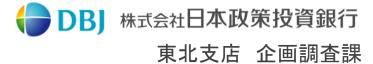
2019東北インバウンド意向調査(速報版) (アジア8地域・欧米豪4地域)

~「東北」における訪日リピーターの割合は一層高まり、再度「東北」を訪れたい「再訪希望率」も上昇。 新規来訪者の獲得も視野に、まずはより知ってもらう「認知度」向上のためのプロモーションも重要性を帯びる。~

2019年11月



0. はじめに

(株)日本政策投資銀行(DBJ)では、公益財団法人日本交通公社(以下「JTBF」という。)と共同で、2012年より継続的にアジア8地域(韓国、 中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア)・欧米豪4地域(イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリア)の旅行嗜好や訪日経験の有 無によるニーズ変化の把握を目的に、海外旅行経験者を対象としたインターネットによるアンケート調査を実施している(欧米豪は2016年より調査対象に追

本レポートは、今回のアンケートの結果に基づき、東北圏内の観光地や東北訪問経験者に関して取り纏めたものである。 調査結果のポイントは以下のとおり。

1. 「認知度」、「訪問意欲」、「再訪希望率」

- アジア8地域の海外旅行経験者における「東北」の認知度は前年並みを維持し、訪問意欲も横ばい、という結果になった。
- 「東北」に対する「再訪希望率」は、前回調査に比べ上昇した。

2. 東北訪問経験者の訪日回数

東北訪問経験者は訪日リピーターの割合が高く(80.2%)、他地域を上回る。なかでも訪日経験回数「6回以上」の割合が高い。

3. 人気の宿泊先と観光資源の満足度

- |訪日経験者全体において宿泊先として「温泉のある日本旅館」は人気が高い。東北訪問経験者においても同様の傾向にあり、その人気・満足度は 一層色濃く表れている。
- 観光資源の満足度については、「紅葉の鑑賞」や「雪景色鑑賞」など、「見る」観光資源の満足度は高い一方で、美術館や博物館、世界遺産など、 説明が必要な「知る」観光資源では、訪日経験者全体に比べ不満度が高かった。

4. オリンピック・パラリンピック

- オリンピック・パラリンピックに伴う地方エクスカーションの希望先として「東北」と回答した割合は、12地域全体で18.0%となった。
- この結果は他地域に比べると低位ではあるが、多くが何らかの地方エクスカーションを希望しており、今後の情報発信の取り組み次第では変化する可 能性がある。

5. 震災項目

- 「震災」に関する項目(地震の発生など)については不安視する見方が弱まりつつある。
- 特に、「東日本大震災、熊本地震による被害の復旧の状況がわからない」という回答は10%程度まで低下した。
- 一方で「地震が起こるかどうか心配」「放射能による健康被害が心配」という回答は依然30~40%程度であることから、地震対策など安全性に関す る情報発信とともに、防災対応の進み具合の情報発信が引き続き求められる。

調查要領

本調査は、2012年より毎年継続しているものであり、アジア8地域、欧米豪4地域を対象に、訪日経験者のみなら ず海外旅行経験者にアンケートを行い、結果を分析したものである。

- 1. 実施時期:2019年6月25日~2019年7月8日
- 2. 調査方法:インターネットによる調査(協力実査会社:楽天インサイト株式会社)
- 3. 対象地域: 【アジア8地域】韓国、中国(北京・上海)、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア 【欧米豪4地域】イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリア
- 4. 対象者:20歳~59歳の男女、かつ、海外旅行経験者
- 5. 有効回答者数:上記各地域に居住する住民計6276人(うち訪日経験者2571人) (韓国523人、中国527人、台湾508人、香港492人、タイ514人、シンガポール524人、マレーシア527人、 インドネシア519人、イギリス535人、アメリカ532人、フランス537人、オーストラリア538人)
- 6. 調査対象者の留意点
 - ・中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間、アメリカ-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム問、 オーストラリア-ニュージーランド間、イギリス・フランス-欧州各国間の旅行は海外旅行経験から除く。
 - ・欧米豪は2016年調査より調査対象化。
 - ・中国は北京および上海在住者のみ(割合は北京50%、上海50%)。
 - ・訪日経験者とは、訪日した際に旅行地で観光した者を指し、ビジネスのみ行った場合は訪日経験者とならない。

本レポートにおける調査対象エリア区分

【各地域 訪問経験者、訪問希望者の定義】

地域別の訪問経験者(○○訪問経験者)については、下記の区分で、各地域「いずれか一カ所以上」を「訪問したことがある」と回答した者を各地域の「訪問経験者」として換算する。また、地域別の訪問希望者(○○訪問希望者)も同様に、下記の区分で、各地域「いずれか一カ所以上」を「訪問したい」と回答した者を各地域の「訪問希望者」として換算する。

例) 回答者A: 「青森と函館に訪問」⇒東北訪問経験者・北海道訪問経験者としてそれぞれ1サンプルとしてカウント

回答者B:「北海道とニセコと知床/阿寒に訪問」⇒北海道訪問経験者として1サンプルとしてカウント

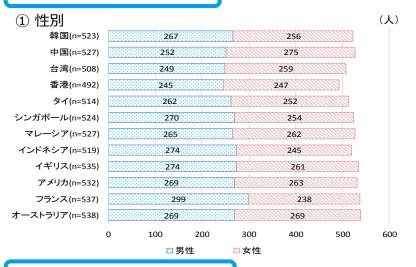
エリア区分	地名	詳細
首都圏	東京	
北関東甲信·東海	富士山	北関東甲信・東海それぞれにダブルカウント。
	北海道	
	札幌	
	函館	
北海道	帯広/十勝	
	ニセコ	
	知床/阿寒	
	旭川/富良野	
	東北	
	青森	
	秋田/角館	
東北	山形/蔵王	
	岩手/平泉	
	仙台/松島	
	福島	
新潟	新潟/ <mark>佐渡</mark>	
利力司	妙高/湯沢	
	日光	
北関東甲信	松本/白馬	
	軽井沢	
	川越	
首都圏	横浜	
	箱根	
	北陸	
	金沢	
北陸	立山/黒部	
	富山	
	福井	
	飛騨/高山	
東海	名古屋	
	伊勢/志摩	

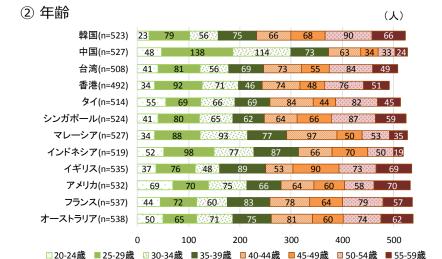
エリア区分	地名	詳細
関西・東海	紀伊半島/高野山/熊野古道	関西・東海にそれぞれかウント
関西	関西	関西訪問経験者
	京都	
	奈良	
	大阪	
	神戸	
中国	岡山	
	倉敷	
	広島	
	ЩП	
	鳥取	
	松江/出雲/石見	
	四国	
	高松/香川	
	直島	
四国	松山/道後	
	愛媛	
	徳島	
	高知	
	九州	九州:九州、福岡/博多 <mark>/小倉</mark> 、佐賀、長崎、
	福岡/博多/小倉	
九州	佐賀	
76711	長崎	
	大分/別府/湯布院	
	熊本/阿蘇	
	宮崎	南九州:宮崎、鹿児島、奄美
九州・南九州	鹿児島	
	奄美	
沖縄	沖縄	

※赤文字部分は今年より変更になった箇所を指す。

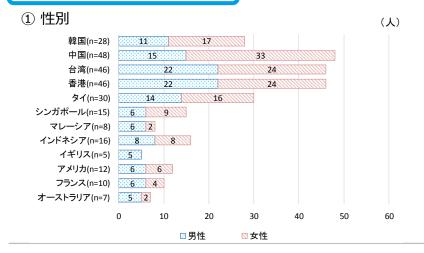
回答者属性

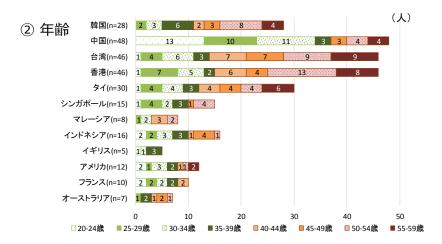






東北訪問経験者(n=271)

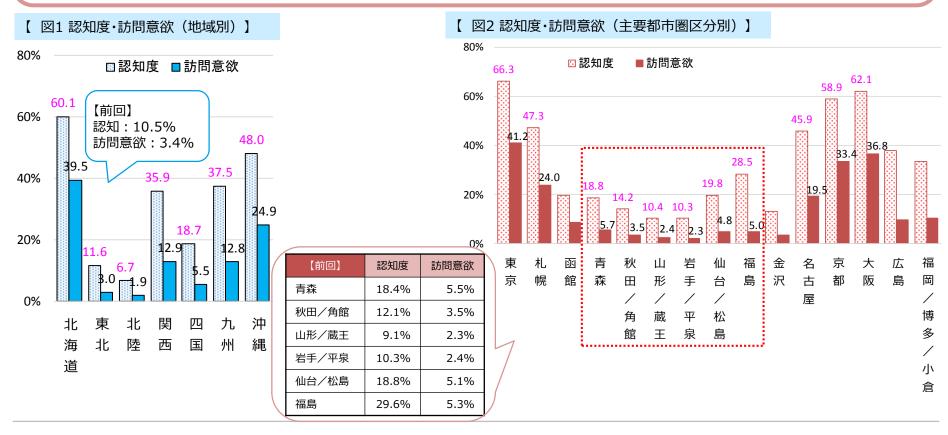




1. 各地方の認知度と訪問意欲、再訪希望率

認知度・訪問意欲 ~前年並みを維持~

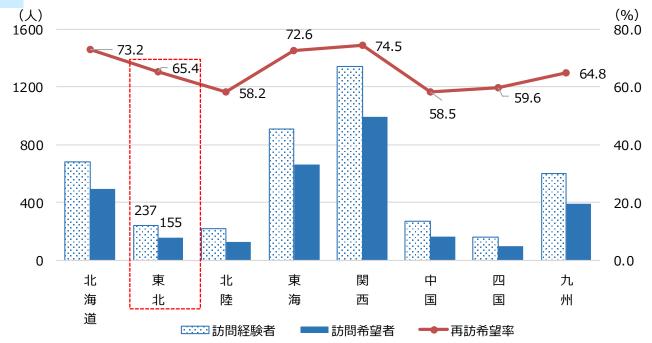
- アジア8地域における「東北」の「認知度」は11.6%(前回10.5%)となり、前回調査並を維持し、主要都市圏区分での「認知度」につ いては、前回調査の結果と比較すると横ばいという結果となった。
- 「訪問意欲」に関しても、「東北」および主要都市圏いずれについても横ばいを維持。
- 北海道やゴールデンルートに位置づけられる都市圏の「認知度」および「訪問意欲」は引き続き高く、「東北」との差がみられる。



東北への再訪希望率 ~前年に比べ上昇~

- 地方ごとの訪問経験者から、その十地への訪問希望者を割り出し、地方別の「再訪希望率※ として算出した。
- 「東北」における「再訪希望率」は65.4%(前回61.6%)となり、前回調査に比べ3.8ポイントト昇した。
- 他地域は、「関西(74.5%)」、「北海道(73.2%)」、「東海(72.6%)」が上位3地域となり、前年同様変わらぬ人気がうかがえる。

【 図1 再訪希望率 】



- ※ 再訪希望率 = 当該エリア訪問希望者数 ÷ 当該エリア訪問経験者数
- ※ 具体的な地名・定義等は4頁を参照。

(参考) アジア8地域

2018年再訪希望率

北海道…73.1%

東北…61.6%

北陸…58.8% 東海…71.8%

関西…75.7%

中国…58.1% 四国…68.3%

九州…65.1%

2. 東北訪問経験者の特徴

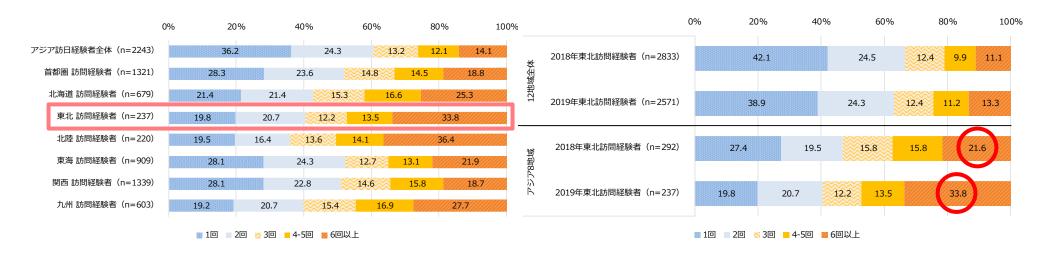
アジア8地域(訪問経験者)

東北訪問経験者の訪日経験 〜訪日リピーター層の割合が高まる〜

- ✓ 東北訪問経験者の訪日経験回数をみると(図1)、2回以上訪日経験のある訪日リピーターの割合が8割にのぼる。中でも「6回以上」が 33.8%という高い割合を占めた。
- ✓ 東北訪問経験者の訪日経験回数を前回調査と比較すると(図2)、複数回訪日経験がある層の割合が増加し、アジア8地域においては特に「6回以上」の回答割合が大きく増加した(12.2ポイント増)。

【 図1 各地域訪問経験者別 】

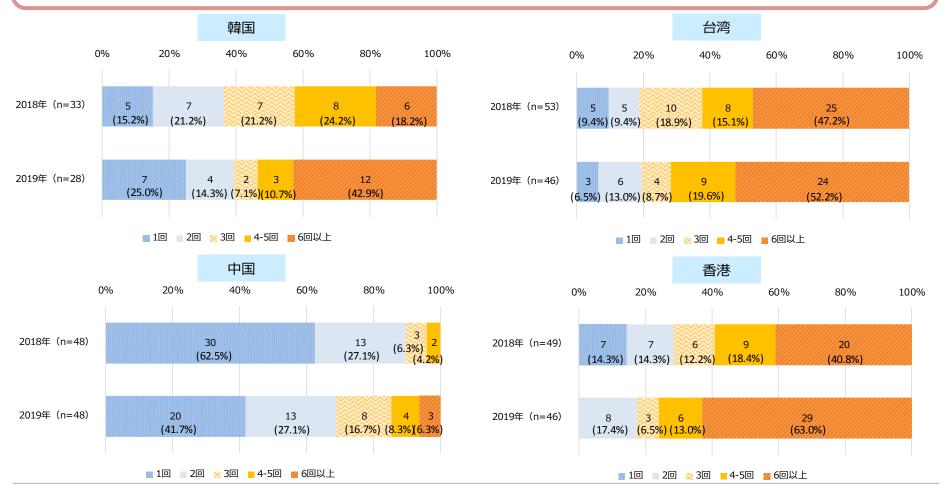
【 図2 前回比較 】



アジア8地域(東北経験者)

[参考] 国・地域別の訪日経験回数

- ✓ サンプル数の制約から参考値となるが、東北訪問経験者の国・地域別の訪日経験回数について、2019年調査で「6回以上」の訪日経験がある層の割合が高いのは「香港(63.0%)」、「台湾(52.2%)」、「韓国(42.9%)」であった。
- ✓ 前年調査と比較すると、中国、台湾、香港のリピーターの割合が上昇している。



3. 訪日にあたっての満足・不満項目

アジア8地域(訪問経験者)

訪日にあたって満足したこと・不満だったこと

- ✓ 訪日にあたって満足したこと、不満だったことについて、訪日経験者の回答と比較した。
- ✓ 「紅葉の鑑賞」や「雪景色鑑賞」など、「見る」観光資源の満足度は高い一方で、美術館や博物館、世界遺産など、説明が必要な「知る」 観光資源では、訪日経験者全体に比べ不満度が高かった。

【 図1 満足項目 】

	訪日経験者					
		東北訪問経験者	北海道訪問経験者	北陸訪問経験者	九州訪問経験者	訪日経験者と 東北訪問経験者の差
サンプル数	2243	237	679	360	603	
日本庭園の見物(説明の充実度含む)	35.0%	46.0%	40.8%	43.3%	35.2%	11.0
紅葉の観賞	32.5%	42.6%	41.5%	42.2%	32.7%	10.1
日本旅館での宿泊	39.2%	47.7%	48.3%	42.2%	43.0%	8.4
雪景色観賞	34.6%	43.0%	51.1%	44.2%	38.0%	8.4

[※]訪日経験者と東北訪問経験者の差が大きい項目のうち、東北訪問経験者の満足度が40%以上のものを抽出

【 図2 不満項目 】

	訪日経験者					
		東北訪問経験者	北海道訪問経験者	北陸訪問経験者	九州訪問経験者	訪日経験者と 東北訪問経験者の差
サンプル数	2243	237	679	360	603	
美術館や博物館の鑑賞(説明の充実度含む)	4.3%	8.1%	4.6%	6.2%	6.2%	3.8
化粧品や医薬品の購入	4.5%	8.1%	4.1%	5.0%	4.5%	3.6
日本文化の体験(茶道、華道、着物試着など)	4.5%	8.1%	3.9%	4.1%	4.4%	3.6
世界遺産の見物(説明の充実度含む)	4.2%	7.7%	3.7%	5.8%	5.7%	3.5
安価で基本的な設備のみが備わっている施設での宿泊	5.3%	8.5%	4.4%	7.1%	5.3%	3.2
伝統工芸品の工房見学・体験	4.9%	8.1%	5.4%	10.0%	5.1%	3.2
食品や飲料のショッピング	4.1%	7.0%	4.8%	8.3%	5.6%	2.9
イベント・祭りの見物	4.2%	7.0%	3.9%	7.1%	5.9%	2.8
電化製品のショッピング	5.8%	8.5%	6.4%	6.2%	6.2%	2.7
日本の酒(日本酒・焼酎)	5.5%	8.1%	5.0%	6.6%	5.6%	2.6

[※]訪日経験者と東北訪問経験者の差が大きい項目のうち、東北訪問経験者の不満度が7%以上のものを抽出

4. 訪日旅行における宿泊施設について

アジア8地域(訪問経験者・訪問希望者)

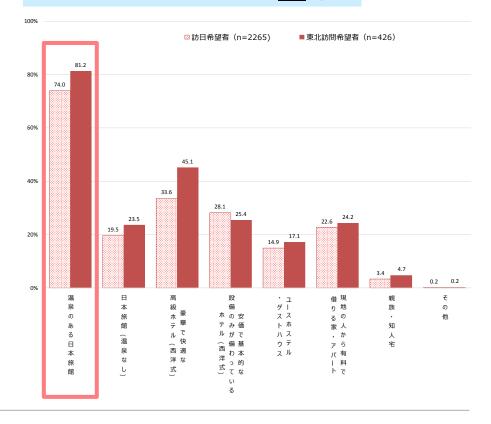
訪日にあたっての宿泊先 ~人気は「温泉のある日本旅館」~

- ✓ 訪日経験者全体において宿泊先として「温泉のある日本旅館」は人気が高い。
- ✓ 東北訪問経験者においても同様の傾向にあり、その人気・満足度は一層色濃く表れている。
- ✓ 「温泉のある日本旅館」に次いで「豪華で快適な高級ホテル(西洋式)」についても高い割合で回答があった。

【 図1 直近の日本旅行で利用した宿泊施設(ベース:訪問経験者)

■ 訪日経験者 (n=2243) ■ 東北訪問経験者(n=237) 52.8 38.9 20% 14.3 13.5 ゲー り地 スス トホ 家 人 ゥテ アら 当り本 本 パ有 | 料 旅

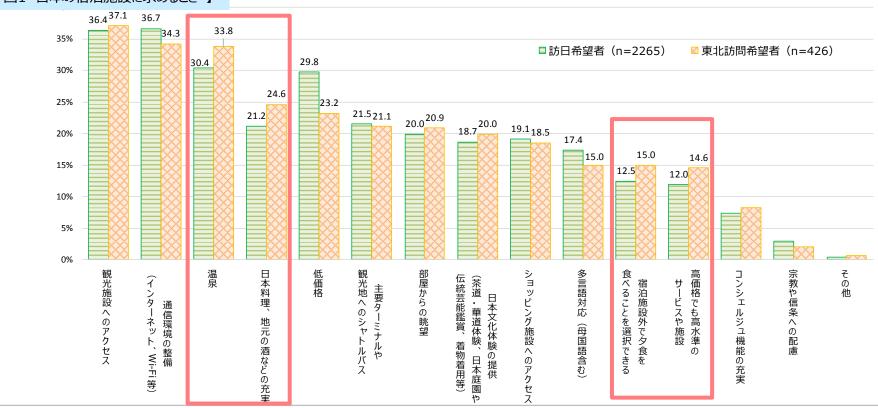
【 図2 希望する宿泊施設(ベース:訪問希望者) 】



日本の宿泊施設に求めること

✓ 日本の宿泊施設に求めることを比較すると、「温泉」、「日本料理、地元の酒などの充実」、「宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる」、 「高価格でも高水準のサービスや施設」などにおいて、特に東北訪問希望者の回答が訪日希望者の回答を上回る結果となった。

【 図1 日本の宿泊施設に求めること 】

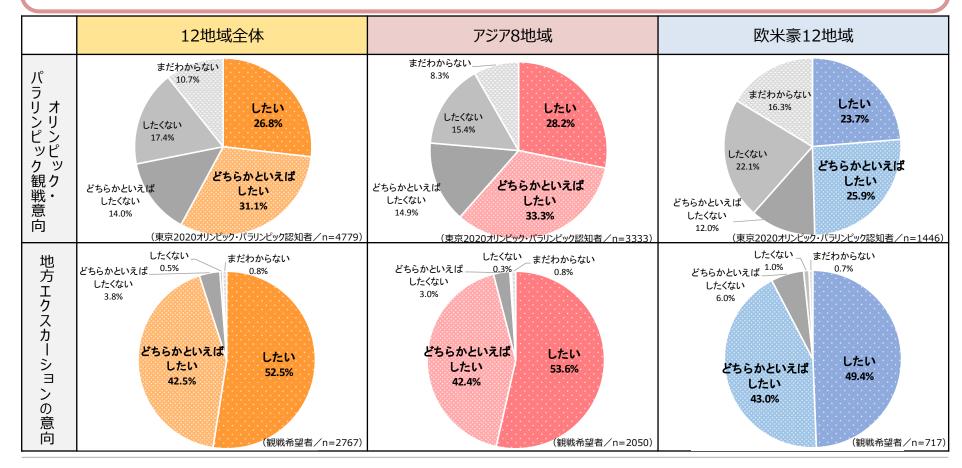


5. オリンピック・パラリンピックの影響

欧米豪4地域(全員)

オリンピック・パラリンピック観戦、 地方エクスカーション意向

- 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の訪日観戦意欲(訪日観戦を「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した回答率の合計) は、アジア・欧米豪いずれも5割以上となっている。
- 訪日観戦の際の地方への訪問意欲(「したい」「どちらかといえばしたい」の合計)は、全体、アジア全体、欧米豪全体いずれも9割を超え る。



12地域(観戦希望者)

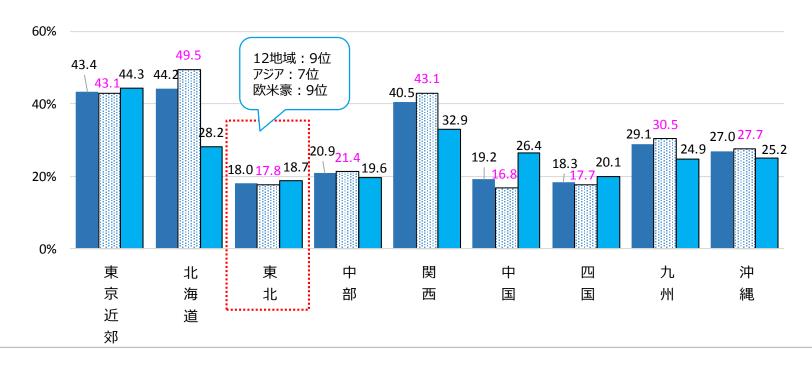
オリンピック・パラリンピックに伴う地方エクスカーション希望先

- ✓ オリンピック・パラリンピックに伴う地方エクスカーションの希望先として「東北」と回答した割合は、12地域全体で18.0%となった。
- ✓ この結果は他地域に比べると低位ではあるが、オリンピック・パラリンピック観戦希望者の多くが何らかの地方エクスカーションを希望しており、今 後の情報発信の取り組み次第では変化する可能性がある。

【 図1 地方エクスカーション希望先 】

80%

■12地域全体(n=2629) ®アジア(n=1967) ■ 欧米豪(n=662)

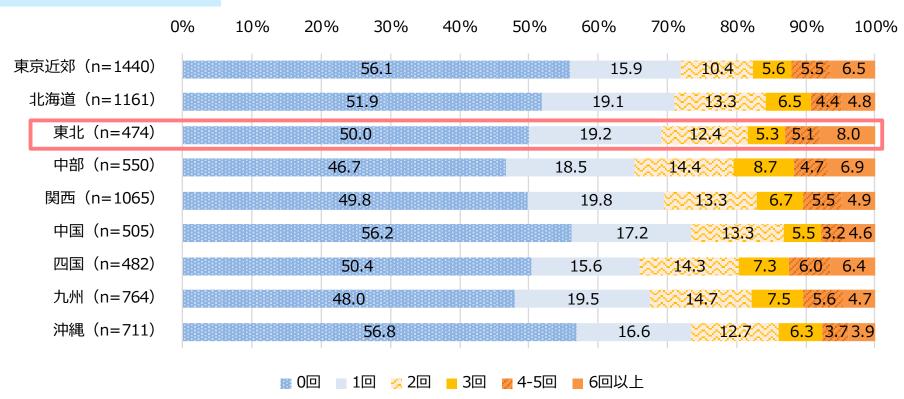


12地域(全体)

オリンピック・パラリンピックに伴う東北訪問希望者

- ✓ オリンピック・パラリンピックに伴う地方エクスカーション希望先ごとに訪日経験回数をみると、オリンピックを機に初めて日本を訪れて地方エクスカーションを希望する層(訪日回数0回)が4割~5割を占めていることがわかる。
- ✓ 東北訪問希望者については、東北訪問経験者の傾向同様、他の地域に比べ訪日経験回数「6回以上」の回答割合が高い。

【 図1 地方エクスカーション希望先 】



6. 東日本大震災の影響

アジア8地域(全員)

欧米豪4地域(全員)

日本旅行の不安材料 (震災項目の長期推移)

- ✓ 震災に関する内容について長期推移をみると、2019年の結果はいずれも回答割合が低下した。
- ✓ 2016年には熊本地震、2018年には大阪府北部地震、北海道胆振東部地震が発生した影響からか、アジアにおいて「地震が起こるかどうか心配」という回答が高くなったが、2019年調査時付近では大きな地震がなかったこともあり、回答割合が下がったものと思われる。

【 図1日本旅行の不安材料(アジア8地域)】



2012年度 2013年度 2014年度 2015年度 2016年度 2017年度 2018年度 2019年度

── 地震が起こるかどうか心配

0%

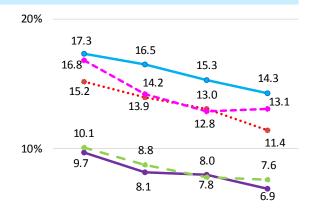
・・・・・ 放射能による健康被害が心配

-→- 放射能の安全性に関する情報が分からない

── 2011年におきた東日本における地震による 被害の復旧の状況が分からない

─ 2016年におきた九州地方における地震による 被害の復旧の状況が分からない

【 図2 日本旅行の不安材料(欧米豪4地域)】



0% 2016年度 2017年度 2018年度 2019年度



(参考) 今後の課題と解決・発展に向けた動き

本調査では、東北のインバウンド観光において訪日リピーターの割合が一層高くなり、再訪希望率の上昇傾向もみられた。つまり、一度訪れたことが新たな魅力を感じるきっかけとなり、再び訪れたいという動機づけにつながっているものと推測される。

インバウンド観光の振興に向けては、訪日リピーターに響く観光資源の掘り起こし・磨き上げが求められるが、それだけではなく、新規の来訪者を増やすことも望まれ、まずは深く知ってもらう「認知度」向上のためのプロモーションも重要性を帯びつつあるとみられる。

東北には、様々な歴史的な背景を持つ食や祭り、文化・風習に加え、四季折々で変化をみせる風景など様々なバリエーションと深みがある。

魅力の発信には、関係組織の横断的な連携も求められ、それがインバウンド観光客に対し「見る」楽しみだけではなく、「知る」楽しみや感動の提供にもつながるものと期待される。

本項では、既に東北において行われている「東北」の認知度向上、インバウンド客の受入環境整備のための取り組みの一部を紹介することとしたい。

1. 認知度向上·観光客誘致

東北6県及び新潟県の知事等によるトップセールス、訪日プロモーション地方連携事業、 東北太平洋沿岸における観光復興対策事業、東北ハウス、外航クルーズ船誘致促進事業

2. その他

多言語電話通訳サービス、広報物の発行・配布、二次交通の整備

1. 認知度向上·観光客誘致①

東北6県及び新潟県の知事等によるトップセールス(主催:(一社)東北観光推進機構)

1.事業主旨·目的

「東北の官民トップが一体となり、現地の行政関係者や観光関係団体、旅行会社及び航空会社等の代表と交流を行うことにより、東北の露出効果を高 め、具体的な誘客を図ると共に東北発着の国際航空路線の復活又は維持拡大に向けたきつかけをつくる」ことを目的として実施する事業。

2.事業概要

- 実施時期・開催地:①台北(2016年8月)
 ②香港(2017年7月) ③中国・大連(2018年8月) ④バンコク(2019年8月)
- 2) ターゲット:観光・旅行団体や航空会社のトップ並びに政府関係者
- 3) 実施内容(第4回 バンコクトップセールス事業): ①タイ国政府観光庁総裁との会見、同庁主催による夕食会に出席。
 - ②タイ国際航空本社を訪問 同社のスメート・ダムロンチャイタム社長以下経営幹部と会見し、 バンコクー仙台線の再就航への御礼を伝えるとともに、 同路線の双方向での活用促進に向けた意見交換を行った。
 - ③観光・旅行団体や航空会社のトップ並びに政府関係者との交流懇談会 【東北の祭りPR】 タイ国際航空バンコクー仙台線の復活を契機としたタイと東北地方の相互交流の拡大の依頼を行ったほか、 東北観光の魅力、各県のトピックス等の説明を行い、訪東北旅行の拡大に向けた協力の要請を行った。 また、交流懇談会後には夕食会を開催し、青森のねぶた囃子や仙台すずめ踊り、山形花笠音頭を披露して東北の魅力を発信した。
 - ④「ガーン・ティアウ・トーホク・イープン(日本東北観光フェア) | (日本政府観光局(JNTO)主催)の開催 東北地域の祭りの披露、東北各県の自治体・事業者等による観光素材の紹介、現地旅行会社による訪東北旅行商品販促を行った。



【記念撮影】





1. 認知度向上·観光客誘致②

訪日プロモーション地方連携事業((一社)東北観光推進機構)

1.事業趣旨·目的

東北広域の認知度向上及び誘客促進を目的に、政府観光局(JNTO)等との連携による旅行博等の機会を活用し、各市場の特性に応じた海外の訪日旅行会社や一般消費者へのプロモーション等をALL東北観光推進機構の視点で実施。

- 2.旅行博等への出展や旅行会社へのセールスの主な実績(下記以外の各市場でもプロモーションを実施)
- ①台湾市場:台北国際観光博(2018年11月)、東北プロモーションin台湾2018(2018年12月台北他)
- ②中国市場:国際冬季運動博覧会(2018年9月北京)、東北誘客プロモーション(2018年12月広州他、2019年1月上海)
- ③タイ市場:タイ国際旅行博(2018年8月、2019年2月バンコク)、タイ旅行業協会商談会(2019年2月バンコク)
- ④豪州市場: Snow Travel Expo2018 (2018年5月シドニー)

東北太平洋沿岸における観光復興対策事業((一社)東北観光推進機構)

1.事業趣旨·目的

東日本大震災により被災した東北太平洋沿岸地域への入込拡大を図るため、当地域の受入態勢整備やプロモーション事業等を実施。

2.主な事業概要

①海外のインセンティブツアー関係者、旅行会社等の招請

中国・台湾・シンガポール・タイ・豪州等の関係者を対象に南東北コース、北東北コースにおいて招請を実施。(2018年8月)

②海外バイヤーへの情報発信

「インバウンド・観光ビジネス総合展」への出展や外国人ライターによるプレゼンテーションの実施により、海外バイヤーに対し観光コンテンツの魅力をPR。 (2018年9月東京ビックサイト)

③地域関係者を対象にした研修会の開催

東日本大震災の経験や教訓を伝承する語り部活動に携わる関係者を対象に「語り部ガイド研修会」を開催。(2018年9月南三陸ホテル観洋)

④教育旅行の誘致促進

台湾の高校の校長、旅行会社を招請し、東北太平洋沿岸地域の現状視察や仙台市内の学校視察、及び宮城県内の校長等との意見交換を実施。 (2018年9月)

1. 認知度向上·観光客誘致③

東北ハウス(2020年東北・新潟の情報発信拠点事業「東北ハウス」実行委員会)

1.事業主旨·目的

東日本大震災の発生から10年目を迎え「復興・創生期間」の最終年度となる区切りの年である2020年に、<u>"復興五輪"</u>を基本方針とする東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が開催され、全世界から日本への注目が高まる。

この機会に『世界から寄せられた支援に対する感謝の気持ち』や『復興に向けて着実に歩んでいる元気で安心な東北の姿』、『日本の他地域では味わえない観光地"東北·新潟"の魅力』を様々な方法で世界に発信することで、①東北·新潟の認知度を向上させ、風評を払拭し、②東北·新潟への訪問意欲の喚起および送・誘客の創出を行うとともに、③東北·新潟エリアでの交流人口拡大・消費拡大を図る。

2.事業概要

- 1) 事業期間: ①2020年7月18日(土)~8月9日(日)(23日間)
 - ⇒メイン会場およびサテライト会場(以下の(a)) ※サテライト会場(a)は、このうち7月21日(火)~7月27日(月)(7日間)
 - ②2020年8月24日(月)~8月30日(日)(7日間)
 - ⇒サテライト会場(b) ※なお、8月25日(火)~9月6日(日)のうち一日、別途イベントを実施
- 2) 実施拠点: A) メイン会場・・・JR東日本 高輪ゲートウェイ駅前の一部(予定)
 - B) サテライト会場・・・ (a) 都内百貨店 (b) 三井住友銀行東館ライジング・スクエア (丸の内)
- 3) ターゲット: 事業期間中の訪日外国人および国内居住者
- 4) 実施内容: ①東日本大震災からの復興の現状および復興支援への感謝等の発信
 - ②東北・新潟の観光情報の発信および伝統文化(伝統工芸、食・酒、祭り等伝統芸能など)の紹介・体験ならびに地場産品の販売
 - ③東北・新潟の認知度向上・魅力発信のための各種プロモーション活動
- 5) 主催:2020年東北・新潟の情報発信拠点事業「東北ハウス」実行委員会 (委員長:海輪 誠 (一社) 東北経済連合会 会長)

1. 認知度向上·観光客誘致④

外航クルーズ船誘致促進事業(海外クルーズ船社幹部招請事業)

1.事業主旨·目的

クルーズ船を所有する欧米の船会社のキーパーソンを招請し、各港湾機能や背後観光地における自然・伝統芸能・文化・食等の魅力を紹介することにより、クルーズ客船の寄港回数の増加と東北の各主要港湾を巡る外航クルーズの商品造成促進を目的とする。

2.事業概要

1) 事業主体: 国土交通省東北運輸局、一般社団法人東北経済連合会、一般社団法人東北観光推進機構

2) 実施時期・被招請者:①米国クルーズ船社「ホーランド・アメリカ・グループ」(2名、2016年10月)

②米国クルーズ船社「ウインドスター・クルーズ社 | (1名、2017年10月)

③モナコ公国クルーズ船社「シルバーシー・クルーズ社」(1名、2018年11月)

3) 視察先:①新潟港、酒田港、仙台港、石巻港、および周辺観光施設

②秋田港、青森港、宮古港、大船渡港、および周辺観光施設

③新潟港、小木港、小名浜港、および周辺観光施設

4) 取組: クルーズ着地型観光の充実・推進 東北への寄港地選定に結びつけるべく、新たな魅力ある、そして質の高い 着地型・体験型ツアー商品開発・造成に向けて、地元クルーズ船受入組織や 観光団体と一緒に注力。

5) 東北管内外航クルーズ船寄港状況: 毎年着実に増加傾向

•2017年:青森港、仙台塩釜港、能代港、秋田港、船川港、酒田港(27回)

·2018年:青森港、宮古港、仙台塩釜港、能代港、秋田港、酒田港(30回)

·2019年:青森港、宮古港、仙台塩釜港、能代港、秋田港、酒田港(48回予定)



【新潟港視察の様子】



【宿根木集落視察の様子】

2. その他

多言語電話通訳サービス((一社)東北観光推進機構)

訪日外国人の対応に関する不安を取り除くため、東北6県および新潟県における宿泊事業者、飲食店及びタクシー事業者等を対象に、24時間・356日 対応可能な「多言語電話通訳サービス」を展開した。「多言語電話通訳サービス」は英語・中国語・韓国語対応している。2018年度末時点の利用登録は 2,685施設。

また、外国人旅行社の安全確保や事件・事故等への迅速かつ適切な初動対応を図るため、福島県警察本部、宮城県警察本部と「外国人観光客等の安全確保への相互協力に関する覚書」を締結した。

広報物の発行・配布((一社)東北観光推進機構)

①海外でのフリーマガジン発行・配布

ターゲット5カ国(台湾・香港・シンガポール・タイ・マレーシア)にて、フリーマガジン配布を行っている。『Wattention 春・夏号(英語・繁体字・タイ語)』に ついては、日系の飲食店、スーパーの他、現地旅行博などで42,000部を配布した。

②東北広域パンフレットの作成・配布

東北の旅行目的地としての魅力をアピールするため、ナイトタイムエコノミー、モーニングエコノミーをコンセプトテーマとしたパンフレットを作成し、台湾におけるプロモーション、国内宿泊施設等で65,000部を配布した。

二次交通の整備((一社)東北観光推進機構)

広域二次交通リサーチ事業および情報のデジタル化支援事業

東北周遊観光の課題となっている二次交通対策に関して、東北運輸局・東北6県・仙台市・域内交通事業者による広域二次交通検討会議を2018年 に3回開催。各団体が取り組むべき内容を整理した。

併せて域内の二次交通における交通情報のデジタル化や多言語化の取り組み、およびフリーパスや割引チケットの各種取り扱いについて調査を実施。

お問い合わせ先

ご質問、ご相談等がございましたら、何なりと下記連絡先にお問い合わせください。

連絡先

株式会社日本政策投資銀行 東北支店

TEL: 022-227-8182

G FAX: 022-227-6709

著作権(C)Development Bank of Japan Inc. 2019 当資料は、株式会社日本政策投資銀行(DBJ)により作成されたものです。

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所:日本政策投資銀行』と明記して下さい。

(お問い合わせ先)

(株)日本政策投資銀行 東北支店 企画調査課 千葉 幸治、菊地 慧 電話022-227-8182