

「東北観光振興戦略」(案) 概要版

はじめに ～観光振興の意義と観光振興戦略の必要性～

- ・ 観光は、経済効果、国際相互理解の深化等、高い意義。
- ・ 東北地方にとって、観光は主産業の一つ。豊かな観光資源を有し、地域活性化の鍵。
- ・ 東北地方における観光振興の指針が必要であり、そのため「観光振興戦略」を策定。

1. 観光動向と今後の重点分野

東アジア諸国を中心とした国際観光需要の飛躍的拡大に伴うインバウンド対策の強化

- ・ 今後大きな伸びが期待できる外客誘致は、東北の観光の最重要課題。
- ・ 当面の重点市場は「韓」「米」「中」「香」「台」の5ヶ国・地域。
- ・ インバウンド・キャンペーンの強化や外国語対応の充実等の環境整備。

国内旅行における中高年齢層の需要拡大に伴う中高年齢層対策の強化

- ・ バリアフリー化による環境整備や中高年齢層のニーズを踏まえた魅力づくり。

国内旅行における小グループ化の進展に伴う旅行ニーズの変化への対応

- ・ 「一泊二食宴会型」からの脱却、体験型観光メニューの充実など。

季節波動の大きさを解消するための冬季の観光振興対策の強化

- ・ 冬の観光需要の少なさは、観光基盤の供給量の拡大・維持の阻害要因。
- ・ 旧正月をターゲットとした外客誘致の促進やスキー場の再活性化。

ハイシーズンの観光振興対策の強化

- ・ ハイシーズンの集客能力強化のため、広域連携による宿泊施設分散など。

国内旅行における西日本からの誘客促進の検討

- ・ 西日本からの観光客の掘り起こしのため、要因分析や東北のイメージ浸透。

情報通信技術の活用

- ・ 外国語対応などインターネットによる情報提供の充実、カード決済の普及。

2. 東北地方の観光振興の基本方針

「オリジナリティ」の発揮

- ・ 東北地方への観光客の誘致を図るため、他地域との明確な差別化を図る必要。
- ・ 各地域で「地域ならではの」「オリジナリティ」あふれる魅力を磨き上げ。
- ・ 東北全体の観光振興のため、「東北ならではの」のイメージづくり。

「地域づくり」の視点

- ・ 地域の総力をあげて「地域としての魅力」を最大限に発揮する必要。
- ・ 「面」としての「地域づくり」の視点からの観光振興。
- ・ 地域住民の活力やホスピタリティーの活用。

「マーケティング」「事業評価」に基づく事業設計

- ・ 効果的・効率的な観光振興には、的確な「マーケティング」が不可欠。
- ・ ニーズ把握や訪問者の評価などのデータの蓄積と共有化を進めるべき。
- ・ 前提として、観光統計・調査の基準の統一化。
- ・ 施策実施後は、効果を事後的に検証し、その後の施策の改善。

「スピード」感をもった施策の展開

- ・ 競争の激化。新たな市場で優位性を確立するため、他に先駆けイメージを浸透。
- ・ 観光振興策の展開にあたっては常にスピード感。

「連携」の推進

- ・ 観光振興にあたっては、各主体が互いに競い合いながら取り組むことが基本。
- ・ 一方、海外向けキャンペーン等個々の取組みでは限界がある、非効率となる分野も。
- ・ 東北の官民が広域的に一体となった「連携」による施策展開を積極的に推進。
- ・ また、各地域における事業者間連携、NPO・住民との連携も重要。

3. 取り組むべき施策

(1) 地域の観光魅力の向上

1) 地域の長所・特性の活用

- ・ 「地域ならではの」「東北ならではの」の観光魅力の発掘・育成、活用が最も重要。
地域ごとに異なる観光資源の活用、複数の資源の組合せ（相乗効果の発揮）も重要。
(以下、東北地方の代表的な資源の例示、活用の指針。)

祭り・伝統芸能

- ・ 地域に根ざした祭り等の発掘・育成、活用。「ふれあい」「体感」の仕掛け。

温泉

- ・ 秘湯や素朴な温泉情緒など雰囲気づくり。温泉を核とした地域全体の魅力の向上。

自然・四季の彩り

- ・ より美しく見せる環境整備。維持・保全。

「食」

- ・ 観光農園等の活用、体験型メニューの充実、地元料理・名物の活用。

「雪」など冬の魅力

- ・ 手軽にスキーを楽しめる環境整備。新たな東北の冬の楽しみ方の発掘・提案。

スポーツ

- ・ ゴルフなどスポーツの活用、利便性の向上。

田園・中山間地域等の景観・生活様式（「日本のふるさと」）

- ・ 維持・保全。大都市住民などが「日本のふるさと」に触れ合える仕掛け。

都市の魅力（都市観光）

- ・ コンベンション・イベントの開催や賑わいの創出。ショッピングの魅力向上。

地域の産業（産業観光）

- ・ 体験、視察メニューの充実。

2) 観光需要の構造変化を踏まえた対応

外国人観光客が旅行しやすい環境づくり

- ・ 言語面での障壁の解消が重要。
- ・ 早急に外国語による観光案内版やi案内所の整備、通訳ガイドの育成。
- ・ 韓国語や中国語への対応の強化。

中高年齢層の旅行しやすい環境づくり

- ・ 地域が一体となった「面」としてのバリアフリー化の推進、公共交通の充実等、地域の関係者が一体となった環境づくり。
- ・ 「健康づくり」に主眼を置いた観光メニューの開発等、中高年齢層をターゲットとした新たな魅力づくり。

小グループ化への対応

- ・ NPOや地域住民などによる「地域づくり」との連携。
- ・ 「体験」メニューの充実、湯巡りやまちあるきの楽しみの創出、地元住民による観光ガイドの充実、泊食分離など、「体験型」「交流型」の一層の推進。

3) 異業種間連携やNPO・地域住民とも一体となった地域の魅力の向上

- ・ 観光魅力のある地域づくりはいわば地域を上げた「総力戦」。
- ・ 観光施設等の割引特典付の複数交通機関の共通フリー乗車券や「ウエルカムカード」などの異業種間連携による観光客の利便性向上。
- ・ NPO、地域住民と連携した「体験型」「交流型」の観光メニューの充実。
- ・ 地域一体となって観光客を迎え入れる雰囲気づくり。

4) 東北地方全体としてのレベルアップ

- ・ 「口コミ」「リピーター」の重要性を踏まえ、常に、観光客に満足感を与える必要。
- ・ 東北地方のそれぞれの観光地でレベルアップ。
- ・ 観光宣伝等にあたっては、一定の水準を満たしているものを積極的に宣伝。

(2) 誘客活動・情報発信

1) 東北地方の官民が広域連携し一体となった外国人観光客の誘致活動の強化

- ・ 海外市場における東北の「決定的な知名度の低さ」。
- ・ 海外市場における東北の知名度向上・イメージの浸透は、緊急かつ最重要課題。
- ・ 「VJC」を活用し、他のブロックに先駆けて突出した取組みを推進。
- ・ 東北地方の官民が広域連携し一体となって推進。
- ・ 重点市場は、「韓」「米」「中」「台」「香」の5ヶ国・地域。

海外からの「東北ツアー」の造成に向けた取組みの推進

) 海外旅行エージェント等を対象としたPR活動と商談会の一体的実施

- ・ 海外の旅行エージェント等を対象としたPR活動の継続。
- ・ 「商談会」の実施。
- ・ 事業効果を高めるため、招聘事業と「商談会」を一体的に実施。

- ・ 事前情報の収集による事業計画の構築。
- ・ 事後の事業評価と改善。

）旅行商品造成の支援体制の構築

- ・ 東北の旅行素材（宿泊・交通等）に関する情報不足とパイプの欠如が、障壁。
- ・ 海外の旅行エージェントの旅行商品造成のための支援体制の構築が必要。
- ・ 海外の旅行エージェントの総合窓口「プロモーションセンター」の活用。
 - * 直ちに、情報通信技術を活用した情報提供・仲介機能の高度化。
 - * また、登録施設の充実。東北の各地の官民が一体となってその活用・支援。
- ・ パンフレット作成等の実務円滑化のため、フリーフォト等の提供の充実。

海外の一般消費者に対する情報提供・予約等の利便性向上

- ・ マスコミ・メディアの活用。
 - * 事前の報道意向を把握の上行う、マスコミ招聘事業。
 - * 東北広域観光宣伝番組の重点市場での制作、テレビ放映。
- ・ 海外でのイベント開催（祭り等の現地での実演）
- ・ インターネットの活用。
 - * 韓国語・中国語対応の充実。ポータルサイトへの登録による利便性向上。
 - * 予約、クレジット決済等の機能充実。

「東北」の観光イメージを強力に印象づけるツールの作成と統一的活用

- ・ ロゴマークや東北広域観光パンフレットの活用。
- ・ 「東北ブランド」の確立、キャッチコピーの作成。直ちに着手。
- ・ 「東北ブランド」の確立、パンフレットの改善等のため対象国のニーズ把握。

2) 国内観光の誘客活動の充実

国内向け誘客活動における連携強化

- ・ 西日本を広域連携による取組みのメインターゲットとして位置付け。
 - * 現状において低水準に止まっている要因分析。訴求する観光魅力の把握。
 - * 東北一体となったイメージの浸透。
- （東北広域観光パンフレットの活用、「東北ブランド」の確立など）

マスコミ、メディア効果の活用

- ・ マスコミとの接触の強化。フィルムコミッションの活用。

「口コミ」情報、リピーター需要の重視

- ・ 繰り返し東北を訪れたいと思わせるような満足感を与えるよう努めるべき。

インターネットを活用した個人旅行の促進

- ・ インターネットによる情報提供の充実や予約・決済機能の普及促進
- ・ きめ細かい情報提供のための二次交通情報提供システム等の充実・利用拡大。

旅行商品の造成

- ・ ニーズの変化を踏まえた魅力ある旅行商品の造成。

修学旅行等の誘致促進

- ・ 東北の特色を活かした体験・交流メニューの充実。海外からの修学旅行誘致。
- ・ 都会では得難い農業体験や漁業体験を題材とした体験旅行や研修旅行の振興。

(3) 観光振興に向けた交通の改善

高速交通網の充実

- ・ 特に、アジアの重点市場から東北地方の空港への定期便の開設や維持が重要。
- ・ 航空路線の開設・維持に向けた、航空需要増加のため、外客誘致活動の積極展開。
- ・ 仙台空港アクセス鉄道整備後の仙台空港の広域活用推進。
- ・ 地方空港のC I Qの充実。成田等の主要国際空港からのアクセスの改善、周知。

東北地方内の移動手段の改善

- ・ 東北地方内の移動手段の利便性を高め、移動ストレスの軽減を図ることが重要。
- ・ 高速化や相互直通運転化、バリアフリー化の促進等の時間短縮や乗換負担軽減。

二次交通の充実

- ・ 交通拠点と目的地を結ぶ二次交通の充実を図ることが重要。
- ・ 地域の関係者一体となった利用促進。乗合タクシー等の新サービスの展開。

外国人観光客への対応

- ・ 交通に関しても外国人観光客の利便性向上を図るべき。
- ・ 公共交通機関の案内表示やアナウンスの多言語化、車両等のカラーリング等。
- ・ レンタカーによる移動円滑化のため、標識の改善、ロードマップの作成・配布等。

交通機関の観光魅力の増大

- ・ 相応の移動時間を要するため、移動そのものを楽しみとするような工夫も必要。
- ・ 交通機関の観光資源化、移動時間中に東北の観光魅力を伝える映像の提供。

イベント開催時等の対応の強化

- ・ イベント時の交通集中による不便・混乱等は、マイナスイメージを浸透。
- ・ イベント開催時には、増発や臨時ダイヤの調整等。

おわりに ～「観光振興戦略」の推進に向けて～

年次報告・計画の策定

- ・ 毎年度、以下について、定期的にとりまとめ。
 - 前年度の東北地方の観光振興に関する事業内容とその評価の報告
 - 本年度の東北地方の観光振興に関する事業計画
- また、重要テーマに関する調査実施を行うことが望ましい。

推進体制

- ・ 観光戦略部会でフォローアップ。