

# みちのく岩手観光立県基本計画

～ひろげよう おもてなしの郷いわたて～



平成22年3月  
岩手県

# < 目 次 >

<b>第1章 計画の基本的な考え方</b> .....	1
1 計画の位置づけ・性格 .....	1
2 計画期間 .....	1
3 計画の構成 .....	1
4 計画の点検・見直し .....	1
<b>第2章 本県の観光を取り巻く現状と課題</b> .....	2
1 岩手の観光をめぐる外部環境 .....	2
2 本県観光の現状 .....	8
3 本県の観光SWOT分析 .....	12
4 本県観光産業をめぐる課題 .....	14
<b>第3章 計画の目標</b> .....	16
<b>第4章 観光振興に関する施策</b> .....	20
1 「ゆたかな地域を創る」:地域の魅力の発見、創造 .....	20
2 「担い手を育てる」:観光人材の育成 .....	24
3 「お客様に来ていただく」:効果的な情報発信と誘客活動 .....	25
4 「快適性を高める」:交通ネットワークの整備とユニバーサルデザイン化 .....	27
5 「世界とつながる」:国際観光の振興 .....	28
<b>第5章 推進体制</b> .....	29
1 推進体制 .....	29
2 計画推進に当たったの役割分担の基本的な考え方 .....	30
3 計画の進捗管理 .....	31
4 観光統計の整備等 .....	31



## 第1章 計画の基本的な考え方

### 1 計画の位置づけ・性格

- (1) この計画は、県、市町村、観光に関係する団体、観光事業者、県民などが相互理解と協力のもと、観光振興に関する施策を総合的、計画的に推進するための基本的な計画として、「みちのく岩手観光立県基本条例」（以下「条例」という。）第10条に基づき定めたものです。
- (2) この計画は、県の「いわて県民計画」における政策の基本的な考え方や政策推進の基本方向等を踏まえたものです。
- (3) 今後、県において策定される観光振興に関する個別の計画は、この計画との整合を図り、策定、推進されるものです（広域振興圏ごとに策定されるアクションプラン等）。
- (4) 観光振興に関する施策の取組は、県、市町村、観光に関係する団体、観光事業者、県民が一体となって進める必要があることから、県の施策のほか、パートナーである市町村等に期待する役割を盛り込んでいます。

### 2 計画期間

平成21年度から平成25年度までの5年間

なお、本計画は10年後（平成30年度）に実現すべき姿を展望して定めたものです。

### 3 計画の構成

- ◇ 計画の基本的な考え方
- ◇ 本県の観光を取り巻く現状と課題
- ◇ 計画の目標
- ◇ 観光振興に関する施策
- ◇ 推進体制

### 4 計画の点検・見直し

社会経済情勢の変化に適切に対応していくため、この計画の進捗状況を随時点検するとともに、必要に応じて見直すこととします。

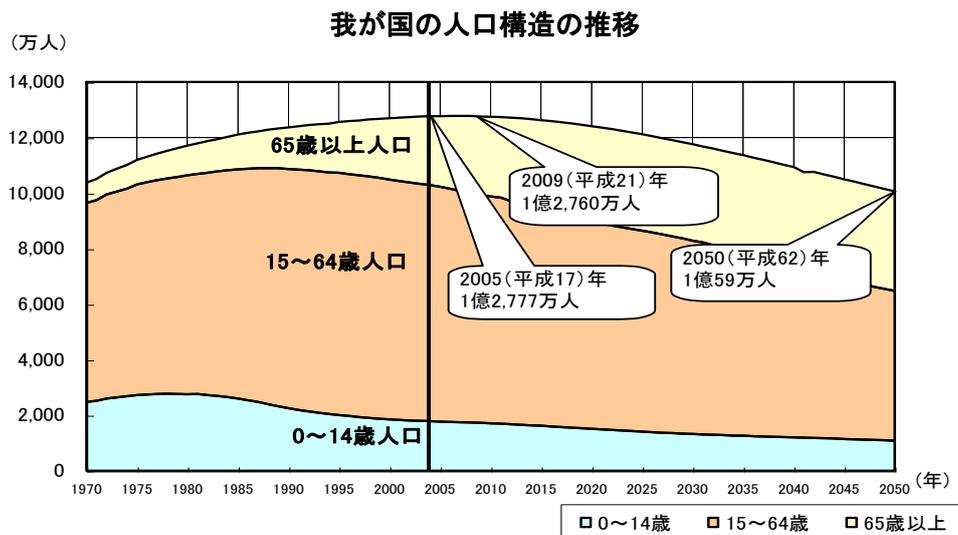
## 第2章 本県の観光を取り巻く現状と課題

### 1 岩手の観光をめぐる外部環境

#### (1) 少子高齢化の進展

日本の総人口は、平成18年（2006年）から減少に転じており、地域活性化を実現する方法のひとつとして、観光産業の振興による交流人口の拡大が注目されています。

平成19年（2007年）から、いわゆる「団塊世代※」（全国で約700万人～800万人）の大量退職時代を迎えており、「コストを抑えながら長期間滞在する。」といった新たな需要が大量に発生することによって、この世代が国内外の旅行需要全体を押し上げることで期待されています。



出典：平成21年（2009年）までは総務省統計局「国勢調査」  
 2010～2050年は、国立社会保障・人口問題研究所  
 「日本の将来推計人口（06年12月推計）の中位推計値」

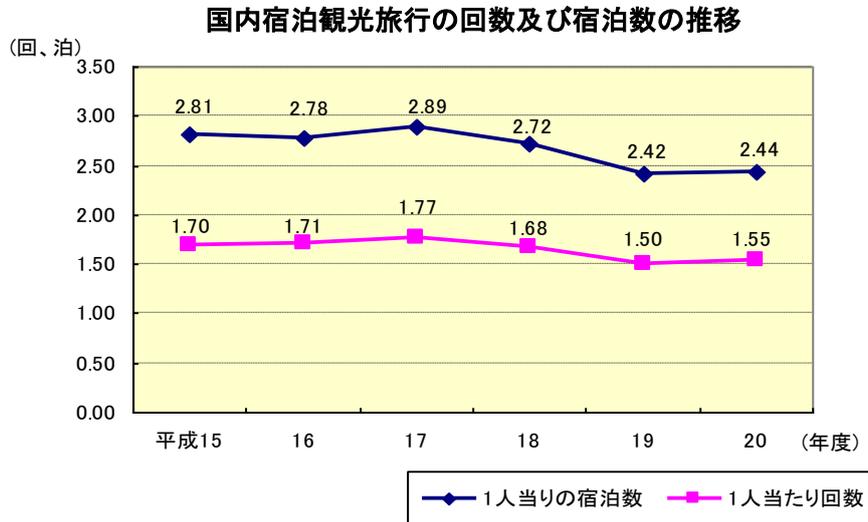
※団塊世代：昭和22年（1947年）から24年（1949年）生まれのベビーブーム世代のこと。平成19年（2007年）から一般的な定年年齢である60歳に、また、平成24年（2012年）から65歳に到達し始める。



## (2) 国内観光市場の動向

平成 20 年度における国民一人当たりの国内宿泊観光旅行回数は、1.55 回、国内観光旅行宿泊数は 2.44 泊と推計されており、ともに平成 3 年度をピークに減少傾向にあります。

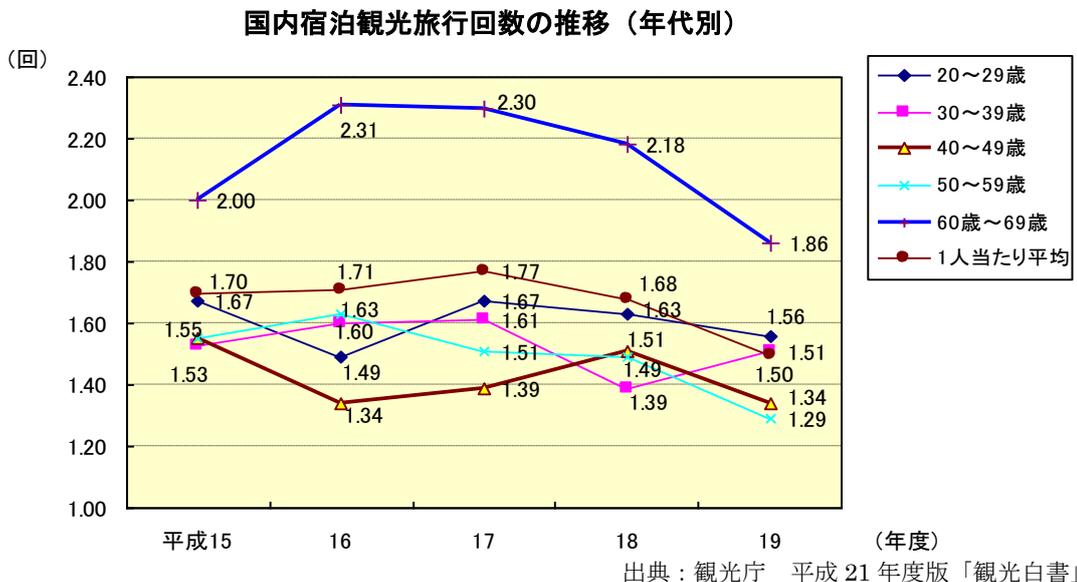
このように国内観光市場が伸び悩みを示す中、国において、観光需要の拡大や雇用創出につなげるため、休暇の分散化を検討する動きが出てきています。



出典：観光庁 平成 21 年度版「観光白書」

価値観の多様化などにより、団体旅行型から個人・小グループ型へ、金銭消費型から体験や人と人との交流を楽しむ滞在型へ、物見遊山的な画一化した旅から目的性の高い旅・テーマ性のある旅へ、と観光ニーズの変化や多様化が進んでいます。

国内宿泊観光旅行回数の経年変化を見ると、60 歳代は平均を常に上回っており、国民一人当たりの旅行回数を牽引する層となっています。



出典：観光庁 平成 21 年度版「観光白書」



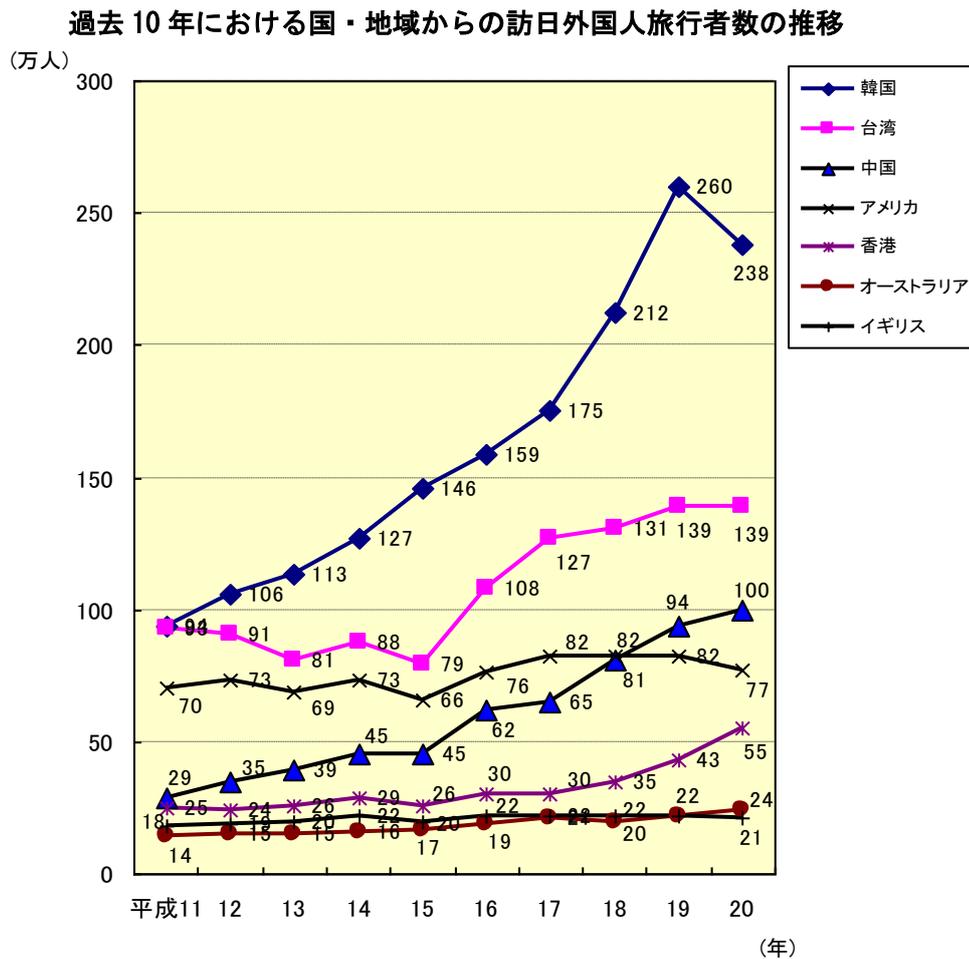


### (3) 国外観光市場の動向

国・地域別の訪日外国人旅行者数の経年変化を見ると、平成20年は、世界的な景気後退や円高等の影響による減少が見られるものの、傾向としては増加しています。

韓国が238万人と10年連続で首位となっており、また、台湾（139万人）、中国（100万人）、香港（55万人）など東アジアの国々を中心に訪日外国人が増えています。

平成21年7月に中国人個人旅行者に対するビザが解禁されたことにより、今後中国からの旅行者が増えることが期待されています。



出典：国際観光振興機構・国土交通省資料



平成 20 年度における岩手県の外国人延べ宿泊客数は 8.8 万人（全国 29 位）で、東北では、宮城県、福島県に次いで 3 番目に多くなっています。

各県別外国人延べ宿泊客数

（単位：人）



出典：観光庁 平成 20 年分宿泊旅行統計調査結果

（注）「観光庁 宿泊旅行統計調査」の調査施設は、従業員数 10 人以上のホテル、旅館、簡易宿所となっています。

#### (4) 国の動向

国は、平成 18 年 12 月に観光基本法を全部改正し、新たに「観光立国推進基本法」を制定しました。

同法は、それぞれの地域が持つ特色を生かした魅力ある観光地づくりの取組を推進するとともに、地域の伝統や文化等の魅力を内外に発信して国際・国内観光を振興するなど、観光立国の実現に関する施策を総合的・計画的に推進することを目的としています。

また、平成 19 年 6 月には、同法に基づく観光立国推進基本計画が閣議決定され、以下の 4 つを施策の柱に、平成 24 年までの 5 年間、さまざまな施策に取り組むこととしています。

- ①国際競争力の高い魅力ある観光地の形成
- ②観光産業の国際競争力の強化・観光の振興に寄与する人材の育成
- ③国際観光の振興
- ④観光旅行の促進のための環境の整備



#### ◆観光立国推進基本計画で掲げられた基本的な目標

- 訪日外国人旅行者数を平成 22 年までに **1,000 万人**にすることを目標とし、将来的には、日本人の海外旅行者数と同程度にすることを旨す。

【平成 18 年：733 万人】

- 日本人の海外旅行者数を平成 22 年までに **2,000 万人**にすることを目標とし、国際相互交流を拡大させる。

【平成 18 年：1,753 万人】

- 旅行を促す環境整備や観光産業の生産性向上による多様なサービスの提供を通じた新たな需要の創出等により、国内における観光旅行消費額を平成 22 年度までに **30 兆円**にすることを目標とする。

【平成 17 年度：24.4 兆円】

- 日本人の国内観光旅行による 1 人当たりの宿泊数を平成 22 年度までにもう 1 泊増やし、年間 **4 泊**にすることを目標とする。

【平成 18 年度：2.77 泊】

- わが国における国際会議の開催件数を平成 23 年までに **5 割以上増やすこと**を目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。

【平成 17 年：168 件】

こうした中、平成 20 年 10 月、国全体として、官民を挙げて観光立国の実現に取り組む体制として観光庁が発足しました。



## 2 本県観光の現状

### (1) 本県のゆたかな観光資源

本県には、平泉を中心とした歴史的遺産、陸中海岸や十和田・八幡平の2つの国立公園など全国に誇る優れた自然環境、日本の原風景である農山漁村の景観とそこに根ざした多くの伝統芸能など、豊富な観光資源があります。

また、例えば、県北・沿岸圏域に見られる雑穀・短角牛・山ぶどうなど「食」をテーマにしたツアーや小型の磯舟を使った「さっぱ船」ツアーなど、農林水産業や食産業、観光産業の有機的な連携が、県内各地で進みつつあります。

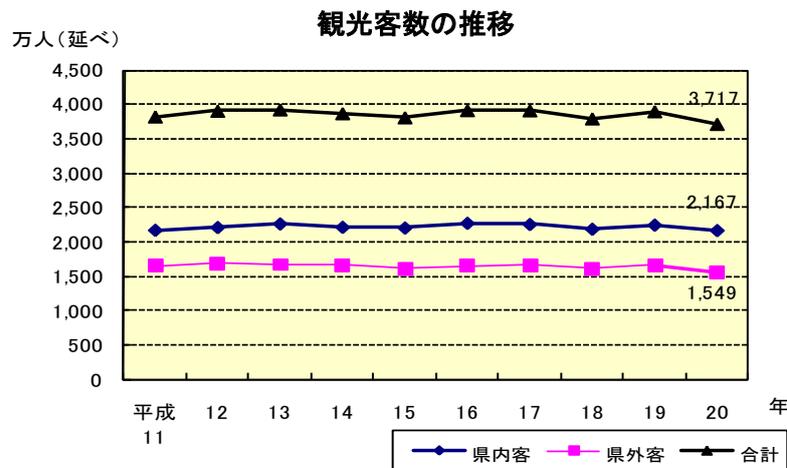
※ 本計画の終わりに資料編として「岩手県観光地図」を付けていますのでご参照ください。

### (2) 観光客数の推移

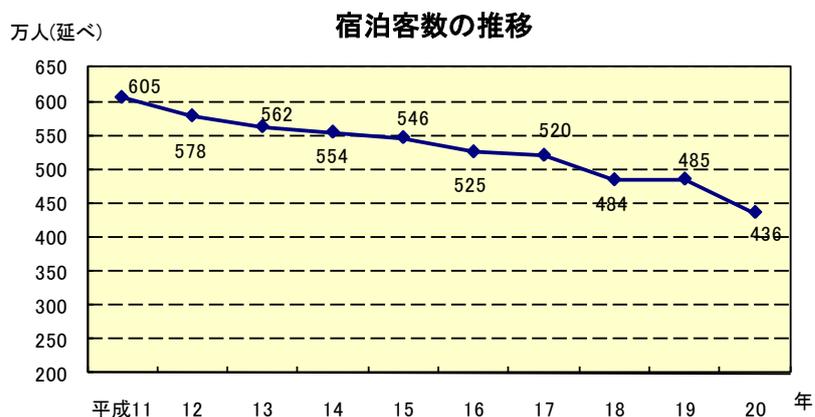
平成11年以降、県内客は、延べ2,100万人から延べ2,200万人台で、県外客は、平成20年を除いて延べ1,600万人台で推移しており、傾向としては横ばいが続いています。

平成20年における観光客数は、2度の地震、ガソリンの高騰、世界的な経済不況などマイナスの特殊要因が重なり、前年に比べると4.7%減の延べ3,717万人で、過去10年で最も少なくなっています。

また、平成20年における県内の宿泊客数は延べ436万人となっており、減少傾向にあります。



出典：平成20年岩手県観光統計



出典：平成20年岩手県観光統計



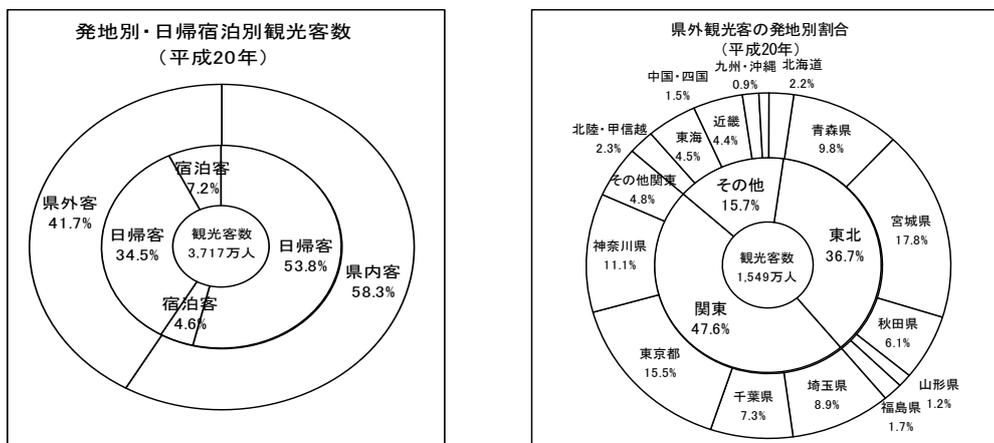
### (3) 平成 20 年における観光客の内訳

観光客数の内訳は、県内客が前年比 3.4%減の延べ 2,167 万人、県外客が前年比 6.4%減の延べ 1,549 万人となっています。

平成 20 年の発地\*別・日帰宿泊別観光客数の状況を見ると、県内客は 58.3%となっており、そのうち日帰り客が 53.8% (延べ 1,998 万人)、宿泊客が 4.6% (延べ 170 万人) となっています。

県外客は 41.7%となっており、そのうち日帰り客が 34.5% (延べ 1,283 万人)、宿泊客が 7.2% (延べ 2 67 万人) となっています。

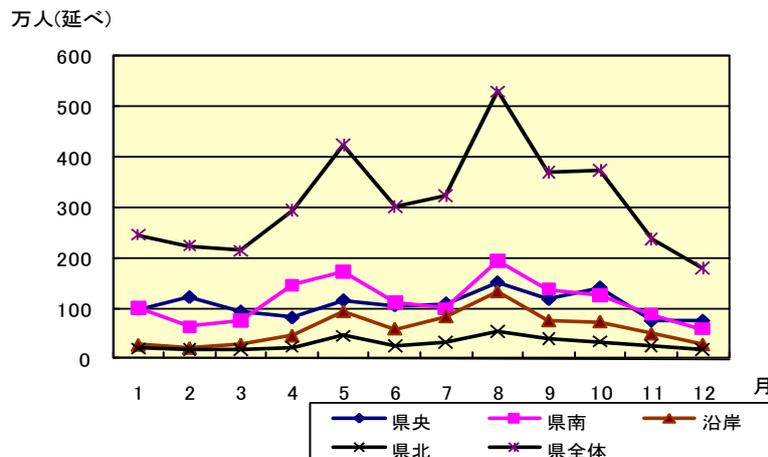
県外観光客を発地 (都道府県) 別にみると、関東からの観光客が全体の 47.6% (延べ 737 万人) を占めて最も多く、次いで東北他県からの観光客が 36.7% (延べ 569 万人)、特に、宮城県、青森県、秋田県の 3 県からの観光客が 33.7% (延べ 522 万人) を占めています。



出典：平成 20 年岩手県観光統計

平成 20 年における月別の観光客数の状況を見ると、県全体では、5 月 (延べ 425 万人) や 8 月 (延べ 530 万人) の観光客数が高く、逆に、11 月から 3 月までは低くなっています。

#### 平成 20 年における月別の観光客数の推移



出典：平成 20 年岩手県観光統計

※発地と着地：発地は旅行者が出発する地域のこと、着地は観光地 (目的地) のこと。



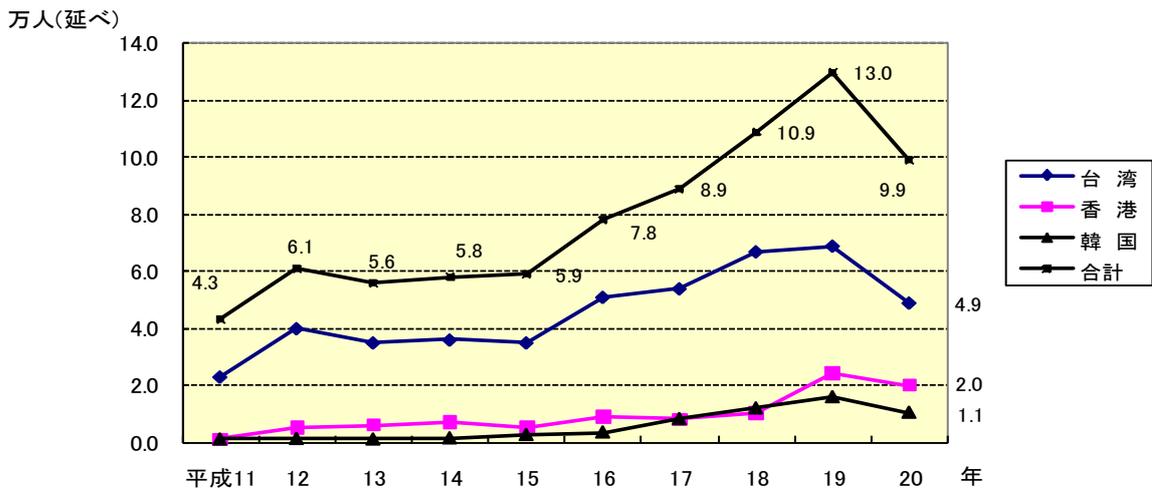
#### (4) 外国人観光客の動向

平成11年以降の外国人観光客の状況をみると、平成11年には延べ4.3万人であった外国人観光客は、平成20年には延べ9.9万人にとどまったものの、ここ数年は大幅に増加しています。

国、地域別内訳では、台湾からの観光客が多く、平成11年の延べ2.3万人から、平成20年には延べ4.9万人と2.1倍に増加し、外国人観光客の49.2%を占めています。

近年は、香港、韓国からの観光客も増加しており、平成20年には、香港で約2割、韓国で約1割の外国人観光客を占めるまでになっています。

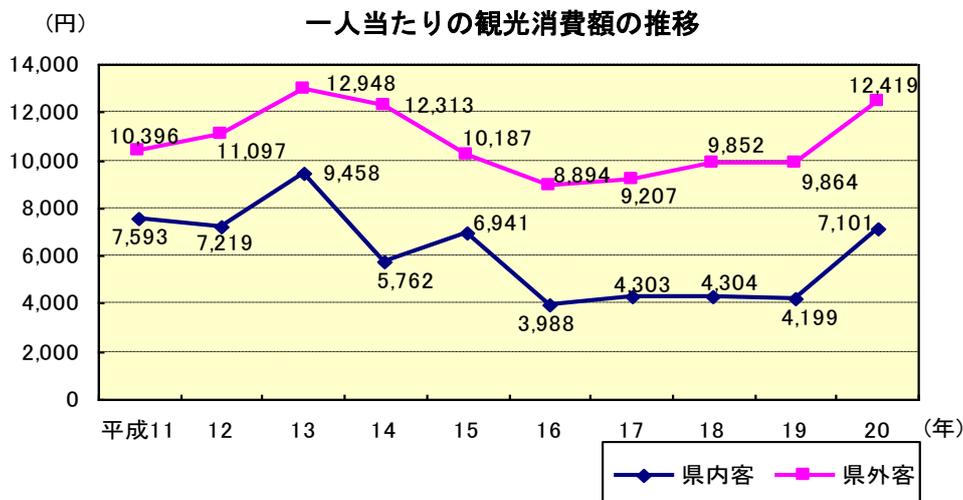
外国人観光客数の推移



出典：平成20年岩手県観光統計

#### (5) 一人当たりの観光消費額の推移

一人当たりの観光消費額は、平成13年以降、減少傾向が続いていましたが、平成20年は、県内客、県外客ともに増加しています。



出典：平成20年岩手県観光統計

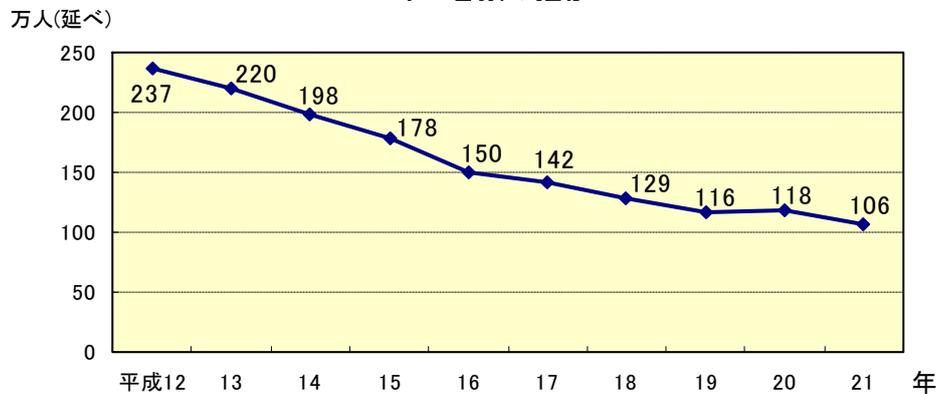


## (6) スキー客の状況

スキー客数については、平成4年をピークに減少傾向を続けています。

平成20年11月から平成21年5月までの間に、県内のスキー場を訪れたスキー客数は延べ106万人であり、前のシーズンに比べ約12万人、10.2%の減少となっています。

スキー客数の推移

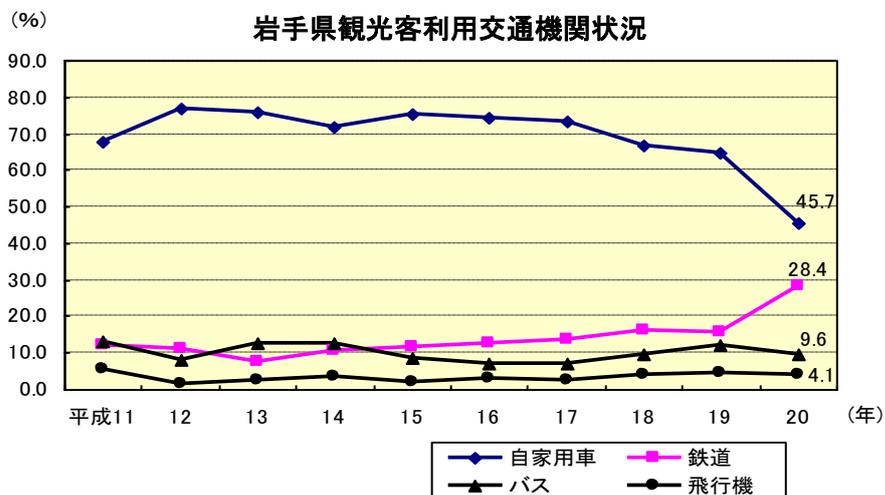


出典：平成20年岩手県観光統計

## (7) 利用交通機関の状況

県内の観光旅行で最も利用される交通機関は自家用車ですが、ここ数年は減少傾向にあり、平成20年は45.7%となっています。

一方で、鉄道の利用が大きく増加しています。



出典：平成20年岩手県観光統計

## (8) 本県の観光地に対する県民の満足度・重要度

平成19年に実施した本県の施策に関する県民意識調査によると、「県内の観光地が、県内外の人が訪れてみたい魅力ある観光地であること」という調査項目について、満足度は、満足（「満足」＋「やや満足」）が22.9%となっており、不満（「不満」＋「やや不満」）40.4%を下回っています。

なお、同調査項目の重要度は、重要（「重要」＋「やや重要」）が67.8%となっています。



### 3 本県の観光SWOT分析

SWOT分析は、外部から影響を受けると考えられる「機会（チャンス）・脅威」と、内部に持つ「強み、弱み」をそれぞれ整理しながら、チャンスを生かして強みを伸ばす、あるいは、弱みを改善するなどの分析を進める手法です。

こうした「強み」「弱み」「機会」「脅威」の4つの視点により、本県の観光の特色を以下のように整理します。

<p><b>強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①自然、歴史、文化など多彩な観光資源</li> <li>②安全安心な地域食材</li> <li>③比較的良好な首都圏及び東北各都市からのアクセス</li> <li>④実直で粘り強い県民性</li> </ul>	<p><b>弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①内陸地域と沿岸地域や沿岸地域間の長い移動時間</li> <li>②不十分な地域内や地域間の連携</li> <li>③観光地の認知度不足</li> <li>④観光産業を担う人材の不足・減少</li> <li>⑤不十分な外国人の受入態勢</li> <li>⑥本県の宿泊施設、立寄施設の老朽化の進行</li> <li>⑦厳しい経営下にある航空、バス路線の動向</li> </ul>
<p><b>機会</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①個人型やテーマ性の高い旅への転換</li> <li>②団塊の世代の退職に伴う旅行需要の増大への期待</li> <li>③外国人観光客の増加</li> <li>④観光庁の設立（H20）、みちのく岩手観光立県基本条例の施行（H21）</li> <li>⑤東北新幹線新青森開業（H22）及び新幹線の高速度化（H23）</li> <li>⑥高速道路料金割引と高規格幹線道路等の整備</li> <li>⑦「平泉の文化遺産」の世界遺産<sup>*</sup>登録（H23・見込み）</li> </ul>	<p><b>脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①観光地間の競争の激化</li> <li>②国内の宿泊観光旅行回数、宿泊数の減少</li> <li>③少子高齢化の進展による人口の減少</li> <li>④国内外の景気低迷、地震や新型インフルエンザなどによる風評被害</li> </ul>

注）SWOTとは、「強み（Strengths）」「弱み（Weaknesses）」「機会（Opportunities）」「脅威（Threats）」の頭文字から名付けられたものです。

※世界遺産：昭和47（1972）年、ユネスコ総会で採択された「世界の文化遺産及び自然遺産の保護に関する条約」に基づき、全世界の人々の共有財産として国際的に保護・保全していくことが義務づけられている「遺跡」や「建造物」、「自然」などのこと。

県内では、「平泉の文化遺産」を「平泉—仏国土（浄土）を表す建築・庭園及び考古学的遺跡群—」として推薦し、平成23年の登録を目指している。

また、平成21年1月に世界遺産暫定リストに登載された「北海道・北東北を中心とした縄文遺跡群」の構成資産である「御所野遺跡」（一戸町）や、「九州・山口の近代化産業遺産群」の構成資産に追加される見込みの「橋野鉦山と製鉄遺跡」（釜石市）なども世界遺産登録を目指している。



## 「機会」の中で、特に注視する必要があるもの

### **東北新幹線新青森開業**

JR東日本の発表によると、平成22年12月には東北新幹線八戸～新青森間の開業により、東京～新青森間が3時間20分程度で結ばれ、また、段階的な高速化により平成24年度末には3時間5分程度で結ばれる予定となっています。

これに伴い東京～盛岡間の所要時間も2時間強となることが見込まれており、関東方面などからの交流人口の増加が期待されています。

### **高速道路料金割引と高規格幹線道路等の整備**

高速道路の料金割引は、高速道路利用による観光客の増加が見込まれ、広域的な観光資源の利用促進につながるものとして期待されています。

また、平成24年度には、東北横断自動車道釜石秋田線の宮守～東和間の開通が予定されており、観光地間のアクセス向上など、更なる効果が期待されています。

### **「平泉の文化遺産」の世界遺産登録**

国宝「中尊寺金色堂」や特別名勝「毛越寺庭園」、特別史跡「無量光院跡」など、平泉には多くの文化財が現在まで保存・継承されています。

平安時代末期、奥州藤原氏は平和な理想郷を目指し、当時興隆した浄土思想を反映させながら、仏教寺院や庭園などを築き、平泉に浄土の世界を再現し、「黄金文化」という華を開かせました。

平成23年の世界遺産登録を目指す、これらの「平泉の文化遺産」は、本県観光戦略上、最も重要なテーマの一つとなっています。



## 4 本県観光産業をめぐる課題

### (1) 点の観光から面の観光への脱却が不十分

本県の観光産業をみると、美しい自然景観や豊かな一次産品など優れた観光資源に恵まれている一方、団体旅行から個人・小グループ型旅行への観光スタイルの変化、地場食材にこだわった料理や体験型観光へのニーズの高まりなどに対応しきれていない面があることから、地域全体としての魅力、ブランド力を、今後一層、磨きあげることにより、点と点をつなぐ線の観光を作り、さらに面の観光へと発展させるよう観光産業を振興する必要があります。



### (2) 地域の観光産業を支える人材の不足

観光産業は様々な業種が関わる総合産業であり、それぞれの業種を担う人材の能力開発や業種の枠を越えて地域の観光振興をマネジメントする人材の養成、学生に対する観光教育など、広い意味での人材育成を進める必要があります。

特に、観光客のニーズの中心が人と人との交流に移ってきている今日、「岩手の人沈深牛の如し」と高村光太郎の詩にうたわれているように、実直で粘り強い県民性により、21世紀の観光産業をリードできる可能性を有しているものと考えられることから、本県観光産業にとって最も大切な資源は「人材」であるとの意識を共有していく必要があります。





### (3) 観光客が県内を移動する際の利便性、快適性が不十分

本県を訪れる観光客の約5割がレンタカーを含む自家用車を利用していることから、観光拠点の間を結ぶ道路や標識の整備を進めるとともに、自家用車を利用しない観光客が県内を移動するための2次交通<sup>※</sup>、高齢者を始め誰もが観光を楽しむためのユニバーサルデザイン<sup>※</sup>の促進など、観光客の利便性、快適性を高める環境整備を進める必要があります。



### (4) 岩手の魅力が県外の住民に届いていない

首都圏の住民に対する意識調査で、「東北地方に旅行に行かない理由」として「なんとなく」という回答が全体の32%を占めている（平成19年観光動向調査（東北観光推進機構<sup>※</sup>））ことから、本県や東北の魅力が知られていないと推測することができます。

こうしたことから、岩手の魅力や岩手での過ごし方などについて様々な方法で効果的、継続的に県外の人たちに情報発信するとともに、東北新幹線の新青森開業や「平泉の文化遺産」の世界遺産<sup>※</sup>登録といったチャンスを生かし、旅行会社などとタイアップした誘客活動を展開する必要があります。



### (5) 海外からの誘客に向けた取組が重要

世界的に大きく人々が動きはじめている今日、海外、特に東アジアからの観光客の需要の拡大が見込まれていることから、東北各県との密接な連携のもと、海外からの観光客の誘客を図る必要があります。



※2次交通：鉄道駅や空港などの交通拠点と目的の観光地とを結ぶアクセス交通のこと。

※ユニバーサルデザイン：文化・言語の違い、老若男女といった差異、障がい・能力を問わずに利用することができる施設・製品・情報の設計（デザイン）。

※東北観光推進機構：東北の観光の認知度向上と、国内・海外観光客等の誘致を推進し、観光産業の振興と東北経済の発展に寄与することを目的に、平成19年6月に設立された組織。

※世界遺産：12 ページ参照。



## 第3章 計画の目標

### いわての「ゆたかさ」を未来に引き継ぐ

本州一の広大な県土を誇る本県には、地域ごとに四季を通してそれぞれ個性的な彩りを見せる雄大で美しい自然や、様々な歴史、古くから地域に根付いてきた文化など、多くの人たちの心を和ませてくれる多様でかけがえのない「ゆたかさ」に恵まれています。

これらの「ゆたかさ」は、本県に暮らしたり関わったりした先人が守り育ててきたものであり、私たちは、これを受け継ぎ、大切に活用しながら、次の世代へと引き継がなければなりません。

一方、人口減少や少子高齢化が進む中で、地域の活力の低下が懸念されており、手をこまねいていれば、先人が培った本県の「ゆたかさ」を失うことにもなりかねません。

私たちは、観光の力で、地域の精神的・経済的自立を図り、いわてを元気にしていきたいと考えています。

### 観光の多面的な力を生かす

観光には、**地域経済を活発にする力**があります。観光客が宿泊や食事、交通機関の利用や土産の購入などによる支出はもちろん、旅館・ホテルが地元の食材を使えば地域の農家や漁家の収入となり、地元の土産が増えれば地域の製造業者の収入が生み出されるなど、地域内での波及効果も広がります。

本県で美味しい食事を楽しんだ観光客が、自宅の近所のスーパーマーケットで本県産の食材を購入したり、直接、宅配便を使った「おとりよせ」をすることでいった販売促進効果も期待できます。

また、観光には、**地域の誇りを再発見させる力**があります。「この地域はどういう地域なのか」、「この地域の資源は何か」、「何を大切にしたいのか」といった地域色を共有することで、新しい価値、時代にふさわしい価値を共同で創っていくことができます。観光客から「いいものだね」と言ってもらうことで誇りや自信が増し、地域の魅力を保存、継承していく効果も期待できます。

さらには、観光には、**人と人、地域と地域をつなげる力**があります。観光客から地域に新しい情報や知識がもたらされるほか、地域の人たちが交流を楽しむことで、人と人、地域と地域の新しいネットワークを生み出すことが可能となります。

こうした観光の力を生かし、「何かに挑戦しよう！」という気持ちが地域に起き、経済的な収入も伴うことで、地域の自然、歴史、文化などを守り育てる。そのことによって、住んでいる人、観光客双方にとっての地域の魅力の増大につなげていくことが大切です。



## 力を合わせて観光産業を振興する

観光のもつ多面的な力を引き出すためには、様々な主体の力を合わせて観光産業を振興することが大事です。

観光の流れが地域住民との交流や異文化体験に移っている中で、「観光振興とは地域づくりである」という考え方が広がっています。国内で、特に地域づくりに力を入れている地域に観光客が集まっていることが、このことを裏付けています。

地域の一員としての自覚を持った旅館・ホテル、観光事業者、農業や漁業などの他の産業の従事者や地域づくりに取り組む商工・観光関係団体、NPO※、県や市町村、さらには、観光の役割を意識した県民一人ひとりが一丸となって、観光産業を農林水産業、製造業などに広く波及効果をもたらす総合産業として創り育てることが重要です。

### 目指す姿

観光産業を振興するためには、旅行者が「岩手に来て良かった。また訪れたい。」という気持ちになるような、心のふれあうおもてなしが必要です。

岩手県民は、実直で粘り強い気質やお人好しと言われるくらいの優しさ・純朴さがあり、おもてなしの下地が備わっています。

こうした県民性を生かしながら、県外からのお客様をおもてなしの心でお迎えする、そういう地域を各地につくり、広めていくことで、観光客が喜ぶだけでなく、私たち自身も潤い、活力あふれるような、観光立県いわてを目指していきたいと考えています。

そのような意味を込め表現した副題、「ひろげよう おもてなしの郷<sup>さと</sup>いわて」。

私たちは、このキャッチフレーズを合い言葉に、本県が有する大切な観光資源を地域自らが磨き上げるとともに、観光客と県民が出会い、交流や体験などのふれあいを通じてともに心が温かくなるような感動や喜びを分かち合う機会を増やしていきたいと考えています。

それにより、滞在型・交流型観光が県内各地で実践され、その結果として地域が経済的に持続、活性化している姿を目指すものとします。

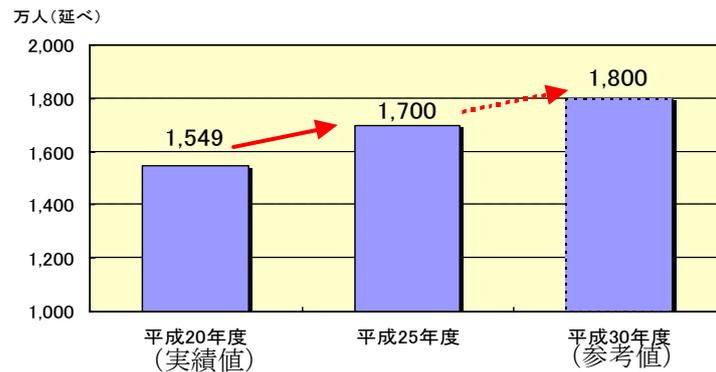
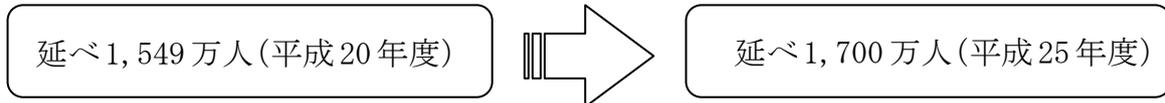
※NPO：Non-Profit Organization（民間非営利団体）の略。ボランティア活動などの社会貢献活動を行う営利を目的としない民間団体の総称。

## 計画の目標値

観光産業による外貨獲得や地域経済の活性化の進捗状況を把握するため、本計画の目標値を定めます。

平成30年度を展望しつつ、平成25年度に達成を目指す目標値は、次のとおりです。

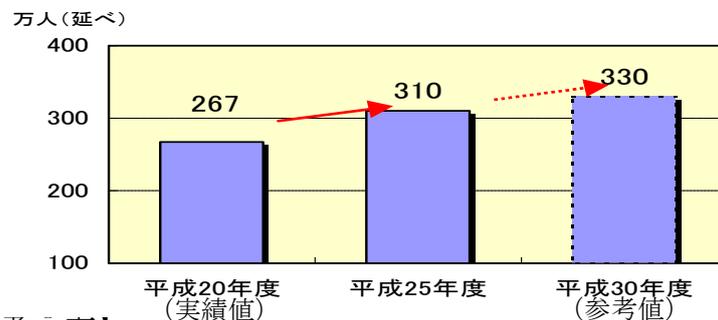
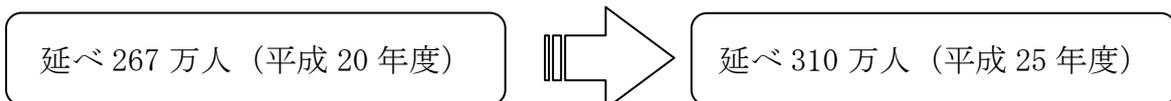
### ① 県外観光客数



#### 【目標値設定の考え方】

10年後(平成30年度)に延べ1,800万人回を目指して、平成17年から平成20年までの平均県外観光客数延べ1,610万人に各年度1.2%の平均上昇率を乗じて算出しています。

### ② 県外宿泊客数

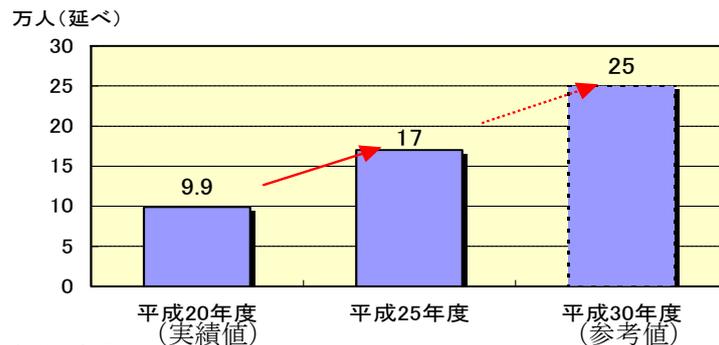
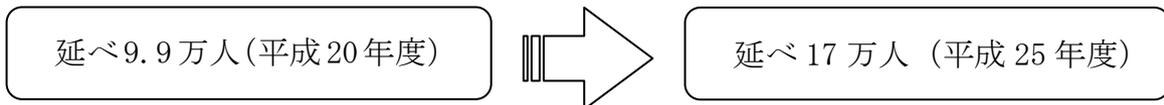


#### 【目標値設定の考え方】

10年後(平成30年度)に延べ330万人を目指して、平成17年から平成20年までの平均県外宿泊客数延べ298万人に各年度1.2%の平均上昇率を乗じて算出しています。

注) 実績値については、平成20年岩手県観光統計の数値を基に記載しています。

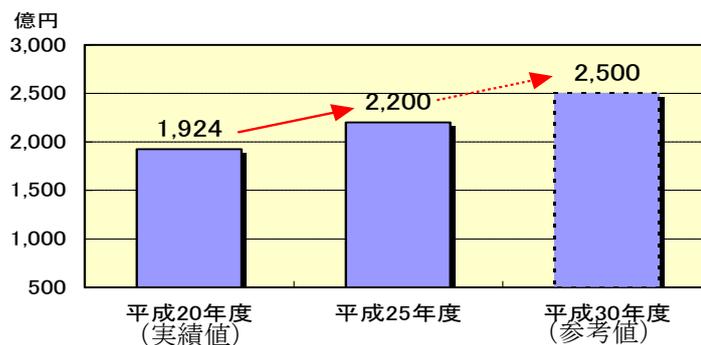
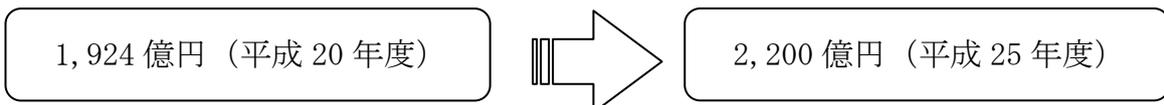
### ③ 外国人観光客数



#### 【目標値設定の考え方】

10年後（平成30年度）に延べ25万人を目指して、平成17年（延べ8.9万人）を基準に各年度8.5%の平均上昇率を乗じて算出しています。

### ④ 県外観光客の観光消費額



#### 【目標値設定の考え方】

10年後（平成30年度）に2,500億円を目指して、平成20年の一人当たりの県外観光客の観光消費額に各年度1.3%（過去10年の平均上昇率）ずつ上昇させた値に各年度の県外観光客数を乗じて算出しています。



## 第4章 観光振興に関する施策

この計画の目標達成に向けて、県、市町村、観光に関係する団体、観光事業者、県民は、互いに連携しながら、次の5つの取組を進めます。

- 1 「ゆたかな地域を創る」 : 地域の魅力の発見、創造
- 2 「担い手を育てる」 : 観光人材の育成
- 3 「お客様に来ていただく」 : 効果的な情報発信と誘客活動
- 4 「快適性を高める」 : 交通ネットワークの整備とユニバーサルデザイン化
- 5 「世界とつながる」 : 国際観光の振興

### 1 「ゆたかな地域を創る」：地域の魅力の発見、創造

観光スタイルが団体旅行から個人・小グループ型旅行へ、見物型旅行から体験型旅行へと変化している中、その土地ならではの魅力づくりに成功した地域に観光客が集まっています。観光客にとって魅力的な地域は、住んでいる人たちにとっても魅力的なはず。

このため、私たち県民一人ひとりが自分たちの地域に誇りを持ち、本県が有する自然、歴史、文化、食をはじめとした優れた地域資源を観光客と共有することで、観光客がやすらぎや感動を覚え、再び訪れたいと思う魅力ある観光地づくりを促進します。

#### (1) 観光客にとっても魅力的なまちづくりの促進

地域まるごと博物館としてのエコミュージアム\*の形成をはじめ、県内各地における観光資源の発掘・創造や観光客にとって魅力あるまちづくりを促進します。

また、市町村の行政区域を越え、より魅力的な観光地の形成を目指した広域連携についても、一層促進していきます。

#### (2) 体験型観光の促進

受入農林漁家の掘り起こしキャラバン\*などを行い、体験型観光\*に係る受入地域を拡大するとともに、研修会の開催などにより、体験メニューの開発やレベルアップを支援します。

※エコミュージアム：エコロジー（生態学）とミュージアム（博物館）とをつなぎ合わせた造語。ある一定の地域において、住民の参加によって、その地域で受け継がれてきた自然や文化、生活様式を含めた環境を、持続可能な方法で研究・保存・展示・活用していくという考え方。

※キャラバン：宣伝・販売などのため各地をまわること。

※体験型観光：自然、アウトドアスポーツ、産業や文化などに旅行者自身が直接触れたり、参加したりすることを目的とした観光。

### (3) グリーン・ツーリズムの普及促進

観光関係者と農山漁村地域が連携し、旅行者が求める地域独自の自然、文化等を活用したグリーン・ツーリズム\*を推進することによって、農家や漁家等への民泊のほか、農林漁業体験施設や交流施設、農家レストランなど、交流拠点施設等の利用を促進します。

### (4) エコツーリズムなどの促進

本県の自然や文化についての正しく深い知識を得、その地域ならではの自然とのふれあいを体験するエコツーリズム\*、特徴ある地層や地形などへの理解を深めるジオツーリズム\*、岩手の森・川・海、温泉、地産食材などを生かし、健康回復や維持、増進、ストレス解消などを目的としたヘルスツーリズム\*への取組を支援します。

### (5) 歴史・伝統の魅力を生かした観光の促進

世界遺産\*登録を目指す平泉の文化遺産や御所野遺跡(北海道・北東北を中心とした縄文遺跡群)、橋野鉦山と製鉄遺跡\*をはじめ、ユネスコ無形文化遺産に登録された早池峰神楽、さらには、中野七頭舞や鹿踊りなど1,000を超える伝統芸能、県内各地で行われる祭り、座敷わらしや鬼をはじめ、昔話や伝説の形で本県の精神文化を伝える有形無形の資源など、本県が有する歴史や伝統の魅力を生かした学びの旅について、県内の教育機関や郷土史家などの協力を得ながら取り組みます。



---

※グリーン・ツーリズム：都市住民が農山漁村に滞在し、地域の自然や文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動。

※エコツーリズム：自然環境や歴史文化を対象とし、それらを体験し、学ぶとともに、対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全について学ぶ観光。

※ジオツーリズム：「ジオ(geo-)」とは「土地」「地球」「地理」を表す。地域の地史や地質現象がよくわかる地質遺産に加え、これらに密接に関連する考古学的・生態学的もしくは文化的な価値のある見どころを対象として行われる観光。

※ヘルスツーリズム：病気やけがの治療・療養のほか、美容・痩身、ストレス解消、体力増強など健康増進を目的とした観光。

※世界遺産：12 ページ参照。

※橋野鉦山と製鉄遺跡：12 ページ参照。



## (6) 地域ゆかりの偉人を生かした観光の促進

本県は、国際的視野や高い志をもって物事に挑戦し、後世に業績を残した原敬※、後藤新平※、新渡戸稲造※、米内光政※をはじめ多くの偉人を輩出しています。

そうした偉人が生まれ育ち、暮した土地を歩くことで、本県の偉人の足跡を学ぶことができる地域づくりを促進します。

## (7) 地域発の芸術・文化を生かした観光の促進

宮沢賢治※や石川啄木※の著作や遠野物語※、県内各地で開かれる美術展やアートフェスティバル、コンサートやライブなど、地域発の芸術を生かした地域づくりを促進するとともに、その魅力を広く情報発信し、誘客につなげます。

## (8) 産業観光の促進

歴史的・文化的価値のある産業遺産や本県のものづくり産業を牽引する先端技術産業を観光資源として位置づけ、関連史跡や工場を見学できる態勢を整備し、その魅力を情報発信するなど、産業観光※を促進します。

---

※原敬(はらたかし 1856～1921)：政党政治の基礎を作った総理大臣。大正7年(1918)、わが国で初めて爵位のない総理大臣となったが、これで明治以来の藩閥政治は政党政治へ転換し、原は「平民宰相」と呼ばれた。

※後藤新平(ごとうしんぺい 1857～1929)：奥州市水沢区出身の政治家。病院長から政界に転じ、南満州鉄道初代総裁、逓信大臣兼鉄道院総裁、内務大臣、外務大臣、東京市長、NHK初代総裁を歴任。関東大震災後の復興に尽力した。

※新渡戸稲造(にとべいなぞう 1862～1933)：盛岡市出身の思想家、国際人、農学・法学博士。国際連盟事務次長などを務め、各国の政治家、思想家、学者らと交流、「われ太平洋の橋とならん」という自己の理念に基づいて、諸外国の日本理解のために努力した。

※米内光政(よないみつまさ 1880～1948)：盛岡市出身の海軍軍人、政治家。昭和15年(1940)に総理大臣となり、第二次世界大戦末期には、海軍大臣として戦争終結と戦後処理に尽力。常に平和路線を探り、その実現をはかった。

※宮沢賢治(みやざわけんじ 1896～1933)：花巻市出身。詩人、童話作家。盛岡中学から、盛岡高等農林学校(現岩手大学)に進み、卒業後、教師を経て花巻に羅須地人協会を設立し、農民の教育、指導に当たった。代表作に詩集「春と修羅」、童話「注文の多い料理店」、「銀河鉄道の夜」、「風の又三郎」などがある。

※石川啄木(いしかわたくぼく 1886～1912)：盛岡市(旧渋民村)出身。盛岡中学時代から文学の道に入り、明治35年(1902)に上京して与謝野鉄幹の指導を受ける。3行書きの短歌による処女歌集「一握の砂」を刊行、生活派歌人として評価される。

※遠野物語：明治43年(1910)に出版された柳田国男の著書。本文では、遠野の地勢にはじまり、神々の由来、天狗や河童、ザシキワラシ、魂の行方、神隠しや歌謡など、遠野に伝わる不思議な話が119話にまとめられている。

※産業観光：歴史的・文化的価値のある工場やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場などを対象とした観光で、学びや体験を伴うもの。



### (9) 食文化の魅力を生かした観光の促進

それぞれの地域に伝わる郷土料理や魅力ある食材、新たなご当地グルメ<sup>※</sup>について、情報発信を強化したり、旅行商品の目玉として組み込まれるよう支援します。

また、地元の魅力的な食材が宿泊施設等において積極的に活用されるよう、需要側と供給側のマッチングの機会を創出したり、地元ならではの食材を使った土産品を開発するなど、食文化の魅力を生かした観光を促進します。

### (10) 地場産品や工芸品を生かした観光の促進

本県の多様な伝統工芸を活用しながら、多彩な伝統工芸体験メニューの提供や当地ならではのオリジナル商品の販売などにより、伝統工芸の認知度向上、ブランド化を進めるとともに、地元の素材や地域が有する技術などを生かした土産品や特産品の開発を行いながら、地域の魅力のひとつとして、観光客の誘客につなげます。

### (11) 季節の特色を生かした観光の促進

本県は我が国の中でも四季の違いがはっきりしていることから、それぞれの季節の特色を生かした観光を促進します。

特に、年間で閑散期といわれている冬には、スキーやスノーボードはもちろん、山岳ガイドと歩く雪上ツアーや晴天率の高い気候を生かした沿岸地域のトレッキング、冬ならではの食材を使った鍋料理や祭り体験、雪景色を楽しむ温泉など豊富な観光資源を有していることから、こうした「季節限定」の観光資源の磨き上げや旅行商品化を支援します。

### (12) 滞在型観光の促進

今後、団塊の世代などによる「コストを抑えながら長期間滞在する。」といった新たな需要の増大に対応するため、連泊割引、泊食分離<sup>※</sup>の実施、料理選択制の導入、体験型・時間消費型観光のメニューの充実、夜・早朝の観光メニューの創出など滞在型観光につながる取組を促進するとともに、ウイークリーマンションなどの事例について調査を行います。

### (13) 着地型旅行商品の企画造成

地域が現地でのプログラムを用意する着地型観光<sup>※</sup>へのニーズが強くなってきているため、観光を軸に地域の活性化に取り組む団体に対し、アドバイザーを派遣し、地域固有の観光資源を活用した着地型旅行商品の企画造成を行います。

---

※ご当地グルメ：地域の産品を用いるなど地域の特色を出したその地域特有の名物料理や、特定の地域のみで浸透している料理など。

※泊食分離：宿泊料金と食事料金を別立てにすること。旅館などの昔からの宿泊形態である「一泊二食」を、ホテルのように「泊」と「食」を分ける取組。

※着地型観光：旅行者を受け入れる地域の人々や組織が中心となって旅行商品を旅行会社に企画提案する観光の形態。



## 2 「担い手を育てる」：観光人材の育成

本県の観光産業が今後、持続的に発展していくためには、観光産業の発展を支える人材を育成する必要があります。

このため、観光産業に携わる様々な業種の人材の能力開発や業種の枠を越えて地域の観光に関わる人たちをまとめていく人材の養成、観光への理解を深めるための学生に対する観光教育や県民に対する啓発活動など、大学等と連携を図りながら、広い意味での人材育成に取り組みます。

### (1) 地域の観光のまとめ役となる人材の育成

観光産業に関わる事業所、団体、行政が円滑に連携するための基盤をつくり、地域の観光振興の牽引役となる人材を養成します。

地域の観光のまとめ役となる人材の育成にあたっては、県内外の高等教育機関や誘客に成功している事業所や団体などとの連携を図りながら進めます。

### (2) 観光関連事業者の人材育成

観光関連の事業所や団体に従事する社員・職員を対象に、県内の観光資源について知識を深め、ユニバーサルデザイン<sup>※</sup>を理解するための研修を実施するなど、持続的なホスピタリティ<sup>※</sup>の向上の実現を目指した人材育成を推進します。

また、厳しい経営環境が続いている旅館・ホテルなどの経営者層に対して、専門家チームによる経営指導や同業種・異業種の連携支援を行います。

### (3) 観光ボランティアの育成・組織化

観光客に地域の案内や紹介に貢献するボランティアの育成やボランティアガイドのネットワーク化を支援し、情報共有や資質の向上に向けた取組を促進します。

### (4) インストラクター等の担い手の育成支援

農林漁業体験等の指導及びツアーメニューの企画に必要な知識を習得できるような研修等を通じ人材育成支援に努めます。

### (5) 観光教育及び啓発活動の推進

観光産業のすそ野の広さや地域経済との関わり、地域を観光客という外の目から見ることによる自分たちの地域の歴史や文化の再発見、他の地域を訪れ、交流することの価値といった観点からの観光教育を促進します。

また、旅行者が、本県ならではの人と人とのつながりを経験し感動を生み出すよう、観光事業者だけでなく、県民一人ひとりが観光産業を支える一員であることを理解するよう県民向けの啓発活動に取り組みます。

※ユニバーサルデザイン：15 ページ参照。

※ホスピタリティ：観光客が安心して快適に観光できるように、地域の人々がおもてなしの心で接し、観光客をあたたかく迎え入れること。



### 3 「お客様に来ていただく」：効果的な情報発信と誘客活動

本県に興味を持ち、本県へ旅行していただくため、様々な媒体を活用して情報発信を行うとともに、県内主要観光拠点などにおいて、きめ細かな情報提供を行い、来県した観光客の利便性を図ることにより、リピーター※確保につなげていきます。

また、大型観光キャンペーンの実施や県内観光資源の情報提供、県境を越えた連携による広域観光ルートの提案などにより旅行商品の造成を促進するとともに、教育旅行やコンベンション※の誘致といった切り口から誘客活動を展開します。

#### (1) 個人に対する情報発信力の強化

県外の人たちのニーズに合い、話題性が高く新鮮な情報を提供し、本県への旅行につなげるため、マスコミを効果的に活用するとともに、県外のアンテナショップや物産展などでの県産品と観光を組み合わせた情報発信やインターネット、携帯電話などITを活用した直接的な情報発信を強化します。

また、県内主要観光拠点などにおいて、きめ細かな情報提供を行い、来県した観光客の利便性を図ることにより、リピーター確保につなげていきます。



#### (2) 旅行会社に対する情報発信及び誘客活動の促進

県外の旅行会社等に対して、県内の主要な観光資源に係る基本情報（資源の概要、連絡先、料金、対応可能人員など）を提供したり、旅行者のニーズに合わせたきめ細かいツアー企画を旅行商品として提案することにより、旅行会社が旅行商品を造りやすい環境を整備するとともに、県内観光関係事業者と県外の旅行者とのマッチングの場を設け、旅行商品の造成を促進します。

#### (3) 映像などを活用した「岩手に行きたい空気づくり」の促進

「わんこきょうだい※」をはじめとした地元キャラクターや本県ゆかりの漫画やアニメなどを効果的に活用しながら情報発信を行うとともに、県内のフィルム・コミッション※による映画やテレビのロケ※誘致を支援することにより、国内外における「岩手に行きたい空気づくり」を促進し、本県への誘客につなげます。

※リピーター：買い物・食事・宿泊・旅行などで、同じ店やホテル、観光地を何度も利用したり訪れる人のこと。

※コンベンション：学会、総会、会議、見本市、展示会など特定の目的で多数の人々が集まること。

※わんこきょうだい：いわて・平泉観光キャンペーンのキャラクター。メインキャラクターの「そばっち」を始め、「こくっち」「とふっち」「おもっち」「うにっち」の5きょうだい。

※フィルム・コミッション：映画等の撮影場所誘致や撮影支援をする機関。

※ロケ：ロケーションの略。撮影所外で実景を背景として行う映画・テレビ・写真などの撮影。野外撮影。



#### (4) 大型観光キャンペーン等による情報発信及び誘客の推進

JR東日本などと連携した大型観光キャンペーンや地域のイベントなどを実施し、首都圏等において強力な情報発信を行うとともに、旅行会社に対してキャンペーンとタイアップした旅行商品の造成を働きかけることなどにより、本県への誘客を推進します。

特に、世界に誇る文化遺産を有する平泉地域について、国際観光文化都市として国内外からの観光客の受入態勢を整備するとともに、奥州や北東北の歴史文化の核としての新たな「平泉」のイメージ形成と魅力づくりなどを進め、この効果を全県に波及させ、多くの県外客が本県を訪れるよう効果的な情報発信や旅行商品の造成促進に取り組みます。

#### (5) 教育旅行の誘致の促進

県外の学校関係者や旅行会社等に対して、児童生徒が本県の有する豊かな自然や歴史・文化を体験したり、住民と交流することの教育的効果が極めて高いことを伝えるとともに、県内観光関係団体や事業者による効果的な学習プログラムの提案を支援するなど、本県への教育旅行の誘致を促進します。

#### (6) コンベンションの誘致の促進

コンベンションの開催に伴う大規模な参加者の来訪は、宿泊施設や食堂・レストラン、交通機関や土産品店など多方面にわたる経済的な波及効果が期待できることから、県内の様々な団体や事業者と連携を図りながら、コンベンションの誘致を促進します。

#### (7) 広域連携の促進

東北観光推進機構<sup>※</sup>や北東北3県での連携を図りながら、各県、各地域との連携による広域観光モデルルートの開発や情報発信など、市町村や県域を越えて地域が連携して行う観光振興の取組を促進し、東北の認知度向上や国内外観光客等の誘致を図ります。

---

※東北観光推進機構：15 ページ参照。



## 4 「快適性を高める」：交通ネットワークの整備とユニバーサルデザイン化

観光客の誰もが快適に旅行できる岩手を目指し、ひとにやさしい観光地としての受入態勢を整備する必要があります。

このため、観光客が快適に県内を移動するための交通ネットワークや地域の良い景観形成やユニバーサルデザイン<sup>\*</sup>化を促進します。

### (1) 交通ネットワークの整備

円滑な交通と安全性を確保するため、現道拡幅や線形の改良、バイパス等、観光地間を結ぶ道路ネットワークの整備を図ります。

また、三陸鉄道やIGRいわて銀河鉄道など県内各地を結ぶ鉄道とバスなどの2次交通<sup>\*</sup>との接続の円滑化などを進めます。

### (2) 観光案内表示の整備

県内を移動する観光客が必要とする観光情報を現地において適切に提供するため、観光案内表示の整備を進めます。

### (3) 良好な景観形成の促進

良好な景観の保全と創造に向けた意識啓発や、屋外広告物等の景観を阻害する要因の改善に向けた取組を推進します。

また、自然景観と合わせて、伝統的な街並みや農山漁村の風景など、岩手らしい景観資産の発見と活用を促進します。

さらに、本県の自然豊かで美しい環境を守り持続可能な観光地であり続けるため、クリーンいわて運動<sup>\*</sup>などの環境美化活動を促進します。

### (4) ユニバーサルデザイン化の促進

誰もが安全・安心に旅行を楽しむことができるよう、民間団体等と連携を図りながら、高齢者や障がい者、外国人などが観光する際に発生するハード・ソフト両面での課題を検証し、道路の無電柱化、歩道等の施設の整備や情報提供、観光関連施設の従業員を対象とした研修会の開催などのユニバーサルデザイン化に向けた取組を促進します。

※ユニバーサルデザイン：15 ページ参照。

※2次交通：15 ページ参照。

※クリーンいわて運動：県民、事業者、関係団体、市町村及び県が協働して、ごみの散乱を防止や清潔や住環境の保持、廃棄物の排出抑制や3Rを推進することを目的に実施している環境美化運動。



## 5 「世界とつながる」：国際観光の振興

魅力ある旅行商品を企画し、旅行需要の増加が期待されている中国を始め、台湾や香港、韓国など東アジアを中心とした外国人観光客の誘客を効率的に行うためには、現地の旅行市場の動向等を押さえたタイムリーな情報発信を行うことが重要であり、海外旅行会社やマスコミの招へい事業により、魅力ある旅行商品の企画と本県の海外での知名度アップを図るとともに、海外との文化や経済の交流、青少年の交流などを契機として、海外からの観光客を誘致する国際観光の振興を積極的に推進します。

### (1) 外国人観光客の受入態勢の強化

観光案内表示や公共施設等の外国語の併記を促進するとともに、外国人観光客を受け入れるホテル・旅館の施設数の拡大や受入に向けた取組の気運の醸成に取り組み、外国人観光客の利便性を高めます。

また、受入に携わる事業者等が外国人観光客を温かく迎え入れるため、必要な知識や各国語に習熟した(地域限定)通訳案内士などの人材の育成・活用を図ります。

### (2) 海外向け情報発信及び誘客活動の強化

東アジアの多くの地域においてインターネットの普及が著しいことから、外国語版ホームページを充実させ、国内外に住む外国人に直接、本県の観光資源を紹介します。

また、海外のマスコミの招へいや、タイアップの広告宣伝、外国語によるPR用パンフレットや観光マップの作成なども併せて行い、海外における本県の知名度を高めていきます。

さらに、東北各県などと連携して、県内の宿泊施設や観光施設と海外の旅行会社が商談を行う場を提供したり、海外の旅行会社による本県の観光資源調査を企画・支援するとともに、県内の観光事業者と連携のもと、海外の旅行会社が本県向け旅行商品を造成したい場合の窓口の整備を促進するなど、誘客活動を展開します。

### (3) 海外からの教育旅行の誘致促進

海外の青少年に岩手の良さを理解してもらい、本県のファンになってもらうとともに、県民の国際化を一層進めるため、本県の青少年との交流プログラムや様々な体験メニューなど、海外からの教育旅行の振興に向けた受入態勢の整備や情報発信を促進します。

### (4) 国際チャーター便の運航拡大

インバウンド\*・アウトバウンド\*双方の観光客の増加を図るため、いわて花巻空港の平行誘導路整備やターミナルビルの機能向上等、受入態勢の整備を進めるとともに、海外航空会社等へのエアポートセールス\*の強化や国際チャーター便\*の運航への支援などにより国際チャーター便の運航拡大を図ります。

---

#### ※ インバウンドとアウトバウンド

インバウンドは外国人旅行者の訪日、アウトバウンドは日本人の海外旅行をいう。

※ エアポートセールス：国内外の航空会社に対して、自分たちの空港の利用を働きかけること。

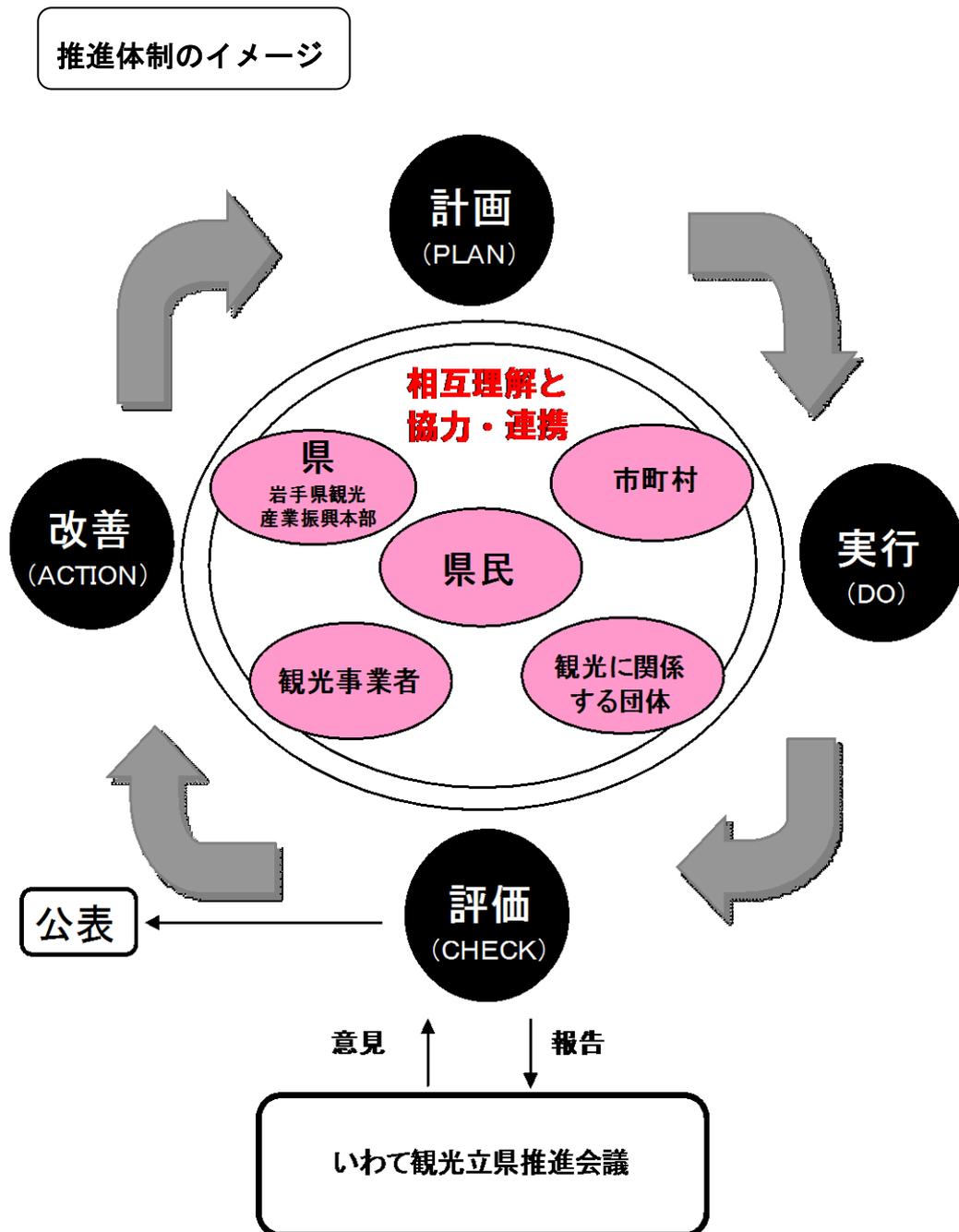
※ 国際チャーター便：旅行会社が飛行機を借り切り、ツアーを募集する形態のもの。

## 第5章 推進体制

### 1 推進体制

計画の目標達成に向けた各種施策の展開については、県や市町村などの行政はもとより、観光事業者や観光に関係する団体など、各主体による観光振興を行い、相互理解と協力のもと、互いの連携を深めていくことが重要です。

このため、県民等に期待される役割や、観光事業者、市町村などがそれぞれ担うべきこと、県が自ら行うことを整理するなど、役割分担を明確にしながら、「オール岩手」で観光振興の一体的な推進を図っていきます。





## 2 計画推進に当たっての役割分担の基本的な考え方

計画推進に当たっての各主体の役割分担の基本的な考え方は次のとおりです。

### (1) 県の役割

- ① 本県の観光振興について広く調査・分析を行うとともに、庁内関係部局間の連携を一層強化しながら、全県的な観光振興施策を推進します。
- ② 市町村、観光に関係する団体、観光事業者、県民がそれぞれの役割を果たせるよう、情報提供、助言その他の支援を行います。
- ③ 市町村、観光に関係する団体、観光事業者、県民との緊密な連携に努めるとともに、観光振興の施策の総合的な推進を図ります。
- ④ 観光振興についての県民の意識の高揚と地域における観光振興の施策への県民の参画を促進するため、広報、啓発及び情報の提供を行います。

### (2) 市町村の役割

住民に最も身近な行政機関である市町村には、地域の観光事業者や住民との意見交換を密接に行いながら観光産業の振興策を定めるとともに、地域の観光産業を支える事業者等をつないだり、旅行商品を提案できる人材育成等を進めるなど、地域の特性を生かした観光産業の振興に取り組むことが期待されます。

### (3) 観光に関係する団体や商工団体の役割

観光に関係する団体や商工団体には、県民や他の観光に関係する団体及び観光事業者などと連携を図りながら、行政や個々の観光事業者では取り組むことが難しい宣伝・誘客活動などを行うことや地域参加型の観光推進組織の立ち上げを行うことが期待されます。

### (4) 観光事業者の役割

観光事業者には、それぞれの観光客のニーズにあった多様な体験を提供したり、継続的に観光素材の掘り起こしや情報発信、観光客の受入を行うため、地域内の旅館・ホテル等の観光事業者をはじめ、グリーン・ツーリズム\*関係者や、食材を提供する農林水産事業者、飲食店や交通事業者などの関連事業者、ガイドや地域住民などとのネットワークを構築し、相互に連携しながら、それぞれ主体的な役割を果たしていくことが期待されます。

---

\*グリーン・ツーリズム：21 ページ参照。



## (5) 県民の役割

県民には、観光産業が地域経済に果たす役割の大きさを理解するとともに、市町村や地域の観光団体に取り組むイベントへの協力や観光客を歓迎する挨拶など、観光振興につながる行動に取り組むことが期待されます。

### 県民に期待する役割の具体例

県民に期待する役割の具体例は、以下のとおりです。

まずできることから、実践してみましょう。

- 観光客に対する声かけ・挨拶や地域の見どころを伝えることなどによるおもてなし
- 国内外に住む友人・知人への岩手の魅力の宣伝
- 地域の祭りなどを始めとするイベントや観光地の環境美化運動など環境を保全する活動への積極的な参加

## 3 計画の進捗管理

- (1) 本計画は、国内外の観光を取り巻く社会経済情勢の変化を踏まえながら、県、市町村、観光に関連する団体、観光事業者、県民が連携を図りながら推進しますが、県の「岩手県観光産業振興本部※」及び外部有識者による「いわて観光立県推進会議※」において計画の進捗管理と成果を検証しながら実効性を高めていきます。
- (2) 県民や観光客の視点に立って計画を推進するため、評価結果を公表し、計画の進捗状況について情報の共有を図ります。

## 4 観光統計の整備等

- (1) 観光産業に携わる民間、行政、団体などが適切な施策や事業を実施するため、各種観光統計の整備や旅行満足度調査等の実施など、現状をより正確に把握するマーケティング活動の強化を図ります。
- (2) 特に、各都道府県が異なる手法で調査しているために都道府県間の比較ができない観光入込客数や観光消費額等の統計については、国が平成 22 年度からの全国実施を目指す調査手法を導入するなど、より正確で比較可能な統計となるよう努めていきます。

※岩手県観光産業振興本部：本県における観光産業の振興を一層強力に推進するため、平成 20 年 11 月に設置した副知事を本部長とする県の部局横断組織。

※いわて観光立県推進会議：観光振興に関する基本計画を策定、推進することを目的として、平成 21 年 8 月に設置した県内経済界、市町村、観光に関係する団体や事業者、その他有識者を構成員とする会議。





## 資料編

1. いわて観光立県推進会議委員名簿
2. いわて観光立県推進会議幹事会委員名簿
3. みちのく岩手観光立県基本計画の策定経過
4. みちのく岩手観光立県基本条例
5. 岩手県観光地図



## 1. いわて観光立県推進会議委員名簿

所 属	職	氏 名
1 岩手県観光誘致協議会	会長	澤田 克司
2 岩手県市長会	会長	谷藤 裕明
3 岩手県商工会議所連合会	会長	永野 勝美
4 岩手県商工会連合会	会長	千葉 庄悦
5 岩手県中小企業団体中央会	会長	鈴木 宏延
6 岩手県町村会	会長	稲葉 暉
7 岩手県立大学	副学長	幸丸 政明
8 (財)岩手県観光協会	理事長	佐藤 義正
9 (社)岩手経済同友会	代表幹事	小苺米 淳一
10 (株) J T B	地域統括部長 (東北地区)	関森 俊明

## 2. いわて観光立県推進会議幹事会委員名簿

所 属	職	氏 名
1 岩手県商工会議所連合会	事務局長	泉沢 力
2 岩手県商工会連合会	事務局長	桐田 武
3 岩手県北自動車(株)	観光貸切事業部長	平澤 光昭
4 岩手県立大学宮古短期大学部	教授	宮井 久男
5 (株)愛真館	営業本部長	遠藤 直人
6 (株) J T B 東北	取締役盛岡支店長	平塚 正隆
7 (財)岩手県観光協会	専務理事	菊池 和憲
8 (財)盛岡観光コンベンション協会	観光部長	畑山 茂
9 J R 東日本(株)盛岡支社営業部	販売促進課長	向久保 文一
10 東北まちづくり実践塾	代表	菊池 新一
11 特定非営利法人久慈広域観光協議会	専務	貫牛 利一
12 花巻温泉(株)	外販部次長	佐藤 寿美
13 東日本高速道路(株)盛岡管理事務所	副所長	佐々木 幸夫
14 立教大学	教授	安島 博幸



### 3. みちのく岩手観光立県基本計画の策定経過

平成21年	7月30日	第1回岩手県観光産業振興本部会議
	8月20日	第1回いわて観光立県推進会議
	8月26日	第1回いわて観光立県推進会議幹事会
	9月25日	第2回いわて観光立県推進会議幹事会
	10月22日	第3回いわて観光立県推進会議幹事会
	10月26日	岩手県観光産業振興本部第1回幹事会
	10月29日	第2回いわて観光立県推進会議
	11月10日	第2回岩手県観光産業振興本部会議
	11月26日	基本計画の立案過程における議会への報告議案の提出
	12月10日	パブリックコメント募集（平成22年1月12日まで） 意見件数 65 件（39 人）
	12月11日	地域説明会（12月22日まで）
	12月15日	岩手県商工観光審議会
平成22年	1月18日	岩手県観光産業振興本部第2回幹事会
	1月22日	第4回いわて観光立県推進会議幹事会
	1月27日	第3回いわて観光立県推進会議
	2月2日	第3回岩手県観光産業振興本部会議
	2月18日	基本計画の策定に係る議会の承認議案の提出
	3月	基本計画の公表



## 4. みちのく岩手観光立県基本条例

岩手県条例第 28 号

みちのく岩手観光立県基本条例

石川啄木が「おもひでの山 おもひでの川」とうたい望郷の念を抱き続け、宮沢賢治が「理想郷イーハトーヴ」として思いを重ねた故郷、みちのく岩手の地。本州一の広大な県土を誇るこの地には、雄大にして美しい自然が地域ごとに春夏秋冬それぞれ個性的な彩りを見せ、様々な歴史が積み重なり、平泉など、古くから伝わる文化が根付き、多くの人たちの心を和ませてくれるかけがえのない資産が数多くあります。

私たちは、このようなみちのく岩手の自然、歴史、文化などを、ゆとり、やすらぎ、精神的豊かさ等の普遍的な価値につながるものとして認識を新たにし、また、地域の大切な資源として着目し、観光産業をはじめとする様々な産業に活用し、地域経済の発展につなげていかなければなりません。

このため、県民と観光客との交流を通じて、本県の誇りとする自然、歴史、文化などを生かした観光振興の施策を展開し、おもてなしの心を基本とする受入れ態勢を充実して、情報発信や広域連携による誘客活動などに一層取り組むことが求められています。

ここに、県、市町村、県民、観光に係る団体および観光事業者が一丸となって、県民が将来にわたり豊かな生活を営むため、観光産業を農林水産業、製造業などに広く波及効果をもたらす総合産業として創り育てる観光立県の実現に向けて、この条例を制定します。

(目的)

第1条 この条例は、観光立県を実現するための基本理念を定め、県の責務ならびに市町村、県民、観光に係る団体および観光事業者の役割を明らかにするとともに、観光振興の基本となる事項を定めることにより、優れた観光地の形成のための施策の総合的な推進を図り、もって活力ある地域づくり、県民生活の向上に寄与することを目的とします。

(用語の意義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ各号に定めるとおりとします。

- (1) 観光に係る団体とは、観光振興その他の観光に係る活動を行う法人その他の団体で県内に所在するもの（営利を目的にしないものに限り、）をいいます。
- (2) 観光事業者とは、営利を目的として観光に係る事業を営む者で県内に所在するものをいいます。

(基本理念)

第3条 本県の観光振興は、観光立県の実現を目指し、県、市町村、県民、観光に係る団体および観光事業者の相互理解と協力のもと、次に掲げる事項に取り組むことにより、観光産業を、農林水産業、製造業などに広く波及効果をもたらす総合産業として創り育てていくことを基本理念とします。

- (1) 地域の自然、歴史、文化、さらには地域固有の習わし、食、地場産品など、地域の特性や魅力を最大限活用し、観光客がゆとり、やすらぎと感動を覚え、再び訪れたいと思う魅力ある観光地づくりを進めること。
- (2) 県民の地域を誇りとする気持ちや、おもてなしの心を育み、誰もが安心して快適に観光できる受入れ態勢の整備を進めること。
- (3) 岩手の持つ素朴さを大事にして地域の特性や魅力などの情報を発信するとともに、広域的な連携の下に誘客活動を進めること。

(県の責務)

第4条 県は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」といいます。）にのっとり、第9条に定める観光振興基本方針に基づき、観光振興の施策を推進するものとします。

2 県は、市町村、県民、観光に係る団体および観光事業者がそれぞれの役割を果たせるよう、情



報提供、助言その他の支援を行うものとします。

- 3 県は、市町村、県民、観光に関係する団体および観光事業者との緊密な連携に努めるとともに、観光振興の施策の総合的な推進を図るものとします。
- 4 県は、他県との積極的な連携により、広域的な観光振興の施策を推進するものとします。
- 5 県は、観光振興についての県民の意識の高揚と地域における観光振興の施策への県民の参画を促進するため、広報、啓発および情報の提供を行うものとします。

(市町村の役割)

第5条 市町村は、基本理念にのっとり、当該市町村の地域の特性に応じて、それぞれの立場において観光振興の施策を行うよう努めるものとします。

(県民の役割)

第6条 県民は、基本理念にのっとり、地域における観光振興のための取組に協力するよう努めるものとします。

(観光に関係する団体の役割)

第7条 観光に関係する団体は、基本理念にのっとり、県民、他の観光に関係する団体および観光事業者と連携を図りながら、活動を行うよう努めるものとします。

- 2 観光に関係する団体は、地域における観光振興のための取組に協力するよう努めるものとします。

(観光事業者の役割)

第8条 観光事業者は、基本理念にのっとり、観光客に快適なサービス、環境を提供するよう努めるものとします。

- 2 観光事業者は、地域における観光振興のための取組に協力するよう努めるものとします。

(観光振興基本方針)

第9条 県の観光振興に関する基本方針は、次のとおりとします。

- (1) 地域の自然、農業、林業、漁業、地域固有の習わしなどを体験する観光に関する取組を促進すること。
- (2) 地域の歴史、伝統、芸能、文学などに対する関心を満たすことを目的とする観光に関する取組を促進すること。
- (3) 産業遺産、匠の技、先端技術などを通してものづくりの魅力を伝える産業観光に関する取組を促進すること。
- (4) 地域に受け継がれた郷土料理、地場の食材の活用など、食文化の魅力を生かす観光に関する取組を促進すること。
- (5) 豊かな自然に育まれた素材を生かした地場産品、卓越した技法を用いて作られた工芸品などを活用する観光に関する取組を促進すること。
- (6) 観光客を第一に考えたサービスが提供されるよう、郷土の歴史、伝統、芸能、文学などを学び、おもてなしの心を育む研修を実施するなど、観光ボランティア、観光に従事する人材の育成を図ること。
- (7) 観光客の誰もが快適にみちのく岩手の旅行を楽しめるよう、ひとにやさしい観光地としての受入れ態勢の整備を推進すること。
- (8) 観光客が知りたい情報をいつでも得られるような環境の整備に努めるとともに、四季折々の景色、祭り、イベントなどを活用し、みちのく岩手のイメージアップに向けて、心に響く情報を効果的に発信すること。
- (9) 感動を覚え、心に残る修学旅行、遠足、野外活動など、学校行事における魅力ある教育旅行を提案することを促進し、県外からの誘致などを推進すること。
- (10) 海外との文化、経済の交流、青少年の交流などを生かし、近隣国など海外からの観光客を誘致



する国際観光の振興を図ること。

(基本計画)

第10条 県は、観光振興の施策を総合的かつ計画的に推進するため、観光振興に関する基本計画を定めるものとします。

(調査の実施等)

第11条 県は、観光に関する基礎的な調査を実施し、その結果を観光振興の施策に活用するものとします。

2 県は、毎年度、観光振興の施策について評価を行い、その結果を公表するとともに、翌年度以降の観光振興の施策の推進に当たって、適切にこれを活用するものとします。

(推進体制の整備等)

第12条 県は、観光振興の施策を推進するため、体制を整備するとともに、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとします。

(その他)

第13条 この条例に定めるもののほか、この条例の実施に関し必要な事項については、知事が定めます。

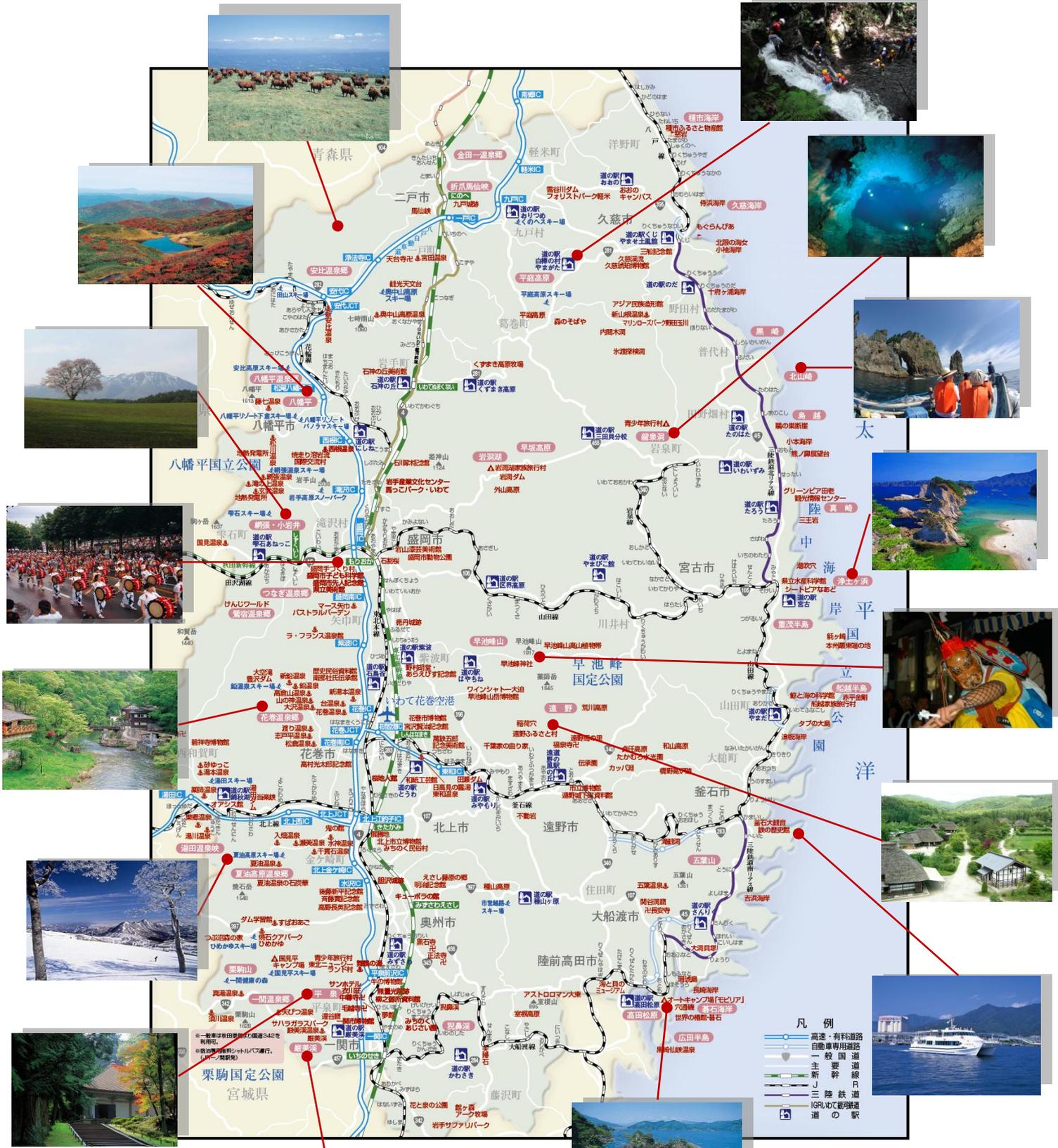
附 則

この条例は、平成21年7月1日から施行します。



「わんごきょうだい」

## 5. 岩手県観光地図



出典：観光パンフレット「いわての温泉」  
(平成 21 年 3 月時点)