

しずく
の郷構想

雫石町観光・交流活性化行動計画

～しずくが潤す大地の恵み 雫石～



平成24年3月

雫石町

財団法人東北活性化研究センター

—雫石町観光・交流活性化行動計画—

【目次】

第1章 計画策定の趣旨	【1】
1. 計画策定の趣旨	1
2. 計画の位置づけ	1
3. 計画期間	1
4. 計画策定のフロー	3
第2章 雫石町の観光・交流の現状	【5】
1. 雫石町の概況と地域特性	5
2. 雫石町観光・交流を取り巻く状況	12
第3章 計画課題の整理	【45】
1. 全国的な観光・交流の動向	45
2. 雫石町の観光・交流の課題と方向性	48
第4章 雫石町が目指す観光・交流のコンセプト	【53】
1. 雫石町の観光・交流の考え方	53
2. 観光・交流の視点から見た雫石町の広域的な位置づけ	61
3. 雫石町の観光・交流活性化のコンセプト	62
4. 基本戦略	68
第5章 観光・交流活性化に向けた行動計画	【71】
1. 行動計画の体系	71
2. 具体的な施策とプロジェクト一覧	75
3. 重点プロジェクト	96
第6章 計画の推進体制	【105】
1. 各主体の役割	105
2. 計画の推進体制	106
3. 計画の評価と検証	109

■ 参考資料 I

1. 行動計画におけるプロジェクト参考情報	【111】
①戦略1のプロジェクト参考情報.....	111
②戦略2のプロジェクト参考情報.....	114
③戦略3のプロジェクト参考情報.....	116
④戦略4のプロジェクト参考情報.....	117
⑤戦略5のプロジェクト参考情報.....	121
2. その他期待されるプロジェクト	【126】
①戦略1においてその他期待されるプロジェクト.....	126
②戦略2においてその他期待されるプロジェクト.....	127
③戦略3においてその他期待されるプロジェクト.....	128
④戦略4においてその他期待されるプロジェクト.....	129
⑤戦略5においてその他期待されるプロジェクト.....	130
3. 計画の推進体制に関する参考情報	【133】
①観光推進プラットフォームに関する参考情報.....	133
②観光推進プラットフォームの事例.....	134

■ 参考資料 II

1. 計画策定の経過	【137】
①委員会委員名簿.....	137
②策定部会(ワーキング)メンバー名簿.....	138
③委員会並びに部会(ワーキング)検討経過.....	139
2. 来訪客アンケート調査及び宿泊施設実態調査結果	【143】
①来訪客アンケート調査結果.....	143
②宿泊施設実態調査結果.....	150

第1章

計画策定の趣旨

1. 計画策定の趣旨

(1) 計画の背景

雫石町への観光レクリエーション客の入込数は、平成8年の約357万人回をピークに減少が続き、平成22年度の入込数は約228万人回と、ピーク時の64%まで急激に落ち込んでいる。町では、平成18年度に「雫石町観光ビジョン」を策定し、翌年度から行動計画を定め各事業に取り組んできたところであるが、観光客の減少に歯止めがかかっておらず、このままでは町内観光関係事業者の廃業と撤退につながりかねないとの強い危機感を抱いている。

そのため、同町の観光施策の見直しを行い、時代の変化に対応するための新しい観光施策の行動計画を策定する。

(2) 計画の目的

雫石町の魅力の向上を目指し、新たに産業振興や文化振興とも連携を図りつつ、町民、事業者、行政が一体となって取り組みを進めるための共通の目標・指針として、本計画を策定する。

2. 計画の位置づけ

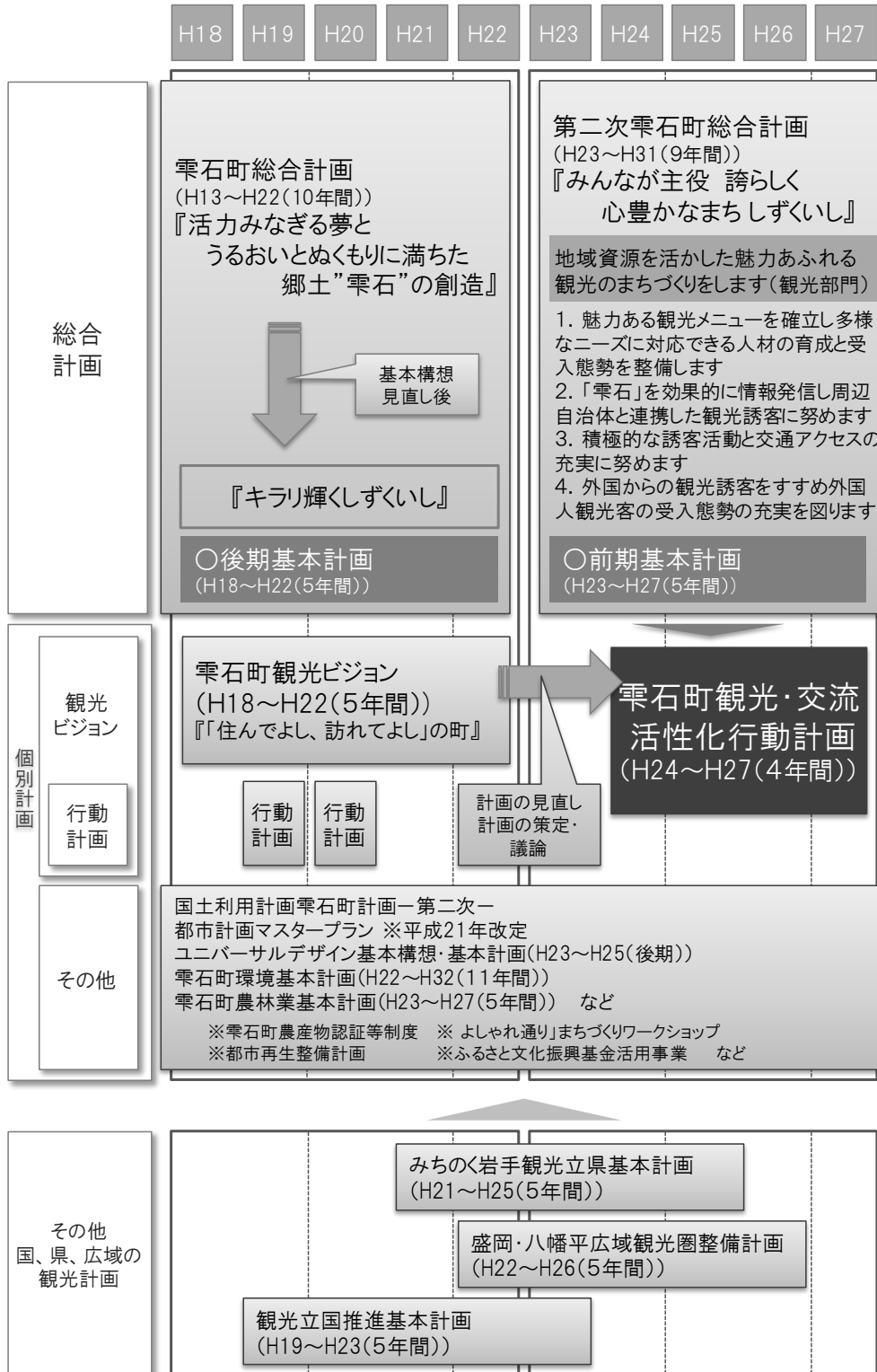
雫石町では、平成23年度から平成31年度を計画期間とする第二次雫石町総合計画を策定している。本計画は、総合計画の中における個別計画として位置づけている(図表1-1)。

なお、策定にあたっては、平成22年度に計画期間を終了した雫石町観光ビジョンを見直し、また、町および国、県等の観光に関連のある各種計画と整合・調整を十分に図るものとする。

3. 計画期間

雫石町観光・交流活性化行動計画の目標期間は、平成24年度から平成27年度までの4年間とする。ただし、計画の進捗状況や社会情勢の変化等に合わせて、必要に応じ計画の見直しを行う。

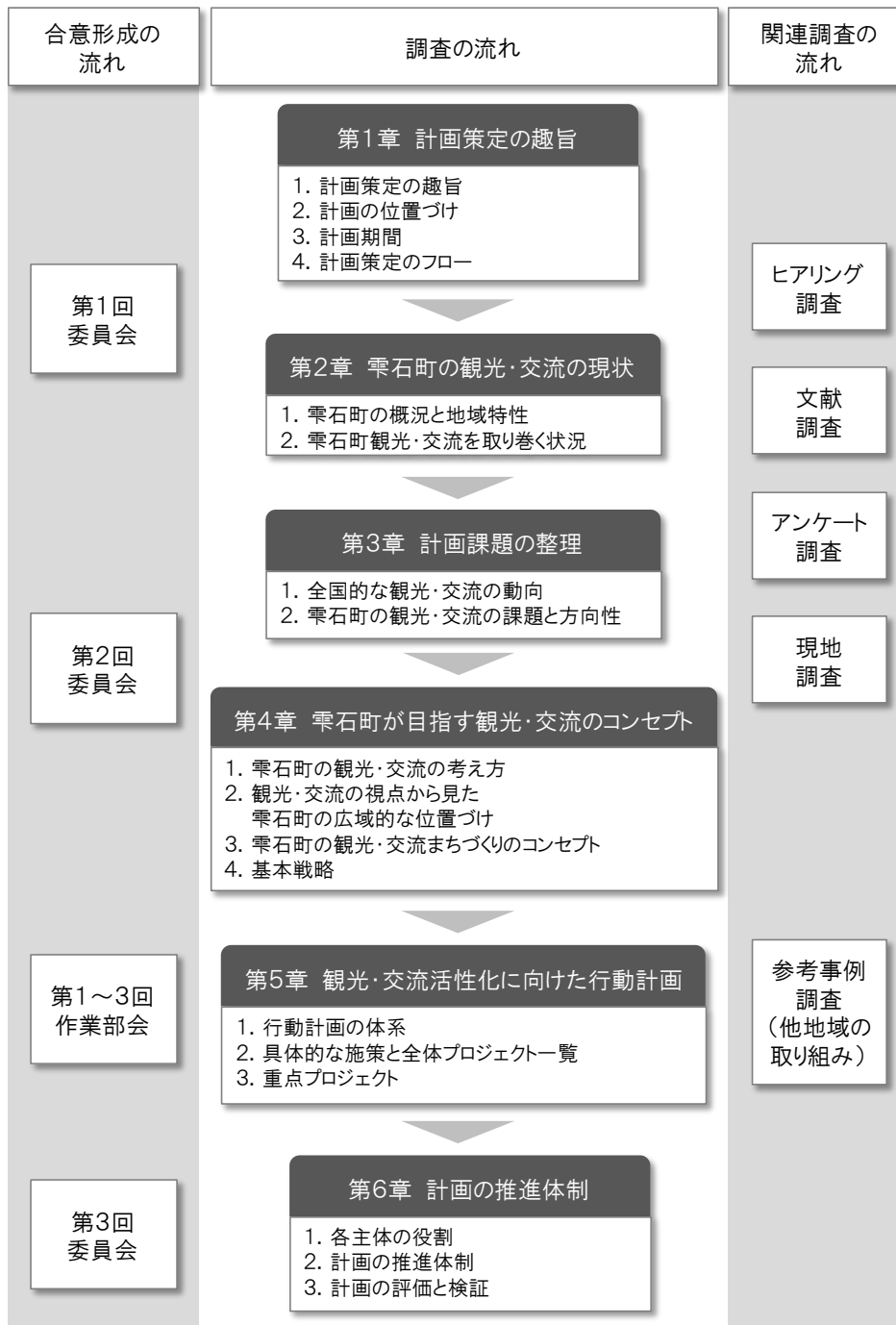
図表1-1 本計画の位置づけ



4. 計画策定のフロー

計画策定のフローは、図表1-2の通りである。

図表1-2 計画策定のフロー



第2章

雫石町の観光・交流の現状

本章では、雫石町の観光・交流の現況や観光資源・地域資源について整理を行う。

1. 雫石町の概況と地域特性

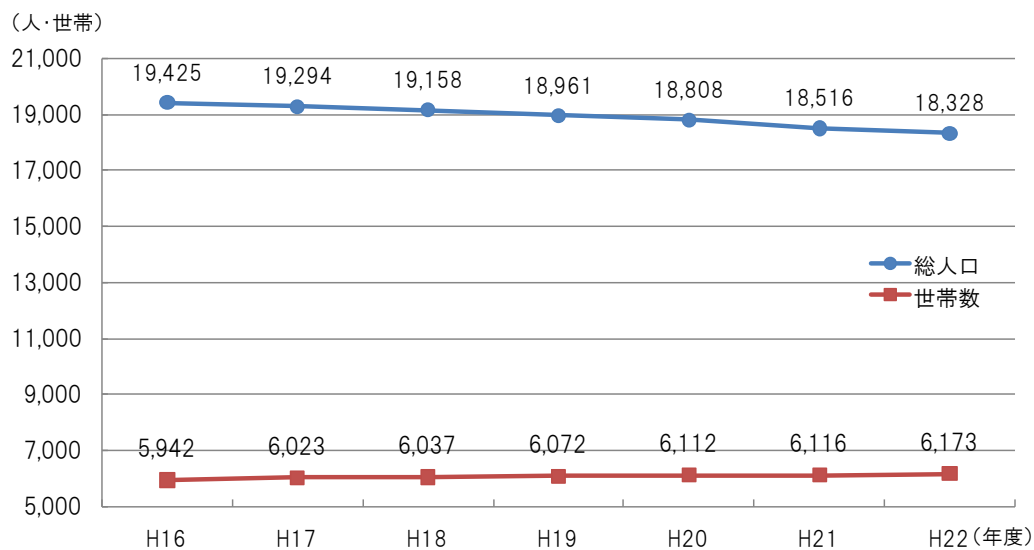
(1) 雫石町の概況

① 人口および世帯数の推移

雫石町では、平成11年11月をピークに人口減少に転じ、平成20年3月には総人口が19,000人を下回っている。平成23年11月時点での総人口は18,214人であり、減少傾向が続いている。

世帯数については、人口とは反対に年々微増傾向であり、平成23年11月末現在で6,179世帯となっている。

図表2-1 雫石町の総人口及び世帯数の推移*



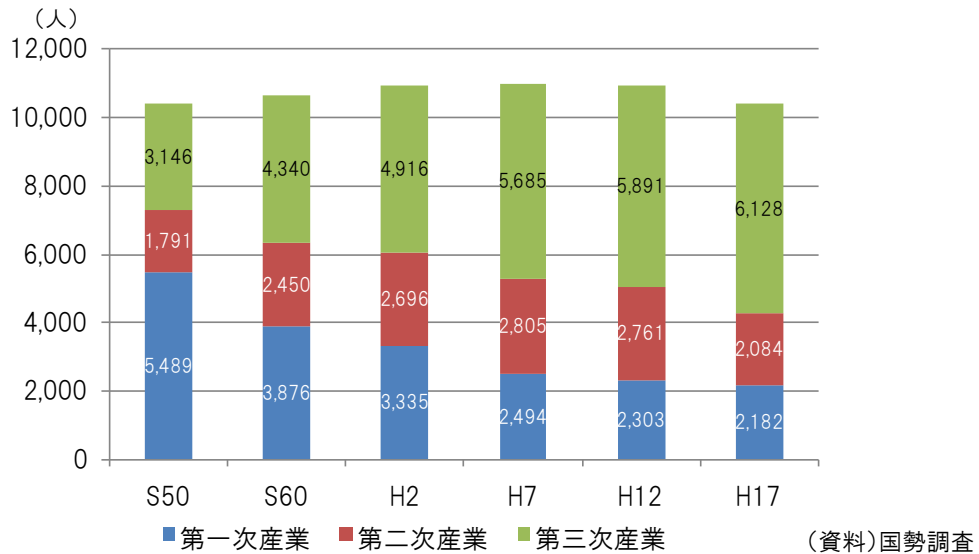
* 各年3月における住民基本台帳人口＋外国人登録人口

② 産業構造

雫石町の就業者数は減少傾向にあるが、第3次産業の割合は増加傾向にある。

農業については、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い。また、観光については、小岩井農場や温泉地などの多くの観光資源に恵まれ、ペンション、民宿、旅館、ホテル等の宿泊施設等が立地している。近年においては、農村部に物販飲食施設等が出店するなど、新しい動きも見られる。

図表2-2 雫石町の産業別就業者数



図表2-3 農業粗生産額

	農業産出額	耕 種									畜 産					
		小計	米	麦・雑穀・豆類	いも類	野菜	果実	花き	工芸作物	種苗・苗類その他	小計	肉用牛	乳用牛	豚	にわとり	その他畜産
S50	658.3	536.2	455.4	1.7	2.5	36.5	5.5	1.3	6.7	26.6	122.1	41.6	56.4	10.4	12.7	0.0
S55	708.6	344.1	229.7	4.8	2.8	69.5	8.3	2.4	7.2	19.7	364.5	124.1	107.1	12.8	120.2	0.3
S60	1,040.7	683.1	566.6	5.5	2.6	93.9	5.1	0.5	6.7	2.2	357.6	141.3	107.6	6.5	101.9	0.3
H2	1,075.3	666.1	468.9	5.6	3.0	137.0	8.5	7.0	5.6	30.5	409.2	192.0	116.8	2.7	97.5	0.2
H7	985.4	682.5	451.2	3.7	2.4	169.9	10.2	21.2	4.5	19.4	302.9	105.2	108.9	15.8	72.7	0.3
H12	872.0	583.0	371.0	5.0	3.0	137.0	7.0	42.0	3.0	15.0	289.0	88.0	113.0	※	※	※
H17	811.0	544.0	256.0	6.0	3.0	217.0	10.0	38.0	3.0	11.0	267.0	75.0	108.0	※	※	3.0

*表中の※は、個人が特定されるため金額を伏せたものです。小計額には※欄の金額も含まれます。

(資料)平成17年生産農業所得統計

③交通アクセス

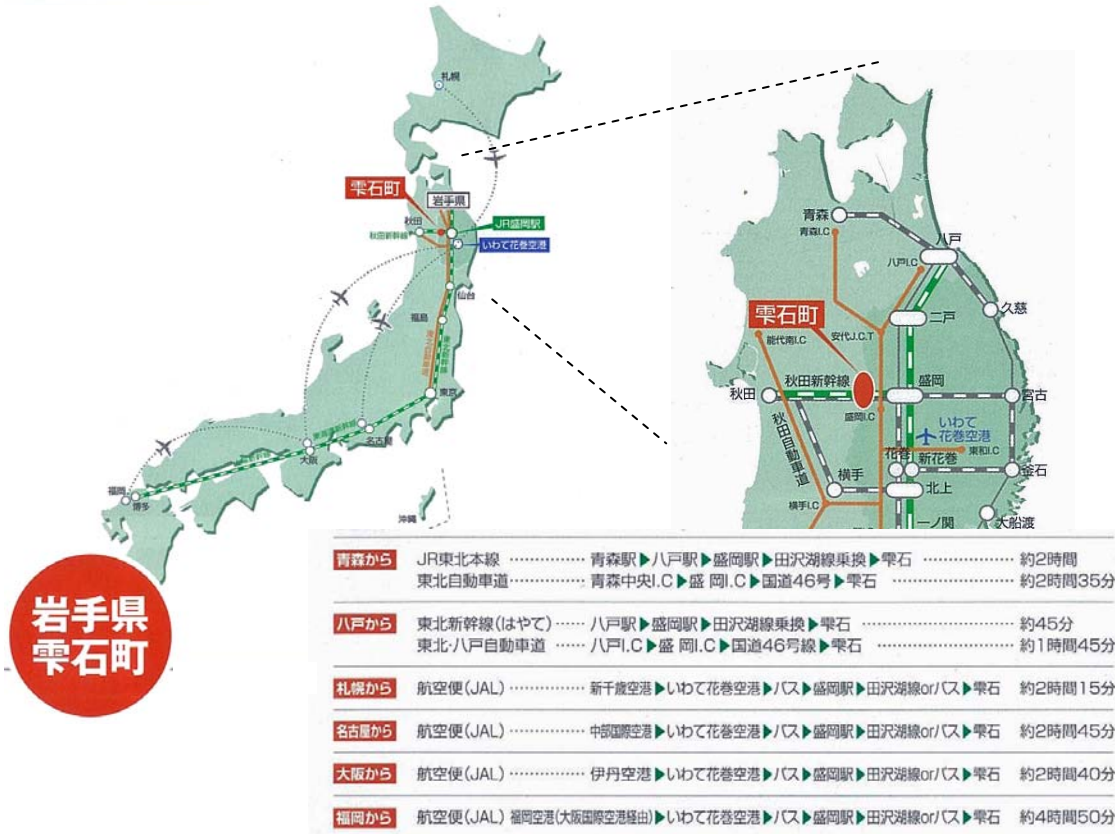
●雫石町への一次交通アクセス

鉄道については、東京からは、秋田新幹線(こまち)を利用すると、直通で約2時間45分で来訪することが可能である。また、仙台からは、新幹線あるいは在来線を利用すると、1時間から1時間半で来訪することが可能である。

道路については、盛岡市から国道46号を經由して約20~40分で雫石町内の各種観光施設に来訪することが可能であり、東北自動車道盛岡ICからは更に短い時間で来訪が可能である。

図表2-4 雫石町への交通アクセスについて

東京から	東北新幹線(はやて)……東京駅▶盛岡駅▶バス又はタクシー乗換▶雫石	約3時間30分
	東京駅▶盛岡駅▶田沢湖線乗換▶雫石駅	約3時間
	秋田新幹線(こまち)……東京駅▶雫石駅	約2時間45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	東北新幹線(はやて)……仙台駅▶盛岡駅▶バス又はタクシー乗換▶雫石	約1時間25分
	仙台駅▶盛岡駅▶田沢湖線乗換▶雫石駅	約1時間15分
	秋田新幹線(こまち)……仙台駅▶雫石駅	約1時間
	東北自動車道	仙台宮城I.C▶盛岡I.C▶国道46号▶雫石
秋田から	秋田新幹線(こまち)……秋田駅▶雫石駅	約1時間20分



(資料)「雫石町ガイドブック 雫石ファンクラブ通信」

●雫石町への二次交通アクセス

雫石町への二次交通アクセスは、車を利用しない観光客にとって、必ずしも十分な移動手段が準備されてはいない。駅からの二次交通アクセスが不十分なため、一次交通アクセスである秋田新幹線などの列車を利用する観光客が少ない現状にある。

バスについては、盛岡市と雫石町内を結ぶバスが運行されているため、盛岡駅で鉄道からバスに乗り換え、雫石町内の目的地へ直接移動する観光客には対応可能である。また、雫石町内の一部の区間であれば、バスで移動することも可能である。しかし、雫石町内を回遊するための二次交通アクセスは必ずしも十分ではなく、車利用者以外は、タクシーに頼らざるを得ない状況である。雫石町内の移動の利便性が向上するよう、レンタサイクル等の二次交通アクセスについても検討されることが期待される。

(2) 雫石町の地域特性

①位置と地勢

雫石町は、北東北の拠点である盛岡市の西方 16km に位置しており、東は滝沢村、盛岡市に接し、西は、奥羽山系の山々を境に秋田県仙北市に接し、南は矢巾町、紫波町、西和賀町及び花巻市とそれぞれ連山を境界に、北は岩手山鬼ヶ城稜線を境として八幡平市に接する。

東西 24 km、南北 40km で総面積 609.01km² と広大であり、奥羽山系の山脈に囲まれた雫石盆地と行政区域をほぼ等しくする自然豊かな地域である。

雫石盆地は北上川の上源に所在し、北に秀峰岩手山(2,038m)、西に秋田駒ヶ岳の男女岳(1,637m)、南に南昌山(848m)、東に厨川篠木山*(389m)と四方を山々が連ね、やや扇状地の盆地を形成している。山岳や高原が総面積の大部分を占めており、標高 300m 以上が総面積の約 80% に達している。また、山岳部には、広大な傾斜地が開かれ、天然林、牧野、田畑がのどかな田園風景をつくりだし、田、畑の耕地は、葛根田川、雫石川、南川の三河川流域の低地平野部に展開している。

盆地を張り巡るように流れる幾つもの川は、盆地を囲う四方の山々より流れ出ており、盆地東部に位置する御所湖へと流入し一つの川となる。こうした雫石盆地の地勢は、農耕水利に恵まれ、牧畜にも恵まれる環境を生み出す条件となっている。

また、雫石盆地には、花、平、野*など地形を示す地名が多く、広大な盆地が多様な地形を有していることを示している。

*厨川篠木山…大沢坂峠、篠木峠、烏泊(からすどまり)山の 3 つの山(峠)

*花…台地の先端(鼻)、平…平らな土地、野…台地

図表2-5 雫石町の地勢、主な山岳、主な河川

地勢(標高別面積)

区分	総数	50m～ 200m	200m～ 400m	400m～ 600m	600m～ 800m	800m～ 1,000m	1,000m～
面積(km ²)	608.0	18.6	178.6	149.7	80.5	64.6	116.0
構成比(%)	100	3	29	25	13	11	19

主な山岳

名称	標高	名称	標高
岩手山	2,041m	三石山	1,436m
駒ヶ岳	1,637m	乳頭山	1,437m
黒倉山	1,568m	湯森山	1,438m
姥倉山	1,517m	笹森山	1,439m
大倉山	1,408m	三角山	1,440m
高倉山	1,408m	モッコ岳	1,441m

主な河川

名称	流路延長	最大幅員	流域面積
雫石川	11.0km	120m	10.0km ²
葛根田川	27.5km	70m	160.0km ²
竜川	10.5km	80m	50.0km ²
南川	5.5km	90m	90.0km ²
南畑川	29.5km	30m	30.0km ²
鶯宿川	7.5km	20m	10.0km ²

(資料)雫石町史

図表2—7 土地利用の地目別現況

分類	都市計画区域		用途地域		無指定地域		
	面積(ha)	構成比(%)	面積(ha)	構成比(%)	面積(ha)	構成比(%)	
田	4,386.7	27.0	19.6	12.3	4,367.1	27.1	
畑	723.4	4.4	21.3	13.4	702.1	4.4	
山林	7,000.5	43.0	7.8	4.9	6,992.7	43.4	
原野・牧野	1,669.6	10.3	5.7	3.6	1,663.9	10.3	
低湿地・荒蕪地	355.9	2.2	0.0	0.0	355.9	2.2	
水面	593.7	3.6	1.0	0.6	592.7	3.7	
宅地	住宅用地	569.6	3.5	61.4	38.6	508.2	3.2
	商業用地	73.2	0.4	4.9	3.1	68.3	0.4
	工業用地	132.0	0.8	6.5	4.1	125.5	0.8
	小計	774.8	4.8	72.8	45.8	702.0	4.4
交通用地	365.8	2.2	12.4	7.8	353.4	2.2	
公共用地	52.5	0.3	14.1	8.9	38.4	0.2	
公共空地	33.7	0.2	1.0	0.6	32.7	0.2	
その他の空き地	315.4	1.9	3.2	2.0	312.2	1.9	
合計	16,272.0	100.0	158.9	100.0	16,113.1	100.0	
可住地	7,292.9	44.8	114.0	71.7	7,178.9	44.6	
非可住地	8,979.1	55.2	44.9	28.3	8,934.2	55.4	

*ha・・・1ha=100a(=10,000 平方メートル (㎡)) (資料)平成 17 年都市計画基礎調査

③町の歴史と行政区域の変遷

現在雫石町は、一つの行政区域であるが、かつて、1町3カ村、4カ村、10カ村に分かれている時代が存在した。町史によると、「滴石」という地名は、中世の古文書に確認でき、当時、雫石町一体は「滴石庄」と呼ばれていた(庄とは荘園を指し、滴石盆地が平氏一族の荘園になったことによると推測されている)。その後、滴石庄の呼び方が滴石郷と改められたのは、天文9年(1540年)、滴石地方一帯が南部氏の支配になってからと見られている。しかし、間もなく斯波氏の勢力下におかれ、斯波氏が雫石氏と称するようになって、「滴石」の地名も「雫石」と書かれるようになった。

さらに、その後の太閤検地の定めるところによって、郡と村の間行政区域の郷が配され、雫石郷全体が雫石村と称されるようになるが、雫石地方全域を現わす場合には、「雫石郷」の表現がその後も長く使用され続けた。社会的な繋がりが強く、経済的にも深い関わりを持ち、相互に助け合える自然環境に恵まれた村落形態を有していた。

近世においては、「雫石通」(通りとは新設された行政区域)の表現も見え始め、雫石通りは、雫石、長山、西根、上野、御明神、橋場、繫、安庭、南畑、鶯宿の十カ村と数えられた。明治維新後は、廃藩置県によって盛岡県に所属し、明治5年(1872年)には、雫石、長山、西根、上野、御明神、橋場、繫、安庭、南畑、鶯宿の10カ村の行政區画(村)に分かれた。

さらに、明治22年(1889年)の町村制施行後は、10カ村は、雫石、御所、御明神、西山の4カ村に統合され、昭和15年(1940年)には、雫石が村から町に昇格した。その後、昭和30年(1955年)に町村合併促進法により、1町3カ村が合併して現在の雫石町に至る。

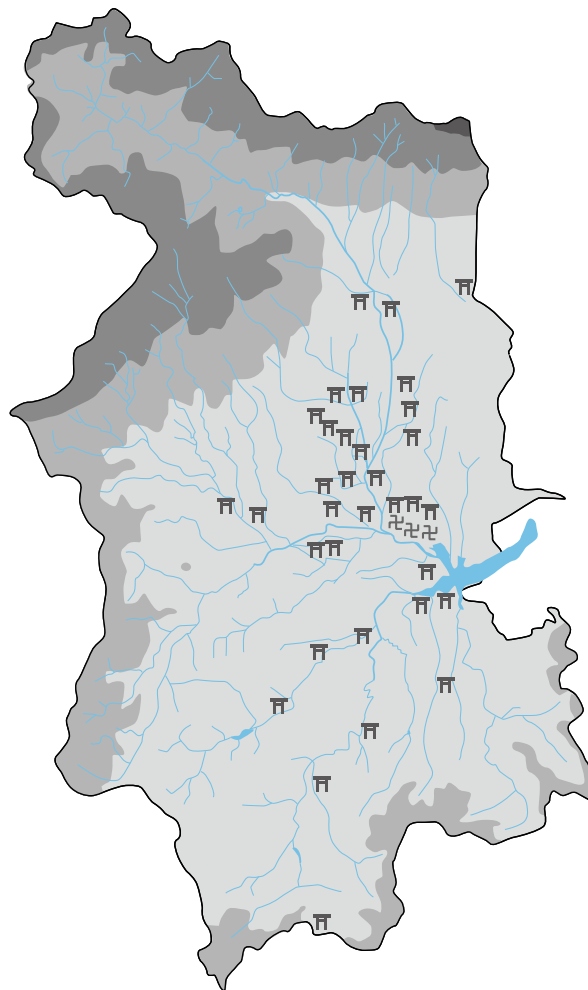
④ 寺社と集落の立地

明治維新にあたって、神社と仏教との分離が布告され、神仏分離と神仏の整理が行われた。盛岡藩下にあった雫石では、神社が検分され、寺院や社堂の内部、境内にあるものが分離され、百万遍等の石碑の類も撤去された。さらに屋敷内にある神社も撤去され、御神体は家の中に安置するように指示され、一村一神社になるよう、神社の整理統合が行われた。

しかし、その後再建されたものや、またもとの社地に石碑が戻されたもの等があり、正確な数は掴めていないが、昭和51年10月の調査時点では、雫石59、西山44、御明神27、御所43、総計133社が確認されたとの記録がある。

現在雫石町には、広養寺、永昌寺、臨済寺の3つのお寺が中心市街地に立地し、一方神社は、中心市街地も含めた雫石盆地内に点在している。こうした寺社の立地は、散居集落の風景と相俟って一つの盆地として特徴ある風景や環境を生み出している。

図表2—8 神社・寺



* 上記は、国土地理院発行の地形図(五万分の1)に記載された寺社および現地調査にて確認された寺社を地図に表記したものである。

2. 雫石町観光・交流を取り巻く状況

(1) 雫石町の観光資源・地域資源

① 主な観光資源

雫石町の観光資源を図表2—9に基づいて分類・評価を行い、その評価によって選出されたA級からC級までの全14個の資源の分布を示したものが、図表2—10である。

自然資源は、十和田八幡平国立公園内などの山岳部に集積が見られる。山岳から湿原、峡谷、滝、河川など多様な自然資源を有している。一方、人文資源は、小岩井農場(地域景観)、いわて雪まつり(年中行事)の2つであり、自然資源と比較して少ない。

図表2—9 観光資源の分類と評価基準

資源分類		評価		
自然資源	人文資源	ランク	基準・内容	代表資源名
山岳 高原 原野 湿原 湖沼 峡谷 滝 河川 海岸 岬島 岩石・洞窟 動物 植物 自然現象	史跡 社寺 城跡・城郭 庭園・公園 歴史景観 地域景観 年中行事 建造物 動植物園・水族館 博物館・美術館	特A級	わが国を代表する資源で、かつ世界にも誇示しうるもの。わが国のイメージ構成の基調となりうるもの。	富士山 摩周湖 法隆寺 姫路城 祇園祭
		A級	特A級に準じ、その誘致力は全国的で、観光重点地域の原動力として重要な役割をもつもの。	芦ノ湖 天橋立 清水寺 高山のまちなみ
		B級	地方スケールの誘致力を持ち、地方のイメージ構成の基調となりうるもの。	筑波山 浜名湖 高山の朝市
		C級	主として、県民および周辺地域住民の観光利用に供するもの。	身延山 石神井池 広島城跡
		以下D級—	地域住民の利用。	

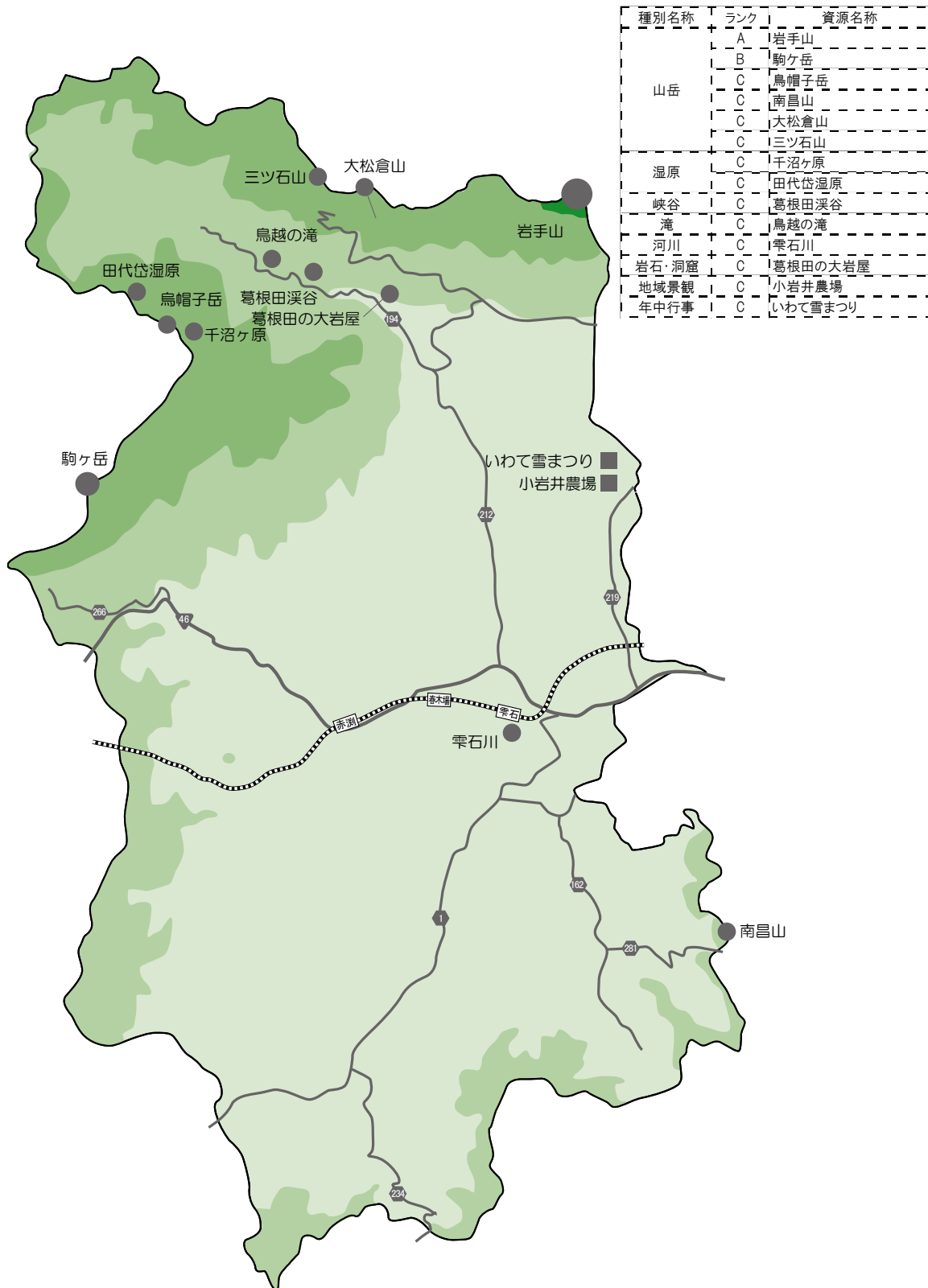
* 観光資源台帳

(財)日本交通公社「観光資源台帳」より

・全国レベルの観光資源台帳は、国土の道路網を計画的に整備するために、1974年に「観光レクリエーション調査(建設省道路局)」として最初に行われた。その後、(財)日本交通公社にてこの時の調査手法を参考にしながら「全国観光資源台帳」の作成に取り組み、それをまとめたものである。

・本台帳では、我が国の観光資源約8,000件を自然系15種類、人文系10種類に分類し、種類別に「美しさ」「大きさ」「珍しさ」「古さ」「静けさ」「地方色」の6つの視点から客観的データとして専門家の判断により総合評価を行い、特A級、A級、B級、C級の4つのランクにクラス分けしている(クラス分けの基準は、図表2—9の通り)。

図表2-10 観光資源台帳に記載された雫石町内の観光資源



②その他の観光資源

次に、雫石町を紹介した主なホームページやパンフレットから、雫石町内の観光資源を抽出した(図表2-12)。「小岩井農場の一本桜」に代表されるように、これまで観光資源と認識されていなかったものが、見方の変化により、観光資源として認知されるようになることもある。また、長山街道のように、単体の資源ではなく、身近な地域資源や魅力ある複数施設を結び付けることで、新たな魅力を創出しようとする新しい動きが雫石町には見られる(図表2-11)。

図表2-11 長山街道周辺ガイドマップ



(資料)長山街道リーフレット(<http://nagayamakaido.chalou.info/>)

図表2-12 雫石町内のその他観光資源

自然資源		歴史・文化資源	特産品	加工品	観光施設	温泉・公共浴場等	レジャー施設	伝統芸能	年中行事・イベント		その他
三ツ石山	駒ヶ岳	啄木歌碑	雫石牛	網張ソフト	網張ビクターセンター	滝ノ上温泉	滝ノ上キャンプ場	よしゃれ	雫石裸参り	1月下旬	長山街道
岩手山	ニッコウキスゲ(駒ヶ岳)	岩手山神社	南部かしわ	高倉納豆	小岩井農場	網張温泉	網張温泉スキー場	裸参り	いわて雪まつり	2月上旬	フラワーロード
岩手山の紅葉	狼森	宮沢賢治詩碑	わさび	小岩井農場限定商品	生森山展望台	ぬくもり温泉	岩手高原スノーパーク	さんさ踊り	岩手山ろくファミリーマラソン	5月中旬	町民劇場
チングルマ(岩手山)	小岩井農場の一本桜	雫石神社	菜種油	亀甲織	道の駅「雫石あねっこ」	南網張ありね温泉	雫石ゴルフ場		小岩井乳業工場お客様感謝祭	5月～6月	どぶろく
コマクサ(岩手山)	国見の紅葉	橋場の関所跡	そば	クルミ皮バッグ	雫石川園地	玄武温泉	雫石スキー場		元祖しずくいし軽トラック市	5月～11月	菜の花畑
ミヤマキンバイ(岩手山)	弘法桜	旧秋田街道	そば岩手山の水	南部木杓子	御所湖川村美術館	雫石高倉温泉	雫石町総合運動公園		駒ヶ岳山開き	6月1日	しずくちゃん
鳥越の滝	横欠のミズバショウ群生地	雫石町歴史民俗資料館		鶯宿温泉ビール	雫石ギャラリー	極楽乃温泉	雫石川園地		岩手山山開き	7月1日	ケキヨ吉
葛根田溪谷	橋場のミズバショウ	鶯宿温泉神社		とまりん	松ぼっくり	国見温泉	国見キャンプ場		川開き(アユ解禁)	7月中旬	
葛根田川の紅葉	舟原の紅葉	八幡宮		松ぼっくり手作りジェラート		橋場温泉	小柳沢砂防公園オートキャンプ場		南部よしゃれ全国大会	8月上旬	
白沼	七ツ森	上野野観音堂馬頭観世音		南部鉄器アクセサリー		御所湖温泉	御所湖広域公園		雫石よしゃれ祭り	8月中旬	
平ヶ倉沼	御所湖					鶯宿温泉	けんじワールド		御明神地区夏まつり	8月16日	
烏帽子岳	大村のカタクリ						うぐいす湯の里公園		いわて夏まつりin小岩井	9月上旬	
玄武洞	逢滝・夕滝						八幡平カントリークラブ		しずくいし産業まつり	10月中旬	
千沼ヶ原	ひかげの水						ケツパレランド		雫石町無形文化財芸能祭	11月23日	
男助山	コマクサ(駒ヶ岳)								スキー場開き	12月中旬	

*上記表では、下記資料に記載された観光資源を整理しているため、観光資源台帳に記載された資源も再掲する。

下記資料に記載されていない資源(安庭のあやつりや大村の神楽、横欠地区のからかさ松など)も多く存在するが、本図表では一部のみを記載した。

(資料)使用したパンフレットは以下の通り(ホームページ「一般社団法人しずくいし観光協会ホームページ」、パンフレット「十和田八幡平国立公園 雫石」「雫石町ガイドブック 雫石ファンクラブ通信」)

③雫石町及び周辺地域の温泉(地)

雫石町には、11 の温泉が存在し、雫石盆地の山岳部と低地の間の丘陵地に位置している。鶯宿温泉は温泉街を形成しており、良好な街並み景観を形成するため、廃墟化した危険な放置老朽施設の解体撤去し、水辺公園を整備し、観光客誘導と住民生活の安全性を確保する取り組みを行うなど街一体としての魅力づくりが行われている。その他の温泉は、単独もしくは数件の施設が集積して立地しており、ゆとりある自然環境の中に点在している。

泉質は、アルカリ性単純泉や硫黄泉、塩化物泉など様々であり、国見温泉は全国的にも珍しい緑色の温泉を有する。

周辺地域においては、乳頭温泉など全国的に有名な温泉もあり、雫石町の温泉の競合地であるが、連携先としての可能性もある。

図表2-13 雫石町内の温泉の基礎的情報

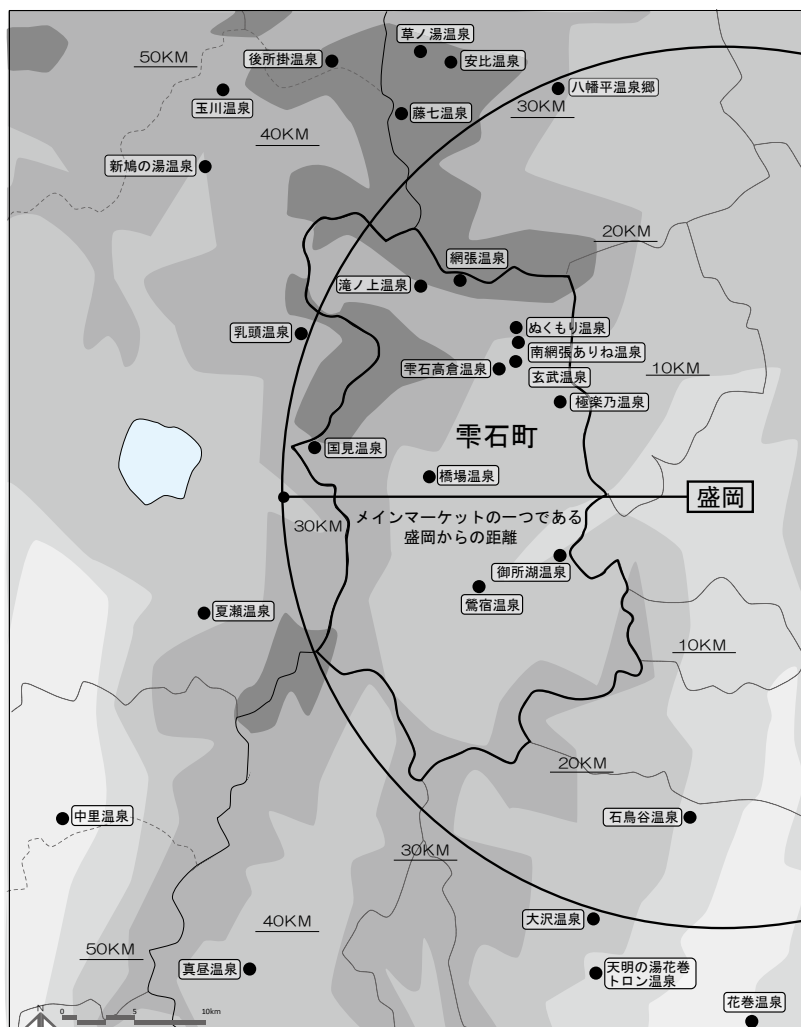
エリア名	温泉(地)名 (泉質)	総軒数 (日帰り 軒数)	収容力	価格		価格												
						2,000	3,000	4,000	5,000	6,000	7,000	8,000	9,000	10,000	11,000	12,000	13,000	
長山街道 エリア	極楽之温泉 (低張性弱アルカリ性) (泉温25.7度)	1	40	最大値	6,300													
				最小値	6,300													
鶯宿 エリア	鶯宿温泉 (硫黄泉) (泉温57~62度)	22 (1)	2483	最大値	12,000													
				最小値	2,000													
御所湖 エリア	御所湖温泉 (アルカリ性単純温泉) (泉温46度)	1	55	最大値	8,400													
				最小値	8,400													
滝ノ上・ 玄武・ 雫石高原 エリア	玄武温泉 (ナトリウム-炭酸水素・塩化物泉 (低張性中性高温泉)) (泉温49度)	4	234	最大値	12,000													
				最小値	7,500													
	滝ノ上温泉 (含塩硫化水素泉(単純硫黄泉)) (泉温74度)	2	66	最大値	8,400													
				最小値	2,500													
雫石高倉温泉 (ナトリウム-塩化物、炭酸水素塩泉) (泉温55度)	1	524	最大値	12,600														
			最小値	12,600														
雫石温泉 (ナトリウム-塩化物泉) (泉温40度)	1 ※休業中	60	最大値	11,500														
			最小値	11,500														
網張 エリア	網張温泉 (単純酸性・硫黄温泉(硫化水素型) 低張性酸性高温泉) (泉温73度)	4 (2)	293	最大値	8,400													
				最小値	7,900													
	南網張ありね温泉 (ナトリウム(炭酸水素塩、塩化物、硫酸塩 泉)を含む低張性弱アルカリ性高温泉) (泉温87.7度)	1	135	最大値	10,500													
ぬくもり温泉 (中性低張温泉) (泉温40度)	1	85	最大値	7,980														
			最小値	7,980														
国見・橋場 エリア	国見温泉 (含炭酸重曹土類硫化水素泉) (泉温55度)	3 (1)	110	最大値	9,075													
				最小値	8,650													
	橋場温泉 (アルカリ性単純温泉 (低張性アルカリ性高温泉)) (泉温46.3度)	1 (1)		最大値	日帰りのみ													
				最小値	日帰りのみ													

* 価格(税込)は、一泊二食(定員利用)、大人一人あたり料金の目安である。(平成 23 年 11 月末現在)

* 温泉を引いていない宿泊施設は、エリア別の宿泊施設の件数および収容力から除く。

(資料)各温泉のホームページ及びパンフレット「雫石ファンクラブ通信」

図表2—14 雫石町及び周辺地域の温泉の立地と盛岡からの距離



図表2—15 鶯宿温泉街の景観整備



うぐいす湯の里公園(廃墟旅館解体撤去後に整備)

(資料)『鶯宿温泉活性化事業計画

「いで湯に花舞い、水輝く里山づくり」

鶯宿温泉魅力づくり推進委員会、

平成 16 年 11 月

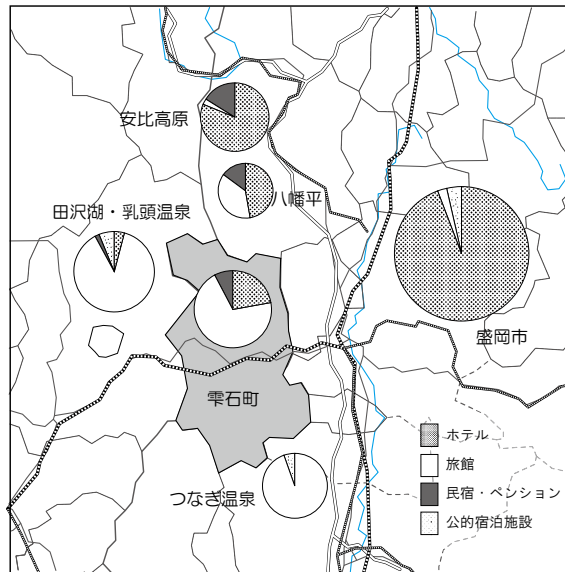
(鶯宿温泉観光協会ホームページ)

④雫石町及び周辺地域の宿泊容量

雫石町には、旅館、ホテル、民宿、ペンションと経営形態の異なる宿泊施設が立地しており、旅館の宿泊容量(収容人数)が最も大きい。

雫石町の宿泊容量(収容人数)は、田沢湖・乳頭温泉、安比高原、八幡平より大きいが、盛岡市よりは小さい。さらに、宿泊容量(収容人数)に占める宿泊施設の経営形態を見ると、盛岡市、安比高原、八幡平は、ホテルの占める割合が雫石町に比べて大きい。一方、田沢湖・乳頭温泉、つなぎ温泉は、雫石町と同様に、宿泊容量に占める旅館の割合が大きい。

図表2—16 雫石町および周辺地域の宿泊容量(収容人数)



◆岩手県										
地区	ホテル		旅館		民宿・ペンション		公共		合計	
	軒数(軒)	人数(人)	軒数(軒)	人数(人)	軒数(軒)	人数(人)	軒数(軒)	人数(人)	軒数(軒)	人数(人)
雫石町	1	532			6	146			7	678
霧宿温泉			8	1,732					8	1,732
御所湖温泉			1	40					1	40
小岩井					3	60			3	60
盛岡市	28	7,640	3	192			3	276	34	8,108
つなぎ温泉			6	1,288			1	104	7	1,892
安比高原	4	1,704	1	60	17	336			22	2,100
新安比温泉			1	224					1	224
八幡平温泉	2	638	3	468	13	198			18	1,304
八幡平市			1	40					1	40
◆秋田県										
地区	ホテル		旅館		民宿・ペンション		公共		合計	
	軒数(軒)	人数(人)	軒数(軒)	人数(人)	軒数(軒)	人数(人)	軒数(軒)	人数(人)	軒数(軒)	人数(人)
田沢湖高原温泉郷			5	1,296					5	1,296
田沢湖畔		72	6	312		12			8	396
乳頭温泉郷			6	480			1	152	7	632

*上図では、雫石町の収容力を一つの円グラフで示しているが、表では下記資料の分類に基づき、雫石町内の宿泊施設を4地区に分けて記載している。

*下記資料では、各宿泊施設の区別については、「登録や形式が必ずしも一致していないこともあり、表示に関しては一応目安としてご利用ください」との説明がある。雫石町においても、施設名に「ホテル」を含む施設が旅館として分類されている場合もあるが、周辺地域と比較するために、資料の分類に従って整理を行った。

(資料)全国版宿泊表2011春号((株)旅行出版社)

⑥主な年中行事・イベント

年間を通じて、年中行事やイベントが開催されている。雫石裸祭りやよしやれ祭り、南部よしやれ全国大会など、民俗芸能に関する年中行事・イベントや、小岩井農場および小岩井乳業に関連するイベントが多いのが特徴である。

また、軽トラック市は、全国に先駆けて雫石町で開催されたイベントであり、5月から11月にかけて毎月1回開催されている。平成23年度には、国土交通省の2011年度地域づくり表彰で、全国地域づくり推進協議会会長賞を受賞するなど、農業と観光の連携を通じて、地域の活性化に寄与している。

図表2—19 雫石町の主な年中行事・イベント

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
	●雫石裸参り (三社座神社～永昌寺)			●元祖しずくいし 軽トラック市 (毎月第1日曜日)	●岩手山ろく ファミリーマラソン			●いわて夏まつり in小岩井			
	●いわて雪まつり (小岩井農場)			●小岩井乳業工場 お客様感謝祭			●御明神地区 夏まつり				
				●駒ヶ岳山開き			●雫石よしやれ祭				
							●南部よしやれ 全国大会				
						●岩手山山開き					
						●川開き (アユ解禁)					
									●しずくいし 産業まつり		
										●雫石町 無形文化財芸能祭	
											●スキー場 開き

(資料)雫石ファンクラブ通信、観光協会ホームページ

⑦郷土料理・特産品・工房

雫石町には、全国的に有名な小岩井農場の製品のほかに、郷土料理「重っこ料理*」や高倉納豆、雫石牛などの特産品がある。町では、伝統行事と食に関する調査事業を実施し、「しずくいしの行事と行事食」という冊子を作成するなど、情報収集を行うほか、米粉などの農産物を活かした特産品の開発を行ってきた。町内の一部では、「こびる」や「さなぶり」など農村文化を活かした取り組みも行われている。

特産品としては、亀甲織*の産品や南部木杓子、クルミ皮バックなどがある。また、町内には、多くの工房が立地し、創作活動が行われていることも地域の特性の一つである。

*重っこ料理・・・冠婚葬祭や田植え・稲刈りなどの農村ならでの行事が行われる際に、それぞれの家庭で作った煮物、和え物などの料理をお重(重っこ)に入れて持ち寄り、みんなで食べる行事食のことであり、お重を回し自分が食べる分を取った後、次の人にお重をまわすという作法が特徴である。

*亀甲織・・・縦糸と横糸を絡ませながら六角形の模様を出す織り方で、町の選定保存技術に指定されている。

図表2—20 雫石町内の工房



⑧体験プログラム

雫石町では、地域の自然や生活、食を活かした様々な体験プログラムが用意されており、下記の体験プログラム以外にも、例えば、網張ビジターセンターでは、「宮沢賢治足跡体験ツアー」や「網張の森初冬の自然観察会」等が開催されるなど、様々なプログラムがつけられ、提供されている。

図表2-21 季節体験カレンダー

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
		農村体験	農作業体験・畑仕事体験(田植え・稲刈り・野菜の種まき・収穫・はせがけ作業)								
			りんご狩り体験								
	山人体験	山の体験		山菜狩り				枝打ち体験			
	雪国のむかし体験			鞍掛山ツアー・山登り・森林浴体験							雪国のむかし体験
								キノコ採り			
(通年) 七ツ森散策											
	干餅作り体験			いわたの炭火焼							
	寒干し大根作り			薬草採取・薬膳料理作り・カルチャースクール料理教室(毎月1回)							
(通年) 餅つきと試食・自家製ヨーグルト作り・郷土料理を作り食す体験・そば打ち体験・自家製アイスクリーム作り・昔ながらのおやつ作り体験・豆腐作り体験											
		動物との触れ合い体験		かぶと虫とり							
				農場散策等体験メニュー							
	川の体験		渓流釣り・盛岡毛バリ釣り体験								
				カヌー体験							
	工芸		染体験・草木染								
(通年) 亀甲織体験・羊毛の貼り絵・機械で花瓶敷き作り・まきまき羊・つめつめ羊・リース作り・忍び駒・チャグチャグ馬こ・あみ笠・ワラ草履											
		その他の自然	スターウォッチング・ケッパレランドで遊ぶ(オフシーズン有)・ガーデニング体験(3月-11月)								
(その他) ブルーベリーのジャム作り・和牛子牛せり体験ツアー・和牛共進会出品体験ツアー・自然工房クラフト教室・羊のペーパーウェア作り・風を感じて歩いてモーリオ・自然教室・カルチャースクール体験農園・飯炊さん・乳牛とのふれあい・太陽観察会											

(資料)一般社団法人しずくいし観光協会ホームページ

図表2-22 しずくいしグリーンツーリズム

雫石エリア体験学習モデルコース

※料金は大人一人あたりの目安です。予約が必要ですので詳細については予めお問い合わせ下さい。
【お問い合わせ】 雫石町観光協会 TEL 019-692-5138 FAX 019-692-5208

春 山里は、タラノメワラビなど山菜の宝庫。トロッピングなど自然散策とおぼせて楽しめます。また、米どころ雫石ならではの田植えや野菜の種まきが楽しめます。

9:00 ◎山菜採り体験 (半日遊 9,800円)

13:30 ◎水田作業体験 (4時間遊 1,500円)

11:30 ◎もちつき体験 (1.5時間遊 9,800円)

16:00 ◎蕎麦作業体験 (4時間遊 1,500円)

秋 山々が緑をまとい、たわむる稲穂が一面に広がる黄金色の田園風景も格別。お米やリンゴの収穫、そば打ち体験に加え、野山では天然きのこ狩り体験も楽しめます。

9:00 ◎きのこ狩り体験 (半日遊 9,800円)

13:00 ◎稲刈り体験 (半日遊 1,500円)

11:30 ◎郷土食作り体験 (1.5時間遊 1,000円)

15:30 ◎野菜の収穫体験 (半日遊 1,500円)

夏 青々と稲が育つ田んぼ。畑では、新鮮なきゅうりやトマトの収穫が楽しめます。自分で収穫した野菜で作る郷土料理も格別!!季節によった草木での染め体験でオリジナル/ダンガも作れます。

9:00 ◎軽登山体験 (1日 15名以上 1,000円~)

13:00 ◎郷土料理体験 (1.5時間遊 1,000円)

19:00 ◎田舎交流体験(民宿の場合)

12:30 ◎野菜の収穫体験 (半日遊 1,500円)

14:30 ◎民芸品作り体験 (1.5時間遊 1,300円)

冬 深雪を踏んでのスノーシュー遊び、かまくら作りや雪合戦、自然観察メニューも魅力が。寒干し大根作り、そばやだんご作り、亀甲織やワラ細工体験などができ、人の知恵とめくりを感じることが出来ます。

9:00 ◎XCスキー教室 (半日遊 2,000円)

13:00 ◎そば打ち体験 (2.5時間 9名以上 1,300円)

16:00 ◎田舎交流体験

11:00 ◎ゆき遊び体験 (半日遊 1,000円)

14:00 ◎伝統工芸体験 (1.5時間遊 1,700円~)

体験メニューを選ぶ → 雫石町観光協会に照会 → 観光協会からお客様へメニュー・予定日・場所の連絡 → お客様より施設に確認・予約 → 当日体験場所へ移動 ※お客様ご負担となります ※10名以上の場合は送迎が必要 → 各種体験をお楽しみ下さい

*現在、冬の「スキー教室」および「ゆき遊び体験」は実施されていない(2011年11月末時点)。

(資料)「雫石町ガイドブック 雫石ファンクラブ通信」

また、体験プログラムの実施に加え、発地の旅行会社やネットエージェント*、観光事業者、住民、地元の大学生と連携して着地型モニターツアーの企画・造成も行っており、地域の生活や歴史等に深く結びついた資源の発掘、さらにはそれらを活かした商品の造成が期待される。

*ネットエージェント…インターネットによる宿泊予約を仲介する業者

図表2-23 雫石町で実施されたモニターツアー

(資料)
 楽天トラベルホームページ
 (<http://travel.rakuten.co.jp/shinkansen/shizukuishi/>)

⑨地産地消

雫石町では、地産地消に関する取り組みとして、雫石町農産物認証等制度の導入や農畜産業と観光業を結ぶ地域食材流通システムの導入、雫石の農産物に関するカレンダーの作製などが行われている。

「雫石町農産物認証等制度」は、雫石町内産の完熟堆肥等による土づくり等を通じて育まれた、米、野菜、花卉、菌茸を『雫石産農産物』として認証し、「雫石産」と「安全・安心」を消費者へ知らせると共に、地産地消と消費拡大を進めるため、町内産農産物を提供する小売店や旅館、ホテル、飲食店等を『雫石産農産物提供店』として認定するものである。

農畜産業と観光業を結ぶ地域食材流通システムは、雫石町内で生産された新鮮で安全・安心な農畜産物を、町内の旅館・ホテル、飲食店など事業者に出荷供給する地域食材流通システムである。

こうした仕組みを導入する他、雫石産の農産物の旬の時期を記した「しずくしい旬野菜カレンダー」を作製し、町内外の宿泊施設や飲食店などに配布し、豊富で安心安全な地元食材のPRを行っている。

図表2-24 雫石町農産物認証制度

農産物の認証	
認証書及び認証シール（種別）を交付	
認証シール共通規格 寸法：35mm 文字色：青色 しずくちゃん：カラー	
米	野菜
	
花卉	菌茸
	
※認証及び認定の有効期間は1年間。	
農産物提供店の認定	
認定書及び表示証を交付	
表示証規格 材質：杉（町の本） 寸法：364mm×515mm×35mm 彫刻：レーザー彫刻 色：しずくちゃん（カラー）、彫刻部以外（金色）	
	

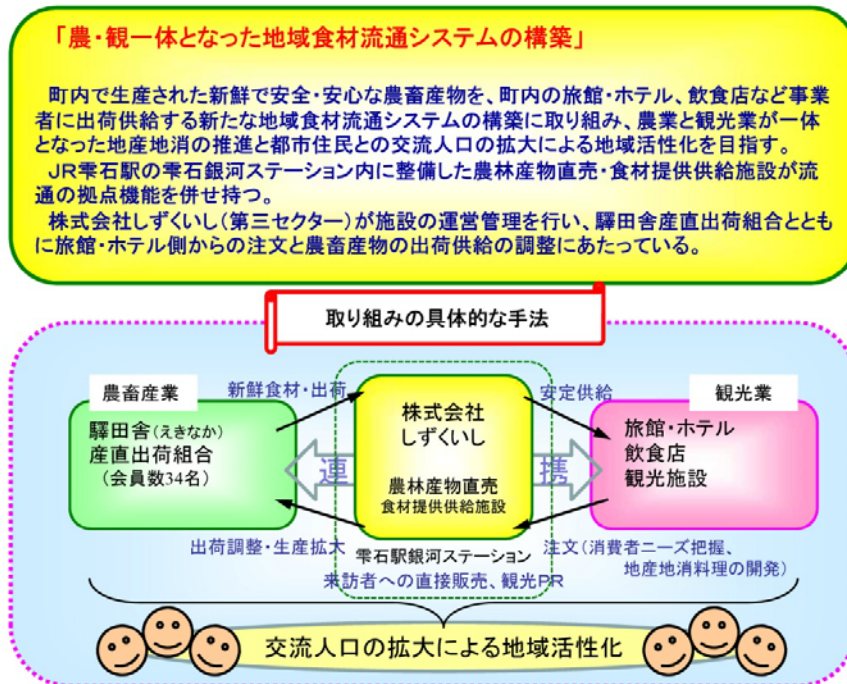


(資料) 雫石町ホームページ *詳細は下記を参照

(<http://www.town.shizukuishi.iwate.jp/modules/>

[etc/index.php/content0695.html](http://www.town.shizukuishi.iwate.jp/modules/etc/index.php/content0695.html))

図表2-25 農・観一体となった地域食材流通システムの構築



(資料) 交付金を活用した農山漁村活性化の取組事例(平成 21 年度掲載事例)(東北農政局)

(http://www.maff.go.jp/tohoku/kihon/siensodan/zirei/pro_zirei_h21.html)

(2) 雫石町の観光・交流の動向

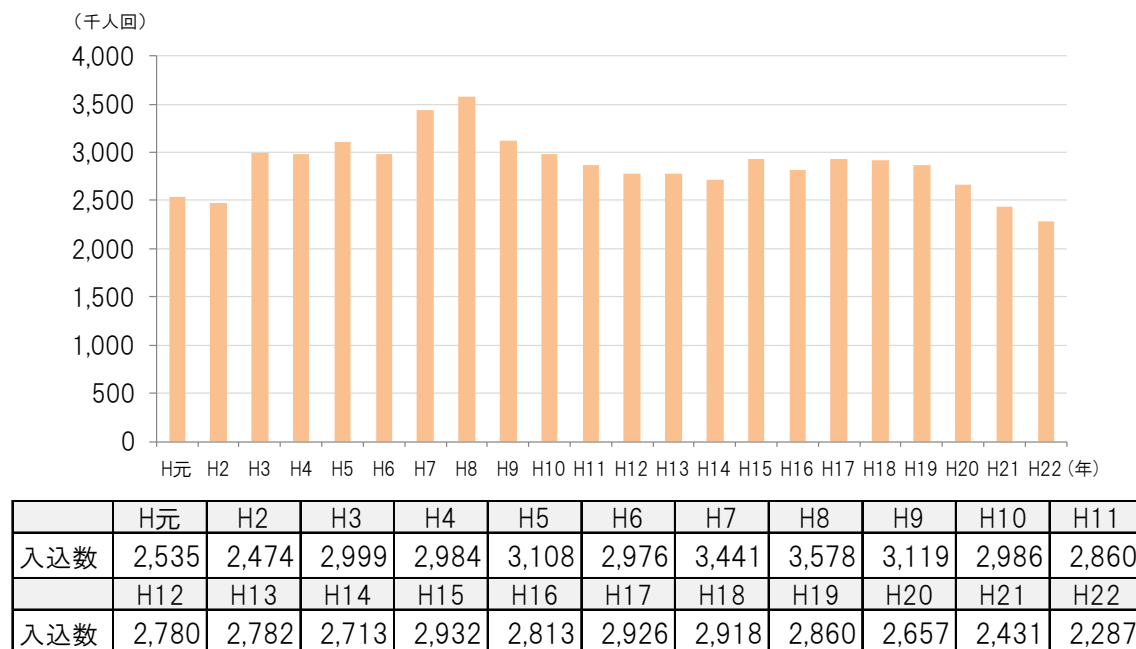
① 観光客数の推移

【観光レクリエーション客入込数】

雫石町における平成 22 年の観光客数は、約 228 万人回*。そのうち、日帰り客は約 185 万人回、宿泊客数は約 43 万人回であった。雫石町の観光客数は、平成8年の約 357 万人回をピークに、減少が続いている。また、地点別観光客数については、平成 19 年度以降の鶯宿温泉地区および長山地区の観光客数の減少が大きい。

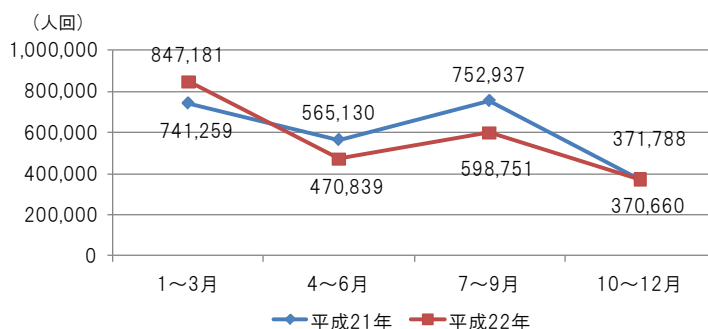
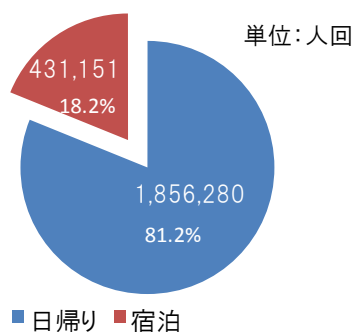
*人回・・・観光入込客の 1 回の来訪を 1 人回としてカウントしたもの。

図表2-26 観光レクリエーション客入込数の推移



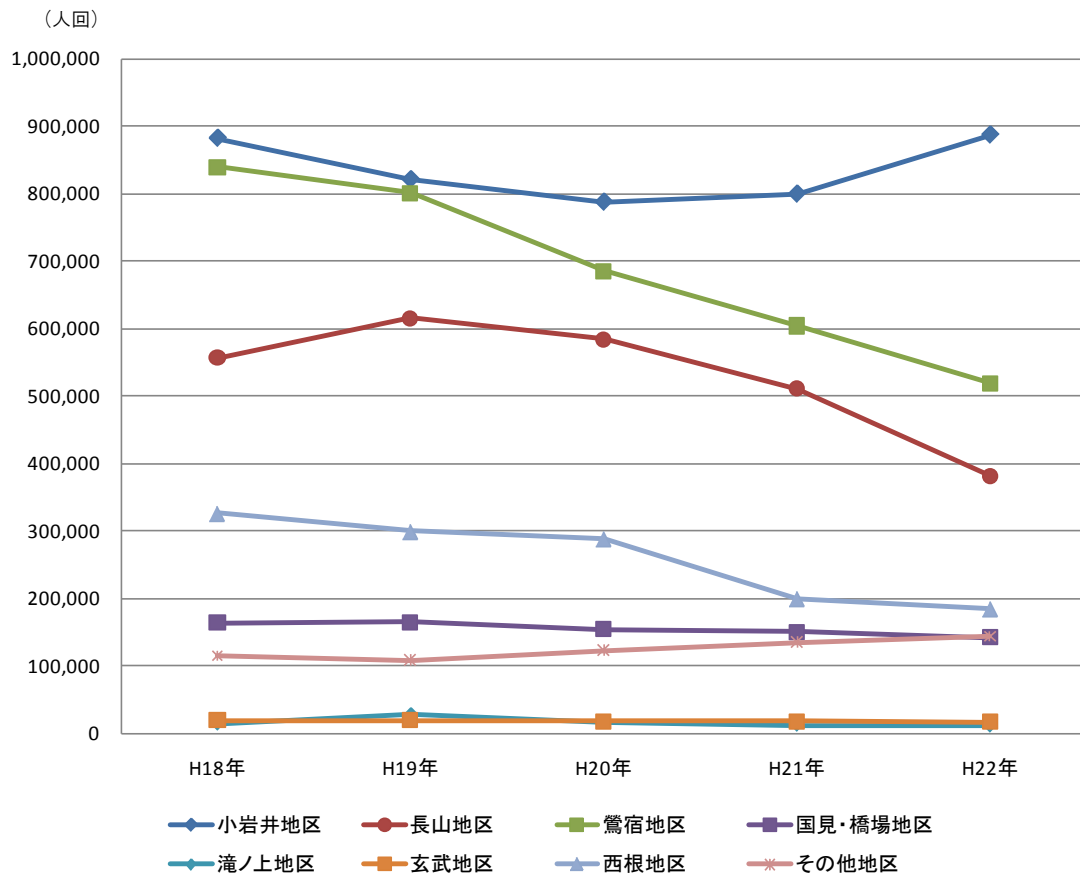
(資料)雫石町観光統計「平成 22 雫石町観光客入込調査報告書」雫石町観光商工課

図表2-27 入込客数(滞在種別) 図表2-28 四半期別入込数



(資料)雫石町観光統計「平成 22 雫石町観光客入込調査報告書」雫石町観光商工課(上記2つのグラフ)

図表2-29 観光地年別入込状況



	(人回)				
	H18年	H19年	H20年	H21年	H22年
小岩井地区	881,752	820,490	787,331	799,214	886,564
長山地区	556,937	615,630	584,329	511,042	381,889
鶯宿地区	839,651	801,089	684,998	604,355	519,112
国見・橋場地区	164,356	164,785	154,429	150,494	142,352
滝ノ上地区	13,561	29,617	16,318	11,957	10,703
玄武地区	19,705	19,755	18,097	17,867	17,326
西根地区	326,662	299,848	289,204	200,534	185,466
その他地区	115,539	109,038	122,988	135,651	144,019
合計	2,918,163	2,860,252	2,657,694	2,431,114	2,287,431

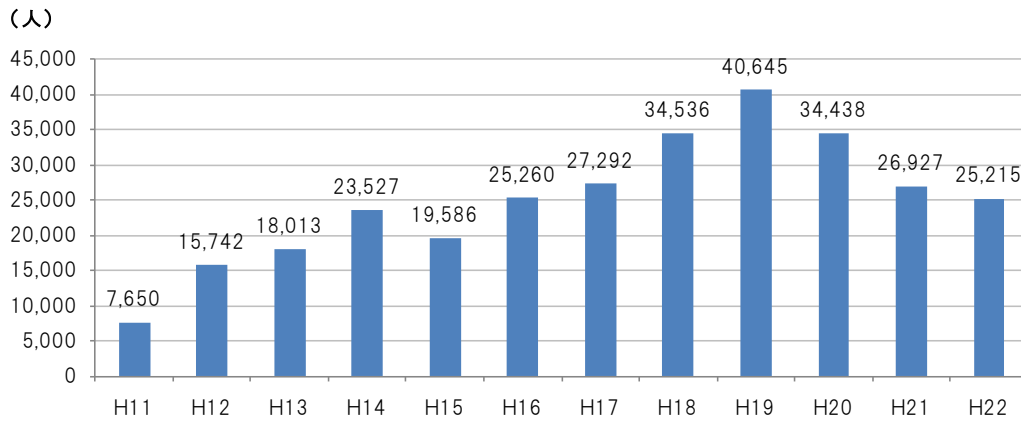
(資料)雫石町観光統計「平成 22 雫石町観光客入込調査報告書」雫石町観光商工課

【外国人観光客入込数】

外国人観光客の9割以上が台湾・香港・韓国を中心としたアジアからの観光客である。

外国人観光客入込数は、県内では最も多く、県内を訪れる外国人の約3割を占めるものの、平成19年の約4万人回をピークに減少傾向にあり、平成22年度には、2.5万人回まで減少している。

図表2-30 町の外国人観光客入込状況

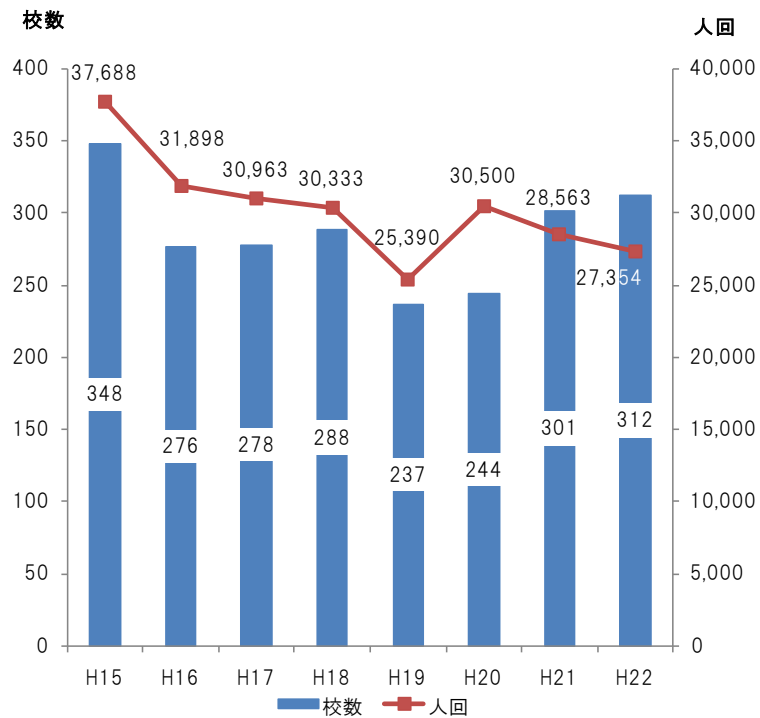


(資料)雫石町観光統計「平成 22 雫石町観光客入込調査報告書」雫石町観光商工課

【教育旅行旅行客入込数】

平成 22 年度の県外教育旅行客は、学校数が延べ 312 校、生徒数が 27,354 人回となり、平成 19 年以降、学校数は増加傾向にあるが、生徒数は平成 20 年度以降、減少している。

図表2-31 県外教育旅行客入込数の推移



(資料)雫石町観光統計「平成 22 雫石町観光客入込調査報告書」雫石町観光商工課

②各種アンケート調査結果

■観光客の利用実態について

*本調査結果は、東日本大震災から4ヶ月後に実施したものであり、例年の同時期の観光客の利用実態とは異なる可能性があるため、その点に留意が必要である。

【来訪客アンケート調査結果】

- 目的：雫石町の観光利用実態、観光客のニーズ等の詳細把握
- 実施期間：2011年7月11日（月）～8月8日（月）
- 回収状況：協力施設14施設／配布数2,200票／回収数830票／回収率37.7%

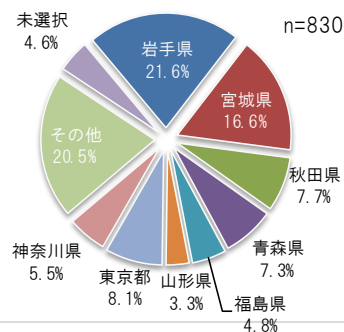
○調査結果概要

- ・【居住地】は、「岩手県」が21.6%と最も多く、東北6県で61.3%を占める。
- ・【性別】は、男女の割合が半々であり、【年代】は「60代」が27.1%と最も多い。
- ・【雫石町での宿泊数】は「1泊2日」が55.9%を占め、【来訪回数】は、「初めて」が32.3%と最も多いが、「5回目以上」も31.3%と多く、リピーター率が高い。
- ・【来訪動機】は「保養・休養のため」と約半数が回答している。次いで「日常生活から解放されるため」「旅先のおいしいものを求めて」となる。
- ・【旅先に選んだ理由】は、「以前、来て良かった」が31.6%を占め、【参考にした情報源】は「インターネット」が最も多く30.46%を占める。
- ・【総合満足度】は、満足（＝「大変満足」「満足」「やや満足」の合計）が91.3%と高い。
- ・【個別満足度】は、「景観・雰囲気」と「宿泊施設」が、満足（＝「大変満足」「満足」「やや満足」の合計）が9割を超えている一方で、「買物」は、66.9%と低い。
- ・【再来訪意向】【紹介意向】ともに「そう思う」が最も多い。「大変そう思う」「やや思う」を含めると、80%を超える。

○調査結果

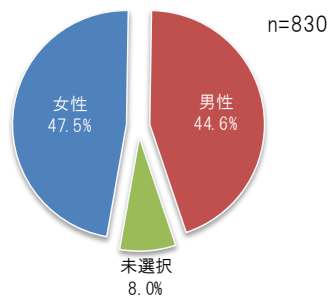
【居住地】

- ・「岩手県」が21.6%と最も多く、東北6県で61.3%を占める。東北地方以外では「東京都」8.1%、「神奈川県」5.5%となる。



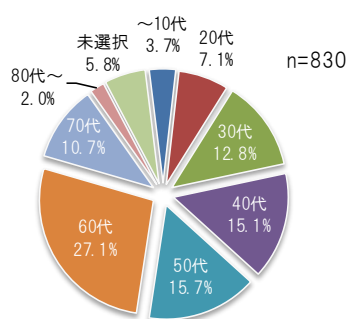
【性別】

・「女性」が「男性」を若干上回るものの、ほとんど差はない。



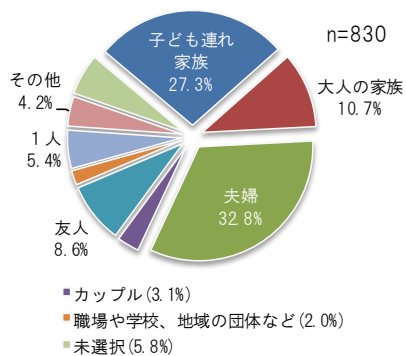
【年代】

・「60代」が最も多く、27.1%であるが、30～50代で43.6%を占める。



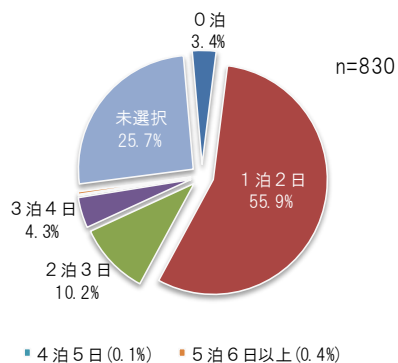
【同行者】

・「夫婦」が最も多く32.8%を占め、「子ども連れ家族」が27.3%となっている。



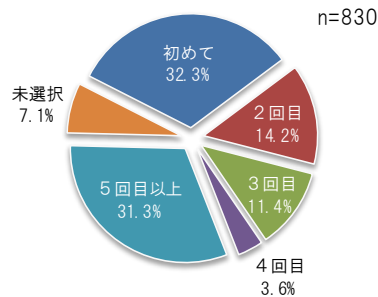
【雫石町での宿泊数】

・「1泊2日」が55.9%を占め、「2泊3日」と合わせると66.1%となる。



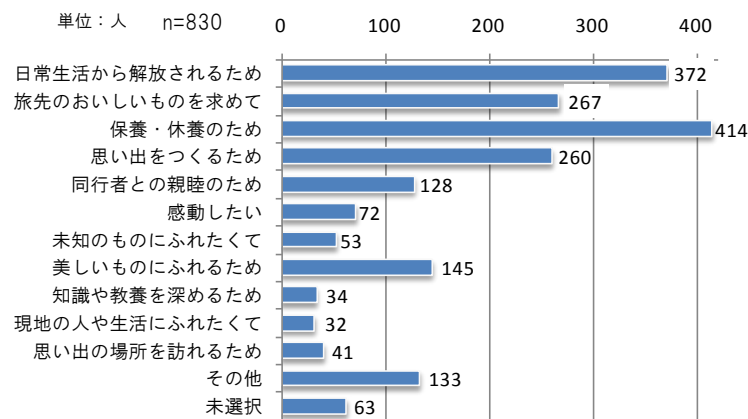
【来訪回数】

・「初めて」が32.3%と最も多くなっているが、「5回目以上」の31.3%とほとんど差はなく、リピーター率が高くなっていることが伺える。



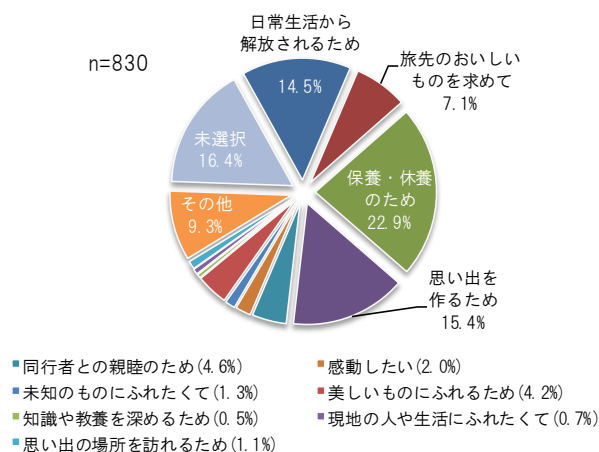
【来訪動機】

・「保養・休養のため」と約半数が回答している。次いで「日常生活から解放されるため」「旅先のおいしいものを求めて」となる。



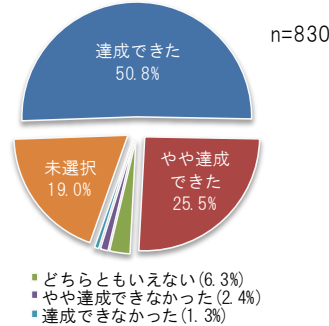
【来訪動機の中で最も重要視したもの】

・「保養・休養のため」が22.9%を占め、「思い出を作るため」の15.4%と続く。



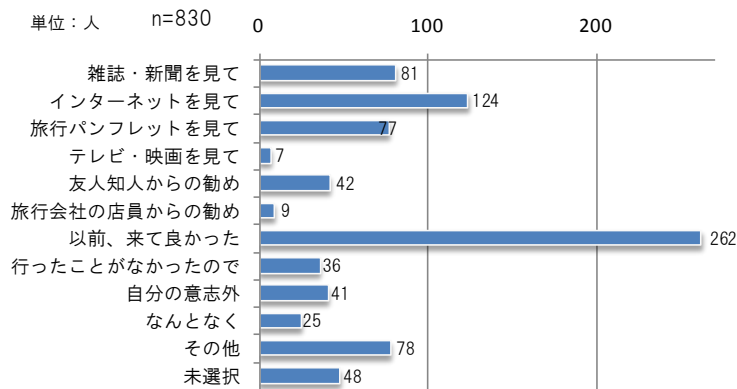
【動機に対する達成度】

・「達成できた」と「やや達成できた」で 76.3%を占める。



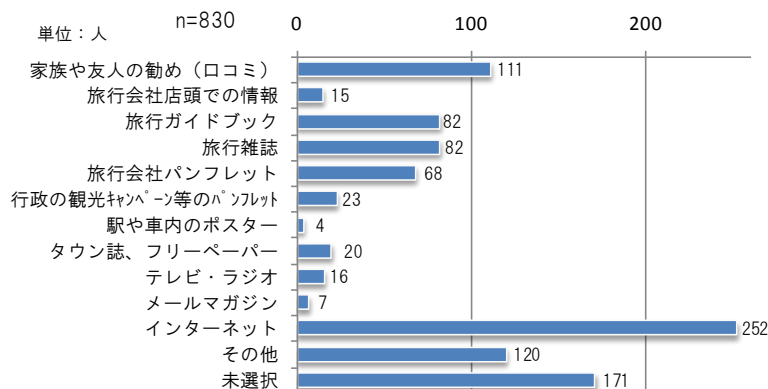
【旅先に選んだ理由】

・「以前、来て良かった」が 31.6%を占め、「来訪回数」同様、リピーターが多くなっているのがわかる。



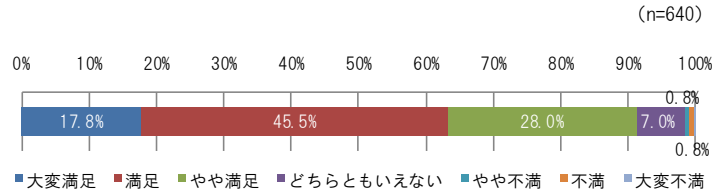
【参考にした情報源】

・「インターネット」が最も多く 30.46%を占める。



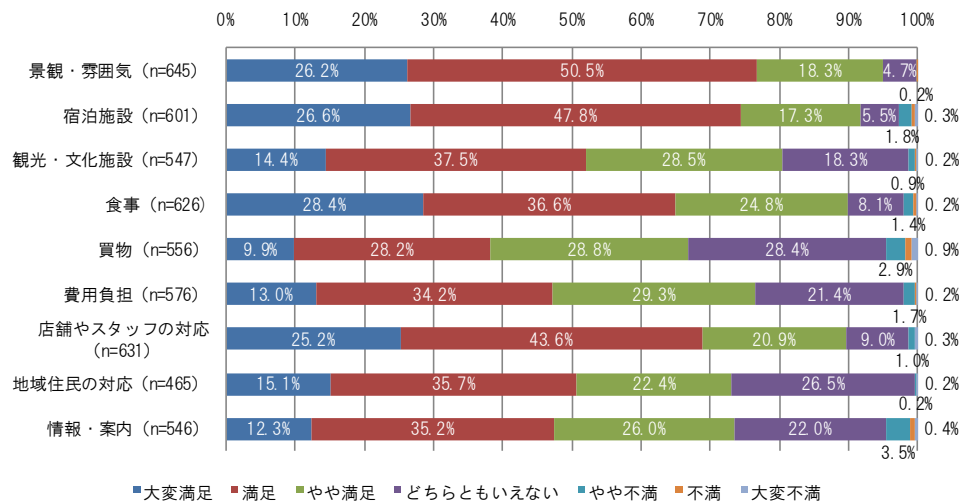
【総合満足度】

- ・「満足」45.5%を占め、「大変満足」「やや満足」を含めると91.3%となり、総合満足度が高くなっているのがわかる。



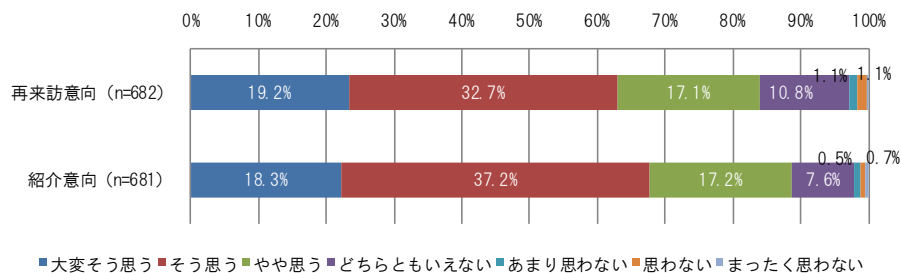
【個別満足度】

- ・全ての項目で「満足」の占める割合が高くなっていて、「大変満足」「やや満足」を含めると「買物」以外は7割を超える。中でも「景観・雰囲気」と「宿泊施設」は9割を超えている。満足度が低くなっているのは「買物」で66.9%。



【再来訪意向と紹介意向】

- ・再来訪意向、紹介意向ともに「そう思う」が最も多い。「大変そう思う」「やや思う」を含めると、80%を超える。



■ 宿泊施設の経営状況

*本調査結果は、東日本大震災から4ヶ月後に実施したものであるが、設問の多くは、震災以前の宿泊施設の経営状況に関するものである。

【宿泊施設アンケート調査結果】

- 目的：雫石町の宿泊施設の詳細把握
- 実施期間：2011年7月11日(月)～8月8日(月)
- 回収状況：協力施設70軒／回収数29票／回収率41.4%

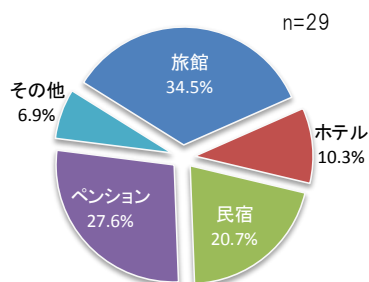
○調査結果概要

- ・【経営形態】は「旅館」が34.5%と最も多く、次いでペンション(27.6%)となる。
- ・【料金体系】「1泊2食が基本」が88.9%を占める。
- ・【セールスポイント】は「山や川など自然環境が良い」が最も多く88.5%、「家庭的な接客サービス」「料金的に手頃である」(73.1%)と続く。
- ・【過去3年間の宿泊客数の変化】は、「減少」が63.0%を占める。
- ・【宿泊客の平均宿泊数の割合】は、「1泊」が84.0%を占め、【宿泊客の居住地の割合】は「県外」が64.7%。そのうち【岩手県外からの宿泊者の居住地の割合】は、「首都圏」が最も多く27.9%で、次いで「宮城県」(20.7%)と続く。
- ・【食材の仕入れ先の割合】は「雫石町内」が最も多く過半数以上の56.1%を占め、「その他県内」が34.2%と続く。【食材を雫石町で仕入れていない理由】としては、「安定的に仕入れ不可能」が44.8%を占め、次いで「入手不可能」(34.5%)となる。
- ・【震災発生以前より抱えている経営上の理由】は、「宿泊客の減少」が最も多く81.56%を占め、次いで「客単価の減少」「施設・設備の老朽化」(40.7%)となる。
- ・【今後の経営方針】は、「特に考えていない」が38.5%。「料理の質の向上」(30.8%)、「DM等による販促の強化」(23.1%)と続く。

○調査結果

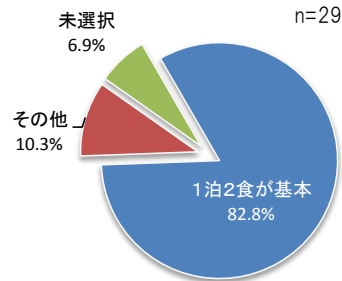
【経営形態】

- ・「旅館」が34.5%と最も多く、次いでペンション(27.6%)となる。



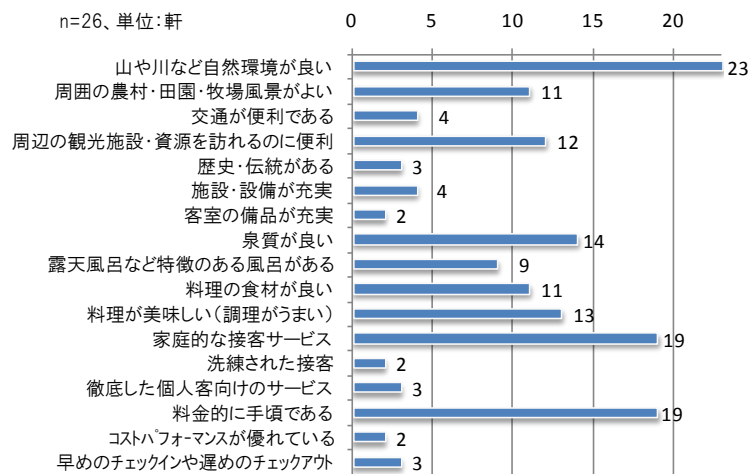
【料金体系】

・「1泊2食が基本」が88.9%を占める。「その他」は簡易宿所、自炊旅館となっている。



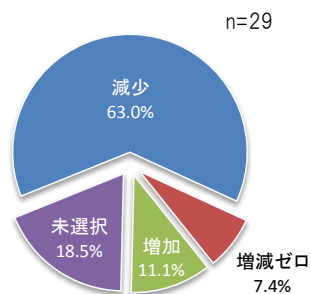
【セールスポイント】

・「山や川など自然環境が良い」が最も多く88.5%、「家庭的な接客サービス」「料金的に手頃である」(73.1%)と続く。



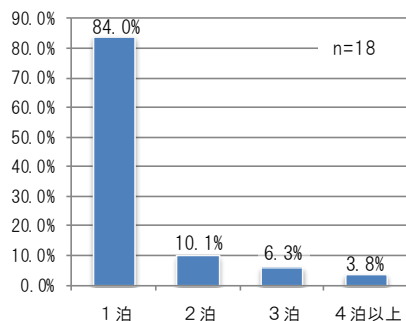
【過去3年間の宿泊客数の変化】

・「減少」が63.0%を占める。



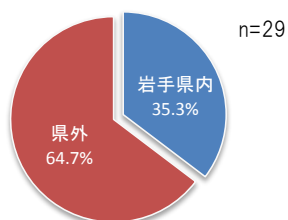
【宿泊客の平均宿泊数の割合】

・「1泊」が84.0%を占める。



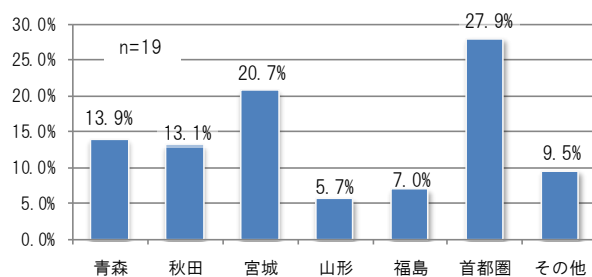
【宿泊客の居住地の割合（県内・県外別）】

・「県外」が64.7%を占める。



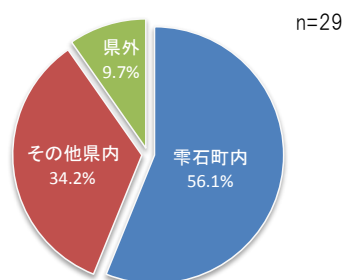
【宿泊客の居住地の割合（岩手県以外）】

・「首都圏」が最も多く27.9%で、次いで「宮城県」(20.7%)と続く。



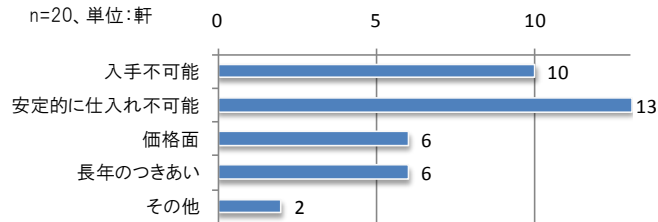
【食材の仕入れ先の割合】

・「雫石町内」が最も多く過半数以上の56.1%を占め、「その他県内」が34.2%と続く。



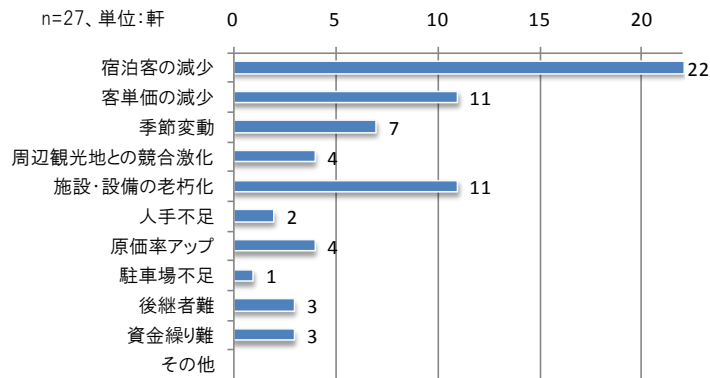
【食材を雫石町で仕入れていない理由】

・「安定的に仕入れ不可能」が44.8%を占め、次いで「入手不可能」(34.5%)となる。



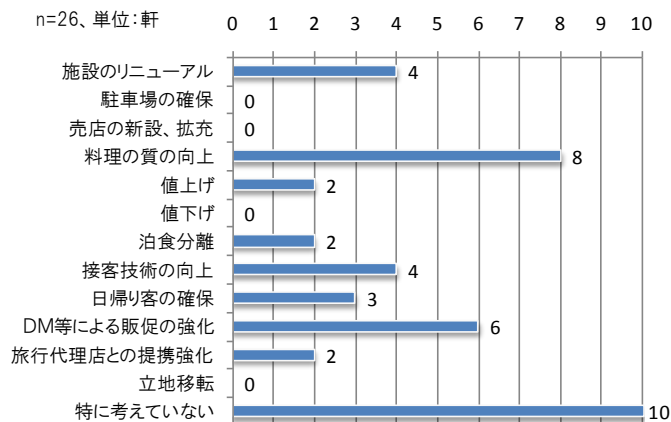
【震災発生以前より抱えている経営上の理由】

・「宿泊客の減少」が最も多く81.56%を占め、次いで「客単価の減少」「施設・設備の老朽化」(40.7%)となる。



【今後の経営方針】

・「特に考えていない」が38.5%。「料理の質の向上」(30.8%)、「DM等による販促の強化」(23.1%)と続く。



*DM…ダイレクトメールの略称。

■岩手県のイメージ

【岩手県つなぎ温泉・鶯宿温泉・小岩井農場 GAP(ギャップ)調査】株式会社リクルート

○調査期間：2010年8月4日(水)～8月5日(木)

○調査対象：20歳以上の男女

インターネットリサーチ「マクロミル」のモニタ会員 1030名

○居住区：首都圏 670名、岩手県 155名、宮城県 206名

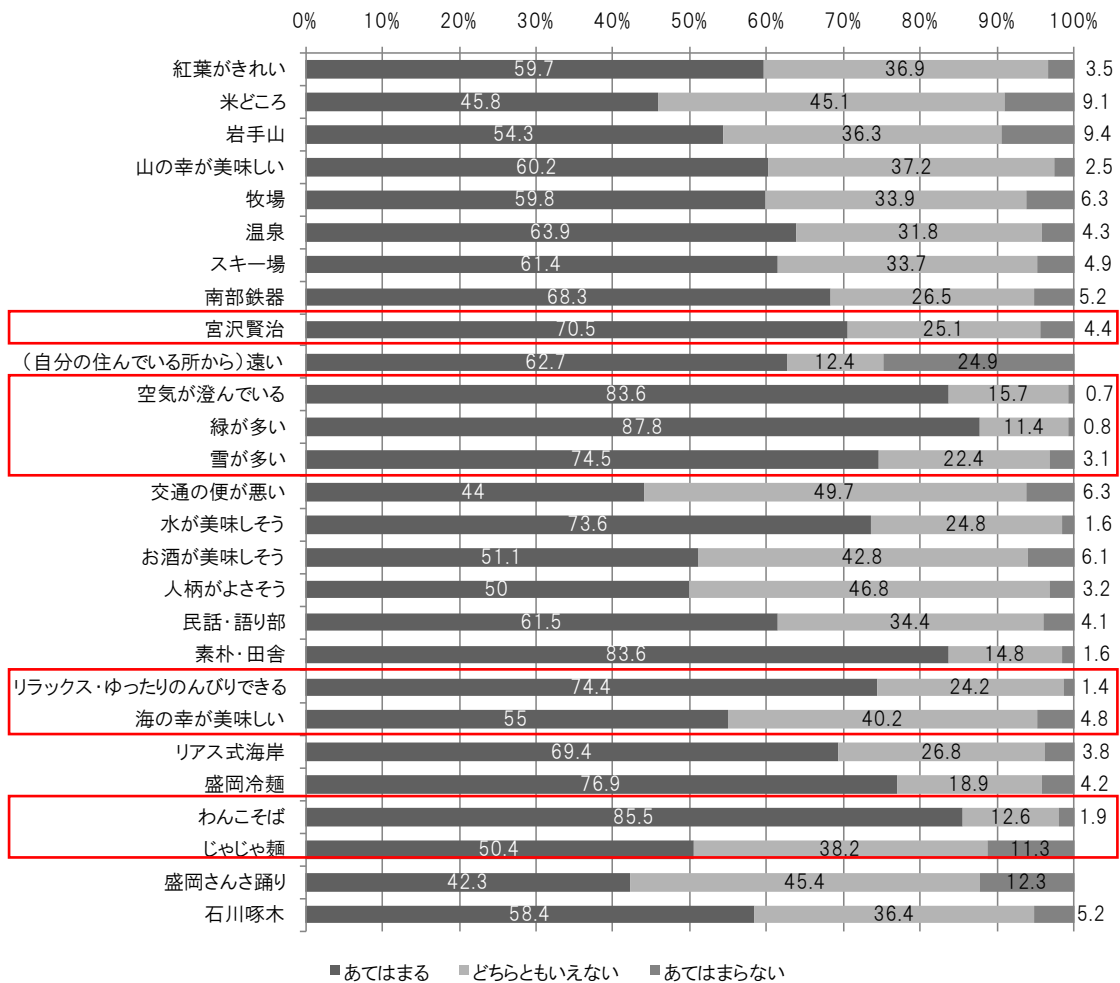
○調査結果概要

- ・【岩手県のイメージ】として、「あてはまる」と回答した人が多い項目(70%以上)は、「緑が多い」「空気が澄んでいる」「素朴・田舎」「雪が多い」「水が美味しそう」「リラックス・ゆったりのおんびり出来る」「宮沢賢治」「盛岡冷麺」「わんこそば」である。
- ・全項目の中で、居住エリア(首都圏、岩手県、宮城県)によって回答に差異があったものは、「紅葉がきれい」「米どころ」「岩手山」「山の幸が美味しい」「民話・語り部」「牧場」「温泉」「スキー場」「南部鉄器」「宮沢賢治」である。

○調査結果

【岩手県のイメージ】

- ・岩手県のイメージとして、「あてはまる」と回答した人が多い項目(70%以上)は、「緑が多い」「空気が澄んでいる」「素朴・田舎」「雪が多い」「水が美味しそう」「リラックス・ゆったりのおんびり出来る」「宮沢賢治」「盛岡冷麺」「わんこそば」である。



また、上記項目の中で、居住エリアによって回答に差異があったものは、次の項目である。

【紅葉がきれい】

- ・紅葉がきれいなイメージは、「あてはまる」が6割、「どちらでもない」が37%。岩手県は「あてはまる」と答えた人が8割以上を占めている。

【米どころ】

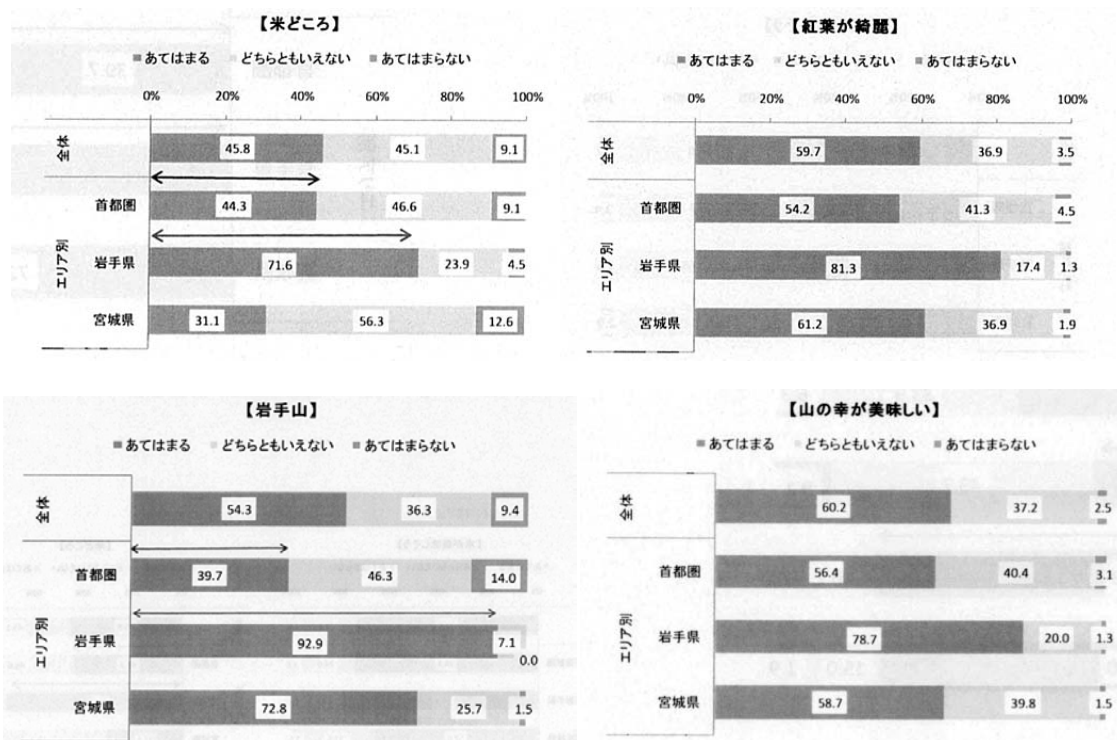
- ・米どころなイメージについては、「あてはまる」が46%、「どちらともいえない」が45%であった。岩手県では「あてはまる」が7割以上と高いが、首都圏・宮城県と大きく差が開いている。

【岩手山】

- ・岩手山のイメージは、「あてはまる」と答えた人は54%であった。岩手県は9割以上、宮城県では7割以上が「あてはまる」と回答している。

【山の幸が美味しい】

- ・山の幸が美味しいイメージについては、「あてはまる」が6割であった。岩手県では「あてはまる」が8割と高めである。



【民話・語り部】

- ・民話・語り部のイメージについては、6割強が「あてはまる」と回答している。岩手県、宮城県では「あてはまる」割合が7割以上と高めであるが、首都圏では55%であった。

【牧場】

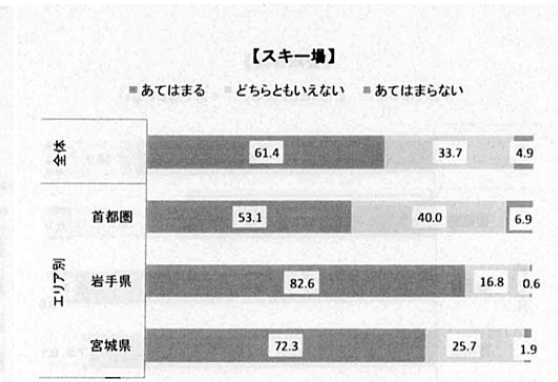
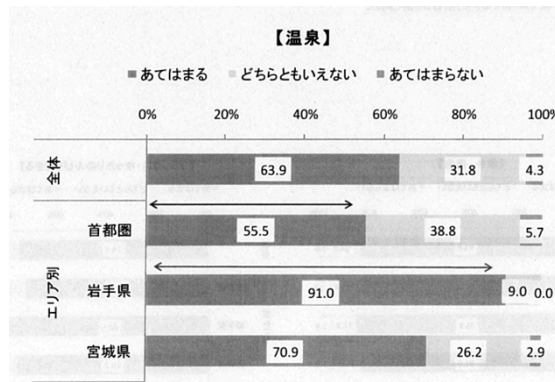
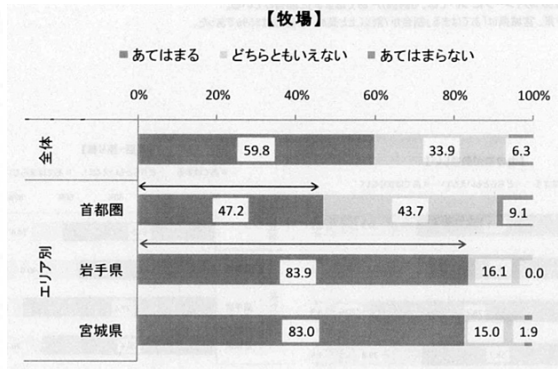
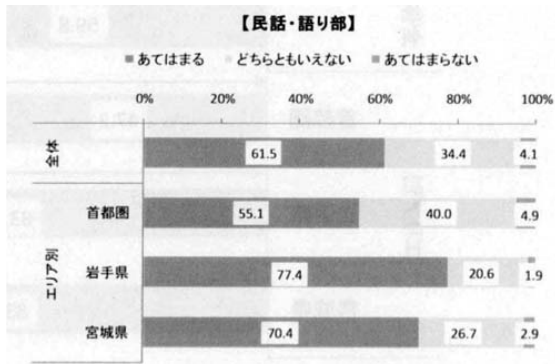
- ・牧場のイメージについては、6割が「あてはまる」と回答している。岩手県と宮城県は「あてはまる」が8割以上と高いが、首都圏は5割弱であった。

【温泉】

- ・温泉のイメージは、「あてはまる」が64%であった。岩手県では「あてはまる」割合が9割以上を占める。一方首都圏では56%と大きく差が開いた。

【スキー場】

- ・スキー場のイメージは、6割弱が「あてはまる」と回答している。岩手県は「あてはまる」が8割弱と高い。

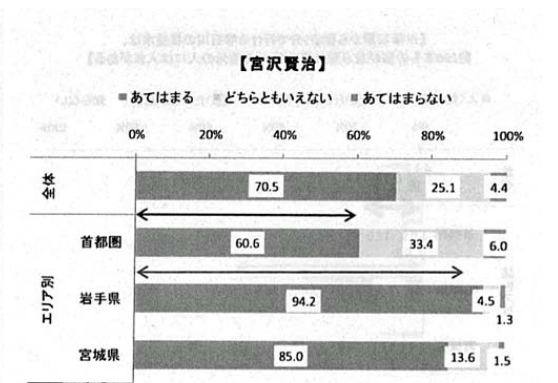
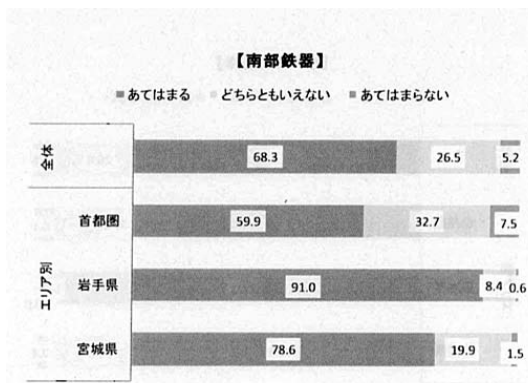


【南部鉄器】

- ・南部鉄器のイメージについては、7割弱が「あてはまる」と回答している。岩手県は「あてはまる」が9割弱と高い。

【宮沢賢治】

- ・宮沢賢治のイメージは、7割が「あてはまる」と回答している。岩手県は94%が「あてはまる」と回答している。



■住民の観光振興に対する考え方

【平成 20 年度町民意識調査分析結果】

- 目的：町民の意識の動向やまちづくりに対する考え方を把握し、
住民と協働のまちづくりを進めていく基礎資料とする
- 調査期間：平成 20 年6月5日から6月 23 日まで
- 調査対象：町内に在住する満 18 歳以上の町民 3,500 人
- 抽出方法：住民基本台帳より男女別、年齢階層別、行政区別に等比率で無作為に抽出
- 調査方法：町統計調査員が対象者に調査票の配布および回答を依頼し、後日回収
- 回収状況：回収数 3,131 人／回収率 89.46%

【平成 21 年度町民意識調査分析結果】

- 目的：町民の意識の動向やまちづくりに対する考え方を把握し、
住民と協働のまちづくりを進めていく基礎資料とする
- 調査期間：平成 21 年 11 月 5 日から 11 月 30 日まで
- 調査対象：町内に在住する満 18 歳以上の町民 1,125 人
- 抽出方法：住民基本台帳より男女別、年齢階層別、行政区別に等比率で無作為に抽出
- 調査方法：町統計調査員が対象者に調査票の配布および回答を依頼し、後日回収
- 回収状況：1,025 人／回収率 91.1%

○調査結果概要

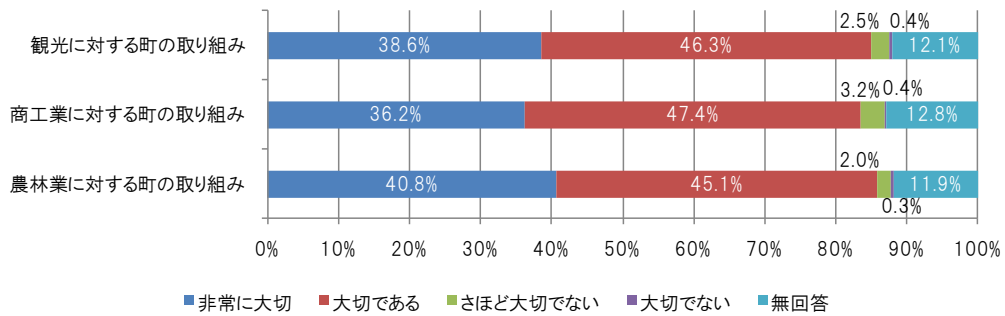
- ・【雫石町の「産業」への取り組みの重要度】については、「観光」「商工業」「農林業」の3項目いずれについても 80%を超える割合で重視している結果であり、産業振興を図るべきだという意向が多い状況である。
- ・【雫石町の「産業」への取り組みの満足度】については、「観光に対する町の取り組み」については満足している割合が 33.4%であり3項目中では一番の満足度であるが、3割を超える程度の満足度となっている。
- ・「商工業」「農林業」については、さらに低い約 23%の満足度となっており、観光を含め、産業振興に対して不満傾向が存在している。
- ・【町の経済に対する考え方】については、「産業振興を図るべきだが、環境保全にも配慮する必要がある」が 48.8%と最も多く、「雇用の場の確保と町の経済的発展のために産業振興を図るべきだ」が 35.7%と続く。
- ・また、上記2つを選択した回答者においては、「温泉や自然環境を生かした観光産業の振興を図るべきだ」が4割以上で最も多い。「その他」の内容では、各産業の連携を求める意見や、中心市街地だけではなく町の全体的な活性化を求める意見もあり、分野を横断し、総合的に発展が望まれていると思われる。

○調査結果

【雫石町の「産業」への取り組みの重要度】（平成 21 年度調査）

- ・観光、農林業、商工業のうち「大切である（非常に大切、大切である）」と回答した人の割合は、農林業で 85.9%、観光 84.9%、商工業 83.6%といずれにおいても高い数値となっている。

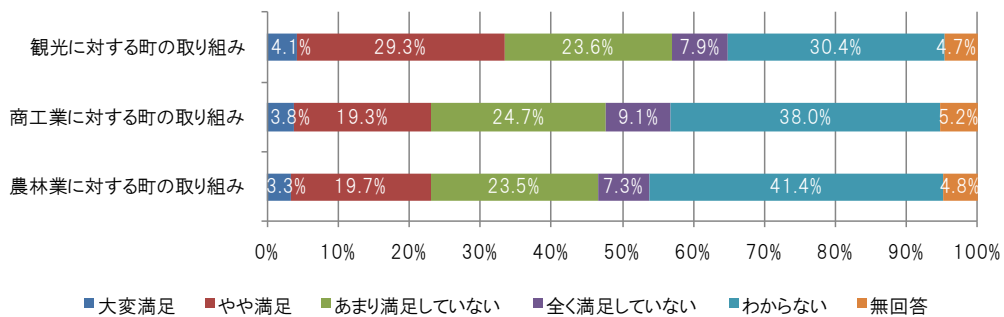
雫石町の「産業」への取り組みについて(重要度)



【雫石町の「産業」への取り組みに対する満足度】（平成 21 年度調査）

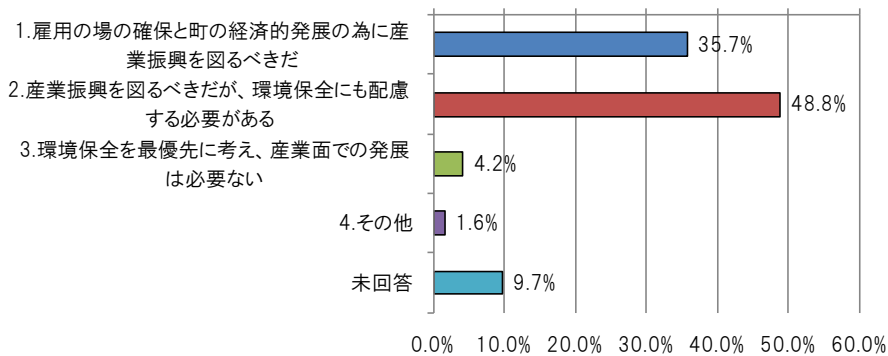
- ・満足度については、観光、農林業、商工業のいずれも満足度が低いが、観光に対する取り組みについては3産業の中においてやや高い満足度となっている。

雫石町の「産業」への取り組みについて(満足度)



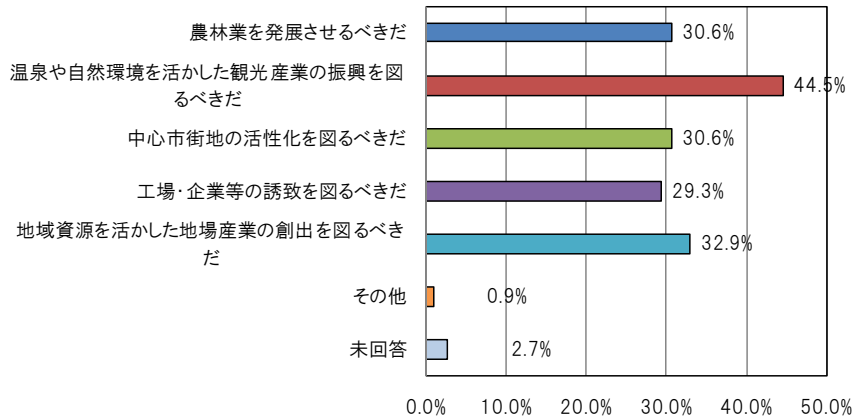
【町の経済・産業活動に対する考え】（平成 20 年度調査）

- ・産業振興のありかたについては、「産業振興を図るべきだが、環境保全にも配慮する必要がある」が 48.8%と最も多く、「雇用の場の確保と町の経済的発展のために産業振興を図るべきだ」が 35.7%と続く。



【その理由(2つ選択)】 *上記1、2と回答した人への設問(平成20年度調査)

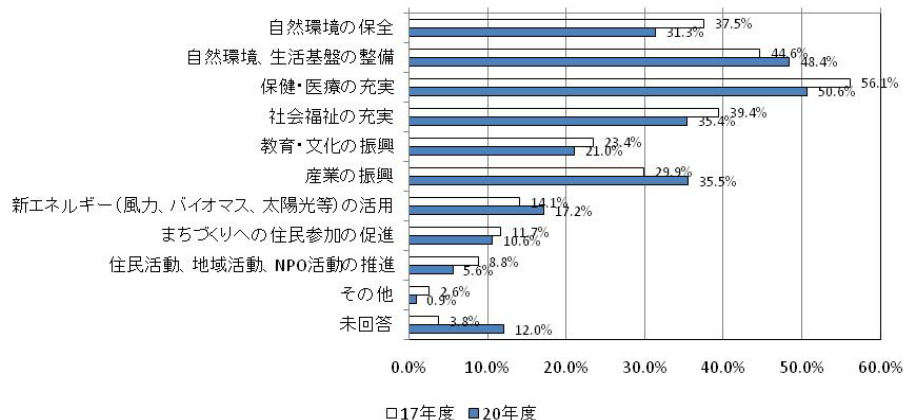
- ・全体集計では、「温泉や自然環境を生かした観光産業の振興を図るべきだ」との意見が最も多く、回答対象者の4割以上が選択した結果となった。また、農林業、中心市街地活性化、工場・企業等の誘致、地場産業の創出については、いずれも30%前後の割合となっている。
- ・その他の内容では、各産業の連携を求める意見や、中心市街地だけではなく町の全体的な活性化を求める意見もあり、分野を横断し、総合的に発展が望まれていると思われる。



【今後栗石町が優先的に力を入れていく必要のある施策(順位づけを行わなかった場合)】

(平成20年度調査)

- ・平成17年度も同様の質問をしているが、平成20年度調査では、項目を3つ選択するだけでなく、順位づけを求めているため、単純に17年度と比較できるものではないが、参考として順位づけを無視して項目の選択数のみで集計し、17年度と比較した結果、「保健・医療の充実」、「生活環境・生活基盤の整備」が上位であることには変わりはないが、「産業の振興」が増加し、「保健・医療の充実」の割合が減少していることがわかる。同様に、「自然環境の保全」、「社会福祉の充実」などの割合も減少しており、減少分が「生活環境、生活基盤の整備」、「産業の振興」に加算されていると推測される。また、「生活環境、生活基盤の整備」については、「1番重要」で選択した割合が最も多く、住民の要望が変化してきていることがうかがえる。



第3章

計画課題の整理

本章では、第2章で整理した粟石町の観光・交流の現状をもとに、観光・交流を取り巻く全国的な動向を加味した上で、粟石町の観光・交流の課題と方向性を整理する。

1. 全国的な観光・交流の動向

以下では、観光客(市場)の動向と、地域における観光・交流の取り組みについて述べる。

(1) 観光客の動向

① 観光スタイルの変化

● 団体旅行から個人旅行へ

国内旅行は、戦後の高度経済成長による所得増加に合わせて、その機会も増加していった。当時は、団体旅行が主流であり、施設を整備すれば人が来る時代であった。しかし、車の普及や人々の嗜好の変化、社会経済状況の変化により、旅行形態は団体旅行から個人旅行へと大きくシフトしている。

● 「観る」観光から「体験する」観光へ

近年の旅行目的として、「温泉旅行」「自然観光」「グルメ」「歴史観光」などは衰えていないものの、「都市観光」「町並み観光」のように「何を見たか」とともに「何を体験したか」「どのように時間を過ごしたか」ということを重視する観光スタイルへの参加意欲が高まっている。

● 観光資源や観光施設から地域の生活文化への関心の移り変わり

町並みや自然風景、温泉や史跡等の観光資源からレジャー施設、テーマパーク等の観光施設まで、従来観光対象とされていた資源から、その土地に住まう人々の暮らしや文化へと人々の関心が移ってきている。

② 社会の成熟化に伴う観光客の価値観の変化

● 心の豊かさを求める時代／本物志向／安全安心志向

観光客の観光スタイルの変化をもたらした背景には、観光客の普段の生活における価値観の変化が影響している。社会の成熟化に伴い、人々の価値観は、「物の豊かさ」から「心の豊かさ」へと変化しており、本物志向や安全安心の志向等が高まっている。東日本大震災発生によって、様々な事柄に対する価値観が変化する中で、今後さらにこうした価値観が重視されるようになってくることが予想される。

(2) 地域における観光・交流の取り組み

① 観光スタイルの変化への対応

● 発地型の観光から着地型(地域発)の観光へ

個人旅行が主流になると、個人の様々なニーズに応じた旅行商品が求められるようになり、従来の観光地、従来の旅行商品(観光客が居住する都市圏等(発地)で造られる商品)では対応できない状況になってきている。そこで、地域に詳しい観光客受け入れ地域(着地)が、観光客の多様な要望に応えられる、独自の地域資源を活かしてつくる着地型の体験プログラムや旅行商品を企画・販売する形態の着地型(地域発)の観光が全国各地で取り組まれている。

● “モノ”を見せる観光からモノの“背景にあるストーリー”やモノの“価値・意義”を伝える観光へ

地域の生活文化にまで観光客の関心が広がり、地域の深い魅力を味わう観光スタイルが徐々に浸透しつつある中では、資源の背景にあるストーリーや資源が有する価値や意義を伝えることが重要であり、観光客はストーリーや価値を理解した上で資源を見て深く感動するという観光へと変わってきている。平成23年6月に世界遺産に登録された「平泉—仏国土(浄土)を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群—」は、そうした背景にあるストーリーや価値・意義を事前に学んで、あるいは、現場で説明を受けて見て深く感動するものの一つである。

● 観光資源や観光施設の魅力向上から地域の魅力づくりへ

実際にその土地に住まう人々の暮らしや文化に触れたいという近年の人々の関心の変化に対応するためには、特定の観光資源がある観光スポットや囲われた敷地内で観光客を受け入れ、サービスを提供する観光施設では対応が難しい。そのため、地域全体としての魅力の向上が必要となる。

② 地域一体となった観光の推進

● 総合産業としての観光

全国的に人口減少や産業の活性化など将来に向けた課題を抱える中、観光産業は、第1次産業や第2次産業と深く関わる裾野の広い複合産業である。そのため、観光産業の活性化を目的とする観光政策は極めて横断的・複合的な側面を有しており、観光の振興は、農業、林業、水産業、工業、交通・運輸、宿泊、飲食などから福祉、教育、環境など幅広いジャンルの産業に波及効果を与え、地域経済の活性化や雇用創出効果等、地域振興やまちの活性化に直結する。

● 地域住民の参加

観光客のニーズが多様化し、従来型の観光資源とは異なる地域の生活や文化に関心が広がっている。こうした地域の生活文化の掘り起こしには、地域住民の協力が必要であり、近年の地域の人々との交流を通して、その地域特有の歴史や文化、自然などを体験し、楽しむ、いわゆる「体験型観光」に対応するためには、地域住民の参加は不可欠である。

● 観光まちづくり

観光振興は、その他のまちづくりの課題の解決の一助を担うとともに、他の課題の解決が結果として観光振興を支える、という可能性もある。多様で魅力ある地域の観光資源に磨きをかけ、住民の

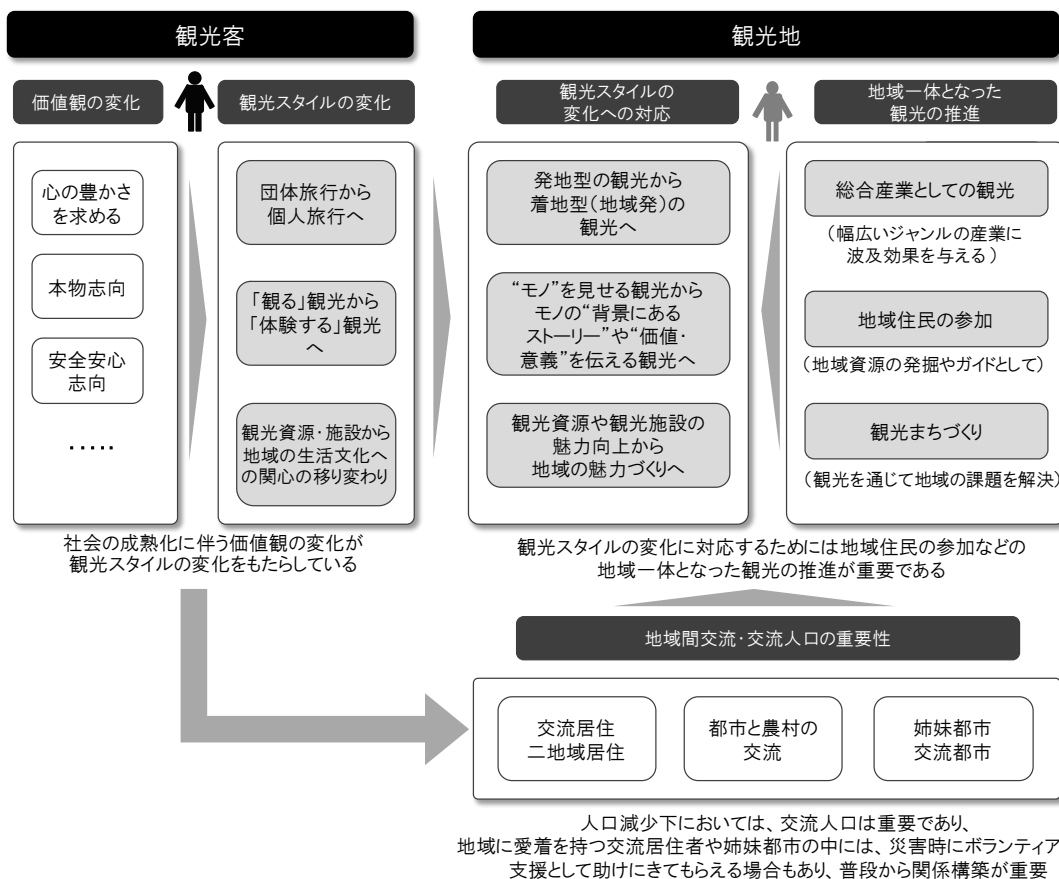
地域に対する愛着と誇りの醸成につなげていくとともに、絶えず変化を続ける観光客ニーズに持続的に対応していくことで、住む人(住民)・訪れる人(観光客)の双方にとって心地よく魅力的な地域づくりを通して観光振興を行う地域が増えている。

③地域間交流・交流人口の重要性

●交流居住、二地域居住／都市と農村の交流／姉妹都市、交流都市

日本全体の人口が減少下にあり、定住人口が減少していく中においては、都市と農村を行き交い交流居住する人々は、地域経済の活性化やコミュニティの維持・再生に寄与することが期待される。また、東日本大震災発生の経験から、今後姉妹都市の存在は、重視されてくる可能性がある。

図表3-1 観光客の観光スタイルの変化と観光地の対応



2. 雫石町の観光・交流の課題と方向性

これまでにみてきた全国的な観光・交流の動向やヒアリング調査等の各種調査を踏まえた上で、雫石町における観光・交流活性化を図る上での課題と方向性を、「町全体としての特性」、「観光資源・地域資源」、「観光産業および観光関連産業」、「情報提供」、「観光・交流推進体制」の別に整理すると、以下の通りとなる。

(1) 町全体としての特性

① 地勢・立地

- 雫石盆地には、千m以上の山が12あり、周囲の山から流れてくる雫石川水系の支流が十数本あるため、農耕水利、林業、牧畜に恵まれている。
- 雫石盆地と本町の行政区域はほぼ等しく、盆地をイメージづける地形と結びついた地名が多い。また、雫石川水系の支流は御所湖に集まるなど、盆地の構造が明快である。
- 「雫石町」という名前(の響きの良さや漢字の素晴らしさ)は、雫石町固有の財産であるが、「しずくいし」を連想させる資源が十分に発掘・発信されていない。また、地名や観光資源の名称としずくいしのイメージが十分に結びつられていないのが課題である。
- 空気が澄んでいる、水がきれいなど生活に身近な環境に対して良いイメージがある。

② 観光の町

- 雫石町の一部は、十和田八幡平国立公園に属し、美しい自然環境を有するほか、製品の品質の高さ等から全国的な認知度のある小岩井農場や11の温泉(地)が立地している。多様な資源を有しているものの、町全体として見ると、首都圏等の遠方から観光客を誘客出来る認知度の高い観光資源は少ない。また、「山と牧場といで湯の町雫石」と代表されるように、多様な観光資源を表現するあまりに、各資源が有する特徴や町全体としての特徴が伝わりにくく、今後情報発信においては、その点を留意しながら観光振興を進める必要がある。
- 農業を中心とする地域で、日本的な精神に支えられてきた農村文化が現在も残っていることと小岩井農場に代表される近代的なものを取りれてきたという2つの側面を有することも雫石町として活かすべき特性の一つである。

(2) 観光資源・地域資源

① 自然資源

- これまでも自然の豊かさ(十和田・八幡平・国立公園内(一部))は発信されてきたが、近年の消費者のニーズの変化・多様化を考えると、身近な自然(農地、整備されていない畦道、小川、屋敷林、小鳥のさえずりなど)や日常生活における自然との関わり方も、雫石町の資源となる可能性がある。また、そうした資源を活かすために、レンタサイクル等の二次交通や散策ルートの整備等が求められる。

②人文・歴史資源

- 雫石町は、町の中心部に3つの寺が、町内の各地には 133 の神社が位置する特異な空間構造を有する。明治期に行われた一村一神社の名残りもあり、農村部では集落毎に神社を有するなど、独特の集落景観を呈している。従来の観光資源・観光施設(単体)の魅力向上のみでは誘客が難しい現在においては、こうした資源の活用も望まれる。
- 雫石町には、散居集落の景観や、屋敷林、マンサード畜舎、サイロ、小屋など農村文化や馬産の歴史を伝える建造物等が残されていることから、保全し、積極的に情報発信等を行いながら活用していくことが望まれる。

③温泉

- 雫石町への来訪動機として、「保養・休養のため」が最も多く回答されており、温泉は雫石町の重要な観光資源である。
- 雫石町内には、11 の温泉(地)を有するものの、その違いは必ずしも明確に発信されていない。また、「雫石温泉郷」という総称もあるものの、一体的なイメージが弱く、11 温泉を一体として情報発信を行うかも含めて、検討する必要がある。
- 網張温泉、鶯宿温泉などは、それぞれに歴史的な由縁を持っているため、それらを生かした商品開発および更なる情報発信が必要とされる。

④イベント・伝統行事・食・特産品等

- よしやれ、さんさ踊り、神楽などの古くから受け継いできた民俗芸能があるが、例えば、よしやれ踊りは、座敷踊りであることなどは、地域内外に知られていない。また、こうした踊りを学びたい、本物が見たいと思っても地域外の人が学ぶ場(受け入れ環境)が整えられていない。
- 「旅先のおいしいものを求めて」が雫石町への来訪動機として3番目にあげられており、食は重要な資源である。郷土料理「重っこ料理」の提供や、「こびる」「さなぶり」ランチなど、地域の農村文化を新たな方法で提供する取り組みが行われているものの、町内、町外いずれに対しても情報発信が十分ではないため、町内で提供されている施設等を紹介するなど情報発信が必要である。また、これまでに開発された特産品等やその提供方法等についても改めて見直す必要がある。
- 手づくりの作品を制作する工房等が数多く立地しているため、ネットワーク化を図るなどの取り組みや、製作品のみならず、制作過程等の製品が出来上がるまでのプロセスを見せるなど、情報発信の方法とあわせて検討されることが望まれる。
- 語り部の活動も行われているが、観光客に対して十分に提供出来ていない状況であり、伝統芸能等の観光的提供とあわせて検討を行う必要がある。

⑤体験プログラム

- グリーンツーリズムやエコツーリズム等の各種体験プログラムは数多く準備されているが各体験の特性や他地域で実施されているプログラムとの違いをより明確にしていくことが望まれる。また、受け入れ可能時期等についても更に詳細な情報の発信が必要である。
- グリーンツーリズムにおいては、受け入れ農家が不足しているため、体験・宿泊ともに、参加しや

すい仕組みが必要である。

- 第3種旅行業資格を有する観光協会を通じた商品の販売促進が図られることが望まれる。

(3)観光産業および観光関連産業

①宿泊施設・観光施設・交通

- 多様な経営形態(旅館、ホテル、ペンション、民宿)の宿泊施設が立地し、施設規模も多様(大規模施設から小規模施設まで)であるため、様々な旅行形態の観光客受け入れに対応できるが、客層が経営形態や施設規模によって異なるため、観光・交流に対する意識の違いがある。そのため、地域あるいはエリア一体となって活動を継続して行うことが難しい状況にある。誘客促進を図る上では、今後は、経営形態や施設規模に宿泊施設を分けて、マーケティングや情報発信を行うことが必要である。
- 宿泊施設では、宿泊客の減少の次に、客単価の減少や施設の老朽化が課題としてあげられており、ソフト・ハードともに質の向上を図る対応が必要である。鶯宿温泉で全国に先駆けて実施された放置老朽施設の解体撤去や跡地の水辺公園整備は、地域一体としてのハードの質の向上において重要である。
- 町内にアルペンスキー世界選手権を開催したスキー場を含む3つのスキー場を有するが、全国的にスキー需要が減少する中では、(スキーという活動に加えて)スキー場での新たな滞在方法等を検討し提案するなど冬の新たな魅力が求められる。
- 長山街道のように、各施設が有する魅力を引出し結集することにより、新しい魅力を創出する新しい観光の芽を雫石町全体で引き伸ばしていくことが重要である。
- 本町は車を利用する観光客にとっては移動しやすい環境が整備されているが、駅からの二次交通アクセスや宿泊施設を起点として移動するための二次交通アクセスが不十分であるため、着地型の体験プログラム等の開発とあわせて、二次交通の整備について検討することが望ましい。

②観光産業と農業・環境の連携

- 雫石町では、基幹産業である農業と観光産業の連携が進められており、「雫石町農産物認証等制度」や農業と観光施設を仲介する受注配送システムの仕組みが構築されているなど先進的な取り組みが行われている。こうした雫石町の産業特性を活かした取り組みにより、雫石盆地で作られる豊かな食材を活かした料理を宿泊施設、観光施設で提供出来る点は強みである。
- 「料理研究会」の発足や「地産地消の夕べ」が開催され、地域の食材に関する関心が徐々にではあるが高まり、民間施設と住民の交流の機会も生まれてきている。雫石町内から仕入れている食材の割合は、平均して56%と、地産地消の取り組みが進められている。
- ただし、最終的な消費者である観光客には、「雫石町農産物認証等制度」の内容が十分に伝えられていない。また、雫石産食材の生産現場の風景や生産者や料理人の想い等を十分には感じ取れない。料理を生み出すプロセス等も含めて、情報発信に工夫が求められる。
- 地産地消を更に推進するために、観光産業従事者と農業者と交流を更に深め、理解の促進を

図りながら、安定供給や計画生産等について議論することも必要である。雫石町外の飲食施設等も含めて地産地消を考えることも重要である。

- 雫石町では確保できない食材(水産物等)もあるため、地産地消を進める一方で、沿岸地域と連携を図っていくことも求められる。
- 雫石町では、循環型社会形成のために、バイオマス発電の取り組み等が行われている。持続可能性を考慮するエコツーリズム*や、農村において、自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動であるグリーンツーリズム*等の取り組みも、循環型社会形成の取り組みの一部として捉えることも可能であり、こうした取り組みを地域全体に広げていくことが求められる。また、従来型の観光資源のみならず、雫石町が有する環境およびその取り組みをより積極的に打ち出していく必要がある。

*エコツーリズム……地域ぐるみで自然環境や歴史文化など、地域固有の魅力を観光客に伝えることにより、その価値や大切さが理解され、保全につながっていくことを目指していく仕組み

*グリーンツーリズム……農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動

(4)情報提供

①情報共有

- 雫石町内の観光に関するイベントや取り組みの情報が情報共有されていないことから、情報を集約し共有する仕組みづくりが必要である。

②情報発信・提供

- 現在の観光の潮流や観光客のライフスタイルや価値観を考慮し、「山と牧場といで湯」という30年間使用されてきたキャッチコピーから雫石町が有する価値や特徴を伝えるキャッチフレーズに変更する必要がある。
- より多くの人の興味を引き付けるために、マスメディアや紙媒体など多様な情報媒体を活用した効果的な情報発信も求められる。
- 雫石町への来訪者が参考にした情報源として、30%の人がインターネットと回答している。全国的にインターネットを利用して観光情報を収集するケースが一般化しており、ICT*を積極的に活用した情報発信を進めていくことが重要である。

* ICT……IT(情報技術:Information Technology)に Communication(コミュニケーション)を加えた表現。

情報通信におけるコミュニケーションの重要性が増すことから、IT に代わりICT が用いられるようになった。

- 多様な宿泊施設(ホテル、民宿、ペンション等)と大小様々な宿泊施設を有するため、ターゲットを明確にした情報発信が必要である。
- 観光客の移動は一つの行政区域で完結することがないため、周辺の観光情報もあわせて提供する必要があります。
- 観光施設等の看板や標識が少ないため、観光客の利便性向上に向けて、景観に配慮した必要最小限の観光誘導表示が必要である。また、県内を訪れる外国人の約3割が本町を訪れており、インバウンド*対応として、外国語表記の案内板の設置も求められる。

*インバウンド……他地域からの入域客。観光業界では主として海外から日本への観光客を示す。

- 市場・顧客に望まれる観光商品を開発しても、人的販売によるプロモーション*活動を実施しなければ誘客につながりにくいことから、積極的、効果的な誘客活動が必要である。行政単独でのプロモーション活動には限界があることから、関係機関、民間事業者のノウハウと活力を応用し、実効的な誘客活動に取り組む必要がある。

*プロモーション……知ってもらうための広告活動や、購買を促進するための販売促進活動

(5)観光・交流推進体制

①観光・交流人材

- 観光・交流を推進する上で、最も基本となる資源は「ひと」であり、その資質の向上と組織を含めた観光の担い手の育成が重要である。
- 観光客の多様化したニーズに応えるために、住民参加等を通じて、より地域の詳細な資源の発掘を進めるとともに、着地型のプログラムを企画・造成できる人材の育成を図る必要がある。
- また、地域住民一人ひとりが観光客にもてなしの心をもって接し、温かく迎え入れることが重要であり、観光施設や宿泊施設、交通機関ごとのもてなしの心、もてなしの技術の格差を解消し、「また訪れたい観光の町」へと発展していく必要がある。なお、おもてなしの向上を図る場合は、これまで町で取り組んできたユニバーサルデザインの視点も重要である。
- 県内で最も多く外国人観光客が来訪している町であるため、外国語対応できるスタッフの配置など、外国人観光客への受入体制の整備も重要である。

②観光・交流体制

- 地域一体となって町トータルとしての魅力を向上させ、観光客を迎えるためには、観光関係者のみならず、地域住民も含めて地域全体の観光・交流に対する理解の促進を図っていくことが重要である。
- また、観光客の多様化したニーズに応えるためには、観光関連組織のみならず、観光に関連する幅広い多様な主体と交流し、情報共有を行い、議論する場が必要である。また、実際に事業を実行していくための財源の確保も検討する必要がある。
- 情報媒体の整備や細やかなプロモーションを実施するにあたっては、まずは観光客の実態やニーズを把握する必要がある。観光統計の整備とその活用が求められる。

③広域連携

- 観光客の移動は一つの行政区域で完結することがないため、行政の枠組みにとらわれない周辺の観光地や自治体との連携により、地域相互に魅力を補い・高め合う広域的な取り組みを推進する必要がある。

第4章

雫石町が目指す観光・交流のコンセプト

本章では、第2章の雫石町の観光・交流の現状、第3章の計画課題の整理を踏まえて、雫石町の観光・交流の考え方や目指す観光・交流のコンセプト、基本戦略を示す。

1. 雫石町の観光・交流の考え方

ここでは、雫石町観光・交流の課題と方向性を踏まえて、観光・交流の考え方を以下の5つに整理する。

考え方①

地域資源の活用により町のイメージ「雫石(しずくいし)」を確立する

これまで観光客は、まちの観光キャッチフレーズ「山と牧場といで湯の町雫石」に代表されるように、町内の各種資源(豊かな自然や様々な温泉、各種観光施設等)の魅力に惹かれて来訪していた。

しかし、今後は「雫石町」としての魅力で来訪してもらうために、「雫石(しずくいし)」という地名や響き、漢字も大切な地域資源の一つと考えながら、雫石町の歴史に根ざした生活に身近な地域資源や町全体として有する魅力等を効果的に発信し、町のイメージを確立していく。

ただし、観光客や町外に住む人が抱く地域イメージは、行政区域に限定されていないことが多く、観光客の中には、行政区域を跨いで移動を行う人も多い。そのため、町としてのイメージを構築する際には、戦略的に町のイメージを構築することを意識しながらも、観光客の移動等を考慮して情報発信を行っていく。

また、雫石盆地と雫石町の行政区域はほぼ等しく、盆地特有の地勢的な特徴も雫石町の地域特有の資源と考え、雫石盆地の一部を構成する滝沢村やかつては雫石郷 10 カ村の一つであった繋温泉等とも連携しながら、雫石町のイメージの構築を確立していく。

考え方②

雫石盆地が育む農業および農村文化を活かす

雫石町の観光は、これまで雫石盆地を囲う山々や丘陵地帯の温泉地や牧場、観光施設が中心となってきたが、盆地底部に広がる農村地帯も観光客を引き寄せる魅力の一つとなりうる。

農村の集落の暮らしや生活・文化、風景、工芸品、伝承等について、その歴史的な背景や暮らしの中での地域資源との関わり方、人々の想い等も掘り起こしながら、観光客への提供が可能な資源については、雫石町の新たな観光的魅力として提供していく。

また、住民の身近な環境にある資源については、地域住民とのふれあいやガイドの説明等を通じて、その魅力を伝えていく。



散居集落の風景(農地・屋敷林)



大村の山祇神社(神楽)



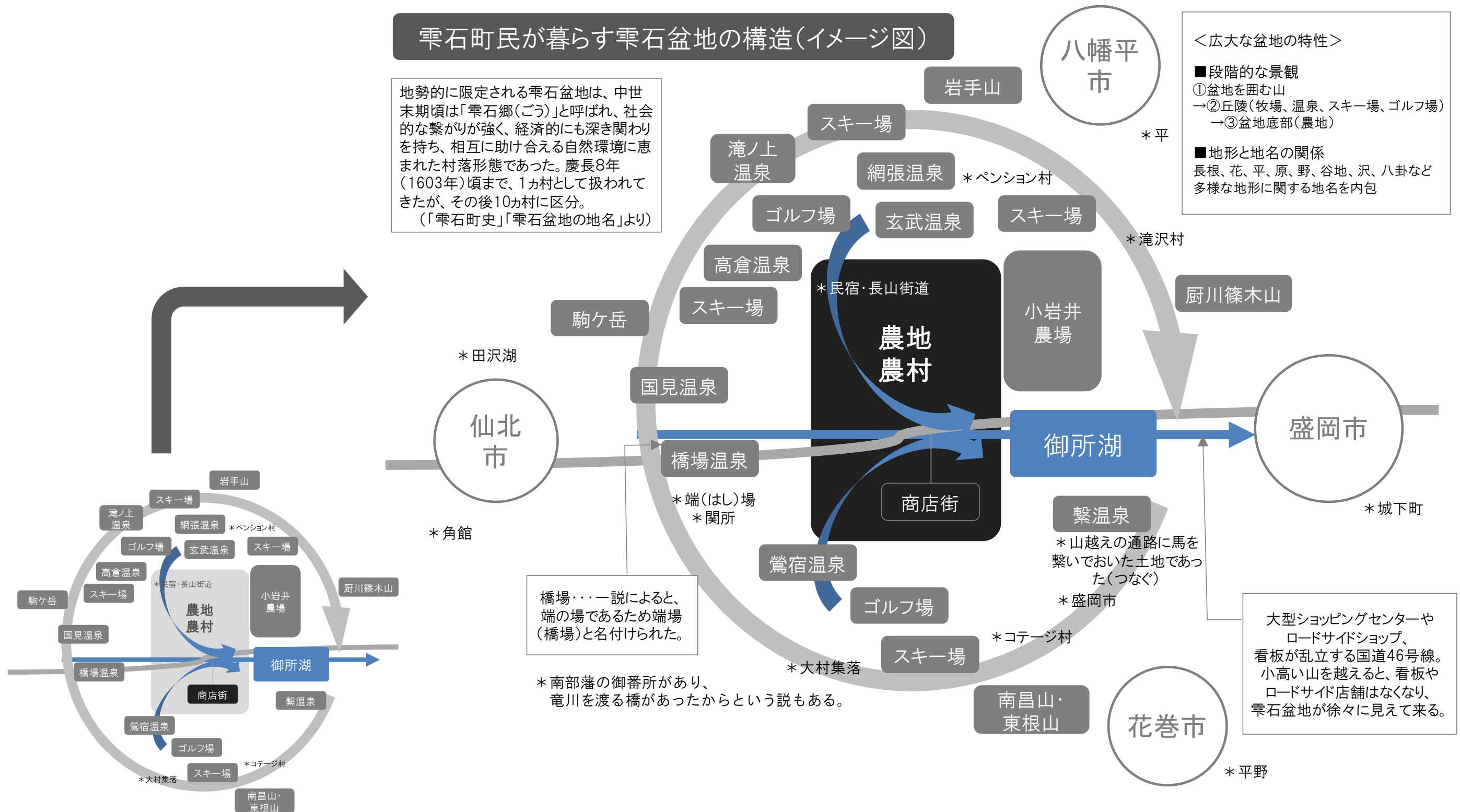
秋の収穫後の田園風景



マンサード畜舎

図表4-1 雫石町民が暮らす雫石盆地の構造と観光資源の立地特性

(考え方①②に関する図表)



考え方③

雫石盆地の恵みである酪農産物等を観光を通じて提供する

雫石盆地という一つの空間的に閉じられた世界には、四方を囲む山々より幾つもの川が盆地を張り巡るように流れており、こうした盆地の地勢は、農耕水利に恵まれ、牧畜に恵まれる環境を生み出す条件となっている。

これまでも農耕牧畜によって生産された産物を観光客に提供し、地産地消を進めてきたが、今後はより一層地産地消を進めて、雫石盆地で生産される生産物の価値を観光客に提供していく。

また、観光客と生産者との触れ合いを通じてより地域を深く理解してもらうとともに、林業や環境施策とも連携を図りながら、観光客への食の提供や体験等を通じて持続可能な循環社会の構築を進めていく。



雫石伝統郷土料理「重っこ料理」

(写真) 民宿なかがわホームページより



道の駅雫石あねっこ「産直しずくいし」

考え方④

入込客数が低迷している宿泊施設・観光施設の活性化を図る

これまで雫石町の観光は、宿泊施設・観光施設が先導してきたが、近年においては、各施設の入込客数は減少傾向にあり、観光産業の活性化が必要である。

活性化に向けては、温泉(地)の歴史や食の魅力の向上等を通じて、個々の宿泊施設・観光施設の魅力の向上を図るのは勿論、町内の宿泊施設・観光施設が一体となって魅力の向上を図っていく。また、宿泊施設・観光施設のみならず、文化施設やスポーツ施設、福祉施設や医療施設等との連携を通じて、お互いの施設の特性を活かしながら、組み合わせによる新しい魅力づくりも目指す、

また、近年、農村地域内を走る街道沿いの複数施設が連携して新たな魅力を創出する長山街道のように、街道やエリア、テーマ等で連携・協力することで新たな魅力を創出し、入込客数が低迷している宿泊施設・観光施設の活性化を図る。



鶯宿温泉街



長山街道

考え方⑤

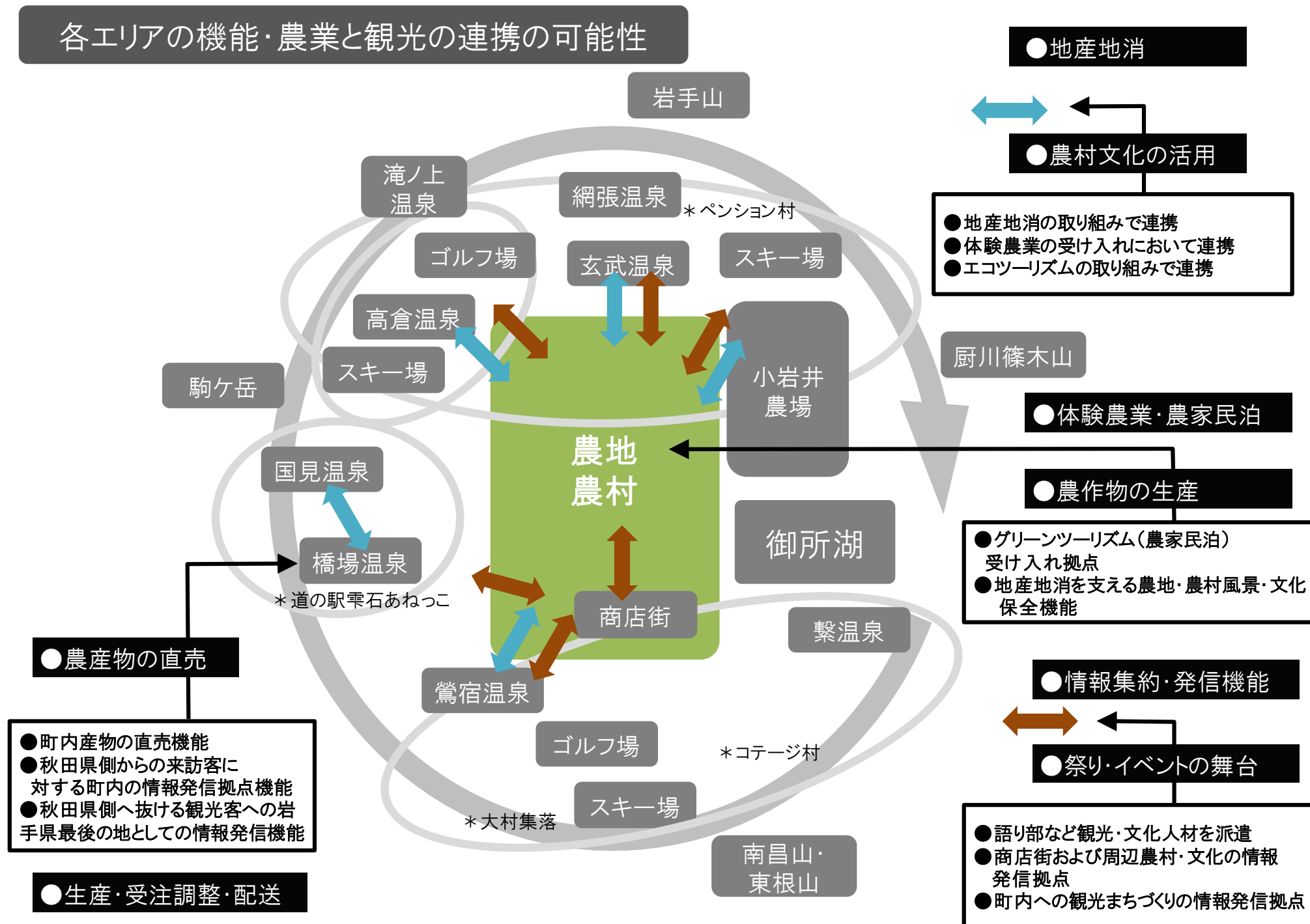
住民や広域周辺地域と連携して観光客をもてなす

これまで観光振興の担い手は主に行政や観光推進団体、観光事業者であったが、観光客のニーズの変化等を踏まえ、今後観光・交流を推進するにあつては、農業協同組合、商工会、農業関係者、福祉・スポーツ関係者、また住民など、多様な主体との連携・協働を図り、雫石町が一つとなって、地域全体として、国内外の観光客を受け入れていく。

また、観光客の視点から、周辺自治体と連携体制を構築しながら、観光サービスの提供を進めていく。

図表4-2 雫石町の農業と観光の連携の可能性(各主体間の連携)

(考え方②③④に関する図表)



2. 観光・交流の視点から見た雫石町の広域的な位置づけ

観光・交流の視点から、雫石町の広域的な位置づけは、以下の5つに整理される。

●雫石盆地を構成する中心の町

雫石盆地には、現在の雫石町の他に、かつて雫石郷 10 カ村の一つであった繋温泉（現在盛岡市）や滝沢村の一部が含まれる。観光客の移動は行政区域で完結することは少ないことから、戦略的に町イメージの構築を図りつつも、雫石盆地という雫石町の行政区域よりやや広い単位でまとまりを形成する。

●岩手県からの出口、秋田県側から岩手県への入り口

岩手県における雫石町は、岩手県から秋田県へと出る最後の場所であり、秋田県側から見ると、岩手県への入り口に位置している。そのため、こうした立地特性を活かした情報発信を行うことが求められる。

●盛岡市、雫石町、仙北市を結ぶ東西ラインの一部

雫石町を間にして国道46号で繋がる盛岡市、仙北市は、観光資源においては、城下町盛岡や角館の町並みなど、雫石町の観光資源とは異なる資源を有する一方、乳頭温泉、玉川温泉など雫石と同類の資源を有する。

当道路は、自動車やバスを利用し広域に移動する観光客が多く、観光客の移動の観点からは、盛岡市、仙北市と雫石町は一体として把握されるエリアとして、資源性の違いや類似性等を活かしながら連携を図り、観光・交流を進める。

●十和田八幡平国立公園の一部

雫石町の一部は、十和田八幡平国立公園内に属し、一体として自然豊かな環境を形成している。秋の紅葉時期などプロモーションを行う場合には、八幡平市や十和田市等と連携しながら、首都圏からの観光客を誘客する。

●北東北の中間地点（地勢的な位置づけ）

雫石町は、日本海側（秋田市）と太平洋側（宮古市）を結ぶ北東北の中間地点に位置しており、東北新幹線、秋田新幹線の両利用者により行きかきかへ寄ってもらえる良いポジションにある。また、食材の確保の観点から沿岸地域と連携していくことが考えられる。

3. 雫石町の観光・交流活性化のコンセプト

(1)コンセプト

雫石町が、新たな観光・交流によるまちの活性化を推進するにあたって、町と観光関連組織、民間事業者はもとより、雫石町民自身が自らが住まうまちに対し関心を持ち、一体となって行動を実施していことが求められる。そこで、まちとして一体となって行動を起こしていくにあたって共有していくコンセプトを以下の通り定める。

しずくが潤す大地の恵み 雫石

町民みんなで取り組む観光・交流に向けて

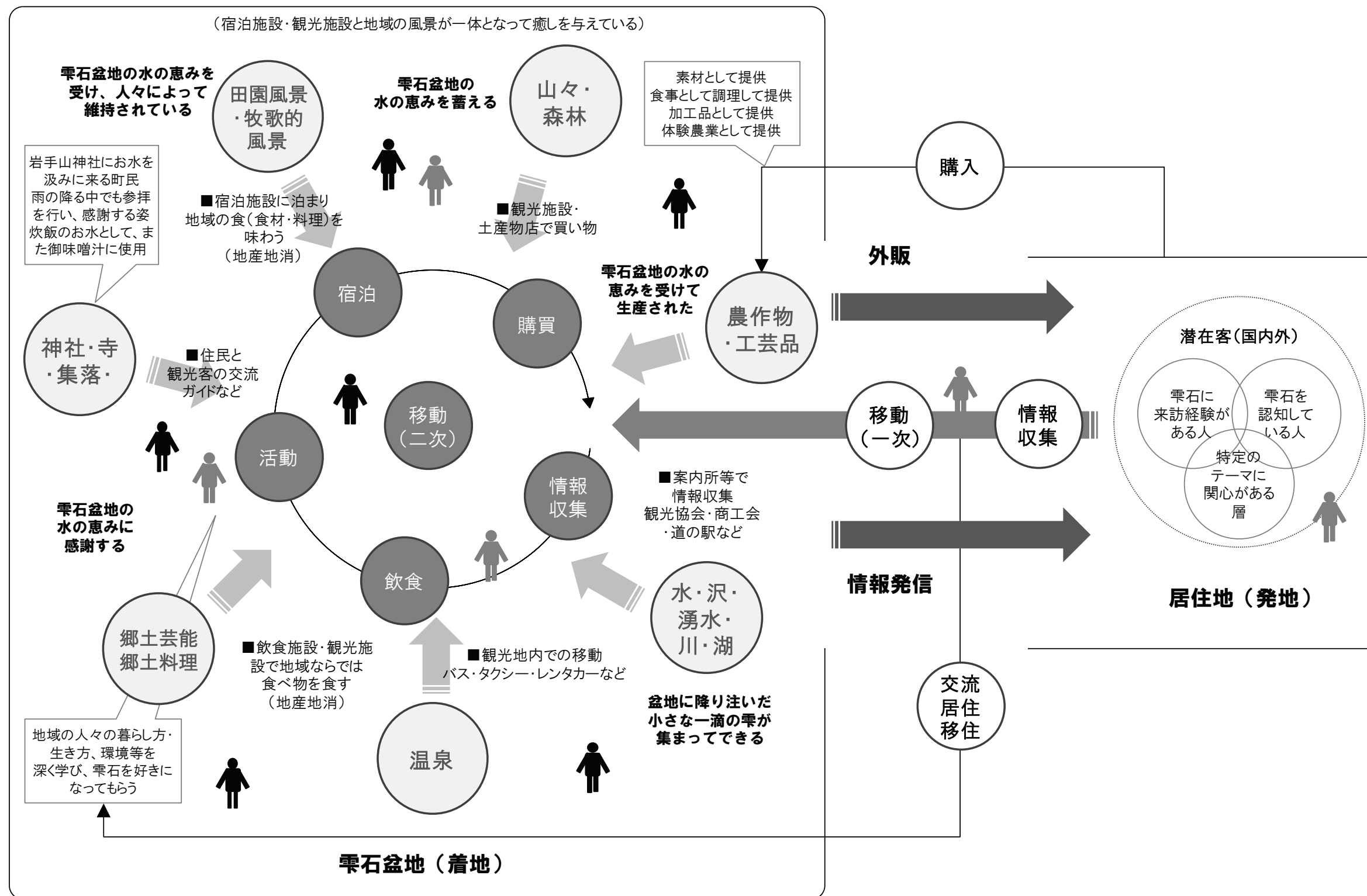
雫石町は、岩手山や駒ヶ岳等の自然資源から、11 の温泉(地)、よしゃれやさんさ踊り等の人文資源、小岩井農場やスキー場、ゴルフ場などの各種施設等、多様な観光資源を有しており、これまでは、それぞれの資源や施設の魅力に惹かれて観光客は来訪していた。

しかし、近年観光入込客数の減少が続いており、観光資源の魅力の向上や観光産業が提供するサービスの向上が求められる。しかし、そうした取り組みによる観光客の来訪促進には限界もあるため、今後は町全体が一体となって、従来の観光スタイルの枠を超えて、以下の3つの魅力を大切にしながら、雫石町全体としての魅力を向上させていく。

- ①雫石町の地域固有の財産である地名「雫石(しずくいし)」の響きや漢字の良さを大切にする。
- ②従来からの観光資源が位置する雫石盆地の山岳部の自然や温泉や宿泊施設・観光施設が位置する丘陵部に加えて、盆地底部の農村が有する生活文化や歴史、風景等の身近な地域資源を活かし、町全域を観光・交流の舞台とする。
- ③多様な観光資源や地域資源、恵まれた生産物、豊かな風景や美しい環境(水・空気)等を観光客と分かち合うとともに、これらを生み出す背景となる地勢((高低や山・川の配置など、その土地全体のありさま)＝雫石盆地という一つの盆地によってもたらされる価値)を表現していく。

また、上記のコンセプトのもと、観光・交流により町を活性していくにあたっては、一滴の小さな雫が集まって川となり大きな湖となって、一つの大きな姿(魅力)を生み出すように、町民一人ひとりが主役となって観光・交流に取り組むことで、町全体としての魅力を磨き、町民にとって安らぎを感じるとともに誇りの持てる町となることを目指す。

図表4—3 観光・交流の視点から雫石町全体としての魅力(個々の資源の背景)の整理(イメージ)



*発地、着地…着地とは、観光客を受け入れる側の地域を指し、これに対して、旅行者が出発する側の地域を発地と呼ぶ

(2) 計画の数値目標

雫石町の観光・交流を取り巻く環境の変化を踏まえ、各施策に計画的に取り組むにあたり、今後5年間の数値目標(量的・質的)を以下の通り設定する。

① 量的目標について

ここ数年、雫石町の観光客入込数は減少傾向にあり、既に多くの観光客が来訪する観光地であるため、量的には大きな伸びは見込めないものの、目標年次である平成 27 年には量的にも一定の成果が見られるよう、その成果を図っていく。

図表4—4 量的な目標数値

指標名		現在値(H21年)*	目標値(H27年)
指標1	観光客入込数*	243.1万人回	260万人回
指標2	宿泊客数	48.1万人回	50万人回
指標3	県外からの観光客入込数	959,950人回	1,000,000人回
指標4	外国人観光客数	26,927人回	40,000人回

* 暦年(H21年1月～12月)集計値(第二次雫石町総合計画より)

② 質的目標の考え方について

本計画においては、観光客の滞在時間の延伸などの質的目標における具体的数値を掲げてはいない。しかし、今後日本の総人口が更に減少し、国内旅行需要の減少が見込まれる状況下においては、何度も雫石町を訪れるリピーターの存在は非常に重要である。そのため、「顧客満足度」の向上を図り、再来訪を促すことや、一人当たりの消費単価を向上させることは、雫石町における総観光消費額を維持・向上していく上で、重要である。

以上の理由から、質に関する項目についても、今後数値目標を設定するかも含めて検討を行うこととする。

(3)マーケットの考え方

雫石町の新たな観光・交流を進めていくにあたり、主要なマーケットを以下の通り設定する。

●団体(周遊)客から個人客へ

これまでの雫石町を訪れる主な観光客は、観光施設等を目的として来訪する団体客や広域周遊する団体客であったが、今後は、雫石町でゆっくり滞在し、雫石町の生活・文化に内在する深い魅力を味わうことを目的とする個人客や、雫石町に暮らす人々と交流することに喜びを感じるような個人客をターゲットとする。

ただし、大小規模の異なる様々な宿泊施設が立地することも雫石町の観光的魅力の一つであるため、それぞれの施設の特性に応じたマーケットを明確にして、誘客促進を図ることも重要である。また、東北地方においては、広域周遊する観光客も多く、雫石町に立ち寄る観光客に対して、次回は、雫石町を目的地としてもらえるよう、広域周遊する観光客の視点から、観光サービスの充実強化を図ることも重要である。

●本物を求める消費者、安全安心志向の消費者

農業を基幹産業とする雫石町では、有機農業等に取り組む志の高い農業者や、飲食物販施設において雫石の食材等を使用した質の高い商品を提供する事業者が存在する。

社会が成熟化する中で、本物を求める消費者や安全安心志向の消費者は、(あまり距離に関係なく)生産物や商品を求めて移動するため、雫石町への来訪経験の如何を問わず、本物を求める消費者や安全安心を求める消費者のニーズに見合う商品を開発することが重要である。

●季節ごとのマーケット

季節ごとに魅力ある資源が異なることから、季節ごとにマーケットを設定し、プロモーションを行うことが求められる。効果的・効率的にプロモーションを行うためには、居住地等に関するデータを把握するための観光統計の整備が重要である。

統計の結果に基づいて、例えば、桜が咲く春は、仙台市、盛岡市を主なターゲットと定める(首都圏も一部ターゲットとする)。夏休みは、首都圏のファミリー層を、秋の紅葉期間は、首都圏の夫婦をターゲットと設定し、冬は、町民や近隣市町の人々をターゲットとするなど、季節ごとのターゲットの設定が可能となる。

●平日のマーケット・週末のマーケット

平日と週末の来訪する客層が異なることから、平日と週末それぞれにターゲットを設定し、平日と週末で提供するサービスを変えるなど工夫が求められる。平日は、平日の来訪が可能な近隣市町村の主婦やご高齢の女性をターゲットとし、週末は、学生や働く若い女性をターゲットとする。

●雫石町への来訪経験のない人々

従来のまち(雫石町)のイメージから転換を図り、新しいまちのイメージを構築するために、雫石町への来訪経験のない人々をターゲットとして設定する。ターゲットに対して、戦略的にプロモーションを行い、本町への誘客を図りながら、新しいまちのイメージを有する観光客を徐々に増やしていくことを目指す。

●日本の美しい田舎を求める外国人観光客

小岩井農場や大規模宿泊施設を利用し、団体で広域周遊観光を行う外国人観光客に加えて、日本の美しい田舎を求める個人で移動する外国人観光客も、今後はターゲットとする。

個人の外国人観光客は、観光客数の急激的な増加にはつながらないものの、農村社会を基盤とする雫石町の魅力を深く理解する観光客となる可能性があり、こうした観光客の来訪に備えて、サインや各種情報媒体において多言語表記等の整備を行うことが重要である。

4. 基本戦略

雫石町の観光・交流の5つの考え方に対応する形で、5つの基本戦略を展開する。

戦略1は、情報発信に関する戦略であり、戦略2～4は、観光のコンテンツに関する戦略である。戦略5は、戦略1～4を展開するための体制に関する戦略である。本計画では、雫石町の観光・交流の考え方を踏まえ、5つの戦略のうち、戦略1「雫石町を連想させる地域イメージの構築」を最上位戦略と位置付けている(図表4-5)。各戦略の狙いは以下の通りである。

【戦略1】 雫石町を連想させる地域イメージの構築

雫石町の既存の観光的魅力に加えて、地域の歴史に根差した生活・文化等の新たに発掘した観光的魅力や町全体として有する魅力を、ターゲット毎の志向にも配慮して、効果的に発信し、それらを通じてまち(雫石町)のイメージを構築する。

【戦略2】 雫石盆地の酪・農村文化*の観光的活用

農村の集落の暮らしや生活・文化、工芸品、伝承等について、その歴史的な背景や暮らしの中で地域資源との関わり方、人々の想い等も掘り起こしながら、地域の魅力の発掘を進める。その中で、観光客への提供が可能な資源については、その魅力に応じた楽しみ方を提案し、雫石町の新たな観光的魅力として提供していく。

*雫石町の農業において、「畜産業」(酪)の占める割合は「耕種農業」に比べて少なく、町内では使用されていない畜舎等が散見される状態にある。しかし、かつては住居内に馬屋を設け、馬を大切に扱い共に暮らしてきた地域の歴史や、近代に馬飼養が盛んに行なわれた地域の歴史、牧野の造成を行ってきた地域の歴史等があるため、「畜産業」(酪)の占める割合は少ないものの、観光的な視点から歴史や建造物の活用等を図っていく。

【戦略3】 地産地消の推進等による農業と観光・交流の連携

農業を基幹とする雫石町で、先進的に進められてきた農業と観光の連携を更に進展させるために、雫石産食材や食文化を提供する食の開発や提供施設の活用を検討・実施するとともに、観光客と生産者との触れ合いを通じてより地域を深く理解してもらうための取り組みを進める。また、観光客の活動も含めた循環型社会の構築を進める。

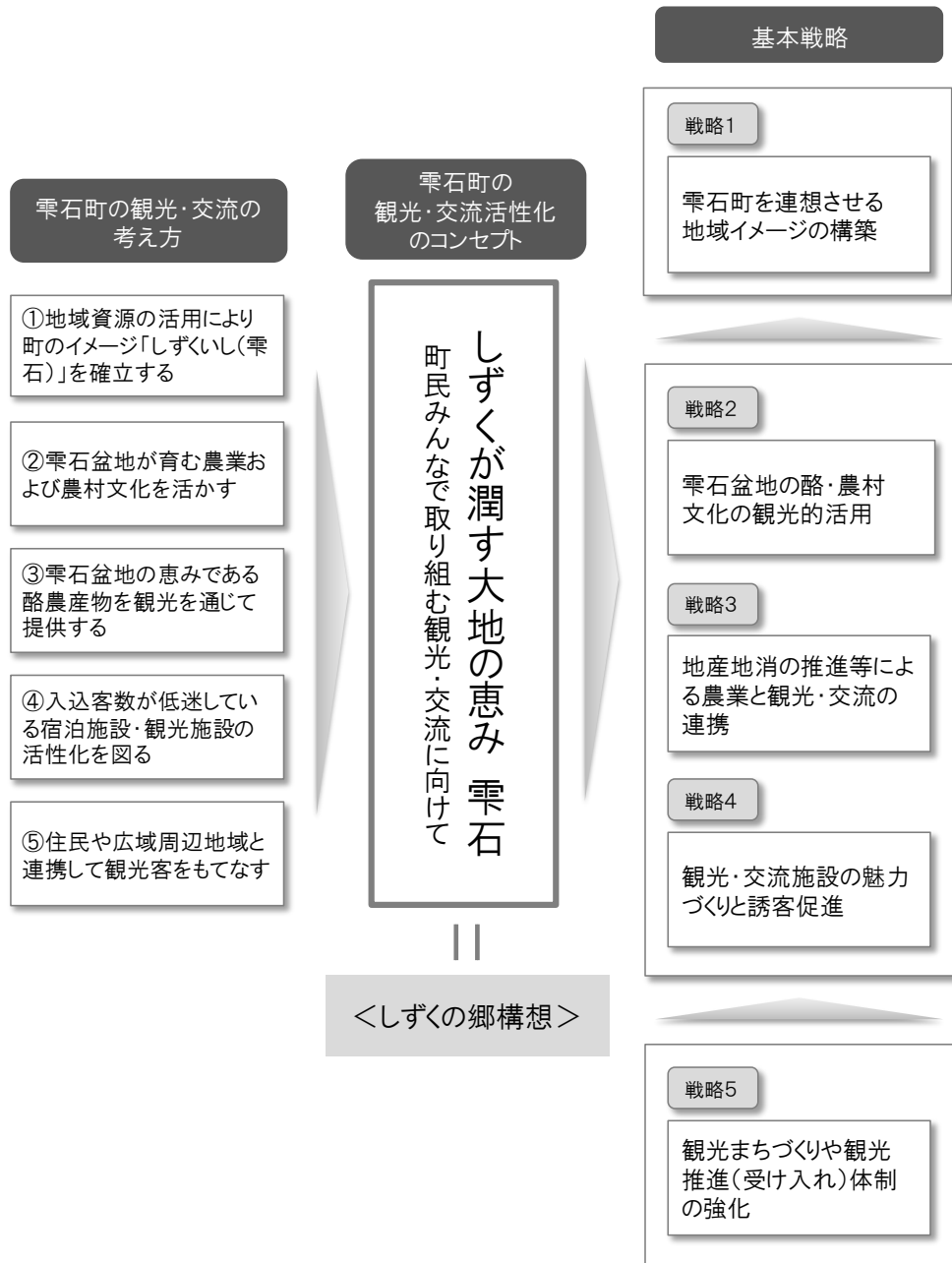
【戦略4】 観光・交流施設の魅力づくりと誘客促進

観光客の利便性・快適性の向上を図るとともに、多様化する観光ニーズを踏まえ、既存の観光資源の磨き上げを行う。さらに、これまで雫石町の観光を先導してきた宿泊施設・観光施設が、農業者や他施設と連携しながら、街道やエリア、テーマ等でより一層連携して新たな魅力づくりを行うことで、誘客を図る。

【戦略5】 観光まちづくりや観光推進(受け入れ)体制の強化

多様化した観光ニーズに対応するために、農業協同組合、商工会、農業関係者、福祉・スポーツ関係者、また住民など、多様な主体と雫石町の魅力や観光に対する意識の醸成を図りながら、一体となって国内外の観光客を受け入れるための体制を整備する。

図表4-5 計画の体系



第5章

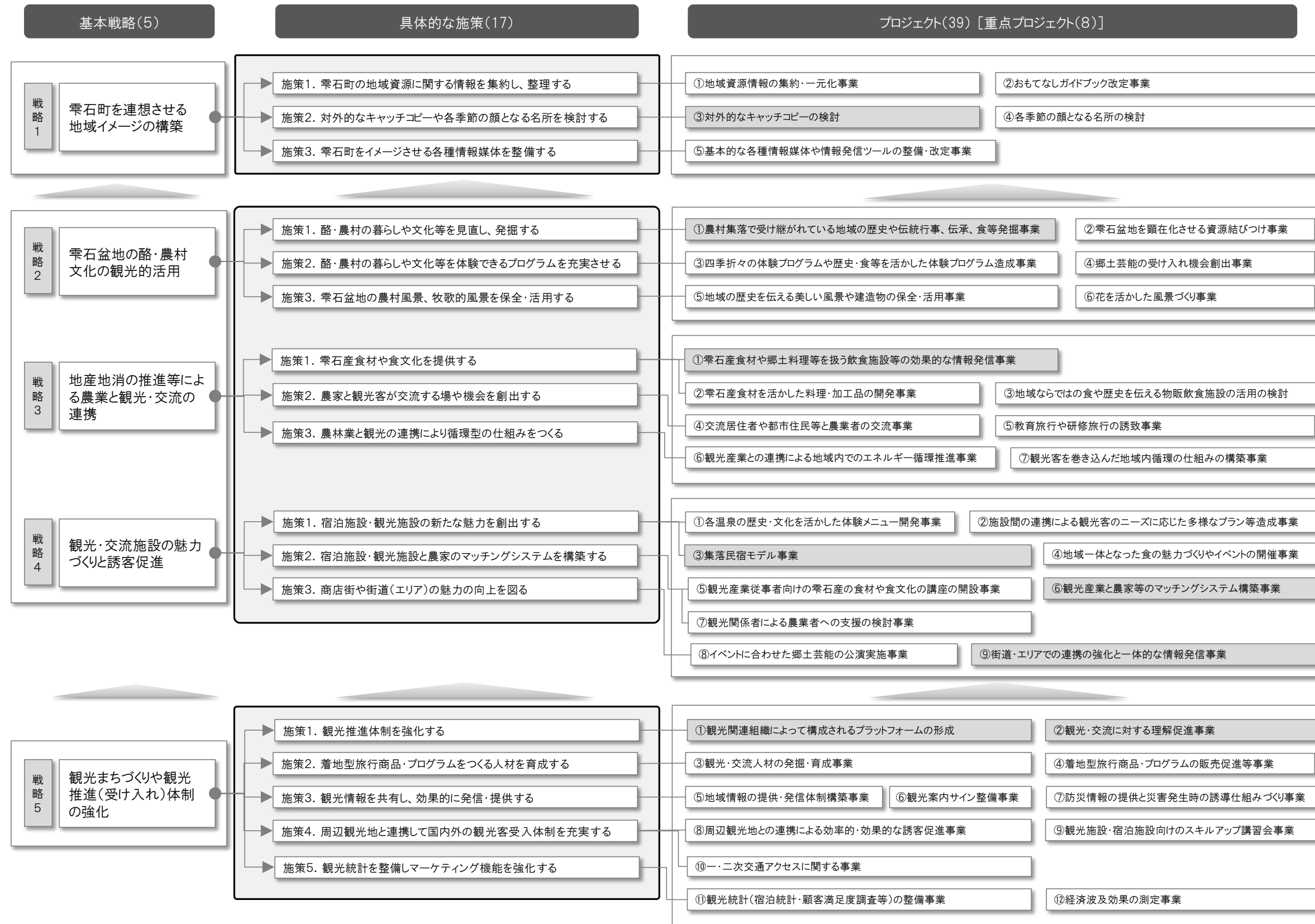
観光・交流活性化に向けた行動計画

本章では、第4章で提示した雫石町の観光・交流の考え方にに基づき、コンセプトの実現に向けて推進すべき具体的な施策の概要を提示する。

1. 行動計画の体系

5つの基本戦略に対し、具体的な17の施策および39のプロジェクトを行動計画として掲げる(図表5-1)。また、雫石町の観光・交流における課題や可能性を踏まえて、各戦略より1~3つほどの事業を重点プロジェクトと位置付ける。

図表5-1 行動計画の体系



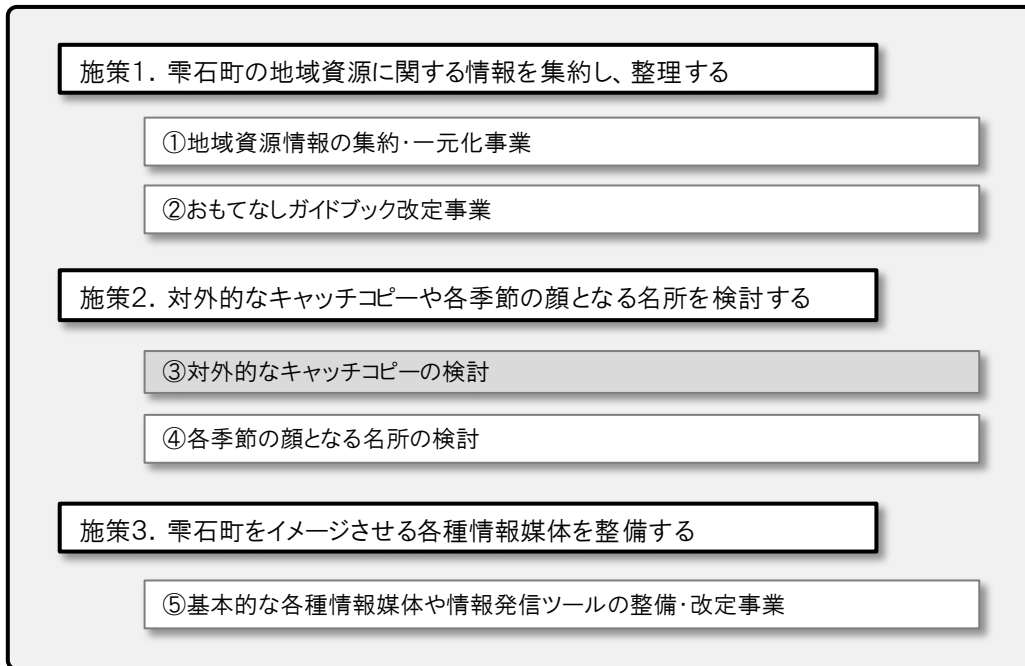
2. 具体的な施策とプロジェクト一覧

以下では、各戦略における具体的な施策とプロジェクトを整理している。

【戦略1】 雫石町を連想させる地域イメージの構築

雫石町の既存の観光的魅力に加えて、地域の歴史に根差した生活・文化等の新たに発掘した観光的魅力や町全体としての有する魅力を、ターゲット毎の志向にも配慮して、効果的に発信し、それらを通じてまち(=しずくいし)のイメージを構築する。

そのために、戦略1では、下記の3つの施策と5つのプロジェクトを掲げている。



施策1 雫石町の地域資源に関する情報を集約し、整理する(基本戦略1)

→参考(P111)

①地域資源情報の集約・一元化事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(3)])

●各施策で地域資源を発掘するにあたっては、既存の文献資料等を把握した上で、地域資源や地域情報に関する情報を整理するジャンルを設定する。その上で、各事業で収集した地域情報をデータベース化する。

●データベースの作成にあたっては、随時更新が必要な情報と更新の必要がない情報を分けて整理するなど、作成後の管理(更新頻度や更新する人材の確保等)を視野に入れて行う。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、商工会、しずく館、NPO等まちづくり団体						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

施策1 雫石町の地域資源に関する情報を集約し、整理する(基本戦略1) →参考(P111-112)

②おもてなしガイドブック改定事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(4)])

- 地域資源情報の集約・一元化事業で作成したデータベースを用いて、一冊で雫石町のことが把握できるような「おもてなしガイドブック」改定版(着地で配布を想定)を作成する。
- 自然、歴史、年中行事、農作業、食など、雫石の地域資源に応じた分類を検討した上で、地域資源の背景やいわれをセットにして、出来るだけ詳細な情報を集め整理する。
- 町民に対しても、町のことを改めて知ってもらい、関心を持ってもらえるものを作成する。作成にあたっては、町民が参加するなどの仕組みも検討しながら実施する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、商工会、農協、グリーンツーリズム推進協議会、しずく館、食や工芸等に携わる人・組織、NOP等まちづくり団体、町民など						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

施策2 対外的なキャッチコピーや各季節の顔となる名所を検討する(基本戦略1) →重点(P97)

③対外的なキャッチコピーの検討

【施策の内容】

- 観光客の雫石町へ来訪動機を促進するために、対外的にまちをPRするためのキャッチコピーを検討する。(「山と牧場といで湯の町雫石」は、30年ほど前より使用されている。)
- 検討にあたっては、ターゲットを意識し、提供する価値を背景に兼ね備えるもので、発信性があり、視覚的にイメージを掻き立てるようなキャッチコピーをつける。また、町民が抱くイメージについても配慮する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	観光協会、観光事業者、商工会、NPO等まちづくり団体						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	首都圏、仙台市など	—

施策2 対外的なキャッチコピーや各季節の顔となる名所を検討する(基本戦略1) →参考(P112-113)

④各季節の顔となる名所の検討

【施策の内容】

- 発地で雫石を印象付け、観光シーズンに雫石を選択して頂くために、目的を各季節の顔となる名所を検討する(例えば、春は、小岩井農場の一本桜、秋は、葛根田溪谷の紅葉など、季節ごとに絞って集中的に情報発信を行うことも必要である)。
- 名所の検討にあたっては、具体的に情報発信を行うことを見据え、各季節の顔となる名所のみな

らず、来訪した観光客に町内の他の資源等を回遊してもらうための着地での情報発信や誘導施策等のシステムについても検討を行う(紅葉情報などのリアルタイムな情報を町内で共有する仕組み)。

●また、名所に関する情報発信と合わせて着地においても名所をより一層イメージづけるための施策(イベント等)を検討する。

●なお、各季節の顔となる名所(資源)の検討にあたっては、その資源を管理する町民や管理事業者等に配慮しながら具体的な展開を検討する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	観光協会、観光事業者、商工会、NPO等まちづくり団体						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	日帰り・宿泊	客層	個人	誘客エリア	首都圏、仙台市など	

施策3 雫石町をイメージさせる各種情報媒体を整備する(基本戦略1)

→参考(P113)

⑤基本的な各種情報媒体や情報発信ツールの整備・改定事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-2[方向(1)]) (施策4-2-4[方向(2)])

●各種情報媒体の改定にあたっては、既存の情報媒体の課題を踏まえた上で、データベースやおもてなしガイドブックをベースに、観光客の移動やニーズの変化を踏まえながら、行う。

●紙の情報媒体の整備にあたっては、発地で使用する情報媒体(パンフレット・マップ等)と着地で使用する情報媒体等を区別し、活用する観光客をイメージしながら、内容の構成や配布先、部数等も検討して進める。また、雫石町への外国人観光客も多いことから、外国語に対応した情報媒体の整備もあわせて進める。

●パンフレット・マップについては、総合的なものに加えて、テーマごと(歴史、文化、水など)、エリア・街道ごとに整理したもの等も整備する。情報媒体には、可能であれば、町民と観光客が交流・つながり(おもてなし)が出来るようなツールも組み込む。

●なお、紙の情報媒体の印刷物等に掲載する内容については、更新頻度が少ないものを入れるなども考慮する。

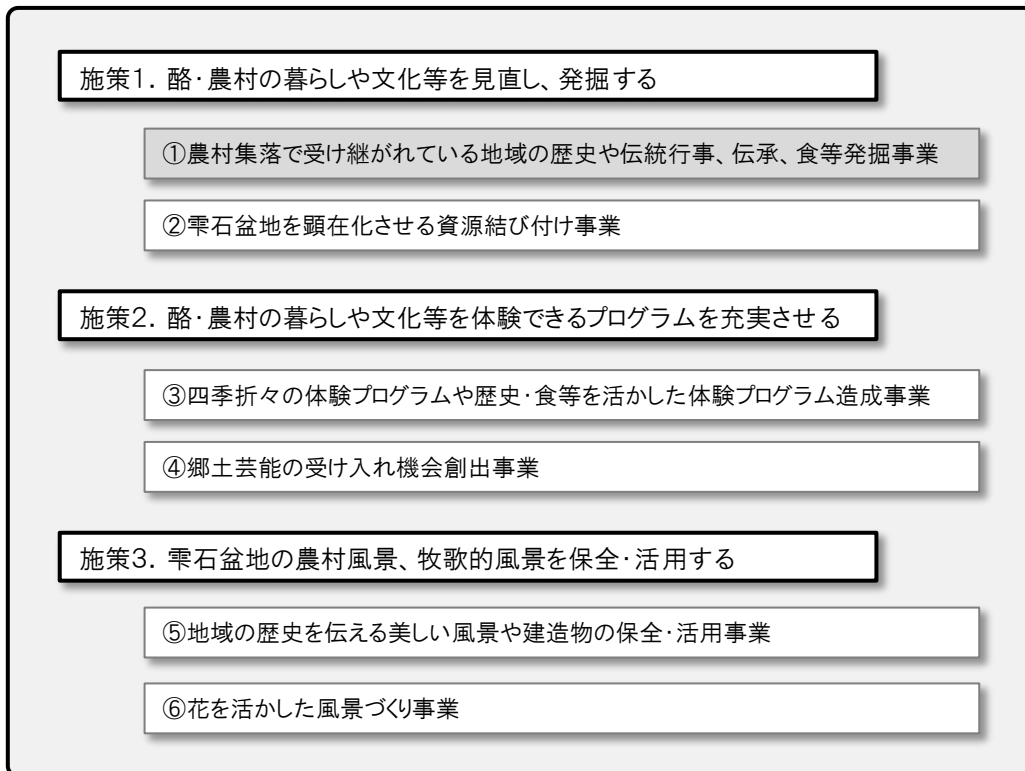
●また、作成した情報媒体は、可能なものはホームページ等でダウンロードできるようにするなど、ICTの積極的な活用も視野に入れながら進める。ただし、ICTの活用にあたっては、ターゲットに留意してツールを選択する(若い世代にはインターネットを通じた情報提供。シニア世代には紙媒体で文字を大きくするなど)。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	観光協会ホームページアクセス数 299,410件(現在値*H21年度) 350,000件(目標値:H22年)
主体	行政、観光協会、商工会、しずく館、NPO等各種まちづくり団体						
実施エリア	—						
マーケット	旅行形態	—	客層	個人	誘客エリア	—	

【戦略2】 雫石盆地の酪・農村文化の観光的活用

農村の集落の暮らしや生活・文化、工芸品、伝承等について、その歴史的な背景や暮らしの中での地域資源との関わり方、人々の想い等も掘り起こしながら、地域の魅力の発掘を進める。その中で、観光客への提供が可能な資源については、その魅力に応じた楽しみ方を提案し、雫石町の新たな観光的魅力として提供していく。

そのために、戦略2では、下記の3つの施策と6つのプロジェクトを掲げている。



施策1 酪・農村の暮らしや文化等を見直し、発掘する(基本戦略2)

→重点(P98)

①農村集落で受け継がれている地域の歴史や伝統行事、伝承、食等発掘事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(1)])

●雫石盆地内の農村集落で受け継がれている伝統行事、伝承、食、風習、生活文化、歴史、神社・寺、道祖神などについて、地域資源の背景やいわれ、生活との結びつきや住民の想い等について、文献のみならず、ヒアリング調査を行いながら、出来るだけ詳細な情報を集める。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、商工会、農協、(株)しずくいし、民俗芸能保存会、工芸品等保存会、町民						
実施エリア	—						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

施策1 酪・農村の暮らしや文化等を見直し、発掘する(基本戦略2)

→参考(P114)

② 雫石盆地を顕在化させる資源結び付け事業

【施策の内容】

●一つの盆地内における多様な資源(雫石盆地における水系や山、神社、農作物、人々の暮らしなど)を「雫」をテーマに結び付け、雫石盆地特有の循環の仕組み(生態系)を整理する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	NPO等まちづくり団体、町民						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	

施策2 酪・農村の暮らしや文化等を体験できるプログラムを充実させる(基本戦略2)

→参考(P114)

③ 四季折々の体験プログラムや歴史・食等を活かした体験プログラム造成事業

【施策の内容】

*総合計画(施策4-2-1[方向(2)(3)]) (施策4-2-4[方向(1)])

●四季を感じる体験プログラム(秋:藁立て体験など、冬:どぶろくツアーなど)や雫石町でしか味わえない体験を組み込んだもの、その時にしか実施できないツアー等を造成する。既存プログラムの見直しもあわせて実施する。

●食に関わるプログラムについては、行事食づくりなどを通じて、曆を感じてもらうとともに、東日本大震災以降、人々の価値観は大きく変わっており、観光に限らず、今まで以上に本物志向や安全安心志向が高まると思われるため、その点を意識して、体験プログラムを造成する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	観光協会、グリーンツーリズム推進協議会、しずく館、料理研究会、しずくいし麻の会、工房、NPO等まちづくり団体など						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	宿泊・日帰り	客層	個人・団体	誘客エリア	首都圏・仙台市など	

施策2 酪・農村の暮らしや文化等を体験できるプログラムを充実させる(基本戦略2)

→参考(P115)

④ 郷土芸能の受け入れ機会創出事業

【施策の内容】

*総合計画(施策4-2-1[方向(2)]) (施策4-2-4[方向(1)])

●雫石よしゃれ・さんさ踊りなど雫石町の郷土芸能を学ぶ機会や練習に参加する機会を設ける。更には、祭りの場等で発表してもらうための機会を設ける。

●こうした機会を設けることで、郷土芸能に関心のある層、より雫石町を深く学びたい人を受け入れ可能となるとともに教育旅行の誘致(農業体験と郷土芸能体験をあわせて、滞在時間の延伸も図ること)も可能となる。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	民俗芸能保存団体や受け入れ可能な集落など、観光協会、しずく館						

実施エリア	雫石町全域					
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—

施策3 雫石盆地の農村風景、牧歌的風景を保全・活用する(基本戦略2)

→参考(P115)

⑤地域の歴史を伝える美しい風景や建造物の保全・活用事業

【施策の内容】

- 雫石盆地に広がる散居村・屋敷林の風景やはせがけ用の長木小屋や薪小屋など、農村地域ならではの田園風景、秋の藁によが積まれた風景などを地域資源として保全し活用する。
- 加えて、マンサード畜舎(腰折屋根の建物)やトタン屋根の建築物、納屋、サイロ等も保全し、牧歌的風景を観光的に活用する。
- 更に、地域のシンボルの一つでもある秀峰岩手山のビューポイントマップ等を作成する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、農業者、NPO等まちづくり団体、住民						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

施策3 雫石盆地の農村風景、牧歌的風景を保全・活用する(基本戦略2)

⑥花を活かした風景づくり事業

【施策の内容】

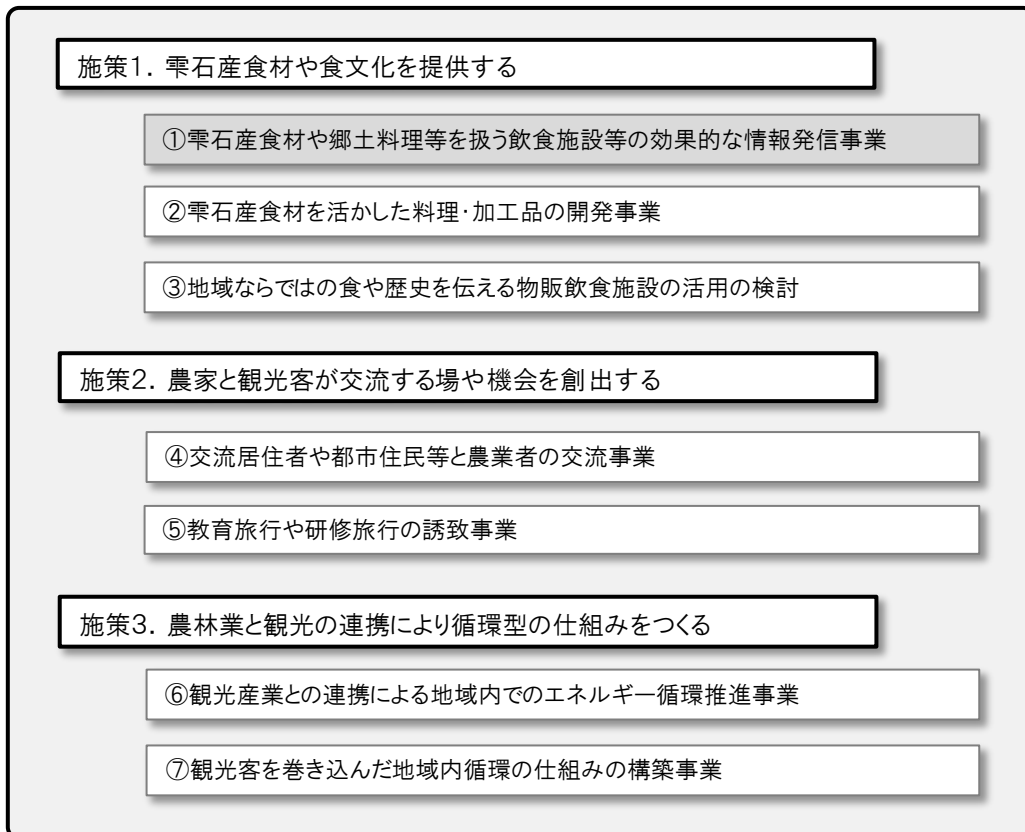
- 桜、菜の花、ひまわり、コスモス、菊の花、果樹などを面的に、あるいは沿道に植えることで、フラワーロードやフルーツロード、季節ごとの花の風景を創出し、来訪客に癒しを提供する。
- なお、花と緑のまちづくりに取り組む町民に対して、観光産業事業者のみならず、地域住民にもメリットがあるような仕組みを検討する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、花と緑のまちづくり活動団体、町民						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

【戦略3】 地産地消の推進等による農業と観光・交流の連携

農業を基幹とする雫石町で、先進的に進められてきた農業と観光の連携を更に進展させるために、雫石産食材や食文化を提供する食の開発や提供施設の活用を検討・実施するとともに、観光客と生産者との触れ合いを通じてより地域を深く理解してもらうための取り組みを進める。また、観光客の活動を含めた循環型社会の構築を進める。

そのために、戦略3では、3つの施策と7つのプロジェクトを掲げている。



施策1 雫石産食材や食文化を提供する(基本戦略3) →重点(P99)

①雫石産食材や郷土料理等を扱う飲食施設等の効果的な情報発信事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-2[方向(1)])

●雫石産食材を扱う雫石産農産物認証等制度で認証された施設や重っこ料理等の郷土料理を扱う施設、こびる、さなぶりランチなど農村の文化を現代風アレンジした食を提供している施設等を効果的に情報発信し、集客する。また、しずくいし料理研究会の活動に関する情報も発信する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	
主体	観光協会、農業者、観光事業者、(株)しずくいし、しずくいし料理研究会等						農産物提供店認定店舗数 40店(現在値) →60店(目標値:H27年)
実施エリア	雫石町全域、トレーニングセンター						
マーケット	旅行形態	—	客層	個人(若い世代も意識)	誘客エリア	—	

施策1 雫石産食材や食文化を提供する(基本戦略3)

②雫石産食材等を活かした料理・加工品の開発事業

【施策の内容】

●雫石産の旬の食材を活かした料理や雫石産の食材・調理法を用いた加工品を開発する。開発には、長い時間を要するため、早期に着手する。

●開発にあたっては、これまでに開発したものの見直しを行った上で、まず消費者(観光客も含む)のニーズ・嗜好等を調査し、その結果を踏まえ、食材の生産量や販売方法等についても考慮しながら、商品開発を進める。

●併せて、研究場所の確保や発表する場(コンテストなどの開催も検討)も設けながら進める。また、事業の実施にあたっては、各種補助事業をうまく活用しながら事業を進める。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、農協、商工会、しずく館、グリーンツーリズム推進協議会、しずくいし料理研究会、(株)しずくいし						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	

施策1 雫石産食材や食文化を提供する(基本戦略3)

→参考(P116)

③地域ならではの食や歴史を伝える物販飲食施設の活用の検討

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(3)])

●雫石銀河ステーション内にあるレストラン等の活用方法について、再度検討を行った上で、地域の歴史を伝える現在使用されなくなった畜舎、納屋、小屋等の地域資源を活用した農家レストラン等の開設を検討する。

●建物の活用にあたっては、農家レストランとして活用のみならず、様々な活用方法を検討する。また、活用にあたっては、従来の集落構成や周辺環境に配慮し、デザイン等の質にも配慮する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、グリーンツーリズム推進協議会、農業関係組織等、観光協会、(株)しずくいし、民間事業者、しずく館						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	宿泊・日帰り	客層	個人		誘客エリア	仙台市・盛岡市など

施策2 農家と観光客が交流する場や機会を創出する(基本戦略3)

→参考(P117)

④交流居住者や都市住民等と農業者の交流事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(5)])

●農家と観光客の双方が楽しみながら交流するための仕組みを検討する。例えば、交流居住者や都市住民、観光客等を対象とした貸し農園や縁側カフェ等を開設する。

●実施していく上で、観光客の反応を見ながら、拡大等を図り、教育旅行や研修旅行でも活用してもらうようにする。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	農業者、観光協会、行政						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	宿泊・日帰り	客層	個人		誘客エリア	首都圏・仙台市・盛岡市

施策2 農家と観光客が交流する場や機会を創出する(基本戦略3)

⑤教育旅行や研修旅行の誘致事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-3[方向(1)])

●教育旅行に加えて研修旅行やスポーツ合宿等を地域内の各種団体及び周辺自治体等連携しながら誘致促進を図る。また、インバウンドも視野に入れながら、実施する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、グリーンツーリズム推進協議会、NPO等まちづくり団体						
実施エリア	雫石町全域、周辺地域						
マーケット	旅行形態	宿泊・日帰り	客層	個人		誘客エリア	首都圏・仙台など

施策3 農林業と観光の連携により循環型の仕組みをつくる(基本戦略3)

⑥観光産業との連携による地域内でのエネルギー循環推進事業

【施策の内容】

- バイオマスエネルギー、ダム、地熱発電等の環境に優しいエネルギーを学ぶプログラムや、そうしたエネルギー発言による地域内循環の仕組みや取り組みを観光客へ伝える。
- 観光産業で出た食品残渣の農地での利用等による環境負荷低減の取り組みを進め、環境的にもやさしい観光地の形成を図る。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光事業者、民間事業者						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

施策3 農林業と観光の連携により循環型の仕組みをつくる(基本戦略3)

→参考(P117)

⑦観光客を巻き込んだ地域内循環の仕組みの構築事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(5)])

- 耕作放棄地や林野の管理を、地域住民のみならず、都市住民や観光客等の力も借りて管理する。
- 間伐した木材等については、木材加工などの場で観光客に提供することで、「植える、育てる、利用する」森林の循環を促進するような森林保全および森林ツーリズムの仕組みを構築する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、商工会、農協、林業組合						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	団体	誘客エリア	仙台・首都圏	—

【戦略4】 観光・交流施設の魅力づくりと誘客促進

戦略4では、観光客の利便性・快適性の向上を図るとともに、多様化する観光ニーズを踏まえ、既存の観光資源の磨き上げを行う。さらに、これまで雫石町の観光を先導してきた宿泊施設・観光施設が、農業者や他施設と連携しながら、街道やエリア、テーマ等でより一層連携して新たな魅力づくりを行うことで、誘客を図る。

そのために、3つの施策と9つのプロジェクトを掲げている。

施策1. 宿泊施設・観光施設の新たな魅力を創出する

- ①各温泉の歴史・文化を活かした体験メニュー開発事業
- ②施設間の連携による観光客のニーズに応じた多様なプラン等造成事業
- ③集落民宿モデル事業
- ④地域一体となった食の魅力づくりやイベントの開催事業

施策2. 宿泊施設・観光施設と農家のマッチングシステムを構築する

- ⑤観光産業従事者向けの雫石産の食材や食文化の講座の開設事業
- ⑥観光産業と農家等のマッチングシステム構築事業
- ⑦観光関係者による農業者への支援の検討事業

施策3. 商店街や街道(エリア)の魅力の向上を図る

- ⑧イベントに合わせた郷土芸能の公演実施事業
- ⑨街道・エリアでの連携の強化と一体的な情報発信事業

施策1 宿泊施設・観光施設の新たな魅力を創出する(基本戦略4) →参考(P117-118)

①各温泉の歴史・文化を活かした体験メニュー開発事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(1)])

●雫石盆地内の各種温泉に伝わる歴史・文化を積極的に活用して情報発信を行うとともに、それらを活かした各種温泉ならではの体験メニューを開発する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	観光事業者(宿泊施設・観光施設)						
実施エリア	雫石町内温泉地						
マーケット	旅行形態	宿泊・日帰り	客層	個人		誘客エリア	—

施策1 宿泊施設・観光施設の新たな魅力を創出する(基本戦略4) →参考(P118-119)

②施設間の連携による観光客のニーズに応じた多様なプラン等造成事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(1)]) (施策4-2-2[方向(3)])

●既に取り組みされている、宿泊施設と小岩井農場の連携(一部の施設では既に牧場ランチを実施)のように、各種施設(宿泊施設、観光施設、文化・健康保養施設、飲食施設等)間で連携し、各施設の魅力を組み合わせることで、観光客のニーズに応じた多様なプランを造成する。

●例えば、宿泊施設とスポーツ施設(運動場、スキー場、ゴルフ場等)、健康保養施設(温泉を含む)、医療・福祉施設が連携し、温泉を活用した福祉・支援援助や食事療法を提供すること等が考えられる。

●また、スポーツ施設については、町民との利用を調整しながら、観光客へ試合の前後の利用も可能な形で提供出来る仕組みづくりも行いながら、合宿等の受け入れを行う。

●また、必要に応じて、ハード整備も含めた受け入れ態勢づくりについて検討する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	観光事業者、スポーツ施設、健康保養施設、医療福祉施設、観光協会、行政など						
実施エリア	雫石町及び雫石町周辺地域の施設						
マーケット	旅行形態	宿泊	客層	個人		誘客エリア	—

施策1 宿泊施設・観光施設の新たな魅力を創出する(基本戦略4)

→重点(P99-100)

③集落民宿モデル事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-2[方向(3)])

●農家民宿や体験農業受け入れ農家数を増やすために、体験、宿泊、食事の提供等を分離するなど、農家の負担が軽減されるような仕組みを検討する。

●民宿については、宿泊機能に特化、あるいは、民宿ごとに休みの日を設定し、宿泊場所のみの提供を行い、食事は、隣の民宿や近くの農家レストランで食べてもらうなど、集落で機能を分担しながら経営する仕組みづくりを、モデル地域を設定し、経営者の方と議論しながら進める。

*本事業は「集落民宿」と称しているが、機能分担・相互補完の仕組みは、民宿のみならず、ホテル、旅館、ペンション等も含めて検討を行う。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	グリーンツーリズム受け入れ農家数
主体	行政、民宿、グリーンツーリズム推進協議会、農業者など						27軒(現在値:H21年度) → 40軒(目標値:H27年)
実施エリア	町内の民宿所在地						
マーケット	旅行形態	宿泊		客層	個人・団体	誘客エリア	首都圏・仙台

施策1 宿泊施設・観光施設の新たな魅力を創出する(基本戦略4)

→参考(P119)

④地域一体となった食の魅力づくりやイベントの開催事業

【施策の内容】

●観光事業者、民間施設が連携して、地域一体となった食の魅力づくり(小皿一品、スイーツ、おいしい朝ごはんなどを共通で提供)等を行う。

●また、食のイベントについては、例えば、重た料理フェスティバルのような郷土料理を発信するイベントから、食材の祭りと料理人の祭りを分けて実施するなど、テーマを明確にしながら実施する。

●実施にあたっては、雫石盆地で生産された食の安全性についてアピールする。

●新規イベントを実施する場合は、従来から行っているイベント等の開催及び準備期間やオフシーズン等を考慮しながら進める。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	観光事業者、民間施設、観光協会、しずくし料理研究会等						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—		客層	個人	誘客エリア	近隣市町村

施策2 宿泊施設・観光施設と農家のマッチングシステムを構築する(基本戦略4)

⑤観光産業従事者向けの雫石産の食材や食文化の講座の開設事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(3)(4)(5)])

- これまでに作成した「しずくいし旬野菜カレンダー」や「しずくいしの伝統食」をもとに、食材、調理法、作法等について、観光産業従事者が学ぶ講座を開設する。
- 観光産業従事者向けに、上記に関する接客時の伝え方等も学ぶ講座も併せて開催する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、商工会、しずく館、観光協会、農業者、(株)しずくいし、しずくいし料理研究会等						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

施策2 宿泊施設・観光施設と農家のマッチングシステムを構築する(基本戦略4)

→重点(P101)

⑥観光産業と農家等のマッチングシステム構築事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(3)])

- 観光産業従事者と農家間において、直接の関係が生まれる機会を創出するために、生産現場を訪れ交流する仕組み等を構築する。
- また、生産・受注・配送システムをより効果的なものにするために、観光施設・宿泊施設が何を売り出したいかというニーズと農家で何をどのくらい生産しているか、また旬の野菜は何か等の情報を提供・共有する。更に来訪者や消費者のニーズを双方で共有し、現在生産している作物に加えて、新たな作物を生産する等の全体調整を行う。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、(株)しずくいし、農協、観光事業者、農業者、しずくいし料理研究会						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	宿泊・日帰り	客層	—	誘客エリア	—	—

施策2 宿泊施設・観光施設と農家のマッチングシステムを構築する(基本戦略4)

→参考(P120)

⑦観光関係者による農業者への支援の検討事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(3)])

- 雫石盆地の魅力の一つである農村風景を、日々の営みを通じて維持している農業者に対して、例えば、雫石産のお米を買い取るなど、観光分野からの支援を検討する。また、体験観光や貸し農園等を実施する農家に対しても、その負担を軽減するような仕組みを観光分野から検討する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、観光事業者、農業者						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

施策3 商店街や街道(エリア)の魅力の向上を図る(基本戦略4)

⑧イベントに合わせた郷土芸能の公演実施事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-2[方向(3)])

- 既に実施されている軽トラ市の開催に合わせた郷土芸能の公演を、住民に対してのみならず、観光客に対しても提供していく。
- 今後は、軽トラ市開催日に加えて、市街地での定期的な公演の開催や周辺の観光・宿泊施設から市街地に来訪する仕組み、周辺の観光・宿泊施設で定期的な公演の開催について検討する。
- 公演については、町内の郷土芸能保存活動を行う団体や高校等とも連携しながら実施する。また、今後は、町内で実施されている雫石町無形文化財芸能祭を観光客に対しても提供していく。
- 観光客に提供するにあたっては、民俗芸能の中には、言葉を理解出来ない場合もあるので、それを補完するような情報の提供についても留意しながら進める。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	軽トラ市実行委員会、しづく館、観光事業者、無形文化財保存会、町内民俗芸能保存団体、学校等						
実施エリア	商店街、中央公民館						
マーケット	旅行形態	宿泊・日帰り	客層	個人	誘客エリア	近隣市町村、東北	

施策3 商店街や街道(エリア)の魅力の向上を図る(基本戦略4)

→重点(P102)

⑨街道・エリアでの連携の強化と一体的な情報発信事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-2[方向(3)])

- 沿道周辺の複数の魅力ある店舗を、街道をテーマに結び付け、一体的に情報発信する長山街道の取り組みを雫石町全域に広げる。
- 既に行われている歴史的街道の資源発掘の取り組みについても、エリアでの発信方法とあわせて検討しながら進める。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	観光協会、商工会、観光事業者						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	宿泊・日帰り	客層	個人	誘客エリア	近隣市町村、仙台市	

【戦略5】 観光まちづくりや観光推進(受け入れ)体制の強化

戦略5では、多様化した観光ニーズに対応するために、農業協同組合、商工会、農業関係者、福祉・スポーツ関係者、また住民など、多様な主体と雫石町の魅力や観光に対する意識の醸成を図りながら、一体となって国内外の観光客を受け入れるための体制を整備する。

そのために、下記の5つの施策と12つのプロジェクトを掲げている。

施策1. 観光推進体制を強化する

- ①観光関連組織によって構成されるプラットフォームの形成
- ②観光・交流に対する理解促進事業

施策2. 着地型旅行商品・プログラムをつくる人材を育成する

- ③観光・交流人材の発掘・育成事業
- ④着地型旅行商品・プログラムの販売促進等事業

施策3. 観光情報を共有し、効果的に発信・提供する

- ⑤地域情報の提供・発信体制構築事業
- ⑥観光案内サイン整備事業
- ⑦防災情報の提供と災害発生時の誘導仕組みづくり事業

施策4. 周辺観光地と連携して国内外の観光客受入体制を充実する

- ⑧周辺観光地との連携による効率的・効果的な誘客促進事業
- ⑨観光施設・宿泊施設向けのスキルアップ講習会事業
- ⑩一・二次交通アクセスに関する事業

施策5. 観光統計を整備しマーケティング機能を強化する

- ⑪観光統計(宿泊統計・顧客満足度調査等)の整備事業
- ⑫経済波及効果の測定事業

施策1 観光推進体制を強化する(基本戦略5)

→重点(P103)

①観光関連組織によって構成されるプラットフォームの形成

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(5)])施策4-2-3[方向(2)]

●観光関連組織(観光、農業、商工業、福祉・スポーツ、景観等の多様な主体が参画する組織)によって構成されるプラットフォームを形成し、各主体が抱える課題に対して理解の促進やアイデアを出し合う定期的かつ継続的な場を設けるとともに、地域の魅力の掘り起こしや、着地型旅行商品・プログラムの造成を進める(詳細は第6章を参照)。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、商工会、農協、(株)しずくいし、しずく館、NPO等各種まちづくり団体など						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

施策1 観光推進体制を強化する(基本戦略5)

→重点(P103)

②観光・交流に対する理解促進事業

【施策の内容】

●観光・交流を通じた振興の視点を意識した、町民が主役となる観光・交流を通じたまちづくりを推進することにより、町民にとっても観光客にとっても魅力的なまちづくりを目指す。生活と関わりを十分に認識し、地域資源や生活環境の保全と活用を両立したまちづくりに取り組む。

●本計画の概要版を作成し計画内容を周知するとともに、セミナーや講座、シンポジウム等を開催し、一般的な観光の動向等についても理解促進を図る。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

施策2 着地型旅行商品・プログラムをつくる人材を育成する(基本戦略5)

→参考(P121)

③観光・交流人材の発掘・育成事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(4)(5)])

●雫石町の魅力を多くの方に、より深く感じ、学ぶ、楽しんでもらえるように、観光的視点から、自然や歴史などの各種ガイドを育成する。また、観光産業従事者のみならず、町民などが観光に参加できるような人材バンクや観光サポーター制度などの仕組みを検討する。

●人材育成を行うにあたっては、心のユニバーサルデザインに関する講座など開設し、観光客へのおもてなしの心の醸成を図る。

●雫石町内には、他の地域に比べて大きな民間の観光施設も存在するため、そこで働く人材等の活用についても検討する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	観光ガイド登録数	
主体	行政、観光協会						20人(現在値:H22年12月末)	
実施エリア	雫石町全域						→ 30軒(目標値:H27年)	
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—		

施策2 着地型旅行商品・プログラムをつくる人材を育成する(基本戦略5) →参考(P121-122)

④着地型旅行商品・プログラムの販売促進等事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(4)(5)])

- 地域で造成した着地型旅行商品・プログラムを直接販売するとともに、商品の内容等を見て選出するなどした上で、旅行エージェントへ棚卸し、商品を造成してもらい、販売を促進する。
- 宿泊施設においては、施設が所有する宿泊予約サイトで、観光プログラムを組み込んだ宿泊プランの販売等を行う。
- 商品については、シニア世代のみならず、若い世代を対象にしたプラン等をつくり、将来的に再訪してもらえるように備える。また、商品やプログラムの情報発信にあたっては、若い世代に対してはインターネットでアピールするなど、マーケットを意識する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	観光協会取扱い旅行者数*	
主体	観光協会、行政						—(現在値)	
実施エリア	雫石町全域						→ 5,000人(目標値:H27年)	
マーケット	旅行形態	宿泊・日帰り	客層	個人	誘客エリア	首都圏、仙台、盛岡		

* 第三種旅行者である「しずくいし観光協会」が取り扱う旅行者数

施策3 観光情報を共有し、効果的に発信・提供する(基本戦略5) →参考(P122)

⑤地域情報の提供・発信体制の構築事業

【施策の内容】

- 町内各地で実施される各種イベントやキャンペーン等について、一か所に情報が集約されるような仕組みを構築する。また、それらを集約して発信する。
- 既存のホームページ(観光協会や「雫石まちのたね通信」、「交流居住」等)における情報の拡充を図るとともに、情報発信を行う会員の増加を図り、地域住民による地元ならではの情報やタイムリーな情報を提供する。
- また、雫石町内に観光情報拠点(駅)とサブ情報拠点(道の駅、鶯宿、しずく館、長山街道、網張、農村集落内の物販飲食施設や宿泊施設等)を設置し、ネットワーク化させ、観光客に一体的な情報を提供するとともに、宿泊施設、交通拠点、店舗などを観光案内所として位置付け、農村地域内にも案内所を設置する。
- 首都圏等県外で活動する雫石町観光大使を活用し、町内情報を県外へ発信するほか、観光大使の町外からの視点による雫石町への提言を集約し、県外向けの情報発信に反映させる。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標		
------	-----	-----	-----	-----	----	----	--	--

主体	観光協会、行政、商工会、農協、しずく館、グリーンツーリズム推進協議会、NPO等まちづくり団体、農家、工房、町民				観光大使委嘱人数 —(現在値) → 5人(目標値:H27年)	
実施エリア	雫石町全域					
マーケット	旅行形態	—	客層	個人	誘客エリア	—

施策3 観光情報を共有し、効果的に発信・提供する(基本戦略5)

→参考(P123)

⑥観光案内サイン整備事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-2[方向(2)]) (施策4-2-4[方向(3)])

- 雫石町内の回遊性の向上や観光客の利便性向上のための観光案内サインを整備する。整備にあたっては、既存の観光案内板(民間事業者が設置している看板も含む)や誘導標識等の見直しも含めた効果的な誘導サインのあり方(デザイン、設置個所等)を検討した上で、整備する。
- また、各種情報媒体も含めた統一的なイメージの構築に配慮するとともに、雫石盆地の景観に配慮する。さらに外国人観光客も含めたユニバーサルデザインの観点からも検討しながら進める。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、民間事業者						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	個人(自家用車・レンタカーで移動)	誘客エリア	—	—

施策3 観光情報を共有し、効果的に発信・提供する(基本戦略5)

⑦防災情報の提供と災害発生時の誘導の仕組みづくり事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-2[方向(1)])

- 町内在住者・在勤者のみならず、観光客にも安心して来訪して頂くために、大規模災害時の情報提供の充実や避難誘導などの災害対策等の仕組みづくりに取り組む。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

施策4 周辺観光地と連携して国内外の観光客受入体制を充実する(基本戦略5)

⑧周辺観光地との連携による効率的・効果的な誘客促進事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-2[方向(4)]) (施策4-2-3[方向(1)(3)]) (施策4-2-4[方向(4)])

- 雫石町に立ち寄る観光客や外国人観光客は、広域で移動することも多いため、観光客の移動を考慮した情報発信を周辺自治体と連携しながら行う。
- プロモーションにあたっては、雫石町に来訪した観光客を対象に、ニーズや情報源等を把握し、マ

ーケットに応じた情報提供や情報媒体の作成、交通機関(空港や鉄道等)への要請等を行う。展示会等へ出展する場合は、それらを活用し、今後は、国内のみならず、外国人客の教育旅行や研修旅行等についても検討を行い進める。

●また、プロモーションにあたっては、首都圏在住者が観光で来訪する周辺観光地とも連携しながら進める。

●平成 23 年4月に認定された盛岡・八幡平広域観光圏整備実施計画に記載された事業を実施する。観光圏整備事業(盛岡・八幡平広域観光圏整備実施計画(平成 23 年4月認定)掲載された事業)や、その他の事業で、他自治体(観光圏構成自治体以外も含む)と連携し効率化を図ることが可能な事業がある場合は、調整を行いながら進める。

●例えば、観光ルートの開発にあたっては、世界遺産に登録された平泉との連携や太平洋と日本海のちょうど真ん中にある立地などを活かした観光ルートを開発する。

●東北新幹線、秋田新幹線の両利用者に、行きか帰りに寄って頂ける好立地にあることを意識しながら進める。

(例)宮古市で朝日を見て西へ出発。道の駅あねっこに立ち寄り、夕方秋田市で夕日を見るなど。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会						
実施エリア	(圏域内の市町村と連携して実施)						
マーケット	旅行形態	宿泊	客層	団体	誘客エリア	首都圏など	

施策4 周辺観光地と連携して国内外の観光客受入体制を充実する(基本戦略5)

→参考(P124)

⑨観光施設・宿泊施設向けのスキルアップ講習会事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(4)]) (施策4-2-4[方向(3)])

●観光関連産業従事者のスキルアップに向けて、経営者及び現場スタッフのそれぞれを対象とした講習会の開催や先進地視察研修などを行う。

●具体的には、経営者に対しては、経営に関する講習会、現場スタッフに対しては、接遇に関する講習会や外国人観光客受け入れに必要な基本的な外国語、食文化、習慣の違いなどについて学ぶ講習会を実施する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、商工会、観光事業者						
実施エリア	栗石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	台湾、香港、韓国、中国等	

施策4 周辺観光地と連携して国内外の観光客受入体制を充実する(基本戦略5)

→参考(P124)

⑩一・二次交通アクセスに関する事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-3[方向(3)(4)]) (施策4-2-4[方向(5)])

- 連泊滞在されるお客向けに、雫石町内を移動(①宿泊施設からの移動、②駅から移動)するための二次交通(レンタカーやカーシェアリング、レンタサイクル、観光タクシー、観光デマンドシステム、サイクリングバス等)の整備を検討する。検討にあたっては、需要調査等を行った上で、環境に関する取り組み等と連携しながら進める。
- 一次交通については、雫石町の観光・交流を推進するにあたって、戦略的にターゲットとすべきマーケットを検討した上で進める。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	
主体	行政、観光協会、交通事業者、NPO等まちづくり団体						
実施エリア	雫石町全域、周辺地域						
マーケット	旅行形態	宿泊	客層	個人		誘客エリア	首都圏・仙台など

施策5 観光統計を整備しマーケティング機能を強化する(基本戦略5)

→参考(P125)

⑪観光統計(宿泊統計・顧客満足度調査等)の整備事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-3[方向(3)])

- マーケティング調査を実施し、効果的なプロモーションを実施するため、観光客数等の観光統計(宿泊統計・顧客満足度調査等)を整備し、雫石町の観光の現状や施策を分析・検証する。
- また、その結果を協力施設へフィードバックする仕組みや協力施設が適宜照会できるような仕組み、観光振興の施策に反映するための仕組みづくりも行う。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、観光事業者						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—		誘客エリア	—

施策5 観光統計を整備しマーケティング機能を強化する(基本戦略5)

⑫経済波及効果の測定事業

【施策の内容】

- 雫石町農産物認証等制度や農業者と宿泊施設との間で生産・受注調整を実施しているなど、農業と観光の連携による地産地消が推進され、観光を通じた持続的かつ循環型社会の形成が進められているが、今後は、より一層上記の動きを推進するために、観光客の町内での消費による他産業への波及効果を測定し、他産業に従事する人々に観光産業の裾野の広さを理解してもらうことを目指す。

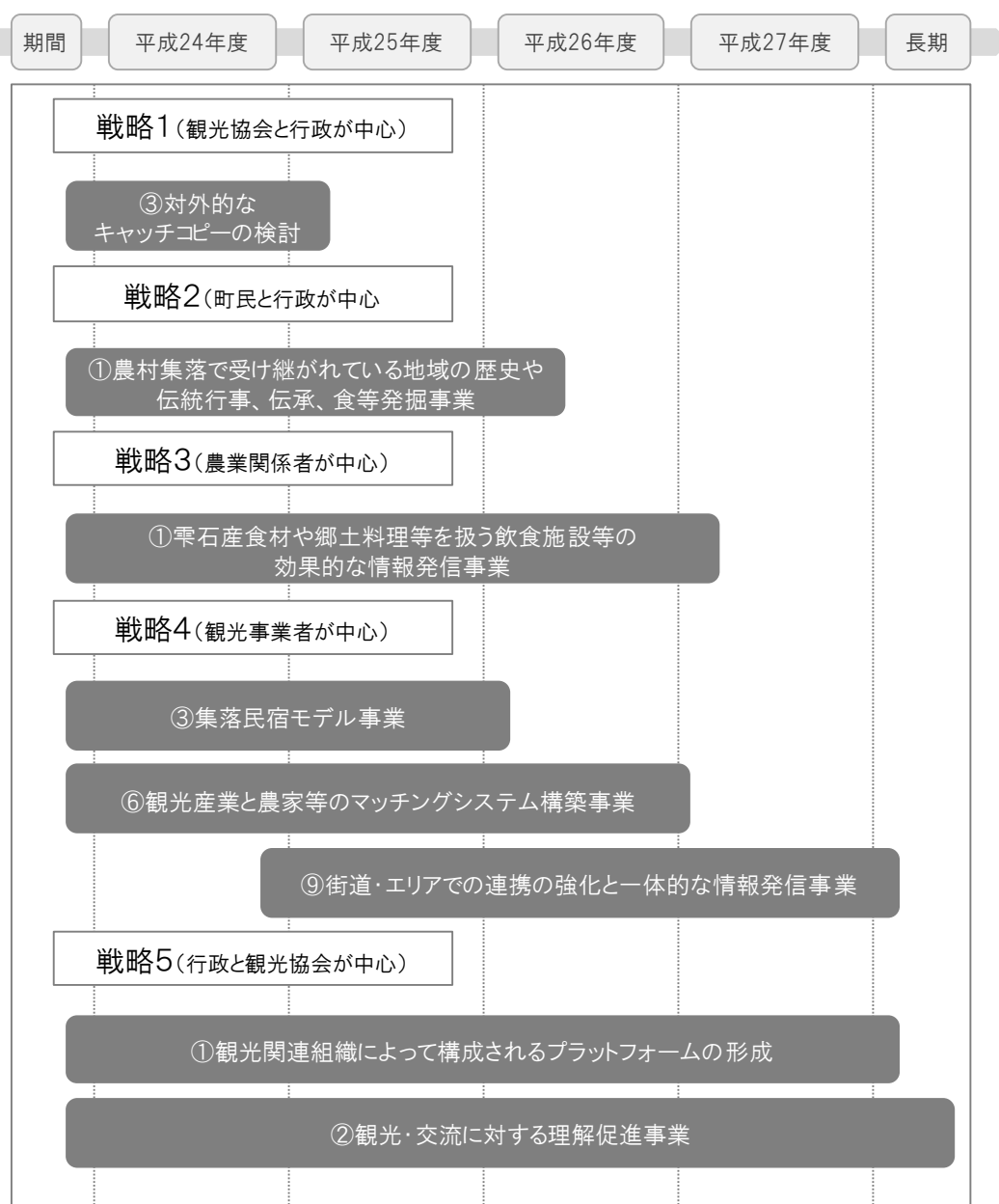
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	
主体	行政、観光協会、観光事業者、(株)しずくいし、農業者						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—		誘客エリア	—

3. 重点プロジェクト

ここでは、時代の潮流や国民の観光旅行の動向、消費者ニーズに、雫石町の観光・交流の現状を勘案して、先に掲げたプロジェクトの中から、重点的に推進すべき以下の8つのプロジェクトを整理した。

なお、こうしたプロジェクトをまずは先行的に実施していき、その実施状況や効果を検証していく中で、さらに他の施策との連携を図っていく。

図表5-2 重点プロジェクトのロードマップ



[重点プロジェクトⅠ]

(戦略1-2-③) 対外的なキャッチコピーの検討

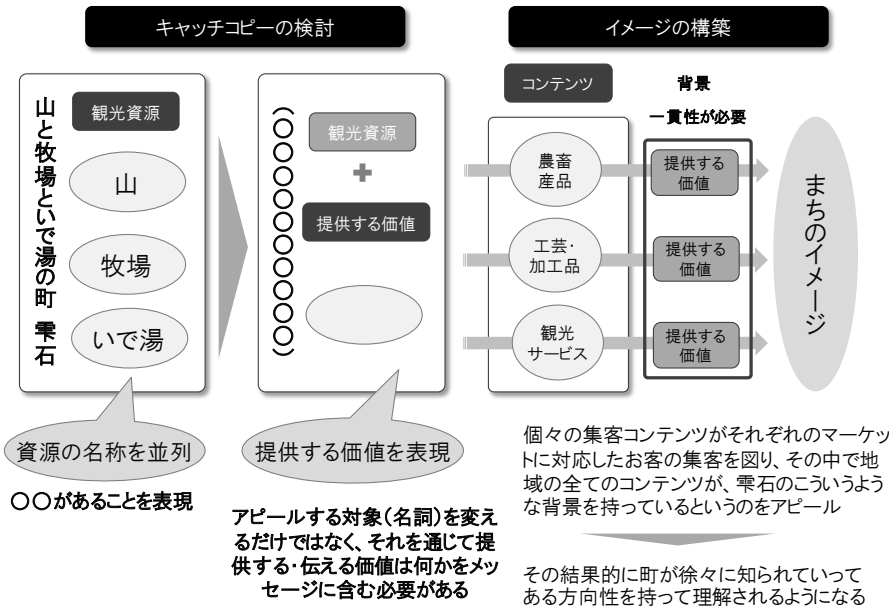
■ プロジェクトの展開イメージ

・観光客の雫石町への来訪動機を促進するために、対外的にまちをPRするためのキャッチコピーを検討する。キャッチコピーの検討にあたっては、観光協会を中心に、雫石町外に住む人、あるいは、雫石町内に住む移住者を対象としたイメージ調査を行い、町外の人々が有する雫石町のイメージを把握した上で、以下の点に留意しながら決めていくことが重要である。

・長い間使用されてきたキャッチコピー「山と牧場といで湯の町 雫石」は、雫石町が有する資源の多様性を表現しているものの、資源の名称を並列したものであるため、観光客はまちに対して明確なイメージを抱くことが出来なかったものと思われる。

・今後新しいキャッチコピーを検討する場合には、ターゲットを設定し、雫石町への来訪動機を促進することを意識しつつ、その資源を通じてまちが提供する価値を伝達できるようなキャッチコピーをつける。

■ 参考情報：イメージ構築のための戦略



■ 参考事例：観光客に提供する価値の明確化(草津温泉)[群馬県草津町]

自噴湧出量日本一を誇る草津温泉は、豊かな自然資源を背景に、文化とスポーツの国際温泉リゾートとして発展してきた歴史のある温泉地である。町内には様々な観光資源がある中で、湯治場としての原点である温泉に立ち戻り、「泉質主義」を宣言。温泉の泉質の良さを通じて草津をPRし、草津ブランドの確立に努めている。「泉質主義」宣言のロゴマークは、ポスターやパンフレット、名刺などに使用され、草津温泉が提供する価値をわかりやすく印象に残る形で消費者に伝えている。



[重点プロジェクトⅡ]

(戦略2-1-①)農村集落で受け継がれている地域の歴史や伝統行事、伝承、食等発掘事業

■プロジェクトの展開イメージ

- ・雫石盆地内の農村集落で受け継がれている伝統行事、伝承、食、風習、生活文化、歴史、神社・寺、道祖神などについて、地域資源の背景やいわれ、生活との結びつきや住民の想い等について、出来るだけ詳細な情報を集める。
- ・事業を展開するにあたっては、これまでも実施されてきた地域資源の発掘や情報収集の実績を踏まえつつ、行政を中心に、地域住民や歴史・文化等に関心のある町外居住者などの参画を募り、分野ごとにプロジェクトチームを設置しながら進める方法が想定される。
- ・上記方法で実施し、資源の発掘や情報収集がある程度掘り下げられた段階で、お互いの発見を発表し、情報交換や情報共有を図る場を設け、プロジェクトに関わる人々のネットワークも同時に形成していく。
- ・資源の発掘にあたっては、文献資料のみならず、地域住民にヒアリング調査等を行いながら、資源の今日的な意義(文献資料に掲載されない地域住民と資源の関わりや(学術的な視点とは異なる)地域住民にとっての価値等)も把握することが重要である。

■参考事例:市民とともに地域資源を発掘・活用を行っている取り組み(NPO法人ぐるったネットワーク大町)[長野県大町市]

地域の魅力を構成している要素を「地域資源」と捉え、これを発掘・保全・活用していくことによって地域を守り活性化することを目的に、当地の隠れた名所情報が満載の地元民にしか作れない地域ガイドブック「大町温泉郷周辺の“地域資源”ガイドブック 2010」を制作。

ガイドブックは、09年度に「もう一つ大町発見!講座~みんなで大町自慢ができるようになろう!」と銘打った全11回の講座のレポート形式を採っており、一般旅行ガイドには載らない農業用水路や古水路、湧水や水源の歴史的な背景や生活との関わりなどの知られざる地域の情報を紹介している。

さらに2011年度には、「大町温泉郷周辺の“地域資源”ガイドブック 2010」の続編として「大町温泉郷周辺の“地域資源”ガイドブック 2011」を作成している。



(資料)「大町温泉郷周辺の“地域資源”ガイドブック」(2010/2011)より

[重点プロジェクトⅢ]

(戦略3-1-①) 雫石産食材や郷土料理等を扱う飲食施設等の効果的な情報発信事業

■プロジェクトの展開イメージ

- ・雫石産食材を扱う雫石産農産物認証等制度で認証された施設や重っこ料理等の郷土料理を扱う施設、こびる、さなぶりランチなど農村の文化を現代風アレンジした食を提供している施設等を効果的に情報発信し、集客する。
- ・また、しずくいし料理研究会の活動に関する情報も発信する。
- ・重っこ料理の提供については、ある程度の客数も必要であり、受け入れ側においても人数確保が必要である。集落民宿や地域内の飲食施設等の状況等とあわせて検討する。
- ・地産地消には取り組んでいるものの、雫石産農産物認証等制度の表示看板については、来訪者（消費者）の目線で情報発信を行っていく必要がある（現状、星の数は何を指し示しているかわからないなど課題がある）。

[重点プロジェクトⅣ]

(戦略4-1-③) 集落民宿モデル事業

■プロジェクトの展開イメージ

- ・農家民宿や体験農業受け入れ農家数を増やすために、体験、宿泊、食事の提供等を分離するなど、農家の負担が軽減されるような仕組みを検討する。
- ・民宿については、宿泊機能に特化、あるいは、民宿ごとに休みの日を設定し、宿泊場所のみの提供を行い、食事は、隣の民宿や近くの農家レストランで食べてもらうなど、集落で機能を分担しながら経営する仕組みづくりを、モデル地域を設定し、経営者の方と議論しながら進める。
- ・重っこ料理については、お重をまわす作法が重要であるため、人数の確保が課題となるが、集落民宿を実施し、食事場所を集約することで、上記の課題の解決にもつながり、提供の機会も増加すると思われる。
- ・なお、本事業は「集落民宿」と称しているが、機能分担・相互補完の仕組みは、民宿のみならず、ホテル、旅館、ペンション等も含めて検討を行う。
- ・事業の展開については、まずは、民宿の具体的な経営状況等を調査し把握した上で、雫石町ならではの集落民宿の経営方法の検討を行う。その後、検討した集落民宿のシステムをもとに、モデル地域を設定して、課題等を抽出し、徐々に改善を図りながら進める。

■参考事例: 集落全体で民宿を運営(かやぶきの里)[新潟県柏崎市高柳町]

急激な過疎化と高齢化で地域存続の危機感が表面化し、町民有志が「高柳町ふるさと開発協議会」に集い、「農村滞在型交流観光構想(じよんのびの里づくり構想)」を策定。特徴のない豪雪・農山村ながら、都市農村交流という視点で新しい形態の観光産業創出に成功し、人口の100倍を超

える交流人口を生み出した。

経済活性化を目的とするコア施設として、宿泊施設、温泉、観光物産直売施設等を備えた複合交流施設「じよんのび村」と、自然体験施設「こども自然王国」を隣接して整備するとともに、



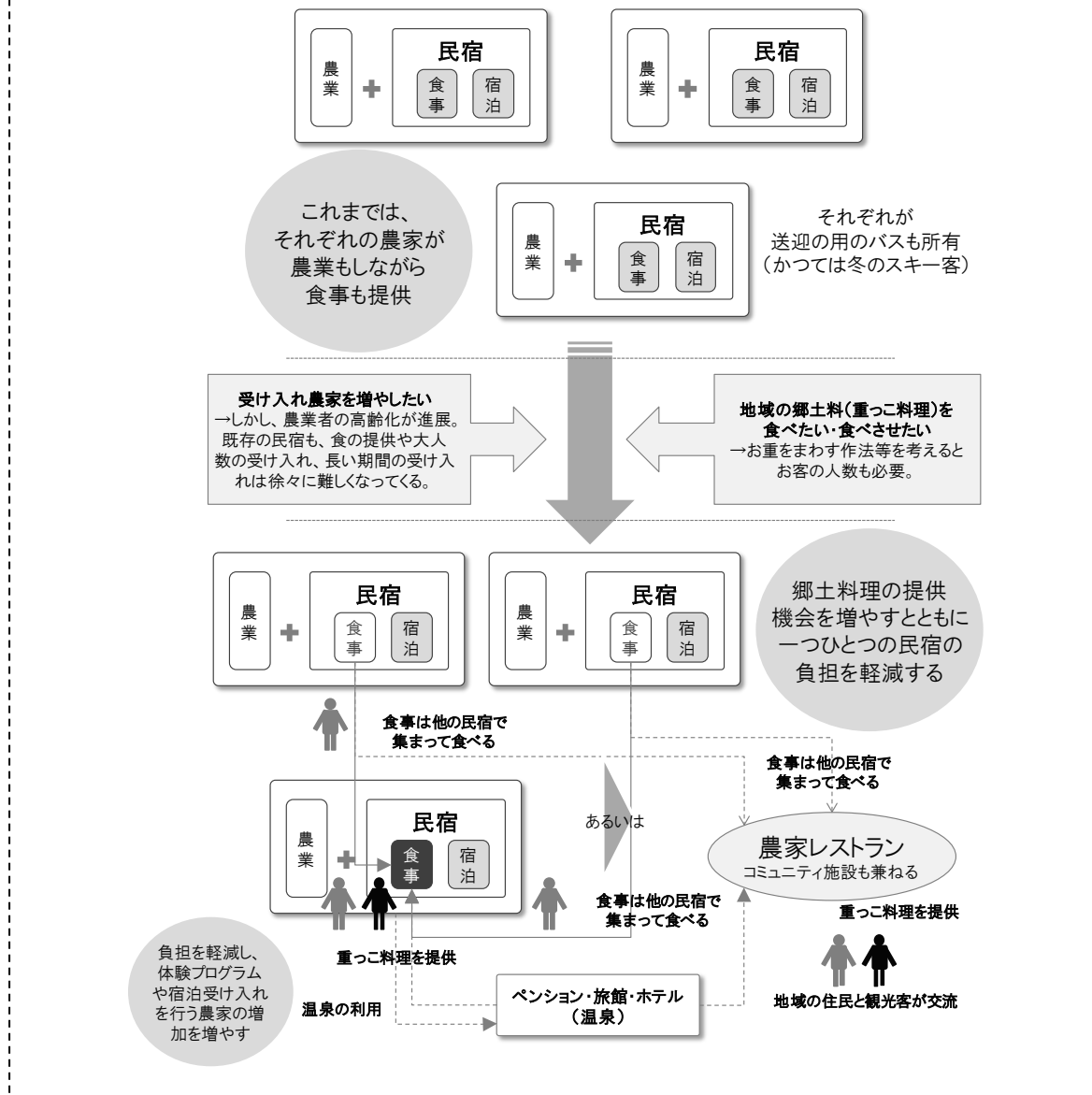
に、集落の活性化を主眼とするサテライト施設として、荻ノ島地区と門出地区に

農家民宿「かやぶきの宿」を整備。現在、農家民宿「かやぶきの宿」では、地元農家のお母さん達が交替して食事当番を行う等、集落全体で農家民宿を支えている。

(資料)(<http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/region/kanko100/pdf/031.pdf>)

(<http://www.jonnobi-takayanagi.jp/stay/oginoshima/oginoshimafurusatomurakumiai.html>)

■ 参考: 集落民宿のイメージ



[重点プロジェクトV]

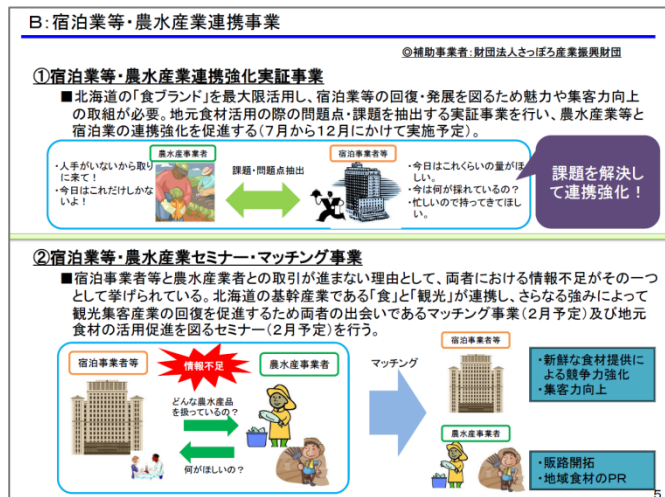
(戦略4-2-⑥)観光産業と農家等のマッチングシステム構築事業

■プロジェクトの展開イメージ

- ・観光産業従事者と農家の直接の関係が生まれるための交流の場の更なる創出や生産現場を訪れ交流するなどの仕組みを設ける。
- ・また、生産・受注・配送システムをより効果的なものにするために、観光施設・宿泊施設が何を売り出したいかというニーズと農家で何をどのくらい生産しているか、また旬の野菜は何かなどという情報提供・共有とともに、来訪者や消費者のニーズを吸い上げ共有し、全体の調整を行う。
- ・具体的に進めるにあたっては、観光施設・宿泊施設と農業者をコーディネートする人材の育成も行う。また、既にあるしずくいし料理研究会等を活用して、調理されるプロセスや消費者の反応を生産者に伝える仕組み等も設ける。
- ・交流の場を設ける場合には、生産・受注・配送システムが抱える課題について、より多くの人に関心を持ってもらうためのセミナーや、観光施設・宿泊施設と農業関係者が議論する場を設ける。
- ・さらに、今後は、観光事業者・宿泊事業者内での連携についても促進する(パンなどの加工品や製造品を施設内で使用するなど)

■参考事例: 宿泊業・農水産業マッチングセミナー(北海道経済産業局)[北海道]

経済産業省北海道経済産業局は、北海道内の宿泊業(ホテル・旅館等)の支配人・調理長・仕入担当者、農業協同組合・農業生産法人・漁業協同組合の渉外担当者などを対象に、宿泊事業者と農水産事業者との出会いの場を創出するマッチングセッション、「宿泊業・農水産業マッチングセミナー」を札幌や帯広で開催。宿泊業における道産食材活用実態と流通取引の課題等について報告するほか、生産者との信頼関係構築により効果的な食材調達を行い集客に成果を挙げている先進事例を紹介した。



(資料)「平成23年度観光集客産業の活性化に向けた取組について～今だからこそ、行うべきこと!～」

経済産業省北海道経済産業局産業部サービス産業室

[重点プロジェクトⅥ]

(戦略4-3-⑨)街道・エリアでの連携の強化と一体的な情報発信事業

■プロジェクトの展開イメージ

・沿道周辺の魅力ある複数の店舗を、街道をテーマに結び付け、一体的に情報発信する長山街道の取り組みを粟石町全域に広げる。

・既に行われている歴史的街道の資源発掘の取り組みについても、エリアでの発信方法とあわせて検討しながら進める。

・具体的には、まず全体でエリア区分を議論した上で、エリアごとの観光関係者や地域住民に集ってもらい、各施設の特徴(個性)や一つの街道としてのコンセプト等を議論しながら進めていくことが考えられる。

■参考情報：現況のエリア区分

粟石町のパンフレットでは、以下の7つのエリアに区分されている。

- 粟石駅周辺・小岩井農場
- 長山街道周辺
- 鶯宿エリア
- 御所湖エリア
- 滝ノ上・玄武・粟石高倉エリア
- 国見・橋場エリア
- 網張エリア

■参考事例：工房街道(工房街道推進協議会／奈良のむらづくり協議会)[奈良県東部・中部山間地域]

奈良県東部中山間地域には約200もの工房が立地しており、ここを生活文化豊かな「工房街道」として都市住民に認識してもらい、質の高い工芸品を来訪者に提供する目的で工房街道をスタート。07年7月30日～8月5日の1週間を工房街道ウィークとし42の工房を開放し見学・体験を受入。地域の人々と都市住民(観光客・移住希望者)のつながりを作る為に、工房に興味を持つ団塊の世代、学生、親子などを対象に、3地区において工房体験および里地・里山体験を含む「工房街道ツアー」を実施した。



(資料)奈良県東部地域工房街道(<http://www.koubou-kaidou.jp/>)

[重点プロジェクトⅦ]

(戦略5-1-①)観光関連組織によって構成されるプラットフォームの形成

■プロジェクトの展開イメージ

- ・観光関連組織(観光、農業、商工業、福祉・スポーツ、景観等の多様な主体が参画する組織)によって構成されるプラットフォームを形成し、定期的かつ継続的に集まって議論する場を設ける。
- ・議論の場では、各主体が抱える課題に対して理解促進を図り、各種事業の連携や調整を図るとともに、様々な視点から観光・交流の推進を図るためのアイデアを出し合う。
- ・地域資源・観光資源の従来とは異なる見方による魅力の掘り起こしを行い、着地型旅行商品・プログラムを造成するためには、観光産業には直接関与しない地域住民等も含む多様な主体が参画するプラットフォームの設置は重要である(詳細は第6章)。

[重点プロジェクトⅧ]

(戦略5-1-②)観光・交流に対する理解促進事業

■プロジェクトの展開イメージ

- ・本計画の概要版を作成し計画内容を周知し、観光・交流に対する理解促進を図る。
- ・また、観光・交流に関するセミナーや講座、シンポジウム等を開催し、地域で観光・交流の取り組みの周知のみならず、一般的な観光の動向等についても理解促進を図る。
- ・具体的には、町内の地区で計画に関する説明会の開催や〇〇週間と期間を区切って、ある一定の期間に集中的に啓発活動を行うなどが考えられる。

■参考事例:文京区観光ビジョン概要版(文京区)[東京都文京区]

文京区では、観光ビジョン策定にあたり、概要版も作成して、観光への取り組みに対する理解促進を図っている。



(資料)文京区ホームページ

第6章

計画の推進体制

本章では、第5章で提示した施策の推進について、各主体の役割を明確化するとともに、観光・交流活性化行動計画全体の効果的かつ効率的な推進体制と各プロジェクトの評価・検証方法について提示する。

1. 各主体の役割

(1) 町の役割

町は、役場内の観光関連部署やまちづくり関連部署、教育・福祉関連部署など関係各課の相互連絡調整を図る。また、関係機関、民間事業者と一体となって活動に取り組むとともに、役割を分担しながら、活動の支援も相互に行う。

また、雫石町観光大使の活用により県外での効果的な情報発信に取り組むほか、観光大使の県外からの視点による町の観光への提言を本計画及び観光施策へ反映させ、計画の効果的な推進に努める。

更に、観光関連組織体制の強化充実と観光の担い手の育成に努める。そうすることで、町全体として、観光・交流活性化行動計画が着実に推進されるように務め、観光客、町民ともに喜ばれる環境づくりに取り組む。また、周辺自治体と相互に魅力を補い、高め合う広域的な取り組みも推進する。

(2) 関連団体の役割

観光団体をはじめ、商業・農業団体等は、交流を深めながら、それぞれの団体の特性を把握し、その特性を活かしながら、雫石町の魅力の創出やイベントなどまちの活性化に繋がる事業を実施し、住民と訪れる人がともに楽しめるものにする。また、関連団体間の連携を強化し、情報共有を密接にすることで、徐々に連携体制を構築し、効果的・効率的な取り組みに努める。

(3) 観光関連事業者の役割

観光客と直接接する機会が多い観光事業者(宿泊施設、観光施設、交通事業者など)は、時代の変化や観光客の多様なニーズを把握し、それらに対応した情報提供や今ある観光資源・商品の付加価値を高め、観光客の満足度向上に寄与することに努める。

また、事業の推進にあたっては、関係主体と連携を図るとともに、民間企業としてのノウハウを活かしながら、まちの活性化に寄与する。

(4) 町民の役割

自らが住む町の歴史や文化、観光資源、特産品などの魅力に触れ、町民一人一人が地域に愛着と誇りを感じ、住み続けたいと思える環境を整えるとともに、「もてなしの心」を持って訪れる人を温かく迎え入れ、観光客と交流しながら、町民自身が地域の魅力や観光情報を提供していく。

2. 計画の推進体制

(1) 段階を踏まえた推進体制の構築

①「プロジェクト推進会議」の設置

雫石町の観光・交流による活性化をさらに推進するためには、官民一体の体制が重要であり、観光団体をはじめ、商業団体や農業団体、町民、NPO等のまちづくり団体などの多様な主体が協働しながら進める必要がある。また、効果的に事業を実施するために、各主体間の相互支援体制や情報共有を図る仕組みを構築し、町が一体となって観光・交流を推進することが重要である。

そこで、計画全体を統括し、事業の実施スケジュールや担当の確認、各種調整、取り組みの評価、既存団体間等での連携強化や情報共有の場として、多様な主体が参画する「プロジェクト推進会議」を設置し、効果的かつ効率的な観光・交流事業の推進を図る。なお、「プロジェクト推進会議」は、本計画の推進組織としての位置づけにあり、年に2回ほど会議を開催し、その事務局は観光商工課が務める。

②観光協会を中心に多様な主体が参画するプラットフォームの形成 →参考(P131)

岩手県内で公益法人として最初に法人格を取得し、第3種旅行業資格も有する「一般社団法人しずくいし観光協会」を中心に、商工業、農業、芸術・文化、福祉、医療など多様な主体が参画するプラットフォームを形成し、観光・交流に携わる人材育成等を進めながら、雫石町の観光・交流の更なる推進を図る。

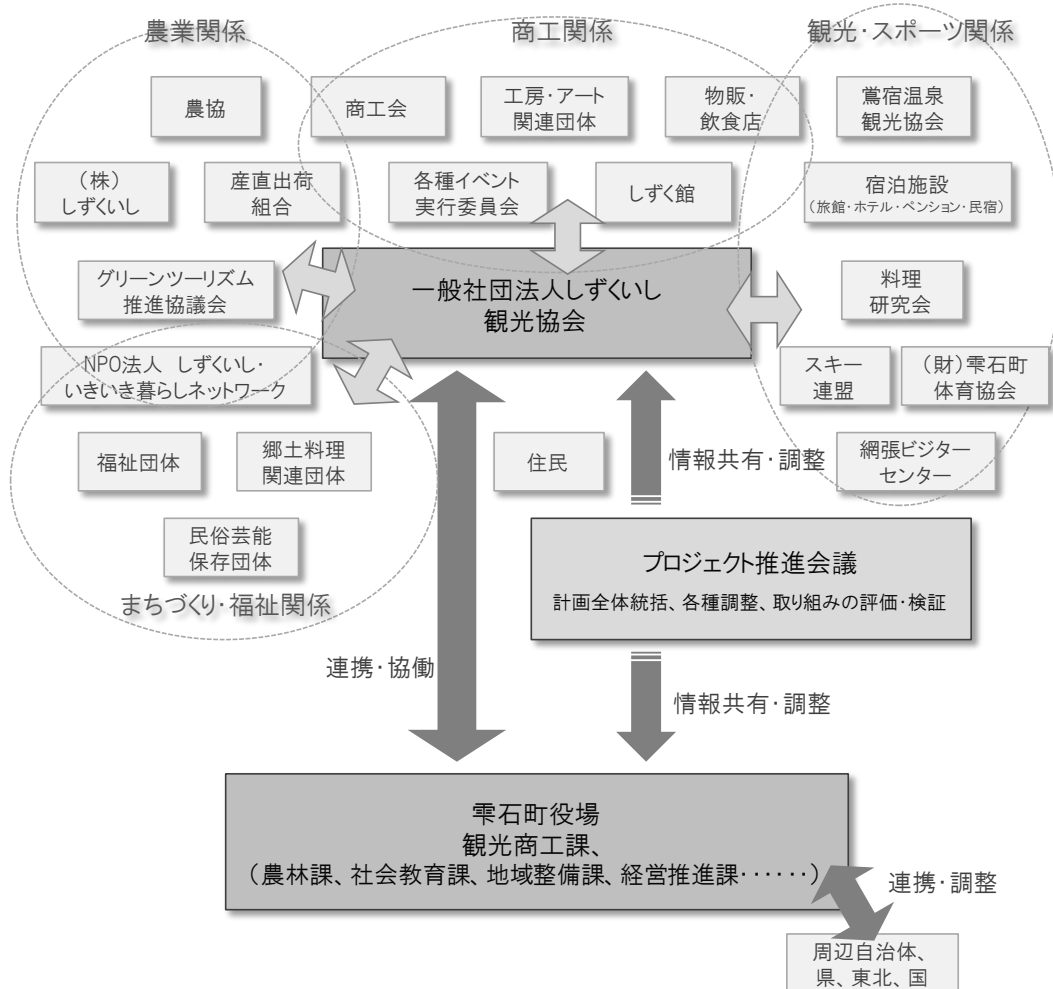
ただし、当面の間は、行政や各観光協会、関連団体(農協、商工会、NPOなど)の各主体がそれぞれの立場で力を発揮すると同時に相互の連携をより密にし、雫石町における観光振興の意義と必要性に係る認識を共有しつつ、事業を実施する。

③一般社団法人しずくいし観光協会の役割 →参考(P131-134)

一般社団法人しずくいし観光協会は、主に以下の4つの事業を実施する。

- i. 雫石町に関する情報の発信
- ii. 観光案内所の運営
- iii. 着地型旅行商品・プログラムの企画・販売
- iv. プラットフォームとしての事務局機能(コーディネート機能)

図表6-1 計画の推進体制のイメージ(雫石町の観光・交流推進プラットフォーム)



- 雫石町内の活動団体(一部)**
- | | | |
|--|--|--|
| <p>■観光
 一般社団法人しずくいし観光協会
 鶯宿温泉観光協会
 雫石町グリーン・ツーリズム推進協議会</p> <p>■商工
 雫石商工会
 しずく館(雫石まちおこしセンター)
 しずくいし物産振興会
 しずくいし郷そば振興組合</p> <p>■伝統芸能・技術
 しずくいし麻の会
 民俗芸能保存団体</p> <p>■まちづくり団体
 NPO法人しずくいし
 NPO法人しずくいし・いきいき暮らしネットワーク
 NPO法人まちあそび
 NPO法人秋田岩手横軸連携交流会</p> | <p>■農業・畜産業・林業・漁業
 JA新しいわて
 JA全農いわて
 株式会社しずくいし
 産直しずくいし出荷組合
 御明神牧野農業協同組合
 しずくいし高倉納豆生産組合
 雫石町土地改良区
 西山牧野農業協同組合
 特定非営利活動法人 かし和の雫
 岩手中央森林組合
 雫石地区国有林材生産協同組合
 西山牧野農業協同組合
 南畑地域協議会
 雫石川漁業協組</p> | <p>■スポーツ・福祉
 NPO雫石スキー連盟
 (財)雫石町体育協会
 特定非営利活動法人 かし和の雫</p> <p>■自然・環境保全
 網張ビジターセンター
 横欠自然愛護の会
 NPO法人リヴァーパーク葛根田
 稲荷山美郷環境保全の会</p> <p>■イベント
 しずくいし産業まつり実行
 しずくいし軽トラック市実行委員会
 雫石町芸術祭実行委員会
 雫石よしやれ祭実行委員会
 森にアートを！in雫石実行委員会
 南部よしやれ全国大会実行委員会
 岩手雪まつり実行委員会
 しずくいし夏の音楽祭実行委員会
 しずくいし地産地消のタベ実行委員会</p> <p style="text-align: right;">など</p> |
|--|--|--|

(2)広域的な観光・交流推進体制の構築

雫石町の観光・交流の推進にあたっては、テーマに応じて、岩手県や近隣県の市町村等と連携しながら、広域で移動する観光客へのサービスの提供や外国人誘致などを行う。

具体的には、以下のテーマにおいて、広域的な観光・交流推進体制を構築する。

- | | |
|----------|-----------------------------------|
| ○自然 | →十和田・八幡平国立公園(十和田市・八幡平市) |
| ○温泉 | →仙北市内の温泉地(乳頭温泉、玉川温泉) |
| ○スキー客の誘客 | →八幡平・安比高原 |
| ○世界遺産 | →平泉、白神(雫石町は東北内の二つの世界遺産の中継地点に位置する) |
| ○宮澤賢治 | →岩手県内 |
| ○食材(海産物) | →宮古市 |
| ○二次交通 | →盛岡 |

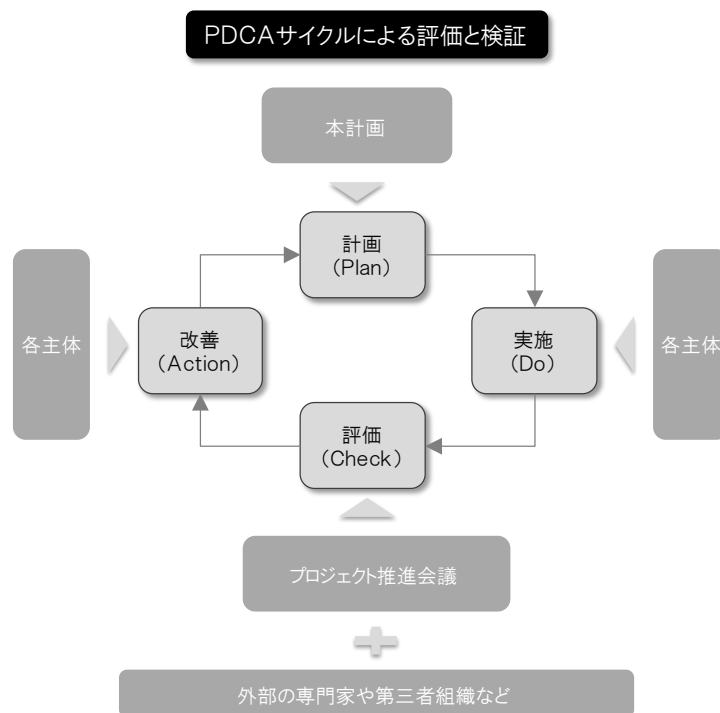
3. 計画の評価と検証

本計画を着実に推進するために、マーケティング調査等を実施し、計画において提示された取り組みの効果や目標値の達成度を評価・検証する。

各プロジェクトについては、企画、実施、評価、改善向上策等について、PDCAサイクルにより、政策評価の手法とも連動しながら、事業を見直し、計画へと反映させる。また時代のニーズを的確に捉え施策の改善や新たな事業の企画立案まで、柔軟に対応していく。

これらの検証作業は、外部の専門家や第三者組織などの意見を踏まえながら「プロジェクト推進会議」にて実施し、計画全体の効率的かつ効果的な推進を目指す。

図表6-2 PDCA サイクルによる評価と検証



※ PDCA サイクル

Plan/Do/Check/Action の頭文字を揃えたもので、各事業を計画(Plan)→実施(Do)→評価(Check)→改善(Action)の流れで実行し、次の計画や事業の改善に活かす考え方

Plan … 目標を設定して、それを実現するためのプロセスを設計する。

Do … 計画を実施し、そのパフォーマンスを測定する。

Check … 測定結果を評価し、結果を目標と比較するなど分析を行う。

Action … プロセスの継続的改善・向上に必要な措置を実施する。

參考資料 I

1. 行動計画におけるプロジェクト参考情報

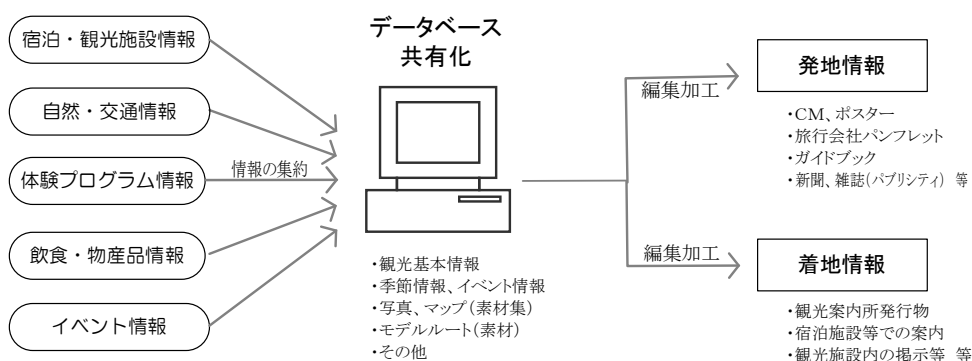
本行動計画に位置付けられたプロジェクトのうち、重点プロジェクト以外のプロジェクトの一部について、参考となる情報や事例等を整理した。プロジェクトを企画・立案・実施する場合に、参考とされることが望まれる。

①戦略1のプロジェクト参考情報

施策 1 雫石町の地域資源に関する情報を集約し、整理する(基本戦略1)

①地域資源情報の集約・一元化事業

■参考情報:観光情報の一元化から情報発信までの流れ



※個別の情報を一元化し、テーマ・目的や客層などに応じて再編集して提供する。

施策 1 雫石町の地域資源に関する情報を集約し、整理する(基本戦略1)

②おもてなしガイドブック改定事業

■参考事例:町民みんなでまちを知り、語るために～「伊香保豆手帖」(伊香保温泉)[群馬県渋川市]

「伊香保豆手帖」は、町全体の魅力(温泉・歴史・文化・自然等)や町の概要を紹介(54ページ)するガイド小冊子である。

伊香保温泉では、平成14年10月に観光事業者を中心に、行政、一般住民を含めた「伊香保温泉品質向上委員会」を設置。自らに「伊香保温泉の品質とは何か」を問い、一人ひとりが考え、実践し、活性化していこうというもので、2年間、様々なアイデア、提案が行われ、そして実践されている。冊子には、「まちづくりの活動」として、中学生が総合学習の時間に調べた成果や提案、まちづくり会議「品質向上委員会」で議論された内容も紹介している。

別冊としてデータ集(主要施設の連絡先・時刻表・マップ等)も作成(A3判1枚、両面印刷)も作成しており、旅館の仲居さんの帯にはさめる大きさとしている。本冊と別冊と分けることで、情報更新にあわせて随時、刷り直しを行い使用できるようにしている。

また、「伊香保豆手帖」の活用は、観光関係者と一般町民がともに伊香保町の魅力を知ることができるよう、総合的な冊子を作成して全戸に配布し、小学校では副読本として利用。一冊 200 円で販売しており、観光客も購入可能である。さらに町外への県観光連盟等の観光関連団体や県庁、県立図書館等へ配布している。



施策2 対外的なキャッチコピーや各季節の顔となる名所を検討する(基本戦略1)

④各季節の顔となる名所の検討

■参考情報:マーケットに応じたポイントを絞った情報発信([広島市])

宮島のパンフレットは、以前は、宮島の見どころを全て紹介しようとするあまり、説明文が多く、“読み物”になってしまっていた。しかし、廿日市市の観光プロモーション担当、アンソニー・オズモンド氏の指摘を受けて、宮島のイメージが浮かび易い、シンプルなデザインに変更。「今はインターネットが普及しているし、小さなパンフレットで宮島の全てを伝える必要はありません。旅行者に『興味を持たせる』ためのアウトラインだけを提供してあげれば、後は彼ら自身が自分の興味に従って google で調べますよ」。



以前のパンフレット。
中身も説明文が多い。



新しいパンフレット。表紙には鳥居が全面に配され、漢字の「宮島」が目を引き。紹介する見どころを絞り込むなど、中身にも工夫が見られる。

*モン・サン＝ミシェルとの連携のきっかけとなった日仏交流 150 周年記念ポスター。海に浮かぶモン・サン＝ミシェルと宮島の幻想的な雰囲気が印象的なデザイン。キャッチコピーは、「(モン・サン＝ミシェルは)行った!(宮島には)行った?」

(資料)フランスの日本情報フリーペーパー 『JIPANGO』2008 年秋号)

(資料)「地域の“とがった”に学ぶインバウンド推進のツボ」(財)日本交通公社



施策3 雫石町をイメージさせる各種情報媒体を整備する(基本戦略1)

⑤基本的な各種情報媒体や情報発信ツールの整備・改定事業

■参考情報:旅行者にとって必要な情報について(利用段階から分類)

		必要とされる情報の特徴	情報媒体
発地	I 旅行誘発のための情報	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 発地において、旅行に行きたくさせるための情報 ▶ イメージを喚起するような情報が中心 ▶ 具体的なデータ等は必要ない ▶ 利用者は受身である(積極的に情報収集しようとする行動はとらない) 	<ul style="list-style-type: none"> □テレビコマーシャル □ポスター □旅行会社の店頭と並ぶ旅行パンフレット(表紙) □クチコミ など
	II 選別するための情報	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 時期、目的地、目的地での活動内容等を決定するための情報 ▶ 「どこに」「何をしに」という選別をするための情報が含まれる場合もある ▶ 利用者が能動的に情報収集する 	<ul style="list-style-type: none"> □ガイドブック □旅行雑誌 □旅行商品のパンフレット □インターネット など
	III 計画のための情報	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 目的地決定後、旅行計画を立てる時に利用する情報 ▶ 行き方、交通機関、宿泊施設等を決定するための情報となり、かなり詳細なものが要求される 	<ul style="list-style-type: none"> 第II段階のものに加えて、 □地図 □時刻表 □電話・FAX など
	IV 現地行動のための情報	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 旅行先(現地)に到着してからの動態情報 ▶ 現地の入り口となる交通拠点、宿泊施設、観光施設等で次の行動を起こさせるための情報となる ▶ 内容は施設の営業時間や料金、飲食店・土産品店、イベントの案内、観光コース、交通情報、天気関係の情報等 	<ul style="list-style-type: none"> □観光案内所・宿泊施設 □観光施設の案内板掲示 □パンフレット □人による案内 □カーナビ など
着地			

②戦略2のプロジェクト参考情報

施策1 酪・農村の暮らしや文化等を見直し、発掘する(基本戦略2)

②雫石盆地を顕在化させる資源結び付け事業

■参考事例:水をストーリーの軸として地域資源同士に関連性を持たせた取り組み[長野県大町市]

長野県大町市は、3000m級の山が連なる北アルプスの麓に位置し、立山黒部アルペンルートや黒部ダム、大町温泉など様々資源を有している。しかし、各種調査結果からは、個々の知名度・満足度は比較的高いにもかかわらず、市としての知名度の低さが機会損失や情報発信の非効率につながる事が提示された。

そこで大町市と信州大学は、平成20年4月より地域ブランド共同研究を開始し、地域資源を活用した大町市の知名度向上に努めている。資源調査の結果に基づき、「水」をストーリーの軸として地域資源同士に関連性を持たせ、大町ブランドの連想を強く豊かにするとともに、大町エリアの資源を全体的・一体的に消費してもらうことを狙っている。

共同研究4年目には、「水のめぐみ」とふれあう水の里の旅コンテスト2011(国土交通省主催)で大賞を受賞した。

(資料)「ファッション」を通じて若者の旅・水文化へ楽しみを！」林靖人、季刊観光とまちづくり20111-2012Vol

施策2 酪・農村の暮らしや文化等を体験できるプログラムを充実させる(基本戦略2)

③四季折々の体験プログラムや食を活かした体験プログラム造成事業

■参考事例:多様な体験プログラムの創出の事例(なべくら高原・森の家)[長野県飯山市]

飯山市の「なべくら高原・森の家」では、森の家の職員のほか、周辺農家、一般市民約200人が指導者となり、自然体験講座を年間を通して提供している。地域の人々が等身大で提供できるサービスを提供し、更に体験出来るサービスを様々なバリエーションで用意していることが特徴的である。

森で熱中 里に夢中 '11春～秋 イベントカレンダー

月	日	時間	イベント名	内容	備考(持ち帰り)	参加料(円)
5月	14(土)	9:30-16:00	熊鷹の里の鍋倉山周辺トレッキング	鍋倉山周辺の自然を満喫し、熊鷹の里の魅力を体験します。	鍋倉山の自然を満喫し、熊鷹の里の魅力を体験します。	3,000
	15(日)	9:30-14:00	水の里の平曲(ハル)	水の里の平曲(ハル)を体験し、水の里の魅力を体験します。	水の里の平曲(ハル)を体験し、水の里の魅力を体験します。	大人6,000円 子供5,000円
	21(土)	10:00-13:00 14:00-16:00	水の里の平曲(ハル)	水の里の平曲(ハル)を体験し、水の里の魅力を体験します。	水の里の平曲(ハル)を体験し、水の里の魅力を体験します。	2,500
	22(日)	9:30-15:30	熊鷹と新緑のふな林トレッキング	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	3,500
	28(土)	13:30-16:00	「はじめの一歩」トレッキング	「はじめの一歩」トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	「はじめの一歩」トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	2,000
6月	29(日)	8:30-15:30	熊鷹と新緑のふな林トレッキング	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	3,500
	4(土)	13:00-15:00	日本の伝統田植え	日本の伝統田植えを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	日本の伝統田植えを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	FREE
	5(日)	9:30-12:00	熊鷹と新緑のふな林トレッキング	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	3,500
	11(土)	9:30-15:30	熊鷹と新緑のふな林トレッキング	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	FREE
	12(日)	8:30-16:00	熊鷹と新緑のふな林トレッキング	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	3,500
	18(土)	13:30-16:00	熊鷹と新緑のふな林トレッキング	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	FREE
	18(土)	18:30-20:00	熊鷹と新緑のふな林トレッキング	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	1,500
19(日)	9:30-15:30	熊鷹と新緑のふな林トレッキング	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	FREE	
25(土)	13:30-16:00	熊鷹と新緑のふな林トレッキング	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	熊鷹と新緑のふな林トレッキングを体験し、熊鷹の里の魅力を体験します。	2,000	

(資料)なべくら高原・森の家ホームページ

施策2 酪・農村の暮らしや文化等を体験できるプログラムを充実させる(基本戦略2)

④郷土芸能の受け入れ機会創出事業

■参考事例:都市部住民の神楽の練習・発表の場の提供[大分県由布市庄内町]

由布市庄内町の伝統芸能「庄内神楽」の魅力を知らせてもらい、神楽ファンの底辺拡大と伝統芸能を通じた交流人口の増加を目的に、庄内神楽座長会が毎年「庄内神楽体験交流会」を開催。08年度には、庄内神楽に魅了された市内外の男女5人が、同町であった庄内神楽定期公演で初舞台を踏んだ。地元の神楽座から2カ月にわたり指導を受けた。毎週一回、午後七時半から町内で、約二時間の練習を重ねて、見事に公演の”前座”を務め上げた。



(資料)大分新聞(http://www.oita-press.co.jp/localNews/2011_129894334129.html)

大分新聞(<http://www.oitatv.com/chiiki/index.php?id=855>)

施策3 雫石盆地の農村風景、牧歌的風景を保全・活用する(基本戦略2)

⑤地域の歴史を伝える美しい風景や建造物の保全・活用事業

■参考事例:屋敷林と歴史的プロジェクト[長野県安曇野市]

事務局は安曇野ブランド推進室にあるが、運営は市民で行っている活動。屋敷林PJでは、平成22年度県元気づくり支援金の補助を受け、2年半の活動報告をまとめた冊子「安曇野の屋敷林」を発行。安曇野市



内及び松本市梓川地区の47ヶ所を現地調査し、A4版カラー120ページにまとめた。安曇野の屋敷林が市民の共有財産として認識され、基金や支援制度の創設等の動きに広がっていくことを期待。

(資料)安曇野景観まちづくり(<http://azumino.cocolog-nifty.com/keikan-cat7830995/index.html>)

■参考事例:ギャンブレラ屋根の小屋をホールとして活用(クイーンズメドウカントリーハウス)[岩手県遠野市]

遠野の駒形神社のそばで、現代版曲り家一馬付住宅を核とした地域再生プロジェクトが実施された。新しい農的発想に基づいた「住宅・生産・観光」事業の展開により、遠野馬文化復興、環境再生、地域



経済の新基盤構築を目指すものである。施設の一つであるギャンブレラ屋根の小屋は、2階がリノベーションされており、アオゲラホール集会所として利用もされている。

(資料)一級建築士事務所有限会社アルキノバホームページ(<http://archinova.jp/works/qmch2.html>)

③戦略3のプロジェクト参考情報

施策1 雫石産食材や食文化を提供する(基本戦略3)

②雫石産食材を活かした料理・加工品の開発事業

■参考事例:おいしい那須暦[栃木県那須町]

食と観光の連携を目指し、町内の宿泊施設や農業団体、道の駅関係者等で設立した「なすとらん倶楽部」が、那須の風土や食材を盛り込んだオリジナルカレンダーを作成。カレンダーは2006年から毎年作成しており、2011年版は地元の那須高校の生徒も参加して作画を行った。



「なすとらん倶楽部」では、「なすとらん会議」の開催による新メニューの開発や、「那須の食レストランなすとらん」を経営し、地元食材を使った「なす〜ぶ」も提供している。

(資料)なすとらん倶楽部(<http://nasutoranclub.tea-nifty.com/blog/cat21677762/index.html>)

施策1 雫石産食材や食文化を提供する(基本戦略3)

③地域ならではの食や歴史を伝える物販飲食施設の活用の検討

■参考事例:ギャンプル屋根の納屋・牛舎をリノベーションした飲食施設等(NAYAcafé、)[北海道旭川市]

築50年以上もたった古い納屋を大改装して2008年よりオープンした、NAYAcaféでは、北海道の素材を出来るだけ利用した軽食やスイーツなどが楽しめる。カフェ内でも雑貨を扱っており、展示やイベントなどが開けるギャラリーがある。また、古い牛舎を改装したチケット販売所では地元江丹別の酪農家がやさしい味に仕上げているソフトクリームやデザートが楽しめる。



(資料)上野ファームホームページ(<http://www.uenofarm.net/index.html>)

■参考事例:素人シェフが日替わりでランチを提供(NPO法人「コミレスネットこらぼ屋」)[三重県四日市市]

コミュニティレストラン「こらぼ屋」とは、お店に登録した一般市民の人たち(主婦や学生など)が、日替りでランチやディナーを提供するレストランの運営方法(ワンデイシェフ・システム)であり、できるだけ多くの人にレストランの運営に関わっていただくことで、お店を中心に「食」に関心を持つ人たちのネットワークを構築していくことを目的としている。



シェフ登録はプロではないことが原則で特別な資格は不要。一つのお店で登録すれば全国どこかの加盟店でもシェフが体験でき、一つのお店で月二回までランチを提供できる。当日は、調理アシスタントと食品衛生責任者の資格を持ったチーフ・コーディネーターがシェフをサポート。現在、その動きは、全国に広がっており、システム導入店は20店舗以上にのぼる。(資料)「こらぼ屋」ホームページ

施策2 農家と観光客が交流する場や機会を創出する(基本戦略3)

④交流居住者や都市住民等と農業者の交流事業

■参考事例:縁側お茶カフェ[静岡市大間集落]

標高 800m に位置する山間の茶産地・大間で、2008 年からはじまった「縁側お茶カフェ」プロジェクト毎月2回の開催日には、集落に住む7世帯全戸が縁側を開放し、緑茶と手作りのお茶請けでお客さんをおもてなしする。自然豊かな山里と街を結ぶこの試みは、過疎化と高齢化の進む限界集落に、活気と人々のつながりをよみがえらせたようとするもの。



(資料)「Vol.7 人と人を結ぶ 縁側お茶カフェを発見山間の茶産地、静岡・大間へ」オズモールホームページより

施策3 農林業と観光の連携により循環型の仕組みをつくる(基本戦略3)

⑦観光客を巻き込んだ地域内循環の仕組みの構築事業

■参考事例:温泉地に工房を開設(グリーンボランティア森林(もり)づくり三重)[三重県]

湯の山温泉にあるグリーン工房で間伐材を使って木工製品を製品。温泉の宿泊施設にパンフレットを置いてもらったり、温泉協会のホームページで紹介してもらい、それをみたお客さんが木工体験に来る。参加者は家族連れが多いので小さな子供にもできるものを中心。



またこの工房で作られた製品は温泉旅館や道の駅に置いてもらったり、地元の街のイベントや県内のフリーマーケットに参加して販売している。

(資料)グリーンボランティア『森林(もり)づくり三重』(<http://gvmoridukurimie.web.fc2.com/>)

④戦略4のプロジェクト参考情報

施策1 宿泊施設・観光施設の新たな魅力を創出する(基本戦略4)

①各温泉の歴史・文化を活かした体験メニュー開発事業

■参考事例:有馬の温泉パイプ掃除プラン(御所坊)[兵庫県神戸市]

源泉から家屋旅館などに湯を引くパイプの「掃除体験」を試しに始めたところ予想外の人気が出た。お金を払って掃除させてもらうと言う奇妙な試みだが、普段見る事の出来ない「温泉旅館の裏側」が宿泊客らの



好奇心を刺激。思わぬ反響に企画した旅館側も、希望者は誰もいないと思っていたと驚いている。

(資料)旅の発見(<http://tabihatsu.jp/program/77987.html>)

■参考事例：地域と旅行エージェントとの連携[沖縄県]

JTB とキッズニアが沖縄で子ども向け職業体験プログラム『Out of KidZania in 沖縄』を共同開発。

沖縄県内の観光施設やホテルなどの関係諸機関と JTB の連携により沖縄ならではの地域の素材を発掘し、子どもの職業体験のプログラムの企画・開発において実績のあるキッズニアがそのノウハウを活かし、実際の職場や施設で体験できる子ども向け職業体験プログラムを監修し、ツアーに組み込んでいる。



主なプログラムは、紅型職人、黒糖職人、ちんすこう職人、海ぶどう養殖、海人(大型定置網引き上げ)、イルカトレーナー、畑人(熱帯植物の手入・収穫)などである。

(資料)(http://www.jtbcorp.jp/scripts_hd/image_view.asp?menu=news&id=00001&news_no=1341)

施策1 宿泊施設・観光施設の新たな魅力を創出する(基本戦略4)

②施設間の連携による観光客のニーズに応じた多様なプラン等造成事業

■参考情報：温泉客に牧場ランチ(小岩井農場まきば園と鶯宿温泉・繋温泉)[岩手県雫石町・盛岡市]

盛岡市のつなぎ温泉と雫石町の鶯宿温泉は、09年7月1日からおもてなしをテーマにした共同企画を展開している。両温泉が本格的に連携するのは、当企画が初めてである。小岩井農場まきば園でのランチや湯めぐり温泉バス運行、盛岡駅での出迎えなど、地域全体でこれまで以上に宿泊客のニーズに応える取り組みを行っている。

(資料)「温泉客に牧場ランチ つなぎ、鶯宿両組合がエリアで共同企画」2009/05/25 盛岡タイムス

■参考事例：旅の扉と旅の鍵 ～92のおもてなし～(由布院温泉旅館組合)[大分県由布市]

期間中、旅館組合に加盟している旅館において専用カードが渡される。滞在中は、宿泊する施設以外の旅館でも様々なサービス(入浴、インターネット利用、雨傘貸出、手荷物預かり、お手洗い利用、足湯、お茶の提供等)を受けられるというもの。我が家の扉を開けた時の安心感や、未知の扉を開ける好奇心を感じていただくため、心からのおもてなしを表現している。



(資料)由布院温泉旅館組合(<http://yufuin.coara.or.jp/>)

■参考事例:千客万来支援事業((社)四万温泉協会)[群馬県中之条町]

訪れた方々への“親切的な温泉地”を目指し、通常では借用しづらいトイレ等に困った人向けの「お助け看板」を設置。

四万温泉で働く従業員に、四万の良さを知り、四万を好きになってもらい、誇りと自信を持ってお客さまをお迎えしていた

だけのように、四万に関する知識や簡単な英会話等も盛り込んだテキスト「四万人TE

XT」を作成した。1冊目は、四万温泉の歴史や名所などの基礎知識を学べる内容、2冊目は、おもてなし編としてお客様への接客のマナーや心構えなどを学べる内容となっている。

(資料)(社)四万温泉協会(<http://shimaonsen.org/torikumi/torikumi.html>)



■参考事例:医療機関と観光業界の連携による滞在型保養プラン「現代湯治」(三朝温泉)[鳥取県]

鳥取県三朝温泉では、ラドン温泉の効能を活かして、医療機関と観光業界の連携(2病院と13旅館)による滞在型保養プラン「現代湯治」の定着に取り組んでいる。09年度に実施したモニターツアーが好

評だったため、10年度には宿泊客の病院での受診予約を旅館が代行するサービスを開始した。

(資料)三朝温泉旅館協同組合(<http://www.spa-misasa.jp/>)



施策1 宿泊施設・観光施設の新たな魅力を創出する(基本戦略4)

④地域一体となった食の魅力づくりやイベントの開催事業

■参考事例:産地を散策するイベント(ワインツーリズム)の取り組み(山梨県勝沼市、甲府市、笛吹市)

山梨県で開催される「ワインツーリズム山梨」は、08年に開始され、11年に4回目を開催。延べ3500名の方が参加した。

「ワインツーリズム山梨」は、単にワインを売るためのワイン振興策ではなく、また、単なるワイン巡りでもなく、ワイナリーツアーと異なる。ぶどうとワインのみならず、ワインが生まれた土地(産地)にある独自のもの、風土・歴史・文化・食、地域の人々の日常生活を歩いて全身で味わう旅である。

当初は勝沼・塩山(甲州市)で開催されていたが、10年には甲府市、11年には笛吹市と活動エリアも拡大されている。2年目の実施までは行政からの補助金を受けていたが、3年目からは、自立運営を行っている。当日は、ブドウ畑やワイナリーなどを巡るワインツーリズム専用の循環バスが運行されるほか、各種オプションツアーが開催される。

(資料)ワインツーリズム山梨ホームページ、ワインツーリズム実行委員会ブログ「ぶどうの葉っぱ」



施策2 宿泊施設・観光施設と農家のマッチングシステムを構築する(基本戦略4)

⑦観光関係者による農業者への支援の検討事業

■参考事例:ゆふいん盆地米プロジェクト(由布院温泉)[大分県由布市]

由布院盆地の新米を宿泊客にプレゼントするプロジェクト。由布市湯布院町の農家を応援することで盆地の田園風景を守ろうと言う取り組み。



プロジェクトは田園の景観保護と米生産農家の所得向上を目的に由布院温泉旅館組合が企画。今年は町内の旅館 28 軒で7月末までの宿泊客に今秋収穫する新米1キロを特製の箱に入れて贈る。米は農協や一般業者より3、4割高い価格(30キロー万円)で購入。農家は現金のほか一万円の食事券との交換も選べる。

(資料)由布院温泉旅館組合(<http://yufuin.coara.or.jp/contents/kazenotayori/>)

■参考事例:藁こづみづくりの補助の仕組み(由布院温泉)[大分県由布市]

稲刈り後の稲わら(藁こづみ)が並ぶ様子も、秋冬の風物詩となっていた。しかし、稲作農家が高齢化し機械化が進むなかで、こうした風景も失われつつあった。



そこで1991年度から、町が稲作農家に稲わらの確保と「藁こづみ」づくりの補助金の支出を始め、毎年50戸余りの農家に交付されている。また、「藁こづみ」の風景が重要な観光資源であるとの認識から、この補助金の財源として、毎年由布院温泉観光協会から20万円、由布院温泉旅館組合から30万円が町に寄付されている。補助事業は、畜産農家が稲ワラを稲作農家から購入し、牛の飼料や敷料として利用し、使用後のワラを堆肥として稲作農家に還元するという、昔ながらの農業のリサイクルの仕組みを維持するのにも役立っている。

(資料)「エコツーリズム さあ はじめよう!」編集:環境省、財団法人日本交通公社、由布院だより2007-11-18

■参考事例:鳴子の米プロジェクト(鳴子温泉)[宮城県大崎市]

山間地での米作りが続けられてきたことにより、豊かなふるさとの自然環境が守られ、美しい景観が維持されてきた。しかし、現状のままでは、鳴子温泉地域のような山間地で米を作る農家が消えてしまう。そこで、「鳴子温泉地域からこの風景をなくさないために」鳴子の農業を地域みんなの力で守って

いこう。そんな思いから「鳴子の米プロジェクト」は始まった。「鳴子の米プロジェクト」は、大きな農家、小さな農家、旅館やホテルなどの観光業、こけし工人、女性グループ、JA、役所などさまざまな顔ぶれで構成されている。「農家が安心して作れる価格で、食べ手が買い支える仕組み」づくりや「鳴子温泉地域でとれるお米すべてを、地域の大切な「鳴子の米」として支える」などに取り組んでいる。

(資料)大崎市役所ホームページ(http://www.city.osaki.miyagi.jp/annai/kome_project/01.html)

⑤戦略5のプロジェクト参考情報

施策2 着地型旅行商品・プログラムをつくる人材を育成する(基本戦略5)

③観光・交流人材の発掘・育成事業

■参考事例:観光局のプログラムやイベントに参加してもらう観光マイスター[長野県白馬村]

長野県白馬村では、村内の様々な分野で卓越した技術や知識を見つけた人たちが得意分野を活かし、観光局のプログラムやイベントに参加してもらう「白馬マイスター」を登録している。この登録制度を活用し、旅行会社に対し、白馬マイスターツアーとして「もう一つの白馬の楽しみ方」をテーマに夏商品・冬商品の事業を提案している。

(資料)長野県白馬村ホームページより



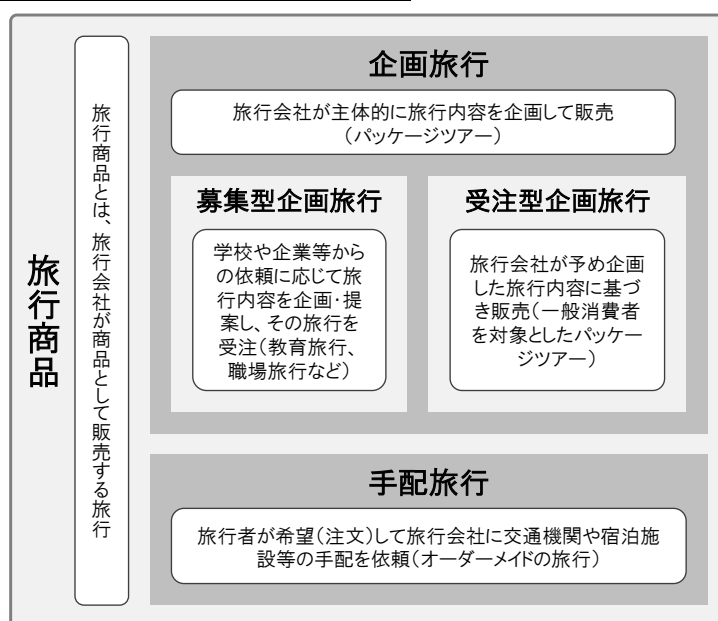
施策2 着地型旅行商品・プログラムをつくる人材を育成する(基本戦略5)

④着地型旅行商品・プログラムの販売促進等事業

■参考事例:宿泊施設で観光プログラム・旅行商品を販売[観光圏内限定旅行業者代理業(観光圏認定地域)]

観光圏内に設定された滞在促進地区内の宿泊業者は、旅行範囲が観光圏内である旅行商品について、代理販売ができるようになった。観光客にとってはホテルのフロントでツアーの申し込み、代金支払いが可能となり、宿泊業者にとっては手数料収入が得られる上に、サービス向上につながるなどのメリットが想定される。

■参考事例:旅行商品及び旅行業の取り扱い範囲



	登録行政庁 (申請先)	業務範囲				登録要件			
		企画旅行(注1)		手配 旅行	営業保証金 (注2)	基準資産	旅行業務取 扱管理者の 選任		
		募集型	受注型						
		海外	国内						
旅行者	第1種	観光庁長官	○	○	○	○	7000万 (1400万)	3000万	必要
	第2種	主たる営業所の 所在地を管轄する 都道府県知事	×	○	○	○	1100万 (220万)	700万	必要
	第3種	主たる営業所の 所在地を管轄する 都道府県知事	×	△ (隣接市 町村等)	○	○	300万 (60万)	300万	必要
旅行者 代理業	主たる営業所の 所在地を管轄する 都道府県知事	旅行者から委託された業務				不要	-	必要	
観光圏内 限定旅行業 者代理業	観光圏整備実施計 画における国土交 通大臣の認定	旅行者から委託された業務 (観光圏内限定、対宿泊者限定)				不要	-	研修修了で 代替可能	

(注1)「企画旅行」とは、あらかじめ(募集型)又は旅行者からの依頼により(受注型)、旅行に関する計画を作成するとともに、運送又は宿泊サービスの提供にかかる契約を、自己の計算において締結する行為。
(注2)旅行業協会に加入している場合、営業保証金の供託に代えて、その5分の1の金額を弁済業務保証金分担金として納付。また、金額は年間の取扱額が2億円未満の場合であり、以降、取扱額の増加に応じて、供託すべき金額が加算。

施策3 観光情報を共有し、効果的に発信・提供する(基本戦略5)

⑤地域情報の提供・発信体制構築事業

■参考事例: 仙台街角観光案内所(宮城県)

「仙台街角案内所」は、民間施設がボランティアで運営する私設観光案内所である。仙台ビジュアル産業ネットワークのアイデアスタディをきっかけとして実現したもので、観光ガイドブックや交通関係の時刻表、街を楽しむためのフリーペーパーなどが設置されている。仙台市内に27箇所の案内所あり、店員や従業員から、ガイドブックなど異なる「生きた情報」が直接得られるとあって観光客に好評である。



(資料)財団法人仙台観光コンベンション協会ホームページより

施策3 観光情報を共有し、効果的に発信・提供する(基本戦略5)

⑥観光案内サイン整備事業

■参考事例: 広域の景観整備、案内版の整備(木曽広域連合)[長野県]

「来訪者の円滑な誘導」「資源・施設の顕在化と周遊ルートの強化」「沿道景観の浄化」「良好な地域イメージの形成と発信」を目指して、木曽の統一イメージをデザインするデザインの圏域サインと圏域全体の統一感を保ちつつ各町村の個性を表現してデザインする事で、それぞれの地域の特長を表現する共通ルールのもとデザインされる町村毎に異なる意匠のサインを設置。

わかりやすく好印象のサインシステムを構築することにより、観光地としての「木曽」の地域イメージを向上させ、さらにスローガンの表記やメッセージ性のある意匠によって、地域としての主張を来訪者にむけて発信。一方、良質なサインは住民の身近な生活環境の質を高め、統合されたデザインによって、地域としての一体感が強化され、住民の郷土愛の醸成することにも資するものとなる。

圏域サイン 木曽の統一イメージを形成するデザインのサイン

圏域界サイン 圏域案内サイン 圏域誘導サイン ナー宿サイン



共通デザインのサイン	町村サインオリジナルデザインのサイン 各町村の特徴を表現したサイン
木曽郡全道に設置し、木曽全体の統一イメージを形成するサイン	榑川村オリジナルデザインのサイン
格子戸型誘導サイン	木祖村オリジナルデザインのサイン
道標型誘導サイン	日義村オリジナルデザインのサイン
矢羽型誘導サイン	木曽福島町オリジナルデザインのサイン
高礼型説明サイン	南田村オリジナルデザインのサイン
	三岳村オリジナルデザインのサイン
	王滝村オリジナルデザインのサイン
	上松町オリジナルデザインのサイン
	大森村オリジナルデザインのサイン
	南木曽町オリジナルデザインのサイン
	山口村オリジナルデザインのサイン

(資料)木曽広域連合ホームページ

■参考事例: 観光案内標識に関するガイドラインおよび整備計画の策定[鳥羽市]

鳥羽市では、観光案内サインを設置するすべての主体が一定のルールに沿ったサインを設置することで、市全体のサインのレベルアップを図るために、市観光案内標識標準化ガイドラインを策定した。

ガイドラインでは、サイン整備にあたっての基本方針や配置場所、規格や構造、表記方法などを定めており、翌年には、観光案内サイン整備計画も策定した。

(資料)

(http://www.city.toba.mie.jp/koho/koho/index/documents/koho_101101p4.pdf)

観光案内サインの整備を進めています

市では、平成20年1月に策定した観光基本計画に沿った、観光案内サインの整備事業として「観光案内サインの整備」に取り組んでいます。

観光案内サイン整備事業は、来訪者や地元利用者の利便性と満足度の向上、滞在時間の延長を図ることを目的に、市内の観光案内サインについて総合的な見直しおよび計画的な更新を行っています。

観光課観光課 電話 1157

観光案内サインとは

観光案内サインとは、道路や沿道利用者がわかりやすく目的地や施設へ行くための案内として、観光案内サインの整備を進めています。

観光案内サインは大きく分けて3種類あり、周辺環境に自然調に馴染むデザインを追求した「自然調サイン」、観光案内サインの機能性を重視した「機能性サイン」、観光案内サインの機能性を重視した「機能性サイン」に分類することができます。

①自然調サイン ②機能性サイン ③機能性サイン

鳥羽市観光案内サイン 鳥羽市観光案内サイン

既存サインの見直しと更新

現状、市内にはさまざまな規格の観光案内サインが設置されていますが、各主体が独自に観光案内サインの設置を行っているため、デザインや内容に統一感がなく、周辺環境との調和がとれていないものがあります。また、道路の状況や景観、自然環境の変化、市民の生活環境の変化などにより、サインの設置場所やデザインの見直しが必要となるものがあります。

見直しと更新の進捗状況は、鳥羽市観光案内サインの整備計画に記載されています。

広域 とび

市観光案内標識標準化ガイドラインの制定

市では観光案内サインを設置するすべての主体が一定のルールに沿ったサインを設置することで、市全体のサインのレベルアップを図るために、平成20年度に「市観光案内標識標準化ガイドライン」を策定しました。ガイドラインでは、サインの設置にあたっての配置場所、規格や構造、表記方法などを定めています。

ガイドラインに沿ったサイン整備

平成21年度中に整備した観光案内サインの一部を紹介します。

観光案内サインは文字や図形を統一し、視認性を高め、見やすさを追求し、外国人観光客にも対応した多言語対応を行っています。

①(新設) 自然調サイン ②(新設) 機能性サイン

鳥羽市観光案内サイン 鳥羽市観光案内サイン

③(新設) 近鉄鳥羽駅周辺サイン ④(新設) 石浜サイン

鳥羽市観光案内サイン 鳥羽市観光案内サイン

観光案内サインなどを設置される方へ

今後、観光案内サインの設置などを予定されている方は、策定した市観光案内標識標準化ガイドラインに沿ったサインの設置をお願いします。また、サインの設置にあたっては、周辺環境との調和を考慮する必要があります。また、このような観光案内サインを希望する場合は、必ずしも一定の期間、事前に申請が必要となる場合があります。申請の際は、市観光案内サインの整備計画に基づき、必要な資料を提出する必要があります。詳しくは、市観光課(電話0599-2627)へお問い合わせください。

施策4 周辺観光地と連携して国内外の観光客受入体制を充実する(基本戦略5)

⑨観光施設・宿泊施設向けのスキルアップ講習会事業

■参考事例:多様な食文化・食習慣を有する外国人客への対応マニュアル(観光庁)

飲食店や宿泊施設など、飲食業に関連するあらゆる施設の関係者に“多様な食文化・食習慣を有する外国人客への具体的な接客手法”を周知し、外国人を含めたお客様一人ひとりに対応した質の高い接客をしてもらうこと、日本の食文化に対する理解を深め、プロフェッショナルとしての意識を高めてもらうこと、さらには、わが国における外食産業の向上・充実を図ることを目的として、「多様な食文化・食習慣を有する外国人客への対応マニュアル」を作成。



(資料)観光庁ホームページより(http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/sangyou/taiou_manual.html)

施策4 周辺観光地と連携して国内外の観光客受入体制を充実する(基本戦略5)

⑩一・二次交通アクセスに関する事業

■参考事例:レンタサイクルでの道祖神巡り(安曇野市観光協会)[長野県安曇野市]

JR東日本「大人の休日倶楽部」のCMロケ地を訪ねる「道祖神コース」と「美術館」コースを設定。宿泊施設等に無料でレンタサイクルの配達や回収をしてくれるお店もある。また、車で来てレンタサイクルを借りたい方のために、駐車場を用意しているレンタサイクル店もある。

(資料)安曇野市ホームページ・安曇野市観光協会ホームページより



施策5 観光統計を整備しマーケティング機能を強化する(基本戦略5)

①観光統計(宿泊統計・顧客満足度調査等)の整備事業

■参考事例:顧客満足度調査のフィードバック[新潟県]

新潟県では、平成20年に「新潟県観光立県推進条例」が制定され、平成21年1月より施行された。この条例においては、県が観光旅行者の満足度向上のための取組を行うことにより、「観光旅行者の満足度が向上するよう努める」と規定している。

観光旅行者の満足度向上に向けた取組を行うために、まず県内の観光地・温泉地を訪れた観光客に対し、アンケート調査を実施することによって、観光客の満足度及びその傾向等を把握、分析。その調査結果は、今後の観光施策や観光地づくりのための基礎資料として活用されたり、宿泊施設へ調査結果をフィードバックすることにより、各宿泊施設の主体的な取組を促進している。

具体的には、アンケート調査に協力した宿泊施設に対して、自宿泊施設(自宿泊施設を県平均・自温泉地等平均と比較)と、自温泉地等(自温泉地等平均を県平均・自地区平均と比較)の2種類のフィードバックレポートを配布している。

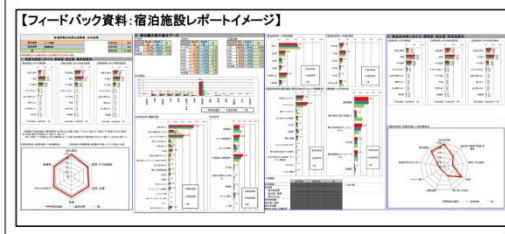
《参考》新潟県観光立県推進条例第9条を抜粋

(観光旅行者の満足度の向上のための取組)

第9条 県は、観光地において提供されるサービス等を評価し、その結果を公表し、及び当該サービス等に関係する者に対し必要な助言又は要請を行うこと等により、観光旅行者の満足度が向上するよう努めるものとする。

4-2. 宿泊施設へのフィードバック

- ◆ アンケート調査に協力した宿泊施設に対して、自宿泊施設(自宿泊施設を県平均・自温泉地等平均と比較)と、自温泉地等(自温泉地等平均を県平均・自地区平均と比較)の2種類のフィードバックレポートを配布する。
- ◆ フィードバックレポート配布の際には、フィードバックレポートの見方(次ページ以降)も併せて配布する。
- ◆ 季節ごとの顧客データ、自由回答などはインターネットにて自宿泊施設のみ閲覧可能とする。



38

2. その他期待されるプロジェクト

優先順位は低いものの、雫石町の観光・交流における魅力を引き延ばすために、行動計画に位置付けたプロジェクトの他に実施が期待されるプロジェクトを、5つ基本戦略に沿って整理した。

①戦略1において期待されるプロジェクト

着地型旅行商品・プログラム等のわかりやすい情報発信事業							
【施策の内容】 ・おもてなしガイドブックの情報を活用しながら、ストーリー性のある観光コースの開発やプログラム、コースのわかりやすい情報発信を行う。また、商品・プログラムの情報発信にあたっては、個人、家族向け、小学生向けなど観光客にわかりやすいよう情報発信を行う。							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	観光協会、行政、商工会、農協、しずく館、グリーンツーリズム推進協議会、NPO等まちづくり団体						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	個人・団体	誘客エリア	—	
<p>■参考事例：来訪者の関心や行動を配慮したプログラムの設定(長崎市)[長崎県長崎市]</p> <p>長崎市では、04年より06年にかけて、従来の観光資源のみではなく、地元の人しか知らない長崎の魅力を、まちを歩いて味わう「長崎さるく博*」を実施。各種プログラムは、特製マップ片手に自由に歩く「遊さるく」、さるくガイドの説明を聞きながら歩く「通さるく(要予約)」専門家による講座や体験を通してさらに深く探求する「学さるく(要予約)」の3段階に整理され、来訪者にもわかりやすく情報発信されている。また、10年度には、新たに「食さるく(食さるく)」を追加するなど、消費者を飽きさせないよう、テーマを徐々に刷新しながら、プログラムを実施している。</p> <p>*さるく……まちをぶらぶら歩くという意味の長崎弁 (資料)長崎さるくホームページ</p>							

日めくりカレンダー・大辞典等の作成事業							
【施策の内容】 ・雫石の特色日めくりカレンダー・大辞典や各地域・集落のさとあるきマップ等を作成する。 ・なお、カレンダー等作成にあたっては、地元だけで静かに実施したい祭りや地元で大切にしたい資源等もあるため、地元住民の意向等に配慮しながら進める。							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	観光協会、商工会、農協、グリーンツーリズム推進協議会、(株)しずくいし、観光事業者、しずく館、NPO等まちづくり団体、町民						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	


②戦略2において期待されるプロジェクト

農業・酪農業および農村の発展・開拓の歴史の見直し事業							
【施策の内容】							
<p>・日本の農村文化に加えて、小岩井農場に代表される近代的なもの(西洋の技術・様式等)を兼ね備えている点が雫石町の特性のひとつでもある。</p> <p>・馬を大切に敬い、南部曲屋で馬と共に暮らし、営みを行っていた地域の歴史。そして、近代以降における小岩井農場の歴史(開拓、歴史的建造物、三菱家の別荘跡、北入口の社宅等)。さらに、(現在では産業に占める割合は少なくなったものの)明治初期には軍馬の産地と位置づけられ、馬産が盛んだった歴史(昭和初期が最盛期)。牧野や牧草地の造成や造林を行ってきた地域の歴史、開田に伴う開拓集落の発生の歴史等を観光的視点から掘り起こし、活用する。</p>							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、商工会、農協、(株)しずくいし、町民						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

集落単位の美しい景観まちづくりの推進と観光ルートの検討							
【施策の内容】							
<p>・地域コミュニティや景観協定等を活用し、地域の主体的な取り組みを進めるとともに、フラワーロードや農村集落の風景を戦略的に見せるための車でのルートや散策ルートを検討する。</p>							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、町民、観光協会						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	個人	誘客エリア	—	—
<p>■参考事例: <u>ちょっと歩いてみたい方へ～歩く旅コース～パーク(駐車)&ウオーク(散歩)で、ふるさと原風景を「歩く旅」(社団法人いいやま観光局)[長野県飯山市]</u></p> <p>飯山商工会議所では、平成 20 年度に地域資源∞全国展開プロジェクト「うさぎ追いし飯山 日本のふるさと体感の旅づくりプロジェクト」を実施。これは今までにない新しい歩く旅「歩こさいやま」をテーマに新しく開発されたものである。企画では、飯山市観光協会、飯山市などのスタッフが1年かけて検討したもの。これによって、市内 16 ルートの体感の旅パンフレットが完成。ホームページからダウンロードも可能である。</p>							


パーク(駐車) & ウォーク(散歩)で、ふるさと原風景を「歩く旅」

ドライブだけでなく、ときには車を停めて歩いてみませんか。
飯山口は駐車場を拠点に気軽に散策することができる里歩きコースが15あります。
歩く速度でじっくりと原風景を味わう旅をお楽しみ下さい。



地元ガイドと歩く本当の「ふるさと」～飯山ふるさと案内人～

その地域の人と歩けば、マップだけでは気づかないことも知ることができ、思い出ほぐっと深まります。そこで、当プロジェクトでは、ご要望に応じて地元ガイド「飯山ふるさと案内人」を派遣します。1ルート～全体のコーディネートまで、お客様手配の旅行方法に合わせて対応させていただきます。



(資料) 社団法人いいやま観光局「日本のふるさと体感の旅～歩こさいいやま～」

③戦略3において期待されるプロジェクト

雫石町周辺地域(繋温泉、周辺飲食店、盛岡市等)への情報発信事業							
【施策の内容】							
・地産地消費を進めるにあたり、雫石町内のみではなく、周辺地域でも雫石産食材を使用してもらえ るように情報発信等を行う。							
・ただし、雫石産の販売のみならず、秋田の物産や宮古の水産品を優先的に使用するなどの、横軸 の連携を意識することも必要である。							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、(株)しずくいし、商工会、農協						
実施エリア	雫石町全域、繋温泉、周辺飲食店、盛岡市等						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

物産展等への出展や雫石町民・ファンへの販売促進事業							
【施策の内容】							
・ターゲットを絞った上で、物産展等へ出展する。							
・また、オンラインショップ「いわてやま」の販売システムの検討や町民が町外に居住する親戚や友人 等を訪ねる際に、手土産として持って行って頂けるようなセットの販売等を検討する。							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、商工会、民間事業者						
実施エリア	—						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	首都圏・仙台・盛岡市

④戦略4において期待されるプロジェクト

まち全体でのしずくいしの水に関するサービスの提供事業							
【施策の内容】							
<ul style="list-style-type: none"> ・雫石の地域資源の一つであるきれいな水を観光客に提供していく。 ・既に一部の観光施設で実施されている滝の水の提供などを、例えば、〇〇施設は、〇〇山の〇〇滝の水、〇〇施設は、〇〇の湧水を飲むことが出来ますなど、全町に拡大して実施する。 							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	観光事業者、民間施設						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

ペンション・民宿の魅力(各施設の特徴、オーナーの魅力など)の発信事業							
【施策の内容】							
<ul style="list-style-type: none"> ・雫石町内には、旅館、ホテル、ペンション、民宿など多様な宿泊施設が存在し、その規模も大きいものから小さいものまでさまざまである。ペンション・民宿など比較的規模の小さい施設については、オーナーの魅力や各施設の拘りなどについて、深く情報発信する。 							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	観光協会、事業者(民宿、ペンション)						
実施エリア	ペンション村、コテージ村、民宿街						
マーケット	旅行形態	宿泊	客層	個人	誘客エリア	—	—

雫石盆地の水が集まる御所湖の活用							
【施策の内容】							
<ul style="list-style-type: none"> ・御所湖の面積の約7割を雫石町が有しており、レジャーとしての場や美しい湖畔風景としての価値のみならず、雫石盆地の構造を把握する上で、非常に重要な場である。盆地に降り注ぐ雨の多くが川を下って一か所に集まるという地勢を把握する上で重要な場所であることを意識しながら、情報発信を行う。 ・また、活用にあたっては、人工湖である御所湖の防災上及び都市計画上の機能やダム建設にあたって移転した集落の歴史等を伝えるなど、従来とは異なる視点での活用も行い、町内外に対し、周知を図る。 							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光施設、町民、鶯宿温泉(繋温泉とも連携)、(国土交通省東北地方整備局)						
実施エリア	御所湖						
マーケット	旅行形態	宿泊・日帰り	客層	個人・団体	誘客エリア	—	—

公共施設(道路、公園等)、共同浴場などの整備及び利便性の向上事業							
【施策の内容】 ・道路や橋、公共施設(トイレ等)、親水公園やスポーツ施設、共同浴場等の整備及び利便性の向上にあたっては、道の駅あねっこのような地域性の表現やユニバーサルデザインに配慮する。							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会						
実施エリア	雫石町全域、鶯宿						
マーケット	旅行形態	宿泊・日帰り	客層	個人・団体	誘客エリア	—	

ウォーキングルートの開発							
【施策の内容】 ・馬の背と称される中心市街地の地形や寺の裏道や坂道を上手く活用し、地域の伝承や歴史を伝える語り部(館)やしずく館等を組み込みながら、JR東日本で実施されている「駅からハイキング」に掲載してもらえるようなウォーキングルートを開発する。また、宿(温泉地)を起点としたウォーキングルートもあわせて開発する。 ・更には、「旅市」等でも扱ってもらえるようなプログラムを造成する。							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	商工会、しずく館、鶯宿温泉など						
実施エリア	駅周辺、商店街、鶯宿エリア						
マーケット	旅行形態	日帰り	客層	個人	誘客エリア	近隣市・東北	

⑤戦略5において期待されるプロジェクト

観光まちづくり財源の確保の検討							
【施策の内容】 ・観光まちづくりを推進していくための財源の確保について検討する。 ・また、観光関連組織や活動団体、宿泊施設・観光施設等への効果的な補助・支援の仕組みについても検討を行う。							
実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会						
実施エリア	—						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	

■参考情報:入湯税(目的税)

全国の温泉地においては、当該市町村が地方税法に基づき条例を制定し、鉱泉浴場*の経営者などを特別徴収義務者として利用者から入湯税を徴収している。

入湯税は、①環境衛生施設、②鉱泉源の保護管理施設、③消防施設その他消防活動に必要な施設の整備に要する費用、並びに④観光の振興(観光施設の整備を含む)に要する費用に充てることを目的とし、日本全国で課税団体が 987 団体、228 億円(2009 年度決算額/市町村税総額の 0.1%)の税収を上げている。

*鉱泉浴場…温泉法にいう温泉を利用する浴場(同法の温泉に類するもので鉱泉と認められるものを利用する浴場等社会通念上鉱泉浴場として認識されるものも含まれる。)

地元学講座の開催事業

【施策の内容】 *総合計画(施策4-2-1[方向(4)])

・地域の生活・歴史・文化等に関する講座を開設し、地域住民の地元(地域)に対する理解を深める。また、学ぶのみならず、参加者とともに、資源の活用方法等について具体的に考える場も設ける。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、商工会、NPO等まちづくり団体						
実施エリア	しずく館、公民館など						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

在京町友会や雫石ファンとのネットワークを強化事業

【施策の内容】

・雫石ファンクラブを設立し、定期的に情報発信を行う。また、東京に居住する雫石町出身者やファンに、雫石町の魅力を発信してもらう。

・雫石町に懇意のある人からの情報を発信することで、雫石町来訪への動機づけを促進する。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会、商工会						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

商談会等で得た情報共有事業

【施策の内容】

・雫石町内で、旅行エージェントとの商談会や展示会等での反応や評価等をホームページや文書等で情報提供を行う。

実施期間	H24	H25	H26	H27	長期	指標	—
主体	行政、観光協会						
実施エリア	雫石町全域						
マーケット	旅行形態	—	客層	—	誘客エリア	—	—

■ 参考事例：商談会やセミナー実施状況の共有(にし阿波観光圏)[徳島県]

にし阿波観光圏では、商談会やセミナーの事業内容や実施状況を、参加できなかった地域の事業者も状況を把握できるように、ホームページ上で情報を発信している。

(資料)徳島県ホームページ

(<http://www.pref.tokushima.jp/docs/201102080059/>)



3. 計画の推進体制に関する参考情報

本計画の推進にあたっては、観光、商工業、農業、芸術・文化、福祉、医療など多様な主体が参画するプラットフォームを形成することが重要である。

以下では、プラットフォーム形成にあたり、参考となる他地域のプラットフォームに関する情報を整理した。

①観光推進プラットフォームが担う機能に関する参考情報

観光地域づくりプラットフォームのイメージ

【内容】

・観光庁によると、着地型旅行商品の販売を行うため、地域内の着地型旅行商品の提供者と市場（旅行会社、旅行者）をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体を「観光地域づくりプラットフォーム」としている。

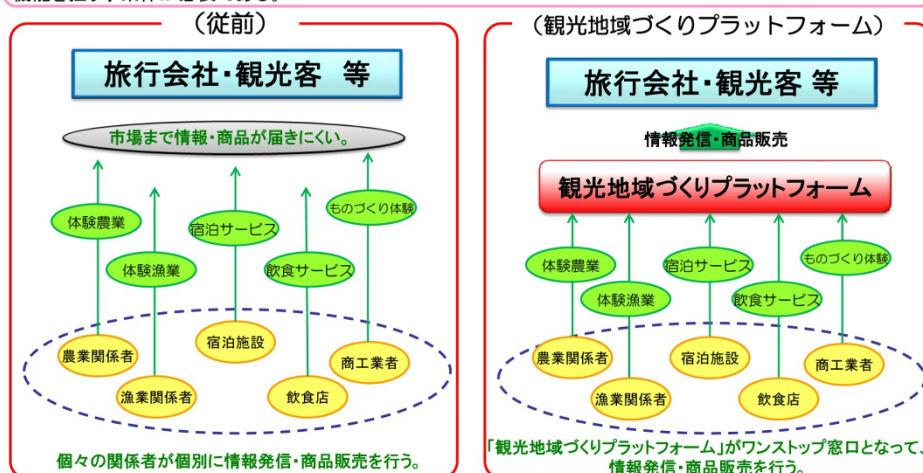
・「観光地域づくりプラットフォーム」が機能するためには、以下の4つの機能が必要と考えられている。

- ①観光事業者のほか、農商工関係者、NPO、住民等の多様な主体が実質的に参加していること。
- ②着地型旅行商品の展開に係る企画・販売機能を有すること。
- ③株式会社、NPO、LLC、社団法人、財団法人等の法人格を有すること。
- ④着地型旅行商品の販売、自治体等からの受託事業、飲食・物販事業等により持続的に収益を確保できる仕組みを有していること。

観光地域づくりプラットフォームの必要性



観光を通じた地域振興を図っていくためには、行政区域にとられないエリアで様々な関係者が協働し、当該地域の資源を活用した着地型旅行商品を企画・販売する等、滞在型観光につながる持続的な取り組みを活性化させていくことが重要である。
 そのためには、地域内の着地型旅行商品の提供者と市場（旅行会社、旅行者）をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体が必要である。



(資料)観光庁ホームページ(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/platform.html>)

観光推進プラットフォームが担う機能例

【内容】

・観光を活かしたまちづくりの中核を担う推進組織が実施している事業には、下記のような事業がある。地域の観光資源を商品化し販売する「着地型旅行商品」事業だけで当初から収益を支えるのは、容易でないことから、地域の実情に応じたプラットフォームのあり方を検討することが必要である。

名称	所在地	組織形態	主な収益源												
			旅行事業		物販事業			その他			施設管理委託				
			着地型商品造成	地域内各種施設予約・手配 着（旅行業）取得 着（旅行業）販売	住民向け旅行手配（発営業）	特産品加工・販売	地域内生産品の販売	飲食施設運営	観光ガイド運営	観光施設・交通機関など チケット代売	地域情報発信	レンタルサイクル	調査事業	公共施設運営指定管理者	民間施設運営管理委託
株式会社南信州観光公社	長野県飯田市	株式会社	○	○											
株式会社ニセコリゾート観光協会	北海道ニセコ町	株式会社	○	○	○		○							○	○
株式会社とみうら	千葉県南房総市	株式会社	○			○	○								○
稲取温泉観光合同会社	静岡県東伊豆町	合同会社	○	○	○						○				
社団法人唐津観光協会	佐賀県唐津市	社団法人	○	○					○						
NPO法人ハットウ・オンパク	大分県別府市	NPO法人	○		○				○		○		○	○	
株式会社出石まちづくり会社	兵庫県豊岡市	株式会社			○		○	○	○						
株式会社大洲街なか再生館	愛媛県大洲市	株式会社	○			○	○	○			○				
有限責任中間法人飯山市観光協会	長野県飯山市	有限責任事業組合	○	○	○						○				
NPO法人遊佐島海観光協会	山形県遊佐町	NPO法人	○	○									○		
社団法人平戸観光協会	長崎県平戸市	社団法人	○	○		○							○		
南会津観光株式会社	福島県田島町	株式会社	○	○	○	○	○	○	○					○	
松之山温泉合同会社まんなま	新潟県十日町市	合同会社	○	○		○									

（資料）「観光を活かしたまちづくりを推進する体制づくり(平成 20 年度持続可能な観光まちづくり事業体の創出支援調査事業報告書)観光庁観光地域振興部観光地域振興課、平成 21 年3月

②観光推進プラットフォームの事例

一般社団法人信州いいやま観光局(長野県飯山市)

【取組概要】

・一般社団法人信州いいやま観光局は、公的観光交流施設を運営する財団法人飯山市振興公社と一般社団法人飯山市観光協会を統合し、観光振興策を一元的に推進するために設立された組織である。季節折々の 300 あまりの体験プログラムを着地型旅行商品「信州いいやま旅のプラン「飯山旅々」として開発。その流通・販売に取り組んでいる。

【設立の経緯】

・平成 19 年に観光協会を法人化し、第2種旅行業登録を行った。これにより、多様な主体の参加による資源発掘、プログラム化、流通・販売までの体制の基本的枠組みが構築されたものの、従来からの協会業務に加えて、新規の旅行業に取り組むには、人員数の面で難しさが残った。また、公的観光交流施設は別組織が運営を管理しており、どのように連携するかも課題となった。

・その後、更なる機能の強化を目指して、観光協会と振興公社を統合し、平成 22 年に一般社団法人信州いいやま観光局を設立。平成 23 年2月には第3種から第2種へ旅行業登録を変更。

【組織形態】

■ 人員体制

・役員が 15 名、正職員9名、自治体からの出向職員2名、契約職員が 11 名、派遣職員・パート・アルバイト 49 名

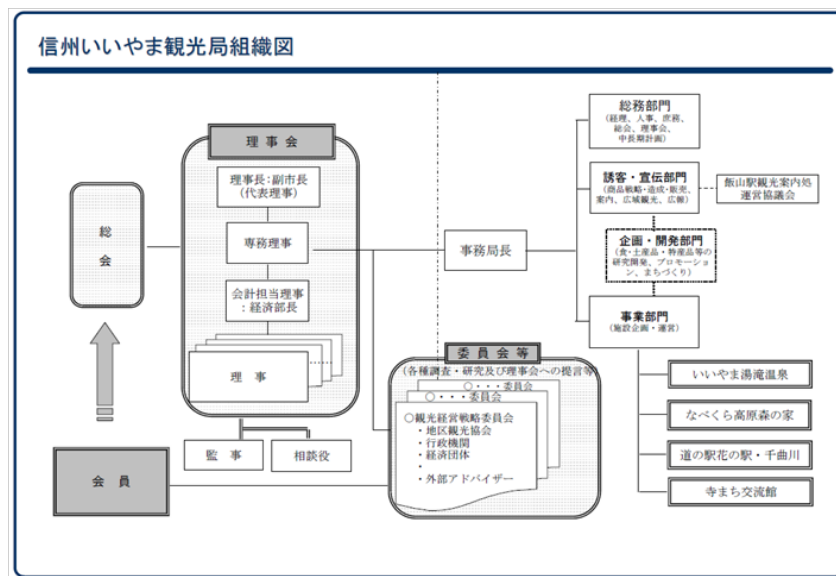
■ 各部門の役割

・総務部門

・誘客・宣伝部門(旅行商品の造成・販売や観光案内、広報機能)

・事業部門(観光施設の管理運営)

・企画・開発部門(「誘客・宣伝」「事業」の両部門が共同で動かす部門、農業関係者との連携などを通じた食や特産品の開発・販売促進、市民と一丸になった景観整備などのまちづくりを担当)



【主な事業内容】

■ 重点事業

1)農業や地場産業と連携した特産品の開発、販売 2)グリーンツーリズムや旅行業を生かした現地プログラムの充実 3)地域を挙げた案内人体制の構築 4)地域ブランドの発信

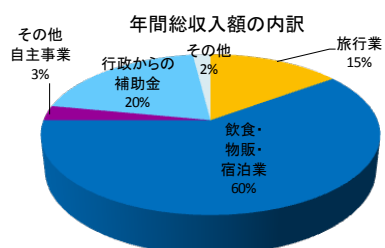
■ 観光施設の管理運営

「なべくら高原森の家」「いいやま湯滝温泉」「道の駅花の駅・千曲川」「高橋まゆみ人形館」

■ 年間総収入の内訳

・年間総収入額のうち飲食・物販・宿泊業が 60%、行政からの補助金は 20%、旅行業は 15%、町歩きイベントや体験イベント等のその他自主事業は3%、会費収入は2%となっている。

・旅行業の売上構成比は受注型企画旅行(着地型)が 60%、募集型企画旅行(着地型)が 25%、手配旅行(着地型)が 15%。



【着地型旅行旅行商品造成に向けた取り組み】

●着地型旅行商品の造成

・「飯山旅々。」のプログラムの造成は、以前から地域の自然資源などを生かした体験プログラム開発に取り組んできた当法人のスタッフたちが、市内の6地域においてファシリテーター役を担って進められた。

・これまで、体験プログラムに必ずしも関心を持っていなかった人々が、プログラム造成を通して、地域資源の活用について関心を抱くようになったり、各事業推進のリーダー役になるなど、人材育成にも効果的であった。

●着地型旅行商品の販売

・着地型旅行商品の販売については、当法人の専用ホームページにおいて、直接予約を申し込むことが出来るほか、各種の情報誌、フリーペーパーなどを使って情報発信を行っている。

・こうした着地型旅行商品に興味を持ちそうな旅行会社や、今までの活動を通して構築した関係者向けのメーリングリストも活用して、情報発信を行っている。



(資料)地域いきいき観光まちづくり2010、観光庁、平成23年3月

(<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/ikiiki.html>)

「飯山市観光協会、「信州いいやま観光局」に移行」観光経済新聞第2555号、2010年3月27日

一般社団法人信州いいやま観光局公式ホームページ(<http://www.iiyama-ouendan.net/>)

「飯山旅々。」ホームページ(<http://www.tabi-tabi.com/>)

參考資料 II

1. 計画策定の経過

①委員会委員名簿

有識者、観光関連団体等の代表者によって構成される「雫石町観光・交流活性化行動計画策定委員会」を3回開催した。委員の構成は、以下の通りである。

(敬称略)

役職名	氏名	所属団体等	職名等
委員長	安島 博幸	立教大学観光学部	教授
委員	坂倉 海彦	株式会社エボン	代表取締役
委員	石井 宏子	温泉トラベルデザイン研究所	代表 (温泉ビューティ研究家)
委員	中村 直美	株式会社交通新聞社	旅の手帖編集部長
委員	工藤 敏英	(社)しずくいし観光協会	理事長
委員	川口 善昭	鶯宿温泉観光協会	会長
委員	加藤 完	雫石商工会	会長
委員	加藤 岳夫	新岩手農業協同組合	南部営農経済 センター長
委員	向久保 文一*	東日本旅客鉄道株式会社	販売促進課長
委員	吉田 勇	(株)しずくいし	常勤取締役
委員	中川 一	グリーン・ツーリズム推進協議会	会長
委員	関口 哲雄	(財)東北活性化研究センター	専務理事

*向久保委員については、途中で異動となられたため、奥村委員が引き継がれた。

計12名

②策定部会(ワーキング)メンバー名簿

5つの基本戦略に基づき、戦略ごとに具体的な施策を議論して頂くために、地域資源に詳しい方や観光関連団体の事業担当者、行政の観光関連各課担当者によって構成される「雫石町観光・交流活性化行動計画策定部会(ワーキング)」を3回開催した。メンバーの構成は、以下の通りである。各戦略3～5名で構成されている。

(敬称略)

所属団体等	職名等	氏名	担当*
鶯宿温泉観光協会	事務局長	上村 信	観光関連業務(戦略5)
(社)しずくいし観光協会	事務局長	広瀬 武	観光関連業務(戦略5)
観光商工課	主任	高橋 基	観光関連業務(戦略5)
観光商工課	主事	高橋 沙央里	観光関連業務(戦略5)
ホテル加賀助女将		川口 礼子	観光現場(戦略4)
ペンションさんりんしゃ		三輪 亨	観光現場(戦略4)
温泉民宿あけぼの荘		煙山 茂	観光現場(戦略4)
休暇村岩手網張温泉	営業課長	小網 信広	観光現場(戦略4)
しずく館		南黒沢 博子	食文化・農村文化(戦略2)
しずくいし麻の会		上野 節子	食文化・農村文化(戦略2)
花工房らら倶楽部		桜糺 節子	食文化・農村文化(戦略2)
松ぼっくり		松原 たみえ	食文化・農村文化(戦略2)
写真家		奥山 淳志	地域資源(戦略1)
教育委員会社会教育課	主任	柴田 慈幸	地域資源(戦略1)
網張ビジターセンター	解説員	富山 高宏	地域資源(戦略1)

所属団体等	職名等	氏名	担当*
農業委員		佐々木 秀子	農観連携(戦略3)
グリーン・ツーリズム推進協議会	事務局	堂前 義信	農観連携(戦略3)
農林課起業化推進グループ	主査	竹林 千代	農観連携(戦略3)
農林課農業振興グループ	主査	大橋 育代	農観連携(戦略3)
しずくいし軽トラック市実行委員会	委員長	相澤 潤一	農観連携(戦略3)

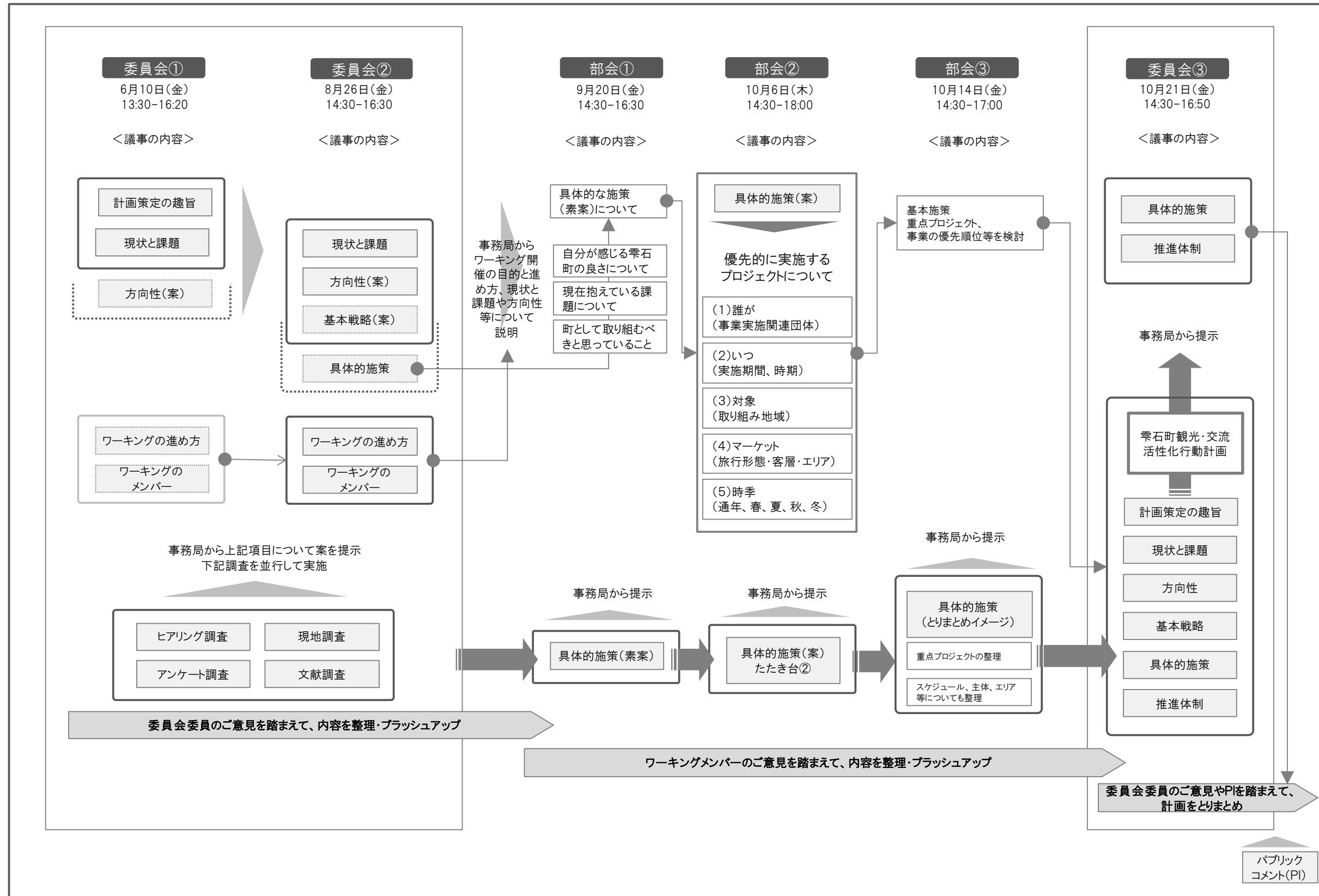
*担当欄に記載されている内容は、部会開催時点の戦略の内容であり、最終的には、本計画の5つの戦略の内容に至っている。

計 20 名

③委員会並びに部会(ワーキング)検討経過

雫石町観光・交流活性化行動計画策定委員会並びに部会(ワーキング)検討経過は、図表1の通りである。

図表1 計画策定の委員会並びに部会(ワーキング)検討経過



2. 来訪客アンケート調査及び宿泊施設実態調査結果

①来訪客アンケート調査結果

1. 調査概要

(1) 目的

雫石町の観光利用実態、観光客のニーズ等の詳細把握

(2) 実施期間

2011年7月11日(月)～8月8日(月)

(3) 回収実績

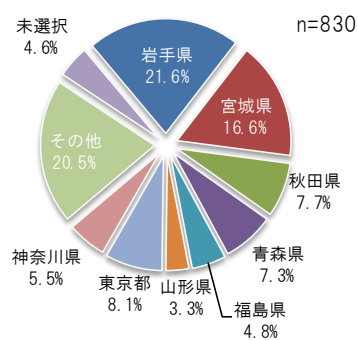
協力施設14施設／配布数2,200票／回収数830票／回収率37.7%

2. 調査結果

(1) 回答者属性

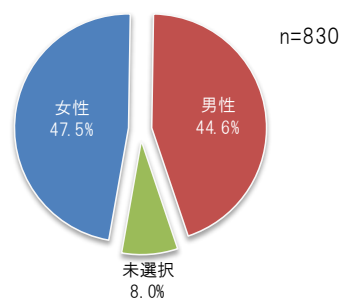
① 居住地

・「岩手県」が21.6%と最も多く、東北6県で61.3%を占める。東北地方以外では「東京都」8.1%、「神奈川県」5.5%となる。



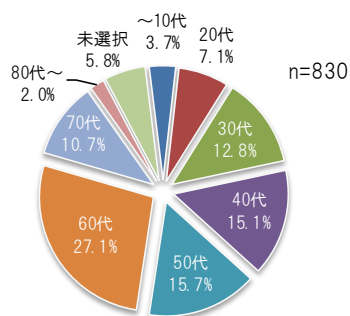
② 性別

・「女性」が「男性」を若干上回るものの、ほとんど差はない。



③ 年代

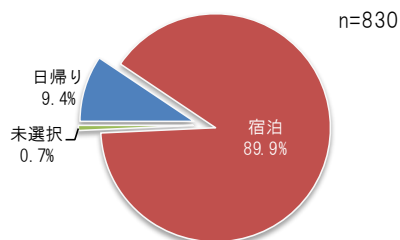
・「60代」が最も多く、27.1%であるが、30～50代で43.6%を占める。



(2) 集計結果

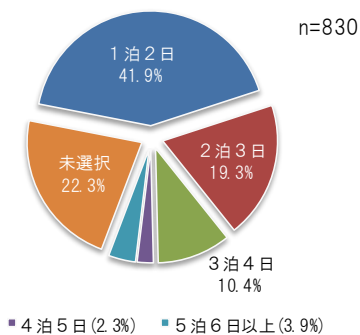
① 旅行の形態

・「宿泊」が約9割を占める。



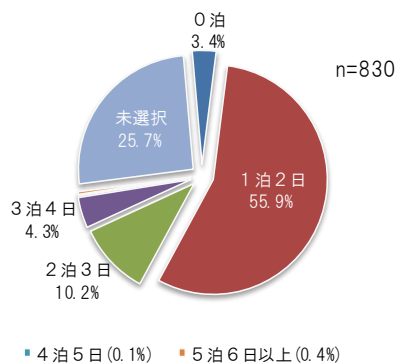
② 旅行全体の宿泊数

・「1泊2日」が41.9%、「2泊3日」が19.3%となっており、1泊と2泊で6割以上を占める。



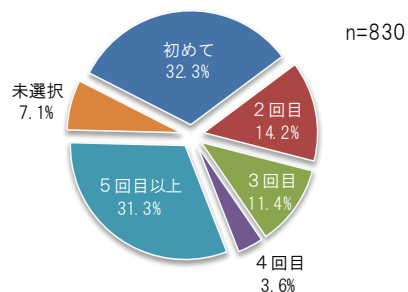
③ 雫石町での宿泊数

・「1泊2日」が55.9%を占め、「2泊3日」と合わせると66.1%となる。



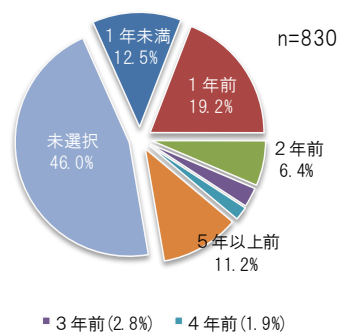
④ 来訪回数

・「初めて」が32.3%と最も多くなっているが、「5回目以上」の31.3%とほとんど差はなく、リピーター率が高くなっていることが伺える。



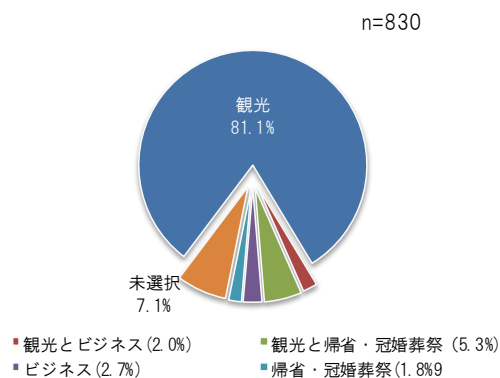
⑤ 前回の来訪年

・「1年前」が19.2%を占め、次いで「1年未満」が12.5%となる。



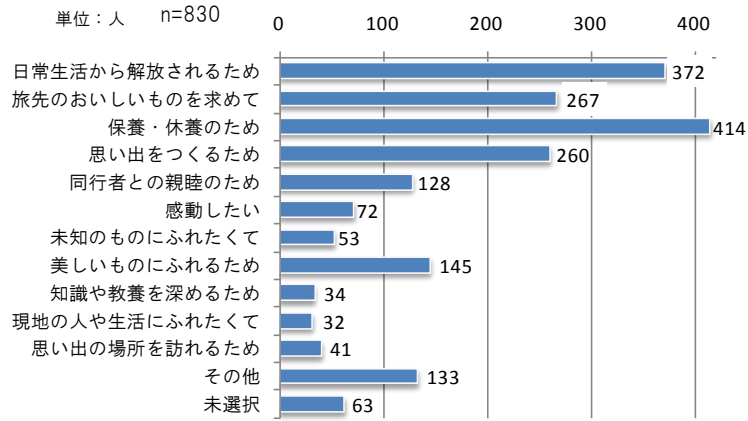
⑥ 来訪目的

・「観光のみ」が8割強を占める。



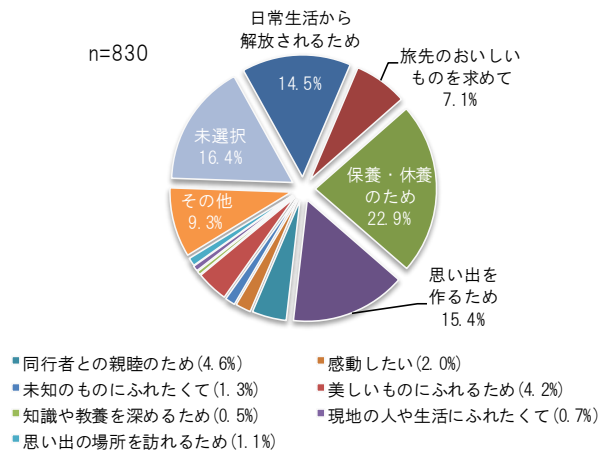
⑦ 来訪動機

・「保養・休養のため」と約半数が回答している。次いで「日常生活から解放されるため」「旅先のおいしいものを求めて」となる。



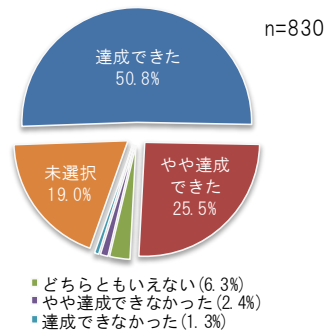
⑧ 来訪動機の中で最も重要視したもの

・「保養・休養のため」が22.9%を占め、「思い出を作るため」の15.4%と続く。



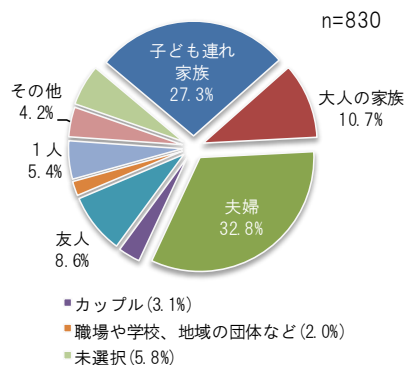
⑨ 動機に対する達成度

・「達成できた」と「やや達成できた」で76.3%を占める。



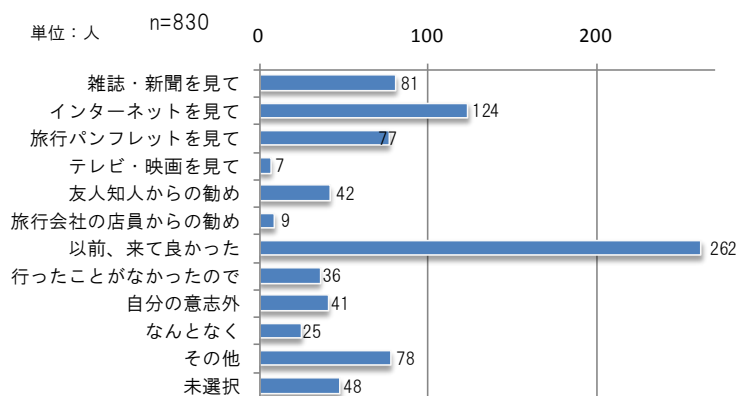
⑩ 同行者

・「夫婦」が最も多く 32.8%を占め、「子ども連れ家族」が 27.3%となっている。



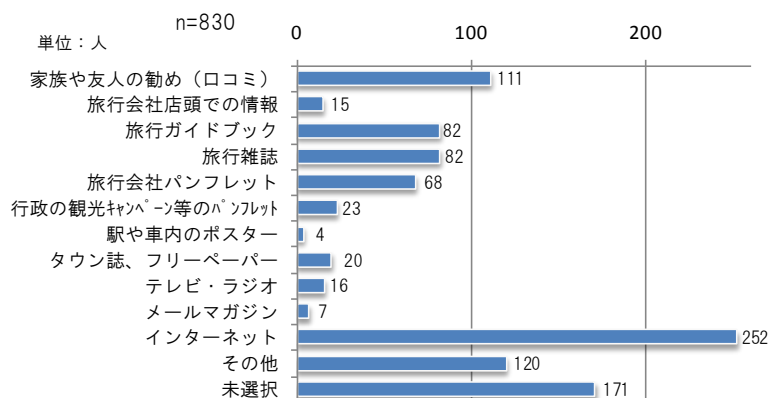
⑪ 旅先に選んだ理由

・「以前、来て良かった」が 31.6%を占め、「来訪回数」同様、リピーターが多くなっているのがわかる。



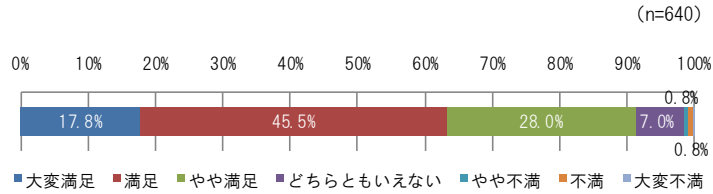
⑫ 参考にした情報源

・「インターネット」が最も多く 30.46%を占める。



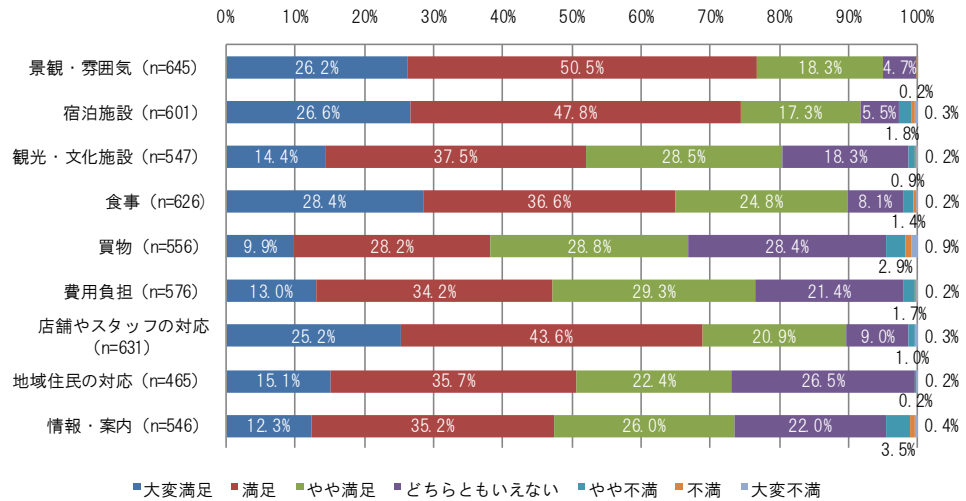
⑬ 総合満足度

・「満足」45.5%を占め、「大変満足」「やや満足」を含めると91.3%となり、総合満足度が高くなっているのがわかる。



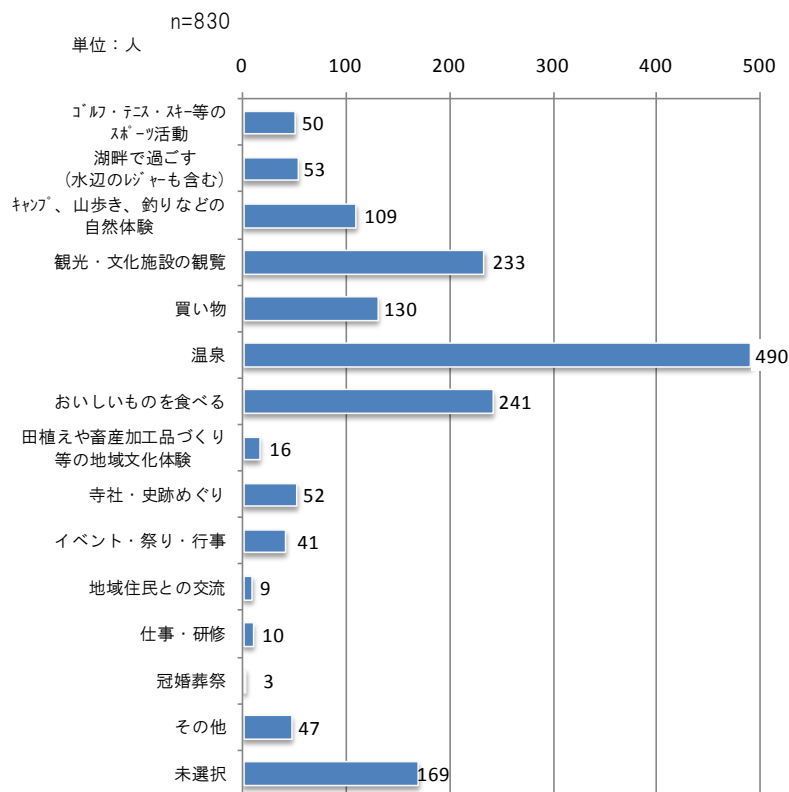
⑭ 個別満足度

・全ての項目で「満足」の占める割合が高くなっていて、「大変満足」「やや満足」を含めると「買物」以外は7割を超える。中でも「景観・雰囲気」と「宿泊施設」は9割を超えている。満足度が低くなっているのは「買物」で66.9%。



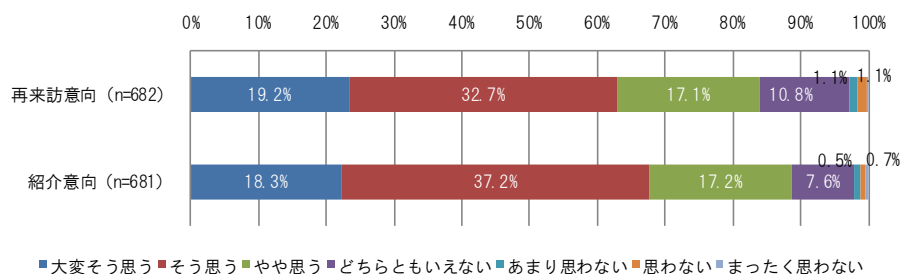
⑮ 体験したこと

・「温泉」が 59.0%に上る。次いで「観光・文化施設の観覧」(28.1%)、「おいしいものを食べる」(29.0%)となる。



⑯ 再来訪意向と紹介意向

・再来訪意向、紹介意向ともに「そう思う」が最も多い。「大変そう思う」「やや思う」を含めると、80%を超える。



②宿泊施設実態調査結果

1. 調査概要

(1) 目的

雫石町の宿泊施設の詳細把握

(2) 実施期間

2011年7月11日(月)～8月8日(月)

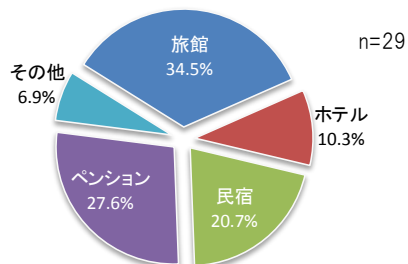
(3) 回収実績

協力施設70軒／回収数29票／回収率41.4%

2. 調査結果

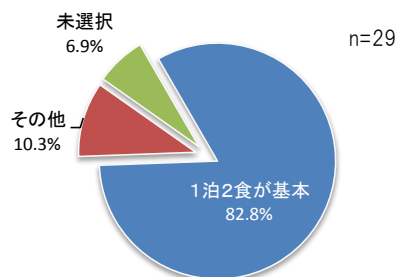
① 経営形態

・「旅館」が34.5%と最も多く、次いでペンション(27.6%)となる。



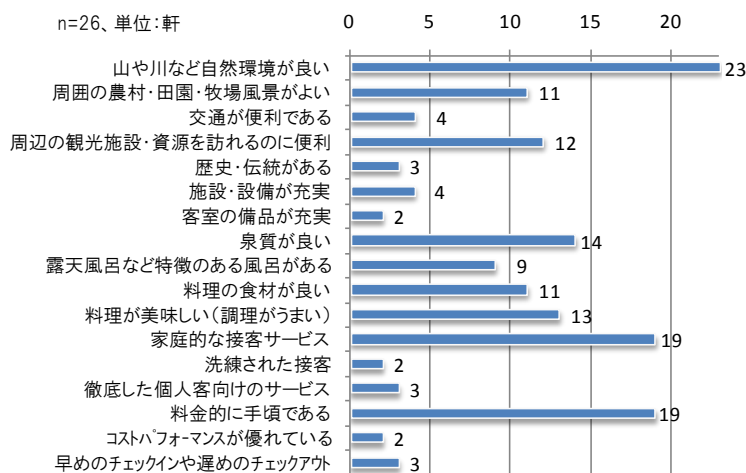
② 料金体系

・「1泊2食が基本」が88.9%を占める。「その他」は簡易宿所、自炊旅館となっている。



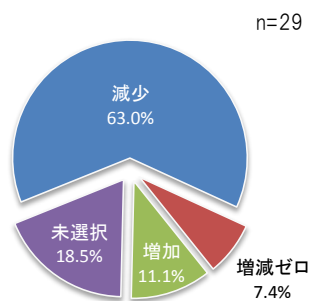
③ セールスポイント

・「山や川など自然環境が良い」が最も多く 88.5%、「家庭的な接客サービス」「料金的に手頃である」(73.1%) と続く。



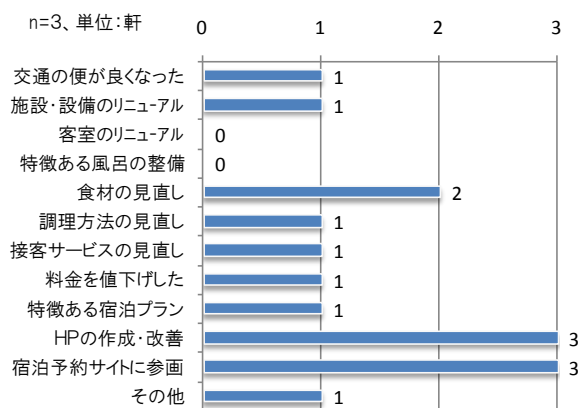
④ 過去3年間の宿泊客数の変化

・「減少」が 63.0% を占める。



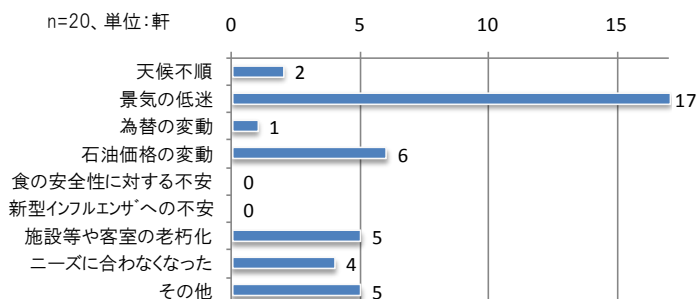
④-1 宿泊客増加の理由

・「HPの作成・改善」「宿泊予約サイトに参画」が 100%。



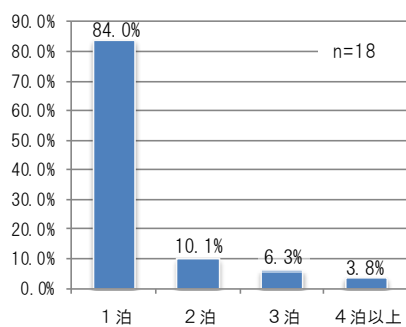
④-2 宿泊客減少の理由

・「景気の低迷」が85.0%と高くなっている。



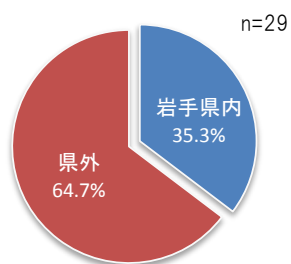
⑤ 宿泊客の平均宿泊数の割合

・「1泊」が84.0%を占める。



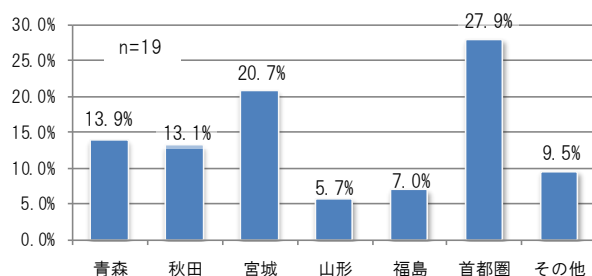
⑥ 宿泊客の居住地の割合（県内・県外別）

・「県外」が64.7%を占める。



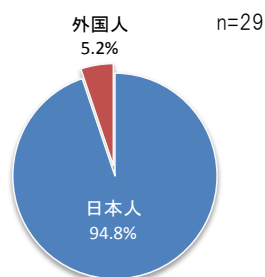
⑦ 宿泊客の居住地の割合（岩手県以外）

・「首都圏」が最も多く27.9%で、次いで「宮城県」（20.7%）と続く。



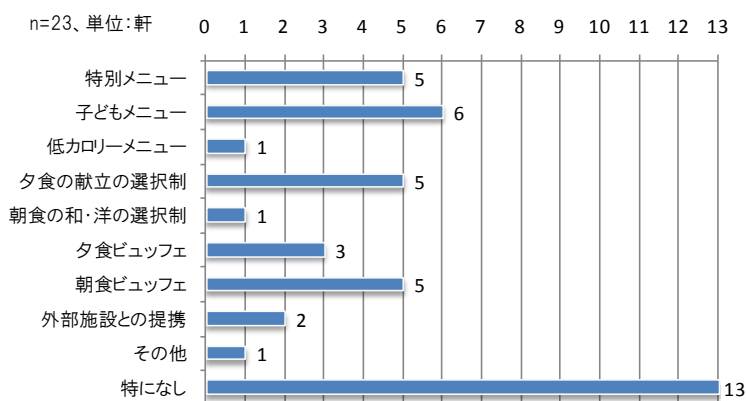
⑧ 宿泊客の内訳の割合

・「日本人」が94.8%を占める。



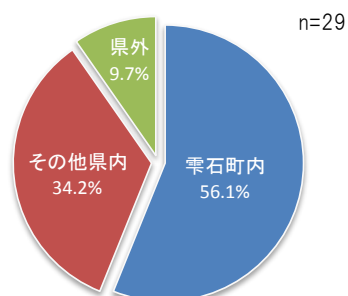
⑨ 提供している料理のサービス

・「特になし」が56.5%を占める。「子どもメニュー」は26.0%、「特別メニュー」「夕食の献立の選択制」「朝食ビュッフェ」は21.7%。



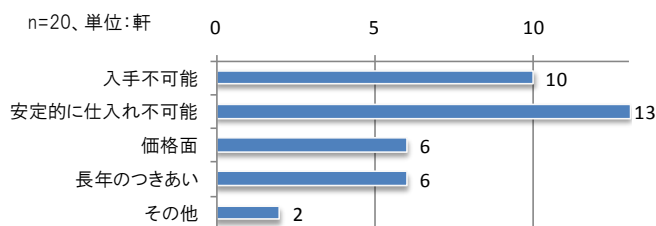
⑩ 食材の仕入れ先の割合

・「雫石町内」が最も多く過半数以上の56.1%を占め、「その他県内」が34.2%と続く。



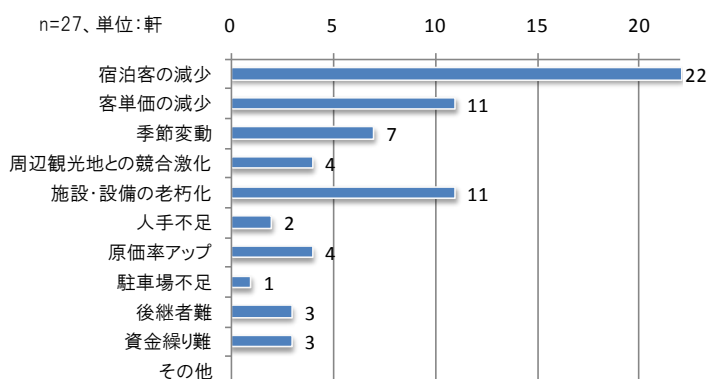
⑪ 食材を雫石町で仕入れていない理由

・「安定的に仕入れ不可能」が44.8%を占め、次いで「入手不可能」(34.5%)となる。



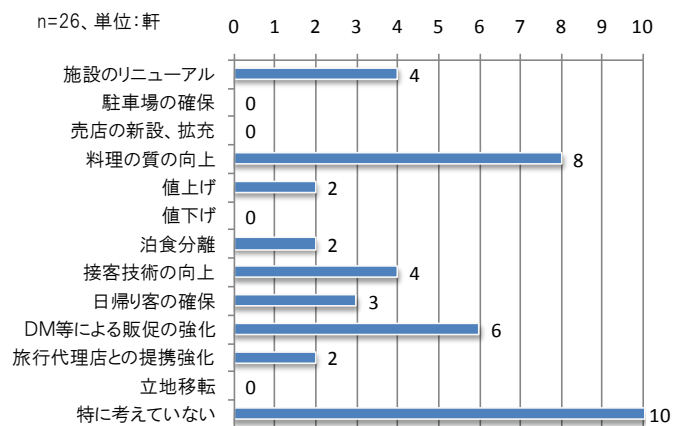
⑫ 震災発生以前より抱えている経営上の理由

・「宿泊客の減少」が最も多く81.56%を占め、次いで「客単価の減少」「施設・設備の老朽化」(40.7%)となる。



⑬ 今後の経営方針

・「特に考えていない」が38.5%。「料理の質の向上」(30.8%)、「DM等による販促の強化」(23.1%)と続く。



本計画の策定は、財団法人東北活性化研究センターの公益事業を活用・支援を受け、実施した。

一 雫石町観光・交流活性化行動計画 一

平成24年3月

■ 調査実施主体

雫石町役場

住所：岩手県岩手郡雫石町千刈田5番地1

電話：019-692-2111（代表）

財団法人東北活性化研究センター

住所：仙台市青葉区中央2丁目9番10号

電話：022-225-1426（代表）

■ 調査協力機関

財団法人日本交通公社

住所：東京都千代田区大手町2丁目6番1号

電話：03-5255-6071（代表）