

東北ブロックにおける 観光立国の推進に係る中期の方針

令和4年3月 策 定

令和6年5月 一部改正

観光ビジョン推進東北ブロック戦略会議

東北ブロックにおける観光立国の推進に係る中期の方針

人口減少を迎えているわが国において、観光は地方創生の切り札、成長戦略の柱であり、官民挙げて観光立国の推進に係る取り組みを着実に進めてきた。

「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成28年3月30日策定)において、2020年に訪日外国人旅行者数を4,000万人、2030年に同6,000万人とする目標を掲げて取り組みを進めてきた結果、2019年の訪日外国人旅行者数は3,188万人と過去最高を記録した。

東北地方においては同ビジョンに基づいて、東北観光復興元年と位置付けた2016年以降、2020年に東北6県の外国人宿泊者数150万人泊という政府目標の実現に向けて官民一体となり総力を挙げて取り組んだ結果、2019年には168.0万人泊となり、政府目標を1年前倒しで達成した。

しかしながら、2020年からの新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、旅行需要全体が大きく減少している。また、新型コロナウイルス感染症の拡大は、旅行環境にも様々な変化をもたらしており、こうした変化に対応していくためには、改めて消費者の真のニーズに正面から向き合い、新たな付加価値をどのように生み出すかを検討し、実践していくことが求められている。

具体的な変化として、まずは感染症対策に万全を期すことを前提として、マイクロツーリズムの進展に代表される自らの地域や近隣の地域の観光の目的地としての見直し、ひとつの地域をじっくりと楽しむ滞在型観光、密を避け人数・時間・時間帯・場所を分散する分散型旅行、アウトドア志向や地域に負荷のない持続可能な観光への関心の高まり、テレワークの普及や働き方改革を踏まえたワーケーションの進展、実際の旅行が出来ない中での訪問意欲に応えるオンラインツアーの普及といった動きが起きている。

さらに、今日の社会は、新型コロナウイルス感染症拡大以前から続いている大きな変化として、環境意識の高まりとデジタル化の進展に直面している。気候変動による影響を踏まえて様々な国際的な枠組みでの議論が活発化するとともに、人々の関心も高まっている。オンラインショッピングやSNS、クラウドサービス、ビッグデータなども急速に広まっており、5Gが普及する今後はあらゆるモノはネットワークにつながる時代となり、まさにデジタルファーストの社会となっていくことが想像に難くないものとなってきている。

地域・業界が一体となって、SDGsやサステナビリティ、デジタル・トランスフォーメーション(DX)による生産性の向上といった重要な課題に対応し、今後の社会において引き続き重要な地位を占めていく必要がある。

新型コロナウイルス感染症の拡大は、環境意識の高まり、デジタル化の進展と相まって観光に非常に大きな影響をもたらしたが、人々の消費行動や意識の変容を踏まえつつ、国際的な傾向も含めた観光のトレンドの変化に対応して、ニーズにあった観光コンテンツを提供していくことが重要であることから、これをあえて変革のチャンス、商機ととらえることとし、これからの旅行先として選ばれる東北の実現に向け、東北が一丸となった具体的な取り組みを進めるための指針として、この方針を定める。

0. 東日本大震災からの復興、新型コロナウイルス感染症の拡大とそれに伴う生活、企業活動の変化への対応

新型コロナウイルス感染症の影響は、2020年の延べ宿泊者数は2,979万人泊、2019年比31.8%減、2021年の延べ宿泊者数は2,904万人泊(速報値)、2019年比33.6%減と東北でも非常に大きなものとなっている。

このような中、観光が将来にわたって継続できるよう、宿泊、観光各施設において、感染症対策を徹底し、まずは旅行者が安心・安全に観光を楽しめる環境を整備するとともに、科学的な知見に基づいて全国・各地域の感染状況を見極めながら、感染症対策と両立した旅行需要の喚起策を行う。

感染症対策においては、地域の観光関係者と連携しながら、観光地、宿泊施設の検温や換気の徹底などの対策を徹底しつつ、非接触型決済端末の導入などの環境整備を推進するとともに、旅行者へも、感染症対策の基本事項とともに旅行場面ごとに留意事項をまとめた「新しい旅のエチケット」の普及・啓発に努める。

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、働く場所を選ばない勤務形態の日常化・一般化、非接触・非対面による業務運営が求められ、密を回避する新たな日常への対応が加速している。東北は、豊かな自然、四季、農山漁村、食や伝統文化など、その土地に根付く地域資源を有するところ、それらは感染症の拡大により失われるものではなく、密を避ける観光コンテンツとして、一層の強みとなることから、地域資源の磨き上げや新たな需要の掘り起こしを推進し、より一層魅力と収益力のある観光地域づくりを進めていく。

平成23年3月11日に発生した東日本大震災とその後の風評被害は東北に甚大な被害をもたらしたが、東北は観光復興の取り組みにおいて、復興ボランティアをはじめとした全国から東北に来訪した方々との交流拡大、震災語り部の育成やボランティアツアー、震災学習プログラムの造成等を通じた震災の記憶のコンテンツ化、正確な情報発信による風評被害の払拭、観光防災や再生可能エネルギー等のコンテンツとしての磨き上げを通じた教育旅行など、観光を地域の力として活かしていく基盤を整備してきた。

そして、新型コロナウイルス感染症拡大とそれに伴う生活や企業活動の変化、社会基盤となったデジタル技術革新の進展、豪雨災害の頻発など気候変動といった観光をめぐる環境の変化への対応は不可避であることから、これらを取り組みの柱に据えて東北が強みとする地域資源の活用、持続可能な観光を推進しつつも、引き続き震災の記憶と復興を我が国全体の経験として語り継いでいくことで、さらなる観光復興を推進し、持続的な地域間の交流の促進、被災地をはじめとする我が国全体の防災意識の維持に寄与する。

インフラの復興により、東北太平洋沿岸の被災地域へのアクセスが向上し、観光の面でも新たな周遊ルートの構築や地域間連携が可能となることから、その進展に合わせて、震災の記憶、復興、防災教育に係る観光コンテンツの造成や来訪者への効果的な訴求におけるXRや5G等のデジタル技術の活用を推進、被災の事実や教訓を来訪者へリアルに伝える震災遺構や震災伝承施設を効果的に組み合わせ、生徒自らが課題を設定し解決に向けて取り組む探究学習への活用する東北ならではの教育旅行として磨き上げ、被災地における滞在コンテンツとして伝承ツーリズムを推進する。その際、地域の豊かな自然と自然災害のメカニズムを学ぶ場であるジオパークを活用したジオツーリズムを始めとした東北ならではの自然・文化体験とも相乗効果を発揮させる。

また、科学的かつ客観的な情報発信を継続するとともに、ブルーツーリズムの推進をはじめ、安全で快適な旅行先としての地域の磨き上げや発信を行う。

1. 方針の期間

令和4年度(2022年度)から4年間

「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成28年3月30日策定)においては、2030年までを目標の期間としているところ、本方針はこれに向けた中期の取り組みとする。

現在、新型コロナウイルス感染症の収束時期を見通すことは難しいが、まずは、国内・国外の観光にとって影響の大きい2025年大阪万博までを本方針の対象期間とし、2026年以降は2030年に訪日外国人旅行者6,000万人とした現行の政府目標など我が国全体の観光立国推進に係る方針や東北管内の2025年までの国内、海外の動き・流れを見ながら随時見直しを図る。

2. 方針の目標

新型コロナウイルス感染症の収束時期がいまだ見通せない状況であることから、まずは感染収束後の本格的なインバウンドの回復に向けて、いち早く東北へ観光需要を取り込むことを目標とし、東北6県の外国人宿泊者数150万人泊の早期回復とさらなる上積みを目指す。

また、この間に、感染拡大によって中断された相互交流を取り戻し、デジタル化を前提とした社会への対応を図るなど、新型コロナウイルス感染症収束後の社会においても楽しめる旅行のあり方を追求する。

3. 取り組み事項

(1) デジタルファーストな観光政策へ

旅行者の行動において、旅マエではインターネットが主な情報源となり、旅ナカではスマートフォンを活用した移動・周遊情報の検索や翻訳アプリによるコミュニケーションの円滑化、旅アトではSNS等での情報発信によるリピーターや新たな旅行者の獲得等といったデジタルを前提とした観光へのアプローチが進展し、観光産業においても、個人旅行の増加を受け、オンライントラベルエージェント(以下「OTA」という。)へのシフトやデジタル技術を活用した予約・業務の繁閑への対応、マーケティングの精緻化など、観光においても情報化、デジタル化の流れが進展していたところであるが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、テレワークやオンライン会議等の経験の蓄積、リアルタイムでの混雑状況の把握、実際の旅行が出来ない中でのオンラインツアーの開発など、デジタル技術を前提とした行動への変化が一層加速した。

また、誰もがネットサービスを通じて情報発信を容易に行うことができるようになったことにより、地域の特産品の販売時に併せた旅情のPRによって、物販が誘客のツールとなり得る可能性が認知されつつある。

小売業・流通業ではデジタル技術によって流通経路を含めたサプライチェーン全体の最適化を図っているが、観光分野における取り組みはまだ道半ばであり、このままでは他のサービス等との比較から消費者に相対的な不便さを感じさせることとなるおそれがあることから、必要な取り組みを加速する必要がある。

さらに、旅行者が実際の旅行体験と並行してインターネット上でも行動しているこ

と、特産品の消費者が誘客のターゲットになり得ることを前提として、観光地域づくり、観光産業、誘客戦略、販売手法の変革を推進する。

(2) 観光交流の拡大

① 新型コロナウイルス感染症の収束後の訪日需要の早期回復と、市場の多角化に向けた幅広い市場での認知度向上の取り組み

新型コロナウイルス感染症の収束後を見据え、回復すると考えられる旅行需要に対し、広く東北を訪問先として強く動機づけるため、東北として一体的なブランドイメージの醸成と認知度向上に向けたプロモーションを展開し、高単価な旅行者の獲得に向けたMICE、コンベンションの誘致にも取り組む。

公表されている観光動向等に関するデータを幅広く収集するほか、過去に実施した事業等で得られたデータを整理・分析し横断的に活用することで、感染拡大前から訪東北の多い台湾・中国・香港・タイ市場からの需要を着実に回復させるとともに、各地域の感染症の流行など不測の事態への対応を図るほか、密を避けた少人数での旅行やアドベンチャーツーリズム等、旅行トレンドの変化を的確に捉え、世界的な新富裕層、ミレニウム世代等の旺盛な旅行需要の取り込みや、欧米や東南アジアといった新市場の取り込みに向けたアプローチを行い、市場の多角化を進める。国内市場においては、団塊の世代、特に心理的・物理的に遠い地域との認識から東北への来訪者があまり多くないと考えられる西日本からの誘客について、まずは心理的なハードルを下げるため、認知度向上と東北をもっと身近に感じることができるとの情報発信に取り組む。

その際、旅客需要に応じて設定される航空便の就航状況を踏まえて、効果的なプロモーションとなるよう具体的な事業内容を検討する。

② デジタルプロモーションによる関係人口・交流人口の拡大

すべての手順をオンラインや電子データによって処理することができるようにして紙ベースの文化を変えることやこれにより生み出される膨大なデータを分析・処理して、地域の取り組みの企画立案に活用していくとともに、任意の時間軸において発生していることを可視化(見える化)をしていくことによって地域の関係者間での取り組みの実施に係る合意形成の円滑化を図る。さらに地域住民に対しても地域の観光の現状やビジョンについて明確な絵姿を示すことにより、観光に対する具体的なイメージを伴った理解を促すことが肝要である。

そのため、データについては有償無償を問わず機械判読の容易な形式でデータを公開する考え方(オープンデータ)を積極的に取り入れ、従来型の紙ベースを前提とした情報収集のスタイルを変えていく。

オープンデータの一例として、都市の3Dデータが公開され、ゲームの舞台への活用が期待されているところ。このようなバーチャルの世界のコンテンツはリアルの世界である地域に全く新しいストーリーが生み出されることから、これを活用した観光コンテンツの創出を支援する。併せて日常生活のための街や地域コミュニティが観光資源となることについて地域住民の理解を進め、観光地域づくりに参画できるよう観光への住民のコミットを促す。例えば、バーチャルの世界におけるコンテンツを現実の世界でも追体験できるような演出を住民とも連携して用意するなどバーチャルとリアルの融合を図っていくことが考えられる。

また、今後の高齢化社会において、体の不自由な方、長期入院等で旅行が難しい方に対しても、バーチャルトリップ等、現実にはないものを知覚できるクロスリアリティ(XR)等を活用した新たな旅行形態の提供も促進する。

SNSやバーチャル空間における観光コンテンツの体験を一般化させるとともに、当該体験に対する反応、反響を観光コンテンツの創出に向けたマーケティングに活用する。

③地域独自のストーリーを提供する滞在コンテンツの造成促進

文化や暮らしを体感しつつ地域をじっくりと楽しむ滞在型観光をはじめ、地域が営んできた独自の生活文化や地域資源を旅行者へ訴求力のある体験ストーリーとして磨き上げ、地域産業と連携した付加価値の高い観光コンテンツ化を図ることで、観光の効果を地域へ還流させる。具体的には、豊かな自然、国立公園、雪、食、湯治文化、伝統工芸品、農山漁村等といった東北の強みである観光資源を、観光産業にとらわれない地域の複数業種との連携のもと、感染症収束後の新たな社会に向け3密を避けられる観光スタイルとして磨き上げを図る。その際、地域とつながりたいと考える旅行者の関心に応える観点から、観光地においては住民や地域コミュニティの参画を得ることが重要である。これにより、旅行者の活動自体がコンテンツの一部を構成・形成することとなるような仕掛けづくりや旅行者が地元のストーリーに溶け込むコンテンツ造成が図られ、当該観光コンテンツのより深い理解に資することに、また、観光客のみならず、住民にとっても暮らしやすい土地にすることによって、住民の観光地域づくりへの参画の機運が醸成されるものと考えられる。

また、有力な観光資源となり得るアドベンチャーツーリズムを促進する。欧米の長距離トレッキングの趣向を捉え、震災後に整備されたロングトレイル「みちのく潮風トレイル」をはじめとして、管内の道路、通路における冒険の要素を演出するとともに、地元住民との交流を促進し、地域の誇りの再認識と欧米のファン獲得により欧米人がトレッキングをする風景を東北らしい風景と認識されるまでに定着させる。

さらに、国立公園を始め、豊かな自然を活用した体験滞在のコンテンツ造成を促進することにより、観光コンテンツの増加、観光消費額の増加が自然の適切な管理に資する正のスパイラルを創出する。また、東北に8ヶ所設置されたユネスコのプログラムであるジオパークは、地域の豊かな自然と、地震や津波、火山噴火などの自然災害のメカニズムを学ぶ場として教育旅行でも活用され始めており、ジオツーリズムとして、自然やアウトドアに関心を持ち始めた一般観光客やインバウンドへの滞在コンテンツとしての活用を推進する。

④サステナビリティに着目した東北の資源の再発見と磨き上げ

令和2年6月に観光庁において「日本版持続可能なガイドライン」が策定されたところであるが、観光は目的地までの交通や宿泊施設、お土産品を始めとした地域産品の消費など、産業全体に広く関わるものであり、カーボンニュートラルを始めとした社会全体の持続可能性に向けて、観光関係者が一体となってSDGsに取り組み、観光が地域の持続可能性に貢献していくことが不可欠となっている。

こうした世界的な潮流を踏まえ、東北が訪問先として選ばれていくため、古くから自然との関係の中で育まれた東北の持続的な食料生産の仕組み、文化、生活体験

を、平成 29・30・31 年改訂学習指導要領においても盛り込まれたSDGs探究型学習にも応える観光コンテンツとして磨き上げ、東北の地域としての生存資源の質の高さをブランド化する。

再生可能エネルギー、間伐材の活用などを体験コンテンツとして磨き上げ、教育旅行を促進することにより、再生可能エネルギー、間伐材の活用等に新たな付加価値を生み出す。

今後のインバウンドの訪日旅行再開を見据え、環境に対する旅行者の意識や国際的な観光業界の取り組みの動向も分析しつつ、市場ごとの持続可能性に対する趣向の違いを具体的に把握することにより、地域ごとのリソースに合ったあり方、見せ方を追求する。

これらにより、観光におけるSDGsの取り組みを進め、欧米などSDGsに対して感度の高いマーケットに対して発信し、世界的なSDGsに対する関心の高まりに対応していく。

また、SDGs、カーボンオフセット等の取り組みを地方公共団体、DMO、宿泊事業者をはじめとした観光関係者等と推進する。

⑤働く場所を選ばない勤務の日常化、一般化と観光産業の事業構造の変革

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受けて、テレワーク経験者が飛躍的に増加したところであるが、オンライン技術を前提として、実際の勤務の場所にとられない働き方など、個々が多様で柔軟な働き方を選択できる働き方改革が進展している。

こうした働き方改革の進展を踏まえ、旅行体験は個人の価値観を豊かにし、その結果、企業や社会にも裨益するものとして、旅行と仕事を両立させるスタイルとしてのワーケーションやブレジャーを、地域と企業のマッチングの支援などを通じて促進する。

また、観光産業においても、こうした動きに合わせ、波動需要の平準化、従来と比較して長期にわたる滞在客に対応して泊食分離やコンドミニアムスタイル(自炊の導入など)の宿泊サービスの見直しにより、繁閑の差を縮小して施設や要員のスリム化など、効率的なスタイルへの変革を図る。

⑥観光が地域を一層裨益していくため持続可能な観光地域づくり、連携体制の整備

少子高齢・人口減少社会において、観光によって交流人口を拡大し、地域において持続的に稼げる力としていくため、地域住民をはじめ、従来の観光業のみにとどまらない地域の多様な産業とも連携した観光地域づくりを進め、地域資源の訴求を図るとともに、観光の効果を域内に還流する仕組みや来訪者が地域の一員となる体験など地域と来訪者が調和する環境の整備を促進する。

また、地域住民が自らの地域への理解を深め、地域に愛着を持つ環境づくりを進めることで、地域内での観光需要を高めるとともに、住民が観光地域づくりに持続的に参加する機運を醸成する。

東北においては、令和3年の東日本大震災から10年の節目に、6県全域をエリアとした東北デスティネーションキャンペーンを官民あげて展開し、広域的に地域の取り組み体制や他地域への発信、交流の基盤を整えたところであるが、こうした広域的な体制を維持、継承しつつ、各地域においても計画的に取り組みを行う体制を整備する。

また、観光が地域において持続的に交流人口を維持、拡大する力となるよう、大阪万博の会場となる関西をはじめ、北海道、新潟、北関東などの隣接エリアなど国内各地域との連携強化に向けた取り組みを促進する。来訪者数の多い関東地方においても、東北の各観光地は実際の時間距離よりも遠いイメージを持たれている傾向があることから、正確な情報発信を促進し、東北への来訪者全体のさらなる拡大を図る。

⑦アウトバウンド・国際相互交流の促進

アウトバウンドの促進は、次世代を牽引する若者をはじめとする国民の国際感覚の向上のみならず、国際相互理解の増進による諸外国との友好関係の深化を図るものであるとともに、双方向の交流拡大（ツーウェイツーリズムの推進）を通じ、航空ネットワークの拡大、ひいてはインバウンドの更なる拡大にも貢献するものである。

東北地方においても、官民の幅広い関係者から構成される「アウトバウンド促進協議会」と連携し、若年層を中心としたプロモーションを通じて海外旅行への機運醸成を図るなど官民一体となった取組について着実に推進する。

さらに、二国間の交流人口の拡大に向け、姉妹都市交流なども含めた観光交流事業、観光見本市への相互出展等を通じて国際相互交流の機会を創出し、連携協力を強化することで、観光交流の拡大に積極的に取り組む。

また、教育旅行の招致や学会の誘致による大学生・留学生などの教育・学術分野や、企業誘致などのビジネスによる国際相互交流を推進する。

(3) 安全・安心の確保

①新しい旅のスタイルの定着と感染症対策の徹底

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け旅行者の安全意識が変化したことで、これからの旅行においては、3密を避け、感染症対策に万全を期すことが、第一に求められる。

旅行者に対しては、「新しい旅のスタイル」の普及、定着に向けた啓発活動が続けるとともに、観光施設、宿泊施設においては、感染症対策機器の導入や密を避けるオペレーションの検討、キャッシュレス化やOTAの活用など接触機会の低減を図る。

また、デジタル技術を活用することで、地域、施設の混雑状況を見える化し、旅行者が安心、安全に滞在、周遊できる環境を整備する。

②デジタル技術を活用した災害・事故等発生時の関係者の情報共有、旅行者への情報提供の円滑化

旅行者は、観光地周辺の地理等の情報に不案内なことが多いことから、災害発生時のパニックを防止し、安全に行動するため、災害等の発生状況、避難経路、交通環境等の情報を適切に集約、発信する体制整備を進める。

地方公共団体、観光施設、交通機関等の関係者の連携を促進し、観光案内所等も活用した情報集約、発信体制を整備する。

また、インバウンド向けには、観光庁の災害時情報提供アプリ「Safety tips」を活用し情報提供を行うとともに、Google Maps等のインターネット上の地図において、観光案内所、地方公共団体等による危機管理関係情報の掲載ルールの設定、用語・翻訳の統一化、掲載情報の鮮度の表示の徹底により、情報の入手の場面における非対面の促進や、旅行者の視線から必要なときに必要な情報が一元的に入手でき

るよう取り組む。

③正確な情報発信による風評被害対策の促進

被災の範囲や程度、観光施設、宿泊施設の受入状況等の情報が、旅行先を選択しようとする者に対して迅速かつ正確に伝わらないことで、地域が旅行者の受入機会をなくすことがないよう、地方公共団体、観光施設、交通機関等の関係者の連携を促進し、観光案内所等も活用した情報集約、発信体制を整備する。

(4)観光産業の再生と人材育成

①小グループ化などニーズの変化に対応したビジネスモデルの再構築

大規模な団体ツアーに効率的に対応する体制から小グループ、家族などの規模の小さな観光客への対応や少子高齢化に伴う担い手不足を踏まえ、IT、デジタル技術の活用などにより、省力化、省人化に積極的に取り組み、労働集約的な事業構造を変革、リアルタイムでの価格最適化等の促進により高付加価値化を進める。さらに、カーボンニュートラルの促進にも対応するキャッシュレス化、OTAへのコンテンツ掲載情報の掲載の円滑化によるOTAのさらなる活用、インターネットによる直販の強化を図る。さらにこれらの成果を観光関係者で共有していくことなどにより、観光に係るビジネスモデルの再構築と観光DXに関する事業者全体の底上げを図る。

②リモートワークによる都市部IT人材の活用

観光産業の高付加価値化に向けて、効果的にマーケティング、販路開拓、省人化等を促進するうえでデジタル技術の活用が不可欠である。

リモートワーク環境の整備に合わせ、東北への二拠点居住等を促進し、都市部IT人材の観光産業への取り込みを進め、オンライン環境での副業を観光事業において活用することによって、地域のコンテンツ造成能力の拡大を図る。

③地域独自のストーリーの提供と連携した宿泊の高付加価値化

宿泊は、旅行者の滞在時間を増加させ、宿泊施設の経営や衛生等直接に関係する産業のみならず、旅行者の滞在コンテンツや飲食等の消費活動を通じ、地域全体へ観光の効果を波及させる効果が大きい。

地域の生活文化や地域資源を体験ストーリーとして磨き上げ、旅行者も一体となって持続可能な観光地域づくりと宿泊との連携を強化、地域のコンテンツの充実との相乗効果を図りつつ、域内における長期滞在を促進するとともに、宿泊を観光地域づくりの核として、農泊、寺泊、城泊、自然体験と一体となったグランピング等、地域ならではの体験と宿泊との組み合わせにより、宿泊自体のコンテンツ化、高付加価値化を図るとともに、コンテンツとしての商品流通、販路拡大に向けて取り組みを進める。

④エコツーリズムやジオツーリズムなど持続可能な観光地経営、コンテンツ造成に係る人材の創出

持続可能な観光地経営を促進し、観光産業の高度化を図るため、デジタル化への対応をはじめとした社会の変革に対応したマネジメントを行う高度な専門人材の育成が不可欠となっている。

また、観光の現場においても、多言語対応を含め、地域資源をより深く効果的に旅行者へ伝えるガイドスキルが求められる。

観光を地域における成長の柱として活用していくために、外部人材の活用も含め、地域全体で観光人材を育てるための環境整備を行う。

エコツーリズムやジオツーリズムの推進により環境負荷低減に係る人々の意識の深度化を図るとともに、環境負荷の低減に係る取り組みを体験コンテンツに活用するなど、カーボンニュートラル、脱炭素に資する新たなコンテンツの発掘、磨き上げに取り組む人材を支援する。

※その際、旅行中の移動時において電気バスなどのいわゆるZEVの活用を考慮するなど、行程そのものにおいて環境負荷の低減を図るものとなっているかどうかの観点も重要になるものと考えられる

⑤観光地・観光産業における人手不足の解消

インバウンドをはじめとする観光需要の急速な回復に伴い、観光地・観光産業における人手不足が顕著となっている。今後更なる増加が見込まれる観光需要を着実に取り込み、地方への旅行者数・旅行消費額等の増加といったインバウンドによる経済効果を最大限にするためにも人手不足の解消が急務である。

人手不足の解消に向けて、観光地・観光産業の再生・高付加価値化を進め、観光産業のDX支援等を通じて収益力の向上、マルチタスクをマネジメントする人材の育成、経営の効率化を支援する。

さらに、従業員の待遇改善を図り、コロナ禍による離職者の復帰等を含めて、インターンシップ等の採用活動を支援し、国内人材の担い手の確保を進める。

加えて、業界団体とも連携し、宿泊業の魅力、雇用環境等を外国人に向けて積極的に周知・発信するなど、外国人材の活用を推進するための必要な環境整備に取り組む。

(5)受入環境整備とアクセシビリティの向上

①持続可能な観光地域づくり(オーバーツーリズム対策等を含む)

観光客の受け入れと地域住民の生活の質の確保を両立した持続可能な観光地域づくりを推進することが重要となる。観光を地域の経済や社会の発展につなげ地域・産業・住民のいずれもが観光による地域活性化の恩恵を享受できる基盤を整備し、観光地の磨き上げにつなげていくことで、観光を通じた持続的な地域活性化の好循環を図る。

また、観光財源のあり方(※)について、住民も含めた多様なステークホルダーで議論を進めていく。

さらに、観光客が集中する一部の地域や時間帯によっては、交通渋滞による排気ガスの増加やゴミの増加等による自然環境・生態系への悪影響を及ぼしている場合もある。マナー違反や混雑等の住民とのトラブルの未然防止等の地域の課題解決に取り組み、交通手段や観光インフラの充実、レスポンスブル・ツーリズム(責任ある観光)や需要の分散・平準化を推進する。

※宿泊税、入湯税、その他の観光に関連する地方税、受益者分担金・負担金、協力金、寄附金(ふるさと納税制度)等

②消費、周遊に関するアクセスの容易化

個人旅行層の増加に対応し、来訪者の消費、周遊に関する情報へのアクセスを容易にし、地域で消費しやすい環境、地域を周遊しやすい環境を整備することで、観光の効果を地域全体に還元するための基盤整備を進める。

東日本大震災からの復興が着実に進み、東北を縦断する三陸自動車道が全通するなど、広域的に周遊しやすい環境整備が進んでいることから、旅行者の移動形態に応じて、県境にとらわれない連携が一層、求められる。新たな高速バスの運行実験などを通じた二次交通の整備、宿泊・観光施設の送迎と地域交通との連携促進などについて、持続的な運行体制の整備を重視しつつ、旅行者のニーズへの対応を図る関係者の取り組みを支援する。

観光案内所や道の駅等の交通結節点において、地域の滞在コンテンツに関する案内の充実や地域間の周遊促進に向けた施設間の連携強化を図るとともに、デジタル技術を活用し、オンラインでの観光コンテンツ掲載情報の統一化など観光施設情報の統一化を図るとともに、オープンデータの考え方の浸透を併せて進めることでMaaSの取り組みを促進する基盤形成を図る。

また、ビッグデータを活用したシステム構築による利便性向上、効率的な輸送を実現するAIオンデマンド交通の普及促進、効率的なサービス提供に資する公共交通事業者における運行情報等のデジタル化の普及促進（他言語表記の推進含む）等を推進するとともに、各主要駅や交通結節点での多言語を含むデジタルサイネージによる情報提供体制を整備し、シームレスでストレスフリーな広域移動を促進する。

観光コンテンツのプロモーションにおいても、おおまかな移動手段や所要時間、旅行の全体像を消費者が正確にイメージできるような情報を伝えるよう留意する。

③多言語対応、消費・決済環境の整備

地域における滞在、周遊、消費環境の整備等を進める。

個人旅行層の増加を踏まえ、施設等における多言語対応、通訳ガイド人材の充実を図り、世界的なキャッシュレス化の進展、非接触による決済需要に対応する環境を整備、リピーター化につなげるための地域の満足度向上や地域での消費額向上を図る。

④公共交通機関を活用した楽しい旅の演出

東北地方では風光明媚な路線が多く、事業者も四季に応じた様々な企画列車等を運行しているなど、公共交通機関自体が観光コンテンツとしての潜在性がまだまだ見込めると考えられることから、観光列車、レストランバスの導入支援を行うとともに、販路の確保・拡大、情報発信に当たってのWebサイトやSNSの活用なども含め、官民連携して効果的な対応を展開する。

さらに、旅客船航路においては、観光客が利用するものの割合が大きいことも踏まえ、「海事観光」をキーワードに、新型コロナウイルス感染症収束後の反転攻勢につなげていくため、サステナブルな観光コンテンツなども組み合わせた商品の造成など、官民連携して進めていく。

また、ペット同伴の旅行を志向する観光客も増加していることから、長距離フェリーを始めペット同伴が可能な交通機関や宿泊施設を活用した旅のプロモーションを通じ、東北への旅行者層の多様化を図る。

⑤多様なモビリティの活用による環境にやさしい観光地の実現

パーク&バスライドの促進や、シャトルバス、レンタカーなどへの電気自動車や水素自動車等の導入、また、グリーンスローモビリティをはじめとする環境負荷の少ない新たな観光モビリティなど移動そのものを観光資源とする取り組みを促進するとともに、パーソナルな移動を実現し、公共交通等と組み合わせることでラストワンマイルの観光地への移動を実現するシェアサイクルや電動キックボード等の新しい移動サービスの普及を促進する。

また、自然やアウトドア・アクティビティへの関心が高まっていることから、レンタサイクル及びサイクルトレインの整備について、公共交通機関の利用促進及び観光振興の取り組みと合わせて促進する。その際、自転車愛好家向けなどのターゲット設定に関するマーケティングも促進し、沿線地域との連携も強化して消費額を増大させる相乗効果を生むことが重要であることから、各種協議会や検討会での理解促進を図る。

⑥多様な属性を持つ旅行者に合わせた受入環境の整備、ユニバーサルツーリズムの推進

高齢や障害等の有無、ムスリム、ベジタリアン、ビーガン、LGBTQなど、個人の属性にかかわらず、誰もが快適に旅行できる環境を整備することで、拡大する旅行需要を取り込み、誰からも選ばれる訪問先としての地域ブランドの向上を図る。

観光施設、宿泊施設等のバリアフリー設備の対応を促進するとともに、観光関係者の接遇等の対応の円滑化や観光教育等を通じた地域の受入環境の整備など、心のバリアフリーとしてソフト面からも促進する。

「東北ブロックにおける観光立国の推進に係る中期の方針」一部改正

改 正 案	現 行
東北ブロックにおける観光立国の推進に係る中期の方針 人口減少を迎えているわが国において、観光は地方創生の切り札、成長戦略の柱であり、官民挙げて観光立国の推進に係る取り組みを着実に進めてきた。 「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成28年3月30日策定)において、2020年に訪日外国人旅行者数を4, 000万人、2030年に同6, 000万人とする目標を掲げて取り組みを進めてきた結果、2019年の訪日外国人旅行者数は3, 188万人と過去最高を記録した。 東北地方においては同ビジョンに基づいて、東北観光復興元年と位置付けた2016年以降、2020年に東北6県の外国人宿泊者数150万人泊という政府目標の実現に向けて官民一体となり総力を挙げて取り組んだ結果、2019年には168. 0万人泊となり、政府目標を1年前倒しで達成した。 しかしながら、2020年からの新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、旅行需要全体が大きく減少している。また、新型コロナウイルス感染症の拡大は、旅行環境にも様々な変化をもたらしており、こうした変化に対応していくためには、改めて消費者の真のニーズに正面から向き合い、新たな付加価値をどのように生み出すかを検討し、実践していくことが求められている。 具体的な変化として、まずは感染症対策に万全を期すことを前提として、マイクロツーリズムの進展に代表される自らの地域や近隣の地域の観光の目的地としての見直し、ひとつの地域をじっくりと楽しむ滞在型観光、密を避け人数・時間・時間帯・場所を分散する分散型旅行、アウトドア志向や地域に負荷のない持続可能な観光への関心の高まり、テレワークの普及や働き方改革を踏まえたワーケーションの進展、実際の旅行が出来ない中での訪問意欲に応えるオンラインツアーの普及といった動きが起きている。 さらに、今日の社会は、新型コロナウイルス感染症拡大以前から続いている大きな変化として、環境意識の高まりとデジタル化の進展に直面している。気候変動による影響を踏まえて様々な国際的な枠組みでの議論が活発化するとともに、人々の関心も高まっている。オンラインショッピングや SNS、クラウドサービス、ビッグデータなども急速に広まっており、5G が普及する今後はあらゆるモノはネットワークにつながる時代となり、まさにデジタルファーストの社会となっていくことが想像に難くないものとなっている。 地域・業界が一体となって、SDGsやサステナビリティ、デジタル・トランスフォーメーション(DX)による生産性の向上といった重要な課題に対応し、今後の社会において引き続き重要な地位を占めていく必要がある。 新型コロナウイルス感染症の拡大は、環境意識の高まり、デジタル化の進展と相まって観光に非常に大きな影響をもたらしたが、人々の消費行動や意識の変容を踏まえつつ、国際的な傾向も含めた観光のトレンドの変化に対応して、ニーズにあった観光コンテンツを提供していくことが重要であることから、これをあえて変革のチャンス、商機ととらえることとし、これからの旅行先として選ばれる東北の実現に向け、東北が一丸となった具体的な取り組みを進めるための指針として、この方針を定める。	東北ブロックにおける観光立国の推進に係る中期の方針 人口減少を迎えているわが国において、観光は地方創生の切り札、成長戦略の柱であり、官民挙げて観光立国の推進に係る取り組みを着実に進めてきた。 「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成28年3月30日策定)において、2020年に訪日外国人旅行者数を4, 000万人、2030年に同6, 000万人とする目標を掲げて取り組みを進めてきた結果、2019年の訪日外国人旅行者数は3, 188万人と過去最高を記録した。 東北地方においては同ビジョンに基づいて、東北観光復興元年と位置付けた2016年以降、2020年に東北6県の外国人宿泊者数150万人泊という政府目標の実現に向けて官民一体となり総力を挙げて取り組んだ結果、2019年には168. 0万人泊となり、政府目標を1年前倒しで達成した。 しかしながら、2020年からの新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、旅行需要全体が大きく減少している。また、新型コロナウイルス感染症の拡大は、旅行環境にも様々な変化をもたらしており、こうした変化に対応していくためには、改めて消費者の真のニーズに正面から向き合い、新たな付加価値をどのように生み出すかを検討し、実践していくことが求められている。 具体的な変化として、まずは感染症対策に万全を期すことを前提として、マイクロツーリズムの進展に代表される自らの地域や近隣の地域の観光の目的地としての見直し、ひとつの地域をじっくりと楽しむ滞在型観光、密を避け人数・時間・時間帯・場所を分散する分散型旅行、アウトドア志向や地域に負荷のない持続可能な観光への関心の高まり、テレワークの普及や働き方改革を踏まえたワーケーションの進展、実際の旅行が出来ない中での訪問意欲に応えるオンラインツアーの普及といった動きが起きている。 さらに、今日の社会は、新型コロナウイルス感染症拡大以前から続いている大きな変化として、環境意識の高まりとデジタル化の進展に直面している。気候変動による影響を踏まえて様々な国際的な枠組みでの議論が活発化するとともに、人々の関心も高まっている。オンラインショッピングや SNS、クラウドサービス、ビッグデータなども急速に広まっており、5G が普及する今後はあらゆるモノはネットワークにつながる時代となり、まさにデジタルファーストの社会となっていくことが想像に難くないものとなっている。 地域・業界が一体となって、SDGsやサステナビリティ、デジタル・トランスフォーメーション(DX)による生産性の向上といった重要な課題に対応し、今後の社会において引き続き重要な地位を占めていく必要がある。 新型コロナウイルス感染症の拡大は、環境意識の高まり、デジタル化の進展と相まって観光に非常に大きな影響をもたらしたが、人々の消費行動や意識の変容を踏まえつつ、国際的な傾向も含めた観光のトレンドの変化に対応して、ニーズにあった観光コンテンツを提供していくことが重要であることから、これをあえて変革のチャンス、商機ととらえることとし、これからの旅行先として選ばれる東北の実現に向け、東北が一丸となった具体的な取り組みを進めるための指針として、この方針を定める。

0. 東日本大震災からの復興、新型コロナウイルス感染症の拡大とそれに伴う生活、企業活動の変化への対応 新型コロナウイルス感染症の影響は、2020年の延べ宿泊者数は2,979万人泊、2019年比31.8%減、2021年の延べ宿泊者数は2,904万人泊(速報値)、2019年比33.6%減と東北でも非常に大きなものとなっている。 このような中、観光が将来にわたって継続できるよう、宿泊、観光各施設において、感染症対策を徹底し、まずは旅行者が安心・安全に観光を楽しめる環境を整備するとともに、科学的な知見に基づいて全国・各地域の感染状況を見極めながら、感染症対策と両立した旅行需要の喚起策を行う。 感染症対策においては、地域の観光関係者と連携しながら、観光地、宿泊施設の検温や換気の徹底などの対策を徹底しつつ、非接触型決済端末の導入などの環境整備を推進するとともに、旅行者へも、感染症対策の基本事項とともに旅行場面ごとに留意事項をまとめた「新しい旅のエチケット」の普及・啓発に努める。 新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、働く場所を選ばない勤務形態の日常化・一般化、非接触・非対面による業務運営が求められ、密を回避する新たな日常への対応が加速している。東北は、豊かな自然、四季、農山漁村、食や伝統文化など、その土地に根付く地域資源を有するところ、それらは感染症の拡大により失われるものではなく、密を避ける観光コンテンツとして、一層の強みとなることから、地域資源の磨き上げや新たな需要の掘り起こしを推進し、より一層魅力と収益力のある観光地域づくりを進めていく。 平成23年3月11日に発生した東日本大震災とその後の風評被害は東北に甚大な被害をもたらしたが、東北は観光復興の取り組みにおいて、復興ボランティアをはじめとした全国から東北に訪れた方々との交流拡大、震災語り部の育成やボランティアツアー、震災学習プログラムの造成等を通じた震災の記憶のコンテンツ化、正確な情報発信による風評被害の払拭、観光防災や再生可能エネルギー等のコンテンツとしての磨き上げを通じた教育旅行など、観光を地域の力として活かしていく基盤を整備してきた。 そして、新型コロナウイルス感染症拡大とそれに伴う生活や企業活動の変化、社会基盤となったデジタル技術革新の進展、豪雨災害の頻発など気候変動といった観光をめぐる環境の変化への対応は不可避であることから、これらを取り組みの柱に据えて東北が強みとする地域資源の活用、持続可能な観光を推進しつつも、引き続き震災の記憶と復興を我が国全体の経験として語り継いでいくことで、さらなる観光復興を推進し、持続的な地域間の交流の促進、被災地をはじめとする我が国全体の防災意識の維持に寄与する。 インフラの復興により、東北太平洋沿岸の被災地域へのアクセスが向上し、観光の面でも新たな周遊ルートの構築や地域間連携が可能となることから、その進展に合わせて、震災の記憶、復興、防災教育に係る観光コンテンツの造成や来訪者への効果的な訴求におけるXRや5G等のデジタル技術の活用を推進、被災の事実や教訓を来訪者へリアルに伝える震災遺構や震災伝承施設を効果的に組み合わせ、生徒自らが課題を設定し解決に向けて取り組む探究学習への活用する東北ならではの教育旅行として磨き上げ、被災地における滞在コンテンツとして伝承ツーリズムを推進する。その際、地域の豊かな自然と自然災害のメカニズムを学ぶ場であるジオパークを活用したジオツーリズムを始めとした東北ならではの	0. 東日本大震災からの復興、新型コロナウイルス感染症の拡大とそれに伴う生活、企業活動の変化への対応 新型コロナウイルス感染症の影響は、2020年の延べ宿泊者数は2,979万人泊、2019年比31.8%減、2021年の延べ宿泊者数は2,904万人泊(速報値)、2019年比33.6%減と東北でも非常に大きなものとなっている。 このような中、観光が将来にわたって継続できるよう、宿泊、観光各施設において、感染症対策を徹底し、まずは旅行者が安心・安全に観光を楽しめる環境を整備するとともに、科学的な知見に基づいて全国・各地域の感染状況を見極めながら、感染症対策と両立した旅行需要の喚起策を行う。 感染症対策においては、地域の観光関係者と連携しながら、観光地、宿泊施設の検温や換気の徹底などの対策を徹底しつつ、非接触型決済端末の導入などの環境整備を推進するとともに、旅行者へも、感染症対策の基本事項とともに旅行場面ごとに留意事項をまとめた「新しい旅のエチケット」の普及・啓発に努める。 新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、働く場所を選ばない勤務形態の日常化・一般化、非接触・非対面による業務運営が求められ、密を回避する新たな日常への対応が加速している。東北は、豊かな自然、四季、農山漁村、食や伝統文化など、その土地に根付く地域資源を有するところ、それらは感染症の拡大により失われるものではなく、密を避ける観光コンテンツとして、一層の強みとなることから、地域資源の磨き上げや新たな需要の掘り起こしを推進し、より一層魅力と収益力のある観光地域づくりを進めていく。 平成23年3月11日に発生した東日本大震災とその後の風評被害は東北に甚大な被害をもたらしたが、東北は観光復興の取り組みにおいて、復興ボランティアをはじめとした全国から東北に訪れた方々との交流拡大、震災語り部の育成やボランティアツアー、震災学習プログラムの造成等を通じた震災の記憶のコンテンツ化、正確な情報発信による風評被害の払拭、観光防災や再生可能エネルギー等のコンテンツとしての磨き上げを通じた教育旅行など、観光を地域の力として活かしていく基盤を整備してきた。 そして、新型コロナウイルス感染症拡大とそれに伴う生活や企業活動の変化、社会基盤となったデジタル技術革新の進展、豪雨災害の頻発など気候変動といった観光をめぐる環境の変化への対応は不可避であることから、これらを取り組みの柱に据えて東北が強みとする地域資源の活用、持続可能な観光を推進しつつも、引き続き震災の記憶と復興を我が国全体の経験として語り継いでいくことで、さらなる観光復興を推進し、持続的な地域間の交流の促進、被災地をはじめとする我が国全体の防災意識の維持に寄与する。 インフラの復興により、東北太平洋沿岸の被災地域へのアクセスが向上し、観光の面でも新たな周遊ルートの構築や地域間連携が可能となることから、その進展に合わせて、震災の記憶、復興、防災教育に係る観光コンテンツの造成や来訪者への効果的な訴求におけるXRや5G等のデジタル技術の活用を推進、被災の事実や教訓を来訪者へリアルに伝える震災遺構や震災伝承施設を効果的に組み合わせ、生徒自らが課題を設定し解決に向けて取り組む探求学習への活用する東北ならではの教育旅行として磨き上げ、被災地における滞在コンテンツとして伝承ツーリズムを推進する。その際、地域の豊かな自然と自然災害のメカニズムを学ぶ場であるジオパークを活用したジオツーリズムを始めとした東北ならではの
---	---

の自然・文化体験とも相乗効果を発揮させる。 また、科学的かつ客観的な情報発信を継続するとともに、ブルーツーリズムの推進をはじめ、安全で快適な旅行先としての地域の磨き上げや発信を行う。 1. 方針の期間 令和4年度(2022 年度)から4年間 「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成28年3月30日策定)においては、2030年までを目標の期間としているところ、本方針はこれに向けた中期の取り組みとする。 現在、新型コロナウイルス感染症の収束時期を見通すことは難しいが、まずは、国内・国外の観光にとって影響の大きい2025年大阪万博までを本方針の対象期間とし、2026年以降は2030年に訪日外国人旅行者6, 000万人とした現行の政府目標など我が国全体の観光立国推進に係る方針や東北管内の2025年までの国内、海外の動き・流れを見ながら随時見直しを図る。 2. 方針の目標 新型コロナウイルス感染症の収束時期がいまだ見通せない状況であることから、まずは感染収束後の本格的なインバウンドの回復に向けて、いち早く東北へ観光需要を取り込むことを目標とし、東北6県の外国人宿泊者数150万人泊の早期回復とさらなる上積みを目指す。 また、この間に、感染拡大によって中断された相互交流を取り戻し、デジタル化を前提とした社会への対応を図るなど、新型コロナウイルス感染症収束後の社会においても楽しめる旅行のあり方を追求する。 3. 取り組み事項 (1)デジタルファーストな観光政策へ 旅行者の行動において、旅マエではインターネットが主な情報源となり、旅ナカではスマートフォンを活用した移動・周遊情報の検索や翻訳アプリによるコミュニケーションの円滑化、旅アトではSNS等での情報発信によるリピーターや新たな旅行者の獲得等といったデジタルを前提とした観光へのアプローチが進展し、観光産業においても、個人旅行の増加を受け、オンライントラベルエージェント(以下「OTA」という。)へのシフトやデジタル技術を活用した予約・業務の繁閑への対応、マーケティングの精緻化など、観光においても情報化、デジタル化の流れが進展していたところであるが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、テレワークやオンライン会議等の経験の蓄積、リアルタイムでの混雑状況の把握、実際の旅行が出来ない中でのオンラインツアーの開発など、デジタル技術を前提とした行動への変化が一層加速した。 また、誰もがネットサービスを通じて情報発信を容易に行うことができるようになったことにより、地域の特産品の販売時に併せた旅情のPRによって、物販が誘客のツールとなり得る可能性が認知されつつある。	の自然・文化体験とも相乗効果を発揮させる。 また、科学的かつ客観的な情報発信を継続するとともに、ブルーツーリズムの推進をはじめ、安全で快適な旅行先としての地域の磨き上げや発信を行う。 1. 方針の期間 令和4年度(2022 年度)から4年間 「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成28年3月30日策定)においては、2030年までを目標の期間としているところ、本方針はこれに向けた中期の取り組みとする。 現在、新型コロナウイルス感染症の収束時期を見通すことは難しいが、まずは、国内・国外の観光にとって影響の大きい2025年大阪万博までを本方針の対象期間とし、2026年以降は2030年に訪日外国人旅行者6, 000万人とした現行の政府目標など我が国全体の観光立国推進に係る方針や東北管内の2025年までの国内、海外の動き・流れを見ながら随時見直しを図る。 2. 方針の目標 新型コロナウイルス感染症の収束時期がいまだ見通せない状況であることから、まずは感染収束後の本格的なインバウンドの回復に向けて、いち早く東北へ観光需要を取り込むことを目標とし、東北6県の外国人宿泊者数150万人泊の早期回復とさらなる上積みを目指す。 また、この間に、感染拡大によって中断された観光交流を取り戻し、デジタル化を前提とした社会への対応を図るなど、新型コロナウイルス感染症収束後の社会においても楽しめる旅行のあり方を追求する。 3. 取り組み事項 (1)デジタルファーストな観光政策へ 旅行者の行動において、旅マエではインターネットが主な情報源となり、旅ナカではスマートフォンを活用した移動・周遊情報の検索や翻訳アプリによるコミュニケーションの円滑化、旅アトではSNS等での情報発信によるリピーターや新たな旅行者の獲得等といったデジタルを前提とした観光へのアプローチが進展し、観光産業においても、個人旅行の増加を受け、オンライントラベルエージェント(以下「OTA」という。)へのシフトやデジタル技術を活用した予約・業務の繁閑への対応、マーケティングの精緻化など、観光においても情報化、デジタル化の流れが進展していたところであるが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、テレワークやオンライン会議等の経験の蓄積、リアルタイムでの混雑状況の把握、実際の旅行が出来ない中でのオンラインツアーの開発など、デジタル技術を前提とした行動への変化が一層加速した。 また、誰もがネットサービスを通じて情報発信を容易に行うことができるようになったことにより、地域の特産品の販売時に併せた旅情のPRによって、物販が誘客のツールとなり得る可能性が認知されつつある。
---	---

小売業・流通業ではデジタル技術によって流通経路を含めたサプライチェーン全体の最適化を図っているが、観光分野における取り組みはまだ道半ばであり、このままでは他のサービス等との比較から消費者に相対的な不便さを感じさせることとなるおそれがあることから、必要な取り組みを加速する必要がある。

さらに、旅行者が実際の旅行体験と並行してインターネット上でも行動していること、特産品の消費者が誘客のターゲットになり得ることを前提として、観光地域づくり、観光産業、誘客戦略、販売手法の変革を推進する。

(2)観光交流の拡大

①新型コロナウイルス感染症の収束後の訪日需要の早期回復と、市場の多角化に向けた幅広い市場での認知度向上の取り組み

新型コロナウイルス感染症の収束後を見据え、回復すると考えられる旅行需要に対し、広く東北を訪問先として強く動機づけるため、東北として一体的なブランドイメージの醸成と認知度向上に向けたプロモーションを展開し、高単価な旅行者の獲得に向けたMICE、コンベンションの誘致にも取り組む。

公表されている観光動向等に関するデータを幅広く収集するほか、過去に実施した事業等で得られたデータを整理・分析し横断的に活用することで、感染拡大前から訪東北の多い台湾・中国・香港・タイ市場からの需要を着実に回復させるとともに、各地域の感染症の流行など不測の事態への対応を図るほか、密を避けた少人数での旅行やアドベンチャーツーリズム等、旅行トレンドの変化を的確に捉え、世界的な新富裕層、ミレニウム世代等の旺盛な旅行需要の取り込みや、欧米や東南アジアといった新市場の取り込みに向けたアプローチを行い、市場の多角化を進める。国内市場においては、団塊の世代、特に心理的・物理的に遠い地域との認識から東北への来訪者があまり多くないと考えられる西日本からの誘客について、まずは心理的なハードルを下げるため、認知度向上と東北をもっと身近に感じることができている情報発信に取り組む。

その際、旅客需要に応じて設定される航空便の就航状況を踏まえて、効果的なプロモーションとなるよう具体的な事業内容を検討する。

②デジタルプロモーションによる関係人口・交流人口の拡大

すべての手順をオンラインや電子データによって処理することができるようにして紙ベースの文化を変えることやこれにより生み出される膨大なデータを分析・処理して、地域の取り組みの企画立案に活用していくとともに、任意の時間軸において発生していることを可視化(見える化)をしていくことによって地域の関係者間での取り組みの実施に係る合意形成の円滑化を図る。さらに地域住民に対しても地域の観光の現状やビジョンについて明確な絵姿を示すことにより、観光に対する具体的なイメージを伴った理解を促すことが肝要である。

そのため、データについては有償無償を問わず機械判読の容易な形式でデータを公開する考え方(オープンデータ)を積極的に取り入れ、従来型の紙ベースを前提とした情報収集のスタイルを変えていく。

オープンデータの一例として、都市の3Dデータが公開され、ゲームの舞台への活用が期待さ

小売業・流通業ではデジタル技術によって流通経路を含めたサプライチェーン全体の最適化を図っているが、観光分野における取り組みはまだ道半ばであり、このままでは他のサービス等との比較から消費者に相対的な不便さを感じさせることとなるおそれがあることから、必要な取り組みを加速する必要がある。

さらに、旅行者が実際の旅行体験と並行してインターネット上でも行動していること、特産品の消費者が誘客のターゲットになり得ることを前提として、観光地域づくり、観光産業、誘客戦略、販売手法の変革を推進する。

(2)観光交流の拡大

①新型コロナウイルス感染症の収束後の訪日需要の早期回復と、市場の多角化に向けた幅広い市場での認知度向上の取り組み

新型コロナウイルス感染症の収束後を見据え、回復すると考えられる旅行需要に対し、広く東北を訪問先として強く動機づけるため、東北として一体的なブランドイメージの醸成と認知度向上に向けたプロモーションを展開し、高単価な旅行者の獲得に向けたMICE、コンベンションの誘致にも取り組む。

公表されている観光動向等に関するデータを幅広く収集するほか、過去に実施した事業等で得られたデータを整理・分析し横断的に活用することで、感染拡大前から訪東北の多い台湾・中国・香港・タイ市場からの需要を着実に回復させるとともに、各地域の感染症の流行など不測の事態への対応を図るほか、密を避けた少人数での旅行やアドベンチャーツーリズム等、旅行トレンドの変化を的確に捉え、世界的な新富裕層、ミレニウム世代等の旺盛な旅行需要の取り込みや、欧米や東南アジアといった新市場の取り込みに向けたアプローチを行い、市場の多角化を進める。国内市場においては、団塊の世代、特に心理的・物理的に遠い地域との認識から東北への来訪者があまり多くないと考えられる西日本からの誘客について、まずは心理的なハードルを下げるため、認知度向上と東北をもっと身近に感じることができている情報発信に取り組む。

その際、旅客需要に応じて設定される航空便の就航状況を踏まえて、効果的なプロモーションとなるよう具体的な事業内容を検討する。

②デジタルプロモーションによる関係人口・交流人口の拡大

すべての手順をオンラインや電子データによって処理することができるようにして紙ベースの文化を変えることやこれにより生み出される膨大なデータを分析・処理して、地域の取り組みの企画立案に活用していくとともに、任意の時間軸において発生していることを可視化(見える化)をしていくことによって地域の関係者間での取り組みの実施に係る合意形成の円滑化を図る。さらに地域住民に対しても地域の観光の現状やビジョンについて明確な絵姿を示すことにより、観光に対する具体的なイメージを伴った理解を促すことが肝要である。

そのため、データについては有償無償を問わず機械判読の容易な形式でデータを公開する考え方(オープンデータ)を積極的に取り入れ、従来型の紙ベースを前提とした情報収集のスタイルを変えていく。

オープンデータの一例として、都市の3Dデータが公開され、ゲームの舞台への活用が期待さ

れているところ。このようなバーチャルの世界のコンテンツはリアルの世界である地域に全く新しいストーリーが生み出されることから、これを活用した観光コンテンツの創出を支援する。併せて日常生活のための街や地域コミュニティが観光資源となることについて地域住民の理解を進め、観光地域づくりに参画できるよう観光への住民のコミットを促す。例えば、バーチャルの世界におけるコンテンツを現実の世界でも追体験できるような演出を住民とも連携して用意するなどバーチャルとリアルの融合を図っていくことが考えられる。

また、今後の高齢化社会において、体の不自由な方、長期入院等で旅行が難しい方に対しても、バーチャルトリップ等、現実にはないものを知覚できるクロスリアリティ(XR)等を活用した新たな旅行形態の提供も促進する。

SNSやバーチャル空間における観光コンテンツの体験を一般化させるとともに、当該体験に対する反応、反響を観光コンテンツの創出に向けたマーケティングに活用する。

③地域独自のストーリーを提供する滞在コンテンツの造成促進

文化や暮らしを体感しつつ地域をじっくりと楽しむ滞在型観光をはじめ、地域が営んできた独自の生活文化や地域資源を旅行者へ訴求力のある体験ストーリーとして磨き上げ、地域産業と連携した付加価値の高い観光コンテンツ化を図ることで、観光の効果を地域へ還流させる。具体的には、豊かな自然、国立公園、雪、食、湯治文化、伝統工芸品、農山漁村等といった東北の強みである観光資源を、観光産業にとらわれない地域の複数業種との連携のもと、感染症収束後の新たな社会に向け3密を避けられる観光スタイルとして磨き上げを図る。その際、地域とつながりたいと考える旅行者の関心に応える観点から、観光地においては住民や地域コミュニティの参画を得ることが重要である。これにより、旅行者の活動自体がコンテンツの一部を構成・形成することとなるような仕掛けづくりや旅行者が地元のストーリーに溶け込むコンテンツ造成が図られ、当該観光コンテンツのより深い理解に資することに、また、観光客のみならず、住民にとっても暮らしやすい土地にすることによって、住民の観光地域づくりへの参画の機運が醸成されるものと考えられる。

また、有力な観光資源となり得るアドベンチャーツーリズムを促進する。欧米の長距離トレッキングの趣向を捉え、震災後に整備されたロングトレイル「みちのく潮風トレイル」をはじめとして、管内の道路、通路における冒険の要素を演出するとともに、地元住民との交流を促進し、地域の誇りの再認識と欧米のファン獲得により欧米人がトレッキングをする風景を東北らしい風景と認識されるまでに定着させる。

さらに、国立公園を始め、豊かな自然を活用した体験滞在のコンテンツ造成を促進することにより、観光コンテンツの増加、観光消費額の増加が自然の適切な管理に資する正のスパイラルを創出する。また、東北に 8 ヶ所設置されたユネスコのプログラムであるジオパークは、地域の豊かな自然と、地震や津波、火山噴火などの自然災害のメカニズムを学ぶ場として教育旅行でも活用され始めており、ジオツーリズムとして、自然やアウトドアに関心を持ち始めた一般観光客やインバウンドへの滞在コンテンツとしての活用を推進する。

れているところ。このようなバーチャルの世界のコンテンツはリアルの世界である地域に全く新しいストーリーが生み出されることから、これを活用した観光コンテンツの創出を支援する。併せて日常生活のための街や地域コミュニティが観光資源となることについて地域住民の理解を進め、観光地域づくりに参画できるよう観光への住民のコミットを促す。例えば、バーチャルの世界におけるコンテンツを現実の世界でも追体験できるような演出を住民とも連携して用意するなどバーチャルとリアルの融合を図っていくことが考えられる。

また、今後の高齢化社会において、体の不自由な方、長期入院等で旅行が難しい方に対しても、バーチャルトリップ等、現実にはないものを知覚できるクロスリアリティ(XR)等を活用した新たな旅行形態の提供も促進する。

SNSやバーチャル空間における観光コンテンツの体験を一般化させるとともに、当該体験に対する反応、反響を観光コンテンツの創出に向けたマーケティングに活用する。

③地域独自のストーリーを提供する滞在コンテンツの造成促進

文化や暮らしを体感しつつ地域をじっくりと楽しむ滞在型観光をはじめ、地域が営んできた独自の生活文化や地域資源を旅行者へ訴求力のある体験ストーリーとして磨き上げ、地域産業と連携した付加価値の高い観光コンテンツ化を図ることで、観光の効果を地域へ還流させる。具体的には、豊かな自然、国立公園、雪、食、湯治文化、伝統工芸品、農山漁村等といった東北の強みである観光資源を、観光産業にとらわれない地域の複数業種との連携のもと、感染症収束後の新たな社会に向け3密を避けられる観光スタイルとして磨き上げを図る。その際、地域とつながりたいと考える旅行者の関心に応える観点から、観光地においては住民や地域コミュニティの参画を得ることが重要である。これにより、旅行者の活動自体がコンテンツの一部を構成・形成することとなるような仕掛けづくりや旅行者が地元のストーリーに溶け込むコンテンツ造成が図られ、当該観光コンテンツのより深い理解に資することに、また、観光客のみならず、住民にとっても暮らしやすい土地にすることによって、住民の観光地域づくりへの参画の機運が醸成されるものと考えられる。

また、有力な観光資源となり得るアドベンチャーツーリズムを促進する。欧米の長距離トレッキングの趣向を捉え、震災後に整備されたロングトレイル「みちのく潮風トレイル」をはじめとして、管内の道路、通路における冒険の要素を演出するとともに、地元住民との交流を促進し、地域の誇りの再認識と欧米のファン獲得により欧米人がトレッキングをする風景を東北らしい風景と認識されるまでに定着させる。

さらに、国立公園を始め、豊かな自然を活用した体験滞在のコンテンツ造成を促進することにより、観光コンテンツの増加、観光消費額の増加が自然の適切な管理に資する正のスパイラルを創出する。また、東北に 8 ヶ所設置されたユネスコのプログラムであるジオパークは、地域の豊かな自然と、地震や津波、火山噴火などの自然災害のメカニズムを学ぶ場として教育旅行でも活用され始めており、ジオツーリズムとして、自然やアウトドアに関心を持ち始めた一般観光客やインバウンドへの滞在コンテンツとしての活用を推進する。

④サステナビリティに着目した東北の資源の再発見と磨き上げ

令和2年6月に観光庁において「日本版持続可能なガイドライン」が策定されたところであるが、観光は目的地までの交通や宿泊施設、お土産品を始めとした地域製品の消費など、産業全体に広く関わるものであり、カーボンニュートラルを始めとした社会全体の持続可能性に向けて、観光関係者が一体となってSDGsに取り組み、観光が地域の持続可能性に貢献していくことが不可欠となっている。

こうした世界的な潮流を踏まえ、東北が訪問先として選ばれていくため、古くから自然との関係の中で育まれた東北の持続的な食料生産の仕組み、文化、生活体験を、平成 29・30・31 年改訂学習指導要領においても盛り込まれたSDGs探究型学習にも応える観光コンテンツとして磨き上げ、東北の地域としての生存資源の質の高さをブランド化する。

再生可能エネルギー、間伐材の活用などを体験コンテンツとして磨き上げ、教育旅行を促進することにより、再生可能エネルギー、間伐材の活用等に新たな付加価値を生み出す。

今後のインバウンドの訪日旅行再開を見据え、環境に対する旅行者の意識や国際的な観光業界の取り組みの動向も分析しつつ、市場ごとの持続可能性に対する趣向の違いを具体的に把握することにより、地域ごとのリソースに合ったあり方、見せ方を追求する。

これらにより、観光におけるSDGsの取り組みを進め、欧米などSDGsに対して感度の高いマーケットに対して発信し、世界的な SDGsに対する関心の高まりに対応していく。

また、SDGs、カーボンオフセット等の取り組みを地方公共団体、DMO、宿泊事業者をはじめとした観光関係者等と推進する。

⑤働く場所を選ばない勤務の日常化、一般化と観光産業の事業構造の変革

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受けて、テレワーク経験者が飛躍的に増加したところであるが、オンライン技術を前提として、実際の勤務の場所にとらわれない働き方など、個々が多様で柔軟な働き方を選択できる働き方改革が進展している。

こうした働き方改革の進展を踏まえ、旅行体験は個人の価値観を豊かにし、その結果、企業や社会にも裨益するものとして、旅行と仕事を両立させるスタイルとしてのワーケーションやブレイジャーを、地域と企業のマッチングの支援などを通じて促進する。

また、観光産業においても、こうした動きに合わせ、波動需要の平準化、従来と比較して長期にわたる滞在客に対応して泊食分離やコンドミニアムスタイル(自炊の導入など)の宿泊サービスの見直しにより、繁閑の差を縮小して施設や要員のスリム化など、効率的なスタイルへの変革を図る。

⑥観光が地域を一層裨益していくため持続可能な観光地域づくり、連携体制の整備

少子高齢・人口減少社会において、観光によって交流人口を拡大し、地域において持続的に稼げる力としていくため、地域住民をはじめ、従来の観光業のみにとどまらない地域の多様な産業とも連携した観光地域づくりを進め、地域資源の訴求を図るとともに、観光の効果を域内に還流する仕組みや来訪者が地域の一員となる体験など地域と来訪者が調和する環境の整備を促進する。

また、地域住民が自らの地域への理解を深め、地域に愛着を持つ環境づくりを進めることで、地域内での観光需要を高めるとともに、住民が観光地域づくりに持続的に参加する機運を醸成す

④サステナビリティに着目した東北の資源の再発見と磨き上げ

令和2年6月に観光庁において「日本版持続可能なガイドライン」が策定されたところであるが、観光は目的地までの交通や宿泊施設、お土産品を始めとした地域製品の消費など、産業全体に広く関わるものであり、カーボンニュートラルを始めとした社会全体の持続可能性に向けて、観光関係者が一体となってSDGsに取り組み、観光が地域の持続可能性に貢献していくことが不可欠となっている。

こうした世界的な潮流を踏まえ、東北が訪問先として選ばれていくため、古くから自然との関係の中で育まれた東北の持続的な食料生産の仕組み、文化、生活体験を、平成 29・30・31 年改訂学習指導要領においても盛り込まれたSDGs探求型学習にも応える観光コンテンツとして磨き上げ、東北の地域としての生存資源の質の高さをブランド化する。

再生可能エネルギー、間伐材の活用などを体験コンテンツとして磨き上げ、教育旅行を促進することにより、再生可能エネルギー、間伐材の活用等に新たな付加価値を生み出す。

今後のインバウンドの訪日旅行再開を見据え、環境に対する旅行者の意識や国際的な観光業界の取り組みの動向も分析しつつ、市場ごとの持続可能性に対する趣向の違いを具体的に把握することにより、地域ごとのリソースに合ったあり方、見せ方を追求する。

これらにより、観光におけるSDGsの取り組みを進め、欧米などSDGsに対して感度の高いマーケットに対して発信し、世界的な SDGsに対する関心の高まりに対応していく。

また、SDGs、カーボンオフセット等の取り組みを地方公共団体、DMO、宿泊事業者をはじめとした観光関係者等と推進する。

⑤働く場所を選ばない勤務の日常化、一般化と観光産業の事業構造の変革

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受けて、テレワーク経験者が飛躍的に増加したところであるが、オンライン技術を前提として、実際の勤務の場所にとらわれない働き方など、個々が多様で柔軟な働き方を選択できる働き方改革が進展している。

こうした働き方改革の進展を踏まえ、旅行体験は個人の価値観を豊かにし、その結果、企業や社会にも裨益するものとして、旅行と仕事を両立させるスタイルとしてのワーケーションやブレイジャーを、地域と企業のマッチングの支援などを通じて促進する。

また、観光産業においても、こうした動きに合わせ、波動需要の平準化、従来と比較して長期にわたる滞在客に対応して泊食分離やコンドミニアムスタイル(自炊の導入など)の宿泊サービスの見直しにより、繁閑の差を縮小して施設や要員のスリム化など、効率的なスタイルへの変革を図る。

⑥観光が地域を一層裨益していくため持続可能な観光地域づくり、連携体制の整備

少子高齢・人口減少社会において、観光によって交流人口を拡大し、地域において持続的に稼げる力としていくため、地域住民をはじめ、従来の観光業のみにとどまらない地域の多様な産業とも連携した観光地域づくりを進め、地域資源の訴求を図るとともに、観光の効果を域内に還流する仕組みや来訪者が地域の一員となる体験など地域と来訪者が調和する環境の整備を促進する。

また、地域住民が自らの地域への理解を深め、地域に愛着を持つ環境づくりを進めることで、地域内での観光需要を高めるとともに、住民が観光地域づくりに持続的に参加する機運を醸成す

る。

東北においては、令和3年の東日本大震災から10年の節目に、6県全域をエリアとした東北デスティネーションキャンペーンを官民あげて展開し、広域的に地域の取り組み体制や他地域への発信、交流の基盤を整えたところであるが、こうした広域的な体制を維持、継承しつつ、各地域においても計画的に取り組みを行う体制を整備する。

また、観光が地域において持続的に交流人口を維持、拡大する力となるよう、大阪万博の会場となる関西をはじめ、北海道、新潟、北関東などの隣接エリアなど国内各地域との連携強化に向けた取り組みを促進する。来訪者数の多い関東地方においても、東北の各観光地は実際の時間距離よりも遠いイメージを持たれている傾向があることから、正確な情報発信を促進し、東北への来訪者全体のさらなる拡大を図る。

⑦アウトバウンド・国際相互交流の促進

アウトバウンドの促進は、次世代を牽引する若者をはじめとする国民の国際感覚の向上のみならず、国際相互理解の増進による諸外国との友好関係の深化を図るものであるとともに、双方向の交流拡大(ツーウェイツーリズムの推進)を通じ、航空ネットワークの拡大、ひいてはインバウンドの更なる拡大にも貢献するものである。

東北地方においても、官民の幅広い関係者から構成される「アウトバウンド促進協議会」と連携し、若年層を中心としたプロモーションを通じて海外旅行への機運醸成を図るなど官民一体となった取組について着実に推進する。

さらに、二国間の交流人口の拡大に向け、姉妹都市交流なども含めた観光交流事業、観光見本市への相互出展等を通じて国際相互交流の機会を創出し、連携協力を強化することで、観光交流の拡大に積極的に取り組む。

また、教育旅行の招致や学会の誘致による大学生・留学生などの教育・学術分野や、企業誘致などのビジネスによる国際相互交流を推進する。

(3)安全・安心の確保

①新しい旅のスタイルの定着と感染症対策の徹底

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け旅行者の安全意識が変化したことで、これからの旅行においては、3密を避け、感染症対策に万全を期すことが、第一に求められる。

旅行者に対しては、「新しい旅のスタイル」の普及、定着に向けた啓発活動が続けるとともに、観光施設、宿泊施設においては、感染症対策機器の導入や密を避けるオペレーションの検討、キャッシュレス化やOTAの活用など接触機会の低減を図る。

また、デジタル技術を活用することで、地域、施設の混雑状況が見える化し、旅行者が安心、安全に滞在、周遊できる環境を整備する。

②デジタル技術を活用した災害・事故等発生時の関係者の情報共有、旅行者への情報提供の円滑化

旅行者は、観光地周辺の地理等の情報に不案内なことが多いことから、災害発生時のパニックを防止し、安全に行動するため、災害等の発生状況、避難経路、交通環境等の情報を適切に集

る。

東北においては、令和3年の東日本大震災から10年の節目に、6県全域をエリアとした東北デスティネーションキャンペーンを官民あげて展開し、広域的に地域の取り組み体制や他地域への発信、交流の基盤を整えたところであるが、こうした広域的な体制を維持、継承しつつ、各地域においても計画的に取り組みを行う体制を整備する。

また、観光が地域において持続的に交流人口を維持、拡大する力となるよう、大阪万博の会場となる関西をはじめ、北海道、新潟、北関東などの隣接エリアなど国内各地域との連携強化に向けた取り組みを促進する。来訪者数の多い関東地方においても、東北の各観光地は実際の時間距離よりも遠いイメージを持たれている傾向があることから、正確な情報発信を促進し、東北への来訪者全体のさらなる拡大を図る。

(追記)

(3)安全・安心の確保

①新しい旅のスタイルの定着と感染症対策の徹底

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を受け旅行者の安全意識が変化したことで、これからの旅行においては、3密を避け、感染症対策に万全を期すことが、第一に求められる。

旅行者に対しては、「新しい旅のスタイル」の普及、定着に向けた啓発活動が続けるとともに、観光施設、宿泊施設においては、感染症対策機器の導入や密を避けるオペレーションの検討、キャッシュレス化やOTAの活用など接触機会の低減を図る。

また、デジタル技術を活用することで、地域、施設の混雑状況が見える化し、旅行者が安心、安全に滞在、周遊できる環境を整備する。

②デジタル技術を活用した災害・事故等発生時の関係者の情報共有、旅行者への情報提供の円滑化

旅行者は、観光地周辺の地理等の情報に不案内なことが多いことから、災害発生時のパニックを防止し、安全に行動するため、災害等の発生状況、避難経路、交通環境等の情報を適切に集

約、発信する体制整備を進める。

地方公共団体、観光施設、交通機関等の関係者の連携を促進し、観光案内所等も活用した情報集約、発信体制を整備する。

また、インバウンド向けには、観光庁の災害時情報提供アプリ「Safety tips」を活用し情報提供を行うとともに、Google Maps 等のインターネット上の地図において、観光案内所、地方公共団体等による危機管理関係情報の掲載ルールの設定、用語・翻訳の統一化、掲載情報の鮮度の表示の徹底により、情報の入手の場面における非対面の促進や、旅行者の視線から必要なときに必要な情報が一元的に入手できるよう取り組む。

③正確な情報発信による風評被害対策の促進

被災の範囲や程度、観光施設、宿泊施設の受入状況等の情報が、旅行先を選択しようとする者に対して迅速かつ正確に伝わらないことで、地域が旅行者の受入機会をなくすことがないよう、地方公共団体、観光施設、交通機関等の関係者の連携を促進し、観光案内所等も活用した情報集約、発信体制を整備する。

(4)観光産業の再生と人材育成

①小グループ化などニーズの変化に対応したビジネスモデルの再構築

大規模な団体ツアーに効率的に対応する体制から小グループ、家族などの規模の小さな観光客への対応や少子高齢化に伴う担い手不足を踏まえ、IT、デジタル技術の活用などにより、省力化、省人化に積極的に取り組み、労働集約的な事業構造を変革、リアルタイムでの価格最適化等の促進により高付加価値化を進める。さらに、カーボンニュートラルの促進にも対応するキャッシュレス化、OTAへのコンテンツ掲載情報の掲載の円滑化によるOTAのさらなる活用、インターネットによる直販の強化を図る。さらにこれらの成果を観光関係者で共有していくことなどにより、観光に係るビジネスモデルの再構築と観光DXに関する事業者全体の底上げを図る。

②リモートワークによる都市部 IT 人材の活用

観光産業の高付加価値化に向けて、効果的にマーケティング、販路開拓、省人化等を促進するうえでデジタル技術の活用が不可欠である。

リモートワーク環境の整備に合わせ、東北への二拠点居住等を促進し、都市部IT人材の観光産業への取り込みを進め、オンライン環境での副業を観光事業において活用することによって、地域のコンテンツ造成能力の拡大を図る。

③地域独自のストーリーの提供と連携した宿泊の高付加価値化

宿泊は、旅行者の滞在時間を増加させ、宿泊施設の経営や衛生等直接に関係する産業のみならず、旅行者の滞在コンテンツや飲食等の消費活動を通じ、地域全体へ観光の効果を波及させる効果大きい。

地域の生活文化や地域資源を体験ストーリーとして磨き上げ、旅行者も一体となって持続可能な観光地域づくりと宿泊との連携を強化、地域のコンテンツの充実との相乗効果を図りつつ、域内における長期滞在を促進するとともに、宿泊を観光地域づくりの核として、農泊、寺泊、城泊、自然

約、発信する体制整備を進める。

地方公共団体、観光施設、交通機関等の関係者の連携を促進し、観光案内所等も活用した情報集約、発信体制を整備する。

また、インバウンド向けには、観光庁の災害時情報提供アプリ「Safety tips」を活用し情報提供を行うとともに、Google Maps 等のインターネット上の地図において、観光案内所、地方公共団体等による危機管理関係情報の掲載ルールの設定、用語・翻訳の統一化、掲載情報の鮮度の表示の徹底により、情報の入手の場面における非対面の促進や、旅行者の視線から必要なときに必要な情報が一元的に入手できるよう取り組む。

③正確な情報発信による風評被害対策の促進

被災の範囲や程度、観光施設、宿泊施設の受入状況等の情報が、旅行先を選択しようとする者に対して迅速かつ正確に伝わらないことで、地域が旅行者の受入機会をなくすことがないよう、地方公共団体、観光施設、交通機関等の関係者の連携を促進し、観光案内所等も活用した情報集約、発信体制を整備する。

(4)観光産業の再生と人材育成

①小グループ化などニーズの変化に対応したビジネスモデルの再構築

大規模な団体ツアーに効率的に対応する体制から小グループ、家族などの規模の小さな観光客への対応や少子高齢化に伴う担い手不足を踏まえ、IT、デジタル技術の活用などにより、省力化、省人化に積極的に取り組み、労働集約的な事業構造を変革、リアルタイムでの価格最適化等の促進により高付加価値化を進める。さらに、カーボンニュートラルの促進にも対応するキャッシュレス化、OTAへのコンテンツ掲載情報の掲載の円滑化によるOTAのさらなる活用、インターネットによる直販の強化を図る。さらにこれらの成果を観光関係者で共有していくことなどにより、観光に係るビジネスモデルの再構築と観光DXに関する事業者全体の底上げを図る。

②リモートワークによる都市部 IT 人材の活用

観光産業の高付加価値化に向けて、効果的にマーケティング、販路開拓、省人化等を促進するうえでデジタル技術の活用が不可欠である。

リモートワーク環境の整備に合わせ、東北への二拠点居住等を促進し、都市部IT人材の観光産業への取り込みを進め、オンライン環境での副業を観光事業において活用することによって、地域のコンテンツ造成能力の拡大を図る。

③地域独自のストーリーの提供と連携した宿泊の高付加価値化

宿泊は、旅行者の滞在時間を増加させ、宿泊施設の経営や衛生等直接に関係する産業のみならず、旅行者の滞在コンテンツや飲食等の消費活動を通じ、地域全体へ観光の効果を波及させる効果大きい。

地域の生活文化や地域資源を体験ストーリーとして磨き上げ、旅行者も一体となって持続可能な観光地域づくりと宿泊との連携を強化、地域のコンテンツの充実との相乗効果を図りつつ、域内における長期滞在を促進するとともに、宿泊を観光地域づくりの核として、農泊、寺泊、城泊、自然

体験と一体となったグランピング等、地域ならではの体験と宿泊との組み合わせにより、宿泊自体のコンテンツ化、高付加価値化を図るとともに、コンテンツとしての商品流通、販路拡大に向けて取り組みを進める。

④エコツーリズムやジオツーリズムなど持続可能な観光地経営、コンテンツ造成に

係る人材の創出

持続可能な観光地経営を促進し、観光産業の高度化を図るため、デジタル化への対応をはじめとした社会の変革に対応したマネジメントを行う高度な専門人材の育成が不可欠となっている。

また、観光の現場においても、多言語対応を含め、地域資源をより深く効果的に旅行者へ伝えるガイドスキルが求められる。

観光を地域における成長の柱として活用していくために、外部人材の活用も含め、地域全体で観光人材を育てるための環境整備を行う。

エコツーリズムやジオツーリズムの推進により環境負荷低減に係る人々の意識の深度化を図るとともに、環境負荷の低減に係る取り組みを体験コンテンツに活用するなど、カーボンニュートラル、脱炭素に資する新たなコンテンツの発掘、磨き上げに取り組む人材を支援する。

※その際、旅行中の移動時において電気バスなどのいわゆるZEVの活用を考慮するなど、行程そのものにおいて環境負荷の低減を図るものとなっているかどうかの観点も重要になるものと考えられる

⑤観光地・観光産業における人手不足の解消

インバウンドをはじめとする観光需要の急速な回復に伴い、観光地・観光産業における人手不足が顕著となっている。今後更なる増加が見込まれる観光需要を着実に取り込み、地方への旅行者数・旅行消費額等の増加といったインバウンドによる経済効果を最大限にするためにも人手不足の解消が急務である。

人手不足の解消に向けて、観光地・観光産業の再生・高付加価値化を進め、観光産業のDX支援等を通じて収益力の向上、マルチタスクをマネジメントする人材の育成、経営の効率化を支援する。

さらに、従業員の待遇改善を図り、コロナ禍による離職者の復帰等を含めて、インターンシップ等の採用活動を支援し、国内人材の担い手の確保を進める。

加えて、業界団体とも連携し、宿泊業の魅力、雇用環境等を外国人に向けて積極的に周知・発信するなど、外国人材の活用を推進するための必要な環境整備に取り組む。

(5) 受入環境整備とアクセシビリティの向上

①持続可能な観光地域づくり(オーバーツーリズム対策等を含む)

観光客の受け入れと地域住民の生活の質の確保を両立した持続可能な観光地域づくりを推進することが重要となる。観光を地域の経済や社会の発展につなげ地域・産業・住民のいずれもが観光による地域活性化の恩恵を享受できる基盤を整備し、観光地の磨き上げにつなげていくことで、観光を通じた持続的な地域活性化の好循環を図る。

また、観光財源のあり方(※)について、住民も含めた多様なステークホルダーで議論を進めて

体験と一体となったグランピング等、地域ならではの体験と宿泊との組み合わせにより、宿泊自体のコンテンツ化、高付加価値化を図るとともに、コンテンツとしての商品流通、販路拡大に向けて取り組みを進める。

④エコツーリズムやジオツーリズムなど持続可能な観光地経営、コンテンツ造成に

係る人材の創出

持続可能な観光地経営を促進し、観光産業の高度化を図るため、デジタル化への対応をはじめとした社会の変革に対応したマネジメントを行う高度な専門人材の育成が不可欠となっている。

また、観光の現場においても、多言語対応を含め、地域資源をより深く効果的に旅行者へ伝えるガイドスキルが求められる。

観光を地域における成長の柱として活用していくために、外部人材の活用も含め、地域全体で観光人材を育てるための環境整備を行う。

エコツーリズムやジオツーリズムの推進により環境負荷低減に係る人々の意識の深度化を図るとともに、環境負荷の低減に係る取り組みを体験コンテンツに活用するなど、カーボンニュートラル、脱炭素に資する新たなコンテンツの発掘、磨き上げに取り組む人材を支援する。

※その際、旅行中の移動時において電気バスなどのいわゆるZEVの活用を考慮するなど、行程そのものにおいて環境負荷の低減を図るものとなっているかどうかの観点も重要になるものと考えられる

(追記)

(5) 受入環境整備とアクセシビリティの向上

(追記)

いく。

さらに、観光客が集中する一部の地域や時間帯によっては、交通渋滞による排気ガスの増加やゴミの増加等による自然環境・生態系への悪影響を及ぼしている場合もある。マナー違反や混雑等の住民とのトラブルの未然防止等の地域の課題解決に取り組み、交通手段や観光インフラの充実、レスポンスブル・ツーリズム（責任ある観光）や需要の分散・平準化を推進する。

※宿泊税、入湯税、その他の観光に関連する地方税、受益者分担金・負担金、協力金、寄附金（ふるさと納税制度）等

②消費、周遊に関するアクセスの容易化

個人旅行層の増加に対応し、来訪者の消費、周遊に関する情報へのアクセスを容易にし、地域で消費しやすい環境、地域を周遊しやすい環境を整備することで、観光の効果を地域全体に還元するための基盤整備を進める。

東日本大震災からの復興が着実に進み、東北を縦断する三陸自動車道が全通するなど、広域的に周遊しやすい環境整備が進んでいることから、旅行者の移動形態に応じて、県境にとらわれない連携が一層、求められる。新たな高速バスの運行実験などを通じた二次交通の整備、宿泊・観光施設の送迎と地域交通との連携促進などについて、持続的な運行体制の整備を重視しつつ、旅行者のニーズへの対応を図る関係者の取り組みを支援する。

観光案内所や道の駅等の交通結節点において、地域の滞在コンテンツに関する案内の充実や地域間の周遊促進に向けた施設間の連携強化を図るとともに、デジタル技術を活用し、オンラインでの観光コンテンツ掲載情報の統一化など観光施設情報の統一化を図るとともに、オープンデータの考え方の浸透を併せて進めることでMaaSの取り組みを促進する基盤形成を図る。

また、ビッグデータを活用したシステム構築による利便性向上、効率的な輸送を実現するAIオンデマンド交通の普及促進、効率的なサービス提供に資する公共交通事業者における運行情報等のデジタル化の普及促進（他言語表記の推進含む）等を推進するとともに、各主要駅や交通結節点での多言語を含むデジタルサイネージによる情報提供体制を整備し、シームレスでストレスフリーな広域移動を促進する。

観光コンテンツのプロモーションにおいても、おおまかな移動手段や所要時間、旅行の全体像を消費者が正確にイメージできるような情報を伝えるよう留意する。

③多言語対応、消費・決済環境の整備

地域における滞在、周遊、消費環境の整備等を進める。

個人旅行層の増加を踏まえ、施設等における多言語対応、通訳ガイド人材の充実を図り、世界的なキャッシュレス化の進展、非接触による決済需要に対応する環境を整備、リピーター化につなげるための地域の満足度向上や地域での消費額向上を図る。

④公共交通機関を活用した楽しい旅の演出

東北地方では風光明媚な路線が多く、事業者も四季に応じた様々な企画列車等を運行しているなど、公共交通機関自体が観光コンテンツとしての潜在性がまだまだ見込めると考えられることから、観光列車、レストランバスの導入支援を行うとともに、販路の確保・拡大、情報発信に当たっ

①消費、周遊に関するアクセスの容易化

個人旅行層の増加に対応し、来訪者の消費、周遊に関する情報へのアクセスを容易にし、地域で消費しやすい環境、地域を周遊しやすい環境を整備することで、観光の効果を地域全体に還元するための基盤整備を進める。

東日本大震災からの復興が着実に進み、東北を縦断する三陸自動車道が全通するなど、広域的に周遊しやすい環境整備が進んでいることから、旅行者の移動形態に応じて、県境にとらわれない連携が一層、求められる。新たな高速バスの運行実験などを通じた二次交通の整備、宿泊・観光施設の送迎と地域交通との連携促進などについて、持続的な運行体制の整備を重視しつつ、旅行者のニーズへの対応を図る関係者の取り組みを支援する。

観光案内所や道の駅等の交通結節点において、地域の滞在コンテンツに関する案内の充実や地域間の周遊促進に向けた施設間の連携強化を図るとともに、デジタル技術を活用し、オンラインでの観光コンテンツ掲載情報の統一化など観光施設情報の統一化を図るとともに、オープンデータの考え方の浸透を併せて進めることでMaaSの取り組みを促進する基盤形成を図る。

また、ビッグデータを活用したシステム構築による利便性向上、効率的な輸送を実現するAIオンデマンド交通の普及促進、効率的なサービス提供に資する公共交通事業者における運行情報等のデジタル化の普及促進（他言語表記の推進含む）等を推進するとともに、各主要駅や交通結節点での多言語を含むデジタルサイネージによる情報提供体制を整備し、シームレスでストレスフリーな広域移動を促進する。

観光コンテンツのプロモーションにおいても、おおまかな移動手段や所要時間、旅行の全体像を消費者が正確にイメージできるような情報を伝えるよう留意する。

②インバウンドの再開に備えた多言語対応、消費・決済環境の整備

地域における滞在、周遊、消費環境の整備等のインバウンド再開に向けた準備を進める。

個人旅行層の増加を踏まえ、施設等における多言語対応、通訳ガイド人材の充実を図り、世界的なキャッシュレス化の進展、非接触による決済需要に対応する環境を整備、リピーター化につなげるための地域の満足度向上や地域での消費額向上を図る。

③公共交通機関を活用した楽しい旅の演出

東北地方では風光明媚な路線が多く、事業者も四季に応じた様々な企画列車等を運行しているなど、公共交通機関自体が観光コンテンツとしての潜在性がまだまだ見込めると考えられることから、観光列車、レストランバスの導入支援を行うとともに、販路の確保・拡大、情報発信に当たっ

ての Web サイトやSNSの活用なども含め、官民連携して効果的な対応を展開する。

さらに、旅客船航路においては、観光客が利用するものの割合が大きいことも踏まえ、「海事観光」をキーワードに、新型コロナウイルス感染症収束後の反転攻勢につなげていくため、サステナブルな観光コンテンツなども組み合わせた商品の造成など、官民連携して進めていく。

また、ペット同伴の旅行を志向する観光客も増加していることから、長距離フェリーを始めペット同伴が可能な交通機関や宿泊施設を活用した旅のプロモーションを通じ、東北への旅行者層の多様化を図る。

⑤多様なモビリティの活用による環境にやさしい観光地の実現

パーク&バスライドの促進や、シャトルバス、レンタカーなどへの電気自動車や水素自動車等の導入、また、グリーンスローモビリティをはじめとする環境負荷の少ない新たな観光モビリティなど移動そのものを観光資源とする取り組みを促進するとともに、パーソナルな移動を実現し、公共交通等と組み合わせることでラストワンマイルの観光地への移動を実現するシェアサイクルや電動キックボード等の新しい移動サービスの普及を促進する。

また、自然やアウトドア・アクティビティへの関心が高まっていることから、レンタサイクル及びサイクルトレインの整備について、公共交通機関の利用促進及び観光振興の取り組みと合わせて促進する。その際、自転車愛好家向けなどのターゲット設定に関するマーケティングも促進し、沿線地域との連携も強化して消費額を増大させる相乗効果を生むことが重要であることから、各種協議会や検討会での理解促進を図る。

⑥多様な属性を持つ旅行者に合わせた受入環境の整備、ユニバーサルツーリズムの推進

高齢や障害等の有無、ムスリム、ベジタリアン、ビーガン、LGBTQなど、個人の属性にかかわらず、誰もが快適に旅行できる環境を整備することで、拡大する旅行需要を取り込み、誰からも選ばれる訪問先としての地域ブランドの向上を図る。

観光施設、宿泊施設等のバリアフリー設備の対応を促進するとともに、観光関係者の接遇等の対応の円滑化や観光教育等を通じた地域の受入環境の整備など、心のバリアフリーとしてソフト面からも促進する。

ての Web サイトやSNSの活用なども含め、官民連携して効果的な対応を展開する。

さらに、旅客船航路においては、観光客が利用するものの割合が大きいことも踏まえ、「海事観光」をキーワードに、新型コロナウイルス感染症収束後の反転攻勢につなげていくため、サステナブルな観光コンテンツなども組み合わせた商品の造成など、官民連携して進めていく。

また、ペット同伴の旅行を志向する観光客も増加していることから、長距離フェリーを始めペット同伴が可能な交通機関や宿泊施設を活用した旅のプロモーションを通じ、東北への旅行者層の多様化を図る。

④多様なモビリティの活用による環境にやさしい観光地の実現

パーク&バスライドの促進や、シャトルバス、レンタカーなどへの電気自動車や水素自動車等の導入、また、グリーンスローモビリティをはじめとする環境負荷の少ない新たな観光モビリティなど移動そのものを観光資源とする取り組みを促進するとともに、パーソナルな移動を実現し、公共交通等と組み合わせることでラストワンマイルの観光地への移動を実現するシェアサイクルや電動キックボード等の新しい移動サービスの普及を促進する。

また、自然やアウトドア・アクティビティへの関心が高まっていることから、レンタサイクル及びサイクルトレインの整備について、公共交通機関の利用促進及び観光振興の取り組みと合わせて促進する。その際、自転車愛好家向けなどのターゲット設定に関するマーケティングも促進し、沿線地域との連携も強化して消費額を増大させる相乗効果を生むことが重要であることから、各種協議会や検討会での理解促進を図る。

⑤多様な属性を持つ旅行者に合わせた受入環境の整備、ユニバーサルツーリズムの推進

高齢や障害等の有無、ムスリム、ベジタリアン、ビーガン、LGBTQなど、個人の属性にかかわらず、誰もが快適に旅行できる環境を整備することで、拡大する旅行需要を取り込み、誰からも選ばれる訪問先としての地域ブランドの向上を図る。

観光施設、宿泊施設等のバリアフリー設備の対応を促進するとともに、観光関係者の接遇等の対応の円滑化や観光教育等を通じた地域の受入環境の整備など、心のバリアフリーとしてソフト面からも促進する。