

東北 岩手県

八幡平エリア

高付加価値なインバウンド観光地づくり
マスタープラン

<令和5年度>



八幡平市観光協議会

1. 八幡平エリア概要

北東北3県の中心に位置し、東北自動車道や東北新幹線を活用した周遊観光の拠点。

八幡平市は、岩手県北西部に位置する。東は二戸市、一戸町、岩手町、南は盛岡市、滝沢市、雫石町、西は秋田県仙北市・鹿角市、北は青森県田子町と接しており、北東北3県のほぼ中心にあり、日本海交易が秋田から、陸奥湾から、そして関東から陸路で辿り着いた「みちのおく」にある。

市の南境に岩手山がそびえ、中央部の西森山と前森山の北側山麓には安比高原が広がる。西部地域には十和田八幡平国立公園をはじめとする奥羽山脈の山々が南北に連なる。

JR花輪線、国道282号（津軽街道）、東北自動車道が通じ、同自動車道は安代ジャンクションで八戸自動車道を分岐する。また、西根インターチェンジ、松尾八幡平インターチェンジ、安代インターチェンジ、八幡平スマートインターチェンジ（仮称、2029年予定）があり、十和田八幡平国立公園域に含まれる八幡平、岩手山への入口となっている。古くから秋田県や青森県へ通じる鹿角街道が縦貫。秋田県や青森県を含めた北東北3県の中心に位置する交通の要衝でもある。

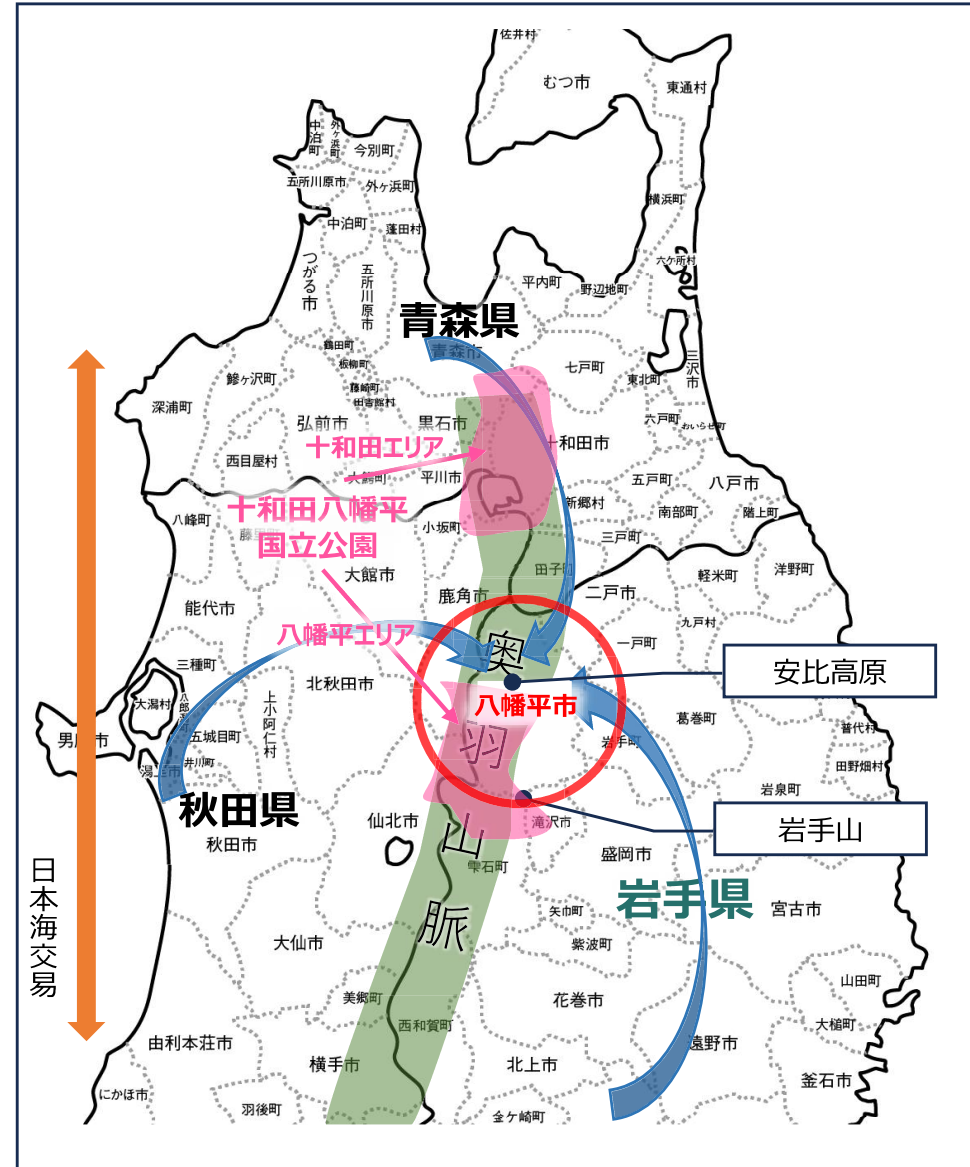
今から約6000年前から4000年前の縄文時代、岩手県では北緯40度を境に円筒式土器と大木式土器という2つの土器文化があり、これらの土器はお互いに影響を与えながら発展してきた。八幡平市は、この2つの文化が接する北緯40度に位置し、市内の遺跡からは両文化の融合土器も出土しており、太古から文化の交流があったことを知り得る。

1914（大正3）年、松尾鉱業による硫黄の採掘と精錬が始まった。最盛期の1960（昭和35）年代には国内の硫黄産出量の1/3を生産し、「雲上の楽園」とよばれる一大鉱山町が形成されたが、1972（昭和47）年に廃鉱となった。

第二次世界大戦後の農地改革により、全国からの入植者によって開拓が進み、農林業を主体に肉牛、乳牛飼育、稲作、特産のホウレンソウやトマト、アスパラガスなどの野菜栽培等が盛んであり、安代リンゴは全国1/3のシェアを誇る。

岩手山北東麓には1719（享保4）年の噴火で流れ出た熔岩が冷え固まってできた「岩手山焼走り熔岩流」（特別天然記念物）がある。松川温泉、藤七温泉、八幡平温泉郷、安比高原などに宿泊設備が整い、冬のスキー、夏のリゾート地として人気を集めている。

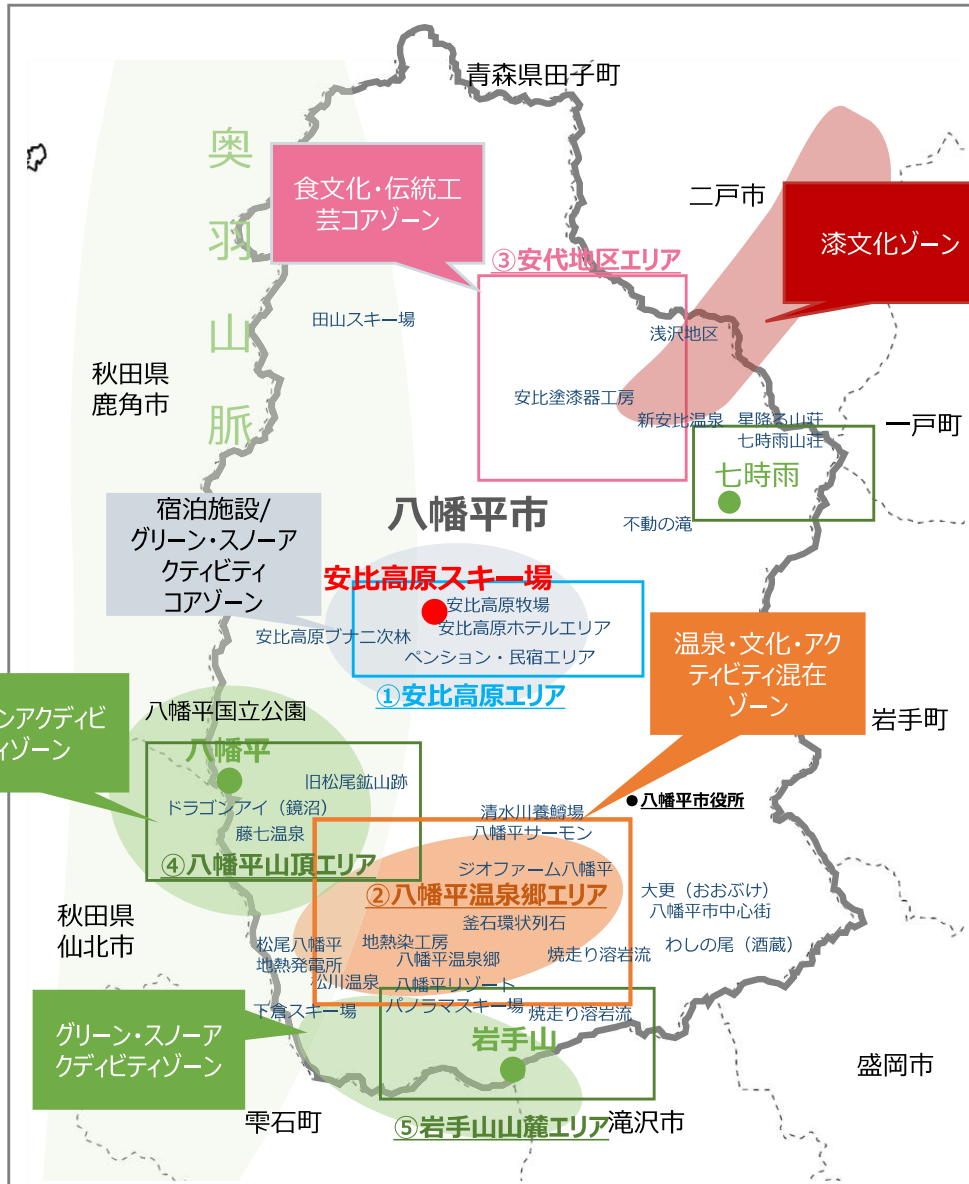
八幡平エリアを構成する各地域の営みは、それぞれの歴史と文化に裏打ちされ、互いに手を取り合ってきた歴史でもある。世界の旅行者にとって「未知」の国かもしれないが、日本を知りたい、味わいたければここに来るだけの価値をもっている。



2. デスティネーションブランディングの考え方・方向性

八幡平エリア ゾーンマップ

安比高原エリアを中心に、食文化・伝統の文化ゾーンと、グリーン・スノーアクティビティが衛星的に存在するゾーン。



八幡平市は、岩手県北西部に位置する。市の南境に岩手山がそびえ、中央部の西森山と前森山の北側山麓には安比高原が広がる。西部地域には十和田八幡平国立公園をはじめとする奥羽山脈の山々が南北に連なる。東は二戸市、一戸町、岩手町、南は盛岡市、滝沢市、雫石町、西は秋田県仙北市・鹿角市、北は青森県田子町と接している。北東北3県のほぼ中心にある。

① 安比高原エリア

宿泊施設/グリーン・スノーアクティビティコアゾーン

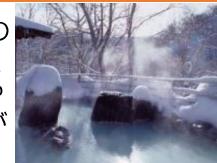
八幡平エリアの宿泊機能及びスノーアクティビティの核であり、年間を通じてエリア内で最も多くの流入があるゾーン。



② 八幡平温泉郷エリア

温泉・文化・アクティビティ混在ゾーン

地熱発電や温泉など、地球の鼓動を感じられるスポットが集積している西側、伝統文化や食文化が集積している東側が混在するゾーン。



③ 安代地区エリア

食文化・伝統工芸コアゾーン

漆文化ゾーン

旧安代町には、食文化や伝統工芸の技術などが集まっている。国産漆のおよそ7割のシェアを誇る岩手県。そのほとんどがこのエリアで採集され、漆塗の工房も複数ある。



④ 八幡平山頂エリア

グリーンアクティビティゾーン

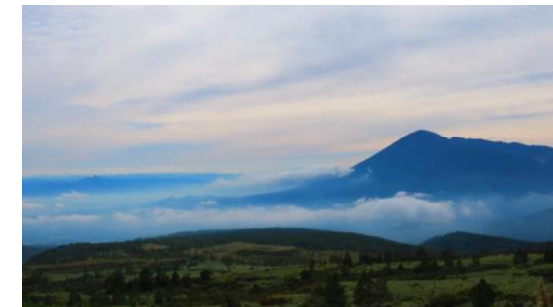
国立公園であり、自然環境に恵まれハイキング・トレッキングに人気がある。春には雪の回廊（アスピーテライン）、晩春には雪解けと芽吹き織りなす刹那的景観、秋は色鮮やかな紅葉が大きなコンテンツとなっているゾーン。



⑤ 岩手山山麓エリア

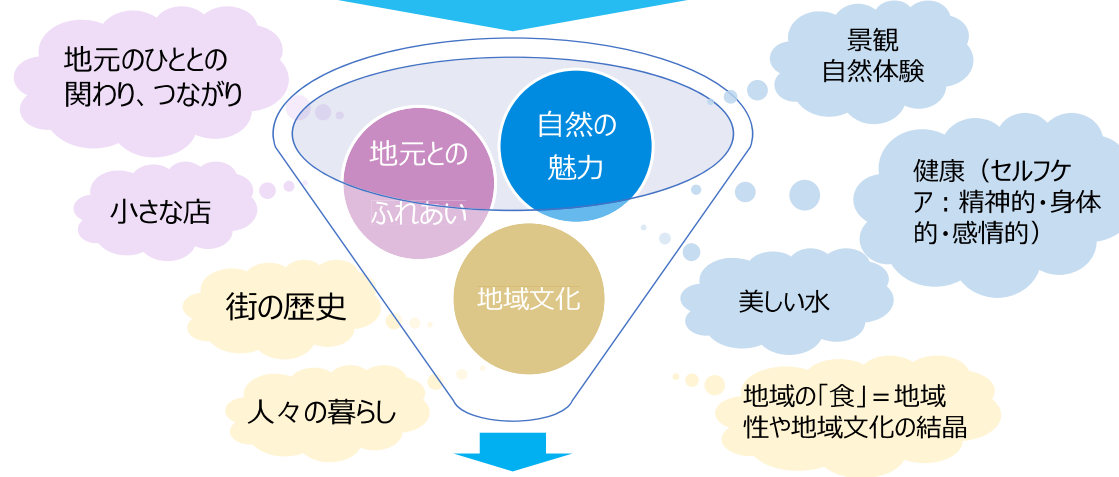
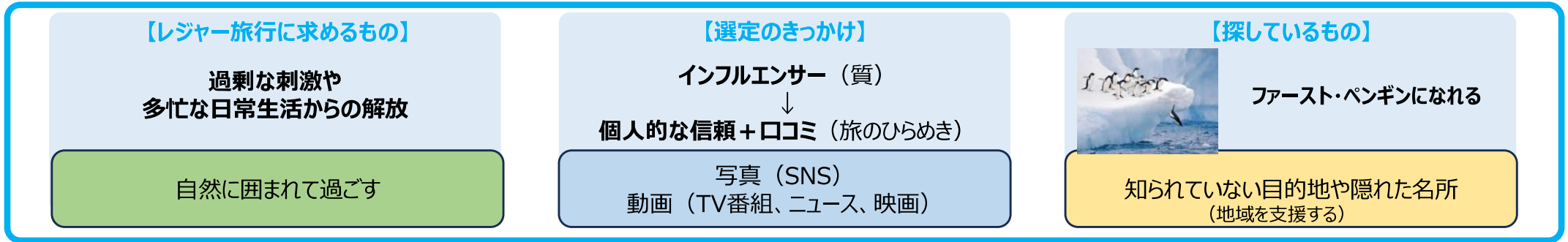
グリーン・スノーアクティビティゾーン

南部片富士とも言われる県内最高峰の岩手山を中心に、山麓の豊かな自然がコンテンツとなっているゾーン。



3. デスティネーションブランディングの考え方・方向性

旅行者が日常から解放されるため、メジャーではない旅行先で「地域の日常」= 非日常を体感する。



八幡平エリアにおけるコアバリュー

ケ

©八幡平エリア

「日常」という非日常の体験

八幡平エリアには「ブランドカ」という「魔法」はない。需要は創造するものである。

日常生活のなかで、人々がどのように八幡平エリアがもつ「自然」や「文化」を楽しんできたか。その表れである地域が継承してきた「ケ」は、地域外の、特にラグジュアリー層から見ると非日常＝「ハレ」であり、ハレとなる地域のケの文化こそが八幡平エリアのコアバリュー。

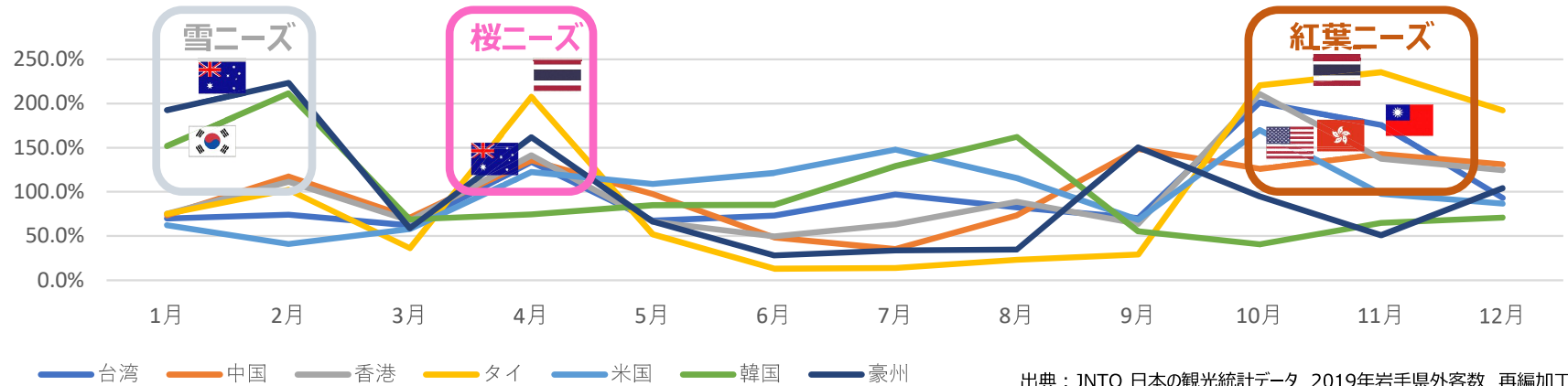
高付加価値化できる「ケ」の発掘・開発と表現手段を通じて、エリアをブランディングしていく。
しかし、重要なことは「収益のエンジン」をつくること。

4. デスティネーションブランディングの考え方・方向性

現状の外客数と戦略ターゲット

国別の岩手県外客数現状（2019年）

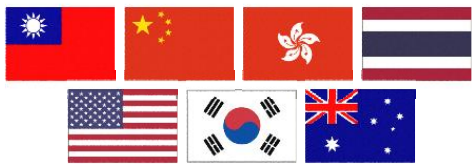
韓国を除き、桜シーズンの4月が全体的な来訪ピーク。紅葉シーズンの来訪が桜の季節を超えるのは、タイ、香港、台湾、米国。オーストラリアと韓国は雪シーズンの来訪が多い。



戦略ターゲット

顕在化している主要7カ国に加え、ポテンシャルとリピート性の高いアジア5カ国をターゲット国と捉える。

【主要7カ国】



【アジア5カ国】



台湾、中国、香港、タイ、アメリカ、韓国、オーストラリアの現主要7カ国を戦略ターゲットとしつつ、成長著しく、リピート性の高い現主要国と共通点が見える5つのアジア諸国を積極的に狙い、今後の継続的なアプローチを含め検討する。

マーケティングコミュニケーションは、エージェン特経由と、会員組織の2種類を主な働きかけ先とする。

【マーケティングコミュニケーションの働きかけ先】

ターゲット国およびターゲット国へのチャンネルを持つ国内外のエージェント

ターゲット国の会員組織

国際的な見本市会員、百貨店等の会員、カード会社会員等

マス市場に対するコミュニケーションを行い八幡平エリア・北東北エリアのファンへ育成するのではなく、各国ごとであつたり国際的な既存の会員・ファンクラブへのコミュニケーションを行い八幡平エリア・北東北エリアのファンへ育成する。

5. 高付加価値インバウンド旅行者受入・誘客における施策の方向性

ウリ・ヤド・ヒト・アシ・コネ、各課題及び解決策の取組みの方向性

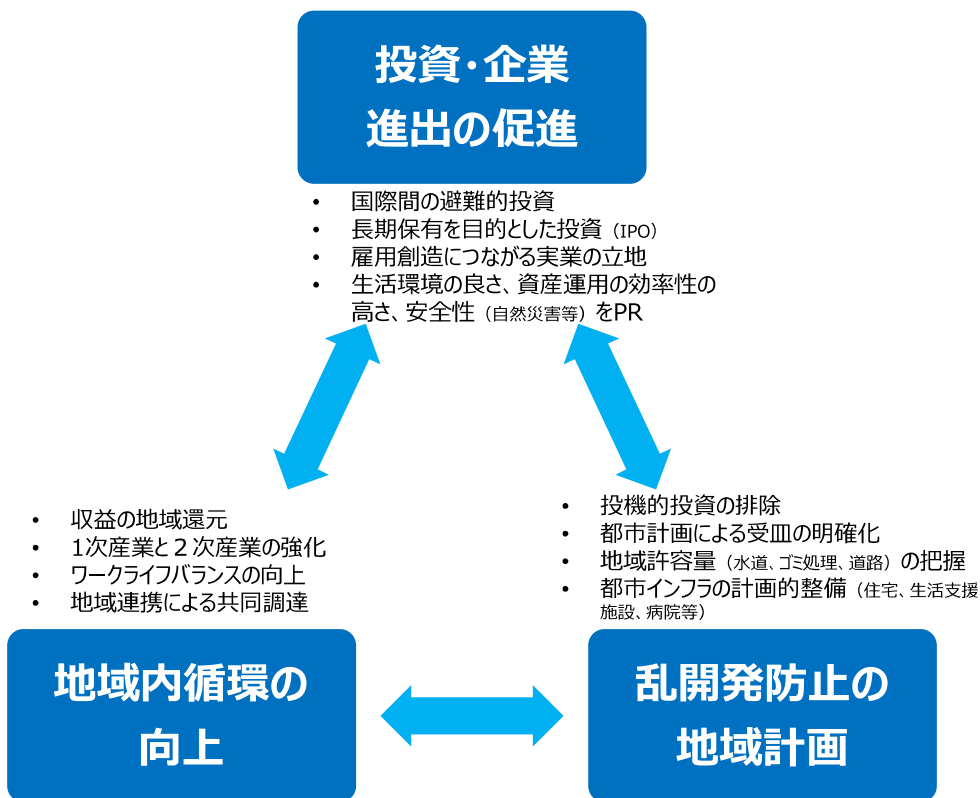
H…ハードに関するもの
S…ソフトに関するもの
M…マネジメントや戦略に関するもの

	取組みの方向性（概要）	課題の種類と、課題に対する取組みの方向性（詳細）
ウリ	<p>■地域資源分類(食・歴史・文化・自然/アクティビティ)共通>> 収益事業化を目指し、「コンテンツ新規開発」および「観光人材育成」を最優先課題と位置づけた取組みを推進する。</p> <p>□食・歴史・文化 >> 「際立つ特別感の醸成」と「ストーリーの設定」により独自性を創出し、“八幡平エリアを選ぶべき理由”を明確にする。</p> <p>□自然/アクティビティ >> 長期滞在型を想定し、滞在中のオプションとなるコンテンツを季節ごとに設定する。</p>	<p>課題</p> <ul style="list-style-type: none"> H-1 施設老朽化 H-2 新規構築の必要性 H-3 安全設備の充実 S-1 際立つ特別感の醸成 S-2 ストーリー設定 S-3 ホスピタリティのクオリティコントロール S-4 その他 M-1 収益事業化 M-2 窓口及び情報発信の一本化 M-3 コンテンツの品質管理 M-4 参画基準設定・管理 <p>取組みの方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> 安心して体験を楽しめる環境整備¹²³ コンテンツの新規開発¹²³ 観光人材育成（ガイド含む）¹²³¹ 共感できる価値観（方針）の共有¹²³¹ 海外への販路開拓¹ 情報発信、予約・決済、問合せがワンストップで可能なLP制作² PR動画制作（関連ストーリー含む）³⁴ 各種基準の策定³⁴ 郷土料理（ケノハレ）のコンテンツ化⁴ 郷土料理の富裕層向けアレンジ⁴ 新たな醸造研究⁴ 漆・地熱染めのアート化⁴ 歴史・日常生活・習慣の深堀⁴ 新たな体験の造成（桜、ドラゴンアイ、紅葉）¹ 雪山（パウダースノー）体験コンテンツ造成¹ 自然×流行のコンテンツ造成¹
コネ	<p>ターゲット国の既存会員組織ファンクラブへの直接アプローチにより、効率的かつ効果的な八幡平エリア・北東北エリアのファンづくりを行う。</p>	<p>課題</p> <ul style="list-style-type: none"> S-1 顧客ニーズのスムーズなフィードバック M-1 海外への販路開拓 M-2 運営人員の不足 M-3 “篤志家”の不足 <p>方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> OTA等販売システムの活用¹ ターゲット国の富裕層旅行AGT・富裕層向けDMC、ランドオペレーター・コーディネーターとの連携¹・海外会員組織との連携¹ 事務補助員の臨時雇用² 地域発展支援・投資の誘発を目的としたエリアマネジメント³
ヤド	<p>八幡平を含む北東北エリア内の宿（部屋）不足数とクオリティの現状調査を実施し、将来的な回遊性を高めるようヤドの適切な配置を誘導する。</p>	<p>課題</p> <ul style="list-style-type: none"> H-1 富裕層に見合った高品質の設え H-2 地域ならではの装飾 H-3 一棟貸しに向けた改修 S-1 コンセプトルームの設定 S-2 空間プロデュース M-1 ペンション・民宿の活用に向けた経営者との連携 M-2 ホテル経営者との連携 M-3 北東北エリア内宿泊施設に関する現状把握 <p>方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> 高品質×地元工芸品（アート）による装飾¹²³ 日常生活体感×地元工芸品をテーマにしたリノベーション¹² エリア内関連事業者との調整¹² 宿（部屋）不足数の算出³
ヒト	<p>地域住民に拘らず、国内外から広く人材を受け入れ、公的機関の認定資格者（ガイド等）を広く活用していく仕組みづくりを推進する。</p>	<p>課題</p> <ul style="list-style-type: none"> H-1 語学力 H-2 マーケティング S-1 豊富な知識及びユーモアを持つガイドの育成 S-2 問題解決能力 S-3 ホスピタリティのクオリティコントロール M-1 専門人材確保 M-2 収益事業化 M-3 やりがい（価値観）・マインドの創出 M-4 来訪者ニーズの把握 <p>取組みの方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> 人材育成プログラムの設定¹²¹²³¹² 海外人材の活用に向けた日本語学校誘致¹²¹²³¹² 国内人材の活用に向けたセカンドキャリアプログラム設定¹²¹²³¹² 地域活性化起業人（企業人材派遣制度）の積極活用（コンサルではなく実務者）¹²¹²³¹² 公的機関の認定資格者（ガイド等）を活用¹²¹²³¹² 高単価ガイドの育成²³ 観光事業に携わる価値観及び組織としての方針を明文化³⁴ リサーチによるニーズの把握⁴
アシ	<p>観光事業者による地域の公共的な運送を確保するため、自家用有償旅客運送制度の活用や自動運転車両の導入などに取り組む交通特区を提案する。</p>	<p>課題</p> <ul style="list-style-type: none"> H-1 三次交通の不足 H-2 ラグジュリ積載可能な車両の不足マーケティング H-3 空港⇄現地の空路（ヘリ）の整備 S-1 駅⇄現地⇄体験施設間移動のハイヤー整備 S-2 レンタカー事業者との連携 S-3 空港から現地までのシームレスな移動 M-1 近隣事業者の新規参入醸成・連携 M-2 既存事業者の協力体制強化 <p>取組みの方向性</p> <ul style="list-style-type: none"> 交通特区の提案（公的機関の認定資格者（ガイド等）による有償運送）¹²³¹²³¹² エリアを超えた関連事業者との調整¹²³¹²³³¹² 自動運転車両の導入¹²³¹²³³¹²

6. 八幡平エリアが目指す持続可能な観光地経営の姿

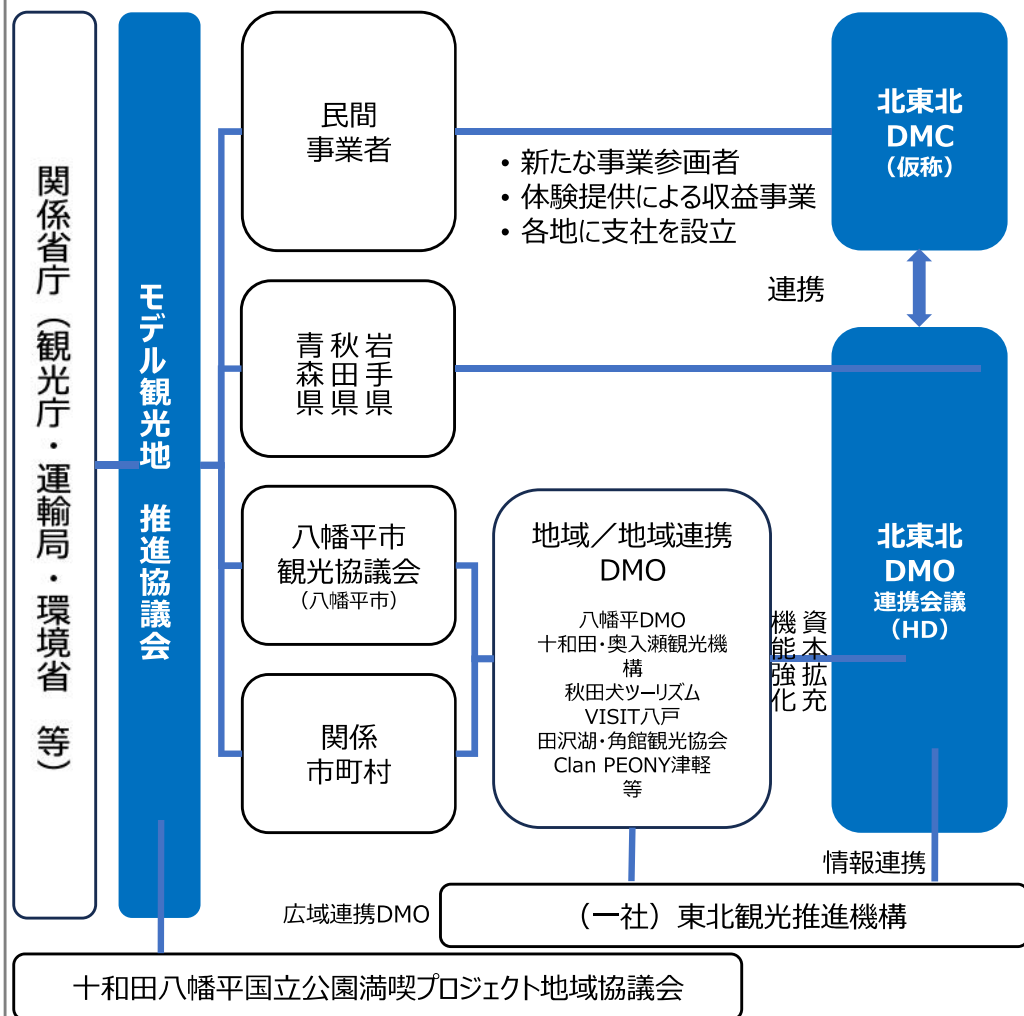
事業全体の戦略テーマ（地域が目指す姿）

持続可能な観光地経営を行うためには、観光による来訪が地域を知るきっかけとなり、北東北への投資・企業進出を促進する経済戦略である必要がある。それにより、地域の生産力を高め、地域内循環を向上させる。ただし、受入を行う地区を明確化し、乱開発を防止する投資誘致策を同時に立案することが肝要である。



事業主体及び協議会

インバウンド誘致・拡大支援に係る公的主体である八幡平エリアをはじめ北東北地域のDMO等で組成する「北東北DMO連携会議」と、事業展開に係る事業主体である「北東北DMC（仮称）」の有機的連携により、北東北の力を結集して投資誘致を図り、基幹産業として観光関連産業の拡充（労働環境の改善、地域への収益還元）を推進する。



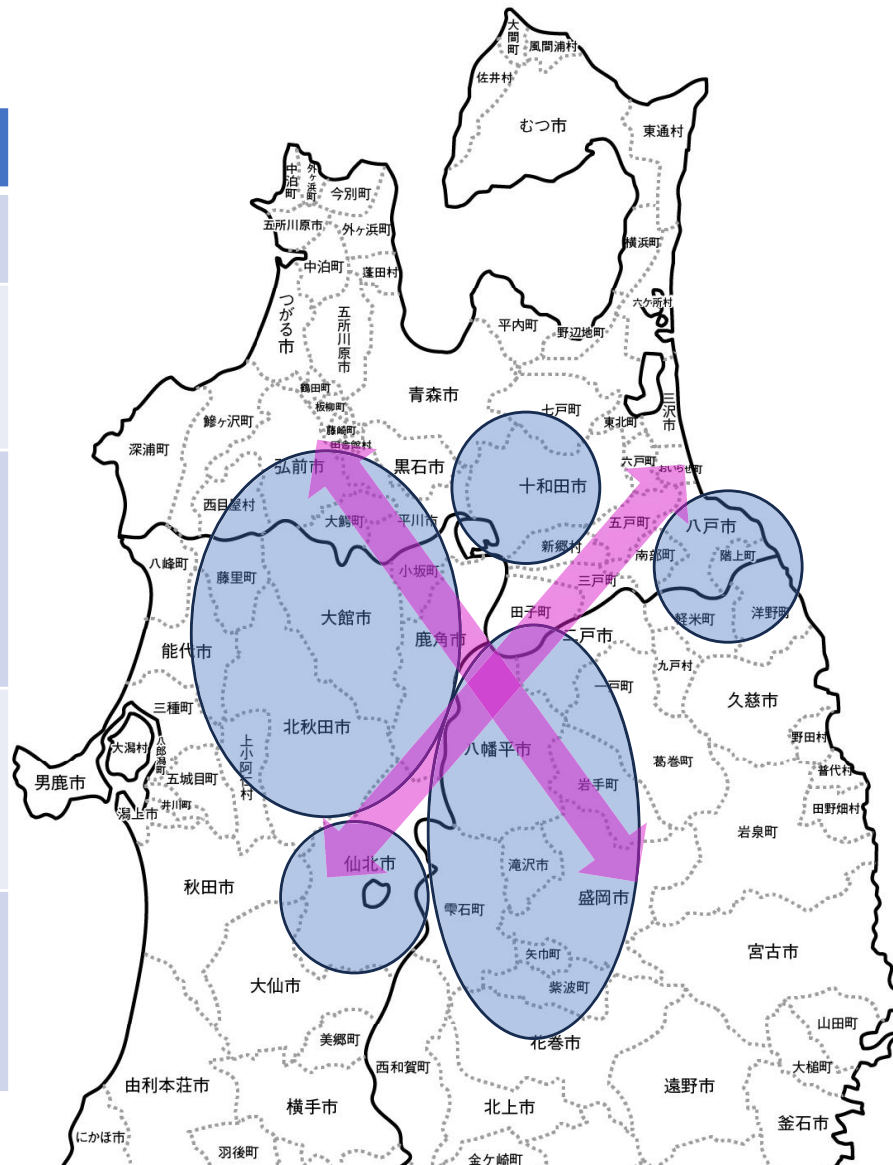
7. 「高付加価値インバウンド観光地づくり」の実施体制と将来構想

観光地づくりの対象エリアの拡充の考え方

八幡平エリアを中心に、周辺地域がウリを磨き上げつつ、ヤド・アシ・ヒトのつながりを強化し、双方の誘客・送客を進めることにより北東北全体の拡充を図る。また、オーバーツーリズムにならないよう「ゆっくり歩ける」ことをモットーとしてヤドとアシでコントロールしつつ、Slow Life Townとして持続可能な地域づくりに取り組む。

■ 令和6年度 周辺地域の主な施策（予定）

地域団体名	令和6年度 施策案
秋田犬ツーリズム	<ul style="list-style-type: none"> マタギロングトレイルの開発 タイ王国からのインセンティブツアー誘致
VISITはちのへ	<ul style="list-style-type: none"> 三陸復興国立公園種差海岸エリアを中心とした宿泊施設及び観光施設の改修等 台湾への現地レップの配置によるコネづくり 観光新発見／新たな体験事業（内容未定）
ClanPEONY津軽	<ul style="list-style-type: none"> 分散型ホテル事業 弘前城関連（曳家、ツガル体験の拡充、りんご産地プロモーション） ひろさきガイド学校 お座敷列車・サイクルトレイン、十和田弘前シャトルバス、津軽フリーパス
十和田奥入瀬観光機構	<ul style="list-style-type: none"> 十和田八幡平エリアの2次交通強化のための取組 奥入瀬溪流のバイパス開通後を見据えた各種社会実験 広域エリアの観光商品開発協力 国立公園エリアのナイトタイム・コンテンツ開発 宿泊施設の不足対策と環境整備
田沢湖・角館観光協会	<ul style="list-style-type: none"> 武士道商品の認知拡大 乳頭温泉・田沢湖高原・水沢温泉郷と田沢湖畔の宿泊・観光施設の高付加価値化 十和田八幡平国立公園乳頭温泉郷エリア上質化計画による無電柱化



環境省十和田八幡平国立公園事務所と連携する。特に、十和田奥入瀬エリアにおいては、先端モデル事業における利用拠点の高付加価値化や宿泊施設の誘致に向けた取組とも連携する。

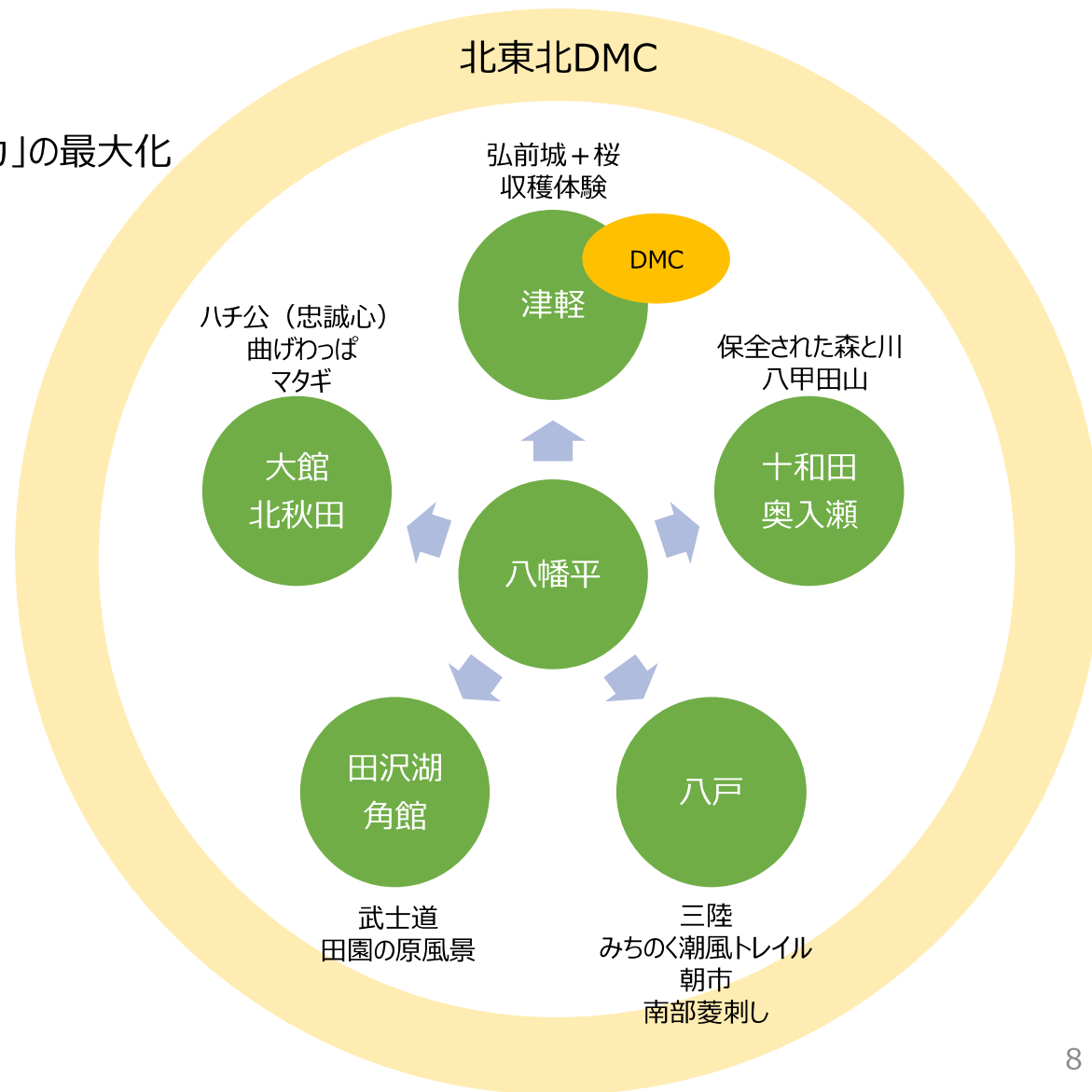
7.「高付加価値インバウンド観光地づくり」の実施体制と将来構想

観光地づくりの対象エリアの拡充の考え方

八幡平エリアに限らず、北東北3県における地域連携により、それぞれがもつ「不便と不足」の解消に努める。特に人的不足（人数・能力）及び資金的不足を補完しあい、最も脆弱な「売る力」を最大化・効率化させることを目的に、北東北3県におけるDMC活動を推進する。

地域連携により解消する「北東北の不便・不足」と「売る力」の最大化

- アシの強化による面的連携（2次交通：レンタカー、中距離バス、休憩所、サイクリングロード）
- 安心・安全の保障（ガイド、富裕層向けDMC）
- サービスへの信頼（ホテル、店舗）
- 相互送客（宿泊と体験の分離、長期滞在、ワンデートリップ）
- 観光コンテンツに係る技術の共有（イグルー、馬、釣り等）
- 八幡平（大黒森等）・八甲田・奥中山・吉森山阿仁等とのバックカントリー・ネットワークの構築
- 各地域がもつ情報共有（四季ごとの強み）
- 北東北から南北海道へつながる広域的な地域連携
- 高額市場にある高付加価値ブランドを利用して、北東北の地域資源を高付加価値化
- クルーズ船寄港地間を結ぶ陸路観光オプションの造成（乗客が次の寄港地へ陸路移動して乗船、例：宮古港～青森港）



3. 【八幡平エリア】の地域振興の展望

8. 2024年からのロードマップ

