

東北6県における外国人旅行者来訪促進に関する論点

論点A 東北の明確なイメージ形成

1) 東北の明確なイメージ形成

東北6県の統一した観光イメージづくりのための、ネーミング、イメージの形成と具体的なロゴマークやキャッチフレーズとしての統一的活用
対象市場別に検討

2) ピークシーズン等における外客受入の工夫

「最高の東北」を見せることが東北のイメージ形成に直結
ピーク期に「最高の東北」を外国人旅行者に見せるための工夫

3) ビジット・ジャパン・キャンペーンの戦略的活用

東北6県の官民が一体となった取組み、そのための体制づくり
効果的・効率的にVJCを活用するためのキャンペーン内容の精査

4) 高コストイメージの払拭

低料金のサービスや割引を積極的にPR

5) メディア戦略とフィルム・コミッション

世界的規模で流通する映像メディア(ex.NHKドラマ「おしん」)を活用
フィルム・コミッションの各地域での設立と外国メディアの誘致

論点B 宿泊施設における受入体制整備

1) 外客受入ノウハウの共通化

外国人旅行者増加のためには、外客受入が可能な宿泊施設の増加が必須
外客受入ノウハウの共有化のためのセミナー等の実施

2) 宿泊施設におけるインターネット・ホームページ開設支援

新規立ち上げに対する支援

3) 宿泊施設の格付けと分かりやすい表示

宿泊施設のランク付けと「星」の数による表示

4) 既存登録制度を活用した外国人にも分かりやすい施設タイプ表示

既存の登録制度等の活用(宿泊施設関係団体のロゴマークの意味等の周知)

論点C 魅力的な旅行商品等の造成・提供

1) 複数地域の広域連携における周遊型旅行商品の造成

広域周遊型旅行商品の造成

多様な広域ルートを形成し、市場毎にそれぞれのニーズに合わせてPR

- 2) インバウンドツアーオペレーターの育成と豊富なオプション・ツアーの提供
豊富なオプション・ツアー提供が東北への誘客の鍵
東北に不足している本格的なインバウンドツアーオペレーターの育成
- 3) 外国語ツアーガイドの確保と育成
人材発掘、研修の実施
- 4) 海外の旅行会社の東北への事務所誘致促進
インバウンドツアーオペレーター機能を果たす海外旅行会社の誘致促進
- 5) 外客の土産物ニーズ把握と異業種連携による商品開発
外客の意外なニーズを的確に把握
土産物の開発面で東北の資源を活かすべく農林水産業等との連携強化

論点D 外客がスムーズに移動するための交通関連サービス

- 1) 国際定期便の充実
短期的には、重点市場である台湾との定期路線開設
長期的には、アメリカ本土との定期便開設等
- 2) C I Qの充実
地方空港におけるC I Q体制の整備
- 3) 外客向け割引制度の充実
既存の割引制度をさらに進化させた東北版の運賃制度の検討
既存割引制度の例) 青森ウエルカムカード
ジャパンレールパス
- 4) 公共交通機関を利用する外客への情報提供
個人旅行外国人のニーズに対応するための二次交通情報の提供
交通機関の従業員の外客対応研修、交通機関の利用方法を示したチラシ
- 5) 外客対応手荷物サービスの充実
新たな手荷物サービスの東北への導入
既存サービスの例) フライ・バゲージ/レイル・バゲージ
「駅から手ぶらで観光」サービス

論点E 効果的な観光情報の提供

- 1) 国際観光テーマ地区の整備促進
「i」案内所、総合案内板、各種標識等の整備、善意通訳の普及等
- 2) 個別施設におけるホームページ開設の支援
観光関連施設が外国語ホームページを立ち上げるに際しての一定の支援
- 3) 観光GISの活用

地理情報システム（GIS）は外国人観光客への情報提供手段として有効
「i」案内所等から携帯電話機を貸し出すなどの方式の導入

4) 外国語HPの充実と外客向け東北観光ポータルサイト

外客の情報収集を効率化するため、東北観光のポータルサイトの設置
ポータルサイトにおける各種施設の予約機能の付加
管理運営主体についての検討

論点F 東北外客誘致マーケティング・データベース

1) マーケティング・データの共有化と公開

国全体の視点での調査データの東北の立場からの再整理、提供
各団体で実施した調査結果について、可能な限り東北全体で共有化

2) 東北地方における外国人観光客の実態把握

JNTO「訪日外国人訪問地調査」を補完する東北主要空港における外客実
態調査を随時実施、実態把握と効果測定

論点G 推進体制の整備

1) 東北全体としての外客誘致体制づくり

既存の各種協議会の統合や役割分担明確化による統一的な誘客体制整備
効果的・効率的な外客誘致体制

2) 対アジア市場誘致活動における既存組織の活用

国際観光テーマ地区協議会等の既存組織の活動支援

3) テーマやルートに対応した新規体制づくり

「最高の東北」を見せる、テーマやルートに応じた新規体制づくり

4) 対欧米市場誘致活動方針の検討

現在手薄となっている対欧米市場の誘致活動について検討

以上