

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

### 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 花巻観光協会	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 岩手県花巻市	
所在地	岩手県花巻市葛3-183-1 花巻市交流会館内	
設立時期	平成9年3月31日	
職員数	27人【常勤10人(正職員4人・出向等6人)、非常勤17人】	
代表者(トップ人材: 法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	(氏名) 安藤 昭 (出身組織名) 花巻温泉株式会社	花巻温泉(株)代表取締役社長。(一社)花巻観光協会副会長であり、当協会の3委員会をまとめる統括委員長でもある。また、花巻温泉郷観光推進協議会副会長、花巻空港国際航空便歓迎実行委員会会長など、様々なポストで活躍しており、強いリーダーシップをもって花巻市の観光振興に尽力している。
データ収集・分析等の専門人材(CMO: チーフ・マーケティング・オフィサー)	(氏名) 平塚 正隆「専従」 (出身組織名) (一社) 花巻観光協会	(一社)花巻観光協会の専務理事であり、企画委員長を務める。大手旅行会社取締役、岩手県観光コーディネーターの経験を持ち、旅行業界・観光関係者などの様々なパイプ役となり、従来には無かった新たな目線で業務を遂行している。
財務責任者(CFO: チーフ・フィナンシャル・オフィサー)	(氏名) 似内 泉「専従」 (出身組織名) (一社) 花巻観光協会	平成31年4月より花巻市役所から(一社)花巻観光協会の事務局長として出向。持続可能な運営のため、行政などと連携しながら運営収支や財源確保に関する検討を行う。
セールス・プロモーションの責任者(専門人材)	(氏名) 佐藤 寿美 (出身組織名) 花巻温泉株式会社	花巻温泉(株)取締役 営業部 総括部長。(一社)花巻観光協会の誘客委員長を務める。旅行会社や観光関係機関と太いパイプを持ち、国内観光客にとどまらず、外国人観光客の誘客に尽力しており、成果を挙げている。
物産振興の責任者(専門人材)	(氏名) 高橋 誠 (出身組織名) 高源精麦株式会社	本市を代表する特産品「白金豚」の生産・販売を行う高源精麦(株)代表取締役社長。(一社)花巻観光協会理事及び物産委員長を務め、物販に精通しており、市内事業者の域外での販路拡大を推進している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	花巻市商工観光部観光課 (観光地整備、観光統計、県等との連絡調整、財政・人的支援) 商工観光部商工労政課 (特産品の販路拡大、南部杜氏関連)  生涯学習部賢治まちづくり課 (宮沢賢治関連イベント等のコンテンツ作り)	

(別添) 様式 1

	<p>農林部農政課          (グリーンツーリズム、農産物PR)          建設部都市政策課(二次交通、都市環境整備)          地域振興部定住推進課(シティプロモーション、ふるさと納税)</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>花巻温泉郷観光推進協議会          岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合花巻支部          (各種施策の立案・実施、宿泊サービスの改善、プロモーション、統計データの提供)          花巻商工会議所          (飲食店等の情報提供、受入体制の整備、特産品開発、空港利用促進)          花巻農業協同組合・一般社団法人東和作戦会議          (グリーンツーリズム、農泊、着地型旅行商品)          鉛温泉スキー場活性化協議会(着地型旅行商品)          JR東日本 新花巻駅(受入体制の整備)          岩手県空港ターミナルビル(株)(受入体制の整備)          花巻地区タクシー業協同組合・市内バス事業者          (二次交通の改善、受入体制の整備)          花巻青年会議所(イベントの実施)          花巻おもてなし観光ガイドの会(受入体制の整備)          はなまきスポーツコンベンションビューロー(宿泊・受入体制の整備)</p>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】①、②          (概要)          ①当協会理事は、宿泊施設、交通、農業団体等の多様な関係者により選出されており、年5回程度の理事会を開催し、事業計画・予算は理事会が審議し決定している。          ②当協会内に、行政をはじめ多様な関係者(事務レベル)による企画・誘客・物産の各委員会が設置されており、随時課題の掘起し・解決策の検討を行っている。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民が参加可能なセミナー、講演会などを年2～3回開催している。</li> <li>・令和元年度は花巻観光振興ビジョン策定のため、観光の視点から地域づくりを考える「花巻・観光まちづくり研究会」を年3回開催した。</li> <li>・イベントを実施するにあたり、一般のボランティアスタッフを募集し、観光おもてなしへの参画を促している。</li> <li>・市民皆でおもてなしができるように、「はなまき通検定」を実施している</li> <li>・コミュニティFMや当協会ホームページを活用し、観光情報の発信や意識啓発を行っている。</li> </ul>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)          任意団体の花巻観光協会として昭和29年に発足以来、法人化、広域合併を経て、平成26年より一般社団法人となった。商工会議所、農業協同組合を始め、宿泊、交通、製造・小売、飲食、建設、金融など多様な約400会員で構成され、行政及び県内外の観光団体等と連携しながら観光物産事業を展開し、花巻観光の中核的な役割を担っている。</p>

※下記事業については、主に3カ年度分の活動を記載

事業	実施概要
<p>情報発信・ プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■パンフレット等作製事業               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ H28 より花巻市からの委託を受け、観光パンフレットを一部リニューアルしながら製作・配架</li> </ul> </li> <li>■宣伝広告事業               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ R2 は当協会 HP の再構築を図ったほか、SNS よる情報発信、コミュニティFM を活用した市民向け観光情報番組の作成(H30～)、SNS を活用したフォトキャンペーン(R1)などを実施</li> </ul> </li> <li>■誘客キャンペーン推進事業               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新花巻駅での歓迎イベント(R1・R2)や各種商談・旅行会社へのセールス(R2 はオンラインで実施)のほか、沖縄や函館など各所でわんこそばイベント等による観光PR(R2 は中止)を実施</li> <li>・ 花巻市が実施する宿泊助成や花巻神戸便就航及び、R3 年の東北 DC に向けたプロモーションを実施</li> </ul> </li> <li>■宿泊施設利用促進事業               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宿泊施設を中心に、花巻まつり、スカイランタン、雛まつりなどの観光素材を活用した誘客事業(R2 は一部実施)</li> <li>・ 東北6 県の温泉地が連携し、温泉むすめを活用したみちのくスタンプラリーに参画(R1)</li> <li>・ R2 は「花巻 12 湯」動画を制作し、YouTube での動画配信のほか、動画を活用したプロモーションを実施</li> </ul> </li> <li>■外国人観光客誘致促進事業               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国・県や関係機関と連携し、商談会・旅行博等のイベントでの PR、旅行会社等の招請などを行っているほか、外国人観光客誘致を行う会員のセールス等を支援(R2 は未実施)</li> <li>・ SNS(繁体字・簡体字・英語・タイ語)や、HP の一部多言語化による情報発信</li> </ul> </li> <li>■物産振興事業               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 函館・東京・平塚など、県内外で観光物産展を開催(R2 は一部実施)</li> <li>・ R2 は物産展のかわりに、お取り寄せ物産展の開催や「花巻特産品カタログ」の作製・販売、当協会 WEB ショップの送料無料キャンペーン等を実施</li> </ul> </li> <li>■広域連携(花巻・遠野・平泉)事業               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 花巻・遠野・平泉エリアのインバウンド推進業務事業の受託(H28～R1)                   <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;R1&gt; 東北プロモーション in 台湾への参加及び旅行会社訪問セールス、香港の旅行会社招請</li> <li>&lt;H30&gt; 東北プロモーション in 台湾等への参加及び旅行会社訪問セールス、タイ等の旅行会社・ブロガーを招請</li> </ul> </li> <li>・ 教育旅行誘致として、北海道の旅行会社等を訪問するキャラバンを実施(R1)</li> </ul> </li> <li>■JNTO 及び東北観光推進機構との連携               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ JNTO 及び東北観光推進機構などが主体の HP に花巻の観光コンテンツを掲載し、国内外に情報を発信</li> </ul> </li> </ul>
<p>受入環境の 整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■教育旅行誘致事業               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 体験の受入窓口として、受入体制の整備</li> </ul> </li> <li>■観光ルート整備事業               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市内観光施設を周遊する観光タクシーの運行のほか、神楽や雛まつり等のイベントに合わせた二次交通を整備(R2 はイベント中止等のため一部不催行)</li> </ul> </li> </ul>

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 歓迎はなまきおもてなし事業             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ S L 銀河の出発や国際スポーツ大会前夜祭等に合わせ、郷土芸能の演舞等を実施</li> <li>・ R2 は花巻の知識を習得する機会として、「はなまき通検定」を実施</li> </ul> </li> <li>■ 観光おもてなしガイド事業             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光ガイドの派遣のほか、ガイド養成講座を実施</li> </ul> </li> <li>■ 観光案内所運営事業             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 東北の観光案内所が連携した、東北の観光案内所ネットワーク化事業(H29～)に参画。R1 より翻訳機「ポケトーク」を導入</li> </ul> </li> <li>■ 二次交通実証実験事業(R1)             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 公共交通機関と観光地を結ぶ二次交通の需要調査を実施。また、観光立国推進協議会二次交通専門部会(事務局:日本観光振興協会)が実施する「二次交通モデル事業(2カ年事業)」において、当地がモデル地域となったことから、本事業の調査結果を提供したほか、観光客の動向調査の協力や検討会に参画。R2 の計画もしていたが、コロナ禍のためモデル事業は中止となった</li> </ul> </li> <li>■ 花巻温泉郷定額タクシー送迎プラン(R2)             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 無料送迎シャトルバスが運行されている区間において、混乗を敬遠される方などに対し、定額制のタクシー送迎プランを造成・販売</li> </ul> </li> <li>■ 森の店っこや運営事業             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当協会会員の特産品を販売する「森の店っこや」のキャッシュレス化を推進のため、R1 より各種 QR コード決済を導入</li> </ul> </li> </ul>
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 着地型旅行商品の企画・販売             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ R2 は「手すき和紙体験」「スノーモービル体験」「ナイトセスナ遊覧」など6商品を企画・販売。当協会が取り扱う地域コンテンツは26件となった</li> <li>・ R3 の東北 DC を見据え、街中にある素材の再発見を行い、駅を拠点とした「はなまき街歩きマップ」を作製。あわせて、街歩きガイドを養成し、ガイド付き街歩きを企画(R2)</li> </ul> </li> <li>■ いわたの新しい観光推進事業への参画(R2)             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高付加価値商品として、リムジン送迎付き「花巻産ワインと至福のランチプラン」「セスナ遊覧飛行」の企画・販売に参画</li> </ul> </li> <li>■ テーマ別コンテンツ造成及び東北ブランド形成事業(R1)             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 実施主体は東北運輸局。欧米豪市場を対象にスカイランタンイベントを中心とした旅行商品造成のため、モニターツアーを実施</li> </ul> </li> <li>■ 物産振興             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ふるさと納税返礼品を通じて、新たな特産品の発掘や企画などを実施。当協会主催のビジネスマッチ商談会の開催(R2 は中止)</li> </ul> </li> <li>■ 宿泊施設利用促進事業             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 台温泉エリアの魅力度を高めるため、温泉神社等のライトアップを実施(H30. R1)</li> </ul> </li> <li>■ モデルコースの提案             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 公共交通機関を利用して、花巻を散策するモデルコースの提案(R2)</li> <li>・ 花巻を拠点に、公共交通機関を利用して岩手県を日帰りで観光するモデルコースの提案(R1)</li> </ul> </li> </ul>

(定量的な評価)

当協会がマーケティング等を行う区域の令和2年における延べ宿泊者数は、月別で比較すると前年を超える月もあったが、年間では560千人で前年比約31.3%減と落ち込んだ。外国人観光客は3月以降の宿泊がほとんどなく、9千人で前年比約84.9%減であった。なお、平成28年は岩手国体があり宿泊者数が増加したものの。

(別添) 様式 1

単位：人、%

年 別	宿泊者数(前年比)	外国人(前年比)
平成 25 年	856,061 (+3.3%)	11,774 (+107.8%)
平成 26 年	872,033 (+1.9%)	14,643 (+24.4%)
平成 27 年	864,315 (-0.9%)	19,771 (+35.0%)
平成 28 年	872,157 (+0.9%)	23,012 (+16.4%)
平成 29 年	830,973 (-4.7%)	45,956 (+99.7%)
平成 30 年	797,450 (-4.0%)	49,886 (+8.6%)
令和元年	815,728 (+2.3%)	60,595 (+21.5%)
令和 2 年	560,275 (-31.3%)	9,147 (-84.9%)

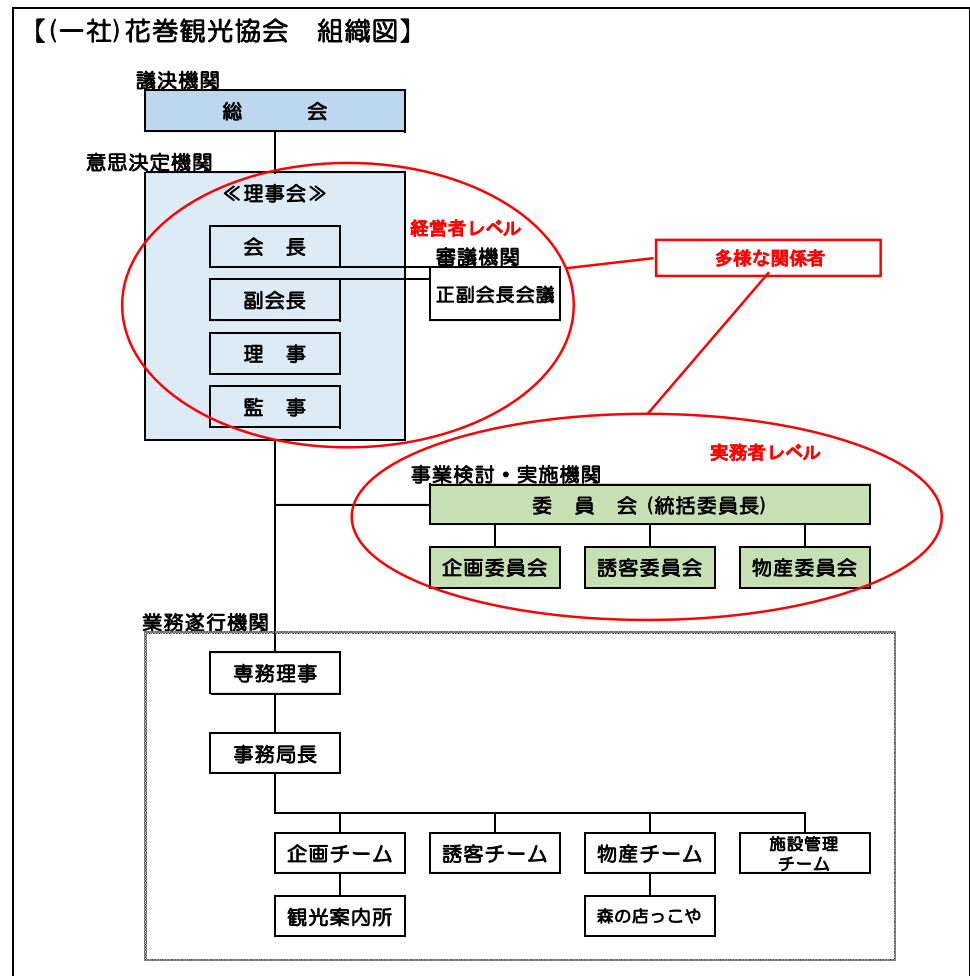
実施体制

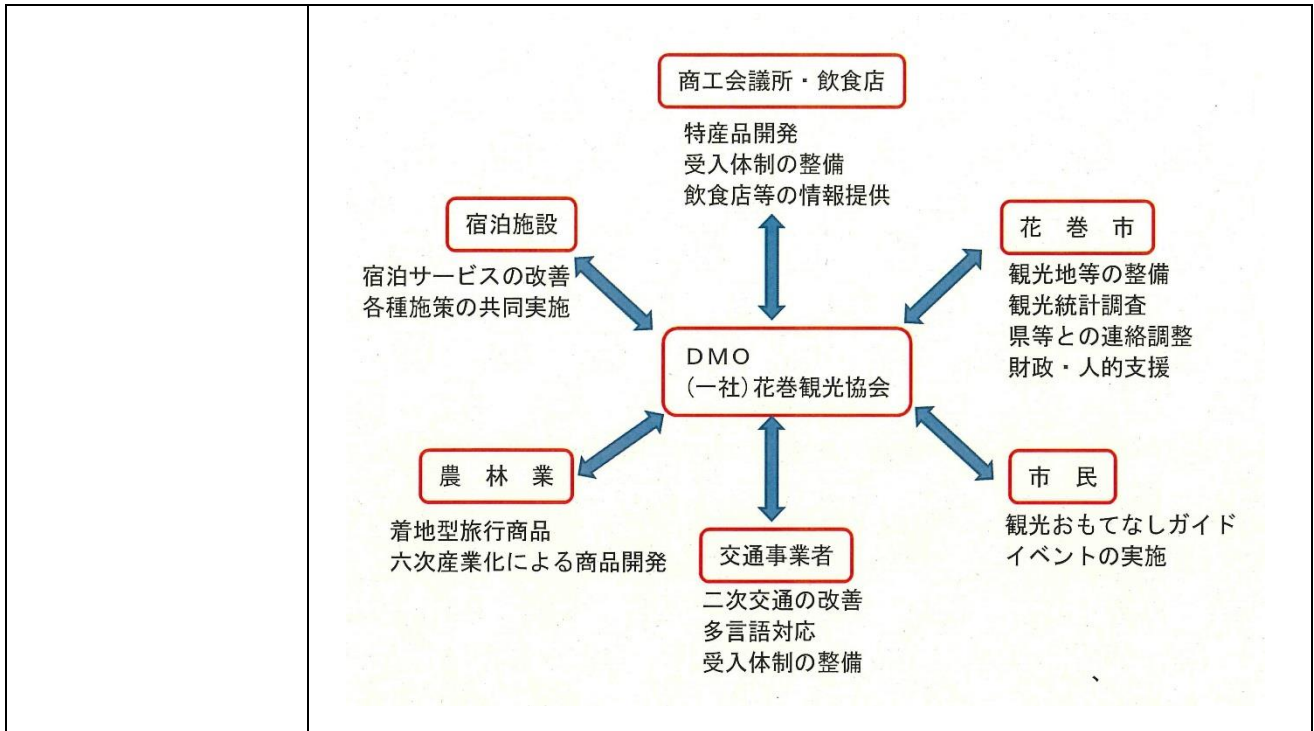
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。

(実施体制の概要)

(一社)花巻観光協会が中核的役割を担い、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農業者など多様な関係者と綿密な連携を図りながら、観光まちづくりを推進する。更には観光協会内部に設置している多様な関係者により構成された企画・誘客・物産の各委員会を中心に、具体的事業を立案・実施する。

(実施体制図)





2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

<岩手県花巻市>



花巻市内には温泉、観光地、郷土芸能、スポーツ施設、イベントなど多くの観光素材があり、それら個々の磨き上げはもちろん、四季に応じたおすすめコースの設定、周遊の利便性向上などにより活用を図る。

【区域設定の考え方】

花巻市は県内最大級の温泉地、また宮沢賢治が生まれ育ったまちであり、観光資源の面からみてコンセプトを明確にするため、花巻市単独の区域設定とするのが適切と考える。  
 県内唯一の空港、新幹線駅、4つのインターチェンジなど交通優位性を生かした温泉宿泊地として、その経済効果を市内に波及させるためにもよりシンプルな区域設定とするが、観光客の視点に立ち、旅行商品の開発、周遊パスの企画などにおいては広域連携での取り組みを実施する。

(別添) 様式 1

【観光客の実態等】

花巻市の観光客入込数、延べ宿泊客数は下表のとおりとなっており、年別の特殊事情等にもよるが全体的には微減の傾向にある。岩手県内では盛岡市・一関市に次ぐ観光客入込数(R1)となっている。花巻市の令和2年度独自調査によると、旅行の目的は約4割が温泉と圧倒的に多く、続いて、宮沢賢治関連が約2割を占めているほか、例年に比べ、県内からの観光客の割合が高かった。

小規模な自治体としては早い時期からインバウンドに取り組んでおり、平成22年には年間約2万人の外国人観光客が訪れていたが、震災により激減した後、平成27年に震災前の水準となり、国際チャーター便・定期便の就航等により近年は急増している。旅行目的については5割以上が温泉で、日本人と同様に圧倒的に多かった。

また、花巻市の令和2年度独自調査による宿泊者の旅行消費額単価を見ると、国内観光客は22,024円/人で、前年度より10,321円の減であった。今年度は、コロナ禍であったことから、自家用車で訪れる近隣の観光客が多く、宿泊助成が行われたことから宿泊のみで帰られる傾向が見受けられ、消費に結びつかなかったと考えられる(R2外国人観光客については未実施)。

単位：人

年 別	観光客入込数	延べ宿泊者数	外国人観光客数
平成25年	2,176,290	856,061	11,774
平成26年	2,165,633	872,033	14,643
平成27年	2,176,773	864,315	19,771
平成28年	2,227,046	872,157	23,012
平成29年	2,140,602	830,973	45,956
平成30年	2,012,089	797,450	49,886
令和元年	2,117,377	815,728	60,595
令和2年	1,087,790	560,275	9,147

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

・観光施設

宮沢賢治関連（宮沢賢治記念館、宮沢賢治童話村、イーハトーブ館、南斜花壇、羅須地人協会、雨ニモマケズ詩碑など多数）、高村光太郎記念館、花巻新渡戸記念館、花巻市博物館、ワインシャトー大迫、南部杜氏伝承館、萬鉄五郎記念美術館

・自然、文化

イギリス海岸、早池峰山、釜淵の滝、田瀬湖、郷土芸能(早池峰神楽、鹿踊)、わんこそば

・スポーツ

鉛温泉スキー場、石鳥谷アイスアリーナ、東和B&G海洋センター(田瀬湖ポート場)、盛岡南ゴルフ倶楽部

※大谷翔平、菊池雄星、山川穂高(西武)などの野球関係(花巻東高校、富士大学)が有名

・イベント

わんこそば全日本大会、全国泣き相撲大会、日本ワインフェスティバルなど多数

上記の観光施設は点在しているため、観光施設と宿泊施設又は公共交通機関をつないだ、着地型ツアーを実施している。また、宮沢賢治童話村では期間限定のライトアップや野外イベントを実施しているほか、鉛温泉スキー場ではその地形等を生かし、スカイランタンイベント会場として活用している。

自然・文化等は、体験メニューとして活用しているほか、郷土芸能の公演やわんこそば大会を国内外で実施し、花巻のPRにも活用している。

また、わんこそばや地元産ワイン、地域に伝わる風習などを活用し、全国規模のイベントを開催するなど、観光において地域資源を活用している。

(別添) 様式 1

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

花巻温泉郷は12の温泉地で構成されており、多くが花巻エリアに分布している。

- ・温泉宿泊施設 施設数 34 収容人員 約6,000人
- ・旅館、ホテル 施設数 18 収容人員 約 770人

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・鉄道
  - JR花巻駅 東北本線、釜石線（SL銀河運行）
  - JR新花巻駅 東北新幹線（東京 約3時間10分）
- ・高速道路
  - 花巻IC、花巻南IC 東北自動車道
  - 花巻空港IC、東和IC 釜石自動車道
- ・空路（定期便）
  - いわて花巻空港 札幌（新千歳 約1時間）
  - 名古屋（小牧 約1時間10分）
  - 大阪（伊丹 約1時間20分）
  - 神戸（約1時間40分）
  - 福岡（約2時間）
  - 台湾（桃園 約4時間30分、運休中）
  - 上海（浦東 約4時間、運休中）

【外国人観光客への対応】

- ・市内宿泊施設、観光施設のWi-Fi環境整備はほぼ完了している。
- ・観光パンフレットは重点市場対象国20カ国の言語を整備済み。
- ・国際定期便、チャーター便の空港到着時に歓迎のお出迎えを実施。
- ・観光案内所では翻訳機「ポケットク」を活用し対応（外国人観光案内所 カテゴリー1）

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
延べ宿泊者数 (国別、教育旅行も収集)	動向を把握し、閑散期の誘客促進策の検討に生かす。	宿泊施設から毎月の実数報告
旅行消費額	経済効果を検証するとともに、より効果的な施策の検討に生かす。	宿泊施設等でのアンケート調査
来訪者満足度	満足度が高く集中的にプロモーションすべき観光コンテンツを把握するとともに、新たな観光コンテンツの開発に生かす。	宿泊施設等でのアンケート調査
リピーター率	来訪者満足度と連動した観光コンテンツのプロモーション・開発に生かす。	宿泊施設等でのアンケート調査
WEBサイトアクセス数	地域や施策に対する関心度等を把握し、施策の充実・プロモーション等に生かす。	Google アナリティクスを活用して実施



(別添) 様式 1

定住意向	観光地域づくりの理念の一つ「住んでよし」について、地域住民の意向を測る。	市が実施するアンケート調査
観光案内所取扱状況	問い合わせの多い観光情報の把握により、施策の必要性の検証・おもてなしに生かす。	観光案内所での実績を把握

## 4. 戦略

### (1) 地域における観光を取り巻く背景

日本では少子化による人口減少や高齢化が進んでいるが、これは花巻市においても同様であり、地方部において雇用を生み出すことにつながる「交流人口による地域経済活性化(＝観光振興)」は、これまで以上に重要となっている。一方、日本人の国内旅行は団体型旅行から個人型旅行へと移行していること、日本を訪れる外国人旅行者が急増していることなど、日本の旅行市場は大きく変化している。このような旅行市場の変化に対応しながら、交流人口による地域経済活性化を実現していくために、戦略的に観光への取り組みを進める必要がある。

### (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○温泉：東北の宿泊拠点としての強い温泉のイメージ、1温泉1源泉の個性の異なる温泉旅館の存在、周辺地域で比較した際の宿泊容量の大きさ</li> <li>○自然：日本百名山の早池峰山の存在、涼しい夏、冬期の雪、日本の原風景</li> <li>○食・特産品：発祥の地と言われるわんこそば、大迫を中心とする花巻ワイン、日本三代杜氏の一つである南部杜氏による日本酒</li> <li>○歴史文化：宮沢賢治の故郷、ユネスコ無形文化遺産である早池峰神楽</li> <li>○交通インフラ：空港、新幹線駅、ICが揃う利便性の高さ</li> <li>○スポーツ：特に花巻ゆかりの野球選手が活躍</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○連携の弱さ：観光施設が点在しており、ソフト面での連携も十分とは言えない状況</li> <li>○二次交通の弱さ：点在する観光施設を移動する際の二次交通が十分とは言えない状況</li> <li>○滞在時間の短さ：団体旅行の宿泊拠点として成長してきた経緯もあり、宿泊はするものの宿泊前後の市内での滞在が短い</li> <li>○冬期の観光客減少：二次交通の課題もあり、冬期間に地域の魅力をアピールしづらく、観光客の減少につながっている</li> <li>○マーケットの偏り：インバウンドの多くは台湾からの旅行者、国内は団体客の割合が高い</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○インバウンドの増加：台湾や中国からのインバウンドの更なる増加が見込まれる</li> <li>○東北への注目の増加：東北観光への注目度が高まっている</li> <li>○国際イベントの開催：ラグビーWC、東京オリンピック・パラリンピックといった国際イベントが開催される</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○旅行市場の変化：団体客の激減・個人化が進み、ネット予約が増加している</li> <li>○人口の減少：日本全体が少子化に進む中、花巻市においても人口が減少している(労働力の不足にも繋がる)</li> <li>○災害イメージの存在：地震や台風など自然災害のイメージが強い</li> </ul>

(別添) 様式 1

<p>○海外との路線が存在：花巻ー台湾・上海の直行便が存在する</p> <p>○インフラ整備の進展：釜石自動車道が整備される</p>	<p>○自然環境の変化：夏の涼しさが今後失われる可能性がある</p>
--	------------------------------------

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層</p> <p>首都圏及び仙台を中心とする、ゆったりとした旅をしたいカップル・夫婦（主に40～60代）及び家族旅行</p>
<p>○選定の理由</p> <p>花巻市が実施したアンケートでは、当市を訪れる観光客の6割が家族旅行であり、また出発地は宮城県と関東圏でおおよそ5割を占める。</p> <p>また、団体旅行から個人旅行へと国内旅行市場が変化している中で、子どもの手がある程度離れた40代以上、特にカップル・夫婦は個人旅行への意欲も高い。</p> <p>これらの層は、花巻の強みである「温泉」をゆっくりと楽しんでもらえると考えられることから、第1ターゲット層として設定する。</p> <p>○取組方針</p> <p>大型旅館がそれぞれ源泉を有するという他地域にはない花巻温泉郷の特徴、すなわち「花巻12湯、個性豊かな1温泉1源泉」を活かし、旅行者の目的に合わせたアピールをしていく。</p> <p>また、「モノ消費」から「コト消費」へ旅行者のニーズが変化していることから、北上川でのラフティングなどの自然体験、農作物の収穫体験、健康づくり体験、わんこそばをはじめとする郷土食など、体験プログラムを充実させ、花巻での滞在時間の延長を推進していく。</p>
<p>○ターゲット層</p> <p>海外からの団体旅行及び日本の原風景を楽しみたいF I T (特に、台湾をはじめとする中華系及び欧米豪市場)</p>
<p>○選定の理由</p> <p>いわて花巻空港には、台湾便と上海便が就航しており、これらの地域は、今後の市場拡大が最も見込めるマーケットである。</p> <p>現状、花巻を訪れる外国人観光客の大半は団体旅行者であるが、全国的にはF I T化が進んでおり、本市においても同様にシフトして行くと考えられることから、個人旅行者も対象とする。</p> <p>欧米豪市場については、まだ東北全体においても非常に小さいマーケットとなっているが、比較的長い期間（2～3週間）をかけて、日本の原風景を楽しみたい、ゆっくりと滞在したいというニーズそのものは高いと考えられる。花巻は新幹線駅もありアクセス性が高く、東北エリアの中でもこうしたニーズに対応しやすい地域であることから、ターゲット層として設定する。</p> <p>○取組方針</p> <p>外国人にも認知度の高い「温泉」について、「花巻12湯、個性豊かな1温泉1源泉」という特徴、すなわち多様性があることをアピールする事で、他地域との差別化を図る。</p> <p>併せて、北上川でのラフティングなどの自然体験、農作物の収穫体験、健康づくり体験、わんこそばをはじめとする郷土食のほか、冬期の雪も中華系マーケットにとってはアピールできる素材であるため、雪に関連する体験プログラムやイベント等を充実させ、花巻での滞在時間の延長を推進していく。</p> <p>また、外国人観光客においては、広域的な周遊観光を行う傾向があるため、広域連携を行いながら、誘客に取り組んでいく。</p>

#### (4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>①コンセプト 花巻12湯 ～ 湯ったり、感じる「花巻じかん」～</p>
<p>②コンセプトの考え方 花巻の強みとは、宮沢賢治が「イーハトーブ」と表現した理想郷をイメージさせる、遠くに岩手山が見え、目の前に田んぼが広がるといった雄大で、かつ人の生活の営みを感じられるほっとする空間である。そして、この空間の中に、「1温泉1源泉」の12温泉で構成される花巻温泉郷が存在する。</p> <p>これまで、花巻温泉郷は「花巻にある温泉の集合体」という捉え方で、それぞれの宿の個性や特徴を伝えきれていなかった。特に、個人型の旅行においては、その時々によって行き先や目的が変化していくことが想定されることから、それぞれに源泉を有する温泉の価値を見直し特徴を明確化するとともに、多様な温泉で構成されていることを強くアピールすることが重要である。</p> <p>さらに、今後は「見る観光」から、「体験などを通じて心から感じる観光」へと移行していくことが想定される。こうした背景を踏まえて、花巻で暮らしてきた人々が培ってきた理想郷といえる空間で、人々と触れ合いながら時間に追われずにゆったりとした流れの中で過ごすという、時間・空間の両面でくつろぐことなどを意味する「花巻じかん」を、より多くの来訪者が体感できるよう、体験型プログラム等の充実や観光資源の磨き上げに取り組む。</p> <p>一方、「花巻じかん」をより効果的に楽しんでいただくために、広域連携により周辺の観光資源を活用することも検討していく。</p> <p>花巻の観光まちづくりでは、温泉を軸に、花巻での体験を通じた来訪者も「花巻じかん」を共有し、花巻での滞在時間を楽しむ（延長する）ほか、「また花巻に行こう!」と思ってもらえるリピーターを増やしていくことを目指す。</p>

#### 5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<p>委員会、理事会、総会、HP</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 当協会が設置している、多様な関係者による企画・誘客・物産各委員会を年6回程度開催。委員会相互の活動状況や成果を共有するため、3委員会構成する合同委員会を年2回程度開催。</li><li>・ 当協会の理事会を年5回、正副会長会議を年6回程度開催。</li><li>・ 当協会総会を年1回開催、事業実施報告等を会員と共有しているほか、当協会HPで公表。</li><li>・ 行政との連携を深め、情報共有・施策の検討のため、市観光課と月1回の定例ミーティングを開催。</li><li>・ 観光物産情報を当協会会員へメール・FAXにより随時情報提供。</li></ul>

(別添) 様式 1

<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企画、誘客、物産各委員会において、収集したデータに基づいた評価、維持・向上策など、マーケティングを行う。</li> <li>・総会、理事会、正副会長会議、市とのミーティングなどにおいて共有する。</li> <li>・収集、分析したデータは会員へ提供し共有する。</li> <li>・着地型旅行商品の流通・販売における OTA との連携により、利用者評価を取得している</li> </ul>
<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当協会 HP、SNS の充実、多言語化、YouTube での動画配信</li> <li>・各ウェブサイトの役割の明確化・調整</li> <li>・専任職員の配置、手法を委員会で議論・決定</li> <li>・案内所の充実</li> <li>・体験プログラムのワンストップ一元化</li> </ul>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. KPI (実績・目標)

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

### (1) 必須KPI

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R 1) 年度	2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度
●旅行消費額 (円/人)	目標	( )	30,400 (50,000)	31,000 (51,100)	31,600 (52,200)	32,200 (53,300)	32,800 (54,400)
	実績	30,853 (28,271)	32,345 (28,702)	22,024 (-)	( )	( )	( )
●延べ宿泊者数 (人)	目標	( )	808,700 (61,200)	822,500 (75,000)	827,300 (79,800)	832,400 (84,900)	837,800 (90,300)
	実績	797,450 (49,886)	815,728 (60,595)	560,275 (9,147)	( )	( )	( )
●来訪者満足度 (%)	目標	( )	91.0 (99.0)	96.0 (99.0)	96.0 (99.0)	96.0 (99.0)	96.0 (99.0)
	実績	95.1 (-)	95.1 (97.9)	96.4 (-)	( )	( )	( )
●リピーター率 (%)	目標	( )	61.0 (-)	62.0 (-)	63.0 (-)	64.0 (-)	65.0 (-)
	実績	60.1 (-)	63.5 (31.1)	66.8 (-)	( )	( )	( )

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※新型コロナウイルス感染症拡大のため、令和2年度の訪日外国人旅行者の調査は未実施

## 目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

### 【検討の経緯】

温泉宿泊地である花巻市にとって、温泉地経営の視点から最も重要であると思われる上記4つの項目についてKPIを設定した。

なお、データの収集については、花巻市観光課が共通基準による観光入込客統計及び独自の対面アンケートにより実施しているが、令和元年から調査項目の見直し・サンプル数の増加等により正確性を高めることとし、以降もデータ収集は市が担当することとしている。

### 【設定にあたっての考え方】

#### ●旅行消費額

旅行消費額は、本市に宿泊した1人当たりの旅行消費単価とする。

平成30年までの実績については、「岩手県観光統計」より旅行消費単価を把握。県調査項目の設定及び花巻市は温泉宿泊地であることから、「観光目的」「宿泊」の単価を採用。年度毎の数値の増減が安定していないことから、過去5年間の平均額29,200を基準に設定。外国人宿泊者についても、同様に過去5年間の平均額47,800円を基準に設定。

目標値については、花巻市まちづくり総合計画第3期中期プラン(令和2年10月策定)において、延べ宿泊者数の目標値を岩手県の考え方に準じると聞き取りしたことから、旅行消費額についても同様とすることとし、毎年600円(外国人は毎年1,100円)ずつ伸ばすこととして設定。

なお、令和元年度より、花巻市独自調査によりデータを収集しており、目標値との乖離が想定されるが、県の調査において年度毎の数値の増減が安定していないことから、独自調査を重ねた上で花巻観光振興ビジョンの見直し時に検討し目標値を修正する。

#### ●延べ宿泊者数

「花巻市観光統計」により把握(暦年)。

目標値は、花巻市まちづくり総合計画第3期中期プラン(令和2年10月策定)に基づく。

日本人宿泊者数の実績は、平成26～30年の5カ年間では、年間平均3.4%ずつ減少しているため、令和元年度以降の目標数値については、平成30年実績を維持するよう設定。なお、平成28年は岩手国体が開催され一時的に増加したものである。

外国人宿泊者数は、平成30年実績をベースにオリンピック等の影響を鑑み令和2年まで年間平均22.7%、令和3年以降は年間平均6.4%増を基本として設定。

令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響により、大幅に宿泊者数が減少したことから、今後の社会情勢等を見極めながら、市目標値にかかわらず、**令和3年度においてDMO独自で目標値を設定する。**

#### ●来訪者満足度

花巻市のアンケートにより把握。

目標値は、花巻市まちづくり総合計画第3期中期プラン(令和2年10月策定)に基づく。

過去5年間の満足度の平均が91%前後となっており、既に高い数値であるが、現状を上回る目標値とするため、96%以上のお客様に満足いただくことを目指し設定。

#### ●リピーター率

花巻市のアンケートにより把握。

過去5年間のリピーター率は約60%前後となっている。毎年の向上を目標に1%ずつ伸ばしつつ、新規の顧客を獲得する観点から70%以上を維持する設定。

(別添) 様式 1

(2) その他の目標

指標項目		2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
●WEBサイト アクセス数 (回)	目標	( )	470,000	1,005,000	960,000	1,008,000	1,058,000
	実績	438,856	957,836	780,552	( )	( )	( )
●着地型ツアー 参加者数 (人)	目標	( )	2,000	1,825	550	610	700
	実績	1,871	1,653	418	( )	( )	( )

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

インバウンド、情報発信、着地型旅行商品の企画・販売に重点を置いた施策を検討することから上記2指標を設定。花巻の魅力を作り、情報を発信し来ていただくという基本をベースに、稼ぐ力を最大限に引き出すための指標を設定。

【設定にあたっての考え方】

●WEBサイトアクセス数

当協会ホームページのアクセス数により把握。

令和元年度において目標を大きく上回ったことから、令和2年度以降は令和元年度の実績を基準に、毎年約0.05%の増加に設定を上方修正した。しかし、コロナ禍によりアクセス数が伸びなかったことから、令和3年度は令和元年度の水準に戻すことを目標に、それ以降は毎年約0.05%の増加に設定を見直した。

●着地型ツアー参加者数

宿泊者数、満足度、リピーター率を向上させるツールとして、当協会が企画・販売する温泉、宮沢賢治、自然、雪などを活かした花巻ならではの着地型旅行商品の申込数により把握。

令和元年度の実績が料金改定や新型コロナウイルス感染症拡大等のため、目標の83%程度に留まったことから、令和元年度の実績を基準に、毎年約10%の増加で設定を下方修正した。しかし、令和2年度においてもコロナ禍による運休など大きな影響を受けことから、令和2年度の催行月の実績を基準に毎年約10%増加とする設定に見直した。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳	
2018(H30) 年度 実績	151,655,145	【会費】 7,324,000 【市補助金】 55,700,000 【その他】 871,530	【事業収入】 59,550,015 【市指定管理】 28,209,600
2019(R1) 年度 実績	150,078,790	【会費】 7,299,000 【市補助金】 52,271,000 【その他】 5,980,957	【事業収入】 56,353,652 【市指定管理】 28,174,181

## (別添) 様式 1

2020 (R2) 年度 実績	157,270,709	【会費】 0 【県補助金】 153,352 【市指定管理】 27,943,806	【事業収入】 62,450,052 【市補助金】 66,528,000 【その他】 195,499
2021 (R3) 年度 予算	153,055,000	【会費】 7,300,000 【市補助金】 57,256,000 【その他】 3,420,000	【事業収入】 54,790,000 【市指定管理】 30,289,000
2022 (R4) 年度	153,985,000	【会費】 7,300,000 【国補助金】 5,000,000 【市指定管理】 29,695,000	【事業収入】 55,790,000 【市補助金】 53,200,000 【その他】 3,000,000
2023 (R5) 年度	155,106,000	【会費】 7,300,000 【国補助金】 5,000,000 【市指定管理】 29,816,000	【事業収入】 56,790,000 【市補助金】 53,200,000 【その他】 3,000,000

## (2) 支出

年(年度)	総支出	内訳	
2018 (H30) 年度 実績	149,535,689	【情報発信】 14,658,464 【海外誘客】 6,092,516 【物産振興】 20,894,820 【施設管理】 31,073,417	【国内誘客】 11,131,719 【受入態勢整備】 20,037,871 【イベント支援】 2,152,000 【管理費】 43,494,882
2019 (R1) 年度 実績	150,078,790	【情報発信】 14,178,990 【海外誘客】 5,995,773 【物産振興】 21,680,449 【施設管理】 30,782,271	【国内誘客】 9,355,184 【受入態勢整備】 19,076,988 【イベント支援】 2,091,608 【管理費】 46,917,527
2020 (R2) 年度 実績	153,953,022	【情報発信】 17,415,440 【海外誘客】 4,519,296 【物産振興】 32,354,723 【施設管理】 30,593,449	【国内誘客】 9,989,589 【受入態勢整備】 14,796,733 【イベント支援】 50,120 【管理費】 44,233,972
2021 (R3) 年度 予算	153,055,000	【情報発信】 12,494,000 【海外誘客】 5,000,000 【物産振興】 19,816,000 【施設管理】 30,289,000	【国内誘客】 12,500,000 【受入態勢整備】 21,740,000 【イベント支援】 2,200,000 【管理費】 49,016,000
2022 (R4) 年度	153,985,000	【情報発信】 12,494,000 【海外誘客】 7,000,000 【物産振興】 19,816,000 【施設管理】 29,965,000	【国内誘客】 11,070,000 【受入態勢整備】 21,740,000 【イベント支援】 2,200,000 【管理費】 49,700,000
2023 (R5) 年度	155,106,000	【情報発信】 12,494,000 【海外誘客】 7,000,000 【物産振興】 20,237,000 【施設管理】 29,965,000	【国内誘客】 11,070,000 【受入態勢整備】 21,740,000 【イベント支援】 2,200,000 【管理費】 50,400,000

## (3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- ・ 着地型旅行商品の造成・販売
- ・ 特産品の店舗・ウェブ販売の強化
- ・ 各種イベント宣伝広告など、新規事業の受託

## 8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

花巻市は、一般社団法人花巻観光協会を花巻市における地域DMOとして登録したいので、同協会とともに申請します。

## 9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMOや地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

重複なし

## 10. 記入担当者連絡先

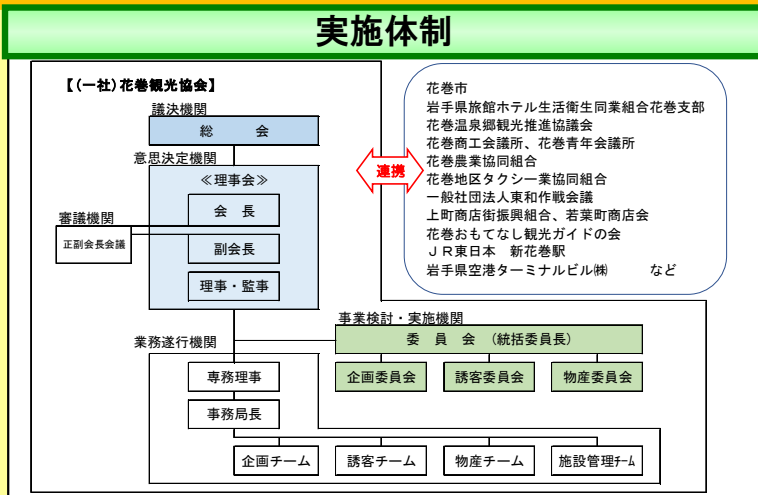
担当者氏名	似内 泉
担当部署名（役職）	一般社団法人花巻観光協会 事務局長
郵便番号	025-0004
所在地	岩手県花巻市葛3-183-1
電話番号（直通）	0198-29-4522
FAX番号	0198-29-4447
E-mail	izumi@kanko-hanamaki.ne.jp

## 11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	岩手県花巻市
担当者氏名	藤井 淳
担当部署名（役職）	商工観光部観光課 課長
郵便番号	025-8601
所在地	岩手県花巻市花城町9-30
電話番号（直通）	0198-24-2111
FAX番号	0198-24-0259
E-mail	atsushi1672@city.hanamaki.iwate.jp



【区域】岩手県花巻市  
【設立日】平成9年3月31日  
【登録日】令和2年10月16日  
【代表者】安藤 昭  
【マーケティング責任者(CMO)】  
平塚 正隆  
【財務責任者(CFO)】  
似内 泉  
【職員数】27人  
(常勤10人(正職員4人、出向等6人)、非常勤17人)  
【連携する主な事業者】  
花巻温泉郷観光推進協議会 ほか



### 合意形成の仕組み

【該当する登録要件】①、②  
【概要】①当協会理事は、多様な関係者により選出されており、事業計画・予算は理事会が審議・決定している。  
②当協会内に、行政をはじめ多様な関係者(事務レベル)による委員会が設置されており、課題の掘起し・解決策の検討を行っている。

### 戦略

【主なターゲット】  
①首都圏及び仙台を中心とする、ゆったりとした旅をしたいカップル・夫婦(主に40～60代)及び家族旅行  
②海外からの団体旅行及び日本の原風景を楽しみたいFIT(特に、台湾をはじめとする中華系及び欧米豪市場)  
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】  
花巻温泉郷の特徴、すなわち「花巻12湯、個性豊かな1温泉1源泉」を活かし、旅行者の目的に合わせたアピールをしていく。また、北上川でのラフティングなどの自然体験、農作物の収穫体験、わんこそばをはじめとする郷土食など、体験プログラムを充実させ、花巻での滞在時間の延長を推進していく。

### KPI(実績・目標)

※( )内は訪日外国人旅行者に関する数値

項目	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度
旅行消費額(円/人)	目標	( )	30,400 (50,000)	31,000 (51,100)	31,600 (52,200)	32,200 (53,300)
	実績	30,853 (28,271)	32,345 (28,702)	22,024 (—)	( )	( )
延べ宿泊者数(人)	目標	( )	808,700 (61,200)	822,500 (75,000)	827,300 (79,800)	832,400 (84,900)
	実績	797,450 (49,886)	815,728 (60,595)	560,275 (9,147)	( )	( )
来訪者満足度(%)	目標	( )	91.0 (99.0)	96.0 (99.0)	96.0 (99.0)	96.0 (99.0)
	実績	95.1 (—)	95.1 (97.9)	96.4 (—)	( )	( )
リピーター率(%)	目標	( )	61.0 (—)	62.0 (—)	63.0 (—)	64.0 (—)
	実績	60.1 (—)	63.5 (31.1)	66.8 (—)	( )	( )

### 法人のこれまでの活動実績

【情報発信・プロモーション】  
・パンフレット等作製事業  
・HP・SNS等による情報発信  
・各種商談、旅行会社へのセールス  
・閑散期対策事業に係るプロモーション  
・インバウンドに係る国内外の商談・現地セールス、招請事業  
【観光資源の磨き上げ】  
・着地型旅行商品の企画・販売  
・モニターツアーの実施  
【受入環境の整備】  
・市内周遊観光二次交通の運行・販売  
・二次交通実証実験事業  
・観光案内所の運営  
・おもてなし観光ガイドの養成

### 観光関連事業者と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

令和2年3月、花巻観光振興ビジョンを策定。当協会総会やHPなどで多様な関係者と戦略の共有を図っている。プロモーションについては、当協会内の委員会においてマーケティングを行い、手法について議論・決定している。

### 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

【主な収入】事業収入(受託収益、物産事業収益等)約62百万円  
市補助金(一般補助金等)約67百万円  
【総支出】約154百万円(管理費約11百万円、事業費約143百万円)  
※令和3年3月期決算  
【自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針】  
着地型旅行商品の造成・販売、特産品の店舗・オンラインショールーム販売の強化、各種イベント宣伝広告などの新規事業の受託