

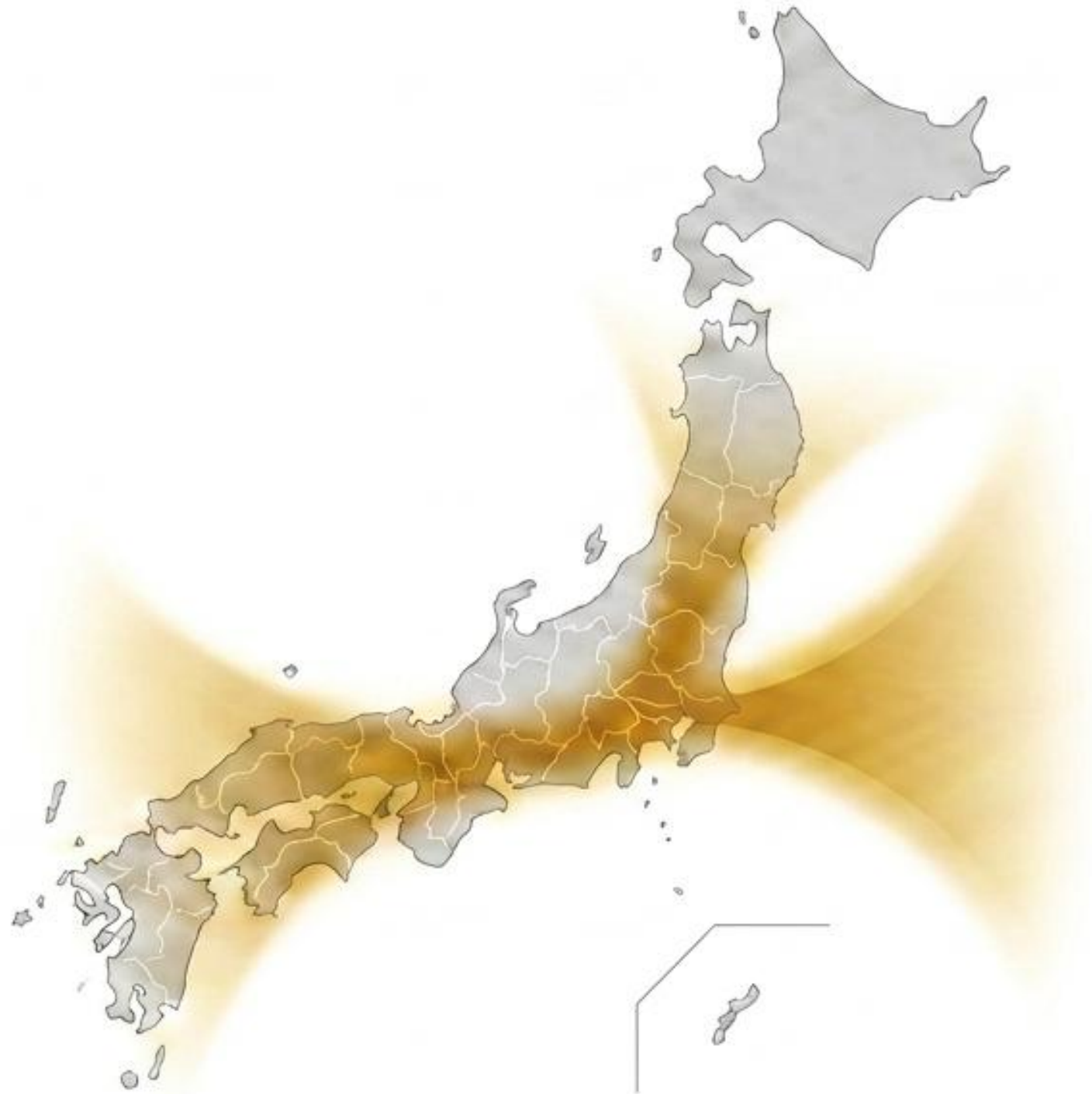
概要説明書

JAPAN, GO BEYONDプロジェクト

官民一体で挑む、多年度・総合的な地方誘客へのパラダイムシフト



コンセプト：日本の地方に眠る「隠れた宝物」を世界へ



JAPAN, GO BEYOND

まだ見ぬ日本を探しに

— *Discover hidden treasures* —

JAPAN, GO BEYOND

Discover hidden treasures



「JAPAN, GO BEYOND」プロジェクトは、日本旅行業協会(JATA)が提唱する、訪日外国人観光客を地方へ誘致することを目的とした官民連携のプロジェクトです。従来の単年度施策から脱却し、3年間を一つのサイクルとして、特定の広域エリアをフォーカスし、地域の魅力発掘から受け入れ体制の整備、さらには実際の訪問を段階的に実現することを目指しています。**ゴールデンルート等の定番の観光地を「超えて(BEYOND)」、地方に眠る未知なる宝物を発見してもらう**ことをコンセプトとして掲げ、JATAが広域連携DMO、地方自治体、旅行会社など一体となって持続可能な観光エコシステムを構築し、観光庁やJNTOとも連携を取り、2030年に向けたインバウンド目標の達成を目指しています。

パラダイムシフト：持続可能な地方誘客の実現に向けて

現状の課題（単年度事業）

点と点の施策によるリソースの分散

準備・実行・検証のサイクルが短縮し、
長期的な市場育成が困難

ステークホルダー間の連携が
単発で終了

目指す姿（多年度総合誘客事業）

線と面で捉える一貫したストーリー構築

「準備」→「整備」→「刈り取り」の
段階的な開拓（多年度事業）

広域連携DMO、地域DMO、JNTO、
旅行会社等が連動する強固なシステム

3か年ロードマップ: 持続可能な観光の実現



訪日外国人観光客の地方への分散誘客を促進するため、**特定の広域エリアを選定し**、複数年計画で「観光資源の磨き上げ」、「流通販売経路の開拓」、「商品化」、「プロモーション」、「実誘客」まで官民一体で集中的に実施する。

Step 2(3年目)

Step 0(1年目)

連携準備

- 調査・現状把握
ターゲット設定・関係構築
- ・ゴール設定
 - ・視察商談会
 - ・ネットワーキング
 - ・相互会議参加
 - ・海外旅行博協力
 - ・商品造成準備

Step 1(2年目)

認知・整備

- 受入環境整備
商品造成・流通体制整備
プロモーション
- ・視察商談会(継続)
 - ・ネットワーキング(継続)
 - ・商品造成・販売準備
 - ・海外旅行博共同出展
 - ・プロモーション強化 (JNTO連携)
 - ・着地型商品開発
 - ・現地イベント準備

誘客・刈取

- 地方訪問・宿泊の実現
着地型商品販売
現地イベント開催
- ・ネットワーキング(継続)
 - ・着地型商品販売
 - ・現地イベント開催
 - ・プロモーション強化(継続) (JNTO連携)
 - ・海外旅行博協力
 - ・プロジェクトレビュー & 継続に向けた協議

3か年ロードマップ:持続可能な観光の実現(イメージ)

ステージの異なるプロジェクトを同時進行で実施し、早期の地方誘客実現を図る。

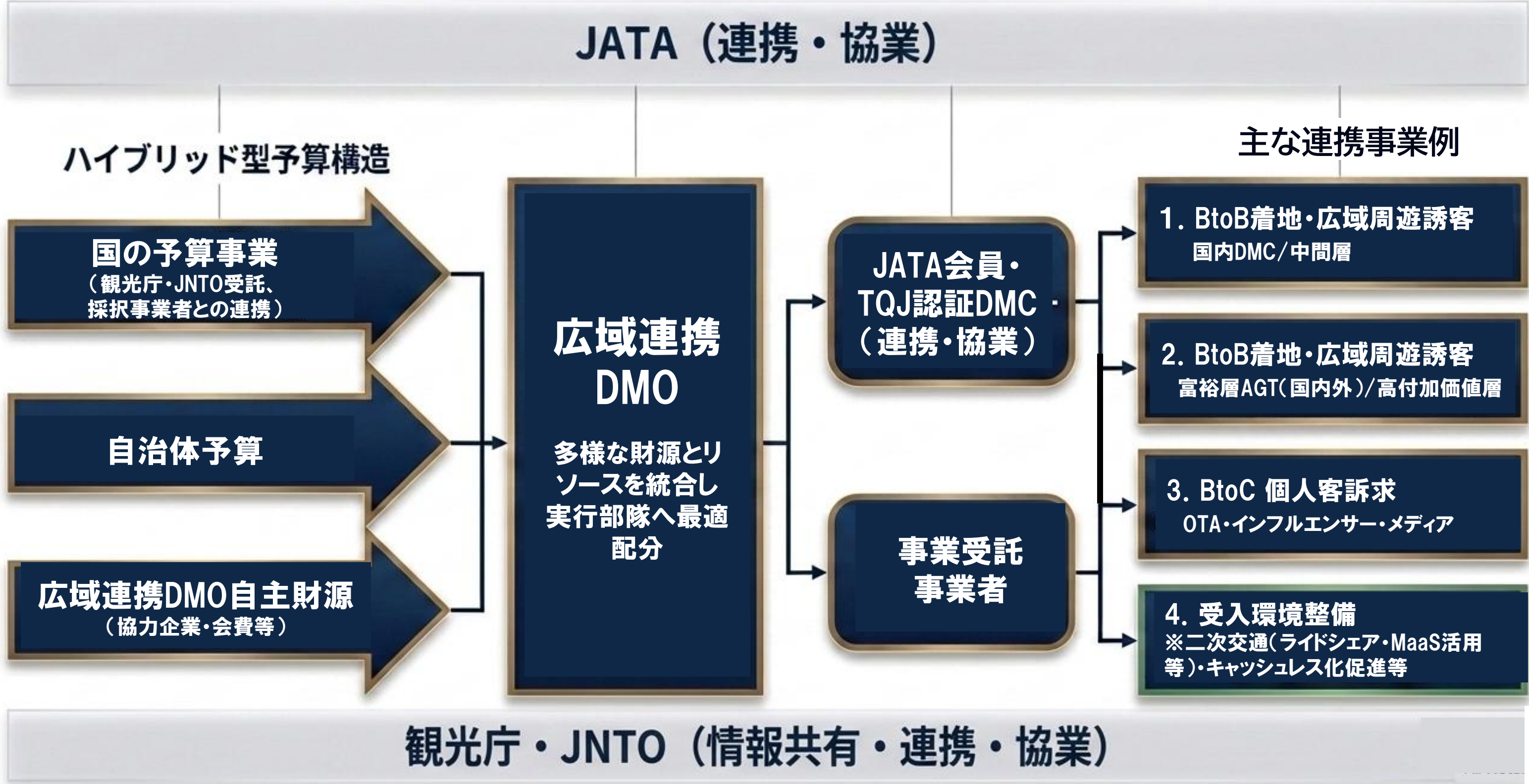


毎年1～2地域を選定。進行ステージが異なるプロジェクトを同時進行

	2026	2027	2028	2029	2030
東北（予定）	Step 0	Step 1	Step 2		
地域A		Step 0	Step 1	Step 2	
地域B			Step 0	Step 1	Step 2
地域C			Step 0	Step 1	Step 2
地域D				Step 0	Step 1
地域E					Step 0
地域F					Step 0



全体管理・推進体制

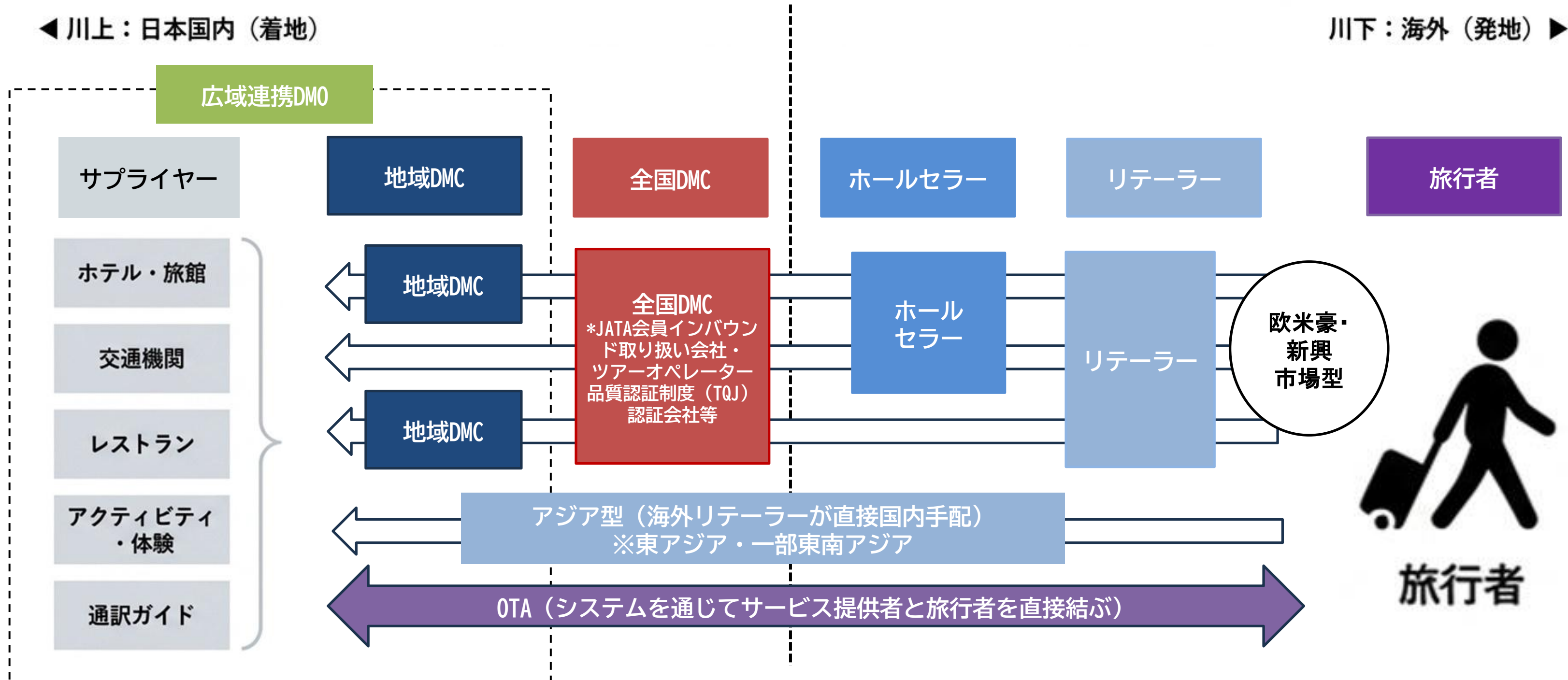


インバウンド観光における商品供給サプライチェーンの全体像

海外市場を戦略的に開拓するには、市場特性に合わせた流通チャネルの構築が必須。中でも欧米豪のロングホール市場や新規市場における海外事業者（ホールセラー・リテラー）は、必要な旅行素材を、一括して手配可能な日本国内の受け皿（ランドオペレーター・DMC）を求めており、**ハブとなる「全国DMC」との連携が極めて重要**となる。

◀ 川上：日本国内（着地）

川下：海外（発地）▶



持続可能な観光エコシステム確立の実現へ



成功事例の他地域への水平展開を通して、各地域単発の事業ではなく、日本の観光を次の次元へ引き上げる「永続的な成長基盤」の構築を目指す。

第一弾：東北での取組

JAPAN, GO BEYONDプロジェクト



第1弾：Discover hidden treasures in Tohoku (2026年度～2028年度)



選定理由と課題

インバウンドの成長率（2025年前年比）は全国・地方部平均を上回る高いポテンシャル

一方で「宿泊における訪日シェア」が低く、「宿泊に値する価値」の創造が課題

受入体制（宿泊等）の整備と、世界的な認知度向上の余地が極めて大きい

ミッション

東北観光推進機構を核とし、高品質な周遊ルートの定着と地域消費の拡大を目指す。

欧米豪市場の行動特性と「広域周遊」の重要性

欧米豪市場のインバウンド獲得には行動特性（主要空港への集中と長期滞在）に合わせた「広域周遊」による送客が極めて重要となる。

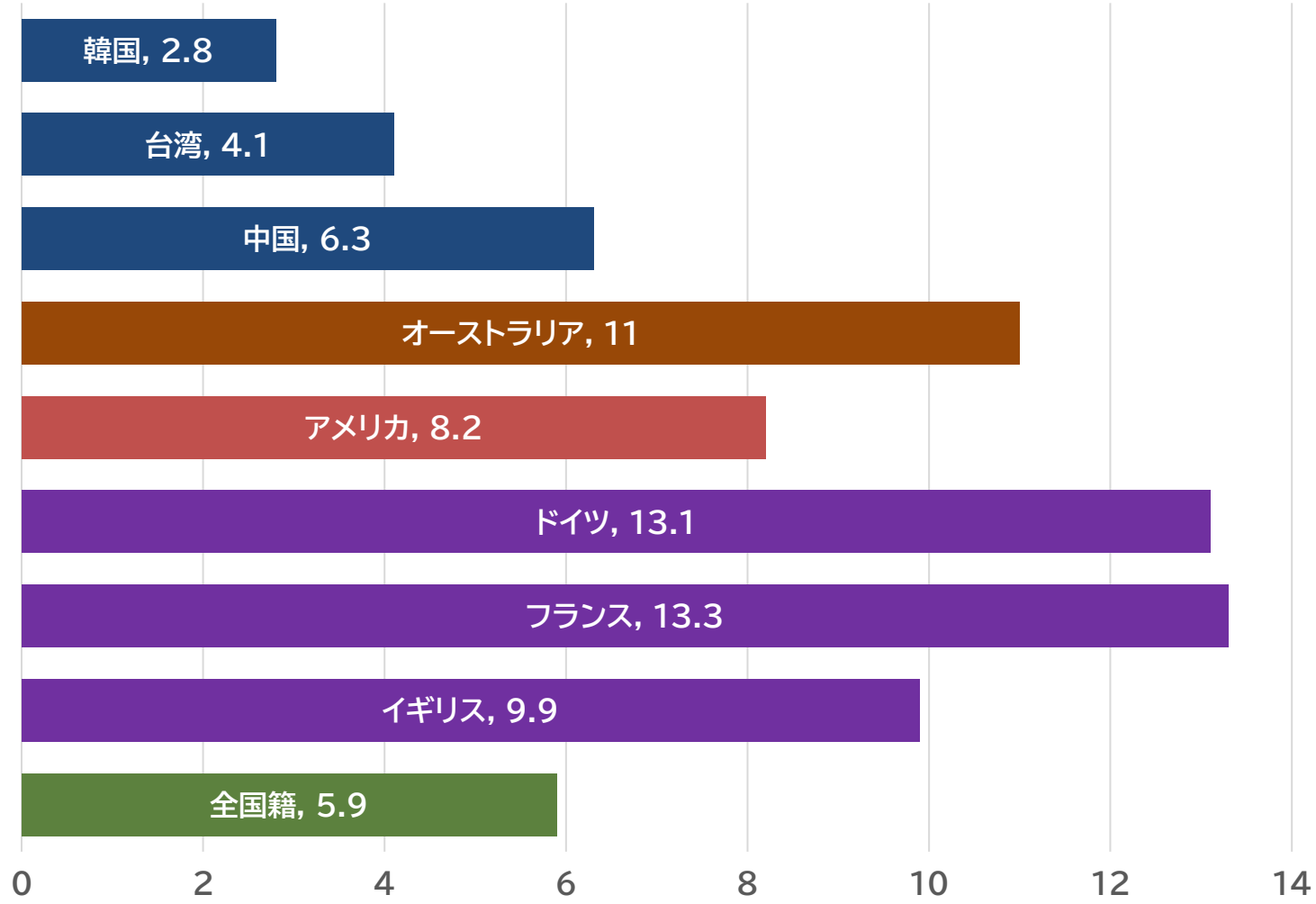
2025年年間入国者数

単位:千人

	全国籍		アジア		ヨーロッパ		北米		オセアニア	
	人数	シェア	人数	シェア	人数	シェア	人数	シェア	人数	シェア
札幌	2,062	5%	1,960	6%	32	1%	37	1%	32	3%
成田	11,923	28%	8,746	26%	1,123	35%	1,683	39%	499	41%
羽田	7,144	17%	3,614	11%	1,223	38%	1,810	42%	381	32%
中部	1,782	4%	1,703	5%	33	1%	28	1%	10	1%
関西	10,836	26%	9,440	28%	657	20%	466	11%	214	18%
福岡	3,756	9%	3,603	11%	62	2%	66	2%	21	2%
沖縄	1,877	4%	1,789	5%	42	1%	36	1%	75	6%
全空港	42,431		33,369		3,253		4,265		1,207	
(仙台)	268	1%	261	1%	4	0%	2	0%	1	0%

ヨーロッパ・北米・オセアニアからの入国は東京(羽田・成田)、関空の3空港に集中し、入国者の90%を超える

2024年主要市場別宿泊日数



第1弾：Discover hidden treasures in Tohoku

市場別マーケティング戦略：特性に合わせた最適アプローチ



～2026年4月観光庁・JNTO発表の訪日マーケティング戦略をベースに～

1	東アジア・東南アジア 【域内周遊型】	ショートホール。訪日経験者多数。リピーター拡大に注力し、地方分散・単価向上を狙う。
2	欧米豪 【広域周遊型】	ロングホール。訪日経験者、未経験者混在。市場ポテンシャルが大きいいため、初訪日層・家族旅行層等の獲得を含め、対象を広くカバーしたターゲット設定。
3	インド・中東・北欧等 今回は見送り	訪日未経験者中心。まずは地方を含む「日本」の認知度向上を最優先し、高所得者層等市場特性に基づきアプローチ。

【域内周遊型】

東北域内の周遊強化、着地型コンテンツ強化、高付加価値化促進

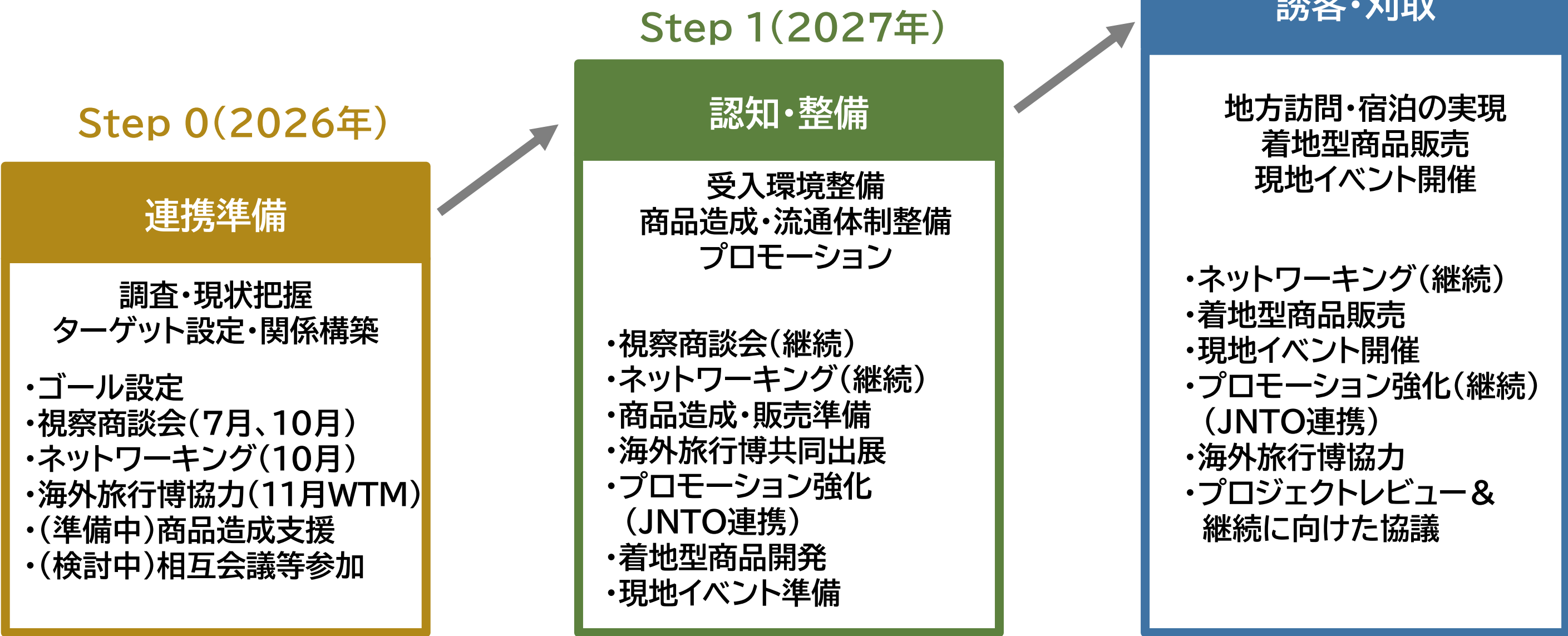
【広域周遊型】JAPAN, GO BEYONDターゲット

東北を含んだ周遊商品、テーマ特化型周遊商品、小グループ周遊商品の開発

東北3か年ロードマップ：持続可能な観光の実現

2028年における欧米豪からの東北訪問増を目標とし、3か年計画で「観光資源の磨き上げ」、「流通販売経路の開拓」、「商品化」、「プロモーション」、「実誘客」まで官民一体で集中的に実施する

Step 2(2028年)



第1弾：Discover hidden treasures in Tohoku
Step 0：準備期 アクションプラン



2028年度の「刈り取り期」を見据え、関係者間の強固な連携基盤を構築する

Step 0 ゴール:2028年に向けた共通目標の設定

- ・具体的なアクションプランの策定
(宮城デスティネーションキャンペーンを視野に)
- ・役割分担の明確化(東北観光推進機構・自治体・JATA・旅行会社)と連携体制の構築
- ・次年度以降の予算の確保並びに用途の共有

東北観光推進機構⇔JATA連携強化

- ・連携・連絡体制の構築
- ・共同プレスリリース
- ・キックオフミーティング開催
※仙台での訪日旅行推進委員会開催時に実施
- ・双方会議体等へのオブザーブ参加

- ・観光庁・JNTOとの連携
- ・広域連携DMO政策研究会との連携
- ・プロジェクト説明会の開催

事業者連携施策

- ・JATA視察商談会の実施(6月実施)
- ・JATA訪日旅行推進委員会の開催(仙台:10月)
- ・WTMロンドン等欧州旅行博連携(11月～)

商品造成施策

- ・広域周遊ルートの策定
- ・商品造成支援
新規東北周遊商品開拓
既存周遊商品延泊プラン(例:南東北2泊プラン等)
※旅行会社商品造成者等でのワーキンググループの設置の検討

JAPAN, GO BEYOND

Discover hidden treasures



「一過性のキャンペーンではなく、
日本の観光を次の次元へ引き上げる礎へ。」

官民一体の3か年ロードマップを通じた「永続的な成長基盤」の構築。

東北での成功事例を他地域へ水平展開し、
日本全国の持続可能な地方誘客を実現する。
