

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5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 で 囲むこと	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	一般社団法人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	5人【常勤5人（正職員5人・出向等0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 俊彦 （出身組織名） （株）しずくいし	令和5年5月理事長に就任し、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、町内の中で一番の集客力があり、「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） 石崎 清子 （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の事務局長。旅行会社勤務を経て、当協会にて12年間勤務。旅行業界・町内観光関係者、町外の近郊の市町村や岩手県等とのさまざまなパイプ役として当町の観光振興を推進している。持続可能な運営のため、雫石の自然（山・川・温泉）農業、牧場、体験コンテンツに関わる誘客の方針や経過進捗管理を行い、観光関係者への情報共有を行う。

<p>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</p>	<p>(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</p>	<p>財務責任者として従事。事業執行に伴う予算管理及び執行、事業実施において財務予測検証も実施し、関係者に共有を行う。安定した財務基盤を構築できるように定期的にチェックした結果は、特に理事会の総務財務委員長や委員と報告する。また、予算の振り分けや事業の方向性においても知見を活かし従事いただく。</p>
<p>旅行商品開 発・プロモ ーション責 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</p>	<p>(氏名) 徳田 貴史「専従」 (出身組織名) (一社)しずくいし観光協会</p>	<p>(一社)しずくいし観光協会で10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、国内外に向けたプロモーション活動に尽力している。また、商品コンテンツの開発は、町観光商工課や理事官、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。</p>
<p>各部門 (例:旅行 商品の造成・ 販売)の責 任者(専門 人材)</p>	<p>(氏名) 石崎 清子 (出身組織名) (一社)しずくいし観光協会</p>	<p>C 兼務。商品コンテンツ開発後の実行から発売までの責任者として、収入基盤の構築を図るべく事務員を牽引する。</p>
<p>連携する地 方公共団体 の担当部署 名及び役割</p>	<p>雫石町役場 観光商工課・総合政策課</p>	<p>観光商工課：観光地域づくり全般（観光振興、観光施設の維持管理、産業促進、企業連携・雇用促進・移住定住促進、都市交流推進） 総合政策課：町役場内連携統括、2次交通推進</p>
<p>連携する事 業者名及び 役割</p>	<p>雫石商工会（事業者支援、物産振興、イベント企画、軽トラ市） 新岩手農業協同組合（雫石町グリーン・ツーリズム推進協議会と連携） 鶯宿温泉開発（株）（温泉地区の受入体制整備） 雫石町グリーン・ツーリズム推進協議会（着地型旅行商品造成、農泊、農業体験、国内だけでなく訪日旅行のコンテンツとしても提供） 雫石川漁業協同組合（着地型旅行商品造成） （株）しずくいし（物産振興） 東日本旅客鉄道（株）/JR東日本雫石駅（一次交通） （有）雫石タクシー（二次交通） 小川タクシー（株）（二次交通） 三八五バス（株）（二次交通） 雫石スキーリゾートエリア連絡協議会（着地型旅行商品造成）</p>	
<p>官民・産業 間・地域間と の持続可能 な連携を図</p>	<p>【該当する登録要件】 、 、 (概要)</p>	

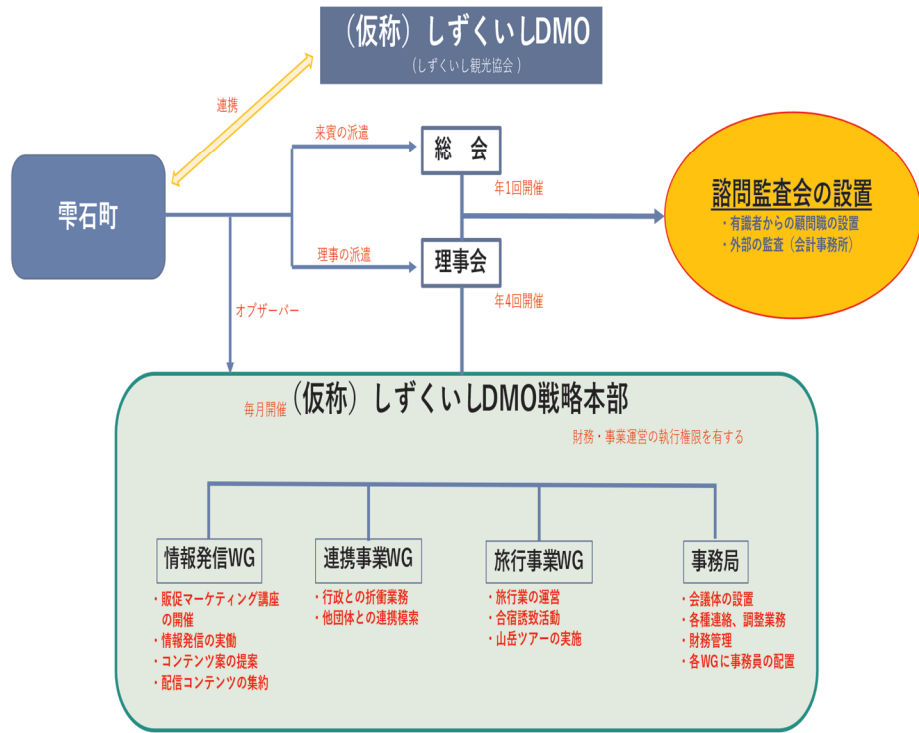
<p>るための合 意形成の仕 組み</p>	<p>当協会理事は、宿泊施設・観光施設・3スキー場・2ゴルフ場・交通事業者・飲食店・関連団体等の多様な関係者（会員数は70）により選出されており、年4回程度の理事会を開始し、事業計画・予算は理事会審議により決定。 当協会内には3つの専門委員会を設置。当協会の理事より委員長1名と専門委員2名を選出。 「総務財務委員会」・・・安定した財務基盤を築くことが目的 「接遇向上/研修委員会」・・・受入時のおもてなしと満足度向上が目的 「広告宣伝委員会」・・・観光看板整備や観光客へのプロモーション、 会員施設のSNS情報発信整備が目的</p> <p>岩手県内、秋田県の近隣市町村との観光・イベント・自然保全・火山防災関連の委員会や協議会（28団体）に理事に当協会理事が委員として出席している。周辺地域と協力して誘客プロモーション活動、随時課題の掘起こしと解決先の検討を行っている。特に観光誘致における協力関係が強いのは、</p> <ul style="list-style-type: none"> * 「盛岡・八幡平広域観光推進協議会（盛岡市・八幡平市・岩泉町・秋田側の鹿角市、小坂町、等TTL12市町村）」 毎年首都圏商談会をJATAの協力を仰ぎ実施している。 * 「雫石・田沢湖・角館地域誘客促進事業実行委員会」 秋田県側の仙北市と毎年冬のオフシーズンにスキー客以外の需要の掘りおこしが目的で、周遊スタンプブックで値引き特典を考案。 * 「雫石スキーリゾートエリア連絡協議会」 町には3つのスキー場があり（雫石スキー場・網張温泉スキー場・岩手高原スノーパーク）、共通ポスターや共通リフト券等のコラボを実施。 				
<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>	<p>町議員、町の観光商工課、総合政策課の地域づくり係は2次交通担当、当協会の理事に対して、DMOについて勉強会を実施。町予算は大きくないので、先に補助金頼りにならないように、民間で議論して策を練るべく当協会が助言や解決策案を提示しながら、自ら考える意識の醸成を実行する。 また、町観光商工課が実行している「ゆるゆるアウトドア推進協議会」にも参加して、アウトドアに興味のある方々の意見を基に「新コンテンツ開発」や旅行会社目線で誘客に繋がるように助言をしている。 「雫石グリーン・ツーリズム推進協議会」は、農業をとおした誘客事業を実施しており、農家宿泊・地元郷土料理やクラフト作り体験のプロモーションを自走で実行できるように協力してきた。 なお、観光誘客の課題のヒアリングを協会会員や会員以外の宿泊施設に対し適宜実施している。一番多いのは、2次交通である。鶯宿温泉からスキー場、3スキー場間の移動、スキー場を有する2つのホテルからは、訪日旅行者が夜は町中に出て、居酒屋やカラオケでエンジョイしたいとの要望が届いている。このように実際に現場で起きている事象を把握して、解決に向けて町と相談しながら仕組みづくりをするようにしている。</p>				
<p>法人のこれ までの活動 実績</p>	<p>【活動の概要】</p> <table border="1" data-bbox="335 1646 1316 1953"> <thead> <tr> <th data-bbox="335 1646 526 1691">事業</th> <th data-bbox="526 1646 1316 1691">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="335 1691 526 1953"> <p>情報発信・ プロモーション</p> </td> <td data-bbox="526 1691 1316 1953"> <p>【令和4年度】 マーケティング広告事業 動画撮影 会員施設の中で17施設を撮影し、当協会のHPに掲載 ・観光施設1、食事施設1、フラワーショップ1、宿泊施設14 SNS教本を全会員施設に配布</p> </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・ プロモーション</p>	<p>【令和4年度】 マーケティング広告事業 動画撮影 会員施設の中で17施設を撮影し、当協会のHPに掲載 ・観光施設1、食事施設1、フラワーショップ1、宿泊施設14 SNS教本を全会員施設に配布</p>
事業	実施概要				
<p>情報発信・ プロモーション</p>	<p>【令和4年度】 マーケティング広告事業 動画撮影 会員施設の中で17施設を撮影し、当協会のHPに掲載 ・観光施設1、食事施設1、フラワーショップ1、宿泊施設14 SNS教本を全会員施設に配布</p>				

		<p>会員施設の内 33% が Facebook, Twitter, YouTube の中で何らかの配信ができるようになった。</p> <p>Instagram アカウント分析を 5 施設で行い、フォロワー分析結果を検証し、施設ごとの検索時間が顕著に表れたので、新情報アップ時間を決めて実施した。フォロワー数が向上した。</p> <p>若者をターゲットに盛岡近郊や秋田県仙北市側からの誘引を目的に展開。WEB 上でのプロモーションを行い、お客様と施設の接点を強化した。</p>	
	受入環境の整備	<p>【令和 4 年度】</p> <p>ワーケーション事業</p> <p>多言語化</p> <p>当協会 HP にて 2 つの登山ツアーの英語版・繁体文字版を掲載した。結果はコロナ禍でもあり訪日需要が戻る前にシーズンが終了してしまった。</p> <p>レンタサイクル</p> <p>雫石駅を起点とした移動手段やホテルでのワーケーション滞在者への息抜きを目的に実施。141 件の実績（前年比 165%（前年 56 件））</p> <p>山岳ガイド養成事業</p> <p>町内の中に「日本山岳ガイド協会認定ガイド」は 4 名いるが、実際に実行できる方は 2 名でした。新たに 2 名のガイドの養成に成功した。町交付金を有効に活用し、次年度以降の登山ツアー募集において有効に活用したい。</p> <p>調査事業</p> <p>KPI 調査スキームプログラム策定</p> <p>町交付金活用で実績調査の DX 化を図るべく動いたが、宿泊施設の中で OTA 販売を実施できている数は 10 施設ぐらいと少ない。従って、スキームプログラム策定が完了する前に断念した。民宿やペンションの方が圧倒的に多く、町が実施している調査は、改善を進めながら実施しているので、信用できる内容となっており、対象施設は宿泊、食事、観光施設をカバーできている。従いまして、行政と協力して数値は取得し、当協会は新規コンテンツの開発やプロモーションに注力していくのが望ましいと町と話し合いを行った。</p>	
	観光資源の磨き上げ	<p>【令和 4 年度】</p> <p>誘客促進事業</p> <p>合宿プランにて誘客促進</p> <p>町内には野球場・陸上競技場・体育館・スキー場・ゴルフ場・公民館が多数存在する。スポーツや文化系の合宿を受け入れるフィールドは揃っており、また多くの宿泊施設や温泉があるので、誘致には絶好の場所である。</p> <p>町交付金で宿泊や交通助成をする合宿パンフレットや昼食の弁当配布施設情報のチラシを作成した。</p> <p>なお、アーチェリー射場を町が新規に完成させた。雨天</p>	

	<p>でも射ることができる国内射場としては、日本一のスケールである。次年度以降は、この会場を武器にして誘致を図っていく。</p> <p>旅行による誘致 登山ツアー、トレッキングツアー、花見などの自然を活かした商品を募集企画し継続販売する。町内への集客増と観光資源のPRを行った。育成ガイドの手配販売は、次年度以降に旅行会社にアピールすることで、登山の商品設定数は増え、誘客数も増えることを継続させる。</p> <p>【定量的な評価】</p> <p>「動画撮影」 会員施設の17施設を撮影（観光施設1、食事施設1、フラワーショップ1、宿泊施設14）</p> <p>「SNS配信実施会員施設の割合」 33%</p> <p>「Instagramアカウント分析」 5施設</p> <p>「多言語化」 当協会HPにて、レンタカー販売の英語版、2つの登山ツアーの英語版・繁体文字</p> <p>「レンタサイクル実績」 141件（前年比165%、前年56件）</p> <p>「合宿実施件数」 13本、223名、うちアーチェリー合宿7本</p> <p>「登山・花見・紅葉ツアー集客数」 設定39本、催行27本、参加者400名（前年比173%、前年230名）</p> <p>「日本山岳ガイド協会認定ガイドの育成」 新規2名合格（町内に4名在籍）</p> <p>「KPI調査スキームプログラム」 2,200千円（うち9割は町交付金）を投下し外部に事業委託したが、OTA実施宿泊施設数が全体の約26%と低く、定量的な結果がさせていない。雫石町の観光指数は、町観光商工課と連携して獲得していきたい。</p>
<p>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）</p>	<p>【実施体制の概要】</p> <p>（一社）しずくいし観光協会は、事務局が司令塔となり会員施設の困っている声を聞き、改善させて町内の一体化を図る。さらに町誘客に関する意見を集約し、事務局と町観光商工課にて綿密に具現化策を練る。その内容は理事会にかけて、目的・方向性・計画・課題を打診し、具体的な実行を決定する。特に町観光商工課とは交付金の有効活用、誘客コンテンツ開発、プロモーション、継続的な事業実施に向けた財務強化、町関係者への協力依頼等において活発な意見交換と情報共有を実施する。</p> <p>また、2次交通の課題解決にあたり、町観光商工課は町総合政策課地域づくり部署とも連携して具体策を提示するように当協会より強く要望をあげて、会員である交通事業者と密接に連携した運営を実施。</p> <p>当協会理事が委員や幹事を受託した関連団体組織において、広域連携して誘客促進策を提案・提言する。観光経路や地産地消の連携により顧客の満足度を高めることを一番の目的にする。特に首都圏からの誘客、訪日旅行においては、広域での魅力発信が重要であり、プロモーション費用も分割することで費用削減を図ることを目指す。</p>

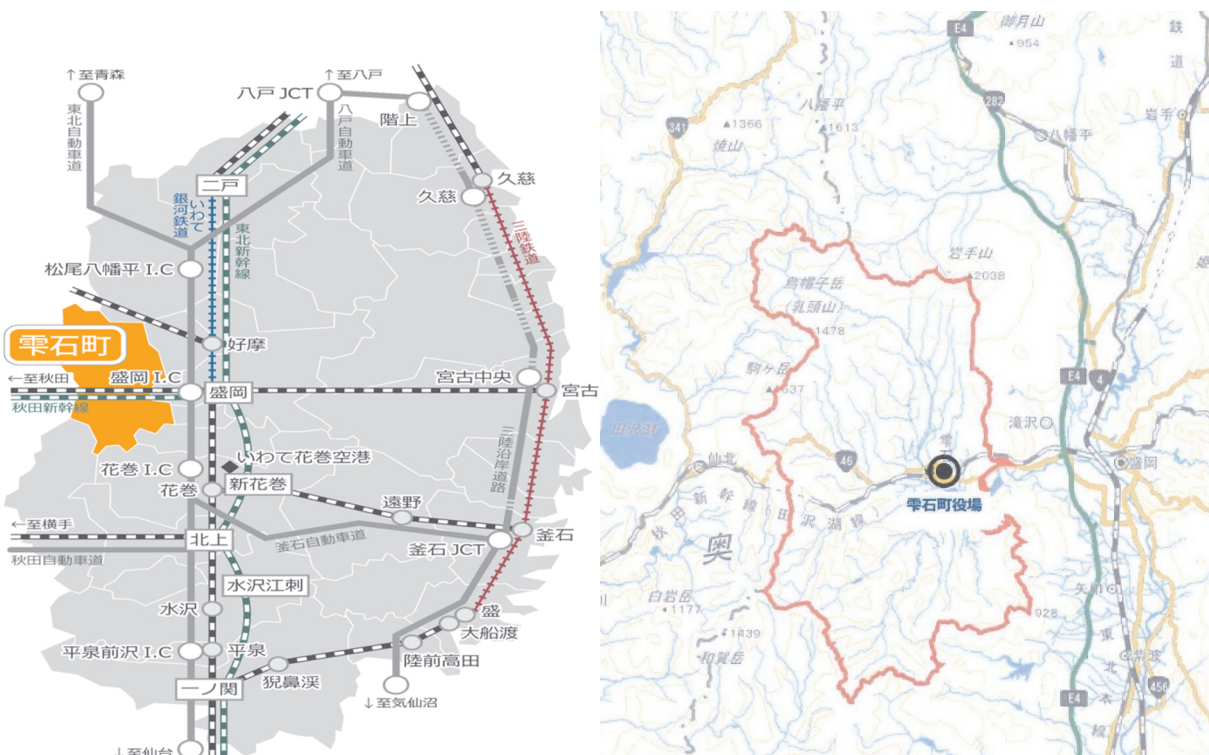
【実施体制図】

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】

雫石町の特徴

- ・雫石町の地域DMOです。人口約15,600人、南北40km・東西22kmあり東京23区とほぼ同じ面積です。岩手県の中部に位置する岩手郡に属しており、町の中央を東西に横断する国道46号は東北自動車道盛岡インターと接続していることから自動車利用の利便性の高い町です。また、秋田新幹線利用により雫石町から東京まで乗り換えなし2時間40分で結ばれ首都圏との時間距離が大幅に短縮されております。
- ・主な産業は農業と観光であり、農業は水稻を中心とし野菜、畜産、花卉等を組み合わせた複合経営型農業が多く、就農体験やインターンシップ制度を導入する等農業者との交流の場を創出しています。ブランド商品は、「銀河のしずく米」「雫石牛」「菜の雫」(菜種油)があります。
- ・観光では全国的に有名な小岩井農場と9つの温泉地など多くの観光資源に恵まれ、ペンション、民宿群、旅館等の宿泊施設等が立地する観光地を形成しております。3スキー場(雫石スキー場=雫石プリンスホテル併設、網張温泉スキー場=網張温泉休暇村・網張ビジターセンター併設、岩手高原スノーパーク)・2ゴルフ場(雫石ゴルフ場、八幡平カントリークラブ)の集客力は高い。キャンプ場は2箇所(網張温泉、道の駅雫石あねっこ)あります。令和4年には、「菊の司酒蔵」の醸造所が盛岡市から町に移転してきましたし、「いわて雫石アーチェリーセンター」(室内から射ることが可能な施設としては国内最大規模)が鶯宿温泉に完成し、鶯宿温泉に立地しているので、周辺宿泊施設の誘客の武器になっています。さらに、登山では十和田・八幡平国立公園にある「岩手山」「駒ヶ岳」「三ツ石山」などは多くの登山客で賑わっています。特に高山植物や紅葉の時期は混みあっています。川では雫石川、葛根田川やその支流があり、イワナ、やまめ、アユなどの釣りが楽しめます。
- ・隣接する県庁所在地盛岡市へ車や電車で約20分の距離に位置し、秋田県側は田沢湖まで車で約40分、角館まで約1時間です。都市と自然が近接している環境にあります。

- ・町内産の農畜産物を本町に訪れる観光客へ提供する新たな地産地消システムの確立や、本町に訪れる観光客にも対しイベント等を通じて商店街に誘導するなど、観光、農林業、商工業の産業間の連携による交流人口拡大を進めています。
- ・令和元年までは、花巻空港へ台湾、上海、タイの定期便就航により中国、タイからの来訪者数が伸長しました。コロナ禍を挟み令和5年は台湾からの定期便が復活就航し、仙台空港からは、特にゴルフ需要の高い韓国人の訪問者が増えています。
- ・雫石商工会は、月1回（5～11月の第1日曜日開催が基本）開催の「軽トラ市」や8月11日の「しずくいし よしゃれ祭り」の運営をしています。また、町農林課は「産業まつり」を10月土・日の2日間開催や「食の匠」（地産地消の郷土料理）の後継者育成や「亀甲織」（麻を雫石の草木の染料で染めて、亀の甲羅のように手作業で織ります）の伝統芸能者育成や体験会の開催もしています。

地域DMOを目指す目的

上記の観点からこれまで町、観光協会、事業者の連携の中で各種事業を行って参りました。併せて、複数年にわたり隣県の隣接している田沢湖町、角館と連携し冬季のプロモーション事業や連携キャンペーンを実施してきております。首都圏や海外からの訪問客の増加には、周辺地域との連携が必要です。広域連携強化へ向け、自然豊富な雫石が牽引できる立場になれるように登録DMOを目指します。まずは町内において業種、産業を越えて事業連携を強化していくことで誘客の基盤を構築します。その結果イノベーションをおこして町の賑わいの成果が見込めると判断し、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】

概況

平成8年の観光入り込み数257万人をピークに令和2年は171万人まで落ち込み観光客の減少に歯止めがかかっていない状況です。観光入込客数の減同様に宿泊者数が減少している事から消費額も同様です。宿泊施設数自体の総数は直近5年で大きく減少をしていない事からも理解できるように、施設自体の集客力の減少が大きな要因です。単純な集客力と言っても営業力やハードそのものの老朽化や、経営者、スタッフの高齢化など様々な要因があります。これら多くの要因が混在し今日の状況に至っております。また社会環境の変化というべきスキー人口の減少や、国内旅行の形態変化やそもそもの宿泊施設の形態に変化がないことも併せて認識しております。活発な設備投資そのものを行えない理由として後継者不在や、収入の課題もあります。翻って、登山客の増加やサイクリストの増加、インバウンドの時期的要素による増加など新しい萌芽もありますが、これまでの雫石町の入り込みを支えていた客層の減少には未だ歯止めがかかっておりません。このような厳しい状況で令和元年3月から令和4年9月頃までコロナ禍で最悪の事態となりました。宿泊施設は更に閉鎖せざるを得なくなり、令和5年3月時点の休業中は7施設、閉鎖は3軒あります。

令和4年

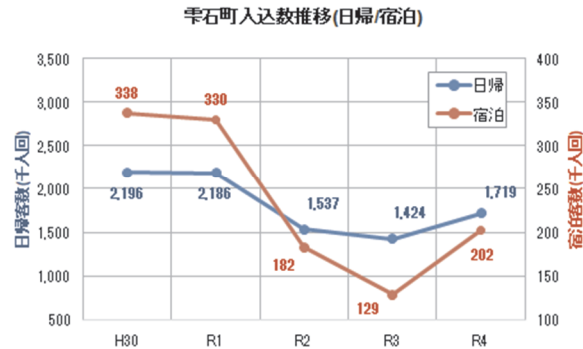
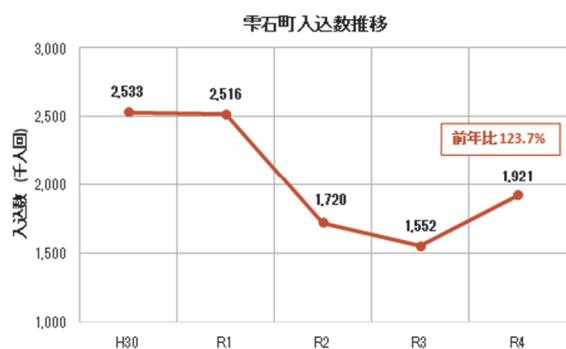
令和4年は「ウィズ コロナ」が謳われ、後半は行動制限も緩和されたことで、入込客数も増加に転じた。

本年の観光レクリエーション客の入込数は **1,920,901人回**で、昨年より368,461人回増の123.7%、コロナ前の令和元年との比較では595,431人回減の76.3%となった、年明けの第6波から11月以降の第8波まで感染の波があったものの、これまでのような行動制限がなかったことで人の動きも活発となり、県や町独自の旅行支援の効果もあって更なる減少は食い止められたが、コロナ前の8割に届いていない。

日帰客数は、**1,718,803人回**で、前年比294,924人回増(120.7%)/R1年比467,675人回減(78.6%)。

宿泊客数は、**202,098人回**で、前年比73,537人回増(157.2%)/R1年比127,756人回減(61.3%)。

	H30	R1	R2	R3	R4
日帰	2,195,523	2,186,478	1,537,223	1,423,879	1,718,803
宿泊	337,763	329,854	182,379	128,561	202,098
総入込数	2,533,286	2,516,332	1,719,602	1,552,440	1,920,901



消費額

雫石町の傾向として、宿泊客割合が温泉が多い割には少ない。盛岡や秋田県仙北市からの自家用車利用者が多く、日帰り温泉入浴専用施設は4箇所あるので、昼食やジェラードを食べて帰るパターンが多い。人気のある日本そばのお店は、15時ぐらいには閉店となるので、夕食需要の対応ができない。夕食は、焼肉屋も人気店が5箇所あるが、事前予約ができないのがネックである。

【入込人数】

単位：千人

	H30	R1	R2	R3	R4
国内	2,496	2,477	1,703	1,551	1,918
訪日	36	38	16.5	0.2	2.2
総入込数	2,532	2,515	1,719	1,551	1,920

【旅行消費額】

単位：百万

	H30	R1	R2	R3	R4
国内	4,258	4,142	2,621	1,857	3,375
訪日	358	382	132	2	21
総消費額	4,616	4,524	2,753	1,859	3,396

【一人当たり旅行消費額】

単位：円

	H30	R1	R2	R3	R4
国内	1,706	1,672	1,540	1,197	1,760
訪日	9,944	10,053	8,000	10,000	9,545
平均消費額	1,823	1,799	1,602	1,199	1,769

- ・国内消費は、コロナ禍が終息し、宿泊需要の獲得が消費額アップの鍵となる。課題の1つは2次交通問題がある。町がNPOに運営委託をして、地域循環バス(タクシー会社に運行を委託)を走ら

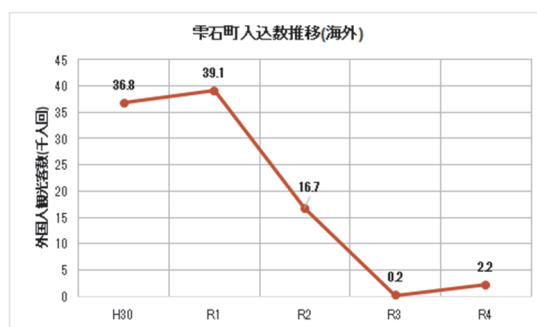
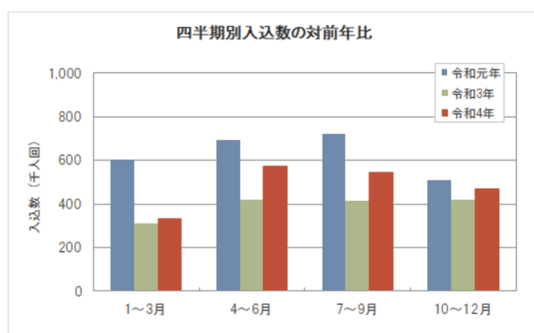
せている。観光客も乗車できるようにルール変更した。雫石駅から鶯宿温泉や岩手高原ペンション村の往復の路線で利用すると安くて（片道200円）、事前予約制なので観光客でも安心できる。

- ・訪日客は、ゴルフやスキーを長期で楽しむ需要が消費額を押し上げている。課題は夜のエンジョイができるコンテンツが無いことなので、食を町中で取るセット商品（タクシー+居酒屋・カラオケクーポン）等の販売が必須となる。また、盛岡市内のホテル宿泊者用が田舎をエンジョイしたい気になるような日帰りコンテンツを企画造成し、盛岡駅の観光カウンターやホテルにパンフレット展開をしていきたい。

発地捌

県外客の入込数には外国人旅行者の人数も含まれているため、外国人を分けて比較を行った。10月の入国制限緩和以降、外国人旅行客数は増加に転じたが依然低迷。国内では、行動制限の緩和や各種旅行支援等の効果もあり県内/県外客数共増加に転じたが、未だコロナ前の水準には戻っていない。

発地別では、県内客が149,678人回増の1,310,012人回で前年比112.9%、県外客は216,799人回増の608,684人回/155.3%だったが、コロナ前のR1年との比較では県内客が82.4%、県外客は68.6%と、特に県外客はコロナ前の約7割に留まっている。一方、外国人旅行者は10月の入国制限解除以降増加し始めたが、当町への来訪はまだ少なく前年比ではおよそ10倍の1,984人回増、2,205人回だったが、コロナ前との比較では36,886人回減の5.6%と、回復には遠い状況にある。



四半期別（令和3年は参考とし、令和4年と令和元年比を算出）

	1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	計
令和元年	602,574	689,232	719,570	504,956	2,516,332
令和3年	308,368	415,082	411,845	417,145	1,552,440
令和4年	334,418	573,419	544,122	468,942	1,920,901
前年比	108.4%	138.1%	132.1%	112.4%	123.7%
R1年比	55.5%	83.2%	75.6%	92.9%	76.3%

1~3月（単位：人回）

	1月	2月	3月	1~3月計
令和元年	186,423	269,703	146,448	602,574
令和3年	97,897	99,765	110,706	308,368
令和4年	123,631	106,949	103,838	334,418
前年比	126.3%	107.2%	93.8%	108.4%
前年差	25,734	7,184	-6,868	26,050
R1年比	66.3%	39.7%	70.9%	55.5%
R1年差	-62,792	-162,754	-42,610	-268,156

オミクロン株による感染の第6波に見舞われ、1月下旬には県独自の緊急事態宣言を発出、地区によっては日帰客を中心に入込が減少した。特に3月は重点措置や県独自の緊急事態宣言の影響か、入込の減少幅が大きくなり、全体でもマイナスの数字となった。

4～6月（単位：人回）

	4月	5月	6月	4～6月計
令和元年	193,714	306,429	189,089	689,232
令和3年	122,217	160,605	132,260	415,082
令和4年	164,595	239,237	169,587	573,419
前年比	134.7%	149.0%	128.2%	138.1%
前年差	42,378	78,632	37,327	158,337
R1年比	85.0%	78.1%	89.7%	83.2%
R1年差	-29,119	-67,192	-19,502	-115,813

第6波は落ち着きを見せ、5月末に県独自の緊急事態宣言も解除。『いわて旅応援プロジェクト』の対象拡大と期間延長もあり、入込は増加。人の動きも活発になってきて、多くの地区で県外客が前年同月の2～4倍に増加した。その一方で県内客は、前年同月並みか1.6倍程だった。

7～9月（単位：人回）

	7月	8月	9月	7～9月計
令和元年	205,444	295,298	218,828	719,570
令和3年	150,431	129,624	131,790	411,845
令和4年	164,746	194,349	185,027	544,122
前年比	109.5%	149.9%	140.4%	132.1%
前年差	14,315	64,725	53,237	132,277
R1年比	80.2%	65.8%	84.6%	75.6%
R1年差	-40,698	-100,949	-33,801	-175,448

7月に入ると新たな変異株による第7波が発生。変異株の感染力もあって、爆発的に感染が拡大したが重点措置や行動制限は求められず、感染を心配してか県内客は減少したが、県外客は引き続き増加。特に9月は、修学旅行での来訪も多くなった。

10～12月（単位：人回）

	10月	11月	12月	10～12月計
令和元年	219,787	160,192	124,977	504,956
令和3年	172,099	137,611	107,435	417,145
令和4年	227,897	132,513	108,532	468,942
前年比	132.4%	96.3%	101.0%	112.4%
前年差	55,798	-5,098	1,097	51,797
R1年比	103.7%	82.7%	86.8%	92.9%
R1年差	8,110	-27,679	-16,445	-36,014

10月に全国旅行支援が再開され、紅葉シーズンと相まって入込は増加、10月はコロナ前の数値も上回った。11月には再び感染者数が増加し始め、特に県内客が大きく減少。12月も県外客の増加が期待されたが思うほど伸びず、県内客の減少もあって前年同月並みとなった。

月別（令和3年は参考とし、令和4年と令和元年比を算出）

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
日帰	令和元年	160,124	246,090	126,649	169,130	276,159	165,189	179,142	253,199	189,803	186,858	131,043	103,092	2,186,478
	令和3年	91,596	94,395	103,083	116,211	150,755	124,708	135,199	118,348	124,019	154,853	118,300	92,412	1,423,879
	令和4年	109,064	98,458	93,861	153,043	222,232	150,219	147,151	169,506	164,369	203,091	114,292	93,517	1,718,803
	前年比	119.1%	104.3%	91.1%	131.7%	147.4%	120.5%	108.8%	143.2%	132.5%	131.2%	96.6%	101.2%	120.7%
	前年差	17,468	4,063	-9,222	36,832	71,477	25,511	11,952	51,158	40,350	48,238	-4,008	1,105	294,924
	R1年比	68.1%	40.0%	74.1%	90.5%	80.5%	90.9%	82.1%	66.9%	86.6%	108.7%	87.2%	90.7%	78.6%
	R1年差	-51,060	-147,632	-32,788	-16,087	-53,927	-14,970	-31,991	-83,693	-25,434	16,233	-16,751	-9,575	-467,675
宿泊	令和元年	26,299	23,613	19,799	24,584	30,270	23,900	26,302	42,099	29,025	32,929	29,149	21,885	329,854
	令和3年	6,301	5,370	7,623	6,006	9,850	7,552	15,232	11,276	7,771	17,246	19,311	15,023	128,561
	令和4年	14,567	8,491	9,977	11,552	17,005	19,368	17,595	24,843	20,658	24,806	18,221	15,015	202,098
	前年比	231.2%	158.1%	130.9%	192.3%	172.6%	256.5%	115.5%	220.3%	265.8%	143.8%	94.4%	99.9%	157.2%
	前年差	8,266	3,121	2,354	5,546	7,155	11,816	2,363	13,567	12,887	7,560	-1,090	-8	73,537
	R1年比	55.4%	36.0%	50.4%	47.0%	56.2%	81.0%	66.9%	59.0%	71.2%	75.3%	62.5%	68.6%	61.3%
	R1年差	-11,732	-15,122	-9,822	-13,032	-13,265	-4,532	-8,707	-17,256	-8,367	-8,123	-10,928	-6,870	-127,756

2月の回復が一番遅れている。これは、「みちのく五大雪まつり」がコロナ禍で解散が決定したため、令和4年度は雫石町単独開催を決定した。しかし、規模縮小と開催内容の検討に時間を要してしまった結果、宣伝告知開始時期が遅れ約1万人の集客（目標の1割）で終了した。令和5年度も単独開催を決定したので、実施期間の早期に決定し告知期間を十分に確保することが重要となる。また、町外からの参加者を増やすべく、開催地の「小岩井農場」だけでなく、町全体で盛り上げていきたい。当協会としては、「小岩井農場入場と日帰り温泉のセット商品」や「スキー場や温泉宿泊施設からの送迎プラン商品」等のコンテンツを提案して、町外からの誘客向上を図りたい。

地区別入込数（日帰／宿泊別）

令和4年度は、「いわて旅応援プロジェクト」や町の宿泊補助事業の効果もあってか、日帰／宿泊客数ともほとんどの地区で増加に転じたが、日帰客はコロナ前の73～90%と戻り切っていない。また宿泊客も昨年より増えたものの、同様にコロナ前の47～88%に留まっている。

小岩井地区は前年比117,051人回増の169.8%と増加したものの、コロナ前のR1年比で105,098人回少なく73.0%に留まっている。長山・網張地区も日帰／宿泊とも昨年より増加し、地区全体で46,067人回増の107.7%となったが、R1年比では211,939人回減の75.3%。

鶯宿地区は、日帰／宿泊とも増加に転じ38,910人回増の131.9%となったが、R1年比では88,015人回減/64.7%と苦戦している。宿泊施設の休業や閉鎖も影響している。

国見・橋場地区は宿泊が昨年並みだったものの、70,738人回増の117.8%(同106,801人回減/81.4%)。滝ノ上地区は、登山者の減少により前年比457人回減の9,895人回(95.6%)とわずかに減少したが、堅実に増加している。西根地区は51,578人回増の157.0%(同41,280人回減/77.5%)。その他地区はイベントの再開等により、44,240人回増の129.0%と昨年より増加したが、R1年比では41,936人回減の82.5%で回復には至っていない。

観光地別	年度	H30		R1		R2		R3		R4		
		人	前年比 %	人	前年比 %	人	前年比 %	人	前年比 %	人	前年比 %	R1年比 %
小岩井地区	日帰	387,887	66.1	389,090	100.3	162,832	41.8	167,329	102.8	284,153	169.8	73.0%
	宿泊	799	82.2	865	108.3	336	38.8	477	142.0	704	147.6	81.4%
	計	388,686	66.1	389,955	100.3	163,168	41.8	167,806	102.8	284,857	169.8	73.0%
長山・網張地区	日帰	770,965	114.2	788,350	102.3	653,672	82.9	561,305	85.9	591,862	105.4	75.1%
	宿泊	70,225	103.4	70,286	100.1	43,219	61.5	39,325	91.0	54,835	139.4	78.0%
	計	841,190	113.2	858,636	102.1	696,891	81.2	600,630	86.2	646,697	107.7	75.3%
鶯宿地区	日帰	112,990	99.1	110,910	98.2	91,643	82.6	83,492	91.1	96,219	115.2	86.8%
	宿泊	144,146	86.9	138,153	95.8	74,003	53.6	38,646	52.2	64,829	167.8	46.9%
	計	257,136	91.8	249,063	96.9	165,646	66.5	122,138	73.7	161,048	131.9	64.7%
国見・橋場地区	日帰	570,269	96.4	567,453	99.5	406,962	71.7	390,961	96.1	461,464	118.0	81.3%
	宿泊	6,559	124.1	6,855	104.5	4,409	64.3	5,808	131.7	6,043	104.0	88.2%
	計	576,828	96.7	574,308	99.6	411,371	71.6	396,769	96.5	467,507	117.8	81.4%
滝ノ上地区	日帰	5,938	99.0	7,370	124.1	9,159	124.3	10,209	111.5	9,676	94.8	131.3%
	宿泊	0	0.0	31	0.0	121	390.3	143	118.2	219	153.1	706.5%
	計	5,938	99.0	7,401	124.6	9,280	125.4	10,352	111.6	9,895	95.6	133.7%
玄武地区	日帰	8,821	96.8	9,187	104.1	6,940	75.5	9,101	131.1	8,224	90.4	89.5%
	宿泊	4,768	111.2	5,512	115.6	3,397	61.6	2,408	70.9	3,619	150.3	65.7%
	計	13,589	101.4	14,699	108.2	10,337	70.3	11,509	111.3	11,843	102.9	80.6%
西根地区	日帰	78,533	106.2	76,299	97.2	60,462	79.2	49,310	81.6	70,169	142.3	92.0%
	宿泊	109,857	121.0	106,999	97.4	56,049	52.4	41,130	73.4	71,849	174.7	67.1%
	計	188,390	114.4	183,298	97.3	116,511	63.6	90,440	77.6	142,018	157.0	77.5%
その他地区	日帰	260,120	94.7	237,819	91.4	145,553	61.2	152,172	104.5	197,036	129.5	82.9%
	宿泊	1,409	94.9	1,153	81.8	845	73.3	624	73.8	0	0.0	0.0%
	計	261,529	94.7	238,972	91.4	146,398	61.3	152,796	104.4	197,036	129.0	82.5%
合計	日帰	2,195,523	94.2	2,186,478	99.6	1,537,223	70.3	1,423,879	92.6	1,718,803	120.7	78.6%
	宿泊	337,763	100.3	329,854	97.7	182,379	55.3	128,561	70.5	202,098	157.2	61.3%
	計	2,533,286	94.9	2,516,332	99.3	1,719,602	68.3	1,552,440	90.3	1,920,901	123.7	76.3%

発地別 / 地区別

観光地別	年度	R1	R2	R3	R4		
						前年比	R1年比
小岩井地区	県内	150,516	71,365	147,235	157,319	106.8%	104.5%
	県外	229,671	89,066	20,558	127,224	618.9%	55.4%
	海外	9,768	2,737	13	314	2415.4%	3.2%
	計	389,955	163,168	167,806	284,857	169.8%	73.0%
長山・網張地区	県内	584,626	486,534	423,563	449,430	106.1%	76.9%
	県外	272,192	209,251	176,944	197,008	111.3%	72.4%
	海外	1,818	1,106	123	259	210.6%	14.2%
	計	858,636	696,891	600,630	646,697	107.7%	75.3%
鶯宿地区	県内	150,323	123,232	100,543	116,562	115.9%	77.5%
	県外	90,195	40,848	21,589	43,518	201.6%	48.2%
	海外	8,545	1,566	6	968	16133.3%	11.3%
	計	249,063	165,646	122,138	161,048	131.9%	64.7%
国見・橋場地区	県内	401,866	288,565	277,810	324,671	116.9%	80.8%
	県外	172,440	122,806	118,957	142,836	120.1%	82.8%
	海外	2	0	2	0	-	0.0%
	計	574,308	411,371	396,769	467,507	117.8%	81.4%
滝ノ上地区	県内	5,656	7,437	7,820	7,979	102.0%	141.1%
	県外	1,745	1,843	2,532	1,914	75.6%	109.7%
	海外	0	0	0	2	-	-
	計	7,401	9,280	10,352	9,895	95.6%	133.7%
玄武地区	県内	9,607	8,045	8,730	8,514	97.5%	88.6%
	県外	5,037	2,280	2,779	3,329	119.8%	66.1%
	海外	55	12	0	0	-	0.0%
	計	14,699	10,337	11,509	11,843	102.9%	80.6%
西根地区	県内	80,691	60,298	56,895	71,965	126.5%	89.2%
	県外	83,932	44,998	33,488	69,465	207.4%	82.8%
	海外	18,675	11,215	57	588	1031.6%	3.1%
	計	183,298	116,511	90,440	142,018	157.0%	77.5%
その他地区	県内	206,105	127,480	137,738	173,572	126.0%	84.2%
	県外	32,639	18,855	15,038	23,390	155.5%	71.7%
	海外	228	63	20	74	370.0%	32.5%
	計	238,972	146,398	152,796	197,036	129.0%	82.5%
合計	県内	1,589,390	1,172,956	1,160,334	1,310,012	112.9%	82.4%
	県外	887,851	529,947	391,885	608,684	155.3%	68.6%
	海外	39,091	16,699	221	2,205	997.7%	5.6%
	計	2,516,332	1,719,602	1,552,440	1,920,901	123.7%	76.3%

【小岩井地区】

昨年県外客がコロナ前の1/10にまで減少したが、本年は前年比106,651人回増の618.8%と大幅に増加。しかしこれでもコロナ前の半分ほどである。一方県内客は、前年比10,074人回増の106.8%、R1年比でも104.5%と昨年ほどの伸びではなかったがコロナ前の水準には回復してきている。

【鶯宿地区】

県内/県外とも昨年より増加したが、特に県外客は依然コロナ前の半分ほどに留まっている。県内客は前年比16,019人回増の115.9%(R1年比33,761人回減/77.5%)だったが、県外客は21,926人回増の201.6%と2倍となったものの、R1年の48.2%で回復が鈍い状況が続いている。

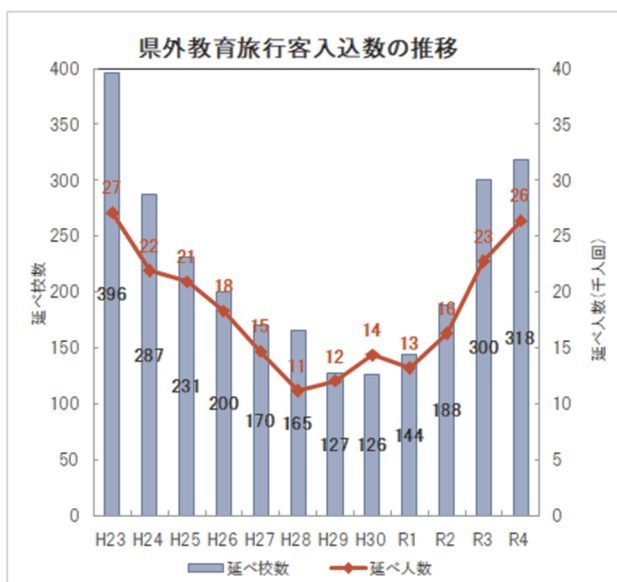
県外教育（修学）旅行客の入込状況

令和4年度は、宿泊を伴う農業体験等での教育旅行の受入を再開。農家での民泊はできなかったものの、宿泊のみ民宿等宿泊施設を利用するなどして、郷土料理作りや工芸体験も含めた計8校の受入れを、雫石町グリーン・ツーリズム推進協議会を通して行った。協議会を通さずに直接宿泊施設（雫石プリンスホテル、網張温泉休暇村等）に旅行会社より予約が入るケースが圧倒的に多い。

感染状況を探りながらではあるものの、関東や近畿地方からの来訪が戻ってきた半面、近県からの来訪が減少した。のべ318校、のべ人数が26,386人回で、昨年と比較して学校数は18校(前年比106.0%)、人数は3,610人回(同115.9%)増加。コロナ前と比較すると学校数は174校増の220.8%、人数は13,166人回増の199.6%とおおよそ2倍に増加した。1校あたりの平均人数も83.0人/校と昨年より増え、小グループでの来訪から学年、学校単位の来訪に戻りつつあると思われる。

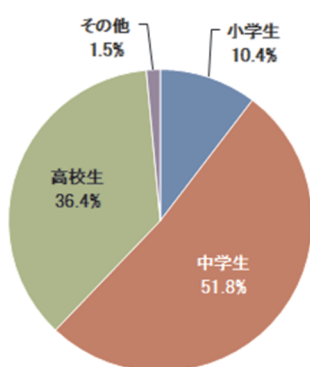
学校種別では中学生が変わらず半数を占めた。高校生が36.4%と昨年より増えたが、これは高校生のおよそ40%を占める関東圏からの来訪が回復してきたことが要因となっている。一方で、小学生は10.4%とわずかに減少した。

また発地別では、東北各県からの入込が最も多いことに変わりはないが、その割合は昨年の80.5%から60.2%に減少。学校数は昨年より17校、のべ人数では2,448人回の減少となった。一方関東など遠方からの来訪は増加。関東は昨年の25校/2,181人回から42校/6,278人回に、近畿は8校/686人回から22校/1,975人回と、人数では昨年のおよそ3倍となり、いずれもコロナ前と比較しても増えている。

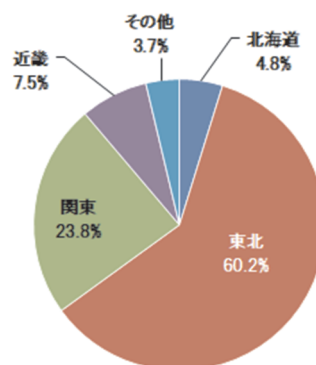


発地別	校数	のべ人数
北海道	11	1,258
東北	233	15,895
関東	42	6,278
中部	7	602
近畿	22	1,975
中国	2	93
四国	1	285
九州	0	0
沖縄	0	0
その他	0	0
計	318	26,386

県外教育旅行客の入込割合



県外教育旅行客の地方別入込割合

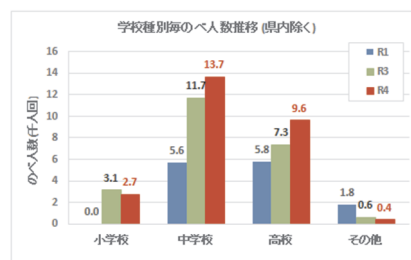


【学校種別】

中学生は順調に増加しており、184校/13,664人回と人数では前年の116.9%、コロナ前の242.1%となった。また高校生は、学校数は減少したものの、人数は前年の130.7%となる9,593人回に増加。昨年はコース別に少人数での来訪が目立ったが、本年は学校単位での来訪が戻ってきた影響と考えられ、高校生の約40%を占める関東からの1校あたりの平均人数は193人と最も多くなった。

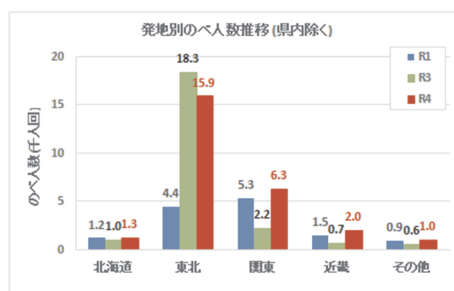
一方、昨年伸びが大きかった小学生は、前年比87.0%となる2,737人回に減少。半数を占めていた青森県からの来訪がおよそ1/5に減少したことから、1校あたりの人数が減少したことが影響したとみられる。

学校種別	校数	のべ人数
小学校	59	2,737
中学校	184	13,664
高校	65	9,593
その他	10	392
計	318	26,386



【発地別】

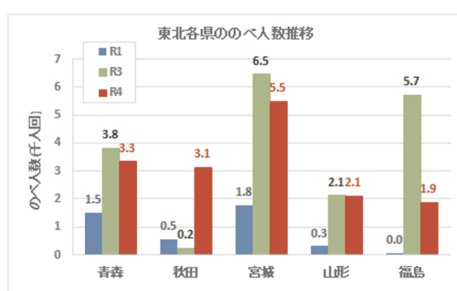
増加を続けていた東北各県からの来訪が減少に転じ、コロナ前の約3.6倍と大きく伸びてはいるものの、前年比17校/2,448人回減の86.7%となった。一方減少が続いていた関東は増加に転じ、昨年の287.8%、コロナ前との比較でも118.6%とわずかに上回る数字となった。近畿からの来訪も22校/1,975人となり、前年比287.9%、コロナ前比133.6%となった。北海道やその他の地域からも、コロナ禍で落ち込んだ数値から戻りつつある。



【東北各県からの入込状況】

昨年と比較して増加となったのは秋田県のみで、37校/3,118人回と前年比1267.5%となった。小中高すべてで増加したが、特に中学生は前年比1010.9%の2,032人と大きく伸びた。山形県は、学校数は増えたものの人数は横這い。減少が著しかったのは福島県で、学校数・人数とも前年の約3割に減少。中学・高校の減少が大きく、それぞれ前年比27.3%、34.1%となった。

青森県、宮城県は、コロナ前より入込は多いものの前年の85%程度に減少した。青森県では高校生は前年比594.5%に増加したが、小学生が同22.3%に減少。宮城県は小中学生が微増したが、高校生が昨年の35.6%に減少したことが響いた。



【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】

新型コロナウイルスの感染は続いていたものの、人の動きが活発化各種旅行支援や行祭事の再開等により「行祭事」を中心に入込数は増加した。一方で、屋内が中心となる「都市型観光」と「展示見学施設」では、他に比べ微増に留まった。また、「スキー」はコロナ前の9割ほどに回復したが、他の資源は依然7～8割ほどとなっている。

観光資源別入込数（人回）

	自然系観光資源		人文系観光資源	展示見学 教育施設	野外活動施設		観光資源		合計
	温泉以外	温泉	行祭事		スキー以外	スキー	都市型	その他	
令和元年	16,435	698,683	168,215	32,161	647,219	156,253	365,874	431,492	2,516,332
令和3年	9,400	393,254	24,919	20,139	390,681	117,061	315,696	281,290	1,552,440
令和4年	12,016	497,229	54,100	21,546	523,275	143,304	320,998	348,433	1,920,901
前年差	2,616	103,975	29,181	1,407	132,594	26,243	5,302	67,143	368,461
対前年比	127.8%	126.4%	217.1%	107.0%	133.9%	122.4%	101.7%	123.9%	123.7%
R1年差	-4,419	-201,454	-114,115	-10,615	-123,944	-12,949	-44,876	-83,059	-595,431
対R1年比	73.1%	71.2%	32.2%	67.0%	80.8%	91.7%	87.7%	80.8%	76.3%
構成比(R4)	0.6%	25.9%	2.8%	1.1%	27.2%	7.5%	16.7%	18.1%	100.0%

自然系観光資源（温泉以外）は、温泉以外の宿泊施設です。

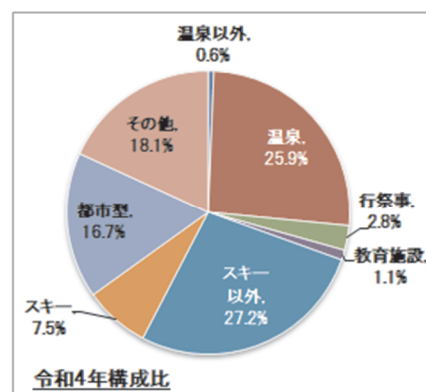
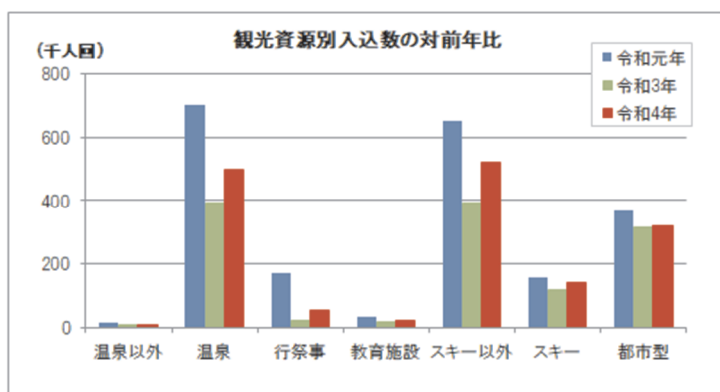
人文系観光資源は、祭（元祖しずくいし軽トラ市、しずくいしよしゃれ祭、南部よしゃれ全国大会、しずくいし産業まつり）です。

展示見学教育施設は、網張ビジターセンター、しずく×CAN（NPA法人運営の物産・交流センター）、雫石町歴史民俗資料館です。

野外活動施設（スキー以外）には、小岩井農場、ゴルフ、屋内温水プール、登山、キャンプ場、御所湖周辺の乗り物広場やファミリーランドなどです。

都市型は、屋内の施設になり、農家レストランら、松ぼっくり（ジェラード）が主な施設です。

その他は、道の駅雫石あねっこの物産販売やレストラン利用数（日帰り温泉、キャンプ場以外）です。



自然系観光資源（温泉以外）

全体では昨年の127.8%となったが、コロナ前との比較では73.1%で、コロナ前の7割ほどに留まる。地区別では、長山・網張地区で前年比1,621人回増の423.6%（R1年比461人回減/82.2%）、西根地区が301人回増の116.3%（同2,002人回減/51.8%）で、これらの地区では教育旅行や合宿が再開したことで、民宿への入込が増えたことが要因と見られる。小岩井地区では前年比227人回増の147.6%（同161人回減/81.4%）、玄武地区は467人回増の107.1%（同1,786人回減/79.8%）だった。

【対策】民宿やペンションが対象となる。農家体験の教育旅行（ほぼ仙台の中学生）や登山者が主な顧客である。教育旅行は、雫石グリーン・ツーリズム推進協議会が販売促進をしている。当協会は、誘致資料の作成や旅行会社や学校への営業活動のアドバイスをしている。登山は、当協会のメインのコンテンツであり、日本登山協会ガイドを新規で2名育成し、現在4名が活動可能となっているので、首都圏の旅行会社に登山ガイドの手配の宣伝を行う。さらに設定登山ツアーの催行率を高めるべく会員施設（特に宿泊施設）や盛岡駅観光案内所にツアーパンフレットを設置して、リピート時の参加を促したい。

自然系観光資源（温泉）

温泉利用は、全体では前年比 126.4%、R1 年比 71.2%と回復基調にあるものの、コロナ前の水準には達していない。地区別では、長山地区は前年比 35,624 人回増の 123.0%だったが、コロナ前の R1 年比では 60,563 人回減の 75.9%。鶯宿地区は 32,369 人回増の 136.1%(R1 年比 85,990 人回減/58.7%)、国見地区は 5,640 人回増の 105.6%(同 20,677 人回減/83.7%)、西根地区も 30,443 人回増の 177.4%(同 33,142 人回減/67.8%)だった。このほか、玄武地区は 133 人回減の 97.3%(同 1,070 人回減/81.8%)、滝ノ上地区は休業中だった滝峡荘が 8 月に再開し、865 人回増の前年比 126.9%(同 1,711 人回増/172.1%)と、絶対数は少ないものの堅実な増加を見せている。一方でその他地区では、唯一の温泉施設がコロナ禍で休業を続けているため、入込はゼロとなった。旅行支援の全国拡大や行動制限の解除により夏場以降入込は目に見えて増加したが、県内客は伸び悩んだ。

【対策】全国支援割りが終了していくので、安さを目当てにする顧客から高くなってもらえずなブルと感じてもらえるようなプランを 1 人宿泊に慣れた顧客向けに設定し、宣伝物はリモートワークやワーケーション希望者をターゲットに WiFi 環境を明示した「鶯宿温泉合同パンフレット」の作成を行う。また、鶯宿温泉の宿泊施設ごとに当協会が顧客目線で改善すればいいところを指摘し、満足度アップやリピート客の増加を推進する。さらに鶯宿温泉開発の月 1 回開催の会議に出席し、鶯宿温泉地域が一体となって誘客するための意見交換会を実施していく。

行祭事

行動制限の緩和により、本年は規模を縮小しながらも再開する行祭事が増え、行祭事全体では前年比 29,181 人回増の 217.1%と倍増したが、コロナ前との比較では 114,115 人回減の 32.2%。昨年に続き「いわて雪まつり」が中止となったことが影響しており、この部分を加味すれば、9 割ほどに回復している。他の行祭事では、軽トラ市は天気にも恵まれ、11 月には過去最高の 8,300 人が来場するなどして、前年比 12,400 人回増の 36,600 人回(151.2%)を記録。コロナ前と比較しても 4,900 人回増の 115.5%となった。一方、3 年ぶりの開催となった雫石よしゃれ祭と産業まつりは、共にコロナ前より来訪者数を減らした。

主な行祭事の入込数と対前年比(人回)

行祭事	R1	R3	R4	前年差引	前年比	R1差引	R1年比
いわて雪まつり	109,580	0	0	0	-	-109,580	0.0%
軽トラ市	31,700	24,200	36,600	12,400	151.2%	4,900	115.5%
雫石よしゃれ祭	7,300	0	5,000	5,000	-	-2,300	68.5%
南部よしゃれ全国大会	500	0	500	500	-	0	100.0%
しずくいし産業まつり	17,000	0	12,000	12,000	-	-5,000	70.6%

【対策】イベント開催チラシを盛岡市内に設置する基本行動から改善させる。盛岡駅観光力カウンターにおける雫石町に関する問い合わせは、1 割ほどあることから宣伝物の露出度を高める。同時に近郊住民には、イベント内容はコロナ禍前に戻っているので、駐車場の心配のいらぬことも訪問しやすいことから徐々に実績は回復してくると思われる。

「よしゃれ祭」の「あねっこ衣装」は、女性が農作業をする時の衣装。外国人には着物が人気なので、旅行中や普段着でも着られることから人気が出ると思う。町内の関係者と組んで販売できないか検討していきたい。

町が一番心配しているのが「いわて雪まつり」がなくなり、雫石独自で「冬フェス」を小岩井農場で令和 4 年度開催し、約 1 万人の集客であった(上記には未掲載)。令和 5 年度(令和 6 年 2 月)も開催は決定している。スキーで宿泊している宿泊施設からの 2 次交通を整備して、誘客を図りたい。平行して盛岡市内でのチラシ設置も強化する。

展示見学教育施設

長山地区は前年比 552 人回増の 14,586 人回(103.9%)とほぼ前年並みだったが、R1 年比では 5,936 人回減の 71.1%。その他地区も前年比では 855 人回増の 6,960 人回(114.0%)だったが、R1 年比 4,679 人回減(59.8%)でいずれもコロナ前の 6~7 割程度に留まっている。

【対策】「網張ビジターセンター」の体験会とは別に当協会が販売できるコト商品の開発をする。

野外活動施設（スキー以外）

本年登山者に関しては、シーズン中雨天が多かったこともあり、いずれの山でも昨年を下回った。一方で好天の週末に登山者が集中し、国見温泉登山口では路上駐車により大型バスが通行できなくなるなど、新たな問題も発生した。地区別の状況は、小岩井地区が前年比 116,824 人回増の 169.8%となったが、R1 年比では 104,937 人回減の 73.0%に留まった。長山地区は 10,113 人回減の 77.1%(R1 年比 16,636 人回減/67.2%)。鶯宿地区は 6,541 人回増の 120.1%(同 2,025 人回減/95.1%)、国見地区も登山客減の影響を受け前年比 2,045 人回減の 86.3%(同 3,065 人回減/80.8%)となった。さらに、西根地区では 4,869 人回増の 125.2%(同 2,840 人回増/113.3%)、滝ノ上地区では前年比 1,322 人回減の 81.5%(同 783 人回増/115.6%)だった。その他地区は、天候により屋外施設の利用減があったものの、前年比 17,840 人回増(116.9%)の 123,128 人回(同 904 人回減/99.3%)で、コロナ前のほぼ同レベルに回復した。

- 【対策】・小岩井農場 訪日旅行者をターゲットに、団体は通訳がつくので、農場のガイドがバスに乗り込む 60 分の「バスツアー・モデルルート」や日本時にも人気のある林業の生産現場を選任ガイドが 60 分で案内する「ファムトラクターライド」を旅行会社にアピールしていく。また、「冬フェス」の中身をアドバイスし、販売促進に協力していきたい。小岩井農場にて開催するが、町全体で後押しをして成功させたい。
- ・ゴルフ 韓国のファムツアーを岩手県の事業で 6 月に町で受け入れた。韓国人のゴルフ人口は日本を超えており、日本のゴルフ場の質は韓国と比較して安くて条件が整っているため、旅費を出してでも日本でプレーしたいそうです。5 つの旅行会社全てが雫石町滞在のゴルフ商品を作成してもらえるように当協会もお願いしていきます。
- ・キャンプ等 雫石町にはアウトドアコンテンツは存在するが、各事業者はバラバラに運営している。当協会は、魅力発信を促進すべく、それらのコンテンツを組み合わせる着地型商品として販売していく。例えば「川で釣り＋キャンプ場で釣った魚で BBQ」「釣った魚を民宿に持ち込んで夕食をとり宿泊」「道の駅の川に魚を放流して釣り＋キャンプ場で食事、日帰り温泉」等々、アイデアを具体的に 1 つ 1 商品化し、HP 上で宣伝（英語版含む）
町内や盛岡にてチラシを設置してもらい、国内・訪日旅行の両方をターゲットに設定する。
- ・登山 コロナ禍でも屋外活動であることから人気があった。リピーターを囲い込むべく、継続して登山ガイドが案内する登山ツアー設定は継続させる。登山の前日に登山ガイドと一緒に宿泊施設に泊まるツアーも検討する。
また、令和 4 年度に当協会が育成した日本登山ガイド協会認定ガイド 2 名（稼働可能ガイドは T T L 4 名）を旅行会社にアピールし、登山ツアー商品の造成を依頼する。

野外活動施設（スキー）

本年は 1 月以降順調に積雪量も増えて 3 月、12 月にも十分な積雪があったことで、ほぼ予定通りの営業となった。誘客促進策として本年も実施した 3 スキー場共通シーズン券・リフト券の効果もあり、いずれの地区も昨年より増加、長山地区は 10,276 人回増の 111.8%(R1 年比 3,973 人回減/96.1%)とコロナ前に近いレベルまで回復、西根地区も 15,965 人回増の 153.4%(同 8,976 人回減/83.6%)となったが、全体では R1 年比 12,949 人回減の 91.7%と、やや雪不足だった R1 年の水準にまで回復していない。

【対策】特にオーストラリア人に人気がある。北海道と同質のパウダースノーで、混雑していないのが理由。外国人は長期滞在となるが、ホテルでは夜のエンジョイができないので、町中に

て居酒屋で飲みたいという希望者が多い。そこで当協会が発起人となり、移動と夕食・ドリンクセットプランの商品造成を当協会会員のタクシーやバス会社、商工会と検討を進めたいと考えている。

また、3つのスキー場は、距離が近いので相互協力をすべく「雫石スキーリゾート連絡協議会」を設立しており、観光宣伝販売活動の共同化や冬季期間の町経済活性化に取り組んでいる。県内、国内、インバウンドの順位で誘客を図る計画となっている。当協会から理事1名、事務局員1名がメンバーである。

都市型観光資源

長山地区では3月、12月に入込の減少が見られたものの、前年比8,105人回増の102.7%とほぼ昨年並み。R1年比では14,790人回減の95.4%だった。その他地区では工事等による休業の影響もあり、前年比2,803人回減の82.1%(R1年比30,086人回減/29.9%)と減少が止まらない。全体では5,302人回増の101.7%(同44,876人回減/87.7%)だった。

【対策】具体的な施設は、「松ぼっくり」(ジェラード販売)と「農家レストランらら」(地場野菜中心の和食レストランと花を1年中育てて販売もしている)である。どちらも盛岡や秋田から自家用車で訪れている。インバウンドの団体バスや個人のレンタサイクル利用者向けの立ち寄り施設として宣伝していく。既に人気があ老若男女に人気で訪問者が多いので、当協会の体験企画商品のチラシは、きちんと設置していただけるよう依頼する。なお、「農家レストランらら」は、Instagramの分析結果からフォロワー数を増やすべく情報アップ時間を夕方にしたことで、フォロワー数が増えている。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- 雫石町内宿泊施設数：58軒 (令和4年 休館7軒、廃止3軒を除くと) 48軒
 宿泊施設収容力：4,207人 (" ") 4,127人
- ・小岩井地区 3軒
 - ・長山、網張地区 13軒
 - ・鶯宿地区 16軒
 - ・国見地区 2軒
 - ・滝ノ上地区 1軒
 - ・玄武地区 4軒
 - ・西根地区 9軒

【利便性：区域までの交通、域内交通】

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
	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▶雫石駅.....	約2時間10分
	東北自動車道.....青森I.C▶盛岡I.C▶国道46号▶雫石.....	約2時間25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▶雫石駅.....	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
函館から	北海道新幹線(はやぶさ).....函館駅▶新函館北斗駅▶盛岡駅▶田沢湖線乗換▶雫石駅.....	約3時間30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2時間40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15分

国道46号は東北自動車道盛岡インターと接続していることから自動車利用の利便性が高く、東京から新幹線直通で来訪できるという点から比較的アクセスは良好です。年間を通して「岩手県」からの来町が令和3年度までは35～48%あり、東北各県と合わせると7割であり近隣からの来町が多くを占めております。コロナ禍による行動変容、交通の利便性を踏まえた上で今後更なるマイクロツーリズムに力を入れた呼び込みが重要です。その一方で、広い町内面積と宿泊施設の点在、観光施設の点在をつなぐ二次交通に課題を抱えております。

令和4年度

雫石町における観光レクリエーション客の主な利用交通機関に変動はなく、「自家用車」の利用が最も多く、1,596,523人回で構成比は83.1%と全体の8割を占めた。また、「定期路線交通機関」の利用も全体の2.4%、46,000人回ほどの利用があるが、これは本年9月末で岩手県交通の「鶯宿温泉」線が廃止となり、バス利用はほぼないと思われることから、新幹線等の鉄道、航空機利用とみられる。

利用交通機関の状況と前年比（人回）

	定路線 交通機関	貸切バス	自家用車	その他	合計
令和1年	83,221	314,065	1,990,345	128,199	2,515,830
構成比(R1)	3.3%	12.5%	79.1%	5.1%	
令和3年	29,957	147,569	1,309,785	65,129	1,552,440
構成比(R3)	1.9%	9.5%	84.4%	4.2%	
令和4年	45,892	185,401	1,596,523	93,085	1,920,901
構成比(R4)	2.4%	9.7%	83.1%	4.8%	
前年比	153.2%	125.6%	121.9%	142.9%	
R1年比	55.1%	59.0%	80.2%	72.6%	

令和5年対策

観光庁が推進する地方への誘客強化は、従来の人気観光地への集中によるオーバーツーリズムの解消と地方での消費額の向上が目的となっております。雫石にはチャンスであり、2次交通対策をコンテンツ開発、宿泊施設密集地域では共同バス走行等々、検討してまいります。

【外国人観光客への対応】

令和3年度は、新型コロナウイルスの影響を最も受けました。渡航規制の緩和の検討が開始された時期からは、感染症発生前に重点的誘客事業を展開していた台湾・タイをはじめとしたアジア諸国の近距離圏や、オーストラリア・ニュージーランドなどからの国際観光の再開を目指しており、インバウンドが戻ってくる時期に備え「Wi-Fi設備」「キャッシュ機器の完備」「レンタサイクルの強化」「二次交通対策」「各所多言語化対応」等の受入体制を整備する必要があります。

令和4年度

各国の旅行者に対する制限緩和の流れを受け、日本でも6月に添乗員付きツアー限定で観光客の受入を再開しております。10月11日からは、入国者数の上限を撤廃し、個人旅行の受入も再開されました。昨年は日本全体として外国人観光客は66,387人回にまで落ち込んでおりますが、制限緩和により急速に回復傾向にございます。

本年の日本全体の外国人観光客数はJNTOの暫定値で2,487,835人回、昨年のおよそ3.6倍となったが、約2,800万人が訪れたR1年と比べると、まだ1割ほどとなっております。

町内への外国人観光客も10月以降徐々に増え始め、昨年のおよそ10倍となる2,205人回となりましたが、コロナ前の5.6%とまだ1割にも達していない状況でございます。

本格的な回復のための要素の一つとして待たれるのが、地方空港への国際線再開であり、以下が決定しております。

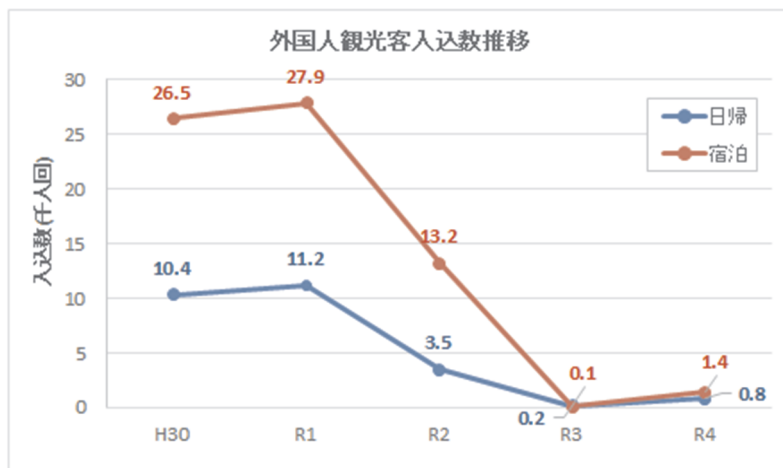
- ・仙台 台湾のエバー航空便 令和5年 1月18日再開
- ・花巻 台湾便のタイガーエアー 令和5年 5月10日再開
- ・仙台 ソウル便のアシアナ航空 令和5年 4月28日再開
- ・仙台 北京（大連経由）の中国国際航空 令和5年 7月25日再開
- ・仙台 バンコク便のタイ国際航空 令和5年10月30日再開

日帰り/宿泊の別では、日帰り客数は774人回で前年比621人回増の486.3%(R1年比10,416人回減/6.9%)、宿泊客数は1,431人回で前年比1,363人回増の2104.4%(同26,470人回減/5.1%)だった。コロナ前に増加し始めていたスキー/スノーボード目的と見られる来訪は265人回で、回復には遠い状況にある。しかしながら、新たにグリーン・ツーリズム推進協議会が農作業体験と収穫した野菜で食作りと昼食をセットにした食体験を受け入れた。デンマーク・香港から11月に合計3グループ/47名を受入れ、さらに3月以降にデンマーク、スウェーデンから同じツアー内容で、計2グループ/43名を受入れた。既に令和5年にも北欧各国から同様の体験希望で予約が入っており、近隣地域との差別化ができるユニークなコンテンツとして今後期待が大きい。

国・地域別の解析を行うにはまだ十分な入込ではないが、アジアからが全体のほぼ75%を占めた他、ヨーロッパからが5%となった。主要国・地域毎の入込状況は以下の通り。出入国時の措置が早めに緩和された香港からの来訪が目立った。

外国人観光客の入込状況（人回）

地域 国籍等	人数			H30			R1			R2			R3 (2021)			R4 (2022)		
	日帰	宿泊	計	日帰	宿泊	計	日帰	宿泊	計	日帰	宿泊	計	日帰	宿泊	計			
アジア	中国	193	485	678	1,938	712	2,650	32	248	280	1	0	1	23	16	39		
	台湾	7,332	20,215	27,547	6,510	21,397	27,907	2,083	8,150	10,233	4	1	5	39	676	715		
	香港	926	2,161	3,087	83	2,141	2,224	39	1,736	1,775	4	0	4	233	414	647		
	韓国	152	719	871	258	350	608	12	60	72	0	0	0	1	4	5		
	タイ	108	610	718	156	884	1,040	117	343	460	0	0	0	0	158	158		
	シンガポール	22	132	154	64	188	252	2	33	35	0	0	0	0	51	51		
	その他	282	377	659	261	328	589	163	52	215	15	2	17	65	6	71		
オセアニア	オーストラリア	279	677	956	22	1,049	1,071	17	1,837	1,854	0	0	0	18	9	27		
	その他	1	56	57	6	93	99	6	351	357	5	3	8	0	0	0		
北 米	アメリカ	15	263	278	185	250	435	170	162	332	17	54	71	13	34	47		
	カナダ	1	48	49	1	40	41	2	16	18	0	0	0	0	0	0		
ヨーロッパ	イギリス	2	30	32	14	31	45	5	18	23	0	0	0	34	3	37		
	フランス	4	50	54	4	66	70	1	3	4	0	2	2	1	1			
	ドイツ	43	280	323	19	166	185	3	38	41	0	0	0	5	10	15		
	スイス	2	18	20	0	19	19	3	4	7	0	0	0	0	0	0		
	スウェーデン	30	3	33	6	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
その他	21	139	160	57	84	141	96	149	245	0	5	5	54	1	55			
中南米	1	49	50	38	40	78	8	0	8	0	0	0	0	0	0			
アフリカ	12	2	14	2	0	2	0	0	0	2	0	2	5	0	5			
不明	928	147	1,075	1,566	63	1,629	740	0	740	105	1	106	283	49	332			
合 計	10,354	26,461	36,815	11,190	27,901	39,091	3,499	13,200	16,699	153	68	221	774	1,431	2,205			



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

人口減少が続き、域内での消費活動は年々弱ってきており観光業による交流人口の増加での消費活性がなければ地域経済としては相当厳しい方向に進んでいることは紛れもない事実です。これまでの観光行政は予算の仕組み上機動的な支出が出来ないことも認識しています。一方でコロナ禍によって国のコロナ禍対策助成金の投下により、宿泊施設、飲食店への直接支援が増えたことで、町内における観光誘致の一体化の醸成は進んだと思われます。コロナ禍は2類から5類に格下げされました。全国支援割などの助成金はなくなりますから、安いからしょうがないは許されなくなります。

原点にかえて「おもてなし」の中身を各事業者、観光協会、行政と一緒に構築する必要があります。人が生きる上で観光（日常回避、心身ともにリフレッシュ、人との交流等）は必要不可欠です。「いい思い出になった」「いい人と知り合えた」「今まで苦労してきた良かった」「これからはがんばるぞ!」、これらを知らない土地やリピート訪問した土地で感じることで、これが観光の素晴らしさだと思います。当協会の使命は、雫石町内で感動をたくさんの人に体験してもらうことです。そのためには、町内の事業者を繋げて、町内外の人の交流を手助けする人が必要です。その役目を先頭に立って進めていきます。

雫石町の課題の1点目です。

雫石町の人口は、約15,500人、面積は東京23区と同じぐらい、小岩井農場は羽田空港3つ分の広さがあることから移動手段が問題です。車がないと不便です。遠方から来た場合、レンタカーを借りるしかありません。当協会でも手配はしていますが、盛岡から配車してもらう必要があります。事前予約が必要になりますし、それなら盛岡で借りてしまえばことたります。

実際の訪問者は、盛岡市（車で20～30分を中心とした岩手県内が一番多く、次に秋田仙北市（車で1時間）から山を越えて盛岡に買い物に行く途中で道の駅や食事、温泉に立ち寄るパターンが多いです。実際、町内の焼肉店は人気店が多く、町外からの訪問者で昼と夜は行列ができます。宿泊は家が近いので、泊まらなくてもいい方がほとんどです。

訪日外国人の消費額向上観点（観光立国推進基本計画令和5年3月閣議決定で2025年までにコロナ禍前に引き上げ、消費額5兆円を目指す）からも冬季期間のスキー需要を長期滞在で取り込む必要がある。そのためには、夜を楽しめるように町中に移動し居酒屋で騒げるように2次交通対策を講じる必要があります。また、NYTで2番目に訪問すべき町に選ばれたので、盛岡まで来た外国人をいかに雫石に誘引するか重要となります。盛岡市や地元関係者を巻き込んだ受入れ体制の充実は、喫緊の課題です。

雫石町の課題2点目です。

もう1つの特徴は、各観光事業者の連携が少ないことがあげられます。現在、町内にある3つのスキー場が連携し、各スキー場間の移動距離も短いことから相互のスキー客の集客について検討をおこなっております。

雫石町は、自然や施設には恵まれており、宿泊施設、日帰り温泉、キャンプ場、公園、スポーツ運動場、温水プール、川、登山など様々なお客様からの需要に対応可能なコンテンツが揃っております。滞在可能なコンテンツはございますが、町の広い範囲にこれらのコンテンツが存在しているためプロモーションの展開は個々で行っているのが現状となっております。町内や近隣住民は、雫石での滞在観光の楽しみ方を知っておりますが、遠方からの観光客や初めて当町にお越しくださった観光客は当町での滞在の楽しみ方がわからない方も多くいらっしゃるため、広範囲にわたり存在している様々なコンテンツを体験・体感して満足した一日を過ごしていただけるよう、その手助けを当協会はしてまいります。雫石を満喫する提案を今後強化してまいります。

雫石町の課題3点目です。

個別には体験型コンテンツは多くございますが、小岩井農場以外のコンテンツが多くの観光客に認知されていない状況です。旅行会社の商品は、小岩井農場と昼食しか行程に入っておりません。着地型商品はプロモーションが出来ていないので、魅力ある体験の掛け合わせ（町の問題1「2次交通」、町の問題2の「事業者の連携」で実現させる）が必要です。集客できている事例を参考にして雫石に合うやり方に変えていけばいいです。どんどん商品化して、PDCAサイクルをまわします。

雫石町の課題4点目です。

観光消費額向上に影響する「宿泊」です。コロナ禍の宿泊助成が消費者に浸透して助かった宿泊事業者に対する観光集客施策は無くなりました。宿泊業者は、個々で競争するのではなく、地域で協力しあわないといけません。考え方を変更しなければ地域として観光業はもたないと思われれます。データと理論に基づいた観光政策とPRを展開し、観光に関わる外部へのコスト支出を減少させ町内事業者を活用し経済の循環を構築していく必要があります。2019年度に町内業社を指名し実施したアンケート事業から以下の経営課題が抽出されております。

- 1) 後継者不足（宿泊施設、飲食店共に全体の約8割は後継者がおらず、そう遠くないところでの廃業を予定していると回答している事業者もあります）
- 2) 労働力不足（家族経営の小規模施設でも近隣からのアルバイトも高齢化し集まらなくなり、中規模施設以上は慢性的な労働力不足によって営業規模の縮小を余儀なくされています）
- 3) IT化の遅れについては、キャッシュレス決済への対応や宿泊施設においてはPMSの導入や予約経路のIT化が進んでいない事も確認できております。）

このような背景を念頭に、予算レベルを見据えると今後の打ち手を考慮すると事業者支援（補助金の申請フォローや販促ノウハウの蓄積）とエリアの販促施策の2つに絞る必要があると認識をしております。

課題解決の方向性

【事業者支援】

- ・町、県、国の観光業支援の補助金申請をDMOの機能としてフォローする体制を構築します。
- ・PRや販促ノウハウの専門的知識をセミナーにて複数回実施し宿泊施設、飲食店、観光施設による自社のPRや販促ノウハウの向上と発信量の拡大フォローを実施します。
- ・合宿誘致事業の更なる拡大を実施致します。これまでも継続してきた事業になりますが、小規模事業者施設の利用や町内の飲食店からの昼食用弁当のケータリングなど波及効果が大きい点と、いわゆる団体旅行が減少し、修学旅行を含む学生団体の獲得なしに団体での稼働が一層取りにくくなっ

てくる事を想定し、これまでの宿泊補助に加えて、昼食対応可能な飲食店との連携や町の体育協会と連携したグラウンドや練習場の確保をオールパッケージ化した誘致活動を展開していきます。特に令和5年4月から新規開業した「いわて雫石アーチェリーセンター」をアピールして鷺宿温泉エリアへの宿泊誘致は重要です。

【エリア販促・集客対策の実施】

- ・現観光協会のHPを一部新規と更新を加えて解析ツールとリマーケティングツールの埋め込みを検討しましたが、入れ込み実績は町が観光事業者から入手し、アンケート回答も町が回収しているので、入れ込みデータは町が作成します。一部の宿泊施設からだけでもDX化で入手しようと町の交付金活用で民間に事業委託しましたが、参考になるデータ結果は出てきませんでした。宿泊施設の中で「民宿」や「ペンション」の割合は約40%もあり、それらの施設のDX化は難しいです。結果的に継続して交付金活用や当協会の自費事業で賄うことは無理があると考えました。町交付金の活用は、「鷺宿温泉エリア」の観光パンフレットや「登山ガイドブック」の増刷、HPの英語翻訳で活用します。観光誘客数の増加が見込めて、かつ現地の受入れ事業者に寄与することから切り替えることを町と調整しました。
- ・着地型商品の販売は、紙媒体は作成しながらHP上でのWEB販売も実施する。販売促進はInstagramなどのSNSの活用に主軸を移していきます。賞味期限が圧倒的に弱い紙媒体から、SNSでの情報発信に変えることでタイムリーになることはもちろん、自社的に情報発信できる施設以外の事業所を輪番にて当協会が代わりに情報発信を代行していきます。TripAdvisorやGoogleビジネスへの情報投稿も代行することで、エリア全体の情報発信を強化していきます。

【町（行政）と当協会の役割】

町による観光振興と当協会による観光振興の役割を明確に区分けし、観光資源という共通財産の保護、管理、設備投資を町が行い、誘客コンテンツの開発や集客を当協会が担い、マーケティングとプロモーションに環流させていくサイクルの構築と、域内経済循環によって域内調達率を雇用、仕入両面で活発化させていく観光地形成を目指していきます。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p>・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ 地域産業の過半数は観光・飲食事業は、町の基幹産業である。 農業と食が連動し、地産地消を促進すべく「食の匠」が県に認定されている。 郷土芸能、亀甲織、クラフト工芸の伝承者がいる。 小岩井農場、3スキー場、9温泉は、文化的・自然的な魅力を有する。 2次交通対策で実施する通称「あねっこバス」は、町がNPO法人に運営委託をし、地元タクシー会社に運行を委託しており、町外の観光客が利用できる。</p>	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p>・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ 町内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、宿泊施設の廃業・老朽化。 事業者の高齢化による、IT化への遅れ・SNSの活用を含めた情報発信ツール活用が宿泊施設の約4割は難しい。 労働力、人材の不足による営業規模の縮小や、販促を担う人材の不足。 路線バス廃止に伴う2次交通アクセスの対処。盛岡から鷺宿温泉路線が廃止。</p>
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>・自地域にとって追い風となる要素は何か？ マイクロツーリズムの潮流があり（盛岡市からの流入人口に期待）、NYTの行くべき町2番目の評価の影響は期待できる。</p>	<p>脅威 (Threat)</p> <p>・自地域にとって逆風となる要素は何か？ 同様のコンテンツが多い類似性の高いは八幡平エリアの躍進。 スキー人口の国内の減少に歯止めがかかっていない。</p>

	<p>コロナによるリセット（トレンドの変化やこれまでの観光振興施策を改める良い機会）とコロナ2類から5類へ移行。 小規模事業者は旅行会社依存度が極めて低い（民宿・ペンションの割合は約4割） 円高による訪日客数増加</p>	
--	--	--

上記に加え、P E S T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）。

マーケティング分析手法は、取り入れていません。観光庁の事業については、いわて観光キャンペーン協議会や岩手県観光協会から町に情報が流れ、町から当協会に共有される。DMOに関する情報は、観光庁のHPをチェックするように注意している。DMOの登録制度に関するガイドラインは、当協会と町の規模や特徴を鑑み、重要性について理解しながら努力している。当協会では、P D C Aサイクルをきちんと実行することに専念するべく努力している。

（3）ターゲット

第1ターゲット層

雫石町から半径2時間圏内（岩手県内、仙台、秋田県）のファミリー層や子育てを終えた高年齢層

選定の理由

4．戦略（1）・（2）の分析を踏まえたターゲット層の設定であることを説明すること。

近郊からの自家用車の来訪者が多いわけだが、近隣地域を東北一人口の多い都市である仙台にまで拡大した。ファミリー層は、自然（農作業含む）と文化（小岩井農場）の学びができることから選んだ。また、熟年高年齢層は、時間的・金銭的余裕があることと、雫石で体験できるゴルフやスキー、登山、釣りは、子育て中は我慢して余裕ができたなら再開したい年齢層と位置付けた。

なお、マーケティング分析をもとにSNSでの情報発信を強化していくことを前提に、既に若年層以外でも普段使いできる環境に移行していると判断し実行する。同時に明確には意識しないが、若者層にも刺さる観光エリアを目指していきたいと考えています。以上の要素を鑑みて、遠方ではなく自家用車圏内の近郊マーケットにターゲットを定めております。

取組方針

仙台からの新規訪問をターゲットにリピート化を図り、盛岡市近郊からのリピート客には更なる再訪の動機付けを訴える体験型商品コンテンツや宿泊施設の魅力を増進させる。

仙台からの訪問者が増えるということは、仙台圏では体験できないコンテンツが雫石にあるということになる。秋保や作並、蔵王で不足していることが何かを研究し、雫石の魅力アップさせなければいけない。住民との交流ができる「郷土伝統料理の作り方を食の匠伝承者から学ぶ」「川釣り」とBBQ」「野菜収穫と食作り」「雫石在住の日本ガイド協会認定のガイドと登る三ツ石山、秋田駒ヶ岳、岩手山」等々のアイデアを当協会会員や町、住民が一体となり進めていく。

第2ターゲット層

盛岡や隣接地域を訪問する首都圏からの日本人と訪日旅行者

選定の理由

隣接している盛岡は北東北のまさに玄関口で交通の要所になります。東北新幹線が秋田と青森・函館で分離するのも盛岡です。つまり、北東北への観光客の流入において盛岡を通る可能性は極めて高いわけです。国内外を通じて強いコンテンツである角館へは田沢湖線が繋がっており、車でも1時間の立地にある当町は、独自コンテンツでの選択性を高める努力と並行して、立地による選択性の強化に取り組むことで一定数の流入を確保出来る可能性を秘めていると認識しております。

訪日旅行は、NYT選定の行くべき町に盛岡が選定されたので、台湾、香港、韓国に加えて、欧米人の需要が増えてきました。

取組方針

仙台からの入れ込み数が増えれば、首都圏からの魅力もあるであろうと自信にはなる。但し、競争観光地域は関東近郊の受入れ人口の大きい様々な有名な観光・温泉宿泊施設となる。高級面では太

刀打ちできないので、やはりここでも地元住民との交流、あえて田舎色を前面に出すなどソフト面での改善、そしてなによりも敢えて移動の交通費と時間をかけてでも行きたくなる雫石になるように、町内はもとより広域での誘客の協力と工夫が必須となる。日本人と外国人が求める微妙な差も丁寧に商品化に反映させたい。ここでも新幹線で移動してきたF I Tの観光客は、2次交通の問題に直面する。東北運輸局岩手県支部に相談しながら、町内の輸送事業者や県と協力して解決させていきます。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

<p>コンセプト</p>	<p>外部発信コンセプト 【普段使いでお越しいただき、お帰りなさいで歓迎し、リピーター醸成出来る街へ】 内部発信コンセプト 【持続可能な還元循環と域内循環の両輪で、町住民が基幹産業としての存在感を見せられる観光地へ】</p>
<p>コンセプトの考え方</p>	<p>外部発信コンセプト 基本は、近郊マーケットからの「日常に近い余暇」の獲得です。実家に戻ってくるように「お帰り、よく来たね、ゆっくりしてね」の気持ちで歓迎します。そして、「また来てね、今度はいつ頃帰ってくるの」で送り出します。 こうした気持ちを大切に、立ち寄り施設を結びつけるストーリーを醸成し、ご利用回数をもう1回増やしていく事でリピーター醸成を図り、K P Iの必要数の達成を目指します。 内部発信コンセプト 観光振興が町に活気を、潤いをもたらす最適解であることを農業従事者や飲食店従事者、宿泊施設従事者、町内の様々なプレイヤーに感じて、実感をいただける仕組みなくして持続していく観光地にはなり得ないという基本的な考え方です。そして一番重要なことは、雫石町が誇る郷土芸能、郷土料理、郷土工芸、アウトドア等々の匠（先生）の伝承です。伝承者は高齢化してきています。持続可能な観光誘致のために次の世代に技術を引き継ぎます。</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
<p>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。</p>	<p>しずくいし DMO の設立と同時に、しずくいし DMO 戦略本部を設置します。マーケティング分析と財務、事業執行の権限を本部に付与し、選任の委員を会員から構成し、事務局と行政から担当者を配備し事業の決定と円滑な実行に務めて参ります。進むべきベクトルに齟齬が発生しないように進捗のチェックは本部が担い、その戦略に沿った事業実施が為されるように且つ多様な関係者が広範な事業を分担する形で観光産業全体の推進を図っていきます。</p> <p>・当協会と町（行政）は、毎週月曜日の10時より会議を実施します。交付金の活用事業の内容決定、計画策定、進捗共有、実績共有、新コンテンツ開発、観光事業者の課題の解決、K P Iの達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析、関係者への共有をします。この週1回開催の会議が一番重要です。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・戦略本部長は、CMO, CFO と共に事業実施の責任者とします。会議体は月例での開催とし、事業実施を把握し、進捗の管理と指示を行います。 ・当協会理事会は、年 4 回開催であるが、DMO 進捗は 2 ヶ月に 1 回のペースで共有し、活動の意義・内容・成果、KPI の達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等の報告を当協会事務局が行う。その後最低関係する会員に適宜報告し、その際に情報や課題をキャッチアップする。会員共有は、当協会に町が同行して実施する。 ・当協会の総会は、年 1 回の開催とし全ての会員と行政に事業実施に伴う収支とその進捗状況を報告し、承認をいただく場と致します。 ・当協会の諮問監査会は、月次監査の実施と決算に伴う監査を行い、代表者が求める際には事業に関して諮問会を開催し見解を求めるものとします。 <p>なお、有識者の選定については戦略本部にて候補者を選定し、総会をもって承認を受けるものとします。</p> <p>以上の会議体と組織体を構成し、円滑な事業実施とその状況について会員はもとより行政、関係機関と共有してまいります。</p>
<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>	<p>満足度評価や意見は、行政（町）にて実施（観光事業者へアンケート用紙を配布し改修）している。過去から改善を構築したスキームができていたので、従来どおり実施する。当協会は、その結果を誘客の戦略に活用する。戦略内容は、町と連動して決定し必ず実行する。（４）観光づくりのコンセプトを意識した戦略をたてる。評価は、理事会での意見をまずは参考とし、会員の意見も集約しながら取り組みの改善を図っていく。また、SNS 発信や「おもてなしの醸成」研修会開催については、外部へ依頼して実施する。他の DMO や観光に関するセミナー等で参考資料や情報があれば会員に共有する。</p>
<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>	<p>一元的な情報発信・プロモーションを実施していく上で以下の 2 点を絶対必要条件と認識しております。</p> <p>マーケティングに基づくプロモーションであること</p> <p>統一された規格と趣旨に基づくプロモーションであること</p> <p>の 2 点です。何を売るのか？何を周知したいのか？何を目的としたものか？については当協会と町が共同で策定をした道筋に沿ったプロモーションを実施する。プロモーションの手法論や打ち手のノウハウの共有は事業として行っていく以上、販促努力を厭わない事業者を中心に HP 上で連動した情報発信に務めていきます。</p> <p>A) 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していきます。</p> <p>B) 当協会の Instagram にて各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します。</p> <p>C) 当協会の HP 上での多言語化を英吾、繁体文字、韓国、簡体文字の順番で実施します。同時に観光・宿泊業者の中で誘客数が多い事業社の HP の多言語化を依頼します。特に販売コンテンツ内容は多言語化をできるようにして消費額の向上と事業者の収益の確保を追求します。きちんと利益を出すことは、持続可能な観光誘致に繋がります。</p> <p>d) 観光看板の多言語版は、国・県の補助金や町の交付金を活用し、不足分は自主事業で作成や修理をします。</p> <p>e) 町内の誘客コンテンツになる人材の育成は、「おもてなしの醸成」と技術の伝承を町の関係部署（総合政策課・観光商工課・農林課）の協力で育成していきます。</p>

--	--

各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6 . K P I (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		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標			2,095 (140)	3,769 (302)	4,524 (358)	4,616 (382)
	実績	2,753 (132)	1,859 (2)	3,396 (21)			
延べ宿泊者数 (千人)	目標			194 (13)	349 (28)	329 (26)	337 (27)
	実績	182 (13)	128 (0.068)	202 (1.43)			
来訪者満足度 (%)	目標			92 (NG)	91.3 ()	91.6 ()	91.9 ()
	実績	NG (NG)	NG (NG)	88.2 (NG)			
リピーター率 (%)	目標			85 (NG)	85 ()	85 ()	85 ()
	実績	NG (NG)	NG (NG)	83 (NG)			

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】

コロナ5類へ移行し、国内もインバンドも回復するが、他の地域も条件は一緒であり、まずはR6年度にR1年並にまで回復させる。外国人はH30年並みに回復させる。宿泊や飲食の施設では、人不足問題が続く施設があり、令和5年7月時点でも宿泊施設では、平日の2日間は休みにしていたり、飲食店は昼のみの営業や夕方は19時には閉めたりするところがあることを考慮する。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

着地型新コンテンツ展開やとインバウンド向けには冬スキーシーズン期間に夜に町中飲食店訪問するコンテンツの販売を検討している。

また、バラバラの観光施設をストーリーで体験できるコンテンツ商品を優先して開発させる。

・R6年目標 R1年(外国人H30年)並み

・R7年目標 H30年(外国人R1年)並み

延べ宿泊者数

「鶯宿温泉」や「岩手高原ペンション村」と雫石駅往復は、2次交通対策として「あねっこバス(地域コミュニティバス)」を観光者にアピール(当協会HP、各施設HP、盛岡駅観光案内所、盛岡コンベンション、岩手県観光協会)する。

販売旅行会社は、岩手県内の会社は訪日旅行、仙台からはバスツアーである。

首都圏発の新幹線やバスツアーの商品企画の設定を首都圏商談会でアピールし、継続して次年度に向けてもお願いしていきたい。

- ・ R 6 年目標 R 1 年（外国人 H 3 0 年）並み
- ・ R 7 年目標 H 3 0 年（外国人 R 1 年）並み

来訪者満足度、

おもてなしの心」及び「宿泊施設の改善点をチェック（当協会と町が連携して実施）」、勉強会を開催するなどして、町全体で気運を高める。

- ・ R 5 年目標 R 1 年並み
- ・ R 6 ・ R 7 年 R 5 年に対し年 0 . 3 % アップ維持

リピーター率

新規訪問者の獲得を目指す中で、リピート率は下げないように維持し、全体の受入れ数を増やす。そのためには、四季をとおした魅力を体験してもらえるように着地型商品の新規開拓と質の向上、鶯宿温泉は個々の努力ではなく温泉地としての魅力を協力して形成する。熊本の黒川温泉までとはいかないまでも「温泉手形」「宿泊から食事施設への移行」等々、地域の一体化が必須となる。鶯宿温泉開発の会議が毎月開催されるので、当協会と町も参加して魅了向上について議論していく。

- ・ R 5 年目標 R 1 年並み
- ・ R 6 ・ R 7 年 R 5 年を維持する。（新規訪問者を増やすことを考慮）

（ 2 ） その他の目標

指標項目		2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度
ウェブサイト アクセス数 (回)	目標	()	()	()	200,236 (2,390)	210,247 (2,509)	220,759 (2,634)
	実績	126,987 (7,598)	92,143 (1,036)	182,033 (2,173)			
日帰り旅行客 数 (人)	目標	()	()	1,530,000 ()	1,890,683 (1,548)	2,186,478 (1,625)	2,195,523 (1,706)
	実績	1,537,223 (3,499)	1,423,879 (221)	1,718,803 (774)			
教育旅行客入 込数 (県外・ 千人回)	目標	()	()	()	23.6 ()	23.6 ()	23.6 ()
	実績	18.6 (0)	22.8 (0)	23.6 (0)			
	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()			
	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()			

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】

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雫石に目が向いているかの判断材料となる。

日帰り旅行のシェアは約90%ですので、既存の観光商材の結びつきと魅力ある新規観光コンテンツの開発ができるかが鍵となる。また、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。増やすことは難しいので、何とか数字を維持することを目標とする。

【設定にあたっての考え方】

ウェブサイトアクセス数

盛岡を訪問した内外の観光客は、自然を求めて盛岡駅観光カウンターで質問する割合は、雫石は約10%ある。その際に最初に紹介するサイトが当協会のHPである。英語版と着地型商品の紹介・申し込みができるように便利なサイトを構築させる。

- ・R5年目標 R4年の+10%
- ・R6・R7年 前年+5%増

日帰り旅行客数

日帰り客のシェア約10%を拡大すべく、新たなコンテンツの展開をし、現状の食事や日帰り温泉入力とセットで紹介・販売することを検討する。

- ・R5年目標 R4年の+10%（外国人R4年の倍）
- ・R6年目標 R1年並み（外国人R5年の倍）
- ・R7年目標 H30年並み（外国人R6年の倍）

教育旅行客入込数

令和4年度を今後3年間（R5・6・7）は維持する。コロナ禍が5類に移行し従来の目的地や岩手県内でも三陸方面の東日本地震伝承施設での学びにシフトする環境である。首都圏からの新規学校を誘致すべく、首都圏の旅行会社教育旅行担当者への営業を実施する。

- ・R5, 6, 7年度目標 R4年度と同数

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つては、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）
2020（R2） 年度	92,202,402（円）	（内訳の区分例） 【国からの補助金】 6,430,001 【都道府県からの補助金】 0 【市町村からの補助金】 13,797,758 【公物管理受託】 3,955,000 【収益事業】 61,549,767 （観光宣伝負担金 31,000 （事業負担金 13,364,320 （広告収入 80,000 （受託収入 41,065,576 （旅行業収入 2,453,871 （交付金収入 4,555,000 【会費】 3,159,000 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】 等 3,310,876

		(雑収益 3,310,326 (基本財産受取利息 550 (円)
2021 (R 3) 年度	42,446,223 (円)	【国からの補助金】 3,172,200 【都道府県からの補助金】 0 【市町村からの補助金】 11,285,770 【公物管理受託】 3,955,000 【収益事業】 19,705,860 (観光宣伝負担金 62,000 (事業負担金 2,585,800 (広告収入 30,000 (受託収入 927,000 (旅行業収入 11,562,060 (交付金収入 4,539,000 【会費】 2,853,000 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等 1,474,393 (雑収益 1,474,283 (基本財産受取利息 110 (円)
2022 (R 4) 年度	109,702,190 (円)	【国からの補助金】 0 【都道府県からの補助金】 0 【市町村からの補助金】 9,000,000 【公物管理受託】 3,955,000 【収益事業】 91,878,202 (事業負担金 3,003,630 (広告収入 60,000 (受託収入 29,631,392 (旅行業収入 49,153,624 (交付金収入 10,029,556 【会費】 3,159,000 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等 1,709,988 (雑収益 1,709,878 (基本財産受取利息 110 (円)
2023 (R 5) 年度	51,348,600 (円)	【国からの補助金】 0 【都道府県からの補助金】 0 【市町村からの補助金】 9,000,000 【公物管理受託】 0 【収益事業】 38,907,600 (事業負担金 4,900,000 (広告収入 50,000

		(受託収入 3,957,600 (旅行業収入 18,000,000 (交付金収入 12,000,000 【会費】 3,091,000 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等 350,000 (雑収益 349,890 (基本財産受取利息 110 (円)
2024 (R 6) 年度	63,994,600 (円)	【国からの補助金】 5,000,000 【都道府県からの補助金】 0 【市町村からの補助金】 13,000,000 【公物管理受託】 0 【収益事業】 42,537,600 (事業負担金 5,400,000 (広告収入 80,000 (受託収入 3,957,600 (旅行業収入 21,100,000 (交付金収入 12,000,000 【会費】 3,107,000 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等 350,000 (円)
2025 (R 7) 年度	63,994,600 (円)	【国からの補助金】 5,000,000 【都道府県からの補助金】 0 【市町村からの補助金】 13,000,000 【公物管理受託】 0 【収益事業】 42,537,600 (事業負担金 5,400,000 (広告収入 80,000 (受託収入 3,957,600 (旅行業収入 21,100,000 (交付金収入 12,000,000 【会費】 3,107,000 【特定財源(宿泊税、入湯税、負担金等)】 等 350,000 (円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)
2020 (R 2) 年度	88,012,016 (円)	(内訳の区分例) 【一般管理費】 17,739,980 【実施事業】 10,603,423 (広告宣伝 2,032,900 (受入対策 8,428,458 (情報発信 142,065 【誘客促進事業】 7,337,186 (誘客促進 3,863,032 (旅行業 3,474,154

		【受託事業】 47,652,677 【施設管理】 4,678,750
2021 (R 3) 年度	43,079,827 (円)	【一般管理費】 15,573,132 【実施事業】 8,382,463 (広告宣伝 573,000 (受入対策 5,480,443 (情報発信 2,329,020 【誘客促進事業】 13,738,858 (誘客促進 2,182,827 (旅行業 11,556,031 【受託事業】 624,291 【施設管理】 4,761,083 (円)
2022 (R 4) 年度	116,436,456 (円)	【一般管理費】 14,985,766 【実施事業】 19,435,981 (広告宣伝 8,434,453 (受入対策 10,895,928 (情報発信 105,600 【誘客促進事業】 50,061,126 (誘客促進 2,274,924 (旅行業 47,786,202 【受託事業】 27,563,041 【施設管理】 4,390,542 (円)
2023 (R 5) 年度	53,708,956 (円)	【一般管理費】 18,189,956 【実施事業】 8,664,000 (広告宣伝 5,000,000 (受入対策 1,554,000 (情報発信 2,110,000 【誘客促進事業】 25,530,000 (誘客促進 4,200,000 (旅行業 21,330,000 【施設管理】 1,325,000 (円)
2024 (R 6) 年度	53,708,956 (円)	【一般管理費】 18,189,956 【実施事業】 8,664,000 (広告宣伝 5,000,000 (受入対策 1,554,000 (情報発信 2,110,000 【誘客促進事業】 25,530,000 (誘客促進 4,200,000 (旅行業 21,330,000 【施設管理】 1,325,000 (円)
2025 (R 7) 年度	53,708,956 (円)	【一般管理費】 18,189,956 【実施事業】 8,664,000 (広告宣伝 5,000,000

		(受入対策	1,554,000	
		(情報発信	2,110,000	
		【誘客促進事業	25,530,000	
		(誘客促進	4,200,000	
		(旅行業	21,330,000	
		【施設管理】	1,325,000	(円)

(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

- ・新たな着地型商品や物品商材の開発や集中的なプロモーションによって自主財源を確保してまいります。
- ・内際の個人旅行や団体旅行等の旅行商品販売網を拡大し、旅行業収入により自主財源を確保します。
- ・これまでどおり会員より会費を徴求し、会員数の維持向上を目指し自主財源を確保してまいります。また、会員数の拡大をします。

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しいし観光協会を当該町における地域DMOとして登録したいので申請します。雫石町は自然豊かな盛岡市に隣接する立地条件があり、観光誘客コンテンツは多数存在します。食・温泉・宿泊は人気があり、小岩井農場は文化的にも歴史歴にも価値のある牛舎等の建物は、現在でも活用しており、その位置づけでは日本で一番の歴史ある牧場です。さらなる観光商品の開発や町住民を取りまとめてDMOになることを町はバックアップします。

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）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
 【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

10 . 記入担当者連絡先

担当者氏名	石崎 清子
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
F A X 番号	019-692-5914
E - m a i l	k-ishi@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	石塚 賢一
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
F A X 番号	019-692-5208
E - m a i l	k-ishizuka@office.town.shizukuishi.iwate.jp

都道府県・市町村名	岩手県岩手郡雫石町
担当者氏名	高橋 基
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
F A X 番号	019-692-5208
E - m a i l	mt-takahashi@office.town.shizukuishi.iwate.jp

記入日: 令和5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】

岩手県岩手郡雫石町

【設立時期】平成21年5月1日

【設立経緯】

区域の観光協会がDMOに移行

【代表者】太田代 俊彦

【マーケティング責任者(CMO)】石崎 清子

【財務責任者(CFO)】川村 裕美子

【職員数】5人(常勤5人(正職員0人・出向等0人)、非常勤0人)

【主な収入】

収益事業 55百万円、委託事業 33百万円、他収入10百万円
(令和4年度決算)

【総支出】

事業費 101百万円、一般管理費 14百万円(令和4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、鶯宿温泉開発、雫石町グリーン・ツーリズム推進協議会、雫石川漁業協同組合、(株)しずくいし、東日本旅客鉄道、雫石タクシー、小川タクシー、三八五バス、雫石スキーリゾートエリア連絡協議会

KPI(実績・目標)

()内は外国人に関するもの。

指標項目	2020年度 (R2)	2021年度 (R3)	2022年度 (R4)	2023年度 (R5)	2024年度 (R6)	2025年度 (R7)
●旅行消費額 (百万円)	目標 ()	()	2,095 (140)	3,769 (302)	4,524 (358)	4,616 (382)
	実績 (132)	(2)	3,396 (21)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標 ()	()	194 (13)	349 (28)	329 (26)	337 (27)
	実績 (13)	(0.068)	202 (1.43)			
●来訪者満足度 (%)	目標 ()	()	92 (NG)	91.3 ()	91.6 ()	91.9 ()
	実績 (NG)	(NG)	88.2 (NG)			
●リピーター率 (%)	目標 ()	()	85 (NG)	85 ()	85 ()	85 ()
	実績 (NG)	(NG)	83 (NG)			

戦略

【主なターゲット】

第1ターゲット層

雫石町から半径2時間圏内(岩手県内、仙台、秋田県)のファミリー層や子育てを終えた高齢層

第2ターゲット層

盛岡や隣接地域を訪問する首都圏からの日本人と訪日旅行者

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

リピート客の獲得を目指した動機付けを訴える体験型商品コンテンツや宿泊施設をセットで売り込む。

また、2次交通対策商品でストレスを払拭する。

【観光地域づくりのコンセプト】

町民とのふれあいとおもてなしの心でお出迎え

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・既存の価値に体験を追加する。
- ・個々の価値を結びつける。
- ・地元住民とふれあえるコンテンツ(体験型)の構築。
- ・育成した登山ガイドの知識向上。

【受入環境整備】

- ・2次交通対策セット商品開発。紅葉多客期の駐車場混雑対応。
- ・レンタサイクルの拡大。
- ・町内観光地の美観整備。
- ・観光受入れ看板の多言語化。

【情報発信・プロモーション】

- ・観光協会のHPの多言語化を英語版より開始。また、着地型商品のHP上販売(カード決済)。
- ・町内観光施設のSNS発信助成。
- ・動画配信数を増やし魅力発信。

【その他】

- ・町民の魅力を商品化および持続可能な受入れ体制を構築すべく、伝承者(郷土芸能、郷土料理、亀甲織)の後継者育成。
- ・訪日旅行ファミツアー積極誘致。

