

## 東北ブロック会議 広域観光分科会 提言

### 1. インバウンド誘客

- ①インバウンド誘客に関しては、東北7県（新潟含む）は強固な連携のもと、一体となったプロモーション活動を行う
- ▶ 東北7県への誘客ブランドとして「Treasureland 東北」のフェニックスマークを必ず使用する



- ▶ 東北7県連携の要を東北観光推進機構とし、その活動を支援する
- ②東北7県は、観光庁が認定した「日本の奥の院・東北探訪ルート」に関し、東北観光推進機構が策定した3つの広域観光ルートを基軸にプロモーション施策を実施する
- 1) 日本の四季が織りなす東北の宝コース
  - 2) 三陸の恵みと復興コース
  - 3) 日本海の美と伝統コース
- ▶ 上記の3ルートに沿って、東北の各地域に波及的にインバウンドのお客様が訪れるように相乗効果を誘発していく
  - ▶ 上記のモデルコースは、毎年ブラッシュアップしていく
- ③東北7県は、誘客テーマの統一化と共に、外国人観光客のニーズの多様化に向けて、より一層「地域のブランド化」の推進を図る
- ▶ 「雪」・「果物」・「祭り」を東北共通のブランドイメージづくりに活用する
  - ▶ 被災地観光コンテンツの充実
- ④東北7県は、外国人が『東北に行ってみよう！』『東北で〇〇を体験してみたい！』という「雪」に代表される『動機づけ』ができる情報発信、ならびに「目的地観光」を望む外国人への情報発信を行う
- ▶ インバウンドのお客様の7割がインターネットを見て来日していることから、「ジャパンガイド」「トリップアドバイザー」「You Tube」など、デジタルマーケット向けの情報発信に注力する
  - ▶ 情報発信に際してはKPIを設定し、PDCAを実施しつつ、より精度の高いブランド化を進めていく
  - ▶ 特に東北観光周遊ルートにて認定された『16の拠点』については、移動所用時間を盛り込む等、外国人がWeb検索してもわかりやすいホームページの充実を図る
- ⑤東北7県は、観光を地方創生の要とし、エリア・産業の垣根を超えた連携を推進する
- ▶ 観光と農工商連携を強化し、ブランドづくり及び誘客に積極活用する
  - ▶ ゲートとしての成田（羽田）・函館、観光地としての北海道・北関東とのエリア連携を強化する

### 2. アクセス問題

- ①東北7県は、インバウンドのお客様の50%以上が東京を訪れていることから、羽田・成田空港、東京駅から「東北7県」に向かって頂くよう、関連事業者・行政が一体となり、東北を訪れやすい環境づくりを行う
- ▶ アクセスを含めた旅行代金の低減策の検討
  - ▶ エリアを狭めた、利便性の高いパスの設定
- ②東北7県は、北海道新幹線の開業にともない、函館を訪れるインバウンドのお客様を、「青函圏」「北東北」へと誘客するため、「立体観光」を意識したアクセス環境を整備する。また、複数の交通モードが連携するための条件整備と商品化を行う
- ▶ 羽田空港・成田空港から「北東北」へ、国際線から国内航空への乗継ぎアドオン運賃の検討
  - ▶ 北海道新幹線と航空機の組合せや、二次交通でのタクシーとバスの連携商品など、お客様が周遊しやすい商品の検討
- ③東北7県は、国際線の新規拡大（LCC含む）、既存路線の維持・増便に向けて、仙台空港・新潟空港を東北の拠点空港と認識を合わせ、東北7県の知事・首長・観光推進機構が連携した取り組みを実施する

### 3. 受入環境のインフラ整備

- ①東北7県は、官民が一体となり、全体のインバウンド受入れ気運の醸成に一層努力する
- ▶ 行政による各種セミナーの開催及び宿泊施設をはじめとした関連業界の受入勉強会の実施
- ②東北7県は、東北観光周遊ルートに認定された「16の拠点」に、共通フリーWiFiを設置する
- ▶ フェニックスマークが表示される『フリー東北WiFi』
- ③東北7県は、旅館・ホテルの公共スペースのみならず、各部屋からフリーWiFiが取得できる環境を整備する
- ④東北7県は、多言語案内標識の充実を図る
- ▶ 東北の主要空港・駅・観光地に、多言語案内標識を掲載する
  - ▶ 東北の旅館・ホテルの大多数が、多言語の案内サインに不足感があるため、館内にインバウンド向けサインの整備・促進を図る
  - ▶ 外国人が安心して「街歩き」ができる多言語サインの掲示を促進する
  - ▶ 主要都市の外国人向けホームページを、多言語を基本に、かつ外国人目線で作成する
- ⑤東北7県は、外国人案内所（通称タッチポイント）をはじめとした、外国人観光客向けのワンストップサービス機能の拡充を図る
- ⑥東北7県は、クレジットカード利用環境の充実と、免税店の拡大を図る