

八幡平市の観光振興

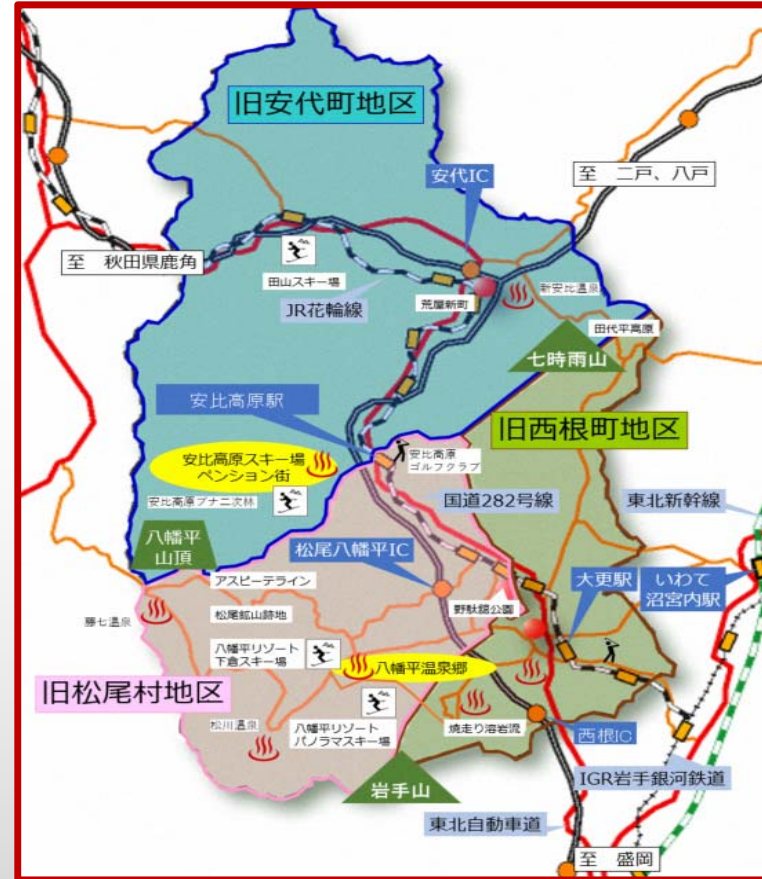
自然を未来につなぐまち NATURAL RESORT 八幡平

商工観光課観光振興係



	目次
1	観光資源
	○自然的観光資源 ○歴史的・文化的観光資源
2	観光の現状
	○各種統計資料
3	第4期八幡平市観光振興計画
	○計画期間 ○ビジョンとテーマ、アクションプラン ○アクションプランの全体像 ○計画の目標値 ○計画の推進体制
4	インバウンド回復に向けた新たな取り組み

1. 観光資源



八幡平市は、県都盛岡市の北西約30キロメートルに位置し、東は二戸市・一戸町・岩手町と、南は盛岡市・滝沢市・雫石町、西は秋田県仙北市・鹿角市と、北は青森県田子町と、それぞれ接しており、秋田県や青森県を含めた北東北3県のほぼ中心に位置しています。

○自然的観光資源



八幡平市には、十和田八幡平国立公園八幡平地域に、二つの日本百名山「岩手山」そして「八幡平」、国指定特別天然記念物「焼走り熔岩流」、新日本百名山に選ばれた「七時雨山」、秘湯「松川温泉」、日本名水百選「金沢清水」、日本の滝百選「不動の滝」等の数々の名勝、観光資源が存在します。火山の集積である八幡平では、種類豊富な高山植物や秋の紅葉が観光客を魅了しています。

○歴史的・文化的観光資源



縄文時代のストーンサークル「釜石環状列石」や、古くから牛馬放牧の証が残る「安比高原」、安比川流域に伝わる漆文化、江戸時代の物流を支えた鹿角街道、麴や酒造の発酵食品等、八幡平市の歴史を知る上で欠かせない遺産や文化は、今もなお暮らしの中に息づいています。

2. 観光の現状

八幡平市の入込客数と宿泊者数の推移

(単位：人)



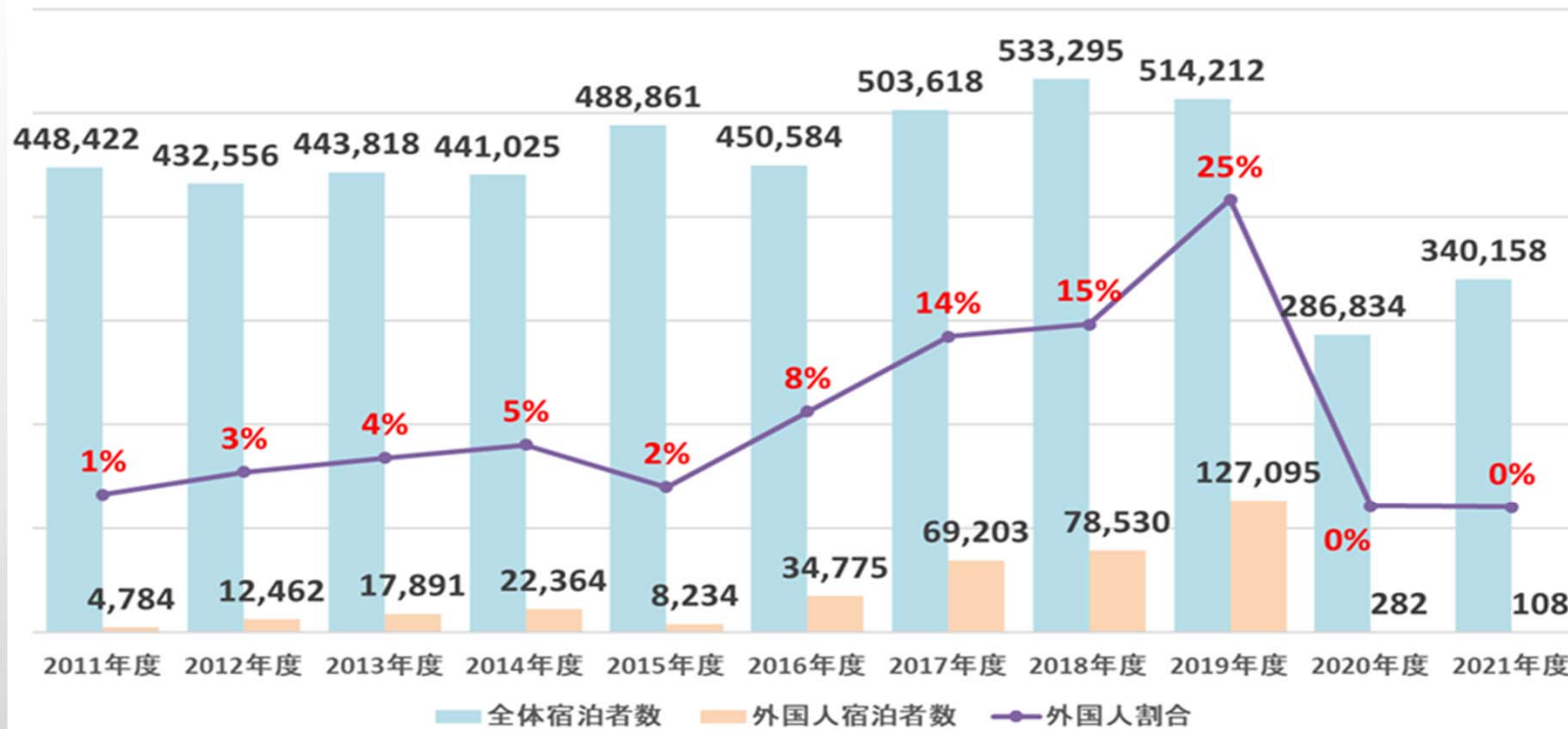
八幡平市の入込客数は令和元年度（2019年度）まで横ばい傾向ですが、宿泊者数については令和元年度（2019年度）まで県外客が増加を牽引しました。

令和2年度（2020年度）は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、入込客数、宿泊者数ともに大きく減少しました。

令和3年度（2021年度）はGo Toトラベルや岩手県民割等の支援策により、県内の宿泊者の増加につながったものの、県外客の落ち込みが大きく、大幅な宿泊者数の減少となっています。

八幡平市の宿泊者全体における外国人の割合

(単位：人、%)

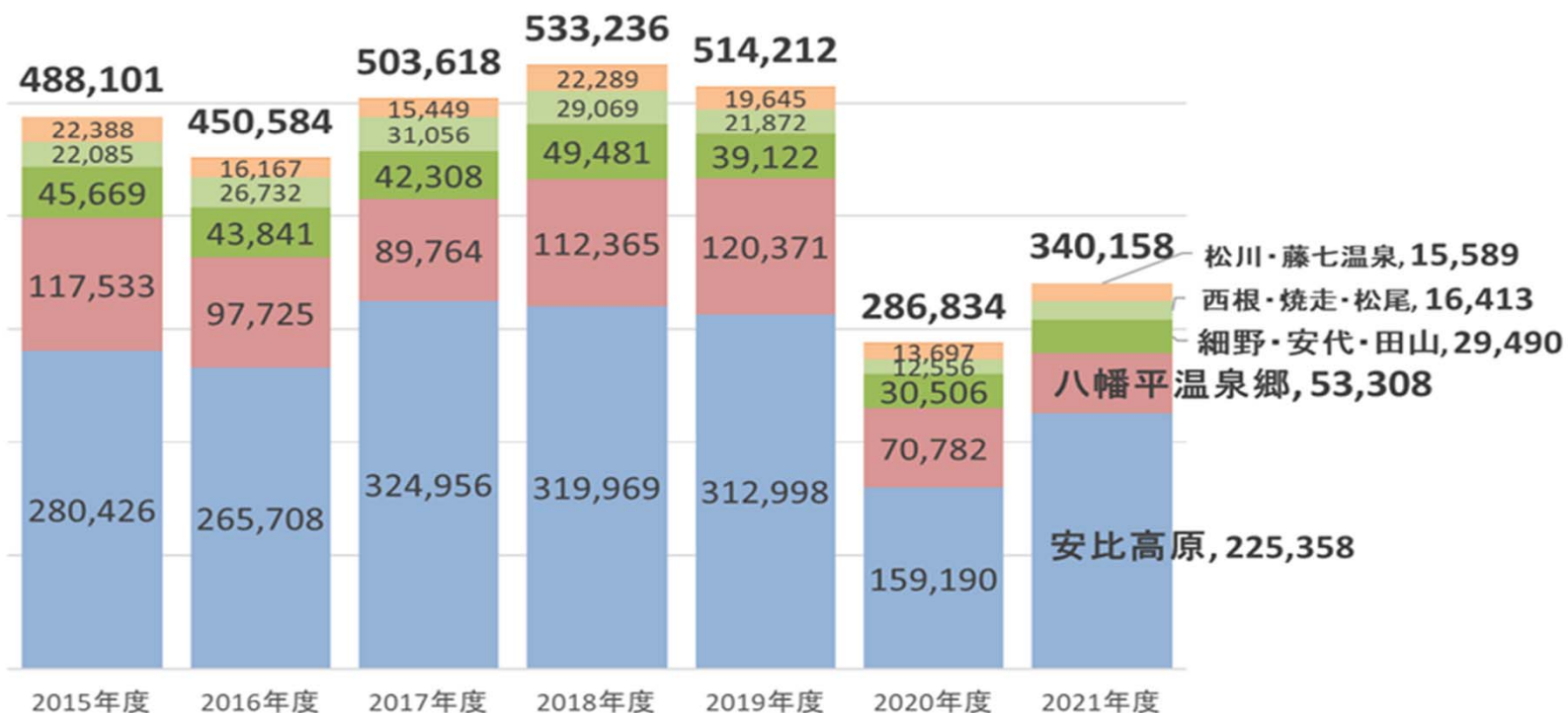


外国人宿泊者数については、平成29年度（2017年度）からは台湾からの花巻空港チャーター便、国際定期便の就航、平成30年度末（2018年度末）には上海からの国際定期便によって、大幅に増加しました。

特に令和元年度（2019年度）には宿泊者に占める外国人の割合が4人に1人を占めるまでになり、地域での存在感を増しました。しかしながら、令和2年度（2020年度）からは新型コロナウイルス感染症拡大に伴う入国制限により、外国人の入込はほぼなくなっています。

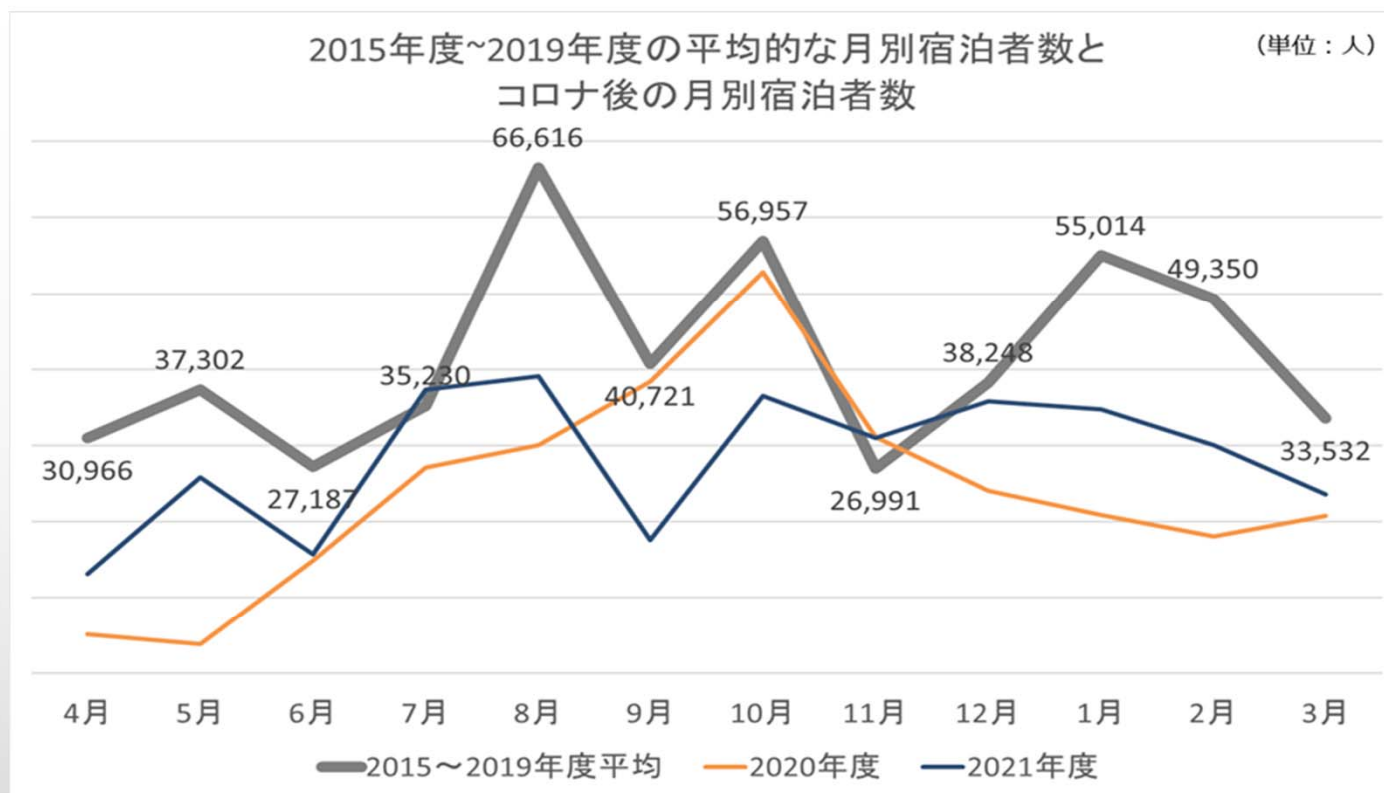
八幡平市の宿泊者の地域別の内訳

(単位：人)



宿泊者数を地域別に見ると、安比高原のシェアが約半数から6割を占め、八幡平温泉郷が2割、細野・安代・田山地区が1割で、残りが西根地区と松川地区に分かれるようなイメージです。

令和2年度末（2020年度末）に八幡平温泉郷で部屋数の多かったホテルが閉館したことに伴い、令和3年度（2021年度）では八幡平温泉郷の割合が減少し、安比高原の割合が増えています。



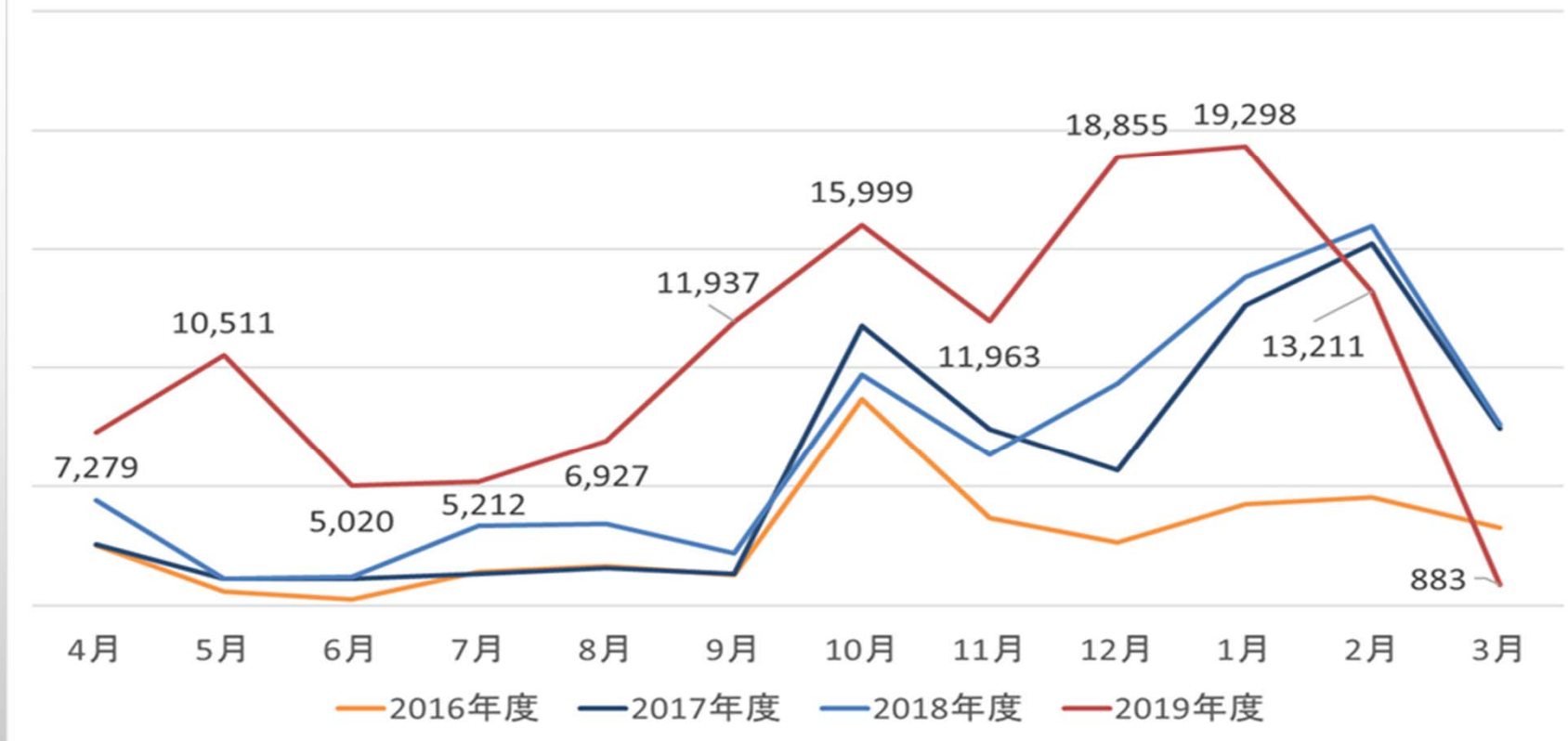
月別の国内旅行者の動向については、平成27年度（2015年度）から令和元年度（2019年度）の5か年平均を見ると、8月、10月、1月に3つのピークがあり、それ以外の閑散期との差が激しい状況です。

8月は夏休みシーズンであり、お盆休みの帰省に加えて、東北の夏祭りを巡る宿泊拠点として選ばれています。

10月は紅葉で多くのツアーが実施され、1月はスキー客で賑わいますが、4月から5月は雪の回廊、6月は八幡平ドラゴンアイ等、春から初夏にかけても見所があるものの、宿泊につながっていないことが大きな課題です。

八幡平市の月別の訪日外国人宿泊者

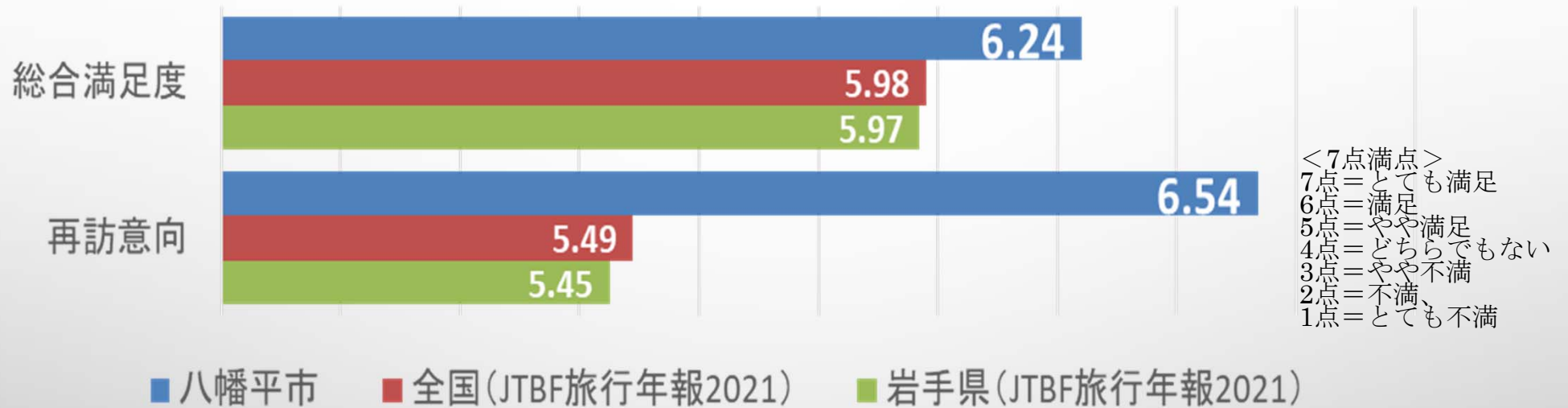
(単位：人)



月別に見た訪日外国人宿泊者の動向では、10月の紅葉と、12月から2月のスキーシーズンに多くの旅行者が訪れ、国内旅行者の動向と異なり8月はピークがありません。

令和元年度（2019年度）は5月、9月、12月にも宿泊数を大きく伸ばし、新たなピークを作るこ 10
とができていました。

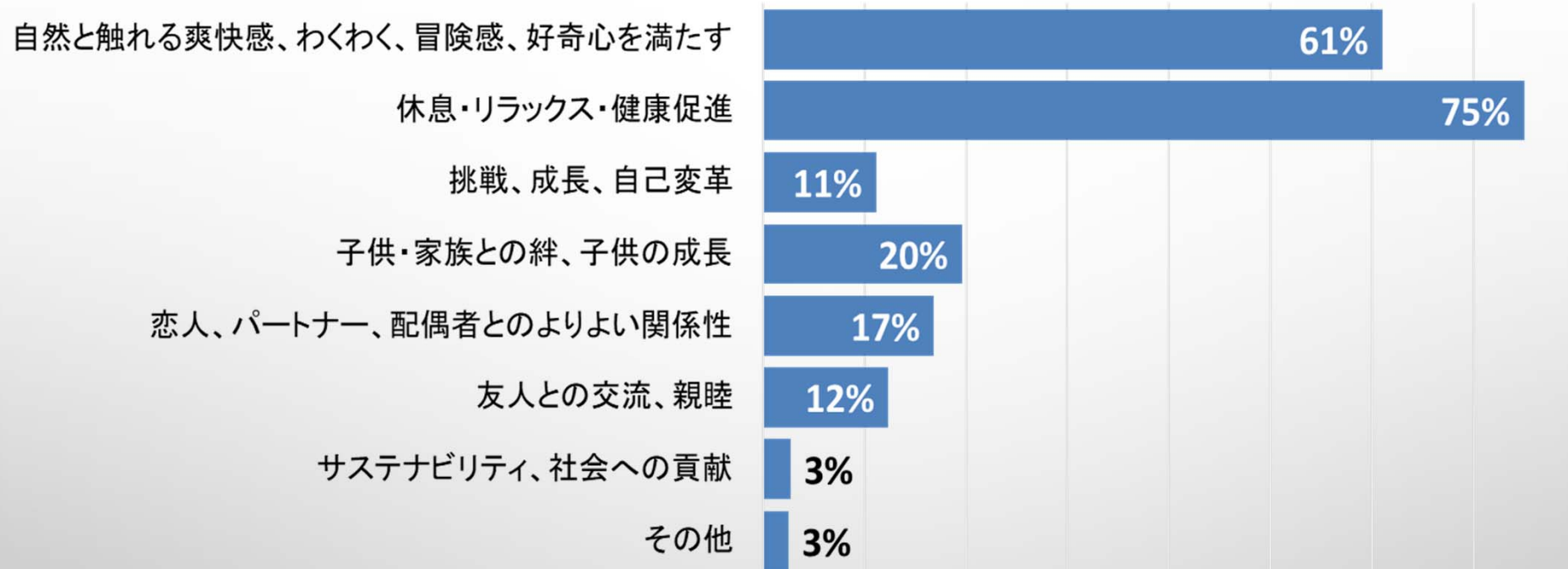
2021年12月～2022年6月の八幡平市の満足度



令和3年(2021年)12月から令和4年(2022年)6月まで八幡平市内の宿泊施設の日本人の宿泊客を対象に実施した観光満足度調査では、八幡平市内滞在の満足度は7点満点中6.24で、再訪意向は6.54でした。

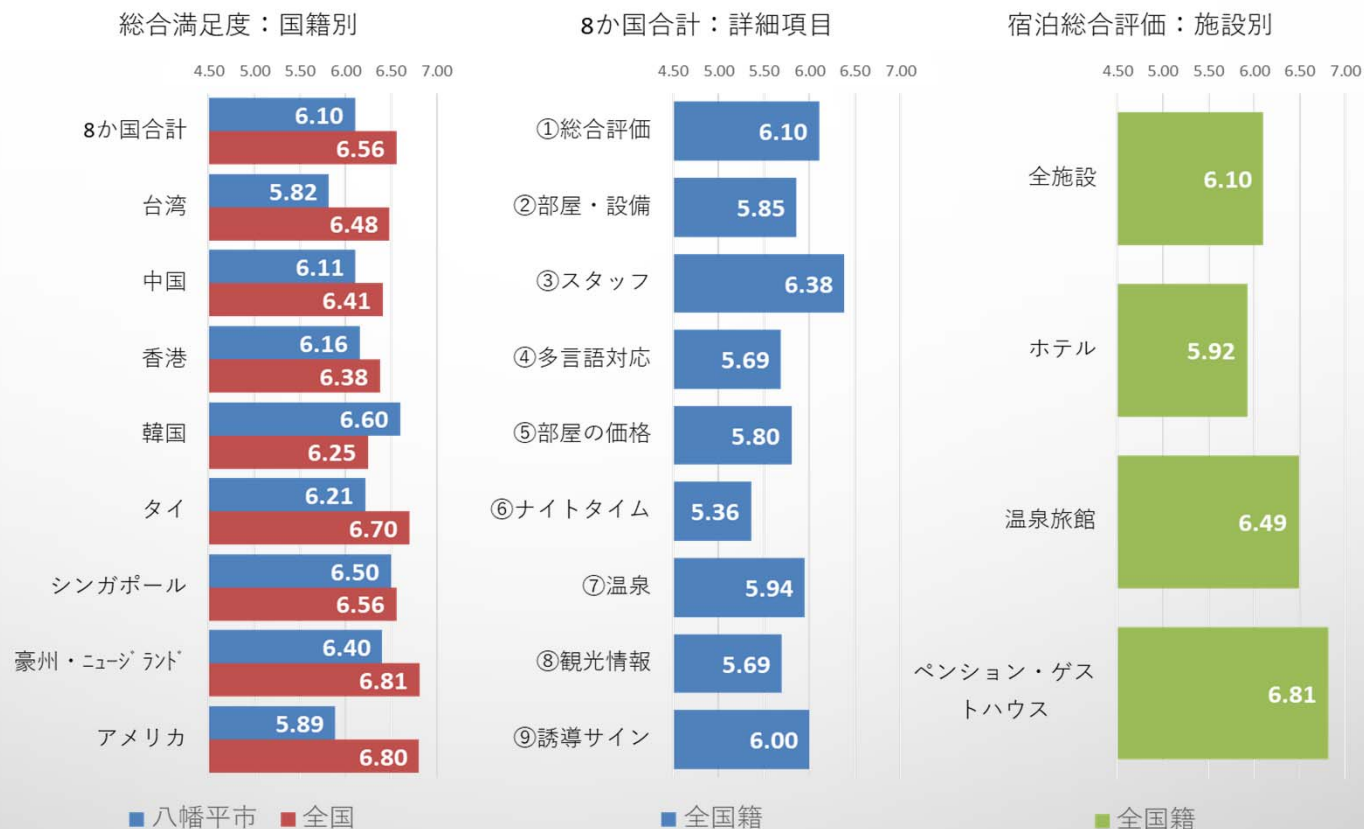
これは、令和3年度(2021年度)に公益財団法人日本交通公社が実施した日本全国調査及び岩手県の結果と比べても高い数字となっています。

八幡平・安比で得られる価値は何ですか？(複数回答可)



八幡平市で得られる価値としては休息・リラックス・健康促進が75%で一番大きく、次いで「わくわく」や冒険感、好奇心を満たすような体験となっています。スノーリゾートとしてアクティビティへ期待が高いのはもちろんですが、合わせて旅行者が休息を感じられる付加価値を提供することで、

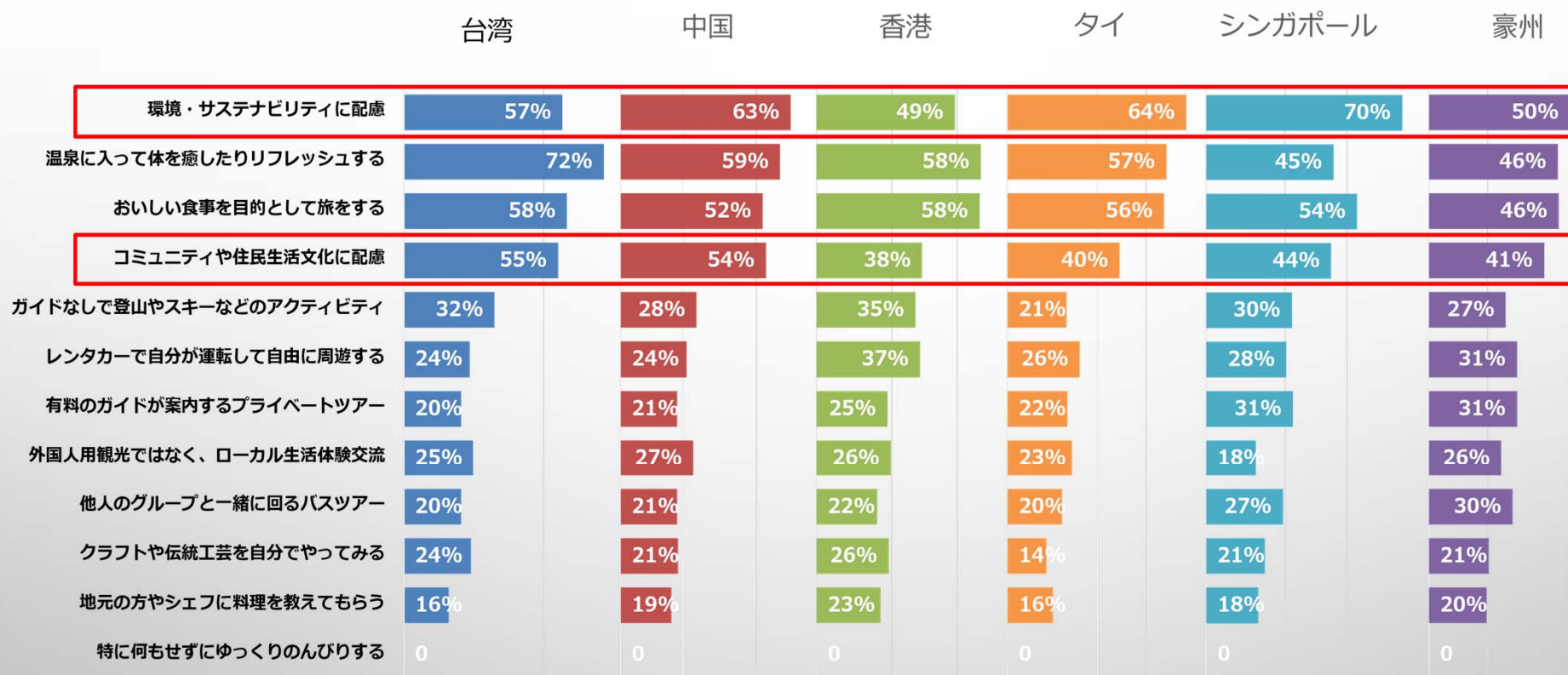
外国人観光客の満足度



訪日外国人については平成30年度（2018年度）に実施した満足度調査の結果から、八幡平市の満足度は全国平均と比較してやや下回っています。特に国籍別では台湾、豪州・ニュージーランド、アメリカが有力な国籍で満足度の差が大きい結果となっています。項目別ではナイトタイムの満足度の低さが大きな課題となっていることが明らかになりました。

施設別にみると小さい施設ほど満足度が高く、項目別でスタッフの満足度が高いことと併せて、人との¹³触れ合いが満足度の要因になっていると考えられます。

海外在住者の観光に対する意識



令和元年度（2019年度）、令和2年度（2020年度）に実施した海外在住者に対して実施した観光の意識調査では、多くの国々で、環境及び観光地のコミュニティに配慮した観光を志向していることが明らかになっており、観光分野でも地熱の活用や地域との交流を盛り込むことで、評価が高くなる可能性を示しています。

3. 第4期八幡平市観光振興計画

第2次八幡平市総合計画後期基本計画（令和3年度から7年度）

施策「おもてなしの観光による交流人口の増加」

- ・観光客を受け入れるためのプラットフォームの組織化
- ・地域と観光の融合による観光客の増加
- ・海外からの誘客に対応できる観光案内板等の整備
- ・多言語化の映像配信、SNSによる宣伝効果
- ・スポーツ合宿等の誘致を図り、合宿宿泊者の増加
- ・各種スポーツ大会、学会などの招致及び宿泊施設やスポーツ施設、さくら公園イベント広場などの市内施設を有効活用
- ・1年を通じて宿泊訪問できる態勢づくり
- ・教育旅行の誘致、体験型・参加型メニューの充実による宿泊者数増
- ・将来に観光客となり得る子どもたちの訪問の強化
- ・トレッキング、登山など自然散策を安全に楽しめるための情報発信
- ・ガイドと連携した商品づくり
- ・スノーリゾート地として、スキーのほか、雪体験、スノーシューなどの様々な体験の推進など、通年で楽しめる観光資源の整備
- ・八幡平ドラゴンアイなどの既存の観光資源の活用ほか、新たな魅力や需要を発掘
- ・観光客の満足度や消費額を高めていき、持続する観光地を目指す

八幡平市第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略 （令和2年度から6年度）

プロジェクト①観光客おもてなし体制強化プロジェクト

1. 持続可能な観光地づくりを目指す「サステイナブルツーリズム21」の実践
2. DMOを活用した調査分析と地域全体での観光戦略策定
3. 地域資源や伝統文化等を活かした感動体験メニューづくりの企画・実施
4. 学習・体験・合宿など教育旅行の誘致促進
5. 外国人観光客誘致に向けた海外プロモーション展開
6. 外国人人材を活用した観光地の魅力化と案内などの情報発信強化
7. 八幡平温泉郷の再魅力化施策の企画推進
8. ナイトタイム観光の満足度の向上とペンション等の継業推進
9. 誘客促進に向けた二次交通網の整備

市政運営の最上位計画である「第2次八幡平市総合計画後期基本計画」に掲げる「おもてなしの観光による交流人口の増加」の実現に向けた実施計画として位置付けるものです。

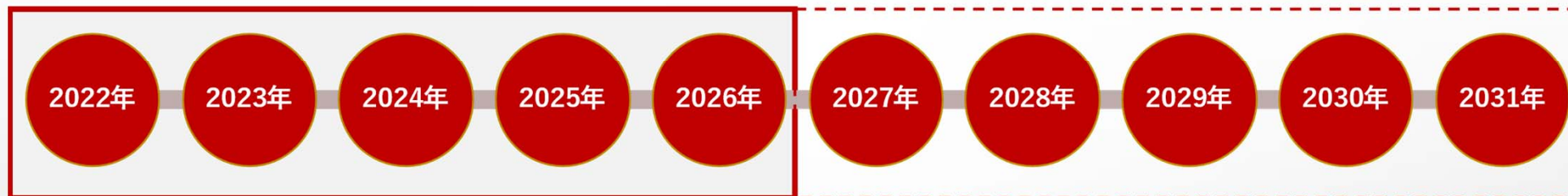
また、八幡平市第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略では、持続可能な開発目標（SDGs）と取組の関係を位置付け、本市の地熱や自然環境といった、SDGsの目標に資する持続可能資源を最大限に活用した施策を推進するものとしています。

第1期～第3期
八幡平市観光振興計画

第4期八幡平市
観光振興計画

○計画期間

計画期間



施策によっては、10年先を見据えて目標設定を実施

観光振興計画が目指している観光を通じた持続可能なまちの実現には、5年を超える長期的な取り組みを含めて、10年後、20年後を意識した計画を策定する必要があります。

そこで、本計画は令和9年（2027年）3月までの5年間に定めますが、施策によっては10年後の目標設定も行い、中長期的な視点での計画策定を行います。

また、観光振興計画は環境変化や各施策の進捗状況を踏まえ、再検討するステップを設けます。実施した取り組みを振り返り、見直しを行うことで、目標の実現のためにより効果的な計画の推進を行います。

〇ビジョンとテーマ、アクションプラン

八幡平市観光の将来像（長期的なビジョン）

日本の美しい四季と暮らし
ナショナルパーク八幡平

本計画のテーマ

自然を未来につなぐまち
Natural Resort 八幡平

八幡平市観光の将来像として「日本の美しい四季と暮らし ナショナルパーク八幡平」という長期的なビジョンを掲げました。このビジョンを引き継ぎ、実現するために、計画期間内におけるテーマと、それに基づくアクションプランを策定しました。

このテーマは、「観光を通じて実現する持続可能な八幡平市の姿を、ターゲットとなる人たち（来訪者や市民）に観光を通じてどんなことを体験してほしいか、感じてほしいかという視点で示した言葉」です。

○アクションプランの全体像

テーマを実現、体現するために、次の3つのアクションプランと9つの施策を設定しました。

I.「高めて、広げる」(豊かな自然の中で得られる刺激的・洗練された体験の拡充)

施策① 外国人観光客の受入促進

施策② 自然を楽しむアドベンチャーの推進

施策③ 国際競争力の高いスノーリゾート形成の促進

施策④ スポーツツーリズムの推進

II.「伝えて、育む」(八幡平市の歴史風土や自然環境の魅力発信と持続・発展)

施策⑤ 地熱等の資源からSDGs、サステナビリティを学ぶ

施策⑥ 地域の歴史的・文化的資源、食文化の活用

III.「つなぐ」(八幡平市観光全体を推進する取組み)

施策⑦ 豊かな観光資源を次世代につなぐ

施策⑧ 交通アクセスの拡充

施策⑨ 観光推進体制の強化

I. 「高めて、広げる」アクションプラン (豊かな自然の中で得られる刺激的・洗練された体験の拡充)

施策① 外国人観光客の受入促進

●外国人観光客の受入促進

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
外国人観光客向けのツアー販売	DMO	R4→R8	ツアー紹介数	0回	1回	2回	2回	2回	2回
海外ターゲット国への効果的な情報発信	DMO・観光協会	R4→R8	情報発信の実施 国数	3か国	3か国	3か国	5か国	6か国	7か国
海外旅行博、商談会の実施	DMO・観光協会 宿泊事業者等	R4→R8	実施件数	0件	3件	3件	5件	7件	10件

外国人観光客にとってのデスティネーション（旅の目的地）形成に向けた受入基盤整備、WEBやSNSほかデジタル技術を活用した海外向け情報発信、海外での商談会、海外インフルエンサーの活用、外国人に対応できる人材の育成等により、アフターコロナの外国人観光客から「選ばれる観光地」を目指します。

施策② 自然を楽しむアドベンチャーの推進

●トレッキングガイドの観光商品・受入基盤整備

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
50kmトレイル等ガイド付きツアーのWEB予約・販売の仕組みづくり	DMO・観光協会	R5→R6	システム構築	なし	—	—	構築完了	—	—
とびっきりな八幡平の魅力を際立たせるツアー造成・販売	DMO	R4→R8	ツアー実施数	4回	6回	6回	6回	6回	6回
プロガイドの育成・確保に向けた基盤整備	市・DMO・観光協会	R4→R8	基盤整備	なし	検討開始	—	—	—	構築完了

トレッキングガイドの利用促進や人材の確保、質の向上を目的に、八幡平山頂エリアのガイド人材の育成、WEBによるガイド予約販売の仕組みを構築し、ツアー造成や販売を実施します。

●アドベンチャーツーリズムの観光商品強化

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
北東北と連携した広域アドベンチャーツーリズムの観光商品造成・販売	DMO・観光協会	R5→R8	ツアー造成・販売数	0件	—	—	1件	1件	1件

十和田八幡平国立公園及び周辺エリアにおいては、高単価な客層に対して「自然」、「アクティビティ」、「文化体験」の3要素のうち2つ以上で構成される「アドベンチャーツーリズム」の付加価値の高い観光商品の造成と営業強化を実施します。

施策③ 国際競争力の高いスノーリゾート形成の促進

●市内スキー場のインフラ投資、DX基盤整備

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
スキー場インフラ整備の支援 (国等の予算申請を含む)	各スキー場・DMO	R4→R8	申請回数	1回	1回	1回	1回	1回	1回
CRM基盤構築(ブランディングによる八幡平ファンの獲得)	DMO・観光協会	R5→R8	システム構築	なし	—	—	—	—	構築完了

スノーリゾートを最大の武器に、インバウンドの伸びを加速させるため、ICゲート等スキー場の適切なインフラ投資、人手不足を補うDX基盤整備の推進、広域共通リフト券の展開、グリーン期の受入基盤整備等を支援することで、スキー場の魅力化を狙います。

●海外ファミリー層、富裕層向けの観光商品開発

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
ファミリー向け雪遊び観光商品の充実化	各事業者	R4→R8	コンテンツ開発数	0回	1回	1回	1回	1回	1回
スキー場×アート、テーマパーク化など 上質な価値の創出	各事業者	R4→R8	実施数	0回	1回	1回	1回	1回	1回

ハロウィンターナショナルスクール安比ジャパンの開校を経済効果の機会として、ファミリー向けコンテンツの開発や海外ファミリー層への発信、芸術とのコラボレーションといった上質なコンテンツの開発、グリーン期のコンテンツ開発等、富裕層受入に見合う価値の創出を行います。

施策④ スポーツツーリズムの推進

●スポーツツーリズムの推進

アクション	実施主体	実施年度	K P I	現状値	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
スポーツ合宿、社会人合宿の受入推進	観光協会	R 4 → R 8	誘致チーム数	1チーム	1チーム	1チーム	1チーム	1チーム	1チーム
観光資源との連携による延泊の推進 (合宿者への商品紹介)	観光協会・DMO	R 5 → R 8	紹介チーム数	なし	—	3チーム	3チーム	6チーム	6チーム

スキー場やサッカー場、ラグビー場等の施設を活用したスポーツツーリズムによる受入を推進します。また、社会人チームの誘致、観光資源との連携による延泊につながる取組みにより経済効果の拡大を狙います。

●サイクルツーリズムの振興

アクション	実施主体	実施年度	K P I	現状値	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
e-bikeを活用したMTB等ツアーの造成	DMO・各事業者	R 4 → R 8	造成数	なし	—	1ツアー	2ツアー	3ツアー	3ツアー
サイクルイベント・ツーリング大会等の誘致	市・観光協会・DMO	R 4 → R 8	大会数	1大会	1大会	1大会	1大会	1大会	1大会
サイクル・ツーリングコースの情報発信	観光協会・DMO	R 4 → R 8	情報発信の実施 国数	なし	—	1か国	1か国	2か国	3か国

八幡平アスピーテラインや岩手山パノラマライン等、景観に優れたルートを活用し、八幡平ヒルクライム大会の実施や、e-bikeを活用したライドツアーを造成します。また、国内外に八幡平サイクル

Ⅱ. 「伝えて、育む」アクションプラン (八幡平市の歴史風土や自然環境の魅力発信と持続・発展)

施策⑤ 地熱等の資源からSDGs サステナビリティを学ぶ

●地熱、松尾鉱山等を活用した教育旅行、企業研修の推進

アクション	実施主体	実施年度	K P I	現状値	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
SGDs教育旅行のプラン造成・情報発信、受入の支援	観光協会	R 4 → R 8	教育旅行の新規誘致数	0校	2校	4校	6校	8校	10校
高単価な企業研修受入の推進	DMO	R 4 → R 8	企業研修の新規誘致数	0社	1社	2社	3社	4社	5社

地熱発電所による地熱資源を活用した農業や地熱蒸気を使った地熱染め、安比高原の中のまきばの野芝の再生活動等、サステナブルな取組みを生かして、教育旅行や企業研修誘致の取組みを推進し、閑散期の集客を目指します。

施策⑥ 地域の歴史的・文化的資源、食文化の活用

●食の体験コンテンツ強化

アクション	実施主体	実施年度	K P I	現状値	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
食材情報のプラットフォーム整備	観光協会・DMO	R 5 → R 8	食材情報WEBページ構築	なし	—	—	—	—	構築完了
アグリツーリズムをテーマにした周遊プラン等商品開発	各事業者・DMO	R 5 → R 8	新規事業数	0件	—	—	1件	1件	2件

地域食材の活用や食の体験コンテンツの提供を推進し、観光客の満足度向上につなげ、アグリツーリズムをテーマとした食や農の体験プラン造成、食材情報プラットフォームの整備を通じ、農（みのり）²³の観光コンテンツ化を目指します。

Ⅲ. 「つなぐ」アクションプラン (八幡平市観光全体を推進する取組み)

施策⑦ 豊かな観光資源を次世代につなぐ

●観光資源の保全

アクション	実施主体	実施年度	K P I	現状値	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
自然保全・環境問題の取組み	市・観光協会	R 4 → R 8	実施回数	1回	1回	1回	2回	2回	2回
関係機関との連携	市・関係機関	R 4 → R 8	連携団体数	0団体	1団体	1団体	2団体	2団体	3団体

貴重な観光資源の喪失を防ぐため、市民や観光関係事業者を中心に、観光資源の維持・保全に係る取組みや民間資金を募るクラウドファンディング等による資金調達を検討します。

また、これまでの活動を支援し、次世代に観光資源を引き継ぐ活動に取り組んでいきます。

施策⑧ 交通アクセスの拡充

●交通アクセスの拡大・改良

アクション	実施主体	実施年度	K P I	現状値	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
市内バス運行の効率化（岩手山SAバス停設置、コミュニティバス利用等）	市	R 4 → R 8	新たな運行構築	なし	—	—	—	—	構築完了
電気バス・EV車等の新たな移動手段の導入	市	R 4 → R 8	EV車の導入台数	0台	—	—	—	—	1台
自家用有償運送・ガイドによる観光客送迎の実施とエリア拡大	市・関係機関	R 4 → R 8	実施エリア数	なし	—	1エリア	1エリア	2エリア	2エリア

観光需要に配慮したコミュニティバスの利用検討と電気バスやEV車等の導入の推進、自家用有償運送等の新たな移動手段の検討と岩手山サービスエリアのバス停設置を通じ、観光客のアクセス向上を²⁴目指します。

施策⑨ 観光推進体制の強化

●観光推進体制の強化

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
観光地域づくり法人 (観光プラットフォーム)の体制強化	市	R4→R8	協議会実施回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回
ファンコミュニティの形成	DMO・観光協会	R4→R8	ファン数	0人	—	—	—	—	10,000人

市観光協議会や市観光振興審議会と連携し、計画のPDCAを推進し、進捗状況を評価や検証する体制を強化します。さらに、観光経営人材育成や観光施策財源確保に向けた検討を行います。

また、関係人口、交流人口の増加につながる、ファンコミュニティの仕組みづくりを構築します。

○計画の目標値

観光振興計画では、重要目標達成指標（KGI）と重要業績評価指標（KPI）をそれぞれ以下のとおり設定し、KGIは本計画で実現を目指す本市の観光の姿を表す指標を設定します。

KPIはアクションプランごとに成果を測る指標を設定し、その検証を1年ごとに行い、目標に対する進捗状況と成果を可視化することによって、必要に応じて計画の更新を行い、より効果的な施策の実行につなげます。

① 旅行支出額

項目	令和元年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
日本人観光消費額	-	39億円	44億円	47億円	50億円	56億円	61億円
消費額 (1人当たり)	-	25,560円	26,000円	26,500円	27,000円	27,500円	28,000円
訪日外国人観光消費額	53億円	-	8億円	30億円	56億円	78億円	97億円
消費額 (1人当たり)	41,027円	-	42,000円	42,500円	43,000円	43,500円	44,000円

観光による地域経済の好循環を生み出すため、地域の稼ぐ力を高めることを目標とし、旅行支出額を指標とします。

② 旅行者数（観光入込客数等）

項目	令和元年度 (基準値)	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
観光入込客数	1,879千人回	1,700千人回	1,850千人回	2,000千人回	2,200千人回	2,400千人回
延べ宿泊客数	514千人回	400千人回	450千人回	520千人回	560千人回	600千人回
外国人観光客入込数	129,476人回	20,000人回	70,000人回	130,000人回	180,000人回	220,000人回
教育旅行者数	24,529人回	15,000人回	18,000人回	22,000人回	26,000人回	28,000人回
スポーツ関係宿泊数	16,374人	16,000人	17,000人	18,000人	20,000人	22,000人

ターゲット像でも示したとおり、従来の観光客層へのアプローチだけでなく、新たなターゲットの取り込みを含む、誘客の促進を目指します。

③ リピーター率・再訪意向

項目		令和元年度 (基準値)	令和3年 12月～ 4年6月	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
リピーター率	日本人	-	83%	82%	81%	80%	80%
	外国人	89%	-	84%	82%	80%	80%
再訪意向 (7点満点※)	日本人	-	6.54	6.55	6.56	6.58	6.6
	外国人	5.82	-	5.9	6.1	6.3	6.6

計画の要点の一つでもある関係人口の増大を目標とし、リピーター、新規来訪者それぞれへアプローチすることを目指します。

リピーター率は日本人で**83%**で、外国人で**89%**と高い傾向があり、新規顧客の獲得とのバランスを考慮して、**80%**程度を維持することを狙います。

④ 来訪者満足度

項目		令和元年度 (基準値)	令和3年 12月～ 4年6月	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
総合満足度	日本人	-	6.24	6.25	6.26	6.28	6.3
(7点満点※)	外国人	6.1	-	6.15	6.2	6.4	6.6

7点＝とても満足、6点＝満足、5点＝やや満足、4点＝どちらでもない、3点＝やや不満、2点＝不満、1点＝とても不満

総合満足度は他の地域と比べて相対的に高い数値となっておりますが、項目ごとの満足度にばらつきがある状況です。来訪の意向を高めてもらうため、一層の観光の質の向上を目指します。

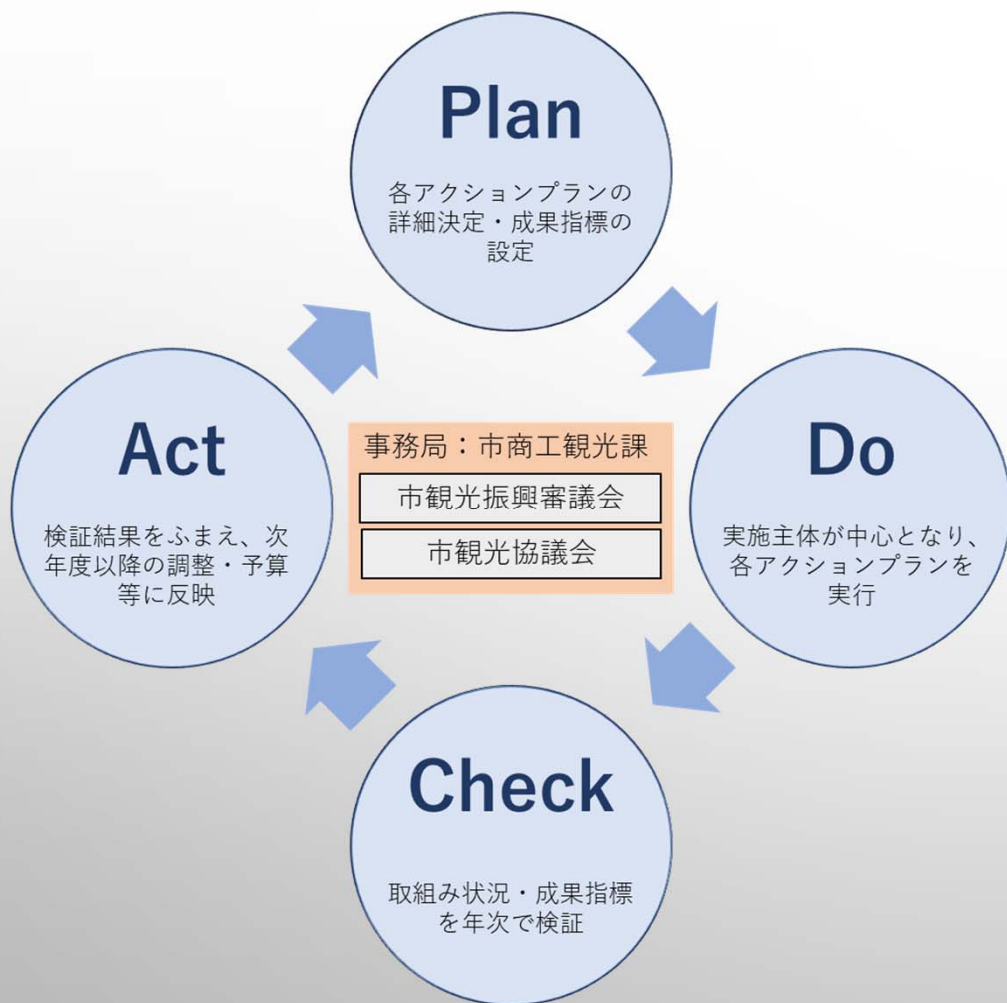
⑤ 観光資源に対する認知率（市民）

持続可能な観光地域づくりを目指すうえで重要となる、市民の観光に対する関心の向上を目指し、観光の取組みに対する認知度の向上を図ります。

⑥ 観光への関与意向（市民）

地域の方々の観光に対する認知、関心向上だけではなく、人材育成も重要な観点となります。市民一人ひとりが気軽に観光に携われる環境、仕組みづくりを目指します。

○計画の推進体制




目標を達成するためにはPDCAサイクルに基づく計画、アクションプランの実行、評価と検証、改善が不可欠です。

事務局を務める市商工観光課は、市観光振興審議会や市観光協議会等と連携し、計画の進捗状況を評価と検証する体制を構築します。

観光庁が推進する持続可能な観光の視点からも、地域がメリットを実感できるよう総合的な取組みの重要性が強調されており、観光振興計画では、これらの視点を取り入れ、多様な関係者同士の連携や市全体として取り組むべき仕組みづくりを推進します。

4. インバウンド回復に向けた新たな取り組み

観光庁では、今後のインバウンドの本格的な回復を見据え、消費額増加、地方への誘客をより重視するという観点から、訪日旅行における消費単価が高い傾向にある高付加価値旅行者の地方への誘客を促進する目的で「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり モデル観光地」に八幡平エリアが選定されました。



国土交通省
観光庁
Japan Tourism Agency Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

Press Release

令和 5 年 3 月 28 日
観 光 庁

**高付加価値旅行者の誘客に向けて集中的な支援等を行う
モデル観光地 11 地域を選定しました**
～地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業～

観光庁では、今後のインバウンドの本格的な回復を見据え、消費額増加、地方への誘客をより重視するという観点から、訪日旅行における消費単価が高い傾向にある高付加価値旅行者の地方への誘客を促進することとしています。

この度、令和 4 年 8 月 19 日付で公募を行った「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり モデル観光地」について、総合的な施策を集中的に講じるモデル観光地を選定しましたので、お知らせします。

【1. 事業概要】

訪日外国人旅行者は2019年に3千万人を超えていたものの、訪日外国人旅行消費額は4.8兆円（2020年目標8兆円）であり、取組の強化が必要です。

いわゆる高付加価値旅行者¹は、訪日外国人旅行者全体の約1%（29万人）に過ぎないものの、消費額の約11.5%（5,523億）を占めていました。ただし、大都市圏での買物消費等が多く、地方での消費が少ないことから、地方への誘客を促進することにより、地方創生へ貢献することが期待されます。

このため、昨年5月に高付加価値旅行者の地方への誘客に必要な課題や取組を、ウリ（高付加価値旅行者のニーズを満たす滞在価値）、ヤド、ヒト（地方への送客、ガイド、ホスピタリティ）、コネ（海外高付加価値層とのネットワーク、情報発信）+アシの5つの観点から、「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりアクションプラン」として取りまとめました。

この度、本アクションプランに基づく集中的な支援を実施する「モデル観光地」を決定しましたので、お知らせします。

【2. 選定されたモデル観光地】

計 11 地域（別紙 1 参照）

【お問合せ先】
観光庁 国際観光部 国際観光課
担当：佐藤、櫻木、曾我
代表：03-5253-8111（内線：27-402、27-412）直通：03-5253-8923
メールアドレス：hqt-luxury-jta@mlit.go.jp
注：メール送信の際は「★」記号を「@」記号に置き換えてください。

¹ 滞在消費 100 万円以上/人の訪日外国人旅行者

地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり
モデル観光地 11 地域



