

# 県出資等法人に係る中期経営計画書 (令和元年度～令和4年度)

法人	名称	公益財団法人 岩手県観光協会
	記入責任者職氏名	専務理事兼事務局長 菊池 孝
	提出日	令和3年3月19日
所管部局	県所管部室課	商工労働観光部 観光・プロモーション室
	記入責任者職氏名	室長 高橋 孝政
	提出日	令和3年3月29日

〔所管部局が記入〕

**1 県の施策推進における法人の役割**

(いわて県民計画等における県の施策と成果測定目標)

**(1) 法人活動の根拠となる県の施策**

No	県の施策等	計画等の名称	担当課
1	「観光で稼ぐ」地域づくりの推進	いわて県民計画(2019～2028)第1期アクションプラン	観光・プロモーション室
2	質の高い旅行商品の開発・売込み	いわて県民計画(2019～2028)第1期アクションプラン	観光・プロモーション室
3	外国人観光客の誘客拡大	いわて県民計画(2019～2028)第1期アクションプラン	観光・プロモーション室
4	売れる観光地をつくる体制の整備促進	いわて県民計画(2019～2028)第1期アクションプラン	観光・プロモーション室

**(2) 上記の県の施策における目標(上記(1)のNo.に対応)**

No.	目 標	単 位	目 標 値			
			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
1	観光消費額単価(日本人・県外・宿泊)	千円	34.2	34.8	35.4	36.0
	観光消費額単価(外国人・宿泊)	千円	46.6	47.7	48.8	49.9
	三陸DMOセンターとの連携による、沿岸地域での観光コンテンツの新規商品化数	件	3	7	10	13
2	宿泊者数(延べ人数・全施設)	万人泊	617.1	623.5	625.8	628.1
	本県観光に対する満足度が極めて高い人の割合(全体)	%	46.2	47.4	48.7	50.0
	三陸DMOセンターと連携して、高付加価値型旅行商品向け観光コンテンツの企画を行うプランナー数	人[累計]	3	7	10	13
3	外国人宿泊者数(延べ人数・全施設)	万人泊	28.3	34.7	37.0	39.3
	外国人観光客等受入態勢新規整備施設数	施設[累計]	40	80	120	160
4	本県への再来訪意向を持つ人の割合	%	84.0	86.0	88.0	90.0
	人材育成研修受講者数(延べ)	人[累計]	300	600	900	1200

**(3) 上記の県の施策推進における法人の具体的な役割(上記(1)のNo.に対応)**

No	県の施策推進における法人の具体的な役割
1	幅広い分野の団体等との連携と活動の支援、体験・震災学習等を中心とした教育旅行の誘致
2	ホームページ等を活用した観光情報の発信、観光キャンペーンへの参加や旅行会社等への説明会の開催による国内観光客の誘客の推進
3	来県する外国人観光客の歓迎、国際旅行博や商談会、旅行会社の訪問等を通じたインバウンド誘客の推進
4	観光情報案内所の管理運営、受入体制の整備等の研修会の開催によるホスピタリティ向上の支援

〔法人が記入〕

**2 法人の経営理念、経営基本方針等**

〔経営理念〕

岩手県の観光宣伝紹介、観光客の誘致促進、国際観光の推進等を行うことにより、観光の振興を図り、もって地域の活性化と県民生活の向上発展に寄与する。

〔経営基本方針〕

県の観光施策の推進にあたり、民間における中核的な「けん引役」を担い、多様な観光ニーズに即応した全県的な観光振興施策を展開する。

事業の推進にあたっては、本県の観光入込客数及び観光消費額の拡大を図ることを目標とし、官民協働で、より効率的かつ効果的な事業実施に努める。

〔法人が記入〕

**3-1 法人を取り巻く経営環境の変化(外部環境分析)**

(将来的な見込みも含めた外部経営環境変化を箇条書きで記入)

**【機会】**

- ・東北デスティネーションキャンペーン(東北DC)が令和3年4～9月に開催
- ・国のGoToトラベル事業や県内自治体における宿泊助成事業等の実施、ウィズコロナ・アフターコロナに向けた取組
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、教育旅行先の変更を検討する学校が増加
- ・訪日外国人宿泊者数の増加(※H31.1～R1.12の本県外国人宿泊者数343,970人泊で過去最多を記録)
- ・「日本文化」「和食」「日本酒」「マンガ」など日本への海外からの関心の高まり
- ・東京2020オリパラ、大阪万博などの大型イベントが開催予定
- ・いわて花巻空港と台北・上海との国際定期便が就航(※新型コロナウイルス感染症の影響により現在運休中)
- ・ILCの誘致、御所野遺跡(一戸町)の「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界遺産登録に向けた動き
- ・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
- ・復興道路等交通ネットワークの整備が進展
- ・国が新たな「観光立国推進基本計画」を策定し、登録DMO\*の整備や活動支援を推進
- ・県が「みちのく岩手観光立国第3期基本計画」を策定(2019～2023年度)

**【脅威】**

- ・新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大による観光関係産業への深刻な影響
- ・人口減少等による国内観光需要の伸び悩み
- ・県内地域間格差に加え、地域内でも、自主企画力・提案力のある事業者とない事業者とで経営力の格差が拡大
- ・観光事業者の人手不足の深刻化
- ・県レベルの登録DMO不在の中で、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
- ・関東地域の8割以上の学校が教育旅行先を関西方面で固定化

**3-2 法人を取り巻く経営環境の変化(外部環境分析)**

(将来的な見込みも含めた外部経営環境の変化を「機会」と「脅威」に区分し、要因、主な傾向及び対応策を記入)

区分	外部環境要因	主な傾向	対応策
機会	東北デスティネーションキャンペーン(東北DC)が令和3年4～9月に開催	JR6社及び東北6県協働の大型観光キャンペーンの展開による誘客の好機	岩手県及び東北のDC推進組織との連携強化による情報発信、宣伝誘客事業の実施
	国のGoToトラベル事業や県内自治体における宿泊助成事業等の実施、ウィズコロナ・アフターコロナに向けた取組	旅行・宿泊代金等の助成により観光需要の喚起・回復が期待されているほか、分散型旅行、ワーケーション等の新しい旅の需要が高まっている。	県内自治体における宿泊助成事業の情報を集約しホームページ等で発信するほか、ワーケーションの講演会実施等により新しい旅を推進
	新型コロナウイルス感染症の影響により教育旅行先の変更を検討する学校が増加	新型コロナウイルス感染症の影響を避け、感染者が少ない東北が教育旅行先として注目されている。	県内や東北、北関東など、今後の増加が期待できる地域に対するセールス活動を実施
	外国人宿泊者数の増加	本県外国人宿泊者数は令和元年に過去最多を記録するも全国に占める本県の割合は低位	コロナ禍収束後の誘致拡大を図るため旅行博や商談会等への参加と外国人への観光情報の発信を強化
	金銭消費型旅行(モノ)から時間消費型旅行(コト)へ	他地域と差別化された体験型旅行へ志向が変化	説明会等での効果的なプレゼンと体験型観光の情報発信の強化
	国・県が新たな観光基本計画を策定	国の「観光立国推進基本計画」や県の「みちのく岩手観光立国第3期基本計画」で具体的な施策が示された。	法人として「中期経営計画」を策定し、効果的な施策を計画的に推進
脅威	新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大による観光関係産業への深刻な影響	自粛要請等により観光需要が減少(イベントの中止・延期、観光・宿泊施設等の一時休業等、交通機関への影響等)	域内観光の支援等情勢の変化に応じた対応、事態収束後の迅速かつ強力な観光需要の喚起に向けた取組
	国内観光需要の伸び悩み	少子高齢化による生産年齢人口の減少、趣味・嗜好の多様化等	観光客誘致説明会などによる誘客活動の強化と高齢者や障がい者、愛好家など多様な旅行者ニーズへの対応強化
	観光事業者の人手不足や観光による地域づくりの推進主体の不足	専任の営業担当の不在などにより新たな商品企画の検討が困難。研修への参加者の減少	タイムリーな情報発信や効果的な研修の実施等による観光人材の育成
	関東地域の8割以上の学校が教育旅行先を関西方面で固定化	本県を教育旅行先とする学校の新規開拓が困難	対象地域の実情に合わせた効果的な説明会の開催と教育旅行相談窓口の設置による取組強化

\*DMO(Destination Management/Marketing Organizationの略で様々な地域資源を組み合わせた観光地の一體的なブランドづくり、情報発信、効果的なマーケティング、戦略策定等について、地域が主体となって行う観光地域づくりの推進主体)

[法人が記入]

**4-1 法人を取り巻く経営環境の変化(内部環境分析)**

(将来的な見込みも含めた内部経営環境変化を箇条書きで記入)

**【強み】**

- ・掘り起こしや磨き上げが可能である、自然、歴史、文化、芸能、温泉、農林水産物、地酒などの多様な観光資源
- ・民間と行政の中間的立場から県全域を対象に観光振興に取り組む公益法人であり、対外的な認識度は高い
- ・教育旅行誘致宣伝部会の長年の取組が、各地域のAGT(旅行会社)等から高い評価
- ・賛助会員からの賛助会費や、ホームページやパンフレットを活用した広告収入など、一定の収入を確保
- ・県内民間事業者や市町村観光関係団体等との顔の見えるネットワーク

**【弱み】**

- ・岩手の紹介宣伝に有力な発信力のある決定的なキーワード(観光コンテンツ)の不足
- ・観光地までと観光地間の移動に時間がかかると思われており、観光客やAGTに敬遠されやすい
- ・首都圏等の学校サイドとの繋がりが少なく、教育旅行先の変更の働きかけが困難
- ・協会の収入の多くを県に依存
- ・県派遣職員の割合が多いこと、外部との人事交流がないことなどから、民間視点の発想が不十分

**4-2 法人を取り巻く経営環境の変化(内部環境分析)**

(将来的な見込みも含めた内部経営環境の変化を「強み」と「弱み」に区分し、要因、主な傾向及び対応策を記入)

区分	内部環境要因	状況の説明	対応策
強み	自然、歴史、温泉、地酒などの多様な観光資源	様々な取組をしているものの、インパクトのある宣伝や紹介が十分にできていない	有効な観光統計データの収集・活用と、SNSなども活用した情報発信の強化
	県全域の観光振興を目的とする唯一の観光事業者	民間と行政の中間的立場にあり機動性が高く、対外的な認識度も高い	緊急課題への迅速な対応や適時適切な情報発信
	教育旅行誘致宣伝部会による民間・行政・団体等の一体的な取組	各地のAGT等から長年の教育旅行誘致の取組が高く評価	対象地域の実情に合わせた効果的な説明会の開催と教育旅行相談窓口設置による取組強化
	県内民間事業者や市町村観光関係団体等との顔の見えるネットワーク	円滑な情報提供や気軽に情報交換できる良好な関係が築かれている	民間事業者等の意見・提案が反映されやすい仕組みづくりの推進
弱み	発信力のある決定的なキーワード(観光コンテンツ)の不足	多様な観光資源はあるが、岩手なら何といった決定的なものが少ない	有効な観光統計データの収集・活用と、SNSなども活用した情報発信の強化(「強み」の再掲)
	観光地までと観光地間の移動に時間がかかると思われている	時間がかかるという印象で観光客やAGTに敬遠されている	アクセス状況の最新情報の発信強化と時間がかかるという印象を越える魅力あるイメージづくり
	協会事業に民間視点の発想が十分に生かされていない	県派遣職員が多いこと、外部との人事交流がないことなどから民間発想が不十分	民間事業者等の意見・提案が反映されやすい仕組みづくりの推進(「強み」の再掲)

## 5 中期経営目標

### (1) 事業目標

[所管部局が記入](県の施策推進における法人の役割を果たす上で法人が達成すべき事業目標を設定)

No.	事業目標	令和元年度成果目標値	令和2年度成果目標値	令和3年度成果目標値	令和4年度成果目標値	備考
1	(1) 観光消費額単価 (県外・宿泊)	34.2千円	34.8千円	35.4千円	36.0千円	県計画と同じ
	(2) 教育旅行入込学校数 (県外校)	2,309校	2,332校	2,355校	2,379校	伸び率(過去5年平均△3%)を+1%とする
2	(1) 宿泊者数 (延べ人数・全施設)	617.1万人泊	623.5万人泊	625.8万人泊	628.1万人泊	県計画と同じ
	(2) 多様な観光情報の発信 件数	1,200件	1,246件	1,292件	1,339件	H30年度実績 1,178件 毎年2%程度を追加
3	外国人宿泊者数 (延べ人数・全施設)	28.3万人泊	34.7万人泊	37.0万人泊	39.3万人泊	県計画と同じ
4	人材育成研修会(おもてなし等)受講者数 (累計)	200 人	400 人	600 人	800 人	H30年度実績 201人 毎年度200人増やす

### (2) 経営改善目標

[法人が記入](次期アクションプラン[行政経営プラン]、県出資等法人運営評価、外部・内部環境分析等を踏まえて、法人が経営を行うにあたって改善に取り組むべき目標)

No.	経営改善目標	令和元年度成果目標値	令和2年度成果目標値	令和3年度成果目標値	令和4年度成果目標値	備考
1	賛助会員等への訪問説明 (累計)	5会員等	10会員等	15会員等	20会員等	目的:協会の事業改善 のための意見聴取、会 員加入の促進

(注1) 目標の達成年度を記入すること(計画期間を超える場合は「備考」欄に記入)。

(注2) 記入欄が不足する場合は、適宜追加して記入すること。

[法人が記入]

6 中期経営目標達成のための具体的な取組内容とスケジュール

No.	行動目標	責任者	担当者	具体的な取組内容	令和3年度スケジュール	備考
	<b>(事業目標)</b>					
1	教育旅行誘致説明会の開催と旅行エージェント等訪問活動の実施	観光振興部長	部長代理	本県の主要ターゲットとなる地域において教育旅行誘致説明会を開催するとともに、効果的な開催に向けて各地域の旅行エージェント等を訪問し、情報収集等を実施 また、東北や北関東など、今後の伸びが期待できる地域に対するセールス活動を実施	誘致説明会：函館・札幌会場(7月下旬)、東京会場(8月下旬)、大阪会場(11月中旬) 訪問活動：誘致説明会開催1カ月程度前に実施(年30社)、他東北・北関東等随時実施(年15社)	
2	(1) 観光客誘致説明会の開催と旅行エージェント等訪問活動の実施	観光振興部長	担当課長	大都市圏において観光客誘致説明会を開催するとともに、効果的な開催に向けて各地域の旅行エージェント等を訪問し、情報収集等を実施	誘致説明会：東京会場(9月中旬)、名古屋会場(11月中旬)、大阪会場(11月中旬) 訪問活動：誘致説明会開催1カ月程度前に実施(年26社)	
	(2) ホームページによる観光情報の発信	観光振興部長	主事 嘱託職員	ホームページ等を活用した観光情報のタイムリーな発信と内容充実	ホームページによる情報発信(特集年6件他、随時)	
	(3) SNSによる観光情報の発信	観光振興部長	主事 嘱託職員	SNSによる情報発信を開始	SNSによる情報発信(月8件、年96件以上、随時)	
	(4) バリアフリー観光情報の発信	観光振興部長	観光振興部長 嘱託職員	協会内のバリアフリー観光情報案内所とホームページを活用した情報の発信	ホームページ等を活用したバリアフリー観光の情報発信(月1件、年12件以上)	
3	国際旅行博、旅行会社等商談会等への参加	観光振興部長	観光振興部長 部長代理	来場者や現地旅行エージェント等に対する本県観光情報の提供	台湾東北感謝祭、韓国商談会等	
4	観光産業を担う人材育成研修会・講演会の開催	観光振興部長	観光振興部長 担当課長	おもてなし向上研修会等観光関係者のスキルや意識等の向上を目指した各種研修会等の実施	おもてなし向上研修会、バリアフリー観光研修会等の開催、ワーケーション、観光ボランティアガイドの講演会等の開催、接遇研修会への講師派遣の実施	
	<b>(経営改善目標)</b>					
1	賛助会員等への訪問説明による事業改善のための意見聴取、会員加入の促進	事務局長	観光振興部長	賛助会員の加入促進、協会事業の見直し	協会事業の見直し検討や賛助会員の加入促進のための訪問	

(注) 記入欄が不足する場合は、適宜追加して記入すること。

7 役・職員数〔法人が記入〕

(単位:人)

項目	元年度 (実績)	2年度 (実績(見込))	3年度 (計画)	4年度 (計画)	備 考
常勤役員	県派遣職員	1	1	1	1
	県職専免				
	県職員OB				
	その他				
	小計①	1	1	1	1
非常勤役員	県派遣職員				
	県職専免				
	県職員OB				
	その他	16	16	16	16 民間からの役員
	小計②	16	16	16	16
常勤職員	プロパー職員	2	2	2	2
	県派遣職員	3	3	3	3
	県職員OB				
	その他	2	2	2	2
	小計③	7	7	7	7
非常勤職員	プロパー職員				
	県派遣職員				
	県職員OB				
	その他				
	小計④	0	0	0	0
計(①~④)	24	24	24	24	

(注1) 常勤監事及び非常勤監事も役員に含む。

(注2) 実績については7月1日現在、計画については4月1日現在の予定で記入のこと。

(注3) プロパー職員: 法人直接雇用の常勤無期職員。

(注4) その他: プロパー、県派遣、県OB以外で、他団体派遣職員や法人直接雇用の有期職員等(臨時職員も含む)。

8 設備投資計画及び大規模修繕計画〔法人が記入〕

(単位:千円)

実施年度及び計画の概要	左記の資金調達
実施年度:元年度(実績)	
なし	
実施年度:2年度(実績(見込))	
なし	
実施年度:3年度(計画)	
なし	
実施年度:4年度(計画)	
なし	

(注1) 設備投資は概ね1,000千円以上、大規模修繕は概ね5,000千円以上とする。

9 委託料、補助金等の見込み〔法人が記入〕

(単位:千円)

項目	元年度 (実績)	2年度 (実績(見込))	3年度 (計画)	4年度 (計画)	備 考
受託事業収入	55,941	7,637	9,935	9,935	
うち県からの委託料	55,941	7,637	9,935	9,935	ソウル事務所管理運営
補助金収入	0	0	0	0	
うち県からの補助金	0	0	0	0	
うち運営費相当額	0	0	0	0	
指定管理事業収入	0	0	0	0	
うち県からの指定管理料	0	0	0	0	

10 長期借入金の見込み〔法人が記入〕

(単位:千円)

項目	元年度 (実績)	2年度 (実績(見込))	3年度 (計画)	4年度 (計画)	備 考
前年度末借入残高	0	0	0	0	
うち県からの借入残高	0	0	0	0	
当該年度借入額(新規)	0	0	0	0	
うち県からの借入額	0	0	0	0	
当該年度元金償還額	0	0	0	0	
うち県への償還額	0	0	0	0	
当該年度末借入残高	0	0	0	0	
うち県からの借入残高	0	0	0	0	

11 県による損失補償残高の見込み〔法人が記入〕

(単位:千円)

項目	元年度 (実績)	2年度 (実績(見込))	3年度 (計画)	4年度 (計画)	備 考
県の損失補償残高	0	0	0	0	

12 短期借入金の見込み〔法人が記入〕

(単位:千円)

項目	元年度 (実績)	2年度 (実績(見込))	3年度 (計画)	4年度 (計画)	備 考
前年度末借入残高	0	0	0	0	
うち県からの借入残高	0	0	0	0	
当該年度借入額(新規)	0	0	0	0	
うち県からの借入額	0	0	0	0	
当該年度元金償還額	0	0	0	0	
うち県への償還額	0	0	0	0	
当該年度末借入残高	0	0	0	0	
うち県からの借入残高	0	0	0	0	



(公益法人)

## 13 正味財産増減計算書〔法人が記入〕

(単位:千円)

項 目	元年度 (実績)	2年度 (実績見込)	増減分析	3年度 (計画)	4年度 (計画)	積算根拠
I 一般正味財産増減の部						
1 経常増減の部						
(1) 経常収益						
①基本財産運用益	1,064	1,064		1,064	1,064	利付国債(20年/R13年償還)=56,000千円、定期預金(1年)=1,000千円
②特定資産運用益	4	2		2	2	退職給付引当資産、法人運営準備金資産(1年定期)
③受取会費	56,928	49,194	新型コロナウイルス感染症の影響を考慮し賛助会員会費を減免(R2・R3)	49,181	56,936	R4年度:56,786千円(減免なし)+150千円増(新規加入3会員程度)
④事業収益	57,950	9,505	主に受託事業受注減(R1いわてふっこう割事業実施、R2コロナ影響減)	12,185	12,307	R4年度:前年×101%(R3年度:受託(9,935)、販売(1,194)、広告料(1,056))
⑤受取負担金	8,847	7,637	県負担金(観光事業推進費負担金)の減額	10,730	10,730	R3・4年度:観光事業推進費(6,684)、三陸周遊・滞在型観光推進事業費(3,996)、他(50)
⑥受取寄附金		410				
⑦雑収益	273	71		71	71	R2年度と同額
〔経常収益計〕	125,066	67,883		73,233	81,110	
(2) 経常費用						
①事業費	106,522	54,704	主に受託事業費減(R1いわてふっこう割事業実施)	69,713	64,250	R4年度:経常収益-管理費(収支均衡時の事業費)
②管理費	15,010	16,087		16,693	16,860	R4年度:前年×101%
〔経常費用計〕	121,532	70,791		86,406	81,110	
【当期経常増減額】	3,534	△ 2,908		△ 13,173	0	R4年度:当期収益=当期支出(収支均衡)
2 経常外増減の部						
(1) 経常外収益						
①						
〔経常外収益計〕	0	0		0	0	
(2) 経常外費用						
①雑損失	102		R1ソウル事務所長公舎借上保証金返還に係る為替差損			
②						
〔経常外費用計〕	102	0		0	0	
【当期経常外増減額】	△ 102	0		0	0	
当期一般正味財産増減額	3,432	△ 2,908		△ 13,173	0	R3年度:会費減免による不足財源を法人運営準備金の取崩しにより補填(7,000千円)
一般正味財産期首残高	33,419	36,850		33,942	20,769	
一般正味財産期末残高	36,850	33,942		20,769	20,769	
II 指定正味財産増減の部						
① 受取補助金等						
【当期指定正味財産増減額】	0	0		0	0	
指定正味財産期首残高	57,000	57,000		57,000	57,000	
指定正味財産期末残高	57,000	57,000		57,000	57,000	
III 正味財産期末残高	93,850	90,942		77,769	77,769	

注 正味財産増減計算書の様式については、公益法人会計基準(平成16年10月14日改正又は平成20年4月11日改正)に基づく法人ごとの財務諸表の作成に応じ、本様式を参考に(任意に変更可)記入のこと。