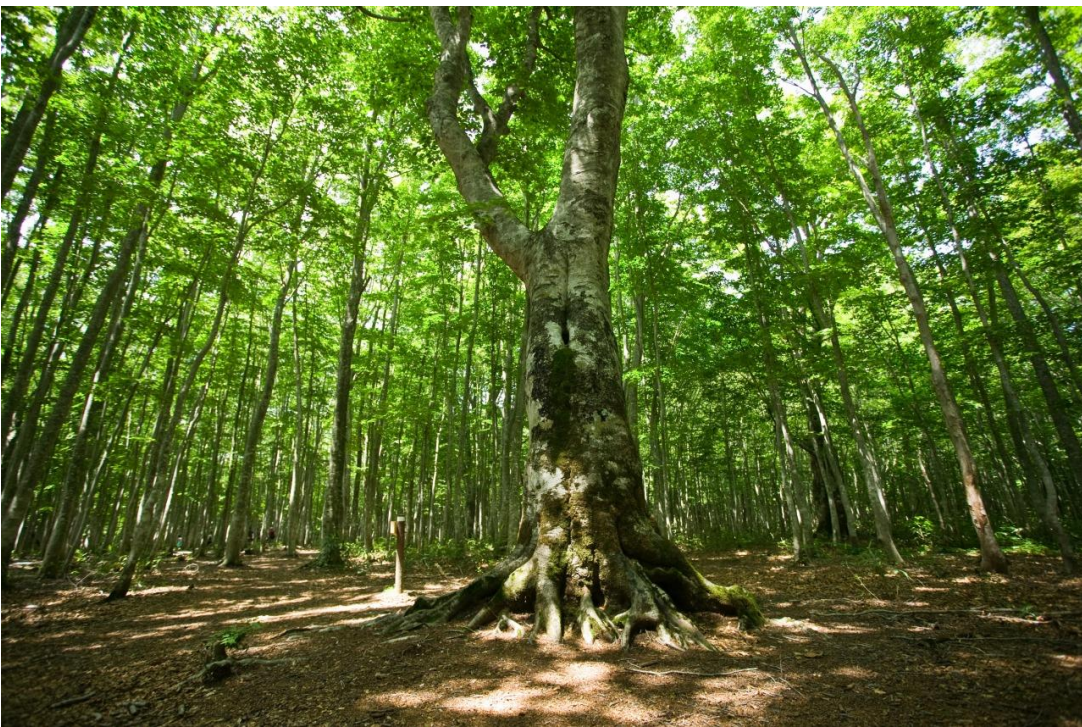


# 八幡平エリア

高付加価値なインバウンド観光地づくり  
マスタープラン

〈令和5年度〉



八幡平市観光協議会

# 目次

■ はじめに	2
1. 高付加価値インバウンド観光づくり【八幡平エリア】の現状	
■ 第1章 八幡平エリア概要	3
■ 第2章 「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題	5
2. 「八幡平エリア」デスティネーションブランディングの考え方・方向性	
■ 第3章 八幡平市の歴史と文化	14
■ 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性	17
■ 第5章 高付加価値インバウンド旅行者受入・誘客における施策の方向性	24
3. 【八幡平エリア】の地域振興の展望	
■ 第6章 八幡平エリアが目指す持続可能な観光地経営の姿	25
■ 第7章 「高付加価値インバウンド観光地づくり」の実施体制と将来構想	27
■ 第8章 2024年からのロードマップ	31
資料	33

本マスタープランは、申請者である八幡平市観光協議会が八幡平市を中心とする地域をコアエリアとして設定してとりまとめたものです。今後、北東北の各地域を含めた計画へと拡大していきます。

## はじめに

「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」モデル観光地事業につきまして、令和5年3月末に、観光庁より全国11箇所エリア認定の中で、八幡平エリアがモデル観光地として認定を受けたものでございます。この認定にあたりましては、今後の観光施策推進に非常に有利なもの、優位性があるものとして、市内観光事業者が中心となり、産官学金の連携により、八幡平市観光協議会が申請し、事業を推進しているところです。

当市におきましては、新型コロナウイルス感染症拡大以前は、年間13万人の訪日外国人観光客の受入れがあり、市内の年間総宿泊数55万人の4分の1を占めるまでになりました。国内観光客、修学旅行や各種合宿等の推進も並行して進めることも重要ですが、ここで、このモデル観光地認定を契機に改めて、観光地として、観光事業が、観光施設が持続していくことを考えた際に、ひとつのキーポイントとして、いわゆる富裕層の観光客誘致という取り組みが非常に重要になってくるものと考えております。

最終的に、いかに地方にお金落ち、そのことで生業として観光業が続き、人材の育成・確保につながり、さらに多くのお客様に訪れていただく、地域産品を購入していただくという地域循環をつくりあげ、地域が紡いできた文化をいかに伝えていくかが重要です。そのために、何が富裕層に訴求し、地域としておもてなしすることができるかを検討し、八幡平エリアの取組の方向性としてマスタープランをとりまとめました。事業推進にあたっては、実際に経済をまわす事業者が主体となって推進し、八幡平エリアをコアゾーンとして捉えつつ、北東北エリアにおいての実際の誘客、地域経済への寄与、事業展開を図ってまいりたいと存じます。



八幡平市観光協議会 会長  
八幡平市長 佐々木 孝弘

## 第1章 八幡平エリア概要

**北東北3県の中心に位置し、東北自動車道や東北新幹線を活用した周遊観光の拠点となっている。**

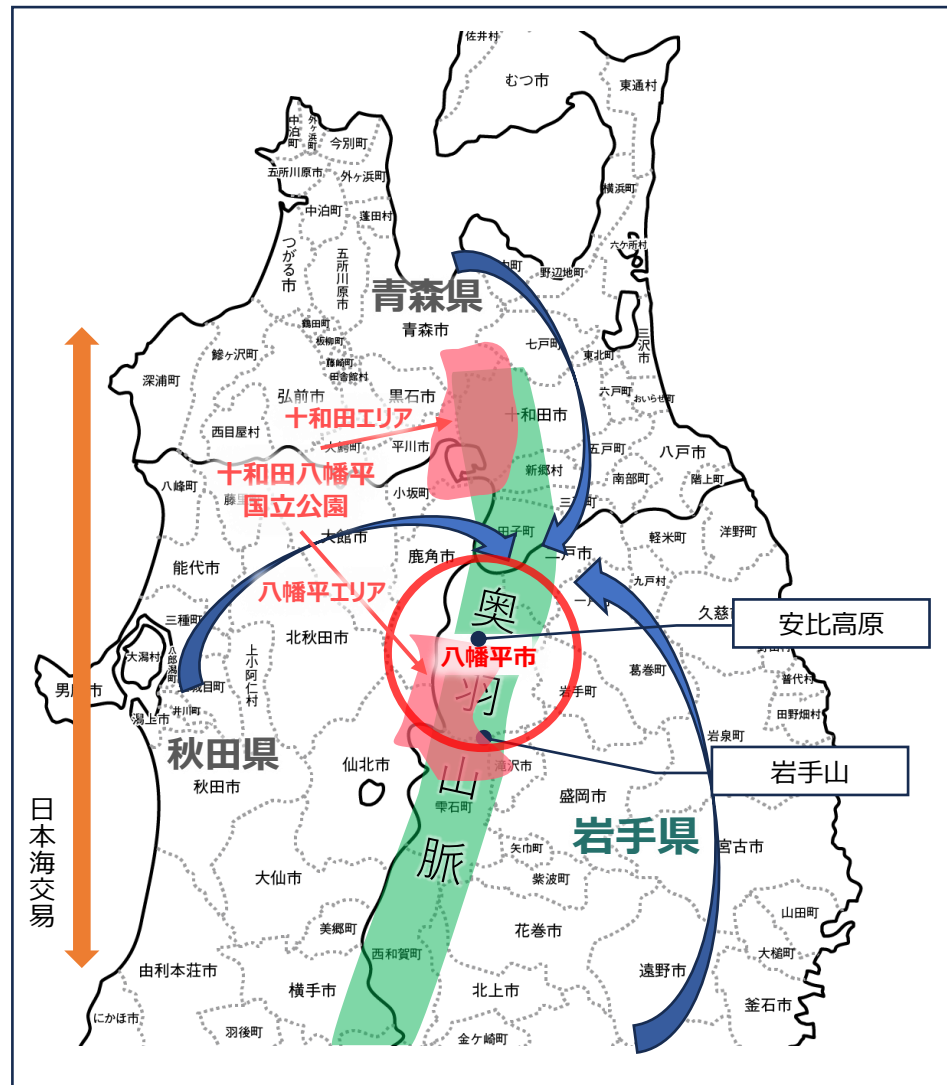
八幡平市は、岩手県北西部に位置する。市の南境に岩手山がそびえ、中央部の西森山と前森山の北側山麓には安比高原が広がる。西部地域には十和田八幡平国立公園をはじめとする奥羽山脈の山々が南北に連なる。

JR花輪線、国道282号（津軽街道）、東北自動車道が通じ、同自動車道は安代ジャンクションで八戸自動車道を分岐する。また、西根インターチェンジ、松尾八幡平インターチェンジ、安代インターチェンジ、八幡平スマートインターチェンジ（仮称、2029年予定）があり、十和田八幡平国立公園域に含まれる八幡平、岩手山への入口となっている。古くから秋田県や青森県へ通じる鹿角街道が縦貫。秋田県や青森県を含めた北東北3県の中心に位置する交通の要衝でもある。

1914（大正3）年、松尾鉱業による硫黄の採掘と精錬が始まった。最盛期の1960（昭和35）年代には国内の硫黄産出量の1/3を生産し、「雲上の楽園」とよばれる一大鉱山町が形成されたが、1972（昭和47）年に廃鉱となった。

第二次世界大戦後の農地改革により、全国からの入植者によって開拓が進み、農林業を主体に肉牛、乳牛飼育、稲作、特産のハウレンソウやトマト、アスパラガスなどの野菜栽培等が盛んであり、安代リンドウは全国1/3のシェアを誇る。

岩手山北東麓には1719（享保4）年の噴火で流れ出た熔岩が冷え固まってきた「岩手山焼走り熔岩流」（特別天然記念物）がある。松川温泉、藤七温泉、八幡平温泉郷、安比高原などに宿泊設備が整い、冬のスキー、夏のリゾート地として人気を集めている。



## 第1章 八幡平エリア概要

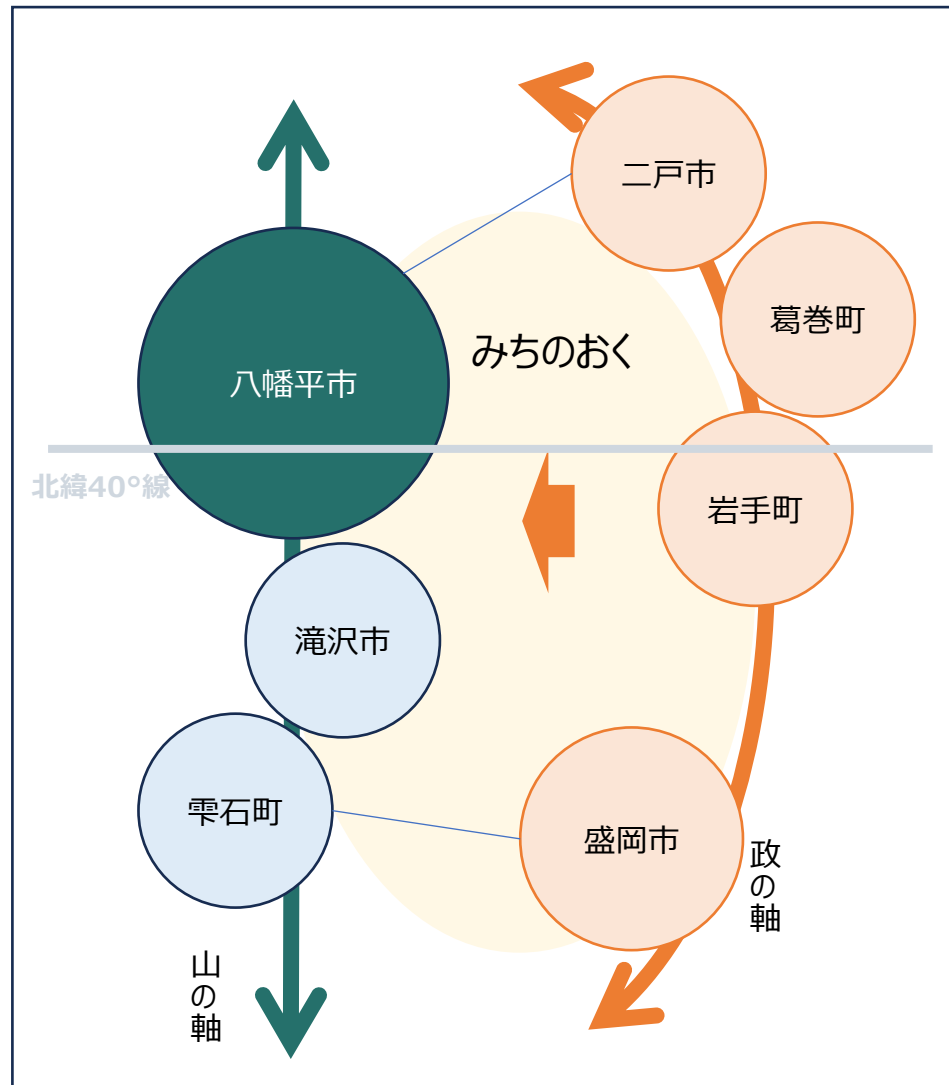
### 太古からの文化の交流点であり、地域内連携をつくってきた。

東は二戸市、一戸町、岩手町、南は盛岡市、滝沢市、雫石町、西は秋田県仙北市・鹿角市、北は青森県田子町と接しており、北東北3県のほぼ中心にある。

今から約6000年前から4000年前の縄文時代、岩手県では北緯40度を境に円筒式土器と大木式土器という2つの土器文化があり、これらの土器はお互いに影響を与えながら発展してきた。八幡平市は、この2つの文化が接する北緯40度に位置し、市内の遺跡からは両文化の融合土器も出土しており、太古から文化の交流があったことを知り得る。

八幡平エリアは、日本海交易が秋田から、陸奥湾から、そして関東から陸路で辿り着いた「みちのおく」にある。南部藩がその勢力を青森三八地域から盛岡市へと拡大した「政の軸」は、戦後農地改革のときまで長きにわたり続き、八幡平から雫石へつながる岩手山麓の「山の軸」は自然の宝庫として人々を楽しませてきた。

八幡平エリアを構成する各地域の営みは、それぞれの歴史と文化に裏打ちされ、互いに手を取り合ってきた歴史でもある。世界の旅行者にとって「未知」の国かもしれないが、日本を知りたい、味わいたければここに来るだけの価値をもっている。



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### 第2章 概略

#### (1) .インバウンド旅行者実態

- 2023年前半、外客数はコロナ前（2019年）の8割強まで回復。
- 2023年、全国では2019年比78.6%に外客数が回復。国によっては、2019年の外客数も上回っている。
- 台湾客が北東北3県インバウンドの屋台骨。コロナ前を大きく超えて成長しているのは東南アジア。
- 北東北3県、岩手県とも韓国を除き、桜シーズンの4月が全体的な来訪ピーク。2023年前半、岩手県外客数の半数は台湾客に。
- 紅葉シーズンの来訪が桜の季節を超えるのは、タイ、香港、台湾、米国。オーストラリアと韓国は雪シーズンの来訪。
- 八幡平エリア訪問のコアは安比高原（宿街・スキー場）で揺るがない。八幡平温泉郷は2023年大きく増加した。  
・2023年、八幡平温泉郷訪問者は、角館や田沢湖も訪問している
- 2019年八幡平エリア訪問者の消費単価はひとり当たり【3.69万円】。  
・内訳は、「宿泊費」が1.13万円、「パッケージ参加費」が1.01万円、「買い物代」が0.70万円、「飲食費」が0.66万円。

#### (2) .アシ（移動手段）の分析

- 東北全体での運輸全体はコロナで激減後に復調傾向。空路は仙台空港との連携を高める必要がある。
- 通常外国人訪日客（全国）は新幹線・鉄道での移動がメイン。東北地方内部での定量移動データ「外国人」難易度高もレンタカー増加。

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【外客数】

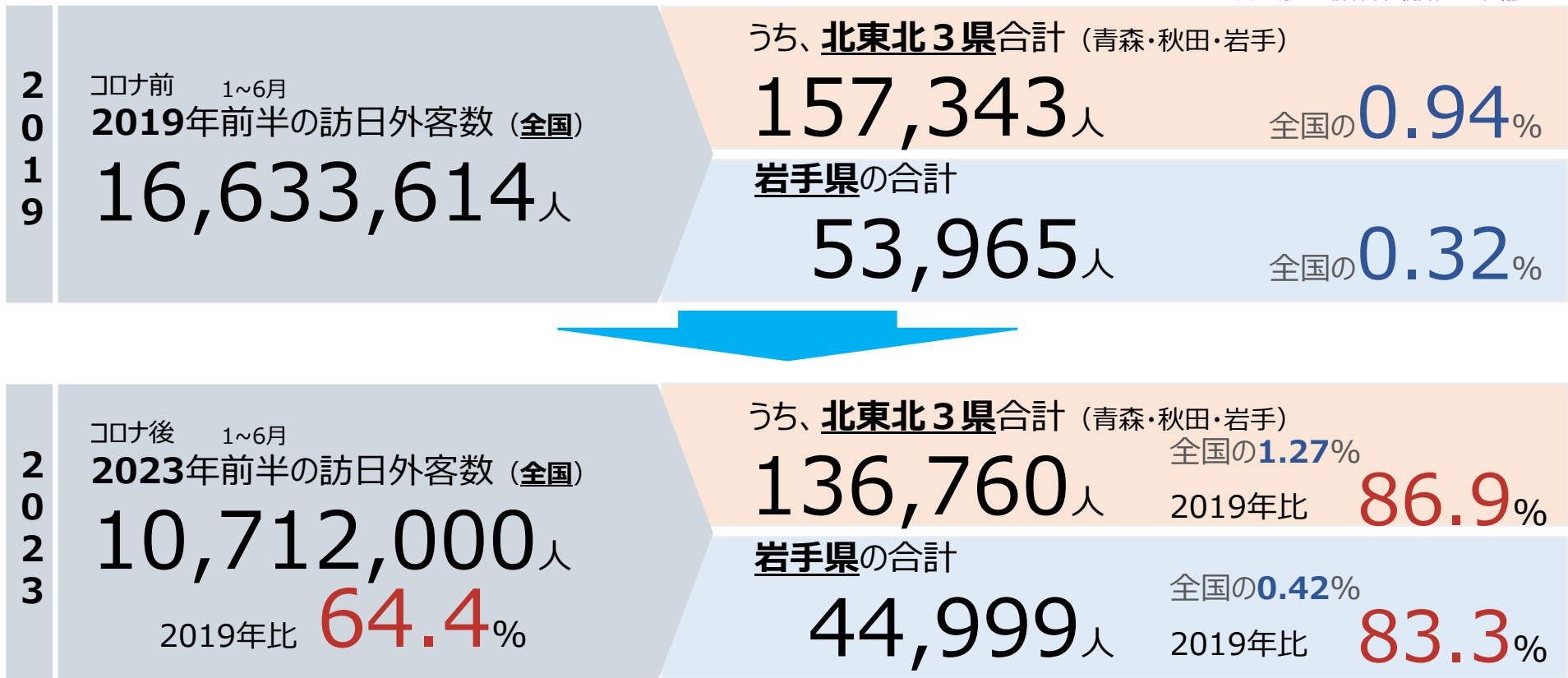
2023年前半、外客数はコロナ前（2019年）の8割強まで回復。

観光客数について、全国、北東北3県、岩手県それぞれの2019年前半と2023年前半を比較した。

2023年は全国で2019年と比較して64.4%となっている。北東北3県では2019年比86.9%。岩手県では2019年比83.3%となっている。

客数の回復はコロナ前の8割程と回復傾向が伺えるが、北東北3県、岩手県の全訪日外客数に対するシェアは依然として低く、まだまだマイナーな目的地であると推測される。

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査 再編加工



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【国別外客数】

台湾客が北東北3県インバウンドの屋台骨。コロナ前を大きく超えて成長しているのは東南アジア。

観光客数について、国別に2019年前半と2023年前半を比較した。

- 台湾は北東北3県、岩手県のどちらにおいてもトップとなっており、2023年が2019年を上回っている。
- 東南アジア諸国（シンガポール、インドネシア、マレーシア）、EU諸国（イギリス、スイス）でも増加傾向の国が見られる。

#### 東北北3県

国名	北3県2019年前半観光客数	北3県2023年前半観光客数	対2019年比
台湾	57,832	67,577	116.9%
中華人民共和国	28,066	4,408	15.7%
香港	19,200	15,145	78.9%
大韓民国	12,634	4,625	36.6%
アメリカ合衆国	11,957	11,045	92.4%
タイ	10,414	14,173	136.1%
オーストラリア	6,443	5,952	92.4%
シンガポール	2,293	4,103	178.9%
カナダ	1,435	0	0.0%
イギリス	1,220	2,186	179.2%
スウェーデン	1,015	479	47.2%
ドイツ	968	729	75.3%
フランス	871	1,255	144.1%
インドネシア	616	1,718	278.9%
マレーシア	520	1,625	312.5%
フィリピン	515	722	140.2%
ニュージーランド	338	380	112.4%
スイス	213	373	175.1%
ベトナム	212	0	0.0%
ロシア	180	0	0.0%
ブラジル	168	0	0.0%
ポーランド	115	131	113.9%
オランダ	74	51	68.9%
チェコ	44	0	0.0%
オーストリア	0	83	0.0%
総合計	157,343	136,760	86.9%

#### 岩手県

国名	岩手県2019年前半観光客数	岩手県2023年前半観光客数	対2019年比
台湾	22,465	24,336	108.3%
中華人民共和国	9,752	1,276	13.1%
香港	6,436	4,812	74.8%
大韓民国	2,846	1,361	47.8%
アメリカ合衆国	3,399	2,221	65.3%
タイ	3,341	4,784	143.2%
オーストラリア	2,263	2,396	105.9%
シンガポール	702	1,300	185.2%
カナダ	352	0	0.0%
イギリス	424	752	177.4%
スウェーデン	217	0	0.0%
ドイツ	390	0	0.0%
フランス	327	390	119.3%
インドネシア	273	251	91.9%
マレーシア	157	534	340.1%
フィリピン	222	110	49.5%
ニュージーランド	0	304	0.0%
スイス	66	172	260.6%
ベトナム	212	0	0.0%
ロシア	77	0	0.0%
ブラジル	0	0	0.0%
ポーランド	0	0	0.0%
オランダ	0	0	0.0%
チェコ	44	0	0.0%
オーストリア	0	0	0.0%
総合計	53,965	44,999	83.4%

TOPシェア

雪ニーズ

NEXT TARGET



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

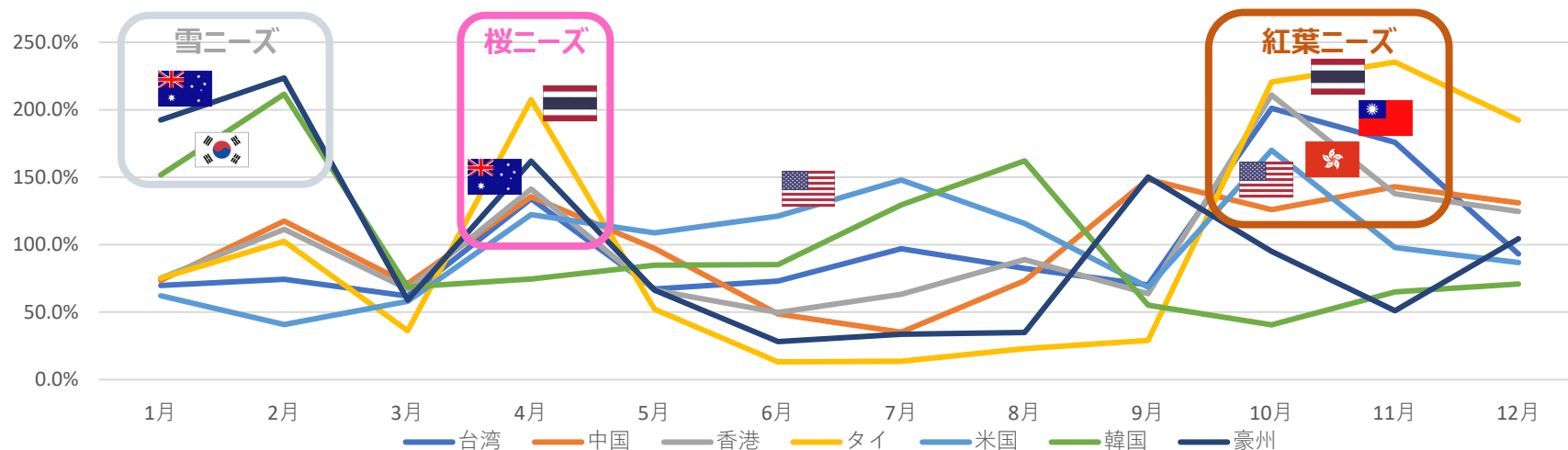
### (1) .インバウンド旅行者実態【旅行動態・周遊状況】

韓国を除き、桜シーズンの4月が全体的な来訪ピーク。紅葉シーズンの来訪が桜の季節を超えるのは、タイ、香港、台湾、米国。オーストラリアと韓国は雪シーズンの来訪。各国の来訪ピーク特性をつなぎあわせることで通年性を実現する。

国別の外客数は季節によって各国ごとに傾向が異なる。

JNTOのデータを元に、各国別に12ヶ月の岩手県外客数の月別平均値を100%とし、各月が平均の何%となっているかをグラフ化した。

- 来県外客数が最も多い台湾客は、10-11月の紅葉シーズンが最も多く、次いで4月の桜のシーズン。
- 中国客は9-12月の紅葉シーズンが多く、次いで4月の桜シーズン。
- 香港客も中国客と傾向が似ており、10-11月の紅葉シーズンが多く、次いで4月の桜のシーズン。
- タイ客はグラフ上の上下幅が顕著で、10-11月の紅葉シーズンと、4月の桜のシーズンがそれ以外の時期の2倍を超えている。
- 米国客は10月の紅葉シーズンが最も多く、4-8月の5ヶ月間年平均を超えている。
- 韓国客は10月の紅葉シーズンが最も多く、4-8月の5ヶ月間年平均を超えている。
- 韓国客は1-2月のスキーシーズンが最も多く、次いで8月の新学期前休暇時期の来訪が多い。
- 豪州客は1-2月のスキーシーズンが最も多く、次いで4月の桜シーズン、9月の来客が多くなっている。



出典：JNTO 日本の観光統計データ 2019年岩手県外客数 再編加工

※詳細数値は資料参照

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【県内自治体における八幡平市の現状】

		2019年前半 (1~6月)		2023年前半 (1~6月)		
		1~3月期	4~6月期	1~3月期	4~6月期	
観光客数	岩手県内全33市町村	30,840人(100.0%)	44,072人(100.0%)	16,989人(100.0%)	40,861人(100.0%)	
	八幡平市	<b>1</b> 位/33市町村 8,925人(28.9%)	<b>3</b> 位/33市町村 5,018人(11.4%)	<b>2</b> 位/33市町村 3,309人(19.5%)	<b>3</b> 位/33市町村 2,437人(6.0%)	
	2019年1~6月 合計		岩手県内全33市町村 74,912人(100.0%)		2023年1~6月 合計	
	八幡平市 13,943人(18.6%) <b>3</b> 位/33市町村		岩手県内全33市町村 57,850人(100.0%)		八幡平市 5,746人(9.9%) <b>5</b> 位/33市町村	
宿泊客数	岩手県内全33市町村	20,926人(100.0%)	22,201人(100.0%)	10,935人(100.0%)	23,334人(100.0%)	
	八幡平市	<b>1</b> 位/33市町村 8,449人(27.4%)	<b>3</b> 位/33市町村 6,024人(13.7%)	<b>2</b> 位/33市町村 2,927人(17.2%)	<b>3</b> 位/33市町村 2,869人(7.0%)	
	2019年1~6月 合計		岩手県内全33市町村 43,127人(100.0%)		2023年1~6月 合計	
	八幡平市 14,473人(19.3%) <b>1</b> 位/33市町村		岩手県内全33市町村 34,269人(100.0%)		八幡平市 5,796人(10.0%) <b>4</b> 位/33市町村	

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【八幡平エリア内】

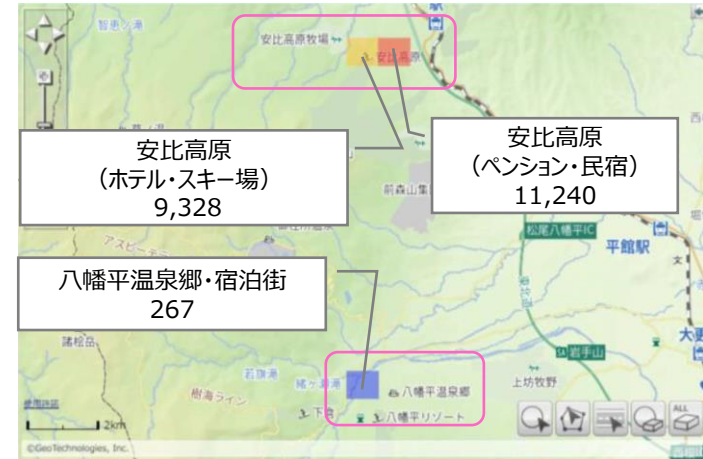
八幡平エリア訪問のコアは安比高原で揺るがない。八幡平温泉郷は2023年大きく増加した。

- 2019年前半に八幡平市を訪れた外国人客は安比高原周辺への訪問が中心。国別では中国、台湾で約8割。
- 2023年前半に八幡平市を訪れた外国人客は安比高原周辺への訪問が多いが、2019年比では八幡平温泉郷が大きく増加。国別では台湾が約6割。

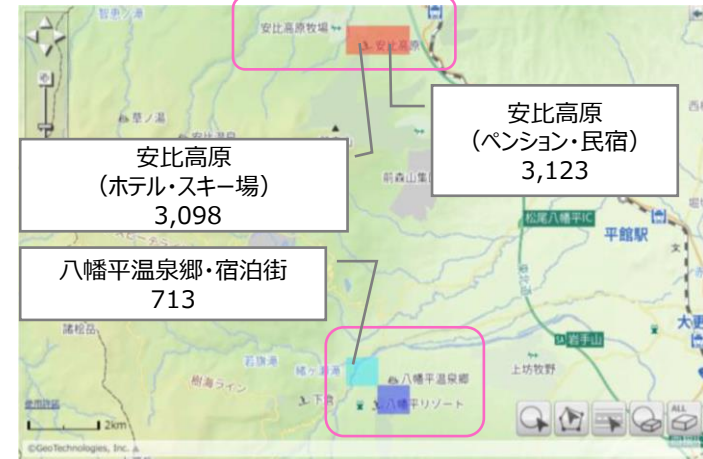
スポット名	2019年前半 (1~6月) 実訪問数	2023年前半 (1~6月) 実訪問数
総合計	20,835	6,977
安比高原 (ペンション・民宿)	11,240	3,123
安比高原 (ホテルからスキー場)	9,328	3,098
八幡平温泉郷・宿泊街	267	713
八幡平リゾートパノラマスキー場	(なし)	43

国別訪問数	2019年前半 (1~6月)	2023年前半 (1~6月)	
総合計	20,835	6,977	
中国	10,539	台湾	4,294
台湾	6,494	オーストラリア	1,146
オーストラリア	1,479	香港	921
香港	1,187	タイ	616
韓国	1,041	(データなし)	0
アメリカ合衆国	95		

2019年前半



2023年前半



## 第2章 「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【八幡平エリア来訪者の消費動向】

2019年八幡平エリア訪問者の消費単価はひとり当たり【3.69万円】。

内訳は、「宿泊費」が1.13万円、「パッケージ参加費」が1.01万円、「買い物代」が0.70万円、「飲食費」が0.66万円。

「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」11モデル地域及び検討地域の2019年の観光目的での来訪者数、全国における訪問率、消費単価をみた。八幡平市は14モデル地域中8番目の訪問者数で8,709万人。訪問率は0.4%だった。ひとり当たりの消費単価は、14モデル地域中4番目の3.69万円で、その内訳として最も高いのは宿泊費の1.13万円、次いでパッケージ参加費の1.01万円となった。

【モデル地域区分】 2019年観光目的での来訪

訪問地	訪問者数 (単位：万人)	訪問率	消費単価 <sup>注1</sup> (単位：万円/人)	費目別（7区分）							(単位：万円/人)	
				パッケージ参加費	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等サービス費	買物代	その他		
1 東北海道	5.662	0.2%	3.30	1.27	0.85	0.32	0.06	0.05	0.74	0.00		
<b>2 八幡平</b>	<b>8.709</b>	<b>0.4%</b>	<b>3.69</b>	<b>1.01</b>	<b>1.13</b>	<b>0.66</b>	<b>0.05</b>	<b>0.14</b>	<b>0.70</b>	<b>0.00</b>		
3 那須及び周辺地域	23.811	1.0%	2.03	0.33	0.74	0.45	0.06	0.12	0.33	0.00		
4 北陸	69.28	3.0%	2.66	0.89	0.73	0.49	0.03	0.08	0.44	0.00		
5 松本・高山	64.087	2.8%	2.87	0.87	1.04	0.57	0.03	0.06	0.31	0.00		
6 伊勢志摩及び周辺地域	4.51	0.2%	2.94	0.81	0.77	0.47	0.01	0.04	0.84	0.00		
7 奈良南部・和歌山那智勝浦	6.708	0.3%	2.90	1.03	0.91	0.51	0.02	0.16	0.27	0.00		
8 せとうち	165.052	7.2%	3.16	0.48	0.92	0.82	0.05	0.09	0.79	0.00		
9 鳥取・島根	8.069	0.4%	2.12	0.27	0.79	0.56	0.06	0.04	0.40	0.00		
10 鹿児島・阿蘇・雲仙	30.049	1.3%	4.20	0.84	1.25	0.83	0.08	0.03	1.16	0.00		
11 沖縄・奄美	96.657	4.2%	2.02	0.15	0.71	0.46	0.18	0.09	0.43	0.00		
12 山形	3.471	0.2%	4.58	1.16	1.78	0.66	0.07	0.34	0.57	0.00		
13 山梨	115.225	5.0%	1.80	0.65	0.50	0.28	0.02	0.07	0.27	0.00		
14 新潟・佐渡	7.525	0.3%	5.54	0.18	2.40	1.37	0.07	1.31	0.22	0.00		

注1) 本表の「消費単価」にはパッケージツアー等参加費に含まれる訪問地収入分が含まれる。都道府県別の「消費単価」には都道府県間交通費は含まれない。

※出典：観光庁 訪日外国人調査【参考表】モデル地域統計 を元に再編

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (2) .アシ（移動手段）の分析 - I. 鉄道／空港他、移動の分析（全体の立地・海外航空便）

東北全体での運輸全体はコロナで激減後に復調傾向。空路は仙台空港との連携を高める必要がある。

#### 【八幡平へのアクセス】

① 航空路線網として、いわて花巻空港／大館能代空港の2空港が利用可能

- 1、**いわて花巻空港**

**国際定期便・台北2本／週（往復4本）**  
※東方航空上海便は休止中  
**国内定期便77本／週（往復154本）**  
札幌・名古屋・大阪・神戸・福岡便
- 2、**大館能代空港**

**国際定期便なし**  
**国内羽田便21本／週（往復42本）**

② 二次商圏で仙台空港／青森空港の2空港もアクセスが可能

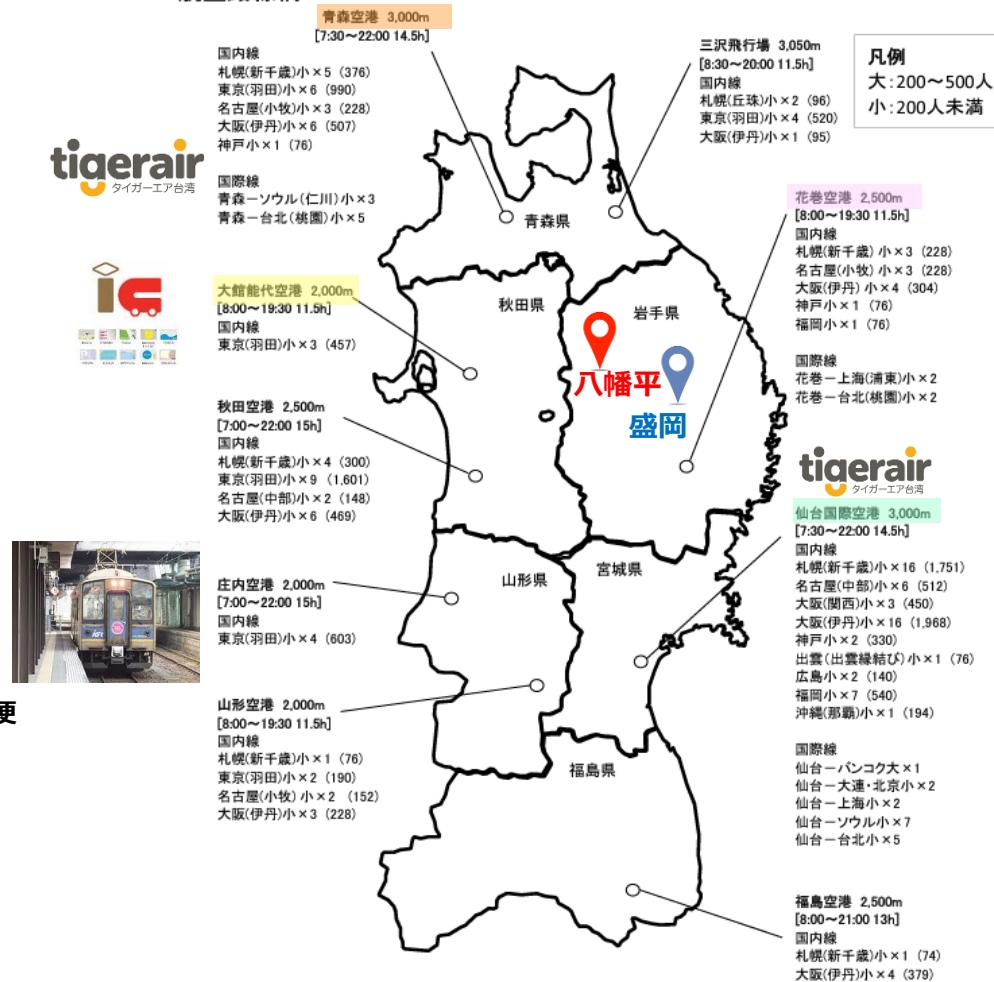
- 1、**仙台空港**

**国際定期便・台北30本／週（往復60本）**  
**国際定期便・ソウル4本／週（往復8本）**  
**国際定期便・大連2本／週（往復4本）**  
**国際定期便・北京2本／週（往復4本）**  
**国際定期便・上海2本／週（往復4本）**  
**国際定期便・バンコク2本／週（往復4本）**

**国内定期便336本／週（往復672本）**  
羽田・札幌・名古屋・大阪・関空・神戸・広島・出雲・福岡・沖縄便
- 2、**青森空港**

**国際定期便・ソウル4本／週（往復8本）**  
※エバー航空台北便は休止中  
**国内定期便154本／週（往復308本）**  
札幌・名古屋・大阪・神戸便

#### 航空路線網



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (2) .アシ（移動手段）の分析 - I.鉄道／空港他、移動の分析（東北エリアの外国人動向）

外国人訪日客（全国）は新幹線・鉄道での移動がメインとなっている。  
 東北地方内部での定量移動データ「外国人」難易度高も、レンタカー利用が増加している。

調査実施期間：2023年12月時点

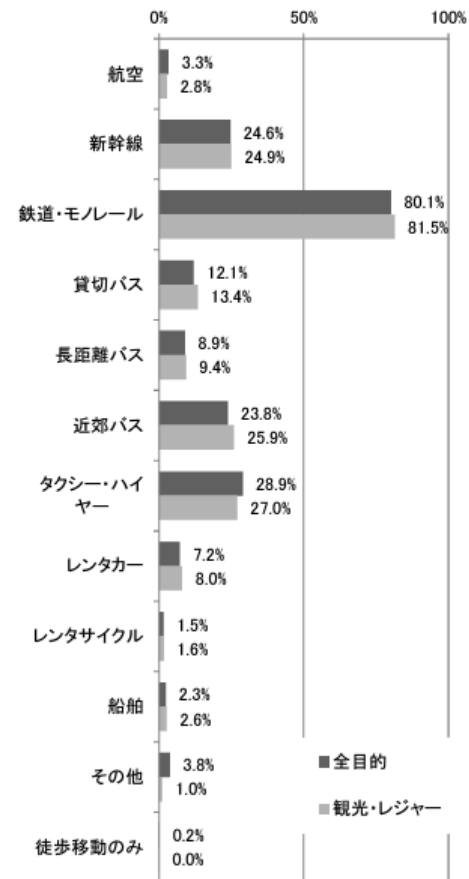
#### 【交通手段の利用実態とレンタカーの増加】

① 来日後に、一般外国人が利用した移動手段はほとんどが鉄道・新幹線  
 次いでバス、タクシーとなっている。10%以下ではあるが、レンタカーも存在し。岩手は2019年度比88%1490台（東北では3位）

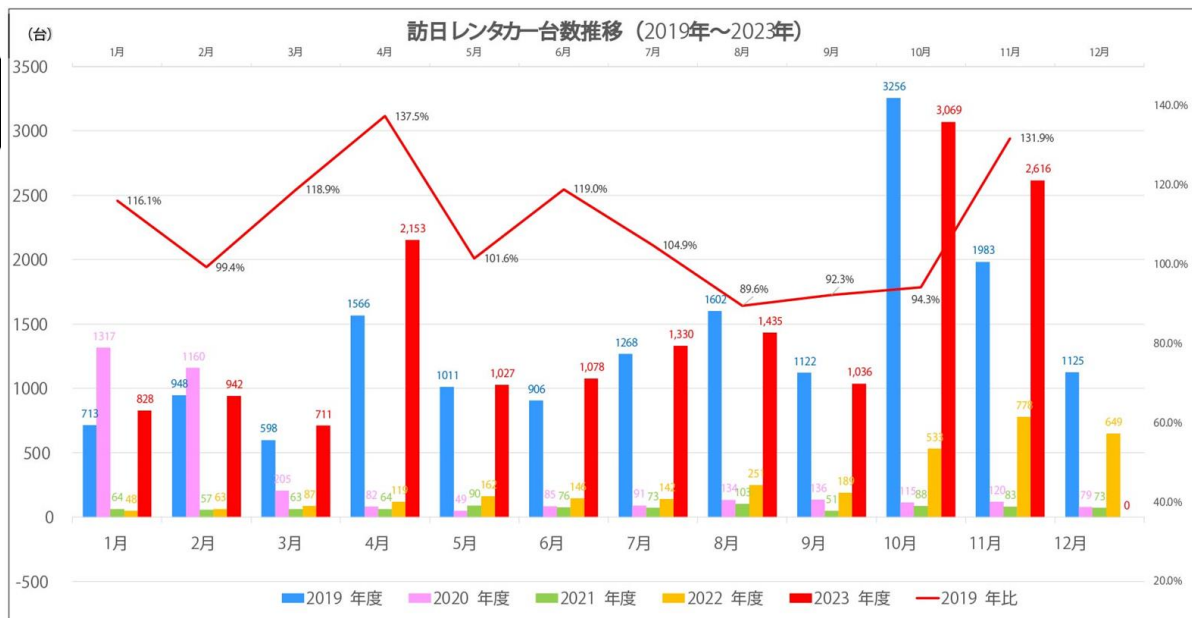
#### ② 空港線以外でのアクセス

- 1、盛岡駅経由 JR： 花輪線約60分 7本／日（往復14本） 最大輸送能力1000名／日（推計）
- 2、盛岡駅経由 バス： 路線バス約80分 7本／日（往復14本） 最大輸送能力1500名／日（推計）  
 直行バス約60分 1本／日（往復2本） 最大輸送能力150名／日（推計）

① 図表 6-5 利用した交通手段  
 （全国籍・地域、複数回答）



①



※出典：一般社団法人東北観光推進機構が運営する東北観光DMP

## 第3章 八幡平市の歴史と文化

### 八幡平の歴史と文化

## ブナの森と冷涼な気候に育まれた、人と自然の素朴な営み

### 1. 縄文から蝦夷の時代まで

極東日本の脊梁、奥羽山脈の最高峰である岩手山。秀峰を望む八幡平山麓では、縄文晩期（2,800年ほど前）の遺跡「釜石環状列石」と呼ばれるストーンサークルが発見されている。古来、この雄大な眺めと、ブナ林に息づく大型獣、クイヤクミミなど豊富な森の恵みを楽しみながら、ここに人々の営みが紡がれてきた事実を示す貴重な遺跡である。

ユネスコ世界遺産に認定された「北海道・北東北の縄文遺跡群」の価値の真髄は、狩猟採集民族でありながら定住民族という、世界に類を見ない持続的な暮らしの営みがあり、平和で争いのない時代が1万年も続いた、文化的サステナビリティそのものにある。また縄文人は自然を畏れ敬い、高い精神性を有していたとされ、祭祀跡とみられる遺跡も数多く発見されている。あらゆる自然現象に霊的な存在を認めるアニミズムという宗教観は、初詣から仏式の葬儀、クリスマスまで多彩な神仏を自然と受け入れる現代の日本人の信仰の原点とも言われている。この地に暮らす我々は、こうした数千年の歴史をDNAの中に受け継ぎ、四季折々の自然の恵みを楽しむ暮らし文化を丁寧に育んできた。

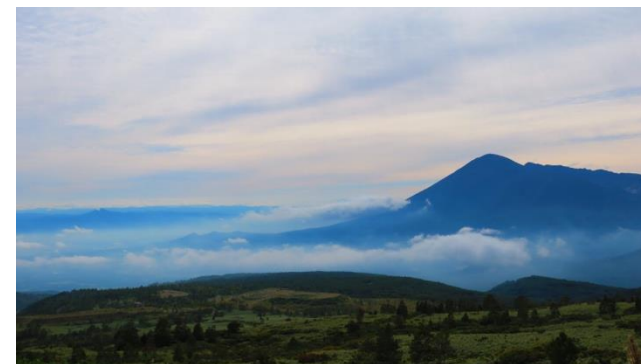
古代日本史では、獰猛な蝦夷が大和朝廷に対して反乱を繰り返し、朝廷から征伐されたという歴史が通説であったが、これは中央政権＝勝者の記した史書に基づく説である。近年では、東北で産出した豊富な黄金や駿馬、アイヌとの交易など、東北の利権を手に入れるために、朝廷が蝦夷を征服したのではないか、という説もある。

【民謡】南部馬方節、南部よしゃれなど馬や馬喰を唄う民謡、からめ節や南部牛追歌など「西も東も金の山」をうたう民謡など、馬と金を誇る南部の人々の民謡は多い。

【伝説】延暦16（793）～征夷大將軍坂上田村麻呂による征伐。八幡平の名付けは田村麻呂との説あり。西根の宮田神社など、蝦夷征伐に係る伝説も多い。



釜石環状列石 ※写真はレプリカ



八幡平から望む岩手山

## 第3章 八幡平市の歴史と文化

### 八幡平の歴史と文化

#### 2. ブナ帯に息づく暮らし文化～中世から続く安比の千年牧野

日本の森林帯を分類すると、およそ4つに区分することができる。八幡平市を含む北海道南西部から東北の宮城あたりまでのエリアは、森林帯としては冷温帯林（または温帯林）と呼ばれ、ブナ、ミズナラやイタヤカエデ、トチノキ、カツラなど多種類の落葉広葉樹が広がり、特にブナ帯とも呼ばれている。この豊かな森林資源は人々の生活と密接に結びついており、森によって育まれた獣や鳥などのタンパク質、クリやクルミなど種実類は、古く縄文時代からこの地域の暮らし文化を支えてきた。木の実や漆の採取など森の恵みの利用、馬産など、森の持続的な活用が古くから続いており、これらは今もこの地域の営みのなかに息づいている。

年平均気温6～13度と、夏でも冷涼で過ごしやすい気候が保たれるブナ帯は稲作には不向きであり、朝廷への年貢はコメではなく、馬を納める「貢馬」が行われてきた。平安時代後期には糠部郡が置かれたとされ、鎌倉時代の歴史書である吾妻鏡には、糠部の駿馬と呼ばれブランド化された名馬の産地として、高価な取引の様子が描かれている。

岩手県北部の北奥羽から青森県東半部、下北あたりまでの太平洋側一帯に広がる一戸～九戸まで「戸」のつく特殊な地名は、9つに分けられた馬の産地ごとに数字を割り振った戸制（へせい）の名残である。

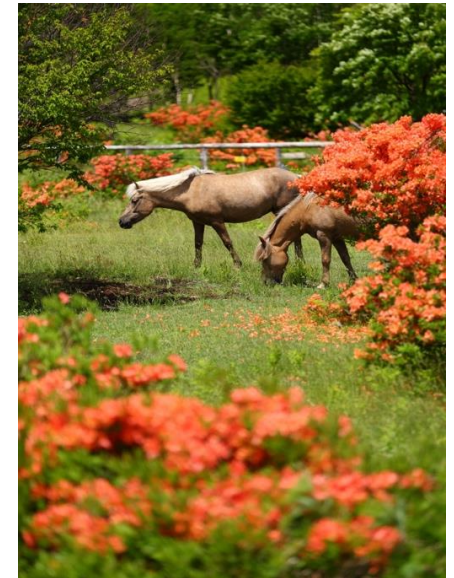
二戸郡の一部、安代エリアに位置する安比高原には、1,000年ほど前の馬牧の跡や、放牧により広がった野芝の地層が見つかっており、この地に長く受け継がれてきた馬と人との関わりを示す手がかりとなっている。

【伝説】日本の竜信仰は、大国主命を祀る出雲大社にさかのぼるとされる。邪馬台国に滅ぼされたとされる出雲王朝は、畿内から九州、あるいは東北方面に逃れたという説があり、九州に移り住んだものは隼人、東北に定住したものは蝦夷と呼ばれたという。伝説を裏付けるように、東北には大国主命を祀る神社が残されており、八郎太郎伝説ほか、竜や蛇にまつわる伝説が多く語り継がれている。

【食文化】冷涼多雪な自然環境で、この地域の食文化を支えたのが、栄養豊富な雑穀。蕎麦は、蕎麦切りではなく、こねて汁に入れて煮るかけや団子に、また焼いて食べたりした。また寒さのおかげで、麹菌の発酵がゆっくり進むため、アミノ酸が増えて美味しい味噌が作られた。



安比高原 ブナ二次林



安比高原 中のまきば



## 第3章 八幡平市の歴史と文化

### 八幡平の歴史と文化

#### 3. 暮らしを支えた漆文化、温泉保養地開発から日本屈指のスキーリゾートへ

世界におよそ1,500あるといわれる活火山の、日本にはそのうち111、およそ7%の活火山が集中する、世界有数の火山国である。地表プレートがいくつもぶつかりあう地殻変動の大きい場所に位置し、火山フロントと呼ばれる火山の列が、ちょうど奥羽山脈から富士山のあたりまで連なっている。有史以前より幾度となく繰り返されてきた火山活動も作用して、多様な鉱物資源が生み出されてきた。また地熱があることで、個性あふれる多彩な天然温泉が多く、松川温泉はすでに平安時代には発見されていた。

現在残されている鹿角街道は、中世の陸奥国支配において重要な道筋であり、流霞道と呼ばれた。戦国時代から金が採掘され、江戸時代には銅山として栄えた尾去沢鉱山から盛岡へのルートであった歴史街道沿いは、荒屋新町など宿場町も栄えた。

伝説によると、岩手県北部の漆文化は、728年に行基が天台寺を開山した際、自らの什器を作るために漆工技術を持ち込んだと伝わっている。安比川の上流で木材を調達して木地を作り、現在の二戸市浄法寺町付近で漆を掻き、浅沢で漆を塗り、庶民の普段使いの器「御山御器（おやまごき）」として浄法寺の市日で売られていた。

江戸時代には、北上川の源泉地、岩手町沼宮内に代官所が置かれ、現在の八幡平市（旧西根町、松尾村）、玉山村、岩手町を沼宮内通りと称されるようになった。冷涼でコメの不作や飢饉も多かった南部藩は江戸時代、百姓一揆が頻発したことで知られるなか、当地の漆掻きは重要な山仕事として生計の一助となり、漆で蔵を建てるものもあったという。

豊かな森の恵みに支えられ平和な時代が続いた縄文時代、冷涼な地域だからこそ栄えた馬産や漆に支えられた古代、中世と、この地の土壌や気候、歴史の営みの中で育まれてきた素朴な暮らし文化は、八幡平市の日常、ハレとケでいえば「ケ」のなかに、今も脈々と受け継がれている。

1911年、八幡平山麓で硫黄の本格的な採掘がスタートすると、松尾鉱山の開発が一気に進み、最大1万5000人ほどの鉱山町を形成した。1956年には、八幡平から岩手山及び秋田駒ヶ岳にかけての地域が、十和田国立公園に追加指定され、八幡平山頂や松川温泉などを含むこの一帯は「十和田八幡平国立公園八幡平地域」として観光客にも親しまれている。鉱山町の栄枯盛衰は語るまでもないが、当時の旧松尾村は鉱山閉山後の村の産業としてレジャー開発に注目し、松川温泉そばを掘削して温泉保養地開発を目論んだ。ボーリングを4本試みたところ、温泉が湧いたのは1本、残りの3本からは地熱蒸気が勢いよく噴出し、これが日本初の商業用地熱発電として1966年に運転を開始した松川地熱発電所となる。

日本の大型リゾート開発の波に乗り、1970年には勤労者福祉施設として八幡平ハイツがオープン、1980年に安比高原スキー場がオープンし、スキーブームとともに日本有数のスキーリゾートとして花開く。2016年以降は、環境省国立公園満喫プロジェクトの先行地域として、見返峠駐車場の再整備や、日本文化の継承としての「10年後の混浴プロジェクト」実証事業など、地域活性化に向けて様々な活動が行われている。



松川温泉



漆掻き



松川地熱発電所

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 八幡平エリア ゾーンマップ

安比高原エリアを中心に、食文化・伝統の文化ゾーンと、グリーン・スノーアクティビティが衛星的に存在するゾーン。

八幡平市は、岩手県北西部に位置する。市の南境に岩手山がそびえ、中央部の西森山と前森山の北側山麓には安比高原が広がる。西部地域には十和田八幡平国立公園をはじめとする奥羽山脈の山々が南北に連なる。東は二戸市、一戸町、岩手町、南は盛岡市、滝沢市、雫石町、西は秋田県仙北市・鹿角市、北は青森県田子町と接している。北東北3県のほぼ中心にある。

#### ① 安比高原エリア

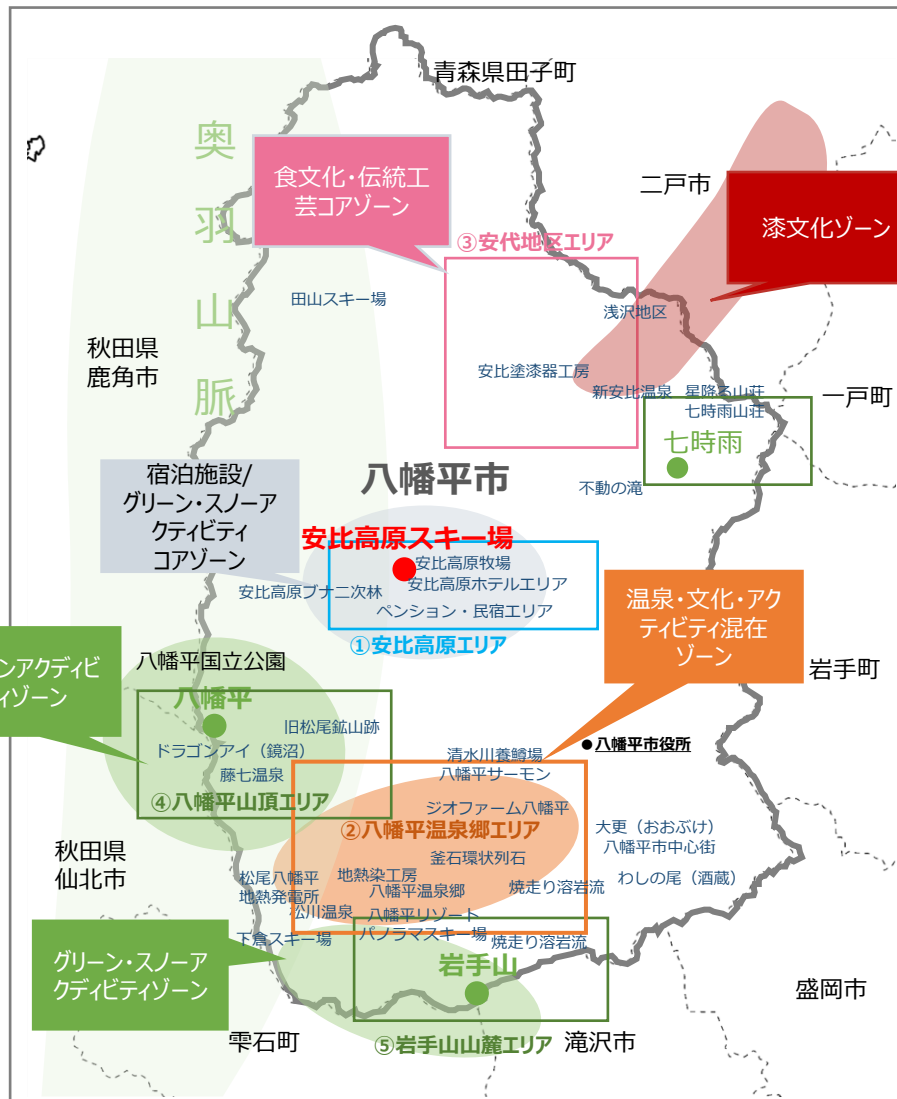
宿泊施設/グリーン・スノーアクティビティコアゾーン

八幡平エリアの宿泊機能及びスノーアクティビティの核であり、年間を通じてエリア内で最も多くの流入があるゾーン。

#### ② 八幡平温泉郷エリア

温泉・伝統・食文化・グリーン・スノーアクティビティゾーン

地熱発電や温泉など、地球の鼓動を感じられるスポットが集積している西側、伝統文化や食文化が集積している東側が混在するゾーン。



#### ③ 安代地区エリア

食文化・伝統工芸コアゾーン

漆文化ゾーン

旧安代町には、食文化や伝統工芸の技術などが集まっている。国産漆のおよそ7割のシェアを誇る岩手県。そのほとんどがこのエリアで採集され、漆塗の工房も複数ある。

#### ④ 八幡平山頂エリア

グリーンアクティビティゾーン

国立公園であり、自然環境に恵まれハイキング・トレッキングに人気がある。春には雪の回廊（アスピーテライン）、晩春には雪解けと芽吹き織りなす刹那的景観、秋は色鮮やかな紅葉が大きなコンテンツとなっているゾーン。

#### ⑤ 岩手山山麓エリア

グリーン・スノーアクティビティゾーン

南部片富士とも言われる県内最高峰の岩手山を中心に、山麓の豊かな自然がコンテンツとなっているゾーン。

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

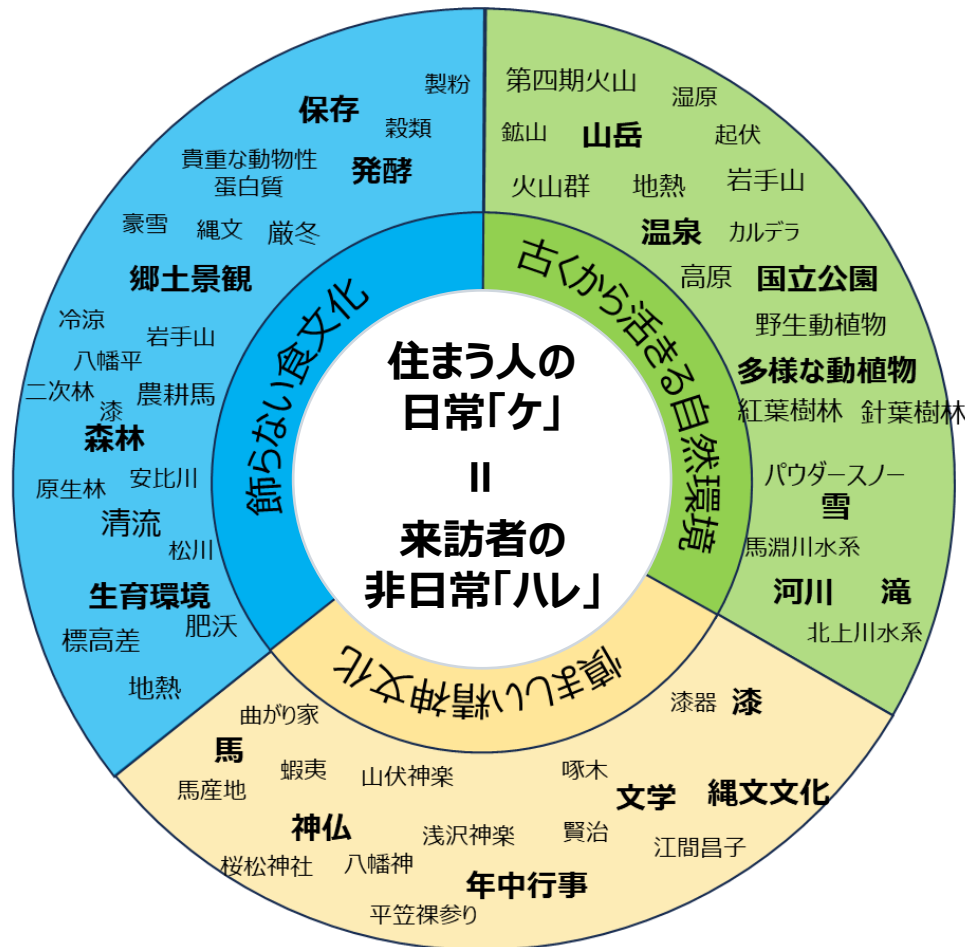
### 住まう人にとってのエリア文化

住まう人にとっての「ケ」  
[飾らない食文化]、[古くから生きる自然環境]、[慎ましい精神文化]

住まう人にとっての  
**日常 = 「ケ」**

それぞれの文化を育んできた  
八幡平エリアの“土壌”は、  
住まう人にとっては生まれてか  
らずと身近にあった日常。

いわゆる「ケ」である。



来訪者にとっての  
**非日常 = 「ハレ」**

[飾らない食文化] は来訪者にとって【土地を味わうかのような食文化】であり、  
[古くから生きる自然環境] は【地球を感じられる八幡平独自の自然環境】であり、  
[慎ましい精神文化] は【未体験の精神文化】となり、非日常。

つまり「ハレ」となる。

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 八幡平エリアにおけるコアバリュー

八幡平エリアにおけるコアバリュー

# ケ

©八幡平エリア

## 「日常」という非日常の体験

八幡平エリアには「ブランドカ」という「魔法」はない。  
需要は創造するものである。

日常生活のなかで、人々がどのように八幡平エリアがもつ「自然」や「文化」を楽しんできたか。  
その表れである地域が継承してきた「ケ」は、地域外の、特にラグジュアリー層から見ると非日常  
＝「ハレ」であり、ハレとなる地域のケの文化こそが八幡平エリアのコアバリュー。

高付加価値化を基本としながら、「ケ」の発掘・開発と表現手段を通じてエリアをブランディングしていく。

しかし、重要なことは「収益のエンジン」をつくること。

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 戦略素材のGAP調査により抽出した課題

「唯一無二・独自性・希少性」に関する議論の深度化を図ったうえでストーリー作りに移行する。

テーマ	課題（専門家指摘事項）	主な助言
総論	<b>明確な“唯一無二の価値”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 唯一無二の価値＝コアバリュー</li> <li>• 戦略素材と顧客ニーズのマッチ・ミスマッチの検証が必要。</li> <li>• 万人受けを狙ったコンテンツは売れない。</li> </ul>
市場（ターゲット）	<b>ペルソナマーケティングによるターゲットの具体化</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 富裕層をターゲットにした場合「国」の概念はあまり強く無く、コミュニティが重要となる。</li> <li>• ターゲットを国またはエリアで設定する場合、欧米＋豪州＋アジアと広域とするのは手間や費用面でリスクが高い。</li> </ul>
食	<b>“北東北ならではの（希少性・独自性）”を、深く・わかりやすく伝えるストーリー</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 郷土料理体験は、地元の方との交流があるという点において高評価。</li> <li>• 育んできた地域文化・歴史をストーリー化し“ならではの”希少性・独自性を作り上げるべき。</li> </ul>
歴史・文化	<b>国内類似コンテンツとの差別化可能な戦略素材の絞り込みとより深い議論</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 地熱染めは“唯一無二”の体験であることから高評価。</li> <li>• 温泉はエリアではなく、露天風呂から眼下に広がる“圧倒的な紅葉”・“圧倒的な雪景色（春）”として、体験可能な温泉を固有名詞でアピール。</li> </ul>
自然	<b>ターゲット国言語に対応可能、かつ専門的な知識を有するガイド育成</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 自然については全体的に高評価。課題はターゲット国言語に対応可能、かつ専門的な知識を有するガイド育成。</li> <li>• 4月下旬の北東北桜ツアーは実現を熱望。</li> </ul>
アクティビティ	<b>豊富なオプションメニューとコンシェルジュ機能の充実</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 数日から1週間程度の滞在型を想定し、複数のメニューが常時用意されていることが理想。</li> <li>• 滞在先となるホテルはベースキャンプとなるため、コンシェルジュ機能の充実が課題。</li> <li>• 人数限定のファーストトラックサービスは高付加価値化の手段の一つ。（“自分のために用意されたパウダースノー”という特別感を味わうことができるサービス）</li> </ul>
その他	<b>周辺地域連携したストーリー性のある周遊滞在型の構築</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 魅力的なエリアだが、インバウンド客にとって「八幡平」という地名の認知度は低い。</li> <li>• 大切なのは地名ではなく訪問する価値を明確にすること。</li> <li>• インターナショナルスクール開校も好機であり、北東北の観光を牽引する地域として益々の発展を期待する。</li> </ul>

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

旅行者が日常から解放されるため、メジャーではない旅行先で「地域の日常」= 非日常を体感する。

### 【レジャー旅行に求めるもの】

過剰な刺激や  
多忙な日常生活からの解放

自然に囲まれて過ごす

### 【選定のきっかけ】

インフルエンサー  
(質)  
↓  
個人的な信頼+ 口コミ  
(旅のひらめき)

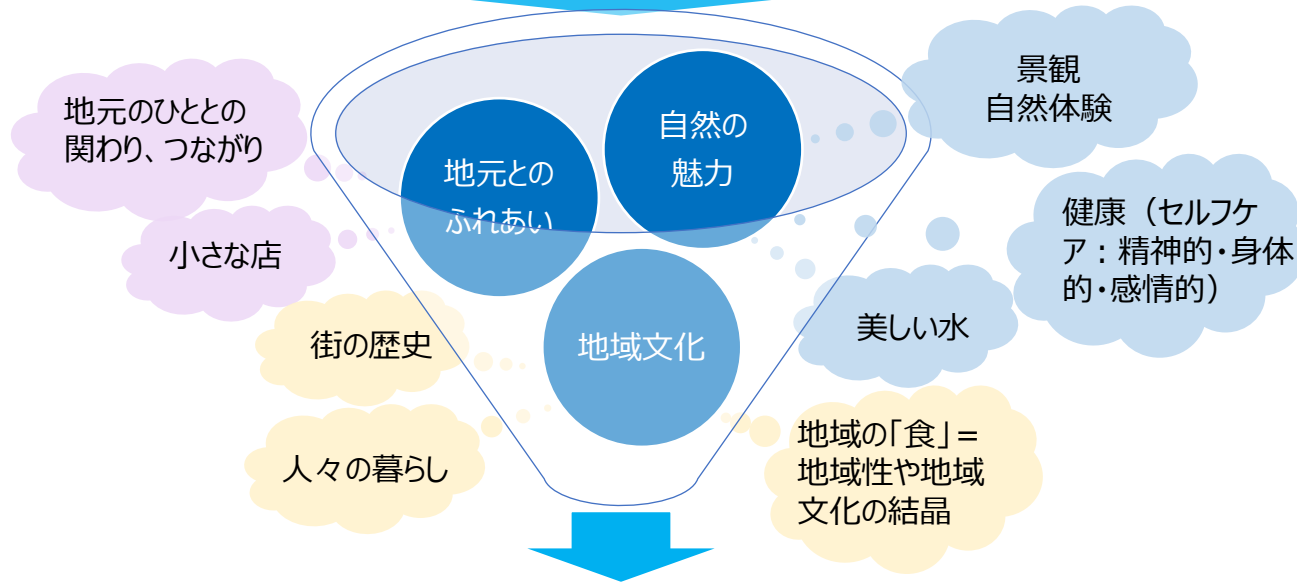
写真 (SNS)  
動画 (TV番組、ニュース、映画)

### 【探しているもの】



ファースト・ペンギンになれる

知られていない目的地や隠れた名所  
(地域を支援する)



## 「日常」という非日常を体感

例：地元のお母さんたちと、一緒にひつまみを作って食べる  
(地域の人々の生活を1日体験)

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 課題の概要

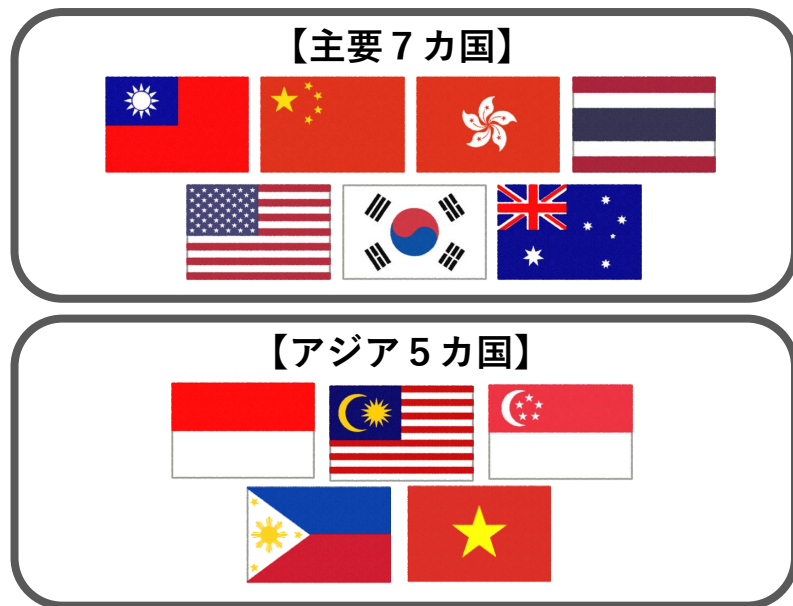
ブランディング実施に向け、各分野における課題解決を前提に次年度以降の事業構築を図る。

	ウリの課題	ヤドの課題	ヒトの課題	アシの課題	コネの課題
ハード	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設老朽化</li> <li>新規構築の必要性</li> <li>安全設備の充実 (特に自然関連コンテンツ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>富裕層に見合った高品質の設え</li> <li>一棟貸しに向けた改修</li> </ul>	※ハードスキル <ul style="list-style-type: none"> <li>語学力</li> <li>マーケティング</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>三次交通の不足</li> <li>ラゲッジ積載可能な車両の不足</li> <li>空港⇄現地の空路(ヘリ)の整備</li> <li>駅⇄現地⇄体験施設のハイヤー整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外現地レップの配置</li> </ul>
ソフト	<ul style="list-style-type: none"> <li>際立つ特別感の醸成</li> <li>ストーリー設定</li> <li>ニーズ把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域ならではの装飾</li> <li>コンセプトルームの設定</li> <li>空間プロデュース</li> </ul>	※ソフトスキル <ul style="list-style-type: none"> <li>豊富な知識及びユーモアを持つガイド育成</li> <li>問題解決能力</li> <li>海外実務経験</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>レンタカー事業者との連携</li> <li>空港及び鉄道駅から現地までのシームレスな移動</li> <li>道の駅の活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客ニーズのスムーズなフィードバック</li> <li>富裕層向けDMC及びAGT等との連携</li> </ul>
組織・マネジメント・経営戦略面	<ul style="list-style-type: none"> <li>収益事業化、窓口及び情報発信の一本化</li> </ul>				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツの品質管理</li> <li>参画基準設定・管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ペンション・民宿の活用に向けた経営者との連携</li> <li>ホテル経営者との連携</li> <li>事業承継</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>専門人材確保</li> <li>価値観の共有</li> <li>やりがい・マインドの創出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>近隣事業者の新規参入醸成・連携</li> <li>既存業者の協力体制強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地代理店、ランドオペレーター、現地コーディネーターとの連携</li> <li>海外会員組織との連携</li> </ul>

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 戦略ターゲット

顕在化している主要7カ国に加え、ポテンシャルとリピート性の高いアジア5カ国をターゲット国と捉える。



台湾、中国、香港、タイ、アメリカ、韓国、オーストラリアの現主要7カ国を戦略ターゲットとしつつ、成長著しく、リピート性の高い現主要国と共通点がうかがえる5つのアジア諸国を積極的に狙い、今後の継続的なアプローチを含め検討する。

台湾客のメインターゲットは、現在の来県ボリュームゾーンとなる40～50代に据え、中国客は台湾客よりも若い30代ミドル富裕層を据える。

冬季スノーシーズンはオーストラリア・韓国をメインターゲットとし、主としてアクティビティと食の2つの面で訴求する。

マーケティングコミュニケーションは、エージェント経由と、会員組織の2種類を主な働きかけ先とする。

### 【マーケティングコミュニケーションの働きかけ先】

ターゲット国および  
ターゲット国へのチャネルを持つ国内外の

**エージェント**

ターゲット国の

**会員組織**

国際的な見本市会員、百貨店等の会員、  
カード会社会員 等

マス市場に対するコミュニケーションを行い八幡平エリア・北東北エリアのファンへ育成するのではなく、各国ごとであったり国際的な既存の会員・ファンクラブへのコミュニケーションを行い八幡平エリア・北東北エリアのファンへ育成する。



## 第5章 高付加価値インバウンド旅行者受入・誘客における施策の方向性

### Uri・Yado・Hito・Ashi・Kone、各課題及び解決策の取組み方針

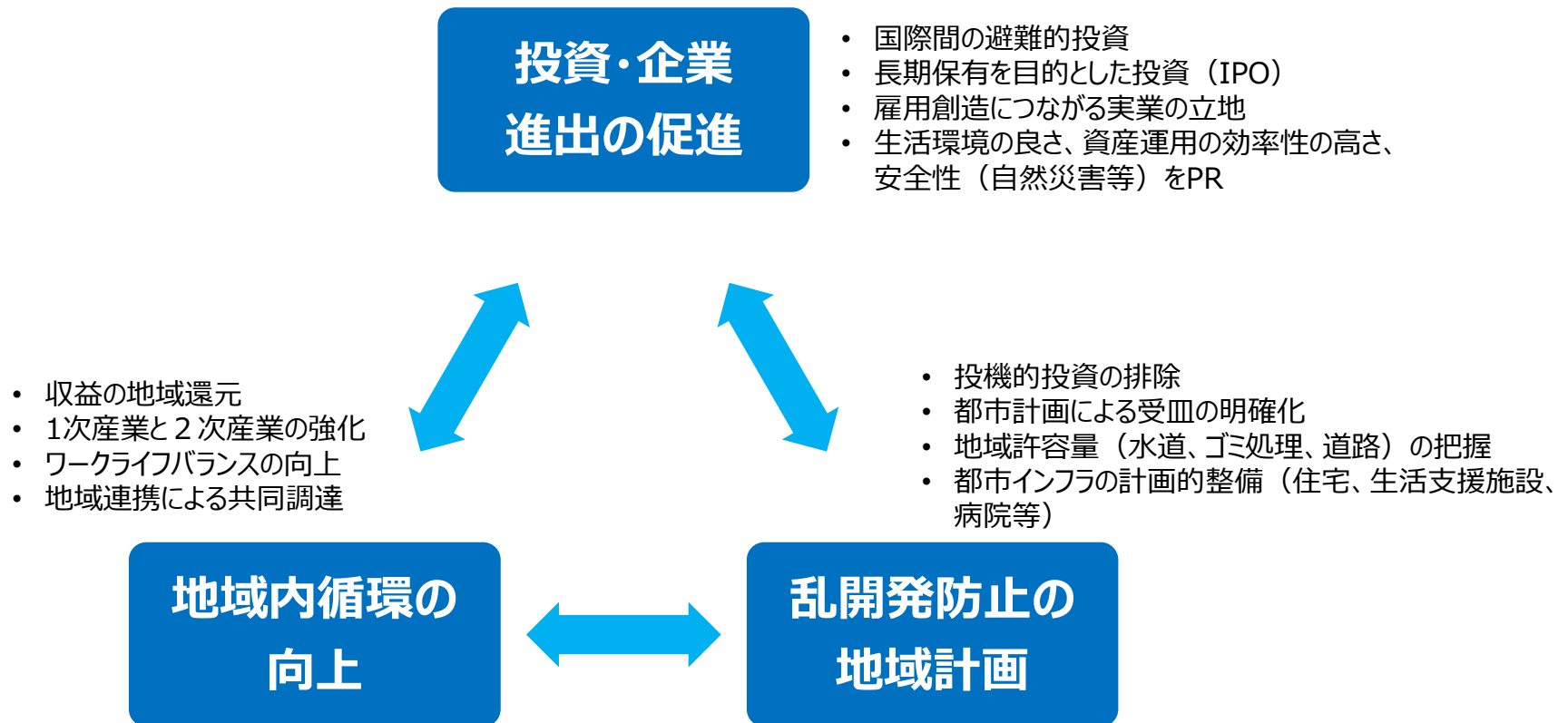
前章の課題を受け、各分野における課題解決の方向性を踏まえ具体的な施策を検討を図る。

	Uriの方向性	Yadoの方向性	Hitoの方向性	Ashiの方向性	Koneの方向性
ハード	<ul style="list-style-type: none"> <li>安心して体験を楽しめる環境整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高品質×地元工芸品（アート）による装飾</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人材育成プログラムの設定</li> <li>海外人材の活用に向けた日本語学校誘致</li> <li>国内人材の活用に向けたセカンドキャリアプログラム設定</li> <li>地域企業人制度など、関係者人口の積極活用（コンサルではなく実務者）</li> <li>公的機関の認定資格者（ガイド／インタープリター等）を活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現行制度の緩和等関係諸機関ならびに交通事業者等と相談・連携（公的機関の認定資格者（ガイド等）による有償運送、自家用有償旅客運送制度の活用、高付加価値車両の積極導入）</li> <li>エリアを超えた関連事業者との調整</li> <li>自動運転車両・システムの導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>OTA等販売システムの活用</li> </ul>
ソフト	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツの新規開発</li> <li>観光人材育成（ガイド含む）</li> <li>共感できる価値観（方針）の共有</li> </ul> <p>※ホスピタリティのクオリティコントロールについては、右記「Hitoの方向性」と同じ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常生活体感×地元工芸品をテーマにしたリノベーション</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲット国の富裕層旅行AGT・富裕層向けDMC、ランドオペレーター・コーディネーターとの連携</li> <li>ターゲット国へのチャネルを持つ国内エージェント、ランドオペレーター・コーディネーターとの連携</li> </ul>
組織・マネジメント・経営戦略面	海外への販路開拓、情報発信、予約・決済・問合せがワンストップで可能なLP制作、PR動画制作)				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>各種基準の策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>エリア内関連事業者との調整</li> <li>宿（部屋）不足数の算出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高単価ガイドの育成</li> <li>観光事業に携わる価値観及び組織としての方針を明文化</li> <li>リサーチによるニーズの把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記ハード・ソフト方向性と同じ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外会員組織との連携</li> <li>事務補助員の臨時雇用</li> </ul>

## 第6章 八幡平エリアが目指す持続可能な観光地経営の姿

### 事業全体の戦略テーマ（地域が目指す姿）

持続可能な観光地経営を行うためには、観光による来訪が地域を知るきっかけとなり、北東北への投資・企業進出を促進する経済戦略である必要がある。それにより、地域の生産力を高め、地域内循環を向上させる。ただし、受入を行う地区を明確化し、乱開発を防止する投資誘致策を同時に立案することが肝要である。



## 第6章 八幡平エリアが目指す持続可能な観光地経営の姿

### 事業全体の戦略テーマ（地域が目指す姿）

国は観光立国推進基本計画（第4次、2023年～2025年度）において、インバウンド回復戦略として消費額5兆円の早期達成という目標を掲げている。八幡平エリアでは、富裕層を対象とした高付加価値化に取り組みことにより、現在の総観光消費額50億円を10倍に拡大することを目標として定める。地域の逸失機会（地域経済の漏れ）は、まずは広域経済圏で受け止めるように地域連携を深め、将来的には各地域が自立的に賄えるように産業立地を促進する。



三大都市圏 70% = 3.5兆円  
地方 30% = 1.5兆円

→福岡等の大都市 1兆円

モデル観光地 5000億円 / 11都市 = 約500億円

#### <八幡平市 観光による経済波及効果>

- 観光入込客数 188万人
- 総観光消費額 50億円
- 経済波及効果 458億円発生
- 観光GDP 246億円押し上げ
- 雇用者 4500人 / 年の新規雇用者を誘発

(2019年各種行政資料に基づき八幡平DMO試算)



単価もしくは回数

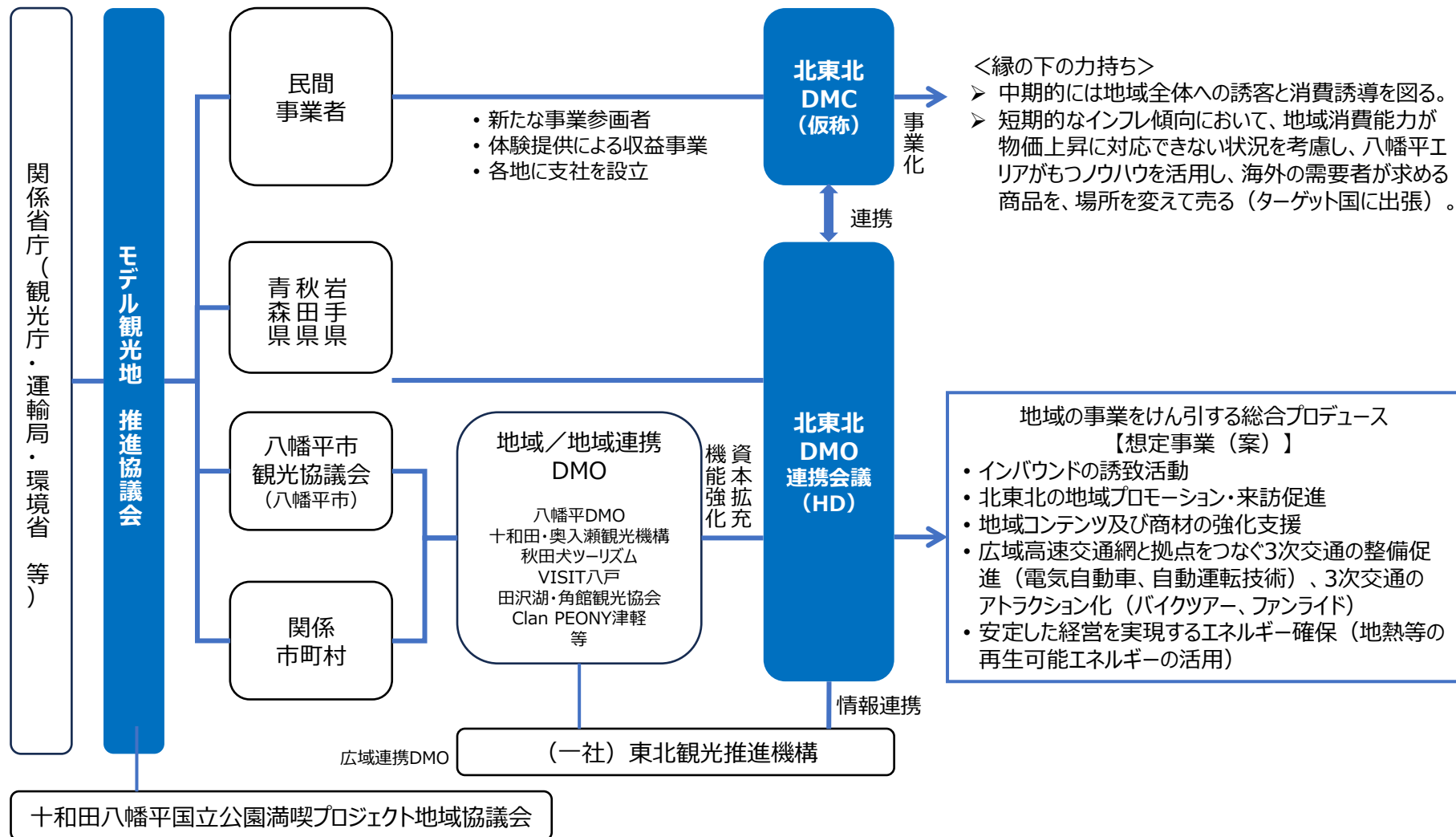
「バケツの底」は、広域連携でまずは受け止め、将来的に各地域の自立性を高める。

例：自家用有償旅客運送制度の活用

## 第7章「高付加価値インバウンド観光地づくり」の実施体制と将来構想

### 事業主体及び協議会

インバウンド誘致・拡大支援に係る公的主体である八幡平エリアをはじめ北東北地域のDMO等で組成する「北東北DMO連携会議」と、事業展開に係る事業主体である「北東北DMC（仮称）」の有機的連携により、北東北の力を結集して投資誘致を図り、基幹産業として観光関連産業の拡充（労働環境の改善、地域への収益還元）を推進する。



## 第7章「高付加価値インバウンド観光地づくり」の実施体制と将来構想

### 地域DMC設立に向けた取り組みとその役割・目指すもの

コアエリアの八幡平市においては観光まちづくり法人のあり方を見直し、一般社団法人八幡平市観光協会に既存のDMO機能を寄せる。地域プラットフォームとして新たな地域連携型DMC「北東北DMC（仮称）」の地域支部として八幡平支社を発足し、まちづくり体制を発展的に再構築する。

#### 【現状】

株式会社八幡平DMO（半営利型組織：市交付金での運営）

<地域の観光振興の促進>

- 必須事業：満足度・観光消費等データ収集及び分析
- 市委託事業：
  - ツアー造成・受入、八幡平温泉郷地域まるごとホテル、国補助金申請窓口業務、外国人観光協受入・情報発信（観光誘客宣伝、FAM受入、商談会等）

一般社団法人八幡平市観光協会（非営利型組織）

<地域の観光振興の推進>

- 市観光振興計画の推進
- 十和田八幡平国立公園誘客対策事業
- 訪日外国人誘客促進事業
- 教育旅行、スポーツ合宿の誘致
- 宿泊誘客に特化したイベント創出
- 各種環境整備（景観維持）

その他関連団体等

- 八幡平市産業振興(株)：道の駅にしね、松尾八幡平物産館「あずびーて」、綿帽子温泉館「あずみの湯」、なかやま温泉館、八幡平温泉館「森乃湯」の運営管理
- (株)八幡平温泉開発：配湯管理、不動産売買・管理他
- 八幡平市：ふるさと納税（物販）

#### 【八幡平市における新体制（令和7年4月以降）】

北東北DMC（営利型組織：地域DMC…八幡平支社）

<観光戦略に基づく投資誘致、経済成長貢献>

- ① 高付加価値層へのサービス提供を意識したプラットフォーム事業
- ② 地域直販事業（ウリ、ヤド、アシ）
- ③ 物産事業（地域の稼ぐ力の向上：ふるさと納税支援、Eコマースの拡充、地場産業の振興支援）
- ④ まちづくり事業（投資誘致、道の駅にしね運営、八幡平温泉郷の活性化、安比高原エリアの活性化）

八幡平市観光協会 + a（非営利型組織：地域DMO）

<地域の観光振興の推進、調整役・合意形成>

- ① 市観光振興計画の推進と観光戦略の指針に基づく戦略づくり
- ② 訪日外国人誘客促進事業
- ③ 情報発信・プロモーションと受入環境・体制の整備
  - ・インフォメーションセンター、コールセンター、Webサイト運営他
  - ・通訳
  - ・教育旅行、スポーツ合宿の誘致
- ④ 宿泊誘客に特化したイベント創出
- ⑤ 各種環境整備（景観維持）

その他関連団体（第三セクター）

- 八幡平市産業振興(株)
- (株)八幡平温泉開発

八幡平市

- 商工観光課
- 物産振興部署（新設）

事業提案 ↓ 支援 ↑ 負担金（収益還元） ↓

交付金 ↑ 支援 ←

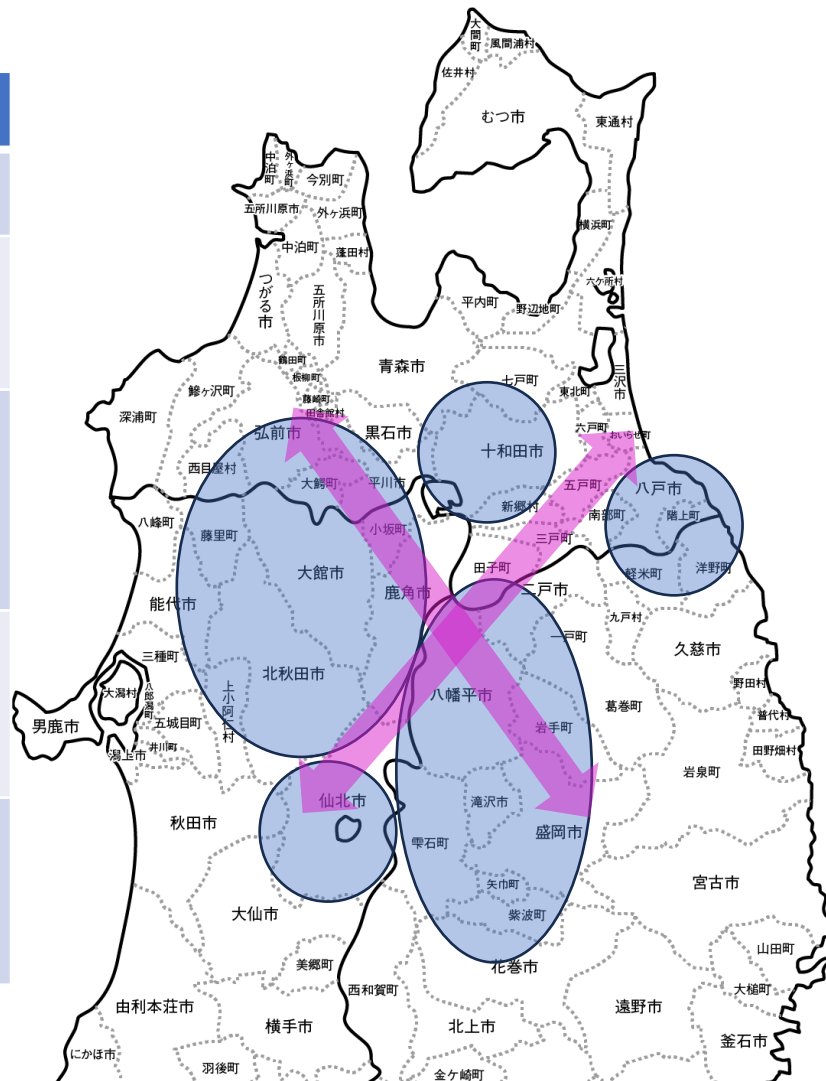
## 第7章「高付加価値インバウンド観光地づくり」の実施体制と将来構想

### 観光地づくりの対象エリアの拡充の考え方

八幡平エリアを中心に、周辺地域のそれぞれのウリを磨き上げつつ、ヤド・アシ・ヒトのつながりを強化することにより、双方の誘客・送客を進めることにより北東北全体の拡充を図る。また、オーバーツーリズムにならないよう「ゆっくり歩ける」ことをモットーとして、Slow Life Townとして持続可能な地域づくりに取り組む。

#### ■ 令和6年度 各地域の主な施策（予定）

地域団体名	令和6年度 施策案
秋田犬ツーリズム	<ul style="list-style-type: none"> <li>マタギロングトレイルの開発</li> <li>タイ王国からのインセンティブツアー誘致</li> </ul>
VISITはちのへ	<ul style="list-style-type: none"> <li>三陸復興国立公園種差海岸エリアを中心とした宿泊施設及び観光施設の改修等</li> <li>台湾への現地レップの配置によるコネづくり</li> <li>観光新発見／新たな体験事業（内容未定）</li> </ul>
ClanPEONY津軽	<ul style="list-style-type: none"> <li>分散型ホテル事業</li> <li>弘前城関連（曳家、ツガル体験の拡充、りんご産地プロモーション）</li> <li>ひろさきガイド学校</li> <li>お座敷列車・サイクルトレイン、十和田弘前シャトルバス、津軽フリーパス</li> </ul>
十和田奥入瀬観光機構	<ul style="list-style-type: none"> <li>十和田八幡平エリアの2次交通強化のための取組</li> <li>奥入瀬溪流のバイパス開通後を見据えた各種社会実験</li> <li>広域エリアの観光商品開発協力</li> <li>国立公園エリアのナイトタイム・コンテンツ開発</li> <li>宿泊施設の不足対策と環境整備</li> </ul>
田沢湖・角館観光協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>武士道商品の認知拡大</li> <li>乳頭温泉・田沢湖高原・水沢温泉郷と田沢湖畔の宿泊・観光施設の高付加価値化</li> <li>十和田八幡平国立公園乳頭温泉郷エリア上質化計画による無電柱化</li> </ul>



環境省十和田八幡平国立公園事務所と連携する。特に、十和田奥入瀬エリアにおいては、先端モデル事業における利用拠点の高付加価値化や宿泊施設の誘致に向けた取組とも連携する。

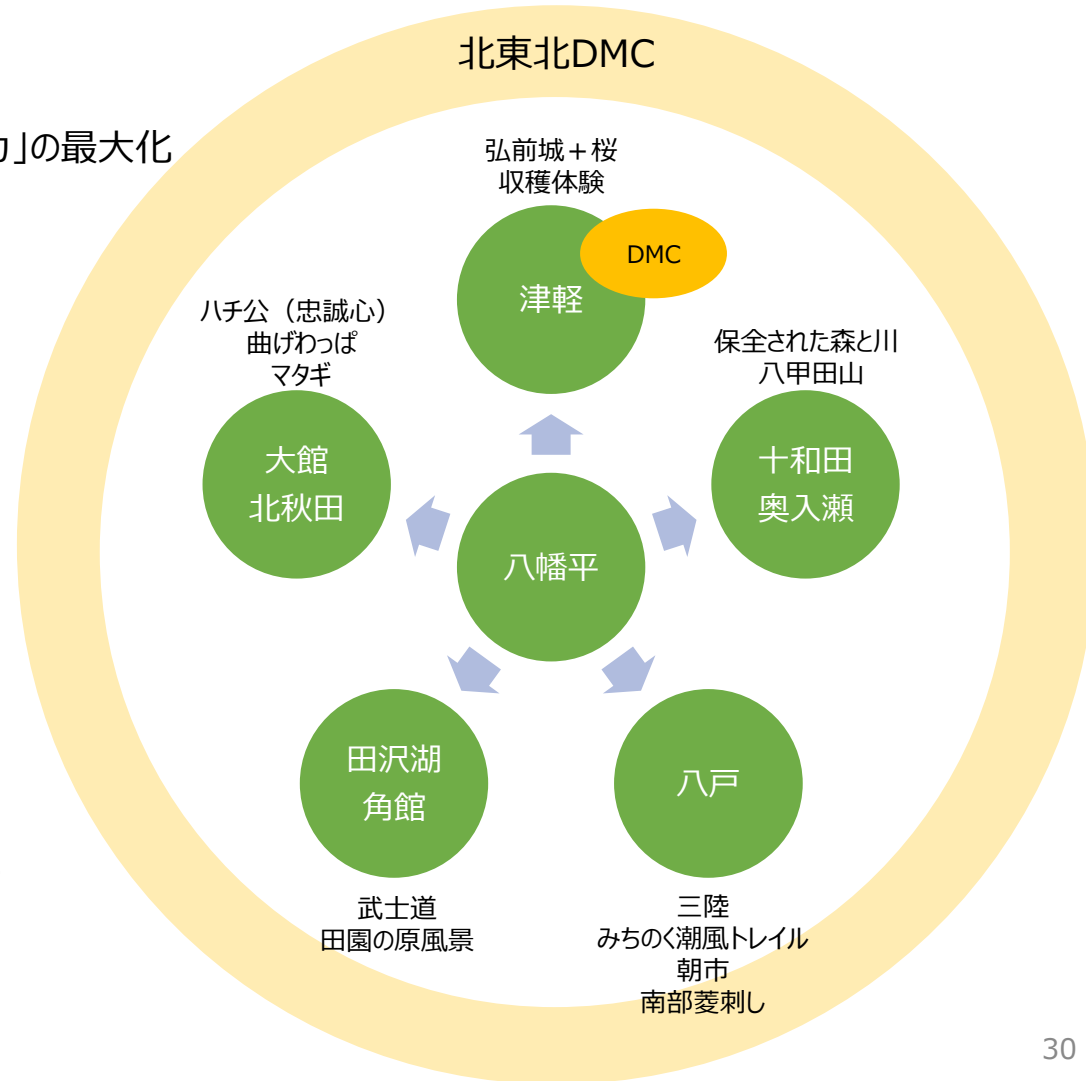
## 第7章「高付加価値インバウンド観光地づくり」の実施体制と将来構想

### 観光地づくりの対象エリアの拡充の考え方

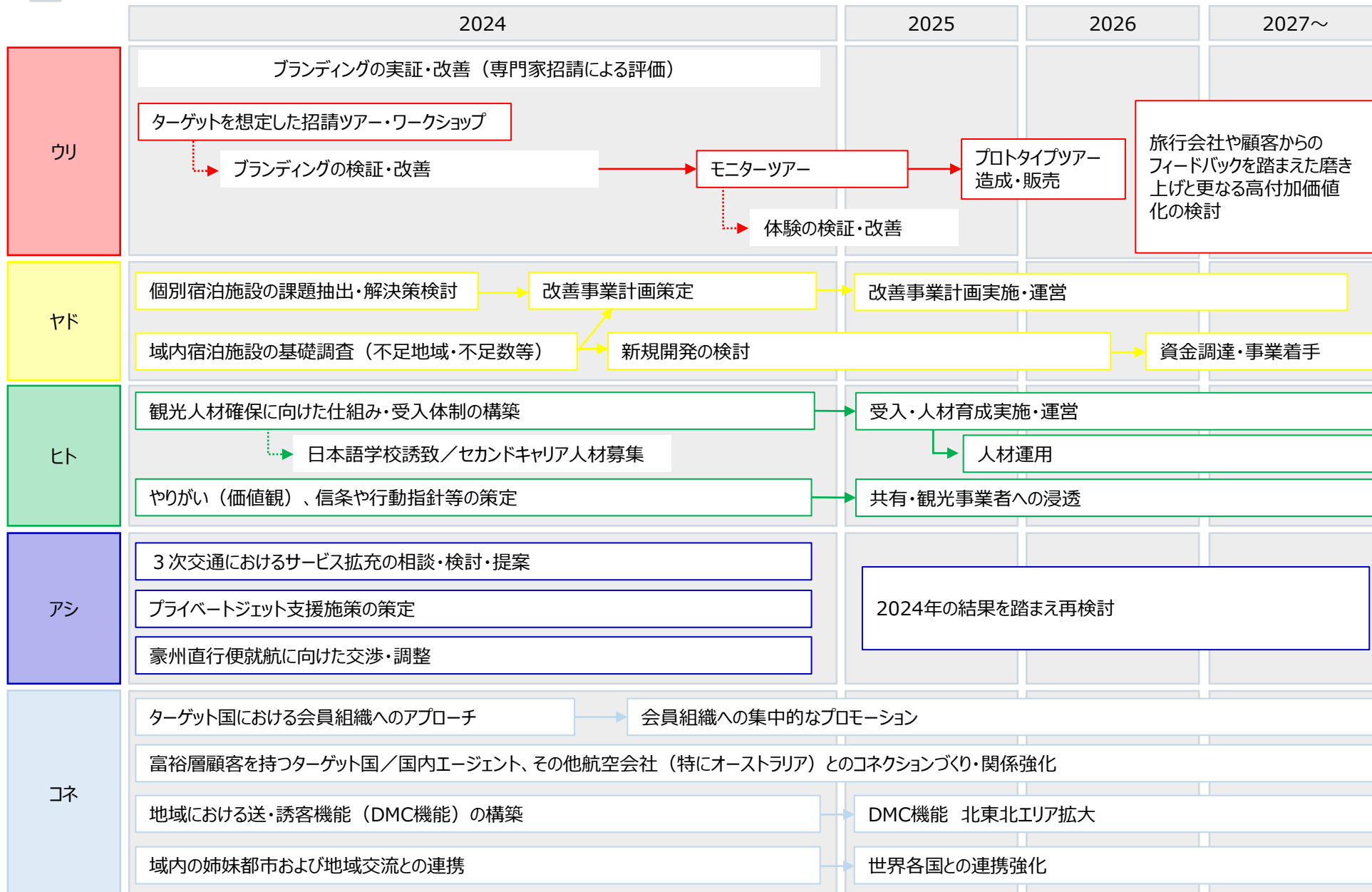
八幡平エリアに限らず、北東北3県における地域連携により、それぞれがもつ「不便と不足」の解消に努める。特に人的不足（人数・能力）及び資金的不足を補完し、最も脆弱な「売る力」を最大化・効率化させることを目的に、北東北3県におけるDMC活動を推進する。

#### 地域連携により解消する「北東北の不便・不足」と「売る力」の最大化

- アシの強化による面的連携（2次交通：レンタカー、中距離バス、休憩所、サイクリングロード）
- 安心・安全の保障（ガイド、富裕層向けDMC）
- サービスへの信頼（ホテル、店舗）
- 相互送客（宿泊と体験の分離、長期滞在、ワンデートリップ）
- 観光コンテンツに係る技術の共有（イグルー、馬、釣り等）
- 八幡平（大黒森等）・八甲田・奥中山・吉森山阿仁等とのバックカントリー・ネットワークの構築
- 各地域がもつ情報共有（四季ごとの強み）
- 北東北から南北海道へつながる広域的な地域連携
- 高額市場にある高付加価値ブランドを利用して、北東北の地域資源を高付加価値化
- クルーズ船寄港地間を結ぶ陸路観光オプションの造成（乗客が次の寄港地へ陸路移動して乗船、例：宮古港～青森港）



## 第8章 2024年からのロードマップ





### 3.【八幡平エリア】の地域振興の展望

## 第8章 2024年からのロードマップ

	2024年度ロードマップ（抜粋）	2024年度実施予定事業
ウリ	<p>ブランディングの実証・改善（専門家招請による評価）</p> <p>ターゲットを想定した招請ツアー・ワークショップ</p> <p>ブランディングの検証・改善</p> <p>モニターツアー</p> <p>体験の検証・改善</p>	<p>①ギャラリープロジェクト（（仮称）大更駅前顔づくり施設）</p> <p>②馬の文化発信（馬術・乗馬、焼走りエリアの活用）</p> <p>③海外販路拡大プロジェクト（漆）</p> <p>④ガストロノミーイベント（北東北の戦略食材の抽出と国内外での開催）、郷土料理の伝承、食機会の拡充（ランチ、休憩を含む）</p> <p>⑤エネルギープロジェクト（雪道自動運転車 技術的な社会実験）</p> <p>⑥スポーツコンベンション（ファンラン@安比、相撲等）</p> <p>⑦天台寺+漆によるスピリチュアルツアーの造成</p> <p>⑧アドベンチャーツーリズム/サスティナブルツーリズムの造成</p>
ヤド	<p>個別宿泊施設の課題抽出・解決策検討</p> <p>改善事業計画策定</p> <p>域内宿泊施設の基礎調査（不足地域・不足数等）</p> <p>新規開発の検討</p>	<p>⑨エリア内のヤドに関する基礎調査（適正配置と質）</p> <p>⑩地域共同調達（セントラルキッチン）</p>
ヒト	<p>観光人材確保に向けた仕組み・受入体制の構築</p> <p>日本語学校誘致/セカンドキャリア人材募集</p> <p>やりがい（価値観）、信条や行動指針等の策定</p>	<p>⑪日本語学校誘致プロジェクト（地域おこし協力隊制度の活用）</p> <p>⑫人材プラットフォーム（ガイド）づくりと来訪者ニーズ調査</p> <p>⑬企業版ふるさと納税（人材派遣型）/地域活性化起業人（企業人派遣制度）/豊かな経験のあるリタイアメント/学生・留学生の活用、地域経済団体との連携→DMC人材の先行的雇用</p>
アシ	<p>3次交通におけるサービス拡充の相談・検討・提案</p> <p>プライベートジェット支援施策の策定</p> <p>豪州直行便就航に向けた交渉・調整</p>	<p>⑭自転車・バイク・高付加価値車両等のアトラクション化による3次交通化</p> <p>⑮桜街道の設定（3次交通ネットワークの構築）</p> <p>⑯プライベートジェット運行支援（車両横づけ、大館能代空港）</p> <p>⑰豪州直行便就航誘致</p>
コネ	<p>ターゲット国における会員組織へのアプローチ</p> <p>富裕層顧客を持つターゲット国/国内エージェント、その他航空会社（特にオーストラリア）とのコネクションづくり・関係強化</p> <p>地域における送・誘客機能（DMC機能）の構築</p> <p>域内の姉妹都市および地域交流との連携</p>	<p>⑱ブランディングセミナーの定期開催、売の方法の開発とセールス支援（香港・台湾・タイ・豪州等の海外拠点づくり、ファンクラブ連携）</p> <p>⑲ヤド+ウリ連携観光、DX基盤の整備</p> <p>⑳姉妹都市、地域交流との連携</p>

# 資料

・第1章 八幡平周辺都市圏の特徴資料	
八幡平周辺都市圏の特徴	34
・第2章 「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題資料	
外客数・宿泊数	35
旅行動態・周遊状況	46
空港・in-out関連	50
二次交通	64
旅行者消費動向	67
国別基礎情報	80
口コミ（OTA、一般来訪者）	83
アシ（移動手段の分析）	95
・第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性資料	
住まう人にとってのエリア文化	99
流入客にとってのエリア価値	101
戦略ターゲット	102
・第5章 高付加価値インバウンド旅行者受入・誘客における施策の方向性資料	
ウリ・ヤド・ヒト・アシ・コネ、各課題及び解決策の取組み方針	109

## 第1章八幡平周辺都市圏の特徴

都市名	食	歴史・文化	自然	アクティビティ
八幡平市	発酵食品（麴、味噌、豆腐） 日本酒 食肉（いわて／八幡平／安比、杜仲茶パーク） そば／マッシュルーム／サーモン ほうれん草、山葵	漆（安比） 温泉、地熱発電、地熱染め、馬松尾鉱山跡地、伝統行事	パウダースノー、ブナ／ナラ（森・山づくり）、リンドウ、高山植物、モリアオガエル 不動の滝、氷瀑／樹氷、七時雨山、天然水（金沢清水）、ドラゴンアイ、湿地、山岳（岩手山、茶臼岳）、溶岩流	スキー／スノーボード／バックカントリー、スノーハイク、モータースポーツ（バイク、自動車）、自転車（マウンテンバイク、ロード）、ランニング（マラソン、リレー）、テニス、ゴルフ、パラグライダー、登山
盛岡市	日本酒、ペアレシール 盛岡三大麺、福田パン、盛岡りんご、食肉（もりおか短角牛、盛岡三元豚、紅木豚、もりおかあじわい林檎パーク）	温泉 盛岡城跡公園、赤レンガ館、もりおか啄木賢治青春館 さんさ踊り、舟っこ流し、チャグチャグ馬コ、盛岡秋祭り 南部鉄器 盛岡芸妓	岩洞湖、御所湖、中津川、北上川、姫神山、石割桜、サクラパーク姫神、木伏緑地、白鳥	ボルダリング、スケート、カヌー、北上川川下り、舟運「もりおか丸」、釣り（中津川ほか） まほら岩手、手づくり村 冷麺づくり、わんこそば ホームスパン作成
二戸市	日本酒 三大ミート（鶏／豚／牛） 南部せんべい、チョコレート ブランド果実、ヴィーガン料理	漆（浄法寺） 天台寺、吞香稻荷神社 九戸城跡、 金田一温泉郷（座敷わらし）	折爪岳（ヒメボタル生息地） 馬仙峡 馬淵川、安比川	カーリング 水泳 武道（柔道、剣道、弓道）
葛巻町	肉御膳（牛ブロック、子羊マトン） ワインツーリズム、乳製品	—	上外川高原、袖山高原周遊	くずまき高原牧場 気球飛行 サイクリングコース
岩手町	食肉（岩手短角牛、岩手めんこい黒牛、やまと豚） ブルーベリー、リンゴ キャベツ（岩手春みどり）	石神の丘美術館、石彫公園 岩手町秋まつりの南部風流山車、郷土芸能 南部信直、高橋掬太郎、園井恵子	北上川源泉、丹藤川溪流 里川キャンプ場	ホッケー、ゴルフ、女子サッカー
雫石町	重っこ料理、食の匠認定料理、日本酒、クラフトビール 山菜／きのこ／野菜 食肉（牛肉、鶏肉）、乳製品 餅、醤油、豆腐	温泉、牧場（小岩井農場）、 曲がり家、雫石亀甲織、郷土芸能	パウダースノー 紅葉 登山 桜	スキー／スノーボード、スノーハイク、登山、馬、溪流釣り マウンテンバイク、サイクリング ゴルフ、時計製造（グランドセイコー）
滝沢市	リンゴ、スイカ サツマイモ 岩魚 日本酒（鞍掛山） ワイン（ポム、ポムシードル）	チャグチャグ馬っこ（鬼越蒼前神社） 南部曲がり家 縄文ふれあい館、湯舟沢環状列石 土器、史跡、工芸品 神社、無形民俗文化財、イーハトーブ風景地	岩手山、鞍掛山 キャンプ場（相の沢、馬返し） 天然記念物、森林公園、ネイチャーセンター、国立岩手山青少年交流の家 （自然体験プログラム）	登山、キャンプ 体験（スノーシュー、乗馬、クアオルトの健幸ウォーキング） ゴルフ 釣り（行徳養魚場）

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

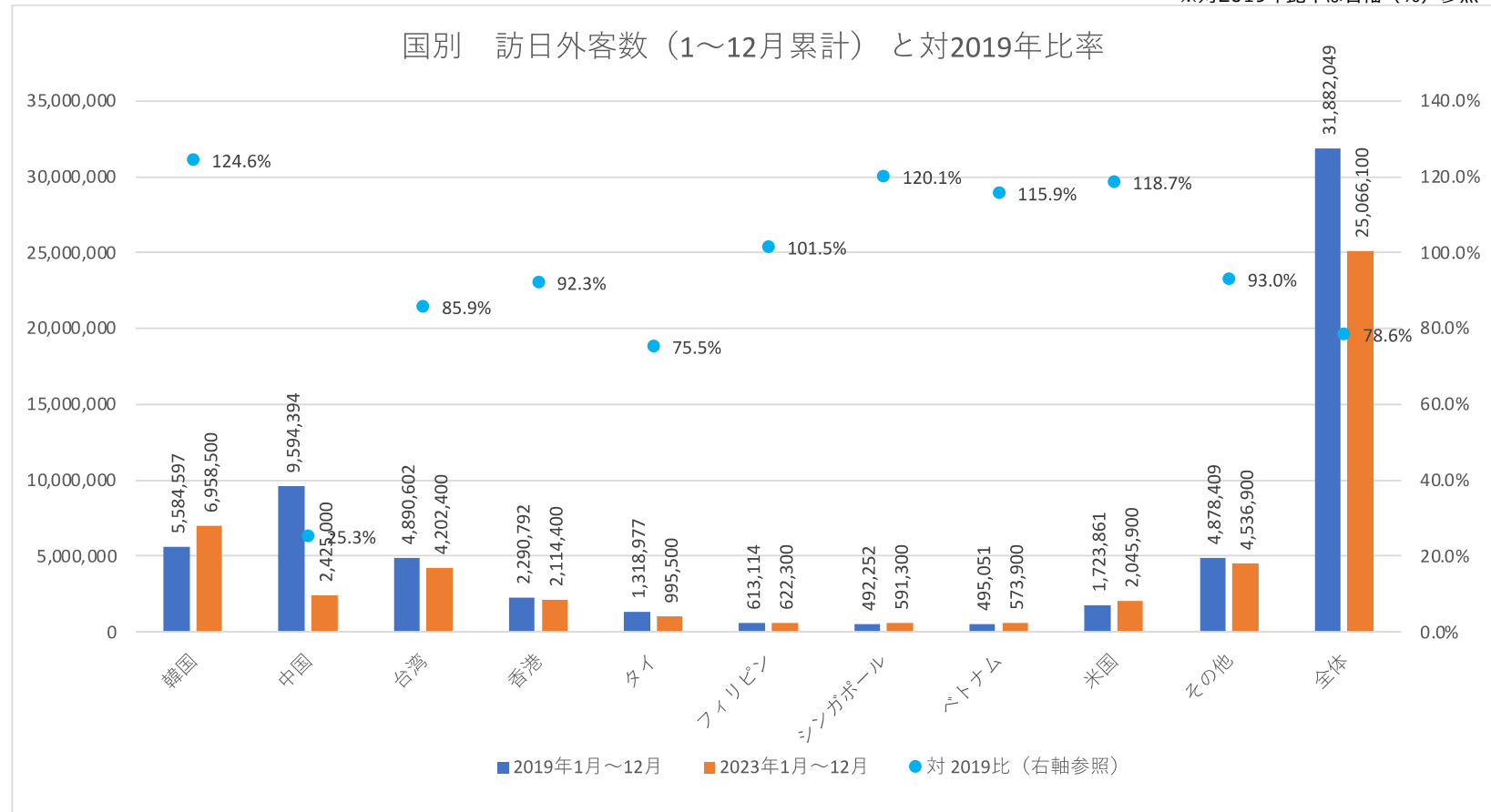
### (1) .インバウンド旅行者実態【国別 訪日外客数（1～12月累計）】

**2023年、全国では2019年比78.6%に外客数が回復。国によっては、2019年の外客数も上回っている。**

観光客数について、国別に2019年と2023年を比較した。また、コロナ前の水準との比較をするため2019年比率も第二軸（右軸）で表示。

➤ 回復率は全体で78.6%。主要国で回復に遅れをとっているのは中国客で2019年比25.3%となった。

※対2019年比率は右軸（%）参照



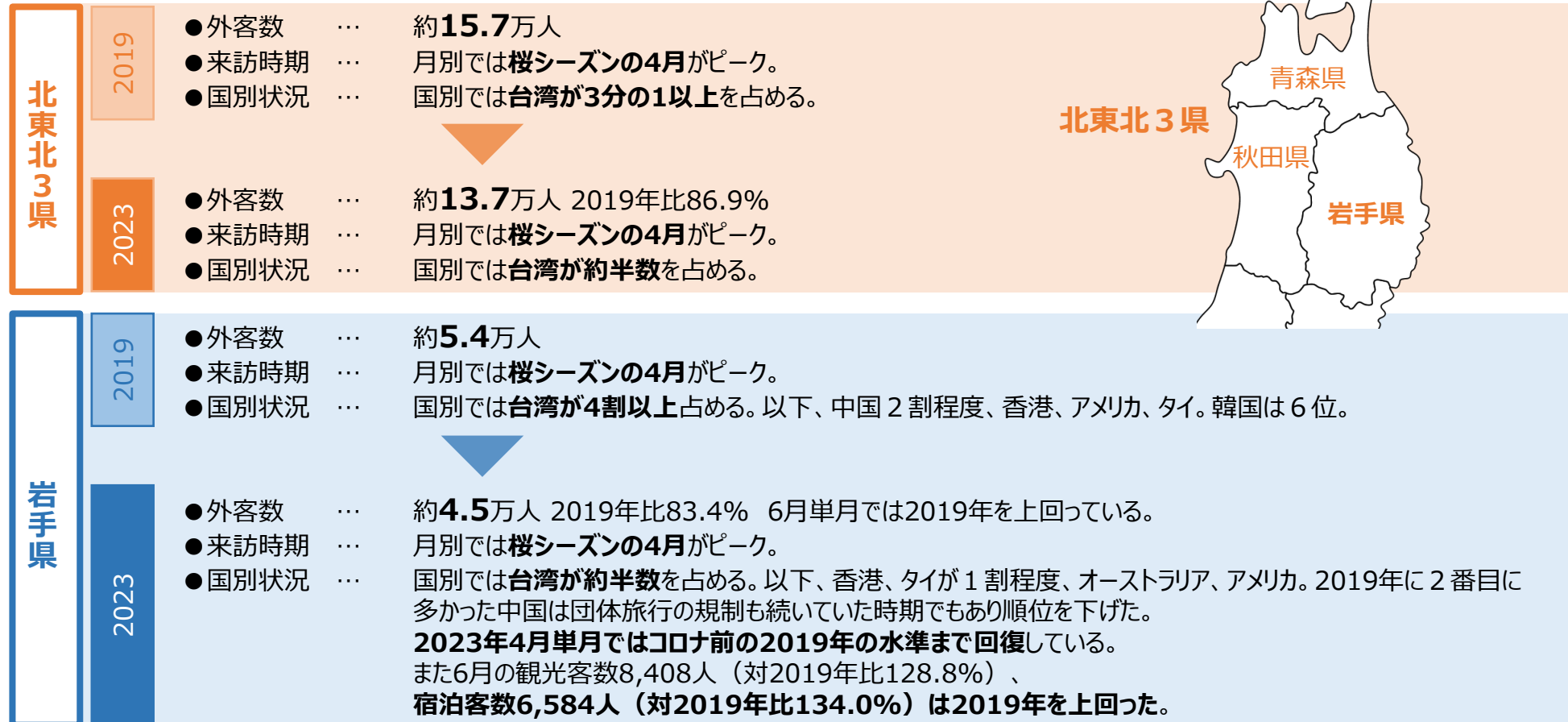
出典） 日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」から当社作成（11月、12月は推計値）

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【外客数・宿泊数】

## 桜シーズンの4月が来訪ピーク。2023年前半、岩手県外客数の半数は台湾客に。宿泊客数は2019年を上回る。

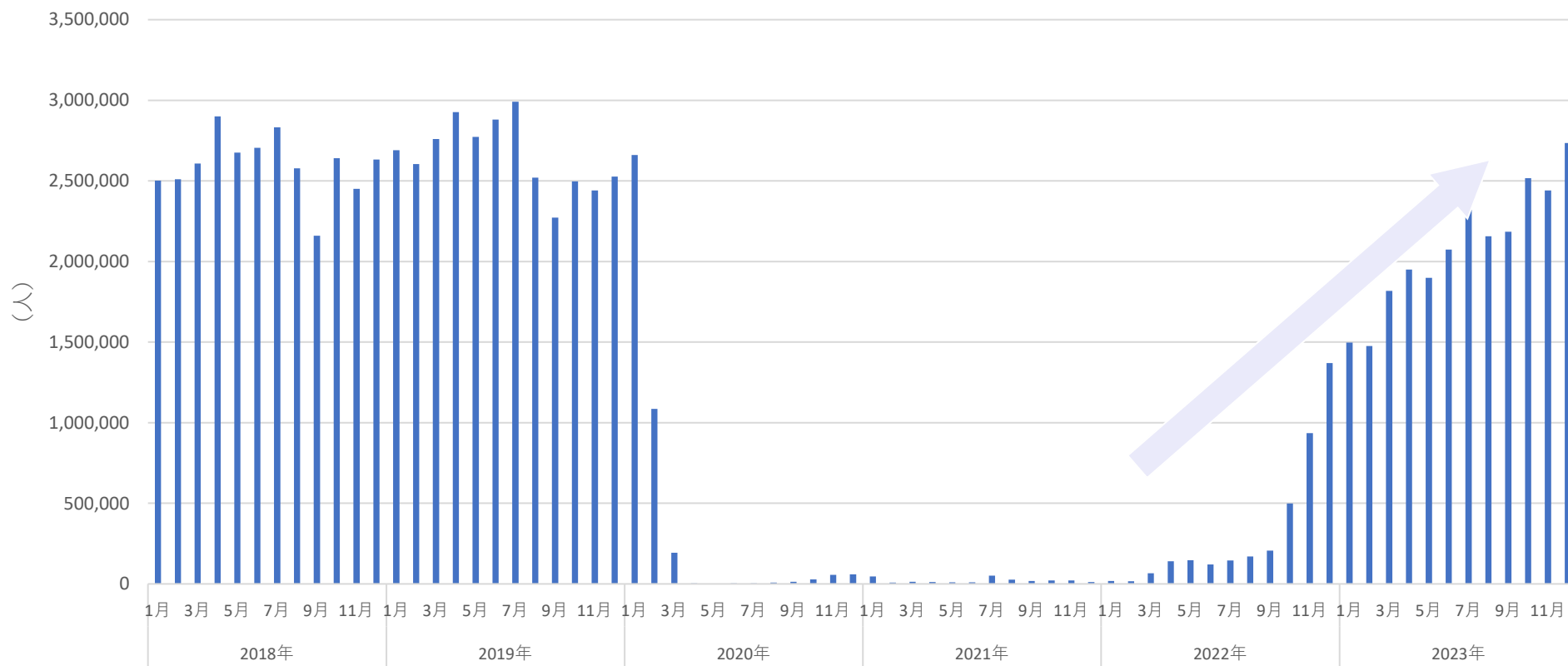
外客数、来訪時期、国別の来訪状況の2019年前半と2023年前半について北東北3県と岩手県それぞれで比較した。  
北東北3県と岩手県の傾向（外客数、ピークシーズン、国別、外客・宿泊）は大きく変わらない。  
岩手県の2023年前半宿泊客数は2019年を上回る134%となった。



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【月別 訪日外客数】

2023年の全国のインバウンド旅行者数は、2019年の水準近くまで回復傾向にある。



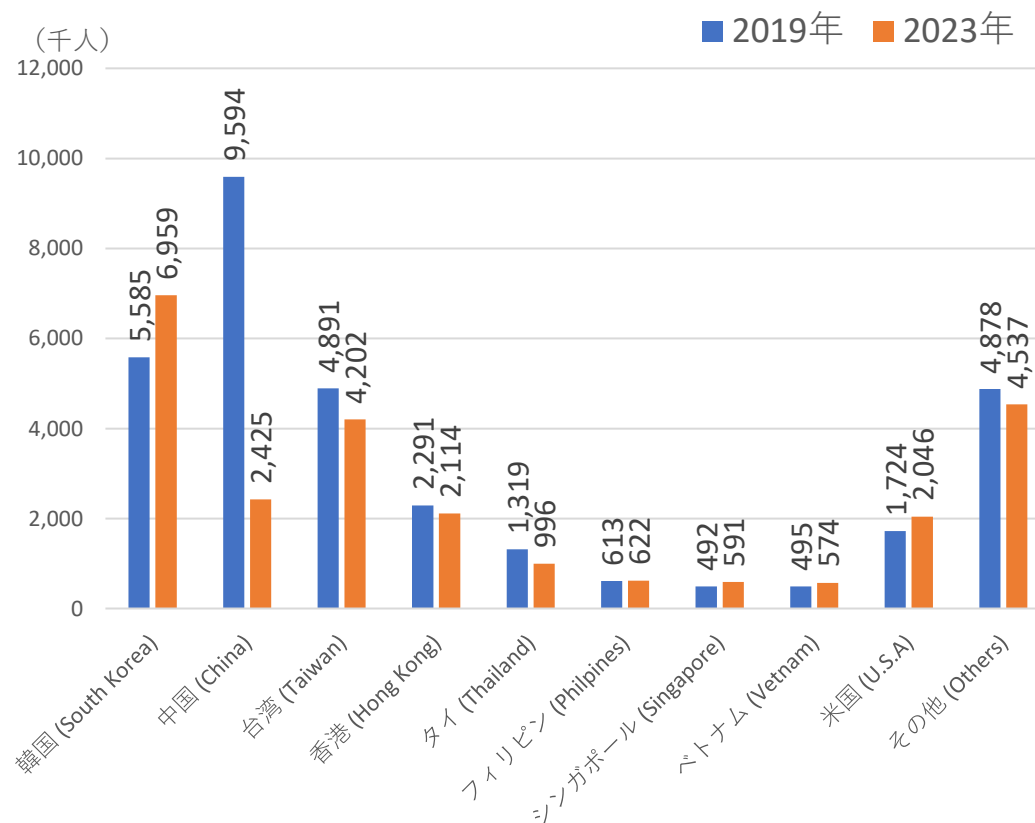
出典) 日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数」から当社作成 (11月、12月は推計値)

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【国別 訪日外客数（1～12月累計）】

2023年の全国のインバウンド旅行者数は、国によって2019年の数値を上回る国も出てきている。

Contry / Area	2019年 1月～12月	2023年 1月～12月	VS2019
韓国 (South Korea)	5,584,597	6,958,500	124.6%
中国 (China)	9,594,394	2,425,000	25.3%
台湾 (Taiwan)	4,890,602	4,202,400	85.9%
香港 (Hong Kong)	2,290,792	2,114,400	92.3%
タイ (Thailand)	1,318,977	995,500	75.5%
フィリピン (Philippines)	613,114	622,300	101.5%
シンガポール (Singapore)	492,252	591,300	120.1%
ベトナム (Vietnam)	495,051	573,900	115.9%
米国 (U.S.A)	1,723,861	2,045,900	118.7%
その他 (Others)	4,878,409	4,536,900	93.0%
Grand Total	31,882,049	25,066,100	78.6%



出典) 日本政府観光局 (JNTO) 「訪日外客数」から当社作成 (11月、12月は推計値)

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

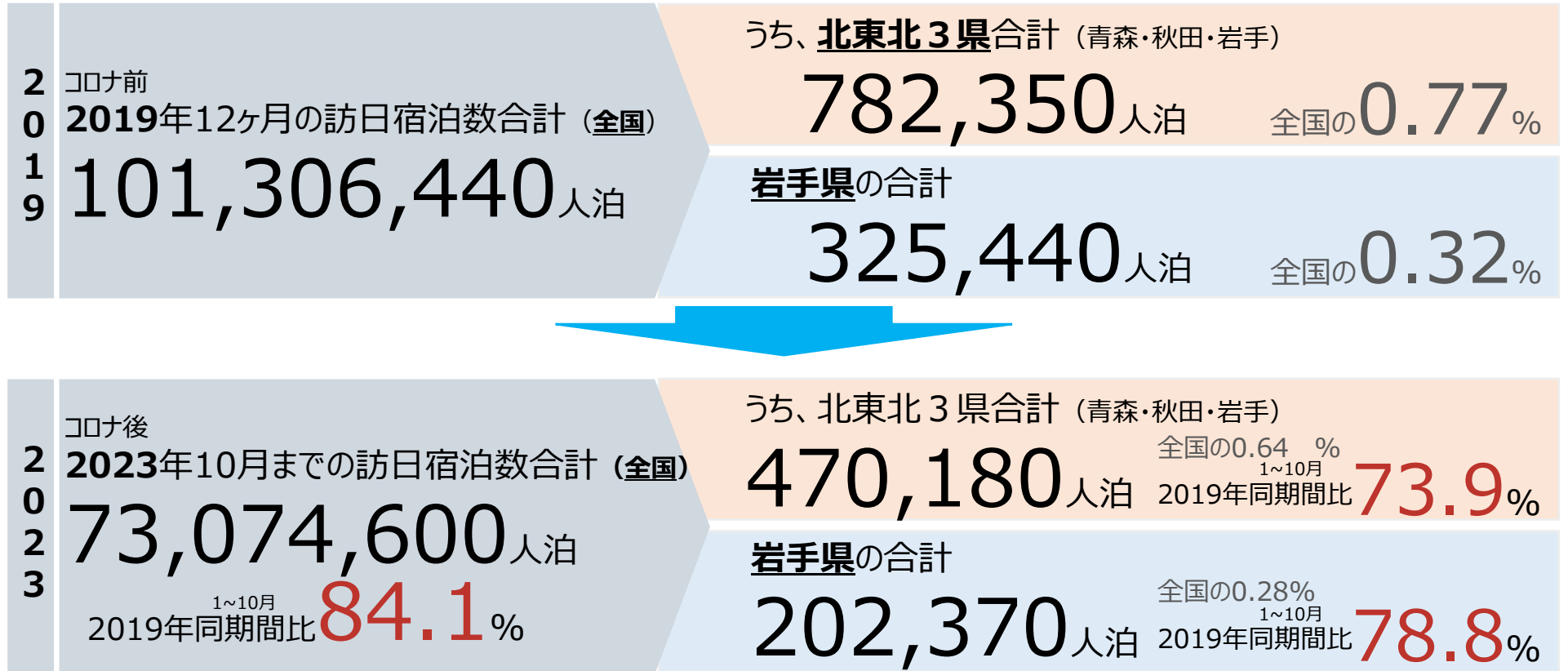
### (1) .インバウンド旅行者実態【宿泊数】

2023年、宿泊数はコロナ前（2019年）の8割程度まで順調に回復。

宿泊数について、全国、北東北3県、岩手県それぞれの2019年と2023年を比較した。

宿泊数は回復傾向である。

出典：観光庁 宿泊旅行統計調査 再編加工





## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【延べ宿泊者数推移】

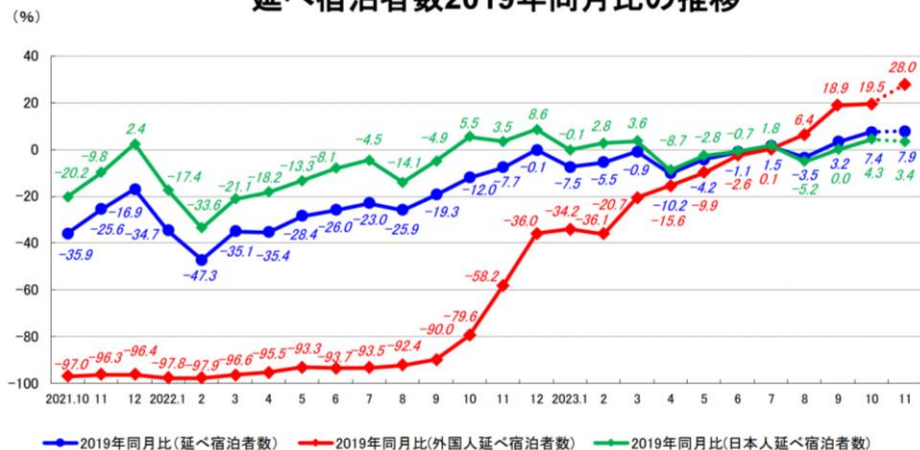
2023年の全国のインバウンド延べ宿泊者数合計は、7月以降2019年の数値を上回っている。

◆2023年国内宿泊数

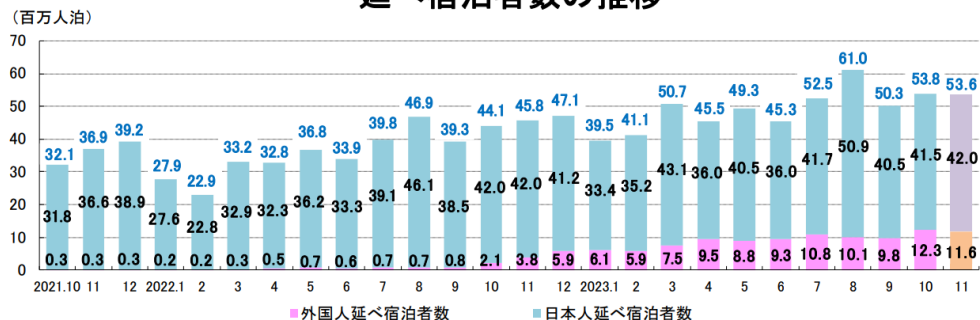
		2次速報値										1次速報値
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
全体	泊数(万人泊)	3,949	4,114	5,068	4,544	4,926	4,533	5,254	6,102	5,032	5,378	5,356
	2019年比		-5.5%	-0.9%	-10.2%	-4.2%	-1.1%	+1.5%	-3.5%	+3.2%	+7.4%	+7.9%
	前年比		+38.9%	+78.7%	+51.5%	+39.0%	+33.8%	+33.7%	+31.9%	+30.2%	+27.9%	+22.0%
日本人	泊数(万人泊)	3,344	3,521	4,313	3,602	4,049	3,599	4,173	5,093	4,050	4,152	4,196
	2019年比		+2.8%	+3.6%	-8.7%	-2.8%	-0.7%	+1.8%	-5.2%	0.0%	+4.3%	+3.4%
	前年比		+52.6%	+30.2%	+11.7%	+12.0%	+8.1%	+6.6%	+10.4%	+5.1%	-1.1%	-0.1%
外国人	泊数(万人泊)	606	593	755	952	877	934	1,081	1,010	982	1,226	1,160
	2019年比		-36.1%	-20.7%	-15.6%	-9.9%	-2.9%	+0.1%	+6.4%	+18.9%	+19.5%	+28.0%
	前年比		+2656.5%	+2787.1%	+2183.1%	+1790.0%	+1243.7%	+1445.5%	+1434.0%	+1296.0%	+1089.1%	+485.4%

(出所： 観光庁・宿泊旅行統計調査)

－延べ宿泊者数2019年同月比の推移－



－延べ宿泊者数の推移－



※上表の青字の数値は、日本人及び外国人の延べ宿泊者数を合計した全体の数値である。

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【都道府県別延べ宿泊者数推移】

2023年の全国のインバウンド延べ宿泊者数を都道府県別に見ると、ゴールデンルート、北海道などのメジャーな目的地の数値が2019年を超えて回復している。

(出所： 観光庁・宿泊旅行統計調査)

◆都道府県別宿泊者数		2次速報値									
		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
岩手	宿泊者数(人)	392,850	380,850	456,650	431,940	513,560	486,900	508,000	642,350	500,810	531,480
	2019年比	-20.6%	-20.1%	-11.8%	-11.9%	-6.4%	-2.2%	-7.1%	-8.0%	+0.9%	-4.2%
	前年比	+3.5%	+31.6%	+23.4%	+19.8%	+16.1%	+10.6%	+16.0%	+20.1%	+12.1%	+1.2%
北海道	宿泊者数(人)	2,604,640	2,932,940	2,957,550	2,282,130	2,949,450	3,320,750	4,188,580	4,354,050	3,522,200	3,139,030
	2019年比	-18.5%	-8.7%	+2.7%	-5.5%	-2.2%	+7.6%	+15.3%	+11.2%	+8.5%	+3.0%
	前年比	+37.4%	+86.5%	+52.0%	+32.0%	+33.6%	+36.6%	+37.3%	+26.4%	+13.9%	+13.6%
宮城	宿泊者数(人)	647,800	621,690	821,510	768,780	842,610	801,080	885,670	1,050,980	883,540	927,490
	2019年比	-12.4%	-16.1%	-7.6%	-14.6%	-6.7%	-13.9%	-4.3%	-7.8%	-2.1%	-3.3%
	前年比	+3.7%	+31.5%	+41.8%	+17.5%	+17.7%	+15.5%	+23.5%	+23.7%	+17.8%	+12.9%
東京	宿泊者数(人)	6,533,230	6,646,220	7,849,200	8,088,620	7,874,610	8,015,280	8,455,210	8,869,420	8,208,220	9,112,330
	2019年比	+14.2%	+16.1%	+17.3%	+14.7%	+20.1%	+30.6%	+24.7%	+25.5%	+24.4%	+31.4%
	前年比	+84.4%	+100.2%	+87.8%	+86.4%	+82.8%	+78.5%	+74.4%	+77.5%	+71.1%	+53.3%
京都	宿泊者数(人)	1,807,960	1,779,950	2,681,000	2,806,930	2,841,200	2,525,890	2,548,270	2,764,210	2,710,490	3,132,180
	2019年比	-9.8%	-12.3%	-0.1%	-8.6%	-2.1%	+3.1%	+3.4%	+1.8%	+10.4%	+12.8%
	前年比	+62.5%	+104.0%	+67.9%	+98.6%	+60.8%	+53.6%	+48.8%	+51.4%	+43.9%	+44.7%
大阪	宿泊者数(人)	3,057,360	3,286,390	4,035,400	3,646,100	4,119,880	3,778,360	4,256,170	4,727,750	4,235,760	4,708,450
	2019年比	-9.8%	-7.7%	-1.0%	-11.7%	+3.4%	-1.7%	+1.8%	+3.5%	+12.9%	+18.4%
	前年比	+72.5%	+132.4%	+92.9%	+78.1%	+67.6%	+63.8%	+62.1%	+72.4%	+59.9%	+52.8%

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【宿泊数】

全国の外国人延べ宿泊者数は、2023年9月10月それぞれ2019年を上回っている。  
岩手県も同様に2019年の9月10月値をそれぞれ上回っている。

※出典：宿泊旅行統計調査

2019年外国人延べ宿泊者数

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計	①	②
全国	8,018,330	8,095,480	8,384,820	9,853,040	8,571,090	8,544,360	9,462,800	8,190,330	7,236,900	8,843,620	7,916,070	8,189,600	101,306,440	1~10月合計	①÷②
02青森県	23,630	30,610	12,370	35,390	21,260	19,060	27,720	28,700	21,040	62,300	33,870	21,660	337,610	85,200,770	84.1%
<b>03岩手県</b>	<b>28,510</b>	<b>35,950</b>	<b>19,230</b>	<b>29,030</b>	<b>20,840</b>	<b>15,900</b>	<b>19,450</b>	<b>22,840</b>	<b>14,500</b>	<b>50,670</b>	<b>35,330</b>	<b>33,190</b>	<b>325,440</b>	282,080	83.6%
05秋田県	7,470	12,900	5,160	12,980	6,810	6,160	8,240	9,360	7,530	20,400	12,910	9,380	119,300	256,920	78.9%
														97,010	81.3%

2023年外国人延べ宿泊者数

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	途中合計	1~10月合計
全国	5,078,790	4,848,960	6,222,590	7,839,320	6,980,950	7,550,140	8,646,540	7,993,980	7,873,370	10,039,960	9,572,990	8.1%	73,074,600	73,074,600
02青森県	10,330	10,550	9,610	32,310	11,010	12,820	19,290	20,160	16,870	62,100	10.0%	6.4%	205,050	205,050
<b>03岩手県</b>	<b>11,740</b>	<b>15,520</b>	<b>9,220</b>	<b>24,940</b>	<b>10,270</b>	<b>15,700</b>	<b>18,610</b>	<b>20,640</b>	<b>18,810</b>	<b>56,920</b>	10.9%	10.2%	<b>202,370</b>	<b>202,370</b>
05秋田県	3,920	4,440	2,290	6,440	3,970	6,150	6,690	7,650	5,820	15,390	10.8%	7.9%	62,760	62,760

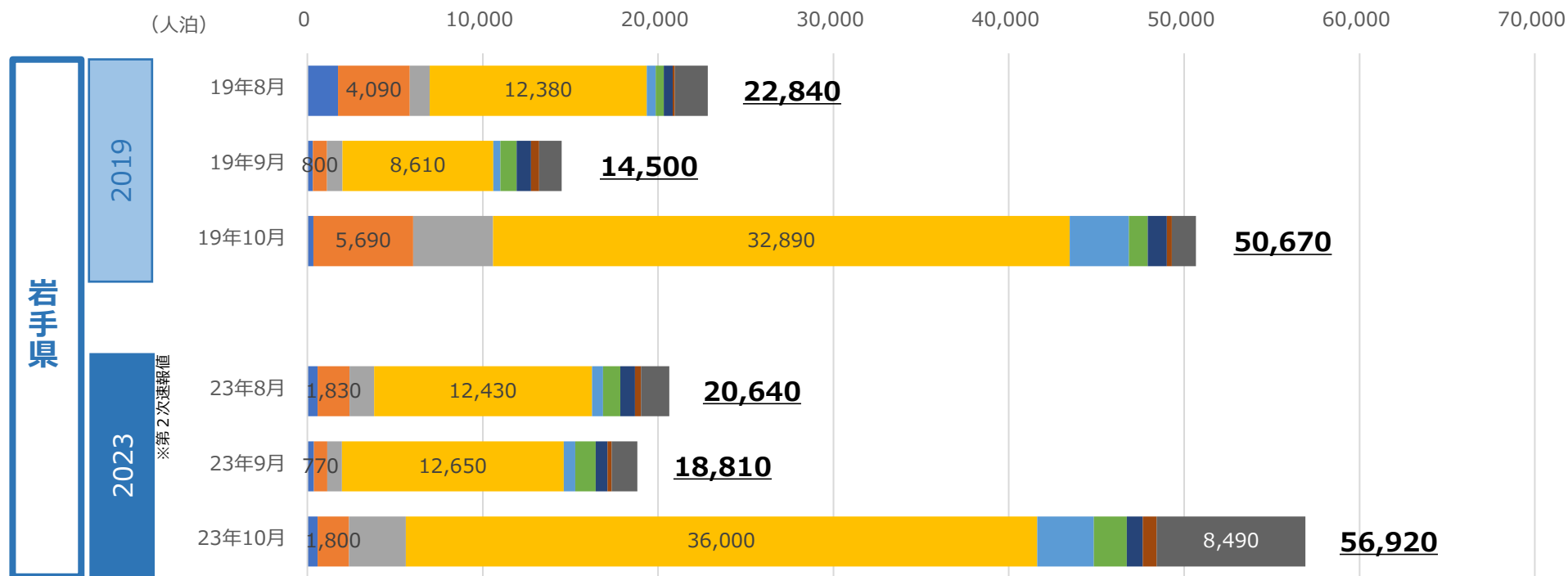
※青字部分は、2019年の同月が2019年の合計値の何%であったかを表します。

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【外客数・宿泊数】

**岩手県における2023年の宿泊数は、2019年の同時期程度またはそれ以上に回復している。**

岩手県において、2019年と2023年の8~10月の宿泊数を国別に積算し比較した。  
8月、9月、10月のうち、直近の9月と10月は、2019年の宿泊数合計を上回っている。  
2023年10月は、「その他」の国からの宿泊数が大きく伸びている。



※従業員数10名以上の施設  
※国籍不詳を含む

■ 韓国 ■ 中国 ■ 香港 ■ 台湾 ■ 東南アジア ■ 北米 ■ 欧州 ■ 豪州 ■ その他

※出典：宿泊旅行統計調査

※東南アジア： シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン  
北米： アメリカ、カナダ 欧州： イギリス、ドイツ、フランス、ロシア、イタリア、スペイン  
それ以外の国籍は「その他」に計上。

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

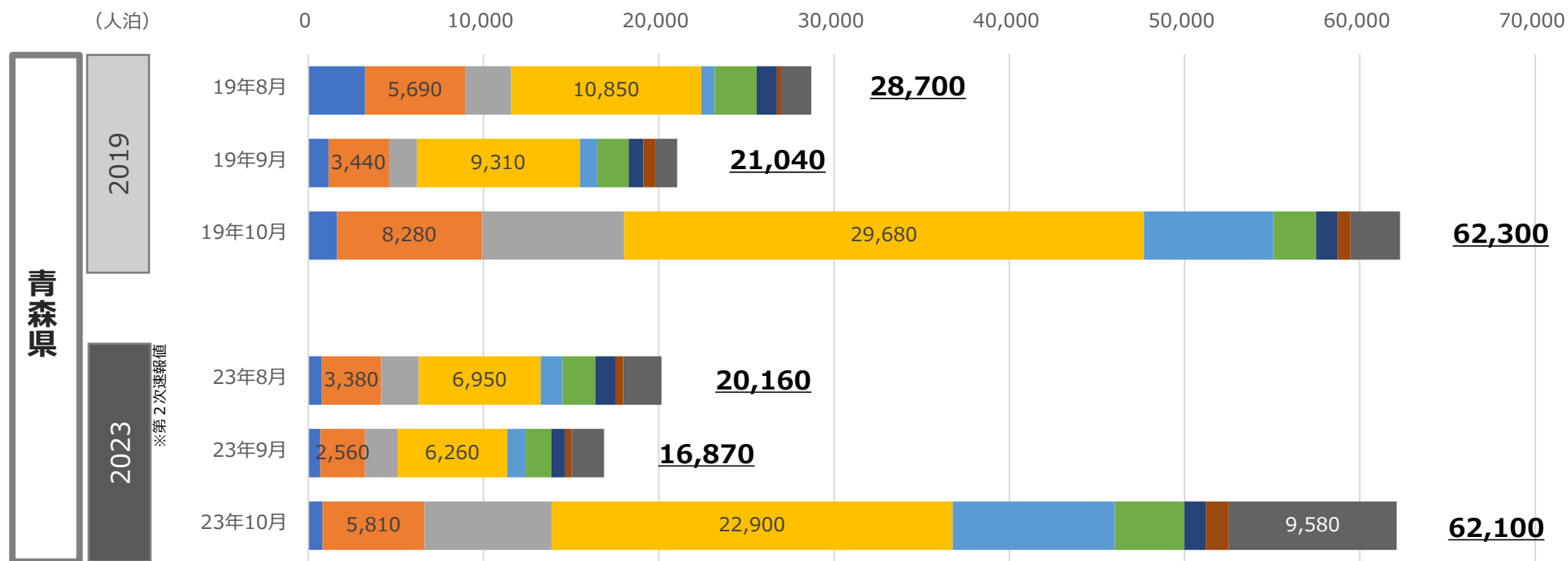
### (1) .インバウンド旅行者実態【外客数・宿泊数】

**青森県における2023年の宿泊数は、2019年の数値におおよそ回復しつつある。**

青森県において、2019年と2023年の8~10月の宿泊数を国別に積算し比較した。

8月、9月、10月のいずれも2019年の宿泊数合計を下回ってはいるが、回復傾向にあることが伺える。

2023年10月は、「その他」の国からの宿泊数が大きく伸びている。



※従業員数10名以上の施設

※国籍不詳を含む

※東南アジア： シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン

北米： アメリカ、カナダ 欧州： イギリス、ドイツ、フランス、ロシア、イタリア、スペイン

それ以外の国籍は「その他」に計上。

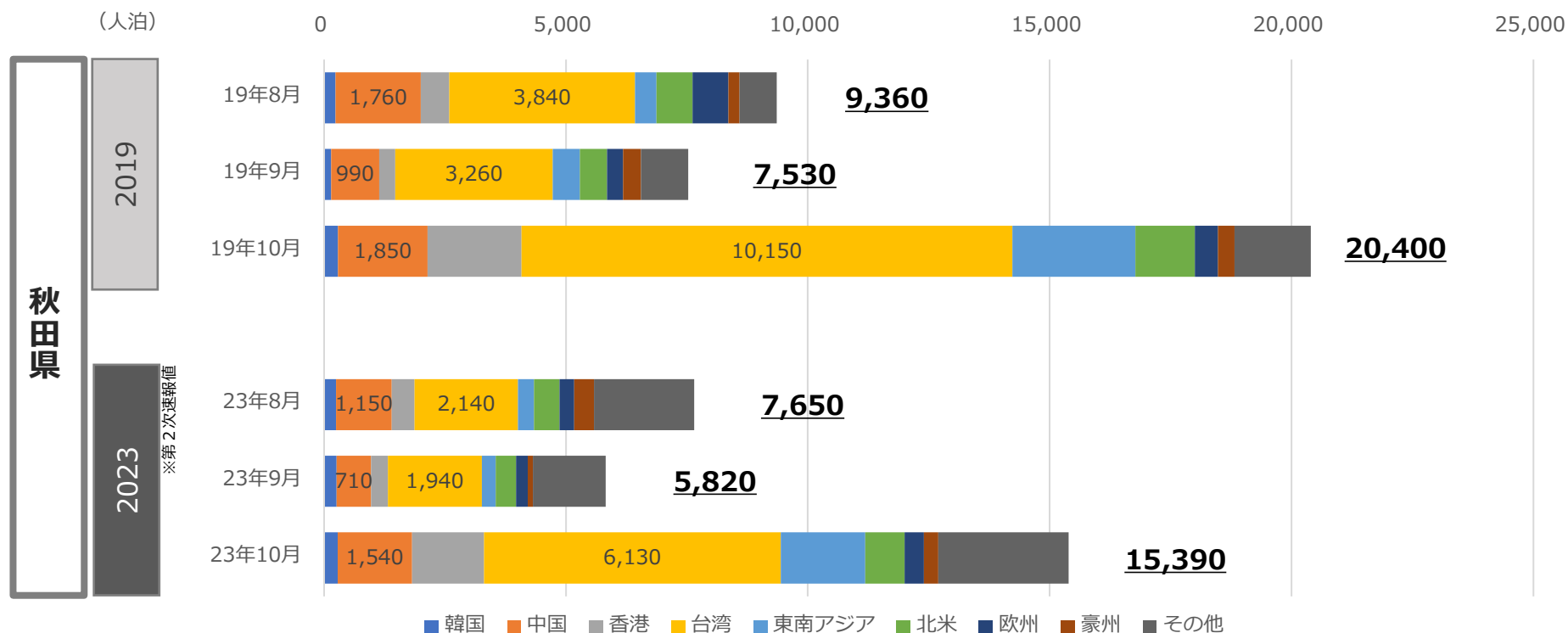
※出典：宿泊旅行統計調査

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【外客数・宿泊数】

秋田県における2023年の宿泊数は、2019年の数値におおよそ回復しつつある。

秋田県において、2019年と2023年の8~10月の宿泊数を国別に積算し比較した。  
8月、9月、10月のいずれも2019年の宿泊数合計を下回ってはいるが、回復傾向にあることが伺える。  
2023年はいずれの月も、「その他」の国からの宿泊数が2019年を上回っている。



※従業員数10名以上の施設

※国籍不詳を含む

※東南アジア： シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン

北米： アメリカ、カナダ 欧州： イギリス、ドイツ、フランス、ロシア、イタリア、スペイン

それ以外の国籍は「その他」に計上。

※出典：宿泊旅行統計調査

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【旅行動態・周遊状況】

韓国を除き、桜シーズンの4月が全体的な来訪ピーク。

紅葉シーズンの来訪が桜の季節を超えるのは、タイ、香港、台湾、米国。オーストラリアと韓国は雪シーズンの来訪。

岩手県における国別の外客数は季節によって各国ごとに傾向が異なる。

JNTOのデータを元に、上段には各国別に12ヶ月の岩手県外客数を、下段には各国別の1ヶ月平均と比較した際の当該月のパーセンテージを数表に記載した。

出典：JNTO 日本の観光統計データ 2019年岩手県外客数 再編加工

国名	上段：来訪人数 下段：対1ヶ月平均%	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
台湾	2019年合計：56,126人	3,268	3,476	2,895	6,267	3,144	3,415	4,535	3,851	3,282	9,409	8,228	4,356	0-25%
	1ヶ月平均：4,677人	69.9%	74.3%	61.9%	134.0%	67.2%	73.0%	97.0%	82.3%	70.2%	201.2%	175.9%	93.1%	
中国	2019年合計：21,541人	1,318	2,108	1,275	2,433	1,746	872	629	1,316	2,665	2,263	2,566	2,350	25-50%
	1ヶ月平均：1,795人	73.4%	117.4%	71.0%	135.5%	97.3%	48.6%	35.0%	73.3%	148.5%	126.1%	142.9%	130.9%	
香港	2019年合計：15,110人	948	1,402	846	1,779	836	625	795	1,120	801	2,655	1,733	1,570	50-100%
	1ヶ月平均：1,259人	75.3%	111.3%	67.2%	141.3%	66.4%	49.6%	63.1%	88.9%	63.6%	210.9%	137.6%	124.7%	
タイ	2019年合計：8,742人	516	703	249	1,425	358	90	93	157	199	1,515	1,617	1,320	100-150%
	1ヶ月平均：687人	75.1%	102.4%	36.3%	207.5%	52.1%	13.1%	13.5%	22.9%	29.0%	220.6%	235.4%	192.2%	
米国	2019年合計：7,947人	412	270	384	810	720	803	980	767	453	1,125	648	575	150-200%
	1ヶ月平均：662人	62.2%	40.8%	58.0%	122.3%	108.7%	121.3%	148.0%	115.8%	68.4%	169.9%	97.8%	86.8%	
韓国	2019年合計：5,046人	638	890	289	314	357	358	544	682	232	171	273	298	200%-
	1ヶ月平均：421人	151.7%	211.7%	68.7%	74.7%	84.9%	85.1%	129.4%	162.2%	55.2%	40.7%	64.9%	70.9%	
豪州	2019年合計：3,715人	596	692	182	501	205	87	104	108	465	294	158	323	0-25%
	1ヶ月平均：310人	192.5%	223.5%	58.8%	161.8%	66.2%	28.1%	33.6%	34.9%	150.2%	95.0%	51.0%	104.3%	

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【2019 岩手県 主要国外客数・12ヶ月平均との比較】

前頁グラフの数表

出典：JNTO 日本の観光統計データ

2019年主要国月別外客数（岩手県）

	台湾	中国	香港	タイ	米国	韓国	豪州
1月	3,268	1,318	948	516	412	638	596
2月	3,476	2,108	1,402	703	270	890	692
3月	2,895	1,275	846	249	384	289	182
4月	6,267	2,433	1,779	1,425	810	314	501
5月	3,144	1,746	836	358	720	357	205
6月	3,415	872	625	90	803	358	87
7月	4,535	629	795	93	980	544	104
8月	3,851	1,316	1,120	157	767	682	108
9月	3,282	2,665	801	199	453	232	465
10月	9,409	2,263	2,655	1,515	1,125	171	294
11月	8,228	2,566	1,733	1,617	648	273	158
12月	4,356	2,350	1,570	1,320	575	298	323
総合計	56,126	21,541	15,110	8,242	7,947	5,046	3,715
12ヶ月平均	4,677	1,795	1,259	687	662	421	310

2019年主要国月別外客（岩手県） 対12ヶ月平均対比

	台湾	中国	香港	タイ	米国	韓国	豪州
1月	69.9%	73.4%	75.3%	75.1%	62.2%	151.7%	192.5%
2月	74.3%	117.4%	111.3%	102.4%	40.8%	211.7%	223.5%
3月	61.9%	71.0%	67.2%	36.3%	58.0%	68.7%	58.8%
4月	134.0%	135.5%	141.3%	207.5%	122.3%	74.7%	161.8%
5月	67.2%	97.3%	66.4%	52.1%	108.7%	84.9%	66.2%
6月	73.0%	48.6%	49.6%	13.1%	121.3%	85.1%	28.1%
7月	97.0%	35.0%	63.1%	13.5%	148.0%	129.4%	33.6%
8月	82.3%	73.3%	88.9%	22.9%	115.8%	162.2%	34.9%
9月	70.2%	148.5%	63.6%	29.0%	68.4%	55.2%	150.2%
10月	201.2%	126.1%	210.9%	220.6%	169.9%	40.7%	95.0%
11月	175.9%	142.9%	137.6%	235.4%	97.8%	64.9%	51.0%
12月	93.1%	130.9%	124.7%	192.2%	86.8%	70.9%	104.3%



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【八幡平エリア来訪者の県内・周辺スポット周遊状況】

**八幡平市訪問者は、盛岡市内を多く訪問している。  
岩手県内だけでなく、仙台、青森、弘前、田沢湖なども訪問している。**

2019年、2023年のそれぞれに八幡平市を訪れたインバウンド旅行者が、他にどのスポットを訪問したかをみた。

2019年前半に海外から八幡平市を訪れた客は、他に盛岡市内や花巻市の温泉街を多く訪問している。

2023年前半に海外から八幡平市を訪れた客は、他に盛岡市内や仙台市内など都市部を多く訪問している。

- 2019年1月から6月までの海外から八幡平市への訪問者について、他スポット訪問をみると八幡平市内を除けば盛岡市新田町（盛岡駅北西）が2,266人と最も多く、次いで花巻市湯本（花巻温泉）1,913人、岩手城址・櫻山神社・歴史文化館1,276人、花巻市金矢（金矢・台温泉）1,104人と盛岡市内や花巻市の温泉街が上位となっている。
- 2023年1月から6月では、八幡平市内を除けば盛岡市新田町（盛岡駅北西）が1,047人（対2019年比46.2%）と最も多く、次いで仙台市青葉区中央（仙台駅前西側）497人（対2019年比88.6%）と都市部が上位で、花巻市の温泉街は観測されていない。また仙北市角館町小勝田（角館北側）は284人（対2019年比223.6%）とコロナ前の倍以上という場所もあった。

2019年前半（1～6月）	
スポット名	他スポット訪問数
	28,422
安比高原（ホテルからスキー場）	7,700
安比高原（ペンション・民宿）	7,697
盛岡市 新田町（盛岡駅北西）	2,266
花巻市 湯本（花巻温泉）	1,913
岩手城址・櫻山神社・歴史文化館	1,276
花巻市 金矢（金矢・鉛温泉）	1,104
青森市 大谷＝青森空港	778
盛岡市 中央通（盛岡中心街）	635
名取市 下増田（仙台空港）	627
仙台市青葉区中央（仙台駅前西側）	561
盛岡手づくり村	555
<NULL>	529
十和田湖樹海ライン 発荷峠展望台	525
十和田湖 奥瀬（十和田湖南湖畔）	461
小岩井農場	396
八食センター（海鮮市場）味横丁	211

2023年前半（1～6月）	
スポット名	他スポット訪問数
総合計	6,508
安比高原（ペンション・民宿）	1,877
安比高原（ホテルからスキー場）	1,873
盛岡市 新田町（盛岡駅北西）	1,047
仙台市青葉区中央（仙台駅前西側）	497
仙北市 角館町小勝田（角館北側）	284
杜せきのした（イオンモール名取）	242
青森市 大谷＝青森空港	236
弘前市 若覚町（弘前城北部エリア）	199
仙北市 田沢湖田沢 湖畔東側	108
盛岡市 中央通（盛岡中心街）	93
夏油温泉スキー場	42

※出典：一般社団法人東北観光推進機構が運営する東北観光DMP

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【八幡平エリア来訪者の県内・周辺スポット周遊状況】

**2023年、八幡平温泉郷訪問者は、角館や田沢湖も訪問している。**

2023年のそれぞれに八幡平温泉郷を訪れたインバウンド旅行者が、他にどのスポットを訪問したかをみた。

2023年前半に海外から八幡平温泉郷を訪れた客は、角館や田沢湖も訪問する特徴がある。

- 2023年1月から6月までの海外から八幡平温泉郷への訪問者については、仙北市角館町小勝田（角館北側）は284人（対2019年比223.6%）が最も多く、仙北市田沢湖田沢 湖畔東側も108人と仙北市との繋がりが見られた。

2023年前半（1~6月）	
スポット名	他スポット訪問数
総合計	1,029
仙北市 角館町小勝田（角館北側）	284
杜せきのした（イオンモール名取）	242
青森市 大谷＝青森空港	127
仙台市青葉区中央（仙台駅前西側）	120
仙北市 田沢湖田沢 湖畔東側	108
弘前市 若覚町（弘前城北部エリア）	106
夏油温泉スキー場	42

※出典：一般社団法人東北観光推進機構が運営する東北観光DMP

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【八幡平エリア来訪者の県内・周辺スポット周遊状況】（全体の立地・海外航空便）

花巻空港・能代空港・盛岡駅へのアクセスが最寄となる。東北全体での運輸全体はコロナで激減後に復調傾向。JRに占める割合が高い。

調査実施期間：2023年12月時点

#### 【八幡平（安比高原）へのアクセス】

①航空路線網として、いわて花巻空港／大館能代空港の2空港が利用可能

- 1、**いわて花巻空港** **国際定期便・台北2本／週（往復4本）**  
 ※東方航空上海便は休止中  
**国内定期便77本／週（往復154本）**  
**札幌・名古屋・大阪・神戸・福岡便**  
 安比高原バス 約90分 **定期便1本／日（往復2本）**  
 最大輸送能力100名／日（推計）

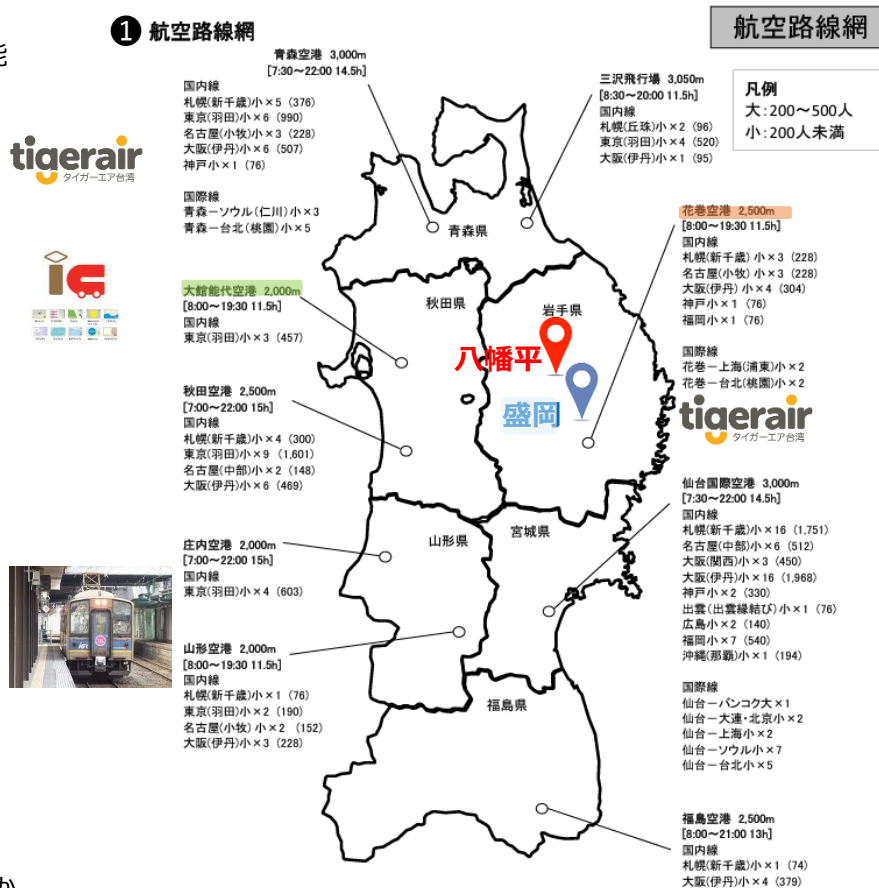
- 2、**大館能代空港** **国際定期便なし**  
**国内羽田便21本／週（往復42本）**  
 安比高原バス 約90分 **定期便1本／日（往復2本）**  
 最大輸送能力100名／日（推計）

②空港線以外でのアクセス公共交通含めて4種類

- 1、**盛岡駅経由 JR：花輪線約60分 7本／日（往復14本）**  
 最大輸送能力1000名／日（推計）
- 2、**盛岡駅経由 バス：路線バス約80分 7本／日（往復14本）**  
 最大輸送能力1500名／日（推計）  
  
 直行バス約60分 **1本／日（往復2本）**  
 最大輸送能力150名／日（推計）

★その他、一般車両／レンタカーを含めた、自家用車の利用とハイヤーが増加か。

#### ① 航空路線網



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【八幡平エリア来訪者の県内・周辺スポット周遊状況】（全体の立地・海外航空便）

青森空港・仙台空港へのアクセスは二次商圏だが大口便あり。北東北を周遊するポテンシャルは増加見込も、直通ルートの公共交通がない。

調査実施期間：2024年1月時点

【八幡平（安比高原）へのアクセス】

#### ① 二次商圏で仙台空港／青森空港の2空港もアクセスが可能

##### 1 仙台空港 国際定期便・台北30本／週（往復60本）

国際定期便・ソウル4本／週（往復8本）

※2024/1/1～復便！

国際定期便・大連2本／週（往復4本）

国際定期便・北京2本／週（往復4本）

国際定期便・上海2本／週（往復4本）

国際定期便・バンコク2本／週（往復4本）

国内定期便336本／週（往復672本）

羽田・札幌・名古屋・大阪・関空・神戸

広島・出雲・福岡・沖縄便

安比高原／定期輸送便・冬季のみ予約制バス

※約90分 定期便1本／日（往復2本）

最大輸送能力100名／日（推計）

<レンタカー 3時間（200 km）>

##### 2 青森空港 国際定期便・ソウル4本／週（往復8本）

※2024/1/20～復便！

※エバー航空台北便は休止中

国内定期便154本／週（往復308本）

札幌・名古屋・大阪・神戸便

安比高原／定期輸送・公共交通便無し

<レンタカー 2時間（140 km）>

#### ① 航空路線網



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【八幡平エリア来訪者の県内・周辺スポット周遊状況】（鉄道／レンタカー他）

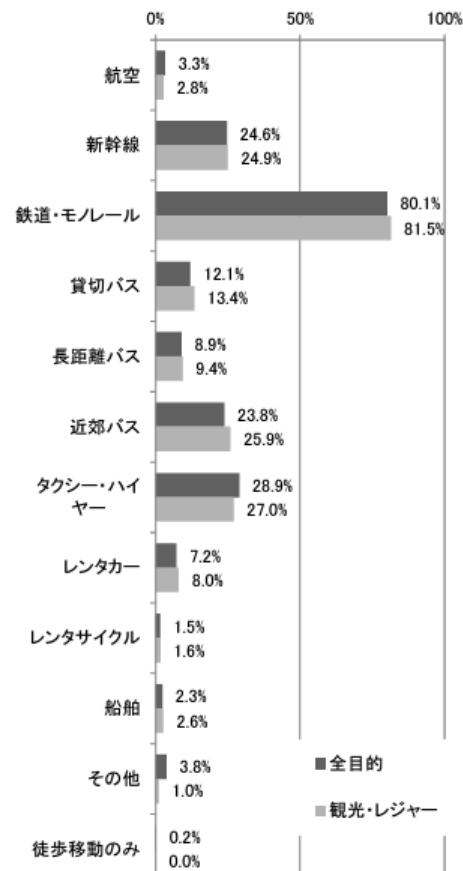
**通常外国人訪日客（全国）は新幹線・鉄道での移動がメイン。東北地方内部での定量移動データ「外国人」難易度高もレンタカー増加**

調査実施期間：2023年12月時点

【交通手段の利用実態とレンタカーの増加】

- ① 来日後に、一般外国人が利用した移動手段はほとんどが鉄道・新幹線次いでバス、タクシーとなっている。10%以下ではあるが、レンタカーも存在。
- ② 東北エリアにおけるレンタカーの利用は、年々増加傾向にある。県別では青森・宮城がダントツのTOP2で、岩手は2019年度比88%1490台（東北では3位）

① 図表 6-5 利用した交通手段（全国籍・地域、複数回答）



**2023年東北エリア主要7社訪日レンタカー貸出実績（11月実績）**

東北エリア主要7社（順不同）

「オックス自動車株式会社」「株式会社日産カーレンタルソリューション」「JR東日本レンタリース株式会社」「ニッポンレンタカーサービス株式会社」「タイムズモビリティネットワークス株式会社」「パジェットレンタカー」「トヨタレンタカー」

【年別実績】

月	1月		2月		3月		4月		5月		6月		7月		8月		9月		10月		11月		累計			
	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比		
2019年	713	—	948	—	598	—	1,566	—	1,011	—	906	—	1,268	—	1,122	—	3,256	—	1,983	—	1,125	—	16,098	—		
2020年	1,217	184.7%	1,160	122.4%	205	34.3%	82	5.2%	49	4.8%	85	9.4%	91	7.2%	134	8.4%	136	12.1%	115	3.5%	120	6.1%	79	7.0%	3,573	22.2%
2021年	64	9.0%	57	6.0%	63	10.5%	64	4.1%	90	8.9%	76	8.4%	73	5.8%	103	6.4%	51	4.5%	88	2.7%	83	4.2%	73	6.5%	885	5.5%
2022年	48	6.7%	63	6.6%	87	14.5%	119	7.6%	162	16.0%	146	16.1%	142	11.2%	251	15.7%	189	16.8%	533	16.4%	778	39.2%	649	57.7%	3,167	19.7%
2023年	828	116.1%	942	99.4%	711	118.9%	2,153	137.5%	1,027	101.6%	1,078	119.0%	1,330	104.9%	1,435	89.6%	1,036	92.3%	3,069	94.3%	2,616	131.9%	0	0.0%	16,225	100.8%

【2023年県別実績】

県	1月		2月		3月		4月		5月		6月		7月		8月		9月		10月		11月		累計			
	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比	台数	2019年比		
青森県	156	95.7%	208	92.4%	188	123.7%	706	152.8%	289	85.5%	385	146.9%	394	81.6%	413	69.6%	380	104.4%	1,498	94.6%	1,011	131.6%	-	0.0%	5,628	100.1%
岩手県	59	79.7%	87	91.6%	52	91.2%	213	93.4%	113	87.6%	99	90.8%	129	104.9%	132	77.2%	77	73.3%	315	97.2%	214	134.6%	-	0.0%	1,490	87.6%
宮城県	268	110.7%	278	86.1%	242	92.4%	778	164.8%	353	98.9%	405	106.3%	601	124.9%	667	116.8%	397	87.3%	748	91.0%	872	123.3%	-	0.0%	5,609	100.5%
秋田県	56	81.2%	58	74.4%	42	140.0%	122	95.3%	104	160.0%	59	103.5%	66	67.3%	88	68.2%	54	61.4%	178	84.4%	118	90.1%	-	0.0%	945	82.1%
山形県	181	203.4%	198	198.0%	114	232.7%	125	142.0%	62	121.6%	66	143.5%	57	129.5%	53	77.9%	49	83.1%	122	105.2%	126	206.6%	-	0.0%	1,153	130.7%
福島県	108	142.1%	113	89.0%	73	152.1%	209	111.2%	106	149.3%	64	125.5%	82	212.8%	82	117.1%	79	154.9%	208	104.0%	275	175.2%	-	0.0%	1,400	120.5%
東北の県合計	828	116.1%	942	99.4%	711	118.9%	2,153	137.5%	1,027	101.6%	1,078	119.0%	1,330	104.9%	1,435	89.6%	1,036	92.3%	3,069	94.3%	2,616	131.9%	-	0.0%	16,225	100.8%

【訪日レンタカー台数推移（2019年～2023年）】

訪日旅客数は2019年同月比の100%となる244万人となり、6か月連続で200万人を越えている。インバウンドのレンタカー稼働は東北6県で7,616台で2019年比で131.9%に大幅に伸びており、内訳でも秋田県を除く5県で2019年比を上回り、東北全域でレンタカー稼働が増えている結果となった。この結果については今年前半は前年105%だったため、紅葉のシーズンが年々伸びること、11月でも紅葉を楽しむ訪日客が多くなったことが一因になったと考えられる。また、11月時点の累計で2019年の累計を上回り、春の桜や秋の紅葉等、東北地方の観光人気度が2019年と比較して高まっていることが背景だと考えられる。

【各社国内レンタカー貸出数前年比 ※6県合計前年比】

社名	2023年											
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
A社	123%	178%	169%	129%	115%	111%	99%	110%	101%	97%	98%	
B社	140%	160%	223%	138%	134%	134%	111%	93%	108%	90%	96%	
C社	114%	171%	218%	132%	120%	119%	109%	120%	113%	83%	103%	
D社	101%	111%	127%	332%	118%	223%	217%	271%	238%	177%	212%	
E社	109%	128%	128%	117%	113%	116%	110%	120%	108%	107%	114%	
F社	84%	107%	97%	98%	100%	102%	103%	103%	101%	103%	100%	
G社	116%	131%	121%	132%	110%	100%	104%	102%	95%	93%	97%	

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【空港別旅客数推移（花巻空港）】

花巻空港の国際線は2019年比で回復傾向にある。

花巻空港

	国際線							国内線						
	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017
1月	0	0	0	4,676	2,499	2,717	0	26,413	20,113	8,535	15,777	31,709	29,091	27,466
2月	0	0	0	2,236	3,545	3,087	0	24,619	10,184	9,208	15,106	30,074	28,964	25,399
3月	0	0	0	0	4,122	3,760	0	38,952	27,262	12,622	8,532	40,350	34,589	34,790
4月	0	0	0	0	3,398	5,550	1,622	32,843	31,649	13,610	2,736	36,558	34,435	31,174
5月	1,597	0	0	0	5,435	1,891	144	40,012	28,567	11,154	367	42,222	38,105	37,701
6月	2,686	0	0	0	4,058	2,195	0	38,456	27,519	10,471	2,276	41,386	36,994	35,646
7月	3,004	0	0	0	3,509	2,382	0	39,433	30,644	16,426	6,262	41,791	38,202	36,354
8月	3,065	0	0	0	4,144	2,284	0	48,044	38,718	18,469	7,023	46,795	48,733	45,842
9月	2,964	0	0	0	3,974	2,479	1,886	40,050	32,871	11,065	7,254	42,299	38,360	37,352
10月	2,646	0	0	0	4,473	2,679	2,345	44,757	39,089	18,724	11,677	41,752	41,684	40,634
11月	3,067	0	0	0	3,845	1,790	2,678	39,119	36,161	24,867	11,568	41,396	42,229	38,146
12月			0	0	3,664	1,788	1,714		30,572	26,438	7,508	33,744	34,137	31,614
TTL	19,029	0	0	6,912	46,666	32,602	10,389	412,698	353,349	181,589	96,086	470,076	445,523	422,118

データ元：2017～2021 国土交通省「空港管理状況調書」

2022～2023 国土交通省・東京航空局「管内空港の利用概況集計表」※R5/1月～3月確定値、以降速報値

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【空港別旅客数推移（大館能代空港）】

大館能代空港の国内線は2019年比でほぼ全ての月で2019年数値を上回っている。

大館能代空港

	国際線							国内線						
	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017
1月	0	0	0	0	0	0	0	12,969	4,879	1,100	11,111	11,285	9,426	9,073
2月	0	0	0	0	0	0	0	13,037	1,990	858	9,459	8,470	8,362	7,381
3月	0	0	0	0	0	0	0	12,317	7,422	1,427	6,005	12,291	10,496	11,331
4月	0	0	0	0	0	0	0	12,777	8,161	2,429	905	12,605	11,342	10,143
5月	0	0	0	0	0	0	0	16,112	9,277	1,953	582	14,702	14,197	13,691
6月	0	0	0	0	0	0	0	14,814	8,945	2,061	1,678	12,857	12,262	11,307
7月	0	0	0	0	0	0	0	12,926	13,139	2,274	2,704	13,522	12,301	12,127
8月	0	0	0	0	0	0	0	20,000	15,075	3,892	3,020	18,355	16,979	15,949
9月	0	0	0	0	0	0	0	16,459	12,904	2,953	3,098	15,717	16,177	15,012
10月	0	0	0	0	0	0	0	18,112	15,835	5,214	3,942	13,981	15,826	14,425
11月	0	0	0	0	0	0	0	16,751	14,910	6,112	3,514	14,029	14,221	12,475
12月		0	0	0	0	0	0		13,204	5,803	2,713	11,400	10,230	10,042
TTL	0	0	0	0	0	0	0	166,274	125,741	36,076	48,731	159,214	151,819	142,956

データ元：2017～2021 国土交通省「空港管理状況調書」

2022～2023 国土交通省・東京航空局「管内空港の利用概況集計表」※R5/1月～3月確定値、以降速報値

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【空港別旅客数推移（秋田空港）】

秋田空港の国際線はまだ空路が復活していない。

秋田空港

	国際線							国内線						
	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017
1月	0	0	0	0	0	1,062	1690	67,912	40,206	12,507	97,733	92,810	88,734	87,289
2月	0	0	0	0	4,032	1,987	762	69,465	18,528	18,028	87,741	85,030	81,637	77,799
3月	0	0	0	0	768	1,131	1228	92,105	55,351	28,055	43,653	111,667	106,737	107,932
4月	0	0	0	0	1,762	2,128	2,152	89,483	65,684	25,133	8,341	104,724	101,136	95,863
5月	0	0	0	0	217	314	0	107,155	69,666	21,943	3754	122,413	116,818	114,763
6月	0	0	0	0	404	0	0	100,219	63,658	20,083	14,979	111,721	108,327	102,593
7月	0	0	0	0	374	0	0	101,114	78,382	31,512	24,809	118,278	112,423	114,846
8月	0	0	0	0	404	0	511	127,002	97,102	33,895	26,242	141,072	137,850	135,904
9月	0	0	0	0	179	394	939	107,193	79,603	25,635	27,555	127,616	117,092	122,443
10月	0	0	0	0	2,474	4,855	5,790	115,805	94,341	41,414	40,426	122,676	126,255	129,842
11月	0	0	0	0	1,187	5,857	5,192	110,994	97,119	52,839	45,498	127,763	125,706	118,714
12月		0	0	0	29	0	0		80,979	56,134	28,355	103,263	99,051	95,969
TTL	0	0	0	0	11,830	17,728	18,264	1,088,447	840,619	367,178	449,086	1,369,033	1,321,766	1,303,957

データ元：2017～2021 国土交通省「空港管理状況調書」

2022～2023 国土交通省・東京航空局「管内空港の利用概況集計表」※R5/1月～3月確定値、以降速報値



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【空港別旅客数推移（青森空港）】

青森空港の国際線は2019年の数値よりもまだ大きく下回っている。

青森空港

	国際線							国内線						
	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017
1月	518	0	0	9,206	10,344	10,352	2756	64,319	46,048	15,868	82,240	77,669	71,792	66,796
2月	548	0	0	6,539	10,686	11,503	12188	66,022	25,872	18,416	76,065	72,679	70,412	65,726
3月	838	0	0	90	4,123	7,227	6689	89,046	55,154	29,552	40,962	97,910	83,939	83,284
4月	4,028	0	0	0	3,744	6,617	5,129	90,676	74,833	34,871	9,457	93,727	89,586	81,439
5月	0	0	0	0	2,858	5,515	4925	107,303	75,232	25,326	4712	106,802	93,699	102,374
6月	0	0	0	0	3,003	6,220	6086	104,438	71,574	24,786	15,697	98,718	94,051	101,402
7月	0	0	0	0	4,684	6,019	5812	102,704	78,588	39,786	32,980	105,299	95,833	96,269
8月	0	0	0	0	5,237	6,972	6466	121,059	102,622	47,158	35,828	126,560	118,315	113,133
9月	0	0	0	0	4,627	5,551	5,658	105,915	84,442	30,454	36,134	111,366	100,099	99,357
10月	1,265	0	0	0	6,940	5,813	9,548	116,874	97,980	52,059	54,757	106,757	106,997	103,467
11月	175	0	0	0	8,477	9,281	11,268	96,453	92,283	58,640	50,247	102,458	98,747	92,685
12月			0	0	7,641	8,107	9,548		82,425	58,321	30,738	81,482	78,255	75,431
TTL	7,372	0	0	15,835	72,364	89,177	86,073	1,064,809	887,053	435,237	469,817	1,181,427	1,101,725	1,081,363

データ元：2017～2021 国土交通省「空港管理状況調書」

2022～2023 国土交通省・東京航空局「管内空港の利用概況集計表」※R5/1月～3月確定値、以降速報値

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【空港別旅客数推移（仙台空港）】

仙台空港の国際線は2019年の数値よりもまだ下回っているものの回復してきている。

仙台空港

	国際線							国内線						
	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017
1月	2,643	0	0	9,206	28,623	27,009	24805	203,491	152,133	80,225	250,855	228,380	219,132	201,652
2月	5,266	2	0	6,539	26,841	27,599	25528	216,664	91,432	91,332	240,673	236,274	231,803	207,033
3月	6,184	0	0	90	30,292	29,282	23014	281,575	208,225	126,564	137,960	288,176	270,698	254,745
4月	18,780	0	0	0	27,961	22,740	17,990	238,072	210,273	94,697	41,392	265,520	258,642	219,585
5月	18,015	0	0	0	29,654	22,590	17735	272,286	197,640	76,768	25962	299,503	283,121	250,662
6月	25,335	0	0	0	27,506	21,536	16241	268,855	199,472	79,340	63,198	288,357	280,662	245,190
7月	27,359	0	0	0	30,320	24,281	18644	269,230	216,875	134,320	104,726	295,397	274,206	271,091
8月	30,748	7	0	0	37,226	27,840	20995	295,686	246,991	143,497	117,241	334,189	305,089	306,804
9月	27,561	0	0	0	34,049	24,412	20,048	283,777	235,419	106,002	120,542	315,901	275,701	296,438
10月	34,166	9	0	0	35,451	28,456	30,795	299,467	272,315	164,948	158,182	306,845	302,679	301,381
11月	33,642	0	0	0	44,954	28,863	28,910	281,848	260,947	198,378	170,229	325,021	310,605	293,578
12月		922	0	0	40,166	24,903	25,419		237,280	201,667	118,297	278,781	257,826	252,210
TTL	229,699	940	0	15,835	393,043	309,511	270,124	2,910,951	2,529,002	1,497,738	1,549,257	3,462,344	3,270,164	3,100,369

データ元：2017～2021 国土交通省「空港管理状況調書」

2022～2023 国土交通省・東京航空局「管内空港の利用概況集計表」※R5/1月～3月確定値、以降速報値

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【in-out 状況】

2019年前半の北東北3県の来訪者のinとoutは、「成田国際空港」が最も多く、次いで「仙台空港」となっている。岩手県においては、成田、仙台の両空港に次いで花巻空港がinとoutで多くなっている。

## 北東北3県

## 【入国 in】2019年前半（1～6月） N=110千人

入国空港・港名	実訪問数（使用率）
成田国際空港	37.71%
仙台空港	18.31%
東京国際空港（羽田空港）	15.13%
青森空港	10.54%
花巻空港	7.63%
新千歳空港	2.49%
秋田空港	2.21%
山形空港	2.15%
函館空港	1.37%
福島空港	1.35%
関西国際空港	1.1%

## 【出国 out】2019年前半（1～6月） N=112千人

出国空港・港名	実訪問数（使用率）
成田国際空港	39.4%
仙台空港	18.76%
東京国際空港（羽田空港）	13.98%
青森空港	10.58%
花巻空港	6.74%
山形空港	2.62%
新千歳空港	2.07%
秋田空港	1.73%
函館空港	1.46%
関西国際空港	1.38%
福島空港	1.27%

## 岩手県

## 【入国 in】2019年前半（1～6月） N=44千人

入国空港・港名	実訪問数（使用率）
成田国際空港	34.56%
仙台空港	24.8%
花巻空港	14.85%
東京国際空港（羽田空港）	13.47%
青森空港	3.74%
山形空港	2.92%
福島空港	2.16%
秋田空港	1.86%
函館空港	0.92%
関西国際空港	0.46%
新千歳空港	0.45%

## 【出国 out】2019年前半（1～6月） N=46千人

出国空港・港名	実訪問数（使用率）
成田国際空港	37.51%
仙台空港	24.88%
花巻空港	12.74%
東京国際空港（羽田空港）	12.56%
青森空港	3.95%
山形空港	3.35%
福島空港	1.95%
秋田空港	1.52%
函館空港	1.01%
関西国際空港	0.43%
新千歳空港	0.1%

※出典：一般社団法人東北観光推進機構が運営する東北観光DMPを元に再編加工

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【東北への外客数・東北への流入】

東北エリアの訪日外国人も戻りつつあり、東北へのダイレクトインも増加。  
 関東からの新幹線（盛岡駅）と各空港アクセスが重要になる。

調査実施期間：2023年12月時点

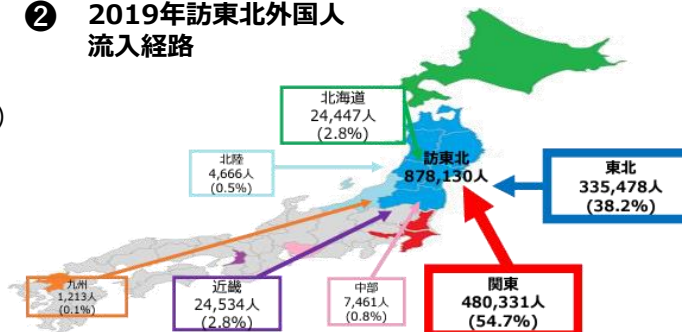
【訪日外国人客の動向】

TOPIC：①東北6県での2023年訪日外国人客数は111万人（2023年1月-10月）  
 日本全国訪日客数の1.5%程度 ※2019年度1.7%

②東北エリアへの流入経路は関東が55%・東北ダイレクトイン増加38%  
 他エリアからの流入は限られてくる

③東北地区で最も海外から閲覧されるWONDER AROUNDTOHOKU  
 月間660,000PV。数では台湾に次いで北米・豪・英だがサイト滞留の  
 時間はアジア圏が欧米の10倍以上で興味関心の高さがうかがえる。

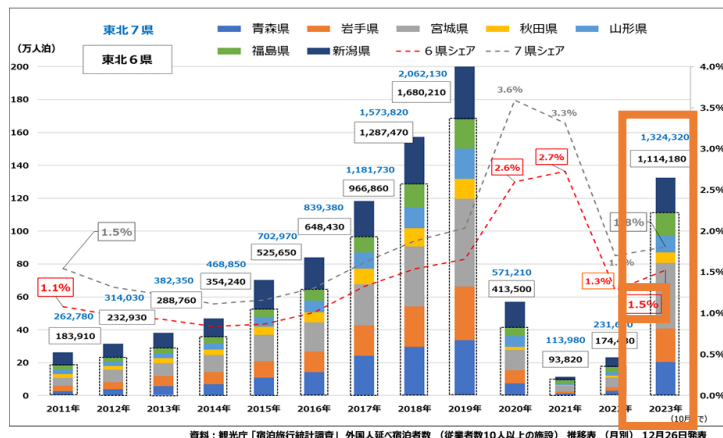
### ② 2019年訪東北外国人 流入経路



資料：東北広域デジタルマーケティング事業

### ① 東北域内外国人宿泊者数の推移（宿泊者数・シェア）

延べ宿泊者数推移（2023年10月末日現在）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」外国人延べ宿泊者数（従業者数10人以上の施設）推移表（月別）12月26日発表

### ③ 東北NO.1閲覧サイトのPV流入元



国	PV数	ユーザ数	セッション数	平均時間
総合計	660,913	522,734	360,438	30.9
日本	539,638	428,019	319,951	34.5
台湾	33,454	26,086	21,980	34.4
アメリカ合衆国	20,802	16,283	3,220	4.2
イギリス	18,865	14,218	2,675	2.5
オーストラリア	18,193	14,662	2,407	2.9
カナダ	14,629	11,806	1,802	2.6
大韓民国	4,565	3,820	2,550	20.6
シンガポール	3,426	2,498	2,276	39.4
香港	2,702	2,134	1,822	36.0
タイ	1,573	1,171	965	42.0
イラン	1,266	687	176	2.6

サイト名：WONDER AROUNDTOHOKU



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

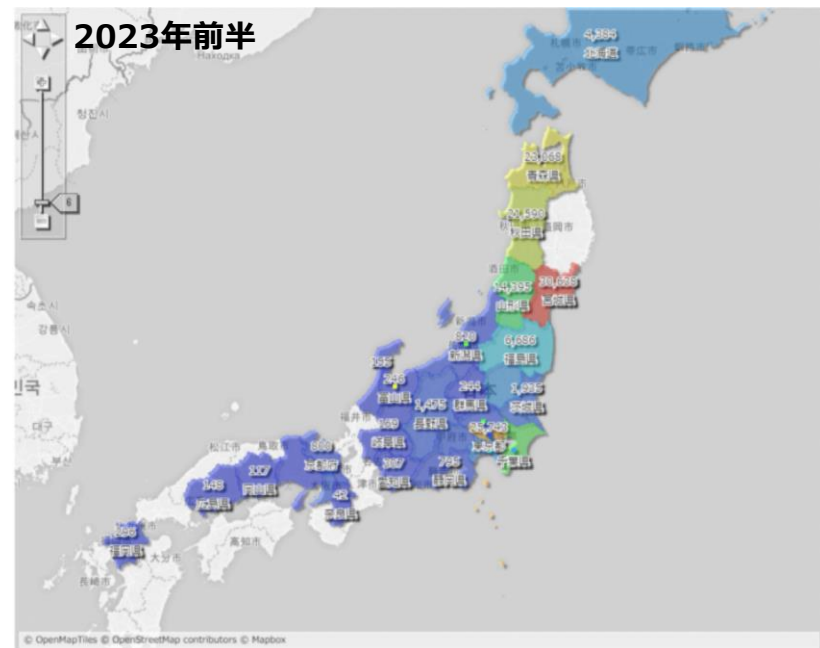
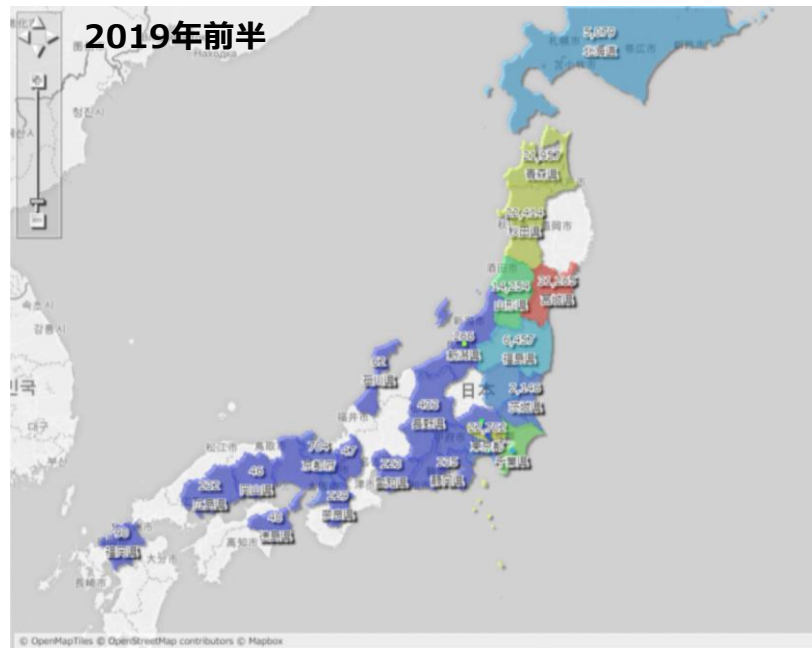
### (1) .インバウンド旅行者実態【岩手県来訪者における他県訪問（相関）】

**岩手県来訪者は、宮城県との相関が最も多く、次いで東京、青森、秋田、千葉の順。**

岩手県来訪者における他県訪問との相関では、2019年前半、海外から岩手県を訪問した旅行者は宮城県へも多く訪問している。この傾向は2023年も同様となっており、大きく傾向は変わらない。

- 2019年1月から6月までの海外からの岩手県訪問者の他県への訪問数では、宮城県が31,265人と最も多く、次いで東京都22,702人、秋田県22,414人、青森県21,957人、千葉県17,424人の順となっており、隣接県と首都圏への訪問が中心である。特に多くの宿泊施設のある仙台市や、仙台空港のある宮城県との関係が深いと推察できる。
- 首都圏で千葉県が多いのは、成田国際空港の利用者によるものと考えられる。
- 2023年1月から6月までの海外からの岩手県訪問者の他県への訪問数では、宮城県が30,638人と最も多く、次いで東京都25,743人、青森県23,068人、秋田県21,590人、千葉県16,385人の順で、傾向は2019年と大きくは変わらない。

※24時間以上の滞在を「訪問」としています。



※出典：一般社団法人東北観光推進機構が運営する東北観光DMP

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

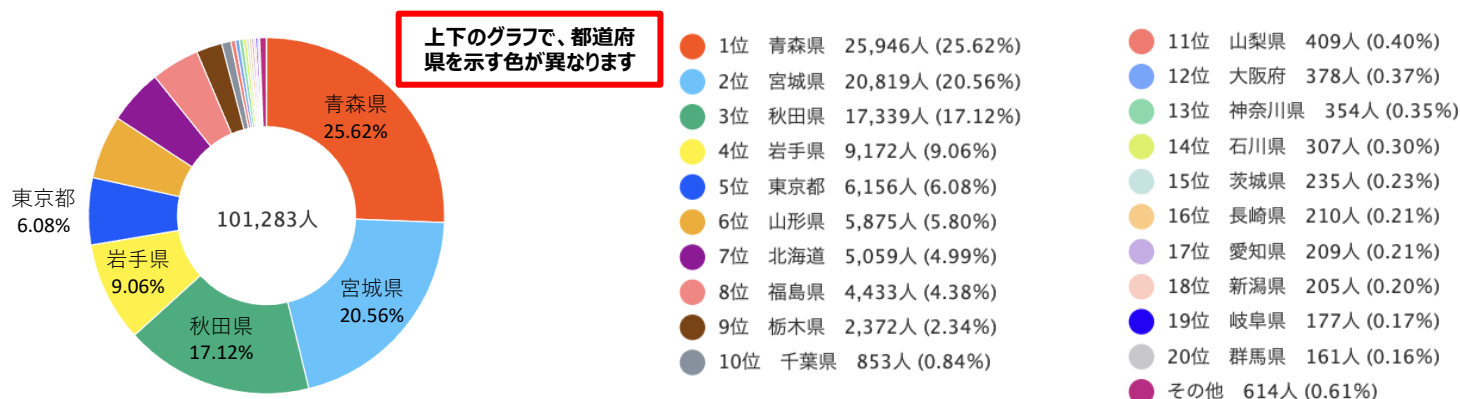
### (1) .インバウンド旅行者実態【岩手県来訪者における直前・直後の訪問都道府県（移動関連）】

【岩手県来訪前】25%が青森県に滞在している。次いで20%が宮城県、17%が秋田県。

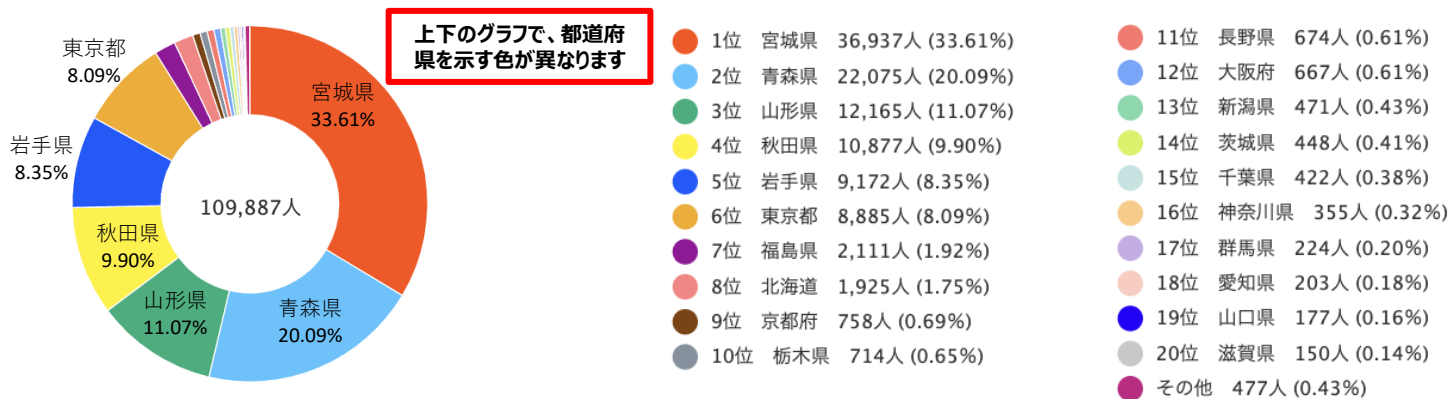
【岩手県来訪後】33%が宮城県に滞在している。次いで20%が青森県、11%が山形県、9%が秋田県。

2019年 滞在地域内訳 岩手県 2019年すべての期間 観光・レジャー

指定地域の滞在直前に滞在した地域



指定地域の滞在直後に滞在した地域



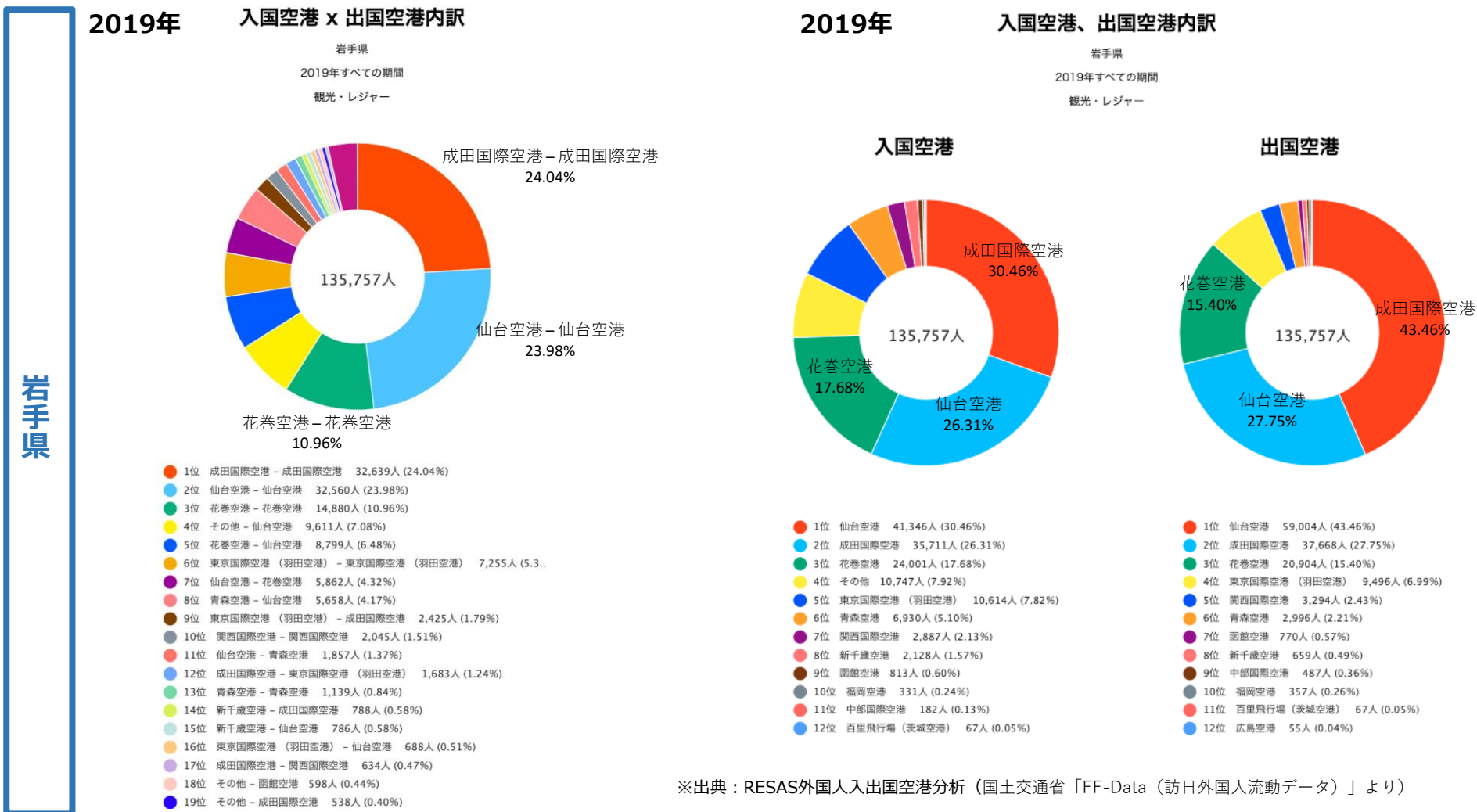
※出典：RESAS外国人移動関連分析（国土交通省「FF-Data（訪日外国人流動データ）」より）

※詳細数値は巻末資料【\*\*】参照

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【in-outパターン】

2019年岩手県来訪者の利用空港パターンは、[成田国際空港in-成田国際空港out] が24%で最も多く、次いで[仙台空港in-仙台空港out] (23%)、[花巻空港in-花巻空港out] (16%) の順。



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【2023年冬季スケジュール 国際線就航状況】

**2023年冬の主要空港の国際線定期便運行本数は、ほぼ2019年に近い本数となっており、羽田は多くの大陸間で2019年本数を上回っている。**

◆国際線定期便運行本数（週）

		アジア	アフリカ	オセアニア	欧州	中東	中南米	北米	合計
羽田空港	2019冬	591	0	14	98	14	0	97.5	814.5
	2023	562	0	42	100.5	21.5	0	256	982
成田空港	2019冬	1056.5	3	58	135	28	14	339	1633.5
	2023	1001.5	2	26.5	38	26	14	200	1308
関西空港	2019冬	1128.5	0	13	32	7	0	61	1241.5
	2023	909.5	0	5	12	12	0	33	971.5
千歳空港	2019冬	140.5	0	0	5.5	0	0	3	149
	2023	119	0	0	0	0	0	0	119

◆空港別国際線運行本数（週）

	花巻	青森	仙台	羽田	成田	関西	千歳	全国
2019	4	0	28	814.5	1,633.5	1,241.5	149	4,999.5
2023	2	2	21	982	1,308	971.5	119	4,239.5
2019年比	50.0%	—	75.0%	120.6%	80.1%	78.3%	79.9%	84.8%

出所：国土交通省 国際線就航状況

※2019年は冬季スケジュール、2023年は11月1週目の運行本数

◆東北3空港国際線定期便運行本数（週）

		台湾	上海	バンコク	ソウル	合計
花巻空港	2019冬	2	2	0	0	4
	2023	2	0	0	0	2
青森空港	2019冬	0	0	0	0	0
	2023	2	0	0	0	2
仙台空港	2019冬	19	0	2	7	28
	2023	17	4	0	0	21



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【二次交通 状況】

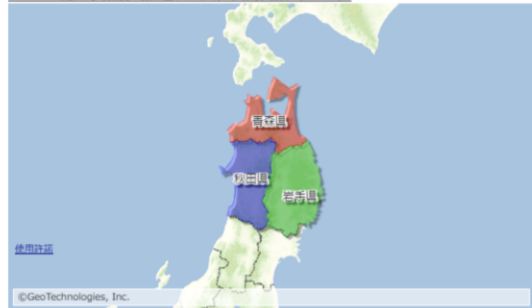
#### 2019年前半流入手段（北東北3県）

2019年前半に北東北3県（青森・秋田・岩手）を訪れた外国人客の流入手段（鉄道、バス）は新幹線\_東京23区発が約3分の2。

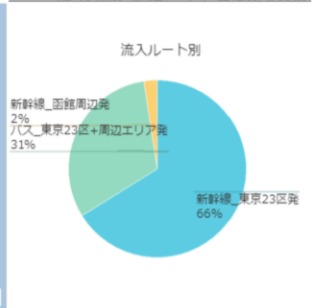
2019年1月から6月までの海外からの東北北3県訪問者の流入手段（鉄道、バス）では、新幹線\_東京23区発が66%（19,981人）と最も多く、次いでバス\_東京23区+周辺エリアが31%（9,509人）となっている。

北東北3県

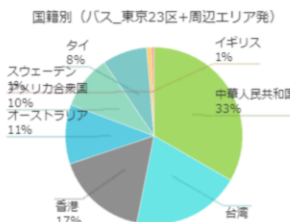
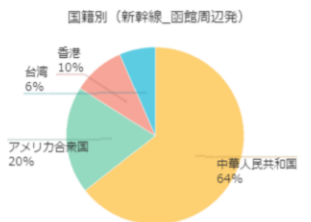
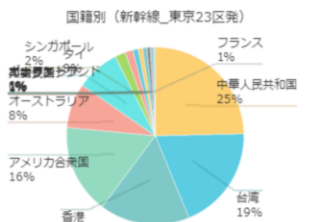
21-22 流入手段別（鉄道、バス）実訪問数（MAP）



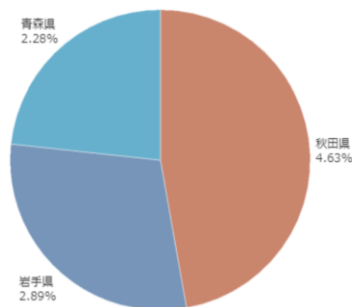
21-22 流入手段別（鉄道、バス）国籍別実訪問数



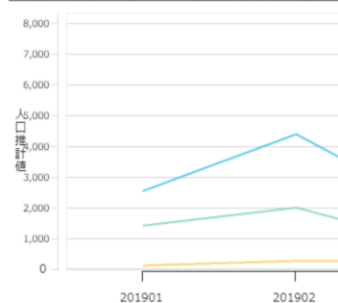
選択内容 都道府県(青森県,岩手県,秋田県) 主要地域( ) 州( ) 国( )



21 流入手段別（鉄道、バス）実訪問数



22 流入手段別（鉄道、バス）国籍別実訪問数（推移）



注 釈  
 <実訪問数> 時間等に関わらず、2時間以上滞在した人数  
 <実訪問数構成比> 総合計を100%としたカテゴリ別-実訪問数の構成比

※出典：一般社団法人東北観光推進機構が運営する東北観光DMP

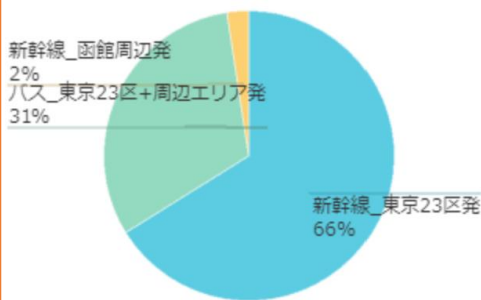
## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【二次交通 状況】

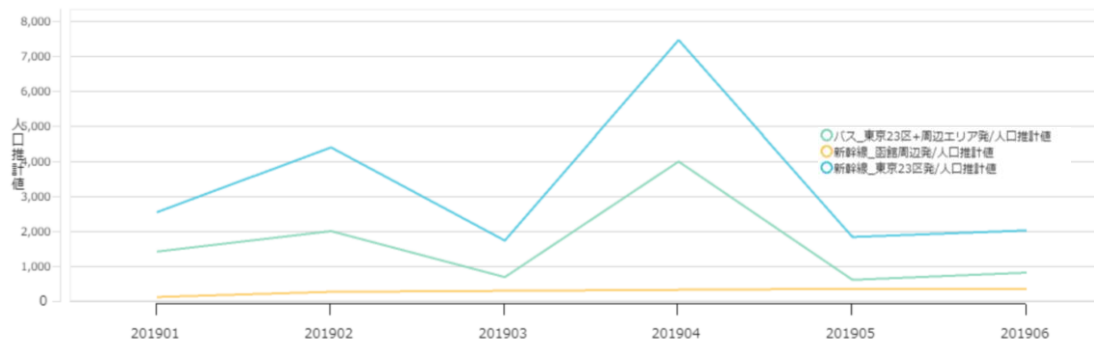
2019年前半の北東北3県および岩手県への流入手段（鉄道・バス）は、北東北3県では新幹線（東京23区発）が66%、バス（東京23区・周辺エリア発）は31%となっている。  
 岩手県は、バス（東京23区・周辺エリア発）が51%、新幹線（東京23区発）は48%となっている。

北東北3県

2019年前半  
流入手段別（鉄道/バス）実訪問数構成比

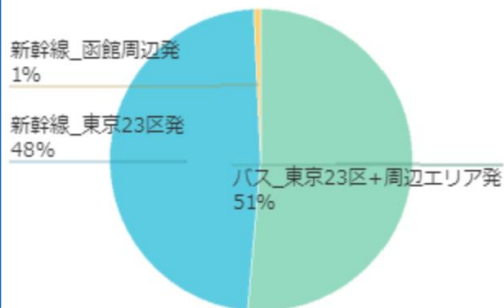


2019年前半  
流入手段別（鉄道/バス）訪問数推移

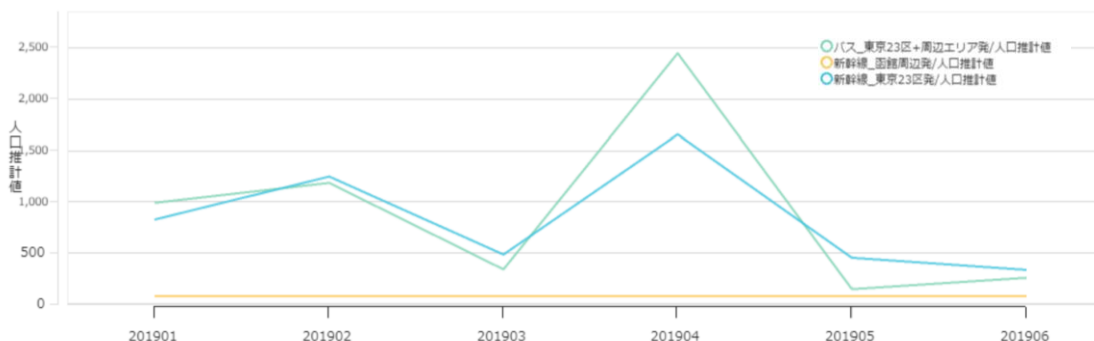


岩手県

2019年前半  
流入手段別（鉄道/バス）実訪問数構成比



2019年前半  
流入手段別（鉄道/バス）訪問数推移



実訪問数：  
実訪問数構成比：

時間帯に関わらず、2時間以上滞在した人数。  
 総合計を100%としたカテゴリー別、実訪問数の構成比。

※出典：一般社団法人東北観光推進機構が運営する東北観光DMP

※詳細数値は巻末資料【\*\*】参照

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

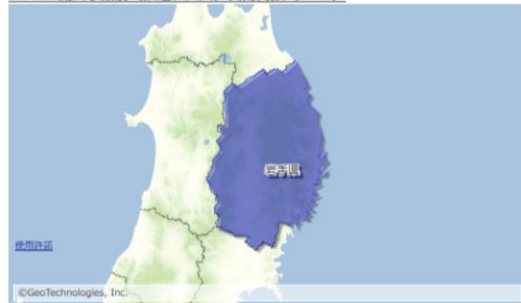
### (1) .インバウンド旅行者実態【二次交通 状況】

#### 2019年前半流入手段（岩手県）

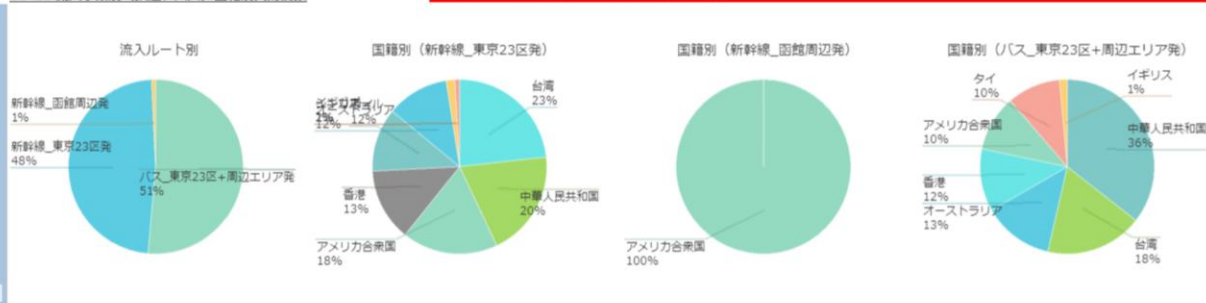
2019年1月から6月までの海外からの岩手県訪問者の流入手段（鉄道、バス）では、バス\_東京23区+周辺エリアが51%（5,343人）と最も多いが、新幹線\_東京23区発も48%（4,978人）とわずかな差である。

岩手県

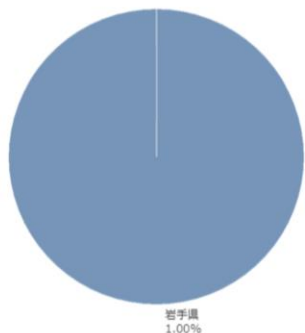
21-22 流入手段別（鉄道、バス）実訪問数（MAP）



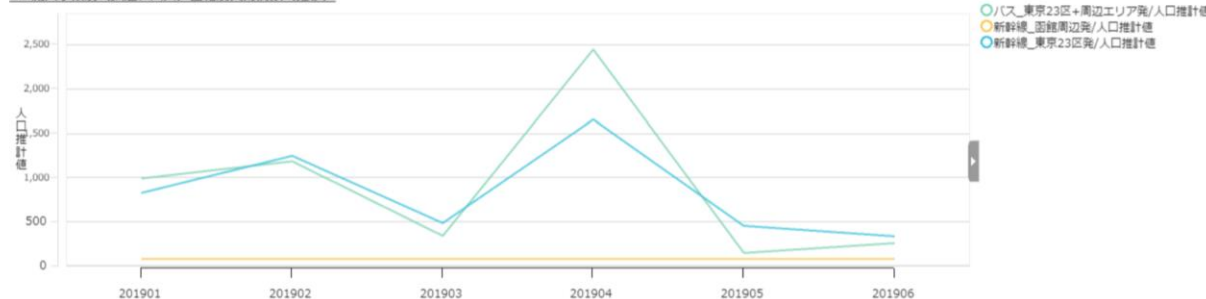
21-22 流入手段別（鉄道、バス）国籍別実訪問数



21 流入手段別（鉄道、バス）実訪問数



22 流入手段別（鉄道、バス）国籍別実訪問数（推移）



注  
 <実訪問数> 時間等に関わらず、2時間以上滞在した人数  
 <実訪問数構成比> 総合計を100%としたカテゴリ別・実訪問数の構成比

※出典：一般社団法人東北観光推進機構が運営する東北観光DMP

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 旅行前支出】

岩手県において来訪者が多い台湾客の旅行前支出（全国平均）は、団体ツアーが118,535円、個人旅行パッケージが78,725円、個別手配が40,955円となっている。

図表 2-2 一般客 1 人当たり旅行前支出（旅行手配方法別）

※出典：国土交通省観光庁 訪日外国人の消費動向 2019年 年次報告書

## 【団体ツアー参加者】

国籍・地域	(%) (円/人)	
	団体ツアー参加率	団体ツアー購入者単価
全国籍・地域	16.9%	135,382
韓国	11.3%	81,202
台湾	25.4%	118,535
香港	9.3%	137,745
中国	27.1%	118,712
タイ	19.8%	114,079
シンガポール	4.5%	221,091
マレーシア	14.6%	164,263
インドネシア	7.6%	172,760
フィリピン	6.1%	148,455
ベトナム	26.5%	159,570
インド	5.5%	241,198
英国	4.8%	621,947
ドイツ	3.3%	458,579
フランス	5.1%	380,707
イタリア	8.5%	384,963
スペイン	7.3%	406,232
ロシア	8.0%	265,389
米国	4.6%	427,462
カナダ	5.5%	310,074
オーストラリア	8.6%	451,249
その他	5.1%	405,205

## 【個人旅行パッケージ利用者】

国籍・地域	(%) (円/人)	
	個人旅行パッケージ利用率	個人旅行パッケージ購入者単価
全国籍・地域	6.5%	143,783
韓国	3.4%	59,928
台湾	9.3%	78,725
香港	11.8%	111,807
中国	6.9%	136,604
タイ	9.1%	100,107
シンガポール	3.3%	171,413
マレーシア	3.5%	128,937
インドネシア	7.0%	152,059
フィリピン	3.9%	133,563
ベトナム	3.1%	152,050
インド	3.4%	198,256
英国	7.8%	517,933
ドイツ	3.3%	305,790
フランス	5.5%	395,612
イタリア	7.5%	416,048
スペイン	7.0%	347,258
ロシア	4.4%	141,114
米国	3.6%	323,439
カナダ	6.1%	303,362
オーストラリア	6.6%	381,040
その他	4.7%	354,231

## 【個別手配者】

国籍・地域	(%) (円/人)	
	個別手配比率	国際旅客運賃購入者単価
全国籍・地域	76.6%	67,014
韓国	85.3%	26,973
台湾	65.3%	40,955
香港	78.9%	49,928
中国	66.0%	58,967
タイ	71.1%	67,046
シンガポール	92.2%	81,204
マレーシア	82.0%	64,529
インドネシア	85.4%	65,025
フィリピン	90.0%	53,612
ベトナム	70.4%	71,065
インド	91.2%	100,143
英国	87.4%	161,717
ドイツ	93.4%	149,749
フランス	89.4%	127,272
イタリア	84.0%	117,213
スペイン	85.7%	124,547
ロシア	87.6%	81,034
米国	91.8%	158,269
カナダ	88.3%	118,569
オーストラリア	84.8%	99,909
その他	90.2%	128,860

全国

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 旅行中支出】

岩手県において来訪者が多い台湾客の旅行中支出（全国平均）は、団体ツアーが47,675円、個人旅行パッケージが66,768円、個別手配が115,879円となっている。  
台湾客の平均拍数は6.1泊となっている。

図表 2-3 一般客 1 人当たり旅行中支出（国籍・地域別）

※出典：国土交通省観光庁 訪日外国人の消費動向 2019年 年次報告書

国籍・地域	(円/人)				b.平均泊数	(円/人泊)			
	a.旅行中支出	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者		c.1泊当たり旅行中支出 (=a/b)	団体ツアー参加者	個人旅行パッケージ利用者	個別手配者
全国籍・地域	137,948	79,370	98,031	154,220	8.8	15,598	15,780	14,704	15,628
韓国	68,533	26,927	38,657	75,245	5.1	13,461	9,891	8,630	13,858
台湾	93,994	47,675	66,768	115,879	6.1	15,320	11,716	15,267	16,118
香港	138,521	68,256	107,251	151,487	6.1	22,739	15,475	20,789	23,561
中国	185,837	117,944	140,425	218,446	7.5	24,912	22,123	24,257	25,676
タイ	113,380	66,884	103,766	127,547	8.8	12,871	16,011	11,463	12,670
シンガポール	163,503	68,531	85,213	170,918	7.5	21,866	12,212	10,864	22,625
マレーシア	115,740	49,265	66,845	129,621	9.5	12,224	9,342	11,614	12,498
インドネシア	116,349	44,535	67,109	126,780	12.3	9,493	5,404	8,611	9,767
フィリピン	98,867	72,297	62,828	102,215	20.9	4,739	11,949	3,332	4,656
ベトナム	149,370	56,259	109,511	186,165	36.1	4,136	10,298	14,994	3,805
インド	145,067	48,743	74,902	153,447	16.5	8,800	5,031	7,915	8,946
英国	197,076	77,642	107,604	211,626	12.0	16,441	8,078	9,482	17,382
ドイツ	185,683	61,785	143,506	191,574	14.1	13,214	4,814	10,492	13,578
フランス	211,191	85,963	179,952	220,246	17.1	12,323	7,355	16,502	12,351
イタリア	159,683	55,493	58,814	179,241	12.7	12,555	5,220	5,470	13,677
スペイン	187,198	47,413	93,198	206,773	13.3	14,051	4,770	8,055	15,034
ロシア	164,591	83,945	76,404	176,403	18.8	8,742	7,931	2,377	9,330
米国	171,349	73,445	104,625	178,817	12.4	13,806	5,753	8,349	14,433
カナダ	160,883	52,609	82,433	173,126	12.0	13,437	4,782	7,657	14,286
オーストラリア	203,560	97,044	78,999	224,074	12.9	15,814	7,444	6,089	17,440
その他	198,734	79,936	92,372	211,016	16.3	12,213	7,181	6,910	12,625

全国

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 旅行中支出費目】

費目別旅行消費額の構成比（全国平均）を見ると、台湾客は中国客（51.1%）に次いで「買い物代」が占める割合が高く、35.1%となっている。

概ね、欧米系は宿泊費の割合が東アジア（台湾、香港、中国、ベトナム、タイ、香港）より高い反面、買い物代の割合は低い。

図表 2-8 費目別にみる一般客の旅行消費額（国籍・地域別）

※出典：国土交通省観光庁 訪日外国人の消費動向 2019年 年次報告書

国籍・地域	【費目別旅行消費額】							【費目別旅行消費額 構成比】(ヨコ計100%)					
	消費額 総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買い物代	その他	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買い物代	その他
全国籍・地域	47,331	14,132	10,372	4,977	1,906	15,922	22	29.9%	21.9%	10.5%	4.0%	33.6%	0.0%
韓国	4,240	1,415	1,177	436	208	999	5	33.4%	27.8%	10.3%	4.9%	23.6%	0.1%
台湾	5,452	1,512	1,210	619	197	1,913	1	27.7%	22.2%	11.3%	3.6%	35.1%	0.0%
香港	3,512	1,040	831	365	100	1,175	2	29.6%	23.7%	10.4%	2.8%	33.5%	0.1%
中国	17,016	3,615	2,929	1,218	553	8,698	2	21.2%	17.2%	7.2%	3.2%	51.1%	0.0%
タイ	1,731	507	400	200	60	560	5	29.3%	23.1%	11.6%	3.4%	32.4%	0.3%
シンガポール	851	311	212	94	26	208	1	36.5%	24.9%	11.0%	3.0%	24.4%	0.1%
マレーシア	663	223	158	87	27	167	1	33.7%	23.8%	13.2%	4.1%	25.1%	0.1%
インドネシア	538	185	111	82	19	141	0	34.4%	20.6%	15.2%	3.6%	26.2%	0.0%
フィリピン	658	187	164	73	33	202	0	28.4%	24.9%	11.0%	4.9%	30.6%	0.0%
ベトナム	875	241	229	89	25	291	0	27.6%	26.1%	10.2%	2.9%	33.2%	0.0%
インド	273	128	57	38	8	42	0	46.8%	21.0%	13.9%	3.0%	15.3%	0.0%
英国	996	425	256	139	91	85	0	42.7%	25.7%	13.9%	9.2%	8.5%	0.0%
ドイツ	462	206	113	72	18	54	0	44.5%	24.4%	15.6%	3.9%	11.6%	0.0%
フランス	797	336	200	120	37	103	0	42.2%	25.1%	15.1%	4.6%	13.0%	0.0%
イタリア	323	136	85	53	10	40	0	41.9%	26.2%	16.3%	3.2%	12.4%	0.0%
スペイン	287	118	75	49	13	33	0	40.9%	26.3%	16.9%	4.5%	11.4%	0.0%
ロシア	217	78	54	23	10	52	0	35.8%	24.9%	10.7%	4.6%	23.9%	0.0%
米国	3,222	1,414	821	442	148	395	1	43.9%	25.5%	13.7%	4.6%	12.3%	0.0%
カナダ	667	277	167	106	32	84	0	41.6%	25.1%	15.8%	4.8%	12.6%	0.0%
オーストラリア	1,514	608	380	220	113	193	0	40.2%	25.1%	14.5%	7.5%	12.8%	0.0%
その他	3,035	1,170	743	453	178	488	2	38.5%	24.5%	14.9%	5.9%	16.1%	0.1%

全国

## 国別月別来訪者消費金額内訳

### (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 国別消費額内訳】

2023年の国別消費額は、多くの国籍において2019年を上回っているが、中国国籍の総額が2019年比の半数程度なため、合計では9.9%のプラスとなっている。

【図表3】 国籍・地域別にみる費目別訪日外国人旅行消費額

2023年暦年 (速報) (億円)

国籍・地域	総額		訪日外国人旅行消費額					
	2019年比		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他
全国籍・地域	52,923	+9.9%	18,289	11,957	6,024	2,678	13,954	21
韓国	7,444	+75.3%	2,448	2,063	654	415	1,858	6
台湾	7,786	+41.1%	2,194	1,665	798	410	2,713	6
香港	4,795	+36.1%	1,472	1,125	479	212	1,505	3
中国	7,599	-57.1%	2,137	1,435	619	547	2,860	2
タイ	1,902	+9.8%	576	446	260	69	551	0
シンガポール	1,687	+98.0%	643	357	199	63	424	0
マレーシア	931	+40.1%	318	202	108	37	266	0
インドネシア	835	+55.1%	304	168	117	35	211	0
フィリピン	1,123	+70.4%	366	232	131	51	343	0
ベトナム	1,211	+38.3%	366	273	128	51	393	0
インド	384	+40.3%	158	71	54	11	90	0
英国	1,061	+6.2%	481	228	152	45	155	0
ドイツ	698	+50.1%	318	162	106	25	87	0
フランス	897	+12.5%	386	198	137	34	143	0
イタリア	511	+57.9%	222	125	82	19	62	0
スペイン	395	+37.5%	159	94	73	17	52	0
ロシア	113	-48.1%	46	32	17	3	16	0
米国	6,062	+87.8%	2,640	1,364	829	270	955	4
カナダ	1,163	+73.6%	476	274	176	52	186	0
オーストラリア	2,088	+37.5%	851	469	303	134	332	0
その他	4,238	+39.4%	1,730	974	604	177	753	0
クルーズ客 (再掲)	87	-89.2%	0	8	3	1	75	0

※出典：観光庁2024年1月17日 Press Release  
訪日外国人消費動向調査より

- ・クルーズ調査は2023年7-9月期から調査を再開したため、年間値は参考値である。
- ・本資料中の「クルーズ客」は法務省の船舶観光上陸許可数に基づき観光庁推計、「一般客」はクルーズ客以外の訪日外国人。
- ・ロシアは、従来に比べて入国者数が少なく十分な回答数が確保できていないことから、標準誤差率が大きいため、留意されたい。
- ・「訪日外国人」には、観光・レジャー目的に加え、業務目的や親族・知人訪問目的などで日本を訪れた外国人が含まれる。日本に居住している外国人は含まれない。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、2023年のクルーズ調査は7-9月期および10-12月期のみ実施した。そのため、2023年1-3月期、4-6月期については、2023年7-9月期と10-12月期の1人当たり旅行支出の平均値を用い、1人当たり旅行支出に各期のクルーズ客数を乗じて消費額を算出し、四半期の消費額を積み上げ、年間のクルーズ客の旅行消費額を算出した。

## 国別月別来訪者消費金額内訳

### (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 国別消費額内訳】

2023年の1人あたりの旅行支出は全国籍平均で¥212,193となっている。

【図表4】国籍・地域別にみる1人当たり旅行支出と訪日外国人旅行消費額

2023年暦年（速報）

国籍・地域	a. 1人当たり旅行支出		b. 訪日外国人旅行者数 <sup>注</sup>		a×b. 訪日外国人旅行消費額	
	(円/人)	2019年比	(万人)	2019年比	(億円)	2019年比
全国籍・地域	212,193	+33.8%	2,490.0	-16.6%	52,835	+11.6%
韓国	107,047	+40.6%	694.4	+24.7%	7,433	+75.3%
台湾	187,921	+58.9%	412.7	-10.4%	7,756	+42.3%
香港	227,160	+45.7%	211.0	-6.3%	4,793	+36.5%
中国	319,924	+50.3%	236.3	-70.4%	7,559	-55.6%
タイ	191,026	+45.3%	99.5	-24.4%	1,902	+9.8%
シンガポール	285,241	+64.2%	59.1	+20.7%	1,687	+98.2%
マレーシア	224,013	+68.1%	41.6	-16.5%	931	+40.4%
インドネシア	194,622	+48.5%	42.9	+4.6%	835	+55.3%
フィリピン	180,508	+67.3%	62.2	+2.1%	1,123	+70.7%
ベトナム	210,999	+19.2%	57.4	+16.1%	1,211	+38.3%
インド	231,049	+46.9%	16.6	-4.2%	384	+40.7%
英国	330,811	+37.1%	32.1	-22.4%	1,060	+6.5%
ドイツ	303,971	+50.9%	22.9	-0.2%	696	+50.5%
フランス	324,092	+36.5%	27.7	-17.6%	897	+12.5%
イタリア	335,691	+68.3%	15.2	-6.1%	511	+58.0%
スペイン	341,562	+54.3%	11.6	-10.9%	395	+37.5%
ロシア	269,182	+47.1%	4.2	-64.6%	113	-48.0%
米国	296,411	+56.5%	204.5	+20.2%	6,061	+88.2%
カナダ	273,329	+50.4%	42.6	+16.0%	1,163	+74.5%
オーストラリア	340,604	+37.4%	61.3	+0.3%	2,088	+37.9%
その他	315,605	+42.5%	134.3	-2.0%	4,237	+39.6%
クルーズ客	52,437	+32.0%	16.6	-91.8%	87	-89.2%
全体			2,506.6	-21.4%	52,923	+9.9%

※出典：観光庁2024年1月17日Press Release  
訪日外国人消費動向調査より

注) 出典：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」、法務省「出入国管理統計」船舶観光上陸許可数

・本資料中の「クルーズ客」は法務省の船舶観光上陸許可数に基づき観光庁推計、「一般客」はクルーズ客以外の訪日外国人。

・クルーズ調査は2023年7-9月期から調査を再開したため、年間値は参考値である。

・ロシアは、従来に比べて入国者数が少なく十分な回答数が確保できていないことから、標準誤差率が大きいため、留意されたい。

・「訪日外国人」には、観光・レジャー目的に加え、業務目的や親族・知人訪問目的などで日本を訪れた外国人が含まれる。日本に居住している外国人は含まれない。

・新型コロナウイルス感染症の影響により、2023年のクルーズ調査は7-9月期および10-12月期のみ実施した。そのため、2023年1-3月期、4-6月期については、2023年7-9月期と10-12月期の1人当たり旅行支出の平均値を用い、1人当たり旅行支出に各期のクルーズ客数を乗じて消費額を算出し、四半期の消費額を積み上げ、年間のクルーズ客の旅行消費額を算出した。



## 国別月別来訪者消費金額内訳（カード決済）

### (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 国別消費額内訳】

岩手県内消費額内訳年平均

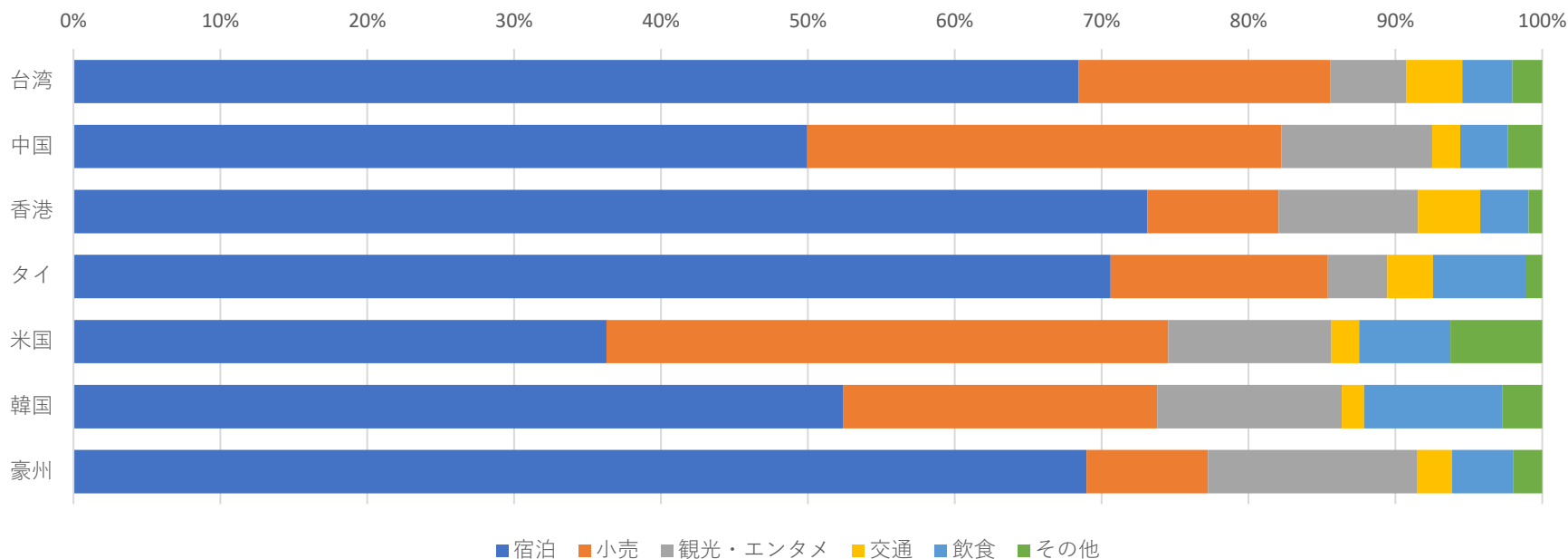
消費額総額（VISAカード決済）のうち、台湾・香港・豪州は宿泊費がおよそ7割。米国は7カ国の中で最も低く、36.3%となっている。

中国・米国は小売が3割強（中国32.3%、米国38.2%）となっている。

豪州は観光・エンタメの消費額が14.2%となっている。

※出典：RESAS 2019 VISA card user Gross 再編加工

2016年岩手県内消費額 内訳構成比



## 国別月別来訪者消費金額内訳（カード決済）

### (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 国別月別消費額内訳】

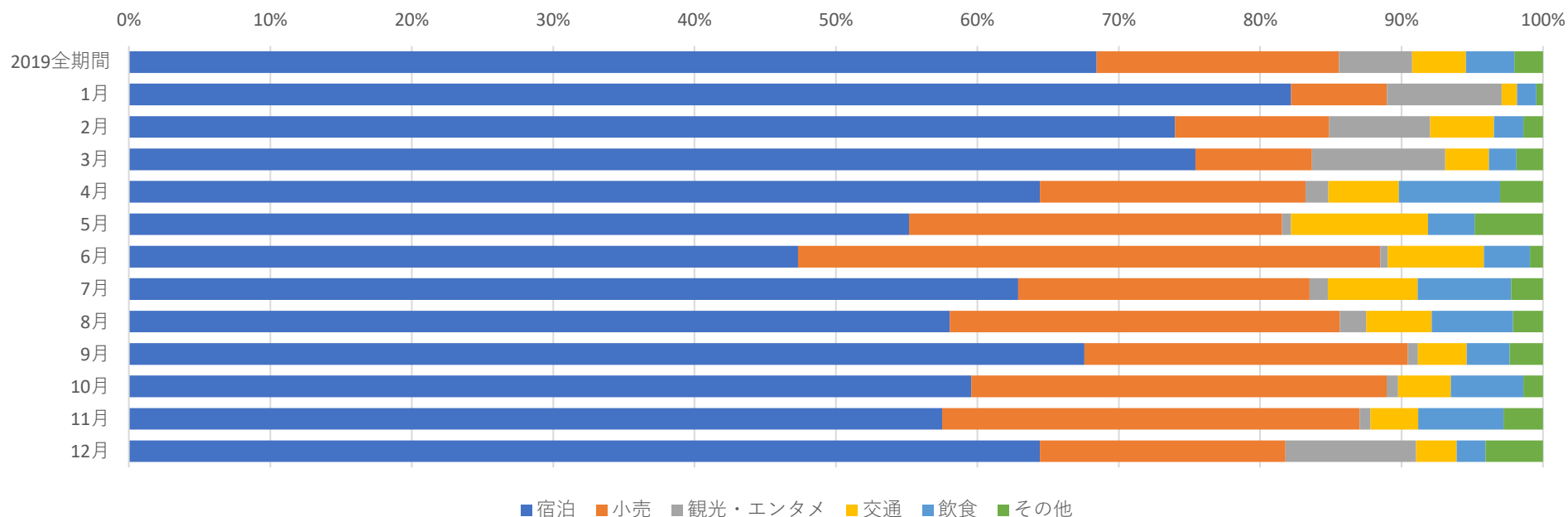
2019年の台湾籍来訪者の消費金額（構成比）では、6月の来訪者の小売消費が他の月よりも高く4割を超えていた。

#### 岩手県内消費額内訳月別【台湾】



※出典：RESAS 2019 VISA card user Gross 再編加工

#### 2019 台湾岩手県来訪者消費金額内訳



## 国別月別来訪者消費金額内訳（カード決済）

### (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 国別月別消費額内訳】

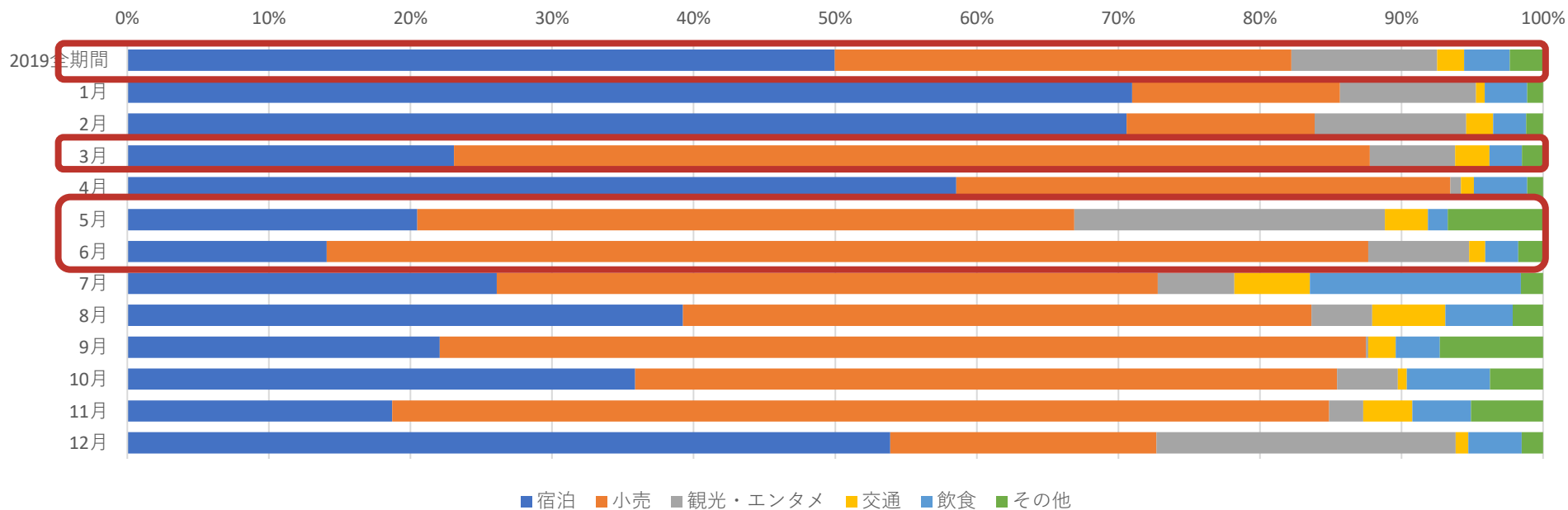
2019年の中国籍来訪者の消費金額（構成比）では、他の国籍と比較して小売消費の割合が高い。

#### 岩手県内消費額内訳月別【中国】



※出典：RESAS 2019 VISA card user Gross 再編加工

#### 2019 中国岩手県来訪者消費金額内訳



## 国別月別来訪者消費金額内訳（カード決済）

### (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 国別月別消費額内訳】

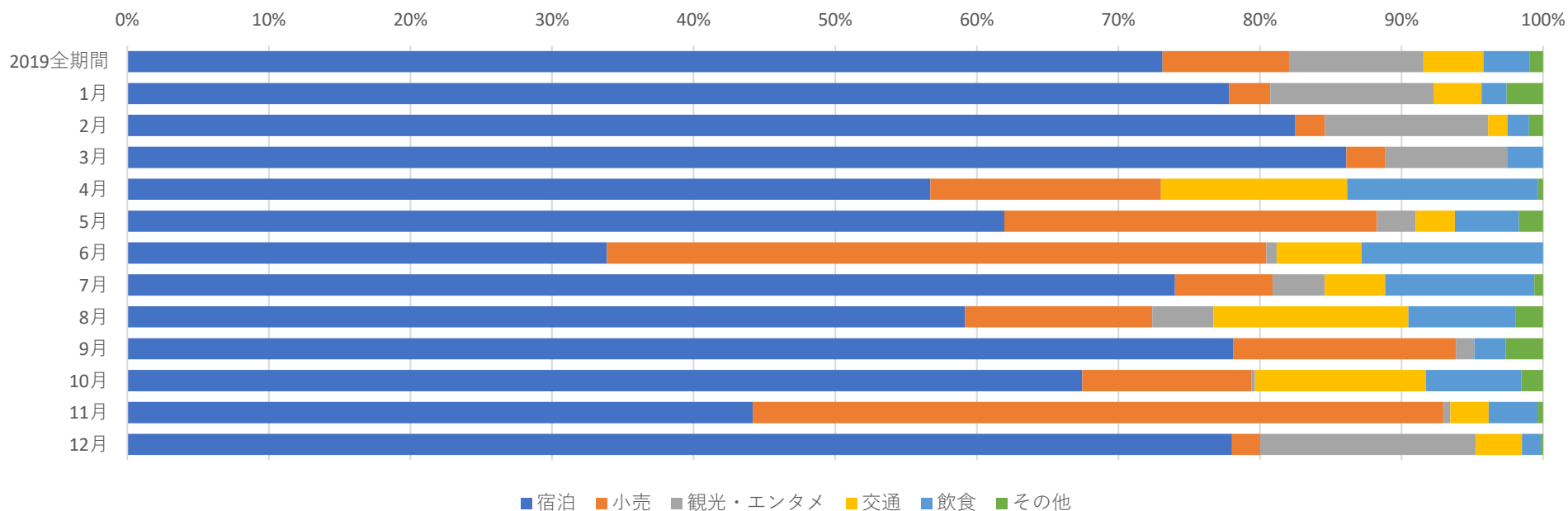
**2019年の香港籍来訪者の消費金額（構成比）では、6月と11月の来訪者の小売消費の割合が他の月よりも高くなっていた。**

岩手県内消費額内訳月別【香港】



※出典：RESAS 2019 VISA card user Gross 再編加工

2019 香港岩手県来訪者消費金額内訳



## 国別月別来訪者消費金額内訳（カード決済）

### (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 国別月別消費額内訳】

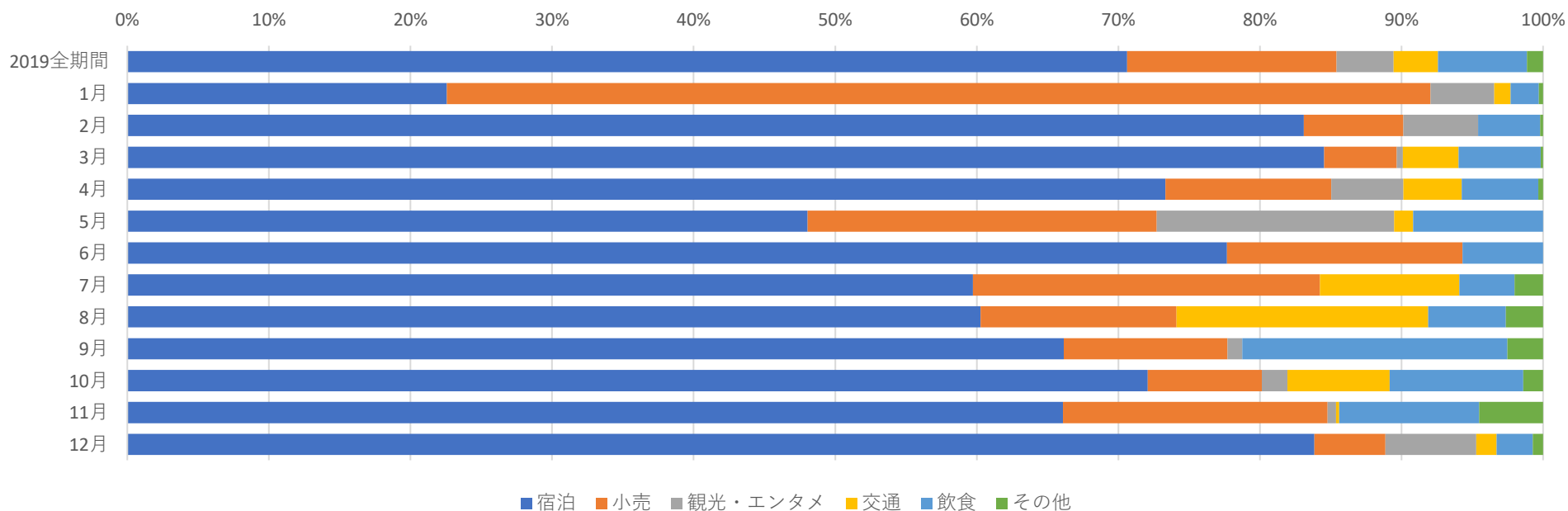
**2019年のタイ国籍来訪者の消費金額（構成比）では、11月の来訪者の小売消費の割合が他の月よりも高くなっていた。**

岩手県内消費額内訳月別【タイ】



※出典：RESAS 2019 VISA card user Gross 再編加工

2019 タイ岩手県来訪者消費金額内訳



## 国別月別来訪者消費金額内訳（カード決済）

### (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 国別月別消費額内訳】

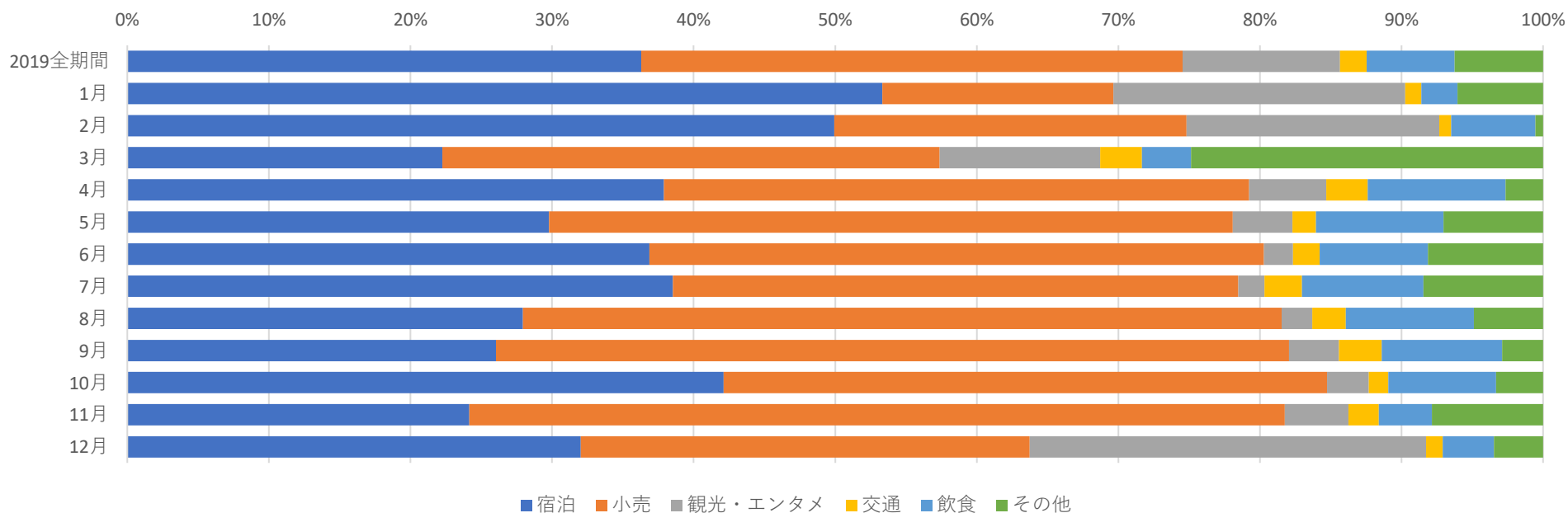
**2019年の北米国籍来訪者の消費金額（構成比）では、1月、2月、12月の来訪者の観光・エンタメ関連の消費の割合が他の月よりも高くなっていた。**

岩手県内消費額内訳月別【北米】



※出典：RESAS 2019 VISA card user Gross 再編加工

2019 米国岩手県来訪者消費金額内訳



## 国別月別来訪者消費金額内訳（カード決済）

### (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 国別月別消費額内訳】

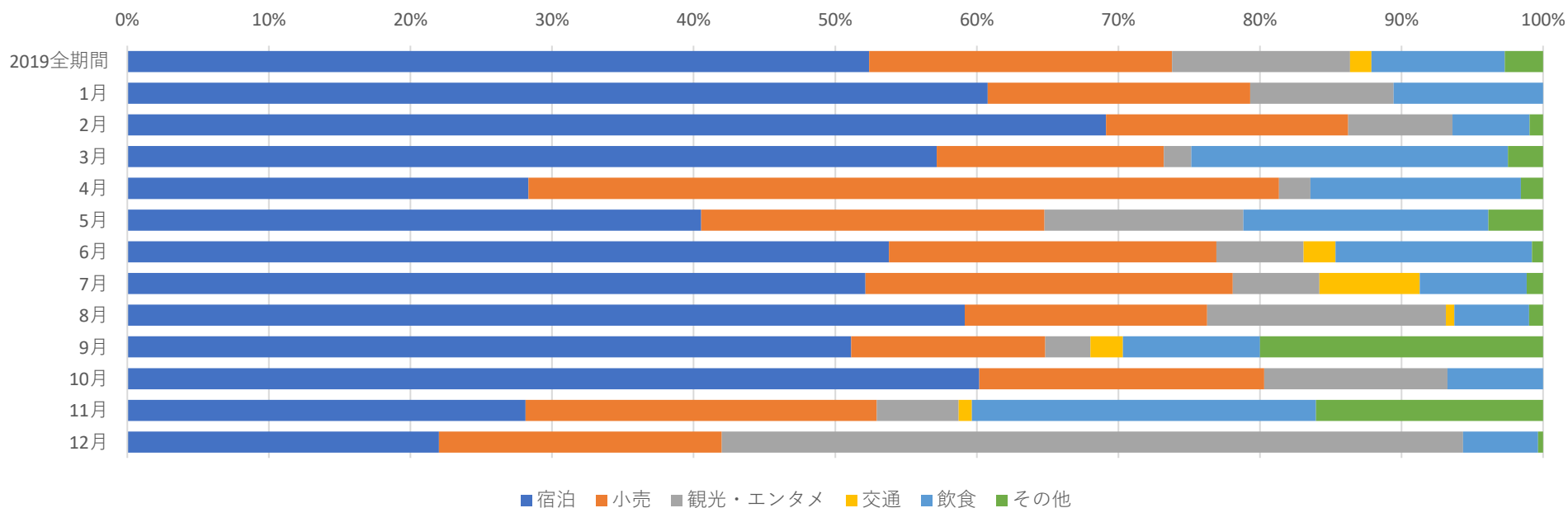
**2019年の韓国籍来訪者の消費金額（構成比）では、4月の来訪者の小売消費の割合が他の月よりも高くなっていた。また、12月の来訪者の観光・エンタメ消費割合は他の月よりも大幅に高くなっていた。**

岩手県内消費額内訳月別【韓国】



※出典：RESAS 2019 VISA card user Gross 再編加工

2019 韓国岩手県来訪者消費金額内訳



## 国別月別来訪者消費金額内訳（カード決済）

### (1) .インバウンド旅行者実態【旅行者消費動向 国別月別消費額内訳】

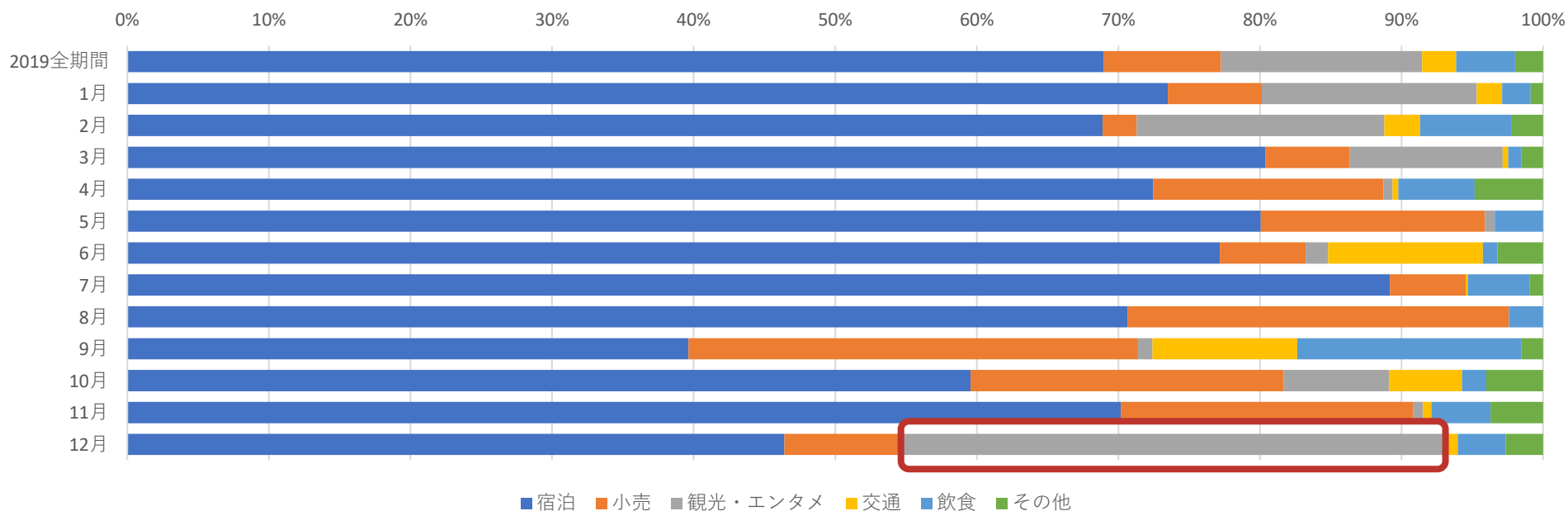
**2019年の豪州国籍来訪者の消費金額（構成比）では、12月の来訪者の観光・エンタメ消費の割合が他の月よりも高くなっていた。**

岩手県内消費額内訳月別【豪州】



※出典：RESAS 2019 VISA card user Gross 再編加工

2019 豪州岩手県来訪者消費金額内訳





# 国別基礎データ

## (1) .インバウンド旅行者実態【国別基礎情報】

インドネシアは毎年100万人程度人口が増加しており、2021年の1人あたりの名目GDPは4,357米ドルで、前年より11.1%高くなっている。

### インドネシア



■インドネシアに関する基礎データ

項目	2017		2018		2019		2020		2021	
	値	伸率(%)	値	伸率(%)	値	伸率(%)	値	伸率(%)	値	伸率(%)
人口(万人)	26,450		26,707	1.0	26,958	0.9	27,186	0.8	27,375	0.7
国際旅行収入(億米ドル)	131		164	25.2	169	3.0	34	-79.9	5	-85.3
国際旅行支出(億米ドル)	83		103	24.1	113	9.7	17	-85.0	4	-76.5
1人当たりの名目GDP(米ドル)	3,885		3,947	1.6	4,196	6.3	3,923	-6.5	4,357	11.1

人口：国際連合 (UN)

国際旅行収入・支出：国連世界観光機関 (UNWTO)、1人当たりの名目GDP：国際通貨基金 (IMF)

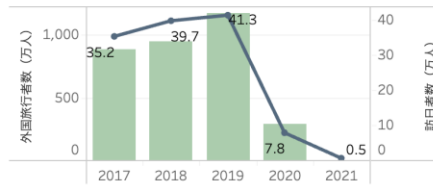
■月・年別 訪日者数



日本政府観光局 (JNTO)

出典：JNTO 日本の観光統計データ 各国・地域の基礎データ (2023年11月まで)

■外国旅行者数と訪日外客数の推移



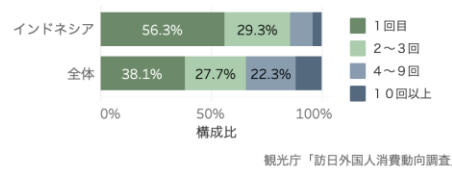
注：インドネシア人の外国旅行者数には、日帰り客が含まれていない。  
出典：国連世界観光機関 (UNWTO)、日本政府観光局 (JNTO)

■アジア各国・地域へのインドネシア人訪問者数ランキング (上位5ヶ国+日本)

訪問先	2017	2018	2019	2020	2021
マレーシア	2,796,570	3,277,689	3,623,277	711,723	11,025
シンガポール	2,954,400	3,021,455	3,110,626	457,696	33,457
中国	680,841	708,517	724,784		
タイ	576,110	643,418	710,494	99,033	2,577
日本	352,330	396,852	412,779	77,724	5,209

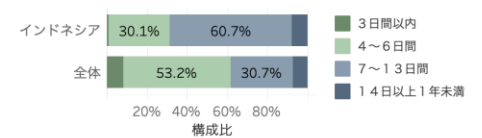
2022年9月時点

■2019年 訪日回数 (観光・レジャー)



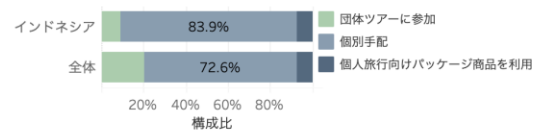
観光庁「訪日外国人消費動向調査」

■2019年 滞在日数 (観光・レジャー)



観光庁「訪日外国人消費動向調査」

■2019年 旅行形態 (観光・レジャー)



観光庁「訪日外国人消費動向調査」

■2019年 都道府県別訪問率 (観光・レジャー)

ランキング	都道府県	訪問率 (%)
1	東京都	87.5
2	大阪府	57.5
3	千葉県	47.3
4	京都府	45.1
5	山梨県	12.6

観光庁「訪日外国人消費動向調査」

## 国別基礎データ

### (1) .インバウンド旅行者実態【国別基礎情報】

シンガポールは毎年3～6万人程度人口が増加しており、2021年の1人あたりの名目GDPは72,795米ドルで、前年より19.9%高くなっている。

#### シンガポール

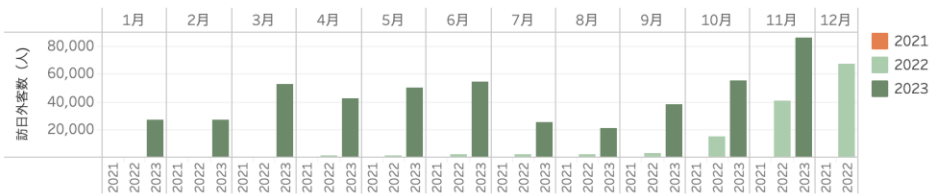


#### ■シンガポールに関する基礎データ

項目	通貨	2017		2018		2019		2020		2021	
		値	伸率(%)	値	伸率(%)	値	伸率(%)	値	伸率(%)	値	伸率(%)
人口(万人)		576		581	0.9	587	1.0	591	0.7	594	0.5
国際旅行収入(億米ドル)		199		204	2.5	203	-0.5	52	-74.4	38	-26.9
国際旅行支出(億米ドル)		250		265	6.0	273	3.0	73	-73.3	40	-45.2
1人当たりの名目GDP(米ドル)		61,150		66,857	9.3	65,833	-1.5	60,728	-7.8	72,795	19.9

人口：国際連合（UN）  
国際旅行収入・支出：国連世界観光機関（UNWTO）、1人当たりの名目GDP：国際通貨基金（IMF）

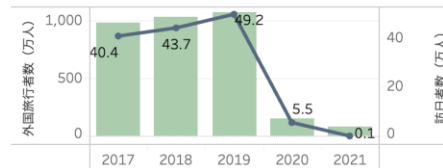
#### ■月・年別 訪日者数



日本政府観光局（JNTO）

出典：JNTO 日本の観光統計データ 各国・地域の基礎データ（2023年11月まで）

#### ■外国旅行者数と訪日外客数の推移



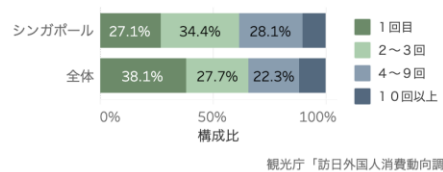
注：シンガポール人の外国旅行者数には、日帰り客が含まれていない。また、陸路でのマレーシア行きが含まれていない。  
出典：シンガポール統計局、日本政府観光局（JNTO）

#### ■アジア各国・地域へのシンガポール人訪問者数ランキング（上位5ヶ国+日本）

訪問先	2017	2018	2019	2020	2021
マレーシア	12,441,713	10,615,986	10,163,882	1,545,255	16,308
インドネシ	1,554,119	1,768,744	1,934,445	280,492	18,704
タイ	1,032,647	1,066,219	1,059,484	126,879	5,931
中国	940,223	978,028	1,008,545		
日本	404,132	437,280	492,252	55,273	857

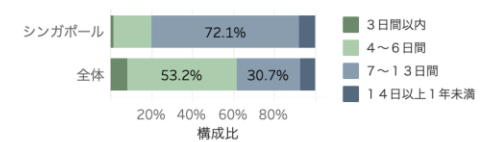
2022年9月時点

#### ■2019年 訪日回数（観光・レジャー）



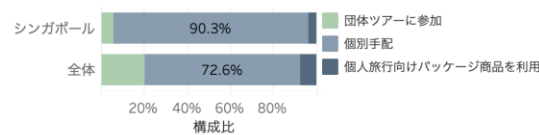
観光庁「訪日外国人消費動向調査」

#### ■2019年 滞在日数（観光・レジャー）



観光庁「訪日外国人消費動向調査」

#### ■2019年 旅行形態（観光・レジャー）



観光庁「訪日外国人消費動向調査」

#### ■2019年 都道府県別訪問率（観光・レジャー）

ランキング	都道府県	訪問率(%)
1	東京都	53.8
2	大阪府	39.7
3	千葉県	37.0
4	京都府	29.4
5	北海道	14.9

観光庁「訪日外国人消費動向調査」

## 国別基礎データ

### (1) .インバウンド旅行者実態【国別基礎情報】

マレーシアは毎年37~42万人程度人口が増加しており、2021年の1人あたりの名目GDPは11,399米ドルで、前年より10.1%高くなっている。

#### マレーシア



#### ■マレーシアに関する基礎データ

項目	単位	2017		2018		2019		2020		2021	
		値	伸率(%)	値	伸率(%)	値	伸率(%)	値	伸率(%)	値	伸率(%)
人口(万人)		3,198		3,240	1.3	3,280	1.2	3,320	1.2	3,357	1.1
国際旅行収入(億米ドル)		184		196	6.5	198	1.0	30	-84.8	1	-96.7
国際旅行支出(億米ドル)		108		121	12.0	124	2.5	48	-61.3	36	-25.0
1人当たりの名目GDP(米ドル)		9,969		11,086	11.2	11,235	1.3	10,351	-7.9	11,399	10.1

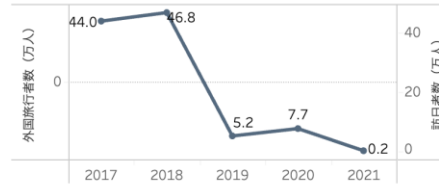
人口：国際連合（UN）  
国際旅行収入・支出：国連世界観光機関（UNWTO）、1人当たりの名目GDP：国際通貨基金（IMF）

#### ■月・年別 訪日者数



日本政府観光局（JNTO）

#### ■外国旅行者数と訪日外客数の推移



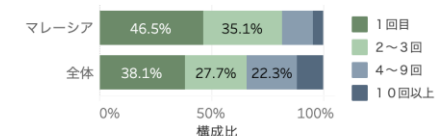
注：マレーシア人の外国旅行者数は公表されていない。  
出典：日本政府観光局（JNTO）

#### ■アジア各国・地域へのマレーシア人訪問者数ランキング（上位5ヶ国+日本）

訪問先	2017	2018	2019	2020	2021
タイ	3,494,488	4,032,139	4,265,574	619,451	5,511
インドネシ	2,121,888	2,503,344	2,980,753	980,118	480,723
中国	1,232,499	1,290,744	1,383,502		
シンガポ	1,168,384	1,254,022	1,220,730	153,650	24,217
ベトナム	480,456	540,119	606,206	117,054	1,200
日本	439,548	468,360	501,592	76,573	1,831

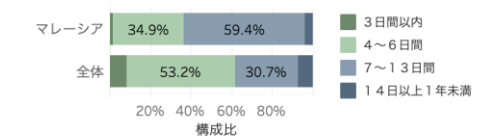
2022年9月時点

#### ■2019年 訪日回数（観光・レジャー）



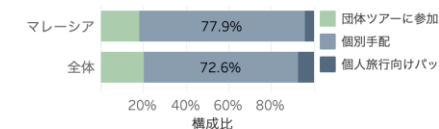
観光庁「訪日外国人消費動向調査」

#### ■2019年 滞在日数（観光・レジャー）



観光庁「訪日外国人消費動向調査」

#### ■2019年 旅行形態（観光・レジャー）



観光庁「訪日外国人消費動向調査」

#### ■2019年 都道府県別訪問率（観光・レジャー）

ランキング	都道府県	訪問率(%)
1	大阪府	46.6
2	東京都	45.9
3	京都府	36.6
4	千葉県	29.1
5	北海道	21.1

観光庁「訪日外国人消費動向調査」

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態 【口コミ】

## “Tripadvisor” 観光地ランキング及び言語別口コミ数（主に“ウリ”に挙げる観光地を抜粋）

観光地			評価 5段階	言語							合計
No.	順位	名称		日本語	英語	中国語 (簡体字)	中国語 (繁体字)	韓国語	イタリア 語	ロシア語	
1	1	八幡平山頂遊歩道	4.5	119	5	0	1	0	0	0	125
2	2	安比高原	4	152	36	15	14	1	1	2	221
3	3	八幡平アスピーテライン	4.5	50	2	0	0	0	0	0	52
4	4	藤七温泉	4.5	45	4	0	0	0	0	0	49
5	5	松川温泉	4.5	26	3	0	0	0	0	0	29
6	6	八幡平リゾート下倉スキー場	4.5	28	3	0	0	0	0	0	31
7	7	森の大橋	4.5	12	2	0	0	0	0	0	14
8	8	道の駅にしね	4	36	1	0	0	0	0	0	37
9	9	松川地熱発電所	4	34	1	0	0	0	0	0	35
10	11	八幡沼	4.5	10	3	0	0	0	0	0	13
11	12	黒谷地湿原	4.5	10	1	0	0	0	0	0	11
12	14	松川溪谷	4	11	0	0	0	0	0	0	11
13	15	岩手山焼走り溶岩流	4.5	7	3	0	0	0	0	0	10
14	22	八幡平市 松尾鉱山資料館	4.5	5	3	0	0	0	0	0	8
15	25	不動の滝	4	7	1	0	0	0	0	0	8
16	30	御在所沼 赤沼	4	6	1	0	1	0	0	0	8
17	31	金沢清水湧水群	4	4	2	0	0	0	0	0	6
18	38	安比塗漆器工房	4	0	2	0	0	0	0	0	2
19	40	茶臼岳	4.5	3	0	0	0	0	0	0	3
20	42	七時雨山	4.5	2	0	0	0	0	0	0	2

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【口コミ】

## “Tripadvisor” 観光地ランキング及び国別口コミ数（主に“ウリ”に挙げる観光地を抜粋）

観光地			評価 5段階	エリア															合計
				北米		欧州			オセアニア	アジア						その他			
No.	順位	名称	アメリカ	カナダ	イギリス	イタリア	フランス	オーストラリア	中国	香港	台湾	韓国	タイ	シンガポール	インドネシア	ロシア	居住国不明 (在日含む)		
1	1	八幡平山頂遊歩道	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	3	6	
2	2	安比高原	6	0	6	0	2	10	2	5	12	1	0	1	1	1	22	69	
3	3	八幡平アスピーテライン	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	
4	4	藤七温泉	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	4	
5	5	松川温泉	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	
6	6	八幡平リゾート下倉スキー場	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3	
7	7	森の大橋	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	
8	8	道の駅にしね	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	
9	9	松川地熱発電所	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	
10	11	八幡沼	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3	
11	12	黒谷地湿原	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	
12	14	松川溪谷	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
13	15	岩手山焼走り溶岩流	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	
14	22	八幡平市 松尾鉱山資料館	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	
15	25	不動の滝	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	
16	30	御在所沼 赤沼	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	
17	31	金沢清水湧水群	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	
18	38	安比塗漆器工房	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	
19	40	茶臼岳	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
20	42	七時雨山	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

※出典：Tripadvisor 再編加工

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【口コミ（投稿内容）】

## 【外国人による口コミ例】

観光地	投稿者居住地	口コミ
八幡平山頂遊歩道	香港	数時間かけて池を眺め、1時間程度でレジャー散策ができる絶好のエリアだ。秋の季節には、紅葉と池の映り込みが絶好の撮影スポットとなる。休憩所にある小さなレストランでは、とてもリーズナブルな麺類やご飯ものを提供している。線路を走り回ると体力を消耗するので、これは必須だ。
	アメリカ	地図上の位置から判断して、この場所は八幡平山頂にある高原の遊歩道を歩くことを指している。スタート地点までの車やバスでの移動は、ほとんどすべての重労働を担ってくれる。そこからは短い登り坂が続き、中秋の美しい、ほとんど平坦な遊歩道が整備されている。池の周りのトレイルは静かだった。自分へのメモ：4月中旬にアスピーテライン（国道23号線）が再開通したら、スノーシューを履いてもう一度行ってみよう！初夏のワイルドフラワーも素晴らしい光景だろう。このエリアは季節を問わず、きっと興味深い。課題：このコースと青森県の八甲田山ロープウェイ山頂のコースを比較対照してください。
安比高原	フランス	雪質はよく、ゲレンデはよく整備され、提供されるサービスはすべて素晴らしかった。要するに、スキーとウィンタースポーツを楽しむには完璧な場所であり、シーズンオフの時期ということもあっただろうが、それほど混雑していなかった。ゲレンデの数は、1週間のスキー活動には少し少ないかもしれない。しかし、私は数日しかいなかったため、問題なかった。
	アメリカ	スキーで7日間滞在したが、部屋もサービスも本当に素晴らしかった。アメニティも充実しているし、スキー以外の楽しみもある。ホテルの食材やギフトショップは、日本のスキーリゾートでは今まで見た中で最高だった。バスですぐのところにある露天風呂は必見だ。中央のフードコートは、予算が限られているのであればとてもお勧めだ。残念なことに、今年はスノースポーツには不向きな年だった。暖冬のため、山の下半分は凍っていた。来年は温暖化で雪が降らないことを祈ります。またぜひ来たいと思います。初心者や初めてのスキーヤー、スノーボーダーが多いため、チェアリフトが遅いので注意してください。
	オーストラリア	素晴らしいスキー。雪は素晴らしく、日曜日でも混雑は少なかった！午後2時になってもまだフレッシュなコースが残っている！数日滑る価値がある。日本の基準からすると、手頃な広さ。スキースクールには英語を話すスタッフがいた。値段もまあまあ。

※翻訳ツールを使用しているため、日本語表記に不自然な箇所があります。

※出典：Tripadvisor 再編加工

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【口コミ（投稿内容）】

#### 【外国人による口コミ例】

観光地	投稿者居住地	口コミ
八幡平 アスピーテライン	不明	八幡平アスピーテラインは毎年4月15日に開通し、11月初旬に閉鎖される。4月には道路の両側に巨大な雪の壁がそびえ立ち、有名な雪の回廊を形成する。夏には山頂までハイキングに訪れ、途中の山々の美しい景色を眺めることができる。秋には紅葉の景色が他の追従を許さない！開通している全期間、ドライブするには最高の道だ。
	タイ	全長約47km、雪の回廊があり、この山の頂上には散策路がある。
藤七温泉	アメリカ	高級ホテルのような温泉体験を求めている人は、すぐに移動したほうが良いと思う。本格的な滞在に興味がある人には、これ以上お勧めできない。私たちは2泊しました。レビューを読むには、藤七温泉彩雲荘を検索してください。温泉自体は本当に自然で、飾り気はない。外には複数のお風呂があり、夕方の1時間は女性専用です。それ以外は混浴。ずっと女性専用のお風呂が1つあると思う。混泳は、男性よりも女性の方がかなり慎重さが要求されるので、興味深い経験だが、それも「文化的学習」の一部なのだろう。女性は水着かタオルで上も下も完全に覆う必要がある。男性は「控えめなタオル」があればいい。「象徴的に」。お風呂には絹のように熱い泥があり、水温は様々だ。男女それぞれの洗い場にもお風呂がある。
	不明	日帰り温泉レビュー（宿泊ではない岩手で温泉に入る時間が1つしかないのであれば、ここは候補の一番上に入るべきだろう！男湯と女湯の両方に内湯があり、素朴で美しいが、ごく普通のものだ。ここが本当にユニークなのは露天風呂だ。露天エリアには6つの風呂があり、そのうち5つは男女ともに利用できる。浴槽は白濁した濃厚な泥湯で、地下から自然給湯されている。建物から歩いて行くのは、裸に慣れていない人には勇気がいるかもしれないが（タオルで体を包むことができる）、入ってしまえば、水没した部分はまったく見えない。この露天風呂は温度差があるので、ちょうどいい温度になるはずだ。女性はタオルポンチョのようなものを購入して、この混浴風呂に入ることができる。霧に包まれる日も多く、まるで別世界に来たような気分になる！ここは本当に伝統的な場所なので、石鹸やシャンプーはありません。自分で持ってきてください。また、温泉卵もお忘れなく。温泉でゆでた卵のようなもので、味付けは完璧。一個80円！
松川温泉	不明	雪が降っていた冬に私はそこに行きました。それは私が思った最高の季節でした。白と灰色のすべての眺めは、古代の日本の墨絵のようでした。私はちょっと混乱していました。洗面所は浴室の前の共通スペースにしかなく、バスルームにはシャワーがありませんでした。しかし、本当に良い経験でした。

※翻訳ツールを使用しているため、日本語表記に不自然な箇所があります。

※出典：Tripadvisor 再編加工

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【口コミ（投稿内容）】

## 【外国人による口コミ例】

観光地	投稿者居住地	口コミ
八幡平リゾート 下倉スキー場	オーストラリア	素晴らしいゲレンデと素晴らしい雪、フレンドリーなスタッフと素晴らしいレストランがある素晴らしい小さなリゾート！スキーとスノーボードのすべてのレベルに最適です。チケットはパノマリゾートをカバーし、間の無料シャトルバスもあるので、素晴らしい1日を過ごせます。もしまたこの地域に行くことがあれば、パノマのゲレンデにある八幡平ホテルへの宿泊をぜひ検討したい。
森の大橋	不明	この橋は、秋の紅葉の時期にはこの辺りで最高の眺めを誇る。ほとんどの人は一年中立ち止まることなくこの橋の真上を車で通過するが、木々がオレンジ、赤、黄色に染まる10月には、あちこちから人々がやってきて、驚嘆のまなざしで写真を撮りまくる。
道の駅にしね	不明	ファーマーズマーケットとランチが食べられるレストランの複合施設。ファーマーズ マーケットではあらゆる種類の地元の品物が揃っており、値段もかなり手頃。レストランでは、ほうれん草を使った麺や野生のブルーベリーのソフトクリームなど、興味深い料理を提供している。
松川地熱発電所	不明	これは世界で4番目に古い地熱発電所。また、不純物のない優れた品質の蒸気が自慢。この蒸気は地熱染めスタジオで染色に使用されている。その周りには温泉と日本の3つのホテルがある。
八幡沼	不明	八幡平自然観察歩道は、この手つかずの池を一周するコースだ。春は完全に雪に覆われていて見えない！しかし、夏と秋はとても美しい。
黒谷地湿地	不明	このエリアは、地元のさまざまな花が咲く6月が最も人気だが、八幡平アスピーテラインの開通期には、一年中いつでもハイキングする価値がある。木製の遊歩道が整備されているので、家族連れにもおすすめです。
岩手山焼走り溶岩流	不明	岩手山のふもとにあるこの一帯は、300年前の噴火でマグマに覆われた場所だ。火山に慣れていないと、かなり印象的だ。火山岩の中央を通る遊歩道があり、素敵な展望台に行くことができる。また、ここには岩手山の山頂までハイキングできる登山口があり、公衆トイレやカーキャンプ場もある。

※翻訳ツールを使用しているため、日本語表記に不自然な箇所があります。

※出典：Tripadvisor 再編加工



## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【口コミ（投稿内容）】

#### 【外国人による口コミ例】

観光地	投稿者居住地	口コミ
八幡平市松尾鉱山資料館	不明	かつて東洋一の硫黄鉱山といわれた松尾鉱山の栄枯盛衰や人々の暮らしぶりを、貴重な保存資料とともに知ることができる。建物の前には、採掘された硫黄の運搬に使われた古い電気機関車が保存されている。八幡平アスピーテラインを登ると、鉱夫とその家族が暮らしたアパート跡が残っている。
不動の滝	不明	不動滝は、八幡平市の桜松神社の裏手に隠れている、そこそこの大きさの滝だ。神社自体は一見の価値があり、崖の中腹に造られた建造物は実に美しい。滝の手前にある象徴的な赤い橋はとても絵になる。また、仏教と神道の混成宗教である修験道の地であることから、この地域全体に神秘的なものを感じる人も多い。訪れるには最高だ！
御在所沼 赤沼	台湾	私は八幡平紅葉散策バスに乗ったのだが、時間の関係でどこで降りるか迷い、結局最初に水晶に寄ることにした（歩いた後に岩手県北バスで八幡平頂上まで行くことができ、バスの運転手は紅葉散布バスの帰りの切符しか見ないし、料金もかからない）。紅葉を楽しむなら、八幡平頂上よりも水晶の方がずっときれいだし、寒くもない。最初は少し歩みにくいけど、御在所沼まで来ると、歩いてきた甲斐があったと思える。
金沢清水湧水群	不明	30年間の浄化の後、湧き出る水。私と同じ年齢の水を見るのはすばらしかった。すぐ隣にある養殖場には、透明な湧き水で育った何百もの魚が泳いでいるのが見える。さらに歩くと、森の小さな池がある。
安比塗漆器工房	不明	宿に向かう途中、このモダンな工房に立ち寄った。箸や汁椀など、美しい漆器がたくさんあった。クールなスタッフは、漆の知識が豊富な漆器職人でもある。彼らとおしゃべりを楽しむのもおすすめだ。漆の魅力にハマること間違いなしだ。お箸やお皿の絵付け体験もできる。最高の記念になるはずだ。

※翻訳ツールを使用しているため、日本語表記に不自然な箇所があります。

※出典：Tripadvisor 再編加工

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【口コミ】

## “Tripadvisor” ホテルランキング及び言語別口コミ数（主要宿泊施設・外国人による投稿のある施設を抜粋）

宿泊施設			評価 5段階	言語							合計
No.	順位	施設名		日本語	英語	中国語 (簡体字)	中国語 (繁体字)	韓国語	イタリア 語	ロシア語	
1	1	四季館 彩冬	4.5	67	3	0	4	0	0	0	74
2	2	ANAクラウンプラザリゾート 安比高原	4	166	47	0	21	0	0	0	234
3	3	松川温泉 峡雲荘	4	67	3	0	7	0	0	0	77
4	4	藤七温泉 彩雲荘	4.5	63	4	0	0	0	0	0	67
5	5	八幡平 ハイツ	4.5	42	5	0	1	0	0	0	48
6	6	新安比温泉 静流閣	4	46	2	0	3	0	0	0	51
7	7	ANA ホリデイ・インリゾート 安比高原	3.5	78	10	0	12	0	0	0	100
8	8	ANAインターコンチネンタル 安比高原リゾート	4	10	1	0	0	0	0	0	11
9	23	ペンション むってい	5	7	19	0	0	0	0	0	26
10	25	安比高原 森のホテル	4	46	1	0	0	0	0	0	47
11	26	八幡平マウンテンホテル	4.5	15	0	0	0	0	0	0	15
12	108	ロッジ クラブマン	5	26	4	0	1	0	0	0	31

※出典：Tripadvisor 再編加工

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【口コミ（主要宿泊施設・外国人による投稿のある施設を抜粋）】

## “Tripadvisor” ホテルランキング及び国別口コミ数（主要宿泊施設・外国人による投稿のある施設を抜粋）

宿泊施設			評価 5段階	エリア														合計		
				北米		欧州			オセアニア	アジア						その他				
				アメリカ	カナダ	イギリス	イタリア	フランス	オーストラリア	中国	香港	台湾	韓国	タイ	シンガポール	インドネシア	ロシア		居住国不明 (在日含む)	
No.	順位	施設名																		
1	1	四季館 彩冬	4.5	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	3	7
2	2	ANAクラウンプラザリゾート 安比高原	4	2	2	4	1	1	18	2	3	16	0	1	4	2	0	0	12	68
3	3	松川温泉 峡雲荘	4	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0	2	0	0	0	4	10
4	4	藤七温泉 彩雲荘	4.5	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4
5	5	八幡平 ハイッ	4.5	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2	6
6	6	新安比温泉 静流閣	4	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	5
7	7	ANA ホリデイ・インリゾート 安比高原	3.5	0	0	0	0	0	2	1	1	5	0	0	3	1	0	0	9	22
8	8	ANAインターコンチネンタル 安比高原リゾート	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
9	23	ペンション むってい	5	0	0	0	1	1	7	0	0	1	0	1	0	1	0	0	7	19
10	25	安比高原 森のホテル	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	26	八幡平マウンテンホテル	4.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	108	ロッジ クラブマン	5	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3	5

※出典：Tripadvisor 再編加工

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【口コミ（投稿内容）】

## 【外国人による口コミ例】

観光地	投稿者居住地	口コミ
四季館 彩冬	不明	日本の東北地方では、ほとんどのレストランやホテルが塩辛い味付けの料理を出す、ここでは全く違った。ディナーはとても美味しく、塩味は控えめで、盛り付けも美しく、彩りも風味も豊かだった。スタッフは丁寧に親切だった。特に地元の伝統的な料理と飲み物を楽しんだ。もちろん、一番印象に残っているのは朝食です.....すべての料理が手作りで、とても美味しかったです.....今まで食べた朝食の中でベストの1つだと断言できます。このホテルの欠点は、部屋が狭すぎて快適に過ごせなかったことです。もっと広い部屋を予約するべきだった。全体として、サービスは完璧で、食事や飲み物も申し分なく、値段も適正で、とても楽しい時間を過ごすことができた。
	不明	価格はより高価だが、それだけの価値がある とても綺麗でデザイン性の高いホテル。夕食には季節の料理もぜひ加えてほしい。朝食にはいくらもあった。温泉はさらにきれい。夕食は部屋食で1人1,300円追加するのがおすすめです。
ANAクラウンプラザリゾート 安比高原	アメリカ	クラウンプラザでの滞在を満喫した。私たちはスキー場を見渡せる和室を選んだが、その眺めは素晴らしかった。ベッドは快適で、バスルームにはバスタブもあった。ホテルでは、スキーの後の筋肉痛に効く入浴剤を用意してくれた。ホテル内には様々な食事の選択肢があり、パン屋やバーのある小さな村へのシャトルバスも出ていた。朝食ビュッフェは最高だった。ホテルのマネージャーであるロジャーには特に感謝している。また、英語を話すスキー・インストラクターのジョイにも感謝。
	シンガポール	最近のレビューを読んで、当初は部屋のコンディションを心配していたが、タワー棟の2ツインベッド1ベッドルームスイートには、パウダールーム、バスルーム、独立したシャワールームが付いていて、とても驚いた！古い木製の家具、電気ケトル、トイレの古い蛇口以外は、スイートのほとんどのコーナーが最近改装されたようだ！壁紙、カーペット、トイレのタイル、バスタブなど、すべてが新しく見えた（トイレの色はもっと良かったかも。） ハウスキーピングチームは素晴らしい仕事をしてくれた。私たちのスイートは毎日午前10時頃には完全に片付けられ、各コーナーはピカピカ！スキーブーツから落ちた雪や氷の塊が散乱しているにもかかわらず、ホテル内の共有スペースも清潔で、湿ったカーペットからの嫌な臭いもなし。レストランでの食事は割高だが、フードコートでは手頃な値段でたくさんの種類の料理が食べられるし、ホテルの両翼にあるコンビニエンスストアでも様々な種類の飲み物や軽食が買える。英語でのスキー／スノーボードレッスン／ネイチャーツアー、プール、温泉、バスケットボールや卓球まで、家族みんなが楽しめるアクティビティがある！スノー用具やウェアのレンタルも充実しており、宿泊客用のセルフサービス式コインランドリーもある。サービススタッフもみんな丁寧に親切。

※翻訳ツールを使用しているため、日本語表記に不自然な箇所があります。

※出典：Tripadvisor 再編加工

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【口コミ（投稿内容）】

#### 【外国人による口コミ例】

観光地	投稿者居住地	口コミ
松川温泉 峽雲荘	香港	盛岡駅から約2時間でホテルに到着しましたが、ホテルに到着するとオーナーさんが温かく迎えてくれました。ホテルの環境は雪原と木々に囲まれ、とても美しく、隠れた楽園のような雰囲気です。客室の暖房設備は温泉そのものの熱を利用しているのが特徴です。温泉は硫黄泉で、比較的混ざったぬるめの泉質でとても入りやすいです。男性は内湯と混浴露天が1つずつあり、その日はマイナス10度の天候と温かい温泉に露天風呂に浸かるのはまさに人生の楽しみ！ディナーメニューも2日制で、1日目はメインのチキン定食、2日目はローストビーフ定食となかなかのボリュームです。特に夕食の明太子は口の中でとろけてとても新鮮で美味しいです。朝食も充実しており、朝提供される中煎りコーヒーもなかなか美味しいです。全体として、この滞在は私にとって忘れられない経験となりました、次回滞在するときは、静かな時間を楽しむためにもう1日滞在したいと思います。
	南アフリカ	私たちは素晴らしい4泊を過ごした。到着すると温かく迎えてくださり、スタッフの方々は旅行中ずっと素晴らしかったです。美しい旅館 豪華な露天風呂。おいしい食事。素敵ハイキングをするには良い場所です。温泉の近くにあるトイレ付きの部屋を取ってみてください。紅葉がきれいだった。美しい環境で休息とリラクゼーションを求めるなら最高の場所。
藤七温泉 (再掲)	アメリカ	高級ホテルのような温泉体験を求めている人は、すぐに移動したほうが良いと思う。本格的な滞在に興味がある人には、これ以上お勧めできない。私たちは2泊しました。レビューを読むには、藤七温泉彩雲荘を検索してください。温泉自体は本当に自然で、飾り気はない。外には複数のお風呂があり、夕方の1時間は女性専用です。それ以外は混浴。ずっと女性専用のお風呂が1つあると思う。混泳は、男性よりも女性の方がかなり慎重さが要求されるので、興味深い経験だが、それも「文化的学習」の一部なのだろう。女性は水着かタオルで上も下も完全に覆う必要がある。男性は「控えめなタオル」があればいい。「象徴的に」。お風呂には絹のように熱い泥があり、水温は様々だ。男女それぞれの洗い場にもお風呂がある。
	不明	日帰り温泉レビュー（宿泊ではない岩手で温泉に入る時間が1つしかないのであれば、ここは候補の一番上に入るべきだろう！男湯と女湯の両方に内湯があり、素朴で美しいが、ごく普通なものだ。ここが本当にユニークなのは露天風呂だ。露天エリアには6つの風呂があり、そのうち5つは男女ともに利用できる。浴槽は白濁した濃厚な泥湯で、地下から自然給湯されている。建物から歩いて行くのは、裸に慣れていない人には勇気がいるかもしれないが（タオルで体を包むことができる）、入ってしまえば、水没した部分はまったく見えない。この露天風呂は温度差があるので、ちょうどいい温度になるはずだ。女性はタオルポンチョのようなものを購入して、この混浴風呂に入ることができる。霧に包まれる日も多く、まるで別世界に来たような気分になる！ここは本当に伝統的な場所なので、石鹸やシャンプーはありません。自分で持ってきてください。また、温泉卵もお忘れなく。温泉でゆでた卵のようなもので、味付けは完璧。一個80円！

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (1) .インバウンド旅行者実態【口コミ（投稿内容）】

#### 【外国人による口コミ例】

観光地	投稿者居住地	口コミ
八幡平 ハイッ	シンガポール	東北からの秋の休暇から戻りましたが、この旅行のハイライトの1つは、ホテルの豪華なおもてなし、快適さ、素晴らしい食事でした。ホテル自体は、美しい松川渓谷があり、樹海ドライブの起点となる八幡平山の麓に位置しています。車で5分のところにある魅惑的な紅葉の散歩道があり、秋の冒険が始まります。ホテル自体には素晴らしい温泉があり、オプションで露天風呂に入ることができます。あるいは、ヒノキの専用バスルームを備えた客室を選択して、お部屋でプライバシーを保ちながら同じお風呂を楽しむこともできます。まるで執事のようなおもてなし。料理は量も質も豪華です。写真で物語を語ってみましょう。当ホテルならではの豆腐と温泉卵丼。もう一度、写真で物語を語ってみましょう。全体として、これは私たちの長年の日本滞在の中で最も贅沢な滞在の一つです。
	台湾	マウンテンビューのお部屋を予約しましたが、残念ながら吹雪いてしまい、岩手山は見えませんでした。美しい雪景色を味わうことができました。大中潭は朝に男湯と女湯が入り替わります。右側の浴槽は室内がとても熱く、左側の浴槽は屋外で非常に熱く、浸かるには少し熱すぎます。しかし、サービススタッフはとても親切で、また宿泊する機会があることを願っています。
新安比温泉 静流閣	台湾	部屋は広くて畳もあり、とても日本風で水道から出る冷たい水も美味しく、夕朝食もとても充実していましたが、もう一泊するには時間が短すぎて残念です。
ANA ホリデイ・インリゾート 安比高原	台湾	スキーが好きなので、毎年日本にスキーに来ています。今年は安比高原を選びました。ネットで見つけて、コストパフォーマンスが良いホテルだと思いました。和室に宿泊しましたが、とても快適でした。朝食はとても栄養価が高く、毎日食べた後はスキーに行くことができます。重要な点は、ここには中国語を話すウェイトーがいて、問題があればすぐに解決し、サービスの質が非常に高いことです。
	ニュージーランド	場所は古く見えますが、とても清潔で、きちんとしていて、整頓されています。スタッフは皆とても親切で親切です。朝食バイキングは和食から洋食まで種類豊富にご用意しております。シリアル、ヨーグルト、フルーツ、さまざまな種類のパンをお選びいただけます。濡れたスキーウェアを素早く乾かすことができます。シャワーヘッドは少し修理が必要かもしれませんが、スプレーは別の方向に行きます。非常に良い水圧。夕食の選択肢が少ないのが少し残念でした。プラザのフードコートでディナータイムまで延長してくれたら良いのに。フロントの大きなボードやモニターで天気予報、気温、どのエレベーターが開いているかが分かりやすく便利です。

※翻訳ツールを使用しているため、日本語表記に不自然な箇所があります。

※出典：Tripadvisor 再編加工

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

## (1) .インバウンド旅行者実態【口コミ（投稿内容）】

## 【外国人による口コミ例】

観光地	投稿者居住地	口コミ
ペンション むっつい	オーストラリア	まず第一に、カヨコさんは私たちが素晴らしい休日を過ごせるよう、あらゆる手段を尽くしてくれた素晴らしいホストです。彼女は私たちが駅まで迎えに来てくれ、毎日リゾートまで送迎してくれた。彼女にとって面倒なことは何もなかった。食事は本当に素晴らしかった。地元岩手の食材をふんだんに使った伝統的な和食は、おいしく、盛り付けも美しい。量も多い！食事だけでもまた来たい。部屋は広くて、一日中走った後の温泉は最高でした。全体的に、ペンション・ムツティでの滞在は素晴らしかった。サービスも食事も素晴らしく、コストパフォーマンスも最高でした。すでに来年の予約をしました！
	不明	ペンションむっついには、居心地の良い雰囲気と美しい温泉を備えた素敵なペンションです。カヨコは、私がこれまで滞在した中で最も親切で、気配りがあり、社交的なホストです。朝食と夕食は素晴らしく、素晴らしい価値があります。ありがとうございます
安比高原 森のホテル	シンガポール	私たちは家族 5 人で、10/27から 28 まで滞在し、冷たい雨の日の午後 4 時 30 分にチェックインしました。プラスポイント: 1. ホテルに到着したときの快適な感触。雰囲気は温かく、清潔で、スタッフは丁寧です。2. 夕食のしゃぶしゃぶは美味しく、朝食のスプレッドも質が高く十分です。3. 部屋は清潔ですが、広すぎません。4. 22:30~23:00のラーメン無料サービスは、ディナー1セット目の方にお得です。5. ロビーエリアでの無料のコーヒーと紅茶。全体的には紅葉に囲まれた良いホテルです。とても絵になります。(長文につき一部抜粋)
ロッジ クラブマン	不明	私の家族はジュンヤと一緒にマウンテンバイクで素晴らしい一日を過ごしました。私の子供たちは10歳と12歳なので、レッスンとスキルチェックから始めました。それから私たちは楽しいヒルクライムと森林走行に出発し、その後ゴンドラに乗って山の頂上まで行きました。私たちは頂上のかわいいレストランで昼食をとり、それから頂上を一周して周囲の景色を眺めました。下り坂が始まると、ペースはどの年齢層にとっても素晴らしく、何度も立ち寄ってグループを立て直し、山のさまざまな場所で行くつかのトリックを試すことができました。私たちはクラブマンのロシニョールバイクを使用したため、デモライドのようなもので、全員用の安全装備も備えていました。Junya は素晴らしいホスト兼ガイドでした。この冬、彼と一緒にスキー旅行を予約するのが待ちきれません。

※翻訳ツールを使用しているため、日本語表記に不自然な箇所があります。

※出典：Tripadvisor 再編加工

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (2) .アシ（移動手段）の分析 - I.鉄道／空港他、移動の分析（日本人を含む全体）

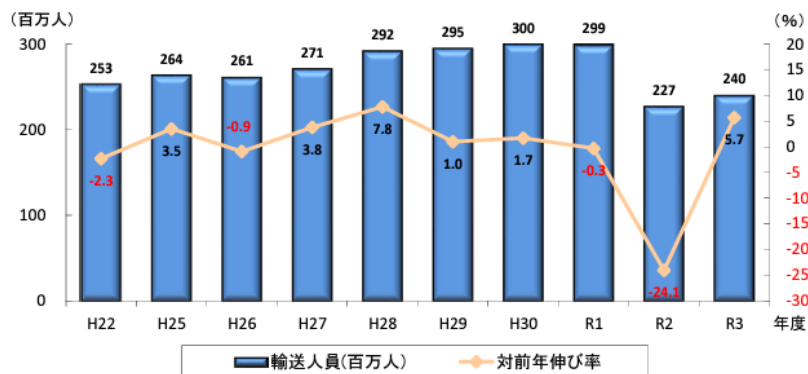
東北全体での運輸全体はコロナで激減後に復調傾向。JRに占める割合が高い。

調査実施期間：2023年12月時点

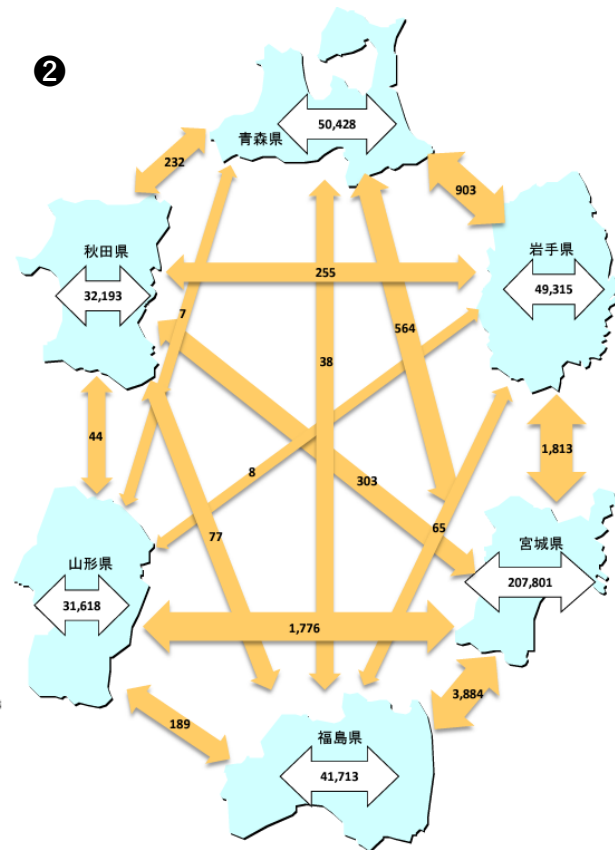
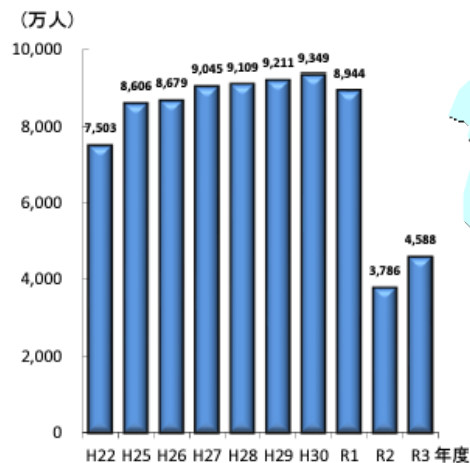
#### 【東北地区の輸送全般】

- ① 鉄道旅客量の日本人を含む全体ポテンシャルは約3億人／年。  
現状8割水準まで回復しており（R3）、推測だがR5ではR1水準か。  
新幹線が全体に占める割合は約30%、最大の路線となっている。
- ② 東北域内での移動は、岩手⇄宮城が最多181万人・次いで青森90万人。  
秋田県は25万人、福島・山形とは5-6万人レベルに留まり隣接県が重要。

#### ① 鉄道旅客輸送人員の推移



#### ① 新幹線（東北線）の輸送人員の推移





## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (2) .アシ（移動手段）の分析 - II. エリアごとの訪問者数と推移

東北でのデータを見る限り、首都圏への依存度・優位性が引き続き高い。  
 東北では宮城・福島が多く岩手は宮城の半分以下に留まっている。

#### ② 都道府県別外国人宿泊者数（単位：人泊）

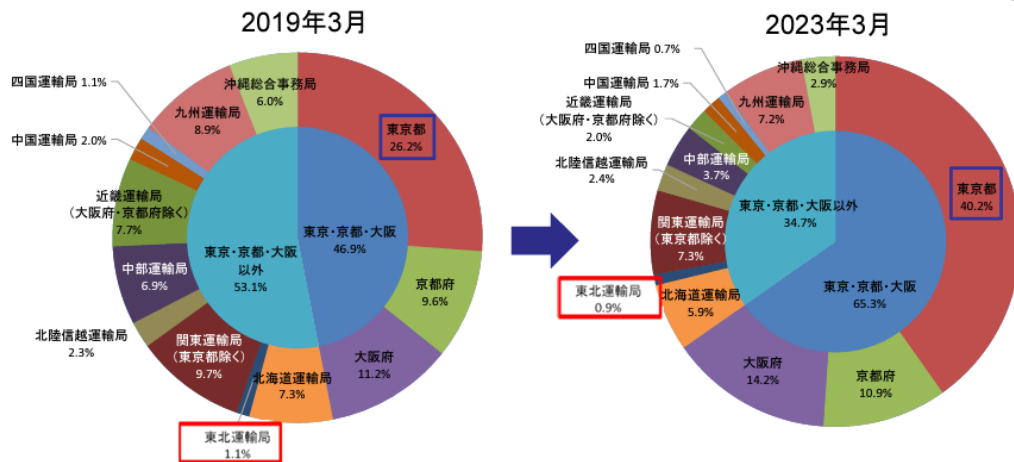
調査実施期間：2023年12月時点

#### 【東北および各県の宿泊実態】

- ① 2023年の宿泊実態で東北運輸局管内は全体の1%程度とインバウンドの恩恵は今後伸びしろが大いにある状況。
- ② 東京都300万人・宮城県2.2万人・岩手県0.9万人が現状魅力の増加と宿泊の目的化が必須となる。  
 ※下段：東京は2019を復活したが宿泊者数では東北エリアは特に戻りが遅れている（3月データ）

外国人延べ宿泊者数	2023年3月	2019年3月	対2019年比	外国人延べ宿泊者数	2023年3月	2019年3月	対2019年比
栃木県	34,570	20,890	65.49%	北海道	445,620	693,540	-35.75%
東京都	3,032,610	2,490,890	21.75%	和歌山県	36,160	56,390	-35.88%
徳島県	12,320	12,030	2.41%	埼玉県	11,030	17,730	-37.79%
石川県	58,020	64,000	-9.34%	岡山県	22,180	38,450	-42.31%
長野県	89,670	105,770	-15.22%	奈良県	22,200	39,920	-44.39%
高知県	9,090	10,750	-15.44%	兵庫県	72,010	134,640	-46.52%
大分県	99,890	118,520	-15.72%	千葉県	185,050	369,460	-49.91%
京都府	820,640	988,880	-17.01%	秋田県	2,530	5,380	-52.97%
山口県	9,240	11,240	-17.79%	長崎県	36,880	81,290	-54.63%
茨城県	14,310	17,600	-18.69%	岩手県	9,650	21,390	-54.89%
全国	7,547,120	9,515,070	-20.68%	岐阜県	54,950	121,940	-54.94%
福島県	14,350	18,520	-22.52%	山梨県	86,450	194,610	-55.58%
青森県	9,800	12,660	-22.59%	愛知県	132,440	300,150	-55.88%
広島県	89,700	116,320	-22.89%	滋賀県	16,980	40,960	-58.54%
福岡県	298,290	395,880	-24.65%	三重県	12,700	31,350	-59.49%
大阪府	1,074,960	1,449,930	-25.86%	沖縄県	221,860	568,510	-60.98%
山形県	12,790	17,390	-26.45%	富山県	5,420	14,240	-61.94%
神奈川県	204,500	281,910	-27.46%	静岡県	73,540	194,940	-62.28%
群馬県	17,340	24,350	-28.79%	鳥根県	3,040	8,320	-63.46%
宮城県	21,680	31,150	-30.40%	鹿児島県	27,080	85,170	-68.20%
新潟県	24,280	35,140	-30.90%	香川県	19,970	63,030	-68.32%
愛媛県	13,390	20,080	-33.32%	佐賀県	9,930	34,720	-71.40%
熊本県	61,430	93,210	-34.10%	宮崎県	8,770	38,420	-77.17%
福井県	3,830	5,940	-35.52%	鳥取県	3,970	17,460	-77.26%

#### ① 2023年3月の外国人宿泊者ブロック別シェア



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」に基づき東北運輸局が作成

	2023年1月		2023年2月		2023年3月	
	外国人延べ宿泊者数(人泊)	対2019年同月比	外国人延べ宿泊者数(人泊)	対2019年同月比	外国人延べ宿泊者数(人泊)	対2019年同月比
全国	6,058,130	-34.2%	5,929,850	-36.1%	7,547,120	-20.7%
東京都	2,205,220	4.7%	2,189,530	11.6%	3,032,610	21.7%
大阪府	846,840	-40.0%	911,430	-34.3%	1,074,960	-25.9%
京都府	444,910	-39.7%	411,250	-44.7%	820,640	-17.0%
青森県	10,490	-58.7%	10,830	-66.4%	9,800	-22.6%
岩手県	12,660	-57.6%	16,120	-57.0%	9,650	-54.4%
宮城県	23,570	-40.9%	23,240	-43.9%	21,680	-30.4%
秋田県	7,380	-8.3%	5,110	-64.2%	2,530	-53.0%
山形県	23,970	-27.7%	18,460	-55.7%	12,790	-26.5%
福島県	13,800	-25.6%	19,920	-15.6%	14,350	-22.5%

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (2) .アシ（移動手段）の分析 -Ⅲ高付加価値層の移動（全国の対応例）

#### 富裕層×訪日旅行、にチャンスを見出す空港・事業者が増加している。

調査実施期間：2023年12月時点

#### 【高付加価値層対応】

新千歳空港では、直接保安・税関ができる専用施設が完成。  
 ※羽田～花巻空港で国内チャーター見積：約150～300万円



見積り結果



C1

#### お見積り料金

メンバー料金	◆入会金 33万円（税込）	◆航空機チャーター料 1,663,162円（税込） <a href="#">往復料金はこちらから</a>
--------	------------------	--

#### ・その他、富裕層に関する動き

- ★スーパーヨット：ニセコのAsyatt.と米・スーパーヨットのグループ会社SYLジャパンが提携  
 2019年13隻（日本滞在総数は約850日間（1隻あたり65.4日））→2030年には30隻になり、10億円程度の消費を見込む  
 ※（参考）スーパーヨット受け入れ先進国のオーストラリアの市場規模（出典：Superyacht Australia）  
 2021年：2,772億円、2025年予測：4,002億円

- ・東北地方の例：2023年には10名での受け入れ例が報告されている。  
 株式会社インアウトバウンド仙台・松島代表取締役の西谷雷佐氏  
 専用バスで案内、旅館でムービーナイト、シェフを招いて寿司と  
 貸し切りの席でお花見、伝統文化体験などを楽しんだ。



出典：Asyatt.

出典：やまごころ

## 第2章「八幡平エリア」および周辺エリアの富裕層インバウンド観光の現状と課題

### (2) .アシ（移動手段）の分析 -Ⅲ高付加価値層の移動（全国の対応例）

高付加価値層の選択肢に、現時点では東北エリアが入りにくい実態が見て取れる。  
大きな改善余地がある。

調査実施期間：2023年12月時点

#### 【高付加価値層実態調査】

##### ① 富裕層のカード決済データによる分類

①一般層（100万円未満）、②富裕旅行者 Tier2（100万円以上 300万円未満）、③富裕旅行者 Tier1（300万円以上） 富裕旅行者 Tier1 + Tier2 で見ると、100万～150万円未満の消費に集中しているが、平均消費単価は約 210万円。Tier1 のみで見ると、1,000万円以上の消費も一定程度あり、平均消費単価も 630万円超と高額な消費。

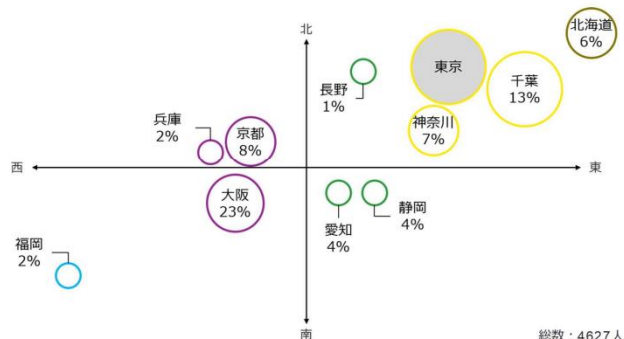
##### ① 訪日外国人旅行者のカード決済データの概要（2019）

	利用人数（人）	利用件数（千件）	利用金額（百万円）	平均消費単価（千円/人）
全体	約13,000,000	約46,000	約732,000	約60
富裕層(Tier1) (300万円以上)	6,033	99	38,086	6,313
富裕層(Tier2) (100万円以上)	42,768	521	64,972	1,519

上級セグメントである、Tier 1 の移動データを見ると、東京・大阪・京都が多い（東北は無し）

##### ②

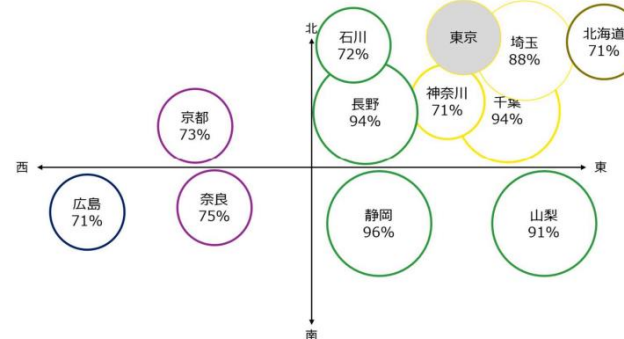
東京で消費したTier1の他地域での消費分布



出所：三井住友カード株式会社のデータをもとにEYで作成

- 東京のみ訪問するケースが多い。
- 東京訪問者の 2 割超が大阪に訪問しており、ついで千葉、京都、神奈川、北海道に訪問している割合が多い。

各地域から東京へ訪問するTier1の分布



出所：三井住友カード株式会社のデータをもとにEYで作成

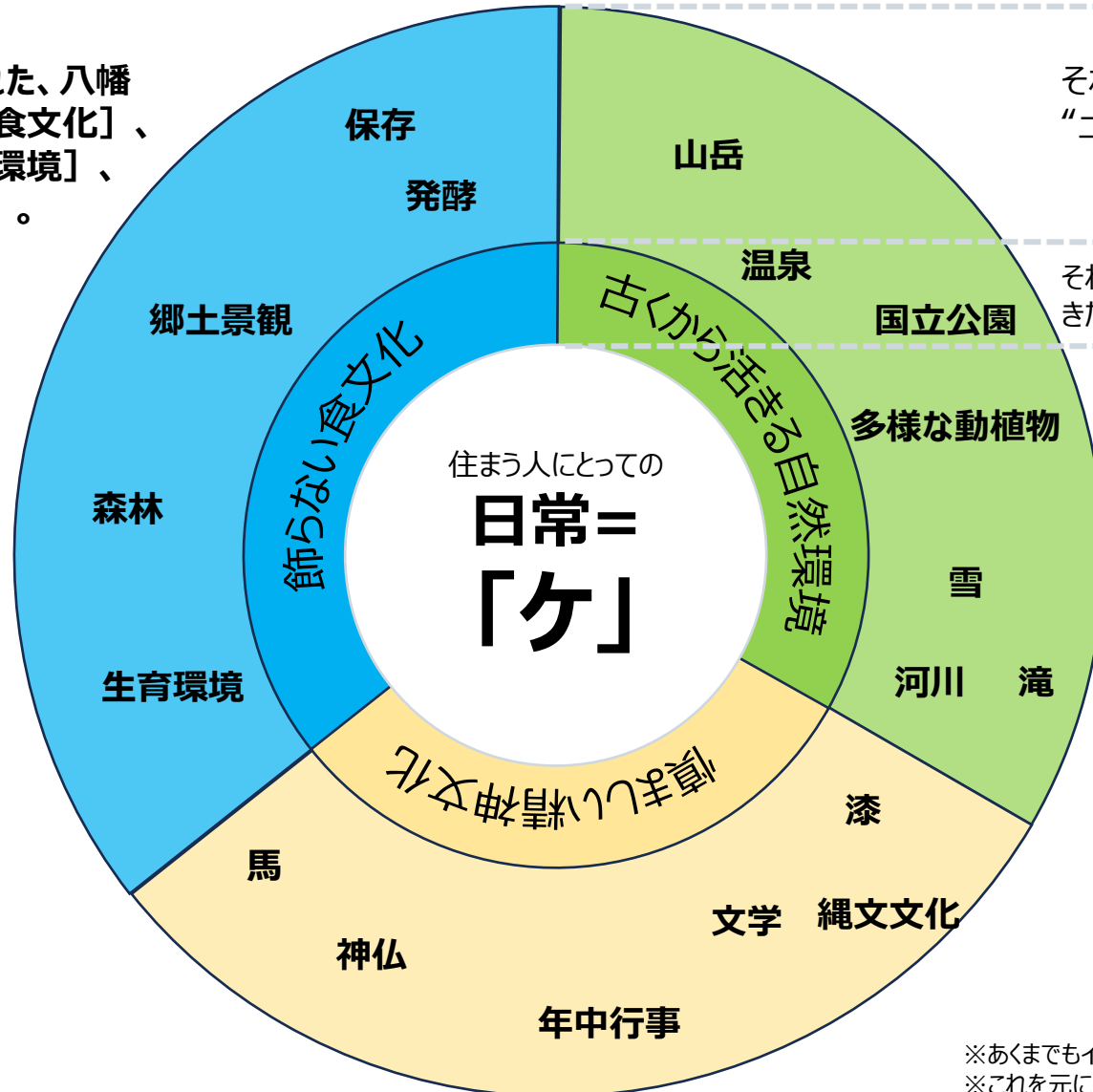
- 関東近郊県を訪れた旅行者の多くが、東京も訪問している。また、京都、奈良、北海道、広島の訪問者の 7 割が東京も訪問している。
- 大阪を訪問した旅行者が東京を訪れる比率は、あまり高くはないことがわかる。上位 10 地域から外れている。

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 住まう人にとってのエリア文化【大分類】

長い年月営み続けられた、八幡平エリアの【飾らない食文化】、【古くから生きる自然環境】、【慎ましい精神文化】。

それぞれの文化を育んできた八幡平エリアの“土壌”は、住まう人にとっては生まれてからずっと身近にあった日常。いわゆる「ケ」である。



それぞれの文化を育み続ける“土壌”。

それぞれの“土壌”によって育まれてきたこのエリアの特徴

中心価値

独特な“土壌”によって現代まで育まれ続けてきた文化であり、住まう人にとっての日常＝「ケ」

※あくまでもインナー向けの整理図です。

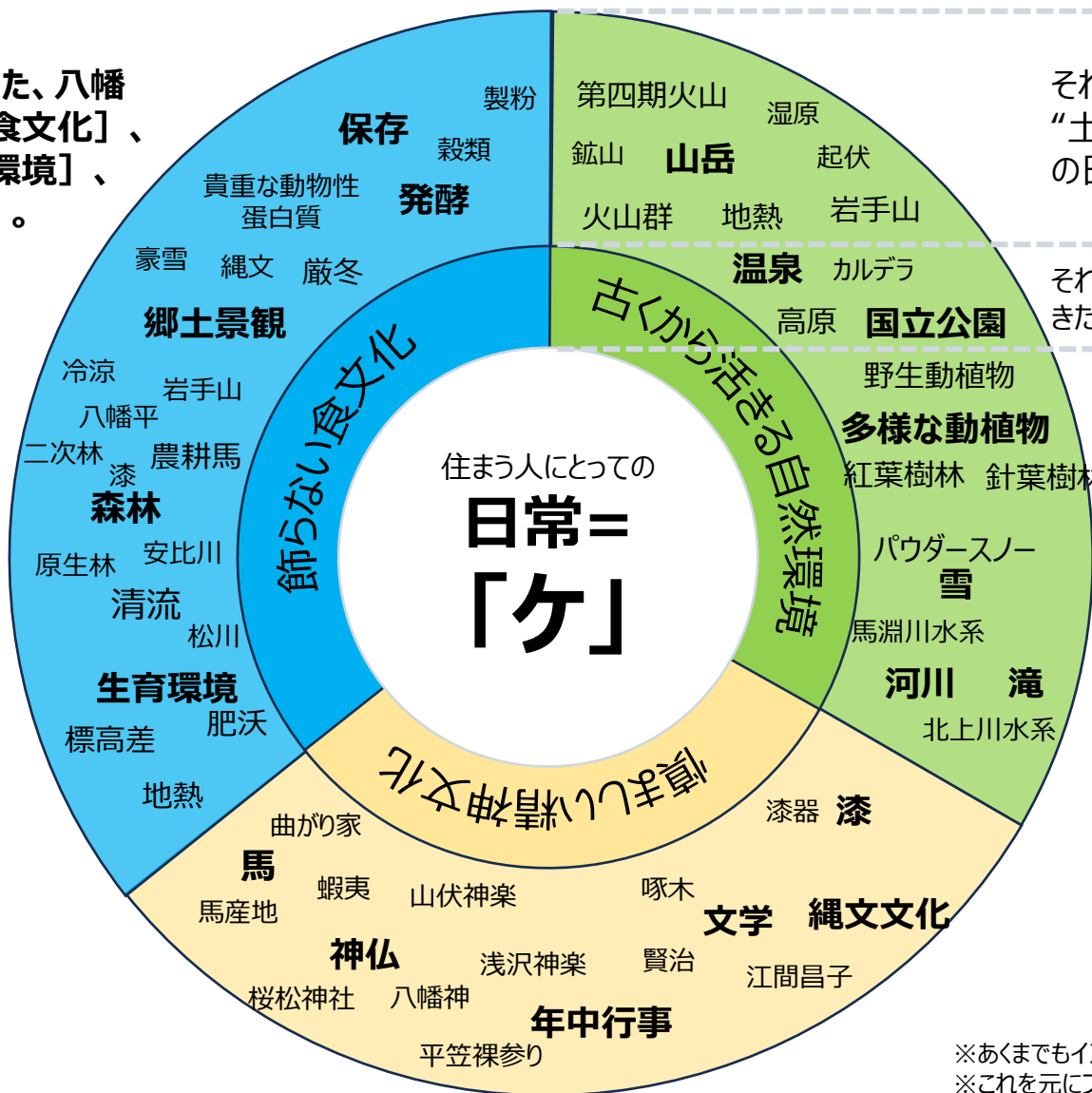
※これを元にプロモーションするものではありません 99

# 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

## 住まう人にとってのエリア文化

長い年月営み続けられた、八幡平エリアの【飾らない食文化】、【古くから生きる自然環境】、【慎ましい精神文化】。

それぞれの文化を育んできた八幡平エリアの“土壌”は、住まう人にとっては生まれてからずっと身近にあった日常。いわゆる「ケ」である。



それぞれの文化を育み続ける“土壌”。地域の人々にとっての日常。

それぞれの“土壌”によって育まれてきたこのエリアの特徴

中心価値

独特な“土壌”によって現代まで育まれ続けてきた文化であり、住まう人にとっての日常＝「ケ」

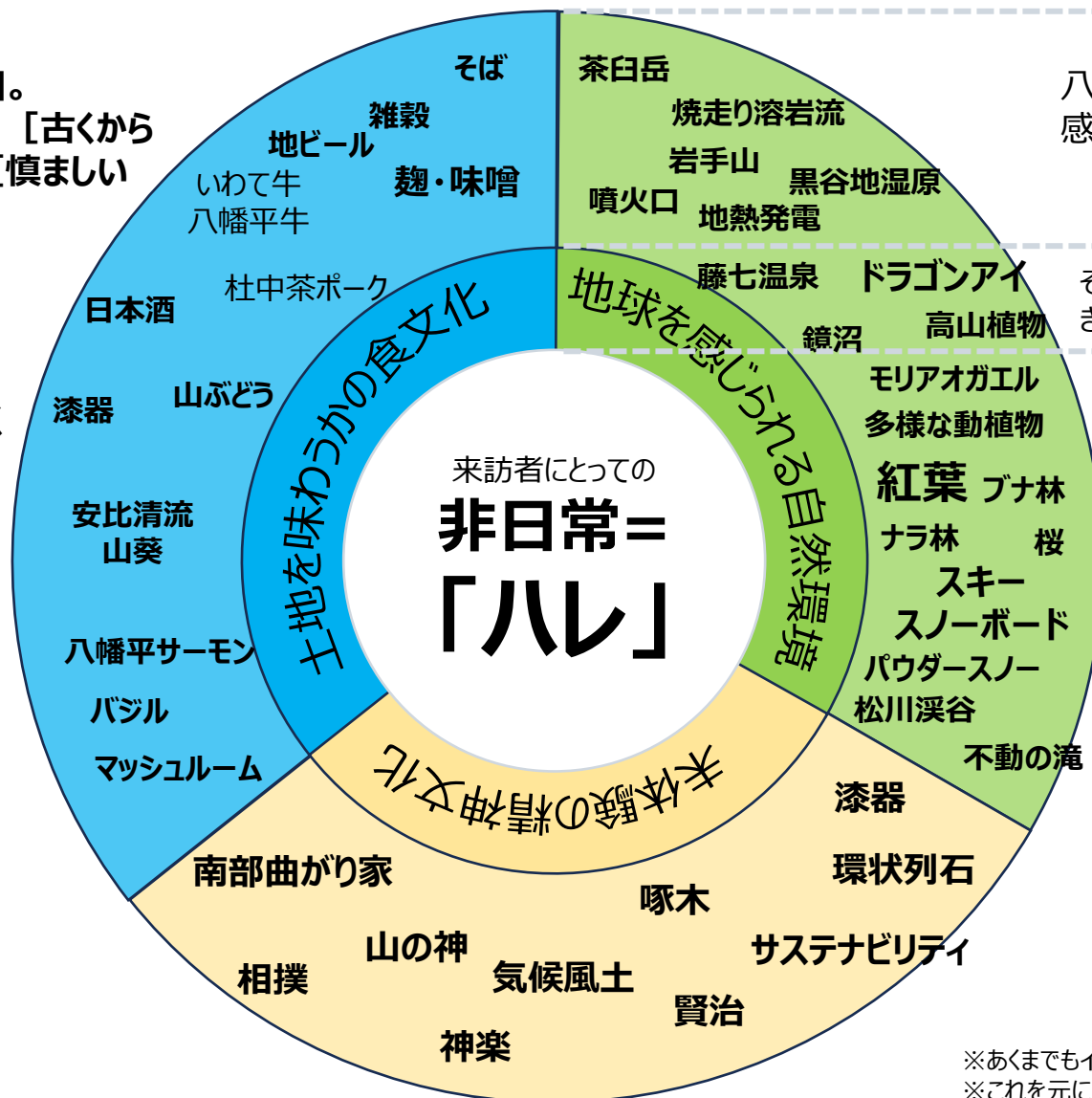
※あくまでもインナー向けの整理図です。  
 ※これを元にプロモーションするものではありません 100

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 流入客にとってのエリア価値

住まう人にとっての「ケ」。  
 [飾らない食文化]、[古くから  
 生きる自然環境]、[慎ましい  
 精神文化]。

[飾らない食文化]  
 は来訪者にとって[土  
 地を味わうかのような  
 食文化]であり、[古く  
 から生きる自然環境]  
 は[地球を感じられる  
 八幡平独自の自然環  
 境]であり、[慎ましい  
 精神文化]は[未体  
 験の精神文化]となり、  
 非日常。つまり「ハレ」  
 となる。



八幡平エリアを訪れることで体  
 感できる非日常＝ハレ

それぞれの“土壌”によって育まれて  
 きたこのエリアの特徴

来訪者にとっての中心価値＝  
 「ハレ（非日常）」

独特な“土壌”によって現代ま  
 で育まれ続けてきた文化であ  
 り、住まう人にとっての日常＝  
 「ケ」

※あくまでもインナー向けの整理図です。

※これを元にプロモーションするものではありません 101

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 戦略ターゲット 高付加価値層の選定／ターゲティング

**高付加価値層について、特性を踏まえたウリ・ヤド・ヒト・コネを構築する必要性がある。**

定義：高付加価値層動態を踏まえた『動き方の仮説』

**【ウリ】**とは、「高付加価値旅行者のニーズを満たす滞在価値」

→わざわざ来る・目的性のある資産 = そこにしかないもの、他では味わえないもの

**【ヤド】**とは、「上質かつ地域のストーリーを感じられる宿泊施設」

→期待に応える満足度 = 価格が高だけでなく（他地域事例からは価格よりも価値の高さ）、文化を知るおもてなしや背景を持つ宿

**【ヒト】**とは、「高付加価値旅行者を地域に送客する人材や地域において質の高いサービスを提供するガイド・ホスピタリティ人材」

→各地域 1～2名「この人に聞けばOK」という国際人材を擁している。初期に多人数は必要ないので、以下の2名が必要と考える。

①富裕層向けDMC

予約における旅行企画と各種手配のコンダクター（指揮者）、訪日時も困ったときの相談相手として活躍。

主な業務：旅前企画～旅中相談（現地は同伴しない）～旅後のケア・SNS拡散・アンケートや忘れ物のケア

②トップガイド

地域ガイドのコアとなれるアテンダー、八幡平名物となり「安比に行って〇〇と過ごした時間が最高」と口コミやSNS記載される

主な業務：旅中のみ、①から引継ぎ現地空港お迎え～アクティビティやツアーアテンド、日々の送迎随伴～

②はさらにアシスタント育成を行い、地域ガイドを増やしていく（日英語・別軸で中韓あれば尚よし）

**【コネ】**とは、「日本を高付加価値旅行の目的地として認知してもらうための売り込み」

→海外向け：著名トラベルエージェンシー、コンソーシアムとの連携

国内向け：各国大使館およびJAPANフェス、観光庁・JNTO・東北観光推進機構・岩手県との連携

→【ヒト】の①であるコンダクターは、このコネ部分で八幡平エリアの宣伝部長として各社・各国との調整も担う。

併せて、コネクションの醸成に伴うアシスタント育成を心がけ、国際営業スタッフを増やす（日英語・中韓は必須ではない）

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 戦略ターゲット 高付加価値層の選定／ターゲティング

#### 高付加価値層の旅行タイプや希望する方向性を踏まえた、具体的なコンテンツ開発が望まれる（雪山×温泉、だけでは▲）

#### 高付加価値層の希望する方向性を踏まえた具体的ターゲットとアウトプット

##### 【高付加価値層の旅行の特徴】

- |                      |  |
|----------------------|--|
| ① 観光化されていない地域への訪問    | 例: ポルネオ、グリーンランド、オマーン                       |
| ② 複数地域の訪問            | 例: スキーとビーチ、都会とジャングル                        |
| ③ 食に重点をおいた旅          | 例: 料理教室、農村の訪問                              |
| ④ 友人や仲間同士のつながりを重視した旅 |  |
| ⑤ EQ を高める旅           | 例: 趣味や関心事を深める旅、より地域らしい宿泊施設の利用              |
| ⑥ より旅を楽しむ環境          | 例: 航空機の機側での出迎えや入国時の手続きでの特別対応などの会員制のサービスの提供 |

参照) 世界の富裕旅行先ランキング (top global destination)    1位: イタリア    2位: ギリシア    3位: フランス    4位: 日本  
世界の注目旅行先ランキング (top emerging destination)    1位: クロアチア    2位: 北極    3位: アイスランド    4位: 日本

##### 【キーワード1：カスタムメイド】

- ・巡回型で複数エリアを回りながら、行く先々で「特別手配の場所」や「特別料理」を含む体験が必須
- ・オンリーユウ、希望を聞いてその期待を超える手配が必要。事前のアテンダーとエージェントの交渉が重要
- ・パッケージ旅行や他の一般人と同じ旅行はNG、期待以下の場合「ロコミの逆ループ」が起こります

##### 【キーワード2：オリジナリティ／サプライズ】

- ・日本の中で、世界でココだけしかない！が打ち出せるか。例：ドラゴンアイ
- ・可能ならプラスのサプライズがあると尚よし（有償も可）例：ドラゴンアイ見学＋ドローン撮影、花火見学＋サプライズメッセージ等

##### 【キーワード3：SNS・ロコミケア、アフターフォロー】

- ・旅行中での写真撮影協力、一緒にいる写真などの相互アップや相互のSNSフォロー
- ・旅行後のケアや忘れ物やメッセージの伝達、次のお客様獲得やリピート旅行の予約

- ➔解決法1：自前でのアテンダー育成 or トラベルエージェンシーの組成（人件費・組成委託費・運営費がかかります）
- 解決法2：他社委託による専用設計に近いエージェンシーの組成（1よりも高額も、現時点で一番確実です）
- 解決法3：他地域での活躍するアテンダーの相互利用（相手方の事情に左右されるデメリット）





## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 戦略ターゲット 高付加価値層の動態（居住地）

**高付加価値層のうち、超富裕層は世界に40万人。  
北米、特にアメリカが圧倒的で、次いで中国は超富裕層が伸びている。**

調査実施期間：2023年12月時点

#### 【高付加価値層とは】

高付加価値旅行者になりうる可能性のある、資産保有者は以下の地域に多い。

参考として、純資産3,000万ドル（＝45億円）以上を持つ『超富裕層』を調査。

調査機関Wealth-Xによるレポート「World Ultra Wealth Report 2021」では、世界に約40万人の該当者がいると試算されている。

- ① 北米・アジアが増加する傾向、逆に中東・特に中南米は大きく減少している
- ② アメリカ・中国が超富裕層の成長では2強。欧州はやや陰りがでている

#### ① 超富裕層／在住エリア

地域	人口	前年比
北米	112,250人	6.90%
アジア	87,460人	5.20%
オセアニア	3,660人	-3.90%
ヨーロッパ	74,030人	-4.90%
中東	9,160人	-6.40%
中南米カリブ	6,310人	-23.50%
アフリカ	2,580人	-1.50%

出典：World Ultra Wealth Report 2021

#### ②

順位	国・地域	人口	増減率
1	アメリカ	101,240人	8.0%
2	中国	29,815人	8.0%
3	日本	21,300人	7.5%
4	ドイツ	15,435人	-3.3%
5	カナダ	11,010人	-2.4%
6	フランス	9,810人	-10.8%
7	香港	9,435人	-5.1%
8	イギリス	8,765人	-9.5%
9	スイス	7,320人	1.9%
10	イタリア	6,380人	-2.0%

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 戦略ターゲット 高付加価値層の動態（富裕層分類）

高付加価値層のうち、富裕層の形態は大きく2種類に分かれる。  
 どちらをターゲットとするか、大きく方向性が異なる大事なポイントとなる。

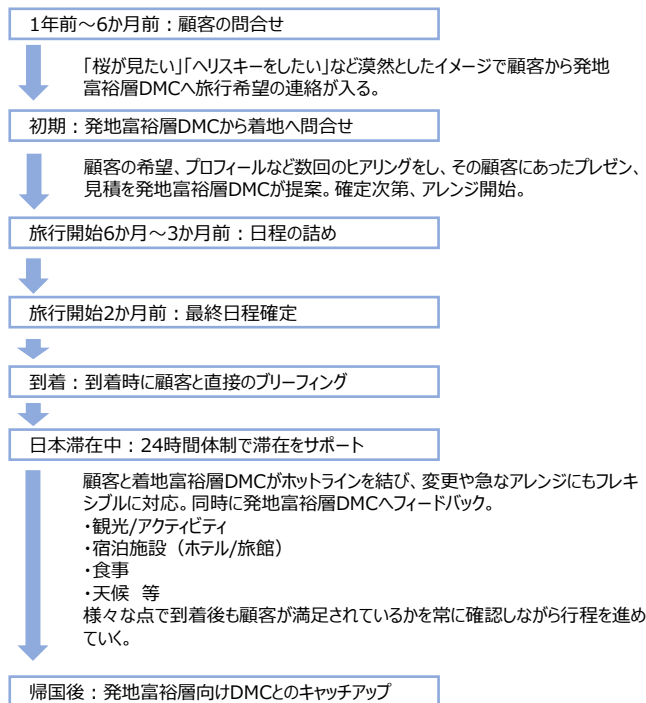
調査実施期間：2023年12月時点

#### 【高付加価値層とは】

高付加価値層は旅行手配の仕方でもマーケットの作り方、ターゲット設定の仕方が異なる。

- ① 富裕層の旅行手配には富裕層向けDMCやコーディネーターを活用（旅前ガイド）・旅中は現地ガイドがアattendする
- ② 富裕層が年代・形態で2つに分かれる。特に拡大中のモダンラグジュアリーは要注目の若年富裕層

#### ① 富裕旅行手配の流れ（事例）



#### ② 富裕旅行者の志向とニーズ

拡大中

	Classic Luxury ⇒従来型ラグジュアリー志向 ※50～60代が中心	Modern Luxury ⇒新型ラグジュアリー志向 ※20～30代のミレニアルス*が中心
志向	富～Wealth、力～Power、地位～Status、魅力～Glamour、願望～Desire、消費～Consumption	文化～Culture、起源～Origin、遺産～Heritage、スタイル～Style、独自性～Identity、本物～Authenticity、質～Quality
価値観	⇒他者、世間における評価、慣れ親しんでいることを重視	⇒新しいことへの挑戦、贅沢より経験、自分にとっての意義を重視
旅行へのニーズ	高い快適性 エクスクルーシブ ベストサービス ステータスシンボル プライバシー	本物の体験 エコツーリズム 一生に一度の体験 ボランツーリズム サステイナビリティ

（出典）日本政府観光局 H29 年度富裕旅行市場調査を元に北海道運輸局作成

## 第4章 デステーションブランディングの考え方・方向性

### 戦略ターゲット 高付加価値層の動態（富裕層分類）

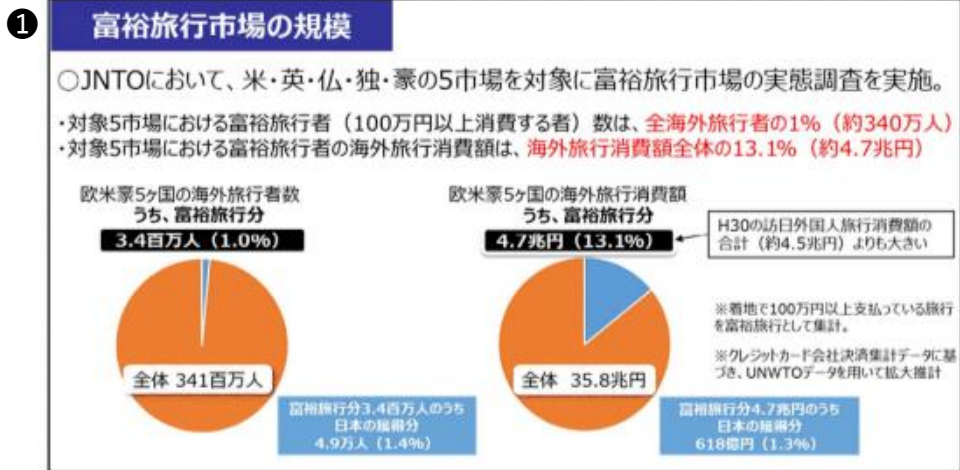
世界でも1%の旅行者が消費額の13.1%（約4.7兆円）を占めている。  
 口コミ・SNS・コンソーシアムが集客の中心になっている。

調査実施期間：2023年12月時点

【高付加価値層とは】

高付加価値層は旅行手配の仕方でもマーケットの作り方、ターゲット設定の仕方が異なる。

- ① 日本だけでなく、世界主要5か国においても1%（300万人）が消費全体の13%（4.7兆円）を占める。
- ② トラベルエージェンシーおよびコンソーシアムへの対応が必須、同時に友人知人などの口コミも多い



（出典）日本政府観光局 H29 年度富裕旅行市場調査を基に観光庁作成



- メリット：  
 ・ホテル特典を得て顧客に販売、DMCとの関係強化  
 ・クライアントは、施設から各コンソーシアムのVIP 扱いがある  
 ・メンバー数を制限しているので、比較的クオリティが統一されている
- デメリット：  
 ・グローバル基準のセレクションの為、全ての施設が加盟しているとは限らない

## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

戦略ターゲット 高付加価値層の動態（注目される中国系富裕層）

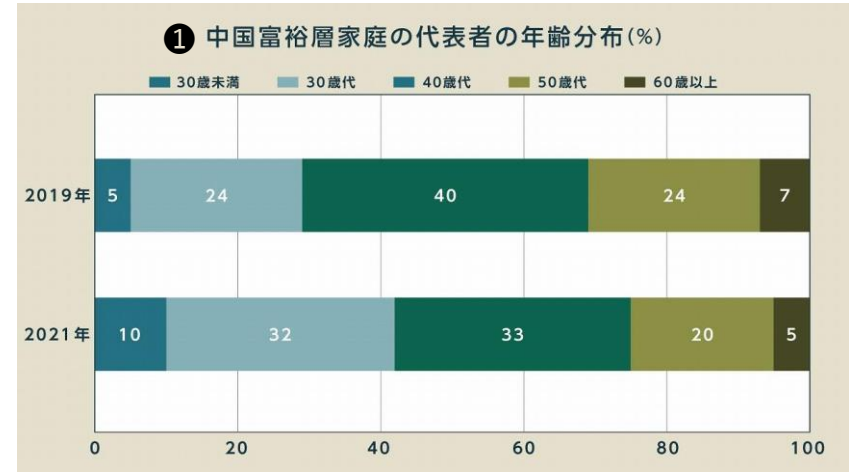
経済成長に伴う、中国の富裕層の伸びと、若年富裕層の存在感の高まりには要注目である。

調査実施期間：2023年12月時点

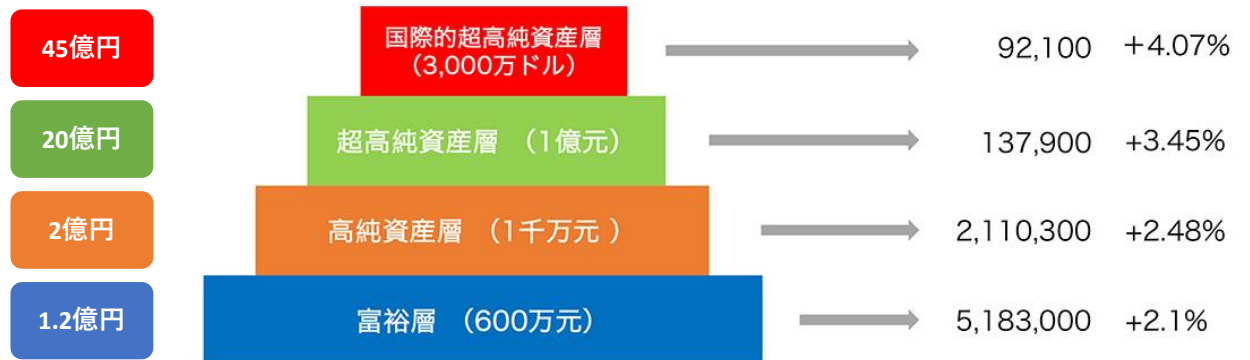
【高付加価値層とは】

中華圏における若年化＋増加が顕著

- ① 富裕層（＝金融資産600万元・約1.2億円強以上）は年々若年化が進む
- ② 中国の富裕層は2023年さらに増加し、富裕層人口では世界一。経済成長によるが、今後の増加も見込まれるため中国の富裕層には訪日高付加価値旅行として大きな注目が必要  
※富裕層は中国国内で518万世帯に達している



② 中国における富裕層の資産別分布（2023年4月）



## 第4章 デスティネーションブランディングの考え方・方向性

### 戦略ターゲット 高付加価値層の動態（傾向値・定性）

富裕層×訪日旅行、ではいくつかの傾向に分類が可能と考えられる。  
定性面での評価・コメントを集約すると「アクティブで特別感のある体験」を好むと考えられる。

調査実施期間：2023年12月時点

【高付加価値層とは】

高付加価値旅行者の旅行形式、ライフスタイルではいくつかのコメントが寄せられている。



・その他、富裕層に関する行動や傾向（ヒアリングからのまとめ抽出）

★超富裕層 = 一族を連れて数十人での来日、荷物車含め複数台または空港へのチャーター便から二次交通も専用アテンダントが手配  
ホテルも特別な場所を好み、オーダーされた特別料理などが出ることもある。比較的長期滞在もあるが、アクティブに移動  
購買に関しては東京エリア等の百貨店などでの数百万～数千万円のまとめ買いを消費する

富裕層 = 超富裕層よりも下の個人資産数億円規模。

家族等での移動、ツアーも利用する。レンタカーなども活用して積極的に周遊するが、特別な体験を好み、一点突破で  
体験型のイベントなどへは惜しみなくカネを使う。一方で、宿泊や消費などでは絞って使わないメリハリ型でもある。

## 第5章 高付加価値インバウンド旅行者受入・誘客における施策の方向性

ウリ・ヤド・ヒト・アシ・コネ、各課題及び解決策の取組み方針

**【ウリ（共通）】 収益事業化を目指し、「コンテンツ新規開発」および「観光人材育成」を最優先課題と位置づけた取り組みを推進する。**

	課題	解決の方針・方向性	解決の取組案
ソフト	・ 際立つ特別感の醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンテンツの新規開発</li> <li>・ 観光人材育成（ガイド含む）</li> <li>・ 共感できる価値観（方針）の共有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 専門家の招請（ブランディングセミナー）</li> <li>・ 歴史・日常生活・習慣の深堀</li> <li>・ モニターツアー／プロトタイプツアーの実施</li> </ul>
	・ ストーリー設定		
	・ ホスピタリティのクオリティコントロール		
組織・マネジメント・経営戦略面	・ 収益事業化	・ 海外への販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現地商談会実施</li> <li>・ 専門家招請（KPI設定）</li> <li>・ シンポジウム開催</li> </ul>
	・ 窓口及び情報発信の一本化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報発信、予約・決算、問合せがワンストップで可能なLP制作</li> <li>・ PR動画制作（関連ストーリー含む）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 統合内容の調整</li> <li>・ ターゲットエリアに向けた情報発信方法の検討（海外メディア・OTAとの連携等）</li> </ul>
	・ コンテンツの品質管理	・ 各種基準の策定	・ 関係者及び専門家による策定
	・ 参画基準設定・管理		

## 第5章 高付加価値インバウンド旅行者受入・誘客における施策の方向性

ウリ・ヤド・ヒト・アシ・コネ、各課題及び解決策の取組み方針

【ウリ（食、歴史・文化）】「際立つ特別感の醸成」と「ストーリーの設定」により独自性を創出し、“八幡平エリアを選ぶべき理由”を明確にする。

### ■食

	課題	解決の方針・方向性	解決の取組案
ソフト	<ul style="list-style-type: none"> <li>際立つ特別感の醸成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>郷土料理（ケノハレ）のコンテンツ化</li> <li>郷土料理の富裕層向けアレンジ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>専門家の招請</li> <li>地元郷土料理の専門家との一流シェフのワーキンググループ</li> <li>専属シェフの育成</li> <li>岩手エリアの特産品を活用したレシピ開発</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ストーリー設定</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>その他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新たな醸造研究</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ウイスキー醸造技術の習得</li> </ul>

### ■歴史・文化

	課題	解決の方針・方向性	解決の取組案
ソフト	<ul style="list-style-type: none"> <li>際立つ特別感の醸成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>漆・地熱染めのアート化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界的アーティストとのコラボレーション</li> <li>国際見本市等への出展</li> <li>エリア内施設のアートギャラリー化による展示</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ストーリー設定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>歴史・日常生活・習慣の深堀</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツ提供者及び専門家によるワークショップ</li> </ul>

## 第5章 高付加価値インバウンド旅行者受入・誘客における施策の方向性

ウリ・ヤド・ヒト・アシ・コネ、各課題及び解決策の取組み方針

【ウリ（自然／アクティビティ）】 長期滞在型を想定し、滞在中のオプションとなるコンテンツを季節ごとに設定する。

	課題	解決の方針・方向性	解決の取組案
ハード	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設老朽化</li> <li>新規構築の必要性</li> <li>安全設備の充実（特に自然関連コンテンツ）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安心して体験を楽しめる環境整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安全の専門家</li> <li>最新機器導入に向けた資金調達に関する金融機関等専門家招請</li> </ul>
ソフト	<ul style="list-style-type: none"> <li>際立つ特別感の醸成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新たな体験の造成（桜、ドラゴンアイ、紅葉）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ヘリを活用したコンテンツ造成に向けたワーキンググループ開催</li> <li>一般客では立ち回ることのできないエリアでの観覧に向けたワーキンググループ開催 ※ドラゴンアイ</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>雪山（パウダースノー）体験コンテンツ造成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>雪山を運転して楽しむコンテンツ造成に向けたワーキンググループ（安全の専門家・プロドライバー等招請）</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>自然×流行のコンテンツ造成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>清流または渓谷×アウトドアサウナ</li> </ul>



## 第5章 高付加価値インバウンド旅行者受入・誘客における施策の方向性

ウリ・ヤド・ヒト・アシ・コネ、各課題及び解決策の取組み方針

**【ヤド】** 八幡平を含む北東北エリア内の宿（部屋）不足数とクオリティの現状調査を実施し、将来的な回遊性を高めるようヤドの適切な配置を誘導する。

	課題	解決の方針・方向性	解決の取組案
ハード	・ 富裕層に見合った高品質の設え	・ 高品質×地元工芸品（アート）による装飾	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 部屋、またはペンション・民宿全体の空間プロデュースを行う専門家の招請</li> <li>・ 企画・立案のための専門家、富裕層旅行AGT・富裕層向けDMC、金融機関等招請</li> </ul>
	・ 地域ならではの装飾		
	・ 一棟貸しに向けた改修		
ソフト	・ コンセプトルームの設定	・ 日常生活体感×地元工芸品をテーマにしたリノベーション	
	・ 空間プロデュース		
組織・マネジメント・経営戦略面	・ ペンション・民宿の活用に向けた経営者との連携	・ エリア内関連事業者との調整	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 改善事業計画策定に向けたワーキンググループ及び専門家招請（客室稼働率（OCC）・客室平均単価（ADR）等）</li> </ul>
	・ ホテル経営者との連携		
	・ 北東北エリア内宿泊施設に関する現状把握	・ 宿（部屋）不足数の算出	・ 専門家による調査

## 第5章 高付加価値インバウンド旅行者受入・誘客における施策の方向性

ウリ・ヤド・ヒト・アシ・コネ、各課題及び解決策の取組み方針

**【ヒト】** 地域住民に拘らず、国内外から広く人材を受け入れ、公的機関の認定資格者（ガイド等）を広く活用していく仕組みづくりを推進する。

	課題	解決の方針・方向性	解決の取組案	
ハードスキル	<ul style="list-style-type: none"> <li>語学力</li> <li>マーケティング</li> </ul>	①人材育成プログラムの設定 ②海外人材の活用に向けた日本語学校誘致 ③国内人材の活用に向けたセカンドキャリアプログラム設定 ④地域企業人制度など、関係者人口の積極活用（コンサルではなく実務者） ⑤公的機関の認定資格者（ガイド等）を活用	左記①関連 <ul style="list-style-type: none"> <li>専門講師による定期的セミナーの開催</li> <li>目指すべき都市の視察と勉強会</li> <li>ラグジュアリーリゾート団体への加盟や先行リゾート都市との連携</li> <li>ガイド・コンシェルジュ等の先行地域、宿泊施設等での実地研修</li> <li>海外富裕層旅行者受入マニュアル作成</li> </ul> 左記②関連 <ul style="list-style-type: none"> <li>インターンシップ生の研修→地元就職</li> </ul> 左記③④関連 <ul style="list-style-type: none"> <li>セカンドチャレンジ（人生やりなおし）や経験豊かなリタイアメント（ファンづくり）の登用</li> <li>地域企業人制度の積極活用</li> <li>企業版ふるさと納税（人材派遣型）の活用</li> </ul> 左記⑤関連 <ul style="list-style-type: none"> <li>八幡平エリア版ガイド資格の開発（国際的ガイド資格の活用）</li> </ul>	
ソフトスキル	<ul style="list-style-type: none"> <li>豊富な知識及びユーモアを持つガイドの育成</li> <li>問題解決能力</li> <li>ホスピタリティのクオリティコントロール</li> </ul>			
組織・マネジメント・経営戦略面	<ul style="list-style-type: none"> <li>専門人材確保</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>高単価ガイドの育成</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>収益事業化</li> </ul>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>やりがい（価値観）・マインドの創出</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>観光事業に携わる価値観及び組織としての方針を明文化</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>来訪者ニーズの把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>リサーチによるニーズの把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>関係者及び専門家による設定</li> <li>デザイン化 →PR素材としてのLP掲載</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>リサーチデータからの改善企画</li> </ul>	

## 第5章 高付加価値インバウンド旅行者受入・誘客における施策の方向性

ウリ・ヤド・ヒト・アシ・コネ、各課題及び解決策の取組み方針

**【アシ】 観光事業者による地域の公共的な運送を確保するため、道路運送法の現行制度の緩和や自家用有償旅客運送制度の柔軟な活用、自動運転車両の導入などについて、関係諸機関ならびに地域運送事業者などとじっくり相談・連携して取り組む。**

	課題	解決の方針・方向性	解決の取組案
ハード	<ul style="list-style-type: none"> <li>三次（地域内）交通の不足</li> <li>ラゲッジ積載可能な車両の不足</li> <li>空港⇔現地の空路（ヘリ）の整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現行制度の緩和等に関する関係諸機関ならびに交通事業者等との相談・連盟</li> <li>（公的機関の認定資格者（ガイド等）による有償運送、自家用有償旅客運送制度）</li> <li>エリアを超えた関連事業者との調整</li> <li>自動運転車両の導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>関係諸機関ならびに地域運送事業者との相談・連携</li> <li>交通事業者を交えたワーキンググループによるエリア内外交通環境改善計画</li> <li>専門家の招請（実証実験のアドバイス含む）</li> <li>改善案の実証実験</li> </ul>
ソフト	<ul style="list-style-type: none"> <li>駅⇔現地⇔体験施設間移動のハイヤー整備</li> <li>レンタカー事業者との連携</li> <li>空港から現地までのシームレスな移動</li> </ul>		
組織・マネジメント・経営戦略面	<ul style="list-style-type: none"> <li>近隣事業者の新規参入醸成・連携</li> <li>既存業者の協力体制強化</li> </ul>		

## 第5章 高付加価値インバウンド旅行者受入・誘客における施策の方向性

ウリ・ヤド・ヒト・アシ・コネ、各課題及び解決策の取組み方針

**【コネ】** ターゲット国の既存会員組織ファンクラブへの直接アプローチにより、効率的かつ効果的な八幡平エリア・北東北エリアのファンづくりを行う。

	課題	解決の方針・方向性	解決の取組案
ソフト	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客ニーズのスムーズなフィードバック</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>OTA等販売システムの活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲットエリアに強いOTAの選定及びコンサルティング依頼</li> </ul>
組織・マネジメント・経営戦略面	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外への販路開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲット国の富裕層旅行AGT・富裕層向けDMC、ランドオペレーター・コーディネーターとの連携</li> <li>ターゲット国へのチャネルを持つ国内エージェント、ランドオペレーター・コーディネーターとの連携</li> <li>海外会員組織との連携</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地商談会の実施</li> <li>現地訪問にて個別の営業活動の実施</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>運営人員不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事務補助員の臨時雇用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元にて1～2名採用</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>“篤志家”の不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域発展支援・投資の誘発を目的としたエリアマネジメント</li> </ul>	