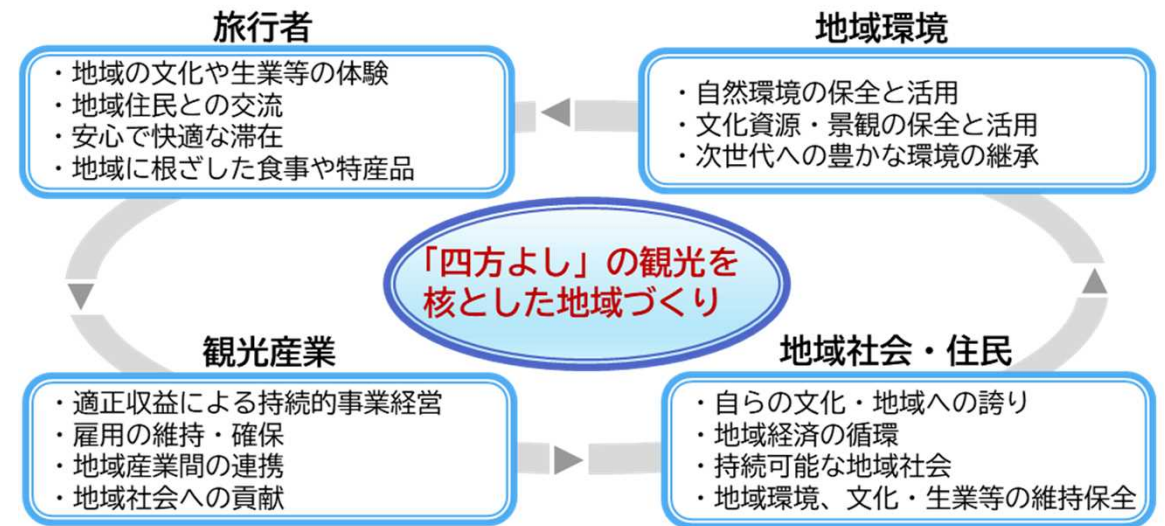


## 1. 基本理念

- 観光による交流・関係人口の拡大、地域への愛着・誇りの醸成、文化資源・自然環境の保全等を通じて、活力ある地域社会を次世代へ継承
- 全国に先行して少子高齢化が進む東北ブロックにおいては、「四方よし」の観光を核とした地域づくりにより、持続的な好循環サイクルを創出



## 2. 設定期間

2026年度から2030年度までの5年間 (観光立国推進基本計画(第5次)の計画期間と整合)

## 3. 数値目標

政府目標及び観光庁統計等に基づく予測を踏まえた2030年の成長目標

- 訪日インバウンド目標 旅行消費額 **2,000億円** 延べ宿泊者数 **600万人泊**
- 日本人国内旅行目標 旅行消費額及び延べ宿泊者数ともに現状水準を維持

(※) 東北観光推進機構策定の第6期中期計画(2026-2028)とは目標数値の算出方法が異なるが、双方の目標達成を目指す。

## 4. 重点取組事項

### 「東北らしさ」を活かした稼げる観光展開

#### A: 誘客・プロモーション

- ALL東北のプロモーションテーマや統一ブランドの検討
- 市場特性に応じた戦略的プロモーションの展開
- クルーズ、インセンティブ旅行、教育旅行の誘致

#### B: 高付加価値化・コンテンツ造成

- 関係機関との連携によるコンテンツ造成
- 豊富な自然・文化資源を核とするアドベンチャーツーリズムの展開
- 地産地消の東北ガストロノミーや上質なスノーリゾートによる滞在価値の向上
- 東北地方に精通したローカル・スルーガイドの育成

#### C: 学び・交流・アウトバウンド

- 東日本大震災の学びと交流による共感人口の拡大
- DMO間の連携による滞在・周遊型観光の展開
- 若年層を中心としたアウトバウンドの促進と双方向交流の強化

### 地域と調和した「四方よし」の観光地域づくり

#### D: 持続可能性・地域社会・環境

- 持続可能な観光に対する住民・旅行者意識のリ・マインド
- 地域経済の循環を促す地産地消の推進
- 旅行形態やニーズに応じた農泊・里泊等多様な宿泊施設の検討

#### E: 観光人材・ガバナンス・財源

- 次世代の東北観光を支える人材の継続的育成
- 地域の多様な人材の雇用や観光産業への参画推進
- 安定的な観光財源の確保
- DMO経営力強化の検討

#### F: 多様性対応・ユニバーサルツーリズム

- 高齢者、障害者、外国人等誰もが安心して旅行できる受入環境の整備
- 地域におけるホスピタリティ力の向上

### 各施策を横断的に支える基盤の整備

#### G: 観光DX・AI・データの活用

- キャッシュレス化の促進
- 東北観光DMPのさらなる浸透
- 現場から経営層までの観光DX、AIの実装
- 各種観光統計、満足度等のデータに基づくEBPMの推進
- 観光情報発信等への生成AIの活用

#### H: アクセス・二次交通

- 二次交通ネットワークの充実・強化
- 滞在・周遊型観光を可能にする多様なモビリティサービスの検討
- 交通不便地域の観光拠点に対するモビリティの確保
- 二次交通に関する情報提供

## — 強み (Strength) —

- 独自性の高い豊かな自然・文化資源の存在
- ALL東北での観光関係者の連携協力
- 台湾市場での強固な誘客基盤
- 震災復興の歩みで培われた東北ならではの価値

## — 弱み (Weakness) —

- 交通結節点からのアクセス、二次交通の脆弱性
- 海外からの「東北」の認知度の低さ
- インバウンドにおける市場や旅行時期の偏重
- 宿泊・交通業界における深刻な人手不足
- AI等デジタル技術への対応の遅れ

## — 機会 (Opportunity) —

- 政府による地方誘客施策の重点展開
- 訪日市場の急速な回復と成長
- 欧米豪を中心とするアドベンチャーツーリズム市場の拡大
- 世界的メディアによる日本の地方観光への関心の高まり

## — 脅威 (Threat) —

- 人口減少・人口流出による地域社会活動の停滞
- 日本人国内旅行市場の縮小傾向
- 観光による地域の生活・自然環境への影響
- 国際情勢や為替・気候変動、自然災害等リスク