



東北観光基本計画 の取組状況 ～フォローアップ結果～



構 成

⊕ 東北観光基本計画の概要

⊕ 具体的取組

- 1 震災からの観光復興
- 2 「東北ならではの」の観光素材の発掘と磨きあげ
- 3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり
- 4 旅行がしやすい環境づくり
- 5 国際相互交流の推進
- 6 「連携」の推進

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 情報発信の強化 / 新たな魅力の発掘など、これまでの延長でない取組み
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」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M ICE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

● 観光の力による震災からの復興に向けて

● フォローアップ

- ・地域の特色ある観光素材の発掘・磨きあ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。
- ・「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。

1 震災からの観光復興

・太平洋沿岸被災各地の観光復興対策を継続的に支援。

滞在を促進する仕組みの構築

- (1) 「アクティブ・ラーニング」受け入れ基盤整備
- (2) 「MICE・教育旅行等」受け入れ環境整備及びプロモーション



石巻津波伝承ARの活用



石巻圏における受け入れ環境整備のための研修

地域の情報発信体制の確立

- (1) ポータルサイト「東北物語」による広報展開
- (2) メディア媒体（交通媒体）等を活用した広報展開
- (3) 13エリアへのイベント等支援
- (4) 「相双ナビ」の構築による広報展開
- (5) 体験・遊び予約サイト「アソビユー」を活用した旅行商品情報発信



ポータルサイト「東北物語」



イベント支援(南三陸町)



体験・遊び予約サイト「アソビユー」

風化防止の啓発活動

- (1) 東北観光サポーター運動の展開
- (2) 語り部ガイドの育成、データベース化
- (3) 教育旅行の促進、プログラム開発
- (4) ツーリズムEXPOジャパン各種イベント出展



ツーリズムEXPOジャパン



語り部による学びのプログラム

送客の支援

- (1) 東北道の駅スタンプラリーの実施による広報展開
- (2) スマートフォンアプリ等各種媒体を使用した「HAPPYDRIVE東北2015」の実施による沿岸部等への送客支援



「HAPPYDRIVE東北2015」スマートフォンアプリ



スタンプラリーガイドブック

※別途、福島県が実施する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実施。

1 震災からの観光復興

・被災各地において、語り部ガイドや語り部タクシーが活動を推進するとともに、語り部ガイド等と連携した復興に関連するツアーを引き続き催行。

■ 陸前高田被災地語り部くぎこ屋(陸前高田市)



2013年3月から、この事業を始め、今まで語り部、及び講演をさせて頂いた人数は、2016年1月現在、40,000人を超えている。東日本大震災の現地を視察してもらい、東日本大震災で何が起きたかを知っていただき、もう一度自分の町の防災について真剣に考えるきっかけになることを願いたい、とのことです。災害は、必ず起こります、でも減災はできるんです。自分の愛する人大切な人の命を守りたいのであれば、是非、被災地に来て現地を見ていただきたい。



■ 三陸鉄道スタディーツーリズム震災学習列車(三陸鉄道)



三陸鉄道社員または沿線住民が車内で震災の状況などを案内。被災状況がご覧いただける場所にて、一旦停止または徐行運転。臨時列車にて運行。2014年度は約1万人が乗車。特典として、記念乗車証明書を全員に発行。

【所要時間】約70分

【受入人数】

北リアス線：座席数48～57名の車両

南リアス線：座席数48～58名の車両

※最大車両編成：北リアス線4両

南リアス線3両

■ 震災を風化させない為の語り部バス(南三陸ホテル観洋)



津波の被害により自らも被災者となったホテルスタッフが、「語り部」となって当時の様子と南三陸の現状をバスで案内する。

2012年2月のスタートから2016年3月現在、乗車人数は延べ30万人以上に。復興に向けて日々変化する町の様相を見て回るだけではわからない実体験、教訓を伝える。

【所要時間】毎朝 8:45～ 約60分

【料金】500円(中学生以上)

250円(小学生以下)



■ 福島バス物語(福島県観光二次交通連絡協議会)



< 南相馬ソーラー・アグリパーク体験 >

太陽光発電所と植物工場を舞台とした体験学習を通して、地元の子供たちの成長を支援し、全国の人々との交流を行う復興拠点。

本物の太陽光発電所と実際に野菜を生産している植物工場を見学し自然のエネルギーを実体験。

市内の移動はタクシー。運転手さんの体験談を聴いていただきながら津波被害の爪痕も訪問。手づくりのお弁当も楽しみの一つ。



< 相馬復興！ 海鮮丼とタクシーパック >

多くの支援への感謝の気持ちと松川浦を復興させたい思いで旅館や飲食店主が「復興丼」をつくった。タクシー運転手が体験談を交えながらいまだに残る震災の爪痕と着々と復興に進む相馬市の姿をガイド。

1 震災からの観光復興

・被災各地において、記憶の伝承と復興ツーリズムの促進を行うとともに、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等を行っている。

■いわて三陸観光応援バスツアー(岩手県)



○三陸観光プラットフォームを設置し、震災語り部ガイド団体のネットワーク化やスキルアップ研修、被災地の一元的な情報発信などを実施。

○プラットフォームに中核コーディネーターを配備し、観光地づくりを推進。

○沿岸部での観光・食事・買物のほか、「震災語り部ガイド」による体験談などを組み合わせ復興を支援する「いわて三陸観光応援バスツアー」の運行を支援。(上期:4コース、下期:3コース)

■語り部タクシー(東北ハイタク連合会)



○震災から5年を経過した現在も語り部タクシーのニーズは一定数あり、東日本大震災を後世に語る次ぐ役割を担っている。

○乗務員のスキルアップも行っており、外国人に対応すべく、タブレット端末を活用した接客講習なども行っている。



○平成24年11月～27年12月までの利用状況は4,424回 14,299人
【蒲生・荒浜・閑上・仙台空港方面】3,453回 10,471人
【東松島・石巻方面】517回 1,982人
【南三陸・気仙沼方面】355回 1,425人

■みちのく潮風トレイル・JATAの道プロジェクト(JATA東北支部)

○環境省「グリーン復興プロジェクト」と連携したJATA東北復興支援活動。環境省の設定する「みちのく潮風トレイル」の全区間について、本年度から2020年度までの7年間に亘り、延べ1000名の参加を目的にトレイルの整備活動を継続するとともに、新しい東北観光の実現を目指す。

○本年度の活動内容

- ・福島県新地町、相馬市にて開催
- ・平成27年10月23日(金)～24日(土)
- ・参加人員 52名
- ・新地町、相馬市の「みちのく潮風トレイル」コースを体験、相馬市へ観光案内ボード2基を贈呈した。



■教育旅行誘致に向けた取り組み(東北観光推進機構)

○防災・減災教育を東北ならではのコンテンツとして、教育旅行誘致に向けた「東北教育旅行セミナー」、学校関係者・旅行会社担当者を対象とした「教育旅行招請事業」、北海道新幹線の活用を見据えた「修学旅行説明会」(主催:JR北海道)への協力などの取り組みを行った。

○平成27年度の実施状況

- ・東北教育旅行セミナー (7/28東京会場、10/1大阪会場、3/11札幌会場)
- ・教育関係者招請(8/2～4首都圏学校関係者)
- ・旅行会社招請 (6/24～26NTA、9/3～5KNT)
- ・修学旅行説明会 (11/5～13札幌、函館、室蘭、苫小牧)



2 「東北ならではの」の観光素材の発掘と磨きあげ

- 観光地づくりをビジネスにつなげる観光地ビジネス創出の総合支援を展開。
- 地域資源を活用した観光地魅力創造事業を一体で実施。

「観光地ビジネス創出の総合支援」

- 観光地づくりをビジネスにつなげるにより観光地づくりの取組を自立かつ継続的なものとする。
- 売れる旅行商品を開発、観光地の担い手育成、自立経営への誘導等を行い、観光地づくりを推進
- 東北では9つの地域で実施
- 福島県喜多方市では「漢字、古代文字の街づくり」活動を通じて、街全体が漢字のまちとして認知されるための取組を実施、その取組を昇華させたものとしてツアーを企画し実施。
- 直近では、古代文字を楽しむ「地酒秘蔵ツーリズム」を企画。秘蔵ガイドの案内で「漢字(古代文字)」と「秘蔵の美酒」を楽しむ。



「地酒秘蔵ツーリズム」ツアー

「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。

《27年度実施地域》

◇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

◇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

◇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

◇会津若松市
会津の武家文化・建物等を活かした観光振興



民泊(陸前高田市)



白石城

2 「東北ならではの」の観光素材の発掘と磨きあげ

- ・滞在交流型観光の推進への取り組みや、「おもてなし」の磨きあげ、地場産業を取り込んだ観光復興・地域活性化、四季折々の優れた景観の活用等の取り組みが行われた。

【福島県】「おもてなし研修」を全県で開催

- デスティネーションキャンペーン(DC)を契機として、地域のおもてなし力向上を図るため、観光関係者、一般県民などを対象にした「おもてなし研修」を全県で開催しているほか、県民みんなで観光客をおもてなしする「福が満開おもてなし隊」活動、観光地を花で飾り観光客をお迎えする「花いっぱいおもてなし運動」に取り組んだ。
- おもてなし隊についてはDC期間までに15万人の登録があり、一層の取組の強化を図るため、「U-18(アンダーエイティーン)」の継続募集に加え、「お客様からのあたたかい言葉」や「ふくしまで出逢ったおもてなし」事例の新規募集を行った。



【青森県】「青森りんご」の知名度を活かしたドラマ撮影誘致

- 台湾においては、「青森りんご」の知名度が高ことから、リンゴの収穫時期に合わせて、台湾の視聴率ナンバー1ホームドラマの撮影を誘致した。
- りんご園をはじめ、紅葉の八甲田や蕪島で撮影を行い、観光地としての青森県の知名度が向上した。



【宮城県】松島“湾”ダーランド構想事業

- 全国的に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、県と関係市町村において「松島“湾”ダーランド構想」を具現化する「松島湾ダーランド推進計画」の策定を進めている。

【日本ホテル協会東北支部】地元食材を使った料理教室

- 名取市の農業生産法人「北釜ファーム」において、地元食材の魅力をしてもらう試みで栽培した野菜を使った料理教室を開催。
- ホテルメトロポリタン仙台中国料理の料理長が講師として参加。今後も協力していく予定。



【日本観光振興協会】世界遺産「橋野鉄鉱山」を中心としたガイド講習会

- 世界遺産となった「橋野鉄鉱山」を中心にガイド講習会を実施。実際の案内を通じて観光ボランティアの心構えやお客様の望むおもてなしの技を伝え、ガイドの育成と現場の抱える問題点等の改善を実施した。

3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

・ デスティネーションキャンペーンを始め、東北各地でキャンペーン等を実施。
各県の観光入込客数増に貢献。

【福島県】 福島デスティネーションキャンペーン

○平成27年4月から6月にかけて「ふくしまデスティネーションキャンペーン(DC)」を開催。JRグループの発信力を最大限活用し、積極的な情報発信を行うとともに、特別企画の実施、県民が一丸となったおもてなしの取組などを行った。期間中、観光客入込数が前年比12.2%増加の13,575千人となり、震災以降最多を記録した。

○また、アフターDCとして平成28年4月から6月にかけて開催する『「福が満開、福のしま。」福島県観光キャンペーン2016』に向け、DC3年間の集大成として、地域主体での観光振興の取組を地域に定着化させるための取組を進めた。



【山形県】 やまがた雪フェスティバル

○平成28年1月29日～31日に寒河江市において開催。「山形の冬の魅力」「雪の楽しさ」を発信することにより、冬季観光客の底上げを図るとともに、県内各地への再訪・回遊を促進した。

○3日間の来場者は16万1千人となり、成功裏に終えることができた



【岩手県】 うまっ！いわて秋冬期観光キャンペーン

○平成27年10月から平成28年3月の間、秋冬期の観光キャンペーンとして開催。

○各種イベントでのPRやキャンペーンポスター、ガイドブックなどを作成し、岩手県の魅力発信に取り組んだ。

○また、冬季国体参加者等を対象に「体感！まるごと岩手スペシャルバスツアー」(4コース)を運行した。



【宮城県】 スカイジャーニー仙台・宮城キャンペーン

○新たな観光市場の開拓が求められていることから、中部以西からの誘客強化を図った。

○主要就航路線である福岡・名古屋・広島
の3路線で航空会社と連携した「スカイ
ジャーニー仙台・宮城キャンペーン」を
9月5日から12月19日まで実施し、
それぞれの地域において観光PRなどを
実施した。



3 東北を巡りたくなる雰囲気づくり

● 観光資源の情報発信を行い、東北六県への来訪促進を図るため、「東北六県見るもの・食べもの・買いもの100選」を選定

概要

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。

JNTO等を通じて海外へのPRを行うとともに国内旅行者に対しても広く周知。

○募集期間
平成27年12月24日～28年1月25日

○応募主体
地方公共団体、観光振興団体、商工会議所等

○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 ※人物は対象外

○募集カテゴリ
・見るもの（風景、建造物、祭り等）
・食べ物（ご当地グルメ、飲みもの等）
・買い物（伝統工芸・特産品等）
・体験（宿泊・観光施設、乗りもの等）

○選定方法
審査委員会の11人の審査員により、おすすめ3点の事前選出・投票。
審査委員会を開催し協議のうえ選定。

実施結果

- 応募総数 : 1302 (見るもの 558 食べもの 310 買いもの 167 体験 267)
- 選定結果(カテゴリ重複含む)

カテゴリ/県名	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	合計
見るもの	9	5	8	9	5	8	44(40)
食べもの	7	5	5	5	2	1	25(25)
買いもの	3	2	4	2	1	3	15(14)
体験	9	4	1	5	3	3	25(21)
合計	28	16	18	21	11	15	109(100)

見るもの

青森ねぶた祭り(青森) 大曲の花火(秋田)
宝珠山立石寺(山形) 仙台七夕まつり(宮城)
盛岡さんさ踊り(岩手) など



青森ねぶた祭り

食べもの

きりたんぼ(秋田)
さくらんぼ(山形)
南三陸キラキラ丼(宮城)
盛岡三大麺(岩手)
八戸せんべい汁(青森)



きりたんぼ

買いもの

鳴子こけし(宮城) 会津塗(福島)
南部せんべい(青森、岩手) など

体験

みちのく潮風トレイル(青森、福島、岩手、宮城) 銀山温泉(山形) など 10

4 旅行がしやすい環境づくり

・乗ること自体が楽しい交通手段や域内交通の充実・活用を推進。

レンタカー東北周遊観光推進協議会

東北地方において、国、県、市、レンタカー事業者、観光関係者等と密接に連携し、国内外からの観光客を対象に先ず東北の交通拠点である仙台・宮城地域を手始めとして、レンタカーの活用による周遊観光推進を検討する。なお、協議会のメンバー及び取組内容は適宜拡充を図り、今後東北全体の展開を目指していく。

○協議内容

- 1)「レンタカー東北周遊観光促進計画」の推進に関すること。
- 2)1)のほか、レンタカーの利用促進に関する課題と対策の協議に関すること。
- 3)計画の見直しに関すること。

〔東北管内におけるレンタカーの乗捨状況〕



※乗捨件数の最も多い岩手→宮城を100として算出した線の太さ
※平成26年5月～10月、個人及びエージェントの総客による利用



紅葉ドライブマップの作成

※検討会議構成員：

宮城県観光課、仙台市観光交流課、仙台市国際プロモーション課、東北観光推進機構、宮城県レンタカー協会、JATA東北支部、宮城県観光連盟、仙台観光国際協会、JAF東北本部、NEXCO東北支社、日本航空(株)仙台支店、ANAセールス(株)仙台支店、トヨタ自動車株式会社、株式会社トヨタレンタリース宮城、株式会社トヨタレンタリース仙台、ニッポンレンタカーサービス株式会社株式会社駅レンタカーシステム、株式会社日産カーレンタルソリューション、株式会社ジェイアール東日本企画、株式会社JTB国内旅行企画東北事業部、株式会社近畿日本ツーリスト東北仙台団体旅行支店、株式会社日本旅行営業企画本部東北仕入販売センター、東北「道の駅」連絡会、東北運輸局観光部

東北地方高速バス共通インバウンドフリーパスの導入に向けて

インバウンド旅行が団体からFITへと旅行形態がシフトすることが確実に見込まれる中、東北の課題である観光二次交通の充実を図るべく、インバウンド向けに高速バスの共通フリーパスの導入を検討する。

東北観光の最大の課題の1つは観光二次交通の充実であり、特に今後、インバウンド旅行が団体からFITへと旅行形態がシフトすることが確実に見込まれる中、貸切バス以外の公共交通の充実が必要となる。

- ・ 主要な観光拠点を繋ぐ高速バスの共通フリーパスを導入すべく検討会を立ち上げ（平成27年11月25日）。

<検討会構成員>

各県バス協会会長、ジェイアールバス東北、東北六県バス協会連合会、東北観光推進機構（事務局：東北運輸局）

- ・ 検討会において企画案を決定次第、協議会を設立し、導入に向けて調整を行う。

<共通フリーパスのイメージ>

・平成20年度に実施した「東北おとくパス！」の枠組みを活用し、東北全エリアを対象とする。（今回はインバウンド限定）

<今後>

- ・平成28年夏～秋頃の販売を目指す。

4 旅行がしやすい環境づくり

・無料公衆無線LAN、多言語対応などの受入環境整備を推進。

訪日旅行者数2000万人の受入に向けた 東北ブロック連絡会

- 東北運輸局や東北6県、関係事業者等を構成員とする連絡会を平成27年3月に設置。
- 外国人旅行者数の拡大や受入環境整備について、今後の方針等のとりまとめを行った。

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

Wi-Fi環境の整備（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「るーぷる」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。
 <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



5 国際相互交流の推進

・外国人旅行者の滞在日数に見合った、訪日を強く動機づける「広域観光周遊ルート」の形成を促進し、海外へ積極的に発信。

【東北観光推進機構】広域観光周遊ルートの確立に向けた取り組み

○観光庁が募集した広域観光周遊ルート形成促進事業に応募し、全国7つの認定ルートのひとつとして「日本の奥の院・東北探訪ルート」(Exploration to the Deep North of Japan)が認定された。東北各県及び16拠点市町村と連携し、観光素材の発掘・磨き上げ、外国人モニター調査を経て、周遊ルートの設定を行う予定。また、多言語でのナビゲーションシステムや専用ホームページの開発等を行っている。

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

申請者(事業実施体制)

【会長】東北観光推進機構会長 清野 智
 【事務局】東北観光推進機構
 【構成員】東北6県、新潟県、仙台市 ほか

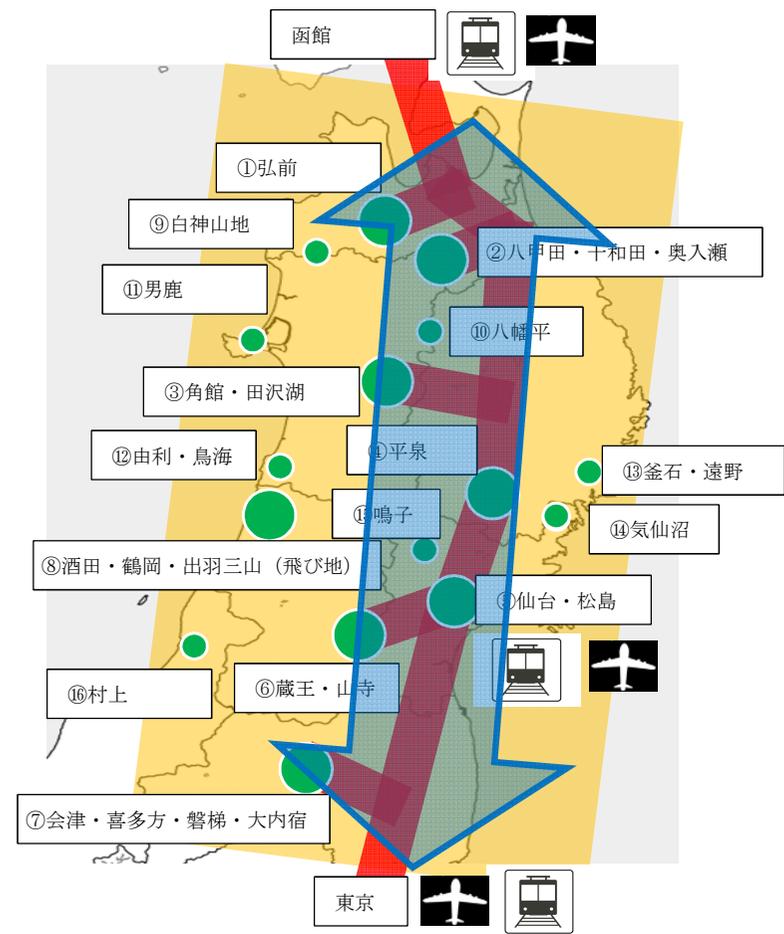
目標設定・成果把握

【目標設定】東北運輸局「東北観光基本計画」と同一の目標を設定
 【成果把握の方法】発表される観光関係統計数値

事業の概要

- 【広域で取り組む主な事業】
- (1)事業計画策定・マーケティング
 - ・海外での市場動向等を把握し、事業計画を策定
 - (2)受入環境整備・交通アクセスの円滑化
 - ・外国人現地調査により、必要な受入環境を洗い出し整備
 - (3)滞在コンテンツの充実
 - ・既存滞在コンテンツの集約と検証
 - (4)対象市場に向けた情報発信・プロモーション
 - ・既存コンテンツを見直し、ルート形成に合った情報発信とプロモーション

対象地域の地図



広域観光拠点地区 (Green oval)
 主要広域観光ルート (Red arrow)
 広域観光促進地域 (Yellow area)
 主要ゲートウェイ施設 (Icons for plane, train, and bus)

5 国際相互交流の推進

海外の旅行会社やメディア等を東北に招請し、スキーやトレッキング、冬祭り等のテーマに沿って、各施設を視察し、東北への旅行商品の造成、認知度向上を図るための施策を実施した。

スキーをテーマとした東北の魅力をスキーの人気が高い豪州や中国でPR

- スキーに関心の高い豪州、そして昨今人気が高まっている中国からそれぞれ旅行エージェントを招請。
スキー旅行の目的としての東北の理解を進め、旅行商品造成を促進。
- 豪州で開催されたスキー旅行博に出展し、東北のスキー場を中心とした観光魅力について、直接現地消費者にPR。



鉄道で旅する東北をテーマに、個人旅行者が比較的多い、台湾、香港、タイのメディアを活用した発信

- 台湾・香港・タイのメディアを東北に招請し、メディアの影響力を活用して、一般消費者に向けて東北の現状を伝えるとともに、「JR EAST PASS」等、個人旅行で利便性の高いツールの活用と旅行者の目線に即した魅力的な東北の鉄道の旅を発信。



風評被害が厳しい韓国において、現地で人気がある特定目的(トレッキング、スキー)のツアーを発信

- 風評被害が根強い韓国市場においては、一般観光ではなく、韓国で人気のあるトレッキングやスキーをテーマにした東北ならではの素材を視察させるための現地エージェント等の招請を実施。



台湾からの教育旅行誘致に向けた取組

- 日本政府観光局(JNTO)主催の台湾教育関係者招請事業を活用し、台湾の教育旅行関係者を東北地域に招請。
- 教育的な観点から見た東北の観光資源等について情報発信するとともに、地元の教育関係者との意見交換等を実施。



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として、東北一体となった現地イベントを開催したほか、現地旅行会社と東北の観光関係者の商談会を開催し、東北のセールスを行った。

「東北プロモーションin台湾」の開催 (VJ地方連携事業)

・台湾にて東北六県が一体となったプロモーションを行い、東北地方への誘客を図りつつ、東北の現状について正しい情報を伝えるとともに観光情報を提供し、東北向け旅行商品の造成・販売を促進。

○平成27年12月2日～3日
台中と台北で現地旅行会社・航空会社向け東北観光セミナー開催

○平成27年12月3日
・台湾旅行会社及び航空会社への表敬訪問
* 台北(2団体)を表敬訪問



・商談会の開催



・現地旅行会社・航空会社参加者数: 台中 68社(109名)、台北 77社(121名)
・東北側観光関係者: 台中 39団体(49名)、台北 52団体(71名)

「日本東北遊楽日」の開催

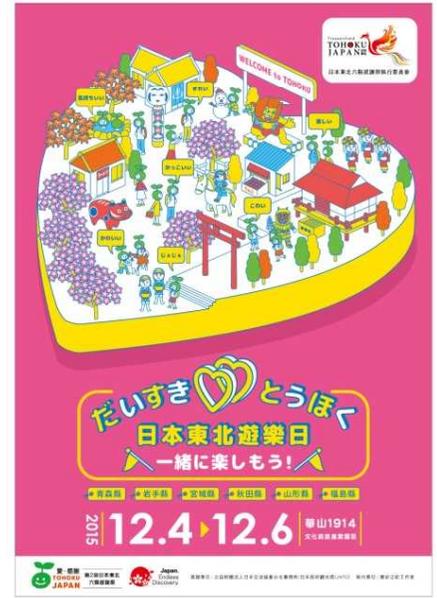
・平成26年度の日本東北六県感謝祭に続き、平成27年12月4日～6日に東日本大震災からの復旧・復興に対する台湾からの支援に感謝するとともに、東北の観光PRを行う「日本東北遊楽日」を開催。
・3日間で5万人を超える来場者があり、ステージや各ブースで東北の観光魅力を発信。



《Facebook連動広告》



TTV 台湾電視公司 12月5日

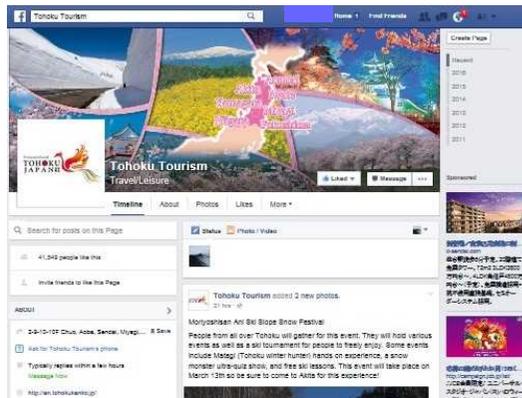


〈イベントポスター〉

SNSや現地有力サイトを活用し、現地目線で、タイムリーな東北の観光情報発信を展開。また、経済効果の高いMICEの誘致を推進する体制を構築。

SNSを活用したタイムリーな情報発信

- ・ 昨今影響力の大きさが注目されている「facebook」や「新浪微博」といったSNSを活用し、英語圏市場、アジア・イスラム圏市場、韓国市場、中国市場に向けて東北の現状や観光魅力を現地スタッフの目線でタイムリーに発信。



英語圏市場向けFacebook
(<https://www.facebook.com/TohokuTourism>)



アジア・イスラム圏市場向けFacebook
(<https://www.facebook.com/EnjoyTohokuFood>)



韓国市場向けFacebook
(<https://www.facebook.com/tohokukanko.kr>)



中国市場向けWeibo
(<http://weibo.com/dvongbei>)

台湾の現地有力サイトを活用した情報発信

- ・ 台湾で日本旅行サイトとして、有力なラーチゴを活用し、東北の観光情報を発信。
- ・ 現地スタッフを招請し、現地目線で取材し、ウェブに掲載することで、台湾のニーズを踏まえた東北の魅力を効果的にPRした。



現地有力サイト(ラーチゴ)



取材の様子

東北へのMICE誘致の強化に向けた取組

- ・ 観光庁は、2015年6月に仙台市をグローバルMICE強化都市に選定するとともに、同年7月には、青森市を東北で6市目の国際会議観光都市に認定。
- ・ 仙台市は、MICE強化都市として、専門家による国際会議誘致のためのマーケティング及びプロモーション活動の高度化のための指導などにより、誘致力の底上げを図った。



6 「連携」の推進

- 東北観光親善大使「株式会社劇団ニホンジンプロジェクト」との連携。
- 大学等との連携による育成プログラムの開拓。

東北観光親善大使「株式会社劇団ニホンジンプロジェクト」の任命、さらなる連携

- 東北運輸局と東北観光推進機構では「MONKEY MAJIK」、「Rake」「東北楽天ゴールデンイーグルス」に引き続き、第四弾として27年7月に仙台を拠点に活動する「株式会社劇団ニホンジンプロジェクト」を東北観光親善大使に任命。鉄道フェスティバルや函館市主催イベント、「HAPPYDRIVE 東北2015」とコラボ、道の駅にてイベントを実施。



任命式の様子



道の駅コラボイベントの実施

「次世代観光経営者育成プログラム」

- 本プログラムは、2012年度より観光庁の人材育成事業として立ち上げ、山形大学や山形県、山形県内の旅館関係者協力を得ながら事業を実施。
- 地域と共に生きる経営者として、基礎的な経営スキルを身につけ、強い意志とビジョンに基づき、知識と実際の行動を一致させ、事業を変革していくリーダーを育成することが目的。



- 24年度に山形、25年度は山形、山口、26年度より山形大学において独自でプログラムで実施し、山形県内始め、長野県や熊本県など、全国各地から受講。

6 「連携」の推進

- 東北全体で共通の海外プロモーション用ロゴマークを使用することとし、プロモーションのあらゆる場面で活用。
- 海外メディアや旅行会社の視察や商談会等において、東北以外の隣接ブロック地域と連携した情報発信。

海外プロモーションでの「東北の観光」ロゴ・マークの活用

- 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、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。
- 広告、バナーなどあらゆる場面で掲出し、東北一体としての認知度向上を図った。



「東北観光」ロゴマーク



上海セミナー



台湾感謝イベント



タイ旅行博出展

東北以外の地域との連携の推進

- 北海道新幹線開業を契機として青森と道南地域と連携してサイクルツーリズムをテーマに青函圏に台湾のアウトドア雑誌や旅行会社を招請し、青函圏の観光魅力を発信。



- 中国市場において、東京と連携し、東京の「最先端の日本」と東北の「伝統の日本」を組み合わせる東京東北の観光ルートをテーマとしたセミナー・商談会を大連、上海にて実施するとともに、中国から旅行会社を招請して視察も実施。



東京東北連携セミナー・商談会



6 「連携」の推進

- ・東北全体が共通して活用できる資源の活用、地域の多様な関係者との連携や合意形成を行う体制整備の推進など、関係者と連携した取り組みを進めている。

「東北酒蔵街道」のスタート

・東北・夢の桜街道推進協議会では、「東北・夢の桜街道運動」の取り組みをさらに発展させ、季節的にシームレスに東北の観光振興を図るため、「和食」がユネスコの無形文化財に登録されたことを踏まえ、食文化として密接な関係にある「日本酒」に注目したことから「東北酒蔵街道」を創設。“桜の札所”と関連した酒蔵について年間でPRを行う。

・「秋田 酒蔵めぐりタクシー」

一般社団法人秋田県ハイヤー協会加盟の23のタクシー会社が秋田運輸支局の提案で酒蔵と協議を重ね実現。希望者は行きたい酒蔵がある地区のタクシー会社に予約することによりタクシー会社が酒蔵見学申し込みを代行。今後対象の酒蔵やタクシー会社を増やしPR。



秋田県ハイヤー協会HPより

「日本版DMO」の形成

- ・従来の観光地域づくりにおいては、地域の関連事業者・住民等の関係者の巻き込みや、来訪客やターゲット等のデータの収集・分析、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等が不十分。
- ・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・確立する取り組みを推進。

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

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

日本版DMO候補法人の登録について

- ・観光庁において、日本版DMOの候補となりうる法人「日本版DMO候補法人」を登録する制度を平成27年11月18日に創設。
- ・平成28年2月26日に、第1弾となる24の候補法人の登録を行ったところ。
- ・今後、登録された法人及びこれと連携して事業を行う関係団体に対して、関係省庁が連携して支援を行うことで、日本版DMOを核とした観光地域づくりを推進していく。

[東北の認定法人](株)DMCやまがた(山形市・上市市・天童市)、(一社)秋田犬ツーリズム(大館市・北秋田市・小坂町)