

## タイで東北一体となったプロモーションを実施しました (5月17日～5月19日)

### ●東北PRイベント「日本東北観光フェア」を開催(5月18日、19日)

コロナ禍が収束し本格的な人流交流が活性化中、官民で計100人を超える関係者が現地に渡航し、昨年度に引き続き2回目となる「日本東北観光フェア」を東北一体で開催しました。

訪日タイ人観光客が大きく増加するなか、バンコク中心地のショッピングセンターを会場として行った一般消費者向け東北PRイベントは2日間で約3.9万人の来場を記録し、昨年度の1.6万人を大きく上回る結果となりました。

会場では、東北6県・仙台市が観光PRブースを出展し、東北の魅力のPRを行いました。各ブースでは、おすすめのコースやスポット、交通アクセスなど、具体的な質問も多く聞かれるなど、タイの皆さんの日本・東北に対する興味関心の高さが伺えました。



【今年度のイベントキービジュアル】

また、民間企業、タイ現地航空会社・旅行会社などもブースを出展し、旅行会社、航空会社のブースでは多くの旅行商品や航空券等の予約が入るなど、東北への実際の訪問につながる機会となりました。

ステージイベントでは、さんさ踊りや現地和太鼓集団によるステージなどの人気が高く、多くの人が集まったほか、この春に東北を訪れたインフルエンサーによる旬な東北の情報を、写真や動画を交えて紹介しました。



【オープニングセレモニー】



【自治体PRブース】



【東北観光案内カウンター】



【ステージの様子】

### ●東北観光セミナー・商談会・交流会(5月17日)

タイ現地の旅行会社に対して、東北・各県市のプレゼンテーションを行うセミナー、商談会、交流会を実施しました。当日は40名を超える現地旅行会社が参加しました。

セミナーではプレゼンテーションの内容を撮影したりメモを取ったりする担当者があるなど、タイ側参加者が熱心に参加している様子があったほか、日本の自治体・民間企業22団体が参加した商談会では、東北・タイ双方の参加者が積極的な商談を行い、訪東北の旅行商品造成促進の契機となりました。



【東北観光セミナー】



【商談会】

### ●現地関係機関訪問(5月17日)

「日本東北観光フェア」及び東北観光セミナー等の実施に合わせ、東北の官民が一体となり、タイ現地の関係機関を訪問し、今後のタイと東北の相互交流の促進及び直行便就航への働きかけなどを行いました。

【訪問先】

- ・タイ国政府観光庁
- ・在タイ日本国大使館
- ・タイ国際航空
- ・タイエアアジアX



【タイ国政府観光庁】



【タイ国際航空】

## ◆海外プロモーション

### • 5/26 豪州SNOW TRAVEL EXPO SYDNEY出展

豪州シドニーにおいて、旅行会社および一般消費者向けに冬の東北のプロモーションを実施しました。

八幡平市安比高原および山形市山形蔵王とブースを連結し、地域性を持ったプロモーションをすることができました。

ブースでは、「TOHOKU Fan Club」への登録やアンケート回答をされた方に日本の”ガチャガチャ”を体験していただいた他、VR体験も設置するなど東北の冬の風景を楽しんでいただき、たくさんの方に楽しみながら東北の魅力を感じていただくことができました。

日本へのスキー旅行人気がますます高くなる中、今後も東北一体となったプロモーションを引き続き行ってまいります。



## ◆教育旅行

### • 5/30 青森県教育旅行誘致促進連絡会議

青森県観光物産館アスパムで行われた本会議に参加しました。東観推が主催する今年度の「東北教育旅行セミナー」について説明するとともに、青森県はじめ東北各県で連携した広域的な教育旅行誘致活動の協力を依頼しました。

今後も引き続き各県との連携を深め、教育旅行誘致の促進につなげてまいります。



## ◆Base!TOHOKU

### • 5/14 Base! TOHOKU参画モデル地域関係者会議(WEB開催)

「ロングステイといえば東北」のブランド化を進めるBase!TOHOKU。その事業推進に欠かせないモデル地域の関係者を対象とした会議を5月14日に実施しました。2023年度事業報告、2024年度事業説明を行うと共にコンテンツ造成の協力依頼を行いました。また、当日は様々なご意見・ご質問もあり、今後の課題を共有する貴重な場となりました。



## ◆会議等

### • 5/30 「みちのく潮風トレイル」を活用した高付加価値トレッキング事業 日本航空海外支店スタッフによる受け入れ環境向上のための調査報告会開催

観光庁特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業の一環として、インバウンド受け入れ環境の更なる向上を目的に5月27日～30日、日本航空の海外支店からスタッフを2名招請し、外国人の視点からインバウンドの受け入れ調査を実施しました。岩手県大船渡市から宮城県気仙沼市まで巡り、最終日の30日には地元の事業者約20社が参加した報告会を執り行いました。

世界的に注目を浴びてきている「みちのく潮風トレイル」。インバウンド旅行者も増加しており、調査を受け入れた施設の皆さまからも「積極的にアプリを活用しながらコミュニケーションをとってくれた。」との声をいただきました。

「みちのく潮風トレイル」の更なるインバウンドの誘客のために地元の方々との取り組みを強化してまいります。



## ●TOHOKU Fan Clubは情報発信やアンケート調査ができる効果的なプロモーションツールです

TOHOKU Fan Clubの会員へ地域のイベント情報を発信したり、アンケートの依頼、モニターツアー参加の呼びかけ等をしてみませんか？アンケートは、ターゲットを絞って回答を依頼することもでき、結果を効果的なマーケティングデータとして活用することができます。アンケートの実施、情報発信、モニタープランの参加呼びかけ等を連動させることで、地域への誘客を今まで以上に促進させてみてはいかがでしょうか。投稿とオファーについては、東観推の会員区分に応じて、一定回数無料でご利用いただけます。特に海外の会員（台湾約1,600名、タイ1,200名等）が増えておりますので、インバウンドマーケティングを効果的に実施できます。ぜひ、一度お試しください。



	① 投稿	② アンケート	③ オファー
区分	ファンへの情報発信 (≒Facebook)	ファンが回答するもの	ファンが申し込むもの または、ファン限定の情報
活用例	おすすめ情報、お得な情報 (例) お祭り・イベント開催予告 新規観光施設のオープン 桜・紅葉の見ごろ情報 等	ファンに聞きたい内容 (例) コンテツ造成前のテストマーケティング・認知度調査 等	ファンへの参加や購入の呼びかけ (例) モニターツアー参加者募集 セミナー参加者募集 ファン限定プラン販売 等
利用料	<会員特典> 正会員 : 3回まで無料 賛助会員 : 1回まで無料	10問まで 15万円 + ポイント原資  30問まで 35万円 + ポイント原資	<会員特典> 正会員 : 3回まで無料 賛助会員 : 1回まで無料

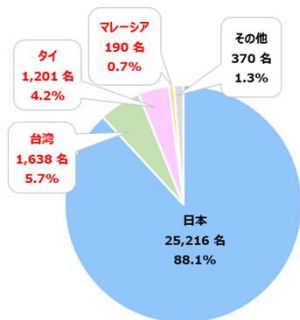


【タイ会員向け 投稿】  
「山寺(宝珠山立石寺)～俳聖が名句を詠んだ、天空の古刹～」

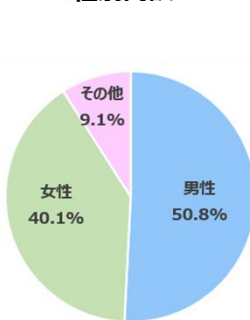
### 会員数

**28,615 名 (2024年6月1日現在)**

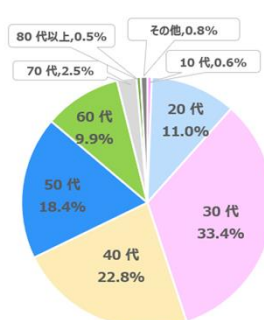
#### <国籍別内訳>



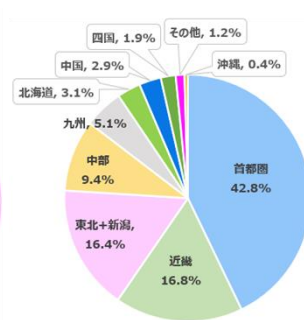
#### <性別内訳>



#### <年代別内訳>



#### <地域別内訳>



### 活用実績 (2023年度)

	投稿				アンケート
	日本語	英語	繁体字	タイ語	
回数	47	22	26	8	19
平均開封率	30.5%	43.0%	42.5%	49.0%	回収率 100%
会員利用数	23回 (18事業者)	1回	2回 (2事業者)	-	2回 (2事業者)

【お問い合わせ先】 東北ブランド戦略部 E-mail [brand@tohokutourism.jp](mailto:brand@tohokutourism.jp)

# 東北観光推進機構からのお知らせ

●以下のHP・SNSなどで情報提供を行っています。

	<b>【東北の観光・旅情報サイト 旅東北】</b> <a href="https://www.tohokukanko.jp/">https://www.tohokukanko.jp/</a>	
	<b>【Facebook (Tohoku Tourism) 英語版】</b> <a href="https://www.facebook.com/TohokuTourism/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/TohokuTourism/?ref=page_internal</a>	
	<b>【Facebook (Tohoku for Muslims) ムスリム版】</b> <a href="https://www.facebook.com/EnjoyTohokuFood/posts/">https://www.facebook.com/EnjoyTohokuFood/posts/</a>	
	<b>【Facebook (旅東北 東北観光推進機構) 日本語版】</b> <a href="https://www.facebook.com/tohokukanko">https://www.facebook.com/tohokukanko</a>	
	<b>【Facebook (Go Tohoku Thailand) タイ語版】</b> <a href="https://www.facebook.com/tohokufuntrip">https://www.facebook.com/tohokufuntrip</a>	
	<b>【Instagram (tohokutourism) 英語版】</b> <a href="https://www.instagram.com/tohokutourism/?hl=ja">https://www.instagram.com/tohokutourism/?hl=ja</a>	
	<b>【Instagram (東北旅遊) 香港・台湾版】</b> <a href="https://www.instagram.com/tohokutourism_hk/?hl=ja">https://www.instagram.com/tohokutourism_hk/?hl=ja</a>	
	<b>【Instagram (【公式】東北観光推進機構) 日本語版】</b> <a href="https://www.instagram.com/tohokutourism_jp/">https://www.instagram.com/tohokutourism_jp/</a>	
	<b>【Weibo (日本東北玩楽GO)】</b> <a href="https://weibo.com/lvdongbei">https://weibo.com/lvdongbei</a>	



【乳頭温泉郷】



【むつ湾サイクリング】



【小岩井の一本桜】

●フェニックスロゴマークをぜひご活用ください

国内外における訪日外国人旅行者誘致のイベント等で活用することを目的に、関係者が連携して、東北全体が共通してプロモーションに活用できる統一ロゴ・マークを作成し、幅広く活用いただいております。こちらからダウンロードいただけますので、ぜひ東北観光の認知度向上と海外への魅力発信にご活用ください。

<https://www.tohokukanko.jp/business/logo/index.html>

東北の太古の昔より生き続ける力強い生命力や震災を乗り越えて大きく飛躍するメッセージを伝える象徴として、フェニックス（不死鳥）をモチーフに使用。東北6県及び新潟県を象徴する自然等のイメージを関連づけ、フェニックスの尾を7色で表現しています。

赤 — 祭り・紅葉 白 — 雪・食（米・酒）黄 — 黄金（歴史）・稲穂  
桃 — 桜・おもてなし（ハート）青 — 海・森・湖 橙 — 温泉・花・夕日  
緑 — 新緑・田園



～東観推人事異動のお知らせ～

〈転出5月31日付〉 総務渉外部チーフ 安齊美沙（日本航空へ帰任）

〈転入5月1日付〉 総務渉外部アシスタントマネジャー 植田真奈美（日本航空より派遣）