

# NEXCO東日本の取組み紹介

平成28年2月15日

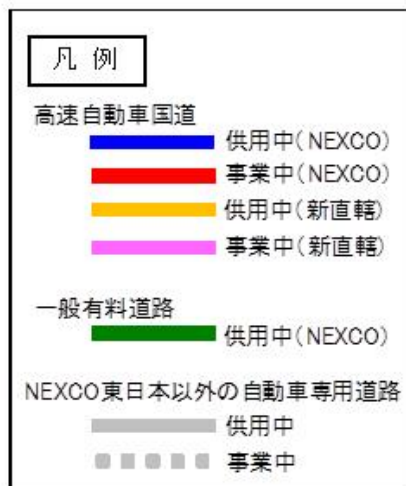
NEXCO東日本 東北支社

山形管理事務所



# ネクスコ東日本東北支社について

【平成27年4月1日現在】



管理延長	東北支社		東日本会社
高速自動車国道	1,256km	37%	3,361km
一般有料道路	115km	25%	460km
合計	1,371km	36%	3,822km

(参考) 東北地方 新直轄区間 供用中延長:85km

事業中区間	東北支社		東日本会社
高速自動車国道 (会社有料区間)	24km	30%	82km
一般有料道路	0km	0%	84km
合計	24km	15%	165km

(参考) 東北地方 新直轄区間 事業中延長:80km

施設状況(H27.4.1現在)	東北支社	東日本会社
インターチェンジ数	127ヵ所	428ヵ所
スマートIC数	10ヵ所	38ヵ所
SA・PA	箇所数	118ヶ所(SA:32,PA86)
		318ヵ所

# 山形県への誘客施策

NEXCO

## ■ 山形でほっこりしようスタンプラリー(H26.12.1~H27.3.31)

- NEXCO東日本管内のSAPAに設置されている異なるハイウェイスタンプ2つを集めると、「温泉ペア宿泊券」もしくは「温泉手形、日帰り入浴券」を抽選でプレゼント。
- 約1,600名の方からご応募いただいた。

### ● 賞品

「ほっこり賞：温泉ペア宿泊券」6名(12名様)

「湯めぐり賞：温泉手形 日帰り温泉入浴券」150名様

## ■ 山形県産フェアの実施(H26.12.17~H27.1.31)

- 東北道：菅生PA(上)(下)、山形道：古関PA(上)(下)において、山形県産フェアを実施
- 山形県産品の販売や、山形県産食材を使用したメニューをご提供
- 県産品58品目、メニュー5品をお客さまにご提供



【東北道：菅生PA(下)】



【山形道：古関PA(上)】

# 山形と言えばラーメン！

NEXCO

## ■ 2015山形ラーメンマップ 魂心の55杯(H27.4.1~9.30)

- 山形県村山総合支庁と連携し、高速道路をご利用のお客さまに、消費量日本一とも言われる山形県のラーメンを楽しんでいただけるよう、「2015山形ラーメンマップ」を発行
- スタンプラリーマップに掲載されているラーメン店及びSAPAIに備えつけのスタンプの押印された数によって、プレゼントが抽選で当たる。  
(10/15 山形県村山総合支庁において抽選を実施)
- 発行部数:50,000部
- スタンプラリー応募総数:1,951通(うち全55店舗制覇9名)  
(昨年実績:1,784通)
- プレゼント
  - A賞 山形県内温泉ペア宿泊券 3名
  - B賞 山形県産米つや姫5kg 20名
  - C賞(全55店舗制覇) オリジナルどんぶり 9名



# 東北最大のハイウェイの祭り!

NEXCO

## ■ ハイウェイフェスタとうほく2015(H27.9.19~9.20)

- 東北6県の高速道路沿線地域を中心とした各地から、地元の方々が集結し、ご当地に行かなければ体験できない「地域ならではのモノ」を直接PRし、観光意識を刺激して、地域間交流の活性化につながることを目的として開催。

(仙台市勾当台公園で開催、2日間で計約5万人来場、昨年より約1,000人増)

- **山形県内各団体のご協力によるブース展示・販売も実施。**



【会場入口の様子】



【『食の都庄内』親善大使土岐正富氏による料理教室】



【やまがた観光キャンペーン推進協議会】



【朝日町総合産業課】



【南陽市観光協会】



【花笠踊り】

# 地域に寄り添った施策も

## ■ 山形道：櫛引PAにおける自治体パンフレットコーナーの設置

- 櫛引PA(下り)に**庄内地方の自治体の観光ガイド等を置くパンフレットコーナーを設置**。
- 内陸方面から庄内地方に入る際の「玄関口」であることから、パンフレットを持ち帰るお客さまが非常に多い。
- なお櫛引PAは、昨年「第30回トイレシンポジウム 2014グットイレ推奨」を受賞。(日本トイレ協会選定)



【自治体パンフレットコーナー】

## ■ 山形道・櫛引PA(上下)でのあつみ杉を使用した広報誌等掲示用タンスの設置

- H27.3に**鶴岡市特産の「あつみ杉」を使用した**広報誌等を入れるためのタンスを、山形道・櫛引PA(上下)のトイレに設置。
- 同じあつみ杉を使用しているトイレの壁とともに、お客さまに安らぎを与え地元特産品のPRに貢献。



【広報誌等掲示用タンス】



【トイレの壁】

## ■ 山形道・月山湖PA(下)で西川町の間伐材を使用したフェンスの設置



【県産材フェンス案内板】



【県産材フェンス全景】



←【お客さまの安全を願う折り紙の無料配布】

## ■ 「最上川 MUSIC 花火 2015」旅行ツアーの実施( H27.9.12)

- 専用サイト『ドラぷらの旅』 <http://tabihatsu.jp/e-nexco/> にて、**最上川(戸沢村)で実施された花火大会への送客** プログラムを販売
- NEXCO東日本が主催する旅行商品として「最上川 MUSIC 花火2015 郡山TT発着 パーク&ライトツアー」を販売(おひとり様:11,900円)
- 合計19人(全員県外から)の参加
- 花火大会の観覧席のみの販売も実施(おひとり様:7,000円)
- 参加されたお客さまの声
  - ・千葉県40代女性  
「昨年も日帰りで参加したいと思ったが、鉄道を使うと日帰りでは不可能で諦めていたが、今回、車で集合できるこのツアーを見つけることができ本当に良かった。実際に花火を観るだけでなく、地元の芸能や食事も体験できて楽しかった。」
  - ・福島県50代男性  
「山形県でこのような素晴らしい花火大会があることを初めて知り参加したが、とてもよい花火大会だった。最上川という日本を象徴する川辺の景色も楽しむことができ、この花火大会が定着すれば、毎年参加したい。」



# 高速道路を割引で使いやすく

NEXCO

## ■ 2015 東北観光フリーパス

- ▶ 東北地方の高速道路が定額で最大3日間乗り放題。(12/21まで実施中)
- ▶ 東北地方の高速道路の乗り放題に加え、首都圏、北関東及び東関東エリアとの 往復も割引になるプランを用意。
- ▶ 観光施設及び宿泊施設などでの料金割引等の優待サービス付き。  
(例) さくらんぼ狩り施設: 入園料金100円引き  
道の駅 : ソフトクリーム50円引き
- ▶ アンケートへご協力いただいた方の中から、抽選により地域の特産物等をプレゼント。  
山形県産品では、季節の果物詰め合わせ及びそば処大梵字(だいぼんじ)乾麺のセットをプレゼント。

### 【山形県内の主な優待施設一覧】

ジャンル	施設名	優待内容	最寄IC			
美術館・博物館	湯殿山総本寺大日坊	拝観料割引	大人 500円⇒450円 中・高校生 400円⇒350円 小学生 300円⇒250円	山形道 庄内あさひIC		
		さくらんぼ狩り・レジャー施設	東根市観光物産協会	入園料金割引	入園料金100円引き	東北中央道 東根IC
			蔵王中央ロープウェイ	乗車料金割引	往復大人 1,300円→1,170円 往復小人 650円→590円	山形道 山形蔵王IC
飲食店・お土産店	道の駅にしかわ	料金割引	ソフトクリーム50円引き	山形道 西川IC		
	道の駅寒河江(チェリーランドさがえ)	料金割引	ソフトクリーム50円引き	山形道 寒河江IC		
	道の駅「月山」月山あさひ博物村	料金割引	各種ソフトクリーム50円割引	山形道 庄内あさひIC		
	湯殿山直売所	無料サービス	ホットコーヒー無料(※1人1杯限定)	山形道 湯殿山IC		
	米の粉の滝ドライブイン	料金割引	各種ソフトクリーム50円割引	山形道 庄内あさひIC		
	産直あさひ・ゲー	料金割引	食堂メニュー5%割引	山形道 庄内あさひIC		
	庄内観光物産館 ふるさと本舗	料金割引	ソフトクリーム、コーヒー50円引き	山形道 鶴岡IC		

### 【おすすめ旅行プラン例】

首都圏出発プラン **3日間** 南東北に恋する旅路

ドラ割料金 13,500円  
通常料金 19,850円  
**6,350円 お得!**

※通常料金…普通車・2日目・3日目休日割引適用後の料金

#### 【1日目】金



#### 【2日目】土



#### 【3日目】日





## ■ Tohoku Expressway Pass

東北地方に広く点在している魅力的な観光地や名産品・郷土料理等を、訪日外国人旅行者が高速道路を使って、快適かつ効率的に周遊し、お楽しみいただく企画割引「Tohoku Expressway Pass」を実施することにより、外国人旅行者(高速道路利用者)の誘発を図る。

連続する2～14日間、東北6県の高速道路全線(NEXCO東北支社と宮城県道路公社管内)が乗り降り自由

➤販売期間 平成27年11月1日(日)～平成28年9月30日(金) ※曜日指定なし。ただし、最長で平成28年10月13日(金)まで利用可能。

➤価格 ※普通車限定(ETCのみ)

(単位:円)

2日間	3日間	4日間	5日間	6日間	7日間	8日間	9日間	10日間	11日間	12日間	13日間	14日間
4,000	5,500	7,000	7,500	8,000	8,500	9,000	9,500	10,000	10,500	11,000	11,500	12,000

➤対象者

外国のパスポートをお持ちの方 又は 外国に永住権をお持ちの日本人  
(ただし、日本で利用可能な運転免許証をお持ちの方に限ります)

➤対象車両

・下記連携レンタカー会社が提供するETC走行可能な普通車

➤提携レンタカー会社(9社47店舗)

- ・ニッポンレンタカー東北(13店舗)※山形駅前、庄内空港含む
- ・トヨタレンタリース宮城(7店舗)
- ・トヨタレンタリース仙台(1店舗)
- ・トヨタレンタリース青森(7店舗)
- ・トヨタレンタリース岩手(5店舗)
- ・トヨタレンタリース秋田(5店舗)
- ・トヨタレンタリース山形(3店舗)※山形駅前、山形空港、庄内空港
- ・トヨタレンタリース福島(2店舗)
- ・トヨタレンタリース新福島(4店舗)



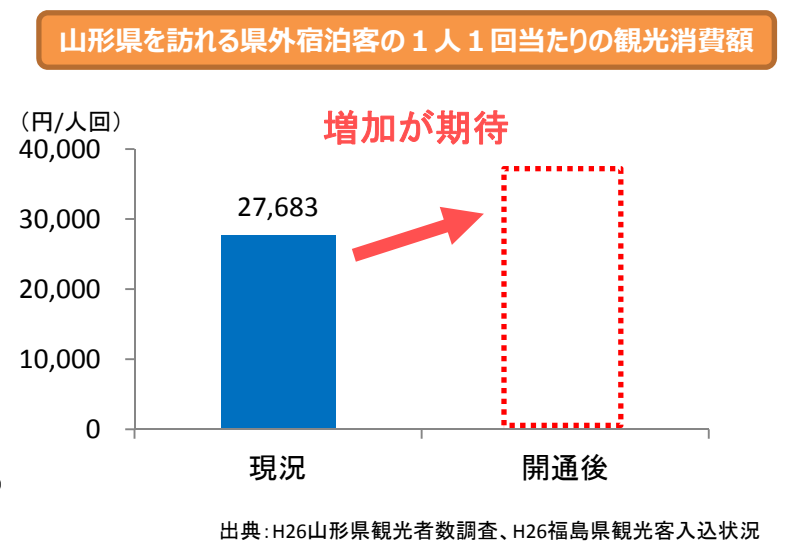
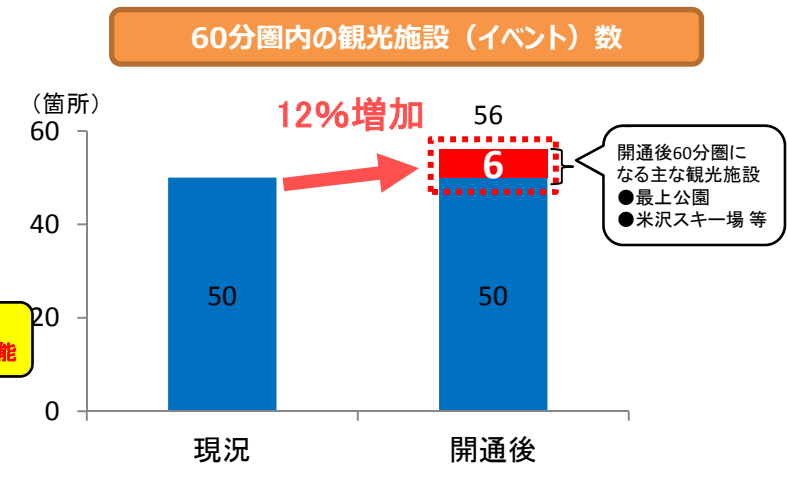
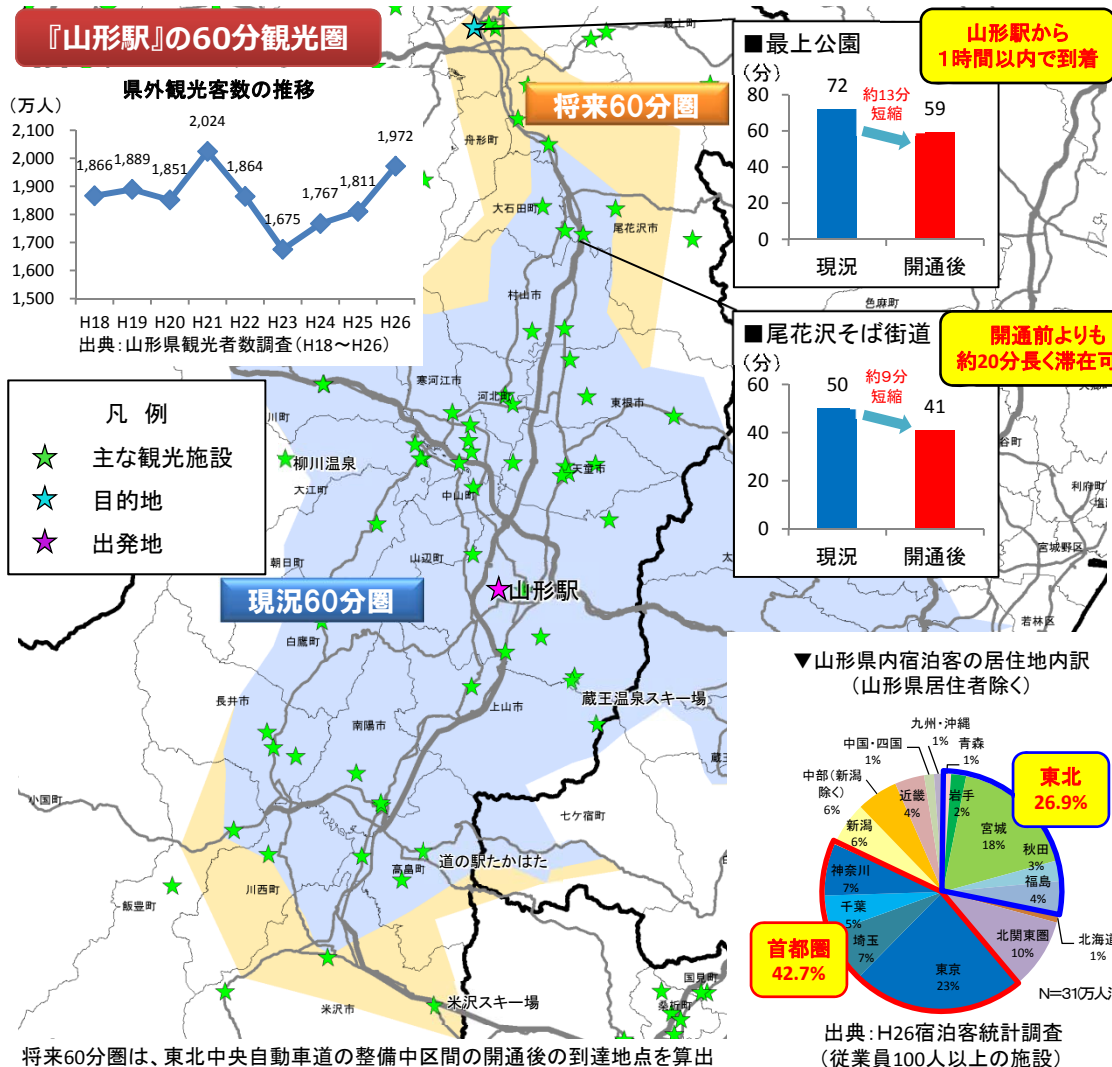
## 東北中央道による60分観光圏の拡大効果



山形河川国道事務所

# 東北中央道による60分観光圏の拡大効果(山形駅)

- 山形県内宿泊客のうち、首都圏（南関東4県）の割合が42.7%と最も高く、次いで東北（5県）が26.9%と高い。
- また、山形県を訪れる県外観光者数は近年増加傾向。
- 東北中央自動車道の開通による時間圏拡大により、多くの観光地が訪れやすくなり、また、1箇所あたりの滞在時間が長くなることから、地域経済の活性化が期待。

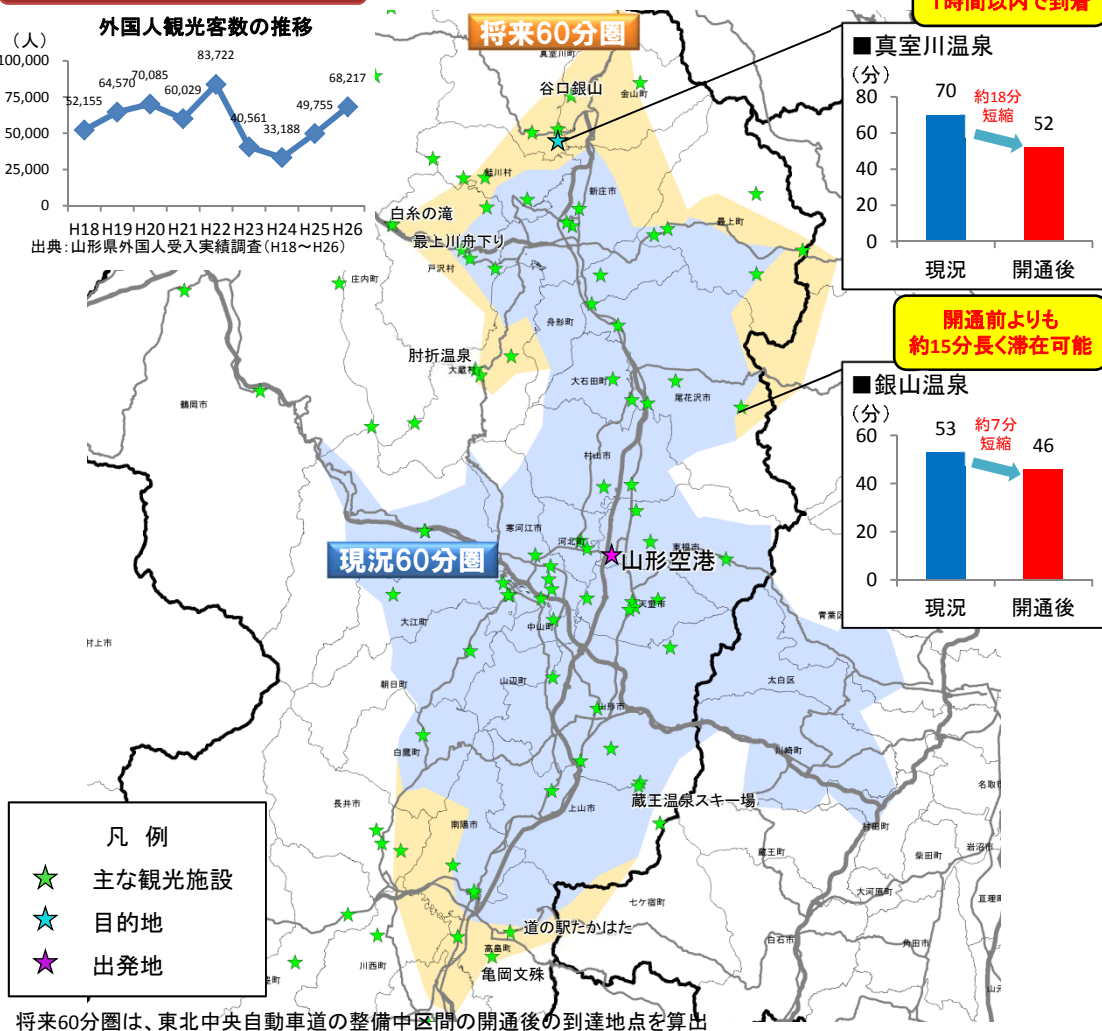
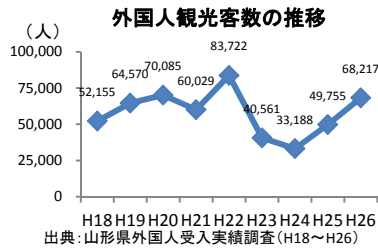


将来60分圏は、東北中央自動車道の整備中区間の開通後の到達地点を算出

# 東北中央道による60分観光圏の拡大効果(山形空港)

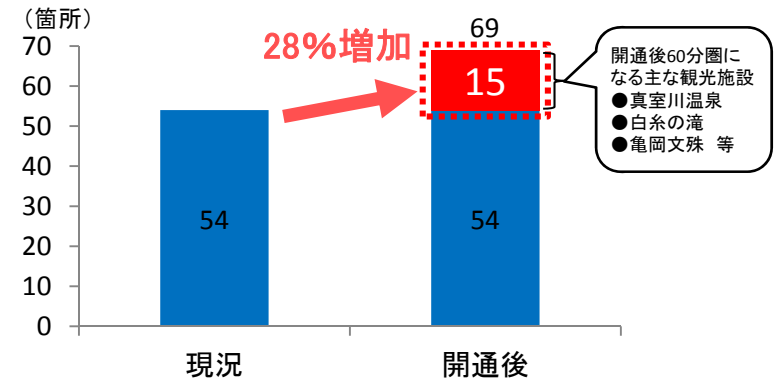
- 山形県を訪れる外国人観光客数は近年増加傾向。
- 東北中央自動車道の開通による時間圏拡大により、多くの観光地が訪れやすくなり、また、1箇所あたりの滞在時間が長くなることから、地域経済の活性化が期待。

## 『山形空港』の60分観光圏

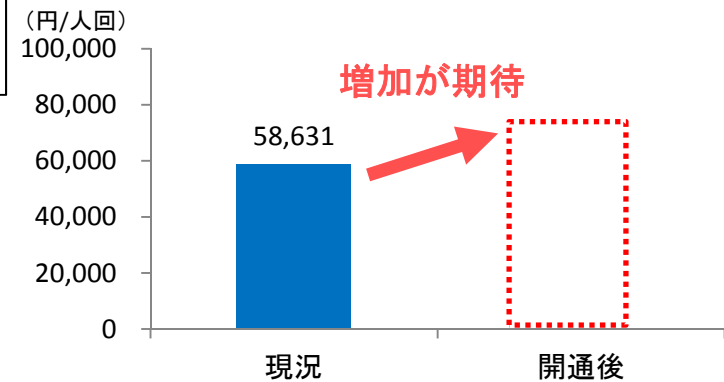


将来60分圏は、東北中央自動車道の整備中区間の開通後の到達地点を算出

## 60分圏内の観光施設(イベント)数



## 山形県を訪れる外国人宿泊客の1人1回当たりの観光消費額



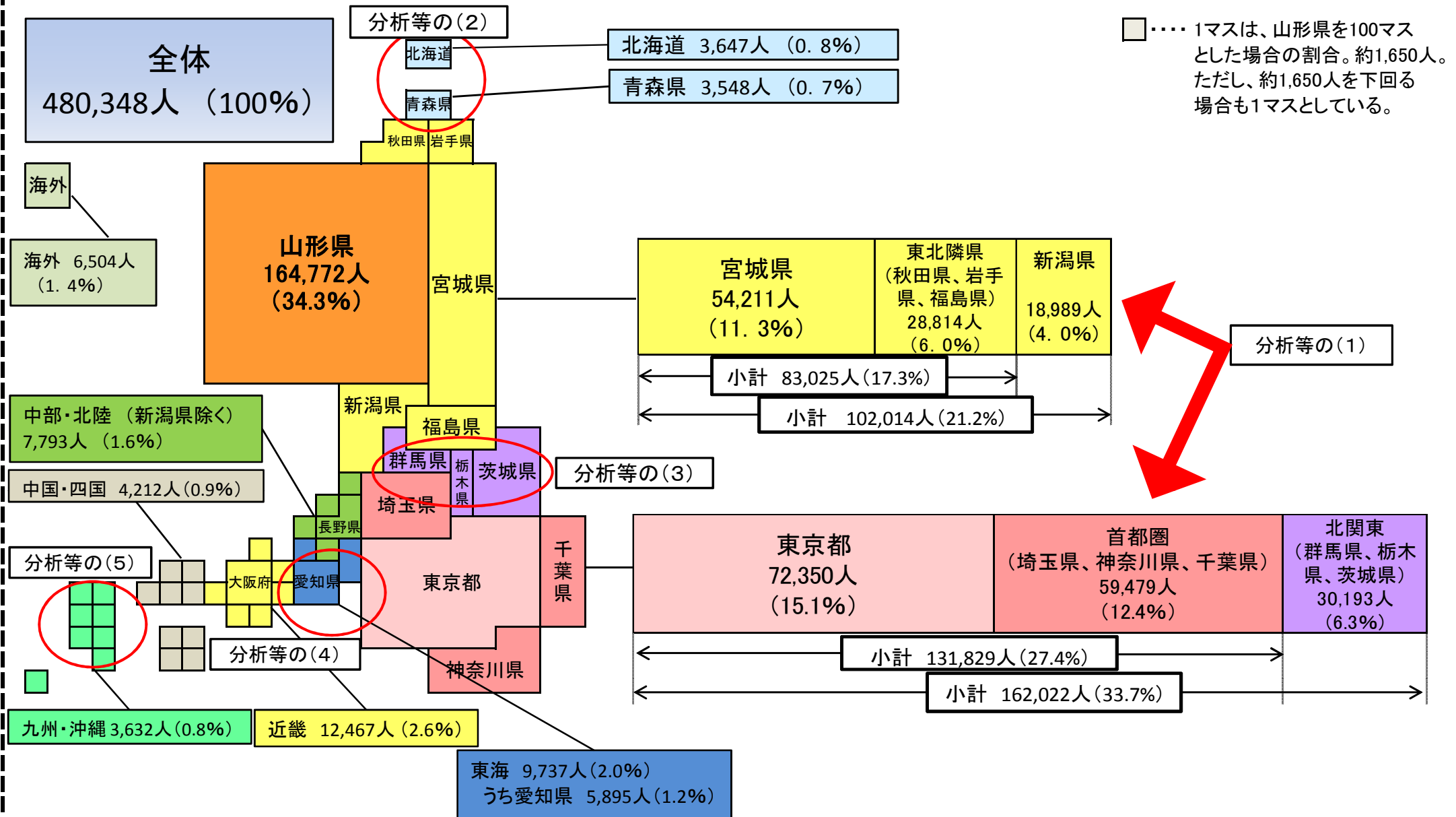
出典：H26山形県観光者数調査、H26福島県観光客入込状況

# 山形県の宿泊動向について

資料 1  
県観光交流課

## 1 現状

(観光庁 平成26年宿泊旅行統計調査:従業員100人以上の施設対象:四半期ごとの速報値ベースによる) (単位:延べ宿泊人数)



## 2 外部要因

- 北陸新幹線の開業 (平成27年3月)
- 北海道新幹線の開業 (平成28年3月予定)
- 仙台空港の民営化 (平成28年6月予定)
- 東北中央自動車道の開通 (平成30年度までに福島JCT～東根IC開通予定)  
※福島JCT～米沢北ICは平成29年度までに開通予定
- 訪日外国人の増加
- 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催
- 大型外航クルーズ船による訪日外国人数の増加

## 3 分析等

(1) 山形県への宿泊者数について、「新潟を含む隣県」と「東京・首都圏」はほぼ同程度である。  
また、「山形県」と「隣県」を合計すると、全宿泊者数の半数を超える。

(2) 青森県は、東北の中でも最も少なく、北海道と同程度である。

(3) 北関東は、東北中央自動車道の福島⇄米沢間の開通に伴い、旅行動向が変化する可能性がある。

(4) 東海地方の割合が少なく、名古屋空港⇄山形空港の直行便について、更に誘客の可能性がある。

(5) 山形県に対する知名度が低く、誘客の可能性がある。

# 山形県の宿泊動向について（平成24年～平成26年）

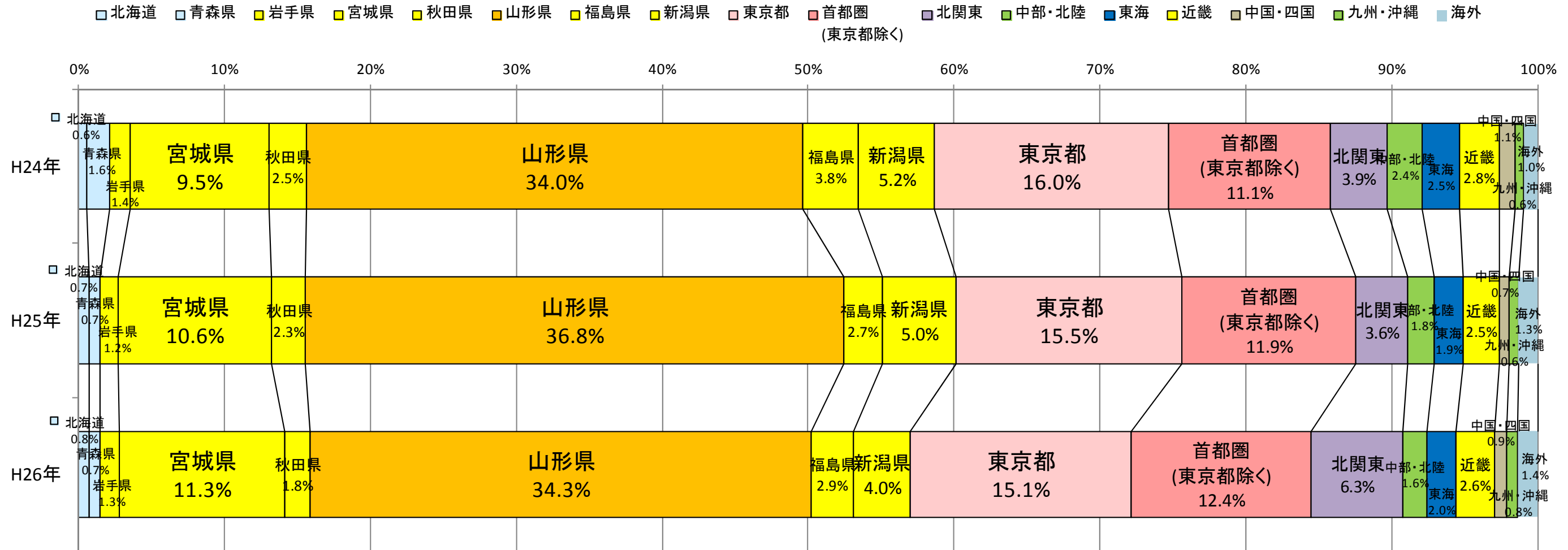
（観光庁 宿泊旅行統計調査：従業員100人以上の施設対象）

（単位：延べ宿泊人数）

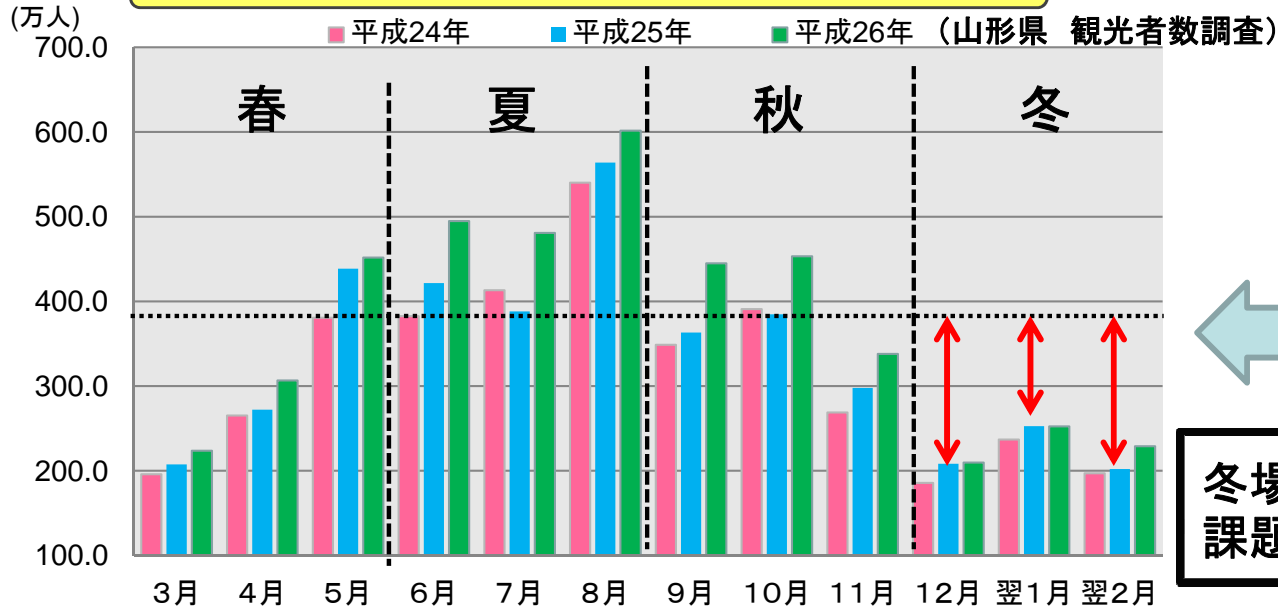
	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	新潟県	東京都	首都圏 (東京都除く)	北関東	中部・北陸	東海	近畿	中国・四国	九州・沖縄	海外	合計
H24年	2,399	6,508	5,855	39,844	10,580	142,232	16,058	21,761	66,815	46,429	16,331	10,178	10,400	11,520	4,417	2,619	3,975	417,921
H25年	3,098	3,186	5,280	45,587	10,058	158,957	11,502	21,701	66,797	51,445	15,480	7,828	8,362	10,911	2,869	2,691	5,634	431,386
H26年	3,647	3,548	6,348	54,211	8,681	164,772	13,785	18,989	72,350	59,479	30,193	7,793	9,737	12,467	4,212	3,632	6,504	480,348

(%)	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	新潟県	東京都	首都圏 (東京都除く)	北関東	中部・北陸	東海	近畿	中国・四国	九州・沖縄	海外
H24年	0.6%	1.6%	1.4%	9.5%	2.5%	34.0%	3.8%	5.2%	16.0%	11.1%	3.9%	2.4%	2.5%	2.8%	1.1%	0.6%	1.0%
H25年	0.7%	0.7%	1.2%	10.6%	2.3%	36.8%	2.7%	5.0%	15.5%	11.9%	3.6%	1.8%	1.9%	2.5%	0.7%	0.6%	1.3%
H26年	0.8%	0.7%	1.3%	11.3%	1.8%	34.3%	2.9%	4.0%	15.1%	12.4%	6.3%	1.6%	2.0%	2.6%	0.9%	0.8%	1.4%

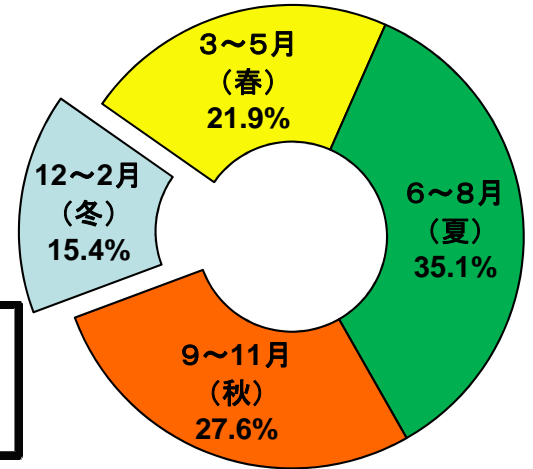
※割合は端数処理の関係で、100%にならない場合がある



『冬の観光』の底上げによる観光入込の平準化が課題

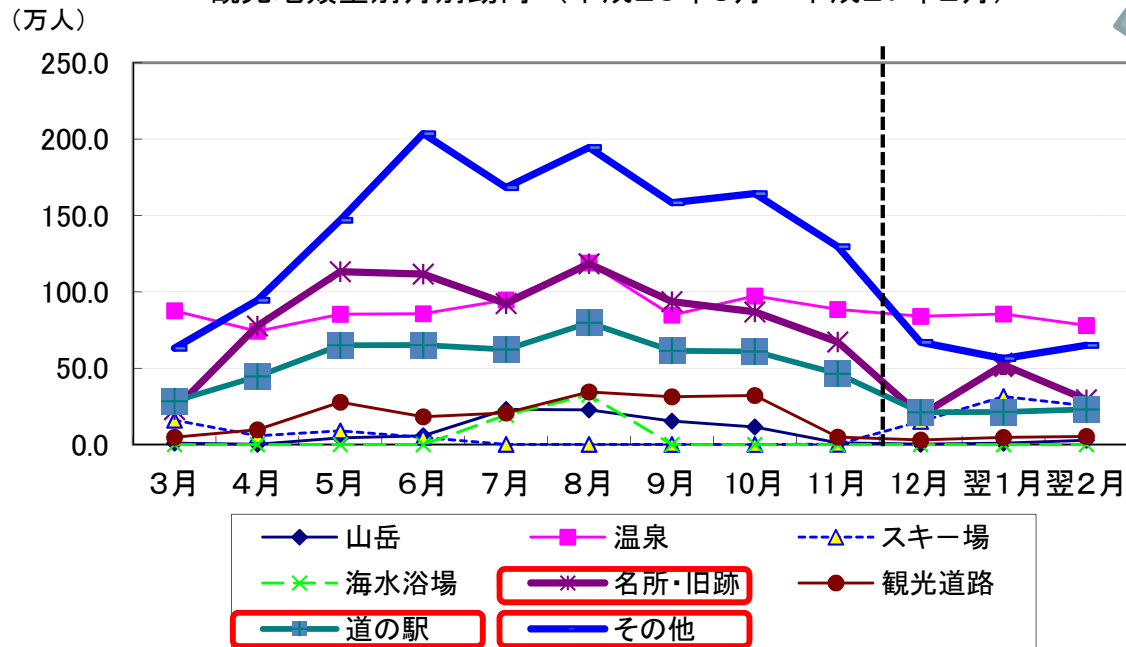


H26年3月～  
H27年2月の割合



冬場の底上げが課題

観光地類型別月別動向（平成26年3月～平成27年2月）



《要因分析》

- 冬場は「名所・旧跡」、「道の駅」、「その他施設（文化施設、産直施設、物産館など）」の入込数が大きく減少している。
- 夏場に比べ、イベント数が少なく、降雪などにより周遊型観光の機会が減少している。

# 季節別の観光入込みについて

(観光庁 平成26年宿泊旅行統計調査：従業員100人以上の施設対象)

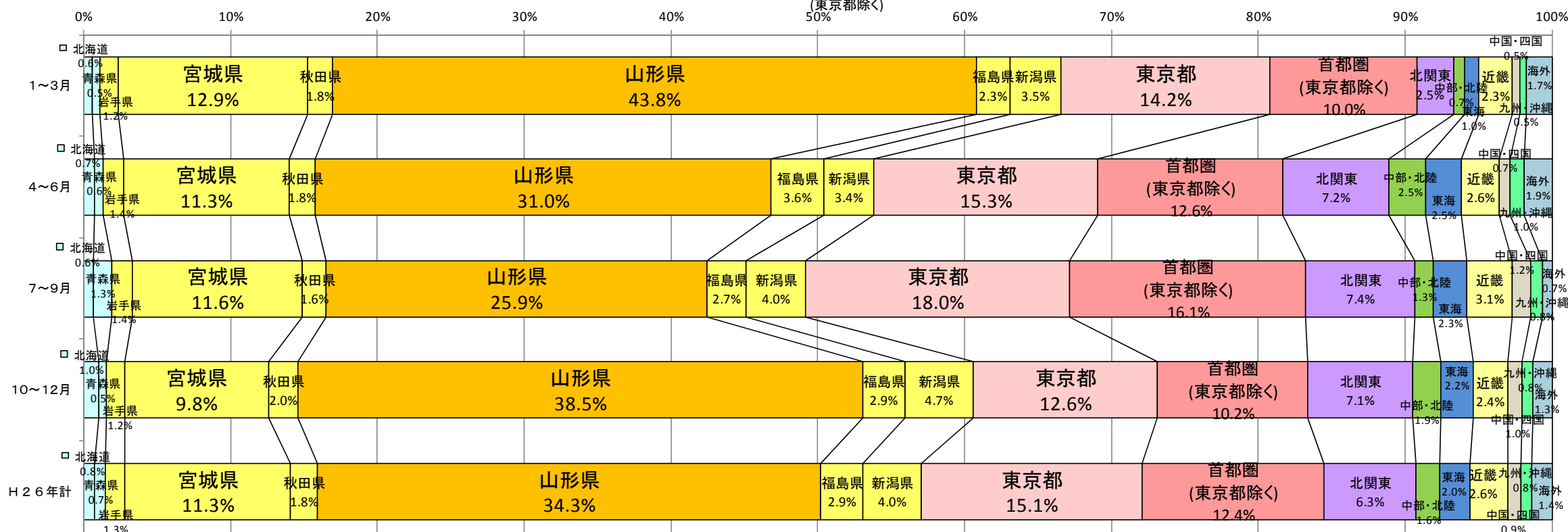
(単位：延べ宿泊人数)

	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	新潟県	東京都	首都圏 (東京都除く)	北関東	中部・北陸	東海	近畿	中国・四国	九州・沖縄	海外	合計
1~3月	592	491	1,215	12,780	1,733	43,350	2,288	3,427	14,102	9,911	2,500	731	949	2,230	506	451	1,723	98,979
4~6月	821	660	1,587	12,693	2,061	35,000	4,044	3,853	17,232	14,215	8,147	2,805	2,777	2,908	783	1,082	2,148	112,816
7~9月	856	1,717	1,874	15,573	2,182	34,795	3,618	5,433	24,169	21,602	9,969	1,718	3,042	4,170	1,639	1,063	896	134,316
10~12月	1,378	680	1,672	13,165	2,705	51,627	3,835	6,276	16,847	13,751	9,577	2,539	2,969	3,159	1,284	1,036	1,737	134,237
H26年計	3,647	3,548	6,348	54,211	8,681	164,772	13,785	18,989	72,350	59,479	30,193	7,793	9,737	12,467	4,212	3,632	6,504	480,348

	北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	新潟県	東京都	首都圏 (東京都除く)	北関東	中部・北陸	東海	近畿	中国・四国	九州・沖縄	海外
1~3月	0.6%	0.5%	1.2%	12.9%	1.8%	43.8%	2.3%	3.5%	14.2%	10.0%	2.5%	0.7%	1.0%	2.3%	0.5%	0.5%	1.7%
4~6月	0.7%	0.6%	1.4%	11.3%	1.8%	31.0%	3.6%	3.4%	15.3%	12.6%	7.2%	2.5%	2.5%	2.6%	0.7%	1.0%	1.9%
7~9月	0.6%	1.3%	1.4%	11.6%	1.6%	25.9%	2.7%	4.0%	18.0%	16.1%	7.4%	1.3%	2.3%	3.1%	1.2%	0.8%	0.7%
10~12月	1.0%	0.5%	1.2%	9.8%	2.0%	38.5%	2.9%	4.7%	12.6%	10.2%	7.1%	1.9%	2.2%	2.4%	1.0%	0.8%	1.3%
H26年計	0.8%	0.7%	1.3%	11.3%	1.8%	34.3%	2.9%	4.0%	15.1%	12.4%	6.3%	1.6%	2.0%	2.6%	0.9%	0.8%	1.4%

冬場の誘客が課題であり、特に関東（東京、首都圏、中部・北陸、東海）の落ち込みが大きい。「雪」の魅力を最大限に活かし、山形の新しい「冬の魅力」を創出していく。

北海道 青森県 岩手県 宮城県 秋田県 山形県 福島県 新潟県 東京都 首都圏 (東京都除く) 北関東 中部・北陸 東海 近畿 中国・四国 九州・沖縄 海外





山形県における国籍(出身地)別の外国人延べ宿泊者数について

(暦年)

	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年 (11月まで)
台湾	22,280	9,010	7,130	11,460	11,730	20,970
中国	6,300	1,940	3,160	3,710	4,630	5,120
香港	6,720	4,680	1,000	1,180	1,970	1,700
タイ	140	130	370	800	1,670	1,310
シンガポール	770	170	490	360	800	1,210
韓国	6,840	6,840	2,910	2,750	3,300	5,940
豪州	460	1,250	420	840	1,360	1,240
欧州	1,260	860	930	1,110	1,380	1,550
アメリカ	2,780	1,810	2,550	2,180	3,670	4,200
その他	5,080	3,480	4,430	4,680	7,330	8,780
計	52,630	30,170	23,390	29,070	37,840	52,020

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

※従業員10名以上の宿泊施設を対象。27年は速報値、26年以前は確定値

## やまがた創生総合戦略（抜粋）

## 主要プロジェクト2:

**観光立県山形で「しごと」を創出**

国内外から高い注目を集めている観光資源を磨き上げ、インバウンドをはじめとした誘客の促進等により、観光消費を拡大する。

## 1 インバウンドをはじめとした交流拡大に向けた、山形の魅力を高める受入態勢を整備

- ・インバウンド向け総合案内窓口や多言語観光案内板、無料公衆無線LAN、交番等への翻訳タブレット等の整備及び免税店登録の促進
- ・民間観光施設のトイレ整備の支援
- ・大規模ホテル・旅館等の耐震改修の支援
- ・交通機関や宿泊施設などの観光産業を支える人材の知識やノウハウ、サービスを示すための「山形観光エキスパート検定（仮称）」の創設
- ・山形の山岳の魅力を伝える登山ガイドの養成の促進
- ・観光地の一体的なブランド作りや誘客に向けたマーケティング、観光戦略策定等を行うDMOの設立支援
- ・本県への観光の入口となる山形空港、庄内空港の利便性の向上（増便、ダイヤ改善、機材大型化等）や、周辺観光地への二次交通の拡充

## 2 情報発信の強化や近隣県との連携などにより海外等からの観光誘客を促進

- ・「やまがた特命観光・つや姫大使」や著名人などを活用した訴求力の高い情報の発信
- ・市町村との連携による山形の雪を活かした冬の新たなシンボルイベントの開催と冬季の各種イベント情報の発信
- ・本県海外事務所・観光コーディネーターやホームページ、SNSを活用した外国人観光客向けの本県の最新情報の発信
- ・外航クルーズ客船、航空チャーター便、教育旅行の誘致
- ・購買意欲の高い外国人を対象とした、製造工場見学や商品の販売等を組み合わせた県内周遊ツアーの造成

## 3 山形の魅力を活かした先導的ツアーを推進

- ・滞在日数に応じて、山形県の実感できる山伏体験などのツアーの造成
- ・地域に残る料亭や舞子、蔵や堰など、有形無形の歴史的伝統的文化を実感できるツアーの造成
- ・ワインツーリズムや酒蔵ツーリズムなど、県内各地の特色ある気候風土が育む食を体感できるツアーの造成
- ・山形の魅力ある山々や「名水」などに親しみ、自然のすばらしさを体感できる、自然体験等のツアーの造成
- ・「残雪」と「さくらんぼ狩り」を一度に楽しめるなど、季節を越えて豊富な「雪」を実感できるツアーの造成
- ・生産現場の体験や現地限定の商品購入など、ものづくり産業と連携した新たなツアーの造成
- ・スキージャンプと温泉など、山形ならではのスポーツ観戦と周遊観光を組み合わせた新たなツアーの造成
- ・山形の美しい景観や快適なルートを活かし、自動車を利用して少人数で好きなときに好きなところを周遊するモデルコースの設定
- ・県民が地域の魅力を再発見し、新たな旅行商品の造成につなげていく取組みへの支援  
（農山漁村の地域資源を再構築した、教育旅行、企業研修、都会の家族向けの旅行商品開発等）

## 4 山形の豊かな“食”を活かして交流を拡大

- ・四季折々の“食”をテーマとしたイベントの情報発信  
（季節の食関係の祭りや農産物イベントとあわせ、観光農園等体験型スポット、郷土料理店や農家レストランなどを積極的に紹介）
- ・山形の旬の“食”を味わい、楽しみ、山形のよさや季節を実感できるイベント等の開催  
…さくらんぼ、そば、きのこ、たら、酒・ワイン等
- ・地域の豊かな“食”と観光スポット等を結び付けた周遊ツアーの造成

# 福島県の観光の現状と施策概要

---



平成28年2月15日  
福島県 観光交流局 観光交流課



# 福島県の観光の現状(全体)

## 1 震災後の観光客の入込状況

震災直後の平成23年よりは回復しているものの、震災前の水準には戻っていない。

### ● 観光客入込状況(延べ人数)

平成26年(1~12月)	46,892,918人	→平成22年比	約82.0% (△18.0%)
平成25年(1~12月)	48,314,763人	→平成22年比	約84.5% (△15.5%)
平成24年(1~12月)	44,459,024人	→平成22年比	約77.8% (△22.2%)
平成23年(1~12月)	35,211,010人	→平成22年比	約61.6% (△38.4%)
平成22年(1~12月)	57,179,069人		

### ● 観光庁宿泊統計(観光目的の宿泊者数が50%以上の施設分(延べ))

平成26年(1~12月)	5,341,020人泊	→平成22年比	約84.0% (△16.0%)
平成25年(1~12月)	5,098,920人泊	→平成22年比	約80.2% (△19.8%)
平成24年(1~12月)	4,645,320人泊	→平成22年比	約73.0% (△27.0%)
平成23年(1~12月)	5,124,410人泊	→平成22年比	約80.6% (△19.4%)
平成22年(1~12月)	6,359,610人泊		

※ 平成23年の宿泊者数には、二次避難者を含む。

※ 平成22年1月~3月には、従業者数10人以下の施設は含まない。



# 福島県の観光の現状(全体)

## 福島県観光客入込状況

H22	H23	H24	H25	H26
57,179千人	35,211千人	44,459千人	48,315千人	46,893千人
	H23-H22比較	H24-H22比較	H25-H22比較	H26-H22比較
	61.6%	77.8%	84.5%	82.0%

相沢				
5,384	1,153	1,395	1,483	1,663
	21.4%	25.9%	27.5%	30.9%

会津				
15,147	13,030	14,386	16,293	14,315
	86.0%	95.0%	107.6%	94.5%

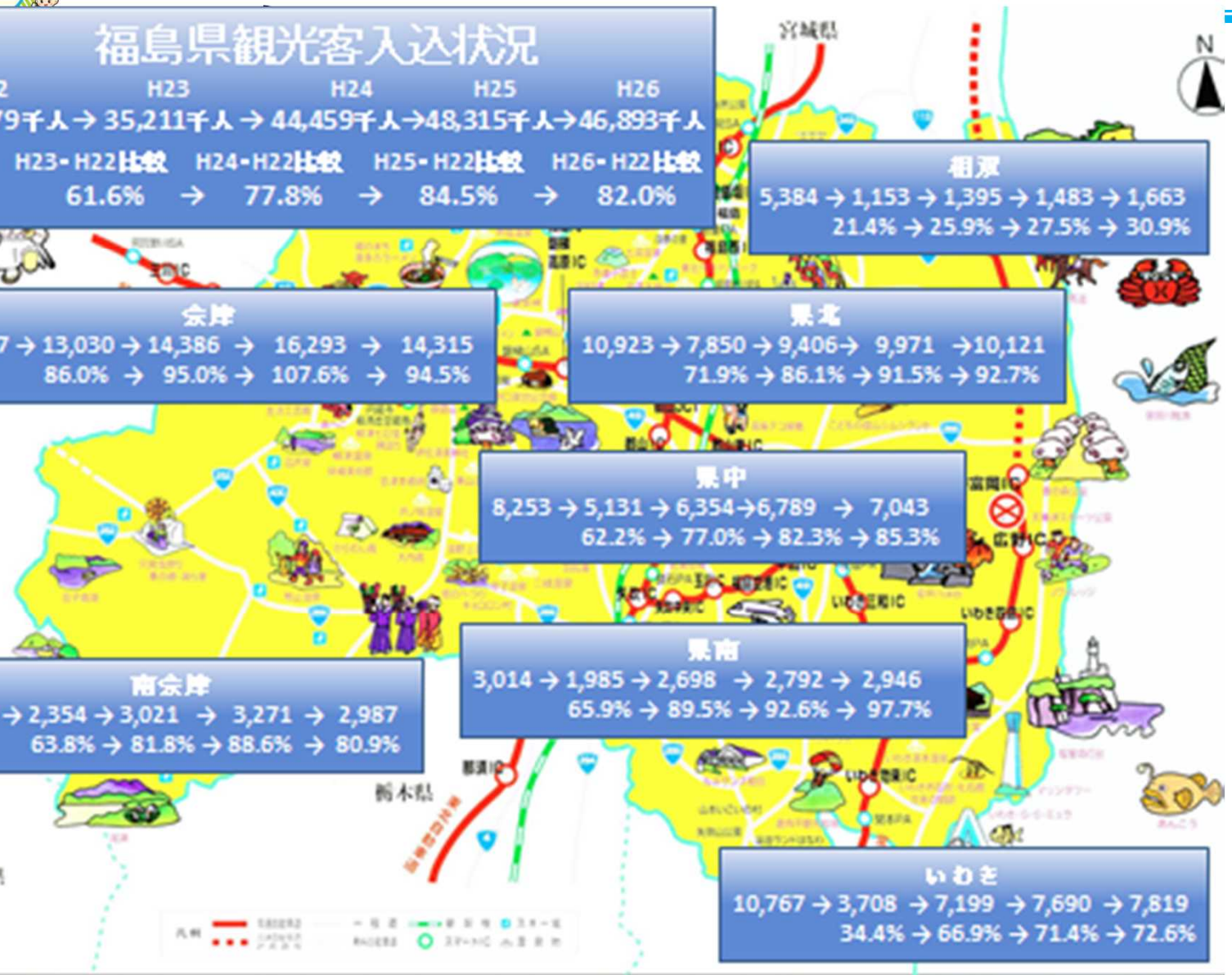
県北				
10,923	7,850	9,406	9,971	10,121
	71.9%	86.1%	91.5%	92.7%

県中				
8,253	5,131	6,354	6,789	7,043
	62.2%	77.0%	82.3%	85.3%

南会津				
3,691	2,354	3,021	3,271	2,987
	63.8%	81.8%	88.6%	80.9%

県南				
3,014	1,985	2,698	2,792	2,946
	65.9%	89.5%	92.6%	97.7%

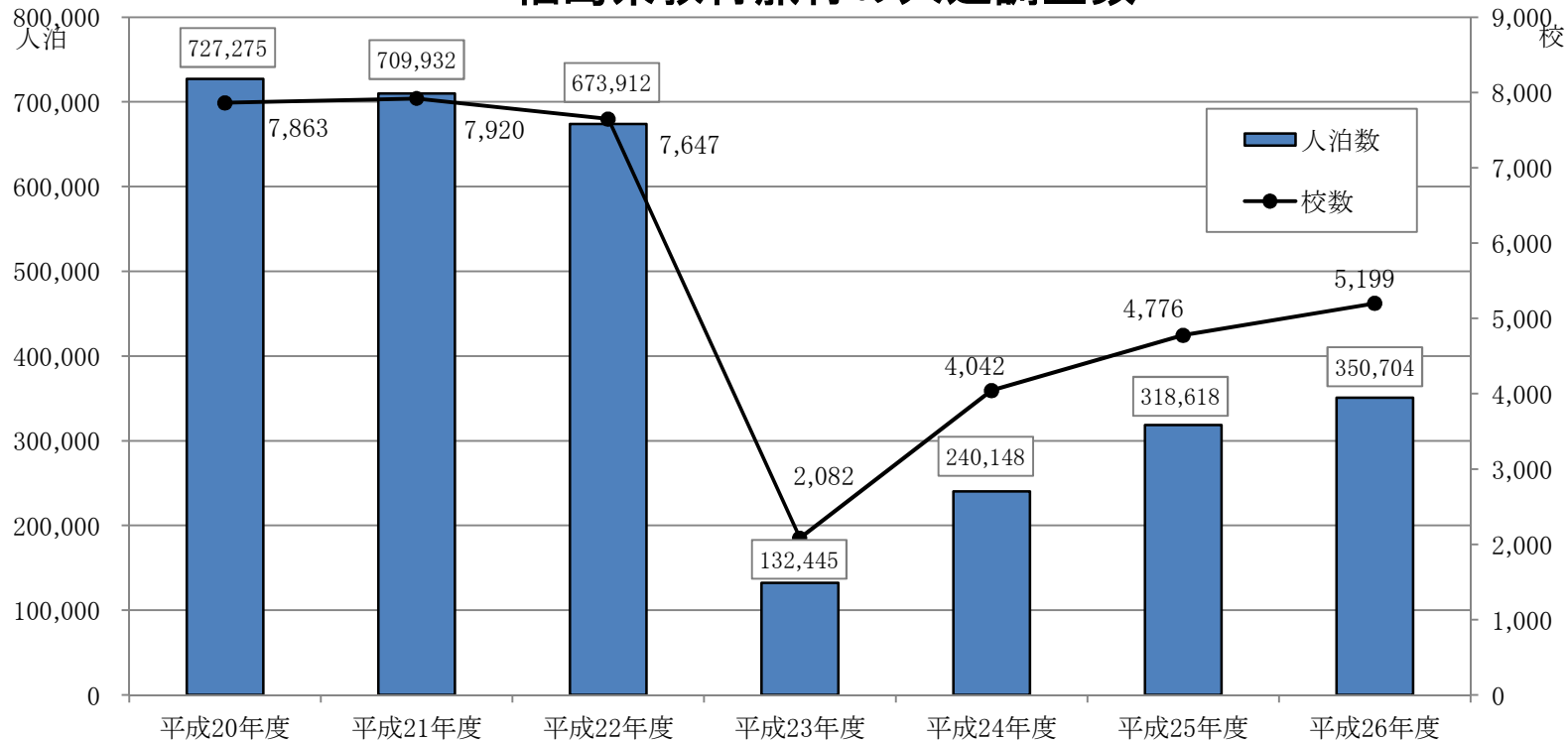
いわき				
10,767	3,708	7,199	7,690	7,819
	34.4%	66.9%	71.4%	72.6%





# 福島県の観光の現状

## 福島県教育旅行の入込調査数



福島県ではこれまで、歴史学習や豊かな自然環境を生かした体験学習を推進し、延べ宿泊者数で年間70万人を超える子どもたちを受け入れてきました。

しかし、東日本大震災及び福島第一原発事故による風評などの影響もあり、平成23年度は約13万人と震災前の2割まで減少しました。平成26年度は約35万人まで回復したものの、震災前の49.4%にとどまり、依然として厳しい状況が続いております。



# インバウンドに関する状況

## 3 外国人観光客の入込状況

- 外国人延べ宿泊者数(従業員10人以上の施設) 出展:観光庁宿泊統計調査

平成26年(1月~12月)37,150人泊

→平成22年比 42.6%

平成25年(1月~12月)31,300人泊

→平成22年比 35.9%

平成24年(1月~12月)28,840人泊

→平成22年比 33.1%

平成23年(1月~12月)23,990人泊

→平成22年比 27.5%

※ 地域別では台湾が最も多く、続いてアメリカ、中国、韓国と続く。

- **トピックス**

平成26年

台湾、ベトナム、インドネシアなどからの福島空港チャーター便が運航される

平成27年

ベトナム及び台湾からの福島空港チャーター便の運航。

タイから震災後初となる大型インセンティブ旅行の誘致・催行。

# 平成27年度観光関連施策概要

## 現状と課題

○観光客の入込については、大河ドラマやプレDCなど継続的な復興キャンペーンの効果により、回復傾向が見られるが、県全体としては、震災前のレベルまでは回復していない状況(85%程度)である。引き続きDCを核とした本県の魅力の発信と誘客に向けた強力な取組を進めるとともにDC以降に向けおもてなしの向上や観光素材の磨き上げ、人材の育成など観光の基礎力の向上に取り組む必要がある。

○インバウンドや教育旅行については、原発事故の風評の影響が大きく、震災前の4割程度にとどまっており、より効果的な情報発信、誘客の取組が求められている。

○定住・二地域居住の推進については、放射線の不安による相談減少、社会貢献を希望する相談増などに加え、地方創生の動きも踏まえた状況の変化に対応した対策が必要。

## 柱

### ①観光復興キャンペーン



### ②インバウンド対策

### ③教育旅行の誘致

### ④定住・二地域居住の推進

## 関連事業

### ①観光復興キャンペーン関連事業

#### ・観光復興総合対策事業

ー首都圏での七転び八起きPRキャラバン等の実施、アドバイザー派遣やワークショップ等による観光素材の発掘、磨き上げ、地域の核となる人材の育成、おもてなし研修会の開催、周遊観光対策、浜通り観光対策等

#### ・観光誘客プロモーション事業

ーメディア等を活用した広報宣伝活動、IT等を活用した誘客対策、交通事業者と連携したプロモーション、団体バス等の経費補助等

#### ・デスティネーションキャンペーン推進事業

ー本番DCの開催及びアフターDCの準備事業等

#### ・スキーエリア誘客緊急対策事業

#### ・会議等誘致・交流促進事業

ー研修・合宿実施、コンベンション開催への助成

### ②インバウンド関連事業

ー主要市場におけるプロモーション、福島特例通訳案内士の育成・活用、外国人観光客の受入体制の強化

### ③教育旅行関連事業

#### ・教育旅行再生事業

ー福島ならではの震災学習としての「語り部」の育成・強化  
教育旅行モデルコースの造成・検証、教育旅行関係者の招へい  
メディアを利用した教育旅行PR 等

#### ・教育旅行復興事業

ー県外学校誘致のためのバス代の一部を補助

### ④定住・二地域居住関連事業

ー10月17日(土)東京国際フォーラムにてふくしま大交流フェア開催  
ふくしまファンクラブ会員(1万5千人)に向けた情報発信  
移住等のための専門窓口の設置、田舎暮らしセミナーの開催 等