

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和5年10月3日

### 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 該当するものを○ で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人 の名称	公益財団法人岩手県観光協会	
マーケティング・マ ネジメント対象とす る区域	岩手県全域	
所在地	岩手県盛岡市盛岡駅西通2-9-1 マリオス3階	
設立時期	平成24年4月1日	
職員数	常勤8人【正職員2人・出向4人、嘱託職員2人】	
代表者（トップ人 材：法人の取組につ いて対外的に最終的 に責任を負う者） 必ず記入すること	（氏名） 谷村 邦久 （出身組織名） 岩手県商工会議所連合会	理事長。平成26年6月就任。 岩手県商工会議所連合会会長として、県内経済・ 産業分野において幅広い知見とネットワークを有し ている。
データ収集・分析等 の専門人材（CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー 必ず記入すること	（氏名） 菊池 充 「専従」 （出身組織名） 公益財団法人岩手県観光 協会	観光振興部長代理。前身組織時から勤務32年 目。 いわて観光DMP構築や観光分野デジタルマ ーケティング人材育成事業の企画・運営を担当して おり、データ分析マーケティングの知見・経験を有 している。
財務責任者 （CFO：チーフ・ フィナンシャル・オ フィサー） 必ず記入すること	（氏名） 田丸 裕佳子 「専従」 （出身組織名） 岩手県	専務理事兼事務局長。岩手県から出向。 当協会の事業及び収支管理や持続可能な運営体制 や財源確保等の検討を進め、事務局運営を統括して いる。
教育旅行の責任者 （専門人材）	（氏名） 佐藤 健 「専従」 （出身組織名） 岩手県	観光振興部長代理。岩手県から出向。 SDGsをテーマとした受入態勢整備支援などを 担当しており、教育旅行誘致促進の知見、経験を有 している。
観光地域づくり支援 の責任者（専門人 材）	（氏名） 工藤 良昭 「専従」 （出身組織名） 公益財団法人岩手県観光 協会	観光振興部長代理。前身組織時から勤務21年 目。旅行業従事の経験も持つ。 人材不足に悩む県内市町村の観光地域づくり支援 や観光ボランティアや観光従事者の育成業務を担当 しており、地域づくりや人材育成の知見、経験を有 している。
連携する地方公共団 体の担当部署名及び 役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・岩手県商工労働観光部（観光振興全般、宿泊、食文化、土産品）</li> <li>・岩手県ふるさと振興部（一次交通、二次交通）</li> <li>・岩手県文化スポーツ部（文化財、アクティビティ、スポーツイベント）</li> <li>・岩手県農林水産部（農山漁村体験、食文化）</li> <li>・岩手県県土整備部（港湾・空港・震災伝承施設等利用）</li> </ul>	

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・岩手県環境生活部（国立公園利用、環境・エネルギー学習）</li> <li>・各市町村観光主管課（受入態勢整備、商品造成、情報発信）</li> </ul>	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>・（一社）東北観光推進機構（インバウンド誘客、教育旅行誘客）</li> <li>・各市町村観光協会（受入態勢整備、商品造成、情報発信）</li> <li>・各県内DMO（受入態勢整備、商品造成）</li> <li>・その他、賛助会員をはじめとする観光施設・宿泊事業者・交通事業者・旅行事業者など（受入態勢整備、商品造成、情報発信）</li> </ul>	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	<p><b>【該当する登録要件】</b>          県内の主要な観光関係団体、宿泊業、観光施設、旅行業、交通・運輸業、報道機関、商工業団体、学識者の代表が参画する理事会において、当協会の意思決定を行う。理事会の前に賛助会員全員協議会を開催し、県内各地の賛助会員の意見を反映して意思決定を行う。</p>	
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	<p>県民一人ひとりが観光の持つ重要性を認識し、観光による地域づくりを考え、自ら取り組む契機となるよう5月16日を「いわて観光の日」と定め、毎年当該日に観光業務優良従事者表彰及び講演会を実施している。</p>	
法人のこれまでの活動実績	(活動の概要)	
	事業	実施概要
	観光宣伝紹介	<p><b>【通年】</b>  <b>観光情報の発信</b>          観光情報高度化推進事業（日本語版、多言語版岩手県観光ポータルサイト、SNS 運営）          パブリシティ有効活用事業（タウン情報誌等への観光情報の掲載）          観光宣伝媒体作成事業（全県版観光案内図の作成、配布）          観光キャラクター活用事業（岩手県の観光 PR キャラクターのグッズの作成、販売）</p>
	国内観光客の誘致促進	<p><b>【通年】</b>  <b>国内観光客の誘致促進</b>          観光客誘致説明会（大都市圏からの誘客拡大を図るため、いわて観光キャンペーン推進協議会との共催で東京及び大阪・名古屋圏にて観光客誘致説明会を開催。          エージェント招待事業（三陸沿岸道路等を活用した沿岸・県北地域の旅行商品の造成や販売、新たな観光資源の発掘や磨き上げを促進するため、県外旅行会社を招待し、現地視察及び意見交換を実施）  <b>教育旅行の誘致促進</b>          教育旅行誘致促進事業（本県への教育旅行の誘致拡大を図るため、札幌市、東京都及び大阪市において教育旅行誘致説明会及びその他地域(北関東や東海地区など)を補完するオンライン説明会を開催。また、探究学習を主体とした教育旅行の資料を作成し、関心のある学校に対して紹介宣伝)</p>
国際観光の推進	<p><b>【通年】</b>  <b>外国人観光客への対応</b>          外国人観光客誘致宣伝事業（海外で行われる旅行博への出展や現地旅行エージェント等への訪問活動、オンライン商談会に参加し、当県の情報発信）</p>	

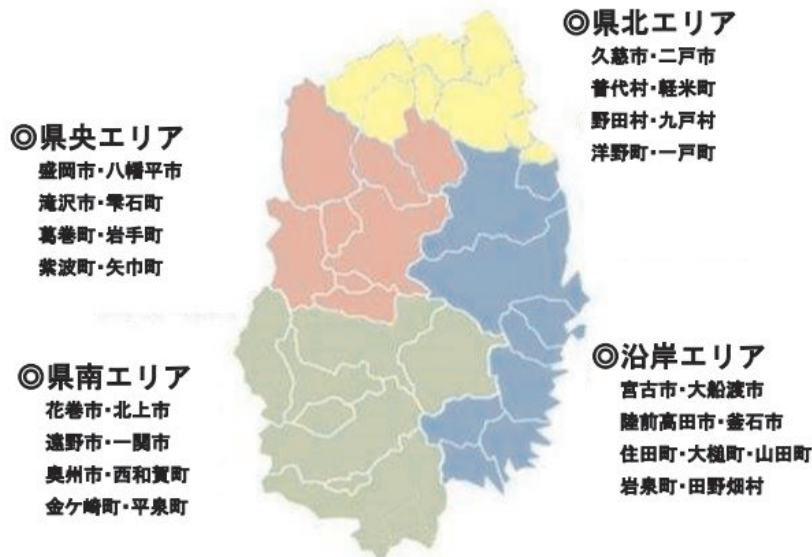
		<p><b>外国人観光客受入態勢整備事業</b>          国際航空便歓迎行事等（本県への外国人観光客の誘致拡大を図るため、いわて花巻空港を利用し来県する外国人観光客に対して歓迎行事等を実施）          外国人観光案内所運営支援（いわて・盛岡広域観光センター）          外国人観光客受入態勢整備事業（岩手県等主催の招請事業への情報提供）          北東北三県・北海道ソウル事務所管理運営（県受託事業：オンライン観光商談会、オンライン観光セミナーの開催等 4 道県が連携して実施する事業の実施）</p>	
	<p>受入環境の整備</p>	<p><b>【通年】</b>  <b>来県する観光客への対応</b>          いわて観光おもてなしセンター・「JNTO認定観光案内所」管理運営（本県の観光情報を総合的に提供するため、協会内に設置）          いわて・盛岡広域観光センター運営支援（再掲）  <b>観光人材の育成</b>          ボランティアガイド育成事業（県内各地で活動する観光ボランティアガイドの技術向上とネットワーク化を目的とした「岩手県観光ボランティアガイド連絡協議会」の活動支援）          観光業務優良従事者表彰（観光業務に従事する職員の意欲の高揚と資質の向上を図るため、各団体から他の模範とするに足りると認められ推薦された者を優良従事者として表彰）          接遇及び観光課題研修事業（本県の「おもてなし」の向上を図るため、県内観光事業者や団体職員を対象とした研修会を開催。また、賛助会員が主催する県内各地域の接遇研修会に、本協会が認定した「いわて観光おもてなしマイスター」を講師として派遣）  <b>多様な顧客ニーズへの対応</b>          「いわてバリアフリー観光情報案内所」管理運営（協会内に当該案内所を設置。HPにて車いすの貸出など県内宿泊施設等の対応状況の情報を発信し、電話などの問合せに対応。「心のバリアフリー」についての研修会を開催）          「観光の日」事業（県民一人ひとりが観光の持つ重要性を認識し、観光による地域づくりを考え、自ら取り組む契機となるよう5月16日を「いわて観光の日」と定め講演会を開催）</p>	
	<p>いわてふっこう割事業</p>	<p><b>【令和元年度】</b>          いわてふっこう割事業（県受託事業・令和元年台風第19号の影響により落ち込んだ観光需要を回復及び喚起するため、旅行者等が行う宿泊料金等の割引に係る費用を助成）</p>	

(別添) 様式 1

	<p>いわゆる新しい観光推進体制整備事業</p> <p><b>【令和4年度】 魅力ある観光地域づくりへの支援</b> 「いわて観光データマネジメントプラットフォーム(いわて観光DMP)」の構築によるデータ分析・マーケティングの強化(各関係者と連携し、各種観光データの分析やマーケティングを強化して、地域が行う観光コンテンツ造成や効果的なプロモーションなどを支援、データ分析・マーケティング人材を育成するマーケティング実践塾の開催) 観光地域づくり実践地域の育成(観光地域づくりに課題を抱える地域に専門人材を派遣し、課題分析や戦略立案などを行い、観光地域づくりの高度化を支援、一戸町にて実施)</p> <p>(定量的な評価) 観光客誘致説明会開催状況 R2年度1回(オンライン)、R3年度2回(オンライン)、R4年度3回 教育旅行誘致説明会開催状況 R2年度開催なし、R3年度4回(オンライン)、R4年度5回(オンライン2回) 人材育成研修開催状況 R2年度11回、R3年度9回、R4年度13回</p>
<p>実施体制 地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)</p>	<p>(実施体制の概要) 県内の主要な観光関係団体、宿泊業、観光施設、旅行業、交通・運輸業、報道機関、商工業団体、学識者の代表が参画する理事会において、当協会の意思決定を行う。理事会の前に賛助会員全員協議会を開催し、県内各地の賛助会員の意見を反映して意思決定を行う。</p> <p>(実施体制図)</p>

## 2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

岩手県観光協会は、前身団体の社団法人岩手県観光連盟の昭和 29 年設立以降、県内市町村、県内市町村観光協会との連携のもと、岩手県内における観光振興に取り組んできた。また、事業内容も県の観光施策と密接に関わったものとなっている。こうした経緯を踏まえ、岩手県の行政区域である岩手県全域 33 市町村を対象区域とすることが適切である。

【観光客の実態等】

令和 3 年度は、コロナ禍ではあったが県・市町村での宿泊割引事業の効果もあり、各項目は前年度を上回る数値となっている。ただし、海外からの入国制限の影響により外国人観光客の数値は大幅に減少している。

観光入込客数（実人数）

	令和 3 年合計	令和 2 年比
日本人	13,367 千人回	134.9%
外国人	6 千人回	3.1%
合計	13,373 千人回	132.3%

出典：令和 3 年版岩手県観光統計

延べ宿泊者数

	令和 3 年合計	令和 2 年比
合計	4,434,000 人泊	102.8%

出典：観光庁宿泊旅行統計調査

外国人延べ宿泊者数

	令和 3 年合計	令和 2 年比
合計	17,750 人泊	20.2%

出典：観光庁宿泊旅行統計調査

観光消費額

	令和 3 年合計	令和 2 年比
日本人	125,887 百万円	114.3%
外国人	0 百万円	-
合計	125,887 百万円	110.2%

## (別添)様式1

出典：令和3年版岩手県観光統計

### 【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

#### 世界遺産

岩手県は、平泉（県南エリア）、橋野鉄鉱山（沿岸エリア）、御所野遺跡（県北エリア）の3つの世界遺産を有しており、いずれも日本の歴史や産業の発展において重要な遺産となっている。

#### 自然

岩手県は、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「三陸復興国立公園」の2つの国立公園を有している。「三陸復興国立公園」については、洋野町～陸前高田市にかけて「みちのく潮風トレイル」が環境省により設定されており、広域周遊、長期滞在の主要コンテンツとして活用されている。

また、本県を中心とする三陸海岸が「三陸ジオパーク」として認定されており、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の拡大に向けた取組が進められており、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活用されている。

#### 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、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」、2020年には「伝統建築工匠の技：木造建造物を受け継ぐための伝統技術」として二戸市浄法寺町を中心に受け継がれてきた「漆掻き技術」が、ユネスコ無形文化遺産として登録された。

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。

#### スポーツ

2019年には釜石市にてラグビーワールドカップが開催され、国内外からの大きな誘客効果をもたらした。会場である「釜石鶴住居復興スタジアム」は、東日本大震災からの復興のシンボルとして、ラグビーの試合会場として利用されるほか、震災伝承ツアーにて施設見学が行われる等、観光資源としても活用されている。

### 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	県央	中部	奥州	一関	大船渡	釜石	宮古	久慈	二戸	合計
施設 総数	265	227	66	84	65	43	110	36	38	934

令和5年3月末のデータ

### 【利便性：区域までの交通、域内交通】

#### 航空機

県南エリアの花巻市には、県内唯一の空港である「いわて花巻空港」がある。

#### 国内定期便

路線	空港名	所要時間
札幌線	新千歳空港	55分
大阪線	伊丹空港	1時間20分
名古屋線	名古屋空港	1時間10分
神戸線	神戸空港	1時間30分
福岡線	福岡空港	2時間

(別添)様式1

**国際定期便**

令和5年7月現在上海線運休中

路線	空港名	所要時間
台北線	台湾桃園国際空港	3時間55分
上海線	上海浦東国際空港	4時間35分

**鉄道**

域内交通としてJRほか、いわて銀河鉄道、三陸鉄道が広く利用されている。

路線	区間	所要時間
東北新幹線	東京駅～仙台駅～盛岡駅	2時間10分
北海道・東北新幹線	新函館北斗～新青森駅～盛岡駅	1時間47分
秋田新幹線	秋田駅～盛岡駅	1時間26分

**高速道路**

路線	区間	所要時間
東北自動車道	浦和IC～盛岡IC	5時間15分
八戸自動車道	八戸IC～盛岡IC	1時間30分
秋田自動車道	秋田IC～北上江釣子IC	1時間40分

**復興道路、復興支援道路**

路線	区間	所要時間
三陸沿岸道路	仙台～宮古～八戸	5時間13分
宮古盛岡横断道路	宮古～盛岡	1時間26分
釜石自動車道	釜石～花巻	1時間21分

**バス**

域内交通として、岩手県北バス、岩手県交通ほか各地域で路線バスが運行している。

路線	区間	所要時間
MEX 宮古・盛岡	東京～盛岡～宮古	9時間5分
岩手きずな号	東京～盛岡～久慈	10時間40分
アーバン号	仙台～盛岡	2時間27分

**フェリー**

令和5年7月現在運休中

路線	区間	所要時間
宮古・室蘭航路	室蘭～宮古	10時間

その他、駅から観光地まではタクシーやレンタカーを利用して移動が可能であり、各地域でサイクルステーションの整備も進んでいる。

**【外国人観光客への対応】**

岩手県の外国人宿泊者数は、令和3年度は新型コロナウイルスの影響で大きく減少しているが、コロナ禍前の令和元年度は過去最高を更新している。令和5年1月には、ニューヨークタイムズ紙「2023年に行くべき52ヶ所」の2番目に「盛岡市」が選ばれ、又、令和5年には、花巻-台北線が運航再開しており、これらを好機と捉え、岩手県と連携し、ポストコロナ時代に対応した受入態勢整備等を強化していくこととしている。

- ・多言語版岩手県観光ポータルサイトとSNSの運営、観光パンフレット等の作成による発信。

## (別添) 様式 1

- ・JNTO 認定観光案内所として県内の 31 箇所が認定されており、それぞれ外国人観光客への観光案内に対応
- ・各市場におけるニーズやトレンドに即した戦略的・効果的なプロモーション(台湾、中国、韓国、香港、豪州、欧米、タイへの旅行博等出展など)
- ・岩手県の「2023 年に行くべき盛岡・岩手宝探しの旅」への連携推進
- ・インバウンドセミナー等研修会の開催や会員企業と連携した旅行会社訪問などのプロモーション活動の実施
- ・岩手県への外国人観光客の誘致拡大を図ることを目的として活動する花巻空港国際航空便歓迎実行委員会において、いわて花巻空港を利用して来県する外国人観光客に対して歓迎行事を実施
- ・令和 4 年 2 月に八幡平市に「ANA インターコンチネンタル安比高原リゾート」が開業、8 月には岩手県初のインターナショナルスクール「ハロウィンターナショナルスクール安比ジャパン」が開校するなど、今後国際的なリゾート地として経済効果の高い旅行者の誘致が見込める地域となっている。

### 3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	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	岩手県観光統計のデータを活用
延べ宿泊者数	質の高い旅行商品の開発・売込みの効果を把握するため	観光庁宿泊旅行統計調査のデータを活用
来訪者満足度	質の高い旅行商品の開発・売込みの効果を把握するため	岩手県観光統計のデータを活用
リピーター率	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	岩手県観光統計のデータを活用
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため	AWStats にてデータを収集

### 4. 戦略

#### (1) 地域における観光を取り巻く背景

岩手県では、観光は、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という基本的な考え方に立ち、「観光で稼ぐ」地域づくりの推進、「質の高い旅行商品の開発・売込み」「外国人観光客の誘客拡大」「売れる観光地をつくる体制の整備促進」に取り組んできた。

近年は、新たな県営施設の開設、「平泉の文化遺産」の世界遺産登録 10 周年、「御所野遺跡」を含む「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界遺産登録、三陸沿岸道路の全線開通など誘客促進を図る機会が多くあったが、コロナ禍で効果的な PR を実施できなかった。

また、コロナの影響で旅行スタイルが大きく変化したほか、DX が進展し、旅行情報の収集手段の多様化が進んでいる。

岩手県内では、地域 DMO が設立され、観光需要の変化や多様化に対応した取組を展開している地域もある一方、担い手不足やノウハウの不足などの課題を抱え、こうした新たな観光需要や旅行者ニーズに対応できず、観光による経済効果の創出や地域振興が図られていない地域もある。このことから、このような地域の課題解決を図り、新たな観光需要や旅行者ニーズに対応した地域の受入体制整備を促進し、県全体での観光地域としてのレベルアップを図っていく必要がある。



(2)地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>異なる時代に生まれ、先人たちが築いてきた世界に誇る3つの世界文化遺産(「縄文時代の御所野遺跡」、「平安時代の平泉」、「江戸・明治時代の橋野鉄鉱山」)</li><li>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)</li><li>ユネスコ無形文化遺産「早池峰神楽」、「スネカ」、「漆掻き技術」など地域に根差した伝統文化</li><li>多彩な地域食材</li><li>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(防災研修ガイド、復興伝承施設)</li><li>インバウンドや教育旅行の来訪窓口となりうる新幹線駅が多数存在</li></ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>広大な県土や公共交通機関の接続不便等による、長い移動時間</li><li>本県を含む東北の海外における低い認知度</li><li>就労人口減による人材不足</li><li>各地の魅力ある観光地域づくりを支援するような機能(データ分析、マーケティング、アドバイス等)の不足</li><li>低い観光消費額単価(東北下位)</li></ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>新しい観光資源(登録10周年を迎えた世界遺産平泉、一戸町の御所野遺跡、全線開通した三陸沿岸道路など)</li><li>コロナ禍で教育旅行先の変更を検討する学校が増加</li><li>インバウンドの本格再開の期待(2019年の本県外国人宿泊者数は過去最多)</li><li>金銭消費型旅行(モノ消費)から時間消費型旅行(コト消費)へ、他地域と差別化された体験型旅行へ志向が変化</li><li>NYタイムズ紙「2023年に行くべき52ヶ所」に「盛岡市」を選出</li><li>東北初のラグジュアリーホテル「ANAインターコンチネンタル安比高原リゾート」の開業(令和4年2月)</li><li>「ハロウインターナショナルスクール安比ジャパン」の開校(令和4年8月)</li></ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>新型コロナウイルス感染症拡大による観光関係産業への深刻な影響(観光事業者の厳しい経営状況等)</li><li>いわて花巻空港の台北、上海国際定期便運航休止の長期化</li><li>人口減少等による国内観光需要の伸び悩み</li><li>国が登録DMOを観光関係予算の受け皿にした施策展開を検討</li></ul>

上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入(様式自由)

### (3) ターゲット

<p>第1ターゲット層 大都市圏(東京都・大阪市・名古屋市)の個人客</p>
<p>選定の理由 岩手県観光統計パラメーター調査結果によると、東京からの来訪客は、令和3年のコロナ禍は3.0%であるが、コロナ禍前の令和元年は6.9%であり、宮城・青森などの隣県に次いで多い傾向は変わっていない。また、関東やその他東北以外からの来訪者は、東北各県からの来訪者と比べて県内宿泊日数が長く、宿泊費や土産物代の金額も高い傾向となっている。東京圏からは東北新幹線で、大阪・名古屋圏からはいわて花巻空港への航空便利用と、既存交通網を生かすことができる。よって、これら大都市圏の高品質で安全安心な旅を求める層などをターゲットとする。</p> <p>取組方針 これまででも新幹線やいわて花巻空港利用を前提とした大都市圏向けの旅行商談会を行ってきたが、旅行スタイルやニーズの変化に関する情報や県内の観光データを収集、分析し、これに基づくマーケティング戦略を立て、受入態勢整備を推進し、誘客拡大に取り組んでいく。</p>
<p>第2ターゲット層 台湾・中国を中心とした東アジア圏のインバウンド</p>
<p>選定の理由 観光庁宿泊旅行統計調査によると、令和元年では325,450人泊、多い順に台湾からが56%、次いで中国が19%、香港が7%、韓国が4%を占める。また、現在運休しているが、いわて花巻空港からは台湾便と上海便が定期運航しているため、これらを中心とした東アジア圏をターゲットとする。県においても、国際定期便の早期運航再開に向けた働きかけや交渉を継続していくこととしている。</p> <p>取組方針 岩手県と一体となっていわて花巻空港国際線運航再開に向けた取組を推進していく。また、インバウンド再開後は、観光客のニーズや需要の情報収集やデータ分析を行い、これに基づくマーケティング戦略を立て、受入態勢整備を推進し、誘客拡大に取り組んでいく。</p>
<p>第3ターゲット層 教育旅行</p>
<p>選定の理由 コロナ禍となり、岩手県や近隣県からの岩手県内への教育旅行需要が増加し、令和3年度は過去最高の教育旅行客入込数となった。防災学習や歴史学習などのコンテンツが充実している岩手県内の強みにさらに磨きをかけ、ニーズの多いSDGsをテーマとした探究型学習に対応したコンテンツとして受入整備を進め、県内全体の更なる教育旅行客の拡大を目指す。また、探究型学習の教育旅行は、訪問した地域との交流が深まることから、将来に渡る交流人口の拡大や再訪効果も期待される。</p> <p>取組方針 岩手県と連携しながら、研修会や説明会などで県内関係者の探究型学習やSDGsの取組への理解促進を図り、県内のコンテンツのブラッシュアップや受入態勢整備を促進する。 また、北海道や首都圏等の県内への教育旅行需要が見込める地域やオンラインでの教育旅行説明会・商談会等を開催し、学校や旅行会社の興味関心を引く情報発信により、誘客拡大を図っていく。</p>

#### (4) 観光地域づくりのコンセプト

コンセプト	黄金の國、いわて。 ~ <sup>いにしえ</sup> 古から未来へつながる豊かな旅~
コンセプトの考え方	<p>黄金は、豊かさの象徴。 そして変わらぬ価値、信頼の象徴と捉えている。</p> <p>「黄金の國、いわて。」は、平泉をはじめとした岩手の誇る歴史や文化、すばらしい自然、高品質で安全・安心な農林水産物、各地で伝承される伝統芸能や伝統工芸、実直で勤勉な人材など、岩手全体の豊かさや信頼を表現している。</p> <p>観光地域づくりにおいて、流行りモノに左右されず、地に根差した風土を大切にすることで、独自色のあるアウトプットを目指し、その価値を理解できるターゲット層に届けたいと考える。</p> <p>北東北に位置する岩手県は、大都市圏からの移動距離・費用がどうしても足かせになる。</p> <p>この移動距離・費用というマイナス要因を打ち消すだけの効用をもたらすには、チープな観光資源の提供では困難であり、「黄金」に象徴されるような高品質な観光資源の提供が不可欠であると考えます。</p> <p>御所野遺跡、平泉、橋野鉄鉱山が世界遺産に登録されているように、岩手県では、各時代の豊かさや高度な文化を時をこえて感じることができる。</p> <p>また、十和田八幡平国立公園、三陸復興国立公園では悠久の大地のなかで自然を感じることができる。県内各地には異なる伝統文化が根差していて、それぞれが興味深い。</p> <p>モノ消費からコト消費に消費行動が変遷していくなかで、本当の豊かさを感じてもらおう観光を目指したいという想いを込めている。</p> <p>古くはマルコ・ポーロや松尾芭蕉も憧れた地。ターゲットとする準富裕層には高品質で安全・安心な農林水産物やコト消費を提供していき、教育旅行関連においては「本当の豊かさ」「変わらぬ価値」をSDGsと捉えて紹介していく。</p> <p>東アジアのインバウンドに対しても「黄金の國」は分かりやすいコピーであり、コンセプトであると考えます。</p>

#### 5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 頻度が分かるよう記入すること。	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 定時開催の理事会(年2回)及び評議員会(年1回)の意思決定の場並びに賛助会員全員協議会や教育旅行誘致宣伝部会での意思決定過程で意見を聴取し、取組内容に反映している。</li><li>・ 年4回の当協会広報誌の発行や会員向けサイトを通じて広く情報を共有している。</li><li>・ 賛助会員アンケートや賛助会員への個別訪問を実施し、当協会や行政への要望把握に努めている。</li><li>・ 県の観光施策関連会議へ参画し、県と常時連絡、情報共有を行いながら取組を推進している。</li></ul>

(別添) 様式 1

<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本県の「おもてなし」の向上を図るため、県内観光事業者や団体職員を対象とした研修会の開催や、賛助会員が主催する県内各地域の接遇研修会に、当協会が認定した「いわて観光おもてなしマイスター」を講師として派遣している。</li> <li>・当協会内に「いわてバリアフリー観光情報案内所」を設置し、ホームページで県内宿泊施設等の車いすの貸出や車いす対応の客室の有無などの情報発信や観光施設等向け研修会を開催し普及啓発している。</li> <li>・県において、観光地点パラメーター調査を実施し観光客の動向分析を行い、「岩手観光統計」として県ホームページに掲載し公表している。当協会の中期経営目標の評価指標としても活用している。</li> </ul>
<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</p>	<p>○地域連携DMOとしての岩手県一体となった情報発信・プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本語版、多言語版岩手県観光ポータルサイトにて、県及び市町村と連携し県内の観光情報を広く発信する。また、日本語版サイトでは県・市町村における宿泊助成事業の一元的な情報提供も行う。</li> <li>・市町村から提供される情報をもとに、岩手県観光案内図を作成し観光客等に広く配布する。</li> <li>・「いわて観光データマネジメントプラットフォーム(いわて観光DMP)」を活用したマーケティングに基づく情報発信・プロモーションを戦略的に実施する。また、イベントやプロモーション実施後に得られるユーザーデータを収集し情報発信についての効果検証を行う。</li> </ul> <p>第1ターゲット層「大都市圏の個人客」への情報発信・プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大都市圏からの観光客の誘致拡大を図るため、東京都、名古屋市及び大阪市において観光客誘致説明会を開催、旅行会社への訪問活動を実施し、B to Bセールスを地域と連携して行う。</li> <li>・いわて観光DMPと岩手県観光ポータルサイトを連動させたCRMを活用し、旅マエ・旅ナカでユーザーへの情報発信とコミュニケーションを図る。</li> <li>・岩手県内の地域と連携したテーマ型観光を促進し、ストーリー性のあるいわての旅を情報発信する。</li> </ul> <p>第2ターゲット層「台湾・中国を中心とした東アジア圏のインバウンド」への情報発信・プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関係機関と連携して各市場で行われる旅行博への出展や現地旅行会社との商談会に参加し、本県観光地の紹介や観光情報の発信に取り組む。</li> <li>・韓国からの観光客の誘致促進等のため北東北三県及び北海道が共同で設置している「北東北三県・北海道ソウル事務所」の管理運営を岩手県から受託するほか、韓国で開催される観光商談会への参加など、4道県が連携して実施する事業に対して支援、協力を行う。</li> <li>・岩手県内の地域と連携したテーマ型観光を促進し、対象市場のニーズに合致したストーリー性のあるいわての旅を情報発信する。</li> </ul> <p>第3ターゲット層「教育旅行」への情報発信・プロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・当協会教育旅行誘致宣伝部会として札幌市、東京都及び大阪市において教育旅行誘致説明会を開催するとともに、それ以外の地域(北関東や東海地区など)を補完するオンライン説明会を開催し、本県の魅力ある教育旅行メニューや受入態勢等の紹介宣伝を行う。</li> </ul>

(別添)様式1

	<ul style="list-style-type: none"> <li>当協会内に設置した「いわて教育旅行相談窓口」において、コロナ禍で教育旅行の延期や方面変更等を行う県内外の学校、旅行会社からの問合せに対応し県内誘客につなげる。また、探究学習(SDGsや歴史・震災学習など)を主体とした教育旅行の資料を作成し、関心のある学校に対して紹介宣伝を行う。</li> <li>実際の来訪や商談会等で関係性を構築した学校や旅行会社に対し、「いわて観光データマネジメントプラットフォーム(いわて観光DMP)」で構築するCRMを活用し、定期的な情報発信を行う。</li> </ul>
--	--

各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. KPI (実績・目標)

戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

### (1) 必須KPI

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
旅行消費額 (百万円)	目標	194,340 (10,140)	198,580 (11,290)	202,810 (12,440)	207,040 (13,590)	211,270 (14,740)	211,500 (15,890)
	実績	110,150 (4,080)	125,887 (0)	175,541 (0)	- (-)	- (-)	- (-)
延べ宿泊者数 (千人)	目標	6,235 (347)	6,258 (370)	6,281 (393)	6,306 (418)	6,332 (444)	6,358 (470)
	実績	4,312 (88)	4,434 (18)	5,039 (26)	- (-)	- (-)	- (-)
来訪者満足度 (%)	目標	47.4 (-)	48.7 (-)	50.0 (-)	51.3 (-)	52.6 (-)	53.9 (-)
	実績	25.7 (-)	29.2 (-)	31.5 (-)	- (-)	- (-)	- (-)
リピーター率 (%)	目標	- (-)	- (-)	75.0 (-)	75.0 (-)	75.0 (-)	75.0 (-)
	実績	83.8 (-)	79.2 (-)	78.5 (-)	- (-)	- (-)	- (-)

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

### 目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

#### 【検討の経緯】

岩手県では、「みちのく岩手観光立県第3期基本計画」及び「いわて県民計画(2019~2028)の政策推進プラン(2019年度~2022年度)を策定している。岩手県全域を対象地域とし、県や関係機関と連携のもと活動する当協会においても同じ目標設定とする。これに定めていない指標は、県の観光パラメータ調査実績を踏まえて設定する。なお、岩手県の目標値の見直し等に合わせ、当該目標値も管理していく。

#### 【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

(別添)様式1

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(H29)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

・日本人観光消費額(総額)

国の計画では、2020(R2)年までは年平均2.5%ずつ、以降は年平均0.5%ずつ伸ばすこととしており、これを基に2022(R2)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

・外国人観光消費額(総額)

国の計画では、2020(R2)年までは年平均18.0%ずつ、以降は年平均6.5%ずつ伸ばすこととしており、これを基に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

延べ宿泊者数

・日本人宿泊者数

震災復興需要の減少を観光宿泊者数の増加で補い、2017(H29)年実績値の588.8万人泊の維持を目指すもの

・外国人宿泊者数

国の計画では、2020(R2)年までは年平均22.7%ずつ、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

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

来訪者満足度

「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(R4)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

リピーター率

岩手県への訪問回数(岩手県外の方のみ対象)のうち、「訪問が2回目」、「訪問が3回目」、「訪問が4回目以上」と回答した割合をリピーター率とし、全体としてリピーター75%、新規客25%程度に保つことを理想型として設定

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
教育旅行入込 学校数(県外 校) (校)	目標	2,332 (-)	2,355 (-)	2,379 (-)	2,500 (-)	2,500 (-)	2,500 (-)
	実績	2,440 (0)	2,533 (0)	2,908 (0)	- (-)	- (-)	- (-)
多様な観光情 報の発信件数 (件)	目標	1,246 (-)	1,292 (-)	1,339 (-)	1,700 (-)	1,700 (-)	1,700 (-)
	実績	1,297 (0)	1,694 (0)	1,798 (0)	- (-)	- (-)	- (-)
人材育成研修 受講者数(累)	目標	400 (-)	600 (-)	800 (-)	200 (-)	200 (-)	200 (-)
		449	680	1,149	-	-	-

(別添)様式1

計、R5～単年度) (人)	実績	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
------------------	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値  
各指標項目の単位を記入すること。

**指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方**

**【検討の経緯】**

当協会が岩手県や関係機関との連携のもと、施策推進における役割を果たす上で達成すべき事業目標として設定している指標。R5.3に新たに中期経営計画を策定し、当該目標値も管理していく。

**【設定にあたっての考え方】**

教育旅行入込学校数(県外校)  
毎年1%ずつ伸ばす。

多様な観光情報の発信件数  
日本語版・多言語版の岩手県観光ポータルサイトとSNSを活用した情報発信の件数について、毎年、2018(H30)年度の2%を伸ばす。

人材育成研修受講者数(延べ人数)  
毎年、2018(H30)年度実績200人を維持

**7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し**

少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。  
現に活動している法人にあつては、過去3年間の実績も記入すること。

**(1) 収入**

年(年度)	総収入(円)	内訳
2020(R2) 年度	79,143,057(円)	(円) 【基本財産運用収入】 1,064,100 【特定資産運用収入】 3,218 【賛助会員会費収入】 49,194,200 【事業収入(受託事業・販売・広告料)】 9,584,255 【負担金収入】 7,637,000 【雑収入】 66,265 【寄附金収入】 410,200 【前期繰越額】 11,183,819
2021(R3) 年度	79,673,946(円)	(円) 【基本財産運用収入】 1,064,100 【特定資産運用収入】 851 【賛助会員会費収入】 49,147,700 【事業収入(受託事業・販売・広告料)】 11,378,814 【負担金収入】 8,225,000 【雑収入】 21,503 【前期繰越額】 9,836,058

## (別添)様式1

2022 ( R 4 ) 年度	106,375,366 ( 円 )	( 円 )	【基本財産運用収入】	1,064,020
			【特定資産運用収入】	863
			【賛助会員会費収入】	49,094,200
			【事業収入 ( 受託事業・販売・広告料 )】	31,918,798
			【負担金収入】	6,684,000
			【雑収入】	99,456
			【特定資産取崩収入】	7,000,000
			【前期繰越額】	10,514,029
2022 ( R 5 ) 年度	106,527,000 ( 円 )	( 円 )	【基本財産運用収入】	1,064,000
			【特定資産運用収入】	2,000
			【賛助会員会費収入】	52,272,000
			【事業収入 ( 受託事業・販売・広告料 )】	31,519,000
			【負担金収入】	6,684,000
			【雑収入】	71,000
			【特定資産取崩収入】	4,000,000
			【前期繰越額】	8,572,000
2023 ( R 6 ) 年度	97,497,000 ( 円 )	( 円 )	【基本財産運用収入】	1,064,000
			【特定資産運用収入】	1,000
			【賛助会員会費収入】	56,623,000
			【事業収入 ( 受託事業・販売・広告料 )】	33,026,000
			【負担金収入】	6,684,000
			【雑収入】	99,000
2024 ( R 7 ) 年度	95,209,000 ( 円 )	( 円 )	【基本財産運用収入】	1,064,000
			【特定資産運用収入】	1,000
			【賛助会員会費収入】	56,623,000
			【事業収入 ( 受託事業・販売・広告料 )】	30,738,000
			【負担金収入】	6,684,000
			【雑収入】	99,000

## (2) 支出

年 ( 年度 )	総支出	内訳
----------	-----	----



## (別添)様式1

2020 ( R 2 ) 年度	79,143,057 ( 円 )	( 円 )	【観光宣伝紹介】 11,171,957 【国内観光客の誘致促進】 3,792,490 【国際観光の推進】 8,224,658 【受入態勢の整備】 8,344,415 【関係団体等への支援と連携】 6,193,296 【管理費支出】 30,155,349 【特定資産繰入支出】 1,095,934 【次期繰越額】 9,836,058
2021 ( R 3 ) 年度	79,673,946 ( 円 )	( 円 )	【観光宣伝紹介】 10,115,766 【国内観光客の誘致促進】 3,301,460 【国際観光の推進】 9,935,595 【受入態勢の整備】 9,682,277 【関係団体等への支援と連携】 5,537,390 【管理費支出】 29,314,271 【特定資産繰入支出】 1,273,158 【次期繰越額】 10,514,029
2022 ( R 4 ) 年度	106,375,366 ( 円 )	( 円 )	【観光宣伝紹介】 9,854,529 【国内観光客の誘致促進】 7,856,496 【国際観光の推進】 11,666,232 【受入態勢の整備】 9,714,024 【関係団体等への支援と連携】 6,564,197 【協会の機能強化】 16,680,263 【管理費支出】 31,067,798 【特定資産繰入支出】 3,364,082 【次期繰越額】 9,607,745
2023 ( R 5 ) 年度	106,527,000 ( 円 )	( 円 )	【観光宣伝紹介】 10,487,000 【国内観光客の誘致促進】 10,516,000 【国際観光の推進】 11,382,000 【受入態勢の整備】 11,152,000 【関係団体等への支援と連携】 7,871,000 【協会の機能強化】 19,622,000 【管理費支出】 32,533,000 【特定資産繰入支出】 2,764,000 【予備費支出】 200,000

(別添)様式1

2023 ( R 6 ) 年度	97,497,000 (円)		(円)
		【観光宣伝紹介】	9,000,000
		【国内観光客の誘致促進】	9,000,000
		【国際観光の推進】	9,000,000
		【受入態勢の整備】	9,000,000
		【関係団体等への支援と連携】	7,941,000
		【DMP・地域づくり推進】	20,000,000
		【管理費支出】	30,000,000
		【特定資産繰入支出】	2,764,000
【予備費支出】	504,000		
2024 ( R 7 ) 年度	95,209,000 (円)		(円)
		【観光宣伝紹介】	9,000,000
		【国内観光客の誘致促進】	9,000,000
		【国際観光の推進】	9,000,000
		【受入態勢の整備】	9,000,000
		【関係団体等への支援と連携】	7,941,000
		【DMP・地域づくり推進】	18,000,000
		【管理費支出】	30,000,000
		【特定資産繰入支出】	2,764,000
【予備費支出】	504,000		

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

当協会では、賛助会員からの会費収入、岩手県観光ポータルサイトへのバナー広告収入、グッズ販売収入を主な自主財源としているが、全体の運営資金としては県からの収入が多くを占めている。

より安定した自主財源確保のため、賛助会員の加入促進による会費収入増、バナー広告の利用周知による広告収入増、観光キャラクターグッズの販促強化に取組むほか、県と連携して新たな自主財源の創出も検討していく。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

地域単位のDMOは県内で6法人設立されているものの、市場分析に基づいた効果的なプロモーションや地域支援を行うためには、広域的な役割を担う全県を対象にしたDMOが必要である。県観光協会がその役割を担うことで、広域的な視点からマーケティングやデータ分析を行うとともに、地域の多様な関係者と一体となり、観光で稼ぎ、観光で潤う地域づくりを推進していく体制を整備していく必要がある。

よって、岩手県は、岩手県観光協会が岩手県全域を対象とした観光地域づくり法人形成・確立に向け、地域連携DMOに申請することについて、同意します。

(別添)様式1

**9. マーケティング・マネジメント対象区域が他の地域連携DMO(県単位以外)や地域DMOと重複する場合の役割分担について(重複しない場合は記載不要)**

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った(行っている)か】

県と県内各DMOとの定期的な連絡調整会議を開催し、明確な役割分担や事業計画等を共有している。

【区域が重複する背景】

当協会が岩手県全域を観光地域づくりの対象としているため、県内各DMOの対象区域を包括する形となっているもの。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

当協会は、岩手県全域の観光や教育旅行に関する一元的な情報発信、いわて観光DMPを活用した戦略的プロモーション等を担っている他、県内各DMOの対象区域外の市町村に対して観光資源の磨き上げ等の事業支援を行うもの。県内各DMOはそれぞれの対象区域に密着した観光地域づくりを担うもの。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

定期的な連絡調整会議による情報交換の他、県内各DMOと連携して事業を進めていくことで、効率的、効果的な活動の遂行は十分期待できる。

**10. 記入担当者連絡先**

担当者氏名	嵯峨真理子 長澤忠輝
担当部署名(役職)	観光振興部長 担当課長
郵便番号	020-0045
所在地	岩手県盛岡市盛岡駅西通2-9-1
電話番号(直通)	019-651-0626
FAX番号	019-651-0637
E-mail	info@iwatetabi.jp

**11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先**

都道府県・市町村名	岩手県
担当者氏名	木登恵一 齋藤孔明
担当部署名(役職)	商工労働観光部観光・プロモーション室国内 担当課長 主事
郵便番号	020-8570
所在地	岩手県盛岡市内丸10番1号
電話番号(直通)	019-629-5574
FAX番号	019-623-2001
E-mail	AE0006@pref.iwate.jp

記入日：令和5年10月3日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

岩手県

【設立時期】 平成24年4月1日

【設立経緯】

区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】 理事長 谷村 邦久

【マーケティング責任者(CMO)】 部長代理 菊池 充

【財務責任者(CFO)】 専務理事兼事務局長 田丸 裕佳子

【職員数】 8人(常勤6人(正職員2人・出向等4人)、非常勤2人)

【主な収入】

収益事業 約56百万円(賛助会員会費及び県負担金)

委託事業 約29百万円 (R4年度決算)

【総支出】

事業費 約62百万円、一般管理費 約31百万円(R4年度決算)

【連携する主な事業者】

(一社)東北観光推進機構、各市町村観光協会、各県内DMO、その他、賛助会員をはじめとする観光施設、宿泊事業者、交通事業者など

KPI(実績・目標)

( )内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行消費額 (百万円)	目標	194,340 ( 10,140 )	198,580 ( 11,290 )	202,810 ( 12,440 )	207,040 ( 13,590 )	211,270 ( 14,740 )	215,500 ( 15,890 )
	実績	110,150 ( 4,080 )	125,887 ( 0 )	175,541 ( 0 )			
延べ宿泊者数 (千人)	目標	6,235 (347)	6,258 (370)	6,281 (393)	6,306 (418)	6,332 (444)	6,358 (470)
	実績	4,312 (88)	4,434 (18)	5,039 (26)			
来訪者満足度 (%)	目標	47.4 ( )	48.7 ( )	50.0 ( )	51.3 ( )	52.6 ( )	53.9 ( )
	実績	25.7 ( )	29.2 ( )	31.5 ( )			
リピーター率 (%)	目標	( )	( )	75.0 ( )	75.0 ( )	75.0 ( )	75.0 ( )
	実績	( )	( )	78.5 ( )			

戦略

【主なターゲット】

大都市圏(東京、大阪、名古屋)の個人客  
東アジア圏のインバウンド  
教育旅行

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

テーマ型でストーリー性のある情報発信  
いわて花巻空港国際便再開への取組推進  
探究型学習やSDGs学習コンテンツの整備

【観光地域づくりのコンセプト】

黄金の國、いわて。  
~古(いにしえ)から未来へつながる豊かな旅~

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・県外旅行会社の現地視察、意見交換会の開催

【受入環境整備】

・接客向上やマーケティング実践塾などの課題解決に向けた人材育成事業を実施

【情報発信・プロモーション】

・日本語版、多言語版岩手県観光ポータルサイトにて、県及び市町村と連携し県内の観光情報を発信  
・首都圏等での観光客誘致商談会、教育旅行誘致商談会の開催

