

## 第二次九州観光戦略の体系（08～10年度・戦略4本の柱と34の施策）

<p><b>戦略Ⅰ 旅行先としての九州を磨く戦略</b></p> <p>(1) 観光人材の育成・活用</p> <p>1) 先進的な観光人材のネットワーク化と活用強化</p> <p>2) 観光ボランティアガイド等の育成強化</p> <p>① 広域連携組織の強化</p> <p>② 観光ボランティアガイド等の育成強化</p> <p>3) 観光人材の育成支援</p> <p>① 地域間と通訳者内士の育成支援</p> <p>② 宿泊施設の従業員等の育成支援</p> <p>③ 既存の観光系の大学等との連携</p> <p>(2) 観光インフラ等の整備</p> <p>4) 観光実務のモデルづくりとその普及</p> <p>5) 外国人向けインフラ等の整備</p> <p>① 外国人向けに日本におけるマナーブック等の作成</p> <p>② 統一番号ある観光案内所の設置支援</p> <p>6) 二次交通等の分析や改善</p> <p>7) 先進的民間サービスのPR等の支援</p> <p>(3) 九州の個性あるイベントの創造（戦略Ⅱと連携）</p> <p>8) 集客力のあるイベントの創造支援</p> <p>① イベントの企画募集と調整</p> <p>② イベント情報の九州地方での共有化</p> <p>9) 既存のイベントのスケジュール調整と集客</p> <p>(4) 戦略的観光統計の構築</p> <p>10) 「旅の観光統計の構築」との連携、活用</p> <p>11) 観光戦略に必要な統計情報の収集</p>	<p><b>戦略Ⅱ 国内大都市圏などから九州に人を呼び込む戦略</b></p> <p>(5) プロモーション活動の強化</p> <p>12) 旅行会社等向けのプロモーションの強化</p> <p>13) 効果的、効率的なタイアップキャンペーンの実施</p> <p>① 旅行会社やキャリアとのタイアップ事業の強化</p> <p>② 重点エリアの設定</p> <p>③ 九州新幹線（鹿児島ルート）の全線開通を見越したPR</p> <p>14) 情報発信ツールのブラッシュアップとマスコミ活用による効率性向上</p> <p>15) 修学旅行等の誘致活動の強化</p> <p>(6) 九州の新たな観光素材の開発と素材を活かした誘客の推進</p> <p>16) 集客力のある観光素材集等の開発</p> <p>17) 「うんちくの旅」の相談ルートの設定</p> <p>18) 旅行会社等が活用しやすいスタイルへのレベルアップ</p> <p>(7) 個人向け情報発信の強化</p> <p>19) ホームページのレベルアップ</p> <p>① 個人旅行者が必要とする情報の発信</p> <p>② 曜日、飲食情報等の提供</p> <p>20) 個人旅行者への情報発信システムの構築</p> <p>21) 大手インターネット会社等との提携の検討</p> <p>(8) 大都市圏での情報収集力・発信力の向上</p> <p>22) 大都市圏での情報収集力の向上</p> <p>① 大都市圏の事務所等との連携による情報収集</p> <p>② マーケットニーズの収集</p> <p>23) 大都市圏での情報発信力の向上</p> <p>① 「観光と食」等をテーマとするイベントの開発</p> <p>② 観光と物産との連携強化</p>
<p><b>戦略Ⅲ 東アジアなどから九州に人を呼び込む戦略</b></p> <p>(9) 海外市場動向の調査、分析と情報提供</p> <p>24) 各国・地域別の情報収集と会員等への発信</p> <p>25) VJICの成果など、海外客へのサービスのあり方に関する調査と会員等への発信</p> <p>(10) 海外でのPR</p> <p>26) PR活動のレベルアップ</p> <p>27) 各地の観光等への積極的な参加</p> <p>28) 海外観光地等との連携や友好協定締結</p> <p>29) 国際的イベント等への対応</p> <p>(11) 顧客特性に応じた商品開発と誘客</p> <p>30) 有償物のマーケティングと内外の旅行会社と連携した商品開発と誘客</p> <p>① 韓国における誘客</p> <p>② 中国における誘客</p> <p>③ 台湾における誘客</p> <p>④ 香港における誘客</p> <p>⑤ その他の地域における誘客</p> <p>31) 修学旅行向け商品の開発と誘致</p>	<p><b>戦略Ⅳ 九州観光の推進体制の強化</b></p> <p>(12) 顧客特性に応じた商品開発と誘客</p> <p>32) 九州観光に関する他の団体等との連携強化</p> <p>33) 会員の拡大努力と双方向コミュニケーションの強化</p> <p>① 会員の拡大強化</p> <p>② 会員との情報発信機能の強化</p> <p>34) 機構の組織強化</p> <p>① 人材の専門性の強化</p> <p>② 観光アドバイザーの設置</p> <p>③ 自主財源の検討</p> <p>④ 法人格の取得</p> <p>⑤ 個別事業に関する専門委員会の設置</p>

(2) 事業概要

①ポータルサイトの運営

- 各県や各連盟の情報と重複しないように配慮しながらも、九州全体でみたい情報が機能的に組み込まれている。
- トップページの上部は、九州7県の旬の情報、切り替わりながら流れる。
- キャンペーンや特集、旬の情報、イベントカレンダーなど広域で発信すべき情報が並ぶ。
- 物語情報の「うんちくの旅」や温泉大百科事典なども見ることができる。



【特集九州遺産】

- ・2009年春は「九州遺産」というテーマで、九州各県の文化財や、それをめぐる旅行情報が編集されている。
- ・誘客効果のみならず、九州のイメージを高める効果を果たしている。



【イベントカレンダー】

- ・カレンダーの日付をクリックすると、その日行われているイベントが一覧情報で確認できる。
- ・一覧から選べば、イベント情報が表示され、それぞれの主催者のホームページへリンクしている。

【スタッフブログ】

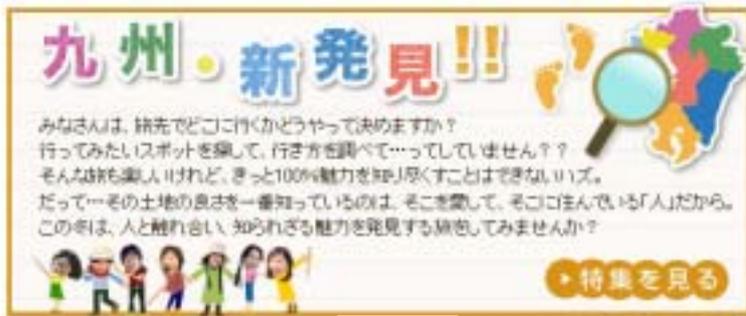
- ・スタッフブログも充実しており、読んでいて楽しい。
- ・旅行好きのスタッフの体験を通じた情報であり、有益な観光情報になっている。







③着地型観光プログラムの充実化【九州・新発見, 九州さるく】



**九州・新発見！！**

- ・地元の魅力を100%知ってもらいたいという考えから、その土地のよさを最も知っている地域住民の方が案内するプログラムを充実化させている。
- ・人と触れあい、知られざる魅力を発見する旅を着地型観光として発信



**各県毎のプログラム紹介**

- ・着地型観光のプログラムを九州全体で紹介することにより、プログラムの質・量ともに、旅行者へのPRとなっている。
- ・今回は、熊本の「杖立温泉背戸屋めぐり」に参加するが、次は宮崎の「海幸・山幸伝説」に参加したいなど、地域全体のリピーター確保にも有効である。

※着地型観光全体は「九州さるく」として紹介



## プログラム例



初めてなのになぜか懐かしい。昭和の面影を残す「魅惑の路地裏」

### 杖立温泉背戸屋めぐり～路地裏歩き～



旅館の主人だったり食事処の店主だったり。杖立のみちくさ案内人は、杖立で育ち杖立で暮らす地元民ばかり。随分的に、あじしく、楽しくモットーに、地元ガイドならではの知識を活かしてご案内します！

ガイド 河津 豊久さん

**行程** 大神宮→白糸の滝→背戸屋→元湯→温泉屋旅館→さくら橋→お茶の駅(定遊) など

**開催日** 10/1～12/27の毎日  
(1月以降も同様の内容で開催)

**時間** 10:30～11:30、14:00～15:30  
(約1時間ちょっと)

**必需品** カメラ

**外観撮影** 基本的にはなし

**満足度** ★★★★★

**さるき度** 4,000さるき

#### 人の顔がみえるプログラム

- ・ガイドの顔が見えるプログラム紹介により、参加意欲が高まる。
  - ・杖立温泉背戸屋めぐりのガイドは、旅館のご主人。「地元の情報がたくさん聞けるのではないか」そんな期待感が高まる。
- ※「さるき度」という表現もユニーク

蒸し場に卵を入れるところから、ツアーは始まります。戻る道にはおいしい温泉卵ができてあがっている！という寸法。シメの楽しみをスタート時に仕込んでおく演出が、なんともユニークですね。まずは杖立の氏神にお参りし、参勤交代が行われていた山道を歩き白糸の滝に向かうはずでしたが、この日は「水がほとんど流れていない」とのことです。ゆっくり時間をかけてメインの路地裏歩きを楽しむことにしました。



#### 参加者によるプログラム紹介

- ・各プログラムは、参加者の日記風に紹介される。
- ・プログラムの内容が生き生きと伝わってきて、読んでいただけでも楽しい。



昔から残る古い路地裏のことを、杖立では「背戸屋(せとや)」と呼びます。細い小道や階段を挟んで所せましと建物が連なる独特の風景は、雑誌などでも紹介され話題になり、カメラを手にした観光客で賑わうようになりました。今、地元の若者が取組んでいるのが、背戸屋全体をひとつのギャラリーとして観光客に楽しんでもらう「ギャラリー背戸屋」プロジェクト。背戸屋のいたるところで、季節ごとに入れられたさまざまなアートが目を楽しませてくれます。



川の幸といえば「鮎」。ほくほく、ふんわりの食感が最高！

杖立温泉は、川に二分される温泉郷。川魚料理が美味しいことでも有名です。河津さんのおススメの食事処は、さくら橋のもとに立つ「食堂こまつ」。いただいたのは、看板メニューの鮎定食です。鮎の塩焼き、鮎のお焼入りみそ汁、小鉢、酒物、ご飯がセットになって1,700円。まるまる太った塩焼きは、臭みがなくて塩かりんもちょうどいい感じ。お箸を入れると、ふわっと身がほぐれて香ばしい匂いが漂います。あっさりした味わいの塩焼きに、コクのあるみそ汁。これがまた良く合います！ご飯がどんどん進んで、すぐに完食しちゃいました。



#### 食の紹介をセットに

- ・それぞれのプログラム参加者にお勧めのお料理、お店を合わせて紹介。
- ・旅の満足度を大きく左右する食のフォローになっている。

## プログラム例



石垣の散歩道と、石炭王が残した歴史遺産をたっぷり満喫

### 唐津ん町の石垣浪漫と旧高取部 ①



ガイド 神田 福子さん

私、唐津生まれの唐津育ち。全国各地のお客様とお会いするのを楽しみにしています。「よかばいガイド」は、唐津市内の有志が集まって勉強会を開催しコース作りから携わった唐津観光のプロ。何でもお気軽にお尋ねくださいね！

行程	唐津城→石垣の散歩道→唐津歴史館 歴史の門→旧高取部→時の太鼓台
開催日	10/1～12/8の月曜日を除く毎日
時間	10:00～12:00、 13:30～15:30(他の時間は要相談)
催行人数	4名～

必需品	カメラ
外国語対応	基本的にはなし
満足度	★★★★★
さるせき	6,935さるせき
案内料	700円(入館料別途必要)

地元では観光プロも育てている

- ・佐賀では「よかばいガイド」という名前で、観光ガイドのプロが育っている。
- ・勉強会、コース作りを自分達で行っており、そのプログラムは九州全体のコンテンツとして発信される。

太宰府といえば言わずと知れた古都のまち。太宰府天満宮に九州国立博物館、国宝級の仏像が並ぶ観世音寺、すばらしい庭の光明院寺…。他にもたくさん見所があります。

この太宰府で、観光シーズンの春と秋は開催される「歩かんね太宰府」に参加してきました。今回は座禅にアーテュス、精進料理と、どれも楽しい内容ばかり！心躍らせながらの朝に戒壇院に到着しました。



個人では参加できない  
プログラムも豊富

- ・重要文化財の仏様の前で座禅の体験、彫刻家のアトリエ訪問など、個人では参加が難しいプログラムも魅力となっている。



出迎えてくれたのは、歩かんね太宰府代表の富永さんと今日の案内人の実行委員長の島松さん。なんと今日の人数は定員15名をオーバーして20名！このコースは特に人気ののだとか。

早速戒壇院で座禅を体験。座禅は初体験の私ですが、柏木和尚に座禅の仕方を教わり、40分の座禅を体験しました。右足を左股の上に、左足を右股の上にのせ、右手を足の上におき、左手をその上に乗せ、両手の親指は円く合うように、目は閉じ、正面を見て呼吸を静かにする。朝日が差し込む静寂の中、心を常に…。よくテレビで見ると、棒でバチン！と叩かれたりはしません。40分後、不思議と心がスーッと軽くなるような、そんな気持ちになりました。重要文化財の仏様の前での、座禅という貴重な体験です。

座禅が終わって、お隣の観世音寺の説明などを聞き、10分ほど歩いて彫刻家・富永朝堂アトリエへ。実は実行委員長をしている富永さんは富永朝堂氏のご子息なのだとか、趣のある素敵な一軒家で、数々の朝堂氏の作品の前で、富永さん自らお父様のことを説明してもらいました。隣近でみる作品は、すごく繊細で、迫力があって感動！ノビだけで彫ったとは思えないほど艶やかな、「雪山の女」。かわいらしい「女神像」は触らせていただきました。なんだか子どもに喜ばれそうでご利用が盛りそうです。



もっとじっくり鑑賞したかったのですが、時間がなく、後ろ髪引かれながら「富永朝堂アトリエ」を後にしました。(※アトリエは不定期オープンです。)

最後はお持ちかね！の精進料理の試食です。とっても現在戒壇院で



④滞在型観光プログラムの開発【おとなの長旅・九州】

第3回 平成20年度 秋

# おとなの長旅・九州

趣味を極める。暮らしを楽しむ。  
長期滞在型の新しい旅

仕事や子育てがひと段落した今、日常に追われてできなかったことや若い頃あきらめたものに、再チャレンジしませんか。「おとなの長旅・九州」は、体験型のプログラムと宿泊施設をセットにした4泊程度の「長期滞在型」の旅です。陶芸、農業、山登りなど趣味を極める「テーマ追求型」と温泉などでのんびり過ごす「ゆったりお試し型」のプランを用意しました。今年で3回目を迎え、ますます充実した「おとなの長旅・九州」。存分にお楽しみ下さい。

**宿泊+体験観光による長期滞在のモニタリング**

- ・これからの滞在志向に応えるため、4泊程度のプログラムを複数用意し実施するとともに、参加者からの反応をフィードバックさせている。
- ・2006年から始まり今年は3年目だったが、既にリピーターが多く生まれている。

プラン一覧

	<p><b>朝倉 ASAKURA</b> 福岡県</p> <p>東映映画鑑賞券と国立博物館入場券付き</p> <p>テーマ: ガイド付きで史跡めぐりを楽しむ「筑後川と邪馬台国の里」探訪の旅</p> <p>地元農家と花卉農家のミニ講座付き</p> <p>ゆったりお試し: 寄せ植え体験とダブルの美肌力の原鶴温泉花とフルーツを満喫するあさくらの旅</p>
	<p><b>別府 BEPPU</b> 大分県</p> <p>地域文化と食を楽しみ、暮らすように旅しよう</p> <p>ゆったりお試し: キレイでゲンキになる別府の新しい旅「じねたびBEPPU」</p> <p>昭和時代の懐かしい街を再現しました</p> <p>テーマ: 宿も温泉もグルメも好みで選べるリバイバル新婚旅行</p>
	<p><b>竹田 TAKETA</b> 大分県</p> <p>温泉療法専門医が温泉療法をアドバイスします</p> <p>ゆったりお試し: 長湯温泉とくじゅう高原で心とからだをリセットするプチ湯治</p> <p>心をほどいて自分らしさを取り戻そう</p> <p>テーマ: 自然も温泉も100%満喫 秋の久住山で登山デビュー</p>
	<p><b>阿蘇 ASO</b> 熊本県</p> <p>多彩な温泉で心身ともにリフレッシュ</p> <p>ゆったりお試し: 九州で人気の温泉地を巡る贅沢な温泉三昧の旅【秋立温泉・黒川温泉】</p> <p>本物のゆっくり・のんびりを堪能【地獄温泉・乗取温泉】</p> <p>ゆったりお試し: 阿蘇火山の懐で抱かれる秘湯で過ごす本格的湯治</p> <p>究極の阿蘇エコトレッキングで感動</p> <p>テーマ: 世界最大級のカルデラで過ごす大自然満喫の旅【内牧温泉】</p>

**2008年は27の滞在プラン**

- ・27の滞在プランを用意し、長期滞在客を誘客。
- ・「テーマ追求型」と「ゆったりお試し型」に分けることにより、時間をかけて趣味を極めたいニーズと、のんびり時間を過ごしたいニーズの両方に対応。
- ・各地域には担当のコンシェルジュが付き、参加者に丁寧に対応し満足度を高めている。

コンシェルジュ

**朝倉**

筑後川流域の経済なげねに広がる朝倉。フルーツと花、温泉、秋月の紅葉と、秋は楽しみの多い季節です。



朝倉市観光協会 朝倉市観光協会

---

**別府**

豊富な温泉湯出量を持つ別府。8つの温泉郷に10種のお湯が湧く、全国屈指の湯のまちです。



別府市観光協会 別府市観光協会

ツアー例



## 阿蘇 ASO

究極の阿蘇エコトレッキングで感動

テーマ 世界最大級のカルデラで過ごす  
大自然満喫の旅【内牧温泉】

熊本県

---

**日程** ①9月1日(月)～平成31年3月6日(金)の毎週月曜催行  
(年末年始を除く)  
4泊5日(3泊4日可、延泊可)

---

**定員** 各1名～6名

---

**宿泊費** 1名様料金  
●内牧温泉  
◇泰山荘 1室1名 26,000円・1室2名 22,000円  
蘇山郷 1室1名 34,200円・1室2名 30,000円  
湯の宿入船 1室1名 33,950円・1室2名 31,150円  
ZENZO 1室2名 37,800円(1室1名同料金)  
※田舎暮らし体験ができる「阿蘇ゆたっと村」  
1室2名利用のみ 10,500円もあります  
宿は組み合わせできます  
→朝食4回・夕食1回付き、税・サービス料、入湯税込み

---

**体験プログラム** 18,000円  
トレッキング、ロープウェイ運賃、農家レストラン昼食、内牧商店街  
食べ歩きツアー、2日目と4日目の昼食、コンシェルジュ代を含む

---

**特典** 中阿蘇地域路線バスのフリーバス券、阿蘇まちなめぐりガイドブック  
付き

---




南外輪(うそぐいの滝)
中央火口丘

基本スケジュール

1日目	阿蘇駅到着後、コンシェルジュの挨拶とガイダンス。農家レストランで昼食後、内牧温泉へ移動し、内牧商店街食べ歩きツアー。終了後、チェックイン	(調) (調)
2日目	内牧温泉から湯山入口へ。阿蘇インフォメーションセンターで昼食弁当配布後、阿蘇自然案内人と北外輪「マゼノ深谷」渓流トレッキング～「神戸石の丘」草原トレッキング	(調) (調)
3日目	終日フリー(オプションツアーなどで「ゆっくりのんびり」お楽しみください)	(調)
4日目	内牧温泉から阿蘇駅前へ。昼食弁当配布後、阿蘇自然案内人と中央火口丘トレッキング(仙酔峡～阿蘇中岳～阿蘇高岳)	(調) (調)
5日目	朝食後、ティータイム(感想をお聞かせください)。その後、解散	(調)

テーマ追求型の例  
究極のエコトレッキング

- ・内牧温泉に泊まり、阿蘇の自然案内人とトレッキングを行う。
- ・長期滞在の利点を活かし、2日目と4日目がトレッキング、3日目はフリー。

スケジュール

- ・各プログラムの1日目は必ず地域コンシェルジュと話をする。
- ・農家レストランや、商店街食べ歩きツアーなど着地型プログラムも組み込んで魅力を高めている。
- ・最終日は、コンシェルジュとティータイムを行い、感想を聞かせてもらう。

## 3-2 東北観光推進機構による取組み状況

### (1) 東北観光推進機構の概要

#### ① 設立経緯

・観光を東北で成長が見込める「戦略産業」と位置づけ、官民が一体となり平成19年6月に設立。

平成18年 11月 7・8日	北海道・東北未来戦略会議「ほくとうトップセミナー」開催 【趣旨】 ●東北の官民が一体となって取り組む東北観光戦略の策定 今後、東北の官民が一体的に取り組むことで、東北ブランドの構築やリピーターの確保等につながる「東北観光戦略」を、東北地域の関係者の協議により、平成18年度末までにとりまとめる。 ●既存の広域観光団体の統合等による推進体制の整備 東北地域の2つの大きな広域観光団体である「東北六県観光産業協議会」や「東北広域観光推進協議会」等の機能を集約した、東北の観光戦略を推進する総合的な役割を担う新組織「東北観光推進機構（仮称）」を、平成19年度以降できるだけ早い時期に立ち上げるための「協議の場」の設置を東北地域関係者に働きかける。
平成19年 1月～3月 4月 1日 11日 6月 7日	東北観光推進機構（仮称）設立準備会開催 東北観光推進機構（仮称）設立準備室設置 北海道・東北未来戦略会議に於いて報告・確認 東北観光推進機構設立

#### ② 観光戦略・事業戦略

4つの観光戦略を定め、事業の位置づけを行っている。

**戦略 1** 「多くの人に東北を知ってもらい、観光客に満足してもらおう戦略」について

常にマーケットを意識しつつ、多様な観光資源をはじめとする東北の魅力を国内外で認知してもらうため、東北をイメージできる情報を発信し、東北ブランドの構築を図る。あわせて、東北を訪れた人の満足度の向上やリピーターの確保につながる受け皿づくりを推進する。

**戦略 2** 「国内大都市圏から東北に観光客を誘致する戦略」について

国内の重点市場となる大都市圏（特に首都圏、中京圏、関西圏）をターゲットに、マーケットに応じた旅行商品の開発や販売促進、プロモーション活動等に取り組み、東北への集客を拡大する。

**戦略 3** 「東アジアを中心とした海外から観光客を誘致する戦略」について

海外の重点市場となる東アジア（特に韓国、台湾、中国、香港）をターゲットに、ビジット・ジャパン・キャンペーン事業との連携も図りながら、マーケットに応じた旅行商品の開発や販売促進、プロモーション活動等に取り組み、東北への集客を拡大する。

**戦略 4** 「観光戦略推進のための総合的な役割を担う体制づくり」について

東北の官民が一体となり、東北の観光戦略を効果的、かつ確実に展開するための強力な推進組織を整備し、東北への観光客誘致とリピーターの恒常的な確保に取り組む。

**戦略 1** 多くの人に東北を知ってもらい、観光客に満足してもらう戦略

**1 東北の認知度向上**

(1) マーケットの分析

観光資源(特に東アジア)の認知度に関する調査・統計の収集・分析、観光客の意識調査の調査やニーズの調査等により、対象となるマーケットを分析し、今後のプロモーション活動や旅行商品の企画等に活かせる。

- 東北の観光資源(特徴・価値)の分析  
・観光客の状況等の分析  
・東北における観光資源のあり方の検討
- 観光客の意向・ニーズの把握  
・意識調査、アンケート、訪問調査  
・海外の調査(得意先に向けたアンケート調査)

(2) 東北観光のイメージづくり

国内、海外(特に東アジア)の消費者に対し、「東北を遊んでみたい」という感情づくりを高めるために、東北の観光資源を多面的に評価し、訴求するべき東北観光のイメージづくりを行う。

- 東北観光に対するイメージを把握  
・東北観光のイメージ調査
- チャートスペースやロゴマークの提案

いいなあ 東北



(3) 東北の観光情報の発信・提供

観光案内のイメージや観光案内、観光の「話題」等、東北の観光情報を、様々な媒体を通じて、発信・提供する。

- 東北観光の発信媒体の活用(記事)  
・「話題性」を付与してテレビ・紙・雑誌等の掲載、TVCM等の制作、各地  
・東北観光のイメージやチャートスペース等の活用(パンフレット、ポスター、案内)
- 国内観光情報への提供  
・東北一体となった、観光情報への提供
- メール・ニュースの配信を提案

(4) 東北ブランドとなる観光資源の抽出と調査

観光地としての健全な企画・世界ブランドとするため、魅力と観光資源のPRを図ることにも、ブランド化に向けた各島の取り組みを支援する。

- 世界遺産等を活用したPR
- 観光地での季節的イベントのPR

**2 観光客の満足度向上**

(1) 地域間の競争と差別性の仕組みづくり

東北における観光地としてのPRを推進するため、地域間で競争を高め、同時に差別性を発揮する等、観光地・地域が強い、差別し、合う仕組みを構築する。

- 観光客の満足度向上のための評価基準の策定
- 東北地方の観光案内の連携

(2) 二次交通の充実・利便性の向上

交通機関の整備促進や交通機関の利便性の向上により、改めて東北を訪れる観光客でも容易に旅行できる環境整備を働きかける。

- 交通機関の整備促進
- 交通機関の利便性向上

(3) 観光客の受け入れ態勢の整備

観光ガイドの育成・観光案内員に対する案内サービス等の研修等、案内員からの観光客が安心して旅行できるように、観光客の受け入れ態勢の整備に向けた取り組みを支援する。

- 観光ガイドの育成・研修の向上
- 観光案内員等のサービス意識の向上  
・観光案内員等の研修による、観光客の受け入れ態勢の向上
- 観光客の受け入れ態勢の向上
- 外国人に対する案内サービスの提供

**戦略 2** 国内大都市圏から東北に観光客を誘致する戦略

**1 東北の観光プロダクト、モデルコースの開発**

国内大都市圏(特に首都圏、中部圏・関西圏)をターゲットに、東北観光のイメージに基づいた歴史文化ストーリー性のある広域的な観光プロダクト、モデルコースを開発し、商品化を図る。

- 広域観光モデルコースの開発
- 広域観光モデルコースの開発



**2 観光客の受け入れ態勢の強化や旅行商品の開発促進**

(1) 首都圏からの誘客促進

最大のマーケットである首都圏からの誘客促進に向けて、JTB東日本や旅行会社等とのタイアップにより、新たな観光資源の開発や旅行商品の開発促進等に努める。

- JTB東日本とのタイアップ事業
- 旅行会社とのタイアップ事業
- 旅行会社の商品企画担当者との関係構築

(2) 中部圏・関西圏等からの誘客促進

潜在的な消費客の多い中部圏・関西圏等からの誘客促進に向けて、東日本や旅行会社等とのタイアップによる、観光資源、PR等の連携。

- 観光会社とのタイアップ事業
- 旅行会社とのタイアップ事業
- 旅行会社の商品企画担当者との関係構築

(3) 観光セミナー等の開催

大都市圏における主要旅行会社やマスコミを対象とした観光セミナーを開催し、旅行商品などの紹介や商品などの観光資源の訴求を行う。

(4) メディアを活用した情報発信・PR

東北観光のイメージや観光資源、観光の「話題」等、東北の観光情報を、メディア活用により、発信・提供する。

**3 教育旅行の誘致促進**

各県、旅行会社、教育機関、施設等と連携し、特に首都圏の小・中学校・高校を対象に、東北への教育旅行の誘致に取り組む。

- 首都圏教育関係者に対するセミナーの開催
- 首都圏の小・中学校の誘致
- 導入型旅行商品の開発促進
- 東北観光の観光地への誘致
- 教育旅行の誘致に向けた支援

**4 東北観光ポータルサイトの設置・運営**

インターネットを活用し、東北観光の総合的な情報を発信する。

- 「いいなあ 東北 東北観光ポータルサイト」  
<http://www.ipohokaido.jp>  
・東北広域観光モデルコースや東北の観光資源、観光情報等、東北観光の総合的な情報を発信するポータルサイトを設置

**5 コンベンション等の誘致促進**

国内で開催が予定される各種コンベンションの開催誘致に努める。東北への誘客拡大を図るため、各種コンベンション誘客等との連携につけて検討する。

- コンベンションに関する情報収集・提供
- アフターコンベンション向け観光資源商品の提供支援

**戦略 3** 東アジアを中心とした海外から観光客を誘致する戦略

(※YOKOJIMAAPFの海外旅行業協会加盟を前提)

**1 海外向け観光プロダクト、モデルコースの開発**

東アジア(特に韓国、台湾、中国、香港)をターゲットに、対象国・地域別に東北観光のイメージに基づいた、歴史文化ストーリー性のある広域観光モデルコースを開発し、商品化を図る。

- 広域観光プロダクト、モデルコースの開発  
・海外の観光ニーズに合わせた、必要量のテーマモデルコースを開発し、プロモーション活動や旅行商品の企画につなげる



**2 東北一体となったプロモーション活動の実施**

(1) 観光プロモーションの推進

東アジア(特に韓国、台湾、中国、香港)および海外の主要観光客を誘致するため、東北一体としてプロモーション活動を推進する。

- 旅行会社、マスコミ等の活用  
・東北の観光資源を活用し、旅行商品の企画・販売、PR等の実施
- 海外観光セミナー等の開催
- 広域観光モデルコースのPR

(プロモーションオフィス)  
・海外の観光地と提携する旅行会社や観光客、政府関係者(観光関係者)を訪問し、東北広域観光モデルコースのPR活動について、セールス活動を実施  
・特に中国・上海においては、観光地(大連・長春・上海)を訪問するほか、旅行代理店等の海外関係者とも連携

(2) メディアを活用したPR・発信の強化

海外のテレビ番組や雑誌等を活用し、東北観光のイメージや観光情報、観光の「話題」等、東北の観光情報を発信・提供する。

- 海外のテレビ番組・雑誌等による情報発信  
・海外のテレビ番組・雑誌等に「話題」等、東北の観光情報を発信・提供
- 海外のアフィリエイト・雑誌等による情報発信  
・海外のアフィリエイト・雑誌等に「話題」等、東北の観光情報を発信・提供
- プロモーションオフィスを設けた情報発信  
・中国主要旅行会社に対して、東北の観光資源をプロモーションオフィスから旅行情報提供

**3 海外教育旅行の誘致促進**

各県、旅行会社、教育機関、施設等と連携し、アジア等主要な市場を対象に、東北への教育旅行の誘致に取り組む。

- 各地教育関係者、教育旅行企画会社の訪問  
・東北に訪れる海外の教育旅行受け入れ施設に向けた、関係者の関係構築を推進
- 国際観光協会との連携  
・国際観光協会との連携により、東北の観光資源のPR活動のPR推進を図るほか、海外教育旅行に対する旅行商品の企画等の情報提供を推進

**4 インターネットを活用した観光情報の発信・提供**

インターネットを活用し、東北観光の総合的な情報を発信する。

- 東北観光ポータルサイトの多言語化
- 東北観光情報ポータルデータベース等の構築

**5 海外企業やインセンティブツアー等の誘致促進**

日本での開催・実施が予定される海外企業のインセンティブツアーや各種コンベンションの開催に努める。東北への誘客拡大を図る。

- インセンティブツアー・各種コンベンションの開催
- アフターコンベンション向け観光資源商品の提供
- 観光を促進した海外の観光・テレビ番組制作の促進

**戦略 4** 観光戦略推進のための総合的な役割を担う体制づくり

「東北観光推進機構」は、国、地方自治体、観光関連団体、民間企業、大学等との連携を目的に、観光の推進を図る。具体的な事業の企画立案、観光資源開発の促進、調査研究、情報発信、観光客の受け入れ態勢の向上・広域化を図る。

- 東北観光推進機構のPR
- 観光資源の収集・調査研究
- PR活動(各県の旅行会社の協賛施設等)や各観光地の連携強化
- 旅行代理店や観光客等との連携

(2) 事業概要

①ポータルサイトの運営

- トップページの上部は、東北7県の旬のイメージ写真が、切り替わりながら流れる。
- 「東北冬物語」等の特集情報、イベントカレンダー、観光情報などが見やすい位置に配置されている。
- 物語情報の「東北ものがたり」や「産業遺産」なども上部に位置づけられている。



## ②特集情報の発信

○冬祭りという特集では、まずそれぞれの県のおすすめ冬祭りが一覧でき、コンテンツの豊かさをイメージ付けることができる。

○それぞれの祭りの情報を充実させることにより、単独での情報発信では出来なかった魅力の発信が可能になっている。

