

第4期
八幡平市観光振興計画

令和4年8月
令和5年6月改定
八幡平市

目 次

第1章 目的と基本的な方針	
1-1) 実現したい八幡平市の姿	1
1-2) 計画の要点	2
1-3) ターゲット像の設定	3
第2章 第3期観光振興計画の総括	
2-1) これまでの取組み	4
2-2) 成果と課題	5
第3章 観光の現状と課題	
3-1) 近年の傾向	10
3-2) 観光資源	23
第4章 目標値と施策体系	
4-1) 計画策定のプロセス	27
4-2) 計画の位置づけ	28
4-3) 計画期間	29
4-4) 目標値	30
4-5) 計画の推進体制	33
第5章 ビジョンとテーマ、アクションプラン	
5-1) 本計画のビジョンとテーマ	34
5-2) アクションプランの全体像	36
5-3) アクションプラン詳細	38
<参考資料>	
計画策定の経過	47
八幡平市観光振興審議会名簿	48
八幡平市観光協議会構成名簿	49
策定検討・若手会議名簿	50

第1章 目的と基本的な方針

1-1) 実現したい八幡平市の姿

本市の観光振興については、平成29年度（2017年度）に令和3年度（2021年度）までの5カ年を目標とする「第3期八幡平市観光振興計画」を策定し、「日本の美しい四季と暮らしナショナルパーク八幡平」を将来ビジョンに掲げ、8つのアクションプランを重点に置き、観光振興における取組みを推進してきました。

平成30年（2018年）5月には、観光旅行者の価値観やニーズの多様化等の変化に的確に対応し、魅力ある観光地域づくりの推進主体である、株式会社八幡平DMOを観光地域づくり法人として設立し、インバウンド施策への取組を強化してきました。

また、平成31年（2019年）2月には、一般社団法人八幡平市観光協会が十和田八幡平国立公園八幡平地域内の鏡沼の雪解けの現象を世界に誇れる新たな観光コンテンツとして、「八幡平ドラゴンアイ」を商標登録し、国内外に向けた情報発信により、現在は国内外から多くの観光客が訪れる人気スポットとなりました。

しかし、令和元年（2019年）12月に海外で初めて確認された、新型コロナウイルス感染症が世界的に拡大したことにより、観光を取り巻く環境が一変し、本市においても、令和元年度（2019年度）の訪日外国人旅行者数は約13万人から令和3年度（2021年度）の約100人まで減少し、壊滅的な打撃を受けました。国内旅行においても、感染症の流行に伴う旅行のキャンセルや外出自粛の影響により、観光需要は大幅に落ち込み、観光業は大きな転換期を迎えることになりました。

そうした中、観光地においても密の回避や非接触化に対する旅行者のニーズが高まっており、デジタル技術を活用した新たなサービスの提供による、感染拡大防止と社会経済活動の回復を両立していくための取組みが推進されています。

本市としても、こうした方向性を確実に捉え、豊かな自然、食、文化、歴史等の観光の魅力国内外に発信し「選ばれる観光地」になることで、地域経済の好循環が生まれ、雇用機会の増大、交流人口の拡大、消費の拡大に繋がることを目指しています。

また、本市には、国内で22年ぶりの運転を開始した「松尾八幡平地熱発電所」、日本初の商業用地熱発電施設「松川地熱発電所」、令和6年（2024年）に運転開始を予定している「安比地熱発電所」と複数の地熱発電の源があります。火山活動によってもたらされる地熱利用は、CO2排出の少ない純国産クリーンエネルギーとして大きく注目を集めており、持続可能な地域としての魅力を伝える観光資源としても活用が期待されています。

このような、本市の持つ豊かな自然の魅力未来につなぎ、観光を通じた持続可能なまちの実現を目指します。

1-2) 計画の要点

本計画の策定にあたっては、以下の考え方を重視して、取り組むべき方向性を示します。

【観光に訪れる人と観光を担う人、双方の視点でのブランディング】

一般的な観光振興計画は、観光を提供する側の考えや背景に基づいて策定される傾向がありますが、結果として、来訪者のニーズと齟齬が生じ、期待していたほどの成果が生まれにくいこともあります。本市の観光が未来まで持続し、発展していくためには、観光を担う方々の取組みの現状や思いと、観光に訪れた方々の期待やニーズを合致させることが重要です。そのため、観光に携わる事業者や市民と、来訪者の双方の視点から本市の魅力を表現するブランディングを推し進める計画を策定することとします。

【関係人口増大を目指すファンコミュニティづくり】

長期的な視点で本市の観光が持続的に発展するためには、まず多くの人に来訪していただき、尚且つリピーターとなっていただくことや、観光に携わる人材を増やすことが不可欠です。そのためには、さまざまな魅力に共感し、積極的に接点を持ってもらうことが必要です。情報発信や来訪者と市民との交流、来訪者同士の交流等、継続的なコミュニケーションを取ることでできる仕組みを構築、運用し、本市の「ファン」を増やしていく取組みを行います。

【政策の主体を明確にした、実行性のある計画】

計画は実行するためのものであり、具体的に施策の実現には、施策を実行する主体を明確にする必要があります。そのため、アクションプランには「何をやるか」だけでなく、それを「誰が」実行するかを明記し、さらにアクションプランの成果を具体的に見える化するために数値目標を設定します。

また、本計画の各アクションプランの進捗状況を客観的に把握するため、定期的に進捗状況を確認し、必要に応じて変更や修正を行います。

1-3) ターゲット像の設定

本計画では、多様化するニーズに対応した新たな旅のスタイルを推進するため、ターゲット層を明確にし、効果的なアクションプラン、メッセージ発信やプロモーションを検討します。来訪者の年代や居住エリア、旅の目的やスタイル、交通手段等を踏まえ、従来の観光客層をターゲットとして継続したアクションを実行するとともに、新たな魅力の提供や発信を通じて、これまでとは異なるターゲットを対象とした取組みを行うことで、より多くの人の誘客を目指します。

具体的には、来訪者の居住エリアや年代等によって分類したターゲット像に、市民を加えて、大きく5つのターゲット像を設定します。

ターゲット	ターゲット像	取組みの方針・方向性
①国内アクティブシニア層	65歳以上の高齢者で、金銭的に余裕があり、旅行や買い物にも意欲的な層	十和田八幡平国立公園八幡平地域のトレッキングや四季の魅力を活かした体験を提供し、アクティブシニア層のリピート率向上を目指す
②国内若年アウトドア層	夏はトレッキングやキャンプ、冬はスキーやスノーボードなど、アウトドアを満喫する若年層	登山初心者でも気軽に登ることができる八幡平や、各レベルのスキーヤー・スノーボーダーを魅了するスキーリゾートと連携した取組を実施することで、新たな若年層の獲得を目指してアプローチを実行する
③国内企業、学校	修学旅行や企業研修を提供できる国内の企業や学校	持続可能なエネルギーとして注目を集める「地熱」をキーワードに学ぶSDGs教育旅行プログラムや、松尾鉱山の歴史と自然保護活動、現在の八幡平の自然の豊かさなどを学ぶ企業研修など、学びの場としての魅力を発信し、宿泊者数が減少する6月、7月、9月、11月に呼び込み、新たな層を獲得する
④海外富裕層中心	旅先での体験や宿泊施設などを重視する海外からの観光客	富裕層向けホテルブランドの開業や、イギリスの名門校のハロウインターナショナルスクール安比ジャパン校の開校等による、富裕層の関心の高まりが予想されるため、洗練された体験、アドベンチャーツーリズムなど高単価な商品を作成し、海外からの観光客を取り込む
⑤八幡平市民	観光業への関与に関わらず、若年層も含めた幅広い世代	広く一般の方々や子どもたちに対する講座や授業など、観光の体験を提供することで、本市の観光に関する取組みの認知や関心度を向上し、取組みへの関与者を増やす

第2章 第3期観光振興計画の総括

2-1) これまでの取組み

1 将来ビジョン・テーマ

(1) これまでの観光振興計画

第1期（平成19年度から平成23年度まで） 八幡平市観光振興計画

方針 ようこそ「農（みのり）と輝（ひかり）の大地 八幡平市」へ

第2期（平成24年度から平成28年度まで） 八幡平市滞在型観光振興計画

将来像 北東北の大地の恵みで元気になろう

～山・森・雪・温泉・農産物・文化を体験して、子どもも大人も元気になれる～

幅広い年代の人が、北東北の恵みを堪能し、感動や充実感を得られる観光地を目指します。

第3期（平成29年度から令和3年度まで） 八幡平市観光振興計画

将来像 日本の美しい四季と暮らし ナショナルパーク八幡平

2 第3期八幡平市観光振興計画の数値指標

(1) 成果指標

項目	平成27年度実績	令和2年度目標値 (前期総合計画)	令和3年度目標値
観光入込客数	1,755千人回	2,500千人回	2,500千人回
延べ宿泊客数	488千人回	460千人回	490千人回
外国人観光客入込数	28,448人回	32,000人回	32,000人回
教育旅行者数	28,562人回	30,000人回	30,000人回
スポーツ関係宿泊数	26,191人	33,000人	33,000人

(2) 実績値

項目	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
観光入込客数	1,814千人回	1,944千人回	1,879千人回	1,297千人回	1,521千人回
延べ宿泊客数	504千人回	533千人回	514千人回	287千人回	340千人回
外国人観光客入込数	71,166人回	81,366人回	129,476人回	282人回	108人回
教育旅行者数	20,630人回	21,213人回	24,529人回	11,686人回	11,313人回
スポーツ関係宿泊数	18,283人	16,325人	16,374人	2,408人	15,380人

(3) 実績値の状況

平成 25 年度（2013 年度）から令和元年度（2019 年度）までは、海外旅行博への出展や海外宿泊旅行者への 1,000 円補助、英語、繁体字のホームページ、SNS、飲食店のメニュー多言語化等への取組みと、いわて花巻空港の台湾便や、上海便の定期運航により、外国人観光客入込数が令和元年度まで右肩上がり伸びていました。

しかし、令和 2 年度（2020 年度）以降は、世界的な新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、外国人観光客の入込みは壊滅的な状況となりました。また、国内の観光客入込数、延べ宿泊者数、教育旅行者数、スポーツ関係者数等の指標についても、令和 2 年度以降については厳しい数値となっています。

延べ宿泊者数については、令和元年度までは微増減していましたが、そのうち外国人観光客が伸びていたことを考慮すると、国内宿泊者は減少傾向であったことが分かります。

2-2) 成果と課題

(1) 八幡平市版DMOの設立

アクション	実績・成果	課題
①八幡平市版DMOの設立	<ul style="list-style-type: none"> 平成30年5月に観光地域づくり登録法人として株式会社八幡平DMOを設立 専門人材として、株主から2名の外部人材を登用 	<ul style="list-style-type: none"> 安定的な運営資金の確保 地域からの観光振興の担い手となる人材育成
②観光地域づくりに向けた合意形成と八幡平市版DMOの役割の確認	<ul style="list-style-type: none"> 令和2年3月に市内観光事業者をはじめとした産官学金の構成による八幡平市観光協議会を設立し、定期的な情報共有、施策確認を実施し地域の合意形成を図った インバウンド向け調査・分析、受入基盤整備、海外向け情報発信、二次交通施策実施、滞在環境の整備等を実施し、マーケティングを取り入れた観光マネジメントの推進を図った 	<ul style="list-style-type: none"> きめ細かい施策に関する合意形成や、施策の浸透の強化
③八幡平市版DMOをけん引する人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> 八幡平DMO内に2名の外国人人材を登用 	<ul style="list-style-type: none"> 観光の国際化に対応する地域人材の育成
④各種市場調査に基づいた戦略策定、KPIの設定、PDCAサイクルの確立	<ul style="list-style-type: none"> 成果指標として、外国人観光客に係る消費額、八幡平市（市内観光地）の認知度、満足度をKPIを取り入れて施策を推進 	<ul style="list-style-type: none"> 令和2年度から3年度は、コロナ禍での市場調査であったため、観光指標の考え方や指標そのものの再検討が必要

(2) 「ナショナルパーク八幡平」ブランドの構築

アクション	実績・成果	課題
①ブランドコンセプトが伝わるプラットフォームサイトの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・英語版HP、SNS（FB）公開、繁体字版HP、SNS（FB）公開 ・写真素材の整備、写真データの公開・投稿サイト8TAB l.styleの構築 ・海外4か国語含むプロモーション動画作成 ・海外の旅行博やJNTO情報発信等に動画を活用し、八幡平市観光の魅力をPR 	<ul style="list-style-type: none"> ・一元的な情報発信システムの構築
②ナショナルパーク水準、顔となるビジターセンターの整備・機能の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・観光協会によるガイドの手配や情報発信拠点としての運営、八幡平グッズの販売・PRを実施 ・海外4か国語含むプロモーション動画作成 	<ul style="list-style-type: none"> ・設置から約20年経過しており、四季を通じた八幡平らしさを満喫していただくため、施設や展示物の更新が必要
③分かりやすい「八幡平案内サイン」「デザイン」の計画・整備	<ul style="list-style-type: none"> ・八幡平DMO外国人職員や国際交流員の配置により、多言語化の体制を構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイン的に統一された案内サイン等のハード整備事業
④国際水準に対応した八幡平型観光インフラの整備	<ul style="list-style-type: none"> ・山岳協会や観光協会等が、観光施設トイレの定期的な清掃や点検を実施し、快適な環境の維持 ・御在所地区中継基地公衆トイレの改修の実施 ・ブナの駅のトイレを洋式化 	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の老朽化と修繕費の増大
⑤二次交通の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊者用無料シャトルバス、自然散策バス、ナイトシャトルバスの運行 ・冬期間の宿泊者用有料送迎バス、安比高原・八幡平リゾート両スキー場間の連絡バス試験運行 	<ul style="list-style-type: none"> ・八幡平山頂を結節点とした、次の目的地への輸送 ・市内の宿泊施設から観光地への移動
⑥ガイドの育成・組織化・ブランディング	<ul style="list-style-type: none"> ・山岳ガイド養成講座の実施 ・岩手山・八幡平・安比高原50kmトレイル協議会シンポジウム開催 ・「とびっきり八幡平」モニターツアー造成による、高付加価値なガイド付き宿泊商品の造成 	<ul style="list-style-type: none"> ・多言語に対応したガイドの育成、組織体制の強化

(3) 戦略策定のためのマーケティングデータの収集

アクション	実績・成果	課題
①定期的な来訪者実態調査の実施	・八幡平DMOによる動向動態調査、外国人観光客向け消費額、満足度、認知度調査の実施しデータを入力	・調査データを活用した観光DX施策（CRM:カスタマーリレーションマーケティングの略。顧客との関係継続によるファンの醸成など）の施策検討
②潜在的なニーズを把握するための非来訪者調査の実施	・八幡平DMOによる外国人観光客認知度調査を実施しデータを入力	・外国人観光客をターゲットにしていたため、国内での調査が未実施
③ターゲットの選定と具体的なアクションプランの策定	・観光協議会や事務局定例会において、進捗管理や検証を行うことで、スノーリゾート形成促進事業等、補助事業化に結びついた	・ターゲットとなる顧客の選定

(4) スポーツ・健康をキーワードにした観光

アクション	実績・成果	課題
①選手・保護者が安心して過ごせるスポーツ環境づくり	・スポーツ合宿誘致委員会が中心となり、合宿の受入れ、サポートの構築を行い、ラグビートップリーグチーム・パナソニックワイルドナイツの合宿誘致や県内高校生ラグビーの大会や合宿の誘致等、定期開催に繋がった	・スポーツ合宿を受入れる施設の減少
②トレイルを活用したツアーづくりとターゲットを絞った情報発信	・アウトドア関係企業との地域連携により、20～30代向けツアーをSNSで情報発信し完売 ・山岳雑誌を利用した情報発信を継続的に実施し、認知度の向上	・地域経済に繋がる仕掛けづくり
③樹氷を鍵にしたバックカントリーの聖地化	・大黒森管理協同組合の設立による旧八幡平スキー場でのキャットツアー運営 ・海外ガイドカンパニーによるガイドツアーの商品化	・樹氷エリアまでのアクセスがキャットでは不可能
④豊かな自然や農村景観を活用した「癒し」の空間づくり	・安比高原遊々の森のテラス設置により、癒しの空間としてイベントや森林学習に活用	・休憩スポットの設置・増設整備
⑤入門者でも楽しめる気軽な「スポーツ・運動」環境の提供	・観光事業者によるガイドステーション等の設置により、ガイドやインストラクター付きの商品開発に繋がっている	・市全体としての「インストラクター・サポーター制度」の設立に繋がらなかった

(5) 山里の四季とくらし・自然エネルギー

アクション	実績・成果	課題
①稼働率の低い平日限定のプログラムの開発・提供	・旅行会社からの人材派遣による商品造成により、モニターツアーを実施してきた「とびつきり八幡平」の商品販売	・ツアー商品は週末等に実施されており、平日等の稼働が必要 ・ヘルスツーリズムに特化したプログラム開発
②新たなターゲット層、「思い出」をテーマにしたプログラムの開発	・宿泊事業者による商品化の実施	・「思い出」をテーマとしたプログラムの集約
③夏休み・冬休みのファミリー向けに親子で楽しめるプログラムを開発	・地熱蒸気染めや市内ホテルによる星空観察会の実施	・ファミリー向けプログラムの集約
④自然とともに生きる工夫を次世代へ伝える学びのプログラムを整備	・馬そり、乗馬、放牧風景等、馬事文化コンテンツの実証試験、具体商品化 ・地熱沸騰塾実施による地熱エネルギー等の学習機会の創設	・「八幡平ナビゲータープログラム」の集約
⑤ナショナルパーク八幡平のエネルギー施策や環境対策を地域内外へ発信	・地元高校生で地熱染色の商品開発講座を行い、生徒が発案したタブレット端末の収納ケースを販売 ・日本航空(株)による「JAL農業留学」など、地熱エネルギーを活用した農業等を活用した体験プログラムの造成	・継続した商品の販売

(6) 観光イベントの強化

アクション	実績・成果	課題
①既存イベントの採算性・集客人員の精査	・観光イベントとスポーツイベントの棲み分けを行い見直しを図った	・経済効果を高めるイベントへの移行
②イベント内容のブラッシュアップ	・新型コロナウイルス感染拡大により、食をメインとしたイベントの開催が困難であった	・市独自の開催は、集客面で困難

(7) 人材育成（ガイド・市民の参画意識）

アクション	実績・成果	課題
①質の高いガイドの育成と認証制度の設立、円滑な予算体制の構築	・八幡平国立公園協会による山岳ガイド講座の開催やシンポジウムの開催により、八幡平地域のガイドの質の向上に努めた	・ガイドが生業となる高い報酬設定などの取り組み
②次世代の観光を担う若手人材の育成	・データの分析及び情報共有を行う仕組みと体制づくりを行い、将来の地域のマーケティングを担う人材を育成 ・観光協会において、4つの部会（デジタル部系、イベント部会、教育旅行部会、モリアオガエル部会）を立ち上げ、担い手による観光施策を創出する体制を図った	・継続した人材育成が重要であり、未来への投資が必要
③八幡平市民向け「地域の講座」による機運の醸成	・市民も含めた講座やシンポジウムの開催を企画し、地域の機運醸成を図った	・八幡平市民が地域に愛着を持ち、誇りを持てるような機運の醸成は不可欠

(8) 広域周遊ルート、観光圏の広域連携・協力

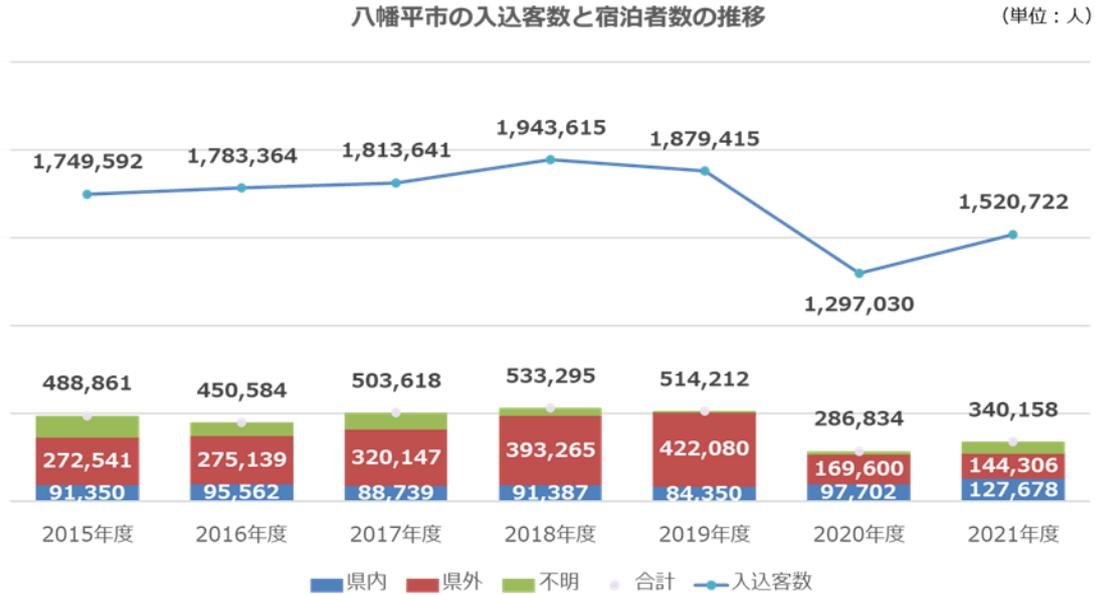
アクション	実績・成果	課題
①市及び「八幡平」ブランドの強みの明確化	・鹿角街道をテーマとした企画旅行（「とびっきり八幡平」モニターツアー）を実施し、鹿角市エリアとの連携が強化された ・鹿角市との連携によるインバウンド向けのプロモーションの実施 ・八幡平ドラゴンアイの情報共有 ・東北DCに合わせ、東北観光推進機構ポータル「旅東北」へのコンテンツ掲載 ・北東北の各DMOとの事業連携による台湾施策他、各種インバウンドPR連携	・盛岡市との連携不足

第3章 観光の現状と課題

3-1) 近年の傾向

【観光客の実態等】

(入込客数・宿泊客数の動向)



八幡平市「観光入込客数調査」

※県への報告は年間 10,000 人回以上の施設等が対象であるが、本資料では市内の全施設の入込客数/宿泊客数を集計

本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。

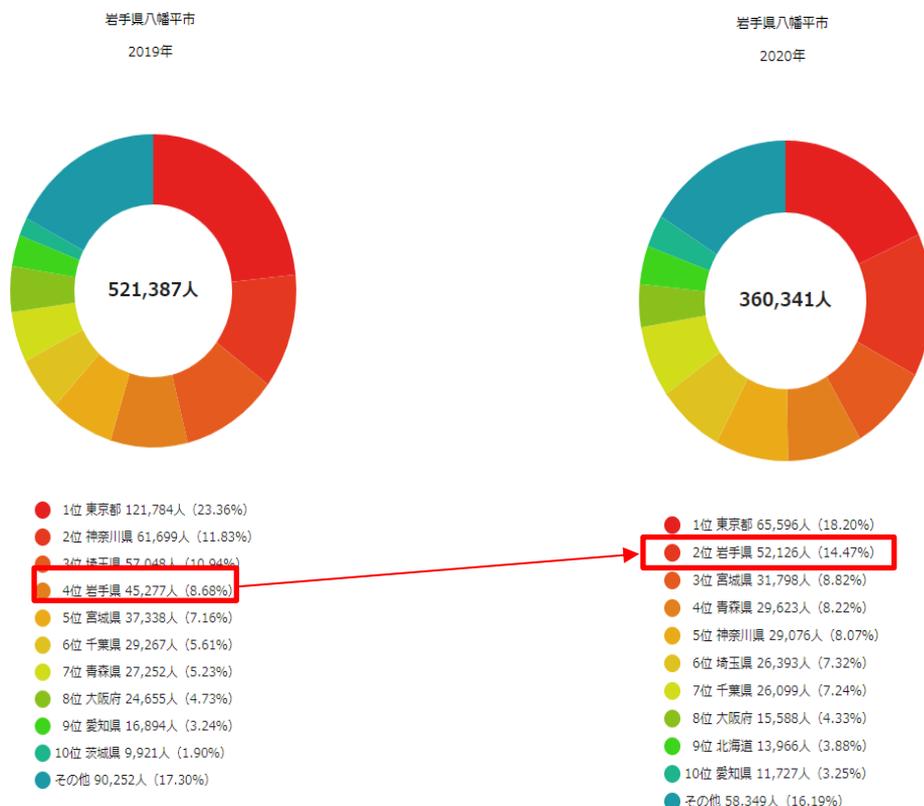
令和 2 年度（2020 年度）は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、入込客数、宿泊者数ともに大きく減少しました。

令和 3 年度（2021 年度）は GoTo 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。

(居住都道府県別の延べ宿泊者数の構成割合 令和元年-令和2年比較)

居住都道府県別の延べ宿泊者数（日本人）の構成割合

居住都道府県別の延べ宿泊者数（日本人）の構成割合



【出典】

観光予報プラットフォーム推進協議会「[観光予報プラットフォーム](#)」

【注記】

観光予報プラットフォームでは、日本全体の宿泊実績データのうち、1億3,000万泊以上（2019年5月現在）のサンプリングデータ（店頭、国内ネット販売、海外向けサイトの販売）を抽出し、宿泊者数の実績データを算出している。

各データ・情報の提供元は非公開としている。

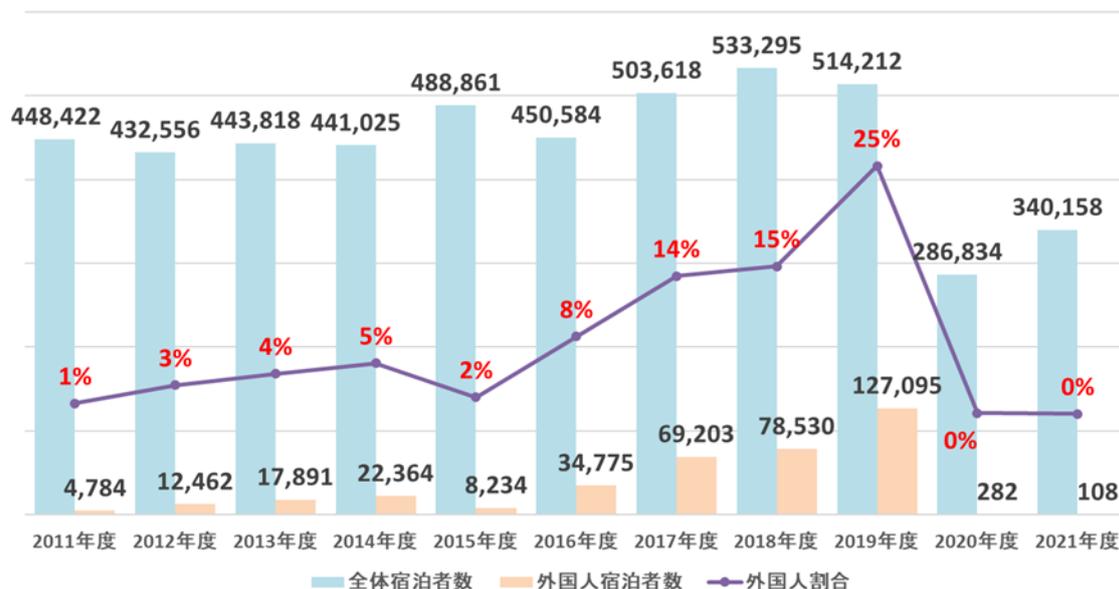
地域経済分析システム（RESAS：リーサス）のデータから来訪者を県別に確認すると、令和元年（2019年）は東京都23.36%、神奈川県11.83%、埼玉県10.94%、千葉県5.61%と首都圏で5割を超えており、これは岩手県内でも高い数字となっています。

ただし、令和2年（2020年）には岩手県が8.68%から14.47%に高まり、大きな位置を占めるようになっています。

(宿泊者全体における外国人宿泊者の割合)

八幡平市の宿泊者全体における外国人の割合

(単位：人、%)



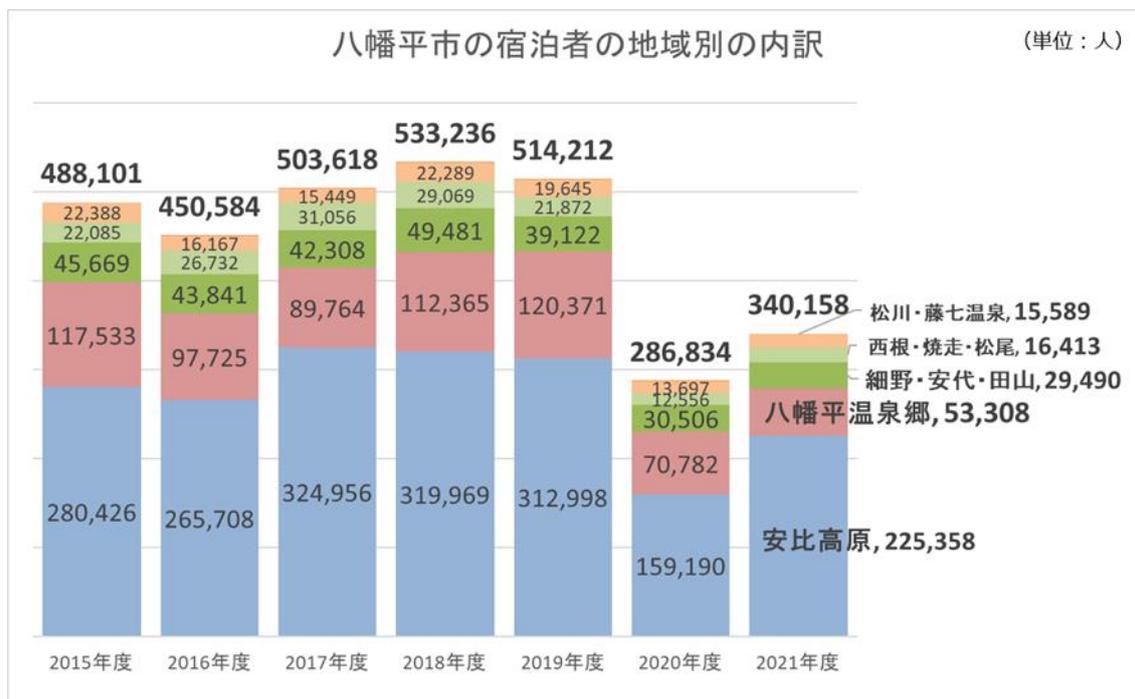
八幡平市「観光入込客数調査」

※県への報告は年間10,000人回以上の施設等が対象であるが、本資料では市内の全施設の入込客数/宿泊客数を集計

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。

(宿泊者数の宿泊地域別内訳)



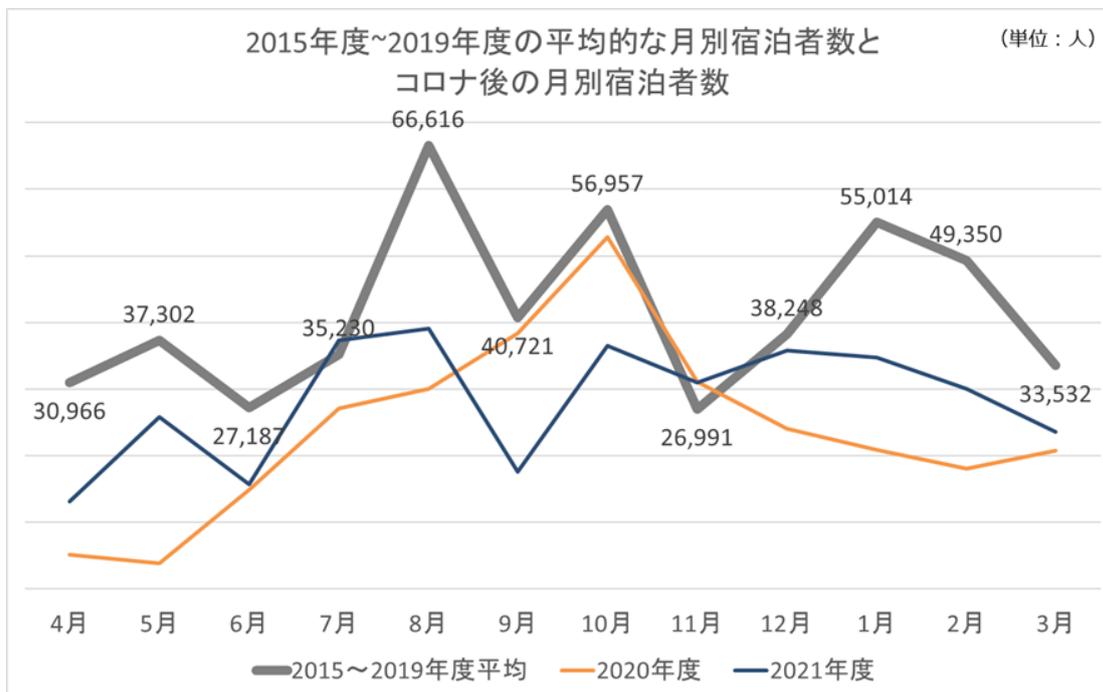
八幡平市「観光入込客数調査」

※県への報告は年間 10,000 人回以上の施設等が対象であるが、本資料では市内の全施設の入込客数/宿泊客数を集計

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。

(月別宿泊者数の推移)



八幡平市「観光入込客数調査」

※県への報告は年間 10,000 人回以上の施設等が対象であるが、本資料では市内の全施設の入込客数/宿泊客数を集計

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。

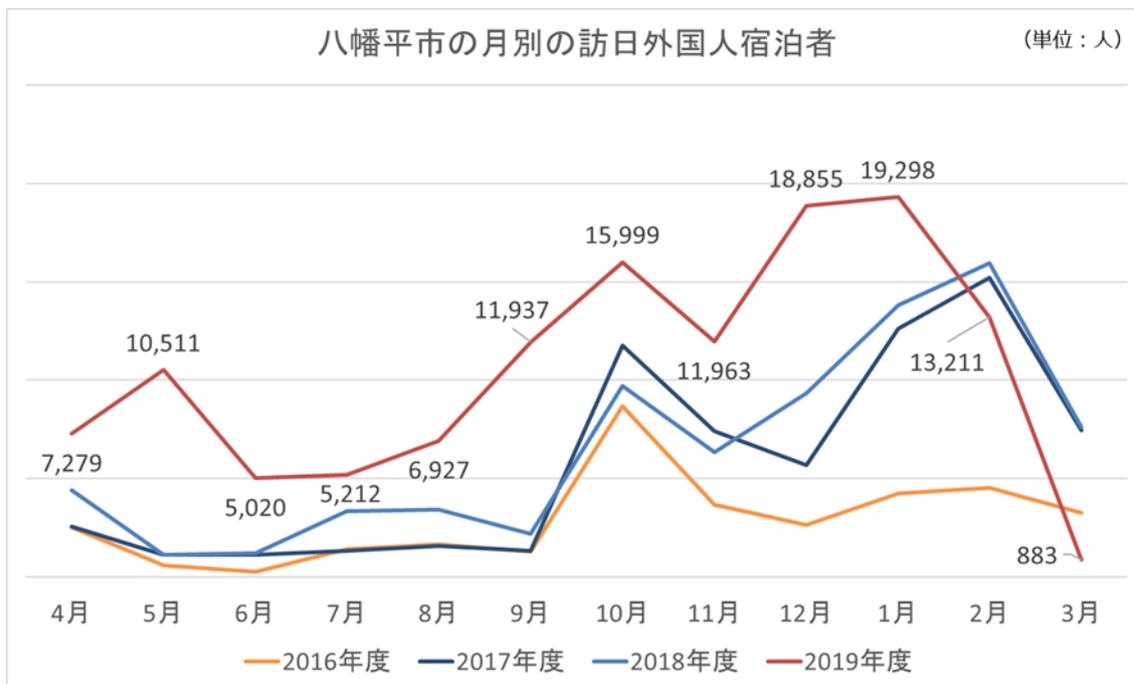
8 月は夏休みシーズンであり、お盆休みの帰省に加えて、東北の夏祭りを巡る宿泊拠点として選ばれています。

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。

一方で、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。

新型コロナウイルス感染拡大以降は GoTo トラベルをはじめとするキャンペーンや緊急事態宣言等の行動抑制によって宿泊者数が左右されています。

(月別の訪日外国人宿泊者数推移)



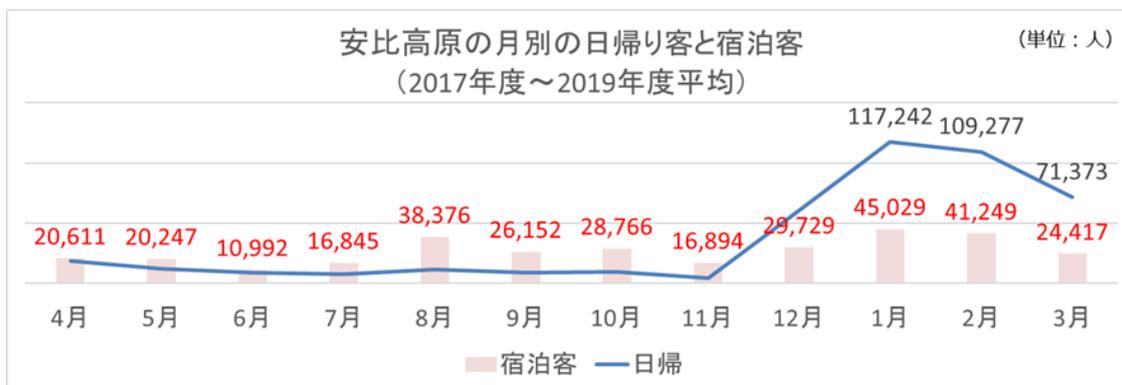
八幡平市「観光入込客数調査」

※県への報告は年間 10,000 人回以上の施設等が対象であるが、本資料では市内の全施設の入込客数/宿泊客数を集計

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とができていました。

(地域別宿泊者数推移：安比高原)



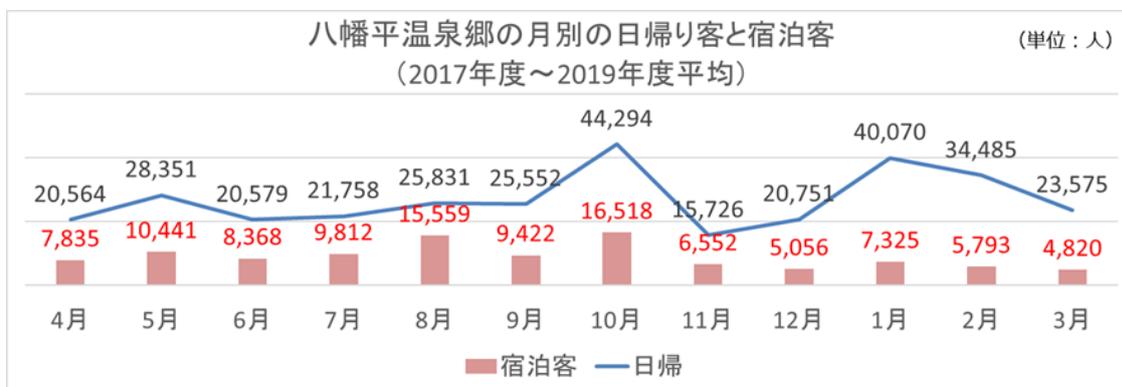
八幡平市「観光入込客数調査」

※県への報告は年間 10,000 人回以上の施設等が対象であるが、本資料では市内の全施設の入込客数/宿泊客数を集計

安比高原は、グリーンシーズンにおいて日帰り客よりも宿泊客の方が多いた特徴で、スキーシーズンの到来とともに、日帰り客が増加します。

一方で、11月に一旦落ち着いた宿泊客も12月から増加する傾向にあり、これは遠方からの旅行客が訪れることで、スキー滞在が宿泊に結びついていると考えられます。

(地域別宿泊者数推移：八幡平温泉郷)



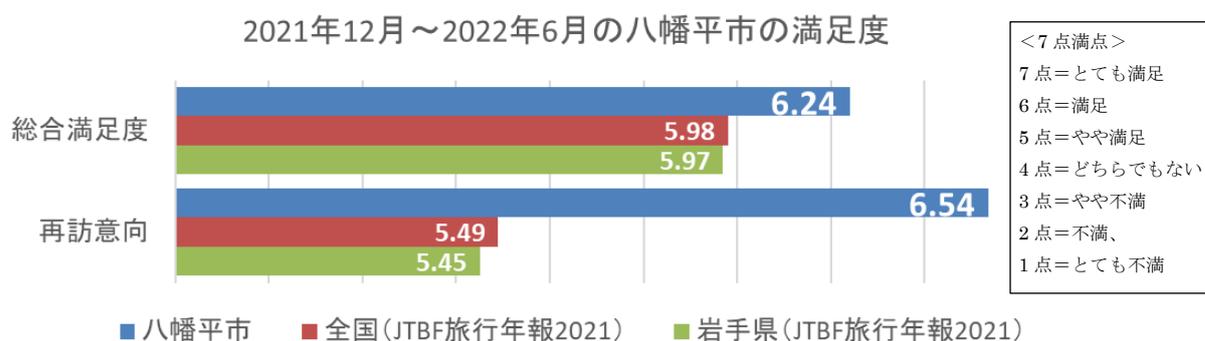
八幡平市「観光入込客数調査」

※県への報告は年間 10,000 人回以上の施設等が対象であるが、本資料では市内の全施設の入込客数/宿泊客数を集計

八幡平温泉郷は日帰り客のピークは5月、8月、10月、1月にありますが、8月、10月以外は宿泊客に結びついていません。

特に1月、2月はスキー場で日帰り客が増えますが、安比高原と比べると宿泊に結びついていないため、日帰り客をいかに宿泊に結びつけるかが課題になるといえます。

(顧客満足度)

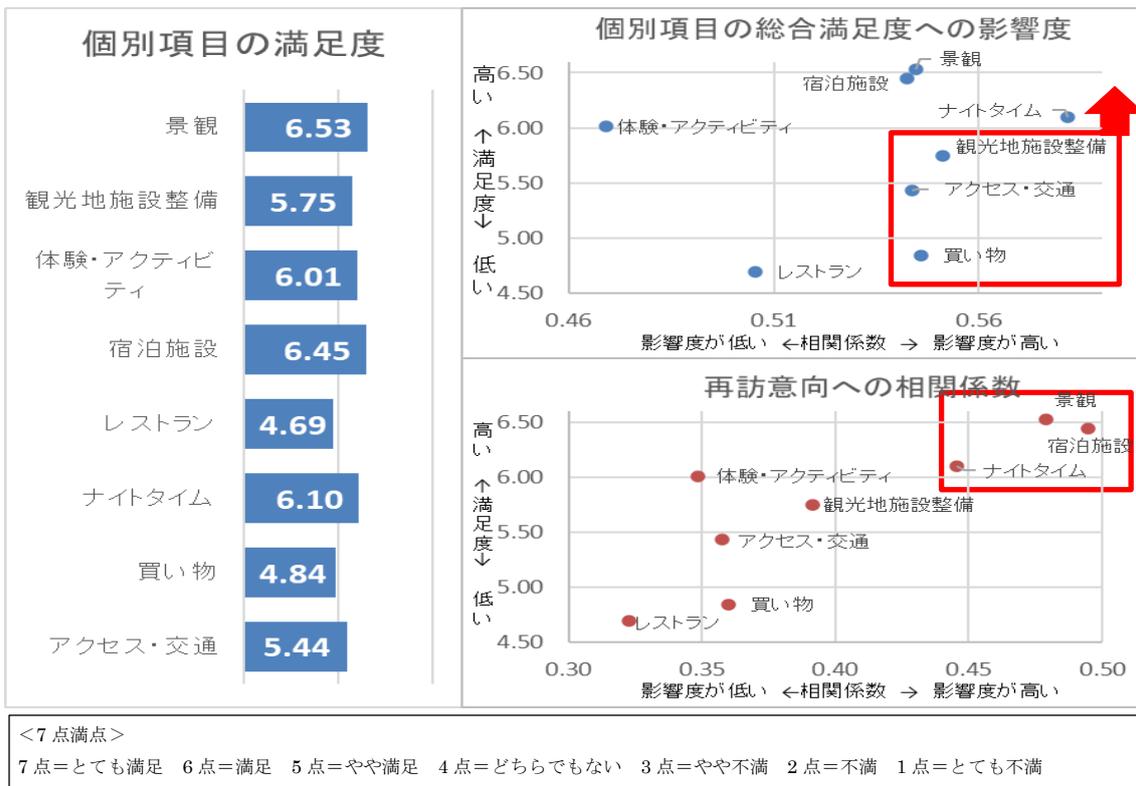


八幡平市「令和三年度 DMO 調査・分析・地域人材育成等業務」(八幡平市内に宿泊した日本人を対象に実施。回答数：980)

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、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。

(項目別顧客満足度と総合満足度、再訪意向への影響度)



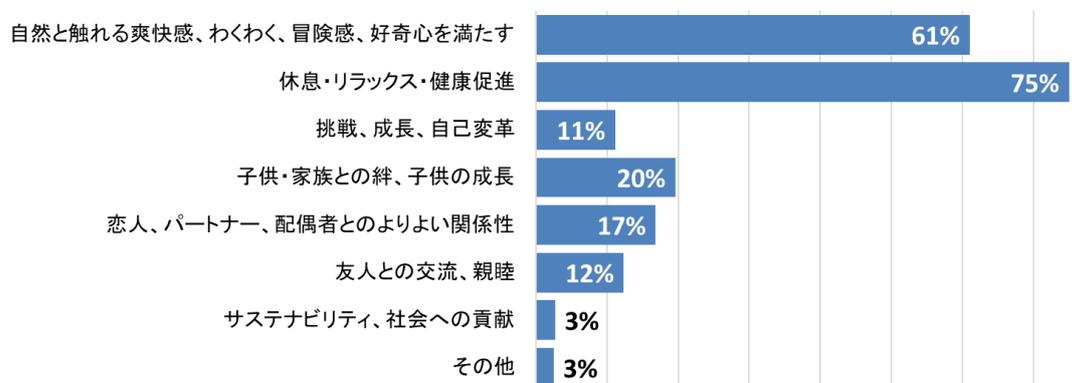
八幡平市「令和三年度DMO調査・分析・地域人材育成等業務」(八幡平市内に宿泊した日本人を対象に実施。回答数: 980)

景観、宿泊施設の満足度は高いものの、レストラン、買い物の満足度が著しく低いのが課題です。それぞれの個別満足度の総合満足度、再訪意向への影響度を相関関係で分析したところ、総合満足度ではナイトタイム、観光施設整備に次いで、買い物の満足度が高く、アクセス・交通と併せて満足度の改善余地も大きいといえます。

再訪意向については、買い物やアクセス・交通の影響度は低くなりますが、景観や宿泊施設やナイトタイムの満足度を下げないことで、現在の高い再訪意向を維持できると思われます。

(八幡平市を訪れることで得られる価値)

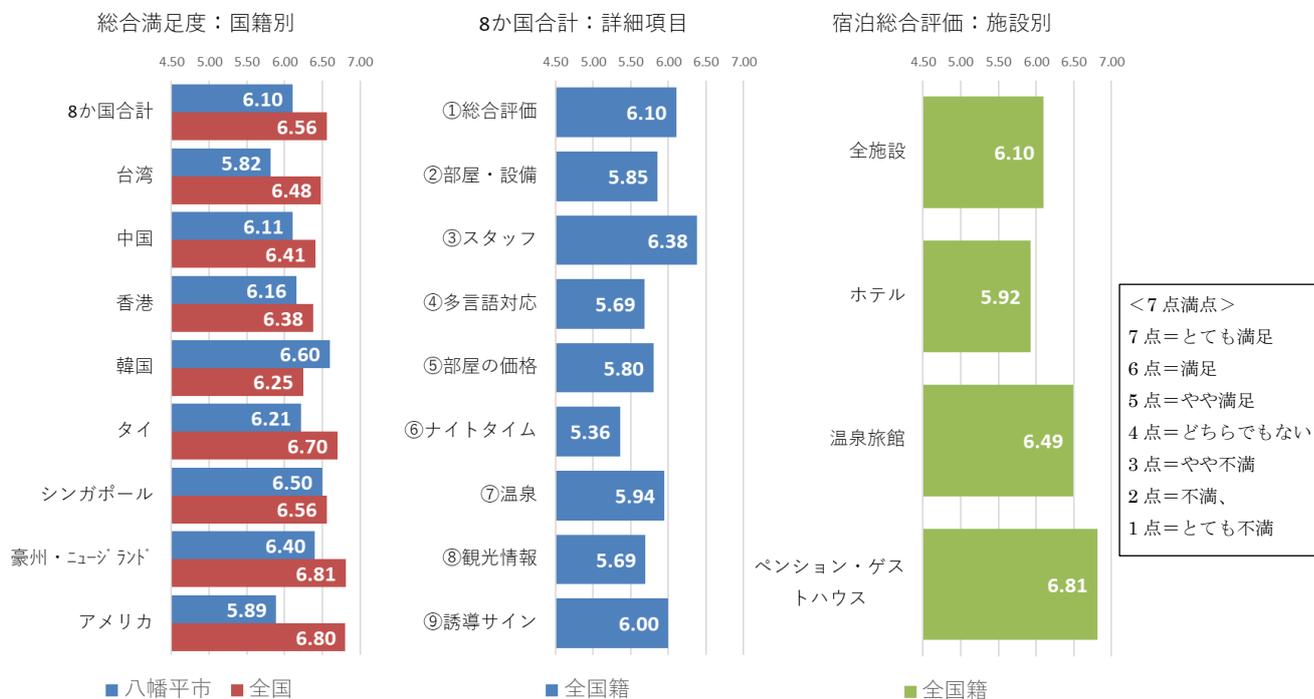
八幡平・安比で得られる価値は何ですか？(複数回答可)



八幡平市「令和三年度DMO調査・分析・地域人材育成等業務」(八幡平市内に宿泊した日本人を対象に実施。回答数：980)

本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、さらに満足度が高まる可能性があります。

(外国人観光客の満足度)

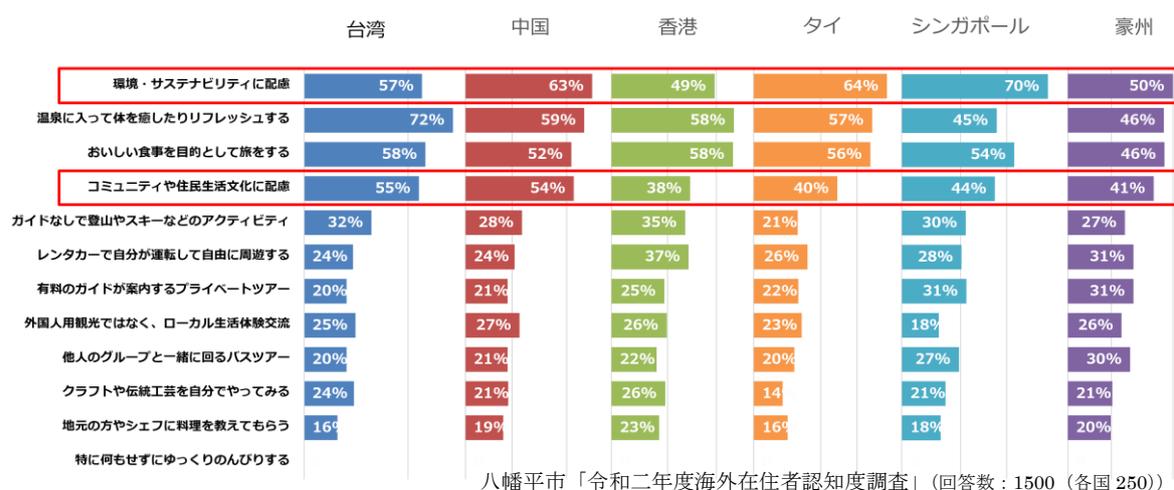


八幡平市「平成30年度訪日外国人満足度調査」(回答数：309)及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」

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、本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。

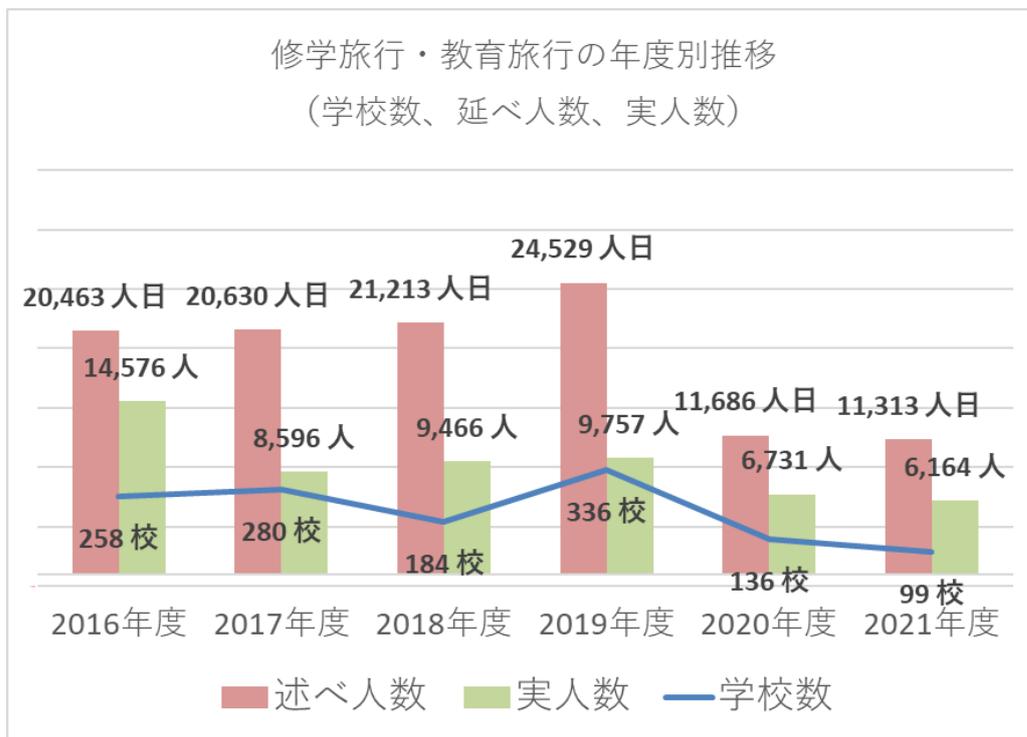
（海外在住者の観光に対する意識）



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います。

これは、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。

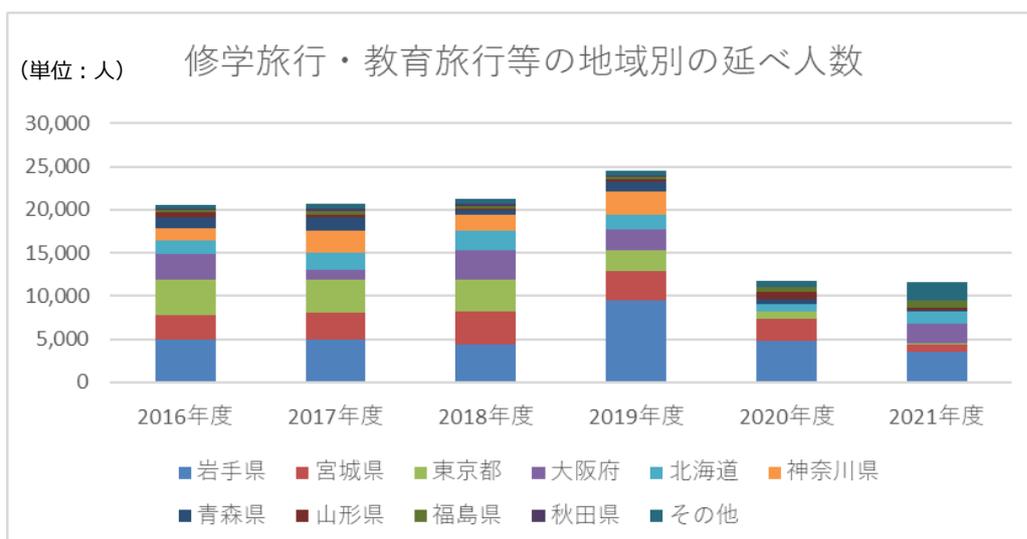
(修学旅行・教育旅行の推移)



八幡平市「観光入込客数調査」

令和元年度(2019年度)、修学旅行、教育旅行等の入込人数は大きく伸びたものの、コロナ禍以降は、緊急事態宣言等の行動制限の影響で落ち込んでいます。

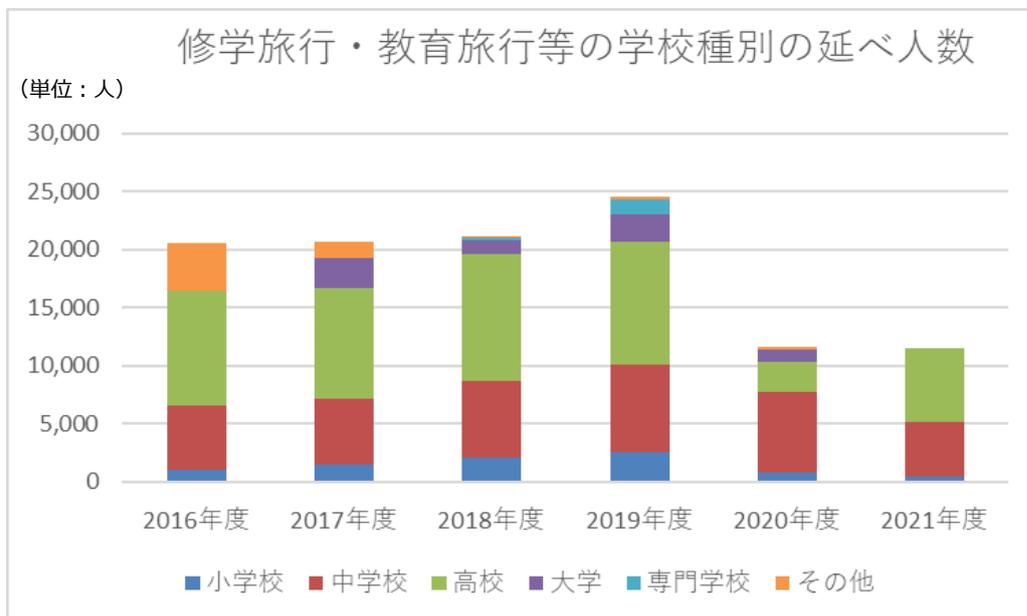
(修学旅行・教育旅行の地域別人数推移)



八幡平市「観光入込客数調査」

地域別では、岩手県、宮城県、北海道と近隣だけでなく、首都圏や大阪府からの入込人数が多くなっています。

(修学旅行・教育旅行の学校種別人数推移)

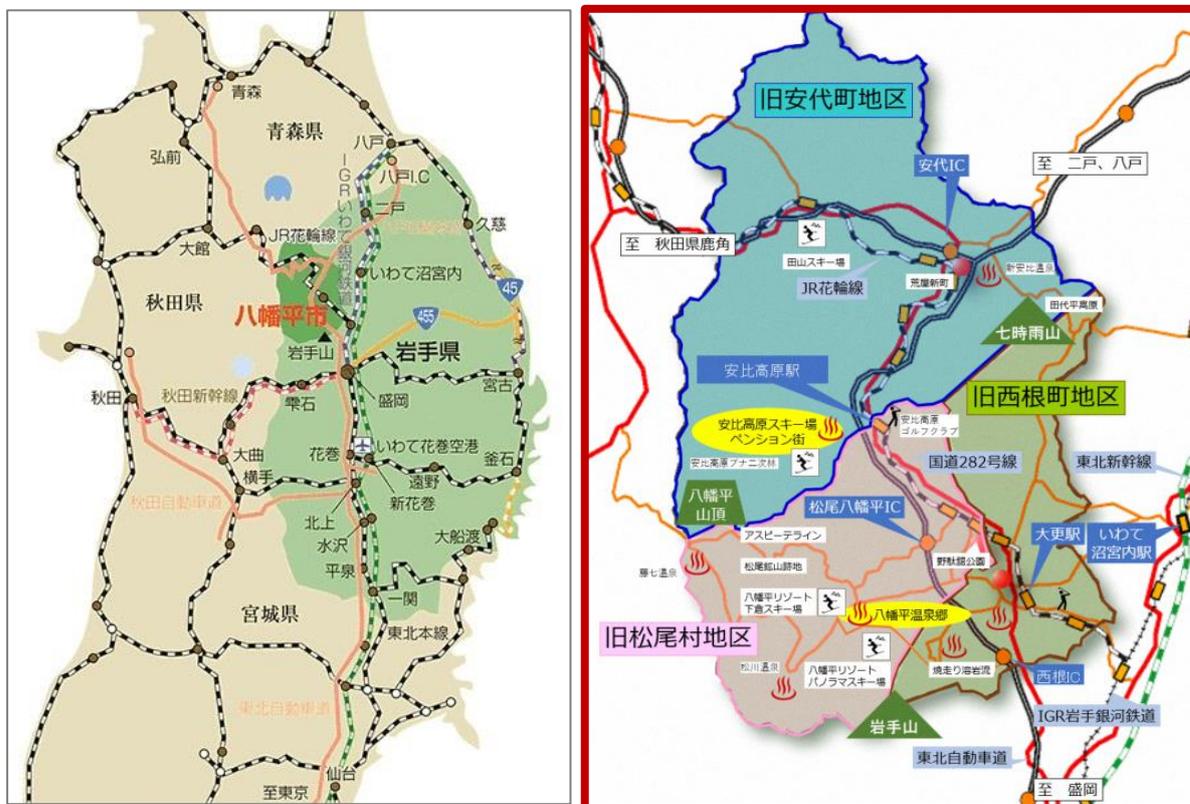


八幡平市「観光入込客数調査」

学校別で見ると令和2年度（2020年度）を除き、高校が最も多く、次いで中学校となります。スポーツ合宿や大会によるものと思われます。

3-2) 観光資源

<本市の位置と概要>



本市は、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。

古くから、秋田県や青森県へ通じる鹿角街道が縦貫し、現在では東北自動車道・八戸自動車道と国道 282 号、さらには JR 花輪線が縦貫しており、基礎的な交通基盤が整った地域です。

本市の南端には、岩手県内最高峰の秀峰岩手山 (2,038 メートル) がそびえ、西部地域は、八幡平 (1,613 メートル) をはじめとする奥羽山脈の山々が南北に連なり、中央部は前森山、七時雨山、田代山等の山々が横断しています。本市は、東西約 25 キロメートル、南北約 45 キロメートルで広さは 862.3 平方キロメートルと岩手県の総面積の約 6 パーセントを占めています。

(1) 自然的観光資源

本市には、十和田八幡平国立公園八幡平地域の二つの日本百名山「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。

- | | |
|--------------------|-----------|
| ●岩手山焼走り熔岩流 | ●智恵の滝 |
| ●十和田八幡平国立公園 | ●七時雨山 |
| ●八幡平ドラゴンアイ | ●田代平 |
| ●八幡平アスピーテライン・樹海ライン | ●不動の滝 |
| ●松川溪谷 | ●横間の水芭蕉群落 |
| ●松川温泉 | ●七滝の氷瀑 |
| ●金沢清水 | ●御在所沼 |

(2) 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、本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。

- | | |
|------------------------------|------------------------------------|
| ●安比高原（ブナ二次林） | ●八幡平市指定文化財（白坂の大鏡 等） |
| ●田頭館山公園 | ●史跡（一里塚、石碑、窯跡 等） |
| ●釜石環状列石 | ●無形文化財
（平笠裸参り、山伏神楽、横間虫追い祭 等） |
| ●野駄館公園 | ●歌碑・詩碑
（江間章子詩碑、石川啄木歌碑、宮沢賢治詩碑 等） |
| ●鹿角街道と一里塚 | |
| ●県指定文化財
（木造地藏菩薩立像や南部絵暦 等） | |



【焼走り熔岩流】



【八幡平ドラゴンアイ】



【安比高原（ブナ二次林）】



【三ツ石山の紅葉】

(3) 主要な観光スポット

【遊ぶ・見る】

●岩手山焼走り国際交流村	●分水嶺公園
●八幡平サーキットサンマリノグランプリ	●妻の神オートキャンプ場
●長者屋敷清水	●県営松川キャンプ場
●桜松公園（不動の滝）	●サラダファームヴィレッジ
●岩手県民の森	

【体験する】

●八幡平地熱蒸気染色 工房夢蒸染	●イーハトーヴォ安比自然学校
●安比高原遊々の森（ブナ二次林の散策）	●サイクリングやアウトドア等 体験メニューを持つペンション
●安代そば道場	
●荒屋新町商店街（郷土料理、クラフト）	

【学ぶ】

●松尾鉱山資料館	●イーハトーブ火山局
●八幡平市博物館	●松川地熱発電所
●西根歴史民俗資料館	●安比塗漆器工房
●松尾八幡平ビジターセンター	●岩手山銀河ステーション天文台
●森林ふれあい学習館 フォレスト I（あい）	

【癒される】

●岩手山焼走り国際交流村焼走りの湯	●八幡平温泉館森乃湯
●いこいの村岩手	●なかやま荘温泉館
●おらほの温泉	●松川温泉
●藤七温泉	●新安比温泉
●八幡平温泉郷	●七時雨憩の家

【スポーツをする】

●安比高原リゾート	●南部富士カントリークラブ
●八幡平リゾート パノラマスキー場・ 下倉スキー場	●安比高原ゴルフクラブ
●田山スポーツゾーン	●七時雨パラグライダースクール
●安比高原A S P A サッカー場	●八幡平市ラグビー場

【買い物をする】

●道の駅にしね	●松っちゃん市場
●生産物直売所（赤松どおりふれあい館）	●ふうせつ花(ざる豆腐と生ゆば)
●八幡平山頂レストハウス	●麴屋もとみや～SHIMON0528～
●松尾八幡平物産館「あすびーて」	●安比清流山葵園
●ノレグレット（アイスクリーム）	

(4) 主要な特産品・名産品

【食品】

●八幡平サーモン	●八幡平山葡萄商品
●八幡平マッシュルーム	●安比まいたけ
●八幡平牛	●安比清流山葵
●杜仲茶ポーク	●日本酒 わしの尾
●西根ほうれん草	●ドラゴンアイオーガニックビール
●ちぢみ小松菜	

【特産品・工芸品】

●安代りんどう	●地熱染め	●安比塗
---------	-------	------

(5) 主要なイベント

開催時期	イベント名
4月15日～5月31日	八幡平スプリングフェスティバル
4月15日	八幡平アスピーテライン開通式
4月下旬	八幡平樹海ライン開通式
5月3日	不動の滝まつり
5月3日～5日	八幡平さくらまつり
5月28日	七時雨山山開き
6月1日	八幡平山開き
6月第1日曜	七時雨マウンテントレイルフェス
6月中旬	残雪の裏岩手連峰開山祭
7月1日	岩手山山開き
8月15日	八幡平ふるさと花火まつり
8月下旬	八幡平ヒルクライム
8月最終土・日曜	出光イーハトーブトライアル大会 安比高原会場
9月上旬	あっぴりレーマラソン
10月の3連休	八幡平山賊まつり
上記の次の土・日曜	八幡平紅葉まつり
2月中旬～下旬	八幡平・安比ゆきフェスティバル

第4章 目標値と施策体系

4-1) 計画策定のプロセス

多くの地域において、少子高齢化や地方財政状況の厳しさが増す中、この課題に対応するものとして、観光を活用した「持続可能な地域経営」の考え方が重視されています。

「持続可能な地域経営」の推進にあたっては、多様な関係者が集まり、地域の目指す姿を共有し、その実現のための取組内容を決定、実行、指標を活用した効果測定を行い、改善を繰り返すPDCAサイクルが重要とされています。

本計画の策定にあたっては、関係者にとって「自分事化」された計画とすることを重視し、策定プロセスとして、観光に関わる若手事業者の課題意識やアイデアを取り込むための「若手会議」の場を設けました。10年後、20年後を見据えて、実行主体を明確にし、KGI、KPIを設定します。また、その検証についても、PDCAサイクルに沿ってアクションを実行することにより、将来的に「持続可能な地域経営」へ結びつけることを目指します。

なお、第4期観光振興計画で取組むべき、今後の観光振興に向けた課題について、若手会議が中心となり、次のとおり整理しました。

八幡平市の価値 (強み・観光資源)

・国立公園としても認められる、豊かな自然とその活用

(地熱・温泉、高山植物、八幡平ドラゴンアイ、紅葉、パウダースノー、雪の回廊、モリアオガエル、樹氷など、ここにしかない魅力)

・そして、この豊かな環境を守り続けてきたこと (自然と向き合いながら育まれてきた歴史・文化や風土)

魅力は豊富
しかし、十分に伝わっていないのではないか？

八幡平市の観光における課題 (弱み)

・情報発信不足(市内外)

(ビジョンや情報共有の不足、各機関や事業者からの発信がばらばら、デジタル活用の不足など)

・関係者間の連携不足

(市内のエリア間、関係機関・市役所内の関係部門の連携、八幡平市外の事業者との連携、国・岩手県との連携、北東北など他地域との連携)

・若い世代への教育、人材不足

(市民から見た「観光のまち」としての認知の不足、事業承継など)

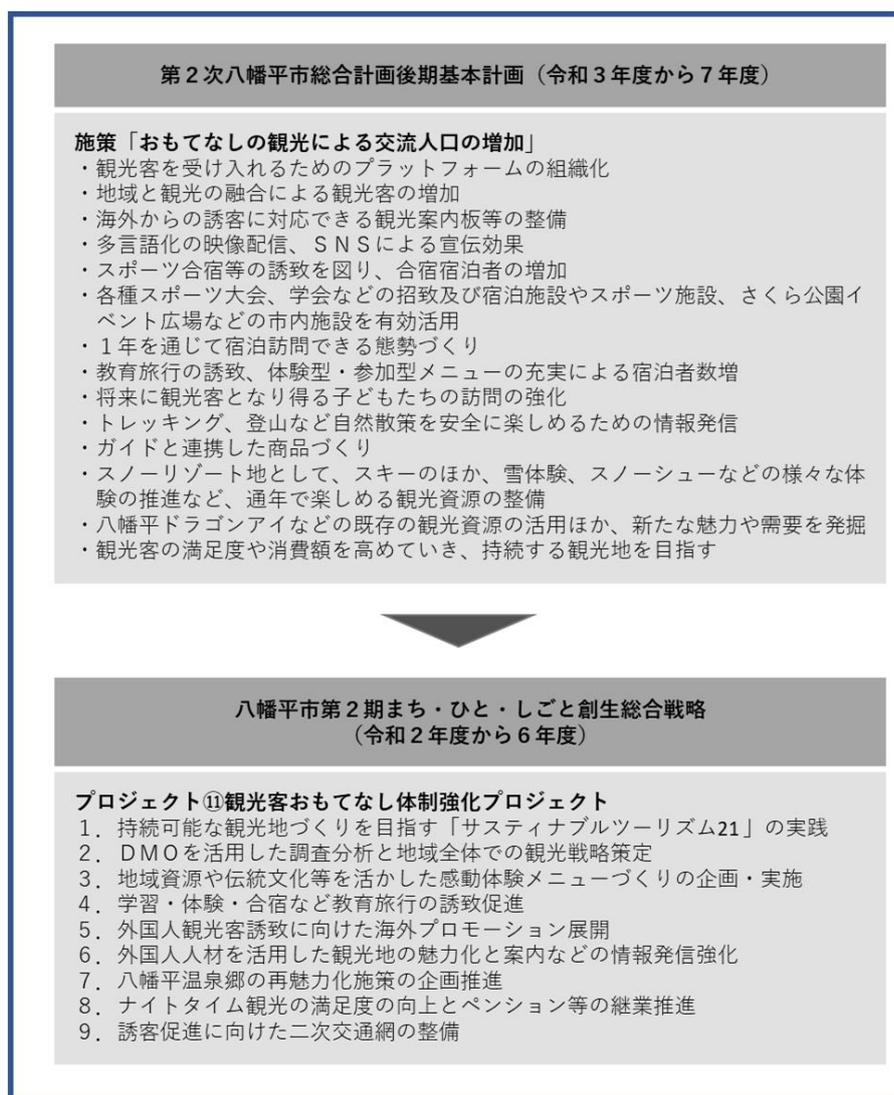
・観光資源、施設・インフラの整備

(各種観光施設、スポーツ関連施設の老朽化・バリアフリー対策、八幡平山頂エリアや交通インフラの整備など)

4-2) 計画の位置づけ

本計画は、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

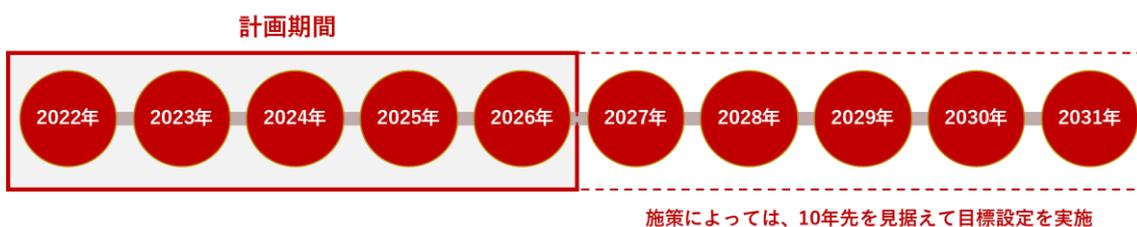
第4期八幡平市
観光振興計画

4-3) 計画期間

本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、本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。



4-4) 目標値

本計画では、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ます。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年ごとに行います。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。

前述のとおり、本計画では、本市が「選ばれる観光地」となり、持続可能な観光地域づくりを目指しています。その達成に向けて、KGI として6つの指標を定めます。

① 旅行支出額

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。

目標値の設定については、本市が実施した満足度調査における消費額を基準とし、継続した調査を実施することで、目標に対する進捗状況と成果を検証することとします。

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	98億円	100億円	105億円	105億円	106億円
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

② 旅行者数（観光入込客数等）

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。

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

八幡平市観光統計による

令和2年度、3年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響による減少のため、元年度を基準値として目標を定める

③ リピーター率・再訪意向

本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%、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えて、80%程度を維持することを狙います。

また、日本人の再訪意向は令和3年（2021年）12月～6月までの調査で6.54と全国値と比べても高い結果となっています。ただし、この時期はコロナ禍の反動で比較的评价が高く出ている可能性もあるため、従来の旅行環境が戻ってもこの高い再訪意向を維持しながら、さらに高い水準を目指します。外国人観光客の再訪意向については、令和元年度の調査で、本市を訪れる外国人の再訪意向は5.82だったのに対して、調査実施時期と重なる令和元年度1～3月期の全国調査「訪日外国人消費動向調査」の再訪意向が6.58であることを踏まえ、まずは全国レベルを目指して取組みを進めます。

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	55%	-	55%	57%	58%	60%
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

※ 7点＝強く再訪したいと思う、6点＝再訪したいと思う、5点＝やや再訪したいと思う、4点＝どちらでもない、3点＝やや再訪したくない、2点＝再訪したくない、1点＝強く再訪したいと思わない

④ 来訪者満足度

第3章で述べたとおり、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いますが、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。

日本人については既に全国平均を上回る状況ですが、コロナ禍の反動で評価が高まっている可能性があります。現在の満足度を維持しつつ、粘り強く向上させていきます。

外国人については全国平均より低い状況ではありますが、本市は全国平均に比べて評価の厳しい東アジアの割合が高いため、不利な状況ではありますが。それでも全国を上回る質の高い観光地を実現することで、全国平均値に並ぶ水準を目指します。

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 (7点満点※)	日本人	-	6.24	6.25	6.26	6.28	6.3
	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

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。

目標値：アンケート調査により基準値（現状値）を設定後、目標値を定める。

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。

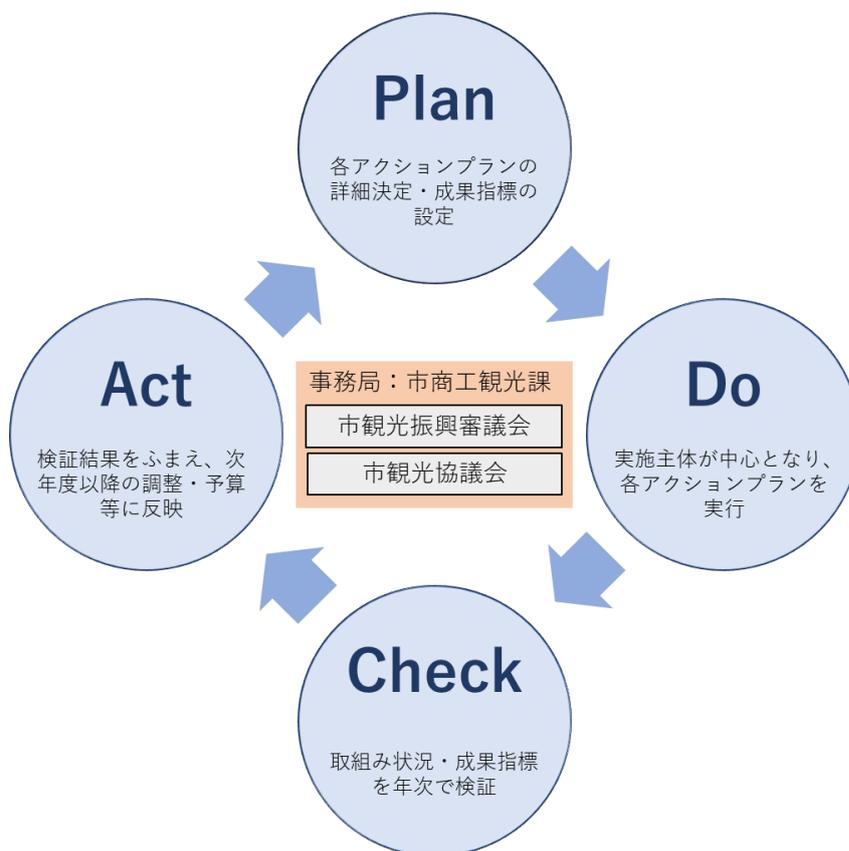
目標値：アンケート調査により基準値（現状値）を設定後、目標値を定める。

4-5) 計画の推進体制

本計画の推進において、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。

また、評価と検証のために、計画全体の「4-4) 目標値」と合わせて、アクションプランごとに効果を検証するための数値目標を設定し、数値を年度ごとに確認することで、次年度以降の取組み内容の見直しや目標値の検討を実施します。

現在、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、本計画では、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。



第5章 ビジョンとテーマ、アクションプラン

5-1) 本計画のビジョンとテーマ

前計画においては、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、本計画では、本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。

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



【世界に誇れるパウダースノー】



【八幡沼と高山植物】

テーマに込めた思い

大きく3つの思いを込めてテーマを設定しました。

「Natural Resort」として、「稼げるリゾート」へ

本市の豊かな自然を維持しながら、観光による経済活性化を力強く促進し、自然に恵まれた観光地を「稼げるリゾート」に変えていくことを目指します。

十和田八幡平国立公園八幡平地域の強みを生かしたブランディングや、ガイドの利用強化と高付加価値化、スノーリゾートや滞在環境の支援による観光客の満足度向上、歴史文化を活用した広域連携等、次世代の観光地に求められる「稼げる仕組みづくり」をアクションプランとして計画します。

滞在する人にも暮らす人にも心地よい、持続可能な環境を提供

本市は、色鮮やかな風景の中で、日本有数のスノーリゾートや雄大な山々でのアクティビティ、温泉等、豊かな大自然の“静と動”を体感できる観光地です。

豊富な地熱資源が持続可能な取組みに活かされ、人と地球に心地よい滞在が当たり前提供されています。

本市の大自然に触れることで、訪れた人自身がよりよい人生や生き方に気づく新しい発見や自分なりの冒険、言い換えれば、自然のエネルギーを自分のパワーに変える旅を体験できます。四季折々の本市の美しさの中で、自分の原点に立ち戻り、次の一步を踏み出したくなるような時間を提供します。

市民の誇りにつながる観光地域づくり

本市のさまざまな魅力は、このまちに住む人たちによって紡がれてきたものです。観光に訪れた人が本市のことを好きになり、訪れ続け、さらには住んでみたいと思うようになるためには、市民との「出会い」も欠かせないものとなります。

そのために、市民自身が本市の魅力を知り、好きになること、市民のより多くの方々にとって観光に関わるさまざまな取組みに関わるきっかけや後押しになることを意識したアクションプランを実施します。

5-2) アクションプランの全体像

本計画のテーマを実現、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

1つ目は、旅の価値を「高めて、広げる」アクションプランです。

来訪者が旅行先として選び、何度も足を運んでもらうためには、本市を訪れることに価値を感じてもらう必要があります。その価値のベースを「豊かな自然の中で得られる刺激的で洗練された体験」としてとしました。成長市場である外国人観光客（インバウンド）を含め、国内外の多くの人に本市の素晴らしさを体感してもらうためには、体験商品の開発と拡充、関係者の連携拡大等によって、本市を旅することの魅力を最大化する取組みを進めることが重要です。

インバウンドのさらなる誘客促進をベースに、「自然を楽しむアドベンチャーの推進」「国際競争力の高いスノーリゾート形成の促進」の主に2つの側面から、過ごす時間、体験の魅力を「高めて、広げる」アクションプランを実行します。また、スポーツツーリズムやワーケーション等、特定の目的を持った来訪者の期待に応えるための取組みも合わせて推進します。

2つ目は、魅力や風土を「伝えて、育む」アクションプランです。

旅の価値は、自然豊かな風景、その中で育まれた歴史や風土によって形作られています。本市の観光が未来まであり続けるためには、この環境を守るためのアクションプラン

が欠かせません。また、自然とともにある暮らしの魅力を市民の方々が実感することで、ふるさとに対する誇りが生まれ、このまちならではの魅力がより一層育まれると考えられます。

また、ふるさとの姿を伝えることは、外から訪れる人にとっても魅力となる可能性があり、地熱等のエネルギー活用や、安比川流域に脈々と伝わる漆文化、安比高原の中のまきばの馬の放牧による野芝の再生等、持続可能なまちを象徴する様々な風景や資源があります。こうした文化資源を、教育旅行や情報発信を通じて市民、来訪者それぞれに伝えることで、魅力ある風土、環境を育むことを目指します。

3つ目は、本市が一体となって、観光を推し進めていくための「つなぐ」アクションプランです。テーマで掲げた「自然を未来につなぐまち」が表す「持続可能な観光地域づくり」を目指すにあたっては、観光全体を支え、持続的な取組みを推進する仕組みの構築が不可欠です。

本計画では、前述の「高めて、広げる」、「伝えて、育む」アクションプランを効果的、効率的に実行するために、観光を担う関係機関と事業者、市民と来訪者の間をつなぐ役割や仕組みを構築することで、関係人口、交流人口の拡大を目指し、本市の観光を支える、推し進める体制を整えます。

5-3) アクションプラン詳細

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

1-1 外国人観光客の受入促進

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。

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

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
			●		●	●				

施策② 自然を楽しむアドベンチャーの推進

2-1 「すべての人が楽しめる」ナショナルパーク八幡平の環境整備

ナショナルパーク八幡平は、山頂付近の勾配が非常に緩やかで、誰もがアクセスしやすい日本百名山です。これを、誰もが到達できる、ユニバーサルデザインの百名山として捉え、老若男女、年齢や身体的な理由で登山を諦めていた人にも、登山の魅力を提供できる、ユニバーサルツーリズム(すべての人が楽しめるよう創られた旅行)を推進します。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
木道・遊歩道、案内板の整備	市・県・ 関係機関	R4→R8	整備実施箇所	1か所	1か所	1か所	1か所	1か所	1か所
ユニバーサルツーリズムツアーの検証・実施	市・県・ 関係機関	R4→R8	モニターツアー 実施数	0回	-	-	-	-	1回

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
●	●					●	●	●		

2-2 トレッキングガイドの観光商品・受入基盤整備

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

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
●	●				●	●		●		

2-3 アドベンチャーツーリズムの観光商品強化

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。

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

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
●	●		●		●	●				

2-4 モリアオガエルをアイコンとしたブランディング

「大揚沼モリアオガエル及びその繁殖地」は国指定から50周年を迎えます。市民も観光客も、八幡平の豊かな森と自然に誇りを持ち、天然記念物の生息地を保護する活動を広げ、ナショナルパーク八幡平を象徴するアイコンとして、ロゴやキャラクターの整備、各種情報発信やツアー造成、土産品開発等の活用を推進します。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
モリアオガエルをアイコンとしたプロモーション	観光協会	R5→R8	アイコン化 (ロゴ等の整備)	なし	-	-	-	-	実施完了
モリアオガエル観察会の検討・実施	観光協会	R5→R8	ツアー実施数	0件	-	-	-	-	1件

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
				●					●	●

施策③ 国際競争力の高いスノーリゾート形成の促進

3-1 市内スキー場のインフラ投資、DX 基盤整備

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。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
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	R 4→R 8	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	R 5→R 8	システム構築	なし	-	-	-	-	構築完了

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
●	●		●			●	●	●		

3-2 海外ファミリー層、富裕層向けの観光商品開発

ハロウイ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。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8
ファミリー向け雪遊び観光商品の充実化	各事業者	R 4→R 8	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	R 4→R 8	実施数	0回	1回	1回	1回	1回	1回

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
			●		●	●	●	●		

3-3 宿泊施設、観光施設の上質化や多様化

国等の支援を活用し、スキー場や国立公園のベースタウンとなる宿泊施設や観光施設において、上質かつ多様な滞在環境の開発促進を行います。宿泊事業者の高齢化等が進む八幡平温泉郷においては、泊食分離、地域まるごとホテルの推進等、中長期滞在者を対象とした滞在環境の充実化を図ります。また、ワーケーション滞在等の支援も引き続き実施します。

さらに、今後の観光集客における重要な要素として、省エネ、カーボンニュートラル、廃棄物の削減を意識した取組みを行います。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
サステナビリティを意識した宿泊施設・観光施設の改修	各事業者	R4→R8	改修数	2施設	1施設	1施設	1施設	1施設	1施設
八幡平温泉郷の泊食分離・地域まるごとホテルの推進	DMO・各事業者	R4→R8	新規宿泊施設数	1施設	2施設	2施設	2施設	2施設	2施設

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
●	●	●	●		●		●	●		

3-4 バックカントリーの受入環境整備

CAT（雪上車）利活用推進やバックカントリーエリアでのマナー啓発、雪崩リスク管理や環境破壊への対策、夏季の環境整備等を通じて、持続可能な八幡平バックカントリーエリアを推進します。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
バックカントリーエリアの持続可能性に関する啓発につながるワークショップ	DMO・各事業者	R5→R8	実施回数	0回	—	1回	1回	1回	1回
CATを利用したバックカントリースキー/スノーボード以外のメニューの開発	各事業者	R6→R8	商品数	0商品	—	—	1商品	1商品	1商品
持続可能と地域との共存を前提としたCATの運行	大黒森協同組合	R4→R8	稼働率 (令和元年度比)	61%	61%	65%	67%	69%	71%

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
	●		●			●	●	●		

施策④ スポーツツーリズムの推進

4-1 スポーツツーリズムの推進

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。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
スポーツ合宿、社会人合宿の受入推進	観光協会	R4→R8	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	R5→R8	紹介チーム数	なし	-	3チーム	3チーム	6チーム	6チーム

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
		●			●	●		●		

4-2 サイクルツーリズムの振興

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ツーリズムの情報や魅力の発信を行います。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
e-bikeを活用したMTB等ツアーの造成	DMO・各事業者	R4→R8	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	R4→R8	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	R4→R8	情報発信の実施 国数	なし	-	1か国	1か国	2か国	3か国

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
	●				●		●	●		

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

5-1 地熱、松尾鉱山等を活用した教育旅行、企業研修の推進

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が行われています。

こうした地域資源や松尾鉱山の学びを生かして、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。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
SGDs教育旅行のプラン造成・情報発信、受入の支援	観光協会	R4→R8	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	R4→R8	企業研修の新規誘致数	0社	1社	2社	3社	4社	5社

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
		●	●			●	●	●		

施策⑥ 地域の歴史的・文化的資源、食文化の活用

6-1 歴史的・文化的資源を活用した広域連携の強化

令和2年「“奥南部”漆物語～安比川流域に受け継がれる伝統技術～」が、文化庁の日本遺産に認定されました。

また、令和3年には「北海道・北東北の縄文遺跡群」が世界遺産に登録されたことにより、北東北での周遊のニーズが高まると想定されます。

江戸時代の物流を支えた鹿角街道、古くから続く馬事文化に絡め、安比高原中のまきばも、地域資源として積極的に活用し、文化や歴史を共有する自治体との広域連携強化を推進していきます。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
漆器、鹿角街道、縄文などをテーマとした広域ツアー造成、販売	DMO	R4→R8	歴史文化ツアー組込数	0件	1回	1回	2回	2回	2回

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
		●	●		●	●				

6-2 食の体験コンテンツ強化

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ます。

また、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）の観光コンテンツ化を目指します。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
食材情報のプラットフォーム整備	観光協会・DMO	R5→R8	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	R5→R8	新規事業数	0件	-	-	1件	1件	2件

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
		●	●	●	●		●	●	●	●

6-3 市民向けの観光体験提供

市民や、次世代を担う子供達が地域への誇りと愛着を醸成する取り組みとして、観光に関する授業や市民向けの観光体験会を実施し、観光人材の確保につなげます。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
平館高校への観光授業の提供	DMO	R4→R8	観光人材の確保	1名	2名	3名	3名	4名	5名
市民向け観光体験会の実施	DMO・観光協会	R4→R8	実施回数	4回	4回	4回	4回	4回	4回

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
				●					●	●

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

7-1 観光資源の保全

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。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
自然保全・環境問題の取組み	市・観光協会	R4→R8	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	R4→R8	連携団体数	0団体	1団体	1団体	2団体	2団体	3団体

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
●	●	●	●	●						

施策⑧ 交通アクセスの拡充

8-1 交通アクセスの拡大・改良

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目指します。

アクション	実施主体	実施年度	KPI	現状値	R4	R5	R6	R7	R8
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	R4→R8	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	R4→R8	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	R4→R8	実施エリア数	なし	-	1エリア	1エリア	2エリア	2エリア

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
●	●	●	●	●						

施策⑨ 観光推進体制の強化

9-1 観光推進体制の強化

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。

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

ターゲット層					関連するKGI					
①国内 アクティブ シニア層	②国内若年 アウトドア 層	③国内 企業、学校	④海外 富裕層中心	⑤八幡平 市民	①旅行 支出額	②旅行者数	③リピー ター率・ 再訪意向	④来訪者 満足度	⑤観光資源 認知率 (市民)	⑥観光関与 意向 (市民)
●	●	●	●	●						

＜参考資料＞

■ 計画策定の経過

開催日	会議等	内容
令和3年4月19日	令和3年度第1回観光協議会	計画策定について
5月13日	第1回策定検討・若手会議	八幡平市の観光
5月25日	第2回策定検討・若手会議	情報発信のありたい姿
6月11日	第3回策定検討・若手会議	八幡平市の将来像
6月22日	第4回策定検討・若手会議	観光の現状と課題
7月7日	第5回策定検討・若手会議	個別テーマ/アクションプラン
7月13日	第6回策定検討・若手会議	個別テーマ/アクションプラン
8月10日	第7回策定検討・若手会議	計画作成の進め方
9月21日	令和3年度第2回観光協議会	計画策定の進捗報告
10月14日	第8回策定検討・若手会議	テーマアイデア出し
11月2日	第9回策定検討・若手会議	ビジョンコンセプト検討
11月16日	第10回策定検討・若手会議	ビジョン案検討
11月26日	令和3年度第3回観光協議会	計画策定の進捗報告
令和4年2月18日	第11回策定検討・若手会議	アクションプラン検討
3月1日	第12回策定検討・若手会議	計画たたき台検討
3月10日	第13回策定検討・若手会議	計画たたき台検討
3月24日	令和3年度第4回観光協議会	計画策定の進捗報告
6月3日	第1回観光振興審議会	計画策定について
6月27日	令和4年度第1回観光協議会	アクションプラン検討
7月20日	第2回観光振興審議会	計画素案について
8月26日	第3回観光振興審議会	計画答申について

■八幡平市観光振興審議会名簿

(敬称略・順不同／令和4年8月26日現在)

役職	氏名	所属	備考
会長	小野寺純治	国立大学法人岩手大学客員教授	
副会長	田村 正彦	一般社団法人八幡平市観光協会会長	
委員	高橋 富一	八幡平市商工会会長	
委員	高橋 三男	八幡平市ホテル協議会会長	
委員	千田 康洋	八幡平市企業懇談会会長	
委員	工藤 忠義	七時雨ロマンの会会長	
委員	高橋 時夫	八幡平市山岳協会会長	
委員	宮野 千栄	八幡平市商工会女性部部長	
委員	宮野 朋士	有限会社ミヤノエネルギーサービス代表取締役	
委員	本田 哲也	株式会社肉の横沢専務取締役	
委員	八木澤 健	岩手県北自動車株式会社営業本部乗合事業部部長	
委員	佐藤 圭一	東北リゾート株式会社代表取締役総支配人	
委員	工藤 慎也	八幡平市産業振興株式会社取締役部長	

■八幡平市観光協議会構成名簿

(敬称略・順不同／令和4年8月26日現在)

氏名	所属	備考
田村 正彦	一般社団法人八幡平市観光協会会長	
高橋 富一	八幡平市商工会会長	
高橋 三男	八幡平市ホテル協議会会長	
箱崎 義弘	安比ペンションヴィレッジ会代表	
関 祐輔	安比民宿組合組合長	
片野 正子	八幡平スポーツ誘致委員会会長	
田村 正彦	八幡平市グリーンツーリズム協議会会長	
高橋 時夫	岩手山・八幡平・安比高原 50kmトレイル協議会会長	
畠山 護	安比高原スキー場支配人	
佐藤 圭一	東北リゾートサービス株式会社代表取締役総支配人	
鈴木 央司	大黒森管理協同組合理事長	
松本 順	岩手県北自動車株式会社代表取締役社長	
小坂 一将	東日本旅客鉄道株式会社盛岡支社観光推進室長	
山口 桂	西根観光タクシー株式会社代表取締役	
本宮 啓	株式会社麴屋もとみや代表取締役	
田村 恵	株式会社サラダファーム代表取締役	
矢部 豊	有限会社ロジックタンDEM代表取締役	
渋谷晃太郎	岩手県立大学総合政策学部教授	
宇佐美誠史	岩手県立大学総合政策学部准教授	
佐々木政城	株式会社岩手銀行平舘支店長	
畑 めい子	株式会社八幡平 DMO 代表取締役	
佐々木孝弘	八幡平市長	

オブザーバー

氏名	所属	備考
北柄 玲子	岩手県商工労働観光部観光・プロモーション室主幹兼国際観光担当課長	
渡邊恵理子	盛岡広域振興局経営企画部産業振興室特命課長	

■策定検討・若手会議名簿

(敬称略・順不同／令和4年8月26日現在)

氏名	所属	備考
遠藤 忠寿	株式会社遠忠	
甲斐 勇	株式会社宿かり屋ドットコム (焼走り国際交流村)	
工藤 理沙	安比塗漆器工房	
上野 聖羽	一般社団法人八幡平市観光協会	
関 祐輔	安比民宿組合 (カントリーハウスせき)	
塚田 崇博	AQSH株式会社	
矢部 豊	有限会社ロッジタンDEM	
鈴木 絵美	株式会社地熱染色研究所	
三浦 学	ブロードフォト	
本田 哲也	株式会社肉の横沢 (八幡平ハイツ)	
及川 豊	株式会社岩手ホテルアンドリゾート (安比高原)	
高橋 竜也	有限会社タカ・コーポレーション (いこいの村岩手)	

八幡平市観光振興計画

令和4年度～令和8年度

発行 令和4年

発行者 八幡平市商工観光課

〒028-7392 岩手県八幡平市野駄第21地割170番地

TEL : 0195-74-2111 FAX : 0195-74-2102

メールアドレス : shokanka@city.hachimantai.lg.jp

URL : <https://www.city.hachimantai.lg.jp/soshiki/shokanka/>