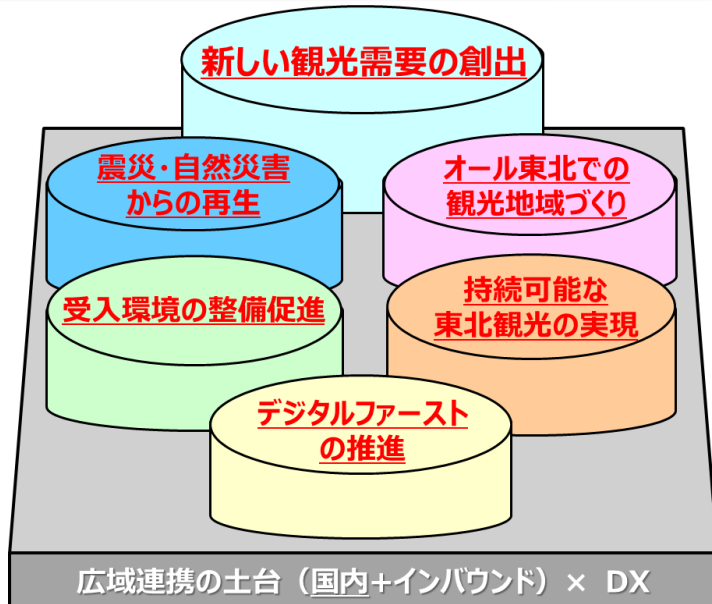


一般社団法人東北観光推進機構 2021年度 事業計画 要約版

ビジョン（目指す姿）： 世界が訪れたいなる「東北（TOHOKU）」、住みたいなる「東北（TOHOKU）」

第5期中期計画「6つの基本戦略」



2021年度の基本方針

新型コロナウイルス感染症拡大により疲弊した東北観光の早期回復を最優先とする。

- 国内市場からの誘客を促進し、インバウンド市場再開に向けた準備に取り組む。
- 新しい観光需要に対応すべく、東北の「新しい旅行スタイル」の創出に取り組む。
- DXの推進により、デジタルファーストを実践する。
- 多様な関係者と連携し、持続可能な東北観光の実現を目指す。
- 東北観光の第3の柱として、「教育旅行」の推進を強化する。

2021年度の目標

具体的な数値目標は設けず、先ずは2019年レベルへの早期回復を目指す。

(2019年宿泊者数実績：暦年ベース)

	7県合計	6県合計
日本人延べ宿泊者数	4,087万人泊	3,300万人泊
外国人延べ宿泊者数	206万人泊	168万人泊

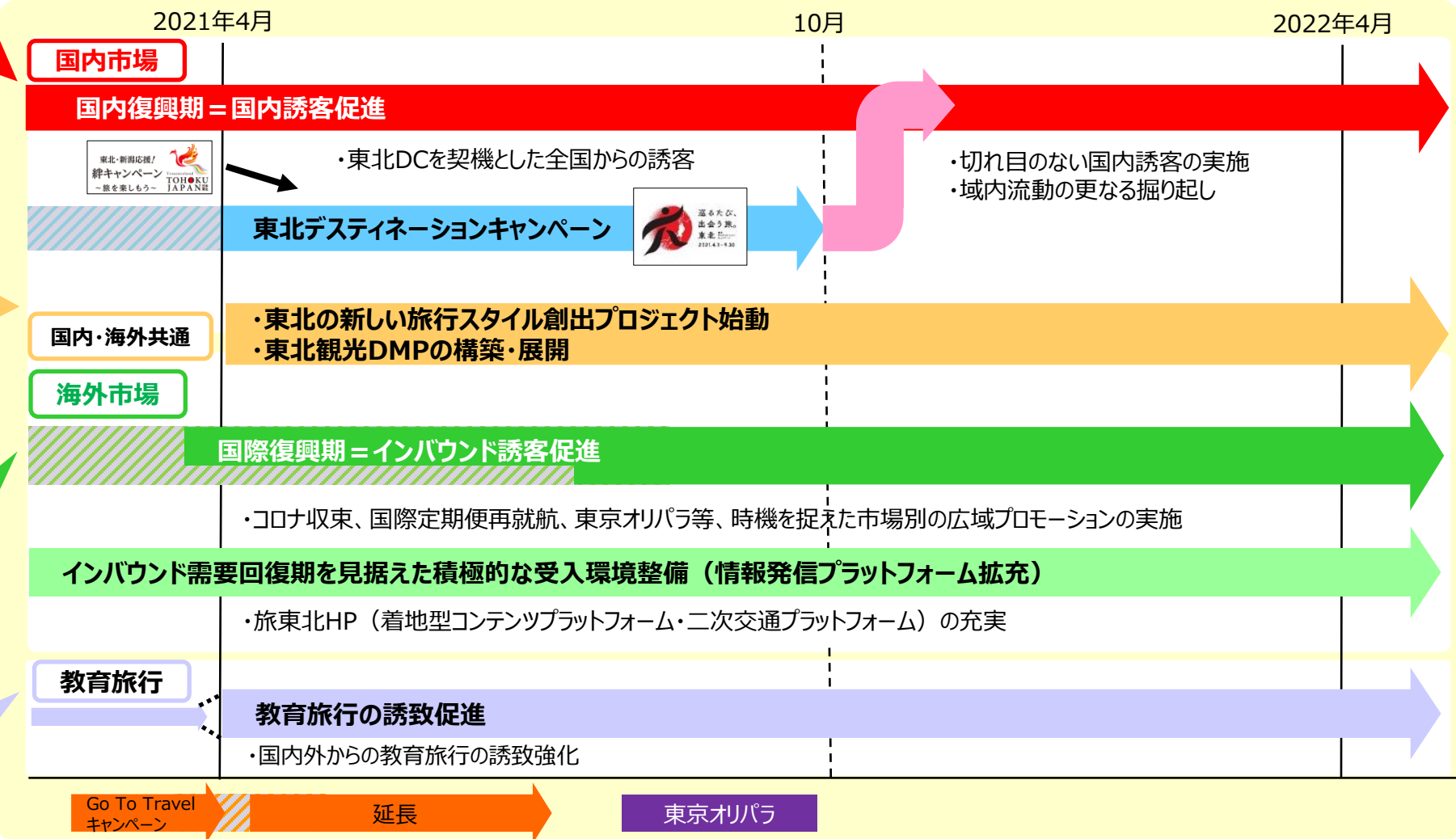
<国内市場>
 ◆ 広域連携による域内流動活性化の推進
 ◆ 東北DCを東北観光復興の契機とした東北への需要喚起・誘客促進体制の強化
 ◆ 東北DC・絆キャンペーンのレガシーの継承

<国内・海外共通>
 ◆ 東北の新しい共通ブランドの創出
 ◆ 域内観光データを一元的に可視化・共有するマーケティングプラットフォームの構築・展開

<海外市場>
 ◆ オール東北での国際定期便再就航に向けた連携の推進
 ◆ 東京オリパラを契機とした誘客促進
 ◆ インバウンド再開に備えた環境整備
 ◆ デジタルを活用したプロモーション

<教育旅行>
 ◆ 東北教育旅行のブランド化
 ◆ 国内大規模市場向けセミナーの開催
 ◆ 国内・海外教育関係者の招請

2021年度全体スケジュール



2021年度の主な事業内容



国内観光客の誘客促進

海外観光客の誘客促進

国内観光需要の早期回復

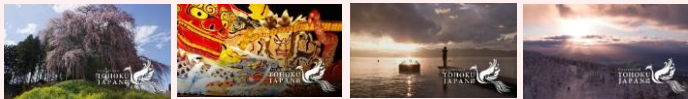
● 広域連携による域内流動活性化の推進

- ・オール東北での国内誘客の推進
- ・東北の安全・安心に関する情報発信
- ・域内需要喚起に向けた情報発信
- ・会員及び各種団体との連携強化
- ・新しい生活様式に合わせたコンテンツのプロモーション



● インバウンド事業成果の国内向け活用

- ・YouTubeチャンネル「TOHOKU JAPAN」の国内向けプロモーションでの活用
- ・インバウンド向け着地型コンテンツの国内市場への活用



● 東北DCに合わせた東北への誘客促進および東北DCや絆キャンペーンのレガシーの継承

- ・メディアやWEB等を活用したプロモーション
- ・東北DCや絆キャンペーンで収集したコンテンツの活用
- ・TOHOKUサポーターのネットワークを活かした東北の情報発信
- ・多様な組織・団体等との連携の継続



東北の新しい旅行スタイル創出プロジェクト始動

● 東北の新しい旅行スタイルを創出するロングステイ促進

- ・東北広域での滞在型コンテンツと宿泊を組み合わせたロングステイの促進
- ・宿泊事業者や旅行会社・DMO等との連携強化を目的とした組織の設立
- ・ロングステイと合わせた「冬の東北」のブランド化の継続的推進

マーケティングプラットフォームの構築と展開

● 広域マーケティングプラットフォームの構築・展開

- ・観光データを一元的に可視化・共有する東北観光DMPの構築
- ・デジタルビッグデータを活用した域内動態調査の実施
- ・域内DMOや観光案内所との連携によるマーケティングリサーチの実施
- ・東北観光DMPのマーケティング分析に基づく観光戦略策定、プロモーションへの活用

情報発信プラットフォームの拡充

● 旅東北HPの拡充

- ・マーケティング分析に基づく旅東北HP掲載内容の充実
- ・コンテンツの新規収集・更新による着地型コンテンツプラットフォームの拡充
- ・東北DCや絆キャンペーンで収集した着地型コンテンツの磨き上げや多言語化
- ・二次交通プラットフォームの掲載内容更新、誘導強化

● インバウンド需要回復を見据えた受入環境整備の支援

- ・多言語電話通訳サービスの登録施設拡大
- ・高速バス東北共通インバウンドフリーバスを活用した周遊観光の促進

新たな環境に対応した観光人材の育成

● 域内ネットワークの構築とDX等の新たな環境に対応した人材育成

- ・東北観光DMPを共通言語とした域内のデジタルリテラシーの底上げ
- ・広域人材育成に向けたフェニックス塾の実施

時機を捉えた広域プロモーションの実施

● オール東北の更なる醸成

- ・国際定期便再就航に向けた関係国との交流活性化
- ・海外重点市場へのオール東北でのプロモーション



● 広域連携による海外誘客の推進

- ・東京オリパラを契機とした一般消費者・事業者向けプロモーション
- ・東北運輸局と連携した広域プロモーション
- ・Webセミナー開催やオンライン旅行博出展等、コロナ禍で学んだ新たなデジタル手法を活用した現地関係者との交流
- ・日本在住インフルエンサー等を活用したプロモーション
- ・リモート広報による欧米メディアへの情報発信拡大
- ・富裕層旅行者の誘客促進

● 関係団体、他地域との連携

- ・JNTO等と連携した海外市場へのプロモーション
- ・海外拠点のセールスレップ機能の効果的活用
- ・北海道、沖縄等の広域連携DMOと新たな観光ルートの開発

● インバウンド市場における主な事業（案）

市場	事業目的	事業内容
台湾	・東北PRイベント実施による誘客促進	・「日本東北遊楽日」の開催による東日本大震災以降の支援への謝意表明および官民・東北一体となった各種プロモーション
タイ	・東北への国際定期路線運航再開に向けたプロモーション	・純広告による桜・紅葉・雪の魅力発信 ・メディア等招請による秋の魅力発信 ・旅行会社、航空会社等招請による商品造成 ・旅行博へ出展しBtoC向け春の魅力発信
中国	・東北3省からの国際定期路線再開に向けた誘客促進 ・ウインターシーズンを中心とした訪日関心層誘客促進	・航空会社、旅行会社等招請や現地BtoBセミナー開催による商品造成 ・共同広告による商品販売サポート ・スキー関係者・旅行会社・メディア等招請による商品造成と認知度向上
ベトナム フィリピン	・訪日関心層をターゲットとした誘客プロモーション	・各市場毎に旅行博出展、セールスコール、旅行会社・メディア・インフルエンサー招請、各種広告等を効果的に組み合わせたプロモーション
シンガポール マレーシア	・訪日関心層誘客強化	・純広告による美しい四季や自然の魅力発信 ・NO密で雄大な東北・新潟がコロナ後の最適な旅行先であることを訴求
マレーシア インドネシア	・ムスリム旅行者層に向けた情報発信	・メディア等招請による冬の魅力発信 ・マレーシア旅行博へ出展しBtoC向け春の魅力発信
欧米	・訪日関心層をターゲットとした東北への誘客促進	・TravMediaを活用したリモート広報による有カメディアへの情報発信 ・ILTM商談会に参加しBtoB向け魅力発信
オーストラリア	・ウインターシーズンを中心とした訪日関心層誘客促進	・スキー旅行博へ出展し、東北・新潟のパウダースノーなど他地域に負けないスキー場の魅力発信、および純広告による情報発信
香港	・アフターコロナの観光誘客プロモーション	・メディア・インフルエンサー招請による豪華教室、祭りの文化体験、美術館、アンテナショップなど東北・新潟の魅力SNSインスタグラム等による情報発信
韓国	・訪日関心層に向けた新たなSITプロモーション	・メディア等招請および現地セミナーによるアウトドア・ゴルフ層を始めとし、温泉・産業観光・アニメなど多様なSIT層に向けた魅力発信

教育旅行の誘致促進

東北教育旅行のブランド化推進

- 東北教育旅行のブランド化推進
- ・「探求型学習」や「SDGsプログラム」の磨き上げ
- ・コンテンツを活用したモデルコース作成
- ・ブランド化推進に向けた、各県誘致部会等や旅行会社との連携

国内市場への誘致強化

- Webを活用したセミナーの拡充
- ・大規模市場でのセミナー実施
- ・「全国」、「域内」向けWebセミナーの実施
- ・Webセミナーで活用する「東北教育旅行イメージ動画」の制作

インバウンド市場誘致に向けた体制づくり

- インバウンド獲得に向けた取組み
- ・東京オリパラを契機とした海外の教育旅行関係者の招請
- ・海外の教育旅行関係者への情報発信

その他

● 組織基盤の強化

- ・会員サービスの向上と会員拡大
- ・専門人材の確保
- ・DX推進等の新たな環境に対応した組織体制の整備

● 各種団体との連携

- ・フェニックスアワードの実施
- ・各種環境整備に向けた連携強化
- ・講演等による情報発信