

みちのく岩手観光立県第4期基本計画

令和6年度～令和10年度

「住んでよし、訪れてよしの観光地域づくり」
と「地域経済の活性化」を目指して



令和6年3月
岩手県

みちのく岩手観光立県第4期基本計画（令和6～令和10年度）目次

第1章 計画の基本的な考え方	1
1 計画策定の趣旨・役割	1
2 計画期間	1
3 計画の構成	1
4 計画推進の考え方	1
第2章 本県の観光を取り巻く現状と課題	3
1 本県観光をめぐる外部環境	3
2 本県観光を取り巻く現状	8
3 本県観光の強みと弱み	15
4 みちのく岩手観光立県第3期基本計画（前計画）の総括	16
5 本県観光の現状と課題	25
第3章 計画の目標	26
1 目指す姿	28
2 計画の目標値	28
第4章 観光振興に関する施策	30
1 具体的な推進方策	30
基本施策(1) 持続可能な観光の推進	30
基本施策(2) 外国人観光客の誘客拡大	35
基本施策(3) 魅力的な観光地域づくりの推進	39
基本施策(4) 周遊・滞在型観光の推進	45
基本施策(5) 観光DXによる観光推進体制の強化	48
2 地域の特徴を生かした観光地域づくり	51
(1) 県央広域振興圏	52
(2) 県南広域振興圏	55
(3) 沿岸広域振興圏	59
(4) 県北広域振興圏	63
第5章 推進体制	66
1 推進体制	66
2 計画推進に当たっての役割分担の基本的な考え方	66
3 観光振興に関する施策の評価	67

- 1 いわて観光立県推進会議委員名簿 —————69
- 2 いわて観光立県推進会議幹事会委員名簿 —————70
- 3 みちのく岩手観光立県第4期基本計画の策定経過 —————71
- 4 みちのく岩手観光立県基本条例 —————72
- 5 目標値設定の考え方等について —————76

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画策定の趣旨・役割

この計画は、「みちのく岩手観光立県基本条例（※）」に基づき、県、市町村、県民、観光関連団体、観光事業者などが相互理解・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策定するものです。

みちのく岩手観光立県基本条例（※）抜粋

第1条（目的）

観光立県を実現するための基本理念を定め、県、市町村、観光事業者等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、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。

第3条（基本理念）

①魅力ある観光地域づくり、②受入れ態勢の整備、③情報発信と広域的な連携の下の誘客活動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。

第10条（基本計画）

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。

2 計画期間

令和6年度から令和10年度までの5年間

3 計画の構成

第1章 計画の基本的な考え方

第2章 本県の観光を取り巻く現状と課題

第3章 計画の目標

第4章 観光振興に関する施策

第5章 推進体制

4 計画推進の考え方

(1) いわて県民計画（2019～2028）における基本的な考え方や政策推進の基本方向等を踏まえ、一体的に推進していくものです。

- (2) 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、推進するものです。
- (3) 観光振興に関する施策の取組は、県、市町村、観光に係る団体、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。
- (4) 社会経済情勢の変化など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、観光立国推進基本計画改定の動向も注視しながら、必要に応じて、内容を見直すなど、弾力的に対応していくこととします。

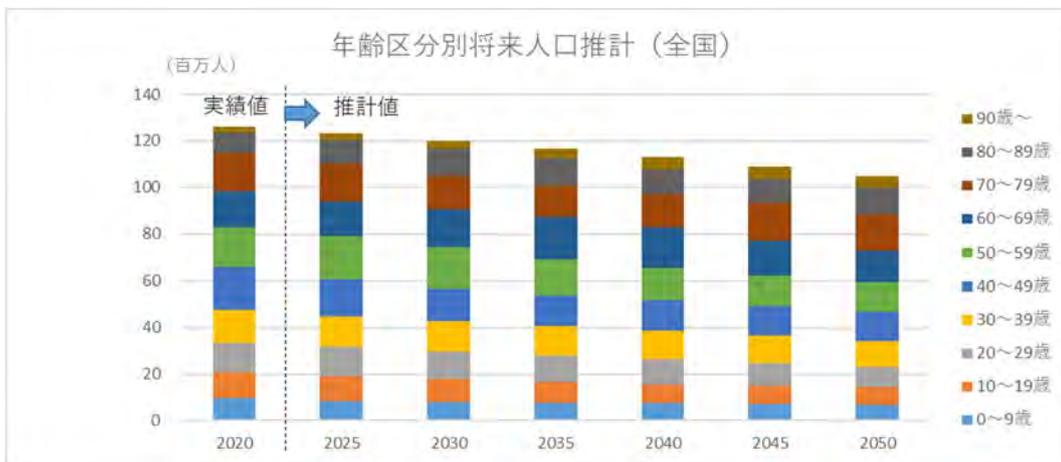
第2章 本県の観光を取り巻く現状と課題

1 本県観光をめぐる外部環境

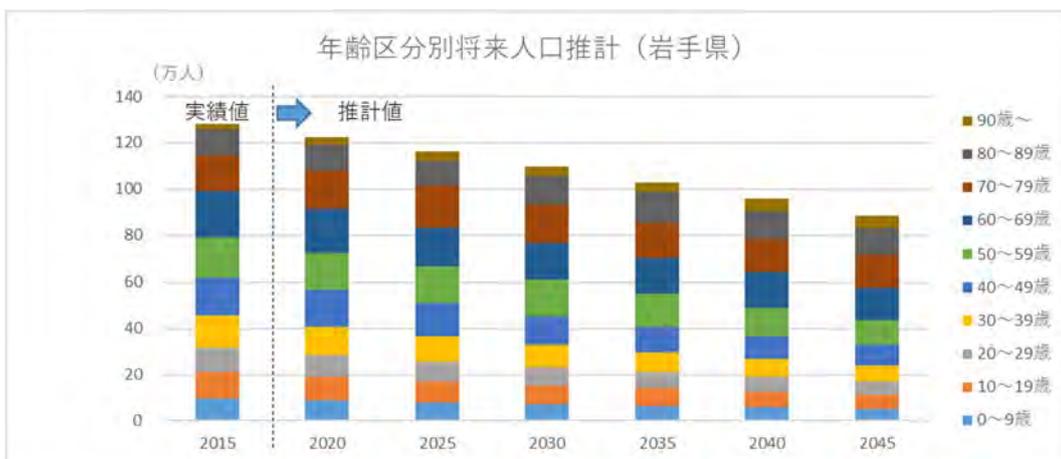
(1) 人口減少と高齢化の進展

日本の総人口は減少する見通しであり、2050年には2020年に比べて約2,100万人減少し、1億人を割り込むことが見込まれています。本県も全国の減少率を上回る人口減少が予想されています。

そのため、国内観光需要の伸び悩みや地域づくりの担い手不足が懸念されることから、交流人口を増加させ、地域経済の活性化につながる観光振興の取組が重要となっています。



出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年推計）」の出生中位（死亡中位）推計



出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成30年推計）」

(2) 日本人国内旅行者の観光消費額について

日本人の国内旅行に伴う観光消費額は、2022年は17.2兆円（前年比87.2%増）となっており、前年からの回復は見られたものの、コロナ禍前の水準には達していません。

今後、人口減少が見込まれる中で、滞在日数や旅行回数を増やしていく取組などが重要となっています。



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

(3) 世界の旅行者数について

世界の旅行者数はコロナ禍の影響等により2020年に大幅に減少しました。2021年は4.2億人（前年比5.0%増）となっており、コロナ禍前の水準には達していません。



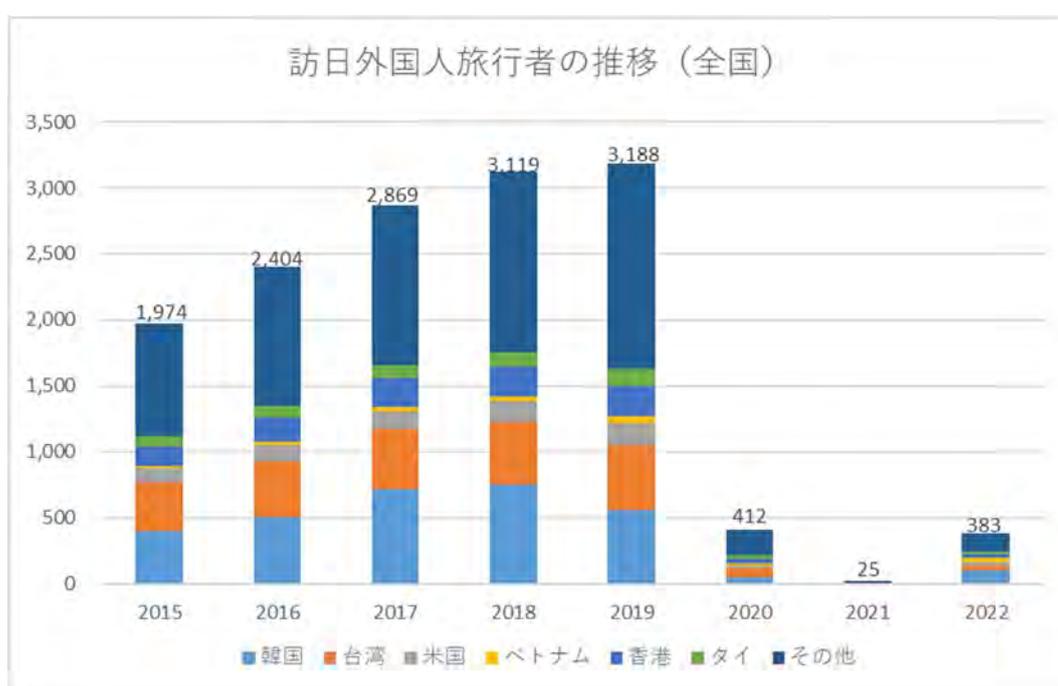
出典：国連世界観光機関（UNWTO）の資料に基づき作成

(4) 訪日外国人旅行者について

訪日外国人旅行者は、コロナ禍の影響等により、2020年に大幅に減少しました。2022年は383万人（前年比1,432%増）となっており、前年からの回復は見られたものの、コロナ禍前の水準には達していません。

本県を含む東北全体としても、同様の傾向が見られるため、市場の特性に応じたプロモーション¹や受入態勢の整備が重要となっています。

一方、令和4年8月のハロウィン国際学校安比ジャパンの開校や令和5年1月のニューヨーク・タイムズ紙「2023年に行くべき52カ所」の2番目に盛岡市が選ばれたことを契機に、富裕層や欧米の旅行者が増えています。



出典：日本政府観光局（JNTO） 「訪日外客統計」

¹ プロモーション：商品（サービス）の販売、認知、理解、好感度、ブランド価値を促進させる一切の活動。

(5) 訪日外国人旅行消費額²について

訪日外国人旅行消費額はコロナ禍の影響等により、2020年に大幅に減少しました。2022年は0.9兆円（前年比800.0%増）となっており、前年からの回復は見られるものの、コロナ禍前の水準には達していません。



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(6) 訪日外国人旅行消費額の傾向（全国データ：国・地域別）

外国人旅行消費額の国・地域別の傾向は、1人当たりの旅行支出が最も多いのは「中国」で1人当たり577,141円となっています。また、1人1泊当たりの旅行支出は「香港」が最も多く、31,089円となっています。

	一人当たり 旅行支出 (円/人) (A)	平均 宿泊数 (泊) (B)	1人1泊当たり 旅行支出 (円/人泊) (C = A/B)	交通費※を除く 1人当たり 旅行支出 (円/人) (D)	交通費※を除く 1人1泊当たり 旅行支出 (円/人泊) (E = D/B)	宿泊料金 (円/人) (F)	飲食費 (円/人) (G)	交通費※ (円/人) (H)	娯楽 サービス 料 (円/人) (I)	買物代 (円/人) (J)	その他 (円/人) (K)
全体	234,524	20.2	11,610	210,516	10,422	80,139	53,034	24,008	15,590	61,605	147
韓国	133,450	8.5	15,700	121,832	14,333	42,175	34,164	11,618	12,771	32,492	229
台湾	229,210	10.8	21,223	209,301	19,380	61,080	43,574	19,909	7,115	97,435	98
香港	282,912	9.1	31,089	258,146	28,368	74,735	61,835	24,766	10,320	111,230	27
米国	296,279	18.1	16,369	259,242	14,323	133,148	69,254	37,037	8,541	48,248	52
ベトナム	217,495	47.9	4,541	194,620	4,063	67,324	51,830	22,875	9,669	65,797	0
タイ	200,682	12.8	15,678	177,096	13,836	57,291	46,788	23,586	5,929	67,087	0
中国	577,141	59.5	9,700	540,218	9,079	152,082	113,228	36,923	110,932	163,976	0

出典：観光庁「令和4年訪日外国人消費動向調査」

² 訪日外国人旅行消費額：訪日外国人（クルーズ客を含む）が日本滞在中に支払った旅行中支出に、パッケージツアー参加費に含まれる国内収入分を推計して加算している（クルーズ客は旅行中支出のみ計上）。日本の航空会社や船舶会社に支払われる国際旅客運賃は含まれない。

(7) 新たな観光立国推進基本計画の策定

国では、「観光先進国」への新たな国づくりに向けて、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」（議長：内閣総理大臣）において、新たな観光ビジョン「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定するとともに（平成28年3月）、平成19年1月に施行された観光立国推進基本法に基づく新たな観光立国推進基本計画を策定しました（令和5年3月）。

新たな観光立国推進基本計画では、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」に戦略的に取り組むことが基本的な方針として掲げられています。

< 基本的な方針 >

「持続可能な観光地域づくり戦略」

- ・観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する。
- ・観光産業の収益力・生産性を向上させ、従事者の待遇改善にもつなげる。
- ・地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる。

「インバウンド回復戦略」

- ・消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する。
- ・消費額拡大・地方誘客促進を重視する。
- ・アウトバウンド復活との相乗効果を目指す。

「国内交流拡大戦略」

- ・国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す。
- ・旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る。

< 観光立国推進基本計画及び明日の日本を支える観光ビジョンで掲げられた目標 >

項目	観光立国推進基本計画		観光ビジョン
	実績値(2022年)	目標値(2025年)	目標値(2030年)
1 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数	12地域 (うち国際認証・表彰地域6地域)	100地域 (うち国際認証・表彰地域50地域)	-
2 訪日外国人旅行消費額	4.8兆円	5兆円 (早期の達成が目標)	15兆円
3 訪日外国人旅行消費額単価	15.9万円	20万円	-
4 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数	1.4泊	2泊	-
5 訪日外国人旅行者数	3,188万人	2022年水準越え	6000万人
6 日本人の海外旅行者数	2,008万人	2022年水準越え	-
7 アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合	アジア2位 (30.1%)	アジア最大の開催国 (3割以上)	-
8 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.0億人泊	3.2億人泊	-
9 国内旅行消費額	21.9兆円	22兆円	22兆円

2 本県観光を取り巻く現状

(1) 観光入込客数・宿泊者数

① 観光入込客数

2022年の観光入込客数（延べ人数）は、岩手県全体で18,332,530人回となり、前年比では17.5%増、コロナ禍前の2019年比では37.2%減となっています。

また、4つの地域（県央エリア、県南エリア、沿岸エリア、県北エリア）別の観光入込客数は、県南エリアが7,087,205人回と最も多く、全体の38.7%を占めています。前年比伸び率が最も高いのは、沿岸エリアで19.2%、最も低いのは県南エリアで16.2%となっています。

なお、沿岸13市町村の観光入込客数は5,028,710人回であり、コロナ禍前の2019年の7割程度の入込となっています。

【地域別入込客数（延べ人数）の推移】

単位：人回

地域区分	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
県央エリア	10,147,003	9,395,891	9,503,870	9,773,617	9,681,436	5,391,808	4,581,217	5,417,038
県南エリア	11,419,667	11,359,821	11,474,244	11,773,565	11,511,328	6,447,214	6,099,543	7,087,205
沿岸エリア	4,293,194	3,875,932	3,891,025	4,124,442	5,350,255	3,348,721	3,172,878	3,783,131
県北エリア	3,134,428	2,823,279	2,724,720	2,731,001	2,670,448	1,691,503	1,746,919	2,045,156
総数	28,994,292	27,454,923	27,593,859	28,402,625	29,213,467	16,879,246	15,600,557	18,332,530

【上記のうち、沿岸13市町村の入込客数（延べ人数）の推移】

単位：人回

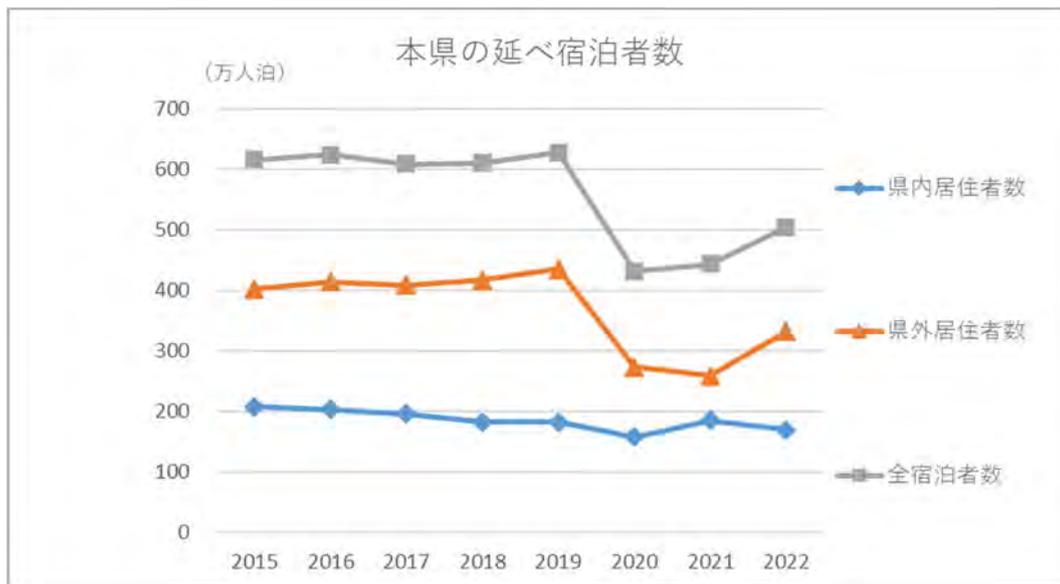
地域区分	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
沿岸13市町村	6,308,146	5,627,215	5,587,375	5,853,477	7,056,712	4,477,779	4,319,134	5,028,710

出典：岩手県観光統計概要

沿岸13市町村：宮古市、大船渡市、久慈市、陸前高田市、釜石市、住田町、大槌町、山田町、岩泉町、田野畑村、普代村、野田村、洋野町

② 宿泊者数

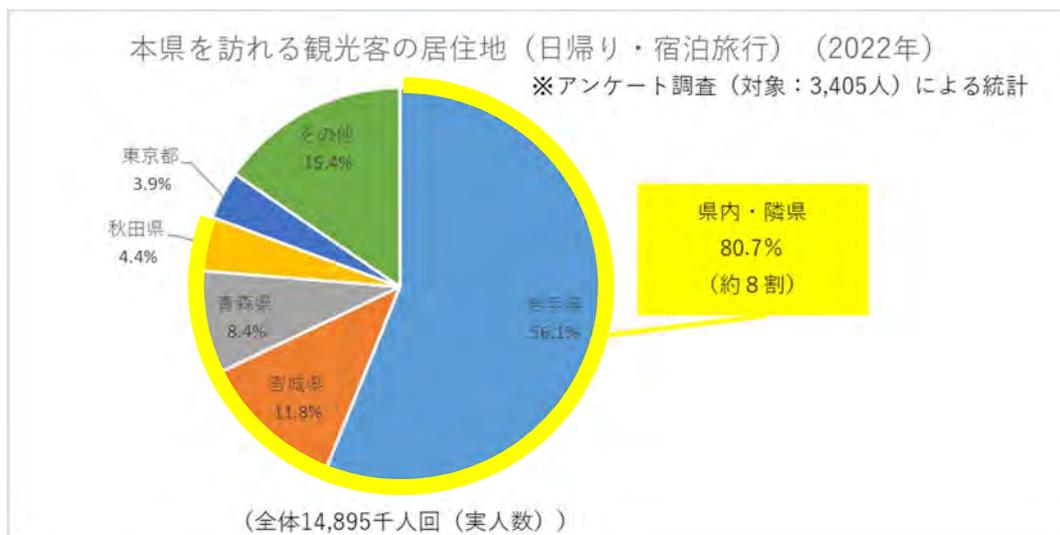
2022年の宿泊者数（延べ人数）は、県全体で5,038,930人泊（前年比13.7%増）となっています。また、コロナ禍前の2019年と比較すると19.7%の減少となっています。



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」全施設

③ 観光客の居住地割合

観光客の居住地割合について、「県内・隣県」の割合が80.7%となっており、特に本県に居住している観光客の割合が半数以上を占めています。



出典：岩手県観光統計概要

④ 外国人宿泊者数

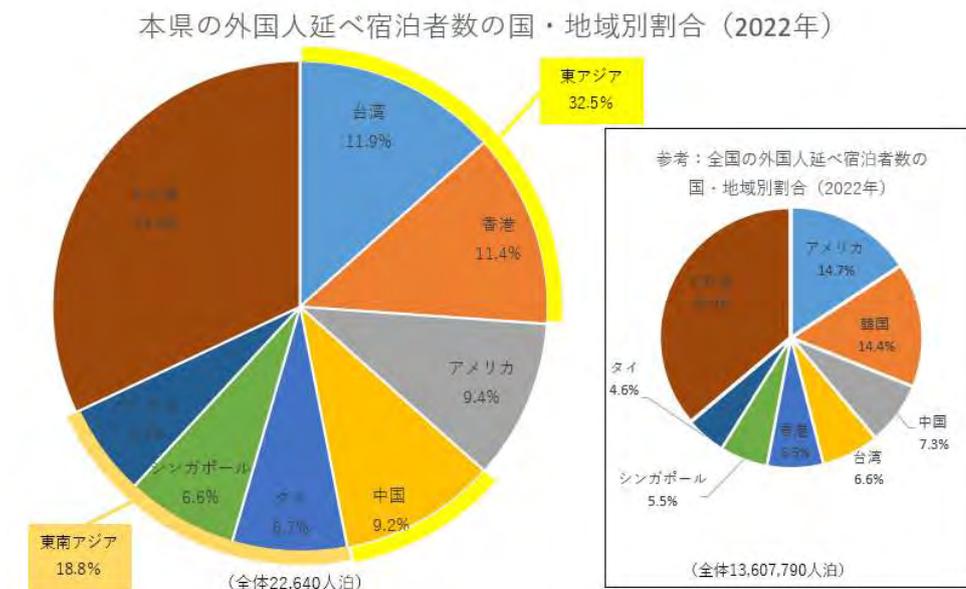
2022年の外国人宿泊者数（延べ人数）は、25,640人泊（前年比44.5%増）となっており、前年からの回復は見られるものの、コロナ禍前の水準には達していません。対前年比伸び率（44.5%増）は、全国の対前年伸び率（282.3%増）を下回っている状況です。



出典：観光庁「宿泊統計調査」全施設

⑤ 外国人宿泊者数の国・地域別割合

2022年の外国人宿泊者の発地別割合は、東アジアからの入込が全体の32.5%、東南アジアからの入込が全体の18.8%を占めています。特に、台湾及び香港からの観光客は全体の2割以上を占めており、全国における割合の13.9%を上回っています。



観光庁「宿泊統計調査」従業員数10人以上の施設（国・地域別）

(2) 観光消費額

① 観光消費額の推移（外国人旅行者を除く）

2022年の観光消費額（外国人旅行者を除く）は、1,755億4,100万円となり、中でも県外からの宿泊者の観光消費額の割合が50.7%と高く、前年と比較して66.3%増加しています。



出典：岩手県観光統計概要

② 外国人観光消費額の推移

2020年の外国人観光消費額は40億8,000万円（前年比59.9%減）であり、コロナ禍の影響等により大幅に減少しました。



※ 2021年及び2022年は観光庁の訪日外国人消費動向調査が例年と同様の方法で実施できなかったもの。

出典：岩手県観光統計概要

(3) 教育旅行者の入込動向

2022年に本県を訪れた教育旅行者は、学校数が延べ4,742校、児童生徒数が290,611人回となっています。学校数は前年比で4.1%増、児童生徒数は8.1%増となり、学校数・児童生徒数ともに震災後（2010年以降）最多となっています。



出典：「いわての観光統計」教育旅行者・外国人観光客の入込動向

(4) スキー客の入込動向

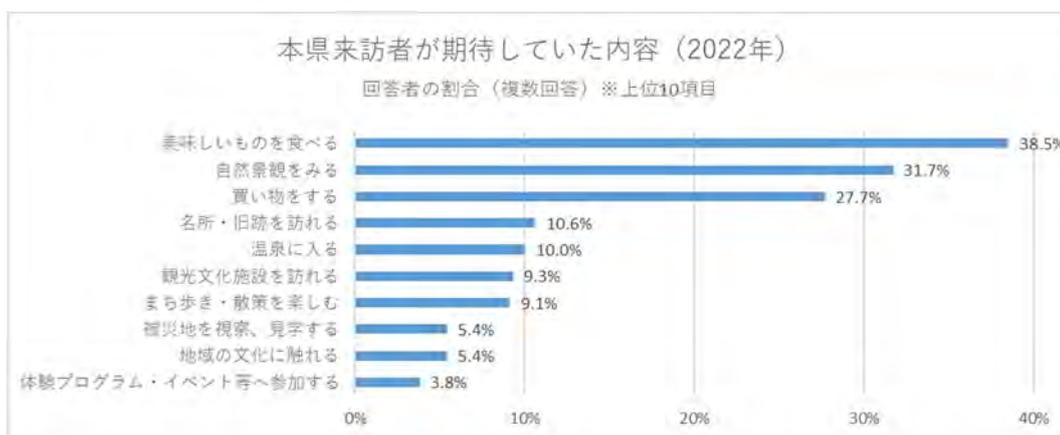
スキー客の入込数は、レジャーの多様化や景気低迷により1992年シーズンをピークに減少傾向となっています。2022年シーズンの入込数は703,533人回であり、前年比18.9%増となっています。



出典：「いわての観光統計」スキー客の入込動向

(5) 本県来訪者が期待していた内容

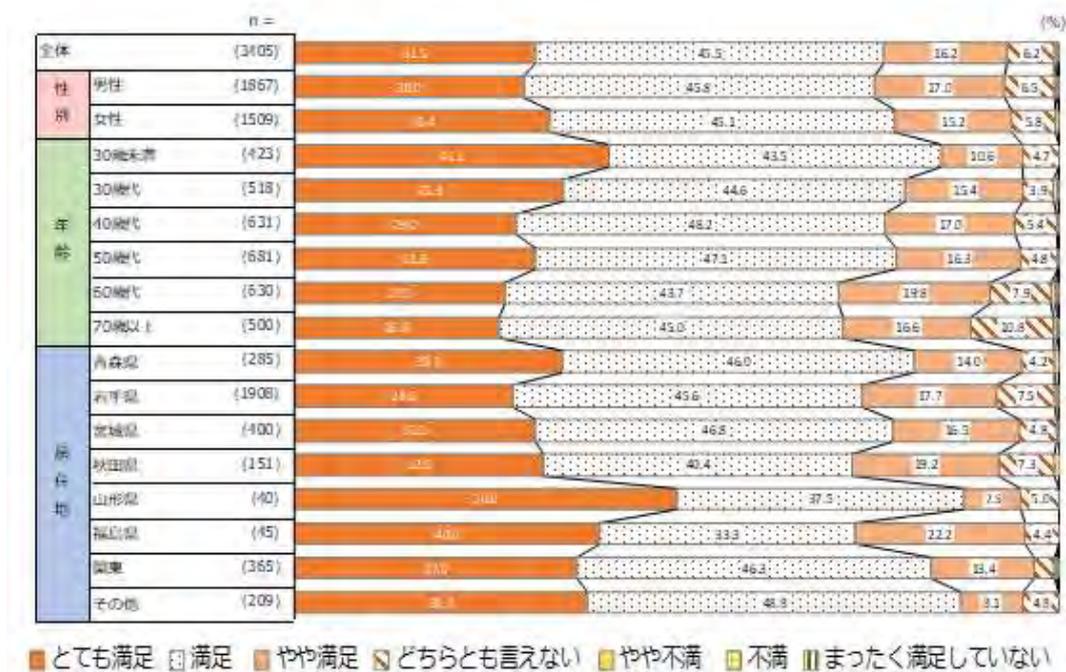
2022年に実施した、本県を訪れた観光客へのアンケート調査項目「今回の旅行で期待していたこと」では、「美味しいものを食べる」の割合が38.5%と最も高く、次いで「自然景観をみる」となっています。



出典：岩手県観光統計概要

(6) 来訪者の満足度

2022年に実施した、本県を訪れた観光客へのアンケート調査項目「今回の旅行全体に満足しましたか。」では、「とても満足」「満足」「やや満足」を合わせた『満足』が93.2%となっており、前年の87.7%を上回っています。年齢別にみると30歳未満の「とても満足」の割合が高くなっています。

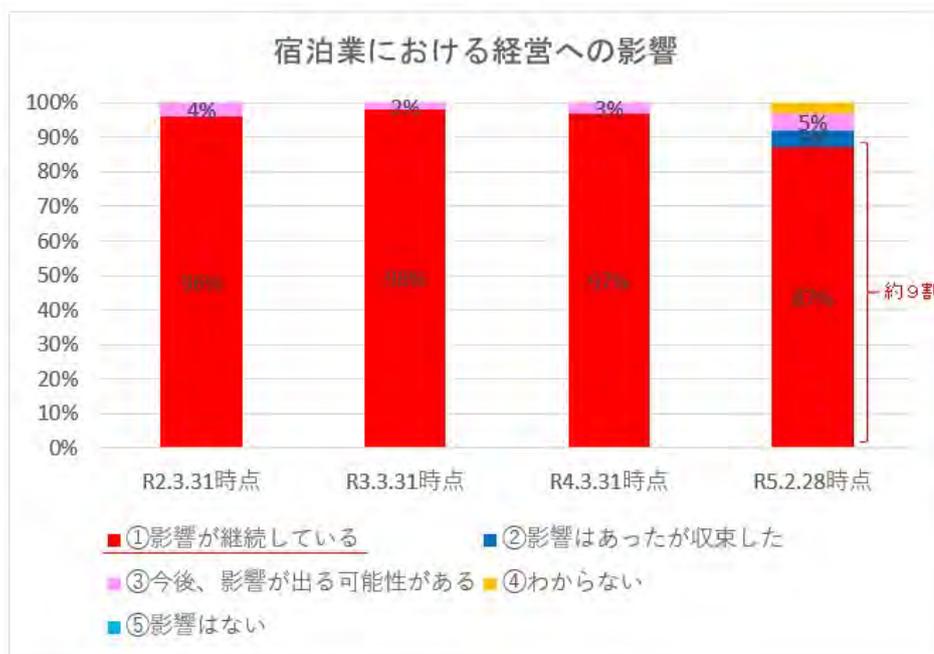


出典：岩手県観光統計概要

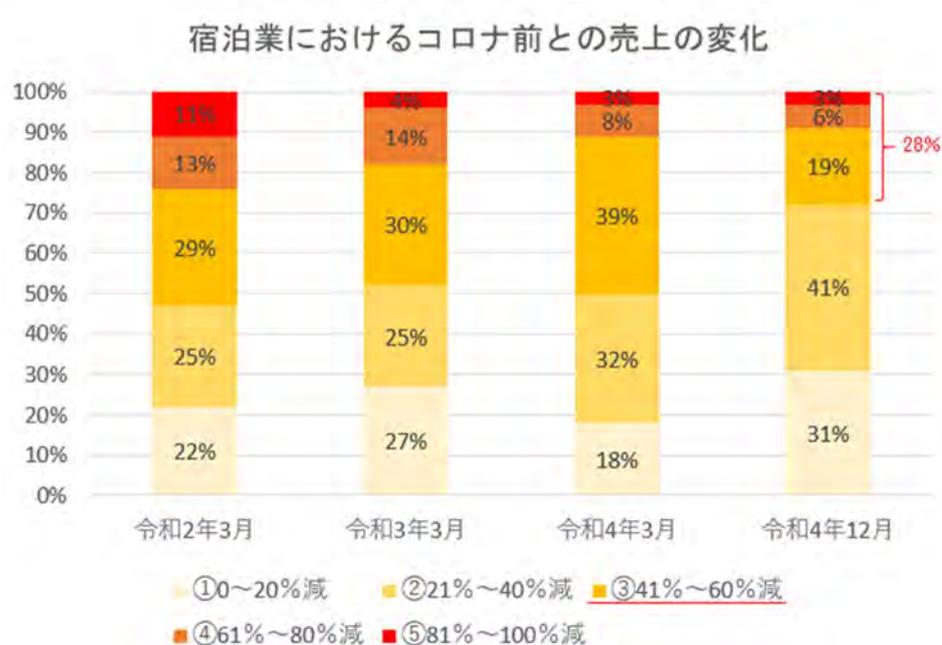
(7) 新型コロナウイルス感染症による宿泊業への影響

宿泊業では、コロナ禍の影響により、令和5年2月28日時点でも未だ約9割の事業者が、経営において影響が出ています。

また、売上についても、令和4年12月時点で28%の事業者が、4割を超える減少となっています。



出典：岩手県「新型コロナウイルス感染症に伴う事業者の影響調査」



出典：岩手県「新型コロナウイルス感染症に伴う事業者の影響調査」

3 本県観光の強みと弱み

内部に持つ「強み、弱み」と、外部から影響を受けると考えられる「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。

機会を生かして強みを伸ばす、あるいは、弱みを改善する施策が求められます。

	好影響	悪影響
内部環境	<p><強み (Strengths) ></p> <ul style="list-style-type: none"> 異なる時代の3つの世界文化遺産（縄文時代の御所野遺跡、平安時代の平泉、江戸・明治時代の橋野鉄鉱山） 2つの国立公園（十和田八幡平国立公園、三陸復興国立公園） ユネスコ無形文化遺産「早池峰神楽」、「スネカ」、「漆掻き技術」など地域に根差した伝統文化 多彩な地域食材 沿岸地域における、復興の取組を契機とした国内外とのつながりと復興に携わる多様な主体の力を生かした取組（震災伝承施設、震災ガイド等） 県産米提供店やいわて牛取扱店の増加による県産農林水産物の評価・信頼の向上 県産農林水産物の輸出量の増加による販路拡大 	<p><弱み (Weaknesses) ></p> <ul style="list-style-type: none"> 広大な県土による長い移動時間 地域によっては公共交通の少ない運行本数 本県を含む東北の海外における低い認知度 就労人口減による人材不足 低い観光消費額単価
外部環境	<p><機会 (Opportunity) ></p> <ul style="list-style-type: none"> 観光を取り巻く環境の変化（スマホの普及による情報取得手段の多様化、コロナ禍を契機とした密を避けた個人・少人数での旅行が増加など） インバウンドの本格再開への期待 持続可能な観光地域づくりへの関心の高まり 内陸と沿岸部を結ぶ高規格道路や全線開通した三陸沿岸道路 多くの新幹線駅 いわて花巻台北線の定期運航の再開（令和5年5月） 外国船社クルーズ船の寄港再開（令和5年4月以降） 東北初のラグジュアリーホテル「ANA インターコンチネンタル安比高原リゾート」の開業（令和4年2月） 「ハロウインターナショナルスクール安比ジャパン」の開校（令和4年8月） ニューヨーク・タイムズ紙「2023年に行くべき52カ所」の2番目に盛岡市が選定（令和5年1月） 岩手県立陸前高田オートキャンプ場の再開（令和5年9月） 	<p><脅威 (Threat) ></p> <ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症による観光関係産業への影響 人口減少等による国内観光需要の伸び悩み ALPS処理水の海洋放出に伴う風評被害

4 みちのく岩手観光立県第3期基本計画（前計画）の総括

県では、令和5年度まで、前計画（平成31/令和元年度～令和5年度）に掲げた施策に基づき、市町村や観光事業者等と連携して、(1)「観光で稼ぐ」地域づくりの推進、(2)質の高い旅行商品の開発・売込み、(3)外国人観光客の誘客拡大、(4)売れる観光地をつくる体制の整備促進などに取り組んできました。

前計画に基づく取組の結果、外国人宿泊者数及び外国人観光消費額は震災前の水準を大幅に上回り、過去最多となりました。

一方、新型コロナウイルス感染症により、観光関連産業は、深刻な影響を受けました。これに対して、県では「いわて旅応援プロジェクト」や「貸切バス運行支援」等を通じて県内の観光関連事業者を支援してきました。

令和4年の観光消費額は北東北三県大型観光キャンペーンやいわて旅応援プロジェクト等の本県の観光需要喚起策等の効果もあり、年間を通じて観光需要が回復傾向にあったものの、令和4年1月から3月まで新型コロナウイルス感染症の感染拡大による全国的なまん延防止等重点措置に伴う都道府県をまたぐ移動の自粛や、オミクロン株の流行に伴い感染者数が過去最大になるなどの影響等により、観光客数が新型コロナウイルス感染症流行前までの回復には至りませんでした。

指標名	単位	現状値	R1	R2	R3	R4
観光消費額	億円	1,816.4 [H29]	1,754.6 (1,901.1)	1,142.3 (1,943.4)	1,258.9 (1,985.8)	1,755.4 (2,028.1)

上段：実績値 下段：（目標値）

これまでの主な取組内容と成果は、以下のとおりです。

(1) 「観光で稼ぐ」地域づくりの推進

<取組内容>

①令和元年度

- ラグビーワールドカップ2019において外国人観戦客やメディア向けの観光情報発信ブースを設けるなど、スポーツを活用した取組を行いました。
- 世界遺産「平泉」と^{げいびけい}猊鼻溪号、民話のふるさと遠野号など、地域の歴史文化資源をめぐる現地バスツアーを実施しました。
- 株式会社ポケモンと観光振興等を目的とした連携協定を締結しました。

- ・ F D A³のゴールド色の機体を「黄金の國、いわて。」号と命名し、プロモーションを展開しました。
- ・ 三陸DMOセンターと連携して、三陸鉄道、三陸ジオパーク⁴、震災学習、漁場体験などの三陸の観光コンテンツの開発と磨き上げを行いました。



「黄金の國、いわて。」号

②令和2年度

- ・ 県外からの教育旅行の誘致拡大、定着を促進するため、県内でのバス運行に要する経費を支援するなど、教育旅行等の誘致拡大を図りました。
- ・ ポケモンマンホールを活用した周遊モデルコースを作成し、沿岸地域の周遊促進を行いました。
- ・ バーチャル YouTuber 「岩手さちこ」による岩手の魅力の情報発信を行いました。
- ・ 三陸DMOセンターと連携して、三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイル⁵など、三陸固有の資源を生かした観光コンテンツの開発を促進しました。



岩手さちこ

③令和3年度

- ・ 東北デスティネーションキャンペーンにおいて市町村等が実施した特別企画のさらなるブラッシュアップやワーケーション⁶など「新たな旅のスタイル」を組み入れたツアー造成の支援を行いました。
- ・ 東日本大震災津波伝承館を拠点とし、各地の震災伝承施設や三陸鉄道の震災学習列車の活用など、教育旅行等の誘致による復興ツーリズムの推進を図りました。
- ・ 震災復興10年目を踏まえた対外的売込みとして、東北・新潟の情報発信拠点「東北ハウス」において本県の魅力を発信しました。

³ F D A : いわて花巻空港を発着する地域航空会社 (株式会社フジドリームエアラインズ)。

⁴ ジオパーク : 地域に親しみ、山や川をよく見てその成り立ちと仕組みに気付き、生態系や人間生活との関わりを考える場所。また、そのような地球を学ぶ旅を楽しむ場所。

⁵ みちのく潮風トレイル : 東日本大震災の被災地域の新しいエコな観光スタイルとして、青森県八戸市蕪島から福島県相馬市松川浦までの海岸線をつなぐ約900kmのロングトレイルを設定しようとするもの。本トレイルは、歩くスピードで旅をすることで、車の旅では見えない風景、歴史、文化などの奥深さを知り、体験する機会の提供を目指している。

⁶ ワケーション : Work (仕事) と Vacation (休暇) を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと。

- 三陸DMOセンターと連携し、観光人材の育成や三陸固有の資源を活用した観光コンテンツの開発、磨き上げを促進するなど、地域が行う観光地域づくりの取組を支援しました。

④令和4年度

- 北東北三県大型観光キャンペーンにおいて、多様な広報媒体を活用して、「世界遺産」「夏祭り」「自然・絶景」「歴史・文化」「酒・食」などの観光コンテンツを発信しました。
- 大船渡市と共同で冠協賛試合「黄金の國いわて・大船渡ナイター」を開催し、観光・物産をPRしました。
- 三陸地域への教育旅行に際しての貸切バスの利用に対する支援を行ったほか、三陸DMOセンターと連携した震災学習などを含めた教育旅行向けSDGsプログラムを作成・周知するなど、教育旅行等の誘致拡大を図りました。



北東北三県大型観光キャンペーン
オープニングセレモニー

<成果>

観光消費額単価（日本人・県外・宿泊）は新型コロナウイルス感染症の影響で減少したものの、多様な主体の参画による観光地づくりや、観光で稼ぎ、観光で潤う地域づくりを推進したことで、コロナ禍前の水準に回復しつつあります。

三陸DMOセンターと連携して沿岸地域ならではの観光コンテンツの開発や磨き上げに取り組んだ結果、令和元年から令和4年までに延べ30件の新規商品化を進めました。

指標名	単位	現状値	R1	R2	R3	R4
観光消費額単価（日本人・県外・宿泊）	千円	33.1 [H29]	31.3 (34.2)	27.8 (34.8)	27.8 (26.3)	33.9 (36.0)
観光消費額単価（外国人・宿泊）	千円	44.4 [H29]	53.8 (46.6)	64.2 (47.7)	— (48.8)	— (49.9)
三陸DMOセンターとの連携による、沿岸地域での観光コンテンツの新規商品化数〔累計〕	件	—	9 (3)	16 (7)	24 (17)	30 (18)

上段：実績値 下段：（目標値）

※ 観光消費額単価（外国人・宿泊）は観光庁で実施している訪日外国人消費動向調査が中止になったことから実績値が測定できませんでした。

(2) 質の高い旅行商品の開発・売込み

<取組内容>

①令和元年度

- ・ JR東日本の企画列車の運行等への連携、三陸防災復興プロジェクト2019と連動した三陸鉄道企画列車の運行や著名人や郷土芸能を活用したイベントをはじめとした「いわて幸せ大作戦!!」観光キャンペーンを展開しました。
- ・ 世界遺産や沿岸地域等を周遊するバスツアーや御所野遺跡等の北いわての観光コンテンツを組み込んだ高付加価値型旅行商品の造成支援を行いました。
- ・ 「Let's Go イシツブテ in いわて」や「#iiiwate 教えて広めてキャンペーン」など、SNS⁷を活用した観光情報発信の充実を図りました。

②令和2年度

- ・ 観光地域づくり法人（DMO⁸）や観光協会を中心に、地域が連携して行う付加価値の高い旅行商品の造成・販売を支援しました。
- ・ 橋野鉄鉱山や御所野遺跡への訪問、冬期誘客を誘導するためのバスツアー造成を支援しました。
- ・ 三陸沿岸道路など、三陸の新たな交通ネットワークを生かした広域周遊・滞在型観光を促進するため、沿岸を目的地とする周遊バス等の運行支援を行いました。
- ・ 高付加価値型旅行商品向けの観光コンテンツを企画できる人材の育成に向けた三陸観光プランナー養成塾を開催しました。

③令和3年度

- ・ 東北デスティネーションキャンペーンを契機としたプロモーションを展開するため、磨き上げた観光コンテンツを生かした広域周遊モデルルートの設定や特設サイト等における情報発信を行いました。
- ・ 東北6県の連携によるデジタル周遊スタンプラリーやいわてに泊まって巡っ



東北デスティネーション
キャンペーンセレモニー

⁷ SNS : Social Networking Service (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) の略。インターネットを介して人間関係を構築できるスマートフォン・パソコン用の Web サービスの総称。

⁸ DMO : Destination Management/Marketing Organization」の略。観光地域づくり法人。多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。

て、癒し旅キャンペーンの展開を通じて広域周遊型観光の推進を図りました。

- ・ 「いわて復興支援感謝パスポート」の発行により、全国へ復興支援の感謝を伝えるとともに、沿岸地域への誘客と観光消費を促進するなど、震災復興10年を契機とした三陸地域への誘客促進を図りました。
- ・ アフターコロナを見据えた観光コンテンツを企画する観光人材を育成する三陸観光プランナー養成塾を開催しました。

④令和4年度

- ・ デジタル周遊スタンプラリーやWeb広告等の実施やJR東日本や地域の観光関係者と連携した特別列車のおもてなしなど、北東北三県大型観光キャンペーンの好機を生かしたプロモーションを展開しました。
- ・ 三陸沿岸道路全線開通を生かし、広域連携で三陸の観光・旅の魅力発見や交流人口、関係人口の拡大につなげるため、三陸の地域資源を活用した体験プログラムの集中的情報発信やフォーラム等の開催を行いました。
- ・ 旅行商品づくりを担う人材の育成等を目的として、三陸観光プランナー養成塾を開催しました。



三陸観光プランナー養成塾

<成果>

宿泊者数は新型コロナウイルス感染症の影響で減少したものの、高付加価値型や広域周遊滞在型などの観光客の多様なニーズに対応した旅行商品造成の促進、広域連携によるプロモーションや観光キャンペーンに取り組んだことで、コロナ禍前の水準に向けて回復しつつあります。

三陸DMOセンターと連携して観光人材を育成する三陸観光プランナー養成塾を開催した結果、令和元年から令和4年までに延べ39人のプランナーを育成しました。

指標名	単位	現状値	R1	R2	R3	R4
宿泊者数（延べ人数・全施設）	万人泊	607.6 [H29]	627.7 (617.1)	431.2 (623.5)	443.4 (440.4)	503.9 (628.1)
観光消費額単価（日本人・県外・宿泊）※再掲	千円	33.1 [H29]	31.3 (34.2)	27.8 (34.8)	27.8 (26.3)	33.9 (36.0)
三陸DMOセンターと連携して、高付加価値型旅行商品向け観光コンテンツの企画を行うプランナー数【累計】	人	—	8 (3)	21 (7)	29 (22)	39 (24)

上段：実績値 下段：（目標値）

(3) 外国人観光客の誘客拡大

<取組内容>

①令和元年度

- ・ 東北観光推進機構及び東北各県と連携し、中国やタイにおいてトップセールスを行い、東北全体への誘客を促進しました。
- ・ ラグビーワールドカップ 2019 で訪日観戦客が多数見込まれる地域に対して影響力のあるメディア等の招請事業を実施したほか、試合開催日に釜石市を訪れる外国人観光客及び海外メディア等を対象に集中的に情報発信を行いました。
- ・ Wi-Fi や外国語表記、トイレ洋式化などの受入環境整備への支援、海外カード決済やQRコード決済の普及等の受入環境整備を促進しました。

②令和2年度

- ・ 東北観光推進機構及び東北各県と連携し、現地旅行エージェントとオンライン商談会等の開催や、在日の旅行エージェント招請により旅行商品造成を促進したほか、在日のインフルエンサー等を活用した情報発信を行い、海外に向けて本県の魅力をPRしました。
- ・ 東京 2020 オリンピック・パラリンピックや東北デスティネーションキャンペーンを見据え、首都圏でのプロモーションや在日海外旅行会社招請、メディアやインフルエンサーによる情報発信などを実施しました。
- ・ 地域通訳案内士等スキルアップセミナーの開催、食の多様性フォーラムや外国人観光客の多様な習慣・風習等に関するセミナー開催など、外国人観光客受入環境の強化を図りました。

③令和3年度

- ・ 海外現地事務所や現地コーディネーターを通じたSNSによる情報発信を行い、海外に向けて本県の魅力をPRしました。
- ・ 東北各県との連携のもと、在日海外旅行会社等の招請や体験型プログラムの造成等に取り組みました。
- ・ 観光事業者等が行う Wi-Fi や外国語表記、トイレ洋式化などの受入環境整備への支援や、二次交通⁹対策、沿岸地域の観光コンテンツの磨き上げ等を実施し、外国人観光客の受入態勢整備の強化を図りました。

⁹ 二次交通：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。

④令和4年度

- 外国人観光客受入再開に向け、観光庁の「訪日観光実証事業」の実証ツアーを受け入れ、国による課題検証に協力するとともに、県内の機運醸成を図りました。
- 東北観光推進機構及び東北各県と連携し、台湾で航空会社等への合同セールスや消費者向けPRイベントを実施し、東北全体への誘客を促進しました。
- ニューヨーク・タイムズ紙「2023年に行くべき52カ所」の2番目に盛岡市が選ばれたことを受け、都内での魅力発信イベント等により、首都圏在住外国人等への知名度向上を図りました。
- 観光事業者等を対象とした口コミサイト等を活用した情報発信や食の多様性に関するセミナー開催やサイト登録支援を行い、インバウンドおもてなし体制を強化しました。



「訪日観光実証事業」の実証ツアー



ニューヨーク・タイムズ紙を契機とした都内でのイベント

<成果>

外国人宿泊者数は新型コロナウイルス感染症の影響で減少したものの、東北広域で連携したプロモーションの展開や受入環境の整備等を進めたことで、徐々に回復しつつあります。

アフターコロナを見据えて、外国人観光客向け情報発信を強化するとともに外国人観光客等受入セミナーを開催し、令和4年はいずれも目標値を上回る結果となりました。

指標名	単位	現状値	R1	R2	R3	R4
外国人宿泊者数（延べ人数・全施設）	万人泊	18.8 [H29]	34.4 (28.3)	8.8 (34.7)	1.8 (1.3)	2.6 (39.3)
外国人観光客に向けて発信した情報へのアクセス数	万回	127 [R2]	—	—	211 (125)	199 (125)
外国人観光客等受入セミナー参加者数	人	29 [R2]	—	—	49 (50)	88 (50)

上段：実績値 下段：（目標値）

(4) 売れる観光地をつくる体制の整備促進

<取組内容>

①令和元年度

- ・ いわて観光キャンペーン推進協議会¹⁰のDMO推進部会による、地域DMO¹¹の整備促進に向けたセミナーを実施しました。
- ・ 宿泊施設や観光地づくり団体の中核人材の育成・経営力強化に向けた事例発表等の研修会を実施しました。

②令和2年度

- ・ 高付加価値型旅行商品向けの観光コンテンツを企画できる観光人材の育成を行いました。
- ・ DMOの整備促進のため、先進事例を紹介する研修会を開催しました。

③令和3年度

- ・ 三陸DMOセンターや大学と連携し、将来の観光産業をけん引する人材を育成する観光政策講義を実施しました。
- ・ アフターコロナを見据えた観光コンテンツを企画する観光人材を育成する三陸観光プランナー養成塾を開催しました。

④令和4年度

- ・ データ分析・マーケティングを行い、ターゲットの明確化や岩手県のポジショニング、他県との差別化を明らかにすることで、効果的なプロモーションや地域づくりを展開するため、「いわて観光データマネジメントプラットフォーム（いわて観光DMP¹²）」を構築しました。

¹⁰ いわて観光キャンペーン推進協議会：県や県内全市町村、観光・商工関係団体、交通事業者、報道機関、金融機関などで構成し、オール岩手で広域観光周遊の促進による誘客拡大に取り組んでいる組織。

¹¹ 地域DMO：原則として、基礎自治体である単独市町村の区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織。

¹² DMP：Data Management Platform の略。マーケティングに必要な情報を一元管理できるシステム。

- いわて観光DMPの分析結果の地域への還元とデータマーケティング人材の育成を目的とした、マーケティング実践塾を開催しました。
- 地域の事業者へのヒアリング調査等を通じた現状・課題の整理、観光資源の整理・掘り起こしを行ったうえ、関係者と連携して地域の観光戦略策定を支援しました。
- おもてなし人材の育成研修会やボランティアガイド育成のための視察研修を行いました。



いわて観光
マーケティング実践塾

<成果>

マーケットイン¹³の視点による地域の特色を生かした観光地づくりを担う人材等の育成を目的に、公益財団法人岩手県観光協会と連携して人材育成研修等を開催し、令和元年から令和4年まで目標値を上回る受講者数となりました。

指標名	単位	現状値	R1	R2	R3	R4
三陸DMOセンターとの連携による、沿岸地域での観光コンテンツの新規商品化数【累計】※再掲	件	—	9 (3)	16 (7)	24 (17)	30 (18)
人材育成研修受講者数（延べ）【累計】	人	297 [H29]	370 (300)	637 (600)	819 (900)	1,326 (1,200)

上段：実績値 下段：（目標値）

¹³ マーケットイン：消費者、ユーザーの視点でマーケティング戦略を立て、消費者のニーズや動向に応える商品開発・販売をしようとする経営姿勢、またはそれを実践すること。

5 本県観光の現状と課題

<現状>

- (1) コロナ禍を経て、旅行者の持続可能性への関心や、自然・アクティビティに対する需要が高まっており、観光立国推進基本計画においても「持続可能な観光地域づくり」が大きな柱として設定されています。
- (2) ハロウインターナショナルスクール安比ジャパンの開校や、ニューヨーク・タイムズ紙「2023年に行くべき52カ所」の2番目に盛岡市が選ばれたことなどを契機として、外国人観光客の増加と需要の変化が起きています。
- (3) スマートフォンやインターネットの普及による旅行者の情報取得手段の多様化をはじめ、観光を取り巻く環境に変化が起きています。
- (4) 来訪者を魅了する素晴らしい自然、四季、文化、食に加え、時代の異なる3つの世界遺産など、本県ならではの観光資源があります。
- (5) 新型コロナウイルス感染症の影響もあり、密を避けた個人・少人数での旅行や県内などの近隣地域内での観光が増加するなど、観光を取り巻く環境に様々な変化が見られます。

<課題>

- (1) 昨今の潮流も踏まえて、社会全体で持続可能性についての理解を深め、取組を進めていく必要があります。
- (2) 旅行者のニーズを捉えたプロモーションの展開等によるインバウンドをはじめとした誘客促進が必要です。
- (3) 客観的なデータに基づく旅行商品造成、コンテンツの磨き上げ、二次交通対策など、売れる観光地となるための基盤整備が必要です。
- (4) 本県ならではの観光資源を守り、かつ、生かしながら周遊・滞在型観光を推進していく必要があります。
- (5) 観光サービスの変革や新たな観光需要を創出する観光地域づくりの体制強化が必要です。

第3章 計画の目標

人口減少、少子高齢化が進展する中、活力ある地域社会を維持し、発展させるためには、交流人口を拡大させ、地域経済の活性化に寄与する取組を推進していくことが必要となります。

観光産業は、宿泊業、旅行業に加え、運輸業、小売業、飲食店業、農林水産業など、裾野が極めて広い産業であり、基幹産業へと成長するポテンシャルを有する総合産業です。

また、「観光」の活性化と「地域」の活性化は不可分の関係にあると考えられ、観光産業は交流人口の拡大や地域経済への貢献が期待される重要な産業です。

みちのく岩手観光立県第4期基本計画では、第3期計画において定めた「観光消費額の拡大、経済の活性化」に加え、国が令和5年3月に策定した観光立国推進基本計画において定める「持続可能な観光」の要素を追加し、以下の5つを基本施策として、観光の振興に取り組みます。

<基本施策>

(1) 持続可能な観光の推進

「環境」「社会」「経済」の3つのバランスの取れた観光地域づくりを推進することで、交流人口・関係人口の拡大に結び付け、国の施策とも連動しながら観光産業を地域の基幹産業へと成長させます。

(2) 外国人観光客の誘客拡大

本県における外国人観光客の誘客にあたっては、県内宿泊者数が最も多い台湾を最重点市場とし、実績のある中国、香港、韓国を重点市場、また、冬季スキー客の増加が期待できる豪州、コロナ禍後に訪日客数が大きく伸びている東南アジア（タイ、シンガポール、マレーシアなど）や、米国を開拓市場として、設定します。

ニューヨーク・タイムズ紙「2023年に行くべき52カ所」の2番目に盛岡市が選ばれたこと等を契機に訪日外国人旅行者が増えていることを踏まえ、市場・地域の特性を捉えた戦略的なプロモーションを展開することにより、新たな市場開拓や経済効果の高い高付加価値旅行者¹⁴の誘客につなげ、インバウンドをはじめとした誘客拡大を促進します。

(3) 魅力的な観光地域づくりの推進

観光で稼ぐ力を高めるため、地域の多様な関係者が連携し、データに基づくマーケティング分析を生かした受入体制整備を進め、旅行者から選ばれる観光地の魅力

¹⁴ 高付加価値旅行者：一人当たりの着地消費額が100万円以上の者。

を創造し、消費者目線での旅行商品の造成や、旅行者の動態に合わせた観光コンテンツ開発やルート設定等を行うとともに、三陸の多彩なコンテンツを活用することにより魅力ある観光地域づくりを推進します。

(4) 周遊・滞在型観光の推進

市町村や観光事業者等と連携し、県内全域を広く周遊し、長く滞在する高付加価値型の旅行商品造成を促進するとともに、復興道路等の全線開通、新たなまちづくりの進展や地域資源を生かした観光振興を展開します。

(5) 観光DXによる観光推進体制の強化

観光を取り巻く環境の変化を的確に把握し、旅行者のニーズを捉えた施策を展開するため、デジタル技術を複合的に活用しながら戦略的かつ効果的に情報発信を行うとともに、観光サービスの変革や新たな観光需要を創出する地域DMOをはじめ、地域が主体となった観光推進体制づくりや人材育成などの取組を支援する体制強化を図ります。

1 目指す姿

「住んでよし、訪れてよしの観光地域づくり」と「地域経済の活性化」を推進することにより、自然と人、文化と人、人と人をつなぎ、地域社会の好循環を生む観光産業の更なる発展を目指します。

2 計画の目標値

計画の達成状況を把握するため、目標値を設定します。

目標値については、いわて県民計画（2019～2028）第2期アクションプランー政策推進プランーの目標値を参考に設定しています。なお、令和10年の最終目標値は、現在の「いわて県民計画」の第2期アクションプラン（令和5年～令和8年）の目標数値を基に推計したものであり、次期アクションプランが策定された時点で置き換えるものとします。

目標値設定の考え方については、巻末の参考資料に記載しています。

なお、特に注釈のない数値については、暦年集計となります。

< 「目指す姿」に対する目標値 >

観光消費額（億円）

現状値（R2）	R5	R6	R7	R8	R9	R10
1,142.3	1,657.7	1,829.5	1,936.2	2,042.9	2,149.6	2,256.3

< 「5つの基本施策」に対する目標値 >

基本施策（1） 持続可能な観光の推進

ア 「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D)¹⁵ロゴマーク取得地域数（地域）

現状値（R4）	R5	R6	R7	R8	R9	R10
1	1	1	1	2	2	3

※年度集計

イ 「持続可能な観光地域づくり」を計画に定めている市町村数（単位：市町村）

現状値（R4）	R5	R6	R7	R8	R9	R10
8	8	10	12	15	18	22

※年度集計

¹⁵ 日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）：各地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）が持続可能な観光地マネジメントを行うことができるよう、国際基準に準拠して観光庁が令和2年6月に開発したガイドライン（Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations）。

基本施策(2) 外国人観光客の誘客拡大

外国人宿泊者数(延べ人数・全施設)(万人泊)

現状値(R2)	R5	R6	R7	R8	R9	R10
8.8	27.7	34.0	40.3	46.6	52.9	59.2

基本施策(3) 魅力的な観光地域づくりの推進

ア 観光消費額単価(日本人・県外・宿泊)(千円)

現状値(R2)	R5	R6	R7	R8	R9	R10
27.8	29.6	30.2	30.8	31.4	32.0	32.6

イ 観光消費額単価(外国人・宿泊)(千円)

現状値(R2)	R5	R6	R7	R8	R9	R10
64.2	66.0	66.6	67.2	67.8	68.4	69.0

基本施策(4) 周遊・滞在型観光の推進

宿泊者数(延べ人数・全施設)(万人泊)

現状値(R2)	R5	R6	R7	R8	R9	R10
431.2	575.5	623.6	671.7	719.8	767.9	816.0

基本施策(5) 観光DXによる観光推進体制の強化

本県への再来訪意向を持つ人の割合(%)

現状値(R3)	R5	R6	R7	R8	R9	R10
86.1	85.0	85.4	85.8	86.2	86.6	87.0

第4章 観光振興に関する施策

5つの基本施策について、県、市町村、観光関連団体、観光事業者、観光分野以外の関連事業者、県民は、互いに連携しながら、次に掲げる具体的な取組を進めます。

なお、取組の主体となる部局を次のとおり、末尾に記載しています。

政策企画部	国	復興防災部	国	ふるさと振興部	国
文化スポーツ部	国	環境生活部	国	商工労働観光部	国
農林水産部	国	県土整備部	田	教育委員会	国

1 具体的な推進方策

基本施策(1) 持続可能な観光の推進

「環境」「社会」「経済」の3つのバランスの取れた観光地域づくりを推進することで、交流人口・関係人口の拡大に結び付け、国の施策とも連動しながら観光産業を地域の基幹産業へと成長させます。

※ 「持続可能な観光」とは、単に環境にやさしい旅行形態ではなく、いわば「観光SDGs」であり、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりに重要な、環境・社会・経済の正の循環の仕組みにつながる観光の基本的な在り方です。(参照：観光庁「観光立国推進基本計画(令和5年3月31日閣議決定)」)

なお、「住んでよし、訪れてよし」とは、「自らの地域社会や都市を愛し、誇りを持ち、楽しく幸せに暮らしているならば、自ずと誰しもがその地を訪れたい」という考え方です。(参照：観光立国懇談会「観光立国懇談会報告書(2003年4月24日)」)

① 持続的な観光地域づくりの推進

- ・ 商工、交通、農林水産、文化、スポーツ、環境等の多様な分野に携わる人びとが観光産業に参画し、収益力を高めるとともに、交流人口・関係人口が拡大することで、地域への誇りや愛着を醸成し、県民一人ひとりが総参加で、互いに協力・連携して取り組み、観光を通じた地域の豊かさを実感できるような観光地域づくりを推進します。国
- ・ 郷土への誇りと愛着を醸成するため、学校と地域が連携し、岩手の歴史や偉人、豊かな自然・文化等を探究する学習や、地域活動への積極的な参加を促し、地域産業を理解する取組や地域の課題解決を図る学習、伝統文化を継承する取組などにより、地域の担い手の育成を推進します。国

- ・ 国立公園などの自然、温泉、公共交通などの交通ネットワーク、商工業施設、農林水産業施設、歴史的建造物、スポーツ・レジャー施設、郷土食や民俗芸能などの文化、郷土史などの知識や伝統技術などを有する人材等の地域資源について、維持・保存するとともに、住民生活や地域産業との調和を図り、観光資源として活用しながら、サステナブルツーリズム¹⁶を促進します。 ㊦



(株)かまいしDMCでの漁船クルーズ

- ・ 三陸DMOセンターを中心に市町村や関連事業者など地域の多様な主体が参画し、観光資源の維持・保存や観光客のマナー啓発など、地域住民の生活環境との調和を図る持続可能な観光地域づくりを促進します。 ㊦

② 交流人口・関係人口の拡大

- ・ 新型コロナウイルス感染症を契機として、テレワークやワーケーションなどの多様な働き方が加速し、首都圏在住者を中心に、地方の良さが再認識された機会をとらえ、観光地や県産品を中心とした岩手の魅力発信を強化し、岩手への関心をさらに高めることにより、岩手ファンの裾野を広げ、消費額拡大を目指します。 ㊦
- ・ 首都圏で活動している在京コミュニティと連携した交流イベント等の実施や、関係人口の優良事例の普及啓発により、岩手ファン・関係人口の拡大を図ります。 ㊦
- ・ 移住希望者が岩手の魅力を知り、岩手で暮らしたくなるよう、ホームページやSNS、情報誌等の活用による訴求力の高い情報発信など移住施策に取り組みます。 ㊦
- ・ 文化芸術を生かした交流人口の拡大を図るため、復興支援の取組を通じて深まった著名な芸術家との交流やつながりを生かした取組を展開するとともに、国内外の芸術家等が滞在して創作活動を行うアーティスト・イン・レジデンス¹⁷など、国内外との交流に向けた取組を推進します。 ㊦
- ・ 民俗芸能など伝統文化を生かした交流人口の拡大を図るため、市町村や民俗芸能団体等と連携し、訪日外国人等向けに本県が誇る民俗芸能の魅力を発信します。 ㊦

¹⁶ サステナブルツーリズム：訪問客、産業、環境、受入れ地域の需要に適切しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光のこと。

¹⁷ アーティスト・イン・レジデンス：各種の芸術制作を行う芸術家等が、一定期間ある土地に滞在しながら作品の創作活動を行う取組。

- スポーツによる交流人口の拡大を図るため、ラグビーワールドカップ 2019 釜石開催や東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会、クライミングワールドカップいわて盛岡 2022 等のレガシーを継承し、いわてスポーツコミッション¹⁸を中心に様々なスポーツ大会・合宿等の誘致に取り組みます。☒



聖火リレー

- 体験型教育旅行等による交流人口の拡大に向け、地域の交流活動をコーディネートする組織による受入農林漁家の掘り起こしや、広域連携等による受入体制強化の取組を促進します。☒
- 水産物の直売所や漁業体験活動、マリンレジャーなど、地域の水産物や漁港施設を活用して漁村の活性化を図る海業¹⁹の取組を促進します。☒
- 東日本大震災津波伝承館を拠点として、三陸鉄道を活用した防災ツーリズムを実施するなど、三陸地域全体を「防災を学習する場」としながら、交流人口の拡大を図ります。☒



おおつち里海ダイビング

③ 経営力強化や人手不足対策を通じた観光産業の高度化

- 商工指導団体等と連携しながら、観光事業者への経営相談・経営指導や専門家の派遣、また、観光事業者の特に経営者層に対する経営改革のための研修会や研究会の開催、さらに、データに基づくマーケティング分析を活用した戦略的な販売支援などを通じて、観光事業者の経営力の強化を図ります。☒
- 地域のあらゆる分野の関係者と協働しながら、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりを



いわて観光DMP操作説明会

¹⁸ スポーツコミッション：スポーツ資源と観光資源を生かし、スポーツ大会やスポーツ関連イベント等の誘致、スポーツツーリズムの推進等を官民の関係機関・団体が一体となって取り組み、交流人口の拡大等による地域活性化を図る組織。

¹⁹ 海業：漁村の人々が海や漁村に関する地域資源の価値や魅力を活用して所得機会の増大等を図る取組。

地域が一体となって進めることで、厚みのある産業構造を作っていきます。 ㊦

- 事業承継に向けた事業計画の策定段階から承継後も継続して、資金面をはじめとした支援を活用し、事業再生等に成功している事例等を調査のうえ、観光産業界において、この好事例のノウハウを横展開して円滑な事業承継を促進していきます。

㊦

- 観光産業におけるデジタル技術等を活用した労働生産性の向上、長時間労働の是正、休暇制度の整備などを促進するとともに、次世代の経営を担う後継者の育成に向け、公益財団法人岩手県観光協会等と連携して研修の充実を図るなど、将来に渡って安心して働くことができる環境整備に取り組めます。 ㊦

- 観光産業における人手不足対策について、岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合や公益財団法人岩手県観光協会と連携して、現状・課題、今後の取組等について情報共有を図るとともに、観光産業の魅力発信に取り組めます。 ㊦

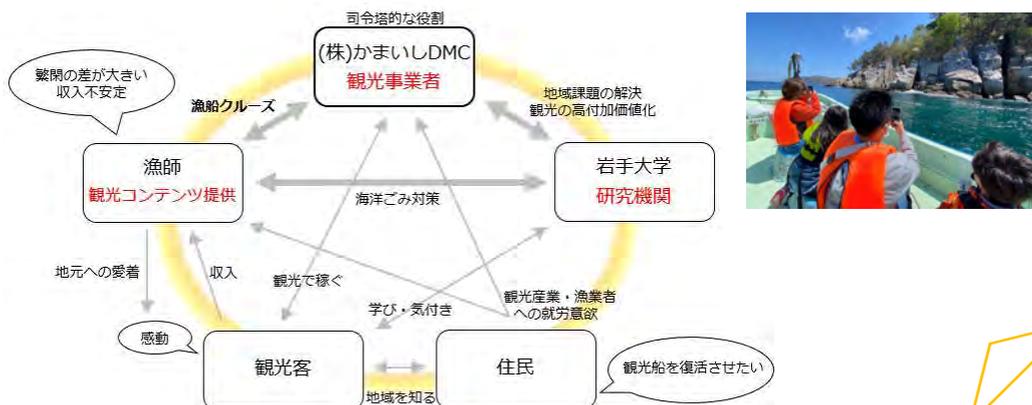
株式会社かまいしDMCでの持続可能な観光に対する取組

株式会社かまいしDMCは、地域の持つ観光資源及び地域産品の魅力を最大限引き出し、地域経済を活性化することを、そして、住まう誇りを醸成することをミッションとし、観光地域づくり法人（DMO）として2018年4月に設立されました。

釜石市は2018年に国際的なサステナブル・ツーリズム認証団体「グリーン・ディスティネーションズ」の「持続可能な観光地100選」に日本で初めて選ばれ、かつ、2023年まで6年連続で選出されていますが、これらの取組は国際的にも高く評価されています。

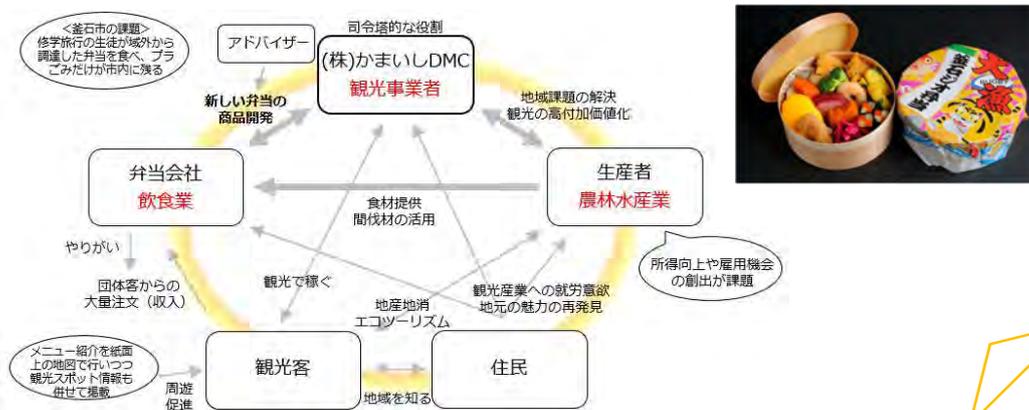
漁船クルーズ 観光事業者 × 漁業 × 大学 × 体験型観光コンテンツ

漁師が自身の漁船に観光客を乗せながら湾内をガイド付きで案内することで、地域への愛着の醸成につながるとともに、収入増を実現しています。大学とも連携して環境問題を取り上げるプログラムを開発することで高付加価値な旅行商品造成にも結び付いています。観光で稼ぐことをシステム化することによって、多様な関係者にプラスの恩恵を与えている事例です。



釜石シオ弁当 観光事業者 × 農林水産業 × 飲食業 × 地産地消による観光地域づくり

修学旅行や企業研修などの団体旅行をターゲットに地元食材にこだわった弁当を新たに開発することで、地産地消の促進と地域経済の活性化を両立しています。また、間伐材の有効活用が課題とされていた林業事業者と連携して木製の弁当箱を製作しました。多様な関係者を巻き込むことによって、地域課題の解決と新たな付加価値の創出につながっている事例です。



基本施策(2) 外国人観光客の誘客拡大

本県における外国人観光客の誘客にあたっては、県内宿泊者数が最も多い台湾を重点市場とし、実績のある中国、香港、韓国を重点市場、また、冬季スキー客の増加が期待できる豪州、コロナ禍後に訪日客数が大きく伸びている東南アジア（タイ、シンガポール、マレーシアなど）や、米国を開拓市場として、設定します。

ニューヨーク・タイムズ紙「2023年に行くべき52カ所」の2番目に盛岡市が選ばれたこと等を契機に訪日外国人旅行者が増えていることを踏まえ、市場・地域の特性を捉えた戦略的なプロモーションを展開することにより、新たな市場開拓や経済効果の高い高付加価値旅行者の誘客につなげ、インバウンドをはじめとした誘客拡大を促進します。

① データに基づく戦略的なプロモーションの実施

- データに基づくマーケティング分析を生かし、新たな市場の開拓や高付加価値旅行者の誘客促進等や、受入態勢整備を促進し、外国人観光客の誘客拡大に取り組みます。 ㊦
- 東北各県と連携して、世界の各市場に対応したプロモーションを展開することにより、外国人観光客の東北全体への誘客を促進し、本県への入込み、宿泊者数の増加につなげます。 ㊦
- 外国人の誘客拡大に向け、台湾などの重点回復市場に対する集中的なプロモーションの強化を図ります。 ㊦



台湾での情報発信
(日本東北遊楽日)

② 外国人観光客に対応した受入環境整備

- 多言語対応や多様な食習慣への対応等の受入環境整備を支援することにより、積極的に外国人観光客を受け入れる宿泊、飲食、小売業などの観光事業者の拡大や対応力の底上げを図ります。 ㊦
- 外国人個人旅行者（FIT）の誘客を図るため、情報取得手段として活用が広



食の多様性への対応セミナー

がるSNSを含め、ICT²⁰を活用した情報発信セミナーを実施するなど観光事業者自らが行う情報発信の基盤強化を支援します。 ㊦

③ いわて花巻空港やクルーズ船を核とした誘客拡大

- いわて花巻空港に国際定期便・チャーター便を就航している航空会社や、同空港を利用した旅行商品を造成・販売する旅行会社と連携したプロモーションを展開することにより、本県への誘客の拡大と、国際定期便等の利用促進を一体的に進めます。 ㊦
- 国際線の運航再開、安定的な運航の維持、更には、新規路線誘致を含めた運航拡大に向けて、就航先及び東アジアを中心とした地域の航空会社や旅行会社へ、積極的なエアポートセールスを展開します。 ㊦ ㊦
- 国際線の需要拡大に向け、官民一体となったプロモーションなどインバウンドの利用促進に取り組むとともに、いわて花巻空港の利便性などをPRし、アウトバウンド利用拡大に取り組みます。 ㊦ ㊦
- 国際線の維持と運航拡大に向け、受入態勢強化、利便性向上及び施設整備に取り組みます。 ㊦
- 外国からのクルーズ船で来県する外国人向けの県内を周遊する旅行商品造成を促進します。 ㊦
- 観光振興や地域振興に資するクルーズ船の寄港拡大を図るため、港湾所在市や協定先港湾²¹等と連携したクルーズ船社へのポートセールスを展開するとともに、外国船社クルーズ船寄港時の円滑な受入に向けた関係者との情報共有・調整に取り組みます。 ㊦



いわて花巻空港・台北線
運航再開記念イベント



クルーズ船寄港

²⁰ ICT: Information and Community Technology (情報通信技術) の略。

²¹ 協定先港湾: 海上輸送ネットワーク強化による荷主の利便性向上、クルーズ船誘致や受入体制の強化等を目的に協定を締結した港湾。令和4年度末現在で、県内の4つの重要港湾(久慈港、宮古港、釜石港及び大船渡港)と横浜港との間で連携協定を締結。

④ 県産品の海外展開と連動した取組の推進

- ・ 海外の現地商談会や見本市等の各種商談機会やビジネスパートナーとの連携等により県産品・県内事業者の情報発信や販路の回復・拡大に取り組みます。 ㊦
- ・ 各支援機関や海外事務所と連携し、戦略策定、商談及び貿易実務等への一貫した支援や、専門家による個別相談、セミナー等の開催などにより、意欲ある県内事業者を一体的に支援します。 ㊦
- ・ 「岩手ならではの」を求めて来県する外国人観光客等のニーズに応える、豊かな自然環境や歴史、文化、魅力ある生産者等の地域資源を活用したフードツーリズム²²の取組を促進します。 ㊦
- ・ 東アジア及び東南アジア市場を中心に、大連経済事務所及び雲南事務所をゲートウェイとして、本物志向、品質重視の富裕層に加え、中間層等の更に広いマーケットの需要にも対応していきます。 ㊦
- ・ アジア各国や北米等をターゲットに、国内外の実需者²³と連携した現地でのフェア開催やバイヤー等の招へい、オンライン商談やECサイト²⁴の活用などにより、農林水産物の輸出拡大に取り組みます。 ㊦



岩手ならではの豊かな食

⑤ 国際相互理解の増進

- ・ 日本と海外との双方向の人的交流を促進し、相互の観光交流の拡大につなげるため、アウトバウンドの増加により、県民の国際感覚の涵養や外国人との相互理解を推進します。 ㊦
- ・ 県民が互いの文化や習慣への理解を深めるため、国際交流員による外国文化の紹介や、在住外国人との交流会を実施します。 ㊦
- ・ 世界各国・地域の海外県人会が活性化し、本県とのつながりが一層深まるよう、その活動の充実を図ります。 ㊦



国際交流員による外国文化の紹介

²² フードツーリズム：地域ならではの食・食文化を楽しむことを目的とした旅。

²³ 実需者：農林水産物を使用・加工して商品・サービスを提供する事業者（飲食店や量販店、食品加工事業者等）。

²⁴ ECサイト：製品やサービスをインターネット上で販売するためのウェブサイト。

- 岩手と海外の次代を担う若者が、お互いの多様な文化への理解を深めるため、多様な交流機会を提供します。☒
- 情報発信を強化するため、海外で活躍する本県ゆかりの方々をいわて親善大使²⁵として委嘱し、海外とのネットワークの強化を図るとともに、海外で活躍する本県出身者等とのゆかりを活用して、海外との交流の機会を拡大します。☒
- ハロウィンターナショナルスクール安



雲南省青少年受入れ

比ジャパンの開校を契機として締結した地域振興に関する連携協定を踏まえ、地域との交流・連携や国際化、多文化共生等を推進します。☒

²⁵ いわて親善大使：岩手県のPRなど岩手と世界の交流の懸け橋として友好交流を推進することを目的として、県が、本県が受け入れた留学生等や本県出身のJICA海外協力隊など本県ゆかりの方を大使に委嘱するもの。

基本施策(3) 魅力的な観光地域づくりの推進

観光で稼ぐ力を高めるため、地域の多様な関係者が連携し、データに基づくマーケティング分析を生かした受入体制整備を進め、旅行者から選ばれる観光地の魅力を創造し、消費者目線での旅行商品の造成や、旅行者の動態に合わせた観光コンテンツ開発やルート設定等を行うとともに、三陸の多彩なコンテンツを活用することにより魅力ある観光地域づくりを推進します。

① 幅広い分野との連携による取組の推進

- ・ 関連産業との連携のもと、食、文化、スポーツ、医療など、観光客の多様なニーズに対応した旅行商品造成を促進します。 ㊦
- ・ 地域産業の工房や工場、農林水産業の仕事体験や本県の豊かな自然を生かしたスポーツアクティビティ等のコンテンツを磨き上げ、それらを組み合わせたアドベンチャーツーリズムなどの地域住民と旅行者の交流が生まれる体験型観光を推進します。 ㊦㊦
- ・ 日本酒、ワイン、ビール、三陸の海の幸、山の幸など本県の有する豊かな食を活用した観光コンテンツの磨き上げや新たな市場の開拓により、観光消費と販路の拡大につなげます。 ㊦
- ・ 生産者と消費者の結び付きの深化に向け、地域の特色ある「食」を核とした、歴史や文化、自然環境等の多様な地域資源と融合したフードツーリズムの取組を促進します。 ㊦
- ・ 地域の立地条件等を生かして生産された、特長ある農林水産物を活用した特産品等の開発、販路の開拓・拡大など農山漁村ビジネスの取組を促進します。 ㊦
- ・ 市場流通や系統販売に加え、漁協や漁業者自らによる直販や自家加工販売など多様な販売ルートを確認するための取組を促進します。 ㊦
- ・ ライフスタイルの変化に伴う新たな消費者ニーズを的確に捉えた商品・サービスの開発や、ECサイトなどを活用した県産農林水産物の販路開拓を促進します。 ㊦
- ・ 復興道路等を活用した首都圏等への鮮度の高い農林水産物の輸送を促進します。 ㊦
- ・ 岩手ならではの文化について、国内外への展開や観光分野をはじめとした幅広い分野への活用を進め、交流の機会の拡大に取り組みます。 ㊦
- ・ 住民生活と調和した世界遺産の保存と活用を進めます。 ㊦



わんこそば

- ・ 伝統工芸産業の更なる振興に向けて、ライフスタイルの変化を捉えた新商品開発や物産展等を通じた新たな顧客層の開拓、確かな産地形成のための人材確保・育成などを支援します。 ㊦
- ・ 産業創造アドバイザー等の専門家派遣による、高付加価値商品の開発やEC販売拡大の支援に取り組みます。 ㊦
- ・ 若者や外国人に人気となっている漫画やアニメの舞台やモデルになった地域や場所を訪れる聖地巡礼などの観光ルートの開発を推進します。 ㊦
- ・ 地域資源を活用した早朝やナイト観光のコンテンツを開発・充実させ、宿泊を伴う観光を促進します。 ㊦
- ・ ハイキングやキャンプ等の健康・余暇活動を通じた森林の持つ保健・レクリエーション機能の活用を促進します。 ㊦



南部鉄器



岩手県滝沢森林公園

② 効果的なプロモーションによる本県の魅力の発信

- ・ データに基づくマーケティング分析を生かし、旅行者ニーズを始めとした観光を取り巻く状況の変化を的確に把握することで、個々の趣味趣向にタイムリーにリーチするSNS等を活用した情報発信を展開するなど、ターゲット市場に向けた戦略的かつ効果的なプロモーションを展開します。 ㊦
- ・ 二次交通や体験施設、新たな観光コンテンツなどの観光情報について、公益財団法人岩手県観光協会と連携して一元的に広く発信できるポータルサイトを整備します。 ㊦
- ・ アンテナショップ（東京、大阪、福岡）をはじめ、首都圏等における物産展や復興支援のつながりから生まれた催事等の販売機会の確保に加え、オンラインを活用した販売手法への対応を強化し、消費者ニーズの把握や効果的な情報発信により販路の拡大を図ります。 ㊦



岩手県観光ポータルサイト「いわての旅」

- ・ 国内線の早期需要回復に向け、航空会社等と連携し、国内旅行商品の造成支援をはじめ、新聞・テレビ・WEBなど、様々なメディアを活用した広告のほか、各地でのイベントを通じた路線プロモーションなど、利用促進策の強化に取り組みます。☒
- ・ MICE²⁶の開催に伴う大規模な参加者の来訪は、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、東北各県とも連携しながら、国内外の学会、各種大会などの誘致に取り組みます。☒
- ・ 日本遺産、歴史的建造物や史跡公園などの文化財をユニークベニュー²⁷や観光コンテンツとして活用するとともに、活用事例をホームページ等で国内外に広く発信します。☒
- ・ 「いわての文化情報大事典」ホームページ等において、県内の文化芸術や、本県出身の偉人や様々な文化財などの本県の歴史に関する情報を国内外に向け広く提供します。☒
- ・ 「ひらいずみ遺産²⁸」の価値を相互に高め、広く世界中に伝えるため、その活用及び魅力の発信に取り組みます。特に、平泉世界遺産ガイドセンターを拠点とした、遺産の魅力の発信などに取り組みます。☒
- ・ 県のホームページ、SNSやパブリシティ等を活用した情報発信に加え、関係団体・企業等と連携した新聞、雑誌など様々なメディアを組み合わせた消費者の購買行動につながる効果的なプロモーションの展開に取り組みます。☒
- ・ 本県の代表的な特産品である米や牛肉など、多様な品目を組み合わせたパッケージ型プロモーションや、トップセールス等により、県産品の認知度向上に取り組みます。☒



毛越寺庭園



短角牛

²⁶ MICE：企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

²⁷ ユニークベニュー：歴史的建造物や公的空間など、会議・レセプション・イベント等を開催する際に特別感や地域特性を演出できる会場のこと。

²⁸ ひらいずみ遺産：県と関係市町において、世界遺産「平泉」とその関連資産の一体的な保存管理や研究調査、活用を進めるために位置付けた当該資産の総称。世界遺産「平泉」の構成資産5資産（中尊寺、毛越寺、無量光院跡、観自在王院跡、金鶏山）と関連資産5資産（柳之御所遺跡、骨寺村荘園遺跡、白鳥館遺跡、長者ヶ原廃寺跡、達谷窟）の10資産を指す。

③ 多様な関係者と連携した戦略的なイベントやキャンペーンの展開

- ・ 市町村、観光事業者、関係団体等と連携した観光キャンペーンなどによる誘客活動や情報発信に取り組みます。 ㊦
- ・ 県内外での食の商談会や大手量販店と連携したフェアを開催し、販路拡大や商品販売機会の提供に取り組みます。 ㊦
- ・ 首都圏等における実需者へのトップセールスや、量販店や飲食店など民間企業との連携による販売促進キャンペーン・フェアの開催等により、農林水産物や産地の評価・信頼の向上に取り組みます。 ㊦
- ・ 食を楽しむ環境づくりを推進するため、調理師会等関係団体と連携し、食に関わるイベントを開催するなど食でおもてなしをする機運の醸成を図ります。 ㊦
- ・ 大規模イベントの際には、関係団体等と協力し、食品関係事業者等に対する監視・指導を重点的に実施します。 ㊦



いわて観光キャンペーン推進協議会総会

④ さまざまなニーズに応じた受入環境整備

- ・ 宿泊、飲食、小売業などの観光事業者において、消費性向の高い客層に対する付加価値の高いサービスを提供するために必要な受入環境の整備を促進します。 ㊦
- ・ 障がいのある人もない人も誰でも楽しむことのできる観光を推進するために観光施設や宿泊施設等のユニバーサルデザイン²⁹対応を促進し、バリアフリー観光を推進します。 ㊦
- ・ 公益財団法人岩手県観光協会と連携して、各施設のバリアフリー対応の情報を収集するとともに、バリアフリー研修会等を実施することで、一人ひとりが多様な人のことを思いやる「心のバリアフリー」を広く周知します。 ㊦
- ・ 高齢者や障がいのある方、訪日外国人など、すべての人が安全で快適な旅行をするため、市町村や観光関連団体、NPO法人、旅行会社等の幅広い関係者の協力の下、官民連携でユニバーサルツーリズムを推進します。 ㊦



盛岡駅地下の車椅子用階段昇降機

²⁹ ユニバーサルデザイン：年齢や性別、能力などにかかわらず、できる限り、全ての人が利用できるように製品、建物、空間をデザインしようとする考え方。

- ・ 地域全体が連携して宿泊施設や観光施設の感染症対策を徹底し、安全・安心な観光地域づくりを推進するとともに、旅行者に安全・安心に関する情報を提供します。 ㊦
- ・ 観光地における旅行者等の安全・安心が図られるよう、災害時における避難場所や避難経路をはじめとする防災情報の旅行者等への提供を促進することにより、安全・安心な観光地づくりを推進します。 ㊦
- ・ ワークーションや企業の社員研修、外国人観光客等の多様な旅行ニーズに対応できる人材の育成や観光分野と連携した情報発信を推進します。 ㊦

⑤ 多彩なコンテンツを活用した三陸振興

- ・ 教育旅行で来県した学校の旅行先として定着するよう、震災学習を通じた防災教育や地元漁師との海や食の体験など、SDGsをテーマとした三陸地域ならではの体験プログラムの商品造成支援や情報発信、バス運行支援等を実施して誘客拡大を推進します。 ㊦
- ・ 県内外の学校に対し、東日本大震災津波の事実と教訓の伝承を図るため、東日本大震災津波伝承館における教員現地研修会等の開催や、震災学習を中心とした教育旅行等の誘致活動を展開することにより、東日本大震災津波と震災からの復興の記憶と教訓を広く後世につなげます。 ㊦
- ・ 児童生徒及び教職員の防災意識の啓発を図るため、県立野外活動センターにおいて、体験活動に加え、東日本大震災津波伝承館をはじめとした震災伝承施設や地域と連携した防災教育など、各種研修プログラムの充実に取り組みます。 ㊦
- ・ 記憶と教訓の伝承や復興への継続的な支援につなげるため、多様な広報媒体や広報手法を活用し、「復興の歩みを進める岩手の姿」や「岩手の魅力」を発信します。 ㊦
- ・ (一財) 3.11 伝承ロード推進機構が主催する「三陸沿岸道路エリア活性化検討会」に参画し、各地の震災伝承施設と観光資源を融合させた周遊プログラムの開発



震災学習



県立野外活動センターでのいかだ体験

など、三陸地域の新たな交流人口の創出を図ります。☒

- 東日本大震災津波伝承館において、復興支援への感謝と復興の姿を発信します。また、県内外の震災伝承施設等と連携した三陸地域の多様な魅力の発信を通じて、伝承館への来館を契機とした三陸地域への周遊を促進します。☒



東日本大震災津波伝承館と
高田松原津波復興祈念公園

- 高田松原津波復興祈念公園、東日本大震災津波伝承館、震災伝承施設、被災体験の語り部、三陸復興国立公園、みちのく潮風トレイル、三陸ジオパーク、三陸鉄道など、沿岸地域のコンテンツをデータに基づくマーケティング分析を生かして、周遊ルートも含めた幅広い情報を効果的に発信するとともに、これらを活用した復興ツーリズムの促進を図ります。☒

- 三陸復興国立公園については、みちのく潮風トレイルや三陸ジオパークなどの取組と連携し、イベント情報の発信に取り組みます。☒

- 国内外との交流人口の拡大を図るため、分かりやすいジオストーリーの発信や多言語化された案内板・パンフレット等の整備、交流イベントの開催等を推進します。☒



北山崎

- 三陸ジオパーク活動を通じて、津波防災等の情報発信や国内外からの来訪者の受入態勢の整備、交流イベントの開催等を推進し、交流人口の拡大を図ります。☒

☒

- 三陸鉄道の復興のシンボルとしての認知度や地域の観光資源を活用した企画列車の運行など、県内外からの誘客に向けた魅力ある商品造成及び情報発信の強化に対する支援を行います。☒

基本施策(4) 周遊・滞在型観光の推進

市町村や観光事業者等と連携し、県内全域を広く周遊し、長く滞在する高付加価値型の旅行商品造成を促進するとともに、復興道路等の全線開通、新たなまちづくりの進展や地域資源を生かした観光振興を展開します。

① より広く周遊し、より長く滞在し、より深く体験する観光の推進

- 比較的閑散期となる季節の観光需要を喚起する旅行商品や地域資源を活用した早朝やナイト観光のコンテンツを開発・充実させ、宿泊を伴う観光を促進します。
☒
- 特色ある県産品の販路を拡大するため、アンテナショップ（東京、大阪、福岡）の店内外催事などの機会を活用し、新商品の販売促進に取り組むほか、物産展の開催などを通じて対面販売の機会の確保に取り組むとともに、オンラインを活用した県産品の販売を推進します。☒
- ICカード³⁰やMa a S³¹をはじめとしたICTの導入や、ユニバーサルデザインに対応した高齢者、障がい者等が利用しやすいノンステップバスの導入など交通事業者が行う利便性向上の取組に対して支援するとともに、人流のビッグデータ³²等により、地域公共交通の潜在需要などを分析し、事業者が利用者のニーズに即して実施するダイヤ改正や商品造成を支援するなど、公共交通の利用促進に取り組みます。☒
- 国内線の新たな需要の掘り起こしに向け、三陸鉄道などと連動した県内周遊商品による誘客促進や、企業・団体等によるビジネス利用の促進に取り組みます。
☒
- 第三セクター鉄道が行う、地域の文化、歴史、食、自然などの資源を活用した企画列車の運行や企画きっぷの販売などを支援し、県内外からの誘客に向けた魅力ある商品造成及び情報発信の強化に取り組みます。☒
- 本県が有する3つの世界遺産及び関連資産について、相互に連携・交流を行いな



三陸鉄道

³⁰ ICカード：データの記録や演算をするためにIC（集積回路）を組み込んだカード。

³¹ Ma a S：Mobility as a Serviceの略。スマートフォンやパソコン等で利用可能なアプリケーション等により、地域住民や旅行者一人ひとりの旅行単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて、検索・予約・決済等を一括で行うサービスのこと。

³² ビッグデータ：従来のデータベース管理システムなどでは記録や保管、解析が難しいような巨大なデータ群。

がら、一体的な取組を推進し、県内外に向けた魅力向上・来訪促進・周遊促進を図ります。 ㊦

- ・ 平泉世界遺産ガイドセンターを拠点とし、世界遺産や関連史跡、関連施設との連携を深めながら、文化資源の活用による文化観光の取組を推進します。 ㊦
- ・ 県内各地を周遊する観光客の利便性の向上を図るため、世界遺産や三陸ジオパークなど主要な観光エリアを結ぶ道路や観光振興に資する道路の整備、市町村と連携した道の駅の整備、広域的なサイクリングルートの整備等を推進します。 ㊦
- ・ サイクルツーリズムを楽しむ観光客の誘客促進や本県の魅力を生かしたサイクリングルートの形成等により、自転車を活用した観光振興を図ります。 ㊦
- ・ 御所野遺跡をはじめ、工芸品、食文化、スノーコンテンツ、高原牧場、温泉等の北いわての魅力を生かし、北東北各県と連携してプロモーションを展開し、北いわてへの誘客拡大を図ります。 ㊦



道の駅はなまき西南開所式



サイクリングフェスティバル

② 高付加価値な旅行商品の造成

- ・ 3つの世界遺産や2つの国立公園など、「岩手ならではの」コンテンツに高品質な「食」、「宿」などを組み合わせた高付加価値型の旅行商品造成を促進します。 ㊦
- ・ いわて花巻空港への空路を活用した、県内全域を広く周遊し、長く滞在する旅行商品造成を促進します。 ㊦
- ・ 平日、冬期間などの閑散期における観光需要の喚起に向け、ワーケーションやブレジャー³³等の仕事と休暇を組み合わせた滞在型旅行商品の開発を進めます。 ㊦
- ・ 復興道路の全線開通により利便性が向上した新たな交通ネットワークを活用し、道の駅やオートキャンプ場、体験等の



スノーピーク陸前高田
キャンプフィールド

³³ ブレジャー：Business(ビジネス)とLeisure(レジャー)を組み合わせた造語。出張等の機会を活用し、出張先等で滞在を延長するなどして余暇を楽しむこと。

新たな観光コンテンツや三陸の食、自然などの観光資源の魅力を実感できる旅行商品の造成を促進します。 ㊦

③ 快適に旅行を楽しむことができる環境の整備

- 北いわてM a a Sや東北M a a SなどICTの活用と鉄道、バス、タクシー、レンタカーなどの二次交通ネットワークの充実を図り、より広く周遊できる受入体制整備を促進します。 ㊦
- 閑散期の需要創出による観光需要の平準化を図り、観光地における混雑等を抑制するなど、受入環境の整備に取り組みます。 ㊦
- 世界中の旅行者に質の高い本県の観光サービスに関する情報を提供し、安心して快適な旅行を楽しんでもらえるよう公益財団法人岩手県観光協会と連携して、宿泊施設のサクラクオリティ³⁴認証取得を促進します。 ㊦
- 国内線の更なる利便性向上に向け、空港利用者のニーズを踏まえながら、路線、便数の維持・拡充やダイヤ改善等を航空会社に継続的に働きかけていきます。 ㊦
- 利用者の利便性向上のため、自然災害や老朽化により損壊した自然公園等施設の計画的な再整備に取り組みます。 ㊦



潮吹穴の散策路再整備

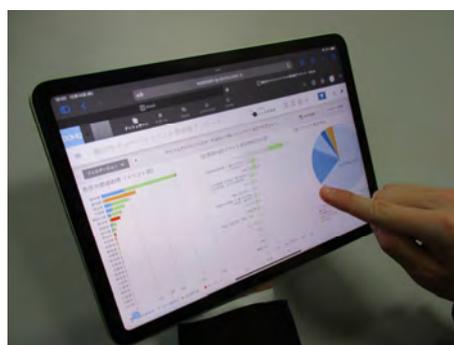
³⁴ サクラクオリティ：ホテルや旅館等の宿泊施設を中心とした観光品質認証制度。宿泊施設などの観光サービスの品質を第三者が評価し、その品質の高さを認証する仕組み。認証団体は、一般社団法人観光品質認証協会。

基本施策(5) 観光DXによる観光推進体制の強化

観光を取り巻く環境の変化を的確に把握し、旅行者のニーズを捉えた施策を展開するため、デジタル技術を複合的に活用しながら戦略的かつ効果的に情報発信を行うとともに、観光サービスの変革や新たな観光需要を創出する地域DMOをはじめ、地域が主体となった観光推進体制づくりや人材育成などの取組を支援する体制強化を図ります。

① データ分析とマーケティングを活用した施策展開

- 観光マーケティングデータを一元化するプラットフォーム(いわて観光DMP)の構築を進め、データを活用した観光客の動態等の分析を実施して観光需要を的確に把握します。 図
- マーケティング分析結果を地域に展開し、戦略的な販売支援を通じて経営力の強化や生産性の向上を図ります。 図



いわて観光DMPを活用した分析

② 地域が主体となった観光推進体制づくり

- 客観的なデータに基づき県内の各地域やDMOの支援を行うため、公益財団法人岩手県観光協会に観光地域づくりの専門人材による「観光地域づくり支援チーム」を設置し、観光地域づくりに関する専門性を高める等、地域支援機能を強化します。 図
- 観光DXの推進により、観光サービスの変革や新たな観光需要を創出する地域DMOの設立や活動を支援するなど、稼ぐ観光地をつくる体制強化を図ります。 図
- 観光に関わる事業者や各産業界と県、市町村が相互に連携した観光推進組織の活動を推進し、各地域の観光地域づくりの取組を生かしたオール岩手による宣伝・誘客体制を強化します。 図



地域づくり検討部会

③ 地域に対する愛着の醸成と地域をけん引する人材の育成

- ・ 県民一人ひとりの郷土に対する誇りや愛着を醸成するため、社会教育施設等において豊かな自然、文化、歴史等の資源をテーマとした公開講座を開催するなど、岩手ならではの学習機会の提供に取り組めます。 ㊦
- ・ 郷土への誇りと愛着を醸成するため、学校と地域が連携し、岩手の歴史や偉人、豊かな自然・文化等を探究する学習や、地域活動への積極的な参加を促し、地域産業を理解する取組や地域の課題解決を図る学習、伝統文化を継承する取組などにより、地域の担い手の育成を推進します。(再掲) ㊦
- ・ 地域づくり人材の育成のため、県立生涯学習推進センターを活用し、教育分野の枠を越えた地域づくりに関する研修・交流の場を提供します。 ㊦
- ・ グローバルに活躍する人材や地域課題解決をけん引する人材など、将来の本県の発展を担う多様な人材を育成するため、大学や地域等との連携による探究的な学習の推進など、生徒の課題発見・解決能力の育成に取り組めます。 ㊦
- ・ 企業や団体、高等教育機関、行政など産学官が一体となった「いわてグローバル人材育成推進協議会」を通じ、国際的な視野と地域に貢献する視野を持ったグローバル人材を育成します。 ㊦
- ・ マーケティング機能を地域に内在化し、観光を取り巻く環境の変化に対応した地域づくりを推進するため、マーケティング実践塾を開催するなどマーケティング人材の育成を支援します。 ㊦
- ・ 地域の観光産業を持続的に発展させていくため、大学をはじめ学術研究機関と連携するなど、魅力的な観光地域づくりにつなげていく観光産業をけん引する人材の育成を支援します。 ㊦
- ・ 宿泊・観光施設等におけるお客様の視点に立ったサービス向上を図るため、ホス



県立博物館主催の県民等を対象とした自然観察会



津波碑の伝承について学ぶ県立高校での探究学習



市町村、地域づくり団体、NPO等の関係者を対象とした地域づくり人材研修講座

ピタリティ³⁵（おもてなしの心、接客スキルなど）を身に付けた人材の育成を支援します。 ㊦

- 本県独自の地場産業の魅力を広く国内外に発信し、県産品ファンやそれぞれの産業の担い手候補となる人材確保に取り組みます。 ㊦
- 農商工連携や事業者間連携を促進するため、今後の経営の担い手となる若手人材を対象とした他地域・他業種との交流・マッチングに取り組みます。 ㊦
- 「早池峰神楽」や「永井の大念仏剣舞」、「鬼剣舞」をはじめとする本県の多彩な民俗芸能の保存・継承及び後継者の育成を市町村や関係団体と連携の上、支援します。 ㊦



鬼剣舞

³⁵ ホスピタリティ：心のこもったおもてなし。

2 地域の特色を生かした観光地域づくり

持続可能な観光地域づくりを行うためには、地域が主体となった取組が重要です。それぞれの地域が特色に応じた施策を推進し、世界から注目された「MORIOKA」や黄金の國「HIRAIZUMI」など、地域のブランド力を高めながら、圏域間の連携も図りつつ、県全体の観光振興に向けて一体的に取り組んでいきます。

<県央広域振興圏>

盛岡市 八幡平市
滝沢市 雫石町
葛巻町 岩手町
紫波町 矢巾町

<県北広域振興圏>

久慈市 二戸市
普代村 軽米町
野田村 九戸村
洋野町 一戸町

<県南広域振興圏>

花巻市 北上市
遠野市 一関市
奥州市 西和賀町
金ケ崎町 平泉町

<沿岸広域振興圏>

宮古市 大船渡市
陸前高田市 釜石市
住田町 大槌町
山田町 岩泉町
田野畑村



(1) 県央広域振興圏 ～世界が注目する「MORIOKA」を核とした魅力を発信します～

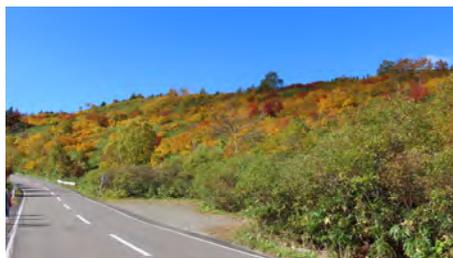
<現状と課題>

- ・ 県央圏域では、酒造会社が集積する地域特性を生かした酒蔵ツーリズムを推進しており、圏域ならではの観光コンテンツとして確立が必要です。
- ・ 宮古盛岡横断道路や御所野遺跡を活用した隣接圏域との相互交流、秋田県際地域と連携した情報発信による広域周遊観光の促進が必要です。
- ・ 観光産業を含むあらゆる産業においてSDGsの取組が求められている中、県央圏域では、教育旅行の入込増加に向けて、近年、教育旅行で重視されているSDGsや探求学習をテーマとした教育旅行プログラムの情報発信に取り組んでいます。
- ・ 台湾からの教育旅行を誘致するため、雫石町をモデル地区に、台湾の学校を対象にした教育旅行のニーズ調査やモニターツアーを実施しており、今後、県央圏域での定着に向けた支援が必要です。
- ・ ハロウィン国際ナショナルスクール安比ジャパンの開校を契機として、近隣の高級リゾートホテル等を拠点に学校関係者等による長期滞在が期待されることから、市町と連携し、広域周遊観光を促進する取組が必要です。
- ・ 盛岡広域スポーツコミッションとiwateスポーツコミッションにより、スポーツ大会・合宿の誘致活動やスポーツ情報の一元的な発信など、広域による取組が進められています。
- ・ 国の自転車活用の動きを受け、県においても岩手県自転車活用推進計画を策定し、環境負荷の低減や健康の増進、サイクルツーリズムによる観光振興など、複数の社会課題の解決に向けた取組を進めています。
- ・ 各種イベントや歓迎セレモニーでの来県者、県央圏域を拠点に活動するプロスポーツチームとの連携による来県するサポーター等へのおもてなし活動を通じた観光PRを推進しています。

<主な取組内容>

① 魅力ある観光地域づくり

- ・ 県央圏域ならではの新たな観光コンテンツとして、雫石町から秋田県仙北地域を主なフィールドとしたアウトドアツーリズムエリアを形成するため、アウトドアアクティビティに関する広域情報の発信を支援します。
- ・ 十和田・八幡平エリアを起点とした広域周遊観光を促進し、地域経済の活性化を図るため、秋田県際地域の市町等と連携し、広域情報の発信等に取り組みます。



八幡平アスピーテラインの紅葉

- ・ 宮古盛岡横断道路や御所野遺跡の活用により、広域周遊観光や圏域間での相互交流を促進するため、隣接圏域と連携し、酒蔵ツーリズムや環境、まちづくりなどSDGsをテーマにした教育旅行誘致に取り組みます。
- ・ 地域の特色ある食文化や南部鉄器、漆器など工芸品の魅力を発信する旅行商品化を促進し、観光を通じた食品や工芸品の売上拡大により地域経済の活性化を図ります。

② 観光客受入環境の向上

- ・ 酒蔵ツーリズムを一層推進し、圏域ならではの観光コンテンツとして確立するため、酒づくり文化を中心に食や歴史・文化等の地域資源の魅力を発信や、酒造会社の受入態勢整備の支援に取り組みます。
- ・ 農村地域ならではの魅力の向上と理解促進を図るため、市町との連携により、インバウンドも視野に入れたグリーン・ツーリズム³⁶の受入体制強化の取組を支援するほか、食に関する歴史、「食の匠³⁷」等の郷土食文化等の情報を県内外に発信します。



いわて酒ノ宴 2023in もりおか

③ 国際観光の推進

- ・ ハロウインターナショナルスクール安比ジャパンの開校を契機とした、互いの文化や習慣の理解を深めるための取組を推進します。
- ・ ハロウインターナショナルスクール安比ジャパンの開校を契機に安比高原エリアへの外国人観光客等の入込増加が期待されており、観光ニーズ調査を行いながら、市町等と連携した広域周遊を促す観光コンテンツづくりに取り組みます。
- ・ 台湾からの教育旅行を圏域内に広く誘致するため、台湾の学校と管内学校間での



ハロウインターナショナルスクール安比ジャパン

³⁶ 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。

³⁷ 食の匠：地域の食文化や郷土料理等に関する知識・技術を受け継ぎ、その情報発信と次代への伝承ができることとして知事に認定された者。

オンライン交流会の開催や情報発信に取り組みます。

④ スポーツツーリズム³⁸の推進

- ラグビーワールドカップ 2019 釜石開催や東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会等のレガシーを継承し、盛岡広域スポーツコミッションやいわてスポーツコミッションとの連携のもと、引き続きスポーツ団体やNPO、企業等が行うスポーツ合宿や大会の誘致活動等を促進します。
- 岩手県自転車活用推進計画の策定を踏まえ、スポーツや観光振興のほか、自転車利用による環境負荷の低減、健康増進、自転車利用環境の整備などの視点を含めたサイクルツーリズムを推進します。
- 県央圏域を拠点に活動するプロスポーツチームと連携し、他県から来県するサポーター等へのおもてなし活動を通じて、観光ニーズを把握しながら、きめ細かな情報発信に取り組むことにより、誘客を促進します。



岩手県営運動公園登はん競技場リードA・B壁

³⁸ スポーツツーリズム：スポーツを目的とした旅行及びそれに伴う周辺観光などスポーツにかかわる様々な旅行。

(2) 県南広域振興圏 ～黄金の國「HIRAIZUMI」の文化を発信します～

<現状と課題>

- ・ 「ひらいずみ遺産」をはじめ、県南圏域を訪れる観光客を案内する観光ガイドやボランティアガイドを育成するため、歴史や伝統文化を学ぶ研修会を実施しています。今後は、国内外からの観光客に県南圏域の文化の魅力を深く理解し、伝える人材の更なる育成が必要です。
- ・ 多彩な観光資源を有し、首都圏・仙台圏からの玄関口である県南圏域ならではの強みを生かし、地域と連携し、旅の個人化、分散化等のトレンドの変化に対応した誘客や観光地域づくり、教育旅行の誘致を進める必要があります。
- ・ SNS中心に情報発信を行ってきましたが、今後は行政機関のみならず観光事業者においてもそれらのツールを効果的に活用するとともに、観光産業のデジタル化を進め、旅行者に関するデータの取得・分析により、旅行者のニーズや消費行動等を把握する仕組みを構築し、旅行者の利便性向上や周遊促進等につなげていく必要があります。
- ・ 東北横断自動車道釜石秋田線やスマートインターチェンジの整備などの交通インフラの整備や、いわて花巻空港における台北、上海国際定期便の就航、大型クルーズ船の寄港など、交通ネットワークの整備が進んでいます。県南圏域では、主要な観光地が点在することから、道路などの社会資本整備の推進とともに、空港や駅からの二次交通の確保が求められます。
- ・ 伝統産業などの工房・工場で見学や製作体験ができるイベント「オープンファクトリー五感市」の開催や製作体験コンテンツの情報発信を行いました。イベントに止まることなく、通年で伝統産業の魅力発信と販売機会の創出に取り組む必要があります。
- ・ 東京2020オリンピックのボートやカヌー競技の事前キャンプやスポーツ合宿誘致の取組のほか、県南広域圏マラソン連携事業「いわて県南レジェンドランナーズ」の実施により、スポーツを通じた交流を促進してきたことから、これらの経験を踏まえ、市町が持つ多様なスポーツ資源を活用した交流人口の更なる拡大を推進する必要があります。

<主な取組内容>

① 「ひらいずみ遺産」を核とした広域的な周遊・滞在型観光の促進

- ・ 「ひらいずみ遺産」をはじめ、県南圏域ならではの観光資源の磨き上げ、食と観光の連携や体験メニューの提供等を通じて圏域全体の魅力を高めます。
- ・ 令和3年度に完成した「平泉世界遺産ガイドセンター」をゲートウェイとして「ひらいずみ遺産」の価値を生かしながら他の世界遺産や三陸の多彩な観光資源など広域での周遊を意識した誘客を促進します。
- ・ 観光客等が「平泉世界遺産ガイドセンター」を中心に「ひらいずみ遺産」等を周遊して、地域の歴史や文化遺産への理解と関心を高めるための魅力発信に取り組みます。
- ・ いわて花巻空港や東北新幹線、東北自動車道に加えて三陸沿岸道路など新たに整備された高速交通網や仙台空港との近接などの優位性を生かし交通事業者と連携して誘客を図ります。
- ・ 県南圏域を訪れる観光客の興味関心や旅の過ごし方、満足度などの観光マーケティングデータを活用するなど観光DXの推進により、県関係機関や市町と連携した情報発信や観光コンテンツの造成支援を行い、観光消費額の拡大や管内への経済効果の波及拡大に向けた取組を効果的に推進します。



ぬか床づくり体験

② 教育旅行や外国人観光客等の多様な客層に応じた受入れの推進

- ・ 「ひらいずみ遺産」や沿岸地域との結節点に位置するという地理的条件を生かし、北海道や関東などからの教育旅行の受入を進めます。また、農林水産分野や伝統工芸など圏域ならではのコンテンツに加え、SDGsなど新たなニーズへの対応も行いながら、若い世代の学びを支援し、将来のリピーター獲得につなげていきます。



染物体験

- ・ 高齢者や障がい者、ビジネス客、国際リニアコライダー（ILC³⁹）の研究者を含む外国人や富裕層など、多様な客層が安心して快適に移動、滞在、観光することができるよう、観光・宿泊施設、飲食店における人材育成等ホスピタリティの向上を支援します。



ワーケーションスペース

- ・ 地方移住への関心の高まりや、教育旅行のニーズの変化等を踏まえ、グリーン・ツーリズムや農泊等に関する取組を促進するほか、DMOとの連携などによる国内外の観光客や国際リニアコライダー（ILC）の関係者等の受入態勢整備など、農村に対する多様なニーズへの対応を支援します。

③ 地域食材を生かした魅力的な地域づくりの支援と取引拡大の推進

- ・ 交流人口の増加による地域への経済効果の拡大を図るため、食関連事業者等が連携し、国内外の観光客等や県南圏域の誘致企業の関係人口等に向け、特色ある地域食材等や観光素材を切り口とした商品やサービスの開発などにより、地域の魅力向上と情報発信に取り組みます。
- ・ 地域の加工食品等について、県全体で取り組んでいる県内及び三大都市圏等での商談会、近隣商圏である仙台圏での大手卸売企業主催展示会等を活用した販路開拓を推進します。
- ・ 地域の加工食品等の輸出拡大を図るため、海外市場への展開に意欲を持つ事業者を対象とした商談スキルの向上支援や、県南圏域内外の事業者を取りまとめる地域商社の設立支援、さらには両者が連携した輸出体制の構築などを促進します。



輸出促進・地域商社設立研究会

④ 伝統文化・ものづくり・スポーツを活用した観光振興

- ・ 県南圏域で受け継がれてきた神楽・剣舞などを支える住民や団体と連携し、デジタルコンテンツも活用して県内外への民俗芸能の魅力発信に取り組みます。
- ・ 県南圏域を訪れる観光客に、地域の歴史文化の魅力を伝え、再来や交流拡大につ

³⁹ ILC：International Linear Collider（国際リニアコライダー）の略。全長20～50kmの地下トンネルに建設される、電子と陽電子を加速、衝突させ質量の起源や時空構造、宇宙誕生のなぞの解明を目指す大規模施設。

ながるよう、通訳案内士や観光ガイドボランティア団体、文化観光施設等の相互連携を図りながら、地域の文化資源を理解し、伝える人材の育成を図ります。

- 県南圏域におけるものづくり現場を見学・体験できるイベントや、工房での見学・製作体験を教育旅行等のコンテンツ等として活用するなど伝統工芸の魅力発信に取り組むとともに、若手の経営者や工芸家等の育成や技術の継承、事業者がこれまで築いてきた商品力やブランドの強みを生かした販路の拡大や、新商品開発の支援に取り組めます。
- 県と市町による県南広域圏スポーツ等連携事業実行委員会において、スポーツによる地域の魅力づくりを推進します。



SUP体験

(3) 沿岸広域振興圏 ～食と体験の宝庫「SANRIKU」の魅力を発信します～

<現状と課題>

- ・ 東日本大震災津波から13年が経過し、震災の記憶の風化が懸念されていることから、東日本大震災津波を語り継ぐ日条例の趣旨にのっとり、各市町村に整備された震災伝承施設等のネットワークを生かすとともに、震災津波関連資料の収集・保存・活用、「いわての復興教育」の推進の取組などにより、東日本大震災津波と復興の経験や教訓などを伝承するとともに、復興の姿を国内外に情報発信していく必要があります。
- ・ 観光客のニーズは、ショッピングなどの「モノ消費」から体験型観光などを楽しむ「コト消費」に変化するなど多様化しており、より多くの観光客を沿岸圏域に呼び込むためには、世界遺産の橋野鉄鉱山や三陸ジオパークをはじめ、沿岸圏域の暮らしや自然、歴史、文化などの地域特性を生かし、国内外の観光客ニーズに合わせた魅力的な観光地域づくりが必要です。
- ・ みちのく潮風トレイル等の新たな観光コンテンツの体験を目的として、国内外から多くの観光客が訪れることが期待されています。
- ・ 希望郷いわて国体・いわて大会、ラグビーワールドカップ2019釜石開催のレガシーなどを通じ、スポーツが地域に活力を与える土壌が形成されており、これらの強みをスポーツ振興や地域づくりに生かしていくことが必要です。
- ・ 三陸沿岸道路の全線開通等により、沿岸各都市間や内陸との移動時間が大幅に短縮されたことに加え、国内及び外国船社クルーズ船の増加、いわて花巻空港の利用促進により、沿岸圏域が他地域と結びつきが強まっていることを生かし、交流人口の拡大につなげていくことが必要です。
- ・ 観光振興や地域振興に資するクルーズ船の寄港拡大を図るため、国内船社が運航するクルーズ船の寄港の実績を積み重ね、港湾所在市や協定先港湾と連携したポートセールスや外国船社クルーズ船の受入環境整備に取り組むことが必要です。

<主な取組内容>

① 三陸ならではの地域資源を生かした観光地域づくりの推進

- ・ 地域が一体となって旅行者を受け入れる観光地域づくりを推進するため、三陸DMOセンター、市町村、地域DMOや観光事業者等と連携しながら、三陸鉄道、三陸ジオパーク、みちのく潮風トレイルをはじめとする観光素材の活用や掘り起こし、「売れる観光商品」への磨き上げを行い、観光誘客と観光消費の拡大に向けた取組を推進します。
- ・ 三陸ならではの自然、食、歴史文化などの地域資源を活用した体験・交流による観光コンテンツの充実に向けて、関係者が一丸となった取組を推進します。
- ・ 県と沿線市町村などで構成する岩手県三陸鉄道強化促進協議会の活動などを通

じ、三陸鉄道を利用した企画列車や旅行商品の造成を支援します。

- 三陸地域の恵みや災害からの復興などを次世代や他の地域の人たちと共有するため、ジオツーリズム⁴⁰を推進します。
- 三陸防災復興プロジェクト 2019 やラグビーワールドカップ 2019 釜石開催などの大型イベント、東北デスティネーションキャンペーンや北東北三県大型観光キャンペーンなどの経験を踏まえながら、観光コンテンツの活用や三陸の魅力の発信を行い、沿岸圏域の交流人口の拡大に向けて取り組みます。
- 観光ボランティアや三陸ジオパーク認定ガイドなど、地域資源の魅力を発信し、地域の活動を支えながら、観光分野で活躍する人材の育成を図ります。



ジオツアー

② 震災・復興の伝承を切り口とした教育旅行や企業研修の誘致

- 復興道路等の交通ネットワークを活用し、高田松原津波復興祈念公園や東日本大震災津波伝承館の訪問を契機とした各地を周遊する機会を創出します。
- 関係団体と連携した情報発信により、沿岸地域全体での教訓の伝承に取り組みます。
- 震災学習を核とした教育旅行やワークショップの誘致拡大、震災伝承施設の活用等による復興ツーリズムや、豊かな自然を生かした体験プログラム、スポーツ資源の活用等によるスポーツツーリズムなど、多様な取組により誘客を促進します。



ワークショップ体験会

⁴⁰ 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。

- ・ 沿岸圏域への宿泊者数の増加を図るため、観光団体や事業者等と連携し、マスメディアを活用したキャンペーンを展開するなど広く三陸の魅力をPRするとともに、震災学習を核とした教育旅行の誘致、旅行商品の造成等に向けた取組を支援します。



教育旅行モニターツアー

③ スポーツ・文化芸術活動を生かした地域活性化

- ・ スポーツを活用した地域振興を推進するため、ラグビーワールドカップ2019釜石開催などを契機とした国内外との交流拡大やスポーツ資源の拡充・強化、スポーツ参画機運の高まりを、沿岸地域の更なるスポーツ振興につなげます。
- ・ スポーツの力による地域活性化を推進するため、ラグビーワールドカップ2019釜石開催の成果を生かした交流人口の拡大や地域づくりに向けた取組を展開します。
- ・ ラグビーワールドカップ2019釜石開催で得られた成果を地域振興に生かすとともに、スポーツ施設やスポーツイベントなどの資源を活用し、スポーツツーリズムを推進します。
- ・ 地域の文化資源の魅力や価値、地域の文化芸術情報を発信するとともに、地域の多様な文化や郷土に伝わる伝統芸能の保存・伝承・活動の支援に取り組みます。特に、世界遺産である橋野鉄鉦山については、県内の他の世界遺産との連携を図りながら、情報の発信を推進します。



釜石鶴住居復興スタジアム



橋野鉄鉦山

④ 新たな交通ネットワークやクルーズ船寄港を活用した国内外からの誘客促進

- 三陸沿岸道路などの高速道路網、三陸鉄道やいわて花巻空港などの交通ネットワーク、国内及び外国船社クルーズ船の寄港機会を生かした広域観光の取組を推進します。
- 胆振総合振興局と連携協定を締結している北海道や首都圏等からの誘客とリピーターの拡大、圏域を越えた連携による外国人観光客の周遊を促進し、国内外からの誘客を促進します。



むろらん港まつり

(4) 県北広域振興圏 ～「JOMON」から続く「北いわて」の文化を発信します～

<現状と課題>

- ・ 「あまちゃん」の撮影に対応した地域の観光事業者や産業界、関係自治体により「北三陸『あまちゃん』観光推進協議会」が組織され、相互連携による観光誘客活動や地域活性化の取組が進められるなど、「あまちゃん」をきっかけとした広域的な観光振興の取組が継続して行われています。
- ・ 県北圏域には、世界遺産の御所野遺跡や日本遺産に認定された「安比川流域に受け継がれる伝統技術“奥南部漆物語”」、野田塩の道などの歴史・文化資源、山海の自然が織りなす平庭高原や折爪岳、小袖海岸などの景勝地などがあり、これらの特色ある地域資源の魅力を圏域内外に向けて効果的に発信し、より一層の誘客を図っていく必要があります。
- ・ また、二戸地域では金田一地区などの公民連携によるまちづくりや、御所野遺跡の世界遺産登録を契機とした観光地域づくりなど、地域の活性化や魅力を高める官民の取組が進んでおり、こうした地域が主体となった取組が定着し、地域の魅力が高まることで交流人口の拡大が図られるよう支援していくことが必要です。
- ・ 久慈地域では、教育旅行など体験・交流型観光が定着しているほか、二戸地域においても地域資源を生かした体験メニューが充実してきています。一方で、農林漁家体験民泊などの受入態勢の整備や体験インストラクター等の育成が課題となっています。
- ・ 観光においても密を回避する自然の中での体験やアクティビティ、日本遺産・伝統工芸といった文化資源など、地域資源を活用したアドベンチャーツーリズム等の新たな観光需要の創出が求められます。
- ・ 三陸沿岸道路や内陸との横断道路の全線開通など交通網の充実に加え、3つの世界遺産を有する県となった優位性を生かし、三陸復興国立公園、みちのく潮風トレイル、三陸ジオパークなど県北地域の特色ある地域資源と組み合わせながら効果的に情報発信することにより、県内のみならず県境を越えた広域での周遊を促進していくことが必要です。

<主な取組内容>

① 特色ある地域資源を活用した観光の振興

- ・ 県北圏域の観光資源の核となる御所野遺跡を起点とし、県北圏域の多様な魅力を一体的に発信することにより、圏域各地への誘客を促進します。
- ・ 地域の特色ある歴史・文化、食を観光資源として活用を促進するとともに、御所野遺跡、三陸復興国立公園、みちのく潮風トレイル、三陸ジオパーク、日本遺産“奥南部漆物語”など訴求力のある地域資源を生かした、体験・交流型の観光コンテンツの充実を図ります。

- ・ 連続テレビ小説「あまちゃん」の知名度を生かしたロケの誘致に地域の官民が一体となって取り組み、その誘客効果の継続を図ります。
- ・ 水産加工品をはじめとする北いわての魅力ある商品の認知度向上を目的としたイベント開催や商談会等への出展を支援します。
- ・ 浄法寺塗などの地域に根ざした伝統工芸品や琥珀、マリンローズなどの特色ある地域資源の価値を県内外へ発信するとともに、市町村や関係団体と連携し、後継者育成や販路拡大を支援します。



海女の素潜り



浄法寺塗

② 受入態勢の強化及び観光を担う人材の育成

- ・ 御所野遺跡を中心とした県北圏域への国内外からの観光客の増加を見据え、市町村と連携した地域が一体となったおもてなしの意識醸成や観光地域づくりの中心的役割を担う観光関係者に向けたセミナーの開催等を通じて、地域のホスピタリティの向上と観光人材の育成を促進します。
- ・ 海・川・高原といった自然資源やシャワークライミング、カヤックなどの体験アクティビティ、文化資源などを活用したアドベンチャーツーリズムを促進するため、新たな観光需要の創出に向けた人材育成に取り組みます。

③ 広域連携の強化及び情報発信による誘客の促進

- ・ 三陸沿岸道路の全線開通など新たな交通ネットワークによる様々な効果を生かし、県北圏域を訪れる旅行者に地域の魅力を発信し、交流人口の拡大に取り組みます。
- ・ 歴史的・文化的に深いつながりがある県央圏域や八戸圏域などと連携し、誘客拡大に努めるとともに、魅力ある観光資源を組み合わせた広域観光ルートの構築に取り組みます。

- ・ 御所野遺跡を中心とした県北圏域への誘客を促進するため、平泉や橋野鉄鉱山など県内3広域圏の世界遺産の連携など、岩手県の持つ優位性を生かした広域での周遊促進に向けて取り組みます。
- ・ 「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界遺産登録を契機とした県境を越えた広域での周遊観光を促進・定着させるため、隣接県等と連携しながら「縄文」をテーマとした周遊ルートの確立に向けて取り組みます。



御所野遺跡

④ 教育旅行や公共交通を活用した観光振興

- ・ 教育旅行の誘致拡大に向け、SDGsの要素を組み入れたプログラムの開発など学校が求める多様なニーズへの対応を促進するとともに、東日本大震災伝承施設や農山漁村体験等、県北地域の特色ある学びの要素を生かしながら教育旅行の誘致拡大と来訪の定着を促進します。
- ・ 公共交通の利用促進のため、市町村や交通事業者が参加する会議の開催等により連携、情報共有をしながら、地元利用者の利用機会の創出や利便性の向上を図るとともに、観光需要の創出による利用拡大に向け、圏域内外からの誘客に向けた取組や魅力ある地域資源を組み入れた商品造成に対する支援を行います。



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、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

市町村、DMO、地域の多様な事業者等、教育機関、県民との連携を一層強化するとともに、それぞれが役割を果たせるよう、情報提供、助言その他の支援を行いながら、観光振興施策を総合的に推進します。

観光DXによる観光推進体制の強化を図るとともに、三陸沿岸道路や3つの世界遺産など本県の強みを生かした旅行商品の開発や情報発信、外国人観光客の誘客拡大、いわて花巻空港を核とした交流人口の拡大等に取り組み、持続可能な観光と観光で稼ぐ地域づくりを推進します。

観光産業に携わる民間、行政、団体などが客観的なデータに基づいて戦略的な施策や事業を実施するため、各種観光統計の整備を進めるとともに、いわて観光データマネジメントプラットフォームを活用したマーケティング活動の強化を図ります。

(2) 市町村の役割

市町村単位の観光振興について基本的な方針や目標等を定めるとともに、持続可能な観光の推進に向けて、観光関連団体や住民と密接に連携しながら、地域の観光資源を活用した特色ある観光地域づくりを進めていくことが期待されます。

(3) DMOの役割

観光地域づくりの司令塔として、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、データやマーケティングに基づく戦略的な観光施策を展開しながら、エリアブランディングに取り組んでいくことが期待されます。

(4) 地域の多様な事業者等の役割

観光地域マーケティングの考え方の下、観光客の多様なニーズに対応しながら地域資源を生かした魅力ある観光コンテンツづくりに主体的に取り組むとともに、広域での収益最大化に向けてエリアでの連携を深めていくことが期待されます。

(5) 教育機関等の役割

教育旅行や企業研修旅行において県内観光施設等を積極的に利用するとともに、県民一人ひとりの郷土に対する誇りや愛着の醸成を図りつつ、観光の持続可能な発展を支える人材の育成を図っていくことが期待されます。

(6) 県民の役割

観光は商工、交通、農林水産、文化、スポーツ、環境等の多分野にわたる裾野の広い総合産業であることを踏まえ、一人ひとりが本県の魅力を再認識し、オール岩手で観光産業を支えていくことが期待されます。

3 観光振興に関する施策の評価

(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、年度ごとに県の「岩手県観光産業振興本部⁴¹」及び外部有識者による「いわて観光立県推進会議⁴²」において観光振興に関する施策の評価を行い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共有を図ります。

⁴¹ 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、2008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。

⁴² 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、2009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。

参考資料

- 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第4期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 目標値設定の考え方等について

1 いわて観光立県推進会議委員名簿

所属	職	氏名
公益財団法人岩手県観光協会	理事長	谷村 邦久
岩手県商工会議所連合会	会長	谷村 邦久
岩手県商工会連合会	会長	高橋 富一
岩手県中小企業団体中央会	会長	小山田 周右
岩手県市長会	会長	山本 正徳
岩手県町村会	会長	鈴木 重男
一般社団法人岩手経済同友会	代表幹事	田口 幸雄
いわておかみ会	会長	橋本 英子
NPO 法人岩手県地域婦人団体協議会	会長	及川 公子
淑徳大学	経営学部長	千葉 千枝子
株式会社 J T B	東北エリア広域代表兼仙台支店長	増子 敦
株式会社交通新聞社	常務取締役コミュニケーションデザイン事業部長	中村 直美
株式会社平泉観光レストセンター	代表取締役社長	小野寺 仁
東北まちづくり実践塾	塾長	菊池 新一
NPO 法人久慈広域観光協議会	専務理事	貫牛 利一
株式会社かまいし DMC	代表取締役	河東 英宜

2 いわて観光立県推進会議幹事会委員名簿

所属	職	氏名
岩手県商工会議所連合会	事務局長	水野 匠
岩手県商工会連合会	事務局長	宗形 金吉
岩手県立大学宮古短期大学部	教授	大志田 憲
株式会社JTB盛岡支店	支店長	竹内 明彦
近畿日本ツーリスト株式会社盛岡営業所	営業所長	千葉 潔
株式会社日本旅行東北盛岡支店	支店長	貝山 高弘
岩手県北自動車株式会社	専務執行役員営業本部長	平澤 光昭
公益財団法人岩手県観光協会	専務理事兼事務局長	田丸 裕佳子
東日本旅客鉄道株式会社盛岡支社	地域共創部地域連携 ユニットユニットリーダー	富岡 耕太
一般社団法人八幡平市観光協会	事務局次長	海藤 美香
花巻温泉株式会社	取締役営業部総括部長	佐藤 寿美
株式会社岩手ホテルアンドリゾート	安比高原国内営業部本部長	佐々木 一弘
東日本高速道路株式会社東北支社 盛岡管理事務所	副所長	遠藤 満
NPO 法人盛岡まち並み塾	副理事	細川 智徳
株式会社道奥（金婚亭）	代表取締役社長	阿部 久美子
宮古観光文化交流協会	営業次長	島崎 準
NPO 法人体験村・たのはたネットワーク	理事長	楠田 拓郎

3 みちのく岩手観光立県第4期基本計画の策定経過

令和5年7月13日	第1回岩手県観光産業振興本部幹事会
令和5年7月18日	第1回いわて観光立県推進会議幹事会
令和5年9月4日～9月11日	第2回岩手県観光産業振興本部幹事会（書面開催）
令和5年9月4日～9月13日	第2回いわて観光立県推進会議幹事会（書面開催）
令和5年9月27日	第1回岩手県観光産業振興本部会議
令和5年10月3日	第1回いわて観光立県推進会議
令和5年11月20日～12月20日	パブリック・コメント募集
令和5年11月28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
令和5年12月13日	地域説明会（盛岡会場）
令和5年12月14日	岩手県商工観光審議会
令和5年12月15日	地域説明会（宮古会場）
令和6年1月11日	第3回岩手県観光産業振興本部幹事会
令和6年1月15日	第3回いわて観光立県推進会議幹事会
令和6年1月19日	第2回いわて観光立県推進会議
令和6年1月25日	第2回岩手県観光産業振興本部会議
令和6年2月14日	基本計画の策定に係る議会の承認議案の提出
令和6年3月29日	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、観光に関す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、観光に関す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) 観光に関する団体とは、観光振興その他の観光に関す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ません。）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、観光に関す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、観光に関す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。

(観光に関する団体の役割)

第7条 観光に関する団体は、基本理念にのっとり、県民、他の観光に関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。

5 目標値設定の考え方等について

<「目指す姿」に対する目標値>

観光消費額（億円）

現状値（R2）	R5	R6	R7	R8	R9	R10
1,142.3	1,657.7	1,829.5	1,936.2	2,042.9	2,149.6	2,256.3

【目標値設定の考え方】

令和6年にコロナ禍前（平成30年）の水準である1,829.5億円まで回復させ、国の観光立国推進基本計画を参考にしながら、令和8年には2,042.9億円を目指します。また、令和9年及び令和10年についても同水準の毎年106.7億円伸ばすこととし、本指標の目標値を2,256.3億円に設定します。

<「5つの基本施策」に対する目標値>

基本施策(1) 持続可能な観光の推進

ア 「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D) ロゴマーク取得地域数(地域)

現状値（R4）	R5	R6	R7	R8	R9	R10
1	1	1	1	2	2	3

※年度集計

【目標値設定の考え方】

「持続可能な観光地域づくり」については、令和5年3月に策定された観光立国推進基本計画にて、3つの基本的な方針の1つとして新たに設定されたところです。

当該計画にて定められた目標値に準じて、『「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D) に沿って持続可能な観光地域づくりに取り組む地域として観光庁の承諾を受けてロゴマークを取得した地方公共団体や観光地域づくり法人(DMO)等の団体数』を新たに目標値として設定することとします。

数値目標は国の目標を47都道府県で按分し、令和8年度には2地域、令和10年度には3地域を目指します。

イ 「持続可能な観光地域づくり」を計画に定めている市町村数(単位:市町村)

現状値（R4）	R5	R6	R7	R8	R9	R10
8	8	10	12	15	18	22

※年度集計

【目標値設定の考え方】

持続可能な観光の取組を進めるにあたっては、まずは、「持続可能な観光地域づくり」についての理解を深め、その重要性を認識するという機運醸成が必要です。

そこで、市町村の定める計画において「持続可能な観光地域づくり」が盛り込まれているかどうかで進捗を確認することとします。

観光産業の更なる発展に向けて、県内市町村の3分の2が「持続可能な観光地域づくり」を計画に定めることを目指して、本指標の目標値を22市町村に設定します。

基本施策(2) 外国人観光客の誘客拡大

外国人宿泊者数（延べ人数・全施設）（万人泊）

現状値 (R2)	R5	R6	R7	R8	R9	R10
8.8	27.7	34.0	40.3	46.6	52.9	59.2

【目標値設定の考え方】

令和6年にコロナ禍前（平成31/令和元年）の水準まで回復させ、国の観光立国推進基本計画を参考にしながら、令和8年には46.6万人を目指します。また、令和9年及び令和10年についても同水準の毎年6.3万人伸ばすこととし、本指標の目標値を59.2万人に設定します。

基本施策(3) 魅力的な観光地域づくりの推進

ア 観光消費額単価（日本人・県外・宿泊）（千円）

現状値 (R2)	R5	R6	R7	R8	R9	R10
27.8	29.6	30.2	30.8	31.4	32.0	32.6

【目標値設定の考え方】

令和8年にコロナ禍前（平成31/令和元年）の31.3千円と同水準まで回復させることを目指します。また、令和9年及び令和10年についても同水準の毎年0.6千円伸ばすこととし、本指標の目標値を32.6千円に設定します。

イ 観光消費額単価（外国人・宿泊）（千円）

現状値 (R2)	R5	R6	R7	R8	R9	R10
64.2	66.0	66.6	67.2	67.8	68.4	69.0

【目標値設定の考え方】

国の観光立国推進基本計画を参考にしながら令和7年には平成31年/令和元年の25%増である67.2千円を目指します。また、令和8年から令和10年までにつ

いても同水準の毎年0.6千円伸ばすこととし、本指標の目標値を69.0千円に設定します。

基本施策(4) 周遊・滞在型観光の推進

宿泊者数(延べ人数・全施設)(万人泊)

現状値 (R2)	R5	R6	R7	R8	R9	R10
431.2	575.5	623.6	671.7	719.8	767.9	816.0

【目標値設定の考え方】

令和6年にコロナ禍前(平成31/令和元年)の水準まで回復させ、国の観光立国推進基本計画を参考にしながら、令和8年には719.8万人を目指します。また、令和9年及び令和10年についても同水準の毎年48.1万人伸ばすこととし、本指標の目標値を816.0万人に設定します。

基本施策(5) 観光DXによる観光推進体制の強化

本県への再来訪意向を持つ人の割合(%)

現状値 (R3)	R5	R6	R7	R8	R9	R10
86.1	85.0	85.4	85.8	86.2	86.6	87.0

【目標値設定の考え方】

本県への来訪者が、「1年以内に再び本県への来訪を検討するか」に対する回答の7つの選択肢、「大変そう思う」、「そう思う」、「やや思う」、「どちらでもない」、「あまり思わない」、「思わない」、「全く思わない」のうち、「大変そう思う」、「そう思う」、「やや思う」と回答する人の割合について、平成30年から令和3年までの平均値(85.0%)を令和5年の目標値とし、今期の計画の中間年である令和8年には平成30年から令和3年までの最高値と同水準(86.2%)まで高めることとします。また、令和9年及び令和10年についても同水準の毎年0.4ポイント伸ばすこととし、本指標の目標値を87.0%に設定します。

みちのく岩手観光立県第4期基本計画
2024年（令和6年）3月

岩手県商工労働観光部観光・プロモーション室

〒020-8570 岩手県盛岡市内丸10-1

TEL 019-629-5574

FAX 019-623-2001

E-mail AE0006@pref.iwate.jp



©わんこきょうだい