

東北におけるインバウンドの動向について



2026年3月26日

一般社団法人東北観光推進機構

地域戦略部長 佐藤 一彦



1. 東北のインバウンドの現状
2. 山形県のインバウンドの現状
3. 東北観光DMPから読み解く動態分析
4. 東北観光推進機構の事業戦略
5. 東北エリア・山形県の今後の可能性
6. 空港に期待する役割

(一社) 東北観光推進機構 「観光の力で、東北を元気に！」



「観光で東北を元気にするシンポジウム」での知事合意と、トップセールスの開始



2016年4月 「オール東北」体制旗揚げ



観光復興に向けた内外への情報発信

2011年3月 東日本大震災

広域連携の足固め

2008-10年度 第1期中期計画

2011-13年度 第2期中期計画

2014-16年度 第3期中期計画

2017-20年度 第4期中期計画

2021-25年度 第5期中期計画

2007年6月 発足



2021年4-9月 東北DC



広域による
観光課題の克服
デジタルファースト
の推進

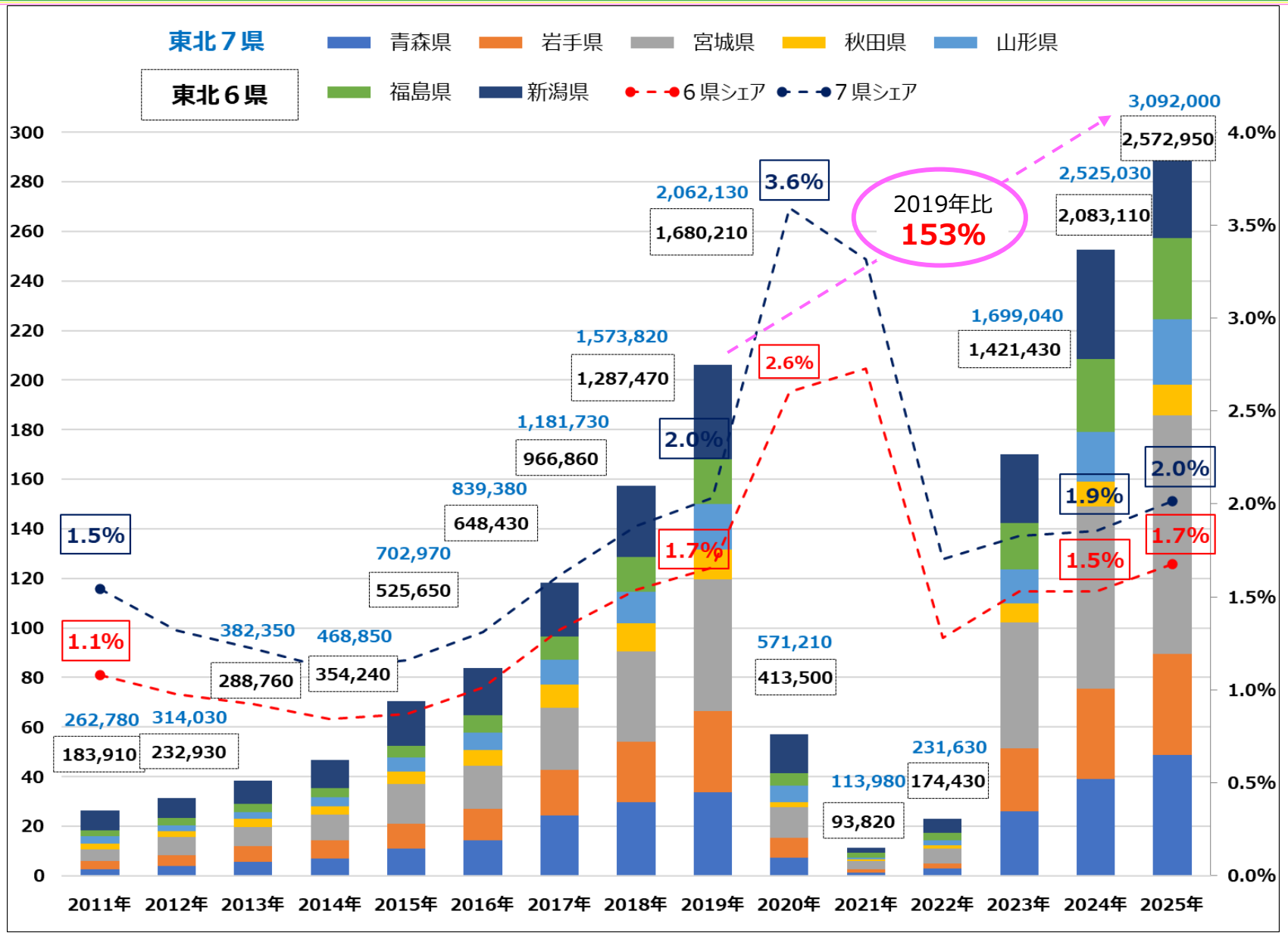


6つの基本戦略

1. 新しい観光需要の創出
2. オール東北での観光地域づくり
3. 持続可能な東北観光の実現
4. デジタルファーストの推進
5. 受入環境の整備推進
6. 震災・自然災害からの再生

1. 東北のインバウンドの現状
2. 山形県のインバウンドの現状
3. 東北観光DMPから読み解く動態分析
4. 東北観光推進機構の事業戦略
5. 東北エリア・山形県の今後の可能性
6. 空港に期待する役割

外国人延べ宿泊者数の推移（東北6県）



※出典：観光庁 宿泊旅行統計調査12月推計（従業員数10名以上の施設の数値）

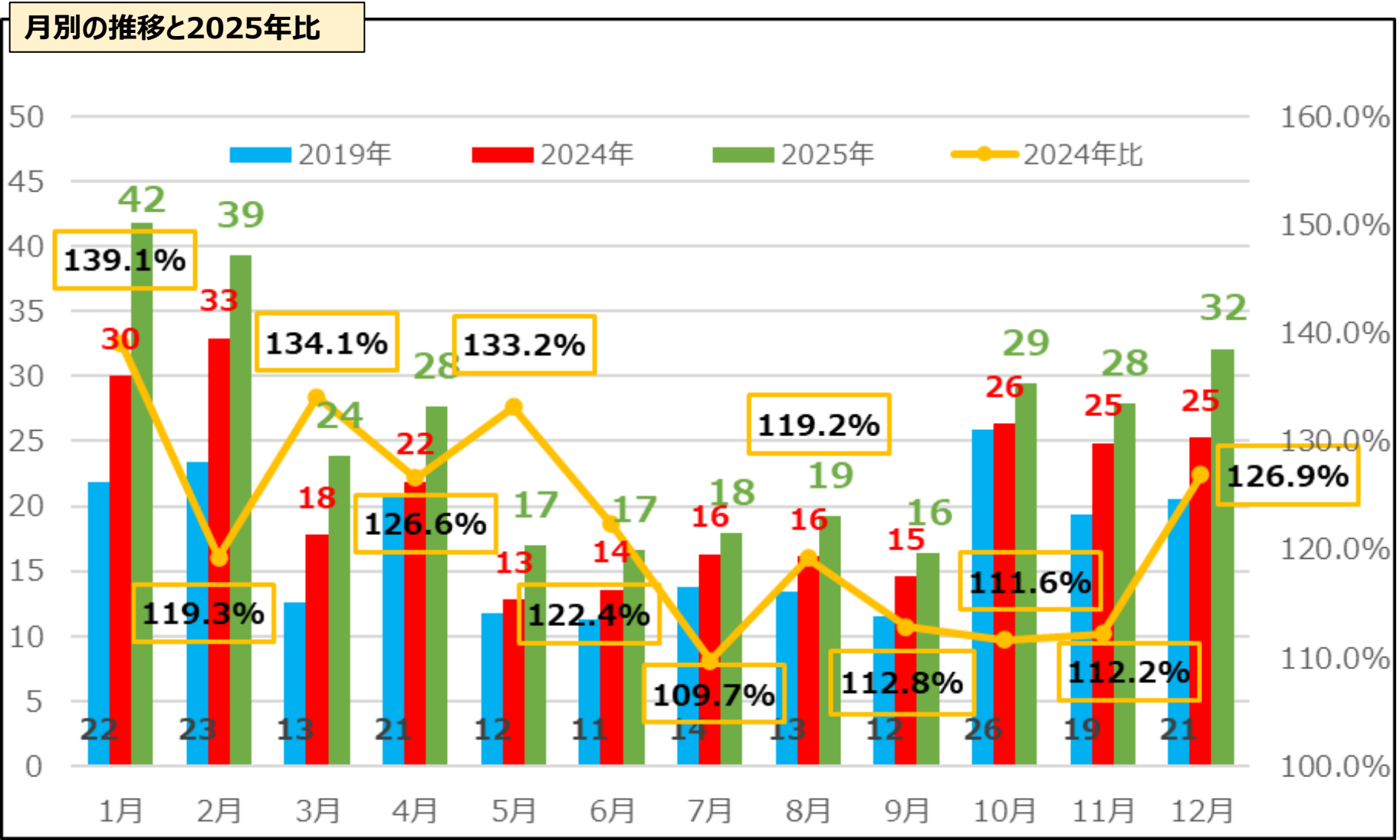
ブロック別外国人延べ宿泊者数内訳（12月単月と累計）

・東北6県の1-12月累計では、**257.2万人泊**、2024年比では123.5%。
累計では全国数値の112.8%を上回る水準で推移。

	25年12月（人）	24年比	25年累計(人)	24年比
全国	13,445,680	103.6%	153,528,860	112.8%
北海道	1,560,780	117.5%	11,183,310	128.2%
東北6県	252,670	130.3%	2,572,950	123.5%
青森県	36,380	110.9%	486,020	124.6%
岩手県	42,980	127.1%	409,620	112.4%
宮城県	99,910	141.4%	962,320	131.1%
秋田県	7,310	80.7%	123,750	121.3%
山形県	36,010	153.4%	263,660	131.5%
福島県	30,080	125.2%	327,570	112.3%
新潟県	68,500	115.5%	519,060	117.5%
東北7県	321,170	126.9%	3,092,000	122.5%
関東	5,354,230	100.3%	62,561,210	110.1%
北陸	437,890	109.2%	4,543,380	111.1%
中部	639,980	95.3%	8,443,840	123.6%
近畿	3,289,000	97.4%	41,971,760	106.7%
中国	222,020	126.8%	2,928,360	121.8%
四国	151,850	111.5%	1,734,270	127.1%
九州	1,125,040	112.2%	11,564,570	112.1%
沖縄	412,220	115.7%	6,006,400	145.7%

外国人延べ宿泊者数の月別推移（東北6県＋新潟県）

- ・2025年12月実績は前年度126.9%と全国の103.6%を大きく上回る
- ・2025年1～12月累計では前年度比122.5%と全国の112.8%を大きく上回る

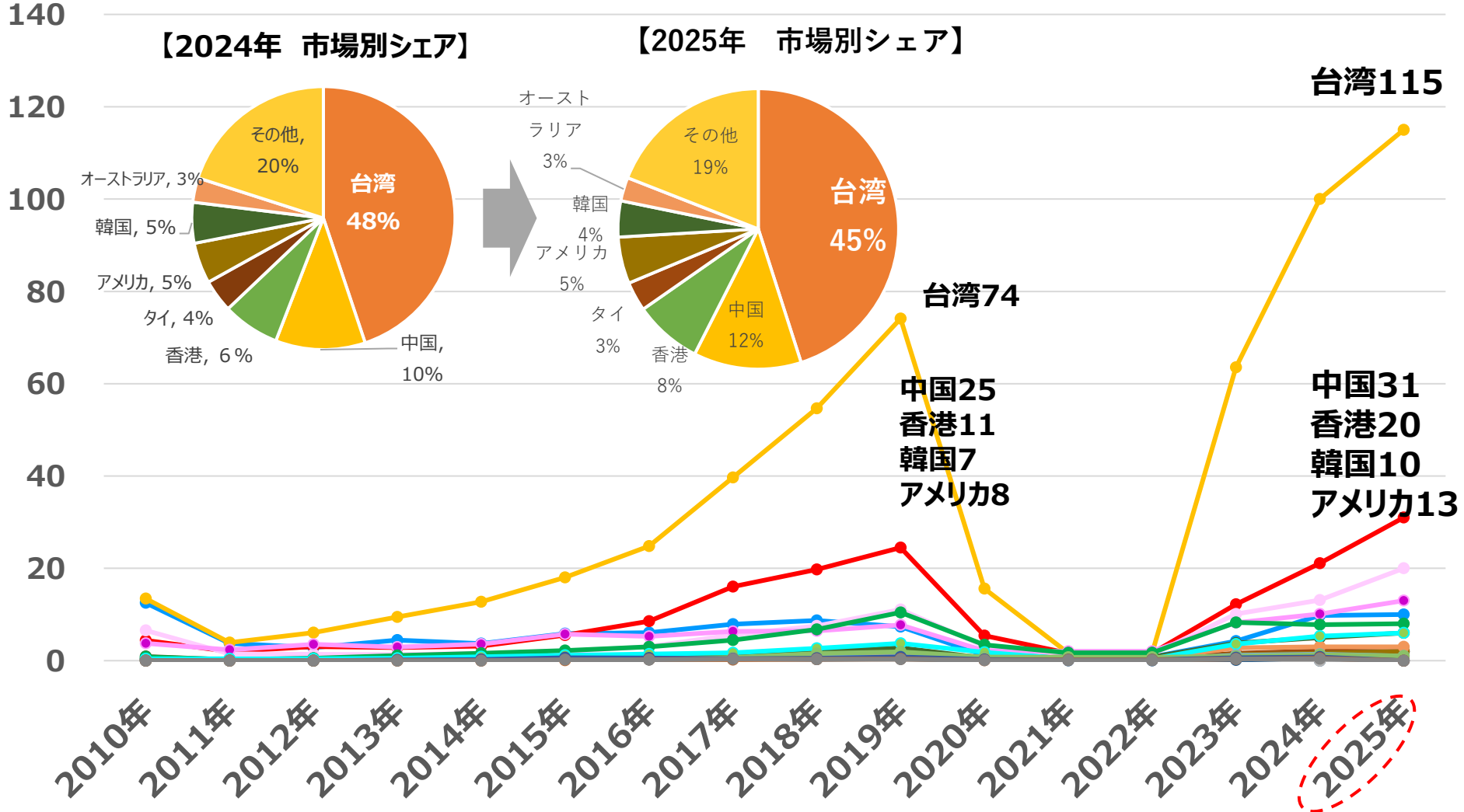


※出典：観光庁 宿泊旅行統計調査推計（従業員数10名以上の施設の数値）

市場別 外国人延べ宿泊者数の推移（東北6県）

- ・2024年は、台湾が全体の4割強のシェアを占め、中国、香港、タイ、アメリカと続いていた。
- ・2025年は、台湾が全体の5割強、ほとんどの市場で伸び幅が出ている。

(単位：万人泊)



※出典：観光庁 宿泊旅行統計調査12月推計（従業員数10名以上の施設の数値）

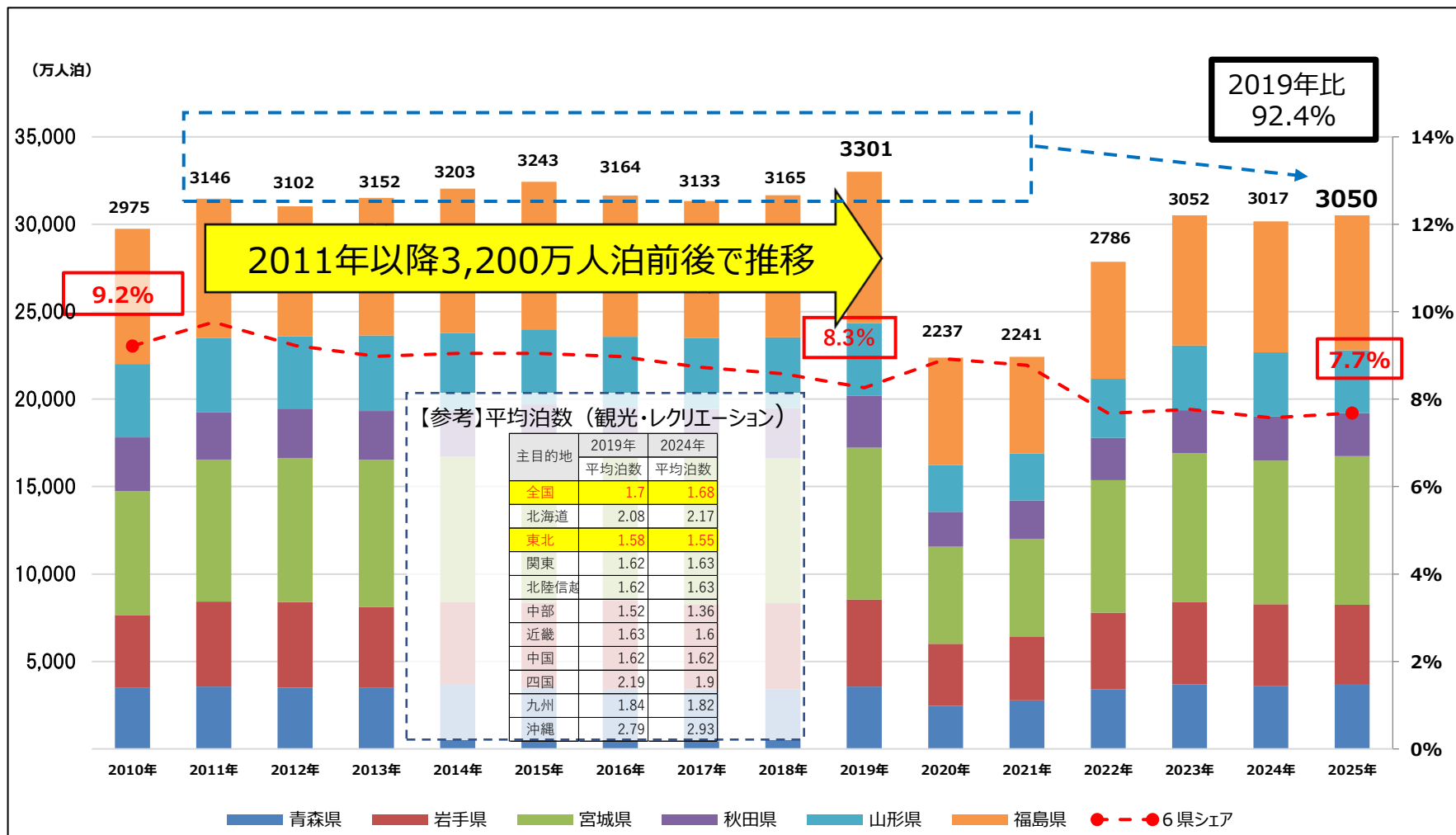
市場別外国人延べ宿泊者数内訳（東北6県+新潟県 2024年比）

・仙台空港への直行便就航により前年比、前年同月比に大きな伸びがみられる。**香港累計138.8%、タイ12月比187.1%**
 ・欧米豪からの訪日宿泊者数は**2025年累計130%超と伸びが顕著**。

市場	25年12月 (人)			25年累計(人)		
	25年12月 (人)	24年比	7県シェア	25年累計(人)	24年比	7県シェア
全体	321,170	126.9%	100.0%	3,092,010	122.5%	100.0%
台湾	115,930	123.8%	36.1%	1,308,260	115.8%	42.3%
タイ	22,450	187.1%	7.0%	108,510	111.3%	3.5%
中国	36,460	124.7%	11.4%	395,260	146.1%	12.8%
韓国	10,840	89.3%	3.4%	142,750	111.6%	4.6%
シンガポール	17,780	119.0%	5.5%	88,050	129.4%	2.8%
ベトナム	1,130	77.9%	0.4%	17,610	112.0%	0.6%
マレーシア	10,720	89.3%	3.3%	40,130	106.3%	1.3%
インドネシア	4,560	111.8%	1.4%	23,190	125.1%	0.7%
フィリピン	2,280	133.3%	0.7%	13,690	113.0%	1.0%
香港	30,550	117.3%	9.5%	248,870	138.8%	8.0%
アメリカ	10,850	123.2%	3.4%	165,310	133.0%	5.3%
カナダ	1,850	154.2%	0.6%	25,480	138.6%	0.8%
イギリス	2,560	106.7%	0.8%	34,050	123.2%	1.1%
ドイツ	1,120	123.1%	0.3%	24,520	131.4%	0.8%
フランス	1,620	132.8%	0.5%	26,740	142.9%	0.9%
オーストラリア	9,570	112.6%	3.0%	108,860	137.8%	3.5%

国内延べ宿泊者数の推移（東北6県）

- ・国内の延べ宿泊者数は**2019年比92.4%**。昨年比横ばいだが19年からは戻り切っていない状況。
- ・全国シェアも19年比でやや低下傾向。インバウンドは増加傾向にあるものの、いまだ東北宿泊者シェアの9割以上を占める国内誘客促進への対応も今後一定検討の必要がある。

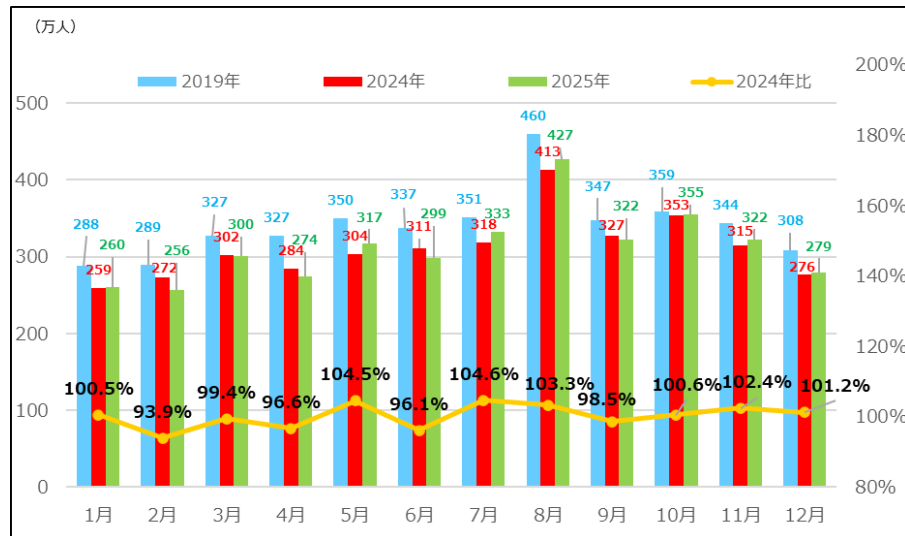


(出典：観光庁 宿泊旅行統計調査) ※ 従業員数10名以上の施設の数値

国内延べ宿泊者数の推移（東北6県）

・1-12月の累計では2,294万人泊、2024年比では101%と全国を上回る水準だが、2019年比では91%。
他ブロック、全国はコロナ前水準に回復する中、東北ブロックは約1割の減少分が戻し切れていない状況。

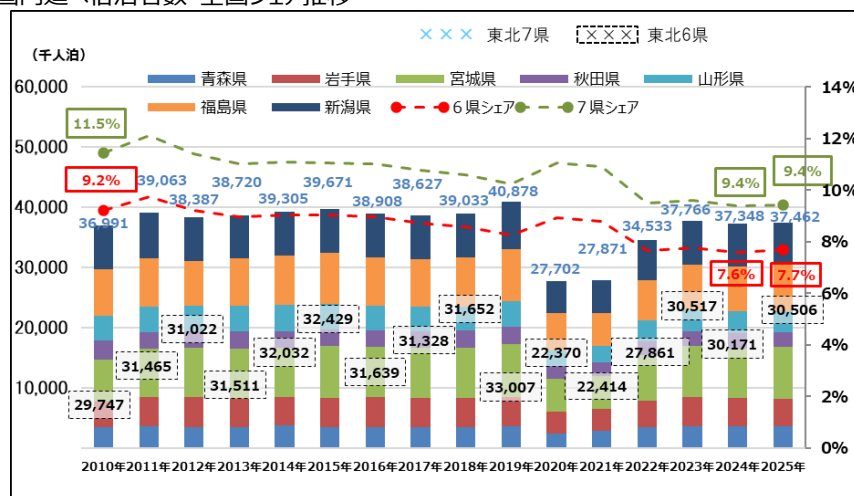
①国内延べ宿泊者数・月別推移



②ブロック別国内延べ宿泊者数内訳（各県単月と累計内訳）

	25年12月	19年比	24年比	25年累計	19年比	24年比
北海道	1,800	112.2%	100.0%	26,561	109.7%	102.4%
東北6県	2,294	91.4%	102.0%	30,506	92.4%	101.1%
青森県	255	108.5%	102.7%	3,665	102.9%	101.5%
岩手県	330	91.6%	93.5%	4,571	91.8%	97.9%
宮城県	690	95.5%	108.6%	8,501	97.8%	103.5%
秋田県	160	82.6%	94.8%	2,463	83.3%	97.5%
山形県	257	83.2%	97.4%	3,596	86.3%	98.2%
福島県	601	87.3%	103.7%	7,710	89.1%	102.9%
新潟県	501	88.1%	97.9%	6,956	88.4%	96.9%
東北7県	2,795	90.8%	101.2%	37,462	91.6%	100.3%
関東	9,406	96.8%	97.3%	110,280	98.0%	97.4%
北陸	2,161	101.7%	99.0%	29,334	98.8%	93.9%
中部	4,119	111.2%	103.1%	47,630	105.3%	101.5%
近畿	5,331	100.2%	95.8%	64,039	101.9%	100.8%
中国	1,730	105.6%	99.8%	20,506	96.3%	95.6%
四国	820	107.5%	104.9%	10,298	101.3%	102.9%
九州	3,381	98.4%	101.7%	39,590	94.1%	101.5%
沖縄	1,377	100.6%	107.6%	18,373	98.3%	109.3%
全国	32,420	100.7%	99.5%	397,117	99.4%	99.7%

③国内延べ宿泊者数・全国シェア推移



④県別・地域別延べ宿泊者シェア（累計値）

	2019年累計 (12か月)	シェア	2024年累計 (12か月)	シェア	2025年累計 (直近月迄)	シェア
北海道	24,222	6.1%	25,935	6.5%	26,561	6.7%
東北(6県)	33,007	8.3%	30,171	7.6%	30,506	7.7%
青森県	3,560	0.9%	3,611	0.9%	3,665	0.9%
岩手県	4,978	1.2%	4,669	1.2%	4,571	1.2%
宮城県	8,695	2.2%	8,210	2.1%	8,501	2.1%
秋田県	2,955	0.7%	2,525	0.6%	2,463	0.6%
山形県	4,167	1.0%	3,661	0.9%	3,596	0.9%
福島県	8,652	2.2%	7,494	1.9%	7,710	1.9%
新潟県	7,871	2.0%	7,178	1.8%	6,956	1.8%
東北(7県)	40,878	10.2%	37,348	9.4%	37,462	9.4%
関東	112,494	28.1%	113,260	28.4%	110,280	27.8%
北陸	29,683	7.4%	24,067	6.0%	29,334	7.4%
中部	45,212	11.3%	44,239	11.1%	47,630	12.0%
近畿	62,820	15.7%	63,534	15.9%	64,039	16.1%
中国	21,287	5.3%	21,440	5.4%	20,506	5.2%
四国	10,163	2.5%	10,005	2.5%	10,298	2.6%
九州	42,092	10.5%	38,996	9.8%	39,590	10.0%
沖縄	18,693	4.7%	16,805	4.2%	18,373	4.6%
全国	399,673	100.0%	398,337	100.0%	397,117	100.0%

1. 東北のインバウンドの現状
- 2. 山形県のインバウンドの現状**
3. 東北観光DMPから読み解く動態分析
4. 東北観光推進機構の事業戦略
5. 東北エリア・山形県の今後の可能性
6. 空港に期待する役割

ブロック別外国人延べ宿泊者数内訳（12月単月と累計）

・東北6県の1-12月累計では、**257.2万人泊**、2024年比では123.5%。
累計では全国数値の112.8%を上回る水準で推移。

	25年12月（人）	24年比	25年累計(人)	24年比
全国	13,445,680	103.6%	153,528,860	112.8%
北海道	1,560,780	117.5%	11,183,310	128.2%
東北6県	252,670	130.3%	2,572,950	123.5%
青森県	36,380	110.9%	486,020	124.6%
岩手県	42,980	127.1%	409,620	112.4%
宮城県	99,910	141.4%	962,320	131.1%
秋田県	7,310	80.7%	123,750	121.3%
山形県	36,010	153.4%	263,660	131.5%
福島県	30,080	125.2%	327,570	112.3%
新潟県	68,500	115.5%	519,060	117.5%
東北7県	321,170	126.9%	3,092,000	122.5%
関東	5,354,230	100.3%	62,561,210	110.1%
北陸	437,890	109.2%	4,543,380	111.1%
中部	639,980	95.3%	8,443,840	123.6%
近畿	3,289,000	97.4%	41,971,760	106.7%
中国	222,020	126.8%	2,928,360	121.8%
四国	151,850	111.5%	1,734,270	127.1%
九州	1,125,040	112.2%	11,564,570	112.1%
沖縄	412,220	115.7%	6,006,400	145.7%

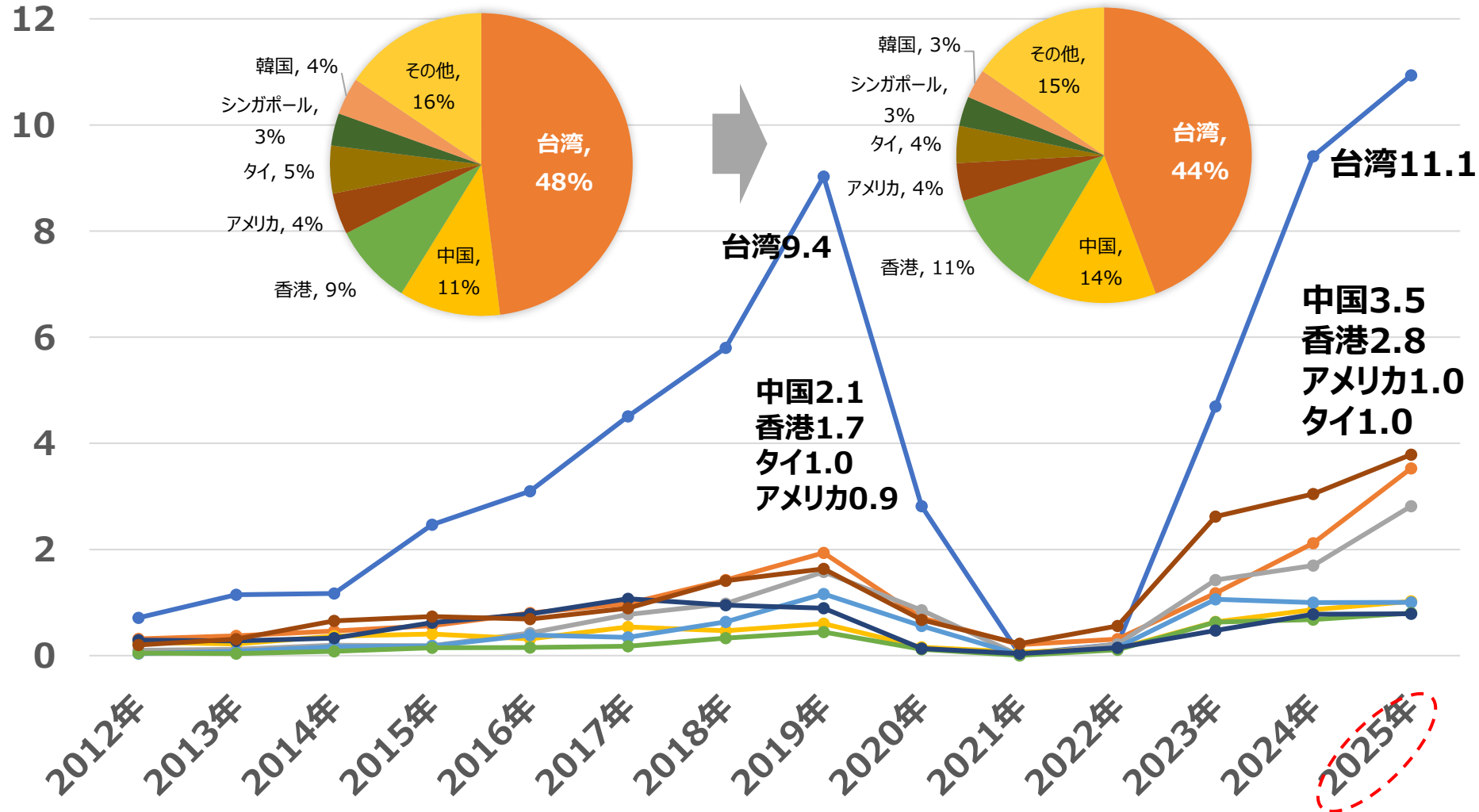
市場別 外国人延べ宿泊者数の推移（山形県）

- ・2024年は、台湾が全体の48%のシェアを占め、中国、香港、タイ、アメリカと続いていた。
- ・2025年は、台湾が引き続き最大シェア（44%）なり、そのほかの国を含め多くの国で宿泊者数を伸ばしている。

（単位：万人泊）

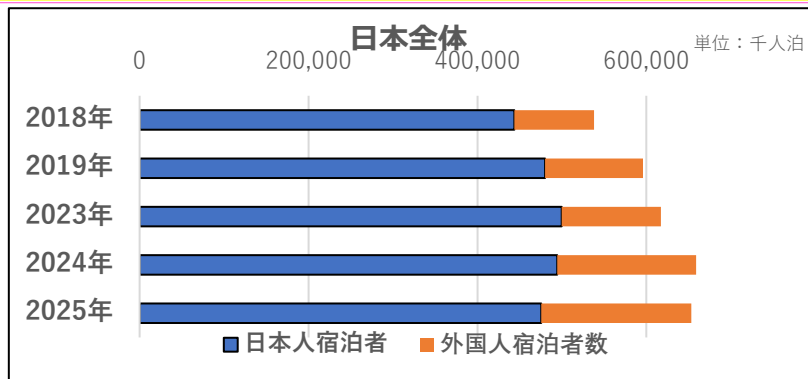
【2024年 市場別シェア】

【2025年 市場別シェア】



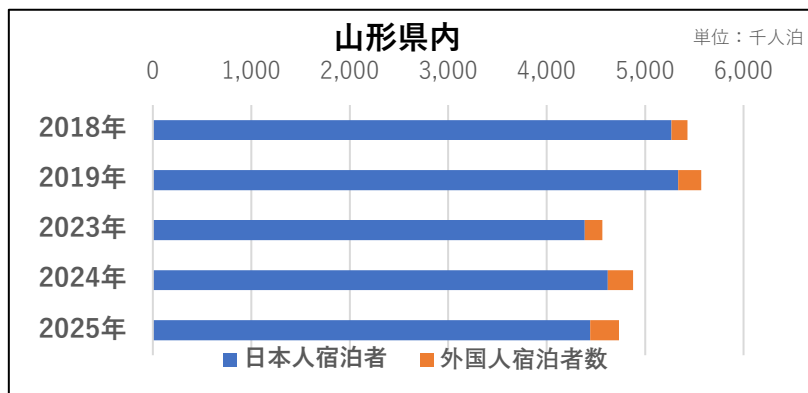
※出典：観光庁 宿泊旅行統計調査12月推計（従業員数10名以上の施設の数値）

宿泊数の比較（日本人+外国人）



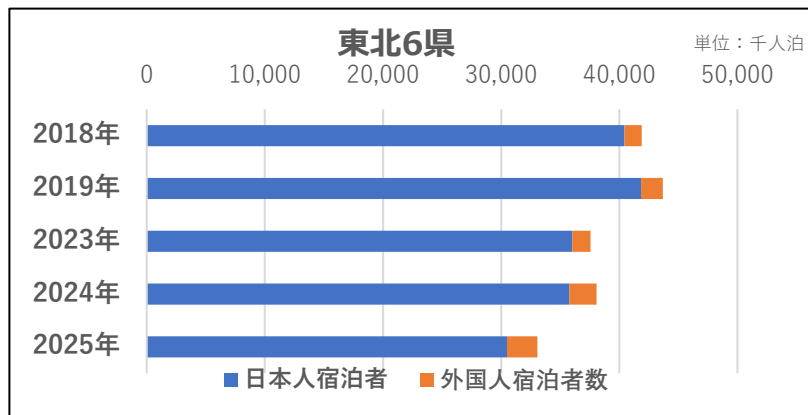
(単位：人泊)

	日本人宿泊者	18年比	外国人宿泊者数	18年比	総宿泊者数	18年比
2018年	443,726,400	100%	94,275,170	100%	538,001,570	100%
2019年	480,265,310	108%	115,656,300	123%	595,921,610	111%
2023年	499,723,360	113%	117,751,530	125%	617,474,890	115%
2024年	494,597,670	111%	164,466,870	174%	659,064,540	123%
2025年	475,609,020	107%	177,867,940	189%	653,476,960	121%



(単位：人泊)

	日本人宿泊者	18年比	外国人宿泊者数	18年比	総宿泊者数	18年比
2018年	5,267,880	100%	163,480	100%	5,431,360	100%
2019年	5,337,790	101%	234,070	143%	5,571,860	103%
2023年	4,387,850	83%	178,790	109%	4,566,640	84%
2024年	4,621,580	88%	256,110	157%	4,877,690	90%
2025年	4,442,980	84%	291,950	179%	4,734,930	87%



(単位：人泊)

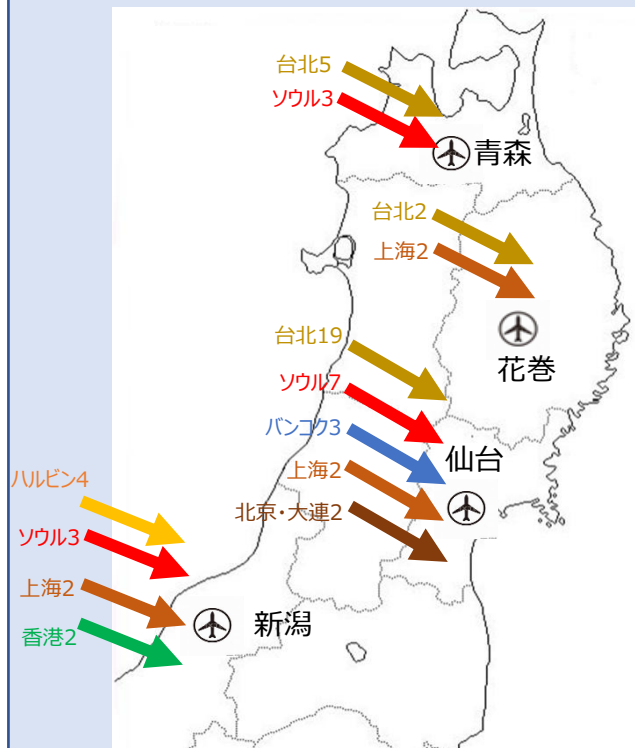
	日本人宿泊者	18年比	外国人宿泊者数	18年比	総宿泊者数	18年比
2018年	40,422,580	100%	1,473,360	100%	41,895,940	100%
2019年	41,848,110	104%	1,851,660	126%	43,699,770	104%
2023年	36,015,240	89%	1,561,130	106%	37,576,370	90%
2024年	35,942,450	89%	2,280,270	155%	38,222,720	91%
2025年	35,680,710	88%	2,772,360	188%	38,453,070	92%

出典元：観光庁「宿泊旅行統計調査」宿泊者数

1. 東北のインバウンドの現状
2. 山形県のインバウンドの現状
- 3. 東北観光DMPから読み解く動態分析**
4. 東北観光推進機構の事業戦略
5. 東北エリア・山形県の今後の可能性
6. 空港に期待する役割

東北への定期便状況 2019年・2026年比較

2019冬季スケジュール



- ・東北7県では台湾路線シェアが全体の46%
- ・アウトバウンドシェアの高い東北ソウル線は路線を維持 (日韓関係悪化よりLCC就航路線は運休増)
- ・仙台バンコク線、新潟香港線が就航

2026夏季スケジュール



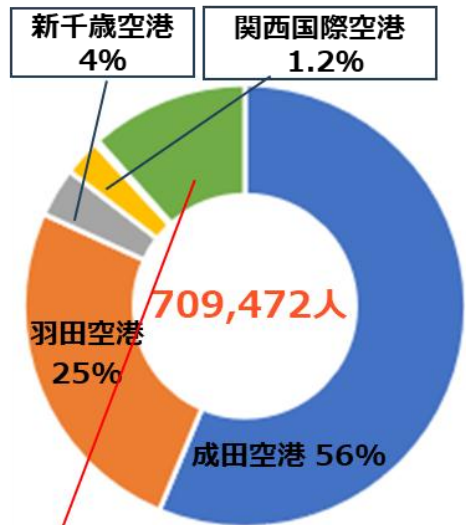
・東北7県の国際定期・チャーター便は週62便まで回復 (2019年 週56便) → (2026年夏 週62便)

- ・東北7県では台湾路線のシェアが全体の56.5%
- 増 エバー航空の青森=台北線が、現在週5→週7便(3/29~)に増便(4/27~5/31のみ週5便)。
- ・アジアナ航空の仙台=ソウル線が、現在週5便→週7便(3/29~5/31)に増便。
- ・大韓航空の新潟=ソウル線が、現在週3便→週7便(6/1~)に増便。
- ・エアロK航空の福島=韓国・清州チャーター便が運航。2017年以來9年ぶりの直行便。
- ・香港エクスプレスの仙台=香港線が、現在週3便→週4便(3/29~10/24)に増便。
- 減 グレーターベイエアラインズと香港航空の仙台=香港線が全便運休。



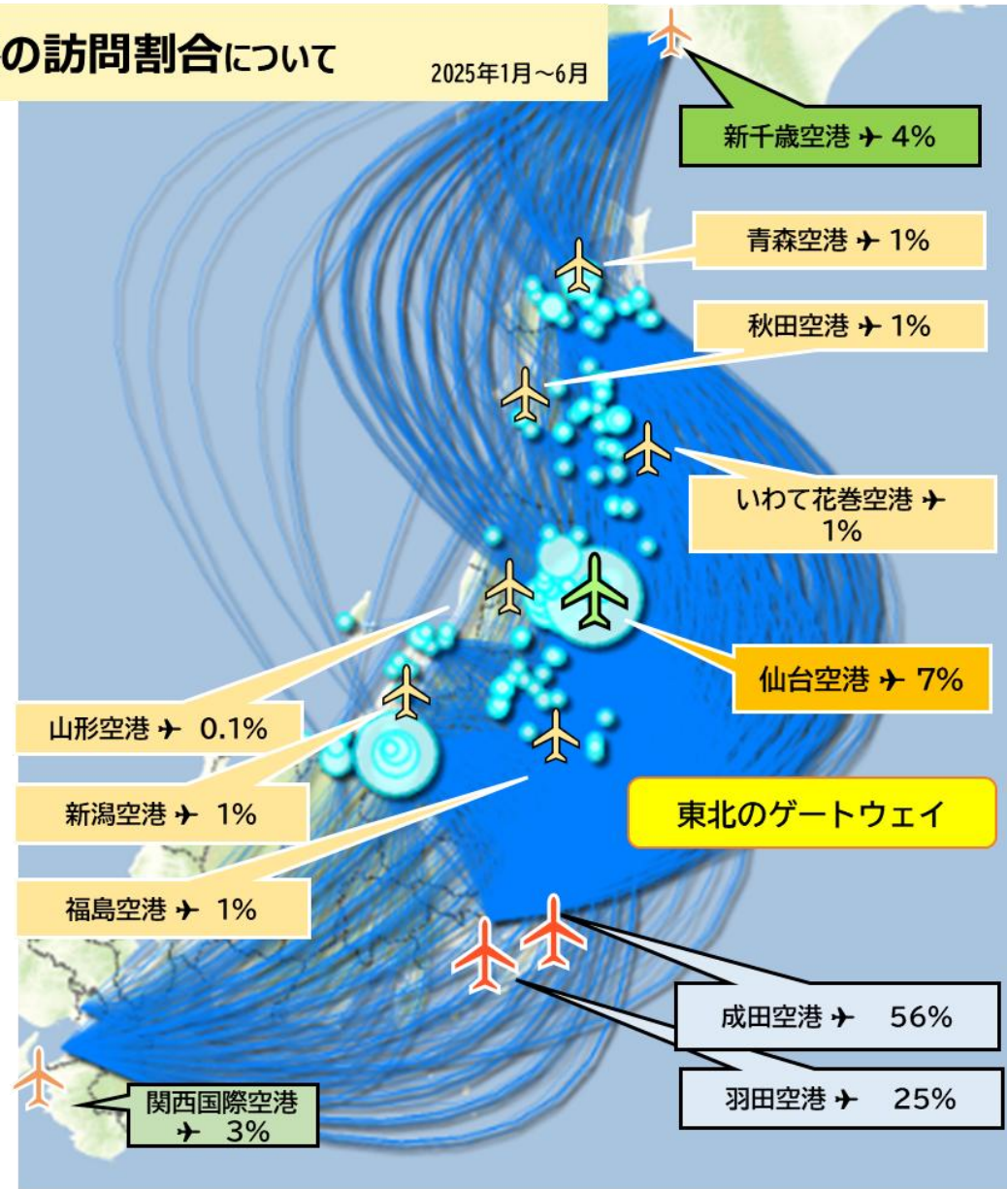
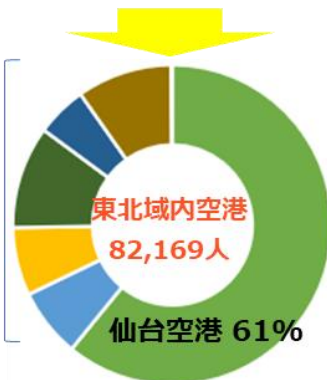
【空路】東北域外主要空港及び域内空港の訪問割合について

2025年1月～6月



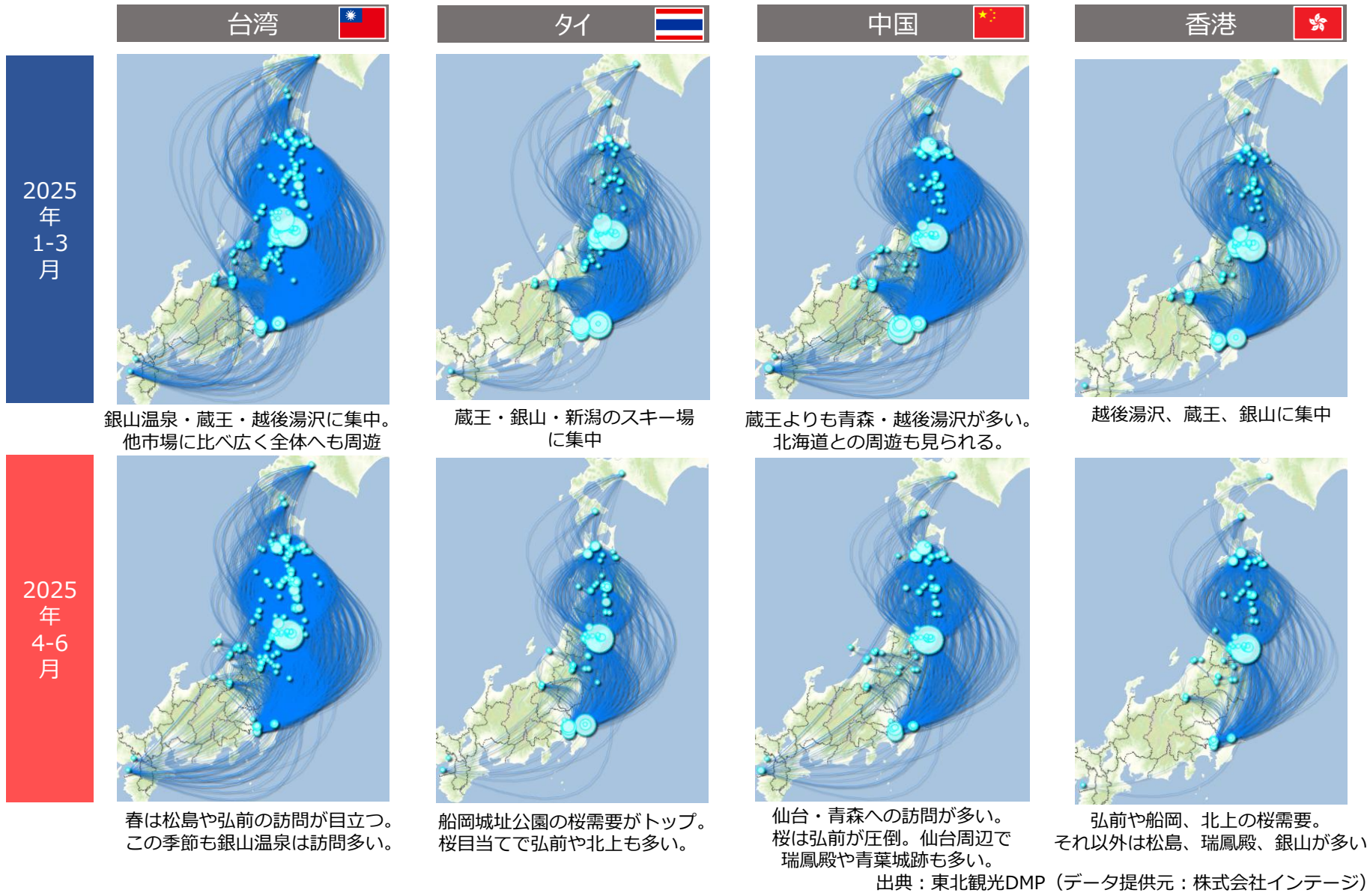
東北域内空港 12%

- 山形空港 0.1%
- 青森空港 10%
- 福島空港 5%
- 新潟空港 10%
- 秋田空港 7%
- 花巻空港 7%



出典：東北観光DMP（データ提供元：株式会社インテージ）GPS-31

「東北観光DMP」から読み解く動態分析 ～ 市場別動向 ～

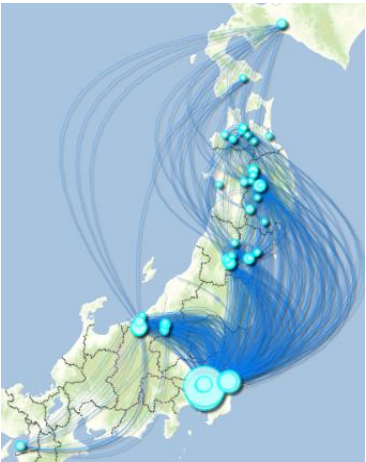


出典：東北観光DMP（データ提供元：株式会社インテージ）

「東北観光DMP」から読み解く動態分析 ～ 市場別動向 ～

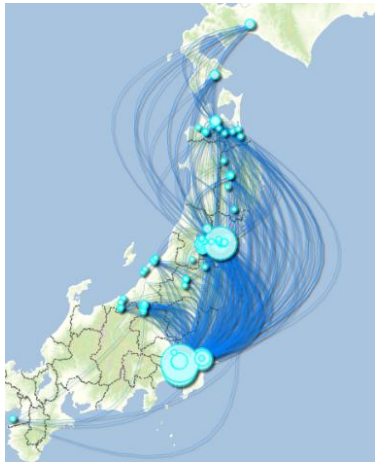
2025年
1-3月

オーストラリア 



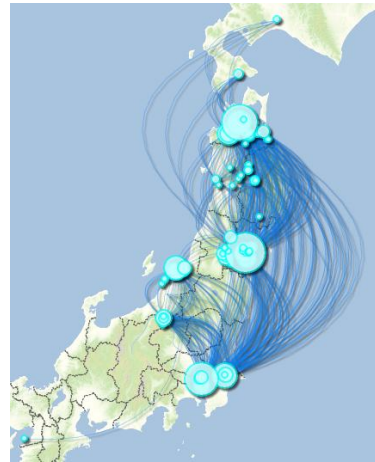
赤倉温泉スキー場が圧倒的に多い。
他、妙高・ロッセアライ・八幡平等

アメリカ 



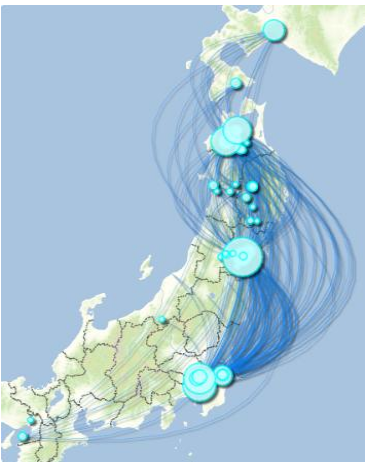
新潟各地のスキー場訪問が多い。
他、青森駅(北海道同時訪問)も多い

韓国 

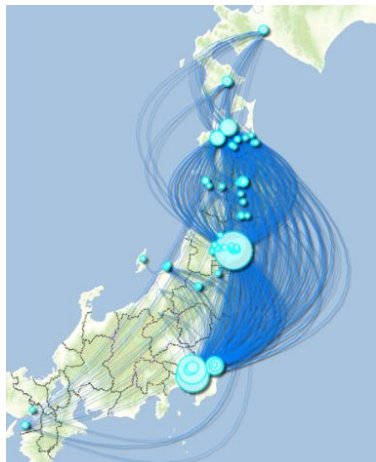


仙台・青森・新潟に訪問が集中。
仙台駅、青森駅、越後湯沢駅等

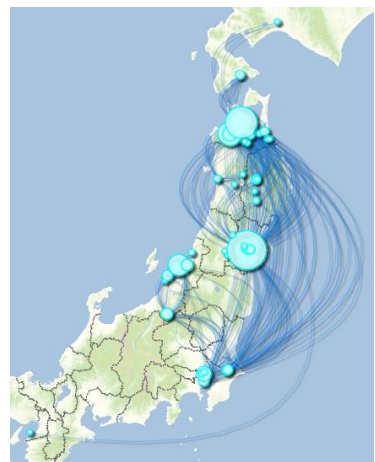
2025年
4-6月



弘前の桜へ訪問が圧倒的に多い。
他、松島・秋田駅・瑞鳳殿等



仙台・弘前が多い。
新潟駅も上位に見られる。



仙台・青森・新潟に訪問が集中。
仙台駅、青森駅、新潟空港等

出典：東北観光DMP（データ提供元：株式会社インテージ）

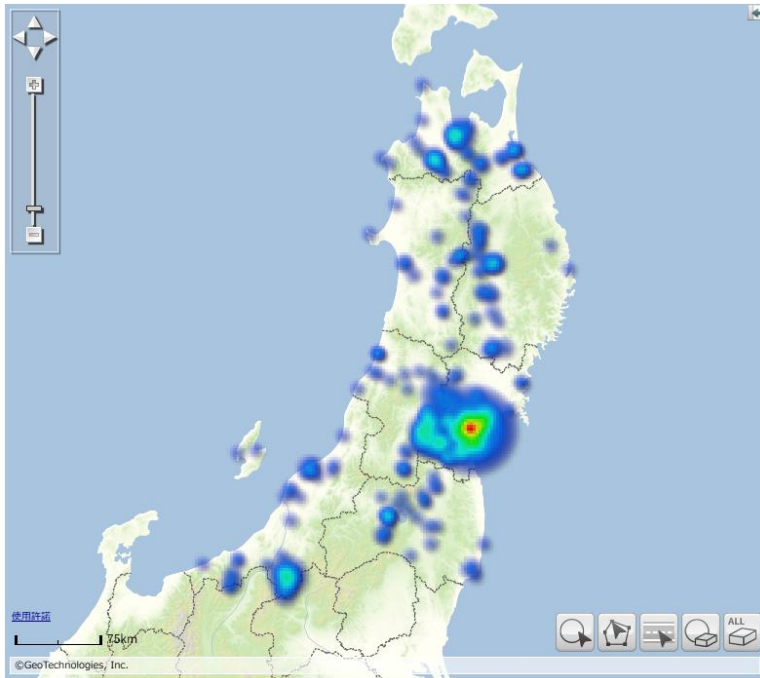
東北6県 + 新潟県におけるインバウンド動態分析

- ・2025年1月～6月のスポット訪問については、仙台駅前西側が最も訪問が多く、次いで越後湯沢駅周辺、銀山温泉、と続く。
- ・上位のスポットには交通結節点となる各県の主要駅スポットやその周辺の中心部スポットが多い。MAP上の訪問ヒートマップにおいても、**新幹線沿線エリアに所在するスポットへの訪問が特に多いことが確認でき、二次移動情報の浸透が周遊のカギとなる。**
- ・また、1～6月の上半期の分析ということが起因し、**冬や雪をウリにするスポットが訪問上位に多く並ぶ(銀山温泉、蔵王(温泉)、ガーラ湯沢、苗場スキー場など)。**一方で、当期間内に含まれる4月の桜を打ち出している観光スポットについては、弘前城が上位となっているものの、冬や雪をウリにする観光スポットと比較して**訪問数はまだ多くないことが確認できる。**
- ・これらのことから東北・新潟の観光として、以下の点が今後の可能性として指摘できる。

①スノーシーズンの誘客に強みを持っているため、まだ浸透していない観光スポットの周知を通じた周遊の促進が効果的である

②桜をテーマとした誘客は今度さらに拡大できる可能性が高く、東北・新潟各地の桜の名所の認知度向上に大きな可能性がある

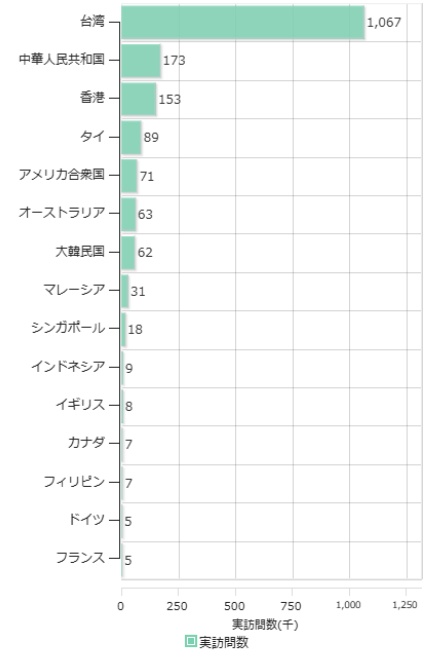
特に4月は前年と比較して訪問の増加幅が大きい国も多く、観光スポットが各地に所在していることを踏まえても誘客拡大と広域周遊の促進を両立して推進できる強力なテーマとなり得ると考えられる。



■ 訪問上位20スポット

	都道府県	スポット名	実訪問数
	総合計	総合計	1,784,998
1	宮城県	仙台市青葉区中央 (仙台駅前西側)	198,463
2	新潟県	越後湯沢駅周辺	72,067
3	山形県	尾花沢市 銀山新畑 (銀山温泉)	67,799
4	宮城県	仙台市青葉区五橋 (仙台駅前南西側)	59,174
5	宮城県	仙台市青葉区国分町 (歓楽街)	52,013
6	山形県	山形市 蔵王温泉(樹氷高原周辺)	51,862
7	青森県	青森市安方 (青森駅前東北側)	48,432
8	山形県	山形市 蔵王温泉(0-ブレイ・宿街)	46,935
9	宮城県	名取市 下増田 (仙台空港)	45,916
10	山形県	山形市 香澄町 (山形駅東口)	42,097
11	宮城県	松島町 松島 (松島海岸周辺)	37,376
12	青森県	青森市篠田 (青森駅前西側)	33,909
13	新潟県	ガーラ湯沢周辺	33,881
14	新潟県	苗場スキー場周辺	31,231
15	宮城県	仙台市宮城野区 仙台港北 (SE-エリア)	26,204
16	青森県	弘前市 若党町 (弘前城北部エリア)	26,076
17	岩手県	盛岡市 中央通 (盛岡中心街)	25,537
18	青森県	弘前市 大字下白銀町 (弘前城)	23,269
19	岩手県	花巻市 湯本 (花巻温泉)	21,931
20	山形県	山形市 蔵王温泉 (パスタミル〜ケレンテ)	21,417

■ 訪問上位15か国



出典：東北観光DMP
(データ提供元：株式会社)

インバウンド市場別訪問スポット分析分析

台湾



中国



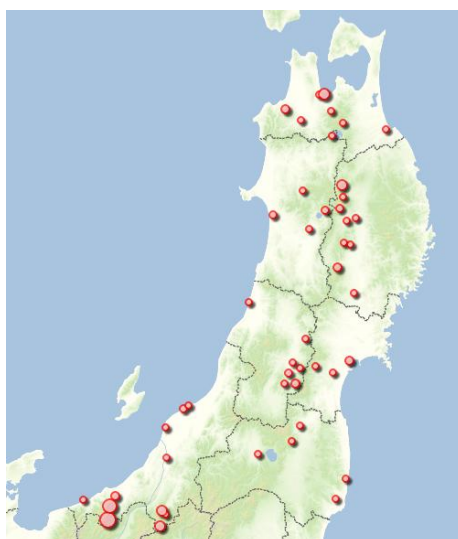
香港



タイ



オーストラリア



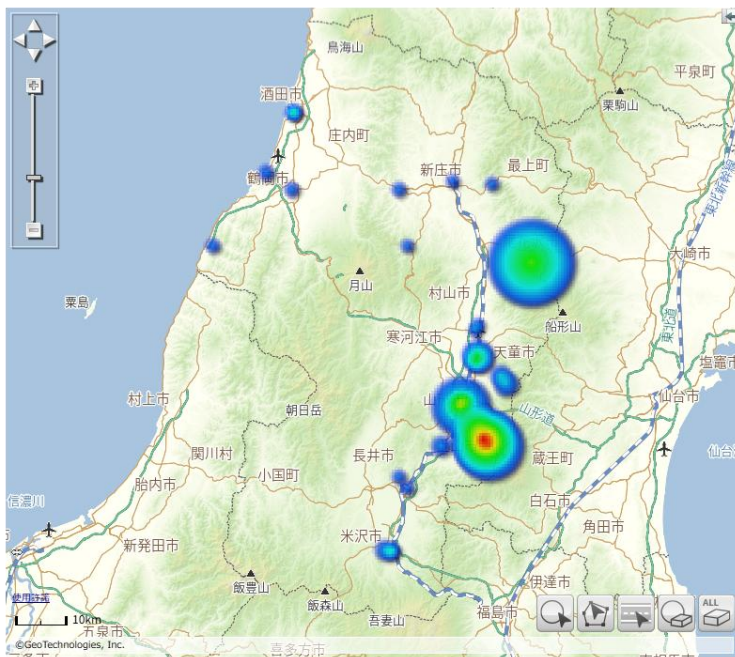
アメリカ



県別インバウンド動態分析 ～ 山形県 ～

・2025年1月～6月の山形県においては、銀山温泉への訪問が最も多く、次いで蔵王温泉(樹氷高原周辺)、蔵王温泉(ロープウェイ・宿街)、山形駅東口と続く。訪問数上位のエリアは、尾花沢市、山形市、天童市に特に集中しており、銀山温泉や蔵王といった有名な観光スポットに極度に訪問が集まっていることがうかがえる。また、これらの訪問も1～2月に特に多くなっていることが確認できる。

・国別に見ると、台湾が最も多く、次いで香港、タイ、中国、マレーシアと続く。割合としては台湾が最も多いが、タイやマレーシアなど東南アジアからの訪問割合が他県と比較しても上位となっている。

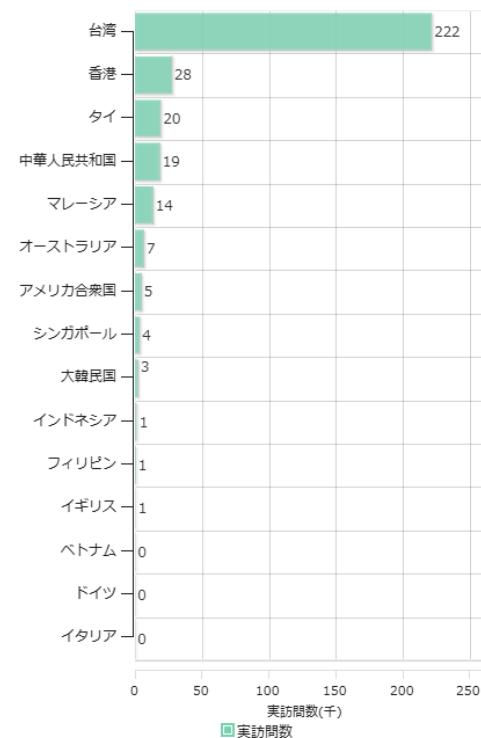


山形新幹線沿線であり、東北のゲートウェイである仙台駅や仙台空港にもほど近い内陸側に訪問が集中している。一方で同じ新幹線沿線である米沢などは相対的に訪問が少ない状況。今後は陸羽西線の再開など、東西をつなぐ手段が回復しつつあることを踏まえ、海外からの訪問者に移動方法の情報をいかに届けるかが訪問増加に向けた課題となる。

■ 訪問上位20スポット

	スポット名	実訪問数
	総合計	323,055
1	尾花沢市 銀山新畑 (銀山温泉)	67,799
2	山形市 蔵王温泉(樹氷高原周辺)	51,862
3	山形市 蔵王温泉(ロープウェイ・宿街)	46,935
4	山形市 香澄町 (山形駅東口)	42,097
5	山形市 蔵王温泉 (バスターミナル～ゲレンデ)	21,417
6	天童市 老野森 (天童駅東北エリア)	16,682
7	天童市 天童 (公園・舞鶴山・温泉)	13,700
8	山形市 上町 (山形駅南西エリア)	10,843
9	山寺・馬口岩	10,513
10	山寺・芭蕉記念館 (立石寺)	6,514
11	米沢城跡	6,378
12	かみのやま温泉	6,098
13	霞城公園・美術・歴史館	5,552
14	郷土館「文翔館」	3,344
15	天童南駅から北方面(ホテル含)	2,126
16	湯野浜温泉	2,102
17	鶴岡駅と南側繁華街	1,560
18	最上峡芭蕉ライン・古口駅	1,263
19	あつみ温泉	1,056
20	米沢駅と駅前東西繁華街	792

■ 訪問上位15か国



出典:東北観光DMP
(データ提供元:株式会社インテージ)

1. 東北のインバウンドの現状
2. 山形県のインバウンドの現状
3. 東北観光DMPから読み解く動態分析
- 4. 東北観光推進機構の事業戦略**
5. 東北エリア・山形県の今後の可能性
6. 空港に期待する役割

はじめに

震災から15年、コロナから3年。

度重なる試練を乗り越えて力強く回復した東北の観光を
これまで以上に飛躍的に伸ばしていく時代へ。

✓観光は、国策として地方創生と経済活性化の中核に位置。

※国の2030年目標：訪日6000万人・消費額15兆円目標

✓人口減少や需要分散等の対応として、これまで以上に
“東北一体での”情報発信とプレゼンス向上が重要性を増す。

✓観光による地域社会への影響も見据え、全国に先駆けて今
から、持続可能な観光地域を目指す取り組みへの着手が必要。

東北観光をとりまく課題

デジタル化の加速

全国各地でデジタル化対応と競争が加速。加えて生成AIの非連続な進化が短期スパンで発生。

宿泊の地域格差拡大

・訪日外国人の増加(19年比125%)と一極集中
・国内宿泊者の減少(19年比 約10%減)

人口減少と人手不足

2030年に東北の生産年齢人口は現状▲5%に、
35年には▲14%となり、観光業の受入に影響。

観光客の価値観変化

「消費型観光」から「持続可能」「関係性重視の観光」
へと価値観と旅行行動がシフト。

政治経済の不安定化

為替変動や外交(関税)状況の変化が加速。
インバウンド観光に直結していく。

“オール東北で”従来の「多くの旅行者を誘客する」から、「東北の自然や文化を尊重し、大切に思う旅行者を迎える観光」へ。“消費される観光”ではなく、“文化と自然と共存する観光”により、**旅行者・地域の事業者・地元住民・自然/文化とともに守り育む、誰もが共感できる新しい東北の観光に挑戦します。**

ビジョン

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

ミッション

【広域連携の深化】

広域連携の深度化を図り、東北一体で観光による
TOHOKUブランドを確立します。

【東北における観光のプレゼンス向上】

広域連携DMOの役割として多様な関係者と連携し、
東北における観光の基幹産業化を図ります。

【観光消費の最大化】

人口減少・少子高齢化の中で、地域の伝統・文化、地域の観光資源、
観光産業を守り継続するため、自治体、地域DMO等との連携を深め、
地域の観光消費額を向上し、持続可能な観光地域を実現します。

【持続可能な観光の推進】

観光を通じて地域住民、旅行者、観光事業者がともに相互理解を深め、
仲間として東北を愛し、守り育んでいく関係性を築きます。



TOHOKUへのインバウンド誘客の 飛躍的拡大

- ・欧米豪市場への本格参入
- ・アジアリピーター市場への戦略的アプローチ
- ・新規市場（インド）への先行的な認知度向上とコース定着化
- ・JNTO等との連携強化によるプロモーションの推進
- ・シーズナリティに応じた誘客平準化の取組み
- ・アドベンチャートラベルの更なる浸透と誘客の拡大
- ・広域での連携による新たな観光ルートの形成

国内誘客の維持・拡大

- ・長期滞在の促進等、東北一体での継続的な取り組み
- ・首都圏などを中心とした全国各地からの戦略的誘客の推進
- ・東北域内の観光流動活性化
- ・「東北まなび旅」のブランド化による教育旅行の更なる普及促進

“広域での” DX/マーケティング の 更なる強化

- ・東北観光DMP等の活用/分析と発信
- ・デジタルマーケティングの推進
- ・AIを活用した観光DX推進

東北観光の高付加価値化と商流構築

- ・高付加価値化の取組み推進
- ・地域DMO/DMC等のコンテンツ商流化の機会提供
- ・グリーンシーズンの誘客促進、スノーシーズンの誘客拡大

持続可能な観光推進・観光人材の育成

- ・“東北ならではの”新しい観光の推進
- ・地域と広域の役割分担化によるガイド育成と質の標準化
- ・フェニックス塾を通じた次代を担う観光人材の育成
- ・自然災害等に対する東北一体での支援と復興プロモーションの展開

ベース：強固な“広域での”連携

KPI①外国人延べ宿泊者数

（参照：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

2028年	インバウンド延べ宿泊者数目標	6県	432万人泊
		7県	523万人泊

※全国に占める東北(6県・7県)のインバウンドシェアを2024年：1.9%→2028年：2.7%（+0.8%）へとシェアアップ

KPI②国内延べ宿泊者数

2028年	国内延べ宿泊者数目標	6県	3,300万人泊
		7県	4,080万人泊

※国内客は全国ベースで回復が進む中、東北は戻しが鈍く、2028年に2019年水準へ段階的に戻すべく目標を設定。

KPI③インバウンド旅行消費額

2028年	インバウンド旅行消費額	6県	890億円
		7県	1,130億円

KPI④国内旅行消費額

2028年	国内旅行消費額	6県	14,900億円
		7県	18,700億円

（参照：観光庁「宿泊旅行統計調査」）

目指すべき姿

1. 「東北」の認知度向上とTOHOKUブランドの確立
東観推が定める重点市場、戦略市場を中心に東北の認知度向上と、彩り豊かな東北の「四季」を通じたTOHOKUブランドの確立を図る
2. 東北域内への商流構築による観光消費額の拡大
首都圏等からの訪日旅行者の東北域内への流動創出、東北のリピーター拡大、域内での複数日滞在などにより観光産業全体の消費額向上を後押しする
3. 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
市場ニーズに合わせたグリーンシーズンの需要創出と、東北の強みである雪を更に活かして、東北全域への誘客拡大を目指す

基本的な事業方針

1. 市場にあわせた戦略的プロモーションの展開
欧米豪市場における長期滞在需要の獲得に向けた「四季」を意識したプロモーション展開、アジア圏のリピーター層をターゲットとした戦略的アプローチにより、東北域内への誘客を拡大する。併せて、インド等の新たなマーケットを開拓するため、JNTO等と連携し継続的な情報収集やアプローチに取組む
2. 大型イベント（旅行博など）を活用した「オール東北」によるプロモーションの実施
東観推が主体となり開催するイベントや、効果が期待できる海外イベント等に出展し「オール東北」で情報発信に取り組み認知度向上を目指す
さらに、旅行会社（ランドオペレーター含む）やDMCとの連携を強化し確実な商品造成に繋げることで実際の商品の販売・誘客に誘導する
3. 東北域外の地域や事業者等と連携した新たな周遊ルートづくり
北海道や首都圏等からの新たな商流・旅行需要の創出に取組む。特に、首都圏訪問を主目的とした訪日旅行者に東北へのサイドトリップを提案し、来訪機会を提供することで、次の来日で東北を目的地とする機運醸成を図る

①成熟市場（台湾）

新規就航した高雄～仙台便の利用促進と、ドライルートの情報提供強化によるリピーターの再訪促進に取組む。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を図り、旅行消費額の拡大を推進する。

市場	事業のポイント
台湾	<ul style="list-style-type: none"> ・日本東北遊楽日の開催内容の見直し ・高雄の旅行博（KTF）へ出展し、直行便の利用促進を強化 ・教育旅行の誘致拡大で双方向の往来促進 ・定期便の維持・拡大を念頭にしたセールスコール

②重点市場（タイ・香港・中国・韓国）

定期便の定着を最重要課題と位置づけ、東北の四季の魅力を活かしたプロモーションを展開し、認知・誘客拡大を推進する。訪日数の拡大を図ることのできるボリュームマーケットのため、東北直行便に加え、首都圏空港からの訪日需要の取り込みにも継続的に注力する。

市場	事業のポイント
タイ	<ul style="list-style-type: none"> ・FITフェアを活用した旅行博出展による東北一体でのイベント・セミナー・商談会の開催 ・サポートデスクを活用した旅行博への出展強化
香港	<ul style="list-style-type: none"> ・仙台空港直行便を活用した誘客促進の強化 ・FIT・リピーター層の取り込み強化を目的とした旅行博出展 ・訴求力のある東北旅行商品の増売強化
中国	<ul style="list-style-type: none"> ・FIT・リピーター層の取り込み強化のための旅行博出展 ・訴求力のあるテーマ性を持った東北旅行商品の増加 ・複数都市での旅行会社へのセミナー・商談会の開催
韓国	<ul style="list-style-type: none"> ・若年層をターゲットに据え、東北のサブカルチャーをメインコンテンツとしたプロモーションを実施 ・FIT・リピーター層の取り込みを強化

③戦略市場（欧州・北米・豪州）

2年目の欧州プロモーションはBtoCを意識した施策展開にも取組む。また、長期滞在が期待できる北米や豪州はアドベンチャートラベルやスノーアクティビティを中心に自然、食、文化の魅力の認知・定着を図る。継続的で重層的なプロモーションを展開することで、消費額の拡大を目指す。

市場	事業のポイント
欧州	<ul style="list-style-type: none"> ・フランスを中心とした欧州での継続的なプロモーション強化により、さらなる認知度向上と旅行商品化を実現する ・関係機関と連携し、旅行博に「オール東北」で出展する ・1年目に構築したトップ層間のネットワークを更に強固なものにするため、現地でのトップセールスを検討する
北米	<ul style="list-style-type: none"> ・関係機関等と連携して旅行博に出展し、東北の認知度向上に努める ・アドベンチャーウィークを開催した強みを活かし、AT関心層の誘客拡大を図る ・新幹線を基軸とした東北・函館一体でのプロモーションの実施
豪州	<ul style="list-style-type: none"> ・JNTOや関係機関との連携を強化し、スノーアクティビティ愛好者の東北への誘致拡大を目的に、旅行博や商談会に出展する ・FIT、リピーター層へ東北のグリーンシーズンを訴求する

④推進市場

（シンガポールなどの東南アジア）

国ごとに選択と集中の戦略に見直し、東観推のサポートデスクと連携の上、東北の「四季」のPR等により、東北の認知拡大・誘客拡大を推進する。

⑤開拓市場（インド）

将来の誘客を見据え、JNTO海外事務所等と連携し、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。また、現地旅行会社との関係構築を図る。

2026年度事業計画（主な事業内容）

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
- ・インバウンド富裕層に通用する高付加価値モデルルート形成・商流化の構築
- ・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・富裕層ガイド・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

1. 東北のインバウンドの現状
2. 山形県のインバウンドの現状
3. 東北観光DMPから読み解く動態分析
4. 東北観光推進機構の事業戦略
5. 東北エリア・山形県の今後の可能性
6. 空港に期待する役割

1 世界は日本を、地域を求め目指している！

- 世界の旅行者は確実に増加している！
- ナショナルジオグラフィックの「2026年に行くべき世界の旅行先25選」に山形県が選出！

2 自然・文化を生かした観光が再評価されている！

- コロナ禍後、混雑していない・豊かな自然が世界的に人気に！
- 東北の持つ自然や歴史文化等の観光資源は、アドベンチャートラベル等の世界的な旅行トレンドと相性がよい
※アドベンチャートラベルの定義における3要素：『アクティビティ』『自然』『異文化体験』

3 持続可能な観光の推進がトレンドに！

- 自然と共生してきた東北の歴史と文化は今後の観光のトレンド
- 山形県の精神文化は、特に欧米豪の旅行者の評価が高い
- 住んでよし、訪れてよし、の地域づくりが今こそ必要！

1. 東北のインバウンドの現状
2. 山形県のインバウンドの現状
3. 東北観光DMPから読み解く動態分析
4. 東北観光推進機構の事業戦略
5. 東北エリア・山形県の今後の可能性
6. 空港に期待する役割

1 アクセス改善による交流人口の拡大

- 機材の大型化、国際線就航は、地方への「行きにくさ」を解消
- アクセスの利便性向上は、発着両面で移動の心理的ハードルを下げる効果あり
- 航空便就航地との交流の拡大

2 地域の拠点としての付加価値向上

- 多様な機能を保有することで空港自体が地域の交流拠点になる
- 地域における新たな交通結節点となれる可能性
- 空港自体が観光資源になる可能性

3 災害時の広域支援拠点

- 災害時における他空港（仙台空港等）の補完機能としての役割
- 鉄道等、他の交通機関の代替輸送手段としての役割
- 機能強化による地域レジリエンス機能の向上

ご清聴ありがとうございました

TOHOKU Fan Clubへのご登録をお願いいたします。



旅東北ホームページ



YouTubeチャンネル
「TOHOKU JAPAN」

