

## 第2回東北観光アドバイザー会議 議事概要

日時：平成28年2月14日(日)15:00~17:00

場所：宮城県南三陸町

- ・東北6県、国土交通省東北運輸局、東北地方整備局から、インバウンドの取組を中心に、現状や今後の取組に関してプレゼンテーションし、意見交換。
- ・プレゼンテーションや各委員からの主な意見等は以下のとおり。

### ①東北6県等からの発表

- ・北海道+青森の旅行商品が好評。北海道新幹線開業や中国からの定期便の就航を契機として、空路と陸路を組み合わせて多様なルートを提案する(立体観光)。(青森県)
- ・北海道は夏と冬がピーク。夏と冬の需要を底上げし、通年での誘客を目指す。(岩手県)
- ・台湾との高校間交流を進めている。沿岸部の宿泊施設の減少により、入込客数は6割程度に低迷している。(宮城県)
- ・仙台空港をゲートウェイ化や二次交通の強化が必要。(秋田県)
- ・雪を活用した「冬の観光」に力を入れていく。(山形県)
- ・風評が少ないタイからの誘致活動に力を入れ、震災前より多くなっている。風評対策にはオールジャパンの取組が必要。(福島県)
- ・震災前と比べ、台湾、タイ、オーストラリアは増えているが、震災前の主な市場であった韓国、香港は回復が遅れている。「日本奥の院・東北探訪ルート」の広域周遊ルートの取組を進めていく。(東北運輸局)
- ・三陸沿岸道路等の道路整備により、ここ数年で東北の交通ネットワークが劇的によくなる。(東北地方整備局)。

### ②主な意見

#### (1) プロモーション

- ・広域で連携したプロモーションが必要。外国人にとって行政区分は何の意味もなく、県単位のプロモーションは利口ではない。旅行者のデスティネーションを意識して、他県との連携・役割分担を取ることが大事。
- ・情報発信が他地域に比べて不十分。商談会にも積極的に出るべき。
- ・外国人は放射能の安全を気にしており、科学的に正確なデータを説明することが重要。

#### (2) 観光資源の発掘、ブランド戦略、ルート形成

- ・キャッチコピーとロゴを作るだけがブランド化ではない。東北に行きたいと思わせることがブランド戦略の本旨。東北という大きなレベルなのか、信州のスノーモンキーのような絞り込んだ戦略を取るのかから考えることが必要。
- ・総花ではなく「捨てる勇気」が重要。広域周遊ルートにもメリハリをつけるべき。
- ・広域周遊ルートは入口と出口(空港等)をどこにするのかという視点が抜けている。

#### (3) 交通アクセス

- ・定期路線としては、まずは仙台空港を拠点にしつつ、他の空港はチャーター一便で頑張るとよいのではないかと。
- ・北海道新幹線の開業に伴い、函館、仙台、羽田の3空港を軸にしたルートづくりが重要。一方で、域内の二次交通が貧弱であり強化が必要。

#### (4) その他

- ・台湾からの誘客が多いのは東北の強み。中国人観光客は「爆買い」に目が行きがちだが、今後富裕層は現在の台湾人旅行者と同じような動きを取るようになるだろう。