



東北における観光施策の推進について

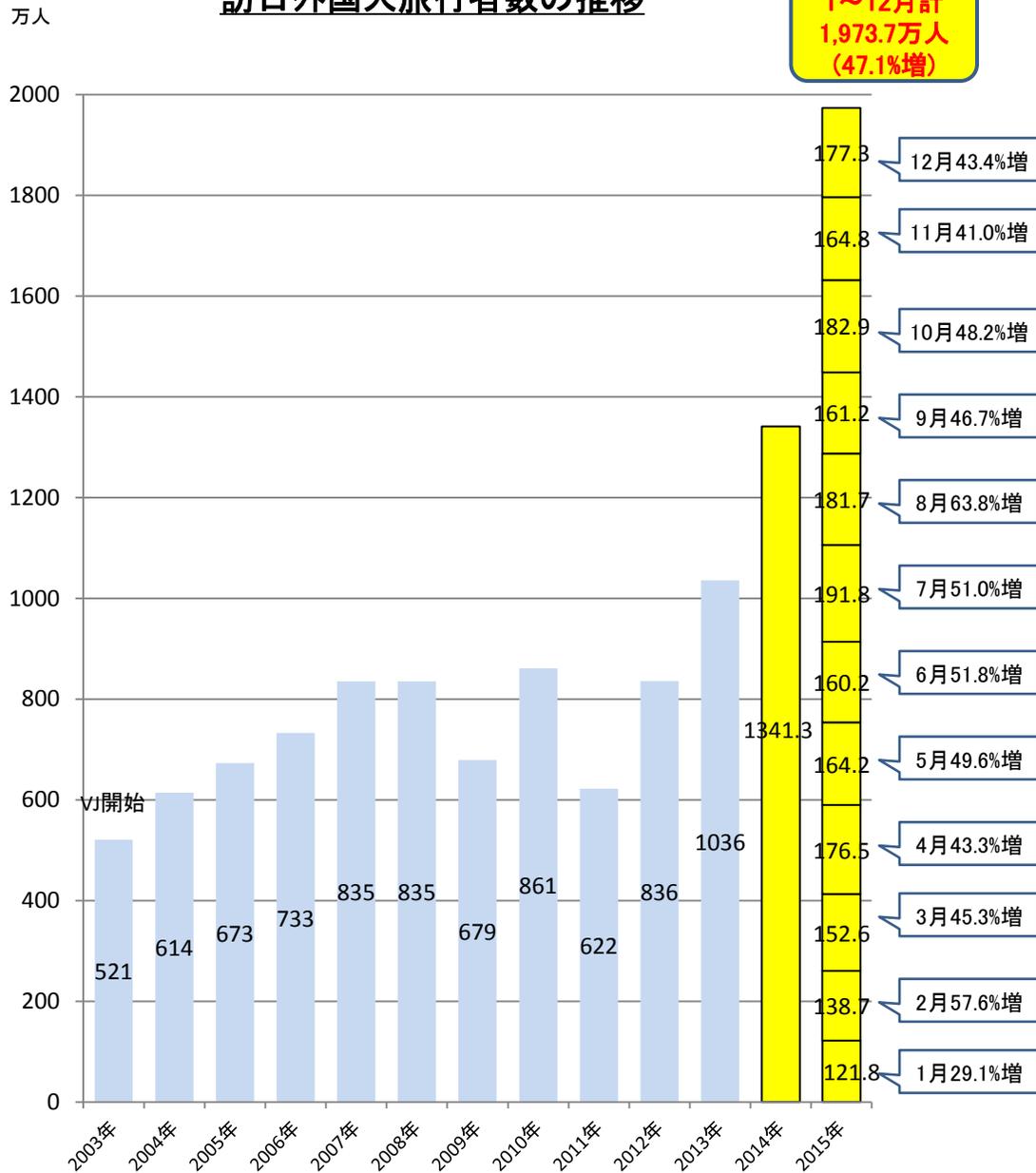
平成28年3月10日

東北運輸局観光部

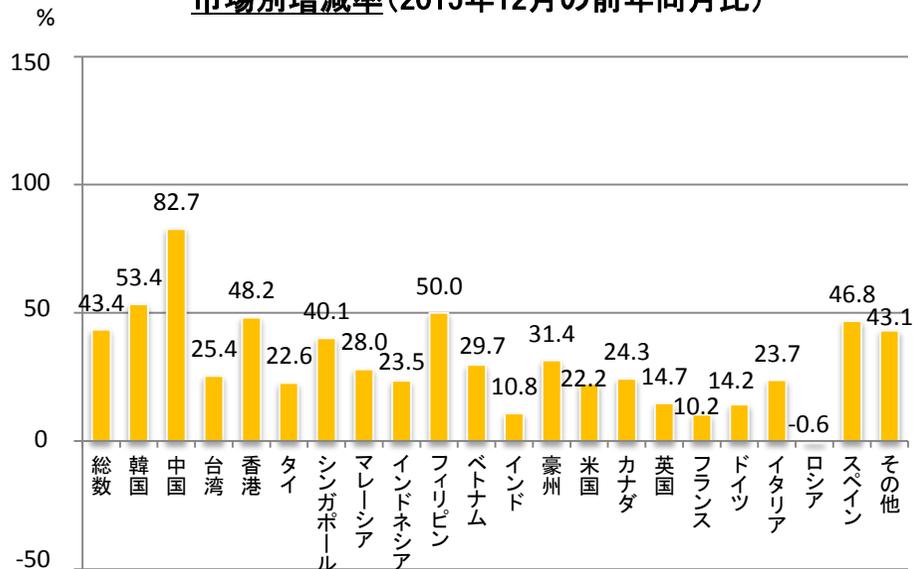
2015年の訪日外国人旅行者数

訪日外国人旅行者数の推移

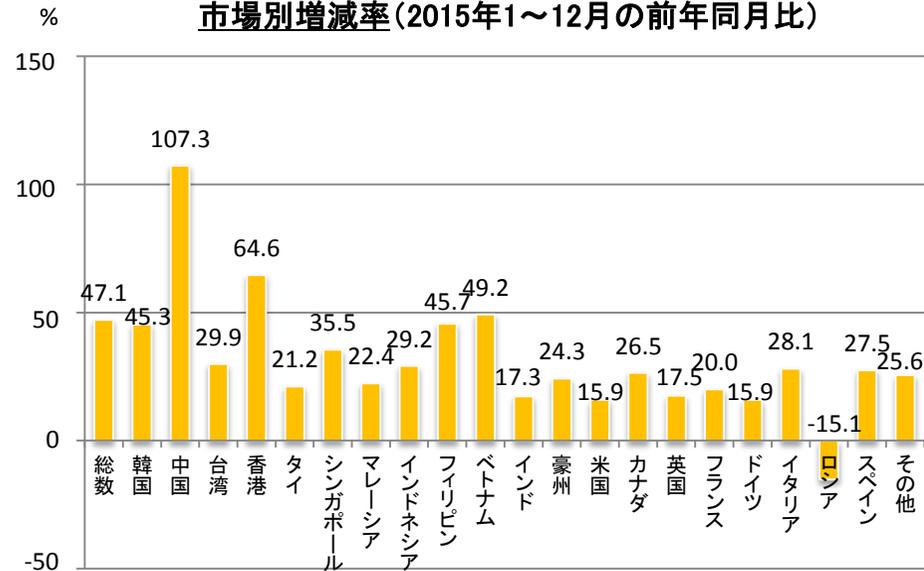
1~12月計
1,973.7万人
(47.1%増)



市場別増減率(2015年12月の前年同月比)



市場別増減率(2015年1~12月の前年同月比)

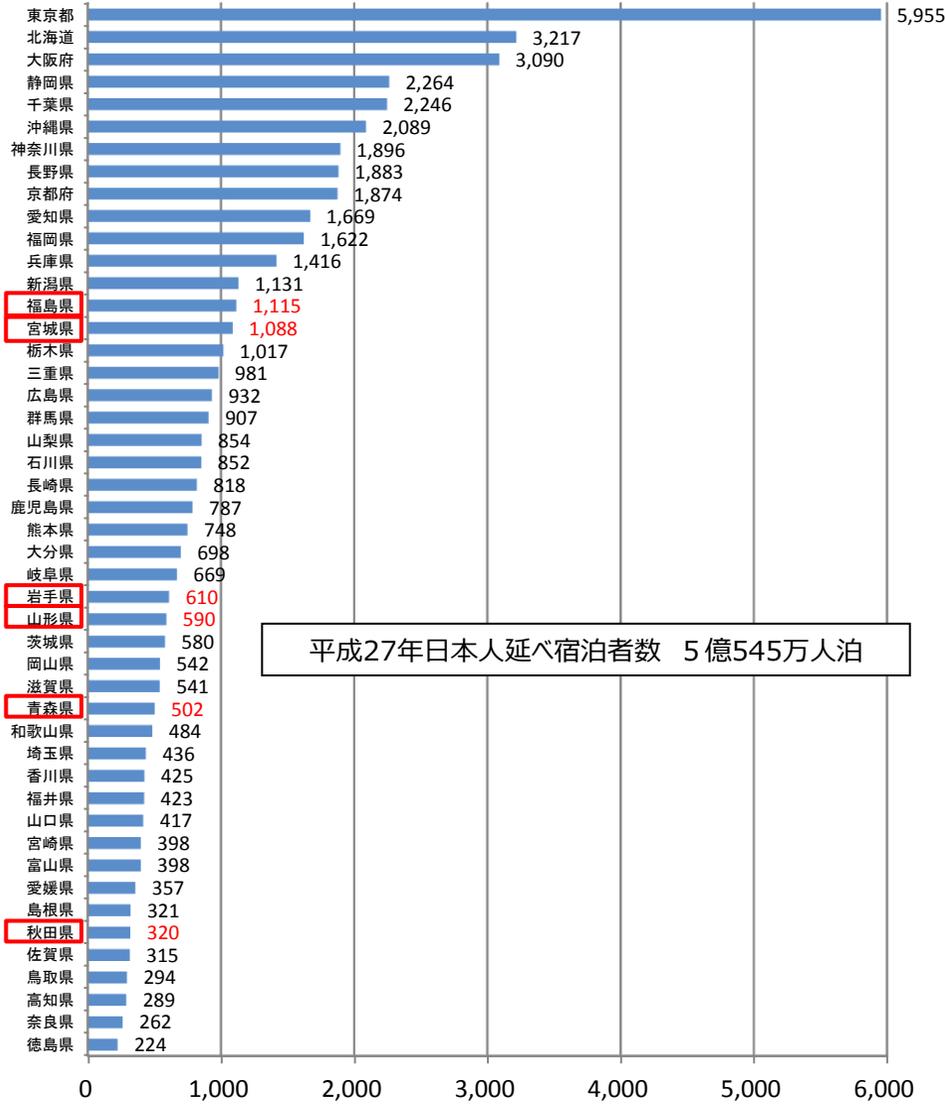


注) 2015年1月~10月の値は暫定値、2015年11月~12月の値は推計値、%は対前年(2014)同月比

都道府県別日本人・外国人延べ宿泊者数(2015年(平成27年))



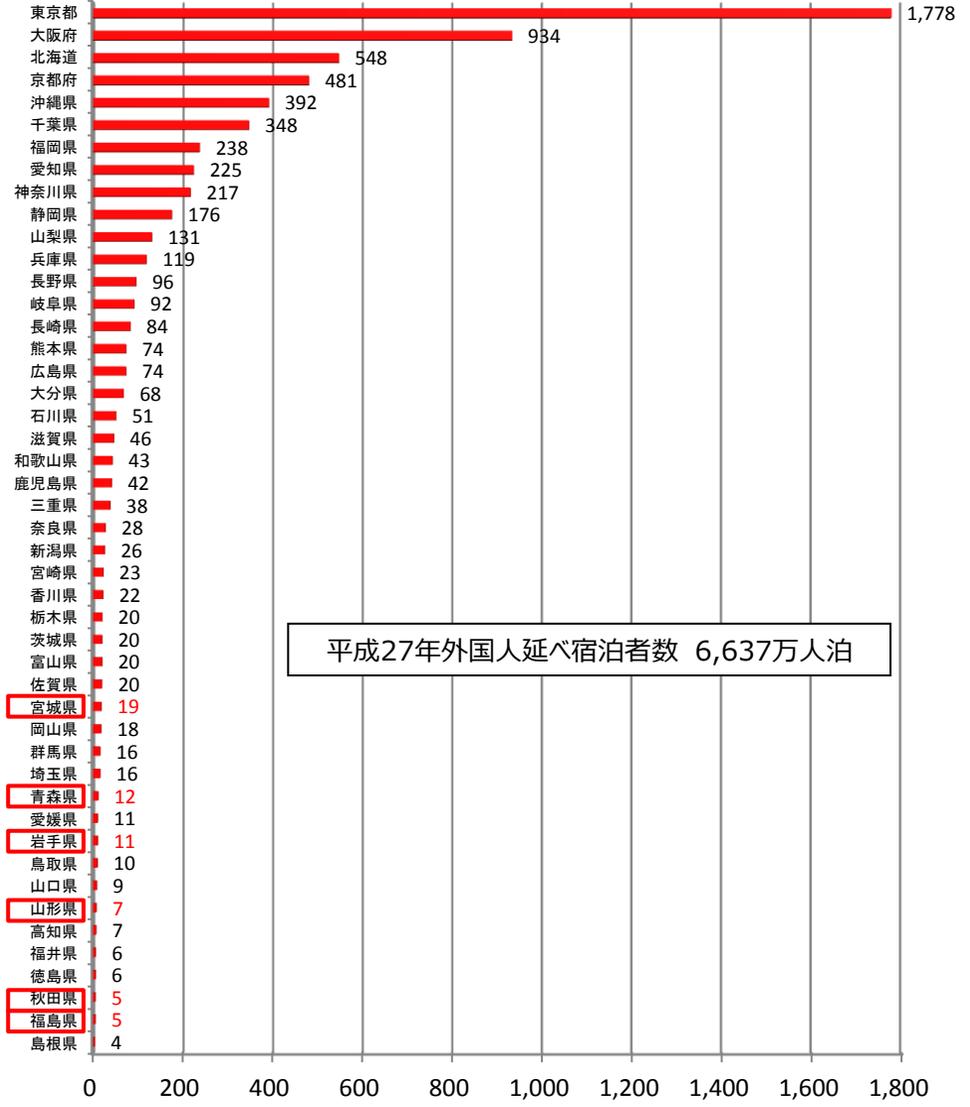
都道府県別 日本人延べ宿泊者数



平成27年日本人延べ宿泊者数 5億545万人泊

(単位:万人泊)

都道府県別 外国人延べ宿泊者数



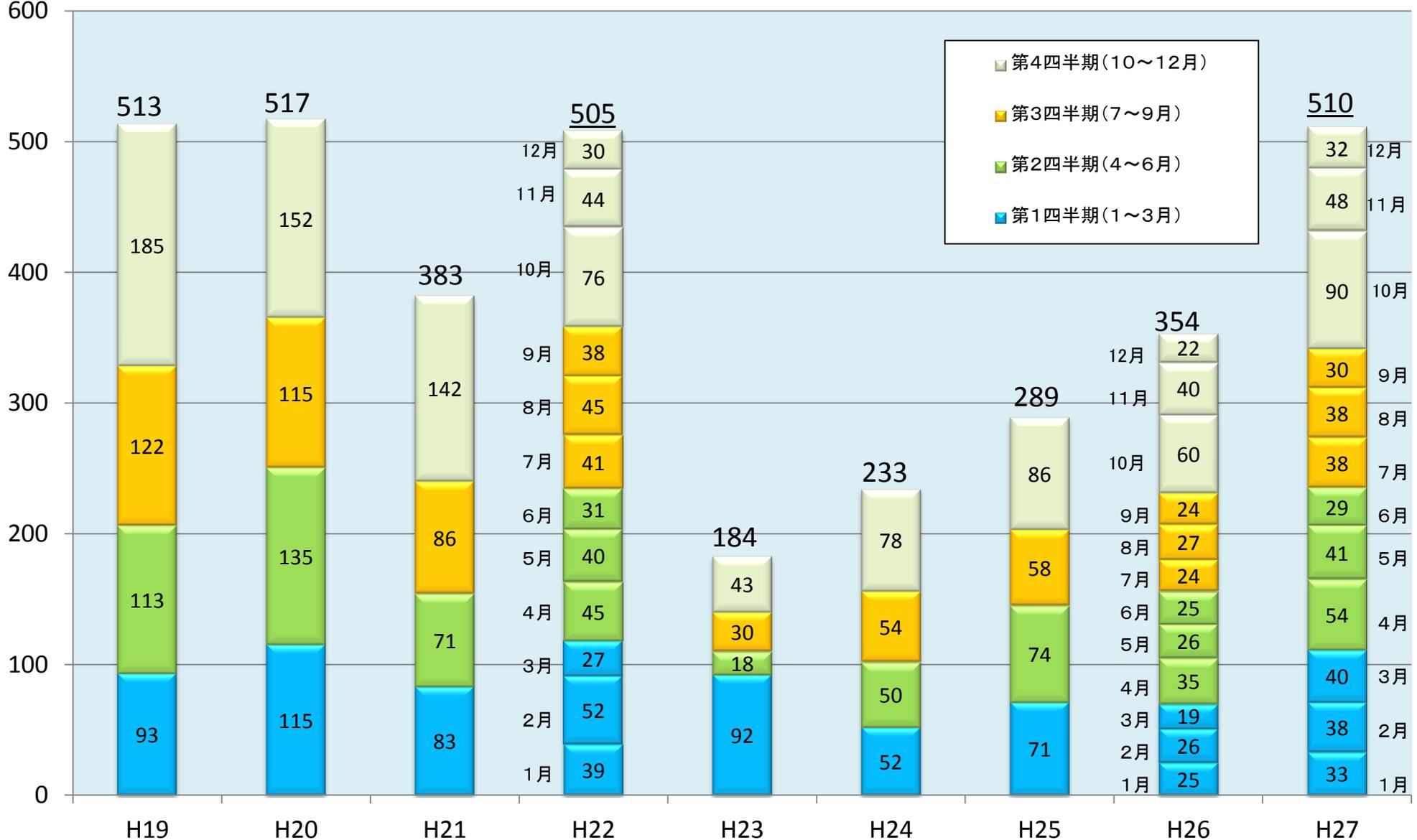
平成27年外国人延べ宿泊者数 6,637万人泊

(単位:万人泊)

1 出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」((平成27年 速報値)) 2 「外国人」とは、日本国内に住所を有しないものをいう。

東北地域における外国人延べ宿泊者数

千人泊

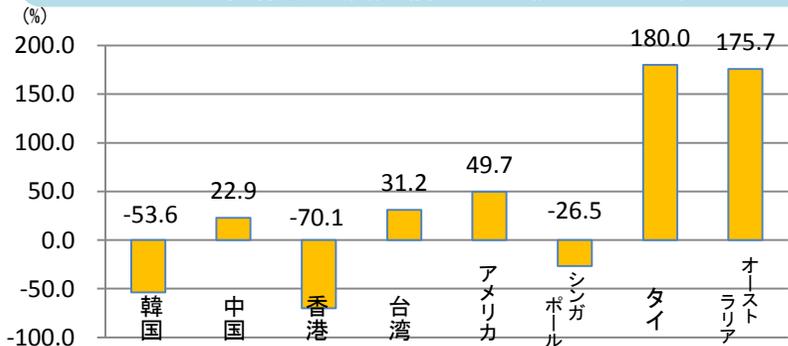


※従業員数10人以上の施設における延べ宿泊者数。平成27年は月ごとの第2次速報値。

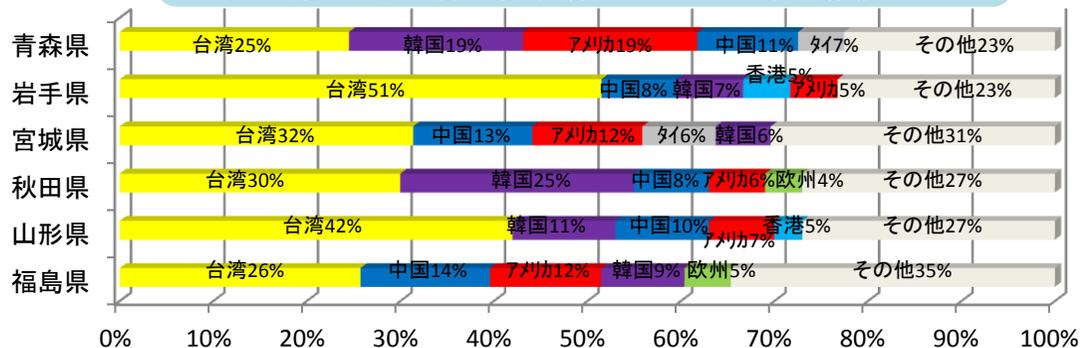
東北地域における市場別外国人延べ宿泊者数

国・地域	平成26年との比較			平成22年(震災前)との比較		
	総数 (平成27年1月～12月の前年同月比)			総数 (平成27年1月～12月の平成22年同期比)		
	平成26年	平成27年	伸率	平成22年	平成27年	伸率
総数	354,240	510,180	44%	505,400	510,180	1%
韓国	37,240	57,980	56%	125,090	57,980	-54%
中国	31,430	53,810	71%	43,780	53,810	23%
香港	15,710	19,530	24%	65,290	19,530	-70%
台湾	127,490	176,480	38%	134,550	176,480	31%
アメリカ	35,900	56,350	57%	37,640	56,350	50%
ロシア	1,960	3,890	98%	2,240	3,890	74%
シンガポール	3,210	6,640	107%	9,040	6,640	-27%
タイ	15,940	21,950	38%	7,840	21,950	180%
マレーシア	2,210	3,120	41%	2,130	3,120	46%
オーストラリア	8,280	11,360	37%	4,120	11,360	176%
その他	74,870	99,070	32%	73,680	99,070	34%

主な市場別の震災前との比較 (H22年比)



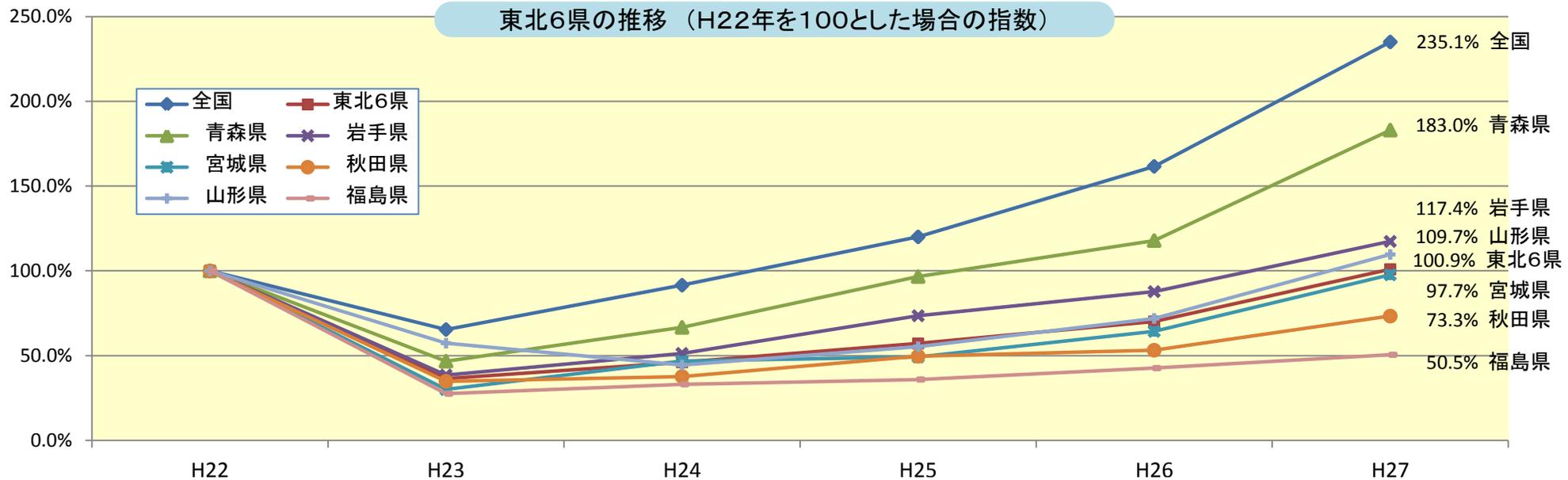
外国人延べ宿泊者数構成比 (H27年速報値)



※観光庁「宿泊旅行統計調査」より ※従業員数10人以上の施設における延べ宿泊者数。 ※平成27年は月ごとの第2次速報値。

東北地域における外国人延べ宿泊者数(県別)

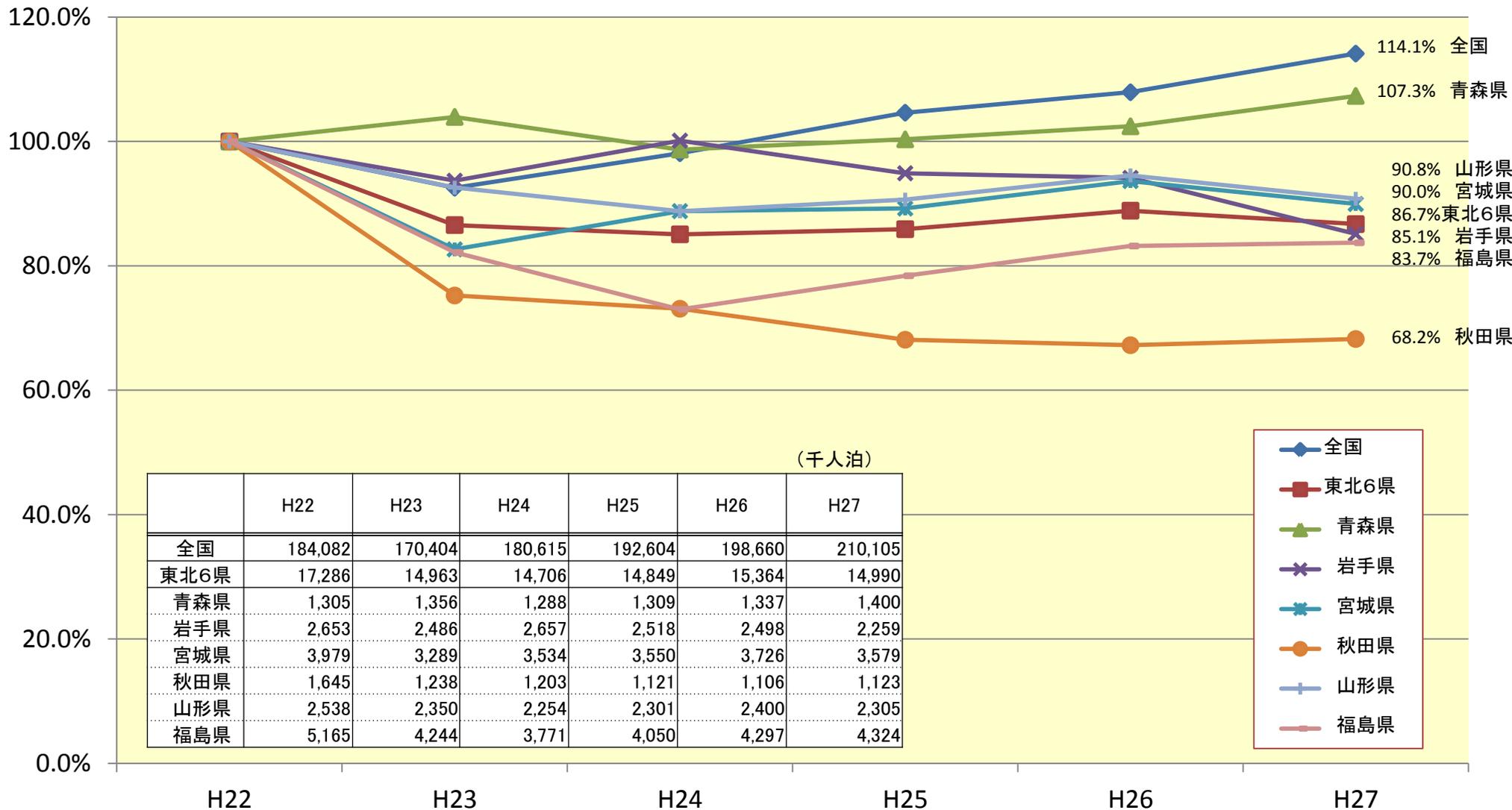
県	平成26年との比較			平成22年(震災前)との比較		
	総数 (平成27年1月～12月の前年同月比)			総数 (平成27年1月～12月の平成22年同期比)		
	平成26年	平成27年	伸率	平成22年	平成27年	伸率
全国	42,072,830	61,176,500	45%	26,023,000	61,176,500	135%
東北6県	354,240	510,180	44%	505,400	510,180	1%
青森県	69,680	108,180	55%	59,100	108,180	83%
岩手県	73,210	97,950	34%	83,440	97,950	17%
宮城県	102,540	155,780	52%	159,490	155,780	-2%
秋田県	33,820	46,600	38%	63,570	46,600	-27%
山形県	37,840	57,720	53%	52,630	57,720	10%
福島県	37,160	44,010	18%	87,170	44,010	-50%



※観光庁「宿泊旅行統計調査」より ※従業員数10人以上の施設における延べ宿泊者数。 ※平成27年は月ごとの第2次速報値。

東北地域における観光目的の延べ宿泊者数の推移(県別)

○観光目的の宿泊客が50%以上の施設における延べ宿泊者数の推移
(平成22年を100とした場合の指数)



※観光庁「宿泊旅行統計調査」より ※従業員数10人以上の施設における延べ宿泊者数。 ※平成27年は月ごとの第2次速報値。

観光交流人口増大の経済効果(2014年)

○定住人口1人当たりの年間消費額(125万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者9人分、国内旅行者(宿泊)27人分、国内旅行者(日帰り)84人分にあたる。

定住人口=1億2,805万人
1人当たり年間消費額=125万円

減少

定住人口1人分減少

拡大

外国人旅行者9人分

又は

国内旅行者(宿泊)27人分

又は

国内旅行者(日帰り)84人分

旅行消費額

訪日外国人旅行2.0兆円

国内旅行(海外分除く)18.8兆円

うち宿泊旅行 14.2兆円
うち日帰り旅行 4.6兆円

訪日外国人旅行者

1,341万人<延べ人数>

1人1回当たり消費額
15万1千円

国内旅行者(宿泊+日帰り)

6億1,270万人<延べ人数>

うち宿泊 3億499万人
うち日帰り 3億771万人

1人1回当たり消費額
宿泊 4万7千円
日帰り 1万5千円

定住人口は2010年国勢調査(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2014年家計調査(総務省)による。

旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2014年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2014年第1~第3四半期確報及び第4四半期速報)より算出。

訪日外国人旅行者はJNTO(2014年)発表数値、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2014年第1~第3四半期確報及び第4四半期速報)より算出。

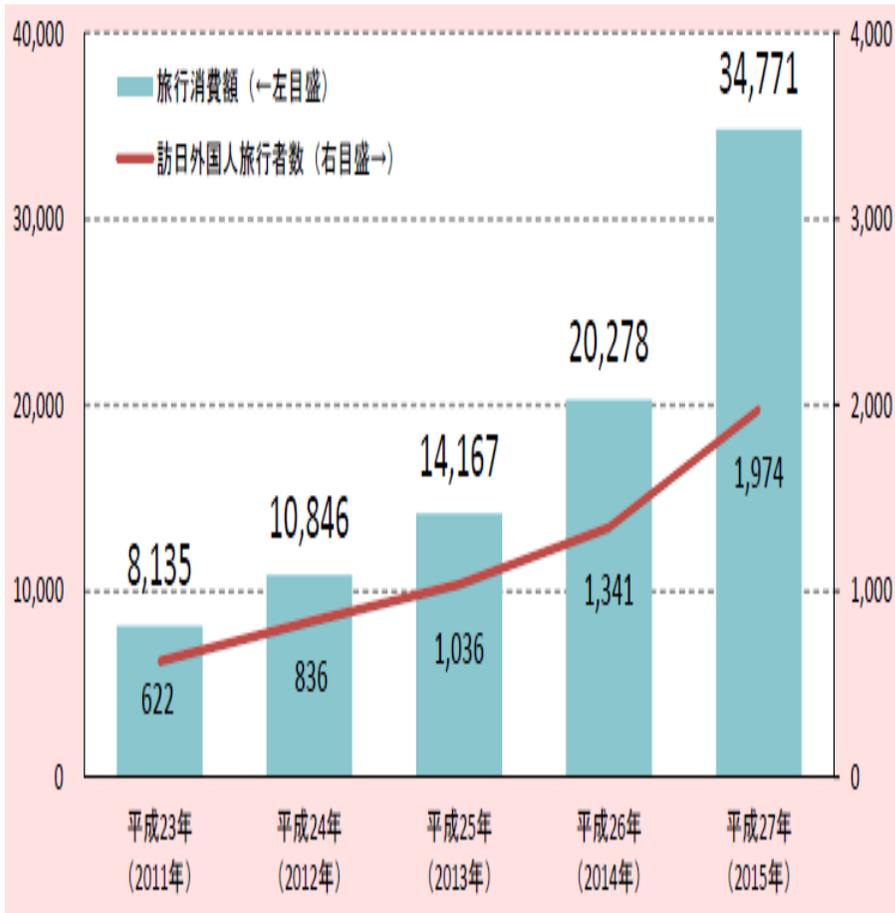
訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2014年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2014年第1~第3四半期確報及び第4四半期速報)より算出。

定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したもの。(※観光庁資料)

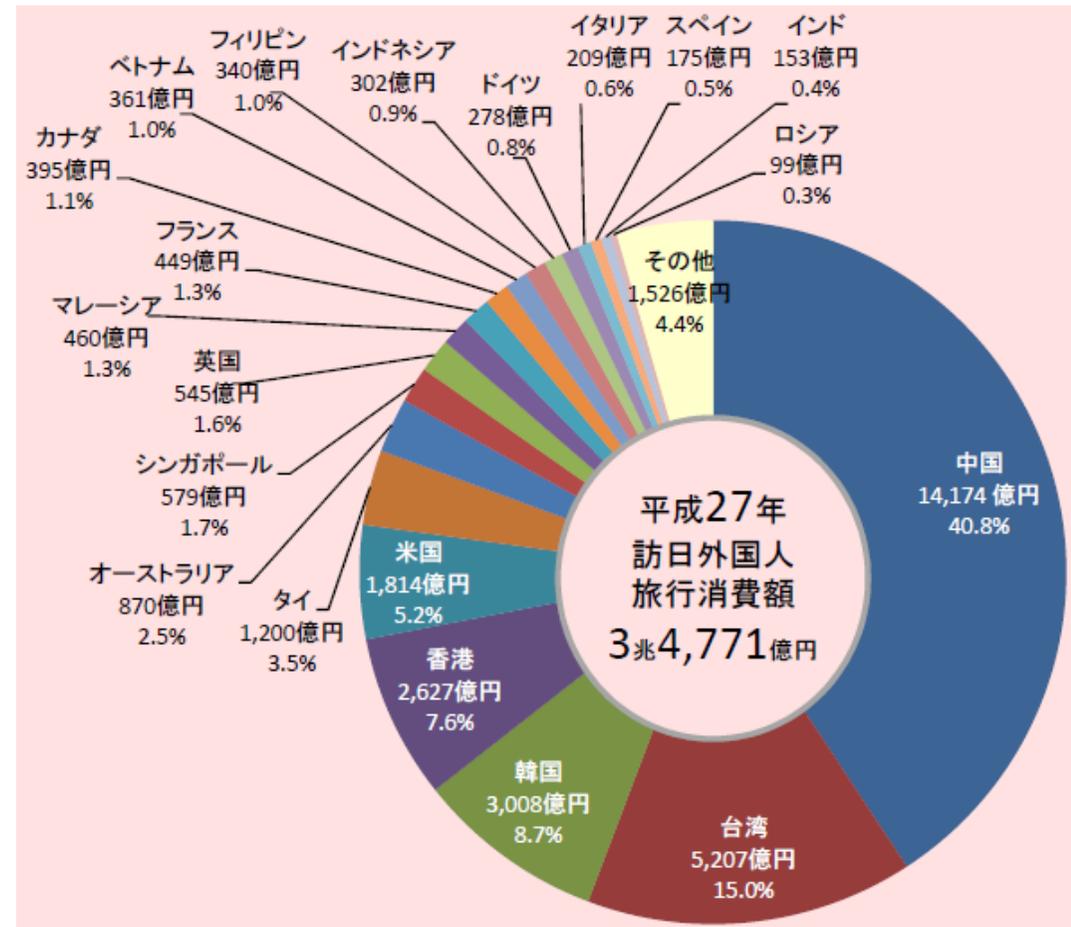
訪日外国人旅行消費額(平成27年年間値(速報))

- 平成27年の訪日外国人旅行消費額(速報)は、3兆4,771億円となり、年間値で初めて3兆円を突破。前年(2兆278億円)に比べ71.5%増。
- 国籍・地域別では、中国が14,174億円(対前年153.9%増)、次いで台湾5,207億円(同46.9%増)、韓国3,008億円(同43.9%増)の順となり、上位5カ国(中国、台湾、韓国、香港、米国)で全体の77.2%を占める。

旅行消費額と訪日外客数の推移



国籍・地域別 旅行消費額



費目別訪日外国人旅行消費額(2014年(平成26年))

○2014年の訪日外国人旅行消費額のうち、買い物代、宿泊料金はそれぞれ3割程度を占める。
 ○費目別・国別では宿泊料金・飲食費・交通費は平均宿泊数の多い欧米旅行者の支出が多く、一方で買い物代は中国を初めとした東アジア・東南アジア旅行者の支出が多い。

【費目別旅行支出】

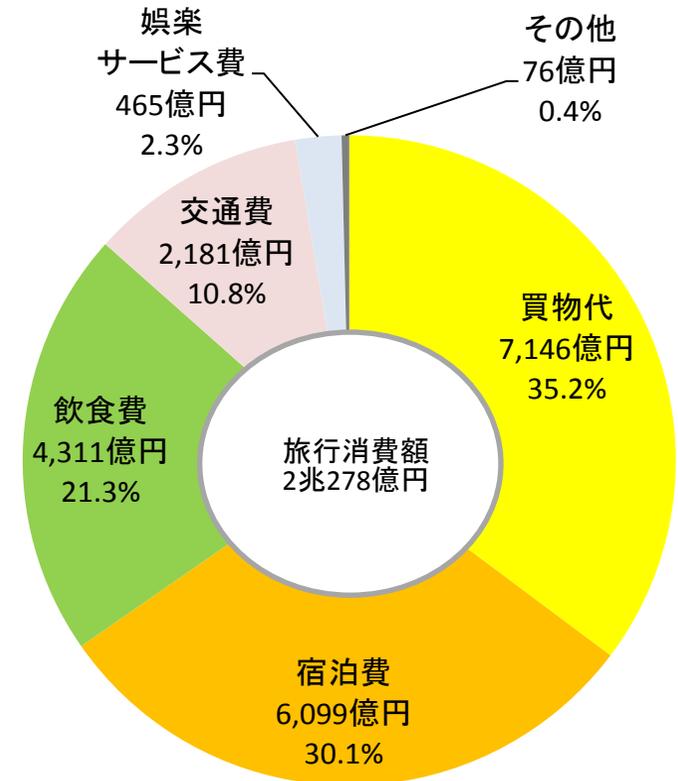
(円/人)

国籍	旅行支出 総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽 サービス費	買い物代	その他
全国籍	151,174	45,471	32,140	16,259	3,464	53,278	564
韓国	75,852	24,820	19,147	9,112	2,371	20,137	265
台湾	125,248	37,021	25,267	12,568	3,598	46,501	292
香港	147,958	45,937	31,747	15,361	3,181	51,584	148
中国	231,753	44,661	39,483	15,668	2,812	127,443	1,687
タイ	146,029	40,803	28,358	14,899	5,494	56,133	341
シンガポール	155,792	52,619	38,897	15,555	2,984	45,485	252
マレーシア	145,466	46,990	28,105	18,422	3,642	47,500	805
インドネシア	119,884	37,301	21,840	18,582	3,673	37,563	924
フィリピン	105,284	30,986	26,866	11,284	2,134	34,011	4
ベトナム	237,688	63,739	54,361	23,725	5,596	88,814	1,452
インド	167,530	62,668	47,536	26,225	2,178	28,884	40
英国	187,239	81,094	46,360	28,562	3,793	27,087	341
ドイツ	148,774	65,762	33,884	24,577	3,422	21,095	33
フランス	194,685	77,827	45,677	33,052	4,864	33,233	32
ロシア	201,588	68,779	40,296	20,544	8,884	63,056	28
米国	165,381	71,783	42,343	24,481	3,564	22,905	306
カナダ	170,599	71,496	40,963	24,902	4,334	28,748	155
オーストラリア	227,823	93,484	52,308	33,755	7,614	39,082	1,580
その他	195,795	73,255	50,652	28,763	4,782	38,193	150

【平均泊数】(泊)

全目的	観光・ レジャー
11.7	6.1
6.0	3.5
6.8	5.1
5.7	5.2
18.6	5.9
11.5	6.0
9.6	7.5
12.0	6.7
16.3	6.3
28.6	9.4
48.1	6.7
34.1	10.8
15.0	13.4
12.3	13.5
15.6	14.4
20.9	10.9
13.8	9.9
13.8	11.0
13.6	12.4
15.4	12.9

2014年 費目別旅行消費額



出典: 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

観光立国実現に向けた政府の推進体制

- 2013年3月に「観光立国推進閣僚会議」が設置され、政府一丸となって観光立国を進める体制が整った。
- 2013年6月11日には「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を、翌2014年6月17日には「アクション・プログラム2014」を決定し、取組を強化。この結果、2014年の訪日外国人旅行者数は1341万人に達し、過去最高。訪日外国人による旅行消費額も2兆円を突破し、閣僚会議発足後、2年間で倍増した。
- 今後、「**2000万人時代**」を**万全の備え**で迎え、**地方創生への貢献**を図り、**観光を日本の基幹産業へ飛躍**させ、また、我が国の**歴史・文化を深く理解**してもらうことにより、**質の高い観光立国を目指す**べく、2015年6月5日、「アクション・プログラム2015」を決定。

観光立国推進閣僚会議

【構成員】全閣僚（主宰：内閣総理大臣）

<開催実績>

- 第1回 平成25年3月26日
- 第2回 平成25年6月11日
- 第3回 平成26年1月17日
- 第4回 平成26年6月17日
- 第5回 平成27年6月5日

（アクション・プログラム2015決定）



（第5回観光立国推進閣僚会議）

観光立国推進ワーキングチーム

【座長】国土交通副大臣 【座長代理】国土交通大臣政務官
【構成員】関係副大臣等

<開催実績>

- | | |
|----------------|-----------------|
| 第1回 平成25年4月10日 | 第6回 平成26年1月23日 |
| 第2回 平成25年4月17日 | 第7回 平成26年4月16日 |
| 第3回 平成25年5月20日 | 第8回 平成26年5月29日 |
| 第4回 平成25年6月7日 | 第9回 平成27年3月17日 |
| 第5回 平成25年9月20日 | 第10回 平成27年4月21日 |
| | 第11回 平成27年5月21日 |

《安倍内閣総理大臣発言概要》（平成27年6月5日第5回観光立国推進閣僚会議）

- 訪日外国人旅行者増加の流れを一過性に終わらせることなく、全国津々浦々に観光客を呼び込む。
- 来るべき「**2000万人時代**」を**万全の備え**で迎えるため、**C I Qの体制を強化**する。また、**商店街などの免税店化**を進め、現在6千店余りの**地方部**の免税店を、**2020年に2万店規模に拡大**する。さらに、観光の「**稼ぐ力**」を高め、昨年約2兆円だった**外国人観光客の消費額**を、**訪日2000万人の年に4兆円に倍増**させる。
- 今後も、このアクション・プログラムについて、**毎年見直しを行いながら、全力で取り組んでいく。**

1. インバウンド新時代に向けた戦略的取組

- 地方への誘客、新たな季節需要の創出
- 未来を担う若い世代・欧米からの呼び込み
(学校交流・体験促進プログラム、
ビジット・イースト・アジア・キャンペーン等)
- 現地におけるプロモーション基盤の強化
- オールジャパン体制の連携強化
- ビザ要件の戦略的緩和
(ブラジル向け数次ビザ発給開始、モンゴル向け数次ビザの早期実現)
- インバウンド・アウトバウンド双方向での交流促進

2. 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光 関連産業としての取り込み、観光産業の強化

- 地方における消費税免税店の拡大
(2020年、地方部で20,000店規模へ)
- 農産品を円滑に自国へ持ち帰ることができる環境整備
- 地域産品等の「地域ブランド」認定

3. 地方創生に資する観光地域づくり、 国内観光の振興

- 広域観光周遊ルートの形成・発信
- 日本版DMOの形成・支援
- 「道の駅」の積極活用 ○観光による被災地復興
- LCCの就航・利用促進、国内クルーズ活性化

4. 先手を打っての「攻め」の受入環境整備

- 空港ゲートウェイ機能の強化
- CIQ体制の強化
- 宿泊施設・貸切バスの供給確保
- 通訳ガイドの供給拡大
- 多言語対応、無料Wi-Fi環境の整備
- 災害、不慮の怪我・病気への対応

5. 外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質 の高い観光交流

- 外国人ビジネス客の取り込み強化
- MICEに関する取組の抜本的強化
- 富裕層の取り込みと外国人長期滞在制度の利用促進
- 質の高い観光交流の促進

6. 「リオデジャネイロ大会後」、 「2020年オリンピック・パラリンピック」及び 「その後」を見据えた観光振興の加速

- 全国各地での文化プログラムの開催
- 開催国としての国際的注目度を活かした訪日
プロモーション
- オリパラ開催を契機としたバリアフリー化の加速

東北における観光施策

震災からの観光復興（東北地域観光復興対策事業）

1. 情報発信の強化

- ポータルサイトを活用した地域の最新情報を発信
- 復興商店街スタンプラリー等の各種媒体を活用した広報展開



2. 震災の記憶の風化防止

- 語り部・ガイド等の育成、データベース化
- 震災をテーマにしたシンポジウム等による啓発活動



3. 滞在・交流の拡大支援

- 地域主体で観光復興を推進する体制づくりの促進
- 滞在プログラム等の発掘と旅行商品造成支援
- モニターツアー等による送客及び旅行商品化支援



広域観光周遊ルートの形成促進

○名称

「日本の奥の院・東北探訪ルート」
“Exploration to the Deep North of Japan”

○副題

『もう一つの日本・東北 山の彼方の美しい四季と歴史文化、食文化を探訪するルート』

○コンセプト

色彩あざやかな四季を奏で、多くの文人を魅了してきた美しい自然と風土が育んだ歴史文化と食を探訪する旅

○主な対象市場・ターゲット

台湾、香港、中国(上海・広州)、ASEAN、欧米、オーストラリア



ビジット・ジャパン(VJ)地方連携事業

【東北ブランドの発信 -桜と雪の回廊-】

- 桜と雪の回廊を同時に楽しめるという東北ならではの魅力について、海外エージェントの視察を通じて春の東北へのツアー商品造成を働きかけるとともに、海外メディア取材を通じて海外現地の一般消費者に具体的に発信し、東北への旅行需要の喚起を図ることとし、毎年集中的に実施。



【風評被害の厳しい韓国市場への取組】

- 風評被害が根強い韓国市場においては、他地域と比較し回復が遅れている。
- SIT(スペシャル・インタレスト・ツアー)と呼ばれる特定の興味・関心を満たすための旅行は、目的がはっきりしていることから、比較的風評の影響を受けにくいとされる。
- このため、韓国で老若男女に人気があり、東北の魅力のあるコンテンツである登山・トレッキングをテーマとした旅行に特化したプロモーションを実施。

地域資源を活用した観光地魅力創造事業

- 地域の観光資源を世界に通用するレベルまで磨き上げるため、歴史的景観、美しい自然、海洋資源、豊かな農山漁村、魅力ある食文化等の観光資源を活かした地域づくり施策と、体制づくり、受入環境整備、二次交通の充実等の観光振興のための施策を一体で実施。

◇陸前高田市

震災の経験、ひと・町の復興プロセスを活かした観光振興

◇白石市

城下町の文化体験を白石で完結できる仕組みを構築



◇山形おきたま地域

6次産業化の取組みによる加工品・土産品、秘湯を活かした観光振興

◇会津若松市

会津の武家文化・建物等を活かした観光振興



東北六県感謝祭

- 東日本大震災の復旧・復興に対する台湾からの支援に感謝するとともに、未だ知名度が低い東北の魅力を台湾の消費者に直接発信する官民一体となった東北観光PRイベントを開催。
- 今年(平成27年)は昨年に次いで2回目の開催であり、感謝を前面に打ち出した昨年から、交流へのステップアップとして東北を楽しむことをコンセプトに設定するとともに、より具体的な送客へ重点を置く。

- イベント名称: 大好き♡とうほく「日本東北遊楽日」～一緒に楽しもう～
- 主催: 日本東北六縣感謝祭実行委員会
(東北観光推進機構、日本観光振興協会東北支部、東北運輸局、東北6県)
- 開催日時: 平成27年12月4日(金)～6日(日)の3日間 台北



広域観光周遊ルート形成促進について

複数の都道府県を跨って、テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地を、交通アクセスも含めてネットワーク化して、外国人旅行者の滞在日数(平均6日～7日)に見合った、訪日を強く動機づける「広域観光周遊ルート」(骨太な「観光動線」)の形成を促進し、海外へ積極的に発信する。

広域観光周遊ルート形成促進事業 (広域の協議会による取り組み)

- 広域観光周遊ルート形成計画の策定
- 数値目標の設定とPDCAサイクルの整備
- 外国人受入環境の整備(免税店の整備、多言語表記、無料公衆無線LAN環境の整備、手ぶら観光の推進等)
- 広域周遊のための交通アクセスの円滑化
- 地域の観光資源を活かした滞在コンテンツの充実
- 広域の関係者の官民連携による体制づくり 等

国の支援

- 計画策定に係る費用
- マーケティング費用
- 広域での外国人受入環境の整備
- 広域周遊のための交通アクセスの円滑化
- 海外への情報発信 等



広域観光周遊ルート形成促進事業パッケージ支援メニュー例

テーマ性・
ストーリー性

日本固有の〇〇文化と
〇〇自然を巡る〇〇ルート

ルート共通
の取組

- マーケティング調査
- 計画策定のための専門家の招へい
- 広域で利用できる無料公衆無線LAN環境の整備

- 海外プロモーションの実施
- 広域周遊ツアーの企画・販売
- その他広域の地域共通の取組 等

X県A市 ゲートウェイの
おもてなし強化

Y県B市 〇〇伝統文化の体験

Z県C町 〇〇自然環境の体験

観光地①

文化施設における
案内看板の設置

観光地における
トイレの補修

観光地④

バス停における
情報提供の多言語化

道の駅における
無料公衆無線LAN環境整備

観光地②

滞在プログラムの
開発・提供

空港における
広域観光案内機能の強化

観光地③

多言語パンフレットの作成

空港

「日本の奥の院・東北探訪ルート」形成計画概要

名称・コンセプト

- 名称
「日本の奥の院・東北探訪ルート」
“Exploration to the Deep North of Japan”
- 副題
『もう一つの日本・東北 山の彼方の美しい四季と
歴史文化、食文化を探訪するルート』
- コンセプト
色彩あざやかな四季を奏で、多くの文人を魅了してきた
美しい自然と風土が育んだ歴史文化と食を探訪する旅
- 主な対象市場・ターゲット
台湾、香港、中国(上海・広州)、ASEAN、欧米、
オーストラリア

今年度事業の概要

2015年11月

2016年3月末

マーケット調査

東北の「ならでは」を整理し、対象国・地域に合わせてコンセプトを磨き上げる。

多言語ホームページ

人気コンテンツなど外国人目線で整理・選定した専用サイトを開設する。

ルート設定

マーケット調査・外国人モニター調査を踏まえ、16拠点をベースキャンプにした広域観光周遊ルートを設定する。

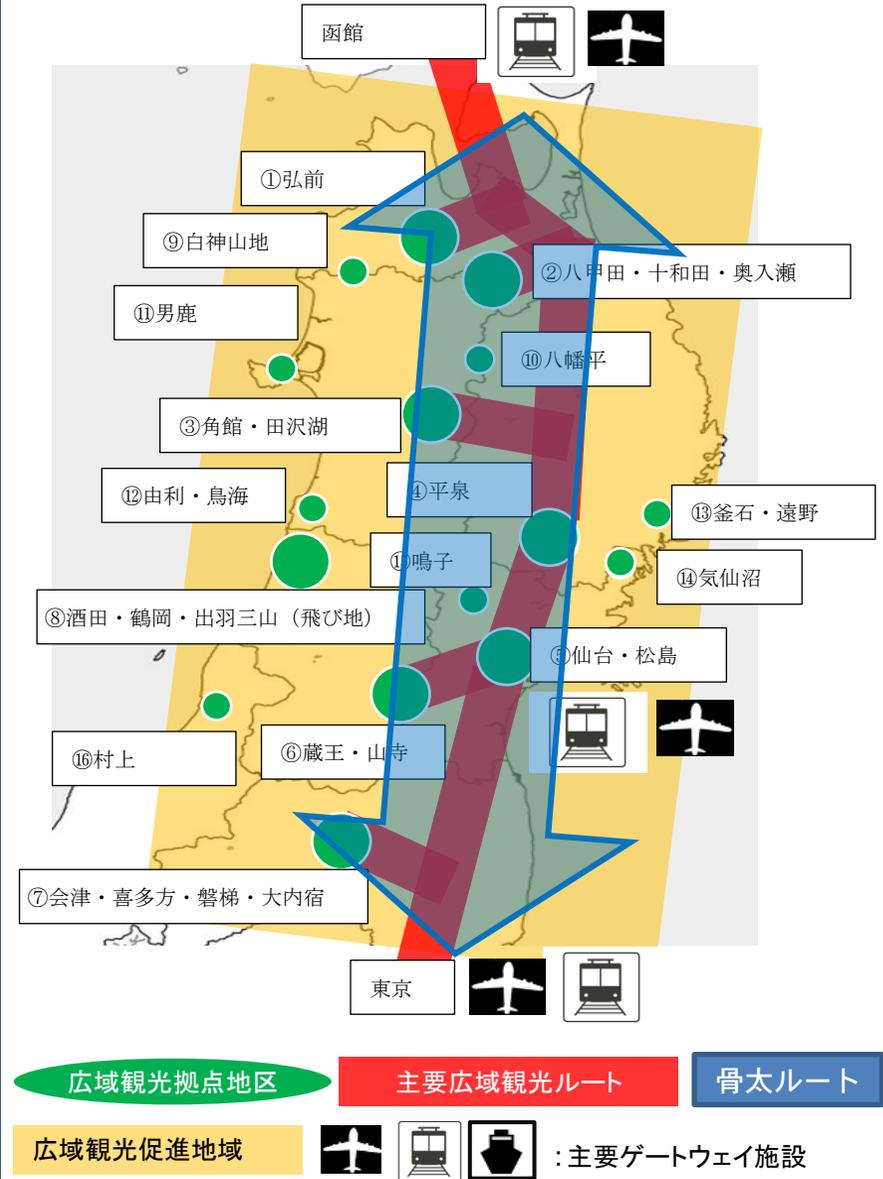
外国人モニター調査

国・地域の嗜好に合わせた旅行手段、コンテンツ等の発掘・調査を行う。

多言語ナビゲーション

利用者に最適な観光ルートを自動的に作成・案内できるナビサイトを導入。

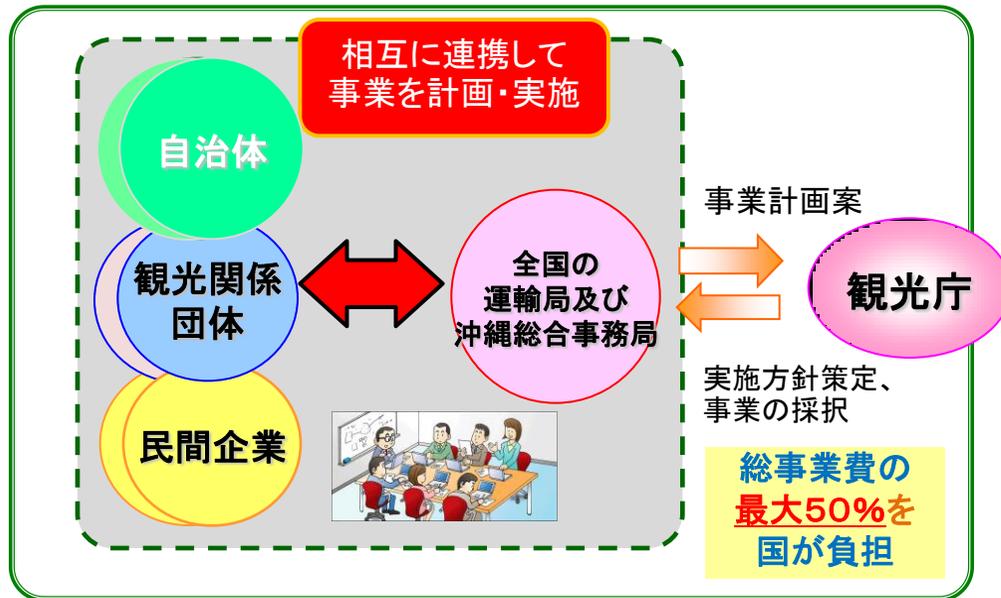
対象地域の地図



ビジット・ジャパン (VJ) 地方連携事業について

- 国と地方(自治体及び観光関係団体等)が都道府県の枠を越え広域に連携して取り組む **訪日プロモーション** 事業
- インバウンドに取り組む地域の連携を促し、訪問地の多様化や滞在日数の増加を図ることにより、訪日リピーター需要の拡大に対応するとともに、多様なニーズに即した誘客を実現

VJ地方連携事業



- Point**
- ◎ 滞在日数の長い外国人旅行者のニーズに対応した広域的な誘致活動を実施
 - ◎ 新たな季節や地域の訪日需要を喚起し、訪日時期や地域の分散化を図る事業に重点化



【事業内容の例】

- 旅行会社関係者等の招請
- 海外旅行博への出展
- 海外新聞・雑誌等への広告掲載
- メディア関係者等の招請
- 外国人向けパンフレット作成
- 教育関係者等の招請 等



訪日
外国人
旅行者の
拡大

地域が広域に連携



具体事例



【九州オURRE】
トレッキング+温泉・宿泊



【中国地方インバウンドフォーラム】
現地旅行会社との大商談会



【北陸新幹線】タイの旅行博にお
いて沿線の魅力をPR



【東北プロモーションIN台湾】
台湾でのプロモーション



【昇龍道】
美濃和紙の里で紙すき体験

ビジット・ジャパン地方連携事業 ～東北ならではの分かりやすいテーマで発信～

桜と雪の回廊を同時に楽しめるという東北ならではの魅力について、海外エージェントの視察を通じて春の東北へのツアー商品造成を働きかけるとともに、海外メディア取材を通じて海外現地の一般消費者に具体的に発信し、東北への旅行需要の喚起を図ることとし、毎年集中的に実施。

2015年の事業内容

「桜と雪の回廊が同時に見られる」をテーマに東北各地の4コースを設定し、東南アジア5市場から11名のメディア、香港からブロガー1名、台湾からエージェント4名を2015年4月に招請。

東南アジア(タイ、シンガポール、マレーシア、ベトナム、インドネシア)メディア2コース

福島三春滝桜・磐梯吾妻スカイライン・花見山公園・八幡平雪の回廊・菜の花ロード・角館・八甲田雪回廊など

香港ブロガーコース

蔵王キツネ村・遠刈田温泉・裏磐梯・ニッカウキスキー仙台工場・塩釜仲卸市場・平泉・北上展勝地 など

台湾エージェントコース

船岡城址公園・蔵王キツネ村・月山雪の回廊・霞城公園・最上川下り・真人公園・乳頭温泉・かたくり館 など



八幡平雪の回廊取材



大湯村菜の花ロード取材

2014年の実績

- ・中国広州・香港からエージェント6名
- ・台湾からメディア2名、エージェント5名を招請。

催行商品数・送客数

台湾	53本	1460名
中国	2本	50名
香港	8本	80名

現地メディアでの記事掲載



28年度東北におけるVJ地方連携事業のブロック方針

- ・東北への訪日外国人旅行者数を、震災前の2010年レベルに回復させることを目標とする。
- ・対象市場、かつその市場のターゲット層を絞り込み、その層に効果的な表現で訴求する。
- ・常に東北全体ではなく、テーマや滞在日数などを踏まえた旅行者目線で東北を面として捉え、該当エリアの魅力を具体的に表現する。
- ・東北インバウンドプロモーションロゴマークをあらゆる場面で活用し、「日本東北」の認知度向上を図る。

方針1 対象市場の絞り込み

最重点市場 : 台湾、韓国※、タイ
重点市場 : 中国、香港※、オーストラリア、マレーシア、シンガポール※
 ※震災からの回復、風評被害の払拭を念頭に置いた取り組みが特に必要な市場

方針2 ターゲットに即したプロモーション展開

- ・初めての訪日で東北を訪れる旅行者は多くないことから、訪日リピーターをターゲットに設定し、各市場のハイシーズンの来訪を狙い、その時期に合う素材でPR。
- ・台湾はすでに認知が高い秋(紅葉)の時期ではなく、台湾のハイシーズンであり、かつ東北への来訪がまだ少ない夏のPRを中心に展開。
- ・韓国は、トレッキングなどの特定のテーマに基づいた観光魅力のPRを強化。
- ・東南アジアをはじめとした雪に関心の高い市場へは、雪に絡めたコンテンツ(雪と温泉、雪遊び、雪と桜など。)を中心に展開。 など

方針3 東北ならではの意識した素材の活用

例えば、 冬＝樹氷×温泉 春＝桜×雪の回廊
 夏＝祭り×自然景観 秋＝紅葉×果物
 ※東北ならではの、それが意味する価値、東北旅行の質の高さを分かりやすく訴える。
 ※桜や雪、単体なら他地域にもあるので、組み合わせで東北らしさを。

方針4 広域組織、計画や地域と連携した事業を展開

- ・広域観光周遊ルート「日本の奥の院・東北探訪ルート」を重点的に発信。
- ・東京や北海道といった東北以外との連携による観光・アクセス情報の発信。
- ・北東北三県観光立県推進協議会、栃木・南東北国際観光テーマ地区推進協議会等といった広域組織や自治体、民間企業等が相互に連携し、個々の事業を連動させた効率的な誘客促進事業を実施。

日本東北遊楽日(第2回日本東北六県感謝祭)の開催

東日本大震災の復旧・復興に対する台湾からの支援に感謝するとともに、未だ知名度が低い東北の魅力を台湾の消費者に直接発信する官民一体となった東北観光PRイベントを開催。

東北の観光魅力の発信に加え、現地著名人による東北の観光魅力についてのトークショー、ツアー商品の紹介など盛りだくさんの内容で、期間中、5万人を超える来場者を集め、多くの台湾人の東北に対する認知度向上を図った。

【イベント開催概要】

- **イベント名称**： 大好き♡♡とうほく「日本東北遊楽日」～一緒に楽しもう～
- **主催**： 日本東北六県感謝祭実行委員会
(東北観光推進機構、日本観光振興協会東北支部、東北運輸局、東北6県)
- **開催日時**： 平成27年12月4日(金)～6日(日)の3日間
- **開催場所**： 華山1914文化創意産業区園 東2A～2D (4棟連結使用)
- **主な参加者**： 清野 智 日本東北六県感謝祭実行委員会会長
(東北観光推進機構会長)
永松健次 東北運輸局長
千葉幸洋 日本観光振興協会東北支部副支部長
※ 東北から約150名が参加

■実施内容：

○ステージアトラクション

なまはげ太鼓、山形花笠等の伝統芸能パフォーマンスや現地著名人による東北の魅力のトークライブ、東北への旅行商品の説明会等を実施。

○ブース出展

四季の彩りやスノーレジャーといったテーマでの東北の魅力や東北各県、J R 東日本等のブースで東北の様々な魅力や具体の旅行商品を発信。

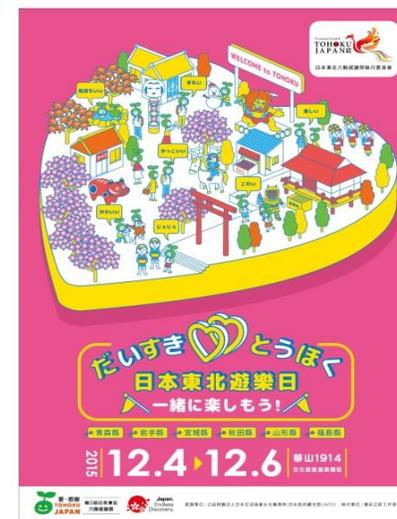
○体験コーナー

起き上がりこぼしの絵付けなど、東北ならではの伝統文化の体験を実施。

○試飲試食コーナー

芋煮、ずんだもち、りんごジュース等東北の食をPR。

〈会場風景〉



〈イベントポスター〉



〈告知Facebookページ〉

地域資源を活用した観光地魅力創造事業

地域の観光資源を世界に通用するレベルまで磨き上げるため、歴史的景観、美しい自然、海洋資源、豊かな農山漁村、魅力ある食文化等の観光資源を活かした地域づくり施策と、体制づくり、受入環境整備、二次交通の充実等の観光振興のための施策を一体で実施する。

様々な地域づくりの取組と連携し、地域の観光資源を世界に通用するレベルまで磨き上げるとともに、外国人の受入環境整備を実施。(関係省庁の施策との一体的実施を推進。)

歴史的景観とバリアフリーの相乗効果による観光振興

世界自然遺産で観光と保護の両立

離島のハンデを克服した観光システムづくり

「農」の優位性を活かした産業と観光の融合

地産から地消までを観光客とともに創りあげる地域

産業遺産を核とした広域連携での観光振興 等

スケジュール

- 5月 公募開始
- 6月 有識者委員会の開催
対象地域の決定
- 7月 事業開始

観光関係者による取組

協議会：市町村、観光協会、交通事業者、関係行政機関その他地域づくりの取組を実施する者等により構成

計画の策定（数値目標、取組体制、事業内容等）

マーケティングの実施

地域の魅力を高める取組の実施

①滞在中コンテンツの充実・強化

- ・着地型旅行商品の造成・販売
- ・地産地消の推進
- ・ガイドの育成

②来訪需要の喚起

- ・一元的な情報発信／予約システムの構築
- ・宿泊施設の魅力向上
- ・地域版MICEの推進検討

③来訪者の利便性等向上

- ・観光案内所の機能強化
- ・観光地周遊バスの実証運行
- ・美観の維持、トイレ改修

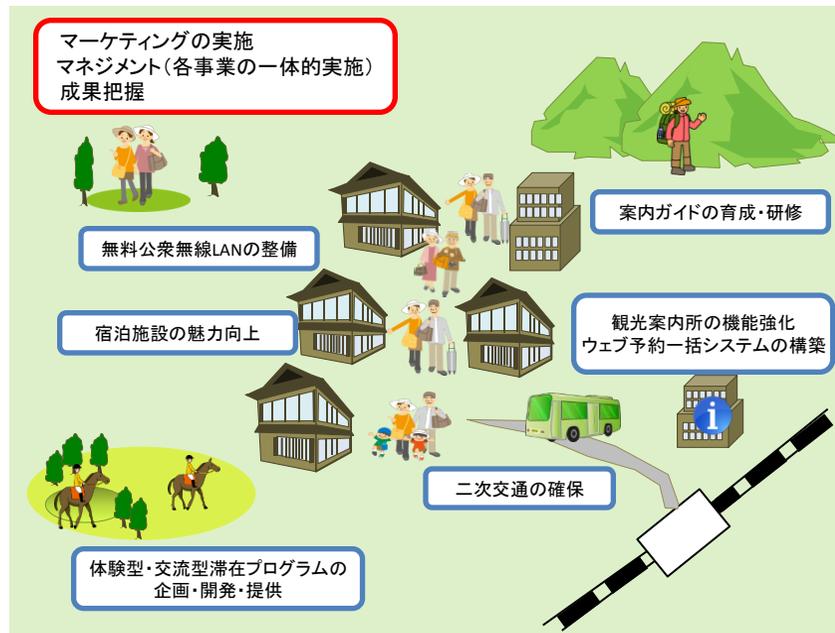
④外国人受入環境整備

- ・観光案内の多言語表記化
- ・Wi-Fi環境の整備
- ・免税店の導入検討

等

取組の評価を踏まえた計画の見直し

国によるパッケージ支援



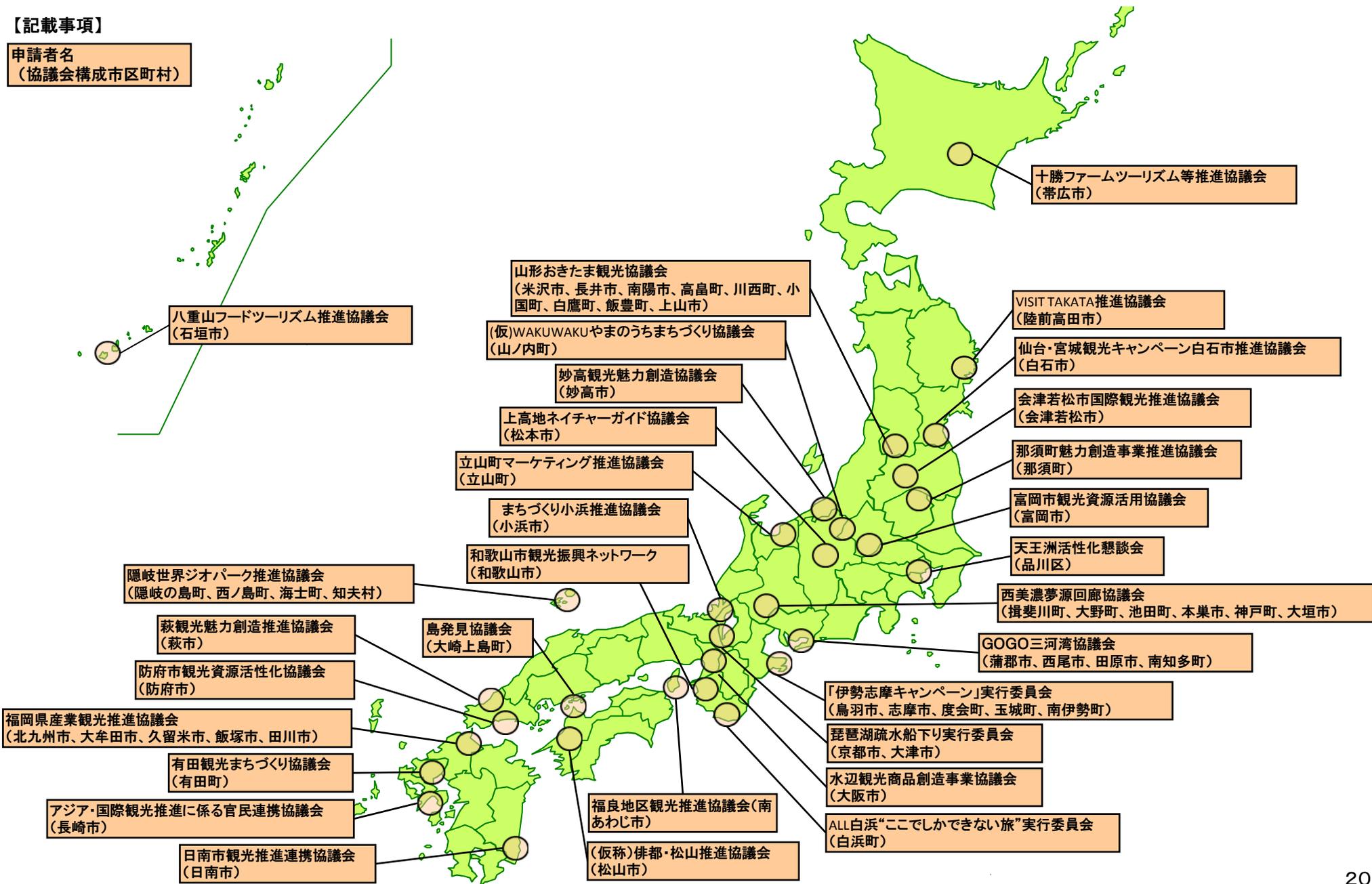
支援内容

個別事業の実施に必要な経費の総額の2分の1以内の金額を予算の範囲内で負担する。

地域資源を活用した観光地魅力創造事業 選定地域一覧（日本地図）

【記載事項】

申請者名
(協議会構成市区町村)



I-1. 訪日外国人旅行者数2000万人の受入に向けた東北ブロック連絡会

- 昨年の訪日外国人旅行者数は、過去最高の約1,341万人（対前年比29.4%増）となり、順調に増加。
- 一方、かつてないペースで訪日外国人旅行者数が伸びていく中、訪日外国人2000万人を万全に受け入れる体制を充実させることが必要。



各ブロックの地方運輸局、地方整備局、地方航空局や都道府県、関係事業者等を構成員とする「訪日外国人旅行者数2000万人の受入に向けた地方ブロック別連絡会」を設置・開催し、訪日外国人を受け入れる上での現状と課題をしっかりと把握し、必要な手立てを迅速に講じる。

訪日外国人旅行者数2000万人の受入に向けた東北ブロック連絡会

構成員

東北運輸局、東北地方整備局、東京航空局、東北6県、仙台市、東北観光推進機構、日本観光振興協会東北支部、日本旅行業協会東北支部、日本旅館協会東北支部連合会、日本ホテル協会東北支部、東北鉄道協会、東北索道協会、東北六県バス協会連合会、東北ハイタク連合会、全国レンタカー協会東北地区連合会、東北旅客船協会、東北経済連合会、東北六県商工会議所連合会、仙台空港ビル、東日本旅客鉄道、国際観光振興機構

課題例

- ・ 空港・港のC I Q体制の整備
 - ・ 観光バス駐車スペースの確保
 - ・ 観光案内所、道の駅、みなとオアシス等の観光案内機能の向上
 - ・ 空港容量、貸切バス、宿泊施設等の供給の確保
 - ・ 観光地や都市部におけるバリアフリー化
- 等

当面のスケジュール



- 訪日外国人旅行者数は、2,000万人という目標達成が視野に入ってきた。また、東北においては、外国人延べ宿泊者数が東日本大震災前の平成22年とほぼ水準まで回復しているところ。
- この流れをより確かのものとするべく、訪日外国人旅行者拡大への取り組みを更に進めていくとともに、円滑な受け入れができるよう、現状と課題をしっかりと把握し、必要な手立てを迅速に講じていかなければならない。
- 東北運輸局、東北地方整備局、東京航空局や東北6県、関係事業者等を構成員とする「訪日外国人旅行者数2000万人の受入に向けた東北ブロック連絡会」を今年3月に設置。今般、外国人旅行者数の拡大や受入環境整備ついて、今後の方針等のとりまとめを行った。

「現状・課題」「今後の方針」(抜粋)

無料公衆無線LANの環境整備

【現状・課題】

- ◆ 整備に要する費用が課題。また、仕組みについて理解されていない。
- ◆ 整備されていても外国人旅行者用の案内・説明がない所もある。

【今後の方針】

- ◆ 東北管内で行われている補助制度や取組事例を紹介することにより、無料公衆無線LANの有用性を示し、導入を促進する。
- ◆ 共通シンボルマークである「Japan Free Wi-Fi」の表示や利用方法の整備により、外国人旅行者が利用しやすい環境を整備する。

多言語対応

【現状・課題】

- ◆ 外国人旅行者が少ないため、必要性を感じない。また、対応方法や費用対効果が課題。
- ◆ 観光地等への案内標識が「ローマ字」表記となっている。

【今後の方針】

- ◆ 補助制度や取組事例の紹介、観光庁ガイドライン等に沿った取り組みを促進することで、多言語化の取り組みを促進する。
- ◆ 主要な観光地等の案内標識を「ローマ字」表記から、外国人に分かりやすい「英語」表記への改善を推進していく。

主要観光地

【現状・課題】

- ◆ 東北の夏祭り期間中は混雑しており、宿泊施設の予約が取りづらい。そのため、海外からのツアーは限られている状況。
- ◆ 面積が広域で観光地が点在する東北において、域内移動の利便性向上が課題。

【今後の方針】

- ◆ 日本旅館協会東北支部連合会、日本ホテル協会東北支部において一定の宿泊数インバウンド用に確保し、海外エージェント(台湾)に販売した。今後も取り組みを拡大する方向で調整。
- ◆ インバウンド向けに、JRIにおいてエリアを絞ったフリーパスの販売、高速バスフリーパスやレンタカーでの東北周遊の促進などの検討を行う。

主な取組事例

○Wi-Fiの整備(仙台市)

仙台市内において、アーケード商店街全エリア、S-PAL仙台本館(仙台駅直結の商業施設)、仙台城跡及び市内観光周遊バス「るーぶる」にフリーWi-Fiを導入。面的に整備を行うことで、旅行満足度を飛躍的に高める取り組みを実施。



○多言語対応(会津若松市)

「音声ガイドシール」と「多言語音声ガイドペン」を活用し、鶴ヶ城(史跡・若松城)を核とした地域資源の情報を4言語(日本語・英語・中国語・韓国語)で発信する。(H27.10.1～11.30 実証実験)



○東北夏祭りにおけるインバウンド宿泊枠の確保

日本旅館協会東北支部連合会、日本ホテル協会東北支部が連携し、一定の宿泊数をインバウンド用に確保し、海外のエージェントに販売。
【送客実績】
・台湾旅行会社6社によるツアー12本(新庄祭り3本含)催行。84名参加284人泊



「今後の進め方」

基本的考え方

- 東北の空港への直行便や乗り継ぎ便を活用する視点と、東京や北海道から一足伸ばしてもらおうという視点のもと、東北ブランドを意識し、東北が一体となった取り組みを行う。
- 海外直行便の新設や既存路線の増設、大型クルーズ船の寄港の増加、鉄道・高速バス・レンタカー等による周遊の利便性向上等による旅行者数の拡大を目指す。
- 受入環境整備については、ニーズの高い「無料公衆無線LANの環境整備」や「多言語対応」について、広域観光周遊ルートの形成も踏まえ、東北全体として戦略的に取り組む。

継続的検討事項

1. 海外直行便の新設、既存路線の増設
2. 鉄道や高速バス、レンタカー等による東北の周遊促進
3. 大型クルーズ船の寄港の増加と受入環境整備
4. 広域観光周遊ルートの形成に合わせた受入環境整備
5. 無料公衆無線LANの環境整備
6. 多言語対応の強化

観光振興による被災地の復興支援を図るため、東北地方の祭り・景勝地・郷土食・地酒等、まだ外国人旅行者に十分知れ渡っていない観光資源について、地域を代表するものを選定して磨き上げ、日本政府観光局(JNTO)等を通じて世界に向けてPRを行う。

応募要領

○募集期間

平成27年12月24日～平成28年1月25日

○応募主体

地方公共団体、観光振興団体(観光連盟、観光協会等)商工会議所・商工会(連合会を含む)、認証を受けた特定非営利活動法人が応募対象。

○募集基準

- ・東北六県の観光資源となるもの
- ・東北の観光復興のために震災後に活動し効果をあげているもの

※人物は募集の対象外

○募集カテゴリー

- ・見るもの(魅力ある風景、建造物(建物、橋、ダムなど)、祭り等)
- ・食べ物 (ご当地グルメ等)(飲みもの含む)
- ・買い物 (伝統工芸・特産品等)
- ・体験 (温泉・宿泊施設、観光施設、体験プログラム、乗りもの等)

審査員

●審査員長

沢登 次彦 (株)リクルートライフスタイルじゃらんリサーチセンターセンター長 兼 事業創造部 部長

●日本人審査員

大橋 菜央 (株)リクルートライフスタイル企画統括室 マガジンビジネス推進部じゃらん統括編集長

興津 泰則 (一社)日本旅行業協会 国内・訪日旅行推進部長

高橋 俊宏 (株)柊出版社 編集局長

永島 慎一郎 (株)JTBパブリッシング 出版事業本部 国内情報部
るるぶ国内情報部編集長

蜷川 彰 日本政府観光局(JNTO) インバウンド戦略部部長

正木 聡 (株)昭文社 グローバル事業本部 グローバル事業統
括部 インバウンド事業開発課 編集委員

●外国人審査員

孔 怡 (株)天怡 代表取締役

百合・アン・アーサー 在日米国大使館 商務部上席商務官

●地域審査員

小野 晋 (一社)東北経済連合会 常務理事

紺野 純一 東北観光推進機専務理事推進本部長

日本版DMOの役割

- ① 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての **多様な関係者の合意形成**
- ② **各種データ等の継続的な収集・分析、**
明確なコンセプトに基づいた戦略の策定、
KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- ③ 関係者が実施する **観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション**

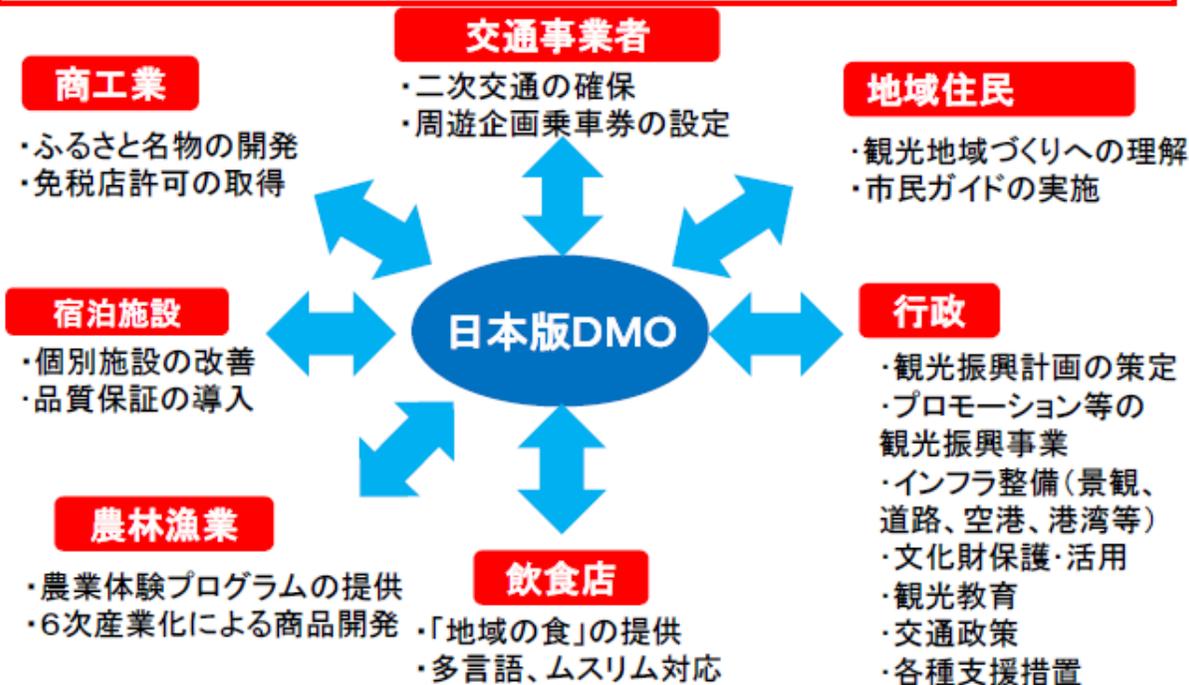


観光地域づくりの一主体として実施する個別事業

(例)・着地型旅行商品の造成・販売、
・ランドオペレーター業務の実施 等

多様な関係者との連携

内外の人材やノウハウを取り込みつつ、多様な関係者と連携



地域一体の魅力的な観光地域づくり
戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション

観光客の呼び込み

観光による地方創生

これまでの観光地域づくりの課題

関係者の巻き込みが不十分

・文化、農林漁業、商工業、環境、スポーツなど地域の関連事業者や住民等の多様な関係者の巻き込みが不十分
 ⇒地域の幅広い資源の最大限の活用につながらない
 ⇒地域住民の誇りと愛着を醸成する豊かな地域づくりにつながらない

データの収集・分析が不十分

・来訪客に関するデータの収集・分析が不十分。観光客を十把一絡げに扱っている地域が少なくない
 ⇒ターゲットとなる顧客層や地域のコンセプトが十分に練られていない
 ⇒変化する観光市場に対応できない

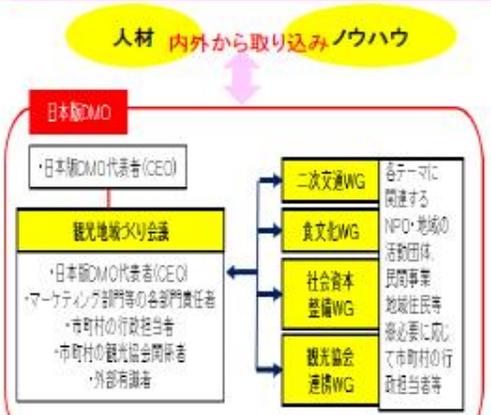
民間的手法の導入が不十分

・効果的なブランディングやプロモーションといった民間的手法の導入が不十分
 ⇒観光客に対して、「刺さる」競争力を持つ観光地ブランディングができていない。



地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役 = 「日本版DMO」を各地域で形成・確立

関係者の巻き込み 内外の人材やノウハウの取り込み



データの収集・戦略の策定

例) 富良野・美瑛観光圏によるSWOT分析

	好影響	悪影響
内部環境	【強み】Strength ・ヨーロッパを思わせる自然景観 ・札幌圏・旭川圏へのアクセスも良く、空港とも近い地理条件	【弱み】Weakness ・公共交通アクセスの不便 ・夜の観光の魅力不足 ・自然環境の破壊 ・宿泊施設が不足
外部環境	【機会】Opportunity ・エコツーリズム・スロートーリズムなどの追い風 ・団塊世代の退職に伴う市場拡大 ・外国人観光客の増加	【脅威】Threat ・ペンション・ホテル・飲食店の担い手不足 ・交通渋滞による住民の歓迎意識の低下 ・他の観光地との競争激化

ブランド力を高める仕組み

例) 雪国観光圏「SAKURA QUALITY」

・雪国観光圏では、外国人の受入体制などにより宿泊施設等の評価を行う品質認証制度「サクラクオリティ」を導入。



プロモーション

(例) 外国人職員による効果的なプロモーション



登録のフロー

手引き・登録要領の公表

観光庁

DMO形成に係る**手引き・登録要領等**の公表



日本版DMO形成・確立計画の提出

地域

DMO機能を担おうとする法人が、DMO形成に関する計画を作成し、**地方公共団体と連名で提出**



観光庁による登録

登録法人は
観光庁HPで公表

日本版DMOとしての活動の実施

地域

・日本版DMOを核とした観光地域づくりの取組の実施

・KPIの設定・PDCAサイクル導入による自己評価 等

※少なくとも年1回実施し、結果を観光庁に報告。

Plan → Do → Check → Action → (Plan)

事業設計 → 実施 → KPI達成 → (更なる展開)

スケジュール(予定)

11月18日:「日本版DMO」形成・確立に係る手引き・登録要領公表

11月19日～:各地域での説明会を開催

11月下旬～12月上旬:「日本版DMO」候補法人の登録開始

※新型交付金の交付申請開始のタイミングで、第一次〆切を設けるが、その後も随意募集

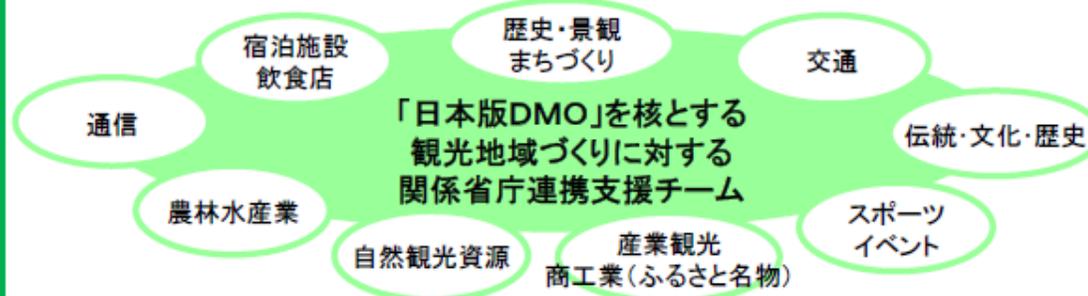
1月～2月:各地域におけるシンポジウムの開催

関係省庁の施策の重点投下

新型交付金による支援



関係省庁をあげて、横の連携を強化し、地域の取組を強力に支援



- 関係省庁の支援の重点実施
- 地域からの相談へのワンストップ対応
- 支援メニュー集の策定
- 現場における課題やニーズの共有 等

観光庁関係予算総括表

(単位:百万円)

	28年度 予算額 (A)	27年度 予算額 (B)	倍率 (A/B)	「27補正 +28当初」	「26補正 +27当初」 との比較
1. 「次の時代」に向けたインバウンド受入環境整備・観光産業活性化	8,374	82	102.5	9,392	66.3
訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業	8,000	0	皆増	9,019	皆増
産学連携による旅館・ホテルの経営人材育成事業	322	27	12.0	322	12.0
ユニバーサルツーリズム促進事業	32	35	0.90	32	0.90
通訳ガイド制度の充実・強化	20	20	0.99	20	0.99
前年度限り	0	0	-	0	皆減
2. 地方創生のための観光地域づくり	6,367	1,972	3.23	6,766	2.77
広域観光周遊ルート形成促進事業	1,640	304	5.40	1,890	3.41
観光地域ブランド確立支援事業	251	257	0.98	251	0.98
地域資源を活用した観光地魅力創造事業	338	290	1.17	388	1.34
テーマ別観光による地方誘客事業	70	0	皆増	70	皆増
統計整備による観光地域づくり支援	500	460	1.09	500	0.89
観光地域動向調査事業	38	38	1.01	38	1.01
東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業【東北観光復興対策交付金・復興枠】	3,265	0	皆増	3,365	皆増
福島県における観光関連復興支援事業【復興枠】	266	374	0.71	266	0.71
前年度限り	0	144	皆減	0	皆減
前年度限り【復興枠】	0	106	皆減	0	皆減
3. 戦略的訪日プロモーション・MICEの誘致の促進	9,482	8,028	1.18	13,667	1.16
JNTO（日本政府観光局）によるビジット・ジャパン事業【運営費交付金】	7,037	6,542	1.08	11,222	1.13
国と地方の連携によるビジット・ジャパン事業	1,245	1,297	0.96	1,245	0.96
東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業【運営費交付金・復興枠】	1,000	0	皆増	1,000	皆増
MICEの誘致の促進	199	190	1.05	199	1.05
前年度限り	0	0	-	0	皆減
4. その他（経常事務費等）	322	309	1.04	322	1.04
合 計	24,545	10,390	2.36	30,147	2.06

○ 東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業 （東北観光復興対策交付金）【新規・復興枠】

予算額 3,265百万円

東北地方の風評被害を払拭し、東日本大震災の影響により大きく落ち込んだ訪日外国人旅行者を回復させ、インバウンド急増の効果を波及させることにより、観光を通じて被災地の復興を加速化させる。

東北観光復興対策交付金

地域からの発案に基づき実施するインバウンドを呼び込む取組を支援する。
(補助率:総事業費の8/10)



マーケティング調査を踏まえ、
地域資源を効果的に訴求



インバウンド急増の効果を
東北へも波及

○ 福島県における観光関連復興支援事業 【復興枠・継続】

予算額 266百万円

福島県における早期の観光復興を最大限に促進するため、同県が実施する国内向け風評被害対策及び震災復興に資する観光関連事業に対して補助を行う。

(補助率:総事業費の8/10)

○ 東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業（運営費交付金） 【新規・復興枠】

予算額 1,000百万円

東北地方の風評被害を払拭し、東日本大震災の影響により大きく落ち込んだ訪日外国人旅行者を回復させ、インバウンド急増の効果を波及させることにより、観光を通じて被災地の復興を加速化させる。

東北観光復興プロモーション

東北地域の観光魅力を海外に発信してイメージアップを図り、東北地域へのインバウンドを促進する。



ラッピングバス
(シンガポール)



地下鉄駅広告
(台湾)



ラッピング電車
(バンコク)

○訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業 【新規】

予算額 8,000百万円

- 「次の時代」に向けて、地域のインバウンド受入環境整備を支援する補助制度を創設
- 訪日外国人の入国から、目的地までの移動、観光地での交流・体験、宿泊施設での滞在まで、面的に受入環境整備を支援
- あわせて、訪日外国人の滞在・移動に関する不満・要望をSNS等で調査して検証

「**明日の日本を支える観光ビジョン構想会議**」で議論された受入環境整備の課題

国交省の「**地方ブロック別連絡会**」において整理した地域における受入環境整備の課題

具体的に課題を解決し、大きく前進させる。

【補助制度】

宿泊施設
不足対策

地方での消費拡大
に向けた環境整備

二次交通対策

【調査】

SNS等を活用した訪日外客の不満・要望調査

1. 宿泊施設不足対策・旅館等の生産性向上

外国人旅行者の急増による宿泊施設不足に対応するため、旅館等のインバウンド対応・地域の空き室情報提供を支援するとともに、経営者の人材育成と連動して、ICTを活用した旅館・ホテル等の生産性向上を支援。

- (1) 旅館等のインバウンド対応支援
- (2) 空き室情報提供の強化
- (3) ICTを活用した生産性向上支援



全館Wi-Fiの整備

2. 地方での消費拡大に向けた環境整備

外国人旅行者が、全国津々浦々で、安心して快適に、滞在、ショッピング、交流・体験を楽しめる環境整備を支援。



免税取引情報の整備



観光案内所の機能向上

3. 二次交通対策

- (1) 空港、港、鉄道駅、バスターミナル等のインバウンド対応を支援
- (2) 車両・移動経路・情報提供・交通サービス等に係るインバウンド対応を支援
- (3) 貸切バスによる路上混雑緩和・空港利用者増加による混雑緩和を支援



全国主要エリアで利用可能な交通系ICカードの導入



インバウンド対応型鉄道車両の整備