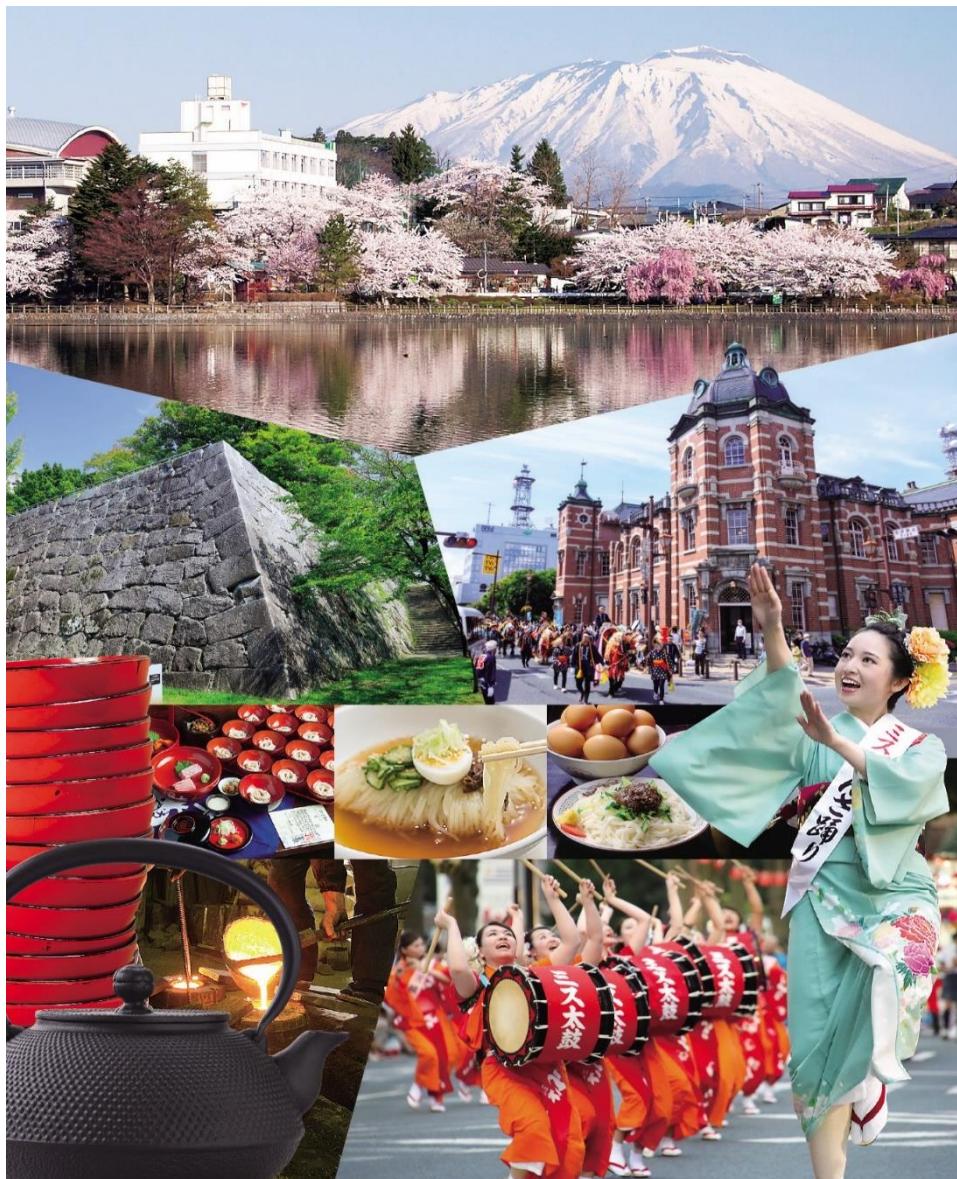


# 盛岡市観光推進計画

令和7年度～令和11年度

世界を舞台に輝きつづける

観光のまち盛岡



令和7年3月

盛岡市



## は じ め に

本市は、岩手山や姫神山などの秀峰を望み、北上川や中津川、零石川などの清流が悠々と流れる「杜と水の都」として知られ、豊かで美しい自然と四季のはっきりした気候、南部盛岡藩の城下町として400年を超える歴史、先人から受け継いだ伝統を背景に、岩手県の県都として発展してまいりました。

中長期的な国内旅行市場の規模縮小が予想される中、令和6年の訪日外国人旅行者数は過去最高の3,687万人を記録し、今後、さらなる増加が期待されております。



本市におきましては、ニューヨーク・タイムズ紙の「2023年に行くべき52カ所」の2番目に選出されたことにより、世界中に本市の魅力が発信され、国内外の認知度が向上しましたが、これを持续・発展させていくための施策の立案・推進が求められております。

令和7年度を初年度とする「輝きが増し 活力に満ち 夢をかなえるまち盛岡」を目指す将来像とする新しい総合計画がスタートし、まちづくりを進めることとしておりますが、少子高齢・人口減少対策に向けて位置付けた「未来創造プロジェクト」の一つである「働きたい・住み続けたい・行ってみたいまち創造プロジェクト」において、特に社会減対策として、観光プロモーションやまつり・イベントの振興、大型キャンペーン等の施策を積極的に取り組むこととしております。

このような中、多様化した観光ニーズに的確に対応した観光施策を展開するため、令和7年度から11年度までを計画期間とする「第5期盛岡市観光推進計画」を策定し、「世界を舞台に輝きつづける観光のまち 盛岡」を目指す姿に掲げ、「観光産業の『稼ぐ力』向上」「効果的な情報発信と戦略的なプロモーション」「広域連携による誘客活動の推進」「インバウンド誘客促進」を最重点戦略に据え、「持続可能な観光地域づくり」「選ばれる観光地域づくり」「広域観光の推進」「国際観光の推進」の4つの施策を戦略的に展開することとしており、本市の魅力を国内外に効果的に発信し、交流人口を増加させるほか、持続可能な観光地域づくりを推進してまいります。

結びに、盛岡市観光審議会委員、観光推進計画企画委員会委員及びアドバイザー委員の皆様をはじめ、計画策定に御尽力いただきました多くの関係各位の皆様に厚くお礼申し上げるとともに、計画の推進に向けて、市民、観光事業者及び観光関連団体等の皆様の御協力を賜りますようお願い申し上げ、挨拶といたします。

令和7年3月

盛岡市長 内舎 茂

# 目 次

## 第1章 計画策定の趣旨

1 経緯	1
2 計画策定の必要性	1
3 計画期間	1
4 位置付け	2

## 第2章 現状と課題

1 少子高齢・人口減少社会の進行	3
2 観光の動向と今後の方向	3
3 盛岡の観光の現状	11
4 第4期盛岡市観光推進計画における成果目標について	21
5 第4期盛岡市観光推進計画基本施策における取組の成果と課題	22
6 ポストコロナ時代を見据えた観光施策における取組の成果と課題	26
7 第4期盛岡市観光推進計画の総括	28
8 盛岡市観光のSWOT分析による課題整理	29

## 第3章 基本方針と目指す姿

1 基本方針（目指す姿）	31
2 基本施策と重点戦略	32
3 成果指標	34
4 アクションプラン	36
(1) 持続可能な観光地域づくり	38
(2) 選ばれる観光地域づくり	48
(3) 広域観光の推進	58
(4) 国際観光の推進	64

## 第4章 計画の推進体制

1 計画の推進体制	68
2 計画の進行管理	69

## [資料編]

用語解説	70
盛岡市観光審議会委員名簿	77
盛岡市観光推進計画企画委員会委員名簿	78
計画策定の経過	79

# 第1章 計画策定の趣旨

## 1 経緯

前計画（第4期計画）は、旅行形態や旅行ニーズの変化などに対応し、観光振興を図るため、令和2年3月に策定され、令和6年度が最終年度となります。

- ・第1期計画 平成11年4月～平成21年3月
- ・第2期計画 平成20年4月～平成27年3月
- ・第3期計画 平成27年4月～令和2年3月
- ・第4期計画 令和2年4月～令和7年3月

## 2 計画策定の必要性

少子高齢・人口減少社会が進む中、交流人口・関係人口の拡大は地域の活性化に不可欠ですが、新型コロナウイルス感染症の影響により、人々のライフスタイル・価値観が変化する等、旅行形態や観光客のニーズは更に多様化しています。

国においては、令和5年3月に観光立国推進基本計画（注1）を改定し、「持続可能な観光」（注2）、「消費額拡大」及び「地方誘客促進」をキーワードに、これまで以上に質の向上を重視した観光へと転換していくことが必要であるとの方向性を打ち出しています。

また、岩手県においては、令和6年3月にみちのく岩手観光立県第4期基本計画（注3）を策定し、「住んでよし、訪れてよしの観光地域づくり」、「地域経済の活性化」などを柱とする観光推進の施策を打ち出しています。

こうした中、盛岡市においても、観光ニーズの多様化や観光を取り巻く環境の変化に的確に対応し、また、「2023年に行くべき52ヵ所」に選出されたニューヨーク・タイムズ紙効果（注4）を持続・発展させていくための取組等、観光分野の中長期的課題を踏まえ、観光施策を総合的かつ効果的に推進するため、将来展望を見据えた新しい観光推進計画を策定する必要があります。

※（注）を付けた用語は、70頁以降の「用語解説」で説明を掲載しています。

## 3 計画期間

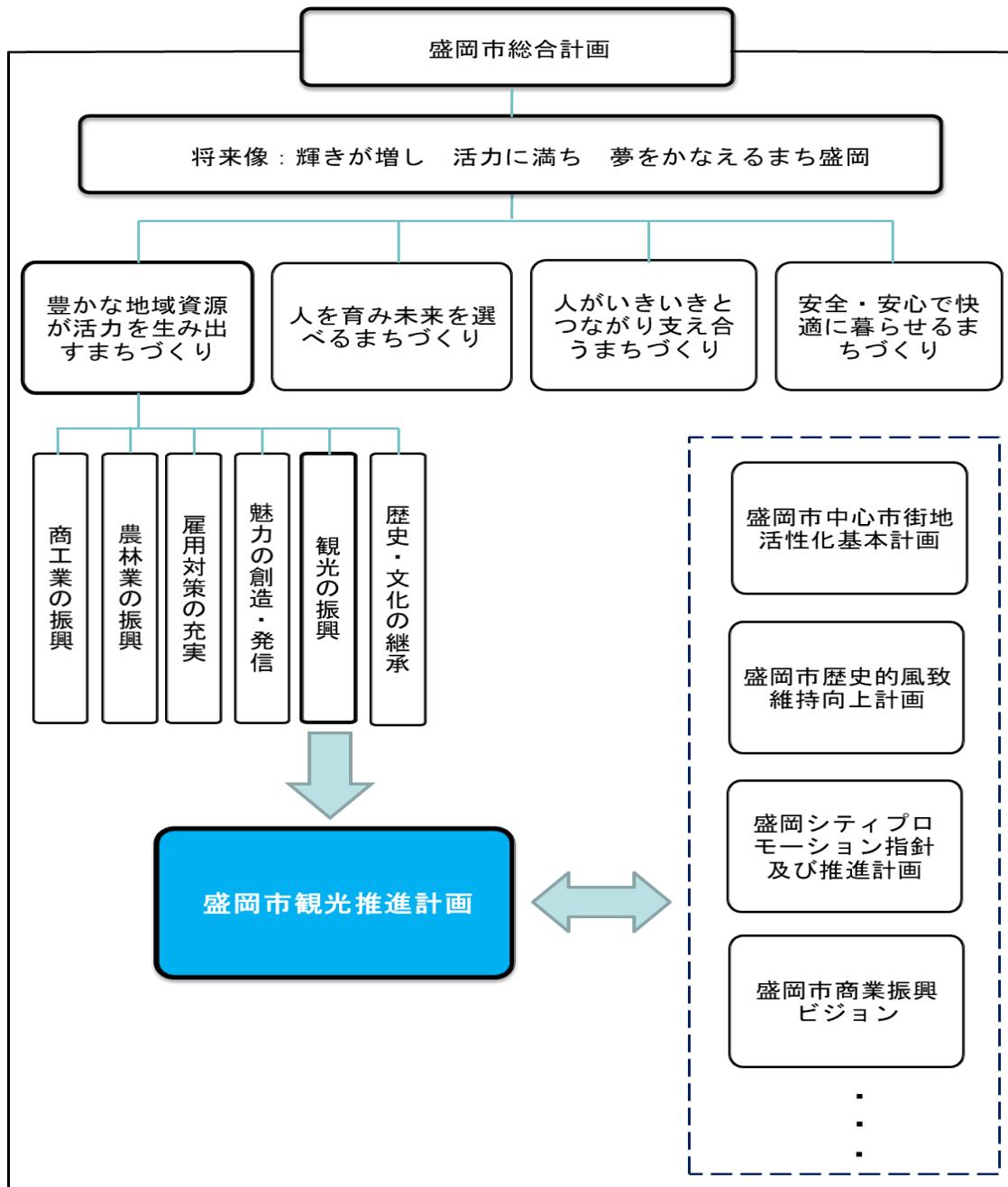
社会経済や観光分野は著しく変化しており、中長期的な展望を視野に入れつつ実効性のある施策を推進するため、本計画の計画期間は令和7年度から11年度の5年間とします。

	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7	R 8	R 9	R 10	R 11
国 観光立国推進基本計画			➡		➡				
県 みちのく岩手観光立県基本計画			➡		➡		➡		
市 観光推進計画			➡		➡		➡		

#### 4 位置付け

本計画は、令和 17 年を目標年次とした（令和 7 年度から令和 16 年度を基本構想とする）「盛岡市総合計画」（注 5）と整合した観光施策の推進を図るための計画であり、「盛岡市中心市街地活性化基本計画（中心市街地活性化つながるまちづくりプラン）」（注 6）、「盛岡市歴史的風致維持向上計画」（注 7）、「盛岡シティプロモーション指針及び推進計画」（注 8）、「盛岡市商業振興ビジョン」（注 9）など関連する既存計画と連携しながら策定することとします。

【図 1】 盛岡市観光推進計画の位置付け

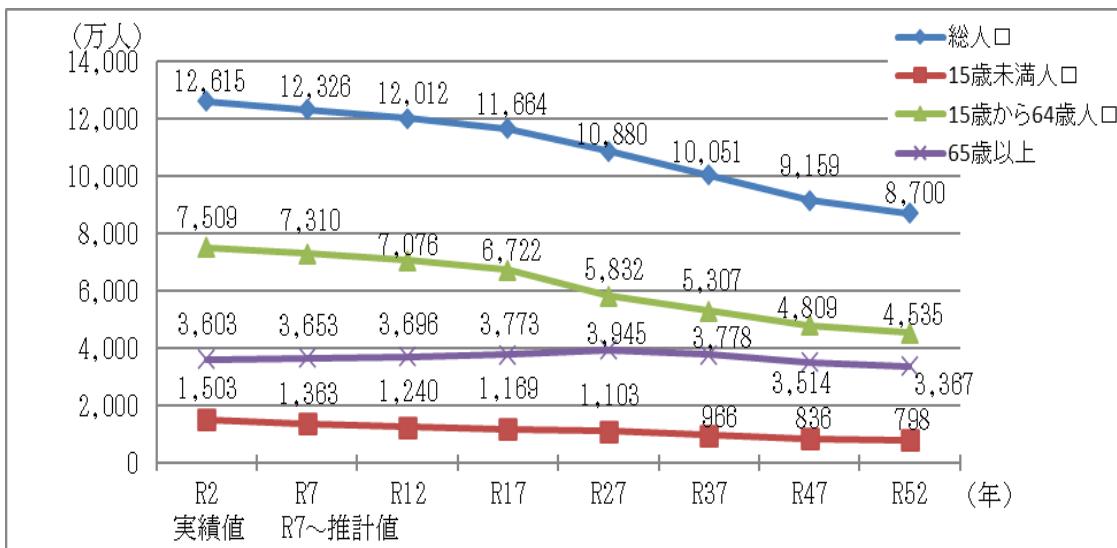


## 第2章 現状と課題

### 1 少子高齢・人口減少社会の進行

日本は少子高齢・人口減少社会が進み、2070年には総人口9,000万人を割り込む見込みとなっています。人口減少に伴い、旅行者数が減少し、国内観光需要の縮小が懸念されることから、交流人口・関係人口を拡大することが、地域経済の活性化に不可欠です。

【図2-1】 年齢区分別将来人口推計（全国）



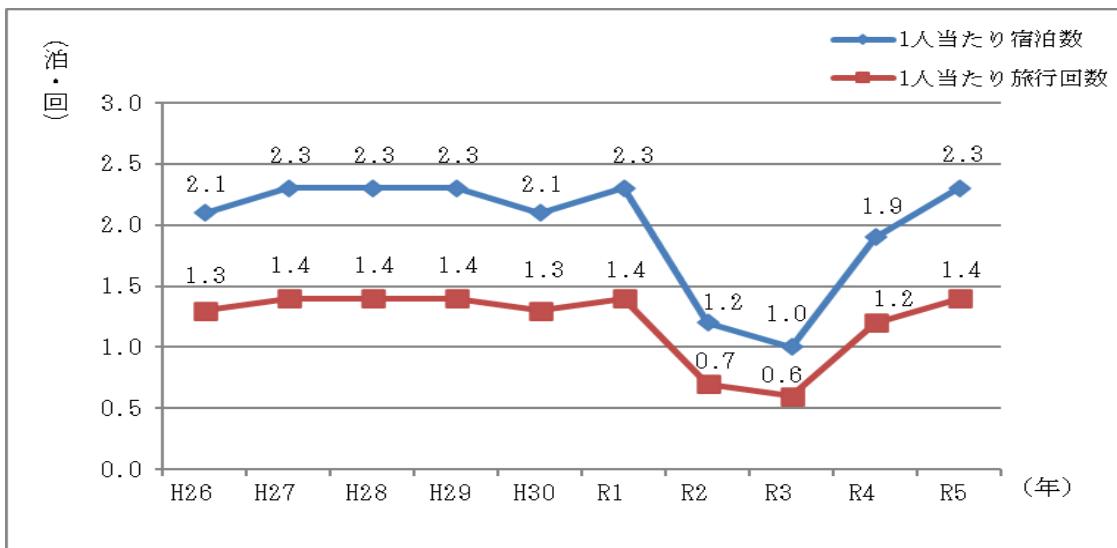
出典：国立社会保障・人口問題研究所 日本の将来推計人口（令和5年推計）

### 2 観光の動向と今後の方向

#### (1) 国内観光の動向

令和5年の国民一人当たりの国内宿泊観光旅行回数は1.4回、同宿泊数は2.3泊で、コロナ禍の減少から回復傾向にあります。

【図2-2】 日本人国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移

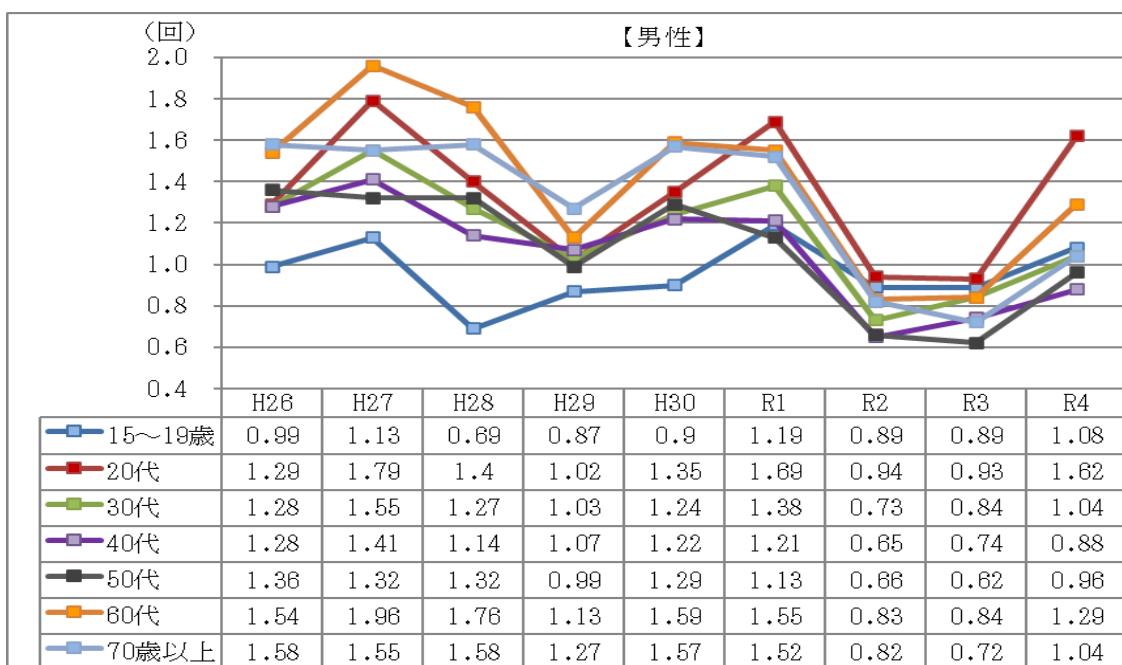


出典：観光庁「観光白書」（令和6年版）

## (2) 性別・年代別国内宿泊旅行の動向

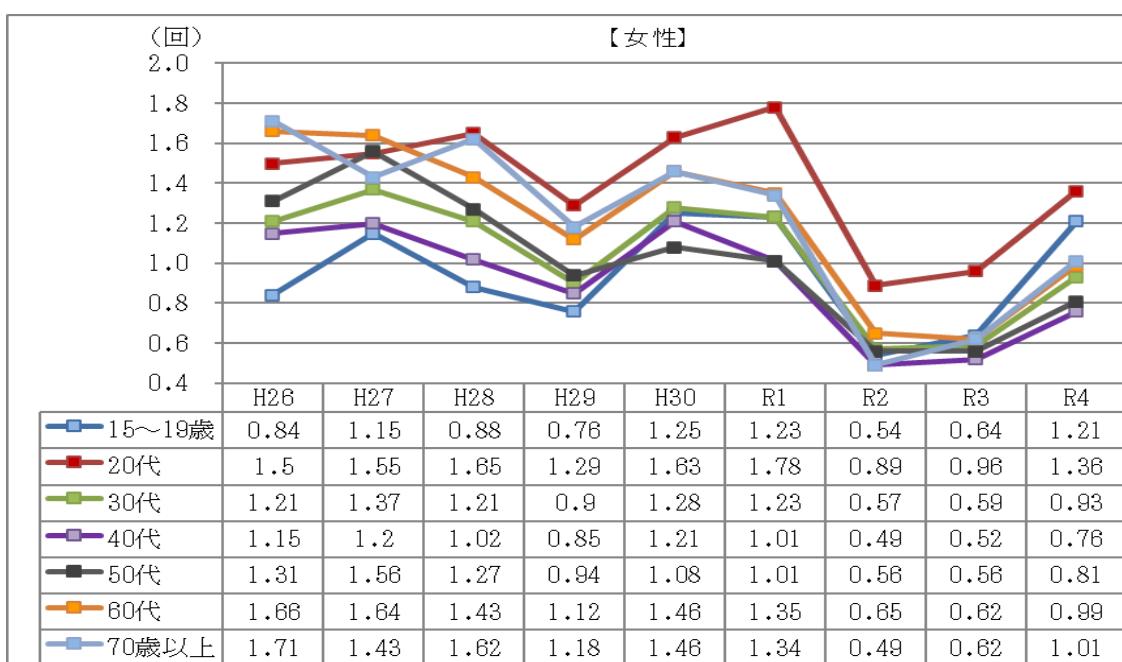
宿泊旅行の参加率を性別・年代別にみると、男女・各年代とも回復傾向にあり、令和4年に最も増加しているのは、男性では20代で前年比0.69回の増加、女性では15～19歳で0.57回の増加となっています。

【図2-3】年齢別国内宿泊旅行参加回数（男性・15歳以上）



出典：公益社団法人日本観光振興協会「令和5年度版 観光の実態と志向～第42回国民の観光に関する動向調査～」

【図2-4】年齢別国内宿泊旅行参加回数（女性・15歳以上）

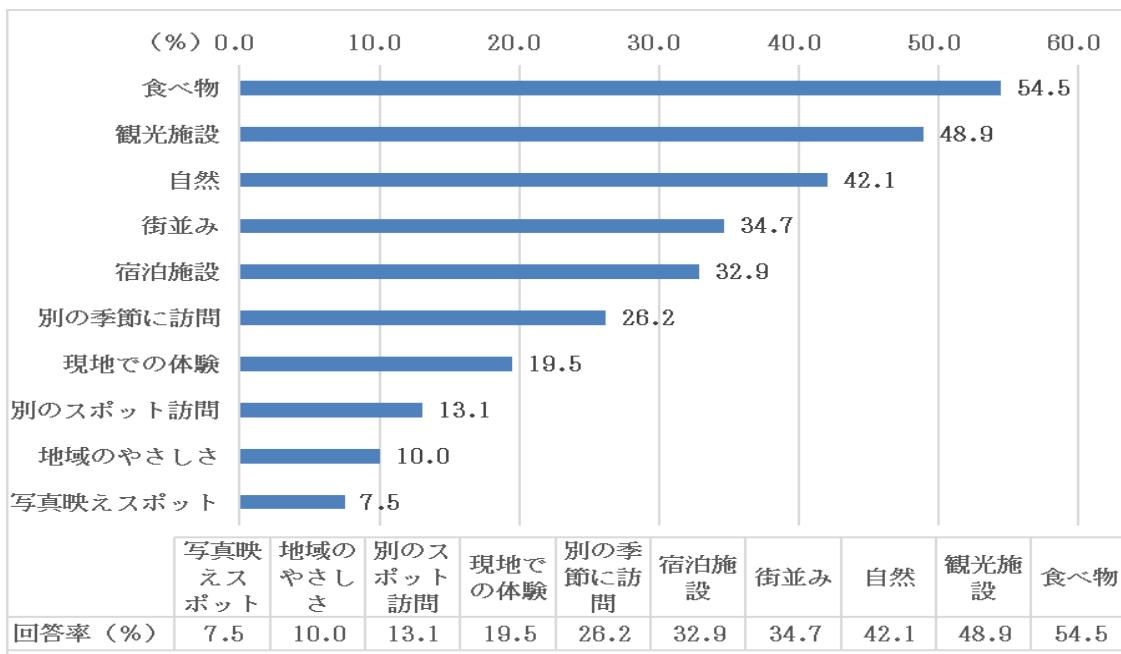


出典：公益社団法人日本観光振興協会「令和5年度版 観光の実態と志向～第42回国民の観光に関する動向調査～」

### (3) 再訪問希望と地域のファンである理由

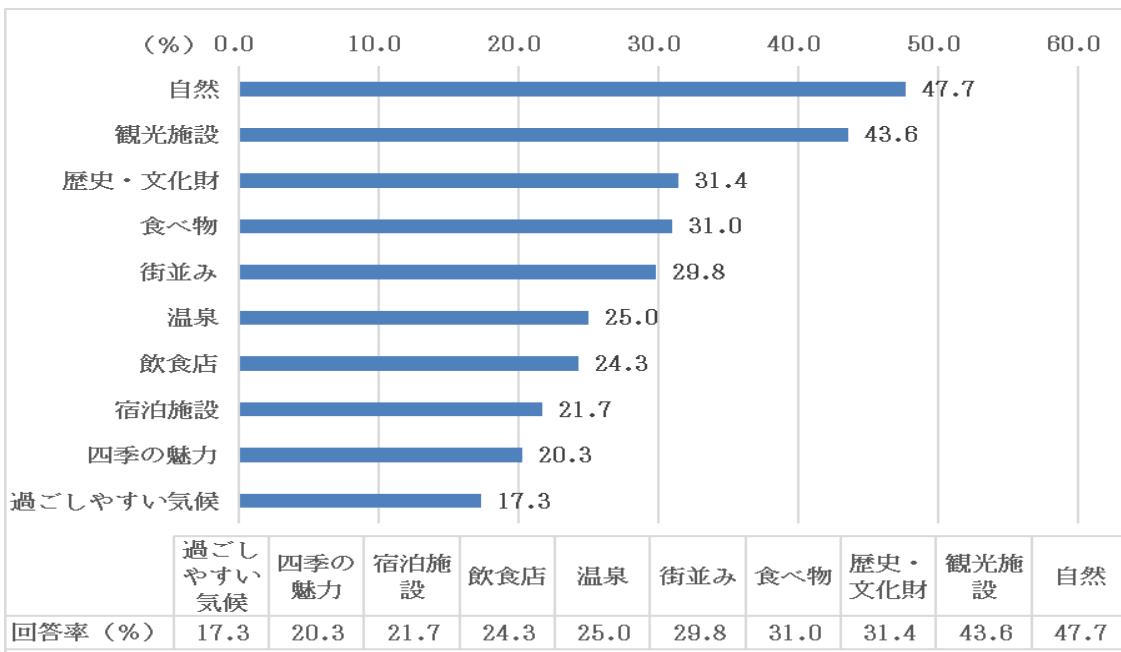
初めて観光旅行に行った地域で再訪を希望する理由や地域のファンと思える理由では、「食べ物がおいしかった」、「自然がすばらしかった」、「魅力的な観光施設や歴史・文化財がある」など、“食”、“自然”、“観光施設”、“歴史、文化財”が上位に挙げられています。

【図2-5】 再訪問希望の理由（複数回答）



出典：公益社団法人日本観光振興協会「令和5年度版 観光の実態と志向～第42回国民の観光に関する動向調査～」

【図2-6】 地域のファンである理由（複数回答）



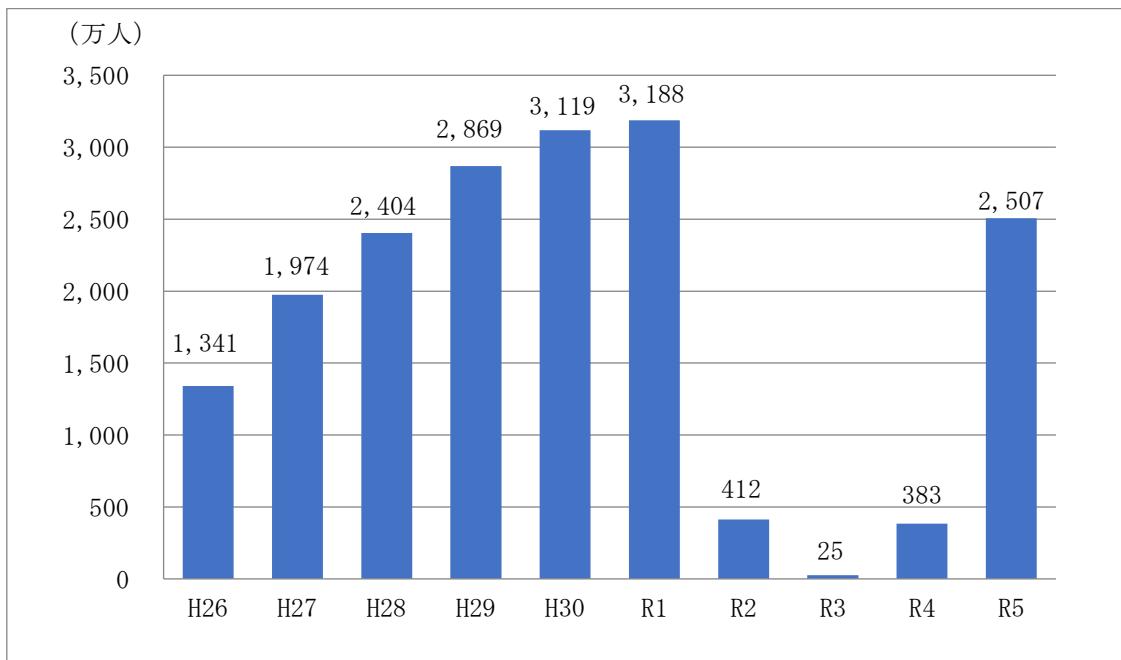
出典：公益社団法人日本観光振興協会「令和5年度版 観光の実態と志向～第42回国民の観光に関する動向調査～」

#### (4) 訪日外国人旅行者の動向

訪日外国人旅行者数は新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年に大幅に減少しましたが、令和5年の訪日外国人旅行者数は2,507万人となり、コロナ禍前の約8割まで回復しています。

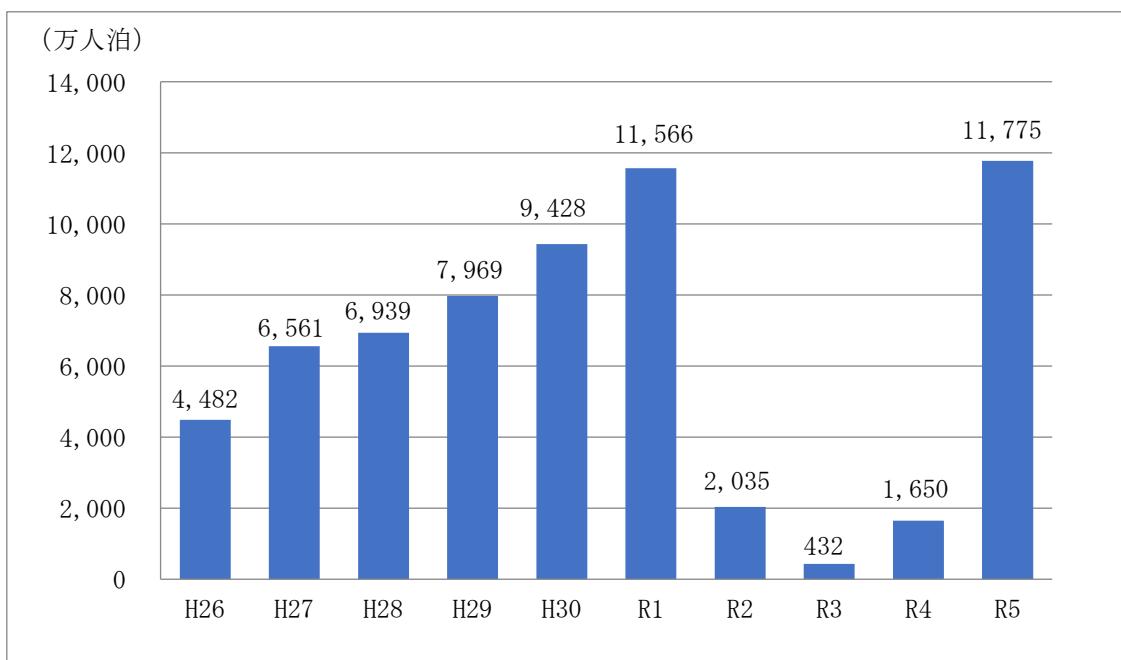
また、令和5年の訪日外国人旅行者の消費額は過去最高の約5.3兆円となり、国が令和5年3月に決定した新たな観光立国推進基本計画の目標「5兆円」を達成しました。

【図2-7】 訪日外国人旅行者数の推移(全国)



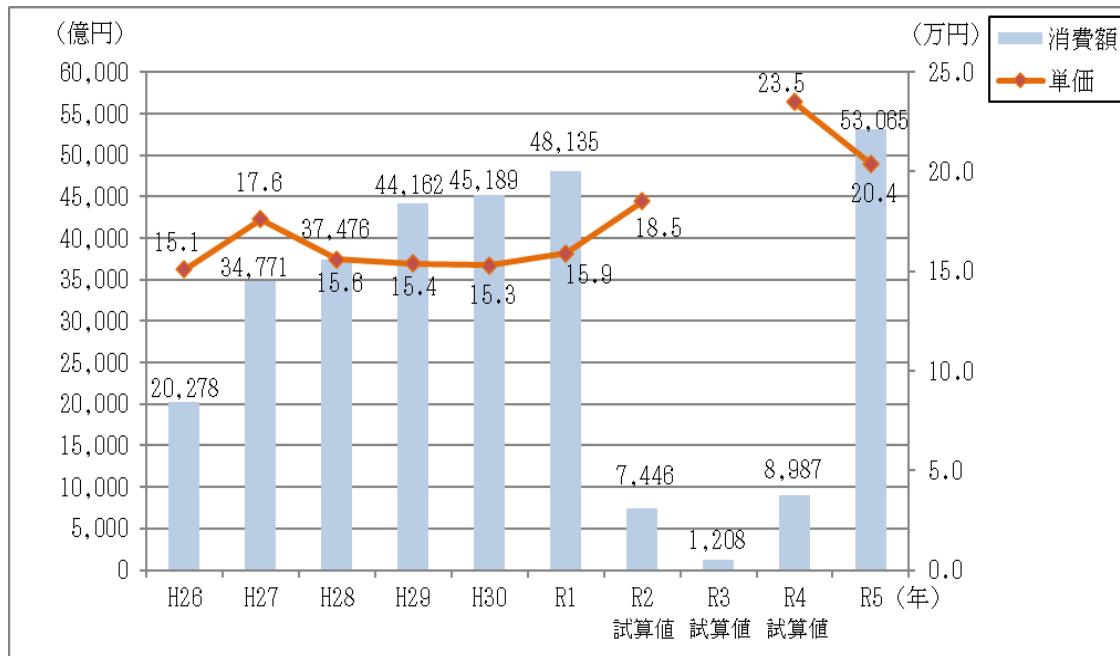
出典：日本政府観光局（J N T O）（注10）「訪日外客数」

【図2-8】 外国人延べ宿泊者数の推移(全国)



出典：観光庁宿泊旅行統計調査

【図 2-9】 訪日外国人旅行者の消費額（全国）



出典：観光庁 訪日外国人の消費動向

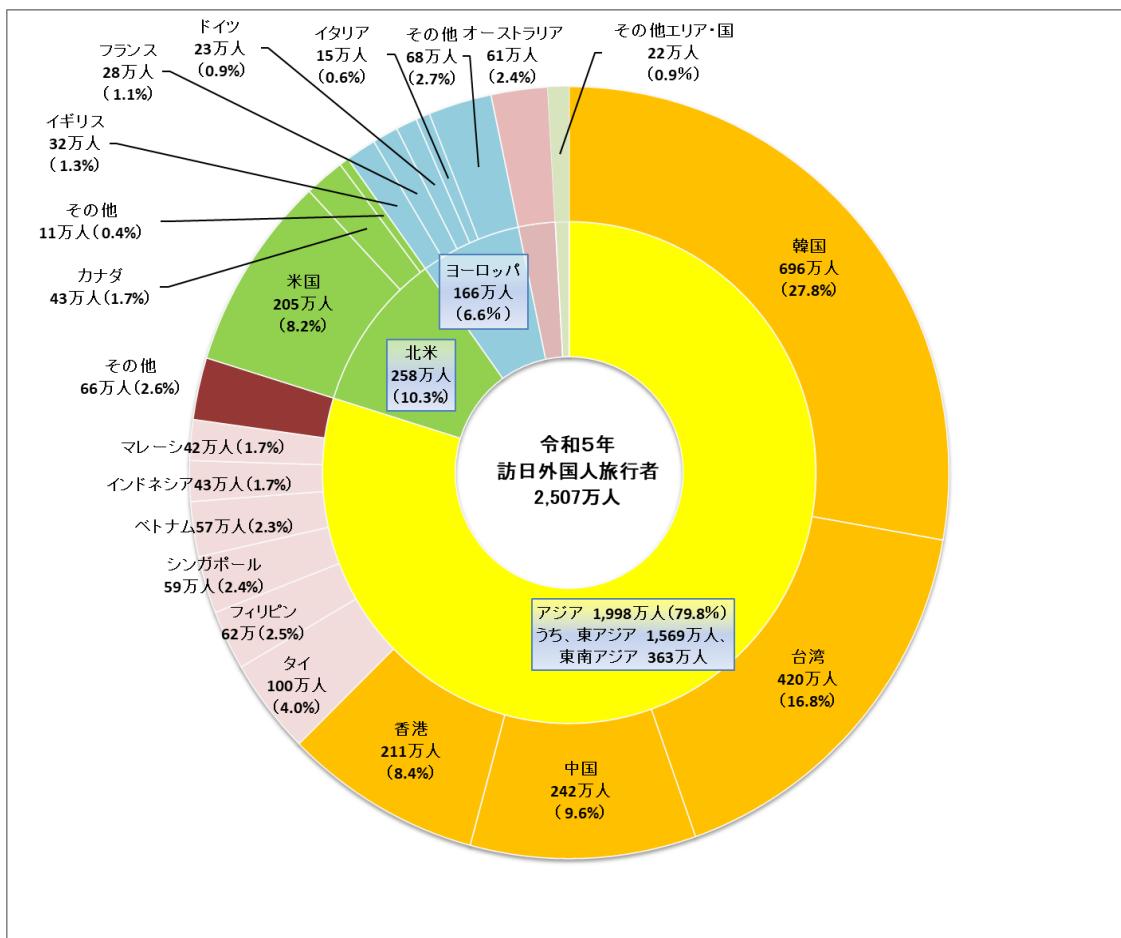
注 1) 新型コロナウイルス感染症の影響により調査中止の期間があり、R 2 年から R 4 年は試算値となる。

注 2) クルーズ客の急増を踏まえ、H30 年より調査結果を反映させているため、比較には留意が必要である。



(四季の風景 春：高松公園、夏：盛岡八幡宮、秋：南昌荘、冬：岩洞湖)

【図2-10】 訪日外国人旅行者の国・地域別内訳（全国）（令和5年）



出典：日本政府観光局（J N T O）「訪日外客数」

注1) () 内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア

注2) その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域等が含まれる。

注3) 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。



(海外での観光 P R 日本東北遊楽日 2024)

## (5) 観光立国推進基本計画

国では、観光を成長戦略の柱であり地域活性化の役割としたうえで、観光の復活に向けて、コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、持続可能な形での復活を図るべく、観光立国推進基本法に基づく新たな観光立国推進計画を令和5年3月に策定しました。

新たな観光立国推進基本計画では、「持続可能な観光」、「消費拡大」、「地方誘客促進」に戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせることとしました。

<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繋げる。
- ・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（注11）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、地域誘客促進を重視する。
- ・アウトバウンド（注12）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。

<主な施策>

### ○観光地・観光産業の再生・高付加価値化

### ○観光DX（注13）、観光人材の育成・確保

### ○持続可能な観光地域づくりのための体制整備等

### ○コンテンツ整備、受入環境整備

### ○高付加価値なインバウンドの誘致

### ○アウトバウンド・国際相互交流の促進

### ○国内需要喚起

### ○ワーケーション（注14）、第2のふるさとづくり

### ○国内旅行需要の平準化

## (6) みちのく岩手観光立県第4期基本計画

県では、観光の活性化と地域の活性化は不可分の関係にあり、観光産業を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あるとし、みちのく岩手観光立県基本条例に基づき、みちのく岩手観光立県第4期基本計画を令和6年3月に策定しました。

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、地域経済の活性化」に加え、「持続可能な観光」の要素を追加する等、5つの基本施策を掲げ、観光の振興に取り組むこととしました。

<基本施策>

### ○持続可能な観光の推進

- ・持続的な観光地域づくりの推進
- ・交流人口、関係人口の拡大
- ・経営力強化や人手不足対策を通じた観光産業の高度化

### ○外国人観光客の誘客拡大

- ・データに基づく戦略的なプロモーションの実施
- ・外国人観光客に対応した受入環境整備
- ・いわて花巻空港やクルーズ船を核とした誘客拡大
- ・県産品の海外展開と連動した取組の推進
- ・国際相互理解の増進

### ○魅力的な観光地域づくりの推進

- ・幅広い分野との連携による取組の推進
- ・効果的なプロモーションによる本県の魅力の発信
- ・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
- ・さまざまなニーズに応じた受入環境整備
- ・多彩なコンテンツを活用した三陸振興

### ○周遊・滞在型観光の推進

- ・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
- ・高付加価値な旅行商品の造成
- ・快適に旅行を楽しむことができる環境の整備

### ○観光DXによる観光推進体制の強化

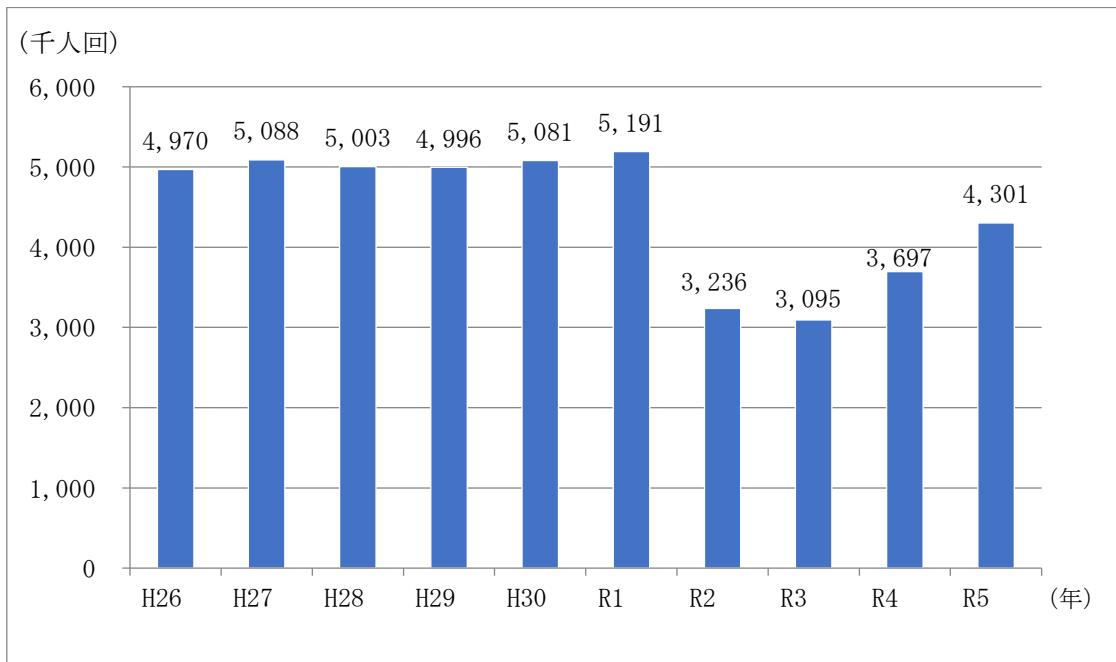
- ・データ分析とマーケティングを活用した施策展開
- ・地域が主体となった観光推進体制づくり
- ・地域に対する愛着の醸成と地域をけん引する人材の育成

### 3 盛岡の観光の現状

#### (1) 観光客入込数

令和5年の本市の観光客入込数は430万1千人回（注15）で新型コロナウイルス感染症の影響による減少から回復傾向にあるものの、コロナ前である令和元年の水準までは戻りきっていません。

【図2-11】 盛岡市の観光客入込数の推移



出典：盛岡市観光統計（交流推進部観光課）

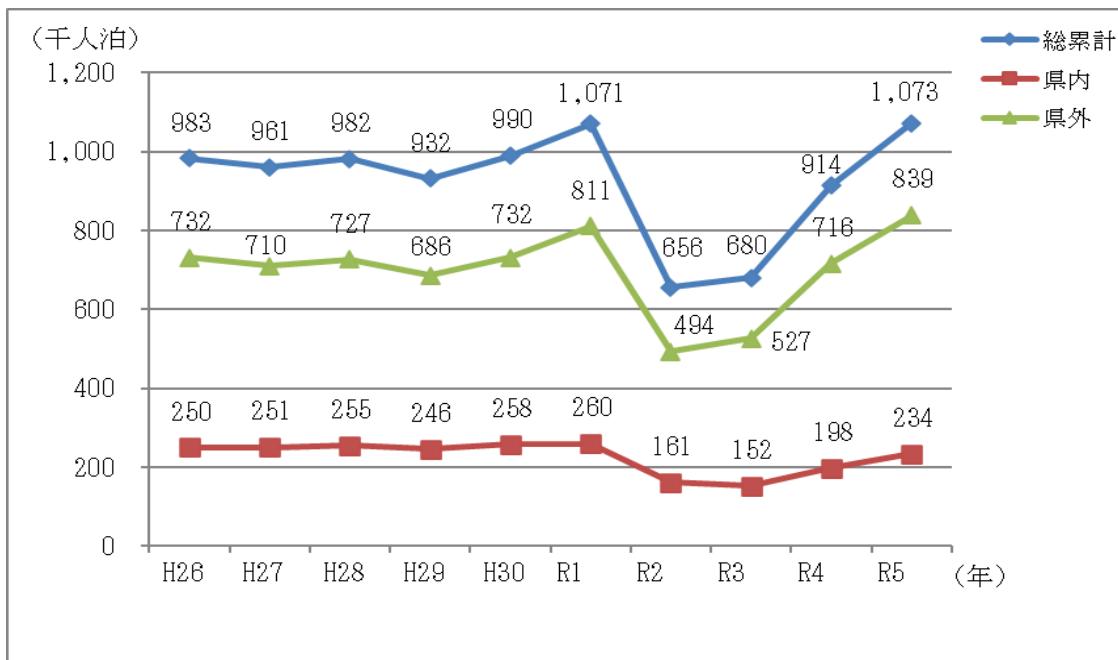


(岩手銀行赤レンガ館)

## (2) 宿泊観光客数

令和5年の本市の宿泊観光客数は107万3千人泊（注16）で、コロナ前である令和元年の水準まで回復しました。

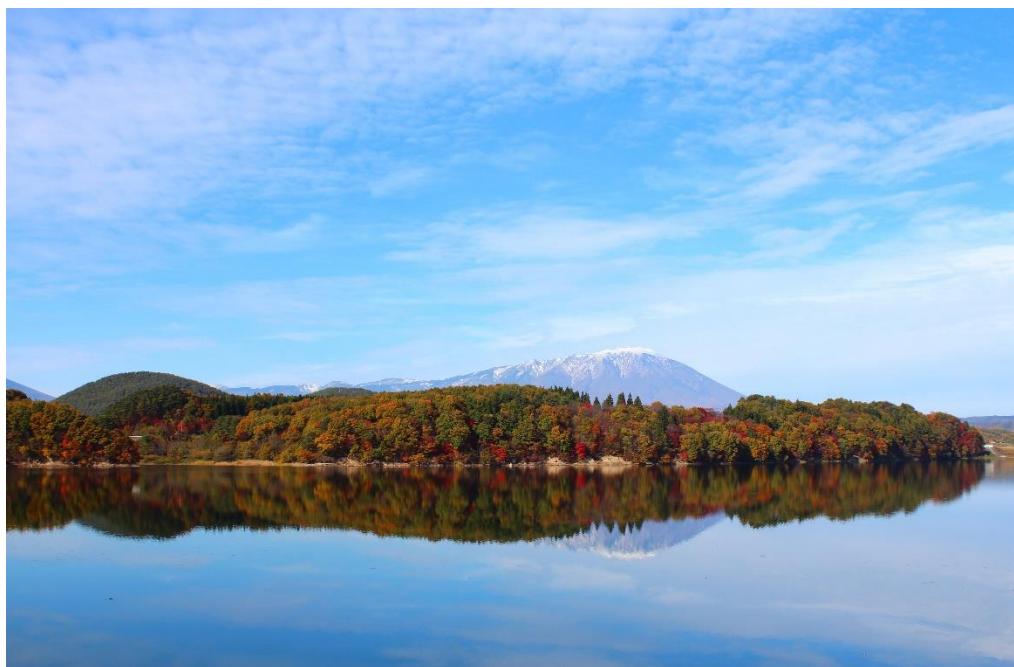
【図2-12】 盛岡市の宿泊観光客数の推移



出典：盛岡市観光統計（交流推進部観光課）

注1) 数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

注2) 県外宿泊観光客数は外国人宿泊観光客数を含める。

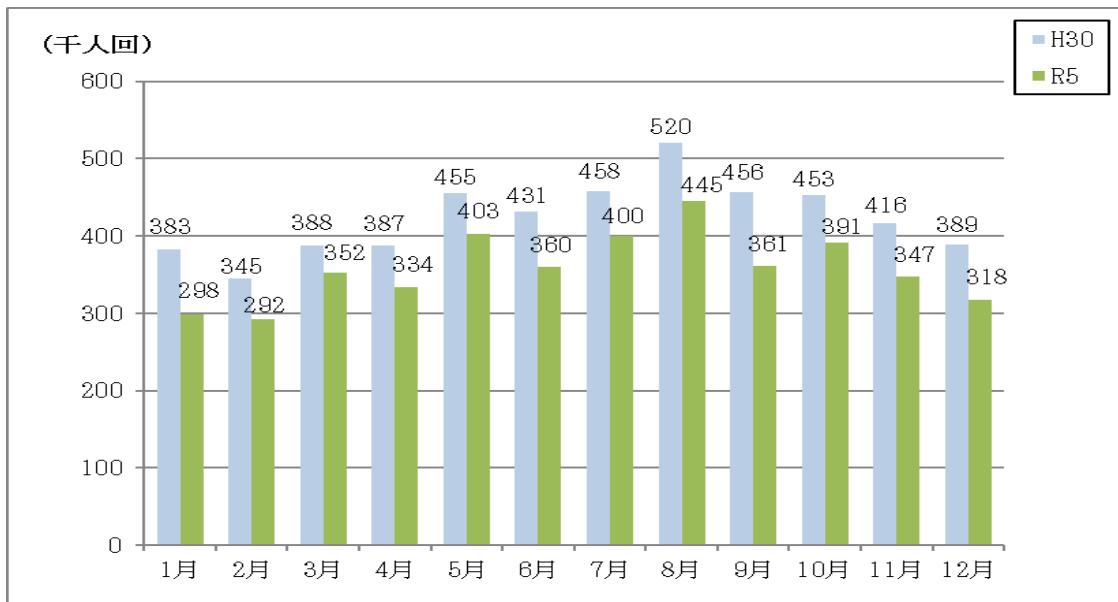


（盛岡つなぎ温泉郷対岸）

### (3) 月別観光客入込数

本市の観光の特徴として、春から秋にかけてのシーズンは観光客が多い一方、冬季は観光客が落ち込む傾向にあります。これは東北地方全体の特徴でもあります。

【図2-13】 月別観光客入込数

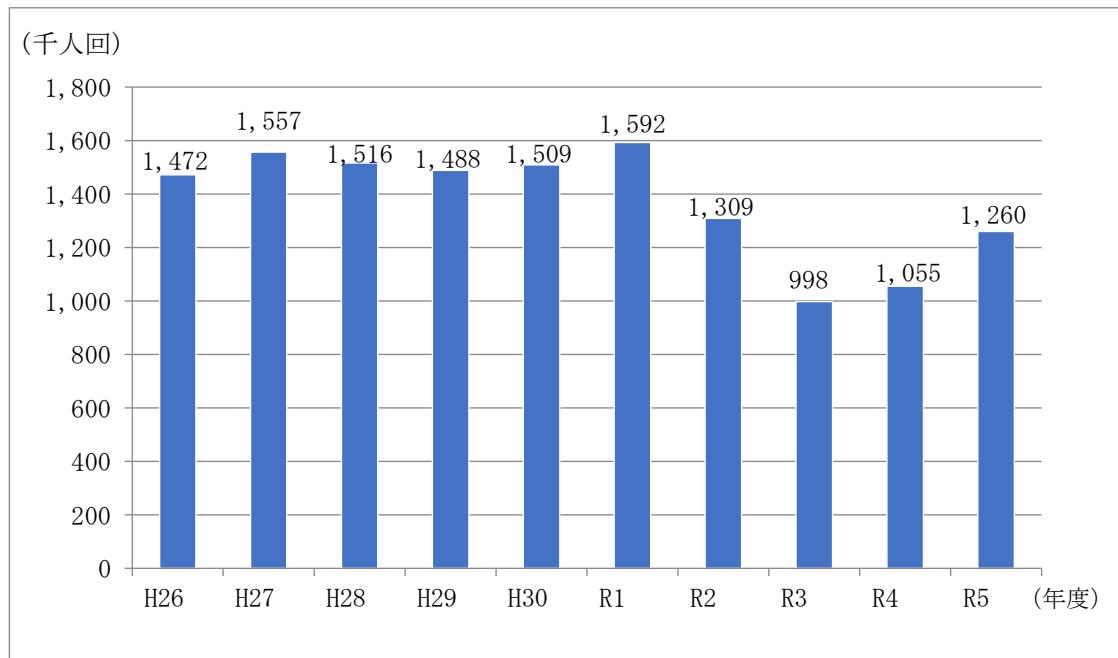


出典：盛岡市観光統計（交流推進部観光課）

### (4) 冬季観光客入込数

12月から3月までの冬季シーズンの観光客入込数は、雪や寒さなど気象条件に大きく左右されますが、コロナ禍前の水準まで回復していません。

【図2-14】 冬季観光客の入込数（12月～3月）

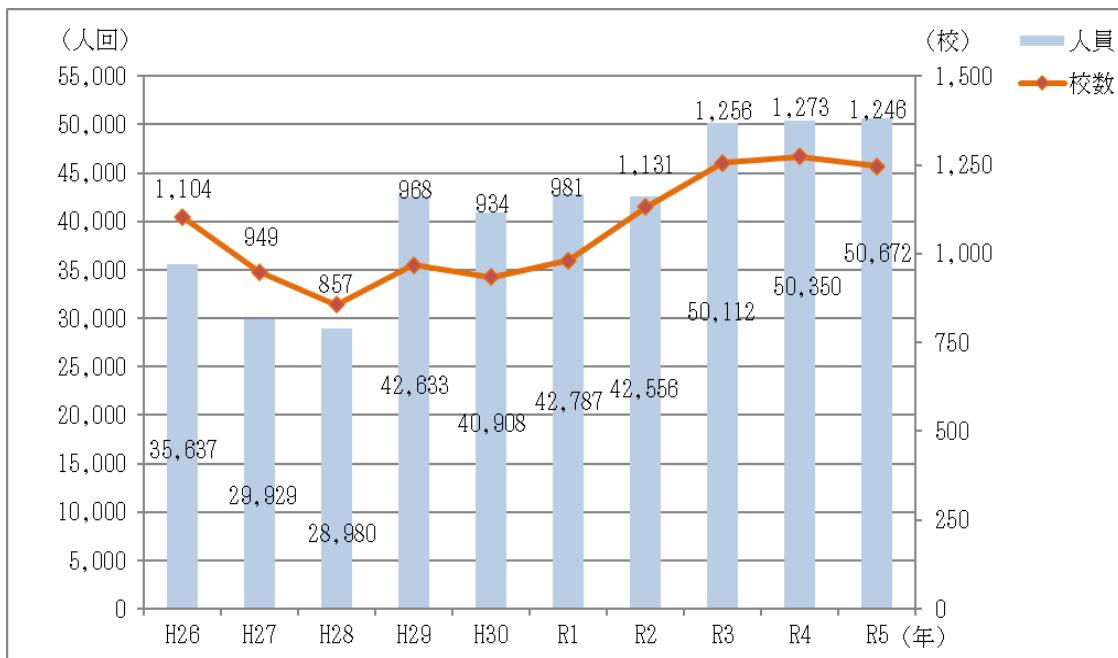


出典：盛岡市観光統計（交流推進部観光課）

## (5) 教育旅行入込数

令和5年の本市の教育旅行入込数は学校数が延べ 1,246 校、生徒数が 50,672 人回となっており、コロナ禍の近隣県への行き先変更等により回復が図られた教育旅行入込数は、5類感染症への移行後も堅調に推移し、過去 10 年で最多を更新しました。

【図 2-15】 教育旅行入込数の推移



出典：盛岡市観光統計（交流推進部観光課）



(盛岡修学旅行パスポート)



(わんこそば)



(盛岡じやじや麺)



(盛岡冷麺)

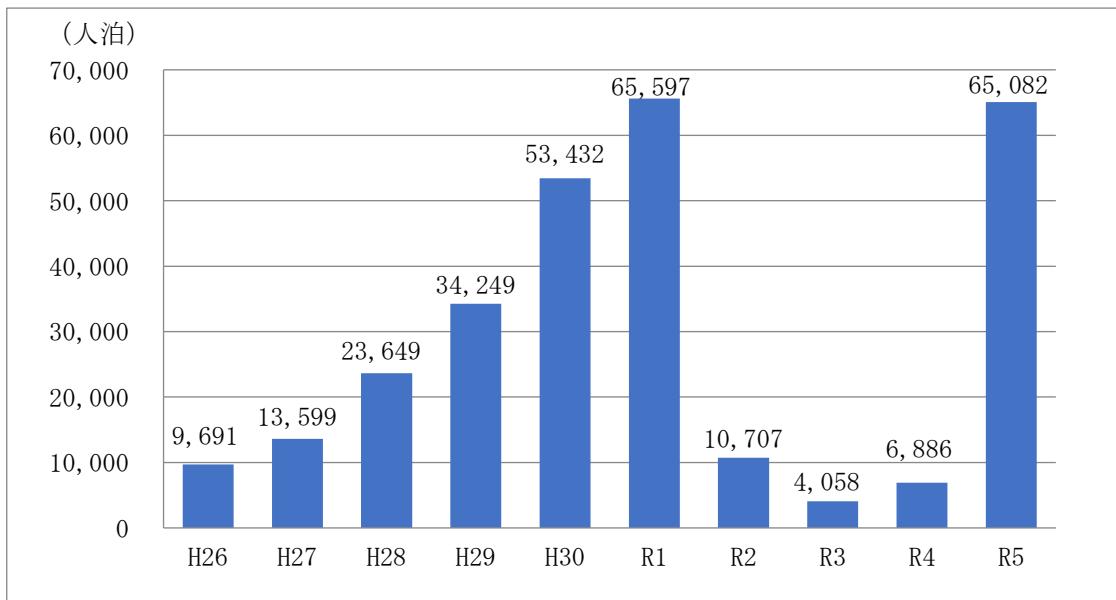
## (6) 外国人宿泊観光客数

令和5年の本市の外国人観光客宿泊客数は、65,082人泊となっており、コロナ前である令和元年の水準まで回復しました。

月別では観桜シーズンである4月、紅葉シーズンである10月に集中する傾向があります。

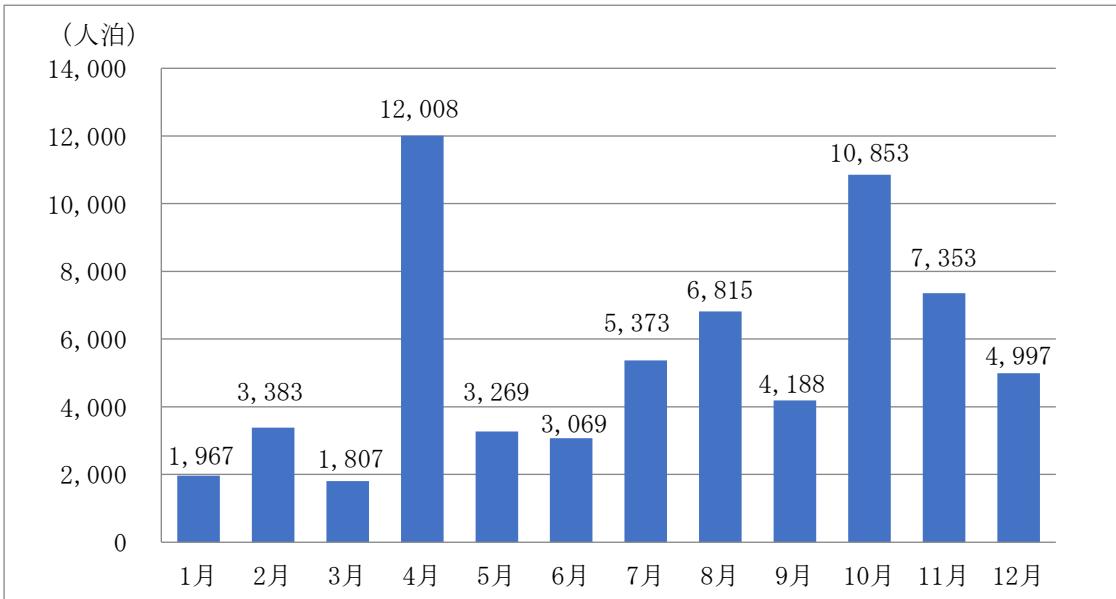
国・地域別の内訳では、全体の半数近くを占める台湾、中国、タイ、アメリカ合衆国の順に多く、アジアからの旅行客が全体の8割を占めているほか、ニューヨーク・タイムズ紙効果により、欧米諸国からの旅行客が増加傾向にあります。

【図2-16】 外国人宿泊観光客数の推移



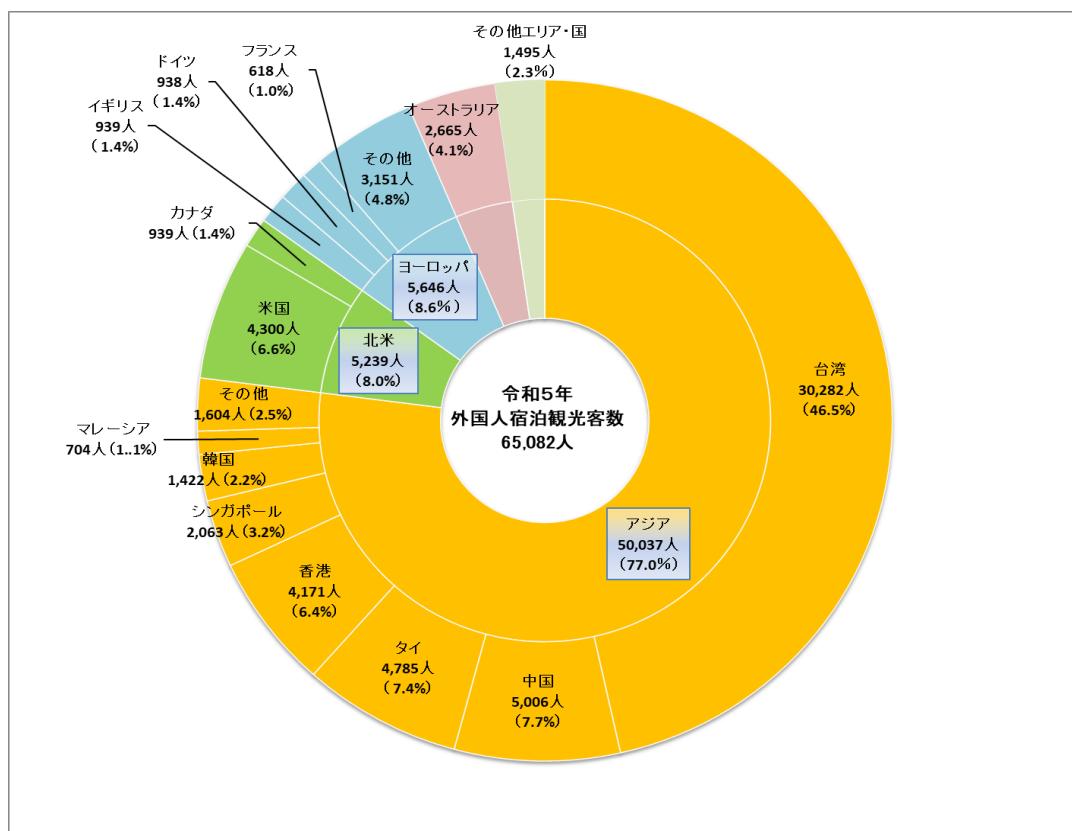
出典：盛岡市観光統計（交流推進部観光課）

【図2-17】 外国人宿泊観光客数の月別入込数（令和5年）



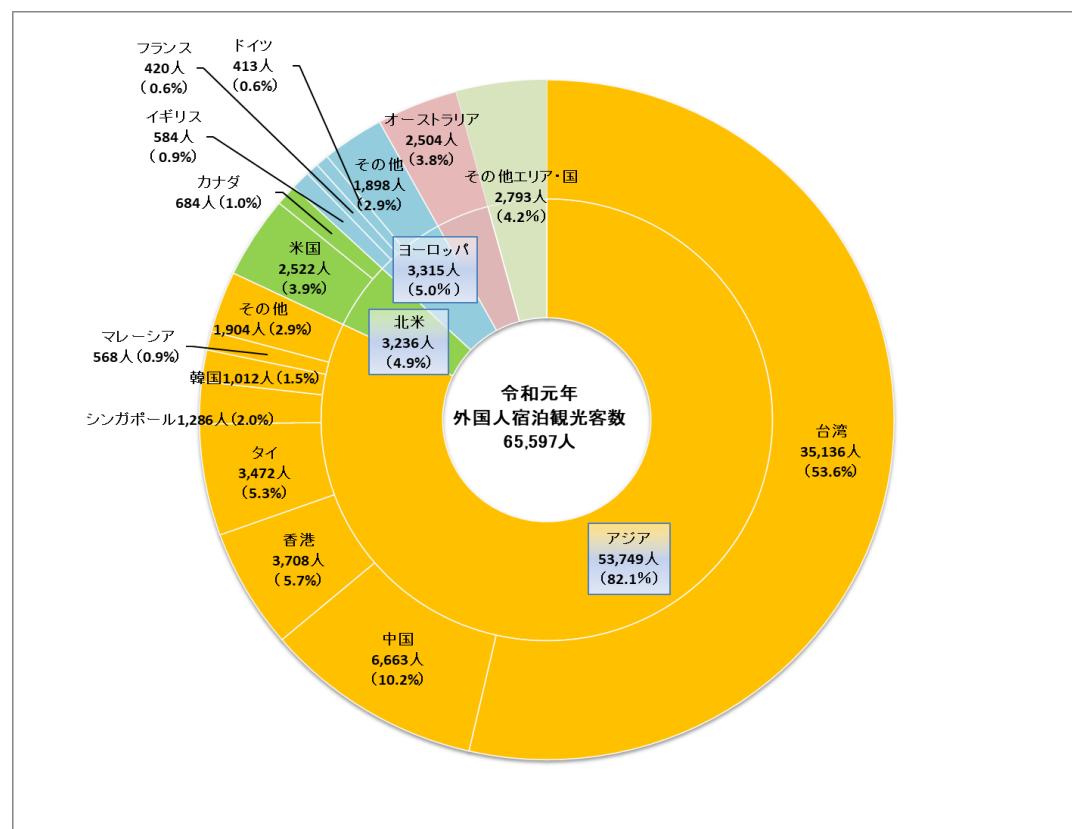
出典：盛岡市観光統計（交流推進部観光課）

【図2-18】 外国人宿泊観光客数の国・地域別割合（令和5年）



出典：盛岡市観光統計（交流推進部観光課）

【図2-19】 外国人宿泊観光客数の国・地域別割合（令和元年）



出典：盛岡市観光統計（交流推進部観光課）

## (7) コンベンション支援件数・支援コンベンション参加者数

公益財団法人盛岡観光コンベンション協会による大規模な会議や学会などのコンベンション開催支援件数（注17）は令和5年度が65件、支援コンベンション参加者数は26,407人となりました。

新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年度に大幅に減少しましたが、回復傾向にあります。

【図2-20】 盛岡観光コンベンション協会によるコンベンション開催支援件数・参加者数



出典：公益財団法人盛岡観光コンベンション協会

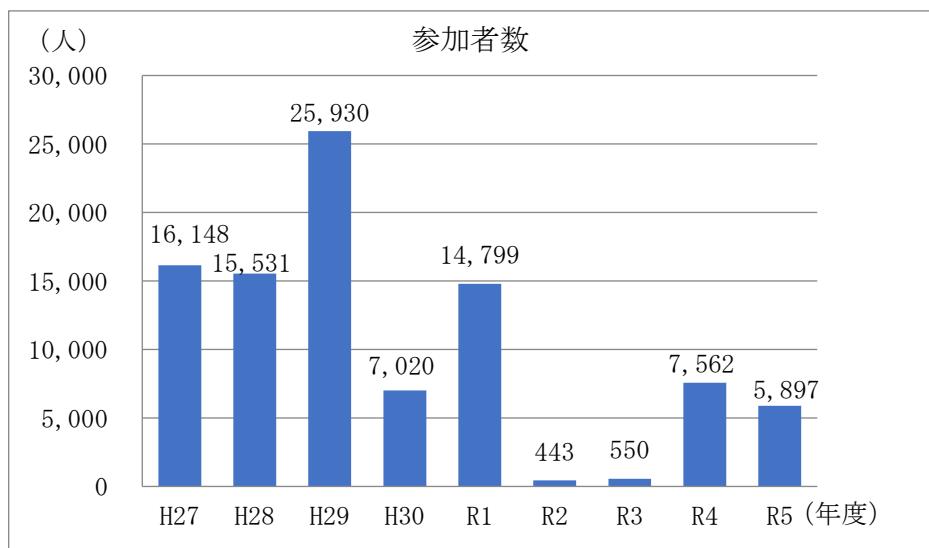
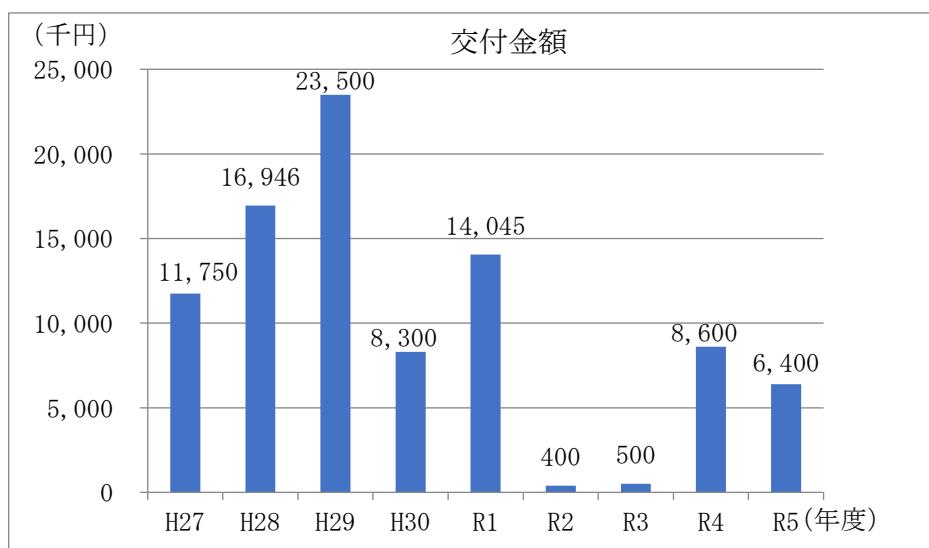
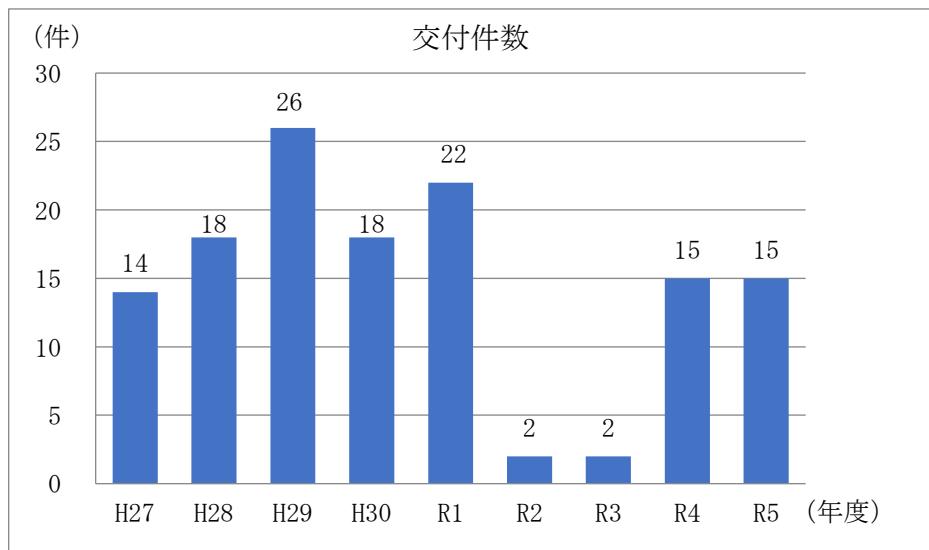
## (8) 盛岡M I C E 助成制度実績数

平成27年度に開始した盛岡M I C E 助成制度を利用した会議、学会及び大会などの誘致支援の令和5年度実績は交付件数15件、交付金額6,400千円、参加者数5,897人でした。

大規模な全国大会の開催については、特定地域に集中する傾向にあることから、年度によって交付金額の増減が生じています。

また、現地開催とオンライン開催を組み合わせたハイブリット開催が増えている傾向にあります。

【図2-21】盛岡M I C E 助成金交付件数・交付金額と参加者数



出典：公益財団法人盛岡観光コンベンション協会

## (9) 観光消費額単価

令和6年現在、盛岡市において観光消費額調査（注18）を実施していませんが、岩手県で調査している日帰り宿泊別・県内県外別・観光消費額単価は下記のとおりとなります。

【図2-22】 日帰り宿泊別・県内県外別・観光消費額単価

推計項目	宿泊		日帰り	
	県外	県内	県外	県内
平成26年	29,360円	17,223円	6,956円	4,500円
平成27年	31,077円	17,653円	6,706円	4,897円
平成28年	29,288円	17,791円	6,318円	4,161円
平成29年	32,488円	16,254円	6,204円	3,755円
平成30年	30,853円	16,324円	6,173円	3,412円
令和元年	31,490円	16,687円	6,447円	3,549円
令和2年	27,374円	16,061円	4,981円	3,281円
令和3年	24,848円	13,837円	5,522円	3,348円
令和4年	28,282円	17,592円	7,039円	3,503円
令和5年	30,217円	20,727円	8,466円	3,921円

出典：令和5年度版岩手県観光統計概要（岩手県商工労働観光部観光・プロモーション室）

注）1人（1回）あたりの単価。観光消費額単価には訪日外国人、ビジネス目的を含まない。



（南部鉄器）

## 【参考】産業構造

盛岡市の産業3分類別従業者数は、「第3次産業」が81.0%であり、全国平均67.3%を大きく上回っています。観光産業と深い関係がある「宿泊業・飲食サービス業」は、全産業の6.1%の割合を占めています。なお、全国の「宿泊業・飲食サービス業」従業者数は8.1%となっています。（総務省統計局による令和3年調査のデータ）

区分	平成17年		平成22年		平成27年		令和2年		
		構成比		構成比		構成比		構成比	
総数	145,888	100.0%	139,100	100.0%	143,723	100.0%	141,690	100.0%	
第1次産業	6,161	4.2%	5,016	3.6%	4,797	3.3%	4,280	3.0%	
第2次産業	20,753	14.2%	18,242	13.1%	20,013	13.9%	18,902	13.3%	
第3次産業	117,969	80.9%	112,277	80.7%	115,081	80.1%	114,792	81.0%	
第1次産業	農業、林業	6,140	4.2%	4,990	3.6%	4,775	3.3%	4,258	3.0%
	漁業	21	0.0%	26	0.0%	22	0.0%	22	0.0%
第2次産業	鉱業、採石業、砂利採取業	71	0.0%	53	0.0%	39	0.0%	46	0.0%
	建設業	11,836	8.1%	9,825	7.1%	10,848	7.5%	10,546	7.4%
	製造業	8,846	6.1%	8,364	6.0%	9,126	6.3%	8,310	5.9%
第3次産業	電気・ガス・熱供給・水道業	957	0.7%	932	0.7%	986	0.7%	962	0.7%
	情報通信業	4,245	2.9%	3,759	2.7%	3,793	2.6%	3,754	2.6%
	運輸業・郵便業	6,883	4.7%	7,724	5.6%	7,721	5.4%	7,456	5.3%
	卸売業・小売業	32,056	22.0%	28,697	20.6%	27,433	19.1%	26,397	18.6%
	金融業・保険業	5,062	3.5%	4,681	3.4%	4,636	3.2%	4,388	3.1%
	不動産業・物品賃貸業	2,023	1.4%	2,957	2.1%	3,361	2.3%	3,242	2.3%
	学術研究・専門・技術サービス業	-	-	4,529	3.3%	5,020	3.5%	4,869	3.4%
	宿泊業・飲食サービス業	9,369	6.4%	9,305	6.7%	9,056	6.3%	8,702	6.1%
	生活関連サービス業、娯楽業	-	-	5,789	4.2%	5,684	4.0%	5,397	3.8%
	教育、学習支援業	8,601	5.9%	8,671	6.2%	8,795	6.1%	9,173	6.5%
	医療、福祉	16,301	11.2%	18,825	13.5%	21,924	15.3%	23,297	16.4%
	複合サービス事業	1,426	1.0%	869	0.6%	911	0.6%	905	0.6%
	サービス業（他に分類されないもの）	23,471	16.1%	8,528	6.1%	8,753	6.1%	9,189	6.5%
	公務（他に分類されるものを除く）	7,575	5.2%	7,011	5.0%	7,008	4.9%	7,061	5.0%
	分類不能の産業	1,005	0.7%	3,565	2.6%	3,832	2.7%	3,716	2.6%

出典：盛岡市商業振興ビジョン（商工労働部経済企画課）（令和6年3月改訂）

#### 4 第4期盛岡市観光推進計画における成果目標について

第4期盛岡市観光推進計画では、年間観光客入込数、年間宿泊観光客数、年間外国人観光客入込数、観光消費額単価を成果目標に掲げました。ニューヨーク・タイムズ紙の「2023年に行くべき52カ所」に選出され、当市の観光に追い風が吹きましたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響は大きく、未達となりました。年間観光客入込数はコロナ前の水準まで回復していないものの、年間宿泊観光客数、年間外国人観光客入込数はコロナ前の水準まで回復しており、基準年（平成30年）を上回りました。

なお、観光消費額単価については、令和2年に実施する予定であった観光地点パラメータ調査の結果をもとに指標を設定することとしていましたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、延期しました。

##### (1) 指標：年間観光客入込数（人回）

目指す 方向	H30 (基準年)	R1 (実績値)	R2 (実績値)	R3 (実績値)	R4 (実績値)	R5 (実績値)	R6 (目標値)	達成 状況
↗	5,081,443	5,191,316	3,235,567	3,095,460	3,697,141	4,300,968	5,300,000	未達

##### (2) 指標：年間宿泊観光客数（人泊）

目指す 方向	H30 (基準年)	R1 (実績値)	R2 (実績値)	R3 (実績値)	R4 (実績値)	R5 (実績値)	R6 (目標値)	達成 状況
↗	990,350	1,070,661	655,679	679,879	914,169	1,073,072	1,150,000	未達

##### (3) 指標：年間外国人観光客入込数（宿泊観光客数）（人）

目指す 方向	H30 (基準年)	R1 (実績値)	R2 (実績値)	R3 (実績値)	R4 (実績値)	R5 (実績値)	R6 (目標値)	達成 状況
↗	53,432	65,597	10,707	4,058	6,886	65,082	150,000	未達

## 5 第4期盛岡市観光推進計画基本施策における取組の成果と課題

### (1) 基本施策の柱1 選ばれる観光地域づくり

#### <目指したところ>

地域間競争が激化する中で、旅行客に選んでもらう都市となるため、既存の情報発信ツールを定期的に見直すとともに、旅行者の情報収集に効果的なデジタルプロモーション体制を整備し、スマートフォンをはじめとする通信情報発信手段の発達に対応した情報発信の取組を進めます。また、盛岡に存在する多様な地域資源・コンテンツを観光動向の変化に対応するよう整理・分析を進めることで盛岡観光の新たな柱を打ち出しながら、ウォーカブル推進都市として従来からの盛岡らしさといえる「歩いて楽しむまち盛岡」の魅力を高め、リピーターとしての再来訪につながるよう満足度を高める取組を推進します。

#### <基本施策>

- ア 情報発信の強化と受入環境整備
- イ 盛岡観光のブランディング
- ウ 盛岡ファンづくりとプロモーション
- エ まちなか観光の推進

#### <成果>

- ・本市の魅力やニーズ調査、ターゲットを分析し、観光モデルプランを開発したとともに、スマートフォン等の個人用端末で閲覧できるデジタルマップ（盛岡ノスタルジックトリップまち歩きマップ）（注19）を整備したことにより、まちなか観光の推進が図られました。
- ・地域経済の活性化と街なかの賑わいを取り戻すことを目的に、中心市街地において「もりおか街なかイルミネーション事業」を開催し、冬期間の新たなイベントとして定着させることにより、市内外からの誘客の促進が図られました。
- ・体験型メニューとして、盛岡つなぎ温泉の「つなぎでつなぐ盛岡さんさ踊り」（注20）や市街地での「街なかさんさ発信事業」（注21）を実施し、通年で盛岡さんさ踊りを体験できる機会を創出することにより、リピーターとしての再来訪につながるよう満足度を高めることができました。
- ・盛岡産農畜産物の消費拡大を図るため、美食王国もりおか（注22）の店舗紹介ガイドブックを作成することで、「盛岡の美味しいもんアンバサダー」（注23）認定店舗の利用を促進することができました。

#### <課題>

- ・観光案内板の多言語化等について、整備・更新が遅延しており、誰もが利用しやすい受入態勢の整備を早急に実施することが必要です。
- ・データを活用し、観光DXを推進することにより、旅行者の利便性向上及び周遊促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化等を図ることが求められます。

## (2) 基本施策の柱2 観光産業の「稼ぐ力」向上

### <目指したところ>

観光は、旅行業、宿泊業、運輸業にとどまらず、飲食業、小売業、広告業、農林水産業や製造業などあらゆる産業との関連が深い総合産業であり、第3次産業の割合が高い本市の特性を踏まえると、行政・関係団体・事業者それぞれに「観光で稼ぐ」意識を醸成していく必要があります。従来の観光統計調査に加えて、観光消費額・満足度・リピーター数などを調査する観光地点パラメータ調査（注24）を実施するほか、その結果を共有する場やデジタルコンテンツ活用セミナーを開催するなど「稼ぐ観光」の仕組みづくりを推進します。また、市街地の宿泊施設の増加などの強みを生かして、他都市の事例を研究しながら長期的な展望を見据えたMICE誘致政策を展開します。

### <基本施策>

ア 観光関係団体・事業者の人材育成

イ MICE誘致の推進

ウ 他産業と連携した付加価値の拡大

### <成果>

- ・MICE誘致PR動画を作製し、誘致商談会やHPでのPRに活用することで、盛岡の魅力を周知し、効果的な誘致活動を実施するなど、MICE誘致の推進が図られました。
- ・いわて盛岡シティマラソン、啄木の里ふれあいマラソン大会、盛岡・北上川ゴムボート川下り大会等の開催を通じて、スポーツイベントの魅力を発信し、市内外から参加者等が来訪することにより、交流人口の拡大が図られました。

### <課題>

- ・観光地点パラメータ調査について、新型コロナウイルス感染症の拡大により延期ましたが、観光入込客の分析を行い、今後の観光振興施策を効果的に推進するため、改めて実施を検討することが必要です。
- ・MICE施設が中心市街地に集積しているなど利便性の強みを生かすとともに、学会をはじめとしたターゲットへの周知をより積極的に行うなど、誘致活動を強化する必要があります。
- ・参加型スポーツイベントについて、広告戦略の再構築による新たな参加者の獲得を目指すことを基本としつつ、参加者増に苦慮するイベントについては刷新を図る必要があります。

### (3) 基本施策の柱3 広域観光の推進

#### <目指したところ>

観光客が一地域に留まらずに周辺地域を周遊する傾向が高まり、観光の目的地が広域になることが多くなっているため、北東北の交通結節点という地理的特性を活かし、本市の宿泊客数の増加につながるよう、広域エリアと連携して滞在型観光につながる体験メニューの開発や情報発信を行います。また、令和3年の「東北デスティネーションキャンペーン」（注25）に向け、岩手県や東北6市との連携をさらに強め、盛岡への効果的な誘客促進を図るとともに、東日本大震の被災地復興につながる取組を推進します。

#### <基本施策>

- ア 広域連携による誘客活動の推進
- イ 広域周遊観光の核づくり
- ウ 都市間交流の推進

#### <成果>

- ・盛岡・八幡平広域観光推進協議会（注26）において、東京での商談会や特産品の販売、台湾インフルエンサー招聘によるファムツア（注27）等、効果的なプロモーションを実施することにより、盛岡・八幡平広域観光エリアの認知度向上と誘客促進が図られました。
- ・東北縛まつり実行委員会物産プロモーション部会（東北6市連携）において、東北の6祭りを中心に文化、観光の魅力を発信するとともに、デジタルスタンプラリーや旅行商品造成等の各種取組を実施することで、東北6市の周遊促進が図られました。

#### <課題>

- ・高付加価値旅行市場が拡大する中、国内外での観光地競争は激化しており、北東北の交通結節点としての地理的特性を活かし、広域エリア内での連携を強化した取組を推進するなど、高付加価値旅行者の誘客を促進することが求められます。



（盛岡・八幡平広域観光推進協議会 モリハチ祭り）

#### (4) 基本施策の柱4 国際観光の推進

##### <目指したところ>

インバウンド市場が今後も大きく成長することが予測されるなか、旅行客獲得に向けた地域間競争はさらに激しくなり、根拠に基づいた取組が求められます。オリンピック終了後を見据えながら、社会情勢からの的確なターゲット国を定め、デジタルプロモーションや口コミサイトの活用などターゲット国に訴求するコンテンツをブラッシュアップ（注28）し、市場の特性に応じた取組を進めるとともに、案内標識の多言語化やWi-Fiスポットの拡大など細やかな受け入れ環境整備を推進します。

##### <基本施策>

- ア インバウンド誘致のためのコンテンツ開発とプロモーション
- イ インバウンド受入環境の整備
- ウ 海外との相互交流の促進

##### <成果>

- ・盛岡City Wi-Fi（注29）を盛岡駅東口から盛岡八幡宮までの市街地に面的整備したほか、同アクセスポイント付近にデジタルマップ等に誘導するQRコード付きのWi-Fi接続説明板等を設置したことにより、まち歩き観光の利便性の向上による誘客促進が図られました。
- ・インバウンド受入環境整備を推進するため、11か国語（日本語、英語、繁体字、簡体字、韓国語、スペイン語、フランス語、ベトナム語、インドネシア語、ミャンマー語、タイ語）対応のデジタルマップを整備し、観光モデルコース等を効果的に発信することにより、市街地の回遊性を高めるとともに、観光客の満足度を向上させることができました。
- ・友好都市である台湾花蓮市の市長等による公式訪問団が来盛し、盛岡秋まつり山車に参加するなど、盛岡花蓮友好協会など民間団体も交えた交流を実施したことで、交流の促進が図られました。

##### <課題>

- ・J N T O（日本政府観光局）等の機関との連携促進により、現地PR以外での効果的な情報発信の検討、実施が必要です。



(盛岡City Wi-Fi)

## 6 ポストコロナ時代を見据えた観光施策における取組の成果と課題

### (1) 基本施策1　社会情勢の変化に左右されない安定した誘客の推進

<目指したところ>

盛岡市固有の観光資源を生かした通年での誘客促進への取組や観光地、観光施設の魅力の向上を図り、祭り・イベントによる誘客に加え、団体旅行から個人旅行への変化に対応した付加価値の高い新たな観光ニーズに対応する取組を推進します。

また、すべての施策において十分な感染対策を行い、それを積極的にアピールすることで安全・安心な観光地としての魅力の発信を図ることとします。

<成果>

- ・盛岡秋まつり期間中に山車行事（山車ふれあいショー）を実施し、観光客が山車とふれあえる機会を創出し、リピーターとしての再来訪につながるよう満足度を高めることができました。
- ・スマートフォンアプリ「モリウォーカー（MORI-WALKER）」（注30）を活用し、市内及び盛岡近郊在住者をターゲットとした観光ルートをウォーキングコースに設定することで、市内の回遊性を高めることができたとともに、地域通貨ポイントの発行により、市内経済支援につなげることができました。

<課題>

- ・国内からの更なる誘客促進に向け、西日本エリアにおける旅行会社の旅行商品造成に向けたプロモーションの実施が必要です。
- ・祭り、イベントの認知度向上のため、SNS（注31）等を活用した効果的な情報発信が必要です。

### (2) 基本施策2　「新たな旅のスタイル」などの滞在型観光への取組

<目指したところ>

盛岡市の特徴や現状に適応した「新たな旅のスタイル」（ワーケーション、プレジャー）などの滞在型観光の普及促進と誘客に向けた取組を推進します。

<成果>

- ・ワーケーションモデルプランを作成している事業者の取組を市HPで周知することで、滞在型観光の推進が図られました。

<課題>

- ・長期滞在型観光の誘客を促進する具体的な事業の実施には至らず、今後、新たな取組も視野に効果的な事業の検討が必要です。

### (3) 基本施策3 教育旅行の増客に向けた誘致促進

#### <目指したところ>

コロナ禍の中、安心な教育旅行先として引き続き選ばれるための取組と教育旅行ニーズに適応した誘致促進への取組を推進します。

#### <成果>

- 修学旅行ガイドブックに掲載している事項に関連するSDGs（注32）の項目（目標アイコン）を追加するとともに、盛岡広域振興局が作成した盛岡広域でのSDGs探求学習ノートに掲載するコンテンツを提案し、教育旅行の学習ニーズに対応した取組を実施することにより、教育旅行客入込数の増加につなげることができました。

#### <課題>

- 実績の多くを占める北海道、東北管内の学校への誘致に加え、関東などへの積極的な誘致を推進する必要があります。

### (4) 基本施策4 インバウンド需要の段階的回復に向けた誘客促進

#### <目指したところ>

インバウンド需要の回復に向けた受入環境の整備や誘客につながる効果的なプロモーションの展開を推進します。

#### <成果>

- 従来から観光客入込数が多い台湾のほか、アメリカ合衆国やタイを重点ターゲット国とし、現地の国際旅行博などにおいて、戦略的なプロモーションを実施し、岩手・盛岡の魅力を発信することにより、効果的な誘客促進が図られました。

#### <課題>

- 外国人旅行客の消費動向が高付加価値化していることに注力し、高付加価値旅行者（注33）の誘致促進への施策を展開する必要があります。



(盛岡秋まつり山車)



(山車ふれあいショー)

## 7 第4期盛岡市観光推進計画の総括

第4期盛岡市観光推進計画で掲げた施策に基づき、盛岡つなぎ温泉での「つなぎでつなぐ盛岡さんさ踊り」や市街地での「街なかさんさ発信事業」の実施により、通年で盛岡さんさ踊りを体験できる機会を創出するとともに、盛岡City Wi-Fiの面的整備やデジタルマップの整備等により、まちなか観光の推進を図り、外国人観光客受入環境の整備を進めたほか、アメリカ合衆国、タイ、台湾等の重点ターゲット国への観光プロモーションの実施に取り組む等、観光施策を総合的かつ効果的に推進してきました。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、国内外の観光需要が大幅に減少した中、「盛岡市観光推進計画ポストコロナ時代を見据えたアクションプラン」<sup>(注34)</sup>を策定し、コロナ収束後の中長期スパンにおける国内観光需要の回復やインバウンド再開に備えた施策を策定・展開し、個人旅行を意識した誘客促進に取り組んできました。

一方で、観光案内板の多言語化等の計画的な整備・更新が遅れている等、遅延・未実施事業への早急な取組や、本市の認知度向上のための効果的な情報発信等が課題であるとともに、観光入込客の分析を行い、今後の観光施策を効果的に推進するため、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により遅延していた観光地点パラメータ調査の実施について、改めて検討する必要があります。

近年、観光需要の変化により、世界的に「持続可能な観光」への関心が高まっているとともに、外国人旅行客の消費動向が高付加価値化していることから、第5期計画では、観光DXの推進による客観的なデータ分析に基づいた観光施策の展開や、地域経済の活性化、観光消費額の拡大を推進する等、国や県の施策と連動した戦略的な施策の立案、実施が求められます。



(盛岡城跡公園)

## 8 盛岡市観光のSWOT分析（注35）による課題整理

強み (Strengths) (内部環境)	弱み (Weaknesses) (内部環境)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内中心部の観光資源が豊富にある</li> <li>・街と豊かな自然が共存している</li> <li>・歴史的な建造物と街並みがある</li> <li>・四季がはっきりしており、四季の魅力が楽しめる</li> <li>・中心部の商店街に活気がある</li> <li>・特色のある小売店が数多く存在する</li> <li>・人情に厚い住民が多い</li> <li>・盛岡さんさ踊り、チャグチャグ馬コ、盛岡秋まつり山車など伝統的な祭りのほか、イベントが多くある（関係人口が多い）</li> <li>・盛岡三大麺、地酒、地ビール、農畜産物など食の地域資源が豊富</li> <li>・南部鉄器など優れた伝統工芸品がある</li> <li>・市内中心部にWi-Fiスポットが多くある</li> <li>・宿泊施設が多い</li> <li>・市内近郊に良い温泉地がある</li> <li>・北東北の交通結節点であり、周辺都市とのアクセスが良い</li> <li>・新幹線等の高速交通網が発達している</li> <li>・専門学校、大学等の教育機関が多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・少子高齢化や若者の都市部への流出</li> <li>・関東、西日本エリアでの認知度が低い</li> <li>・マーケティングデータの収集と分析の不足</li> <li>・効果的な情報発信の不足</li> <li>・国内外へのプロモーション力が弱い</li> <li>・伝統文化や伝統芸能の担い手育成と確保</li> <li>・体験型観光コンテンツが少ない</li> <li>・集客力のある冬季イベントがない</li> <li>・二次交通（注36）手段が脆弱</li> <li>・多言語観光案内板やユニバーサルデザイン標識の整備不足</li> <li>・観光施設の老朽化</li> </ul>
機会 (Opportunities) (外部環境)	脅威 (Threats) (外部環境)
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ニューヨーク・タイムズ紙の「2023年に行くべき52カ所」への選出</li> <li>・訪日需要の高まりによる訪日外国人観光客の増加</li> <li>・高付加価値旅行市場の拡大</li> <li>・広域エリア（盛岡・八幡平エリア）の観光資源が充実している</li> <li>・クルーズ観光の需要拡大と宮古港へのクルーズ船寄港</li> <li>・大阪万博（2025）の開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタル化の加速（観光事業者のデジタル化への対応）</li> <li>・グローバル化の進展による国際競争激化</li> <li>・物価高騰、原油高の長期化</li> <li>・キャッシュレス決済環境整備の必要性</li> <li>・持続可能な観光に対する配慮や意識の高まりに対応した取組</li> <li>・食（ハラールやヴィーガン）をはじめとした多様性へ対応した取組や受入環境の必要性</li> <li>・観光客増加に伴う観光と市民生活の調和</li> </ul>

## (1) 内部環境の課題整理

- ・街と豊かな自然が共存している本市は四季がはっきりし、四季の魅力を楽しむことができるほか、市内中心部には歴史的な建造物など観光資源が豊富にあり、この魅力をプラスしアップし、より魅力的な観光地となる必要があります。
- ・盛岡さんさ踊り、チャグチャグ馬コ、盛岡秋まつり山車など伝統的な祭りやイベントが多くあるほか、盛岡三大麺をはじめとした食や優れた伝統工芸品など地域資源が豊富にあることから、効果的なプロモーションを展開するなど盛岡ファンの拡大やリピーター化を推進する必要があります。また、盛岡固有の地域資源から観光資源を発掘していくことが求められます。
- ・特色のある小売店が数多く存在し、中心部の商店街に活気がある本市の魅力を持続させるため、収益性を高めるなど、持続的に稼ぐことができる力を向上させる取組が求められます。
- ・マーケティングデータの収集や分析が不足していることから、観光DXを推進し、データに基づく効果的な情報発信や戦略的な観光施策に取り組んでいく必要があります。
- ・関東や西日本エリアでの当市の認知度を向上させるため、新たなエリアへの積極的なプロモーションの展開が必要です。

## (2) 外部環境の課題整理

- ・ニューヨーク・タイムズ紙の「2023年に行くべき52か所」に選出されたことを契機に、国内外から注目され、観光客が増加していることから、観光客の受入環境の整備やプロモーションの強化に積極的に取り組んでいく必要があります。
- ・訪日需要の高まりにより訪日外国人観光客が増加しているとともに、外国人観光客の観光消費額は増加傾向にあり、高付加価値旅行市場が拡大していることから、高付加価値旅行客の誘致を促進する必要があります。
- ・盛岡・八幡平広域エリアには、当市にない魅力的な観光資源が豊富にあることから、広域での連携を強化し、長期滞在のための周遊促進や効果的な誘客推進を図る必要があります。
- ・観光客の持続可能な観光に対する配慮や意識が高まっていることから、持続可能な観光への取組を推進することが求められます。

## **第3章 基本方針と目指す姿**

少子高齢・人口減少社会が進む中、交流人口の拡大は地域の活性化に不可欠であり、活力ある地域社会となり、発展していくためには、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する必要があるほか、安定した財源確保に向け、宿泊税（注37）等の導入を検討しながら、多様化した観光ニーズに的確に対応した観光施策を展開していく必要があります。

観光産業は、成長戦略の柱であり、地域活性化の切り札であると国が位置づけているように、雇用を創出し、投資を促進し、交流人口が増えるという好循環が生まれ、地域経済の活性化につなげることができる産業であることから、地域固有の観光資源の発掘や観光DXを推進するなど、観光で「稼ぐ」力を向上させ、持続的に稼げる地域となるための取組が求められます。

また、訪日需要の高まりにより訪日外国人観光客や高付加価値旅行市場が増加・拡大している中、大都市圏への訪問が多数を占めることから、高まるインバウンド需要をいかに取り込むかが盛岡への誘客促進の重要なカギとなるため、外国人観光客の受入環境の整備や海外プロモーションの強化等に一層積極的に取り組む必要があります。

さらに、国内外での観光地間競争が激化しているなか、北東北の交通結節点としての地理的特性を有することから、広域エリア内での連携により観光資源を相互に結びつけることで、個々の資源の魅力を相乗させ、増強させるなどの取組が求められます。

そして、街と豊かな自然が共存している本市には、観光客の再訪問希望や地域のファンとなる理由として上位に挙がる歴史的建造物や食などのニューヨーク・タイムズ紙により世界中に発信された魅力的な観光資源が豊富にあることから、今後も選ばれるまちであり続けるため、固有資源のプラッシュアップやデータに基づく効果的な情報を発信するなど、国内外の盛岡ファン拡大とリピーター化を推進する必要があります。

以上を踏まえ、第5期盛岡市観光推進計画では、観光推進による目指す姿と成果指標、これを実現するための基本施策を次のとおり定めます。

### **1 基本方針（目指す姿）**

ニューヨーク・タイムズ紙により世界中に発信され、認知度が高まった街と豊かな自然が共存する本市の魅力的な観光資源を磨きあげ、国内外の盛岡ファン拡大とリピーター化を推進し、世界を舞台に輝きつづける観光のまちを目指します。

**世界を舞台に輝きつづける観光のまち 盛岡**

## 2 基本施策と重点戦略

基本方針（目指す姿）と成果指標の実現に向けて、観光推進計画の柱となる基本施策を次のとおり設定します。国・県も推進する“持続可能な観光地域づくり”を基本施策に追加し、第4期観光推進計画で掲げた“観光産業の稼ぐ力”や“盛岡ファン拡大とリピーター化の推進”等の重点戦略に加え、“交流人口・関係人口の拡大”、“高付加価値旅行者の誘客促進”を新規戦略とします。また、“観光産業の「稼ぐ力」向上”、“効果的な情報発信と戦略的なプロモーション”、“広域連携による誘客活動の推進” “インバウンド誘客促進”を最重点戦略として取り組むこととします。

### (1) 持続可能な観光地域づくり【新規】

- ア 観光産業の「稼ぐ力」向上（最重点戦略）
- イ 交流人口・関係人口の拡大【新規】
- ウ 観光人材の育成・確保

### (2) 選ばれる観光地域づくり

- ア 効果的な情報発信と戦略的なプロモーション（最重点戦略）
- イ 盛岡ファン拡大とリピーター化の推進
- ウ まちなか観光の推進

### (3) 広域観光の推進

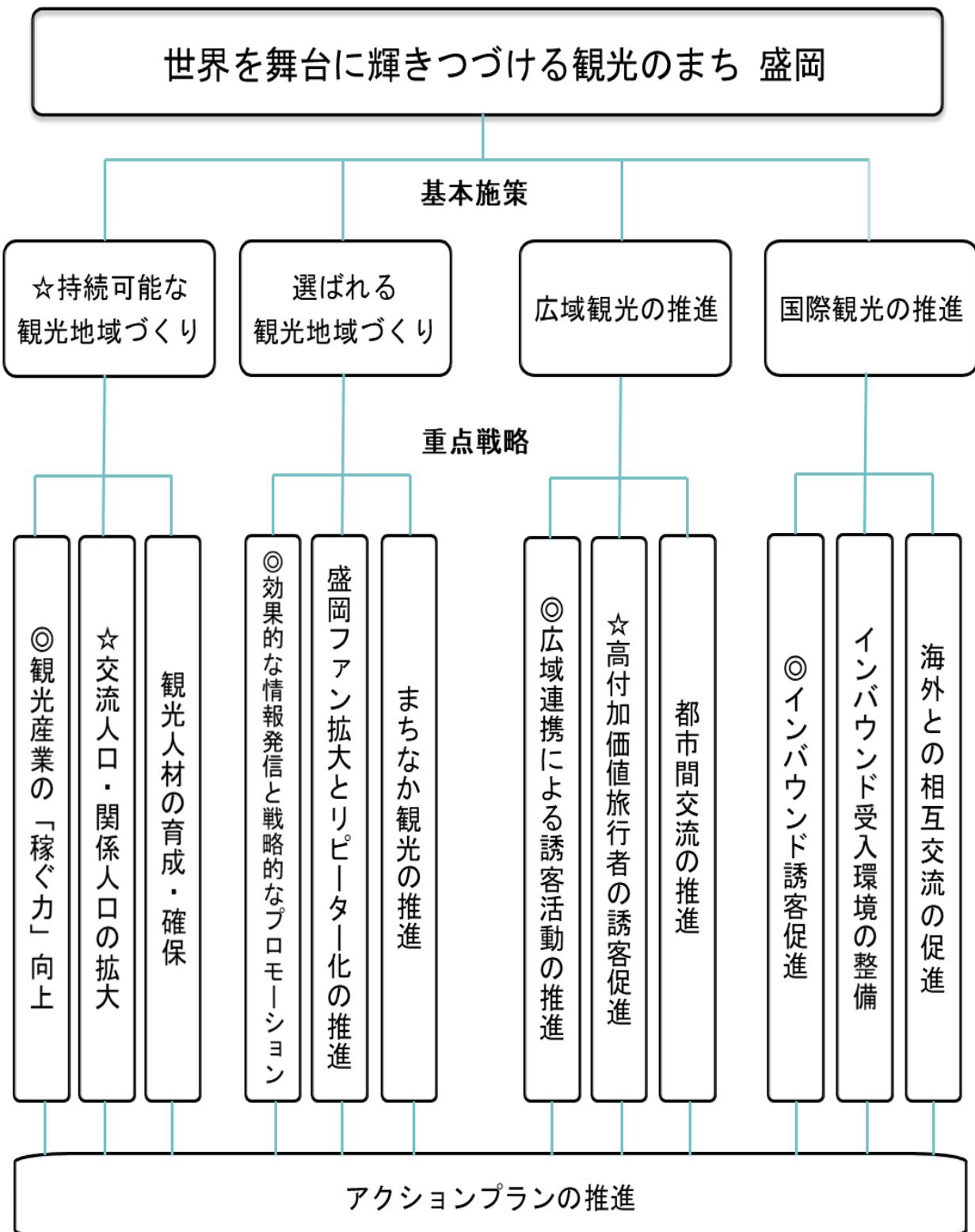
- ア 広域連携による誘客活動の推進（最重点戦略）
- イ 高付加価値旅行者の誘客促進【新規】
- ウ 都市間交流の推進

### (4) 国際観光の推進

- ア インバウンド誘客促進（最重点戦略）
- イ インバウンド受入環境の整備
- ウ 海外との相互交流の促進

【図3-1】 体系図

目指す姿



☆新規 ◎最重点戦略

### 3 成果指標

本計画における成果目標を次のとおり設定します。

☆新規

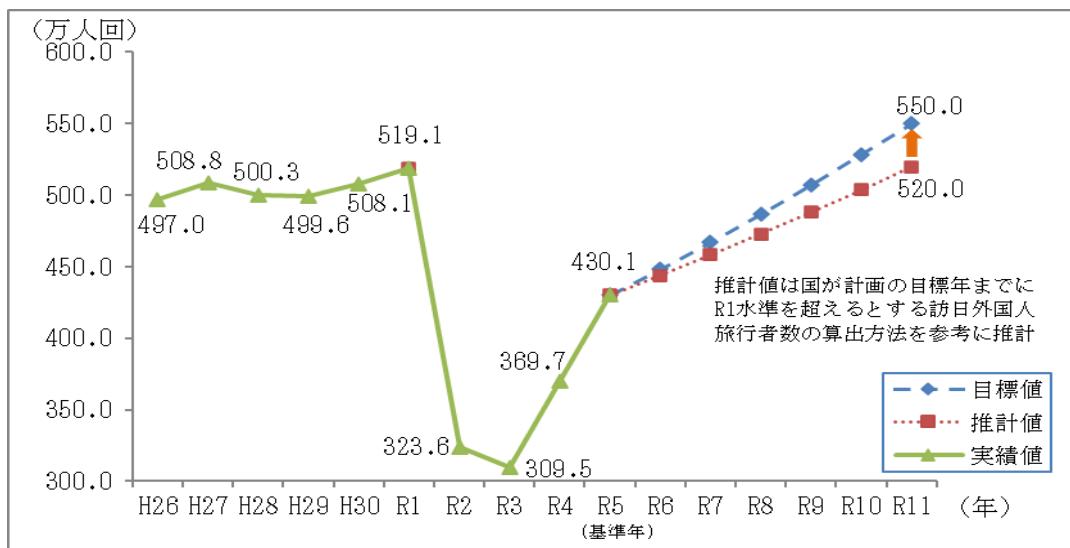
指標	目指す方向	令和5年（基準値）	令和11年（目標値）
年間観光客入込数	↗	430.1 万人回	550 万人回
年間宿泊観光客数	↗	107.3 万人泊	130 万人泊
年間外国人宿泊観光客数	↗	6.5 万人泊	15 万人泊
☆観光消費額単価	↗	※	※

※観光消費額単価は、令和7年度に調査し、設定する。

#### (1) 年間観光客入込数

国が観光立国推進基本計画の目標年までに訪日外国人旅行者数が令和元年水準を超えることを目標としていることを参考とし、令和11年の年間観光客入込数を推計すると、1年あたり約3.2%の上昇となり、520万人回となる見込みですが、「選ばれる観光地域づくり」や「広域観光の推進」等の計画推進の効果を加味し、年間観光客入込数の目標値を550万人回としました。

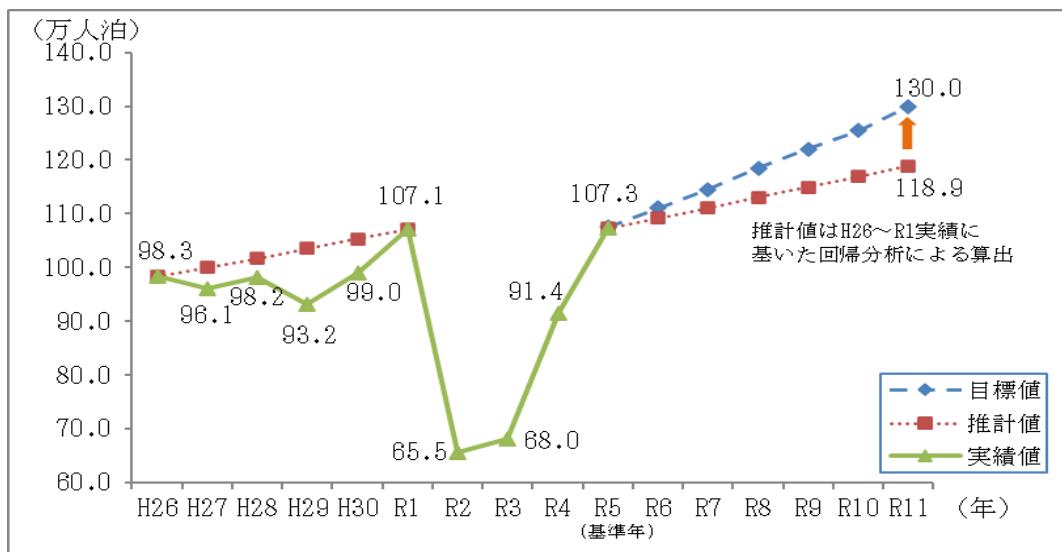
【図3-2】 年間観光客入込数



## (2) 年間宿泊観光客数

コロナ前の平成26年～令和元年の実績データから令和11年の年間宿泊観光客数を推計すると、1年あたり1.73%の上昇となり、118.9万人泊となる見込みですが、「選ばれる観光地域づくり」をはじめとした計画推進の効果を加味し、年間宿泊観光客数の目標値を130万人泊としました。

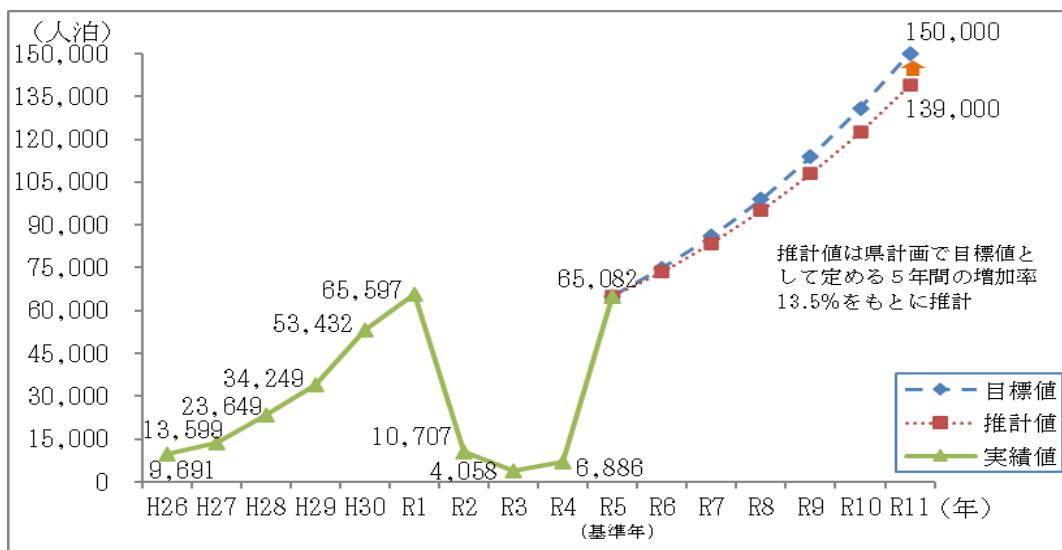
【図3-3】 年間宿泊観光客数



## (3) 年間外国人宿泊観光客数

県がみちのく岩手観光立県第4期基本計画で目標値と定める5年間の上昇率が13.5%であることを参考とし、令和11年の年間外国人宿泊観光客数を推計すると、約13万9千人泊となる見込みですが、「国際観光推進」をはじめとした計画推進の効果を加味し、年間外国人宿泊観光客数の目標値を15万人泊としました。

【図3-4】 年間外国人宿泊観光客数



## 4 アクションプラン

◎：新規（27）、○：拡充（13）、□：継続（14）

基本施策	重点戦略	アクションプラン	頁
持続可能な観光地域づくり 【新規】	観光産業の「稼ぐ力」向上 （最重点戦略）	1 観光DXの推進（◎）	(38)
		2 観光関連施設有料化への取組（◎）	(39)
		3 観光産業の事業発掘（◎）	
		4 タウンマネジメント機関の活動支援（◎）	(40)
		5 文化財の保存・活用の推進（◎）	
		6 MICE誘致の推進（○）	
		7 行事・イベントを活用した宿泊客誘致（○）	(41)
		8 盛岡三大麺の普及促進（□）	
	交流人口・関係人口の拡大【新規】	9 地域の観光業者や地元住民との連携事業の拡大（◎）	(42)
		10 スポーツ合宿の誘致（◎）	
		11 盛岡という星でBASE STATIONの運営、活用（◎）	
		12 若者を惹きつける情報発信（◎）	(43)
		13 関係人口登録システムの運用、活用（◎）	
		14 まちなかウォーカブル推進（◎）	(44)
		15 スポーツツーリズムの推進（○）	
		16 岩洞湖を活用した観光振興（○）	
		17 ウォーキングを活用した歴史的情緒あふれるまち並みの回遊性向上（□）	(45)
	観光人材の育成・確保	18 インバウンド観光人材の育成（◎）	
		19 地域固有の観光資源等の知識の普及促進（◎）	(46)
		- 【再掲】観光産業の事業発掘	
		20 観光人材の育成推進（○）	(47)
選ばれる観光地域 づくり	効果的な情報発信と戦略的な プロモーション（最重点戦略）	- 【再掲】観光DXの推進	
		21 効果的な観光プロモーションの実施（◎）	(48)
		22 ロケツーリズムによる誘客促進（◎）	
		23 冬季観光コンテンツの効果的な情報発信（◎）	
		24 新たなエリアへの積極的なプロモーションの展開（○）	(49)
		25 物産展を活用した誘客促進（○）	
		- 【再掲】MICE誘致の推進	
		26 祭りを活用したファンづくり（□）	(50)
		27 シティプロモーションの推進（□）	
		28 観光バス受入環境の整備（◎）	
	盛岡ファン拡大とリピーター化の 推進	- 【再掲】文化財の保存・活用の推進	(51)
		29 盛岡さんさ踊りの通年体験化（○）	
		30 教育旅行の増客に向けた誘致推進（○）	(52)
		31 玉山地域らしさ溢れる魅力づくり（○）	
		- 【再掲】祭りを活用したファンづくり	
		32 もりおかの食と農のバリューアップ推進（○）	
		33 史跡盛岡城跡・盛岡城跡公園の活用（□）	
		34 盛岡市動物公園を活用した観光振興（□）	(54)
		35 誰もが分かりやすい観光案内の実現（◎）	
		36 商店街の活性化支援（◎）	
まちなか観光の推進	まちなか観光の推進	- 【再掲】まちなかウォーカブル推進	
		37 盛岡City Wi-Fiの拡充（○）	
		- 【再掲】史跡盛岡城跡・盛岡城跡公園の活用	
		38 盛岡地区かわまちづくり（□）	
	まちなか観光の推進	39 歩いて楽しむみちづくりの推進（□） (歩道の融雪、電線地中化、歩行者の安全対策など)	(57)

基本施策	重点戦略	アクションプラン	頁
広域観光の推進	広域連携による誘客活動の推進 （最重点戦略）	40 盛岡広域連携スポーツツーリズムの推進（◎）	(58)
		- 【再掲】スポーツ合宿の誘致	
		41 冬季広域観光の振興（◎）	(59)
		42 盛岡手づくり村・盛岡つなぎ温泉・小岩井農場一体となった観光振興（◎）	
		43 広域観光推進の強化（〇）	(60)
	高付加価値旅行者の誘客促進 【新規】	44 高付加価値旅行商品の造成支援（◎）	
		45 大型クルーズ船乗船客の積極的な誘致（◎）	(61)
		46 盛岡手づくり村を活用した誘客促進（□）	
	都市間交流の推進	47 友好都市との観光連携の強化（◎）	(62)
		48 東北六市連携、東日本連携などの枠組みを活用した取組の推進（□）	
		49 グリーン・ツーリズムの推進（□）	(63)
		50 友好都市との交流（□）	
国際観光の推進	インバウンド誘客促進 （最重点戦略）	51 盛岡の魅力の積極的な海外発信（◎）	
		- 【再掲】高付加価値旅行商品の造成支援	(64)
		- 【再掲】大型クルーズ船乗船客の積極的な誘致	
		52 海外旅行博などの大規模イベントを活用したプロモーションの展開（〇）	(65)
		- 【再掲】盛岡手づくり村を活用した誘客促進	
	インバウンド受入環境の整備	53 外国人観光客の伝統芸能等の体験機会の創出（◎）	
		- 【再掲】誰もが分かりやすい観光案内の実現	(66)
		- 【再掲】インバウンド観光人材の育成	
		- 【再掲】盛岡City Wi-Fiの拡充	
	海外との相互交流の促進	54 姉妹都市・友好都市との交流（□）	(67)



(盛岡さんさ踊り)

## (1) 持続可能な観光地域づくり【新規】

観光産業経済の見える化の実現やデータ活用による観光マーケティングを実施するなど観光DXを推進し、旅行者の利便性向上及び周遊促進を図るほか、観光産業の「稼ぐ」力を向上させ、持続的に稼げる地域となるための取組を推進します。

また、自然・文化をはじめとした観光資源等の保全や観光客のマナー啓発など、観光と生活環境との調和を図るとともに、観光の持続可能な発展を支える人材の育成を推進するほか、日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）を意識した持続可能な観光地域づくりに取り組みます。

### ア 観光産業の「稼ぐ力」向上（最重点戦略）

◎：新規、○：拡充、□：継続

事業名	1. 観光DXの推進（◎）				
実施主体	盛岡市（観光課）				
事業概要	人流分析や消費額調査等の観光DXを推進し、データに基づく戦略的なプロモーションを行うことで観光客の誘客を推進するほか、データを関係団体・事業者と共有し、活用することにより、生産性を向上させ、地域の「稼ぐ力」の向上を図ります。				
評価指標	観光消費額単価（円）			現状値（R5）	目標値（R11）
				—	※
実施計画	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度	R11年度
	パラメータ調査	⇒	⇒	⇒	⇒
		観光事業者等との情報共有	⇒	⇒	⇒
			人流分析	⇒ (効果検証)	⇒ (検証反映)

※観光消費額単価は、令和7年度に調査し、目標値を設定する。

<b>事業名</b>	<b>2. 観光関連施設有料化への取組 (◎)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	見学が可能な盛岡市の観光関連施設について、適切な受益者負担の考え方のもと、必要に応じて入場料の有料化を検討し、持続可能な施設運営に努めます。			
<b>評価指標</b>	施設における入場料収入（円）		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			—	※
<b>実施計画</b>	<b>R 7 年度</b>	<b>R 8 年度</b>	<b>R 9 年度</b>	<b>R 10 年度</b>
	他自治体の事例研究	⇒		分析・見直し
	対象施設選定	有料化検討	⇒	検討結果に基づく措置 ⇒

※目標値については、有料化が決まり次第、数値を設定するものとする。

<b>事業名</b>	<b>3. 観光産業の事業発掘 (◎)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	市内の学生等を対象に「稼ぐ」や「盛岡の魅力発信」などをテーマにした事業を募集し、プレゼンによるコンテストを開催します。効果的だと認められた事業の実施を支援します。審査員は旅行会社などの有識者とし、事業実施後には効果測定を行います。			
<b>評価指標</b>	事業支援件数（件）		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			—	2
<b>実施計画</b>	<b>R 7 年度</b>	<b>R 8 年度</b>	<b>R 9 年度</b>	<b>R 10 年度</b>
	内容検討	コンテスト開催	⇒	⇒ ⇒
		事業実施支援	⇒	⇒ ⇒
		効果検証	⇒	⇒ ⇒

<b>事業名</b>	<b>4. タウンマネージメント機関の活動支援（◎）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（経済企画課）			
<b>事業概要</b>	<p>中心市街地活性化推進に係るタウンマネージメント機関（注38）である「盛岡まちづくり株式会社」が行う取組を支援し、中心市街地商店街の集客力向上や賑わい創出、並びに繁盛店づくりを目指す事業者の育成を図ります。</p> <p>取組の推進にあたっては、A I 分析システムによる通行量・人流分析のデータを活用します。</p>			
<b>評価指標</b>	通行量・人流分析データの活用件数（件）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			6	10
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	補助金の交付	⇒	⇒	⇒
	取組支援	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	<b>5. 文化財の保存・活用の推進（◎）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（歴史文化課）			
<b>事業概要</b>	<p>これまで価値付けが明確でなかった未指定の文化財や、文化財と関連する周辺環境等が失われつつあることから、平成22年度に策定した「盛岡市歴史文化基本構想」を土台とし、改正文化財保護法に位置付けられた「文化財保存活用地域計画」（以下「地域計画」）を策定、文化庁の認定を得ることにより、歴史遺産を適切に保存しながら、国の財政的な支援措置を活用しつつ、歴史遺産を生かした観光ルートの開発、拠点となる展示施設等の整備、説明板の多言語化やVR・ARの整備など、観光資源としての利活用を推進します。</p>			
<b>評価指標</b>	登録文化財件数（件）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			5	10
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	内容検討	⇒	計画策定・認定	⇒
				計画認定に基づく事業実施

<b>事業名</b>	<b>6. M I C E誘致の推進 (○)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、（公財）盛岡観光コンベンション協会			
<b>事業概要</b>	ターゲット情報とアプローチ方法の分析により、北東北の交通結節点としての地理的特性や本市固有の観光資源を効果的にPRし、積極的なプロモーション活動を展開するほか、新たなM I C E助成制度を検討します。			
<b>評価指標</b>	M I C E参加者数（開催助成制度利用）（人）		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			5,897	10,000
<b>実施計画</b>	<b>R 7年度</b>	<b>R 8年度</b>	<b>R 9年度</b>	<b>R10 年度</b>
	P R先の検討		P R方法再考	P R先の再考
	効果的なP R	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	<b>7. 行事・イベントを活用した宿泊客誘致 (○)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	チャグチャグ馬コ、盛岡秋まつりをはじめとした日帰りイベントになってしまっている行事・イベントについて、宿泊を促せるように内容を拡充し、宿泊客の誘致に取り組みます。			
<b>評価指標</b>	宿泊観光客数（万人泊）		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			107.3	130
<b>実施計画</b>	<b>R 7年度</b>	<b>R 8年度</b>	<b>R 9年度</b>	<b>R10 年度</b>
	内容検討	イベント内容の拡充	⇒	⇒
		内容検証 内容の見直し	内容検証 継続可否確認	⇒ 内容の見直し

<b>事業名</b>	<b>8. 盛岡三大麺の普及促進 (□)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（経済企画課）			
<b>事業概要</b>	盛岡の代表的な食文化であるわんこそば、盛岡冷麺、盛岡じゅじゅ麺（盛岡三大麺）の業界関係者で組織する「盛岡三大麺普及協議会」が行うイベントや情報発信等の取組を支援し、盛岡の麺文化の普及を図ります。			
<b>評価指標</b>	盛岡三大麺普及協議会団体数（者）		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			26	30
<b>実施計画</b>	<b>R 7年度</b>	<b>R 8年度</b>	<b>R 9年度</b>	<b>R10 年度</b>
	協議会の取組支援	⇒	⇒	⇒

イ 交流人口・関係人口の拡大

◎：新規、○：拡充、□：継続

事業名	9. 地域の観光業者や地元住民との連携事業の拡大（◎）				
実施主体	盛岡市（観光課、農政課食と農の連携推進室）、盛岡市観光関連施設事業者、市内旅行事業者、うまいもんアンバサダー認定店				
事業概要	盛岡の観光業者や宿泊施設との連携によるパッケージツアーの提供や盛岡市民との交流イベント、盛岡の特産品や料理を取り入れた観光客向けのメニューを提供することで本市の観光資源を効果的にPRします。				
評価指標	新規イベント等開発数（件）			現状値（R5）	目標値（R11）
				—	5
実施計画	R7年度 イベント企画 メニュー開発	R8年度 ⇒	R9年度 イベント開催 メニュー提供	R10年度 ⇒	R11年度 内容の見直し

事業名	10. スポーツ合宿の誘致（◎）				
実施主体	盛岡市（スポーツツーリズム推進室）				
事業概要	盛岡市内の宿泊施設を利用して、盛岡広域圏のスポーツ施設で実施するスポーツ合宿について、宿泊費の一部と広域圏内の移動費の一部を補助することにより、交流人口の拡大を目指します。				
評価指標	補助制度を利用した人数（人泊）			現状値（R5）	目標値（R11）
				773	1,200
実施計画	R7年度 誘致推進	R8年度 ⇒	R9年度 ⇒	R10年度 ⇒	R11年度 ⇒



(南部せんべい)



(南部紫紺染・藍染)

<b>事業名</b>	11. 盛岡という星で BASE STATION の運営、活用（◎）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（都市戦略室）			
<b>事業概要</b>	移住コーディネーターや地域おこし協力隊を配置し、関係人口、移住希望者、地元の高校生等の様々な人が交流できる施設として「盛岡という星で BASE STATION」（注39）を運営するとともに、施設でのイベント等を開催することで、関係人口の創出・拡大や盛岡への来訪を促進します。			
<b>評価指標</b>	年間施設来場者数（人）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			18,103	30,000
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	施設運営	⇒	⇒	⇒
	イベント等開催	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	12. 若者を惹きつける情報発信（◎）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（都市戦略室）			
<b>事業概要</b>	「盛岡という星で」ホームページ及び関連SNSを運営・活用し、東京圏等の若年層をターゲットとした効果的・効率的な情報発信を行うことで、関係人口の創出・拡大を図ります。			
<b>評価指標</b>	SNSフォロワー数（人）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			20,160	27,000
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	情報発信実施	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	13. 関係人口登録システムの運用、活用（◎）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（都市戦略室）			
<b>事業概要</b>	関係人口（県外在住者等）登録システム「MORIOKA CONNECTION ID」を用いて、関係人口の拡大及び可視化を図ります。また、登録者へ定期的にメールマガジンによる情報発信を行うほか、同システムに搭載されたポイント制度を活用し、盛岡で開催されるイベント等への来訪を促します。			
<b>評価指標</b>	関係人口登録システム登録者数（人）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			422	1,000
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	システム運営	⇒	⇒	⇒
	情報発信実施	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	14. まちなかウォーカブル推進 (◎)				
<b>実施主体</b>	盛岡市（市街地整備課まちなか未来創生室）				
<b>事業概要</b>	<p>・都市機能誘導区域の中心拠点【中心市街地】において「居心地が良く歩きたくなる」まちなかの形成を図るため、国土交通省所管の交付金事業「まちなかウォーカブル推進事業」（注 40）を活用し、地域住民や各商店街等の地元事業者等（以下、地域住民等）と連携した取組をハード、ソフト両面で推進します。</p> <p>・盛岡駅前、大通・菜園、内丸、河南の4つのエリアのうち、河南エリアについては、令和4年度から実施している「公民連携まちづくり勉強会」において選定された事業を中心に進めます。その他の地区については、令和8年度に実施予定の計画策定支援事業により、令和9年度以降の取組について地域住民等と連携しながら調査、検討を行います。</p>				
<b>評価指標</b>	中心市街地の歩行者・自転車通行量（人）			<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R 11）</b>
				333,665	※333,000
<b>実施計画</b>	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R 10 年度	R 11 年度
	中ノ橋通一丁目紺屋町線道路空間再配分				
	内容検討	調査	⇒	工事	⇒
	いわぎんリース駐車場				
	内容検討	社会実験	整備		
	河南地区以外の地域				
	内容検討	計画策定			
		社会実験	⇒	整備	⇒

※ウォーカブル推進の整備効果はR 12 年度以降であり、目標値は現状維持とする。

<b>事業名</b>	15. スポーツツーリズムの推進 (○)				
<b>実施主体</b>	盛岡市（スポーツツーリズム推進室）				
<b>事業概要</b>	大規模スポーツイベントや全国規模の大会を開催、又は支援することにより、交流人口の拡大を図るほか、参加者や関係者の周辺観光を促進します。				
<b>評価指標</b>	開催・支援したイベント・大会の参加者数（人）			<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R 11）</b>
				9,710	12,300
<b>実施計画</b>	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R 10 年度	R 11 年度
	大会開催	⇒	⇒	⇒	⇒
	周知推進	⇒	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	16. 岩洞湖を活用した観光振興 (○)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（産業振興課）			
<b>事業概要</b>	蘗川地区にある岩洞湖において、夏のアウトドア体験、冬のワカサギ釣りなど、岩洞湖周辺の自然体験観光の充実に取り組みます。			
<b>評価指標</b>	岩洞湖周辺施設観光客入込数（人回）		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			55,338	80,000
<b>実施計画</b>	<b>R 7 年度</b>	<b>R 8 年度</b>	<b>R 9 年度</b>	<b>R 10 年度</b>
	ニーズ調査	⇒	問題点抽出	改善
	周知推進	⇒	周知方法再考	周知推進
		⇒		

<b>事業名</b>	17. ウォーキングを活用した歴史的情緒あふれるまち並みの回遊性向上 (□)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（スポーツ推進課）			
<b>事業概要</b>	第4期観光推進計画アクションプランに掲載された、「もりおか町家物語館を中心とする鉈屋町・大慈寺界隈地区をはじめ八幡町や紺屋町等まち並み同士を誘導し、断続的な街並み回遊性を高める取組の推進」を拡充し、健康づくりアプリ「MORI-WALKER」のリアルウォーキング機能やバーチャルウォーキング機能のチェックポイントに市内の歴史的建造物を設定することで、健康づくりと観光の両方を推進します。			
<b>評価指標</b>	「MORI-WALKER」アプリダウンロード数（件）		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			3,899	22,000
<b>実施計画</b>	<b>R 7 年度</b>	<b>R 8 年度</b>	<b>R 9 年度</b>	<b>R 10 年度</b>
	定期的なウォーキングマップの追加	⇒	⇒	⇒
	アプリの普及・促進	⇒	⇒	⇒
		⇒		



(もりおか町家物語館)



(大慈清水)

## ウ 観光人材の育成・確保

◎：新規、○：拡充、□：継続

<b>事業名</b>	18. インバウンド観光人材の育成 (◎)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、おもてなし推進協議会			
<b>事業概要</b>	観光事業者向けに外国人観光客受け入れの意識醸成を図るための研修や英語を用いたコミュニケーション研修などを実施します。			
<b>評価指標</b>	研修等の開催件数（件）		現状値（R 5）	目標値（R 11）
			—	2
<b>実施計画</b>	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R 10 年度
	内容検討		内容の見直し	
		研修等の開催	⇒	⇒

<b>事業名</b>	19. 地域固有の観光資源等の知識の普及促進 (◎)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、（公財）盛岡観光コンベンション協会、おもてなし推進協議会			
<b>事業概要</b>	地域住民が本市の豊かな自然や歴史的建造物をはじめとした観光資源等の魅力を理解し、より地域への関心を持ち、魅力を伝えることができる機会を創出するほか、観光資源等の保全や観光客のマナー啓発など、観光と生活環境との調和を図るとともに、観光の持続可能な発展を支える人材の育成を推進します。			
<b>評価指標</b>	研修等の開催件数（件）		現状値（R 5）	目標値（R 11）
			—	2
<b>実施計画</b>	R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R 10 年度
	内容検討	⇒		内容の見直し
			研修等の開催	⇒

<b>事業名</b>	【再掲】観光産業の事業発掘（P39掲載）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	市内の学生等を対象に「稼ぐ」や「盛岡の魅力発信」などをテーマにした事業を募集し、プレゼンによるコンテストを開催します。効果的だと認められた事業の実施を支援します。審査員は旅行会社などの有識者とし、事業実施後には効果測定を行います。			

<b>事業名</b>	20. 観光人材の育成推進 (○)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、盛岡・八幡平広域観光推進協議会、おもてなし推進協議会			
<b>事業概要</b>	学生等を対象として、観光に係る研修の実施や意見交換の場の創出により、近隣市町村の学生等が観光のあり方について考える機会を設けることで、将来の観光産業を担う人材の育成を推進します。			
<b>評価指標</b>	研修・意見交換会の開催数（件）		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			—	2
<b>実施計画</b>	<b>R 7 年度</b>	<b>R 8 年度</b>	<b>R 9 年度</b>	<b>R 10 年度</b>
	内容検討	⇒	研修・意見交換会の開催	⇒ 内容の見直し



(チャグチャグ馬コ)



(つなぎでつなぐ盛岡さんさ踊り)

## (2) 選ばれる観光地域づくり

盛岡市がより魅力ある観光地となり、選ばれる観光地域となるため、「歩いて楽しむまち盛岡」の魅力をプラスシュアップするとともに、効果的なPRや戦略的なプロモーションを展開し、盛岡ファンの拡大とリピーター化を推進します。

### ア 効果的な情報発信と戦略的なプロモーション（最重点戦略）

◎：新規、○：拡充、□：継続

<b>事業名</b>	<b>【再掲】観光DXの推進 (P38掲載)</b>
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）
<b>事業概要</b>	人流分析や消費額調査等の観光DXを推進し、データに基づく戦略的なプロモーションを行うことで、観光客の誘客を推進するほか、データを関係団体・事業者と共有し、生産性を向上させることにより、地域の「稼ぐ力」の向上を図ります。

<b>事業名</b>	<b>21. 効果的な観光プロモーションの実施 (◎)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	地域おこし協力隊を活用し、戦略的かつ一体的な広報活動を行い、盛岡の観光宣伝を積極的に行うとともに、コンセプトを設定し、新たな観光PR戦略を活用するなど、本市の観光の魅力を国内外に積極的に発信し、観光客誘客につなげます。			
<b>評価指標</b>	観光客入込数（万人回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			430.1	550
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	協力隊の任用	⇒	⇒	
	効果的なPR	⇒	PR方法再考	効果的なPR
				⇒

<b>事業名</b>	<b>22. ロケツーリズムによる誘客促進 (◎)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、盛岡広域フィルムコミッショナ			
<b>事業概要</b>	映画やドラマの撮影・放送をきっかけにした観光客誘致を目指し、地域活性化につなげることを目的とした「ロケツーリズム」（注41）に取り組みます。			
<b>評価指標</b>	ロケーション支援件数（件）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			38	40
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	ターゲット検討	モニターツアー	ターゲット再考	
		周知推進	⇒	周知方法再考
				周知推進

<b>事業名</b>	<b>23. 冬季観光コンテンツの効果的な情報発信 (◎)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	本州一の厳寒地である蘗川地域をはじめ、本市固有の冬季観光コンテンツの魅力を効果的に発信し、観光需要の落ち込む冬季観光客の誘客を促進します。			
<b>評価指標</b>	冬季観光客入込数※12月～3月（万人回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			126	160
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	PR方法検討		PR方法再考	
		効果的なPR	⇒	⇒

<b>事業名</b>	<b>24. 新たなエリアへの積極的なプロモーションの展開 (○)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、おもてなし推進協議会			
<b>事業概要</b>	西日本エリアをはじめとした新たなエリアへ本市固有の観光資源を効果的にPRするため旅行博や商談会で積極的なプロモーション活動を展開します。			
<b>評価指標</b>	観光客入込数（万人回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			430.1	550
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	旅行博・商談会でのPR	⇒	⇒	⇒
		ターゲットの見直し		ターゲットの見直し

<b>事業名</b>	<b>25. 物産展を活用した誘客促進 (○)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（ものづくり推進課）			
<b>事業概要</b>	市内において、もりおか味と工芸展を開催するほか、県外での物産展や盛岡デー（東京、沖縄）を開催するとともに、市内の工房・店舗を小さな博物館（注42）として開放するなど、県内外において伝統産業や特産品の情報発信及び販路拡大支援を行うことにより誘客促進につなげます。			
<b>評価指標</b>	年間物産展売上合計（万円）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			9,212	10,400
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	物産展内容等検討	⇒	⇒	⇒
	出展者発掘	⇒	⇒	⇒
	物産展実施	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	【再掲】M I C E 誘致の推進 (P41掲載)
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、（公財）盛岡観光コンベンション協会
<b>事業概要</b>	ターゲット情報とアプローチ方法の分析により、北東北の交通結節点としての地理的特性や本市固有の観光資源を効果的にPRし、積極的なプロモーション活動を展開するほか、新たなM I C E 助成制度を検討します。

<b>事業名</b>	26. 祭りを活用したファンづくり (□)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、（公財）盛岡観光コンベンション協会、盛岡商工会議所			
<b>事業概要</b>	盛岡さんさ踊りをはじめとした盛岡秋まつり山車、チャグチャグ馬コなど魅力的な祭り・イベントの認知度を向上させるため、効果的なPRを推進するとともに、積極的なプロモーション活動を展開します。			
<b>評価指標</b>	観光客入込数（万人回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			430.1	550
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	PR方法検討		PR方法再考	
	効果的なPR	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	27. シティプロモーションの推進 (□)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（都市戦略室）			
<b>事業概要</b>	地域おこし協力隊を活用した新たなプロモーション動画の作成やSNSによる発信など、市外の住民に向けニューヨーク・タイムズ紙でも評価された盛岡らしい有形・無形の価値や魅力を発信することで、盛岡に来る人や、盛岡のものを買う人などの交流人口の増加を図ります。			
<b>評価指標</b>	観光客入込数（万人回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			430.1	550
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	情報発信	⇒	⇒	⇒
	プロモーション事業実施	⇒	⇒	⇒

イ 盛岡ファン拡大とリピーター化の推進

◎：新規、○：拡充、□：継続

<b>事業名</b>	<b>28. 観光バス受入環境の整備（◎）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	既存の観光バス駐車場の周知を推進するほか、公共施設や民間施設の空地を有効に活用し、観光バス駐車場を確保することで、夏祭りの期間や教育旅行繁忙期、大規模イベント開催時に駐車場不足が解消される受入環境整備を推進します。			
<b>評価指標</b>	観光バス駐車場受入箇所数（箇所）			現状値（R5） 2
<b>実施計画</b>	R7年度 調査・交渉	R8年度	R9年度	R10年度 再調査・交渉
	駐車場拡充	運用	⇒	⇒

<b>事業名</b>	<b>【再掲】文化財の保存・活用の推進（P40掲載）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（歴史文化課）			
<b>事業概要</b>	これまで価値付けが明確でなかった未指定の文化財や、文化財と関連する周辺環境等が失われつつあることから、平成22年度に策定した「盛岡市歴史文化基本構想」を土台とし、改正文化財保護法に位置付けられた「文化財保存活用地域計画」（以下「地域計画」）を策定、文化庁の認定を得ることにより、歴史遺産を適切に保存しながら、国の財政的な支援措置を活用しつつ、歴史遺産を生かした観光ルートの開発、拠点となる展示施設等の整備、説明板の多言語化やVR・ARの整備など、観光資源としての利活用を推進します。			



（もりおか啄木・賢治青春館）

<b>事業名</b>	<b>29. 盛岡さんさ踊りの通年体験化（○）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、（公財）盛岡観光コンベンション協会、盛岡つなぎ温泉観光協会			
<b>事業概要</b>	8月1日～4日の祭り期間以外で盛岡さんさ踊りを観覧できる「街なかさんさ」や「つなぎでつなぐ盛岡さんさ踊り」を体験型観光コンテンツとして拡充することで、盛岡ファン拡大とリピーター化を推進します。			
<b>評価指標</b>	盛岡さんさ踊り公演回数（回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			256	330
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	内容検討		再検討	
	体験プログラム実施	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	<b>30. 教育旅行の増客に向けた誘致推進（○）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、（公財）盛岡観光コンベンション協会、岩手県			
<b>事業概要</b>	探究学習ができるコンテンツの掘り起こしやプラッシュアップをするほか、県外の学校、旅行会社へ積極的な誘致を推進します。また、教育旅行経験者が将来の盛岡ファン、リピーターとなるよう、本市の魅力的な地域資源を効果的に発信します。			
<b>評価指標</b>	教育旅行入込数（人回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			50,672	65,000
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	コンテンツの掘り起こし	コンテンツのプラッシュアップ	P R 方法再考	コンテンツの掘り起こし
	効果的な P R	⇒	⇒	⇒



(道の駅もりおか渋民「たみつと」)

<b>事業名</b>	31. 玉山地域らしさ溢れる魅力づくり（○）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（産業振興課、歴史文化課）			
<b>事業概要</b>	玉山地域の様々な観光資源（道の駅もりおか渋民、石川啄木記念館・玉山歴史民俗資料館、ユートランド姫神、岩洞湖、姫神山等）が連携し、盛岡北部の観光の魅力づくりを推進します。			
<b>評価指標</b>	玉山地区観光客入込数（万人回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			26.9	57.9
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	各施設の管理運営等	⇒	⇒	⇒
	連携イベントの実施等	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	【再掲】祭りを活用したファンづくり（P50掲載）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	盛岡さんさ踊りをはじめとした盛岡秋まつり山車、チャグチャグ馬コなど本市の魅力的な祭り・イベントの認知度を向上させるため、効果的なPRを推進するとともに、積極的なプロモーション活動を展開します。			

<b>事業名</b>	32. もりおかの食と農のバリューアップ推進（□）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（農政課食と農の連携推進室）			
<b>事業概要</b>	盛岡の食材と食関連産業を「美食王国もりおか」として発信することにより、来盛客の増加とふるさと納税の活性化など外貨獲得を図るとともに、盛岡産農畜産物の高付加価値化と食関連産業の活性化を目指します。			
<b>評価指標</b>	県央エリアの都市型観光（買物・食等）の 入込客数（岩手県観光統計）（万人回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			31.5	37.8
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	食と農VU 推進事業実施	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	33. 史跡盛岡城跡・盛岡城跡公園の活用（□）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（公園みどり課、歴史文化課）			
<b>事業概要</b>	史跡としての歴史的価値を高め、市街地中心部の観光拠点にふさわしい環境整備やイベント開催及び支援等に取り組みます。			
<b>評価指標</b>	公園使用許可件数（件）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			141	150
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	発掘調査	⇒	⇒	⇒
	公園施設等整備	⇒	⇒	⇒
	周知推進	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	34. 盛岡市動物公園を活用した観光振興（□）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（公園みどり課）、盛岡市動物公園（ZOOMO）			
<b>事業概要</b>	令和5年4月にリニューアルオープンした盛岡市動物公園 ZOOMOについて、魅力ある動物公園として多くの来園者にお越しいただけるよう、運営主体である株式会社もりおかパークマネジメントとともに管理運営に取り組みます。			
<b>評価指標</b>	盛岡市動物公園来園者数（人）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			177,262	180,000
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	イベント開催・PR等への支援	⇒	⇒	⇒

※目標値（R11）は盛岡市動物公園（ZOOMO）が経営計画上、設定している目標値に準じる。

なお、現状値（R5）はニューアルオープンに伴い、多くの来園者があったもの。



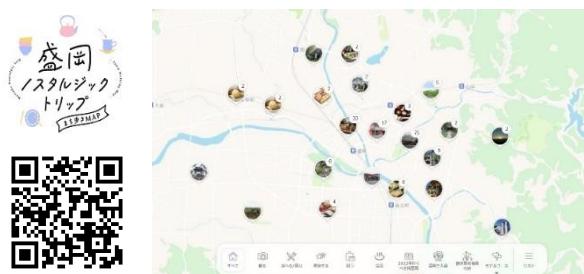
(盛岡市動物公園 ZOOMO)

## ウ まちなか観光の推進

◎：新規、○：拡充、□：継続

<b>事業名</b>	35. 誰もが分かりやすい観光案内の実現 (◎)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	盛岡ノスタルジックトリップまち歩きマップ（デジタルマップ）を活用し、多言語による案内や障がい者等に配慮したユニバーサルデザイン（注43）への対応を整備するとともに、利用率向上のためのPRを推進します。			
<b>評価指標</b>	盛岡ノスタルジックトリップまち歩きマップ PV数（PV）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			39,372	80,000
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	整備推進	⇒	保守・運用	⇒
	周知推進	⇒	⇒	⇒
			周知方法再考	周知方法再考

<b>事業名</b>	36. 商店街の活性化支援 (◎)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（経済企画課）、盛岡市商店街連合会			
<b>事業概要</b>	盛岡市商店街連合会が商店街振興事業を行う商店街等の団体及び市民等の団体に助成する場合に要する経費に対し、補助金を交付し、商店街の活性化を図ります。			
<b>評価指標</b>	補助件数（件）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			23	25
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	補助金の交付	⇒	⇒	⇒
	連合会の取組支援	⇒	⇒	⇒



(もりおかノスタルジックトリップまち歩きマップ)

<b>事業名</b>	【再掲】まちなかウォーカブル推進（P44掲載）
<b>実施主体</b>	盛岡市（市街地整備課まちなか未来創生室）
<b>事業概要</b>	<p>・都市機能誘導区域の中心拠点【中心市街地】において「居心地が良く歩きたくなる」まちなかの形成を図るため、国土交通省所管の交付金事業「まちなかウォーカブル推進事業」を活用し、地域住民や各商店街等の地元事業者等（以下、地域住民等）と連携した取組をハード、ソフト両面で推進します。</p> <p>・盛岡駅前、大通・菜園、内丸、河南の4つのエリアのうち、河南エリアについては、令和4年度から実施している「公民連携まちづくり勉強会」において選定された事業を中心に進めます。その他の地区については、令和8年度に実施予定の計画策定支援事業により、令和9年度以降の取組について地域住民等と連携しながら調査、検討を行います。</p>

<b>事業名</b>	37. 盛岡 City Wi-Fi の拡充（○）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	旅行者がスマートフォン等でストレスなく情報収集・発信をし、まち歩きの利便性を向上させるため、Wi-Fi 環境を拡充するとともに、既存の Wi-Fi 環境の周知を推進するほか、民間等の事業者へ盛岡 City Wi-Fi への参加を促進し、市民及び旅行者に対するサービス拡大を図ります。			
<b>評価指標</b>	盛岡 City Wi-Fi アクセス数（回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			24,755	50,000
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	調査	⇒	拡充整備	運用・保守
	周知推進	⇒	周知方法再考	周知推進
	参加者募集	⇒	募集方法再考	参加者募集

<b>事業名</b>	【再掲】史跡盛岡城跡・盛岡城跡公園の活用（P54掲載）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（公園みどり課、歴史文化課）			
<b>事業概要</b>	史跡としての歴史的価値を高め、市街地中心部の観光拠点にふさわしい環境整備やイベント開催及び支援等に取り組みます。			

<b>事業名</b>	<b>38. 盛岡地区かわまちづくり（口）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（公園みどり課、市街地整備課まちなか未来創生室）、盛岡地区かわまちづくり（舟運）実行委員会			
<b>事業概要</b>	河川空間を観光アクセスや水辺の賑わい創出の場として活用するための取組を行い、観光客の誘致を推進します。			
<b>評価指標</b>	観光客入込数（万人回）		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			430. 1	550
<b>実施計画</b>	<b>R 7 年度</b>	<b>R 8 年度</b>	<b>R 9 年度</b>	<b>R 10 年度</b>
	北上川フェス タや運航体験 の開催支援	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	<b>39. 歩いて楽しむみちづくりの推進（歩道の融雪、電線地中化、歩行者の安 全対策など）（口）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（道路建設課、道路管理課）			
<b>事業概要</b>	良好な景観の形成、観光振興及び災害時を含めた安全・円滑な交通確保のた め、電線共同溝（注 44）の整備を中心とした無電柱化事業を実施するほか、歩 行者や自転車が安心して快適に移動することができ、賑わいのある空間を創出 するとともに、障がい者に配慮した街路や歩行者空間の整備を行います。 また、冬季間の歩行者の安全対策として、主に中心市街地の歩道に融雪設備を 設置します。			
<b>評価指標</b>	まちづくり評価アンケート調査「徒歩で快適に 移動できる」と答えた市民の割合（%）		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			55	57
<b>実施計画</b>	<b>R 7 年度</b>	<b>R 8 年度</b>	<b>R 9 年度</b>	<b>R 10 年度</b>
	市道内丸大沢川原一丁目線（融雪整備）			
	内容検討	設計	施工	⇒
	市道岩手公園開運橋線（融雪整備、電線地中化、高品質舗装）			
	施工	⇒	⇒	
	市道南大通二丁目南大橋線外（融雪整備、電線地中化、高品質舗装）			
	施工	⇒	⇒	⇒
	都市計画道路盛岡駅内丸線（融雪整備、電線地中化、高品質舗装）			
	測量	設計	用地買収	⇒

### (3) 広域観光の推進

盛岡市が北東北の交通結節点であるという地理的特性を活かし、県や他市町と連携することで盛岡への誘客を図るため、地域の魅力ある観光資源を広域的にネットワーク化し、広域的に連携した観光振興の取組を推進し、高付加価値旅行商品の造成支援を行うなど効果的な誘客を図るほか、周遊を促進します。

#### ア 広域連携による誘客活動の推進（最重点戦略）

◎：新規、○：拡充、□：継続

<b>事業名</b>	40. 盛岡広域連携スポーツツーリズムの推進（◎）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（スポーツツーリズム推進室）			
<b>事業概要</b>	盛岡広域8市町で相互に連携・協調し、盛岡広域圏の魅力発信と賑わいの創出を図るために組織した盛岡広域スポーツコミッショ（注45）の事務局として、全国大会等の大規模大会、合宿の誘致、広域圏内で開催されるスポーツイベントへの後援・副賞提供のほか、地元ゆかりのオリンピアンの応援などの事業に取り組みます。			
<b>評価指標</b>	スポーツパルの登録者数		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			3,268	5,000
<b>実施計画</b>	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
	魅力発信	⇒	⇒	⇒
	周知推進	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	【再掲】スポーツ合宿の誘致（P42掲載）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（スポーツツーリズム推進室）			
<b>事業概要</b>	盛岡市内の宿泊施設を利用して、盛岡広域圏のスポーツ施設で実施するスポーツ合宿について、宿泊費の一部と広域圏内の移動費の一部を補助することにより、交流人口の拡大を目指します。			

<b>事業名</b>	<b>41. 冬季広域観光の振興 (◎)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、盛岡・八幡平広域観光推進協議会、ウインターリゾート協議会			
<b>事業概要</b>	本市の弱点である冬季の観光需要落ち込みの対策として、八幡平市や零石町など広域での連携を強化し、スキーパー客をはじめとした送客への取組のほか、北東北の交通結節点であるという地理的特性を活かしたハブ都市（注46）としての取組を推進し、広域エリアでの冬季の誘客を促進します。			
<b>評価指標</b>	盛岡・八幡平広域エリア観光客入込数（万人回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			1,422	1,850
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	内容検討	⇒		内容の見直し
			事業実施	⇒

<b>事業名</b>	<b>42. 盛岡手づくり村・盛岡つなぎ温泉・小岩井農場一体となった観光振興 (◎)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課、ものづくり推進課、交通政策課）、（公財）盛岡地域地場産業振興センター、盛岡つなぎ温泉観光協会、小岩井農牧株式会社			
<b>事業概要</b>	盛岡地域の重要な観光コンテンツである盛岡手づくり村・盛岡つなぎ温泉・小岩井農場が一体となって国内外へのプロモーションを積極的に展開します。また、二次交通手段の確保策を検討します。			
<b>評価指標</b>	つなぎ地区観光客入込数（万人回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			28.4	35
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	PR方法検討	効果的なPR	⇒	PR方法再考
	二次交通手段の確保策検討	⇒	実施	⇒

<b>事業名</b>	<b>43. 広域観光推進の強化 (○)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、盛岡・八幡平広域観光推進協議会			
<b>事業概要</b>	盛岡周辺の広域市町の特産品や郷土芸能等を組み合わせたイベント等を開催するほか、広域市町が保有している観光資源・インフラ等を活用し、各市町の地域特性に応じて市町が補完し合える取組を推進することで、自治体同士のプロモーションを積極的に展開し、広域レベルでの誘客を促進します。			
<b>評価指標</b>	盛岡・八幡平広域エリア観光客入込数（万人回）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			1,422	1,850
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	内容検討	⇒	イベント開催	⇒
				内容の見直し

イ 高付加価値旅行者の誘客促進（新規）

◎：新規、○：拡充、□：継続

<b>事業名</b>	<b>44. 高付加価値旅行商品の造成支援 (◎)</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、盛岡・八幡平広域観光推進協議会			
<b>事業概要</b>	高付加価値旅行市場が拡大していることから、知的好奇心や探求心が強い高付加価値旅行者が盛岡のまちなか観光を楽しめる仕掛けを造成するほか、盛岡を中心に長期滞在し、広域を周遊できる、自然体験をはじめとした広域の地域資源を活かした旅行商品の造成を支援し、高付加価値旅行者の誘客を促進します。			
<b>評価指標</b>	高付加価値旅行商品の造成支援数（件）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			—	2
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	内容検討	モニターツアーの実施	再検討	商品造成支援
		旅行会社等へのPR	⇒	⇒



(盛岡・八幡平広域観光圏 東南アジア向け旅行商品造成のためのファムツアーア)

<b>事業名</b>	45. 大型クルーズ船乗船客の積極的な誘致（◎）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、盛岡・八幡平広域観光推進協議会			
<b>事業概要</b>	宮古市をはじめとした広域での連携により地域資源の魅力向上や掘り起こしを進め、オプショナルツアーを企画するランドオペレーター（注47）との交流会開催等を通じて効果的なPRを実施し、クルーズ船で県内港湾に訪れる高付加価値旅行者の誘客を促進します。			
<b>評価指標</b>	オプショナルツアー企画数（件）		現状値（R5）	目標値（R11）
			—	2
<b>実施計画</b>	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
	地域資源の掘り起こし	地域資源のブラッシュアップ	⇒	
	ランドオペレーターとの関係構築	⇒	交流会開催	⇒
	効果的なPR	⇒	⇒	PR方法再考

<b>事業名</b>	46. 盛岡手づくり村を活用した誘客促進（□）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（ものづくり推進課）、（公財）盛岡地域地場産業振興センター、協同組合盛岡手づくり村			
<b>事業概要</b>	盛岡手づくり村の体験メニューについて、国内外への周知強化や高付加価値メニュー開発等の充実を図り、インバウンド及び高付加価値旅行者の誘客促進につなげます。			
<b>評価指標</b>	体験売上額（千円）		現状値（R5）	目標値（R11）
			20,454	30,000
<b>実施計画</b>	R7年度	R8年度	R9年度	R10年度
	国内外への発信力強化	⇒	⇒	⇒
	高付加価値メニューの検討	⇒	⇒	⇒

## ウ 都市間交流の推進

◎：新規、○：拡充、□：継続

<b>事業名</b>	<b>47. 友好都市との観光連携の強化（◎）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）（文化国際課）（ものづくり推進課）			
<b>事業概要</b>	盛岡市の観光資源と友好都市であるうるま市や東京都文京区等の特産品や郷土芸能等を組み合わせたイベントを開催し、都市間交流の強化と誘客促進を図ります。			
<b>評価指標</b>	イベント来場者数（人）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			—	20,000
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	実施内容検討	友好都市との実施方法調整	イベント開催 うるま市15周年	イベント開催 文京区10周年
				内容の見直し

<b>事業名</b>	<b>48. 東北六市連携、東日本連携などの枠組みを活用した取組の推進（□）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	東北六魂祭・東北絆まつりで培った東北六市間のネットワークや東日本の新幹線沿線自治体によるネットワークを活用して、単市・単県では取り組みにくい大型のプロモーションなどを推進し、市域を越えた広域的な連携を推進することで、地域社会の持続的成長・発展に取り組みます。 関東・関西圏に東北絆まつりを派遣し六市の夏祭りを入り口に食・自然等観光の魅力を発信することで、旅行目的地として東北を浸透させます。また、プロモーション動画を制作し、SNS等の各種媒体で発信します。			
<b>評価指標</b>	東北六祭りの人出（万人） (東北の主要夏祭りの動向)		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			661.5	769.5
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	プロモーション等の実施	⇒	⇒	⇒
	効果測定分析	⇒	⇒	⇒
	財源確保(交付金)	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	49. グリーン・ツーリズム（注 48）の推進（□）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（農政課）			
<b>事業概要</b>	盛岡市のもつ緑豊かな自然、伝承文化等を通じて、市内の農村地域の人々と都市地域の人々の交流を促進し、農村地域の活性化に資するため、体験交流メニューの整備、教育旅行客の農業体験受入体制の整備等を図ります。			
<b>評価指標</b>	年間利用者数（人） (構成団体施設の日帰り旅行者数)		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			303,634	306,500
<b>実施計画</b>	<b>R 7 年度</b>	<b>R 8 年度</b>	<b>R 9 年度</b>	<b>R10 年度</b>
	体験交流 メニューの整備	⇒	⇒	⇒
	教育旅行客の農 業体験受入環境 整備体制の整備	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	50. 友好都市との交流（□）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（文化国際課）			
<b>事業概要</b>	友好都市の沖縄県うるま市（平成 24 年 7 月）及び東京都文京区（平成 31 年 2 月）との継続した市民交流により、本市の魅力を発信するとともに相互の往来を推進します。			
<b>評価指標</b>	都市間交流を推進するための協定等の締結数推進 (団体数)		<b>現状値（R 5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			5	5
<b>実施計画</b>	<b>R 7 年度</b>	<b>R 8 年度</b>	<b>R 9 年度</b>	<b>R10 年度</b>
			うるま市15周年	文京区10周年
	新たな交流都市 の検討	⇒	⇒	⇒



（うるま市・文京区友好都市連携）

#### (4) 國際觀光の推進

ニューヨーク・タイムズ紙「2023年に行くべき 52カ所」の2番目に選出されたことを契機に、外国人観光客が増加しているとともに、外国人観光客の消費動向が高付加価値化しており、誘客の促進に向け、効果的な海外プロモーションの展開や多言語対応など受入環境の整備を推進します。

##### ア インバウンド誘客促進（最重点戦略）

◎：新規、○：拡充、□：継続

<b>事業名</b>	<b>51. 盛岡の魅力の積極的な海外発信（◎）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	ターゲット国を分析し、自然・食・文化等、本市の魅力的な観光資源を積極的に海外に発信し、外国人観光客の増客につなげます。			
<b>評価指標</b>	外国人宿泊観光客数（人泊）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			65,082	150,000
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	ターゲット国 の分析	P R方法再考	ターゲット国 の分析	P R方法再考
	効果的な P R	⇒	⇒	⇒

<b>事業名</b>	<b>【再掲】高付加価値旅行商品の造成支援（P60掲載）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	高付加価値旅行市場が拡大していることから、知的好奇心や探求心が強い高付加価値旅行者が盛岡のまちなか観光を楽しめる仕掛けを造成するほか、盛岡を中心に長期滞在し、広域を周遊できる、自然体験をはじめとした広域の地域資源を活かした旅行商品の造成を支援し、高付加価値旅行者の誘客を促進します。			

<b>事業名</b>	<b>【再掲】大型クルーズ船乗船客の積極的な誘致（P61掲載）</b>			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	宮古市をはじめとした広域での連携により地域資源の魅力向上や掘り起こしを進め、オプショナルツアーを企画するランドオペレーターとの交流会開催等を通じて効果的な P R を実施し、クルーズ船で県内港湾に訪れる高付加価値旅行者の誘客を促進します。			

<b>事業名</b>	52. 海外旅行博などの大規模イベントを活用したプロモーションの展開 (○)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、盛岡つなぎ温泉観光協会、おもてなし推進協議会			
<b>事業概要</b>	ターゲット国の大規模イベントへの出展やJNTOが出展する観光見本市への参加を推進し、インバウンド誘客を促進するほか、JNTOのネットワークやノウハウを活用した現地旅行会社への積極的なセールスを展開します。			
<b>評価指標</b>	外国人宿泊観光客数（人泊）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			65,082	150,000
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	旅行博・商談会の参加	⇒	⇒	⇒
	ターゲット国の見直し		ターゲット国の見直し	

<b>事業名</b>	【再掲】盛岡手づくり村を活用した誘客促進 (P61掲載)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（ものづくり推進課）、（公財）盛岡地域地場産業振興センター			
<b>事業概要</b>	盛岡手づくり村の体験メニューについて、国内外への周知強化や高付加価値メニュー開発等の充実を図り、インバウンド及び高付加価値旅行者の誘客促進につなげる。			



(海外での観光PR バンコク日本博 2024)

## イ インバウンド受入環境の整備

◎：新規、○：拡充、□：継続

<b>事業名</b>	53. 外国人観光客の伝統芸能等の体験機会の創出 (◎)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）、おもてなし推進協議会			
<b>事業概要</b>	外国人観光客が気軽に盛岡さんさ踊りや盛岡芸妓等の伝統芸能を楽しめるよう、伝統芸能の外国語版解説リーフレットや字幕表示、イヤホンガイド等による多言語対応など、受入環境の整備を推進します。			
<b>評価指標</b>	外国人宿泊観光客数（人泊）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			65,082	150,000
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	内容検討	体験機会の創出	⇒	⇒
		外国語版解説リーフレットの作成	多言語対応の実施	外国語版解説リーフレットの作成

<b>事業名</b>	【再掲】誰もが分かりやすい観光案内の実現 (P55掲載)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	盛岡ノスタルジックトリップまち歩きマップ（デジタルマップ）を活用し、多言語案内やユニバーサルデザインへの対応を整備するとともに、利用率向上のためのPRを推進します。			

<b>事業名</b>	【再掲】インバウンド観光人材の育成 (P46掲載)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	観光事業者向けに外国人観光客受け入れの意識醸成を図るための研修や英語を用いたコミュニケーション研修などを実施します。			

<b>事業名</b>	【再掲】盛岡 City Wi-Fi の拡充 (P56掲載)			
<b>実施主体</b>	盛岡市（観光課）			
<b>事業概要</b>	旅行者がスマートフォン等でストレスなく情報収集・発信をし、まち歩きの利便性を向上させるため、Wi-Fi環境を拡充するとともに、既存のWi-Fi環境の周知を推進するほか、民間等の事業者へ盛岡 City Wi-Fiへの参加を促進し、市民及び旅行者に対するサービス拡大を図ります。			

ウ 海外との相互交流の促進

◎：新規、○：拡充、□：継続

<b>事業名</b>	54. 姉妹都市・友好都市との交流（□）			
<b>実施主体</b>	盛岡市（文化国際課）、（公財）盛岡国際交流協会			
<b>事業概要</b>	姉妹都市のカナダビクトリア市（昭和60年5月提携）及び友好都市の台湾花蓮市（令和元年11月）との継続した市民交流により、本市の魅力を発信するとともに、相互の往来を促進します。			
<b>評価指標</b>	姉妹都市・友好都市との交流による相互訪問累計者数（人）		<b>現状値（R5）</b>	<b>目標値（R11）</b>
			20	450
<b>実施計画</b>	<b>R7年度</b>	<b>R8年度</b>	<b>R9年度</b>	<b>R10年度</b>
	ビクトリア市 40周年			花蓮市10周年
	ビクトリア市 研修	⇒	⇒	⇒



(花蓮市との友好都市提携)

(2024 花蓮加油-盛岡山車カーニバル)

(ビクトリア市との姉妹都市提携)

## 第4章 計画の推進体制

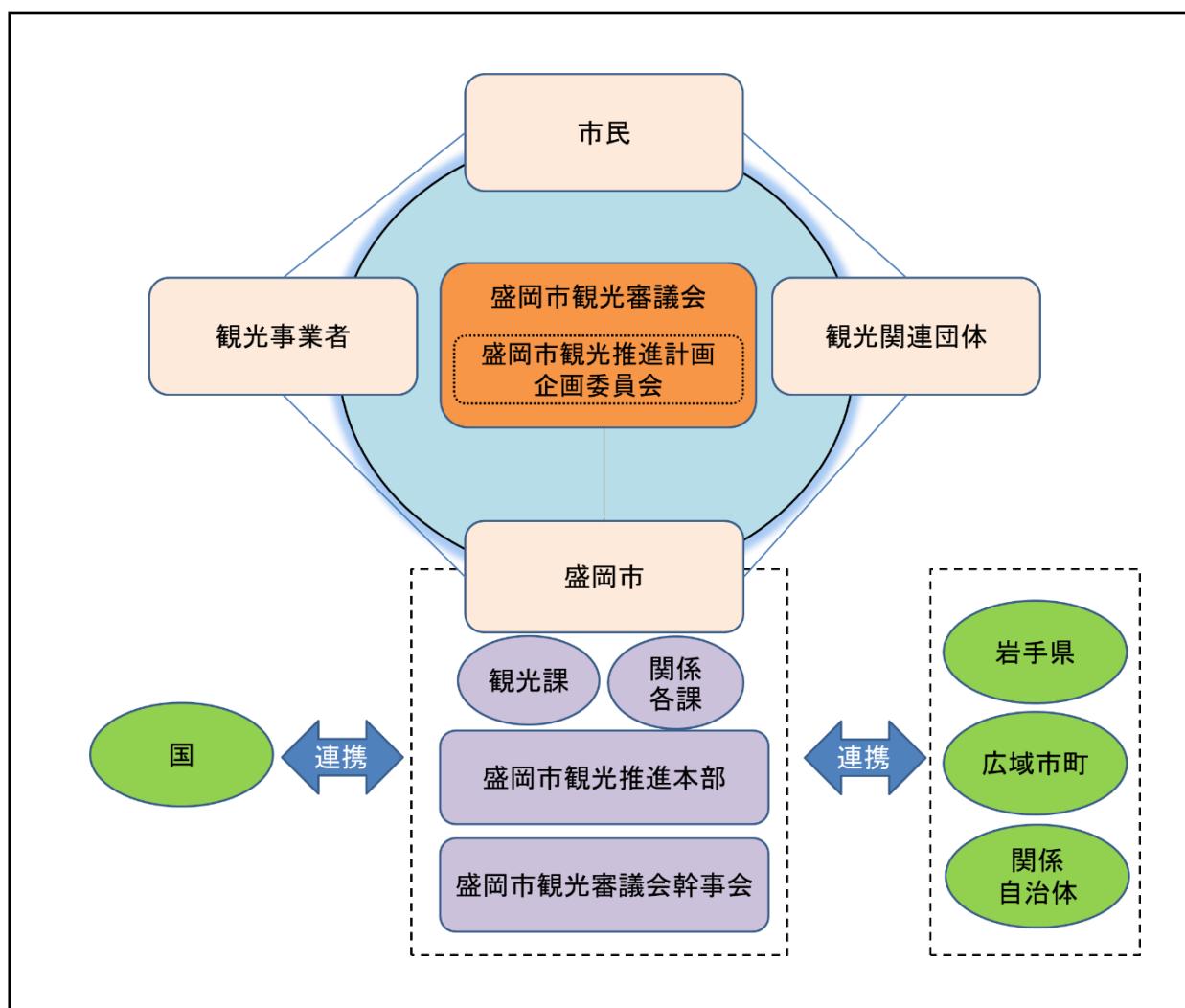
### 1 計画の推進体制

本計画の推進に当たっては、市が市民・観光関連団体・観光事業者と共に認識の下、地域が一体となって連携を図り、持続可能な観光地域づくりに向けた取組を推進する必要があります。

市は、各種事業の実施主体となり、観光振興に資する人材の育成や積極的なプロモーションなどを展開するとともに、国、県や広域市町などとの連携強化を図り計画を推進するほか、関係課の長等で構成する「盛岡市観光審議会幹事会（注49）」や全庁体制の推進組織「盛岡市観光推進本部（注50）」により、計画の推進に係る総合的な調整を図ります。

また、観光関連団体・観光事業者は具体的な取組の実施主体としての役割を担い、本市固有の地域資源を磨き上げ、観光客が満足するモノやサービスの開発や提供による交流人口の拡大や地域経済の活性化に寄与する取組を推進するほか、市民は本市の魅力的な観光資源への理解を深めるとともに、観光客に対するおもてなしの実践や盛岡の魅力を発信するなど、観光推進の一翼を担うことが期待されます。

【図4-1】 計画の推進体制イメージ



## 2 計画の進行管理

本計画を確実に実施するためには、事業の進捗状況を把握し、適時のチェック、評価、検証を行い、必要に応じて事業内容の改善・修正を行うことが重要です。

そのため、盛岡市観光審議会（注51）及び小委員会「盛岡市観光推進計画企画委員会（注52）」において、P D C Aサイクル（注53）に沿った計画の進行管理を行うほか、計画の円滑な推進を図ります。

【図4-2】 計画の進行管理イメージ



## **用語解説**

---

### **(注1) 観光立国推進基本計画 [P. 1]**

観光立国推進基本法に基づく観光立国の実現に関する基本的な計画で、令和5年3月に閣議決定。計画期間は令和5年度から令和7年度まで。「持続可能な観光」、「消費拡大」、「地方誘客促進」に戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせることとし、訪日外国人旅行者数令和元年水準（3,188万人）超え、日本人の国内旅行消費額22兆円など、令和7年度までに達成すべき九つの目標を掲げた。

### **(注2) 持続可能な観光 [P. 1]**

訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティーのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光のことと、地域の自然環境保全、住民への配慮と観光業の活性化を両立させるということ。

### **(注3) みちのく岩手観光立県第4期基本計画 [P. 1]**

岩手県の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で、令和6年3月に策定。計画期間は令和6年度から令和10年度までの5年間。観光の活性化と地域の活性化は不可分の関係にあり、観光産業を交流人口の拡大や地域経済への貢献が期待される重要産業とし、「持続可能な観光の推進」、「外国人観光客の誘客拡大」、「魅力的な観光地域づくりの推進」など、5つの基本施策を掲げた。

### **(注4) ニューヨーク・タイムズ紙 [P. 1]**

ニューヨークで刊行され、質の高い報道と論説で定評があり、世界的にも注目されている新聞。「2023年に行くべき52カ所」として、盛岡市をロンドンに次ぐ2番目に選出した。

### **(注5) 盛岡市総合計画 [P. 2]**

盛岡市のまちづくりの指針となる総合的な計画で、基本構想と実施計画で構成される。現計画では「ひと・まち・未来が輝き 世界につながるまち盛岡」を将来像に掲げ、その実現を目指してまちづくりが行われている。次期計画では、令和7年度から16年度を基本構想とし、目標年次を令和17年としている。

### **(注6) 盛岡市中心市街地活性化基本計画 [P. 2]**

本市の「まちの顔」となる中心市街地の活性化を目的とした計画。国の認定を受けた中心市街地活性化基本計画は平成29年度で計画期間が終了となり、平成30年度以降は、国の認定を受けない市独自の計画「中心市街地活性化つながるまちづくりプラン」を策定。令和5年7月には、昨今の地域社会・経済の動向を踏まえ、中心市街地の商業者や商店街、市民及び市などが中心市街地の活性化に向け、それぞれが担う役割を理解し、相互に連携しながら、継続して中心市街地の活性化に取り組むために、「第2期中心市街地活性化つながるまちづくりプラン」を策定し、中心市街地が持つ多様な魅力や機能のほか、中心市街地区域内の回遊性の向上に加えて、区域外との都市機能の相互補完を図ることで、相乗効果を生み出す

ことを目指すものである。

(注7) 盛岡市歴史的風致維持向上計画 [P. 2]

地域固有の歴史や文化、伝統を守り育て、次世代に継承し、盛岡市らしいまちづくりを進めることを目的とした計画。計画期間は平成30年度から令和9年度までの10年間。「地域における固有の歴史及び伝統を反映した人々の活動と、その活動が行われる歴史的価値の高い建造物及びその周辺の市街地とが一体となって形成してきた良好な市街地の環境」の維持向上を図り、地域の特性を活かしたまちづくりの推進に取り組むこととしている。

(注8) 盛岡シティプロモーション指針及び推進計画 [P. 2]

これまで取り組んできた「第二次盛岡ブランド推進計画」における成果と課題を踏まえ、盛岡ブランドを活用しながら戦略的な情報発信を行うことにより、良好な都市のイメージを形成する「シティプロモーション」を推進するため、令和2年3月に策定したもの。

(注9) 盛岡市商業振興ビジョン [P. 2]

商業・サービス業の中長期的な戦略や方向性を明らかにし、盛岡市総合計画と合致した実現性の高い商業振興施策を体系的、計画的に推進していくため、商業・サービス業の振興に関する基本的な方針及び計画として「商業振興ビジョン」を平成30年3月に策定。計画期間は平成30年度から令和9年度までの10年間。新規出店や新規創業者への支援、既存事業者の経営力の強化への支援、異業種連携による新たな事業への支援、商店街やエリアの魅力向上の支援、企業の持続的発展のための人材の確保・育成への支援に取り組むこととしている。

(注10) 日本政府観光局（J N T O） [P. 6]

Japan National Tourism Organizationの略で正式名称は独立行政法人国際観光振興機構。  
海外からの訪日海外人旅行者の誘客活動を行う独立行政法人。

(注11) インバウンド [P. 9]

外国人が日本を訪問する旅行のこと。

(注12) アウトバウンド [P. 9]

日本人が国外へ出て行く旅行のこと。

(注13) 観光DX [P. 9]

デジタル技術を活用して既存の観光サービスの質を向上したり、課題を解決することを目的とした取組のこと。業務のデジタル化により効率化を図るだけではなく、デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、観光戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うもの。

(注14) ワークーション [P. 9]

Work（仕事）とVacation（休暇）を組み合わせた造語で、テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地等、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。

(注15) 人回 [P. 11]

観光地点を訪れた観光客入込数をカウントした値の単位。1人の観光客が複数の観光地点を訪れた場合、それぞれの観光地点での来訪を1人回と数える。

(注16) 人泊 [P. 12]

延べ宿泊者数のことで、1日単位でみた宿泊客の人数。1人が2泊した場合は2人泊と数える。

(注17) 盛岡MICE開催助成制度 [P. 17]

企業の会議・研修や報奨旅行、国際会議や学会・大会、展示会・イベント (Meeting、Incentive tour、Convention/Conference、Exhibition/Event) における開催助成や会議後のアトラクションにおける伝統芸能の派遣支援制度。

(注18) 観光消費額調査 [P. 19]

観光客が交通・宿泊・飲食・土産・娯楽等に使う金額の調査のこと。

(注19) 盛岡ノスタルジックトリップまち歩きマップ（デジタルマップ） [P. 22]

盛岡市内の観光スポットや飲食店などの情報やおすすめ観光コースをスマートフォンなどで閲覧することができるマップのこと。日本語、英語、繁体字、簡体字、韓国語、スペイン語、フランス語、ベトナム語、インドネシア語、ミャンマー語、タイ語の11言語に対応している。

(注20) つなぎでつなぐ盛岡さんさ踊り [P. 22]

盛岡つなぎ温泉対象宿泊施設の宿泊者が8月1日から4日の祭り期間以外でも、盛岡さんさ踊りを無料で観覧できるもの。盛岡さんさ踊り振興協議会に加盟している団体が盛岡さんさ踊りと各地域の伝統さんさ踊りを披露する。

(注21) 街なかさんさ [P. 22]

8月1日から4日の祭り期間以外でも、おでってホール（プラザおでって3階）、盛岡市肴町商店街（ホットライン肴町アーケード内）など市内中心部で盛岡さんさ踊りを観覧できるもの。盛岡さんさ踊り振興協議会に加盟している団体が盛岡さんさ踊りと各地域の伝統さんさ踊りを披露する。

(注22) 美食王国もりおか [P. 22]

食卓と産地の近さが魅力の盛岡で、つくる人、つなぐ人、食べる人が一緒になって「食と農」を盛り上げていこうと盛岡市が進めているプロジェクトのこと。

(注23) 「盛岡の美味しいもんアンバサダー」認定店舗 [P. 22]

地産地消の推進に係る取組により、「盛岡産」の食材を使ったオリジナルメニューや商品を提供し、「盛岡の美味しいもんアンバサダー」として認定されている飲食店などのこと。

(注24) 観光地点パラメータ調査 [P. 23]

観光庁が整備し、「共通基準による観光入込客統計」の一部として実施されている調査で、主要観光施設・商業施設等で観光客を対象に調査票を用いて対面式で実施する調査のこと。

(注25) 東北デスティネーションキャンペーン [P. 24]

東北六県の自治体とJRグループ6社が中心となって展開する大規模な観光宣伝キャンペーングのことで、東日本大震災から10年目の節目に当たる令和3年4月から9月まで東北六県で開催され、各県の力をかけ合わせて東北の大きな力にし、東北の魅力を国内外へ発信することによって東北観光のブランド化を推進したもの。

(注26) 盛岡・八幡平広域観光推進協議会 [P. 24]

盛岡広域8市町（盛岡市・八幡平市・滝沢市・零石町・葛巻町・岩手町・紫波町・矢巾町）に宮古市と岩泉町、秋田県鹿角市と小坂町の県境を越えた12市町の枠組で圏域への誘客と滞在型観光の促進に取り組む協議会。

(注27) ファムツアーフAMツアーフ [P. 24]

ファムトリップ・FAMトリップ（Familiarization Trip）ともいわれ、モニターツアーの一種。国や自治体等が観光誘致を目的に、ターゲットとする国の旅行会社やメディア、インフルエンサーなどに現地視察してもらうツアーやこと。招待した方の国の目線で、実際に体験したツアーやサービスを生の声で発信してもらうというメリットがある。

(注28) ブラッシュアップ [P. 25]

技術や能力などにさらに磨きをかけること。一定のレベルに達した状態から一段と優れたものにすること。

(注29) 盛岡City Wi-Fi [P. 25]

広域周遊観光の交通拠点となる盛岡駅周辺エリアや中心市街地等において、日本人・外国人を問わず誰でも無料で利用できる公衆無線LANサービス。Wi-FiのSSID（※）を統一し、一度の認証のみで都度の手続きなくWi-Fiが利用できるONE認証化に対応している。

（※）SSIDとは、Wi-Fiで接続するアクセスポイントを識別するためにつけられる名称。

(注30) モリウォーカー（MORI-WALKER） [P. 26]

市民の健康づくりの推進と運動習慣の定着を促すために盛岡市が運営しているスマートフォンアプリで、盛岡市の魅力めぐりマップなどのウォーキングコースも設定している。

(注31) SNS [P. 26]

Social Networking Serviceの略でインターネットを使用した人とのつながりやコミュニティ形成を支援するサービスのこと。代表的なサービスとしては、Facebook（フェイスブック）、LINE（ライン）、Instagram（インスタグラム）、X（エックス）などがある。

(注32) SDGs（持続可能な開発目標） [P. 27]

Sustainable Development Goalsの略語。2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。具体的な17のゴールと169のターゲットで構成される。

(注33) 高付加価値旅行者 [P. 27]

訪日旅行1回あたりの総消費額が1人100万円以上の旅行者のこと。観光庁によると、「高付加価値旅行者は、単に一旅行当たりの消費額が大きいのみならず、一般的に知的好奇心や探究心が強く、旅行による様々な体験を通じて地域の伝統・文化、自然等に触れることで、自身の知識を深め、インスピレーションを得られることを重視する傾向にある」としている。

(注34) ポストコロナ時代を見据えたアクションプラン [P. 28]

新型コロナウイルス感染症等による社会情勢の変化へ対応するため、コロナ前に策定した第4期盛岡市観光推進計画に加え、新たに設定したアクションプランのこと。

(注35) SWOT分析 [P. 29]

計画や戦略を立案するために、内部環境と外部環境のプラス面・マイナス面を洗い出す現状分析手法のこと。

(注36) 二次交通 [P. 29]

拠点となる空港や鉄道の駅から観光地までの交通のこと。

(注37) 宿泊税 [P. 31]

条例で定める特定の費用に充てるために、市町村が課することができる法定外目的税（地方税法第731条）で、導入自治体の多くは観光の振興を図る施策に充当している。

(注38) タウンマネージメント機関 [P. 40]

中心市街地における商業まちづくりをマネージメント（運営・管理）する機関のこと。様々な主体が参加するまちの運営を横断的・総合的に調整し、プロデュースするのが役割である。

(注39) 盛岡という星でベースステーション (BASE STATION) [P. 43]

盛岡市の関係人口を考える「盛岡という星で」プロジェクトの一環として、東京圏等の若年層向けの情報発信などの取り組みを効果的に行うとともに、関係人口や地元の高校生などの若者と、地元の企業や団体が抱える地域課題に関わる解決の機会を創出するための官民連携による交流拠点として開設したもの。

(注40) まちなかウォーカブル推進事業 [P. 44]

車中心から人中心の空間へと転換を図る、まちなかの歩いて移動できる範囲において、滞在の快適性の向上を目的として市町村や民間事業者等が実施する、道路・公園・広場等の整備や修復・利活用、滞在環境の向上に資する取組を重点的・一体的に支援し、「居心地が良く歩きたくなる」まちなかづくりを推進する事業として、令和2年度に国土交通省が創設した事業のこと。

(注41) ロケツーリズム [P. 48]

従来のロケの誘致への取組よりもロケの観光面での活用に力点を置き、地域活性化につなげること。

(注42) 小さな博物館（盛岡小さな博物館） [P. 49]

盛岡市内で生産された製品や生産用具、それらに関連した文献や資料などを市民や観光客に公開することにより、盛岡の特産品や地場産品に関する理解や関心を深め、産業振興を図ることを目的として指定した工房や店舗などのこと。

(注43) ユニバーサルデザイン [P. 55]

障がいのある方や高齢者などが社会参加する上で支障となる物理的な障害や精神的な障壁を取り除くこと。具体的に障害を取り除いた状態。

(注44) 電線共同溝 [P. 57]

地上の電柱や上空の電線を、地下の空間に収容するための施設で、「電線共同溝の整備等に関する特別措置法」に基づき整備を行う無電柱化の手法のひとつであり、この法律によって、電線共同溝の整備道路に指定された道路での、新たな電柱及び電線の占用を制限することが可能となる。

(注45) 盛岡広域スポーツコミッショナ [P. 58]

県央エリアに位置する8市町（盛岡市・八幡平市・滝沢市・零石町・葛巻町・岩手町・紫波町・矢巾町）、8市町の体育協会、プロスポーツ団体、商工会議所、観光コンベンション協会、大学等23団体で構成されており、2016年に開催された「希望郷いわて国体・希望郷いわて大会」の遺産を確実に未来に引き継いでいくため、2017年3月に設立された。盛岡広域8市町がそれぞれの自立性を尊重しつつ、相互に連携・協調して、盛岡広域圏の魅力の発信と賑わいの創出を図っている。

(注46) ハブ都市（観光のハブ都市） [P. 59]

地理的優位性・交通利便性の強みを活かし、周辺地域の観光資源の魅力と魅力をつなぐ交通結節点であり、出発地、中継地、目的地のいずれの場合にも観光客が立ち寄る観光の拠点となる都市のこと。

(注47) ランドオペレーター [P. 61]

主に海外旅行で観光案内やホテル、レストランや現地の交通手段などの手配をする仕事、又は専門に行う会社のこと。現地手配会社とも呼ばれるもので、海外に駐在して、日本の旅行会社と海外との橋渡しをしている。ツアーオペレーターともいう。

(注48) グリーンツーリズム [P. 63]

都市居住者など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・レクリエーション活動のこと。

(注49) 盛岡市観光審議会幹事会 [P. 68]

盛岡市観光審議会から命ぜられた事項その他必要な事項を協議し、関連資料の作成等に当たる府内組織。交流推進部観光課長を主任幹事とし、関係課等の長で構成する。

(注50) 盛岡市観光推進本部 [P. 68]

盛岡市観光推進計画や観光施策に必要な事項を協議する府内組織。市長を本部長とし、副市长、公室及び部局の長等で構成する。

(注51) 盛岡市観光審議会 [P. 69]

盛岡市における観光に関し、必要な事項を調査審議するため、市長の諮問機関として設置された組織。盛岡市議会議員、観光関係団体の役職員、学識経験者、観光関係行政機関の職員、公募委員等で構成する。

(注52) 盛岡市観光推進計画企画委員会 [P. 69]

盛岡市観光審議会の小委員会で、盛岡市観光推進計画の方向性をまとめるほか、計画の円滑な推進を図り、アクションプランの具体化に向けた検討を行う組織。観光関係団体の職員、観光関係行政機関の職員等で構成する。

(注53) P D C A サイクル [P. 69]

事業活動における生産管理や品質管理などの管理業務を円滑に進める手法の一つ。Plan (計画) → Do (実行) → Check (評価) → Action (改善) の4段階を繰り返すことによって、業務を継続する仕組み。

## 盛岡市観光審議会委員名簿

(敬称略・順不同)

役 職	氏 名	所 属
会 長	吉 野 英 岐	岩手県立大学総合政策学部 教授
副会長	菊 地 善 雄	盛岡つなぎ温泉観光協会 会長
委 員	明 戸 均	株式会社初駒 代表取締役会長
委 員	有 坂 恭 子	I G R 岩手銀河鉄道株式会社 企画部地域連携課長
委 員	太田代 洋一郎	岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合 盛岡支部長
委 員	影 山 佳 奈	盛岡善意ガイドの会
委 員	楠 田 明日美	公益財団法人盛岡観光コンベンション協会 企画総務グループ主査
委 員	佐々木 洋 子	盛岡商工会議所 地域振興部
委 員	佐 藤 尚 弘	盛岡市議会議員
委 員	澤 田 彰 弘	岩手県盛岡広域振興局 副局長兼経営企画部長
委 員	三 戸 織 江	株式会社岩手日報社 総合ビジネス局事業部長
委 員	菅 原 克 也	公益社団法人岩手県バス協会 専務理事
委 員	関 口 みどり	盛岡さんさ踊り振興協議会 副会長
委 員	田 川 和 磨	市民公募
委 員	竹 内 明 彦	株式会社 J T B 盛岡支店長
委 員	田 中 美 輝	市民公募
委 員	富 岡 耕 太	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リーダー
委 員	中 村 一	盛岡市議会議員
委 員	前 田 千香子	特定非営利活動法人善隣館 理事長

## 盛岡市観光推進計画企画委員会委員名簿

(敬称略・順不同)

役 職	氏 名	所 属	備 考
委員長	太田代 洋一郎	岩手県旅館ホテル生活衛生同業組合 盛岡支部長	審議会委員
委員長代理	竹 内 明 彦	株式会社 J T B 盛岡支店長	審議会委員
委 員	菊 池 愛 理	公益財団法人盛岡観光コンベンション協会 誘客支援グループ	
委 員	北 田 耕 翳	トラベル・リンク株式会社 代表取締役社長	
委 員	佐 藤 秀 彦	岩手県盛岡広域振興局 経営企画部産業振興室 特命課長	
委 員	菅 原 克 也	公益社団法人岩手県バス協会 専務理事	審議会委員
委 員	田 中 幾 子	一般社団法人盛岡地区タクシー協会 盛岡駅タクシー案内所長	
委 員	千 葉 孝 子	盛岡商工会議所 地域振興部主査	
委 員	曆 本 玲 子	盛岡つなぎ温泉観光協会 副会長	第2回まで
委 員	佐々木 史 恵	盛岡つなぎ温泉観光協会 事務局長	第3回から
委 員	山 内 圭 介	一般社団法人盛岡青年会議所 理事長	第4回まで
委 員	松 浦 直 人	一般社団法人盛岡青年会議所 理事長	第5回
アドバイザー 委員	紺 野 純 一	一般社団法人東北観光推進機構 理事長	第3回まで
アドバイザー 委員	寺 田 国 宏	株式会社八幡平DMO 代表取締役兼C E O	第3回まで

## 計画策定の経過

開催日	会議等		内 容
	審議会等	庁内会議	
令和6年 5月15日	第1回観光審議会 観光推進計画の諮問		前計画の成果と課題、観光推進計画策定の趣旨と必要性について
5月27日		第1回観光審議会幹事会	
7月2日	第1回観光推進計画企画委員会		観光推進セミナー開催
7月12日		第2回観光審議会幹事会	現状と課題、計画の基本方針について
7月29日	第2回観光推進計画企画委員会		
8月20日		第3回観光審議会幹事会	新計画（中間案）について
8月27日		第1回観光推進本部会議	
10月3日	第3回観光推進計画企画委員会		
10月18日	第2回観光審議会		新計画（案）について
10月23日		第4回観光審議会幹事会	
11月5日		第2回観光推進本部会議	
11月14日	第4回観光推進計画企画委員会		パブリックコメントの結果について
11月22日		盛岡市議会全員協議会	
12月5日～ 12月25日	パブリックコメントの実施		
令和7年 1月17日		第5回観光審議会幹事会	新計画（案）について
2月3日		第3回観光推進本部会議	
2月7日	第5回観光推進計画企画委員会		
2月18日	第3回観光審議会 観光推進計画の答申		
3月27日	第5期盛岡市観光推進計画の策定		

盛岡市交流推進部観光課

TEL (019) 626-7539

FAX (019) 604-1717

E-mail [kankou@city.morioka.iwate.jp](mailto:kankou@city.morioka.iwate.jp)