

第2回「仙台空港600万人・5万トン実現サポーター会議」提案プレゼン

東北のグローバル拠点  
仙台空港の活性化に向けて  
～広域観光の視点から～



平成25年11月13日



(一社)東北経済連合会 小野 晋

## 東北のグローバル拠点・仙台空港の活性化に向けて ～広域観光の視点から～

東北のグローバル拠点・仙台空港の活性化を図り、「乗降客数600万人」の目標を達成するためには、従来の延長線上にある取組みだけでは不十分であり、**新たな需要の掘り起こしが必要**である。

このため、東北全域に展開する広域観光の視点から、**試験的に取り組む、新たな2つの事業を提案**する。

# 東北のグローバル拠点・仙台空港の活性化に向けて ～広域観光の視点から～

## 1. 海外事業

### インセンティブツアーの誘致

※インセンティブツアー＝企業の報奨旅行、招待旅行、社員旅行

## 2. 国内事業

### BCMツアーの誘致

※BCM＝事業継続マネジメント

# 1. インセンティブツアーの誘致

## 1-1 最近アジアで活発なインセンティブ・ツアー タイの例

---

インセンティブツアー＝企業の報奨旅行、招待旅行、社員旅行

### 1. 平成24年10月

タイの日系自動車メーカーのディーラー 70名  
仙台、岩手を訪れている。

### 2. 平成25年2月

タイの日系自動車メーカーのディーラー270名  
仙台を訪れている。



インセンティブツアー誘致は わが国では始まったばかり  
上記のツアーは 東京の旅行会社の取組の成果  
東北の観光団体等(全国でも・・)の取組は これまではゼロ

# 1. インセンティブツアーの誘致

## 1-2 台湾の例 台湾では小さな企業も社員旅行で海外に行く

平成25年8月 台湾の大手企業を訪問

百貨店...従業員**1,800名**が海外へ社員旅行を実施

運送会社...従業員**300名**が海外へ社員旅行を実施

スポーツ用品メーカー...得意先**60名**を海外へ招待旅行を実施

台北日本商工会...台湾は インセンティブツアーが大変盛ん

日本交流協会...従来は企業へのプロモーションを行っていない

(2012年・日本交流協会台北事務所提供データ)

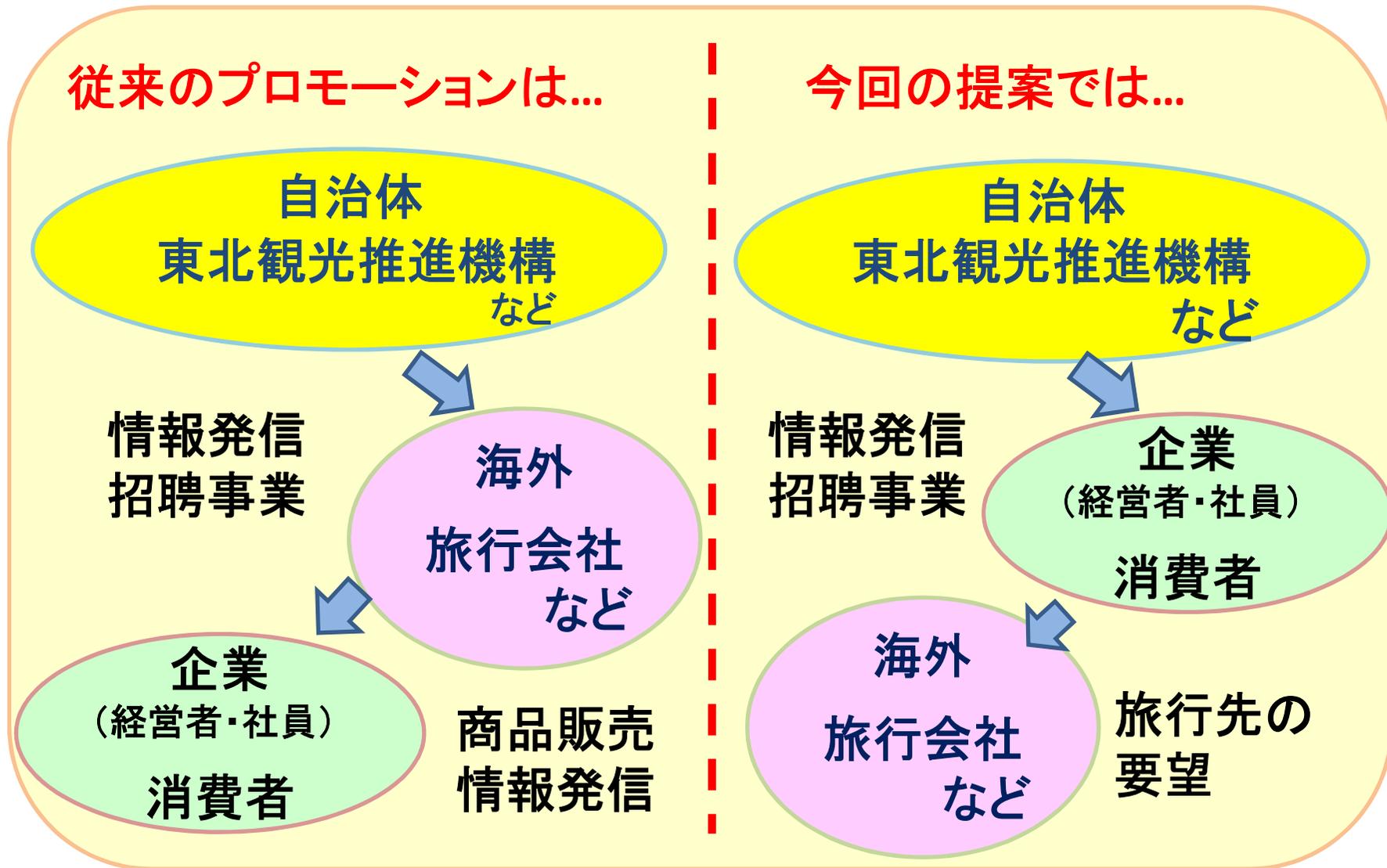
出国率:**約43%**(日本 約13%・東北 約4%)

訪日数:1,466,700人 リピーター率:76.4%(観光渡航者)

旅行形態:**団体旅行 54%**(韓国29%、香港29%)

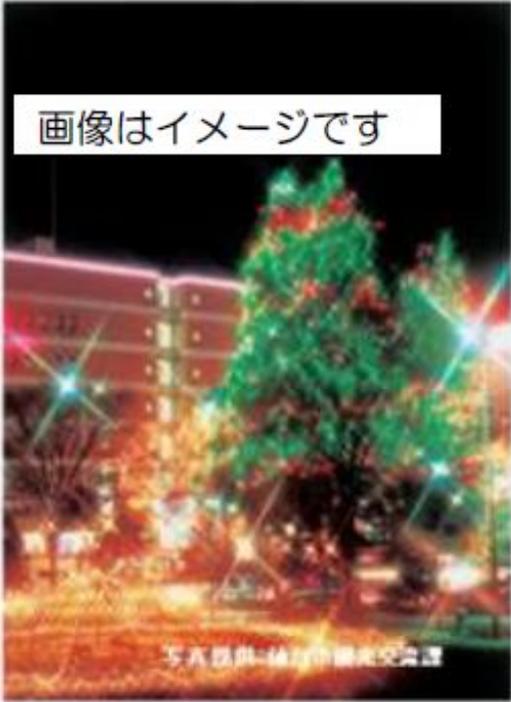
# 1. インセンティブツアーの誘致

## 1-3 大事なことは 企業や消費者へ直接伝わる情報発信



# 1. インセンティブツアーの誘致

## 1-4 企業・消費者が求めるのは 魅力あるコンテンツ

体験種別	イベント参加	エリア	宮城県仙台市
タイトル	光のページェント・点灯権をつかったイベント		
内容	例えば、営業成績TOPの社員にイルミネーションの点灯スイッチを押していただくなど、社内表彰イベントの一環にご利用ください。		
	受入期間	開催期間内にて要相談 (2013.12.6~12.31)	
	受入時間	18時~要相談	
	所要時間	—	
	ポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イルミネーションが一斉に点灯する様は圧巻です。</li> <li>・関係者だけでなく、市民も巻き込んだイベントで、盛り上がること間違いなしです。</li> </ul>	

# 1. インセンティブツアーの誘致

## 1-5 魅力あるコンテンツを企業・消費者に効果的に伝える方法

■ 仙台空港と新千歳空港の国際線客数の比較

年 度	仙台空港	新千歳空港	旅客差	対 比
1994年度	337,834	333,901	3,933	101.2%
1995年度	405,397	362,804	42,593	111.7%
1996年度	439,867	381,680	58,187	115.2%
1997年度	414,743	375,408	39,335	110.5%
1998年度	398,076	412,952	△ 14,876	96.4%
1999年度	416,732	438,631	△ 21,899	95.0%
2000年度	471,753	452,901	18,852	104.2%
2001年度	389,447	458,425	△ 68,978	85.0%
~~~~~				
2009年度	246,385	845,474	△ 599,089	29.1%
2010年度	258,872	949,532	△ 690,660	27.3%
2011年度	69,246	886,380	△ 817,134	7.8%

(資料:国土交通省「暦年・年度別空港管理所況調書」より東経連作成)

### JETプロジェクト

「北海道アワー」...「アジアに雪を」(コンセプト)

1997年3月 「東アジアメディアプロモーション協議会」発足

3月 「JET TV」放送開始

「北海道アワー」スタート(～2003年まで)

→台湾からの来道者数倍増へ

(1997年度開始以来 延べ3000時間強放送)

(資料:日本国勢図会地域統計版データで見る県勢より東経連作成)

■ 東北と北海道の観光資源比較

	東 北 (7 県)	北海道	データ年
人口	1,171万人	550万人	2010
温泉(源泉)数	4,499	2,258	2007.3
ホテル・旅館合計	9,892	3,666	2007.3
スキー場数	248	133	2007.7
国立公園	6	6	2013
国定公園	9	5	2013
世界遺産	2	1	2013
ゴルフ場	244	198	2007.7
国宝・重要文化財	532	50	2013.5
博物館数	649	249	2007.7
遊園地等	52	25	2007.7
米の収穫量	308万t	60万t	2007

# 1. インセンティブツアーの誘致

## 1-6 ジャパンブランドの情報発信に国の支援策も強化

(株)海外需要開拓支援機構  
(クール・ジャパン推進機構)

600億円

放送コンテンツ海外展開  
促進機構 (BEAJ)

ジャパン・コンテンツ  
ローカライズ&プロモーション支援 助成金

155億円

ビジット・ジャパン  
事業

クール・ジャパン  
事業

アジアでのTV番組配信など情報発信の強化  
2015年ミラノ万博(テーマ「食」)  
2020年東京オリンピック 等へ向けてのジャパンブランドの確立  
訪日外国人旅行者 2020年 2000万人

外務省

観光庁

総務省

経産省

農水省

# 1. インセンティブツアーの誘致

## 1-7 企業や消費者へのダイレクトな情報発信

企業向け 消費者向け  
情報発信

魅力あるコンテンツ(観光・物産・文化)を整理  
ダイレクトに企業や消費者に伝える

海外企業関係者  
の招聘事業

海外TV番組等  
での情報発信

海外での  
企業訪問・説明会

## 2. BCMツアーの誘致

### 2-1 BCM(事業継続マネジメント)ツアーの狙い

---

首都直下地震、東海地震、東南海・南海地震等の発生が懸念されている。

こうした中、企業では、応急復旧、完全復旧までのBCM (Business Continuity Management: 事業継続管理)への対応が不可欠となっている。

**被災経験のない企業が、BCMの実践を図るためには、実際の災害被害での教訓や災害研究の知見について周知していくことが有効と言われている。**



東日本大震災の教訓を生かし 企業(企業版語り部)と連携した  
**復興ツーリズムの推進**

## 2. BCMツアーの誘致

### 2-2 高いニーズがあるBCMツアー

西日本経済協議会（事務局 関西経済連合会） 平成25年10月発表

「大規模災害に対する企業の防災・減災行動に関する調査」

自然災害による被災経験と南海トラフ巨大地震への対策の程度

(上:回答数、下%)

	策定済み、かつさらなる改善を図っている	策定済み（左記までには行っていない）	現在策定中	今後策定する予定	策定の是非を検討中	策定しておらず、今後とも予定はない	合計
被災経験あり	110 22.8	94 19.5	106 22.0	55 11.4	61 12.7	56 11.6	482 63.9
被災経験なし	23 8.5	48 17.6	45 16.5	46 16.9	60 22.1	50 18.4	272 36.1

8割を超える企業が巨大地震への対応の途上

アンケート実施後のヒアリングでも

BCMに対するニーズが高いことが報告されている

## 2. BCMツアーの誘致

### 2-3 関西等へのBCMツアーの販売

---

#### ▶ 集客方法

#### 関西や中部等企業へ販売

各ブロックの経済団体等と連携  
関西経済連合会も 協力を約束

#### ▶ コンセプト

東日本大震災の被災企業から  
大震災等に対する 事前対策や事後対応を学ぶ



東日本大震災の教訓を生かし  
企業版語り部と連携した 復興ツーリズムの推進

#### ▶ 商品内容

被災企業訪問による  
現地視察 意見交換会等の実施

## 2. BCMツアーの誘致

### 2-4 重要なリストづくり

南海トラフ地震や  
首都直下型地震等  
への備えを進める  
国内企業への対応

BCMツアーの成功  
のカギを握るのは  
企業版語り部リスト  
の整備

関係者の協力を得  
ながら着手！

#### BCMツアー・コンテンツメニュー（記入例）

業種	機械製造	エリア	宮城県・内陸部
テーマ	BCP対策と発災時の対応		
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宮城県沖地震を想定し、策定していたBCP対策の内容について</li> <li>・東日本大震災 発災時の行動</li> <li>・1か月で工場を再開出来た理由</li> </ul>		
訪問先	企業名：東北〇〇(株)		
データ	住 所：宮城県柴田郡柴田町●● 資本金：▲▲億円 従業員数：■名 取扱製品情報：印刷機、デジタル複合機他の設計・生産		
	受入期間	通年	
	受入時間	応相談	
	所要時間	2時間程度（工場見学含む）	
	アクセス	飛行機をご利用の場合 仙台空港より〇〇利用～ 電車をご利用の場合 東北新幹線▼▼駅下車～ 車でお越しの場合 東北自動車道■■インター	
最寄りの有名観光地	<ul style="list-style-type: none"> <li>・松島</li> <li>・山寺</li> </ul>		
主な宿泊地	<ul style="list-style-type: none"> <li>・秋保温泉</li> <li>・作並温泉</li> </ul>		
	 <p>松島 五大堂</p>		

東北のグローバル拠点・仙台空港の活性化に向けて  
～広域観光(団体旅行)の視点から～

ご清聴ありがとうございました。

(一社)東北経済連合会