

七戸町で過ごす時間は
「幸せ」を「感じる」時間



七戸町観光振興計画〔2015～2024〕

平成27年3月

青森県七戸町

はじめに

七戸町は、平成 17 年 3 月 31 日に旧七戸町と旧天間林村が合併し、新しい「七戸町」となり、平成 27 年 3 月 31 日で合併 10 年目を迎えます。

その間、平成 22 年 12 月には東北新幹線七戸十和田駅が開業し、七戸町の観光を取り巻く環境は大きく変化しました。しかし、開業効果への期待とは裏腹に、農業体験や自然・文化体験、特産品の開発・販売など、関係団体等が各々独立した活動を展開しているため、大きな効果をあまり創出できてない状況にあります。

このような現状を踏まえて、観光関係団体、事業者、住民等が適切な役割分担の下、お互いが目的や情報を共有し、連携して事業に取り組めるよう、七戸町観光振興計画を作成いたしました。

この計画は、観光が将来の町の主力産業となるよう 10 年先を見据えた計画となっています。七戸町「らしさ」と「ならでは」の中で、誰もが「幸せ」を「感じられる」ような「感幸（かんこう）」を推進し、町を挙げて「考え」、「実行」していくための観光理念を定め、不変的な指針となるよう作成いたしました。

今後は、この計画に沿って観光関係団体等がテーマを定め、観光振興に取り組むとともに、観光関係団体及び民間の主体的な取組が結実するような環境づくりを支援し、観光振興の推進体制の整備に努めて参ります。

最後になりましたが、本計画の策定にあたり貴重なご意見を頂きました住民の皆様をはじめ、七戸町観光振興計画策定委員会の方々や御意見を賜りました関係者の皆様に深く感謝申し上げますとともに、今後とも皆様方のご支援・ご協力をよろしくお願い申し上げます。

平成 27 年 3 月

七戸町長

小又 勉



目次

第1章 計画の考え方	1
1. 七戸町観光振興計画	1
2. 計画の位置付け	1
3. 計画の期間	1
第2章 七戸町観光の現状と課題	2
1. 七戸町の地域特性	2
2. 日本の観光産業の現状	8
3. 青森県の観光産業の現状	14
4. 七戸町の観光産業の現状	16
5. 現状と今後に向けて	23
第3章 観光理念、基本方針および目標値	25
1. 観光理念	26
2. 基本方針	27
3. 目標値	28
第4章 観光振興に向けた取組	32
1. 考え方	32
2. プロジェクト	32
3. 実施期間	33
4. プロジェクト1	34
5. プロジェクト2	37
6. プロジェクト3	39
第5章 推進体制	41
1. 考え方	41
2. 各主体の役割	41

3. 計画の見直し	42
資料編	43
1. 七戸町観光振興計画策定委員会 委員一覧	43
2. 七戸町観光振興計画策定委員会検討部会 部員一覧	44

第1章 計画の考え方

1. 七戸町観光振興計画

現在、七戸町は地域活性化に向けた取り組みを進めており、その実現に向けて重要となる課題の一つに観光振興があります。

七戸町には東北新幹線「七戸十和田駅」があり、近隣市町村よりも観光客が訪れやすいという長所を持っています。この特徴を観光振興に活かすためには、七戸町来訪の必然性を創造することが重要です。

一方、日本に複数回訪問する外国人は、大阪、京都、沖縄、東京の、いわゆる「ゴールデンルート」を訪問済みであることが多く、新たな観光地を求めています。また、訪日外国人の一人当たりの旅行消費額は国内旅行者よりも約3倍高く、七戸町へ外国人観光旅行を誘致することで、地域への経済効果を得ることが可能となります。

訪日外国人の観光目的の一つは、その土地ならではの自然や生活・文化・歴史の観光であり、その一端に触れることで、旅行前には想定していなかったことに感動を覚えていく旅行者が多いと言われています。実際、農村体験をした旅行者の7割が「期待以上だった」と回答した統計があります。

本計画は、「観る」観光ではなく、異文化を「体験する」観光というニーズに対し、住民が主体となって地域活性化に取り組む道標として策定するものです。

2. 計画の位置付け

七戸町観光振興計画は2つの目的を持っています。

1つ目は、七戸町の観光を取り巻く環境の変化を踏まえ、計画的かつ戦略的に施策を推進するための方策を明らかにすることです。

2つ目は、町、観光関連団体、事業者、住民等が適切な役割分担の下で、互いに取り組むための指針を示すことです。

3. 計画の期間

この計画は、平成27年度（2015年度）を初年度とし平成36年度（2024年度）を最終年とする、10ヵ年を対象としています。

また、5年後である平成32年度（2020年度）で計画の点検及び見直しを行うこととします。

第2章 七戸町観光の現状と課題

1. 七戸町の地域特性

(1) 沿革

現在の七戸町は、平成17年3月31日に行われた旧七戸町と旧天間林村との対等合併が原点となります。

七戸町は、人口16,803人（平成26年12月1日現在）、面積337.23km²の町です。町が定める長期総合計画に掲げた「広域連携型のまちづくり」、「地域経済自立型のまちづくり」、「住民参加型のまちづくり」の3つの基本方針を基に、住んでいる人も訪れる人も心の豊かさを実感できる魅力と活力のあるまちづくりを目指しています。

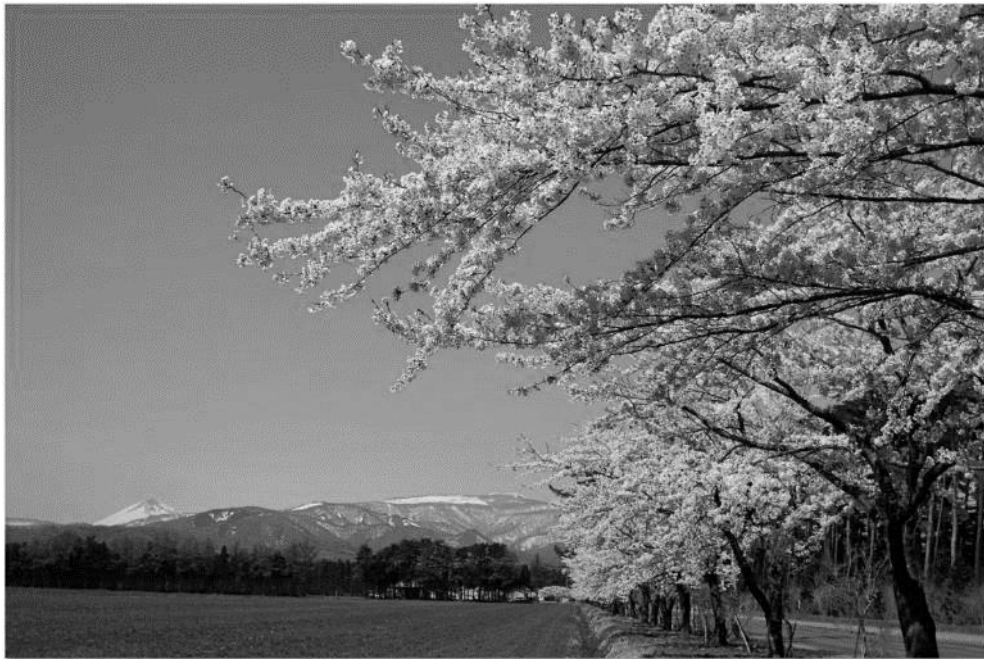


図1 奥羽牧場（七戸町）

(2) 地勢

七戸町は青森県の東部に位置し、西は青森市、南は十和田市、北東は東北町にそれぞれ接する内陸部の町です。総面積の約 65%が山林（219.07 平方キロメートル）であり、標高 1,000m を超える八甲田山系の東側に位置します。山麓から東に伸びる丘陵は高低差がなく、約 23%を占める農用地（78.65 平方キロメートル）が広がる自然環境の豊かな地域です。

また、七戸町長期総合計画においては、新幹線駅の開業を新たなまちづくりの核として位置付け、計画的な土地利用と道路整備を推進しています。

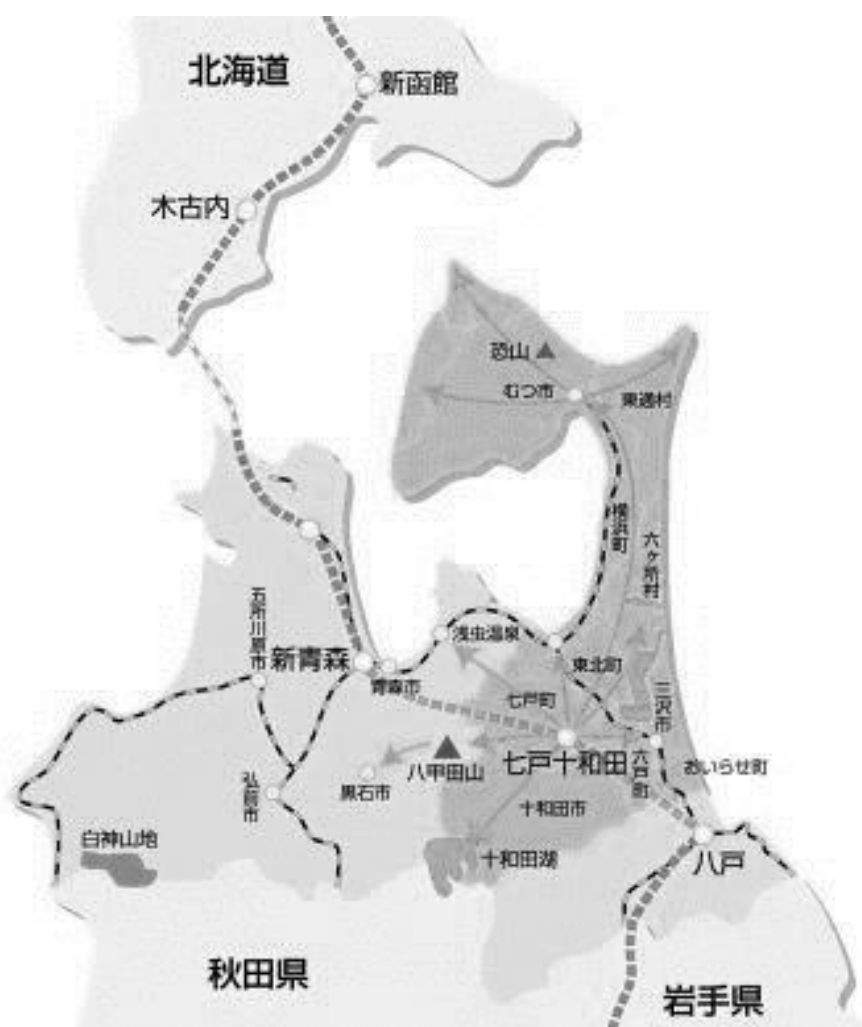


図 2 七戸町の位置

(3) 人口

七戸町の人口推移は昭和 55 年より減少し続け、平成 22 年には 1 万 8,000 人を下回ったという調査報告があります。

全国、青森県についても、七戸町と同様に人口の減少傾向にあります。七戸町は特に人口減少の進行が著しい状況です。

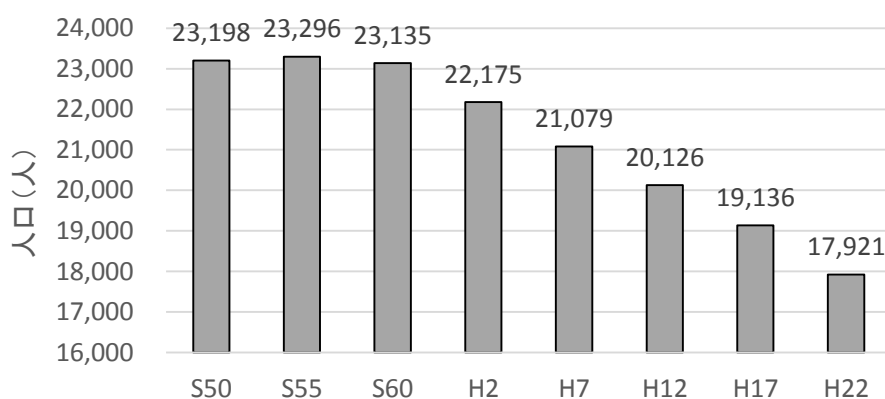
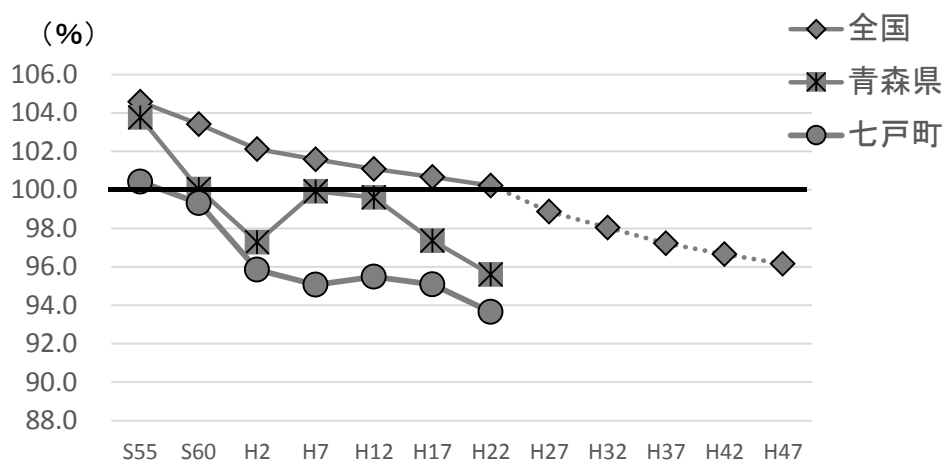


図 3 七戸町の人口推移
(平成 24 年度版七戸町統計書)



※図中の破線部は、推計値を示す。

図 4 七戸町、全国、青森県における人口前年度比の推移
(平成 24 年度版七戸町統計書、平成 24 年青森県人口動態統計、日本の統計)

(4) 交通

七戸町は南北を国道 4 号が縦断し、東西を国道 394 号が横断しています。また、みちのく有料道路で青森市と結ばれている他、主要地方道や県道が七戸町を中心として放射状に近隣町村に延びる形となっており、車両での広域交通の要衝を担っています。

平成 22 年度 12 月 4 日、町の中央に東北新幹線「七戸十和田駅」が開業しました。その結果、住民の利便性が大幅に向上し、県外からの観光需要及びビジネス需要に期待が高まっています。

関東圏から青森県へ来訪する人々の利用交通手段は、平成 24 年度時点で新幹線が過半数を占めています。この理由は、新幹線が開通したことで、青森県の中心市街地までの往来時間が大幅に短縮されたことにあると考えられます。

一方で、東北地方から青森県へ来訪する人々の 8 割以上が、自家用車、社用・公用車を利用しています。

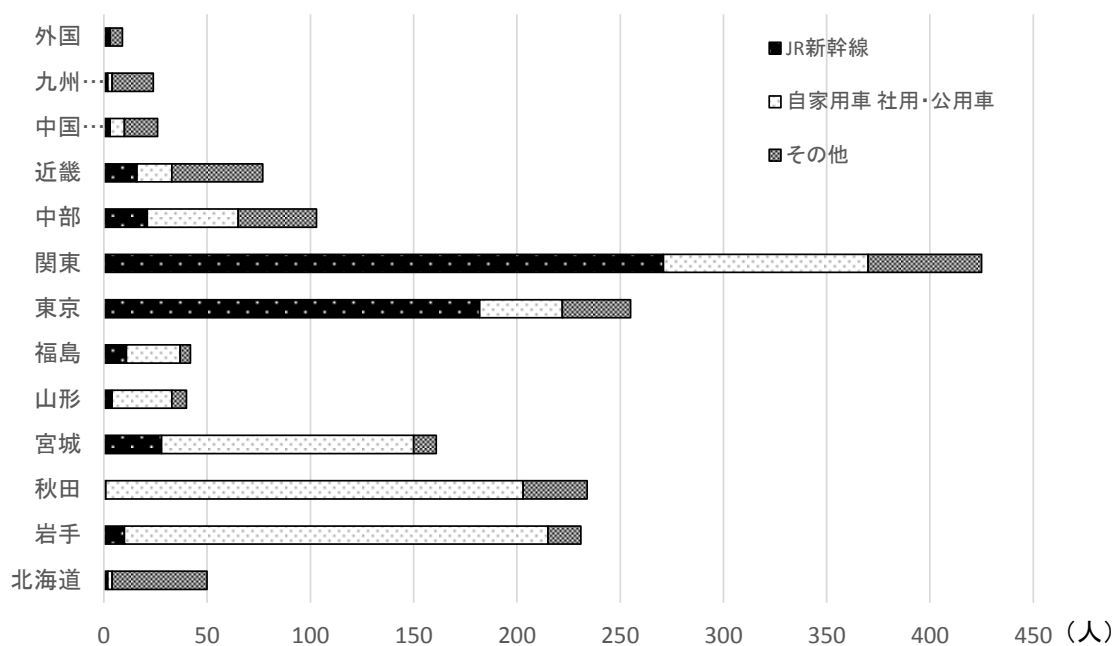


図 5 県外客移住地別利用交通機関（平成 24 年青森県観光入込客統計）

(5) 産業

七戸町は「知恵と工夫と連携で“やる気が育つ”地域環境適合型新産業の創出」を長期総合計画に掲げており、環境保全型農業の展開による「七戸町ブランド」の確立に取り組んでいます。七戸十和田駅が開通してからは、観光と農業の連携を強化し、青森県南の観光拠点としての整備を進めています。

平成 16 年に創設された「七戸町かだれ田舎体験協議会」では、グリーン・ツーリズム（田舎体験）の場を観光客向けに提供しています。日本の生活文化体験は訪日外国人からの評価が高く、都市との交流を通じ、農家や高齢者の生き甲斐づくり及び地域活性化等の波及効果が期待されています。

田舎体験の例として、特産品であるにんにくの収穫体験、ハイキング等が企画されており、多くの参加者で賑わいを見せています。

また「道の駅しちのへ」は地域活性化の拠点となる国土交通省重点「道の駅」候補となっており、観光と農業の拠点と位置付けられています。



図 6 にんにく収穫体験

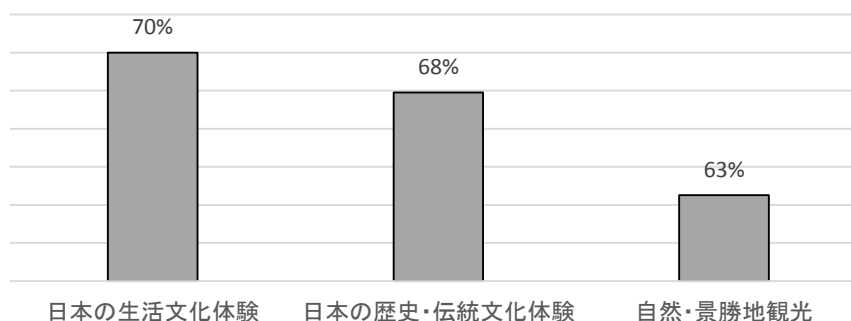


図 7 訪日外国人が訪日で期待以上だった活動
(出典：訪日外国人消費動向調査 平成 25 年)

(6) 教育・文化

七戸町は、学び、自立、共生の力を育む学校教育が教育方針として推進しています。住民の生活条件やニーズに沿った学習環境を整備する一方で、地域交流スポーツ大会等の開催によるスポーツ振興にも取り組んでいます。

七戸町では芸術と文化の振興も図られており、七戸城跡、二ツ森貝塚をはじめとする貴重な歴史文化遺産の保存、整備の充実に力を入れています。

また、名馬の産地としての評判が高く、人々の馬への愛着と信仰が結びつき、国指定重要有形民俗文化財として認められた格調の高い小絵馬を残しています。現在でも「願いかなう絵馬の町」として、室町期より続く長い歴史が受け継がれています。



図 8 絵馬の奉納

2. 日本の観光産業の現状

(1) 観光に対する人々の意識

内閣府が実施した「国民生活に関する世論調査」によれば、今後の生活で重点をおきたい分野に「レジャー・余暇生活」を挙げる割合が、13年間連続で最も高い割合を占めています。その傾向は、平成22年以降の統計にも強く表れており、レジャーに対する潜在需要は依然として高いことがわかります。

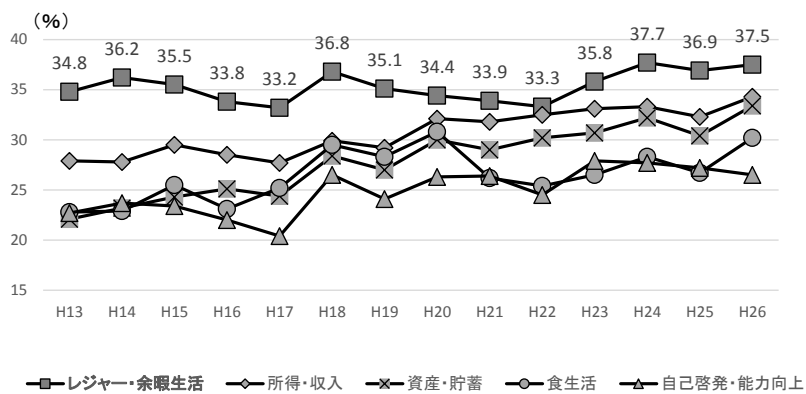


図 9 今後の生活の力点（内閣府：国民生活に関する世論調査）

(2) 観光関連支出

旅行関連支出の統計によれば、支出額及び支出割合ともに平成23年度まで減少傾向にありましたが、平成24年度からは増加傾向に転じています。

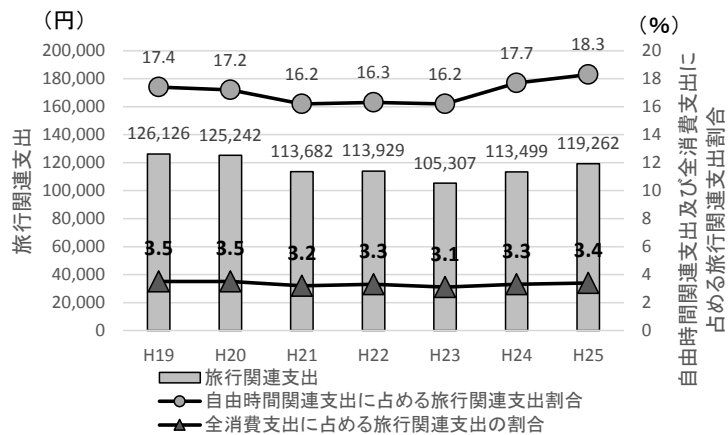


図 10 旅行関連支出の推移（平成26年観光庁：観光白書）

(3) 国内宿泊旅行の回数及び宿泊数

観光庁の調べでは、平成 25 年度における国民一人あたりの国内宿泊観光旅行の回数は 1.43 回/年、宿泊数は 2.35 泊/年と推計されています。これらの統計値は、平成 18 年度から減少傾向が続きましたが、平成 23 年度から 2 年連続で増加しています。これは、平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災後の観光需要の回復が原因と考えられます。

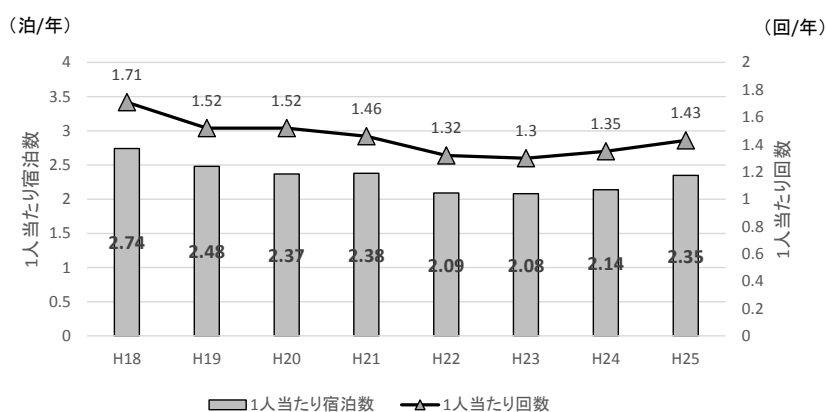


図 11 国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移
(平成 26 年観光庁：観光白書)

(4) 旅行の参加人数

宿泊及び日帰り観光旅行の形態は、団体旅行よりも 1～4 人程度の個人・少数グループ旅行が依然として多くなっています。行程が決められたパック旅行よりも、旅行者本人が選択し、かつ現地での動きに融通が利く少人数旅行が、旅行者に好まれる傾向にあると考えられます。

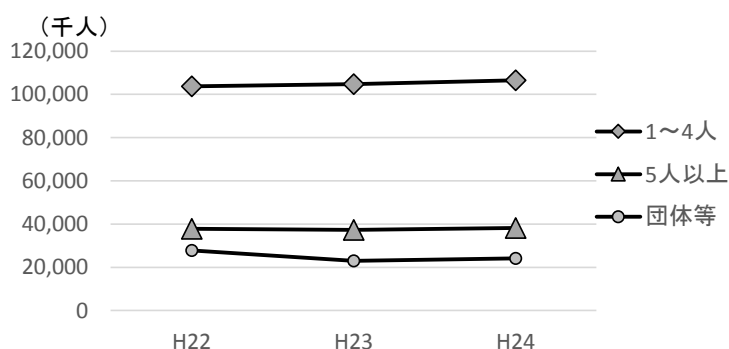


図 12 宿泊観光旅行の形態
(観光庁：旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究)

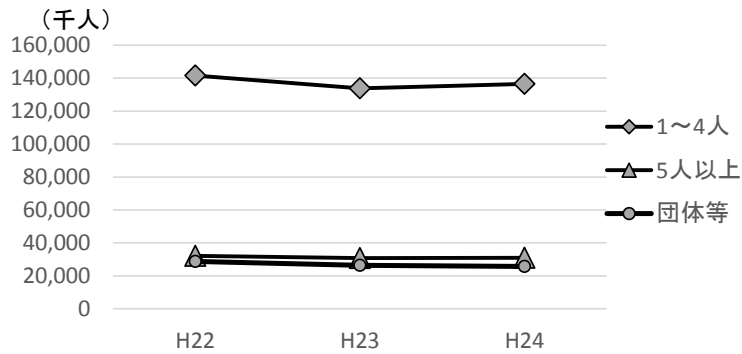


図 13 日帰り観光旅行の形態
 (観光庁：旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究)

(5) 観光情報の入手手段

観光情報の入手手段は、国内旅行・海外旅行ともにインターネットを参考とする傾向が根強くあります。情報通信基盤の高度化が進む中で、この傾向は今後ますます強まっていくと考えられます。

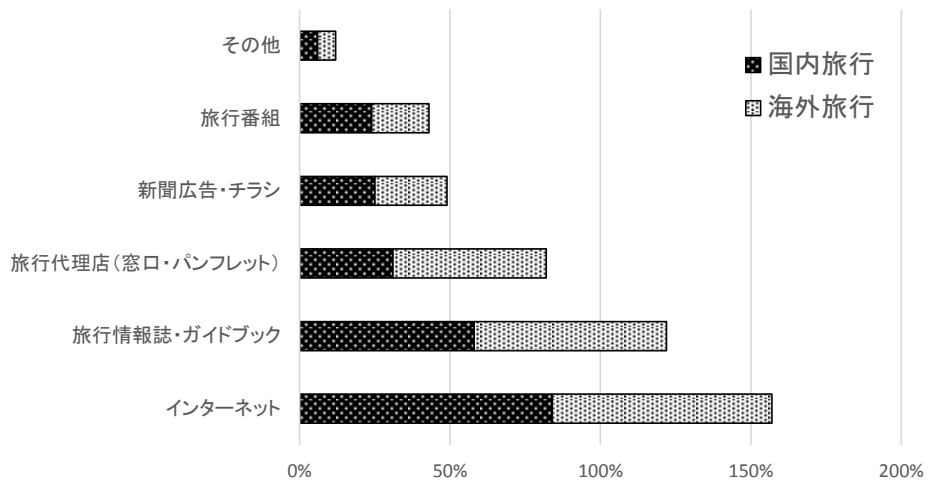


図 14 参考にする情報媒体
 (平成 22 年経済広報センター：観光に関する意識・実態調査)

(6) 日本の観光施策の現状

現在、日本では経済社会の発展のために観光立国の実現が極めて重要という意識があり、観光立国を推進する体制整備が行われています。

平成 15 年に開始されたビジット・ジャパン・キャンペーンでは、平成 22 年での訪日外国人旅行者数の目標を 1000 万人とし、海外メディアを通じての訪日旅行の広告展開や、訪日ツアー商品の造成支援等を実施しました。その結果、平成 15 年時点で 524 万人だった訪日外国人旅行者数が、平成 20 年では約 835 万人に増加しています。

そして、平成 18 年の観光立国推進基本法成立、平成 19 年の観光立国推進基本計を皮切りに、平成 20 年には観光庁が発足し、観光産業に関するレポートの集計及び公表を行っています。

平成 22 年には、中華圏市場の旧正月休暇時期の変動、被災した原子力発電所からの放射能汚染への懸念からか、訪日旅行の需要縮小が見られました。しかし、LCC 等の新規就航、チャーター便の運行等による航空座席供給量の増加や円高の緩和等により、訪日外国人旅行者数は、その後大きく回復しています。

平成 22 年 6 月に閣議決定された新成長戦略においては、今後の目標として、平成 32 年初めまでに訪日外国人旅行者数を 2,500 万人、将来的には 3,000 万人達成を打ち立て、国家戦略プロジェクトとして進められています。

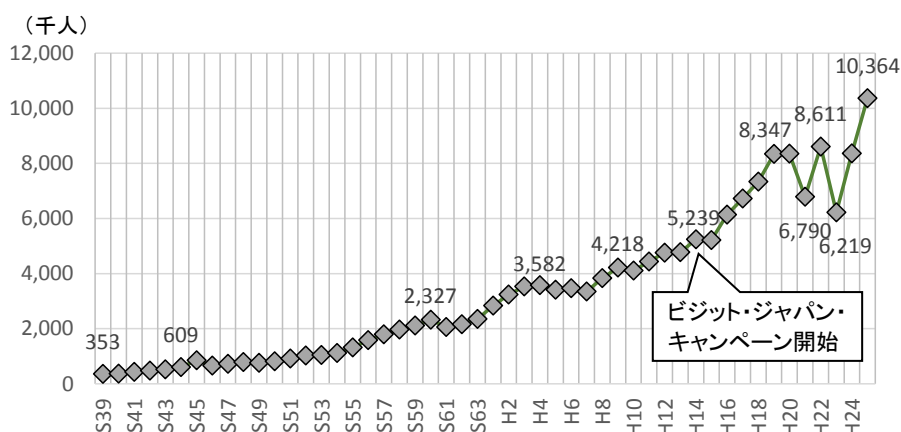


図 15 訪日外国人旅行者数推移（日本政府観光局：訪日外国客数の動向）

(7) 観光消費がもたらす経済効果

平成 24 年度の国内における旅行消費額は 22.5 兆円であり、日本人国内宿泊旅行が約 7 割を占めてもっとも多くの割合をしめています。旅行需要が発生したときにその連鎖によって生み出される生産波及効果は、その約 2 倍といわれています。

また、国内における訪日外国人旅行等の金額は全体の 6%となっていますが、観光庁の訪日外国人消費動向調査によれば、平成 27 年の訪日外国人の 1 回当たり旅行消費額は、円安の影響もあり 15 万 1,374 円と過去最高額と推計されました。

一方で、日本人の国内宿泊旅行の 1 回当たり旅行消費額は 5 万円台であることから、訪日外国人は日本人の約 3 倍の経済効果を地域にもたらすと言えます。

経済効果の波及先となる産業は、飲食業、宿泊業、小売業および輸送関係であり、特に飲食業、宿泊業および小売業は、地域内での雇用誘発効果を生み出しやすい産業と言えます。

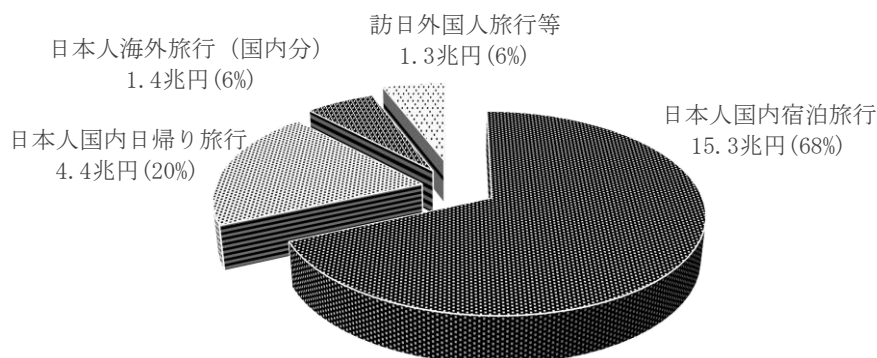


図 16 国内における旅行消費額 (平成 24 年度)
(観光庁「旅行・観光消費動向調査」、財務省・日本銀行「国際収支状況 (確報)」)

(8) まとめ

観光に対する国民の潜在需要は高く、その傾向は旅行関連支出や旅行の宿泊数の増加にも現れています。また、国は海外からの旅行者の受け入れを成長戦略の一環として位置付けており、実際に訪日外国人旅行者は増加しています。訪日外国人の一人当たりの旅行消費額は国内旅行者よりも約3倍高く、七戸町へ外国人観光旅行を誘致することで、高い経済効果を得ることが可能となります。

また、国内旅行の動向としては、プログラムの決まった団体旅行に参加するのではなく、事前にインターネットを活用して観光情報を収集し、自分たちで行程をつくり訪問する旅行形態が主流となっています。

このことから、観光振興に向けては、外国人旅行者の受入体制の充実、インターネット上での情報発信及び融通の利く少人数体験型旅行商品の造成が重要であると言えます。

3. 青森県の観光産業の現状

(1) 観光目的

青森県来訪客の内訳として、県内からの日帰り旅行客で過半数を占めています。県外からの来訪についても、日帰りの旅行客が多く、全体の8割が観光を目的とした日帰り旅行客です。

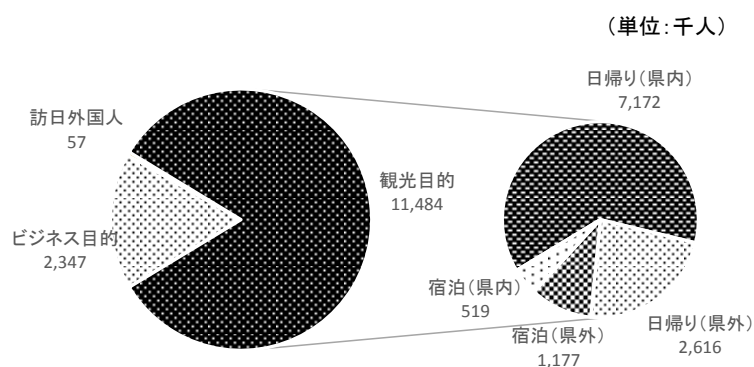


図 17 青森県への観光目的の来訪客内訳
(平成 24 年青森県観光入込客統計)

(2) 青森県来訪客の宿泊客数

平成 23 年度と平成 24 年度の観光を目的とした来訪客の内訳を比較すると、依然として日帰り観光客数が多い状況です。

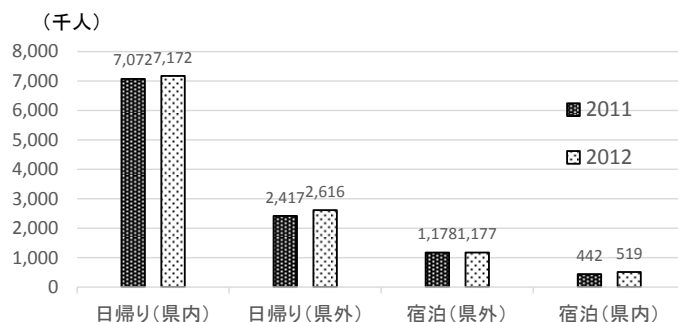


図 18 青森県への観光目的の来訪客内訳の推移
(平成 24 年青森県観光入込客統計)

(3) 来訪回数

青森県への来訪客の約6割は、4回以上の来訪経験があるリピーターで占められています。平成21年から平成23年にかけての各来訪回数の該当件数増加は、東北新幹線開通によるものと考えられます。

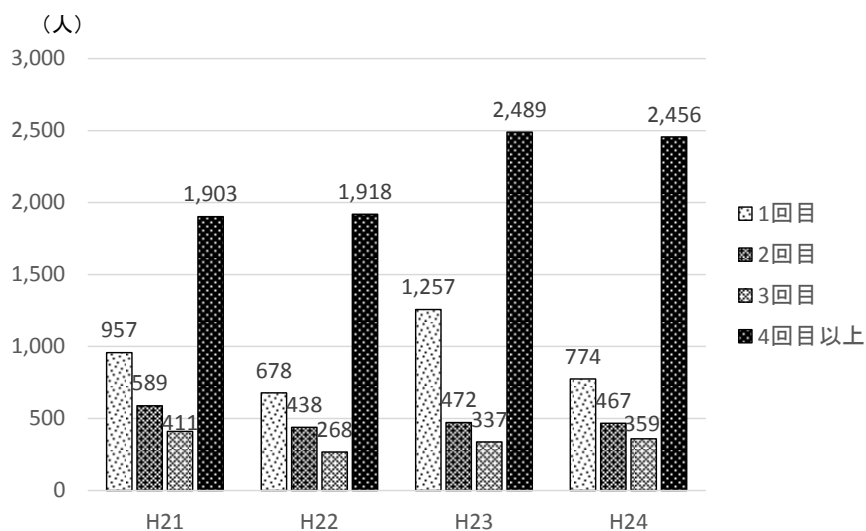


図 19 青森県来訪回数
(平成24年青森県観光入込客統計)

(4) まとめ

青森県来訪客の大部分が観光目的です。また、来訪客のリピーター率が高いものの、日帰り観光客の割合が全体の8割と多い状況です。そのため、滞在型観光の推進を行うためには、リピーター率の高い日帰り観光客を宿泊客にする旅行商品の造成が必要と考えられます。

4. 七戸町の観光産業の現状

(1) 観光入込客数

青森県及び上北地域の観光入込客数は、東日本大震災が起こった平成23年度に減少していますが、平成24年度には回復しています。

七戸町においては、平成23年度の観光入込客数が前年に比べて増加しているものの、平成24年度には平成22年度と殆ど変わっておらず、東日本大震災の影響はそれほど大きくなかったと言えます。

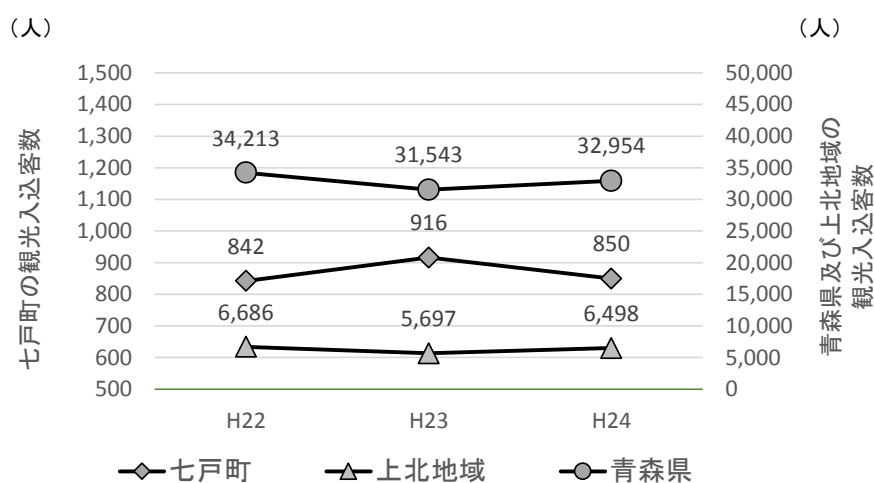
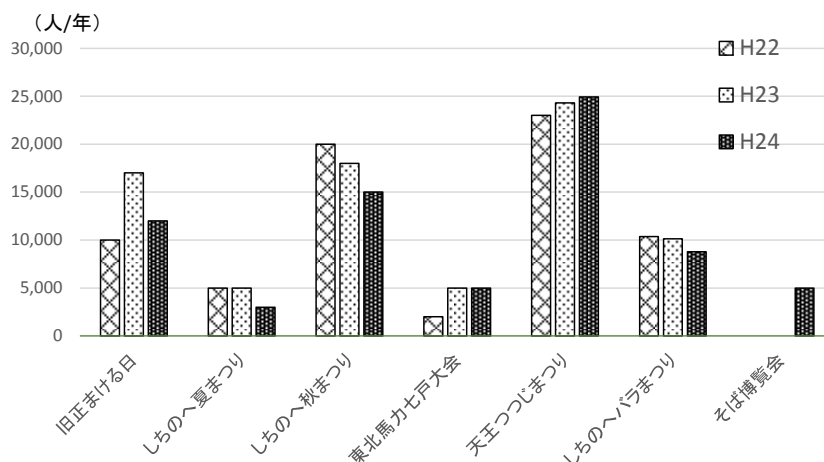


図 20 エリアごとの観光入込客数推移（平成24年青森県観光入込客統計）

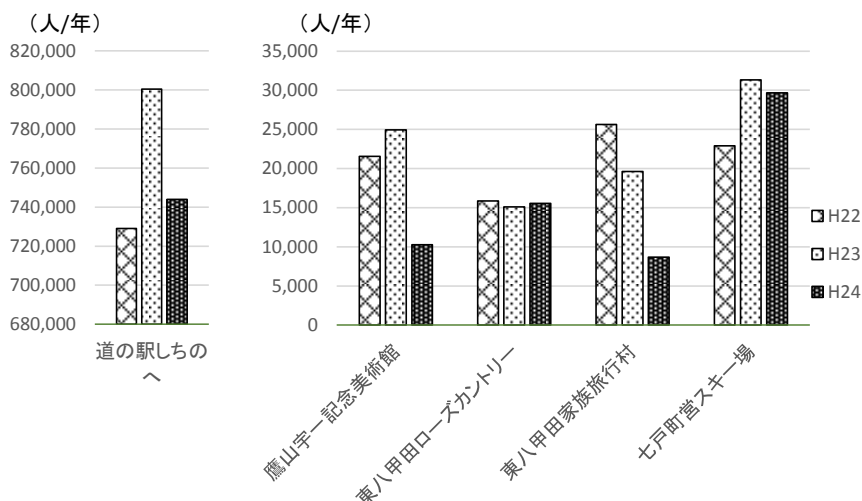
行祭事・イベントにおける観光入込客数の推移については、天王つつじまつりが平成22年より2年連続で前年を上回る入込客数を記録しました。



**図 21 行祭事・イベントごとの観光入込客数推移
(平成24年青森県観光入込客統計)**

※イベントにより開催日数は異なります。

施設ごとの観光入込客数推移を見ると、「道の駅しちのへ」、「鷹山宇一記念美術館」及び「七戸町営スキー場」は、新幹線開通の翌年、東日本代シンシアが起こったにもかかわらず増加しています。東八甲田家族旅行村の入込客数においては、減少傾向にあります。



**図 22 施設ごとの観光入込客数推移
(平成24年青森県観光入込客統計)**

(2) 来訪者の居住地

「道の駅しちのへ」の来訪者は、平成 22 年度は上北地域や東青地域等の県内居住者割合が高かったものの、平成 23 年度は東北地区、関東地区といった宿泊率の高い県外居住者が訪れる割合が大幅に増加しています。この要因は、新幹線の開通により、青森県全体に観光客が戻ってきているものと考えられます。

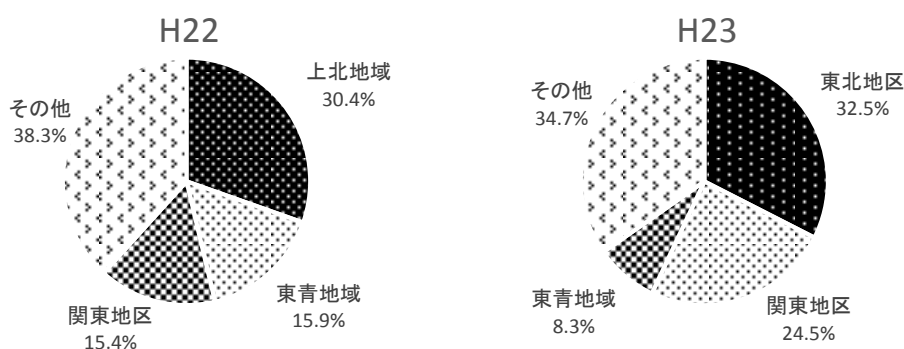


図 23 道の駅しちのへ来訪者の居住地の推移
(平成 24 年青森県：東北新幹線全線開業前後における観光実態調査)

(3) 旅行日数

七戸十和田駅における観光を目的とした利用者の 8 割以上が、1 泊以上宿泊すると回答しています。

従って、七戸十和田駅を中継として周辺の観光スポットを複数個所訪れるといった観光スタイルが定着しつつあるものと考えられます。

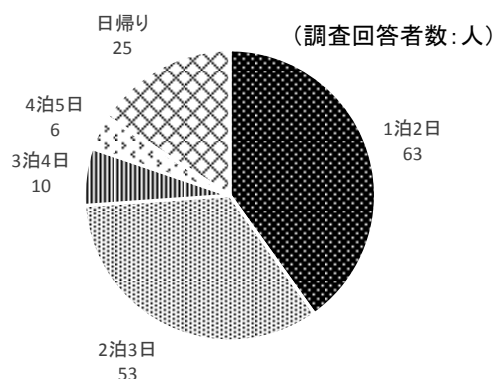


図 24 観光目的の七戸十和田駅利用者旅行日数
(平成 25 年 JTB 東北：JR 東北新幹線・七戸十和田駅利用客属性調査)

(4) 来訪回数

七戸十和田駅で実施したアンケート調査によれば、新幹線の利用回数が4回以上のリピーターが最も多く、次に初利用者が多くなっています。この傾向は、図 19 に示す青森県の来訪回数の傾向と合致しています。

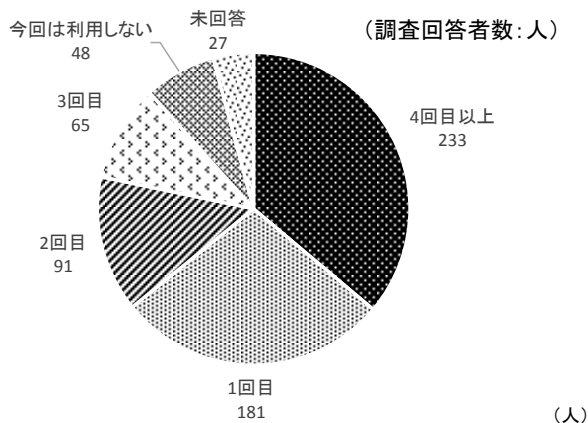


図 25 七戸十和田駅の新幹線利用回数
(平成 25 年 JTB 東北 : JR 東北新幹線・七戸十和田駅利用客属性調査)

(5) 旅行の参加人数

七戸町に来訪した旅行客の参加人数は、図 12 の全国の傾向と同様に、少人数での活動が大半を占めており、調査対象の過半数が二人以下であることがわかります。

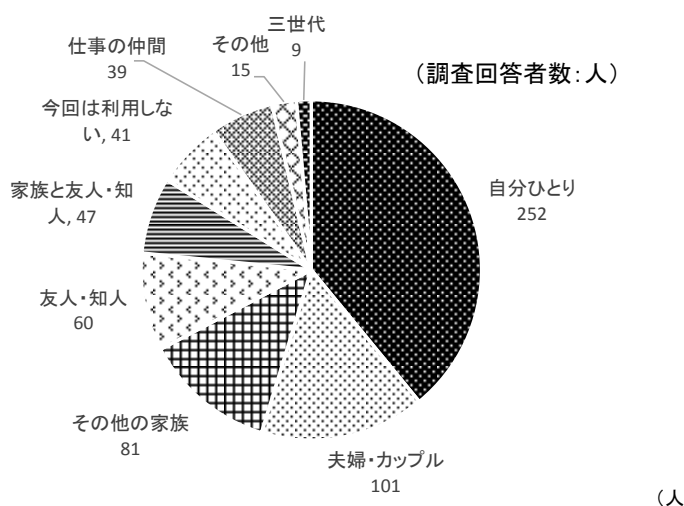


図 26 七戸十和田駅の新幹線利用人数
(平成 25 年 JTB 東北 : JR 東北新幹線・七戸十和田駅利用客属性調査)

(6) 七戸十和田駅利用者の訪問先

七戸十和田駅利用者が立寄る場所の傾向としては、十和田市方面が圧倒的に多くなっています。その他、下北方面へ3割、七戸町内へ向かう割合は2割程度となっています。七戸十和田駅は観光・ビジネスにおいて利用が年々多くなっていることから、利用者のニーズを的確に判断し、観光客として受け入れる施策が求められます。

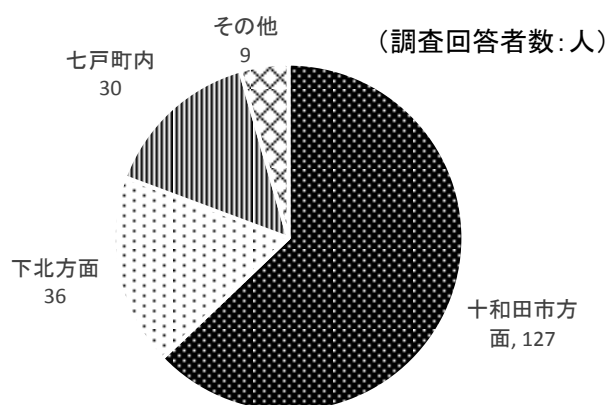


図 27 観光目的の七戸十和田駅利用者が立寄ったところ
(平成 25 年 JTB 東北 : JR 東北新幹線・七戸十和田駅利用客属性調査)

(7) 七戸町来訪客からの評価

七戸十和田駅で実施した調査結果によれば、印象に残った場所として十和田市の十和田湖が最も多く挙がりました。

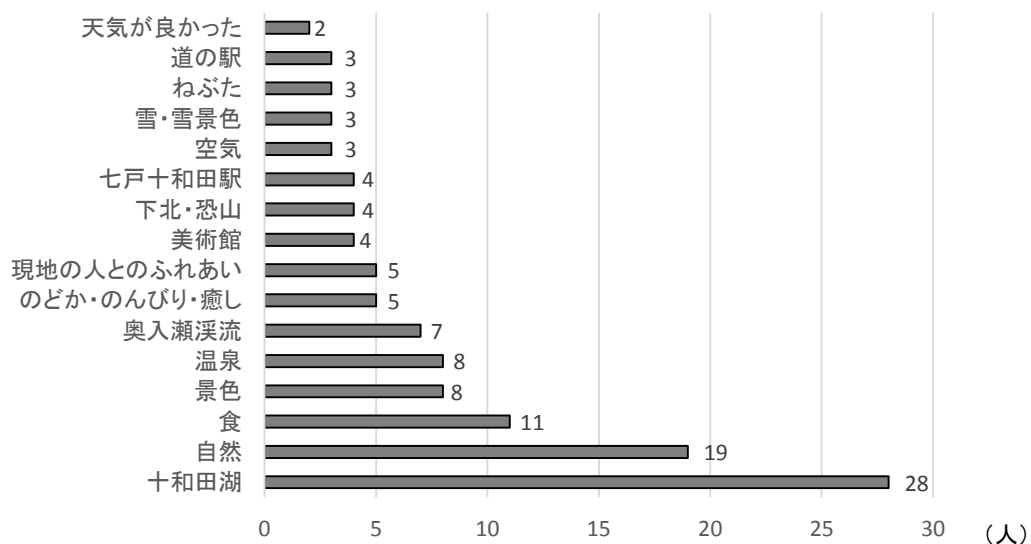


図 28 七戸町来訪客の印象に残ったこと
(平成 25 年 JTB 東北 : JR 東北新幹線・七戸十和田駅利用客属性調査)

さらに、同駅の調査結果から、七戸町にはグルメ、イベント、お祭りが欲しいという意見が見受けられました。七戸町の地域色を発信する方法について、更なる工夫が求められます。

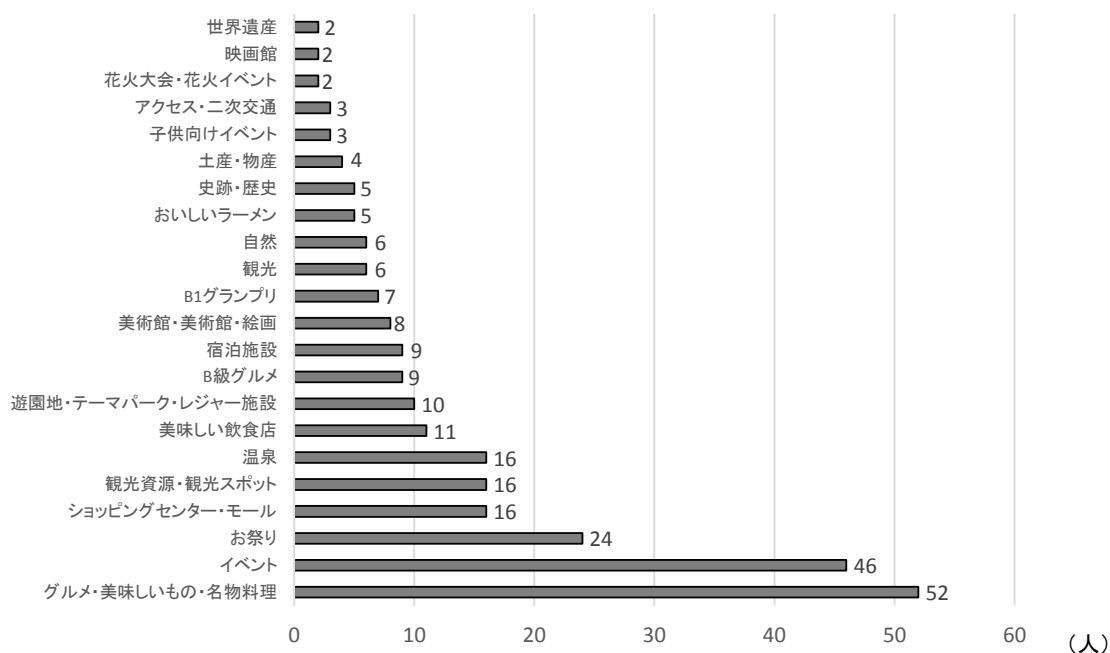


図 29 七戸町来訪客が七戸町にほしいもの
(平成 25 年 JTB 東北 : JR 東北新幹線・七戸十和田駅利用客属性調査)

(8) まとめ

七戸十和田駅の開通により、十和田湖、下北半島等へのアクセスが良好となり、遠方からの来訪客の割合は開業前に比べて大きく伸びました。

一方、七戸町の観光施設及びイベントにおいては、入込客数の減少が見受けられました。

これらの現状を踏まえ、町内観光の受け入れ体制や七戸町来訪客のニーズに合わせた施設環境等を整備しつつ、近隣市町村と連携した広域観光を確立させ、七戸町内の交流人口の拡大を目指します。2015 年には北海道新幹線が開通するため、北海道からの旅行客に対する PR を行い、観光客の旅行を誘致します。

また、イベントの実施については、イベントの目的を明確にし、運営側と参加者側との必要性（ニーズ）と欲求性（ウォンツ）を一致させるよう計画し、活性化させていくこととします。

5. 現状と今後に向けて

(1) 現状と課題

国内における観光需要は高く、その特徴は、旅行関連支出や旅行宿泊数の増加として統計に表れています。国は成長戦略の一環として訪日外国人旅行者の増加に力を入れており、国内外を含めれば、観光需要は年々高くなっていくものと考えられます。

また、訪日外国人の旅費は、日本人の国内宿泊旅行の一人当たりの観光消費額よりも3倍高く、外国人旅行の誘致は、経済波及効果の大きい観光産業の振興となります。

近年、国内旅行者は団体旅行に満足せず、インターネット等を活用することで独自に観光情報を入手し、少人数で旅行を楽しむことが主流となっています。

青森県来訪客の大半を観光目的が占めており、リピート率は高く、日帰客が多いという現状があります。

七戸町においては、七戸十和田駅の開通により遠方からの来訪客割合が増加しており、駅利用客の大部分が宿泊型観光という結果が出ていますが、多くは町外へと流れている様子が伺えます。

(2) 今後の施策

① 満足度の高い旅行商品開発

少人数の旅行者で楽しむことができる観光地とその他の観光地、観光地と生活文化、生活文化とその他の生活文化を結び付けた「七戸ならではの」の滞在型旅行を造成することにより満足度高める必要があります。

また、景観鑑賞のみの旅行から、体験イベントや地域イベントの参加を促す旅行の商品造成により、滞在時間を延ばし、お金を使ってもらい必要があります。

② 海外・国内への発信力強化

旅行者の多くは事前にインターネットで旅行先を調べるためホームページの充実が必要です。

また、国土交通省より地域活性化の拠点として東北地方で唯一の重点「道の駅」候補として位置付けられた「道の駅しちのへ」は、七戸町のみならず周辺地域との連携した青森県最大のハブ拠点と成りえます。多くの旅行者をこの観光重点拠点に呼び込むことで、七戸町の観光へ誘導し、交流人口の増加へ結びつけることが可能です。

外国人旅行者は増加傾向にあり、旅行者は遠方からの来訪になるほど

旅行関連支出額が多いというデータがあります。外国人向けの標示整備や旅行客向けホームページの外国語化のような外国人旅行客を視野に入れた取り組みを実施し、七戸町の観光振興の効果を向上させることが必要です。

③ もてなしによる交流の継続（リピート率の向上）

図 28 に示すアンケートより、七戸町に欲しいものとしては「グルメ・美味しいもの・名物料理」、「イベント」および「お祭り」が上位を占めています。これらは七戸町的生活文化であり、七戸町民と旅行者のふれあいなしては成立せず、また生活文化は、世界で無二の七戸町の宝です。

旅行者との交流の中で、旅行者の立場に立って心温める対応をする「もてなし」の気持ちにより満足度を向上させ、リピート率を上げ、観光振興へとつなげていきます。

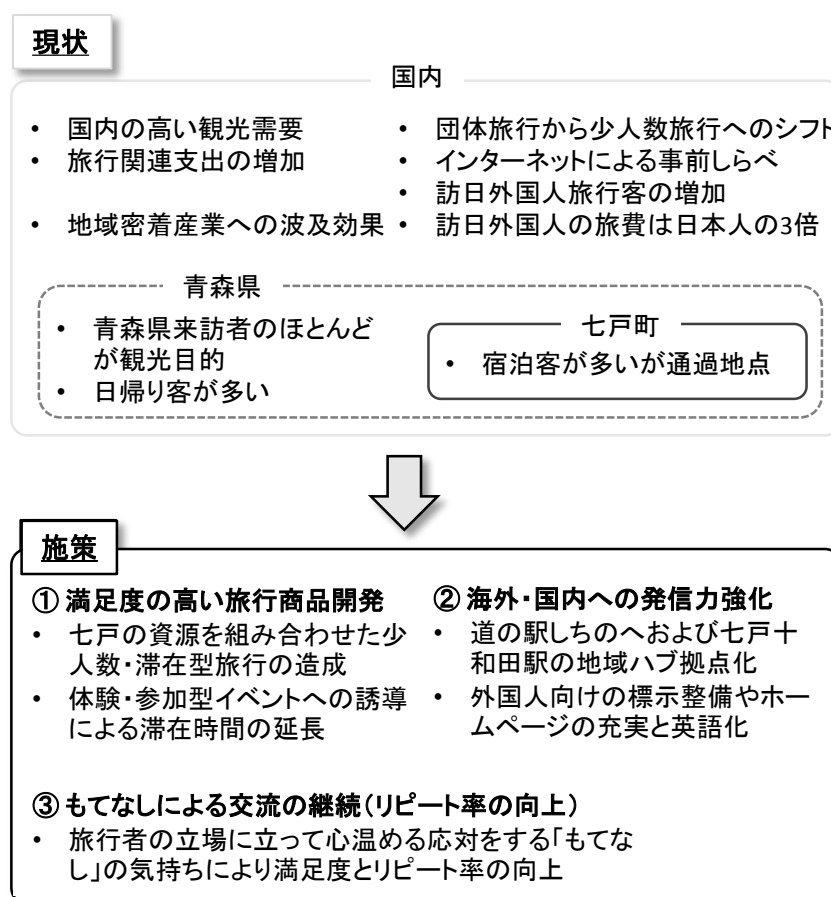


図 30 現状と今後の施策

第3章 観光理念、基本方針および目標値

七戸町の観光理念を策定するため、観光・物産関連団体、大学、行政により構成した策定委員会及び検討部会を組織しました。後述する七戸町観光理念の骨子は、七戸町に関する統計資料から読み取れる課題と策定委員会及び検討部会での意見交流から生まれた考え方を基に形成しました。また、報告書の原案を町民に公開して町民からの意見（パブリックコメント）を報告書へ反映しました。

その過程において、構成員は、観光振興がイベントに頼るものではなく、七戸町の自然、文化、産業といった暮らしの中に七戸町「らしさ」と「ならでは」が存在し、それが人を引きつけるものであることを知る機会となりました。

また、地元目線では「七戸町には何もない」と考えがちですが、検討を深めるに従い、「七戸町には何でもある」と考える人々が世界中に存在し、これらの人々を観光客として捉えていくという認識が共有されました。

さらに、地域経済の活性化につながってこそ観光振興であり、そのためには子供からお年寄りまでが、七戸町に誇りを持ち、七戸町が大好きでなければ観光客への発信力が損なわれ、七戸町への来訪は見込めないという課題を意識し、自然、歴史、文化を含めた郷土愛を育む教育を継続していく必要性を再確認しました。

県南地方の交通の要衝となっている「地の利」を七戸「らしさ」とし、「自然、歴史、文化」などを七戸の「ならでは」として、いかに町を良くするかを考えて先人から引き継いだものを最大限活用し、笑顔と幸せに溢れた町の実現を目指します。

1. 観光理念

七戸町の観光理念を、以下に示します。

七戸町には八甲田を中心とした雄大な「自然」、その恵みを受けた「食」、馬産地や城下の特性が育んだ「文化」があり、ここで生活する「七戸町民」がいます

私たちはそれら七戸でしか生まれることのない“七戸らしさ”に感謝し、誇りをもち、更に磨きをかけていくことで、過去、現在、未来に生きる人々に責任を果たさなければなりません

そして、“七戸ならではの”の中で誰もが“幸せ”を感じられるよう、「考え」「実行」していかなければなりません

- 一. “七戸らしさ” から「観光(かんこう)」を生み出すこと
- 一. 七戸で過ごす時間から「感幸(かんこう)」を引き出すこと
- 一. 理念の実行に「敢行(かんこう)」の精神を持つこと

この理念を掲げ、私たちは「最良の“七戸らしさ”と“七戸ならではの”」を目指す「七戸町民」になれるよう、努力を重ね、笑顔と幸せに溢れた町を実現していきます

2. 基本方針

七戸町観光振興計画の基本方針を、以下に示します。

七戸町の「宝」を確認し磨き上げ続けること

- ・ 観光産業の育成及び振興
- ・ 観光産業の複合化による新たなツーリズムへの対応
- ・ 観光産業の高度化に繋がる地場製品の魅力づくり

七戸町の「宝」を海外・国内へ発信し続けること

- ・ 他の市町村との広域連携の推進
- ・ 観光旅行者の受入体制の充実

七戸町のもてなしによる交流をし続けること

- ・ 観光地づくりを担う人材の育成
- ・ 住民の観光行動の促進

※「宝」とは七戸町ならではのライフスタイルや豊かさのこと

3. 目標値

めざすべき姿である観光理念の実現に向け、本計画における数値目標を次の8項目とする。

目標値は、観光庁が公開する「観光立国推進計画（平成24年度～28年度）」及び青森県観光国際戦略推進本部が公開する「未来へのあおもり観光戦略セカンドステージ（平成26年度～30年度）」を参考に、策定委員会で協議して決定しました。ただし、両計画に「観光消費の1次・2次波及効果」および「リピート率」はないため、目標項目は協議会として独自に設定しました。

目標項目は、可能なかぎり毎年調査します。

表1 七戸町観光振興計画の目標値

目標項目	現状値 (平成25年度)	目標値 (平成36年度)	10年間の伸び率 (目標値/現状値)
(1) 観光消費額	761百万円 (平成25年)	1,000百万円 (平成36年)	131%
(2) 観光消費の1次・2次 波及効果額	一万円 (平成25年)	410百万円 (平成27年度に再設定)	—
(3) 観光旅行者満足度評点	一点 (平成25年度)	100点 (平成36年)	—
(4) リピート意向率	—% (平成25年度)	100% (平成36年)	—
(5) リピート率	—% (平成25年度)	70% (平成27年度に再設定)	—
(6) 町内の延べ宿泊者数	4,890人 (平成25年)	6,000人 (平成36年)	123%
(7) 町内の外国人 延べ宿泊者数	80人 (平成25年)	200人 (平成36年)	250%
(8) 観光入込客数 (延べ人数)	792,000人 (平成25年)	1,000,000人 (平成36年)	126%

(1) 目標項目の考え方

① 観光消費額【商工観光課調べ】

観光消費額とは、観光旅行者が七戸町内において支出した観光消費額（交通費、宿泊費、飲食費、買物費等）です。なお、観光消費額の2次・3次波及効果は、平成27年度の現状調査を基に目標値を設置します。

七戸町の主要な観光関連の道の駅しちのへ、鷹山宇一記念美術館、東八甲田ローズカントリー、東八甲田家族旅行村、七戸町営スキー場、かだれ田舎体験および東八甲田温泉での利用者が買物、宿泊等により、消費した額を集計しました。

観光入込客数の目標設定に加え、観光旅行者一人あたりの観光消費額を4%増加させることで、七戸町全体の観光消費額を現状値から239百万円増（31%増）となる1,000百万円とすることを目指します。また、平成26年度までの観光消費額は旅行者以外の消費額も含まれるため、平成27年度の調査でその内訳を明らかにします。

② 観光消費の1次・2次波及効果額【商工観光課調べ】

観光消費の1次・2次波及効果額は、原材料調達のための費用およびこれによって誘発された雇用者の消費です。観光消費の1次・2次波及効果額の目標値は、青森県企画財政部統計分析課の産業連関表に関する資料のイベントの開催事例を参考に観光消費額の41%である410百万円としました。

ただし、現状値が不明なため観光消費の1次・2次波及効果額の現状調査の目標値は、平成27年度での現状調査を基に再設定します。

③ 観光旅行者満足度評点【商工観光課調べ】

観光旅行者満足度評点とは、七戸町内の観光地を訪れた観光旅行者の満足度を100点満点に換算した数値です。

観光の総合的な取組を通じて、すべての観光旅行者に満足していただいている状態（100点）を目指します。

④ リピート意向率【商工観光課調べ】

リピート意向率は、七戸町を再び訪れたいと回答した観光旅行者の割合です。観光の総合的な取組を通じて、すべての観光旅行者が七戸ファンとなり、再び七戸町を訪れたいと感じていただくこと（100%）を目指します。

⑤ リピート率【商工観光課調べ】

リピート率は、七戸町を再び訪れた観光旅行者の割合です。リピート率の目標値は観光庁の『観光地の魅力向上に向けた評価手法調査事業報告書』の「自然・文化地域」および「農産漁村地域」の訪問回数を参考に70%としました。

ただし、現状値が不明なためリピート率の目標値は、平成27年度での現状調査を基に再設定します。

⑥ 町内の延べ宿泊者数【商工観光課調べ】

町内の宿泊施設（東八甲田家族旅行村、かだれ田舎体験、東八甲田温泉）における延べ宿泊者数です

観光入込客数の目標設定（伸び率）を参考として、4,890人（現状値）から1,110人増（23%増）となる6,000人の宿泊者数とすることを目指します。

⑦ 町内の外国人延べ宿泊者数【商工観光課調べ】

町内の宿泊施設における延べ外国人宿泊者数です。

既に農業体験には外国人が参加しており、この人数を増やすとともに他の観光へ普及拡大を行い、80人（現状値）から120人増（150%増）となる200人の宿泊者数とすることを目指します。

⑧ 観光入込客数【商工観光課調べ】

観光入込客数とは、1年間に観光目的で七戸町内の観光地を訪れた人数について全国観光統計基準に基づき青森県が集計した推計値です。

（七戸町中央公園、イベントを除く。）

792,000人（現状値）から208,000人増（26%増）となる1,000,000人の観光入込客数とすることを目指します。

目標値の参考にした観光庁および青森県の観光関連計画の目標値は表 2 のとおりです。

これらの計画期間は 5 年間です。

表 2 観光庁および青森県の観光関連計画の目標値

目標項目		現状値	目標値	5 年間での伸び率 (目標値/現状値)
観光消費額	観光庁	25.5 兆円 (平成 21 年)	30 兆円 (平成 28 年)	118%
	青森県	1,487 億円 (平成 24 年)	1,800 億円 (平成 30 年)	121%
観光旅行者満足度評点	観光庁	43.6% 「大変満足」の回答割合 (平成 23 年)	45% 「大変満足」の回答割合 (平成 28 年)	103%
	青森県	81% 「大変満足」の回答割合 (平成 24 年)	100% 「大変満足」の回答割合 (平成 30 年)	123%
リピート意向率	観光庁	58.4% 「必ず再訪したい」の回答割合 (平成 23 年)	60% 「必ず再訪したい」の回答割合 (平成 23 年)	103%
地域内延べ宿泊者数	青森県	455 百万人 (平成 24 年)	550 百万人 (平成 30 年)	121%
地域外国人延べ宿泊者数	青森県	39,390 人 (平成 24 年)	80,000 人 (平成 30 年)	203%
観光入込客数 (延べ人数)	七戸町	792,000 人 (平成 25 年)	911,000 人 (平成 36 年)	115%

※観光庁：観光立国推進計画、青森県：未来へのあおもり観光戦略セカンドステージ

第4章 観光振興に向けた取り組み

1. 考え方

基本方針を基盤として、七戸町内各団体の取り組みの指針となるプロジェクトを策定しました。プロジェクトは、平成27年度に設立される「七戸町観光プロジェクト実行委員会（仮称）」内に設置されるプロジェクト毎の分科会において活動内容を企画及び立案し、平成28年度以降の実施を想定しています。

2. プロジェクト

七戸町の観光振興に向けて、以下の3つのプロジェクトを掲げます。また、それぞれのプロジェクトを具現化するための分科会について、名称を併記します。

プロジェクト1

七戸町の強みを活かした滞在型観光地の形成

分科会1

しちのヘツーリズム分科会

プロジェクト2

住民主体による連携した観光地づくり

分科会2

感幸地域づくり分科会

プロジェクト3

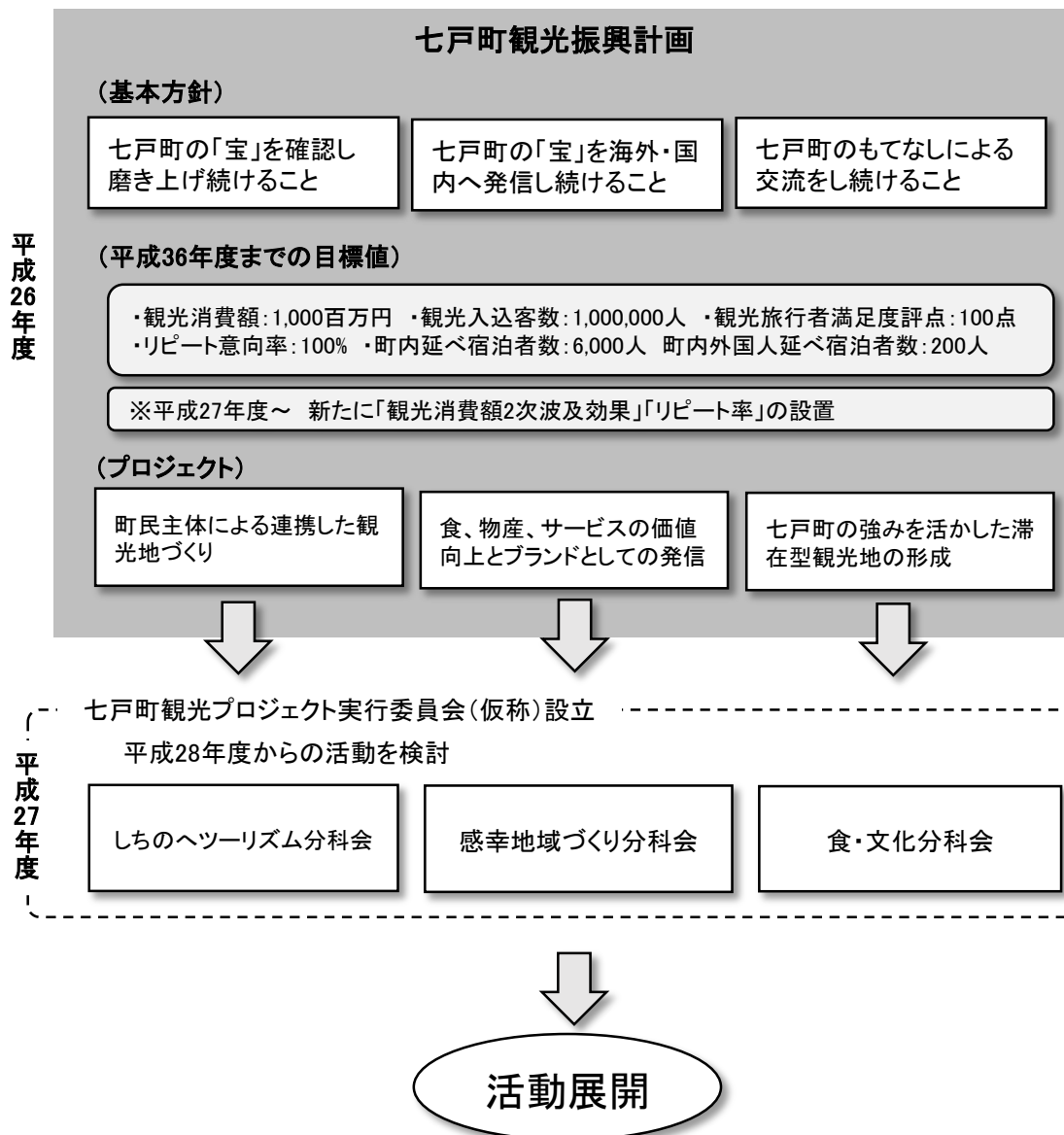
食、物産、サービスの価値向上とブランドとしての発信

分科会3

食・文化分科会

3. 実施期間

プロジェクトの実施期間は、平成 27 年度（2015 年度）～平成 36 年度（2024 年度）とします。図 31 に施策の全体像を示します。



※「宝」とは七戸町ならではのライフスタイルや豊かさのこと

図 31 施策の全体像

4. プロジェクト 1

七戸町の強みを活かした滞在型観光地の形成

七戸町観光を振興していく上で何よりも重要なことは、七戸町「ならではの」魅力を伝えることで、他の観光地との違いを際立たせ、七戸町を旅行先として選んでもらうことが必要です。

そのためには、マーケティング調査を実施して誰が（ターゲット）と何を求めているか（ニーズ）を的確に定める必要があります。

そして、七戸町観光を象徴する強みをさらに伸ばす滞在型観光地づくりを町一体で取り組み、その効果を町全体に広く波及させることが重要です。

(1) 行政の役割

- ・ 団体及び施設ごとの目指す姿を明らかにし、町と地域が一体となって国内外の来訪者でにぎわう観光地づくりに取り組みます。
- ・ 美しく豊かな農村景観を時代に引き継ぐため、住民主体による景観育成の取り組みを進めます。
- ・ 観光地において、わかりやすい道路標識の環境整備を進めます。
- ・ 外国人旅行者が安心して快適に旅行を楽しめるよう、受入環境の整備を促進します。
- ・ 体験を目的とした合宿など、宿泊の誘致に取り組みます。

(2) 七戸町観光協会の役割

- ・ 観光地づくりに向け、各事業主体へ働きかけを行います。
- ・ 七戸町及び他地域を連携させる旅行商品の造成を行います。
- ・ インターネットなどを活用して七戸の魅力を発信していきます。
- ・ 体験を目的とした宿泊の誘致に取り組みます。

(3) それぞれの主体に期待する役割

① 観光事業者及び交通機関などの関連事業者

- ・ 観光地づくりへ積極的に参加します。
- ・ 旅行商品、食事、土産品等の観光地にふさわしい観光資源の発掘及び開発を行います。
- ・ 観光資源を活かした着地型旅行商品の造成を行います。
- ・ インターネットなどを活用して観光情報を発信します。
- ・ 歴史ある観光資源を有効活用します。
- ・ 観光資源を活用し、イベント等を実施します。

② 住民、NPO、ボランティア

- ・ 観光地づくりへ積極的に参加します。
- ・ 観光地美化や景観育成のための活動へ積極的に参加します。
- ・ 観光資源の発掘及び開発を行います。
- ・ 観光ガイド、交流活動等へ積極的に参加します。
- ・ インターネットなどを活用して観光情報を発信します。

(4) 活動例

活動名	しちのへツーリズムの推進
実施主体	行政、七戸町観光協会、観光事業者及び交通機関などの関連事業者
実施期間	2019年度まで
提供する商品	対象者の“異日常”の提供（七戸の宝）
対象者	首都圏在住者、欧米、アジア圏
内容	<p>(1) 里山文化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自然体験（エコツーリズム）、ヘルスツーリズム <p>(2) 絵馬・城下町</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 街歩き ・ パワースポット巡り <p>(3) 農業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊型農業体験（グリーンツーリズム）
評価方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象者の満足度調査アンケート ・ 対象者の face book 拡散

活動名	情報発信の充実
実施主体	行政、七戸町観光協会、観光事業者及び交通機関などの関連事業者
実施期間	2019年度まで
提供する商品	町内施設の情報発信
対象者	町外からの来訪者、町外からの閲覧者
内容	<p>(1) マーケティングのための実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光客の要望に沿った商品造成を行うため、情報収集を行うとともにその仕組みを構築します。 <p>(2) 道の駅での情報発信イベントの開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 七戸町観光協会、観光関連団体及び観光事業者が集客力のある道の駅に一同に会して、団体・施設等の情報を発信します。 <p>(3) 観光ホームページの充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 各施設の情報を一歩化し、検索者が情報収集し易い環境を整えます。
評価方法	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象者の満足度調査アンケート ・ 対象者の face book 拡散

5. プロジェクト2

住民主体による連携した観光地づくり

個性あふれる魅力的な地域であることは、地域の観光の魅力引き上げに繋がります。豊かな自然や暮らしの中に眠る観光資源と、そこで暮らす住民の「もてなし」の心を結びつけながら、観光地づくりに取り組むプロジェクトを進めていきます。

(1) 行政の役割

- ・ 地域資源を活かした滞在プログラムの造成、販売及び情報発信等を町一体で行う取り組みを支援します。
- ・ 町一体のおもてなし推進運動を展開します。
- ・ 国内外からの教育旅行の受入や農山村でしかできない体験を取り入れた交流を促進します。

(2) 七戸町観光協会の役割

- ・ 観光地づくりに向けて各主体へ働きかけを行います。
- ・ 町一体のおもてなし推進運動を展開します。
- ・ 自然環境や農林業、伝統、文化、町歩き、祭り等地域の観光資源を活かした滞在プログラムづくりを推進します。
- ・ 地域の特性を活かした、他分野と連携した新たな旅行商品の造成を行います。
- ・ インターネットなどを活用して七戸町の魅力を発信していきます。

(3) それぞれの主体に期待する役割

① 観光事業者及び交通機関などの関連事業者

- ・ 旅行商品、食事、土産品等七戸町の観光資源の発掘及び開発を行います。
- ・ インターネットなどを活用して七戸町の魅力を発信します。

② 住民、NPO、ボランティア

- ・ 観光地づくりへ積極的に参加します。
- ・ 気持ちの良い挨拶や声かけ等、町全体で来訪者を温かく迎え入れるおもてなしを実践します。
- ・ 景観育成及び七戸町文化の伝承に係る活動へ積極的に参加します。
- ・ 観光ガイド、交流活動等へ積極的に参加します。

- ・ インターネット等を活用して七戸町の魅力を発信します。

(4) 活動例

活動名	一語七笑（いちごしちえ）運動
実施主体	行政、七戸町観光協会、観光事業者及び交通機関等の関連事業者、教育行政機関等
実施期間	2019年度まで
提供する商品	<ul style="list-style-type: none"> ・7つの思いが詰まった笑顔（もてなしの笑顔、思いやりの笑顔、感謝を伝える笑顔、幸せを生む笑顔、安心感を生む笑顔、元気を与える笑顔、感動を与える笑顔）で挨拶して声を掛け合うことで、七戸町民が持つ“もてなし”や“気遣い”の心を相手に伝えます。 ・一語七笑が習慣として定着するよう、「慣行」の精神を持って取り組みます。
対象者	全七戸町民
内容	<p>笑顔であいさつし、相手のことを考えた一言を添えます。家族・職場・学校・来訪者に対して、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・いつもありがとう ・どこに泊まるのだろう ・何を食べたいのだろう ・どこに行きたいのだろう ・道はわかるかな ・七戸を楽しんでほしいな
評価方法	・アンケートによる顧客満足度調査

6. プロジェクト3

食、物産、サービスの価値向上とブランドとしての発信

観光地は食や物産、サービスの価値向上が求められていて、中でも、食は旅先を決定する上で最も重要な要素の一つです。国内外から選ばれ続ける観光地となるために、食や物産、サービスの質について期待以上の価値を提供するブランドの域にまで高めるとともに、町のイメージに合わせた統一感をもって発信していくことが重要です。

(1) 行政の役割

- ・ 来訪者に魅力ある七戸町の食材及び食文化を提供するための、町内外への魅力発信に取り組みます。
- ・ 食や物産、サービスの信頼性を保証及びPRすることで、七戸町ブランドにふさわしい商品等の提供や質の向上に向けた、生産者等の意欲向上を図ります。

(2) 七戸町観光協会の役割

- ・ 食や物産、サービスの価値向上による観光魅力づくりに向けて各主体へ働きかけます。
- ・ 七戸町ブランドのイメージアップに向けた情報を発信します。

(3) それぞれの主体に期待する役割

① 観光事業者及び交通機関などの関連事業者

- ・ 七戸町らしい地域食材を活用した食事の提供、演出の工夫及び物語性の付与等による七戸町ブランドとしての新たな魅力づくり、磨き上げ及び発信を行います。
- ・ 七戸町らしい食や物産の開発及び生産による地域の魅力づくりを図ります。
- ・ 七戸町に寄せられる期待に応えられるような質の高い食や物産の開発及び生産を行います。
- ・ 七戸町ブランドのイメージアップに向けた情報を発信します。

② 住民、NPO、ボランティア

- ・ 伝統料理等の七戸町固有の食文化を伝承します。
- ・ 七戸町ならではの食や物産を活かした魅力づくりへ積極的に参加します。
- ・ 七戸町ブランドのイメージアップに向けた情報を発信します。

(4) 活動例

活動名	四季の彩り発信プロジェクト
実施主体	七戸町観光協会、七戸町商工会、出店したい団体
実施期間	2016 年度から
提供する商品	七戸旬華旬食 七戸の「四季の華（花等）」と食（春、夏、秋、冬の旬の食材を使った料理）の提供（七戸町の農産物）
対象者	町内外からの来訪者
内容	(1) 季節の食材を用いた料理の提供 ・ 季節の花（春はつつじ、夏はバラ、秋はイチョウ、冬は雪の花）が咲く時期に、中央商店街や道の駅等で季節の旬の特産品（食材）を使った料理を提供します。 ・ 料理は既存のものやオリジナルのものでよく、店舗を春夏秋冬町の花で飾り付けが出来れば理想的です。
評価方法	・ 各団体の売り上げ ・ 入込客数に対するリピーターの割合

第5章 推進体制

1. 考え方

観光振興の達成には、観光事業者をはじめとする民間の活力が必要不可欠です。そのために、行政は民間の主体的な取り組みが結実するよう、環境づくりやマーケティング支援等を行う必要があります。

この考え方を基本とし、七戸町、事業者、観光関連団体、住民等がそれぞれの役割を担いながら、連携及び協力してこの計画を推進することが重要です。

第4章に掲げたプロジェクトを遂行しつつ、観光ニーズの多様化に向けた具体的な活動を、平成27年度に設立される「七戸町観光プロジェクト実行委員会（仮称）」において検討していきます。

2. 各主体の役割

(1) 行政の役割

- ・ 各主体の取組を支援するとともに、相互に連携及び協働で実施できるよう調整します。
- ・ 観光地域づくりに必要な人材や組織の育成など、基盤となる地域の取組を重点的に支援します。
- ・ 周遊の広域化を踏まえ、周辺市町村との連携を推進します。
- ・ 統計情報を整備し、関連する主体との共有を図ります。
- ・ 計画を検証及び評価するため、PDCAサイクルを導入し、事業の見直しを行います。

(2) 七戸町観光協会の役割

- ・ 戦略的で広域的な旅行商品の造成及び販売など地域のマーケティングに取り組みます。
- ・ プロモーションなどの誘客活動において中心的な役割を果たします。
- ・ 住民及び事業者と連携し、観光振興に関する取組に対して協力及び支援します。

(3) それぞれの主体に期待する役割

① 観光事業者および交通機関などの関連事業者

- ・ 自らの企画力と経営力を高め、魅力ある商品サービスの提供や顧客満

足度の向上に努めます。

- ・ 観光地域づくりに積極的に参加し、来訪者と地域を結びつける役割を果たしていきます。
- ・ 着地型観光への意識を高め、他産業と連携しながら新たな観光需要に対応していきます。

② 住民、NPO、ボランティア

- ・ 七戸町の「宝」を再認識し、後世に伝えていきます。
- ・ もてなしの心で来訪者を迎えます。
- ・ 観光に関心を持ちながら、観光地域づくりに積極的に参加します。

3. 計画の見直し

観光ニーズは多様化しています。そして、七戸町を取り巻く社会経済情勢に計画策定時の想定を大きく超えた変化が生じることも考えられることから、計画期間中においても、必要に応じて計画の見直しを行っていきます。

資料編

1. 七戸町観光振興計画策定委員会 委員一覧

順不同：敬称略

	氏 名	役 職 等	役 職	備 考
委員長	香 取 薫	青森公立大学	学長	学識経験者 (連携協定大学)
副委員長	似 鳥 和 彦	七戸町	副町長	行政関係者
委員	小 林 勉	七戸町観光協会	会長	観光関係者
委員	舩 山 義 郎	七戸町立鷹山宇一記念美術館	館長	
委員	立 崎 由 紀 夫	七戸町かだれ田舎体験協議会	会長	
委員	中 村 文 隆	七戸旅館組合	組合長	
委員	米 内 山 正 義	七戸町商工会	会長	商工関係者
委員	工 藤 慎 康	天間林村商工会	会長	
委員	宮 沢 公 生	(株) 七戸物産協会	代表取締役	
委員	畑 内 圭 一	上北地域県民局地域支援室	室長	行政関係者
アドバイザー	山田桂一郎	JTIC. SWISS	代表	観光カリスマ
事務局	田 嶋 邦 貴	七戸町商工観光課	課長	
	附 田 敬 吾		課長補佐	
	中 野 渡 伯 貴		担当者	
	吉 田 道 孝		担当者	

2. 七戸町観光振興計画策定委員会検討部会 部員一覧

順不同

No.	団 体 名	No.	団 体 名
1	株式会社七戸物産協会	12	天間林村商工会女性部
2	公益財団法人 鷹山宇一記念美術振興会	13	有限会社東八甲田温泉
3	南部縦貫株式会社	14	有限会社中村旅館
4	一般社団法人 東八甲田ローズカントリー	15	七戸はやぶさびーあーる隊
5	七戸町商工会	16	青森県営農大学校
6	天間林村商工会	17	七戸町かだれ田舎体験協議会
7	わの会	18	ジェイアル東日本レンタリース（株） 駅レンタカー七戸十和田営業所
8	NPOしちのへ元気倶楽部	19	七戸町観光協会
9	七戸町商工会青年部	20	七戸町文化ガイドの会
10	七戸町商工会女性部	21	上北地域県民局地域支援室
11	天間林村商工会青年部	22	