

## I. 推進体制の強化

### 1. 組織基盤の強化

#### (1) 理事会

##### ① 第16回理事会 (5月13日)

新規入会会員の件、第5期中期計画の件、第5回通常総会付議事項の件について審議を行い、異議なく承認された。また、2020年度事業報告および第5期中期計画、2021年度事業計画・収支予算について報告を行った。

##### ② 第17回理事会 (6月7日)

第5回通常総会後に開催し、新規入会会員、副会長の選任について審議を行い、異議なく承認された。

##### ③ 第18回理事会 (11月17日)

新規入会会員の件、2021年度補正予算の件について審議を行い、異議なく承認された。また、2021年度上期事業報告、2022年度事業方針に関して東北観光DMP（データマネジメントプラットフォーム）、CRM（顧客情報管理）を活用したロイヤルカスタマー獲得及び流通販路構築事業、訪日プロモーション事業、Base!TOHOKU事業、国内教育旅行、東北・新潟共同メッセージ等について報告、意見交換を行った。

##### ④ 第19回理事会 (書面決議 3月29日)

3月16日の福島県沖を震源とした大型地震を受けて、書面開催とした。新規入会会員の件、2022年度事業計画・収支予算の件、第6回通常総会の開催の件について書面決議を行い、理事全員からの同意により承認された。また、2021年度下期事業について報告を行った。

#### (2) 総会

##### ① 第5回通常総会 (6月7日)

今年度は、新型コロナウイルス感染症の適切な感染防止策を講じるとともに、初めてオンラインでの配信を併用し開催した。2020年度事業報告、第5期中期計画および2021年度事業計画・収支予算についての報告を行ったあと、理事選任の件、2020年度収支決算の件、定款および会費等規程の一部改定の件について審議を行い、いずれも異議なく承認された。

その後記者発表を行い、2021年度スタートの第5期中期計画について松木会長より説明を行った。

また、総会后、小県特別顧問を講師として「観光におけるDXの推進～東北がリードするPost-COVID-19～」という演題で記念講演を行った。



松木会長 挨拶



記者発表



小県特別顧問による講演

#### (3) 広域行政観光推進会議・行政観光戦略会議

##### ① 広域行政観光推進会議 (オンライン 4月28日)

東北6県・新潟県・仙台市の観光担当部長、他の皆様とオンライン会議を開催し、「東北 destinations キャンペーン (DC)」についての現状と今後の取組方針、2021年度事業計画、今後の東北広域連携について意見交換を行った。

##### ② 2021年度第1回行政観光戦略会議 (7月26日)

東北6県・新潟県・仙台市の観光担当課長、他の皆様と共に会議を開催した。東北DCの取組を踏まえた今後の展開や、デジタルファーストとして域内データを一元化し戦略策定に活用する東北観光DMP構築・運用業務の全体像、新しい旅行スタイルの創出プロジェクト「Base! TOHOKU」の事業背景や目的と東北の

統一ブランド化に向けた今後の展開、インバウンド早期回復に向けた訪日プロモーション事業戦略、持続可能な東北観光の礎を築くための東北広域連携事業などについて意見交換を行った。

**③ 2021年度第2回行政観光戦略会議（10月13日）**

東北6県・新潟県・仙台市の観光担当課長、他の皆様と共に会議を開催した。2021年度上期事業報告、今後の事業計画、東北・新潟共同メッセージ、各県・市における今後の観光振興方策などについて意見交換を行った。

**④ 2021年度第3回行政観光戦略会議（1月20日）**

東北6県・新潟県・仙台市の観光担当課長、他の皆様と共に会議を開催した。東観推2022年度事業計画案、各県・市の2022年度事業計画案等について意見交換を行ったほか、東北DCのレガシーの活用、TOHOKU Fan Club、フェニックスアワード2021の募集などについて説明を行った。

**⑤ 2021年度第4回行政観光戦略会議（オンライン 3月9日）**

東北6県・新潟県・仙台市の観光担当課長、他の皆様と共に会議を開催した。2021年度下期事業報告、2022年度事業計画案・収支予算案、各県・市における2022年度の観光振興方策などについて意見交換を行ったほか、東北観光DMP、2022年度訪日プロモーションやデジタルを活用したプロモーション、Base!TOHOKUなどについて説明を行った。

**（4）東北観光戦略会議**

**① 第11回東北観光戦略会議（10月26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・連盟の代表の方々等と、2021年度上期事業報告および下期スケジュール、2022年度事業方針案などについての意見交換を行った。

**② 第12回東北観光戦略会議（3月16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・連盟の代表の方々等と、2021年度下期事業報告、2022年度事業計画案などについての意見交換を行った。

**（5）6旅ホ連会議**

**① 6旅ホ連会議（7月19日）**

東北各県の旅館・ホテル連盟、各エージェントの代表の方々と共に、会員制度の変更、東北DC、東北の新しい旅行スタイルの概要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、松木会長、紺野専務理事が講演・取材等の対応を行った。また、新聞・機関誌の取材協力や寄稿を通じ、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】**

- ・フィリピン政府観光局職員向けオンラインセミナー（4月8日）
- ・日本旅館協会福島支部通常総会（4月23日）
- ・JTB協定旅館ホテル連盟福島支部通常総会（4月26日）
- ・山形県タイ友好協会（7月21日）
- ・日本交通医学会総会（9月18日）
- ・宮城県県議会議員勉強会での講演（10月5日）
- ・東北財務局にて講演（10月15日）
- ・東北大学にてオンライン講演（10月21日）
- ・岩手大学「いわて観光グローバル人材育成講座」（11月15日）
- ・会津若松商工会議所（11月24日）
- ・山形・仙台広域交流推進協議会「公開セミナー」（3月1日）

### 【取材対応・寄稿】

- ・日本観光振興協会「観光とまちづくり」春号 特集 震災10年 インタビュー（4月28日発行）
- ・「月刊 経団連」5月号 特集「地方の経済・社会の活性化」（5月1日発行）
- ・公益財団法人日本交通公社「観光文化」特集 震災10年（5月12日発行）
- ・「りらく」6月号 インタビュー（5月28日発行）
- ・交通新聞 連載企画「ウィズコロナの時代」（6月10日）
- ・「NEXCO 東日本レポート2021」ステークホルダーメッセージ（7月発行）
- ・山形新聞訪問時取材（7月22日）
- ・河北新報社説掲載（7月29日）
- ・東北7新聞社協議会「とうほく未来 Genki プロジェクト」（8月30日）
- ・月刊「とーりまかし」12月号 広域連携DMO 特集（12月発行）
- ・時事通信 三陸道全線開通 取材（12月18日掲載）
- ・河北新報 2022年東北経済展望（1月4日掲載）
- ・月刊「事業構想」2月号 宮城県特集（2月1日発行）
- ・「汎交通」2021年度第IV号 特集「これからの交通・観光～コロナ禍を乗り越えて」（3月31日発行）

### （2） 会員に対する情報発信の強化

「旅東北 NEWS」vol.31～vol.42 を発行し、コロナ禍を踏まえた東観推の毎月の活動報告等を掲載しホームページ上で公開した。また、旅東北 NEWS や会員が参加可能なセミナー情報等について、メールマガジンによる情報発信を行った。

### （3） メディア向け情報発信（プレスリリース）

21件実施し、メディアや関係者を通じた東観推の活動状況の認知向上を図った。

## II. 東北デスティネーションキャンペーンの推進とレガシーの継承

2021年4月～9月の東北DCについて、コロナ禍の状況を踏まえつつ、東観推内に設置された「東北DC推進協議会事務局」において東北各県および幅広い企業・団体等と緊密に連携しながら各種事業を展開した。DC終了後も東北6県が連携したスキームや東北DCのレガシーを活用して情報発信を行うことで、コロナ禍からの東北観光の早期回復につなげるため、10月以降「巡るたび、出会う旅。東北」秋冬のプロモーションを実施した。



東北DCに向けて磨き上げた各種コンテンツ、東北を応援する「TOHOKUサポーター」およびデジタルプロモーションで蓄積したデータ等、広域連携の取組を東北DCのレガシーとし、東観推の事業において継承、発展させていく。

### 1. 多彩なテーマで繋ぎ東北6県の魅力を創出

花、自然・絶景、歴史・文化、酒・食、温泉、復興などのテーマで観光コンテンツを繋いで東北を巡る旅を創出する。DCを契機に約200件の特別企画と約4,500の観光素材のコンテンツが整理され、これらを磨き上げた企画を東北DC終了後にも活用していく。

### 2. イベントの開催

#### （1） オープニングセレモニー（4月3日）

東日本大震災から10年の節目に開催するDCを記念して東北・秋田新幹線「東北DC復興号」が運行され、多くのお客さまにご乗車いただいた。この列車の運転に合わせ、東京駅、盛岡駅、新青森駅でオープニングセレモニーを開催した。なお、セレモニー開催ができなかった各駅では、駅社員によるお出迎えが実施された。



セレモニー（東京駅）



セレモニー（盛岡駅）



セレモニー（新青森駅）

### 3. 各種プロモーションの展開

#### (1) ガイドブック、5連ポスターの制作

夏バージョンを作成し、全国のJR駅や東北6県内での掲出を行った。



5連ポスター

ガイドブック

#### (2) Web、SNSプロモーション

デジタルツールを活用した情報発信を実施し、「旅マエ」から「旅アト」まで東北の魅力を国内外に情報発信するとともに、得られたマーケティングデータを今後のプロモーションに活用していく。また、地域のおすすめ情報を発信する「東北PR局」を開設した。



東北DCナビ（ホームページ）



#東北PR局

#### (3) 「デジタル周遊スタンプラリー&クーポン」の実施

東北エリア内約1,300箇所のスタンプスポット、約1,000のクーポン特典を楽しむ、スマートフォンによるデジタルスタンプラリーを実施した。7つのテーマ・スポット賞も設定し、また「北海道・北東北の縄文遺跡群」が世界文化遺産に登録されたことを記念して、デジタル周遊スタンプラリー&クーポンに「縄文」カテゴリーを新設し、特別スタンプを制作した。コロナ禍の状況を踏まえて6月21日からスタートしたが、新型コロナウイルス感染症の再拡大を受けて、8月25日より中断した。



スタンプラリーの画面の事例

### 4. 企業・団体等との連携

JRグループ、航空会社、高速道路会社等の交通事業者のみならず、東北DCの主旨に賛同する企業、団体との連携を強化した。DC後のレガシーとして今後の東北観光の推進に活かしていく。また、連携した情報発信として以下の取組を行った。

#### (1) 東北ハウスでの東北DCのPRの連携（7月31日・8月1日）

東京の秋葉原のアキバ・スクエアで開催された東北・新潟の情報発信拠点事業「東北ハウス」（7月22日～8月7日開催）において、JR東日本と東北DC推進協議会合同で「東北DCブース」を出展した。各県のテーマ別観光コンテンツ、縄文遺跡、イベント列車等に関するパネル展示を行うとともに、東北PR局の支局長に

よる特別企画体験レポート動画を放映した。また、「TOHOKU サポーター」に登録促進も実施した。



出展ブースの様子



来場者の様子



TOHOKU サポーター登録の様子

## (2) 「東日本広域観光展 IN 大宮駅2021」での東北DCのPR (6月25日~27日)

日本観光振興協会関東支部との共催として開催。東北6県のPRブースを設置し、東北DCのガイドブックを掲出した他、新型コロナウイルス感染対策を講じながら実施した「東北PR局」各支局長によるステージでは、青森県支局長「RINGOMUSUME」や岩手県支局長「岩手まるごとおもてなし隊」によるPRなどを行い、来場者へ直接東北の魅力アピールした。また、東北現地と会場をオンラインでつなぎ東北DCの特別企画をLIVE中継で紹介するイベントでは、秋田県男鹿市から「男鹿のナマハゲ大集合！」を中継した。



東北ブース



PRステージ



東北DC特別企画のLIVE中継

## (3) 東北電力グリーンプラザの大型ビジョンでの放映

仙台市内の東北電力グリーンプラザの大型ビジョン「スクリーン・オアシス」の運用が開始され、東北6県・新潟県の観光PR映像として、東北DC動画や、四季の映像、テーマ別の映像を放映した。



東北DC動画の放映

## 5. 「巡るたび、出会う旅。東北」秋冬プロモーションの実施

### (1) 各種プロモーションの展開

#### ① デジタルツールを活用した情報発信

##### ア Webサイト「巡るたび、出会う旅。東北」と観光素材集のリニューアル

東北の秋・冬の旬な情報をWebサイトで発信。「紅葉」「温泉」「食」などテーマごとの特集ページを掲載。また、東北DCに向けて整備した観光素材データベースに、秋冬の素材も取り入れ、年間を通じて活用できるようにリニューアルを行った。



##### イ 「#東北PR局」

東北にお住まいの方が、おすすめの観光情報をInstagramに「#東北PR局」をつけて投稿し、東北の魅力を発信する企画をDC後も継続して展開。また、「#東北PR局」ハッシュタグキャンペーン(9月1日~10月31日、12月1日~2月28日)等を実施し、投稿の促進を行った。

フォロワー数 2,815人(3月末現在)

#### ② 交通広告媒体などの展開

「紅葉」「温泉」「食」など、秋から冬にかけての東北の魅力をまとめたパンフレットを作成し、JR東日本の駅のほか、東北DCについて連携しながら事業を推進してきた東北域内のコンビニエンスストアや、NEXCO東日本東北支社のサービスエリア、パーキングエリアにも掲出を行った。また、東北DC期間中と同様に、日本の原風景が残る東北の自然を表現するポスターを作成し、JR東日本の主な駅などで掲出した。



パンフレット



ポスター

## 6. 東北DCの実績 (1月26日 プレス)

### (1) 実施結果

#### ① 延べ宿泊者数

1,361万人泊 (※2021年4月～9月の東北6県の合計値)

いち早く観光需要を回復させるため、2019年の実績(2,307万人泊)に近づけることを目標としていたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、2019年実績比で59%にとどまった。

#### ② 東北DC開催に伴う経済波及効果

約185億円 ※東北6県の合計値。

### (2) 各コンテンツの実績

#### ① 特別企画

##### ア 6県実績

202件 (※新型コロナウイルス感染症拡大の影響で内容が変更または中止となったものを含む)

##### イ デジタル周遊スタンプラリー&クーポン

参加者数 5,514名

取得スタンプ数 128,348個

東北6県を舞台に、スマートフォンを利用して参加できるスタンプラリーを実施。スタンプ対象スポットは約1,300箇所、東北各県を巡るほど抽選への応募のチャンスが増えるなど、周遊を促す仕組みを取り入れた。また、消費拡大を目的に、観光施設や道の駅など約1,000箇所で開催できるクーポンも提供した。

##### ウ TOHOKU SALAD—とうほくサラダー

参画施設数 202店舗

全農東北プロジェクトと協力し、東北の旬な食材を使用したサラダなどを提供する企画を展開した。食材を通じて、東北の魅力を発信するとともに、東北の食材への理解を促し、消費拡大につなげることを目指した。



#### ② デジタル観光素材集

登録件数 約4,500件

ページビュー(PV)数 約167万PV

東北6県の観光コンテンツをデータベース化し、東北DCWebサイトで紹介。旅行会社における商品作成などにご活用いただいたほか、多くの皆様に関覧された。デジタル観光素材集は、今後もご活用いただくために、東観推のWebサイト「旅東北」内で紹介をしている。

### (3) プロモーション実績

#### ① 東北DCWebサイト

ページビュー数 約308万PV (※サイトオープンから9月30日までの累計)

デジタルツールを活用した情報発信の拠点として、Webサイトから様々な東北の魅力を発信した。

#### ② #東北PR局

投稿件数 40,088件

(※「#東北PR局」「#東北DC」「#東北destinationキャンペーン」の合計値)

東北にお住まいの方が、おすすめの観光情報をInstagramに「#東北 PR 局」をつけて投稿し、東北の魅力を発信する企画を展開した。

### ③ TOHOKU サポーター

#### ア Welcome to TOHOKU 隊（東北6県にお住まいの方が対象）

登録件数 2,909 件、缶バッジ配付数 100,099 個

#### イ TOHOKU Fan（東北6県以外にお住まいの方が対象）

登録件数 2,255 件

※それぞれ団体、個人の合計。

東北域内外において、それぞれの取組で東北DCを応援していただく「TOHOKU サポーター」を募集し、多くの企業・団体や個人の皆様にご登録いただいた。東北DC終了後は、持続可能な東北観光を実現するために、2021年12月に東観推が設立した会員組織「TOHOKU Fan Club」をご案内し、引き続き東北の応援をお願いしている。

### ④ ポスター、ガイドブック

制作部数 ポスター 約32,000枚

ガイドブック 152万部（※春、夏版の合計）

ガイドブックに掲載した二次元コードから、Webサイトにアクセスしていただくことで、より詳しい情報を得られるようにした。

## III. 国内・海外共通の誘客促進

### 1. マーケティングプラットフォームの構築と展開（東北観光DMP）

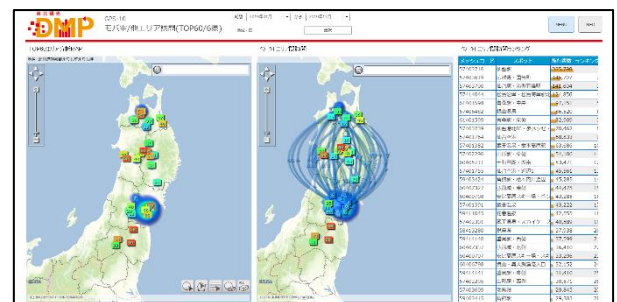


#### (1) 東北観光データマネジメントプラットフォーム構築・運用事業

東北広域で観光マーケティングデータを一元化するためのプラットフォームである「東北観光DMP（データマネジメントプラットフォーム）」の構築・運用、および「データ」に裏付けされた戦略策定・プロモーション・受入環境整備等の観光施策への活用に向けて参入自治体へのヒアリングや担当者会議を実施し、必要なデータ購入や機能改修を行った。また、7月末にWeb・SNSアクセス、公的統計および動態等についての第1次レポート、10月末に第2次分析レポート、1月末に第3次分析レポート、3月末に第4次分析レポートを参入自治体と共有し、それぞれ内容やデータ抽出方法レクチャーのレビューを行った。

#### (2) 東北観光データマネジメントプラットフォームを活用したインバウンドに関するデータ分析・誘客戦略の策定

観光庁「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」を活用し、マーケティング・プロモーションに関する専門的知識や知見を有したマーケティング専門人材1名、プロモーション専門人材1名を8月より登用（2021年度末まで）。東北観光DMPを活用した誘客戦略の策定に向けた高度かつ的確なマーケティング分析を進めている。また、月次でSNSの投稿実績分析を行い、結果を踏まえて記事内容・スケジュール等に反映し、投稿内容の改善を図った。



動態データ分析

### 2. 東北の新しい旅行スタイルの創出

#### (1) 東北の新しい旅行スタイルの創出プロジェクト「Base! TOHOKU」

##### ① ブランドコンセプト、ブランドロゴの策定

ブランドコンセプト：「Base! TOHOKU ～さあ、豊かさの最前線～」

数えきれないほどの観光資源・魅力に溢れ、2～3日では満喫することができない地、東北。



ロングステイに必要となる宿泊施設を“拠点（Base）”に、エリア周辺のアクティブな体験を促すだけでなく、訪れる人それぞれの求める“豊かさ”を叶える場所であることを伝える「豊かさの最前線」という表現を用いました。

そして、このブランドコンセプトは、東北の観光事業者の指針として、まだ東北を訪れたことがない人、訪れたことがある人、誰にとっても心の拠り所となる東北を約束します。

## ② 実証モデル地域との協議

コロナ禍における新たな旅のスタイルに合わせ、東北広域にて滞在型コンテンツを組み合わせた宿泊によるロングステイの促進に向けたプロジェクトとして、宿泊施設等域内関係者と連携した取組を行った。今年度は各県1地域を選定し、Base!TOHOKU デスクの設立準備、旅行エージェントによる旅行商品・宿泊プランの造成、販売・プロモーション展開に向けた協議を実施した。

(実証モデル地域)

青森県（浅虫温泉）、岩手県（花巻・つなぎ温泉）、宮城県（秋保・作並温泉）、秋田県（乳頭・田沢湖・水沢温泉郷）、山形県（天童温泉）、福島県（土湯・高湯・飯坂温泉）、新潟県（岩室温泉）

### ア 第1回検討会の実施（7月27日～8月6日）

各モデル地域で全体スケジュール、コンテンツ収集および宿泊プランの造成方法、Base!TOHOKU デスクの設立準備の流れ、プロモーション実施内容について検討し、具体的なBase!TOHOKU プラン造成に向けた準備を進めた。



第1回検討会の様子

### イ 第2回検討会の実施（8月23日～9月8日）

各モデル地域で参画宿泊施設の集約（東観推会員への入会）、コンテンツの精査、宿泊プランの定義、モデルコースの内容、Base!TOHOKU デスクの準備手順等を検討した。秋・冬に向けて旅の目的となる紅葉やスノーアクティビティなどを洗い出し、コンテンツ整備を行うとともに、参画宿泊施設へ宿泊プランの造成支援を実施し10月1日の販売開始へ向けた準備を行った。

### ウ 第3回検討会の実施（11月10日～12月7日）

登山・トレッキング、サイクリング、写真撮影・絵画など顕在化しているテーマ別観光に合わせて収集したコンテンツ及び新規コンテンツをサイトに格納し、特設サイト内の特集ページとして整備していく。また検討会を通じて地域が主体となって新規コンテンツ造成の実施に向けて準備を進めた。

### エ 第4回検討会の実施（2月17日～3月4日）

各地域での検討会を通じ、今後のプロモーション計画、Base!TOHOKU デスクの課題と今後のアクションプランの策定、看板商品創出事業のコンテンツ造成内容の確定等について協議した。

### オ 第5回検討会の実施（3月17日～3月28日）

各地域での検討会を通じ、2021年度の振り返りや次年度の事業内容・スケジュールの共有、看板商品創出事業のコンテンツ造成内容の確定等について協議した。

## ③ Base!TOHOKU デスクの立ち上げ・体制整備

8月31日に全国コンシェルジュ協会の事務局（コンラッド東京、ザ・プリンスギャラリー東京紀尾井町、HOTEL THE MITSUI KYOTO）と今後の進め方について打合せを実施。また、9月29日に宿泊施設スタッフ向けの研修会を実施した。その後12月15日～17日に旅行会社・ランドオペレーター向けに天童・秋保作並エリアへの招請を実施し、宿泊施設へ配布したPOP及びバインダーの活用状況とBase!TOHOKU デスクスタッフからの説明内容に関するモニターを実施した。

## ④ Base!TOHOKU 特設サイト開設（10月1日）

特設サイトを開設し、旅行会社が造成するBase!TOHOKU 宿泊プランを順次掲載を行った。また、11月1日に各地域の詳細ページも開設し、特集記事やモデルコースの紹介、地域の楽しみ方などの情報を集約して発信している。モデル地域の観光スポットやグルメ、体験コンテンツも閲覧可能となり、旅マエに留まらずモデル地域の宿泊施設に開設しているBase!TOHOKU デスクにおいて旅行者がQRコードを読み込むことで、スマートフォンを活用して旅ナカでも取得可能な情報提供を行っている。

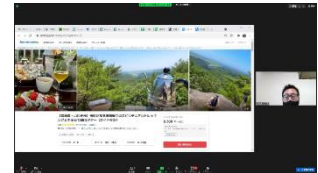


特設サイト



⑤ 商談会の開催（10月27日、2月16日）

オンラインによる商談会を実施し、第1回（10月27日）はDMO・地域事業者14団体、旅行会社12社、第2回（2月16日）はDMO・地域事業者5団体、旅行会社5社が参加した。各商談ともに具体的な商品の説明を実施し、なかには手配に伴う契約手続きまで確認する商談もあるなど、双方にとって有益な場となった。



商談会の様子

⑥ レンタカー会社との連携

レンタカー会社2社と連携し、最大30%割引となるBase!TOHOKU 特別割引プランの販売を行った。

⑦ サイトプロモーション（クーポン）

じゃらんnetでクーポンを設定し、Base!TOHOKUプランの利用促進を行った。県民割との併用は不可だが、県民割の原資が枯渇している県や県外からの宿泊予約に活用された。

⑧ コンシェルジュとの意見交換

全国コンシェルジュ協会の方を招請し、その地域ならではのコンテンツの体験を実施した。意見交換会ではコンシェルジュより、お客様のご要望に沿って地域の魅力的なコンテンツをいかに適切にお客様にご案内するかについて、アドバイスがあった。

(2) CRMを活用したロイヤルカスタマー獲得および流通販路構築事業

① 会員組織「TOHOKU Fan Club」設立と募集開始（12月13日）

CRM（顧客情報管理）システムを利用したファンづくりとして会員組織「TOHOKU Fan Club」を12月13日に設立し、特設サイトをオープンし会員募集を開始した。会員向けに東北のおすすめ情報やイベント等の告知、アンケート調査、コンテンツ造成前のテストマーケティング等、地域が流通販路の構築に活用できる環境整備を進めた。会員獲得に向けて1月31日まで新規入会キャンペーンを実施し、また2月15日から3月31日まで「友達紹介&新規入会Wキャンペーン」を実施した。



本登録会員数 20,820人（3月末現在）

② 投稿機能による情報発信

1月14日に投稿機能をリリースし、会員への情報発信を開始した。

	発信内容
1月	<ul style="list-style-type: none"> <li>Base! TOHOKU プランに使えるお得な宿泊クーポン配布中!</li> <li>#東北PR局 冬のハッシュタグキャンペーンを実施中!</li> <li>リフト券割引クーポン配布中&amp;割引リフト券発売中!</li> </ul>
2月	<ul style="list-style-type: none"> <li>オンラインで学べる『東北歴史文化講座』開講中!</li> <li>友達紹介&amp;新規入会Wキャンペーン実施中!</li> </ul>
3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>「旅東北」フォトライブラリーに新たな写真を追加!</li> <li>最大2万円分お得になる宿泊クーポン配布開始!</li> </ul>



投稿例



チラシ

③ その他

会員募集用のチラシ（A4）を作成し、各県アンテナショップや観光案内所等に約3万部送付したほか、東北運輸局発行「東北地方観光案内所通信」春号でTOHOKU Fan Clubの告知を行った。

3. 情報発信プラットフォームの拡充

(1) 旅東北ホームページによる情報発信

域内観光のゲートウェイ機能を持つ多言語ホームページにより、情報発信を継続。

(3月末現在)

言語	2021年度 PV数	2020年度 同期比	2019年度 同期比
日本語	4,926,745	149%	631%
英語	177,136	58%	54%

繁体字	65,672	63%	74%
簡体字	66,971	24%	30%
韓国語	24,607	33%	211%
タイ語	48,988	31%	97%
合計	5,310,119	125%	359%

## (2) SNSによる情報発信

コロナ下における興味喚起と収束後の誘客に向けて SNS を活用し、各市場に向けた情報発信を行った。

<英語版 紹介例>

外国人フォトグラファーにより、海外向けに東北の観光スポットやイベント等の魅力を発信。

- ・自然・温泉 奥入瀬渓流や猊鼻溪の新緑、浄土ヶ浜、岩手山焼走り、笹川流れ、乳頭温泉郷や秋田内陸線の紅葉、伊豆沼、奥入瀬の氷瀑、銀山温泉、東北の桜等
- ・アウトドア 白神山地キャニオニング、妙高・湯沢スノーリゾート、安比高原・夏油高原スキー場、松原湖ワカサギ釣り等
- ・歴史・文化 角館武家屋敷、相馬野馬追、東北の夏祭り・冬祭り、世界遺産登録が決定した三内丸山遺跡、精神文化体験が可能な山伏体験、新宮熊野神社、米沢牛、大間まぐろ等

対象		投稿数
英語圏	【Facebook】	90
英語圏	【instagram】	76
日本語版	【Facebook】	77
日本語版	【instagram】	62
ムスリム圏	【Facebook】	23
香港・台湾	【instagram】	130
中国	【微博（ウェイボー）】	113



英語版 発信事例

※日本語版はコロナ禍の状況を踏まえ中断していたが、9月より発信を開始

## 4. 新たな環境に対応した観光人材の育成

### (1) 観光人材育成「フェニックス塾」の開催

#### ① 第五期

フェニックス塾は、2016年度から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実施している。2020年度第五期は、新型コロナウイルス感染症の影響で2020年9月に開講し、その後も感染拡大の影響により一部の回を延期したため、2021年度に入り以下の内容で実施した。第五期33名が修了した。

	開催日	内容
第6回	5月14日 盛岡市	・セミナー「『東北デスティネーションキャンペーン』で目指していること」 (東北観光推進機構 奥村本部長代理) ・ワークショップ
第7回	6月11日 青森市	・セミナー「デスティネーションマーケティングにおけるデータ活用手法と事例」 (ADARA Japan (株) コマーシャルディレクター 森下順子氏) ・ワークショップ
第8回 修了式	7月14日 宮城県松島町	・修了発表会 ・修了式



修了発表会 各グループ発表



修了証書授与



フェニックス塾第五期生

## ② 第六期

2021年度は、第五期終了後の8月からの開講を予定していたが、緊急事態宣言等の状況を踏まえて延期し、入塾式と第2回を同日に開催。第六期36名が修了し、過去6年間で輩出した修了生は218名となった。

	開催日	内容
入塾式 第1回	9月17日 盛岡市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主催者挨拶（東北観光推進機構 松木会長）</li> <li>・入塾証の授与</li> <li>・セミナー「東北観光推進機構の取組」（東北観光推進機構 紺野専務理事兼推進本部長）</li> </ul>
第2回	9月17日 盛岡市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー「『東北デスティネーションキャンペーン』～東北の現状と課題～」（東北観光推進機構 奥村本部長代理）</li> <li>・オリエンテーション</li> </ul>
第3回	10月15,16日 秋田県大館市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー「コロナ禍がもたらす観光デジタル変革」（東北芸術工科大学客員教授 陳内 裕樹氏）</li> <li>・ワークショップ</li> <li>・エクスカージョン</li> </ul>
第4回	11月12日 新潟市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー「ユーザー発信情報の活用を踏まえたプロモーションとこれからの観光振興について」（株式会社グッドイートカンパニー 取締役・最高戦略責任者 日本政府観光局（JTO）デジタル戦略アドバイザー 牧野 友衛氏）</li> <li>・ワークショップ</li> </ul>
第5回	12月10日 青森市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー「持続可能な観光地域づくり」（東北運輸局 前局長 亀山 秀一氏）</li> <li>・ワークショップ</li> </ul>
第6回	1月13,14日 山形県天童市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー「観光地域づくりによるブランディングと活性化」（青森銀行営業推進部地域振興・情報開発担当 参与 高坂 幹氏 株式会社DMC 天童温泉 代表取締役社長 山口 敦史氏）</li> <li>・ワークショップ</li> <li>・エクスカージョン</li> </ul>
第7回	2月10日 仙台市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー「東北観光の未来への展望」（東北観光推進機構特別顧問 小縣 方樹氏） ※感染状況をふまえ、セミナーはオンラインで実施</li> <li>・ワークショップ</li> </ul>
第8回	3月14日 仙台市	<ul style="list-style-type: none"> <li>・修了発表会</li> <li>・修了式</li> </ul>



フェニックス塾第六期生



セミナーの様子



ワークショップ

## 5. その他 受託事業

### (1) 域内DMO等との連携

#### ① 域内DMO等との連携

##### ア 2021年度 第1回 東北域内DMO会議の開催（6月16日）

地域連携DMO、地域DMOを対象にリアルとオンラインのハイブリットで実施し、30団体、計44名（内オンライン参加33名）が参加し、東観推の事業の共有を行った。また、各DMO間での意見交換なども活発に行われ、東北域内DMO間の連携強化につなげることができた。



主催者挨拶



会議の様子



オンライン会場の様子

## イ 第2回東北域内DMO会議の開催 (12月16日)

リアル、オンラインのハイブリット方式で開催し計49名が参加した(リアル23名、オンライン26名)。会議では、東観推からの2022年度方針説明、東北運輸局およびJNTOからの情報共有の他、DMOからの好事例共有として、世界遺産平泉・一関DMから物販事業やイベント運営についての取組を共有し、DMOの方から様々な意見や質問があり、活発な議論を行った。

## ウ 東北域内DMO訪問

東北域内35箇所の地域連携DMO、地域DMOを対象に個別訪問し、対面にて意見交換を行った。6月の東北域内DMO会議で出された、東観推と域内DMOの事業連携や課題などについての議論をより深堀することで、オール東北での誘客促進を加速させることを目的とし、これらの目的を達成するため、各DMOによるBase!TOHOKU事業等での積極的な連携を進めた。



訪問の様子

## ② DMO連携広域マーケティング事業

### ア 訪東北外国人旅行者の新たなトレンドやニーズの把握調査

中国・台湾・韓国・タイ・英語圏を対象市場として実施(変化測定のため、昨年度と同様)。当初計画で実施予定であった訪東北外国人を対象とした「ゲートウェイ調査」については、インバウンド再開が見込めない状況のため取りやめ、2月17日、18日に在留外国人を対象としたグループインタビュー調査を実施した。

### イ 東北観光案内所ネットワーク化事業キックオフミーティングでの紹介

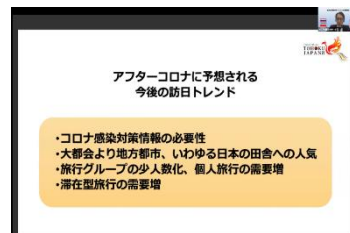
過年度から連携している東北観光案内所ネットワーク化事業(事務局:仙台市東北連携推進室)のキックオフミーティングにて東観推の昨年度のマーケティング事業の取組を紹介した。

### ウ 2021年度海外サポートデスクおよびマーケティング報告会(9月10日)

Webセミナー方式で開催し、当日は120名が参加した(事前申込:142名)。中国およびASEAN各海外観光サポートデスクでは、活動報告、コロナ禍における各市場の現状、訪東北に向けた課題や旅行トレンド等の情報提供、東観推からは観光マーケティングの取組を紹介した。



中国デスク (旅行博会場からの中継場面)



ASEAN デスク (資料による説明場面)

## (2) 日本観光振興協会東北支部の運営業務

東北の観光振興と地域経済活性化を図ることを目的として2021年3月に同協会と締結した事業連携協定に基づき、同支部総会および幹事会の開催や観光振興事業功労者の表彰等を行ったほか、第六期フェニックス塾への同協会による運営支援を通じて、東北地域における一体的な事業運営に努めた。

## (3) 復興庁「令和3年度復興五輪に向けた東北DCを活用した被災三県の魅力発信のための外国人モニターツアー実施業務(JTB受託・東観推連携事業)

復興五輪と東北DCの機会を活用し、復興しつつある被災三県の姿や魅力をモニターツアーを通じて国内外へ発信。2泊3日の3コース(岩手コース(欧米豪)、宮城コース(中国)、福島コース(台湾))を設定し、各コースのインフルエンサー1名、一般参加者2名がオリパラ前・中・後のタイミングでSNS

等を活用した情報発信を実施。東北DC復興号の運転に合わせて4月に実施予定であったモニターツアーは、福島コース（台湾）11/6～8、宮城コース（中国）12/21～23、岩手コース（欧米豪）12/16～18で実施。東観推では情報発信の連携として、中国コースに同行するツアーガイドの投稿4件を上海サポートデスクのウェイボーを通じて1月に拡散した。

## IV. 海外観光客の誘客促進

### 1. 広域連携による海外誘客の推進

#### (1) 地域の観光資源を活用したプロモーション事業

##### ① 台湾市場に向けた取組

##### ア 第1回東北観光オンラインセミナー（12月22日）

エバー航空のキーエージェントである台湾の旅行会社7社7名に向けて実施した。各県および仙台市によるオンラインツアーでは、各県市の観光施設と台湾をライブ配信で繋ぎ、その中で観光情報を発信するなど、工夫を凝らした配信を行った。また、今回の台湾側参加者が東北に精通している旅行会社であることから、東北の現状や最新の観光情報といった直近の内容に絞って説明を行った。



台湾側参加者



ライブ配信の様子



東観推観光セミナー

##### イ 第2回東北観光オンラインセミナー（1月21日）

JNTO主催の旅行プランコンテスト「第6回 発見心日本賞 FUN 新遊東北」で受賞した旅行会社のうち7社7名に向けて、Web会議ツールを活用して実施した。ライブ配信では東北の現在の様子や各施設の魅力、検温や消毒等十分な感染症対策を実施していることを発信した。



台湾側参加者



ライブ配信の様子



東観推観光セミナー

##### ウ 夏季団体商品需要喚起による送客拡大に向けた誘客促進事業「東北観光セミナー」（3月1～3日）

台湾の3都市（台北・台中・高雄）において、現地の旅行会社に向けた東北観光の説明や、オンラインを活用した東北各県によるプレゼン、東北各県と現地旅行会社の商談会を実施し、旅行商品造成の促進を行った。台湾の旅行会社は、コロナ禍の影響で、担当者の退職や入れ替え、部門の縮小からこれまでの訪日旅行担当者などが変更となっているケースが見られるため、今回のセミナーでは、まだ東北へのなじみが薄い担当者から東北を熟知している層までをカバーしながら、東北の基礎的な情報、近年新しくできた観光地、アフターコロナにおすすめのコンテンツ等を紹介した。



台湾会場の様子



東北観光セミナー



商談会の様子

## エ 台湾における東北 PR イベント実施による誘客促進事業「日本東北遊楽日」(3月5日、6日)

アフターコロナを見据え台湾での東北への関心を更に高めるため、2年ぶりに東北 PR イベント「日本東北遊楽日」を台北市にて開催した。現地の一般消費者に向けた PR を実施するとともに、あらためて東日本大震災以降の台湾からの支援に感謝の意を発信した。日本から現地を訪れての PR 実施が難しい中、東北各県の現地デスクが協力して観光 PR ブースの運営を行ったり、現地で出演者の手配を行ってステージパフォーマンスを実施したりと、コロナ前に実施していた従来のイベントに近い形での開催を実現できた。当日は会場の外に長蛇の列ができるほど盛況となり、2日間で7万5千人超の来場者数となった。



会場の様子



現地でのなまはげ太鼓の演奏



各県のブースの様子

## ② 中国市場に向けた取組

### ア 中国アモイ「海峡旅游博覧会」への出展(6月18日~20日)

新型コロナウイルス収束後の東北への誘客促進へつながる取組として、「海峡旅游博覧会」にブース出展し、東北観光プロモーションを実施した。当機構の中国サポートデスクがブース運営を行い、東北各県から集約したパンフレットやノベルティの配布、ポスターを掲示した。また東北の自然を感じていただける四季の動画放映や、オンラインにて東観推と中国現地とをつなぐ取組を行った。オンラインによる取組では、現地の旅行事業者へのヒアリングを含めた交流(計5社)と参加者に向けた東北観光セミナーを織り交ぜたクイズ大会を実施し、中国現地との交流を促進した。



クイズ大会の様子



東北ブース



現地旅行事業者ヒアリング

### イ 東北のウィンターシーズンを中心とした訪日関心層誘客促進事業(インフルエンサー招請2月7日~11日)

日本在住のインフルエンサー等3名を招請し、新潟県・福島県・山形県・岩手県において取材を行った。特に蔵王温泉スキー場の中国での知名度は高く、SNSへの投稿により多くの反応が得られた。



ロッテアライリゾート



蔵王温泉 山形酒のミュージアム



夏油高原スキー場

### ウ 東北のウィンターシーズンを中心とした訪日関心層誘客促進事業(インフルエンサー招請2月17日~21日)

家族層に影響のある日本在住インフルエンサー2社4名を招請し、宮城県、福島県、山形県のスノーコンテンツを中心に取材を行った。冬の東北の魅力を堪能できるコンテンツの他、yamagata glam、そば打ち体験、うみの杜水族館等、家族で楽しめるコンテンツも織り交ぜた行程にて実施した。



グランデコスノーリゾート



検原湖ワカサギ釣り体験



yamagata glam

## エ 東北のウィンターシーズンを中心とした訪日関心層誘客促進事業（旅行会社招請 2月21日～25日）

日本国内の中国旅行会社5社5名を招請し、秋田県・岩手県・宮城県・福島県のスノーアクティビティを中心に視察ツアーを実施し、たざわ湖スキー場と安比高原スキー場でのスキー体験を含め計5箇所のスキー場を視察した。



たざわ湖スキー場



小岩井農場



イエローフォール

## オ 中国・東北3省からの国際定期路線再開に向けた誘客促進事業（2月22日、25日、28日）

大連、瀋陽及び北京の3会場で旅行会社等を対象としたオンラインセミナー及び商談会等を実施した。オンラインセミナーでは東北全体のプレゼンとして新型コロナウイルス感染対策、東北の四季の魅力等を参加者に伝え、その後東北各県市担当者によるプロモーションや観光地からの生中継を行った。

2月22日 大連（セミナー61名、商談会 日本側23名、中国側25名）

2月25日 瀋陽（セミナー60名、商談会 日本側24名、中国側30名）

2月28日 北京（セミナー78名）



主催者挨拶



プレゼンの様子

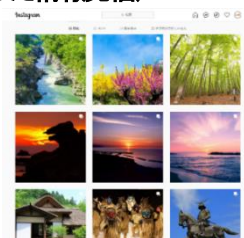


オンライン商談会の様子

## ③ 香港市場に向けた取組

### ア 香港市場におけるアフターコロナの観光誘客プロモーション事業（SNSを活用した情報発信）

6月より東観推の繁体字版 Instagram「東北旅遊」を活用した情報発信を開始した。「東北旅遊」は、2021年1月に運用を開始し、今年度は、多くのユーザーに魅力ある投稿が多く信頼度の高いアカウントであることを「認知」してもらい、求心力の高いフォロワーの獲得を行うことを目指し、具体的には、「三密を避ける新しい観光スタイルの提案」などのユーザーの関心の高い情報をはじめとした良質な投稿を行った。



3つずつ投稿テーマを揃え発信

### イ 香港ブックフェア2021におけるライブ配信（7月18日）

「香港ブックフェア 2021」の JNTO ブースにおけるオンラインライブ中継事業に参加し、香港現地の一般消費者に向けて、東北の観光スポット2か所（①水辺アウトドアラウンジやすらぎ堤（新潟市）②松島離宮（宮城県松島町））からライブ配信を行い、東北や各観光地の魅力をPRした。会場では、多くの来場者に配信を見ていただけたことに加え、JNTOが実施したFacebook「Visit Japan HK」での配信において約5,000回の再生を記録するなど、会場の内外で多くの方に東北の魅力を発信した。



撮影の様子



ライブ中継の配信画面



香港現地会場の様子

**ウ 香港市場におけるアフターコロナの観光誘客プロモーション事業（メディア・インフルエンサー招請 11月22日～26日）**

日本在住の香港メディア・インフルエンサー2名を招請し、新潟県・福島県・山形県・宮城県において、新潟県の燕三条 Bit や藤次郎オープンファクトリーなどの産業観光コンテンツ取材や、北方文化博物館や創匠庵など伝統工芸体験を行った。宮城県の秋保ワイナリーや JR フルーツパーク仙台あらはまについては、コンテンツとしての魅力に加え、震災復興への想いについても取材者に説明した。



藤次郎オープンファクトリー



観瀾亭（抹茶体験）



瑞鳳殿

**エ 香港市場におけるアフターコロナの観光誘客プロモーション事業（メディア・インフルエンサー招請 1月24日～28日）**

日本在住の香港メディア1名を招請し、青森県・秋田県・岩手県において冬の体験コンテンツや絶景スポットを中心として取材を行った。特に、この時期の東北だからこそ見られるコンテンツとしてスノーアクティビティや弘前公園・十和田湖周辺のライトアップ、また建物や取扱う商品のデザイン性が高くいわゆる「映える」スポットとして木伏など比較的新しい観光コンテンツも紹介した。



弘前公園 冬に咲くさくらライトアップ



八甲田スノーシュー体験



木伏での取材

**④ 韓国市場に向けた取組**

**ア 韓国市場における訪日関心層に向けた新たなSIT プロモーション事業（メディア招請 11月5日～9日）**

日本在住の韓国メディア2名を招請し「アウトドア+文化・芸術」「アウトドア+ポップカルチャー」のコンテンツを中心に宮城・岩手・青森県において東北の魅力を取材した。東北ならではのアクティビティや大自然として、宮城県ではツール・ド・東北（石巻）でのサイクリング、宮城オルレ、みちのく潮風トレイル、奥入瀬溪流の散策と弘前城の紅葉とライトアップを紹介した。



宮城県内アニメ聖地巡り  
（カメイアリーナ仙台）



宮城オルレ（登米コース）



青森県立美術館

**イ 韓国市場における訪日関心層に向けた新たなSIT プロモーション事業（メディア招請 1月6日～10日）**

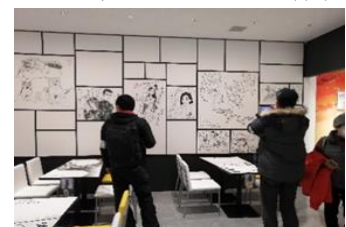
日本在住の韓国メディア2名を招請し、新潟県・福島県・山形県・秋田県において、東北の魅力について「アウトドア+文化・芸術」のコンテンツを中心に取材した。韓国では「海外旅行においてもアウトドア体験をしたい」との要望が多く、今回の取材でもスノートレッキング等のコンテンツを体験した。



田沢湖スノートレッキング



銀山温泉



横手増田まんが美術館

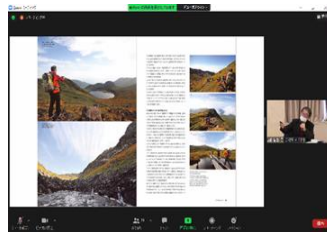


**ウ 韓国市場における訪日関心層に向けた新たなSITプロモーション事業（オンラインセミナー 2月17日）**

「アウトドア+α」を好む層に向けた旅行商品の増加に向け、韓国現地旅行会社等を対象とした「東北観光オンラインセミナー」を実施し、29社34名（うち12名が現地会場、22名がオンライン）が参加した。旅行会社の視点からのプレゼンや、過去に東北を訪れたメディアによる東北の紹介等、事業全体としての相乗効果を出しながらプロモーションを行った。



東北観光セミナー



東北観光講演会



FAM トリップ紹介

**⑤ タイ市場に向けた取組**

**ア タイ旅行業協会（TTAA）とのオンラインミーティング（6月23日）**

タイ旅行業協会（TTAA）と東観推、仙台市、仙台観光国際協会の4者でコロナ後のタイ市場における東北プロモーション等についてオンラインでの意見交換会を開催した。TTAA 会長のスティボン氏からは、「繋がりが深い東北とは両国間の往来がいち早く再開することを心から期待している」「コロナ収束後は積極的に東北をPRしていきたい」という前向きなお話をいただき、コロナ禍により両国間の往来ができない期間でも定期的にコンタクトを取り続けた成果を感じられた。



オープニング



東観推挨拶



仙台市、仙台観光国際協会挨拶

**イ タイ国政府観光庁（TAT）東京事務所およびタイ国際航空（TG）日本支社訪問（10月19日）**

TAT、東観推、仙台市で締結している「観光に関する相互協力協定」の更新の調整と、タイ国の観光業界の近況や今後の展開などに関してヒアリングおよび意見交換を行った。TAT セークサン所長からの「状況次第であるが協定更新の調印式をリアルで開催できれば、両国間の往来のよいきっかけになる」という大変前向きな発言など、タイ市場に関わるステイクホルダーの状況を確認することができた。



訪問の様子

**ウ タイ市場における東北観光オンラインセミナー（第1回 12月9日）**

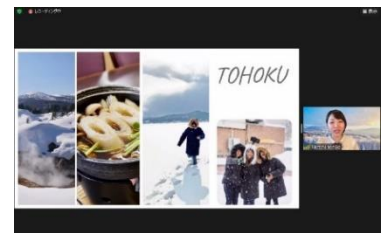
タイ旅行業協会（TTAA）と東観推の共催で旅行会社・メディアを対象としてコロナ後の観光プロモーションのためのオンラインセミナーを実施。第1回のテーマは「雪」と「グルメ」とし、当日は88名の参加があり、現地の訪日意欲の高さを再認識することができた。



参加者の様子



東観推からのプレゼン



インフルエンサーのトークセッション

**エ タイから東北への国際定期路線再開に向けたプロモーション事業（旅行会社招請 11月15日～19日）**

タイ市場の訪日リピーター層をターゲットとして、東北旅行商品の造成経験があるタイの旅行会社の日本支社の方々4名を招請した。日本において新型コロナウイルスの感染者が少なく、「密を避けた自然体験と美食の旅」を楽しめるエリアとして東北を訴求し、往来再開後の早期旅行商品造成を促しインバ

ウンドの早期回復を図ることを目的に実施した。主に北東北においてタイ人に人気のある自然景観や観光体験、また往来再開の際に必要な宿泊施設等の感染症対策などを視察した。



ワ・ラッセ



角館武家屋敷



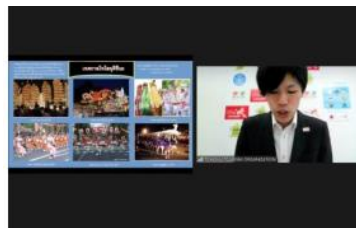
成島和紙

#### オ タイ市場における東北観光オンラインセミナー（第2回目）（2月8日）

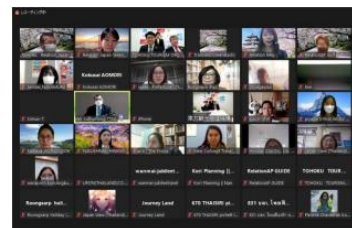
タイ旅行業協会（TTAA）と東観推の共催で旅行会社・メディアを対象としてコロナ後の観光プロモーションのためのオンラインセミナーを実施。第2回のテーマは「桜」と「紅葉」とし、当日は65名の参加があった。



タイ TTAA スティボン会長挨拶



東観推からのプレゼン



参加者の様子

#### カ JNTO バンコクオンライン商談会（2月24日）

JNTO が今年度開設した「タイ旅行会社向け情報発信サイト」登録団体限定のオンライン商談会に参加し、タイ旅行会社7社と商談を行った。タイ人に人気が高い写真映える観光地の紹介をはじめ、桜、紅葉、雪など東北広域の魅力を提供すると共に、質問対応、意見交換などを行った。



オンライン商談会場



商談の様子

#### キ タイから東北への国際定期路線再開に向けたプロモーション事業（メディア招請 2月25日～3月1日）

タイの訪日リピーター層をターゲットにメディア・インフルエンサーを招請し、「密を避けた冬のアクティビティと美食の旅」をテーマに、石打丸山スキー場や、松島、JR フルーツパーク仙台あらはまなど、写真映えるスポットを中心に取材し、新潟・南東北をPRした。



石打丸山スキー場



松島での着物着付け体験

#### ク タイ国政府観光庁（TAT）、タイ旅行業協会（TTAA）との相互協力協定更新に関するオンライン調印式（3月15日）

タイ国政府観光庁（TAT）、タイ旅行業協会（TTAA）と締結している相互協力協定が2022年3月末で同時に期限を迎えることから、両協定の期限延長を行うオンライン調印式を実施した。両国の出席者からのスピーチでは、本調印式がタイと東北の往来再開のきっかけとなることや、両国の友好を確認し合うなど、相互交流復活への架け橋となるセレモニーとなった。



タイ国政府観光庁 (TAT) との調印



タイ旅行業協会 (TAA) との調印

⑥ 東南アジア市場に向けた取組

ア ベトナム・フィリピン市場における訪日関心層をターゲットとした誘客プロモーション事業  
(旅行会社招請・ベトナム 11月27日～12月2日)

ベトナム市場の団体高所得リピーター層をターゲットに、東北への送客力のある現地ランドオペレーター6名を招請した。「東北の自然景観と文化体験・美食旅」を楽しめるエリアとして東北の認知度向上を図り、往来再開後の早期旅行商品造成促進やインバウンド早期回復を図ることを目的に事業を実施し、東北の雄大な自然景観と日本らしさが残る景観、各地域の文化に紐づいた日本料理などを体験した。



大内宿



山菜料理 玉貴



松島 観瀾亭

イ 東南アジアのムスリム旅行者層に向けた情報発信事業 (メディア・インフルエンサー招請 1月24日～29日)

日本在住のムスリムメディア・インフルエンサーを4名 (マレーシア市場2名、インドネシア市場2名) を招請し、「自然豊かな観光コンテンツ」と「ハラルに対応したバラエティーに富んだ日本食」をテーマに新潟県の越後湯沢、福島県の会津地域、宮城県の仙台市を中心に視察し、東北エリアがムスリムフレンドリーな地域であることをPRした。



越後湯沢ロープウェイ



大内宿



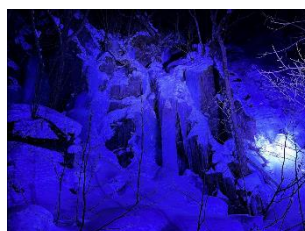
泉スプリングバレー

ウ ベトナム・フィリピン市場における訪日関心層をターゲットとした誘客プロモーション事業  
(インフルエンサー招請・フィリピン 1月31日～2月5日)

フィリピン人に影響力のある日本在住のインフルエンサー2名を招請し、青森県、秋田県、岩手県、宮城県のコンテンツを視察した。「宮城蔵王きつね村」「猯鼻溪舟下り」「男鹿真山伝承館」「鶴の舞橋」等に加え、この時期に合った「すみかわスノーパークの樹氷めぐり」や「雫石スキー場でのアクティビティ体験」等も実施し、東北の様々な魅力あるコンテンツをPRした。



すみかわスノーパーク 樹氷めぐりツアー



奥入瀬渓流水瀑ツアー



男鹿真山伝承館

⑦ 欧米市場に向けた取組

ア 欧米市場における訪日関心層をターゲットとした東北への誘客促進事業（「TravMedia」での情報発信）

多くの有力海外メディアが情報収集の場として利用する「TravMedia」にて、英・米・仏市場を中心に「東北プレスセンター」から情報の発信を行っている。「東北プレスセンター」は2020年12月に東観推により開設され、3月末時点で611名のライター等にフォローされており、2021年度は「縄文遺跡群の世界遺産登録」や「東北の夏祭り」など、各州市と連携して複数の情報掲載を行った。

記事投稿においては、外国から見て訴求性の高い内容に沿って、日々変動するメディアの興味にあったコンテンツを発信し「東北」というエリアを一体的にとらえてもらえるような記事にしており、開設からこれまで重ねてきた投稿が「National Geographic」や「BBC World News」、「Reuters」といった大手を含む、各国のメディアの掲載のきっかけとなり、東北の魅力を広く世界に発信することに繋がった。コロナ禍においてなかなか現地に赴いて取材が出来ない中、こうした海外メディアへの情報発信の有用性は高く、各国メディアからも東北の観光へ高い関心と評価をいただいている。



TravMedia 発信事例



メディアでの掲載事例

	TravMedia での発信内容
6月	・自宅からできる東北体験
7月	・東北の縄文遺跡群がユネスコ世界遺産に登録へ ・夏季オリンピック東京大会 東北から競技スタート
8月	・東北の有名な夏祭りは、今、夢を見て、後で訪れたい ・8月27日、28日に青森ねぶた祭のライブストリームを世界に向けて発信
9月	・東北のアウトドア体験 福島県のFoodCampについて
10月	・四季動画・秋を使用した「雄大な自然が織りなす、ダイナミックで美しい紅葉が見られる地、東北」
11月	(日本政府による渡航禁止発表の状況をふまえ、発信を12月に延期)
12月	・「Why you should visit Tohoku once Japan reopens for tourism」 ・インターコンチネンタルホテルの開業を核とした東北の情報「What's New in Tohoku 2021」
1月	・東北の冬のコンテンツを紹介する「Snow in Tohoku」 ・桜の開花予報に合わせた「A Trail of Tohoku Cherry Blossoms」
2月	・東北の観光地を、冬に人気のコンテンツである温泉と合わせて紹介「To Tohoku, the Northern Land of Japan」
3月	・「Travel to Tohoku - Hot Spots in Appikogen」 (安比インターコンチネンタルホテル本格開業にあわせ) ・「山形県」「福島県」「東北の春」の動画を中心とした記事 ・東北の国立公園「Michinoku (Sanriku)」「Towada-Hachimantai」「Bandai-Asahi」(環境省との連携)

イ 欧米市場における訪日関心層をターゲットとした東北への誘客促進事業（旅行会社招請 11月9日～12日）

欧米市場における富裕層向けの商品を作成する旅行会社2名を招請し、東北固有の歴史・伝統文化、そして手つかずの自然景観という「本物の日本」を体験していただき、富裕層向けの旅行商品造成及び誘客を図った。



差塩（サイソ）三十三観音



原発被災地学習



羽黒山での山伏修行体験

**ウ 欧米市場における訪日関心層をターゲットとした東北への誘客促進事業（仏メディア招請 11月24日～25日）**

日本在住のフランス人向けメディア1名を招請し、2021年7月に世界遺産登録され、北海道・北東北の縄文遺跡群について2日間で5つの遺跡を視察した。特に三内丸山遺跡について、規模の大きさや出土品の種類の多さ、当時の様子を復元した建物、更に多言語対応が好評だった。



伊勢堂岱遺跡



三内丸山遺跡



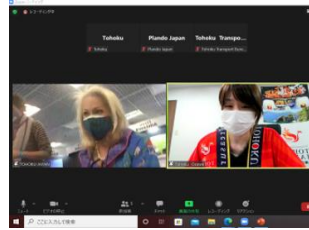
大湯環状列石

**エ 欧米市場における訪日関心層をターゲットとした東北への誘客促進事業「ILTM Cannes 2021」への出展（12月6日～9日）**

富裕層向けの商談会であるフランスの「ILTM Cannes2021」に3日間にわたって出展し、東北の観光コンテンツのプロモーションを実施した。新型コロナウイルスの影響で、現地開催とオンライン中継を合わせて開催し、東北に詳しい現地居住者が現地ブースで商談を行うと同時に、東観推職員もオンライン中継にて参加した。



現地商談会の様子



東観推からのWeb参加



現地ブースの様子

**オ 欧米市場における訪日関心層をターゲットとした東北への誘客促進事業（米メディア招請 12月13日～17日）**

日本在住のアメリカメディア1名を招請し、福島県・新潟県・山形県を取材した。取材者が重視する「ストーリー性」について、新潟の豪商・豪農の館、古町芸妓、山形の出羽三山での山伏修行の3つについては、コンテンツおよびその背景となる歴史や信仰、そこに関わる「人」についての取材も行った。



行形亭



北方文化博物館



羽黒山での山伏体験

**カ 欧米市場における訪日関心層をターゲットとした東北への誘客促進事業（英メディア招請 12月22日）**

日本在住のイギリスメディア1名を招請し、福島県いわき市を取材した。今回は冬至の日にしか見られない、小名浜鹿島神社の鳥居の真正面から昇る朝日をはじめとする「レイラインの視点から巡るいわき」というテーマで取材した。



小名浜鹿島神社（朝日）



波立神社



飯野八幡宮（御守づくり）

**キ 欧米市場における訪日関心層をターゲットとした東北への誘客促進事業（旅行会社招請 1月25日～28日）**

日本在住の欧米旅行会社（米英独向け）2名を招請し、山形県及び福島県を中心に視察した。人気の訪日目的であるスノーコンテンツを体験し、特に福島県の五色沼では、商品造成の際に重視されるガイドについて、好評だった。



五色沼



上杉神社 愛の武将隊

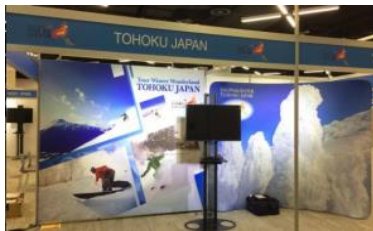


大内宿 ネギ蕎麦

**⑧ 豪州市場に向けた取組**

**ア 東北ウィンターシーズンを中心とした訪日関心層誘客促進事業 Snow Travel Expo 2021 Sydney への参加（5月23日）**

現地ブース出展とともにオンライン中継で参加した。ブース出展では、東北各州市のスキーを中心とした冬コンテンツのパンフレットの掲出や、東北に知見のある現地スタッフによる東北のPR、フォトスポットの設置、東北各県の特産品等を景品とした抽選会による集客を実施した。東観推からは、オンラインで現地スタッフの運営をフォローし、東北管内スキー場や自治体によるオンラインでのプレゼンと質疑応答を実施した。併せて、現地の方からの質問に対し、日本バックカントリースキーガイド協会副会長の早乙女氏より詳細な対応を行った。会場全体の来場数約2,900名の半数となる1,500名以上の方々が当ブースに来訪した。



ブース風景



抽選会



オンラインプレゼン

**イ 東北のウィンターシーズンを中心とした訪日関心層誘客促進事業（メディア招請 2月7日～11日）**

日本在住のインフルエンサー等4名を招請し、青森県・岩手県・秋田県を取材し、東北地域のスノーリゾートやアフタースキー、交通アクセスなどの付加価値の高い情報や冬を中心とした東北の四季の魅力を発信した。ニセコや白馬と異なり日本的・ローカル感が残るスキー場の雰囲気や、人も少なくパウダースノーを満喫できる点などが好評だった。



八甲田スキー場



ランプ作り体験



安比スキー場

## (2) 東北観光復興対策交付金事業

### ① 東京オリパラ期間における東北の誘客促進および情報発信事業

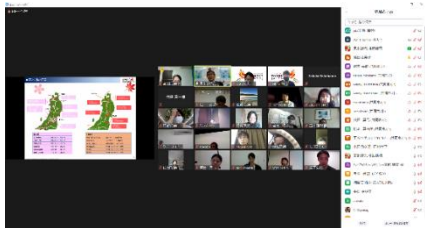
#### ア 日本コンシェルジュ協会定例会におけるコンテンツ紹介 (5月19日)

全国のラグジュアリーホテルに在籍する約150名のコンシェルジュの方々が参加し、東北の交通アクセスや歴史などの基本情報から、震災からの復興や、東北の桜・紅葉、夏祭りや冬の東北、食や酒、温泉を紹介し、また各県を代表する観光スポット、コンテンツを丁寧に説明した。説明した以外の約200コンテンツについても詳細情報をコンシェルジュの方々へ提供するとともに、参加していただいたコンシェルジュの方々へは継続的な東北の情報提供やガイド手配等の取次などを実施する。

<紹介した観光スポット、コンテンツ>

青森県：鶴の舞橋、岩手県：龍泉洞、宮城県：弥治郎こけし村・ニッカウキスキー宮城峡蒸留所、  
秋田県：小安峡大噴湯、山形県：銀山温泉、福島県：鶴ヶ城

当日は東北の交通アクセスや歴史などの基本情報から、「震災からの復興」「桜・紅葉」「夏祭り」「冬東北」「食や酒」「温泉」を紹介し、各県1つの観光スポット、コンテンツを説明。



東観推による東北紹介



参加したコンシェルジュ

#### イ 東京都メディアセンターにおける海外メディア向けプロモーション (7月23日～8月9日、8月23日～9月5日)

東京オリパラ期間中に「東京都メディアセンター」において東北の情報発信ブースを設置し、来場したメディア等に対し東北の観光情報発信に資する素材の提供および紹介等を行う取組を実施した。一例としてホンジュラスの国営テレビ局が生放送で東北ブースに来場しリポーターが東北の法被を着ながら東北の紹介を行うなど、海外メディアでの露出を獲得できた。また、小池東京都知事が東北ブースへ来訪され、知事に対して東北に係る説明に加え、パンフレットやノベルティの配布等を通して東北観光に係るプロモーションを実施することができた。



会場の様子



小池都知事来訪の様子

#### ウ JAPAN RAIL CAFÉ TOKYOにおけるプロモーション (7月31日～8月30日)

JR 東京駅内にある「JAPAN RAIL CAFÉ TOKYO」において東北の観光プロモーション等を展開した。期間中、来店者への東北のフォトスポットやパンフレット・ノベルティ配布等を通してコロナ収束後の誘客を促進する取組を実施した。また日本在住のアメリカ人 YouTuber ジョン・ドーブ氏によるライブ配信を施設内で実施し、東観推の英語版ホームページ内で現在一番検索の多い東北の観光スポットに関するクイズや、ドーブ氏から見た東北について紹介するなど、海外の方に対して東北観光の魅力を発信した。



ジョン氏 YouTube 動画



フォトスポット実施状況



## エ JAPANTODAY を活用した情報発信

日本国内の在留外国人を中心に幅広い読者が利用するオンラインメディア「JAPANTODAY」を活用した情報発信として、歴史公園えさし藤原の郷、かがみいし田んぼアートを中心に、東北の色彩豊かな夏を訴求した。



掲載の様子

## ② 東京 2020 オリパラ以降の継続誘客を見据えた消費者向けプロモーション事業

### ア インフルエンサー招請（岩手県）（10月21日～22日）

魅力的な観光資源が豊富に存在するにもかかわらず、他地域に比べて未だ海外からの認知度が低く、十分な誘客につながっていない東北を、現地に影響力のあるインフルエンサーを招請して情報発信してもらうことで、東京オリパラや DC 終了後の継続的な誘客を図る。

今回は新型コロナウイルスの関係で日本在住のインフルエンサーやカメラマン等 3 名を招請し、インスタ映えするフォトジェニックな温泉・郷土文化を取材し、自然の中で日本的な風景を感じられる「映え」のに関して、撮影することができた。



カッパ釣り



バケツジンギスカン



田んぼ（遠野の原風景）

### イ インフルエンサー招請（山形県）（10月25日～26日）

日本在住のイギリス人インフルエンサー1名を招請し、山形県庄内地方を中心に取材した。庄内地方の歴史や文化について、特に相馬楼について酒田舞娘の演舞はもとより、その歴史や京都等とは異なる演舞の特徴等独自性が見られる点について評価が高かった。



相馬楼



羽黒山



山王くらぶ

### ウ インフルエンサー招請（福島県）（10月28日～29日）

日本在住のアメリカ人インフルエンサー1名を招請し、欧米において人気が高まる AT（アドベンチャー・ツーリズム）の素材としてここでしか体験できない「沼尻エクストリーム温泉」や、福島ならではの歴史と文化を紹介し、東北の魅力を強く印象づけることが出来た。



エクストリーム温泉



鶴ヶ城



御薬園

### エ メディア招請（青森県、岩手県、宮城県、仙台市）（11月1日～4日）

日本在住の米国および台湾のメディア 2 名を招請して「温泉と郷土文化を楽しむ冬の東北」をテーマに、青森県、岩手県、宮城県、仙台市を取材した。場所によっては紅葉が見頃を迎え、晴天もプラスに働き、魅力を十分に伝えることができる良い写真が多く撮影できメディアの満足感が高かった。





道の駅なみおかアップルヒル



津軽藩ねぶた村



蒸ノ湯温泉

### オ インフルエンサー招請（秋田県）（11月11日～12日）

日本在住のニュージーランド人インフルエンサー1名を招請し、秋田県男鹿地方を中心に取材した。今回の行程では大龍寺が最も評価の高いコンテンツであり、寺院案内等の外国語対応や英語HPの充実、座禅体験や瞑想体験等が英語対応可能であり、評価が高かった。



雄和里の家



大龍寺



男鹿真山伝承館・なまはげ館

### カ インフルエンサー招請（青森県）（11月17日～18日）

日本在住の台湾インフルエンサー1名を招請し、青森県五所川原市や青森市を中心に取材した。自撮りでの撮影が多く、若い女性を中心に実際に訪れた際の光景が目に浮かぶ、臨場感あふれる撮影スタイルであった。行程の中では立佞武多の迫りに強い関心を持ち、ぜひ発信したいとの話があった。



斜陽館



高山稲荷



立佞武多の館(うちわ作り)

### キ インフルエンサー招請（宮城県）（11月23日～24日）

日本在住のタイ人インフルエンサー1名を招請し、宮城県内を取材した。取材者は「みちのく杜の湖畔公園」への関心が高く、花が無い時期での訪問であったが、施設の方の説明や花の時期の写真を見せることで取材者に魅力を伝えることができた。



白石城



みちのく杜の湖畔公園



蔵王キツネ村

### ク ムスリムインフルエンサー招請（12月20日～21日）

マレーシア出身の日本在住のムスリムのインフルエンサー1名を招請し、東北のゲートウェイである仙台市を取材した。ムスリムフレンドリーなレストランや、仙台駅からほど近い朝市、JRフルーツパークなどを訪れ、通過点に留まらない仙台の魅力アピールした。



仙台朝市



レストランでの様子



JR フルーツパーク仙台あらはま

### ケ タイ一般消費者向けプロモーションの実施（2月18日～20日）

YouTube、Facebook 等の一般消費者に馴染みのある SNS を発信媒体とし、同国で知名度が高いインフルエンサーと連携をしながら、東北の魅力を多面的に情報発信を行った。スタジオの MC による実食レポートや現地からのライブ配信、視聴者参加型のご当地クイズ大会やプレゼント企画など旅番組仕立てで訴求することで、旅行の機運醸成を図った。一般消費者向けのフルオンラインのプロモーションは初めての取組であったが、結果として3日間通じて約4万回の視聴があり、5000件以上のコメント200件以上のアンケートも集まるなど、想定より多くの反応を得ることができた。



オープニングトーク



けん玉紹介コーナー

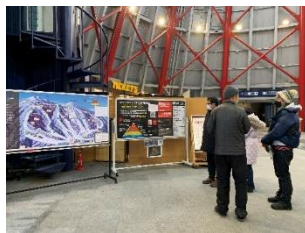
### ③ 東京 2020 オリパラ以降の継続誘客を見据えた事業者向けプロモーション事業

#### ア 「冬の東北」旅行会社招請（1月14日～19日）

国内インバウンド旅行会社23社23名を招請し、5コースに分かれて視察し冬の東北のPRを行った。

- ・1月14日～1月19日 青森県・秋田県コース
- ・1月16日～1月19日 岩手県コース、宮城県コース、山形県コース、福島県コース

各コースで、ファットバイクやスノーシューなどのスノーアクティビティ体験や、東北のパウダースノーを存分に味わえるスキー・スノーボード体験、温泉や食事・お酒の他、東北の生産者が提供する質の高い製作体験なども紹介、実際に体験していただきながら、インバウンド再開に向けた商品造成と販売を促した。最終日の1月19日は、全コースの招請者が集結し、会津での蒔絵や、沼尻高原でスノーアクティビティ、良質な沼尻温泉の魅力などを体験した。



夏油高原スキー場



休暇村乳頭温泉郷



十和田乗馬クラブ

#### イ 「冬の東北観光シンポジウム」（1月18日）

上記招請期間中の1月18日に、福島県の裏磐梯レイクリゾートにて「冬の東北観光シンポジウム」を開催した。行政・民間事業者合わせて38名が参加し、あわせて東北6県および仙台市によるプレゼンテーション、東北域内事業者との商談会を開催した。シンポジウムでは主催の東観推より挨拶ののち、来賓の田中東北運輸局長にはオンラインでお話いただいたあと、6県1市よりプレゼンテーションを実施した。続く商談会では、参加旅行会社から「東北域内の観光事業者（19事業者23名）の熱心な商談は大変有意義だった」などの声をいただき、今後の増売が期待できる商談会となった。



プレゼンテーション



商談会

#### ウ 台湾・タイ教育旅行関係者の招請等による情報発信（オンライン招請 2月15日、2月21日）

台湾とタイの学校関係者や現地旅行エージェントを対象にオンライン招請を実施し、台湾は青森・岩手コース、タイは宮城・福島コースとして、それぞれ約20名が参加した。両国の現地会場に集まりオンラインでつなぐハイブリッド型で開催し、各施設からのライブ中継や撮影した動画を織り交ぜて説明するとともに、事前に現地に東北銘菓や材料を送り、赤べこやこけしの絵付け体験を行うなど視聴以外にも東北を体験いただいた。



ワ・ラッセとの中継



小岩井牧場との中継



赤べこ絵付け体験中継

#### ④ 海外富裕層旅行者の誘客促進事業

##### ア KOL 招請（秋田県、山形県）（11月8日～11日）

東北に欧米豪・中国の富裕層を誘客して消費拡大を図ることを目的として、日本在住のオーストラリア人、イギリス人、中国人のKOL3名を招請した。羽黒山では山伏から直接説明を受け、温海かぶの収穫体験と漬物づくりでは実際に焼畑の視察や収穫、実食を体験する事で理解を深めるなど、コンテンツの歴史や文化について詳しい説明を受けることで、「そこにいる意味」「何を学ぶのか」といった富裕層の旅行先選定で重要とする要素を訴求した。



縁 Enishi



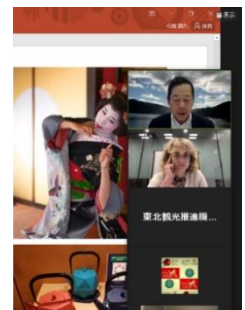
相馬樓



羽黒山 山伏体験

##### イ オンラインイベント開催（12月6日）

新たな旅行先や観光資源等を海外に発信し、欧・米・豪の富裕層を誘客して消費拡大を図ることを目的として、オンラインイベントを3部構成で実施した。1部はインフルエンサー（7名）、2部はメディア（6名）、3部は旅行会社（6名）が参加し、イベントでは11月の招請に参加した日本在住のオーストラリア人の方からの美しい写真と記事、映像により東北取材の感動をそのまま伝え、東北の魅力を最大限に伝えることができた。



オンラインイベントの様子

##### ウ 旅行会社招請 南東北コース（1月24日～28日）

欧米豪の富裕層向けの国内旅行会社5社を招請し、体験コンテンツの質の高さや、季節や天候に応じたコンテンツの組み合わせなど、多くのことを伝えることができた。参加者は、東北に富裕層向けの宿泊施設が少ないことは承知しているが、他に代えがたい魅力のコンテンツがあればどこにでも行くとの意見で一致し、他を圧倒する東北の自然とここでしかできない体験を、東北が誇る絶対的な観光地と共にバランスよく組み入れて商品化を目指す方向性を確認できた。



堤製作所（レターオープナー製作体験）



沼尻スキー場（屋外ランチ）



すみかわスノーパーク

## エ 旅行会社招請 北東北コース（2月14日～18日）

欧米豪の富裕層向けの国内旅行会社4社を招請し、青森県・岩手県・秋田県を取材した。参加者は東北らしい広大な大自然に感動するとともに移動の長さも実感し、ひとつの地域で魅力的なコースができないかとの意見も多かった。絶対的なコンテンツを核としたコンパクトでゆったりとしたモデルコースを2～3泊程度で紹介することの必要性を確認できた。



八甲田ロープウェイ



ブナコ西目屋工場での製作体験



七滝氷瀑

## オ オンラインセールスコール（個別商談）（3月1日～3日）

欧州の旅行会社8社に対し、東北の四季映像、富裕層向けプレゼン資料、今年度新たに作成した富裕層向け体験コンテンツのパンフレットなどを使って商談を行い、新たな旅行先や観光資源等を海外に発信し、訪日旅行再開に向けて海外の富裕層旅行者に東北の魅力をPRした。



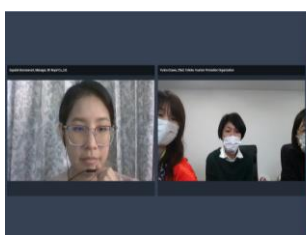
オンラインセールスの様子

## 2. その他 主に海外からの誘客促進に資する取組

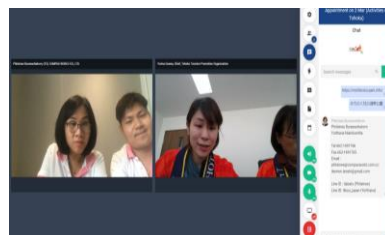
### （1）JNTO と連携した誘客促進

#### ① 「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート2021」への出展（3月1日～3日）

海外の旅行会社と現状に係る情報交換や、継続して東北の観光の魅力を発信し、旅行商品造成促進につなげることを目的に海外現地旅行会社計20社と商談を行った。来年度重点市場である「中国・タイ・台湾」を中心に、各エリアからも注目が高い「東北の冬」を核とした売り込みを行った。



タイの旅行会社との商談



中国の旅行会社との商談



### （2）多言語電話通訳サービスの提供

東北6県・新潟県全域において、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。3月末時点の利用登録施設数は3,734施設となっている。

## V. 教育旅行・国内観光客の誘致促進

### 1. 教育旅行の誘致促進

#### (1) 教育旅行セミナーの開催

##### ① 東北教育旅行オンラインセミナー（6月3日）

全国の学校関係者、旅行会社および受入関係者等を対象に東北・新潟への教育旅行の誘致を目的としたオンラインセミナーを開催し、856名の参加があった。今年度も全国に先駆けての開催セミナーでは、いのちをつなぐ未来館（釜石市）の川崎氏より「震災語り部講演～子どもたちの命を守った防災学習～」、Active Resorts 裏磐梯の皆川氏とホテルグランデコリゾートの小山氏より「東北ならではのSDGsプログラム事例紹介」、三内丸山遺跡センターの佐藤氏から「三内丸山遺跡センターで学ぶ・体験する」について特別講演を行った。また、「だからこそ東北で学ぶ」と題し、東観推および東北・新潟各県より、東北の教育旅行の取組や各県ならではのプログラム、助成金などの情報を紹介した。



主催者挨拶



いのちをつなぐ未来館の発表



宮城県の発表

##### ② 東北教育旅行セミナー開催（札幌 7月6日）

札幌市にて、JR北海道との共催で東北教育旅行セミナーを開催した。「だからこそ東北で学ぶ」「探究学習・SDGs」を共通テーマにした東北6県と東観推によるプレゼンテーションのほか、北海道の学校関係者と東北の行政・観光団体との相談会、また旅行会社と東北側の受入事業者との相談会を実施した。東観推からは、①「東北まなび旅」ホームページ、②モデルコースや班別研修例、③コロナ対策等について紹介し、参加者からは「ホームページを参考に、新しい提案に活用したい」「一度に東北を知ることが出来て便利」等のご意見をいただいた。コロナ禍の影響で一部発表者はオンラインとなったが、東北側を含めて合計121名と多くの方が参加し、終始活発な質問や相談が繰り広げられた。



主催者挨拶



学校相談会



旅行会社商談会

##### ③ 東北教育旅行セミナー開催（オンライン 8月23日）

関東地区学校関係者を対象にした東北教育旅行セミナーと個別相談会をオンラインで開催した。第1部では「だからこそ東北で学ぶ」「探究学習・SDGs」を共通テーマにした東観推と東北・新潟各県によるプレゼンテーションのほか、東北の強みである震災・防災・減災学習については「釜石の出来事」と、東北・新潟ならではの探究学習については「越後田舎体験」の講演を実施し、東北における新しい学びの目的等についてPRを行った。第2部では、初めての取組としてZoomを活用した個別相談会を実施し、学校が現在旅行先として検討している県の担当者や直接相談することで、東北教育旅行実施に向けた課題解消や情報提供を行うことができた。



主催者挨拶



特別講演（新潟）



学校個別相談会（岩手）

#### ④ 東北教育旅行商談会（東京 12月9日）

首都圏の旅行会社向けに開催し、合計64名が参加した。東北の教育旅行関係施設との商談会の他に、東観推から「だからこそ東北で学ぶ教育旅行」と題して東北新潟各県の教育旅行プログラムや学習メニュー等紹介や、また雪だるま財団（越後田舎体験推進協議会）より東北新潟の探究学習の事例紹介を行った。



主催者挨拶



商談会の様子



#### ⑤ 東北教育旅行セミナー（大阪 12月15日）

第1部では「だからこそ東北で学ぶ」「探究学習・SDGs」を共通テーマにした東北6県と東観推によるプレゼンテーションのほか、気仙沼市東日本大震災遺構・伝承館語り部の方からの特別講演を実施し、第2部では関西圏の学校関係者と東北の行政観光団体との個別相談会、また関西圏の旅行会社と東北側の受入事業者との商談会を実施した。東観推からは、①東北まなび旅HP、②モデルコースや班別研修例、③コロナ対策等について紹介した。参加者は合計117名で、久々のリアル開催であり盛況であった。



特別講演



セミナーの様子



商談会の様子

#### ⑥ 東北教育旅行オンラインセミナー（九州地区 3月15日）

「東京圏」「大阪圏」につぐ重点市場のひとつ「九州」の旅行会社を対象に開催し、東北側も含めて33名が参加した。第1部セミナーでは「だからこそ東北で学ぶ」をテーマにした東観推によるプレゼンテーションのほか、東北・新潟ならではの探究学習として「東北ならではのSDGsプログラムとスキー学習」の講演を実施し、東北における新しい学びの目的等についてPRを行った。第2部商談会では、旅行会社と東北・新潟各県の事業者との個別の商談会をオンライン上で実施し、「学びの場としての東北の魅力」について情報を発信し東北教育旅行の魅力についてPRを行った。



第1部セミナーの様子



第2部商談会の様子

### (2) 招請事業の実施

#### ① 関東地区公立中学校修学旅行委員会現地研修会（12月3日～5日）

全国修学旅行研究協会と連携し、岩手・秋田両県において、東北地区への教育旅行誘致を目的とした招請事業を実施した。コロナ禍の影響で当初8月としていた予定を延期しての実施となったが、ご参加の先生方には、SDGsや探究学習をテーマとするコンテンツや伝統体験施設の見学、また先生方と修学旅行受入業者との情報交換を実施するなど、東北における修学旅行等の実施方法について研修を行った。



震災学習列車体験の様子



初駒でのわんこそば体験の様子



秋田県セミナー会場の様子

## ② 首都圏旅行エージェント東北教育旅行現地研修会（1月19日～21日）

山形・宮城両県において、関東から東北地区への教育旅行誘致を目的とした首都圏旅行エージェント招請事業を実施した。SDGs や探究学習をテーマとするコンテンツや伝統体験施設の視察、また両県の担当者および修学旅行受入業者との意見交換会や商談会を行った。参加の方々からは、東北・新潟での受入体制整備や、教育旅行のニーズへの対応についての評価や、改善のアドバイスをいただいた。



書き駒体験の様子



旧荒浜小学校視察の様子



宮城県セミナー会場の様子

## ③ 日本修学旅行協会東北教育旅行現地研修会（1月29日～30日）

宮城県において、日本修学旅行協会事務局及び関東地区の先生方を対象として、東北地区への教育旅行誘致を目的とした東北教育旅行現地研修会を実施した。震災・防災・減災学習には欠かせない震災遺構の見学や各種コンテンツの体験、また先生方と修学旅行受入業者との情報交換を実施した。



松島語り部クルーズ



宮城県セミナー



大川小学校ガイド

## (3) 教育旅行誘致部会他

### ① 2021年度第1回教育旅行誘致部会（5月26日）

リアル・オンラインのハイブリッドとして開催し、2021年度事業における東観推主催事業と単県事業について、部会各委員とスケジュールおよび事業内容の共有を図った。また(株)JTBの洪水氏より「コロナ禍での教育旅行の現状と期待」、宮城県観光連盟三浦氏から「SDGsプログラムを取り入れたガイドブックの作成にあたって」として特別講演を行い、東北教育旅行の強化に向けて部会員の知識を深める機会とした。

### ② 大阪教育旅行関係先セールス（11月10日～11日）

12月15日の「大阪セミナー」に向けて各関係機関との関係構築を図り、また関西地区の教育旅行のニーズを確認し東北に対しどのような「需要」や「課題」があるのかを伺うため大阪へのセールスを実施した。全国修学旅行研究協会や大阪府教育庁、東北新潟各県大阪事務所等の機関をはじめ旅行エージェント等計12箇所を訪問した。

### ③ 福岡教育旅行関係先セールス（12月16日～17日）

コロナ禍により2018年以来セミナー等が実施できていない九州地区に対して、今後のセミナー実施に向けた各関係機関への営業および関係構築を図り、また九州地区の教育旅行のニーズを確認し東北に対しどのような「需要」や「課題」があるのかを伺うため、福岡へのセールスを実施し、福岡県教育庁や、福岡県私学協会、北東北三県合同福岡事務所、旅行会社等を訪問した。

### ④ 第2回教育旅行誘致部会開催（オンライン 3月4日）

東観推と各県における2021年度事業実績及び2022年度事業計画、またコロナ禍による教育旅行への影響（2021年度の教育旅行受入状況、2020年度と2021年度の比較等）について、各県や各事業者と情報共有と意見交換を行った。2022年度以降はさらに教育旅行に力を入れていくため、年2回の当部会に加え、教育旅行実務担当者が集う会議を年2回追加する。



会議の様子

#### (4) 映像・コンテンツ整備等

##### ① 東北教育旅行映像事業

施設や学校と連携し、東北・新潟の教育旅行に適したスポットにて震災学習と探究学習を軸にコンテンツのPR映像を制作し、「東北まなび旅HP」上へ掲載を行った。

(撮影地)

青森：三内丸山遺跡、岩手：三陸鉄道・マルゴト陸前高田、宮城：南三陸町漁業体験・丸文松島汽船、秋田：大館市農業体験、山形：加茂水族館、福島：東日本大震災原子力災害伝承館・野口英世記念館、新潟：燕市産業資料館



南三陸町漁業体験



マルゴト陸前高田

##### ② 教育旅行コンテンツの充実化

「探究学習・SDGsプログラム」や「震災防災減災学習」に係るコンテンツについて、「東北における深い学び」を実現するアクティブラーニング型への磨き上げ実施及びモデルコースの新規作成として、被災した岩手県・宮城県・福島県からは「震災減災防災学習」を、青森県・秋田県・山形県からは「探究学習・SDGsプログラム」を選出し、アクティブラーニング型へと磨き上げを行った。各地域での初回オンライン打ち合わせ及び現地訪問調査を行い、映像資料の撮影、事前学習用のワークシート及びモデルコースを作成し、教育旅行プログラムの造成を行った。



是川縄文館での打合せの様子



ワークシート



モデルコース

#### (5) 情報発信の強化

##### ① 教育旅行ホームページ「東北まなび旅」 掲載情報充実とアクセス数の増加

東北・新潟の教育旅行情報を集約し、モデルコースやコンテンツ、コロナ対策や支援事業・助成金など学校関係者向け、旅行会社向けの情報発信を行った。また東北教育旅行誘致部会や会員の皆様等の教育旅行情報を掲載しており、ページビュー数も飛躍的に増加している。さらに、ニーズの高いボランティア学習や各県の安心・安全の取組に関する情報も掲載した。

検索エンジンにおいて「修学旅行 モデルコース」「教育旅行 モデルコース」と検索すると、京都や広島などの地域を押さええて「東北まなび旅 モデルコース」が最上位に掲載されるなど、これまでの取組の顕著な効果が見られるようになった。

モデルコース	166件 (前年度末 101件 +65件)
学習・体験スポット	579件 (前年度末 348件 +231件)
震災学習・探究学習・SDGsプログラム	203件 (前年度末 124件 +79件)
ホームページ アクセス	226,679PV (前年同期比 1.9倍、前々年比 10.7倍)



「東北まなび旅」HP トップ画面



ボランティア学習





## ② 誘致部会への情報発信

コロナ禍により大きく教育旅行の情勢が変化しているなか、「教育旅行の最新情報」や「コロナ対応」「他県の成功事例」等について事務局より誘致部会へ発信し、誘致部会からは「各県関係者」に対し情報を拡散させ、東北域内の関係者が同じ認識で取り組めるよう情報発信を行った。

情報発信数 計 34 回

## ③ 教育旅行専門紙等を通じた東北教育旅行の情報発信

震災・防災・減災学習等をはじめとして東北ならではの探究学習の紹介や、ホームページ「東北まなび旅」や教育旅行セミナー開催 PR のため、広告や記事を掲載し全国の関係者への情報発信を行った。

日本教育旅行新聞 記事、広告掲載 (6 月 21 日号)

教育家庭新聞 記事、広告掲載 (8 月 16 日号)

日本修学旅行協会月刊誌「教育旅行」事例紹介記事、広告掲載 (9 月号)

近畿日本ツーリスト教育旅行情報誌「パピルス」東北教育旅行取組紹介 (9 月 1 日発行)

観光経済新聞 インタビュー記事 (9 月 4 日教育旅行特集号)、広告掲載 (9 月 4 日号、10 月 4 日号)

教育家庭新聞 学校関係者向け東北オンラインセミナー取材記事掲載 (9 月 20 日号)

## (6) 関係団体との連携等による展開

### ① 岩手県教育旅行誘致宣伝部会総会およびセミナーへの参加 (4 月 21 日)

東北教育旅行ブランド化に向けた一環として、今年度より新たに各県部会との連携に向けて取組を進めている。東観推から「だからこそ東北で学ぶ教育旅行」と題して、東北教育旅行の柱である「震災・防災・減災学習」と「東北ならではの探究学習 (SDGs)」について、東北でできる学びについてや、コロナ禍での教育旅行の最新情報、「東北まなび旅ホームページ」を活用した情報発信等について説明した。

### ② 新潟県教育旅行誘致に向けた意見交換会への参加 (4 月 27 日)

新潟県では本年度より新たに「新潟県観光立県推進行動計画 (令和 3 年度～令和 6 年度)」を策定し教育旅行を新たな新潟ファン作りの柱としており、「(仮)新潟県教育旅行誘致推進協議会」を立ちあげに際し、初回の勉強会に東観推が事例発表を行った。

### ③ 香港商談会への参加 (オンライン 5 月 13 日)

㈱フリープラスが主催する、香港の旅行会社 12 社が参加する教育旅行に特化したオンライン商談会への招待があり参加した。東北教育旅行の PR ツールを活用し、東北の魅力について PR を行った。参加旅行会社からは防災学習、寺社仏閣 (特に座禅体験)、農泊、FIT の 1day モデルコースについて、多くの質問を受けた。

### ④ 第 38 回全国修学旅行研究大会 (オンライン 7 月 20 日)

連携先の関東地区公立中学校修学旅行委員会が事務局を務める大会に参加した。テーマ「学びの集大成を図る修学旅行」として開催され、東北教育旅行の魅力やメリットを全国の学校関係者へ PR した。

### ⑤ JR 東京総合病院高等看護学園「東北オンライン研修」の調整と事例発表 (7 月 29 日)

コロナ禍でリアルな域外研修を実施できない JR 東京総合病院高等看護学園よりオンラインでの研修協力依頼を受け、東北の強みである「震災・減災・防災学習」の説明や東北 DC についての PR を行った。

### ⑥ 松島高校講義 (8 月 4 日)

観光業の担い手育成の取組として、松島高等学校観光科 1 年 4 組 (27 名) および 1 年 5 組 (27 名) の学生を対象として東観推職員 2 名が講義を行った。学生は広域観光の観点から東北地方の観光資源を学ぶと共に、宮城県の魅力を再発見する契機となった。講義を受けた学生からは、「これまでは宮城県の松島という狭い世界しか知らなかった」「世界から見た宮城県について考えるきっかけになった」「これからの観光ガイドに活かしていきたい」などの感想が多く寄せられた。



講義の様子

### ⑦ 第 1 回宮城県教育旅行受入関係機関情報交換会への参加 (8 月 26 日)

宮城県ではコロナ禍においても教育旅行の需要が高まっている中、宮城県内教育旅行の受入れをしている宿泊施設や観光施設の担当者を集め、教育旅行における宮城県の取組や統計報告、参加者による近況報告および共有を含めた意見交換会を初めて実施。また東観推より「東北新潟の教育旅行および全国各地の教育旅行の近況」や「東北まなび旅ホームページ」等について発表を行った。

## ⑧ 愛西市教育委員会との東北教育旅行打合せ (11月17日)

愛知県愛西市の全中学校(6校)では2023年度以降、愛西市が主導して東北へ方面変更を検討中とのことで、当機構において東北教育旅行誘致部会メンバーと東北・新潟の教育旅行PRを行った。東観推より、東北教育旅行のねらいや東北まなび旅HPについて説明を行った。

## ⑨ 関東地区公立中学校修学旅行研究発表会 (11月19日)

全国修学旅行研究協会および関東地区公立中学校修学旅行委員会が主催する研究発表会が2年ぶりに群馬県高崎市の会場にて開催されたことから、会場にて東観推のブースを設け、参加された学校関係者に向けて東北教育旅行のPRを行った。また、発表会では2校の修学旅行事例発表があり、うち1校からコロナ禍による方面変更で最終的に東北を選んだ経緯について詳細な説明があった生徒や先生方の東北修学旅行への高い満足から、会場やオンライン参加の方々に対して東北教育旅行のPRに大きな効果があった。

## ⑩ 福島県観光物産交流協会第二回教育旅行推進委員会参加 (12月2日)

今年度より各県誘致部会との連携を行っており、福島県観光物産交流協会が主催する教育旅行受入事業者等による会議へ初めて参加するとともに、東観推より「東北新潟の教育旅行の近況」「東北まなび旅HP」等について発表を行った。会議では福島県教育旅行推進事業の進捗状況や計画、バス補助について報告を得るとともに、コロナ対策を踏まえた受入事業等の現状報告と対策について情報共有いただいた。

## ⑪ 第16回教育旅行シンポジウム参加 (12月25日)

日本修学旅行協会が主催する「教育旅行と産業観光」と題したシンポジウムへ参加聴講するとともに、会場の一角に東観推のブースを設け、参加者の先生方へのプロモーションを実施した。

## ⑫ 宮城県松島高等学校 令和3年度 観光実践発表会参加 (1月19日)

昨年度より連携を強化している宮城県松島高等学校にて、東北において初めて設立された「観光科」の1期生である3年生が3年間の学びの成果を発表する観光実践発表会に参加した。

## 2. 国内その他の誘客促進

### (1) 東北・新潟共同メッセージ (11月15日)

新型コロナウイルス感染者数の落ち着きや県民割エリア拡大の検討状況もふまえ、東北・新潟各県、仙台市、新潟市および東観推による「東北・新潟共同メッセージ～感染防止対策をして、東北・新潟の旅を楽しもう～」を発売した。2020年9月7日発信の「東北・新潟共同メッセージ～東北・新潟の魅力を見つめよう～」に続くものであり、新型コロナウイルス感染症により打撃を受けた東北・新潟域内経済の回復に向け、東北・新潟域内及び全国からの観光流動活性化を図るとともに、旅行する際の感染防止対策の徹底を、旅行者及び事業者と呼び掛けた。

全国の皆さんへ

### 東北・新潟共同メッセージ

～感染防止対策をして、東北・新潟の旅を楽しもう～

東北・新潟は、豊かな自然、温泉、美味しい食べ物、お酒、土地に息づく文化や歴史など、世界に誇れる魅力に溢れている地域です。

各地に湧きだす温泉は心と体を温めてくれます。新米を始めとする秋の実りが食卓を賑わせ、自慢のお酒は新酒の季節を迎えます。各地に残る縄文時代の遺跡は今年7月に世界文化遺産に登録されました。

東北・新潟では、温泉に滞在してゆっくりとその土地を楽しむ新しい旅のスタイルを提案しています。また、「巡るたび、出会う旅。東北」をキャッチコピーに、おすすめの数々の魅力を発信しています。

この機会に、東北・新潟の旅を楽しんではいかがでしょうか。

旅行者の皆様は、「新しい旅のエチケット」の実践など、日頃から感染防止対策をしっかりと行い、東北・新潟の旅を楽しみましょう。

観光事業者の皆様は、ガイドラインを遵守した感染防止対策を徹底するとともに、感染防止に向けた取組を旅行者にもしっかりと情報発信し、旅行者に安心できる旅を提供いたしましょう。

**東北・新潟は、  
変わらぬ温かさで皆様のお越しをお待ちしております。**

令和3年11月15日



一般社団法人東北観光推進機構  
会長 松本 茂



## (2) 域内需要喚起（東北ツアー現地観光プラン）のホームページ掲載

特設サイトを作成し、東北域内を周遊するツアーの情報発信を実施。「日帰りバスツアー」「長期滞在プラン」「鉄道の旅」「地元ガイドと巡る旅」「体験ツアー」など129プランを掲載。



トップページ



新規登録域内ツアー（一例）



## (3) 東北歴史文化講座

会員企業の JR 東日本との共催により、東北各県の魅力・歴史・文化などの独自性のあるテーマを掘り下げて専門家が紹介する「東北歴史文化講座」を開催している。コロナ禍の状況を踏まえて、事前収録をした講座の様態をホームページにて視聴する「オンライン講座」として実施。

### ① 第11回東北歴史文化講座《岩手県、青森県、宮城県》（8月20日公開開始）

テーマ：霸王・秀吉に挑んだ九戸政実 ～天下平定の仕上げ「奥羽仕置」の真実～

講師：熊谷隆次氏（八戸工業大学第二高等学校教諭）

視聴回数：6,679回（3パート合計 3月末現在）

### ② 第12回東北歴史文化講座《青森県、秋田県、岩手県》（9月28日公開開始）

テーマ：縄文人の食生活 ～狩猟採集と調理方法を中心に～

講師：岡田康博氏（青森県企画政策部世界文化遺産登録推進室世界文化遺産登録専門監）

視聴回数：4,773回（3パート合計 3月末現在）

### ③ 第13回東北歴史文化講座《宮城県、山形県、福島県》（11月5日公開開始）

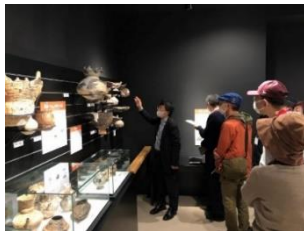
テーマ：明治日本が夢見た東北開発 ～東北の三大土木遺産が語る国家プロジェクト～

講師：後藤光亀氏（東北土木遺産研究所 所長）

視聴回数：2,621回（3パート合計 3月末現在）

### ④ 第12回東北歴史文化講座 現地会（11月7日）

「東北歴史文化講座」では、本年度東北DCにあわせ、東北の歴史文化におけるコンテンツの磨き上げと訪東北を促す取組として現地講座を実施（コロナ禍の影響で11月に延期）。現地会の会場として青森市内にある環状列石で有名な小牧野遺跡と三内丸山遺跡の2箇所を訪問し、19名が参加した。



縄文の学び舎・小牧野館・展示物見学



縄文時遊館(三内丸山遺跡)



土器などに触れる体験

### ⑤ 第11回東北歴史文化講座 現地講座（11月20日）

青森県の根城・三戸城、岩手県の九戸城の3城を訪問し、19名が参加した。当日はオンライン講座の講師として出演された熊谷隆次氏が現地講座でも案内役を務め、通常の観光場所以外にも特別に「立入禁止・撮影禁止」場所等での説明等、現地でしか体験できない特別な講座となった。



講師 熊谷隆次氏



九戸城 (立入・撮影禁止エリア)



九戸城 (立入禁止エリア)

#### (4) 域内連携促進事業

##### ① 東北歴史文化講座オンラインツアー (1月23日)

東北歴史文化講座の講座動画でも講師として出演された岡田康博氏がMCを務め、メイン会場となった是川縄文館をはじめ中継を結んだ各縄文遺跡群では学芸員の方々が各施設や出土品の説明やクイズなどを交えながら行い、ツアー参加者からは「青森の縄文遺跡について理解を深めることができた」「縄文文化に興味を持った」「再度訪れてみたい」等と好評だった。

当日視聴者数 396名 (申込者数 1236名 ※応募多数のため抽選)

##### ② ツーリズムガイド育成講座 (八戸市 12月20日、1月26日、2月16日)

観光需要が回復した後に備え自走できるよう人材育成を目的に、青森県内および東北域内のボランティアガイドまたは通訳ガイド等への縄文文化等を中心としたセミナーを開催。14名から申込があり、参加者の年代は32歳から83歳まで幅広く参加をいただく。

- 第1回 12月20日 青森市教育委員会事務局文化財課児玉大成氏を講師に迎え、ガイドとしての心構えや、縄文ガイドおよび青森県内の各観光施設のガイドの実情など講義
- 第2回 1月26日 三重県の「くまの体験企画」代表内山裕紀子氏を講師に迎え、観光ガイド付きツアーの事例と企画運営について講義
- 第3回 2月16日 アクティビティジャパンの佐々木心也氏を講師に迎え、ガイド付ツアーの事例紹介と商品造成、販売について講義



オンラインツアーの様子



## VI. その他事業

### 1. フェニックスアワード創設

東北・新潟に関わる観光振興を通じ地域の活性化に貢献し、その功績が顕著であった団体・個人の皆様を表彰し、さらに当地域の観光発展に寄与することを目的として2020年に創設した。

#### (1) フェニックスアワード2020

審査委員会による審査の結果、第一回目の受賞団体として、「一般社団法人秋田犬ツーリズム」「GOTOいわむろキャンペーン実行委員会」の2団体を決定し、6月7日第5回通常総会に合わせて授賞式を行った。



一般社団法人秋田犬ツーリズム



GOTOいわむろキャンペーン実行委員会

#### (2) フェニックスアワード2021

11月から1月にかけて募集し、応募いただいた中から選考委員会にて審議を行い受賞者を決定した。

以上