

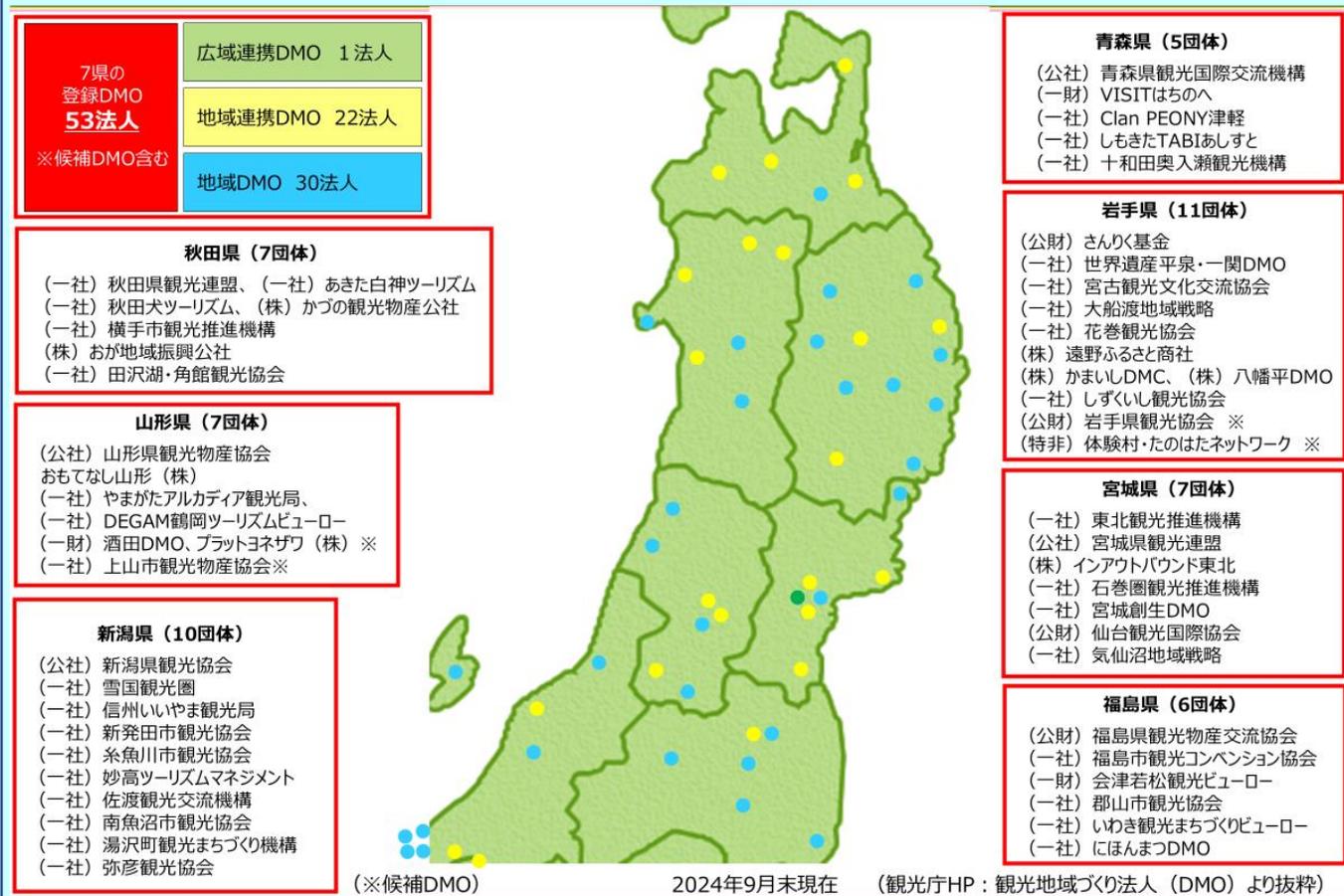
《巻頭特集》DMOの役割と東観推の取組み

●観光地域づくり法人（DMO）とは？

観光地域づくり法人は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人です。

（観光庁HP：観光地域づくり法人（DMO）より抜粋）

●東北域内（6県＋新潟県）には、広域連携DMO1法人、地域連携DMO22法人、地域DMO30法人（候補DMO含む）が各地域で活動を行っています



●観光地域づくり法人（DMO）の区分

「広域連携DMO」

地方ブロックレベルの区域を一体とした観光地域として、マネジメントやマーケティング等を行うことにより観光地域づくりを行う組織

「地域連携DMO」

複数の地方公共団体に跨がる区域を一体とした観光地域として、マネジメントやマーケティング等を行うことにより観光地域づくりを行う組織

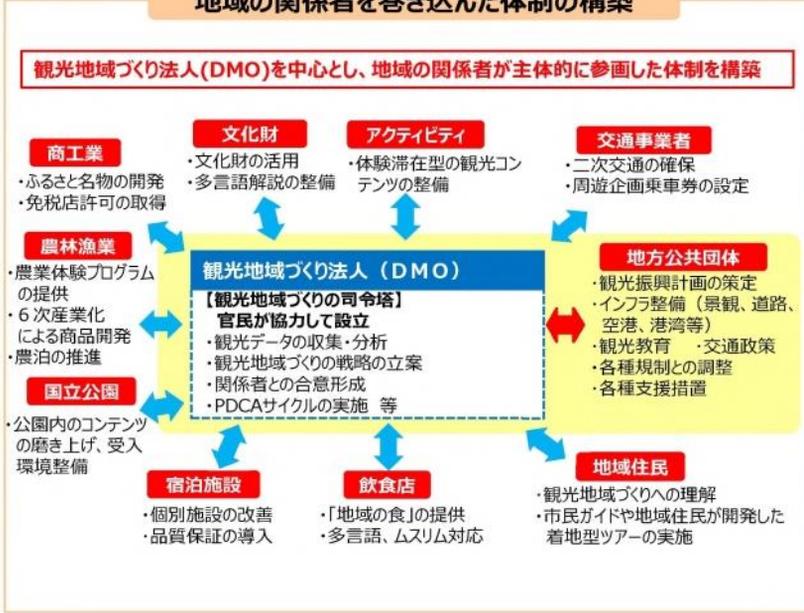
「地域DMO」

原則として、基礎自治体である単独市町村の区域を一体とした観光地域として、マネジメントやマーケティング等を行うことにより観光地域づくりを行う組織

（観光庁HP：観光地域づくり法人（DMO）より抜粋）

●観光地域づくり法人（DMO）の役割

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築



（観光庁HP：観光地域づくり法人（DMO）より抜粋）

●広域連携DMOとしての東観推の取組み

誘客プロモーションは、東北域内全体（いわゆる“面”）で連携して実施することで、より高い効果が得られます。東観推では「オール東北」の旗振り役として、台湾で毎年実施している「日本東北遊楽日」を初めとした海外旅行博の実施やその他海外旅行博への出展、海外のインフルエンサー・海外旅行会社等の招請事業、商談会等を実施しています。また「東北観光DMP」による広域マーケティング分析や「旅東北HP」「TOHOKU Fan Club」、SNSなどの情報プラットフォームの活用をはじめ、域内外の行政や会員及び各種団体との連携により、魅力ある東北の情報を発信しています。



日本東北遊楽日（台湾）



海外のインフルエンサー招請



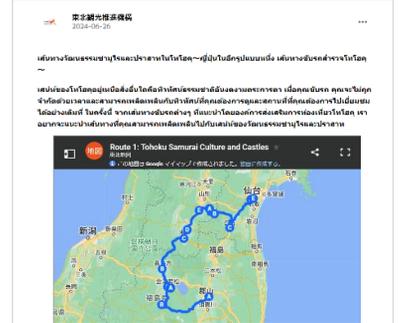
商談会（タイ・日本東北観光フェア）



JNTO海外事務所への情報（英語）
「TOHOKU travel information」



Instagramによる情報発信



TOHOKU Fan Clubによる情報発信（タイ語）

●域内の地域連携DMO・地域DMOとの連携

東観推では「東北域内DMO会議」や「DMO訪問」等をはじめとし、様々な場面で東北域内のDMOと連携し東北・新潟への誘客促進に取り組んでいます。

☆東北域内DMO会議

東北域内のDMOが一堂に会する「東北域内DMO会議」を年2回開催。会議では東観推の事業計画等の共有のほか、地域での取り組み事例の紹介や現状課題等について、意見交換を行っています。



☆DMO訪問

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に、個別訪問を実施しています。今年度も、域内43団体のDMOを訪問中です。



☆東北観光DMP操作勉強会

東北観光DMPは、2023年度より域内のDMOへ利用を展開しています。操作方法や活用方法については、県主催の操作研修会や「東北観光DMP担当者会議」等で操作勉強会を開催し、操作技術の向上及び利用促進を図っています。



☆地域で造成されたコンテンツの情報発信

域内DMOが造成した着地型コンテンツを商流の乗せるために、旅行会社やランドオペレーターとマッチングする商談会の開催や、造成された観光・体験コンテンツの情報などを東観推の旅東北HPへ掲載するなど、地域の情報を発信しています。



☆その他の連携

- ・海外のメディア、インフルエンサー、旅行会社招請等の現地受入れ
- ・日本東北遊楽日等の旅行博における出展や情報発信
- ・各種商談会等の参加
- ・各種事業における東北誘致（AdventureWeek2025等）
- ・フェニックス塾への入塾による観光人材育成等、様々な事業で域内DMOと連携し、オール東北で観光地域づくりを共に進めています。



東観推は広域連携DMOとして、世界から選ばれる持続可能な観光地「TOHOKU」をめざして、地域への経済効果、循環に寄与できる仕組みを各地域の行政や観光関係団体等と一体になって推進しています。

“TOHOKU Fan Club” 入会者数が3万人を突破！！



2021年12月から募集を開始した TOHOKU Fan Clubの入会者数（ファン）が、遂に3万人を突破しました！（10月1日現在31,548名）

国内はもとより海外のファンも3千人を超え、多くのファンに東北の魅力を発信しています。TOHOKU Fan Clubは、ファンの声を直接吸い上げるアンケート機能も備えており、地域や企業さまの強力なマーケティングツールとしてご活用いただけます。3万人を擁するTOHOKU Fan Clubをぜひ、ご活用ください。



●アンケート機能が特にオススメです！

旅行者が東北エリアに持つイメージや潜在的なニーズを把握し、オリジナリティを打ち出していくことが地域誘客に繋がります。TOHOKU Fan Clubでのアンケートは、超・低コストで良質なデータをご提供します。

	① 投稿	おすすめ！ 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) コンテンツ作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

10/1 訪日外国人向けデジタル版「TOHOKU HIGHWAY BUS TICKET」発売開始

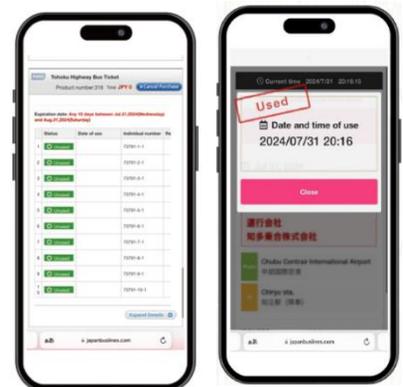
東北のバス事業者17社および東観推が加盟する高速バス東北共通インバウンドフリーパス協議会では、訪日外国人を対象に東北域内の高速バスと一部の一般路線バスがチケット有効期間中、乗り放題となる企画乗車券「TOHOKU HIGHWAY BUS TICKET」（以下、「THBT」）を2024年10月1日から大幅にリニューアルいたしました。完全デジタルチケットとなった新「THBT」は、購入から1か月の期間中、任意の2日間または3日間有効となるチケットを選択して購入しご利用いただけます。従来の紙媒体の「THBT」とは異なり、利用日が連続している必要がないことも大きな変更点で、これまで以上に自由度の高い東北旅行のスケジュールを組むことができるようになりました。訪日外国人旅行者の東北における交通利便性の向上と周遊の促進により一層の交流人口の拡大を図ってまいります。

■販売価格

適用範囲	券種	販売額
南東北3県 (宮城・山形・福島)	2日間券	7,000円
	3日間券	9,000円
北東北3県+宮城県 (青森・秋田・岩手・宮城)	2日間券	9,000円
	3日間券	11,000円
東北6県	2日間券	11,000円
	3日間券	14,000円

※購入から1か月間有効、使用日の非連続（飛び石）利用可

■購入方法：オンライン決済 ※紙媒体および他サイトでの販売はなし



【THBTチケットイメージ】



【英語版】



【繁体字版】



【韓国語版】

◆会議

・9/6 第3回訪日プロモーション担当者会議

東北6県・新潟県・仙台市の訪日プロモーション担当者との会議を開催しました。この会議は東観推と各行政の担当者間における情報共有と 活発な意見交換を目的に2か月に1度実施しています。

第3回目となる今回は、2024年度事業の進捗状況と、JNTO海外事務所との連携状況について共有しました。また、2025年度の訪日プロモーション事業戦略案、また市場別の取組み案を説明し、各行政に連携を依頼するとともに意見交換を行いました。

次回の会議は10月を予定しており、今年度の事業を計画的に遂行しながら、来年度の事業の方向性が固まるようしっかりと連携を図ってまいります。



【会議の様子】

・9/13 冬の誘致部会

オール東北で冬の魅力を発信することで、冬の東北への誘客を促進することを目的に「冬の東北」誘致部会を開催しました。スキー場、宿泊施設をはじめとした観光事業者等、リアル16名、オンライン8名の計24名が参加し活動内容を共有しました。

東観推からは、2023年度の冬季概況、豪州事業を中心とした2024年度事業についての概要説明を行い、その後各部会員の昨今の事業環境や取組事例の情報共有と意見交換を行い、非常に有意義な会議となりました。

冬の東北への多くの来客が期待される中、引き続き、国内外へ冬の東北の魅力を発信してまいります。



【会議の様子】

・9/19 第2回東北観光DMP担当会議

第2回東北観光DMP担当者会議を各県担当者及びDMPを利用するDMOを対象に開催しました。第1部ではDMPの機能強化や新たに作成したFAQの共有を行いました。続いて、第2部では、「東北の桜」をテーマとした東北観光DMPの活用事例についての研修会を実施しました。最後に、第3部では自治体担当者向けにDMPの現況と今後の計画について共有し意見交換を実施しました。今後も担当者間の連携を密にし、東北観光DMPを活用したオール東北での観光DXを推進してまいります。



【会議の様子】

◆インバウンド

・8/30～9/1 インドネシア訪日旅行博「Japan Travel Fair 2024」出展

インドネシアの首都ジャカルタにてJNTOが主催する訪日旅行博（Japan Travel Fair 2024）にJR東日本東南アジア事業開発および仙台市と共同で初出展しました。

インドネシアの国際免許証は日本では使用できないため、個人旅行者の移動手段は鉄道やバスなどとなる中で、東北の魅力だけでなく、JR EAST PASSを活用した仙台・東北へのアクセスをプロモーションすることで、行ける場所であるというイメージを持っていただくことができました。



【インドネシア旅行博の様子】

訪日未経験者が多い市場であるため、「東北とはどこか」「どんな特徴があるのか」「季節はいつが良いか」「アクセスは」といった基本的な質問が多く寄せられた一方、すでに東京、大阪などといったゴールデンルートを訪問済みで、新たな目的地として東北に興味があり詳細な情報を求めてブースを訪れる方もいらっしゃいました。

上半期のインドネシアから東北への宿泊者数は、2019年と比較して日本全体が135%であるのに対し、東北7県は188%と大きく伸長しています。引き続き、訴求力のある東北の雪や桜といったコンテンツを軸にプロモーションを推進し、東北の知名度の向上および誘客促進に取り組んでまいります。

● 9/6～9/8 マレーシア「MATTA Fair September 2024」出展

マレーシアの首都クアラルンプールにて開催されたマレーシア最大級の旅行博覧会（MATTA Fair September 2024）に、山形県および仙台市と共同で出展しました。

インドネシアと比較して訪日旅行経験者が多く、すでに東北を訪問したことがあり、違った季節・エリアへの旅行を検討している方もいらっしゃいました。また、これまでと比較してムスリム系の来場者が増えてきており、中華系以外の方にも海外旅行が身近になってきているといった傾向もみられるようです。

通訳スタッフからは「これまでは東京・大阪以外は興味がなく話を聞いてもらえないことも多かったが、東北ブースで足を留めて詳細な内容まで聞いていただけることが増えた」とのコメントもありました。

併せて、会場内に於いて大手旅行会社のブース訪問を実施したほか、翌日に開催された商談会への参加も通じて、BtoBでの東北PRも行いました。旅行会社からもムスリム情報を求める声が多く聞かれたほか、マレーシア国内での中国ブームが落ち着いてきており、来年頃から東北の需要が高まるのではないかとといった声も聞かれました。

上半期のマレーシア人延べ宿泊者数はコロナ前の2019年と比較して2.3倍と大きな伸びを見せています。この好機を捉え、東観推では10月下旬からマレーシアの旅行会社6社を招請予定です。引き続き東北広域でのプロモーションにより、マレーシアからの更なる誘客を図ってまいります。



【マレーシア旅行博の様子】

● 9/22～9/24 観光庁主催 北米（ニューヨーク）における日本への誘客イベント

9/23にニューヨークで、現地旅行業界・メディア関係者など250名を招いた訪日観光プロモーションイベントが開催されました。

これは、観光庁が推進している「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」の一環で、その中でも「地方プレミアム体験コンテンツ選定事業」に採択されたインバウンドツアー企画19か所のうち7団体が参加し、日本のプレミアムツアーの誘客活動を行いました。

東北からは、プレミアム認定を受けた「みちのく潮風トレイル」を紹介。岸田首相が臨席し、多くの来場者数で会場が賑わったこともあって、たくさんの方々に告知することが出来ました。思った以上にトレイルハイキングに興味を示してくれるメディアや旅行会社が多く、大変手応えを感じるイベントになりました。

来年は東北で「Adventure Week」の開催が決定しています。今後もオール東北で連携を図りながら、欧米を中心としたAT層の受け入れ体制構築やプロモーションを進めてまいります。

※AT（アドベンチャートラベル）



【当日の会場の様子】



【イベントブースにて】

● 9/26～9/28 JNTO主催「VISIT JAPAN トラベル&MICEマート2024」

東京ビッグサイトで開催された、「VISIT JAPAN トラベル&MICEマート2024」に参加し、アジア市場を中心に計30社の海外旅行会社と商談を実施しました。昨年より欧米市場の旅行会社との商談を増やし、アドベンチャートラベルのプロモーションも行いました。今年は、ゴールデンルートに代わる訪問地を見つけている旅行会社が多く、東北への興味関心の高さが伺えました。東北のスノーコンテンツや「みちのく潮風トレイル」をはじめとする、雄大な自然と人々が共生している“日本の原風景”が残った東北のアドベンチャートラベルの紹介が好評で、今後の商品造成につながる手応えを感じました。

今後は、商談会で構築した関係性を活用しつつ、商品造成のための働きかけを継続的にするとともに、新たに得られた市場ごとのニーズや情報を事業内容に反映しながら取り組んでまいります。



【商談の様子】

◆教育旅行

・9/4 東北教育旅行セミナー福岡会場

ホテル日航福岡にて「東北教育旅行セミナー」を開催し、九州圏の旅行会社や東北側の教育旅行受入事業者、自治体関係者ら約50名の皆様にご参加いただきました。

第1部では東観推や東北6県、新潟県より東北教育旅行の魅力プレゼンテーションしたほか、JAL、ANAから割引運賃など学校団体向け施策について発表しました。第2部は活気あふれる商談会となり、参加者からは「東北＝震災学習のイメージだったが、歴史・文化・自然と多彩な魅力があることがわかった」といった感想が寄せられました。



【商談会の様子】

・9/12 第一回宮城県教育旅行受入関係機関情報交換会

宮城県北部地方振興事務所で行われた本会議に参加しました。

東北教育旅行セミナーに連動して主要都市で行ったセールスキャラバンの成果について発表があったほか、東観推からは教育旅行セミナー名古屋会場（台風影響により10/2に延期）や、12月に台湾で開催するセミナーへの参加の呼びかけを行いました。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。



【会議の様子】

◆招請事業

・9/2～9/3 台湾旅行会社招請

重点市場における高付加価値コンテンツの旅行商品造成・流通事業にて招請を実施しました。

高付加価値な旅行商品コンテンツの磨き上げをし商流に乗せることを目的に台湾の旅行会社3名を招請しました。今回は福島県の霧幻峡や大内宿、山形県の白川湖カヌー体験・銀山温泉の現状把握、宮城県の白石城甲冑着付け体験をしていただきました。各コンテンツに関しては受入れ人数の制限もあり、旅行商品化に向けて招請者と事業者が活発な意見交換をしました。

今後、招請者からいただいたご意見を受け入れに活かすとともに、商品造成につながるようフォローしてまいります。



【霧幻峡視察の様子】

・9/17～9/21 第2回欧米インフルエンサー招請

在日のインフルエンサー2名を招請し、福島県・山形県・秋田県・宮城県・仙台市の観光コンテンツを視察しました。欧米訪日客に興味をもたれやすいストーリー性のある歴史文化・伝統工芸・真剣を扱った侍体験をはじめとした、特別な体験をしていただきました。

その中でもTATAMI VILLAGE・久保木畳店での視察は、店全体の雰囲気と畳カフェ、英語とフランス語で対応可能なワークショップや畳文化を世界に発信する熱意が感じられハード面、ソフト面共に高評価をいただきました。

今後も訪東北意欲が増すような欧米市場に刺さる情報の発信を実施してまいります。



【畳ビレッジでのワークショップの様子】

◆イベント

・9/26～9/29「ツーリズムEXPOジャパン2024」に出展しました

世界最大級の旅行博「ツーリズムEXPOジャパン2024」が東京で開催され、東観推では「東日本で整える。-心と体を整える癒しの旅-」をテーマにJR東日本と合同ブースを出展しました。

今年は東北の森をイメージしたブースに東北の魅力を凝縮。大型モニターによる東北各地のコンテンツや長期滞在型商品「Base!TOHOKU」等の動画放映や、約4メートルの巨大パネルを背景に写真を撮れるフォトコーナー等、視覚に訴える演出を積極的に展開しました。

また、毎年好評の東北の地酒試飲コーナーに加え、今年は新たに東北エリアのアイスの試食コーナーを設置。更には東北の伝統文化を体験してもらうことを目的に、こけしや赤べこ等の絵付け体験コーナー、ナマハゲやねぶた祭の跳人の衣装体験コーナーも登場しました。

「TOHOKU Fan Club」会員募集コーナーでは巨大なギミックを設置し、東北各地の県産品等のノベルティをプレゼントするなど、4日間を通して多くの来場者に東北の魅力を発信する機会となりました。



【ブース全景】



【ブース全景】



【フォトコーナー】



【地酒試飲コーナー】



【アイス試食コーナー】



【体験コーナー】



【衣装体験コーナー】



【会員募集コーナー】

◆人材育成

・9/5～9/6第九期フェニックス塾 第3回（函館&大間）を開催

41名の塾生の皆さまが参加されました。セミナー、ワークショップ、フィールドワークの2日間を通して活発な意見交換が行われた第3回塾でした。

【9/5】 第一部 セミナー テーマ：「持続可能な観光戦略について」
講師：株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター センター長 沢登次彦氏

第二部 ワークショップ（グループディスカッション）
テーマ：チーム毎の研究テーマ設定と現状把握の深化

【9/6】 フィールドワーク

Yプロジェクト株式会社 島康子氏、「フェニックスアワード2023」を受賞された しもきたTABIあしすと 萬谷昂大氏の講話聴講後、恐山視察を行いました。

実際に現地を訪れ、地元の方の講話や、恐山にてガイドの方々の話しを聞くことで街づくりと観光の取組みを知る貴重な機会となりました。



【沢登氏セミナーの様子】



【島氏講話の様子】

2025年秋 Adventure Week 東北開催決定！

東観推が2025年度に採択を目指して取組んできた「Adventure Week2025」について、第1次書類審査、第2次プレゼン審査を経て、審査員の高評価を得て採択、東北開催決定となりました。プレゼン等の作成にご協力をいただきました地域の方々に感謝と御礼を申し上げます。東観推は、東北六県、地域DMO等の地域の皆様と共に、日本政府観光局（JNTO）と世界最大のアドベンチャートラベル業界団体「Adventure Travel Trade Association (ATTA)*」と連携した「Adventure Week2025秋」の成功に向けて取組んでまいります。今後地域の皆様には様々な面でご協力をいただくこともあると思っておりますので、よろしくお願いたします。

今後のAdventure Week2025の動向については、随時お知らせいたします。

※「Adventure Week」とは、Adventure Travel Trade Association (ATTA) が定める基準を満たした特定の地域において、ATTA が厳選した旅行会社、メディア関係者が実際に開催地のアドベンチャートラベル (AT) 商品を体験し、地域との商談会を通じ、商品のさらなる磨き上げを目的としたプログラムで、日本では2024年11月に開催予定の沖縄県に続いて2回目の開催となります。

Adventure Week 2025東北概要

- 主催：東北観光推進機構、ATTA、JNTO
- 日程：2025年秋頃
- 開催地：東北エリア
- 参加者：海外の旅行会社より12名、メディア関係者3名を想定
- 主なプログラム内容：
 - ・1週間程度のファムトリップ
 - ・参加者と地元サプライヤーとの商談会



【ファムトリップイメージ】

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。

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



【国営みちのく杜の湖畔公園】



【ドッコ沼】



【秋田犬ふれあい体験】

◆Instagramにおける「#東北PR局」を付けた投稿のお願い◆

東北の観光に関係する投稿の際には、ぜひ「#東北PR局」をつけてご投稿ください。
「#東北PR局」をつけて投稿いただいたものの中から、素敵な投稿をリポストさせていただきます。
(リポスト前にはメッセージで許諾を取らせていただきます)
リポストは東北観光推進機構のInstagramとFacebook（旅東北 東北観光推進機構）の両方で投稿します。

●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

【発行】一般社団法人東北観光推進機構

仙台市青葉区一番町2-2-13仙建ビル8階 【Email】info-ttpo@tohokutourism.jp

【TEL】022-721-1291 【FAX】022-721-1293



<https://www.tohokukanko.jp/>