

風評払拭・リスクコミュニケーション強化戦略 に基づく観光庁の取組

令和3年4月22日
観光庁

国内観光復興に向けた取組

福島県における早期の観光復興を最大限に促進するため、同県が「福島県観光関連復興事業実施計画」に基づいて実施する国内向けの観光誘客や教育旅行の再生を支援する。

【これまでの取組一例】

○日本酒ツーリズム増進事業

全国新酒鑑評会で、金賞受賞数が史上初の7年連続で日本一に輝いた福島県の日本酒をテーマとした観光コンテンツの造成を行い、モニターツアーを行った。R2年度はWebサイトによる造成されたコンテンツの情報発信や、人材育成講座を実施した。



▲金賞受賞した福島県の日本酒



▲モニターツアーの実施の様子

○教育旅行再生に向けた取組(ホープツーリズム)

旅行会社が円滑にホープツーリズムを企画・販売できるよう、現地手配先との間をつなぐ相談窓口(福島県観光物産交流協会)を設置するとともに、磨き上げのためのモニターツアーを実施している。

令和元年度:377人参加、15回開催

令和2年度:訪問型:23人参加、2回開催

オンライン型:13校延べ653人参加、
1校あたり3~4回のプログラムを実施

【視察先一例】



▲Jヴィレッジ



▲富岡復興メガソーラー・SAKURA

【今後の取組】

○浜通りに新たに芽吹いてきている観光コンテンツを集約し、情報発信できるプラットフォームを整備。あわせて地域の人材育成支援や旅行会社を招請した商品造成を行う。

○福島ならではのホープツーリズムにおいて、旅行会社や地域のまちづくり団体等との連携により新たに開館した東日本大震災・原子力災害伝承館を中心とした大規模な教育旅行の受入や企業向けプログラム造成・受入を積極的に進める。

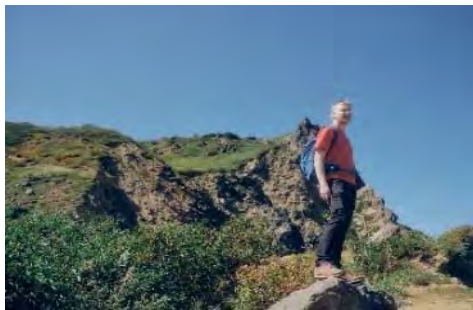
海外からの旅行者の回復に向けた取組

観光庁・日本政府観光局(JNTO)は、東北観光推進機構、地方公共団体及び観光関係者と連携し、福島県を含む東北の魅力を強力に発信するため、東北に特化した海外主要市場向けのディスティネーション・キャンペーンを実施する。

知名度向上

インフルエンサーの活用

影響力を持つ人物を起用した映像を東北で撮影し、東北観光の魅力を発信。



<R1年度実績>

○イギリスの著名人を福島県・宮城県へ招請し、「アクティビティ」「自然」を中心とした映像を撮影。動画サイトや特設サイト等で情報発信。

上段：福島県「磐梯山」でのトレッキング
下段：福島県「檜原湖」でのキャンプ

メディア・旅行会社の招請

イベントや商談会の活用

訪日旅行の販売に力を入れている海外旅行会社等を東北に招請しツアー造成を促進。



<R1年度実績>

○ラグビーワールドカップ2019大会の取材のため訪日した、スポーツメディアや在日インフルエンサーを福島県を含む東北各県に招請。(福島県「武徳殿」での剣道体験)

<H30年度実績>

○フランスの旅行会社を福島県を含む東北各県へ招請。(福島県「鶴ヶ城」、「末廣酒蔵」を見学)

送客促進

オンライン旅行会社等と連携した送客促進

オンライン旅行会社と連携した東北旅行の情報発信や、販促キャンペーンの実施。



<R1年度実績>

○Expedia特設ページ(台湾向け)にて、福島県を含む東北各県の販促キャンペーンを実施。

海外旅行会社等と連携した共同広告

訪日旅行の販売に力を入れている海外旅行会社等と連携し、東北旅行の共同広告を実施。



<R1年度実績>

○訪日旅行の販売に力を入れている香港の旅行会社と共同広告を実施し、福島県を含む東北各県への誘客を促進。

全世界的に東北への誘客を強力に促進

※R2年度：新型コロナウイルス感染症の感染拡大のため事業の実施時期等検討中。