

みちのく岩手観光立県第3期基本計画

2019～2023 年度

地域経済に好循環をもたらす総合産業としての
観光産業の振興による観光立県の実現に向けて



平成 31 年 3 月
岩 手 県

みちのく岩手観光立県第3期基本計画（2019～2023年度）目次

| | |
|-----------------------------|-----------|
| 第1章 計画の基本的な考え方 | 1 |
| 1 計画の位置づけ・性格 | 1 |
| 2 計画期間 | 1 |
| 3 計画の構成 | 1 |
| 4 計画の点検・見直し | 1 |
| 第2章 本県の観光を取り巻く現状と課題 | 2 |
| 1 本県観光をめぐる外部環境 | 2 |
| 2 本県観光を取り巻く現状 | 7 |
| 3 本県観光の強みと弱み | 15 |
| 4 みちのく岩手観光立県第2期基本計画（前計画）の総括 | 20 |
| 5 本県観光の課題等 | 23 |
| 第3章 計画の目標 | 24 |
| 1 目指す姿 | 24 |
| 2 計画の目標値 | 24 |
| 第4章 観光振興に関する施策 | 26 |
| 1 「観光で稼ぐ」地域づくりの推進 | 26 |
| 2 質の高い旅行商品の開発・売込み | 29 |
| 3 外国人観光客の誘客拡大 | 32 |
| 4 売れる観光地をつくる体制の整備促進 | 35 |
| 第5章 推進体制 | 37 |
| 1 推進体制 | 37 |
| 2 計画推進に当たっての役割分担の基本的な考え方 | 37 |
| 3 観光振興に関する施策の評価 | 38 |
| 4 観光統計の整備等 | 38 |
| 参考資料 | 39 |
| 1 いわて観光立県推進会議委員名簿 | 40 |
| 2 いわて観光立県推進会議幹事会委員名簿 | 41 |
| 3 みちのく岩手観光立県第3期基本計画の策定経過 | 42 |
| 4 みちのく岩手観光立県基本条例 | 43 |
| 5 目標値設定の考え方等について | 46 |

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条に基づき定めるものであり、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、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。
- (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。
- (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

2019年度から2023年度までの5年間

なお、本計画は10年後（2028年度）に実現すべき姿を展望して定めたものです。

3 計画の構成

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

4 計画の点検・見直し

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

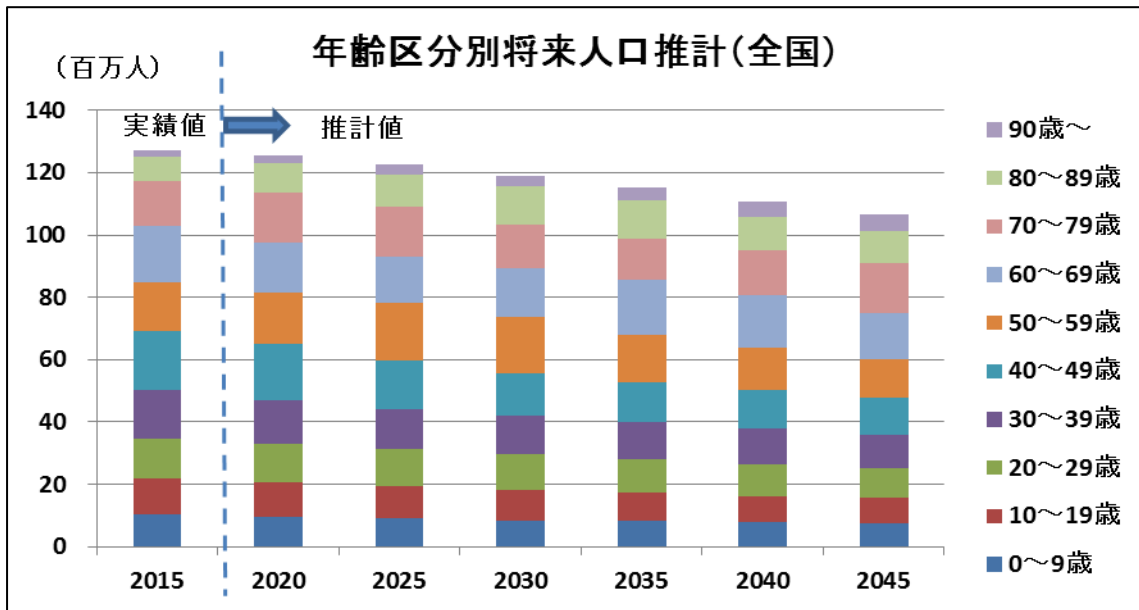
第2章 本県の観光を取り巻く現状と課題

1 本県観光をめぐる外部環境

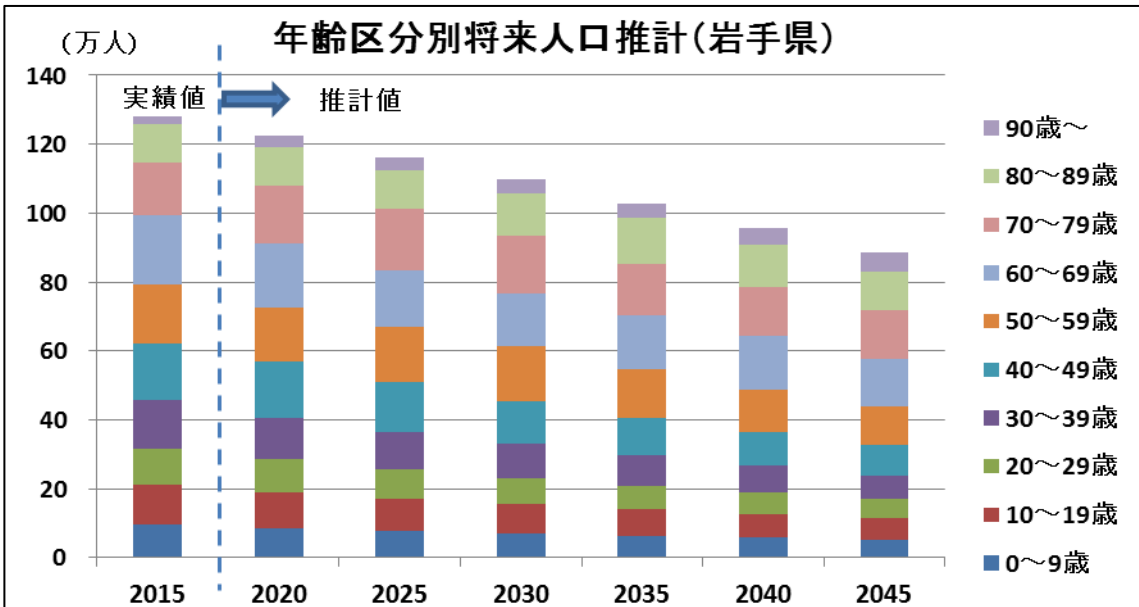
(1) 人口減少と高齢化の進展

日本の総人口は減少する見通しであり、2045年には、約2,000万人程度の減少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（2018年1月推計）の中位推計値

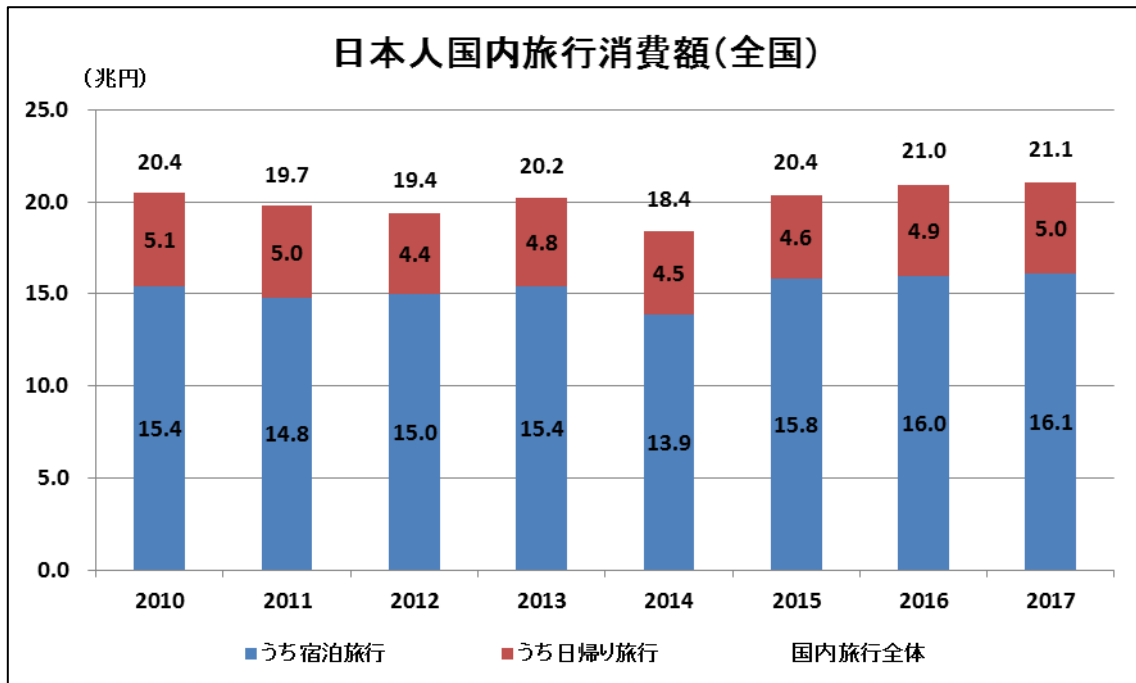


出典：国立社会保障・人口問題研究所 日本の将来推計人口（2018年1月推計）の中位推計値

(2) 国内日本人旅行者の観光消費額は横ばい

日本人の国内旅行に伴う観光消費額は、近年横ばいに推移しており、2017年は21.1兆円（前年比0.5%増）となっています。

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。

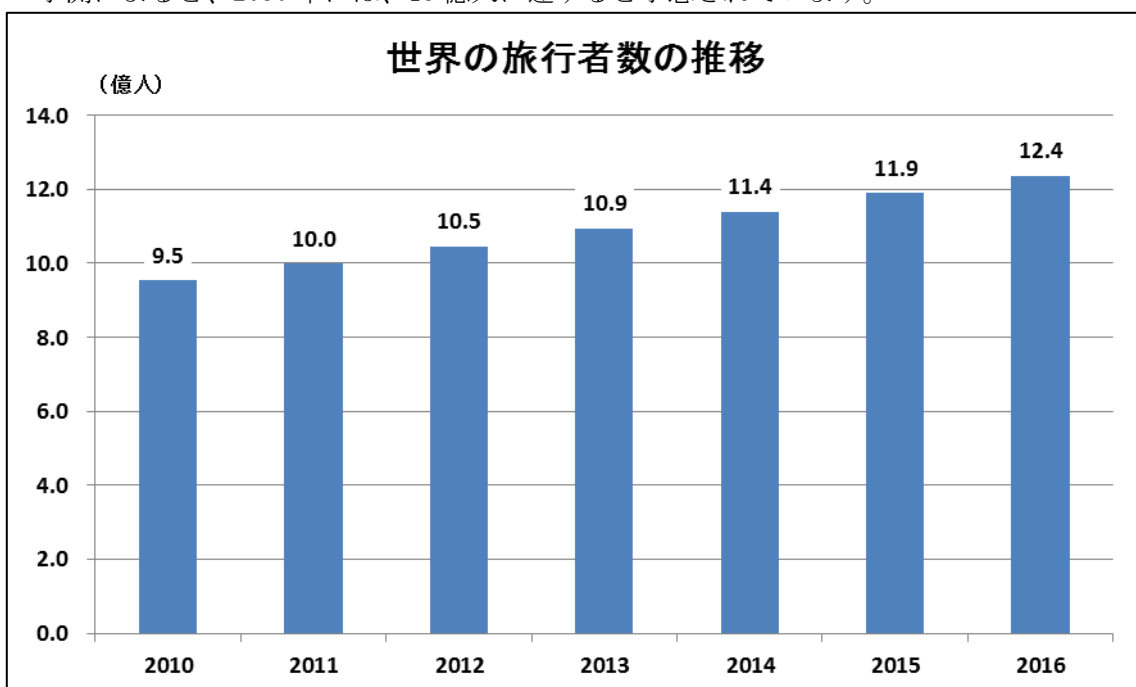


出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査

(3) 世界の旅行者数の増加

世界の旅行者数は増加傾向が続いており、2016年は、12.4億人（前年比4.2%増）に達しています。

この傾向は、今後も継続すると見込まれており、国連世界観光機関（UNWTO）の長期予測によると、2030年には、18億人に達すると予想されています。

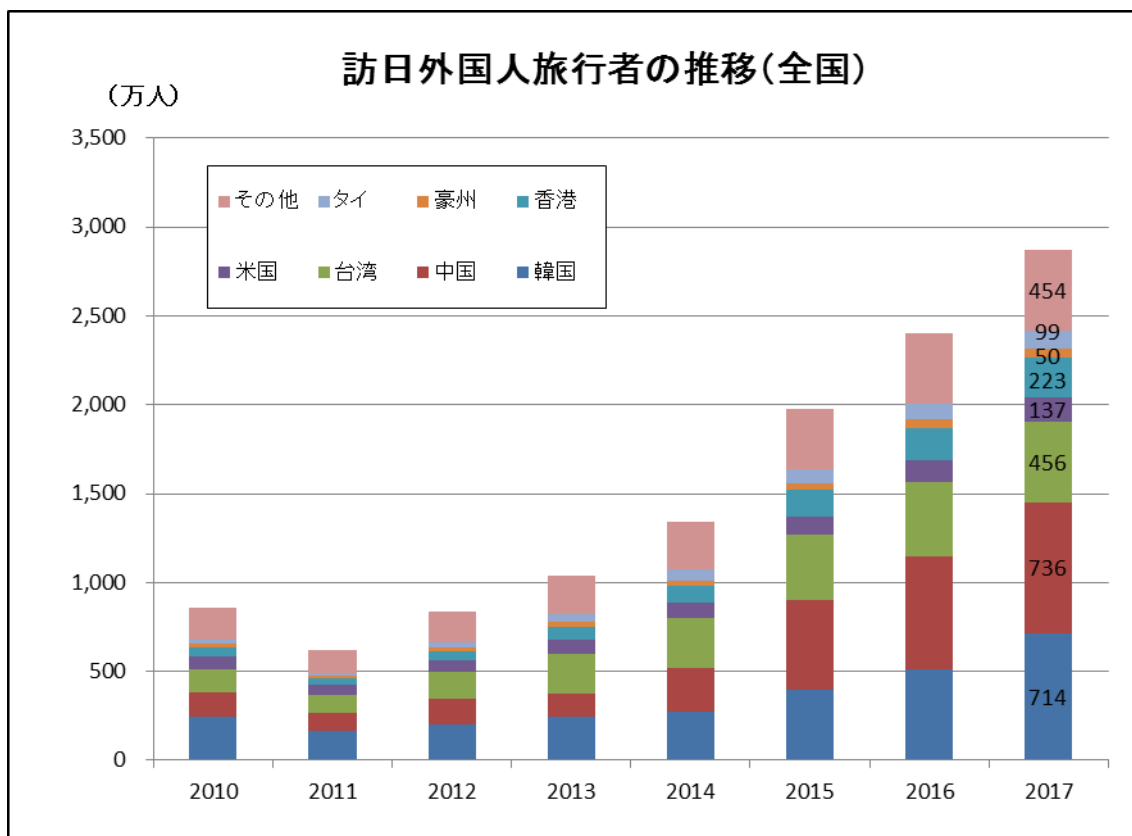


出典：国連世界観光機関（UNWTO）の資料に基づき作成

(4) 訪日外国人旅行者の増加

訪日外国人旅行者は、東日本大震災津波の発災直後は減少しましたが、国による訪日旅行促進事業（ビジットジャパン事業¹）に加え、訪日旅行の割安感等により、2013年には震災前の水準を上回り、近年は大幅に増加しています。

本県を含む東北全体としても、訪日外国人旅行者の数は増加傾向にあり、今後のさらなる誘客促進のためにも、市場の特性に応じたプロモーション²の展開や受入態勢の整備が重要となっています。



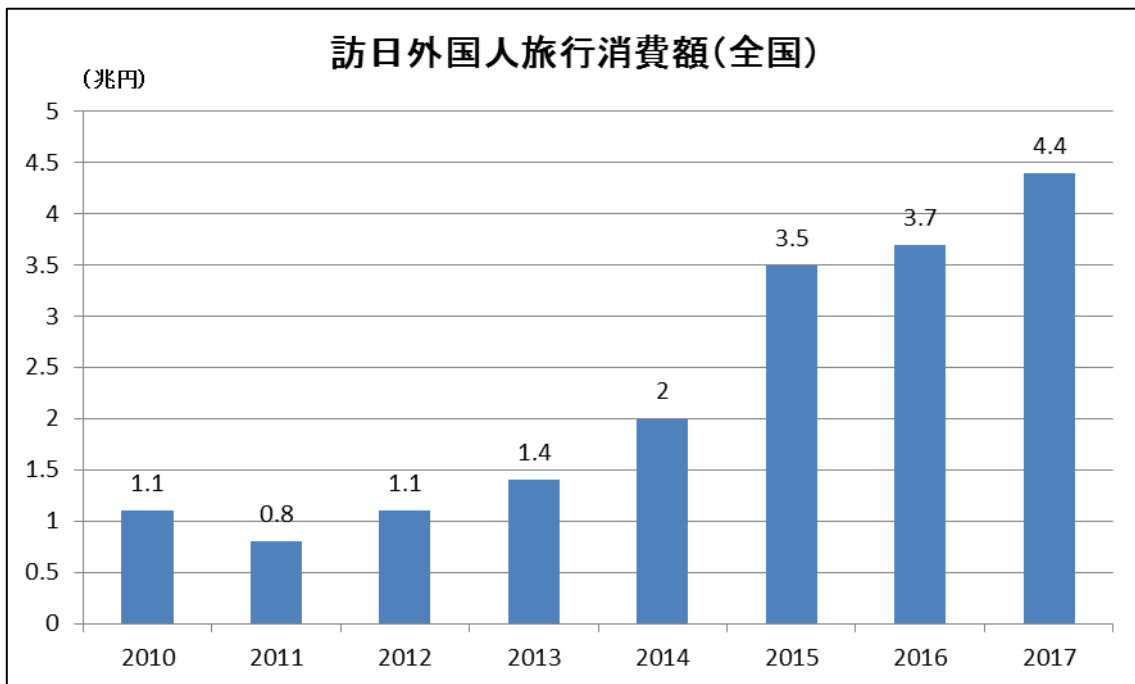
出典：日本政府観光局資料に基づき作成

¹ 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。

² 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) 訪日外国人観光消費額の増加

訪日外国人旅行者が増加する中、訪日外国人の観光消費額も近年増加しており、2017年は4.4兆円（前年比18.9%増）となっています。



出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査

(6) 訪日外国人の観光消費額の傾向（全国データ：国・地域別）

外国人観光消費額の国・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230,382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、25,091円となっています。

| | 1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 | 153,921 | 9.1 | 16,914 | 136,947 | 15,049 | 43,397 | 30,869 | 16,974 | 5,014 | 57,154 | 513 |
| 台湾 | 125,847 | 6.7 | 18,783 | 111,561 | 16,651 | 32,939 | 26,004 | 14,286 | 4,458 | 47,846 | 314 |
| 中国 | 230,382 | 10.9 | 21,136 | 212,087 | 19,458 | 47,690 | 38,285 | 18,295 | 5,550 | 119,319 | 1,243 |
| 香港 | 153,055 | 6.1 | 25,091 | 135,469 | 22,208 | 42,690 | 33,129 | 17,586 | 4,628 | 55,017 | 5 |
| 韓国 | 71,795 | 4.3 | 16,697 | 64,303 | 14,954 | 22,378 | 18,435 | 7,492 | 3,665 | 19,530 | 294 |
| 米国 | 182,071 | 13.8 | 13,194 | 153,594 | 11,130 | 76,719 | 41,791 | 28,477 | 6,603 | 28,071 | 411 |
| タイ | 126,569 | 10.1 | 12,532 | 111,873 | 11,077 | 36,957 | 23,281 | 14,696 | 4,107 | 47,316 | 212 |
| 豪州 | 225,845 | 13.2 | 17,109 | 190,470 | 14,430 | 89,060 | 50,066 | 35,375 | 14,089 | 37,195 | 59 |

出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査

(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（2016年3月）、2007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（2017年3月）。

新たな観光立国推進基本計画では、国民経済の発展に向けて、観光が日本経済をけん引し、地域を再生するなどの基本方針が掲げられています。

【新たな観光立国推進基本計画の概要】

◆基本的な方針

- | | | |
|---|----------------|------------------------|
| 1 | 国民経済の発展 | —観光が、日本経済を牽引し、地域を再生する— |
| 2 | 国際相互理解の増進 | —観光が、真に開かれた国をつくる— |
| 3 | 国民生活の安定向上 | —観光が、明日への活力を生む— |
| 4 | 災害、事故等のリスクへの備え | —安心・安全な観光の実現と東北の観光復興— |

◆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 |
|-----------------------------|-----------------------|---------------------|------------|
| | 基準値(2015年) | 目標値(2020年) | 目標値(2030年) |
| 1 国内旅行消費額 | 20.4兆円 | 21兆円 | 22兆円 |
| 【参考指標】国内宿泊観光旅行の年間平均宿泊数 | 2.27泊 (若年層3.18泊) | 2.5泊 (若年層3泊) | — |
| 【参考指標】国内宿泊旅行を行わない国民の割合 | 46.8% (若年層40.2%) | 40%程度 (若年層40%程度) | — |
| 【参考指標】地方部における日本人延べ宿泊者数 | 2億9,447万人泊 | 3億1,000万人泊 | — |
| 【参考指標】地方部における国内旅行消費額 | 10.6兆円 | 12兆円 | — |
| 2 訪日外国人旅行者数 | 1,974万人 | 4,000万人 | 6,000万人 |
| 3 訪日外国人旅行消費額 | 3.5兆円 | 8兆円 | 15兆円 |
| 4 訪日外国人旅行者に占めるリピーター数 | 1,159万人 | 2,400万人 | 3,600万人 |
| 【参考指標】訪日外国人旅行者の再訪意向 | 93.3%(7段階評価の上位2つの合計値) | 93.3% | — |
| 5 訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数 | 2,514万人泊 | 7,000万人泊 | 1億3,000万人泊 |
| 6 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 | 26.1% | アジア最大の開催国 (3割以上) | — |
| 【参考指標】ビジネス目的の訪日外国人旅行者数 | 403万人 | 650万人 | — |
| 7 日本人の海外旅行者数 | 1,621万人 | 2,000万人 | — |
| 【参考指標】日本人の若年層の海外旅行者数 | 254万人 | 350万人 | — |

※若年層は20-29歳とする。

※地方部とは三大都市圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県）以外の地域をいう。

2 本県観光を取り巻く現状

本県には、「平泉の文化遺産」、「明治日本の産業革命遺産（橋野鉄鉱山）」の2つの世界遺産や「十和田八幡平国立公園」、「三陸復興国立公園」の2つの国立公園、さらには、「御所野遺跡」や「三陸ジオパーク³」など、岩手ならではの観光資源が存在しており、これらを組み合わせた広域周遊滞在型観光の推進により、近年の観光入込客数は、概ね震災前の水準となっています。しかしながら、地域別に見ると、沿岸地域の観光入込客数は震災前の7割程度の状況であり、特に沿岸地域への誘客促進に向けた取組が重要となっています。

日本人宿泊者数は、復興需要で震災直後は大幅に増加していますが、その後、復興事業の進展に伴い減少し、近年は概ね横ばいで推移しています。

外国人宿泊者数は、2017年は全国の伸び率を大幅に上回り過去最多となるなど順調に増加していますが、震災前である2010年を基準とした伸び率で見ると106.6%増と全国平均の184.1%増を下回っていることから、今後、外国人個人旅行者（FIT）をはじめ、さらなる誘客拡大の取組が必要となっています。

このような中、沿岸地域全体を会場とする三陸防災復興プロジェクト2019、ラグビーワールドカップ2019TM釜石開催、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会など、国内外からの誘客の大きなチャンスとなるイベントが開催されます。

また、市町村における日本版DMO⁴の整備・活動の取組や、三陸DMOセンターとの連携などにより、観光人材の育成や観光資源を生かした観光地づくりが進んでいるほか、宮古・室蘭フェリー航路の開設や、いわて花巻空港における台北、上海国際定期便の就航、三陸鉄道「リアス線（盛駅・久慈駅間）」の一貫運行、復興道路の整備など、新たな交通ネットワークによる交流人口の拡大が期待されています。

(1) 観光入込客数・宿泊者数

① 観光入込客数

2017年の観光入込客数（延べ人数）は、岩手県全体で27,593,859人回となり、前年比では0.5%増、前々年比では4.8%減、震災前の2010年比では4.7%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11,474,244人回と最も多く、全体の41.6%を占めています。2016年と比較すると、前年比が最も高いのは、県央エリアで101.1%、最も低いのは県北エリアで、96.5%となっています。

なお、沿岸13市町村の観光入込客数は5,587,375人回となっており、震災前の2010年の7割程度の状況です。

³ 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。

⁴ DMO：Destination Marketing/Management Organizationの略。観光地域づくり推進法人。様々な地域資源を組み合わせた観光地の一体的なブランドづくり等を主体となって行う観光地づくりの推進主体。

【地域別入込客数（延べ人数）の推移】

単位：人回

| 地域区分 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 県央エリア | 8,871,015 | 8,434,827 | 9,527,776 | 10,021,871 | 9,998,915 | 10,147,003 | 9,395,891 | 9,503,870 |
| 県南エリア | 11,394,198 | 10,352,761 | 11,931,441 | 11,425,043 | 11,271,549 | 11,419,667 | 11,359,821 | 11,474,244 |
| 沿岸エリア | 5,823,487 | 1,343,733 | 3,183,651 | 4,031,174 | 4,377,028 | 4,293,194 | 3,875,932 | 3,891,025 |
| 県北エリア | 2,867,659 | 2,579,822 | 2,758,276 | 3,364,750 | 3,213,724 | 3,134,428 | 2,823,279 | 2,724,720 |
| 総計 | 28,956,359 | 22,711,143 | 27,401,144 | 28,842,838 | 28,861,216 | 28,994,292 | 27,454,923 | 27,593,859 |

【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

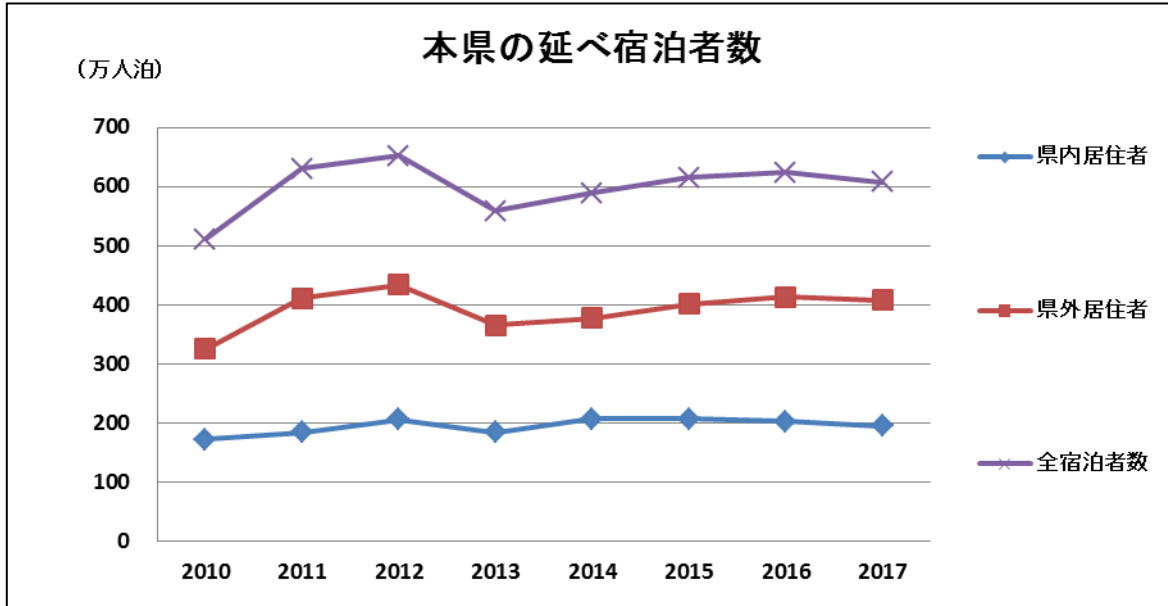
| 地域区分 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 沿岸13市町村 | 7,485,540 | 2,835,771 | 4,825,076 | 6,312,581 | 6,465,078 | 6,308,146 | 5,627,215 | 5,587,375 |

出典：岩手県観光統計

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（全施設）

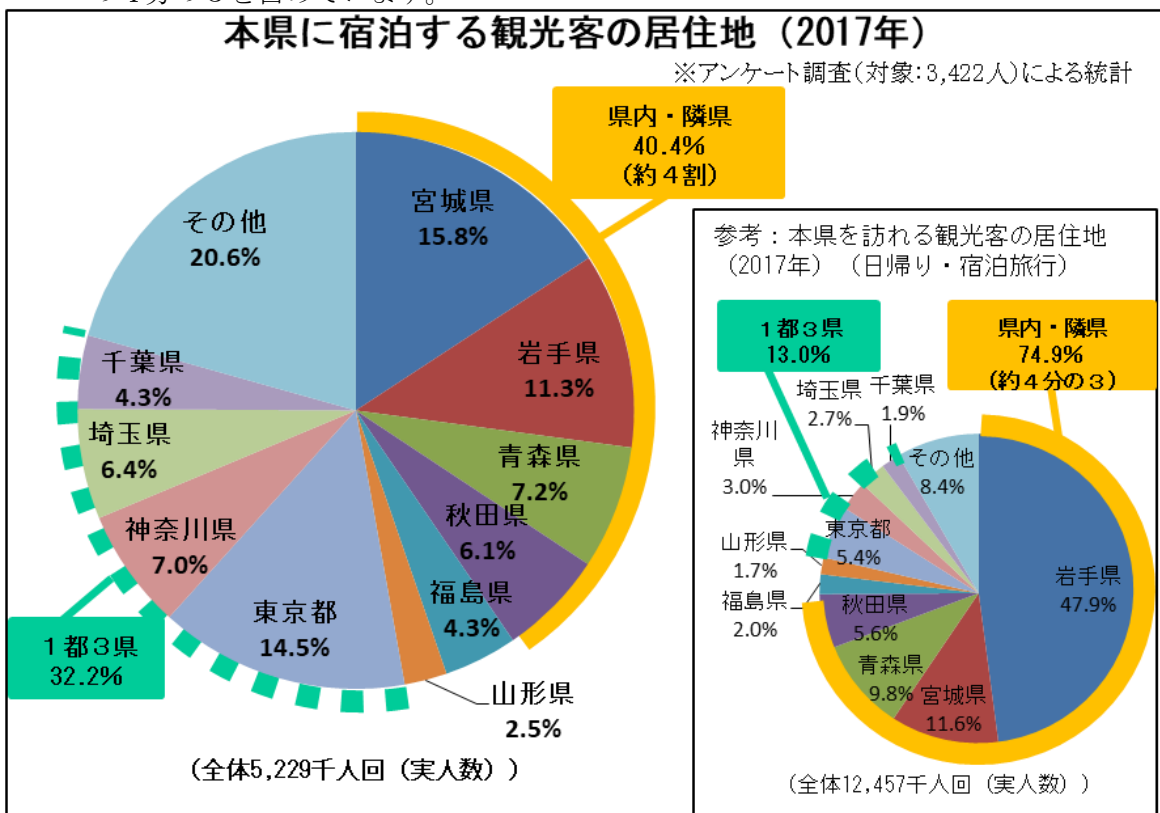
本県の2017年の宿泊者数（延べ人数）は、岩手県全体で6,075,910人泊と前年と比べ約2.7%減少しています。また、近年は、概ね横ばいで推移していますが、震災前の2010年と比較すると約18.9%の増となっています。



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査 全施設

③ 旅行者の居住地割合

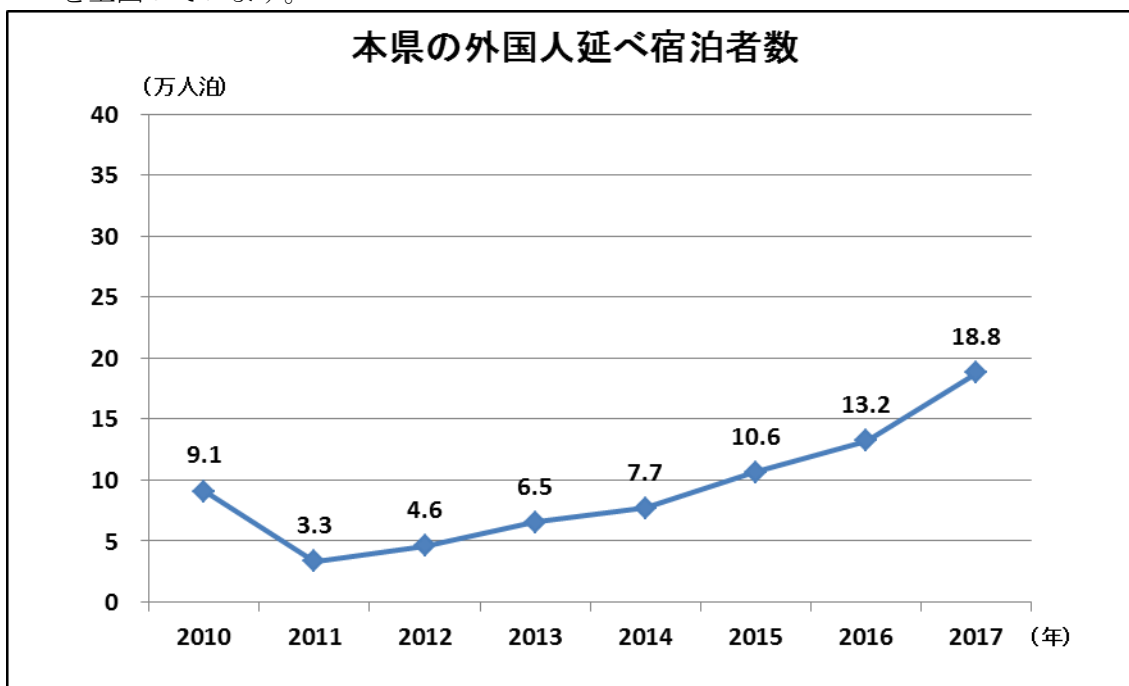
本県を旅行する旅行者の居住地割合について、宿泊旅行者は「県内・隣県」からの割合が40.4%と最も高く、次いで、「首都圏（1都3県）」からの割合が32.2%となっています。なお、日帰り旅行者と宿泊旅行者の総計では、「県内・隣県」の割合が74.9%と全体の4分の3を占めています。



出典：岩手県観光統計

④ 外国人宿泊者数（全施設）

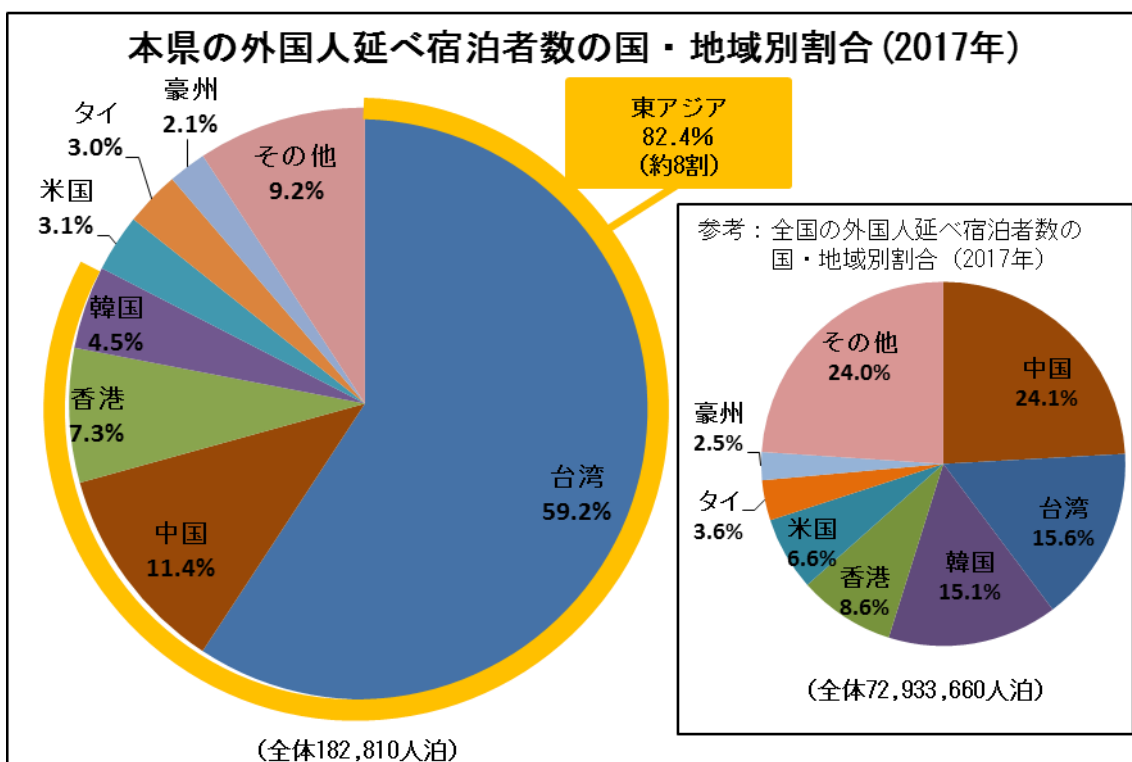
本県の2017年の外国人宿泊者数（延べ人数）は、前年比42.3%増の187,930人泊となっており、過去最多となるとともに、対前年伸び率（42.3%増）において全国（14.8%増）を上回っています。



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

2017年の外国人宿泊者の発地別割合をみると、東アジアからの入込が全体の82.4%を占めています。特に、台湾からの観光客が全体の59.2%を占めており、全国における割合の15.6%を大きく上回っています。

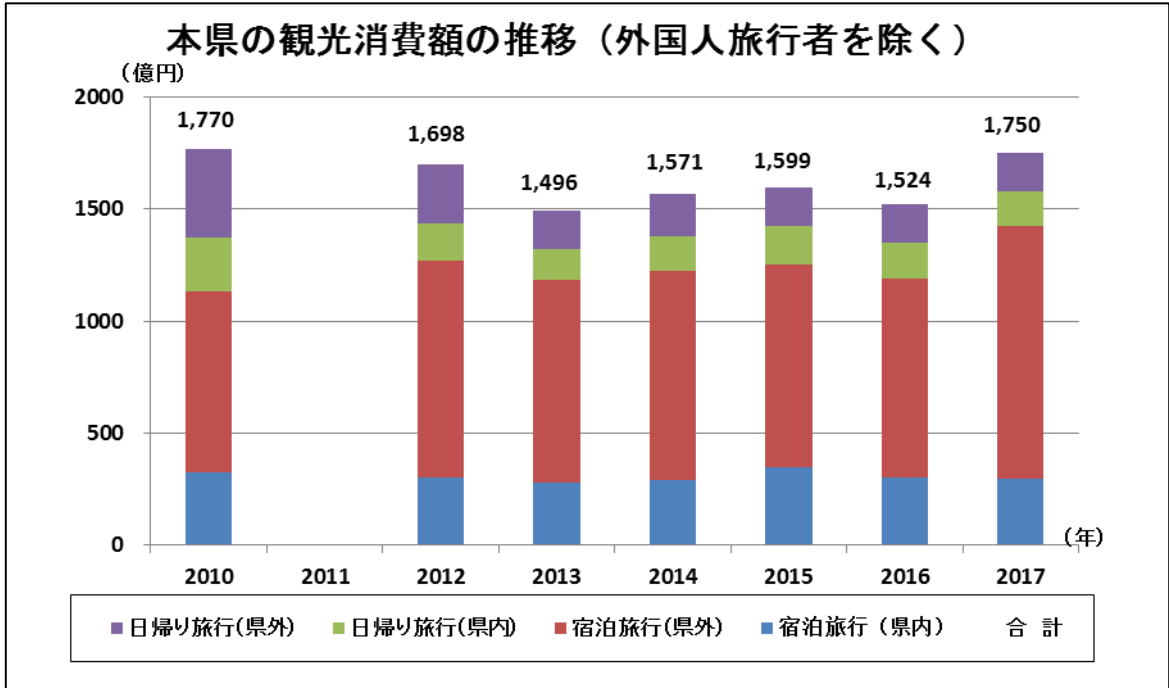


出典：観光庁 宿泊統計調査 従業員数10人以上の施設（国・地域別）

(2) 観光消費額

① 観光消費額の推移（外国人旅行者を除く）

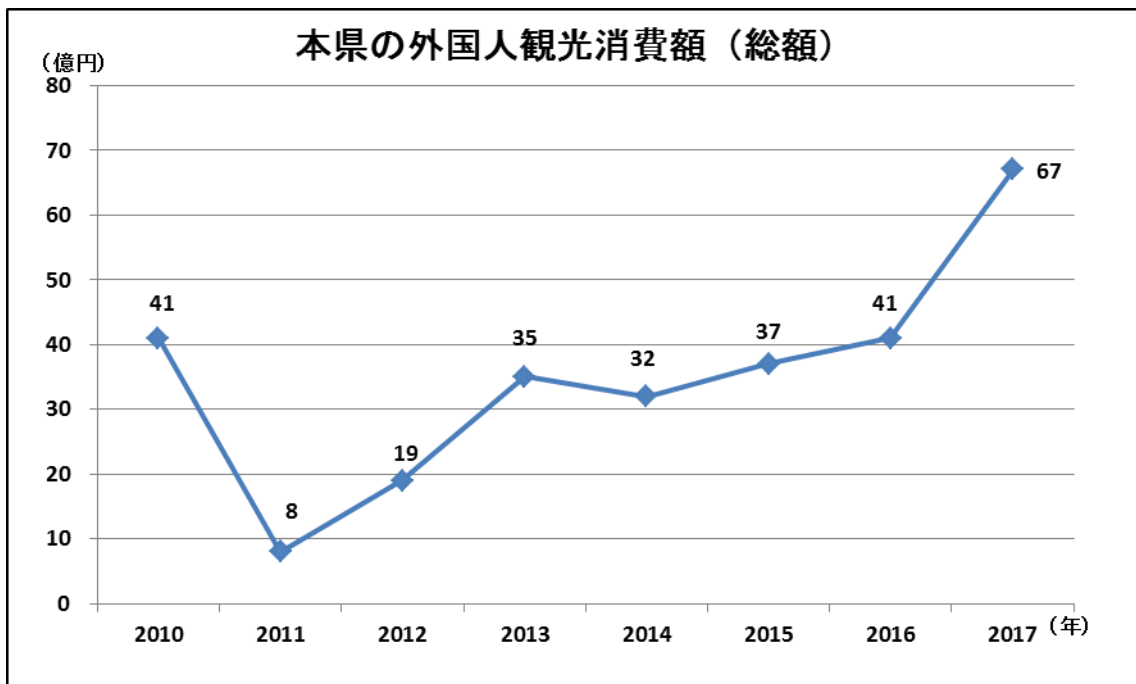
2017年の外国人旅行者を除いた観光消費額は、前年比14.8%増の1,749億6,400万円となり、中でも県外宿泊旅行の観光消費額の割合が64.4%と高く、前年比26.8%の増と増加率も高くなっています。



出典：岩手県観光統計（2011年は特異値なので除外）

② 外国人観光消費額の推移

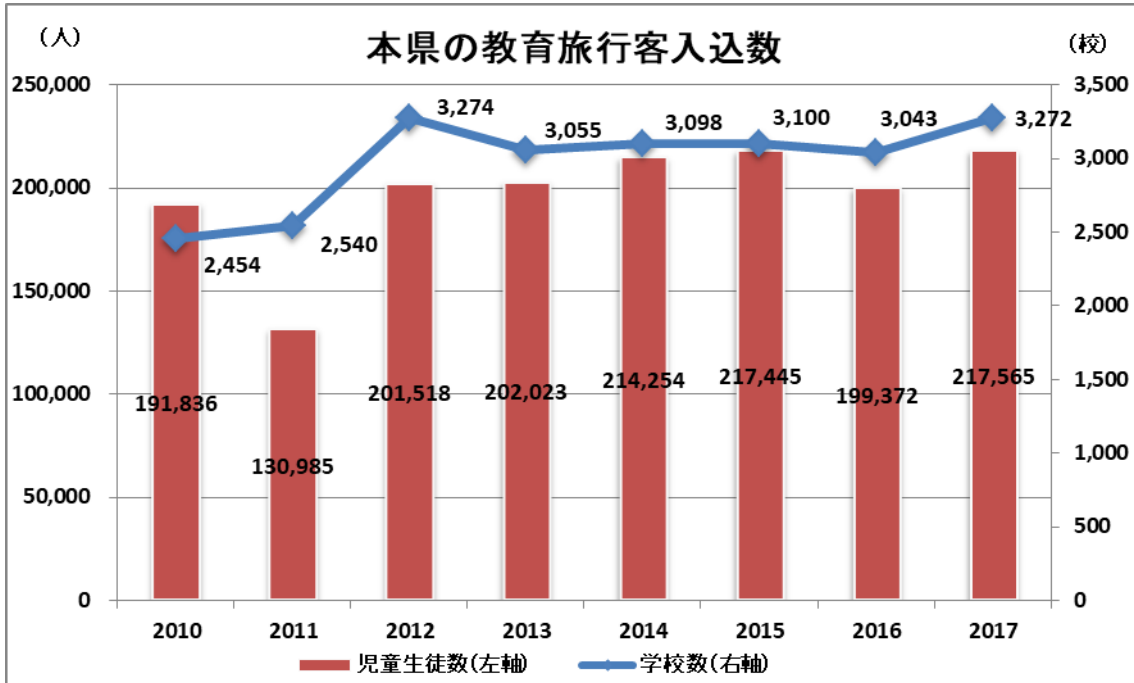
2017年の本県の外国人観光消費額は66億8,000万円となり、前年比62.1%増、震災前の2010年の62.6%増と大幅に増加しています。



出典：岩手県観光統計

(3) 教育旅行客の入込動向

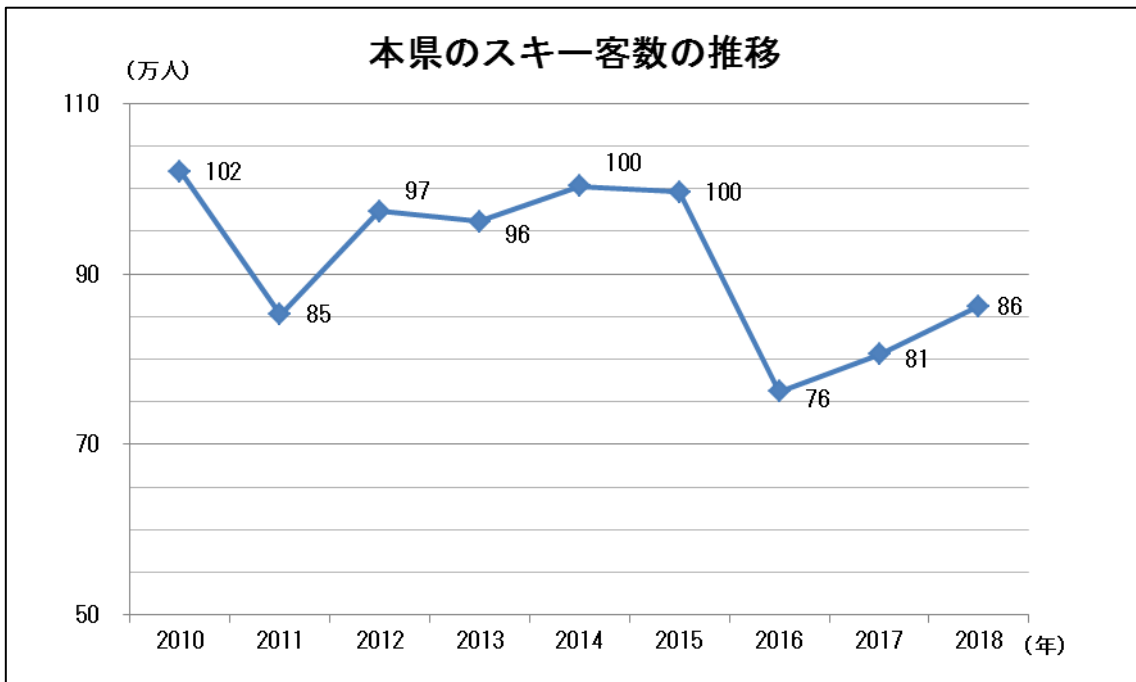
2017年に本県を訪れた教育旅行客は、学校数が延べ3,272校、生徒数が217,565人回となっています。学校数は前年比で7.5%増、生徒数は9.1%増となり、生徒数は震災後、最多となっています。



出典：岩手県観光統計

(4) スキー客の入込動向

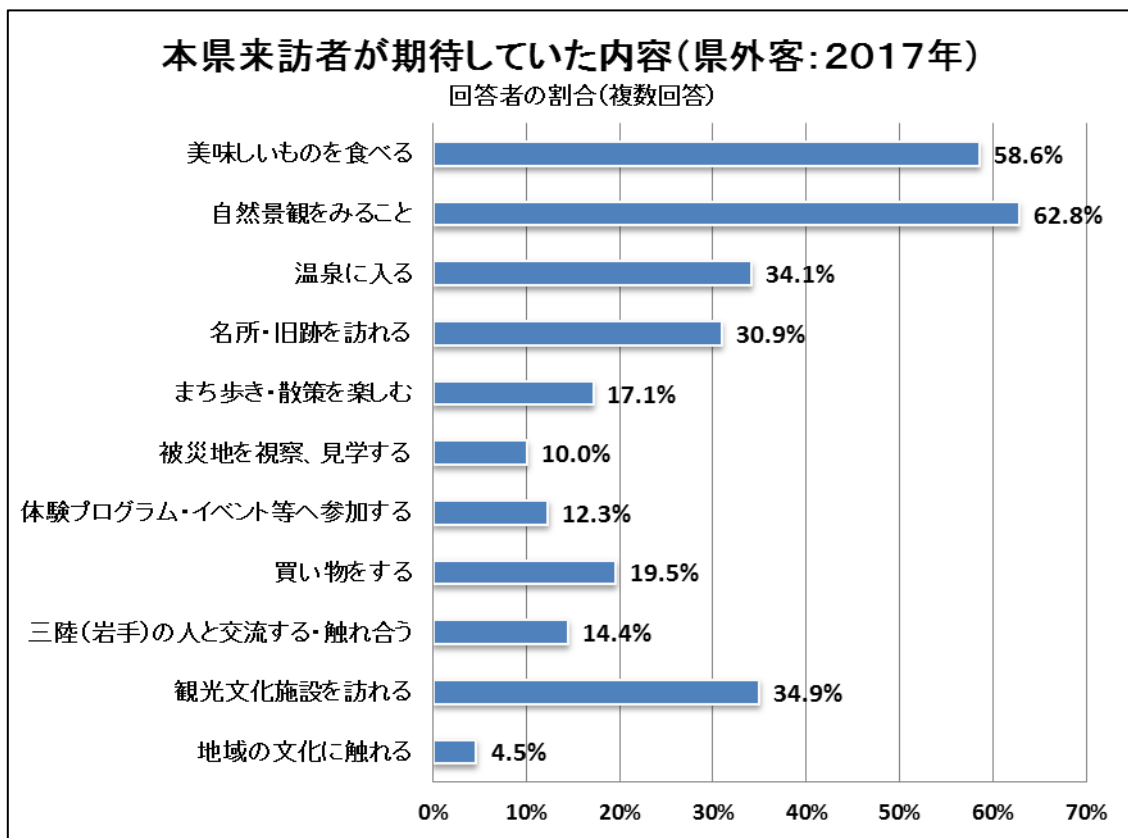
スキー客の入込数は、レジャーの多様化や景気低迷により1992年シーズンをピークに全体傾向として減少しています。2018年シーズンの入込数は、約86万人回であり、前年比5.7%増となっています。



出典：岩手県観光統計

(5) 本県来訪者が期待していた内容

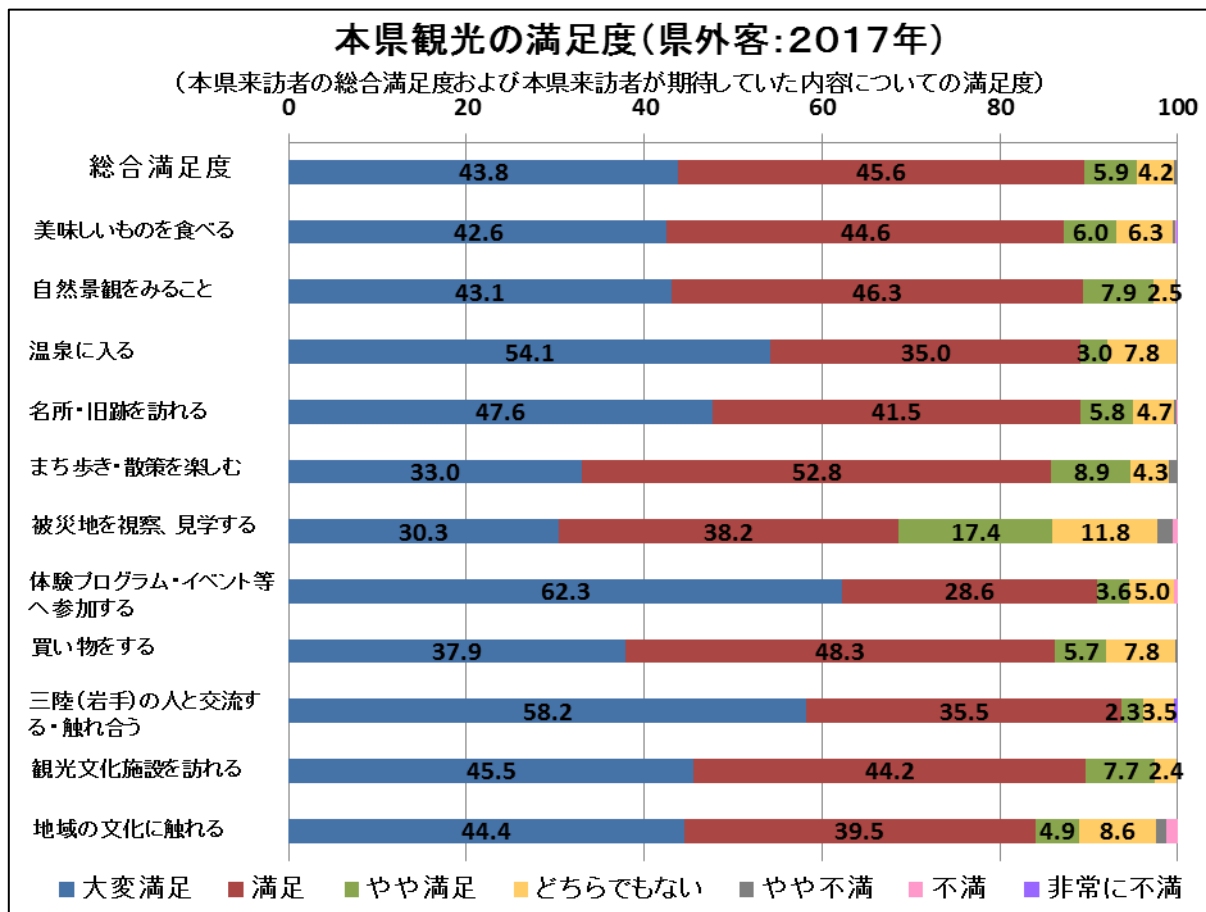
2017年に実施した、本県を訪れた観光客へのアンケート調査項目「今回の観光で期待していた内容」では、「自然景観をみること」の割合が62.8%と最も高く、次いで「美味しいものを食べる」となっています。



出典：岩手県観光統計

(6) 旅行後の来訪者の満足度

2017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「今回の観光で期待していた内容についての満足度は」では、「大変満足」と回答した割合は、「体験プログラム・イベント等へ参加する」が最も高く、次いで「三陸（岩手）の人と交流する・触れ合う」、「温泉に入る」が高くなっています。



出典：岩手県観光統計

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・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。

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。

| | | |
|------|--|--|
| 外的要因 | <p>機会</p> <ul style="list-style-type: none"> ①個人旅行の増加 ②旅行ニーズの多様化 ③SNS⁵等を活用した効果的な情報発信、AR⁶を活用した観光コンテンツの充実など、ICT⁷技術の進展 ④国の観光振興への取組の強化 ⑤本県での外国人観光客の増加 ⑥御所野遺跡の世界遺産登録に向けた取組 ⑦復興道路等交通ネットワークの整備の進展 ⑧三陸鉄道リアス線開通（2019年） ⑨宮古・室蘭フェリー航路の開設（2018年） ⑩いわて花巻空港・台北桃園国際空港間（2018年）、いわて花巻空港・上海浦東国際空港間（2019年）の国際定期便就航 ⑪三陸防災復興プロジェクト2019の開催（2019年） ⑫ラグビーワールドカップ2019TM釜石開催（2019年） ⑬東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催（2020年） ⑭訪日外国人旅行者の拡大 ⑮国による日本版DMOの整備・活動の推進 ⑯ILC⁸の誘致 | <p>脅威</p> <ul style="list-style-type: none"> ①人口減少等による国内観光需要の伸び悩み ②観光面の地域間競争の激化 ③震災・災害等による風評被害 |
| 内的要因 | <p>強み</p> <ul style="list-style-type: none"> ①自然、歴史、文化、温泉など多彩な観光資源 ②2つの世界遺産（平泉、橋野鉄鉱山） ③2つの国立公園（十和田八幡平国立公園、三陸復興国立公園） ④三陸ジオパーク ⑤御所野遺跡をはじめとする縄文文化 ⑥ユネスコ無形文化遺産「早池峰神楽」、「和食」、「スネカ」など地域に根差した伝統文化 ⑦県内各地で地域が主体となった観光コンテンツづくりの動きが活発化 ⑧沿岸地域における、震災からの復興に向けた、国内外とのつながりと地域の力を生かした取組 ⑨安全安心な多彩な地域食材 ⑩首都圏等の大都市圏及び北海道・東北各県からの良好なアクセス ⑪全国的に評価が高いホスピタリティ⁹ | <p>弱み</p> <ul style="list-style-type: none"> ①東日本大震災津波で大きな被害を受けた沿岸地域の観光地の再生が途上 ②県北地域の観光コンテンツの集客力の減退 ③スキーなどの冬のコンテンツの集客力の減退 ④公共交通機関の接続不便等による、長い移動時間 ⑤海外における本県を含む東北の認知度が低位 ⑥就労人口減による人材不足 |

⁵ 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。

⁶ AR：Augmented Reality（拡張現実）の略。その時周囲を取り巻く現実環境に情報を付加・削除・強調・減衰させ、文字通り人間から見た現実世界を拡張するものを指す。

⁷ ICT：Information and Community Technology（情報通信技術）の略。

⁸ 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。

⁹ ホスピタリティ：心のこもったおもてなし。

『強み』・『機会』の中で、特に観光に活用していく必要があるもの

(1) 2つの世界遺産「平泉の文化遺産」、「明治日本の産業革命遺産（橋野鉄鉱山）」

2011年に「平泉の文化遺産」が世界遺産登録されたことに続き、2015年には釜石市の橋野鉄鉱山が「明治日本の産業革命遺産」の構成資産として世界遺産登録されました。このことにより、本県は世界遺産（文化遺産）を複数有する全国でも数少ない県（2019年1月現在、全国では7県：岩手県、静岡県、奈良県、広島県、福岡県、長崎県、熊本県）となりました。これまでに「平泉」における外国人観光客の受入態勢整備や「橋野鉄鉱山」におけるARアプリの活用など観光地のブラッシュアップの取組などを実施しており、2021年に整備供用される予定の「平泉の文化遺産ガイド（仮称）」での情報発信を図りながら、今後も内陸、沿岸の拠点として活用していく必要があります。



〔橋野鉄鉱山〕

(2) 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」

本県には、県のシンボルでもある岩手山と雄大な山岳景観を形成する八幡平を含む「十和田八幡平国立公園」と、東日本大震災津波で大きな被害を受けた三陸地域の復興に貢献するため「陸中海岸国立公園」の区域を拡張し、2013年5月に新たに指定された「三陸復興国立公園」の2つの国立公園があります。「三陸復興国立公園」の区域については、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¹⁰」が環境省により設定され、本県では洋野町から陸前高田市の間で、2018年度末に全区間が整備供用される予定であり、今後も広域周遊、長期滞在の主要コンテンツとして、さらに活用していく必要があります。



〔雪の回廊〕

¹⁰ 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。

(3) 三陸ジオパーク

2013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「日本ジオパーク」に認定されています。世界ジオパーク認定を見据えた、三陸の地質遺産や文化・自然遺産を活用した教育、保護・保全、新たな魅力の掘り起こしと国内外への情報発信、ジオツーリズム¹¹などに取り組むジオパーク活動の推進により、沿岸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おり、今後も沿岸地域での教育旅行、周遊滞在旅行のコンテンツとして、さらに活用していく必要があります。



〔北山崎〕

(4) 「北海道・北東北の縄文遺跡群（御所野遺跡）」の世界遺産登録に向けた取組

一戸町の御所野遺跡は、「北海道・北東北の縄文遺跡群」の構成資産として、北海道や北東北各県と連携しながら、世界遺産の登録を目指しています。県北地域の代表的な観光資源として活用することにより、今後も、広域的な観光振興や地域活性化につなげていく必要があります。



〔御所野遺跡〕

(5) ユネスコ無形文化遺産「早池峰神楽」、「和食」、「スネカ」など地域に根差した伝統文化

2009年に「早池峰神楽」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことに続き、2013年には「和食 日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産として登録されました。さらに、2018年には「来訪神 仮面・仮装の神々」を構成する行事の一つである吉浜のスネカがユネスコ無形文化遺産として登録されるなど、地域住民のたゆまぬ努力により育まれてきた民俗芸能や祭りなど、高い評価を得ている伝統文化が、本県には多く存在します。



〔もち料理〕

本県が誇る伝統的な文化を住民生活との調和を図りながら、観光資源として活用することにより、観光振興や地域活性化につなげていく必要があります。

¹¹ 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。

(6) 新たな交通ネットワークによる利便性の向上

沿岸地域では、復興道路等の整備により、内陸から沿岸、沿岸を縦断する交通アクセスの利便性が向上してきています。三陸鉄道は、2019年3月23日に、「リアス線」として一貫運行が始まります。また、2018年6月の宮古・室蘭フェリー航路の開設や、これを契機とした北海道胆振総合振興局との連携協定に基づく相互交流により、港を起点とした北海道との観光ルートの構築が促進されます。さらに、2018年8月には、いわて花巻空港・台北桃園国際空港間、2019年1月には、いわて花巻空港・上海浦東国際空港間の国際定期便就航により、岩手と海外を定期便で結ぶ交通インフラが確立されます。

このような新たな交通ネットワークによる利便性向上を活用し、沿岸地域をはじめとした全県の観光振興や地域活性化につなげていく必要があります。



〔宮古・室蘭フェリー〕

(7) 三陸防災復興プロジェクト2019の開催

2019年6月1日から8月7日まで、沿岸13市町村を会場に、震災からの復興に力強く取り組んでいる地域の姿を発信し、国内外からの復興への支援に対する感謝を伝え、さらなる交流の活性化により新しい三陸の創造につなげていくため、総合的な防災復興行事である三陸防災復興プロジェクト2019が開催されます。本プロジェクト開催を契機として、三陸鉄道「リアス線」など新たな交通ネットワークを活用し、震災や復興について学ぶプログラムや、豊かな自然環境、風土・歴史の中で育まれてきた文化や民俗芸能、多彩な食材や郷土料理などを組み合わせた三陸周遊観光を売り込み、その後の誘客拡大につなげるなど、観光産業を柱とした地域経済の活性化を図る必要があります。

(8) ラグビーワールドカップ2019™や東京2020オリンピック・パラリンピックなどの国際スポーツ大会の開催

2019年9月から10月にラグビーワールドカップ2019™が釜石市を含む12開催都市で開催されます。本県においては、フィジー、ウルグアイ、ナミビア、カナダなどの出場国や欧米からの観戦客の来県が見込まれ、国内外とのさらなる交流人口の拡大や地域経済の活性化につなげていく必要があります。

また、2020年の東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会において、本県では参加国・地域の選手等との交流を行うホストタウンや事前キャンプの取組が行われるほか、2020年3月に聖火リレーの聖火を展示する「復興の火」の展示が行われるとともに、2020年6月に聖火リレーが行われる予定です。

こうした機会に、東北の復興をアピールするとともに、国内外からの誘客を拡大し、地域経済の活性化を図る必要があります。



〔釜石鶴住居復興スタジアム〕

(9) 訪日外国人旅行者の拡大

日本に来訪する外国人旅行者が増加し、本県でも、外国人宿泊者数が急増しています。

今後、2019年のラグビーワールドカップ2019™、2020年の東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催などにより、日本に注目が集まることから、外国人のさらなる来訪が期待されており、これを本県への誘客拡大につなげていく必要があります。

(10) 国による日本版DMOの整備・活動の推進

観光地経営の視点に立って、地域の特性を最大限に生かした観光振興を推進するため、観光地づくりを推進する法人であるDMOの整備や活動を推進していくことが重要であり、国においても、日本版DMOの形成・確立を支援しています。

本県では、市町村や広域での日本版DMOの整備等が進められており、2019年1月現在、(公財)さんりく基金(三陸DMOセンター)をはじめ、(一社)宮古観光文化交流協会、(一社)世界遺産平泉・一関DMO、(株)かまいしDMC、(株)八幡平DMOの5法人が、日本版DMO候補法人¹²として登録され、各DMOにおいて、地域資源を生かした観光地づくりの取組等が進められています。今後においても、それぞれの地域の特性を踏まえ、地域の多様な主体の参画による地域DMO・地域連携DMOの整備や活動を促進し、各地で魅力ある観光地づくりを進めていく必要があります。

¹² 日本版DMO候補法人：日本版DMOの候補となり得る法人のこと。地域において日本版DMOの役割・機能を担おうとする法人が作成した日本版DMO形成・確立計画を観光庁において審査し、観光庁が定めるDMOの登録要件の全てに該当している場合は、日本版DMO法人として登録され、一部に該当している場合は、日本版DMO候補法人として登録されるもの。

4 みちのく岩手観光立県第2期基本計画（前計画）の総括

県では、2018年度まで、前計画（2014年度～2018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¹³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、外国人宿泊者数は震災前の水準を大幅に上回り、過去最多となりましたが、沿岸地域における観光入込客数は、震災前の7割程度の状況であることなどから、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、沿岸地域をはじめとした全県へのさらなる誘客を促進し、観光消費の拡大による県内経済の活性化を図る必要があります。

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) 地域資源を生かした魅力的な観光地づくり

| 主な実施内容と成果 | 今後の課題 |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ 2つの世界遺産や食などの地域資源を組み合わせた旅行商品や消費性向の高い観光客を対象とした高付加価値型の旅行商品造成などを支援した。 ○ 橋野鉄鉱山のARアプリの開発など、世界遺産をはじめとする観光コンテンツのブラッシュアップに取り組んだ。 ○ 2016年4月に、三陸DMOセンターを設置するとともに、DMO整備や活動促進に向けた研修会を開催（2016-2017年度で、計3回開催、147名出席）するなど、DMOによる観光地づくりの取組を支援した。 ○ 地域と連携して観光地のモデル形成に取り組み、モデル数は2017年度末で沿岸地域を中心に13事例となった。 ○ 本県では、(公財)さんりく基金（三陸DMOセンター）をはじめ、(一社)宮古観光文化交流協会、(一社)世界遺産平泉・一関DMO、(株)かまいしDMC、(株)八幡平DMOの5法人が、DMO候補法人として登録された。 ○ 上記取組の実施等により、ICTを活用した観光コンテンツの磨き上げや高付加価値型の旅行商品造成・販売などが促進されるとともに、地域資源を生かした観光地づくりが進められた。 | <p>引き続き、本県への誘客を促進し、観光消費の拡大を図るため、岩手ならではの観光資源を生かした旅行商品造成や観光コンテンツ開発を支援するとともに、日本版DMOの整備・活動支援等を通じて、地域の多様な主体の参画による観光地づくりを推進する必要があります。</p> |

¹³ 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。

(2) 観光人材の育成や二次交通などの受入態勢の整備

| 主な実施内容と成果 | 今後の課題 |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ (公財) 岩手県観光協会によるおもてなしの心向上研修会の開催(年1回開催、2014-2017年度で延べ251人出席)等により、宿泊・観光施設等におけるホスピタリティの向上などの取組を支援するとともに、県内旅館・ホテルの若手社員を対象とする研修会(2016-2017年度で4回開催、75人出席)により、若手社員の意欲向上、ネットワーク形成を支援した。 ○ 沿岸地域においては、三陸DMOセンターと連携し、三陸の観光地づくりを担う人材(三陸観光プランナー)を育成した(2016-2017年度で46人受講)。 ○ 沿岸地域を訪れる宿泊・日帰りバスツアー、世界遺産や御所野遺跡を核とした周遊バスツアーなどの造成支援により二次交通の充実を図った(2016-2017年度で助成実績339件、12,407人)。 ○ 上記取組の実施等により、宿泊施設等における観光産業を担う人材や沿岸地域での観光地づくりを担う人材の育成が進むとともに、バスツアー商品造成を柱とした二次交通の整備が促進した。 | <p>引き続き、地域資源を活用した観光地づくりを担う人材育成に取り組むとともに、広域観光を促進するため、バス、タクシー、レンタカーなどの二次交通のさらなる充実など、受入態勢の強化を図る必要がある。</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 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ 岩手県観光ポータルサイト「いわての旅」やSNS等を活用し、本県のタイムリーな情報を国内外に発信した。また、ポータルサイトについては、モバイル端末でも閲覧しやすいように改良した。 ○ 「世界遺産の國、いわて。観光キャンペーン」(2016年)、「希望郷いわて国体・希望郷いわて大会観光キャンペーン」(2016年)、「いわて三陸復興・絆・観光キャンペーン」(2018年)などを展開するとともに、JR東日本と連携し、冬季誘客キャンペーンを実施するなど、国内外からの誘客拡大に向けた取組を行った。 ○ コンベンション¹⁴誘致拡大に向けたセールス活動等を展開するとともに、コンベンション誘致の効果を県内全域に波及させるため、三陸地域へのエクスカッション¹⁵実施を支援した(2015-2017年度で補助実績22件)。 ○ 上記取組の実施等により、2017年の本県の観光入込客数は、ほぼ震災前の2010年の水準となるとともに、外国人宿泊者数は震災前の2010年の水準を大きく上回った。 | <p>観光客の視点に立ち、SNS等を活用した情報発信を強化するとともに、復興道路の整備、三陸鉄道「リアス線」の一貫運行、宮古・室蘭フェリー航路の開設、いわて花巻空港における台北、上海国際定期便の就航などの新たな交通ネットワークや、三陸防災復興プロジェクト2019、ラグビーワールドカップ2019TM釜石開催、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催などの好機を生かした国内外からの誘客拡大に取り組む必要がある。</p> |

¹⁴ 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。

¹⁵ エクスカッション：会議プログラムの一部として、会議参加者及びその同伴者のために計画された小旅行や遊覧。

(4) 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"> ○ 国の東北観光復興対策交付金を活用し、東北6県等と連携したプロモーション等の展開により外国人観光客の増加を図った(2017年 18.8万人泊(前年比42.3%増))。 ○ トップセールスや季節に応じた観光プロモーションの展開により、2018年8月には、いわて花巻空港・台北桃園国際空港間、2019年1月には、いわて花巻空港・上海浦東国際空港間の国際定期便が就航した。 ○ 宿泊施設等が実施する無料公衆無線LAN環境やトイレの洋式化整備等の支援(支援施設121施設)により外国人受入態勢の充実を図った。 ○ 上記取組の実施等により、2017年の外国人宿泊者数は、震災前の2010年の約2.1倍と過去最多となるなど、大幅に増加した。 | <p>震災前の2010年との比較では、外国人宿泊者数の伸び率が全国を下回っており、さらなる誘客拡大に向け、東北広域で連携したプロモーションの展開や、無料公衆無線LANなどの情報通信技術(ICT)環境整備、公共施設等における案内表示の多言語化、キャッシュレス決済対応等の受入環境整備などに取り組む必要がある。</p> |

(5) 三陸沿岸観光の再構築

| 主な実施内容と成果 | 今後の課題 |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ 東日本大震災津波及び平成28年台風第10号により被災した宿泊施設の早期の営業再開を支援した(グループ補助金による支援54件、地域なりわい再生緊急対策交付金による支援12件)。 ○ 2016年4月に設置された三陸DMOセンターと連携し、沿岸地域における観光人材の育成や旅行商品の造成支援などにより、沿岸地域の観光地づくりの推進を図った(体験プログラム開発・見直し135件)。 ○ 震災学習を中心とした教育旅行を三陸観光の柱として推進するため、震災学習の一元的な窓口機能を担うプラットフォームの強化・拡充を図るとともに(教育旅行に係る旅行会社担当者等招請数139人)、首都圏や中部圏などを対象とした企業研修の誘致(研修担当者招請数99人)に取り組んだ。 ○ 三陸ジオパークへの理解とジオサイトを核とした広域周遊を促進するため、三陸ジオパークに関する冊子やパネル、案内板の作成や、拠点施設への展示コーナーの設置、ジオサイトの物語性のある解説を入れたVR¹⁶動画による情報発信等を行い、来訪者に対する情報提供の充実と受入態勢の整備を図った。 ○ 上記取組の実施等により、2017年の沿岸13市町村の教育旅行客数は、震災前の2010年の約1.4倍となったが、沿岸13市町村の観光入込客数は、震災前の7割程度の状況である。 | <p>引き続き、沿岸地域の固有のコンテンツである震災遺構や震災語り部を活用した復興ツーリズムの推進などが必要である。</p> <p>また、東日本大震災津波からの観光地の再生に向けた観光地づくりへの支援や、核となる観光コンテンツと周辺コンテンツを組み合わせた旅行商品の開発・売込みへの支援が必要である。</p> <p>さらに、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2019TM釜石開催以降も継続的に沿岸地域への誘客を図るため、新たな着地型旅行商品づくりを担う人材の育成や観光コンテンツ開発の支援などに取り組む必要がある。</p> |

¹⁶ VR:Virtual Reality(仮想現実)の略。人間の感覚器官に働きかけ、現実ではないが実質的に現実のように感じられる環境を人工的に作り出す技術の総称。

5 本県観光の課題等

本県への来訪者の本県観光に対する期待内容と満足内容の調査結果（14～15 ページ）においては、来訪前には、「自然景観」、「食」に期待している方が多い一方、来訪してみると、「体験・イベント」、「人との交流」、「温泉」など、再来訪につながるものが期待される「コト」に対して満足を感じている方が多くなっています。

このような調査結果を基に、体験型の観光コンテンツのより一層の充実や、期待イメージとして持たれている「自然景観」、「食」との組み合わせによる旅行商品の造成や売込みを強化するなど、現状と課題を踏まえ、以下の取組を進めていく必要があります。

(1) 幅広い分野と連携した観光地づくりの推進

本県の観光消費額は、東日本大震災津波の発災後、減少し、その後、横ばいに推移してきましたが、2017年には増加し、概ね震災前の水準となっているところです。さらに、観光消費額を増加させ、地域経済を活性化させていくためには、観光事業者のみならず、商工、交通、農林水産、文化、スポーツ、環境、教育等の様々な分野に携わる方々や地域住民等も参画した観光地づくりなどに取り組んでいく必要があります。

(2) 観光消費を促す旅行商品の開発・売込みの促進

人口減少の進展により、観光入込客数の大幅な伸びは期待できないことから、観光消費を促すため、県内をより広く周遊し、より長い滞在を促進する旅行商品や、食や体験などの観光コンテンツを組み合わせた高付加価値型の旅行商品の開発や売込みに取り組んでいく必要があります。

(3) 外国人観光客の一層の誘客拡大

2017年における本県の外国人宿泊者数は過去最多の約18万8千人泊となっていますが、震災前の2010年との比較では、全国の伸び率284.1%に対して本県の伸び率が206.6%と全国を下回っている状況です。

国では、2020年までに東北6県の外国人宿泊者数を2015年比で3倍にするという目標を掲げていることを踏まえ、外国人観光客のさらなる誘客拡大に向け、引き続き、東北6県と連携したプロモーションの展開や、今後、増加が見込まれる外国人個人旅行者（FIT）の受入環境の整備促進などに取り組んでいく必要があります。

(4) マーケットイン¹⁷の視点による観光地づくりの推進

来訪者の観光消費の拡大を促進し、地域の観光産業を持続的に発展させていくためには、観光地経営の視点に立った観光地づくりを進めていく必要があります。

このため、マーケットインの視点を持ち、観光地づくりを牽引する人材育成を図るとともに、日本版DMO等の観光地づくりを推進する組織の整備と活動の促進により、地域資源を生かした魅力的な観光地づくりなどに取り組んでいく必要があります。

¹⁷ 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。

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。

観光は裾野の広い産業であることから、多様な分野との連携により、総合産業として確立することで、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。

については、みちのく岩手観光立県第3期基本計画では、以下を基本施策として、観光の振興に取り組みます。

○基本施策

1 「観光で稼ぐ」地域づくりの推進

地域経済の好循環を生み出す総合産業としての観光産業の振興を図るため、観光事業者のみならず、幅広い分野の事業者、関係者の参画による「観光で稼ぐ」との意識に基づく観光地づくりの取組を推進します。

2 質の高い旅行商品の開発・売込み

観光消費を拡大するため、復興道路等の新たな交通ネットワークを活用し、県内をより広く周遊し、より長く滞在する旅行商品や、岩手ならではの地域資源を活用した高品質な旅行商品の開発や売込みを促進します。

3 外国人観光客の誘客拡大

外国人観光客の誘客を拡大するため、東北各県との広域連携も図りながら、市場の特性に応じたプロモーションの展開、受入環境整備などを促進します。

4 売れる観光地をつくる体制の整備促進

地域において、観光消費を促す、売れる観光地をつくるため、観光産業を担う人材育成や、日本版DMOなどの観光地づくりを推進する組織の整備と活動を促進します。

1 目指す姿

観光産業を地域経済に好循環をもたらす総合産業として確立するとともに、観光消費の拡大を図り、県経済の活性化を目指す。

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1期アクションプランー政策推進プランーの目標値との整合性を図っているものです。

目標値設定の考え方等については、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。

(1) 目指す姿の目標値

| 指標名 | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-------|----|---------------|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 観光消費額 | 億円 | 1,816.4 | 1,858.7 | 1,901.1 | 1,943.4 | 1,985.8 | 2,028.1 | 2,070.4 |

(2) 観光振興に関する施策の目標値

○基本施策1 「観光で稼ぐ」地域づくりの推進

| 指標名 | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--|----|---------------|---------------|------|------|------|------|------|
| ①観光消費額単価 (日本人・県外・宿泊) | 千円 | 33.1 | 33.7 | 34.2 | 34.8 | 35.4 | 36.0 | 36.6 |
| ②観光消費額単価 (外国人・宿泊) | 千円 | 44.4 | 45.5 | 46.6 | 47.7 | 48.8 | 49.9 | 51.0 |
| ③三陸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 | - | - | 3 | 7 | 10 | 13 | 16 |

※③は年度集計

○基本施策2 質の高い旅行商品の開発・売込み

| 指標名 | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|-----|---------------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①宿泊者数(延べ人数・全施設) | 万人泊 | 607.6 | 611.9 | 617.1 | 623.5 | 625.8 | 628.1 | 630.6 |
| ②本県観光に対する満足度がきわめて 高い人の割合(全体) | % | 43.6 | 44.9 | 46.2 | 47.4 | 48.7 | 50.0 | 51.3 |
| ③三陸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 | - | - | 3 | 7 | 10 | 13 | 16 |

※③は年度集計

○基本施策3 外国人観光客の誘客拡大

| 指標名 | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------|-----|---------------|---------------|------|------|------|------|------|
| ①外国人宿泊者数 (延べ人数・全施設) | 万人泊 | 18.8 | 23.1 | 28.3 | 34.7 | 37.0 | 39.3 | 41.8 |
| ②外国人観光客等受入態勢新規整 備施設数(累計) | 施設 | - | - | 40 | 80 | 120 | 160 | 200 |

※②は年度集計

○基本施策4 売れる観光地をつくる体制の整備促進

| 指標名 | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------------------|----|---------------|---------------|------|------|------|-------|-------|
| ①本県への再来訪意向を持つ人の 割合 | % | 80.1 | 82.0 | 84.0 | 86.0 | 88.0 | 90.0 | 92.0 |
| ②人材育成研修受講者数(延べ人 数)(累計) | 人 | - | - | 300 | 600 | 900 | 1,200 | 1,500 |

※②は年度集計

第4章 観光振興に関する施策

4つの基本施策について、県、市町村、観光に関連する団体、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。

1 「観光で稼ぐ」地域づくりの推進

観光事業者のみならず、農林水産、文化、スポーツなど多様な主体の参画による観光地づくりを促進するとともに、域内調達を高めるなど、産業間・分野間における連携強化を図ることにより、観光産業を地域経済に波及をもたらす総合産業として確立し、観光で稼ぎ、観光で潤う地域づくりを推進します。

(1) 観光事業者等の経営力強化と生産性向上

- ・ 宿泊、飲食、小売業などの観光事業者をはじめ、関連する事業者への経営指導・支援により、個々の事業者の経営力の強化や生産性の向上を図ります。
- ・ 地域の事業者間の連携による、宿泊と食事の提供を分ける泊食分離や消耗品・備品・食材などの共同購買、ワークシェアリング、インターンシップなどの導入を促進することにより、地域全体の経営力の強化や生産性の向上を図ります。

(2) 多様な主体の参画による観光地経営の促進

- ・ 商工、交通、農林水産、文化、スポーツ、環境、教育等の分野に携わる方々や地域住民等の参画による観光地経営を促進し、新たな観光ビジネスの創出を促進します。
- ・ 地域における多様な分野、産業の連携強化を促進し、観光コンテンツの柱となる特産品・食材・体験などの地域資源の生産体制やサービス提供体制の充実を図ります。

(3) 多様な地域資源の活用による観光資源としての価値の創造

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、住民生活や地域産業との調和を図りながら観光資源としてその価値を創造するとともに、広く発信し、活用します。



〔スタンドアップパドルボード（SUP）を楽しむ旅行者の様子〕

(4) 幅広い分野との連携による取組の推進

- ・ 地域の伝統産業をはじめとする地域産業の工房や工場などの施設見学、仕事体験、農林水産業の体験等の産業観光コンテンツの磨き上げや売込みを行うことにより、地域の産業の振興につなげます。
- ・ 地場産品や農林水産物を活用した、観光コンテンツの磨き上げや売込みを行うことにより、地域における観光消費の拡大と地場産品の販路拡大につなげます。
- ・ 地域の多彩な農林漁家の生活体験、食文化などの地域資源を活用した観光コンテンツの磨き上げや、これを生かしたグリーン・ツーリズム¹⁸などのテーマ性のある体験ツアーの売込みを行います。
- ・ 地域の歴史的文化財や民俗芸能などの伝統文化を活用した観光コンテンツの磨き上げや売込みを行います。
- ・ 若者に人気のあるマンガなどの本県ならではの観光コンテンツの磨き上げや売込みを行います。
- ・ 世界的、全国的なスポーツ大会・合宿、本県の豊かな自然を生かしたスポーツアクティビティを活用した観光コンテンツの磨き上げや、これを生かしたスポーツツーリズム¹⁹などの売込みを行います。
- ・ 大学をはじめ学術研究機関と連携し、地域資源を生かした観光コンテンツの発掘・磨き上げを行います。
- ・ I L Cを活用したサイエンスツーリズムやエコツーリズムの売込みを行います。
- ・ 観光施設や宿泊施設等のユニバーサルデザイン²⁰対応を促進することにより、人にやさしいまちづくりにつなげます。
- ・ 観光事業者と生活環境分野とが連携し、地域住民の生活環境との調和を図りながら、観光産業の振興を促進します。



〔県産品フェアの様子〕



〔教育旅行による農山漁村地域の体験の様子〕



〔キャラクターを活用したイベントの様子〕



〔留学生モニターツアーの様子〕

¹⁸ 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。

¹⁹ 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。

²⁰ 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。

(5) 多様なニーズに対応する宿泊施設等の受入態勢整備に関する調査・研究

県内の宿泊滞在型観光を促進するため、高級志向など多様なニーズに対応する宿泊施設等の受入態勢整備に関する調査・研究を進めます。

(6) 震災・復興の伝承にもつなげる教育旅行や企業研修旅行誘致

東日本大震災津波と震災からの復興の記憶と教訓を後世につなげるため、県外の学校関係者や旅行会社等に対し、震災学習の意義や農山漁村地域の体験活動などの多様な観光資源の魅力、地域交流の教育的効果を伝えるとともに、観光事業者等による効果的な学習プログラムの提案を支援するなど、震災学習を中心とした教育旅行や企業研修等の誘致を推進します。



〔修学旅行誘致説明会の様子〕

(7) 沿岸地域の固有のコンテンツを生かした復興ツーリズムの促進

高田松原津波復興祈念公園、東日本大震災津波伝承館（いわて TSUNAMI メモリアル）、震災遺構、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、沿岸地域の固有のコンテンツを効果的に情報発信し、これらを活用した復興ツーリズムなどの促進を図ります。



〔高田松原津波復興祈念公園完成イメージ図〕

(8) 北いわての特性を生かした誘客の促進

北海道・北東北の縄文遺跡群の構成資産である御所野遺跡をはじめ、浄法寺塗等の工芸品、雑穀、日本酒、ワイン等の豊かな食文化、スキー等のスノーコンテンツ、高原牧場、温泉等の観光コンテンツの磨き上げや、これを生かした北東北各県との連携による、広域周遊ルートの構築などにより、北いわてへの誘客拡大を図ります。



〔浄法寺漆〕

2 質の高い旅行商品の開発・売込み

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などによる売込みにより、観光消費の拡大を図ります。

(1) 高付加価値型の旅行商品造成の促進

「平泉の文化遺産」「明治日本の産業革命遺産（橋野鉄鉱山）」の2つの世界遺産、世界遺産登録を目指す「御所野遺跡」、「十和田八幡平国立公園」「三陸復興国立公園」の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。

特に、三陸防災復興プロジェクト2019の開催を契機として、三陸鉄道と三陸の食・自然・体験を組み合わせた沿岸縦断型の宿泊旅行商品や、震災学習や食などをテーマとした高付加価値型旅行商品の造成・販売を促進し、三陸をより広く周遊し、より長く滞在する広域周遊観光を定着させることにより、観光産業を柱として地域経済に好循環をもたらす、「観光で稼ぐ三陸」のモデルを構築します。



〔三陸の食〕

(2) 広域周遊滞在型の旅行商品造成の促進

- ・ 復興道路整備などによる道路網、三陸鉄道「リアス線」の一貫運行などによる鉄道網、宮古・室蘭フェリー航路の開設やクルーズ船寄港による海路、いわて花巻空港への国際定期便就航による空路など、「陸・海・空 新観光流動」を生かして県内をより広く周遊し、より長く滞在する旅行商品造成を促進するとともに、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、広域観光を促進します。
- ・ 早朝観光やナイト観光などのコンテンツの充実により宿泊観光を促進するとともに、各分野との連携のもとで、様々な分野のイベント開催等と連動した「ワンモアステイ」（観光でもう一日、もう一泊）の売込みを促進します。



〔三陸鉄道〕

(3) 多様なニーズに対応した旅行や閑散期の需要を喚起する旅行商品造成の促進

- ・ 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。
- ・ 各観光地の入込において、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の開発や売込みを促進します。

特に、年間で閑散期といわれている冬期には、スキーやスノーボードのほか、山岳ガイドと歩く雪上ツアーや、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、三陸鉄道こたつ列車など「季節限定」の観光コンテンツを組み合わせた旅行商品造成を促進します。



〔スカイランタンイベントの様子〕

(4) 誰もが安心して旅行を楽しむことができる環境の整備

宿泊施設等のバリアフリー対応の状況などの情報について、(公財)岩手県観光協会と連携して広く発信するとともに、宿泊施設等の受入環境の整備を一層促進し、高齢者や障がい者など誰もが安心して旅行を楽しむことができる環境の充実を図ります。



〔(公財)岩手県観光協会のホームページ〕

(5) 付加価値の高いサービスを提供するための受入環境の整備

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ハード・ソフト両面での受入環境の整備を促進します。

(6) 広域連携によるプロモーションの展開

東北各県や北東北三県との広域連携により、観光情報の発信や旅行商品の造成など、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するとともに、スケールメリットを生かした広域的なプロモーションや観光キャンペーンを展開し、東北及び本県の認知度向上や国内外からの観光客の誘客を図ります。



〔冬の東北送客キャンペーン キックオフイベントの様子〕

(7) 観光キャンペーンなどによる誘客活動の推進

県、市町村、観光事業者、関係団体等の幅広い分野の関係者と連携したオール岩手による観光キャンペーンなどを実施し、首都圏等において情報発信を行うとともに、旅行会社に対して旅行商品造成を働きかけることなどにより、本県への誘客活動に取り組みます。

特に、2つの世界遺産を核とし、多彩な観光コンテンツの組み合わせによる観光ルートづくりを促進するなど、多くの観光客が本県を訪れるよう効果的な情報の発信や旅行商品の造成促進に取り組みます。



〔いわて三陸復興・絆・観光キャンペーンオープニングイベントの様子〕

(8) 情報通信技術（ICT）を活用した情報発信

岩手県観光ポータルサイト「いわての旅」の内容の充実を図るとともに、情報入手手段として活用が進むツイッター、フェイスブックなどのSNS、タブレット端末やスマートフォンに対応したARなどの観光ガイドアプリ等の情報通信技術（ICT）の活用を促進し、観光客の視点に立った情報発信や誘客活動に取り組みます。



〔橋野鉄鉱山AR観光ガイドアプリ〕

(9) コンベンションの誘致促進

コンベンションの開催に伴う大規模な参加者の来訪は、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、産学官が連携し、国内外の学会、各種大会などの大型コンベンションや、これに伴う沿岸地域へのエキスカージョンの誘致に取り組みます。



〔岩手・もりおかコンベンションフェアの様子〕

3 外国人観光客の誘客拡大

東北広域で連携したプロモーションの展開、受入環境の整備と情報発信などの取組により、外国人観光客の誘客拡大を図ります。

(1) 東北広域での連携による誘客の拡大

東北広域で連携したプロモーションの展開や、東北広域二次交通の充実を図るための鉄道、バスを活用した周遊フリーパスの造成支援等により、外国人観光客の東北全体への誘客を促進します。



〔6県連携による高雄旅行博出展の様子〕

(2) 本県への宿泊・滞在を促すプロモーションの展開

- 東北への誘客拡大を本県への入込、特に宿泊者数の増加につなげるため、海外の旅行博への出展、メディア等の招請、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に加え、岩手県観光ポータルサイト「いわての旅」の外国語ページの充実や、情報入手手段として活用が進むツイッター、フェイスブックなどのSNS等の活用を促進し、海外の消費者に直接、本県の魅力をPRします。
- 海外旅行会社に対して、本県の宿泊が含まれる旅行商品造成を働きかけるプロモーションを展開し、海外における本県の知名度向上を図ります。



〔岩手繁体字 Facebook 岩手好好玩〕

(3) 市場のニーズを踏まえたプロモーションの展開

対象市場を明確にし、市場ごとのプロモーションを進めることとしており、いわて国際戦略ビジョン（2017年3月策定）に基づき、最重点市場となっている台湾については、急増している外国人個人旅行者向けのプロモーション機会を増やし、フルシーズンでの誘客拡大と、いわて花巻空港への国際定期便を利用した旅行商品の造成を促進し、重点市場となっている中国、香港及び韓国については、団体旅行をベースとしつつ、外国人個人旅行者向けの旅行商品造成を促進します。

また、開拓市場となっている東南アジア、豪州については、本県の魅力をPRすることにより、認知度向上を図ります。

そのほか、今後の拡大が期待できる欧米市場等については、顧客ニーズ等を把握し、ターゲットに応じた誘客の拡大を図ります。

(4) 新たな市場も見据えた受入環境の整備

- ラグビーワールドカップ 2019™や東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を契機に、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を図るため、宿泊施設・観光施設等における多言語表示や、今後、新たな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ムスリム等の受入環境の整備を支援します。
- 外国人個人旅行者（F I T）の誘客を図るため、プリペイドSIMの販売機や無料公衆無線LAN、キャッシュレス決済などの情報通信技術（ICT）環境整備や、公共施設等における案内表示の多言語化、施設のバリアフリー化などの受入環境の整備を促進するとともに、受入環境に関する情報を積極的に発信し、外国人観光客の利便性を高めます。
- 交通事業者と連携し、県内周遊フリーパスの造成及び周知を支援することにより、外国人個人旅行者などの県内広域周遊と長期滞在を促進します。



〔盛岡駅の案内表示〕

(5) 消費性向の高い客層への対応

各市場における消費性向の高い客層のニーズ等を把握し、これらを踏まえた旅行博への出展や商談会でのPRなどにより、高付加価値な宿泊、食、体験を組み合わせた旅行商品の造成・販売促進を図るとともに、これらに対応した観光消費を促すための宿泊施設等の受入環境の整備を促進します。

(6) 顧客ニーズなどの情報収集の強化

観光客の旅行形態、発地、旅行目的、年代層等に応じた海外市場の顧客ニーズ・満足度やトレンドを把握するため、これらの情報を持つ人材の協力を得て、情報収集力を強化し、ターゲットに即した旅行商品造成の促進とマーケティング活動により、リピーターの確保・拡大を目指します。

(7) クルーズ船寄港を活用した旅行商品造成による誘客と消費の拡大

クルーズ船寄港を活用した旅行商品造成の促進や、クルーズ船社へのポートセールス、寄港に結び付く環境整備に取り組み、沿岸地域への誘客と消費の拡大を図ります。



〔クルーズ船寄港時の歓迎セレモニーの様子〕

(8) いわて花巻空港を活用した旅行商品造成の促進と国際定期便等の利用促進

- 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、同空港への国際定期便等を利用した旅行商品を造成・販売している旅行会社に対して、様々なツアー企画を提案するとともに、招請事業の実施や県内観光関係事業者との商談会等の開催などにより、いわて花巻空港への国際定期便・チャーター便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。
- 官民一体となっ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進めるとともに、県民のパスポート取得や学校交流等の促進を契機とした双方向型の国際交流を推進し、国際線の運航拡大を図ります。



〔いわて花巻空港に就航したタイガーエア台湾便〕

4 売れる観光地をつくる体制の整備促進

マーケットイン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や、日本版DMOの整備・活動を促進します。

(1) 観光地づくりを担う人材の育成

地域の観光産業を持続的に発展させていくため、マーケットインの視点を持ち、地域の観光戦略の企画・実施を行う観光リーダーなど、地域資源を磨き上げ、観光資源としてその価値を創造し、魅力的な観光地づくりにつなげていく、観光産業を牽引する人材の育成を支援します。

(2) 「売れる観光地づくり」を担う日本版DMOの整備・活動の促進

国の支援制度や先進事例を紹介する研修会の開催などにより、地方公共団体、観光関連事業者、地域住民などの地域の多様な主体が参画し、地場産業の発展や住民生活の向上にもつながる日本版DMOの整備と、地域資源を生かした売れる観光地づくりに向けた活動を促進します。



〔観光地域づくりセミナーの様子〕

(3) 三陸DMOセンターと連携した観光地づくりの推進

- 沿岸地域においては、各種データの収集・分析やマーケティング調査に基づき、地域の幅広い分野が連携して観光地づくりを行う三陸DMOセンターを設置しており、同センターが行う、着地型旅行商品造成を担う人材の育成や、地域資源を生かした観光コンテンツ開発、これをつないだ観光ルートの構築についての取組を連携して推進します。
- 観光客に対し、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。



〔三陸観光プランナー養成塾の様子〕

(4) オール岩手の観光推進組織の活動の推進

県や市町村を含め、多様な分野の機関・団体等の参画によるオール岩手の観光推進組織である、いわて観光キャンペーン推進協議会²¹の活動を推進し、観光コーディネーターの設置などによる地域DMO等の観光地づくりの活動への支援、各地域の観光地づくりの取組をつないだ広域観光ルートの構築、二次交通支援などをはじめとしたシームレスなサービス提供の体制づくりを進めます。



【いわて観光キャンペーン推進協議会
総会の様子】

(5) 県民一人ひとりのおもてなしの向上

- ・ 2016年に開催した希望郷いわて国体、希望郷いわて大会のレガシーであるおもてなし力を継承し、県民一人ひとりが、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。
- ・ 宿泊施設・観光施設等の従業員を対象にした、お客様の視点に立ったサービス向上を図る研修会の開催等により、旅行者がまた訪れたいと思うホスピタリティを身に付けた人材の育成を支援します。
- ・ 地域の様々な住民活動団体との連携を強化し、「住んでよし、訪れてよし」の魅力的な観光地づくりを進めます。

²¹ 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。

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

- 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 ビッグデータ²²を活用するなど、観光に関する動態を的確に把握し、機動的・戦略的施策を展開します。
- ③ 市町村、観光に関係する団体、観光事業者、観光分野以外の関連事業者等、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。
- ④ 市町村、観光に関係する団体、観光事業者、観光分野以外の関連事業者等、県民との緊密な連携に努めるとともに、観光振興施策を総合的に推進します。
- ⑤ 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

市町村には、市町村観光協会や、DMO、地域の観光事業者、観光分野以外の関連事業者等、住民と密接な連携のもと、総合産業としての観光産業の振興策を定めるとともに、地域資源を生かした魅力ある観光コンテンツづくりなど、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の役割

① 県レベルの団体の役割

(公財) 岩手県観光協会やいわて観光キャンペーン推進協議会をはじめとする団体には、県、市町村、他の観光に関係する団体や観光事業者、観光分野以外の関連事業者等と密接な連携のもと、観光に関する意識の普及啓発及び人材育成、観光客の受入態勢の整備、地域が行う観光コンテンツの発掘・磨き上げへの支援、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・誘客活動などに取り組むことが期待されます。

²² 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。

② 市町村レベルの団体の役割

市町村観光協会やDMOなど観光に関係する団体には、他の観光に関係する団体や観光事業者、観光分野以外の関連事業者等、住民と密接な連携のもと、観光コンテンツの発掘・磨き上げ、地域の観光産業を総合産業として持続的に発展させていくための観光地づくり、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・誘客活動などに取り組むことが期待されます。

(4) 観光事業者・観光分野以外の関連事業者等の役割

観光事業者のみならず、商工、交通、農林水産、文化、スポーツ、環境、教育等の分野に携わる観光分野以外の関連事業者等には、観光客のニーズにあった多様な体験の提供、継続的な観光コンテンツの発掘・磨き上げや情報発信など、相互の連携のもと、地域経済の活性化に向けて、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。

(5) 県民の役割

県民には、市町村や地域の観光団体が取り組むイベントへの参加や協力、おもてなしの心を持って観光客に接することなどにより、本県のイメージアップ、ファン拡大、リピーターの獲得につながるよう、岩手の観光の魅力を発信する意識を持った取組が期待されます。

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²³」及び外部有識者による「いわて観光立県推進会議²⁴」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。

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。

²³ 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。

²⁴ 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3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 |
|----------------------|-------------|--------|
| 1 (公財)岩手県観光協会 | 理事長 | 谷村 邦久 |
| 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 | 高橋 富一 |
| 4 岩手県中小企業団体中央会 | 会長 | 小山田 周右 |
| 5 岩手県市長会 | 会長 | 谷藤 裕明 |
| 6 岩手県町村会 | 会長 | 山本 賢一 |
| 7 (一社)岩手経済同友会 | 代表幹事 | 高橋 真裕 |
| 8 いわておかみ会 | 会長 | 熊谷 禮子 |
| 9 (特非)岩手県地域婦人団体協議会 | 会長 | 瀬川 愛子 |
| 10 跡見学園女子大学 | 教授 | 安島 博幸 |
| 11 (株)JTBグローバルアシスタンス | 取締役営業部長 | 伊沢 洋平 |
| 12 (株)交通新聞社 | 取締役第2出版事業部長 | 中村 直美 |
| 13 (株)平泉観光レストセンター | 代表取締役社長 | 小野寺 仁 |
| 14 東北まちづくり実践塾 | 代表 | 菊池 新一 |

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 | 佐藤 誠司 |
| 2 岩手県商工会連合会 | 事務局長 | 宗形 金吉 |
| 3 岩手県立大学宮古短期大学部 | 名誉教授 | 宮井 久男 |
| 4 (株) J T B | 盛岡支店長 | 堀内 紀孝 |
| 5 (株)近畿日本ツーリスト東北 | 盛岡支店長 | 岡 定寛 |
| 6 (株)日本旅行東北 | 盛岡支店長 | 柿沼 正人 |
| 7 岩手県北自動車(株) | 常務執行役員観光貸切事業部長 | 平澤 光昭 |
| 8 (公財)岩手県観光協会 | 専務理事兼事務局長 | 高橋 勉 |
| 9 J R 東日本(株)盛岡支社営業部 | 観光推進室長 | 内川 秀人 |
| 10 (一社)八幡平市観光協会 | 事務局次長 | 海藤 美香 |
| 11 (特非)久慈広域観光協議会 | 専務理事 | 貫牛 利一 |
| 12 花巻温泉(株) | 取締役セールス部長 | 佐藤 寿美 |
| 13 (株)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 |
| 14 東日本高速道路(株)盛岡管理事務所 | 副所長 | 高橋 伸 |
| 15 (特非)盛岡まち並み塾 | 事務局 | 金野 万里 |
| 16 (株)道奥 | 代表取締役社長 | 阿部 久美子 |
| 17 (一社)宮古観光文化交流協会 | 事務局 | 島崎 準 |

3. みちのく岩手観光立県第3期基本計画の策定経過

| | |
|-------------|--------------------------|
| 2018年8月7日 | 第1回岩手県観光産業振興本部会議幹事会 |
| 2018年9月5日 | 第1回岩手県観光産業振興本部会議 |
| 2018年9月7日 | 第1回いわて観光立県推進会議幹事会 |
| 2018年9月12日 | 第1回いわて観光立県推進会議 |
| 2018年10月16日 | 第2回岩手県観光産業振興本部幹事会 |
| 2018年10月31日 | 第2回いわて観光立県推進会議幹事会 |
| 2018年11月2日 | 第2回岩手県観光産業振興本部会議 |
| 2018年11月9日 | 第2回いわて観光立県推進会議 |
| 2018年11月19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 |
| 2018年11月28日 | パブリックコメント募集（2019年1月4日まで） |
| 2018年12月14日 | 地域説明会（12月25日まで） |
| 2018年12月19日 | 岩手県商工観光審議会 |
| 2019年1月8日 | 第3回岩手県観光産業振興本部幹事会 |
| 2019年1月9日 | 第3回いわて観光立県推進会議幹事会 |
| 2019年1月18日 | 第3回岩手県観光産業振興本部会議 |
| 2019年1月24日 | 第3回いわて観光立県推進会議 |
| 2019年2月13日 | 基本計画の策定に係る議会の承認議案の提出 |
| 2019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。

5. 目標値設定の考え方等について

(1) 目指す姿の目標値

| 項目 | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------|----|---------------|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 観光消費額 | 億円 | 1,816.4 | 1,858.7 | 1,901.1 | 1,943.4 | 1,985.8 | 2,028.1 | 2,070.4 |
| うち日本人観光消費額 | 億円 | 1,749.6 | 1,780.4 | 1,811.2 | 1,842.1 | 1,872.9 | 1,903.7 | 1,934.5 |
| うち外国人観光消費額 | 億円 | 66.8 | 78.3 | 89.8 | 101.4 | 112.9 | 124.4 | 135.9 |

【目標値設定の趣旨】

目指す姿を達成することにより期待される効果を把握するため設定するもの。

【目標値設定の考え方】

国が策定した「明日の日本を支える観光ビジョン及び観光立国推進基本計画」（以下「国の計画」という。）で掲げる、国の観光消費額の目標値を基に、2017年実績を基準として、毎年約42.3億円の増加を目指すもの。

① うち日本人観光消費額（総額）

国の計画では、2020年までは年平均2.5%ずつ、2020年以降は年平均0.5%ずつ伸ばすこととしており、それを基に2022年の目標値を推計し、毎年約30.8億円伸ばすこととして目標値を設定するもの。

② うち外国人観光消費額（総額）

国の計画では、2020年までは年平均18.0%ずつ、2020年以降は年平均6.5%ずつ伸ばすこととしており、それを基に2022年の目標値を推計し、毎年約11.5億円伸ばすこととして目標値を設定するもの。

(2) 観光振興に関する施策の目標値

○基本施策1 「観光で稼ぐ」地域づくりの推進

| 指標名 | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--|----|---------------|---------------|------|------|------|------|------|
| ①観光消費額単価 (日本人・県外・宿泊) | 千円 | 33.1 | 33.7 | 34.2 | 34.8 | 35.4 | 36.0 | 36.6 |
| ②観光消費額単価 (外国人・宿泊) | 千円 | 44.4 | 45.5 | 46.6 | 47.7 | 48.8 | 49.9 | 51.0 |
| ③三陸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 | - | - | 3 | 7 | 10 | 13 | 16 |

【目標値設定の趣旨】

観光産業を総合産業として確立することにより期待される効果を把握するため設定するもの。

【目標値設定の考え方】

① 観光消費額単価（日本人・県外・宿泊）

国の計画では、観光消費額を2020年までは年平均2.5%ずつ、2020年以降は年平均0.5%ずつ伸ばすこととしている。また、本県の観光入込客数（実人数）は、横ばいで推移すると見込んでおり、観光消費額単価についても、日本人観光消費額同様の伸びで考える必要があることから、これを基に2022年の目標値を推計し、毎年約0.6千円伸ばすこととして目標値を設定するもの。

② 観光消費額単価（外国人・宿泊）

国の計画では、外国人の観光消費額を2020年までは年平均18.0%ずつ、2020年以降は年平均6.5%ずつ伸ばすこととしている。

また、同様に外国人旅行者数については、2020年までは年平均15.2%ずつ、2020年以降は年平均4.1%ずつ伸ばすこととしており、それを基に、観光消費額単価の伸びを試算すると、2020年までは年平均2.4%ずつ、2020年以降は年平均2.3%ずつ伸ばすこととなることから、これを基に2022年の目標値を推計し、毎年約1.1千円伸ばすこととして目標値を設定するもの。

③ 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）

2022年度までに、沿岸市町村で1件に相当する13件を商品化することとし、毎年約3件ずつ伸ばしていくこととして目標値を設定するもの。

（参考1）

1 観光消費額単価（日本人・宿泊・日帰り・県内・県外・外国人別）

| 項目 | | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----|-----|--------|---------------|---------------|------|------|------|------|------|
| 宿泊 | 県内 | (A) 千円 | 16.2 | 16.5 | 16.8 | 17.0 | 17.3 | 17.6 | 17.9 |
| | 県外 | (B) 千円 | 33.1 | 33.7 | 34.2 | 34.8 | 35.4 | 36.0 | 36.6 |
| | 外国人 | (C) 千円 | 44.4 | 45.5 | 46.6 | 47.7 | 48.8 | 49.9 | 51.0 |
| 日帰り | 県内 | (D) 千円 | 3.75 | 3.82 | 3.88 | 3.95 | 4.01 | 4.08 | 4.15 |
| | 県外 | (E) 千円 | 5.59 | 5.68 | 5.78 | 5.87 | 5.97 | 6.07 | 6.18 |

2 観光入込客数（実人数 日本人は2017年実績を維持、外国人は増加）

| 項目 | | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----|-----|---------|---------------|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 宿泊 | 県内 | (F) 万人回 | 182.5 | 182.5 | 182.5 | 182.5 | 182.5 | 182.5 | 182.5 |
| | 県外 | (G) 万人回 | 340.4 | 340.4 | 340.4 | 340.4 | 340.4 | 340.4 | 340.4 |
| | 外国人 | (H) 万人回 | 15.0 | 17.2 | 19.3 | 21.3 | 23.1 | 24.9 | 26.6 |
| 日帰り | 県内 | (I) 万人回 | 419.2 | 419.2 | 419.2 | 419.2 | 419.2 | 419.2 | 419.2 |
| | 県外 | (J) 万人回 | 303.6 | 303.6 | 303.6 | 303.6 | 303.6 | 303.6 | 303.6 |
| 合計 | | 万人回 | 1,260.7 | 1,262.9 | 1,265.0 | 1,267.0 | 1,268.8 | 1,270.6 | 1,272.3 |

3 観光消費額（1の単価×2の観光入込客数）

| 項目 | | | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----|-----|-------|----|---------------|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 宿泊 | 県内 | (A*F) | 億円 | 295.9 | 300.9 | 305.9 | 311.1 | 316.3 | 321.7 | 327.1 |
| | 県外 | (B*G) | 億円 | 1,127.1 | 1,146.1 | 1,165.5 | 1,185.3 | 1,205.0 | 1,225.4 | 1,245.9 |
| | 外国人 | (C*H) | 億円 | 66.8 | 78.3 | 89.8 | 101.4 | 112.9 | 124.4 | 135.9 |
| 日帰り | 県内 | (D*I) | 億円 | 157.3 | 160.0 | 162.7 | 165.4 | 168.2 | 171.1 | 174.0 |
| | 県外 | (E*J) | 億円 | 169.6 | 172.4 | 175.3 | 178.3 | 181.3 | 184.4 | 187.5 |
| 合計 | | | 億円 | 1,816.7 | 1,857.7 | 1,899.3 | 1,941.5 | 1,983.8 | 2,027.0 | 2,070.3 |

※端数処理の関係で、5(1)の数値と若干のずれが生じるもの。

○基本施策2 質の高い旅行商品の開発・売込み

| 指標名 | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|-----|---------------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ①宿泊者数(延べ人数・全施設) | 万人泊 | 607.6 | 611.9 | 617.1 | 623.5 | 625.8 | 628.1 | 630.6 |
| ②本県観光に対する満足度がきわめて高い人の割合(全体) | % | 43.6 | 44.9 | 46.2 | 47.4 | 48.7 | 50.0 | 51.3 |
| ③三陸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 | - | - | 3 | 7 | 10 | 13 | 16 |

【目標値設定の趣旨】

質の高い旅行商品の開発・売込みの効果을把握するため設定するもの。

【目標値設定の考え方】

① 宿泊者数(延べ人数・全施設)

日本人宿泊者数は、震災復興需要の減少を観光宿泊者数の増加で補い、2017年実績値の588.8万人泊の維持を目指すもの。

また、外国人宿泊者数は、国の計画では、2020年までは年平均22.7%ずつ、2020年以降は年平均6.4%ずつ伸ばすこととしており、これを基に、外国人宿泊者数の目標値を設定し、これらの合計を宿泊者数(延べ人数・全施設)の目標値として設定するもの。

② 本県観光に対する満足度がきわめて高い人の割合(全体)

「今回の旅行の総合満足度は」に対する回答の7つの選択肢、「大変満足」、「満足」、「やや満足」、「どちらでもない」、「やや不満」、「不満」、「非常に不満」のうち、最も高い評価である「大変満足」と回答した割合について、2022年に50%にすることを目指し、毎年約1.3ポイントずつ伸ばすこととして目標値を設定するもの。

③ 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)

2022年度までに、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を、沿岸市町村で1人に相当する13人の養成を目指し、毎年約3人ずつ伸ばしていくこととして目標値を設定するもの。

(参考3)

1 宿泊者数(延べ人数・全施設・日本人・外国人別)

| 項目 | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-------------------------|-----|---------------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 宿泊者数(延べ人数・全施設) | 万人泊 | 607.6 | 611.9 | 617.1 | 623.5 | 625.8 | 628.1 | 630.6 |
| うち日本人宿泊者数 (延べ人数・全施設) | 万人泊 | 588.8 | 588.8 | 588.8 | 588.8 | 588.8 | 588.8 | 588.8 |
| うち外国人宿泊者数 (延べ人数・全施設) | 万人泊 | 18.8 | 23.1 | 28.3 | 34.7 | 37.0 | 39.3 | 41.8 |

○基本施策3 外国人観光客の誘客拡大

| 指標名 | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-------------------------|-----|---------------|---------------|------|------|------|------|------|
| ①外国人宿泊者数 (延べ人数・全施設) | 万人泊 | 18.8 | 23.1 | 28.3 | 34.7 | 37.0 | 39.3 | 41.8 |
| ②外国人観光客等受入態勢新規整備施設数(累計) | 件 | - | - | 40 | 80 | 120 | 160 | 200 |

【目標値設定の趣旨】

国際観光の推進の効果を把握するため設定するもの。

【目標値設定の考え方】

① 外国人宿泊者数(延べ人数・全施設)

国の計画では、2020年までは年平均22.7%ずつ、2020年以降は年平均6.4%ずつ伸ばすこととしており、これを基に、外国人宿泊者数の目標値を設定するもの。

② 外国人観光客等受入態勢新規整備施設数(累計)

外国人観光客の受入態勢を新たに整備した施設数について、過去3年間の平均である35施設以上となる毎年40施設の増を目指し、目標値を設定するもの。

○基本施策4 売れる観光地をつくる体制の整備促進

| 指標名 | 単位 | 2017 (現状値) | 2018 (見込値) | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------|----|---------------|---------------|------|------|------|-------|-------|
| ①本県への再来訪意向を持つ人の割合 | % | 80.1 | 82.0 | 84.0 | 86.0 | 88.0 | 90.0 | 92.0 |
| ②人材育成研修受講者数(延べ人数)(累計) | 人 | - | - | 300 | 600 | 900 | 1,200 | 1,500 |

【目標値設定の趣旨】

観光地づくりの進展により、魅力的な観光地が増加した効果を把握するため設定するもの。

【目標値設定の考え方】

① 本県への再来訪意向を持つ人の割合

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」との回答する人の割合を2022年に90%にすることを目指し、毎年約2.0ポイントずつ伸ばすこととして目標値を設定するもの。

② 人材育成研修受講者数（延べ人数）（累計）

人材育成研修受講者について、過去3年間の平均である約270人以上となる毎年300人の受講者数を目指し、目標値を設定するもの。