

I. 推進体制の強化

1. 組織基盤の強化

(1) 理事会

① 第12回理事会（書面決議 5月22日）

4月7日に東京など7都府県を対象とした緊急事態宣言が出され、その後4月16日に全国への拡大を受けて、書面開催とした。2019年度事業報告の件、2020年度事業計画・収支予算変更の件、顧問規程の一部改定の件、第4回通常総会の付議事項である理事、監事選任の件、2019年度決算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。

② 第13回理事会（6月8日）

第4回通常総会終了後に開催し、会長、副会長、専務理事の選任が行われ、代表理事として松木会長が就任した。また、小縣前会長に特別顧問を委嘱した。

③ 第14回理事会開催（11月26日）

新規入会会員の件、2020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。2020年度上期事業報告、同下期事業計画、第5期中期計画の骨子および2021年度事業計画の骨子、東北デスティネーションキャンペーン(DC)の今後の展開の他、フェニックスアワードの創設について報告、意見交換を行った。

④ 第15回理事会（書面決議 3月30日）

3月18日に発出された宮城県・仙台市の緊急事態宣言を受けて、書面開催とした。新規入会会員の件、2021年度事業計画・収支予算の件、第5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、2020年度下期事業報告および第5期中期計画（案）の報告を行った。

(2) 総会

① 第4回通常総会（6月8日）

新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から大規模集会を避け、委任状や議決権行使書による決議を推奨した結果、総会出席者は約100名となった。2019年度事業報告、2020年度事業計画・収支予算の報告後、議事として理事・監事選任の件、2019年度収支決算の件が審議され、いずれも満場一致で承認された。今回の役員改選により、代表理事を含む理事10名、監事2名が交代となった。



小縣会長による挨拶



事業報告



松木新会長による挨拶

(3) 行政観光戦略会議

① 2020年度第1回行政観光戦略会議（オンライン会議 4月17日）

4月7日の緊急事態宣言の発令および16日の全国拡大を受けて、急遽、オンライン会議へ切り替えた。新型コロナウイルスへの対応として、事業者支援や感染防止対策など現在の取組について東北6県・新潟県・仙台市の観光担当課長等を構成員とする出席者との情報共有を行うとともに、新型コロナウイルス収束後の取組の方向性について、意見交換を行った。

② 2020年度第2回行政観光戦略会議（10月23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年度上期事業報告のほか、第5期中期計画の骨子及び予算案の考え方、2021年度事業計画の骨子等について意見交換を行った。

③ 2020年度第3回行政観光戦略会議（オンライン会議 1月21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、2021年度事業計画概要、今後の東北広域観光の在り方等についての意見交換を行った。

④ 2021年度第4回行政観光戦略会議（オンライン会議 3月3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年度下期事業報告のほか、2021年度事業計画案・収支予算案についての意見交換を行った。

（4）広域行政観光推進会議（8月6日）

コロナ禍以降の東北・新潟の広域観光の課題共有化に向けて、東北6県・新潟県・仙台市の観光担当部局長等を構成員とする会議を開催した。「東北・新潟応援！絆キャンペーン」や海外誘客事業の取組方針、東北デスティネーションキャンペーンの進捗状況、東北域内DMO訪問の実施結果について事務局より説明後、各県・仙台市の現況や東観推の中期計画骨子案を中心に意見交換を行った。

（5）東北観光戦略会議

① 第9回東北観光戦略会議（10月27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、2020年度上期事業報告、2021年度事業計画の骨子、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10回東北観光戦略会議（3月8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、2020年度下期事業報告、2021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。

（6）6誘致協6旅ホ連会議

① 第7回6誘致協6旅ホ連会議（11月4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、2020年度上期事業報告、2021年度事業計画の骨子、東北・新潟応援絆キャンペーン、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6誘致協6旅ホ連会議（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、2020年度下期事業報告、2021年度事業計画案、東北デスティネーションキャンペーン、賛助会員制度の変更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、小縣特別顧問、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】

- ・2020年度東北六県商工会議所連合会定期総会（7月13日）
- ・一関観光協会「With コロナ対策観光客おもてなしセミナー」（8月21日）
- ・国際教養大学「東北の持続可能な地域観光」（オンライン）（9月25日）
- ・JTB旅ホ連福島支部宿泊増売会議（9月30日）
- ・いわて観光グローバル人材育成講座（10月17日）
- ・東北本線一ノ関～盛岡間開業130周年&東北DC開催記念フォーラム（11月1日）
- ・JR東日本山形地区合同フォーラム（11月4日）
- ・第5回新しい東北観光シンポジウム（11月28日）
- ・山形・上山・天童三市連携DMO観光地域づくり人材育成講座（1月14日）
- ・東北六県商工会議所連合会 観光担当職員オンラインセミナー（2月16日）
- ・秋田ロータリークラブ卓話（紺野専務 2月17日）
- ・経団連「あの日から10年、東北の未来を創る」（オンライン）（3月2日）
- ・仙台商工会議所全部会合同3月定例常任委員会（3月9日）

【パネルディスカッション】

- ・「東北観光シンポジウム」(9月24日)
- ・弘前大学第3回地方創生ネットワーク会議(オンライン) パネルディスカッション(2月2日)

【取材対応・寄稿】

- ・日本経済新聞「コロナ危機 トップらに聞く」記事掲載(5月27日)
- ・帝国データバンク 帝国ニュース東北版「ポストコロナトピックス」記事掲載(7月16日)
- ・仙台経済界9-10月号「地域経済の回復を域内観光から始めよう」記事掲載(8月25日)
- ・東北7新聞社協議会とうほく創生Genki プロジェクト記事掲載(12月16日)
- ・河北新報 新春座談会「震災10年 宮城 新たな未来へ」(1月4日)
- ・週刊ホテルレストラン(2021年1月8・15日合併号)
特集「2021 観光業の未来」日本版DMOインタビュー
- ・日本観光振興協会 季刊「観光とまちづくり」(1月22日発行)
ウィズコロナ時代の「新しい観光スタイル」に向けて
- ・国土計画協会「人と国土21」3月号(3月15日発行)「特集 震災10年」

(2) 会員に対する情報発信の強化

「旅東北 NEWS」vol.19～vol.29 を発行し、コロナ禍をふ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)

10月～1月で8件実施した。以下の受賞についてもプレスリリースを行い、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。

「みちのく潮風トレイル」の国際ツーリズム賞受賞(11月26日プレス)

イギリス国内の記者、カメラマン、放送局等で構成されるイギリストラベルライター組合(BGTW:British Guild of Travel Writers)は、毎年、組合に所属している記者等からの推薦により卓越した観光の取組に対し、「国際ツーリズム賞」(ITA:International Tourism Awards)を選定している。本賞は4部門があり、「みちのく潮風トレイル」は、日本国内在住のイギリス人ライターの推薦により欧州域外部門(Best Wider World Tourism Project)で最終選考6プロジェクトの1つに選出された。



BGTW 公式ホームページ

II. 国内観光客の誘客促進

1. 主に国内からの誘客促進に資する取組

(1) 東北・新潟応援!絆キャンペーン

コロナ禍の影響で落ち込んだ東北・新潟域内の観光需要の早期回復を目的にキャンペーンを3月末まで実施した。自治体や関係事業者と連携し、まずは東北・新潟域内流動の活性化に向け、東北・新潟にお住いの皆様が域内の魅力を再発見し、相互に訪問し合う旅の呼び掛けを行った。

その後、10月からのGo To トラベルキャンペーン地域共通クーポン及びGo To Eat キャンペーンの開始にあわせて、同キャンペーンを使ってお楽しみいただける東北・新潟の観光情報を発信し、全国からの誘客促進に向けた取組を行ったが、年末年始のGo To トラベルキャンペーン一時停止および首都圏等での緊急事態宣言の発出をふまえて情報発信の見直しなど対応及を行った。



記者会見

① 記者会見(6月8日)

東北観光推進機構の第4回通常総会後に記者会見を行い、松木会長よりキャンペーンについて発表を行った。

② 特設サイト、ポスター等の情報発信

特設サイトに東北・新潟域内の観光事業者が出演する動画をはじめ、キャンペーンと連動した旅行会社の旅行商品・各DMO着地型商品等の情報としてまだ知られていない魅力的な観光メニューや、様々なテーマに沿った東北・新潟の旅の楽しみ方を紹介する特集記事を掲載した。また2種類のポスターを作成し、東北・新潟域内の鉄道駅、高速道路パーキングエリア・サービスエリア、宿泊施設などに掲出した。

3月末のキャンペーン終了後は特設サイトのレイアウトを変更し、東北域内発着の観光プランを紹介して東北DCと連携したプロモーションを継続している。

<特設サイト掲載例>



特設サイト



絆キャンペーン動画 (サムネイル)



DMO 着地型商品

旅行会社商品

<ポスター>



絆キャンペーンポスター



コロナ対策協力呼びかけポスター

「東北・新潟応援! 絆キャンペーン」 (3月末現在)

特設サイトトップページPV数 : 349,531

特設サイトコンテンツ登録数 : 265

絆キャンペーン動画再生回数 : 7,238回

③ マスクケースの制作

各県のゆるキャラをデザインしたマスクケースを制作し、キャンペーンPRとともに、観光客の皆様へマスク着用・手洗い等感染症対策を行った上で旅を楽しんでもらう「新しい旅の様式」を提案した。お客さまへお渡しいただくよう、旅行会社各店舗や観光案内所等に配布した。



マスクケース (表)



マスクケース (裏)

④ メディアキャラバン (7月15日~31日)

東北・新潟各県において、県政記者室での記者発表、主要駅でのイベント、旅行会社訪問のメディアキャラバンを行った。メディアキャラバンには絆キャンペーン動画に御出演いただいた観光関連事業者に参加いただいた。キャラバンを行う県の隣県の観光関連事業者にも参加いただくことで、自県のみならず、「東北・新潟域内」の流動を積極的にアピールした。

日付	実施県	訪問旅行会社	報道状況
7/15	宮城県	JTB, NTA, MWT, KNT, 東武, VTS	河北新報、東日本放送、ミヤギテレビ
7/16	秋田県	VTS, NTA, 東武	秋田魁新報、秋田朝日放送
7/17	青森県	VTS, JTB, NTA	東奥日報、陸奥新報、デーリー東北 NHK、青森放送、青森朝日放送
7/20	岩手県	VTS, NTA, MWT	岩手日報、岩手日日新聞、盛岡タイムス IBC岩手放送、岩手めんこいテレビ、テレビ岩手
7/27	山形県	JTB, KNT	山形新聞、読売新聞、毎日新聞 NHK、さくらんぼテレビ
7/29	福島県	VTS, NTA	福島民報、福島民友、テレビユー福島
7/31	新潟県	VTS, JTB, NTA	新潟日報

注) NTA : 日本旅行、MWT : 名鉄観光サービス、KNT : 近畿日本ツーリスト、
東武 : 東武トップツアーズ、VTS : びゅうトラベルサービス



県政記者発表（宮城県庁）



仙台駅イベント



旅行会社訪問（仙台）



秋田駅イベント



青森駅イベント



旅行会社訪問（盛岡）



山形駅イベント



旅行会社訪問（福島）



新潟駅イベント

⑤ 東北・新潟共同メッセージ（9月7日）

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～東北・新潟の魅力を再発見する旅に出かけよう～」を発売し、東北・新潟のお住いの皆様に域内の魅力を再発見していただくことで、旅行機運を醸成を図った。

東北・新潟の皆さんへ

東北・新潟共同メッセージ

～東北・新潟の魅力を再発見する旅に出かけよう～

東北・新潟は、豊かな自然、その土地ならではの文化や歴史、温泉、美味しい食べ物、お酒など、世界に誇れる魅力に溢れている地域です。

東北・新潟では、現在、「東北・新潟応援！絆キャンペーン～旅を楽しもう～」を展開中です。

東北・新潟の皆様には、域内を知り体験することは郷土に誇りを持ち、交流の輪を大きくする機会となりますので、各自治体や国の支援制度を利用し、東北・新潟の魅力を再発見する旅に出かけましょう。

旅行者の皆様は、「新しい生活様式」や「新しい旅のエチケット」を実践し、感染防止対策をしっかり行い、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。

令和2年9月7日



青森県知事 三村 申吾



岩手県知事 達増 拓也



宮城県知事 村井 嘉浩



秋田県知事 佐竹 敬久



山形県知事 吉村美栄子



福島県知事 内堀 雅雄



新潟県知事 花角 英世



仙台市長 都 和子



新潟市長 中原 八一



一般社団法人東北観光推進機構
会長 松本 茂

東北・新潟応援！
絆キャンペーン
～旅を楽しもう～



⑥ まちくる仙台での絆キャンペーン動画放映 (9月14日～12月末)

一般社団法人まちくる仙台との連携協力により、仙台市のアーケード商店街内(藤崎の隣)の大型ビジョン(まちくるビジョン)で動画の放映を実施した(午前8時～午後8時までの間、毎時5分より放映)。



まちくるビジョンでの放映の様子

⑦ 東北・新潟タウン誌ネットワークを活用した記事出稿

東北・新潟7県8誌のタウン誌ネットワークを活用し、各誌10月号(9月末発売)に同内容の記事を出稿。タウン誌の強みである地元のグルメ情報を掲載し、食の魅力と周辺の観光地を合わせた情報発信を行った。



タウン誌での記事掲載

⑧ 「日本博」への出展 (9月11日～13日)

日本の文化芸術の振興や魅力を発信する文化庁の事業「日本博」の一環として明治神宮で開催中のプロジェクト「神宮の杜芸術祝祭」において、日本航空株式会社や東北各県と連携し、「オール東北」で首都圏における東北の観光情報の発信を行った。



東観推ブース

⑨ 各種媒体での情報発信強化

JR東日本の交通媒体を中心に東北・新潟域内及び首都圏に向けてキャンペーンプロモーションを行った。

- ・トレインチャンネル(首都圏JR車内:11月2日～)
- ・中吊り広告(東北・新潟域内JR車内:10月26日～)
- ・主要駅デジタルサイネージ(首都圏、東北・新潟域内:10月26日～)

また、イオンモール株式会社の協力を得て6店舗(名取、いわき小名浜、つがる柏、盛岡、石巻、秋田)で絆キャンペーン動画を放映した。



駅デジタルサイネージ

⑩ 「Go To トラベルキャンペーン」一時停止、緊急事態宣言発出に伴う対応

12月28日からのGo To トラベルキャンペーン一時停止に伴い、当該キャンペーンロゴを用いた広告物を撤去し、合わせて動画放映を中止した。また、1月8日の首都圏等での緊急事態宣言の発出及び東北各県の状況をふまえ、予定していたサイト流入のためのGDN広告及び特集記事、Facebook投稿並びにデジタルサイネージなどの市中の広告も停止した。



イオンモール名取での放映

2. 教育旅行の誘致促進

(1) 東北教育旅行誘致部会の開催

① 2020年度第1回誘致部会の開催(7月2日)

事務局より2020年度誘致部会事業計画(リプラン案)の報告を行ったほか、新型コロナウイルス対策について、各団体から発信されている手引きや修学旅行の東北方面への方面変更の動きについて報告した。参加者からは現状の報告と課題の共有が図られた。また、日本旅行教育旅行部の今田氏より東北の修学旅行の課題について、JTB教育旅行ソリューションセンターの牧野氏より「探究学習・SDGs」について、ご説明をいただいた。



第1回誘致部会の様子

② 2020年度第2回誘致部会(オンライン)の開催(3月5日)

東観推と各県等により2020年度の事業実績報告を行い、コロナ禍における各県の状況等を共有するとともに、2021年度以降はさらに教育旅行に力を入れていくため、誘致部会委員の皆様と引き続き情報共有や連携等を図り、東北教育旅行のブランド化に向けて一体となり取り組んでいくことについて、再度意識共有を行った。



第2回誘致部会の様子

(2) 教育旅行セミナーの開催

① 教育旅行セミナー・札幌 (7月30日)

「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、学校関係者と東北側の行政・観光団体との相談会、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、教育旅行ホームページ「東北まなび旅」内に新しく作成した探究学習・SDGsページやモデルコース、および新型コロナウイルス対策等について紹介した。



セミナー風景



旅行会社相談会



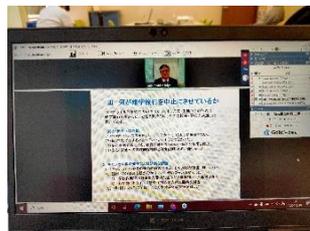
学校関係者相談会

② 第1回教育旅行オンラインセミナー (11月20日)

東北6県及び新潟県の学校関係者、旅行会社及び受入関係者等を対象に、東北地方や新潟県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た。公益財団法人全国修学旅行研究協会の守屋常務理事による「コロナ渦における修学旅行の在り方」についての講演のあと、「だからこそ〇〇県で学ぶ」というテーマで各県の教育旅行における強みについてプレゼンを行った。



東観推からの説明



セミナーの様子



本セミナーが取材を受けた様子

③ 第2回教育旅行オンラインセミナー (1月21日)

全国の学校関係者、旅行会社及び受入関係者等を対象として実施した。丸文松島汽船株式会社の矢部氏・横山氏から「震災復興語り部クルーズ」、仙北市農山村体験推進協議会の伊藤氏から「秋田県仙北市のグリーンツーリズム」についてお話しし、その後各県の教育旅行における取組についてプレゼンを行った。参加者からは「東北の震災・減災学習やSDGsの取組が良く分かった」など、好評をいただいた。



東観推からの挨拶



セミナーの様子



セミナーの様子

(3) 情報発信の強化

① 教育旅行専門紙を通じた東北教育旅行の情報発信

11月、1月に開催する「東北教育旅行セミナー(オンライン)」や、「東北まなび旅」のホームページをPRするため、教育旅行の専門紙(「教育家庭新聞」・発行部数220,000部、週刊「日本教育新聞」・発行部数238,000部)に記事と広告を掲載し、全国の関係者への情報発信を行った。



教育家庭新聞 9月21日号



東北観光



日本教育新聞 9月21日号

② 学校関係者等への説明

東観推より、東北全体でSDGs学習（岩手県・宮城県・福島県では震災学習）を特に推進していること、教育旅行ホームページ「東北まなび旅」における特設ページの開設やモデルコースの紹介等を行った。栃木県などではコロナ禍により更に東北への関心が高まっており実際に修学旅行を東北に変更した学校もあったとの情報もあり、更なる東北への方面変更を図るべく、東北6県・新潟県の教育旅行の魅力や、コロナ対策の説明など、教育旅行の関係団体への情報提供やアピールを進めていく。

- ・関東地区公立中学校修学旅行委員会 第2回研究協議会参加（10月6日）
- ・近畿中学校長会 修学旅行専門委員会 第3回修学旅行委員会参加（オンライン）（10月6日）
- ・第2回 栃木県中学校修学旅行専門部研修会参加（10月27日）

③ 教育旅行誘致部会会員に向けた情報発信

コロナ禍等により大きく教育旅行の流れが変化しているなか、「教育旅行の最新情報」「コロナ対応」「他県の成功事例」等について事務局より情報発信し、部会より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の取組が出来るように取り組んだ。

情報発信数 10月～1月 計15件（10月：4回、11月：4回、12月：4回、1月3回）

④ 教育旅行ホームページ「東北まなび旅」へのモデルコース追加およびアクセス数の増加

本年度磨き上げた「探究学習」「SDGsプログラム」等を使ったモデルコースを追加し、掲載モデルコースは65コースから100コースに増加した。また、内容の充実やこれまでの取り組みの結果、サイトのアクセス数が大きく増加した。

「東北まなび旅」ページビュー（PV）数 2020年度：122,642PV（前年比：5.8倍）

3. ツーリズム EXPO ジャパン 2020

(1) ツーリズム EXPO ジャパン 旅の祭典 in 沖縄（10月29日～11月1日）

東観推ブースでは、東北6県及び新潟県の四季をメインにPRするとともに、山形蔵王の樹氷を体験できるVRコーナーを設置するなど、東北・新潟でしか体験できないコンテンツを中心として情報発信を行った。また、東北と沖縄県の連携を進めるため、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローとモデルコースを作成し、イベントにおいても旅行会社や一般来場者に情報提供を行った。

また、一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会（JSTO）が開催した「ライブ動画配信イベント」に紺野専務が出演してJSTO 新津代表理事と対談し、東北の魅力・現状などについてお話しした。



東北・新潟ブースの様子



VR体験コーナーの様子



ライブ配信イベント出演

(2) ツーリズム EXPO ジャパン東京商談会／トラベルフェスタ（1月7日～8日）

1月7日～9日の開催を予定していた「ツーリズム EXPO ジャパン東京商談会／トラベルフェスタ」はコロナ禍の影響により中止となり、商談会はオンラインに切り替えて実施された。東観推は計12社の海外旅行会社等との商談を行い、先方のニーズ、東北への理解度や送客実績等に応じて東北の観光情報等の提供を行った。また、復興庁事業「令和2年度『新しい東北』交流拡大モデル事業成果発信業務」の一環として、モデル事業者が作成したコンテンツ（みちのく潮風トレイル等）の情報提供も行った。



商談会の様子



資料説明の様子

Ⅲ. 東北デスティネーションキャンペーン（東北 DC）の推進

東北 6 県・仙台市および JR 東日本仙台・盛岡・秋田・新潟・水戸支社の実務者との毎月 2 回程度の幹事会（4～3 月 計 23 回）を中心に、2021 年 4 月からの DC 本番に向けて、以下のとおり広域周遊企画や宣伝・プロモーション展開、他企業・団体の連携や「TOHOKU サポーター」等東北 DC を盛り上げる受入体制整備の取組を進め、代表者会議や記者会見等の準備を行った。

1. 開催に向けた準備について

（1）東北 DC 推進協議会と JR 東日本による共同記者会見（10 月 30 日）

協議会からは東北 DC を応援する「TOHOKU サポーター」大募集、JR 東日本からは旅行商品プレゼントキャンペーン、東北 DC に向けたキャッシュレス化の推進、東北 DC に合わせた観光型 MaaS「TOHOKU MaaS」の展開について発表した。東北経済産業局長、東北運輸局長東北六県商工会議所連合会副会長も来賓として参加し、新聞・テレビでも多数報道された。



記者会見の様子

（2）「TOHOKU サポーター」の募集（10 月 30 日開始）

東北在住の方を対象とした「Welcome to TOHOKU 隊」、東北 6 県以外に在住の方を対象とした「TOHOKU Fan」の募集を 10 月 30 日より開始し、2021 年 8 月まで継続中。多くの個人、企業・団体より登録いただいている。また、東北の復興に向けて熱い思いを持つサンドウィッチマンが「スペシャルサポーター」に就任し、そのサンドウィッチマンと東北 6 県の県民の皆様にご出演いただいた、東北 DC に向けた機運醸成動画を「東北 DC ホームページ」で公開している。

（登録状況 3 月末現在）

Welcome to TOHOKU 隊（東北域内）	1,936 件
TOHOKU Fan（東北域外）	1,479 件
缶バッジ配付数（企業、団体を含む）	累計 70,219 個

（3）東北 DC 共同記者発表会（3 月 16 日）

東北 6 県の自治体代表者と JR グループの代表者、協議会代表者による記者会見を行った。JR 東日本深澤社長および東北 DC 推進協議会小縣会長より東北 DC の概要、各県知事、仙台市長からはビデオメッセージにより東北 DC の取組について説明し、マスメディアを通じて、東日本大震災への復興支援への感謝とコロナに負けず安全・安心して旅を楽しんでいただける東北 DC 開催についてメッセージを発信した。



記者会見の様子

（4）東北 DC 推進協議会 代表者会議

① 第 4 回代表者会議（書面決議 5 月 22 日）

2019 年度事業報告の件、2019 年度収支決算の件、2020 年度事業計画・収支予算の変更の件について書面開催を行った。新型コロナウイルスの感染拡大の影響で中止となった「全国宣伝販売促進会議」の代替事業についても承認された。

② 第 5 回代表者会議（書面決議 3 月 12 日）

3 月 16 日に東北 DC 記者発表を実施すること及び発表する内容に関して、第 5 回代表者会議を書面決議にて開催し、承認された。

2. 旅行会社・一般向けの取組について

(1) 旅行会社向け「商品素材説明会&エクスカージョン」の開催（9月2日～4日）

当初6月に予定していた全国宣伝販売促進会議・エクスカージョンの代替事業として実施し、旅行会社の商品造成担当者（協賛会社、JR各社含む）99名が参加した。商品素材説明会およびエクスカージョンを6コースに分け、新型コロナウイルスの感染拡大防止の観点から1コースあたりの参加者数を最大20名までとし、参加者・受入側双方で検温や手指消毒、マスク・フェイスシールド着用等の感染防止策を講じながら実施した。



観光素材説明会(手業体験)



弘前れんが倉庫美術館



さんさ踊り視察(つなぎ温泉紫苑)



秋田犬の里



致道博物館



フルーティアふくしま(喜多方駅)

(2) 旅行会社キャラバンの実施（10月8日～9日・10月13日～15日）

東北 DC に向けて、北海道（札幌）、大阪、名古屋、首都圏の計 32 箇所への旅行会社キャラバンを実施した。訪問先では、東北 DC の概要や特別企画等についてプレゼンテーションを行い、商品造成に向けた意見交換を行った。それぞれのエリアでは、コロナ禍の中、東北への注目度が高まりお客さまのニーズが急増していることから、「来春の東北 DC に向けて商品造成と情報発信をして盛り上げていきたい」とのコメントを多数いただいた。



びゅうトラベルサービス



ANA セールス



名鉄観光サービス

(3) JR 東日本観光素材説明会への参加（11月9日）

JR 東日本が開催する旅行会社向けの説明会に参加した。旅行会社 23 社（86名）の参加があり、DC 概要や広域の取組、各県特別企画について協議会事務局や各県担当者より説明を行った。



協議会事務局からの挨拶

(4) WEB を活用した情報発信

旅行会社の商品造成を目的に WEB を活用した東北 DC に関する情報発信として、コンセプトやテーマに合わせた動画の公開、東北 DC 特別企画の紹介や観光素材の情報提供を行っている。

また、DC 期間中の旅行商品の造成を目的に、オンライン上で旅行会社と東北の観光団体・事業者のネットワークづくりが行える「オンラインマッチングサイト」を開設し、旅行会社、観光団体・事業者のプロフィールや要望、取り扱うコンテンツの確認を通じて、双方のニーズにあわせたネットワークの構築を図った。

(観光素材の発信)

- ・素材集への登録状況 4,338件 (3月末現在)
- ・特別企画の登録状況 229件 (3月末現在)

(5) 宣伝展開について

東北DCのテーマ「巡るたび、出会う旅。東北」をイメージしたガイドブックやポスターについて、全国のJR駅および、東北6県の駅や高速道路のサービスエリア・パーキングエリア、観光施設等での掲出を3月より開始した。また、東北DCののぼり旗を作成・送付し、機運醸成を促進している。



のぼり旗 東北DCガイドブック



東北DC5連ポスター

IV. 海外観光客の誘客促進

1. オール東北の更なる醸成

(1) 大規模海外交流事業（日本東北遊楽日）

① TTE 台北国際観光博覧会における東北プロモーション（8月28日～30日）

「日本東北遊楽日」の代替事業として、台湾現地で開催された同博覧会で JNTO 出展のブースにて、観光パンフレットの配置及び動画を配信し、東北のプロモーションを展開した。



会場の様子



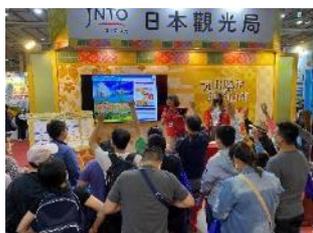
JNTO 出展ブース



JNTO 出展ブース

② ATTA 台中国際旅展における東北プロモーション（10月23日～26日）

2014年から、震災以降の支援に感謝の意を表す「日本東北遊楽日」を台湾で開催してきたが、今年度はコロナ禍の影響により開催が難しいため、代替事業として ATTA 台中国際旅展の JNTO 日本ブースにて東北プロモーションを実施した。東北観光を PR するパンフレットの配布や東北の魅力伝える美しい動画を放映したほか、ステージイベントを実施し、東北のプロモーションを展開した。また、現地コーディネーターによる旅行会社向けの日本観光勉強会において東北の動画配信を行った。



東北のPR



ステージイベント



日本観光勉強会

③ 高雄旅行公會国際旅展 (KTF) における東北プロモーション (12月18日~21日)

「日本東北遊楽日」の代替事業として、台湾で開催された KTF 高雄旅行公會国際旅展の JNTO 日本ブースにて、東北観光を PR するパンフレットの配布や東北の魅力を伝える美しい動画を放映したほか、ステージイベントを実施し、東北のプロモーションを展開した。本ステージイベントでは、WEB により東観推と台湾会場を繋いで雪を見せる等の東北の魅力を訴求したほか、クイズ等により現地とのコミュニケーションを図る取組も実施した。



東北のPR



ステージイベント



会場の様子 (日本から WEB で参加)

④ 台北における東北プロモーションオンラインセミナー (2月22日)

旅行会社を対象としたセミナーを実施し、新しいコンテンツや、アフターコロナを見据えた東北の雄大な自然を活かした魅力あふれるアウトドア系のコンテンツ等を中心に紹介した。台北の会場では東北の郷土料理等をふんだんに活用したメニューを用意し、会食しながら台湾現地とのコミュニケーションを図る取組も実施。参加事業者からはセミナー内容に関する満足度がかなり高く、高評価を得た。



東観推からの挨拶



セミナーの様子



東観推からの説明

⑤ 台中・高雄における東北プロモーションオンラインセミナー (2月24日~25日)

旅行事業者を対象としたセミナーを実施した。台北のセミナーと同様に新規コンテンツやアフターコロナを見据えたアウトドア系のコンテンツ等を中心に紹介するとともに、夏季のコンテンツ並びに、奥入瀬溪流等の東北を代表するコンテンツ等も併せて紹介した。また、東北各県等からの中継も実施し、各県担当者等から様々な方法で地域の PR を行うことで台湾現地とのコミュニケーションを図った。参加事業者からは、コロナ禍において WEB セミナーを開催したことに対して一定の評価を得るとともに、内容に関する満足度も高かった。



秋田県からの説明



セミナーの様子



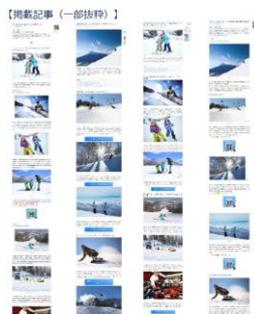
セミナー参加者

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) 「冬の東北」アクションプラットフォーム構築等事業

スキー、スノーアクティビティを軸にした「冬の東北」について、「冬の東北」誘致部会による東北全体での一体的なプロモーションとして、英語・繁体字・簡体字・日本語の「冬の東北」サイトの開設や、国内・海外向けプロモーションを実施した。

- ・国内・海外向けの記事 15 本 (日本語・英語・簡体字・台湾繁体字・香港繁体字) を配信中
- ・国内向けのリフト券 3,000 円割引のクーポンを 730 枚発行
- ・GDN、YouTube、SNS、ブログ等を通じて日本人、外国人へ情報発信を実施



配信記事



クーポン特集ページ



YouTuber によるクーポン利用ガイド

(2) 着地型コンテンツを活用した消費拡大促進事業

① コンテンツ収集

旅マエ・旅ナカにおける消費意欲を喚起するため、域内の着地型コンテンツを一元的に収集・掲載するプラットフォームを構築し、情報発信を行った。昨年度事業で作成したコンテンツに加え、今年度は新規に40コンテンツを収集し、多言語化翻訳を行い商談会において旅行会社・ランドオペレーター等に提案した。既存コンテンツ200件の最新情報の反映も実施した。代表的なコンテンツとしては山形県鶴岡市の「山伏修行体験」や宮城県仙台市の「大崎八幡宮の裸まいり体験」などがあり、JNTOが運営する英語、中国簡体字、香港繁体字、台湾繁体字、韓国語の5言語で地域の魅力ある観光コンテンツを紹介するWEBサイト「Experiences in Japan」や、欧米豪市場向けパンフレット「100 Experiences in JAPAN」にも掲載された。

また、ルート形成アプリのダウンロード促進用の三角POPを作成し、東北・新潟の宿に配置した。



裸まいり体験



100 Experiences in JAPAN



三角POPのデザイン

② OTA登録説明会、コンテンツ磨き上げ研修(7月30日、9月30日)

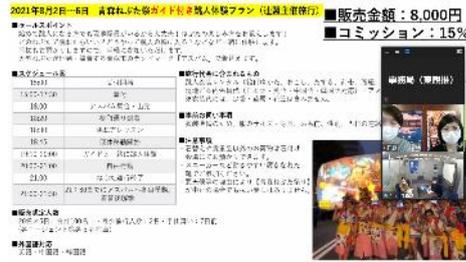
OTA登録説明会では、Viator・TripAdvisorへ登録することによる販路構築のメリット、実際の登録方法、オンラインツアーの造成方法などを説明した。またコンテンツ磨き上げ研修では、各DMO・コンテンツ提供事業者が有するコンテンツを題材にワークショップ形式で実施し、実際にコンテンツの磨き上げに関するノウハウの共有を図った。

③ 商談会

11月20日に開催予定であったが、コロナ禍の影響により東京都の警戒レベルがレベル4に引き上げられたことにより中止し、オンライン商談会に変更して1月28日に実施した。東北6県及び新潟県のDMO・コンテンツ事業者・観光協会等16団体、旅行会社・ランドオペレーター32社が参加し、総商談数は200件を超えた。参加した旅行会社からは「コロナ禍において事業者との接点がほぼなくなっていたので、大変貴重な機会になった。次回も是非声を掛けて欲しい。」との意見が多数あった。



みちのく潮風トレイルの商談の様子



青森県観光連盟の商談の様子

(3) 広域DMO多言語ホームページ構築事業

東北への訪問意欲を喚起するコンテンツの充実を図るため、繁体字・簡体字・簡体字・タイ語の翻訳拡充、新規コンテンツの追加（日本語・英語 70 スポット）、特集記事 6 本の新規作成を行った。

(ホームページプレビュー数実績 P29 参照)

(4) 東北広域多言語電話通訳サービス事業

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 月末現在の利用登録施設数：3,731 施設）。

1 月 18 日に、岩手県警察と訪日外国人等の安全・安心確保に向けた相互協力に関する覚書を締結。この締結により、福島、宮城、山形、秋田に続き 5 県目の締結となった。



締結式の様子

(5) 東北広域デジタルマーケティング事業

モバイルローミングデータを活用した訪東北外国人の域内動態等に関する最新のトレンド調査について、コロナ禍の影響によりインバウンドデータの採取が困難であるため、東北運輸局を通じて観光庁へ事業内容の一部変更申請を行った。コロナ禍の影響が比較的少ない 2020 年 1～3 月の東北域内周遊分析、冬季イベント分析、高速道・新幹線別東北域内流入分析、観光地点滞在分析を実施し、域内 DMO 等関係者へ調査結果報告（報告書の共有）を行った。

(6) 広域連携マーケティングリサーチ事業

東北の観光コンテンツを海外市場への販路拡大につなげるため、ベトナム、シンガポール、マレーシア、タイ、中国、欧米豪（仏・米・豪）の 6 市場を対象としたランドオペレーター、現地旅行会社等に東北への意向調査を実施した。訪東北外国人の嗜好等のトレンド調査は、コロナ禍の影響により域内空港（仙台、花巻、青森）での訪東北外国人を対象としたゲートウェイ調査が困難であるため、観光庁・東北運輸局へ事業内容の一部変更申請を行い、日本在住・在外外国人への WEB アンケート調査と日本在住外国人へのグループインタビューへと変更し、実施した。

3. 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) 中国

① 中国市場におけるヘルスツーリズム誘客促進業務（日本在住インフルエンサー招請）（10 月 28 日～11 月 2 日、11 月 6 日～10 日）

健康や運動への関心が高まっている中国市場の上海エリアについて、中国国内マラソン愛好家や運動好きの女性に影響力のあるインフルエンサーを招請し、中国の一般消費者に対して東北地域の観光の魅力を発信した。第 1 弾として 10 月 28 日～11 月 2 日で、健康好きな女性をターゲットに体験アクティビティを多く含めた内容で青森県・秋田県・宮城県の取材を行った。第 2 弾として 11 月 6 日～10 日で、中国のマラソン愛好家向けの発信として、東北各地のマラソンコース視察及びその周辺の観光地取材を岩手県・山形県・福島県・新潟県で実施した。また、現地を取材していただいた原稿や素材を中国在住のインフルエンサー合計 20 名に情報提供し、現地からの発信を行った。



十和田市美術館



マラソンコース視察（盛岡）



マラソンコース視察（新潟）

② 中国市場における東北3省からの家族旅行誘客促進業務（オンラインセミナー実施）（1月19日、22日）

30～40代家族旅行層（訪日リピーター層）の誘客に向けて、各県市が連携し東北広域でのオンラインセミナーを開催し（1月19日：大連対象 1月22日：瀋陽を中心とした中国東北3省対象）、現地旅行会社に対し東北の観光情報を紹介して認知度向上やマッチングの構築を図った。

従来の観光情報発信の他に、コロナ禍をふまえた新しい方法として、各県市における新型コロナウイルス感染対策の様子を事前にビデオ撮影し、それぞれの持ち時間内で放映した。



セミナーの様子



秋田県の発表の様子



東観推からの挨拶

③ 中国市場におけるウィンタースポーツ愛好者をターゲットとした誘客促進業務（オンラインセミナー実施）（1月26日）

2022年北京冬季オリンピック開催に向けて訪日スキー旅行の需要が高まっている中国の東北3省エリアにおいて、旅行関係者及び一般消費者向けにオンラインセミナーを実施し、東北地域のスキーリゾートや冬季観光の魅力を発信した。コロナ禍をふまえた新しい方法として、映像制作会社によりセミナー当日のスキー場の風景をライブ配信した（中国版YouTube「优酷」の東北チャンネルにアーカイブとして格納）。



スキー場のライブ配信



宮城県の発表の様子



セミナーの様子

(2) 香港

① 香港市場における20代～40代を中心とした誘客プロモーション事業（メディア招請）（8月24日～28日）

香港市場の訪日関心層をターゲットに、日本在住の香港メディアの招請を行った。日本の中でも東北は新型コロナウイルスの感染者が少なく、雄大な自然と温泉でリフレッシュできる「安全・安心な癒し旅」が楽しめるエリアであることを訴求ポイントとして、更なる認知度向上・誘客促進を図った。



蔵王の御釜



奥入瀬溪流



八幡平アスピーテライン

② 香港市場における旅行会社、メディア等を対象とした現地セミナー事業（オンラインセミナー実施）（2月18日）

アフターコロナの商品造成、情報発信を目的として、各県市が連携し東北広域でのオンラインセミナーを開催し、現地旅行会社、メディア等に対し東北の観光情報を紹介して認知度向上や関係性の構築を図った。従来の観光情報発信の他に、コロナ禍をふまえた新しい手法として、ミーティングアプリのコメント機能を

活用しセミナー内容に関する質疑を随時対応可能にするなどして、効率的なセミナー運営を実施した。



セミナーの様子



挨拶の様子

(3) タイ

① タイから東北への国際定期便利用促進プロモーション事業（日本在住メディア招請）（10月26日～31日）

コロナ禍の影響があっても、なお訪日意欲が高いタイ市場の一般消費者に対し、本来であれば多くのタイ人旅行者が訪れる紅葉時期の東北の魅力を発信することにより、ポストコロナの旅行先としての東北の認知度向上を図ることを目的として、日本在住のタイメディアライターやインフルエンサー計5名を招請し、北東北3県及び仙台市の紅葉の名所スポット等を取材する招請事業を実施した。



城ヶ倉大橋（青森・八甲田）



盛岡城跡公園



秋田犬ふれあい（秋田・角館）

(4) ベトナム

① ベトナム市場における誘客プロモーション事業（日本在住インフルエンサー招請）（10月22日～27日）

ベトナム市場の訪日関心層をターゲットに、東北は新型コロナウイルスの感染者が比較的少なく、ベトナム人が大好きな「紅葉」が素晴らしいエリアであることを発信し、認知度向上と誘客促進を図ることを目的として日本在住のベトナム人インフルエンサー・カメラマン計2名の招請を行い、青森県、秋田県、岩手県、宮城県、山形県を周遊した。



銀山温泉



秋田犬



こけしの絵付け

(5) マレーシア

① 東南アジア市場における東北誘客プロモーション事業（日本在住インフルエンサー等招請）（11月8日～12日）

東南アジア、特にマレーシア及びインドネシアの穆斯林層における東北の認知度向上を図ることを目的として、日本在住の穆斯林のインフルエンサーと、東南アジアの穆斯林コミュニティに広く支持されているメディア「Have Halal Will Travel」のライター（いずれもマレーシア人）を招請し、東北の紅葉や穆斯林フレンドリーな観光スポットを取材した。



せんだい農業園芸センター



山寺



穆斯林フレンドリーラーメン取材

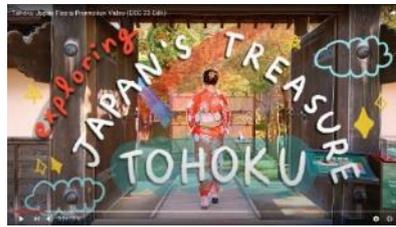
(6) フィリピン

① フィリピン市場における誘客プロモーション事業（オンライン旅行博出展）（1月18日）

フィリピン市場の訪日関心層をターゲットに、日本在住のフィリピン人によるタガログ語による語り口で動画を制作しオンライン旅行博「Japan Fiesta 2021 ～New Year～」に出展した。フィリピン人が好む「四季」を中心に、東北が素晴らしいエリアであることを発信し、四季以外にも妙高高原の蕎麦や、喜多方ラーメン、福島の円盤餃子、果樹園でのりんご狩りなど東北ならではの「食」や、絵ろうそく絵付けや、数珠作りなどの「体験」等、フィリピン人が好むプログラムとし、認知度向上および誘客促進を図った。



タガログ語での説明



動画の様子



果樹園でのりんご狩り

② フィリピン市場における誘客プロモーション事業（日本在住インフルエンサー等招請）（11月1日～6日）

フィリピン市場の訪日関心層をターゲットに、フィリピン人が好む「紅葉」を中心に東北の魅力を発信するため、日本在住のフィリピン人インフルエンサーの招請を行い、新潟県、福島県、宮城県を周遊し、インフルエンサーには紅葉はもとより、アクティビティや着付けなどを体験した。



弥彦神社 菊まつり



五色沼



仙台城

(7) 欧米

① 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）（8月26日～28日）

英国市場の訪日関心層をターゲットに、日本在住の英国メディアの招請を行った。2019年度世界的に有名な旅行雑誌 Lonely Planet、National Geographic 等で選出された「TOHOKU」の更なる認知度向上・誘客促進を図ることを目的に、首都圏からの快適なアクセスや、東北固有の手つかずの自然景観といった「本物の日本」が体験できるエリアとして東北を訴求した。



葦毛崎展望台



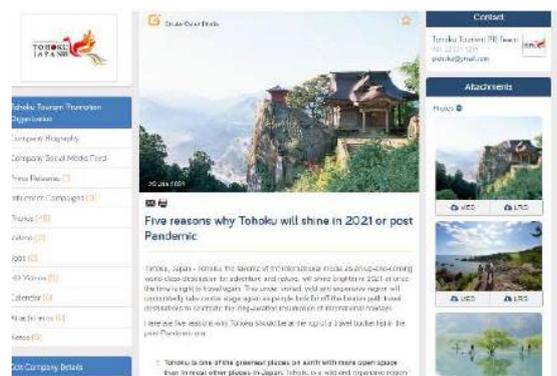
山田湾養殖いかだ見学



金華山

② 欧米市場における誘客プロモーション事業（WEB プレスセンターでのプレスリリース）

海外メディア向けの取組として、多くの有力海外メディアが登録する「TravMedia」に「東北プレスセンター」を12月より開設し、現在英・米・仏あわせて約200名の記者がフォローしている。1月29日に「Five reasons why Tohoku will shine in 2021 or post Pandemic」、2月25日に「What's New in Tohoku」と題した情報を掲載し、海外メディアから問い合わせが続いている。コロナ禍の影響を受け、欧米のメディアの多くはWEB上での取材を通じて記事を作成する傾向が強まっており、専門サイトを活用したリモート広報の手法を活用して各媒体への記事掲載を進め、各縣市と連携した広域での効果的な情報発信の取組を促進する。



TravMedia 東北プレスセンター画面

③ 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業務（日本在住米メディア招請）
（10月14日～16日）

日本在住の「Tokyo Explorer」のカメラマン1名を招請し、本招請で取材した内容をCNNへ情報提供することでCNNへの掲載を目指すという、コロナ禍でも実効性のあるプロモーションを展開した。今回の行程では、清潔・安全な日本の列車旅をテーマに「リゾートしらかみ」沿線の観光地を中心に招請を実施した。



リゾートしらかみ車内

④ 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業務（日本在住仏メディア招請）
（11月11日～13日、11月23日）

フランス市場の訪日関心層をターゲットに、首都圏からの快適なアクセスや東北固有の手つかずの自然景観といった「本物の日本」が体験できるエリアとして東北を発信・訴求するため、日本在住のフランスメディアの招請を行った。11月11日～13日は福島県奥会津のJR只見線沿線を中心に、11月23日は秋保温泉をはじめとした秋保地域を取材した。



鶴ヶ城



秋保神社

(8) オーストラリア

① 豪州市場における訪日検討層を対象とした東北の魅力発信事業（オンライン旅行博出展）（11月27日）

コロナ禍の影響により、オンラインのバーチャルイベントに変更された「snow travel EXPO2020」に出展し、東北のスノーリゾートのPRを行った。バーチャルイベントは、事前収録した約20分間のPR動画がスケジュールに沿って主催者のデータベース登録者約2万人に配信されるとともに、主催者ホームページに掲載された。コロナ禍にあって、オーストラリアのスキー層に対する認知度向上につながった。



撮影の様子



動画の様子



関係者の様子

4. 東北観光復興対策交付金事業

(1) 東京2020オリンピック・パラリンピックを始めとした次年度に向けたプロモーション事業

訪日旅行を取り扱うランドオペレーター等の招請による旅行商品造成の促進や、海外OTAにおける旅行商品の販売促進支援を実施した。具体的には、訪東北の旅行商品に興味を示す可能性が高い外国人等をターゲットとし、WEB広告等の配信を行った。

また、海外ロコミサイトへのロコミ蓄積を図るため外国人等に向けて広告掲載を行ったほか、ロコミサイト活用セミナーを実施し東北への誘客を図った。

さらに、過年度に制作した東北の四季映像やテーマ別映像を活用し、WEB上で動画等広告を配信することにより、東北の認知度向上の促進を図った。

① 東北関連商品強化プロモーション

ア 旅行会社・ランドオペレーター招請（北東北三陸コース、北東北ゴルフコース）（9月15～19日）

三陸コースでは、既に東北の旅行商品の造成経験があり新たなコンテンツを探している旅行会社やランドオペレーター等を対象として、招請事業を実施した。ゴルフコースでは、SIT (Special Interest Tour：目的に特化した旅行) を求める市場の旅行会社やランドオペレーター等を対象として、招請事業を実施した。



(北東北三陸コース)
サッパ船遊覧



(北東北ゴルフコース)
雫石プリンスゴルフ場

イ 旅行会社・ランドオペレーター招請 (ゴールデンコース 北東北・南東北) (9月27日~10月1日)

主に東北の商品を造成したことがない旅行会社やランドオペレーター等を対象に、東北の商品を造成していただくことを目的として、招請事業を実施した。



(北東北ゴールデンコース)
中尊寺



(南東北ゴールデンコース)
最上川船下り

ウ 旅行会社及びランドオペレーター等の招請 (10月4日~8日)

旅行会社・ランドオペレーターを対象に招請ツアーを2コース実施した(計11社13名)。南東北トレッキングコースでは、主にSITを求める市場の旅行会社やランドオペレーター等向けに、東北地方のトレッキングや登山のコンテンツを中心としたコースの視察を実施。南東北精神文化コースでは、既に東北の旅行商品の造成経験があり新たなコンテンツを探している旅行会社やランドオペレーター向けに、歴史や精神文化を体験できるコンテンツを中心とした視察を実施した。



宮城オルレ (気仙沼唐桑コース)



五色沼



羽黒山

エ OTAと連携した東北旅行商品プロモーション (1月3日~)

被招請旅行会社により造成された商品を連携するOTAサイト (expedia、C-trip、trip.com) に掲載し、特設サイトを開設して広告出稿を行い、販売促進を行った。

② 口コミ投稿を活用した誘客促進 (10月20日~30日、12月8日~22日)

TripAdviser におけるオーナー登録者数と口コミ蓄積数の増加に向け、口コミサイト活用セミナーを計14回(10月にオンライン実施にて7回、12月にリアルとオンラインの同時実施にて7回)実施したほか、各観光関係事業者を直接訪問し口コミサイトの活用方法等について個別フォローを実施した。

10月20日~30日 オンラインで東北6県と仙台市向けにそれぞれ開催し、計81名の参加

12月8日~22日 リアル開催(弘前市、一関市、仙北市、米沢市、いわき市、大崎市、仙台市) およびオンラインで計145名の参加



セミナーの様子

③ 映像等を活用した戦略的プロモーション

東北の「四季映像」及び「テーマ別映像」を活用し、各種映像広告及び画像広告を配信した。

四季映像については、10月に秋映像を、11月及び12月に冬映像を、1月及び2月に春映像を活用し、また、テーマ別映像については、10月から2月まで全7映像を活用し、それぞれ最適なターゲティングを行った上で広告配信を実施した。

④ デジタルマーケティング勉強会（オンライン）（1月19日～27日）

東北域内の自治体・DMO・観光関係者を対象に、企画・立案運営にデジタルマーケティングを活用するための勉強会をオンラインで計7回開催した。最初に東観推から、東北観光DMP（データマネジメントプラットフォーム）についてお話しし、「データ」に裏付けされた戦略立案・プロモーション等の観光施策を展開するため、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構築についての説明を行った。その後セミナー講師から、デジタルマーケティングについての基礎や、それを活用したプロモーションの方法について説明を行った。



東観推より東北観光DMPの説明

(2) 東京2020オリンピック・パラリンピック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

海外の旅行会社や教育旅行関係者に対し、東北への旅行商品造成を支援し、さらなる東北への誘客促進を図るため、情報発信や招請を行う準備を行った。

「冬の東北」のブランド化を目的とした招請・商談会の開催や風評被害の払拭等に向けた太平洋沿岸地域への招請などを実施した。

① アジアの旅行会社等を対象とした東北旅行商品造成・販売の支援

過年度事業で関係を構築したアジアの国々の中から、東北において宿泊の伸び率が高い市場（中国、台湾、香港、タイ、ベトナム）を中心とし、フィリピンエージェントを加えた6つの国・地域の10社11名を対象に招請を実施した。

ア 北東北コース（11月30日～12月4日）

青森県、岩手県、秋田県、宮城県を周遊し、中尊寺、角館、松島等を訪問した。本コースでは、アジア市場において人気の高い自然や伝統文化体験コンテンツ等を盛り込んでおり、奥入瀬溪流や、大館での曲げわっぱ作り等を体験した。



観瀾亭



中尊寺



奥入瀬溪流

イ 南東北コース（12月8～12日）

宮城県（仙台市含む）、山形県、福島県を周遊し、大内宿や銀山温泉、仙台大観音等を訪問した。本コースは、過去の招請事業で評価の高かった鶴ヶ城やこけしの絵付け体験等の体験コンテンツを組み込み、FITだけでなく団体向けにも商品造成が出来るような行程とした。



大内宿



こけし絵付け体験



仙台大観音

(3) 東京 2020 オリンピック・パラリンピック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

メディア及びインフルエンサーを活用した情報発信や海外における消費者向けイベントの実施等により、海外の一般消費者に対して東北の多彩な魅力を効率的・効果的に訴求し東北への誘客促進を図る事業であり、現在、10～11月に日本在住メディア等19名の招請を行った。

① メディア等による情報発信

ア 日本在住インフルエンサー・メディア招請（東北6県1市）

四季をはじめとする東北の魅力を幅広く発信し、2021年度以降の継続誘客に繋げることを目的に、欧米やアジア各国出身の日本在住のインフルエンサー及びメディア招請を実施した。

コース	日程	内容
仙台コース	10月19日～20日	イタリア人インフルエンサー1名を招請。仙台城址、瑞鳳殿を訪れ伊達武将隊と共に甲冑を着用しての撮影、アニメの聖地巡りを実施。
秋田コース	11月2日～3日	アメリカ人インフルエンサー1名を招請。乳頭温泉郷や角館武家屋敷通り等を訪問。
山形コース	11月4日～5日	中国人インフルエンサー2名を招請。山寺や銀山温泉等を訪問。
宮城コース	11月6日～7日	ベトナム人インフルエンサー1名を招請。鳴子峡や松島等を訪問。
青森コース	11月8日～9日	イギリス人インフルエンサー1名を招請。黄金崎不老ふ死温泉、岩木山神社の訪問や青森の食体験等を実施。
岩手コース	11月10日～11日	台湾人インフルエンサー1名を招請。中尊寺や毛越寺、達谷窟毘沙門堂等を訪問。
福島コース	11月12日～13日	タイ人インフルエンサー2名を招請。猪苗代湖や五色沼等を訪問。
メディアコース	11月16日～19日	アメリカ出身の日本在住メディアを招請。秋田県、山形県、福島県を訪問し、村山での居合体験や男鹿真山伝承館でのなまはげ体験を実施。



仙台城址（仙台）



乳頭温泉郷（秋田）



銀山温泉（山形）



農家レストラン（宮城）



アップルパイ巡り（青森）



達谷窟毘沙門堂（岩手）



猪苗代湖付近の紅葉（福島）



なまはげ体験（秋田）

イ 風評被害払拭を目的とした日本在住インフルエンサー・メディア招請（東北太平洋沿岸）

太平洋沿岸地域に対する風評が依然として根強い国・地域に対し、同地域の現在の姿や美しい自然等の魅力を、市場特性を踏まえつつSNSや動画投稿サイト等を活用して幅広く発信することにより、2021年度以降の継続誘客に繋げることを目的に日本在住インフルエンサー及びメディアの招請を実施。

コース	日程	内容
仙台コース	10月19日～20日	中国人インフルエンサー1名を招請。秋保大滝訪問や秋保ワイナリーでのバーベキュー等を体験。
福島コース	10月22日～23日	タイ人インフルエンサー2名を招請。アクアマリンふくしま等を訪問。
青森コース	10月23日～24日	香港人インフルエンサー1名を招請。八食センターへの訪問や酒蔵見学を実施。

宮城コース	10月25日 ～26日	マレーシア人インフルエンサー1名を招請。気仙沼シャークミュージアムやさんさん商店街、石ノ森漫画館等を訪問。
岩手コース	10月27日 ～28日	アメリカ人インフルエンサー1名を招請。龍泉洞や、浄土ヶ浜「青の洞窟」でのウミネコへの餌付けを体験。
メディアコース	10月29日 ～11月1日	韓国及び香港出身の日本在住メディア招請を実施。浄土ヶ浜、奇跡の一本松、さんさん商店街、松島、アクアマリンふくしま等を訪問。



秋保大滝



アクアマリンふくしま



八食センター



さんさん商店街



たろう観光ホテル



浄土ヶ浜

(4) 海外富裕層旅行者の誘客促進事業

主に欧米の富裕層旅行者を対象に、商談会への出展やFAMトリップにより富裕層向け旅行商品の造成を図るとともに、新たに富裕層向けインフルエンサーの招請や富裕層マーケット報告会等を通じて、東北の認知度向上や受入環境整備を図るため、以下の事業に取り組んだ。

① 国内旅行会社の招請（9月27日～10月1日）

海外富裕層の商品造成提案を担う国内旅行会社向けに、富裕層ニーズにマッチした東北の観光資源の視察を通じた東北商品造成の提案強化や東北の観光事業者との連携強化を目的として、北東北をエリアとした招請を実施した。



十和田湖サンライズカヌー



秋田縦貫鉄道 秋田舞妓列車



意見交換会

② 富裕層マーケット報告会（オンライン会議 9月25日）

前年度事業の富裕層マーケットに関する調査により把握した富裕層旅行者ニーズを域内で共有し、地域関係者の理解を促進するため、報告会をオンラインにて実施し、52名が参加した。

③ 国内旅行会社及びコンシェルジュ担当者の招請（10月27日～11月1日）

海外富裕層の商品造成提案を担う国内旅行会社向けに、富裕層ニーズにマッチした東北の観光資源の視察を通じて東北の良さを知っていただき、また旅行会社と東北の観光事業者との関係も構築することで商品造成や誘客につなげることを目的として、南東北エリアにおいて、5社5名を招請し意見交換会を実施した。

福島ではエビスサーキットのドリフト体験や、大七酒造の見学と試飲等、宮城では斎理屋敷での和太鼓体験、瑞巖寺で写経、ニッカウイスキー工場の見学と試飲等、山形では居合体験や山伏と羽黒山散策等を行った。



斎理屋敷和太鼓体験



居合体験



舞娘茶屋 相馬楼

④ 富裕層旅行向け商談会への参加

コロナ禍で中止となった「ILTM Cannes」の代替として開催されたオンライン商談会「ILTM World Tour」へ参加した。11月23日～11月25日ヨーロッパ、中東、アフリカ地区との商談会、12月2日～4日にアメリカ地区との商談会が開催され、計40社のバイヤーと商談を行った。顧客の特徴やコロナ後の旅行回復時期等についてヒアリングしたところ、半数以上が2021年春以降に回復すると感じている事や、訪日意欲が旺盛であること、東北の関心度も高いこと、関心のあるコンテンツを確認できたこと等、大変有意義な商談会となった。



バイヤーの方々との商談

(5) 東北広域での二次交通対策事業

各交通事業者へのヒアリング調査等に基づき、東北の二次交通情報を集約したプラットフォームの充実化・最新化を行った。本年度は二次交通プラットフォームに交通事業者28社・周遊パス19商品を新たに追加し、合計で交通事業者122社・周遊パス58商品を掲載するに至った。

また、多言語対応及び広範囲での使用が可能な周遊パス13商品について、OTA等への掲載支援を行い、4月以降の販売体制を整え、受入環境の整備を実施した。

5. その他主に海外からの誘客促進に資する取組

(1) 現地旅行会社等とのWEBを活用した情報交換会や、国内での海外関係者との意見交換等の実施

日本及び諸外国における出入国制限が継続しており、海外との実際の往来を伴うプロモーションの実施が難しい状況が続いていることから、現地と連携してWEB会議ツールを活用した情報交換やセミナー会等を実施。出入国制限解除後の早期の東北への送客再開に向けた情報収集を行った。

① 台湾

ア 日盟国際主催の日本説明会及び6周年記念パーティ (6月5日)

(日本台湾交流協会、康福旅行社、雄獅旅行社、大栄旅行社、大興旅行社、中華航空 等)



説明会及び記念パーティの様子

イ 現地旅行会社6社とのオンライン情報交換会 (7月28日)

(康福旅行社、雄獅旅行社、東南旅行社、喜鴻旅行社、大興旅行社、長汎旅行社)



オンライン情報交換会の様子



旅行業界誌へ掲載された
オンライン会議の様子

ウ 現地旅行会社4社とのオンライン情報交換会（8月18日）

（大楽国際旅行社、五福旅行社、雙獅聯合旅行社、山富旅行社）



オンライン情報交換会の様子



旅行業界誌のホームページに掲載されたオンライン会議の様子

エ 現地旅行会社6社とのオンライン情報交換会（9月29日）

（京城旅行社、三益旅行社、太平洋旅行社、太平洋ワールド旅行社、富康旅行社、福客旅行社）



オンライン情報交換会の様子

② 中国

ア 現地旅行会社（遼寧康輝旅行社）とのオンライン情報交換会（6月9日）

アリババグループが開発した「釘釘」という無料のオンライン会議アプリを使用し、パワーポイント資料共有機能・同時チャット機能を用いながら実施した。



オンライン情報交換会の様子

イ 現地旅行会社3社とのオンライン情報交換会（9月23日）

訪日旅行再開予想時期や中国国内旅行の動向などのヒアリングを行った。今後、毎月2〜3社の旅行会社との意見交換を進めていく。



オンライン情報交換会の様子

③ タイ

ア タイ国政府観光庁（TAT）東京事務所及びタイ国際航空（TG）日本支社訪問（6月24日）

日本国内の移動自粛要請が緩和されたことを受け、在京のタイ関係機関（TAT 東京事務所及びTG 日本支社）を訪問。タイの現状や航空路線の運航再開の見通し、今後のプロモーションについて情報交換を行い、今後のタイと東北の相互交流の回復や定期便の運航再開に向けて引き続き協力して取り組んでいくことを確認した。



TAT 東京事務所訪問の様子

イ 現地旅行会社 7 社とのオンライン情報交換会 (6 月 23 日)

(Jubilee Travel、Quality ExPRESS、Unithai Travel、Japan All Pass、Wendy Tour、World SurPRise Travel、Maritime Travel)



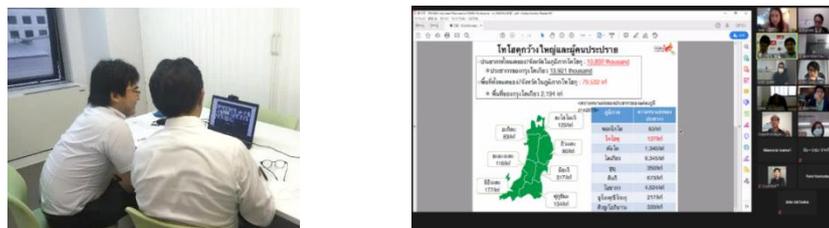
オンライン情報交換会の様子

ウ 現地旅行会社 5 社とのオンライン情報交換会 (7 月 10 日)

(SBA Travel、NS Travel & Tour、Sun Smile Holiday & Travel、BP Luxury Travel、Life is Journey)

エ 現地メディア・インフルエンサー 5 社とのオンライン情報交換会 (7 月 21 日)

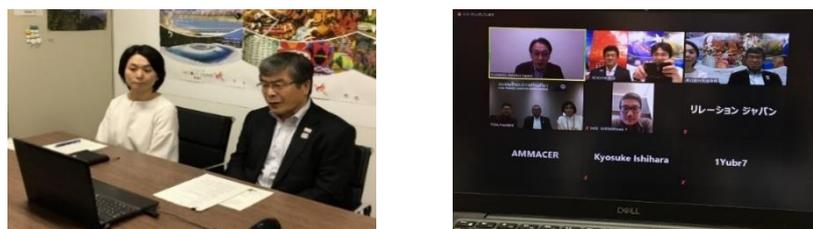
(The First Ultimate (TV)、I Love Japan (YouTube 等)、Welovetogo (ブログ)、maria's journey (ブロガー)、go! graph (ブロガー))



オンライン情報交換会の様子

オ タイ旅行業協会 (TTAA) のスティボン新会長とのオンライン情報交換会 (8 月 24 日)

今後のタイにおける東北プロモーションについて意見交換するとともに、協力関係の強化を図るため、タイ旅行業協会 (TTAA) の会長に 8 月に新たに就任したスティボン・プアンピポップ氏とオンライン情報交換会を実施した。スティボン会長からは、年明けに開催されるタイ国際旅行博覧会についての情報提供をいただいたほか、東観推が現地で計画しているセミナー等のプロモーションに TTAA からのご協力いただけることのお話をいただいた。



TTAA スティボン新会長とのオンライン情報交換会の様子

カ タイ旅行業協会と連携してオンラインセミナーの開催 (11 月 10 日)

タイ旅行業協会 (TTAA) と共催でオンラインセミナーを開催し、コロナ禍の影響が長期化する中でも依然として訪日意欲が高いタイ市場に対して、東北の観光地の現状を伝えるとともに、改めて東北の魅力伝えた。当日は TTAA 役員、現地旅行会社、航空会社 (タイ国際航空) 及びメディア等約 30 名が参加して行われ、またセミナーの様子は TTAA のニュースレターで TTAA 会員各社に広く紹介される等の反響があった。



セミナーの様子

④ 香港

ア 香港大学生への観光に関するオンライン講義の実施（6月9日）

三菱商事香港による香港大学へのオンライン講義にJETRO 仙台と一緒に参加し、観光に関する講義を実施。本来、3月に香港大学生が東北を訪問し実施する予定であったが、新型コロナの影響で6月に延期。仙台と香港を繋いだオンライン講義となった。



香港大学オンライン講義の様子

(2) 復興庁 令和2年度「新しい東北」交流拡大モデル事業成果発信業務

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、具体的な旅行商品等の情報発信、情報発信ツールの制作、今年度モデル事業及び「東北・新潟応援！絆キャンペーン」のプロモーション支援実施。

① 復興庁「新しい東北」交流拡大モデル事業成果発信業務・マッチング商談会を開催（11月17日）

東北ランドオペレーターと観光コンテンツ事業者のマッチング商談会を仙台で開催。本商談会をきっかけに両者が相互に情報発信し合うネットワークの構築を目指し、ランドオペレーター12社、観光コンテンツ事業者18社、計45名が参加。



第一部：ランドオペレーター講演



第二部：商談会

② プロモーション・情報発信

東北の魅力発信、誘客のための情報発信ツールとして、第一弾として新たな四季動画「The Four Seasons TOHOKU JAPAN」を制作し、9月16日からYouTubeチャンネル「TOHOKU JAPAN」に掲載した（2月末現在・再生回数17,816回）。第二弾は夏祭りCG動画「Summer Festivals in TOHOKU JAPAN」を制作し、2月26日から同YouTubeチャンネルに掲載（3月末現在・再生回数532回）。

絆キャンペーンへのプロモーション支援として、9月18日から特設サイトに誘導するWEB広告の配信を開始。緊急事態宣言の発出に伴い、国内向けWEB広告は2021年1月6日で終了した（クリック数258,957回）。1月11日から台湾・タイ・韓国・中国を対象に多言語HP及び四季動画に誘導するWEB広告の配信を開始。国内向けWEB広告終了に伴い、アメリカ、イギリスを対象国に追加して実施した（クリック数554,779回）。

過年度モデル事業で作成したコンテンツを掲載したBtoB向けセールスブックの日本語版（データのみ）を制作。5言語（英・繁・簡・タイ）に翻訳し3月に冊子版納品。また、過年度モデル事業で作成されたコンテンツを複数組み入れた代表的なモデルコースを10コース作成し、旅行会社やアセアンサポートデスク等を通じて海外の旅行会社139社に情報発信を行った。

今年度モデル事業者の海外プロモーション支援として、ツーリズム EXPO 東京商談会でコンテンツを紹介するとともに、モデル事業代表事業者4社が1月28日のオンライン商談会に参加した。

(3) 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

外部専門人材から東北観光DMP（データマネジメントプラットフォーム）の構築と活用について提言を受け、東北観光DMPの仕様構築を行った。2月2日より、参入予定自治体（宮城県・福島県・新潟県・仙台市）の担当者によるキックオフミーティングを開催（2週間に1回程度）。

(4) 高速バス東北共通インバウンドフリーパス（バスパス）

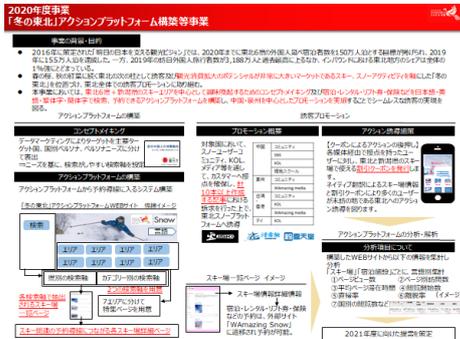
9月8日に幹事会を、9月15日に総会をそれぞれ開催し、令和2年度の事業計画変更案が承認された。また、調査事業として、11月に現地台湾人に対するWEBアンケート調査、11月4～6日にモニター調査を実施

した。12月24日に幹事会を実施し、調査事業の経過報告と、その速報結果に基づき来年度の事業計画の方針について検討した。

(5) 「冬の東北」誘致部会

① 2020年度第1回「冬の東北」誘致部会（9月30日）

国内・海外向けのプロモーション施策を始め今シーズンに向けたプロモーション計画を確定。その後の「冬の東北」アクションプラットフォーム、国内/海外向けのプロモーション施策を始め構成メンバーの意見を反映し、修正を進めた。



「冬の東北」アクションプラットフォーム

② 「第6回ジャパン・ツーリズム・アワード」入賞（9月17日）

「『冬の東北』のブランド化と周遊ルート確立に向けた広域連携による取組」が入賞に選定された。表彰式は2021年1月の「ツーリズムEXPO ジャパン東京商談会」に合わせて開催される。

③ 2020年度第2回「冬の東北」誘致部会（1月22日）

誘致部会では「冬の東北」のブランド化と誘客促進を目的として事業を実施し、第2回誘致部会では、「冬の東北アクションプラットフォーム構築等事業」の進捗として、完成した予約プラットフォームとプロモーション内容を共有した。また2021年度事業計画（案）を提示してインバウンド誘客を軸にした事業内容について部会構成員よりご意見をいただいた。今後はコロナ禍の収束状況を見据えながら事業内容を決定し、来シーズンの誘客促進に向けて今後も取り組んでいく。

(6) 誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成

コロナ禍による新たな旅行スタイルに対応した着地整備として、観光資源をより安全で集客力の高いものへと磨き上げ、今後の魅力的な滞在コンテンツ造成を進める観光庁の事業において、東観推の以下2事業が二次募集で採択され、事業実施に向けて自治体、委託事業者等と調整しコンテンツ造成に取り組んだ。

① 釜石の日本一・日本初を巡るガイド付きツアーと「立入禁止！エリア」を巡る「No!三密」オンラインツアー造成・誘客情報発信事業

12月23～24日にコンテンツ素材の現地視察を実施し、コンテンツ造成の方向性についてかまいしDMCと打ち合わせ。2月2～3日で現地モニターツアー、21日にオンラインツアーを実施した。

② 青森県八戸市における「吉田初三郎と鳥瞰図（ちょうかんず）」にかかる歴史・文化コンテンツ造成・現地会実施事業

現地会開催に向けて準備を進めたが、1月7日の緊急事態宣言の発出を受け本事業の継続を中止した。

(7) 域内DMOとの連携

① 東北域内DMO会議（オンライン会議 6月29日）

東北6県・新潟県の32DMOが参加し、2020年度事業計画、広域補助金事業、絆キャンペーン、東北DC、Go To トラベルキャンペーンについてオンライン会議にて開催（過去最大の参加団体数）。ウィズコロナ、アフターコロナに向けて各施策に対する意見交換を行った。Go To トラベルキャンペーンなど国の施策の情報については、各地域への浸透に課題があり、広域連携DMOである東観推による定期的な情報発信、連携強化を今後も続けていく。



当日のオンライン会議



東北DCの説明

② 東北域内DMO訪問（7月15日～8月4日）

域内32DMOを訪問し、各DMOの取組・現状・課題や東観推への要望等のヒアリングを実施した。

青森県	青森県観光連盟 VISITはちのへ しもきたTABIあしすと Clan PEONY 津軽
岩手県	世界遺産平泉・一関DMO 八幡平DMO 宮古観光文化交流協会 かまいしDMC さんりく基金 花巻観光協会
宮城県	宮城インバウンドDMO インアウトバウンド仙台・松島 気仙沼地域戦略 石巻圏観光推進機構
秋田県	秋田県観光連盟 秋田犬ツーリズム かつの観光物産公社 あきた白神ツーリズム トパベルデザイン 横手観光推進機構 男鹿市観光協会 田沢湖・角館観光協会
山形県	山形県観光物産協会 おもてなし山形 DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー やまがたアルカディア観光局 寒河江市観光物産協会
福島県	いわき観光まちづくりビューロー 郡山市観光協会 にほんまつDMO 会津若松観光ビューロー
新潟県	新潟県観光協会



郡山市観光協会



新潟県観光協会



DMOとの打合せの様子

③ 第4回北東北DMO連携会議への参加（8月28日）

秋田県小坂町にて開催された第4回北東北DMO連携会議に出席した。JNTO・東北運輸局および北東北3県から9つのDMOが参加し、各DMOからはこれまでの新型コロナウイルス対策や今後の方針に関する発表があった。東観推からは「東北・新潟応援！絆キャンペーン」の動画を紹介しつつ東北域内の活性化に向けた東観推の取組について説明を行った。



会議の様子

④ 東北域内DMO会議（12月11日）

東北6県および新潟県の観光地域づくり法人（DMO）22団体が参加し、会場・オンラインの併用にて会議を実施した。東観推からは、2021年度事業計画の骨子案、東北の新しい旅行スタイル創出プロジェクト、CRMを活用したロイヤルカスタマー獲得及び流通販路構築、東北DCについて説明し、各DMOからは未曾有のコロナ危機において、「地域での継続的なコンテンツ造成・磨き上げを実施し、一方で課題である販路構築・プロモーションについては広域連携DMOの東観推へ期待する」など多くのご意見・ご要望を頂いた。広域連携DMOである東観推による定期的な情報発信、連携強化を今後も続けていく。

⑤ JNTO個別訪問コンサルティング（東北）（10月26日～30日）

地域のインバウンド促進取り組みの強化を図るため、JNTO職員が直接DMOを訪問し、ノウハウの共有を通じて、課題解決のためのコンサルティングを行うもの。JNTO職員と共に運輸局・東観推職員が訪問しヒアリングを行った。また、東観推からは東北観光DMPの概要も紹介した。DMOからは、財政的な課題や、DMO

の必要性について自治体の理解が不足しているといった声や、JNTO に対してもっと地方のプロモにも力を入れてもらいたいといった意見が聞かれた。ヒアリング内容を踏まえ、2月～3月に各DMOへのコンサルを行った。

<対象>

- (一社) Clan PEONY 津軽、(一社) 横手市観光推進機構、
- (一社) 男鹿市観光協会、(一社) 石巻圏観光推進機構、
- (一社) DEGAM 鶴岡ツーリズムビューロー、
- 会津磐梯地域(猪苗代町、磐梯町、北塩原村)



ヒアリングの様子
(男鹿市観光協会)

(8) 他の広域連携DMOとの連携

① 九州観光推進機構への訪問(8月26日)

(一社)九州観光推進機構(福岡県福岡市)を訪問し、広域連携、デジタル戦略及び新型コロナウイルス感染症関連の状況・対策等について、意見交換を実施した。

(9) JATAウェブセミナー「東北編」開催(6月16日)

JATA主催による会員向けWEBセミナーに東北域内8DMOと東観推が参加し、JATA関係者約1,000名に対し各地域の最新情報・おすすめコンテンツ・教育旅行・東北DC情報など説明した。



東北域内の観光に関する説明



東北域内DMOからの説明



東北の教育旅行に関する説明

(10) 旅東北HP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	2020年度PV数	(前年比)
日本語	3,308,918	424%
英語	306,275	94%
繁体字	104,574	119%
簡体字	284,006	127%
韓国語	75,311	647%
タイ語	157,642	311%
合計	4,236,726	286%

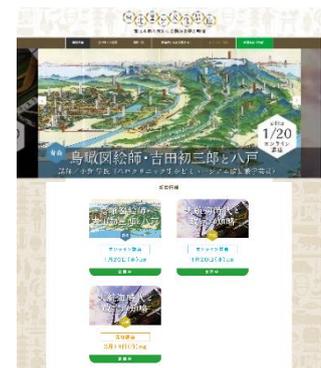
V. その他事業

1. 東北歴史文化講座

(1) オンライン講座の開催(第8回、第9回、第10回)

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。今回の第8回、第9回はコロナ禍の状況をふまえて、事前収録をした講座の模様をホームページにて視聴いただくオンライン講座として実施。

第8回は1月20日より公開、第9回は3月5日、第10回は3月26日より公開を開始した。



ホームページ

	地域	テーマ	講師
第8回	第一部 宮城県	「大航海時代と政宗の知略」～慶応遣欧使節と鎖国をめぐる秘話～	東北大学名誉教授 平川 新 氏
	第二部 青森県	鳥観図絵師・吉田初三郎と八戸～大正・昭和の観光ブームを築いた商業画家～	はちのへ街かどミュージアム館長兼学芸員 小倉 学 氏
第9回	第一部 秋田県	「菅江真澄（すがえますみ）の図絵で旅するみちのく秋田」～漂泊の旅人は何を発見し、記録したか～	東京学芸大学教授 石川 正己 氏
	第二部 福島県	高僧・徳一（とくい）と理想の仏都～仏像で訪ねる会津の仏教文化～	元 福島県立博物館学芸課長 若林 繁 氏
第10回	第一部 岩手県	「不撓不屈（ふとうふくつ）の南部魂」～楢山佐渡（ならやまさど）から原敬へ盛岡の幕末・維新～	原敬記念館主任学芸員 田崎 農巳 氏
	第二部 山形県	「『日本奥地紀行』と旅する山形」～イザベラ・バードが見つめた東北の素顔～	学習院大学文学部教授 赤坂 憲雄 氏

(2) 現地ミニ講座（宮城）（3月14日）

講座の内容を深掘りできる現地ミニ講座として、「大航海時代と政宗の知略」と題した宮城県（仙台市、石巻市、松島町）を周遊する少人数ツアーを新型コロナウイルス感染防止策を講じながら実施し、東北域内から18名が参加した。



現地ミニ講座の様子

2. 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、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おり、過去4カ年で149名の修了生を輩出した。

(1) 第4期

① グループテーマ発表会及び修了式（8月4日）

3月から急増した新型コロナウイルス感染症の影響で延期となっていた2019年度 第4期生のグループワーク発表会と修了式を、松島大観荘において8月4日に実施した。



2019年度修了式



修了証書授与

(2) 第5期

2020年度は、4月以降、緊急事態宣言等により塾の開講時期の繰り延べを余儀無くされ、7月下旬よりようやく公募を開始した。第5期入塾式は9月17日にホテルメトロポリタン仙台にて開催し、第5期生37名が入塾した。

	開催日	内容
入塾式 第1回	9月17日 仙台市	<ul style="list-style-type: none"> ・主催者挨拶（（一社）東北観光推進機構 松木会長） ・入塾証の授与 ・セミナー「東北観光推進機構の取組」（（一社）東北観光推進機構 紺野専務理事推進本部長） ・オリエンテーション

第2回	10月15日 山形市	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー「東北の観光を考える 震災からの復興」 (株) ジェイアール東日本企画 代表取締役社長 原口 幸 氏) ・ワークショップ
第3回	11月12日 ～13日 会津若松市	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー「世界に通用する観光地域づくり」 (株) びゅうトラベルサービス 顧問 見並 陽一 氏) ・ワークショップ ・エクスカージョン (会津若松市観光課長、七日町通りまちなみ協議会副会長による講話)
第4回	12月18日 新潟市	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー「コロナ禍がもたらす観光デジタル変革」 (内閣府クールジャパン 地域プロデューサー 陳内 裕樹 氏) ・ワークショップ
第5回	3月19日 秋田市	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー「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」 (日本政府観光局(JNTO) デジタル戦略アドバイザー トリップアドバイザー株式会社 前代表取締役 牧野 友衛 氏) ・ワークショップ

・緊急事態宣言の発出などの状況を鑑み、1月15日第5回（青森市）、2月10日第6回（盛岡市）の開催を中止。年度を繰り越して5月以降に延期して実施する。



2020年度入塾式



第2回セミナーの様子



第3回セミナーの様子



第4回ワークショップの様子

以上