

## I. 推進体制の強化

### 1. 組織基盤の強化

#### (1) 理事会

##### ① 第8回理事会 (5月13日)

第3回通常総会で報告する2018年度事業報告と2019年度収支予算の報告を行った後、新規入会会員の件、第3回通常総会付議事項である理事選任の件、2018年度決算の件について審議を行い、異議無く承認された。

##### ② 第9回理事会 (5月30日)

第3回通常総会終了後に開催。副会長選任の件、新規入会会員の件について審議を行い、異議無く承認された。当理事会での承認による東北観光推進機構（以下、「東観推」）の会員数は219団体となった。

##### ③ 第10回理事会 (11月21日)

新規入会会員の件、2019年度補正予算の件について審議を行い、異議無く承認された。2019年度上期事業報告、同下期事業計画、2020年度事業計画（案）、東北デスティネーションキャンペーンなどについて報告、意見交換を行った。

##### ④ 第11回理事会 (2020年3月26日)

2019年度下期事業報告を行った後、新規入会会員の件、2020年度事業計画・収支予算の件、第4回通常総会の開催の件について審議を行い、急激な環境変化の中での今後の事業変更等について種々ご意見を頂き、承認された。

#### (2) 総会

##### 第3回通常総会 (5月30日)

2018年度事業報告、2019年度事業計画及び収支予算の報告を行った後、理事選任の件、2018年度収支決算の件について審議を行い、異議無く承認された。その後、上記第9回理事会に続き、記念講演、懇親パーティを開催。

記念講演では、グーグル合同会社観光立国推進部長/内閣官房クールジャパン地域プロデューサーの陳内裕樹氏を講師としてお招きし、「令和時代の東北観光の成功に向けて」という演題でご講演をいただいた。



<小縣会長による挨拶>



<第9回理事会>



<陳内講師>



<懇親パーティ>

#### (3) 行政観光戦略会議

##### ① 2019年度第1回行政観光戦略会議 (7月22日)

東北6県・新潟県・仙台市の観光担当課長等と、2019年度第1四半期事業報告のほか、2020年度事業の方向性や考え方について意見交換を行った。

**② 2019年度第2回行政観光戦略会議（10月16日）**

東北6県・新潟県・仙台市の観光担当課長クラスの方々と共に、2019年度第2四半期事業報告のほか、2020年度事業計画の方向性、考え方について意見交換を行った。

**③ 2019年度第3回行政観光戦略会議（2020年1月17日）**

東北6県・新潟県・仙台市の観光担当課長クラスの方々と共に、「2020年度事業計画骨子（案）」「2020年度トップセールス事業」「行政との役割分担」などについての意見交換を行った。

**④ 2019年度第4回行政観光戦略会議（2020年3月19日）**

東北6県・新潟県・仙台市の観光担当課長クラスの方々と共に、第11回理事会付議事項となる2020年度事業方針・事業計画・収支予算案、今後の広域事業の進め方などについての意見交換を行った。

**(4) 東北観光戦略会議**

**① 第7回東北観光戦略会議（10月29日）**

経済団体、企業の実務責任者、東北6県、新潟県及び仙台市の観光協会・連盟の代表の方々と、2019年度上期事業報告、2020年度事業計画（案）、東北デスティネーションキャンペーンなどについて意見交換を行った。

**② 第8回東北観光戦略会議（2020年3月17日）**

経済団体、企業の実務責任者、東北6県、新潟県及び仙台市の観光協会・連盟の代表の方々と、2019年度下期事業報告、2020年度事業方針（案）、東北デスティネーションキャンペーン全国宣伝販売促進会議などについて意見交換を行った。

**(5) 6誘致協6旅ホ連会議**

**① 第5回6誘致協6旅ホ連会議（11月13日）**

各旅行会社の旅館ホテル連盟、協力店会の代表者、東北6県の観光誘致協議会の代表者の方々と、2019年度上期事業報告および下期事業スケジュールや2020事業計画（骨子）、東北デスティネーションキャンペーンなどについて意見交換を行った。

**② 第6回6誘致協6旅ホ連会議（2020年3月17日）**

各旅行会社の旅館ホテル連盟、協力店会の代表者、東北6県の観光誘致協議会の代表者の方々と、2019年度下期事業報告、2020年度事業方針（案）、東北デスティネーションキャンペーン全国宣伝販売促進会議などについて意見交換を行った。

**2. 情報発信の強化**

**(1) 講演・執筆・取材対応関係**

観光関係団体、大学、経済団体等からの依頼により、小縣会長、紺野専務理事他が講演を行った。また、新聞、機関誌の取材協力や寄稿を行い、東北観光における広域連携の重要性、東観推の目指す方向性や事業紹介等の情報発信に努めた。

**【講演等】**

- ・CtripとJR東日本との東北地方への創客に関わる戦略的提携発表会（4月12日）
- ・宮城県議会総合観光戦略調査特別委員会（4月15日）
- ・ジャパンショッピングツーリズム協会東北支部設立記念セミナー（5月21日）
- ・福島県商工会議所連合会政策委員会（5月21日）

- ・宮城県観光誘致協議会理事会・総会（5月22日）
- ・東北映像フェスティバル2019（5月31日）
- ・山形県観光誘致協議会総会（6月17日）
- ・令和元年度第1回地域経済動向専門家会議（6月20日）
- ・仙台商工会議所不動産・小売商業・理財・交通運輸・文化観光部会合同7月定例常任委員会（7月19日）
- ・盛岡市観光推進計画策定委員会セミナー（8月6日）
- ・ふくしま台湾友好協会総会（8月29日）
- ・いわてグローバル人材育成講座（10月17日）
- ・2019世界防災フォーラムにおける一般公開セッション（11月19日）
- ・やまがた冬のあった回廊キャンペーン・キックオフセレモニー（11月28日）
- ・会津若松観光ルネッサンス協議会（12月11日）
- ・東北におけるインバウンドビジネスの行方セミナー（12月17日）
- ・復興金融ネットワークインバウンド・観光振興分科会（2020年1月29日）
- ・観光立国タウンミーティング「東北観光シンポジウム」（2020年2月10日）
- ・仙台商工会議所文化観光部会 2020年新春懇談会（2020年2月27日）

### 【パネルディスカッション】

- ・第4回新しい東北観光シンポジウム（4月20日）
- ・インバウンド白熱トークライブ in 釜石（5月28日）
- ・とうほく創生Genkiプロジェクト（12月1日）

### 【取材対応・寄稿】

- ・日本経済新聞「東北の観光、インバウンドを考える」記事掲載（4月26日）
- ・仙台市政だより8月号「つなぐ。仙台」記事掲載（8月1日）
- ・観光経済新聞「創刊3000号特集」記事掲載（9月7日）

## (2) 記者会見対応

2020年2月28日、東北運輸局で開催された「東北への外国人宿泊者数150万人泊達成」発表記者会に立ち合い、トップセールスなどこれまで官民一体となって推進してきたオール東北の取組について説明した。



## (3) SNS等による観光情報発信の強化

東観推のFacebookフォロワーに対し、タイムリーに情報発信を行うとともに、フォロワーを通じた情報の拡散を図ることにより、効果的な情報発信に努めている（10月～2月現在で13回配信）。

2019年10月に「Lonely Planet's Best in travel 2020」の地域編に「東北」が第3位に選出され、11月には「National Geographic」が選ぶ「Best Trip」における「東北」の選出についてプレスリリースをするとともに、ホームページ、FaceBookに掲載した。世界的な旅行ガイドブックや有力紙に選出されたことから、観光庁、復興庁、JNTO等関係機関のホームページ掲載などもあり、複数の新聞社により紙面に取り上げられ、広がりのある発信効果を発揮した。



## (4) 会員に対する情報発信の強化

東観推が発行する「旅東北 NEWS」vol.7～vol.18において、毎月の活動報告や会員が参加可能な海外イベント・セミナー情報等の掲載を行った。また、東観推の事業で得たマーケティングデータ等を会員ページに掲載し、会員が活用できるようにする等、会員との連携強化に努めた。

## II. 海外観光客の誘客促進

### 1. オール東北の更なる醸成

#### (1) バンコク・日本東北トップセールス 2019 事業および関連事業 (8月24日～27日)

訪日旅行者の伸びが著しいタイにおいて、東北の官民トップが一体となってバンコクを訪問し、現地の政府関係者、観光関係団体及び航空会社等との懇談・交流により、双方向交流の促進を図るとともに相互の関係性を構築・強化した。また、トップセールスに合わせて、JNTO と連携して東北への誘客促進に向けたイベントを開催した。

##### ① バンコクにおける訪東北プロモーション事業 (JNTO 主催、8月24日～25日)

トップセールスに合わせてバンコクの一般消費者向けに東北観光の魅力を伝えるプロモーションイベントを開催し、同地からの誘客促進を図った。開催記念セレモニーでは、東北6県及び仙台市の副知事・部局長等が出席し、紺野専務理事が東北代表として挨拶を行った。また、東北地域の祭りの披露、東北の観光素材の紹介、バンコクの旅行会社による訪東北旅行商品販促等を行った。



開催記念セレモニー



賑わう各県ブース

##### ② タイ国政府観光庁ならびに関係機関への表敬訪問等 (8月26日～27日)

タイ国政府観光庁主催の晩餐会に参加し、同庁総裁、副総裁及び東アジア局長他と懇談し、今後のタイと東北の間での相互交流拡大の可能性について活発に意見交換を行い、関係強化を図った。

翌日、タイ国際航空への表敬訪問し、10月29日からのタイ国際航空のバンコク～仙台便の運航再開への御礼を伝えるとともに、相互交流を拡大していくための意見交換を行った。TG側より、バンコク～仙台便の利用促進に関する取り組みについてプレゼンを受け、各県知事・副知事・副市長より東北のPRを行った。

##### ③ バンコク・日本東北トップセールス 2019 (8月27日)

第一部では、小県会長から相互交流の拡大に繋がるタイ・東北地域の連携強化を要望するとともに、紺野専務理事より東北に関する概要説明を行った。併せて、各県知事・副知事より東北各県の観光の魅力やトピックス等を紹介し、訪東北旅行の拡大に向けた協力の要請を行った。

第二部では、東北の伝統芸能の披露や懇談を通じ、相互の関係構築・強化を図った。



交流懇談会



記念撮影



プレゼンテーション

#### (2) 大連トップセールスのアフターフォロー事業

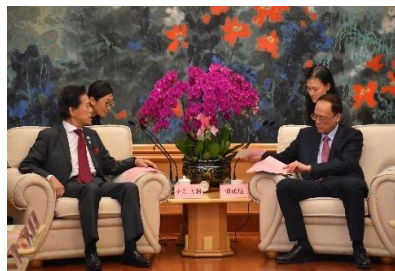
##### ① 第30回アカシア祭り関連行事等への参加 (5月23日～26日)

東北と大連との双方向交流のさらなる拡大を図るとともに、大連～仙台定期便の復便を促進するため、2018年8月に実施したトップセールスのアフターフォローとして、遼寧省及び大連市の行政関係者を表敬訪問したほか、第30回アカシア祭り関連行事等に参加した。





5月23日 遼寧省李副省长表敬



5月24日 大連市譚市長表敬



5月25日 アカシア祭り開幕式

## ② 大連市等の旅行会社を対象としたFAMの実施 (9月9日~11日)

中国の東北3省と日本の東北との双方向交流のさらなる拡大を図るため、大連市等の旅行会社(53社、53人)を対象として、東北各県及び新潟県を周遊するFAMを実施した。



FAM参加者



竿燈体験

## ③ 仙台・大連便初便による大連市への表敬訪問等 (11月2日~4日)

11月2日に中国国際航空が仙台~大連便の運航を再開したことから、これを契機として、大連及び東北3省からの誘客促進や日中両国の東北の継続的な連携強化を図っていくため、関係者が一体となって初便に搭乗するとともに、大連市や関係機関を表敬訪問し、運航再開への御礼、両地域の双方向交流の拡大に向けた協力依頼及び、意見交換を行い、各機関との関係強化を図った。



大連市主催夕食会



中国国際航空大連営業部訪問

## ④ 大連・仙台便初便による大連市訪問団への対応等 (11月2日~4日)

11月2日の大連から仙台への初便の到着にあわせ、宮城県や仙台国際空港と連携して搭乗者のお出迎えを行ったほか、同便に搭乗して来日した大連市の于副秘書長他4名の訪問団との意見交換会に出席した。また、11月5日に大連市政府が仙台市内で開催した「大連観光セミナー」について周知に協力するとともに、東観推からも参加し、理解を深めた。

## (3) 日本東北遊楽日2019 (11月16日~17日及び11月23日~24日)

東日本大震災以降の台湾からの支援に感謝の意を表し、東北が一体となって各種プロモーションを集中的に行うことで、台湾における東北の認知度向上と台湾から東北への旅行者の拡大を図ることを目的として実施した。本年度は、台湾・台北市、高雄市の2会場で開催し、東北伝統芸能のステージパフォーマンスや東北名産品の試飲試食を通じて東北観光への興味喚起及び東北への送客を促進し、東北の魅力を台湾の皆様へ強力に発信した。

### ① 台北会場 (11月16日～17日)



オープニングセレモニー



JNTO 清野理事長挨拶



東観推小縣会長挨拶

### ② 高雄会場 (11月23日～24日)



花笠踊りで現地親子と交流



会場様子 (昼)



会場様子 (夜)

## 2. 広域周遊観光促進のための新たな観光地域支援事業

### (1) 着地型コンテンツプラットフォーム構築・情報発信事業

外国人旅行者に対して旅マエ・旅ナカにおける消費意欲の喚起を目的として、域内の着地型コンテンツを一元的に格納するプラットフォームを構築した。年間200コンテンツの収集・多言語化を目標として取り組み、278コンテンツを収集・多言語化した。

### (2) 着地型コンテンツを活用したルート形成による広域周遊促進事業

着地型コンテンツプラットフォームの構築と合わせ、収集したコンテンツを外国人旅行者毎の興味や条件に応じて効率的に周遊するオリジナルルートを作成・提案するシステムを構築した。

タイ国際旅行フェアにおいて本システムのアプリを紹介しダウンロード促進を図った結果、認知度が向上し、新規アプリダウンロード数は1,079件、新規お気に入り登録数は38,799件、ルート形成数は3,080ルートとなった。

### (3) 東北広域多言語電話通訳サービス事業

東北7県全域において、訪日外国人の対応に関する不安を取り除くため、多言語電話通訳サービスを展開している。

外国人旅行者の安全確保や事件・事故等への迅速かつ適切な初動対応を図るため、昨年の福島県警察本部、宮城県警察本部に続き、今年度は山形県警察本部、秋田県警察本部と「外国人観光客等の安全確保への相互協力に関する覚書」を締結した。



覚書締結式

また、1月30日 宮城県警察本部より刑事警察活動への貢献に対して、感謝状を贈呈された。2020年3月末までのサービス利用登録は3,499施設となった(2019年度新規登録813施設)。

### (4) 二次交通を活用した広域周遊促進事業

「TOHOKU HIGHWAY BUS TICKET」の活用により周遊観光を促進し、観光消費の拡大を図っている。今後、OTA(KLOOK、KKDAY等)や海外旅行会社経由でのプロモーションのほか、仙台国際空港での掲出強化による販売促進を図っていく。販売累計実績は842枚(うち、OTA販売実績43枚)となった。

### (5) 東北広域デジタルマーケティング事業

訪日外国人に旅行先として東北を選定してもらうため、デジタル統計データを活用した訪日外国人



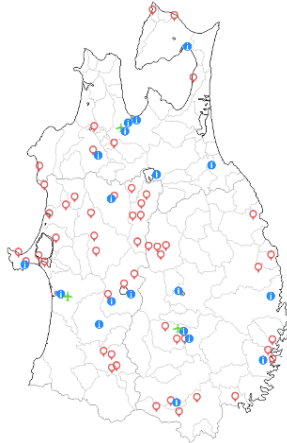
の域内動態等に関するデータを収集・分析し、2019年度のトレンド調査結果を2019年度調査レポートにまとめ東北観光推進機構ホームページに掲載した。今後、定期的に調査を継続していく。

### (6) DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

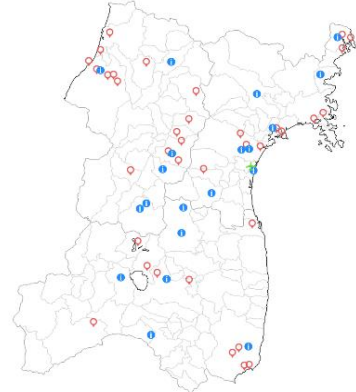
域内のゲートウェイ調査に向けた仙台、青森、花巻3空港や観光地域づくり法人(DMO)、観光案内所ネットワークと連携し、外国人旅行者の属性、嗜好等について域内統一調査を実施する広域調査網を昨年から継続的に構築している。3月末時点で24DMO及び40観光案内所等が参画し、421調査地点から3,176サンプルを収集・分析し、2019年度調査レポートにまとめた。デジタルマーケティング事業の調査レポートと合わせホームページに掲載している

- ・調査地点 421 地点 (空港3、観光案内所40、宿泊施設285、DMO24/96)
- ・3,176 サンプル (3月末現在)

北東北の調査地点



南東北の調査地点



## 3. 訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業

### (1) テーマ別コンテンツ造成及び東北ブランド形成事業

消費拡大のポテンシャルが大きく、東北各地の特徴を最大化できるテーマにより、複数地域で一体的なコンテンツ検討会、モニターツアー等を実施し131件のコンテンツを造成した。これらは着地型コンテンツプラットフォームに一元的に格納し、東北観光に向けた統一ブランドの形成に向けて東北広域DMO多言語ホームページに5言語で掲載している。

(主な造成コンテンツの例)

#### ◇ ナイトタイム(グルメ開発)

(青森) 酒屋オーナーと巡る地酒と居酒屋巡り、(宮古) sushi ホッピングツアー  
(男鹿) 英語でなまはげ問答と郷土料理体験 等 計76 コンテンツ

#### ◇ ナイトタイム(ガイド付きツアー)

(十和田) 氷瀑ライトアップ、十和田美術館鑑賞ツアー、流鏝馬体験ツアー  
(宮古) 早朝の浄土ヶ浜で伝統太鼓とともに朝日を呼ぶ朝食付きツアー 等 計25 コンテンツ

#### ◇ 体験型農泊・民泊

(気仙沼) 早朝の定置網漁師体験と漁師と朝食(十和田) 等 計25 コンテンツ

#### ◇ 参加型お祭り

(仙台) どんと祭り参加ツアー(男鹿) なまはげ参加ツアー等 計5 コンテンツ



(青森) 酒屋オーナーによる利酒



(八戸) コンテンツ造成検討会

## (2) テーマ別コンテンツ販路拡大調査事業（ランドオペレーター調査事業）

訪日外国人旅行者向けに、国内でホテル、ツアー等の手配・予約を専門に行っているランドオペレーターの中から、ターゲット市場や東北域内の観光関係者等と太い繋がりや強みを持ったランドオペレーターの洗い出しを行った。机上で作成したランドオペレーターの一次リスト（名称、連絡先等）から、100社を絞り込み、アンケート調査を実施し76社より東北へのニーズを確認した。さらに各ランドオペレーターの特性や、東北に必要なニーズ等をコンテンツプラットフォーム構築事業で収集し、1次募集・2次募集で選考したコンテンツとランドオペレーターとのマッチングを実施し、今後の東北観光に向けて積極的に係っていくべき41社を絞り込んだ。

この事業成果を域内のDMOに展開し、コンテンツ整備や各市場への販売戦術の強化に繋げていく。

## 4. 地域の観光資源を活用したプロモーション事業（旧訪日プロモーション地方連携事業）

### (1) 台湾

#### ① 台湾市場におけるFIT促進を目的とした誘客促進事業

##### ア 現地セミナー（6月6日～7日）

「東北の夏」をテーマに、20～40代女性をターゲットとして、現地において東北観光セミナーを実施した。また、各県在台湾コーディネーター等を訪問し、東観推の取組みを説明することで、オール東北としての取組みを推進するとともに、各県施策への波及を促した。



会場全景



主催者挨拶



東北観光セミナー

##### イ メディア招請（6月21日～26日）

「東北の夏」をテーマに、20～40代女性の訪日ボリューム層をターゲットとして、情報発信を行った。6月7日開催の現地セミナーで紹介したコンテンツを中心に招請先を選定し、現地目線で取材いただくことで、効果的な情報発信を行い、夏季の誘客促進を図った。



松島 牡蠣小屋



赤べこ絵付け体験



ナイトタイムエコノミー  
(裏磐梯レイクリゾート内)

##### ウ ブロガー招請（7月9日～14日）

訪日ボリューム層(20～40代女性)をターゲットとし、「東北の夏」をテーマに情報発信を行った。6月7日開催の現地セミナーで紹介したコンテンツを中心に招請先を選定し、現地目線で取材いただくことで、効果的な情報発信を行い、夏季の誘客促進を図った。



山伏体験



元滝伏流水



十和田湖カヌー体験



② 台湾市場における夏季団体商品造成喚起による送客拡大に向けた誘客促進事業  
((公社)日本観光振興協会主催商談会) (11月19日~21日)

宿泊者数が落ち込む夏季の団体商品造成・販売を促進するため、台湾・台北、台中、高雄の3都市において旅行会社向けの商談会を行った。商談会に先立ち、東北観光セミナーも実施した。



セミナー (台中会場)



商談の様子 (台中会場)



参加者集合 (台北会場)

(2) 中国

① マラソンを契機とした中国からの誘客促進事業 (メディア招請) (7月5日~8日)

中国市場における FIT 化の急速な進行や、「モノ消費」から「コト消費」へのシフト等の状況を踏まえ、同国内で健康ブームの一環として人気が高まっている「マラソン」を新たなコンテンツとして、マラソン愛好者を対象に東北の認知度向上や誘客促進を図るため、マラソン情報Webサイト2社2名を招請し、東北のマラソン大会の魅力や周辺の観光情報を発信した。



十和田湖マラソン



奥入瀬溪流

② ウィンタースポーツ愛好者をターゲットとした中国からの誘客促進事業 (セミナー開催等)  
(8月16日~19日)

2022北京冬季オリンピックの開催に向け、国策を背景としてウィンタースポーツ人口が増加している中国において、東北のスキー場等の認知度を高めながら東北への誘客を図るため、降雪エリアである北京及び瀋陽においてスキーセミナー (BtoBtoC) を開催したほか、現地で愛好者に影響力を持つスキークラブを訪問し、東北のスキー場や冬を中心とした観光情報を発信した。



スキーセミナー (瀋陽会場)



スキークラブ訪問

③ マラソンを契機とした中国からの誘客促進事業 (メディア招請) (10月11日~14日)

中国市場における FIT 化の進行や、「モノ消費」から「コト消費」へのシフトの状況を踏まえ、同国内で健康ブームの一環として人気が高まっている「マラソン」を新たなコンテンツとして、マラソン愛好者を対象に東北の認知度向上や誘客促進を図るため、7月に続き、マラソン情報 web サイト及び元中国代表選手のインフルエンサー計2名を招請し、東北のマラソン大会の魅力や周辺の観光情報を発信した。



魯迅の碑



東北みやぎ復興マラソンコース

(3) 香港

① 香港市場からの誘客に向けたプロモーション事業 (5月26日～6月1日)

香港の若い女性に対し、訴求力の高いメディアを招請し、東北の主な観光スポット等取材してもらうことにより、東北の魅力を発信し、東北の認知度向上及び誘客促進を図った。



さくらんぼ狩り体験  
(寒河江市内)



バーベキュー  
(湯沢町)

② 風評被害払拭を目的とした向けの誘客促進事業 (メディア招請) (9月24日～27日)

風評被害が根強い香港市場への正確な情報発信を目的に、みちのく潮風トレイルでのトレッキングや観光りんご園でのりんご収穫体験等をしていただくため、香港メディア関係者を招請した。



みちのく潮風トレイル



観光りんご園での  
りんご収穫体験



種差海岸

③ 香港市場からの誘客に向けた「東北の癒し旅」プロモーション事業 (現地イベント出展)  
(10月4日～6日)

香港現地で開催される「Umagine Smart Travel Carnival2019」にて、一般消費者に東北の観光資源等の魅力をPRした。



開会式の様子



表彰式の様子



東北ブースの様子



#### ④ 香港における東北誘客プロモーション事業（メディア招請）（12月15日～21日）

20～40代の女性を中心とした訪日個人旅行リピーターを訴求ターゲットとして、SNS映えするフォトジェニックな観光スポットや、食や文化など東北ならではの内容、温泉や自然景観などの「癒やし」を体感できるコンテンツを取材。現地旅行雑誌で発信することにより、東北の認知度向上及び誘客促進を図るため、現地メディアを招請したもの。



乳頭温泉



高湯温泉安達屋旅館



大内宿

#### （4）韓国

##### ① 韓国市場におけるアウトドア愛好家向けの誘客プロモーション事業（旅行会社招請） （8月26日～29日）

韓国内で人気の高い登山・トレッキングを通じた東北地域への誘客促進を図ることを目的とし、旅行商品を造成していただくため、現地の旅行会社を招請した。



宮城オルレ奥松島コース



みちのく潮風トレイル  
大船渡市中南部ルート



浄土ヶ浜

##### ② 韓国市場におけるアウトドア愛好家向けの誘客プロモーション事業（セールスコール） （11月25日～26日）

東北への旅行商品造成に意欲的な旅行会社等を中心にセールスコールを行い、東北への旅行商品の造成のための情報提供や意見交換を行った。



SANLOVE



HYECHO TREKKING

#### （5）タイ

##### ① タイから東北への国際定期便誘致促進プロモーション事業（旅行会社・メディア等招請） （10月30日～11月3日）

タイの一般消費者に向けて仙台への直行便就航をアピールするとともに、直行便の就航によりアクセスが容易になる北東北の観光素材を中心に情報発信するため、10月29日（現地発）から運航を開始したタイ国際航空（以下「TG」という。）の初便を利用し、旅行会社及びメディア等を招請したもの。あわせて、TGに就航先である東北の観光の魅力への理解を深めてもらうとともに、東北のタイ市場向けプロモーションの取り組みを知ってもらうため、同社セールス部門の職員2名も招請した。





弘前城の着付け体験



上桧木内紙風船絵付け体験



仙台市内アーケード散策

## ② タイから東北への国際定期便誘致促進プロモーション事業（1月15日～21日）

タイの一般消費者に向けて、東北の春の魅力と仙台への直行便の利便性をプロモーションすることにより、タイ最大の旅行シーズンであるソンクラーン休暇（4月中旬）の時期における東北への誘客を図ることを目的にタイ国際旅行フェア(TITF)へ出展した。また、タイ旅行業協会（TTAA）主催商談会に参加するとともに、セールスコールを行うことにより、現地旅行会社に対して主にグリーンシーズン以降の旅行商品の造成の働きかけを行った。



商談会の様子



アンケートの様子



セールスコール

## （6）シンガポール

### ① シンガポール市場における東北の冬季誘客促進事業（BtoCセミナー、セールスコール） （9月12日～14日）

シンガポールにおいて、現地旅行会社Follow Me Japan社と連携した東北セミナーを開催し、現地一般消費者に対して東北の魅力を発信した。また、現地旅行会社4社を訪問し、東北商品の状況確認や、東北の観光スポット（特にセルフドライブツアー）の情報発信を行った。



Cheesieさんのプレゼン



東北商品の紹介



大人気の日本酒コーナー

### ② 東北関連企業への訪問

#### ア 七十七銀行シンガポール駐在員事務所訪問

東北関連企業の進出動向や現地での情勢等について聞き取りを行った。シンガポールではドン・キホーテ（現地名「DON DON DONK」）が特に中華系に人気で、次々と店舗展開していること、常に暑い気候にも関わらず「焼き芋」に長蛇の列ができている事などの話題を伺った。

## イ JR東日本シンガポール事務所訪問

8月13日に移転したばかりの新事務所へ伺った。新事務所ではワーキングスペース「One & Co」を併設し、従来の貸オフィス形態とは異なるフリーアドレス型の会員制ワーキングスペースを提供するもので、シンガポールではポピュラーな契約スタイルとの事だった。会員はシンガポールに進出を検討している日本企業や現地で起業準備している個人が多く、会員間の情報交換やビジネスマッチングの場として活用されているとの事だった。



JR 東日本シンガポール事務所

## ウ SPOTTER&PARTNERS PTE 社訪問

SPOTTER&PARTNERS PTE はレストラン Pixy Bar を運営し、東北の食材を使った日本食を提供している。特に三陸沖の水産物をメイン料理に据えており、牡蠣や海鞘（ホヤ）を食材に使った料理も提供。シンガポール人の味覚は日本人に近く、あまり慣れていない海鞘（ホヤ）等も初めは戸惑うものの、「日本人が好んで食べる」と話すとおもしろくなる等、日本に興味を持っている人は多い事を知った。

## エ 菓匠三全 シンガポール高島屋ブース訪問

中秋節に合わせシンガポール高島屋にブース出店中の菓匠三全を訪問した。中秋節での月餅（Moon Cake）を食べる伝統に合わせ、「萩の月」を「Japanese Moon Cake」として販売していた。もの珍しい事や月餅とは異なる柔らかな食感が特に女性層を中心に人気が出てきているが、1個5シンガポールドルと安くはないこともあり、まだまだ限定的な対応とのことだった。



シンガポール高島屋  
菓匠三全ブース

## (7) マレーシア

### ・マレーシア市場におけるムスリム層に向けた東北誘客プロモーション事業（旅行博出展） （9月6日～8日）

マレーシア旅行博(MATTA Fair in Kuala Lumpur)に出展し、現地一般消費者に対して、東北の観光地情報やムスリムフレンドリーな施設情報のプロモーションを実施した。



日本エリアの様子



東北ブースの様子



フォトスポットの様子

## (8) フィリピン

### ・フィリピン市場におけるFIT層を対象とした東北誘客プロモーション事業（現地旅行博出展等） （11月9日～11日）

マニラで開催された訪日旅行促進BtoCイベント「Japan Fiesta」に出展し、訪日旅行を検討する来場者に対して東北の観光情報等を発信した。また、現地旅行会社に対してセールスコールを行い、東北行き旅行商品の造成に向けた情報発信を行った。



東北ブースの様子



沢山のお客様が来場



予想以上の人出



## (9) オーストラリア

### ・豪州市場における東北のスノーリゾートとその周辺観光地を組み合わせた魅力発信による認知度向上事業 (5月26日~27日)

スキー旅行者向け旅行博 (Snow Travel Expo 2019 Sydney) に出展し、業界関係者及び一般消費者に対し、スノーリゾートとしての東北の魅力等を発信したほか、セールスコールにより現地の旅行会社に商品造成の働きかけを行う等、オーストラリアにおける東北の認知度向上及び誘客促進を図った。



TOHOKU ブース



ブースアトラクション



セールスコール

## (10) アメリカ

### ① 欧米市場におけるメディア等を活用した認知度向上事業 (アメリカメディア招請) (10月27日~11月1日)

東北の認知度向上を図るため、アメリカ有力メディアに対する取材支援を行った。

【取材媒体】CNN TRAVEL (ウェブ版) (<https://edition.cnn.com/travel>)

Frommer's.com (ウェブ版) (<https://www.frommers.com/>)

【掲載時期】2019年12月 (CNN TRAVEL)、2020年2月 (Frommer's.com)

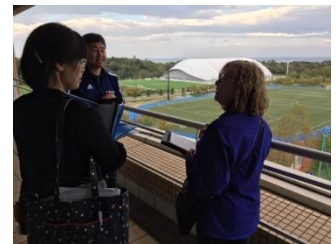
【取材地域】山形県、福島県



銀山温泉



飯坂温泉



Jヴィレッジ

### ② 米国旅行会社に対する東北プレゼンテーション (11月6日)

JNTO ロサンゼルス事務所が実施する東北関係事業の一環として招請された米国の旅行会社5社に対して、東北の観光の魅力 (四季・食・温泉・アクセスなど) に関するプレゼンテーションを実施した。あわせて、東北観光に関する意見交換を行った。

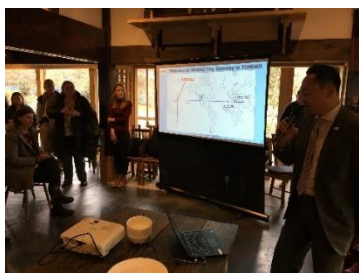


意見交換会

### ③ 全米旅行記者協会 (SATW : Society of American travel Writer) による東北取材 (12月5日~11日)

JNTO ニューヨーク事務所の働きかけにより、米国最大の旅行ライター協会である全米旅行記者協会 (SATW : Society of American travel Writer) フリーランス部会が実施する取材ツアーを東北に誘致した。SWAT に加盟するライター約40名が東北6県を3コースに分かれて取材を行った。





東北プレゼンテーション



オープニングセレモニー

④ 「National Geographic (ナショナルジオグラフィック)」 Best Trips 2020 選出

米国を拠点に世界各国で展開されている有力誌「National Geographic」が毎年発表している世界で訪れるべき旅行先「Best Trips」の2020年版に東北が冒険部門でランクインし、11月21日にプレスリリースを実施したことに加え、英語版Facebookで情報発信を実施した。

⑤ 欧米市場におけるメディア等を活用した認知度向上事業（旅行博出展・セールスコール）  
(2020年2月13日～16日)

米国西海岸の一般消費者を対象に、ロサンゼルスで開催された旅行博 (Los Angeles Travel & Adventure Show) に出展し、東北の認知度向上・訪東北への興味関心を喚起するため、情報発信を実施した。また、現地旅行会社に対してセールスコールを行い、東北域内で今年度新たに造成された体験コンテンツ等の紹介など、東北旅行商品の造成に向けた情報発信を行った。



東北ブースの様子①



東北ブースの様子②



セールスコール

(11) イギリス

① 欧米市場におけるメディア等を活用した認知度向上事業（イギリスメディア招請）  
(11月4日～8日)

東北の認知度向上を図るため、イギリス有力メディアに対する取材支援を行った。

【取材媒体】「Lonely planet」デジタル版

【掲載時期】2019年12月、2020年1月

【取材地域】宮城県、仙台市



仙台市内アーケード



こけし絵付け体験



宮城オルレ 奥松島コース

## ② Lonely Planet (ロンリープラネット)「Best in travel 2020 選出

英国を拠点に展開されている世界最大の旅行ガイドブック「Lonely Planet」が毎年発表している「世界で訪れるべき旅行先Best in travel」の2020年版に東北が選出された。これを受けて、10月23日にプレスリリースを実施するとともに、英語版Facebookで情報発信を実施した。



## (12) フランス

### ・フランスメディア招請 (7月31日～8月8日) による「National Geographic traveler」フランス版への東北特集の掲載

東北の認知度向上を図るため、2019年7月31日から8月8日にかけて、フランス有力メディアに対する取材支援を行った。その成果として、世界有数の旅行雑誌「ナショナルジオグラフィックトラベラー」のフランス版2020年1-3月号(2020年1月8日発行)において、東北に関する特集記事が計17.5ページ掲載された。

【取材地域】東北6県1市(青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・福島県・仙台市)



中野不動尊(福島市)



山寺芭蕉記念館



松島

【取材媒体】National Geographic Traveler フランス版

本記事は、欧米で高い人気を誇る俳人・松尾芭蕉の足跡を辿ることを主なテーマに、編集長自らの取材記事として寄稿されている。

また、本号の表紙には、松尾芭蕉ゆかりの地・山寺の荘厳な景色が採用されている。



## (13) ドイツ

### ・欧米市場におけるメディア等を活用した誘客促進事業(ドイツメディア招請)(8月24日～31日)

東北の認知度向上を図るため、ドイツ有力メディアに対する取材支援を行った。

【取材媒体】Das Filter(ドイツのWEBメディア)

【掲載時期】9月27日、10月27日に特集記事として、各1本配信

【取材地域】新潟県、秋田県



観能



酒蔵への取材



角館武家屋敷



#### (14) イタリア

##### ・イタリア旅行会社に対する東北プレゼンテーション（9月27日）

JNTO 海外プロモーション部が東北関係事業の一環として招請したイタリアの旅行会社5社に対して、四季・食・温泉など東北観光の魅力やアクセスについてプレゼンテーションを実施した。あわせて、東北観光に関する意見交換を行った。



意見交換会

#### (15) ロシア

##### ・ロシアメディア招請事業【実施主体：北海道運輸局】（8月19日～27日）

2017年からのビザ発給要件緩和等に伴い2018年訪日客数が94,800人と過去最高を記録したロシアに対し、極東ロシアと直行便を持つ北海道・新潟県と連携し、ロシアのメディア関係者を取材招請した。



瑞巖寺



鶴ヶ城



意見交換会

### 5. 東北観光復興対策交付金事業

東北6県及び仙台市から集約された意見を踏まえ、東観推では以下の事業を立案し、受託事業者との調整の上、事業を推進してきた。

#### (1) 各事業の取組状況

##### ① 訪日富裕層を対象とした魅力ある東北発信誘客事業

###### 【事業概要】

富裕層向けの質の高いコンテンツ等を分析した上で、市場特性に応じて情報発信を強化するとともに、旅行博への出展やモデルコースの開発、旅行商品造成の支援等により、プレミアムな東北の認知度向上や誘客促進を図った。

###### 【取組状況】

##### ア 訪日富裕層向け国内旅行会社等による視察、意見交換

本事業のターゲット国における訪日富裕層旅行者に対応した実績を持つ国内の訪日富裕層向け旅行会社等を招請し、東北への富裕層旅行の商品造成の促進を図るとともに、旅行会社と各県市・東観推との意見交換を通じて、富裕層旅行のニーズや受入課題等について理解を深めた。

##### ・ 福島県、宮城県、山形県（7月30日～8月3日）



仙台筆筒金具工房



酒田舞娘（相馬楼）



意見交換会



・ **青森県、秋田県、岩手県（9月4日～8日）**



十和田湖RIBツアー



角館・青柳家プレミアムツアー



意見交換会

**イ 訪日富裕層を対象とした旅行会社へのセールスコール（9月14日～23日）**

本事業の主要ターゲット国であるフランスとイギリスを訪問し訪日富裕層を顧客に持つ旅行社（パリ4社、ロンドン3社、オックスフォード1社）にセールスコールを実施した。

富裕層は特別な体験に強い興味があり、東北ならではの「出羽三山山伏修行」「居合道体験」「大館曲げわっぱ弁当箱作り」「Englishガイド付酒蔵体験」等は十分に受け入れられるコンテンツであると評価された。一方で、富裕層にとってサービスの行き届いた五つ星クラスホテルのラインナップ整備が課題としてあげられた。

また、JNTO、JRE、JAL、ANAの各現地事務所を訪問し、意見交換と情報共有を行った。



パリ/Teranui



ロンドン/Ampersand Travel



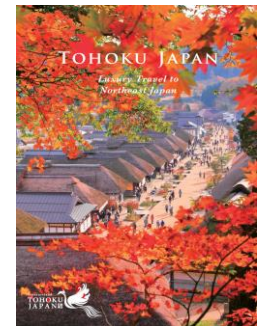
オックスフォード/INTO Japan

**ウ 富裕層マーケットに関する調査**

国内外の富裕層向け旅行会社やコンソーシアムを対象に、ターゲット国における富裕層旅行のトレンドや旅行内容、手配方法等についてアンケート・ヒアリングを実施した。

**エ 富裕層向け多言語パンフレット作成**

富裕層向け多言語パンフレットを7言語（英語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、ロシア語、簡体字、繁体字）で作成。



富裕層向けパンフレット

**オ 訪日富裕層向け欧米旅行会社FAM、意見交換（11月5日～9日）**

欧米市場において訪日富裕層旅行の送客実績を有する旅行会社5社5名を招請し、東北への富裕層旅行の商品造成の促進を図るとともに、旅行会社等と各県・東観推との意見交換を通じて、富裕層旅行のニーズや受入課題等について理解を深めた。



白神山地



正法寺（精進料理）

## カ I L T Mカンヌ出展（12月2日～5日）

世界の富裕層旅行業界で最大規模の商談会である「I L T Mカンヌ2019」に出展し、主に欧米市場において富裕層を顧客とする旅行会社等との商談を通じて、東北への富裕層旅行の商品造成の促進を図った。



商談の様子



会場の様子

## ② 「TOHOKU」の観光復興の継続的発信による誘客促進事業

### 【事業概要】

2019RWC、2020オリパラの開催を機に、幅広い層に対する東北の認知度向上や東北の冬のブランド化を促進するとともに、東北の現状について正確に認識してもらうための情報発信を行うことにより、依然として残る風評や不安の払拭を図った。

### 【取組状況】

#### ア 東北太平洋沿岸ホームページ及び冬の東北ホームページのコンテンツ追加等

- ・太平洋沿岸ホームページについて、4県1市のコンテンツを追加修正し、GDN 広告を台湾、香港に配信し、25万PV超を獲得した。
- ・冬の東北ホームページについて、更新コンテンツの翻訳作業を実施。11月から1月にかけてGDN 広告を豪州、台湾及びタイに配信し、14万PV超を獲得した。



#### イ 太平洋沿岸地域を視察する教育旅行招請事業（台湾）（8月24日～28日）

日本への教育旅行需要が高い台湾宜蘭県の高校3校から、校長、副校長を招請し、宮城県・福島県の沿岸部を中心に視察いただくことで、東北への教育旅行誘致を図るとともに、風評・不安の払拭のため東北の現状について正確な情報発信を行った。



荒浜小学校



南三陸町教育旅行プログラム

#### ウ 太平洋沿岸地域を視察する教育旅行招請事業（中国）（9月24日～28日）

日本への教育旅行需要が高まりつつある中国西安市、山東省、江蘇省の校長等3名及び地元TV局記者を招請し、青森県・岩手県の歴史・文化などの教育関連施設を視察いただくことで、東北への教育旅行誘致を図るとともに、東北の現状について正確な情報発信を行った。



ねふた村視察



岩手県教育委員会訪問



## エ 各種招請事業

### インフルエンサー・メディア招請

欧米豪、東アジア及び東南アジアの13ヶ国・地域より30名のインフルエンサーと14社のメディアを招請し、取材ツアーを20回実施。様々なテーマの切り口から、東北6県1市の情報を発信した。

## オ 東北訪日教育旅行セミナーin 宜蘭 (11月18日～19日)

今後の訪日教育旅行の実現性を高めるため、日本側の受入態勢が整っており、東北にも多くの学生を送客している台湾において、学校長及び自治体担当者とともに東北への教育旅行誘致を実施した。現地教育庁を訪問するとともに、現地高校において東北観光セミナーを行うとともに、セミナー参加の現地学校への訪問を実施した。



宜蘭県政府教育局訪問



訪日教育旅行セミナーin 宜蘭



学校訪問

## カ 風評払拭を目的としたメディア招請 (シンガポール) (12月16日～19日)

風評が依然根強いシンガポール市場に対し、東北地方太平洋沿岸の4県1市の魅力あふれるコンテンツを発信することで、当該市場における風評払拭を図った。シンガポールより新聞・旅行情報サイトの記者3社3名を招請し、宮城(仙台市)・福島の両県の取材を支援した。



秋保工芸の里



鹽竈神社



鶴ヶ城

## キ 冬の東北のブランド化を目的とした情報発信(2020年2月2日～6日)

- ・2月2日～6日にかけて米国(ハワイ)、豪州、中国、タイ等の9市場より12社の旅行会社を招請。4コースに分かれて東北6県1市のスキー場等のコンテンツの視察を行った。
- ・2月5日に岩手県の鶯宿温泉・ホテル森の風鶯宿を会場に「冬の東北観光シンポジウム2020」を開催。シンポジウムにおいては、東北6県1市の冬の魅力について、招請した海外旅行会社に加え東北の観光関係者約80名に対しプレゼンテーションを実施するとともに、1月に東観推内に設置した「冬の東北 誘致部会」の取組について紹介した。
- ・シンポジウムに先立ち、上記招請事業に参加した海外旅行会社に、日本国内に拠点を持つ中国旅行会社2社を加えた海外旅行会社14社と、東北側事業者23社が参加して商談会を実施。冬季に東北を訪れる旅行商品の造成に向けて活発な商談が行われた。



招請事業の様子①



招請事業の様子②



招請事業の様子③



商談会



シンポジウム



レセプション

### ク TOHOKU おもてなしフォーラム in 仙台 (2020年2月19日)

東北各県の観光関係事業者を対象に、2020年東京オリパラをはじめとする機会に東北を訪れる外国人旅行者に対し、「東北ならではのおもてなし」を行う気運を醸成することを目的として、フォーラムを実施した。



フォーラムの様子

### ③ ロコミ投稿を活用した誘客促進事業

#### 【事業概要】

東北来訪の動機付けとなるロコミ投稿型サイトへのロコミ投稿数の増加を促進し、ロコミを蓄積することで、東北の認知度向上と誘客促進を図った。

#### 【取組状況】

#### ア ロコミ投稿の収集環境整備に資する取組 (ロコミサイト活用セミナーの開催)

観光関係事業者に対し、ロコミサイトの活用方法等を周知するためのセミナーを開催した。

開催日	時間	会場
8月23日(金)	13:30~16:00	釜石情報交流センター(岩手県)
8月29日(木)	13:30~16:00	山形テルサ(山形県)
9月5日(木)	10:00~12:00	盛岡マリオス(岩手県)
9月6日(金)	13:30~16:00	秋田市民交流プラザ アルヴェ(秋田県)
9月9日(月)	10:00~12:00	TKP ガーデンシティ仙台(宮城県)
9月10日(火)	13:00~15:30	青森県観光物産館アスパム(青森県)
9月12日(木)	13:30~16:00	郡山商工会議所(福島県)

・総参加者数は320名



- ・ロコミ活用のためのサブセミナーを6県1市で計12回実施した（動員人数240名）。
- ・トリップアドバイザーへのオーナー登録を促進するため、オーナー登録マニュアルを活用。
- ・観光関係事業者自身が積極的に旅行者へロコミ投稿を働きかけるよう誘導するため、観光関係事業者訪問と、ロコミ収集の働き掛けを行った。

#### イ ロコミ投稿を促進する取組の実施

- ・東北地方を訪れている外国人旅行者に向けてロコミ投稿を呼びかけるポスター、リーフレット、ショップカードを用いて、各観光スポットから旅行者に対して声掛けを実施した。
- ・2019年7月から9月までの第3四半期にトリップアドバイザーに投稿された日本に関するロコミ数は、第2四半期とほぼ横這いの結果となったが、関東、中部、近畿、四国地方ではロコミが減少したにも関わらず、北海道、東北、中国地方などの県ではロコミが増える結果となり、中でも東北については6県中5県でロコミの増加がみられた。
- ・また、ロコミ数を10%以上伸ばした県のトップ3は、青森県、島根県、山形県となった。
- ・冬季に東北地方を訪れている外国人旅行者に向けてロコミ投稿を呼びかける「冬季ロコミ増加キャンペーン」を20箇所の観光施設で開始。ポスター、リーフレット、ショップカードを用いて、各観光スポットから旅行者に対して声掛けを実施した。

### ④ 映像等を活用した東北の魅力発信事業

#### 【事業概要】

過年度事業で制作した四季動画を活用したプロモーションと並行し、東北の魅力をテーマ別に訴求する動画（※）を新たに制作・活用した情報発信を行い、東北の認知度の向上と来訪需要の喚起を図った。

※観光庁及びJNTOの7つのパッション

Cuisine（食事やお酒を楽しむ）、Nature（豊かな自然を楽しむ）、Relaxation（リゾートや宿泊施設での滞在を楽しむ）、Tradition（伝統文化や歴史的遺跡・建築等を楽しむ）、City（大都市の刺激、エンターテインメントを楽しむ）、Art（アートやデザインを楽しむ）、Outdoor（アウトドアアクティビティを楽しむ）

#### 【取組状況】

##### ア リマーケティングリスト活用に関する勉強会の実施（10月7日～9日）

- ・効果的なデジタルマーケティングを推進するため、本事業ではWEBサイト「TOHOKU JAPAN」などにアクセスしたユーザーを訪東北関心層としてリスト化（＝リマーケティングリスト）し、ターゲティング広告を実施してきた。
- ・本事業で収集したリマーケティングリストを活用すれば、各県がデジタルマーケティングを実施する際に、訪東北関心層にターゲットを絞った効果的な事業展開が可能となることから、リマーケティングリストの活用方法を各県に理解いただくための勉強会を東北6県で実施した。

##### イ 春の販促ページの作成

- ・2020年1月1日より春の販促ページに15本の特集記事（各言語3本×5言語）を掲載。

##### ウ 動画・画像を活用した情報発信

- ・GDN（Google Display Network）やTrip Advisor、YouTube、Tencent Videoを活用した情報発信に取り組み、HP「TOHOKU JAPAN」のページビュー数、YouTube等の視聴回数はKPI達成に向けて順調に推移している。

【四季動画の累計再生回数（3月末現在）】

夏動画：1,128万回　秋動画：2,729万回　冬動画：2,193万回　春動画：680万回

##### エ テーマ別動画の制作

- ・2月第2週からのインストリーム広告実施に向けて、7つのテーマ別動画の統合版を先行して公開した。各テーマ別（Tradition・Nature・Relaxation・City・Art・Cuisine・Outdoor）の動画に関しては3月に順次公開。
- ・テーマ別動画や過年度交付金事業で制作した四季動画の成果を活用し、東北の強みである「酒」「桜」「侍」「精神文化」に関する動画を制作し、3月に公開した。

## ⑤ 広域二次交通の整備及び情報のデジタル化支援事業

### 【事業概要】

二次交通課題に対し、東北広域でのプラットフォームを構築し、東北の各種交通や地域フリーパス等の情報を集約し、多言語化を進めることで、訪日外国人の利便性向上を図るとともに、各交通事業者の取組の情報発信を行った。

### 【取組状況】

#### ア 二次交通プラットフォームの構築

- ・東北6県の情報を掲載した5言語（英語・繁体・簡体・タイ・韓国）のプラットフォームを10月31日に公開した。

#### イ WEBでの情報発信

- ・公開にあわせてGDN広告を実施。
- ・11月、1月に中国におけるWEB広告を実施した。
- ・2月に台湾・タイ等の市場に向けてWEB広告を実施した。
- ・この結果、二次交通プラットフォームのページビュー数は最終的に245,050となった。

#### ウ 紙媒体での情報発信

- ・WAttention Tohoku（英語版）に広域での二次交通課題に対する取組及び各県の二次交通事業者のインバウンド向け取組（フリーパス等）の情報を掲載した。
- ・WAttention Tohoku（英語版）はシンガポール等英語圏の主要駅等に設置されるほか、JNT Oのサイトにも掲載され、全世界に発信された。

#### エ プラットフォームの検証

- ・在京外国人をモニターとし、プラットフォームの現地検証を実施。  
北東北：11月13日～15日 南東北：11月27日～29日
- ・駅名の名称が「Eki」「Station」が混在していて分かりづらい、周遊パスを多く掲載するのはいいが、逆に選択しづらいなどといった意見が出された。
- ・いただいた意見をもとに随時改修を行う。



仙台駅にて切符購入



プラットフォームを使用



案内表示について検証

## ⑥ 東京2020オリンピック・パラリンピック来訪者への東北誘客情報発信事業（二次）

### 【事業概要】

効果的・効率的に東北への誘客を促進するため、ADARAを活用し、東京オリパラ期間中の訪日予定外国人等、東北を訪れる可能性の高い層にターゲットを絞ったプロモーションを各県市及び東北ハウス等と連携して実施するほか、商談会や共同広告等により、重層的に訪東北を訴求し、さらなる東北への誘客を図った。

### 【取組状況】

#### ア ADARAによりターゲティングした訪日を検討している外国人に対する広告配信

- ・ADARAにより興味の対象をターゲティングされた顧客に対し、そのターゲットに沿ったコンテンツを紹介した。20ジャンルにそれぞれ各県のコンテンツを選定し、延べ120件を紹介した。
- ・キュレーションサイトについて、1月31日にアメリカ、オーストラリア、イギリス向けに先行して公開し、2月3日からADARAによる広告配信を開始し、2月19日から全ての市場に向けて広告を配信した。
- ・キュレーションサイトへの最終的な誘引数(クリック数)は目標数100,000に対し346,070とな



った。

## イ 共同広告による誘客促進

- 台湾、中国の二大市場からの誘客を促進するため、創造旅遊（台湾）及び途牛（中国）の2社における共同広告を実施した。

## ウ 商談会及びファミトリップの実施（2020年2月3日～6日）

- 台湾、香港、タイ、シンガポールのOTAを、各国2名ずつ、合計8名招請し、北東北及び南東北に分けて商談会及びファミトリップを実施した。

### 【北東北コース】



ねぶたの家ワ・ラッセ  
青森



秋田舞妓・芸妓（料亭  
志田屋にて） 秋田



商談会



世嬉の一酒造  
岩手

### 【南東北コース】



サムライ体験 山形



鶴ヶ城 福島



商談会



バーホッピング体験  
宮城（仙台）

## 6. その他主に海外からの誘客促進に資する取組

### (1) タイ国政府観光庁（TAT）東アジア局長による「東北絆まつり2019福島」視察（5月31日～6月1日）

東観推との「観光に関する相互協力協定」の締結先であり、タイにおける重要な連携先であるTATの総裁を東北に招請し、東北6県県庁所在地の夏祭りが一堂に会する「東北絆まつり」を視察いただき、今後の東北とタイとの相互交流拡大につなげた。（※総裁に代わり、東アジア局長のティティポーン・マニーネート氏が視察に訪れた。）



絆まつり開催式



六市長と記念撮影

### (2) タイ「TOYOTSU JAPAN FESTIVAL」等への対応（6月14日～16日）

タイ・バンコクで開催された「TOYOTSU JAPAN FESTIVAL」のオープニングのタイ国際航空バンコク～仙台便の就航記者会見に参加した他、現地関係機関を訪問し、トップセールスへの参加を依頼した。



TAT との意見交換



TOYOTSU JAPAN FESTIVAL



TG 副社長との意見交換

### (3) タイ国際航空と連携したタイ著名ブロガー招請事業 (10月7日~11日)

10月29日より運航を開始するバンコク-仙台線の一般消費者向けプロモーションとして、タイ現地の著名ブロガー（ブロガー5名とTGスタッフ1名の合計6名）の取材ツアーを実施した。



秋保工芸の里



福島市のブドウ狩り



熊野大社

### (4) タイ国際航空と連携したバンコク-仙台線共同プロモーション事業

仙台市、仙台・福島・山形三市観光・物産広域連携推進協議会等と連携し、タイ及び周辺諸国からの訪東北需要喚起を図るため、タイ国際航空保有媒体（同社機内誌等）等を活用した各種プロモーションを実施した。

### (5) 復興庁 令和元年度「新しい東北」交流拡大モデル事業成果発信事業

2016年度より開始された復興庁「新しい東北」交流拡大モデル事業の成果を効率的・効果的に発信するため、過年度事業の効果検証、情報発信ツールの制作、今年度事業の海外プロモーションの支援等を行った。

### (6) 世界水準のDMO形成促進事業（外部専門人材の登用）

マーケティング人材およびホームページ人材の2名を外部専門人材として10月1日付で登用した。

- ┌ マーケティング：(株)スプラウトジャパン 山内和彦氏
- └ ホームページ：ジャパントラベル(株) トーマス・ローズヴィア氏

#### ① マーケティング人材

・東観推が保有しているマーケティングデータの抽出及び活用状況の分析を実施。マーケティングにおける課題を可視化し、より効果的な施策に取り組むためのマーケティング手法について今後提言を受ける予定。また、SNSを活用したデジタルクロスマーケティングの検証、モバイル空間統計等の実訪問指標と組み合わせたクロス分析等により、高度かつ有益なデジタル戦略の構築に向けた分析を実施した。



投稿記事

#### ② ホームページ人材

・トラベルライターとしての専門家の見地から外国人目線での素材選定を実施し、紅葉や冬のまつり、温泉、食、酒、サムライ・精神文化などの取材を行い、特集テーマごとに整理してホームページ「旅東北」に特集記事を掲載した。  
・あわせて東観推や旅行会社や観光事業者で活用できるよう、取材時に撮影した写真を旅東北HPのフォトライブラリーへ掲載した。



**(7) 第1回「冬の東北」誘致部会 (2020年1月29日)**

東北6県のスキー場、交通事業者、宿泊事業者、索道協会を構成員とし、発足し、会長は安比高原スキー場の尾関常務（前運輸局長）、副会長は高見屋旅館の岡崎社長が就任した。2020年度事業計画について共有し、東北ALLでの誘客プロモーションについて合意した。

冬の東北観光シンポジウム2020（2月5日）にて尾関会長より誘致部会の目的、実施計画等を各県、旅行会社へ発表した。



尾関会長挨拶

**(8) 訪東北無関心層向け情報発信事業 (Wattention)**

訪日への関心が高いが、東北に対し無関心な外国人旅行者層に向け、東北の魅力を海外の現地発行フリーマガジン「Wattention Tohoku」として配布した。今年度は、訪日外国人に探求力の高い東北における4S(侍・精神文化・酒・桜)をテーマに英語版で作成した。また訪東北へのニーズを把握するため、QRコードを活用して、東観推の多言語HPへのアクション誘導を行い、読者に対するアンケート調査を実施した。

**(9) SNSによる情報発信**

個人旅行者向け情報発信や相互交流に加え、マーケティング調査を兼ねて、SNSを運営

対象	名称	投稿数 (2019年度実績)
英語圏	Tohoku Tourism 【Facebook】	124
ムスリム圏	Enjoying Tohoku Food for Muslims and Vegetarians 【Facebook】	79
中国	日本东北玩乐(遊樂)GO! (日本東北観光推進機構公式微博) 【微博(ウェイボー)】	107

**(10) 台湾観光貢献賞受賞 (2020年2月7日)**

台湾観光促進に関する功績が認められ、「台湾観光貢献賞」を受賞した。

台湾観光貢献賞とは、台湾交通部観光局(台湾観光局)が台湾の観光振興に多大な貢献をした台湾内外の企業、団体、個人を対象に2007年から実施しているもので、本年度は当機構を含め、日本国内では17団体が受賞した。

2月7日に台湾・台北市の台北圓山大飯店で授賞式が行われ、台湾交通部林部長からトロフィーを授与された。



授賞式の様子・林部長からトロフィー授与 授賞式の様子・日本からの受賞者

**(11) ベトナムの旅行会社・メディアを招いたファムツアー (2020年2月13日~17日)**

旅行会社招請事業の一環として日本航空ベトナム支店と連携し、ハノイ・ホーチミンから現地旅行会社やメディアを招き、東北地方の冬の魅力を体感・発信することを目的としたファムツアーを実施した。



地吹雪体験



銀山温泉



鶴ヶ城





### (3) 教育旅行関係者招請

#### ① 首都圏教職員・日修協招請（宮城県・岩手県）（7月30日～8月1日）

東北への教育旅行誘致拡大を目的に、重要マーケットである首都圏に対し、初めて日本修学旅行協会と連携し首都圏の教職員や学校関係者を招請した。宮城・岩手を訪問し、震災・防災・減災学習としての様々なコンテンツや、体験や学習メニューの見学、受け入れ先関係者との意見交換会等を通じ、東北の文化風土への理解を深めてもらうとともに、東北教育旅行の魅力をもPRした。



気仙沼 伝承館



三陸鉄道 語り部列車



花巻温泉千秋閣 意見交換会

#### ② 全修協関修委（全国修学旅行研究会 関東地区公立中学校修学旅行委員）招請（山形県）（8月18日～20日）

東北への教育旅行誘致拡大を目的に、重要マーケットである関東圏に対し、全国修学旅行研究協会と連携して、関東地区公立中学校修学旅行委員である教職員や学校関係者を招請した。山形を訪問し、新学習要綱の指針である「生きる力」に関わる民泊や体験メニューや、出羽三山での体験、受け入れ先関係者との意見交換会等を通じ、東北の文化風土や東北教育旅行の魅力をもPRした。



山形駅お出迎え



山形教育旅行セミナー



天童温泉舞鶴荘 意見交換会

#### ③ 首都圏 AGT 若手社員招請（青森県、秋田県、岩手県）（8月26日～28日）

東北への教育旅行誘致拡大を目的に、未だ東北を訪れたことがない、または訪問経験が少ない首都圏旅行会社若手社員を招請した。北東北（青森・秋田・岩手）を訪問し、歴史文化、民泊、体験など様々な学習メニューや、現地受け入れ環境の視察・研修や、受け入れ先関係者との意見交換会等を通じ、東北の歴史文化と東北教育旅行の魅力をもPRした。



青森物産館視察



弘前ねぶた村視察



南田温泉商談会

## 2. その他主に国内からの誘客促進に資する取組

### (1) 東北歴史文化講座の開催

東北各県の魅力・歴史・文化等の独自性のあるテーマを掘り下げて紹介する「東北歴史文化講座」を、東日本旅客鉄道株式会社との共催により開催した。

区分	開催日	地域	テーマ	講師
第4回	5月12日	第一部 宮城県	多賀城が物語る古代東北の姿 ヤマト政権はなぜ北へ向かったか	国立歴史民俗博物館名誉 教授 岡田 茂弘 氏
		第二部 岩手県	幻想世界“イーハトーブ”の新検証 時空を超える宮沢賢治という現象	宮沢賢治記念館学芸員 牛崎 敏哉 氏
第5回	7月6日	第一部 東北	東北で紡がれた手仕事の物語 現代の「用の美」に宿る技と心	暮らしのクラフト ゆずり は店主 田中 陽子氏
		第二部 岩手県	十三湊から解き明かす北の中世史 豪族・安藤氏の盛衰と辺境支配	弘前大学名誉教授 齊藤 利男氏
第6回	9月28日	第一部 山形県	北の関ヶ原合戦と上杉家の思惑 天下分け目の決戦は奥羽で始まった	米沢市上杉博物館学芸員 阿部 哲人氏
		第二部 東北	芹沢銈介が残した東北の美 型絵染の人間国宝と「民藝」の世界	元東北福祉大学芹沢銈介 美術工芸館学芸員 濱田 淑子氏
第7回	9月28日	第一部 福島県	伊達政宗の挑戦、蒲生氏郷の理想 会津に交差した戦国武将たちの命運	福島県立博物館 学芸員 高橋 充 氏
		第二部 秋田県	いま求められる“旅マタギ” 狩猟の民はなぜ山を越えたのか	東北芸術工科大学教授 田口 洋美 氏
第8回	11月16日	第一部 福島県	伊達政宗の挑戦、蒲生氏郷の理想 会津に交差した戦国武将たちの命運	福島県立博物館 学芸員 高橋 充 氏
		第二部 秋田県	いま求められる“旅マタギ” 狩猟の民はなぜ山を越えたのか	東北芸術工科大学教授 田口 洋美 氏

## (2) ツーリズムEXPOジャパン2019大阪への出展（10月24日～27日）

前年に引き続き東日本旅客鉄道(株)との連携ブースを出展。本年度もブース内に東北6県と新潟県の各県コーナーを設け、オール東北での情報発信を実施した。

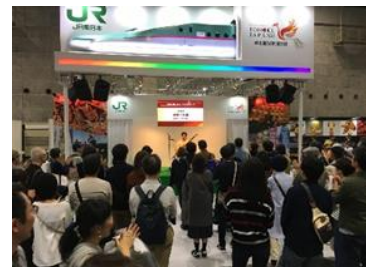
また、今回は初の大阪開催ということで、グルメコーナーや体験コーナーなど、東北を体感していただけるようなコンテンツを用意したことに加え、ステージイベントにおいて、各県の協力による観光PRを行い、より多くの来場者の方々に東北の魅力を発信した。



各県ゾーン



東観推ゾーン



ステージ

## (3) トラベルマート (VJTM2019) における商談会（10月24日～26日）

JNTOが主催するトラベルマートに参加し、海外旅行会社に対し、東北観光の魅力を発信するとともに、魅力的な旅行商品の造成に資することを目的として、商談会に参加した。





会場内の様子①



会場内の様子②



会場内の様子③

## IV. その他事業

### 1. 各種団体との連携

#### (1) 域内DMOとの会議の設定

##### ・東北域内DMO会議（11月6日）

東北域内の地域連携DMO及び地域DMO（25団体）の参加によるDMO会議を開催し、東観推の広域戦略の共有並びに今後のDMO間の事業連携や情報共有に係る意見交換を行った。

### 2. 海外観光サポートデスク活動報告会及びマーケティング報告会の開催（6月26日）

中国とASEANにおける観光サポートデスクによる市場動向および現地での活動報告並びに東観推によるマーケティング報告を仙台国際センターで実施した。



報告会

### 3. 観光人材育成研修会（フェニックス塾）の開催

フェニックス塾は、地域における観光振興策を企画・立案する構想力と、それを実践する行動力を持った観光人材の育成を目的に2016年度から4年間実施している。今年度は2019年度経済産業省「令和元年度地域中核企業ローカルイノベーション支援事業」として初めて採択された。過去3カ年で111名の修了生を輩出し、2019年度は第四期生40名が入塾した。今年度は年間8回の開催を計画したが、第8回および修了式は新型コロナウイルスの影響により翌年度順延とした。なお、第5回においては、北海道胆振東部地震の復興支援を契機とする相互交流促進に向け、昨年へ続き函館市での開催となった。

また、今年度は12月、2月と1期生・2期生を対象とした合同勉強会を2回開催し、フェニックス塾卒塾生間の更なるネットワーク強化を図った。



入塾式



原口社長セミナー



エクスカーショ



<第4回秋田市開催時のセミナーとワークショップの様子>

<第5回函館開催時の講演とエクスカーションの様子>

	開催日・場所	内 容
入塾式 第1回	6月27日 仙台市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主催者挨拶・講演「観光で東北の魅力を世界に発信」 ((一社)東北観光推進機構 小縣会長)</li> <li>・入塾証の授与</li> <li>・講演「東北観光推進機構の取り組み」 ((一社)東北観光推進機構 紺野専務理事推進本部長)</li> <li>・オリエンテーション</li> </ul>
第2回	7月18日 福島市	<p>【第一部】セミナー 参加者：塾生37名、一般聴講者38名 講師：(株)ジェイアール東日本企画代表取締役社長 原口 幸氏 演題：「東北の観光を考える 震災からの復興」</p> <p>【第二部】ワークショップ</p>
第3回	9月 19,20日 山形県 酒田市	<p>【第一部】セミナー 参加者：塾生30名、一般聴講者38名 講師：日本観光振興協会前理事長 (株)びゅうトラベルサービス顧問 見並 陽一氏 演題：「地域 DMO の果たす役割～世界に通用する魅力ある観光地づくりに向けて～」</p> <p>【第二部】ワークショップ</p> <p>【第三部】エクスカージョン (酒田市の取組みの聴講、酒田南高校生による市内案内)</p>
第4回	10月11日 秋田市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・講演「訪東北外国人旅行者による経済効果」 ((一社)ジャパンショッピングツーリズム代表理事 新津研一氏)</li> <li>・ワークショップ</li> </ul>
第5回	11月7～8日 函館市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・講演「デジタルファースト宣言のすすめ～観光地創成に今必要なこと～」 (グーグル(同) 広告営業本部観光立国推進部長、内閣官房クールジャパン地域プロデューサー 陳内裕樹氏)</li> <li>・ワークショップ</li> <li>・エクスカージョン (30日) 函館市観光部次長による講演と函館市内の視察</li> </ul>
一期生～三期生 合同勉強会	12月4日 仙台市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー「『つながり』人口の最大化を狙った地域経営戦略」(一社)気仙沼地域戦略 森成人氏)</li> <li>・講話 東北デスティネーションキャンペーンについて (DC 担当部長 古澤 英樹)</li> <li>・ワークショップ</li> </ul>
第6回	12月20日 新潟市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・講演「インバウンド時代の創造的なおもてなし」 (UDS(株) 代表取締役社長 中川敬文氏)</li> <li>・ワークショップ</li> </ul>
第7回	1月31日 盛岡市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・講演「ユーザー発信情報の活用を踏まえたデジタルマーケティング」 (トリップアドバイザー(株)代表取締役 牧野友衛氏)</li> <li>・ワークショップ</li> </ul>
一期生～三期生 合同勉強会	2月19日 仙台市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー「TOHOKU おもてなしフォーラム in 仙台」</li> <li>・講話 2020以降の東北観光について (事業企画部長 毛利 直俊)</li> <li>・ワークショップ</li> </ul>
第8回 修了式	延期	3月12日に予定していた成果発表および修了式は経済産業省からの指導を踏まえ、開催を翌年度に延期した。



#### 4. 東北域内への国際定期便就航に向けた相互交流拡大部会

##### (1) 第1回相互交流拡大推進部会の開催(5月13日)

訪東北外国人旅行者数の拡大に向け、東北域内への直行便誘致が課題となる中、東北一体となった取り組みを進めていくため、4月1日に東観推内に相互交流拡大推進部会を設置、5月13日に東北各県・市に加え、アドバイザーとして東北運輸局及び復興庁が参加して第1回会合を開催した。

会議においては近年東北を訪れる旅行者数が着実に増加し、定期便就航の可能性もあるタイ市場からの路線誘致を念頭に、各県のインバウンドの取組状況について情報共有を行うとともに、アウトバウンド促進による相互交流の拡大の重要性について意見交換を行った。

##### (2) TGバンコクー仙台線を利用した東北からのアウトバウンド促進事業

相互交流拡大推進部会の取組の一環として、東北から直行便を利用してタイを訪れる旅行需要の喚起を図るため、東北6県のフリーペーパーにタイ旅行の魅力と旅行商品の情報を紹介する広告を掲載。

#### 5. 東北デスティネーションキャンペーン推進協議会事務局

##### (1) 東北デスティネーションキャンペーン事務局運営

2021年4～9月に東北6県で開催する「東北デスティネーションキャンペーン」に係る事務局を運営し、準備会議を通して東北6県1市との連携強化に向けた各種調整等を行っている。



##### (2) 東北デスティネーションキャンペーン推進協議会設立(7月11日)

2021年4月から開催する「東北デスティネーションキャンペーン」に向け、7月11日に「東北デスティネーションキャンペーン推進協議会」が設立された。会長には東観推の小縣会長が選出され、事務局を東観推内に設置した。

##### (3) 東北デスティネーションキャンペーン推進協議会第2回代表者会議(10月31日)

2021年4月から開催する「東北デスティネーションキャンペーン」に向け、キャッチコピーとロゴマークを決定し、記者発表を行った。



以上