

平成 2 5 年度
東北観光基本計画フォローアップ
参考資料

平成 2 6 年 3 月 2 5 日

東北運輸局

I. 東北運輸局の主な取組み

4-1 震災からの観光復興

①記憶の伝承と復興ツーリズムの促進に対する取組み

- 1) 震災の記憶の伝承を図るため、東北地域の太平洋沿岸エリア復興支援事業の一環として、震災語り部の研修会などを実施。
- 2) 太平洋沿岸エリア等における交流拡大を図るため、語り部ガイドとの被災地視察等と地域ならではの滞在交流プログラムを組み合わせ、モニターツアーなどを経て旅行商品化や送客強化を推進。
- 3) 復興商店街+東北域内のSA・PA、道の駅、旅のサロン（東北観光博）をつなぐスタンプラリーを実施し、太平洋沿岸エリアのみならず、内陸部や日本海側の広域的な周遊を促進。

②震災体験や防災意識の醸成を目的とした旅行の誘致促進に対する取組み

夏休みに親子で巡る被災地学習ツアーなどを企画し、防災意識の高揚に努めた。

③被災地でのインバウンドへの取組み

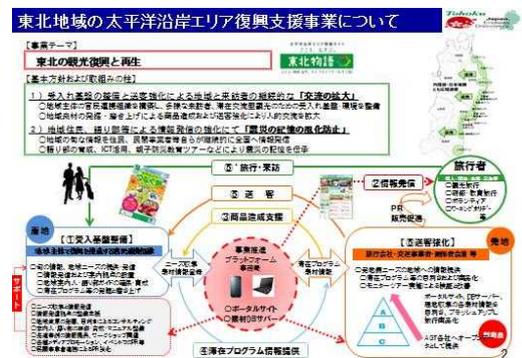
東北に在住する外国人を「受入環境整備サポーター」として観光地に派遣し、訪日外国人観光客の受入環境改善に向けた提案をしてもらうとともに、その観光地の魅力についてSNS等を使って海外へ情報発信を行ってもらう「受入環境整備サポーター派遣事業」を、宮城県石巻沿岸部で実施。

④誘客促進、風評被害対策としての観光情報の発信の取組み

- 1) 東北観光博ポータルサイトの枠組みを活用し、東北観光推進機構と連携しながら、機構HP「旅*東北」より、東北観光博30ゾーン独自の情報を継続して発信。
- 2) 太平洋沿岸エリアの復興及び風評被害払拭の取組成果を広報展開するため、太平洋沿岸エリアの観光情報をワンストップで入手できるポータルサイト「東北物語」を開設。同サイトにおいて、太平洋沿岸13エリアの観光スポット情報に加えて、滞在プログラムやイベント情報、地域の旬などっておき情報などを地域自らが入力できるシステムを構築。

東北観光博と現在の枠組み②【具体的な取組状況】

- 地域からの情報発信の強化**
 - 東北観光博ポータルサイトの枠組みを活用し、東北観光推進機構と連携し「旅*東北」より東北観光博30ゾーン独自の情報を継続して発信（CMS活用）
 - 地域の意向等を踏まえた様々な観光復興情報の収集・発信
 - 太平洋沿岸部の情報発信活動としてポータルサイトを開設し、発信力の高いウェブとの連携等により、PV数の向上、太平洋沿岸13エリアから地域ならではの情報を発信
- 復興商店街をつなぐ旅のスタンプラリー**
 - 太平洋沿岸エリアの観光復興と東北全体の回遊性を高める取組として、NEXCO東日本東北支社、東北観光推進機構、東北「道の駅」連絡会と連携し、復興商店街に10以上のSA・PA、道の駅、旅のサロン「東北観光博」をつなぐスタンプラリーを実施。
 - 実施期間：平成28年5月27日～平成29年1月15日
 - 東北地語ポータルサイトにおいて情報を発信
- 親子ふゆまつり**
 - 東北観光博の開催を契機に、旅行会社、交通事業者等12社が協働して実施する新プロジェクト「東北の復興を親子で巡る」を実施
 - 夏の東北の魅力を活用しポータルサイトより強力に発信
 - 旅行の機運喚起を目的に、発地側に着地側と一体となってブランド化を図る
 - 送客を強化し、復興促進



3) 震災から3年という節目を迎え、観光による復興を加速させ、東北が一丸となって取り組む姿を内外に示すため、「東北観光がんばります!!～東日本大震災から3年～シンポジウム」を仙台(3/2)と東京(3/9)で開催。



4-2 「東北ならではの」観光素材の発掘と磨きあげ

①地域が主体となって持続的に推進できる観光地域づくりと滞在交流型観光の推進の取組み

1) 地域の特色ある素材の発掘や地域と旅行会社、交通事業者、旅行メディア等の総力を結集した枠組みによる確実な旅行商品化と情報発信等を行い、魅力ある観光地づくりを推進する「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化」事業(「日本タビカレッジ」通称「タビカレ」)を実施。

東北6県12地域において、確実な商品化に向けた魅力ある観光地づくりに取り組む。本事業の集大成となるイベント「タビカレ学園祭」が平成26年2月1日～2日に東京ビッグサイトで開催され、参加した全国78地域の中から、喜多方市の古代文字をテーマにした「漢字のまち」の取組みが来場者らの投票で総合部門1位を獲得。

官民協働した魅力ある観光地の再建・強化①

○地域の特色ある素材の発掘や地域と旅行会社、交通事業者、旅行メディア等の総力を結集した枠組みによる確実な商品化と情報発信等を行い、魅力ある観光地づくりを推進する。

1. 資源の発掘	2. 資源の磨き	3. 試行ツアー造成
○観光資源の「目利き」(※)による訴求性の高いコンセプトの決定 ○「地域の担い手」から観光資源の提案	○支援対象の選定 ○「目利き」の派遣 ○「地域の担い手」と「目利き」が一体となった資源の磨き	○試行ツアーを実施し、市場の反応を確認した効果検証 ○効果検証を踏まえた商品内容の改善 ○商品化への取り組み

※観光資源の「目利き」:旅行会社のガイド、旅行メディア、地域活性化プランナー、等

確実な商品化
観光資源の磨き上げ、試行ツアーによる効果検証を踏まえた観光資源の確実な商品化

地域の魅力の全国発信
本事業で磨き上げた観光資源と地域の魅力を観光協会の関係等により全国に発信

官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業②

○地域の特色ある素材の発掘や地域と旅行会社、交通事業者、旅行メディア等の総力を結集した枠組みによる確実な商品化と情報発信等を行い、魅力ある観光地づくりを推進する。東北6県12の地域により、確実な商品化に向けた魅力ある観光地づくりの取組みを実施。

- 【東北6県12の地域】: 仙台、山形、秋田、岩手、宮城、福島
- 【岩手県】: 大船渡市「大船渡」の魅力を発信する観光商品化
- 【秋田県】: 大館市「大館」の魅力を発信する観光商品化
- 【山形県】: 酒田市「酒田」の魅力を発信する観光商品化
- 【宮城県】: 仙台市「仙台」の魅力を発信する観光商品化
- 【福島県】: 郡山市「郡山」の魅力を発信する観光商品化
- 【青森県】: 青森市「青森」の魅力を発信する観光商品化
- 【岩手県】: 盛岡市「盛岡」の魅力を発信する観光商品化
- 【秋田県】: 秋田市「秋田」の魅力を発信する観光商品化
- 【山形県】: 山形市「山形」の魅力を発信する観光商品化
- 【宮城県】: 仙台市「仙台」の魅力を発信する観光商品化
- 【福島県】: 郡山市「郡山」の魅力を発信する観光商品化



2) 「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業」における取組みを活用し、観光地の魅力となりうる資源を見直し、旅行商品化を通して、観光地域づくりの主体の自主財源の確保を促進し、継続して観光地域づくりに取り組む地域の担い手を育成し、自立的

経営に誘導することにより、観光地域づくりをビジネスにつなげる取組みを支援する「観光地ビジネス創出の総合支援」に東北6県から9地域が選出される。

③地場産業を取り込んだ観光振興・地域活性化（地産地消を含めた地域の活性化）の取組み

地域の特産物をいかして開発された「食」のお土産を、全国的な流通のネットワークと結びつけ、世界にも通用するお土産を発掘するため、観光庁が全国から魅力的なお土産を募集し、それらを著名な目利きが選考した「究極のお土産」9品に東北では「秋田しよっつる十年塾仙」が選定。

4-3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

①情報発信、プロモーションの見直しへの取組み

東北観光推進機構と連携し、東北の自然、歴史、文化等を広く国内外に紹介することにより、東北における観光振興を効果的に推進するため、「東北観光親善大使」を任命しており、平成23年2月の「MONKEY MAJIC」に続く第二弾として、被災地での音楽会場やライブ会場での募金活動、台湾での東北の魅力発信などを積極的に行っている仙台出身のアーティスト「R a k e」を任命。



②冬季観光振興対策の強化・夏祭りによる誘客の更なる強化への取組み

東北観光博の開催を契機に、旅行会社、交通事業者等12社が協働して実施する新プロジェクト「東北ふゆまつり」キャンペーンを実施。冬の東北の魅力を専用ポータルサイトより強力に発信するほか、旅行の需要喚起を目的に、発地側と着地側とが一体となってブランド化を図る。

④教育旅行・若者の旅行の誘致促進に対する取組み

第2回都道府県対抗学生観光PRアワード（26.2.2盛岡市開催）に審査員として積極的に関与し、旅行企画などに対しアドバイスを送るとともに、若者の旅行ばなれ防止などについて意見交換した。



4-4 旅行がしやすい環境づくり

①観光地における案内所や案内表示等、情報提供の充実に対する取組み

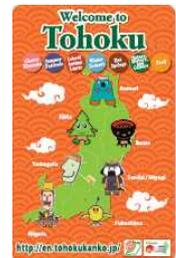
会津若松地域においては、在住外国人も活用したボランティアガイドの組織化等を図ることで、外国人旅行者が訪問しやすい環境整備を行った。

②高齢者・障害者などの観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備の促進に対する取組み

観光庁「ユニバーサルツーリズム促進事業」に「NPO法人 いわき自立生活支援センター」が選定され、受入体制強化に向けたモニターツアーの実施等を支援。

③情報通信技術の活用に対する取組み

東北への外国人旅行者の回復・拡大を図るため、NTT 東日本、東北観光推進機構、各自治体と連携し、外国人旅行者が ID/PASS カードを使って、観光施設やホテルなど各地の「光ステーション」提供エリアにおいてキャリアで Wi-Fi インターネットを 14 日間無料接続できるサービスを東北全体で開始し



④来訪者の交通手段の充実や受入環境の充実に対する取組み

太平洋沿岸エリアのポータルサイト「東北物語」において、観光スポットを自由に選ぶと最短の移動ルートや車での走行距離、走行時間が表示される“Myルートガイド”を構築。

⑤2次交通の充実・活用など、交通モード間の連携に対する取組み

世界遺産登録後、環境に優しい観光まちづくりを進める平泉町において、2次交通のさらなる充実を図るため、電気で走る二人乗りの超小型モビリティが国土交通省の支援を受けて導入。

4-5 国際相互交流の推進

①海外の一般消費者に対する情報提供の強化・利便性の向上に対する取組み

旅行会社レベルではこれまでの度重なるプロモーションによって、東北の現状をご理解いただきつつある中、それら現地旅行会社の要望も踏まえ、一般消費者向けのプロモーションとして、ソウルをはじめとした4都市で東北の食や祭りなどを実際に体験していただくイベントを開催し、風評被害の払拭に努めた。



②海外の旅行エージェントに対する商品造成・誘客の促進に対する取組み

東北への外国人旅行者の回復・拡大を目的として、海外主要市場へのプロモーションを実施しているが、8月の汚染水漏れの報道などにより、依然として東日本大震災及び福島第一原子力発電所事故の風評被害が深刻な状況を脱していない。このため、特にそういった影響が大きいとされる韓国市場等に対しては、比較的外的要因に影響されにくいと想定される特定の興味関心に基づいて旅行する層にターゲットを絞り込んだプロモーションを実施した。具体的にはトレッキングやゴルフといった特定のテーマで現地旅行会社等に東北の魅力を発信しており、実際に旅行商品販売につなげるという成果を上げている。

④東北地方における外国人旅行者の受入環境の整備に対する取組み

「コンシェルジュによる外国人客の対応」講演

東北への外国人旅行者の増加と回復を目指すため、レ・クレドールジャパンの国際正会員としてウェスティンホテル仙台で活躍のチーフコンシェルジュを講師として「コンシェルジュによる外国人客の対応」と題しての講演会を開催。



外客受入地方拠点整備事業

仙台・松島地域及び会津若松地域において、外国人旅行者の受入環境整備をそれぞれの地域のニーズに応じて実施した。具体的には、仙台・松島地域においては地域の体験メニュー等の観光資源について、WEB上での予約決済機能を持つ情報発信サイトを構築し、会津若松地域においては、在住外国人も活用したボランティアガイドの組織化等を図ることによって、外国人旅行者が訪問しやすい環境整備を行った。

4-6 「連携」の推進

①官民が一体となった活動の推進に対する取組み

太平洋沿岸エリアの観光復興と東北全体の回遊性を高める取組として、NEXCO東日本東北支社、東北観光推進機構、東北「道の駅」連絡会と連携し、復興商店街に加え、東北域内のSA・PA、道の駅、旅のサロン（東北観光博）をつなぐ旅スタンプラリーを展開。



②東北観光推進機構との連携に対する取組み

1) 震災から3年を機に、東北の元気と観光資源すばらしさを国内外にPRするため、成田空港において、26年3月10日～16日に「東北観光PR in 成田空港」を開催。

東北の美しい桜をモチーフにしたパネル展示や東北各県のパンフレット

等の配布を行うとともに、東北各地のゆるキャラなどが登場して東北観光の魅力を発信。

2) 国内外における訪日外国人旅行者誘致のイベント等で活用することを目的に、東北観光推進機構など関係者が連携して、東北全体が共通してプロモーションに活用できる統一ロゴ・マークを作成。



③複数地域間の広域連携に対する取組み

東北観光博で認定した「地域観光案内人」を主な対象として、地域の観光情報の交換、案内業務の手法に関する意見交換等を目的とした「広域交流研修」を実施。※25. 10. 15 南東北エリア対象研修（福島市）、25. 10. 21 北東北エリア対象研修（盛岡市）26. 3. 5 全エリア対象研修（仙台市）

④隣接ブロック地域との連携に対する取組み

1) 平成27年度の北海道新幹線新函館開業を控え、北海道と東北地方の広域連携による旅行需要創出を図るため、首都圏はもとより、北海道との行き来が盛んになると考えられる仙台、そして函館への観光人気が高い札幌を中心に、北海道・東北の観光資源に関する認知度や関心度などを調査し、それらをつなぎ合わせたテーマ性、ストーリー性のあるモデルルート構築を図る。

2) 北海道新幹線開業時には、北海道との交流がより一層加速していくことが予想されることから、「函館・みなみ北海道グルメパーク in 仙台」に参加し、東北の観光情報等のPRを行ったほか、北海道との更なる連携強化を図った。



II. 関係団体の主な取組み

(1) 東北観光推進機構

4-1 震災からの観光復興

②震災体験や防災意識の醸成を目的とした旅行の誘致促進に対する取組み

7/7～8 中京圏旅行会社招聘事業 17名

7/9～11 関西圏旅行会社招聘事業 8名

※震災の体験と商品コースの提案

③被災地でのインバウンドへの取組み

1/21～29 仙台ータイ国際定期路線活用促進・タイムメディア招請

※三陸鉄道など観光コンテンツを活用したコース提案を目的とした招請

④誘客促進、風評被害対策としての観光情報の発信の取組み

11/16～29 東北・北関東風評被害対策（観光庁）との連携

※韓国4都市にて一般消費者に向けて東北の安心・安全をPR

4-2 「東北ならではの」観光素材の発掘と磨きあげ

①地域が主体となって持続的に推進できる観光地域づくりと滞在交流型観光の推進の取組み

東北福幸キャンペーン 平成25年4月～26年3月

4-3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

②冬季観光振興対策の強化・夏祭りによる誘客の更なる強化への取組み

東北冬祭りポスターの作成 2回

東北夏まつりポスターの作成 1回

※JR東日本の各駅に掲出

③中高年齢層に対する旅行の促進への取組み

6月・8月 JR東日本 大人の休日ジパング誌への情報提供

※各50万部業界誌への掲載

④教育旅行・若者の旅行の誘致促進に対する取組み

7/25 首都圏教育旅行セミナー 300名

9/26 大阪エリア 東北観光フォーラム開催 280名

10/3 関西圏教育旅行セミナー 110名

11/28 九州圏教育旅行セミナー 135名

1/25 福岡教育旅行セミナー 231名

※東北の現状と課題、被災した地元の皆様の体験談

⑥「東北に行くことが支援につながる」といった機運の高まり推進への取組み

NHK 共同制作 綾瀬はるかと東北のポスター 12回

平成25年3月～12月まで

※被災した東北6県の観光地や地元の皆様と一緒に撮ったポスターを作成し、交流人口の活性化を促した。

4-4 旅行がしやすい環境づくり

③情報通信技術の活用に対する取組み

無料Wi-Fiサービスの東北全域での取組など受入環境整備事業

④来訪者の交通手段の充実や受入環境の充実に対する取組み

無料Wi-Fiサービスの東北全域での取組など受入環境整備事業

4-5 国際相互交流の推進

①海外の一般消費者に対する情報提供の強化・利便性の向上に対する取組み

各国での旅行博覧会等を活用した情報発信

②海外の旅行エージェントに対する商品造成・誘客の促進に対する取組み

AGTの商品造成と連動し、現地での広告に対しての支援

(豪州スキー商品、タイ旅行商品など)

③国際会議をはじめとするMICEの誘致・開催に対する取組み

仙台市と国連防災会議エクスカースション実施のための連携

④東北地方における外国人旅行者の受入環境の整備に対する取組み

無料Wi-Fiサービスの東北全域での取組など受入環境整備事業

4-6 「連携」の推進

①農林水産業・加工業者との連携に対する取組み

6/11～19 香港ITE2013出展にて物産販売との連携(東経連との連携)

(2) 公益社団法人 日本観光振興協会 東北支部

4-5 国際相互交流の推進

①海外の一般消費者に対する情報提供の強化・利便性の向上に対する取組み

「TTE2013 台北国際観光博覧会」「ITF2013 台北国際旅行博」各観光展出席事業

台北の2大観光展に出展をして夏季と冬季の観光情報を一般消費者に訴求。ブースPRで震災以降のイメージ払拭を図り、Facebookの会員登録キャンペーンによりSNS先進国台湾で継続的な情報発信の拡充をするとともに、FREE Wi-Fi情報の提供でネットワーク環境の充実した旅の目的地をイメージ付けた。またITFでは一般消費者に向けた商品説明会を実施。100人を超す来場者があり、東北の冬商品の周知と販売につなげた。



TTE2013 ①各県 PR



②Facebook 登録キャンペーン



③Wi-Fi 紹介・FB 登録の案内



ITF2013 ②観光庁ステージ PR



③商談会



④商品説明会

②海外の旅行エージェントに対する商品造成・誘客の促進に対する取組み

「東北プロモーション in 台湾 2013」事業

台北・台中・高雄の台湾3大都市において各地旅行会社、航空会社、メディアのキーパーソンを招請して観光セミナー、商談会、交流会を実施、最新の観光情報を提供し旅行商品造成の喚起を図った。また、東北一体となった旅行関係団体への表敬訪問により現地ニーズの把握と、相互理解を深めた。



東北プロモーション ①観光セミナー ②商談会(行政) ③商談会(民間) ④表敬訪問

(3) 一般社団法人 日本旅行業協会 (JATA)

4-3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

③中高年齢層に対する旅行の促進への取組み

平成25年5月8日(水)「登米・栗原校」(会場:登米市迫公民館)、平成25年8月7日(水)会場「仙南校」(会場:仙台大学)で、宮城県社会福祉協議会が主宰する「宮城いきいき学園」への講師派遣し、「旅のたのしみ」をテーマに、①旅行形態の変化 ②旅の安全と安心 ③シニア世代の人気観光地(東北を含めた温泉地の紹介)の講演を実施した。参加定員各40名

4-4 旅行がしやすい環境づくり

②高齢者・障害者などの観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備の促進に対する取組み

平成25年7月18日(木)ホテル法華クラブ仙台において、(公財)日本盲導犬協会スマイルワン仙台センター長 金井 政紀氏を招いて、「障がい者・補助犬が、電車・航空機等に乗る際、及びホテル・旅館等に宿泊した際の留意事項」の講演会を開催。

(参加人数46名)

4-5 国際相互交流の推進

④東北地方における外国人旅行者の受入環境の整備に対する取組み

「訪日外国人受入促進地域フォーラム in 東北」の開催

平成25年9月3日(火)、仙台ガーデンパレスにおいて、他地域に比インバウンドへの取組みがまだまだ弱い東北において、東日本大震災の影響によりさらに外国人旅行者が激減している現状から、VJ事業を通じた地域活性化の重要性や、インバウンド受入促進・拡大に向けた地域の現状・課題を関係者間で共有し、他地区の成功事例課題等の検証により、外国人受入促進プロモーション

方策に活かしていくことを目的としてフォーラムを実施した。(参加者 125名)



(4) 東北ハイタク連合会

4-1 震災からの観光復興

①記憶の伝承と復興ツーリズムの促進に対する取組み

◆語り部タクシー

東日本大震災を後世に語り継ぐため、乗客を被災地に案内し被害状況や復興状況を説明して防災意識の高揚を図る「語り部タクシー」が宮城県仙台市で平成24年秋から運行されている。

仙台市のタクシー業界が組織的に取り組んでおり、(社)宮城県タクシー協会仙台地区総支部が平成24年11月に第1回語り部タクシー乗務員講習会を開催した。平成25年5月には第2回講習会を開催している。この講習会を受講して認定を受けているドライバーは総計で33事業者・199人となっている。

このほか、被災地の復旧・復興の状況を把握する等の対応のため、現地においてスキルアップ研修会を開催している。また、乗客を案内する際には、震災発生当時の映像データ等が入ったタブレット(NTTドコモ提供)を活用しているが、リアルな映像も含まれていることから、適切な使用についての講習会を開き対応している。

(社)宮城県タクシー協会仙台地区総支部では、語り部タクシーの利用状況をまとめており、平成25年12月末までのまとめによると、蒲生・荒浜・閑上・仙台空港方面の1,600回余・4,300人余のほか、東松島・石巻方面、南三陸・気仙沼方面、県外(岩手、福島等)を含め2,200回余・6,300人余の乗客を案内している。

宮城県内では、ほかに松島町のタクシー事業者による被災地復興応援コース、気仙沼地区では(社)宮城県タクシー協会気仙沼支部のタクシー事業者による被災地視察時間貸切コースがある。

岩手県でも山田町で語り部タクシーとしての運行がある。

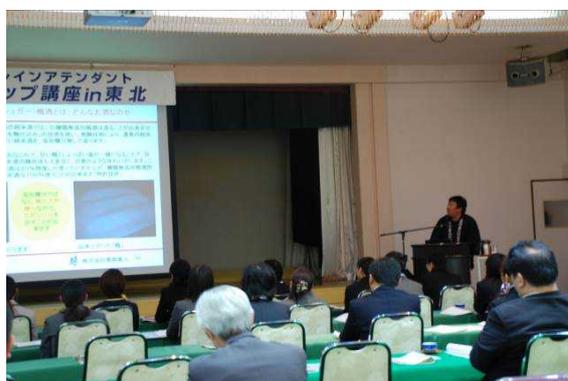


(5) 東北鉄道協会

4-2 「東北ならではの」の観光素材の発掘と磨きあげ

②東北ならではの「おもてなし」の磨きあげの取組み

東北鉄道協会（東北の中小民鉄・三セク鉄道など19事業者で構成）では、東日本大震災後の風評被害等で鉄道観光利用者が減少している状況を打開するため、平成25年11月に観光客誘致のためのノウハウや観光客へのおもてなし・サービス向上について学ぶ「トレインアテンダント・スキルアップ講座 in 東北」をIGRいわて銀河鉄道で開催しました。研修会では「地域おこしと岩手活性化について」「おもてなしの心について」の講義、「高齢者への車内での対応」について学ぶ実技指導のほか、「お客様への心配りとサービス向上」というテーマでグループ討議を行うなどスキルアップを図りました。



Ⅲ. 東北6県の主な取組み

(1) 青森県

4-1 震災からの観光復興

①記憶の伝承と復興ツーリズムの促進に対する取組み

東日本大震災からの復興に貢献するため、平成24年5月24日に、青森県の種差海岸階上岳県立公園及び八戸市鮫町の2地区が三陸復興国立公園に指定された。

これを契機に、種差海岸や階上岳の魅力を紹介し、認知度向上と誘客促進を図ることを目的に、地域の見どころや観光情報を盛り込んだDVDを作成し、プロモーション活動のツールにするとともに、記念イベントほか種差海岸や階上岳をメインとするトレッキングモニターツアーや写真コンテストを開催した。



階上岳トレッキングの様子



種差海岸トレッキングの様子

②震災体験や防災意識の醸成を目的とした旅行の誘致促進に対する取組み

県内の観光危機管理対策の地域モデルを創出するため、深浦町を対象として地元の観光協会や宿泊施設、消防署等と連携しながら、災害時の観光客等の安全や滞在施設の確保のための役割分担や連携体制を検討・構築し、県内に普及させた。

③被災地でのインバウンドへの取組み

青森県立美術館のパフォーミングアーツとして、東日本大震災を舞台にした演劇「祝言」を東北と中国、韓国の俳優、劇作家、舞踏家等が参画のもとで共同制作し、日本、中国、韓国の8劇場で上演した。

④誘客促進、風評被害対策としての観光情報の発信の取組み

在住外国人による母国での幅広い消費者層の視点から、県内各地のものづくり現場体験や農産物収穫等の体験型観光等取材してもらい、本県の魅力や安心、安全の情報をフェイスブック等により海外に発信した。

4-2 「東北ならではの」観光素材の発掘と磨きあげ

①地域が主体となって持続的に推進できる観光地域づくりと滞在交流型観光の推進の取組み

県内の大学と連携し、各地域で観光を支える人財が、大学を拠点に地域ならではのテーマに基づく横断的な検討を行い課題解決に向けた取組を展開することで、地域活性化のた

めの拠点機能強化と地域観光を支える人財相互の連携強化を図った。

②東北ならではの「おもてなし」の磨きあげの取組み

観光ボランティアガイドのスキルアップ講習会やタクシードライバー等観光事業従事者を対象としたほほえみプロデュース講習会を開催したほか、本県の観光振興の中核となる地域の人財の育成と活用を図るための研修事業を実施した。

③地場産業を取り込んだ観光振興・地域活性化（地産地消を含めた地域の活性化）の取組み

大間まぐろ、風間浦鮫鱈、小川原湖天然うなぎ等の地元ならではの食資源を活用した旅や、地域の伝統工芸品や生活文化等をテーマとした旅のプランづくりを行った。

④四季折々の優れた景観の活用と保全の取組み

白神山地の世界自然遺産登録20周年を記念し、県内外の人々の関心を高め、魅力を再発見してもらうための誘客イベントや記念ツアーを行った。

⑤地域独自の観光イノベーションの取組み

本県を代表するビッグコンテンツである「十和田湖・奥入瀬溪流」、「ねぶた」の魅力を引き下げるとともに、ターゲットに応じてハイエンドな旅や青森の文化・ライフスタイルをテーマとした旅を提案するための観光コンテンツ開発を行った。

⑥ニューツーリズムの創出、他産業との連携強化の取組み

弘前市と周辺市町村における「街歩き」観光に係る案内ガイドの育成やコースづくり等のほか、八戸市の工場萌えによる「産業観光」の取組、県内各地における農業体験、フルーツ収穫、農家民泊等による「グリーンツーリズム」の取組が行われた。

4-3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

①情報発信、プロモーションの見直しへの取組み

東京をはじめとする大都市圏からの誘客促進に向けて、旅行エージェント訪問によるセールスや観光セミナー等の開催、本県への招聘による現地視察会の実施、旅行商品パンフレットや機内誌等への観光PR記事掲載等を行った。

特に、平成25年度は、三陸復興国立公園の創設や白神山地の世界自然遺産登録20周年の節目の年であったことから、関連イベントはじめ、当該エリアの魅力や観光コンテンツを取りまとめた旅行エージェントやメディアに情報提供し、旅行商品造成や各種媒体での情報発信を働きかけた。



(東京における観光セミナー)



(鹿児島県との共同キャンペーン)

②冬季観光振興対策の強化・夏祭りによる誘客の更なる強化への取組み

本県と気候・風土が異なり、訪日観光客が増加しているオーストラリア、東南アジアを対象に、本県の冬の魅力であるスキー、雪、温泉などを紹介するとともに、旅行エージェント招聘により、認知度向上や旅行商品造成の働きかけを行った。

③中高年齢層に対する旅行の促進への取組み

旅行エージェントやメディアに対して、十和田湖等の自然の魅力、豊富な温泉や山海の幸を使った料理と地酒、北国ならではの生活や祭りなどの観光コンテンツを活用し、日本の原風景を体感できる旅の情報を提供し、旅行商品化や情報発信の働きかけを行った。

④教育旅行・若者の旅行の誘致促進に対する取組み

既存の教育旅行メニューの見直しや教育旅行ガイドブックの作成のほか、北海道道南及び東北、首都圏の教育旅行エージェントや学校関係者を対象とした情報交換会や本県への招聘による現地視察会の開催等により、豊富な教育旅行メニューや安全性をアピールした。

⑤東北ならではの多様な旅行商品の造成支援に対する取組み

県内6地域に設置した地域プロモーション会議を中心に、各地域の多彩な魅力や観光資源の発掘・磨き上げを行ったほか、地域団体等が行うコンテンツ開発の取組に対してアドバイザーの派遣や補助金の助成を行い、観光コンテンツの量的拡大や質的向上を図った。

4-4 旅行がしやすい環境づくり

①観光地における案内所や案内表示等、情報提供の充実に対する取組み

青森県観光情報ネットワークシステム「アプティネット」を活用した県内観光情報の収集と発信を行い、県内各観光案内所のネットワーク化による県内観光情報の共有等を図り観光案内体制の連携を推進した。

②高齢者・障害者などの観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備の促進に対する取組み

高齢者や障害者に優しい観光地づくりに向けた検討会や受入体制強化のための研修会を開催するとともに、モニターツアーによりユニバーサル化の検証を行った。

③情報通信技術の活用に対する取組み

青森県観光情報ネットワークシステム「アプティネット」を活用した県内観光情報の収集と発信など、外国語対応に取り組んだ。フェイスブック等のソーシャルメディアを活用した情報発信に取り組んだ。交通機関や観光施設のWi-Fi利用環境の整備等に係る助成を行った。

④来訪者の交通手段の充実や受入環境の充実に対する取組み

県内各地域の実情に応じて、観光ルートバスの運行、駅から観タクン事業の実施、周遊型エリアフリーパスの利用促進、韓国・台湾旅行者向けの通訳ガイド付きバス運行の実証

実験等を行った。

⑤ 2次交通の充実・活用など、交通モード間の連携に対する取組み

県内各地域の実情に応じて、観光ルートバスの運行、駅から観タクン事業の実施、周遊型エリアフリーパスの利用促進、韓国・台湾旅行者向けの通訳ガイド付きバス運行の実証実験等を行った。（再掲）

⑥ 災害・事故発生時の情報提供に対する取組み

県内の観光危機管理対策の地域モデルを創出するため、深浦町を対象として観光協会や宿泊施設、消防署等と連携しながら、災害時の観光客等の安全や滞在施設の確保のための役割分担や連携体制を検討・構築し、県内に普及させた。（再掲）

⑦ 観光客の避難誘導マニュアルや避難場所、避難誘導體制等の整備促進に対する取組み

県内の観光危機管理対策の地域モデルを創出するため、深浦町を対象として観光協会や宿泊施設、消防署等と連携しながら、災害時の観光客等の安全や滞在施設の確保のための役割分担や連携体制を検討・構築し、県内に普及させた。（再掲）

4-5 国際相互交流の推進

① 海外の一般消費者に対する情報提供の強化・利便性の向上に対する取組み

在住外国人による母国での幅広い消費者層の視点から、県内各地のものづくり現場体験や農産物収穫等の体験型観光等取材し、本県の魅力や安心、安全の情報をフェイスブック等により海外に発信した。（再掲）

② 海外の旅行エージェントに対する商品造成・誘客の促進に対する取組み

北東北三県・北海道ソウル事務所を拠点とした旅行エージェントへの旅行商品造成の働きかけ、台湾・香港・中国における現地アドバイザーを活用した旅行エージェントへの旅行商品造成の働きかけ、現地商談会の開催、チャーター便やクルーズ客船の誘致を行った。

③ 国際会議をはじめとするMICEの誘致・開催に対する取組み

コンベンション開催費助成による誘致促進、国際ミーティングエキスポ（IME）への出展及びパンフレットの作成、首都圏等の企業や団体への企業研修及びインセンティブツアーの働きかけ等を行った。

④ 東北地方における外国人旅行者の受入環境の整備に対する取組み

外国人観光客の受入環境づくりをテーマとしたセミナーの開催、交通機関や観光施設の多言語化やWi-Fi利用環境の整備等に係る助成、韓国・台湾旅行者向けの通訳ガイド付きバス運行の実証実験を行った。

⑥ 訪日教育旅行の拡大に対する取組み

台湾における教育旅行現地説明会へ参加したほか、学校関係者を本県に招聘し、教育旅

行コースを案内し、受入先や体験プログラム等を紹介した。

⑦相互交流の推進に対する取組み

本県唯一の国際定期路線であるソウル便の利用促進を図るため、青森商工会議所連合会を中心に、MICEによる韓国との相互交流の実現に向けた韓国旅行エージェント等との情報交換を行った。

4-6 「連携」の推進

①官民が一体となった活動の推進に対する取組み

平成26年度から30年度までを計画期間とする次期青森県観光戦略を策定（策定主体：青森県観光国際戦略推進本部（官民一体組織））し、シンポジウム開催等により、観光の重要性や「おもてなしの心」の大切さ等を観光関係者や県民に広く周知し、意識の醸成を図った。

②東北観光推進機構との連携に対する取組み

広域観光ルートづくり、国内外に向けた情報発信、国内外の旅行エージェントに対する旅行商品造成の働きかけや現地招聘によるモニターツアーの実施等を行った。

③複数地域間の広域連携に対する取組み

青森、岩手、秋田の北東北三県による北東北三県観光振興アクションプランに基づく各種観光振興施策や、名古屋、大阪、福岡の北東北三県合同事務所及びアンテナショップを拠点としたプロモーション活動、北東北三県・北海道ソウル事務所の運営等を行った。

④隣接ブロック地域との連携に対する取組み

北海道新幹線新函館開業を見据え、本県と北海道道南地域とを結び、新幹線、航空機、フェリー等の多彩な交通アクセスを複合的に活用した周遊・滞在型の広域観光モデルコースの開発、東京及び仙台の旅行エージェント招聘によるモニターツアー等を行った。

⑤大学等高等教育機関との連携に対する取組み

県内の大学と連携し、各地域で観光を支える人財が、大学を拠点として地域ならではのテーマに基づく横断的な検討を行うことで、地域活性化のための拠点機能強化と地域観光を支える人財相互の連携強化を図った。（再掲）

⑥旅行者、交通事業者、宿泊施設等の観光関係者間の更なる連携に対する取組み

個人旅行者向けの航空機とJRを組み合わせた立体観光型旅行商品の拡大・定着を図り、特にインバウンド対策として台湾・香港の旅行エージェントに対して利用促進を働きかけた。

(2) 岩手県

4-1 震災からの観光復興

「三陸観光再生事業」

(事業の趣旨)

命の尊厳、震災からの教訓、防災などを学ぶ震災学習は、農山漁村での体験学習や平泉の歴史・文化の学習などと並んで、本県の教育旅行を構成する重要なプログラムの一つになっている。震災学習を中心とした教育旅行を沿岸地域の観光の柱とするため、震災語り部の育成・スキルアップなど受入態勢の整備を行うとともに、ホームページによる情報発信や教育旅行誘致説明会を通じたPRなど誘客に取り組む。

(事業の内容)

ア 三陸観光プラットフォーム構築事業

震災語り部団体のネットワーク化やスキルアップ研修、被災地情報の一元的な情報発信などを行うプラットフォームを構築した。また、中核コーディネーターを設置し、プラットフォームを構成する各団体の主体的な観光地づくりをサポートした。

イ 情報発信事業

震災語り部団体の概要や活動状況、沿岸観光地の復興状況を発信するホームページ、パンフレット等を作成した(予定)。



震災ガイド研修会

「商工・観光風評対策緊急事業」

(事業の趣旨)

福島原子力発電所事故に伴う風評により、県内商工・観光事業者が被害を受けていることから、風評の払しょくに資するため、本県が持つ多様な観光物産資源の魅力や、震災から復興した事業者状況等を全国に情報発信する。

(事業の内容)

ア 観光・物産情報の発信

風評被害対策を主目的としたブログ等のツールを活用し、現場で事業者等に直接取材・体験した情報を、個人的な視点を盛り込んで感覚的に訴える記事として発信することで、読者の興味・関心を喚起し、口コミによる情報拡散を図り、風評の払しょくに取組んだ。

4-2 「東北ならではの」の観光素材の発掘と磨きあげ

「いわて三陸観光復興推進事業」

(事業の趣旨)

NHKの連続テレビ小説「あまちゃん」の放映を契機に地域の特色ある地域資源が再認識されたほか、注目度の高まりによる久慈地域を中心とした観光客の増加や食、物産、関連商品の販売が増加したことから、全国の「あまちゃんファン」に「岩手」への興味、関心を喚起しながら「いわてファン」を拡大し、誘客につなげていくこと。

(事業内容)

ア 「じゃじゃじゃえ！」いわて観光プロモーション事業による宣伝誘客事業の実施

- ・ 県内、首都圏、仙台圏でのPRイベントの実施
- ・ 首都圏での交通広告を活用したPR
- ・ 旅行会社、マスコミ招請事業の実施 ほか



モニターツアーの様子



PRイベントの様子（県内）

4-3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

「いわて希望の旅誘客促進事業」

(事業の趣旨)

いわてDCで構築した官民共同の枠組による大型観光キャンペーン等の展開を通じた全県的な誘客を促進する。

(事業の内容)

「うまっ！いわて観光キャンペーン」の実施（平成25年4月～9月）

※ 7月～9月はJR東日本の重点販売地域指定期間

ア 県外でのPRイベントの実施（東京、名古屋、大阪、宮城、青森など）

イ 新聞、雑誌等での情報発信の強化

ウ 内陸と沿岸をつなぐ復興応援バスツアーの運行支援（7コース）

※ キャンペーン終了後も継続運行（10～3月：4コース）

エ 県北・沿岸での宿泊者、復興応援バス利用者を対象としたプレゼント
キャンペーンの実施

オ 空路を活用した誘客促進（JAL 機内誌、名古屋・大阪でのPRイベント）

カ 観光コーディネーターの設置・派遣による地域の取組支援（通年）

キ 県観光協会との共催による旅行商品説明会の開催（東京、名古屋）

ク 旅行商品造成の促進に向けた旅行会社の広告・旅行商品造成支援



4-4 旅行がしやすい環境づくり

「みちのくいわて観光案内板事業」

（事業の趣旨）

高速道路利用者の増加に伴い自動車利用の観光形態が増加している今日、特に広大な県土を有する本県において、観光客の周知に対する利便性や目的地への適切な誘導のため重要な役割を担う全県観光案内板について、機能向上を図りながら改修を進めるもの。

（事業の内容）

高速道路のSAなど主要箇所の観光案内板について、掲載情報を更新。

「いわて希望の旅誘客促進事業」（再掲）

（事業の趣旨）

いわてDCで構築した官民共同の枠組による大型観光キャンペーン等の展開を通じた全県的な誘客を促進する。

（事業の内容）

「うまっ！いわて観光キャンペーン」の実施（平成25年4月～9月）

※ 7月～9月はJR東日本の重点販売地域指定期間

ア 内陸と沿岸をつなぐ復興応援バスツアーの運行支援（7コース）

※ キャンペーン終了後も継続運行（10～3月：4コース）

「みちのくいわて観光案内板事業」

(事業の趣旨)

高速道路利用者の増加に伴い自動車利用の観光形態が増加している今日、特にも広大な県土を有する本県において、観光客の周知に対する利便性や目的地への適切な誘導のため重要な役割を担う全県観光案内板について、機能向上を図りながら改修を進めるもの。

(事業の内容)

高速道路の SA など主要箇所の観光案内板について、掲載情報を更新。

「いわて希望の旅誘客促進事業」(再掲)

(事業の趣旨)

いわてDCで構築した官民共同の枠組による大型観光キャンペーン等の展開を通じた全県的な誘客を促進する。

(事業の内容)

「うまっ！いわて観光キャンペーン」の実施（平成25年4月～9月）

※ 7月～9月はJR東日本の重点販売地域指定期間

ア 内陸と沿岸をつなぐ復興応援バスツアーの運行支援（7コース）

※ キャンペーン終了後も継続運行（10～3月：4コース）

4-5 国際相互交流の推進

「国際観光推進事業」

(事業の趣旨)

東アジア圏（台湾、中国、香港、韓国）、豪州及びASEANを重点地域として、東北観光推進機構や海外事務所等と連携し、海外旅行博への出展や旅行会社・マスコミ等の招請による観光情報の発信、旅行商品の造成・販売促進等に取り組む。

(事業の内容)

ア 海外エージェント・マスコミ等招請事業

海外の旅行会社及びマスコミを本県に招請し、本県のウリとなる観光資源に直接触れていただき、商品の造成や情報の発信を促した。

イ 旅行商品造成・販売促進支援事業

旅行会社が造成する本県への旅行商品の販売を促進するため、媒体を通じた広告支援やノベルティ・観光パンフレットの提供等を行った。

ウ 海外旅行博出展事業

海外等で開催される旅行博覧会等に参加し、本県観光地の情報発信を行った。

エ 受入態勢支援事業

本県を訪れる外国人観光客が快適かつ好印象を持っていただくことを狙い、海外からの観光客の受入に取り組む施設の拡大や、冬季に来訪される旅行者への記念品の贈呈を行い、リピーターの確保に努めた。

4-6 「連携」の推進

「北東北広域観光推進事業」

(事業の趣旨)

平成4年度から北東北三県等で構成する北東北三県観光立県推進協議会を組織し、広域観光の推進を行っている。平成23年5月に策定した「北東北三県観光振興アクションプラン」に基づき、北東北三県が連携して国内外の観光振興事業を実施し、広域観光の推進、圏域内の活性化に取り組んでいくこと。

(事業の内容)

[国内]

ア 北東北の統一的観光イメージの形成

- ・北東北三県観光振興セミナーの開催
- ・北東北を巡る新たな観光ルートの構築
- ・北東北観光紹介マップ作成・配布

イ 観光情報提供体制・誘客宣伝活動の強化

- ・JR東日本とタイアップし首都圏での誘客キャンペーンを実施
- ・三県合同県外事務所主催による観光プロモーション活動を実施

[国際]

ア 受入態勢整備事業

- ・「V」案内所の機能充実、能力向上を図るためJNTOが実施する研修会参加経費を助成

イ 海外宣伝事業

- ・台湾から仙台への定期便を利用した北東北旅行商品とのタイアップ広告の実施。(VJ連携)
- ・北東北・仙台・函館で連携し、海外メディアの招聘等によるFITマーケットに対する観光情報発信。(VJ連携)

ウ 旅行商品化促進事業

- ・台湾教育旅行関係者招聘事業
- ・香港旅行エージェント・メディア等招請事業
- ・東北・北海道国際観光ルート開発事業

・ 広告支援事業、観光素材宣伝資料作成事業

「産学官連携観光マネジメント人材育成事業」

(事業の趣旨)

産学官連携によるセミナー検討会を開催し、観光産業従事者等を対象に実践的で即戦力となりうる知識や技術を中心としたカリキュラム等を検討するとともに、セミナー実行委員会を組織し、検討結果に添ったセミナーを開催する。

(事業の内容)

ア 観光マネジメント人材育成セミナー実行委員会検討会

産学官連携によるセミナー検討会を開催し、観光産業従事者等を対象に 実践的で即戦力となりうる知識や技術を中心としたカリキュラム等を検討した。

イ 観光マネジメント人材育成セミナー

セミナー実行委員会を組織し、検討会の検討結果に沿ってセミナーを実施した（全6回）。



人材育成セミナーの様子

(3) 宮城県

4-1 震災からの観光復興

①記憶の伝承と復興ツーリズムの促進に対する取組み

みやぎのボランティアツーリズム推進事業

「みやぎ観光復興支援センター」を設置し、旅行会社や学校、企業に対するボランティアツアーや学習プログラムに関わる情報の提供、市町村におけるボランティアツアー受入のための態勢整備、震災の経験を伝える教育旅行、研修旅行の受入のための態勢整備を行った。平成25年度のマッチング実績（平成25年12月末）378団体11,830人



語り部



教育旅行・ボランティア活動

②震災体験や防災意識の醸成を目的とした旅行の誘致促進に対する取組み

みやぎ観光復興誘客推進事業

本県への観光客の誘致の促進を図るため、復興段階に合わせた旅行商品の造成及び催行を促す必要があることから、復興ツーリズムの確立に向けた旅行会社等の関係者を招請した。

③被災地でのインバウンドへの取組み

外国人観光客誘致促進事業

海外に向けた正確な観光情報の発信のため、海外旅行博（KOTFA、ITF、ITE）への出展やプロモーション活動を行った。また、マスコミや旅行会社等を本県に招請し、取材や視察を通じた情報発信を行った。

外国人観光客災害復興緊急誘致促進事業

震災の影響により外国人観光客が激減していることから、市場規模が大きく、本県の重点市場でもある中国からの観光客誘致を目指し、プロモーション活動の際に被災三県を対象とした数次ビザをPRしたほか、知名度と人気の高い東京都と連携し、現地での商談会の開催や、本県の復興状況を視察していただく旅行会社等招請事業を実施した。

④誘客促進、風評被害対策としての観光情報の発信の取組み

仙台・宮城観光キャンペーン推進事業

平成25年4月から6月にかけて、JR6社と連携し、本県単独では2度目となる仙台・宮城destinationキャンペーン（DC）を開催した。このDCでは、期間中のサンプル調査の結果、観光客入込数等が、震災前の水準に回復したほか、震災で大きな被害を受けた沿岸部にも、語り部の取組や復興商店街の取組などに多くの観光客が訪れるなど、観光復興に向けた大きな一歩になった。

観光復興緊急対策事業

震災の発生に伴う旅行のキャンセルや風評、自粛等により県内の観光業界に多大な影響が出ていることから、旅行雑誌や新聞等への広告掲載を行った。また、コンベンション協会と一体となって、県内へのコンベンションの誘致を行った。

みやぎ観光復興イメージアップ事業

震災の発生により、県内観光に大きな影響が生じていることから、JRやプロスポーツ3チーム等と連携した首都圏等でのPR活動を行った。

みやぎ観光復興誘客推進事業

県内への観光客誘致のため、旅行会社等が本県向けの旅行商品を造成する際に、広告を掲載することとし、その経費の一部を助成した。

仙台空港活用誘客特別対策事業

震災の影響により激減している観光客の回復を図るため、仙台空港への航空便の就航

地において、航空会社と連携した誘客プロモーションを実施した。

4-2 「東北ならではの」の観光素材の発掘と磨きあげ

①地域が主体となって持続的に推進できる観光地域づくりと滞在交流型観光の推進の取組み

みやぎエコ・ツーリズム推進事業

県内におけるエコツーリズムの情報共有と、エコツーリズムに関する意識醸成のため、みやぎエコフォーラムを開催した。エコの視点を取り入れた観光施策を実施し、観光地の環境保全を図りながら、エコに関する県民意識の向上を促した。

仙台・宮城観光キャンペーン推進事業（再掲）

官民一体の組織であり、仙台・宮城観光キャンペーンの推進母体である仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会において、各地の観光資源の磨き上げや新たな観光資源の発掘を行い、旅行会社に提案するなど、地域ぐるみでの観光地づくりを推進した。

②東北ならではの「おもてなし」の磨きあげの取組み

仙台・宮城観光キャンペーン推進事業（再掲）

今年度実施した仙台・宮城DCにおいては、県民挙げて「10万人のおもてなし大作戦」を実施し、観光客に対するおもてなしを実践した。

③地場産業を取り込んだ観光振興・地域活性化（地産地消を含めた地域の活性化）の取組み

仙台・宮城観光キャンペーン推進事業（再掲）

官民一体の組織であり、仙台・宮城観光キャンペーンの推進母体である仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会において、各地の観光資源の磨き上げや新たな観光資源の発掘を行い、旅行会社に提案するなど、地域の産業が連携し観光振興と地域の活性化に努めた。

⑤地域独自の観光イノベーションの取組み

松島“湾”ダーランド構想事業

全国的にも、世界的にも知名度の高い松島の更なる魅力の向上のため、松島湾全体の観光資源を、テーマ性やストーリー性を持たせて有機的につなげ、誘客を行うため、県と関係市町において「松島“湾”ダーランド構想」の共同宣言を行った。

⑥ニューツーリズムの創出、他産業との連携強化の取組み

フィルムコミッション推進事業

テレビ映像等によるシティセールス及び宮城県の知名度のため、せんだい・宮城フィルムコミッションへ補助を行い、映画、テレビ番組、コマーシャル等のロケーション撮影の支援及び誘致の取組を支援した。

仙台・宮城観光キャンペーン推進事業（再掲）

官民一体の組織であり、仙台・宮城観光キャンペーンの推進母体である仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会において、各地の観光資源の磨き上げや新たな観光資源の発掘を行い、旅行会社に提案するなど、産業の枠を超えて連携し、誘客に努めた。

4-3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

①情報発信、プロモーションの見直しへの取組み

インターネットによる観光情報の提供

インターネットを活用して宮城の観光の魅力を発信し、宮城県への誘客を図ったほか、ホームページで観光情報データベースや観光地の画像を提供するシステムを運営し、本県の観光の魅力を全国に発信した（「みやぎ伊達な観光マップ」、「デジタルフォトライブラリー」）。

県外向け広報事業

県外向けの広報番組を放送し、宮城の観光資源や食材・物産、復興の状況等をPRした。

②冬季観光振興対策の強化・夏祭りによる誘客の更なる強化への取組み

冬季宣伝事業

県及び宮城県観光連盟では、県内の宿泊施設に2泊以上した方を対象とした宿泊キャンペーンを実施するとともに、スキー場と連携してウィンタースポーツの促進を行う等、冬季における誘客拡大に努めた。

③中高年齢層に対する旅行の促進への取組み

アクティブシニアの誘客に向けて、シニア層を対象とした旅行雑誌への観光記事掲載を行ったほか、仙台・宮城DCにおいては、JR東日本「大人の休日クラブ」と連携した誘客に努めた。

④教育旅行・若者の旅行の誘致促進に対する取組み

みやぎの観光イメージアップ推進事業

北海道からの教育旅行の誘致のため、学校の先生と旅行会社を対象とした説明会を、仙台市、宮城県観光連盟、仙台観光コンベンション協会とともに開催した。

教育旅行支援整備事業

国内外からの教育旅行やインセンティブツアー（企業報奨旅行）の誘致のため、被災地を訪れたい団体と地元の受入団体とのニーズのマッチングをきめ細かく行う「みやぎ教育旅行等支援センター」を設置した。



被災地での教育旅行



漁業体験

⑤東北ならではの多様な旅行商品の造成支援に対する取組み

みやぎ観光復興誘客推進事業（再掲）

県内への観光客誘致のため、旅行会社等が本県向けの旅行商品を造成する際に、広告を掲載することとし、その経費の一部を助成した。

⑥「東北に行くことが支援につながる」といった機運の高まりと推進への取組み

仙台・宮城DCや航空会社と連携した中部以西におけるプロモーション活動、宮城県物産展などの機会を捉え、被災地の復興状況の紹介とともに、東北への旅行が復興支援につながることをPRした。また、「来て、見て、感じて、応援して」のコピーを用いて、企業研修等の目的地として本県を選択していただけるよう、企業訪問等を行った。

4-4 旅行がしやすい環境づくり

②高齢者・障害者などの観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備の促進に対する取組み

みやぎ観光戦略受入基盤整備事業

高齢者、子どもづれの人、外国人等、あらゆる観光客の安全な利用に配慮した自然公園施設の再整備や、観光客が広域的に移動しやすい環境整備のため、観光案内板等を整備した。

③情報通信技術の活用に対する取組み

インターネットによる観光情報の提供（再掲）

インターネットを活用して宮城の観光の魅力を発信し、宮城県への誘客を図ったほか、ホームページで観光情報データベースや観光地の画像を提供するシステムを運営し、本県の観光の魅力を全国に発信した（「みやぎ伊達な観光マップ」、「デジタルフォトライブラリー」）。

④来訪者の交通手段の充実や受入環境の充実に対する取組み

みやぎ観光戦略受入基盤整備事業（再掲）

高齢者、子どもづれの人、外国人等、あらゆる観光客の安全な利用に配慮した自然公

園施設の再整備や、観光客が広域的に移動しやすい環境整備のため、観光案内板等を整備した。

⑤ 2次交通の充実・活用など、交通モード間の連携に対する取組み

仙台・宮城観光キャンペーン推進事業（再掲）

仙台駅を拠点とし、県内の各観光地へのバスの旅である「伊達なバス旅」を実施した。

4-5 国際相互交流の推進

② 海外の旅行エージェントに対する商品造成・誘客の促進に対する取組み

外国人観光客誘致促進事業（再掲）

海外に向けた正確な観光情報の発信のため、海外旅行博（KOTFA, ITF, ITE）への出展やプロモーション活動を行った。また、マスコミや旅行会社等を本県に招請し、取材や視察を通じた情報発信を行った。

外国人観光客災害復興緊急誘致促進事業

震災の影響により外国人観光客が激減していることから、市場規模が大きく、本県の重点市場でもある中国からの観光客誘致を目指し、プロモーション活動の際に被災三県を対象とした数次ビザをPRしたほか、知名度と人気の高い東京都と連携し、現地での商談会の開催や、本県の復興状況を視察していただく旅行会社等招請事業を実施した。

③ 国際会議をはじめとするMICEの誘致・開催に対する取組み

コンベンション都市推進事業

本県に国際会議等のコンベンションの誘致事業を実施する仙台観光コンベンション協会に対する支援を行った。

④ 東北地方における外国人旅行者の受入環境の整備に対する取組み

みやぎ観光戦略受入基盤整備事業（再掲）

高齢者、子どもづれの人、外国人等、あらゆる観光客の安全な利用に配慮した自然公園施設の再整備や、観光客が広域的に移動しやすい環境整備のため、観光案内板等を整備した。

⑥ 訪日教育旅行の拡大に対する取組み

教育旅行支援整備事業（再掲）

海外からの教育旅行誘致のため、「みやぎ教育旅行等支援センター」を設置し、台湾等からの教育旅行の誘致に向け、現地プロモーションを実施した。

4-6 「連携」の推進

②東北観光推進機構との連携に対する取組み

東北観光推進機構等と連携した取組強化

東北地方への誘客を図るために、東北観光推進機構等と連携した取組を実施した。東北の認知度をアップさせ、国内外からの観光客の誘致を推進するため、国内におけるフォーラムの開催や、国外における各種プロモーションの実施などを官民が一体となって実施した。

③複数地域間の広域連携に対する取組み

隣接県との県際連携

秋田県、岩手県、山形県、福島県との県際地域において広域観光の推進を図った。(仙山交流連携促進事業、最上・雄勝・大崎連携交流事業、岩手・宮城県際広域観光推進事業、栗駒山麓広域連携事業、県際交流事業)

平成26年春に開催する仙台・宮城【伊達な旅】春キャンペーン2014においては、山形県DC、福島県プレDCと連携したガイドブック紙面を作成することとしたほか、両県を目的地とするバスの旅を造成した。

④隣接ブロック地域との連携に対する取組み

仙台・宮城DCでは、隣接三県の6市町が、協議会の構成員となって、広域観光に努めた。

⑥旅行者、交通事業者、宿泊施設等の観光関係者間の更なる連携に対する取組み

観光立県みやぎ戦略推進事業

観光地づくりへの観光関係団体、観光関連事業者だけでなくその他の産業の従事者や県民に参加を促進するための取組を実施した。

みやぎ観光創造県民条例に基づき設置する、有識者、観光関連事業者、関係団体、ボランティア等の県民による県民会議を開催し(3回)、「観光王国みやぎ」実現のための施策等についての意見聴取を行った。平成25年度は、平成26年度からスタートする第3期みやぎ観光戦略プランについて意見を聴取した。

⑦農林水産業・加工業者との連携に対する取組み

仙台・宮城観光キャンペーン推進事業(再掲)

官民一体の組織であり、仙台・宮城観光キャンペーンの推進母体である仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会において、各地の観光資源の磨き上げや新たな観光資源の発掘を行い、旅行会社に提案するなど、農林水産業等が連携し観光振興と地域の活性化に努めた。

(4) 秋田県

4-1 震災からの観光復興

④誘客促進、風評被害対策としての観光情報の発信の取組み

韓国、台湾のパワーブロガーを招聘して秋田県内を視察してもらうことにより、秋田県の安全・安心をPRするとともに、最新の観光情報をフェイスブック等でダイレクトにエンドユーザーへ情報発信する取組を行った。

4-2 「東北ならではの」観光素材の発掘と磨きあげ

①地域が主体となって持続的に推進できる観光地域づくりと滞在交流型観光の推進の取組み

観光が「総合戦略産業」として発展・成長していくため、本県観光をリードする重点エリアを対象に、意欲ある地域の観光関係者と市町村、県等が一体となって、自ら地域の実情を見直し、課題整理を行うとともに、それを基盤として解決方策や工程表などを作成することにより、今後の取組・施策に反映させ、“選ばれる秋田”をめざすこととした。

(例)

○横手・増田エリア

平成25年12月に重要伝統的建造物群保存地区に選定された。

増田地区では、観光地としての住民の意識醸成研修や見学施設のトイレのウォッシュレット化により受入態勢の整備を行っている。

また、重伝建地区の通りはWi-Fi環境が整備されつつあり、飲食店も新たに開店するなど誘客に向けての動きが見られてきている。

○鳥海エリア

地域の酒蔵巡りと食とのコラボ及び宿泊を組み合わせた周遊コース商品開発のためのモニターツアー及びファミツアーの実施や湿原巡りを消費活動に結び付ける仕組み作りの検討をしており、環鳥海全体の資源を活用した広域観光を目指している。



②東北ならではの「おもてなし」の磨きあげの取組み

観光客をオール秋田で「おもてなし」をし、「また秋田にきたい」と思わせる雰囲気を広げていくことを目指して、県内各地の地域や職場の仲間、団体などが「おもてなしSTAFF」として登録する「秋田おもてなし運動」を展開した。(登録グループ数：843団体、登録人数：69,130人)

③地場産業を取り込んだ観光振興・地域活性化（地産地消を含めた地域の活性化）の取組み

食農観等の地域資源を活用した商品開発や販売促進、観光誘客などを推進する重点支援地域5地区において、重点的・集中的な取組を行った結果、新商品の売上増加、販路拡大、知名度向上、観光客増加などの成果が現れてきている。

④四季折々の優れた景観の活用と保全の取組み

白神山地が世界自然遺産として20周年を迎えるにあたって、青森県と連携して、シンポジウムや研修会などを開催し、白神の環境保全とその活用について議論を深めるなどの取組を行った。

⑤地域独自の観光イノベーションの取組み

地域の課題を整理し、その解決策について協議や実証事業を行った。
(4-2-①再掲)

⑥ニューツーリズムの創出、他産業との連携強化の取組み

鉱山技術を活かした資源再利用などのエコツーリズムによる教育旅行誘致や、宿泊と酒蔵巡りを組み合わせたモニターツアー、新たな旅行形態としての体験・交流型旅行の企画・開発、モデルツアーの実施などに取り組んだ。

4-3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

①情報発信、プロモーションの見直しへの取組み

秋田DCを絶好の機会ととらえ、「だれだ?」「秋田だ!」をキャッチコピーに、秋田県の形をデザイン化したポスターを全国展開するとともに、東京都心において、竿燈などの民俗芸能の披露や本県を代表する温泉の足湯を体験できるイベント「秋田けけけ祭り」、秋田美人100人が銀座で行進を行う「秋田美人100人キャンペーン」等を実施し、イメージアップや認知度向上を図り、本県への誘客につなげた。



②冬季観光振興対策の強化・夏祭りによる誘客の更なる強化への取組み

県と鹿角市が誘致活動を行ったことにより、韓国のオリンピック代表候補が花輪スキー場でスキー合宿を行ったほか、台湾からのスキー誘客を図るため、台湾スキー旅行社の県

内スキー場視察やスキーマディアの招聘事業を行った。

③高年齢層に対する旅行の促進への取組み

J R 東日本「大人の休日倶楽部」会員向けに観光情報を掲載したパンフレットを送付し、秋田への P R と誘客促進を図った。

④教育旅行・若者の旅行の誘致促進に対する取組み

教育旅行の主な訪問先である県内市町村で構成する協議会が、北海道、宮城県、首都圏において、秋田ならではの体験メニューを紹介する説明会を開催するなど、積極的な誘致活動を行った。

⑤東北ならではの多様な旅行商品の造成支援に対する取組み

地域の課題を整理し、その解決策について協議や実証事業を行った。(4-2-①再掲)

⑥東北に行くことが支援につながる」といった機運の高まりと推進への取組み

秋田 D C を契機とした首都圏でのプロモーションを行い、本県のイメージアップや認知度向上を図り、誘客につなげる取組を行った。(4-3-①再掲)

4-4 旅行がしやすい環境づくり

①観光地における案内所や案内表示等、情報提供の充実に対する取組み

県内 29 箇所に設置されている大型観光看板についてデザインリニューアルを実施し、外国語表記の充実など観光客の利便性向上を図った。

②高齢者・障害者などの観光旅行者が円滑に旅行できる環境整備の促進に対する取組み

北秋田市と県が協働で実施する「まるごと森吉山観光振興プロジェクト」において、子どもからお年寄りまで、さらには、体が不自由な方やペット同伴の方まで「だれでも」気軽に森吉山の豊富な自然資源を体験し、楽しむことが可能な観光地づくりに取り組んでいる。

③情報通信技術の活用に対する取組み

スマートフォン向けの観光アプリケーションを作成・提供したほか、東北観光推進機構や NTT 東日本と連携し、Wi-Fi 環境の整備促進に取り組んだ。また、平成 26 年度には「秋田県総合観光ガイド」HP のリニューアルを計画しており、スマートフォンや SNS に対応したサイト構築を行うこととしている。

④来訪者の交通手段の充実や受入環境の充実に対する取組み

J R 駅から新たな観光資源となり得るスポットまでの、アクセスの利便性を高めるため、バス運行を試験的に行う事業者に対し支援を行ったほか、環日本海クルーズ推進協議会とクルーズ船の誘致活動を行うとともに、大型の外航クルーズ船の寄港に対応するため、秋田港の整備等、受入環境の充実に取り組んだ。

⑤ 2次交通の充実・活用など、交通モード間の連携に対する取組み

県内2箇所の重要伝統的建造物群保存地区を巡るルート確立のため、JRと連携し、バス運行を行う事業者に対し支援を行った。

⑥ 災害・事故発生時の情報提供に対する取組み

「秋田県総合観光ガイド」HPにおいて、観光客向けに注意喚起を行った。

⑦ 観光客の避難誘導マニュアルや避難場所、避難誘導體制等の整備促進に対する取組み

秋田県地域防災計画において、外国人並びに旅行者への被害を最小限にとどめるため、地域における救援体制の整備等、防災環境づくりに努めることとしている。また、県有観光施設の津波対策として、避難場所へ安全かつ迅速に来場者を誘導できるよう、避難訓練の実施等に取り組んでいる。

4-5 国際相互交流の推進

① 海外の一般消費者に対する情報提供の強化・利便性の向上に対する取組み

英語、韓国語、中国語（繁体字）のフェイスブックを運営し、海外の一般消費者に最新の観光情報を直接発信する取組を行った。

② 海外の旅行エージェントに対する商品造成・誘客の促進に対する取組み

韓国、台湾、タイなどの旅行エージェントを訪問し、最新の観光情報や観光ルートの提案を行ったほか、造成された旅行商品の広告支援を行うことにより、商品造成や誘客の促進を図った。

③ 国際会議をはじめとするMICEの誘致・開催に対する取組み

ワールドカップ・フリースタイル・モーグル大会などの国際スポーツ大会や、2020東京オリンピック・パラリンピック等、国際大会開催に係る国内外選手団の本県への事前合宿等の誘致活動を行った。

④ 東北地方における外国人旅行者の受入環境の整備に対する取組み

訪日外国人の利便性向上を図るため、東北観光推進機構と連携してWi-Fi環境の整備を進める取組を行った。

⑤ 姉妹都市連携の活用に対する取組み

本県を始め、県内各市町村は、世界各都市等と友好・姉妹都市提携等に基づく国際交流を行っており、本県と中華人民共和国天津市とは、相互の観光誘客事業への協力など観光分野での交流や青少年交流などを行うこととしている。

⑥ 訪日教育旅行の拡大に対する取組み

仙北市が農家民宿1泊、ホテル1泊の2泊を条件に、農家民宿に係る宿泊・体験料金を負担する事業を実施し、台湾からの高校生2校68名が農家体験や地元高校との交流を行

った。

⑦相互交流の推進に対する取組み

秋田・ソウル国際定期便の利用と青少年・文化・スポーツ等、韓国との国際交流を推進するため、交流事業や韓国への修学旅行を支援するなどの取組を行った。

4-6 「連携」の推進

①官民が一体となった活動の推進に対する取組み

台湾旅行博や、タイでのトップセールスの際には、県内事業者と連携した誘客プロモーションを行った。

②東北観光推進機構との連携に対する取組み

台湾旅行博等の海外セールスの際には、東北観光推進機構とともに誘客プロモーションを実施したほか、各種招聘事業の実施にあたっては、共同でアテンドを行った。

③複数地域間の広域連携に対する取組み

隣県との連携により誘客効果を高めるため、北東北三県観光立県推進協議会、五能線沿線連絡協議会等において、旅行商品づくりの支援や首都圏でのプロモーションなどを行った。

④隣接ブロック地域との連携に対する取組み

2015年東北新幹線の函館延伸を見据え、函館・仙台・北東北（秋田県・青森県・岩手県）が、台湾・香港メディアを招聘し、WEB マガジン、TV 等で情報発信を行った。また、日本海沿岸地域を巡るかつての北前ルートの各県（新潟県・山形県・秋田県・青森県）が連携し、台湾メディア招聘による情報発信を行った。

⑤大学等高等教育機関との連携に対する取組み

ノースアジア大学では、法学部に観光学科を設置し、観光を支える人材の育成を行っているほか、国際教養大学、秋田県立大学、秋田大学、秋田公立美術大学等、各高等教育機関と地域づくりや観光振興施策の推進における連携を図った。

⑥旅行者、交通事業者、宿泊施設等の観光関係者間の更なる連携に対する取組み

観光事業者を対象として、本県観光の振興や事業経営について学ぶ「観光秋田未来塾」を開催した。

③農林水産業・加工業者との連携に対する取組み

秋田DC等で来県する観光客にリピーターとなってもらうため、飲食事業者が本場の秋田の食をPRするキャンペーンや、県産食材提供サービスの向上を図る講習会を実施するなど、秋田らしい食文化を活かした「食のおもてなし」活動を展開した。

(5) 山形県

4-1 震災からの観光復興

④誘客促進、風評被害対策としての観光情報の発信の取組み

東北観光推進機構や他県と連携し、海外のメディアや旅行会社を招請し、観光の魅力や安心、安全情報の発信を行った。

4-2 「東北ならではの」観光素材の発掘と磨きあげ

①地域が主体となって持続的に推進できる観光地域づくりと滞在交流型観光の推進の取組み

地域づくりの活動を行う団体等が観光交流拡大に向けた地域資源の発掘・磨き上げを行う新たな取り組みを支援した。

地域資源の活用策や人材の育成、受入態勢づくりなどの地域が抱える課題の解決に必要な専門家（観光地づくりアドバイザー）を派遣した。

⑥ニューツーリズムの創出、他産業との連携強化の取組み

健康ウォーキングや温泉を中心に、様々な地域資源と連携した新しい日本型温泉クアオルト「滞在型温泉健康保養地」のまちづくりの取り組みを支援した。

4-3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

②冬季観光振興対策の強化・夏祭りによる誘客の更なる強化への取組み

平成26年6月14日から開催する山形デスティネーションキャンペーン（山形DC）のプレキャンペーンとして、「山形日和。」観光キャンペーンを、平成25年6月15日（土）から9月14日（土）まで開催しました。キャンペーンは、初夏のさくらんぼシーズンから始まり、「花笠祭り」・「新庄祭り」などの夏祭り、ぶどう、ラフランス、「芋煮会」など、収穫の秋まで続く3ヶ月間行いました。

キャンペーンの基本コンセプトは、『「日本人の心のふるさと 美しい山形」を実感できる滞在型の旅の提案』としています。「懐かしさ」、「美味しさ」、「温かさ」、「奥深さ」といったものを五感で感じていただく事で、身も心も満足していただける、そんな旅を提案できるよう、取組みを進めました。



※きてけるくん：山形DCのキャラクター。山形県の形「人の横顔」をしたほのぼのとしたキャラクターです。



日本一さくらんぼ祭り（文翔館会場）

キャンペーンのオープニングを飾るイベントとして、山形県を代表するさくらんぼをテーマに、山形からの“元気”を発信し、様々な人がつながることで”元気“を共有して東北復興を促進するため、「日本一さくらんぼ祭り」を開催しました。祭りにおいては、「見る」、「食べる」、「買う」イベントを開催したほか、祭りにあわせ、県内を訪れた方々の周遊性を高めるための「さくらんぼパスポート」の発行や、さくらん

ぼ観光果樹園の利用と

祭りのPRを組み込んだ旅行商品造成に対する助成などを行いました。

さらに、キャンペーン期間中は、県内の温泉地に宿泊したお客様だけが楽しむことができる特別なさくらんぼ狩り・「朝摘みさくらんぼ」、体験型宝さがしプログラムの「最上八宝伝」、米沢上杉文化施設共通入場券・「米沢観るパス」、「国宝五重塔ライトアップ」等、地域が創意工夫を重ねた取組みを実施し、県内外の幅広い世代のお客様にお越しいただき好評を博したところです。



「山形日和。」観光キャンペーン期間中の取組みを基に、今後はさらに改善を重ねながら、今年の山形DCで多くのお客さまに楽しんでいただけるようにしたいと考えています。

また、「山形日和。」観光キャンペーン及び山形デスティネーションキャンペーンは、「県民総参加」、「全産業参加」で取組んでいくこととしています。その一環として、県民一人ひとりが、自ら県内外の御親戚や御友人を誘い合って、山形を旅行していただき、本県の素晴らしさを実感し、それを他の方にお伝えしていく「県民みんなできてけろくん運動」を提唱しています。

「山形日和。」観光キャンペーンの経験を糧に、山形DCの成功に向けて取組んでいくとともに、これをその時限りのイベントで終わらせることなく、交流人口の拡大による地域経済の活性化へと繋げていけるよう、今後とも、取組みを進めていきたいと考えています。

4-4 旅行がしやすい環境づくり

①観光地における案内所や案内表示等、情報提供の充実に対する取組み

山形県観光情報総合サイト「やまがたへの旅」のスマートフォンと携帯電話サイトを改修し、GPSとの連動機能による観光地などへの誘導機能の充実を図った。

4-5 国際相互交流の推進

①海外の一般消費者に対する情報提供の強化・利便性の向上に対する取組み

東北観光推進機構などと連携し、メディア関係者の招請、広告の展開を行ったほか、海

外の現地旅行博覧会に出展し、山形の観光素材や旅行商品の情報提供を行った。

②海外の旅行エージェントに対する商品造成・誘客の促進に対する取組み

東北観光推進機構や他県と連携し、海外の旅行会社を招請し、実際に山形の観光資源を体験いただいた。また、旅行博出展と合わせて、現地旅行会社訪問や商談会を実施し、商品造成を依頼した。

④東北地方における外国人旅行者の受入環境の整備に対する取組み

官民で組織する山形県国際観光推進協議会の事業として、「インバウンド受入態勢整備支援事業」を実施し、外国人観光客を受け入れるための表示、案内マップの作成、研修会の実施などを行った。また、外国人観光客がインターネットを利用できるように、東北観光推進機構等と連携して、公衆無線 LAN の整備を進めている。

⑤姉妹都市連携の活用に対する取組み

友好県省である黒龍江省において、友好県省締結 20 周年の記念行事の一環として、「やまがたスキー観光セミナー in ハルビン」を実施し、山形県のスキー場の PR を行った。その後、ハルビンのスキークラブのリーダー招請を行い、蔵王温泉スキー場を体験いただき、旅行商品造成につなげた。

⑥訪日教育旅行の拡大に対する取組み

官民で山形県教育旅行誘致委員会を組織し、台湾や中国の学校関係者の招請や現地でのセールススクールを実施し、訪日教育旅行の造成につなげた。

⑦相互交流の推進に対する取組み

台湾からの相互チャーター便の誘致を行い、山形県から高校生が訪台した。

4-6 「連携」の推進

②東北観光推進機構との連携に対する取組み

構成メンバーの一員として、V J 事業の地方連携先として、招請事業やパンフレット作成などを一体となって行っている。

④隣接ブロック地域との連携に対する取組み

秋田、新潟、山形と続くデスティネーションキャンペーンを契機とした更なる誘客促進と域内での周遊促進を図っている。

⑤大学等高等教育機関との連携に対する取組み

大学院 MOT の観光コースと連携し、サービス工学等の学理に基づき、観光地域の特性やプロモーション手法の類型化等を実施、山形ならではのプロモーション手法の調査・分析を実施した。

(6) 福島県

4-1 震災からの観光復興

①記憶の伝承と復興ツーリズムの促進に対する取組み

「ふくしま観光復興支援センター」を設置しワンストップ窓口として、被災地の語り部と旅行会社等との被災地応援ツアー等のマッチングを実施。

大震災及び原発事故等の経験を風化させず、未来へと語り継いでいくとともに、“ふくしまの今”を正しく伝える「語り部」を発掘し、養成。

②震災体験や防災意識の醸成を目的とした旅行の誘致促進に対する取組み

「ふくしま観光復興支援センター」を設置しワンストップ窓口として、被災地の語り部と旅行会社等との被災地応援ツアー等のマッチングを実施。(再掲)

大震災及び原発事故等の経験を風化させず、未来へと語り継いでいくとともに、“ふくしまの今”を正しく伝える「語り部」を発掘し、養成。(再掲)

③被災地でのインバウンドへの取組み

2月に中国大学生等を招へいし、いわき市久ノ浜の浜風商店街や、県農業総合センターでの農産物放射能測定検査等の視察を通じ、SNS等により自身の言葉で本国へ向けて情報発信を実施。

④誘客促進、風評被害対策としての観光情報の発信の取組み

季刊発行の観光情報紙「ふくしまほんものの旅」、観光ポータルサイト「ふくしまの旅」において、観光情報及び観光地の放射線情報などを提供。

観光復興キャンペーン事業として、大河ドラマ

「八重の桜」の放映による注目度の高まりを生かし、メディアやイベント等で本県観光情報を発信するとともに、ドラマをきっかけに実際に本県を訪れてもらい、実際の福島を「見て、聞いて、感じて、味わって」もらうことで風評の払拭を図った。



4-2 「東北ならではの」観光素材の発掘と磨きあげ

②東北ならではの「おもてなし」の磨きあげの取組み

おもてなし向上を目指し、観光事業者や交通事業者等を対象にした「おもてなし研修会」を開催。

平成27年春のふくしまdestinationキャンペーンに向け、「福が満開おもてなし隊」として県民が参加するおもてなしの取組を展開。

4-3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

②冬季観光振興対策の強化・夏祭りによる誘客の更なる強化への取組み

冬期間の観光誘客の核となるスキー場への誘客を目指し、若年者（20～22歳）を対象に平日のスキーリフト券が無料になる「雪マジ！ふくしま」を実施。

④教育旅行・若者の旅行の誘致促進に対する取組み

子ども達が自ら決めたテーマに沿って、県内を探求し、ふくしまの新しい旅行プランを提案する『子ども「ふるさと福島」魅力発掘プロジェクト』を実施。小学校から高校まで18の学校・団体から提案があり、1月にプレゼン大会を開催。



若者の旅行需要創出に向けて、若年者を対象にした「雪マジ！ふくしま」に合わせ、旅館・ホテル、飲食店等と連携した若者向け特典企画を実施。

過去本県を訪問いただいた学校等を中心に、教育旅行誘致キャラバンを実施。併せて、教育旅行メールマガジンやホームページにより本県での教育旅行の魅力を発信。

本県の教育旅行の再生を図るため、教育機関等へアンケート調査を行い、教育機関が求める「震災を経験した福島ならではの教育旅行プログラム」の造成を行うとともに、学校関係者等に来県いただき、本県への理解を深める取組を実施。

大震災及び原発事故等の経験を風化させず、未来へと語り継いでいくとともに、“ふくしまの今”を正しく伝える「語り部」を発掘し、養成。

⑤東北ならではの多様な旅行商品の造成支援に対する取組み

平成27年のデスティネーションキャンペーンに向け、旅行会社と地域が連携しながら観光素材の磨き上げを図り、商品造成につなげる取組を実施。

4-4 旅行がしやすい環境づくり

①観光地における案内所や案内表示等、情報提供の充実に対する取組み

観光施設や二次交通での多言語化について、支援事業を実施。

③情報通信技術の活用に対する取組み

東北運輸局、東北観光推進機構、NTT、各県と連携したW I - F I 環境整備の取組を実施。

⑤2次交通の充実・活用など、交通モード間の連携に対する取組み

平成27年のデスティネーションキャンペーンに向け、地域のバス会社と連携し2次交通の整備を進めるとともに、二次交通情報をとりまとめたパンフレットを発行する。

4-5 国際相互交流の推進

①海外の一般消費者に対する情報提供の強化・利便性の向上に対する取組み

韓国、中国、台湾等で開催される旅行博に出展し、東北各県、東北観光推進機構等と連携しながら、福島県の魅力と安全性をアピール。

2月の台湾ランタンフェスティバルに、福島の伝統的な祭りである「ふくしまわらじ祭り」が海外初出演するのに併せ、官民連携して、福島の魅力伝えるプロモーションを実施。

②海外の旅行エージェントに対する商品造成・誘客の促進に対する取組み

韓国のスキー、ゴルフのエージェントや中国進出の日系企業社員旅行を扱うエージェントを本県に招へいし、福島の現状理解を促進し、魅力をアピール。

福島県を対象とした旅行商品造成に対し、広告費等の支援を実施。

③国際会議をはじめとするMICEの誘致・開催に対する取組み

これまでも、平成24年12月に開催された「原子力安全に関する福島閣僚会議」を始め、国際会議の誘致に取り組んでいるところ。

国内外のコンベンション誘致のため、主催者に対する支援事業を実施。

④東北地方における外国人旅行者の受入環境の整備に対する取組み

福島市飯坂温泉地区をモデル地域とし、地域の観光事業者等によるワークショップを重ねながら、地域における外国人受入の課題を抽出し、地域自身が解決を図る事業を実施。

東北運輸局、東北観光推進機構、NTT、各県と連携したWIFI環境整備の取組みを実施。

今後の増加が見込まれるムスリム観光客の受入体制整備に向け、県内観光事業者を対象としたセミナーを官民連携で実施。

⑥訪日教育旅行の拡大に対する取組み

5月に台湾においてトップセールスを実施し、台湾教育旅行関係者に対し、本県への教育旅行をPR

4-6 「連携」の推進

①官民が一体となった活動の推進に対する取組み

県、市町村、地域観光団体、経済団体、マスメディア、文化・体育団体等により、福島県観光復興キャンペーン委員会を組織。委員会を中心に官民が密接に連携しながら観光復興事業を展開。

③複数地域間の広域連携に対する取組み

北関東磐越五県協議会や、栃木・南東北四県協議会などにおいて、海外エージェント、メディア等の招へい事業を実施。

④隣接ブロック地域との連携に対する取組み

北関東磐越五県協議会や、栃木・南東北四県協議会などにおいて、海外エージェント、メディア等の招へい事業を実施。

⑥旅行者、交通事業者、宿泊施設等の観光関係者間の更なる連携に対する取組み

平成27年春にJR、旅行会社と連携しながら「ふくしまデスティネーションキャンペーン」を実施。平成26年のプレキャンペーン、平成28年のアフターキャンペーンの3年間を通じて、市町村や地域観光団体と協力しながら観光地の磨き上げや受入体制の充実に取り組む。

