

I. 推進体制の強化

1. 組織基盤の強化

(1) 理事会

① 第20回理事会 (5月12日)

新規入会会員の件、第6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、2021年度事業報告及び2022年度事業計画・収支予算について報告を行った。

② 第21回理事会 (6月6日)

第6回通常総会後に開催し、会長・副会長及び理事長の選任、特別顧問の嘱託、新規入会会員について審議を行い、異議なく承認された。

③ 第22回理事会 (11月15日)

新規入会会員の件、2022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、2022年度上期事業報告の件、2022年度下期事業計画の件及び2023年度事業方針(案)の件について報告を行った。

④ 第23回理事会 (3月23日)

新規入会会員の件、2023年度事業計画・収支予算の件、第7回通常総会の開催の件について審議を行い、異議なく承認された。また、2022年度下期事業についての報告のほか、観光に関する最近の動きなどについて情報交換やフェニックスアワード2022の選考を行った。

(2) 総会

① 第6回通常総会 (6月6日)

2022年度の通常総会は、新型コロナウイルス感染症の適切な感染防止策を講じリアルで開催し、委任状または議決権行使書の提出を含めた出席会員240団体に向けて、2021年度事業報告、2022年度事業計画・収支予算についての報告を行った後、理事・監事選任の件、2021年度収支決算の件、定款の一部改定の件(理事長職新設)について審議を行い、いずれも異議なく承認された。

その後記者会見を行い、新設した理事長職など新役員体制について松木会長より説明を行った。

また、紺野理事長より、ウィズコロナ・アフターコロナにおける東観推の取組みとして、第5期中期計画や2022年度の事業計画、特に東北観光DMPやBase!TOHOKU、TOHOKU Fan Clubなどの進捗について説明を行った。

総会後に記念講演として、東北運輸局長の田中由紀氏から「観光の現状と今後の取組み」の演題でご講演いただいた。



松木会長 挨拶



記者発表



田中東北運輸局長による講演

(3) 広域行政観光推進会議・行政観光戦略会議

① 2022年度第1回行政観光戦略会議 (4月26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、2021年度事業報告、2022年度事業計画、2022年度収支予算などについての意見交換を行った。

② 第3回広域行政観光推進会議 (8月25日~26日)

岩手県八幡平市のANAクラウンプラザリゾート安比高原にて、東北6県、新潟県、仙台市の観光担

当部局長クラス等の方々と、「2022年度 主な取組み」の進捗状況や「2023年度 事業計画骨子（案）」について意見交換を行った。

翌日は会場のホテルを運営する（株）岩手ホテルアンドリゾートの尾関副社長より安比バレー構想について講義をいただいた後、「ハロウインターナショナルスクール安比ジャパン」（2022年8月29日開校）や「暁ブルワリー八幡平ファクトリー」の視察を行った。

昼食時には「ノーザングランデ八幡平」において、（株）八幡平DMOの柴田取締役CMOや昼食会場を運営する（株）クレセントの大坊代表取締役と、「地域における多様な滞在環境」や「温泉郷の賑わいづくりと泊食分離」などについて情報交換を行った。



会議の様子



情報交換会の様子

③ 2022年度第2回行政観光戦略会議（11月1日）

2022年度上期事業報告、今後の事業計画、各県・市における今後の観光振興方策などについての意見交換を行った。

④ 2022年度第3回行政観光戦略会議（1月23日）

2023年度事業計画（案）、各県市の2023年度事業計画などについての意見交換を行った。

⑤ 2022年度第4回行政観光戦略会議（3月10日）

2022年度下期事業報告、2023年度事業計画・収支予算（案）などについての意見交換を行った。

（4）東北観光戦略会議

①第13回東北観光戦略会議（11月2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・連盟代表の方々等と、2022年度上期事業報告及び下期スケジュール、2023年度事業方針（案）について意見交換を行った。

②第14回東北観光戦略会議（3月15日）

2022年度下期事業報告、2023年度事業計画（案）などについて意見交換を行った。また、ニューヨークタイムズに盛岡市が取り上げられたことをチャンスとした取組みなどについて情報交換を行った。

（5）会員関係

様々な企業・団体の皆様の力を結集し「オール東北」で観光を推進していくことが不可欠であると考えており、あらゆる機会を捉えて入会のご案内を行うように努めた。

・3月末時点：正会員数293団体（当年度理事会における入会承認27団体）、賛助会員数126団体（当年度入会30団体）

2. 情報発信の強化

（1）講演・執筆・取材対応関係

観光関係団体等からの依頼により、紺野理事長が講演・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。

① 講演等

- ・東北索道協会総会（6月30日）
- ・北海道・東北新幹線沿線都市議長会定期総会（7月26日）
- ・最上県勢懇話会（9月27日）
- ・内外情勢調査会 東京北支部懇談会（10月13日）
- ・とうほく未来Genki プロジェクトシンポジウム（10月23日）



内外情勢調査会講演の様子

- ・タイ旅行業協会総会（10月26日）
- ・JTB旅ホ連東北支部連合会第2回理事会（10月28日）
- ・いわて観光グローバル人材育成講座（11月8日）
- ・第7回新しい東北観光シンポジウム（11月12日）
- ・日タイ観光セミナー（11月19日）
- ・DMC蔵王温泉ツーリズムコミッティ講演会（11月29日）
- ・会津磐梯山観光懇談会（12月2日）
- ・仙台ジャズヒストリーコンサート トークショー（12月4日）
- ・受入環境整備特別セミナー大船渡市（12月7日）
- ・東京大学公共政策大学院 観光地域政策（12月13日）
- ・宮城創生DMO・TIFS 設立記念観光リカレント特別セミナー（1月19日）
- ・仙台未来創造フォーラム（1月27日）
- ・河北いぐね倶楽部（2月8日）
- ・内外情勢調査会 盛岡支部（2月22日）
- ・淑徳大学経営学部創設10周年記念シンポジウム（3月13日）
- ・宮城県議会議員勉強会（3月15日）
- ・仙台市議会議員勉強会（3月22日）
- ・仙台観光交流フォーラムパネラー（3月25日）

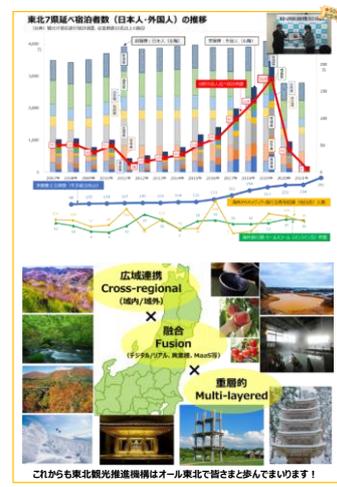
② 取材対応・寄稿

- ・月刊誌「道路」8月号 特集「観光資源と道路」
- ・日経新聞（8月3日）
- ・Genki プロジェクト（8月30日）
- ・「東経連月報」8月号（新規入会会員紹介）
- ・帝国データバンク「東北トップインタビュー」（9月12日）
- ・仙台経済界取材（2月1日）

(2) 会員に対する情報発信の強化

「旅東北NEWS」vol.43～vol.54を発行し、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、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。

また、旅東北NEWS50号では、記念巻頭特集（東観推の歩み、これまでの主要記事、宿泊人数の推移）を行った。



旅東北NEWS vol.50 記念巻頭特集

(3) メディア向け情報発信（プレスリリース）

17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。

- ・観光人材育成の取り組み 「フェニックス塾」 第七期塾生募集のお知らせ (4月15日)
- ・「フェニックスアワード 2021」 受賞団体の決定について (5月13日)
- ・第6回通常総会の開催及び新役員体制等に関する記者発表について (5月26日)
- ・一般社団法人東北観光推進機構 新役員体制について (6月6日)
- ・観光人材育成の取り組み 第七期「フェニックス塾」 入塾式の開催について (6月20日)
- ・「東北歴史文化講座」 現地ツアー 「共存する人と森・山と人を繋ぐ『山の守り人』 マタギ文化に触れる旅」 を開催します (8月19日)
- ・～TOHOKU Fan Club キャンペーン第3弾～ 「友達紹介ポイント倍増&宿泊券プレゼントキャンペーン」 を実施します (9月1日)
- ・第14回・第15回「東北歴史文化講座」 を開催します (9月8日)
- ・香港現地セミナーの実施について (10月7日)
- ・～TOHOKU Fan Club キャンペーン第4弾～ 「友達紹介ポイント倍増&宿泊券 プレゼントキャンペーン」 の実施について (11月14日)
- ・「フェニックスアワード 2022」 の募集について (11月14日)
- ・「マーケティング報告会及び海外サポートデスク報告会の取材について」 (11月29日)
- ・台湾で「日本東北遊楽日」 を開催します (12月2日)
- ・台湾で「日本東北遊楽日」 を開催し東北の魅力を発信しました (12月23日)
- ・～TOHOKU Fan Club キャンペーン第5弾～ 「友達紹介ポイント倍増&宿泊券 プレゼントキャンペーン」 の実施について (2月13日)
- ・第七期「フェニックス塾」 修了発表会ならびに修了式の開催について (3月1日)
- ・在仙東北各県紙等との勉強会開催 (3月2日)
- ・観光人材育成の取り組み 「フェニックス塾」 第八期塾生募集のお知らせ (3月23日)

II. 国内・海外共通の誘客促進

1. 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」

「ロングステイといえば東北」のブランド化を進めるBase! TOHOKU 事業では、2022年度の新規モデル地域として、①十和田奥入瀬(青森県) ②八幡平温泉郷(岩手県) ③松島(宮城県) ④男鹿温泉(秋田県) ⑤蔵王温泉(山形県) ⑥東山・芦ノ牧温泉(福島県) ⑦月岡温泉(新潟県) を加え、既存・新規それぞれのモデル地域にて検討会を開催したほか、モニターツアーやオンライン商談会などを実施した。また、旅行会社訪問による情報共有やWebプロモーションによる発信強化にも取り組んだ結果、2022年度の販売実績は6,831人泊となった。



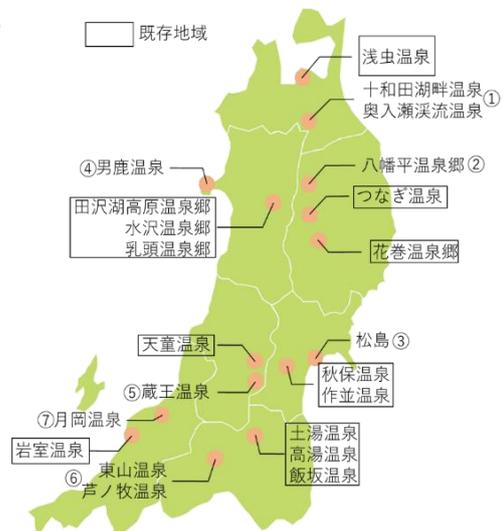
検討会の様子 (月岡温泉)



検討会の様子 (蔵王温泉)

2022年度新規エリア

- ①十和田湖・奥入瀬
- ②八幡平温泉郷
- ③松島
- ④男鹿温泉
- ⑤蔵王温泉
- ⑥東山・芦ノ牧温泉
- ⑦月岡温泉



① 参画旅行会社への説明会（7月13日）

Base! TOHOKU 事業に参画している OTA・旅行会社 11 社に対し商品造成・販売促進を目的に説明会を開催した。2021 年度の事業報告や 2022 年度の事業内容説明などを行ったのち、各旅行会社の造成・販売の現状や課題等について意見交換を行った。



会議の様子

② 商談会の実施（9月12日、14日）

Base! TOHOKU 事業に参画している旅行会社 10 社と 12 のモデル地域によるオンラインでの商談会を実施した。地域の観光協会、宿泊施設などの観光事業者から、おすすめの観光コンテンツや宿の情報などが提供され、旅行会社と商品化に向けて活発な意見交換を行った。



オンライン商談会

③ 観光事業者向け Web 説明会の実施（9月28日）

Base! TOHOKU モデル地域の宿泊施設、土産屋、観光案内所など 83 施設を対象に、Base! TOHOKU 事業の紹介及び QR 付のカード、特設ページの使い方の説明会を実施した。



QR 付のカード

④ モニターツアーの実施（10月27日～28日）

首都圏在住 20～40 代の女性を対象に、Base! TOHOKU へ組込可能となることも想定して造成中のものを含んだ福島市 3 温泉（土湯・高湯・飯坂）の各コンテンツを、「連泊」という視点で体験していただいた。

【今回の体験コンテンツ】

- ・土湯温泉・・・女沼での SUP カヤック等のアクティビティ紹介、地熱発電施設+源泉ガイド、エビ釣り体験、こけし絵付体験
- ・高湯温泉・・・雲海と紅葉が見える朝ヨガ・ピラティス視察、源泉ガイド、まるせい果樹園で果物狩り+パフェ
- ・飯坂温泉・・・レンタル浴衣着付、堀切邸含む街歩き、足湯カフェで昼食、フォトスタジオで撮影



地熱発電施設+源泉ガイド



雲海と紅葉を一望出来るヨガ・ピラティス



堀切邸十間蔵番傘ライトアップ

⑤ 参画旅行会社訪問（11月）

Base! TOHOKU 参画旅行会社を、進捗確認と課題の共有を目的に訪問。課題は、旅行会社が WEB での DP 販売に注力する中で、「2 泊のプランを売るというシステム対応が難しい」という共通の声が多かった。一方で、各社とも「差別化のためには、現地コンテンツ開発が必要」との声は共通しており、事業参画を契機に強化していきたいとのことであった。

⑥ WEB プロモーション（11月26日～3月5日）

WEB 広告を開始したことにより、TOP ページの PV 数は大幅に増加し、Base! TOHOKU ブランドの認知向上には貢献しているものの、TOP ページから地域ページへの遷移数が少ないことが課題として残った。

地域ページへのアクセスについては、総 PV 数の 3 分の 1 以上が QR 付カードと、宿に設置の POP からの流入となっている。QR 付カード補充のリクエストが上がっている地域も多く、旅ナカでの現地コンテンツのタッチポイントを増やす施策としては効果的であることから、地域と連携し設置箇所

増強を推進していく。

⑦ オンライン商談会 (2月2日~3日)

旅行会社と地域事業者を対象とした商談会を2日間開催。2021年度は秋以降の宿泊プラン・旅行商品造成となったことから、春・初夏を対象とした滞在型コンテンツを地域側から紹介し、通年を通じた旅行商品の造成・販売を依頼した。(地域事業者10社14名、旅行会社10社27名参加)

また地域事業者から旅行会社へ、コロナ前のインバウンドの状況やこれからターゲットにしたい国、インバウンド向けの連泊に資するコンテンツの紹介等を行った。



地域と旅行会社商談の様子

⑧ 参画旅行会社訪問 (3月13日~17日)

参画旅行会社へ訪問し、2022年度の実績や次年度の取組みについて報告するとともに意見交換を行った。また次年度については、インバウンドに向けた取組みにも注力していくことを伝えるとともに、引き続き4月以降も切れ目ない商品販売を依頼した。

訪問先：近畿日本ツーリスト、日本旅行東北、名鉄観光 (Web)、全日空、JR 東日本びゅうツーリズム&セールス、JTB、東武トップツアーズ、日本航空、HIS

(2) 冬の東北誘致部会

① 2022年度第1回冬の誘致部会 (11月24日)

オール東北での冬の魅力を発信する事で、冬の東北への誘客を促進するための「冬の東北誘致部会」を開催。スキー場、宿泊施設をはじめとした観光事業者が参加 (リアル19名、オンライン4名の23名)。コロナ禍前の冬季概況の振り返り、2021年度施策の報告、本年実施予定の施策であるスノーアクティビティサイトへの記事投稿、オンライン商談会などの検討と各部会員の昨今の事業環境や取組事例の共有を行った。



会場の様子

② オンライン商談会 (2月1日)

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ための「冬の東北誘致部会オンライン商談会」を開催。前半は、訪日の手配を行っているランドオペレーターに対し、東北の各スキー場紹介やスキー場に近しい温泉地、冬のグルメ、スキー以外のおすすめ観光コンテンツなど、東北ならではの冬の魅力を紹介した。後半では、スキー場や宿泊施設をはじめとした観光事業者と、ランドオペレーターの商談会を実施し、冬の東北への誘客を促進した。(観光事業者10社、ランドオペレーター10社)

(3) 日本観光ショーケース in 大阪・関西出展 (3月24日~26日)

インテックス大阪 (大阪府) で開催された「第2回 日本観光ショーケース in 大阪・関西」に出展。期間中は3,343名 (速報値) の来場があり、東観推ブースにも多くの方にお立ち寄りいただいた。国内旅行メインの展示会ではあったが、BtoB向けの商談日にはインバウンドのご相談も多数いただいた。

東観推ブースでは出展期間中の特別企画として、TOHOKU Fan Club に新規ご入会の方にオリジナルの升をプレゼントし多くの方にご入会いただいた。また、主催者企画のステージイベントにて行われた、月亭八光さんとお笑いコンビ「女と男」市川さん司会による「よしもと住みます芸人による地域PRステージ」では、福島県住みます芸人のぺんぎんナッツさんと一緒に福島県のPRを行った。



TOHOKU Fan Club への入会の様子



ブースPR 中継の様子

2. マーケティングプラットフォームの構築と展開

(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

① 東北観光 DMP の各種観光施策への活用に向けたセミナー等の実施

東北観光 DMP 参入自治体（青森県、宮城県、秋田県、福島県、新潟県、仙台市）の DMP 担当者及びプロモーション担当者に対して、東北観光 DMP の機能や活用方法、活用事例の紹介、分析デモ（演習）、意見交換をハイブリッド形式で開催するなど、東北観光 DMP の各種観光施策への本格活用に取組んだ。

- ・参入自治体との担当者会議の開催（4月19日）
- ・東北観光 DMP・CRM 勉強会（5月12日、5月16日）
- ・青森県内 5DMO への実証実験に向けた東北観光 DMP 説明会（6月13日）
- ・東北観光 DMP 参入自治体合同セミナー（第1回：6月16日、第2回：9月30日、第3回：12月23日、第4回：3月13日）
- ・東北運輸局に対する東北観光 DMP 説明・意見交換会（6月17日）

② 国内動態データ性年代別リリース（8月29日）

2021年1月～2022年7月の国内動態データに性別と年代が付与されたデータを可視化したダッシュボードをリリースした。2022年8月～12月のデータに関しても、毎月月末までに前月分のデータを更新した。

③ 消費購買データ（海外）リリース（9月30日）

2019年のインバウンドクレジットカードデータを可視化したダッシュボードをリリースした。

④ 消費購買データ（国内）リリース（10月31日）

国内消費購買データを可視化したダッシュボードをリリースした。

⑤ 国内アンケートデータ可視化（12月）

2021年度に実施した東北DC旅行者向けアンケート、2022年度の国内旅行者アンケート（上半期）データを東北観光 DMP に格納・可視化したダッシュボードをリリースした。

(2) 東北観光 DMP 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「観光地域づくり法人の体制強化事業」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、プロモーション専門人材を登用。東北観光 DMP を活用した誘客戦略の策定に向けた観光マーケティングデータ分析を行った。また、月次で SNS の投稿実績の分析を行い、分析結果を記事内容・スケジュール等に反映し、改善を図った。

- ・専門人材派遣企業：(株)マッキンゼーエリクソン

(3) 東北域内広域分析

東北観光 DMP を活用して、コロナ前（2019年）における訪東北外国人の訪問や消費の傾向分析を行った。東北観光 DMP の海外動態分析や2022年度から格納・可視化が開始した消費購買分析を用いて、国別に訪問者数推移や訪問スポット、業種別消費シェア等を明らかにした。また、東北への訪問者数が最も多い台湾に焦点を当て、季節ごとの訪問傾向分析や観光スポット別の消費金額と訪問者数を掛け合わせ



国内動態分析ダッシュボード



消費購買分析ダッシュボード

たクロス分析等も行い、ポストコロナに向けて注目すべきシーズンや観光スポット等を明らかにした。

(4) 観光 DX 推進緊急対策に係る実証事業

観光庁「持続可能性の高い観光地経営の実現に向けた観光 DX 推進緊急対策に係る実証事業」を活用した、東北に中長期滞在を定着させるため、東北観光 DMP を活用して国内動態データからウィズコロナ下の新たな旅行ニーズを分析し、2021 年度にポストコロナを見据えて東北の 8 モデル地域（①浅虫、②花巻、③つなぎ、④秋保・作並、⑤田沢湖・水沢・乳頭、⑥天童、⑦高湯・土湯・飯坂、⑧岩室）で造成した 2 泊 3 日の宿泊プランの商流構築により、旅行者の動態変化を起こす実証実験を実施した。また、本事業終了後を見据え、東北観光 DMP の拡張性を向上するためのシステム開発を行った。

事業名：東北観光 DMP を活用した新たな旅のスタイル定着事業

コンソーシアム名：東北観光 DMP を活用した観光 DX 推進コンソーシアム

コンソーシアム企業：東北観光推進機構、スプラウトジャパン、Agoop、リクルート

連携企業：NTT 東日本

① 体験コンテンツ付きモニター宿泊プランの造成・販売

プラン造成について、モデル 8 地域合計で 109 のプラン造成に着手。全国旅行支援による人手不足等の影響で造成中止となったプランも多かったが、最終的に 59 プランを造成した。

プラン販売について、10 月 11 日から開始された全国旅行支援の影響で宿の在庫が枯渇し、年明け前までは厳しい状況であったが、1 月以降は市場が落ち着いてきたこともあり、湯めぐり付きのプランを中心に販売実績を 402 人泊まで伸ばすことができた。

② 東北観光 DMP と CRM のデータ連携

CRM データを DMP に連携するための仕組みを構築し、分析ダッシュボードを作成した。CRM 会員の基本属性や CRM での投稿に対する反応をダッシュボードで可視化。性別や年代、居住地のほか、CRM の投稿お知らせメールの開封率、投稿内リンクのクリック率、アンケート回答率によるデータの絞り込みにより、ロイヤルカスタマーの属性を特定することが可能となった。

③ 成果報告会（3 月 13 日）

東北における中長期滞在の定着・周遊促進を図るため、東観推が実施している、「東北観光 DMP」、「Base! TOHOKU」、「TOHOKU Fan Club (CRM システム)」の 3 つの取組を連動させた実証事業の成果を観光庁及び有識者の方々に報告した。

(5) 令和 4 年度広域周遊観光促進のための観光地域支援事業

① 東北観光 DMP を活用した観光消費動向分析に基づく観光戦略策定事業

インバウンドの 2019 年消費購買データ（クレジットカードデータ）について、東北観光 DMP に格納及び可視化した（9 月 30 日リリース）。

東北観光 DMP に一元化している他の観光マーケティングデータ（動態・公的統計など）と掛け合わせた分析を行い、各エリアの強みや弱みをデータに基づき把握し、観光消費額を増やすための観光戦略の策定を行った。

② ポストコロナを見据えた域内連携マーケティング事業

外国人への Web アンケート（台湾・中国・韓国・タイ・豪州 計 1,081 サンプル）により、ポストコロナを見据え造成した東北域内の観光コンテンツに対する外国人のニーズ把握とともに、他エリアを比較した東北の強みと課題を明確化するためのマーケティング調査を 9 月に実施した。

アンケート調査結果については、東観推マーケティング報告会（12 月 8 日）で報告した。Web アンケートを深掘りするグループインタビュー調査を 2 月 10 日及び 15 日に実施した。本事業の調査結果を東北観光 DMP に格納及び可視化した。

(6) 各県からの委託事業

① 青森県

青森県の次期観光戦略の策定に向け、同県への誘客を推進するため、DMP を活用し、who（誰に）what（何を）how（どのように）訴求するのが効果的なのかを整理するための分析を実施した。

② 宮城県

宮城県職員が東北観光 DMP を利活用して施策を立案・推進していくための土台づくりを支援するこ

とを主な目的とし、DMP を活用したターゲットの精緻化や施策検証に係る深掘りの手法など、職員の DMP 利活用をサポートするためのマニュアルを作成した。

③ 秋田県

国内観光客を分析対象として、動態データや消費購買データを活用し、秋田県への更なる誘客に向けて、プロモーションを強化すべきターゲットをデータに基づき明確化することを軸とした分析を実施した。

④ 福島県

消費購買データによる東北6 県及び新潟県におけるインバウンドの消費動向に加え、動態データと消費購買データとのクロス分析を実施した。

(7) マーケティング報告会及び海外観光サポートデスク活動報告会 (12 月 9 日)

仙台国際センターにて「東北観光推進機構マーケティング報告会及び海外観光サポートデスク活動報告会」をリアルとオンラインのハイブリッド形式で開催し、250 名の参加があった。(現地参加125 名、オンライン参加125 名)

当日は、前述の東北域内広域分析の結果を報告するとともに、「ポストコロナを見据えた域内連携マーケティング事業」で実施したアンケート調査の速報を報告した。また、海外観光サポートデスク活動報告では、ポストコロナ期の東北 へのインバウンド誘致においてカギとなる ASEAN と中国市場 の動きについて各サポートデスクから報告を行った。



会場の様子



サポートデスク発表の様子

(8) 2022 年度ゲートウェイ調査の実施

1 月 18 日より仙台＝台湾間の定期便が再開したため、翌日の 19 日から出発ゲート付近で聞き取り調査を実施した。調査では、訪問目的やタビマエの情報源、満足度、再訪問意向等を聞き取り、結果を東北観光 DMP へ格納・可視化した。

(9) 東北経済産業局「TOHOKU DX 大賞」支援部門 優秀賞受賞

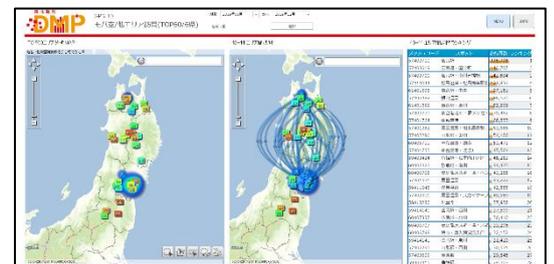
「TOHOKU DX 大賞」とは東北経産局が、東北地域における事業者等の DX 推進に寄与することを目的に、2021 年度から実施している事業であり、2022 年度は 7 月～9 月に募集が行われた。東観推では「支援部分 (DX に資する支援)」において、【DMP と CRM システムを活用した広域観光戦略立案による、東北への観光誘客促進】と題して 9 月末に応募を行い優秀賞が決定し、11 月 30 日の授賞式に参加した。



仙台コンベンションセンターでの授賞式



授賞式の様子



ダッシュボード

3. 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事業

CRM (カスタマー・リレーションシップ・マネージメント) を活用した持続可能な東北観光を実現するための活動を一緒に応援してくれるファンの会員組織「TOHOKU Fan Club」では、会員 (ファン) を募集するとともに、ファンに向けて東北の観光情報やイベント情報の発信を行った。



(1) 主な情報発信

No	発信	投稿タイトル	依頼者	会員種別	開封率(%)
1	4月1日	「巡るたび、出会う旅。東北 宮城・山形・福島」春の観光キャンペーンを開催します！	JR 東日本	正会員	56.85
2	25日	「東北未来芸術花火 2022」チケット明日 4/26 より一般発売開始！	東観推	-	53.89
3	6月14日	7/2 開催！ワインの祭典「山形ワインバル 2022 in かみのやま」	JTB	正会員	49.63
4	30日	「仙台空港アニバーサリーフェア 2022」開催！	仙台空港	正会員	38.81
5	7月8日	「2022 東北観光フリーパス」で東北を思う存分旅しよう！	NEXCO 東日本	正会員	32.33
6	12日	北東北三県大型観光キャンペーン 「ドキドキ、キタキタ 北東北」が開幕しました！	JR 東日本	正会員	35.16
7	28日	「あなたの北東北レンタカー旅」イベント開催中！	八幡平DMO	正会員	34.73
8	8月1日	それはまるで映画のセットのような美術館 福島県郡山市で「バンクシーって誰？展」が開催中です！	福島県	正会員	32.44
9	3日	8/21 まで「夏のまきばフェスタ」開催中	小岩井農場 まきば園	正会員	45.35
10	8日	田んぼアート	東観推	-	32.66
11	19日	東北歴史文化講座「『山の守り人』マタギ文化に触れる旅」を開催します！	東観推	-	30.36
12	22日	サンドクラフト 2022 in みたね(秋田 三種町)	東観推	-	29.64
13	29日	猪苗代ハーブ園のフォトスポット『アンブレラスカイ』が大人気！	ホテル リステル	-	30.43
14	9月16日	シニアスポーツの祭典「日本スポーツマスターズ 2022 岩手大会」に注目です！	岩手県	正会員	45.24
15	20日	旅の祭典 “ツーリズム EXPO ジャパン 2022” へ是非、ご来場ください！	東観推	-	31.14
16	22日	東北歴史文化講座及び「マタギ」オンラインツアーを開催します！	東観推	-	43.87
17	28日	「ぶどう狩り、赤湯温泉、雲海、パラグライダー」山形県南陽市での過ごし方はこれ！	東観推	-	42.81
18	30日	JR 只見線全線再開記念「会津トレイル×只見線満喫ツアー」予約受付中！	日本旅行	正会員	38.9
19	10月5日	「さんりく旅するべ博 2022」開催中！	岩手県	正会員	43.3
20	14日	【オファー】山寺から天童温泉まで山形の食と酒を味わうもぐもぐウォーク	山形県	正会員	38.4

21	19日	絶景の紅葉ドライブ ～福島県「磐梯吾妻スカイライン」～	東観推	-	32.5
22	20日	【英語】3年ぶりに復活！秋田県仙北市「抱返り溪谷紅葉祭」	東観推	-	27.5
23	21日	「もぐもぐ秋の幸 蔵王の恵み堪能オンラインツアー」参加募集中！	NTT 東日本	正会員	31.8
24	11月1日	【オファー】「きくあるく横手城下」無料体験モニター募集中！	秋田県	正会員	45.0
25	2日	聖地・松島に光、ふたたび『瑞巖寺・円通院紅葉ライトアップ2022』	東観推	-	31.4
26	18日	「ル レクチエといちごを味わうオンラインツアー」～新潟県新潟市～	新潟県観光協会	正会員	31.2
27	25日	日本三大薬湯「松之山温泉郷」～歴史ある温泉・新潟県十日町市～	東観推	-	30.1
28	12月1日	「2022 東北観光フリーパス」で冬の東北を思う存分旅しよう！	NEXCO 東日本	正会員	39.2
29	15日	秋田県プレミアムスキーチケット販売開始！最大50%オフ！	秋田県	正会員	42.7
30	15日	【繁体字】冬の秋田県新玉川温泉で連泊プチ湯治がおすすめ	東観推	-	40.0
31	15日	【繁体字】東北旅行は賢くお得に～鉄道と高速道路のお得な使い方～	東観推	-	50.0
32	22日	【オファー】「無報酬型 JAL ふるさとワーキングホリデー参加募集」	八幡平DMO	正会員	25.8
33	1月6日	【参加者募集中！】山形県「暮らし体験ツアー（2月）」	JTB	正会員	29.7
34	13日	岩手県二戸市で伝統のサイトギ見学【プレゼントキャンペーン実施中！】	リクルート	正会員	30.5
35	13日	【アンケート】観光に関するアンケート調査（岩手県二戸市）	リクルート	正会員	40.3
36	19日	「第60回なまはげ柴灯まつり」開催（2/10～12）！！～秋田県男鹿市～	秋田県	正会員	42.7
37	24日	【台湾会員向けアンケート】域内連携マーケティングに関する調査	東観推	-	61.2
38	2月1日	「第47回弘前城雪燈籠まつり」開催～青森県弘前市～	東観推	-	33.1
39	3日	東北旅行に関するアンケート	東観推	-	39.8
40	13日	～TOHOKU Fan Club キャンペーン第5弾～【日・英】	東観推	-	36.5
41	14日	（2・3月限定）福島県の文化財に出会う旅	日本旅行 東北	正会員	38.5
42	15日	「令和5年 八戸えんぶり」開催～青森県八戸市～	東観推	-	32.6
43	17日	大曲の花火「春の章」に行こう！！～秋田県大仙市～	秋田県	正会員	32.3

44	20日	冬の下北半島でココロと体を温めよう～青森県・下北半島～	しもきた TABI アシスト	正会員	32.6
45	3月1日	あきた花紀行～仙北市～	東観推	-	30.4
46	6日	相馬市内の宿泊施設が宿泊料の50%割引！！	福島県	正会員	34.9
47	11日	～残りあと5日！TOHOKU Fan Club キャンペーン 第5弾～	東観推	-	29.3
48	16日	秀吉天下統一最後の相手「九戸政実」の城九戸城 跡をめぐる	リクルート	正会員	31.5
49	22日	桃源郷と称えられた桜の名所「花見山」～福島県 福島市～	東観推	-	31.0
50	24日	宮城県の桜と花のスポットを巡ろう	東観推	-	30.1
51	29日	圧巻！4,000本の桜が咲き誇る「高田城址公園」	東観推	-	31.9

週に1～2回の頻度で記事を投稿し、投稿お知らせメールの開封率は非常に高い傾向となった。同じ記事を異なるターゲットに同時に配信しターゲット毎の関心度の違いを計測するなど、TOHOKU Fan Club が持つ機能を利用しマーケティングツールとしての活用も開始した。

また、オファー機能も TOHOKU Fan Club 会員向けの有効な集客ツールとして、東観推会員による活用が増加した。

・投稿、オファーの例



八幡平 DMO の投稿



東観推の投稿



岩手県の投稿



山形県のオファー



日本旅行のオファー



秋田県オファー



NTT 投稿



新潟県観光協会投稿



八幡平DMO オファー



リクルート投稿



東観推投稿



福島県投稿

・CRM 会員募集状況

3月末時点:本登録会員数 24,377人

9月1日から30日まで友達紹介ポイント倍増&宿泊券プレゼントキャンペーンを実施し、友達を紹介した会員、紹介された会員双方に通常の倍のポイントを付与するとともに、抽選で8組16名に宿泊券をプレゼントした。

そのほか、ツーリズム EXPO では「TOHOKU Fan Club」会員募集コーナーを設けノベルティの配付等により積極的な会員勧誘を図った。

また、11月~12月及び2月から3月にかけて実施した「友達紹介ポイント倍増&宿泊券プレゼントキャンペーン」期間においては、台湾の東北遊楽日で708人の会員を獲得した。

さらに、2月13日から3月17日まで2022年度最後のキャンペーンを実施し、3,662名の会員を獲得。キャンペーンにあたってはWEB 広告を打ったほか、キャンペーン期間後半は期間途中までの傾向を踏まえ、ターゲットを関東以北の45歳以上に絞り、二種類あったクリエイティブについて、宿泊券プレゼントを訴求する一種類のみに絞ることにより、会員一人当たりの獲得単価を下げる事ができた。



チラシ

(2) 福島県観光デジタルマーケティング事業

CRM システムの活用と将来的な導入を福島県が支援することで福島県内の4地域〔磐梯熱海温泉地域・猪苗代町・磐梯町・北塩原村地域、南会津地域、二岐・岩瀬・湯本温泉(天栄村)地域〕の効率的な販売活動のきっかけを創出することを目的とした事業を実施した。

11月15日から旅行商品を販売した結果、期間計178件、507人泊(2022/11/15~2023/2/28チェックアウトベース)の実績となった。3月1日にオンラインで開催した事業報告会では、事業の対象となった地域から、本事業が非常に有効に機能したとの声も寄せられており、CRMによるマーケティングが地域のコンテンツの掘り起こしに有用であることが確認できた。

4. ツーリズム EXPO ジャパン 2022 出展業務

会期：9月22日～25日 ※業界日：22日～23日 一般日：24日～25日

会場：東京ビッグサイト

4年ぶりの東京開催となった、世界最大級の旅の祭典「ツーリズム EXPO ジャパン 2022」へ、「列車にのって東北に会いに行こう」をメインテーマに東日本旅客鉄道株式会社と共同で出展した。東北及び新潟県の選りすぐりの観光コンテンツをパネルで紹介したほか、冬の東北をバーチャルで体験できるVRコーナーや「TOHOKU Fan Club」会員募集コーナーを設けた。またステージでは7県の郷土芸能を披露するなど、観光情報等を広く発信することで、東北及び新潟県への更なる観光流動拡大及び訪問意欲の醸成を図った。



ブース全景



内外の要人の訪問

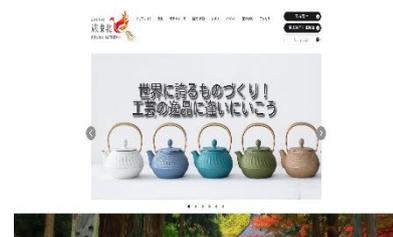


会場の様子

5. 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、情報発信を継続した。旅東北ホームページのトップ画面を固定画像から動的画面へ変更し、タイムリーな情報発信を可能とした。



旅東北トップページ(動的画面による情報発信の例)

(3月末現在)

言語	2022年度PV数	2021年度比	2020年度比
日本語	3,942,616	85%	138%
英語	286,041	164%	136%
繁体字	115,623	258%	264%
簡体字	115,623	83%	81%
韓国語	28,137	129%	264%
タイ語	25,032	114%	125%
合計	4,419,371	89%	140%

※広告からのリーチを除いた実績

(2) SNSによる情報発信

コロナ収束後の誘客に向け、SNSを活用し日本国内及び海外に向けて東北の旬な観光情報の発信を行い、幅広い層に向けた東北の魅力発信に取り組んだ。

6月からは、東北各県で活躍するマイクロインフルエンサー6名を「東北PR局アンバサダー」に任命し、年間を通じてアンバサダー自身のInstagramから各県の観光情報等を発信した。

さらに、9月1日から「東北PR局ハッシュタグキャンペーン」を開催した。(2023年2月28日までの6カ月間)

(3月末現在)

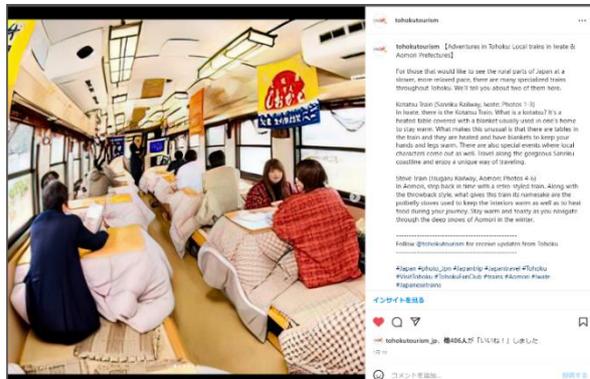
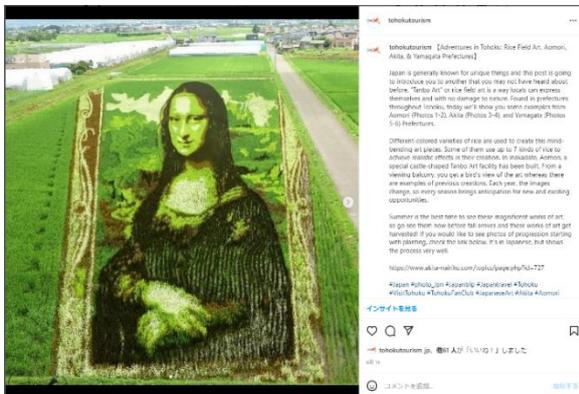
対象	総リーチ数			2022年3月末からのフォロワー増減率
	2022年度	2021年度比	2020年度比	
英語圏 【Facebook】	988,268	190.5%	294.8%	99.8%
英語圏 【Instagram】	64,145	102.5%	701.2%	122.0%
日本語版 【Facebook】	245,852	281.6%	—	105.1%
日本語版 【Instagram】	342,049	428.3%	—	193.6%
ムスリム圏 【Facebook】	73,388	332.7%	1612.2%	98.9%
香港・台湾 【Instagram】	70,265	189.0%	329.9%	159.9%
中国 【微博(ウェイボ)】	5,811,798	440.1%	201.1%	115.4%

※広告からのリーチを除いた実績

・投稿の例



日本語での情報発信例



英語圏・ムスリム圏への情報発信例



香港・台湾への情報発信例



中国への情報発信例

・東北PR局アンバサダー



【青森県】平沼日菜子さん



【岩手県】六串しずかさん



【宮城県】Bonpon511さん



【秋田県】TOMOさん



【山形県】荒生沙緒利さん



【福島県】ゆうみさん

・「#東北PR局」投稿数（2022年度） 6.6万件（総投稿件数10.8万件）

(3) JNTO と連携したプロモーション事業

① 広告宣伝事業

JNTO が各広域連携DMOのWEBサイト内にランディングページを制作し、オンライン広告を展開するとともに、世界的に影響力のあるグローバルメディアでの記事広告を掲載した。

- ・ランディングページ：周遊コース及びテーマ別スポットが各3コース、全国周遊の1コースで構成され、旅東北ホームページ内へ誘引した。（全国10ブロックがサイト内で連動）
 NATURE（自然）白神リバートレッキング・松島四大観・みちのく潮風トレイル
 CULTURE（文化）出羽三山山伏・大内宿での着物着付け・平泉の文化遺産
 ACTIVITY（体験）八戸酒造・蔵王温泉スキー・佐渡たらい船



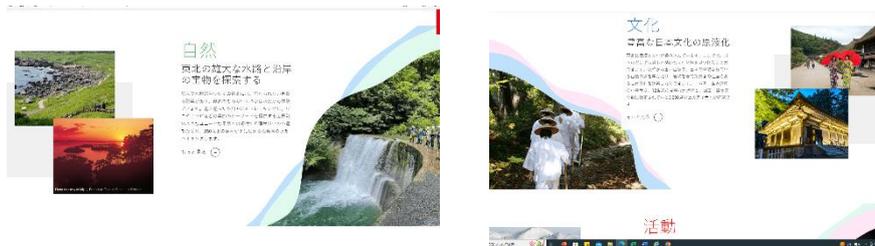
事業概要



実施施策全体図



TOPページ※英文表記



ページ例※英文表記

- ・オンライン広告（英語配信）：2月22日～3月14日の期間で配信。
 バナー広告：Google_4本（アメリカ・イギリス・オーストラリア・カナダ）
 :Crimtan_2本（アメリカ・イギリス）
 動画広告：YouTubue_4本（アメリカ・イギリス・オーストラリア・カナダ）
 総括：インプレッション達成率116%、クリック達成率184%、動画視聴率460%、リーチ達成率165%で、全ての指数で目標値を大きく上回る結果となった。

	インプレッション数	クリック数	CPA	CTR	視聴数	完全視聴数	予算	リーチ数
合計(目標値)	16,345,557	145,517	¥37	0.87%	356,152	64,107	5,448,220	3,624,651
合計(実績値)	18,925,998	268,046	¥20	1.30%	1,639,144	252,458	5,458,536	5,963,690
達成率	116%	184%	-	-	460%	394%	100%	165%

- ・記事広告：
 BBC：域内周遊記事
 春（北上展勝地・角館）、夏（ねぶた祭・長岡花火大会）、秋（鳴子峡・磐梯吾妻スカイライン）、冬（蔵王スキー・安比高原スキー・銀山温泉）2月17日より配信
 TRAVEL+LEISURE：地域間周遊記事（白神山地）2月1日より配信
 CNN：地域間周遊記事（みちのく潮風トレイル）2月2日より配信

ランディングページ内に3月22日より掲出開始
<https://www.tohokukanko.jp/en/wonder-around-japan/news/>



② デジタルプロモーション事業

ホームページにおける SEO 対策や SNS による効果的な情報発信に向けた勉強会を実施した。

・SEO 対策

旅東北 HP の現状分析調査から、テクニカル面では比較的安定していることから、コンテンツ面をさらに強化するため、対象市場において検索件数の多いキーワード等を用いたコンテンツを作成することとなり、検索件数の多いキーワード（銀山温泉）を用いたコンテンツを作成した。

Scenery, Health Benefits, Accommodations, Food: A thorough explanation of the charms of Ginzan Onsen in Yamagata Prefecture
2023.01.30

The Ginzan Onsen region of Yamagata has many attractions, such as photogenic townscapes with nostalgic glimpses of Taisho-era culture, hot springs with many health benefits, and spectacular natural landscapes. Read on to find out how to discover them all.

1. Enter a nostalgic and bizarre world



銀山温泉

・SNS 連携

海外事務所リポスト

	日時	コンテンツ名	掲出先	リンク
1	2023/1/5	横手 (雪まつり・かまくら)	シドニー事務所	https://www.instagram.com/p/C7Q7xgssoxi/
2	2022/12/28	大内宿	ロンドン事務所	https://www.instagram.com/p/C7qrxT0rI6U/
3	2023/1/23	大内宿	シドニー事務所	https://www.instagram.com/p/C7qrxT0rI6U/
4	2023/2/22	青森県 八戸えんぶり	ロンドン事務所	https://www.instagram.com/p/C78tWTD1ZKP/

・リポストの例



横手かまくら



大内宿

6. 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

東北6県と新潟で開催するセミナーとワークショップを通し、オール東北の観点から東北の観光振興策を企画・立案する構想力と実行する行動力を持った人材育成のため「フェニックス塾」を開催しており、2022年度も第七期生38名を迎えて6月より開始した。

	開催日	内容
入塾式 第1回	6月29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み」（東北観光推進機構 紺野理事長）
第2回	7月29日 盛岡市	<ul style="list-style-type: none"> セミナー「東北観光の未来」（東北観光推進機構 特別顧問 小縣方樹氏） ワークショップ（東北観光の現状把握と課題の洗い出し）

第3回	9月 15、16日 北塩原村 (裏磐梯)	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー「アフターコロナの観光復興に向けた取組みと持続可能な東北観光」 (東北運輸局長 田中由紀氏) ・ワークショップ (グループ毎の研究テーマ設定と現状把握の深化)
第4回	10月7日 山形市	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー①「ポストコロナ、東北観光の展望と地域活性化に求められるもの～地域 未来 につながる観光地経営とは」 (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) ・セミナー②「地域一体となった共創の未来」 (DMC 天童温泉 代表取締役社長 山口敦史氏) ・ワークショップ (「東北 (TOHOKU) を国内外から選ばれる観光地にするには」というテーマを踏まえ、各グループの決めたテーマに沿った現状把握、課題の洗い出し)
第5回	11月 17、18日 仙北市	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー①「デジタル変革が切り開く東北観光の未来」 (コミュニティデザイナー 陳内裕樹氏) ・セミナー②「旅するかぶの」 (かぶの観光物産公社 清水涼太氏) ・ワークショップ (テーマについてのグループディスカッション) ・エクサカーション①「田沢湖・角館観光協会の取組み」 (田沢湖・角館観光協会 専務理事 桑島功氏) ・エクサカーション②MaaS等を利用した角館の視察
第6回	12月16日 新潟市	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー「これからの観光産業を支える皆さんへ～海外市場動向と効果的な情報発信のあり方～」 (日本政府観光局 (JNTO) 理事長代理 蔵持 京治氏) ・ワークショップ (テーマについてのグループディスカッション)
第7回	1月27日 青森市	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー①「観光地域づくりによるブランディングと活性化」 (あおもり創生パートナーズ 高坂幹氏) ・セミナー②「東北観光DMPからみえること」 (東観推DX戦略部 武澤秀一) ・ワークショップ (テーマについてのグループディスカッション)
第8回	3月7日 松島町	<ul style="list-style-type: none"> ・修了発表会・修了式 ・「東北 (TOHOKU) を国内外から選ばれる観光地にするには」のテーマについて、各グループごとに提言発表 ・田中東北運輸局長 (来賓) からの塾生への期待を込めたお言葉



入塾式



セミナーの様子



ワークショップの様子



エクサカーションの様子



修了式

7. その他 受託事業等

(1) 東北域内 DMO との連携強化

① 東北域内 DMO 会議の開催 (6 月 28 日)

地域連携 DMO、地域 DMO を対象とした「東北域内 DMO 会議」を、リアルとオンラインのハイブリット方式で開催した。33 団体、計 52 名（うちオンライン参加 28 名）の参加に加え、東北運輸局、JNTO から出席いただいた。会議では、東観推の事業説明や東北運輸局及び JNTO からの情報共有のほか意見交換を実施した。また、DMO からの好事例共有として、田沢湖角館観光協会の青山事務局長より、フェニックスアワードを受賞した「田沢湖を活用したアクティビティ造成の取組」を発表いただいた。



会議の様子



田沢湖角館観光協会からの好事例共有

② 東北域内 DMO 会議の開催 (12 月 6 日)

東北域内 DMO 会議において、東北観光推進機構と域内 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、ALL 東北での誘客促進を加速させることを目的に域内の DMO 会議を実施。

(一社) Clan PEONY 津軽、(株)八幡平 DMO、(株)かづの観光物産公社、(一社) あきた白神ツーリズムの 4 社からコンテンツの商品化と販路の確保について取組事例を発表していただいた。

東観推の事業については、DMP に関心度が高く多くの質問が寄せられた。



取組事例共有

③ DMO 訪問の実施 (7~11 月)

東北域内 35 箇所の地域連携 DMO、地域 DMO を対象に、東北域内 DMO 会議を受けて東観推事業に関する連携や課題などについての議論をより深堀し、オール東北での誘客促進を加速させることを目的として、個別訪問を実施し対面による意見交換を行った。

(2) 広域連携 DMO 会議 (11 月 25 日~26 日)

2022 年 7 月より、東北・関東・中央日本・関西の 4 広域連携 DMO が広域連携 DMO 会議を開催し、各地域の状況について意見交換を行っており、今回は第 2 回目となる会議を東観推のホストで開催し、北海道を加えた 5 広域連携 DMO にて各地域の状況や、観光庁・JNTO との連携のあり方について意見交換を行った。



会議の様子

(3) 日本観光振興協会東北支部の運営支援業務

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を踏まえ、第七期フェニックス塾への同協会による運営支援等を通じて、東北地域における一体的な事業運営に努めた。

III. 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) 訪日プロモーション担当者会議開催 (4 月 14 日、6 月 23 日、9 月 20 日、11 月 28 日、2 月 10 日)

2022 年度より、7 県 1 市の訪日プロモーション担当者との情報共有及び意見交換を隔月で行うこととしており、各県市との連携事業実施スケジュール・進捗状況、2023 年度訪日プロモーション連携事業

(案)、台湾現地イベント「日本東北遊楽日」詳細及び各県市との連携方法、「TravMedia」の活用状況等について情報共有・意見交換を行った。

(2) 訪日プロモーション事業

① 台湾市場に向けた取組

・台湾関係団体訪問 (7月7日)

(エバー航空日本支社、台湾観光協会東京事務所、台北駐日経済文化代表処)

訪日プロモーションにおける重点市場の台湾において、航空会社を含めた関係団体に対し、2022年度台湾イベント「日本東北遊楽日」について概要を説明するとともに、イベントを契機にした東北＝台湾間の往来活発化に向けた取組みへの協力を要請した。

・台湾における東北プロモーション事業 (旅行会社招請 11月6日～10日)

台湾現地からエバー航空のキーエージェント3社3名を招請し、台湾で人気の高い紅葉を中心に、コロナ前から人気の高かった東北のコンテンツや、コロナ流行後に誕生した新たなコンテンツを組み合わせ紹介することにより、台湾からの訪東北旅行商品の増加を促進した。



鳴子峡



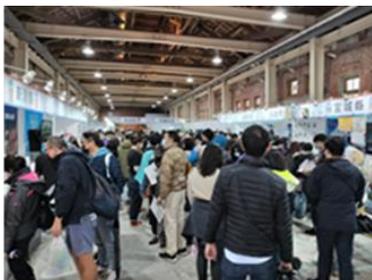
スイデンテラス



鳥海山木のおもちゃ美術館

・台湾における東北プロモーション事業 (12月15日～18日)

東北における最重要市場である台湾市場において、東北の知名度向上と訪東北旅行商品の増を目的に、東北PRイベント「日本東北遊楽日」及び東北観光セミナー・商談会を実施し、東北の魅力を強力に発信。イベントへは約7.8万人の来場者があり、東北の知名度向上に繋がる取組みとなった。また、本事業に合わせ、東北の自治体等と共に台湾現地航空会社を訪問し、定期便の就航を働きかけた。



日本東北遊楽日会場



日本からの記念品贈呈



航空会社訪問

② タイ市場に向けた取組

・タイ国政府観光庁 (TAT) 東北絆まつり 2022 秋田への招待 (5月28日)

会場では、「東北絆まつり展示会場」や東北6祭りのパレードを見ていただき、祭りを中心とした東北の魅力を体感していただいた。また、仙台市も参加の上、意見交換会を開催し、今後の相互交流促進に向けた検討を進めた。



東北絆まつり会場の様子



・タイ現地旅行会社へのヒアリング（6月30日）

タイの大手旅行会社3社（Siam Orchard Group、World Surprise Travel、World Pro Travel）とオンラインを活用したヒアリング・意見交換を実施。タイ現地の状況や訪日旅行解禁後の課題、訪日・東北旅行へのニーズについての聞き取りを行った。



ヒアリングの様子

・タイ旅行業協会（TTAA）とのオンラインミーティング（8月4日）

TTAA・東北観光推進機構・仙台市・仙台観光国際協会が2015年に締結した「インセンティブツアー等の促進に関する相互連携・協力協定」の当事者の4者によるオンラインでのミーティングを開催し、TTAA Charoen 会長の会長就任に伴う挨拶を行うとともに、今後東観推が実施するタイ事業についての説明や意見交換を実施した。



オンラインミーティングの様子



TTAA 会長等出席者

・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（8月1日～5日）

タイから東北を訪れるツアーの造成促進を図り、早期の訪東北タイ人旅行者回復に繋げることを目的として、タイ現地から旅行会社3社（Jubilee Travel、S.B.A Travel、Asahi Travel Service）の招請を行い、青森県・秋田県・岩手県・宮城県の視察を行った。



十和田湖リブツアー



小岩井農場



秋保温泉 蘭亭

・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 10月20日～24日）

東北の紅葉を多種多様な角度から満喫し、写真映えするスポットと食文化を堪能する旅をテーマに、タイ現地から旅行会社3社3名を招請し、日本海側を周遊するコースで視察を実施。日本の入国制限緩和後、訪日旅行の需要が高まるタイにおいて、訪東北旅行商品の造成を促進することにより、タイからの旅行者増を図った。



玉川温泉大橋



スイデンテラス



今代司酒造

・TTAA 総会での東北セミナー実施に係るタイ訪問（10月25日～29日）

タイ旅行業協会（TTAA）総会において仙台・東北セミナーを実施しタイ現地の旅行関係者に最新の観光情報を届けるとともに、今後の送客について直接依頼を行うため、タイ現地セールスを行った。

また、仙台市・仙台国際空港とともにタイ国際航空（TG）等関係機関を訪問し、引き続きの相互協力について確認した。



東北セミナー



TG 訪問



タイ政府観光局訪問

・JNTO 主催タイ旅行会社とのオンライン商談会（11月8日）

各旅行会社に対して、旅行商品造成促進につなげることを目的とし、旅行会社のニーズに合わせ東北の基礎的な観光情報の提供や、コロナ流行後にできた新たな観光施設の紹介を行うとともに、旅行会社からの要望に合わせて、体験型コンテンツの詳細や農場視察など（最上川舟下り、小岩井農場）について、ウェブサイトの紹介や情報提供を行い、企画商品造成のみならず東北への視察旅行への一助となるよう対応した。

・日タイ観光セミナー参加による東北プレゼンテーション（11月19日）

10月11日の水際対策緩和によるFIT解禁を受け、日タイ間の相互往来復活に向け、双方の観光関係者間の連携を確認するとともに、両国の最新の観光情報を提供することを目的としたセミナーをJNTO主催により開催。10月下旬の現地タイでのタイ旅行代理店協会総会における東観推による東北プレゼンテーションを経て、絶好のタイミングにおいて、日タイ観光セミナーへ参加し、東北観光のプレゼンテーションをすることで、東北の最新の観光情報を届けるとともに、タイにおける東北のプレゼン向上を図った。



佐野ひろ氏とのトークショーによる東北観光プレゼンテーション



岸田総理大臣とのパネル前懇談



東北パネル

・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1月23日～27日）

東北のスノーコンテンツを様々な角度から視察することをテーマに、タイ現地から旅行会社3社3名を招請し、栃木・福島・山形・宮城の視察を実施。訪日旅行の需要が高まるタイにおいて、訪東北旅行商品の造成を促進することにより、タイからの旅行者増を図った。



裏磐梯レイクリゾート



山形蔵王の樹氷見学



蔵王キツネ村

・TITF 出展等に係るタイ訪問（2月14日～20日）

仙台市・仙台観光国際協会とともにタイ旅行業協会（TTAA）と、仙台市・仙台国際空港とともにタイ国際航空（TG）の幹部と面会し、今後の連携についての協議を行った他、4月に実施するタイにおける東北PRイベント「日本東北観光フェア」への協力要請を実施した。また、今後の送客について直接依頼を行うため、タイ現地旅行会社へのセールスを行った。タイ国際旅行フェア（TITF）では仙台・東北ブースを出展し、東北の魅力についてタイの一般消費者に向けて発信した。



TTAA との面会



TG 訪問



TITF 出展

③ 韓国市場に向けた取組

・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（8月22日～26日）

韓国市場に強く訴求できる旅行商品の造成促進を図るため、韓国市場の特定関心層やリピーター層、アウトドア+αを楽しんでもらえる新たなSITをターゲットに、屋外アクティビティや自然等、地元の食文化や産業観光（ものづくり体験）等をテーマとして旅行会社・ランドオペレーター3社（ハナツアー、PEJ、HIKARI GLOBAL）を招請し、宮城県・秋田県・山形県・新潟県を視察した。



宮城オルレ大崎鳴子コース：鳴子峡



山王くらぶ



佐藤観光ぶどう園：南陽市

・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

（旅行会社招請業務1月10日～14日）

韓国市場に強く訴求できる旅行商品の造成促進を図るため、韓国市場の特定関心層やリピーター層、アウトドア+αを楽しんでもらえる新たなSITをターゲットに、屋外アクティビティや自然等、地元の食文化や産業観光（ものづくり体験）等をテーマとして韓国現地から旅行会社3社3名（MUA ツアー、アルパインツアー、ヘチョ旅行）を招請し、秋田県・岩手県・宮城県・山形県を視察した。



安比高原



秋田長屋酒場



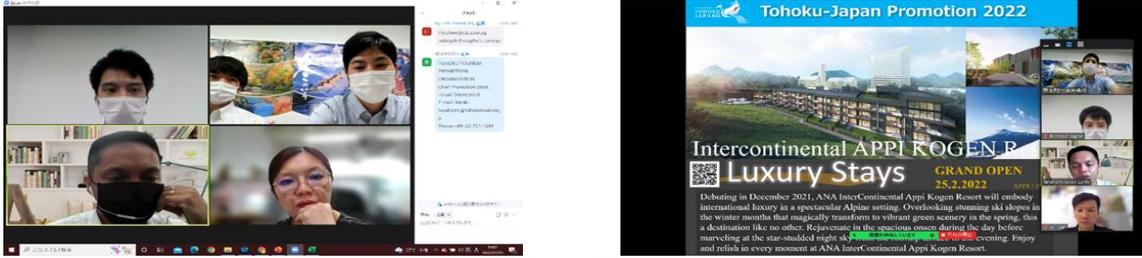
気仙沼オルレ

④ 東南アジア市場に向けた取組

・JNTO主催シンガポール旅行会社とのオンライン商談会（6月29日、30日、7月5日、15日、21日）

各旅行会社に対しては、旅行商品造成促進につなげることを目的とし、旅行会社のニーズに合わせ東北の基礎的な観光情報の提供や、コロナ流行後にできた新たな観光施設の紹介を行うとともに、旅

行会社からの要望に合わせた追加資料の送付や、具体的な商品化に向け東北の事業者へ繋ぐなど、実際の送客を見据えた対応を行った。



商談会の様子

・シンガポール旅行会社等へセールス訪問（9月6日）

シンガポールの旅行会社3社（X-Trekkers Adventure、Dynasty Travel、Michi&CO travel）を訪問し、東北の旅行情報の提供や今後の連携に向けての意見交換を実施した。また、2022年度まで連携しているOTAサイトAgodaを訪問し、今後の連携に向けての協議を行った。



現地の様子

・マレーシア旅行博覧会（MATTA Fair Kuala Lumpur）への出展（9月2日～4日）

仙台市と共同ブースを出展し、一般消費者向けに東北のPRの他、会場に出展しているマレーシア現地の旅行会社との関係構築を行った。



会場の様子

・ベトナム旅行博覧会（ITE HTMC）への出展（9月8日～10日）

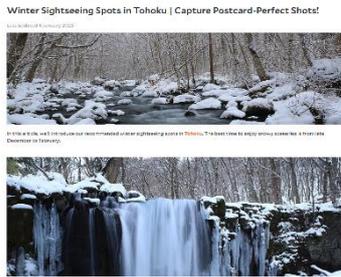
BtoB 向けに開催する日程において、現地の旅行会社・メディアとの関係構築を行うことに加え、BtoC 向けに開催する日程において、現地の一般消費者向けに東北のPRを行った。



会場の様子

・オンラインメディアによる情報発信（10月～12月）

マレーシア・シンガポールの消費者をターゲットに、OTA サイト Agoda への東北の記事の掲載及び広告バナーの掲出を行い、またインドネシア市場のインフルエンサーによる情報発信を通じて、東北の知名度向上を図った。



Agoda での発信



インフルエンサーによる投稿



・マレーシア旅行会社へのオンラインセミナー実施（2月22日、3月23日）

マレーシアの旅行会社に向けてオンラインを活用した東北セミナーを開催し、訪日旅行の需要が高まるマレーシア市場において東北を訪れる旅行商品の増加を促進した。第1回目は現在特に旅行意欲が旺盛な中華系の旅行会社をターゲットに、東北の基礎的な情報やコロナ禍後に誕生した新たな観光コンテンツを説明し商品の造成を図った。第2回目はムスリム系の旅行会社をターゲットに、東北の基礎的な情報やムスリムフレンドリーの施設を紹介し商品の造成を図った。



意見交換



ムスリムフレンドリーの施設主紹介

⑤ 香港市場に向けた取組

・香港ブックフェアでの東北PR（7月20日～26日）

香港はコロナウイルス感染症拡大前まで、毎年 220 万人の観光客が日本を訪れる日本と密接な関係にある地域である。香港貿易発展局（HKTDC）主催の来場者 100 万人を誇る香港最大の BtoC イベント「香港ブックフェア」において、東北被災地の復興状況や東北の食文化、観光、民芸品など地域の魅力を紹介し、東北への訪日観光客の増大につなげることを目的として、在香港日本国総領事館が出展するブースを活用して東北をPRした。



在香港日本国総領事館ブース



来場者の様子

・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（8月22日～26日）

香港市場の高所得者層及び特定関心層、夫婦・カップル層をターゲットとし、これらの層に対し強く訴求できるという観点から、香港で人気がある田沢湖や角館、松島、鳴子等に加え、自然体験や屋外アクティビティ、文化などのコンテンツを広域的に紹介するため、旅行会社・ランドオペレーター3社（日日游、アメガジャパン、ATS Tours）を招請し、秋田県・岩手県・宮城県・山形県を視察した。



田沢湖カヤック体験



浦霞試飲体験



齋藤観光果樹園: 上山市

・香港現地セミナーの開催 (10月14日)

観光と物産を組み合わせたプロモーションにより、香港から東北へ、観光のみならず工芸品を求めて旅する需要を高めた。



セミナーの様子



・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 (旅行会社招請 2月9日~13日)

香港市場の高所得者層及び特定関心層、夫婦・カップル層をターゲットとし、これらの層に対し強く訴求できるという観点から、香港で人気がある田沢湖や角館、松島、鳴子等に加え、自然体験や屋外アクティビティ、文化などのコンテンツを広域的に紹介するため、香港現地から旅行会社3社3名 (WING ON TRAVEL、Travel Expert、Instant Travel) を招請し、秋田県・宮城県を視察した。



JR フルーツパーク仙台あらはま



松島



なまはげ紫灯まつり

⑥ 欧米市場に向けた取組

・欧米市場における富裕層を中心とした訪日関心層の東北への誘客促進事業 (旅行会社招請 10月7日~9日、14日~16日)

豊富な自然を有する東北を「新たな destinations」として富裕層向け旅行商品を扱う旅行会社1社1名 (DISCOVA/Patrick Loyer 氏) を招請し、東北6県及び新潟県の知名度向上・誘客促進を図った。



奥入瀬溪流ガイドツアー



田沢湖フードサイクリング
※おにぎり作り体験



羽黒山山伏体験

**・欧米市場における富裕層を中心とした訪日関心層の東北への誘客促進事業
(メディア招請 11月5日～10日)**

アフターコロナにおいて、先行して海外旅行を行うと考えられている富裕層では、従来のゴールデンルートの観光に加えて、密ではない環境やアドベンチャーツーリズムへの興味・関心の高まりが新たな旅行トレンドとして見られることから、豊富な自然を有する東北を「新たなデスティネーション」として富裕層向け旅行商品を扱うメディア2社2名（Only Planet UK・Wanderlust UKへ寄稿しているライター/ブルジュ・バサール氏、フォトグラファー/ベン・ウェラー氏）を招請し、東北6県及び新潟県の知名度向上・誘客促進を図った。



BUNACO 西目屋工場



安藤醸造本店・舞妓舞踊見学



五色沼自然探勝路

**・欧米市場における富裕層を中心とした訪日関心層の東北への誘客促進事業
(現地旅行会社招請業務 1月22日～26日)**

新型コロナウイルス感染症流行前の欧米における訪日経験者数はアジア圏と比較すると少なくなっているが、訪日旅行者数は年々増加するなど、成長が見られる市場であった。また、アフターコロナにおいて、先行して海外旅行を行うと考えられている富裕層では、従来のゴールデンルートの観光に加えて、密ではない環境やアドベンチャーツーリズムへの興味・関心の高まりが新たな旅行トレンドとして見られることから、豊富な自然を有する東北を「新たなデスティネーション」として富裕層向け旅行商品を扱う旅行会社1社1名（JAPAN JOURNEYS/James Greenfield氏）を招請し、東北6県及び新潟県の知名度向上・誘客促進を図った。



日新館/茶道体験



山形蔵王/樹氷見学



大館/きりたんぼ作り体験

**・豪州における「スノーリゾート東北」を核とした認知度向上・誘客促進事業
(メディア・インフルエンサー招請 1月27日～31日)**

新型コロナウイルス感染症流行前において訪日旅行者が増加傾向にあり、長期滞在の多い豪州市場の、旅行会社及びメディア2社2名（Tokyo weekender/ Zoria Petkoska Kalajdjieva, SnowAction/Benjamin James Bracy Cooke）・インフルエンサー2社2名（Internationally ME, Georgia Risa）を招請し、豪州市場に向けて東北6県及び新潟県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することで認知度向上と新型コロナウイルス収束後の誘客を図った。



大和川酒造



角館/居酒屋体験



田沢湖御座石神社

・豪州における「スノーリゾート東北」を核とした認知度向上・誘客促進事業

(旅行会社招請 2月20日～24日)

新型コロナウイルス感染症流行前において訪日旅行者が増加傾向にあり、長期滞在の多い豪州市場の、旅行会社及びメディア・インフルエンサーを招請し、豪州市場に向けて東北6県及び新潟県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することで認知度向上と新型コロナウイルス収束後の誘客を図った。

・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、2020年12月に東観推が開設した「東北プレスセンター」から英・米・仏市場を中心に、東北に関心の高いユーザーに対して情報発信を継続しており、次の発信を行った。

	TravMedia での発信内容
4月	・東北の春 「Spring in Hachimantai area」
5月	・トレッキング 「Enjoy river trekking at the World heritage site」
6月	・グランピング 「Glamping facility “yamagata glam” in Tohoku, Japan」
7月	・トレッキング2 「The Michinoku Coastal Trail at Hachinohe」
	・東北の夏祭り 「Authentic Japanese Festivals Heating up Japan’s Summer」
8月	・サステナブルツーリズム・グリーンツーリズム 「Authentic Green Tourism in Northern Japan: Niigata and Iwate Leading the Way」
9月	・東北の食文化とその歴史 「Tohoku Authentic Fermentation Culture Leads to Healthy Bodies and a Healthy Planet」
10月	・東北の秋の絶景 「Authentic Autumn Adventures: Taking in the Colorful Sights in Tohoku」
12月	・東北地方の歴史、文化 「Tsurugajo Castle: Representative of Tohoku, Embodiment of Loyalty」
12月	・東北にある日本一 「Izunuma Marsh: Tohoku’s Wonderful Wintering Wetlands」
2月	・東北のウインターアクティビティ 「【Winter in Tohoku】 There’s No Fun like Snow Fun!」
2月	・東北の神社・仏閣 「Yamadera: A Climb to New Spiritual Heights」
3月	・世界防災フォーラム2023と震災学習 「Michinoku Coastal Trail: A Journey of Hope, Resilience and Regrowth」

Tsurugajo Castle: Representative of Tohoku, Embodiment of Loyalty
 The Aizu region of Fukushima Prefecture was home to Japan's most powerful warrior clans, the Aizu Clan, who were the guardians of the Kyoto Imperial Palace and the Emperor.

Toward the end of the samurai era, war broke out at their home and stronghold, Tsurugajo Castle. While members of other clans surrendered one after another, the famous general of the Aizu clan, in a show of faithfulness and devotion, remained loyal to the shogunate and fought on for a month without support from anyone. Their samurai spirit and commitment are the reasons why Tsurugajo is still known to this day.

Come home to the Aizu City, Tsurugajo Castle and its site lies south of the summit of Aizu, and is one of the 20 greatest castles in Japan. It is a symbol of courage and loyalty, here, visitors can immerse themselves in history, nature, and tradition.



12月 東北地方の歴史、文化
Tsurugajo Castle: Representative of Tohoku, Embodiment of Loyalty

Izunami Marsh: Tohoku's Wonderful Wintering Wetlands
 Set on a vast plain in Miyagi Prefecture, Izunami Marsh is a peaceful body of water and home to a wide variety of aquatic animals. In 1992, it was selected as a Ramsar site in order to protect waterfowl habitat, becoming the second in Japan.

Floating reeds cover much of the surface in summer. During the peak blooming period, visitors can enjoy a romantic cruise through thousands of pipe flowers of Lake Izunami-Lilypond.

During winter, tens of thousands of geese and other migratory birds travel from as far away as Siberia to winter at these protected wetlands. The number of wintering waterfowl is the highest in all Japan.

Efforts are constantly made to safeguard these expansive wetlands which provide much needed sanctuaries for avian travelers. And the spectacle of their arrival and departure is an awe-inspiring event that makes these efforts all worthwhile.



12月 東北にある日本一
「Izunami Marsh: Tohoku's Wonderful Wintering Wetlands」

「[Winter in Tohoku] There's No Fun Like Snow Fun!

Tags: Tohoku, snow, winter, Yamagata Miyagi, Fukushima, Niigata, snow, snow activities, winter

Winter in Tohoku is an invigorating season, with snow blanketing the region and creating a picturesque landscape. Not the snow is not just for admiring, it's also for playing! Tohoku offers a wide range of snow activities for adults to enjoy, from snowshoeing and snow cycling to various other activities that are less known. Today we will showcase one or two activities from each of the seven prefectures in the Tohoku area. Whether you're a beginner or an experienced winter sports enthusiast, Tohoku's snow activities will provide you with an unforgettable experience. With its beautiful scenery, delicious local food, and friendly people, Tohoku is the perfect destination for a winter vacation. So don't let the cold weather stop you inside, come out and embrace all that Tohoku has to offer during the winter season.



2月 東北のウインターアクティビティ
「[Winter in Tohoku] There's No Fun Like Snow Fun!」

Yamadera: A Climb to New Spiritual Heights

Impressively known as Tenmeiji, or Tenmeiji Temple, Tenmeiji was founded over a thousand years ago in 806. The entire mountain itself, with its rocky shaded rocks, is considered a sacred site for ascetic practices.

1015 stone steps lead up the steep mountain to the temple. It is a physically challenging, but certainly rewarding hike for all visitors, who will feel a release from worldly desires as they climb to the summit.

The trail is filled with rock art for spiritual training, as well as historical and scenic views that are all framed and set against the backdrop of a towering, evergreen forest.

Climb the steps of Tenmeiji and immerse yourself in the rich spiritual heritage of Tohoku. Feel your spirit soar as you reach new heights and take a life-transforming climb from the foot.



Tags: Aizuoku, Shonan, Yamagata, Yamadera, Aizu, Tohoku, spiritual heritage, mountain, scenery

2月 東北の神社・仏閣
「Yamadera: A Climb to New Spiritual Heights」

Michinoku Coastal Trail: A Journey of Hope, Resilience and Regrowth

Tags: Tohoku, nature, scenic, Miyagi, Fukushima, Michinoku Coastal Trail, nature, culture, sustainable tourism

The Michinoku Coastal Trail is a remarkable environment that stretches over 1,000 kilometers from Ishinomaki in Miyagi Prefecture, Japan's Tohoku region to Misaki in Fukuoka Prefecture in Kyushu. The trail has been selected as a major route for sustainable tourism, showcasing the region's natural beauty and cultural heritage. It is a great example of how nature can be a source of inspiration and resilience, and how it can help us to overcome adversity and build a better future.



3月 世界防災フォーラム2023と震災学習
「Michinoku Coastal Trail: A Journey of Hope, Resilience and Regrowth」

(3) トラベルマート2022への参加 (9月22日~24日)

東京ビッグサイトで開催されたトラベルマート2022に参加し、リアル+オンラインの手法で、アジア市場を中心に計35社の海外旅行会社と商談を実施した。リアルでの開催は2019年から3年ぶりとなり、会場には多くの関係者が詰めかけた。またイベント期間中に日本の水際措置緩和の報道があり、海外バイヤーからも歓迎の声が多く聞かれた。



会場の様子



(4) 日本観光ショーケース in 大阪・関西オンライン商談会 (3月24日)

台湾・香港・オーストラリア 3 市場の旅行会社と商談を実施し、東北の観光の魅力を発信することにより、認知度向上や旅行商品造成促進を図った。

3 市場の旅行会社との商談により、各国の最新のマーケット状況を確認することができた。今回商談を行った旅行会社に対しては、連絡先及び担当者を確認し、今後、コンタクトが取れる体制を維持することができた為、継続して訪東北旅行商品の増加に向けた取組みを行う。



商談会の様子

IV. 教育旅行・国内観光客の誘致促進

1. 教育旅行セミナー・商談会の開催

(1) 東北教育旅行セミナー（7月6日札幌）

東北にとって最大の商圏である北海道を対象に、教育旅行セミナーをJR北海道との共催で実施した。第1部のセミナーでは、東観推が「自然・環境」「歴史・文化」等の探究学習、「震災・減災・防災」等の学習コンテンツを紹介するとともに、ホームページ「東北まなび旅」の各種コンテンツを紹介、東北6県からも各県の魅力や特筆すべきスポット・モデルコース等を紹介した。

第2部の商談会は70名の東北側事業者と33名の旅行会社が商談、加えて16名の学校関係者との相談会を実施することで、旅行会社と学校関係者の双方に東北の魅力を伝えることができた。



会場の様子



商談会の様子

(2) 東北教育旅行商談会（7月21日東京、8月24日大阪、8月30日名古屋、9月13日福岡）

重点市場である関東・近畿・中部・九州を対象に教育旅行商談会を実施した。第1部のセミナーでは、東北観光推進機構が東北全体の魅力と「東北まなび旅」の各種コンテンツを紹介、その後東北6県と新潟県から各県の魅力や特筆すべきスポット・モデルコース等を紹介した。

第2部の商談会と学校関係者との相談会は、新型コロナウイルスの感染拡大を踏まえて、東北側の参加者を1事業者1名に限定、計画時より広い会場を確保した結果、会場内に人が充満せず、落ち着いた雰囲気の中での商談となった。

名古屋での開催は初めての試みであったが、東北側事業者と参加旅行会社の双方が満足ゆく商談会となった。昨今は中部圏からの問い合わせも多く、東北への興味の高さが伺えた。



各県の発表



東観推発表



商談会の様子

(3) 東北教育旅行オンラインセミナー（7月28日）

全国の旅行会社・学校関係者に向けて東北教育旅行オンラインセミナーを実施した。日本修学旅行協会の竹内理事長、全国修学旅行研究協会の岩瀬理事長にご挨拶をいただくとともに、震災学習の特別講演として井上先生（やまもと語りべの会 震災当時旧中浜小学校校長）、「東北域内でのSDGsプログラム先進事例」として小岩井農場の佐々木課長にお話しいただいた。



特別講演:小岩井農場



各県の発表

(4) 東北教育旅行オンラインセミナー（第2回）（12月26日）

第1部は東北側事業者向け、第2部は東北域外学校関係者向けに東北教育旅行オンラインセミナーを実施し、以下のご講演をいただいた。

・第1部

「コロナにおける教育旅行の変化と受入れについて」

講師：（公財）日本修学旅行協会 事務局長 高野満博 氏

「教育旅行は一瞬にして永遠である—修学旅行とは—」

講師：（公財）全国修学旅行研究協会 理事長 岩瀬正司 氏

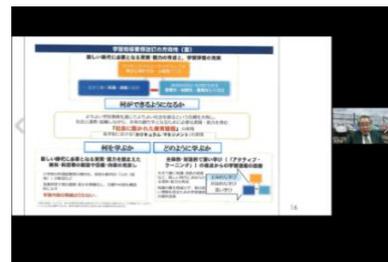
・第2部

「東北修学旅行の魅力」

講師：練馬区立開進第二中学校 校長 牧野英一 氏

「震災を乗り越えて～あなたならどうする～」

講師：やまもと語りべの会 井上剛 氏



第1部講演（全修）



第2部講演（牧野先生）

2. 教育旅行誘致部会の開催

(1) 第1回東北教育旅行誘致部会（5月13日）

新型コロナウイルス感染防止対策として、リアルとオンラインによるハイブリッド型での開催となったが、計28名の委員と交通事業者の方々に参加いただいた。

誘致部会では教育旅行のブランド化に向けた取組みを行っており、2022年度における東観推主催事業と各県独自の事業について、スケジュール及び事業内容の共有を図った。

(2) 第2回東北教育旅行誘致部会（3月3日）

リアルとオンラインのハイブリッド型で開催、計30名の委員と交通事業者の方々に参加いただいた。

誘致部会では教育旅行のブランド化に向けた取組みを行っており、2022年度に実施した事業の報告と次年度に計画する東観推主催事業と各県独自の事業について、スケジュール及び事業内容の共有を図った。

3. 東北教育旅行担当者会議の開催

(1) 第1回東北教育旅行担当者会議（7月1日）

2022年度より、7県の教育旅行担当者との情報共有及び意見交換を2回行うこととしており、上期については教育旅行商談会とオンラインセミナー、教職員・旅行会社を対象とした現地研修会について説明したほか、各県が協力して取り組む2022年度の教育旅行誘致施策について意見を交わした。

また、大手旅行会社セールスで得た各社の意見をもとに、教育旅行誘致に有効な「多年度助成」や、早急に対応が求められる「修学旅行中の感染者・濃厚接触者・救援者への支援」について他の地域の取組みを紹介し、「北海道の下見費用助成」や「九州観光機構の多年度助成」、京都市が全国に発信している新型コロナ感染者・濃厚接触者などへの対応例などをもとに、東北における実施の可能性について意見交換を行った。

(2) 第2回東北教育旅行担当者会議（1月25日）

2022年度事業の報告と2023年度東北教育旅行誘致活動計画（案）を共有し、2023年度は早期にスケジュールを確定させ、6月の誘致部会・担当者会議までに全てのリアル商談会の募集開始を目指すこととした。東観推として集客に努めていくとともに、県とつながりのある教職員への声かけを各県に依頼し、開催日時等についても知見を求めた。

農家民泊の受入れ団体リストの作成にあたっては、最新の受入れ可能数や感染症・危機対応マニュアルの整備など、掲載項目について意見交換を行った。各県の希望団体は「東北まなび旅HP」に掲載し、商談会で活用を周知させていくことを確認した。また、各地DMOと連携した県をまたぐ周遊モデルコースの作成についても一層取り組みを進め、「東北まなび旅HP」への掲載を依頼した。

4. 情報発信の強化

(1) 教育旅行HP「東北まなび旅」について

東北・新潟の教育旅行情報を集約し、旅行会社や学校関係者に向けてモデルコースやコンテンツ、コロナ対策や支援施策・助成金などの情報発信を行った。

・2022年度の状況 (3月末時点)

モデルコース 158件 (2021年度148件 +10件)

学習・体験スポット 610件 (2021年度601件 +9件)

震災学習・探究学習・SDGsプログラム 180件 (2021年度203件 -23件)

ホームページのPV数 207,585PV (2021年度226,679PV 年度対比92%)

ホームページのUU数 80,551UU (2021年度71,046PV 年度対比113%)

・トップページ (季節毎更新)



鶴ヶ城



気仙沼東日本大震災遺構・伝承館



三陸鉄道



中浜小学校



蔵王樹氷



なまはげ



鶴ヶ城



南三陸311メモリアル

・「学習・体験スポットを探す」の中に「お役立ち情報」を追加

東観推で作成した「震災遺構・語り部リスト」、「教育旅行受入スキー場リスト」、「東北教育旅行紹介動画」等を登録した。



ホームページの画面イメージ

5. 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及びセミナーへの参加 (4月26日)

東北教育旅行ブランド化に向けた取り組み及び関係機関との連携強化の一環として、岩手県の「教育旅行誘致宣伝部会総会及びセミナー」に参加、東観推からは2021年度の教育旅行情報、東北教育旅行ブランド化についての取組について発表した。

(2) 教育旅行関係機関訪問 (4月28日)

東京の教育旅行関係機関を訪問、本年度の連携、後援名義使用、広告展開についての協力を依頼した。
訪問先：日本修学旅行協会、全国修学旅行研究会、日本私立中学高等学校連合会、
日本旅行業協会 (JATA)、全国旅行業協会 (ANTA)、日本教育新聞社

(3) 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 (9月6日)

2022年度上期に実施した各セミナー、商談会 (札幌・東京・オンライン・大阪・名古屋) の概要とアンケート結果などの情報を共有した。

6. その他、教育旅行誘致活動

(1) 首都圏旅行会社セールス (大手旅行会社教育旅行部等) (5月25日)

2021年度実施した「教育旅行セミナー」「旅行会社招請」への協力の御礼と、2022年度の「セミナー・商談会」への参加依頼、昨今の教育旅行マーケットについてのヒアリングを目的として実施した。

(2) 第39回全国修学旅行研究大会への参加 (7月22日)

例年開催されている本大会会場にPRブースを設置して東北まなび旅資料等を開会前・休憩時間に配布した。

(3) 東北修学旅行現地研修会 (学校関係者招請事業) (8月21日~23日)

全国修学旅行研究協会の協力のもと、青森県の教育旅行現地研修会を実施した。

青森県教育旅行セミナー及び情報交換会では、先生方から「修学旅行は学校行事で唯一、学校だけでは完結できない行事、旅行会社や様々な人たちの協力がなければ実施できない」、「修学旅行は観光ではなく学習、大事なキーワードは実体験と双方向」、「東北の魅力は自然・地元力・人間力、典型事例は農泊」と言ったような、修学旅行誘致を進めるうえで大変参考となるお話を伺うことができた。



青森県教育旅行セミナー



意見交換会の様子



ワ・ラッセ

(4) 東北教育旅行現地研修会 (学校関係者招請事業) (10月29日~30日)

日本修学旅行協会の協力のもと、福島県と山形県の教育旅行現地研修会を実施した。



裏磐梯SDGs噴火学習



上杉太鼓おもてなし演奏



セミナー・意見交換会

(5) 第58回関東地区公立中学校 修学旅行研究発表会 (11月25日)

(公財) 日本修学旅行研究協会が主催する研究発表会に出展、東観推ブースを設置してPR資料(東北まなび旅、TOHOKU Fan Club、プレゼン資料など)を配布、東北教育旅行をPRした。



来場者受付、ブース



ブース



会場

(6) 東北教育旅行現地研修会(旅行会社招請事業) (12月7日~9日)

旅行会社の教育旅行担当者を対象とした現地研修会を実施し、東北教育旅行の魅力である「人間力を育む探究学習」、「震災・防災・減災学習」、「農山漁村体験」などをPRした。



宮城県商談会



岩手県商談会



小岩井牧場

(7) 台湾における訪日教育旅行誘致事業 (12月14日~17日)

(一財) 3.11 伝承ロード推進機構と連携して、台北市内の高等学校と旅行会社へのセールスコールや日本東北遊楽日のBtoBセミナー・商談会でのPRを行った。



セールスコール



セールスコール



商談会

V. その他事業

1. フェニックスアワード2021

「フェニックスアワード」は、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。

審査委員会による審査の結果、第二回目の受賞団体3組を決定し、6月6日第6回通常総会に合わせて表彰式を行った。



裏磐梯観光活性化協議会



株式会社DMC天童温泉



一般社団法人 田沢湖・角館観光協会

【受賞団体の功績概要】

・裏磐梯観光活性化協議会：未来人プロジェクト【地域連携 教育旅行用 SDGs 環境教育プログラム】
～ 次の時代へ 次の世代へ 次の未来へ ～

文科省の学習指導要領改訂によるSDGs教育旅行商品のニーズ増加を捉え、地域の有志を協議会として組織し、戦略的にプログラムを企画・開発した。

販売では「SDGs プロフェッショナルプログラム」の名称を使用し、専門性を訴求した。

教育旅行の利用実績を大きく引き上げたほかガイドブック等へも掲載され、売上・集客・リピート拡大の基盤を構築した。



・(株)DMC天童温泉：着地型旅行商品の造成・販売・受け入れ

一般の旅行者が体験できないような要素と地元の方との繋がりがつくれる要素を盛り込んだ着地型旅行商品を造成した。

付加価値を高めて補助金なしでも実施できる価格で商品造成を行った。

地域にいる人と出会い、対話し、お互いを理解し合うことでファンになり、その後の購買・再来訪につながっている。



・一般社団法人 田沢湖・角館観光協会：コロナ禍のニーズに対応した新たなスタイルで魅力発信！ 田沢湖周辺のアウトドアアクティビティ開発事業

密回避やアウトドア需要に対応し、かつ時代に合ったスタイルで楽しめる体験コンテンツを多数造成した。

これまで主に遊覧船や湖畔散策だった田沢湖観光をリブランディングし、観光振興及び地域経済活性化を図った。

「秋田アウトドアベース」の設立によって事業者間の連携が取りやすくなり、継続的に盛り上げていく気運の醸成に繋がった。



以上