# 遠野市観光基本計画
# 検討プロジェクト

## 【観光地として目指す姿・取り組みの方向性】

株式会社　遠野ふるさと商社
株式会社　地域経済活性化支援機構

2022年9月30日

# 前回会議の振り返りと、
# 今回の検討について

# 前回会議の振り返り

## ＜前回会議の要点＞

**●現状分析などについて**

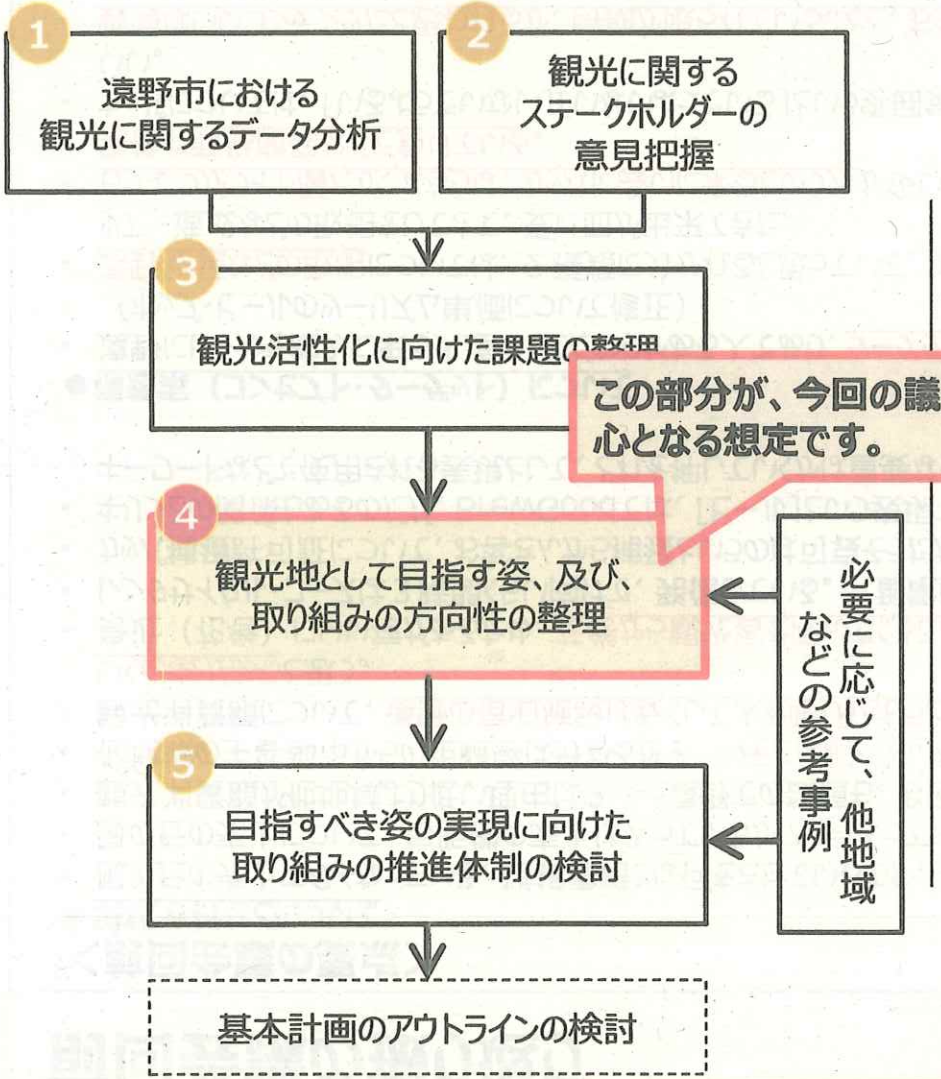
- 風の丘の売上で多くなっている、雑貨書籍とは何をさせているのか。⇒おそらくカッパ捕獲許可証やキーホルダーだと思われるが、要確認。
- 風の丘の売上について、自販機の売上は入っているか？ ⇒入っていない。
- 観光消費額が他地域より低い理由は？ ⇒遠野での数値も、今回新たに計算した推定値のため、理由までには至っていない。
- 他地域の主要都市からの距離感は分かるか？ ⇒そこは調べていないため、調査しておく。
- 観光消費額について、遠野の宿泊施設は安くして人を呼び込もうという考え方が強くなっているが、しっかりと付加価値をつけて、高くしていく必要があると思う。
- 身近（花巻）にいい宿があるため、花巻から観光客を呼んでくることもいい。
- レンタサイクル・コースは３時間くらい向けで、発信している。一番電動アシストのクロスバイクが人気になっている。
- カッパ捕獲許可証について、お客さんから捕獲というのは可哀そうだから、お友達券のような名称がいいのではと言うお客さんもたまにある。
- キリンとの関係もあるのだが、BrewGoodでは、「ビール」という表現でPRをしている。「ビール」という表現は広すぎるかもしれないが、検索キーワードなどで使用される表現として、どれを押していくかは重要なものとなるため、それについても皆さんに協議いただきたい。

**●構想案（コンセプト・ターゲット）について**

- 遠野にビールを飲みに来る人達は、こだわりがある人であり、ターゲットは、少しゆとりがあり、こだわりを持っている人たちとなるのではないか。（ホップ・ビールのツーリズム単価について修正）
- 遠野物語などの取組については、２種類に分かれると思っていて、１つは、ディープ層として、遠野物語やその世界観が好きな方。今までツアー造成などの取組をしてきて、受け皿が出来てきた。
- もう１つがライト層だが、こちらは、カッパに会いに来るという方が多い。遠野はカッパに関しては、福崎町よりも多くの素材があると思うが、発信や商品開発などで負けている。
- カッパについては、「いるようでいない」「いないようでいる」という雰囲気づくりが重要。伝承園で、カッパの出没情報や生態等を展示できるといい。
- 雲海はいいコンテンツだと思われるが、時期が限られていることと、お金が落ちる仕組みが無いことが課題。体験料を取るなどの取組が必要。また、道路も混雑しているため、一方通行や規制などを掛けてお金をとったほうがいい。
- 観光にくるというよりビールを飲みに来てそのついでに観光するという方が多い。ホップ収穫祭も、年に数回やってほしいくらい。
- キー・コンテンツ内でも優先順位をつけるのもありだと思う。
- 遠野物語もまだまだ、ブランディング出来ると思う。
- 遠野物語は、地元の方からしたら、全員が知っているのが当たり前だと思うが、外の方にはあまり知られていないのが現実。
- 外部が遠野物語に導入しやすいテーマパーク的な存在となるのは、伝承園－カッパ淵だと思う。

# 今回の検討事項

## 検討フロー（基本構想）




## 検討の項目（仕様）

1．**（遠野市における）観光に関するデータ分析**
- 遠野市で把握されている入込客数等の統計データ、地域経済分析システムなどにより、観光関連データの調査分析を行う。

2．**観光に関するステークホルダーの意見把握**
- 観光関連事業者、コアメンバー会議メンバーなどに対して、グループインタビューを実施し、観光に関する課題や今後の方向性に関する意見を把握する。
遠野市民の観光まちづくりに関する意向を把握する。（既存データの分析、グループインタビューの実施）

3．**観光活性化に向けた課題の整理**
- ①及び②で得られたデータ（定量・定性）と踏まえて、課題の整理を行う。（３C分析などのフレームを想定）

4．**観光地として目指す姿、及び取り組みの方向性の整理**
- 観光地としての目指す姿（例：ブランディングの方向性）や目指すべき姿を実現するにあたって必要となる取り組みを整理する。

5．**目指すべき姿の実現に向けた取り組みの推進体制の検討**
- 官民（公金）による連携体であることを念頭に、取り組みを推進するにあたって中核的な存在となる新たな組織体の検討を行う。

（その他）：
**必要に応じて、議論を進めるための参考事例について分析**

# 【参考】：観光に取り組む目的・意義について

- 「観光」に取り組む目的・意義を以下のように位置付け、今回の基本構想を検討していく。

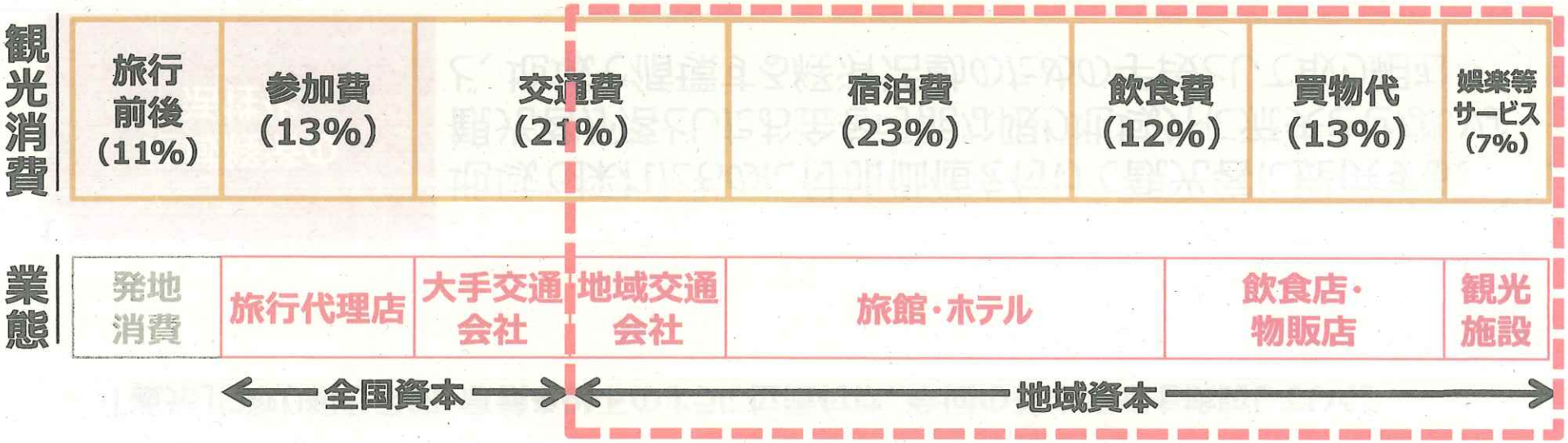
| | |
|---|---|
| 1 地域経済の活性化 | 地域で採れたものに付加価値を付けて観光客に提供する、観光客が落としたお金を可能な限り地域外に流失させないなど、地域で循環する経済活動のための手段として取り組む |
| 2 まちづくりの総仕上げ | 「観光はまちづくりの総仕上げ」とも言われるように、地域の資源を発掘し、磨き上げ、誇りの持てるまちづくりを進めていくために取り組む |

→観光庁事業「サステナブルツーリズム」プロジェクトと連携して推進

## 【参考】：観光による消費とは

# 地域の観光消費を構成する要素
# 「交通」「宿泊」「飲食」「物販」「体験(入場料含む)」

【ビフォー・コロナにおける国内観光消費動向】




旅行・観光消費動向調査（令和元年）より作成

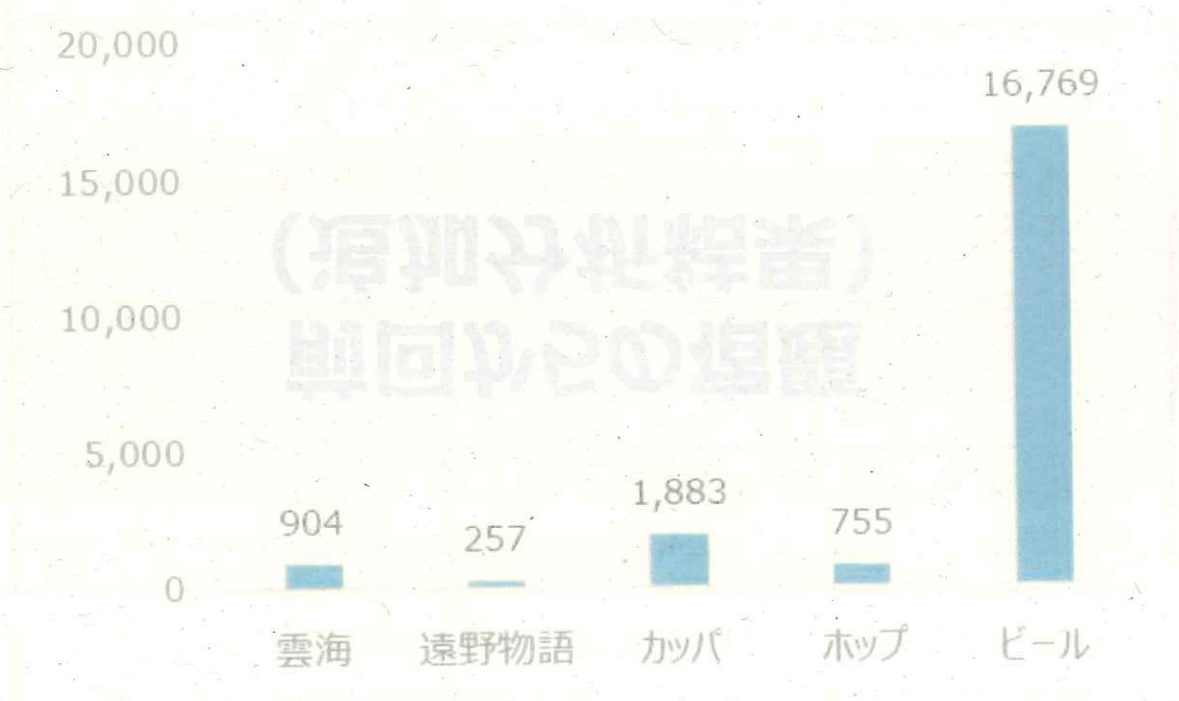
# 前回からの宿題
# （追加分析結果）

# キーワードの検索の状況（キーワード間比較）

UPDATE

- 各キーワードの検索の状況（相対比較）は以下の通りとなっている。

各キーワードのGoogleでの検索状況（過去5年間の検索回数の相対比較）




※「1未満」という結果は、1として計上（詳細な数値がわからないため）したため、「1未満」という結果の多かった遠野物語の最終合計は、実際はもっと小さいものと想定される。

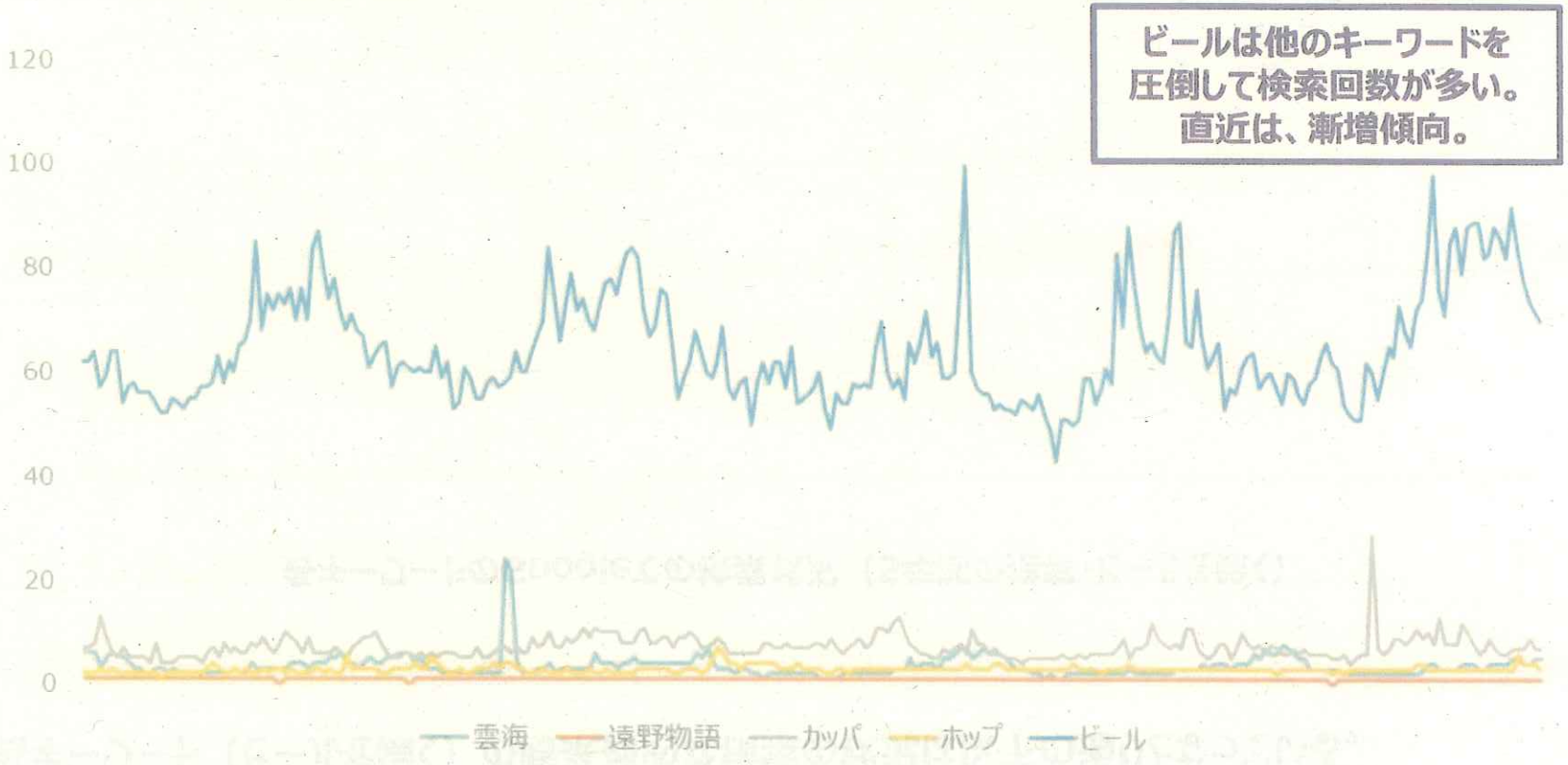
# キーワードの検索の状況（経年推移）

UPDATE

■ 各キーワードの時系列的な検索の状況は以下の通りとなっている。

検索ワードを「クラフトビール」とした場合は前回ご提示済み。

各キーワードのGoogleでの検索状況（5年間の推移）




※「1未満」という結果は、1として計上（詳細な数値がわからないため）

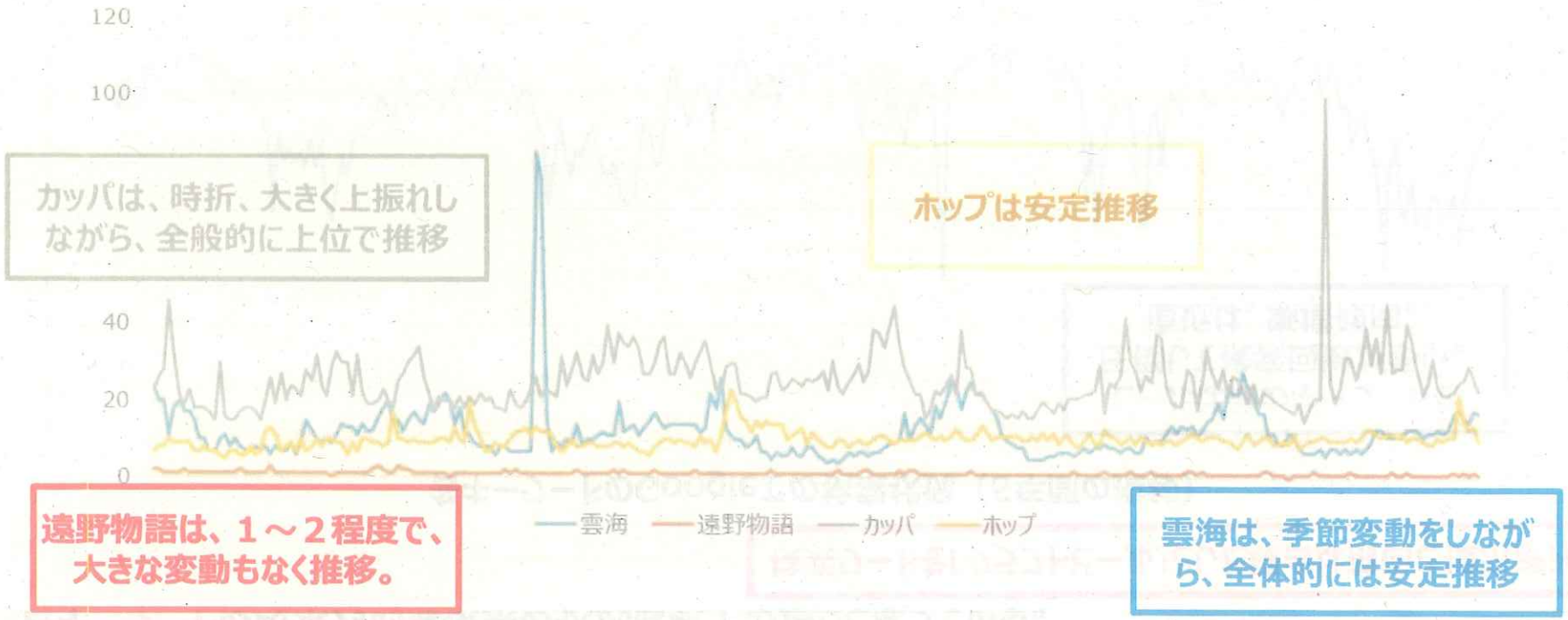
次頁にビールを除外したものを掲載しています

# キーワードの検索の状況（経年推移）

UPDATE

- 各キーワード（ビールを除く）の時系列的な検索の状況は以下の通りとなっている。

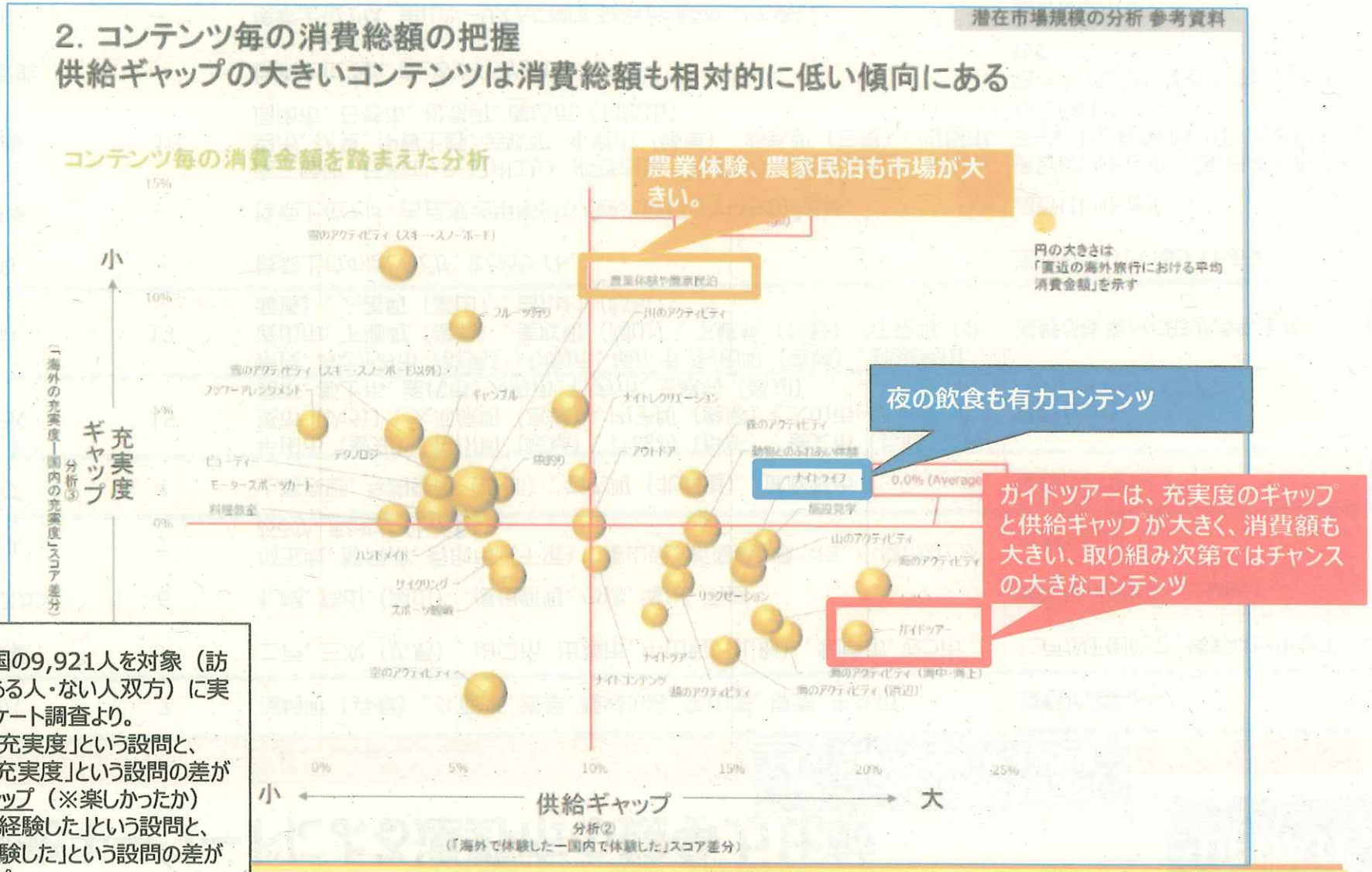
各キーワードのGoogleでの検索状況（5年間の推移・ビールを除く）




※「1未満」という結果は、1として計上（詳細な数値がわからないため）

# ツアー・コンテンツの市場動向（インバウンド向け）

- 遠野市でも、強みがあるコンテンツのポジショニングは以下の通り。




海外20ヶ国の9,921人を対象（訪日経験のある人・ない人双方）に実施したアンケート調査より。
①「海外の充実度」という設問と、「日本での充実度」という設問の差が充実度ギャップ（※楽しかったか）
②「海外で経験した」という設問と、「日本で体験した」という設問の差が供給ギャップ

（出所：最先端観光コンテンツインキュベーター事業/観光庁より）

# 観光キーワードによる遠野市の競争力比較

UPDATE

（キーワードの検索頻度は別として）遠野が競争力がある事項

| キーワード | 競合地数 | 具体的な競合地名 | 補足 |
|---|---|---|---|
| カッパ | 7 | 福崎町（兵庫）、久留米、浅草、隠岐の島、定山渓、境港、牛久市 | 遠野が検索トップ |
| 座敷童 | 7 | 二戸、三次（広島）、山口市、出雲市、中山町（山形）、岐阜市、むつ市 | 二戸が圧倒的で、遠野はヒットせず |
| ジンギスカン | 6 | 札幌、蒜山（岡山）、信州新町、小樽、滝川、函館 | 北海道が圧倒的に占める |
| ビール | 7 | 埼玉県、静岡県、香取市（千葉）、富山県、新潟県、厚木市、小樽市などがあるが、まとめサイトが多い。 | 遠野もヒット |
| ホップ | 4 | 上富良野、与謝野町（京都）、岩内町（北海道）、武蔵野市 | 遠野が検索トップ |
| どぶろく | 15 | 半田市（愛知）、白川町（岐阜）、片品村（群馬）、養父市（兵庫）、杵築市（大分）、大河原町（宮城）、内子町（愛媛）、犬山市、新潟県、氷見市、郡上市、能代市、大府市、行方市、三原村（高知） | 遠野もヒット |
| 民話 | 13 | 奈良、みなかみ市（群馬）、伊勢市、桶川市、村田町（宮城）、那須烏山、流山市、下郷町（福島）、美咲町（岡山）、下條村（長野）、江差町（北海道）、入善町（富山）、白川村（岐阜） | 遠野が検索トップほか検索上位 |
| 雲海 | ― | 検索上位のほとんどが、まとめサイト。 | 遠野も含んでいるサイトあり |
| 古民家 | ― | 検索上位では、古民家活用事例など観光情報でないものが多い。 | 遠野はヒットせず |
| 語り部 | 16 | 南三陸町、日高エリア・紀州エリア・熊野古道（和歌山）、陸前高田市、気仙沼市、伏見、伊賀上野、若狭町、本巣市（岐阜）、多気町（三重）、相馬市、周南市、石巻市、松島町、御坊市（和歌山） | 遠野はヒットせず。（東日本大震災をテーマとしたものを除けば、歴史解説のものが多い） |
| 郷土芸能 | ― | 検索上位では、まとめサイトが多い。 | 岩手県ではヒットするが、遠野はヒットせず |
| 里山 | ― | 検索上位では、里山ツーリズムに関する紹介や解説なども多い。 | 遠野はヒットせず |
| パワースポット | ― | 検索上位のほとんどが、まとめサイト。 | 遠野はヒットせず |
| 五百羅漢 | 11 | 川越市、加西市（兵庫）、熊本市、大田市（島根）、小田原市、菰野町（三重県）、目黒、稲敷市（茨城）、高取町（奈良）、甲府市、山形県 | 遠野が検索トップ |

※「キーワード＋観光」でGoogle検索3ヶ月でヒットした数、検索地を東京に設定。

# 遠野市を訪問する観光客（ユニークユーザー数）の推計

- 最近、様々な地域で観光に関する統計データの見直しが進められている。（他の多くの地域と同様に）遠野市でも**市全体への入込客数は、様々なスポットへの入込者の合計**で算出されていた。
- 今回の基本構想・基本計画の検討の一環で、市内での平均的な周遊スポット数が明らかになったことを踏まえて、**観光入込客のユニークユーザー数（実際、「何人」が訪問したか）を推計**する。

## 遠野市による観光入込客の集計状況（平成31年の例）

各施設ごとの累計が観光入込客数に

平成31年1月

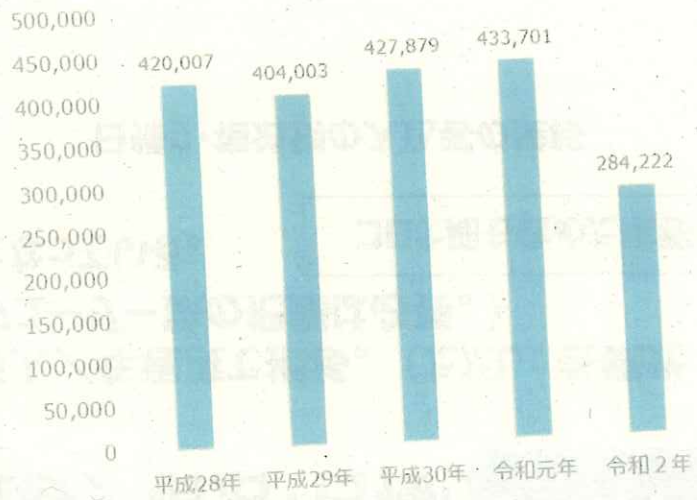
| | | | 入込人数（人） | うち外国人（介護者合計） | うち外国人 | 前年同期（人） | 前年差（人） | 前年対比（%） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 自然系観光資源 | 稲荷穴観光施設 | 67-6662 佐藤ゆせみ | 35 | 0 | 0 | 48 | △13 | 72.9% |
| | 寺沢高原 | カウンター設置 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.0% |
| | 高清水展望台 | カウンター設置 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.0% |
| | カッパ淵 | カウンター設置 | 2,545 | 0 | 0 | 0 | 2,545 | 0.0% |
| | 細河の鳥獣合遊飼公園 | 67-3133 みやもりホール | 0 | 0 | 0 | 64 | △64 | 0.0% |
| | コテージランドかしわぎ | 66-2139 レイクリゾート | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0.0% |
| 自然系観光資源計 | | | 2,584 | 0 | 0 | 112 | 2,472 | 2307.1% |
| 人文系観光資源 | 福泉寺(神社仏閣) | 62-3822 | 595 | 0 | 0 | 530 | 65 | 112.3% |
| | たかむろ水光園 | 62-2839 | 5,694 | 0 | 0 | 5,144 | 550 | 110.7% |
| | 千葉家 | 62-9529 | 改修休業中 | | | 改修休業中 | | |
| | 郷土人形民芸村 | 62-1335 | 2 | 0 | 0 | 6 | △4 | 33.3% |
| | ふるさと交流館 | 66-2139 レイクリゾート | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.0% |
| | 遠野麦酒苑 | 66-2139 レイクリゾート | 30 | 0 | 0 | 2 | 28 | 1500.0% |
| 人文系観光資源計 | | | 6,321 | 0 | 0 | 5,682 | 639 | 111.2% |

1ページ

平均周遊スポット数3.92で割り戻し

ユニークユーザー数は、
コロナ禍直前の令和元年で
**約43.3万人/年**と推計される

## 遠野市を訪問する観光客（ユニークユーザー数）の推移（推計）



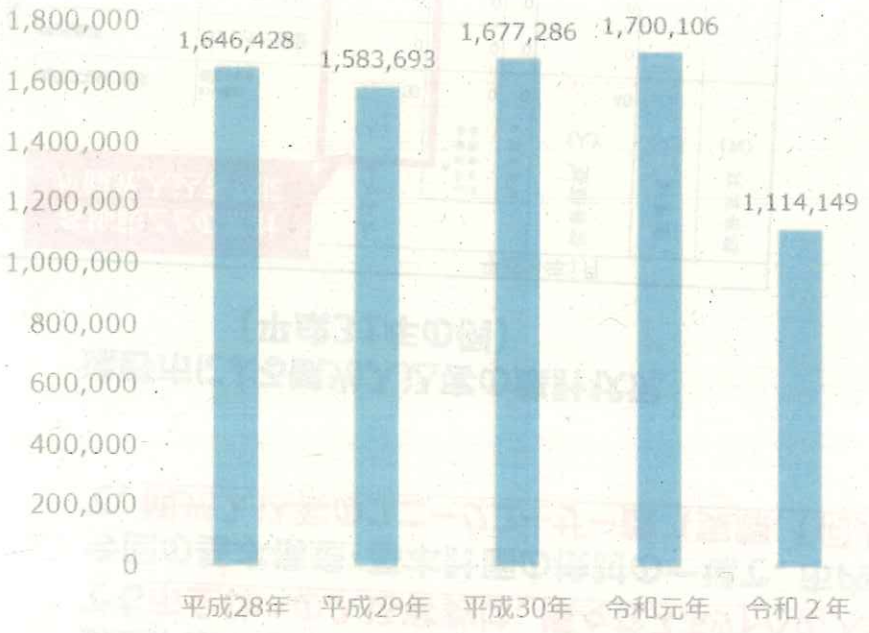
# 【参考】：観光入込客数の動向（経年推移／宿泊・日帰り

再掲

- 遠野市の観光入込客数は、コロナ禍以前は、160～170万人／年程度で推移。（ただし、各観光スポットの積み上げ数字（のべ人数）であり、今後、ユニークユーザー数の把握は必要。）
- 観光入込客のうち、大半（95%以上）は、日帰り観光客となっている。

コロナ期も含めた推移

遠野市の観光入込客数の推移




（出所：遠野市統計書）

日帰り・宿泊別の入込客の推移


（出所：遠野市統計書）

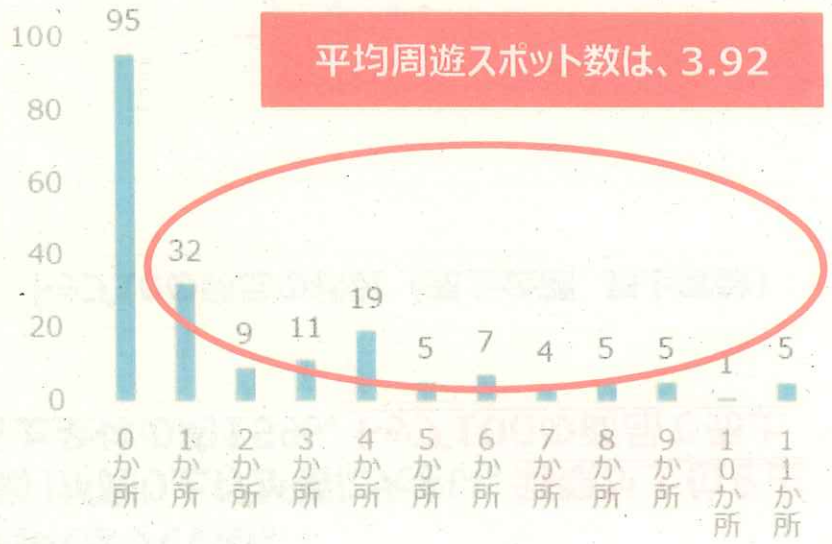
# 【参考】：観光統計との突合を踏まえた周遊スポット数（再算定）

- 遠野市による観光統計の調査地点と整合性を図るために、スタンプラリーの結果を再分析した結果は以下の通り。

**観光統計・スタンプラリーで重複している調査地点**

- 風の丘
- とおの物語の館
- 城下町資料館
- 市立博物館
- たかむろ水光園
- ふるさと村
- こども本の森
- 伝承園
- 福泉寺
- カッパ淵
- 高清水展望台

**周遊しているスポット数（抜粋、N=198）**



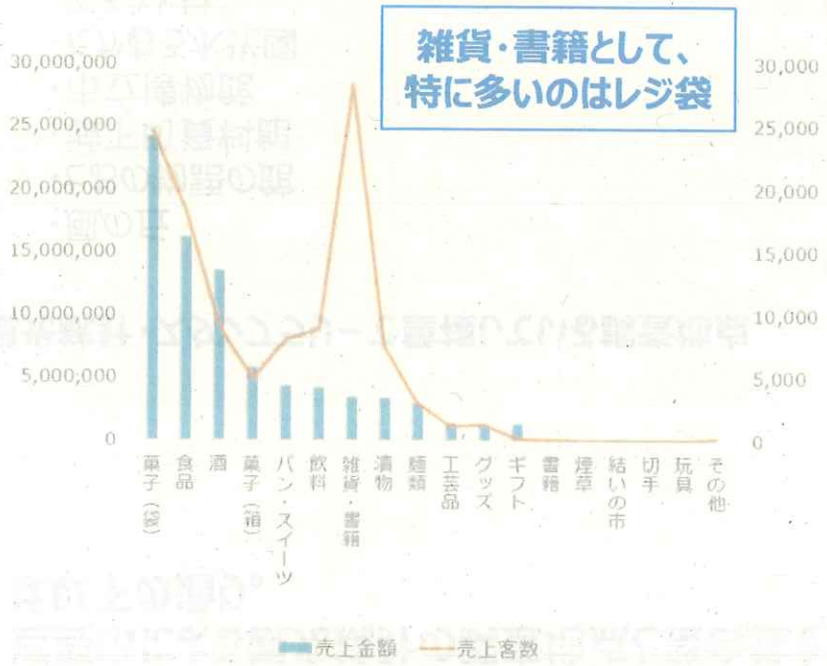

（出所：遠野市観光協会データ）

# 主要スポット（道の駅 風の丘）での消費動向

UPDATE

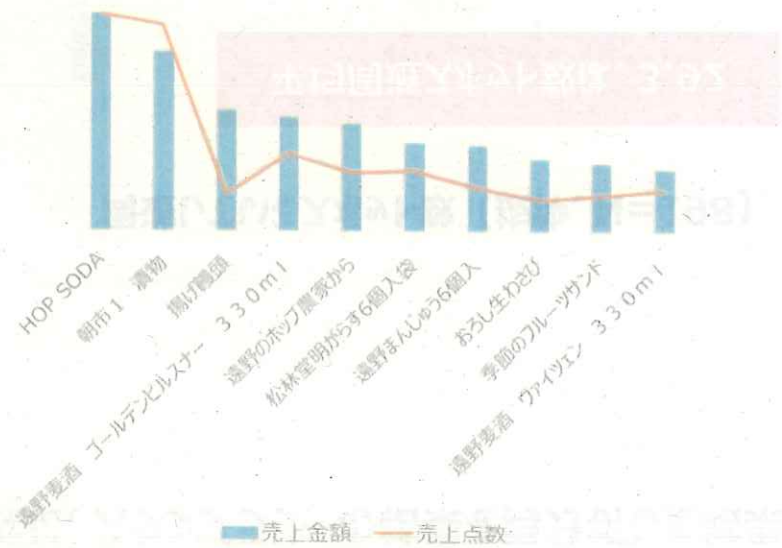
- 「道の駅 風の丘」の商品ジャンル別の売上金額をみると、「菓子（袋）」、「食品」、「酒」が特に多くなっている。売上客数については、「雑貨・書籍」が多くなっている。
- トップ10の商品のなかでも「HOP SODA」、「漬物」が売り上げが特に大きい。酒類が上位を占めている。（これらのトップ10の商品で風の丘の売上全体の約15%、トップ100の商品で売上げ全体の50%超を占めている）

ジャンル別の商品の販売状況（売上金額、売上客数）




（出所：ふるさと商社データ・2022年4月～7月）

トップ10の商品の状況（売上金額、売上客数）




（出所：ふるさと商社データ・2022年4月～7月）

**物販において、売上を支えているのは、ごく一部の商品である。（風の丘に限らず、多くの店舗で同じ。 菓子・食品・酒が特に売上が大きい。**

# 他地域の観光消費額の事例を踏まえた試算

高山市における観光消費額の内訳（平成29年）

| | 宿泊 | 日帰り | 全体 |
|---|---|---|---|
| 交通費 | 3,405円 | 1,126円 | 2,217円 |
| 宿泊費 | 17,943円 | 0円 | 8,589円 |
| 土産品費 | 5,629円 | 2,697円 | 4,101円 |
| 飲食費 | 5,253円 | 2,677円 | 3,910円 |
| 見学費 | 1,107円 | 480円 | 780円 |
| その他（体験費用等） | 1,045円 | 461円 | 741円 |
| **合計** | **34,382円** | **7,441円** | **20,337円** |

「市内の交通費」ではない。（周辺エリアへの移動も含まれているので、データの前提として高めの数値となることに注意）

宿泊者数：221.3万人、日帰り：241万人と宿泊者比率が高いこと、
消費単価の大きいインバウンド旅行客が多いことから、合計額は高い。

| 高山市のデータ（宿泊） | 遠野市の現状（推計） |
|---|---|
| 3,405円 | 420円 |
| 17,943円 | 9,000円 |
| 5,629円 | 1,100円 |
| 5,253円 | 2,000円 |
| 1,107円 | 520円 |
| 1,045円 | |
| **34,382円** | 13,040円 |

「宿泊」が弱い。

「土産品」が弱い。道の駅の客単価は、標準的な水準以上であること・高山市の観光動態調査での購入スポット数を踏まえると、「複数店舗を買い巡ること」が弱い。

「土産品」が弱い。各種レポートを見る限り、「after dinner」、「喫茶」の領域が弱いと想定される。

# 【参考】：観光施策に関する自治体予算（詳細）

■ それぞれの自治体の詳細は以下の通り。（令和元年度）

## 安中市

■ 商工費

| | |
|---|---|
| 商工業振興事業 | 23,393千円 |
| 中小企業金融対策事業 | 19,322千円 |
| 融資貸付事業 | 80,000千円 |
| 観光振興事業 | 38,975千円 |
| 観光施設等管理事業 | 25,623千円 |
| ＤＭＯ推進事業 | 13,895千円 |
| 横川駅周辺地域整備事業 | 32,926千円 |
| 碓氷峠の森公園事業 | 9,382千円 |

## 大館市

2. 地域間交流・交流人口拡大

| | | |
|---|---|---|
| ● 地域連携ＤＭＯ運営事業 | 131,495 千円 | （観　光　課） |
| ● ３Ｄ連携交流拡大事業 | 2,390 千円 | （観　光　課） |
| ● 秋田犬から始まる物語ビルドアップ事業（「秋田犬」の魅力発信態勢づくり推進事業分） | 22,097 千円 | （観　光　課） |
| ● 体験旅行プロデューサー事業（地域おこし協力隊活用事業） | 8,099 千円 | （移住交流課） |
| ● 友好協定都市等との交流事業 | 11,472 千円 | （企画調整課ほか） |

# 【参考】：観光施策に関する自治体予算（詳細）

■ それぞれの自治体の詳細は以下の通り。（令和元年度）

## 小浜市

| | | | |
|---|---|---|---|
| 9 旅費 | 1,387 | 若狭鯉川シーサイドパーク施設管理経費 | 6,867 |
| 11 需用費 | 8,222 | （仮称）小浜駅前インフォメーションセンター整備事業 | 57,583 |
| 12 役務費 | 1,752 | まちの駅運営事業 | 16,228 |
| 13 委託料 | 61,812 | 若狭おばま観光協会活動事業補助金 | 9,424 |
| 14 使用料及び賃借料 | 1,013 | 観光推進事業 | 11,993 |
| 15 工事請負費 | 50,255 | 海水浴場施設設置等事業補助金 | 764 |
| 18 備品購入費 | 7,466 | 人魚の浜施設管理経費 | 3,717 |
| 19 負担金補助及び交付金 | 40,468 | 内外海地区民宿活性化プロジェクト | 3,000 |
| | | 若狭おばま活性化イベント推進事業 | 20,000 |
| 27 公課費 | 39 | 観光おもてなしプラン充実事業 | 7,230 |
| | | おばまプレミアム体験事業 | 1,760 |
| | | 海外顧客開拓プロモーション事業 | 2,310 |
| | | 学生グループ誘客促進事業 | 2,152 |
| | | 「海湖と歴史の若狭路」発信事業 | 566 |
| | | 若狭小浜観光ガイド事業補助金 | 154 |
| | | Ｗｅｌｃｏｍｅ！おばま観光活性化プロジェクト | 4,319 |
| | | おばま観光プラットフォーム活性化事業 | 4,722 |
| | | 鵜の瀬公園維持管理経費 | 1,712 |
| | | 海岸漂着物地域対策推進事業 | 11,500 |

# 【参考】：観光施策に関する自治体予算（詳細）

- それぞれの自治体の詳細は以下の通り。（令和元年度）

## 花巻市

| | |
|---|---|
| 1 報酬 | 395 |
| 2 給料 | 29, 100 |
| 3 職員手当等 | 19, 196 |
| 4 共済費 | 9, 539 |
| 7 賃金 | 1, 722 |
| 8 報償費 | 456 |
| 9 旅費 | 2, 426 |
| 11 需用費 | 39, 032 |
| 12 役務費 | 2, 074 |
| 13 委託料 | 111, 570 |

| | |
|---|---|
| 管理運営費 | 176, 372 |
| うち観光施設管理等業務委託料 | 31, 827 |
| 観光施設指定管理業務委託料（債務負担） | 38, 303 |
| 全国道の駅連絡会会費 | 60 |
| 東北道の駅連絡会会費 | 225 |
| 岩手県道の駅連絡会会費 | 120 |
| 観光イベント開催事業費 | 60, 900 |
| うち南部杜氏の里まつり実行委員会負担金 | 400 |
| 田瀬湖湖水まつり実行委員会負担金 | 4, 400 |
| イーハトーブ音楽祭開催事業補助金 | 500 |
| 石鳥谷夢まつり実行団体協議会負担金 | 5, 000 |
| 大迫あんどん山車保存会負担金 | 1, 900 |
| イーハトーブフォーラム実行委員会負担金 | 16, 000 |
| 石鳥谷まつり実行委員会負担金 | 4, 800 |
| 花巻まつり実行委員会負担金 | 18, 600 |
| 花巻まつり特産品フェア実行委員会負担金 | 1, 000 |
| 土沢まつり実行委員会負担金 | 2, 400 |
| 大迫ワインまつり実行委員会負担金 | 3, 400 |
| わんこそば全日本大会運営委員会負担金 | 1, 800 |
| 大迫・宿場の雛まつり実行委員会負担金 | 700 |
| 広域観光推進事業費 | 1, 396 |
| うち釜石線沿線活性化委員会負担金 | 400 |
| 花巻・遠野・平泉観光推進協議会事業補助金 | 600 |
| 観光情報発信事業費 | 51, 496 |
| うち観光パンフレット等作製業務委託料 | 11, 462 |
| ロケーション画像撮影業務委託料 | 654 |
| いわて観光キャンペーン推進協議会負担金 | 674 |
| 岩手県観光協会負担金 | 1, 989 |
| 花巻観光協会事業補助金 | 29, 200 |

# 【参考】：観光施策に関する自治体予算（詳細）

■ それぞれの自治体の詳細は以下の通り。（令和元年度）

## 花巻市

| 節 区分 | 節 金額 | 説明 | 説明 |
|---|---|---|---|
| | 千円 | | 千円 |
| 14 使用料及び賃借料 | 4,756 | 温泉所在都市協議会負担金 | 11 |
| | | ジャパンフィルムコミッション会費 | 100 |
| | | 岩手県伝統的工芸品月間推進協議会負担金 | 200 |
| | | 宿泊施設利用促進事業補助金 | 6,000 |
| | | 体験型観光推進事業補助金 | 600 |
| | | 田瀬湖利用機関関係連絡会負担金 | 10 |
| 16 原材料費 | 140 | 観光ルート整備事業費 | 32,400 |
| | | うち花巻温泉郷共同送迎バス運行事業補助金 | 9,400 |
| | | 観光ルート整備事業補助金 | 5,000 |
| | | 団体旅行貸切バスツアー支援事業補助金 | 18,000 |
| 18 備品購入費 | 110 | まちぐるみ観光推進事業費 | 10,950 |
| | | うち同心屋敷活用業務委託料 | 550 |
| | | イーハトーブおもてなし事業補助金 | 200 |
| | | 観光案内所運営事業補助金 | 7,000 |
| | | 花巻温泉郷観光推進事業補助金 | 1,200 |
| | | 観光ボランティアガイド事業補助金 | 1,000 |
| | | 歓迎花巻おもてなし事業補助金 | 1,000 |
| 19 負担金補助及び交付金 | 149,813 | 観光施設維持事業費 | 2,165 |
| | | うち施設改修等業務委託料 | 2,165 |
| | | 観光案内板整備事業費 | 4,936 |
| | | うち観光案内標識等整備業務委託料 | 4,936 |
| | | 外国人観光客誘致促進事業費 | 12,459 |
| | | うち外国人観光客広域誘致業務委託料 | 5,910 |
| | | 北東北三県観光立県推進協議会国際観光部会負担金 | 104 |
| | | 外国人観光客誘致促進事業補助金 | 4,000 |
| | | 日本政府観光局賛助団体負担金 | 300 |
| | | 会議出席負担金 | 20 |
| | | 道の駅「石鳥谷」施設再編事業費 | 16,078 |
| | | うち設計等業務委託料 | 15,763 |
| | | 地域産業安定化事業費 | 66,516 |
| | | うち経営改善事業補助金 | 1,500 |
| | | 株式会社とうわ地域資源開発公社出資金 | 65,016 |
| 24 投資及び出資金 | 65,016 | | |
| 27 公課費 | 35 | | |

# 【参考】：観光施策に関する自治体予算（詳細）

■ それぞれの自治体の詳細は以下の通り。（令和元年度）

## 遠野市

| No. | 款 | 項 | 目 | 大綱 | 事業名 | 事業内容 | 31年度事業費 | 国交 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 119 | 7 | 1 | 2 | 【大綱３】 | 【新規】<br>プレミアム付商品券事業費 | 消費税率引上げに伴う住民税非課税世帯及び子育て世帯へのプレミアム付き商品券販売<br>1　臨時職員人件費 993千円<br>2　プレミアム付商品券管理システム保守管理業務委託料<br>3　プレミアム付商品券事業費補助金 43,900千円　他 | 48,424 | |
| 120 | 7 | 1 | 3 | 【大綱３】 | まつり振興事業費 | 1　納涼花火まつり負担金　4,500千円<br>2　遠野まつり負担金　7,200千円<br>3　遠野さくらまつり負担金　1,700千円<br>4　東北馬力大会負担金 1,242千円<br>5　遠野まつり参加団体補助金（65団体）3,050千円<br>6　柏木平リバーサイドまつり負担金　700千円<br>7　羅漢みやもり祭負担金　600千円　他 | 19,709 | |
| 121 | 7 | 1 | 3 | 【大綱３】 | 観光・交流施設整備保全事業費 | 観光・交流施設の計画的な改修<br>【実施計画】<br>遠野物語原風景ゾーン改修工事請負費<br>…たかむろ水光園浴槽ろ過装置新設工事　他 | 16,436 | |
| 122 | 7 | 1 | 3 | 【大綱３】 | めがね橋周辺賑わい創出事業費 | 【実施計画】<br>1　恋人の聖地参画負担金　162千円<br>2　めがね橋周辺賑わい創出事業補助金　300千円 | 462 | |
| 123 | 7 | 1 | 3 | 【大綱３】 | オール遠野で観光まちづくり推進事業費 | 【実施計画】<br>1　釜石線沿線活性化委員会負担金 400千円<br>2　ホームページ運営費　33千円<br>3　遠野市観光推進協議会負担金　9,000千円 | 9,433 | |
| 124 | 7 | 1 | 3 | 【大綱３】 | 東北観光復興対策事業費 | 遠野市・花巻市・平泉町との連携による広域観光の推進<br>1　観光プロモーション業務委託料<br>2　受入態勢整備業務委託料<br>3　滞在コンテンツ充実・強化業務委託料 | 7,530 | |
| 125 | 7 | 1 | 4 | 【大綱３】 | 【新規】<br>交流人口拡大事業費 | 【実施計画】<br>1　地域間交流推進事業<br>2　平成・南部藩事業<br>3　遠野郷人会事業 | 11,732 | |

# 基本構想の検討

# コンセプト・ターゲットの検討

# 1-1. 遠野市の観光活性化に向けたエントリーテーマの設

UPDATE

- 遠野の観光コンテンツは極めてバリエーションが豊富。しかし、それが故、情報量が多くなってしまい、端的に「遠野」をPRできない要因になっている。また、時代が変わり、観光情報の伝わり方も変化した。（わかりやすく、印象に残るメッセージも必要）
- 「永遠のふるさと」という理念をわかりやすく伝える3つのキー・コンテンツ（遠野の観光大使）を以下の通り設定する。

【基本理念】
永遠のふるさと

| 雲海 | “まやっとした”世界観（遠野物語・妖怪） | ホップ・ビール |
|---|---|---|
|  |  カッパの場合 |  |

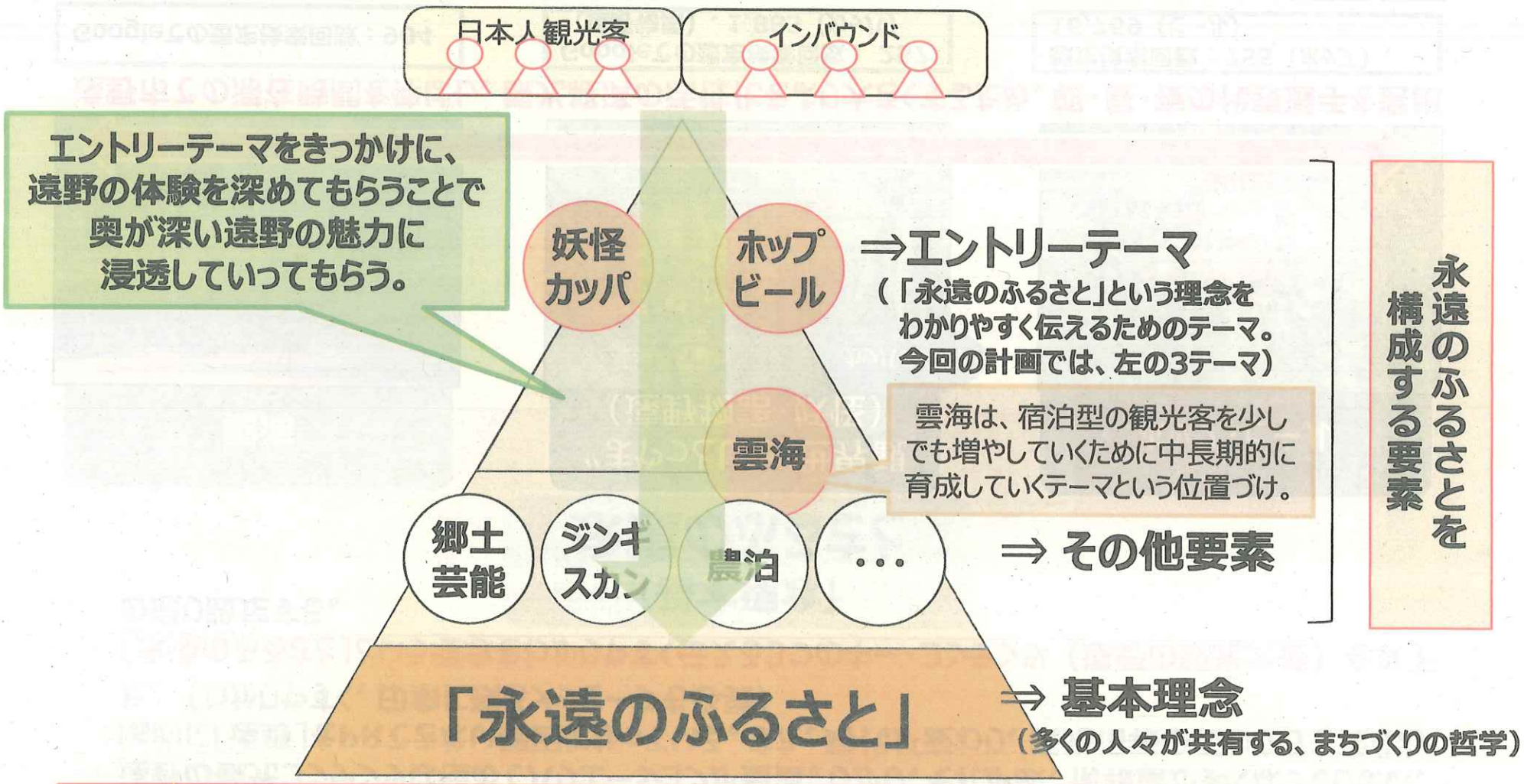
遠野市での滞在時間を伸ばし、観光経済の活性化をより大きくするため、朝・昼・夜の代表選手を選出

| | | |
|---|---|---|
| Googleでの想定検索回数：904 | Googleでの想定検索回数： 257（遠野物語）、1,883（カッパ） | 想定検索回数：755（ホップ）、16,769（ビール） |
| 料金例：1,900円（星のリゾート雲海テラスの料金※ケーブルカー含） | 料金例：2,000円（カッパナイトミュージアム@三次での入場料） | 料金例：9,500円（BIKEツアーの例） |
| 競争力：全国ベスト10には入らない。 | 競争力：遠野が検索トップ | 競争力：地ビールは競合が激しいが、ホップでは検索トップ |

※想定検索回数：google trendにより過去5年を対象に分析。（5つのキーワードの相対比較による指標のため、単位は「回」ではない。

# 1-2. エントリーテーマの位置づけについて

■ エントリーテーマとは、以下のような考え方となっている。




遠野は、市民でもある観光ガイドが誇りに思うほど、魅力は多く、また、奥が深い。
そのために、地域外からの観光客などに、簡単には伝わらないという課題認識が続いてきており、わかりやすい入口となるエントリーテーマを設定することで、その改善を図る。

# 観光消費額向上・入込客数増に関する検討

**コンセプトのフレームとしては、以下の部分に該当します。**

| 客数（入込客数） | × | 単価（観光消費額） |
|---|---|---|
| 1. 入込全体を伸ばすために、どのようにエンドユーザー情報を届けていくか（①情報の量、②情報の質）<br>2. 周遊（滞在時間）を伸ばすための方策（①既存スポットのあり方、②新たなスポットの可能性）※単純に周遊だけを増やしても意味がないので、左の単価とセットでご検討ください。<br>3. ピークのオン・オフの差を改善するための方策 | | 1. 既存施設で単価をあげていきことができるか（①道の駅等のコア施設、②中心市街地、③カッパ淵）<br>2. 埋もれている資源を活用することができるか（ホップ・地ビール、体験、食など）<br>3. 新たな消費活動をつくることができるか（たとえば、スィーツ、移動支援など）<br>4. 宿泊型の観光客を増加させていくことができるか |

**観光まちづくり（まちづくりをどのように仕上げるか）**

① 観光活性化を図るなかで、どのようにして遠野スタイルの創造・発展を図るか。

# 1．ターゲット顧客層（仮説：インバウンドは除く）

エントリーテーマをベースに、想定されるターゲット層を、「サイコグラフィック」、「ジオグラフィック」、「デモグラフィック」の切り口で整理をしてみると、以下の通りとなる。

| | ターゲットA：知的シニア | ターゲットB：ファミリー | ターゲットC：食の追求者 |
|---|---|---|---|
| エントリーテーマ | 妖怪・カッパ | | ホップ・ビール |
| サイコグラフィック | ・時間や生活にゆとりがあり、一歩深い知識や経験に関する関心があり、日本古来の精神性・地域に根差した生活文化などに高い関心を有する。 | ・子どもの関心事に寄り添う気持ちがある。（※妖怪が好き・興味ある） | ・ライフスタイルや嗜好に、（少し）こだわりがあり、<br>・みんなと同じではなく、自分流に楽しめること、<br>・ビールだけでなくそこからつながる様々な人やカルチャーに興味を持つ。 |
| ジオグラフィック | ・関東北部(東京東・北部、埼玉、栃木等)等東北へのアクセスがしやすい地域在住(メイン)<br>・東北(主に宮城・岩手県内)に在住(サブ) | | |
| デモグラフィック | ・上記サイコグラフィックに該当するのは50代以上のシニア層が中心であるが、そこだけに限らない。特に30代以降の女性層も親和性高い。 | ・30～40代のファミリー層。（※妖怪に興味のある子ども） | ・（酒離れが進む若者層が、クラフトビールで止まったとも言われており）年代・性別をさほど問わない。 |

ターゲットは異なっても、少しゆとりがあり、こだわりを持っている人たちがターゲット？

# 2．ターゲット顧客層の詳細検討（知的シニア）

■ 想定されるターゲット層のイメージは以下の通り。

## ①家族設定

夫：68歳、リタイアした後、個人事務所でマーケティング会社のリサーチを受託
妻：66歳、NPO活動をサポート
子供：3人（別居）
世帯収入：（現在は）400万円
（ある程度貯蓄あり）

## ②現在の生活環境

居住地：千葉県
住居：戸建て持ち家

## ③ライフスタイルなど

- 夫は元エネルギー会社でCS部署を主に担当していた。
- リタイアする年齢を過ぎた後も、無理なく、働いている。
- 妻も子育てがひと段落してから、再び、社会活動に取り組みだした。

## ④余暇に求める要素

- 日常生活そのものが余暇に近づいているため、旅行などはこだわりたい。
- これまでにない経験ができる旅行や、知的関心が満たせることに興味あり。

## ⑤最近感じていること

- 体力の低下を感じ始めているので、旅先も含めてゆとりがあるよう、予定を詰め込みすぎないようにしたい。
- 心身ともに生涯健やかに過ごしたい。

**【ターゲットが求めるもの】**

- 知的関心、生涯の学びなど人生の質を高めたい。
- サービスの質の高さを期待。

# 2．ターゲット顧客層の詳細検討（ファミリー層）

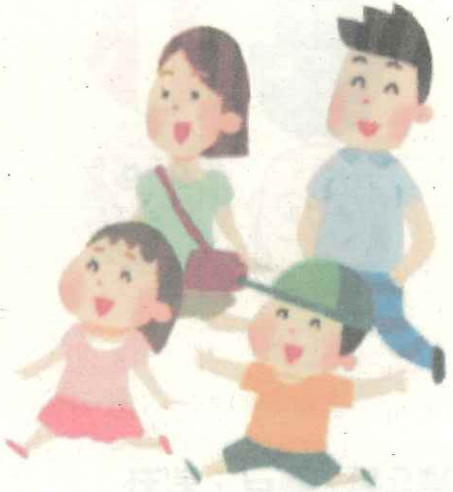
■ 想定されるターゲット層のイメージは以下の通り。

## ①家族設定

夫：42歳、大手製造業勤務
妻：38歳、パートタイム勤務
子供：2人(８歳、５歳)
世帯収入：900万円

## ②現在の生活環境

居住地：盛岡市内
住居：戸建て持ち家



## ③ライフスタイルなど

- 夫は盛岡生まれ仙台育ち。地元の高校を卒業後、東京の大学に進学
- 大学卒業後は、一旦東京で就職したが、10年前に地元に帰ってきて現在の職場に
- 妻は福島県出身で、夫とは東京で出会う

## ④余暇に求める要素

- まだ、家族で過ごしたい
- 贅沢はできないが、プチ贅沢はOK
- 何で遊ぶかは、子ども優先

## ⑤最近感じていること

- 子どもがもっと大きくなる前に、いい思い出をつくっておきたい。
- 子どもの関心ごとには付き合いたい。
- まだ、遠隔地への旅行は難しいかな？
- 親も息抜きが必要。

**【ターゲットが求めるもの】**

- 子どもにとってのいい経験
- 家族でゆったり過ごせたという思い出

# 3．ターゲット顧客層の詳細検討（食の求道者）

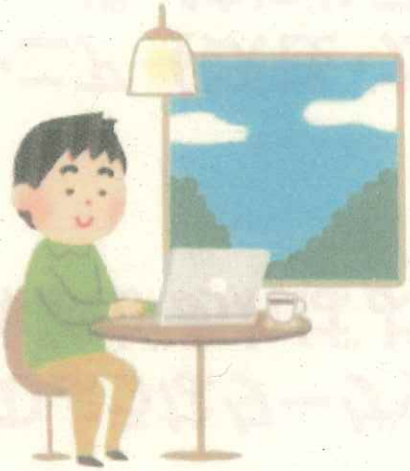
■ 想定されるターゲット層のイメージは以下の通り。

## ①家族設定

本人：30歳、システム会社勤務
（彼女）：31歳、教員
収入（本人のみ）：550万円
彼女は．．．教えてくれない。

## ②現在の生活環境

居住地：東京都内
住居：賃貸マンション



## ③ライフスタイルなど

- 千葉県生まれ千葉育ち。東京の大学に進学し、最初はコンサルタント会社に就職したが、転職。
- アルコールは好き。コロナで料理をやるようになり、アウトドアにもでかけるようになった。

## ④余暇に求める要素

- 普段忙しいので、休める時はしっかり休みたい。
- 他人と同じような普通の体験では、飽き足らなくなってきている。

## ⑤最近感じていること

- （ビールだけにこだわるのではなく）長く楽しめるような深みもあって、実利もある趣味が欲しい。
- おなかの周りの肉が目立つようになってきてしまい、運動も気にし始めだした。

**【ターゲットが求めるもの】**

- おいしい酒と食事
- ビールから広がる世界観をひとつみれたという満足感

# ブレイン・ストーミング

前のスライドのようなターゲットに向けて
どのような観光体験があればよいでしょうか？

①知的シニア（妖怪・カッパ）
②ファミリー(妖怪・カッパ、特にお子さんが興味あり)
③食の求道者（ホップ・ビール）

# 【参考】：知的シニアに向けた観光体験ストーリーの例（素案）

・久々に温泉旅行に行くプランを立てていた日本の歴史文化好きの我々夫婦は、「遠野」の表舞台に出ることなく、地域の中でひっそりと脈々と語り継がれている文化（密教的？）に惹かれ、遠野に旅することにした。（ターゲットに届くプロモーション）

・前日は花巻温泉で宮沢賢治の世界と温泉を満喫。（広域連携）遠野へはレンタカーで赴く。まず到着したのは、市立博物館。遠野の民話や郷土文化・芸能に関する展示を満喫した。（市立博物館）。博物館を終えて、昼ご飯を食べたのは、新しくできたというビアバーでのランチ。遠野って、ビールのふるさとでもあったんだと、妻と話しながら、デザートまでたいらげた。（ビール関連の食の開発/ランチ・スイーツ）

・午後は、周辺の博物館を少し巡って（物語の館など）、いよいよ民話の現場へ。伝承園へ赴き、カッパを始め遠野に住まう妖怪や神様を知り、またそれら生まれた遠野の厳しい生活環境や悲しい生活の実態を目の当たりにした。また「遠野物語」は実在の人物や場所が存在することを知り、遠野の怪しげな世界に魅了された。（伝承園のリニューアル）

・伝承園を展示を元に、遠野物語の現場を巡ってみる。向かったのはカッパ淵、五百羅漢に続石。伝承園のスタッフにある程度教えてもらっていたので、有料のWEBガイドを参考にみてまわる。こんなに手軽に遠野物語の世界に浸れるとは。（簡易なガイドはDX化）

・色々みてまわったら、ホテルのチェックインにちょうどいい時間帯。遠野でのこだわりの宿にチェックインして、評判のたかい発酵料理をいただくことに。（こだわりの宿）

・遠野物語の世界に浸り、どぶろくなども楽しんで、ぐっすり休んだ翌朝は、遠野名物のXX朝ごはんをお弁当に、雲海を見に行く。（朝コンテンツ、高清水のスポット化）

・2日目は道の駅での買い物からスタート。ここで案内されている遠野市の旬のスポットを見て回ろうと思う。（季節に合った観光案内）（醸造所、ふるさと村、ジンギスカンほか）

# 【参考】：ファミリー層の観光体験ストーリーの例（素案）

・今年の夏休みは家族でどこに行こうか。旅費を抑えたいし、東北圏で子供が楽しめるところ、、、子供は最近妖怪にはまっているし、何やらカッパで子供が楽しめるらしい遠野に1泊2日で家族旅行に行くことにしよう。遠野は、ビールのふるさととしても有名らしく、パパはニヤニヤしている。（ターゲットに届くプロモーション）

・カッパがいるカッパ淵のそばにある「伝承園」で、カッパに関するお勉強。遠野にはカッパ以外にも多くの妖怪がいるそうで、子供ははしゃいでいる。（伝承園のリニューアル）カッパ捕獲証明書・釣りざおも購入して、腹ごしらえもして、準備万端。いざカッパ淵へ。（物販の強化・飲食の強化）

・1時間ぐらい家族で頑張ってみたが、今日は釣れなかった。（カッパ体験の充実化）そこで、伝承園に戻り、カッパおじさんのお話を聞くことにした。（ガイドの高付加価値化）カッパおじさんのお話で、釣れない不満も解消。

・伝承園での体験を終えて、教えてもらった「物語の館」に行ってみることに。（スポットごとの相互送客）

・まちなかのスポットを見ていると夕方。まちなかのホテルにチェックインして、夕食に出る。パパとママはビールを飲み、子どもはホップを使ったスイーツを満喫。（まちなか宿泊、ビール・ホップに関連する食の開発）

・次の朝は、遠野名物の朝ごはん「XX」を食べて（朝コンテンツ）、遠野ふるさと村へ。ふるさと村では魚のつかみ取りや遠野名物バケツジンギスカンなど、屋外で楽しめるアクティビティが充実していて子供も大満足。（ふるさと村のコンテンツの充実化）

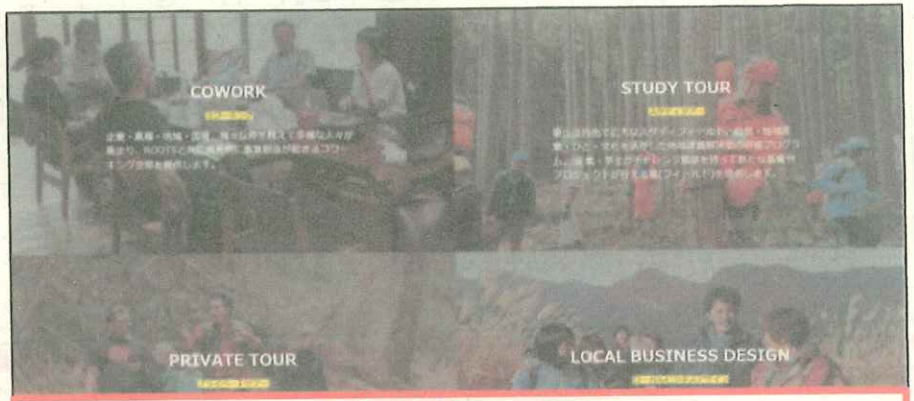
・だいぶ遊びつくしたので、最後に風の丘に立ち寄って、家族でインスタ写真（SNS活用）をとって、お土産物を買って帰るかな。（物販の強化）

# 【参考】：ガイドの高付加価値化の事例（人的サービス）

■ 他地域での人的サービスをコアとした高付加価値化の事例としては、以下の4つの観点がある。

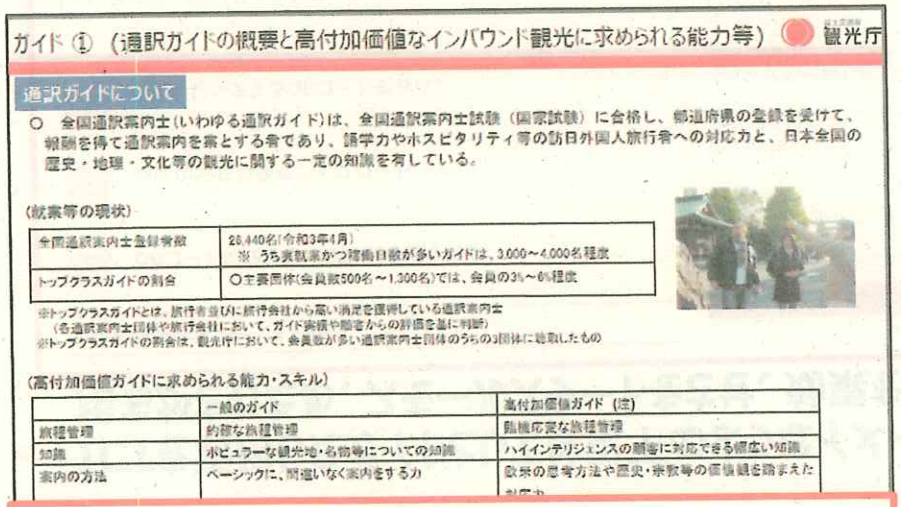

**企画力の高いコンテンツを開発**

例えば、高野山の奥の院ツアーや湯布院の裏道ツアーなど企画力の高い商品を開発することで高付加地価を図る




**着地型観光への展開**

テーマ特化（例は、海外大学のスタディツアー）、宿泊など他業態とのコラボレーションによって収益を確保する事例もある



ガイド①（通訳ガイドの概要と高付加価値なインバウンド観光に求められる能力等）　観光庁

通訳ガイドについて

○ 全国通訳案内士（いわゆる通訳ガイド）は、全国通訳案内士試験（国家試験）に合格し、都道府県の登録を受けて、報酬を得て通訳案内を業とする者であり、語学力やホスピタリティ等の訪日外国人旅行者への対応力と、日本全国の歴史・地理・文化等の観光に関する一定の知識を有している。

（就業等の現状）

| | |
|---|---|
| 全国通訳案内士登録者数 | 28,440名（令和3年4月）<br>※ うち実就業かつ稼働日数が多いガイドは、3,000～4,000名程度 |
| トップクラスガイドの割合 | ○主要団体（会員数500名～1,300名）では、会員の3%～6%程度 |

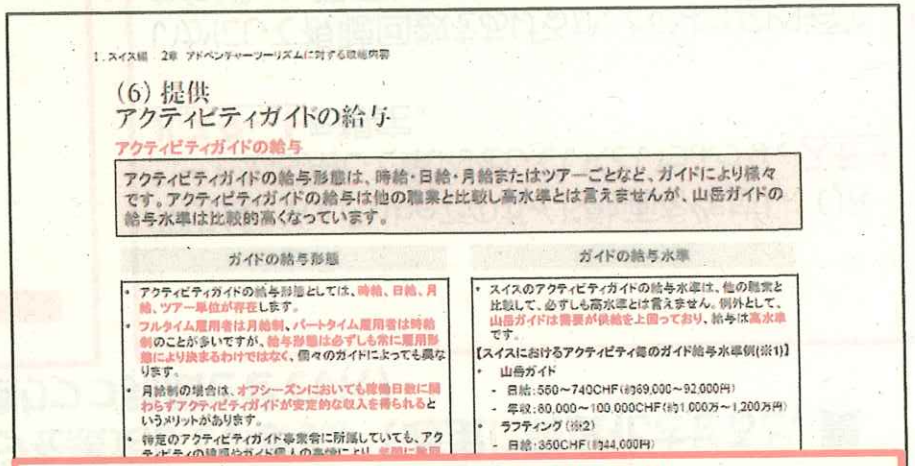
※トップクラスガイドとは、旅行者及びに旅行会社から高い満足を獲得している通訳案内士
（各通訳案内士団体や旅行会社において、ガイド実績や顧客からの評価を基に判断）
※トップクラスガイドの割合は、観光庁において、会員数が多い通訳案内士団体のうちの3団体に聴取したもの

（高付加価値ガイドに求められる能力・スキル）

| | 一般のガイド | 高付加価値ガイド（注） |
|---|---|---|
| 旅程管理 | 約束な旅程管理 | 臨機応変な旅程管理 |
| 知識 | ポピュラーな観光地・名物等についての知識 | ハイインテリジェンスの顧客に対応できる幅広い知識 |
| 案内の方法 | ベーシックに、間違いなく案内をする力 | 欧米の思考方法や歴史・宗教等の価値観を踏まえた対応力 |

**インバウンドへの対応**

求人情報などをみても、インバウンド対応のガイドは条件設定が高く、更に高付加価値化に向けた方策など検討されている



1．スイス編　2章　アドベンチャーツーリズムに対する取組内容

（6）提供
アクティビティガイドの給与

アクティビティガイドの給与

アクティビティガイドの給与形態は、時給・日給・月給またはツアーごとなど、ガイドにより様々です。アクティビティガイドの給与は他の職業と比較し高水準とは言えませんが、山岳ガイドの給与水準は比較的高くなっています。

ガイドの給与形態

- アクティビティガイドの給与形態としては、時給、日給、月給、ツアー単位が存在します。
- フルタイム雇用者は月給制、パートタイム雇用者は時給制のことが多いですが、給与形態は必ずしも常に雇用形態により決まるわけではなく、個々のガイドによっても異なります。
- 月給制の場合は、オフシーズンにおいても稼働日数に関わらずアクティビティガイドが安定的な収入を得られるというメリットがあります。
- 特定のアクティビティガイド事業者に所属していても、アク[illegible]

ガイドの給与水準

- スイスのアクティビティガイドの給与水準は、他の職業と比較して、必ずしも高水準とは言えません。例外として、山岳ガイドは需要が供給を上回っており、給与は高水準です。

【スイスにおけるアクティビティ等のガイド給与水準例(※1)】

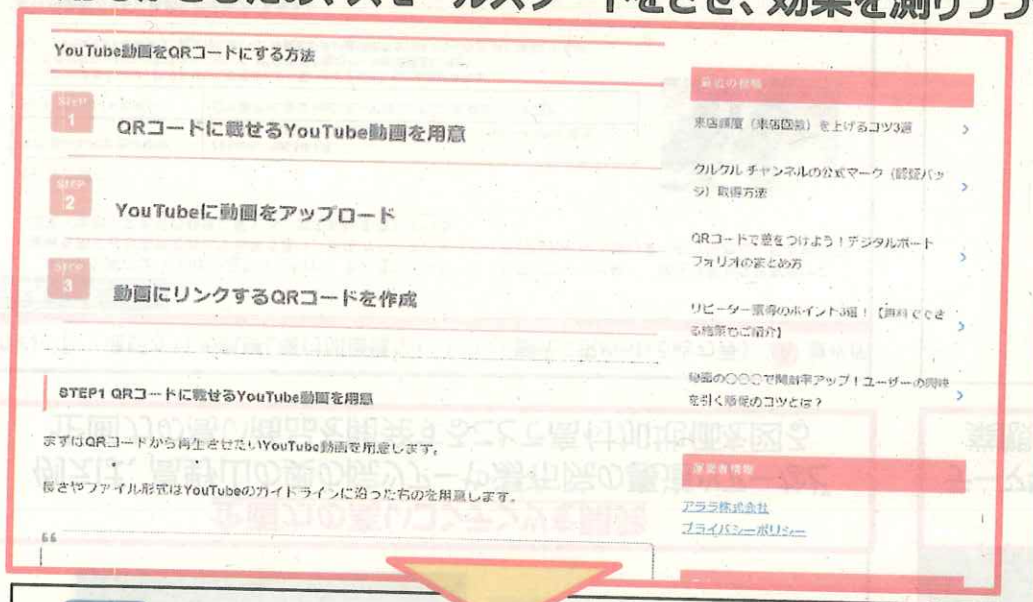
- 山岳ガイド
  - 日給：560～740CHF（約69,000～92,000円）
  - 年収：80,000～100,000CHF（約1,000万～1,200万円）
- ラフティング（※2）
  - 日給：350CHF（約44,000円）

**他のサービス・要素との複合化**

例えば、浅草の人力車ガイドやアドベンチャーツーリズムのガイド（国内事例は少ないが海外では相対的に単価は高い）など、他の要素複合化させることで高付加価値化を図る

# 【参考】：ICTを活用したガイドの事例

- ICTを活用したガイドとしては以下のようなイメージを想定しています。（過度に高度化させると、費用もかさむため、スモールスタートをさせ、効果を測りつつ発展させていく）




例えば、YouTubeでのガイド動画を作成し、QRコードを活用して案内をしていくというような、**スモールスタート**を想定。

いかにして視聴回数をあげるか、どのような内容であればいい評価を得られるかなどといった、**試行を重ねることを１stステップ**とする。


**将来的には（需要などが確実に形になってくれば）、システム的にも発展**させることを想定。

その際にも、

① スマホでできる（デジタルサイネージなどまでは想定しない）
② サービス内容は、ガイドぐらいのシンプルなもの
③ （年配の方が多いと想定されるので）文字だけでなく、音声で案内

などの、軽微なものをイメージします。

# 【参考】：食の求道者の観光体験ストーリーの例（素案）

・私はビール好き。好きなものにはお金をかける私は、ビールといっても少しこだわりのあるクラフトビールを楽しむことが多い。今年の旅行は「ビールの里」としてホップとビールを堪能できると言われる遠野に行ってみることにした。遠野は実はホップの大生産地らしい。醸造しているだけでないことに期待が高まる。（ターゲットに届くプロモーション）

・釜石線に揺られ、昼過ぎに遠野着。まずは、この旅行のメインイベントである、最近できた醸造所での醸造体験に向かう。（ビール醸造体験施設）ここでは、市内の飲食店が提供するオリジナルビールも試飲でき、気に入ったビールを提供する

・体験が一通り終わると、すっかり夕方。醸造体験施設で試飲して、気に入ったオリジナルビールを提供する近場の飲食店を今夜の一軒目の酒場としよう。（飲食店によるオリジナルビールの提供）

・ビールのおつまみはというと、ジンギスカンのアレンジレシピや、パドロン料理など、ビールに適う色々な料理が楽しめた。（ビール・ホップに関連する食の開発）

・ほろ酔いになったところで、2件目の酒場へ。（飲食店周遊の仕掛け作り）ここではどぶろくを初めて経験した。醸造所の近くにある、ビアゲストハウスにチェックインをして、1階のバルでは、遠野市内の複数の醸造所のビールを飲み比べもできる。（まちなか宿泊・ビアゲストハウス）

・ここでは市内の色々な生産者（食材・加工品）によるグルメを満喫できる。これは、おいしい。明日、土産で買って帰ろう。（ビールなどを起点とした商品開発）

・2日目は、市内観光。いくつかのツアーから、事前に選んで参加できる仕組み。（ビアツーリズム）。ツアーを延長して、少し遠野物語の世界をみてから帰ろうと思う。（ビール⇒遠野物語の世界観）

・クラフトビールでの乾杯で、ツアーを締めくくった私はすっかり満足して、帰路についたのだった。今年の年末のふるさと納税は、遠野にしよう・・・。（ふるさと納税への誘導）

# 【参考】：古民家ホテル「OBAMA MACHIYA STAY」

- 古民家を改修した宿泊施設が、小浜の歴史の深さの象徴するものとして、顧客に対しての新しい体験を提供でき、かつ古い町並みの活性化に有効であると考え、複数の小規模な古民家の宿泊施設改修を実施。
- 当初は5棟を開発・運営していたが、徐々に規模を拡大し、現在は、7棟を運営。（REVICの投資先であったおばま観光局という第三セクターが運営）

**空き家を活用して事業を実施。（原則的にサブリース）。**
**リノベーションにあたっては、県・市の補助金を活用。**

OBAMA MACHIYA STAY

京料理を育んだ湊町で暮らすように泊まる

福井県小浜市の重要伝統的建造物群保存地区を中心に
古くから残る古民家をリノベーションし、
分散型ホテル「OBAMA MACHIYA STAY」をスタートいたしました。

02 OBAMA MACHIYA STAY

三丁町ながた

小浜市小浜香取14

明治初期の茶屋街の風情を堪能できる旧料亭の町家のお宿。かつては芸妓さんを呼び、宴会や接待で賑わっていました。当時の職人が施したふるい、凝った意匠や造作が特徴的な趣のあるつくりになっています。

| | |
|---|---|
| 間取 | 一棟貸し（同居人あり）2人（最大6人）（2階：4人、1階：2人） |
| キッチン | 電子レンジ、グリル、コンロ（ビルトイン）、ミニ冷蔵庫 |
| 浴室 | ユニットバス |
| トイレ | 温水洗浄便座トイレ |
| その他 | シャンプー類、歯ブラシなど基本的なアメニティーは三丁町さのやに設置 |
| 料金 | 15,000円～15,000円/1人（朝食は別途申し込み1人様1,200円でお求めできます） |

01 OBAMA MACHIYA STAY

三丁町さのや

小浜市小浜香取13

スーペリアタイプの町家スタイルとして、洗練された快適な居心地を提供する寝室やスイートルームのようなガーデンビューのバスルームなど、品格高い和モダンの雰囲気の中でゆっくり寛いでいただけます。女性に嬉しいアメニティーを揃え、旅の疲れを癒されます。

| | |
|---|---|
| 間取 | 一棟貸し（1～6名） |
| キッチン | 冷蔵庫、電子レンジ、ミニ冷蔵庫 |
| 浴室 | ガーデンビューの露天風呂付 |
| トイレ | 温水洗浄便座トイレ |
| その他 | シャンプー類、歯ブラシなど基本的なアメニティーは三丁町ながたに設置。ロビーにはミニ冷蔵庫やドリンクを揃えたshopが開設 |
| 料金 | 15,000円～15,000円/1人（朝食は近隣民宿やホテルにて別途お1人様1,200円でお求めできます） |

03 OBAMA MACHIYA STAY

丹後街道たにぐち

小浜市小浜大京27.2

重要伝統的建造物群保存地区に隣接し、旧丹後街道沿いに建つ築90年の町家。玄関から続く土間、縁側から眺める中庭が心地よい昔の雰囲気を味わえます。広々とした土間キッチンを使え、大人数でのご利用におすすめのお宿です。

| | |
|---|---|
| 間取 | 一棟貸し（同居人あり）1人（最大6人）（2階：4人、1階：2人） |
| キッチン | 冷蔵庫、食器洗浄機、電子レンジ、ミニ冷蔵庫 |
| 浴室 | ユニットバス |
| トイレ | 温水洗浄便座トイレ |
| アメニティー | シャンプー類、歯ブラシなど基本的なアメニティー付 |
| 料金 | 15,000円～15,000円/1人（朝食は近隣民宿やホテルにて別途お1人様1,200円でお求めできます） |

**食事（朝・夜）は、地域の飲食店と連携。清掃は、オーナーや地域の方々に委託。**
**おばま観光局は、OTA管理、自社サイトでの販売、フロント受付（夕方のみ）というシンプルな運営内容。**

# （APPENDIX）
# 遠野市の現状のまとめと課題

# 【参考】：遠野市における観光の現状のまとめ

| | |
|---|---|
| 入込 × 消費 | ・ コロナ禍以前は、160～170万人／年程度（減少傾向）で推移。宿泊比率は4%程度。（インバウンドは、約2,000～3,000人／人程度）　※ピークは5月、8月で繁閑の差が大。<br>・ ４か所程度のスポットを周遊。（道の駅・旅の蔵→中心市街地エリア→カッパ淵→その他）<br>・ 岩手県下でも低い水準で、減少傾向にある可能性が高い。（日帰り客：4,500円程度）<br>・ 周遊状況を重ねると、道の駅（物販）→中心市街地スポット（観光）→食事→伝承園（観光）での消費と想定される。 |
| 観光資源 | ・ 「道の駅風の丘」、「道の駅みやもり」が特に多く、「カッパ淵」、「高清水展望台」が上位のスポット。（ピークのずれる観光スポットはない）<br>・ 高清水展望台の入込が増加傾向にある。 |
| 物販 | ・ 「道の駅　風の丘」の売上ランキングでは単価の高い酒類商品が上位の多く占める。（ジャンル別では、菓子、食品、酒） |
| 飲食 | ・ ジンギスカンの利用意向が高いにも関わらず認知度が低い。<br>・ 遠野市の宿泊者に占める遠野醸造の来訪者比率は高く、地ビールは強みのあるコンテンツ。 |
| 交通 | ・ 自家用車以外の来訪者に対する交通手段の提供方法が課題。<br>・ レンタサイクルは、およそ4時間程度の利用者が多い。 |
| 宿泊 | ・ 県内の標準的な稼働率と想定されるが、全国水準と比較すると低い水準。また、旅館・民宿の比率が減少傾向にある。<br>・ 隣接する地域の宿泊者比率が高く、他地域に宿泊需要が奪われていると想定される。<br>・ OTAを分析する範囲において、北上・花巻・遠野エリアでは宿泊スタイルのバリエーションの幅が小さい。（例：一棟貸し、オーベルジュなどのスタイルも少ない） |
| 情報発信 | ・ エンドユーザーに核となるイメージが伝わっていない可能性が高い。<br>・ 特に、新規の訪問者を獲得していると想定されるのが、「道の駅　遠野風の丘」、次いで、「遠野ふるさと村」、「カッパ淵」。（カッパ、ホップ、民話などが競争力のあるキーワード） |

# 【参考】：遠野市における観光の課題整理

| | |
|---|---|
| 入込 × 消費 | ・入込客数は減少傾向が続いており、宿泊型の入込の割合が小さい。<br>・滞在時間を伸ばしていくためには、既存のスポットの滞在環境の改善も行いつつ、宿泊に向けた（朝・夜の）コンテンツの充実が必要。<br>・岩手県下でも低い水準で、減少傾向にある可能性が高い。<br>・周遊状況や観光消費額などを突合すると、機会損失（単価向上、認知向上、新たな消費機会）も多いと想定され、地域全体を俯瞰した消費促進策を検討する必要あり。 |
| 観光資源 | ・「高清水展望台」のように入込が増加傾向にあるスポットもある一方、主要スポットのなかでは、「カッパ淵」の入込の比率が低下傾向にある。（カッパ淵は、検索件数も多く、新規顧客を獲得していると想定されるスポット） |
| 物販 | ・「酒類」という商材に強みがあるが、情報発信の素材としてもっと活用していける可能性がある。（積極的にPRしても問題ないほどの生産量があるかは別問題） |
| 飲食 | ・「ジンギスカン」、「地ビール」などの利用意向が高いにも関わらず、認知度（情報の浸透度）が低い。（利用意向が不明だが、「どぶろく」も認知度が低い） |
| 交通 | ・市内交通手段（2次交通）が、バス・タクシー・レンタサイクルしかないため、レンタサイクルを発展的に取り組むことで課題解消の可能性あり。（電動キックボードなど） |
| 宿泊 | ・県内の標準的な稼働率と想定されるが、全国水準と比較すると低い水準。（他地域に宿泊需要が奪われている可能性）また、旅館・民宿の比率が減少傾向にある。<br>・宿泊スタイルのバリエーションの幅が小さい。（北上・花巻・遠野全体としての傾向） |
| 情報発信 | ・エンドユーザーに核となるイメージが伝わっていない可能性が高い。<br>・カッパ、ホップ、民話などが競争力のあるキーワードであるが、入込・消費などにつながっているかは要検証。 |

# Disclaimer

- 本資料は、株式会社地域経済活性化支援機構（以下「REVIC」という。）及び株式会社観光産業化投資基盤（以下「TiPC」という。）の活動に関する情報提供のみを目的として作成したものであり、投資勧誘を目的として作成されたものではございません。

- 本資料で提供している情報につきまして、その正確性に万全を期して作成しておりますが、完全性を保証するものではございません。また、過去の情報は実績であり、将来の成果を予想するものではございません。本資料に基づくいかなる判断につきましてもREVIC及びTiPCはその結果の責任を負いかねます。

- 本資料の一切の権利はREVIC及びTiPCに属しており、本資料の全体又は一部の如何にかかわらずいかなる形式においてもREVIC及びTiPCに無断で複製又は転送等は禁じられております。

# 遠野市観光基本計画
# 検討プロジェクト

## 【観光地として目指す姿・取り組みの方向性】

株式会社　遠野ふるさと商社
株式会社　地域経済活性化支援機構

2022年9月30日

# 【参考】：知的シニアに向けた観光体験ストーリーの例（素案）

・兼ねてから民俗学に興味のあった我々夫婦は、とあるきっかけで、遠野物語で有名な遠野に行くことにした。そもそも遠野は知っていたが、今回背中を押してくれたのは、遠野物語だけではなく、色々な新しいプロジェクトが動いていることを知ったこと。（ターゲットに届くプロモーション）

・まず、到着したのは、市立博物館。濃密な展示を満喫した。（市立博物館）。博物館を終えて、昼ご飯を食べたのは、新しくできたというビール醸造所のランチ。遠野って、ビールのふるさとでもあったんだと、妻と話しながら、デザートまでたいらげた。（ビール関連の食の開発/ランチ・スイーツ）

・午後は、周辺の博物館を少し巡って（物語の館など）。いよいよカッパ淵に。やっぱりカッパはいなかった。カッパ淵のそばの伝承園では「遠野物語」をリアルに感じ、遠野の怪しげな世界に魅了された。（伝承園のリニューアル）

・ガイドさんの話に圧倒されながらも遠野の文化を教えてもらって（ガイドの高付加価値化）、時計をみると、14時ぐらい。まだ時間があるので、ガイドさんに教えてもらった遠野物語にでてくるスポットを巡ってみよう。向かったのは、五百羅漢と、続石。ガイドさんにある程度教えてもらっていたので、有料のWEBガイドを参考にみてまわる。こんなに手軽に遠野物語の世界に浸れるとは。（簡易なガイドはDX化）

・色々みてまわったら、ホテルのチェックインにちょうどいい時間帯。遠野でのこだわりの宿にチェックインして、評判のたかい発酵料理をいただくことに。（農泊ほか、こだわりの宿）

・遠野物語の世界に浸り、どぶろくなども楽しんで、ぐっすり休んだ翌朝は、遠野名物のXX朝ごはんをお弁当に、雲海を見に行く。（朝コンテンツ、高清水のスポット化）

・昨日は、遠野物語の世界観を満喫できたので、今日は、新しい遠野のスポットを見て回ろうと思う。昨日、知った、スポットのどこを回ろうか。（道の駅、醸造所、ふるさと村、ジンギスカンほか）

あなたのお考えをご記載ください。

# 【参考】：ファミリー層の観光体験ストーリーの例（素案）

・今年の夏休みは家族でどこに行こうか。旅費を抑えたいし、東北圏で子供が楽しめるところ、、、子供は最近妖怪にはまっているし、何やらカッパで子供が楽しめるらしい遠野に1泊2日で家族旅行に行くことにしよう。遠野は、ビールのふるさととしても有名らしく、パパはニヤニヤしている。（ターゲットに届くプロモーション）

・カッパがいるカッパ淵のそばにある「伝承園」で、カッパに関するお勉強。遠野にはカッパ以外にも多くの妖怪がいるそうで、子供ははしゃいでいる。（伝承園のリニューアル）カッパ捕獲証明書・釣りざおも購入して、腹ごしらえもして、準備万端。いざカッパ淵へ。（物販の強化・飲食の強化）

・1時間ぐらい家族で頑張ってみたが、今日は釣れなかった。（カッパ体験の充実化）そこで、伝承園に戻り、カッパおじさんのお話を聞くことにした。（ガイドの高付加価値化）カッパおじさんのお話で、釣れない不満も解消。

・伝承園での体験を終えて、教えてもらった「物語の館」に行ってみることに。（スポットごとの相互送客）

・まちなかのスポットを見ていると夕方。まちなかのホテルにチェックインして、夕食に出る。パパとママはビールを飲み、子どもはホップを使ったスイーツを満喫。（まちなか宿泊、ビール・ホップに関連する食の開発）

・次の朝は、遠野名物の朝ごはん「XX」を食べて（朝コンテンツ）、遠野ふるさと村へ。ふるさと村では魚のつかみ取りや遠野名物バケツジンギスカンなど、屋外で楽しめるアクティビティが充実していて子供も大満足。（ふるさと村のコンテンツの充実化）

・だいぶ遊びつくしたので、最後に風の丘に立ち寄って、家族でインスタ写真（SNS活用）をとって、お土産物を買って帰るかな。（物販の強化）

あなたのお考えをご記載ください。

# 【参考】：食の求道者の観光体験ストーリーの例（素案）

・私はビール好き。好きなものにはお金をかける私は、ビールといっても少しこだわりのあるクラフトビールを楽しむことが多い。今年の旅行は「ビールの里」としてホップとビールを堪能できると言われる遠野に行ってみることにした。遠野は実はホップの大生産地らしい。醸造しているだけでないことに期待が高まる。（ターゲットに届くプロモーション）

・釜石線に揺られ、昼過ぎに遠野着。まずは、この旅行のメインイベントである、最近できた醸造所での醸造体験に向かう。（ビール醸造体験施設）ここでは、市内の飲食店が提供するオリジナルビールも試飲でき、気に入ったビールを提供する

・体験が一通り終わると、すっかり夕方。醸造体験施設で試飲して、気に入ったオリジナルビールを提供する近場の飲食店を今夜の一軒目の酒場としよう。（飲食店によるオリジナルビールの提供）

・ビールのおつまみはというと、ジンギスカンのアレンジレシピや、パドロン料理など、ビールに適う色々な料理が楽しめた。（ビール・ホップに関連する食の開発）

・ほろ酔いになったところで、2件目の酒場へ。（飲食店周遊の仕掛け作り）ここではどぶろくを初めて経験した。醸造所の近くにある、ビアゲストハウスにチェックインをして、1階のバルでは、遠野市内の複数の醸造所のビールを飲み比べもできる。（まちなか宿泊・ビアゲストハウス）

・ここでは市内の色々な生産者（食材・加工品）によるグルメを満喫できる。これは、おいしい。明日、土産で買って帰ろう。（ビールなどを起点とした商品開発）

・2日目は、市内観光。いくつかのツアーから、事前に選んで参加できる仕組み。（ビアツーリズム）。ツアーを延長して、少し遠野物語の世界をみてから帰ろうと思う。（ビール⇒遠野物語の世界観）

・クラフトビールでの乾杯で、ツアーを締めくくった私はすっかり満足して、帰路についたのだった。今年の年末のふるさと納税は、遠野にしよう・・・。（ふるさと納税への誘導）

あなたのお考えをご記載ください。

# Disclaimer

- 本資料は、株式会社地域経済活性化支援機構（以下「REVIC」という。）及び株式会社観光産業化投資基盤（以下「TiPC」という。）の活動に関する情報提供のみを目的として作成したものであり、投資勧誘を目的として作成されたものではございません。

- 本資料で提供している情報につきまして、その正確性に万全を期して作成しておりますが、完全性を保証するものではございません。また、過去の情報は実績であり、将来の成果を予想するものではございません。本資料に基づくいかなる判断につきましてもREVIC及びTiPCはその結果の責任を負いかねます。

- 本資料の一切の権利はREVIC及びTiPCに属しており、本資料の全体又は一部の如何にかかわらずいかなる形式においてもREVIC及びTiPCに無断で複製又は転送等は禁じられております。