

これからの遠野の観光まちづくりを 考えるセミナー

観光マネジメントボード遠野 令和5年度活動報告

令和6年3月18日

観光マネジメントボード遠野 事務局長 杉村亮
(株式会社遠野ふるさと商社 代表取締役)

はじめに

持続可能な観光まちづくり



観光のために地域を利用するのではなく

地域のために観光を利用する

遠野の観光が目指すこと

基本理念

『遠野市観光推進基本計画』より抜粋

語りたくなるわけがある。

物語が生まれるまち、遠野



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。

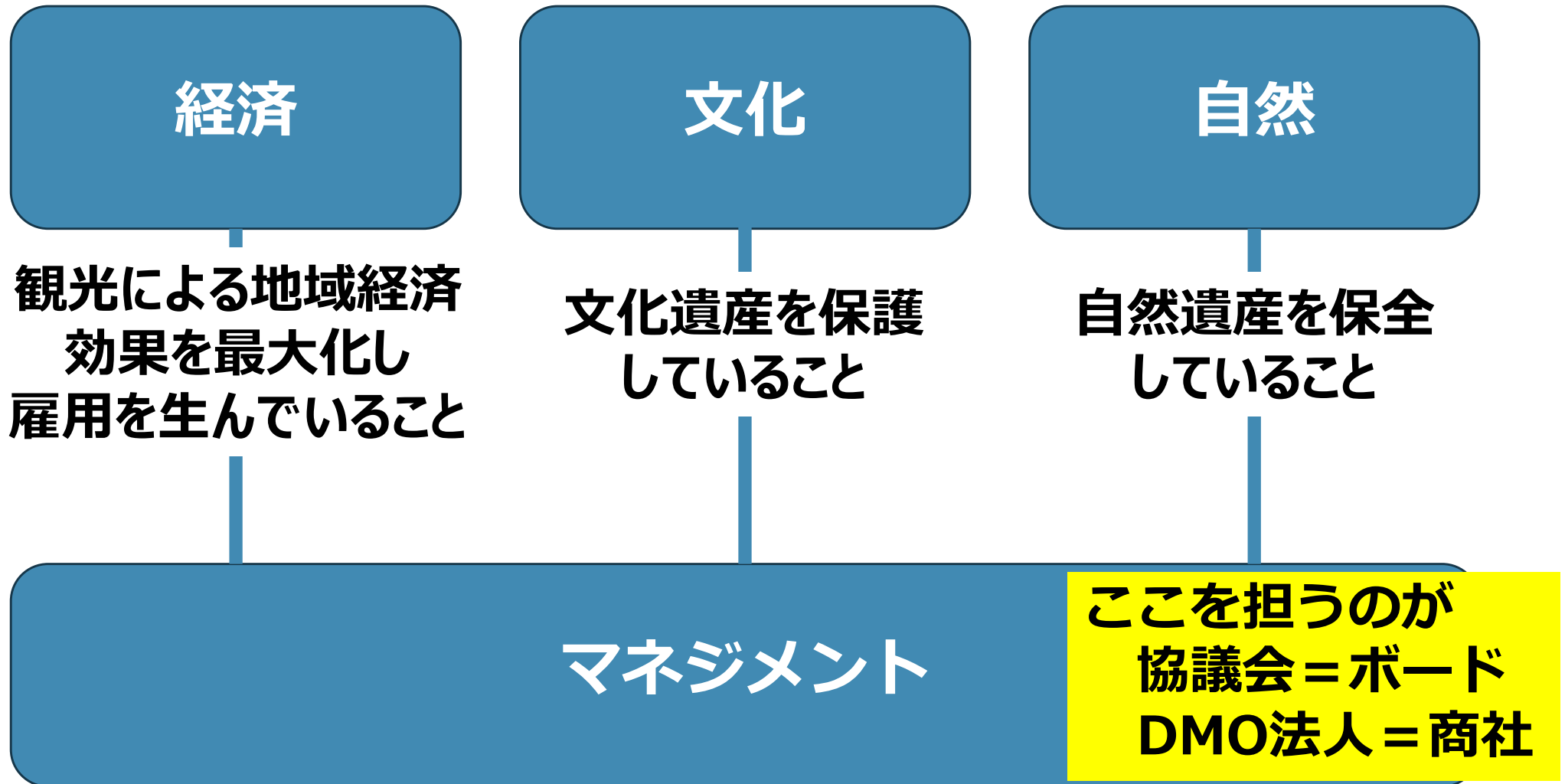
行動
指針②

他の地域の人たちに遠野の誇りを伝え続ける中から、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。

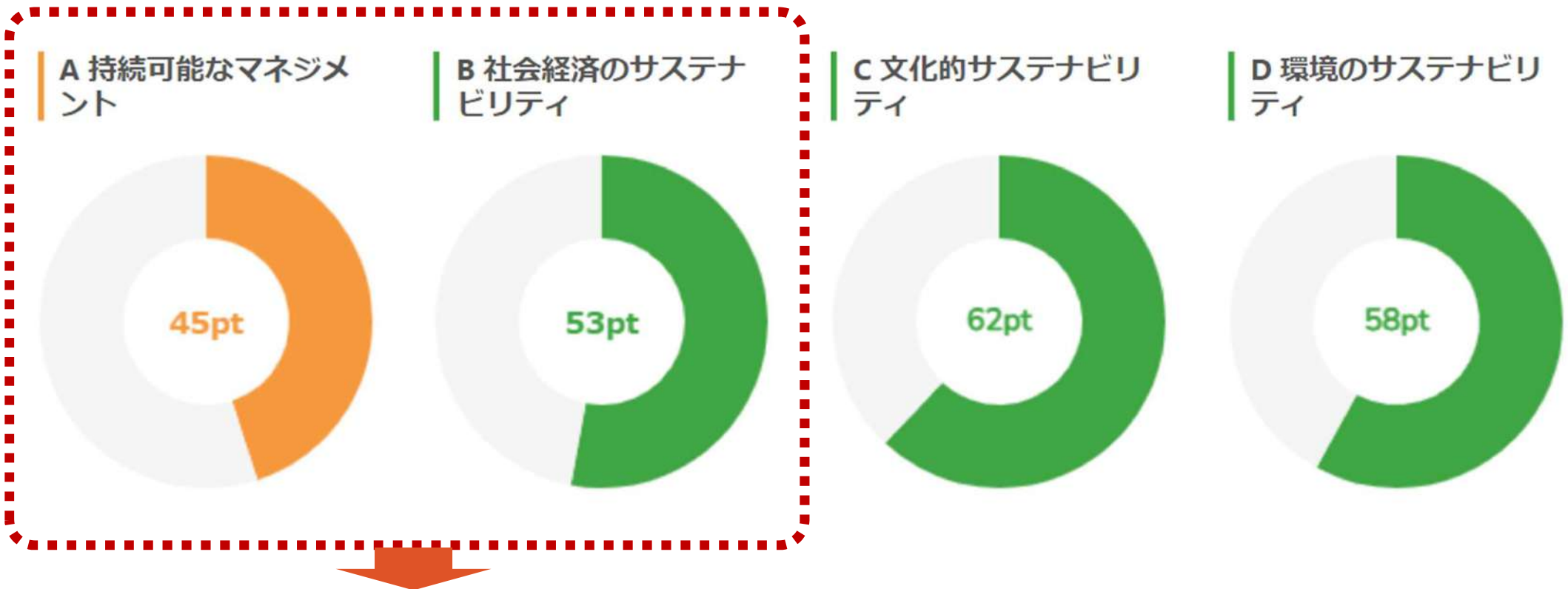
持続可能な観光まちづくりとは？



地域一体となってい推進していること
舵取り役となる組織が存在していること
観光による効果・影響をモニタリングしていること

どこから取り組むべきか？

国際基準をベースにした日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）を観光地域づくりの自己分析ツールとして活用し、遠野市の分析をした結果は下記の通り。
（R5年度計画策定時）

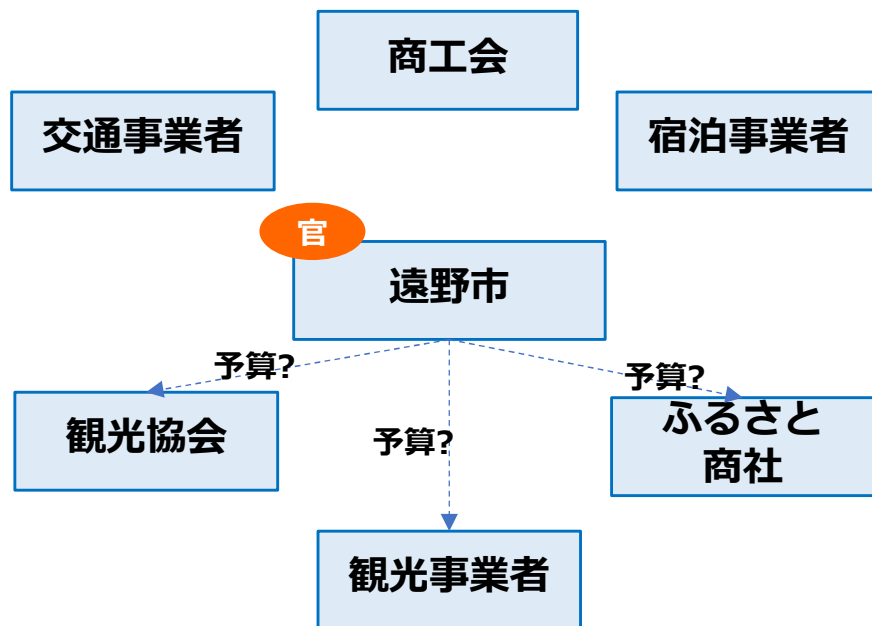


マネジメント組織が存在せず、継続的な経済効果のモニタリングもしていない状態 → 優先課題

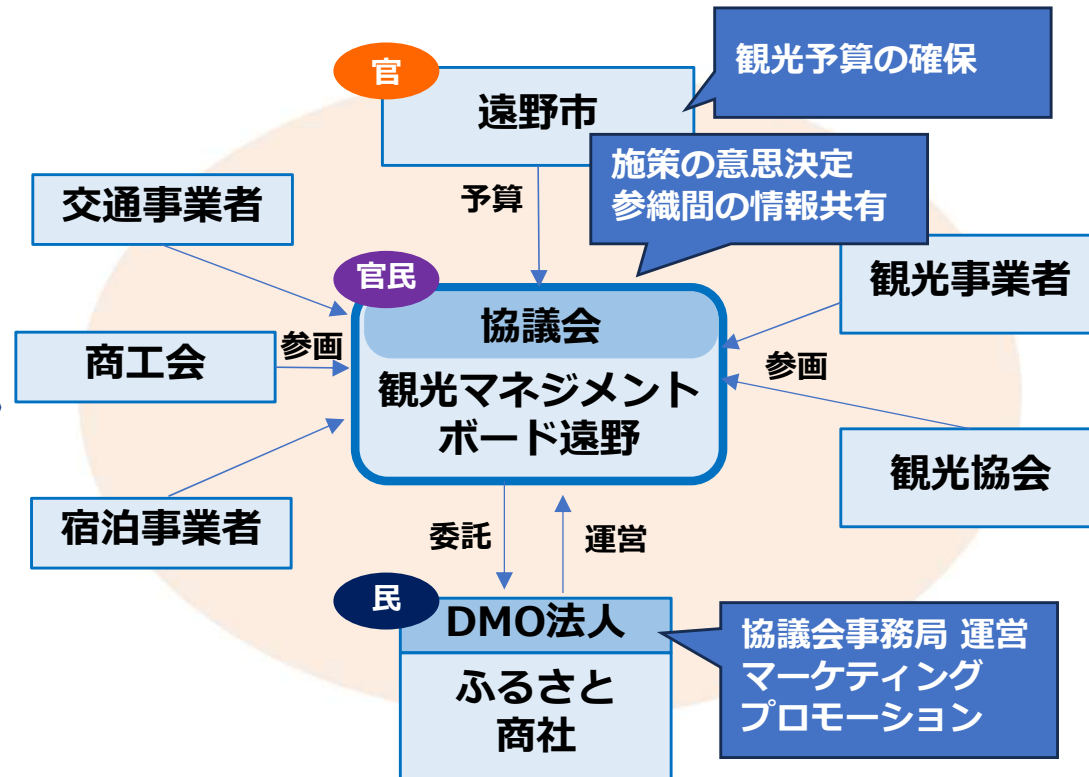
令和5年度活動報告

1. 遠野版DMOの位置づけについて

マネジメント組織不在の状態



遠野版DMO体制移行後の状態



- 行政からの観光予算は目的に応じ、委託先の事業者に振り分けられ、各事業者が事業を実施。
- マネジメント組織が不在のため、**観光予算の使い方や計画に対する評価が不透明。**
- マーケティング組織が不在のため、**発信力が分散。**

- **行政からの観光予算**は、観光関係事業者が参画する協議会「**観光マネジメントボード遠野**」へ集約。
- 「観光マネジメントボード遠野」で計画に基づき市全体の観光施策の意思決定を行うことで予算の使い道を透明化。
- **遠野ふるさと商社が協議会の事務局運営、マーケティングの実務**を担う。

2. 構成メンバー

氏名	役職	所属団体
河内 正好	会長	株式会社かわうち 代表取締役 令和3・4年度遠野商工会青年部長
田村 淳一	副会長	株式会社BrewGood 代表取締役
阿部 順郎	副会長	遠野市 産業部長
杉村 亮	事務局長	株式会社遠野ふるさと商社 代表取締役
田村 隆雅	監事	認定NPO法人山・里・暮らしネットワーク チーフディレクター
富川 岳	監事	株式会社富川屋 代表取締役
荒井 明弘	委員	一般社団法人遠野市観光協会 事務局長
蔵本 敏宏	委員	岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合遠野支部支部長
河内 夕希枝	委員	遠野商工会 主幹
菊池 成幸	委員	岩手県交通株式会社 遠野営業所長
多田 陽香	事務局員	株式会社遠野ふるさと商社 観光地域マネジメント 部門サステナビリティコーディネーター

3. 定例会の議題概要

設立総会	R5.4.28	<ol style="list-style-type: none">1. 規約の制定・役員の選任2. 事業計画・予算について
第1回	R5.5.31	<ol style="list-style-type: none">1. 写真素材整理結果と素材収集方針2. パンフレット・マップの仕様（案）について
第2回	R5.6.28	<ol style="list-style-type: none">1. パンフレット・マップの制作要件
情報共有	R5.8.2	繁忙期のため、各事業者から入込増、消費額増のための事業報告共有をメールで行い定例会に代えた
第3回	R5.9.1	<ol style="list-style-type: none">1. 観光に関するデータ調査方針について2. 冬の誘客に向けた意見交換
第4回	R5.10.20	<ol style="list-style-type: none">1. 候補DMO登録報告2. 残予算で実施すべき取り組みについての意見交換
第5回	R5.12.15	<ol style="list-style-type: none">1. 観光パンフレット・マップ制作状況共有2. 来訪者調査分析結果（単純集計表）について
第6回	R6.1.24	<ol style="list-style-type: none">1. 観光に関する市民満足度調査結果2. 来訪者調査分析まとめとKPI数値について3. 令和5年度収支決算見込みについて
第7回	R6.2.27	<ol style="list-style-type: none">1. ポスター案について2. 令和6年度事業計画案について
総会	R6.3.25	<ol style="list-style-type: none">1. 令和5年度活動報告・収支報告2. 令和6年度事業計画について

4. 事業概要まとめ

今年度の方針

情報発信・プロモーションを本格的に行うための準備と体制構築

DMO登録

関係省庁からの支援を受けやすくし、観光地域づくり体制の基盤を構築する。

一元的な情報発信・プロモーション準備

本格的なプロモーションを実施するため、不足している写真素材・映像素材を収集する。

データ調査とKPI策定

取得できていないデータの調査手法を確立し、現状値を把握するとともに目標値を設定する。

新たな観光サービス造成チャレンジ（要予算取得）

冬のアクティビティを造成する、エントリーテーマに沿ったキャラクター開発する等、ボード主体で観光施策を実行する。

今年度の成果

DMO運営体制を構築し、本格的な情報発信・プロモーションに向けた素材・課題収集ができた

1 ボード定例会を運営し候補DMOに登録

遠野ふるさと商社が事務局を担い、観光マネジメントボード定例会を継続的に運営。マネジメントとマーケティングの機能を有する舵取り役として、候補DMOの登録を受けた。

2 広報物の刷新・Webでの自発的な情報発信

パンフレットやマップ刷新、周辺地域との連携など、エントリーテーマに沿った本格的なプロモーションの準備を行った。また、InstagramをはじめホームページやWebメディアで、情報発信を自発的に実施した。

3 継続的なデータ収集基盤を確立しKPIを策定

観光庁「令和5年度持続可能な観光推進モデル事業」の採択を受け、来訪者調査、市民アンケートを実施。継続的な調査のための手法を確立し、KPIを策定した。

4 観光サービス造成のためのテストと視察を企画

観光協会を販売主体とした冬のツアーを企画しテスト実施。また、来年度以降の観光サービス造成や観光人材育成のため観光地域づくり先進地（気仙沼・仙台松島）への視察を企画した。

5. 事業内容 1/5

1 ボード定例会を運営し候補DMOに登録

①観光マネジメントボード遠野 定例会運営

令和5年4月28日に設立された協議会「観光マネジメントボード遠野」の定例会を1~2カ月に1回開催した。遠野ふるさと商社が事務局となり、メンバーを招集。第6回まで開催した。定例会では、参画事業者が入込客増、観光消費額増に向けた取り組みの共有を行い、その後事務局が事業進捗を報告する流れで、観光に関する市内の動きを把握した。協議の場では、形骸化した取り組みの見直しやパンフレットの方向性について活発な意見交換が行われた。

②観光マネジメントボード遠野 役員会開催

会長・副会長・事務局で構成される「観光マネジメントボード遠野」の役員会を2週に1回実施。事業計画の推進に関してスピード感ある意思決定ができた。

③遠野ふるさと商社 候補DMOに登録

観光マネジメントボードの運営事務局を担い、マネジメントとマーケティングの機能を有する舵取り役として、遠野ふるさと商社が観光地域づくり法人(DMO)に登録申請。令和5年9月26日付で、「候補DMO」に登録された。今後、DMOからの申請で観光庁からさまざまな事業支援を受けやすくなることとなった。

「登録DMO」の要件に満たなかった理由としては継続的なデータの収集ができていないことだったため、R5年度に実施した来訪者調査の実績結果をもって「登録DMO」に申請。3月下旬に公表予定である。

▼観光マネジメントボードと役員会の機能・役割・開催頻度

観光マネジメントボード遠野

- 機能・役割
 - ・遠野市観光推進基本計画に基づく観光施策及びその意思決定
 - ・委託事業者の選定とモニタリング(監視)
 - ・参画組織間の情報共有
- 定例会開催頻度：1~2カ月に1回
(繁忙期を考慮し8月と10月はなし)を想定

役員会(会長・副会長・事務局)

- 機能・役割
 - ・年間計画案(数値・施策)の策定
 - ・計画に対する進捗モニタリング、対策の推進
 - ・委託事業の方針策定
- 役員会議開催頻度：2週に1回

▼9月26日公表候補DMO登録一覧 | 観光庁

【第25弾】「候補DMO」登録一覧(13件)

(令和5年9月26日)

〈「地域連携DMO」2件〉

申請区分	名称	マネジメント・マーケティング対象とする区域(自治体単位)
地域連携	(一社)ほの国東三河観光ビューロー	【愛知県】豊橋市、豊川市、蒲郡市、新城市、田原市、設楽町、東栄町、豊根村
地域連携	(公社)島根県観光連盟	島根県

〈「地域DMO」11件〉

申請区分	名称	マネジメント・マーケティング対象とする区域(自治体単位)
地域	(一社)北海道三笠観光協会	【北海道】三笠市
地域	(一社)大船渡地域戦略	【岩手県】大船渡市
地域	(株)遠野ふるさと商社	【岩手県】遠野市
地域	(公社)相模原市観光協会	【神奈川県】相模原市
地域	(株)ふじかわまちづくり公社	【山梨県】富士川町
地域	(一社)蒲郡市観光協会	【愛知県】蒲郡市
地域	(一社)津市観光協会	【三重県】津市
地域	(一社)大紀町観光協会	【三重県】大紀町
地域	(一社)びわ湖の素DMO	【滋賀県】米原市
地域	(一社)鏡野観光局	【岡山県】鏡野町
地域	(一社)伊予市観光物産協会ソレイヨ	【愛媛県】伊予市

5. 事業内容 2/5

2 広報物の刷新・Webでの自発的な情報発信

① エントリーテーマに合わせパンフレット・マップ・ポスターを刷新

主たるエントリーテーマであるカッパ（妖怪）、ホップ・ビールを中心に発信するためこれまでの観光パンフレット、マップ、ポスターを刷新した。宣伝に使用できる写真素材が少ないことから、プロのカメラマンによる観光スポット等の写真撮影を行い、限られた予算の中で今後プロモーションに使える写真素材を集めることができた。



▼R6年度版パンフレット



② 「遠野時間」共同運営・分析

アクセス解析の結果、「遠野時間」は繁忙期は1,200/日にアクセスされている主な遠野観光の情報元であり、特にモデルコースやカッパ淵がよく見られていることがわかった。一方で更新性のない設計になっておりユーザーが得られる情報が少ないため機会損失になっている可能性が高い。更新機能に限界があるものの、季節に応じてトップバナーを変える等の働きかけを観光協会に対して行い、どべっこ祭りや冬イベントまとめページなど、タイムリーな情報の発信を行った。

▼トップバナー変更によるアクセス数の変化



▼ポスター案



③ Instagram発信

「遠野時間」に更新機能に限界があることから、SNS媒体で観光情報を補完的に発信するため、R5年度5月に「【公式】遠野市観光情報まとめ」アカウントを開設。情報が乏しい市内の飲食店の情報、駐車場情報、おすすめの過ごし方などを自発的に発信した。フォロワー数はまだ800程度であるものの、単なるイベント情報の発信に偏らない、いつ来ても楽しめる観光の情報や、飲食メニューの紹介に注力し、取材、撮影を行った。

▼Instagramでの自発的な発信



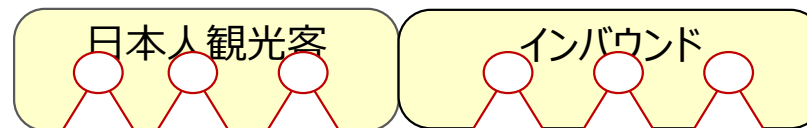
項目	数
総投稿数	63
総リール動画投稿数	13
過去30日間でリーチしたアカウント数	2,261
アクションを実行したアカウント(過去30日間)	347
合計フォロワー	801

(R6.2.12時点)

【参考資料】 エントリーテーマの考え方

【エントリーテーマの基本的な考え方】

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。



エントリーテーマを軸に集客をはかり、そこを起点に遠野の体験を深めてもらうことで、観光客に奥が深い遠野を体験いただく。



エントリーテーマ

カッパ
(妖怪)

ホップ
ビール

雲海

郷土
芸能

ジンギ
スカン

農泊

...



「永遠の日本のふるさと」

⇒ まちづくりの目標像
(多くの人々が共有する、目標像)

5. 事業内容 3/5

2 広報物の刷新・Webでの自発的な情報発信

④ 商談会参加

岩手県観光協会や東北観光推進機構主催の教育旅行商談会、一般旅行商談会へ出席。一般旅行においてはどべっこ祭りやビールに好反応で、団体送客により消費額向上が望めることがわかった。一方、修学旅行では**大規模校の滞在受入は非現実的**であり、対応コストに見合った日帰りコンテンツの売上も見込みが難しいため、令和6年度は修学旅行商談会への参加は見送る判断を下した。**一般旅行エージェントへの営業を優先**し、資料の磨き上げや関係性作りをしていくこととする。

⑤ 広域連携施策提案

入込増には周辺観光地との連携が重要であることから、周遊を促すべく、花巻・遠野・平泉観光推進協議会（事務局：花巻観光協会）に**周遊促進リーフレットの制作を提案**。予算の使い道がプレゼントキャンペーンに恒常化していたことから提案を受け入れていただき、**担当者と令和6年度の予算確保に向けた仕様作りを進めた**。

⑥ いわたの旅への広告

通年に渡って遠野をPRするため、岩手県観光案内図「**いわたの旅の地図**」の**広告枠の出稿権を取得**。（発行部数：180,000部）令和6年5月から約1年間、岩手県内観光施設、観光案内所、県外の観光案内所等に配架され、イベント等でも広く配布される予定。

⑦ 冬の誘客施策

「ふゆまつり」としてルーティン化していた営業について、どべっこ祭りと町家のひなまつりに特化してPRすることを決定。**自発的な記事発信、まとめ情報の発信を行いWeb上での露出を増やした**。またTVキャラバンとCMについては、**PR予算に対する効果検証を行うため**、ふるさと村、商工会と連携しアンケートを実施している。

▼商談会の様子とブラッシュアップした資料



▼R6年度に配布されるいわての旅広告イメージ



▼冬のイベント まとめチラシ制作



▼TV・ラジオキャラバンにおいてはどべっこ祭り・町家のひなまつりのアンケートで効果検証をはかっている



5. 事業内容 4/5

3 継続的なデータ収集の基盤を確立しKPIを策定

観光庁「令和5年度持続可能な観光推進モデル事業」の10地域の1つに採択され、支援のもと、観光による経済活性化を示すためのデータ調査と目標値策定に取り組んだ。来訪者向け、市民向けにアンケート調査を行い、計画策定時に未定だった現状値を取得。R9年度の目標値を定めた。改善すべき点はあるものの、モデル事業を通して比較的低予算でモニタリングすべきKPIの調査手法を確立することができた。

▼R5年度行った観光に関する調査

	来訪者満足度調査 (繁忙期)	観光に関する 住民意識調査	来訪者満足度調査 (閑散期)
時期	R5年9月23日(土)～R5年10月15日(日)	R5年12月9日(土)～R6年1月8日(月・祝)	R5年12月7日(木)～R6年1月5日(金)
対象者	遠野市外からの来訪者	遠野市に居住する住民	遠野市外からの来訪者
調査項目	来訪の目的 満足度 再訪意向 リピーター率 観光消費額 など	定住意向 歴史・文化への誇り 観光客の受入意欲など	来訪の目的 満足度 再訪意向 リピーター率 観光消費額 など
調査方法	①調査員による対面調査 ②宿泊施設での調査 ③Webアンケート	①広報遠野からWebアンケートフォーム ②市政なんでも相談箱に投函	①調査員による対面調査 ②宿泊施設での調査 ③Webアンケート
回収数	目標：400 回収数：589	目標：400 回収数：228	目標：400 回収数：

▼遠野市観光推進計画で定めたKPIの現状値（R5年度）と目標値

	計画策定時 (R4年度)	現状値 (R5年度)	R9年度の 目標値		
重要目標達成指標 (KGI)	市の入込客数 (年)	約170.0万人	R5年度分は4月に確定	約228.8万人	
	一人あたり消費額	4,900円	4,904円	6,400円	
	市民満足度 (%) *「とても思う」「思う」の割合	—	71.5	78.0	
重要業績評価指標 (KPI)	遠野市の宿泊人数 (年)	約6.8万人	R5年度分は4月に確定	約10.4万人	
	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	R5年度分は4月に確定	約13.7万人	
	カップ、ビールに関する物販の売上 (食・ツアーは除外)	—	R5年度分は4月に確定	4月に確定	
	遠野市での消費額	飲食	—	1,430円	2,200円
		物販	—	1,962円	2,400円
		体験	—	222円	700円
観光客の満足度 *「大変満足した」の割合	—	41.5%	50.0%		

*市民満足度の「とても思う」「思う」の割合。「とても思う」のみの割合は26.8%

*観光客の満足度の「満足した」「大変満足した」の割合は88.3% 評価が高いため、「大変満足した」の割合の向上を目指す。

5. 事業内容 5/5

4 観光サービス造成のためのテストと視察を企画

①オフピーク対策のためのテストツアー実施

入込が減る冬の遠野のオフピーク対策のため、**観光協会と連携し**、遠野ふるさと村をメイン会場にしたツアーを企画。40人規模で内容が盛りだくさんのどぶろこ祭りと比較して少人数・学び・飲食に重きを置いた「どぶろく×郷土料理ペアリングツアー」の**テストツアーを実施した**。

②気仙沼DMO・仙台松島DMO視察

遠野の観光は、来訪者のニーズに沿った情報発信力の強化とその運営体制の構築、また長期的な観光人材の育成が課題である。そこで観光地域づくり先進地から学ぶため、気仙沼、仙台松島への視察を企画した。

食を主たる観光資源とし、戦略的なプロモーションをしつづけている気仙沼DMOからは、**主に組織体制とマーケティングについて学び、今後の遠野のプロモーション体制構築の参考とする**。また、仙台松島DMOは、ツアー造成とガイドチームの育成を手掛けており、**実際にガイド付きの人気ツアーを体験することによって、遠野で目指す観光人材の育成について認識合わせをする機会とする**。先進地の視察を通して遠野の観光の強み、課題について内部での対話を深め、課題解決につなげていく考え。

▼造成したどぶろく×郷土料理ペアリングツアーの様子



▼気仙沼DMOはWebサイト運営をはじめマーケティング・プロモーションで先進的取り組みを実施しているDMO

▼仙台松島DMOは地域素材の磨き上げ・観光ガイド育成を実施している地域連携DMO



どこから取り組むべきか？

R5年3月計画策定時

A 持続可能なマネジメント



B 社会経済のサステナビリティ



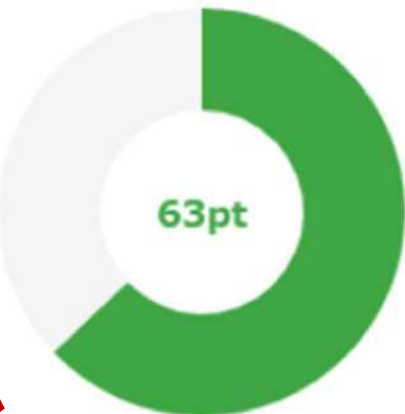
C 文化的サステナビリティ



D 環境のサステナビリティ



R6年1月



マネジメント組織の運営、観光データの収集により評価が向上。
ようやくスタートラインに。