

第二次西和賀町観光振興計画の概要

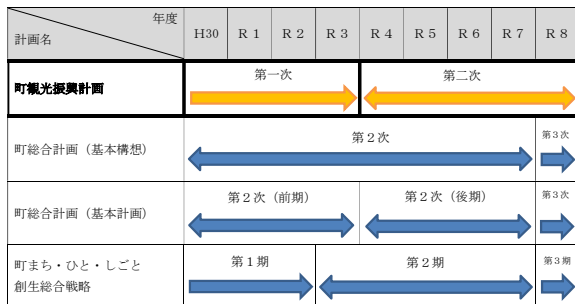
計画の基本的な考え方

計画の位置づけ

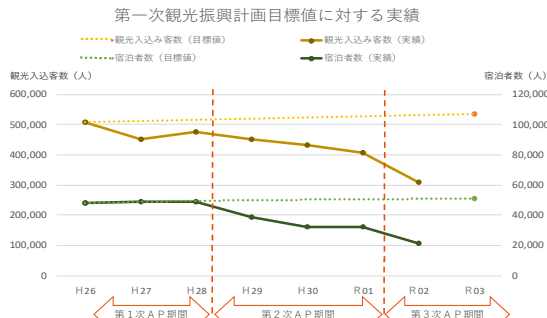
- ・ 第一次観光振興計画を受け継いだ計画
- ・ 第2期西和賀町まち・ひと・しごと創生総合戦略と連携

計画の期間

計画期間は、令和4年度から令和8年度までの5年間とする。
なお、関係する各計画と連動させ、随時見直しを行う。

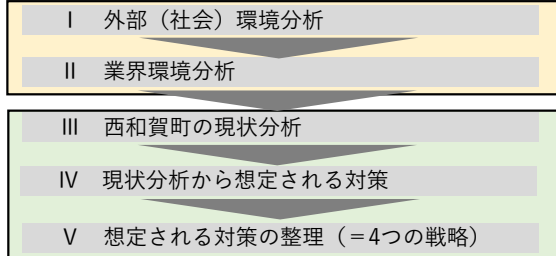


第一次観光振興計画の評価



町内の主な出来事	H27	H28	H29	H30	R01	R02	R03
観光・宿泊施設	道の駅七戸 (H27.5.11) 道の駅七戸 (H27.5.11) 道の駅七戸 (H27.5.11) 道の駅七戸 (H27.5.11) 道の駅七戸 (H27.5.11)	道の駅七戸 (H27.11.28) 道の駅七戸 (H27.11.28) 道の駅七戸 (H27.11.28) 道の駅七戸 (H27.11.28) 道の駅七戸 (H27.11.28)	道の駅七戸 (H29.10.10) 道の駅七戸 (H29.10.10) 道の駅七戸 (H29.10.10) 道の駅七戸 (H29.10.10) 道の駅七戸 (H29.10.10)	道の駅七戸 (H30.10.10) 道の駅七戸 (H30.10.10) 道の駅七戸 (H30.10.10) 道の駅七戸 (H30.10.10) 道の駅七戸 (H30.10.10)	道の駅七戸 (R01.10.10) 道の駅七戸 (R01.10.10) 道の駅七戸 (R01.10.10) 道の駅七戸 (R01.10.10) 道の駅七戸 (R01.10.10)	道の駅七戸 (R02.10.10) 道の駅七戸 (R02.10.10) 道の駅七戸 (R02.10.10) 道の駅七戸 (R02.10.10) 道の駅七戸 (R02.10.10)	道の駅七戸 (R03.10.10) 道の駅七戸 (R03.10.10) 道の駅七戸 (R03.10.10) 道の駅七戸 (R03.10.10) 道の駅七戸 (R03.10.10)
公共施設	道の駅七戸 (H27.10.10) 道の駅七戸 (H27.10.10) 道の駅七戸 (H27.10.10) 道の駅七戸 (H27.10.10) 道の駅七戸 (H27.10.10)	道の駅七戸 (H28.10.10) 道の駅七戸 (H28.10.10) 道の駅七戸 (H28.10.10) 道の駅七戸 (H28.10.10) 道の駅七戸 (H28.10.10)	道の駅七戸 (H29.10.10) 道の駅七戸 (H29.10.10) 道の駅七戸 (H29.10.10) 道の駅七戸 (H29.10.10) 道の駅七戸 (H29.10.10)	道の駅七戸 (H30.10.10) 道の駅七戸 (H30.10.10) 道の駅七戸 (H30.10.10) 道の駅七戸 (H30.10.10) 道の駅七戸 (H30.10.10)	道の駅七戸 (R01.10.10) 道の駅七戸 (R01.10.10) 道の駅七戸 (R01.10.10) 道の駅七戸 (R01.10.10) 道の駅七戸 (R01.10.10)	道の駅七戸 (R02.10.10) 道の駅七戸 (R02.10.10) 道の駅七戸 (R02.10.10) 道の駅七戸 (R02.10.10) 道の駅七戸 (R02.10.10)	道の駅七戸 (R03.10.10) 道の駅七戸 (R03.10.10) 道の駅七戸 (R03.10.10) 道の駅七戸 (R03.10.10) 道の駅七戸 (R03.10.10)

第二次観光振興計画の考え方



社会環境と業界環境の現状 (=実態を知る)

I 外部 (社会) 環境分析

- ・ 少子高齢化と人口減少
- ・ IT技術の発展とライフスタイルの変化
- ・ 社会課題に対する関心の高まり

II 業界環境分析

①国内市場

- ・ 日本人旅行客の数はほぼ横ばい、インバウンドは上昇

②岩手県内の観光市場

- ・ 令和元年の県内観光入込客数は延べ人数で2,921万人
- ・ 上位10市町村の観光資源は独自性と容易性がある

【県内観光地の特色】

市町村	特色	代表的観光地
盛岡市	都市	街並み散策、盛岡手づくり村
一関市	自然 (渓谷)	狛鼻溪、蔵美溪
花巻市	温泉	花巻温泉郷
平泉町	歴史	中尊寺
八幡平市	自然 (山)	安比高原スキー場、八幡平ドラゴンアイ
宮古市	自然 (海)	浄土ヶ浜
雫石町	自然 (農場)	小岩井農場
奥州市	歴史	歴史公園えさし藤原の郷、南部鉄器
遠野市	民話	遠野ふるさと村、カップ湖
北上市	自然 (桜)	北上展勝地

③本町の観光市場

- ・ 観光入込客数は毎年減少傾向 (令和元年度は407,254人)
- ・ 独自性と容易性を兼ね備えた観光資源が少ない

【町内観光地の特色】

代表的観光資源の一例	特色	独自性	容易性
湯田温泉郷	温泉	×	◎
登山	自然 (山)	△	×
滝めぐり	自然 (滝)	△	×
湯田ダム	人工建造物	○	◎
カタクリ、水芭蕉	自然 (花)	×	△
水没林	自然 (特殊な景色)	◎	○
紅葉	自然 (紅葉)	△	○
錦秋湖大滝ライトアップ	イベント (ライトアップ)	◎	○
雪あかり	イベント (ライトアップ)	◎	○
マラソン (参加)	イベント (スポーツ)	×	×
わらび、きのこ	食 (食材)	○	×
そば	食 (加工品)	×	○
ビスケットの天ぶら	食 (郷土食)	◎	△

より詳しい本町観光市場の調査

【ヒアリング調査による実態把握】

「宿泊施設25件」、「飲食施設18件」、「夜間のみ営業の飲食店10件」の合計53件が対象施設。

課題① 情報発信とIT化の遅れ

- ・ 対象施設の72.2%がホームページを運用していない
- ・ 対象施設の68.6%がSNSを導入していない

課題② 館内設備の継続的な改善

- ・ Wi-Fiの導入率は、宿泊が76.0%、飲食が21.4%
- ・ キャッシュレス決済の導入率は宿泊が44.0%、飲食が21.4%

課題③ お客様の高齢化と新規顧客の取り込み不足

- ・ 宿泊客の年齢層は60歳以上で44.2%、39歳以下は18.0%
- ・ 48.0%の宿泊施設では5年間で増えた顧客層は少ないと回答

課題④ 経営意欲の二極化が進行中

- ・ 宿泊の80.0%、飲食の75.0%は経営者が60歳以上
- ・ 宿泊の60.0%、飲食の87.5%は後継者がいない
- ・ 宿泊事業者の経営意欲は現状維持が44%へ低下

課題⑤ 場所の整備と情報のリアルタイム発信

- ・ 気軽に行ける景観地がない
 - ・ 季節毎でどこを見に行ったら良いかわからない
- ※観光客からのご意見で多い事項

【デジタルデータを活用した現状分析】

経済産業省と内閣官房 (まち・ひと・しごと創生本部事務局) が提供している、地域経済分析システムRESASを活用して、県外から本町へ訪れる人の世代、性別を分析。

- ・ 39歳以下の若年層が少ない
- ・ 70代になると急激な減少傾向となる

2019年 滞在人口の人口構成 (県外年間平均)

	総数		男		女	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合
15~19歳	2	0.3%	0	0.0%	2	0.3%
20~29歳	80	10.3%	42	5.4%	38	4.9%
30~39歳	122	15.7%	61	7.8%	61	7.8%
40~49歳	163	21.0%	88	11.3%	75	9.6%
50~59歳	170	21.9%	98	12.6%	72	9.3%
60~69歳	167	21.5%	94	12.1%	73	9.4%
70~79歳	74	9.5%	40	5.1%	34	4.4%
合計	778	100.0%	423	54.4%	355	45.6%

※休日14時に本町へ滞在している、15歳以上80歳未満の人口

Ⅲ 西和賀町の現状分析

- ・町外観光資源と比較した町内観光資源の「強み」と「弱み」を抽出
- ・町内観光への影響が想定される社会的な「機会」と「脅威」を抽出

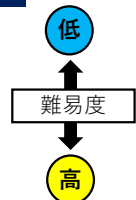
内部環境

外部環境

<p>【強み】 Strength</p> <p>【S1】「唯一無二又は全国屈指の景観」 ・水没林、廃線トンネル、ライトアップ、ダム放流</p> <p>【S2】「季節毎で全く異なる景観」 ・水位の高低差が激しい錦秋湖 ・全国屈指の霧雪地帯 ・町内全域で見られる紅葉</p> <p>【S3】「ハイオortiyな施設と品」 ・クオリティの高い宿泊施設 ・銀河ホール ・全国でも珍しいいわらび粉100% ・3軒の菓子製造業者、ヨグルト</p> <p>【S4】「適度なドライブスポット」 ・信号の無いスムーズフリーな道 ・主要エリアから90分以内で来られるアクセス</p> <p>【S5】「夏の涼しさ」 ・日中も他地域に比べれば涼しく、朝晩は30度を超えない</p> <p>【S6】「星空」 ・町内のどこでも天の川が見られる</p> <p>【S7】「秋田県に最も近い岩手県」 ・秋田文化と岩手文化の融合、秋田の観光地と連携出来る</p>	<p>【弱み】 Weakness</p> <p>【W1】「差別化の難しい観光資源」 ・温泉、山、そば、山菜、キノコ</p> <p>【W2】「素人には厳しい自然」 ・山、溪流、滝、虫、熊</p> <p>【W3】「一定クオリティを満たした施設や人の少なさ」 ・宿泊施設、飲食店、景観園所、従業員のホスピタリティ</p> <p>【W4】「バリエーションの少なさ」 ・飲食店、観光アクティビティ、建造物、お土産</p> <p>【W5】「変わり易い天候、季節の大きな変化」 ・通年を通して又は雨天時に人を呼べる景観や施設が無い ・冬の豪雪、雪道、吹雪で敬遠される</p> <p>【W6】「情報化・IT化の遅れ」 ・キャッシュレス、ホームページ、SNSは最低限の時代</p> <p>【W7】「観光客が思う最低限のインフラが無い」 ・コンビニ、ATM、トイレ</p> <p>【W8】「公共交通機関」 ・JR本数、二次交通（バス・タクシー・レンタカー）</p> <p>【W9】「呼び込むべき観光客のターゲットが不明瞭」 ・顧客ニーズの把握不足、現代観光の知識不足と経験不足</p> <p>【W10】「人材不足・後継者不足・高齢化」 ・高齢化による働き手不足、移住者や関係人口の少なさ</p>
<p>【機会】 Opportunity</p> <p>【O1】「消費者ニーズの変化」 ・マストツーリズムからニューツーリズムへ</p> <p>【O2】「情報と顧客のボーダレス社会に突入」 ・IT化による情報網の多様化、タイムリー化 ・グローバル化による大交流時代の到来</p> <p>【O3】「高速自動車道の整備」 ・秋田自動車道4車線の着工、2030年度に完全ETC化</p> <p>【O4】「地方への注目・移住政策・地方創生事業」 ・地方移住の流行、国家戦略として活用可能な各種施策</p>	<p>【脅威】 Threat</p> <p>【T1】「世界的な情報化・IT化の進捗スピード」 ・5G回線の一般化で早い通信スピードと大容量が標準化 ・キャッシュレスの一般化、完全オンラインの一般化</p> <p>【T2】「少子高齢化社会による人口減少社会」 ・働き手側、消費者側のどちらも減少する</p> <p>【T3】「各種安全基準の厳格化」 ・漬物などの加工食品を個人では産産へ簡単に出不せない</p> <p>【T4】「娯楽の多様化」 ・旅行、観光以外の娯楽も競合となってくる</p>

Ⅳ 現状分析から想定される対策

- 「強み」×「機会」の対策【SO】
- 「強み」×「脅威」の対策【ST】
- 「弱み」×「機会」の対策【WO】
- 「弱み」×「脅威」の対策【WT】



		内部環境	
		強み	弱み
機会	外部環境	<p>【SO1】 ターゲットを細分化した観光推進 例) 写真愛好家、アウトドア愛好家、企業研修など <S1、S2、S3、S6×O1></p>	<p>【WO1】 体験観光、専門ガイドの育成 <W1、W2×O1></p>
		<p>【SO2】 他地域（全国）と差別化出来る景観のPR推進 <S1、S2、S3、S6×O2></p>	<p>【WO2】 消費者ニーズの把握と適正なターゲット設定 <W9×O1></p>
		<p>【SO3】 日帰り又は立寄りドライブ観光の推進 <S1、S2、S4、S7×O3></p>	<p>【WO3】 リアルタイムな情報提供 <W2、W5、W6×O2></p>
		<p>【SO4】 移住を前提とした観光分野の人材確保を推進 <S1、S2、S3、S4、S5、S6、S7×O4></p>	<p>【WO4】 ターゲットを明確にした情報発信 <W1、W2、W6、W8、W9×O2></p> <p>【WO5】 観光人材を町外から呼び込む（移住・関係人口） <W3、W4、W6、W10×O4></p> <p>【WO6】 観光インフラ整備（IT、設備、施設、景観） <W2、W3、W6、W7、W8×O4></p>
脅威	外部環境	<p>【ST1】 近隣市町村の観光事業者と連携したコンテンツ創出 <S1、S2、S4、S6、S7×T2></p>	<p>【WT1】 観光インフラ整備（IT、設備、施設、景観） <W2、W3、W6、W7、W8×T1></p>
		<p>【ST2】 趣味趣向に合わせた多様な観光コンテンツ創出 <S1、S2、S3、S4、S6×T4></p>	<p>【WT2】 業務の外部委託や関係人口創出で課題解決 <W6、W9、W10×T1、T2></p> <p>【WT3】 観光人材を町外から呼び込む（移住・関係人口） <W3、W4、W6、W10×T2></p> <p>【WT4】 6次産業化の積極的支援 <W1、W4、W6×T3></p> <p>【WT5】 趣味趣向に合わせた多様な観光コンテンツ創出 <W2、W4、W6、W8、W9×T4></p>

Ⅴ 想定される対策の整理（＝4つの戦略）

- 【SO1】** ターゲットを細分化した観光推進
- 【SO2】** 他地域（全国）と差別化出来る景観のPR推進

- 【WO2】** 消費者ニーズの把握と適正なターゲット設定
- 【WO3】** リアルタイムな情報提供
- 【WO4】** ターゲットを明確にした情報発信

ターゲット関連の戦略

⇒ ①観光情報の収集・分析・発信の推進

- 【WO6】** 観光インフラ整備（IT、設備、施設、景観）

- 【WT1】** 観光インフラ整備（IT、設備、施設、景観）

インフラ（ハード整備）関連の戦略

⇒ ②観光振興に係るハード整備の推進

- 【SO4】** 移住を前提とした観光分野の人材確保を推進

- 【WO1】** 体験観光、専門ガイドの育成
- 【WO5】** 観光人材を町外から呼び込む（移住・関係人口）

- 【WT2】** 業務の外部委託や関係人口創出で課題解決
- 【WT3】** 観光人材を町外から呼び込む（移住・関係人口）

人材関連の戦略

⇒ ③観光振興に係る人材課題の対策

- 【SO3】** 日帰り又は立寄りドライブ観光の推進

- 【ST1】** 近隣市町村の観光事業者と連携したコンテンツ創出
- 【ST2】** 趣味趣向に合わせた多様な観光コンテンツ創出

- 【WT4】** 6次産業化の積極的支援
- 【WT5】** 趣味趣向に合わせた多様な観光コンテンツ創出

観光コンテンツと物産関連の戦略

⇒ ④観光コンテンツと物産の多様化

施策Ⅰ 観光情報の収集・分析・発信の推進

1. 市場と消費者ニーズの把握
2. 町内観光資源を用いたターゲットの検討
3. 効果的な情報発信の推進

施策Ⅱ 観光振興に係るハード整備の推進

1. 観光振興に必要なICT化の改善
2. 観光客の利便性向上を目指した改善整備
3. 景観を活かした観光地づくりの整備
4. 観光推進を牽引する組織の整備

施策Ⅲ 観光振興に係る人材課題の対策

1. 事業承継・引継ぎ制度を活用した後継者対策
2. 移住定住制度を活用した人材確保
3. 知識とスキルの向上を目的とした人材育成
4. 観光事業や業務の外部委託

施策Ⅳ 観光コンテンツと物産の多様化

1. 観光コンテンツ事業創出の支援
2. 観光客向け物産品の開発支援

計画の目標

【満足度調査】

観光客に対する満足度調査を毎年実施し、アクションプランへ反映させ、満足度向上を図る

【観光入込客数】

目標数値：395,000人（伸び率 100.38%/年）
数値根拠：366,000人（日帰り）+29,000人（宿泊）

【観光消費額】

目標数値：18億1千3百万円
数値根拠
・『まち・ひと・しごと』創生総合戦略による年間社会人口減の1/2に相当する消費額減を関係人口の交流による観光消費額増で対応する
・1人あたりの観光消費額の増加を促す

計画の推進体制

役割分担を明確にしなが、西和賀町全体で一体となった観光振興を図っていく。

- ①観光事業者
- ②観光に関係する団体や商工団体
- ③町民
- ④町

計画の実行方法

計画の具体的実施内容は、アクションプランを策定して実行し、アクションプランは必要に応じて都度見直しを図っていく。実行方法はアクションプラン、予算、業務分掌を連動していく。