

# 2019年 訪東北外国人旅行者の主な動向について

2020年6月8日

一般社団法人東北観光推進機構



1. 東北におけるインバウンドのトピックス
2. 訪東北外国人旅行者の主な動向
3. マーケティングリサーチからの考察
  - (1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること
  - (2) DMO連携広域マーケティングリサーチ事業から見えること
  - (3) 外部専門人材によるWeb・SNS分析から見えること

# 1. 東北におけるインバウンドのトピックス

- オール東北の積極的な取り組みにより、2020年目標である150万人泊を1年前倒して達成（東北6県155.8万人泊 東北・新潟192.9万人泊）



「東北への外国人宿泊者数150万人泊達成」



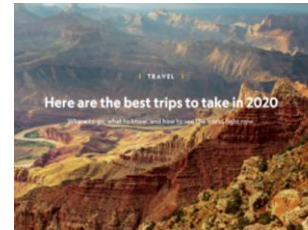
オール東北による「トップセールス」

- 世界的な有力2誌に2020年訪れるべき訪問地として「東北」が選出



十和田湖

(c) PHOTOS FROM JAPAN, ASIA  
AND OTHER OF THE WORLD / GETTY IMAGES



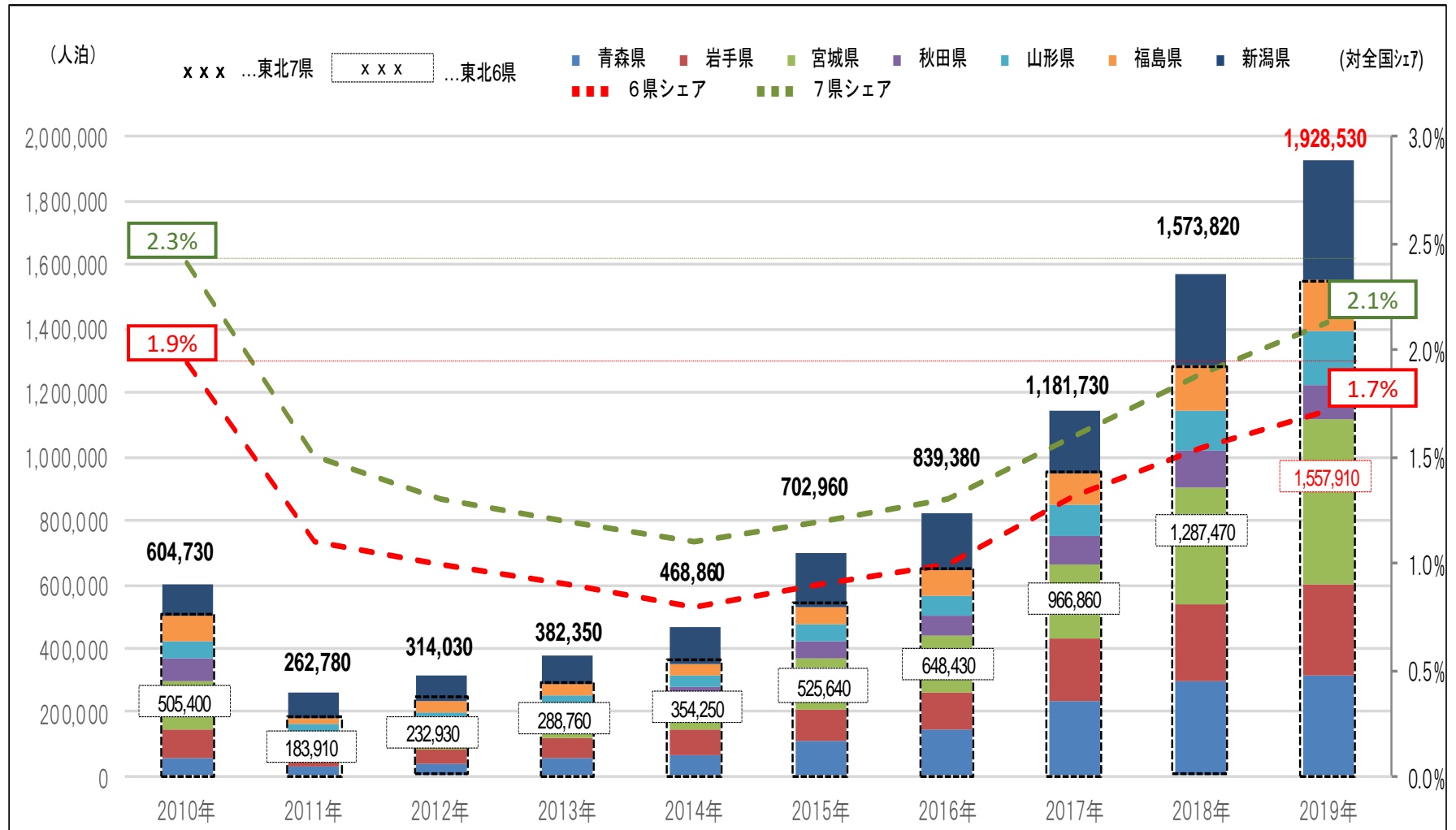
【出典】National Geographicホームページより

世界的な旅行ガイドブックLonelyPlanet誌「Best in Travel 2020」において、「東北」が2020年に訪れるべき世界の10地域の第3位に選出された。

世界各国で展開されている有力誌「National Geographic」が選ぶ世界の25のデスティネーションに「東北」が選出された。

## 2. 訪東北外国人旅行者の主な動向

### ①外国人延べ宿泊者数推移



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. 訪東北外国人旅行者の主な動向

### ②外国人延べ宿泊者数（東北・新潟県別内訳）

**2019年6県155.8万人泊、7県192.9万人泊と堅調に推移**

（単位：千人泊）

	2010年		2011年		2017年		2018年		2019年累計		
		シェア		前年比		前年比		前年比		前年比	シェア
東北（6県）	505.4	1.9%	183.9	36.4%	945.0	145.7%	1,287.5	136.2%	1,557.9	121.0%	1.7%
青森県	59.1	0.2%	27.6	46.7%	239.3	166.6%	296.2	123.8%	315.5	106.5%	0.3%
岩手県	83.4	0.3%	32.1	38.5%	188.3	150.3%	245.6	130.4%	287.3	117.0%	0.3%
宮城県	159.5	0.6%	47.9	30.0%	232.7	132.6%	364.1	156.5%	512.4	140.7%	0.6%
秋田県	63.6	0.2%	22.2	34.8%	92.1	147.6%	112.2	121.8%	109.0	97.2%	0.1%
山形県	52.6	0.2%	30.2	57.3%	99.0	140.6%	128.0	129.4%	166.4	130.0%	0.2%
福島県	87.2	0.3%	24.0	27.5%	93.7	131.5%	141.4	150.8%	167.3	118.4%	0.2%
新潟県	99.3	0.4%	78.9	79.4%	203.4	106.5%	286.4	140.8%	370.6	129.4%	0.4%
東北（7県）	604.7	2.3%	262.8	43.5%	1,148.4	136.8%	1,573.8	137.0%	1,928.5	122.5%	2.1%

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. 訪東北外国人旅行者の主な動向

### ③外国人延べ宿泊者数（地域別内訳）

一方で2019年シェアは震災前（2010年）の水準に戻っていない

（単位：千人泊）

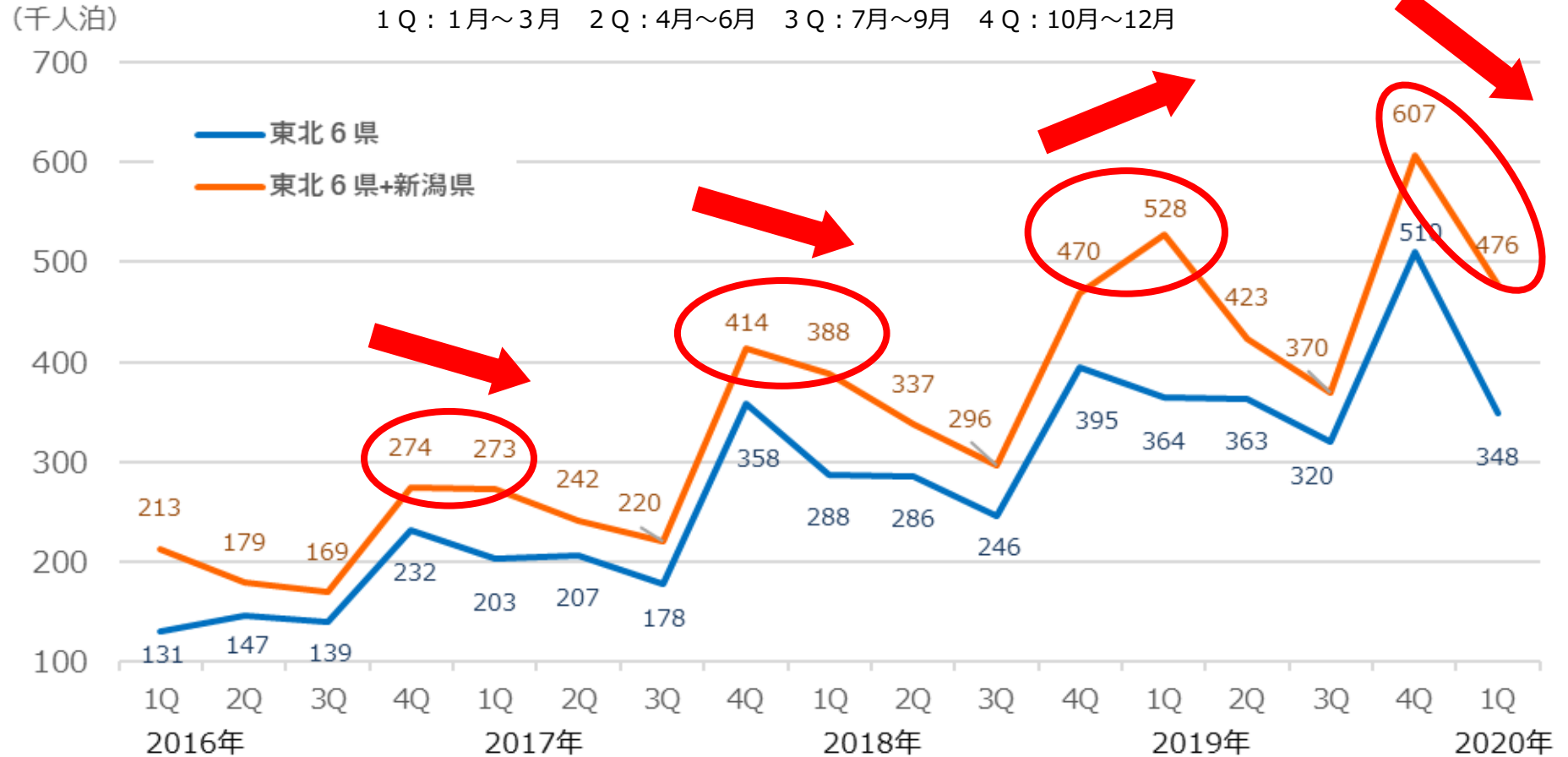
	2010年		2011年		2017年		2018年		2019年累計			2010年シェア との比較
		シェア		シェア		シェア		シェア		前年比	シェア	
北海道	2,055.4	7.9%	1,501.7	8.8%	6,997.8	9.7%	7,689.6	9.2%	7,877.7	102.4%	8.7%	(+0.8%)
東北（6県）	505.4	1.9%	183.9	1.1%	945.0	1.3%	1,287.5	1.5%	1,557.9	121.0%	1.7%	(-0.2%)
東北（7県）	604.7	2.3%	262.8	1.5%	1,148.4	1.6%	1,573.8	1.9%	1,928.5	122.5%	2.1%	(-0.2%)
関東	12,764.9	49.1%	7,811.6	45.9%	26,269.7	36.6%	31,365.7	37.5%	33,753.3	107.6%	37.2%	(-11.8%)
北陸	660.8	2.5%	418.3	2.5%	2,121.1	3.0%	2,583.7	3.1%	2,806.7	108.6%	3.1%	(+0.6%)
中部	2,010.6	7.7%	1,169.1	6.9%	4,961.4	6.9%	5,799.8	6.9%	6,935.1	119.6%	7.6%	(-0.1%)
近畿	5,179.8	19.9%	3,529.5	20.7%	17,769.6	24.7%	20,378.5	24.4%	23,397.6	114.8%	25.8%	(+5.9%)
中国	378.0	1.5%	270.0	1.6%	1,472.9	2.1%	1,675.8	2.0%	1,831.8	109.3%	2.0%	(+0.6%)
四国	124.8	0.5%	94.1	0.6%	679.7	0.9%	783.9	0.9%	938.6	119.7%	1.0%	(+0.6%)
九州	1,901.0	7.3%	1,522.6	8.9%	6,538.0	9.1%	7,145.7	8.6%	6,701.3	93.8%	7.4%	(+0.1%)
沖縄	442.3	1.7%	515.1	3.0%	4,069.7	5.7%	4,856.5	5.8%	4,907.7	101.1%	5.4%	(+3.7%)
合計	26,023.0	—	17,015.8	—	71,824.8	—	83,566.5	—	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. 訪東北外国人旅行者の主な動向

### ④シーズン別延べ宿泊者数推移

**2018年4Q～2019年1Qにおいて新しい傾向が見られていたが、2020年1Qは雪不足と新型コロナウイルス感染症の影響で減少**



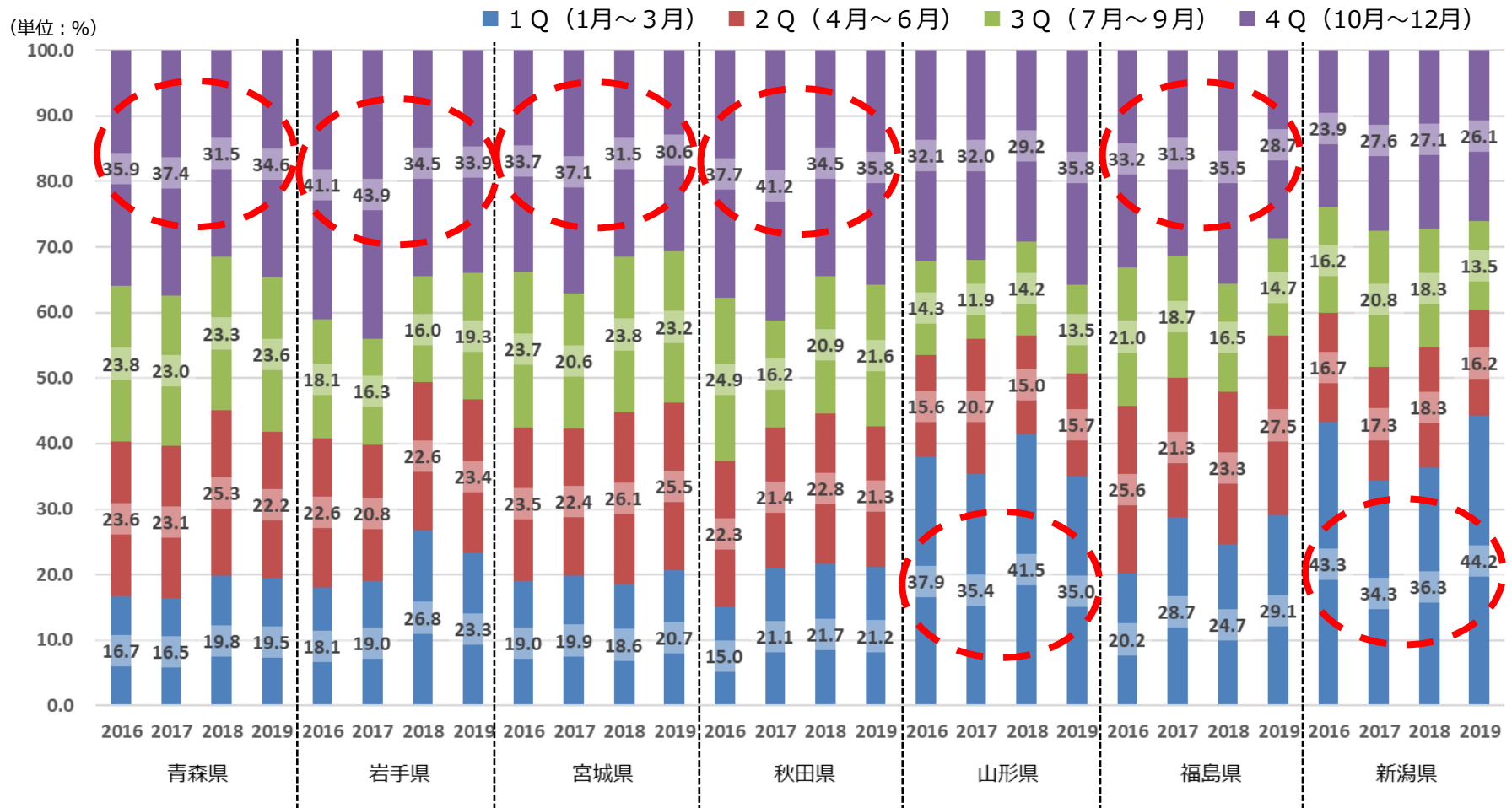
資料：観光庁宿泊旅行統計調査（調査対象施設：従業者数10人以上の事業所）

## 2. 訪東北外国人旅行者の主な動向

### ⑤シーズン別延べ宿泊者数割合（各県別クォーター）

各県のピーク：山形県・新潟県・…1Q（冬）

青森県・岩手県・秋田県・宮城県・福島県・…4Q（秋）



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. マーケティングリサーチからの考察

#### (1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

##### ① モバイル空間統計を活用した分析～ 主要観光地における外国人旅行者数の状況Ⅰ～

##### エリアや期間によってバラツキが見られる

メッシュ(1k)地点名称	県	年間 順位	2019年 旅客数 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
青森県 青森市篠田（青森駅前西側）	青森	1	58,840	<b>120%</b>	121%	118%	122%	<b>148%</b>
宮城県 松島町 松島（松島海岸周辺）	宮城	2	56,882	<b>211%</b>	187%	214%	230%	<b>133%</b>
青森県 青森市安方（青森駅前東北側）	青森	3	52,168	<b>110%</b>	113%	97%	123%	<b>142%</b>
宮城県 名取市 下増田（仙台空港）	宮城	4	47,344	<b>112%</b>	103%	114%	116%	<b>173%</b>
山形県 尾花沢市 銀山新畑（銀山温泉）	山形	5	34,702	<b>141%</b>	123%	172%	192%	<b>175%</b>
宮城県 仙台市宮城野区 仙台港北（ショッピングモール）	宮城	6	34,184	<b>106%</b>	82%	116%	128%	<b>156%</b>
山形県 山形市 蔵王温泉（樹氷高原周辺）	山形	7	33,554	<b>118%</b>	118%	136%	75%	<b>124%</b>
山形県 山形市 香澄町（山形駅東口）	山形	8	33,302	<b>149%</b>	162%	135%	127%	<b>140%</b>
岩手県 八幡平市 安比高原（宿街）	岩手	9	32,656	<b>179%</b>	109%	476%	354%	<b>306%</b>
岩手県 盛岡市 新田町（盛岡駅北西）	岩手	10	30,990	<b>117%</b>	136%	106%	113%	<b>153%</b>
青森県 弘前市 大字下白銀町（弘前城）	青森	11	30,082	<b>108%</b>	109%	102%	128%	<b>186%</b>
宮城県 仙台市青葉区 霊屋下（政宗公廟）	宮城	12	28,844	<b>136%</b>	131%	156%	121%	<b>117%</b>
岩手県 盛岡市 中央通（盛岡中心街）	岩手	13	27,320	<b>154%</b>	117%	156%	177%	<b>247%</b>
青森県 青森市 大谷（青森空港）	青森	14	27,292	<b>82%</b>	92%	66%	88%	<b>116%</b>
福島県 下郷町 大内（大内宿）	福島	15	24,744	<b>156%</b>	159%	145%	171%	<b>116%</b>
青森県 十和田市法量（奥入瀬川上流）	青森	16	24,732	<b>133%</b>	159%	126%	125%	<b>110%</b>
岩手県 花巻市 湯本（花巻温泉）	岩手	17	24,682	<b>112%</b>	95%	108%	148%	<b>108%</b>
秋田県 秋田市 手形（秋田駅前東側）	秋田	18	22,516	<b>152%</b>	168%	154%	141%	<b>138%</b>
青森県 おいらせ町 若葉（星野リゾート周辺）	青森	19	22,230	<b>68%</b>	66%	66%	75%	<b>87%</b>
山形県 山形市 上町（山形駅南西エリア）	山形	20	20,796	<b>148%</b>	184%	113%	107%	<b>146%</b>

※地点名称はエリアの位置データから推測される近隣の観光地や交通結節点等  
 ※仙台市内繁華街は除く  
 ※「－」は2018年ランク外のためデータなし

資料：東北広域デジタルマーケティング事業

Copyright © Tohoku Tourism Promotion Organization. All Rights Reserved.

### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

#### ② モバイル空間統計を活用した分析～ 主要観光地における外国人旅行者数の状況Ⅱ～

#### 前年採り上げられなかった地点のランクインが見られる

メッシュ(1k)地点名称	県	年間 順位	2019年 旅客数 単位：人	年間 前年比	1Q 1-3月 前年 同期比	2Q 4-6月 前年 同期比	3Q 7-9月 前年 同期比	4Q 10-12 前年 同期比
青森県 十和田市 奥瀬（十和田湖南湖畔）	青森	21	20,218	90%	54%	96%	103%	110%
青森県 弘前市 大町（弘前駅前西側）	青森	22	19,574	85%	66%	96%	86%	101%
秋田県 仙北市 角館町小勝田（角館北側）	秋田	23	18,422	100%	70%	100%	137%	135%
秋田県 秋田市 保戸野通町（秋田千秋公園西）	秋田	24	16,250	131%	136%	135%	125%	120%
福島県 郡山市 堂前町（郡山駅南西エリア）	福島	25	16,144	126%	120%	147%	106%	84%
山形県 天童市 老野森（天童駅東北エリア）	山形	26	15,590	103%	81%	119%	132%	118%
岩手県 花巻市 金矢（金矢・台温泉）	岩手	27	15,542	155%	154%	119%	228%	182%
岩手県 一関市 東山町長坂（猊鼻溪など）	岩手	28	15,426	125%	82%	91%	251%	171%
福島県 福島市 太田町（福島駅前西）	福島	29	14,820	107%	106%	110%	105%	100%
青森県 弘前市 代官町（観光ショッピングエリア）	青森	30	14,566	82%	84%	85%	78%	112%
福島県 会津若松市 追手町（鶴ヶ城）	福島	31	13,590	—	—	—	—	—
宮城県 仙台市青葉区川内（東北大・本丸跡）	宮城	32	13,308	129%	191%	111%	119%	124%
山形県 天童市 天童（公園・舞鶴山）	山形	33	13,168	—	—	—	—	—
宮城県 仙台市青葉区 青葉山（国際センター）	宮城	34	13,150	88%	89%	145%	61%	108%
秋田県 秋田市 雄和椿川（秋田空港）	秋田	35	12,412	83%	102%	65%	94%	54%
青森県 八戸市 大字尻内町（八戸駅周辺）	青森	36	11,334	—	—	—	—	—
秋田県 秋田市 中通（秋田駅前西中心街）	秋田	37	10,756	—	—	—	—	—
青森県 青森市 長島（青森駅東南エリア）	青森	38	10,418	—	—	—	—	—
青森県 青森市 大字石江（新青森駅周辺部）	青森	39	10,344	86%	74%	97%	87%	140%
秋田県 仙北市 田沢湖田沢 湖畔東側	秋田	40	9,840	81%	68%	83%	98%	145%

※地点名称はエリアの位置データから推測される近隣の観光地や交通結節点等

※仙台市内繁華街は除く

※「—」は2018年ランク外のためデータなし

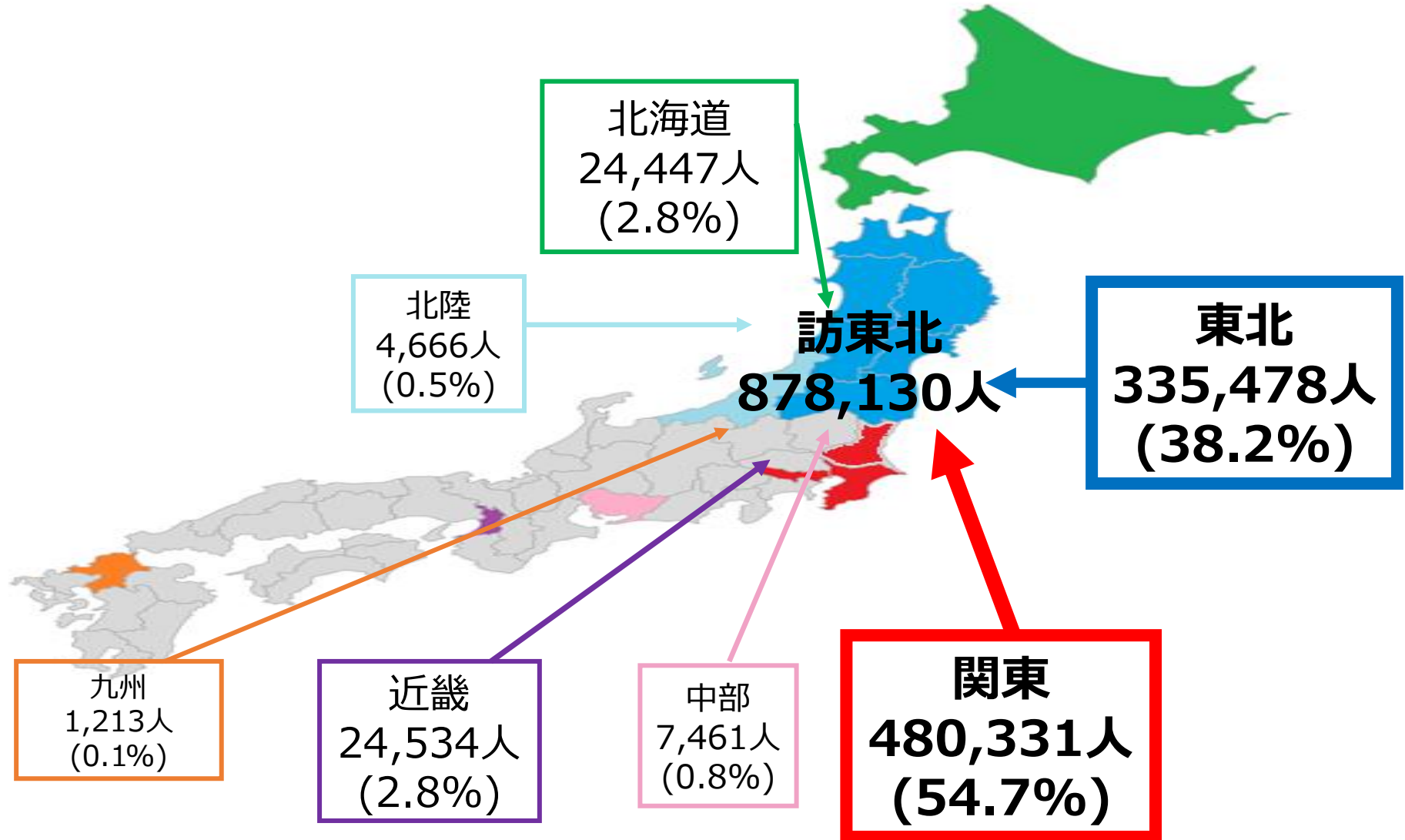
資料：東北広域デジタルマーケティング事業

Copyright © Tohoku Tourism Promotion Organization. All Rights Reserved.

### 3. マーケティングリサーチからの考察

(1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

③ モバイル空間統計を活用した分析～2019年入国地域別にみる訪東北～



資料：東北広域デジタルマーケティング事業

### 3. マーケティングリサーチからの考察

(1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

④ モバイル空間統計を活用した分析～入国地域別にみる訪東北(3カ年推移)～

**関東インが減少した一方で東北ダイレクトインが増加した**

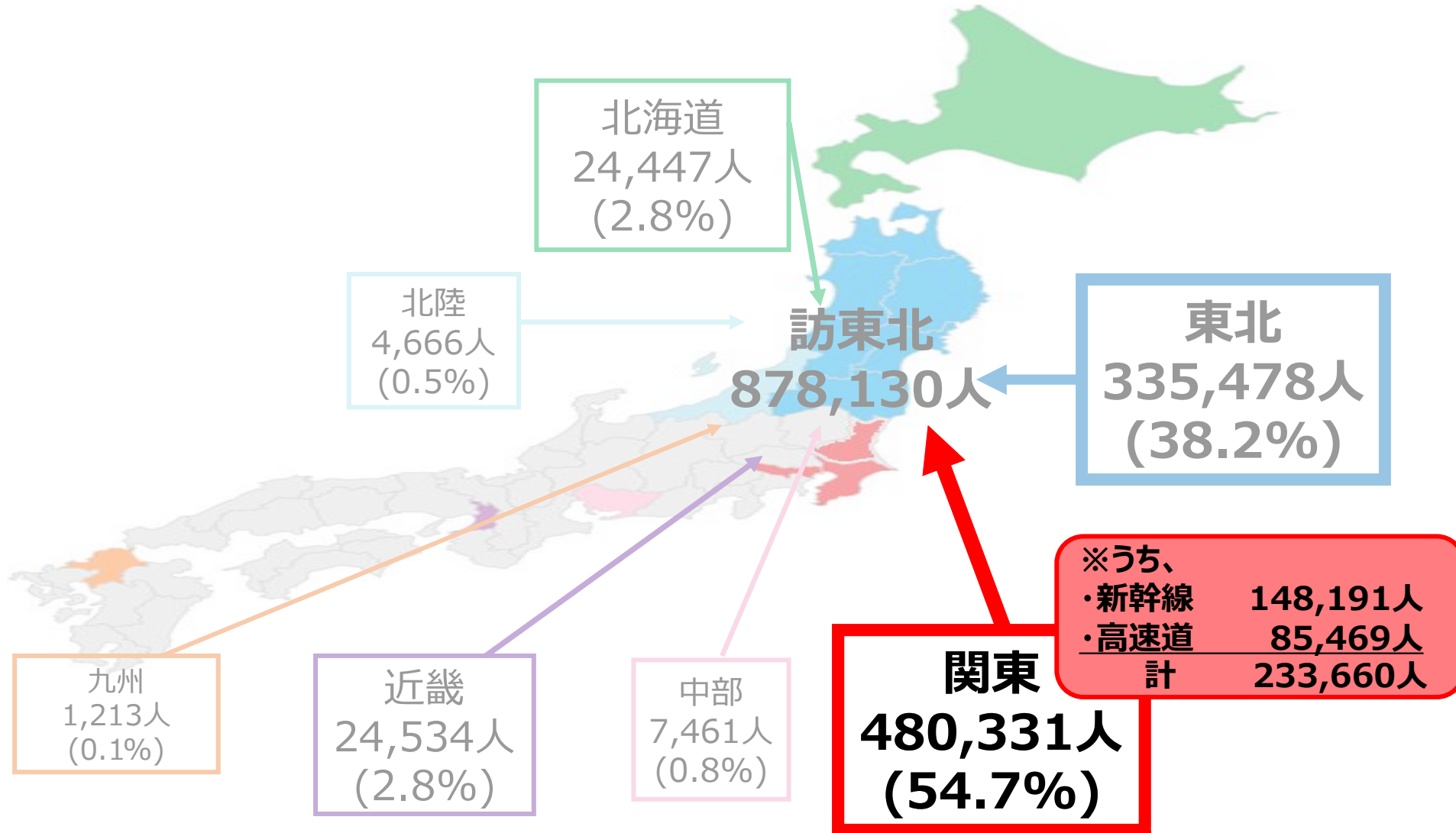
		2017		2018		2019		
		人数(人)	シェア	人数(人)	シェア	人数(人)	シェア	伸び率(対2017)
入 国 空 港	北海道	19,739	3.3%	29,040	3.9%	24,447	2.8%	-0.5%
	東北	189,258	31.9%	268,363	36.4%	335,478	38.2%	6.3%
	関東	361,057	60.8%	414,195	56.1%	480,331	54.7%	-6.1%
	北陸(新潟)	1,344	0.2%	1,613	0.2%	4,666	0.5%	0.3%
	中部	4,989	0.8%	4,026	0.5%	7,461	0.8%	0.0%
	近畿	16,891	2.8%	19,301	2.6%	24,534	2.8%	0.0%
	九州	850	0.1%	1,199	0.2%	1,213	0.1%	0.0%
合計		594,128	100.0%	737,737	100.0%	878,130	100.0%	

資料：東北広域デジタルマーケティング事業

### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

##### ⑤ モバイル空間統計を活用した分析～2019年関東からの訪東北～



資料：東北広域デジタルマーケティング事業

### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

##### ⑥ モバイル空間統計を活用した分析～新幹線流入・高速道流入～

**東京圏発のうち新幹線が62.5%、高速道が36.0%を占める**

#### <2019年計(1-12月累計)>

(単位：人)

エリア・期間		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	1-12月	100%	62.5%	36.0%	1.5%	237,153	148,191	85,469	3,493
青森	1-12月	100%	64.7%	30.8%	4.5%	42,081	27,221	12,958	1,902
岩手	1-12月	100%	47.1%	51.7%	1.2%	36,235	17,050	18,741	444
秋田	1-12月	100%	79.4%	20.2%	0.4%	17,212	13,663	3,484	65
宮城	1-12月	100%	64.4%	34.0%	1.5%	71,543	46,102	24,359	1,082
山形	1-12月	100%	86.5%	13.5%	0.0%	23,515	20,347	3,168	0
福島	1-12月	100%	51.1%	48.9%	0.0%	46,567	23,808	22,759	0

資料：東北広域デジタルマーケティング事業

※本統計における外国人旅行者数は当該エリアに2時間以上滞在した人数

※同旅行者数はローミングデータの数値を国の統計に基づき拡大推計し算出している

### 3. マーケティングリサーチからの考察

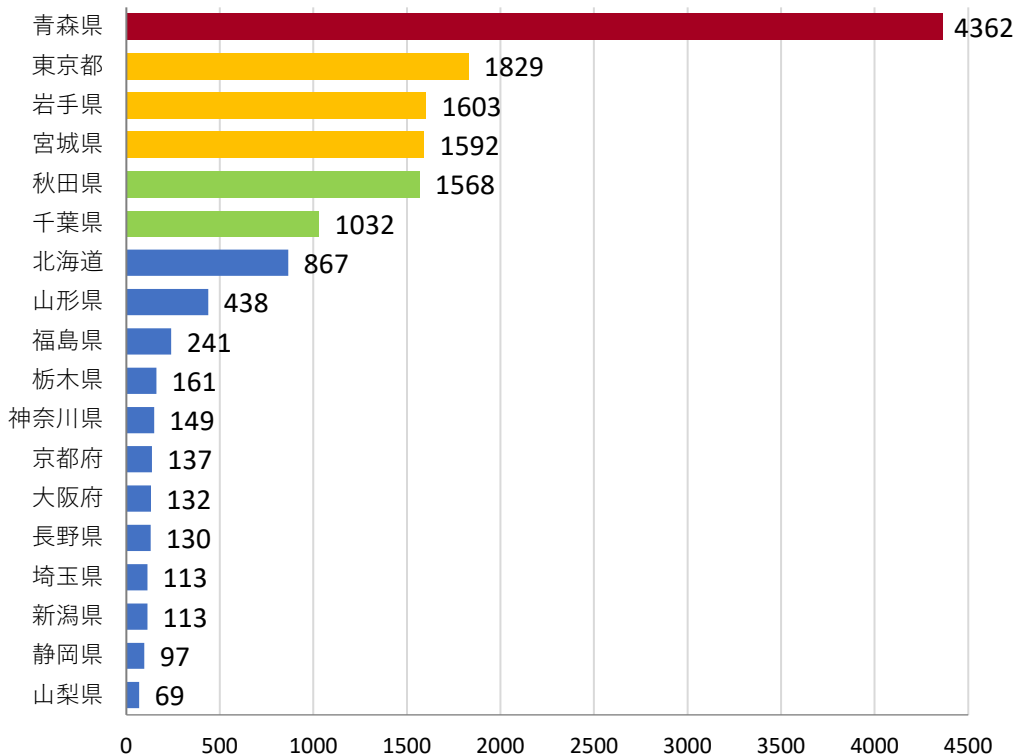
#### (1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

##### ⑦ モバイル空間統計を活用した分析～青森ねぶた祭～

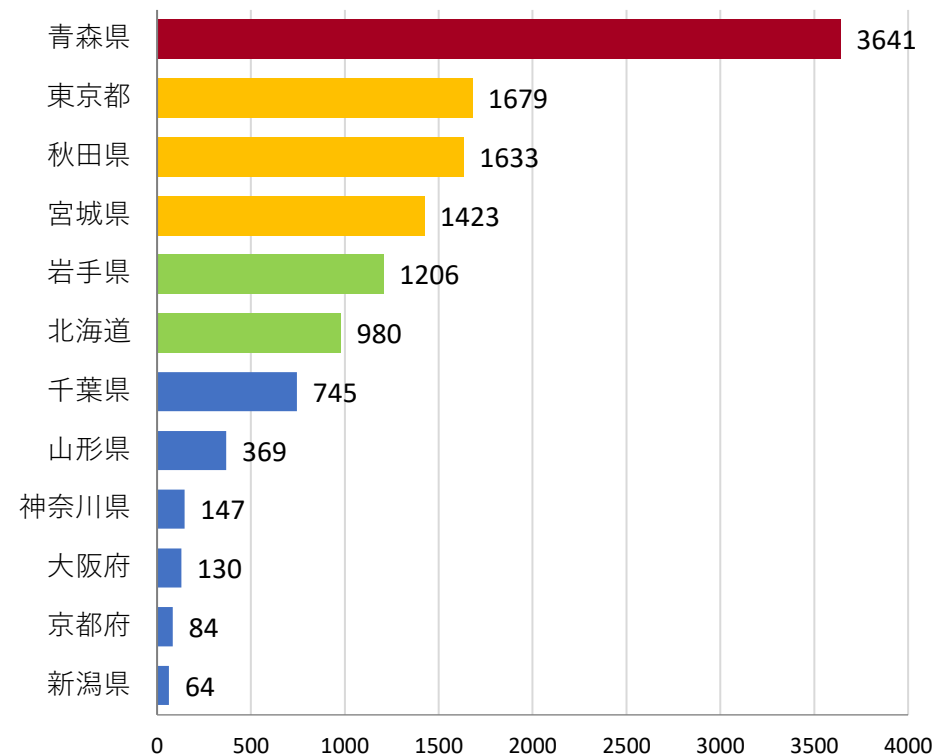
「青森ねぶた祭」に訪れる外国人旅行者がどこから来てどこに行ったか

⇒前年より幅広い地域との移動が見られる

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

※本統計における外国人旅行者数は当該エリアに2時間以上滞在した人数

※同旅行者数はローミングデータの数値を国の統計に基づき拡大推計し算出している



### 3. マーケティングリサーチからの考察

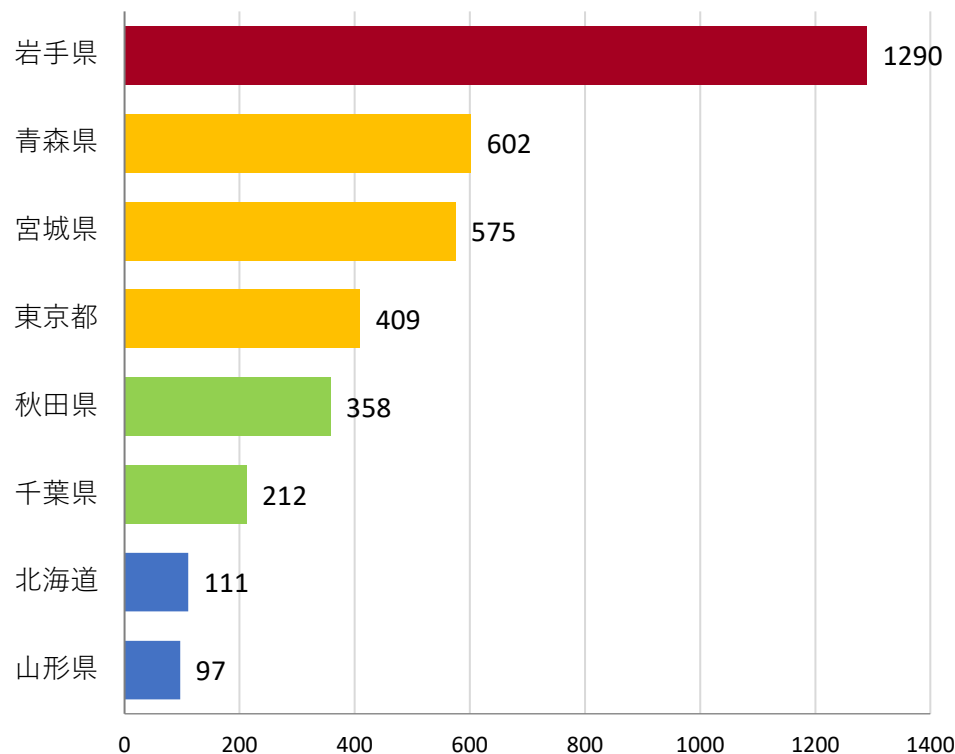
#### (1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

##### ⑧ モバイル空間統計を活用した分析～盛岡さんさ踊り～

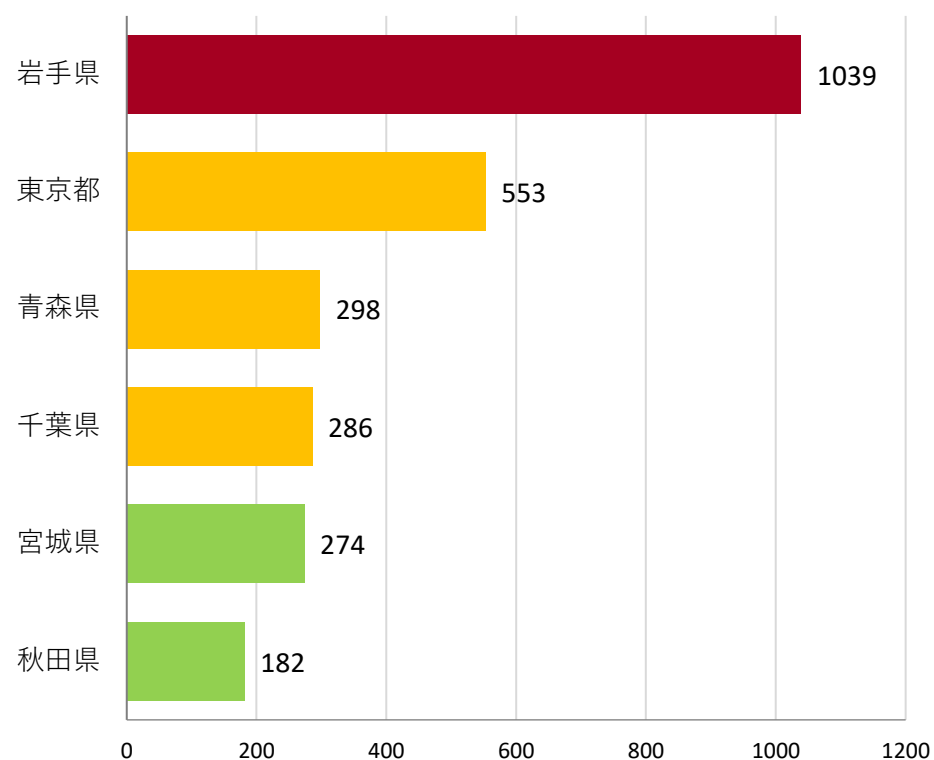
「盛岡さんさ踊り」に訪れる外国人旅行者がどこから来てどこに行ったか

⇒近隣県との移動者数が増加した

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

※本統計における外国人旅行者数は当該エリアに2時間以上滞在した人数

※同旅行者数はローミングデータの数値を国の統計に基づき拡大推計し算出している

Copyright © Tohoku Tourism Promotion Organization. All Rights Reserved.



### 3. マーケティングリサーチからの考察

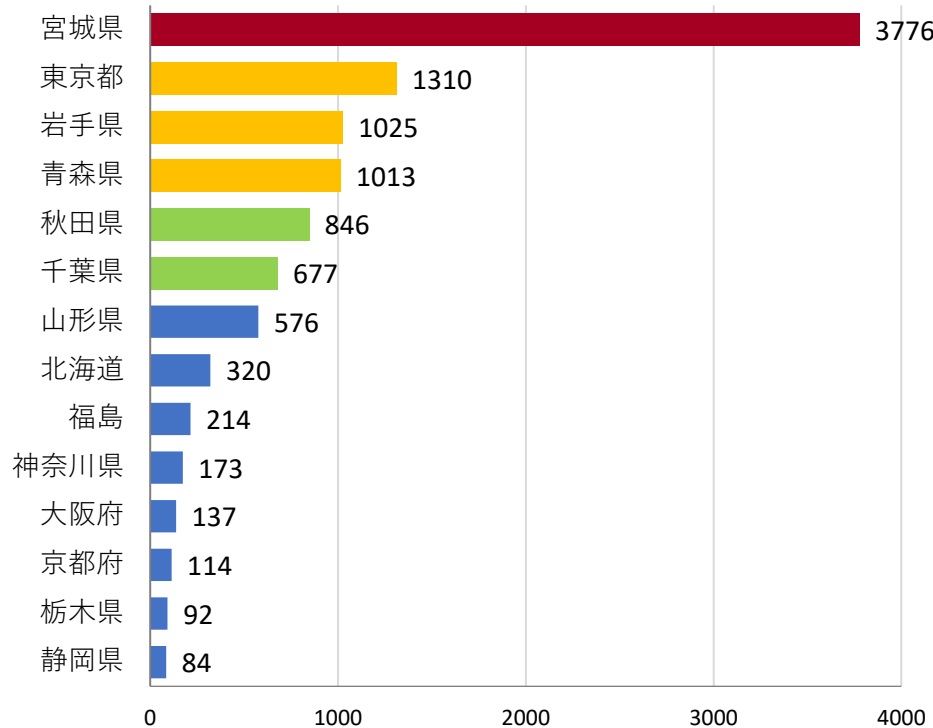
#### (1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

##### ⑨ モバイル空間統計を活用した分析～仙台七夕まつり～

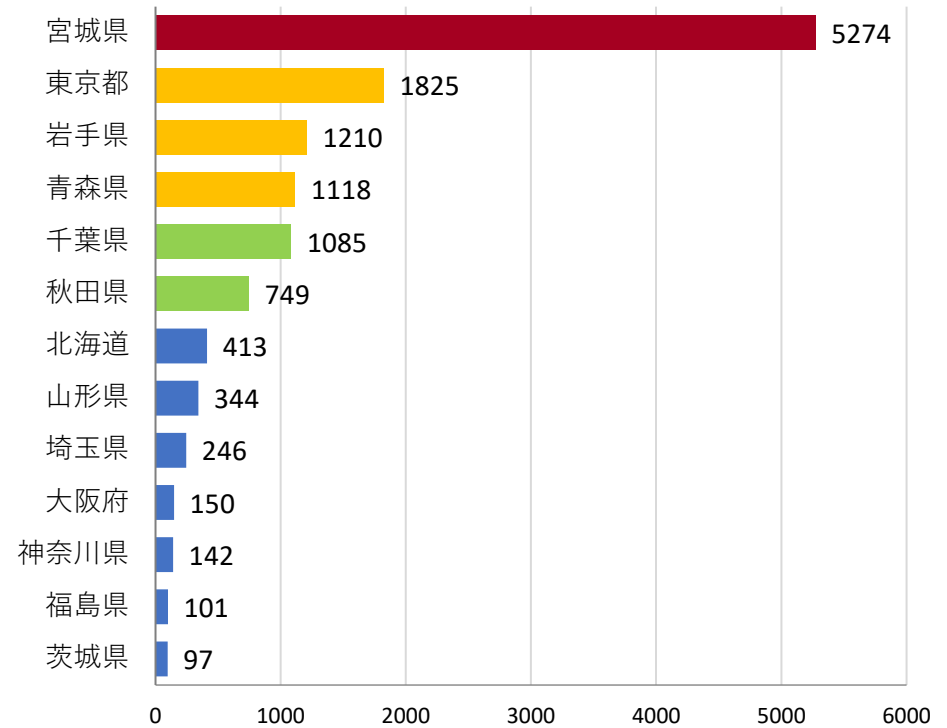
「仙台七夕まつり」に訪れる外国人旅行者がどこから来てどこに行ったか

⇒前年と同様の傾向が見られる

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

※本統計における外国人旅行者数は当該エリアに2時間以上滞在した人数

※同旅行者数はローミングデータの数値を国の統計に基づき拡大推計し算出している

Copyright © Tohoku Tourism Promotion Organization. All Rights Reserved.

### 3. マーケティングリサーチからの考察

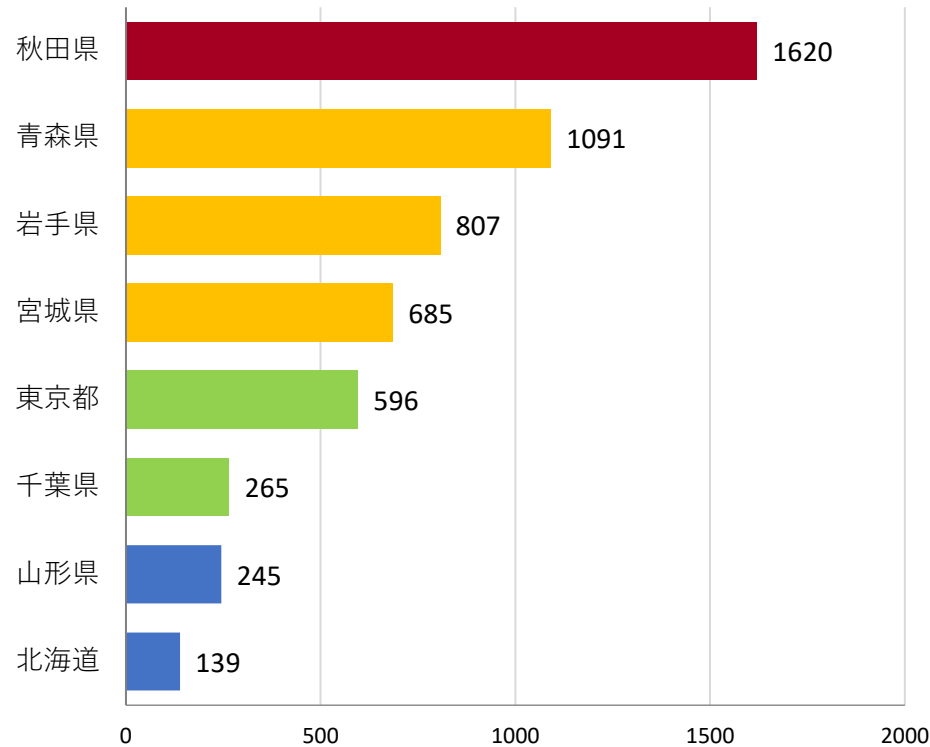
#### (1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

##### ⑩ モバイル空間統計を活用した分析～竿燈まつり～

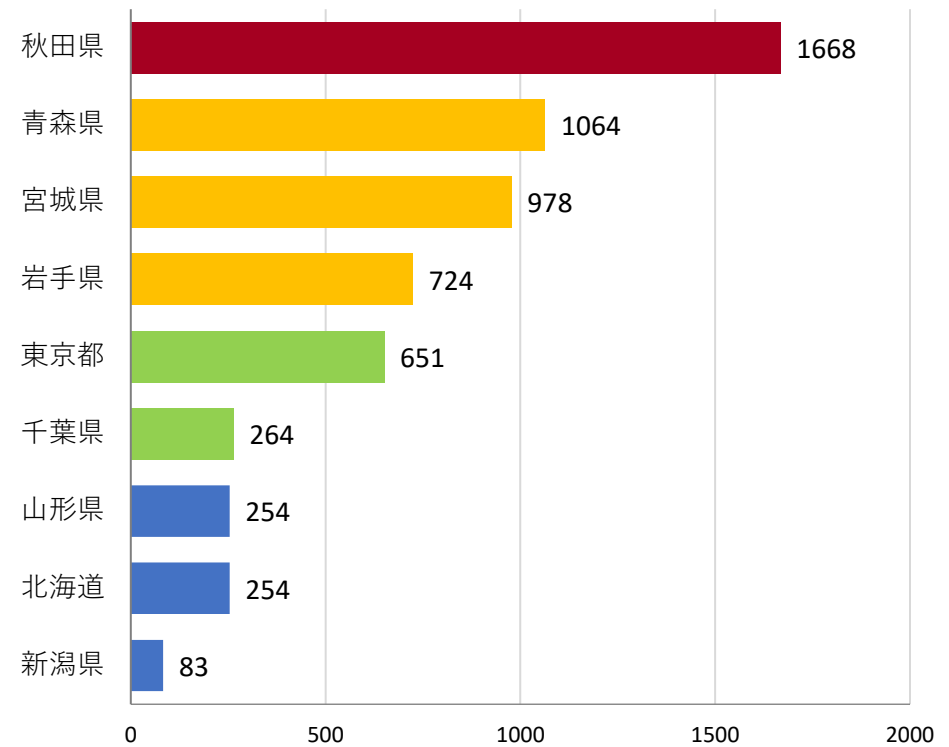
「竿燈まつり」に訪れる外国人旅行者がどこから来てどこに行ったか

⇒前年と同様の傾向が見られる

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

※本統計における外国人旅行者数は当該エリアに2時間以上滞在した人数

※同旅行者数はローミングデータの数値を国の統計に基づき拡大推計し算出している

Copyright © Tohoku Tourism Promotion Organization. All Rights Reserved.

### 3. マーケティングリサーチからの考察

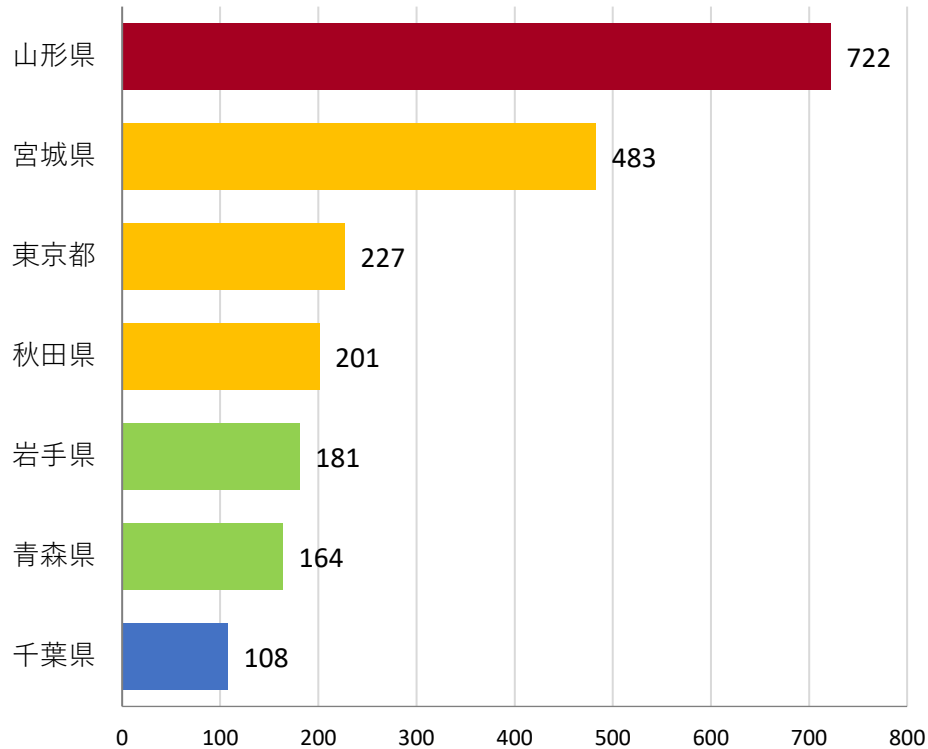
#### (1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

##### ⑪ モバイル空間統計を活用した分析～山形花笠まつり～

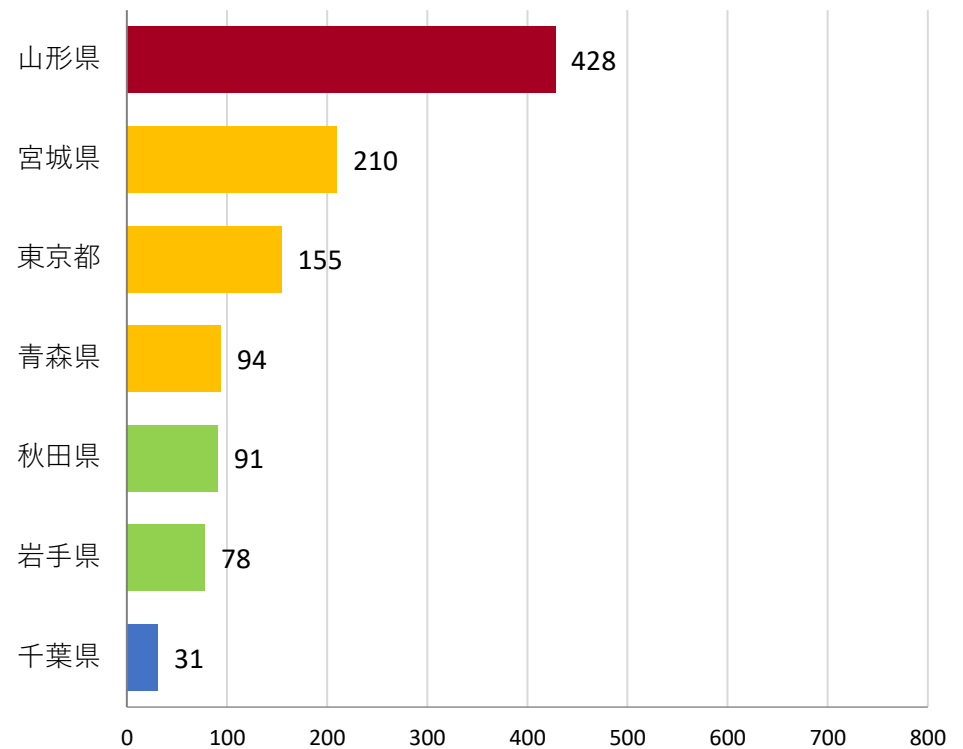
「山形花笠まつり」に訪れる外国人旅行者がどこから来てどこに行ったか

⇒**全体的に移動者数が増加した**

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

※本統計における外国人旅行者数は当該エリアに2時間以上滞在した人数

※同旅行者数はローミングデータの数値を国の統計に基づき拡大推計し算出している

### 3. マーケティングリサーチからの考察

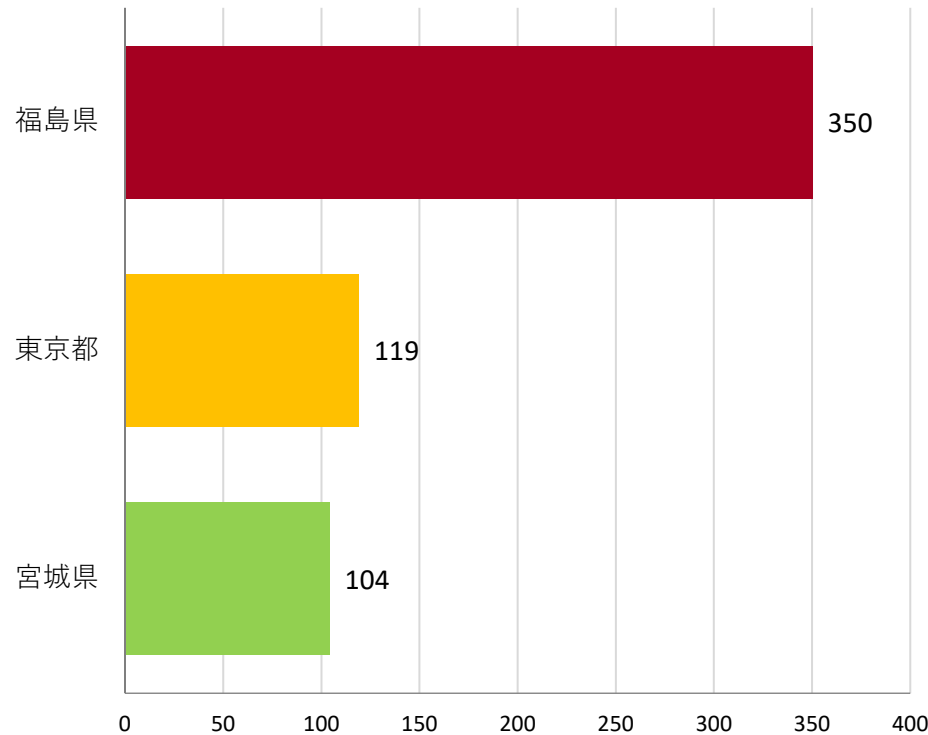
#### (1) 東北広域デジタルマーケティング事業から見えること

##### ⑫ モバイル空間統計を活用した分析～福島わらじまつり～

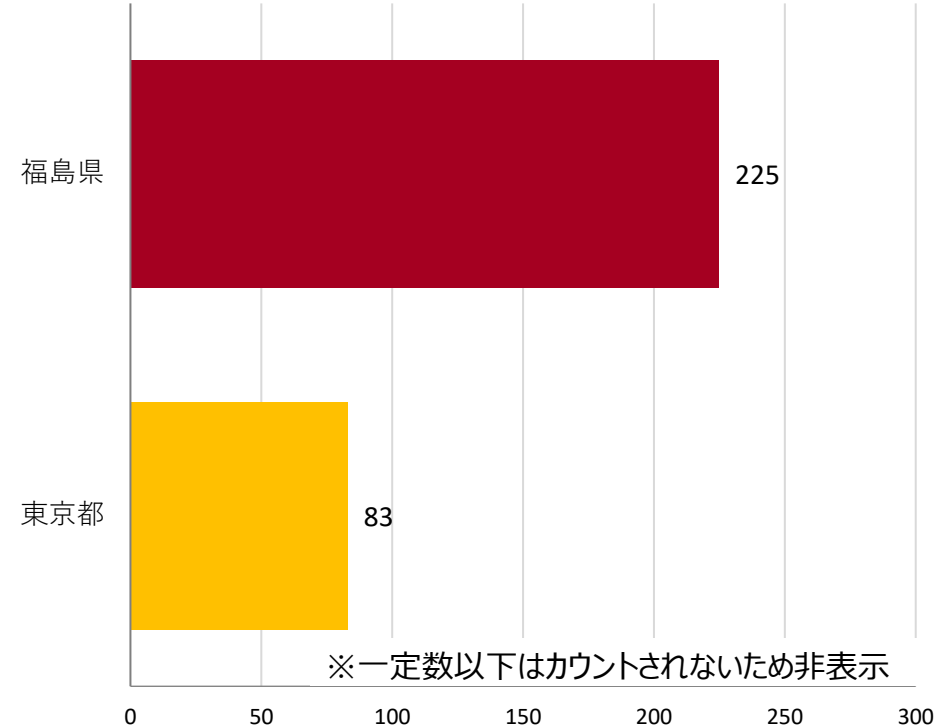
「福島わらじまつり」に訪れる外国人旅行者がどこから来てどこに行ったか

モバイル空間統計は、一定の条件以下では、個人情報保護等の観点から移動数がカウントされない。

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

※本統計における外国人旅行者数は当該エリアに2時間以上滞在した人数

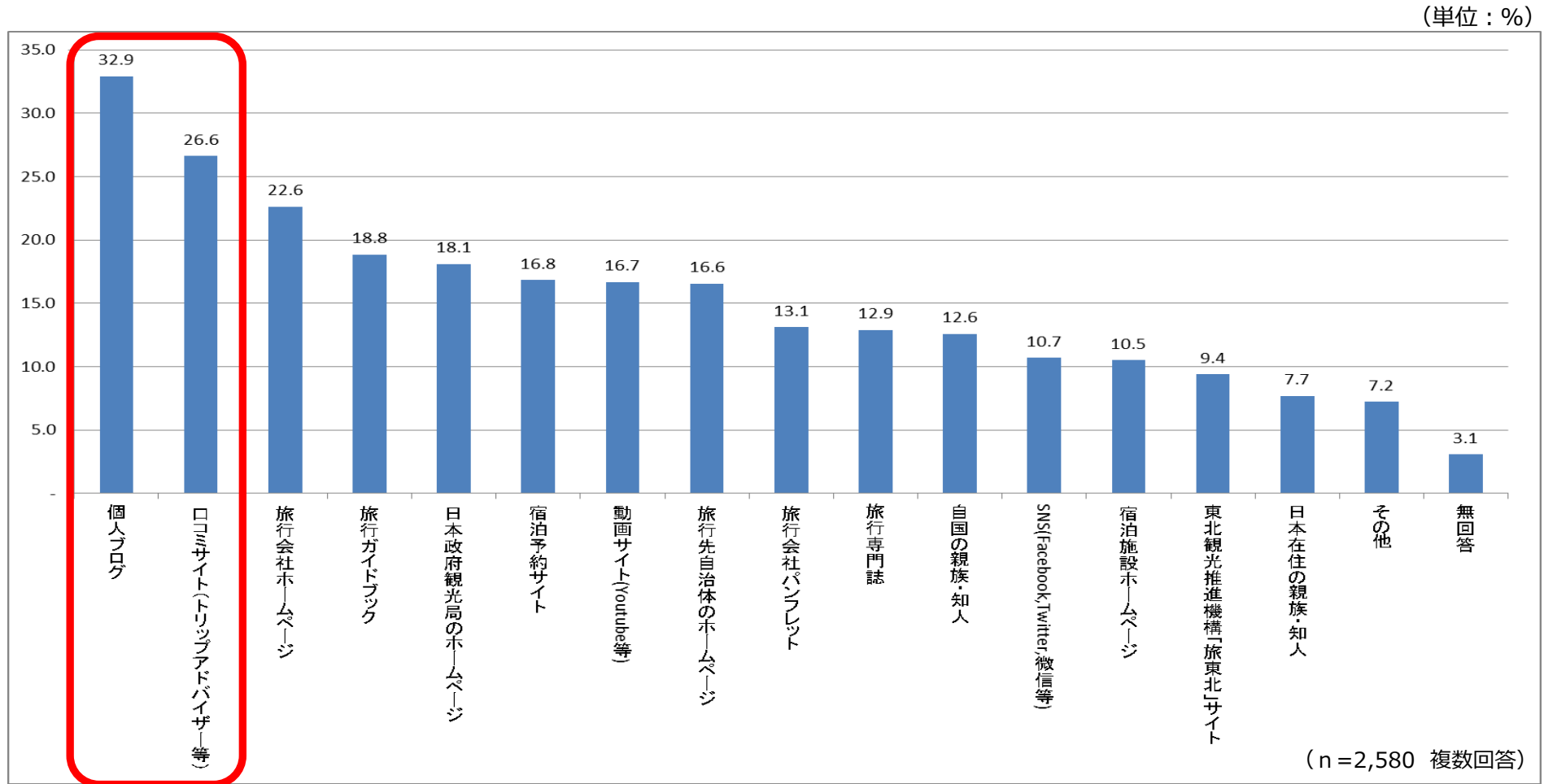
※同旅行者数はローミングデータの数値を国の統計に基づき拡大推計し算出している

### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (2) DMO連携広域マーケティングリサーチ事業から見えること

##### ① 旅行前の東北エリアの情報源＜旅マエ＞

「個人ブログ」・「口コミサイト」が多い



資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

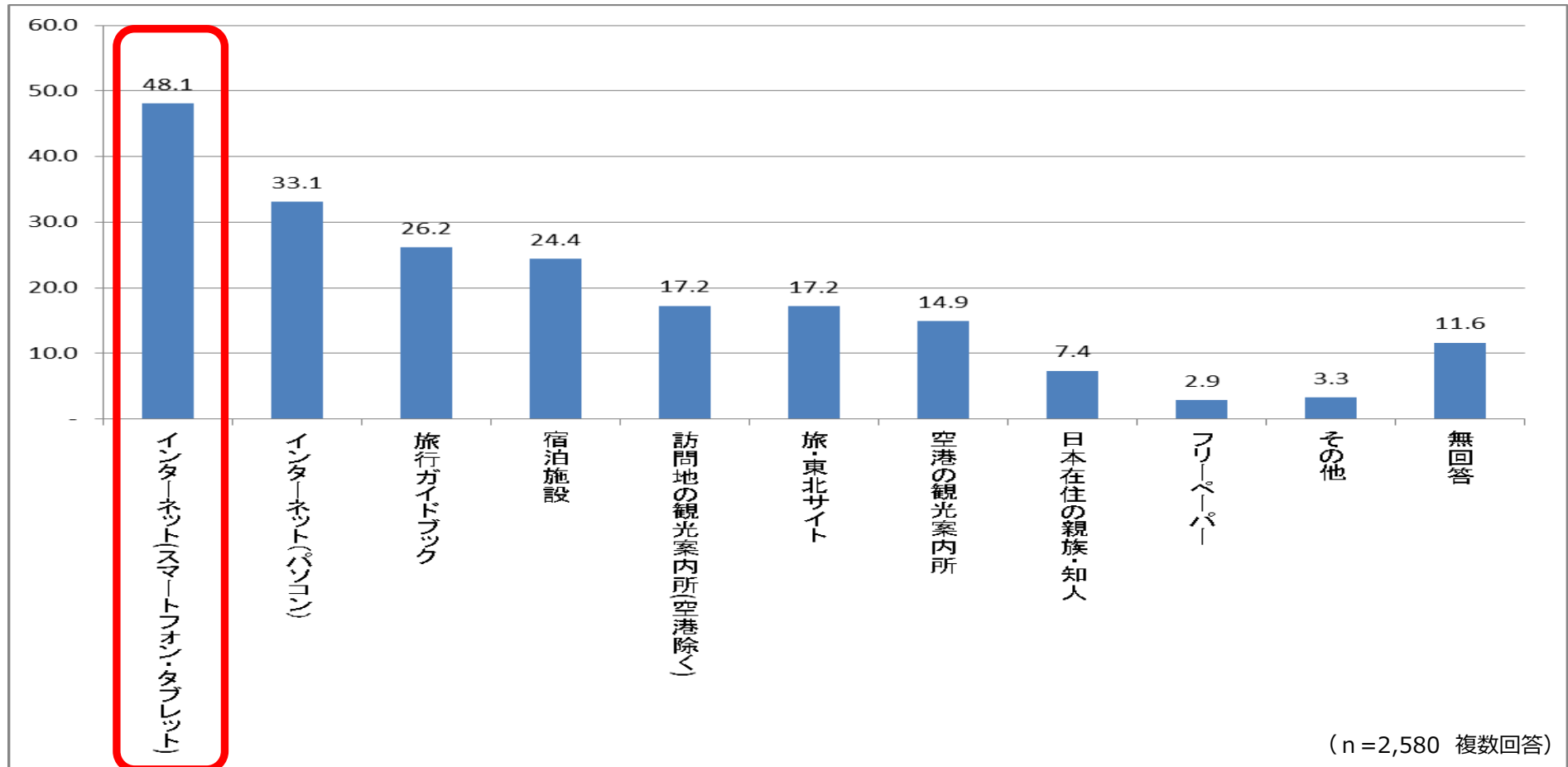
### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (2) DMO連携広域マーケティングリサーチ事業から見えること

##### ② 旅行中の東北エリアの情報源＜旅ナカ＞

スマートフォンやタブレットによる情報収集が多い

(単位：%)



資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

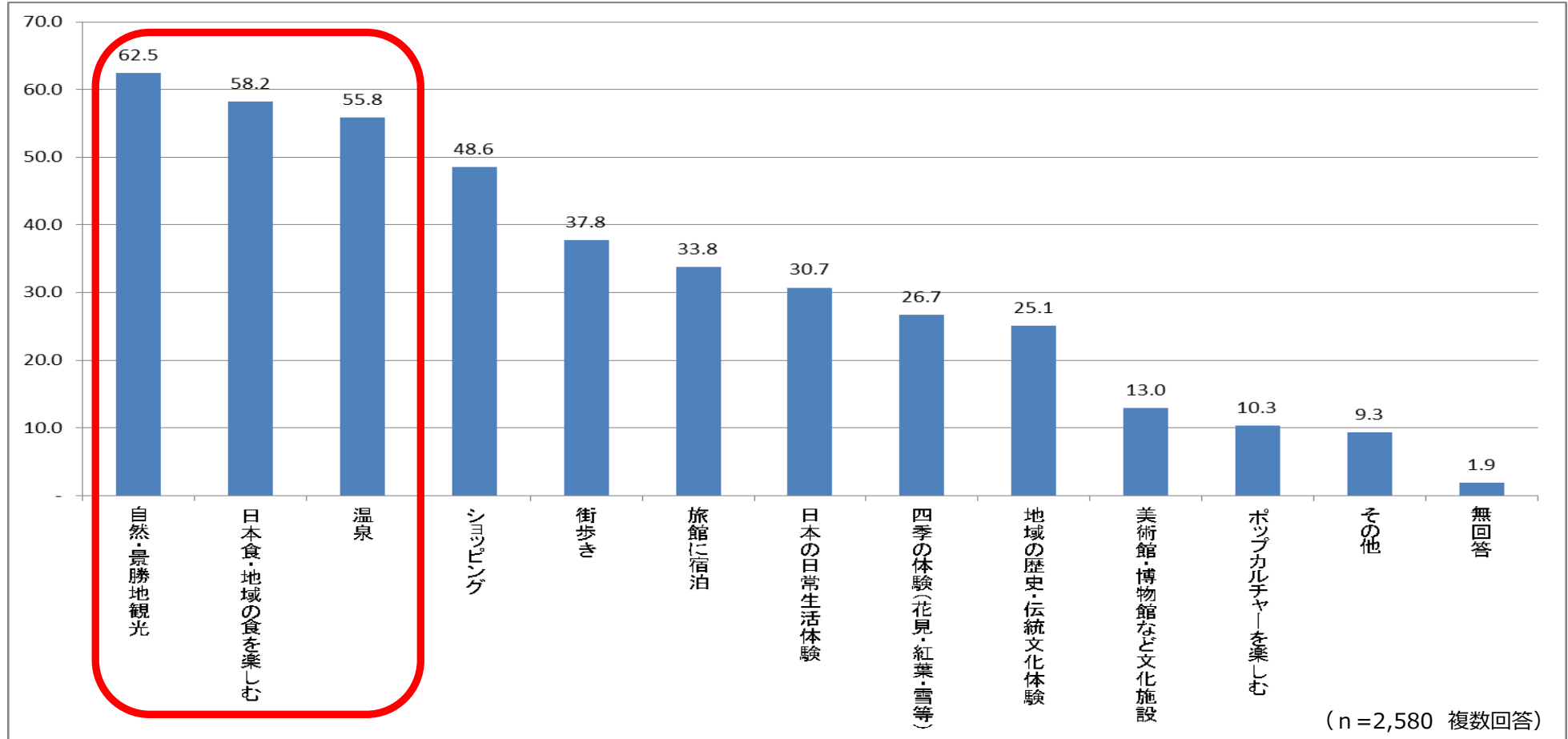
### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (2) DMO連携広域マーケティングリサーチ事業から見えること

##### ③ 東北旅行の目的

「自然・景勝地観光」・「日本食・地域の食を楽しむ」・「温泉」が人気

(単位：%)



資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (2) DMO連携広域マーケティングリサーチ事業から見えること

##### ④ 旅行消費額

**中国・台湾は「物品購入代」、タイは「体験プログラム等参加料」の消費が多い等市場による特性が見られる**

(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	-

\*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

Copyright © Tohoku Tourism Promotion Organization. All Rights Reserved.

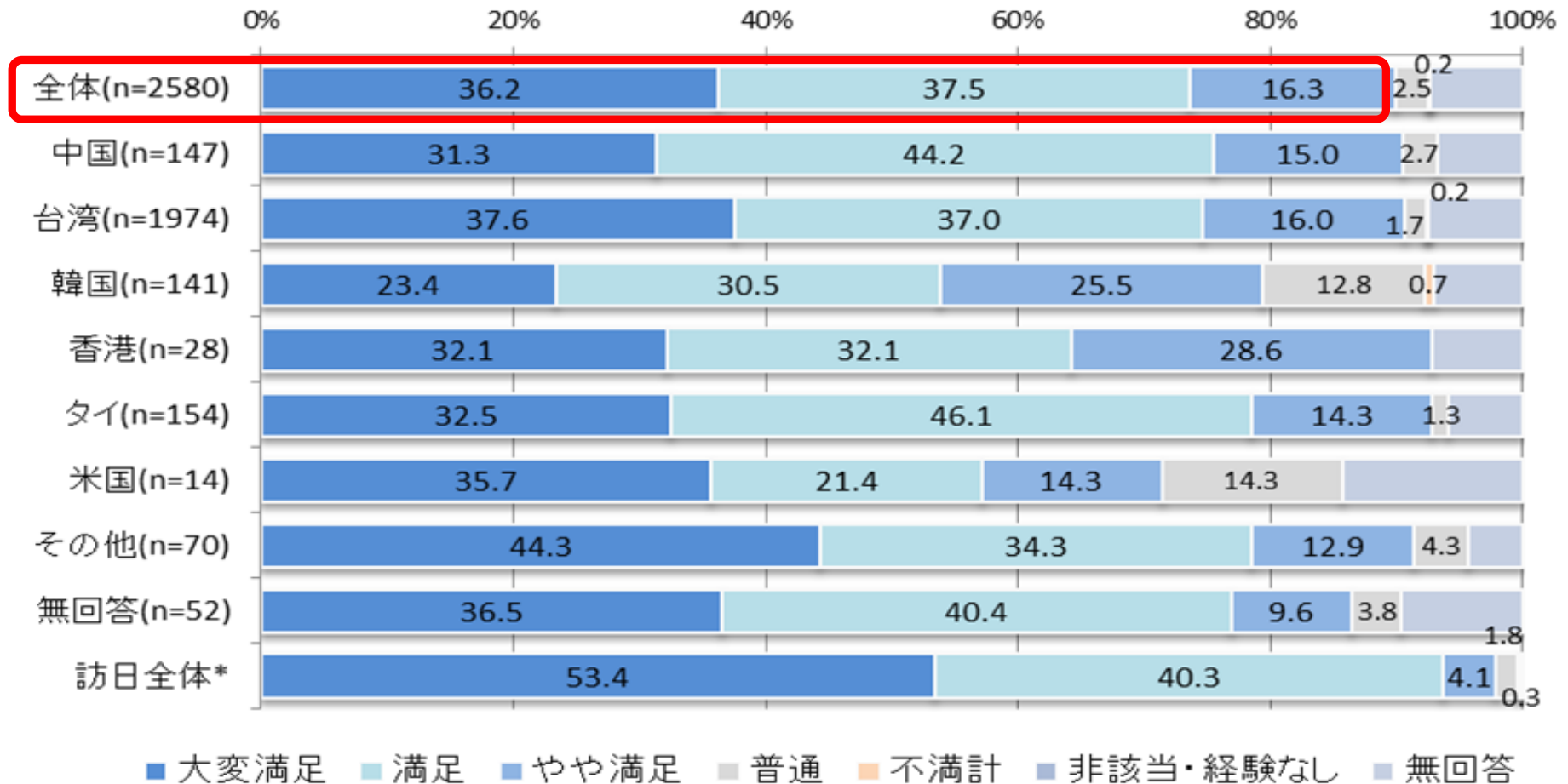


### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (2) DMO連携広域マーケティングリサーチ事業から見えること

##### ⑤ 外国人旅行者総合満足度（居住国別）

**全体で90.0%の来訪者が「大変満足」～「やや満足」と回答**



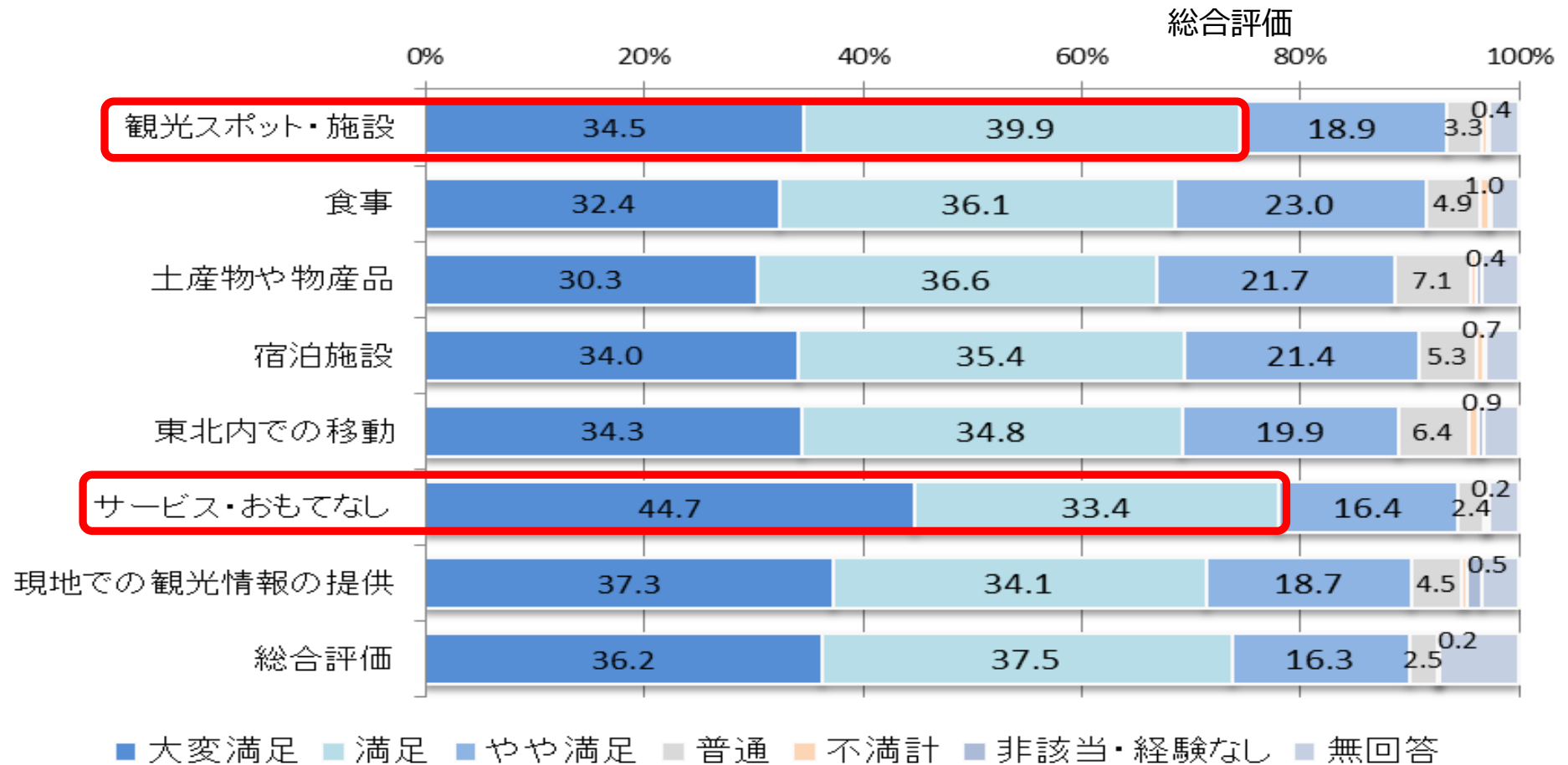
資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (2) DMO連携広域マーケティングリサーチ事業から見えること

##### ⑥ 外国人旅行者満足度（項目別）

「観光スポット・施設」、「サービス・おもてなし」が特に満足度が高い



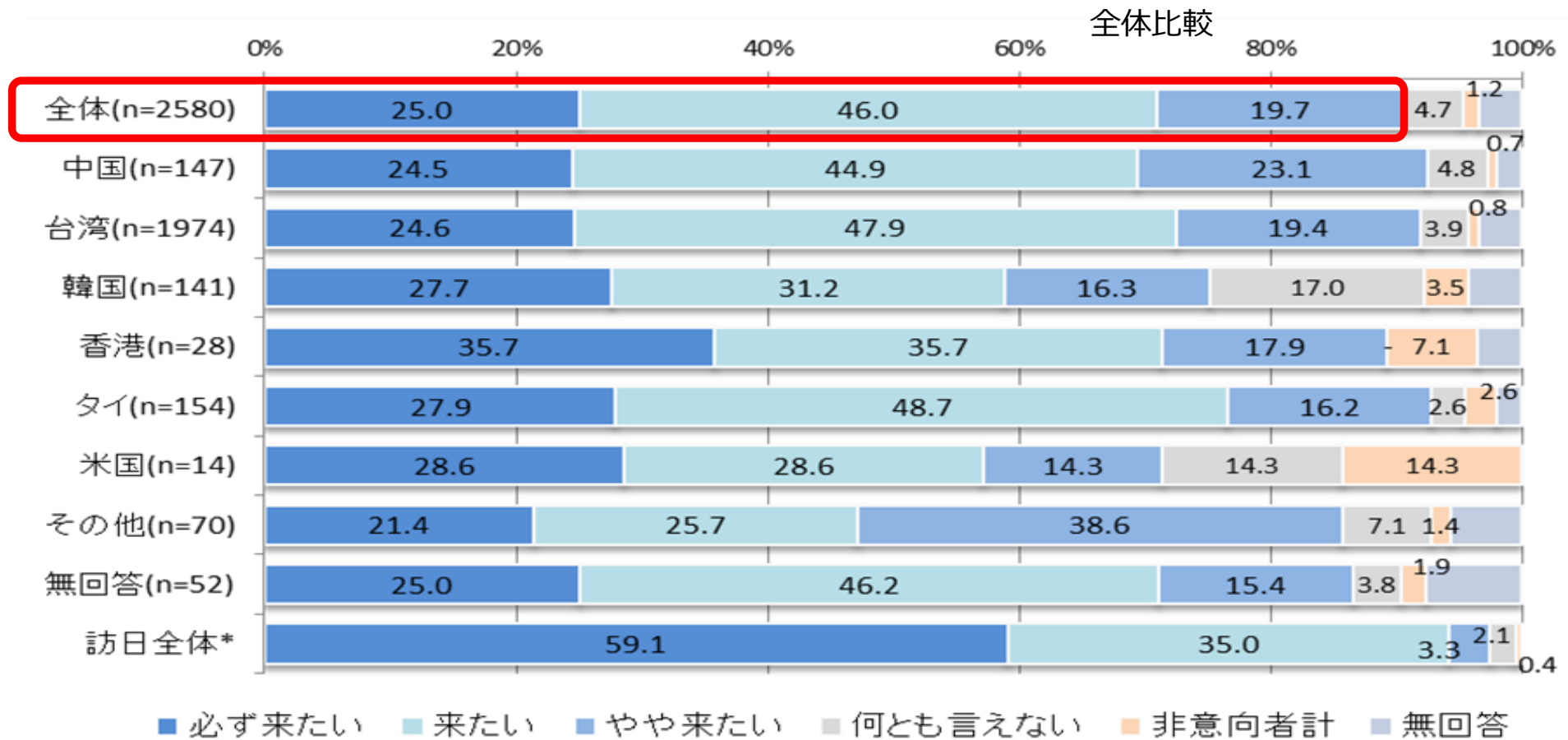
資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (2) DMO連携広域マーケティングリサーチ事業から見えること

##### ⑦ 再来訪意向（居住国別）

全体で90.7%の来訪者が「必ず来たい」～「やや来たい」と回答



資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

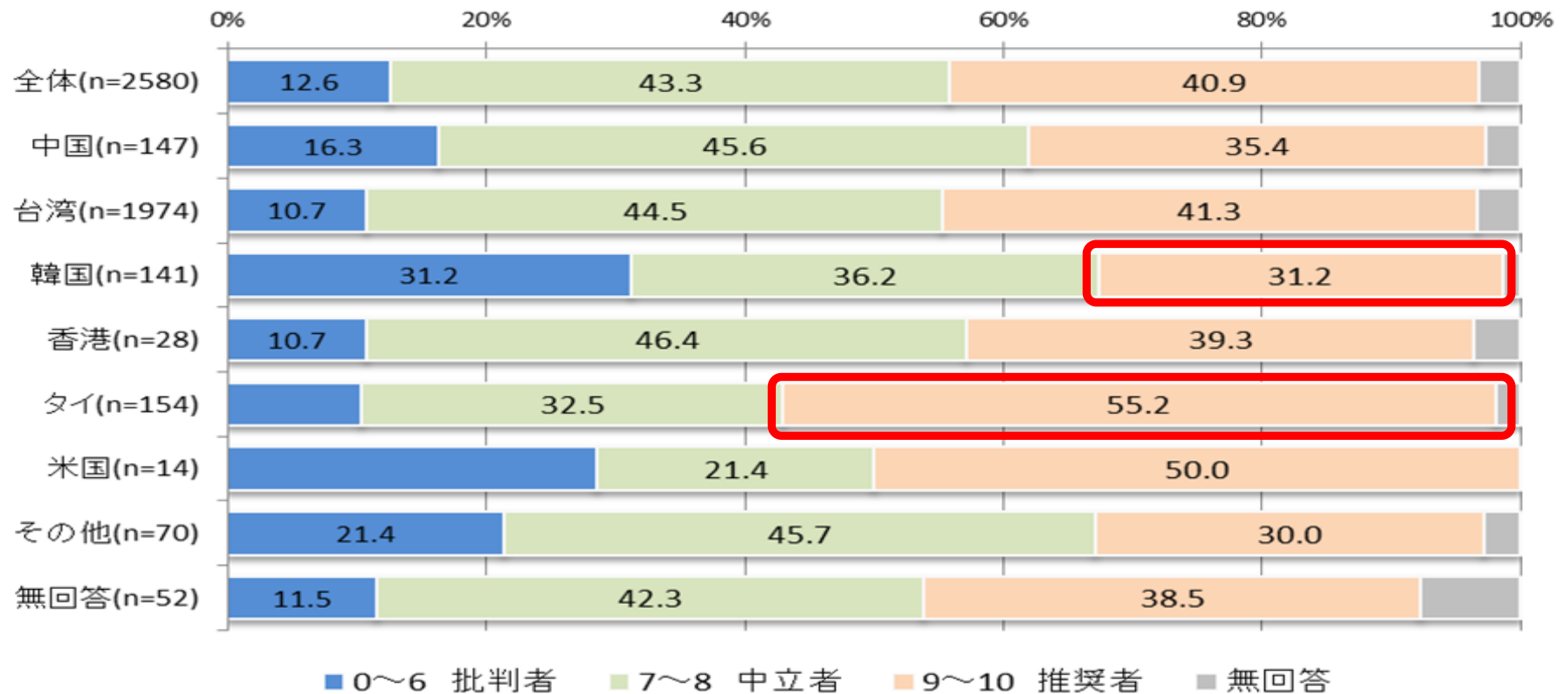
### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (2) DMO連携広域マーケティングリサーチ事業から見えること

##### ⑧ 推奨意向

「東北エリアへの旅行をどの程度知り合いに勧めたいと思いますか。」という質問を10点満点で答えてもらい、0～6点を「批判者」、7・8点を「中立者」、9・10点を「推奨者」と分類。

**タイでは推奨者が55.2%となる一方で韓国では31.2%となる等市場による特性が見られる**



※米国は回答者数が少ないため参考値

資料：DMO連携広域マーケティングリサーチ事業

### 3. マーケティングリサーチからの考察

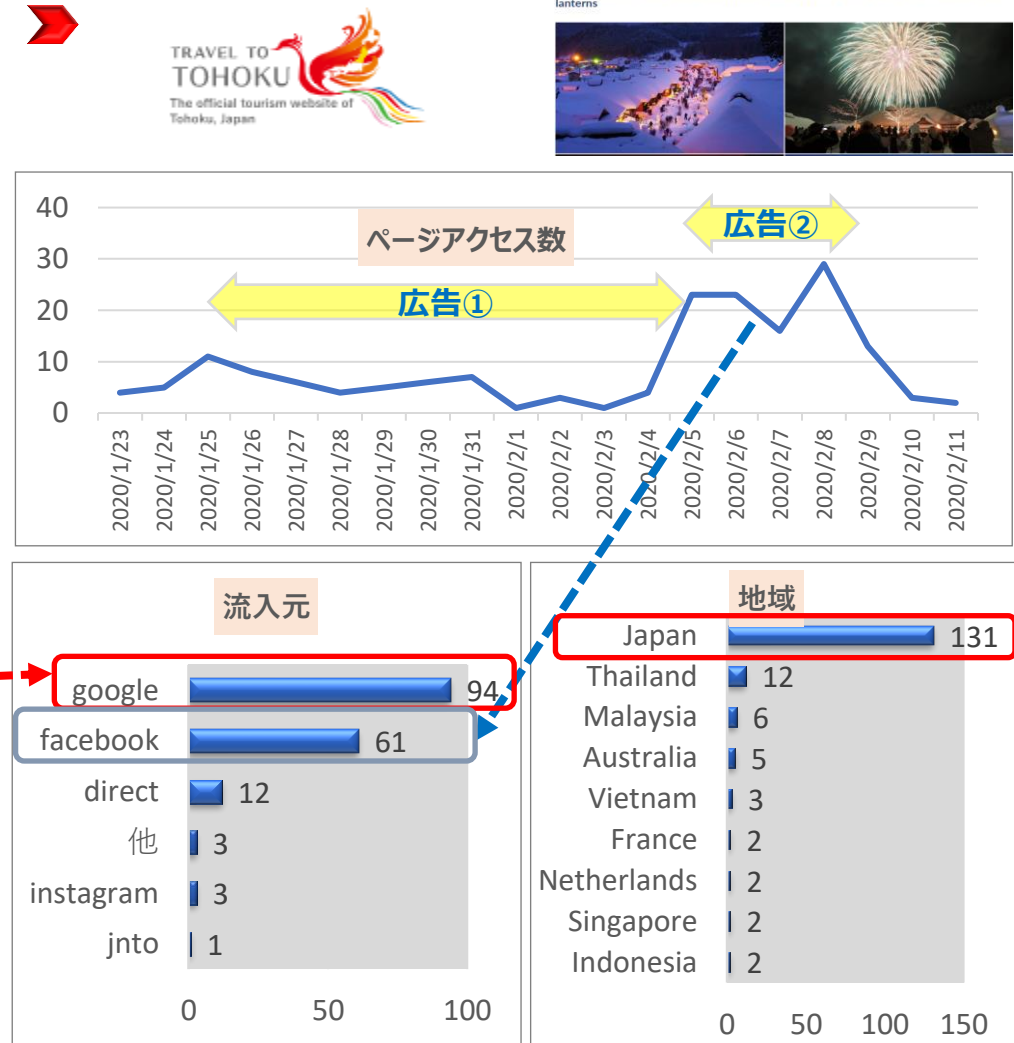
#### (3) 外部専門人材によるWeb・SNS分析から見えること

##### ① Facebookへのアクセス分析（大内宿）

##### Facebook分析



##### Google Analytics分析



- ① Travel to tohoku／大内宿ページへのアクセスが2/4-9で増加。  
→facebookの2回目・旅ナカ広告（国内向け外国人）の効果か？
- ② Google検索からの流入が最大。  
→Google Trendの結果から「大内宿」「Snow Festival」といった、検索頻度の高いWordがブランディングされている。

資料：外部専門人材によるWeb・SNS分析

### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (3) 外部専門人材によるWeb・SNS分析から見えること

##### ② Facebookへのアクセス分析（上杉雪灯籠まつり）

##### Facebook分析



##### Google Analytics分析



- ① Travel to tohoku / 上杉雪灯籠まつりへのアクセスが2/4-9で増加。  
→facebookの2回目・旅ナカ広告（国内向け外国人）の効果か？
- ② Google検索からの流入が少ない  
→直接的に「Snow Lantern Festival」と検索されなかったと推察できる。認知度向上や、検索頻度の高いWordを交えた記事やキャッチコピーによって効果が期待できる。

資料：外部専門人材によるWeb・SNS分析

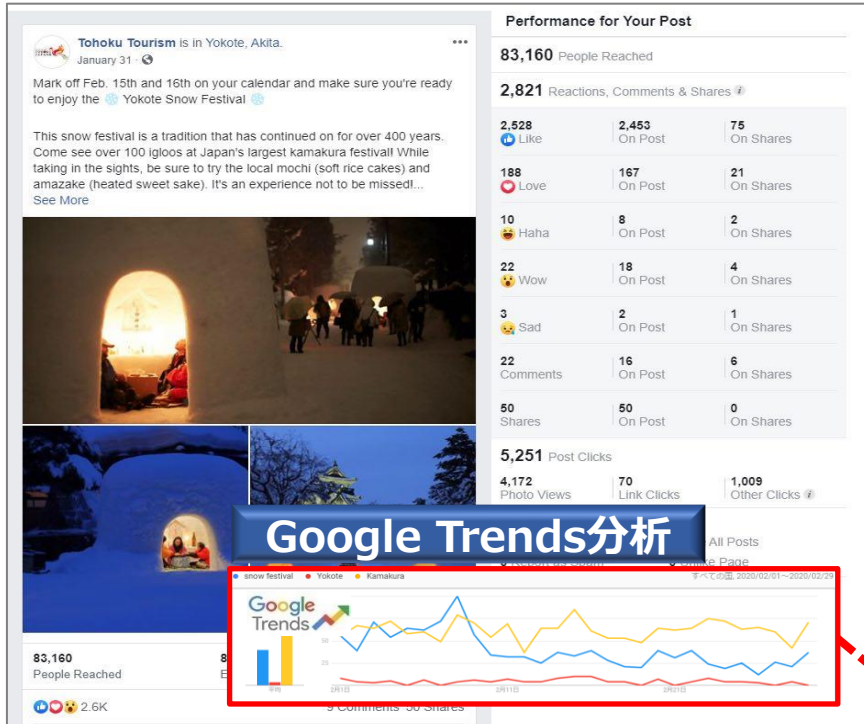


### 3. マーケティングリサーチからの考察

#### (3) 外部専門人材によるWeb・SNS分析から見えること

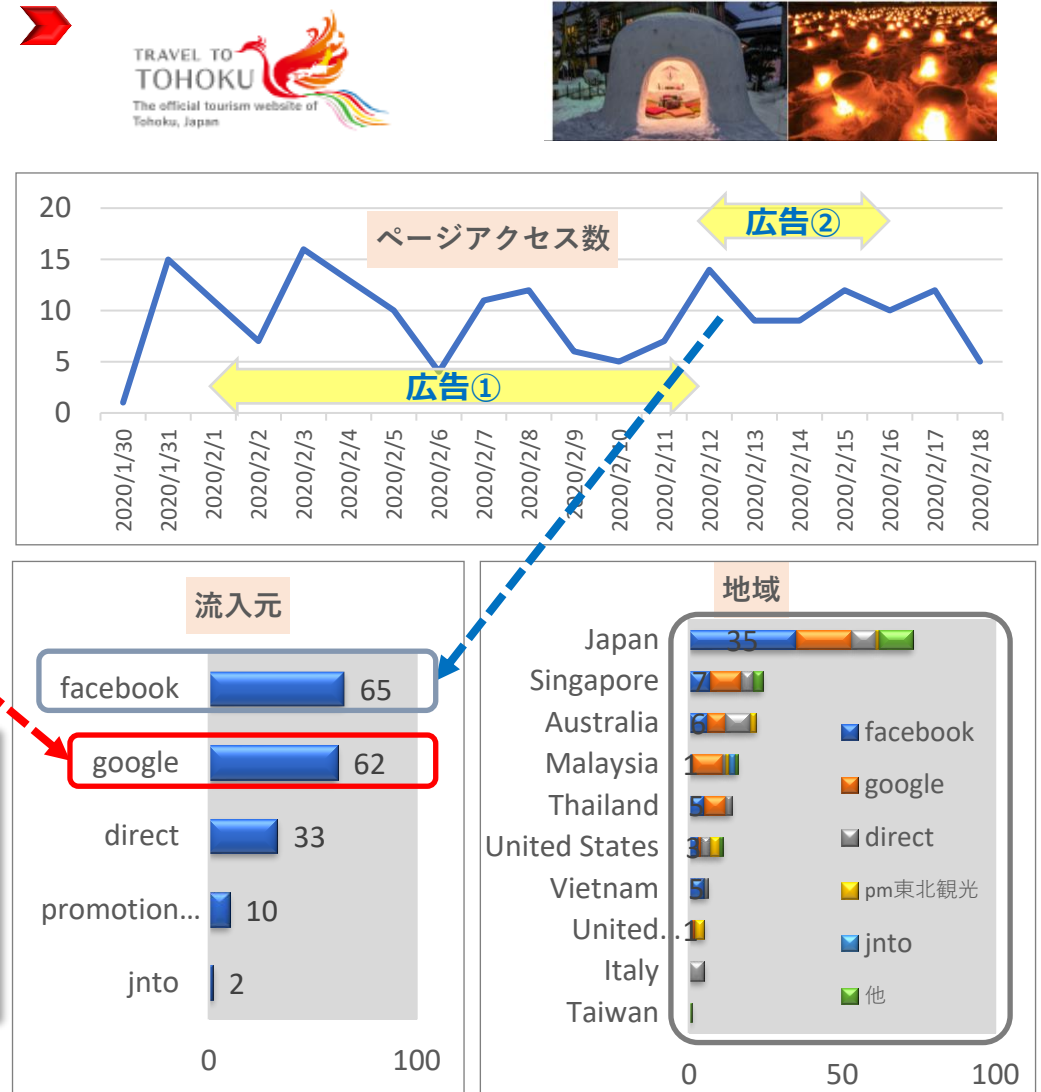
##### ③ Facebookへのアクセス分析（横手の雪まつり「かまくら」）

##### Facebook分析



- ① Travel to tohoku／横手かまくらページへのアクセスがやや増。
- ② Google検索からの流入も一定数ある  
→「Snow Festival」、「Yokote」、「Kamakura」いずれのキーワードも検索で利用されており特に「Kamakura」は多い。「鎌倉」を検索するつもりで本サイトに流入したとも推察できる。動機づけとして有。
- ③ 他イベントと違い、国外より広くアクセスがあったのはなぜか？  
→web以外の背景も含め原因を究明。（クロスメディアのヒント）

##### Google Analytics分析



資料：外部専門人材によるWeb・SNS分析

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