

2019 年の訪東北外国人旅行者の主な動向について

～ 東北6県目標の外国人宿泊者数150万人泊を1年前倒して達成!! ～

2019 年の外国人宿泊者数は 155 万人泊となり当初目標としていた 2020 年末から 1 年前倒して達成し、これまでのオール東北での取り組みが成果として表れました。

2020 年は世界的に影響のある Lonely Planet 誌や National Geographic 誌に訪れるべき旅行先として「Tohoku」が紹介され、多様な国・地域から新たな外国人旅行者が東北に訪れることが期待されます。

一般社団法人東北観光推進機構では、世界中に蔓延している新型コロナウイルス感染症（COVID-19）が観光業界にも大きな影を落としている状況ではありますが、時流をしっかりと見据えながら回復期を捉えた反転施策に取り組んでまいります。

○ オール東北での各種プロモーションの成果等に加え、国際航空便数の増加等が訪東北外国人旅行者の増加に寄与

→ 東北にダイレクトインできる国際便は路線、便数ともに年々増加しており、2019 年 10 月には仙台・タイ便が 5 年ぶり復便するなど、東北への足は増加基調にある。

○ 複数県を巡る広域周遊観光が着実に広がっている

→ 単県だけでなく複数県を周遊している動態が明らかになっており、東北を面で捉えた広域プロモーションや受入環境整備の効果が着実に浸透している。

○ スノーシーズンの来訪者が増加基調にありシーズナリティの平準化が進んでいる。

→ 2019 年 1 月から 3 月期の域内スキー場の来訪者数が増加しており、「冬の東北誘致部会」等スノーシーズンの誘客促進への取り組みの成果が見られる。

○ 口コミサイトや個人ブログが旅マエの情報ソースとして利用されている傾向があり旅行地の選択に影響力がある

→ 訪東北外国人旅行者の約 3 割が口コミサイト、個人ブログを旅マエの情報ソースとして利用している。「旅東北」サイトも約 1 割が利用している。

－ 目 次 －

I． 2019年の訪東北外国人旅行者の主な動向	・・・ 1
II． 東北広域デジタルマーケティング事業からの考察	・・・ 3
III． DMO連携広域マーケティングリサーチ事業からの考察	・・・ 5

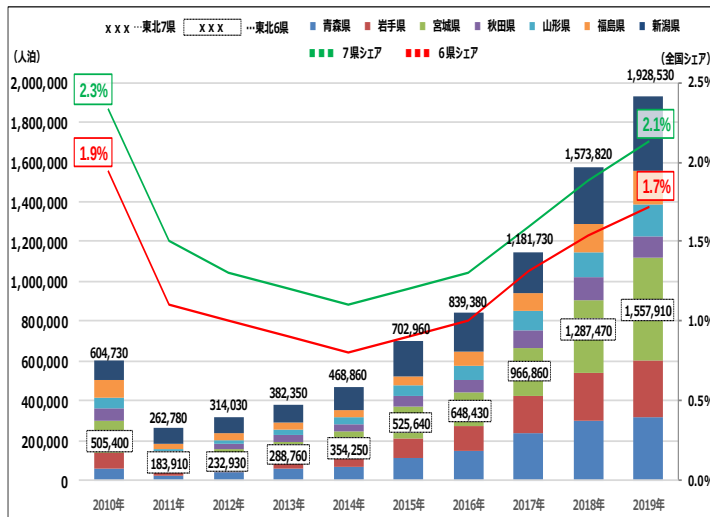
I. 2019年の訪東北外国人旅行者の主な動向

1. 訪東北外国人旅行者の推移（県・地域別）

2019年の外国人延べ宿泊者数は東北6県で1,557千人泊（対前年比121.0%、速報値ベース）、新潟県を含めた7県で1,928千人（同122.5）となった。【図1】

しかしながら、対全国シェアについてはそれぞれ1.7%、2.1%となっており、震災前の1.9%、2.3%（2010年）まで回復していない状況である。【表1】

◇ 図1 外国人延べ宿泊者数推移（単位：人泊）



◇ 表1 県別・地域別内訳（単位：千人泊）

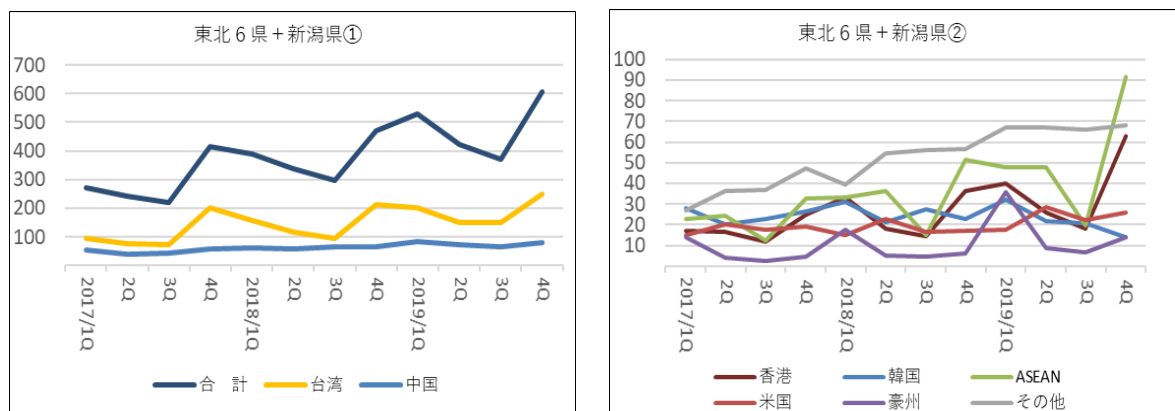
	2010年		2019年			
		シェア		前年比	シェア	
北海道	2,055.4	7.9%	7,877.7	102.4%	8.7%	
東北（6県）	505.4	1.9%	1,557.9	121.0%	1.7%	
	青森県	59.1	0.2%	315.5	106.5%	0.3%
	岩手県	83.4	0.3%	287.3	117.0%	0.3%
	宮城県	159.5	0.6%	512.4	140.7%	0.6%
	秋田県	63.6	0.2%	109.0	97.2%	0.1%
	山形県	52.6	0.2%	166.4	130.0%	0.2%
	福島県	87.2	0.3%	167.3	118.4%	0.2%
	新潟県	99.3	0.4%	370.6	129.4%	0.4%
東北（7県）	604.7	2.3%	1,928.5	122.5%	2.1%	
関東	12,764.9	49.1%	33,753.3	107.6%	37.2%	
北陸	660.8	2.5%	2,806.7	108.6%	3.1%	
中部	2,010.6	7.7%	6,935.1	119.6%	7.6%	
近畿	5,179.8	19.9%	23,397.6	114.8%	25.8%	
中国	378.0	1.5%	1,831.8	109.3%	2.0%	
四国	124.8	0.5%	938.6	119.7%	1.0%	
九州	1,901.0	7.3%	6,701.3	93.8%	7.4%	
沖縄	442.3	1.7%	4,907.7	101.1%	5.4%	
合計	26,023.0	－	90,707.7	108.5%	100.0%	

資料：観光庁宿泊旅行統計調査（調査対象施設：従業者数10人以上の事業所）

2. シーズン別訪東北外国人旅行者の推移

2017年からの主要な国・地域別の訪東北外国人旅行者の状況を見ると、これまでは紅葉シーズンの第4クォーター（10月～12月）がピークになっていたが、2019年の第1クォーターでは更に伸びており新たな潮流が見られる。また、2019年第4クォーターではASEANが大きな伸びを示しているが、仙台バンコク便の就航の効果が顕著に表れている。【図2】

◇ 図2 シーズン別延べ宿泊者数推移（単位：千人泊）

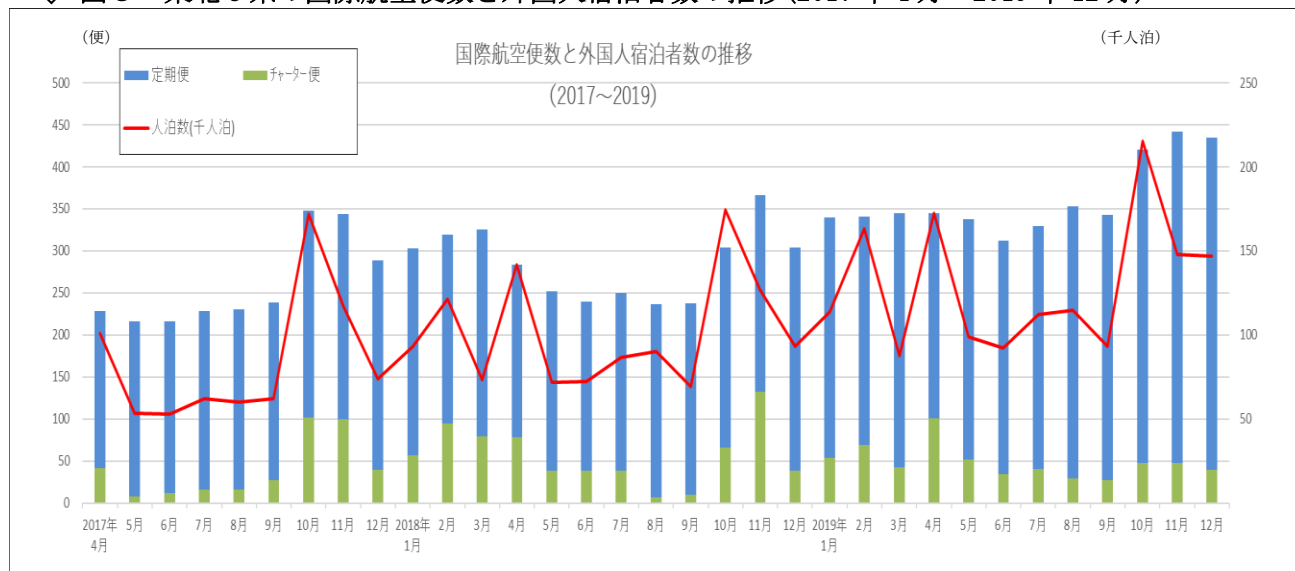


資料：観光庁宿泊旅行統計調査（調査対象施設：従業者数10人以上の事業所）

3. 国際航空路線・便数と外国人旅行者数の状況 3

東北6県における国際定期路線・便数は2019年12月時点では8路線・週45便となっており、チャーター便を含めた国際航空便の総数は、2019年4,344便（うちチャーター584便）と前年比で914便増加するなど、東北6県の外国人宿泊者数150万人泊達成に大きく寄与した。【図3】

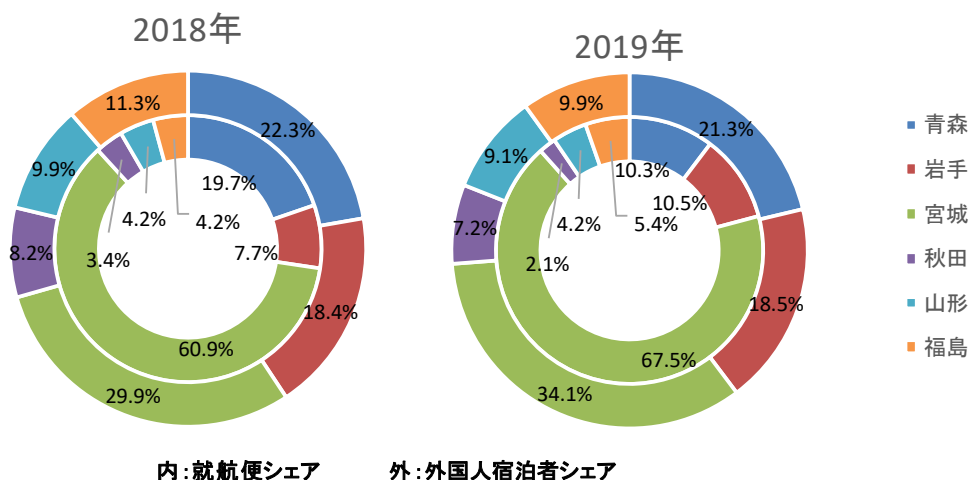
◇ 図3 東北6県の国際航空便数と外国人宿泊者数の推移(2017年4月～2019年12月)



4. 宮城県（仙台市）と東北各県との流動状況

2019年の東北6県における国際航空便数のシェアについて、仙台国際空港を有する宮城県が67.5%を占めている一方、外国人宿泊者数のシェアでは34.1%と半分程度となっており、仙台国際空港からの域内への周遊ルートの拡充が必要である。【図4】

◇ 図4 東北6県における国際航空便数と外国人宿泊者数の県別シェア



Ⅱ. 東北広域デジタルマーケティング事業からの考察

5. モバイル空間統計を活用した分析

(1) 主要な観光地における外国人旅行者の状況

東北6県で外国人旅行者数の多いエリア(1kmメッシュ)の2019年の状況をみると、松島、銀山温泉、安比高原、蔵王温泉、奥入瀬溪流、秋田駅前、大内宿など、各県の主要な観光地において外国人旅行者数が増加している。全体でみると特に第4クォーター(10月～12月)が前年より大きく伸びており、東北の秋の紅葉シーズンの伸びが確認できる。【表2】

◇ 表2 2019年の訪東北外国人旅行者数のTOP30における順位上昇率[※]

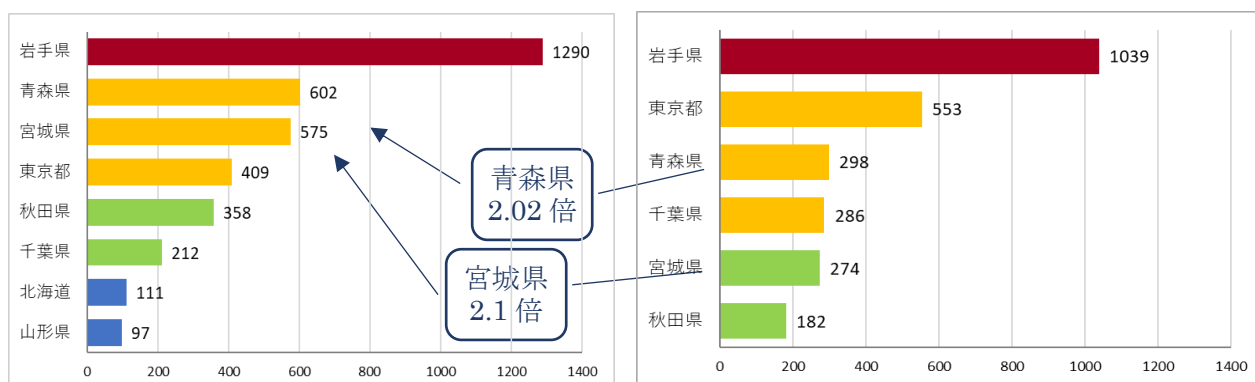
メッシュ(1k)地点名称	県	年間 順位	前年 順位 差	旅行客数 1-12計 単位:人	年間 前年 比	1Q	2Q	3Q	4Q
						1-3月 前年 同期比	4-6月 前年 同期比	7-9月 前年 同期比	10-12 前年 同期比
宮城県 仙台市青葉区中央(仙台駅前西側)	宮城	1		200,316	116%	118%	117%	113%	129%
宮城県 仙台市青葉区国分町(歓楽街)	宮城	2		89,110	119%	122%	123%	113%	132%
宮城県 仙台市青葉区五橋(仙台駅前南西側)	宮城	3		86,042	129%	106%	145%	132%	165%
青森県 青森市篠田(青森駅前西側)	青森	4		58,840	120%	121%	118%	122%	148%
宮城県 松島町 松島(松島海岸周辺)	宮城	5	8 ↑	56,882	211%	187%	214%	230%	133%
青森県 青森市安方(青森駅前東北側)	青森	6	-1	52,168	110%	113%	97%	123%	142%
宮城県 名取市 下増田(仙台空港)	宮城	7	-1	47,344	112%	103%	114%	116%	173%
山形県 尾花沢市 銀山新畑(銀山温泉)	山形	8	7 ↑	34,702	141%	123%	172%	192%	175%
宮城県 仙台市宮城野区 仙台港北(ST-エリア)	宮城	9		34,184	106%	82%	116%	128%	156%
山形県 山形市 蔵王温泉(樹氷高原周辺)	山形	10	1	33,554	118%	118%	136%	75%	124%
山形県 山形市 香澄町(山形駅東口)	山形	11	6 ↑	33,302	149%	162%	135%	127%	140%
岩手県 八幡平市 安比高原(宿街)	岩手	12	14 ↑	32,656	179%	109%	476%	354%	306%
岩手県 盛岡市 新田町(盛岡駅北西)	岩手	13	1	30,990	117%	136%	106%	113%	153%
青森県 弘前市 大字下白銀町(弘前城)	青森	14	-2	30,082	108%	109%	102%	128%	186%
宮城県 仙台市青葉区 霊屋下(政宗公廟)	宮城	15	5 ↑	28,844	136%	131%	156%	121%	117%
岩手県 盛岡市 中央通(盛岡中心街)	岩手	16	11 ↑	27,320	154%	117%	156%	177%	247%
青森県 青森市 大谷=青森空港	青森	17	-10	27,292	82%	92%	66%	88%	116%
宮城県 名取市 下増田(仙台空港)	宮城	18	4	27,206	143%	133%	149%	150%	234%
山形県 山形市 蔵王温泉(バスターミナルゲレンデ)	山形	19	5 ↑	26,814	145%	149%	154%	89%	132%
岩手県 八幡平市 安比高原(牧場からスキー場)	岩手	20	9 ↑	26,454	155%	100%	305%	299%	230%
青森県 弘前市 若党町(弘前城北部エリア)	青森	21	-11	25,692	84%	90%	87%	72%	126%
山形県 山形市 蔵王温泉(0-9クワイ・宿街)	山形	22	-1	25,650	129%	130%	184%	73%	124%
福島県 下郷町 大内(宿)	福島	23	9 ↑	24,744	156%	159%	145%	171%	116%
青森県 十和田市法量(奥入瀬川の上流)	青森	24	-1	24,732	133%	159%	126%	125%	110%
岩手県 花巻市 湯本(花巻温泉)	岩手	25	-6	24,682	112%	95%	108%	148%	108%
秋田県 秋田市 手形(秋田駅前東側)	秋田	26	10 ↑	22,516	152%	168%	154%	141%	138%
宮城県 松島町 高城(から松島駅)	宮城	27	12 ↑	22,308	167%	137%	177%	182%	121%
青森県 おいらせ町 若葉(星野リゾート周辺)	青森	28	-20	22,230	68%	66%	66%	75%	87%
山形県 山形市 上町(山形駅南西エリア)	山形	29	8 ↑	20,796	148%	184%	113%	107%	146%
青森県 十和田市 奥瀬(十和田湖南湖畔)	青森	30	-12	20,218	90%	54%	96%	103%	110%

資料: 東北広域デジタルマーケティング事業

（２）夏祭り期間における外国人旅行者の東北域内の流動

2019 年の東北 6 県の主要な夏祭りにおいて、外国人旅行者が東北域内の他県へ周遊する割合が前年に比べて大幅に増加している。例えば、盛岡さんさ踊り（8 月 1～4 日）期間に盛岡市に滞在していた外国人がその前後に他県を訪問した状況をみると、青森県は前年比 2.02 倍（602 人）、宮城県は前年比 2.1 倍（575 人）となっている。【図 4】

◇ 図 4 盛岡さんさ踊り期間前後の外国人旅行者の周遊状況（盛岡市～各県）
2019 年（令和元年） 2018 年（平成 30 年）



資料：東北広域デジタルマーケティング事業

（３）訪日外国人旅行者の東北域内への流入方法

訪日外国人旅行者の東北域内への流入方法について東北全体で見ると、東京圏から新幹線を利用して東北へ移動した方が全体の 63%を占めていることが確認できた。一方で岩手県においては、高速道路を利用した流入の割合が 50%を占めている。【表 3】

◇表 3 東京圏と新函館からの新幹線流入及び東京圏からの高速道流入

<2019年1-9月累計>								
エリア	100% 横構成比	新幹線_ 東京圏発	高速道_ 東京圏発	新幹線_ 新函館発	合計	新幹線_ 東京圏発	高速道_ 東京圏発	新幹線_ 新函館発
合計	100%	63%	35%	1%	166,305	105,525	58,291	2,489
青森	100%	66%	30%	5%	29,236	19,155	8,682	1,399
岩手	100%	48%	50%	1%	23,753	11,486	11,967	300
秋田	100%	84%	16%	0%	11,302	9,512	1,790	0
宮城	100%	65%	33%	2%	51,534	33,489	17,255	790
山形	100%	86%	14%	0%	16,186	13,997	2,189	0
福島	100%	52%	48%	0%	34,294	17,886	16,408	0

資料：東北広域デジタルマーケティング事業

Ⅲ. DMO連携広域マーケティングリサーチ事業からの考察

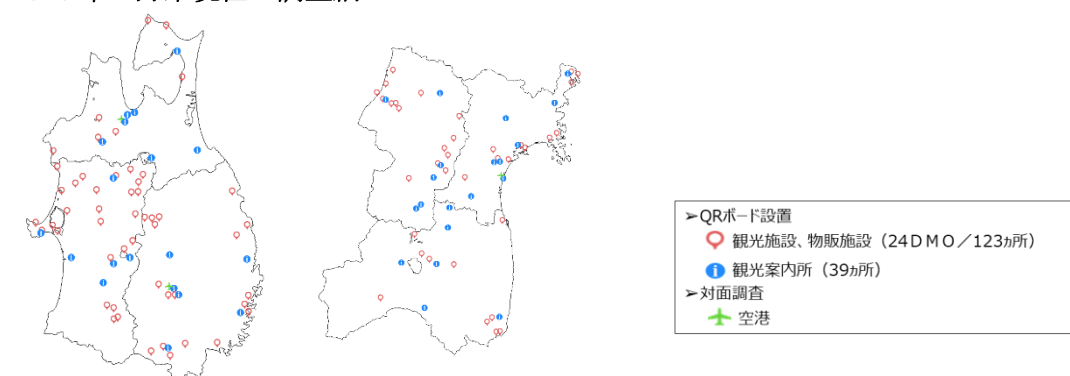
6. 訪東北外国人旅行者の属性、嗜好等調査（資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業）

（１）域内関係者との連携による調査網の構築

域内の観光地域づくり法人（DMO）や観光案内所ネットワーク（運営事務局 仙台市）との連携により、外国人旅行者の属性、嗜好等について域内統一調査を実施する広域調査網を構築。2020年3月末時点で24DMO及び39観光案内所が参画し162地点にアンケート用QRボードを設置。【図5】

統一調査により地域あるいは観光施設間での比較検証が可能になり強み弱みの特性の見える化が図られ、それぞれの地域、施設特性に応じた施策への活用が期待される。

◇ 図5 2020年2月末現在の調査網



（２）ゲートウェイ調査における考察

2019年7月～2020年1月にかけて仙台国際空港及び青森空港において外国人旅行者に対し属性、嗜好等の動態調査を実施。仙台空港でのサンプル数が多く、かつ台湾便が多いことからやや偏りが見られるものの、全体の傾向としては東北を訪れる外国人旅行者の動態を把握することができる。

①域内の訪問地

宮城県以外では青森県、岩手県、秋田県及び山形県の訪問率が3割を超えており、東北域内を周遊する動態が伺える。また、福島県は全体の訪問率は低いもののタイの訪問率が35.7%と他国に比べ高くなっている。【表4】

◇ 表4 県別訪問比率（国籍、調査回別）

（単位：％）

	n	青森県	岩手県	秋田県	宮城県	山形県	福島県	新潟県	無回答
全体	2580	31.9	33.8	31.9	72.1	43.3	14.1	4.5	5.5
居住国・地域	中国	147	21.8	15.6	21.8	71.4	28.6	6.1	4.1
	台湾	1974	35.5	37.4	35.6	75.4	46.9	14.1	4.7
	韓国	141	9.9	21.3	9.9	51.1	22.7	7.8	0.7
	香港	28	28.6	35.7	28.6	89.3	46.4	3.6	3.6
	タイ	154	29.2	22.7	24.7	59.7	37.7	35.7	7.1
	米国	14	21.4	-	7.1	64.3	-	-	7.1
	その他	70	7.1	30.0	12.9	54.3	38.6	10.0	4.3
	無回答	52	28.8	30.8	34.6	59.6	36.5	7.7	-
調査時期	7月調査	585	27.9	27.5	23.1	80.0	34.0	15.9	4.4
	9月調査	672	38.7	33.9	28.0	73.7	38.1	12.5	3.3
	11月調査	650	38.6	39.4	42.5	74.2	44.5	14.8	4.6
	2月調査	673	22.1	33.9	33.3	61.7	55.3	13.7	5.5
18年度全体	1942	32.7	33.4	31.5	60.1	40.6	8.5	2.7	3.6

※ 全体を5%以上上回る値

資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

②東北域内での利用交通機関

東北域内での交通機関の利用状況は全体ではツアーバス（50.9%）、（新幹線を除く）その他鉄道（43.3）、新幹線（30.0%）の順に多い。ただし、香港では約半数がレンタカーを利用している等レンタカーを利用する外国人旅行者も一定数おり今後の環境整備の必要性が見られる。【表5】

◇ 表5 域内での利用交通機関（国籍、手段別）

（単位：％）

	n	新幹線	その他鉄道	ツアーバス	その他バス	レンタカー	その他	無回答
全 体	2580	30.0	43.3	50.9	9.1	15.9	4.0	2.9
居住国・地域	中国	147	40.8	51.7	36.7	14.3	8.8	2.0
	台湾	1974	32.2	46.7	55.0	8.4	15.8	1.9
	韓国	141	14.9	30.5	26.2	7.8	19.1	2.8
	香港	28	32.1	32.1	14.3	3.6	46.4	3.6
	タイ	154	13.0	16.2	47.4	19.5	22.1	3.2
	米国	14	42.9	42.9	42.9	7.1	21.4	14.3
	その他	70	20.0	28.6	50.0	7.1	11.4	10.0
	無回答	52	17.3	30.8	36.5	-	5.8	34.6
調査時期	7月調査	585	31.8	55.0	47.5	10.6	17.4	6.2
	9月調査	672	32.0	46.1	43.3	7.9	21.0	3.4
	11月調査	650	28.5	37.7	52.8	9.1	11.7	4.3
	2月調査	673	28.1	35.7	59.7	9.1	13.5	2.5
18年度全体	1942	29.5	40.9	53.2	10.7	14.6	7.2	1.5

※ 全体を5%以上上回る値

資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

③旅マエの情報源（情報発信種別）

全体の約3割が個人ブログ（32.9%）や口コミサイト（26.6%）を旅マエの情報源として利用。次いで宿泊予約サイトや自治体のホームページとなっている。東観推が運営する「旅東北」サイトは9.4%が利用しており、今後は「旅東北」サイトの周知や前述の自治体（各県）との連携等、東北の情報発信機能としての位置づけをより高めて行く必要がある。【表6】

◇ 表6 旅マエでの情報源（国籍、媒体別）

（単位：％）

	n	口コミサイト	旅行会社ホームページ	宿泊予約サイト	宿泊施設ホームページ	日本政府観光局のホームページ	旅行先自治体のホームページ	「旅東北」推進機構	SNS	動画サイト	個人ブログ	旅行会社パンフレット	旅行ガイドブック	自国の親族・知人	日本在住の親族・知人	旅行専門誌	その他	無回答
全 体	2580	26.6	22.6	16.8	10.5	18.1	16.6	9.4	10.7	16.7	32.9	13.1	18.8	12.6	7.7	12.9	7.2	3.1
居住国・地域	中国	147	19.7	19.0	12.9	11.6	10.9	11.6	4.1	12.9	6.1	10.9	14.3	16.3	12.2	15.0	10.2	8.2
	台湾	1974	26.6	24.3	18.5	11.4	19.7	18.5	10.0	10.4	18.5	39.2	14.1	20.3	11.4	5.3	14.0	6.5
	韓国	141	9.9	7.8	7.1	2.8	9.9	3.5	5.0	5.7	5.0	12.8	5.0	8.5	17.7	25.5	6.4	18.4
	香港	28	46.4	3.6	32.1	17.9	28.6	35.7	10.7	14.3	25.0	21.4	21.4	10.7	14.3	3.6	21.4	-
	タイ	154	49.4	18.2	5.8	3.9	18.8	13.0	15.6	15.6	13.6	8.4	7.8	18.2	21.4	9.1	11.7	6.5
	米国	14	28.6	21.4	14.3	-	7.1	7.1	-	14.3	14.3	7.1	-	-	21.4	-	-	7.1
	その他	70	17.1	31.4	10.0	11.4	8.6	5.7	2.9	15.7	18.6	10.0	10.0	12.9	17.1	20.0	10.0	11.4
	無回答	52	25.0	23.1	23.1	11.5	7.7	9.6	3.8	3.8	11.5	26.9	11.5	17.3	9.6	11.5	3.8	1.9
18年度全体	1942	27.2	27.9	14.5	7.6	18.3	16.8	9.6	12.8	12.6	35.2	8.8	17.9	12.4	7.8	14.1	8.4	1.5

※ 全体を5%以上上回る値

資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

④旅ナカの情報源（情報発信ツール）

約半数がスマートフォンを各種情報を取得するツールとして利用している一方で、フリーペーパーは僅か3%弱となっており紙媒体は情報発信ツールとしての効果が弱いことが窺える。また、東観推が運営する「旅東北」サイトは17.2%が利用し2018年度調査の10.3%を上回っていることから、観光コンテンツや交通情報を一元集約化等の機能向上の成果があったと推測される。【表7】

◇ 表7 旅ナカでの情報源（国籍、媒体別）

（単位：％）

			空港の観光案内所	訪問地の観光案内所 （空港除く）	宿泊施設	旅行ガイドブック	フリーペーパー	インターネット （パソコン）	インターネット （スマートフォン・タブレット）	旅・東北サイト	日本在住の親族・知人	その他	無回答
全 体		2580	14.9	17.2	24.4	26.2	2.9	33.1	48.1	17.2	7.4	3.3	11.6
居住国・地域	中国	147	17.7	8.8	19.7	25.9	4.1	27.9	43.5	15.0	10.9	0.7	12.9
	台湾	1974	16.4	19.7	27.3	28.8	2.2	33.9	50.4	17.6	6.1	2.7	10.9
	韓国	141	2.8	6.4	7.1	5.7	1.4	27.7	27.0	14.9	18.4	8.5	13.5
	香港	28	10.7	10.7	21.4	32.1	3.6	50.0	67.9	25.0	3.6	-	14.3
	タイ	154	7.1	9.1	16.9	16.9	10.4	27.9	48.7	17.5	9.7	7.1	10.4
	米国	14	7.1	-	7.1	14.3	-	42.9	28.6	7.1	7.1	-	35.7
	その他	70	11.4	14.3	12.9	17.1	7.1	34.3	34.3	17.1	11.4	5.7	14.3
	無回答	52	15.4	15.4	21.2	21.2	3.8	32.7	42.3	11.5	3.8	3.8	23.1
18年度全体		1942	21.0	19.8	22.0	27.2	1.5	43.3	51.8	10.3	7.3	3.9	5.4

※ 全体を5%以上上回る値

資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

⑤旅行消費額

旅ナカでの消費行動については調査結果に各国の嗜好性が強く出ている。例えば中国と台湾では物品購入代が全国平均を上回り逆に体験プログラム参加料は全国平均を下回っており、どちらかと言えば買い物を楽しむ傾向がみられる。一方でタイはその逆になっており、特に体験プログラム参加料や施設入場料の支出が他国に比べ多く実際に経験することを好む傾向が見られる。【表8】

◇ 表8 国別旅行消費額

※（香港、米国はサンプルサイズが小さいため参考値）

（単位：円）

		ツアー代金	交通費	食事代	物品購入代	施設入場料	体験プログラム 等参加料	宿泊費 ツアー外	その他
全 体		131487.8	27798.6	30001.7	54558.3	8356.5	13828.4	57120.7	32184.5
居住国・地域	中国	131116.2	25731.3	23908.8	66533.3	9653.8	11345.5	131845.2	14600.0
	台湾	134576.8	26370.3	29264.1	57791.5	7497.8	13548.2	54511.6	27777.1
	韓国	102535.1	17962.4	36434.2	27817.1	9666.7	8433.3	46012.0	64500.0
	香港	111653.8	47416.7	35272.7	51454.5	37500.0	12250.0	86250.0	20000.0
	タイ	117723.0	45495.6	29110.0	37500.0	13963.0	30125.0	41472.2	60666.7
	米国	202477.5	65800.0	22900.0	28333.3	11000.0	-	90000.0	40000.0
	その他	120967.3	27777.8	43181.8	22500.0	10800.0	4000.0	38571.4	5000.0
	無回答	137580.5	28160.0	53440.0	41822.2	6058.6	11352.5	64050.0	24242.9
18年度		168528.7	32914.9	32515.2	44466.4	11429.7	15971.4	67160.3	34440.4
訪日全体*		-	16159.6	33748.1	51256.1	6010.5	-	45787.3	-

※各金額回答者ベース ※訪日全体は「訪日外国人消費動向調査」(2018)の結果

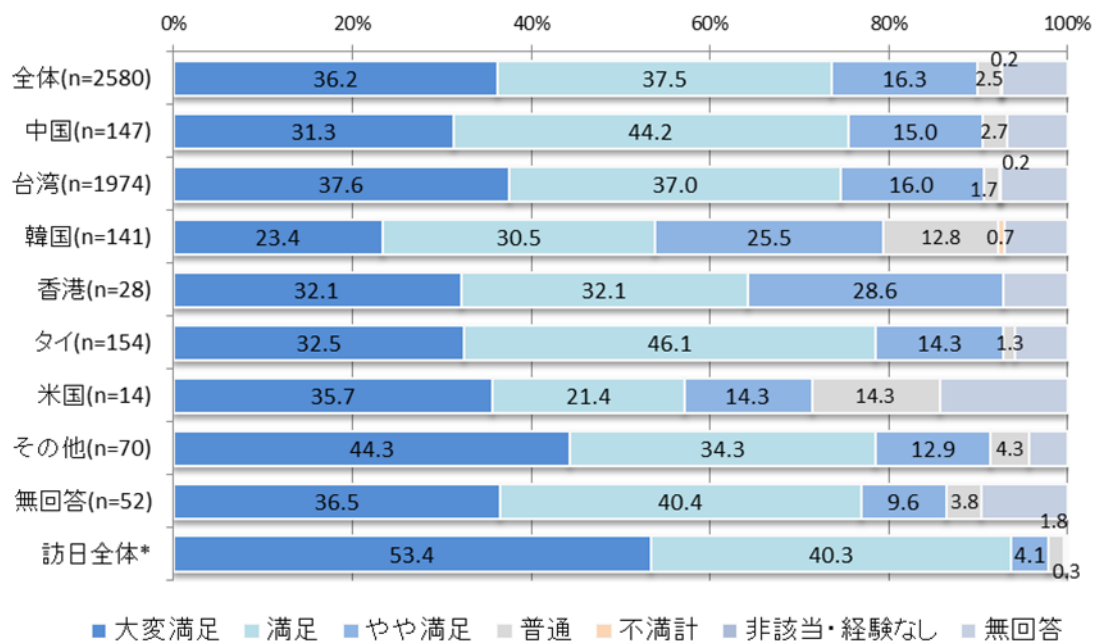
資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

⑥総合満足度

訪東北外国人旅行者の90.0%が満足と回答しており、うち大変満足は36.2%と概ね東北に対する評価は高い傾向が見られた。ただし、観光庁の「訪日外国人消費動向調査(2018年)」では満足が97.8%、うち大変満足は53.4%といずれも東北の評価を上回っている。また、サンプルサイズは小さいものの米国の満足度は71.4%と低い評価になっており、欧米等の新しい市場からの誘客における課題である。

【表9】

◇ 表9 総合満足度



資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

調査レポートは随時発信していきます。

➤ 東北観光推進機構ホームページ

「お知らせ」サイト … 一般向け向け簡易版レポート

「資料ダウンロード」サイト … 会員向け詳細版レポート

※ 資料ダウンロードおよびご入会のご案内はこちらをご覧ください。

(URL) <https://www.tohokukanko.jp/business/index.html>



➤ プレスリリース … メディア向け速報レポート



Treasureland

TOHOKU
JAPAN 日本東北

東北観光推進機構