

次期盛岡市観光推進計画（案）について

平成26年12月3日
商工観光部

1 策定の趣旨

盛岡市は、平成11年3月に盛岡市観光推進計画（第1期計画）を策定し、観光施策を推進してきた。平成18年1月10日に旧玉山村との合併により市域が拡大し、新たな観光資源が加わったほか、同月27日には盛岡ブランド宣言を行い、観光ブランドの開発・展開が進められるなど、観光を取り巻く環境が大きく変化したことから、計画最終年度の平成20年度を待たず、前倒して平成20年3月に、平成26年度を最終年度とする現観光推進計画（第2期計画）を策定した。

少子高齢・人口減少社会が進み、中長期的な国内旅行市場の規模縮小が予測される中、旅行形態や観光のニーズは多様化する一方、平成25年には訪日外国人旅行者数が年間1,000万人を突破し、今後もさらなる増加が期待されている。

こうした状況を踏まえ、観光を取り巻く環境の変化や各種課題に対応し、交流人口の増加と観光産業の振興を通じ、雇用の創出と地域経済の活性化、多様な文化交流の実現を図るため、将来展望を見据え、選択と集中により観光施策を総合的・効果的に推進するための次期観光推進計画を策定するものである。

2 計画期間 平成27年度～平成31年度（5年間）

3 計画案の概要

(1) 基本的な考え方について

盛岡の魅力や観光資源を支持するファンやリピーターを増やし、交流人口の増加を目指すとともに、観光産業の振興を通じて雇用の創出と地域経済の活性化を図るため、本計画では、観光推進による目指す姿と基本目標を設定するとともに、これらを実現するための基本施策とアクションプランを定める。アクションプランでは、盛岡の観光の課題である観光資源の開発とブラッシュアップやMICE（マイス）誘致の取組の強化などへの対応のほか、間近にせまった平成28年希望郷いわて国体・希望郷いわて大会への対応等も含めて、「まちなか観光の推進」を核に、施策を推進することとしている。

(2) 目指す姿と基本目標について

- 目指す姿 **多くの人を訪れ、盛岡ファンが世界に広がる観光交流都市**
- 基本目標
 - ① 「歩いて楽しむまち盛岡」の魅力を多くの人に知ってもらう
 - ② 盛岡の魅力を多くの人に体感してもらい、満足してもらう
 - ③ 盛岡ファンを世界に広げ、交流を拡大する

(3) 基本施策とアクションプラン

基本施策を①観光地域づくり、②盛岡観光のブランディング、③情報発信と観光客誘致、④観光産業の競争力強化、⑤国際観光の推進とし、基本施策の下に、新規、拡充、継続のアクションプランを設定して取り組むものとする。

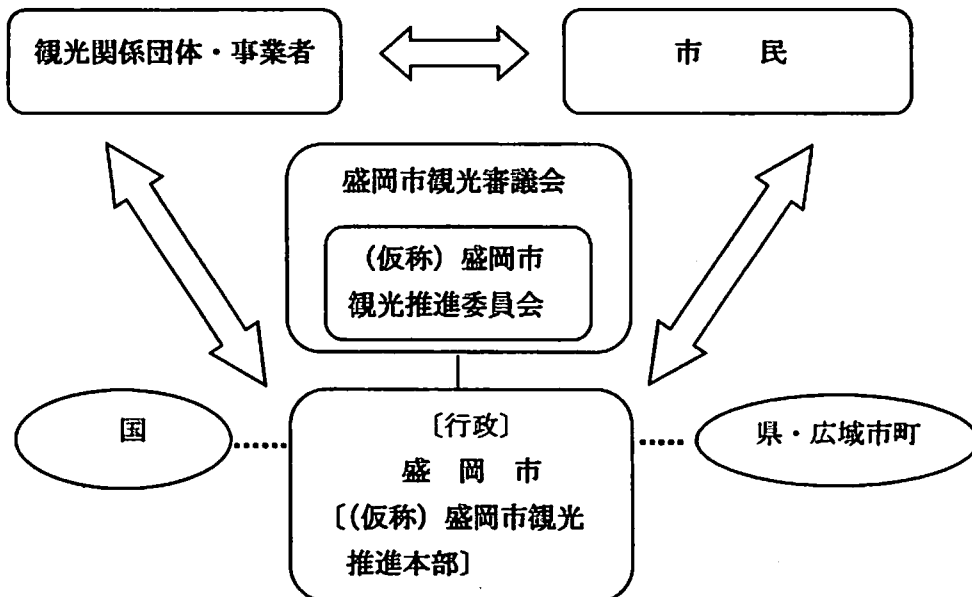
(4) 重点施策の設定について

目指す姿と基本目標の実現に向けて、観光まちづくりの柱となる基本施策の中でも、施策の展開に当たっては、本市のこれまでの取組成果を踏まえ、波及効果が期待される「まちなか観光の推進」、「MICE（マイス）誘致の推進」、「外国人観光客の受入環境の整備」の3項目を重点化して取り組むこととする。

4 計画の推進体制及び進行管理

計画の推進に当たっては、行政、観光関係団体・事業者、市民が共通認識の下、連携を図りながら、一体となって取り組む必要があることから、市は各種事業の実施主体となるほか、県や広域市町などとの連携強化を図るとともに、庁内関係部局の連携による全庁体制組織として、(仮称)盛岡市観光推進本部を設置する。また、社会情勢の変化に適応するとともに、アクションプランの展開により目指す姿を実現するため、盛岡市観光審議会において、PDCAサイクル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るため、盛岡市観光審議会の小委員会として(仮称)盛岡市観光推進委員会を設置し、アクションプランの具現化に向けた検討を行う。

○計画の推進体制イメージ



5 計画の策定スケジュール

平成26年	12月1日	庁議
	12月3日	市議会全員協議会への説明
	12月上旬	パブリックコメントの実施
平成27年	2月	観光審議会(答申)
	3月	計画策定(市長決裁)

(案)
盛岡市観光推進計画

平成 27 年度～31 年度



「歩いて楽しむまち盛岡」の魅力を多くの人に!!



多くの人々が魅力を体感

満足してほしい!!

盛岡ファンを世界に広げ 交流を拡大!!



多くの人々が訪れ、**盛岡ファン** が世界に広がる観光交流都市

平成 年 月

盛岡市

目 次

第1章 策定の趣旨	
1 経緯	1
2 必要性	1
3 計画期間	1
4 位置付け	1
第2章 現状と課題	2
1 少子高齢・人口減少社会の到来	2
2 観光の動向と今後の方向	3
3 盛岡の観光の現状	8
4 前計画の総括	15
5 盛岡の観光の課題	16
第3章 基本方針	18
1 基本的な考え方	18
2 目指す姿と基本目標	18
3 基本施策	19
4 目標指標	20
第4章 アクションプラン	21
1 観光地域づくり	21
2 盛岡観光のブランディング	25
3 情報発信と観光客誘致	28
4 観光産業の競争力強化	31
5 国際観光の推進	33
第5章 計画の推進体制	35
1 計画の推進体制	35
2 計画の進行管理	36
〔 資料編 〕	
用語解説	37
盛岡市観光審議会委員名簿	
盛岡市観光推進計画策定委員会委員名簿	
計画策定の経過	

第1章 策定の趣旨

1 経緯

盛岡市は、平成11年3月に盛岡市観光推進計画（第1期計画）を策定し、観光施策を推進してきました。その後、平成18年1月10日に旧玉山村との合併により市域が拡大し、新たな観光資源が加わったほか、同月27日には盛岡ブランド宣言を行い、観光ブランドの開発・展開が進められるなど、観光を取り巻く環境が大きく変化したことから、計画最終年度の平成20年度を待たず、前倒しで新しい観光推進計画を策定することとし、平成20年3月に現在の観光推進計画（第2期計画）を策定しました。

現計画の目標年次は平成27年で、平成26年度が最終年度となります。

2 必要性

平成23年3月に発生した東日本大震災は、東北の観光産業に大きな被害をもたらし、その影響は今なお続いています。また、少子高齢・人口減少社会が進み、中長期的な国内旅行市場の規模縮小が予測される中、平成25年には訪日外国人旅行者数が年間1,000万人を突破し、今後さらなる増加が期待されています。

このような中、国においては、平成24年3月に観光立国推進基本計画（注1）の閣議決定を行うとともに、東北の観光振興の基本的な方針や目標を定めた東北観光基本計画（注2）を平成25年3月に策定しました。また、岩手県においては、平成26年3月にみちのく岩手観光立県第2期基本計画（注3）を策定し、震災からの復興や国際観光の振興などを柱とする観光振興の施策を打ち出しています。

本市においても、旅行形態や旅行ニーズの変化、ICT（情報通信技術、注4）の進化、外国人観光客の増加、北陸・北海道新幹線の開業（注5）など観光を取り巻く環境の変化に的確に対応し、広域連携による滞在型観光や宿泊客の増加に向けた取組の促進、冬季観光の振興、被災地の復興支援の推進、国際観光への対応など観光分野の課題を踏まえ、交流人口の増加と裾野の広い観光産業（注6）の振興を通じて、雇用の創出と地域経済の活性化、多様な文化交流の実現を図るため、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。

3 計画期間

社会経済や観光分野の環境変化は著しく、実行性のある施策を推進するため、本計画の計画期間は、中長期的な展望を視野に入れつつ、平成27年度から31年度までの5年間とします。

4 位置付け

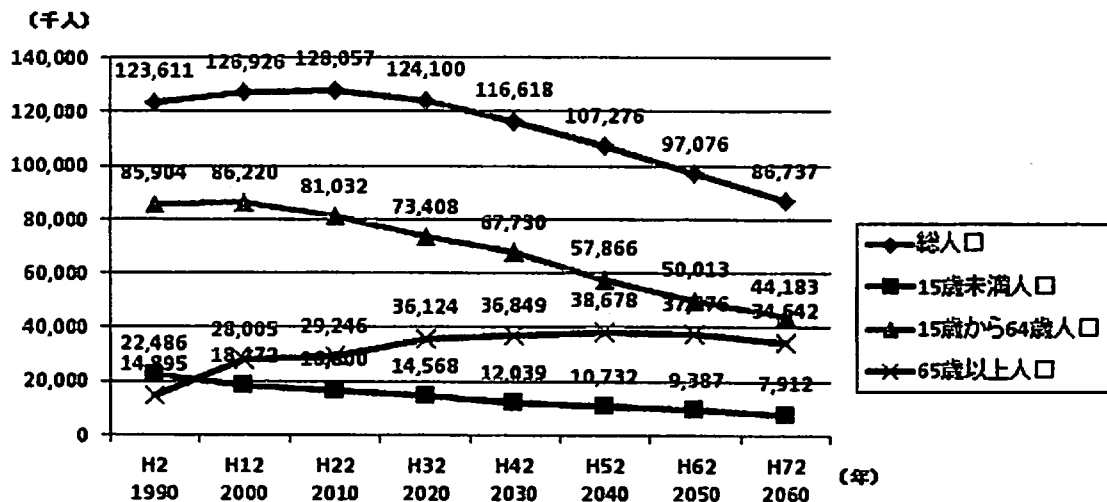
本計画は、現在策定作業が進められている平成27年度から始まる新しい盛岡市総合計画（注7）と整合した、観光部門の振興を図るための計画とするものであり、「盛岡市中心市街地活性化基本計画（注8）」、「お城を中心としたまちづくり計画（注9）」、「盛岡ブランド推進計画（注10）」など関連する既存計画との整合を図りながら策定することとします。

第2章 現状と課題

1 少子高齢・人口減少社会の到来

日本は本格的な人口減少社会に突入しています。国立社会保障・人口問題研究所の「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」によると、日本の総人口は今後50年間で4,000万人以上減少すると推計されており、旅行者数の減少に伴う国内観光需要の縮小が予測される中、地域の観光資源の魅力向上による国内需要の喚起や新たな市場開拓が必要な状況にあります。

【図2-1】 年齢区分別人口・将来人口推計（平成22年まで実数、32年以降推計）



資料：平成22年（2010年）までは総務省「国勢調査」、平成32年（2020年）以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」の中位推計値



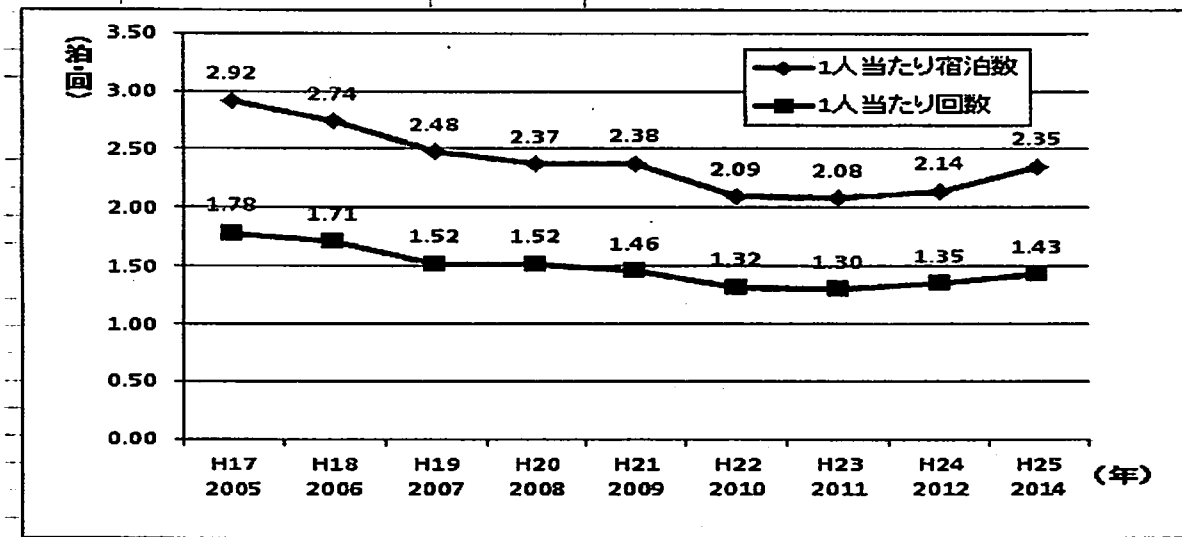
盛岡を代表する観光名所「石割桜」

2 観光の動向と今後の方向

(1) 国内観光の動向

平成 25 年（2013 年）の国民 1 人当たりの国内宿泊観光旅行回数は 1.43 回（暫定値）、同国内宿泊観光宿泊数は 2.35 泊（暫定値）で、ともに微増傾向にあります。平成 17 年（2005 年）以降の推移を見ると、旅行回数・宿泊数ともに減少傾向にあります。

【図 2-2】 国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移

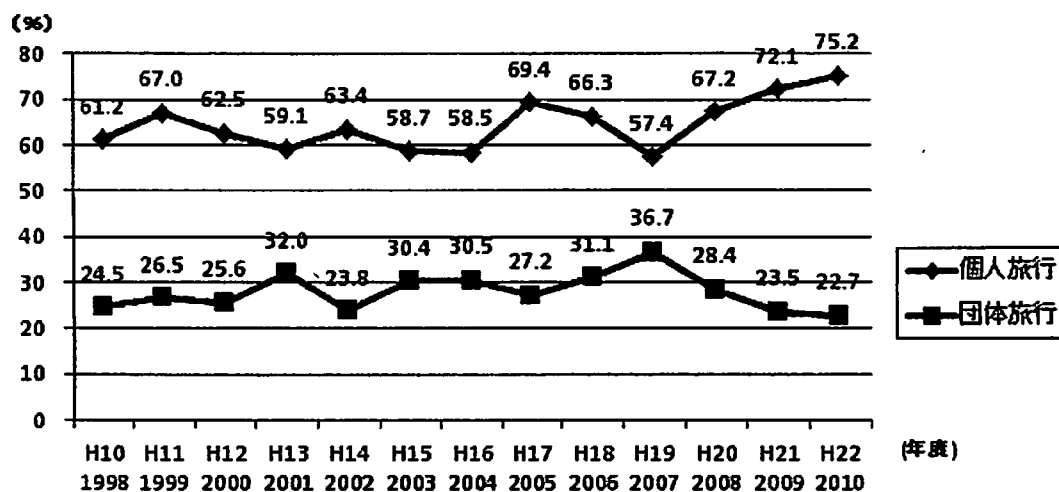


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」。2013 年（平成 25 年）の数値は暫定値。

(2) 旅行形態

国内宿泊観光旅行の形態としては、団体旅行から個人旅行へのシフトが進んでおり、平成 21 年（2009 年）以降は個人旅行の比率が 7 割以上を占めています。

【図 2-3】 国内宿泊旅行の個人・団体旅行別推移

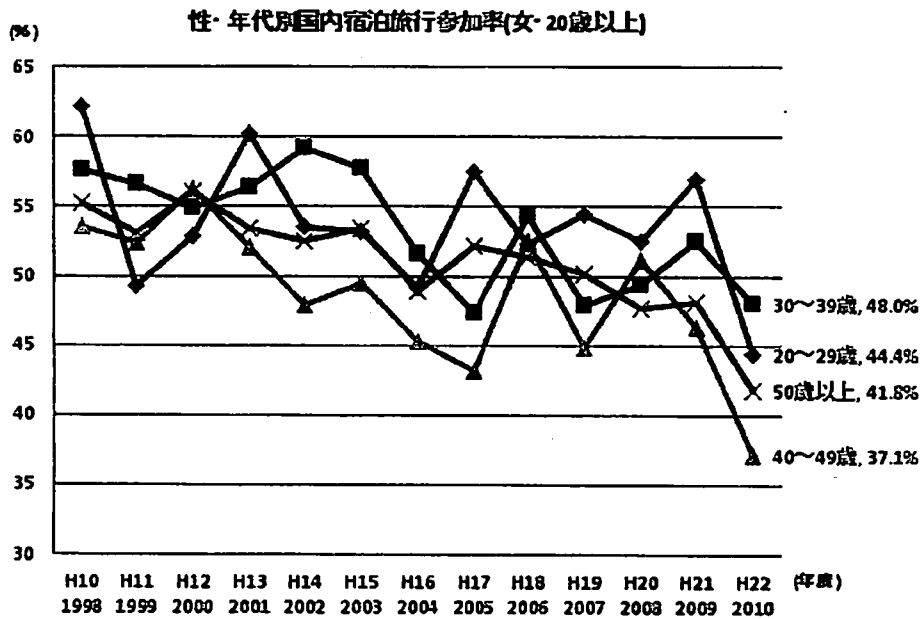
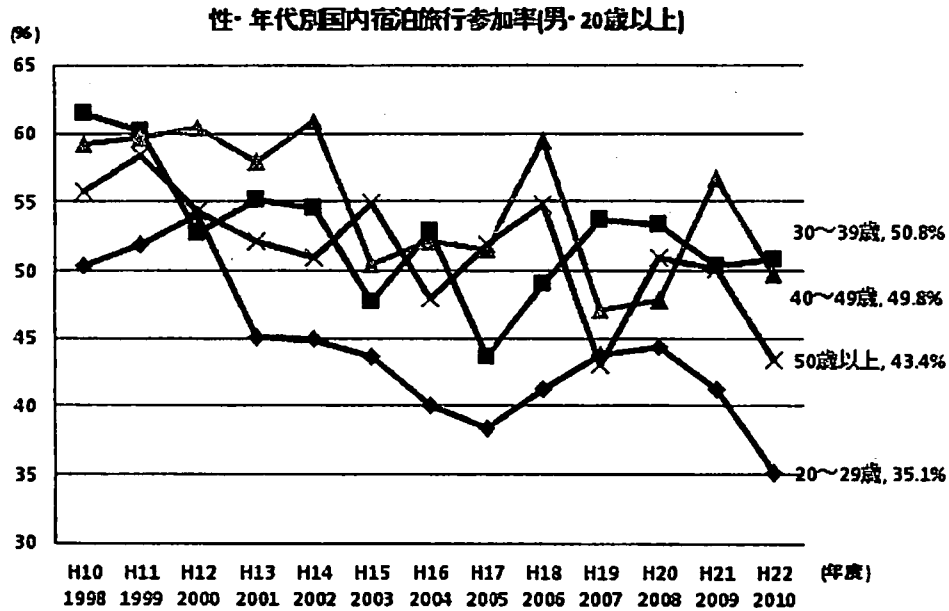


資料：社団法人日本観光振興協会「平成 23 年度版観光の実態と志向 第 30 回国民の観光に関する動向調査」。「不明」回答があるため（H22 は 2.1%）、個人旅行・団体旅行の合計は 100%にならない。

(3) 性別・年代別の動向

宿泊旅行の参加率を性別・年代別にみると、男女・各年代とも減少傾向にあり、平成10年度（1998年度）と平成22年度（2010年度）の比較では、男女とも20歳代の下落幅が最も大きく（男15.2ポイント、女17.8ポイント）、20歳代男性の参加率の低さが顕著です。

【図2-4】 性・年代別国内宿泊旅行参加率

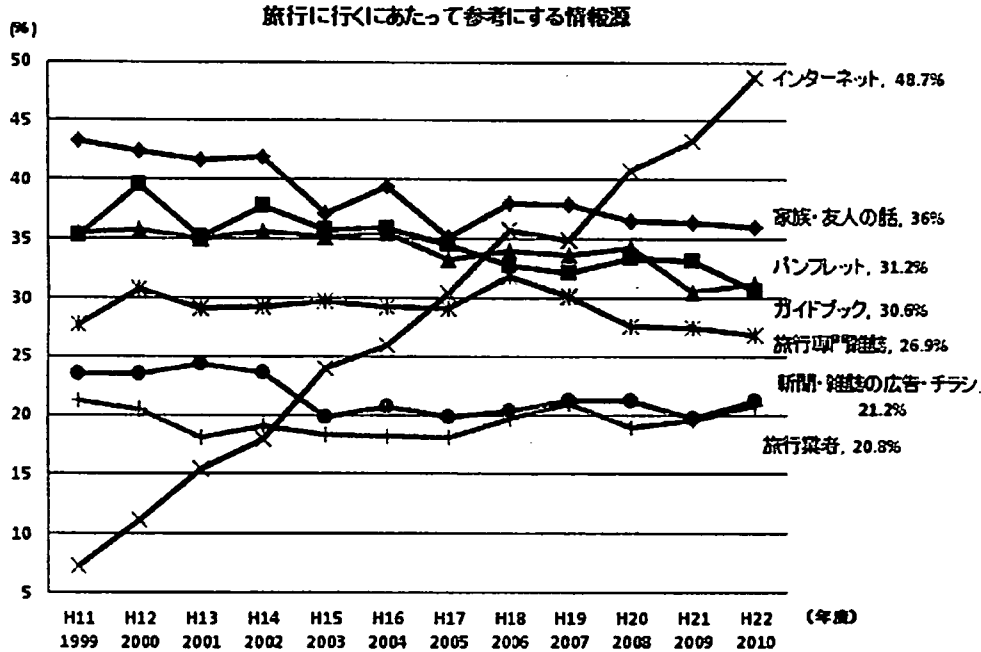


資料：社団法人日本観光振興協会「平成23年度版観光の実態と志向 第30回国民の観光に関する動向調査」

(4) インターネットの普及

旅行に出かける際に参考とする情報源をみると、平成 20 年度（2008 年度）以降は「インターネット」が最も多く、ICT（情報通信技術）の進化による携帯情報端末や SNS（注 11）が急速に普及し、多様な情報発信手段への対応が必要となっています。

【図 2-5】 国内宿泊旅行の情報源



資料：社団法人日本観光振興協会「平成 23 年度版観光の実態と志向 第 30 回国民の観光に関する動向調査」。
上位の回答のみ抜粋



盛岡の観光情報(盛岡観光コンベンション協会ホームページ)

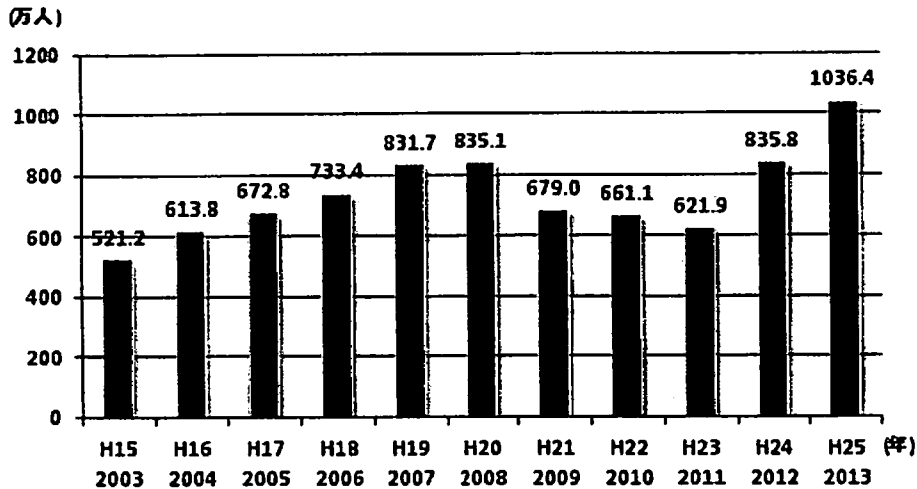


携帯端末を使った情報収集

(5) 訪日外国人旅行者の動向

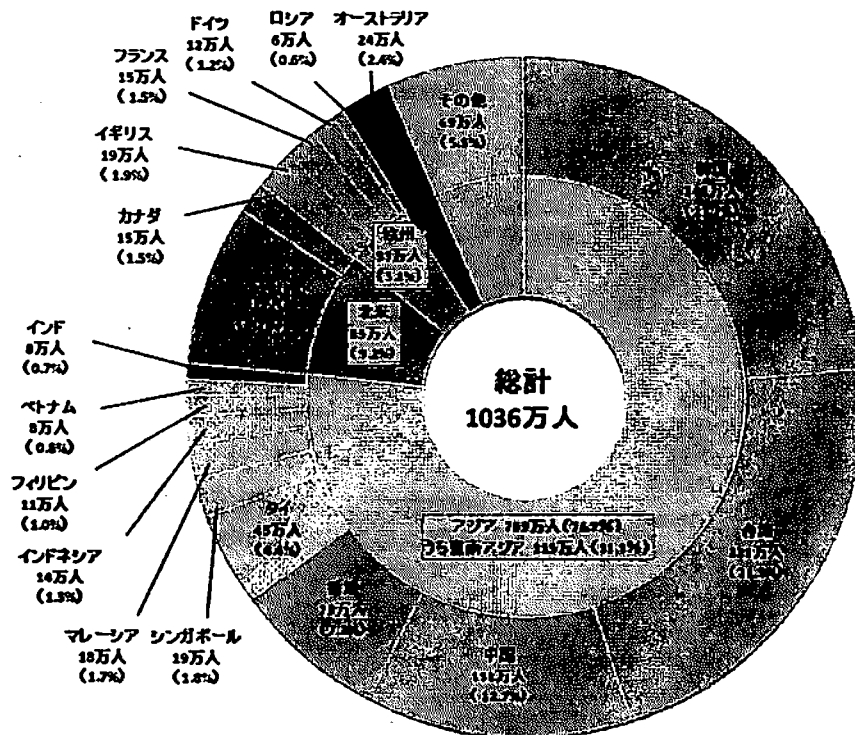
平成 25 年（2013 年）の訪日外国人旅行者数は 1,036 万人（対前年比 24.0%増）となり、これまで最高であった平成 22 年（2010 年）の 861 万人を上回り、初めて年間 1,000 万人を突破しました。

【図 2-6】 訪日外国人旅行者数の推移



注) 日本政府観光局 (JNTO) 資料をもとに観光庁作成

【図 2-7】 訪日外国人旅行者の国・地域別内訳 平成 25 年 (2013 年)

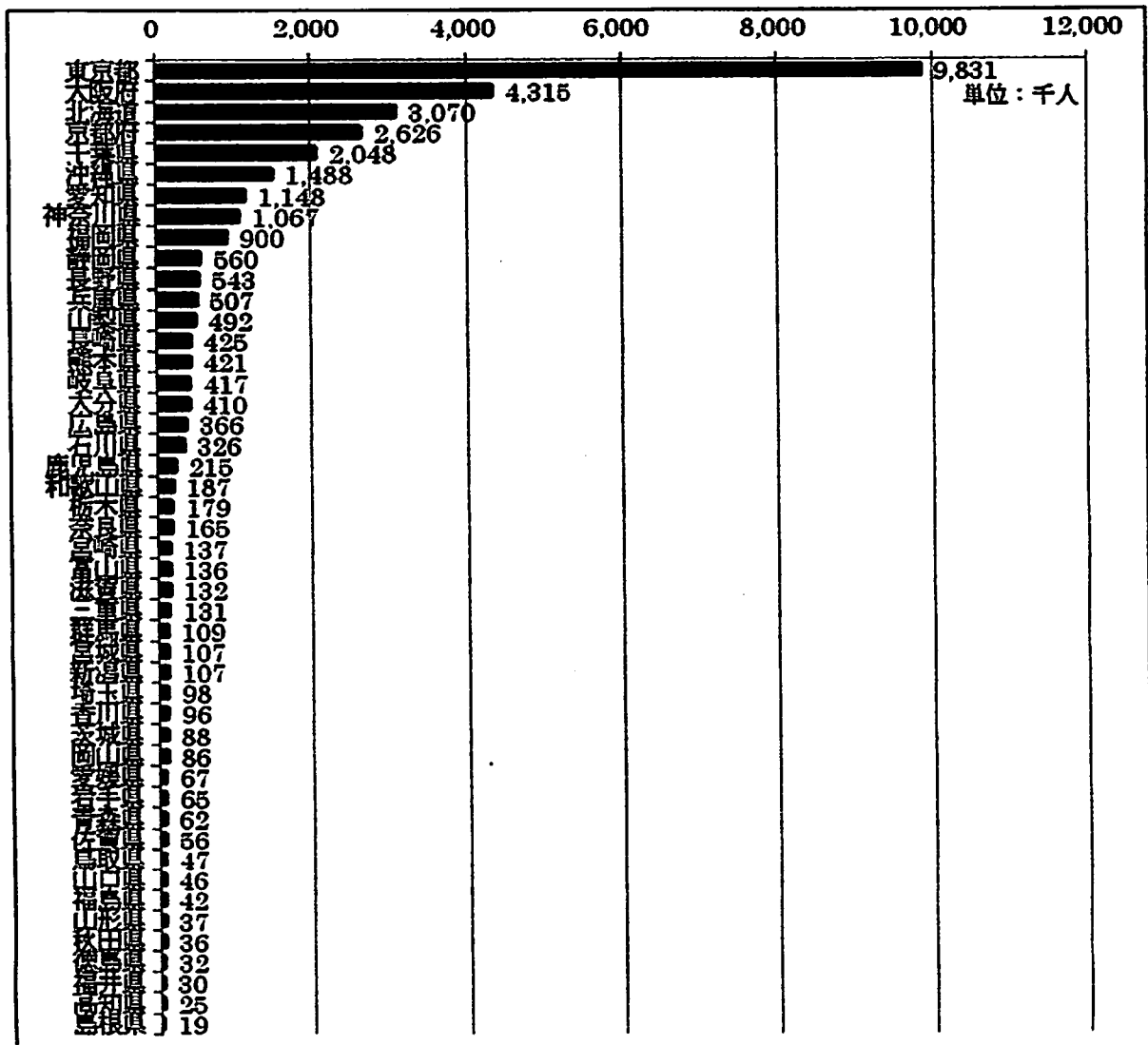


注 1) 日本政府観光局 (JNTO) 資料をもとに観光庁作成
 注 2) () 内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア
 注 3) その他には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

【表・図2-1】 都道府県別外国人延べ宿泊者数（平成25年1月～12月）

都道府県	宿泊者数	全国比	都道府県	宿泊者数	全国比	都道府県	宿泊者数	全国比
東京都	9,830,950	29.3%	大分県	409,640	1.2%	茨城県	88,490	0.3%
大阪府	4,314,500	12.9%	広島県	365,800	1.1%	岡山県	85,970	0.3%
北海道	3,069,750	9.2%	石川県	326,380	1.0%	愛媛県	67,020	0.2%
京都府	2,625,880	7.8%	鹿児島県	214,810	0.6%	岩手県	65,320	0.2%
千葉県	2,048,240	6.1%	和歌山県	187,100	0.6%	青森県	62,480	0.2%
沖縄県	1,487,750	4.4%	栃木県	178,960	0.5%	佐賀県	55,550	0.2%
愛知県	1,147,560	3.4%	奈良県	164,570	0.5%	鳥取県	46,850	0.1%
神奈川県	1,067,440	3.2%	宮崎県	136,990	0.4%	山口県	46,230	0.1%
福岡県	900,040	2.7%	富山県	136,290	0.4%	福島県	41,830	0.1%
静岡県	559,740	1.7%	滋賀県	131,880	0.4%	山形県	37,410	0.1%
長野県	543,090	1.6%	三重県	130,890	0.4%	秋田県	36,140	0.1%
兵庫県	507,030	1.5%	群馬県	108,930	0.3%	徳島県	32,310	0.1%
山梨県	492,230	1.5%	宮城県	106,600	0.3%	福井県	30,360	0.1%
長崎県	424,980	1.3%	新潟県	106,510	0.3%	高知県	24,820	0.1%
熊本県	421,320	1.3%	埼玉県	97,570	0.3%	島根県	18,980	0.1%
岐阜県	416,740	1.2%	香川県	95,830	0.3%	合計	33,495,750	100.0%

資料：観光庁「平成25年度宿泊旅行統計調査」（単位：人）

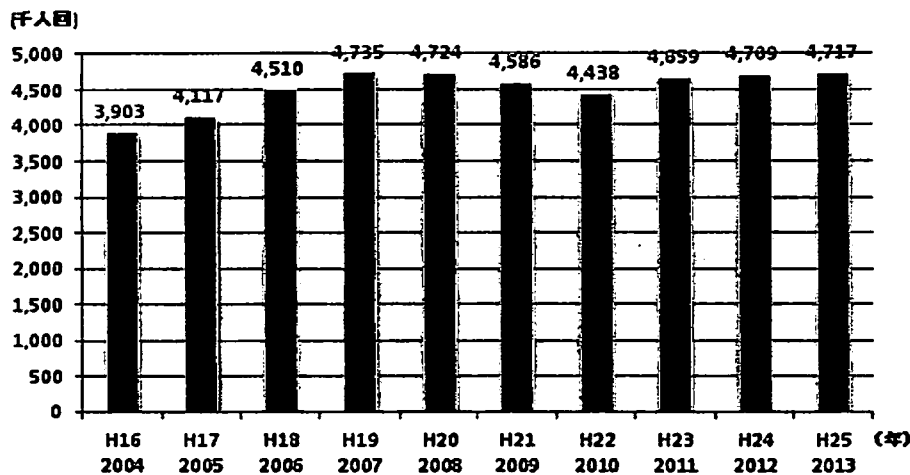


3 盛岡の観光の現状

(1) 観光客入込数

平成 25 年の本市の観光客入込数は 471 万 7 千人回で、全県規模で取り組んだ大型観光キャンペーンやドラマ「あまちゃん」の波及効果などにより、平成 23 年から 3 年連続の増加となりました。今後、北陸新幹線の開業や他地域で大型観光キャンペーンが行われることにより、本市の入込数が減少する可能性があります。

【図 2-8】 盛岡市の観光客入込数の推移

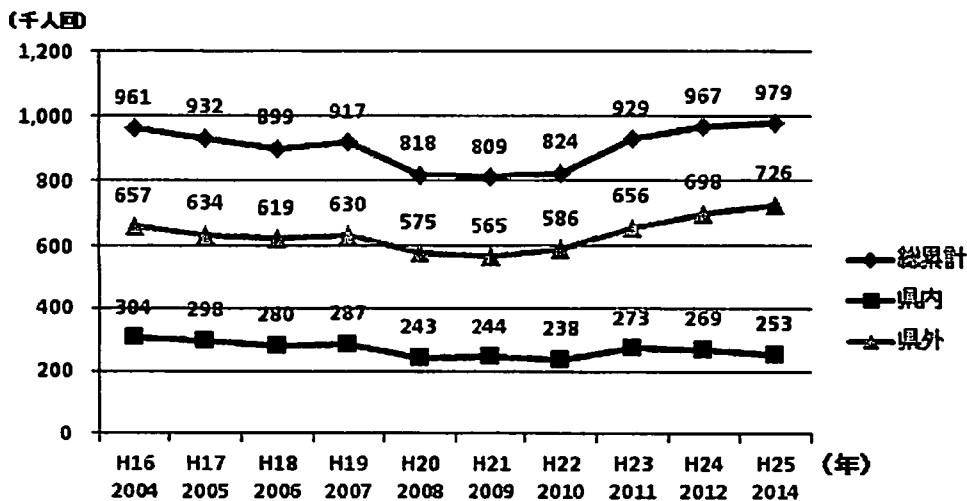


資料：盛岡市観光統計（商工観光部観光課）

(2) 宿泊観光客数

平成 25 年の本市の宿泊観光客数は 97 万 9 千人回で、平成 22 年から 4 年連続の増加となりました。東日本大震災で被害を受けた被災地の宿泊施設が復興途上であり、宿泊需要に対する供給が十分でないため、一時的に内陸にシフトしていることに注意する必要があります。

【図 2-9】 盛岡市の宿泊観光客数の推移

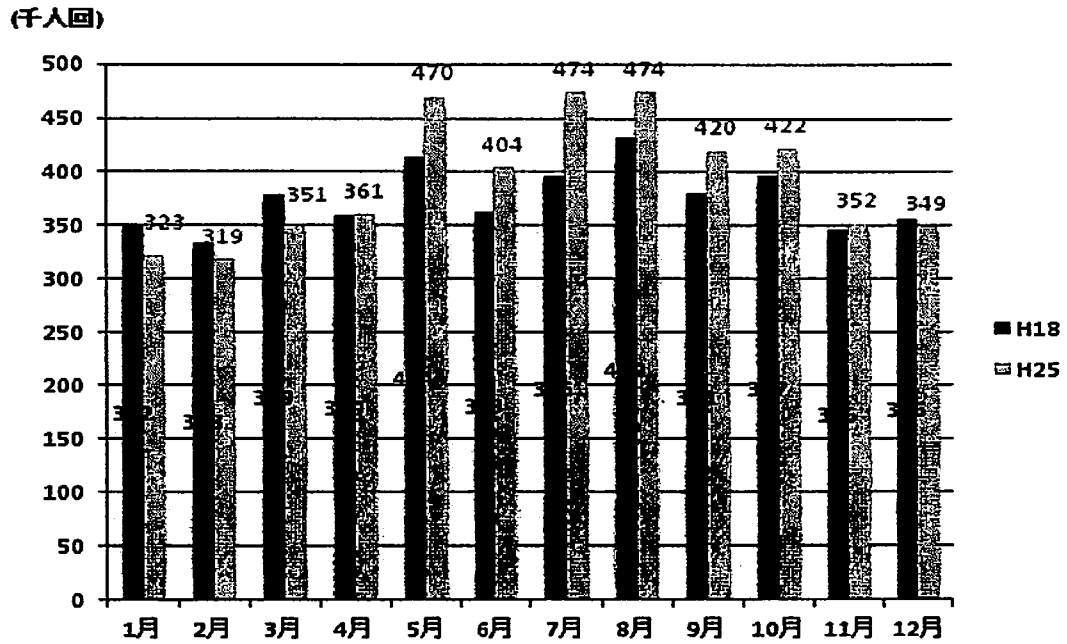


資料：盛岡市観光統計（商工観光部観光課）

(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。これは東北全般の特徴でもあります。

【図2-10】 月別観光客入込数（平成18年、25年）

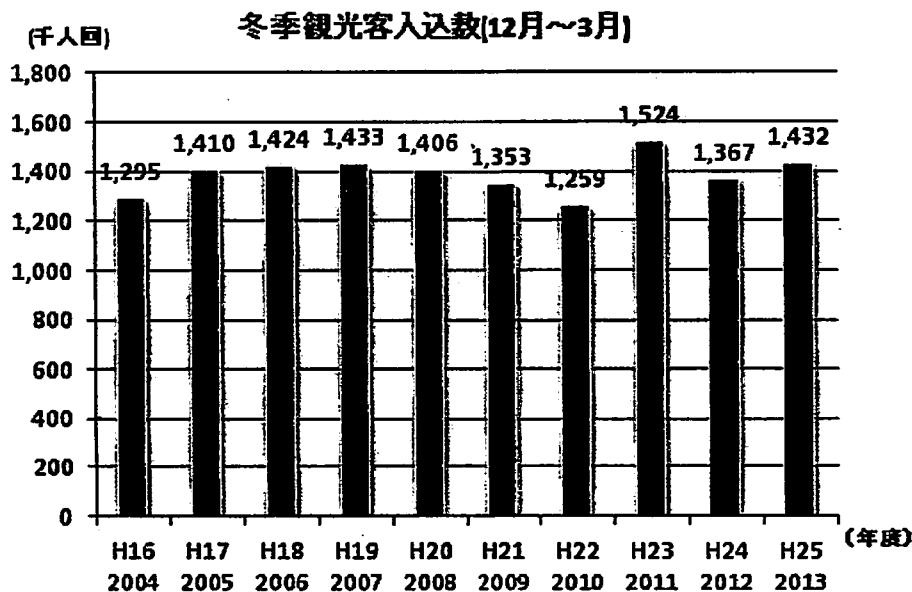


資料：盛岡市観光統計（商工観光部観光課）

(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、例年120万人から150万人の間で推移しています。

【図2-11】 冬季観光客の入込数

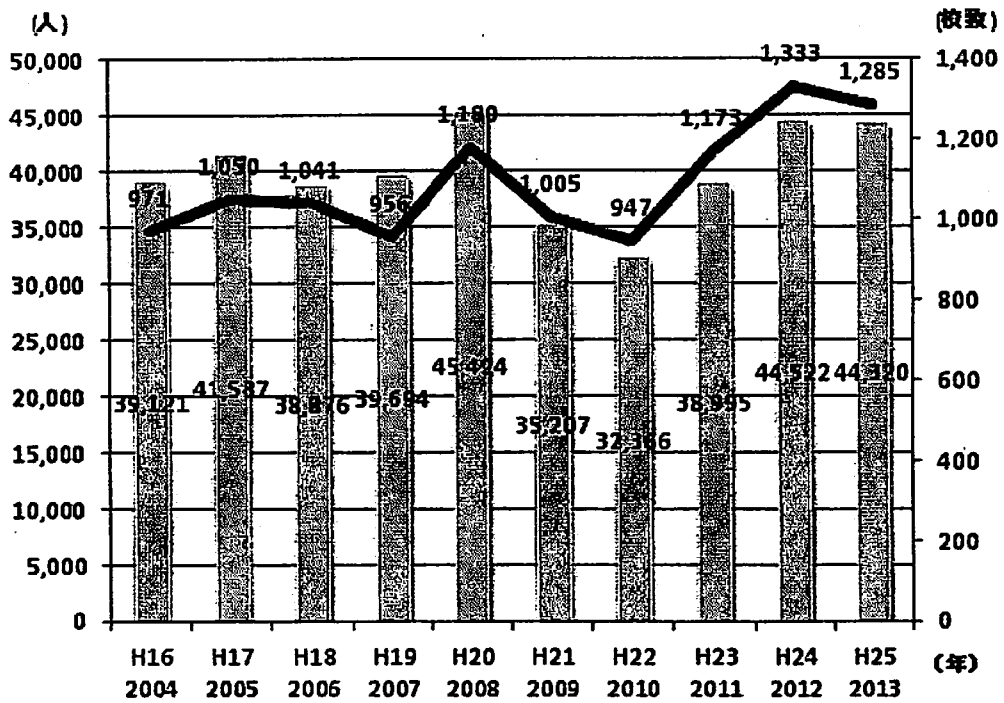


資料：盛岡市観光統計（商工観光部観光課）

(5) 教育旅行客入込数

平成 25 年は延べ 1,285 校、44,320 人が来訪しました。東日本大震災後、北海道からの来訪が減少し、宮城県をはじめ東北管内からの来訪が増加しましたが、現在は北海道からの来訪が回復しつつあり、震災前の傾向に戻りつつあります。

【図 2-12】 教育旅行客入込数の推移



資料：盛岡市観光統計（商工観光部観光課）



修学旅行歓迎イベント



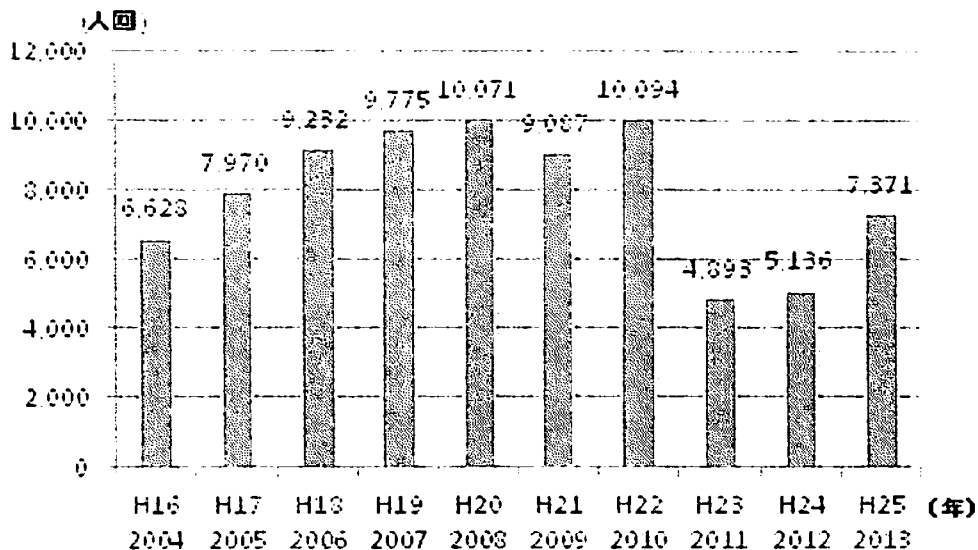
自主研修で「盛岡山車」を体験する小学生

(6) 外国人観光客入込数

外国人観光客（宿泊客）は、東日本大震災の影響で平成23年は4,893人回と前年の半数以下に落ち込みましたが、平成25年は7,371人回まで回復しました。

国・地域別の内訳では、台湾、中国、アメリカの順に多く、アジアからの旅行者が全体の6割以上を占めています。なお、【図2-14】、【図2-15】の「その他」は、フィリピン、オーストラリア、ドイツ、フランス、シンガポールなどです。

【図2-13】 外国人観光客入込数の推移

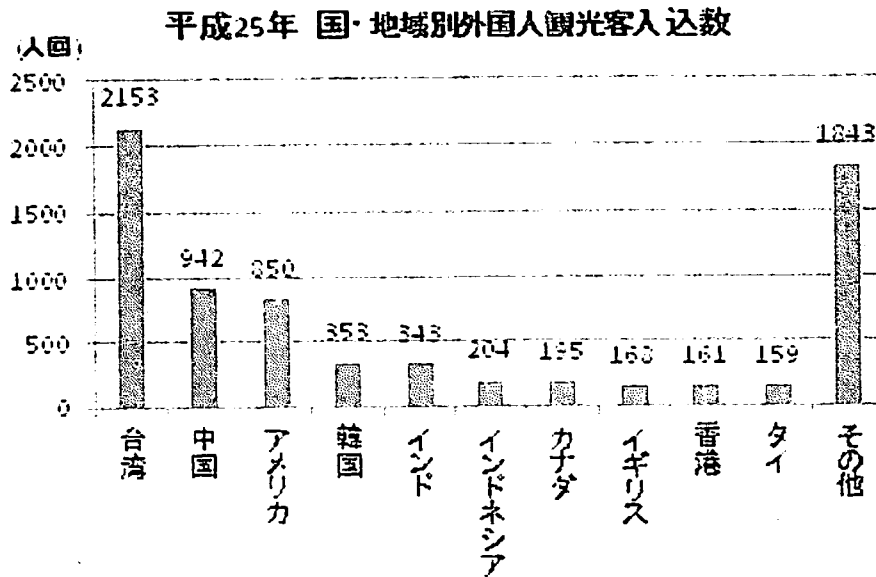


資料：盛岡市観光統計（商工観光部観光課）



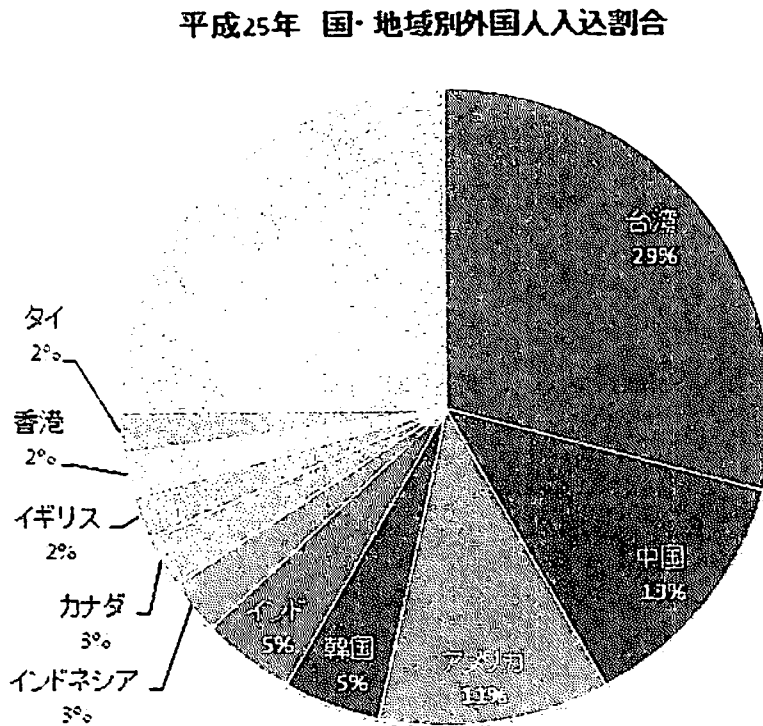
南部鉄器について説明を受けながら見学する外国人観光客

【図2-14】 外国人観光客の国・地域別入込数



資料：盛岡市観光統計（商工観光部観光課）

【図2-15】 外国人観光客の国・地域別割合

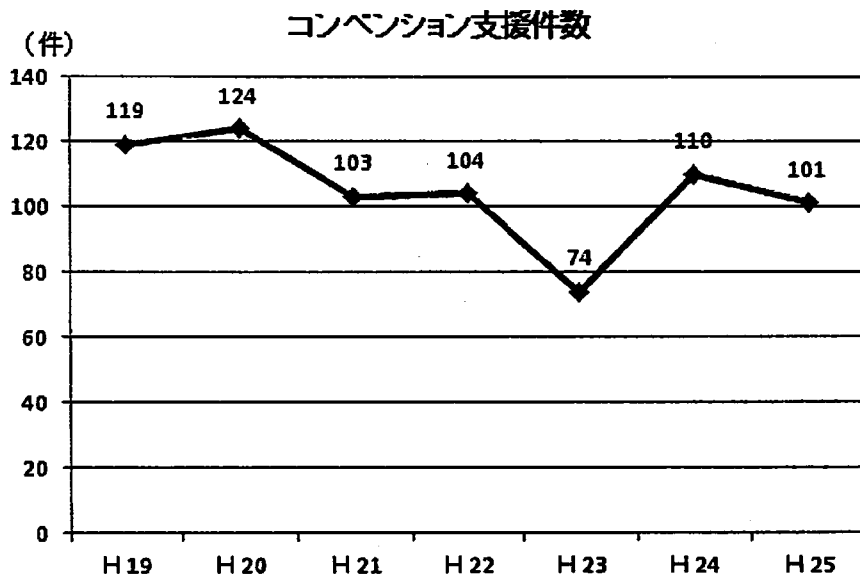


資料：盛岡市観光統計（商工観光部観光課）

(7) コンベンション支援件数・参加者数

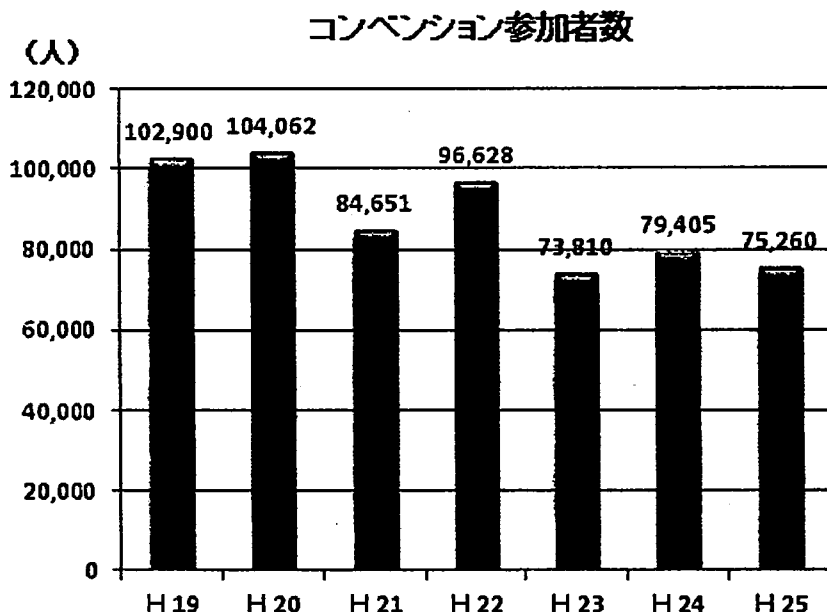
公益財団法人盛岡観光コンベンション協会による大規模な会議や学会などのコンベンション(注12)開催支援件数は平成25年度が101件、コンベンション参加者数は75,260人となりました。東日本大震災以降、復興支援の動きから、開催支援件数、参加者数とも一時的に増加、横ばいとなりましたが、減少傾向にあります。

【図2-16】 盛岡におけるコンベンション開催支援件数



資料：公益財団法人盛岡観光コンベンション協会

【図2-17】 盛岡におけるコンベンション参加者数の推移



資料：公益財団法人盛岡観光コンベンション協会

(8) 盛岡への旅行に期待するもの（アンケート調査）

当市を訪れた観光客へのアンケート調査（※）によると、「盛岡を旅行先に選んだ理由」の設問では、「食べたい・飲みたいものがある」の回答が最も多く、次いで「見たい場所がある」となりました。

「盛岡での旅行に期待したもの」の設問では、「食べ歩き」が最も多く、次いで「温泉」「物産・買い物」の順となりました。

「盛岡を旅行して感じた印象」の設問では、「食べ物がおいしい」が最も多く、次いで「歴史や文化に魅力」「自然が美しい」となりました。

※ 観光客アンケート調査の概要

調査期間 平成 26 年 7 月 17 日(木) ～ 平成 26 年 8 月 20 日(水)

調査場所 盛岡市観光文化交流センター（プラザおでって）、北東北観光センター、もりおか歴史文化館、盛岡手づくり村

調査方法 施設等へのアンケート用紙と回収箱を設置（回答数 32 件）

【表 2-1】 観光客アンケート調査結果（抜粋：複数回答あり）

（設問） 盛岡を旅行先に選んだ理由		（設問） 盛岡での旅行に期待したもの		（設問） 盛岡を旅行して感じた印象	
食べたい・飲みたいものがある	17	食べ歩き	16	食べ物がおいしい	16
見たい場所がある	14	温泉	11	歴史や文化に魅力	14
前に来て良かった	6	物産・買い物	10	自然が美しい	13
体験したいものがある	5	名所旧跡巡り	8	生活や風土に魅力	6
買いたいものがある	5	祭り・イベント	7	お酒がおいしい	6
知人の勧め	2	自然に触れる	3	四季の表情が豊か	4
その他	4	人との交流	2	散策や街歩きを楽しめる	4
		その他	1	のんびり、癒される。	3

資料：盛岡市商工観光部観光課

4 前計画の総括

(1) 目標の達成状況

前計画では、年間観光客、年間宿泊者、冬季観光客の数値目標を掲げました。平成25年実績に基づく達成状況は、年間観光客は平成26年の目標490万人回に対して25年実績は472万人回で、達成率は96.3%。年間宿泊者は同97万人回に対して同98万人回で、達成率101.0%。冬季観光客は同160万人回に対して同137万人回で、達成率85.6%となります。

【表2-2】 前計画の目標の達成状況

目標区分	基準年 (平成18年)	中間目標 (平成21年)	計画目標 (平成26年)	実績	
				平成21年	平成25年
年間観光客入 込数の目標	451万人	460万人	490万人	459万人	472万人
年間宿泊者数 の目標	90万人	94万人	97万人	81万人	98万人
冬季観光客の 入込目標	141万人	150万人	160万人	141万人	137万人

(2) 成果

ア 前計画で掲げた施策事業は全167事業で、そのうち着手・実施済みが156事業、未着手は11事業で、概ね着実な推進が図られました。

イ 城下町としての歴史的遺産や先人、まち並み景観、伝統工芸品や特産品、祭り・イベントなど、地域資源を活用した観光地づくりとともに、「盛岡ブランド推進計画」「盛岡市中心市街地活性化基本計画」「お城を中心としたまちづくり計画」など関連計画と連動した「歩いて楽しむ都市型観光」の推進、まちなか観光の拠点「もりおか歴史文化館」の開館などにより、観光客入込数と宿泊者数の増加が図られました。

ウ 体験交流観光(注13)や国際観光、バリアフリー(注14)観光の推進、観光客へのおもてなしなどホスピタリティ(注15)の醸成に努めるとともに、盛岡さんさ踊りをはじめとする祭り・イベントの振興や国際交流の推進、東京・文京区や沖縄県うるま市との交流事業、ボランティアガイドの養成、おもてなし向上などの取組により、観光交流の推進が図られました。

エ 広域連携による広域観光ネットワークの構築や、本市を中心とする広域12市町の枠組みによる盛岡・八幡平広域観光圏(注16)の整備のほか、関係機関や県内・東北の自治体・観光関係団体などとの連携強化により、広域観光・滞在型観光の促進が図られました。

オ 盛岡デー(注17)や物産・観光展の開催、国内外の観光イベントへの盛岡さんさ踊り派遣、大型観光キャンペーン、多言語対応の観光DVD・観光マップの作成、台湾やオーストラリアからの誘客に向けた国際プロモーション(注18)活動、世界遺産・平泉や東日本大震災被災地との連携事業、修学旅行やコンベンションの誘致活動、フィルムコミッション(注19)活動などによる情報発信と誘客宣伝活動、東北の県庁所在都市6市連携の東日本大震災復興イベント「東北六魂祭」(注20)の継続開催を通じた東北夏祭りの魅力発信など、盛岡観光のイメージと知名度の向上に向けた取組を推進し、観光客の増加が図られました。

(3) 次期計画への課題

ア 社会経済や環境の変化，各種課題に的確に対応するためには，計画のマネジメントが重要であり，前計画の目標の達成状況と施策や事業の進捗状況を適正に評価し，次期計画の策定を進める必要があります。

イ 前計画は，旧玉山村との合併やブランド戦略を踏まえ，観光分野全般の振興・推進を目標として策定しましたが，人口減少社会の進行と外国人観光客の増加，ニューツーリズム（注21）の台頭など，旅行・観光ニーズの多様化が進む中，観光客から選ばれる訪問先となるためには，当地の「強み」「弱み」を分析・把握した上で，将来展望に基づく施策の選択と集中，重点施策の絞り込みが必要です。

5 盛岡の観光の課題

観光客や市民，観光関係者などを対象に実施した盛岡の観光に関するアンケート調査の結果と，有識者や関係者への聞き取りを基に取りまとめた盛岡の観光の課題は，次のとおりです。

(1) 観光地域づくりに関する課題

ア 歩いて楽しむまちなか観光の環境整備

本市は観光スポットが点在し，広範囲にわたることから，まち歩き観光のモデルコースや観光案内板の充実，観光スポット間のアクセスが課題であるほか，観光客が気軽に利用できるトイレや休憩所の確保，観光案内所の充実，冬季の路面凍結などの対策も必要です。

イ 広域連携による滞在型観光の促進

本市は広域観光の拠点となっており，滞在型観光の促進に向けて，関係機関や事業者などと連携したさらなる広域観光の取組を推進する必要があります。また，本市から広域エリア内の観光地への移動などに課題があることから，関係機関と連携し，バスターミナルなど，二次交通（注22）の整備を図る必要があります。

(2) 地域資源の活用に関する課題

ア 観光資源の開発とブラッシュアップ

本市は，市街地や郊外の美しい自然，歴史的まち並み，食文化など多くの観光資源に恵まれています。観光客のニーズが多様化する中，さらなる観光資源の掘り起こしや開発とともに，既存の観光資源のブラッシュアップ（注23）に取り組み，物産の価値向上と誘客拡大の取組が必要です。

イ ニューツーリズムへの対応

近年，旅行ニーズが多様化し，環境やスポーツなど特定のテーマと観光を組み合わせたニューツーリズムの人気の高まっています。本市や広域圏内では，農業やスポーツ合宿と観光を組み込んだ取組が進められており，ニューツーリズムのさらなる推進に向けた取組が必要です。

(3) 情報発信・観光客誘致に関する課題

ア 情報発信の強化

旅行に出かける際の情報源として、ホームページやSNSによる情報発信など多様なコミュニケーションツール（注24）を活用した情報発信の強化が必要です。また、本物・こだわり志向など特定層に向けて、旅行雑誌やテレビなどの媒体を活用した広報戦略が必要です。



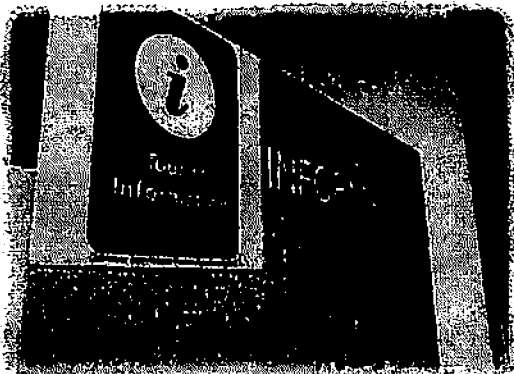
賑わう町家イベント

イ 観光客誘致の強化

各種学会や企業主催の会議・研修、国際会議なども含めたMICE（マイス、注25）は経済波及効果が大きいため、活発な誘致活動が進められており、本市も取組の強化が喫緊の課題です。また、本市の観光の特徴として、教育旅行やビジネス目的による来訪が多いことから、これらに対応した取組が必要です。

ウ 国際観光の推進

外国人観光客は今後さらなる増加が期待されることから、積極的な海外プロモーション活動を行うとともに、案内板などの多言語表記やWi-Fi（注26）スポットの整備など外国人観光客の受入環境を整備し、外国人観光客が祭り・伝統芸能や和食など日本の文化を気軽に体験できる仕組みづくりが必要です。



外国人観光客に対応した案内表示



海外での観光PR

第3章 基本方針

1 基本的な考え方

盛岡市は、中津川や周囲の山々などに代表される水と緑に恵まれた美しい自然を有し、盛岡城築城 400 年を超える歴史を背景としたまち並みや文化・風土が息づくとともに、岩手県の県庁所在都市として、政治・経済などの都市機能のほか、東北新幹線や東北自動車道などの高速交通機能を担う北東北の拠点都市となっています。また、岩手銀行（旧盛岡銀行）旧本店本館（赤レンガ）などの歴史的建造物や我が国の伝統工芸品第一号指定を受けた「南部鉄器」、和太鼓同時演奏世界一を達成した盛岡さんさ踊り、盛岡三大麺など多くの観光資源があります。

近年の傾向として、発地型観光から着地型観光（注 27）へのシフト、本物・こだわり志向の高まり、ニューツーリズムなど従来の観光の枠にとらわれない新たなニーズへの対応が求められるとともに、国際観光への対応、ICTの普及に伴う多様な情報発信など、少子高齢・人口減少社会の中で長期的な展望に立ちつつも、短期的課題や優先度を踏まえた戦略的な取組が必要となっています。また、前計画の成果や総括を踏まえるとともに、本市の強み・弱みの分析結果を基に、観光まちづくりに向けて、選択と集中による施策を展開することが必要です。

このため、計画の策定に当たっては、盛岡の魅力や観光資源を支持するファンやリピーターを増やし、交流人口の増加を目指すほか、観光産業の振興を通じて雇用の創出と地域経済の活性化、多様な文化交流の実現を図ることとし、観光推進による目指す姿と基本目標を設定するとともに、これらを実現するための基本施策とアクションプランを定めることとします。

また、アクションプランでは、盛岡の観光の課題である①観光資源の開発とブラッシュアップ②情報発信と誘客宣伝の強化③ニューツーリズムや国際観光への対応④「おもてなし」や「食」と「物産」の強化⑤MICE（マイルス）誘致の取組の強化 — の5項目に、「沿岸被災地を含む広域の観光交流の促進」「観光産業の育成・競争力強化」「平成 28 年希望郷いわて国体・希望郷いわて大会への対応」を加え、「まちなか観光の推進」を核に、これらの課題解決を図ることとします。

計画の推進に当たっては、観光関係団体や事業者、市民、行政が連携し、役割分担を図りながら取り組むこととします。

2 目指す姿と基本目標

観光まちづくりを推進し、多様な交流を実現するため、盛岡の観光の目指す姿と三つの基本目標を設定します。

(1) 目指す姿

良好な自然環境と先人から受け継いだ伝統の暮らし・文化に根ざした盛岡の魅力を、市民はもとより多くの人々が知り、体感し、情報発信を通じて盛岡ファンが世界に広がり、活発な交流が行われる観光交流都市を目指します。

多くの人々が訪れ、盛岡ファンが世界に広がる観光交流都市

(2) 基本目標

- 「歩いて楽しむまち盛岡」の魅力を多くの人に知ってもらう
- 盛岡の魅力を多くの人に体感してもらい、満足してもらう
- 盛岡ファンを世界に広げ、交流を拡大する

3 基本施策

目指す姿と基本目標の実現に向けて、観光まちづくりの柱となる基本施策を次のとおり設定します。また、施策の展開に当たっては、本市のこれまでの取組成果を踏まえ、波及効果が期待される「まちなか観光の推進」、「MICE（マイス）誘致の推進」、「外国人観光客の受入環境の整備」の3項目を重点化して取り組むこととします。

(1) 観光地域づくり

ア まちなか観光の推進
(重点化施策)

- イ まちの魅力アップと観光案内の充実
- ウ 広域連携による滞在型観光の促進
- エ 冬季観光の振興
- オ 市民意識の醸成とおもてなしの向上

(2) 盛岡観光のブランディング

- ア 観光資源の開発と既存資源のブラッシュアップ
- イ 盛岡観光のファンづくり
- ウ 体験・交流型観光やニューツーリズムへの対応

(3) 情報発信と観光客誘致

- ア 情報発信の強化とイメージアップ
- イ 教育旅行誘致の推進
- ウ 被災地復興支援への取組
- エ 希望郷いわて国体・希望郷いわて大会への取組

(4) 観光産業の競争力強化

ア MICE（マイス）誘致の推進
(重点化施策)

- イ ビジネス観光への対応
- ウ 観光関係団体・事業者の人材育成
- エ 観光産業の育成・支援

(5) 国際観光の推進

ア 外国人観光客の受入環境の整備
(重点化施策)

- イ 外国人観光客の誘致推進
- ウ 海外との相互交流の促進

4 目標指標

本計画の目標指標として、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を用いることとし、計画最終年度の平成31年（2019年）の目標値を次のとおり設定します。

【表3-1】 計画の目標指標

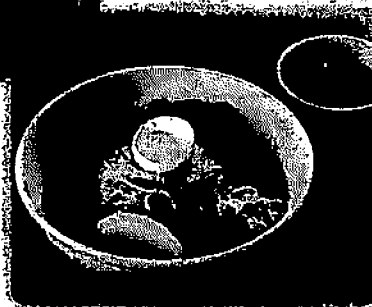
指標	平成25年 (基準年)	平成31年 (目標値)	摘要
年間観光客入込数	4,717千人	5,000千人	目標値は、基準年をベースとして前計画開始年の平成20年以降6年間の平均上昇率(±0.0%)に計画推進の効果を加味し、基準年比の6.0%(年平均1.0%)の増加を目指します。
年間宿泊観光客数	979千人	1,100千人	目標値は、基準年をベースとして前計画開始年の平成20年以降6年間の平均上昇率(+1.3%)に計画推進の効果を加味し、基準年比の12.4%(年平均2.0%)の増加を目指します。
年間外国人観光客入込数	7.3千人	20千人	目標値は、東日本大震災で入込数が激減した影響を考慮し、震災前の年10千人の水準をベースに、国・県の国際観光施策の取組や計画推進の効果を加味し、計画期間5年間で震災前の入込数の倍増を目指します。

<参考> 計画推進による経済効果

観光振興による交流人口増加の経済効果としては、平成25年度版岩手県観光統計概要によると、岩手県内における観光目的による観光消費額単価は、県外宿泊客が24,028円/人回(サンプル調査、以下同)、県内宿泊客が16,249円/人回、県外日帰り客が6,916円/人回、県内日帰り客が4,439円/人回となっており、この観光消費額単価を基に計画目標を達成した場合の経済効果を試算すると、700億円以上と推計されます。



盛岡じゃじゃ麺



盛岡冷麺



わんこそぼ

第4章 アクションプラン

1 観光地域づくり

旅行者に満足してもらえるよう、地域の旬な情報や、映画・ドラマのロケ地の紹介、先人ゆかりの観光スポットなど、観光客が知りたい情報をいつでも、どこでも入手できるように、ICTを活用した情報発信やWi-Fiスポットの整備、ユニバーサルデザイン(注28)の推進を図るとともに、まちの魅力アップに向けた取組と観光案内の充実、広域連携による滞在型観光の促進、冬季観光の振興、市民ぐるみのおもてなしの向上を推進します。

ア まちなか観光の推進(重点化施策) 【3-(1)-ア】

●：新規(新規事業)、◎：拡充(既存事業で拡充する事業)、○：継続(継続事業)

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成27 (2015)	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	平成31 (2019)
◎まちなか観光の推進 歩いて楽しむまちなか観光のコース拡充や観光案内板の充実、公共交通拠点の歩く観光コース設定・マップの作成、宿泊施設と商店街・飲食店などの連携による宿泊と食事や買い物などを楽しめる仕組みづくりや、ユニバーサルデザインに配慮した環境整備を推進します。	盛岡市(観光課、関係各課) 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒
◎もりおか町家物語館と歴史情緒あふれるまち並み活用 新たな観光スポットの「もりおか町家物語館」と歴史情緒あふれるまち並みを活用した観光ルートの充実を図ります。	盛岡市(観光課、関係各課) 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎ICT活用による観光情報環境整備 携帯端末アプリ(注29)などを活用した情報発信、観光・宿泊施設等の無料Wi-Fiや情報通信機器貸出などICT環境整備に取り組みます。	盛岡市(情報企画室、観光課) 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎教育旅行受入態勢の整備 教育旅行生向け自主研修ガイドブック・ガイドマップ作成、「もりおか修学旅行応援隊」の活動支援のほか、新たな自主研修素材・プログラムの充実など、教育旅行受入態勢の更なる整備を推進します。	盛岡市(観光課) 観光コンベンション協会 関係団体・事業者 市民	検討	実施	⇒	⇒	⇒

- レンタサイクル利用促進事業
- 多言語表記観光マップの作成
- 花のあるまちづくりの推進
(ハンギングバスケットの設置など)
- 緑豊かなまちづくりの推進
(岩山公園、高松公園など都市公園や街路樹の整備など)
- 盛岡城跡・盛岡城跡公園の活用

イ まちの魅力アップと観光案内の充実

【3-(1)-イ】

●：新規, ◎：拡充, ○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
●来訪者満足度調査の実施 来訪者の旅行満足度把握と満足度向上を図るため、定期的な調査を実施します。	盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
●広域観光拠点としての盛岡駅西口バスターミナル整備 バスターミナルと1階を結ぶエレベーターの設置、観光バス待機所の整備、案内板の充実を図ります。	盛岡市（市街地整備課）	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎まちなか観光の推進〔再掲〕 歩いて楽しむまちなか観光のコース拡充や観光案内板の充実、公共交通拠点の歩く観光コース設定・マップの作成、宿泊施設と商店街・飲食店などの連携による宿泊と食事や買い物などを楽しめる仕組みづくりや、ユニバーサルデザインに配慮した環境整備を推進します。	盛岡市（観光課、関係各課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒
◎もりおか町家物語館と歴史情緒あふれるまち並み活用〔再掲〕 新たな観光スポットの「もりおか町家物語館」と歴史情緒あふれるまち並みを活用した観光ルートの充実を図ります。	盛岡市（観光課、関係各課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎ICT活用による観光情報環境整備〔再掲〕 携帯端末アプリなどを活用した情報発信、観光・宿泊施設等の無料Wi-Fiや情報通信機器貸出などICT環境整備に取り組みます。	盛岡市（情報企画室、観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎二次交通の充実 公共交通拠点を起点とした市内や他市町村を結ぶ二次交通の整備に向けた取組やサービス向上の仕組みづくりを推進します。	盛岡市（観光課、交通政策課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

- レンタサイクル利用促進事業〔再掲〕
- 商店街活性化支援事業
- 歩いて楽しむ道づくりの推進
(歩道の融雪・電線地中化・歩行者の安全対策など)
- 花のあるまちづくりの推進〔再掲〕
- 緑豊かなまちづくりの推進〔再掲〕
- 盛岡城跡・盛岡城跡公園の活用〔再掲〕
- 河川景観の保全



整備された「三ツ石トイレ」

ウ 広域連携による滞在型観光の促進

【3-(1)-ウ】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
◎盛岡・八幡平広域観光の推進と滞在型観光の促進 広域 12 市町の枠組みによる盛岡・八幡平広域観光推進協議会の活動を通じ、圏域の歴史や自然、文化、グルメなどテーマ別の広域観光ルートの提案など周遊型・滞在型観光を促進します。	盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎広域連携による周遊・滞在型観光の推進 世界遺産・平泉や三陸沿岸など県内観光地との連携事業や、八幡平国立公園協会、外山・早坂高原国立自然公園協会、盛岡・矢巾・紫波広域観光推進協議会、いわてウインターリゾート協議会など広域連携による滞在型観光を推進します。	盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

○岩手県観光協会・いわて観光キャンペーン推進協議会による全県エリアの周遊・滞在型観光の推進

○北東北観光センター（盛岡駅観光案内所）運営事業

エ 冬季観光の振興

【3-(1)-エ】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
◎冬季観光イベントの振興 冬ならではの魅力を楽しむ屋外イベントの企画や体験メニューづくり、天候に左右されない屋内参加型イベントの推進を図ります。	盛岡市（観光課、関係各課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

○歩いて楽しむ道づくりの推進

（歩道の融雪・電線地中化・歩行者の安全対策など）〔再掲〕

○もりおか雪あかり

○いわて雪まつり

○冬のイルミネーション・ライトアップ



もりおか雪あかり



冬の「上の橋」

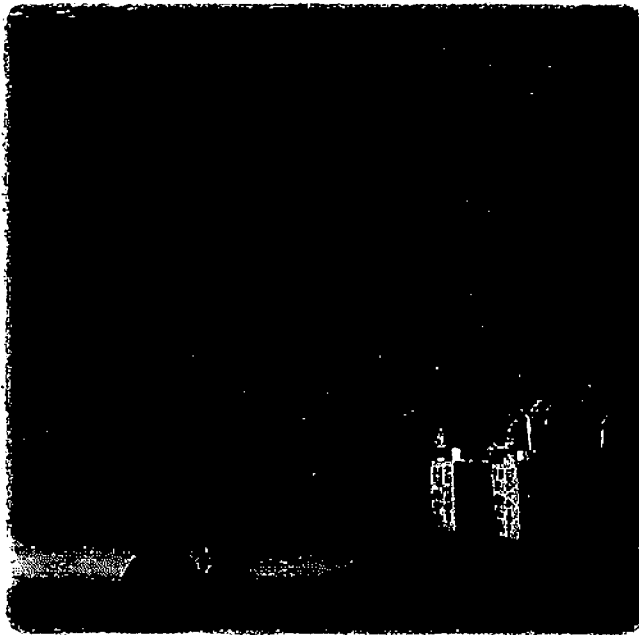
オ 市民意識の醸成とおもてなしの向上

【3-(1)-オ】

●：新規、◎：拡充、○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
<p>●観光セミナー等の開催</p> <p>盛岡の魅力を知ってもらうために、市民や市職員を対象とした観光セミナー等を開催し、観光客に対するおもてなしの向上を推進します。</p>	<p>盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者</p>	検討	実施	⇒	⇒	⇒
<p>●盛岡観光を学ぶ事業の推進</p> <p>盛岡もの語り検定や観光副読本の活用などにより、子ども達や学生が盛岡の観光を学ぶ機会の創出を図ります。</p>	<p>盛岡市（観光課、関係各課） 観光コンベンション協会 盛岡商工会議所 関係団体・事業者</p>	検討	実施	⇒	⇒	⇒

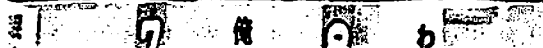
- 盛岡ブランドフォーラムの開催
- 盛岡ブランド推進市民企画事業助成
- 市民ぐるみのおもてなし推進活動
- 転入者向け盛岡講座



「観光推進セミナー」の開催



イベント前のおもてなし清掃



全日本わんこそば選手権

2 盛岡観光のブランディング

歴史、自然、文化、先人、まち並みなど、盛岡の魅力を多くの人に体感してもらい、満足してもらうため、新たな観光資源の開発と掘り起こし、ブラッシュアップを推進します。また、世界一の太鼓パレードが魅力の盛岡さんさ踊りをはじめ、盛岡ならではの地域資源を活用した体験・交流型メニューの整備、歴史文化や地場産業などテーマ性を持った「まち歩き」の提案など、盛岡観光の満足度を高め、ブランド化と盛岡ファンづくりに向けた取組を推進します。

ア 観光資源の開発と既存資源のブラッシュアップ

【3-(2)-ア】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
●観光資源の掘り起こし 専門家の意見を踏まえ地域資源や観光素材の調査研究を進め、観光資源の掘り起こしを行います。	盛岡市（観光課） 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
●つなぎ温泉活性化事業 つなぎ温泉の新たな魅力づくりとブランディングに向けた取組を推進します。	盛岡市（観光課） つなぎ温泉観光協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒
●玉山歴史民俗資料館整備事業 玉山歴史民俗資料館を移転整備し、玉山区の観光拠点づくりを推進します。	盛岡市（歴史文化課）	検討	実施	⇒	⇒	⇒
●盛岡市動物公園の新たな魅力づくり 老朽施設を改修し、新たな展示動物の導入や動物展示の改善など新たな魅力づくりを進めます。	盛岡市（公園みどり課）	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎桜の里整備事業 玉山区日戸の1万本のオオヤマザクラ植栽地を新たなサクラスポットとして整備します。	盛岡市（産業振興課）	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎盛岡特産品ブランド認証制度の改善 盛岡生まれの確かな品質・優れた技術を伝える盛岡特産品ブランド認証制度（注 30）を見直します。	盛岡市（観光課） 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒

○遺跡の広場整備事業

○サクラスポットのPR

○近郊自然歩道や博物館・文化交流施設など既存資源のブラッシュアップ

○チャグチャグ馬コ行事の振興（チャグチャグ馬コ推進計画の策定）

○祭り・イベントの振興

○文化交流イベントの支援

○盛岡三大麺普及事業

○特産品新商品の開発・宣伝

○盛岡芸妓など伝統芸能の継承

イ 盛岡観光のファンづくり

【3-(2)-イ】

●：新規, ◎：拡充, ○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
●盛岡ファンづくり推進事業 観光情報の発信やメールマガジン配信などに取り組むとともに、歴史・文化などの専門家・研究者の解説付きガイドツアーや交流体験など、こだわり派・マニア向けの着地型観光メニューを開発し、盛岡ファンづくりを推進します。	盛岡市（観光課、関係各課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者 市民	検討	実施	⇒	⇒	⇒
◎もりおか食産業発信事業 盛岡三大麺などの盛岡の「食」に関する情報発信や6次産業化（注31）支援など、食産業の育成・支援に向けた取組を推進します。	盛岡市（商工課、農政課、観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎盛岡ブランド広告宣伝 盛岡ブランド啓発ポスター制作やTVコマーシャル放映、雑誌・専門誌への記事掲載など盛岡ブランドの魅力を総合的に発信します。	盛岡市（広報ブランド戦略室） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒

○近郊自然歩道や博物館・文化交流施設など既存資源のブラッシュアップ〔再掲〕

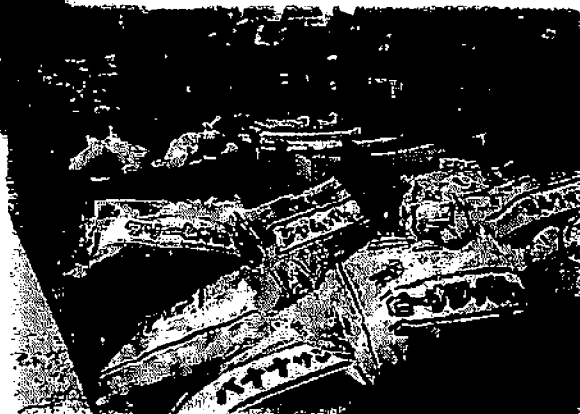
○祭り・イベントの振興〔再掲〕

○特産品新商品の開発・宣伝〔再掲〕

○盛岡芸妓など伝統芸能の継承〔再掲〕



伝統を守り続ける「チャグチャグ馬コ」



市民に人気の商品を観光客にも

ウ 体験・交流型観光やニューツーリズムへの対応

【3-(2)-ウ】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
◎スポーツツーリズム（注 32）の推進 オリンピック合宿誘致，大学などのスポーツ合宿誘致，東北唯一の公営通年型屋内スケートリンクの活用，市内プロスポーツチームの対戦チームに対するアウェーツーリズム（注 33）のほか，御所湖周辺の自然と温泉を満喫できるランニング・サイクリングコース整備の調査研究などスポーツ観光を推進します。	盛岡市（スポーツ推進課，観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒
◎グリーンツーリズム（注 34）の推進 体験交流メニューの整備，教育旅行の農業体験受入，食材提供，産直の充実などグリーンツーリズムの取組強化や，ユートランド姫神等の滞在型体験施設の活用，生出湧口周辺散策など受入メニューの充実を図ります。	盛岡市（農政課，産業振興課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒
◎エコツーリズム（注 35）の推進 市内の再生可能エネルギー施設「次世代エネルギーパーク」（注 36）の周遊モデルコースの紹介や施設見学会，バスツアーなどを実施します。	盛岡市（環境企画課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒
◎産業観光（注 37）の推進 特産品や伝統工芸品などの工房・店舗を紹介する盛岡小さな博物館（注 38）事業の充実や，工場見学などの産業観光を推進します。	盛岡市（商工課，観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒
◎姫神山や岩洞湖を活用した自然体験観光の推進 姫神山登山，岩洞湖家族旅行村アウトドア体験，冬季の岩洞湖ワカサギ釣りなど，玉山区の自然体験観光の充実に取り組みます。	盛岡市（産業振興課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

- 盛岡・北上川ボート川下り大会や啄木の里ふれあいマラソン大会，市民登山などスポーツイベントの振興
- 都南つどいの森管理運営事業
- 盛岡市外山森林公園管理運営事業



盛岡・北上川ボート川下り大会

3 情報発信と観光客誘致

情報化社会が進展し、旅行先を選ぶ情報源としてインターネットの割合が急速に伸びているほか、本物・こだわり志向が高まる中、特定層に向けた効果的な情報発信などターゲットを絞り込んだ取組が必要です。このため、情報発信の強化とイメージアップ戦略とともに、教育旅行の誘致、平成28年の希望郷いわて国体・希望郷いわて大会に向けた取組、被災地の復興支援に向けた観光連携の取組を推進します。

ア 情報発信の強化とイメージアップ 【3-(3)-ア】

●：新規、◎：拡充、○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成27 (2015)	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	平成31 (2019)
●観光情報・地域情報の発信 SNSを活用した盛岡のホットな情報、観光客向けの地域行事や回遊プランを発信します。	盛岡市（広聴広報課、観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒
●ふるさと大使名刺活用事業 盛岡ふるさと大使の名刺に景品贈呈や公共施設入場割引などの特典を付与し、名刺を活用した観光PR事業を展開します。	盛岡市（東京事務所、観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒
●啄木ゆかりの地函館交流事業 北海道新幹線開業で結ばれる石川啄木生誕の地「盛岡」と石川啄木が眠る地「函館」との連携による情報発信と交流促進に向けた取組を進めます。	盛岡市（歴史文化課、観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒
◎観光プロモーションパートナー都市との連携事業 東北六魂祭や友好姉妹都市など関係各都市との連携による観光情報の発信と誘客宣伝、地域間相互交流の促進を図ります。	盛岡市（企画調整課、文化国際室、観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎ICT活用による観光情報環境整備〔再掲〕 携帯端末アプリなどを活用した情報発信、観光・宿泊施設等の無料Wi-Fiや情報通信機器貸出などICT環境整備に取り組みます。	盛岡市（情報企画室、観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

- 盛岡デーの開催（首都圏ほか）
- 特産品等のインターネット販売の推進
- 北海道新幹線誘客観光プロモーション事業
- フィルムコミッション活動



（連絡先・020）
〒112-0002
東京都港区小石川2-1-1
TEL・Fax 03-3512-XXXX

「ふるさと大使」の名刺

イ 教育旅行誘致の推進 【3-(3)-イ】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
◎教育旅行受入態勢の整備 〔再掲〕 教育旅行生向け自主研修ガイドブック・ガイドマップ作成，「もりおか修学旅行応援隊（注39）」の活動支援のほか，新たな自主研修素材・プログラムの充実など，教育旅行受入態勢の更なる整備を推進します。	盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者 市民	検討	実施	⇒	⇒	⇒

○教育旅行誘致活動



「もりおか修学旅行応援隊」の活動



東北六魂祭への「盛岡さんさ踊り」の参加

ウ 被災地復興支援への取組 【3-(3)-ウ】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
◎盛岡・八幡平広域観光の推進と滞在型観光の促進〔再掲〕 広域 12 市町の枠組みによる盛岡・八幡平広域観光推進協議会の活動を通じ，圏域の歴史や自然，文化，グルメなどテーマ別の広域観光ルートの提案など周遊型・滞在型観光を促進します。	盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

- 東北六魂祭開催事業
- 被災地の復興・観光情報の発信支援
- 被災地の物産振興支援

エ 希望郷いわて国体・希望郷いわて大会への取組

【3-(3)-エ】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
<p>●モリモリ運動推進アクションプラン（注40） 郷土芸能，郷土料理，特産品など盛岡の魅力の発信や花いっぱい運動を推進します。</p>	<p>盛岡市（国体推進局企画総務課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者 市民</p>	実施	⇒			
<p>●特産品・地場産品のPR 国体開催時に観光施設や土産品販売所などで特産品などを紹介・販売し，PRを行います。</p>	<p>盛岡市（商工課，観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者</p>	実施	⇒			
<p>●盛岡ファンづくり推進事業 〔再掲〕 観光情報の発信やメールマガジン配信などに取り組むとともに，歴史・文化などの専門家・研究者の解説付きガイドツアーや交流体験など，こだわり派・マニア向けの着地型観光メニューを開発し，盛岡ファンづくりを推進します。</p>	<p>盛岡市（観光課，関係各課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者 市民</p>	検討	実施	⇒	⇒	⇒

○市民ぐるみのおもてなし推進活動〔再掲〕



希望郷いわて国体・希望郷いわて大会「花いっぱい運動」の推進

4 観光産業の競争力強化

観光は裾野が広く、旅行形態の変化や観光ニーズの多様化とともに、地域の独自性や資源を活用した着地型観光や体験交流型観光の人気の高まっています。こうした中、地域の魅力向上を図り、多くの観光客に支持され、選ばれる訪問先となるためには、地域の観光産業の市場競争力の強化が必要であり、MICE（マイス）誘致やビジネス観光への対応、着地型観光や体験交流型観光の担い手となる観光産業・関係団体の育成支援と人材育成に取り組みます。

ア MICE（マイス）誘致の推進（重点化施策）

【3-（4）-ア】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
●MICE開催助成制度の創設 全国規模の会議や学会，国際会議や大規模見本市・商談会などの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など，MICE開催に係る総合的な支援制度を創設し，誘致活動を推進します。	盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
●産官学連携によるMICE誘致の推進 産官学連携によるMICE戦略の下，会議・レセプションにおけるユニークメニュー（注41）の活用やアフターコンベンション，エクスカージョン（注42）の充実など，本市の特性を生かしたMICE誘致を推進します。	盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 もりおかMICE誘致推進機構 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

○コンベンション誘致活動支援

○MTCA（公益財団法人盛岡観光コンベンション協会）コンベンションサポーター活動

イ ビジネス観光への対応

【3-（4）-イ】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
●ビジネス客向け市内観光の推進 ビジネス客向け観光モデルコースの提案，観光ガイドブックや飲食店マップなどの宿泊施設への配架などビジネス客向け観光サービスの充実を図ります。	盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	検討	実施	⇒	⇒	⇒

○盛岡ホテル協議会事業支援（飲食店マップ・グルメセレクション作成）

ウ 観光関係団体・事業者の人材育成

【3-(4)-ウ】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成27 (2015)	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	平成31 (2019)
◎観光関係者向け人材育成研修・セミナーの開催 観光関係団体の職員やボランティア向けの観光案内・接客研修会やスキルアップセミナーの開催など人材育成を強化します。	盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

- 観光関係団体育成強化事業
- 盛岡ふるさとガイドの養成

エ 観光産業の育成・支援

【3-(4)-エ】

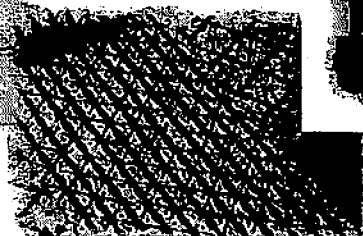
●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成27 (2015)	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	平成31 (2019)
●誘客重点市場・物産販路の新規開拓と物産振興 物産販路・誘客重点市場の新規開拓，物産観光展の開催を推進します。	盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎伝統産業振興事業 南部鉄器，秀衡塗，浄法寺塗，岩谷堂箆笄など伝統的工芸品の技術の継承・後継者育成，新製品の開発，販路開拓を推進します。	盛岡市（商工課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎もりおか食産業発信事業 〔再掲〕 盛岡三大麺などの盛岡の「食」に関する情報発信や6次産業化支援など，食産業の育成・支援に向けた取組を推進します。	盛岡市（商工課，農政課，観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

- 物産と観光展の開催
- 盛岡ブランドの推進
- 盛岡観光コンベンション協会推奨の店制度
- 盛岡手づくり村振興事業
- 全日本わんこそば選手権



南部鉄器



南部紫紺染・茜染



盛岡駄菓子

5 国際観光の推進

外国人観光客の誘致促進に向けて、観光案内板などの多言語表記や Wi-Fi スポットの整備促進など受入環境の整備を図るとともに、関係機関や関係団体などと連携し、積極的な海外プロモーションや宣伝活動を行います。また、伝統芸能や芸術文化などを通じた海外交流の促進のほか、市内在住の外国人や留学生との交流機会の創出など、外国人観光客や外国籍の市民が祭りや伝統芸能などの日本文化や和食などを気軽に体験できる仕組みづくりを推進します。

ア 外国人観光客の受入環境の整備（重点化施策）

【3-(5)-ア】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成 27 (2015)	平成 28 (2016)	平成 29 (2017)	平成 30 (2018)	平成 31 (2019)
◎外国人観光客の受入態勢の整備 観光案内表示の多言語化やアイコン（注 43）・ピクトグラム（注 44）の活用、ハウスマニュアルや指差し案内など外国人観光客おもてなしツールの充実を図るほか、フリー Wi-Fi など通信環境の改善を推進します。	盛岡市（観光課、関係各課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者	実施	⇒	⇒	⇒	⇒
◎外国人観光客向け体験・交流メニューの整備 浴衣や温泉、日本文化や和食などのメニューづくり、市内観光や食事・買い物、各種体験などの仕組みづくりを推進します。	盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者 市民	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

○事業者向けの外国人観光客受入セミナーの開催

○祭り・イベントの振興【再掲】



外国人観光客に対応したパンフレットや観光案内

イ 外国人観光客の誘致推進

【3-(5)-イ】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成27 (2015)	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	平成31 (2019)
<p>●海外からの教育旅行の受入推進 台湾など海外からの教育旅行誘致に向けた調査研究と受入環境整備の取組を推進します。</p>	<p>盛岡市（観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者</p>	調査研究	⇒	実施	⇒	⇒
<p>◎海外プロモーション活動の強化 国際旅行展に出展するとともに、新たな市場開拓に向けた海外プロモーション活動を行うほか、多言語による情報発信やムスリム（注45）観光客誘致に向けたハラルビジネス（注46）の調査研究に取り組みます。</p>	<p>盛岡市（商工課，観光課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者</p>	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

○多言語表記観光マップの作成



国際チャーター便歓迎行事

ウ 海外との相互交流の促進

【3-(5)-ウ】

●：新規，◎：拡充，○：継続

アクションプラン	実施主体	実施年度				
		平成27 (2015)	平成28 (2016)	平成29 (2017)	平成30 (2018)	平成31 (2019)
<p>◎国際便を活用した海外との交流促進 いわて花巻空港発着の国際チャーター便を活用した台湾との市民交流を促進します。</p>	<p>盛岡市（観光課，交通政策課） 観光コンベンション協会 関係団体・事業者 市民</p>	実施	⇒	⇒	⇒	⇒

- 姉妹都市国際交流事業
- 外国籍市民との交流事業

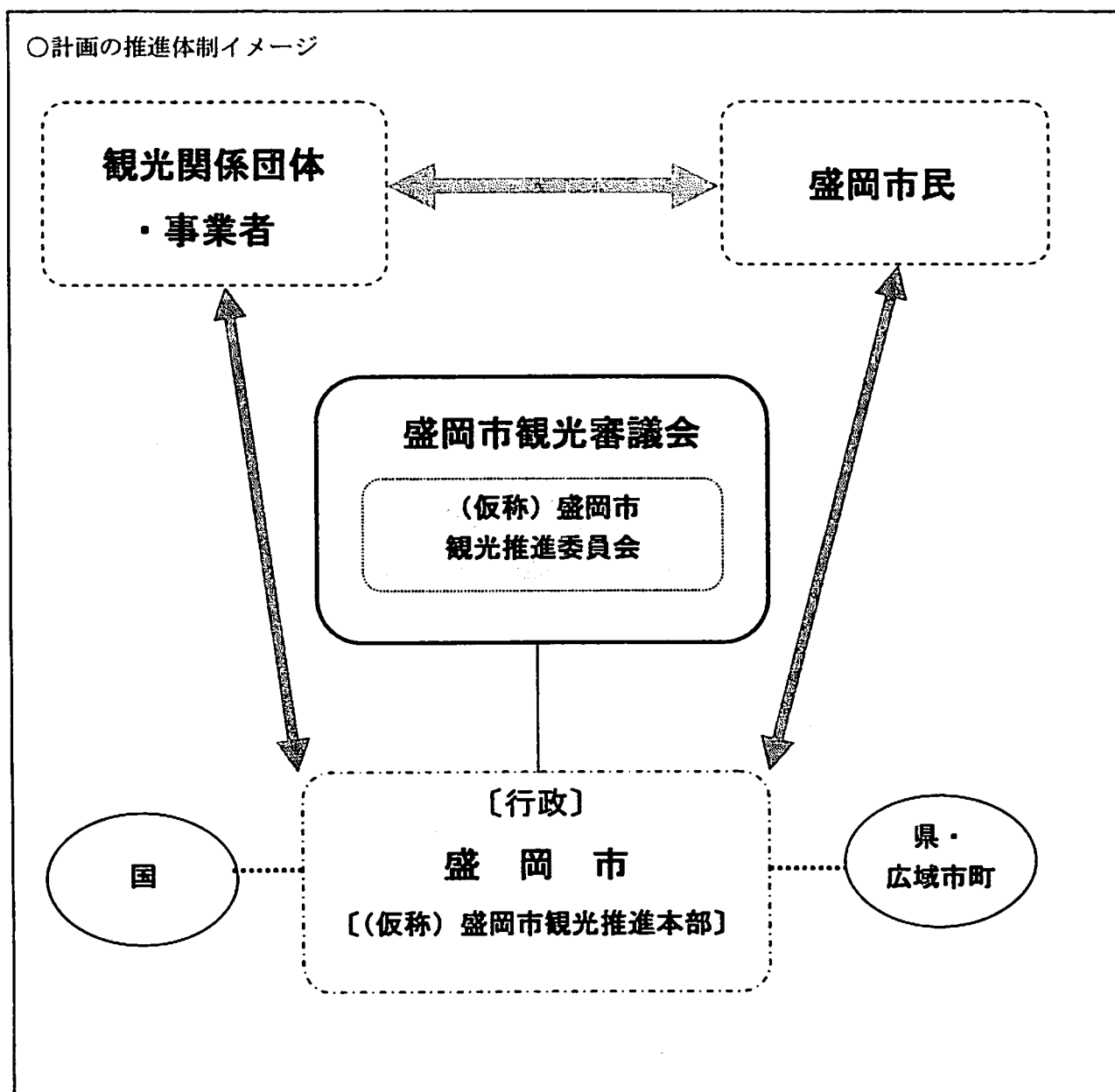
第5章 計画の推進体制

1 計画の推進体制

本計画の推進に当たっては、行政、観光関係団体・事業者、市民が共通認識の下、連携を図りながら、一体となって取り組む必要があります。

そのため、市は、県や広域市町などとの連携強化を図り、各種事業の実施主体となるとともに、全庁体制による推進組織として（仮称）盛岡市観光推進本部を設置します。

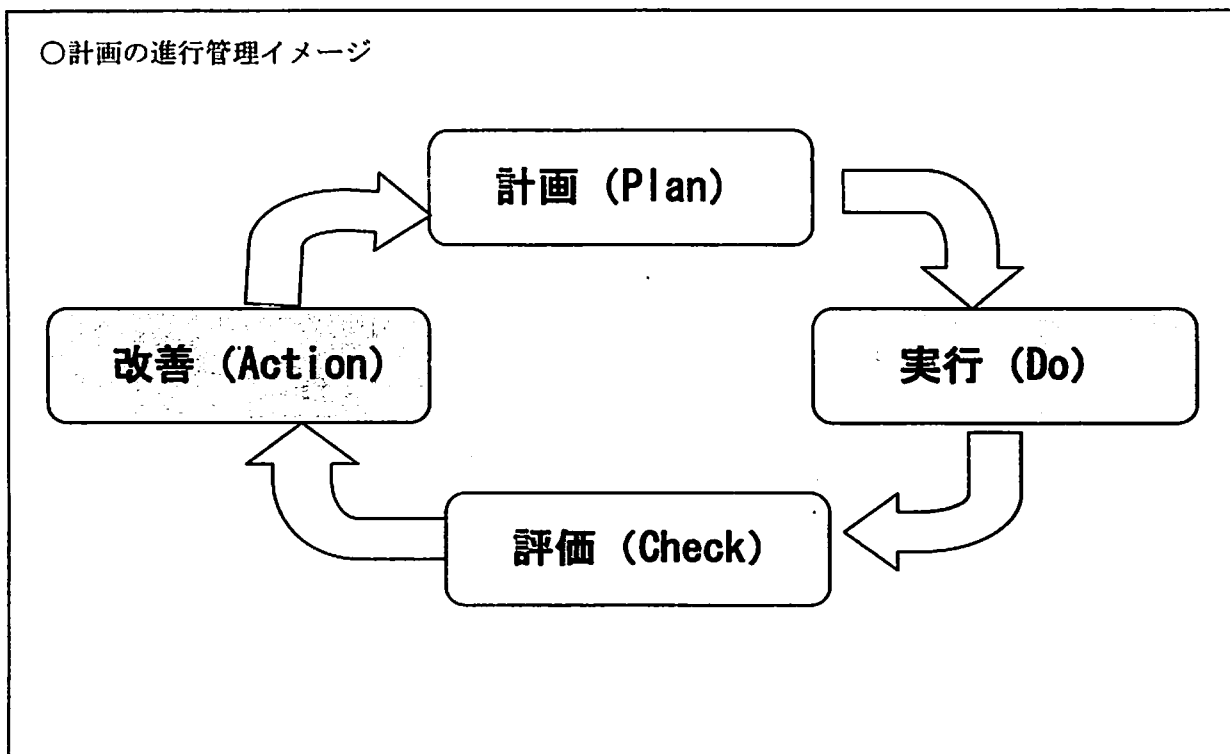
また、観光関係団体・事業者は、具体的な取組の実施主体としての役割を担い、市民は、盛岡の魅力を理解し、観光客への「おもてなし」の実践などを通じて、観光推進の一翼を担うことが期待されます。



2 計画の進行管理

本計画の実施に当たっては、社会情勢の変化に適応するため、計画の進捗状況を確認し、事業の効果や施策の成果を検証するとともに、必要に応じて事業の見直しを行うこととします。

そのため、盛岡市観光審議会において、PDCAサイクル（注47）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るため、盛岡市観光審議会の小委員会として（仮称）盛岡市観光推進委員会を設置し、アクションプランの実現化に向けた検討を行います。



- (注1) **観光立国推進基本計画【P1】**：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、平成24年3月に閣議決定。計画期間は平成24年度から28年度まで。基本的な方向性として「観光の裾野の拡大」「観光の質の向上」を掲げる。平成28年までに「国内旅行消費額30兆円」「訪日外国人旅行者数1,800万人」の実現とともに、新たに訪日外国人旅行者や国内観光地域の旅行者の「満足度」の目標が設定された。観光は国の成長戦略の柱の一つであり、東日本大震災からの復興にも大きく貢献するものとして、観光立国の実現に向けて計画を着実に実施することとしている。
- (注2) **東北観光基本計画【P1】**：東北6県と新潟県域の観光振興の基本的な方針や目標を定めた広域的な計画として、国土交通省東北運輸局が平成25年3月策定。計画期間は平成25年度から5年間。「震災からの観光復興」「新たな魅力の発掘など、これまでの延長でない取組み」「情報発信の強化」「世界に開かれた観光交流の展開」「連携の推進」を方針とし、東北6県の観光関係統計数値が平成29年度に震災前の実績値を上回ることを目標に掲げる。
- (注3) **みちのく岩手観光立県第2期基本計画【P1】**：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、平成26年3月策定。計画期間は平成26年度から平成30年度までの5年間。被災地の観光産業の復興加速により沿岸地域経済の活性化を図り、観光によるいわての復興とともに、本県が有する多彩な観光資源を磨き上げ、「来て良かった」と思ってもらえるような日本一のおもてなしを目指すこととし、計画最終年度の平成30年度の観光客入込数、宿泊客数、外国人宿泊客数の目標値を掲げている。
- (注4) **ICT【P1】**：情報通信技術（Information and Communications Technology）の略。情報処理・情報通信関連分野の技術・産業・設備・サービスなどの総称。
- (注5) **北陸・北海道新幹線の開業【P1】**：北陸新幹線の長野・金沢間が平成27年3月、北海道新幹線の新青森・新函館北斗間が平成27年度内の開業を予定しており、観光をはじめさまざまな分野で地域間交流の活発化が期待されている。
- (注6) **観光産業【P1】**：旅行業、宿泊業、飲食業、運輸業（鉄道、バス、タクシーなど）、製造業（特産品・土産品）ほか、観光に関連する業種の総称。極めて多岐にわたり、産業分類を横断する包括的なものを指し、日本標準産業分類では業種として分類されていない。
- (注7) **盛岡市総合計画【P1】**：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。現計画の計画期間は平成17年度から平成26年度まで。「人々が集まり・人にやさしい・世界に通ずる元気なまち盛岡」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、基本構想の目標年次を平成37年としており、実施計画と合わせた総合計画は、平成27年3月の決定を目指している。
- (注8) **盛岡市中心市街地活性化基本計画【P1】**：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。平成25年3月に第1期計画が終了し、現在は平成25年11月に国の認定を受けた第2期計画に基づき、「賑わいあふれる中心市街地」「訪れたい中心市街地」を目標に、既存の資源を有効活用しながら、コンパクトで持続可能なまちづくりを推進している。
- (注9) **お城を中心としたまちづくり計画【P1】**：城下町・盛岡の原点で、市街地の核である盛岡城

跡を中心とした地区の計画。平成 21 年 10 月策定。史跡の保存整備と都市公園整備、歴史文化施設や桜山神社周辺地区の整備を図り、都市と美しい自然の調和、お城の風格や城下町の情緒、地区の特性を生かし、都心の魅力を高め、地区の活性化を促すことを目的とする。

- (注 10) 盛岡ブランド推進計画 [P1] : 歴史、自然、景観、風土、特産品、文化、先人など、盛岡が持つ有形無形の価値や魅力を「盛岡ブランド」として磨き上げ、市内外に発信するための計画。第一次計画は平成 18 年 1 月に策定された。平成 27 年 4 月から第二次計画へ移行し、第一次計画での成果や課題を踏まえ、市民・事業者の意識共有や情報発信の強化を軸に、引き続き「盛岡ブランド」の市内外への浸透を図る取組を推進している。
- (注 11) SNS [P5] : インターネット上の交流を通して社会的ネットワーク（ソーシャル・ネットワーク）を構築するサービス（Social Networking Service）。
- (注 12) コンベンション [P13] : 人、情報、知識、物などの交流の場、集りを指す。本来は「会議」を意味するが、ある地域に、人、情報、知識、物を呼び込むシステムを総称して用いられる。
- (注 13) 体験交流観光 [P15] : 名所旧跡の見学などを中心とする従来型の観光ではなく、訪問先におけるさまざまな体験交流や体験プログラムなどを通じ、地域の自然や歴史、文化などに積極的に関わる観光を指す。
- (注 14) バリアフリー [P15] : 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 15) ホスピタリティ [P15] : 「思いやり」「心からのもてなし」の意味。ラテン語の「Hospics（客人の保護）」を語源に、英語の「Hospital（病院）」「Hospice（ホスピス）」に発展した。ホスピタリティで重視されるのは人間性や信条で、対価を求めず、相手へのもてなし・喜びを与えることに重きを置く点で、ラテン語の「Servus（奴隷）」を語源として英語の「Slane（奴隷）」「Servant（召使い）」に発展し、主従関係や対価の介在を内包する「サービス」と異なる。
- (注 16) 盛岡・八幡平広域観光圏 [P15] : 盛岡広域 8 市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 市町の枠組みによる広域の観光圏で、平成 22 年に盛岡・八幡平広域観光推進協議会を設立し、圏域への誘客と滞在型観光の促進に取り組んでいる。平成 23 年 4 月に国の認定を受けた「盛岡・八幡平広域観光圏整備計画」の計画期間は平成 26 年度まで。
- (注 17) 盛岡デー [P15] : 観光・物産・祭り・文化をはじめ盛岡ブランドを総合的に発信する観光宣伝・イベント。平成 19 年度から東京や沖縄の商業店舗などを会場に、盛岡ブランド特産品認証商品の販売や盛岡さんさ踊りの PR を実施しているほか、関連イベントとして、盛岡生まれの天才歌人・石川啄木の終焉の地である文京区で啄木学級「文の京講座」を開催している。
- (注 18) プロモーション [P15] : 宣伝活動、キャンペーン、販売促進活動。
- (注 19) フィルムコミッション [P15] : 地域の観光資源が映画やテレビなどの映像を通じて紹介されることは絶好の PR 機会となり、地域のイメージアップや観光客の来訪にもつながることから、新たな観光戦略として平成 14 年 6 月、映画やテレビドラマ、コマーシャルなどのロケ支援や誘致を行う「盛岡広域フィルムコミッション」を設立した。ロケ地の紹介や撮影に必要な各種申請、宿泊、機材レンタル、各方面との交渉、ロケの誘致活動などを行っている。
- (注 20) 東北六魂祭 [P15] : 東日本大震災からの復興と東北の元気を発信するため、東北の県庁所在地 6 市と各市の祭り団体の連携により企画された復興イベント。青森ねぶた祭、秋田竿燈

まつり、山形花笠まつり、仙台七夕まつり、福島わらじまつり、盛岡さんさ踊りの東北を代表する夏祭りが集結し、祭りパレードやステージイベントなどが行われるもので、平成 23 年 7 月に仙台市で始めて開催され、その後も、盛岡市、福島市、山形市と継続開催されている。

- (注 21) **ニューツーリズム** [P16]: 従来の旅行と異なり、テーマ性が強く、旅行先での人や自然、文化などとの触れ合いを重視した新しいタイプの旅行形態。
- (注 22) **二次交通** [P16]: 鉄道駅や空港などから観光目的地までの交通のこと。自動車で移動しない旅行者にとって、目的地までの移動手段として幹線以外の鉄道や路線バスなど二次交通が整備されていることが旅行先を選ぶ重要な要素となる。
- (注 23) **ブラッシュアップ** [P16]: 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。
- (注 24) **コミュニケーションツール** [P17]: 意志や情報などを伝達するための道具。
- (注 25) **MICE** (マイス) [P17]: 企業の会議・研修や報奨旅行、国際会議や学会・大会、展示会・イベントの総称 (Meeting, Incentive tour, Convention/Conference, Exhibition/Event)。
- (注 26) **Wi-Fi** [P17]: 無線ネットワーク規格のこと。外国人観光客の間では、無料の公衆 Wi-Fi スポットのニーズが高いとされる。
- (注 27) **発地型観光・着地型観光** [P18]: 旅行者が出発地から目的地・旅行先に向かい、また戻って来る旅行が「発地型」で、旅行者が目的地・旅行先に集合し、目的地・旅行先から周遊ツアーや体験・交流・学習などのプログラムを組み込んだ旅行を行うのが「着地型」。これまでの旅行商品は、旅行者のニーズを把握し、情報を発信するのに便利な都市部の旅行会社で企画・造成されるパッケージツアーや団体旅行など送客中心であったのに対し、消費者志向の多様化に伴い、地元の人しか知らないような穴場や楽しみ方が求められるようになり、旅行目的地側主導で企画される「着地型」が注目されるようになった。旅行先・訪問先にとって、新しい観光素材を掘り起こし、地域振興につながる旅行形態として期待されている。
- (注 28) **ユニバーサルデザイン** [P21]: 文化・言語・国籍の違い、老若男女などの差異、障がい・能力の有無を問わずに利用することができる施設や製品、情報の設計 (デザイン) をいう。
- (注 29) **携帯端末アプリ** [P21]: 携帯情報端末アプリケーションソフトウェアの略。通信やスケジュール・住所録の管理、メモなど、携帯電話などの小型情報端末機器で実行したい作業を実施する機能を有するソフトウェアのこと。
- (注 30) **盛岡特産品ブランド認証制度** [P25]: 確かな品質・技術を伝える盛岡生まれの地場産品を認証基準に沿って審査し、基準を満たす特産品を認証している。盛岡特産品ブランドに認証された特産品は、認証マークを表示することができる。
- (注 31) **6次産業化** [P26]: 農林・水産業などの第一次産業事業者が農林水産物の生産にとどまらず、それらを原材料とした加工食品の製造・販売や観光農園のような食品加工・流通販売、資源を生かしたサービスなどに業務展開し、第二次産業や第三次産業にまで踏み込んだ経営形態を行うこと。
- (注 32) **スポーツツーリズム** [P27]: プロスポーツなどの観戦やスポーツイベントへの参加、スポーツ合宿などを主目的に、開催地周辺の観光を組み合わせた旅行形態。
- (注 33) **アウェーツーリズム** [P27]: 人気の高いプロスポーツなどで応援するチームの試合会場が対戦相手の本拠地である場合に、その会場 (土地) まで応援目的で旅行すること。

- (注 34) **グリーンツーリズム** [P27] : 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。
- (注 35) **エコツーリズム** [P27] : 地域ぐるみで自然環境や歴史文化など、地域固有の魅力を観光客に伝えることにより、その価値や大切さが理解され、環境などの保全につながっていくことを目指す仕組み。
- (注 36) **次世代エネルギーパーク** [P27] : 新エネルギーを中心に、国民が日本のエネルギー問題への理解を深める、エネルギー施策の促進に寄与することを目的に、趣旨や要件に該当する施設を対象に、経済産業省が次世代エネルギーパークの計画の認定・公表を行っている。
- (注 37) **産業観光** [P27] : 歴史的・文化的な価値のある工場や機械などの産業文化財や産業製品、伝統工芸品の工房などの見学などを通じて、ものづくりの心に触れることを目的とした観光。
- (注 38) **盛岡小さな博物館** [P27] : 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。平成 25 年度末時点で市内 22 の工房・店舗などを指定している。
- (注 39) **もりおか修学旅行応援隊** [P29] : 盛岡を訪問した修学旅行生に対する歓迎行事などのおもてなし活動を展開する団体で、市内の観光関係者有志で構成されている。
- (注 40) **モリモリ運動推進アクションプラン** [P30] : 平成 28 年開催の希望郷いわて国体に向けた具体的な行動計画。「市民一人ひとりの力で盛り上げる国体」「おもてなしの心で温かく迎える国体」「盛岡の魅力を全国にアピールする国体」など五つの基本目標を掲げている。
- (注 41) **ユニークベニュー** [P31] : 英語で「特別な(ユニーク)会場(ベニュー)」を意味する。欧米などを中心に、美術館や博物館、歴史的建造物などの文化施設や公的空間などを活用して会議やレセプションなどを開催する例が見られ、特別感や地域の個性・特性を演出できる会場として注目されている。
- (注 42) **エクスカーション** [P31] : 団体のツアー・小旅行。会議終了後の現地視察。
- (注 43) **アイコン** [P33] : 物事を簡単な絵柄で記号化して表現したもの。
- (注 44) **ピクトグラム** [P33] : 一般に「絵文字」「絵単語」などと呼ばれ、何らかの情報や注意を示すために表示される視覚記号(サイン)の一つ。主に鉄道駅や空港などの公共空間で使用され、文字による文章で表現する代わりに視覚的な図で表現することで、言語に制約されずに内容の伝達を直感的に行う目的で使用される。
- (注 45) **ムスリム** [P34] : アラビア語で「神に帰依する者」を意味する。イスラム教徒のこと。
- (注 46) **ハラルビジネス** [P34] : イスラム教徒に対して、イスラム教の教義に則った商品やサービスを提供する事業、経済活動のこと。
- (注 47) **PDCAサイクル** [P36] : 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、業務を継続的に改善する仕組み。