東北エリア

広域周遊プラン プランニングガイド

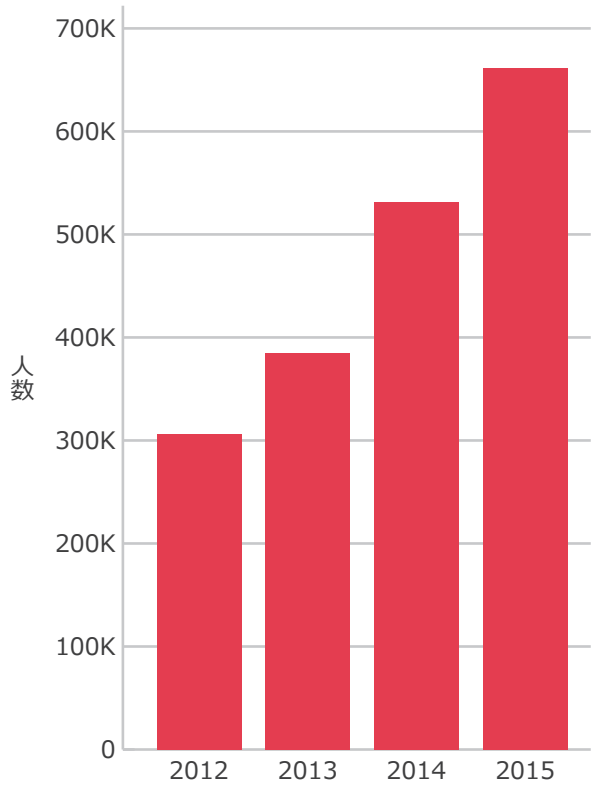
日本政府観光局（JNTO）
インバウンド戦略部
平成29年3月

はじめに

訪日外国人の東北エリアへの来訪者は増加傾向にありますが、
国内の人気観光地と比較すると、大きく水を開けられているのが現状です。

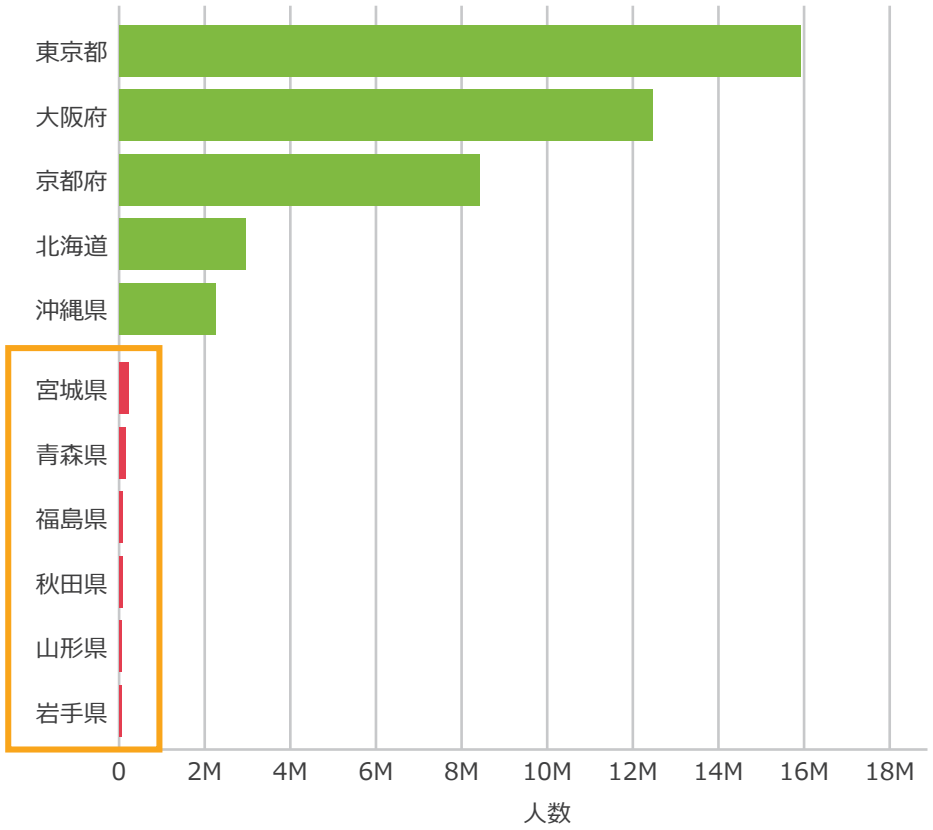
DATA：RESAS（地域経済分析システム）指定地域への国・地域別訪問者数
2015年観光・レジャー目的

訪日外国人来訪者数（東北6県）



訪日外国人来訪者数

K=1,000
M=1,000,000



はじめに

京都でも見られるのでは？
築地でも食べられるのでは？

いまの季節に行っても
見どころがないのでは？

どうやっていくの？
移動が大変なのでは？
交通の便が悪いのでは？

外国人の個人旅行者は「自分の旅程内でいけそうな」
「その場所でしか味わえない体験」を求めています。
いまある観光スポット情報や周遊プランは、そういった
ターゲットニーズに応えられているでしょうか？

はじめに

集客に貢献する周遊プランを作るために、
「ターゲットニーズを強く意識したプランニングプロセス」を取り入れました。
そのプランニングプロセスをまとめたものが、本プランニングガイドです。

旅行者のプランに組み込まれ、
集客に貢献する
周遊プランを作成するために

ターゲットニーズを
十分にくみ取った
プランニングをしましょう！

STEP 01
旅行実態を知る

STEP 02
ターゲットの
インサイトを知る

STEP 03
周遊プランを作る

STEP 01

旅行実態を知る

様々なデータから、訪日外国人観光客の行動パターンを探ります。
彼らにとって、受け入れやすい滞在日数・滞在地パターンを把握します。

活用するデータの特性を把握する

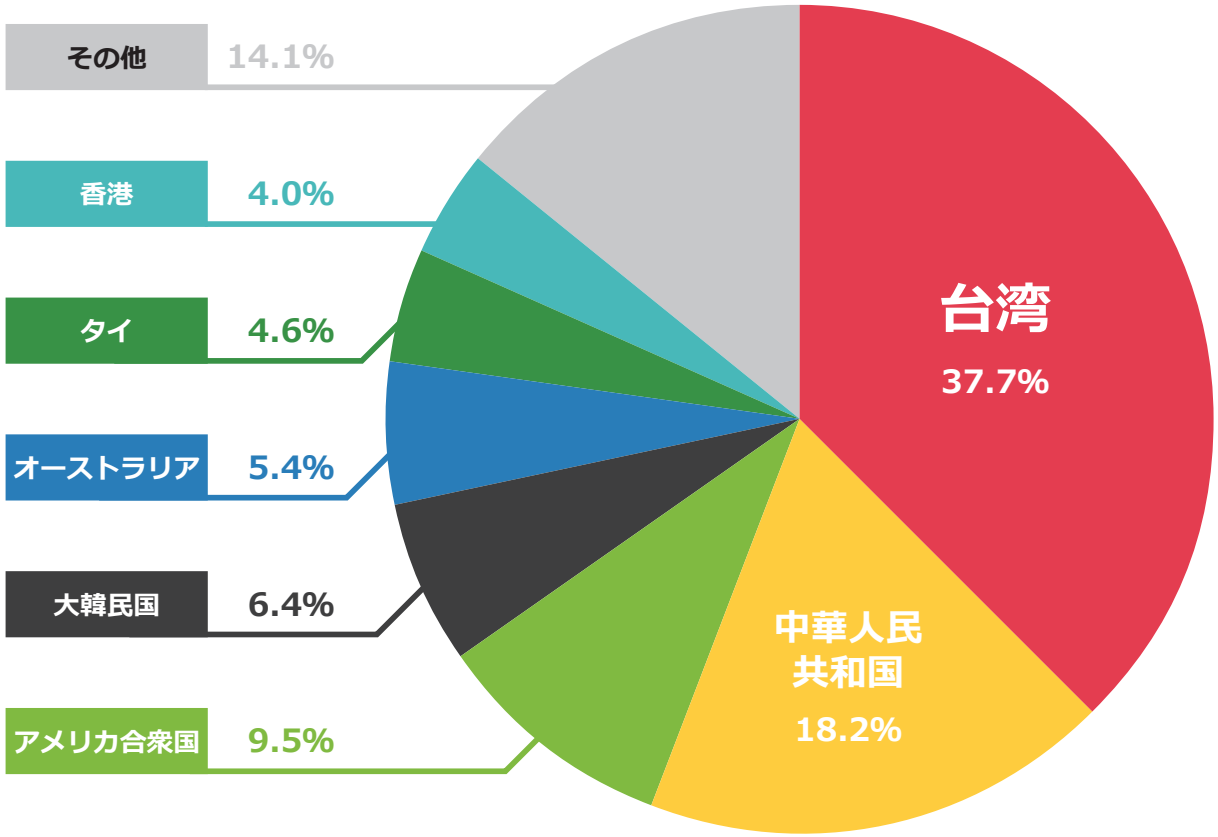
訪日外国人の旅行実態を把握するために、各種調査データを参照します。
今回活用した調査データの種類と利用用途をまとめました。

調査データ	調査元	利用用途
RESAS（地域経済分析システム） 指定地域への国・地域別訪問者数	RESAS（地域経済分析システム）	都道府県ごと × 国・地域ごとの来訪者数を把握する
訪日外国人消費動向調査（2015年）	観光庁	国・地域ごとの特徴（入国空港、宿泊数、同行者など）を 把握する
NAVITIME for Japan Travel	NAVITIME JAPAN	一旅行の旅程全体を記録できているため、 各種クロス分析（滞在日数×訪問都道府県数など）や 市区町村以下のレベルの滞在地、前後の滞在地などを把握する
Round Trip Analyzer （2014年11月～2016年12月）	同上	24時間以内の市区町村間の移動に特化して、移動経路を可視化。 リアルな移動経路を把握する
宿泊旅行統計調査（2015年）	観光庁	月ごと × 都道府県ごと × 国・地域ごとの宿泊者数を把握する

東北エリア内で「来訪者の多い国・地域」を把握する

上位7か国・地域で85%超となるため、
ターゲット候補国・地域を同7か国・地域に絞ります。

DATA：RESAS（地域経済分析システム）指定地域への国・地域別訪問者数
2015年観光・レジャー目的



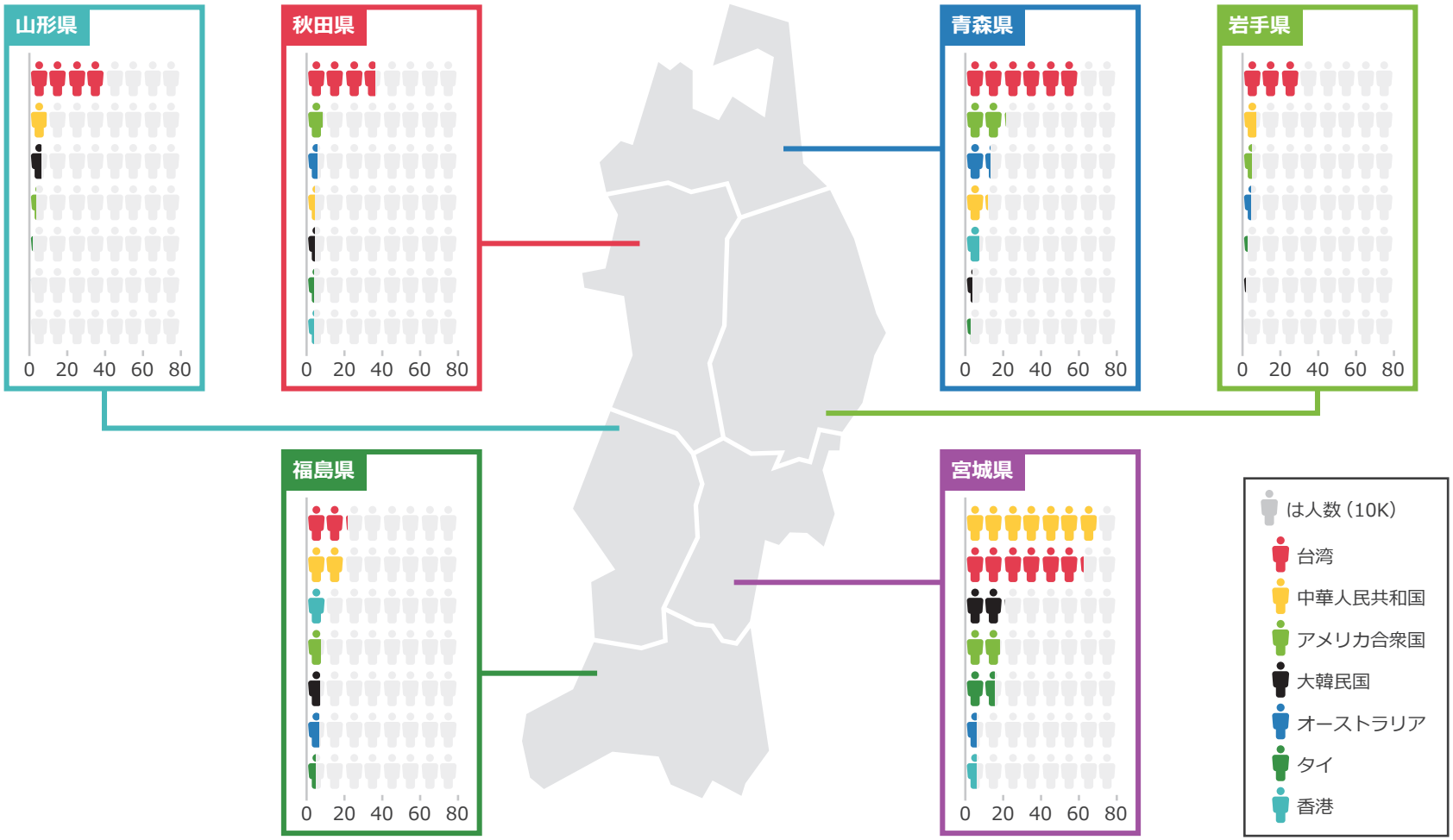
東北エリア内で「来訪者の多い県」と「国・地域」を把握する

宮城県と青森県が多くの訪日外国人観光客を集めています。

国・地域別で見ると、台湾は宮城県以外では各県で来訪トップ。

他の国・地域は訪問県の傾向にばらつきがあります。

DATA：RESAS（地域経済分析システム）指定地域への国・地域別訪問者数
2015年観光・レジャー目的

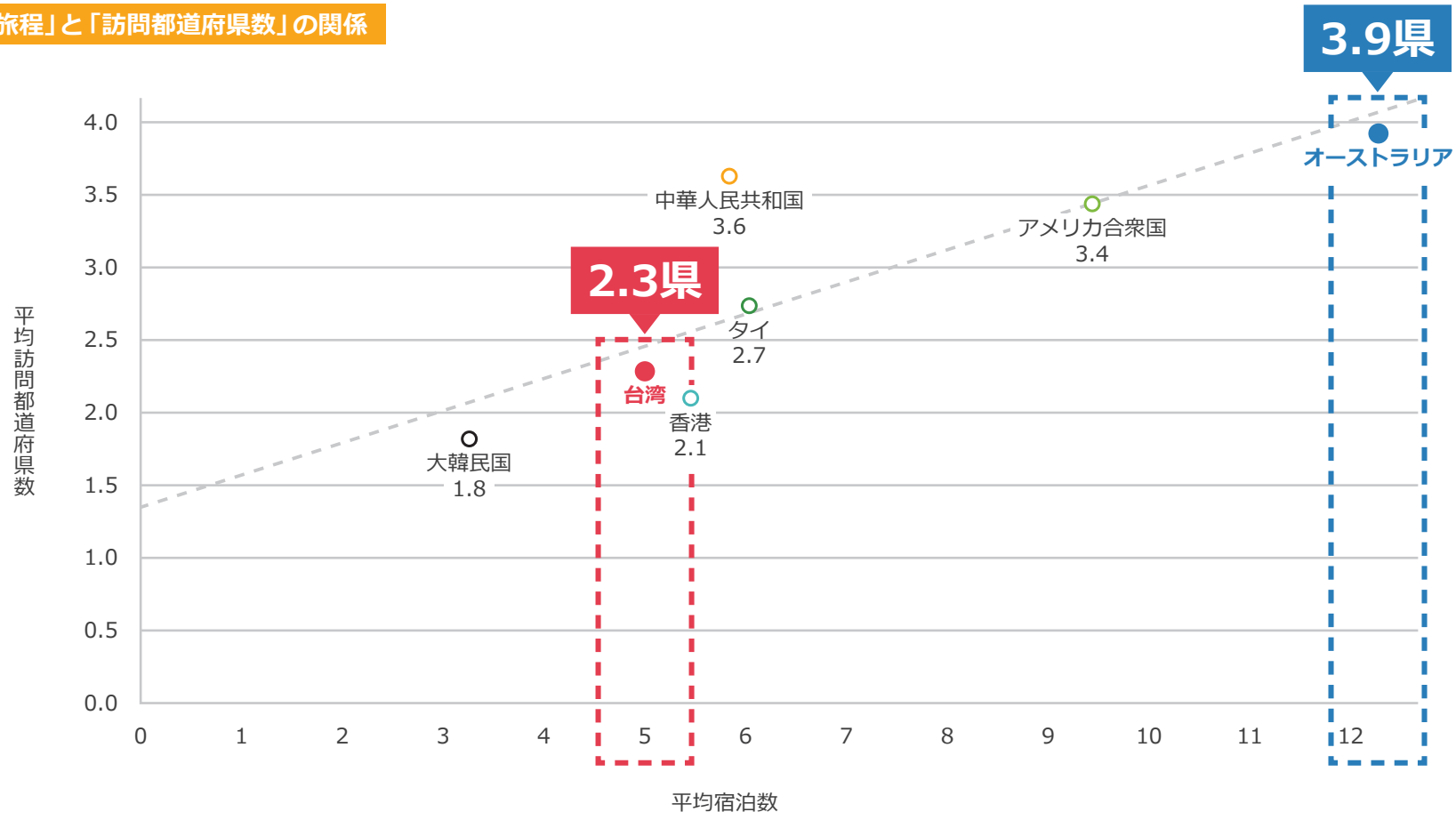


ターゲット候補の「平均的な旅程」と「都道府県訪問率」を把握する

最も来訪者数が多い台湾は平均宿泊数が5泊程度、都道府県の訪問率は2.3県となりました。
最も滞在日数が長く、訪問率が高いのはオーストラリアで、12泊程度で3.9県となりました。
宿泊数の差ほど、訪問県では差がつきません。1旅行に際して、
概ね2～4県の訪問という旅行実態が浮かび上がってきます。

DATA：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
2015年観光・レジャー目的
数字は平均訪問都道府県数

「旅程」と「訪問都道府県数」の関係



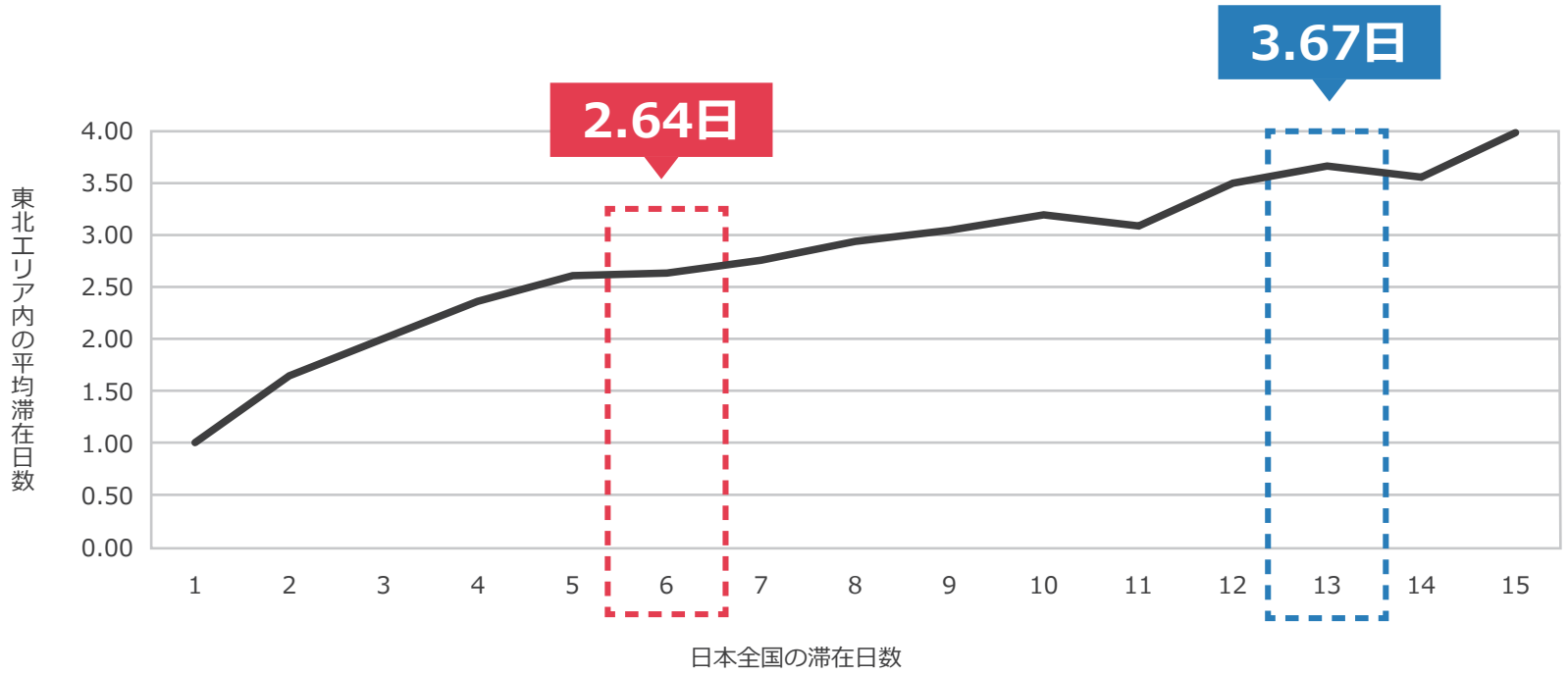
「来訪数が多い国・地域」と「宿泊日数が多い国・地域」に注目する

東北旅行時の平均滞在日数を把握する（東北エリアに滞在した訪日外国人旅行者が対象）

東北エリアに滞在した人の、「日本旅行時の総滞在日数と東北エリア内滞在日数」の関係を調べました。
すると、全旅程が6日の人（台湾に多い滞在日数）は平均滞在日数2.64日という数字が出てきました。
また全旅程が13日の人（オーストラリアに多い滞在日数）は平均滞在日数3.67日という数字が出てきました。
日本旅行時の総滞在日数の長さはさほど影響せず、東北エリア滞在日数は2～4日という実態が見えてきます。

DATA：NAVITIME JAPAN「NAVITIME for Japan Travel」
期間：2014年11月1日～2016年11月30日
※東北エリア滞在者が対象
※東北エリアは青森県・岩手県・秋田県・宮城県・山形県・福島県の6県
※同一1kmメッシュ内にて30分以上連続してデータが取得できた場合を滞在と定義

「日本旅行時の総滞在日数と東北エリア内滞在日数」の関係

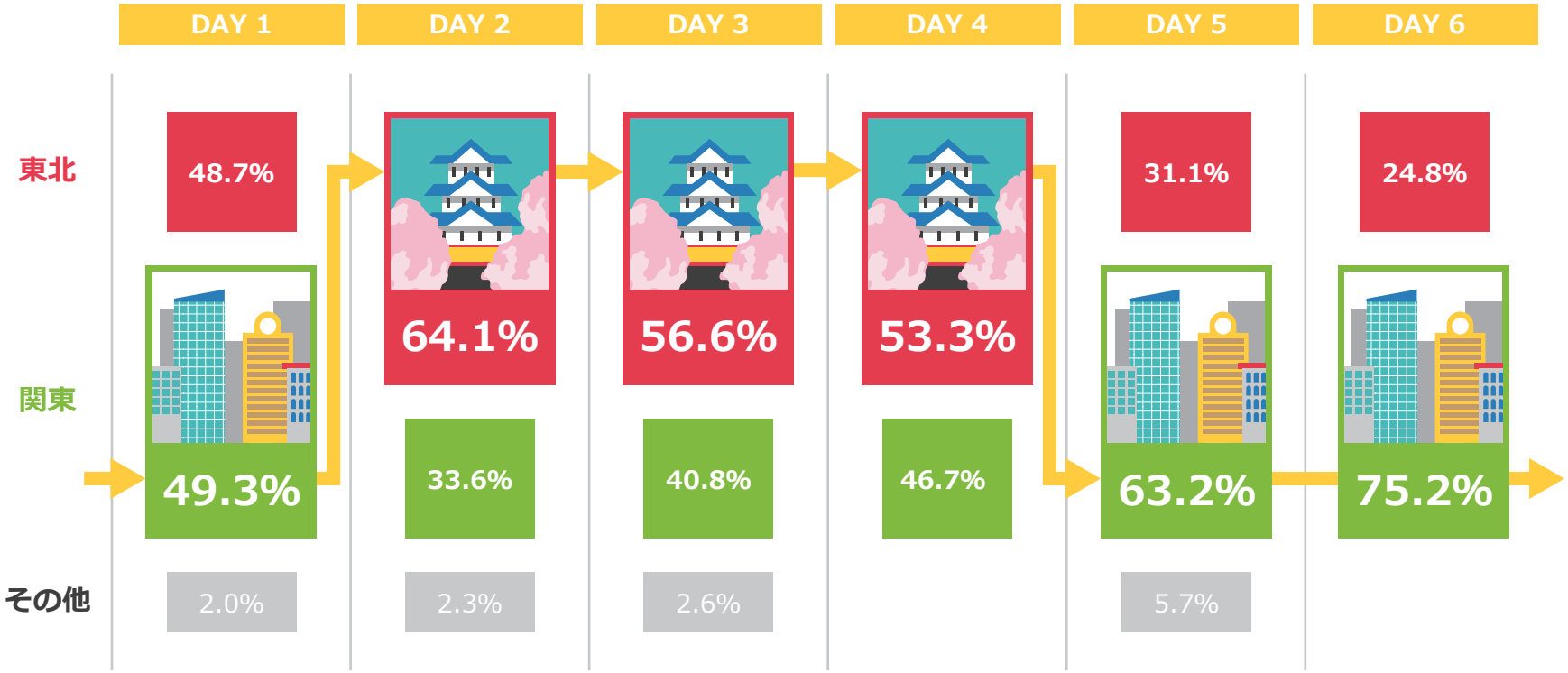


一般的な東北エリア滞在パターンを把握する（日本6日滞在の場合）

旅程は関東エリアとのコンビネーションで形成されます。
5～6日目が関東エリアが多く、間の2～4日目は東北エリアが多く、
1日目は東北と関東で半々というパターンが見えてきました。

DATA：NAVITIME JAPAN「NAVITIME for Japan Travel」
期間：2014年11月1日～2016年11月30日
※東北エリア滞在者かつ日本滞在日数が6日だった訪日外国人の、日ごとの滞在地を市区町村単位で集計して、各日の上位30の滞在地ランキングを作成。日ごとの滞在者総数を母数として、滞在地ごとの構成比を算出
※東北エリアは青森県・岩手県・秋田県・宮城県・山形県・福島県の6県
※同一1kmメッシュ内にて30分以上連続してデータが取得できた場合を滞在と定義

日本6日滞在の場合

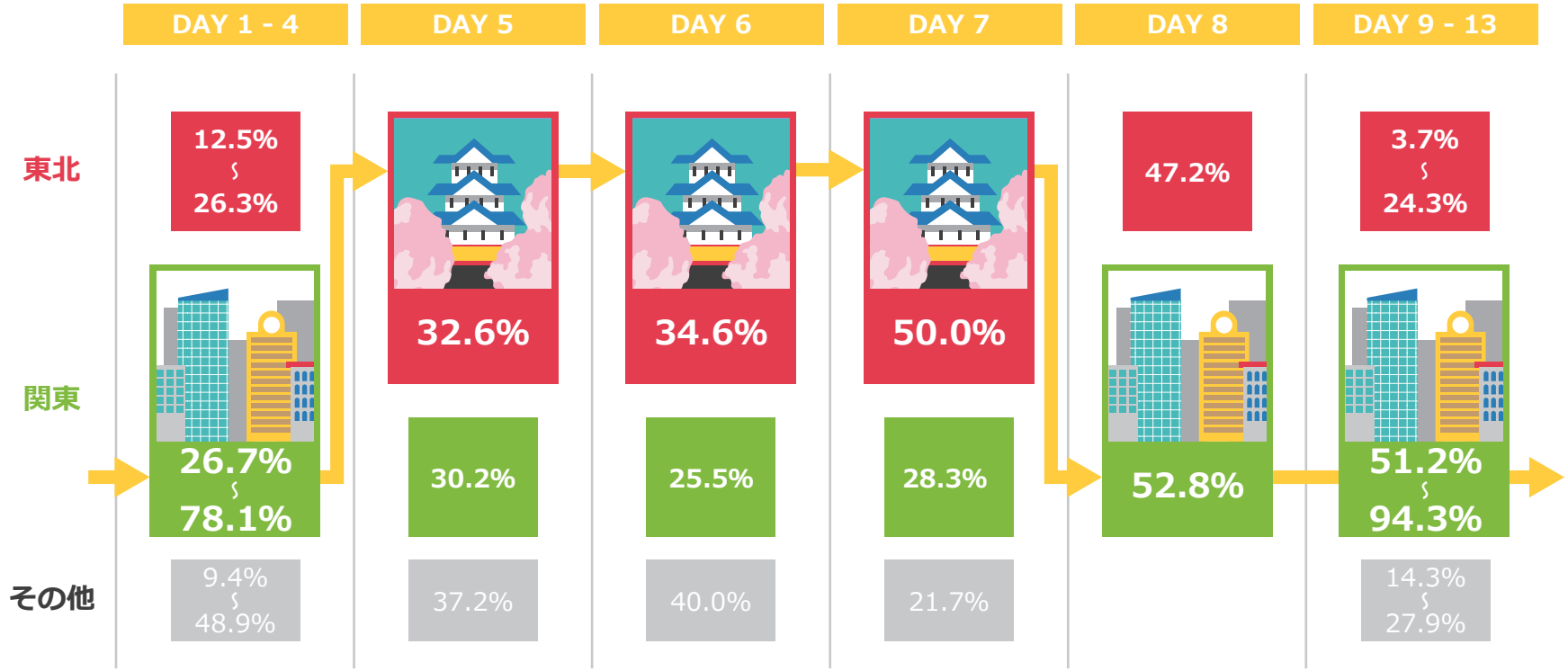


一般的な東北エリア滞在パターンを把握する（日本13日滞在の場合）

旅程は全国各地とのコンビネーションで形成されます。
5～7日目に東北エリアが相対的に高くなります。
８日目は東北と関東で半々というパターンが見えてきました。

DATA：NAVITIME JAPAN「NAVITIME for Japan Travel」
期間：2014年11月1日～2016年11月30日
※東北エリア滞在者かつ日本滞在日数が13日だった訪日外国人の、日ごとの滞在地を市区町村単位で集計して、各日の上位30の滞在地ランキングを作成。日ごとの滞在者総数を母数として、滞在地ごとの構成比を算出
※東北エリアは青森県・岩手県・秋田県・宮城県・山形県・福島県の6県
※同一1kmメッシュ内にて30分以上連続してデータが取得できた場合を滞在と定義

日本13日滞在の場合



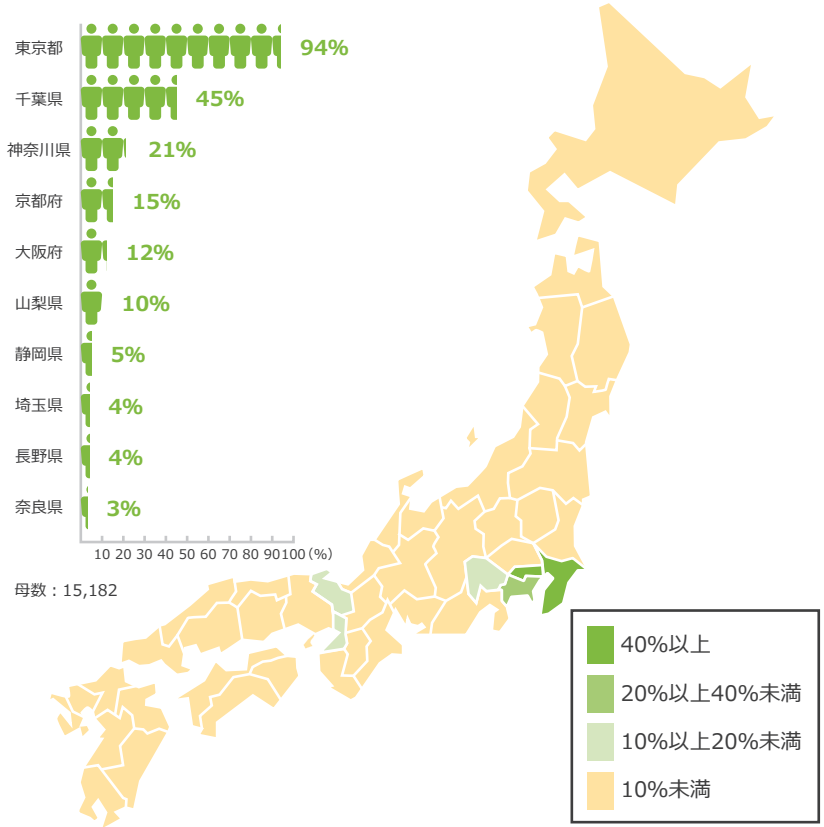
日本6日滞在の場合：東北エリアの滞在を＋1日増やすためのヒント

「成田・羽田空港からの入国者」を対象に、入国初日の宿泊地の違いによって、その後の旅程の範囲がどのように変わるかを確認しました。その結果、「入国初日、東北に宿泊した人」は「割合は少ないものの存在する」こと、「その後の旅程が東北に集中する」こと、が把握できました。「入国初日、東北宿泊させること」が大きなヒントになりそうです。

DATA：NAVITIME JAPAN「NAVITIME for Japan Travel」
期間：2014年11月1日～2016年11月30日
※東北エリアは青森県・岩手県・秋田県・宮城県・山形県・福島県の6県
※21時～翌3時までの間において、当該ユーザが最後に測位された場所を宿泊地と定義し、当該宿泊地の宿泊者として計上

入国初日首都圏宿泊者の移動圏域

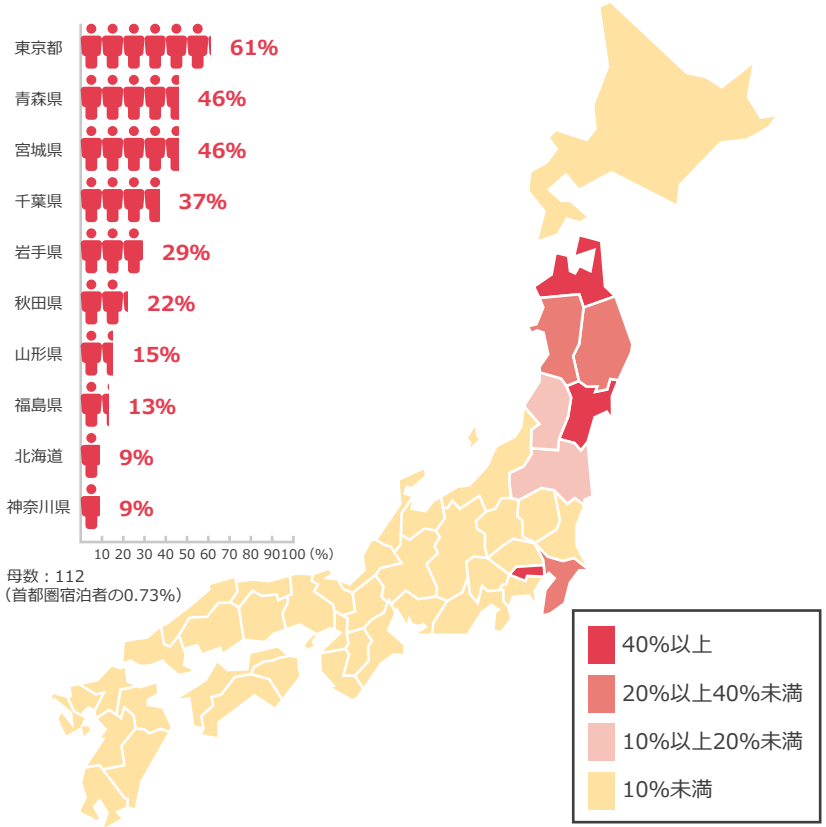
- 初日に首都圏に泊まった人の全旅程における滞在先を都道府県毎に集計
- 滞在：同一1kmメッシュ内にて30分以上連続してデータを取得



母数：15,182

入国初日東北宿泊者の移動圏域

- 初日に東北に泊まった人の全旅程における滞在先を都道府県毎に集計
- 滞在：同一1kmメッシュ内にて30分以上連続してデータを取得



母数：112
（首都圏宿泊者の0.73%）

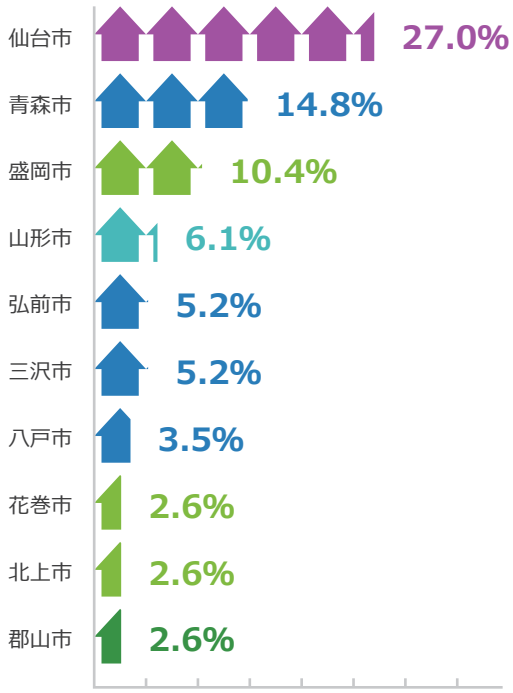
日本6日滞在の場合：東北エリアの滞在を＋1日増やすためのヒント

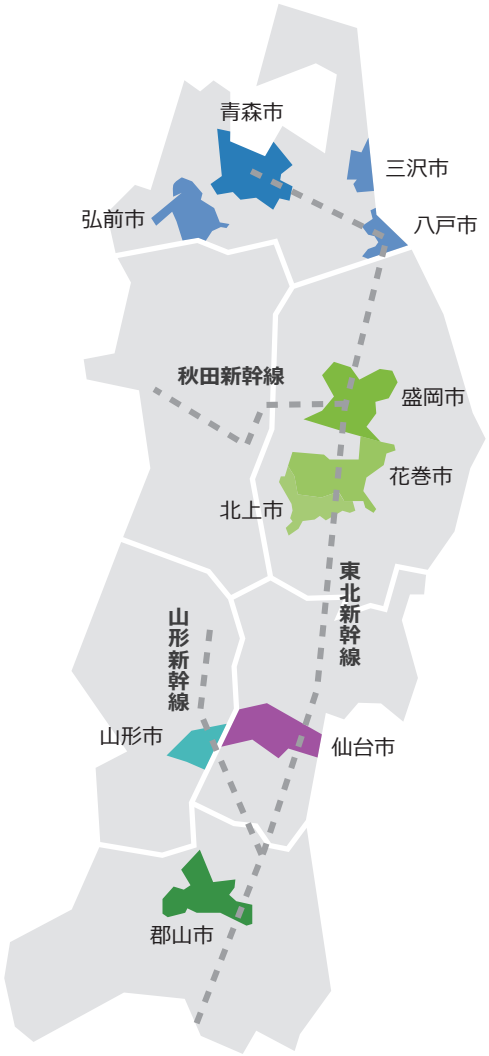
成田・羽田空港からの入国者のうち「入国初日、東北に宿泊した人」が、「どの市区町村に宿泊したか」を確認しました。
仙台・青森・盛岡が中心になっていることから、新幹線駅のある主要都市が選ばれていることが把握できました。
入国初日は日本までの空路移動の時間もあり、疲労状態が濃いことが想定されます。本来であれば入国地周辺に宿泊したいところを、さらなる移動を強いることになります。「非常に魅力的な宿泊地であること」「交通手段が確保されていること」をきちんと伝え、心理的な負担を下げる工夫が必要になります。

母集団：羽田空港および成田空港から入国して
入国初日に東北に宿泊した人

母数：115

市区町村別宿泊者数



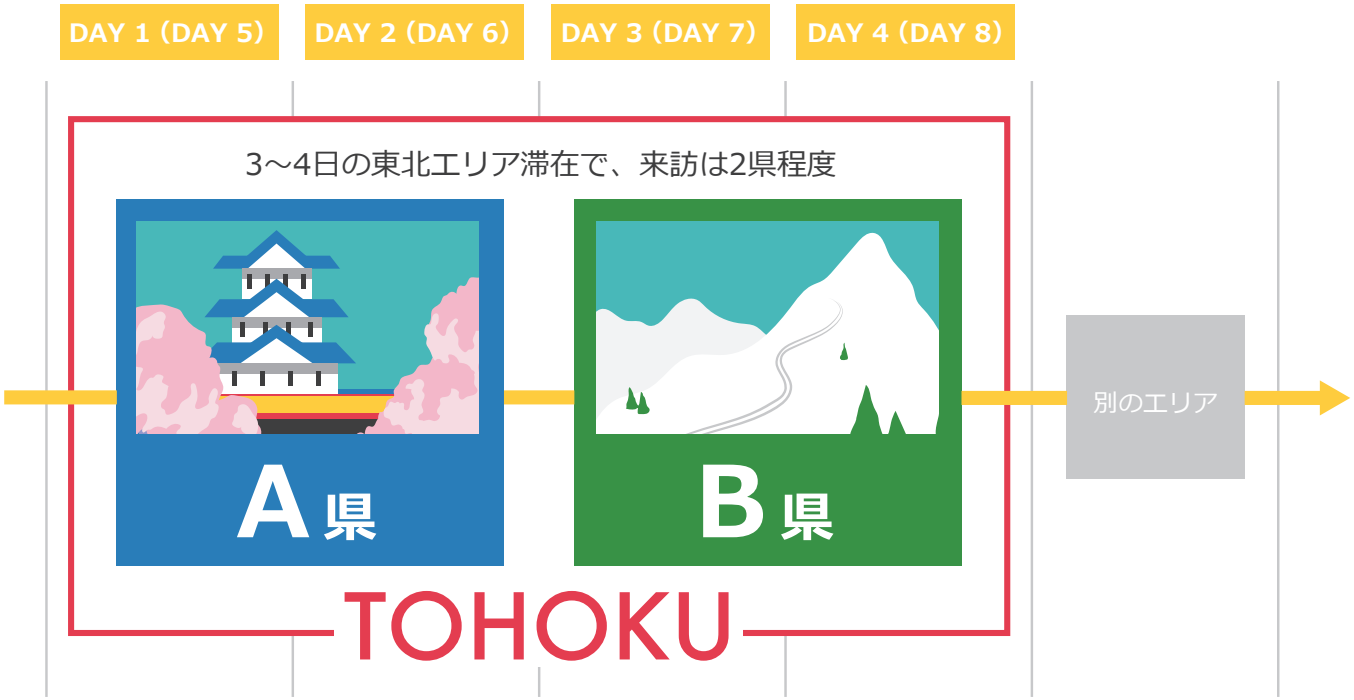


DATA：NAVITIME JAPAN「NAVITIME for Japan Travel」
期間：2014年11月1日～2016年11月30日
※東北エリアは青森県・岩手県・秋田県・宮城県・山形県・福島県の6県
※21時～翌3時までの間において、当該ユーザが最後に測位された場所を宿泊地と定義し、当該宿泊地の宿泊者として計上

東北エリアの滞在パターンをまとめる

東北エリアでの滞在パターンは「3～4日程度、滞在県数は2県程度」にまとめることができます。
次以降のステップで、現在よく旅行されている、東北エリアの滞在県の組み合わせについて調べます。

日本6日滞在の場合（日本13日滞在の場合）



宿泊地として、
関係の強い県の組み合わせを把握する

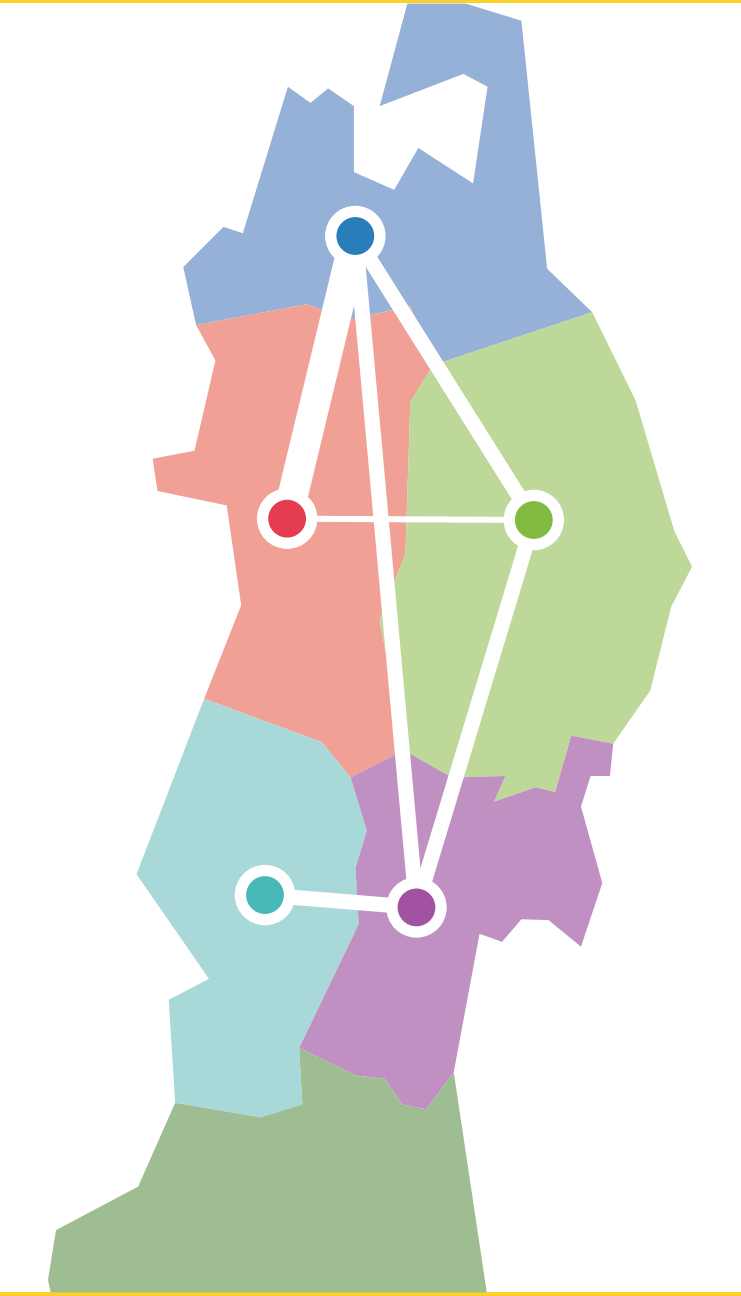
東北６県に１日以上宿泊した訪日外国人の、前日と当日の宿泊地の組み合わせを見ることで、東北各県間の関係の強さを把握しました。

主だった強い組み合わせを抽出します。
最も多くの宿泊者がいた組み合わせは「青森県×秋田県」。
ついで「青森県×宮城県」「岩手県×宮城県」「宮城県×山形県」、
更に「岩手県×秋田県」と続きました。

これらの組み合わせから、周遊プランの滞在県の組み合わせを作ります。

福島県は10名を超える宿泊者がいる組み合わせ県がありませんでした。

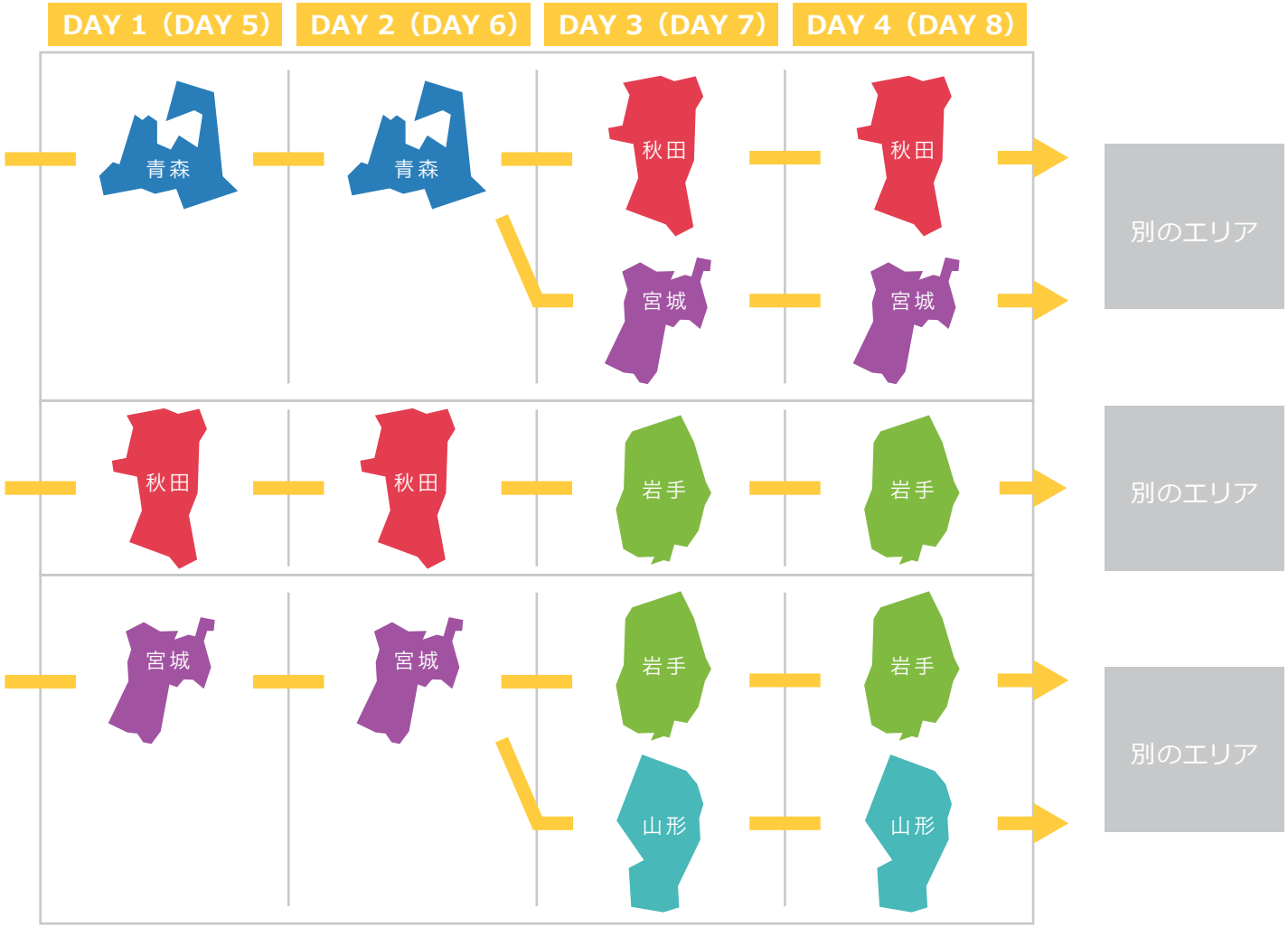
傾向として、隣接県間のつながりが強いと言えます。
青森県と宮城県だけ、隣接県以外でつながりが強くなっています。



DATA：NAVITIME JAPAN「NAVITIME for Japan Travel」
期間：2014年11月1日～2016年11月30日
※東北6県に1日以上宿泊した訪日外国人が対象
※主だった強い組み合わせを線で結んだ
※21時～翌3時までの間において、当該ユーザが最後に測位された場所を宿泊地と定義し、当該宿泊地の宿泊者として計上

受容度の高い、周遊プランのパターンをまとめる

日本6日滞在の場合（日本13日滞在の場合）



STEP 02

ターゲットのインサイトを知る

特徴的な市場をターゲットとして設定し、定量・定性の両面で情報を集めます。
性別や年齢、同行者のパターン、旅行の目的と旅行の時期を把握します。

ターゲット国・地域を設定する

次以降のステップで、国・地域ごとに属性を確認していくため、この段階でターゲット国・地域を設定します。
これまでに見た旅行実態から、来訪者数が圧倒的に多い台湾は効果が出やすいと思われ、ターゲットにすべきと考えます。
また周遊プランの作成という目的から考えると、１旅行あたりの宿泊数が多く、訪問県が多いオーストラリアもターゲットとして魅力的です。
ターゲット国・地域を台湾とオーストラリアに設定し、さらに旅行実態を明らかにしていきます。

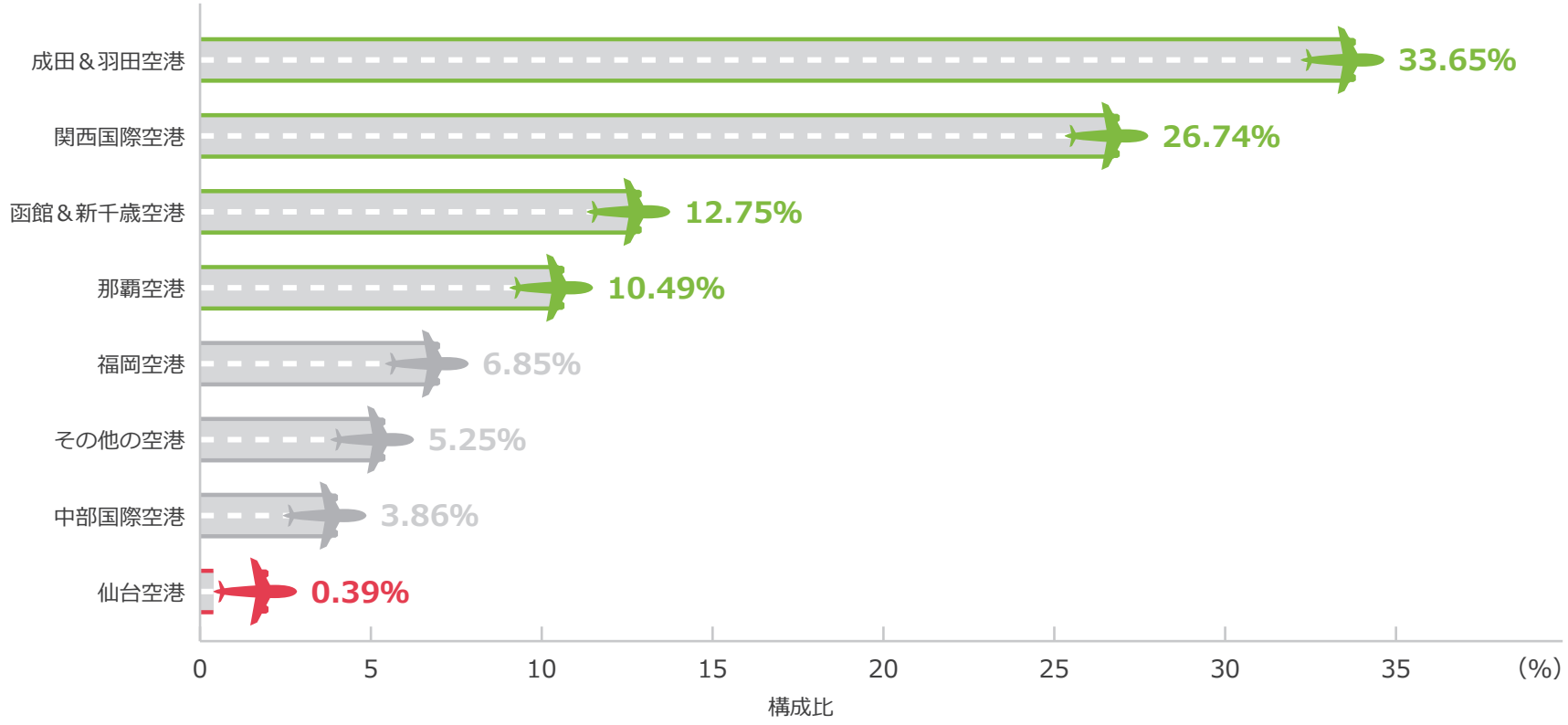
訪日旅行者（台湾）の属性を把握する

入国空港が東京圏と関西国際空港と北海道圏と沖縄に分かれます。

東北方面に向かう旅行者の大部分は東京圏からの入国だと想定されます（仙台空港はまだ数字が小さいです）。

DATA：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
2015年。入国空港は観光・レジャー目的

入国港（台湾）



訪日旅行者（台湾）の属性を把握する

訪日回数は豊富で、女性の20～40代、男性30代がボリュームゾーンになります。
同行者は家族や友人が多く、宿泊場所は、ホテルと旅館で9割を超えます。

DATA：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
2015年観光・レジャー目的

来日回数別平均宿泊数

来日回数	平均宿泊数	
1回目	4.6	22.2%
2回目	4.7	20.6%
3回目	5.0	13.8%
4回目	5.8	9.1%
5回目	5.0	8.3%
6～9回目	5.3	12.2%
10～19回目	5.5	8.3%
20回以上	5.4	5.6%

同行者別平均宿泊数

同行者	平均宿泊数	
家族・親族	4.8	45.6%
友人	5.1	24.9%
夫婦・パートナー	4.8	14.9%
自分ひとり	6.8	8.2%
職場の同僚	4.1	5.8%
その他	4.9	0.5%

性別年齢別平均宿泊数

性別	年齢	平均宿泊数	
男性	20歳未満	6.0	1.6%
	20代	5.3	10.1%
	30代	4.7	13.6%
	40代	4.7	8.5%
	50代	5.0	4.4%
	60代	4.6	2.5%
	70代以上	5.1	0.5%
女性	20歳未満	4.8	2.1%
	20代	5.1	15.6%
	30代	5.0	20.0%
	40代	5.1	12.0%
	50代	4.8	6.1%
	60代	5.1	2.6%
	70代以上	8.3	0.5%

宿泊場所別平均宿泊数

宿泊場所	平均宿泊数	
ホテル（洋室中心）	4.8	70.0%
旅館（和室中心）	5.0	23.8%
親族・知人宅	12.2	2.4%
ユースホステル・ゲストハウス	7.5	2.1%
別荘・コンドミニアム	6.1	0.6%
その他	7.7	0.9%
学校の寮・会社所有の宿泊施設	6.6	0.2%

訪日旅行者（台湾）のインサイト

DATA：訪日経験有りの台湾在住者へのインタビュー

共通

- 台湾にはないもの
- 東京 / 大阪 / 京都 / 北海道 / 沖縄は経験済で、そこでは楽しめないもの
- 地方部は行き方が分からない
- 四季で景色が変わるのが日本の魅力
- ＳＮＳ投稿映えするコンテンツが好き

魅力を感じるもの

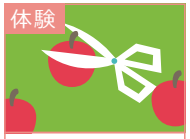
自然

桜や雪や紅葉など、季節を感じさせる美しい自然

文化

地域色豊かな祭り / 風習 / 文化

体験



体験コンテンツ（漁業体験 / フルーツ狩り / 酒蔵体験 / 工芸品製作）但し暑い時期の屋外体験は好まれない

買い物

何回日本に来ても、大都市での買い物は必須

魅力を感じるもの

体験

子供にとって良い思い出になりそうな体験（漁業体験 / 工芸品製作 / フルーツ狩り / キッズパーク）但し暑い時期の屋外体験は好まれない

買い物

大都市での買い物時間は必須（母親）
父と子供は観光、母は買い物、というパターンはよくある

旅行のスタイル

- 交通の便が悪いところでもＯＫだが、移動時間が長いのはもったいないと感じる
- 毎晩宿が変わることも許容できるが、できれば避けたい

休みの時期

- 仕事が一段落ついた時の土日 + 有給
- 4 月と 10 月の連休に、有給をくっつけて、4・5 泊旅行にすることが多い

旅行のスタイル

- 長い移動は子供がＮＧ
- 荷物が多いのと、子供の慣れの問題もあり、頻繁な宿替えは避けたい

休みの時期

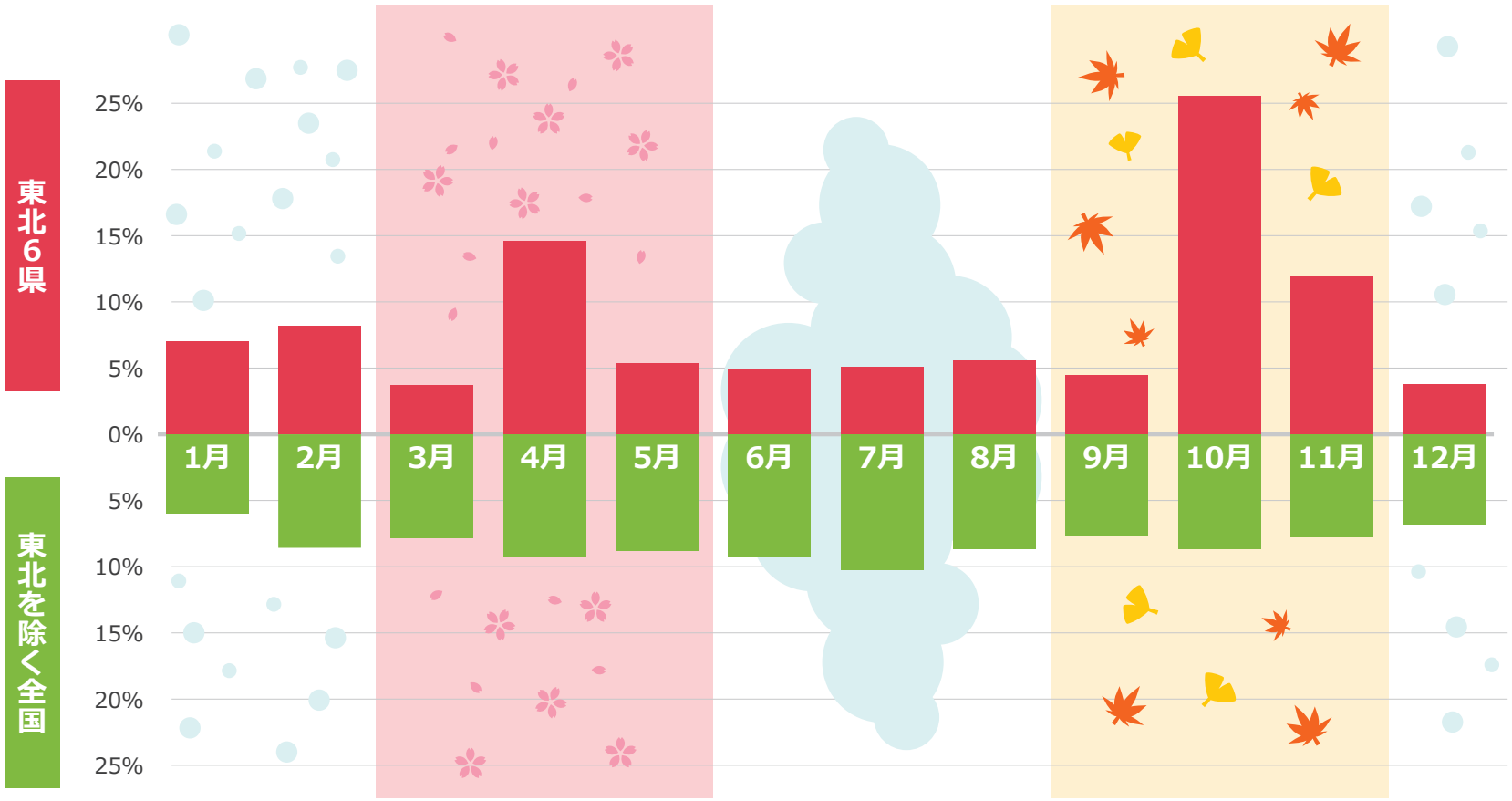
- 子供の夏休みの時期になるので 7～8 月中心
- 祖父母も交えた旅行なら春節時期の旅行もあり得る

訪日旅行時期（台湾）を把握する

全国的な傾向と比べて、4月と10～11月が増えていて、1～2月が全国並み、5～9月と12月が少なめになっています。
桜と紅葉と雪が目的であることが想定されます。

DATA：観光庁「宿泊旅行統計調査」
2015年。外国人延べ宿泊数。従業員10名以上の施設（参考第１表）

延宿泊者数の月別構成比

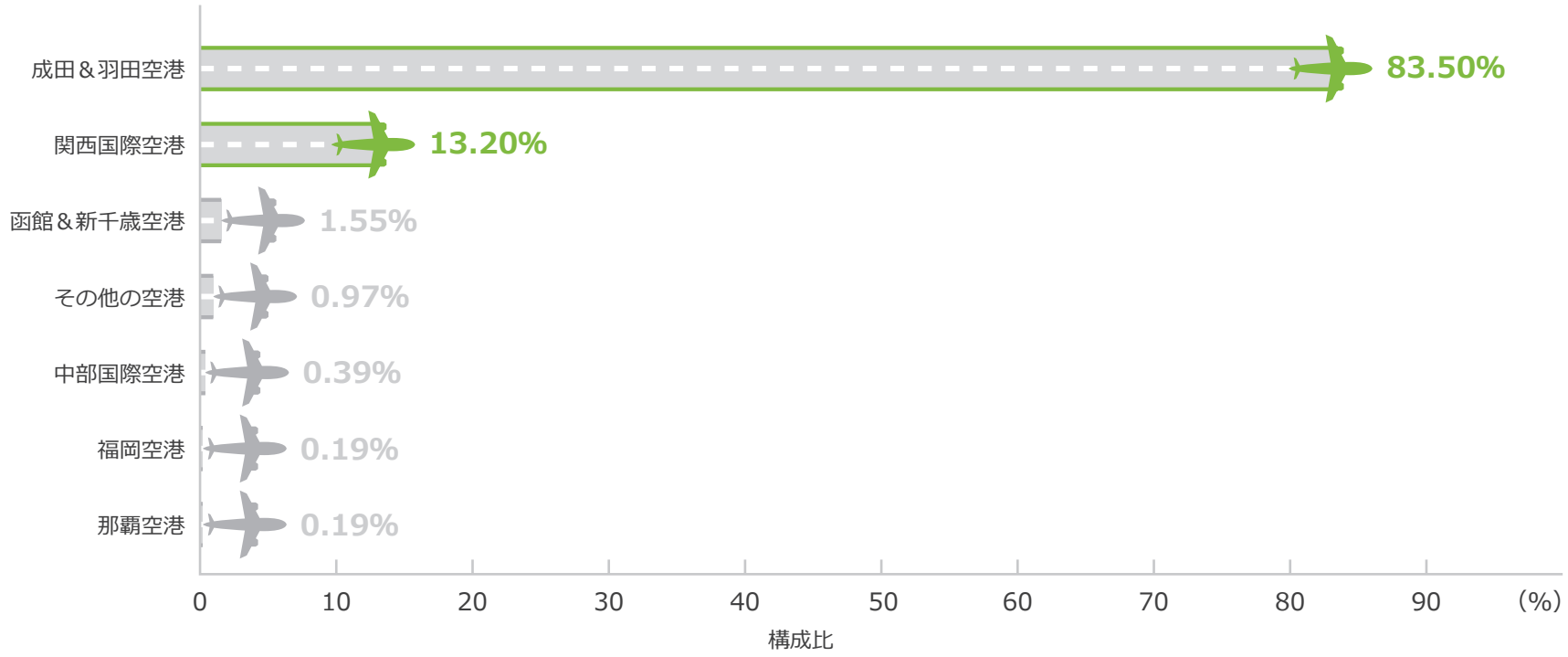


訪日旅行者（オーストラリア）の属性を把握する

オーストラリア人は入国空港が東京圏と関西国際空港に分かれます。
東北方面へ向かう旅行者の大部分は東京圏からの入国だと想定されます。

DATA：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
2015年。入国空港は観光・レジャー目的

入国港（オーストラリア）



訪日旅行者（オーストラリア）の属性を把握する

男女の20代がボリュームゾーンとなり、同行者は夫婦・家族・友人が多いです。
来日経験は初来日となる人が多いと想定されます。旅館やゲストルームなども活用している様子がうかがえます。

DATA：観光庁「訪日外国人消費動向調査」
2015年観光・レジャー目的

来日回数別平均宿泊数

来日回数	平均宿泊数	
1回目	13.0	64.7%
2回目	11.2	18.1%
3回目	10.9	8.0%
4回目	10.2	2.3%
5回目	13.6	2.9%
6～9回目	7.3	2.1%
10～19回目	11.9	0.8%
20回以上	9.4	1.2%

同行者別平均宿泊数

同行者	平均宿泊数	
家族・親族	12.0	23.3%
友人	13.1	22.9%
夫婦・パートナー	11.9	35.2%
自分ひとり	12.7	18.0%
職場の同僚	7.3	0.6%
その他	0.0	0.0%

性別年齢別平均宿泊数

性別	年齢	平均宿泊数	
男性	20歳未満	10.9	1.4%
	20代	13.8	18.7%
	30代	10.9	12.5%
	40代	12.2	7.0%
	50代	11.5	10.1%
	60代	13.6	5.3%
	70代以上	10.5	2.7%
女性	20歳未満	13.4	1.6%
	20代	12.8	17.5%
	30代	11.1	7.2%
	40代	10.8	5.3%
	50代	11.8	4.1%
	60代	13.3	4.5%
	70代以上	13.0	2.3%

宿泊場所別平均宿泊数

宿泊場所	平均宿泊数	
ホテル（洋室中心）	12.2	58.3%
旅館（和室中心）	13.7	17.0%
親族・知人宅	14.7	4.2%
ユースホステル・ゲストハウス	15.2	9.7%
別荘・コンドミニアム	12.1	2.4%
その他	14.9	8.2%
学校の寮・会社所有の宿泊施設	9.5	0.3%

訪日旅行者（オーストラリア）のインサイト

DATA：オーストラリア在住者へのインタビュー及び過去の各種ヒアリング資料

共通

- 日本に行った回数は少ない
- 視野を広げるために、進んで異文化を体験したい。冒険色を好む
- 大都市のにぎわいと美しい自然があること、四季によって景色が大きく変わることを知っている
- 地方部は行き方が分からない
- チェックインを繰り返すのは面倒だから、同じ宿に2連泊以上したい

魅力を感じるもの

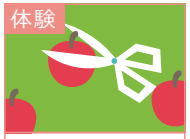
自然

桜や雪や紅葉など、季節を感じさせる美しい自然

文化

歴史を感じさせる街並み、風習 / 文化

体験



体験コンテンツ（漁業体験 / 酒蔵体験 / 工芸品製作）

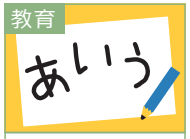
レジャー

母国ではスキーは高価なレジャー。お手頃料金で良質な雪が楽しめる日本のスキー場は魅力

他にも 現代カルチャー（ハイテク、アニメ、ネオン街）/ インスピレーションを得やすい、静かな環境

魅力を感じるもの

教育



日本語（外国語教育）、礼儀作法に触れる体験

文化

子供にとって良い経験になる、教育的な日本文化観光（武家文化 / 遺跡）

体験

子供にとって良い経験になり、子供が喜びそうな体験（漁業体験 / 工芸品製作 / フルーツ狩り / キッズパーク）

レジャー

母国ではスキーは高価なレジャー。お手頃料金で良質な雪が楽しめる日本のスキー場は魅力

旅行のスタイル

- 最初の旅行では、有名なところ（東京・大阪・京都・広島）をまわりたい
- その上でローカルエリアにも行ってみたい

休みの時期

- 長い休みであっても、前もって決めておけば、時期を問わず、いつでもとれる

旅行のスタイル

- 子供優先
- 長い移動は子供がＮＧ

休みの時期

- 子供の学校が休みの時。年４回の長期休みがある

2016 年 NSW 州（シドニー）
・4/9～4/26　・7/2 ～ 7/18
・9/24～10/9　・12/17～1/29

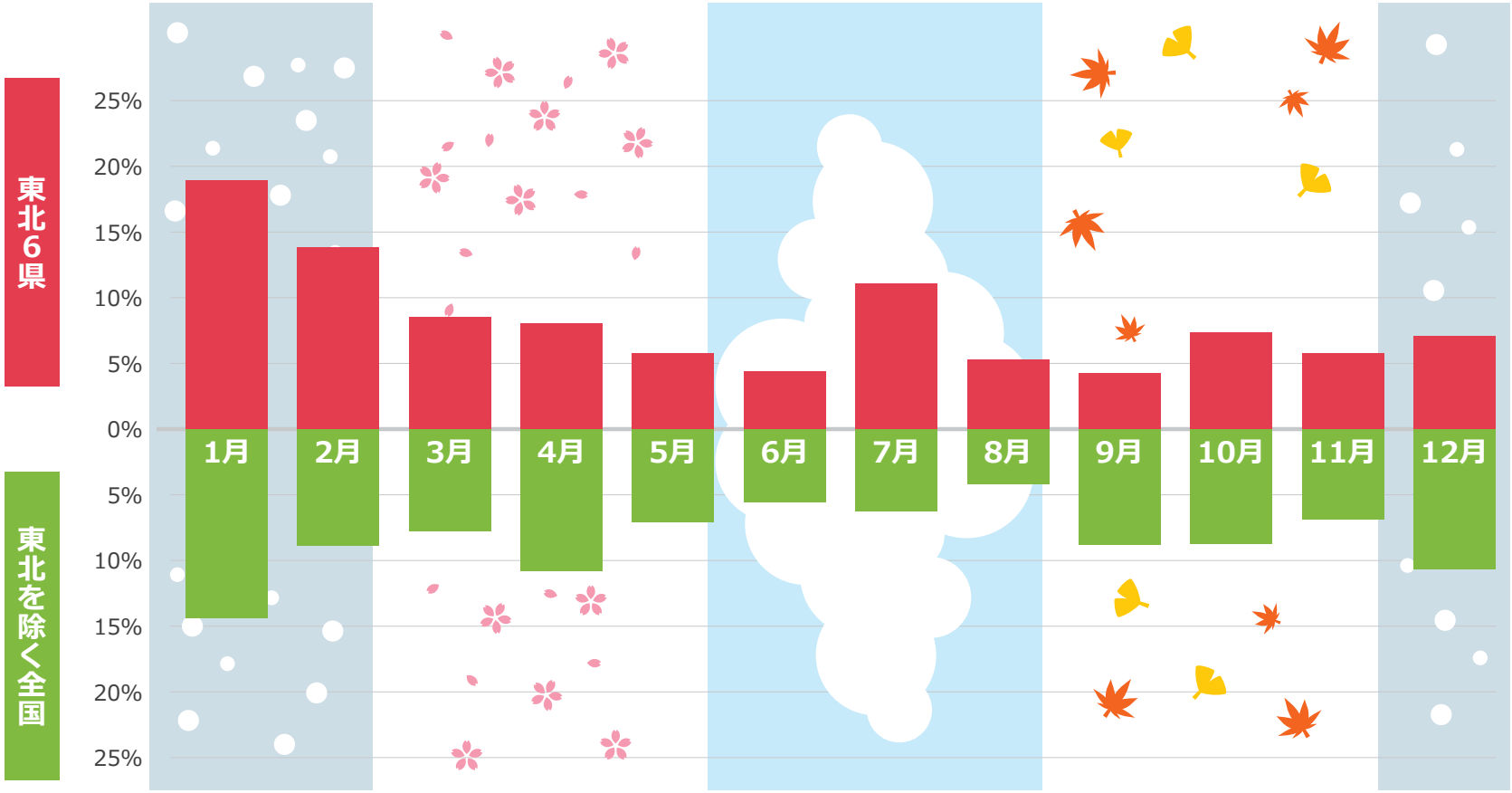
訪日旅行時期（オーストラリア）

東北での宿泊は、スキー需要のため1～2月が突出しています。

全国的な傾向と比べ、4月の宿泊が少なく、7月の宿泊が多い印象を受けます。

DATA：観光庁「宿泊旅行統計調査」
2015年。外国人延べ宿泊数。従業員10名以上の施設（参考第１表）

延宿泊者数の月別構成比



STEP 03

周遊プランを作る

旅行実態から見えてきた旅程パターンと、ターゲットインサイトから見えてきた旅行スタイルを元に、季節ごとに強い訴求力をもつ観光資源と紐づけ、ターゲットごとの周遊プランを作成します。

STEP 03：周遊プランを作る

台湾 20代 女子旅

旅行スタイルと旅程パターン

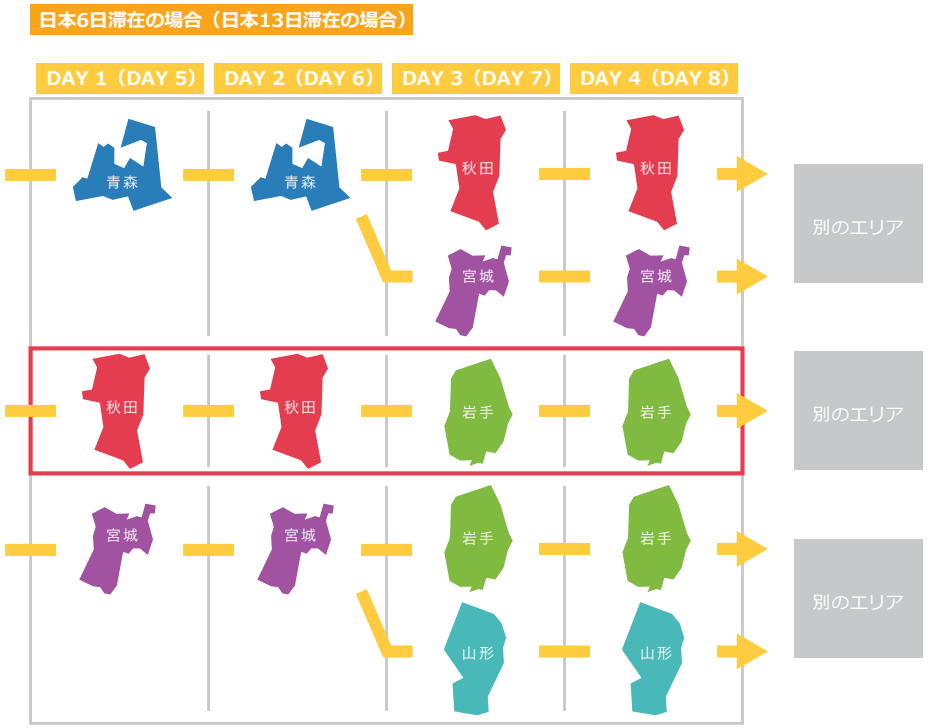
ここでは一例として、
「紅葉時期」の「秋田×岩手」の周遊パターンを作成します。

ターゲットの旅行スタイル

・桜（4月後半）
・紅葉（10月後半～11月）
・雪（1～2月）

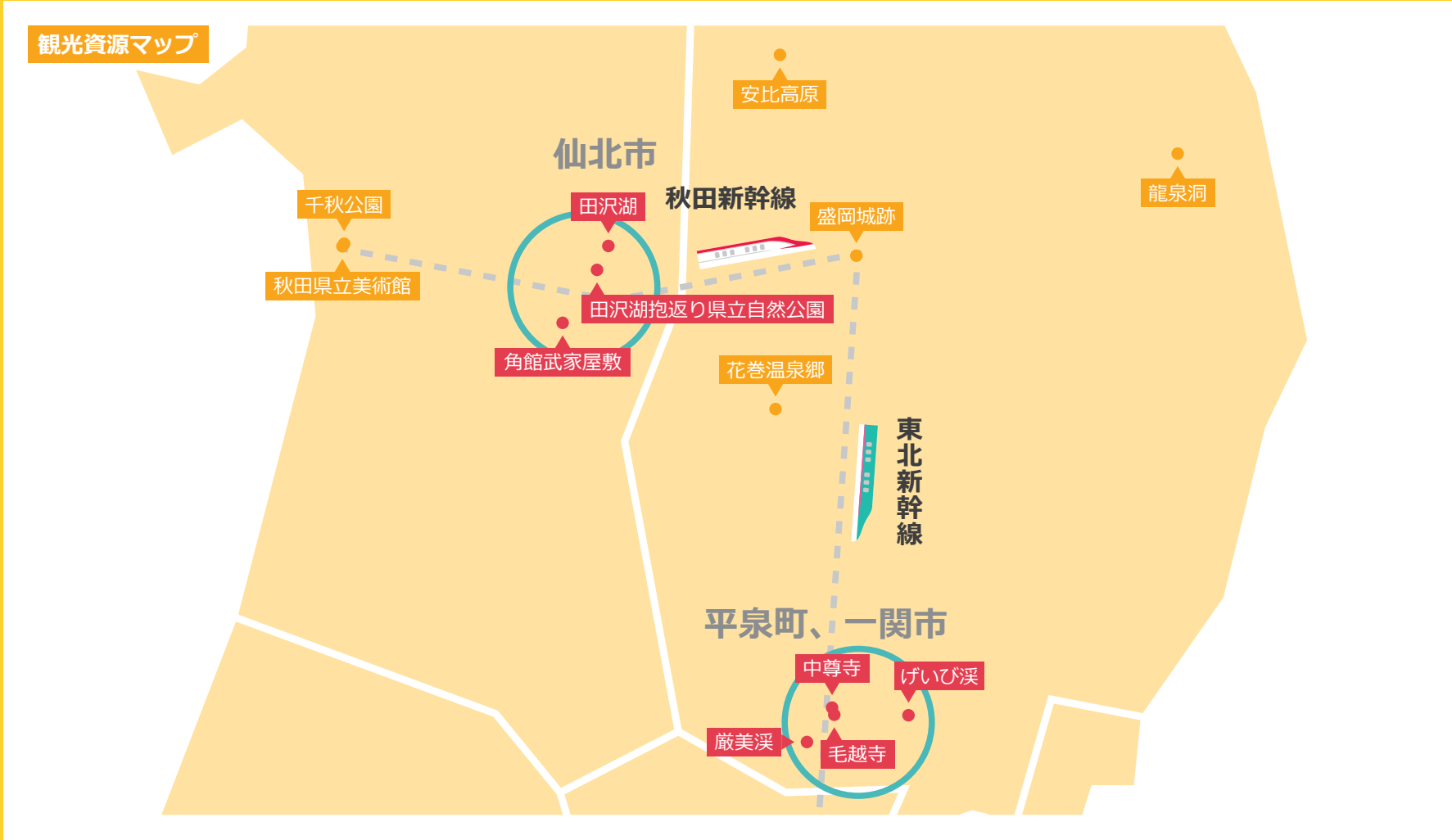
×

受容度の高い旅程パターン



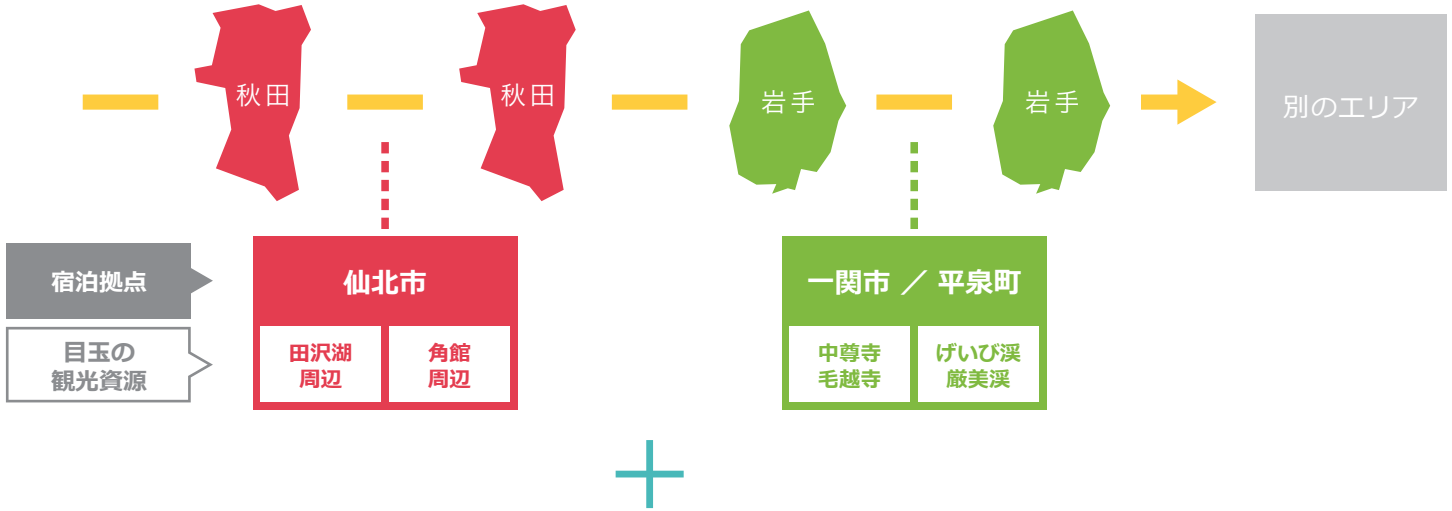
秋田県・岩手県の観光資源

旅の目的となりそうな強い観光資源で、
かつ交通の便がよさそうなエリアを選出します。



秋田県・岩手県の周遊プラン

旅程パターンに目玉となる観光資源を紐づけ、
周遊プランの骨格を作ります。



魅力を高める観光資源	体験型コンテンツ（漁業体験・着物体験・酒蔵体験他）
差別化のポイント	東北の魅力は、雄大で手付かずの自然と産地ならではの旬な食。 美しい日本の秋を、五感で楽しめるのは秋の東北だけ。

秋田県・岩手県の周遊プラン

ブリーフィングシートのかたちにまとめます。

プラン名／時期

「五感で楽しむ秋の日本」プラン ／ 10月末を想定

ターゲット

20代未婚女性の二人旅。台湾にはないものを見たい。東京/大阪/京都/北海道/沖縄は経験済で、そこでは楽しめないもののために地方部に行く。地方部は行き方が分からない。ＳＮＳ投稿映えするコンテンツが好き。交通の便が悪いところでもＯＫだが、移動時間が長いのはもったいないと感じる。毎晩宿が変わることも許容できるが、できれば避けたい。仕事が一段落ついた時の土日や４月と１０月の連休に、有給をくっつけて、4・5泊旅行にすることが多い。魅了を感じることは、桜や雪や紅葉など、季節を感じさせる美しい自然や、地域色豊かな祭り/風習/文化、体験コンテンツ（漁業体験/フルーツ狩り/酒蔵体験/工芸品製作）。但し暑い時期の屋外体験は好まれない。何回日本に来ても、大都市での買い物は必須。

想定旅程

東京(成田・羽田)入出国。
5泊6日想定。内2日は東京必須。

プランの特徴・差別性

大自然の強みを活かし、五感すべてを刺激して観光客を魅了できるところ。
視覚（紅葉）・聴覚（森の静寂）・嗅覚（森の香り）・味覚（産地ならではの旬な食）・触覚（体験型コンテンツ）。

秋田県・岩手県の周遊プラン

ブリーフィングシートのかたちにまとめます。

目玉となる観光資源

紅葉

秋田県仙北市

- 角館周辺
- 田沢湖周辺

岩手県平泉町・一関市

- 中尊寺周辺
- 厳美渓・げいび渓

＋

魅力を高める観光資源

- 写真映えするコンテンツや体験
- 角館の着物体験
- 秋田縦貫鉄道の地元のお母さんが作ったお弁当
- 阿仁の紅葉ゴンドラ
- げいび渓の川下り体験
- 酒蔵で飲み比べ体験
- 工芸品製作体験
- 貸切の露天温泉体験
- フルーツ農園体験

ターゲットにとっての価値

涼しくて紅葉がキレイだから日本の秋は好き。
京都の紅葉は見たことがあるので、次に行くなら別のところがいいと思っていた。
山深い田舎の紅葉は素晴らしそうだし、田舎文化の体験ができそうで面白い。
旬でフレッシュな食にも惹かれる。
東京から新幹線で行けるから、東京観光とセットにできるので都合が良い。

観光地にとっての価値

東京や京都では味わえない、大自然に囲まれた東北特有の強みをアピールできる。
鉄道の車窓ごしの紅葉や船から見上げる紅葉といった独自のものから、街歩きで楽しめる紅葉まで、紅葉のバラエティも豊富。
食産地にとっては収穫の秋であり、旬な味覚を強くアピールできると、食のブランディングにつながる。

想定リスク

入国直後の長距離移動（東京→秋田 or 岩手）。
観光拠点間の移動は公共交通機関を想定しているため、本数やアクセスの面で、不便さを感じさせてしまう可能性が高い。
言語対応（繁体字）。

STEP 03：周遊プランを作る

台湾 30～40代 ファミリー旅

旅行スタイルと旅程パターン

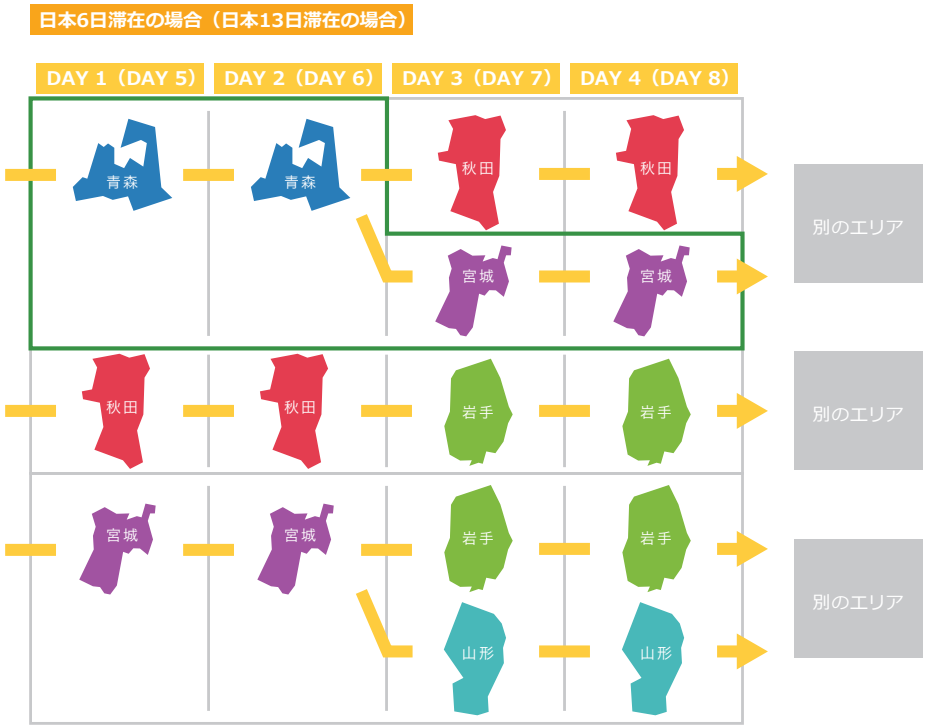
ここでは一例として、
「夏休み時期」の「青森×宮城」の周遊パターンを作成します。

ターゲットの旅行スタイル

・夏（8月）

×

受容度の高い旅程パターン



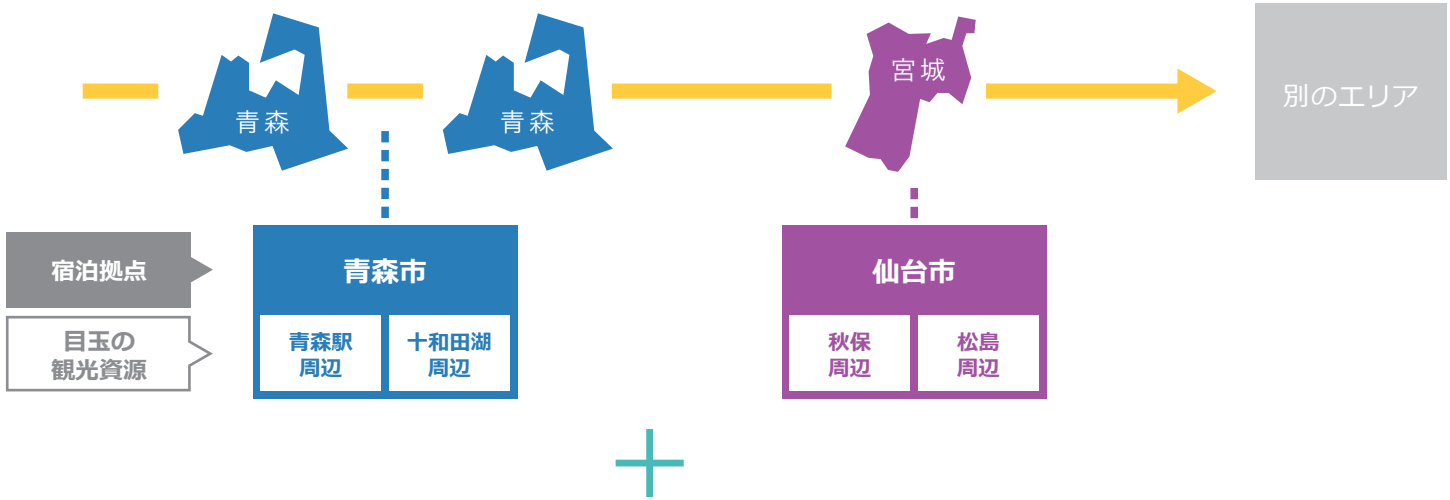
青森県・宮城県の観光資源

旅の目的となりそうな強い観光資源で、
かつ交通の便がよさそうなエリアを選出します。

観光資源マップ

青森県・宮城県の周遊プラン

旅程パターンに目玉となる観光資源を紐づけ、
周遊プランの骨格を作ります。



魅力を高める観光資源	体験型コンテンツ（りんご狩り、工芸品製作体験、漁業体験等）と母親向けのショッピングタイム。
差別化のポイント	産地ならでは豊かな食と、特色ある文化に触れられる東北は、 子供に異文化を体験させる場所として最適。 ショッピングモールも充実しているので、 お母さんも息抜きできて、家族みんなが楽しめます。

青森県・宮城県の周遊プラン

ブリーフィングシートのかたちにまとめます。

プラン名／時期

「子供といく夏の日本。アクティビティ体験を通じて、豊かで特色ある日本文化に触れる」プラン ／ ８月を想定

ターゲット

３０～４０代夫婦＋小学生のファミリー旅。台湾にはないものを見たい。東京/大阪/京都/北海道/沖縄は経験済で、そこでは楽しめないもののために地方部に行く。地方部は行き方が分からない。ＳＮＳ投稿映えするコンテンツが好き。子供がいるので長時間の移動や頻繁な宿変更は避けたい。子供の長期休みが条件になるので、７月末～８月が対象。魅了を感じることは、子供にとって良い思い出になりそうな体験（漁業体験/工芸品製作/フルーツ狩り/キッズパーク）。但し暑い時期の屋外体験は好まれない。大都市での買い物時間は必須（母親）。父と子供は観光、母は買い物、というパターンはよくある。

想定旅程

東京(成田・羽田)入出国。5泊6日想定。内2日は東京必。長時間移動がNGのため、入国当日は東京泊。

プランの特徴・差別性

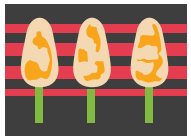
産地ならでは豊かな食と特色ある文化に触れられる東北は、子供に異文化を体験させる場所として最適。ショッピングモールも充実しているので、お母さんも息抜きできて、家族みんなが楽しめる。

青森県・宮城県の周遊プラン

ブリーフィングシートのかたちにまとめます。

目玉となる観光資源

ねぶたの家ワ・ラッセ



手焼き笹かま体験

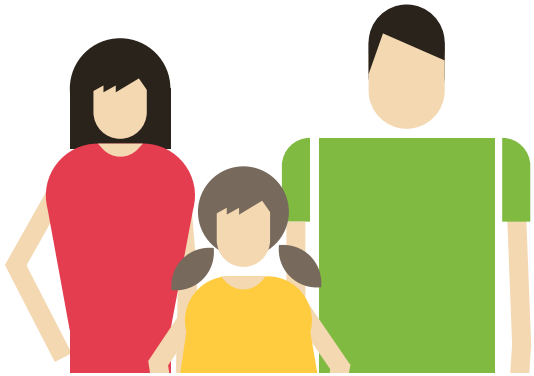
青森市
- 三内丸山遺跡
- 青森魚菜センター
- りんご狩り
- ねぶたの家ワ・ラッセ

仙台市
- 秋保工芸の里
- 仙台城址
- 手焼き笹かま体験

＋

魅力を高める観光資源

- アウトレットモール（仙台観光時に、父と子供は文化・食体験の観光へ行き、母はショッピングを楽しむイメージ）
- 漁業体験



ターゲットにとっての価値

東京や大阪の夏は蒸し暑いので、涼しいところが良い。教育的な視点で、子供に日常生活では体験できないことをさせたい。一方、親にとっても貴重な夏休みなので、自分たちにとっても楽しめる旅先がいい。日本の北部は夏でも涼しそうだし、青森のりんごはとても有名なので、産地のおいしいりんごは食べてみたい。食べ物に絡んだ体験は子供も喜びそう。大きなショッピングモールでの買い物を旅程に組み込めるのは母親にとって、とても魅力的。

観光地にとっての価値

東京や大阪にはない、涼しくて快適な夏と食の産地であることをアピールできる。

想定リスク

入国翌日の移動（東京→青森）と、青森→宮城間が長距離移動となる。観光拠点間の移動は公共交通機関を想定しているため、本数やアクセスの面で、不便さを感じさせてしまう可能性が高い。
言語対応（繁体字）。

STEP 03：周遊プランを作る

オーストラリア 20代 カップル旅

旅行スタイルと旅程パターン

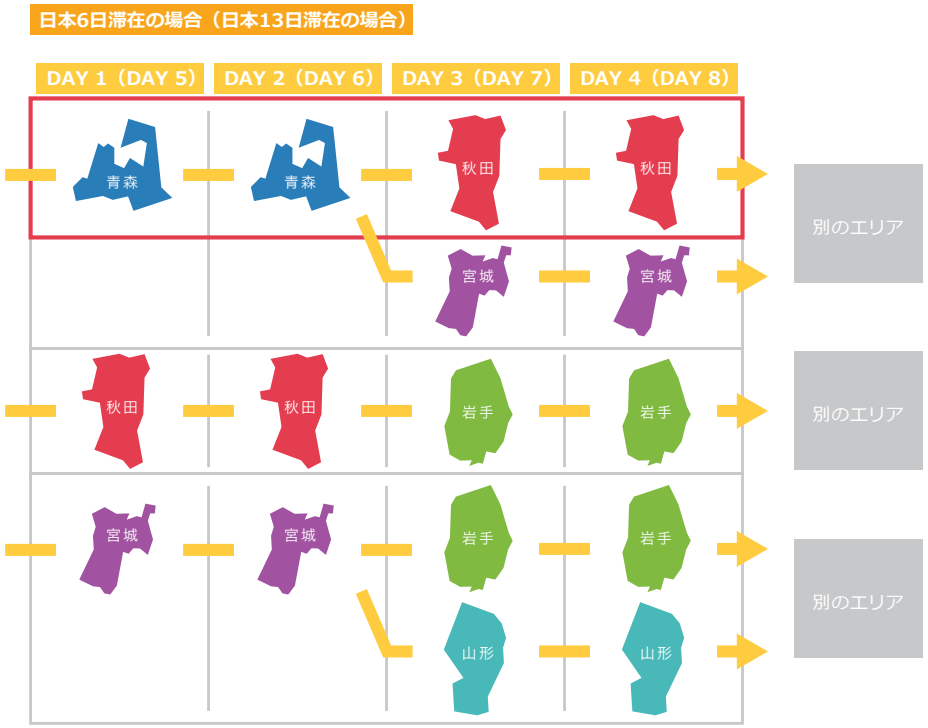
「雪時期」の「青森×秋田」の
周遊パターンを作成します。

ターゲットの旅行スタイル

・桜（4月後半）
・紅葉（10月後半～11月）
・雪（1～2月）

×

受容度の高い旅程パターン



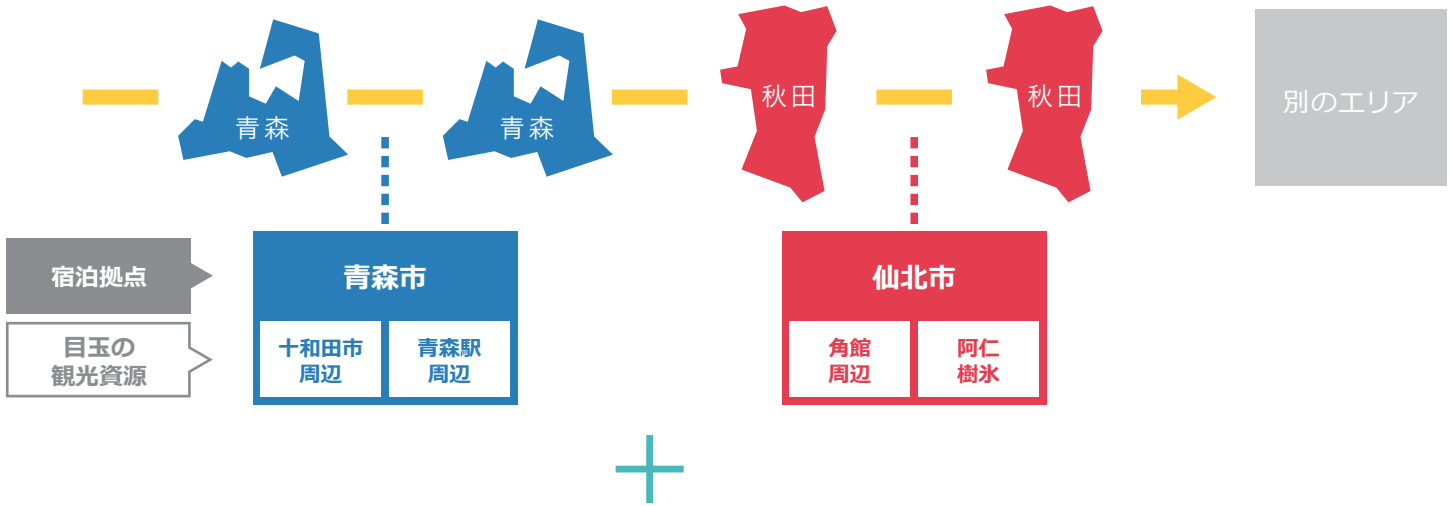
青森県・秋田県の観光資源

旅の目的となりそうな強い観光資源で、
かつ交通の便がよさそうなエリアを選出します。

観光資源マップ

青森県・秋田県の周遊プラン

旅程パターンに目玉となる観光資源を紐づけ、周遊プランの骨格を作ります。



魅力を高める観光資源	体験型コンテンツ（着物体験・酒蔵体験・かまくら体験他）
差別化のポイント	美しく迫力ある樹氷と、古来より伝承され続ける文化・風習。 双方に触れられるのは冬の東北だけ。

青森県・秋田県の周遊プラン

ブリーフィングシートのかたちにまとめます。

プラン名／時期

「樹氷と伝承され続ける文化に触れる旅」プラン ／ ２月を想定

ターゲット

２０代のカップル旅。日本には１度来たことがあるかどうか。視野を広げるために、進んで異文化を体験したいと思っている。冒険色の強いアクティビティを好む。ゴールデンルート（東京、京都、大阪）は一通り行ってみたい。地方部は行き方が分からないが、都市部と違った文化や景色が広がっていそうで興味がある。チェックインを繰り返すのは面倒だから、同じ宿に２連泊以上したい。魅力を感じるのは、桜や雪や紅葉など、季節を感じさせる美しい自然。インスピレーションを得やすい、静かな環境。現代カルチャー（ハイテク、アニメ、ネオン街）。スキーはオーストラリアでは高価なレジャーなので、手軽な価格で良質な雪質は魅力的。歴史を感じさせる街並み、風習/文化。体験コンテンツ（漁業体験/酒蔵体験/工芸品製作）。日本酒も人気があるが、今は日本のウイスキーがオーストラリアでとても人気が高い。

想定旅程

東京(成田・羽田)入出国。
１２泊１３日想定。

プランの特徴・差別性

美しく迫力ある樹氷と、古来より伝承され続ける文化・風習。
双方に触れられるのは冬の東北だけ。

青森県・秋田県の周遊プラン

ブリーフィングシートのかたちにまとめます。

目玉となる観光資源

ねぶたの家ワ・ラッセ

鈴木酒造

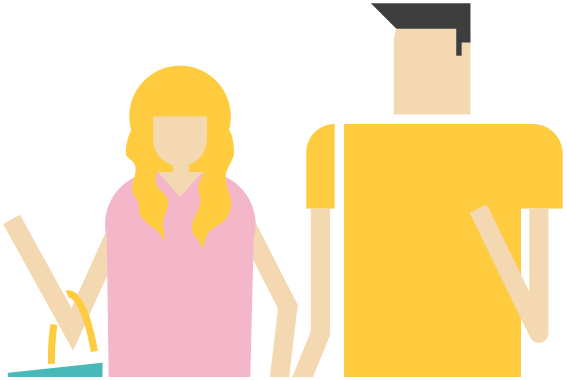
青森市
- ねぶたの家ワ・ラッセ
- 青森魚菜センター

秋田県仙北市・大仙市
- 着物
- 鈴木酒造
- 阿仁樹氷

＋

魅力を高める観光資源

- 非日常的な体験
- 十和田湖雪物語のようなお祭り
- 樹氷のイルミネーション
- 日本酒のしぼりたて生酒体験
- 手軽なスキー体験
- 着物体験
- 魚市場体験
- 雪見の貸し切り露天温泉
- 十和田現代美術館のアート鑑賞



ターゲットにとっての価値

東京、京都、大阪で、都市としての日本を楽しめるので、よりディープな異文化体験を目的に、北部に向かいたい。
雪のコンテンツは興味があるし、ねぶた見学や着物に着替えて古い街並みを散歩するのはとても楽しみ。
産地で味わうフレッシュな海鮮料理や日本酒にも期待がもてる。

観光地にとっての価値

東京や京都では味わえない、大自然に囲まれた東北特有の強みをアピールできる。樹氷をはじめ雪のコンテンツは大きな強み。
食についても、海の幸やアルコール類（シードル、日本酒）があり、東北の食ブランドのファン拡大につなげたい。

想定リスク

東京→青森間の移動が長距離移動となる。１ヶ所に泊数を重ねたい傾向があり、若干旅程が忙しく感じる可能性がある。
観光拠点間の移動は公共交通機関を想定しているため、本数やアクセスの面で、不便さを感じさせてしまう可能性が高い。
言語対応（英語）。

STEP 03：周遊プランを作る

オーストラリア 30〜40代 ファミリー旅

旅行スタイルと旅程パターン

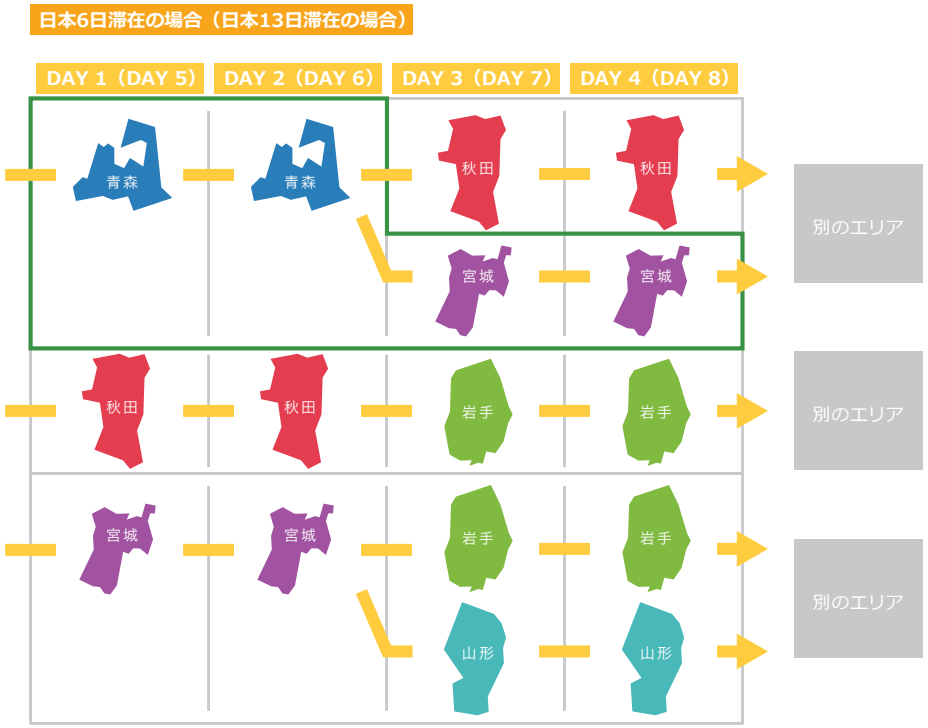
「雪時期」の「青森×宮城」の
周遊パターンを作成します。

ターゲットの旅行スタイル

- 桜（４月後半）
- 夏（７月初旬）
- 紅葉（９月下旬）
- 雪（１２月末～１月初旬）

×

受容度の高い旅程パターン



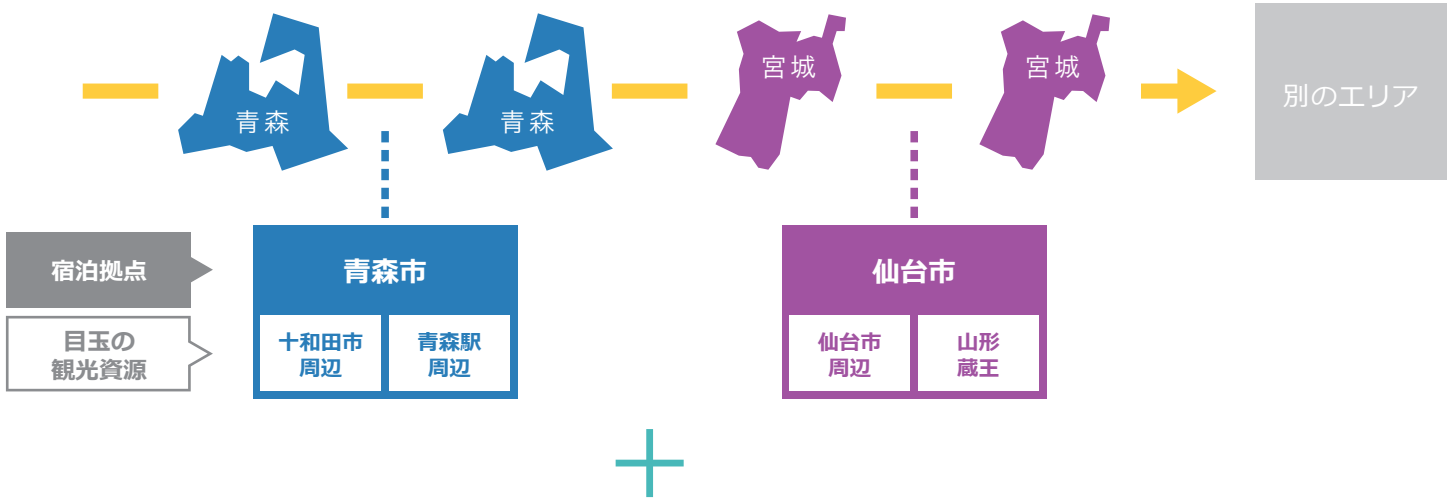
青森県・宮城県の観光資源

旅の目的となりそうな強い観光資源で、
かつ交通の便がよさそうなエリアを選出します。

観光資源マップ

青森県・宮城県の周遊プラン

旅程パターンに目玉となる観光資源を紐づけ、
周遊プランの骨格を作ります。



魅力を高める観光資源	体験型コンテンツ（スキー体験・笹かま焼き体験他）
差別化のポイント	雪の魅力（美しく迫力ある樹氷とスキー体験）と 古来より伝承され続ける文化・風習の魅力。 双方に触れられるのは冬の東北だけ。

青森県・宮城県の周遊プラン

ブリーフィングシートのかたちにまとめます。

プラン名／時期

「雪の魅力と伝承され続ける文化に触れる旅」プラン ／ ２月を想定

ターゲット

３０～４０代の小学生以上の子供がいるファミリー旅。日本には１度来たことがあるかどうか。視野を広げるために、進んで異文化を体験したいと思っている。冒険色の強いアクティビティを好む。ゴールデンルート（東京、京都、大阪）は一通り行ってみたい。チェックインを繰り返すのは面倒だから、同じ宿に２連泊以上したい。魅力を感じるのは、外国語として日本語を習っている子供に、日本語や日本の礼儀作法に触れさせる機会を作れること。日本の伝統文化への理解を深めさせられること。子供にとって良い経験になり、子供が喜びそうな体験（漁業体験/工芸品製作/フルーツ狩り/キッズパーク）。スキー。

想定旅程

東京(成田・羽田)入出国。
１２泊１３日想定。

プランの特徴・差別性

雪の魅力（美しく迫力ある樹氷とスキー体験）と、古来より伝承され続ける文化・風習。双方に触れられるのは冬の東北だけ。

青森県・宮城県の周遊プラン

ブリーフィングシートのかたちにまとめます。

目玉となる観光資源

ねぶたの家ワ・ラッセ

樹氷

青森市
- ねぶたの家ワ・ラッセ
- 青森魚菜センター

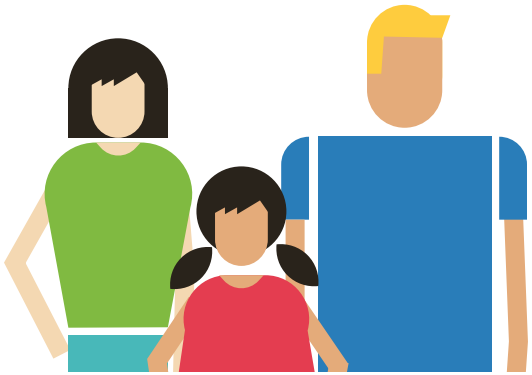
山形市
- 蔵王スキー場
- 樹氷

仙台市
- 瑞鳳殿
- 手焼き笹かま体験

＋

魅力を高める観光資源

- 非日常的な体験
- 樹氷のイルミネーション
- 十和田現代美術館のアート鑑賞



ターゲットにとっての価値

東京、京都、大阪で、都市としての日本を楽しめるので、よりディープな異文化体験を目的に、北部に向かいたい。雪のコンテンツやねぶたやサムライ文化は、自国では見ることができないので、子供にとっても親にとっても新鮮に映る。産地で味わうフレッシュな海鮮料理も楽しみ。

観光地にとっての価値

東京や京都では味わえない、大自然に囲まれた東北特有の強みをアピールできる。樹氷をはじめ雪のコンテンツは大きな強み。
食についても、海の幸やアルコール類（シードル、日本酒）があり、東北の食ブランドのファン拡大につなげたい。

想定リスク

東京→青森間の移動が長距離移動となる。１ヶ所に泊数を重ねたい傾向があり、若干旅程が忙しく感じる可能性がある。
観光拠点間の移動は公共交通機関を想定しているため、本数やアクセスの面で、不便さを感じさせてしまう可能性が高い。
言語対応（英語）。

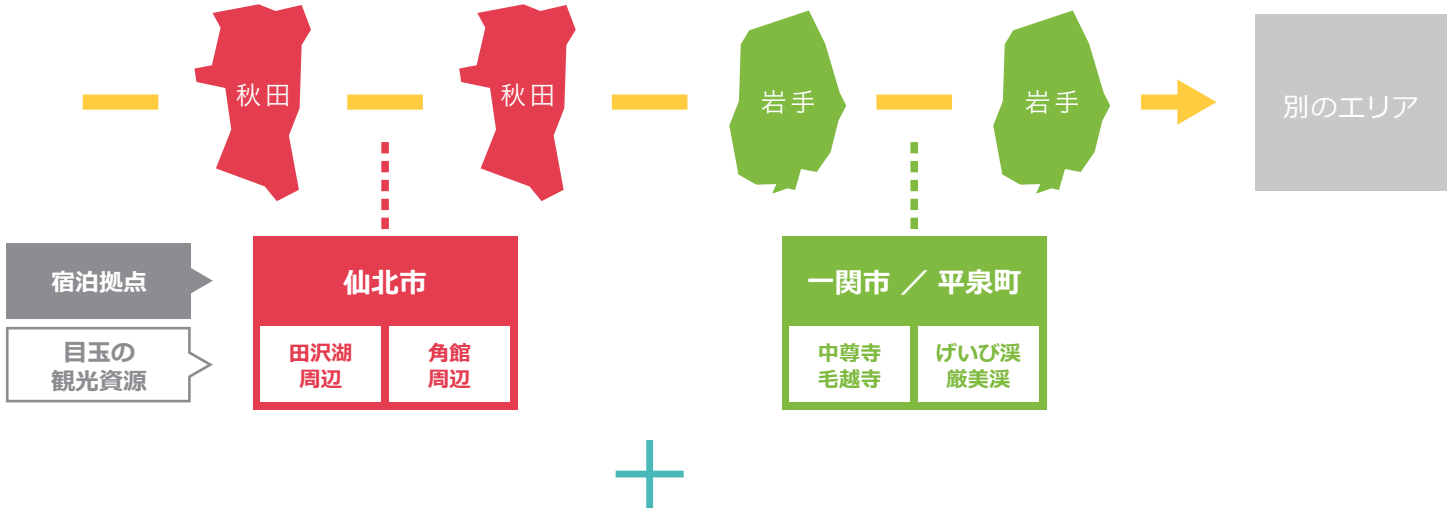
STEP 03：周遊プランを作る

詳細プランの例

台湾20代 女子旅10月後半

秋田県・岩手県の周遊プラン（再掲）

旅程パターンに目玉となる観光資源を紐づけ、
周遊プランの骨格を作ります。



魅力を高める観光資源	体験型コンテンツ（漁業体験・着物体験・酒蔵体験他）
差別化のポイント	東北の魅力は、雄大で手付かずの自然と産地ならではの旬な食。 美しい日本の秋を、五感で楽しめるのは秋の東北だけ。

秋田県・岩手県の周遊プラン（再掲）

ブリーフィングシートのかたちにまとめます。

プラン名／時期

「五感で楽しむ秋の日本」プラン ／ 10月末を想定

ターゲット

20代未婚女性の二人旅。台湾にはないものを見たい。東京/大阪/京都/北海道/沖縄は経験済で、そこでは楽しめないもののために地方部に行く。地方部は行き方が分からない。ＳＮＳ投稿映えするコンテンツが好き。交通の便が悪いところでもＯＫだが、移動時間が長いのはもったいないと感じる。毎晩宿が変わることも許容できるが、できれば避けたい。仕事が一段落ついた時の土日や４月と１０月の連休に、有給をくっつけて、4・5泊旅行にすることが多い。魅了を感じることは、桜や雪や紅葉など、季節を感じさせる美しい自然や、地域色豊かな祭り/風習/文化、体験コンテンツ（漁業体験/フルーツ狩り/酒蔵体験/工芸品製作）。但し暑い時期の屋外体験は好まれない。何回日本に来ても、大都市での買い物は必須。

想定旅程

東京(成田・羽田)入出国。
5泊6日想定。内2日は東京必須。

プランの特徴・差別性

大自然の強みを活かし、五感すべてを刺激して観光客を魅了できるところ。
視覚（紅葉）・聴覚（森の静寂）・嗅覚（森の香り）・味覚（産地ならではの旬な食）・触覚（体験型コンテンツ）。

秋田県・岩手県の周遊プラン（再掲）

ブリーフィングシートのかたちにまとめます。

目玉となる観光資源

紅葉

秋田県仙北市

- 角館周辺
- 田沢湖周辺

岩手県平泉町・一関市

- 中尊寺周辺
- 厳美渓・げいび渓

＋

魅力を高める観光資源

- 写真映えするコンテンツや体験
- 角館の着物体験
- 秋田縦貫鉄道の地元のお母さんが作ったお弁当
- 阿仁の紅葉ゴンドラ
- げいび渓の川下り体験
- 酒蔵で飲み比べ体験
- 工芸品製作体験
- 貸切の露天温泉体験
- フルーツ農園体験

ターゲットにとっての価値

涼しくて紅葉がキレイだから日本の秋は好き。
京都の紅葉は見たことがあるので、次に行くなら別のところがいいと思っていた。
山深い田舎の紅葉は素晴らしそうだし、田舎文化の体験ができそうで面白い。
旬でフレッシュな食にも惹かれる。
東京から新幹線で行けるから、東京観光とセットにできるので都合が良い。

観光地にとっての価値

東京や京都では味わえない、大自然に囲まれた東北特有の強みをアピールできる。
鉄道の車窓ごしの紅葉や船から見上げる紅葉といった独自のものから、街歩きで楽しめる紅葉まで、紅葉のバラエティも豊富。
食産地にとっては収穫の秋であり、旬な味覚を強くアピールできると、食のブランディングにつながる。

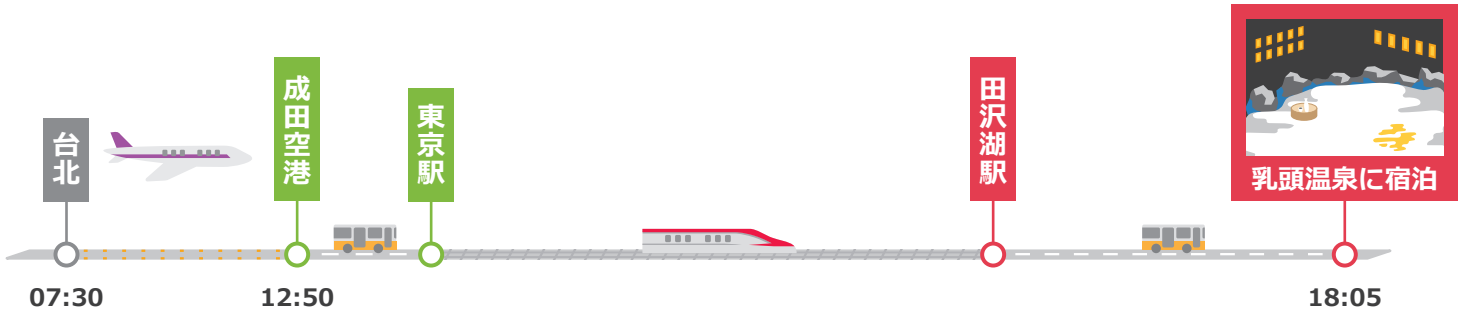
想定リスク

入国直後の長距離移動（東京→秋田 or 岩手）。
観光拠点間の移動は公共交通機関を想定しているため、本数やアクセスの面で、不便さを感じさせてしまう可能性が高い。
言語対応（繁体字）。

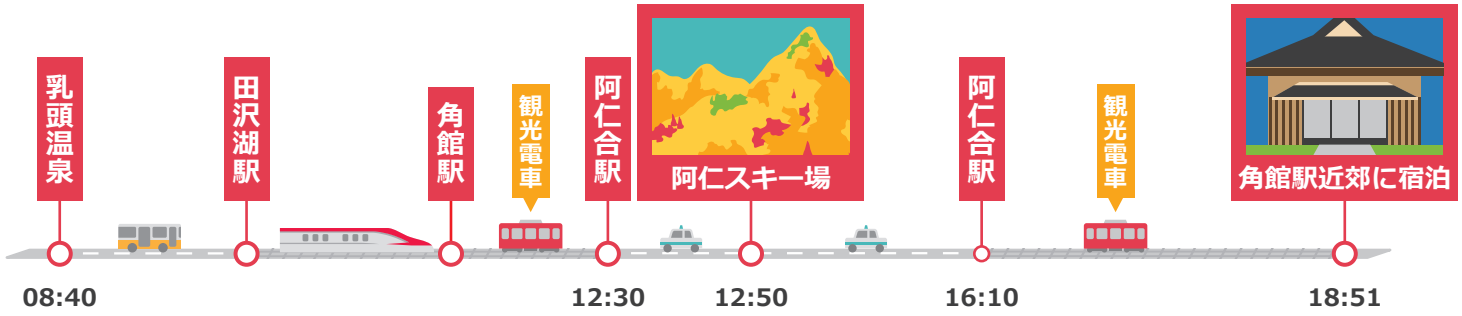
秋田県・岩手県の周遊プラン（詳細）

- 個人旅行のため、移動は公共交通機関を前提にプランニング
- 「地方部は移動が不便そう」との声があり、具体的な情報を確認の上で明示
- 東京との移動を除き、１回あたりの移動を２時間以内におさえるように工夫
- なるべく同じ宿に連泊できるように工夫

DAY 1



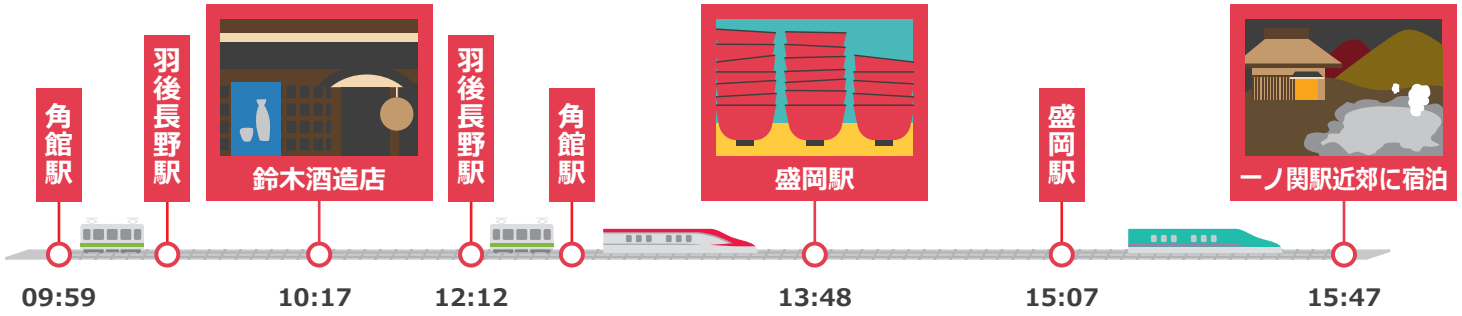
DAY 2



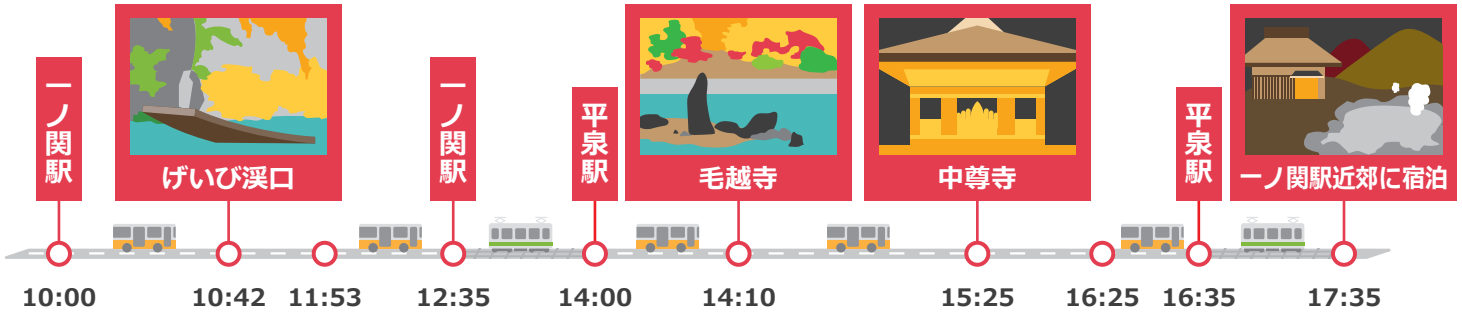
秋田県・岩手県の周遊プラン（詳細）

- 個人旅行のため、移動は公共交通機関を前提にプランニング
- 「地方部は移動が不便そう」との声があり、具体的な情報を確認の上で明示
- 東京との移動を除き、１回あたりの移動を２時間以内におさえるように工夫
- なるべく同じ宿に連泊できるように工夫

DAY 3



DAY 4



別のエリアへ