様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１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）花巻観光協会	
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	
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	３０人【常勤１２人（正職員５人・出向等９人）、非常勤１６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）	（氏名） 高田　貞一 （出身組織名） 大沢温泉株式会社	大沢温泉㈱の代表取締役社長であり、(一社)花巻観光協会会長を務める。岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合常務理事をはじめ、花巻温泉郷観光推進協議会会長を務めるなど、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	（氏名） 佐々木　豊「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、具体的事業を立案・実施する３委員会（企画、誘客、物産）の統括副委員長を務める。宿泊業に長年にわたり携わり、旅行業界・地元の観光関係者などのパイプ役となり、地元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） 藤原　啓昭「専従」 （出身組織名） 花巻市役所	令和６年４月に花巻市役所から(一社)花巻観光協会の事務局長として派遣。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）常務取締役 営業総括部長。 (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） 髙橋　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㈱代表取締役社長。（一社)花巻観光協会副会長を務め、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。

様式１

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） 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）
連携する事業者名及び役割	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㈱　（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）
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。
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	・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。 ・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。 ・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。 ・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 ・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。

様式１

法人のこれまでの活動実績	**【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年に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３４９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。

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	■パンフレット等作製事業 ・花巻市から委託を受け、観光パンフレットを一部リニューアルしながら製作し、観光施設等に配架(H28～) ■宣伝広告事業 ・R2 に当協会 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～)などを実施 ・新聞、旅行雑誌、テレビ等で観光情報を発信 ■誘客キャンペーン推進事業 ・夏休み・冬休みにおけるファミリー向けの企画として体験プログラムのキャンペーンを実施 ■宿泊施設利用促進事業 ・宿泊施設を中心に、花巻まつり、ランタンイベント、雛まつりなどの観光素材を活用した誘客事業 ■外国人観光客誘致促進事業 ・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 ・タイの旅行会社を招請し、団体ツアー造成を目的とした誘致活動の実施（R6） ・協会海外向けウェブサイト（PC 版、ｽﾏｰﾄﾌｫﾝ版）のリニューアル（繁体字・簡体字・英語・タイ語）での掲載による情報発信（R6） ■物産振興事業 ・東京･平塚など、県内外で観光物産展を開催 ・当協会 WEB ショップで特産品の PR 及び販売 ■広域連携（花巻･遠野･平泉）事業 ・花巻・遠野・平泉観光推進協議会における誘致説明会へ参加 ・花巻･遠野･平泉エリアの周遊促進を目的とした日本語版デジタルパンフレットの制作（R6） ・花巻･遠野･平泉エリアのツアー造成を目的に旅行業者を招請し、モニターツアーを実施（R5） ・SNS を活用したプロモーションを目的に SNS キャンペーンを実施（R5） ■JNTO 及び東北観光推進機構との連携 ・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 ・タイ開催の「日本東北観光フェア」に参加し、タイ AGT 商談開、BtoB 向け展示会への出展（R6）

様式１

	受入環境の整備	■教育旅行誘致事業 ・体験学習の受入窓口として、受入体制の整備 ■観光ルート整備事業 ・市内観光施設を周遊する観光タクシー「どんぐりとやまねこ号」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 ■歓迎はなまきおもてなし事業 ・観光列車「ひなび」の出発や大規模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 ・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 ■観光おもてなしガイド事業 ・観光ガイドの派遣のほか、ガイド養成講座を実施 ■観光案内所運営事業 ・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 に翻訳機「ポケトーク」を導入 ■花巻駅レンタサイクル実証実験(R4)、事業実施（R5） ・花巻駅前を拠点としたレンタサイクル実証実験を行い、ニーズや属性の調査を実施した結果、R5 から事業化することを決定（R6 継続支援） ■花巻温泉郷定額タクシープラン(R2～) ・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 ■森の店っこや運営事業 ・当協会会員の特産品を販売する「森の店っこや」のキャッシレス化を推進するため、R1 より各種 QR コード決済を導入
	観光資源の磨き上げ	■着地型旅行商品の企画・販売 ・R4 は「野菜の収穫体験＆クッキング」を新規追加し、当協会が取り扱う地域コンテンツは２９件となった。 ・月１回テーマを設定し、その道の達人がガイドするガイド付きツアー「はなたび」の企画、販売(R4) ■いわての新しい観光推進事業への参画(R2) ・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 ■テーマ別コンテンツ造成及び東北ブランド形成事業(R1) 実施主体は東北運輸局。欧米豪市場を対象に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 ■物産振興 ・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。 ■観光ルート整備事業 ・市内観光施設を周遊する観光タクシー「どんぐりとやまねこ号」の運行において、季節ごとにコースを設定し、人気観光スポットを追加するなど、新たな観光ルートを提案（R6）

【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６年における延べ宿泊者数は、月別で比較すると９月以降は前年を超える月もあったが、年間では 734 千人で前年比 1.8%減となった。外国人観光客は、入国制限の水際措置が緩和された以降に動きが出始め、平成 28 年は岩手国体があり宿泊者数が増加した。

また、コロナ禍に落ち込んだ観光客が令和５年に 56,519 人、令和６年に 82,046 人（前年比約 45.1%増）となり、コロナ禍以前を上回った。

年　別	宿泊者数(前年比)	外国人(前年比)
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%)
令和３年	570,561 (+ 1.8%)	32 (- 99.6%)
令和４年	644,879 (+13.0%)	1,880 (+577.5%)
令和５年	747,380 (+15.8%)	56,519 (+299.0%)
令和６年	734,396 (- 1.8%)	82,046 (+ 45.1%)

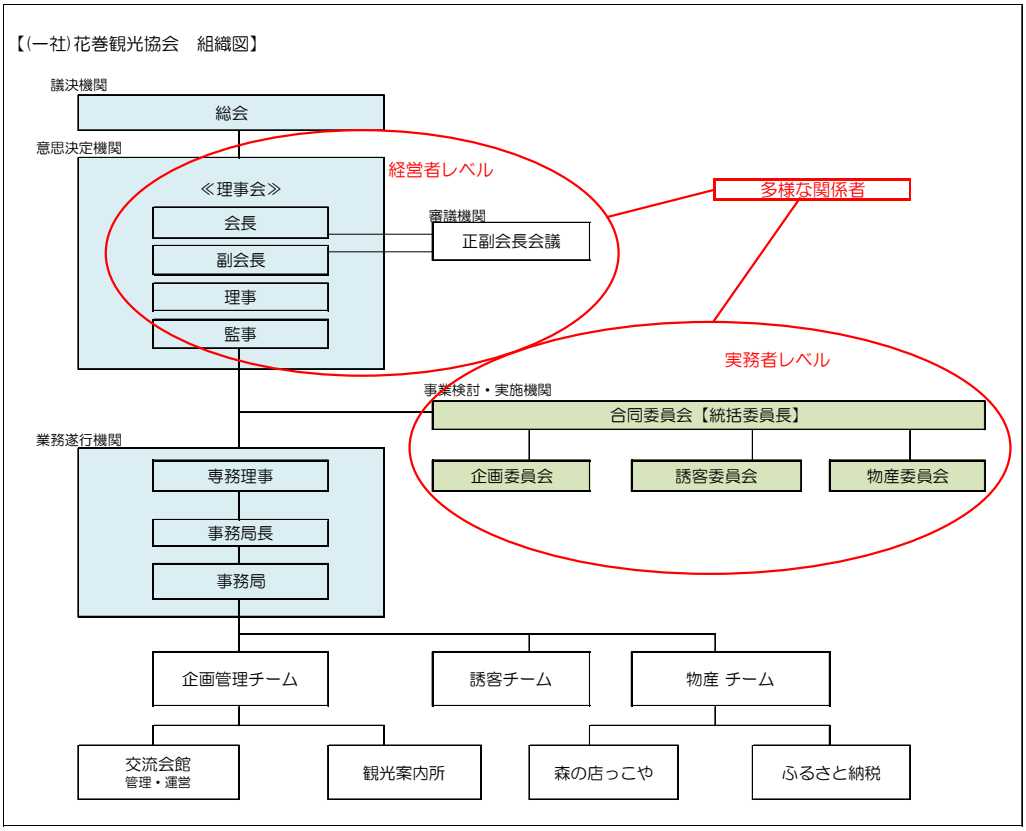
実施体制
※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

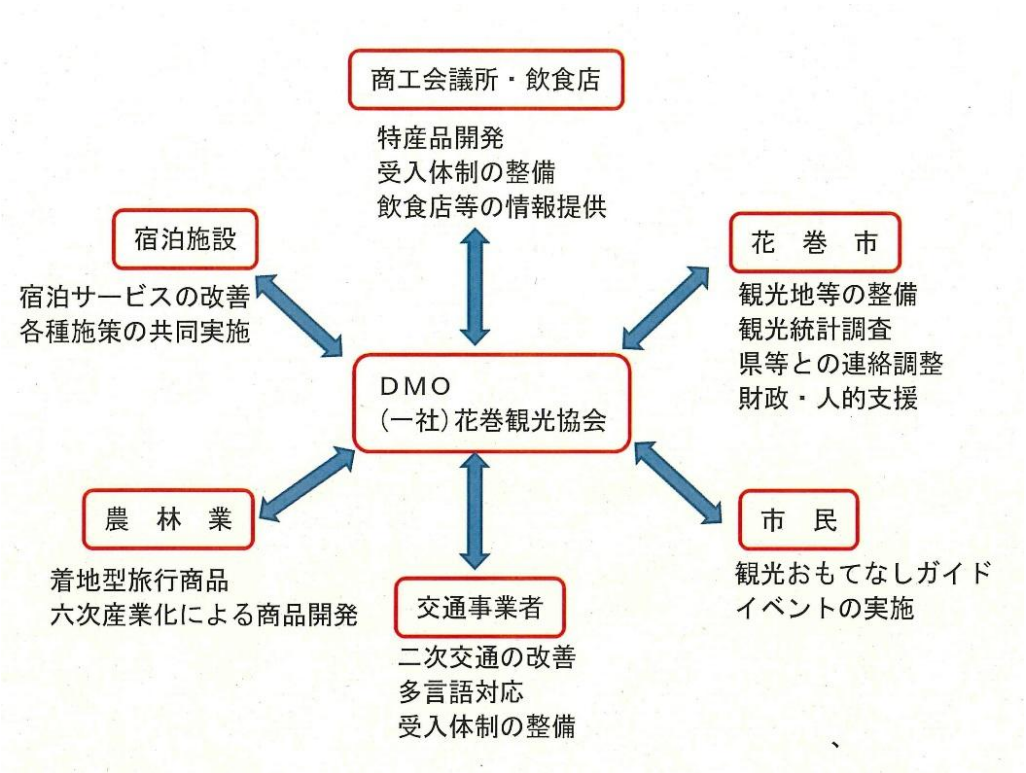
【実施体制の概要】

(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。

様式１

【実施体制図】


【(一社)花巻観光協会　組織図】
議決機関
総会
意思決定機関
≪理事会≫
会長
副会長
理事
監事
経営者レベル
審議機関
正副会長会議
多様な関係者
実務者レベル
事業検討・実施機関
合同委員会【統括委員長】
企画委員会
誘客委員会
物産委員会
業務遂行機関
専務理事
事務局長
事務局
企画管理チーム
誘客チーム
物産 チーム
交流会館
管理・運営
観光案内所
森の店っこや
ふるさと納税


商工会議所・飲食店
特産品開発
受入体制の整備
飲食店等の情報提供
宿泊施設
宿泊サービスの改善
各種施策の共同実施
花　巻　市
観光地等の整備
観光統計調査
県等との連絡調整
財政・人的支援
DMO
(一社)花巻観光協会
農　林　業
着地型旅行商品
六次産業化による商品開発
市　民
観光おもてなしガイド
イベントの実施
交通事業者
二次交通の改善
多言語対応
受入体制の整備

様式１

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】

＜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組みを実施する。

【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。岩手県内では八幡平市、一関市、盛岡市、遠野市に次ぐ観光客入込数(R3)となっている。花巻市の令和５年度独自調査によると、旅行の目的は４割以上が温泉と圧倒的に多く、次に宮沢賢治関連、飲食と続いている。

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コロナ禍前には急増している。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５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32,370円/人で、前年度より4,076円増加した。令和４年度に引き続き、令和５年度も実施した高付加価値化による宿泊料金の上昇などから宿泊費が増加したものと考えられる。

年　別	観光客入込数	延べ宿泊者数	外国人観光客数
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	2,117,340	815,728	60,595
令和２年	1,087,940	560,275	9,147
令和３年	1,098,665	570,561	32
令和４年	1,574,283	644,879	1,880
令和５年	1,974,045	747,380	56,519
令和６年	2,092,039	734,396	82,046

【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（田瀬湖ボート場）、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、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。

【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
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、花巻ＰＡＳＩＣ　　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）
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「ポケトーク」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
収集するデータ	収集の目的	収集方法
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
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
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サイトのアクセス状況	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
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

様式１

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	**強み（Strengths）** **○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 **○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 **○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、日本三大杜氏の一つである南部杜氏による日本酒 **○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 **○交通インフラ**：空港、新幹線駅、ＩＣが揃う利便性の高さ **○スポーツ**：特に花巻ゆかりの野球選手が活躍	**弱み（Weaknesses）** **○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 **○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 **○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 **○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 **○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
外部環境	**機会（Opportunity）** **○インバウンドの増加**：台湾や中国からのインバンドの更なる増加が見込まれる **○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 **○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 **○海外との路線が存在**：花巻－台湾・上海の直行便が存在する **○インフラ整備の進展**：釜石自動車道が整備される	**脅威（Threat）** **○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 **○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） **○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 **○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

※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
　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

〇選定の理由
　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よそ５割を占める。
　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、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。

〇取組方針
　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。
　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。

〇ターゲット層
　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）

〇選定の理由
　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。
　R1 花巻市観光統計「花巻市内宿泊統計」では団体旅行が 90.5%、ＦＩＴが 9.5%となっており、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、観光庁「訪日外国人消費動向調査」によると個人旅行手配の割合が 2012 年に 60.8%だったものが 2019 年には 79.8%と全国的にはＦＩＴ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。
　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、観光庁「訪日外国人消費動向調査(2019 年)」によると 14～20 日間滞在した人の割合が　オーストラリア 35.8%、フランス 41.9%、ドイツ 38.7%などとなっており、また、東北観光推進機構「ＤＭＯ連携広域マーケティングリサーチ事業」(2019 年)では、東北旅行の目的は１位自然・景勝地観光、2 位日本食・地域の食を楽しむ、3 位温泉となっていることから比較的長い期間（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事から、ターゲット層として設定する。

〇取組方針
　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。
　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。
　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。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	花巻１２湯　～ 湯ったり、感じる「花巻じかん」～
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。 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。 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。 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。 花巻の観光まちづくりでは、温泉を軸に、花巻での体験を通した来訪者も「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。

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。	委員会、理事会、総会、ＨＰ
	・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委員会で構成する合同委員会を年２回程度開催。 ・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。 ・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。 ・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２月に１度ペースで定例ミーティングを開催。 ・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。

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	・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。 ・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。 ・収集、分析したデータは会員へ提供し共有する。 ・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
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	・当協会 HP、SNS の充実、多言語化、YouTube での動画配信 ・各ウェブサイトの役割の明確化･調整 ・専任職員の配置、手法を委員会で議論･決定 ・案内所の充実 ・体験プログラムのワンストップ一元化

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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（円／人）	目標	32,200	32,800	33,400	34,000	34,600	35,200
		(53,300)	(54.400)	(55.500)	(56,600)	(57,700)	(58,800)
	実績	28,294	32,370	30,166			
		(-)	(-)	(-)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	832,400	837,800	843,500	849,600	856,100	856,100
		(84,900)	(90,300)	(96,000)	(102,100)	(108,600)	(108,600)
	実績	644,879	747,380	734,396			
		(1,880)	(56,519)	(82,046)			
●来訪者満足度（%）	目標	96.0	96.5	97.0	97.5	98.0	98.5
		(99.0)	(99.0)	(99.0)	(99.0)	(99.0)	(99.0)
	実績	97.2	97.7	97.9			
		(-)	(-)	(-)			
●リピーター率（%）	目標	64.0	65.0	66.0	67.0	68.0	69.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	69.5	64.0	56.0			
		(-)	(-)	(-)			

※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】

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年以降は新型コロナウイルス感染症の影響により宿泊者数が大幅に減少していることから、今後の社会情勢等を見極める。※R9 は前年並みで設定）

●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 96%前後となっており、既に高い数値であるが、現状を維持する又は上回る目標値とするため、97%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。

（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
●ＷＥＢサイトアクセス数（回）	目標	1,008,000	1,058,000	1,110,000	1,165,000	1,223,000	1,223,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	1,342,728	1,417,539	1,614,123			
		(-)	(-)	(-)			
●着地型ツアー参加者数（人）	目標	610	1,100	1,210	1,330	1,460	1,460
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	1,006	1,580	1,276			
		(0)	(0)	(0)			

※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】
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 5%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とし、それ以降は毎年約 5%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。

新型コロナウイルス感染症拡大等による参加者数の低迷のため、目標値を下方修正していたが、旅行者の動きが回復傾向にあるため、令和４年度の実績を基準に毎年約 10%の増加で設定を見直した。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※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	158,874,893	**【会費】** 6,957,000 **【事業収入】** 61,385,897 **【国補助金】** 3,504,967 **【市補助金】** 55,900,000 **【市指定管理】**29,694,348 **【その他】** 1,432,681
2023（Ｒ５）年度	182,950,213	**【会費】** 6,897,000 **【事業収入】** 82,283,614 **【国補助金】** 4,580,914 **【市補助金】** 57,629,300 **【市指定管理】**29,815,999 **【その他】** 1,750,386
2024（Ｒ６）年度	199,091,017	**【会費】** 6,844,000 **【事業収入】** 94,377,767 **【市補助金】** 64,927,000 **【市指定管理】**30,651,999 **【その他】** 2,290,251
2025（Ｒ７）年度	191,350,000	**【会費】** 6,750,000 **【事業収入】** 89,960,000 **【市補助金】** 61,557,000 **【市指定管理】**31,355,000 **【その他】** 1,728,000
2026（Ｒ８）年度	191,350,000	**【会費】** 6,750,000 **【事業収入】** 89,960,000 **【市補助金】** 61,557,000 **【市指定管理】**31,355,000 **【その他】** 1,728,000
2026（Ｒ９）年度	191,350,000	**【会費】** 6,750,000 **【事業収入】** 89,960,000 **【市補助金】** 61,557,000 **【市指定管理】**31,355,000 **【その他】** 1,728,000

（２）支出

年（年度）	総支出（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	160,567,156	【情報発信】 12,094,745 【国内誘客】 13,126,605 【海外誘客】 4,296,157 【受入態勢整備】18,454,794 【物産振興】 25,509,819 【イベント支援】 1,862,860 【施設管理】 29,319,368 【管理費】 55,902,808
2023（Ｒ５）年度	190,632,529	【情報発信】 12,255,338 【国内誘客】 17,059,759 【海外誘客】 6,267,780 【受入態勢整備】23,094,140 【物産振興】 36,288,309 【イベント支援】 2,172,992 【施設管理】 29,396,873 【管理費】 64,097,338
2024（Ｒ６）年度	196,297,750	【情報発信】 12,620,000 【国内誘客】 13,486,167 【海外誘客】 17,168,611 【受入態勢整備】20,047,771 【物産振興】 35,257,634 【イベント支援】 2,208,675 【施設管理】 30,546,119 【管理費】 64,962,773
2025（Ｒ７）年度	191,350,000	【情報発信】 11,727,000 【国内誘客】 10,700,000 【海外誘客】 11,025,000 【受入態勢整備】24,290,000 【物産振興】 32,120,000 【イベント支援】 2,200,000 【施設管理】 31,355,000 【管理費】 67,933,000
2026（Ｒ８）年度	191,350,000	【情報発信】 11,727,000 【国内誘客】 10,700,000 【海外誘客】 11,025,000 【受入態勢整備】24,290,000 【物産振興】 32,120,000 【イベント支援】 2,200,000 【施設管理】 31,355,000 【管理費】 67,933,000
2026（Ｒ９）年度	191,350,000	【情報発信】 11,727,000 【国内誘客】 10,700,000 【海外誘客】 11,025,000 【受入態勢整備】24,290,000 【物産振興】 32,120,000 【イベント支援】 2,200,000 【施設管理】 31,355,000 【管理費】 67,933,000

（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
　市内観光施設を周遊するジャンボタクシー「どんぐりとやまねこ号」は季節ごとに最適な運行ルートを設定し集客に努める。体験プログラムの PR と新規開拓により販売増加を図る。
・特産品の店舗･ウェブ販売の強化
　協会が運営する土産品店「森の店っこや」において、売れ筋商品の把握や陳列レイアウトを改善するとともにウェブショップではおすすめ商品を押し出すなど、売り上げ増加を図る。
・スポーツ大会などの各種行事やコンベンションなどにおける物販を受託し、収益の確保に努める。

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。

様式１

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）

重複なし

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	藤原　啓昭
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	hiroaki@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	松田　隆
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	takashi1836@city.hanamaki.iwate.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人花巻観光協会

様式２

記入日：　令和7年7月31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】
　岩手県花巻市
【設立時期】　令和2年10月16日
【設立経緯】
　③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】　高田　貞一
【マーケティング責任者（CMO）】　佐々木　豊
【財務責任者（CFO）】　藤原　啓昭
【職員数】　30人（常勤12人（正職員5人・出向等9人）、非常勤16人）
【主な収入】
　事業収入94百万円、補助金65百万円（6年度決算）
【総支出】
　事業費131百万円、管理費65百万円（6年度決算）
【連携する主な事業者】
　岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合花巻支部、花巻温泉郷観光推進協議会、花巻商工会議所、花巻農業協同組合ほか

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（円/人）	目標	32,200（53,300）	32,800（54,400）	33,400（55,500）	34,000（56,600）	34,600（57,700）	35,200（58,800）
	実績	28,294（－）	32,370（－）	30,166（－）	―	―	―
延べ宿泊者数（人）	目標	832,400（84,900）	837,800（90,300）	843,500（96,000）	850,000（102,100）	856,100（108,600）	856,100（108,600）
	実績	644,879（1,880）	747,380（56,519）	734,396（82,046）	―	―	―
来訪者満足度（%）	目標	96.0（99.0）	96.5（99.0）	97.0（99.0）	97.5（99.0）	98.0（99.0）	98.5（99.0）
	実績	97.2（－）	97.7（－）	97.9（－）	―	―	―
リピーター率（%）	目標	64.0（－）	65.0（－）	66.0（－）	67.0（－）	68.0（－）	69.0（－）
	実績	69.5（－）	64.0（－）	56.0（－）	―	―	―

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
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
　花巻温泉郷の特徴である「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するほか、体験プログラムにより、花巻での滞在時間の延長を推進していく。
【観光地域づくりのコンセプト】
　花巻12湯 ～湯ったり、感じる「花巻じかん」～

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・タクシー送迎プランの企画・販売
・はなまき通検定の実施
【受入環境整備】
・市内観光二次交通の運行・販売
・観光案内所の運営
・おもてなし観光ガイドの養成
・レンタサイクル実証実験の実施

【情報発信・プロモーション】
・花巻観光協会HP・SNS等による情報発信
・花巻12湯連泊者を対象に市内飲食店や土産品店で利用できるクーポン券を提供
・ファミリー向けに、体験プログラムキャンペーンを実施
・体験プログラムを紹介する動画を作成・配信
【その他】
・花巻・遠野・平泉への広域誘客