

1. 震災後の東北の観光をめぐる状況

<震災後の観光をめぐる状況>

- 被災地への観光客の激減とボランティアツアーや復興応援ツアーの催行
- 風評被害等による国内旅行需要の減少、訪日旅行の激減

<東北地方における従来からの課題>

- 他産業との取組み、地域住民を含めたおもてなしの必要性
- 近隣の市町村・観光地間の連携が不十分
- 東北の魅力が首都圏等の人々に十分届いていない
- 冬まつりや、冬の東北の魅力が十分知られていない
- 旅行需要が旺盛な中高年齢層の増加
- 若者の所得の減少、旅行への関心の低下等による旅行離れ
- 訪日旅行者の戻りが鈍い、パスポート取得率等も他圏域より低い

<必要とされること>

- 被災地への旅行需要の喚起、記憶の風化や復興需要の減少への対応
- 東北全体での誘客プロモーション、正確な安全・安心情報の発信

- 他産業との取組み、地域住民を含めたおもてなしの醸成
- 複数の市町村・観光地間の連携による広域観光ルートの形成
- 東北を訪問したくなるような情報発信
- 冬の観光需要の喚起、東北ならではの冬の魅力の打ち出し
- 中高年齢層のニーズを踏まえた魅力的な地域づくり
- 教育旅行や若者の旅行の促進
- 訪日旅行者回復の努力、パスポート取得率の向上・海外旅行の機運盛り上げ

2. 基本方針

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推進 / 「連携」の推進

3. 目標

東北6県の観光関係統計数値において、震災前の実績値を上回ることを目指す。

【参考(平成22年の観光関係統計数値)】

観光入込客数=9,464万人(注)
 宿泊者数=3,025万人
 外国人宿泊者数=50.5万人
 教育旅行実施数=540校
 国際会議の開催件数=86件

(注)観光庁の基準による実入込客数の6県合計(秋田県は推計値)

4. 必要な取組み

① 震災からの観光復興

- 記憶の伝承と復興ツーリズムの促進
- 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
- 被災地でのインバウンドへの取組み
- 誘客促進、風評被害対策としての観光情報の発信

② 「東北ならではの」観光素材の発掘と磨きあげ

- 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
- 東北ならではの「おもてなし」の磨きあげ
- 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)
- 四季折々の優れた景観の活用と保全
- 地域独自の観光イノベーション
- ニューツーリズムの創出、他産業との連携強化

③ 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

- 情報発信、プロモーションの見直し
- 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
- 中高年齢層に対する旅行の促進
- 教育旅行・若者の旅行の誘致促進
- 東北ならではの多様な旅行商品の造成支援
- 「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

④ 旅行がしやすい環境づくり

- 観光地における案内所や案内表示等、情報提供の充実
- 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
- 情報通信技術の活用
- 来訪者の交通手段や受入環境の充実
- 2次交通の充実・活用など、交通モード間の連携
- 災害・事故発生時の情報提供
- 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

⑤ 国際相互交流の推進

- 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
- 海外の旅行エージェントに対する商品造成・誘客の促進
- 国際会議をはじめとするMICEの誘致・開催
- 東北地方における外国人旅行者の受入環境の整備
- 姉妹都市連携の活用・訪日教育旅行の拡大
- 相互交流の推進

⑥ 「連携」の推進

- 官民が一体となった活動の推進
- 東北観光推進機構との連携
- 複数地域間の広域連携
- 隣接ブロック地域との連携
- 大学等高等教育機関との連携
- 旅行業者、交通事業者、宿泊施設等の観光関係者間の更なる連携
- 農林水産業・加工業者との連携

5. 施策の推進に向けて

● 東北の観光を取り巻く大きな変化への対応

- 地域の特色ある観光素材の発掘・磨き上げによる観光地域づくり。
- 広域的な、あるいは東北一体の情報発信・プロモーション。
- 地域住民を含めた全員でのおもてなし。

● 観光の力による震災からの復興に向けて

- 「絆」に基づく被災地への再来訪。
- 観光施策を推進し、地域の伝統、文化等の維持や地域の産業を再生していくことを通じて被災地の復興につなげていく。

● フォローアップ

- 25年度から5年間毎年度フォロー。