

## 現状認識と課題

訪日外国人の東北への来訪が少しずつ増えているものの、新幹線駅からその先の観光地に足を延ばしたくても、交通機関の情報が分かりにくい（多言語化の問題）運行本数が少ないなど、課題も多く、また広域での取り組みとなると、単県での事業構築や官だけでの検討ではなかなか調整が進まない。レンタカーの活用においても、外国人来訪者にとって、回遊したいものの乗り捨て料が高額となることなどが課題となっている。



訪日外国人を東北域内で回遊を促進させるための二次交通施策はどのようなものが考えられるか？  
について、官民で検討を行い、スポーツイベントが多く開催される、2019年および2020年推進を検討したい。

## 二次交通検討部会の設置

### 1. 会議体メンバーについて

- |                                 |                  |                            |
|---------------------------------|------------------|----------------------------|
| ・東北6県仙台市                        | ・東北運輸局（関係部局横断）   | ・（一社）東北観光推進機構              |
| ・J R東日本                         | ・東北民鉄協（I G Rいわて） | ・旅行会社（国内、海外O T A）→ 2回目以降検討 |
| ・バス事業者（J Rバス 宮城交通 みちのりH D 山交バス） |                  | ・レンタカー事業者（協議会への情報提供）       |
| ・タクシー事業者（定額タクシー実施事業者）           |                  | その他                        |

### 2. 会議体スケジュール

事前に東北6県および民間事業者さまから意見集約を実施

7月24日 第1回会合

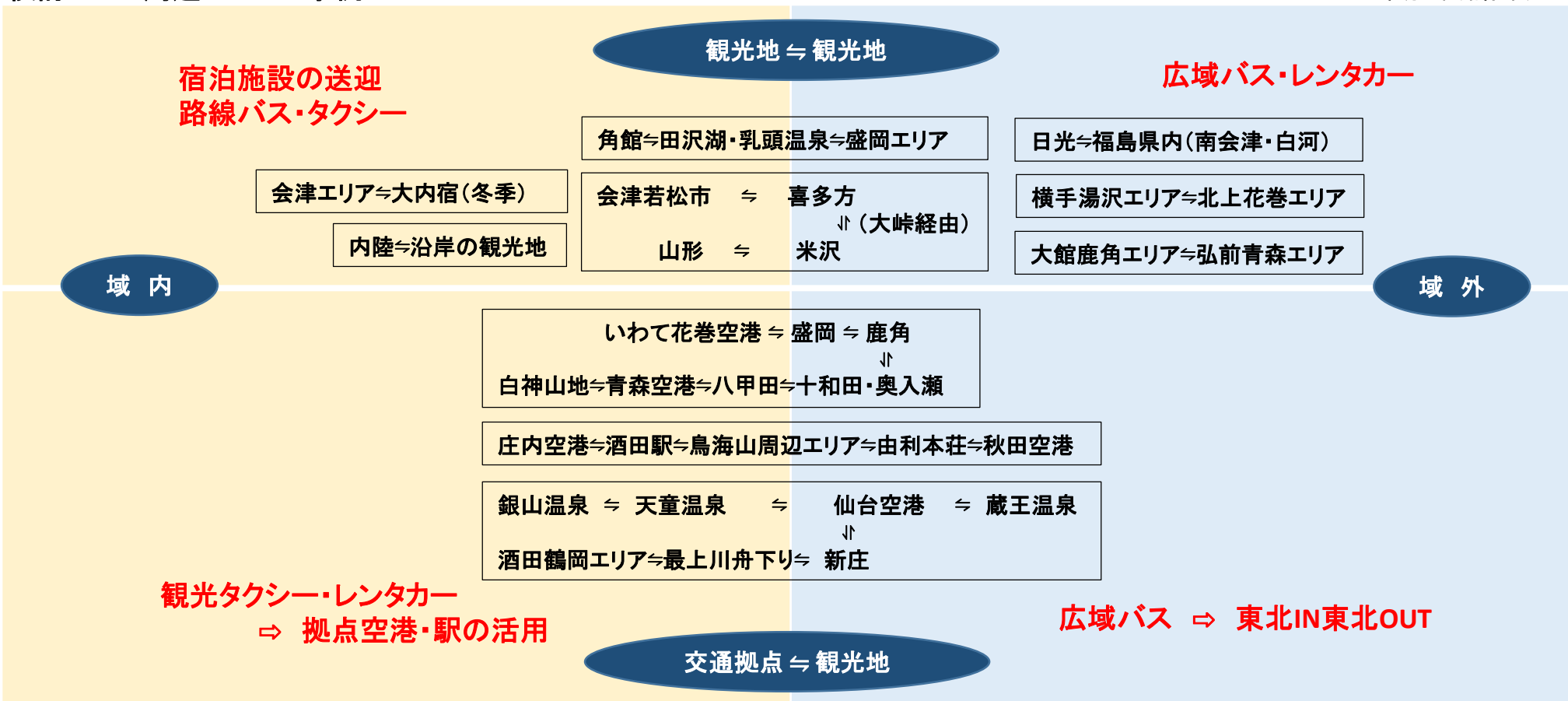
8月30日 第2回会合（課題解決策別に各県より意見集約）

9月24日 第3回会合

各県市において、検討の上、11月もしくは2月の議会等において、予算計上

## 検討したい周遊ルート的事例

※一部既運行路線あり



- ・主要交通拠点(国際定期便就航空港あるいは新幹線駅等)と人気コンテンツを繋ぐ交通手段の整備
- ・県域を跨いだアクセスの整備 → 県、地域、各事業者の相互協力が重要
- ・拠点からは手ぶらで観光できる仕組みの構築 → 拠点と観光地あるいは宿泊施設との接続)
- ・交通手段だけでなく分かりやすさも含めた情報発信の仕組みづくり → 多言語化・一覧性等

## 必要な議論と障壁

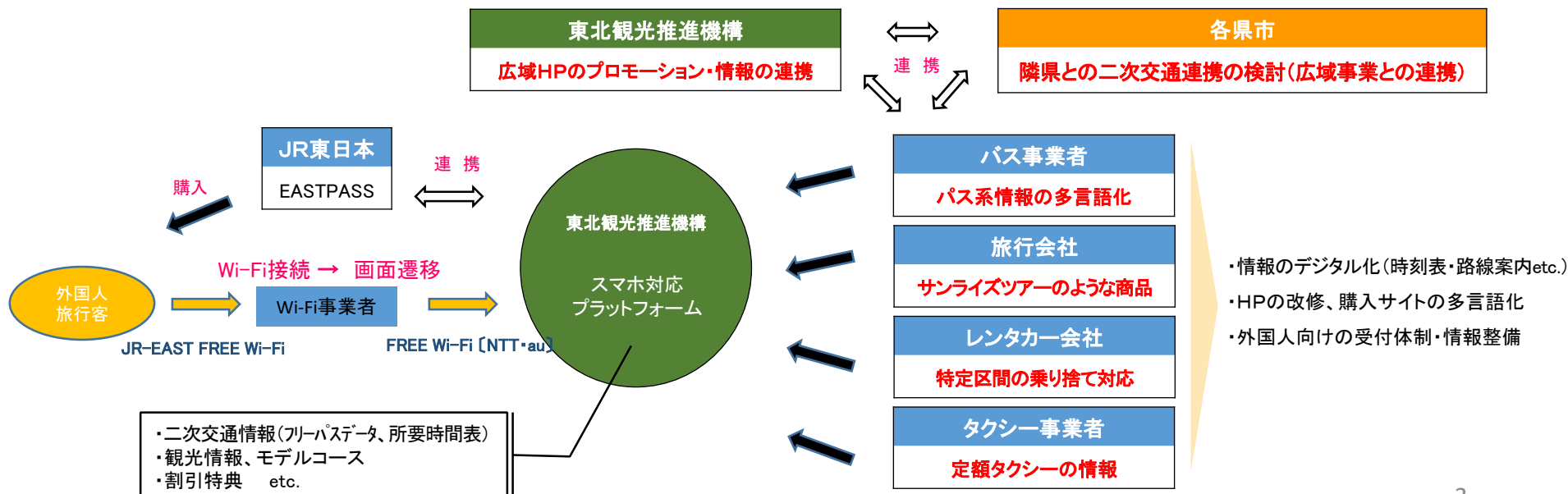
- ・広域をカバーできるフリーパスの検討
- ・既存ローカルバス路線の活用
- ・外国人観光客が分かり易い販売ルート of 整備
- ・情報発信の充実 etc.・・・

- ・広域で動くことによる重鈍化(ニーズ・調整)
- ・末端の地域、事業者間の温度差(意識・スキル)
- ・自走後の負担の懸念(コスト・手間)

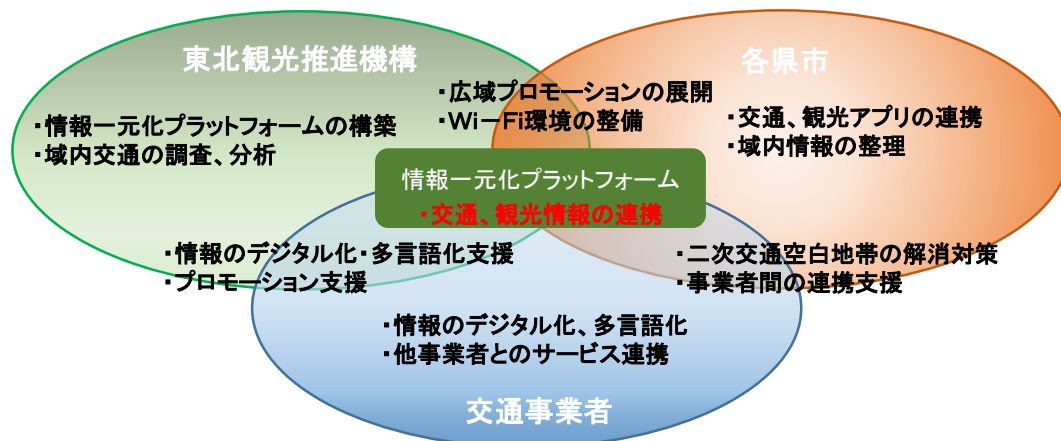
- ・各エリア・事業所単位の取り組みをコネクトする仕組みづくり
- ・プロモーションの一元化による効果の最大化

## 課題解決に向けた事業(案)

- 1 Wi-Fiを利用した観光情報・アクセス情報のプラットフォーム化(東北観光推進機構)
- 2 二次交通情報の多言語化支援(東北観光推進機構)
- 3 隣県との二次交通連携の検討(各県市)
- 4 時刻表等の情報のデジタル化(交通事業者)
- 5 インバウンド向け商品・サービスの拡充(交通事業者)



2019年度事業の役割と方向性



- ・情報一元化による分かりやすい情報発信
- ・アクセス空白地帯解消による新たな東北の魅力発信
- ・デジタル化、多言語化による訪日旅行者の利便性向上

- 外国人受入環境向上
- FIT顧客の誘客促進
- 国際観光振興法への対応

2019年度事業の事業施策

	東北観光推進機構	各県市	交通事業者
受入環境整備	・Wi-Fi環境整備の推進	・Wi-Fi環境の整備 ・交通アクセスの実証実験 (バス路線、定額タクシー、乗り捨てレンタカー等)	・Wi-Fi環境の整備 ・事業者間のサービスの連携 (路線、フリーパス等の連携)
情報発信・プロモーション	・情報一元化プラットフォームの構築 (Wi-Fi事業者との連携) ・各種セミナーによる支援 (デジタル・多言語化・HP活用等) ・広域プロモーションの展開	・交通、観光アプリの連携 ・広域プロモーションの展開 ・域内情報の整理 (デジタル化、多言語化支援)	・交通情報のプラットフォーム連携 (デジタル化・多言語化) ・交通情報、サービスの認知度強化 (セミナーの活用)
マーケティング調査	・マーケティング調査・分析 (交通網、ニーズ、効果)	・実証実験の効果検証	