観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月２２日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･(地域ＤＭＯ)	
観光地域づくり法人の名称	（一社）しずくいし観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 岩手県岩手郡雫石町	
所在地	岩手県岩手郡雫石町寺の下４６－３	
設立時期	平成２１年５月１日	
事業年度	４月１日から翌年３月 31 日までの１年間	
職員数	７人【常勤６人（正職員４人・嘱託職員１人・出向等２人)、非常勤０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） 太田代　敏彦 （出身組織名） （株）しずくいし	令和５年５月理事長に就任、それまでは理事として雫石町の観光振興において町内の宿泊施設や観光施設、物産関係者の要望をとりまとめてきた。出身の（株）しずくいしは、指定管理により「道の駅雫石あねっこ」を運営している。そこで取締役支配人として活躍している。町の指定管理施設なので、町役場とのパイプも太い。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 高橋　基「専従」 （出身組織名） 雫石町役場	令和６年５月より雫石町役場から（一社）しずくいし観光協会に事務局長として出向。行政との連携を強化し、観光施策の効率化と積極的な戦略立案に取り組む。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 川村　裕美子「専従」 （出身組織名） （一社）しずくいし観光協会	（一社）しずくいし観光協会で 14 年間勤務。持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
プロモーションの責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 徳田　貴史「専従」 （出身組織名） （一社）しずくいし観光協会	（一社）しずくいし観光協会で 12 年勤務。地域事業者、旅行会社、地元メディアとの太いパイプを有し、豊富な営業経験からマーケットに合わせたプロモーション活動を行うとともに、地域素材の発掘・磨き上げに取り組んでいる。また、商品コンテンツの開発は、町観光商工課や理事、会員等の関係者と相談しながら具現化させて、ＰＤＣＡサイクルをまわしていく。

様式１

旅行商品の造成･販売の責任者（専門人材）	（氏名） 柴田　かおり「専従」 （出身組織名） （一社）しずくいし観光協会	大手旅行会社での勤務経験を活かし、商品コンテンツ開発から企画発売まで旅行業法及び約款に基づく管理を行う。主に着地型商品の造成・運営統括。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	雫石町役場総務課（職員派遣） 観光商工課（観光戦略、観光統計、特産品） 農林課（地産地消、グリーン・ツーリズム） 総合政策課（二次交通、シティプロモーション） 生涯文化スポーツ課（郷土文化、スポーツ合宿、文化合宿） 岩手県商工労働観光部（インバウンド対策） 盛岡広域振興局経営企画部産業振興室（サイクルツーリズム）	
連携する事業者名及び役割	○商品造成、イベント開催 ・雫石商工会 ・新岩手農業協同組合 ・雫石川漁業協同組合 ・網張ビジターセンター運営協議会 ・雫石スキーリゾートエリア連絡協議会 ○二次交通 ・ＪＲ東日本旅客鉄道 ・岩手県タクシー協会岩手紫波支部 ・三八五バス株式会社 ○宿泊 ・鶯宿温泉開発株式会社 ・岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合鶯宿温泉支部 ○文化財 ・小岩井農牧株式会社 ○お土産 ・株式会社しずくいし（道の駅「雫石あねっこ」） ○広域誘客宣伝 ・盛岡・八幡平広域観光推進協議会 ・雫石・田沢湖・角館地域誘客促進事業実行委員会 ・八幡平国立公園協会	
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	【該当する登録要件】①、② （概要） ① 当協会は、宿泊施設・観光施設・交通事業者・飲食店・商店等の多様な関係者が参画しており、理事会はその代表者で構成されている。理事会では行政も参画し定期的な施策立案のミーティングを開催している。（年４回） また、協会内には３つの専門委員会を設置し分野別の活動を行っている。 「総務財務委員会」・・・・・安定した財務基盤を築くことが目的 「接遇向上／研修委員会」・・受入体制整備と満足度向上が目的 「広告宣伝委員会」・・・・・観光看板整備や観光客へのプロモーション、会員施設のＳＮＳ情報発信整備が目的 ② 行政とは毎週定例会議を実施しており、実務担当者のほか理事長、総務財務委員会の委員長が参加、必要に応じて関係者を加えるなど多様な合意形成の場としている。 〔参考〕登録要件 ①取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画	

<table>
<tr><td></td><td>②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループなどの委員会等を設置</td></tr>
<tr><td>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</td><td>・町民並びにステークホルダーが参加可能なセミナー、講演会を複数回開催している。令和５年度にはPR動画撮影のスキルアップセミナー、インバウンド対応への理解を深めるための講演会を実施。
・活動紹介、活動報告としてＤＭＯだよりを発行し情報発信を行っているほか、令和６年度はイベント会場にＤＭＯの取り組みを紹介するパネル展示を行い、活動紹介を行った。。
・ガイド養成にあたり、町民から受講者を募集し山岳ガイドの養成やサイクリングガイドの養成を行っている。
・事業者訪問によるヒアリングを行い、課題や要望などの吸い上げ、意見交換などを行っている。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>【令和４年度】
・デジタルプロモーション
動画ネット配信による情報発信（17施設）
・SNSアカウント解析
会員施設のInstagramアカウントからフォロワー分析を行い、効率的・効果的な投稿手法のフィードバックを実施
・情報発信力の強化（SNS対応）
会員施設のＳＮＳ利用状況を調査するとともに、ＳＮＳによる情報発信を理解するための教本を配布。有効とされているInstagramについての知識を伝える
・多言語による情報発信
ホームページに掲載しているコンテンツを英語・繁体語で掲載
【令和５年度】
・デジタルプロモーション
動画ネット配信による情報発信（8施設）
・ＳＮＳ等の活用
Facebook、Twitter、Instagram、YouTubeの活用
・ホームページの多言語化（https://www.shizukuishi-kanko.gr.jp/）
ホームページに自動翻訳システムを実装し、５か国語（英語、韓国語、タイ語、繁体字、簡体字）に対応。町が作成した英語版パンフレットをデジタルパンフレットに最適化しホームページに貼り付け
・各種紙媒体の作成
・商談会への参加（盛岡・八幡平広域観光推進協議会主催）
【令和６年度】
・外国人を起用した冬季プロモーション動画の作成
・ＳＮＳ動画投稿セミナーの開催</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>【令和４年度】
・レンタサイクル
雫石駅を中心に、町内７施設に自転車の貸し出し拠点を設置。年々貸し出し実績が拡大している
・Googleビジネス登録サポート</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

		申込を受けた 12 施設の Google ビジネスへの登録を代行。 ・山岳ガイド養成 「日本山岳ガイド協会」認定のガイドを２名養成し、当協会の所属ガイドに登録。登録ガイドは計４名 ・合宿助成制度 町内施設を利用するスポーツ合宿、文化合宿の団体に対しての助成制度を展開。合宿を取り扱うＡＧＴへの営業やリピート利用する団体からの口コミなどにより県内外からの利用実績が増加している ・多言語翻訳端末の導入 町の貸し出しを受け観光案内所に多言語翻訳機ポケトークを整備 【令和５年度】 ・タクシー、レンタカー手配サービス 旅行者の利便性を高めるため、タクシー、レンタカーの手配を無償で代行 ・スキー場送迎バス運行 町の委託を受け冬季間の特定日に雫石駅から町内各スキー場までの送迎バスを手配運行 【令和６年度】 ・デマンドタクシーの利用促進 旅行者の利便性を高めるため、デマンドタクシーの利用方法等を観光協会ホームページで紹介 ・サイクリングガイド養成 町からの委託事業によりサイクリングガイドを 10 名養成し、当協会の所属ガイドに登録。
	観光資源の磨き上げ	【令和４年度】 ・山岳ツアー 十和田八幡平国立公園の立地を生かし、登録ガイドによる山岳ツアーを企画 ・桜ライトアップ 町内の桜の名所を期間限定でライトアップし、夜桜を楽しめるスポットとしてＰＲ ・共通入浴券販売 町内の温泉施設で使える共通入浴券を販売。温泉巡りを促す。 ・インバウンドモニターツアー 町で北欧からのモニターツアーを受け入れ、日本人向けのグリーン・ツーリズム体験を外国人に提供し、市場価値を検証。日本食（天ぷら）づくりは好感触 【令和５年度】 ・着地型旅行商品開発 スキーでのインバウンドの長期滞在客をターゲットに町内飲食店までの送迎と飲食代がセットになった商品を企画販売。ナイトタイムエコノミーの活性化を図る ・インバウンドセミナー 日本人と外国人の視点の違いなどを学び、潜在する資源の発掘、磨き上げの重要性を学習 【令和６年度】

	・タクシー＆居酒屋プランの販売 昨年に続き町内飲食店までの送迎と飲食代がセットになった商品を企画販売。ネット購入を可能としナイトタイムエコノミーの活性化を図る ・地元酒造と連携した商品開発 町内唯一の温泉街で地元酒造オリジナルラベルの日本酒プレゼント企画を実施。事業者同士の結び付けを図った。 ・花見シーズンの新規イベント開催 桜の名所でチャグチャグ馬っこの撮影会を開催し、桜と馬の相乗効果による集客を図った。

【定量的な評価】

項目	単位	R2	R3	R4	R5	R6
レンタサイクル	台	21	86	141	166	212
合宿補助（宿泊）	人泊	0	150	608	1,266	1,741
登録ガイド	人	2	2	4	4	4
山岳ツアー集客	人	136	213	400	248	65
共通入浴券販売	冊	1,254	1,125	1,301	1,367	1,314

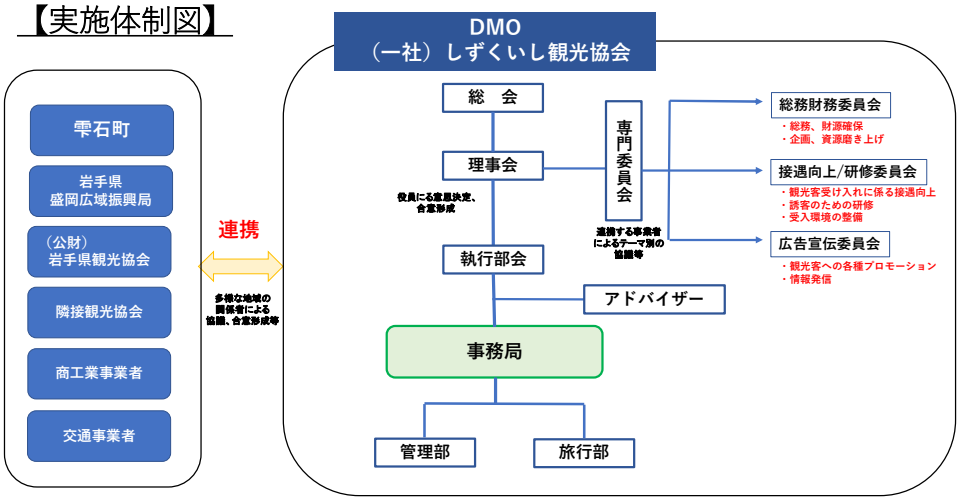
実施体制
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

（一社）しずくいし観光協会が母体となり、会員には宿泊業者、観光施設のみならず、飲食業者、交通事業者、農林水産業、商工業等、多様な関係者が参画し官民が密接に連携した運営を実施。

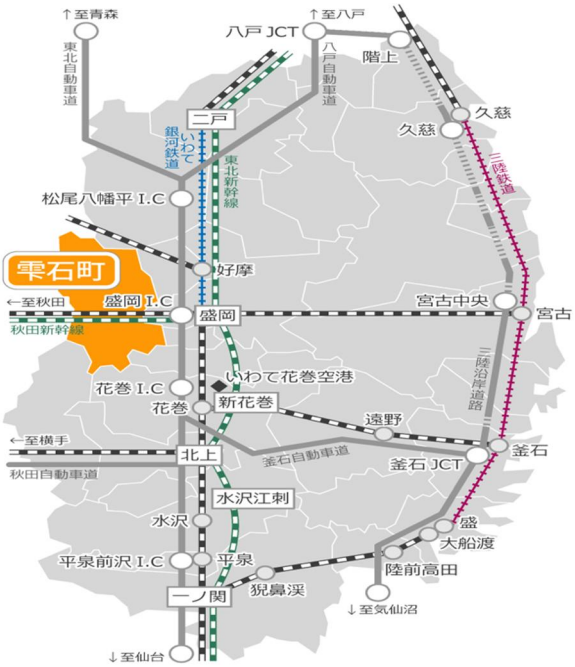
事業の企画立案にあたって、協会組織内に「総務財務」「接遇向上/研修」「広告宣伝」の３つの専門委員会を設置し、課題やテーマに応じた議論や運営を行っているほか、行政と毎週のミーティングを行い強固な連携体制を築いている。

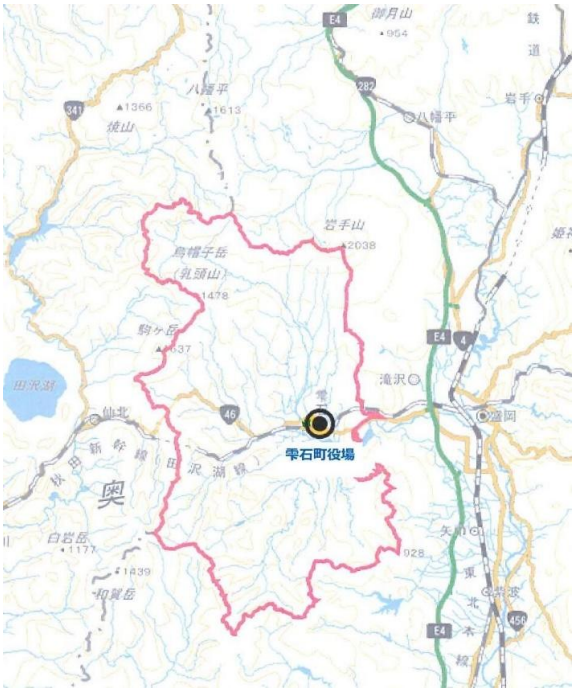
【実施体制図】



２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】





【区域設定の考え方】

雫石町は、十和田八幡平国立公園の南端、岩手県の中部に位置し、北東北地方の拠点都市である盛岡市の西方約 16 ㎞に位置しています。東は滝沢市、盛岡市に連接し、西は奥羽山脈を境に秋田県仙北市に接し、南は連山を境界に４市町と北は岩手山の稜線を境に八幡平市に接しています。その広がりは南北に長く総面積 608.82 ㎢と広大であり扇状の盆地をかたどっています。

町の中央を東西に横断する国道 46 号は町の中心部から 15 分ほどで東北自動車道盛岡インターと接続し、秋田新幹線利用により東京から雫石駅までは乗り換えなしで結ばれるなど交通の利便性に恵まれています。

観光面では全国的に有名な小岩井農場を有するほか、区域内には温泉地が点在し、登山やスキー、ゴルフなど自然を活かした集客が期待でき、ペンション、民宿、旅館等のバラエティーに富んだ宿泊施設が立地するなど豊富な観光資源を有していることから雫石町単独での区域設定として考えております。

【観光客の実態等】

様式１

雫石町の観光客入込数は、平成 24 年の 305 万人をピークにして減少が続いており、令和 5 年の実績では 205 万人となっている。これには大型レジャー施設の閉館や景気低迷、自然災害、余暇トレンドの変化など様々な要因が複合的に影響していると捉えられるが、有効な対策が見いだせていない。

また、雫石町の令和５年度の独自調査によると旅行者の旅行消費額（宿泊代、飲食代、買い物代、観光代の合計）は 32,684 円/人であった。今後の定期的な調査実施により、検証データの蓄積を図ることとする。

	R1	R3	R4	R5	R6
日帰	2,186,478	1,423,879	1,718,803	1,802,193	1,868,185
宿泊	329,854	128,561	202,098	255,552	258,505
総入込数	2,516,332	1,552,440	1,920,901	2,057,745	2,126,690

【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】

※観光資源の活用方法についても記入すること。

分野	名称	概要
観光施設	小岩井農場	日本最大の民間総合農場
	網張ビジターセンター	国立公園内の拠点施設
	フラワー＆ガーデン森の風	日本最大級の本格的ガーデニング公園
	しずくいしＹＵ－ＹＵファーム	乗馬施設
	御所湖広域公園	湖畔のレクリエーション施設
	御所湖川村美術館	東欧の作品を集めた美術館
商業施設	道の駅「雫石あねっこ」	東北で満足度ランキング上位の道の駅
	花工房らら倶楽部	東北最大級のガーデニングショップ
歴史・文化	歴史民俗資料館	雫石町の歴史文化を展示
	秋田街道	岩手秋田を結ぶ交通の要所
	戸沢氏	戦国時代に当地を治めた武将
	よしゃれ祭り	当地発祥の伝統舞踊
自然	十和田・八幡平国立公園	岩手山、駒ヶ岳など
	御所湖	ダム湖百選に選ばれる人造湖
	雫石川	御所湖に注ぐ北上川の支流
	七ツ森（宮沢賢治）	国の名勝「イーハトーブの風景地」
	玄武洞	国指定の天然記念物

	鳥越の滝	落差 30ｍの滝
スポーツ	スキー場	エリアに３つのスキー場が立地
	ゴルフ場	２つのゴルフ場が立地
	キャンプ場	２つのキャンプ場が立地
	県営室内温水プール	日本水泳連盟公認の競技用プール
	登山	日本百名山、花の百名山など
	釣り	渓流つり、アユ釣り
	サマーゲレンデ自由屋	ウォータージャンプ
	御所湖広域公園漕艇場	カヌー、ボート
イベント	元祖・しずくいし軽トラ市	軽トラ市の発祥地
	岩手山ろくファミリーマラソン	
	しずくいし産業まつり	
	雫石・冬フェスタ	

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

エリア	施設数		収容力	
長山	ホテル	1	ホテル	440
	旅館	3	旅館	519
	ペンション	13	ペンション	225
	民宿	8	民宿	336
	その他	2	その他	51
御所	ホテル	1	ホテル	969
	旅館	6	旅館	537
	民宿	5	民宿	151
	その他	1	その他	7
橋場・御明神	旅館	2	旅館	50
雫石	旅館	2	旅館	67
合計		44		3,352

【利便性：区域までの交通、域内交通】

○主要地区からのアクセス

種別	経路	所要時間
ＪＲ	盛岡駅～雫石駅	20 分
秋田新幹線	仙台駅～盛岡～雫石駅	60 分
〃	東京駅～盛岡～雫石駅	2 時間 30 分
自動車	盛岡～R46～雫石	20 分
東北自動車道	仙台宮城 IC～盛岡 IC～雫石	2 時間 20 分
〃	東京～盛岡 IC～雫石	7 時間 40 分
航空便	札幌～花巻空港	55 分
	名古屋～花巻空港	1 時間 10 分
	大阪～花巻空港	1 時間 20 分
	福岡～花巻空港	2 時間 5 分
	花巻空港～【バス】～盛岡～【JR】～雫石	1 時間 10 分

〇域内交通
・路線バス（盛岡～雫石間）
・タクシー（２社）
・あねっこバス（乗合タクシー）

【外国人観光客への対応】
・令和２年から町内宿泊施設、観光施設の Wi-Fi 環境整備、キャッシュレス化に着手
・観光パンフレット、協会ホームページを多言語化
・観光案内所に翻訳機「ポケトーク」を設置
・JNTO が制定する外国人観光案内所認定制度においてカテゴリー1 に認定

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
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	行政実施のアンケート調査結果を活用して実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	行政実施の宿泊事業者の報告書を活用して実施。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	行政実施のアンケート調査結果を活用して実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	行政実施のアンケート調査結果を活用して実施
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google analytics を活用して実施。
日帰り旅行者数	日帰り入れ込み数の推移を把握するため	行政実施の宿泊事業者以外の観光客訪問関連施設の報告書を活用して実施。
教育旅行客入込数	教育旅行入込数の推移の把握と受入れ体制の人的整備に繋げるため。	グリーン・ツーリズム推進協議会及び行政実施の宿泊事業者、観光施設事業者からの報告書を活用して実施。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景
雫石町は農業を基幹産業とする傍ら、古くから温泉に恵まれた湯治場として親しまれ、高度経済成長期にはゴルフ場やスキー場などのレジャー施設の開業により観光の町としても発展をしてきた。また、かつて農家の多くは宿泊施設等でのパートタイム労働やスキー場での季節労働などに従事し、労働力確保や農外収入の獲得といった面で観光と農業は密接な関係性にあった。
しかしながら近年の余暇形態や旅行形態の急速な変化に対応できず、規模縮小や廃業する観光施設がみられ、農家を含む人口減少や高齢化による労働力不足もあり町全体としての観光産業は縮小傾向にある。
こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（ＤＭＯ）を中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、仕事を生み受け入れ態勢を整えることで交流人口の増加と地域活性化につなげることとしている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ① 岩手山をはじめとする十和田・八幡平国立公園の自然 ② 小岩井農場、スキー場、温泉など全国的にも知られた観光施設 ③ 御所ダムや雫石川といった親水空間 ④ 宮沢賢治の作品に登場する原風景 ⑤ 桜、紅葉、雪原、ホタル、星空、雲海といった季節の風景 ⑥ 秋田新幹線の停車駅となっている雫石駅 ⑦ タクシー、貸切バスといった地元の交通事業者の存在	**弱み（Weaknesses）** ① 経営者の高齢化と後継者の不在により設備投資が活性化せず、施設老朽化。 ② 労働力、人材の不足 ③ デジタル化への遅れ・スキル不足 ④ 脆弱な二次交通（路線バスの廃止） ⑤ インバウンドへの対応力 ⑥ 連携の弱さ ⑦ 特別感や特徴を打ち出せていない ⑧ 観光資源が広範囲に点在 ⑨ 室内コンテンツが少ない
外部環境	**機会（Opportunity）** ① コロナの５類への移行 ② アウトドアブーム ③ ニューヨークタイムズ紙の影響による盛岡市への注目 ④ 花巻空港の台湾便再開 ⑤ 訪日客数増加 ⑥ 他地域でのオーバーツーリズム ⑦ 自家用運送の緩和	**脅威（Threat）** ① 同様のコンテンツが多い類似性の高いエリアの躍進 ② 人口減少、少子高齢化 ③ 気候変動により季節感が失われること ④ 大都市圏の緑化、環境改善 ⑤ アウトドアブームの終焉

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層
　雫石町から片道２時間圏内（北東北、仙台）のファミリー層やリタイヤ後のシニア層

〇選定の理由
　町の観光入込調査のデータから、発地で最も多いのが県内客であり、秋田、青森からの観光客も多い状況にある。旅程別では日帰りあるいは１泊２日の行程が多く、移動手段は自家用車が圧倒的に多いことから、車での２時間圏内のマーケットをターゲットに定める。
　また、既存の町の観光コンテンツに合致する年齢層として、ファミリー層、シニア層が有力と捉えており、統計上も 50 歳以上の来訪割合が高くなっている。
〇取組方針
　新幹線の停車駅を有していることや最寄りの高速道インターチェンジから町の中心部まで約 20 分というアクセスの良さを強みにアピールすることで誘客に結び付ける。また、類似した観光コンテンツを持つ他地域との比較分析を行い、資源の掛け合わせによる優位性のあるコンテンツ開発に取り組む。

〇第２ターゲット層
　自然を好む首都圏のアクティブ層

〇選定の理由
　町の持つ観光資源で登山やスキー、スノボ、ゴルフなどは関東圏からの来訪割合が高く、年代別では 40～50 代が多くなっている。また、当町はエリア内に３つのスキー場を有する国内屈指の環境にありながら、人口減少等により地元のマーケットは縮小が続くと見込まれる。
　観光業界のトレンドとして自然・文化・アクティビティの構成要素を通じて地域の本質を深く体験・体感するアドベンチャーツーリズムが注目されており、当地域にはこれらの構成要素がポテンシャルとして数多く存在している。
〇取組方針
　上記のターゲットが情報源としている媒体は、ホームページや SNS といったウェブ媒体の割合が高くなっていることから、インターネットを活用した情報発信を強化するとともにデジタル技術を活用したプロモーションの導入を積極的検討する。
　また、国内屈指のスキー環境にありながら混雑していないことが他のスノーリゾートと比較した優位性ととらえアピールするとともに、３スキー場の共通企画に取り組み、エリアとしての認知と利便性の向上に取り組む。
　自然・文化・アクティビティをリストアップしその組み合わせによりテーマ・ストーリー性を持たせたコンテンツを開発するなどアドベンチャーツーリズムを推奨する。

〇第３ターゲット層
　訪日外国人客（台湾、豪州、韓国、東南アジア）

〇選定の理由
　訪日外国人客の増加は当町でも数字に表れており、今後さらに増えると予想されている外国人客の獲得を目指すもの。2023 年にニューヨークタイムズ紙が盛岡市を取り上げ、世界から注目が高まっていることが当町にとってもチャンスと捉えターゲット化していく。
　台湾は花巻空港との定期便が就航しており、現在も国別で最も多くの来訪者があることから重要マーケットとしている。豪州は良質の雪を求めるスキー客が国内を訪れており、３つのスキー場を持つ当地域にとっても重要ターゲットとなっている。韓国はかつてスキー客、ゴルフ客が当地域にも多く訪れていた実績があり、仙台、青森に直行便が就航していることから再開拓エリアと捉えている。また、日本から近く経済成長が著しい東南アジアのタイ、ベトナム、インドネシア、フィリピンを今後開拓を検討するエリアとしてリストアップしている。
〇取組方針

雪を求めて来日する外国人観光客の獲得をめざしスノーリゾートであることの認知を広めるため、事業者と連携し海外でのプロモーションを展開する。国内で混雑するスノーリゾートとの差別化を図り異なる特徴を打ち出すことで、混雑を敬遠する外国人に選択肢を提供する。
インバウンドを対象にしたアンケート調査を実施し、ニーズ把握や受け入れ態勢の見直しなどＰＤＣＡにつなげる取り組みを行っていく。
ＪＮＴＯや東北観光推進機構などと連携を強化し、現地の情報収集や地域、民族的な特性の把握などマーケティングに取り組むとともに、事業者への情報提供、意見交換などにより機運の醸成を図る。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	※他地域と明確に区別できる特徴・価値等を来訪者に伝える表現を簡潔に設定すること。 観光資源の組み合わせで満足度上昇 １プラス１が倍以上になる　～しずくいしマジック～
① コンセプトの考え方 ②	当地域は十和田八幡平国立公園の雄大な自然環境を活かした登山やスキー、キャンプなどが楽しめるほか、ダム湖 100 選に選ばれている御所湖でのカヌーやＳＵＰ、鮎の名川で知られる雫石川での渓流釣り、県内で２番目に長い歴史を持つ名門ゴルフコース、乗馬・流鏑馬施設、ウォータージャンプなど多種多様なアウトドア体験が可能であり、加えて全国的に有名な小岩井農場、泉質の異なる８つの温泉、グリーン・ツーリズムでの農業体験、当地にのみ伝わる亀甲織の伝統工芸、食の匠による地域食文化、宮沢賢治の作品にも登場し国の名勝地に指定された「イーハトーブの風景地」を構成する美しい風景など、バリエーション豊かなコンテンツを有する稀有な地域である。こうした資源を掛け合わせることによって、より付加価値のあるコンテンツへと昇華させ、来訪者の満足度を高める。

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	総会、理事会、専門委員会、課題別チーム、ＨＰでの情報公開、ＤＭＯだより（協会だより）発行 活動の意義・内容・成果、ＫＰＩの達成状況や取組による変化の分析結果等をまとめ、四半期ごとに理事会に報告するとともに、年に１回報告書にまとめ地域の関係者に説明を行うとともに、ＨＰで公表する。 テーマごとの戦略については、必要に応じ専門委員会や課題別チームにおいて、合意形成を行う。 行政とは週一回程度のミーティングを行う。

様式１

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	観光客動態調査における満足度調査や各種のアンケート調査から観光客の評価をモニタリングし会員施設へフィードバックする。 会員施設間での視察研修を実施し、会員同士での評価や気づきを促す。 協会だよりによる事例紹介やセミナー開催によりサービスの向上への情報提供を行う。
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	町と観光協会がそれぞれで持っていたＨＰやパンフレット等の媒体を一元化し、情報発信の効率化を図っている。 デジタル媒体での発信強化を事業者と一体となり取組む。 ・Instagram を中心に共有ハッシュタグを策定し、渦を大きくしていく情報発信を展開 ・ＳＮＳを利用した効果的なプロモーションの実施 ・TripAdvisor や Google ビジネスの充実を促し、ローカル検索での信憑性の向上に努める ・当協会の Instagram で地域事業者のストーリーと投稿のフォローを行い拡散に寄与 ・地域事業者が動画による情報発信ができるようセミナーを開催

※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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	（ — ）	（ — ）	17,562	18,089	18,632	19,191
		（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）
	実績	（ — ）	17,051	13,862			
		（ — ）	（ — ）	（ — ）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	194	349	268	265	273	281
		（ 13 ）	（ 28 ）	（ 36 ）	(56.8)	(59.6)	(62.6)
	実績	202	256	258			
		（ 1.43 ）	(34.6)	(54.1)			
●来訪者満足度（%）	目標	92	91.3	94.1	94.1	94.1	94.1
		（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）
	実績	88.2	94.1	94.2			
		（ ND ）	（ ND ）	（ ND ）			
●リピーター率（%）	目標	85	85	88	88	88	88
		（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）
	実績	83	88	86			
		（ ND ）	（ ND ）	（ ND ）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】
※ＫＰＩとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。
データの収集にあたっては、雫石町観光商工課と協力し相互のデータを共有することとしている。
令和５年度から、観光客入込調査に加えアンケート調査を実施し、調査項目の捕捉を行い、必要データを収集する。
目標数値に関しては令和３年３月に策定された町の観光振興計画にある数値を参考に、コロナからの回復段階、直近の旅行情勢等を考慮して設定した。令和６年度は令和５年度の１０５%、令和７年度以降は前年度の１０３%とした。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
　自治体が実施するアンケート調査で取得した町内での消費額（日帰り、宿泊別）に観光客入込み数を乗じて算出。実績が算出できているＲ５年をベースに前年比１０３%を目標に設定した。インバウンドのアンケートは令和７年度から実施する。
●延べ宿泊者数
　観光需要は回復傾向を示しているが、いまだコロナ前の実績には届いていない。一方で好調なインバウンドは過去最高を記録しており更なる伸びを期待する。インバウンドは前年比１０５%増で推移し、全体的には前年比１０３%増を目標に設定した。
●来訪者満足度

令和５年度に行ったアンケート調査をベースとして、「不満」「やや不満」「普通」「やや満足」「満足」の５段階評価のうち、「やや満足」「満足」と回答した人の割合。高い評価結果が出ており、直近最高値の令和５年度をキープすることを目標に設定した。
●リピーター率
新規訪問者の獲得はもとより、リピーターの獲得対策も講じることで全体の受入れ数を増やすなかでリピート率は維持することを目標に設定した。Ｒ５年にはＲ１年並みを目標とし、以降はそれを維持する。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●ウェブサイトアクセス数（回）	目標	（ — ）	200,236	136,617	143,448	150,620	158,151
		（ — ）	（ 2,390）	（ 2,725）	（3,803）	（3,993）	（4,192）
	実績	182,033	130,112	134,726			
		（ 2,173）	（ 2,595）	（3,622）			
●日帰り旅行客数（千人）	目標	1,530	1,890	1,984	1,924	1,981	2,041
		（ — ）	（ 1.5）	（ 10.1）	（20）	（20.6）	（21.2）
	実績	1,719	1,802	1,868			
		（ 0.8）	（ 9.7）	（19.5）			
●教育旅行客入込数（県外・千人回）	目標	（ — ）	23.6	17.7	17.7	18.2	18.7
		（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）
	実績	23.6	16.9	12.7			
		（ 0 ）	（0.04）	（ 0 ）			
●平均宿泊数（泊）	目標	（ — ）	（ — ）	1.7	1.7	1.8	1.9
		（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）	（ — ）
	実績	ND	1.6	0.9			
		（ ND ）	（ ND ）	（ ND）			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

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】
※ＫＰＩとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。
当協会では、ＨＰが情報発信の基幹となる。今後英語版や着地型商品の販売はＨＰで実施していくので、アクセス数の向上が販売促進の判断材料となる。日帰り旅行のシェアは約６０％となっており、近郊から温泉やウィンタースポーツといったコンテンツへの来訪が多い。コロナ禍では、屋外で農作業をする農村体験を求めて希望する学校が増えてきた。観光消費額を伸ばすため滞在期間を延ばす。
【設定にあたっての考え方】
●ウェブサイトアクセス数
令和５年度よりアクセス解析のサービスが変更されたことで集計数値の比較が困難になったため、令和５年度の実績数をベースとに目標設定を見直し、前年＋５％増を目標に設定した。

●日帰り旅行客数
　観光需要は回復傾向を示しているが、いまだコロナ前の実績には届いていない。一方で好調なインバウンドは過去最高を記録しており更なる伸びを期待する。インバウンドは前年比１０５%増で推移し、全体的には前年比１０３%増を目標に設定した。
　●教育旅行客入込数
学校数は前年と大きく変わらないものの、1校当たりの生徒数の減少により延べ人数は減少した。少子化によりこの傾向は続くと考えられ、教育旅行誘致の営業強化により校数の増加を目指す。目標数は令和５年度から令和６年度は１０５%、令和７年以降は前年の１０３%を目標とする
　●平均宿泊数
令和６年度の実績は前年を大きく下回る結果となったが、令和５年度の結果を元にして年0.1泊ずつ伸ばしていくことを目標に設定した。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	114,544,835（円）	・会費 3,159,000 ・事業収入 56,990,130 ・補助金、交付金 19,029,556 ・受託収入 32,491,979 ・雑収益 642,170 ・その他 2,232,000（円）
2023（Ｒ５）年度	78,026,531（円）	・会費 3,086,000 ・事業収入 42,884,962 ・補助金、交付金 21,351,655 ・受託収入 5,574,600 ・雑収益 509,455 ・その他 4,619,859（円）
2024（Ｒ６）年度	69,133,079（円）	・会費 2,743,000 ・事業収入 32,402,171 ・補助金、交付金 23,275,616 ・受託収入 10,100,213 ・雑収益 590,621 ・その他 21,458（円）
2025（Ｒ７）年度	81,678,400（円）	・会費 2,846,000 ・事業収入 35,470,000 ・補助金、交付金 24,354,000

様式１

		・受託収入　18,288,400 ・雑収益　450,000 ・その他　270,000（円）
2026（Ｒ８） 年度	81,678,400（円）	・会費　2,846,000 ・事業収入　35,470,000 ・補助金、交付金　24,354,000 ・受託収入　18,288,400 ・雑収益　450,000 ・その他　270,000（円）
2027（Ｒ９） 年度	81,678,400（円）	・会費　2,846,000 ・事業収入　35,470,000 ・補助金、交付金　24,354,000 ・受託収入　18,288,400 ・雑収益　450,000 ・その他　270,000（円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度	43,486,692（円）	【情報発信事業】 129,020　【受託事業】 2,157,920 【受入対策事業】1,017,314　【広告宣伝事業】 11,000 【行事育成事業】 82,569　【その他事業】4,539,600 【誘客促進事業】2,116,590　【一般管理】 19,097,106 【旅行業事業】 11,111,544　【租税公課等】1,024,029 【インバウンド誘客促進事業】2,200,000
2022（Ｒ４） 年度	116,419,112（円）	【情報発信事業】 105,600　【受託事業】 28,841,084 【受入対策事業】9,360,988　【広告宣伝事業】8,261,000 【行事育成事業】 183,830　【その他事業】 6,173,453 【誘客促進事業】2,250,070　【一般管理】 18,463,163 【旅行業事業】 41,907,890　【租税公課等】 3,931,622
2023（Ｒ５） 年度	74,966,943（円）	【情報発信事業】3,032,420　【受託事業】 2,117,111 【受入対策事業】4,763,194　【広告宣伝事業】36,000 【行事育成事業】 233,449　【一般管理】19,153,184 【誘客促進事業】2,415,370　【租税公課等】 872,034 【旅行業事業】 42,344,181
2024（Ｒ６） 年度	68,261,194（円）	【情報発信事業】107,800　【受託事業】 5,175,848 【受入対策事業】470,000　【広告宣伝事業】16,000 【行事育成事業】221,929　【一般管理】15,582,178

		【誘客促進事業】2,602,205　【租税公課等】 72,520 【旅行業事業】 27,274,668　【交付金事業】12,287,616 【施設管理事業】4,450,430
2025（Ｒ７） 年度	81,678,400（円）	【情報発信事業】105,600　【受託事業】 15,480,800 【受入対策事業】470,000　【広告宣伝事業】16,000 【行事育成事業】230,000　【一般管理】16,295,370 【誘客促進事業】3,707,200　【租税公課等】 923,000 【旅行業事業】 28,000,000　【交付金事業】12,000,000 【施設管理事業】4,450,430
2026（Ｒ８） 年度	81,678,400（円）	【情報発信事業】105,600　【受託事業】 15,480,800 【受入対策事業】470,000　【広告宣伝事業】16,000 【行事育成事業】230,000　【一般管理】16,295,370 【誘客促進事業】3,707,200　【租税公課等】 923,000 【旅行業事業】 28,000,000　【交付金事業】12,000,000 【施設管理事業】4,450,430
2027（Ｒ９） 年度	81,678,400（円）	【情報発信事業】105,600　【受託事業】 15,480,800 【受入対策事業】470,000　【広告宣伝事業】16,000 【行事育成事業】230,000　【一般管理】16,295,370 【誘客促進事業】3,707,200　【租税公課等】 923,000 【旅行業事業】 28,000,000　【交付金事業】12,000,000 【施設管理事業】4,450,430

（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

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成･販売等の取組･方針を記載

着地型商品の販売による収入増を図る。山岳ツアーなどでの高単価企画、サイクリングでのガイド・食事・体験付きの周遊セットプランの販売、ほかにも事業所見学など着地型商品の造成販売を強化する。ＤＸ導入による稼ぐ体制の構築を目指し、地域ＯＴＡの検討を行う。また、工芸品の物産販売による手数料収入とグッズの制作・販売により収益の確保を継続する。目的税となる宿泊税の導入については他地域の動向を注視しつつ、自治体や宿泊事業者と慎重に意見交換を行う。

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

※設定対象区域の都道府県及び市町村が、本法人を当該都道府県・市町村における観光地域づくり法人として認める旨を含む意見を記入すること。

岩手県雫石町は、一般社団法人しずくいし観光協会を町における地域ＤＭＯとして登録したいので一般社団法人しずくいし観光協会と共に申請します。町は継続して観光誘客による経済効果や流入人口の拡大、およびノウハウや人材育成の支援を継続して実施します。併せて県や周辺自治体へは広域での受入れ体制を構築すべく、既存の誘客促進委員会の事業はもちろんのこと、新たに地域を跨いだ協力体制の構築を具体的に牽引して実施します。（雫石町観光商工課）

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）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）

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	高橋　基
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	020-0524
所在地	岩手県岩手郡雫石町寺の下 46-3
電話番号（直通）	019-692-5138
ＦＡＸ番号	019-692-5914
Ｅ－ｍａｉｌ	mt-takahashi@shizukuishi-kanko.gr.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	岩手県岩手郡雫石町
担当者氏名	正木　裕之
担当部署名（役職）	観光商工課　課長
郵便番号	020-0595
所在地	岩手県岩手郡雫石町千刈田５－１
電話番号（直通）	019-692-6407
ＦＡＸ番号	019-692-5208
Ｅ－ｍａｉｌ	h-masaki@office.town.shizukuisi.iwate.jp

様式１

都道府県･市町村名	岩手県岩手郡雫石町
担当者氏名	吉田　耕大
担当部署名（役職）	観光商工課　係長
郵便番号	020-0595
所在地	岩手県岩手郡雫石町千刈田５－１
電話番号（直通）	019-692-6475
ＦＡＸ番号	019-692-5208
Ｅ－ｍａｉｌ	ys-yoshida@office.town.shizukuisi.iwate.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人しずくいし観光協会

様式２

記入日：　令和7年7月22日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
岩手県雫石町
【設立時期】 平成21年5月1日
【設立経緯】 ③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 太田代　敏彦
【マーケティング責任者（CMO）】 高橋　基
【財務責任者（CFO）】 川村　裕美子
【職員数】 7人（常勤7人（正職員4人・嘱託職員1人・出向等2人））
【主な収入】
収益事業　32.4百万円、補助金・交付金　23.2百万円（R6年度決算）
【総支出】
事業費　48.1百万円、一般管理費　15.5百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
雫石商工会、新岩手農業協同組合、雫石川漁業協同組合、網張ビジターセンター運営協議会、雫石スキーリゾートエリア連絡協議会、JR東日本旅客鉄道、岩手県タクシー協会岩手紫波支部、三八五バス株式会社、鶯宿温泉開発株式会社、小岩井農牧株式会社、株式会社しずくいし

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	ー（—）	ー（—）	17,562（—）	18,089（—）	18,632（—）	19,191（—）
	実績	ー（—）	17,562（—）	13,862（—）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	194（13）	349（28）	268（36）	265（56.8）	273（59.6）	281（62.6）
	実績	202（1.4）	256（34.6）	258（54.1）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	92（—）	91.3（—）	94.1（—）	94.1（—）	94.1（—）	94.1（—）
	実績	88.2（ND）	94.1（ND）	94.2（ND）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	85（—）	85（—）	88（—）	88（—）	88（—）	88（—）
	実績	83（ND）	88（ND）	86（ND）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
片道2時間圏内（北東北、仙台）のファミリー層やリタイヤ後のシニア層
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
新幹線の停車駅を有していることやインターチェンジからのアクセスの良さを強みにしたPRと、資源の掛け合わせによる優位性のあるコンテンツ開発に取り組む。
【観光地域づくりのコンセプト】
観光資源の組み合わせで満足度上昇
1プラス1が倍以上になる～しずくいしマジック～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・プロモーション動画の撮影を実施。
・合宿プランを企画、造成。
・共通入浴券の企画販売。
・町内飲食店でのタクシー送迎付き食事プランの企画・販売
・3スキー場共通リフト券の企画、スキー場間の送迎
・馬事文化と地域資源とを組み合わせたプランの企画、造成
・レンタサイクルの利用促進
・自家用運送緩和を交通対策活用

【受入環境整備】
・山岳ガイド養成
・山岳ガイドブックの多言語化
・サイクリングガイド養成
・道路運送法のガイドライン改正に適応した施設保有車両の活用による二次交通対策の検討
【情報発信・プロモーション】
・SNS勉強会の開催
・町内施設のInstagramアカウント分析
・HPや着地型商品の多言語化