

# みちのく岩手観光立県第2期基本計画

平成 26～30 年度

観光によるいわての復興と日本一のおもてなしをめざして



平成 2 6 年 3 月  
岩 手 県

## みちのく岩手観光立県第2期基本計画（H26-30）目次

<b>第1章 計画の基本的な考え方</b>	<b>2</b>
1 計画の位置づけ・性格	2
2 計画期間	2
3 計画の構成	2
4 計画の点検・見直し	2
<b>第2章 本県の観光を取り巻く現状と課題</b>	<b>3</b>
1 本県観光をめぐる外部環境	3
2 本県の観光を取り巻く現状	8
3 本県観光の強みと弱み	14
4 みちのく岩手観光立県基本計画（前計画）の総括	18
5 本県観光の課題等	21
<b>第3章 計画の目標</b>	<b>24</b>
1 目指す姿	25
2 計画の目標値	25
<b>第4章 観光振興に関する施策</b>	<b>26</b>
1 地域資源を生かした魅力的な観光地づくり	26
2 観光人材の育成や二次交通などの受入態勢の整備	29
3 効果的な情報発信と誘客活動	31
4 国際観光の振興	34
5 三陸沿岸観光の再構築	37
<b>第5章 推進体制</b>	<b>39</b>
1 推進体制	39
2 計画推進に当たっての役割分担の基本的な考え方	39
3 観光振興に関する施策の評価	40
4 観光統計の整備等	41
<b>参考資料</b>	<b>42</b>
1 いわて観光立県推進会議委員名簿	43
2 いわて観光立県推進会議幹事会委員名簿	43
3 みちのく岩手観光立県第2期基本計画の策定経過	44
4 みちのく岩手観光立県基本条例	45

## 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あり、本計画の策定に当たっては、条例第3条の基本理念を基本的な考え方としています。

#### みちのく岩手観光立県基本条例の基本理念

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。

- (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26年度から平成30年度までの5年間

なお、本計画は10年後（平成35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

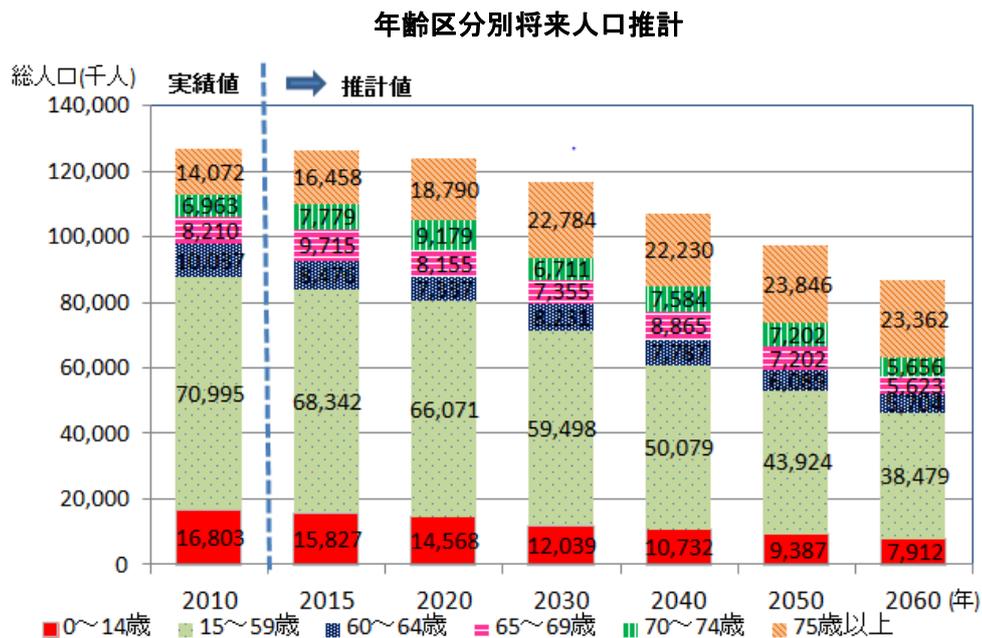
東日本大震災津波発災前の本県においては、平成20年に起こった岩手宮城内陸地震やリーマン・ショック<sup>※</sup>後の経済低迷、観光客の落ち込みから徐々に回復し、平成24年のいわてデスティネーションキャンペーン<sup>※</sup>の開催に向け、様々な観光振興に関する取組が概ね順調に進んでいましたが、平成23年3月11日の東日本大震災津波やそれに伴う原子力発電所の事故により、甚大な影響を受け、本県の観光をめぐる状況は一変したものとなりました。

### 1 本県観光をめぐる外部環境

#### (1) 人口減少社会の到来と国内観光需要の減少

日本の総人口は減少する見通しであり、今後50年間で、人口は4,000万人以上の減少が見込まれています。

人口減少下において、交流人口を増加させ、地域経済の活性化につながる観光への期待はますます高くなっていますが、国内の観光需要が減少していく中、今後、さらなる観光地の魅力の創出や海外も含め新たな市場の開拓などが重要となっています。



出典：平成22年（2010年）までは総務省統計局「国勢調査」、2015年以降は、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」の中位推計値

※リーマン・ショック：2008年9月15日に、アメリカ合衆国の投資銀行であるリーマン・ブラザーズが破綻した出来事が世界的金融危機（世界同時不況）の大きな引き金となったことに照らして呼ぶ表現。

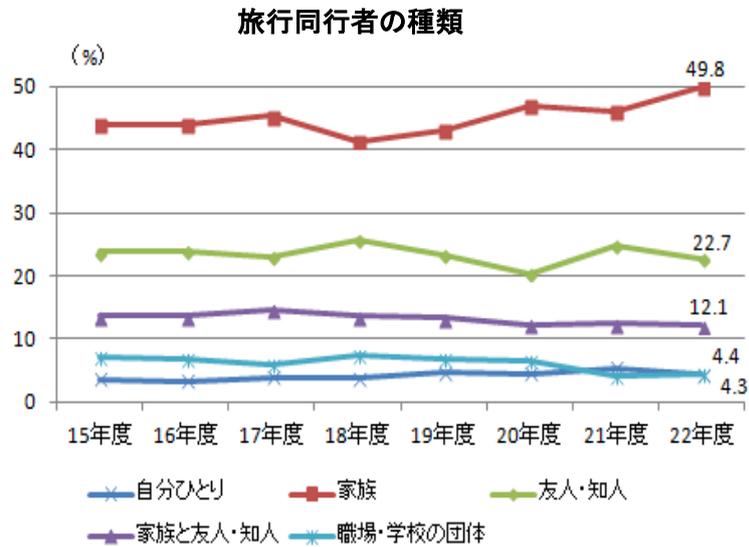
※デスティネーションキャンペーン：JRグループ旅客6社と指定された自治体、地元の観光事業者等が協働で実施する大型観光キャンペーンのこと。

## (2) 旅行形態の変化

価値観やライフスタイルが多様化し、観光客のニーズは、体験や交流、趣味や知的欲求を満たすことを目的とする旅へと多様化が進んできています。

また、旅行形態も、団体旅行から個人や家族、友人、知人等との旅行といった小グループ旅行が増加しており、特に、「家族との旅行」が増加してきています。

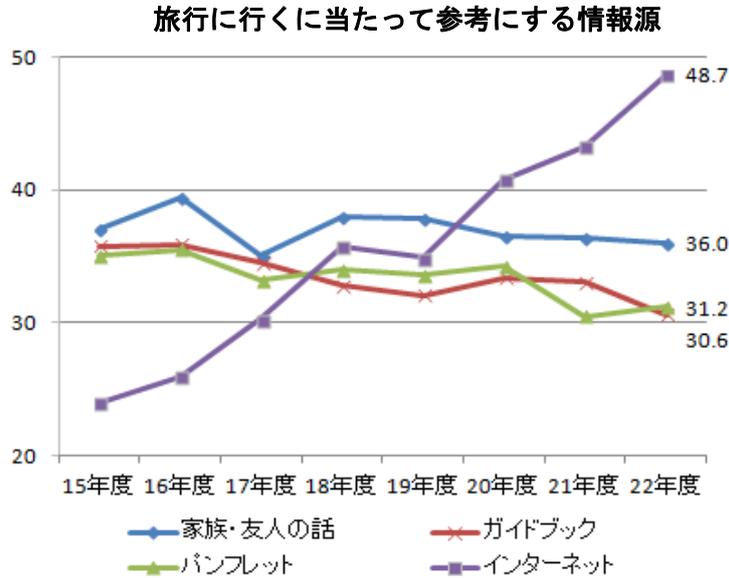
今後、こうした旅行形態の変化に対応した取組が重要となっています。



### (3) 旅行の情報源の変化

旅行に行くに当たっての情報源は、インターネットの利用が最も高く、ブログ※やフェイスブック※などによる口コミ効果も高くなっています。

今後、スマートフォンの普及率が高くなっていくにつれ、インターネットによる情報収集は、ますます増加していくと考えられ、ICT※を活用した情報発信やコンテンツの充実が重要となっています。



※ブログ：ウェブログ (Weblog) の略で、自分の意見や感想を日記風に記して、それに対する感想などを閲覧者が自由にコメントできる形式の Web サイトのこと。

※フェイスブック：趣味や嗜好、居住地、出身校、あるいは「友人の友人」といったつながりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供する米フェイスブック社の会員制のサービス。

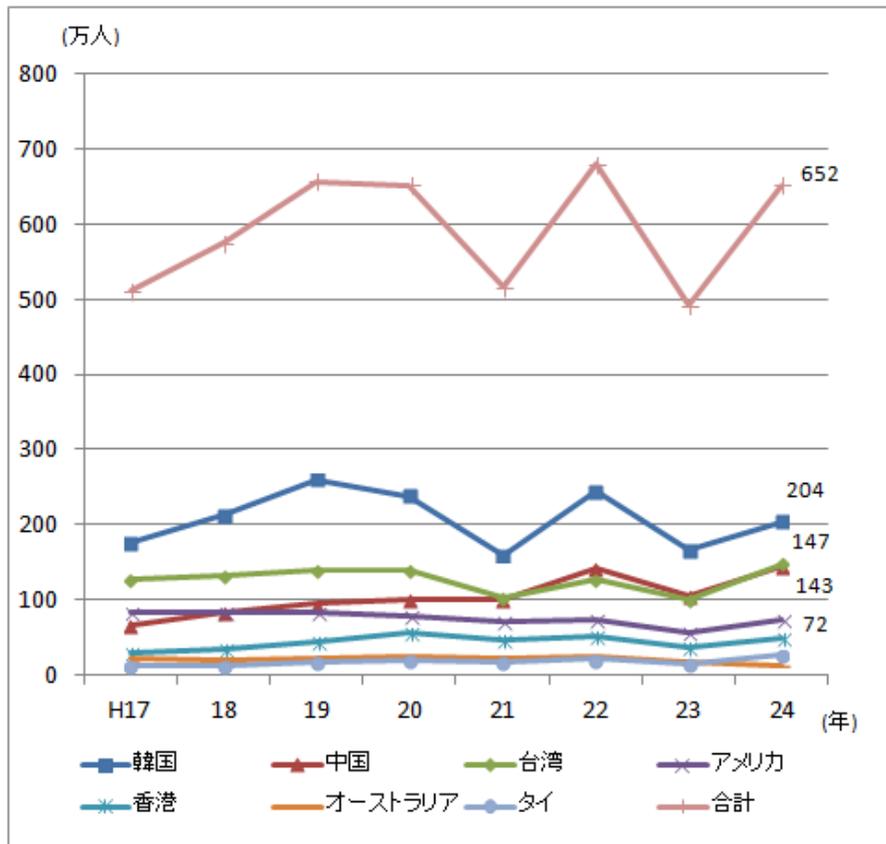
※ICT (Information and Communication Technology)：情報通信技術の略。

#### (4) 訪日外国人旅行者の状況

訪日外国人旅行者は、東日本大震災津波の発災後、大幅に減少しましたが、国による訪日旅行促進事業（ビジットジャパン事業※）に加え、訪日旅行の割安感等により、国内全体では震災前の水準に回復し、増加してきています。

しかしながら、本県を含む東北全体としては、依然として震災前の水準を回復しておらず、さらなる情報発信やプロモーション※の強化が重要となっています。

訪日外国人旅行者の推移



出典：日本政府観光局資料に基づき作成

※ビジットジャパン事業：訪日外国人旅行者数の増加を目指すプロジェクト。将来的に、訪日旅行者数を年間3000万人に拡大することを目標としており、2016年に1800万人を達成するといった中間目標も設けている。  
 ※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) 新たな観光立国推進基本計画

国では、平成 19 年 1 月に施行された観光立国推進基本法に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました(平成 24 年 3 月 30 日閣議決定)。観光をめぐる現在の課題を克服し、日本の成長を牽引するべく平成 28 年までに更なる飛躍をするため、基本計画の策定の方向性として、「観光の裾野の拡大」と「観光の質の向上」を掲げています。

### 【新たな観光立国推進基本計画の概要】

#### ◆ 基本的な方針

- |             |
|-------------|
| 1 震災からの復興   |
| 2 国民経済の発展   |
| 3 国際相互理解の増進 |
| 4 国民生活の安定向上 |

#### ◆ 観光立国推進基本計画で掲げられた基本的な目標

目標の分類	観光立国の実現に関する目標	
観光による 国内消費の 拡大	1. 国内における旅行消費額	30 兆円
	2. 訪日外国人旅行者数	1,800 万人
国際観光の 拡充・拡大	3. 訪日外国人旅行者の満足度【新規】	「大変満足」45%、「必ず再訪したい」60%
	4. 国際会議の開催件数	5割以上増、アジア最大の開催国
	5. 日本人の海外旅行者数	2,000 万人
国内観光の 拡大・充実	6. 日本人の国内観光旅行による 1人当たりの宿泊数	2.5 泊
	7. 観光地域の旅行者満足度【新規】	総合満足度「大変満足」、 再来訪意向「大変そう思う」いずれも 25%程度

## 2 本県の観光を取り巻く現状

### (1) 被災地の状況

本県の沿岸地域の宿泊施設は東日本大震災津波により、その多くが甚大な被害を受けました。その後、徐々に再開してきておりますが、宿泊需要は、工事関係者等による復興需要が下支えしており、観光需要の本格的な回復は遅れています。

また、震災の影響が軽微であった内陸部を拠点とし、津波の被災地域を来訪するボランティアツアーや震災の経験を学び、伝える教育旅行プログラムなどが展開されているほか、仮設商店街での買い物によって被災地を応援するといった復興応援ツアーも催行されています。

このような中、被災地域でもある本県沿岸北部を舞台としたNHK連続テレビ小説「あまちゃん」(平成25年4月～9月)の放映を契機に同地域への注目度が高まり、観光客の大幅な増加につながっています。

### (2) 震災後の本県観光をめぐる現状

震災等で一時減少した本県の観光客の入込客数は、平泉の世界文化遺産登録(平成23年6月)や、いわてデスティネーションキャンペーン(以下「いわてDC※」という。)(平成24年4月～6月)、東北観光博(平成24年3月～平成25年3月)、うまっ!いわて観光キャンペーン(平成25年4月～9月)等の大型観光キャンペーンの実施により、国内旅行は概ね震災前の水準に戻ってきています。

しかしながら、地域別に見ると、県北、沿岸地域などでは震災前の水準に戻っていない状況であり、特に沿岸地域は震災前の半数程度にとどまっています。

また、本県の外国人観光客についても、国内全体では回復しているものの、未だ震災前の半数程度にとどまっています。

#### ① 観光入込客数

##### ア 総数

平成24年度(平成24年4月～平成25年3月)の入込客数(延べ人数)は、岩手県全体で27,417,203人回となりました。主にいわてDC、震災復興の影響により前年度比15.0%増加しました。

#### 地域別入込客数(延べ人数)

単位:人回

地域区分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年度合計	平成23年度比	平成22年度比
県央	452,694	982,380	711,827	707,303	2,147,136	739,158	759,861	432,131	355,467	823,764	1,075,396	470,802	9,657,919	108.4%	112.3%
県南	1,135,867	1,497,439	1,046,943	953,226	1,673,601	1,193,712	1,308,121	847,623	435,620	729,589	392,894	510,121	11,724,756	108.7%	105.0%
沿岸	215,029	357,457	313,982	368,893	561,312	345,851	310,195	197,771	141,003	147,019	128,884	184,126	3,271,522	215.6%	61.8%
県北	172,139	285,999	196,861	237,085	380,783	389,086	309,079	178,175	134,757	174,156	144,370	160,516	2,763,006	104.8%	98.6%
総計	1,975,729	3,123,275	2,269,613	2,266,507	4,762,832	2,667,807	2,687,256	1,655,700	1,066,847	1,874,528	1,741,544	1,325,565	27,417,203	115.0%	98.4%

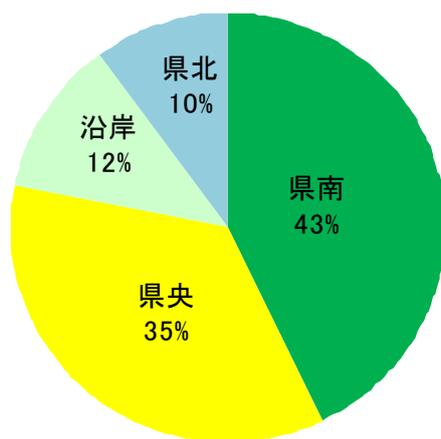
出典:岩手県観光統計

※DC(デスティネーションキャンペーン):3ページ参照

## イ 地域別入込客数

岩手県内の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）別には、県南エリアが全体の43%（11,724,755人回）を占め、次いで県央が35%（9,657,919人回）となっています。平成23年度比では、沿岸エリアは、215.6%と大幅に回復しているものの、平成22年度比では61.8%と、未だ東日本大震災津波による影響が残っています。

観光地域別入込数の割合

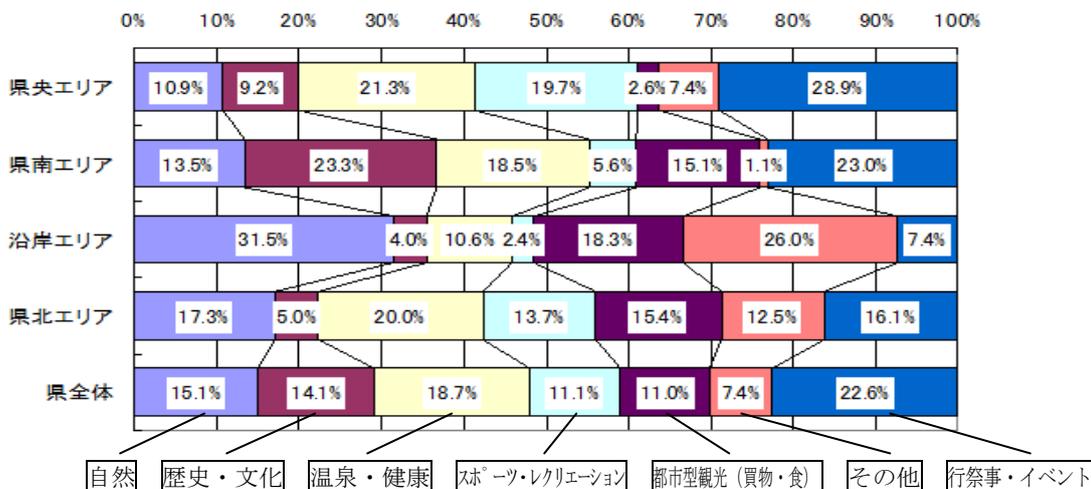


出典：岩手県観光統計

## ウ 地域別・分類別入込割合

岩手県内の地域別・分類別の入込の割合を見ると、県央エリアを中心に「行祭事・イベント」の入込が多く、岩手県全体で見ても22.6%（6,241,359人回）と最も多くなっています。次いで、県南エリアを中心に「温泉・健康」での入込の割合が18.7%（5,180,476人回）となり、県央エリア、県南エリアが入込を牽引する形になっています。一方、最も少ない分類は「スポーツ・レクリエーション」となっています。

地域別・分類別入込割合（延べ人数から算出）



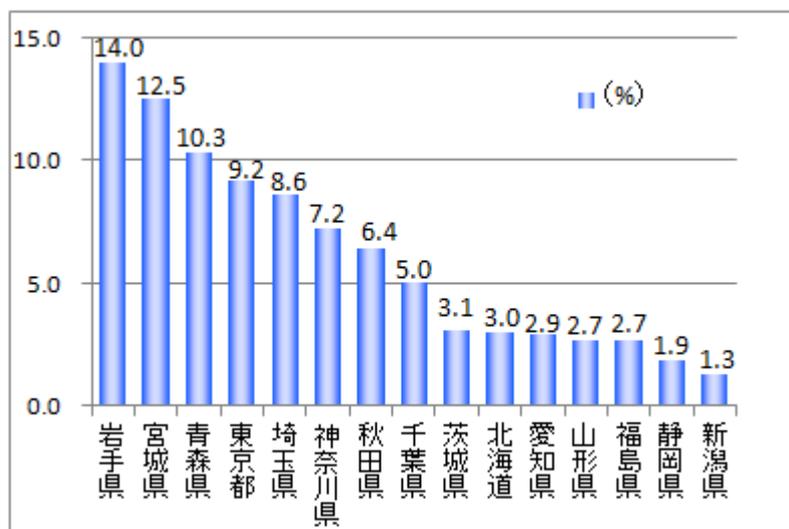
出典：岩手県観光統計

## エ 宿泊旅行者の居住地割合

平成 25 年に、(株)リクルートライフスタイルじゃらんリサーチセンターが実施した宿泊旅行調査によると、本県への宿泊旅行者の居住地で最も多いのが県内を発地としたもの（14.0%）であり、東北全体を発地としたものが 48.6%とほぼ半数を占めています。

一方で、西日本からの宿泊が、極めて少なくなっています。

宿泊旅行者の居住地（発地エリア・上位 15）

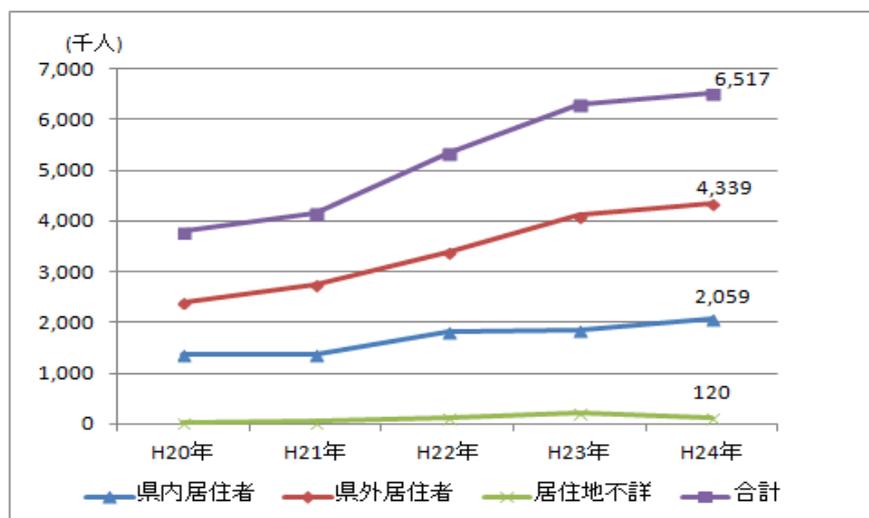


出典：じゃらん宿泊統計調査 2013

## オ 延べ宿泊者数

本県の平成 24 年の延べ宿泊者数は、前年に比べ 221 千人増の 6,517 千人となっています。特に平成 23 年から県外居住者が前年に比べて増加していますが、復興支援等による需要の影響もあると考えられます。

延べ宿泊者数



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査結果より集計

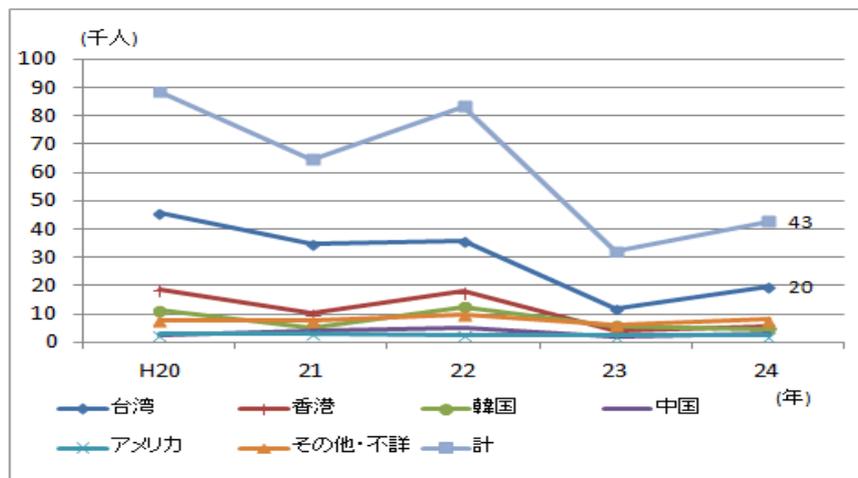
※ なお、平成 22 年 4 月～6 月調査より、従業者数 9 人以下を含む全宿泊施設を調査対象としているもの。

## ② 外国人観光客の入込動向

本県の平成23年の外国人宿泊客数は、32,140人となり、前年に比べて61.5%の大幅減となっており、東日本大震災津波による風評、特に放射能汚染に対する不安から、東北地方への訪日旅行が敬遠されたことが要因と考えられます。平成24年には、42,790人となりましたが、依然として震災前の約半数と回復が遅れています。

また、平成24年の外国人観光客の発地別割合をみると、アジアからの入込みが全体の75.9%を占めており、中でも台湾からの観光客が全体の45.9%を占めており、これは震災以前の傾向と同様となっています。

外国人延べ宿泊者数



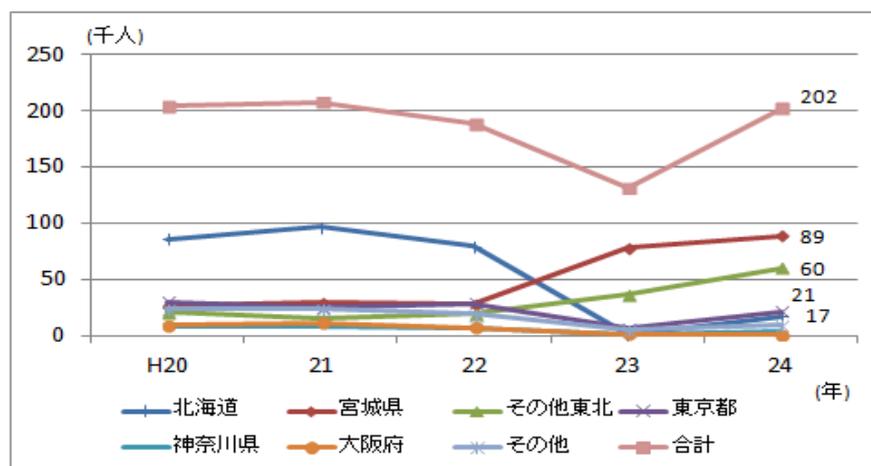
出典：観光庁 宿泊旅行統計調査結果より集計

## ③ 教育旅行客の入込動向

平成24年に本県を訪れた教育旅行客は、学校数が延べ3,274校、生徒数が201,518人回となっています。学校数は前年比で28.9%増、生徒数は53.8%の大幅増となり、全体としては、震災前の水準を上回っています。また、内訳としては、小学生が全体の49.4%を占めており、次いで中学生32.3%、高校生10.6%となっています。

発地別にみると、宮城県が44.0%と最も多く、東京都10.6%、北海道8.5%などとなっており、震災以降、東北地方を発地とするものが大幅に増加しています。

教育旅行客入込数

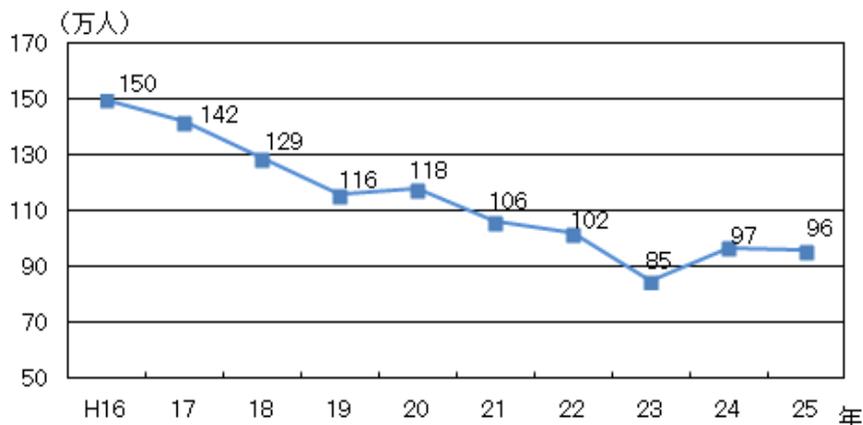


出典：岩手県観光統計

#### ④ スキー客の入込状況

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平成4年シーズンをピークとして減少傾向となっています。平成25年シーズンの入込数は、961,824人回であり、前年と比べ、1.2%の減少となっています。

スキー客数の推移



出典：岩手県観光統計

#### ⑤ 旅行後の来訪者の満足度

平成25年に、㈱リクルートライフスタイルじゃらんリサーチセンターが実施した宿泊旅行調査によると、総合的な満足度が81%（全国21位）となっており、項目別評価では、「地元の人ホスピタリティ\*を感じた」という評価項目で32%（全国3位）となっています。

旅行後の満足度と項目別評価（単一回答）

※各県への旅行件数ベース	平成24年度	平成23年度
<b>総合的な満足度</b>	<b>81% (21位)</b>	<b>79% (31位)</b>
(全国平均 81%)		
地元ならではのおいしい食べ物が多かった	69% (19位)	53% (33位)
魅力ある特産品や土産品が多かった	43% (27位)	42% (29位)
魅力的な宿泊施設が多かった	43% (15位)	40% (16位)
子供が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	18% (23位)	13% (35位)
若者が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	15% (31位)	11% (43位)
大人が楽しめるスポットや施設・体験が多かった	32% (32位)	31% (32位)
<b>地元の人ホスピタリティを感じた</b>	<b>32% (3位)</b>	<b>29% (5位)</b>
現地で良い観光情報を入手できた	28% (8位)	24% (14位)
現地へのアクセスが良かった	41% (21位)	44% (17位)

出典：じゃらん宿泊統計調査2013

※ホスピタリティ：心のこもったおもてなし。

#### ⑥ 本県への旅行に求めるもの

平成 24 年度に実施した、本県を訪れた観光客へのアンケート調査における「本県への旅行に何を求めているか」という調査項目で、「美味しいものを食べる」という割合が 32.3%と最も高く、今後、こうした観光客の「食」に対する期待に応えるような取組が重要となっています。

#### 本県の観光客アンケート調査概要

- (1) 調査期間：平成 24 年 12 月 25 日～平成 25 年 1 月 20 日
- (2) 調査場所：盛岡駅、一ノ関駅、宮古駅、久慈駅、二戸駅
- (3) 調査方法：観光客への聞き取りによるアンケート調査
- (4) 調査対象者数：3,221 人

本県への旅行に何を求めているか	割合
<b>美味しいものを食べる</b>	<b>32.3%</b>
温泉【宿でのんびり】	17.4%
名所・旧跡の観光	14.3%
岩手の人と触れ合う	7.8%
被災地を見る	6.9%
体験をする	5.6%
街歩き・散策	4.0%
田舎の雰囲気を楽しむ	3.5%
独自の生活文化に触れる	1.5%
その他	6.6%

出典：岩手県観光客アンケート調査

### 3 本県観光の強みと弱み

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」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。

チャンスを生かして強みを伸ばす、あるいは、弱みを改善する施策が求められます。

<p style="text-align: center;"><b>外的要因</b></p>	<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>②ICT活用の進展</li> <li>③復興応援の気運醸成の高まり</li> <li>④外国人観光客の増加（特にASEANの伸びが顕著）</li> <li>⑤国による観光振興の強化</li> <li>⑥復興道路等交通ネットワークの整備</li> <li>⑦連続テレビ小説「あまちゃん」の放映（H25）</li> <li>⑧三陸復興国立公園の指定（H25）・三陸ジオパークの日本ジオパーク認定</li> <li>⑨「和食」の世界無形文化遺産登録(H25)</li> <li>⑩三陸鉄道の全線復旧(H26)</li> <li>⑪国際定期便の誘致</li> <li>⑫橋野高炉跡の世界文化遺産推薦の正式決定</li> <li>⑬御所野遺跡の世界遺産登録に向けた取組</li> <li>⑭北海道新幹線函館開業(H28)</li> <li>⑮国体(冬季国体を含む)・全国障害者スポーツ大会の開催（H28）</li> <li>⑯三陸地域の防災研究拠点・海洋研究拠点の形成</li> <li>⑰国際リニアコライダーの誘致</li> <li>⑱ラグビーワールドカップの日本開催（H31）</li> <li>⑲東京オリンピック・パラリンピックの開催（H32）</li> </ul>	<p><b>脅威</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①人口減少等による国内観光需要の減少</li> <li>②地域間競争の激化</li> <li>③震災等による根強い風評被害</li> <li>④北陸新幹線金沢開業(H27)、北海道新幹線函館開業(H28)</li> <li>⑤中国・韓国との関係の不安定化</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>内的要因</b></p>	<p><b>強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①自然、歴史、文化、温泉など多彩な観光資源</li> <li>②世界遺産平泉</li> <li>③安全安心な地域食材</li> <li>④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>⑤実直で粘り強い県民性</li> <li>⑥全国的に評価が高いホスピタリティ</li> </ul>	<p><b>弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①震災等の影響による被災した沿岸地域の宿泊施設・立寄施設の不足</li> <li>②被災した水産加工業の出荷額の減少</li> <li>③沿岸・県北への誘客が不十分</li> <li>④内陸地域と沿岸地域や沿岸地域間の長い移動時間</li> <li>⑤観光産業を担う人材が不十分</li> <li>⑥観光地の認知度不足（情報発信が不十分）</li> <li>⑦冬の観光需要の減少</li> <li>⑧外国人の受入態勢が不十分</li> </ul>

## 『機会』の中で、今後特に観光に活用していく必要があるもの

### (1) 連続テレビ小説「あまちゃん」の放映

連続テレビ小説「あまちゃん」の放映は、ロケ地である久慈地域をはじめ、本県への誘客に大きな効果がありました。国内でのテレビドラマ放送終了後、台湾などにおいても放映されており、海外からの誘客効果も期待されています。北限の海女、まめぶ、琥珀、三陸鉄道などの特徴ある地域資源や暮らし、風土が全国に強力に発信され、地域資源を活用した地域づくりの大切さを改めて認識する機会となったところであり、その効果を持続させていく必要があります。

### (2) 三陸復興国立公園

東日本大震災津波で大きな被害を受けた三陸海岸で新しい国立公園「三陸復興国立公園」が平成 25 年 5 月に環境省から指定されました。また、関係するプロジェクトの一つである「みちのく潮風トレイル※」の設定が環境省により進められています。

### (3) 三陸ジオパーク

平成 25 年 9 月に、本県を中心とする三陸海岸が、地球活動遺産を見どころとする自然公園「日本ジオパーク※」に認定され、地質学や地理学などの科学的観点を持つ「ジオツーリズム※」の推進により、三陸地域の観光振興や交流人口の拡大に向けた取組が進められています。

これらの自然環境を生かした沿岸地域の観光資源は、震災復興にも大いに弾みがつくものと期待されています。



---

※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700km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。

※ジオパーク：地球に親しみ、山や川をよく見て、その成り立ちとしくみに気付き、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。

※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。

#### (4) 「和食」の世界無形文化遺産登録

平成 25 年 12 月、国連教育科学文化機関（ユネスコ）は、日本政府が提案していた「和食 日本人の伝統的な食文化」の無形文化遺産<sup>※</sup>への新規登録を決めました。食に関する分野で日本から登録されるのは初めてであり、和食の普及がいつそう進むとともに、経済などへの波及効果も期待されています。

#### (5) 三陸鉄道の全線復旧

第三セクターの三陸鉄道株式会社は、東日本大震災津波で一時全線が運行不能となっていました。一部の間で運転が再開されており、平成26年4月には、全線開通が予定されています。

地域の生活の足として、また、三陸沿岸地域の観光振興や地域活性化につながるものと期待されています。



#### (6) 「橋野高炉跡」「御所野遺跡」の世界遺産登録

釜石市の橋野鉄鉱山（橋野高炉跡及び関連遺跡）は、「明治日本の産業革命遺産 九州・山口と関連地域」の構成資産として平成 27 年度の世界遺産登録に向けた取組が進められています。

また、一戸町の御所野遺跡も、「北海道・北東北の縄文遺跡群」の構成資産として、世界遺産の登録を目指しています。

#### (7) 北海道新幹線函館開業

北海道新幹線（新青森—新函館間）は、平成 28 年に開業を目指し、現在建設が進んでいます。開業により道南と本県との時間距離は大幅に短縮され、観光面にもプラスの影響が期待されています。

一方で、本県が通過点となる懸念もはらんでおり、今後、官民一体となった誘客に取り組んでいく必要があります。

#### (8) 国体（冬季国体を含む）・全国障害者スポーツ大会の開催

平成 28 年に、2 巡目となる希望郷いわて国体（第 71 回国民体育大会）が冬季国体と合わせた本県初の完全国体として開催されます。また、希望郷いわて大会（第 16 回全国障害者スポーツ大会）も開催されます。

国民体育大会は、日本における最大のスポーツの祭典であり、全国障害者スポーツ大会も含めて、全国各地から多くの人が本県に集まる機会であることから、観光面における効果が期待されています。

---

※無形文化遺産：2006 年にユネスコが創設。芸能や祭り、伝統工芸技術などが対象で、257 件が登録されている。国内では本県の早池峰神楽や歌舞伎など 22 件が選ばれている。

### (9) 三陸海洋研究拠点の形成

県では、震災で被害を受けた三陸地域を研究フィールドとした海洋環境・生態系や、海洋再生可能エネルギー研究拠点（日本版EMEC※）等の海洋研究拠点の形成を目指しています。

これらが実現した場合には、国内外の学会等のコンベンション※誘致や地域の観光資源としての活用などが期待されています。

### (10) 国際リニアコライダーの誘致

国際リニアコライダー（ILC）は、地下 100 mの盤石な花崗岩に建設する全長 31 kmから 50 kmにわたる世界最先端の素粒子研究施設であり、これを核とした、国内外の研究者が居住する国際学術研究都市の形成と、関連産業の集積等を図ることにより、震災からの復興につなげようと、現在、誘致活動が行われています。



(c) Rey. Hori

日本の研究者による ILC 立地評価会議は、平成 25 年 8 月に国内候補地を北上サイトに一本化しており、日本への誘致が決定すれば、建設（10 年）及び運用（20 年）の経済波及効果は、約 4.3 兆円と見込まれ、雇用や国内外からの研究者等による交流人口の飛躍的な拡大が期待されています。

### (11) 東京オリンピックなどの国際スポーツ大会の開催

平成 32 年に夏季オリンピック及びパラリンピック競技大会の東京での開催が決定しましたが、五輪競技の宮城県開催のほか、聖火リレーの東北縦断も計画されており、東北の復興をアピールする絶好の機会になるほか、オリンピック観光客の誘客、滞在なども期待されています。

また、平成 31 年の、ラグビーワールドカップの日本開催が決定しており、こうした国際スポーツ大会の開催は、本県の交流人口の拡大につながることから、今後の動きにも注視していく必要があります。

※EMEC（European Marine Energy Centre）：2003 年英国に設立された海洋エネルギー開発に関する世界最大規模の実証実験設備を保有する民間研究機関。

※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。

#### 4 みちのく岩手観光立県基本計画（前計画）の総括

県では、国内景気の低迷や新型インフルエンザの流行の影響などマイナスの要因があったものの、平成22年度までは、前計画（平成21年度～平成25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地域の魅力の発見、創造、②観光人材の育成、③効果的な情報発信と誘客活動、④交通ネットワークの整備とユニバーサルデザイン<sup>※</sup>化、⑤国際観光の振興などに取り組んできました。

その後、平成23年は東日本大震災津波等の影響により、観光入込客数が大きく落ち込んだことから、平成23年度以降、観光面での復興の取組に県民一丸となって全力で取り組んできています。

今後とも地域の魅力づくりをはじめとして、受入体制の充実、情報発信や誘客活動など、様々な取組を、市町村、観光に関係する団体、観光事業者、県民などと連携しながら推進していく必要があります。

これまでの主な取組実績と課題については、以下のとおりです。

##### (1) 地域の魅力の発見、創造

主な実施内容と成果	今後の課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 中核コーディネーター（1名）を三陸鉄道に設置し、沿岸地域の観光素材の発掘による地域の魅力づくりを実施。震災後には、震災経験を生かした観光地づくりを行った。</li> <li>○ 県北・沿岸地域への誘客強化を図るため、NHK連続テレビ小説「あまちゃん」を生かした宣伝・誘客、復興応援バスツアーの運行等の取組を強化。</li> <li>○ 震災学習を中心とした教育旅行の誘致を促進するため、震災語り部の育成・スキルアップなど受入態勢の整備を行うとともに、ホームページによる情報発信や教育旅行誘致説明会を通じたPRなどを実施。</li> <li>○ 地域の宝や埋もれた観光資源を旅行商品として開発するとともに、各地域への誘客強化を図るため、隣接県とも連携したキャンペーンなどを実施。</li> </ul>	<p>沿岸地域への観光需要の回復が急務であること、また、宿泊客の増加は沿岸地域の産業振興に不可欠であることから、教育旅行を沿岸観光の柱に育てる必要がある。</p> <p>また、引き続き、新たな地域の魅力づくりを行い、それらを絡めた旅行商品の造成や各種媒体による情報発信につなげていく必要がある。</p>

※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）。

## (2) 観光人材の育成

主な実施内容と成果	今後の課題
<p>○ 観光産業従事者等を対象に地域の観光を牽引していくリーダーを育成するため、実践的で即戦力となりうる知識や技術の習得を目的としたセミナーを開催（H22、H24、H25 の3カ年で受講者のべ57名）。</p> <p>○ 観光従事者を対象とした研修の開催やボランティアガイドの研修会を開催することにより、地域のおもてなし意識の向上や主体的な取組の促進が図られた。</p> <p>※H24 時点で観光人材の育成に向けた研修会参加者数（累計）741名。</p>	<p>観光客が県内に長期間滞在できるような魅力ある観光地づくりを促進させるため、引き続き観光振興のリーダーとなる人材育成に取り組む必要がある。特に被災した沿岸地域では、観光復興の中心的役割を果たす人材の育成や施設の経営改善が課題となっている。</p>

## (3) 効果的な情報発信と誘客活動

主な実施内容と成果	今後の課題
<p>○ 平泉の世界文化遺産登録を核とした観光情報発信の強化や、いわてDC（H24.4～6）をはじめとする各年にわたる大型観光キャンペーンを実施。各種誘客イベントの実施、JR主要駅等へのガイドブック・ポスターの配架・掲出のほか、雑誌、新聞広告、HP等での情報発信を行った。特に、いわてDCの結果、県全体の観光入込客数がほぼ震災前の水準に回復し、岩手の観光復興に向けた確かな足がかりとなった。</p> <p>○ コンベンション等誘致の際に使用する、県内コンベンション施設や現地視察コース等の情報を掲載したパンフレットを作成（2,000部）したほか、国際ミーティングエキスポ（商談会）への出展や各種学会等のキーマンを県内に招請するなど、コンベンション誘致を実施。</p> <p>○ 県の観光ホームページやブログ等によるタイムリーな情報発信を実施。</p> <p>※H24 時点で観光ホームページのアクセス件数は、目標値を20万件上回る186万件。</p>	<p>誘客を促進するには、まずは、地域における「選ばれる観光地」づくり（ソフト・ハード両面）が何よりも重要であることから観光コーディネーターを設置し、地域の取組支援に努めてきたところであるが、今後一層、各地域において、地域の特色を生かした観光地づくりに向けた取組を展開していくことが重要。</p> <p>特に震災前の水準に届かなかった県北、沿岸地域等については、誘客重点地域として、各種取組を強化していく必要がある。</p> <p>また、観光による復興支援の機運を生かし、国内外の学会・企業等へ向けコンベンション等誘致に積極的に取り組む必要がある。</p>

#### (4) 交通ネットワークの整備とユニバーサルデザイン化

主な実施内容と成果	今後の課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 観光客が県内各地を周遊する際の快適性の向上により円滑な交通と安全性を確保するため道路ネットワークを整備。また、平泉と各地、内陸と沿岸を結ぶ復興応援バスツアーなど、二次交通の整備を実施。</li> <li>○ 自動車利用の観光客及び外国人観光客の周遊に対する利便性や目的地への適切な誘導のため、デザイン統一と外国語表記の拡充による全県観光案内板の改修を実施。</li> </ul>	<p>観光客の利便性のさらなる向上のため、観光地を繋ぐアクセス道路や2次交通の整備、観光案内板の改修を促進する必要がある。</p>

#### (5) 国際観光の振興

主な実施内容と成果	今後の課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 主に東アジア圏を重点市場として、招請事業、商談会、プロモーション活動を通じて、本県観光地の正確な情報を発信し、風評の払しょくを図ることで、旅行会社における商品造成を促進するとともに広告タイアップにより商品販売を支援し、来訪者の増加を図った。</li> <li>○ 特に本県外国人観光客入込数の約半数を占める台湾からの入込を回復するため、強力に誘致活動を実施。</li> <li>○ 受入態勢の整備に向けた研修会を開催し、外国人観光客受入に係る啓発活動を実施。</li> </ul> <p>※H24 時点で本県の外国人観光客数は震災前の約半数の水準に回復。</p>	<p>日中、日韓関係の緊迫化を注視するとともに、訪日旅行が急増しているASEAN 市場なども含め需要回復に向けた誘客活動を行っていく必要がある。</p> <p>また、訪日教育旅行の誘致については、台湾等から教育関係者の招聘事業を実施してきているが、今後は、誘致実績を積み上げていく必要がある。</p>

## 5 本県観光の課題等

### (1) 震災を受けての課題

#### ① 沿岸地域への本格的な誘客と復興需要の減少への対応

本県沿岸地域では、震災後、多くの宿泊施設が休業等を余儀なくされましたが、平成 25 年 9 月 1 日現在では、収容定員ベースで約 8 割まで回復してきています。ただし、宿泊需要は、工事関係者等による復興需要が下支えしており、観光需要の本格的な回復は遅れています。

また、観光施設なども津波により壊滅的な打撃を受けた地域が多く、陸前高田市の松林の流失など観光地としての魅力が著しく低下した地域も見受けられます。

今後、復興需要の減少が見込まれる中、震災学習を柱とした教育旅行の誘致や、三陸復興国立公園や三陸ジオパークなどの新たな誘客要因を生かした新たな旅行商品の造成などを促進していく必要があります。

#### ② 震災等により落ち込みが大きい外国人観光客の需要の回復

外国人観光客の入込数は東日本大震災津波及び原子力発電所事故に伴う風評により、平成 23 年は、32,140 人回（対 22 年比 38.5%）に減少、また、平成 24 年では、42,790 人回（対 22 年比 51.3%）となっており、平成 23 年よりは増加（33.1%増）したものの、依然、顕著な回復の動きは見られていません。

特にも、東北地方を敬遠する傾向が継続していることから、更なる安全・安心に関する正確な情報発信を行うとともに、東北観光推進機構<sup>※</sup>等と連携しながら、旅行需要の回復に取り組む必要があります。

### (2) 従来からの課題

#### ① 新たな観光資源の開発とイメージづくり

本県は、美しい自然景観や歴史文化、食、温泉など優れた観光資源に恵まれています。旅行者のニーズの多様化、旅行スタイルや生活スタイル、情報通信環境の変化等に対応した観光地の磨き上げや旅行商品の充実を図る取組、観光客が訪れたいようなイメージづくりなどをさらに行っていく必要があります。

#### ② 広域的かつ戦略的に本県観光をリードする人材の育成及び観光地のプラットフォームづくり

地域の観光を広域的かつ戦略的にマネジメントするリーダーの育成と観光に関わる各種産業、県民、NPO、行政等の連携による観光地づくりプラットフォーム<sup>※</sup>の整備を促進し、新たな地域の魅力の掘り起こしと磨き上げをする必要があります。

---

※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。

※プラットフォーム：観光に関わる幅広い産業間の連携を促進し、県民、NPO、行政等が一体となった受入の総合窓口。

### ③ 県民一丸となったさらなるおもてなしの醸成

旅行者に「また来たい」と思ってもらうためには、観光関連産業に直接携わる者のみならず、県民一丸となって、地域に来てくださった方々を心から歓迎し、「おもてなし」の心を持って接する必要があります。

### ④ 平泉の世界遺産登録効果やいわてDCによる効果を維持・拡大させるための誘客の取組 (特に県北・沿岸地域への重点的な誘客)

平泉の世界文化遺産登録やいわてDCにより、本県全体としては、観光入込客数がほぼ震災前の水準に回復し、岩手の観光復興に向けた確かな足がかりとなりました。一方で、各地の状況をみると、県北・沿岸地域などを中心に震災前の水準に届いていない地域も見られます。

これらの効果を維持・拡大しながら本県への誘客を促進するためには、地域における「選ばれる観光地」づくり(ソフト・ハード両面)が何よりも重要であることから、今後一層、各地域において、地域の特色を生かした観光地づくりに向けた取組を展開していく必要があります。また、特に震災前の水準に届かなかった県北、沿岸地域等については、誘客重点地域として、震災学習を中心とした教育旅行の誘致など各種取組を強化していく必要があります。

### ⑤ 情報発信の強化

これまで長年にわたり、県内の観光関係者がそれぞれあるいは一体となって、首都圏をはじめ各圏域の旅行会社やマスコミなどに情報発信を行ってきましたが、各方面からは、十分に本県の魅力が届いていないとも言われ、特に、関西以西になると、さらに本県の魅力が知られていません。本県を訪問したいと思ってもらえるためには、世界遺産平泉など注目度の高い観光資源を核に、岩手の魅力を継続的に情報発信するとともに、旅行会社や、空路を含めた交通事業者などとタイアップした誘客活動の展開など、効果的な情報発信の強化を図る必要があります。

### ⑥ 外国人の受入態勢整備と相互交流の拡大

国内の人口減少傾向が続く中で、国内観光需要も大きな伸びは見込まれなくなってきており、本県においても、アジアを中心に発展が見込まれる海外からの誘客が重要課題となっております。これまで、本県においては台湾、香港、韓国、中国などの東アジア、冬季スキー客が期待される豪州、訪日客数が大きく伸びているASEANを重点市場として誘客に取り組んできたところですが、さらなる誘客を促進させるため、台湾の国際定期便開設に向けた官民一体の取組が不可欠となっております。

特に台湾については、震災後の入込数が着実に回復しつつあり、さらなる誘客拡大が期待される所ですが、岩手から台湾に行くといった相互交流も重要な要素であることから、台湾からの誘客のみならず、パスポート取得率の向上、本県からの教育旅行による学校交流、企業・団体交流、海外旅行の機運醸成などを行い、相互交流の拡大を図る必要があります。

また、受入態勢については、観光案内表示や公共施設等の外国語併記等の促進や各市場の特性に応じたおもてなしの一層の向上を図る必要があります。

### **(3) 新たな視点による取組**

現在、沿岸地域では、被災地の復興に向け様々な取組が行われていますが、長期的な取組として、三陸地域の復旧・復興を図るだけでなく、沿岸地域を中心した様々な研究拠点の形成等、世界に誇る新しい三陸地域の創造を目指すリーディングプロジェクトを推進しようという動きがあります。こうした動きを観光面でも最大限に生かした取組を行っていく必要があります。

### 第3章 計画の目標

本県は、四国四県に匹敵する県土を有し、自然、歴史、文化、伝統芸能、温泉など豊富な観光資源を有しています。

一方、本県は、人口流出と少子高齢化の進展により、全国でも早いペースで人口減少が進むことが予測されています。また、観光の形態は、団体旅行・物見遊山型から個人旅行・参加体験型への変化、情報収集・旅行手配の多様化、迅速化などインターネット普及による影響など、ICT\*化が進んでいます。

こうした中で、平成23年3月11日、東日本大震災津波が発生し、沿岸部の観光資源や宿泊施設等も甚大な被害を受け、また、原子力発電所の事故も相まって、本県の観光客は激減しました。その後は、官民挙げての観光関係者の懸命の努力もあり、徐々に観光客は回復してきていますが、依然として、県北、沿岸地域などを中心に震災前の水準に届いていない地域もあります。

しかし、これまでもそうであったように、岩手県民は前を向き立ち上っています。そして、国内外の多くの方々からの支援、温かい励ましを力に、単なる復旧ではなく、震災前を超える“いわて”をつくろうとしています。震災、そして平泉の世界遺産登録を通じて国内外で培われた「つながり」を大切に育みながら、被災地とともに復興に向かって立ち向かっていきたいと考えています。

観光は、交流人口の拡大や地域の魅力の新たな発見を通じて地域を活性化し、地域の様々な課題の解決に向けた展望を開くものとして期待されています。本県の観光が、震災からの復興を遂げつつ、今後大きく発展していくために、当面は、平成24年度に実施した『いわてDC\*』等で培った財産（官民一体のオール岩手の体制）を生かして、各地域の観光地としての磨き上げを図り、世界遺産「平泉」やNHK連続テレビ小説「あまちゃん」により全国的に注目の集まった県北地域などを中心として全県への誘客を強化、継続し、観光客の入込の回復、被災地の観光産業の復興を加速させていきます。

また、本県ならではの自然、歴史、文化、食、伝統芸能、温泉などの魅力を多くの人々に伝えるとともに、訪れてくださった方々にその魅力を十分に体感していただき、「来て良かった」、「また訪れたい」と思ってもらえるような、“日本一のおもてなし”を目指した観光振興の取組をさらに力強く進めていきます。

---

※ICT：5ページ参照

※DC（DESTINATIONキャンペーン）：3ページ参照

## 1 目指す姿

① 被災地の観光産業の復興加速により沿岸地域経済の活性化を図り、

**観光によるいわての復興**を目指します。

② 本県が有する多彩な観光資源を磨き上げ、「来て良かった」と思ってもらえるような

**日本一のおもてなし**を目指すことにより、県内全体の地域経済の活性化を図ります。

## 2 計画の目標値

目指す姿の実現に向けて、県、市町村、観光に関連する団体、観光事業者、県民が力を合せて取り組んでいくための目標値については、本計画の上位計画である「いわて県民計画」の第2期アクションプラン（平成23年12月策定）の目標値を採用するものとします。

また、今後、同アクションプランの見直し等があった際には、本計画の目標値を同アクションプランの新たな目標値に置き換えるものとします。

指 標	平成24年度 (現状値)	平成26年度 (初年度目標値)	平成30年度 (最終年度目標値※)
<b>1 観光客入込数(実人数)</b> (岩手県観光統計)	1,368万人	1,490万人	1,640万人
【目標値設定の考え方】 ・平成22年度を基準年(1,490万人)として、平成23年度を震災の影響により前年比20%減と推計。平成26年度までに平成22年度水準への回復(平均上昇率7.7%増)を目指す。(以降、長期的には、平均上昇率概ね年2.4%の増とする)			
<b>2 宿泊客数</b> (観光庁宿泊統計)	652万人	666万人	700万人
【目標値設定の考え方】 ・平成22年を基準年(533.6万人)として、平成23年は、復興事業関係者の増加により前年比19%増と推計。平成24年は、平成23年の復興事業関係者の増加分を年間換算し対前年比4%の増加を見込み、以降平成26年まで、観光宿泊客の増加分も折り込んで、平成24年水準の維持を目指す。(以降、長期的には、平均上昇率概ね年1.2%の増とする)			
<b>3 外国人宿泊客数</b> (観光庁宿泊統計)	4.3万人	8.3万人	16万人
【目標値設定の考え方】 ・平成22年を基準年(8.3万人)として、平成23年を震災の影響により前年比85%減と推計。平成26年までに平成22年水準への回復(平均上昇率88.2%増)を目指す。(以降、長期的には、平均上昇率概ね年17.6%の増とする)			

※平成30年度の最終目標値は、現在の「いわて県民計画」の第2期アクションプラン（H23～H26）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の策定された時点で見直すものであること。

## 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、観光に関連する団体、観光事業者、県民は、互いに連携しながら、次の5つの施策を進めます。

- 1 地域資源を生かした魅力的な観光地づくり
- 2 観光人材の育成や二次交通などの受入態勢の整備
- 3 効果的な情報発信と誘客活動
- 4 国際観光の振興
- 5 三陸沿岸観光の再構築

今後の取組の方向性について、施策ごとに実施時期及び役割分担を以下の表に整理します。

この中で、実施時期欄については、今後2～3年で行う取組の方向性を「短期」、それ以降に行う中長期的な取組の方向性を「中長期」として示しています。

また、推進主体欄については、主体的に取り組む主体には「◎」、積極的な参加が求められる主体、あるいは、補佐的・間接的に取り組む主体には「○」を記しています。

### 1 地域資源を生かした魅力的な観光地づくり

#### (1) 地域独自の新たな観光の魅力づくり

地域の歴史、文化、芸術、偉人、自然、食、温泉、祭りなど岩手固有の地域資源を生かした着地型のストーリー性を持たせた新たな旅行商品づくりを進めるとともに、地域の団体等が行う新たな観光商品開発の取組に対して支援するなど、魅力ある観光地づくりを推進します。

特に、世界遺産「平泉」、世界遺産登録を目指す橋野高炉跡や御所野遺跡、三陸海岸や十和田・八幡平の2つの国立公園など全国に誇る歴史文化や自然の魅力を中心とした新たな観光の魅力づくりに取り組めます。

#### (2) グリーン・ツーリズムなど体験型観光の促進

農林水産業や地場産業と宿泊施設等が連携しながら、農山漁村の食文化や暮らし・地場産業体験を新たな観光資源として活用し、グリーン・ツーリズム\*など体験型観光を推進します。



※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。

### (3) ニューツーリズムの創出、他産業との連携強化

自然とのふれあいを体験するエコツーリズム、地質学や地理学などの科学的観点を持つジオツーリズム※、近年注目されているような工場見学等の産業観光、国内・国際大会の観戦等を含めたスポーツツーリズム、健康志向等のヘルスツーリズム、ロケ地巡り等のスクリーンツーリズム、漫画やアニメなどと連動したコンテンツツーリズムなどニューツーリズム※の創出を図るとともに、6次産業化やICT※利活用など他産業との連携を強化します。



### (4) 県産品や食の魅力を生かした観光の促進

観光地としての総合的な魅力向上を図るため、郷土料理や物産品などの岩手ならではの魅力的で安全・安心な県産品の創出、ブランド化や、伝統工芸体験メニューの拡充に取り組むとともに、首都圏等における物産展なども活用し、本県の観光PRに努めます。

また、飲食店や宿泊施設などにおいて、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を積極的に活用し、地元ならではの質の高い「本物の食」を提供するなど、旅行の最大の楽しみの一つである「食」の魅力を生かした観光を推進します。



---

※ジオツーリズム：15 ページ参照

※ニューツーリズム：従来の旅行とは異なり、テーマ性が強く、旅行先での人や自然との触れ合いが重要視された新しいタイプの旅行。

※ICT：5 ページ参照

施策項目	実施時期		推進主体				
	短期	中長期	県	市町村	観光関連団体	観光事業者	県民
<b>1 地域資源を生かした魅力的な観光地づくり</b>							
<b>(1) 地域独自の新たな観光の魅力づくり</b>							
新たな観光メニューの開発	→	→	○	◎	◎	◎	
地域資源を生かした着地型旅行商品づくり	→	→	○	◎	◎	◎	
観光コーディネーターの活用等による新たな観光資源の掘り起し	→	→	○	◎	◎	○	
旅行者を楽しませる仕掛けづくりを進める地域・団体への支援	→	→	◎	○	○	○	
<b>(2) グリーン・ツーリズムなど体験型観光の促進</b>							
農家民宿、農家レストラン・カフェ、産直等の充実	→	→	○	○	◎	◎	◎
新たな体験プログラムの開発	→	→	○	○	◎		○
沿岸地域におけるモニターツアー等の交流プロジェクトの実施	→	→	◎	○	○	○	○
他地域と連携した立ち寄り農家プロジェクトの実施	→	→	○	○	◎		○
<b>(3) ニューツーリズムの創出、他産業との連携強化</b>							
連ドラ「あまちゃん」などを活用したスクリーンツーリズムの促進	→	→	○	◎	◎		
地元キャラクターや漫画を活用した観光PRの促進	→	→	◎	◎	◎	○	
産業遺産の関連史跡や工場見学などによる産業観光の促進	→	→	◎	◎	○	○	
各種スポーツ大会、合宿等の誘致	→	→	○	◎		○	
他産業との連携強化、新たな旅行の可能性の検討	→	→	○	◎	○	○	○
<b>(4) 県産品や食の魅力を生かした観光の促進</b>							
県産品の販路拡大のための県内外の物産展や商談会等への参加	→	→	◎	○	○	○	
地域のブランドづくりのための物産・特産品の魅力向上の取組	→	→	○	○	○	◎	
飲食店等における地産地消の推進	→	→	○	○	○	◎	○
地元おススメの食事処・土産処の情報ツールの作成	→	→	◎	◎	◎	○	○

## 2 観光人材の育成や二次交通などの受入態勢の整備

### (1) 地域の観光を担う人材の育成

地域の観光施策の企画・実施を担う観光リーダーなど、観光産業を牽引する人材の育成に取り組みます。

また、観光客への地域の案内や紹介を行うボランティアの育成や被災地の語り部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。



### (2) 県民運動などによるおもてなしの実践

一人ひとりの県民が、日本一のおもてなしの心で観光客を迎え入れる機運の醸成を図ります。また、観光施設・宿泊施設等の従業員を対象とした講習会の開催等により、旅行者がまた訪れたいと思うおもてなしの心と態度を身に付けた人材を育成し、本県のさらなるおもてなしの向上を図ります。



### (3) 交通ネットワークの整備と来訪者の交通手段の充実

円滑な交通と安全性を確保するため、主要な観光地を結ぶ道路について、現道拡幅やバイパス等の整備を行うとともに、いわて花巻空港を利用した航空ネットワークの維持・拡充を図ります。

また、三陸鉄道やI G Rいわて銀河鉄道など県内各地を結ぶ鉄道とバスなどの二次交通※との接続の円滑化や交通手段の検索性向上などにより、来訪者の交通手段の充実を図ります。

### (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、道路の無電柱化、歩道等の施設の整備を行うとともに、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るなど、ユニバーサルデザイン※化に向けた取組を促進します。



※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。

※ユニバーサルデザイン：18 ページ参照。

## (5) 観光プラットフォームの構築

震災語り部のネットワーク化や育成、情報発信などを一元的に行うプラットフォームの構築を図るなど、地域の復興の動きと連動した観光プラットフォームの構築を促進します。

また、具体的な観光のテーマに沿ったプラットフォームづくりについても検討していきます。

施策項目	実施時期		推進主体				
	短期	中長期	県	市町村	観光関連団体	観光事業者	県民
<b>2 観光人材の育成や二次交通などの受入態勢の整備</b>							
<b>(1) 地域の観光を担う人材の育成</b>							
地域の観光リーダーを養成するセミナーの実施	→	→	◎	◎	○	○	
観光事業者等を対象としたおもてなし研修・講習会の開催	→	→	◎	◎	○	○	
観光ボランティアガイド、インストラクターの維持・育成	→	→	○	◎	◎	○	○
観光ガイド組織のネットワーク化	→	→	○	○	◎	○	
地域の観光リーダーのネットワーク化と活用	→	→	◎	○	○	○	
女性や若者などを中心とした地域の観光を担う人材の育成	→	→	◎	◎	○	○	○
<b>(2) 県民運動などによるおもてなしの実践</b>							
県民一人ひとりがおもてなしの心で観光客をお迎えする機運の醸成	→	→	◎	◎	○	○	○
おもてなしの実践	→	→	◎	◎	◎	◎	◎
観光事業者等を対象としたおもてなし研修・講習会の開催(再掲)	→	→	◎	◎	○	○	
おもてなしガイドブック等観光副読本の作成・配布	→	→	◎	○	○		
<b>(3) 交通ネットワークの整備と来訪者の交通手段の充実</b>							
主要な観光地を結ぶ道路の整備	→	→	◎	○			
いわて花巻空港の定期路線等の維持・拡大	→	→	◎	○	○	○	○
イベント時等の渋滞緩和対策の推進	→	→	◎	◎	○	○	
復興応援バスツアーなどによる二次交通の整備	→	→	◎			○	
バスやレンタカー等による県内観光地へ向けた交通手段の拡充	→	→	○	○	○	◎	
<b>(4) ユニバーサルデザイン化の促進</b>							
ユニバーサルデザインの考え方に基づいたひとにやさしいまちづくりの推進	→	→	◎	○	○	○	○
安全で快適な通行空間の確保等に向けた電線類の無電柱化、歩道等の施設整備	→	→	◎	◎			
外国人旅行者にも対応した全県統一的な観光案内版の整備	→	→	◎	○			
<b>(5) 観光プラットフォームの構築</b>							
沿岸を中心とした観光プラットフォームづくり	→	→	◎	○	○	○	
全県的な観光プラットフォームづくり	→	→	◎	○	○	○	

### 3 効果的な情報発信と誘客活動

#### (1) ターゲットに即した観光客誘致の促進

リピーターを確保・拡大していく観点から、観光客の旅行形態、発地、旅行目的、年代層等に応じたニーズ把握などを踏まえたマーケティング活動により、ターゲットに即した観光誘致を促進します。

#### (2) 大型観光キャンペーンによる誘客

国・市町村・観光事業者・関係機関と連携した大型観光キャンペーンなどを実施し、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、世界遺産「平泉」を核として、さらなる魅力づくりや各地域と組み合わせた観光ルートづくりを進め、この効果を全県に波及させ、多くの観光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。



#### (3) ICTなどを活用した情報発信の強化

県外のアンテナショップや物産展などで販売する県産品と観光を組み合わせた情報発信や、ツイッター、フェイスブック\*などSNS\*、タブレット端末やスマートフォンに対応した観光情報アプリなどICT\*の活用により観光客の視点に立った情報提供に取り組みます。

#### (4) コンベンション、クルーズ船の誘致促進

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。

また、東北観光推進機構\*等と連携しながら、今後有望市場であるクルーズ船の寄港に結び付く環境整備や誘致促進に取り組みます。



※フェイスブック：5 ページ参照

※SNS：友人・知人間のコミュニケーションを円滑にする手段や場を提供したり、趣味や嗜好、居住地域、出身校、あるいは「友人の友人」といったつながりを通じて新たな人間関係をインターネット上で構築するサービスのこと。

※ICT：5 ページ参照

※コンベンション：17 ページ参照

※東北観光推進機構：21 ページ参照

#### (5) 教育旅行の誘致促進

県外の学校関係者や旅行会社等に対して、東日本大震災津波発災後の本県訪問の安全性や防災教育上の意義、多様な観光資源の魅力、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) 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、スケールメリットを生かした観光情報・旅行商品情報の提供や広域旅行商品の造成促進など、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、東北及び本県の認知度向上や国内外観光客等の誘致を図ります。

#### (7) 冬季観光振興の強化

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の強化を図ります。

#### (8) 県外の復興関係者等への情報提供の強化

震災以降、県外から復興支援やインフラ整備のための関係者が本県に滞在しており、これらの方々へ観光情報を定期的に提供し、サポーターとなっていただくことにより、岩手ファンの拡大と本県への誘客につなげていきます。

---

※東北観光推進機構：21 ページ参照

施策項目	実施時期		推進主体				
	短期	中長期	県	市町村	観光関連団体	観光事業者	県民
<b>3 効果的な情報発信と誘客活動</b>							
<b>(1) ターゲットに即した観光誘致の促進</b>							
来訪者調査及び来訪意向調査などによるマーケティング強化と各種取組への反映	→	→	◎	◎	○	◎	
ターゲットに即した旅行プログラムの開発	→	→	○	○	○	◎	
モニターツアー等による検証	→	→	◎	◎	○	○	
<b>(2) 大型観光キャンペーン等による誘客</b>							
旅行会社や交通事業者等とのタイアップによる観光キャンペーンの展開	→	→	◎	◎	○	○	
PRキャラクター等を活用した効果的な観光プロモーション	→	→	◎	◎	○	○	
戦略的なセールス・イベントの実施	→	→	◎	◎	○	○	
観光プロモーションツールの充実	→	→	◎	○	◎	○	
いわて国体を見据えた旅行プランの造成と支援内容等の検討	→	→	◎	○	○	○	
いわて国体を契機とした県内広域観光への誘導体制の確立	→	→	◎	○	○	○	○
航空会社とのタイアップによる観光キャンペーンの展開	→	→	◎	○	○	○	
<b>(3) ICTなどを活用した情報発信の強化</b>							
観光ホームページのコンテンツの整備・拡充	→	→	◎	◎	◎	◎	
ツイッターやフェイスブック等、SNS活用による情報発信	→	→	◎	◎	◎	◎	◎
スマートフォンに対応した観光情報アプリ等の開発	→	→	◎	○	○	○	
スマートフォン等を活用した情報発信やイベント等の検討	→	→	◎	○	○	○	
<b>(4) コンベンション、クルーズ船の誘致促進</b>							
展示会等によるセールス活動	→	→	◎	○	◎	○	
コンベンション等の開催予定の関係者の招聘	→	→	◎	○	◎	○	
各種スポーツ大会、合宿等の誘致(再掲)	→	→	○	◎		○	
補助金の助成等インセンティブとなる支援策の検討	→	→	◎				
アフターコンベンション、エクスカーショモデルの充実	→	→	◎	○	○	○	
クルーズ船の寄港に結び付く環境整備	→	→	◎	○			
<b>(5) 教育旅行の誘致促進</b>							
県外の学校関係者や旅行会社等への説明会の開催	→	→	◎	○	○	○	
学校や企業等への訪問活動	→	→	◎	○	○	○	
岩手の復興教育プログラムの県内外への普及	→	→	◎				○
震災学習を中心とした教育旅行の誘致に向けた受入態勢整備	→	→	○	○	◎	○	○
<b>(6) 広域連携の促進</b>							
東北観光推進機構や北東北三県観光立県推進協議会などとの連携による広域観光プロモーションの展開	→	→	◎	○	○	○	
北海道新幹線函館開業を契機とした北海道などとの連携	→	→	◎	○	○	○	
県内市町村間(特に被災地と内陸地域間)及び県際連携の強化	→	→	◎	◎	○		
広域観光ルートの開発	→	→	◎	○	○	○	
<b>(7) 冬季観光振興の強化</b>							
首都圏等へ向けた各スキー場等のPR活動	→	→	○	○	○	◎	
県内の学生がスキーに親しむための環境づくり	→	→	○	○	○	◎	
国内外からのスキー学習旅行の誘致	→	→	◎	○	○	○	
冬季における長期滞在プランの検討	→	→	◎	◎	○	◎	
<b>(8) 県外の復興関係者等への情報提供の強化</b>							
ボランティアや工事関係者等への定期的な情報提供によるサポーターづくり	→	→	◎	◎	○	○	○
転勤等で岩手に来た方々のネットワーク化とこれらを活用した情報発信	→	→	◎	◎	○	○	

## 4 国際観光の振興

### (1) 海外の一般消費者に対する情報提供の強化

海外の旅行博への出展、メディア等の招へい、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を行い、東アジア、豪州、東南アジアを中心とした海外における本県の知名度向上を図ります。

また、海外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の充実を図るとともに、SNS\*等の活用により、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。



### (2) 海外の旅行会社に対する商品造成支援の促進

東アジア、豪州、東南アジアを中心とした海外の旅行会社等に対して、様々なツアー企画を提案するとともに、招聘事業の実施、県内観光関係事業者との商談会等の開催など、旅行商品の造成を促進します。



### (3) 外国人観光客の受入環境の整備

観光案内表示、公共施設等の外国語の併記、Wi-Fi\*環境の整備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や、今後有望市場となる可能性のあるイスラム圏からの誘客に向けた受入研修などに取り組み、外国人観光客の利便性を高めます。

### (4) 訪日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誘致に向けた受入態勢の整備や情報発信を促進します。

※SNS：31ページ参照。

※Wi-Fi：無線ネットワーク規格のひとつで、現在、無料の公衆Wi-Fiスポットのニーズが特に外国人観光客の間で高くなっている。

#### (5) 国際線等の運航拡大と相互交流の促進

台湾との国際定期便就航に向けた取組や東アジアを中心とした海外航空会社等へのエアポートセールス※の強化などにより国際線の運航拡大を図ります。

また、本県の外国人観光客の増加を図るためには、誘客だけでなく、本県から各国々への渡航を増やすことも必要であることから、ターゲット市場となっているアジア圏の国々を中心に、学校や団体等の掘り起こしを行いながら、双方向型の国際相互交流を推進します。



#### (6) クルーズ船の誘致促進（再掲）

東北観光推進機構※等と連携しながら、今後有望市場であるクルーズ船の寄港に結び付く環境整備や誘致促進に取り組めます。

---

※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。

※東北観光推進機構：21 ページ参照

施策項目	実施時期		推進主体				
	短期	中長期	県	市町村	観光関連団体	観光事業者	県民
<b>4 国際観光の振興</b>							
<b>(1) 海外の一般消費者に対する情報提供の強化</b>							
正確な情報発信による風評被害の払拭		→	◎		○		
外国語版ホームページのコンテンツの整備・拡充		→	◎		○		
海外メディア、ブロガーの招聘事業の実施		→	◎	○	○	○	
海外の旅行博覧会出展などによるPR活動		→	◎	○	○	○	
市場動向を踏まえた重点市場の見直し		→	◎				
<b>(2) 海外の旅行会社に対する商品造成支援の促進</b>							
海外旅行会社の招聘事業の実施		→	◎	○	○	○	
東北観光推進機構や北東北三県観光立県推進協議会などとの連携による広域観光プロモーションの展開(再掲)		→	◎	○	○	○	
商談会の開催などによる現地旅行会社と県内事業者とのマッチング		→	◎	○	○		
知事等によるトップセールス		→	◎	○	○	○	
市場動向を踏まえた重点市場の見直し(再掲)		→	◎				
<b>(3) 外国人観光客の受入環境の整備</b>							
外国人観光客の受入に向けたセミナー等の開催		→	◎	○	○		
外国人旅行者のWi-Fi環境の整備		→	○	○	○	◎	
外国人観光客を積極的に受け入れる事業者等の拡大		→	○	○	○	◎	
公共施設等の外国語併記の促進		→	◎	○	○	○	○
<b>(4) 訪日教育旅行の誘致促進</b>							
海外の教育関係者の招聘		→	◎	○	○	○	○
海外の学校等の教育旅行受入校の発掘とマッチング支援		→	◎	○	○	○	○
<b>(5) 国際線等の運航拡大と相互交流の促進</b>							
海外航空会社等へのエアポートセールスの強化		→	◎				
海外航空会社等と連携した航空イベントの実施		→	◎				
台湾の国際定期便化に向けた官民一体となった誘致活動		→	◎	○	○	○	○
国際線の受入拡大を図るための専用施設等の拡充		→	◎				
国際交流の促進		→	◎	◎			○
隣県を含む海外交流団体等への支援		→	◎				
県民のパスポート取得率の向上		→	◎	○	○	○	◎
<b>(6) クルーズ船の誘致促進</b>							
クルーズ船の寄港に結び付く環境整備		→	◎	○			

## 5 三陸沿岸観光の再構築

東日本大震災津波により多くの観光資源が失われた沿岸地域の観光産業の早期復旧・復興に努め、魅力あふれる観光地や観光産業を創出し、震災に負けない頑張る岩手を国内外に情報発信することにより、三陸沿岸観光の再構築を図ります。

### (1) 沿岸観光施設の早期復旧

東日本大震災津波により被災した沿岸部に立地する観光・宿泊施設の早期の営業再開に向け、中小企業グループ補助金<sup>\*</sup>の活用などにより、引き続き支援していきます。

また、県・市町村等が設置した観光施設については、沿岸市町村の復興状況に応じて復興交付金制度を活用した施設の復旧に向けた取組を支援します。

### (2) 復興ツーリズムなどの促進

震災遺構、被災体験の語り部など、震災の遺産の継承や津波防災に係るメモリアル公園の整備などにより、これらを活用した復興ツーリズム<sup>\*</sup>の促進を図ります。

また、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<sup>\*</sup>などを活用した新たな魅力づくりに取り組みます。

### (3) 教育旅行の誘致促進(再掲)

県外の学校関係者や旅行会社等に対して、本県訪問の安全性や防災教育上の意義、多様な観光資源の魅力、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。

### (4) 観光プラットフォームの構築(再掲)

震災語り部のネットワーク化や育成、情報発信などを一元的に行うプラットフォームの構築を図るなど、地域の復興の動きと連動した観光プラットフォームの構築を促進します。

また、具体的な観光のテーマに沿ったプラットフォームづくりについても検討していきます。



---

※中小企業グループ補助金：正式名称は、「岩手県中小企業等復旧・復興支援補助事業」。複数の中小企業者等から構成されるグループが復興事業計画を作成し、地域経済や雇用維持に重要な役割を果たすものとして県から認定を受けた場合に、計画実施に必要な施設・設備の復旧・整備等に対して補助する制度。

※復興ツーリズム：被災地を訪問し、現地の視察や見学だけでなく、交流を通じて防災や復興を学ぶ旅や、復興支援と観光を結びつけた旅。

※ジオパーク：15 ページ参照。

(5) サイエンスツーリズムなどの新たなスタイルの魅力づくり

沿岸地域を中心とした様々な研究拠点の形成等により、国内外の学会、各種大会、多くの観光客を呼び込むためのイベントなどのコンベンション誘致、さらには、周辺の観光資源と連動した旅行商品造成等により、先端科学技術の研究拠点を巡るサイエンスツーリズムを推進するなど、新たなスタイルの魅力づくりを図り、世界に誇る新しい三陸地域の創造を目指します。

(6) 交通網の整備と連動した観光の振興

高規格道路である三陸沿岸道路、東北横断自動車道釜石秋田線、宮古盛岡横断道路やこれを補完する国道、県道を「復興道路等」と位置付け整備を進めており、全線が開通することにより、広域的に移動する道路利用者の快適性・利便性の向上を図ります。

また、JR 八戸線のレストラン列車「東北エモーション」や JR 釜石線の SL 運行、また、平成 26 年 4 月に全線復旧する三陸鉄道における新型レトロ列車、お座敷列車の導入、震災学習列車といった各種イベント列車の運行など、乗ること自体が目的となる鉄道を活用した誘客を推進します。

施策項目	実施時期		推進主体				
	短期	中長期	県	市町村	観光関連団体	観光事業者	県民
<b>5 三陸沿岸観光の再構築</b>							
<b>(1) 沿岸観光施設の早期復旧</b>							
沿岸宿泊施設の営業再開	→	→	○			◎	
原発事故に起因する風評被害に伴う損害賠償請求	→		○			◎	
<b>(2) 復興ツーリズムなどの促進</b>							
被災地における語り部ガイド等の育成	→		○	○	◎	○	
三陸復興国立公園や三陸ジオパークなどの活用による誘客の促進	→	→	◎	◎	○	○	
震災遺構の継承	→	→	○	◎	○		
震災記念施設等の整備促進	→	→	○	◎			
震災遺構を活用した新たな旅行商品の企画・造成	→	→	◎	◎	○	○	
<b>(3) 教育旅行の誘致促進(再掲)</b>							
県外の学校関係者や旅行会社等への説明会の開催	→	→	◎	○	○	○	
学校や企業等への訪問活動	→	→	◎	○	○	○	
岩手の復興教育プログラムの県内外への普及	→	→	◎				○
<b>(4) 観光プラットフォームの構築(再掲)</b>							
沿岸を中心とした観光プラットフォームづくり	→		◎	○	○	○	
全県的な観光プラットフォームづくり		→	◎	○	○	○	
<b>(5) サイエンスツーリズムなどの新たなスタイルの魅力づくり</b>							
新しい三陸地域の創造を目指すリーディングプロジェクトと連動した新たなスタイルの観光地の形成		→	◎	○	○	○	○
<b>(6) 交通網の整備と連動した観光の振興</b>							
復興道路のICと観光地を結ぶ道路の案内標識の充実	→	→	◎	○			
復興道路と道の駅などの休憩施設との連携を強化	→	→	◎	◎	○		
鉄道を活用した誘客の推進	→	→	○	○	○	◎	

## 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各地域の観光推進組織の強化を図る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：26 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が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。



## 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※」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の共有を図ります。

※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、観光に係る団体や事業者、その他有識者を構成員とする会議。

#### 4 観光統計の整備等

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。

## 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2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

## 1. いわて観光立県推進会議委員名簿

所 属	職	氏 名
1 岩手県市長会	会長	谷藤 裕明
2 岩手県商工会議所連合会	会長	谷村 邦久
3 岩手県商工会連合会	会長	千葉 庄悦
4 岩手県中小企業団体中央会	会長	谷村 久興
5 岩手県町村会	会長	民部田 幾夫
6 (公財)岩手県観光協会	理事長	佐藤 義正
7 (社)岩手経済同友会	代表幹事	高橋 真裕
8 (株) J T B 東北	仕入担当部長	菅野 正己
9 立教大学	教授	安島 博幸
10 いわておかみ会	会長	大澤 幸子
11 特定非営利法人岩手県地域婦人団体協議会	会長	及川 公子
12 交通新聞社(旅の手帖)	広報事業部長	中村 直美

## 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	津軽石 芳昭
2 岩手県商工会連合会	事務局長	熊谷 敏裕
3 岩手県立大学宮古短期大学部	教授	宮井 久男
4 (公財)岩手県観光協会	専務理事	福澤 淳一
5 J R 東日本(株)盛岡支社営業部	販売促進課長	小笠原 正人
6 東北まちづくり実践塾	代表	菊池 新一
7 特定非営利法人久慈広域観光協議会	専務	貫牛 利一
8 花巻温泉(株)ホテル千秋閣	支配人	佐藤 寿美
9 東日本高速道路(株)盛岡管理事務所	副所長	小野寺 正幸
10 近畿日本ツーリスト(株)盛岡支店	支店長	蛭間 雅人
11 (株)リクルートライフスタイル	プロデューサー	藤井 剛
12 (株) J T B 東北	プロデューサー	坂口 純子
13 (一社)八幡平市観光協会	事務局次長	海藤 美香
14 盛岡まち並み研究会	事務局長	金野 万里

### 3. みちのく岩手観光立県第2期基本計画の策定経過

平成25年	6月24日	第1回岩手県観光産業振興本部会議
	6月26日	第1回いわて観光立県推進会議幹事会
	7月11日	第1回いわて観光立県推進会議
	8月9日	第2回いわて観光立県推進会議幹事会
	10月1日	第1回岩手県観光産業振興本部幹事会
	10月23日	第3回いわて観光立県推進会議幹事会
	10月30日	第2回岩手県観光産業振興本部会議
	11月8日	第2回いわて観光立県推進会議
	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26年1月10日まで） 意見件数78件（19人）
	12月11日	地域説明会（12月20日まで）
	12月16日	岩手県商工観光審議会
平成26年	1月21日	第3回いわて観光立県推進会議
	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、観光に関係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。