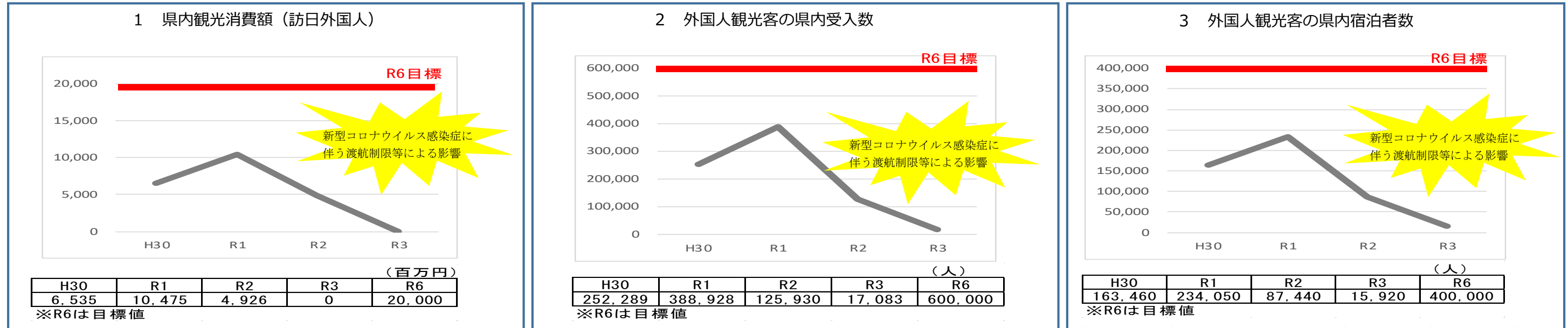


# 「インバウンドの推進」に向けた施策の展開について

## 1 コロナ禍における目標指標等の推移（平成 30 年度→令和 3 年度）



## 2 令和 3 年度国際戦略検証委員会における取組み方向

- デジタルマーケティングによる観光データの分析結果を活用し、東北観光推進機構等と連携したプロモーション（広域周遊）の実施
- 本県の多様なコンテンツを発信するプロモーション（長期滞在）の実施
- 重点市場の現地人的ネットワーク等の再構築

## 3 令和 4 年度の主な取組みと課題（○：主な取組み ■：課題）

- 県観光情報サイトに外国人目線の特集記事掲載
  - SNS（Facebook、LINE 等）を活用した定期的な情報発信（繁体・簡体、韓国、タイ）
  - 東北観光推進機構等と連携した現地旅行博出展、商談会、旅行会社等招請などのプロモーション
  - 東北エリア等の広域的なデータ分析・活用

(台湾での旅行博)

- 精神文化や山岳、スノーリゾートなど本県ならではのコンテンツについて、JNTO や東北観光推進機構等と連携したプロモーション（旅行会社等招請、商談会等）
  - 市場や属性に応じたコンテンツの更なる造成

(インフルエンサーを活用した発信)

- 現地観光コーディネーター（台湾、香港、中国、ASEAN）、戦略的情報発信員（韓国）による現地情報の収集や本県観光情報の発信、現地ネットワークの維持・拡大
  - 新型コロナウイルス感染症による現地旅行会社等の人員改編、旅行ニーズの変容（安心安全、サステナブルの重視など価値基準の変化等）への対応

(タイ商談会)

## 4 令和 5 年度の主な取組み（予定）

- ・東北観光推進機構が運営する東北 DMP を活用した広域観光データの分析とプロモーション等の施策への活用
  - ・東北観光推進機構等と連携した広域プロモーション

(広域動態データ)
- ・県内 DMO や民間事業者等が実施する新たなコンテンツ造成を支援
  - ・JNTO や東北観光推進機構等と連携した本県ならではのコンテンツのプロモーション
- ・現地観光コーディネーターや戦略的情報発信員と連携した現地情報の収集や現地ネットワークの維持・拡大