

資料9

東北観光プロモーションの 基本的考え方

平成28年1月22日
日本政府観光局 (JNTO)
理事長 松山良一

日本政府観光局（JNTO）とは

正式名称

独立行政法人 国際観光振興機構
(国土交通省 観光庁所管)

組織

- 職員 : 105人 (国内68人、海外37人)
その他海外現地職員41人
※平成27年4月1日現在
- 国内 : 本部 (東京)
- 海外 : 14事務所

通称

日本政府観光局 (JNTO)

主な業務

- 訪日旅行市場に関する市場分析・マーケティング
- 海外現地旅行会社の訪日ツアー企画・販売の促進
- 海外現地メディアを通じた広告・宣伝
- ウェブやSNSを通じた訪日観光の情報提供
- 国際会議 (MICE) の誘致・開催促進
- 受入環境整備・向上支援



1. 東北のインバウンドの現状とトピックス

(1) 宿泊数からみる現況①

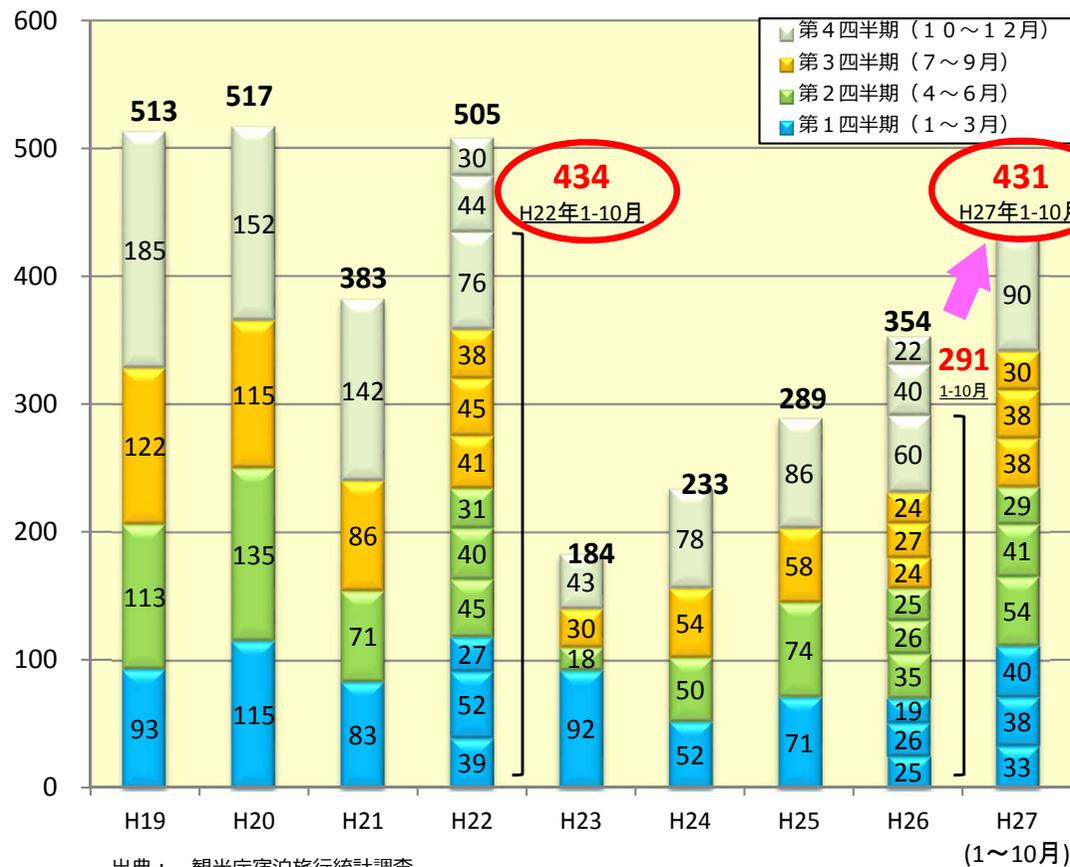
東北地域の外国人延べ宿泊数は震災前の水準に回復

- ・ H27年1-10月の延べ宿泊数は、前年同期比で約5割増し。
- ・ 震災前H22年と同水準の431,000人泊まで回復。

青森県、岩手県の宿泊者数が成長

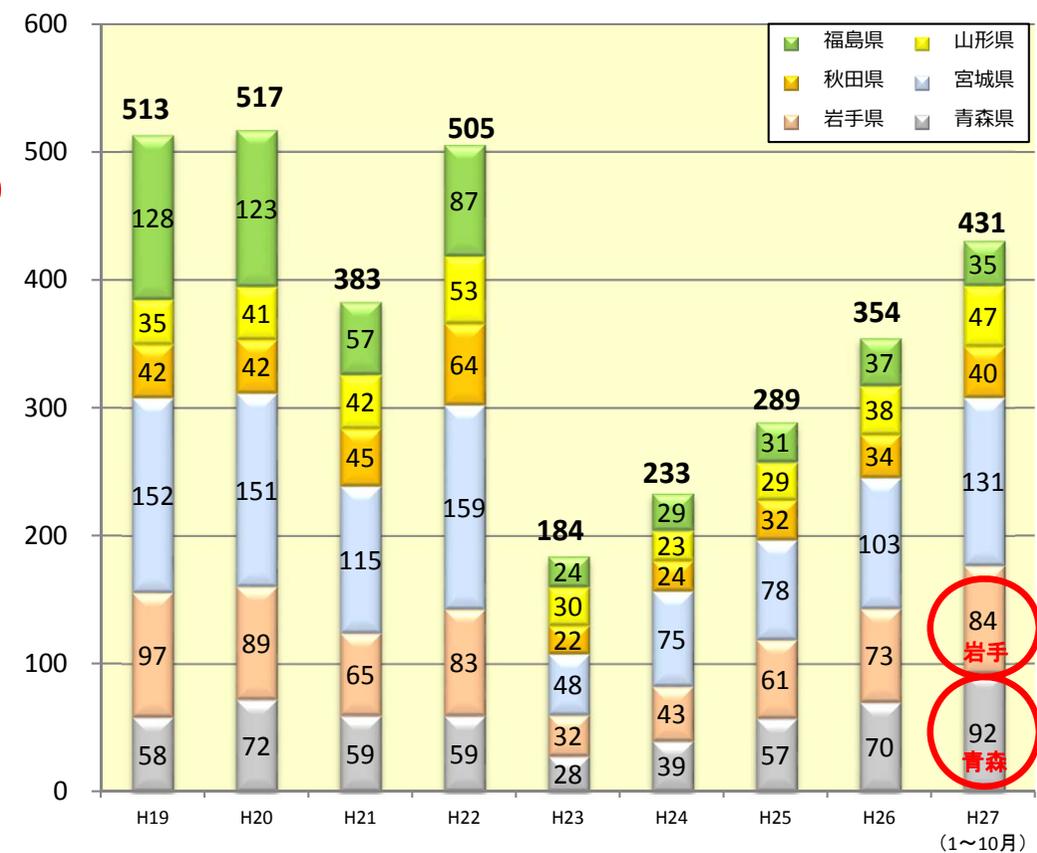
- ・ 青森県、岩手県両県は、H27年1-10月で、H22年年間実績超え。
(青森県：92,000人泊、岩手県：84,000人泊)

◎ 東北の外国人延べ宿泊数の推移



出典：観光庁宿泊旅行統計調査
※従業員数10人以上の施設における延べ宿泊者数。平成27年は月ごとの第2次速報値。

◎ 東北の県別外国人延べ宿泊数の推移



出典：観光庁宿泊旅行統計調査
※従業員数10人以上の施設における延べ宿泊者数。平成27年は月ごとの第2次速報値。

1. 東北のインバウンドの現状とトピックス

(1) 宿泊数からみる現況②

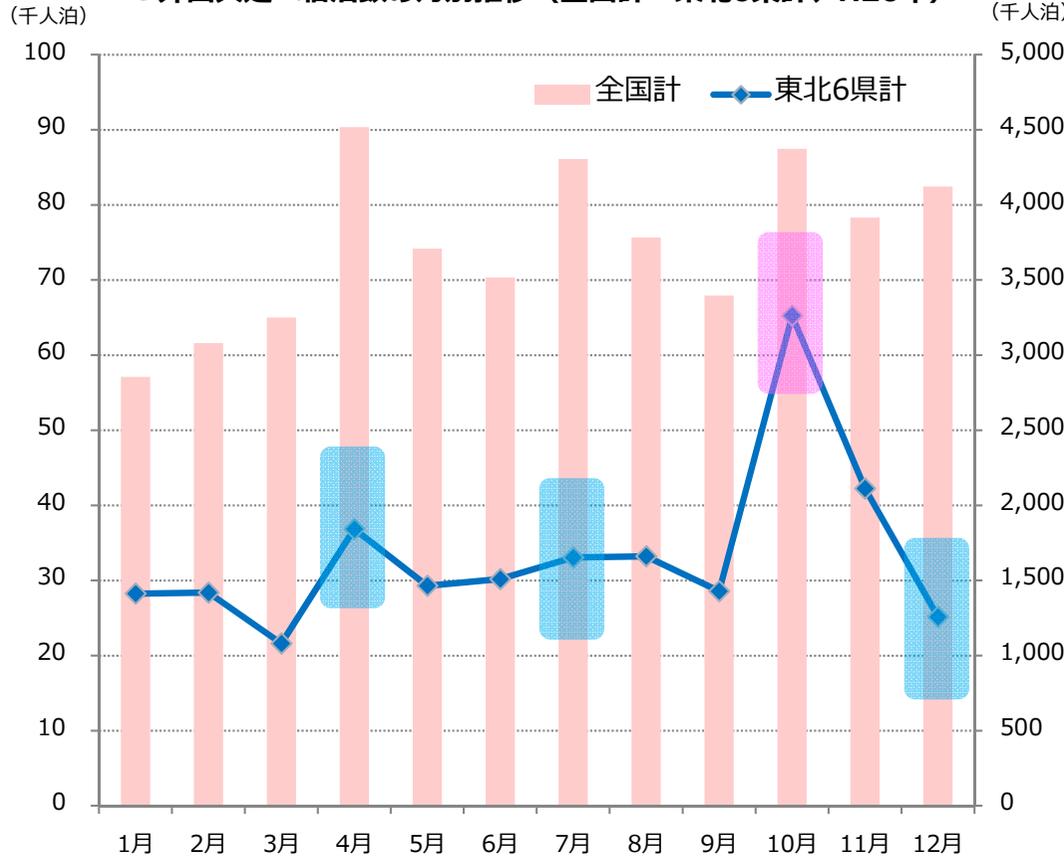
東北宿泊は10月に集中、桜と雪で更なる誘客が可能

- ・東北は、訪日ピーク期である4、7、12月も閑散期。
- ・時期が異なる桜やスノーリゾートを武器に、更なる誘客が可能。

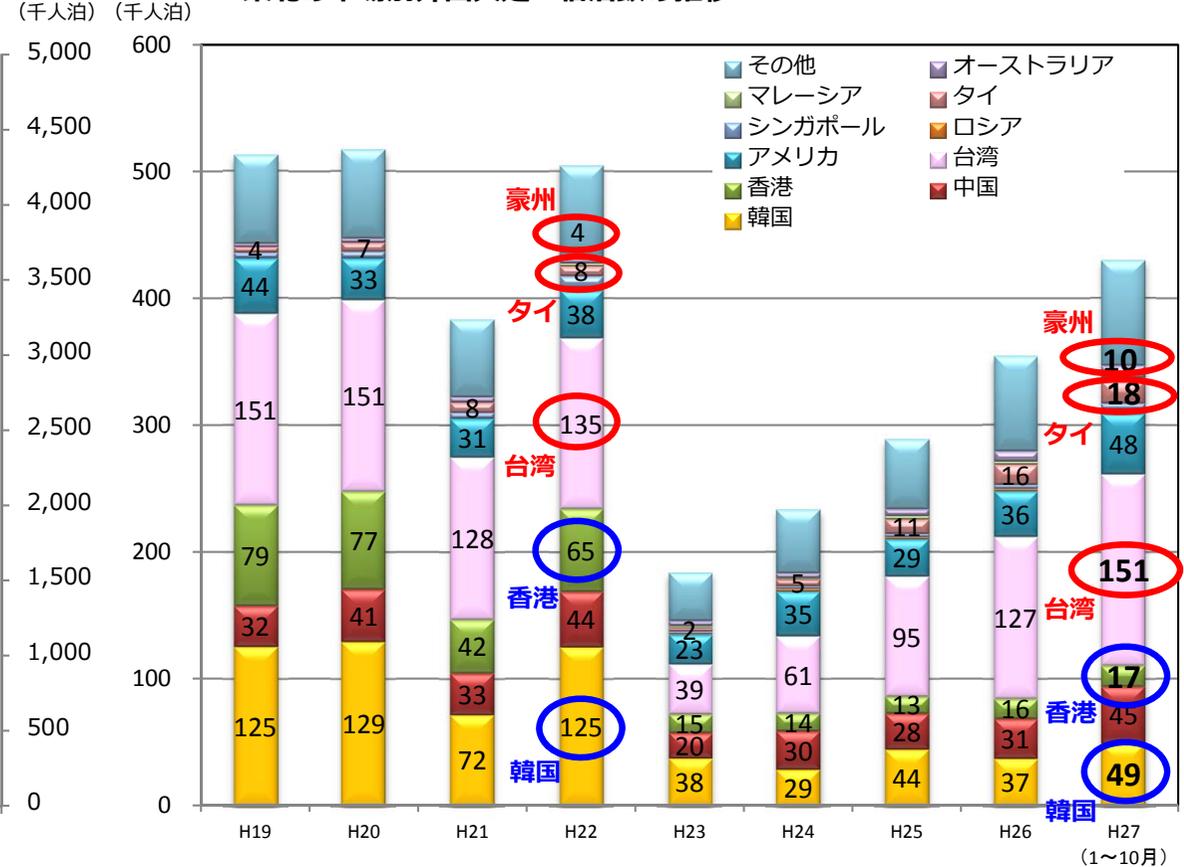
台湾・タイ・豪州が成長、韓国・香港は回復途上

- ・台湾、タイ、豪州が震災前のH22年から大幅増。
- ・震災前の主要送り出し市場であった韓国、香港は未だ回復途上。

◎外国人延べ宿泊数の月別推移 (全国計・東北6県計、H26年)



◎東北の市場別外国人延べ宿泊数の推移



出典：観光庁宿泊旅行統計調査
※従業員数10人以上の施設における延べ宿泊者数。平成27年は月ごとの第2次速報値。

1. 東北のインバウンドの現状とトピックス

(2) 東北における直行便の状況

現状、東北の直行便は限りあり。但し、国際線着陸料軽減により新規就航のチャンス到来。

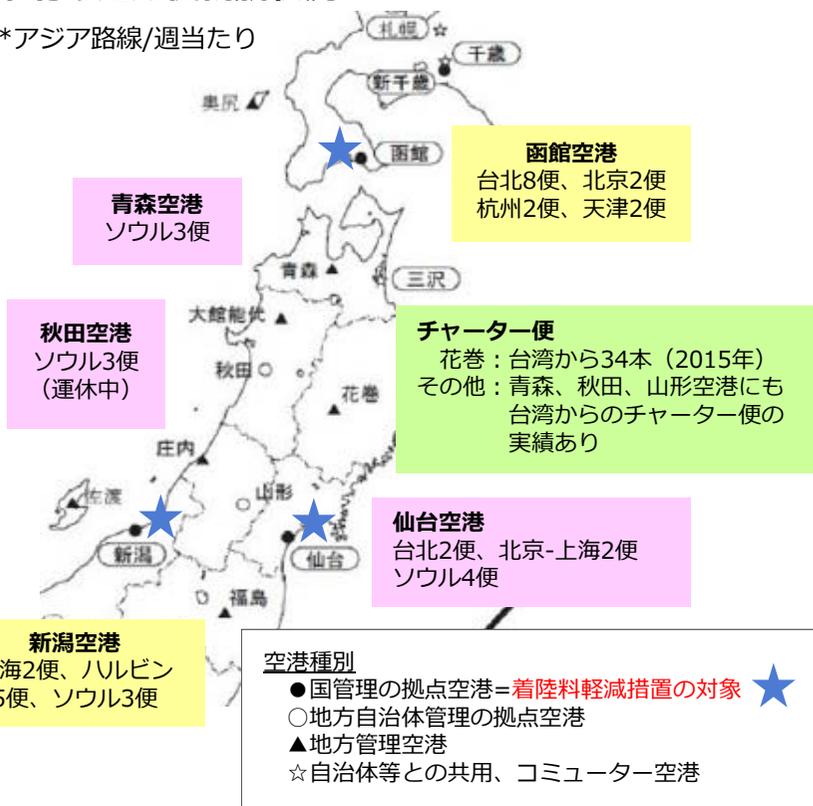
- ・東北への国際線は、仙台、青森に就航。※秋田ソウル便は運休中
- ・花巻等には、期間限定で台湾よりチャーター便が就航。
- ・国管理空港の着陸料は、新規・増便の場合、1年間1/2に軽減。地域の支援があれば実質無料に。

加えて、羽田・成田等からの東北乗り継ぎ客の誘客強化を。

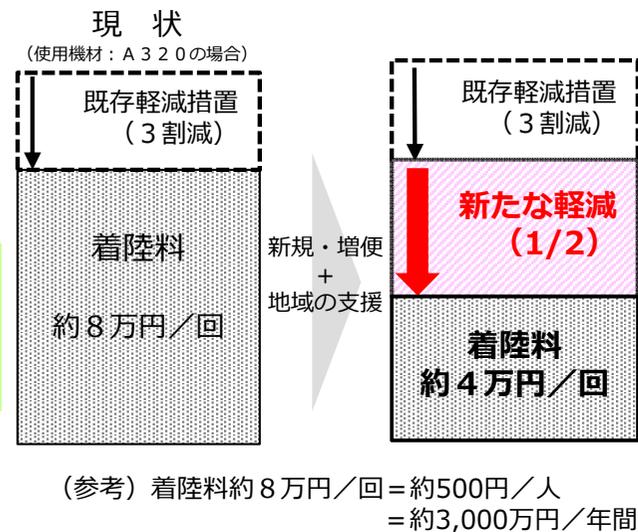
- ・国内線割引航空券を提供する航空会社と連携するなど、羽田・成田等からの東北乗り継ぎ客の誘客強化を。

◎ 東北の定期便就航状況 (2016年1月時点)

*アジア路線/週当たり

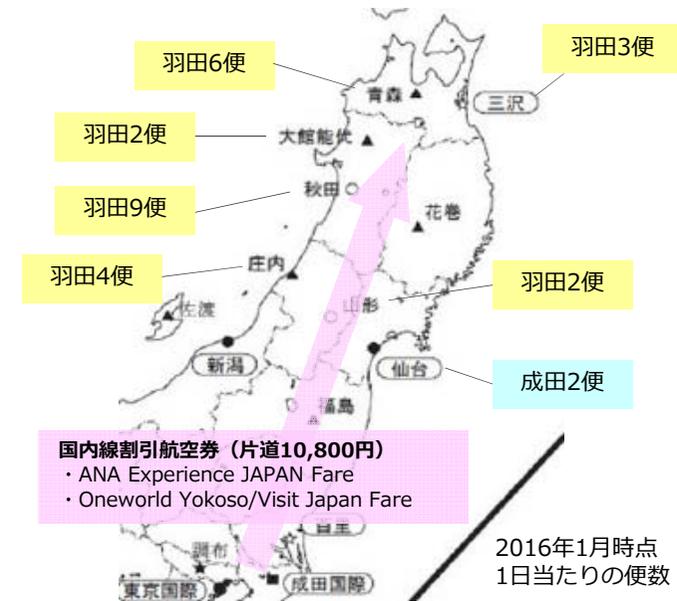


◎ 着陸料軽減の仕組み



新規就航・増便の働きかけ強化を

◎ 羽田・成田からの東北乗り継ぎ客の誘客



航空会社と連携し乗り継ぎ客の誘客強化を

1. 東北のインバウンドの現状とトピックス

(3) 東北の周遊観光に関する状況

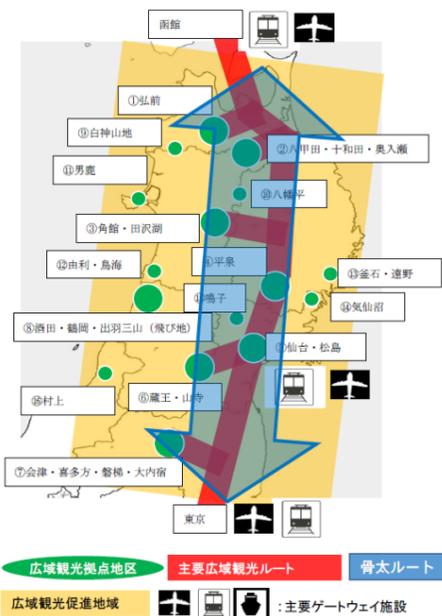
点在する東北の観光地を巡る「広域観光周遊ルート」が登場

- ・「日本の奥の院・東北探訪ルート」が、広域観光周遊ルートに認定される。(2015年7月)

東北全体を堪能してもらう交通事業者の取り組みも活発化

- ・JR EAST PASS、レンタカーの高速道路定額パス「Tohoku Expressway Pass」等が登場。

◎ 広域観光周遊ルートの造成 (日本の奥の院・東北探訪ルート)



連携強化

◎ 複数の観光地を周遊してもらう仕掛けの登場

JR EAST PASS (東北エリア)

- 利用期間：2016年4月～
- 有効期間：発行日から14日間のうち任意の5日

Tohoku Expressway Pass

- 販売期間：2015年11月～2016年9月
- 利用期間：2日間から14日間乗り放題

レンタカー東北周遊観光推進協議会とJNTOで、レンタカーを活用した東北プロモーションの検討を開始

外国人目線で
広域観光周遊ルートの磨き上げを

情報発信強化を



1. 東北のインバウンドの現状とトピックス

(4) 北海道新幹線の開業

北海道新幹線開業の機会を捉えた誘客強化

- ・新青森-函館延伸により、北海道新幹線が開業。(2016年3月26日)
- ・海外メディアで紹介され、新幹線を使った北海道、東北訪問の注目度が上昇。
- ・北海道や関東(東京)と東北を組み合わせた、新たな周遊ルート、旅行商品の開発を。

◎海外メディアでの紹介事例

旅行雑誌「Condé Nast Traveler」



ライフスタイル雑誌「THE NEW YORKER」



- ・新幹線を使った北海道東北旅行を提案。
- ・秋田の乳頭温泉、きりたんぼ、夏祭り(花輪ばやし)の魅力を紹介。

東北新幹線開通と富良野の花々、星野リゾートマムの雲海テラス等を紹介

北海道や関東(東京)と連携し、両地域と東北を実際に旅してもらう新しい周遊ルート、旅行商品の開発を



1. 東北のインバウンドの現状とトピックス

(5) 外国人目線で評価の高い東北の観光魅力

外国人目線で高い評価を受ける豊富な観光魅力

- ・東北には、北海道や関東（東京）と差別化が可能な観光魅力が満載。
- ・ターゲット市場ごとに観光魅力を組み合わせ、誘客事業を強化することで、東北の滞在促進を。

◎北海道、関東（東京）と差別化が可能な東北の魅力 ※JNTO海外事務所の声を反映

(例)

①地域色溢れる食文化を楽しむ

- ・りんご（青森）、さくらんぼ（山形）、桃（福島）等の**果物**
- ・きりたんぼ（秋田）、牛タン（宮城）、わんこそば（岩手）等の**東北ならではの食**

②伝統的な街並み・建造物・文化を楽しむ

- ・中尊寺（世界遺産）や出羽三山、山寺等の**寺社仏閣**
- ・弘前城（重要文化財）等の**城郭**
- ・角館武家屋敷等の**伝統的な街並み**
- ・南部鉄器等の**伝統工芸品**

③地域住民との交流を楽しむ

- ・各県の躍動感溢れる**夏祭り**等
青森ねぶた祭り、秋田竿燈まつり、仙台七夕まつり、山形花笠まつり、森岡さんさ踊り、相馬野馬追等

④名湯・秘湯を楽しむ

- ・秋田：乳頭温泉、宮城：鳴子温泉、秋保温泉、山形：蔵王温泉等の**名湯・秘湯**

⑤東北ならではの自然景観を楽しむ

- ・4月中下旬に**開花ピーク**を迎える**桜**（秋田：角館、宮城：一目千本桜、山形：置賜桜回廊等）と**雪の回廊**（八幡平）
- ・**新緑**（奥入瀬溪流等）
- ・**壮大なスケールの紅葉**（岩手：巖美溪、福島：磐梯山等）
- ・**樹氷**（蔵王）

⑥雄大な自然アクティビティを楽しむ

- ・安比高原等の**スノーリゾート**
- ・白神山地（世界遺産）での**ウォーキング、トレッキング**
- ・岩手三陸での**シーカヤック**



観光地を磨き上げ、誘客事業の強化を

2. 東北インバウンド拡大に向けた9つの視点①

①東北観光の更なる認知度向上とブランド化

- ・外国人目線で評価の高い東北の観光魅力（食、伝統文化、時期が異なる桜、スケールの大きな紅葉、温泉等）を、グローバルに展開する媒体やデジタルマーケティング等を活用し、従来以上に発信することが必要ではないか。

⇒他地域に負けない東北観光のブランド化、風評被害の完全払拭（韓国、香港）

②東北への直行便の新規就航・増便の働きかけと羽田・成田からの東北乗り継ぎ客の誘客

- ・着陸料の減免、仙台空港民営化等の機会を捉え、東北における地方空港への新規就航・増便の働きかけをJNTO、地方が一体となって進めるべきではないか。
- ・国内線割引航空券を提供する航空会社と連携するなど、羽田・成田等からの東北乗り継ぎ客の誘客を強化すべきではないか。

⇒直行便および経由便を利用した訪問者、宿泊者の増加

③北海道新幹線開業の機会を捉えた誘客強化

- ・北海道新幹線開業の機会を捉え、北海道や関東（東京）と東北を組み合わせた周遊ルート、旅行商品を造成し、海外への情報発信を強化すべきではないか。

⇒北海道や関東（東京）と組み合わせた、新たな東北訪問需要の創出

④東北周遊観光の促進

- ・点在する観光地を周遊し東北全体を観光してもらうため、「広域観光周遊ルート」を磨き上げていただくとともに、周遊観光の手段となる「JR EAST PASS」「Tohoku Expressway Pass」「高速バス共通フリーパス」（検討中）等の充実化、情報発信強化をはかるべきではないか。

⇒インバウンド効果の東北全体への波及

2. 東北インバウンド拡大に向けた9つの視点②

⑤成長市場における誘客強化

- ・宿泊数が伸びている以下の市場を主要ターゲットに、誘客強化を図るべきではないか。

台湾： 「新緑」「夏祭り」をテーマに、伸び代のある夏季の誘客を底上げ。

タイ： 「桜」「雪の回廊」をセットに、ソンクラン時期（4月中旬）の誘客を底上げ。

豪州： 北海道や長野に続く「スノーリゾート目的地」として、誘客を底上げ。

欧米： 「伝統文化」「自然景観」「地域住民の躍動感溢れる祭り」をテーマに、誘客を底上げ。

⇒東北インバウンドの成長エンジンに

⑥教育旅行の拡大

- ・JNTO内に新たに設置される「教育旅行の学校交流受け入れ窓口」を活用することで、姉妹都市間の教育旅行を拡大すべきではないか。（東北の姉妹県・都市数：188 2015年12月現在）

⇒中長期的な東北インバウンドの拡大

⑦仙台を核としたMICE誘致

- ・2015年3月に「国連防災世界会議」が開催され、6月に観光庁の「グローバルMICE強化都市」に選定された「仙台」を核に、MICE誘致を強化すべきではないか。

⇒東北訪問者のすそ野拡大、多様化

⑧震災の際に世界から寄せられた支援に対する「感謝」の発信

- ・震災からの復旧に向けた各国・地域からの多大なる支援に対し、感謝の意をイベント等を通じて、世界に大々的に発信すべきではないか。

⑨オール東北でのプロモーション推進

- ・東北のプロモーションにあたっては、東北観光推進機構が核となった官民（自治体、観光関連民間企業、運輸局等）一体の取組みを、JNTOは強力に応援。