

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

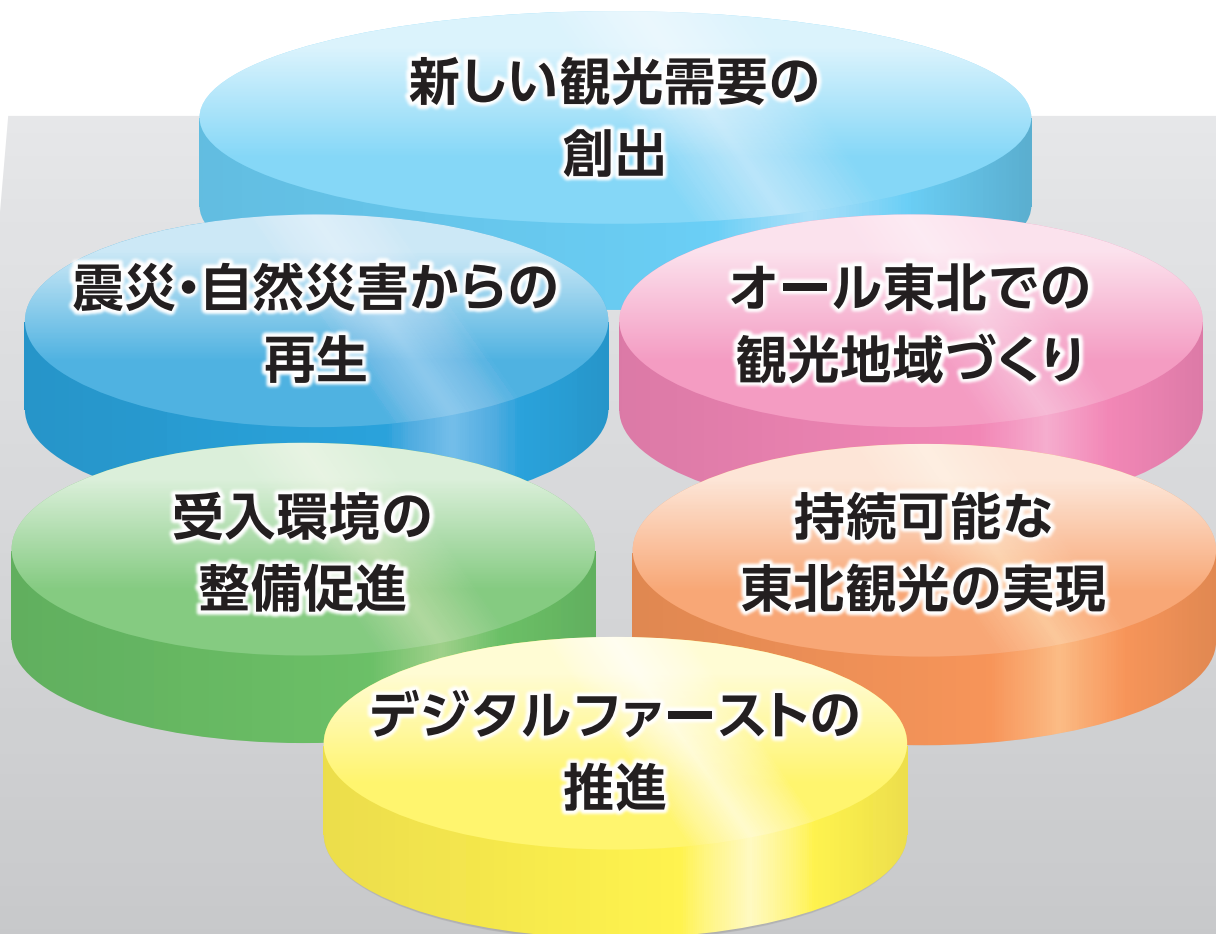
地政学的リスク、自然災害リスクの顕在化

- ・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)

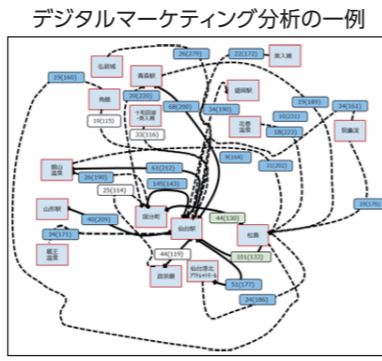


- ・ デジタルマーケティング手法の拡充
- ・ 旅ナカの販売チャネルのデジタル化
- ・ 5G等新技術を活用したDX推進

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



- ・ 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



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



- ・ 「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

