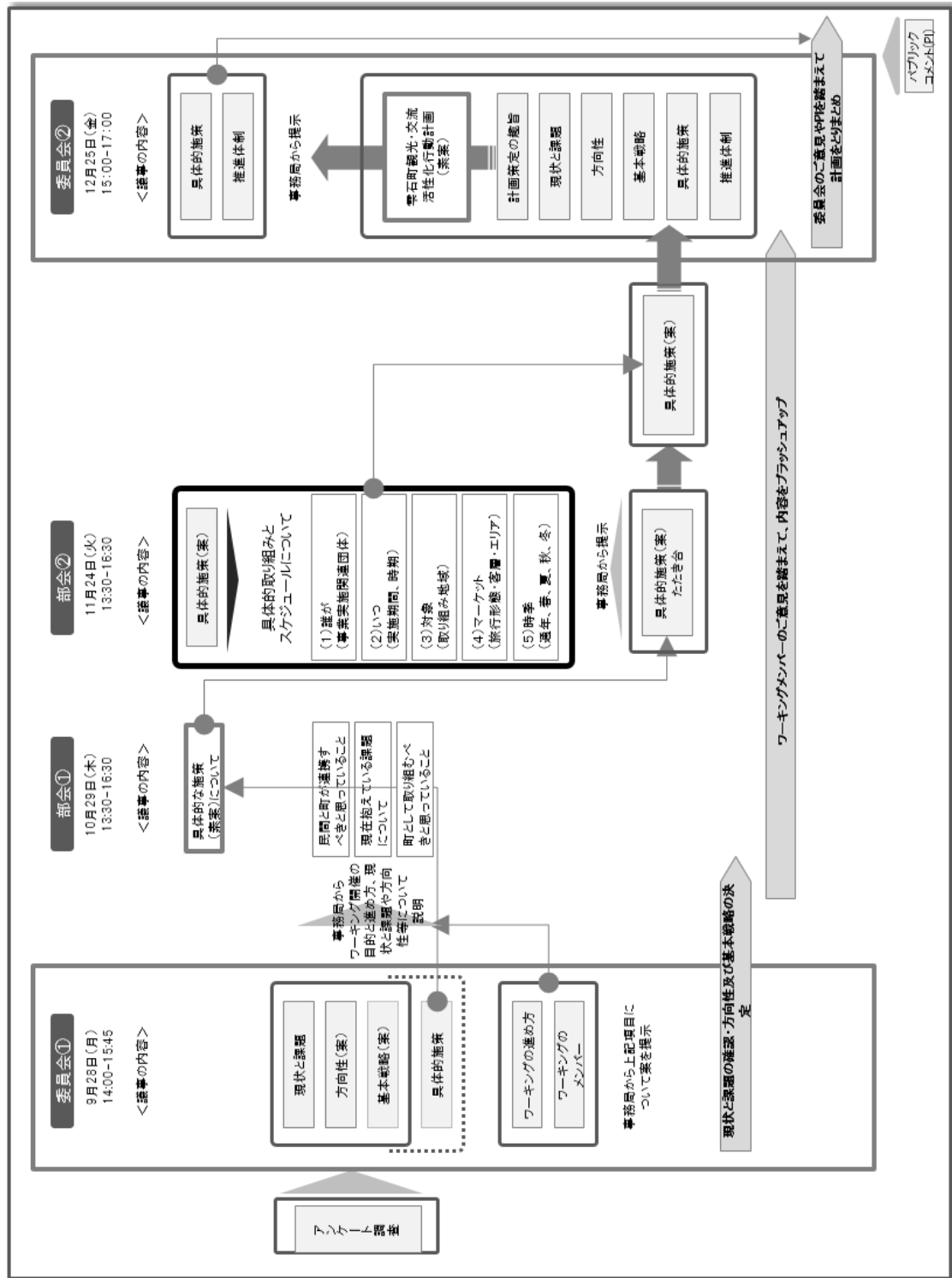
\*担当欄に記載されている内容は、部会開催時点の戦略の内容であり、最終的には、本計画の5つの戦略の内容に至っている。

計 25名

### ③委員会並びに部会(ワーキング)検討経過

雫石町観光・交流活性化行動計画策定委員会並びに部会(ワーキング)検討経過は、図表1の通りです。

図表1 計画策定の委員会並びに部会(ワーキング)検討経過



## 2. 来訪客アンケート調査及び宿泊施設実態調査結果

### ①来訪客アンケート調査結果

#### 1. 調査概要

##### (1) 目的

雫石町の観光利用実態、観光客のニーズ等の詳細把握

##### (2) 実施期間

2011年7月11日(月)～8月8日(月)

##### (3) 回収実績

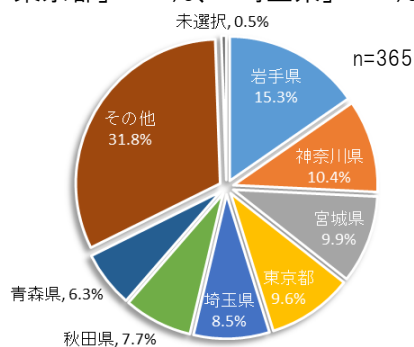
協力施設13施設／配布数1,500票／回収数365票／回収率24.7%

#### 2. 調査結果

##### (1) 回答者属性

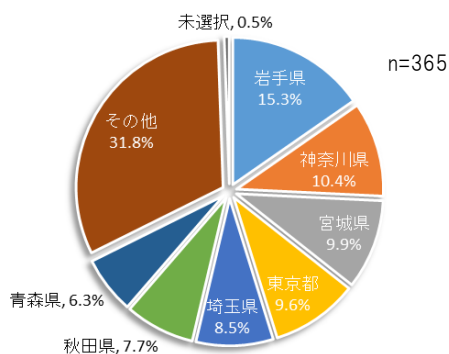
###### ① 居住地

・「岩手県」が15.3%と最も多く、東北地方で39.2%を占める。東北地方以外では「神奈川県」10.4%、「東京都」9.6%、「埼玉県」8.5%となる。



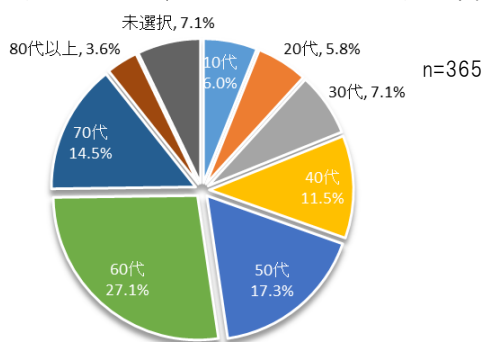
###### ② 性別

・「女性」が「男性」を若干上回るものの、ほとんど差はない。



③ 年代

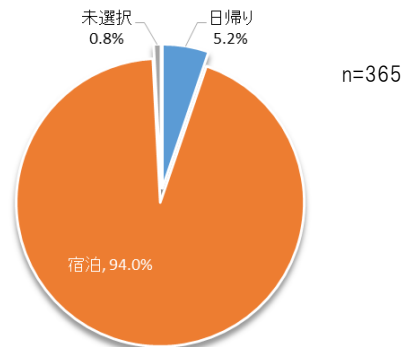
・「60代」が最も多く、27.1%であるが、20～50代で41.6%を占める。



(2) 集計結果

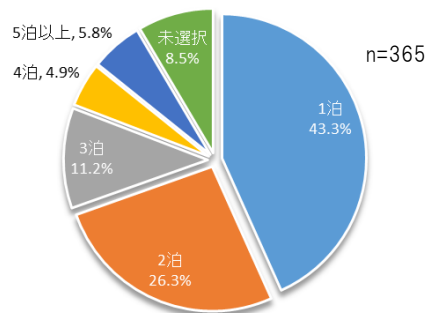
① 旅行の形態

・「宿泊」が約9割を占める。



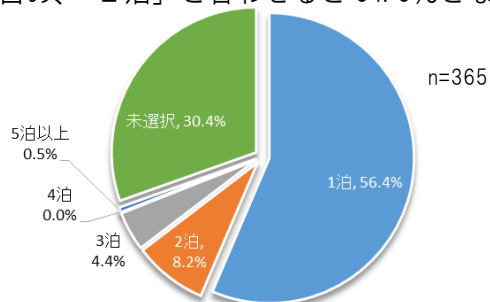
② 旅行全体の宿泊数

・「1泊」が43.3%、「2泊」が26.3%となっており、1泊と2泊で約7割を占める。



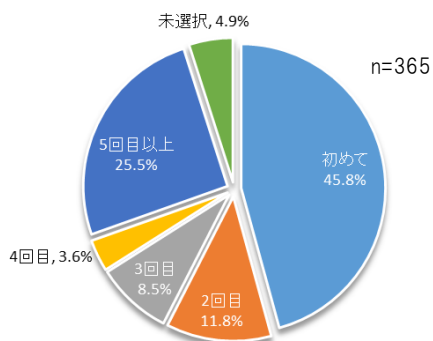
③ 雫石町での宿泊数

・「1泊」が56.4%を占め、「2泊」と合わせると64.6%となる。



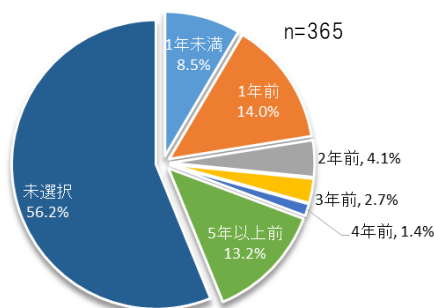
④ 来訪回数

・「初めて」が45.8%と最も多いが、「2回目以上」も54.2%となっており、リピーター率も高いことが伺える。



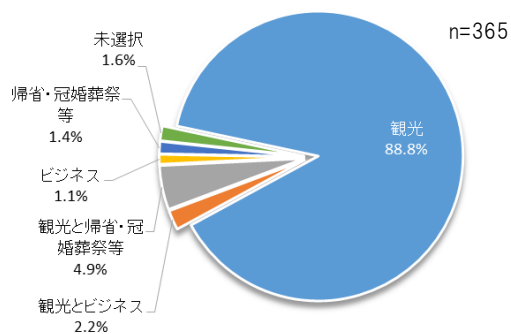
⑤ 前回の来訪年

・「未選択」が56.2%と最も多いが、来訪回数で「初めて」とした45.8%と関連していると予想される。リピーターとしては「1年前」が14.0%を占め、次いで「5年以上前」が13.2%となる。



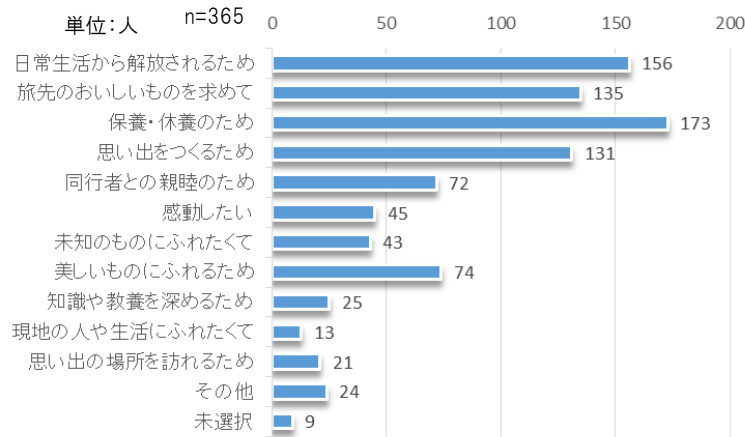
⑥ 来訪目的

・「観光のみ」が9割弱を占める。。



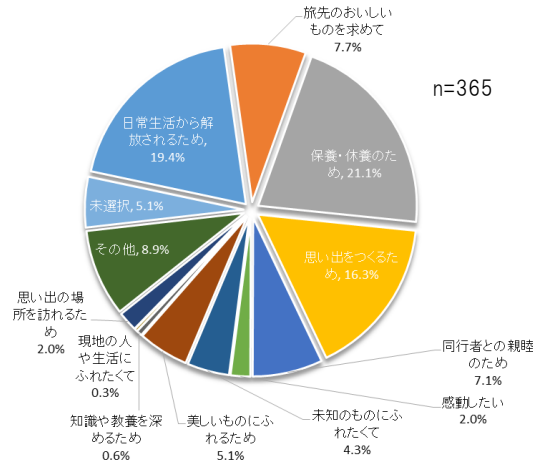
⑦ 来訪動機

・「保養・休養のため」と約半数が回答している。次いで「日常生活から解放されるため」「思い出をつくるため」「旅先のおいしいものを求めて」となる。



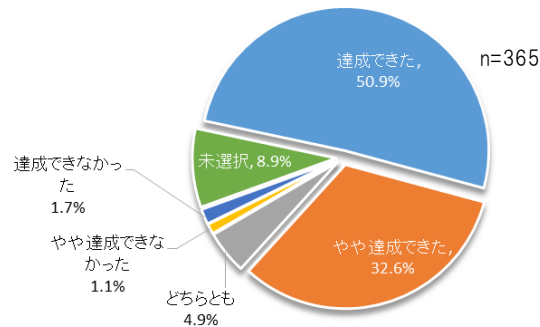
⑧ 来訪動機の中で最も重要視したもの

・「保養・休養のため」が21.1%を占め、「日常生活から開放されるため」の19.4%、「思い出を作るため」の16.3%と続く。



⑨ 動機に対する達成度

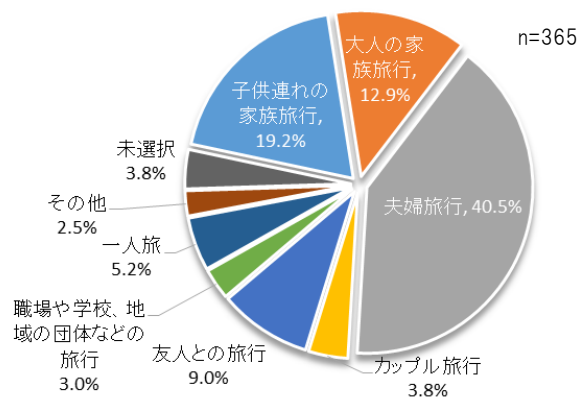
・「達成できた」と「やや達成できた」で83.4%を占める。





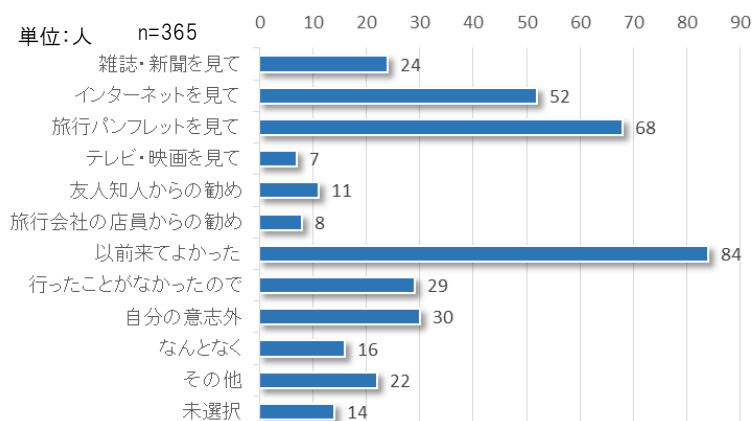
⑩ 同行者

・「夫婦」が最も多く 40.5%を占め、「子ども連れ家族」が 19.2%となっている。



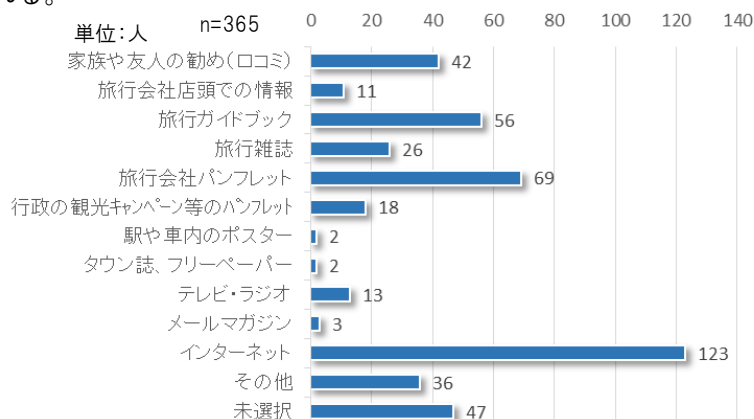
⑪ 旅先に選んだ理由

・「以前来て良かった」が 84 人と全体の 23.0%を占め、リピーターが多くなっているのがわかるほか、「旅行パンフレットを見て」が 68 人 18.6%であり、旅行会社等への露出が増加していると思われる。



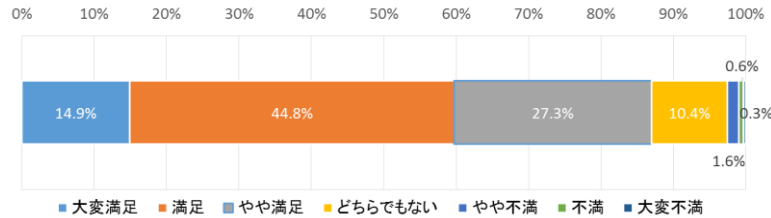
⑫ 参考にした情報源

・「インターネット」が最も多く 123 人 33.7%が選択しているほか、「旅行パンフレット」が 69 人 10.7%であり、「旅先に選んだ理由」同様、旅行会社等への露出が増加していると思われる。



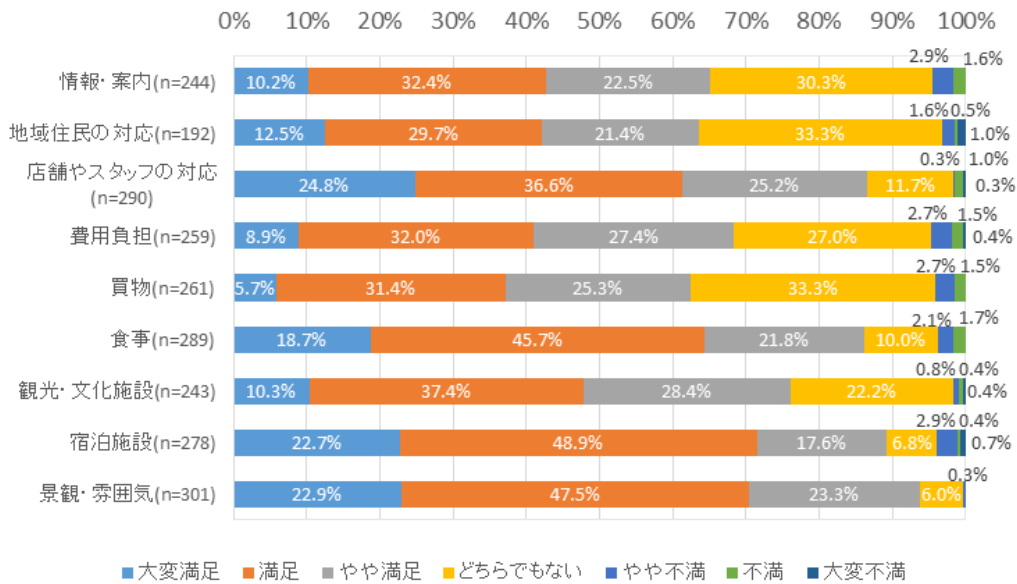
⑬ 総合満足度

・「満足」が44.8%を占め、「大変満足」「やや満足」を含めると87.0%となり、総合満足度が高くなっているのがわかる。



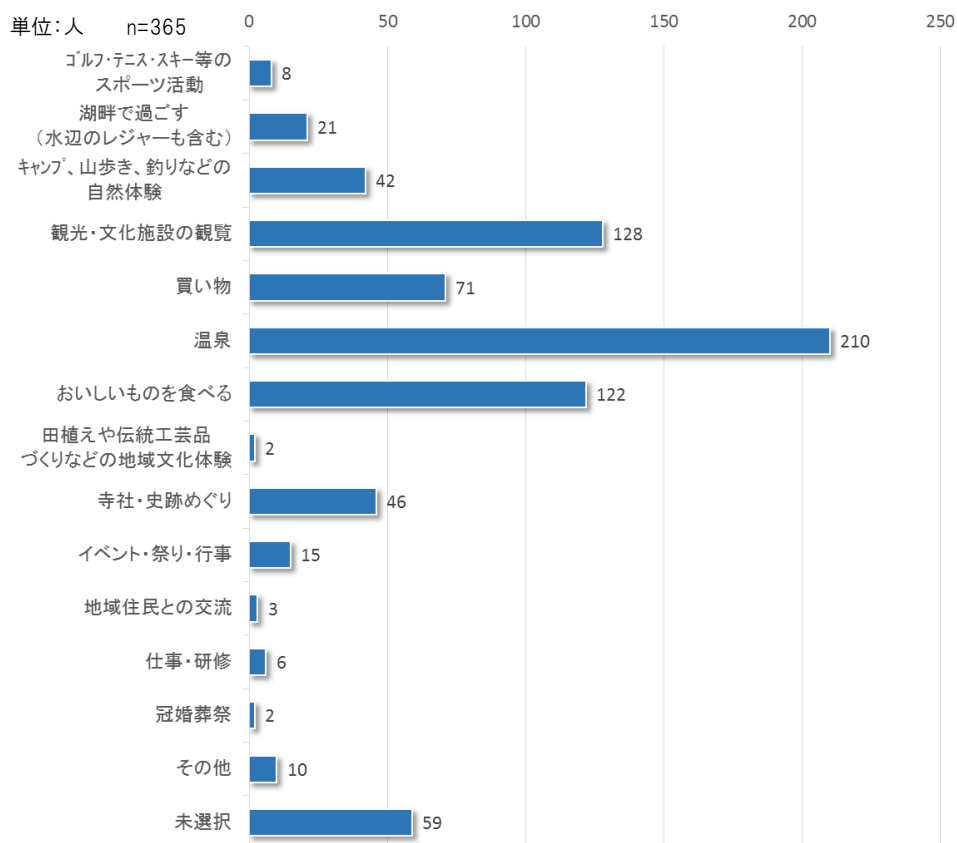
⑭ 個別満足度

・全ての項目で「満足」の占める割合が高くなっていて、「大変満足」「やや満足」を含めると全ての項目で6割以上は満足している。中でも「景観・雰囲気」「宿泊施設」は9割程度の満足度であり、次いで「店舗やスタッフの対応」「食事」が8割を超えている。満足度が低くなっているのは「買物」「費用負担」「地域住民の対応」「情報・案内」で7割を下回っている。



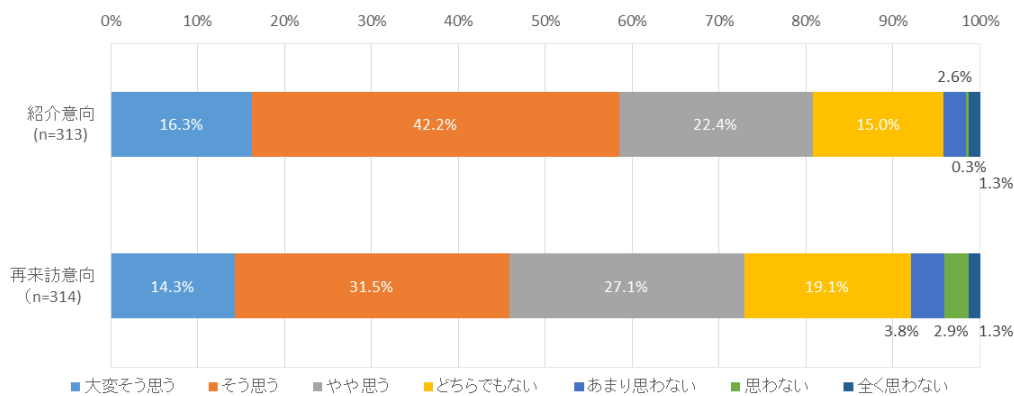
⑮ 体験したこと

・「温泉」が30.6%に上る。次いで「観光・文化施設の観覧」(18.7%)、「おいしいものを食べる」(17.8%)となる。



⑯ 再来訪意向と紹介意向

・再来訪意向、紹介意向ともに「そう思う」が最も多い。「大変そう思う」「やや思う」を含めると、70%を超える。



## ②宿泊施設実態調査結果

### 1. 調査概要

#### (1) 目的

雫石町の宿泊施設の詳細把握

#### (2) 実施期間

平成27年7月8日(水)～7月24日(金)

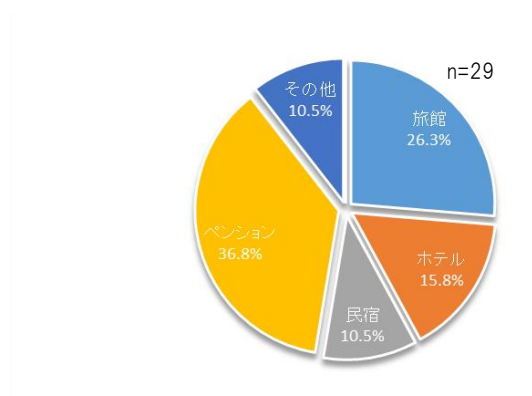
#### (3) 回収実績

協力施設53軒／回収数29票／回収率54.7%

### 2. 調査結果

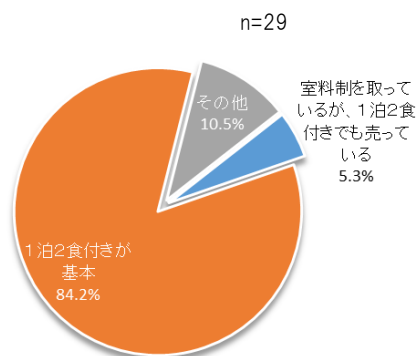
#### ① 経営形態

・「ペンション」が36.8%と最も多く、次いで旅館(26.3%)となる。



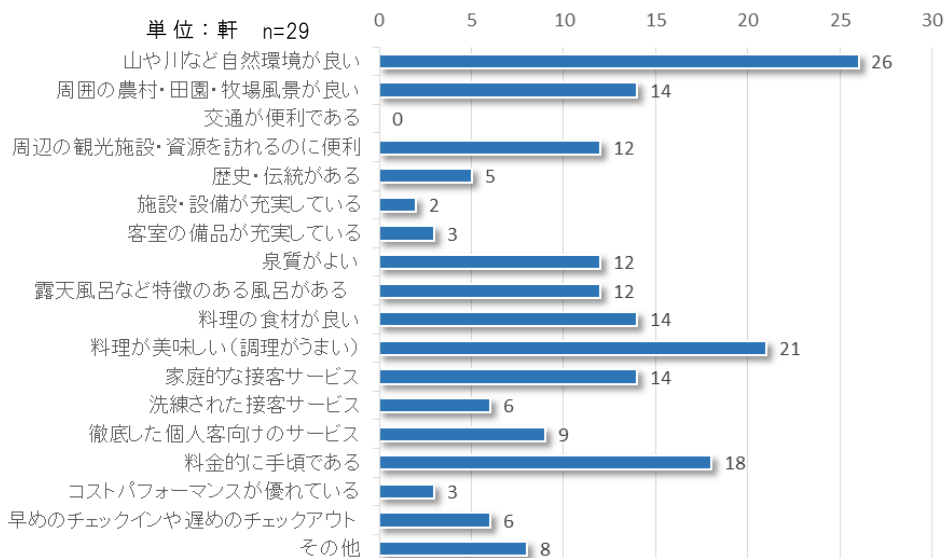
#### ② 料金体系

・「1泊2食が基本」が88.9%を占める。「その他」は簡易宿所、自炊旅館となっている。



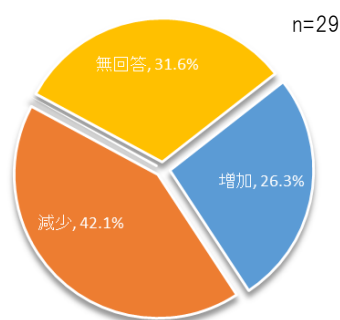
③ セールスポイント

・「山や川など自然環境が良い」が最も多く 89.7%、「料理が美味しい」(72.4%)「料金的に手頃である」(62.1%)と続く。



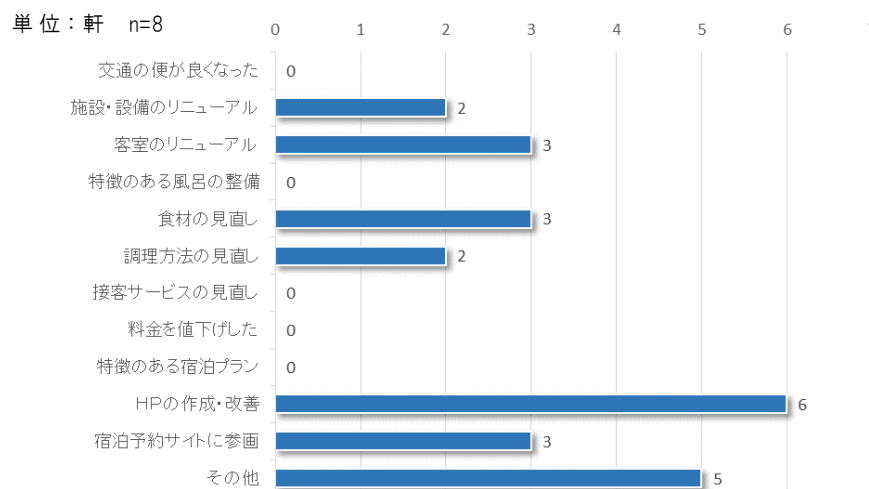
④ 過去3年間の宿泊客数の変化

・「減少」が42.1%を占める。



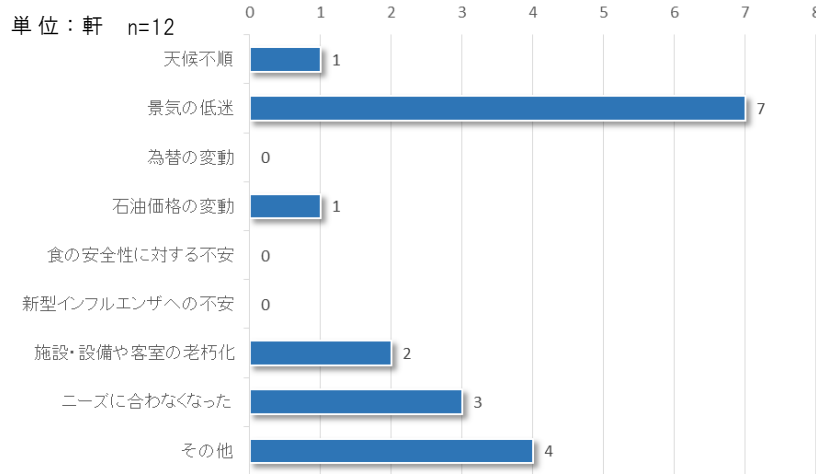
④-1 宿泊客増加の理由

・「HPの作成・改善」が75%。「その他」には口コミ、インバウンドの回復がある。



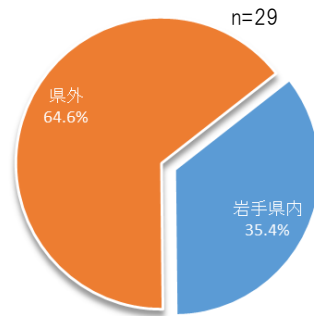
④-2 宿泊客減少の理由

・「景気の低迷」が91.7%と高くなっている。「その他」には観光施設の減少、少子化、晩婚化の影響によるファミリー層の減少が挙げられている。



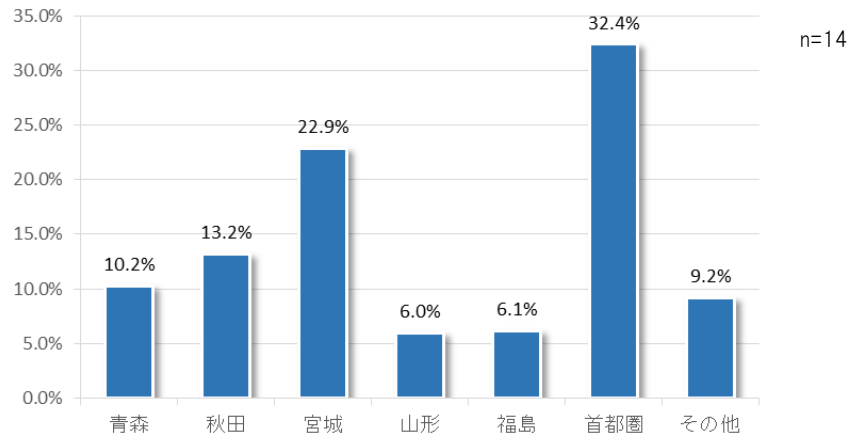
⑤ 宿泊客の居住地の割合（県内・県外別）

・「県外」が64.6%を占める。



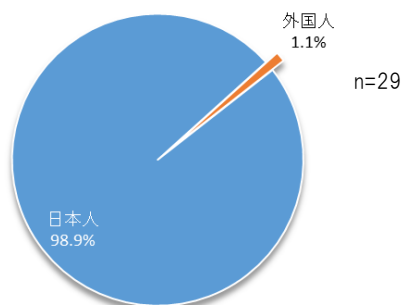
⑥ 宿泊客の居住地の割合（岩手県以外）

・「首都圏」が最も多く32.4%で、次いで「宮城県」(22.9%)と続く。「その他」には北海道、関西地方がある。



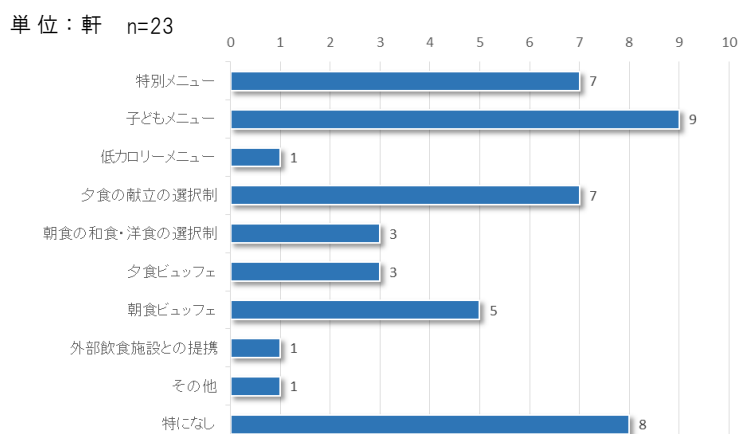
⑦宿泊客の内訳の割合

・「日本人」が98.9%を占める。



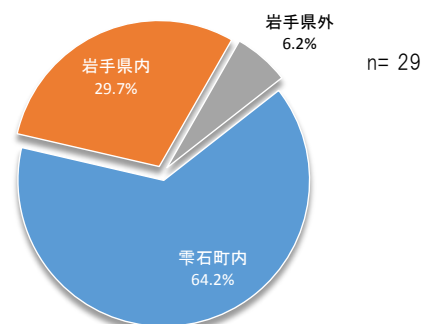
⑧提供している料理のサービス

・「子供メニュー」を実施している施設が39.1%を占めるが、「特になし」の施設も34.8%となっている。「特別メニュー」「夕食の献立の選択制」は30.4%。



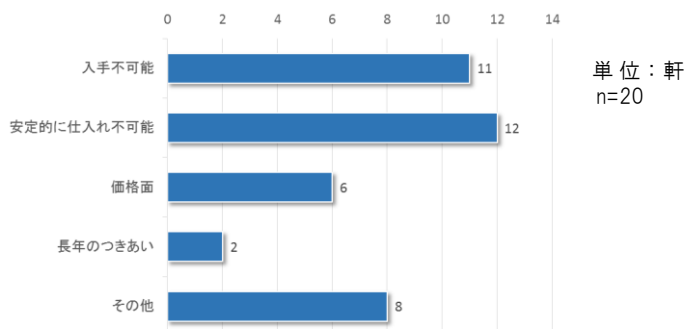
⑨食材の仕入れ先の割合

・「雫石町内」が最も多く過半数以上の64.2%を占め、「岩手県内」が29.7%と続く。



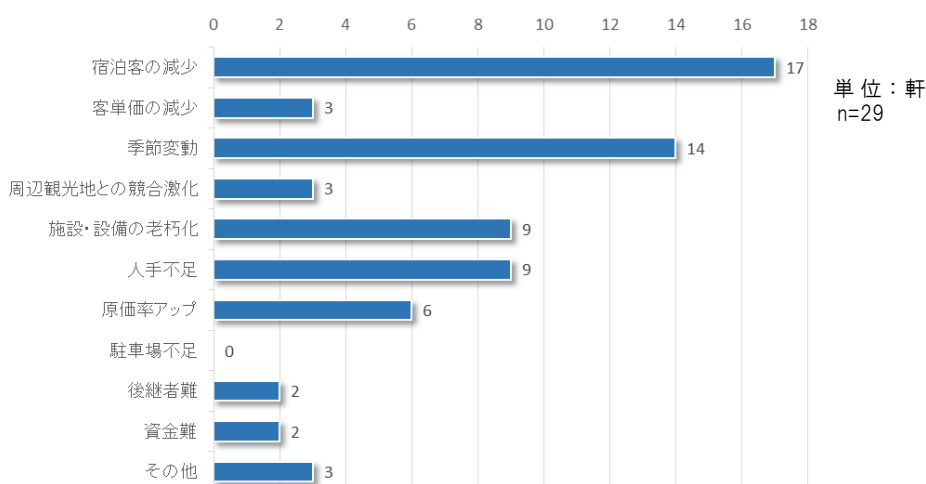
⑩食材を雫石町で仕入れていない理由

・「安定的に仕入れができない」が 60.0%を占め、次いで「入手不可能」(55.0%)となる。その他では、「グループ購買システム一括購入」「実家(米)」などがある。



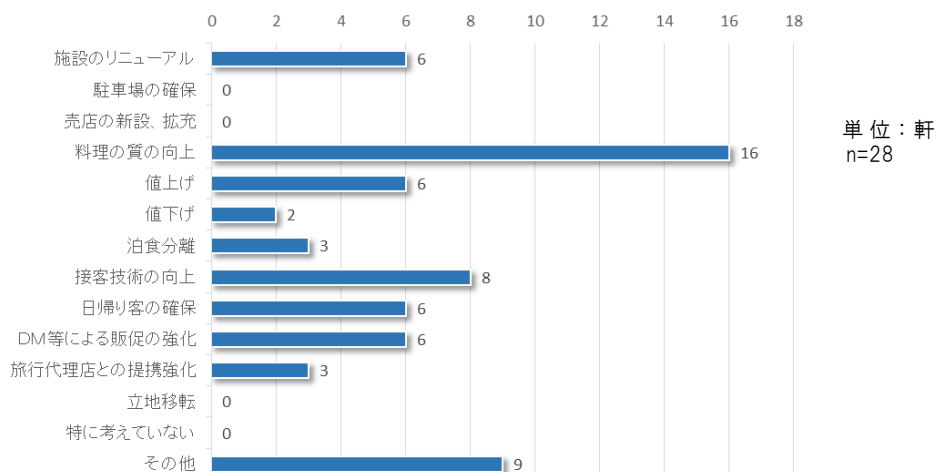
⑪経営上の問題点の理由

・「宿泊客の減少」が最も多く 58.6%を占め、次いで「季節変動」(48.3%)「人手不足」「施設・設備の老朽化」(31.0%)となる。



⑫今後の経営方針

・「料理の質の向上」(57.1%)が最も多く、「接客技術の向上」(28.6%)と続く。その他では、「インターネット販売の整備」、「ネットの業者との提携強化」などがある。





### 3. 用語集

#### DMO

地域の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。観光客を誘致するための戦略策定をはじめとして、マーケティングやプロモーション、品質管理などを行う事業組織であり、欧米やアジアでは一般的となっている。

#### ICT

IT（情報技術：Information Technology）に Communication（コミュニケーション）を加えた表現。情報通信におけるコミュニケーションの重要性が増すことから、IT に代わり ICT が用いられるようになった。

#### MICE

多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。企業等の会議(Meeting)、企業等が行う報奨・研修旅行(Incentive travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会(Convention)、イベント・展示会・見本市(Event、Exhibition)の頭文字をとっている。

#### SNS

ソーシャルネットワーキングサービス(social networking service)の略。インターネット上の交流を通して社会的ネットワーク(ソーシャル・ネットワーク)を構築するサービスのことで、サービスを利用することにより個人間のコミュニケーションを促進・サポートすることを目的としている。

#### インバウンド

他地域からの入域客。観光業界では主として海外から日本への観光客を示す。

#### エージェント

代理人。代理商。観光においては、一般に旅行業者を指す。

#### 観光プラットフォーム機能

着地型旅行商品の販売を行うため、地域内の着地型旅行商品の提供者と市場(旅行会社、旅行者)をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体を指す。

「観光プラットフォーム」が機能するためには、

- ①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質的に参加していること
- ②着地型旅行商品の展開に係る企画・販売機能を有すること
- ③法人格を有すること
- ④着地型旅行商品の販売、受託事業、飲食・物販事業等の収益事業を有していることなどの条件が重要である。

## ゲートウェイ

ゲートウェイは広義には「玄関口」という意味で、町外と町内を結ぶ交通機関を指す。加えて、移動の経由点というだけでなく、情報収集などのための重要な場所として情報を発信する場、コミュニケーションの場といった役割を果たし、地域外から活力を呼び込む機能を指す。

## 交流居住

総務省が施策の一つとして提案している、都会に住む人が、都市と田舎の両方に滞在・居住する場を持ち、それぞれの場所を仕事や余暇・趣味などのために使い分け、田舎では地元の人との交流を楽しむといった、交流を主たる目的として都会と田舎を行き来するライフスタイル。

## ソーシャルメディア

インターネットを前提とした技術を用いて、個人や組織の情報が社会的相互性を通じて広がっていくように設計されたメディアのこと。例としては電子掲示板やブログ、カスタマーレビューなどのインターネットサービスが挙げられ、双方向のコミュニケーションが可能であることが特徴。

## ソーシャルメディアプラットフォーム

ソーシャルメディアを提供するインターネットサービスのこと。代表的なものとしてYouTubeやTwitter、Facebookなどがある。

## ニューツーリズム

ニューツーリズムとは、従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、人や自然とのふれあいなど体験的要素を取り入れた新しいタイプの旅行と旅行システム全般を指す。テーマとしては産業観光、エコツーリズム、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム、ロングステイなどが挙げられる。旅行商品化としても旅行会社主導でなく、地域の立場から特性を活かすことが必要。

## プロモーション

知ってもらおうための広告活動や、購買を促進するための販売促進活動。



平成28年3月

— 第二次雫石町観光・交流活性化行動計画 —

雫石町役場

住所：岩手県岩手郡雫石町千刈田5番地1

電話：019-692-2111（代表）

019-692-6407（観光商工課）