

十和田市観光戦略2022-24

令和4年8月

1. 十和田市観光戦略の位置付け

2. 観光市場の動向

- 1) 観光振興の目的
- 2) 世界の観光動向
- 3) 日本の観光動向
- 4) 青森県の観光動向
- 5) 十和田市の観光動向

3. 十和田市観光戦略のビジョンとミッション

- 1) 十和田市の観光課題
- 2) ビジョンとミッション
- 3) 顧客ターゲット

4. アクションプラン

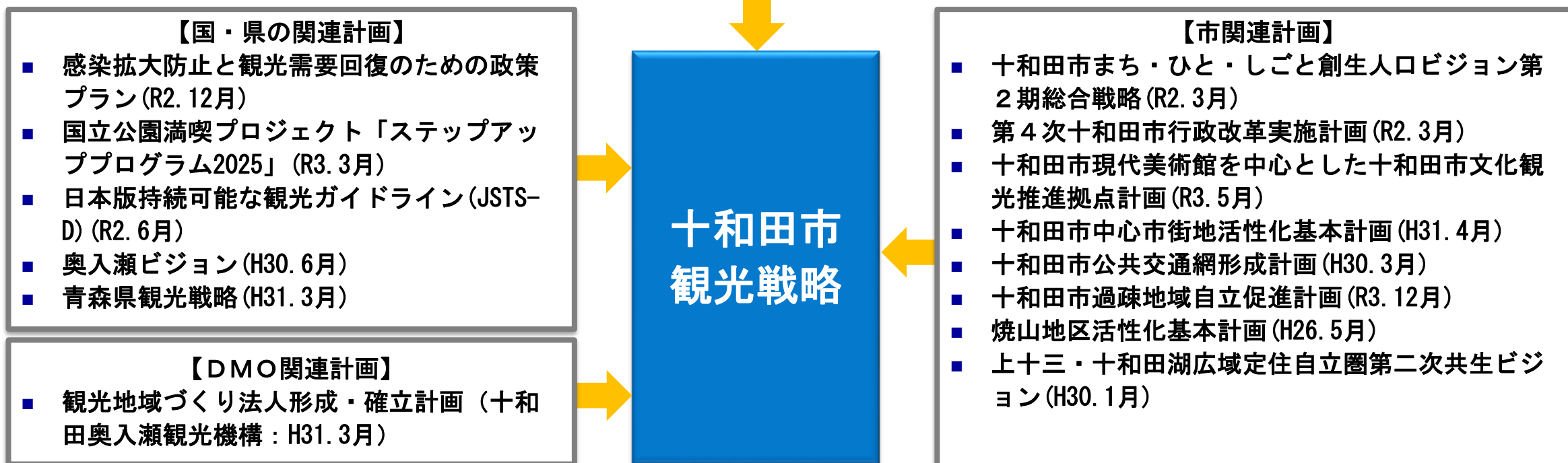
- 1) 課題解決のためのアクションプラン
 - ① ニューノーマルな観光スタイルの提供
 - ② 観光コンテンツの磨き上げ
 - ③ 観光DX（デジタルトランスフォーメーション）
 - ④ 観光人材育成

1. 十和田市観光戦略の位置付け

1. 十和田市観光戦略の位置付け

- 十和田市観光戦略は、当市における観光関連の目標や取組の基本的方向、施策を総合的かつ計画的に実施するために必要な事項を定めるものであり、観光施策に係る「実施計画」として位置付け、各分野個別計画とも連携を図るものとする。
- 計画期間は、2022年度（令和4年度）から2024年度（令和6年度）までの3年間とし、PDCAサイクルにより必要な見直しを図るものとする。

第2次十和田市総合計画 (H29. 3月)



2. 観光市場の動向

観光振興の目的…持続的な経済活動と雇用確保

- 世界の観光関連従事者は10人に一人、約3億3000万人
- 2017年、国際観光の輸出収入は1.6兆米ドル
国際観光が創出した収入は、世界総輸出の7%、
世界のサービス輸出総額の29%に相当する
- 2019年の世界のGDPの約10.3%、
新規雇用のうち4人に1人が観光関連
- 2030年までに国際観光客18億人と予測
(UNWTO 2030長期予測)
- 地方の若者流出を防止
- 観光人材不足が観光経済を止める

出典:観光庁、観光立国推進基本法

国連世界観光機関(UNWTO) 駐日事務所本部. (2021/2/25).インフォグラフィック| UNWTO.

なぜ観光が重要なのか

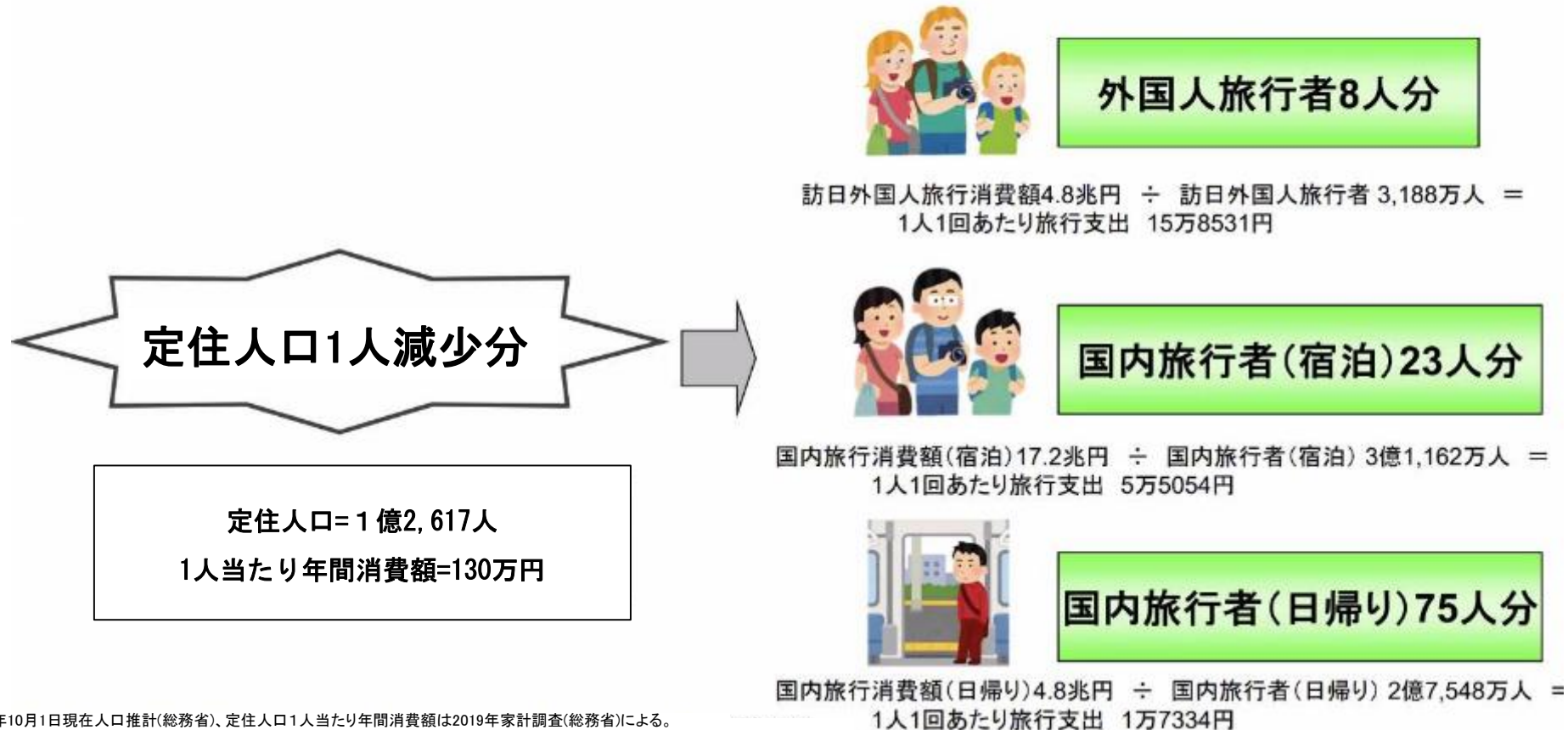


出典:世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)©

©UNWTO世界観光指標2018・国連世界観光機関(UNWTO)2018年6月

1) 観光振興の目的／観光交流人口増大の経済効果

○定住人口1人当たりの年間消費額(130万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊)23人分、国内旅行者(日帰り)75人分にあたる。

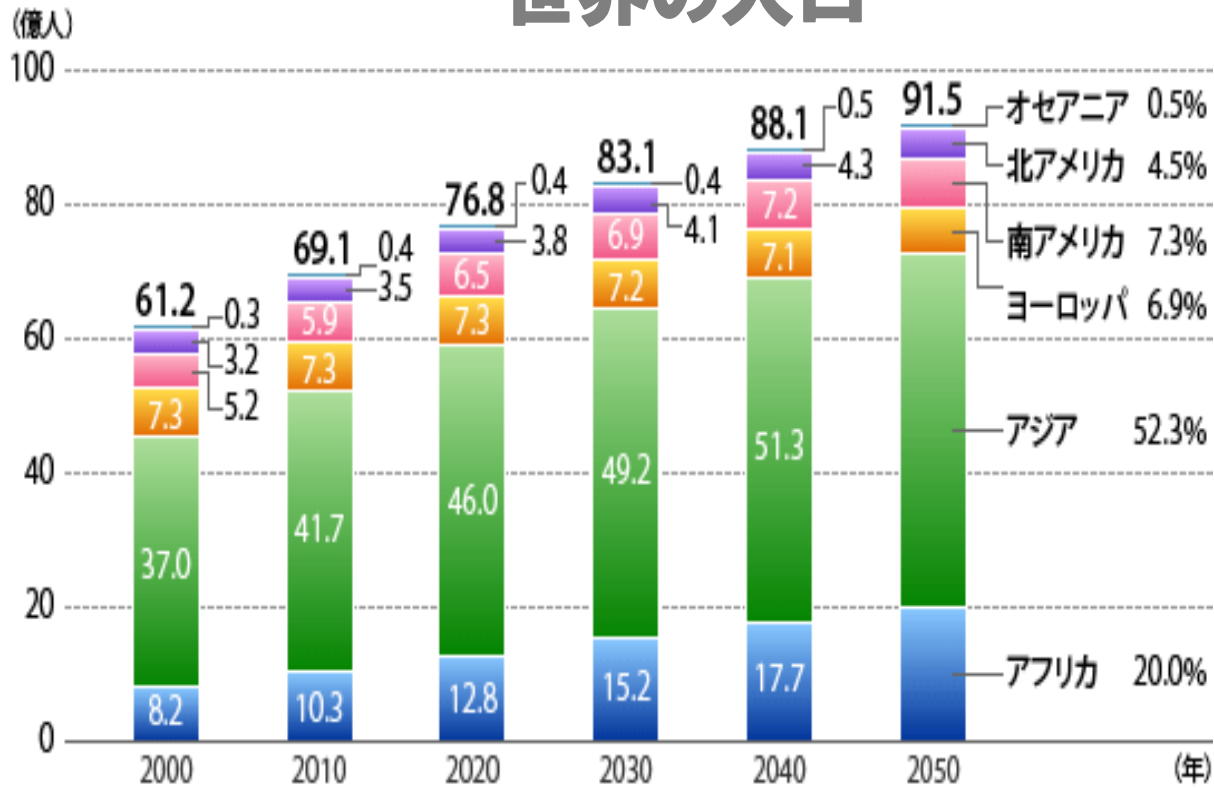


定住人口は2019年10月1日現在人口推計(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査(総務省)による。
旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2019年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者は日本政府観光局(2019年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2019年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2019年)より算出。
定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものである。(※観光庁資料)

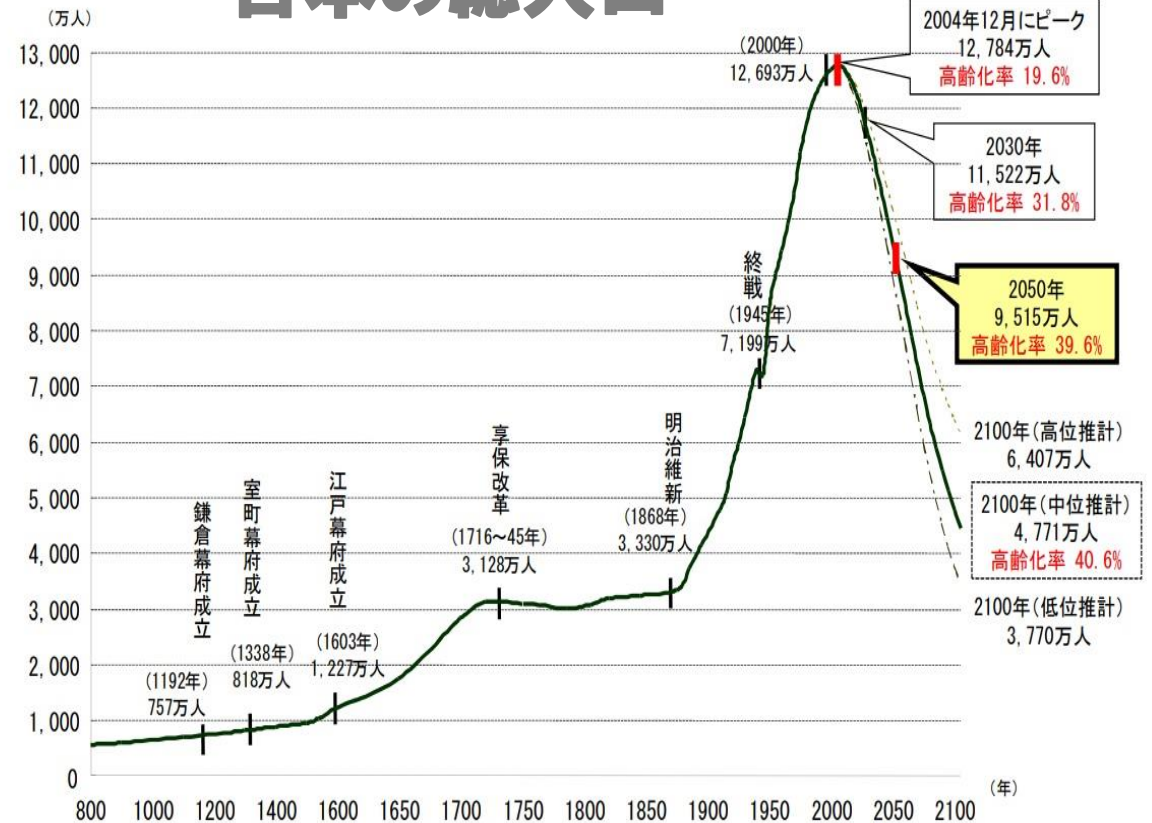
2) 世界の観光動向／人口急減は日本のみ、アジアは成長

- 世界の人口は2050年がピーク、アジアの周辺国は人口増加、高度成長
- 2050年の日本の人口は9,515万人、高齢化率39.6%

世界の人口



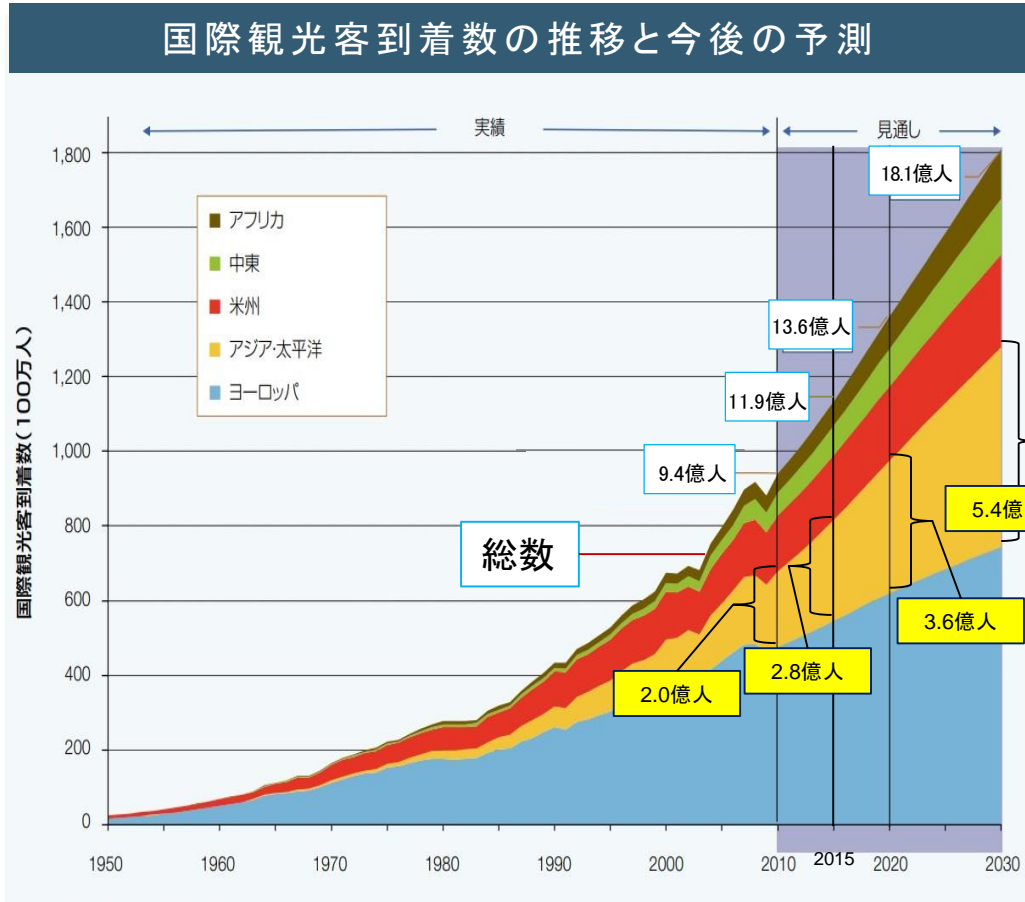
日本の総人口



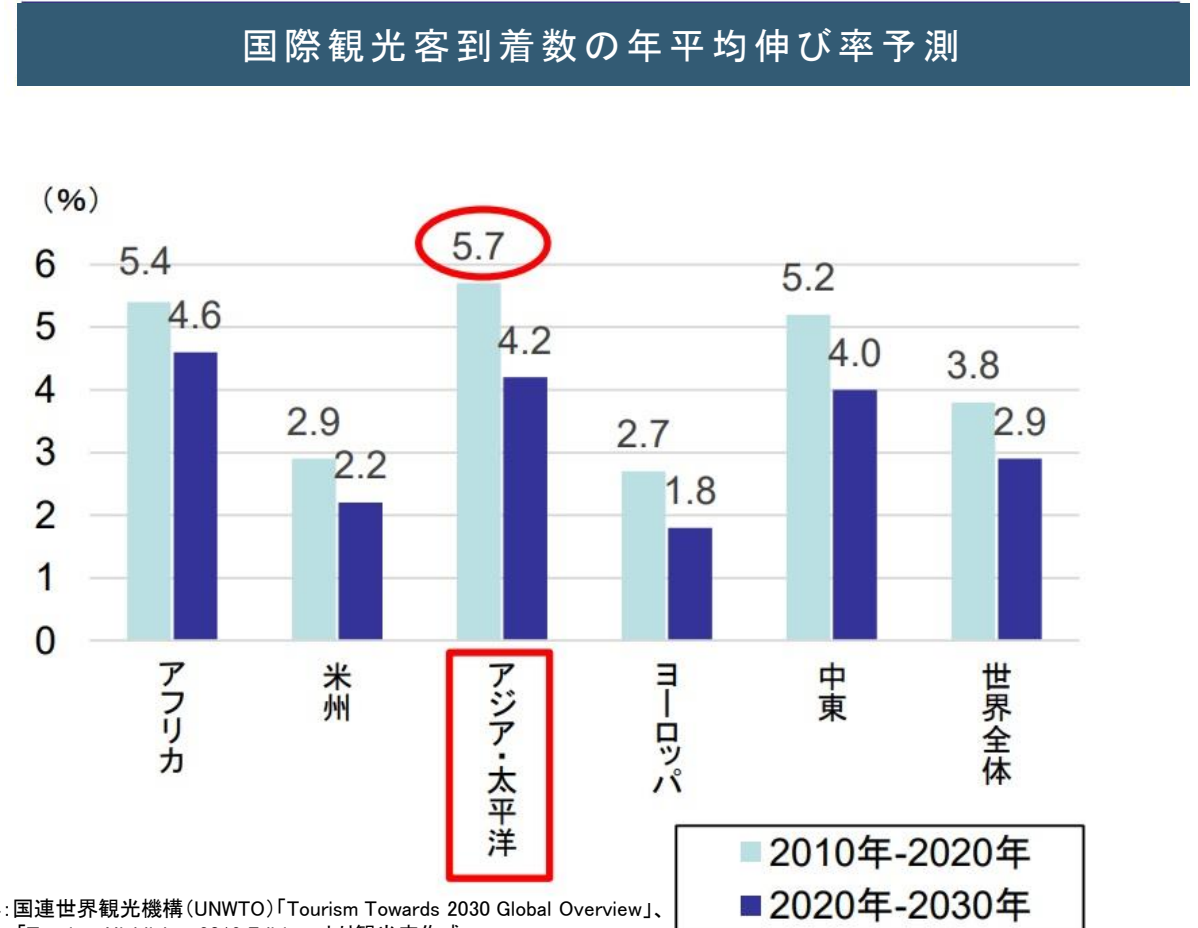
出典:「国土の長期展望」より。中間とりまとめ 概要総務省「国勢調査報告」、同「人口推計年報」、同「平成12年及び17年国勢調査結果による補間推計人口」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成18年12月推計)、国土庁「日本列島における人口分布の長期時系列分析(1974年)をもとに、国土交通省国土計画局作成

2) 世界の観光動向／インバウンド観光需要

- 2019年(令和元年)訪日外国人旅行者数は3,188万人、インバウンド観光需要で将来的にも伸長予測



出典: 国際世界観光機構(UNWTO)「Tourism Towards 2030 Global Overview」



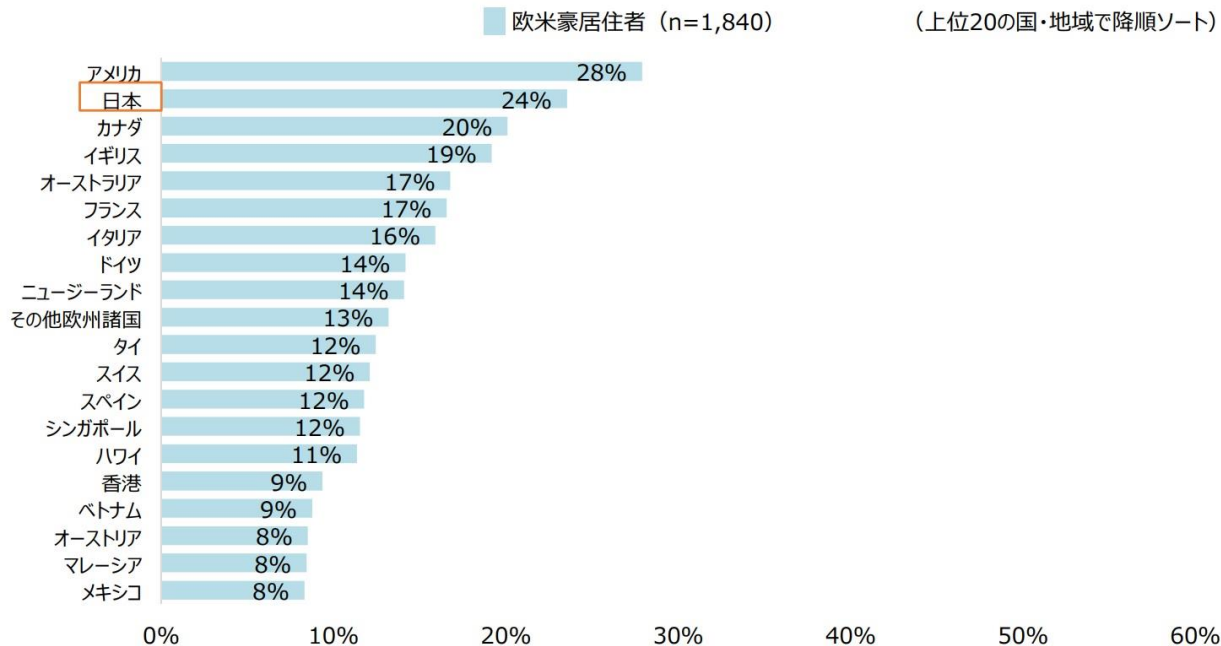
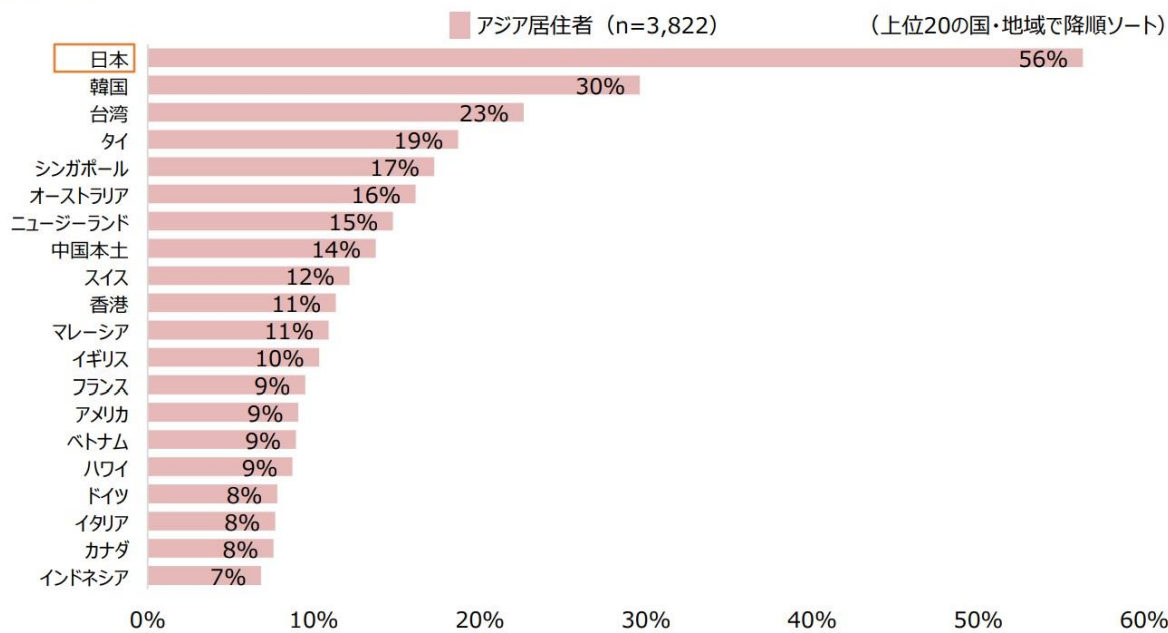
出典: 国連世界観光機構(UNWTO)「Tourism Towards 2030 Global Overview」、
「Tourism Highlights 2019 Edition」より観光庁作成。

2) 世界の観光動向／感染流行収束後における旅行先

- 日本政策投資銀行及び日本交通公社において、アジア・欧米豪12地域の海外旅行経験者にアンケートを実施したところ、「新型コロナ収束後に観光旅行したい国・地域」として、日本はアジアでトップ、欧・米・豪でも2位の人気であった

新型コロナウイルスの流行終息後に、観光旅行したい国・地域

海外観光旅行希望者※1
 新型コロナの流行終息後に、観光旅行したい国・地域※2 (回答はあてはまるもの全て)



出典:DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査
 (2020年度新型コロナ影響度特別調査)

新型コロナ終息後の海外観光旅行について「(したい) 思わない」を選択した対象者および次に海外観光旅行の検討を再開するタイミングについて「現在の状況からは海外旅行の検討再開は考えられない」と回答した対象者を除く全員から回答を得た。
 「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」または「近隣国」が同じ場合、当該国・地域の回答はサンプル数から除いている。

3) 日本の観光動向／訪日環境の状況①



出典：訪日外国人旅行者数:日本政府観光局/訪日外国人旅行消費額:訪日外国人消費動向調査(観光庁)/リピーター数:訪日外国人旅行者数(日本政府観光局)
 地方部を訪れる外国人旅行者数:訪日外国人消費動向調査(観光庁)・訪日外国人旅行者数(日本政府観光局)に基づき、観光庁作成。

3) 日本の観光動向／訪日環境の状況②

スマートフォンを最大限活用した
旅行スタイルへの変化

日本滞在中に役に立った旅行情報源として
スマートフォンと回答した割合(複数回答)

2012年:**23.5%** 2017年:**69.9%** ⇒ **46.4ポイント増**

団体旅行(パッケージツアー)から
個人旅行(FIT)への移行

中国からの旅行者における個人旅行手配の割合

2012年:**28.5%** 2018年:**68.6%** ⇒ **40.1ポイント増**

(参考)全国籍 60.8% 81.6% ⇒ 20.8ポイント増
香港 70.8% 91.5% ⇒ 20.7ポイント増

訪日外国人旅行者が旅行中困った
こと

「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート」調査結果
旅行中に困ったこと(複数回答)

【2014年度調査】 ※旅行中困ったこと(複数回答)の上位5項目を抜粋

| | |
|-------------------------|-------|
| 無料公衆無線LAN環境 | 46.6% |
| 施設等のスタッフとコミュニケーションがとれない | 35.7% |
| 多言語表示(観光案内板等) | 20.2% |
| 多言語地図、パンフレットの入手場所が少ない | 18.8% |
| 割引チケット、企画乗車券の情報の入手 | 14.9% |

【2018年度調査】 ※旅行中困ったこと(複数回答)の上位5項目を抜粋

| | |
|--------------------------|-------|
| 施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない | 20.6% |
| 無料公衆無線LAN環境 | 18.7% |
| 公共交通の利用 | 16.6% |
| 多言語表示の少なさ・わかりにくさ | 16.4% |
| クレジット/デビットカードの利用 | 10.0% |

出典:日本滞在中に役に立った旅行情報源・個人旅行手配の割合:訪日外国人消費動向調査(観光庁)訪日外国人旅行者が旅行中困ったこと
/訪日外国人旅行者の国内における受け入れ環境整備に関するアンケート(2014)、(2018)調査結果より(観光庁作成)

3) 日本の観光動向／訪日環境の状況③

| | |
|-------------------------------|---|
| 1人1回当たりの旅行支出 | <p style="text-align: center;">訪日外国人1人1回当たり旅行支出</p> <p>2012年: 13.0万円 2015年: 17.6万円 2019年: 15.9万円</p> <p>(参考) 中国人観光客の買物代 2012年: 9.6万円 2015年: 16.1万円 2019年: 10.9万円</p> |
| モノ消費からコト消費への移行 | <p style="text-align: center;">外国人観光客の消費支出に占める 娯楽等サービス費の割合</p> <p>2012年: 1.1% 2019年: 4.0%</p> <p>(参考) 諸外国の外国人観光客の消費支出に占める娯楽サービス費の割合 アメリカ(2015): 12.2% フランス(2015): 11.1% カナダ(2016): 10.9%</p> |
| 訪日外国人旅行者数に占める アジアからの旅行者の割合 | <p style="text-align: center;">アジアからの旅行者の割合</p> <p>2012年: 74.9% 2019年: 82.7% ⇒ 7.8ポイント増</p> |
| 滞在日数 | <p style="text-align: center;">平均泊数</p> <p>2012年: 12.3泊 2019年: 8.8泊</p> <p>(参考) アジア: 10.9泊 アジア: 7.7泊 その他: 16.1泊 その他: 13.9泊</p> |

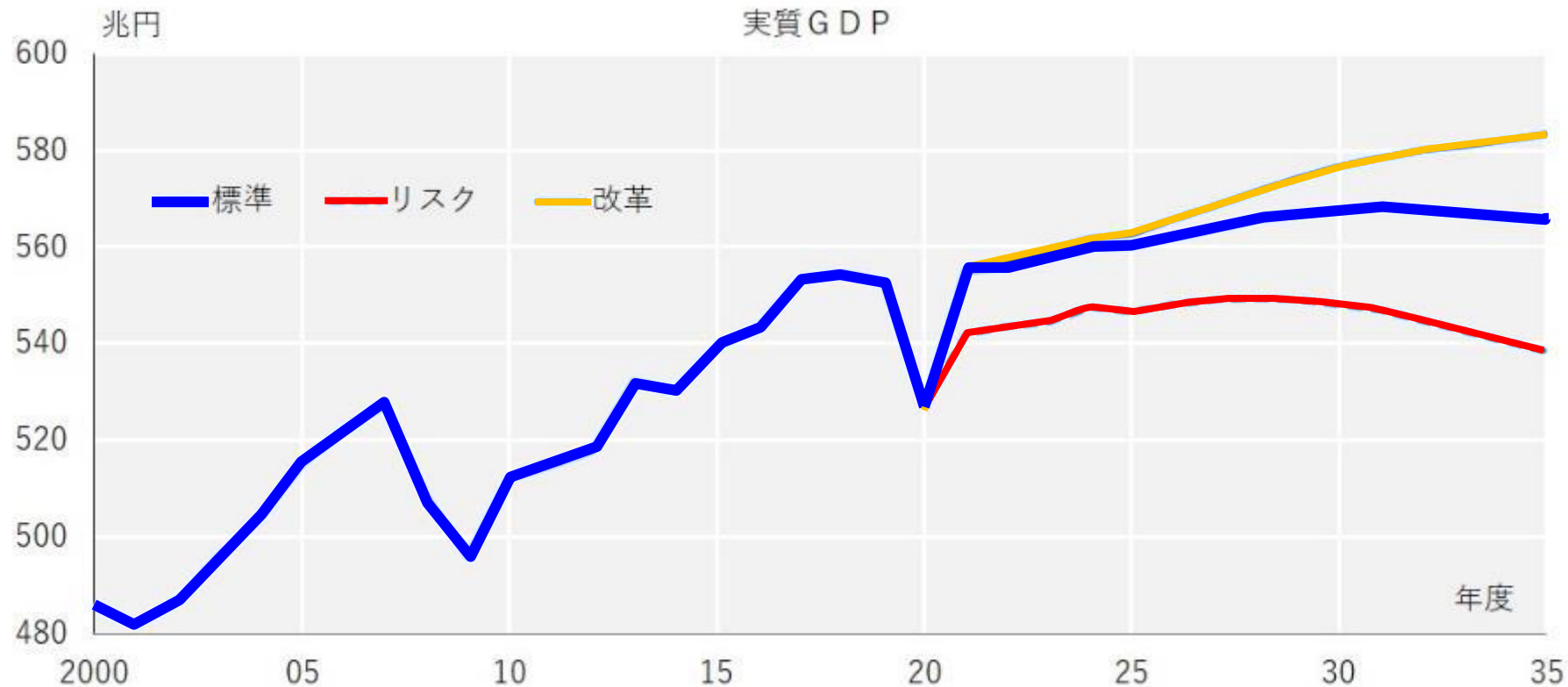
出典: 訪日外国人1人当たり旅行支出および平均泊数: 訪日外国人消費動向調査(観光庁)

外国人観光客の消費支出に占める娯楽等サービス費の割合: 2012年値はTSA(観光庁)、2019年値は訪日外国人消費動向調査(観光庁)。

諸外国の外国人観光客の消費支出に占める娯楽サービス費の割合: OECD Tourism Trends and Policies 2018、アジアからの旅行者の割合: 訪日外国人旅行者数(日本政府観光局)

3) 日本の観光動向／ポストコロナ時代における日本経済の見通し

- 新型コロナウイルスの感染拡大は世界経済へ大きな影響を与えた
- 日本経済は、人口減少や高齢化といった構造要因にも直面している
- 「脱炭素社会宣言」による各種制約のもと、経済成長を維持するにはDX（デジタル・トランスフォーメーション）社会の実現がカギを握る



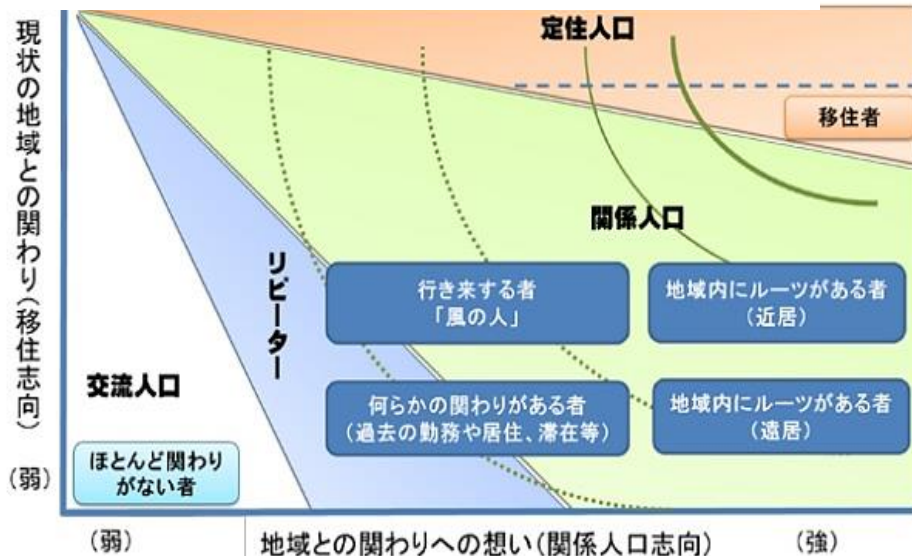
出典：国民経済計算年次推計、20年度以降は日本経済研究センター推計

3) 日本の観光動向／関係人口と関係地域づくり

- 交流人口⇒リピーター⇒関係人口⇒定住人口
- シビックプライドの醸成も関係人口とのコミュニティ化に必要
- レスポンシブルツーリズムは地域住民、行政、観光事業者と旅行者との協力が重要
- 国立公園の自然環境や文化資源を活かした体験メニューにも人気が高まる
- 農林業体験を含んだ農泊、体験型教育旅行など、地域住民との交流プログラムも人気

関係人口のイメージ

関係人口とは・・・特定の地域や地域の人々に多様な形で関わる人々。



地域の魅力を引き出す

地域のファン、応援団
(リピーター)を作る

ファンたちが地域で
働きたくなる

移住促進

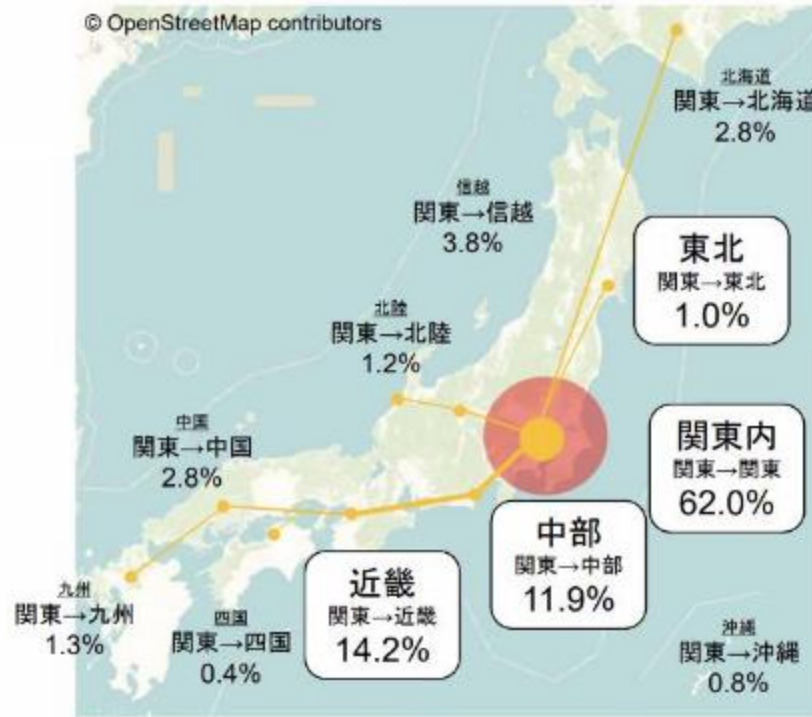
住んでよし、
訪れてよしの国づくり



3) 日本の観光動向／地方共通の課題

✓観光資源の磨き上げ不足 ✓受入体制の不備 ✓連携・推進組織の不在

関東地方入国者の他地方への広域移動実態



出典：JR東日本「訪日外国人旅行者移動実態調査(2016年6月～8月)」
((2017年4月20日)より作成)

従業員数10名以上の宿泊施設における延べ宿泊者数 延べ外国人宿泊者数の地域ブロック別割合



出典：宿泊旅行統計(観光庁)

3) 日本の観光動向／2030年観光目標と対策

- 日本の観光市場は2030年に37兆円を目標、観光は日本のトップ3の産業へ
- 日本の定住人口減少は訪日外国人旅行者市場の取り込みが一つの解決策
- 欧米豪の訪日外国人観光客は日本の地方へ来訪希望

| | | |
|----------------|--|---|
| 訪日外国人旅行者数 | 2020年： <u>4,000万人</u> (2015年の約2倍) | 2030年： <u>6,000万人</u> (2015年の約3倍) |
| 訪日外国人旅行消費額 | 2020年： <u>8兆円</u> (2015年の2倍超) | 2030年： <u>15兆円</u> (2015年の4倍超) |
| 地方部での外国人延べ宿泊者数 | 2020年： <u>7,000万人泊</u> (2015年の3倍弱) | 2030年： <u>1億3,000万人泊</u> (2015年の5倍超) |
| 外国人リピーター数 | 2020年： <u>2,400万人</u> (2015年の約2倍) | 2030年： <u>3,600万人</u> (2015年の約3倍) |
| 日本人国内旅行消費額 | 2020年： <u>21兆円</u> (最近5年間の平均から約5%増) | 2030年： <u>22兆円</u> (最近5年間の平均から約10%増) |



3) 日本の観光動向／観光戦略実行推進会議（観光庁）

- 観光には全国で900万人もの方が従事
- 雇用の維持と事業の継続が極めて重要

感染拡大防止と観光需要回復のための政策プラン

- [1] 感染拡大防止策の徹底とGo To トラベル事業の延長等
- [2] 国の支援によるホテル、旅館、観光街等の再生
- [3] 国内外の観光客を惹きつける滞在コンテンツ造成
- [4] 観光地等の受入環境整備
- [5] 国内外の感染状況等を見極めた上でのインバウンドの段階的復活

【2020年（令和2年）12月3日観光戦略実行推進会議決定】

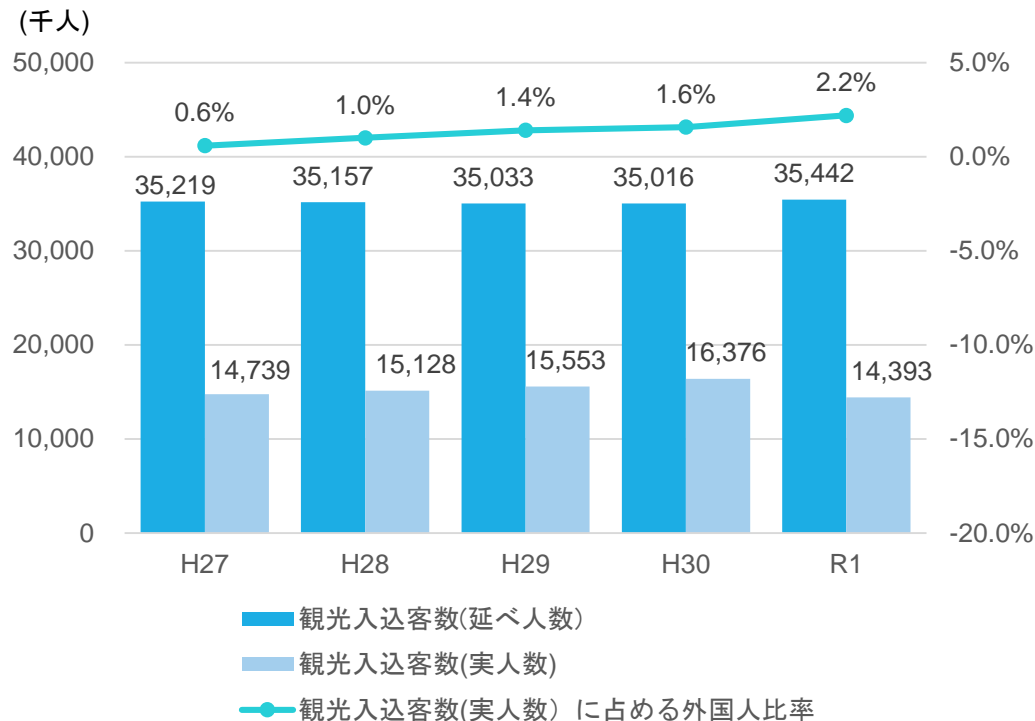


観光庁
Japan Tourism Agency

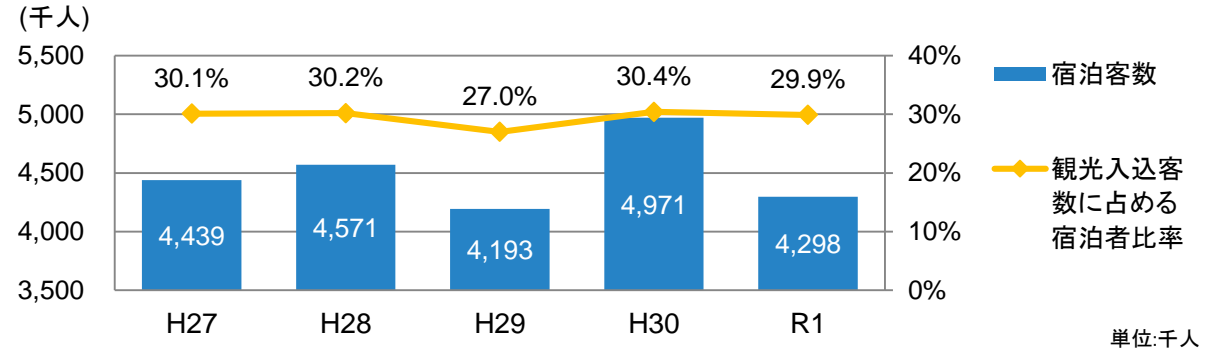
4) 青森県の観光動向

- 青森県における令和元年の観光入込客数(延人数)は、35,442千人(前年比101.2%)となり、足踏み状態が続いている。一方、観光入込客数(実人数)は、14,393千人(同87.9%)と低下した
- 観光入込客数(実人数)のうち、宿泊者数は4,298千人(対前年比86.5%)となった。宿泊者比率は約3割で、ここ数年横ばいに推移している

青森県の観光入込客数(延べ人数)



青森県の宿泊客数の推移



| 区分 | 平成27年 | 平成28年 | 平成29年 | 平成30年 | 令和元年 | 対前年比 |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 延べ人数 | 35,219 | 35,157 | 35,033 | 35,016 | 35,442 | 101.2% |
| 実人数 | 14,739 | 15,128 | 15,553 | 16,376 | 14,393 | 87.9% |
| 日帰り客 | 10,300 | 10,557 | 11,360 | 11,405 | 10,095 | 88.5% |
| 宿泊客 | 4,439 | 4,571 | 4,193 | 4,971 | 4,298 | 86.5% |
| 宿泊客割合 | 30.1% | 30.2% | 27.0% | 30.4% | 29.9% | |
| 県内客 | 8,398 | 8,311 | 8,903 | 9,329 | 7,977 | 85.5% |
| 県外客 | 6,254 | 6,664 | 6,433 | 6,789 | 6,099 | 89.8% |
| 訪日外国人 | 87 | 152 | 218 | 258 | 316 | 122.7% |
| 県外客+訪日外国人の割合 | 43.0% | 45.1% | 42.8% | 43.0% | 44.6% | |
| (参考) 冬季観光客 | 4,294 | 4,989 | 5,333 | 5,560 | 4,372 | 78.6% |

※ 実人数は、「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき算出した推計値。

※ (参考) 冬季観光客は、平成31年1月～3月及び令和元年11月～12月の合計値。

4) 青森県の観光動向／観光戦略

- 青森県が目指す「地域で経済が回る」持続可能な社会の実現のため、観光産業には地域経済を牽引する基幹産業としての役割を果たすことが期待されている

青森県観光戦略の基本的な考え方

- [1] 多彩な地域資源を生かした交流人口の拡大
- [2] 地域をけん引する基幹産業への成長
- [3] 「経済を回す」
- [4] 世界から「選ばれる青森」



【2019年(平成31年)3月青森県観光国際戦略推進本部策定】

4) 青森県の観光動向／観光戦略

- 地域が有する資源を生かし、旅の目的地として「選ばれる青森」になるため「観光コンテンツの開発」「情報発信」「国内外からの誘客」「受入環境の整備」を推進

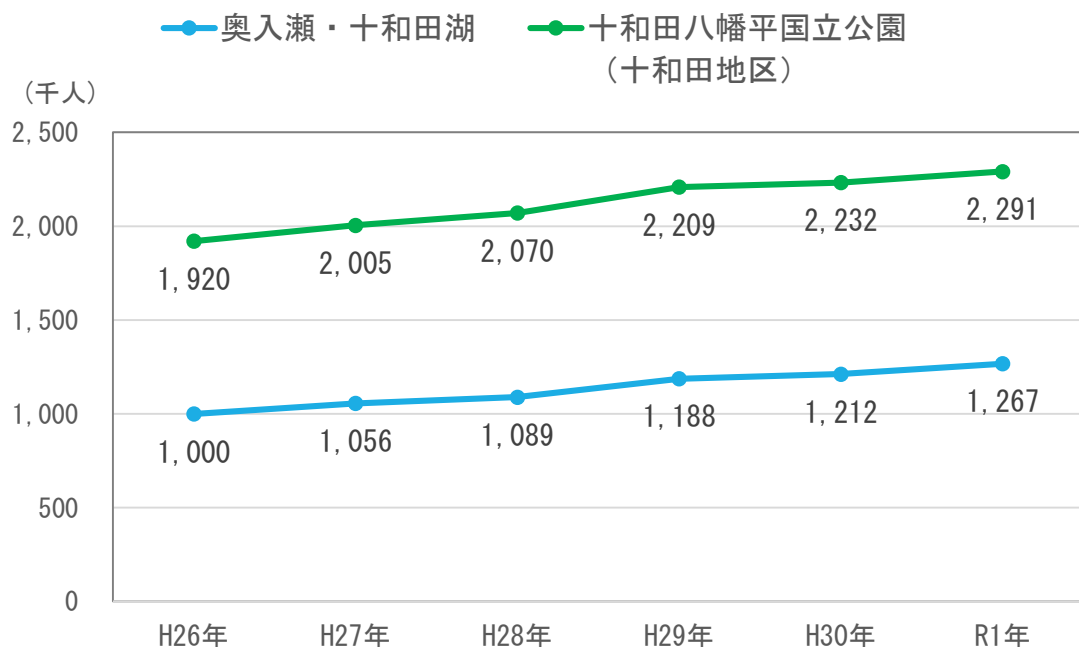
青森県観光戦略プロジェクト

- [1] 競争力の高い魅力ある観光地域の形成と観光産業の基幹産業化
- [2] 戦略的な観光コンテンツ開発と情報発信
- [3] 旅行行動に応じた受入環境の整備
- [4] 国内誘客の強化・推進
- [5] 海外からの誘客の強化・推進

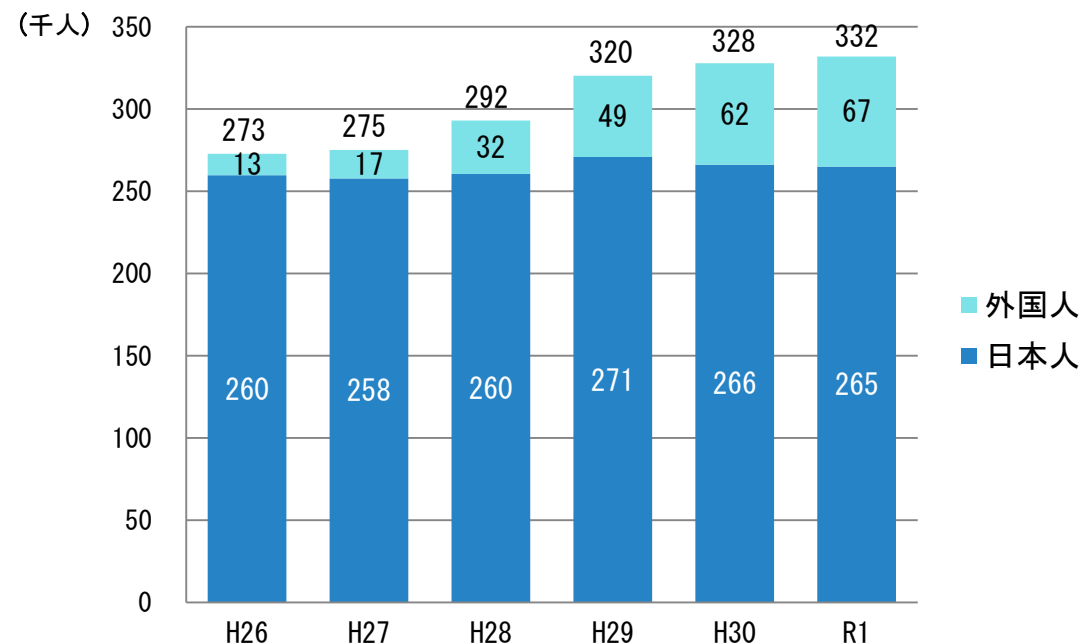
5) 十和田市の観光動向

- 十和田市内の観光拠点における観光入込客数（延べ人数）は増加傾向にある。令和元年は、「十和田八幡平国立公園」2,291千人（前年比104.5%）、「奥入瀬・十和田湖」1,267千人（同102.6%）となった
- 十和田市の宿泊者数は、332千人（前年比101.2%）と増加した。外国人宿泊客の増加（同108.6%）が日本人宿泊客の微減（同99.5%）を補った

十和田市の観光地点における観光入込客数



十和田市の宿泊者数推移



※協力施設への調査による実数

5) 十和田市の観光動向

- 十和田市が2017年(平成29年)から取り組んでいる「第2次十和田市総合計画」においては、「市内外からより多くの人々や消費を呼び込めるまち(産業振興)」が基本目標の1つに掲げられている

第2次十和田市総合計画(抜粋)

- 平成22(2010)年に約300万人あった観光入込客数は、平成23(2011)年の東日本大震災により大きく減少し、平成26(2014)年でも約270万人と震災以前の状況まで回復していないのが現状です。
一方、全国的に少子高齢化の進展を背景に地域経済の活性化に向けて観光振興に力を入れる自治体が増えており、今後さらに観光誘客を巡る都市間競争が激化すると見込まれます。
- 他地域からより多くの人や消費を市内へ引き込み、観光振興はもとより、本市全体の経済の活性化に結びつけるためには、民間事業者との緊密な連携・協力のもと、地元産品を含めた多彩な地域資源を磨き上げ、付加価値を高めるとともに、ターゲットを確にした効果的な観光誘客活動を推進し、十和田ブランドの徹底強化を図る必要があります。

基本目標

1

市内外からより多くの人々や消費を呼び込めるまち(産業振興)

多彩な地域資源のブランド力を最大限に引き出すとともに、多様な主体との連携により、新たな産業・雇用の創出と足腰の強い産業経済基盤づくりを推進します。

施策

- 1 農林水産業の振興
- 2 観光力の強化と充実
- 3 商業・サービス業の振興
- 4 産業力の強化
- 5 雇用の安定



5) 十和田市の観光動向／宿泊事業者の状況

■ 市内各エリアの宿泊事業者の状況（令和3年5月調査）

【奥入瀬・八甲田エリア】

星野リゾート 奥入瀬溪流ホテル

- 2020年4月は前年比60%
7月より回復基調
- 2021年1月～2月は県民割の効果大
- オープントップバスは好評、継続
- 溪流バスの経費が課題
- ガイドの多様化を期待



【奥入瀬・八甲田エリア】

野の花焼山荘

- 県外客が中心のため2019年比50%
- 休館日を増やし、持続化給付金で対応
- 県民割終了でマイクロツーリズムは終了
- 地域で環境に配慮した展開を希望
- バスの時間が課題である



【宇樽部・休屋エリア】

ホテル十和田荘

- 2020年度は前年比50%以下
- 夏から秋はGoToトラベルの効果あり
- 教育旅行、団体客がほとんどなし
- 2021年度は更に見通しが悪化
- 首都圏が緊急事態になるとすぐにキャンセルが入る



【市街地エリア】

十和田シティホテル

- 2021年GWは昨年比30%
- ねぶた、合宿需要の消失が痛い
- 冬季は工事関係者の需要がある
- 学生スポーツ合宿需要がなくなった
- GoToトラベル、県民割に続く宿泊割引が必要



5) 十和田市の観光動向

- 十和田市観光戦略を立案するうえで、外部環境(世界・日本の観光市場)の状況を整理すると、新型コロナウイルス感染症の流行による観光市場の縮小は大いなる脅威である一方、生活様式の変化等による新たな需要も生まれており、新市場を獲得できる機会も増えている状況である

脅威

- コロナ禍の影響により、観光業の売上は大きく落ち込んでおり、特に、国際旅行の回復は見通しが立っていない
- 周辺観光地に比して宿泊施設や飲食店舗が少ないため、宿泊・食事休憩地点に選ばれないことも多く、従来の観光スタイルにおいては通過交通地点にとどまっており、経済効果をもたらしにくい
- 国立公園であり特別名勝および天然記念物に指定されている地域は、観光施設開発に制限がある

機会

- 観光業は2050年がピークと見込まれる成長産業である
- 日本は、「新型コロナウイルス感染症収束後に観光旅行したい国・地域」として人気を博している
- 「アドベンチャーツーリズム」などの新しい旅行形態が登場するとともに、都市観光から自然環境、体験アクティビティを求めて地方観光へ一部の需要がシフトしつつある
- 観光による地方創生、関係人口の増加、移住定住に期待が集まっている
- 国立公園等に指定されている地域は、景観・自然環境の重要な資源が守られている

3. 十和田市観光戦略の ビジョンとミッション

1) 十和田市の観光課題

- 新型コロナウイルス感染症の影響により団体ツアーは40%程度、インバウンドは20%程度の市場が消滅、観光事業者は大打撃を受けている
- 地域共通の課題

共通

- ・ 繁忙期の利益の最大化（滞在時間延長及び旅行消費額の増）
- ・ 高付加価値化商品の不足
- ・ 観光人材の不足（質の向上）、自然とアートに対するシビックプライドの欠如
- ・ wi-fi、デジタル化が遅延
- ・ 二次交通などの観光インフラが未整備
- ・ 拡大傾向にある閑散期（冬季、6月、平日）の観光需要への対応
- ・ ターゲットを満足させる滞在型ホテルの不足

- 地域別の課題

| まちなか | 奥入瀬地区 | 十和田湖畔地区 |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">・ 現代アート需要に対応する宿泊施設の不足・ 現代アートを付加価値とした関連商品の供給不足・ 空き地・空き店舗の増加（中心市街地の空洞化） | <ul style="list-style-type: none">・ 繁忙期のオーバーツーリズム対策・ 環境保全の仕組みの欠如・ 食サービスの提供施設不足・ 青楓山バイパス開通後における交通システムの早期対応・ 地域回遊モビリティの検討 | <ul style="list-style-type: none">・ 観光人材の高齢化、事業承継・ 建物の老朽化・廃屋の増加・ 遊覧船(廃船)の放置、不法係留・ アクティビティのコンプライアンス欠如 |

2) ビジョンとミッション

ビジョン

「自然とアートを核に
稼いで潤う
持続的な観光地域づくり」

ミッション

- [1] 観光による潤いの平準化
自然とアートを核とした観光、
滞在時間や消費単価の増加、若者の雇用機会創出
- [2] サステナブルな観光地域づくり
自然環境の保全、関係人口による地域づくり、
SDGsの浸透
- [3] 上質な観光サービス
観光人材のスキル向上、高付加価値サービスの提供



2) ビジョンとミッション/KPI（観光目標）

- 「明日の日本を支える観光ビジョン」の目標値を踏まえ、新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、2022年以降の目標値については、短期での回復は見込めないものとして設定

| | 単位 | 2017年 (実績) | 2018年 (実績) | 2019年 (実績) | 2020年 (実績) | 2021年 (実績) | 2022年 (目標) | 2023年 (目標) | 2024年 (目標) |
|-------------------|----|------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| ●旅行消費額 (1人当たり) | 円 | 未調査 | 23,838 | 26,623 | 23,050 | 23,459 達成率101.6% 前年比101.8% | 24,000 | 26,000 | 27,000 |
| ●延べ宿泊者数 | 人泊 | 320,211 (未調査) | 327,896 (61,643) | 331,881 (66,930) | 216,599 (10,919) | 195,387 (266) 達成率97.7% 前年比90.2% | 260,000 (10,000) | 275,000 (20,000) | 295,000 (35,000) |
| ●来訪者満足度 | % | 未調査 | 74.1 (82.2) | 83.9 (85.7) | 90.4 (-) | 90.6 (-) 達成率103.0% 前年比100.2% | 86 (88.8) | 85 (90.4) | 85 (90.0) |
| ●リピーター率 | % | 未調査 | 45.3 | 45.0 | 56.2 | 75.5 達成率128.2% 前年比134.3% | 60 | 58 | 57 |

※ () は外国人

※達成率は前年目標値に対する割合

3) 顧客ターゲット

- ターゲットとする顧客層は、短期と中長期に分けて設定する
- 新型コロナウイルス感染症の流行が落ち着くまでの期間は、近隣地域からの「マイクロツーリズム」層、ワーケーションや「三密回避」を求める自然志向の層、感染症が重篤化しづらい感染症対策をしている層
- 中長期的には、アジアを中心としたインバウンド層、現代アートに関心の高い層、SDGs、レスポンシブルツーリズムに関心の高い層

ターゲットとする顧客層

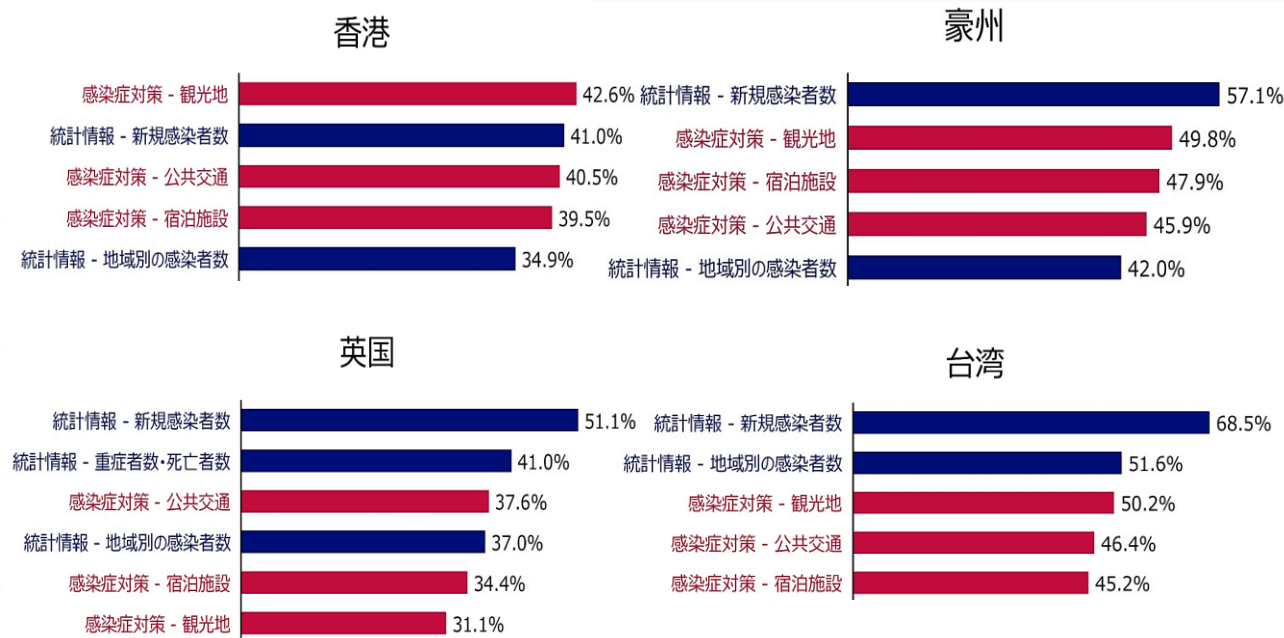
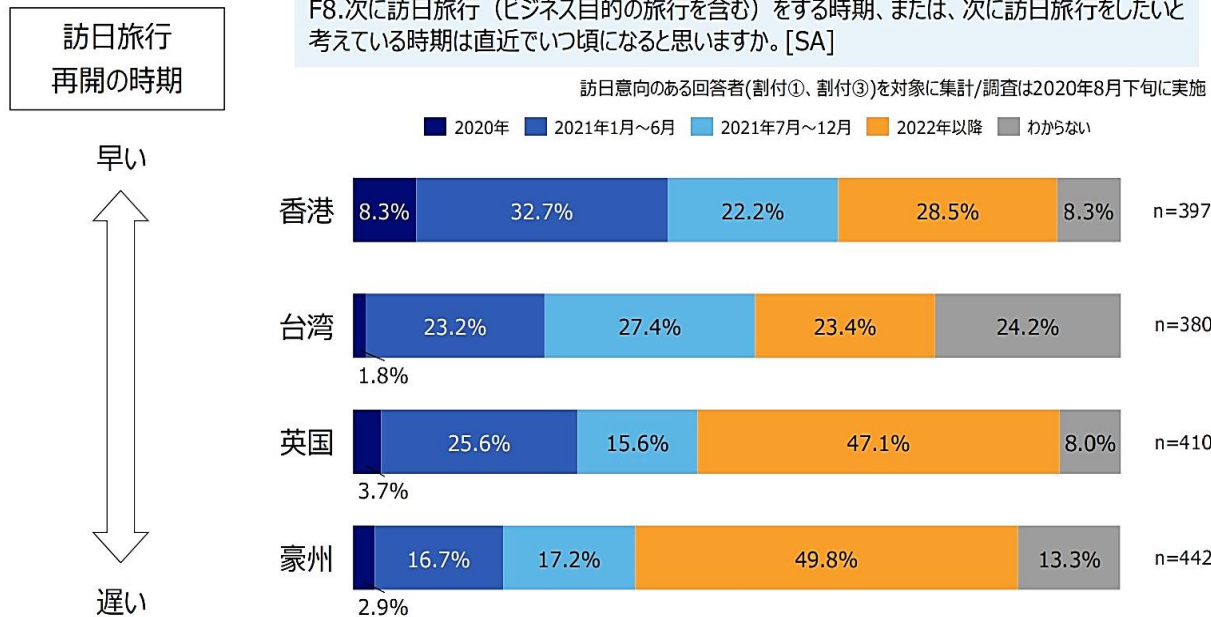


3) 顧客ターゲット／ポストコロナ時代のインバウンド需要の回復見込み

- 需要回復をリードするのは、近隣（台湾・香港等）からのインバウンド旅行者、特に訪日経験者
- 感染症対策が進めば海外旅行を再開したいと考えている層が多い
- 人が密集するようなコンテンツは警戒される。公的機関から、感染症予防の実施状況、感染者数の統計情報などを発信していくことが必要である。通常の観光情報に加え、旅行の行程上で起こりうる様々な懸念に対応した情報がセットで求められる

訪日旅行再開時期の意向

旅行先の状況について、どのようなことに注意を払うか



4. アクションプラン

1) 課題解決のためのアクションプラン

| 課題 | ミッション | アクションプラン |
|---|-------------------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 繁忙期の利益の最大化及び閑散期の対応 ・ 国内団体ツアー、インバウンド需要の回復 ・ 観光人材の育成 ・ 生産性の向上と雇用の定着 ・ 観光人材の高齢化、事業継承 | <p>1) 観光による 潤いの平準化</p> | <ul style="list-style-type: none"> ①ニューノーマルな観光スタイルの提供 <ul style="list-style-type: none"> ・ アドベンチャーツーリズム ・ 教育旅行 ・ SDGsプログラム、サステナブルツーリズム ・ ワークेशन環境の整備 ・ 移動手段の充実と新たなモビリティの導入／青楓山バイパス完成後の交通システム ②観光コンテンツの磨き上げ <ul style="list-style-type: none"> ・ ナイトタイムエコノミーの充実 ・ 上質な宿泊施設の誘致 ・ 観光拠点施設の整備 ・ 既存観光資源の活用 ・ 現代アートの活用、収益化 ・ 食サービス提供施設の誘致 ・ 食文化を通じた情報発信 ・ 国や県の支援施策の活用 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ オーバーツーリズム対策 ・ 環境保全の取組 ・ アートと自然に対するシビックプライドの醸成 ・ 青楓山バイパス完成後の観光・交通システムの検討 ・ SDGsの浸透 | <p>2) サステナブルな 観光地域づくり</p> | <ul style="list-style-type: none"> ③観光DX（デジタルトランスフォーメーション） <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光事業者のコスト削減、旅行者サービスの向上 ・ CRM（顧客管理）の推進による収益化 ・ 観光サービスのデジタル化（インバウンド戦略を含む）／観光MaaSの推進、オンラインツアーの開催 ・ wifiの整備 ・ ふるさと納税の活用 ④観光人材育成 <ul style="list-style-type: none"> ・ ガイド育成 ・ 関係人口のコミュニティ形成 ・ シビックプライドの醸成 ・ 外部専門人材の活用 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・ ターゲットを満足させる滞在型ホテルの不足 ・ 現代アート需要に対応する宿泊施設の整備 ・ 現代アートの高付加価値化 ・ アクティビティの充実 ・ 高付加価値商品の不足 ・ 食サービスの提供施設不足 ・ 廃屋、放置遊覧船の撤去 ・ 観光施設の老朽化、受入環境の整備 ・ Wi-fi、二次交通などのインフラ整備 ・ 地域回遊のモビリティ | <p>3) 上質な 観光サービス</p> | <ul style="list-style-type: none"> ④観光人材育成 <ul style="list-style-type: none"> ・ ガイド育成 ・ 関係人口のコミュニティ形成 ・ シビックプライドの醸成 ・ 外部専門人材の活用 |

①ニューノーマルな観光スタイルの提供

アドベンチャーリズム

実施主体：十和田市、十和田奥入瀬観光機構、民間事業者

- 奥入瀬溪流：コケ散歩、ネイチャーウォーク、E-BIKEツーリング、芝桜
- 十和田湖：カヌー体験、パワーボートクルーズ、テントサウナ
スノーシュー、クロスカントリースキー
- 湯ノ台：乗馬、星空観賞ツアー、撮影ツアー(星空、風景)、グランピング
- まちなか：十和田市現代美術館、世界的建築家の作品、アート体験&街歩きツアー
桜流鏝馬



①ニューノーマルな観光スタイルの提供

教育旅行SDGsプログラム

実施主体：十和田奥入瀬観光機構

- 全国の修学旅行は新型コロナウイルス感染症の影響で都市から地方へ行先を変更
- 長年の定番コースから地方のSDGs交流型プログラムへ移行中
- 大型旅館の再生、アクティビティー関係ツアーの増販、平日の誘客で平準化に貢献



教育旅行プログラム【東北】

アクティビティを楽しむうちに自然の豊かさを感じる【JTB×十和田奥入瀬観光機構（地域DMO）】

十和田湖SDGs教育プログラム～自然環境編～

- 自然の豊かさを守ることがSDGs達成に向けた第一歩



15～80名@5560円（オプションプランは別料金）
※11月1日～4月30日受入不可 ※貸切バスでお越しください。

【受入可能人数】
15名～80名
※先生方含む

プログラム概要（210分）

SDGsの達成には、自然環境の持続が土台にあります。自然と親しみ、SDGsの第一歩目である自然保護意識を、このプログラムの中で醸成していきます。

- 旅行前、環境をテーマにSDGsを学び、十和田湖の成り立ちや歴史を紹介します。（オンライン学習）
- 自然体験として、**カナディアンカヌーの体験**を行います。
- 歴史文化体験として、伝説の主人公に扮した**地元ガイドと歩きます**
- オプションプランで秋田県の伝統料理**きりたんぼづくり**が体験できます

当日コース内容（210分 実施想定）
※40名を超える参加の場合は2期に分かれ自然体験と歴史文化体験を交互に実施します。
※オプションプランは人数・時間により調整します（体験時間90分+昼食60分）

- 自然の豊かさを感じよう



十和田湖自然体験（イメージ）
©（一社）十和田奥入瀬観光機構

透き通る水面、色彩豊かな森、荒々しい岩肌。大噴火が生み出した十和田湖には、手つかずの豊かな自然がいくつも残っています。ネイチャーガイドの案内で、湖上から十和田湖の自然を味わいます。

- 偉大な自然を学ぼう



十和田湖歴史文化体験（イメージ）
©十和田湖自然ガイドクラブ

悠久の時間の中で、豊かな自然は神様に、大噴火は伝説になりました。十和田湖の自然の中で生まれた文化と、人々が畏れ敬ってきた歴史を地元ガイドがご案内します。

- 1 **十和田湖自然体験@宇樽部キャンプ場（90分）**
 - ・30分の安全指導後、60分のカヌー体験を行います
 - ・2～3人の共同作業で湖の上を冒険します
 - ・大自然の中で十和田湖の自然の物語と出会えます
- 2 **移動・トイレ休憩（30分）**
- 3 **十和田湖歴史文化体験@十和田湖畔休屋地区（90分）**
 - ・十和田湖畔の歴史文化巡りを体験します
 - ・開運スポットや物語に出会っていきます
 - ・十和田の大噴火の凄まじいパワーを伝説から感じます
 - ・歴史文化を通して偉大な自然を学びます。

カヌーと散策ガイドを組み合わせ、80人の受入れを可能にした教育旅行プログラム

①ニューノーマルな観光スタイルの提供

SDGsプログラム、サステナブルツーリズム

- サステナブルツーリズムは、これからの世界の観光における重要キーワード
- 「飛び恥」運動、フードマイレージ、グリーントラベラー＝「環境への配慮」を基準に観光地や宿泊先を選ぶ
- 各地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）等が持続可能な観光地マネジメントを行えるよう、観光庁が2020年（令和2年）6月に公表した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」の普及



FOOD MILES

WHAT ARE THEY AND HOW DO THEY AFFECT OUR WORLD?

AMERICAN FOOD TRAVELS AN **average** OF 1,500 TO 2,500 MILES FROM FARM TO TABLE

60-70% OF THE COST OF YOUR FOOD GOES TO *production inputs*

(FERTILIZER, OIL/GAS, WATER, ETC.), TRANSPORTATION, AND STORAGE THAT USE **limited** RESOURCES, PETROCHEMICALS, & GENERATE GREENHOUSE GASSES.

FOOD MILES ARE AMONG THE FASTEST-GROWING SOURCES OF GREENHOUSE GAS EMISSIONS **worldwide**

FRUITS AND VEGETABLES ALLOWED TO **grow to full ripeness** HAVE MORE NUTRITIONAL VALUE THAN CONVENTIONAL PRODUCE HARVESTED EARLY AND RIPPENED WITH CHEMICAL GASSES IN TRANSPORT AND STORAGE

GROWING FOOD CLOSER TO **home** ALLOWS US TO HAVE FRESHER FOODS, AND MORE VARIETIES OF FOODS

Time + distance FROM THE POINT & TIME WHERE FOOD IS **grown** TO WHERE IT IS **consumed**. THE SMALLER THE BETTER!

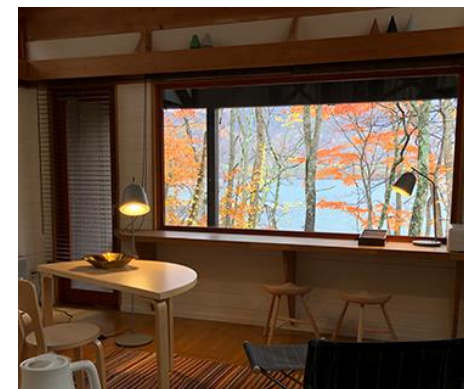


①ニューノーマルな観光スタイルの提供

ワーケーション環境の整備

実施主体：十和田市、十和田奥入瀬観光機構、民間事業者

- 旅行者の長期滞在を推進するため、宿泊施設が行うワーケーション用プランの宿泊割引に係る費用を補助
- 十和田湖観光交流センター（ぷらっと）のWi-Fi環境の強化、エリア拡大、持ち運び可能な電源装置等を整備
- 宇樽部キャンプ場にワーケーションコテージを整備
- 十和田八幡平国立公園の十和田八甲田地域の自然を核とし、誘客やワーケーションを推進するため、2020年（令和2年）5月、11事業者で「十和田奥入瀬誘客・ワーケーション推進協議会」を設立



出典：東奥日報
(2020年10月20日)

①ニューノーマルな観光スタイルの提供

奥入瀬溪流エコツアーリズムの推進

実施主体：奥入瀬溪流利活用検討委員会等

◇奥入瀬溪流エコロードフェスタ

- 奥入瀬溪流でのエコツアーリズムの推進を図るため、10月下旬に交通規制に合わせたイベントを開催
- 「天然の自然博物館(奥入瀬フィールドミュージアム)」を体現すべく、代替交通を活用したガイドツアーの実証実験を継続して行う

◇移動手段の充実と新たなモビリティの導入

- ニューノーマルな移動は環境にやさしい乗り物
- 単なる移動手段からエンターテインメントへ、青樫山バイパス完成後の交通システムの検討
- 「歩く」を基本としながら、グリーンスローモビリティを活用し、ゆったりと過ごし、散策を楽しむ交通システムの構築を図る

◇全体構想策定

- 『奥入瀬ビジョン』の達成に向け、通年でのエコツアーリズムを推進するため、環境省や国交省等が認定し、ガイドツアーにおける道路運送法上の取扱いの緩和や国のPR支援を受けることができる、『エコツアーリズム全体構想』を策定する

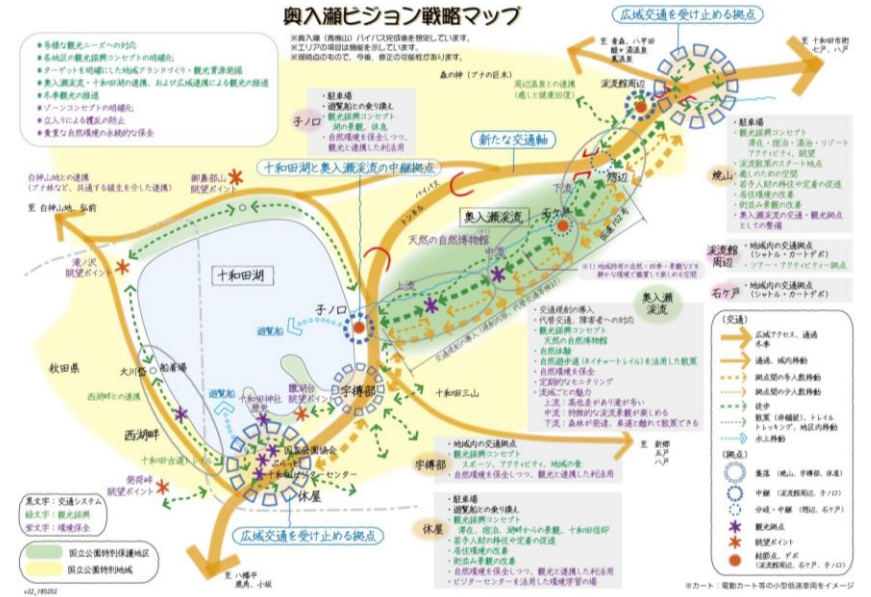


図 分野別の戦略マップ(統合版)



①ニューノーマルな観光スタイルの提供

E-BIKE

実施主体：十和田奥入瀬観光機構

- 2021年（令和3年）より、奥入瀬溪流エリアのピークシーズン時におけるオーバーツーリズム問題を解決する一環としてE-BIKEの活用を検証
- 自然を五感で体感できるプログラムとして、サイクルツーリズム向けコースの整備、滞在時間の向上に取り組む



市街地循環バス・西地区シャトルバス運行

実施主体：十和田市

- 2020年（令和2年）4月から、市街地循環バス等の本格運行を開始
- 「アーツ・トワダ」グランドオープン10周年に合わせて3名のアーティストがデザイン



②観光コンテンツの磨き上げ

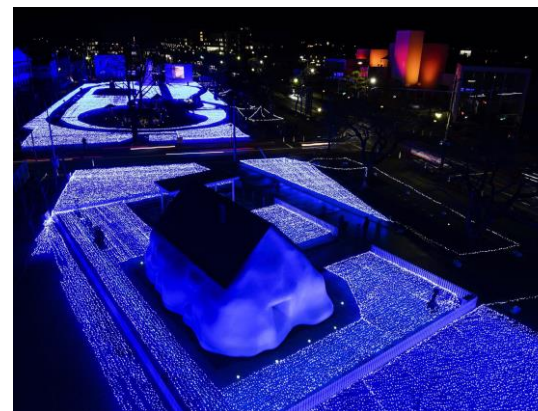
【ナイトタイムエコノミーの充実】

- 日没の18時頃から翌朝6時頃までの夜間に行われる体験活動の充実により、宿泊者を増加

ナイトタイムコンテンツ

実施主体：十和田市、実行委員会、民間事業者

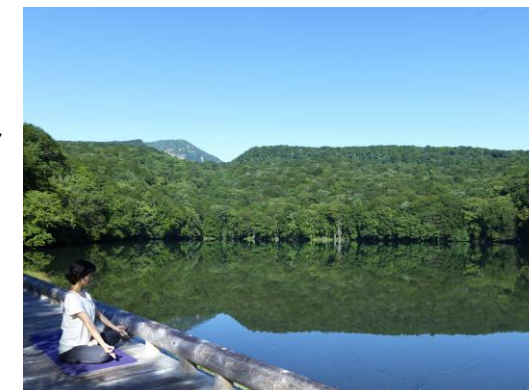
- アーツ トワダ ウィンターイルミネーション、奥入瀬溪流氷瀑ツアー、十和田湖湖水まつり（スカイランタン）、フェスタルーチェ、星空観賞（蔦温泉、湯ノ台ほか）



早朝プログラム

実施主体：民間事業者

- 蔦沼早朝トレッキング、十和田湖早朝カヌーツアー、森林浴リラクゼーションヨガ



②観光コンテンツの磨き上げ

【上質な宿泊施設の誘致】

- まちなかには現代アート客とマッチするビジネスホテルと区分できる施設
- 十和田湖畔には、湖畔の魅力が満喫できる小規模の施設
- コンドミニウム、ブランデッドホテルなど新しい形態のホテルも検討

上質な宿泊施設の開発促進事業（観光庁）

実施主体：十和田市、十和田奥入瀬観光機構

- 専門家の派遣やマッチング支援を通じて、宿泊施設の誘致・再生を検討



②観光コンテンツの磨き上げ

【十和田湖畔エリアの拠点整備】

- 景観を損ねる廃屋の撤去や跡地の利活用、道路の石畳化、放置遊覧船の撤去、空き店舗情報の収集・発信

廃屋撤去

実施主体：環境省（国）

- 十和田湖畔の景観向上のため、放置されている廃屋を撤去

廃屋跡地活用プロジェクト（仮称）

実施主体：協議会（設立予定）

- 官民連携による暫定利用の検討
- 一過性のイベントではなく、チャレンジショップなど、将来像を検討するための取組
- 継続的な関わりを持つ人材とのマッチング

道路の石畳化

実施主体：十和田市

- 地域文化を体感できるまちなみづくりに向けた道路改良を実施



②観光コンテンツの磨き上げ

【奥入瀬渓流エリアの拠点整備】

奥入瀬渓流館の整備

実施主体：十和田市

- ガイド拠点施設としての機能強化
- ネイチャーガイドが常駐するインフォメーションスペースの整備
- 地形模型やジオラマの一新等による展示内容の充実
- 渓流散策を楽しんでもらうためのグッズ販売、青森りんご専門カフェ



【旧十和田湖町エリアの拠点整備】

味蕾館・奥入瀬麦酒館の民営化

実施主体：十和田市

- 道の駅奥入瀬「奥入瀬ろまんパーク」の一部の施設を民間事業者に譲渡し、民間活力の活用により、施設の効率的な管理と地域産業の振興を図る
- 譲渡年月日：2022年（令和4年）4月1日
- 譲渡施設：味蕾館・奥入瀬麦酒館

②観光コンテンツの磨き上げ

【市街地エリアの拠点整備】

地域交流センターの整備

実施主体：十和田市

- 中心市街地にアートや文化活動を通じた地域交流の拠点となる多用途施設を整備

1. 施設概要

- ・ 敷地面積：2,520.09㎡
- ・ 延床面積：1,058.37㎡
- ・ 構造：鉄筋コンクリート造（一部鉄骨造）
- ・ 階数：地上1階

2. 利用計画

- ・ 企画展や舞台発表などに利用できるギャラリー
- ・ 創作活動やダンスなどに利用できる多目的室
- ・ 市民や観光客の交流の場となるカフェスペース
- ・ 各種イベントに利用できる中庭空間

3. スケジュール

2022年（令和4年）9月供用開始（予定）



外観イメージ

設計者：藤本壮介建築設計事務所（東京都）

②観光コンテンツの磨き上げ

まちなか交通広場の整備

実施主体：十和田市

- 中心市街地にバス・タクシーなどの交通結節拠点を整備

1. 施設概要

面積：2,364.44m²

- ・ バス乗降場（電子表示板、案内標識板を含む）
- ・ タクシー乗降場（タクシー待機場所を含む）
- ・ 上屋

2. 利用車輛

路線バス、高速バス、タクシー

3. スケジュール

2022年（令和4年）4月供用開始



まちなか交通広場イメージ

②観光コンテンツの磨き上げ

【既存観光資源の活用】

- 体験メニューやアクティビティの充実など既存観光資源の磨き上げを行うとともに、効果的な周知により認知度の向上を図る。

奥入瀬溪流温泉スキー場の通年利用

実施主体：十和田市、十和田奥入瀬観光機構

- 滞在時間の延長による焼山地区の活性化を目指し、ゲレンデに延長約430m、12万5千株の芝桜を植栽
- チケット売り場や展望台、カフェなど休憩スポットの整備
- マルシェの開催等による賑わいづくり、熱気球体験などのアクティビティの拡充・ナイター照明によるナイトタイムエコノミーの創出

奥入瀬溪流温泉スキー場の芝桜

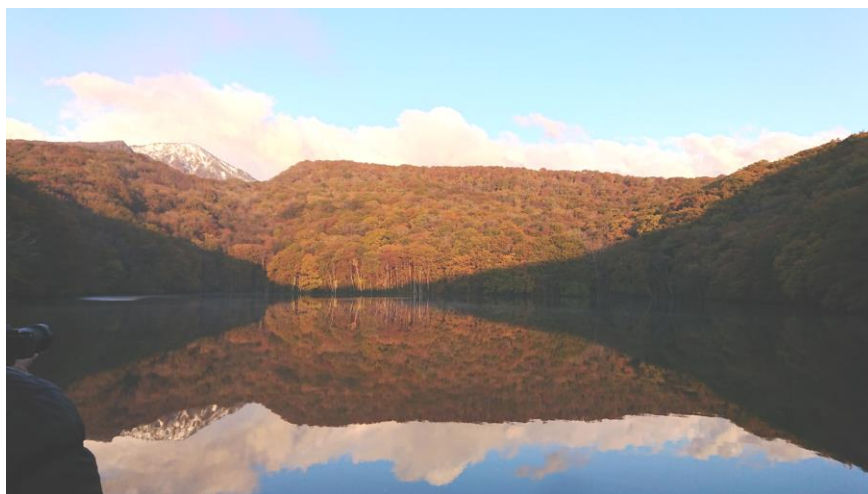


②観光コンテンツの磨き上げ

鳶沼紅葉シーズンのオーバーツーリズム対策

実施主体：十和田湖周辺交通渋滞対策協議会

- 鳶沼周辺では、早朝時間帯に展望デッキの混雑、駐車場待ち渋滞や路上駐車などの問題が発生
- 鳶沼の紅葉シーズンにおける混雑緩和や湿地植生保全を図る
- 2020年度（令和2年度）から事前予約制を導入し、展望デッキの入場者に対し、協力金制度を適用



早朝の鳶沼



対策期間中の様子

②観光コンテンツの磨き上げ

赤沼周辺登山道の活用

実施主体：十和田市

- 新たな観光コンテンツとして赤沼周辺登山道の活用を図る
- 活用区間：蔦野鳥の森散策路の分岐（月沼）～松森～赤沼～仙人橋
- 整備スケジュール

2021年度（令和3年度）：国・関係団体との現地調査

2022年度（令和4年度）：国への関係手続き

2023年度（令和5年度）：登山道整備



赤沼と登山道（2021年8月）



②観光コンテンツの磨き上げ

【現代アートの活用、収益化】

- アートと建築の連携等、現代アートの街ならではの高付加価値化、収益化を図る

文化観光拠点施設機能強化事業

実施主体：十和田市、ナンジョウアンドアソシエイツグループ等

- 既存作品の魅力向上や外国人観光客を含めた入館者のための受入環境の整備など、十和田市現代美術館の機能強化・魅力向上を行う

文化観光拠点施設機能強化事業

<1.文化資源の魅力の増進>

- ・作家本人へのインタビューを通じた解説の充実、商店街におけるサテライト展示、ナイトミュージアムツアーの実施

<2.文化についての理解促進>

- ・多言語オーディオガイドやQRコードによる詳細な解説の導入

<3.文化観光に関する利便の増進>

- ・館内案内サインの多言語化、Wi-Fi・キャッシュレス環境の整備

<4.飲食、販売、宿泊等との連携の促進>

- ・地元食材を使用したカフェの新メニュー開発

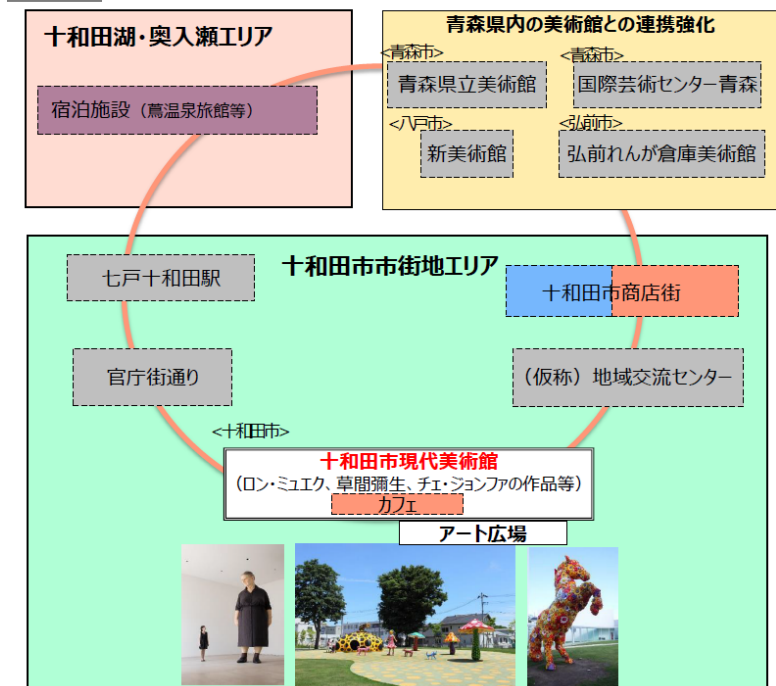
<5.国内外への宣伝>

- ・青森県内美術館5館連携による情報発信

<6.施設又は設備の整備>

- ・照明のLED化による展示環境向上

計画区域



②観光コンテンツの磨き上げ

現美ブライダル

実施主体：十和田奥入瀬観光機構、民間事業者

- 十和田市現代美術館を核として、滞在時間の向上を図り、アートの街を推進
- 世界的建築家が設計した公共建築や美術館屋外アート作品を背景に、トップデザイナーを起用したアートウエディングでブランド力をアップ
- すそ野の広いブライダル事業で経済波及効果



②観光コンテンツの磨き上げ

食サービス提供施設の誘致

実施主体：十和田奥入瀬観光機構、民間事業者

- 市内全体を通して、観光客向けの食サービス施設が不足。特に、マスツーリズム型の大型食事施設が非常に少なく、さらに富裕層向けの食事施設はほぼみられない
- インバウンドをはじめ、観光地の食サービスには多様なメニューが求められており、イベントやセミナー、商品開発を通じた食のレベルアップが必要



フードスタディセミナー・料理講習会

食コンテンツ・通販商品開発



②観光コンテンツの磨き上げ

食文化を通じた情報発信

実施主体：十和田奥入瀬観光機構

- 増大するインバウンドを、日本食・食文化の「本場」である農山漁村に呼び込み、訪日外国人の更なる増加と農林水産物・食品の輸出増大につなげる好循環を構築することが重要
- 美味しい日本食が食べられるのは勿論、地域の食文化にも触れることができる旅先として、地域の魅力を磨き上げ、「SAVOR JAPAN」ブランドでの一体的な情報発信を実施し、訪日外国人の誘客を強化

「SAVOR JAPAN（農泊 食文化海外発信地域）」の認定（農林水産省）

- 特に農泊（農山漁村滞在型旅行）を推進している地域であって、多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人を誘客する重点地域を農林水産大臣が認定する制度を平成28年度に創設
- 令和3年度認定、令和4年度から5か年計画で事業を推進
- 体験メニュー、商品開発を造成、令和4年度にかけてホームページで販売する
- 農泊受入体制に関しては令和5年度から県外へ販売
- 令和6年度からインバウンド受入を予定のため、時期に合わせ同時進行で行う



SAVOR JAPAN 認定地域



②観光コンテンツの磨き上げ

【周辺地域との連携（広域観光の連携）】

上十三・十和田湖広域定住自立圏観光推進協議会

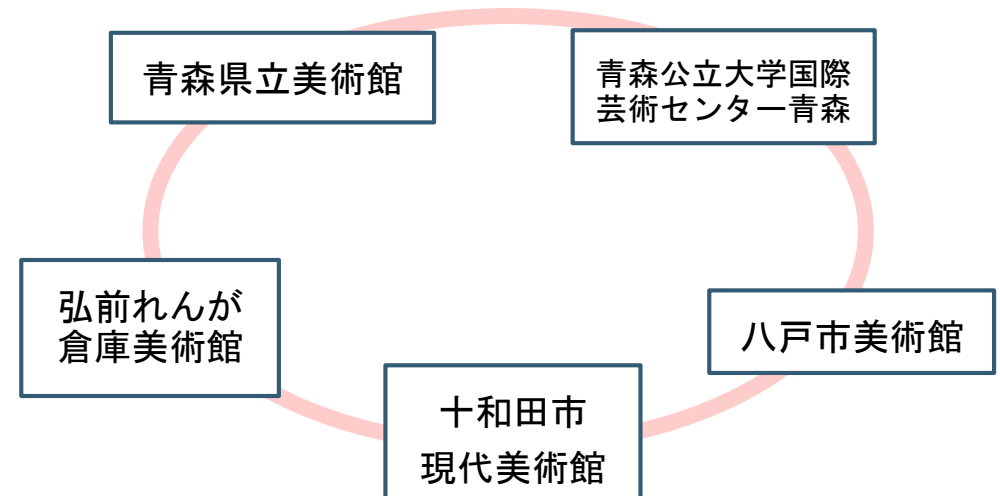
実施主体：圏域内市町村

- 圏域内市町村（2市7町1村）が連携・協力して観光事業に取り組むことにより、観光客誘致を促進する
- 新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、当面は 国内向け事業として、WebやSNS等を活用した情報発信・情報連携事業に取り組む

5館連携プロジェクト

実施主体：青森県内美術館（5館）

- 県民及び観光客による県内の周遊を通して、経済、教育など幅広い分野での地域振興を目的とし、県内5つの美術館が連携し、青森のアートの魅力を国内外に発信するプロジェクトを推進する



【観光事業者のコスト削減、旅行者サービスの向上】

- デジタル化を進め、ペーパーレス、キャッシュレスを導入しコストを削減することで、観光業界の弱点である生産性の向上を図る

事前予約制の推進

実施主体：十和田奥入瀬観光機構

- 各種イベント等の入場券は売上に応じたレベニューマネジメントを導入して利益の最大化を図る
- インバウンドの旅ナカツアー販売にも効果的



CRM（顧客管理）の推進による収益化

実施主体：十和田奥入瀬観光機構

- 来場者、旅行者の顧客管理により、リピーターを確保
- 顧客のコミュニティ化を進め物販、産直販売、ふるさと納税に取り組む



観光Maas（マース）の推進

実施主体：十和田奥入瀬観光機構

- 一次交通、二次交通、体験アクティビティを含めた予約決済サイトの構築を目指す
- 通信ツールを利用した、旅ナカにおけるインバウンド向けプラットホームビジネスの事業化も検討

オンラインツアーの開催

実施主体：十和田奥入瀬観光機構

- コロナ禍で始まった、テレビ会議システムを利用した新しい魅力発信のツール
- ファシリテーターが地域の魅力をプロモーション
- 顧客参加型で、地域との双方向での交流が可能。地域製品の販売などにも活用可能



4/17(土)
09:30-11:00

【オンラインでアート散歩】
十和田市現代美術館の今を知る旅。

¥3,800~ 4/14 締切



5/15(土)
10:00-11:15

天祈り(てのり)生酒 純米大吟醸
数量限定：特別にご用意しました。
貴重なお酒をお届けします！！

【オンラインで十和田湖を知る】
なるほど！十和田湖の魅力発見の旅

歴史と伝説を
紐解きます！

¥4,900~ 5/11 締切

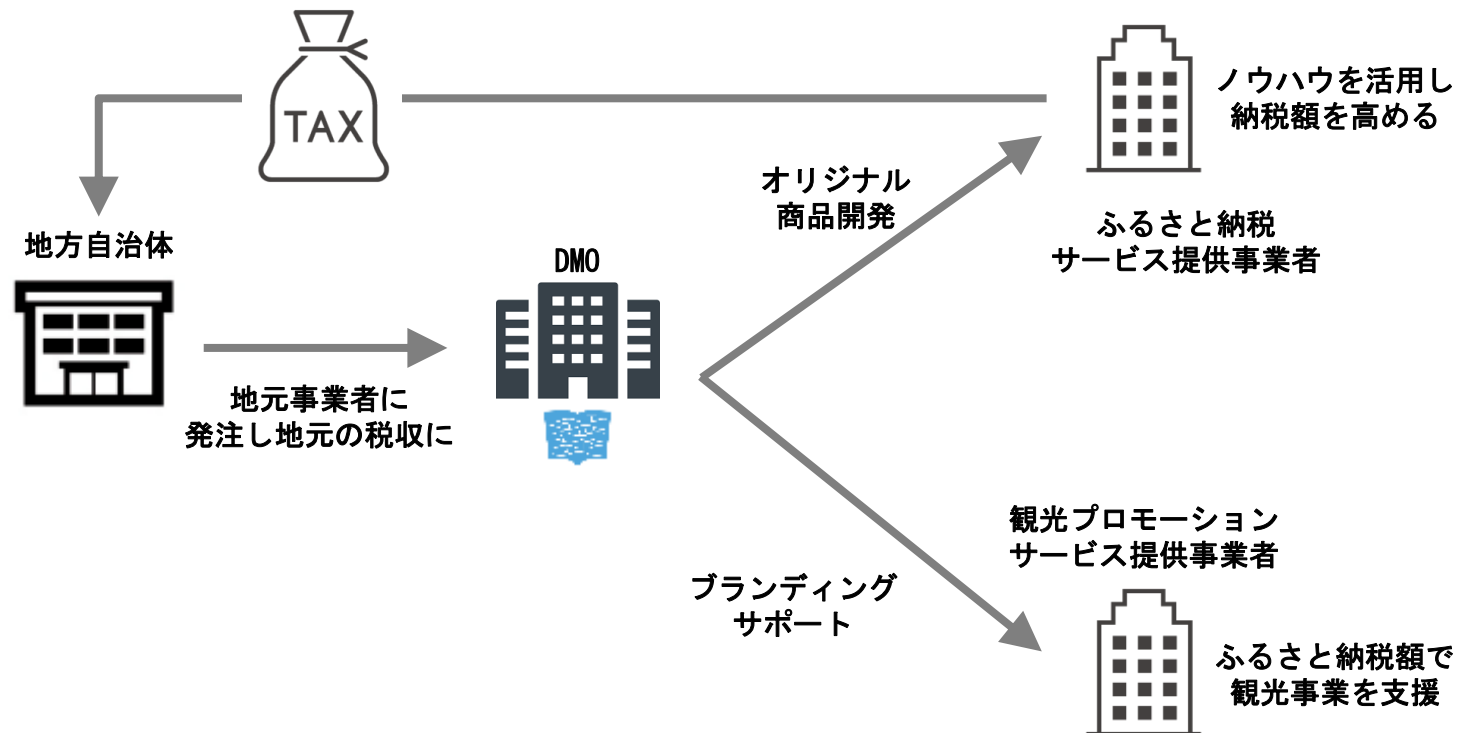


ほむすび
-MEET YOUR NEXT HOMETOWN-

ふるさと納税の活用

実施主体：十和田奥入瀬観光機構

- ふるさと納税を活用し、観光財源の確保と地域生産者の収益化を図る
- 産直EC（電子商取引）と連携した商品企画も検討



④観光人材育成

【ボランティアガイドの育成】

十和田市現代美術館 観光客向けボランティアガイド育成

実施主体：現代美術館

- 観光客に向けた常設作品の魅力を紹介できるボランティアガイドを育成する
- ボランティアガイドチームを設立し、専任のエデュケーター（教育普及員）を雇用
- 常設作品の作家招聘、ボランティアガイド向けレクチャーの実施
- 海外の観光客向け有償ガイド展開に向け、継続的事業を検討



ネイチャーガイド育成

実施主体：十和田奥入瀬観光機構

- 付加価値の高いツアーを提供するため、深い知識を有し様々な情報を提供できる多言語ガイドの育成が重要
- 十和田湖や奥入瀬溪流などの「上質な自然の魅力」を観光客に伝えるため、ネイチャーガイドの養成講座を実施



十和田八幡平国立公園十和田・八甲田地域内に位置し、特別保護地区のほか、特別名勝および天然記念物に指定されている、奥入瀬溪流



ネイチャーガイド育成プログラムと共に、導入編として、市民向けに「奥入瀬溪流について学ぶ講座」も開催



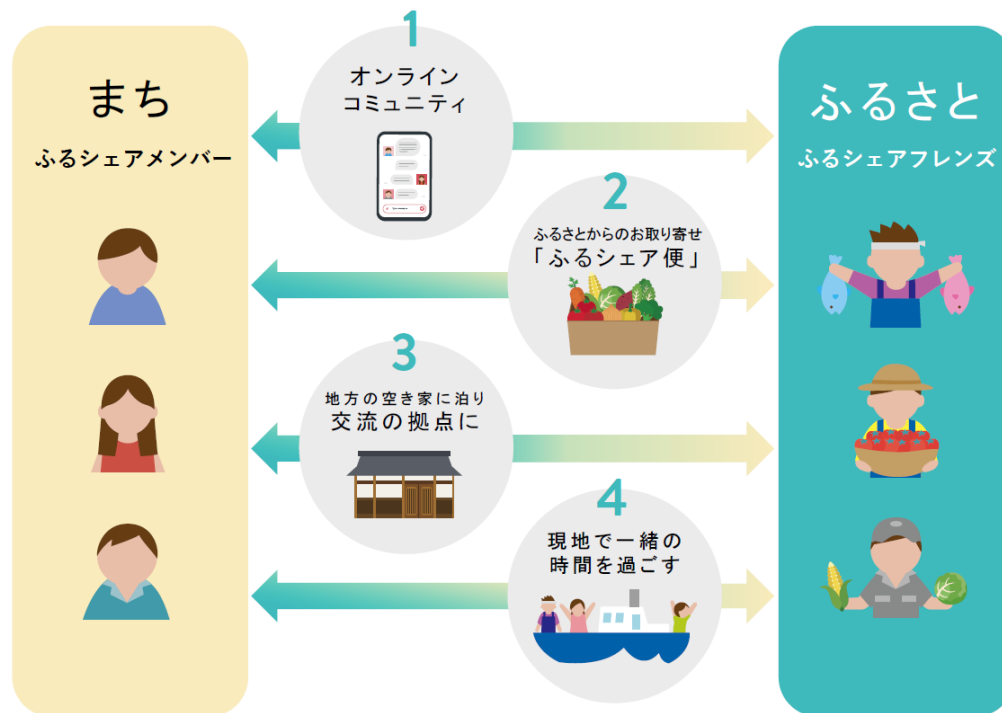
養成講座は、自然に興味がありガイドを志す方を募集。ノウハウや奥入瀬溪流の自然を学ぶことで、観光客への対応が可能なレベルのガイド人材を育成している

④観光人材育成

関係人口のコミュニティ

実施主体：十和田奥入瀬観光機構、民間事業者

- 都会と地方の関係人口創出プログラムである「ふるさとシェアリング」の活用
- 旅行以上移住未満のプログラムとして、空き家、別荘などをリノベーションし、体験交流付きの宿泊サービスを提供



ふるさとからのお取り寄せ

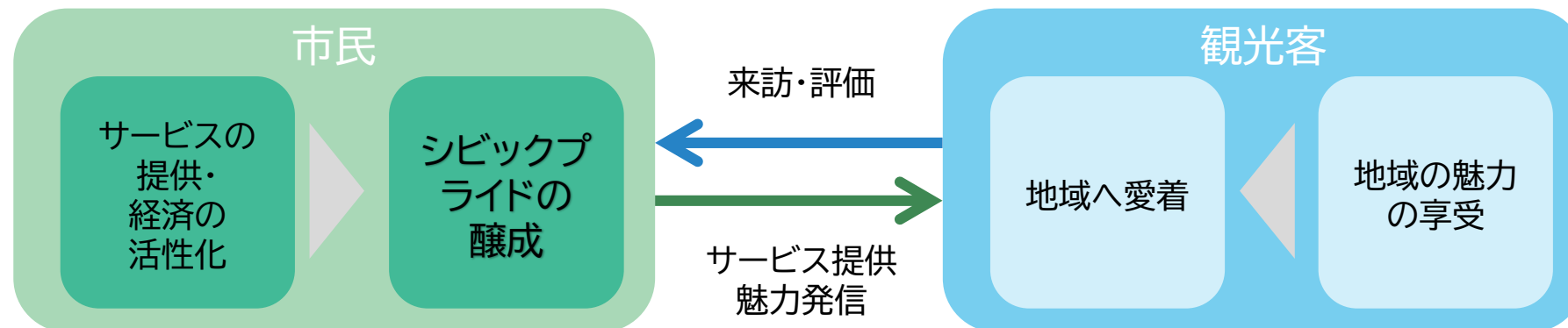


④観光人材育成

シビックプライドの醸成

実施主体：十和田奥入瀬観光機構、民間事業者

- シビックプライドとは、「都市に対する市民の誇り」であり、「郷土愛」よりも「当事者意識にもとづく自負心」がより強く表れたものである
- 市内の各種事業者が来訪者をもてなす活動をとることで、自らの事業を見直し、改めて自信と誇りにつなげ、自身そして周囲の意識変容を促す。このことがシビックプライドの醸成につながっていく
- そのため、事業者の各種サービスを地域資産、観光コンテンツとして捉えて観光の受入体制を充実させ、来訪者に対し積極的に提供していく方策を講じる
- また、各種観光イベントやコンテンツを一層市民に周知することにより、地域の再発見と市民の地域資産に対する関心度の向上を図る



④観光人材育成

外部専門人材の活用

実施主体：十和田奥入瀬観光機構

- 観光産業の再生を目的として、専門家が各分野の支援を展開。シンポジウム、セミナー、相談会などを継続的に実施

インバウンドコンテンツ開発、ガイド養成、食メニューの開発、観光施設再生・ホテル誘致、観光DX、デジタルマーケティング、アドベンチャートラベル、観光マーケティング、動画プロモーションなど



■ アドベンチャーツーリズム

…「アクティビティ」、「自然」、「異文化体験」の3つの要素のうち2つ以上で構成される旅行形態

■ オーバーツーリズム

…観光客の増加が、観光地の受入能力を超えることにより引き起こされる問題。地域住民の生活や自然環境、景観等に対して受忍限度を超える負の影響をもたらしたり、観光客の満足度を著しく低下させるような状況を引き起こす。

■ ガストロノミーツーリズム

…美食（ガストロノミー）をテーマに観光客を誘致すること。その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、その土地の食文化に触れることを目的としたツーリズム

■ グリーントラベラー

…過去6か月間に、CO2排出量削減のために旅行を控えたことがある旅行者

■ サステナブル・ツーリズム（持続可能な観光）

…UNWTOの定義では「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在及び将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」を指す。

■ シビックプライド

…「都市に対する市民の誇り」を指す言葉

■ じゃらん

…日本で刊行されている旅行専門雑誌。リクルートライフスタイル発行。インターネット版は「じゃらんnet」

■ 「飛び恥」運動

…2018年にスウェーデンで始まり、翌年北ヨーロッパ全体に広がった二酸化炭素排出量の多い飛行機の利用に反対する社会運動。フリーグスカムはスウェーデン語で「飛ぶことの恥」を意味する。

■ ナイトタイムコンテンツ（夜間コンテンツ）

…18時から翌日朝6時までの夜間（ナイトタイム）に体験可能なコンテンツ

■ ブランデッドレジデンスホテル

…ホテルブランドを冠したレジデンス（区分所有建物）のこと。ブランドホテルに併設されることが多い。レジデンス部分に居住しながら、ホテルの施設やサービスを利用できる。分譲、賃貸などがある。

■ フードマイレージ

…Food Miles（食料の量×輸送距離）を意識し、なるべく地域内で生産された食料を消費することにより環境負荷を低減させていこうという市民運動

■ マスツーリズム

…第2次世界大戦後の経済発展を背景に、観光旅行が幅広く大衆にまで拡大した現象を指す。

■ マイクロツーリズム

…自宅から1～2時間圏内への宿泊観光や日帰り観光など、近隣地域へのお出かけを楽しむこと。

■ モビリティ (mobility)

…移動性を指す言葉。「MaaS (モビリティ・アズ・ア・サービス)」など移動・交通分野においては、自動車産業に関連する産業、製品、技術等を指す言葉として使われることが多い。

■ レスポンシブル・ツーリズム (責任ある観光)

…観光事業者、ホテル経営者、政府、地元の人々、観光客が責任を持って観光をより持続可能なものにするための行動を取ることを要求するもの。

■ レベニューマネジメント

…顧客の需要に応じて、商品やサービスの料金を変動させるマネジメント手法

■ ワークেশョン

…「ワーク」と「バケーション」を組み合わせた造語。オフィスを離れ、休暇を過ごしながらか働くこと。

- CRM (Customer Relationship Management, 顧客関係管理)

…顧客の情報を収集・分析して、最適で効率的なアプローチを行い、自社の商品やサービスの競争力を高める経営手法のこと。

- DX (デジタルトランスフォーメーション)

…データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革すること。

- KPI (Key Performance Indicator, 重要業績評価指標)

…組織の目標を達成するために、その達成状況を評価するための指標

- MaaS (Mobility as a Service, サービスとしての移動)

…ICTを活用し、多様な種類の交通サービスを、需要に応じて利用できる一つの移動サービスに統合すること。

- SDGs

…国連が定めるSustainable Development Goals (持続可能な開発目標) の略称



十和田市

Towada City

