

青森デスティネーションキャンペーン概況報告

青森県、青森県観光連盟、青森県に隣接する秋田県五市町（大館市、能代市、八峰町、小坂町、藤里町）の各自治体および関係事業者等とJRグループが連携し、「青森デスティネーションキャンペーン（以下青森DC）」を4月23日（土）から7月22日（金）までの3ヶ月間開催いたしました。

この度の青森DCは、東日本大震災による甚大な被害により、依然として厳しい状況が続いている中でしたが、一方では、自粛ムードにより日本全体の景気後退が懸念され、景気回復に向けた取組みも求められました。このような状況から、青森DCについては、一部内容の見直しを行いつつも、当初の予定どおりの期間で実施し、実施に当たっては、日本および東北の元気回復に向けた取組みの一環として位置付け、「がんばろう日本！がんばろう東北！」をサブタイトルとして「青森から、東北を元気にしたい」「観光の力で、日本を明るくしたい」という思いを込めて実施し、期間中の県内の主な観光施設（56施設）の入込数は、264万1千人となりました。また、JR東日本では、「SL津軽路号」などのイベント列車を運転したほか、様々な旅行商品を設定し、JRグループで宣伝・送客に取り組み、びゅう旅行商品は4万人（対前年比126%）の送客をすることができました。

今後は、この取組みで得た魅力ある素材についてブラッシュアップを行うとともに、継続的な宣伝や観光キャンペーンを展開し、東北新幹線全線開業およびDC開催効果の持続を図るために着地型観光開発に取り組んでまいります。

1. DC期間中の主な取組み

(1) オープニングイベントの開催（4月23日～5月18日）

青森県観光物産館アスパムの開館25周年記念イベントを青森DCのオープニングイベントに位置付け、各種プログラムを展開するとともに、東北地方の震災復興支援のためのチャリティー等を実施しました。また、DCのスタートに合わせて、4月23日にはオープニングセレモニーを開催いたしました。



(2) 「東北復興プロジェクト in 弘前」の開催（4月29日）

東北新幹線が全線復旧した4月29日、桜の花がほころび始めた弘前公園にて「東北復興プロジェクト in 弘前」と題し、東北地方復興の足がかり、そして「青森DC」の実質的なキックオフ宣言がされました。津軽三味線の演奏で幕を明け、黙とうが捧げられた後、知事と弘前市長の挨拶から来賓の方々の挨拶・応援メッセージや郷土芸能が披露され、おかみの会によるメッセージで締めくくりました。



(3) 「東北復興プロジェクト in 仙台」への参加（4月29日）

東北運輸局・東北観光推進機構・観光庁が中心となり、4月29日のプロ野球球団の東北楽天ゴールデンイーグルスの本拠地開幕戦を震災からの復興に向けたターニングポイントとして位置づけて開催した「東北を元気に！日本を元気に！復興プロジェクト in 仙台」に参加し、青森県のPRを実施しました。



(4) 「がんばろう東北！あおもりアップルデー」の開催（5月1日）

青森DCを東北の元気回復につなげるため、東北新幹線全線復旧を記念し、プロ野球・楽天の今季初のホームゲームに合わせて告知イベントを行い、県外へ強力な情報発信を行いました。



(5) 「がんばろう東北！あおもりアップルナイター」の開催（5月12日）

青森DCを東北の元気回復に繋げるため、東北新幹線全線復旧を記念し、プロ野球・読売巨人軍のホームゲームに合わせて告知イベントを行い、県外への強力な情報発信を行いました。



(6) 「はやぶさ」利用団体へのおもてなし（5月13日～7月24日）

JR東日本と旅行エージェント各社が連携し、青森DC期間中の東北復興支援策の一つとして、E5系「はやぶさ」を活用した集中的な送客が実施されたことから、地元関係者等と連携し、歓迎・おもてなしを行いました。

また、この他にも「大人の休日倶楽部パス」で来県された観光客の方々へのおもてなしなども実施しました。



(7) 「青森春の観光パネル展」の実施（5月13日～15日）

東北新幹線全線復旧後のJR上野駅において、自然、温泉等、本県の魅力的な観光資源を首都圏にPRし、本県への誘客促進を図るため「青森春の観光パネル展」を実施しました。



(8) 首都圏キャラバンの実施（6月6日～7月10日）

県内市町村等と連携し、JR東日本の首都圏駅や旅行エージェントとタイアップしながら、青森の元気を発信するミニイベントや観光キャラバンを実施し、青森および東北の復興を首都圏においてPRしました。



(9) 「SL津軽路号」の運転（6月11日～12日）

青森DCの中核イベントとして、弘前～青森間に懐かしのD-51を「SL津軽路号」として運行し、青森DCを県内外に広くPRするとともに、沿線市町村等への誘客促進を図りました。また、東日本大震災により本県へ避難されている方々を招待し、2日間の営業運転で1,744名のお客さまにご乗車いただきました。



(10) クロージングセレモニーの開催（7月22日）

県内市町村等と青森DCの終了にあたり、青森を訪れていた観光客やDCに取り組んで来た地元の方々に感謝の意を表すとともに、DCを契機とした青森の新しい観光のスタートを記念してクロージングセレモニーを実施しました。



(11) ポスター、ガイドブックの作成

青森DCに向けて全国からの誘客促進を図るため5連貼りポスターを作成し、全国のJR主要駅に掲出しました。また、青森DCガイドブックを作成し、全国のJR主要駅等で配布すると共に、各地域の観光資源やイベント情報を掲載したエリア別ガイドブックを作成し、配布しました。



↑ 5連貼ポスター

↑ ガイドブック、エリア別ガイドブック3種

(12) 「行きたび、あたらしい。青森」フォトコンテストの実施

富士フイルム(株)の協賛をいただき、DC開催エリア内で撮影した作品のフォトコンテストを実施しました。4月23日から8月15日までの募集期間中に、観光写真部門495点、鉄道写真部門172点の計667点の応募がありました。



(13) 「別冊旅の手帖」の発行

(株)交通新聞社と連携し、青森県の観光の魅力をまるごと1冊に特集した「別冊旅の手帖 行きたび、あたらしい。青森」を1,000部発行しました。この他に全国の書店、キオスクなどで発売しました。



(14) 「あおもり満喫スタンプラリー」の実施

青森DCへの誘客促進を図るため、自治体、観光関係団体、観光事業者等と連携し、青森DC期間中にスタンプラリー形式のプレゼントキャンペーンを実施しました。4月23日から7月29日までの実施期間に14,596件の応募がありました。



2. JRグループの主な取り組み

(1) 旅行商品の造成

JRグループでは全国からDCエリアへの送客を図るため、旅行商品の造成や、旅行会社へ旅行商品の造成についてのご協力を要請しました。JR東日本では、首都圏を中心に、仙台圏や隣県からの旅行商品の造成を積極的に行いました。特に、青森県の食や温泉に特化した商品やリゾート列車を利用する商品など、魅力あふれる多彩な商品造成を行い、びゅう商品は4万人(対前年比126%)の送客をすることができました。



(2) DCポスター等の制作・掲出

JRグループではDCエリアへの送客を図るため、青森DC用の駅貼りポスターや車内吊りポスターをJR6社共同で制作し、全国のJR主要駅や車内にDC終了まで掲出しました。



(3) 特別企画乗車券の発売

JR東日本では、観光旅行需要喚起のため「JR東日本パス」、大人の休日倶楽部会員向けの「大人の休日倶楽部パス」、訪日旅行者向けの「JR EAST PASS SPECIAL」などの特別企画乗車券を発売し、多くのお客さまにご利用いただきました。



(4) 駅からハイキングの実施

JR東日本では、駅を起点として地元の知られざる観光スポットを巡る「駅からハイキング」をDC期間中に34コース設定しました。地元の高校生が案内するコースや街歩きのコースなど、前年と比較してイベントコースで13本、期間設定コースで3本と大幅に設定数を増やした結果、約1,800名(対前年比230%)の多くの参加をいただきました。



(5) 「青森デスティネーションキャンペーン」専用乗車券袋の配布

青森DC期間中に対象商品を購入されたお客さまに対し、麒麟ビバレッジ商品と無料で引換ができるキャンペーンを実施し、その引換券となる「青森デスティネーションキャンペーン」専用乗車券袋を作成・配布しました。



3. 青森DC期間中における県内主要観光施設等における入込数等について

(社)青森県観光連盟では、青森DC期間(平成23年4月23日~7月22日)の県内主要観光施設等を対象に入込数を取りまとめました。

(1) 集計対象観光施設等

- ①調査対象期間 平成23年4月23日から7月22日
- ②対象施設数 89施設
- ③回答施設数 56施設(回答率62.9%)

(2) 観光施設等入込数の推移

【全体】(回答数56)

単位:人

	入込数		対前年比
	平成23年度	平成22年度	
4月(23日~)	184,019	259,727	70.9%
5月	872,244	1,063,419	82.0%
6月	761,987	860,843	88.5%
7月(~22日)	823,731	823,400	100.0%
計	2,641,981	3,007,389	87.8%

※ 東日本大震災の影響により、全国的に観光需要が落ち込むなど厳しい状況であったため、4月の入込数は対前年比70.9%という結果になった。

しかしながら、5月以降は桜祭りや「JR東日本パス」や「大人の休日倶楽部パス」等の効果のほか、青森DCの効果の下支えしたことにより、回復傾向で推移した。

【観光施設等】(回答数32)

単位:人

	入込数		対前年比
	平成23年度	平成22年度	
4月(23日~)	173,386	236,840	73.2%
5月	825,727	988,809	83.5%
6月	705,983	785,709	89.8%
7月(~22日)	773,877	767,854	100.8%
計	2,478,973	2,779,212	89.2%

【宿泊施設】(回答数24)

単位:人

	入込数		対前年比
	平成23年度	平成22年度	
4月(23日～)	10,633	22,887	46.4%
5月	46,517	74,610	62.3%
6月	56,004	75,134	74.5%
7月(～22日)	49,854	55,546	89.8%
計	163,008	228,177	71.4%

※観光施設・交通機関は7月には前年度並みに回復を見せ、宿泊施設については約9割まで回復を見せている。

(3) エリア別入込数の推移(回答数56)

単位:%

	4月	5月	6月	7月	期間計
東青(18)	79.5	87.2	94.7	100.4	92.2
中南(8)	57.7	96.4	95.8	101.0	90.4
西北(8)	35.5	64.4	79.7	99.8	73.4
三八(7)	90.7	92.9	96.4	100.5	95.7
上北(10)	30.2	47.7	57.2	71.7	54.1
下北(5)	47.0	24.7	37.3	65.3	40.5

※4月は東日本大震災の影響により、各エリアとも入込数は伸び悩んだものの、その後、増加傾向で推移している。

その中でも、東青地区と三八地区は大きな数字となっているが、東青地区は青森空港の数値が伸びており、その要因として東北新幹線が復旧する29日までの期間、新幹線の代替交通として飛行機を利用したことによるものと思われる。

中南地域が5月に大きく入込数を伸ばしている要因としては、JR東日本と旅行会社各社(びゅうトラベルサービス・クラブツーリズム・JTBメディアリテリング)が連携し、東北復興支援策の一つとしてE5系「はやぶさ」を活用した「弘前りんご花まつり」のツアーで集中送客などが実施されたことから、本県に多くの観光客が訪れたことに起因するものと思われる。

三八地域については八食センターの数値が大きく、域内効果によるものと思われる。

一方、上北地域、下北地域は苦戦したが、その要因として、震災の影響により教育旅行、インバウンド、団体旅行が減少したことによるものと思われる。