

# 遠野市観光基本計画 検討プロジェクト

- ①観光地として目指す姿、及び、取り組みの方向性の整理（その②）
- ②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（その②）

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12月2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＞

### ●新潟・魚沼の雲海の活用事例・福崎町への視察結果を共有

- ・【魚沼の雲海】：朝6時ころ100名くらい・P20～30台 観光協会がシャトルバス運行させている。20名乗りのバス3台程を運行。35分くらいの乗車・滝雲が見られる。ツアーにもなっている。往復で1,000円くらいのバス代。
- ・【福崎町】：妖怪を活用した観光資源 妖怪ベンチ18個 フォトコンも実施されている。民間から寄付をいただき、作成しているものもある。カッパのカジロウは、町職員がデザインして作成した経緯あり。ベンチが模型となって展示もある。ガジロウのプラモデルもある。

### ●観光活性化に向けた施策の案案について（観光客に提供する体験から考えられる施策）

- ・阿部：雲海は含まれているか？ →雲海は中長期的に取り組んでいく位置づけとしている。
- ・とおの物語の館の運営は、民でなく官で運営すべきではないか。 →今後協議が必要。
- ・情報発信の意味とは？ 地域外向けの教育旅行や旅行会社への営業は情報発信に含むのか？ →定義を検討する。
- ・高清水の雲海でお金をとるのか？ →駐車場代を頂くなどの案をこれから考えていくことになる。どういう整備をするのかとも関わる。
- ・入口はビールでも「どぶろくやワインなど地域のお酒」に波及していくようにしてはどうか。伝統食も必要。
- ・インバウンドについては、特に台湾へのプロモーションを検討している。台湾へのインターン、文化交流なども再開する。
- ・山地酪農は、観光、物産、インバウンドにも可能であると考え。また、食の話にもつながる。山地酪農は来年4月からスタートする予定。
- ・ヤマメも伝統食にふくめてはどうか。ヤマメが売れないで困っている。 →ヤマメ一夜干しは価格が高く出せない問題がある。
- ・滞在時間を延ばす部分について、わかりやすい看板製作、周遊ルートをパンフレットにするなどといった取り組みも考えられる。
- ・周遊性をあげていくために、2次交通の取り組みは必要。バスとか、レンタカーが必要になってくるがどうか。
- ・今回の観光戦略の期間は、5年くらいがよいのではないかと。最大で10年で、将来が見通しづらくなっている昨今で10年は長すぎる。
- ・千葉家は、令和10年オープン予定であり、まだ時間がかかる。
- ・アーティストやクリエイター向けのガイド体制ができればよい。クリエイターが遠野に来て滞在できるスペースも作りたいと考えている。 →そのあたりはプロモに含めていく。
- ・住民のボトムアップについて、地域の人々のイベント実施を支援するとかの施策が入ってもよいのではないかと。（地域社会との関わりに関する施策として）
- ・まちなかで飲食店などをやる人を支援する。醸造所は現在の内容に含まれているが、その周辺でいろいろなスモールビジネスを始めるひとを応援するということが含まれてもよいのではないかと。
- ・文化課と観光交流課で取り組まれているように、郷土芸能の保存と活用について、施策を立てていくことが必要である。
- ・芸能団体は外部の力を入れないと自立していけないようになっている。観光客が練習に参加するなどあってよいのでは。

## 前回会議の振り返り

### ●他の地域の施策をレビューした上での必要施策の検討

- **修学旅行の営業は強化**しないといけない。修学旅行は今後強化したい。
- 遠野市は、**2次交通**が弱い。S Lが到着したときのタクシーもない。バスもない。
- **サイクリングで点在している観光を周遊させる**のも、2次交通の弱さへの解決策になり得る。
- **観光をきっかけとした、移住の強化**ということも、施策に含めてはどうか。
- **中心市街地の街並み整備**も、観光地としての空間演出の観点から必要と考えられる。
- カッパやザシキワラシがあり、其々にいろんなキャラクターデザインがあっても混乱するのではないか。⇒ **カッパが中心にいて、そのほかの妖怪がその周囲を固めるイメージ**。
- **観光人材の育成は優先度が高い**項目ではないか。新しい**官民連携組織の人材、各施設での人材の両方**の観点が必要である。

### ●取組みの推進体制について

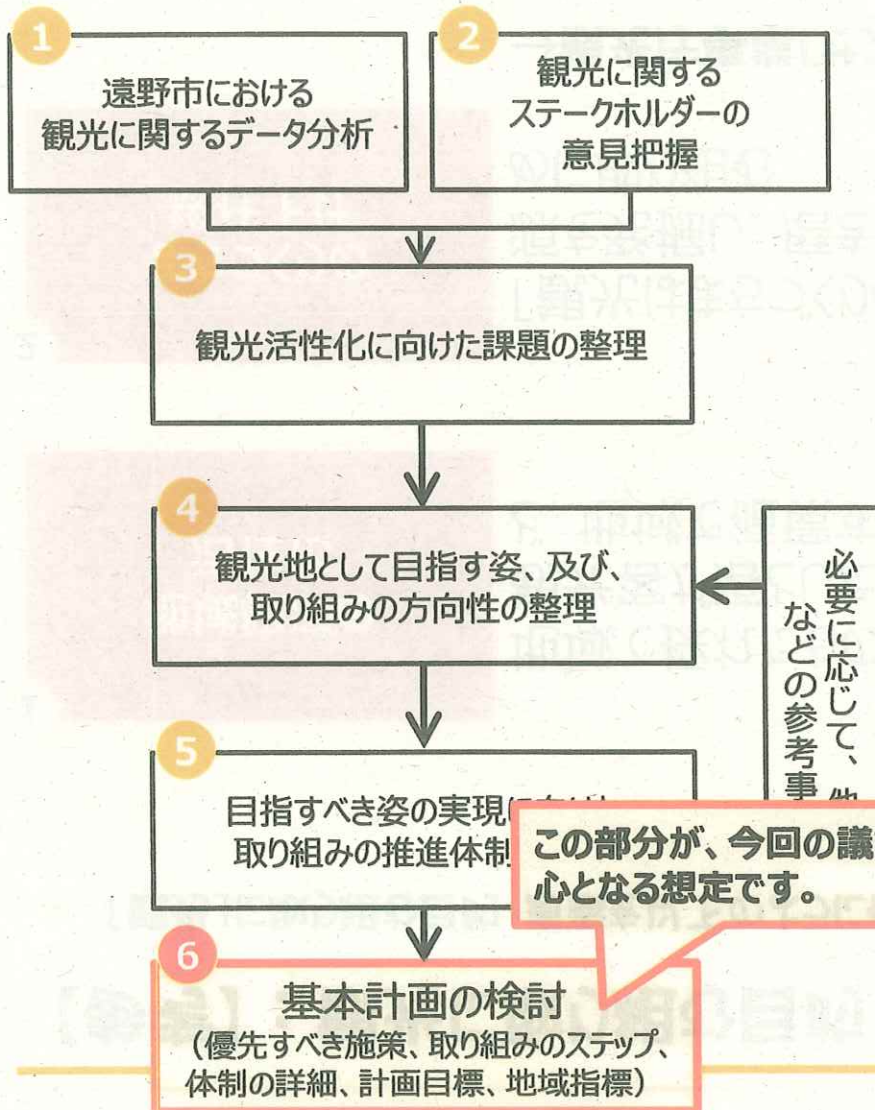
- キリンは座組に入らないと想定される。
- 市内の事業者の代表が商工会のイメージ。
- **事務局の体制が具体的に**ならないと人の負担面のことなどもまだみえてこない。

### ●取組みの推進体制について

- 「神々」というキーワードを含めたい。神社を守るひとも多い。遠野は妖怪といわれることが多いが、基本は神々。ビールやカッパなど具体的なものは好ましくない。
- 「誇り、プライド」が遠野ではよく使われるワードである。
- 「物語や文化」ではないか。文化とは、過去のものと思われがちだが、ビールもホップも新しい文化を今つづけている最中。新しいものも編み出されているという言葉が良いのでは。遠野で得たもの感じたものを文化にしていく、など。
- 遠野市の前計画も、まあまあ良い。どのような局面で利用するのかによって、内容はかなり変わってくる気がする。
- 外向きなものとして欲しい。このキーワードを使っていくというものになってほしい。
- これまでの観光を振り返った時に、「永遠の日本のふるさと」を使用してきたが、何か新しいものを生み出すという言葉、インスピレーションやクリエイションなどが考えられる。
- 新しいことを生み出したい場所、背中をおされる場所が遠野だよ、みたいな言葉がよいのかもしれない。

# 今回の検討事項

## 検討フロー



## 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

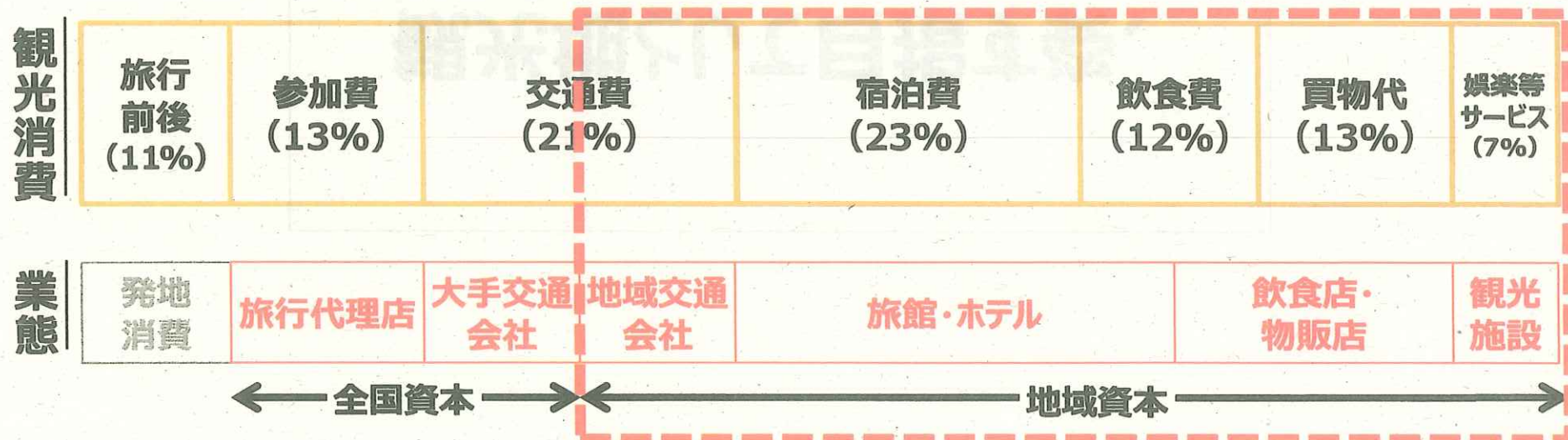
→観光庁事業「サステナブルツーリズム」プロジェクトと連携して推進

## 【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

**観光地として目指す姿、  
取り組みの方向性**



# 1. 観光活性化に向けたビジョンの設定

- 観光活性化に向けたビジョンを以下のように設定する。

【目指すべき目標像】

**富川さんの資料をご参照ください**

行動  
指針①

住む人も、訪れる人も、働く人も、心が豊かになる地域を目指そう。

行動  
指針②

他の地域の人たちに遠野の誇りを伝え続ける中から、遠野の新しい遠野の魅力をつくりだそう。

行動  
指針③

観光によって地域の産業に新たな活力がもたらそう。

## 【参考】：他の地域での目標像

福井県  
小浜市

Authentic Japan,  
Wakasa Obama

岩手県  
釜石市

観光を通じた震災復興の  
実現

京都市

住んでよし、訪れてよし、働い  
てよし。歴史や文化を希望に  
かえるまち 京都

北海道  
弟子屈町

行きたいまちへ、  
生きたいまちへ。

大阪府市

魅力共創都市・大阪  
～新たな時代を切り拓き、さらに前へ～

愛媛県  
大洲市

住む人も訪れる人も、働く人も  
心が豊かになる地域づくり

岩手県  
遠野市  
(前計画)

“物語”が息づき、心と自然が  
ふれあう故郷遠野

岩手県  
花巻市

花巻12湯～湯ったり、感じ  
る「花巻じかん」～

※遠野市・花巻市は、コンセプトとして記載されている

## 【参考】：遠野市における観光の課題（サマリ）

### 結果

【入込】：観光客数は減少傾向が続く

×

【消費】：岩手県県下でも低い水準

観光による経済効果が十分発揮できておらず、  
さらに、縮小傾向にある。

### 原因

入込

1

コンテンツが多すぎてわかりづらい。

消費

2

宿泊型の観光  
が弱い。

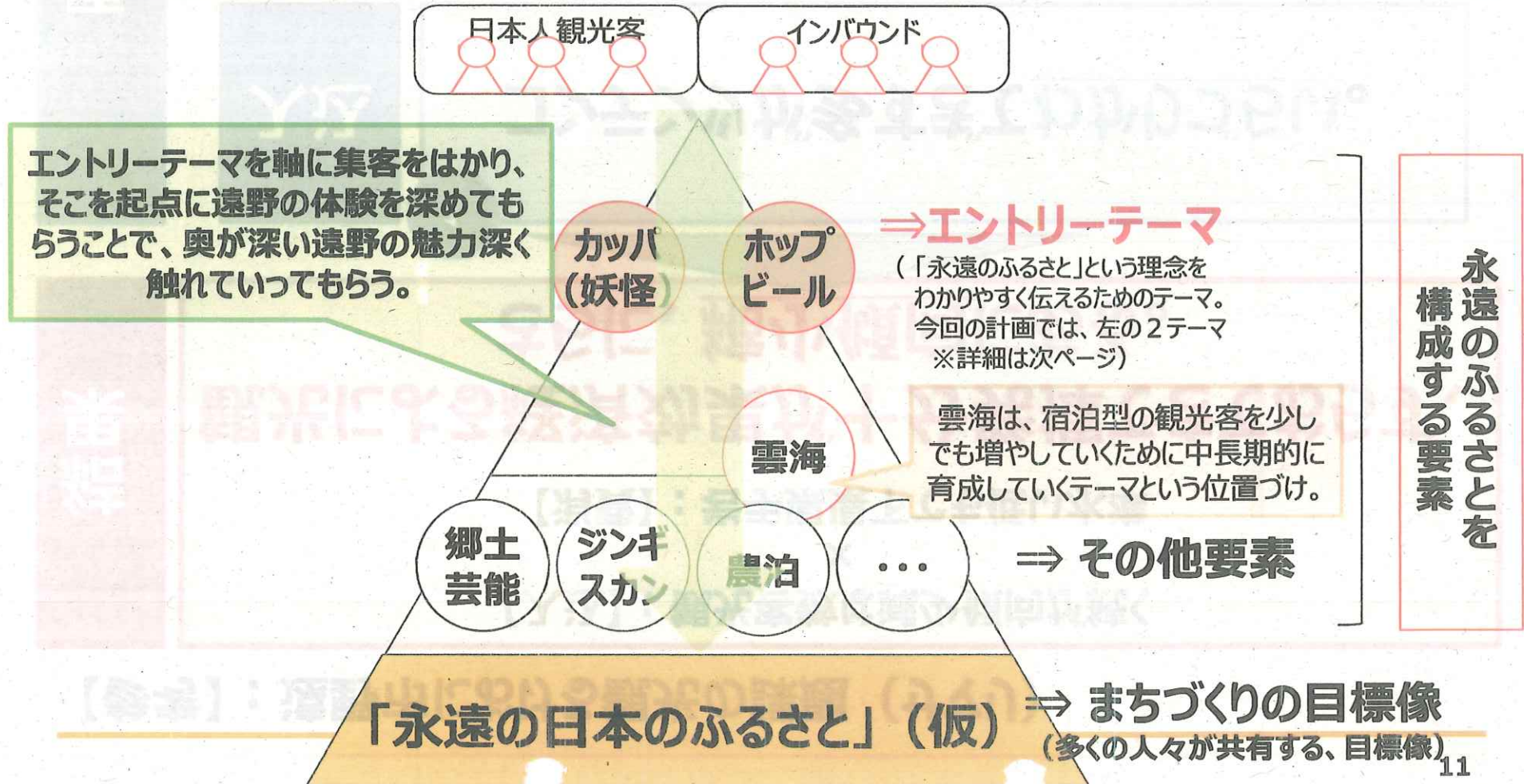
3

飲食・特産物の  
販売が弱い。

## 2-1. エントリーテーマの設定について (基本的な考え方)

- 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。

遠野には、民話・食文化・自然など多種多様な観光資源があり、奥が深い。  
一方で、地域外からの観光客には、魅力が伝わりづらいという課題がある。  
わかりやすい入口となるテーマに絞り込み、それらを中心に発信することで、課題解消を図る。



## 2-2. 遠野市の観光活性化に向けたエントリーテーマの設定

- 入込客への可能性（どの程度検索されているか）、観光消費の可能性、他地域と比較した強みなどを考慮し、今回の計画でのエントリーテーマとして、以下の2つを設定する。

【目標像】  
永遠の日本のふるさと（仮）

今回の構想を進めるなかで、特に生かすべき「地域の特性や資源」  
（遠野スタイル）

エントリーテーマ

カッパ（妖怪）



ホップ・ビール



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、昼・夜に強みを発揮  
するテーマ

ターゲット

知的シニア

ファミリー

食の求道者

### 3. ターゲット顧客層の設定（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	カッパ（妖怪）		ホップ・ビール
サイコグラフィック	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子どもの関心事に寄り添う気持ちがある。（※カッパ（妖怪）が好き・興味ある）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ライフスタイルや嗜好に、（少し）こだわりがあり、</li> <li>・みんなと同じではなく、自分流に楽しめること、</li> <li>・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。</li> </ul>
ジオグラフィック	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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）</li> <li>・東北（主に宮城・岩手県内）に在住（サブ）</li> </ul>		
デモグラフィック	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・30～40代のファミリー層。（※カッパ（妖怪）に興味のある子ども）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（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。</li> </ul>

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

## 4. 他地域の事例を踏まえた施策案の検討

- 下記の他地域の観光計画で位置づけられている施策事例一覧を踏まえて、ワーキンググループにおいて遠野市において必要とされる施策の観点について検討を行った。
- 遠野市においても実施を検討していく施策は、下記の通り。(赤字部分)

### 施策の方向性の 枠組み

ターゲットに届く、  
的確なプロモーション

滞在時間をのばして  
いくための周遊性の  
向上

より上質な観光  
体験を提供できる  
観光施設のバリュー  
アップ

### 他地域における施策の事例

- ・**教育旅行・修学旅行の誘致の強化**
- ・MICE・コンベンションに伴う誘客
- ・インフラ整備（駅、鉄道、道路などの開通や整備）とあわせた集客の強化
- ・大きなイベント（例：●●の生誕XX周年など）とあわせたキャンペーンの実施
- ・マイクロツーリズム（周辺地域からの誘客）の強化
- ・**映像作品、マンガ・アニメなどと連携したプロモーション（フィルムコミッションなど） ⇒クリエイターを活用したプロモーションとして位置づけ**
- ・情報発信者の多様化（YOUTUBERの活用など）

- ・**デマンドバスの運行、公共交通の利便性の向上（MaaSほか） ⇒2次交通の強化を検討**
- ・ウォークトレイルや、そぞろ歩きができる環境整備
- ・サイクルトレイルの整備や、**サイクリング**をテーマにした広域連携 ⇒2次交通の強化を検討

- ・**歴史的町並み（古民家）・ユニークベニユーの保全・活用 ⇒中心市街地の街並み整備（観光地としての空間演出）として位置づけ**
- ・寺社仏閣の集客力の強化（主に、ソフトプログラムの強化による）
- ・商店街、スポーツ、音楽などのコンテンツを観光に活用
- ・景観の保全、サインの統一など
- ・VA・ARなどの技術を活用して、わかりやすさを向上

## 4. 他地域の観光計画における施策の例（その②）

### 施策の方向性の 枠組み

遠野の魅力を活かした、観光サービスの提供

地域の資源を活かした特徴のある宿泊滞在環境の整備

観光を通じた、住んで誇れるまちづくり

官民連携による観光地マネジメントの推進

### 他地域における施策の事例

- ・ブランド化に向けた認証制度などの構築・定着
- ・（朝コンテンツとして）朝市などの強化
- ・観光と、農商工業等の連携の強化
- ・観光動線を明確化させる

- ・旅館のプラットフォーム化（旅館の集約化・オペレーションの共通化）
- ・ワーケーションの推進
- ・長期滞在環境の整備（安全安心、旅館の魅力向上、広域の周遊性向上など）
- ・旅行の安全安心の向上（犯罪、災害、医療、情報提供などでの配慮）

- ・観光行動基準の作成（観光モラルの徹底）
- ・観光事業者による地域貢献
- ・市民ボランティアの育成・市民のおもてなし向上（観光に対する市民の理解促進）
- ・観光をきっかけとした移住促進 ⇒ **（いきなり移住に結び付かなくとも）関係人口の増加という文脈で位置づけ**

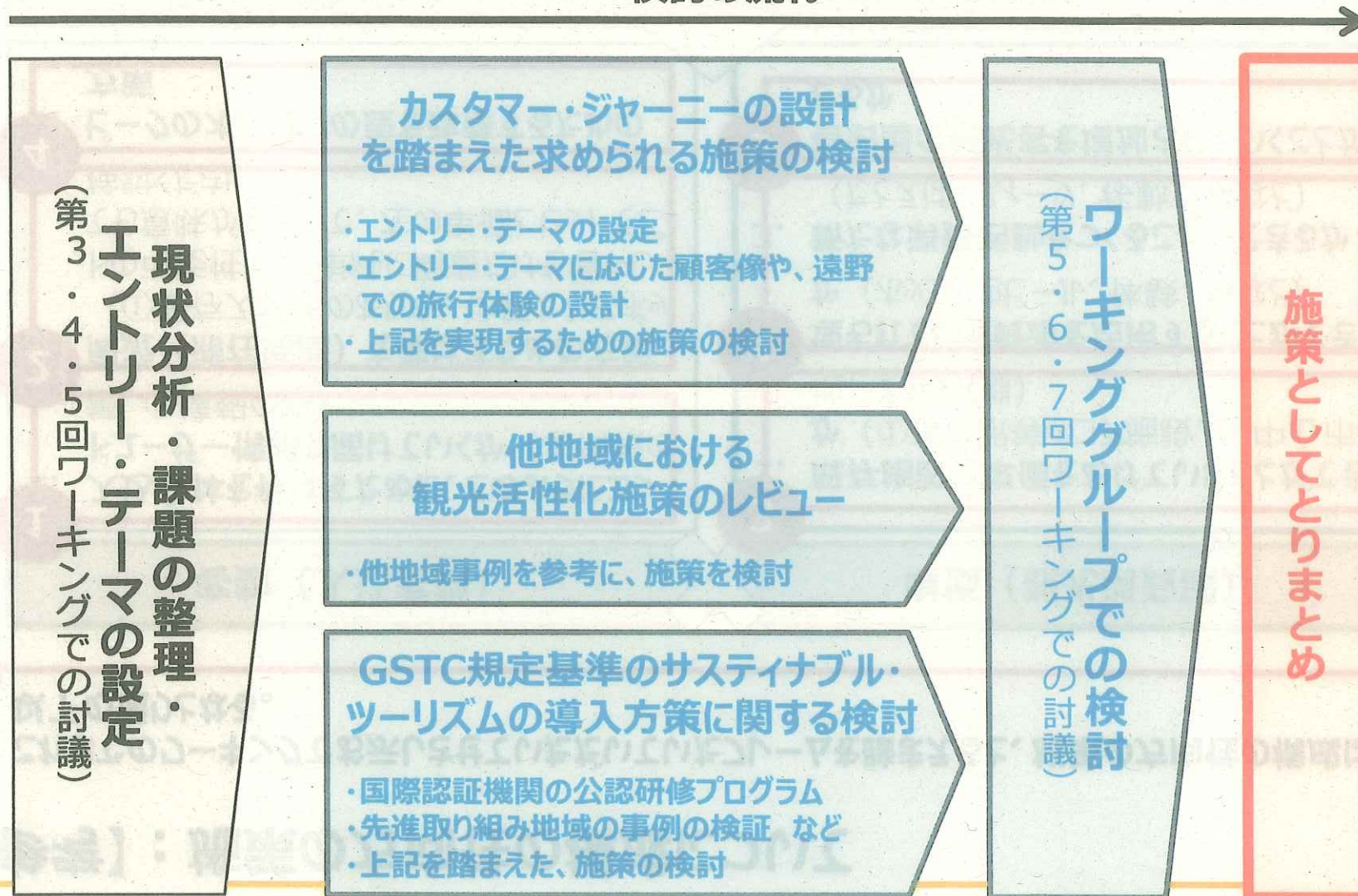
- ・観光領域のデジタル化への対応（生産性向上、利便性向上、情報発信などの観点）
- ・COVID-19対策
- ・観光CRMの検討 ⇒ **関係人口の増加という文脈で位置づけ**
- ・観光人材の育成（確保・定着）
- ・TID（観光産業改善地区）などの制度導入
- ・民間の新たな取り組みの誘発（例：大学の取り組み支援、観光関連の起業の支援など）  
⇒ **例えば、中心市街地における飲食・物販店など立ち上げ支援として位置づけ**
- ・DMOなどの広域連携体制の構築



## 【参考】：施策の立案にあたってのフローについて

- この構想での位置づけられる施策については、以下のフローで検討を行っている。

### 検討の流れ



## 【参考】：施策の方向性の構成について

- これまでのワーキングでお示しさせていただいていたフレームを踏まえると、施策の方向性の構成は以下の通りとなる。

7

### 客数（入込客数）

1

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）

2

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。

4

4. ピークのオン・オフの差を改善するための方策

### 単価（観光消費額）

3

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）

4

2. 埋もれている資源を活用することができるか（ポップ・地ビール、体験、食など）

3

3. 新たな消費活動をつくることができるか（たとえば、スイーツ、移動支援など）

5

5. 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）

6

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。

### 3-5. 施策の方向性について

入込	方向性 ①	ターゲットに届く、的確なプロモーション	エントリーテーマに沿ったターゲット（インバウンド・教育旅行含む）を考慮し、観光戦略に即した情報発信を強化する。また、観光サービスの販売窓口の一元化など体制強化をはかる。
	方向性 ②	滞在時間をのばしていくための周遊性の向上	市内での案内やスポット間での相互送客を強化させ、また、2次交通の強化を検討することで、遠野市内での周遊性を向上させ、遠野での滞在時間をのばし宿泊型に結び付けていく。
消費	方向性 ③	より上質な観光体験を提供できる観光施設のバリューアップ	ターゲットのニーズに適した形で、既存観光施設を磨き上げ付加価値化を図る。また、ビール、山林酪農、雲海、古民家など地域の特性を活かした特徴あるスポット開発を進める。
	方向性 ④	遠野の魅力を活かした、観光サービスの提供	ビールやジンギスカン、カッパなど地域資源を活かした、食や特産物の開発を進め、観光消費の拡大を目指す。地域調達増やツーリズムの開発など地域への経済効果拡大も目指す。
	方向性 ⑤	地域の資源を活かした特徴のある宿泊滞在環境の整備	遠野での特徴ある宿泊拠点づくりや情報発信の強化を図るとともに、多様化する宿泊ニーズに応え得るモデルプロジェクトの検討を進める。
づくり まち	方向性 ⑥	観光を通じた、住んで誇れるまちづくり	他の地域に誇れる遠野の良さを、これからも創造的に活かしていくことができるよう、文化資産や地域環境が適切に保全できる仕組みづくりを進める。
体制	方向性 ⑦	官民連携による観光地マネジメントの推進	各種データに基づく観光施策の戦略立案・推進を行う官民連携組織のもと、各種取り組みの推進を図る。

### 3-6. 施策の一覧

#### ① : ターゲットに届く、的確なプロモーション

方向性	アクションプラン		アクションプラン②	想定される役割分担	アクションプランの説明
	エントリーテーマを起点とするターゲットに適した情報発信	①-1	通年を通じたプロモーションの実施	官民連携新組織 (観光協会?)	官民連携新組織（仮称：遠野DMO協議会）の場において、具体的な戦略検討を行い、想定されるターゲット（知的シニア、ファミリー、食の求道者）に対する通年を通じたプロモーションを行う（SNSの活用なども含む）。 質の高いプロモーションコンテンツの作成に向けて、アーティストやクリエイター向けのガイド体制や遠野に来訪して滞在できるスペースづくりなど、クリエイターを取り込んだ地域体制づくりを進める。 営業的な活動については、官民連携組織の方針のもと、関連主体も実働する形で推進する。
ターゲットに届く、的確なプロモーション	インバウンドの誘致	①-2	インバウンド客の誘致活動の推進	官民連携新組織	花巻空港に就航便のある台湾を中心にインバウンドの誘致を進める。プロモーションツールの作成など、共通事項は台湾だけをターゲットにすることなく進めるが、文化交流などは台湾を対象に積極的に推進する。
	広域での連携の強化	①-3	広域連携による観光プロモーション	官民連携新組織	岩手県や、花巻・平泉といった周辺市町との連携による、観光プロモーションを行う。また、花巻・平泉などの周辺地域に来ている旅行客の遠野への集客を目指す。（花巻の温泉とセットの旅行商品の開発、旅館と提携した遠野のPRなど）
	販売体制や窓口の一元化	①-4	WEBサイトの充実・小規模なスポットも含めた一元的な情報発信・販売体制構築	官民連携新組織 (観光協会?)	観光協会のHPを充実させるような形で、点在する市内の観光情報・サービス（ガイド・ツアー・アクティビティ含む）、交通手段に関する情報を体系化し、一元的に発信・販売するほか、エントリーテーマを軸としたブランディングをはかる。また、HPを独立させるなど、市立博物館のコンテンツを発展させる。

### 3-6. 施策の一覧

#### ② : 滞在時間をのばしていくための周遊性の向上

方向性	アクションプラン		アクションプラン②	想定される 役割分担	アクションプランの説明
滞在時間をのば していくための 周遊性の向上	現地での案内の 強化	②-1	遠野の楽しみ方ガイド ブック（仮称）の作成	官民連携 新組織 （観光協会？）	単純に観光スポットを案内するだけでなく、観光する上での注意事項やマナー、住民とのコミュニケーションを円滑にする方言なども案内する。周遊ルートなども提示することで、周遊性の向上に寄与するものとする。
	相互送客の強化	②-2	スポットごとの相互送客の 強化	官民連携 新組織 （観光協会？）	共通入場券（パス）の拡充や、スポットでの相互案内の強化、わかりやすい案内の製作など、スポット間の相互送客を進め、観光客の市内周遊を高める。
		②-3	飲食店周遊の仕掛け づくり	官民連携 新組織 （観光協会？）	オリジナルビール（どぶろく）の飲み比べや、簡易バルなど、飲食店を巡る仕掛けを行う。
	2次交通の強化	②-4	観光ニーズに応じた2次 交通手段の強化	観光協会 （官民連携 新組織？）	季節変動、ツアーやイベントなどの需要に応じて、レンタカーや観光タクシーの強化（台数増加など）を進めるとともに、公共バスを利用した観光モデルコースなども策定する。
		②-5	レンタサイクルの強化	観光協会 （官民連携 新組織？）	新たなサイクリングコースの検討、レンタサイクルスポットの増設、新たなモビリティの導入検討など、レンタサイクルの利便性の強化を進める。

## 3-6. 施策の一覧

### ③：より上質な観光体験を提供できる観光施設のバリューアップ

方向性	アクションプラン	アクションプラン②	想定される役割分担	アクションプランの説明
より上質な観光体験を提供できる観光施設のバリューアップ (ハードの整備・強化)	施設の魅力の強化	③-1 伝承園の再構築	遠野ふるさと 商社/官	今回の構想で位置づけられたエントリーテーマでもある、カッパ(妖怪)を切り口に、伝承園を再構築する。
		③-2 ふるさと村のコンテンツの充実	遠野ふるさと 商社	ふるさと村でのファミリー層をターゲットとしたコンテンツの磨き上げを行う。(例:バケツジギスカンや魚つかみなどの自然体験の充実化、曲り家の有効活用など)
		③-3 ホップ畑の観光資源化	TBD	ホップの観光資源としての活用の可能性を高める。例えば、ホップ畑への眺望が良い場所に、イベントも可能な休憩スペース・トイレを整備するなどの検討を進める。
		③-4 物語の館のバリューアップ	TBD	遠野市の主要観光施設の一つである物語の館について、ソフト面などを中心にリニューアルの検討を行う。
	新たな観光スポットづくり	③-5 ビール醸造体験施設の整備	民	中心市街地の遊休物件などを活用して、醸造体験や試飲などを行うことができる醸造体験施設の整備を行う。
		③-6 中心市街地での回遊性を向上させるスモールビジネスの支援	TBD	中心市街地で、飲み歩きやそぞろ歩きができるように、スモールビジネス(飲食、カフェ、物販など)の立ち上げを支援する。
		③-7 古民家などによる街並みの空間演出	官	中心市街地の街並みを、観光地としての空間演出としても活用していくことができるよう保全・活用を進める。また、カッパ(妖怪)を活用した空間演出についても検討を進める。
		③-8 山地酪農の観光資源化	民	市内の山間部を利用した山地酪農を観光資源として活用する。
		③-9 高清水の観光スポット化(有料スポットとして)の検討	官/官民連携 新組織	雲海をテーマに、高清水での滞在環境の整備(有料を原則とする)、移動環境の改善について検討を進める。

## 3-6. 施策の一覧

## ④ : 遠野の魅力を活かした、観光サービスの提供

方向性	アクションプラン	アクションプラン②	想定される役割分担	アクションプランの説明
遠野の魅力を活かした、観光サービスの提供 (ソフトの強化)	食の魅力の積極的な活用	④-1 ジングスカンのブランド化	官民連携 新組織	遠野におけるジングスカン文化の発信やジングスカン・スポットの案内強化などを通じて、遠野の名物食としてのジングスカンのブランド化・知名度向上を図る。
		④-2 ビール・ホップ関連の食の開発	民	新たな醸造体験所の整備に伴い、飲食店によるオリジナルビールの開発・ノンアルコールビールなどの開発を進める。また、ビールを入り口としつつ、どぶろくやワインなど遠野の他の酒類についても観光客が楽しめるきっかけづくりを進める。
			民	ビールにあうレシピ（新たな名物料理）の開発や、加工商品（遠野の産品も活かした6次化商品）の開発を進める。
	地域の文化・資源を生かした特産物開発	④-3 伝統食の活用	民	遠野郷土食である発酵食や、冬瓜・遠野牛・ヤマメといった地域産品の積極活用を行う。（新たなレシピづくり、飲食店・旅館などでの提供、情報発信の強化など）
		④-4 エントリーテーマである“カッパ”に即した特産物の開発	民	エントリーテーマの一つであるカッパに関する特産物の開発を行なう。（商品企画、製造、資金調達、販路など）
		④-5 地域内調達率の向上	官／官民連携 新組織	飲食店での地域産品の活用の割合の向上やそれを観光客に伝えるメニューの工夫、特産物開発での地域内調達率の向上など、より地域の資源を活かすような取り組みを進める。
	④-6 生産者体験ツアー	民	ビール醸造体験などから派生させ、食に関心の高い観光客を主なターゲットとして、生産者（生産地）体験ツアーを強化する。（ワサビ、山林酪農、トマト、パドロンなど）※その他の体験やアクティビティと組み合わせることで、遠野での観光体験全体を高付加価値化させる。	

## 3-6. 施策の一覧

### ④ : 遠野の魅力を活かした、観光サービスの提供

方向性	アクションプラン		アクションプラン②	想定される役割分担	アクションプランの説明
遠野の魅力を活かした、観光サービスの提供 (ソフトの強化)	観光ガイドのバリューアップ	④-7	高付加価値型の観光ガイドの育成	民	インバウンド対応、企画商品の開発、アクティビティとの連携、(1日)フル同行型といった切り口からサービスの高付加価値化を進め、観光ガイドの単価の向上を図る。
		④-8	簡易なガイドを行える観光ガイドのDX化	官/官民連携 新組織	小規模な観光スポットを中心に標準的なガイド内容はDX化し、観光客が気軽に遠野の魅力を理解できるような仕組みづくりを行う。
	祭り・イベントの見直し	④-9	ニーズに応じた祭り・イベントの見直し	官民連携 新組織	参加者数の状況や運営体制の実態などに応じて、イベントの整理を検討する。ホップ収穫祭などニーズの高いイベントについては開催頻度を増やす、規模を拡大するなどを検討する。
		④-10	有形文化財(有形・無形)の継承	TBD	担い手が減少してきている地域の郷土芸能や祭りに観光客が参加できるアクティビティなどの仕組みを構築し、その継承を図っていく。
	オフピーク対策	④-11	冬季を中心とした観光資源の掘り起こし	官民連携 新組織/ 観光協会?	雪、ワサビなど冬季の観光素材を今まで以上に積極的に活用できるよう試行を進める。(イベントやテストツアーの開催、食材としての活用)
	教育旅行の企画販売強化	④-12	教育旅行の誘致・受入れの強化	TBD	現在の教育現場のニーズを踏まえ、地域の農林業者と連携した体験型教育旅行パッケージの企画開発、安全管理体制の整備やワンストップ窓口の確立などの受入れ体制の強化のほか、学校法人や代理店への営業を強化していく。
	ふるさと納税との連携	④-13	観光客に向けたふるさと納税品のPR	官民連携 新組織/官/ 遠野ふるさと と商社	観光客に対して、特産物等をふるさと納税品としてもPRを行う。(例えば道の駅や宿泊施設と連携、観光タクシーの車内といった移動時間でのPRなど)



### 3-6. 施策の一覧

#### ⑤ : 地域の資源を活かした特徴のある宿泊滞在環境の整備

方向性	アクションプラン		アクションプラン②	想定される役割分担	アクションプランの説明
地域の資源を活かした特徴のある宿泊滞在環境の整備	中心市街地での宿泊拠点の整備	⑤-1	中心市街地の宿泊施設の再整備	TBD	中心市街地の物件を活用し、宿泊拠点の整備を行う。 (例：まちなか分散型のホテルなど)
	こだわりの宿の活性化	⑤-2	こだわりのある宿泊拠点づくりの支援	官	既存の旅館のこだわりポイントづくりや、例えば、オーベルジュや農泊（観光客に農山漁村滞在型旅行を提供できる地域が一丸となった取り組み）など新たなこだわりの宿泊拠点づくりを支援する。
		⑤-3	情報発信の強化	官民連携 新組織	農家民宿・キャンプ場など、これまで情報発信の弱かった施設なども含めて、情報発信を強化する。

### 3-6. 施策の一覧

#### ⑥：観光を通じた、住んで誇れるまちづくり

方向性	アクションプラン		アクションプラン②	想定される役割分担	アクションプランの説明
観光を通じた、住んで誇れるまちづくり	地域環境や文化財（有形・無形）の保全	⑥-1	地域環境の保全	官	観光施設等の省エネルギー化を進める。
		⑥-2	訪問者のマナーのポジティブなマネジメント	官	遠野の楽しみ方ガイドブックの（仮称）作成 ※再掲
		⑥-3	観光による廃棄物管理の推進	官	ペットボトルの削減や、観光施設でのゴミの分別の推進など、観光による廃棄物管理を進める。
	観光客を迎え入れる環境の向上	⑥-4	災害・安全情報の提供	官	「遠野時間」などでの安全情報等の掲載を行う。
		⑥-5	地域社会との関わりづくり	官（官民連携新組織）	各地区センターが企画開催する市民イベントに関して、観光客もうまく取り込めるよう支援する。
		⑥-6	多様な受け入れ環境の整備	官	ユニバーサルデザイン、多言語化対応を推進する。
	観光を通じた関係人口の増加	⑥-7	観光客の遠野ファン化	官民連携新組織／官／でくらす	観光客が、訪問をきっかけとして遠野のファンとなり、歴史や文化、自然などの観光体験を通じて、更に地域や人との交流を深め、「交流人口」から「関係人口」として地域に関わっていただけるような取り組みを進める。

②：地域の基礎多様な「多様な」の多様な「多様な」の多様な  
3-6 施策の一覧

## 3-6. 施策の一覧

## ⑦：官民連携による観光地マネジメントの推進

方向性	アクションプラン		アクションプラン②	想定される役割分担	アクションプランの説明
官民連携による観光地マネジメントの推進	データ収集体制の構築	⑦-1	観光施策の戦略検討・モニタリングに資するデータの収集	官／官民連携新組織	①入込動向や地域内消費、観光客の満足度など、今後の観光施策の戦略検討に資するデータ、また、②観光に関する各種施策の目標数値や、地域としての経済活性化を示す目標数値などに関するデータの収集を行う。
	官民連携新組織（仮称：遠野DMO協議会）による戦略の立案・推進	⑦-2	ファクトに基づいた戦略の検討、施策の進捗状況のモニタリング	官民連携新組織	各種データの分析を踏まえて今後の観光活性化に向けた諸施策の検討、また、施策の推進状況（PDCA管理）、KPI・KGIの管理を行う。（定例的な施策推進ワーキングの開催など）
		⑦-3	プロモーション・ブランディング計画の立案	官民連携新組織	遠野市の観光に関するプロモーション・ブランディング施策の検討を行う。（一部、販促物の製作を行うなどの実行を伴うことを想定）
	遠野ファンとの関係の構築	⑦-4	観光CRMの導入の検討	官／官民連携新組織	遠野市のリピーター（ロイヤルカスタマー）との関係を構築する、遠野版CRMの仕組みについて検討を進める。
	サステナブル・ツーリズムの実施に向けた体制構築	⑦-5	サステナブル・ツーリズムの推進	TBD	持続可能な観光の推進に向けて、サステナビリティ・コーディネーターの設置や、国際基準に準拠した持続可能な観光指標「日本版持続可能な観光ガイドライン」の導入など、アセスメントチェックの手法を確立する。
	観光人材の育成	⑦-6	観光人材の確保、育成（定着）の支援	官／官民連携新組織	新たに組成される官民連携組織（仮称：遠野DMO協議会）や、既存の市内での観光拠点（組織）における人材の確保・育成を支援する仕組みを構築する（例：移住施策と連携した人材確保、市内での共通的人材育成の仕組みなど）

# 取り組みの推進体制について

①： 住民連携による副米期△△△△△△の推進

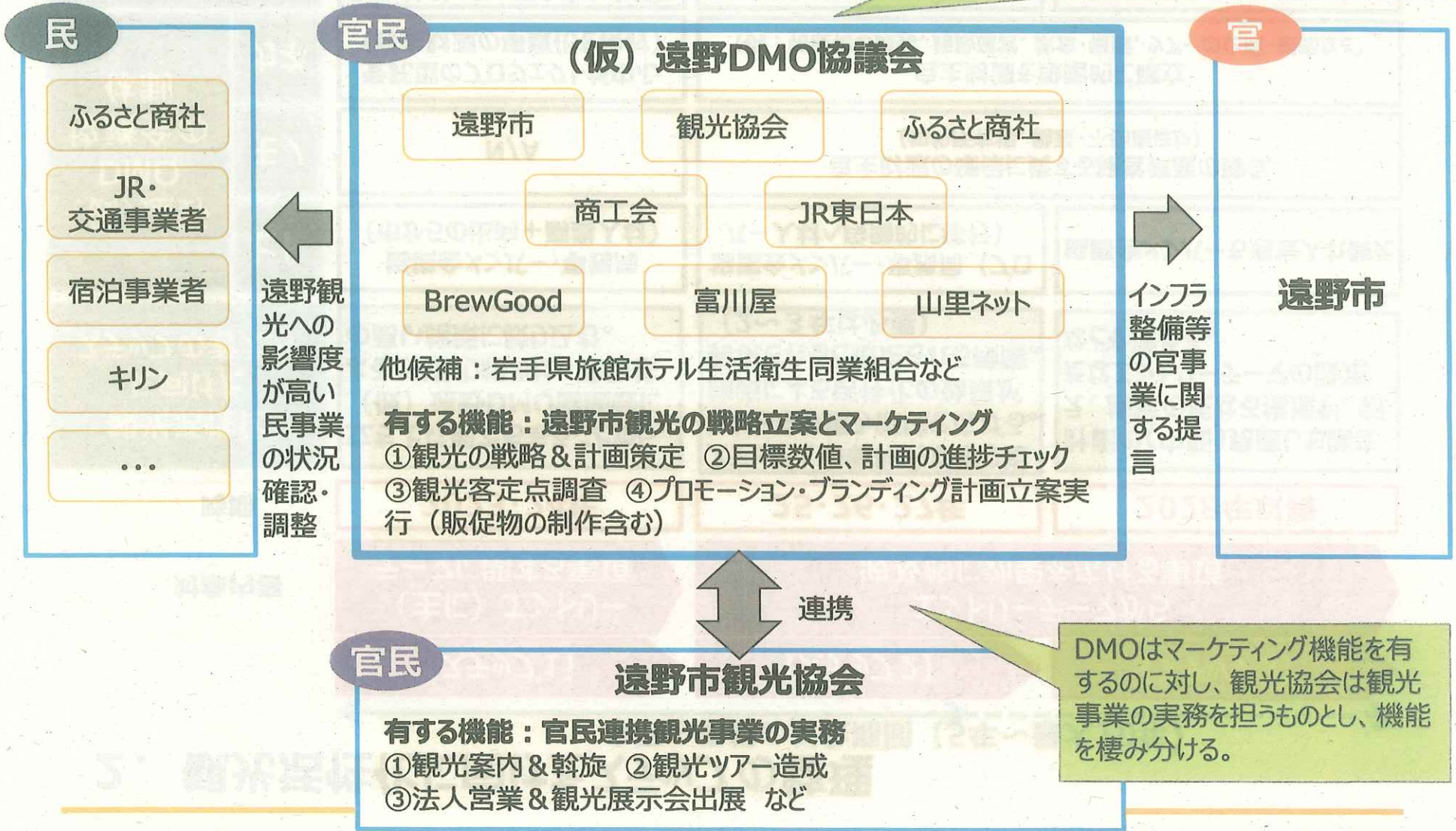
3-2 施策の一覧

キリンを削除

# 1. 新たな観光組織体制について

- **新たな官民連携組織（仮称：遠野DMO協議会）を設立し、施策の推進を図る。**

協議会参画組織は観光に関する実績を保有し、遠野市観光への影響度が高い事業者・組織とする。参画組織が多い場合は三役を選出し、そこで策定された方針を協議会メンバーで諮るものとする。なお、実務を担う事業者には一定の報酬を支払うものとする（無報酬による品質低下を妨げることが意図）。財源は当面は遠野市からの受託事業か。



## 2. 観光活性化に向けたステップの整理

今回の構想の対象期間 (5年～最大10年)

		←	→	
		【ステップ1】	【ステップ2】	【ステップ3】
対象内容		(主に) エントリーテーマに関する事項	エントリーテーマから波及的に効果を広げる事項	
時期		2023・24年	25・26・27年	2028年以降
観光活性化に向けたステップの考え方		立ち上げ期でもあることから、(仮)遠野DMO協議会によるとる取り組みは、戦略性の高い施策に絞り込む。	ステップ1の戦略的な取り組みから取り組み領域を広げる。施策による活性化の効果が発現されると想定される段階。(2～3年は必要)	計画の(中間)見直しも踏まえ、施策の更なる推進や、新たなエントリーテーマの設定などを進める。
(仮)遠野DMO協議会の体制	ヒト	協議会メンバー・事務局 (市からの出向+副業人材)	協議会メンバー・事務局 (プロパー人材へ段階的に移行)	協議会メンバーも適宜入れ替え
	モノ	N/A	自主財源の確保に資する経営資産の確保 (知的所有権、動産・不動産ほか)	
	カネ	受託型のプロジェクトが中心 (自主財源の事業化を検討)	自主財源を段階的に確立 (例: 特産物の開発、施設運営、飲食・物販、ツアーの企画・販売など)	
施策展開の考え方		①エントリーテーマの立ち上げに関すること ②(仮)遠野DMO協議会を確立させていくこと ③イベントに頼らないプロモーションの実施	①エントリーテーマの強化に関すること ②エントリーテーマ以外に効果を広げていくこと	①遠野市の観光活性化の全般に関すること ※必要に応じて、新たなエントリーテーマも検討する

### 3. 施策の推進にあたっての官民の連携について（主要施策の位置づけ）

- 官、官民連携組織、民間の役割分担のイメージとしては以下の通り。

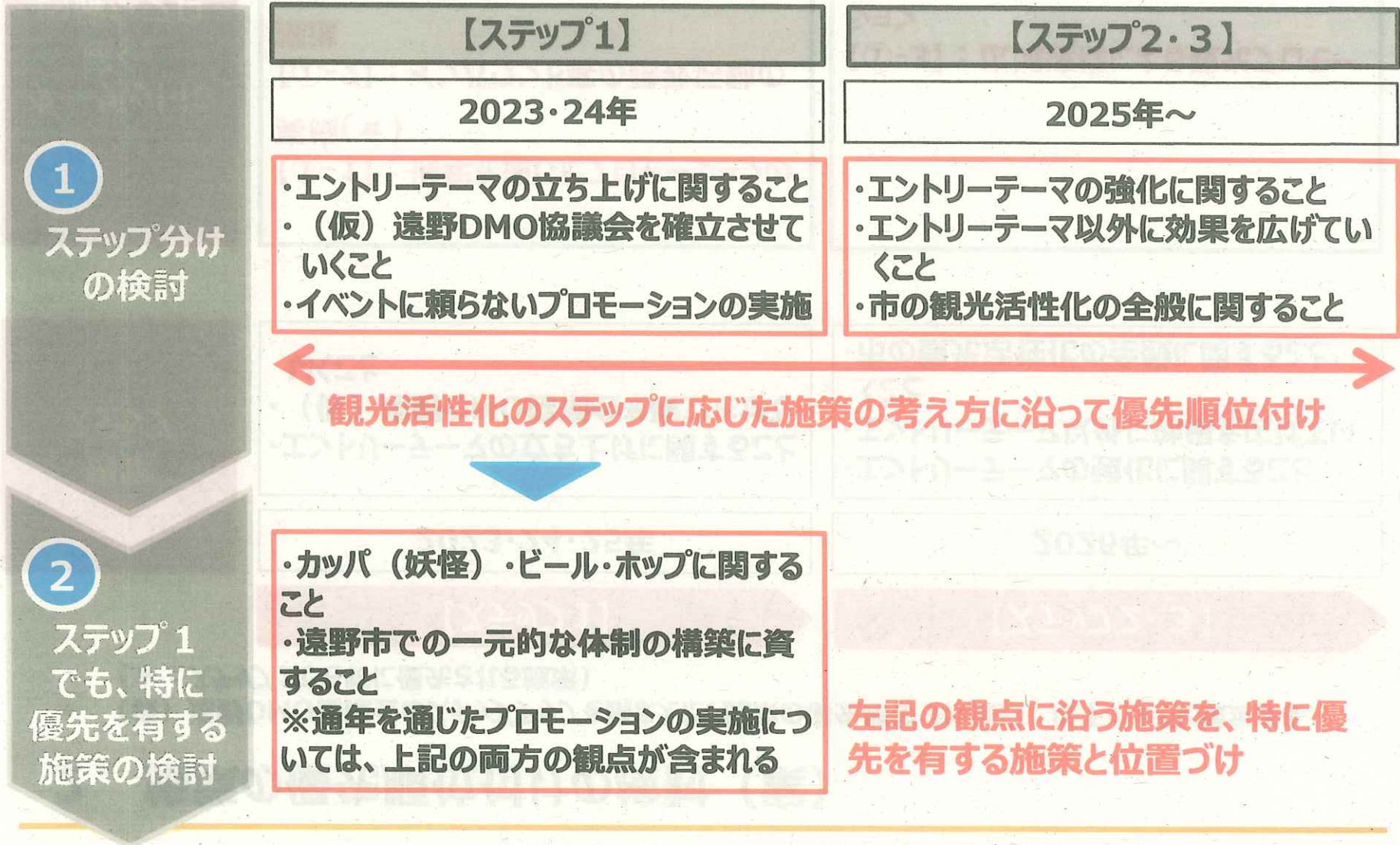
主体	趣旨	具体的な施策（例）
<p style="text-align: center;"><b>官</b> (国・県・市)</p>	<p style="text-align: center;">地域活性化の基盤 となること</p> <p style="text-align: center;">・</p> <p style="text-align: center;">公共施設などに関すること</p>	<p>例1：古民家などによる街並みの空間演出（③-7）</p> <p>例2：高清水の観光スポット化（有料スポットとして）の検討（③-9）</p> <p>例3：簡易なガイドを行える観光ガイドのDX化（④-8）</p> <p>例4：観光施策の戦略検討・モニタリングに資するデータの収集（⑦-1）</p>
<p style="text-align: center;"><b>重要</b></p> <p style="text-align: center;"><b>官民 連携</b></p>	<p style="text-align: center;">資金やノウハウに関して 公共と民間が相互に連携 すること</p> <p style="text-align: center;">・</p> <p style="text-align: center;">地域づくりに向けて 民間ノウハウの活用が 期待されること。</p>	<p>例1：通年を通じたプロモーションの実施（①-1）</p> <p>例2：WEBサイトの充実・小規模なスポットも含めた一元的な情報発信・販売体制構築（①-4）</p> <p>例3：（こだわりのある宿泊施設の）情報発信の強化（⑤-3）</p> <p>例4：ファクトに基づいた戦略の検討、施策の進捗状況のモニタリング（⑦-2）</p> <p>例5：プロモーション・ブランディング計画の立案（⑦-3）</p>
<p style="text-align: center;"><b>民</b></p>	<p style="text-align: center;">民間事業に関すること (個社の事業に関すること)</p> <p style="text-align: center;">・</p> <p style="text-align: center;">収益事業に関すること</p>	<p>例1：伝承園の再構築（③-1）</p> <p>例2：ビール醸造体験施設の整備（③-5）</p> <p>例3：ビール・ホップ関連の食の開発（④-2）</p> <p>例4：エントリーテーマである“カップ”に即した特産物の開発（④-4）</p>

# 施策の優先順位付けの検討



# 1. 施策の優先順位付けの考え方

- 施策の優先順位付けの考え方は以下の通りである。



## 2. 施策の優先順位付けの検討（案）

- (仮) 遠野DMO協議会のステップアップを踏まえた、施策の優先順位づけとして、以下のように想定する。  
(★：ステップ1でも特に優先される施策)

	【ステップ1】	【ステップ2・3】
想定 ステップ	<p>2023・24・25年</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・エントリーテーマの立ち上げに関すること</li> <li>・(仮) 遠野DMO協議会を確立させていくこと</li> </ul>	<p>2026年～</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・エントリーテーマの強化に関すること</li> <li>・エントリーテーマ以外に効果を広げていくこと</li> <li>・市の観光活性化の全般に関すること</li> </ul>
ターゲットに 届く、 的確なプロ モーション	<p>【①-1】：通年を通じたプロモーションの実施(★)</p> <p>【①-2】：インバウンド客の誘致活動の推進</p> <p>【①-4】 WEBサイトの充実・小規模なスポットも含めた一元的な情報発信・販売体制構築(★)</p>	<p>【①-3】：広域連携による観光プロモーション</p>

## 2. 施策の優先順位付けの検討（案）

- （仮）遠野DMO協議会のステップアップを踏まえた、施策の優先順位づけとして、以下のように想定する。  
（★：ステップ1でも特に優先される施策）

	【ステップ1】	【ステップ2・3】
滞在時間をのばしていくための周遊性の向上	<p>【②-1】：遠野の楽しみ方ガイドブック（仮称）の作成</p>	<p>【②-2】：スポットごとの相互送客の強化</p> <p>【②-3】：飲食店周遊の仕掛けづくり</p> <p>【②-4】：観光ニーズに応じた2次交通手段の強化</p> <p>【②-5】：レンタサイクルの強化</p>
より上質な観光体験を提供できる観光施設のバリューアップ	<p>【③-1】：伝承園の再構築（★）</p> <p>【③-2】：ふるさと村のコンテンツの充実</p> <p>【③-3】：ホップ畑の観光資源化</p> <p>【③-5】：ビール醸造体験施設の整備（★）</p> <p>【③-7】：古民家などによる街並みの空間演出</p> <p>【③-8】：山地酪農の観光資源化</p> <p>【③-9】：高清水の観光スポット化（有料スポットとして）の検討</p>	<p>【③-4】：物語の館のバリューアップ</p> <p>【③-6】：中心市街地での回遊性を向上させるスモールビジネスの支援</p>

## 2. 施策の優先順位付けの検討（案）

- (仮) 遠野DMO協議会のステップアップを踏まえた、施策の優先順位づけとして、以下のように想定する。  
 (★：ステップ1でも特に優先される施策)

	【ステップ1】	【ステップ2・3】
遠野の魅力を活かした、観光サービスの提供	<p>【④-1】：ジンギスカンのブランド化</p> <p>【④-2】：ビール・ホップ関連の食の開発(★)</p> <p>【④-4】：エントリーテーマである“カップ”に即した特産物の開発(★)</p> <p>【④-6】：生産者体験ツアー</p> <p>【④-8】：簡易なガイドを行える観光ガイドのDX化</p> <p>【④-12】：教育旅行の誘致・受入れの強化</p> <p>【④-13】：観光客に向けたふるさと納税品のPR</p>	<p>【④-3】：伝統食の活用</p> <p>【④-5】：地域内調達率の向上</p> <p>【④-7】：高付加価値型の観光ガイドの育成</p> <p>【④-9】：ニーズに応じた祭り・イベントの見直し</p> <p>【④-10】：有形文化財（有形・無形）の継承</p> <p>【④-11】：冬季を中心とした観光資源の掘り起こし</p>
地域の資源を活かした特徴のある宿泊滞在環境の整備	<p>【⑤-3】：情報発信の強化(★)</p>	<p>【⑤-1】：中心市街地の宿泊施設の再整備</p> <p>【⑤-2】：こだわりのある宿泊拠点づくりの支援</p>

## 2. 施策の優先順位付けの検討（案）

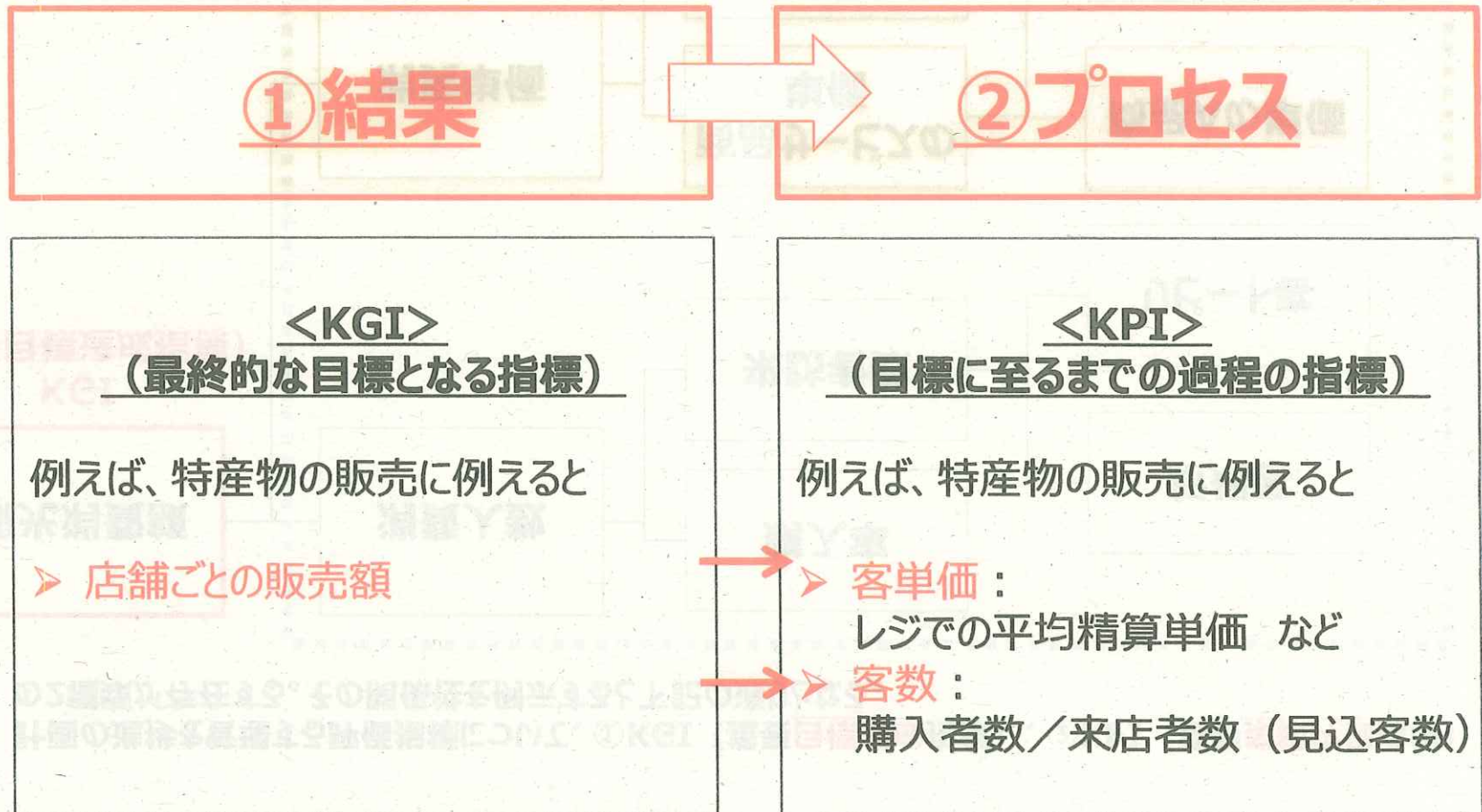
- (仮) 遠野DMO協議会のステップアップを踏まえた、施策の優先順位づけとして、以下のように想定する。  
(★：ステップ1でも特に優先される施策)

	【ステップ1】	【ステップ2・3】
観光を通じた、 住んで誇れる まちづくり	<p>【⑥-7】：観光客の遠野ファン化</p>	<p>【⑥-1】：地域環境の保全</p> <p>【⑥-2】：訪問者のマナーのポジティブなマネジメント</p> <p>【⑥-3】：観光による廃棄物管理の推進</p> <p>【⑥-4】：災害・安全情報の提供</p> <p>【⑥-5】：地域社会との関わりづくり</p> <p>【⑥-6】：多様な受け入れ環境の整備</p>
官民連携による 観光地 マネジメント の推進	<p>【⑦-1】：観光施策の戦略検討・モニタリングに資するデータの収集(★)</p> <p>【⑦-2】：ファクトに基づいた戦略の検討、施策の進捗状況のモニタリング(★)</p> <p>【⑦-3】：プロモーション・ブランディング計画の立案(★)</p>	<p>【⑦-4】：観光CRMの導入の検討</p> <p>【⑦-5】：サステイナブル・ツーリズムの推進</p> <p>【⑦-6】：観光人材の確保、育成(定着)の支援</p>

# 目標指標の設定 (KGI、KPIの設定)

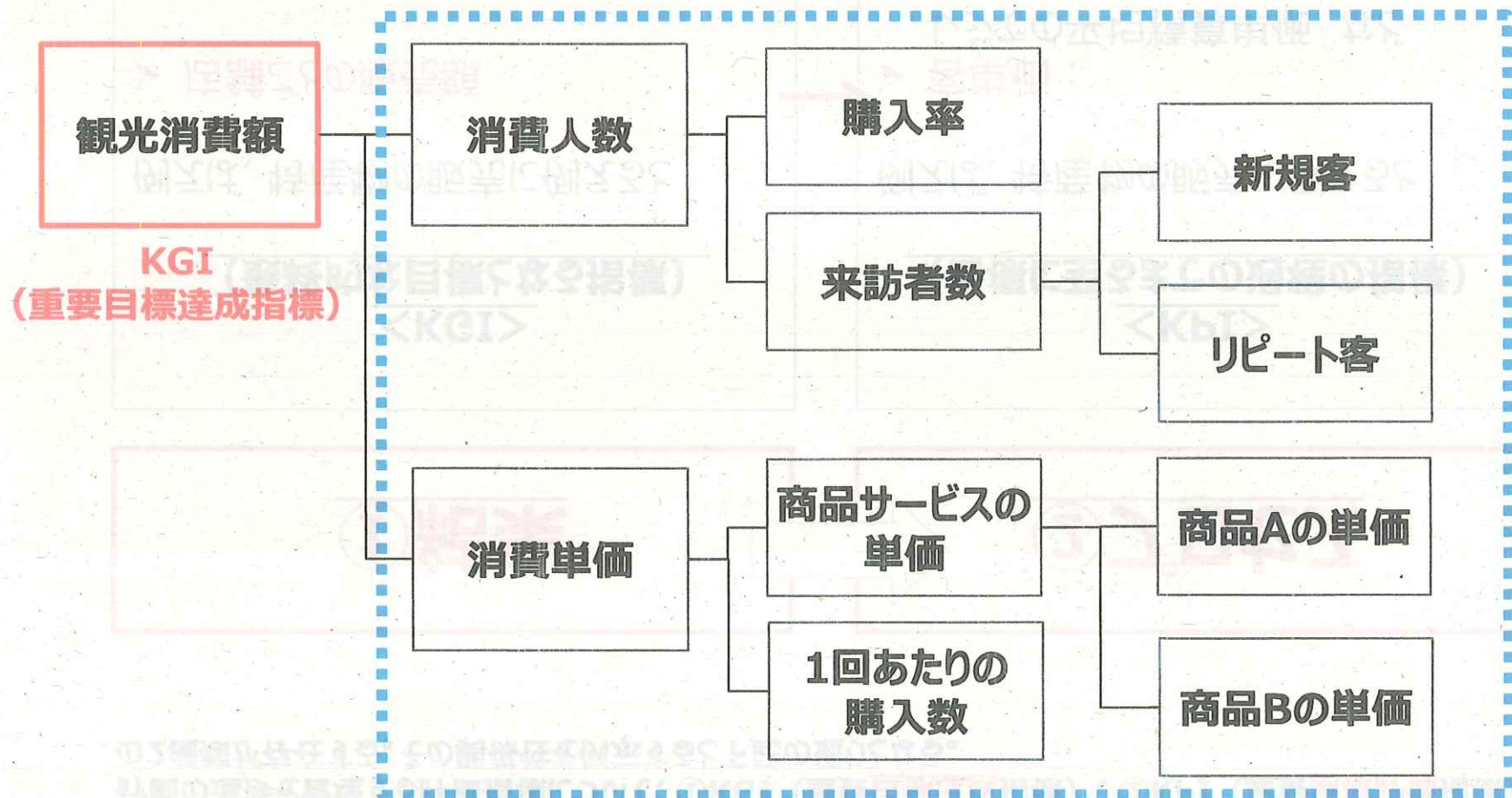
# 1. 評価指標について

- 計画の進捗を管理する評価指標について、①KGI（重要目標達成指標）、②KPI（重要業績評価指標）の2種類が存在する。その関係性を例示すると下記の通りとなる。



## 【参考】：指標の体系について

- 計画の進捗を管理する評価指標について、①KGI（重要**目標達成**指標）、②KPI（重要**業績評価**指標）の2種類が存在する。その関係性を例示すると下記の通りとなる。



このなかから、プロジェクトなどの特性に応じて  
KPI（重要業績評価指標）を設定

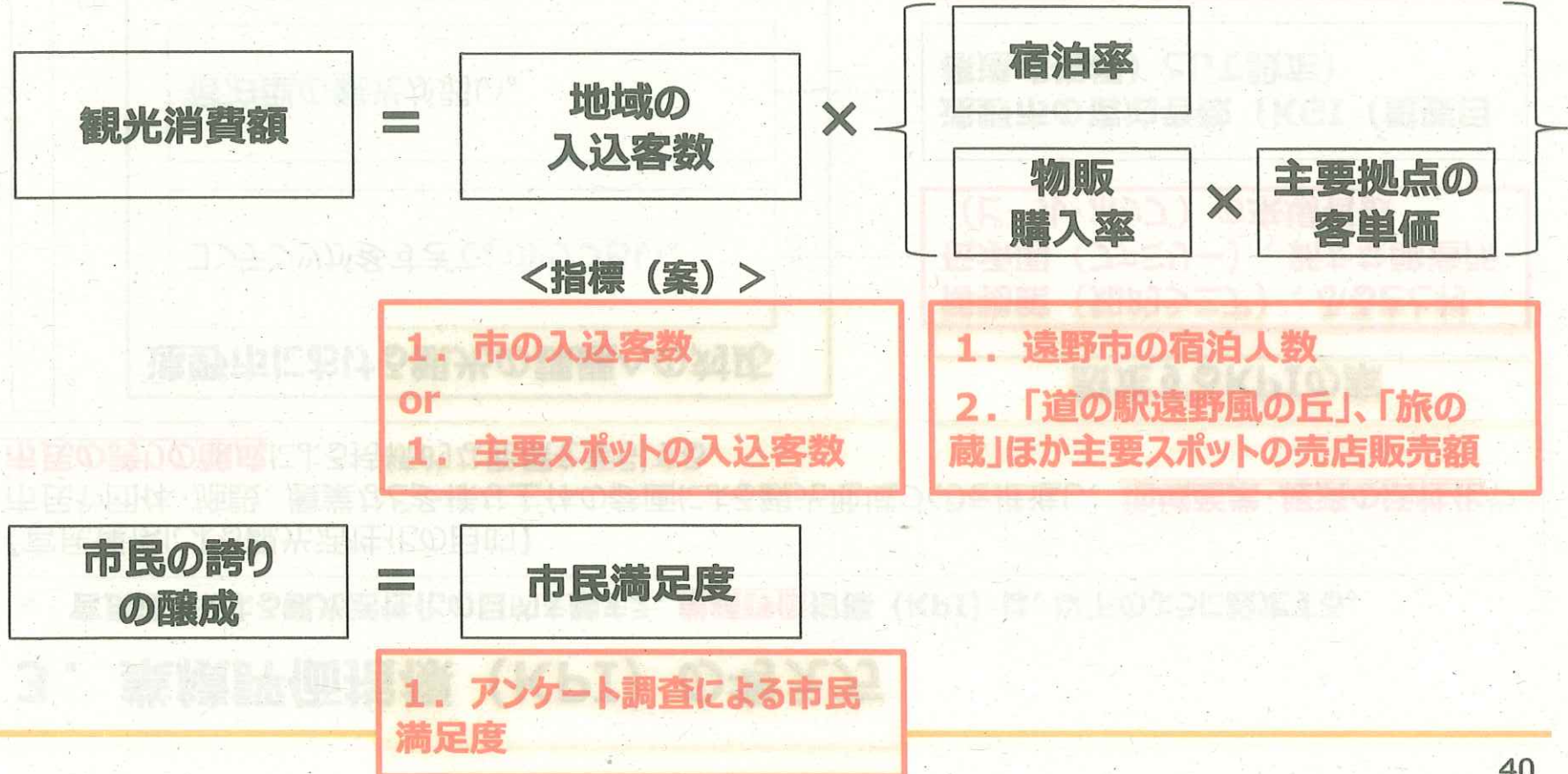
すべてのデータが取得できる に限らないため、データが取得できずとも含めて検討が必要。



## 2. 観光活性化に関する目標達成指標（KGI）の考え方

- 観光による地域の経済活性化効果の**最終目標**（特定の期間において、何をどれくらい達成するのか）として、遠野市での**観光消費額の増加**を設定する。これは、直接取得することができないため、「入込客数伸び率」×「1人当たり地域内消費額の伸び率」に分解し、それぞれ代替指標を定義することで、間接的に取得する。  
（付加価値額とは、企業の生産活動によって新たに生み出された価値のこと）
- また、観光まちづくりの観点からの指標は、市民の誇りを醸成の最終目標として、**市民満足度の向上**を設定する。

遠野市での観光活性化の目的 = 地域経済の活性化 + まちづくりの総仕上げ

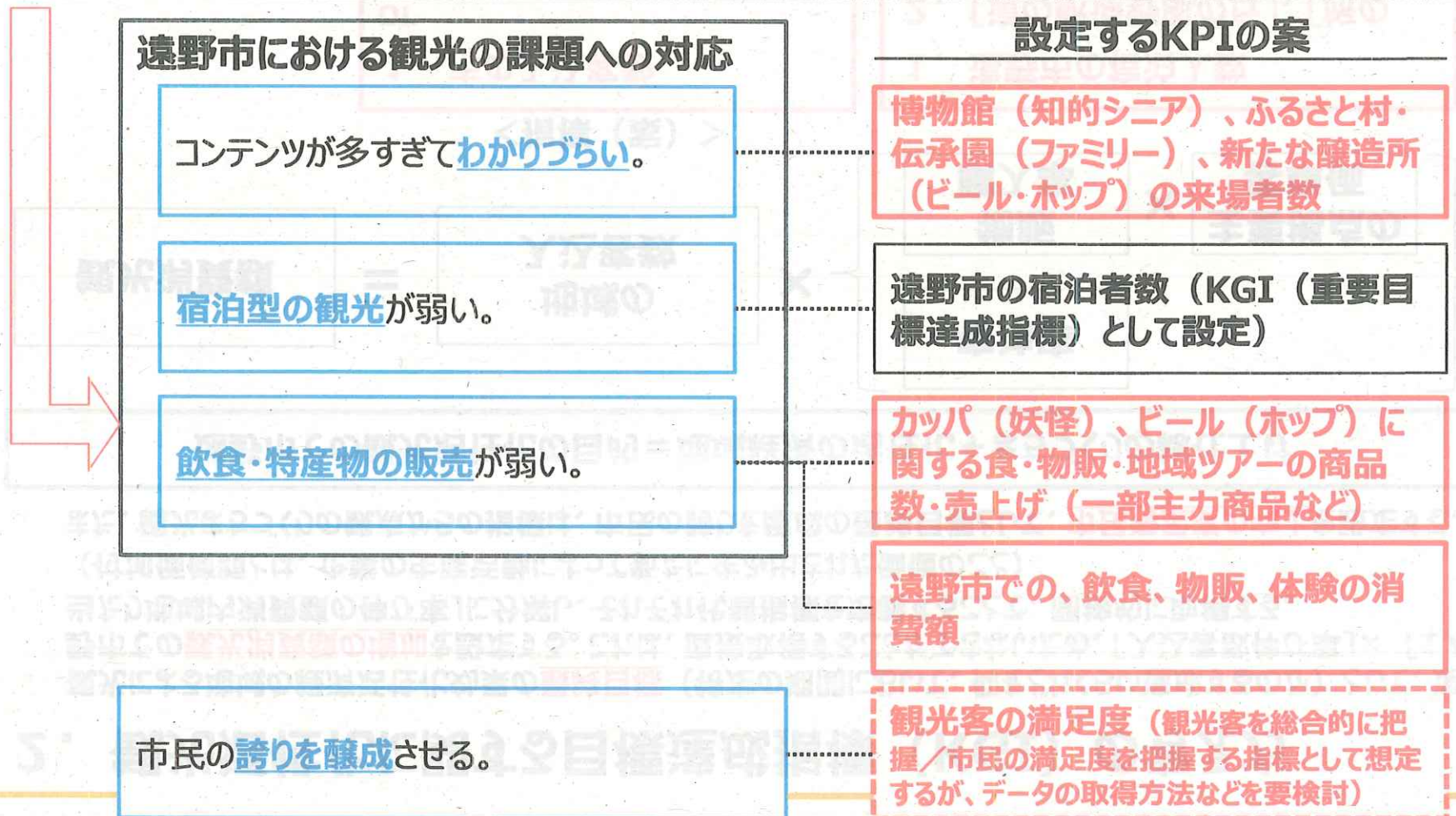


### 3. 業績評価指標（KPI）の考え方

- 官民連携による観光活性化の目的を踏まえ、業績評価指標（KPI）は、以下のように設定する。

【官民連携による観光活性化の目的】

市民や団体・施設、農業など多様な主体の参画による観光地域づくりを推進し、**地域産業・経済の活性化**や**市民の誇りの醸成**による持続的な発展を牽引する。



# 【参考】：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
<b>合計</b>	<b>34,382円</b>	<b>7,441円</b>	<b>20,337円</b>

「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者が多いことから、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

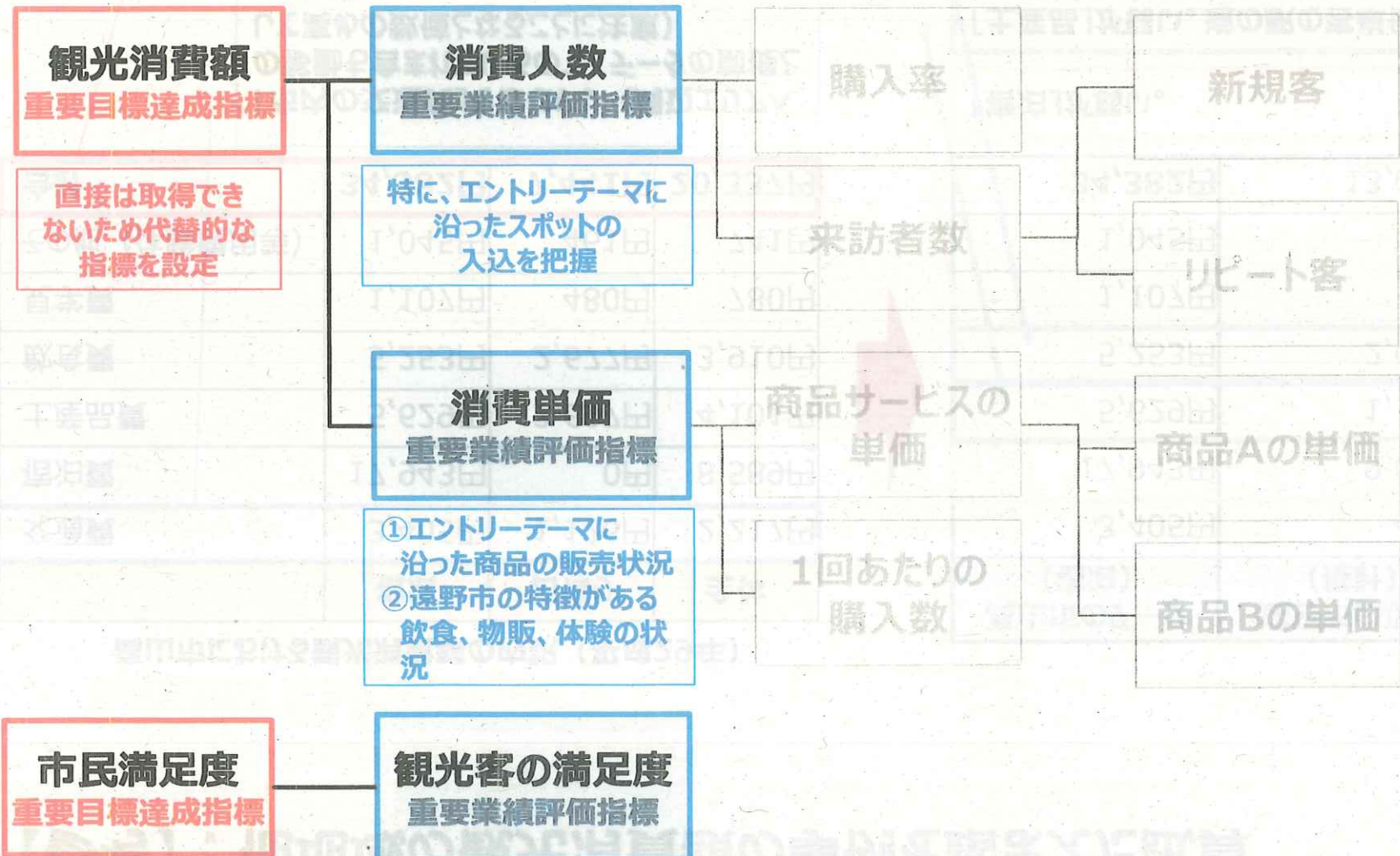
「宿泊」が弱い。

「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。

## 4. 遠野市における観光活性化に向けた指標の体系について

- 遠野市における観光活性化に向けた評価の体系は以下の通りとなる。



## 4. 目標値の設定について（案）

- それぞれの指標の目標値を以下のように設定する。

	指標	現状値	2028年の 目標値（案）	備考	
重要目標達成指標 (KGI)	市の入込客数（年）	約149.1万人	約319.8万人	現状値は、令和元年を採用。	
	遠野市の宿泊人数（年）	約7.1万人	約13.8万人	現状値は、令和元年を採用。※市内の宿泊施設の現実的なキャパシティを超える可能性あり。	
	主要スポットの売店販売額	N/A	今後検討	今後検討。	
	市民満足度	TBD	今後検討	現在の調査方法含めて、基準値（現状値）を確認の上、定める。	
重要目標達成指標 (KPI)	博物館、ふるさと村、伝承園、新たな醸造所の来場者数（年）	約8.9万人	約19.1万人	現状値は、令和元年を採用。（博物館、ふるさと村、伝承園の計）	
	カッパ、ビールに関する食・物販・地域ツアーの商品数・売上げ（一部主力商品など）	N/A	今後検討	商品開発の状況などを勘案しながら、計測方法・目標値については要検討。	
	遠野市での、消費額	飲食	N/A	今後検討	調査の設計や手法については要検討。
		物販	N/A	今後検討	
		体験	N/A	今後検討	
観光客の満足度	N/A	今後検討	調査の設計や手法によるところもあるため、今後、要検討。		

## 【参考】：目標値の算定の詳細について

- 目標値の算定は以下の通り。

	現状値	目標値
年間入込客数 (従来型の集計)	約149.1万人	約319.8万人
年間 ユニークユーザー数	約43.3万人	約65.0万人 いまより、 <u>150%多く集客する</u>
周遊スポット数	3.92	4.92 いまより、 <u>1か所多く巡ってもらう</u>
宿泊者の比率	約16.2%	約21.2% いまより、 <u>5%高める</u>
年間 宿泊者数	約7.1万人	約13.8万人

※年次の異なるデータが含まれているため、厳密性には欠けるが、目標値に到達する議論を行うために作成

## 5. データの収集体制/方策について

- 今後の観光戦略の検討やモニタリングに関する主要なデータの取得方法については、以下の通りを想定する。

### 入込 データ

官民連携組織の取り組みの的確な推進、観光にまつわる民間事業の活性化のためにも、これまでの手法に沿った観光入込客の集計とあわせて、入込のユニークユーザー数についても集計を行う。

- ①アンケートなどの手法で、入込者の周遊スポットなどを把握し、除算を行う。
- ②その際には、入込数のデータ取得スポットと、①で把握する周遊数を把握するスポットの突合に留意する。

### 観光 消費

観光客へのアンケート調査、主要スポット（例：道の駅遠野風の丘、旅の蔵などの主要スポット）での販売データの取得を行う。

### 観光客 満足度

観光客へのアンケート調査により満足度の把握を行う。将来的には、遠野版CRMなどの導入などについても検討を行うことを想定する。

### 市民 満足度

総合計画の策定の機会などをとらえて、市民満足度の把握を行う。（市民に対するアンケート調査で設問を設定するなど）

### 目標指標 (上記以外)

関係するスポットなどの協力を得て、データの取得を行う。

謝辞  
目次

謝辞  
目次

謝辞  
目次

謝辞  
目次

謝辞  
目次

謝辞  
目次

# APPENDIX



# 1. 計画の検討の前提について

## 検討の背景

昨今の旅行形態の多様化や、新型コロナウイルス感染症の蔓延によって生じた環境変化に対応した新たな観光スタイルの構築に向け、「遠野市観光推進基本構想」案及び「遠野市観光基本計画」案（以下、「基本構想等案」という。）を作成して遠野市に提案することを目的とする。

## 計画の期間

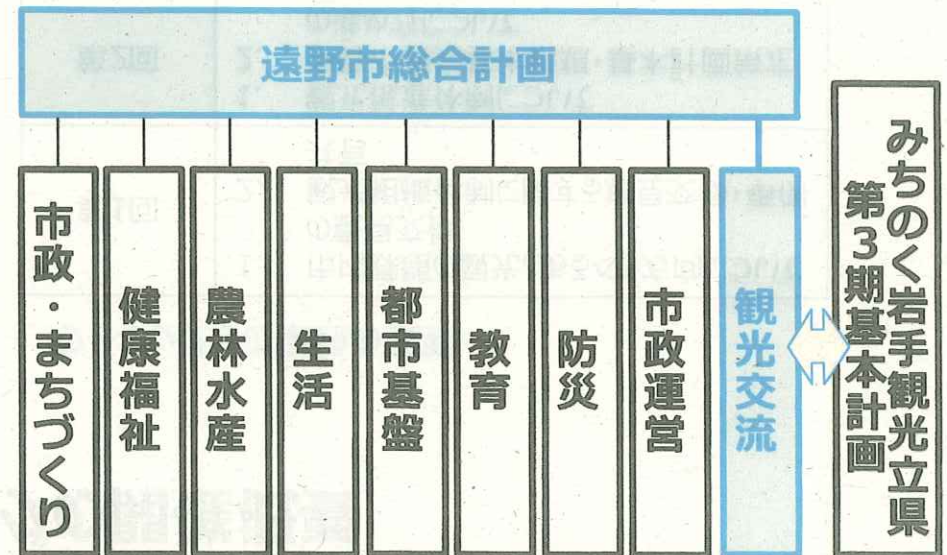
この計画の対象期間は、令和15年（2033年）度の姿を見据えつつ、令和10年（2028年）度までの5か年を基本的な対象とする。

令和10年（2028年）度以降においても、本計画の考えに沿って施策を進める場合にも、5年目の時点で中間見直しを行い、進捗状況を踏まえ、必要な修正を行うものとする。

## 計画の位置づけ

本計画は、遠野市の観光振興を進めるうえで、長期的な展望に立った目標を定める「遠野市第2次総合計画」の分野別計画として策定するものである。

この計画では、各種データ等（ファクト）に基づく、課題の整理と、将来を見通した「進むべき方向」、「進んでいくための方法」をまとめているが、個別具体のプロジェクトの達成手段については、プロジェクトごとに定めていくこととする。



## 2. 遠野の観光を考えるワーキングの開催概要

### ワーキングメンバー一覧

- 杉村 亮 (REVICディレクター／(株)遠野ふるさと商社代表取締役社長)
- 三浦 芳昌 (遠野市観光協会会長)
- 河内 正好 (遠野商工会青年部長／株式会社かわうち代表取締役)
- 田村 淳一 ((株)Brew good代表取締役)
- 富川 岳 (株式会社富川屋代表)
- 樋口 恵 (遠野商工会青年部副部長／(有)サンホビー取締役)
- 田村 隆雅 (遠野山・里・暮らしネットワーク主任コーディネータ)
- 多田 陽香 (Next Commons Lab コーディネーター)
- 荒井 明広 (遠野市観光協会事務局長)
- 阿部 順郎 (遠野市産業部長)

### ワーキングでの議題の概要

第1回	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 市内課題の観光とあるべき方向についての意見交換</li> <li>2. 観光組織体制に関する意見交換・事例共有</li> </ol>
第2回	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 観光推進体制について</li> <li>2. 遠野市観光基本構想・基本計画策定の進め方について</li> </ol>
第3回	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 遠野市における観光の現状分析について (その①)</li> </ol>
第4回	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 遠野市における観光の現状分析について (その②)</li> <li>2. 観光に関する課題の分析について</li> <li>3. コンセプト・ターゲットについて</li> </ol>
第5回	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. コンセプト・ターゲット・観光体験ストーリーについて</li> </ol>
第6回	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 取り組みの方向性について</li> <li>2. 取り組みの推進体制について</li> </ol>
第7回	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ビジョンについて</li> <li>2. 施策の優先順位付けについて</li> <li>3. KGIKPIの協議、及びデータ収集方法や目標値の検討</li> </ol>
第8回	(今後)

# 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ありません。
- 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ありません。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ありません。本資料に基づき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。

THE UNIVERSITY OF CHICAGO LIBRARY

1200 EAST 58TH STREET, CHICAGO, ILL. 60637

1980

THE UNIVERSITY OF CHICAGO LIBRARY  
1200 EAST 58TH STREET, CHICAGO, ILL. 60637  
1980

THE UNIVERSITY OF CHICAGO LIBRARY  
1200 EAST 58TH STREET, CHICAGO, ILL. 60637  
1980

UNIVERSITY OF CHICAGO

# 遠野市 観光ビジョン案


221127\_富川屋

遠野市観光ビジョン A案

語りたくなるわけがある。

物語が生まれるまち，遠野

Tono, where your tales are born.



遠野市観光ビジョン A案

語りたくなるわけがある。

物語が生まれるまち，遠野

Tono, where your tales are born.

遠野市観光ビジョン A案

語りたくなるわけがある。

物語が生まれるまち，遠野

Tono, where your tales are born.



遠野市観光ビジョン A案

語りたくなるわけがある。

物語が生まれるまち，遠野

Tono, where your tales are born.



遠野市観光ビジョン B案

こころ豊かに、くらし息づく。

ふるさと

心と自然ふれあう故郷，遠野

遠野市観光ビジョン B案

こころ豊かに、くらし息づく。

心と自然ふれあう故郷，遠野



遠野市観光ビジョン B案

こころ豊かに、くらし息づく。

心と自然ふれ合う故郷，遠野

遠野市観光ビジョン B案

こころ豊かに、くらし息づく。

心と自然ふれ合う故郷，遠野

遠野市観光ビジョン C案

こころ豊かに、くらし息づく。  
ふるさと

心と風土がふれあう故郷，遠野

遠野市観光ビジョン C案

こころ豊かに、くらし息づく。

心と風土がふれあう故郷，遠野



遠野市観光ビジョン C案



こころ豊かに、くらし息づく。

心と風土がふれ合う故郷，遠野



遠野市観光ビジョン C案

こころ豊かに、くらし息づく。

心と風土がふれ合う故郷，遠野

## その他のキーワード

- ❖ 文化創造盆地
- ❖ 物語創造盆地
- ❖ 物語発見盆地
- ❖ 物語体感盆地
- ❖ 物語体感里山
- ❖ 遠野里山体感物語
- ❖ 帰るところには語り部
- ❖ ふるさと