

ビジョン

世界が訪れたいくなる「東北(TOHOKU)」、住みたいくなる「東北(TOHOKU)」

計画期間

2021-2025年度(5年間)

数値目標

2019年レベルの早期回復を目指す

日本人延べ宿泊者数	
7県	4,087万人泊
6県	3,300万人泊
外国人延べ宿泊者数	
7県	206万人泊
6県	168万人泊

東北観光を取り巻く環境・課題

「TOHOKU」の認知度向上

- ・外国人延べ宿泊者数東北6県150万人泊の達成
- ・世界的有力誌に2020年のデスティネーションとして選出
- ・欧米豪等の新市場や富裕層等の新たなターゲット層への進出

新型コロナウイルス感染症の発生・拡大

- ・国内外の人的往来の停滞による観光産業の存続危機
- ・コロナによる社会変化への対応(デジタル化、旅の意識の変化、新しい旅行形態等)
- ・インバウンドから国内市場へのシフトによる国内市場の競争激化

人口減少・高齢化の進展

- ・他地域よりも先行する人口減少による担い手の確保
- ・地方公共交通(二次交通)の縮小
- ・地域経済を維持するための観光産業の基幹産業化

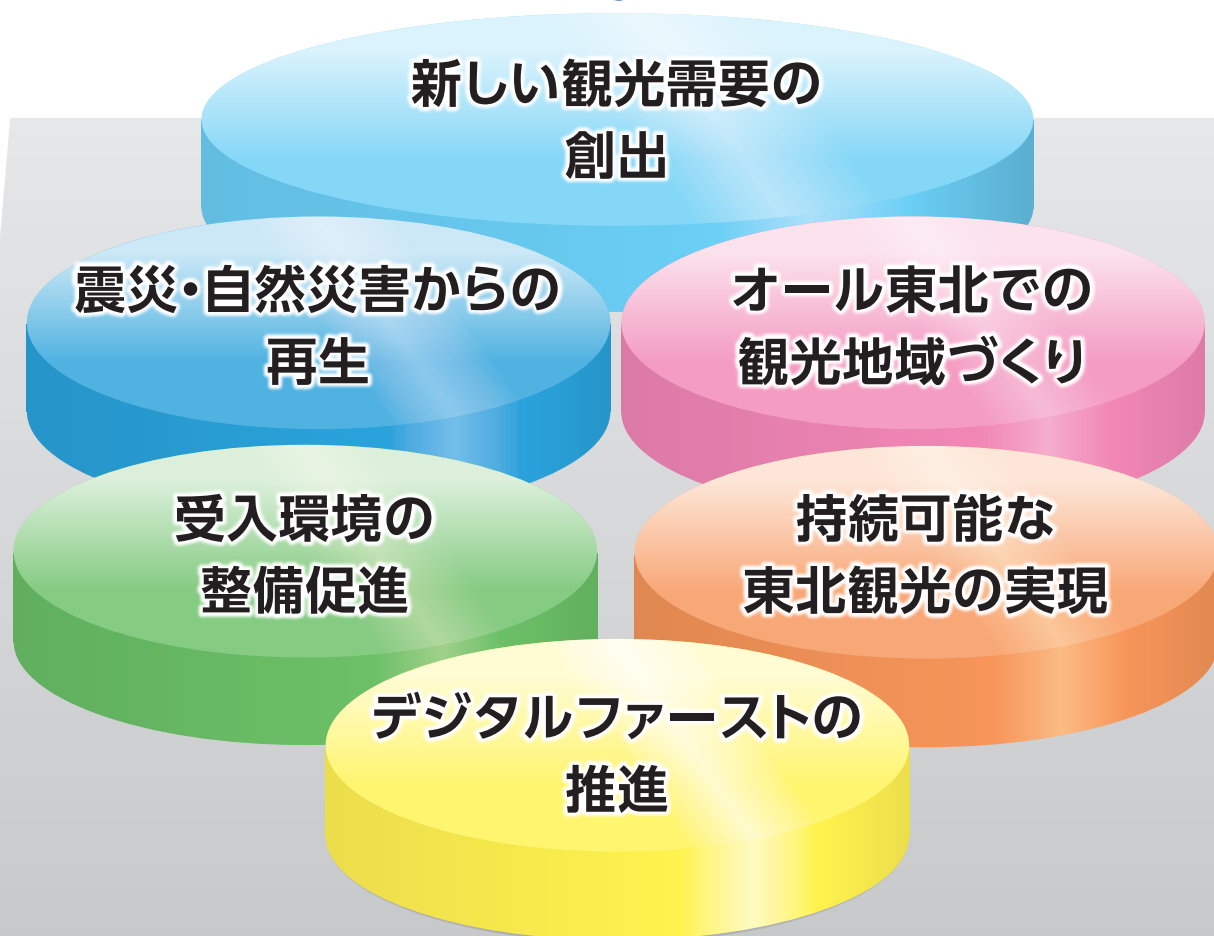
地政学的リスク、自然災害リスクの顕在化

- ・韓国、香港等、政情不安による特定市場の変動
- ・疫病を含めた様々な自然災害の発生増加
- ・東アジア市場だけに依存しない国内外市場の多様化

震災から10年

- ・東北太平洋沿岸の観光復興の遅れ
- ・教育旅行の国内市場での地位確立とインバウンド市場への拡大
- ・東北観光復興対策交付金に代わる広域連携の財源の確保

6つの基本戦略



広域連携の土台(国内+インバウンド) × DX

1
新しい
観光需要の
創出

- ・ コロナからの観光需要の早期回復
- ・ 域内流動の掘り起こし
- ・ 東北の新しい旅行スタイルの創出
(長期滞在、ワーケーション、SBNR等)

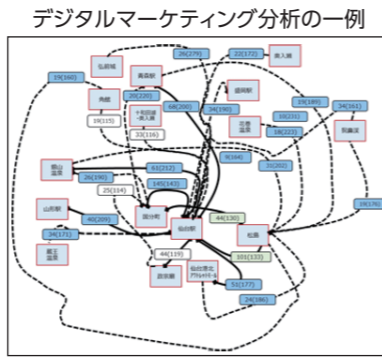


- ・ デジタルマーケティング手法の拡充
- ・ 旅ナカの販売チャネルのデジタル化
- ・ 5G等新技術を活用したDX推進

4
デジタル
ファースト
の推進

2
オール東北
での
観光地域
づくり

- ・ 広域連携マーケティングの推進
- ・ 広域連携プロモーションの拡大
- ・ 東北のブランドづくり



新しい旅行スタイルを創出し、東北の統一ブランドとしてプロモーション

- ・ 国際便の再就航に向けた支援
- ・ MaaSとの連携強化
- ・ 着地型コンテンツの造成支援



5
受入環境の
整備促進

3
持続可能な
東北観光の
実現

- ・ 東北デスティネーションキャンペーン(DC)のレガシー(仕組み)の継承
- ・ 役割分担の明確化
- ・ DX推進を担う観光人材の育成



- ・ 「安全・安心」の情報発信
- ・ 教育旅行の普及拡大
- ・ 風評被害の払拭



6
震災・
自然災害
からの
再生

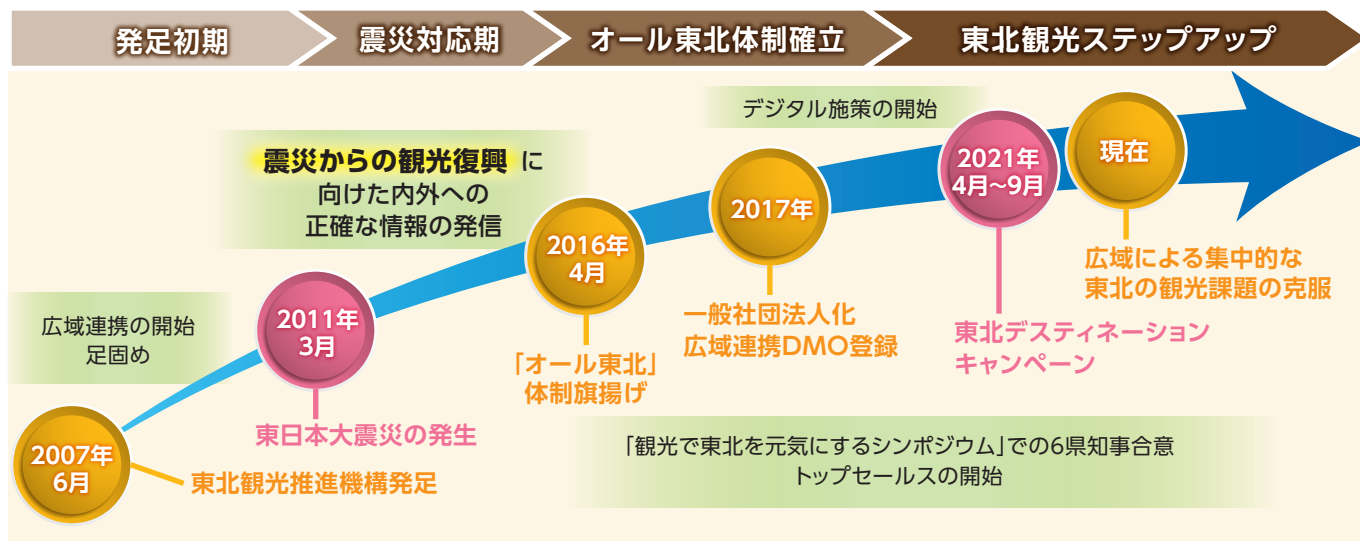
(一社)東北観光推進機構について

「観光の力で、東北を元気に！」

東北観光推進機構は、東北観光の認知度向上と、国内・海外観光客の誘致等を推進し、観光産業の振興と東北経済の発展に寄与することを目的に、官民の力を結集して2007年6月に設立した広域観光組織です。

東北観光推進機構 = **東北の観光振興の推進役**

オール東北 での取組みを進めています



第4期中期計画(2017-2020年度)における取組みと成果

幅広い連携によるオール東北の実現



東北7県の各県知事等による
トップセールス



東北DC開催に向け
オール東北で体制構築



2019年東北の外国人延べ宿泊者数
150万人泊達成

コロナ禍への対応



「東北・新潟応援!絆キャンペーン」
による域内流動促進

人材の育成と ネットワーク化



フェニックス塾

戦略的なプロモーション と情報発信の拡充



動画を活用
た認知度向上により、有
力欧米メディアから注目



域内観光コンテンツ の磨き上げ



着地型コンテンツプラットフォーム
の構築

受入環境の 整備促進

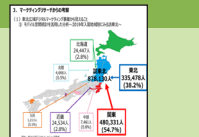


訪日外国人
レンタカー
利用促進



多言語電話通訳サービス

マーケティング、 広域観光戦略の強化



マーケティングリサーチ