

2026年度からのテーマ

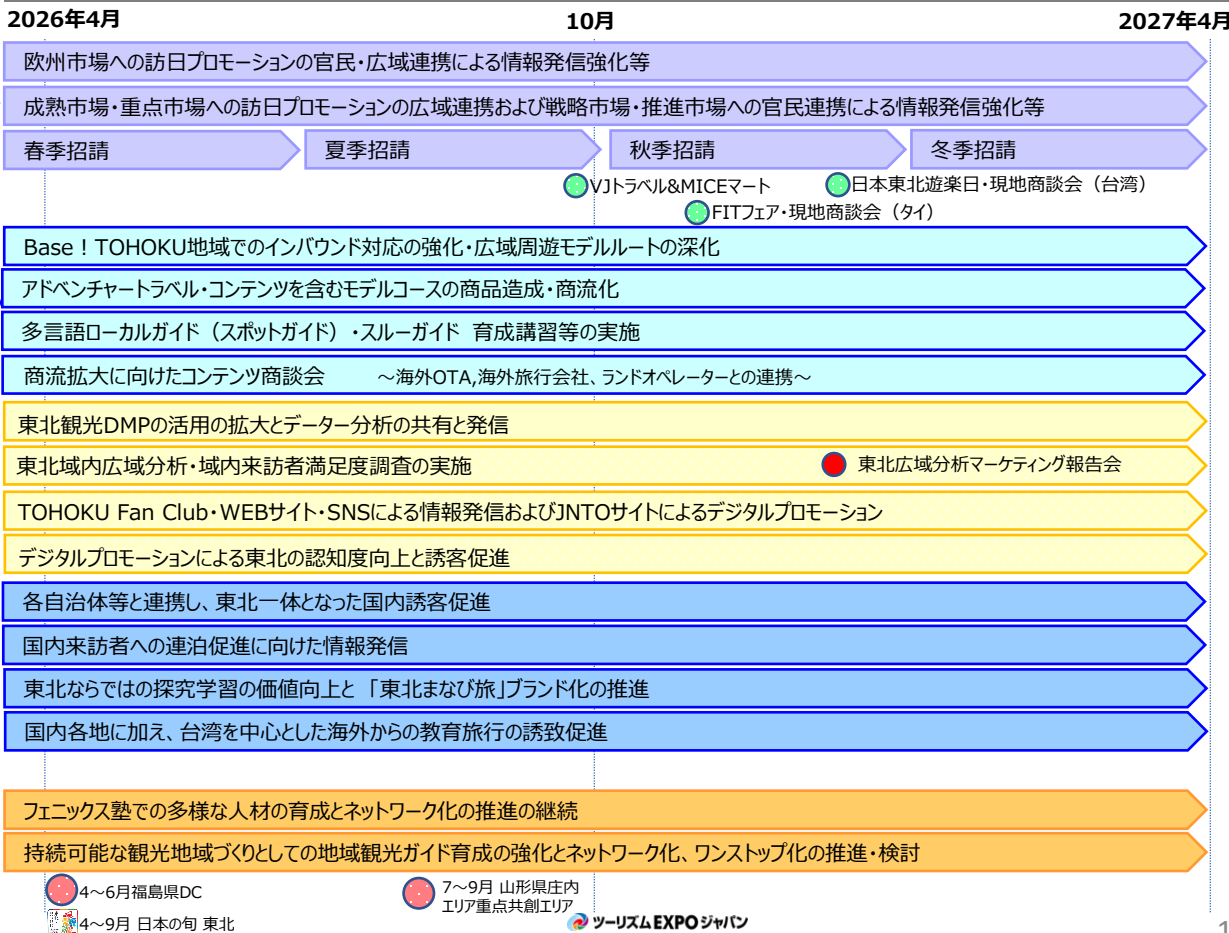
東北のポテンシャルを活かし、東北一体の取組みにより地域を元気にし、持続可能な観光地「TOHOKU」を実現する

○第6期中期計画の初年度として、第5期の中期計画の結果を踏まえ、地域活性化の原動力となる持続可能な観光の推進

ODMO総合支援を活用して広域連携DMOが“司令塔”となり、一貫した戦略の下で、関係者とも連携し、地域の実情に応じた柔軟かつ弾力的な事業を推進できる枠組みを構築

延べ宿泊者数 (単位：万人泊)	2024年実績		2025年実績		2026年目標		2027年目標		日本：2019年比 外国：2026年目標比	
	6県	7県	6県	7県	6県	7県	6県	7県	6県	7県
日本人	3,017	3,734	3,050	3,746	3,300	4,080	3,300	4,080	100%	100%
外国人	208	252	257	309	300	363	360	436	120%	120%

全体計画



「TOHOKUへのインバウンド誘客の飛躍的拡大」

- フランスを中心とした欧州マーケットを含めて、東北各県等との連携強化による事業規模拡大と広域プロモーション効果の最大化
- 市場特性に合わせた戦略的なプロモーションの展開とJNTO、鉄道・航空会社等との連携強化
- 大型イベント（旅行博等）を活用した「オール東北」でのプロモーション強化

「高付加価値化と商流の構築」

- グリーンシーズンの誘客促進とスノーシーズンの誘客拡大
- Base!TOHOKUブランドでのインバウンド対応の強化・広域周遊ルートモデルコースの深化
- アドベンチャートラベルの取り組みの推進
- 高付加価値化に向けたガイド育成・研修の推進

「広域でのDX、マーケティングの更なる強化」

- 東北観光DMPを活用した緻密な分析によるマーケティングとDMP分析の発信
- デジタルマーケティングの推進
- AIを活用した観光DXの推進

「国内誘客の維持・拡大」

- 首都圏などを中心とした全国各地から戦略的誘客の推進と東北域内の観光流動活性化
- 連泊・域内滞在促進の取り組み

「教育旅行」

- 探究学習の価値向上と「東北まなび旅」ブランド化の推進
- 国内各地に加え、台湾を中心とした海外からの教育旅行の誘致促進

「観光人材育成・観光ガイド等のネットワーク化 持続可能な観光地域づくり」

「観光トピックス」

- 国や観光業界の施策との連動

市場の特性にあわせた戦略的な訪日プロモーション

- グリーンシーズンの底上げとスノーシーズンの需要拡大
- 東北観光推進機構の戦略に基づいてJNTO・鉄道会社・航空会社等との連携による戦略的な事業推進

成熟市場（台湾）

・高雄便の利用促進とプレミアムコンテンツの訴求や冬の魅力、スノーリゾートを始め、連泊促進などの従来からの取り組みを継続しながら、リピーターの再来訪促進を図り、旅行消費額の拡大を推進する。また教育旅行等の誘致による若年層を含む新たなターゲット層への誘客促進に取り組む

重点市場（タイ・香港・中国・韓国）

・直行便の就航定着や増便・大型化・新規就航に向けた取組みを最重点事項とし、東北の強みである四季の魅力を最大限活用したプロモーションを継続し効果的に展開して認知拡大・誘客拡大を推進する

戦略市場（欧・米・豪）

・欧州事業では、プロモーション事業での連携をさらに強化し、東北ならではの中心とした東北の自然、食、文化の魅力の認知・定着化を図る
 ・北米事業ではアドベンチャートラベルを契機とした取り組みの継続、深度化により、東北の文化、食も絡めてAT関心層をコアに誘客の裾野を拡大する
 ・豪州事業では、東北のスノーリゾートの認知度向上に向けたプロモーションを推進するとともに、東北各地域のスキー場への利用拡大及び冬の観光コンテンツの訴求を図る
 またグリーンシーズンの観光魅力の情報発信を強化し認知向上を図る

推進市場（シンガポール・マレーシアなど東南アジア）

急速な経済発展を遂げているマレーシア・シンガポール等の東南アジア市場に対して、桜・紅葉・雪とあわせて東北の認知拡大・誘客拡大を推進する

開拓市場（インド）

将来の誘客を見据え、JNTO海外事務所と連携し、市場調査を行うとともに、東北広域の魅力を効果的に発信する

アウトバウンド・国際相互交流の促進

訪日旅行客の増加とともに求められている東北地域からのアウトバウンド・国際相互交流を東北一体となって促進する。また国内・海外で発生した自然災害等への支援取組を都度検討していく

東北観光の高付加価値化と商流の構築

- 量から質へ。「たくさん来てもらう」から「価値を分かち合う人に来てもらう」東北へ

高付加価値化・商流化の推進

「インバウンド版「Base!TOHOKU」ブランドへの昇華・広域連泊周遊モデルルートの進化」

- ・東北域内統一のプラン・ブランドの裾野拡大/浸透に向けた取り組み
- ・アドベンチャートラベルをフックにした欧米圏に通用するモデルルートの構築
- ・海外旅行会社の商品造成のためのファムツアー、商談会



ガイド育成を含む継続的な受入体制整備

- ・各地DMO/DMCと連携したガイド基礎スキルの向上、ATガイド・高付加価値化ガイド・スルーガイド等多言語ガイドの育成に向けた研修/マッチング機会の提供
- ・各テーマに応じた食・応対・交通等を含むインバウンド受入体制の継続的な整備

観光DX推進

● 東北観光DMPの構築事業

・東北観光DMPのさらなる高度化と利活用の拡大を図り、地域観光の質的向上と持続可能な成長を目指す

● TOHOKU Fan Club会員拡大と東北観光DMPと連動したマーケット分析による広域プロモーション戦略の策定

● ターゲット市場毎へのオウンドメディア（TOHOKU Fan Club、WEBサイト、SNS等）やJNTO等との連携による情報発信

● グリーンシーズンの需要喚起に向けたデジタルプロモーションの推進



教育旅行

- 東北ならではの探究学習の価値向上と「東北まなび旅」ブランド化の推進
- 国内各地に加え、台湾を中心とした海外からの教育旅行の誘致促進



観光人材育成・観光ガイド等のネットワーク化

- フェニックス塾での多様な人材の育成とネットワーク化の推進の継続
- 持続可能な観光地域づくりとしての、地域観光ガイド育成の強化とネットワーク化、ワンストップ化の推進