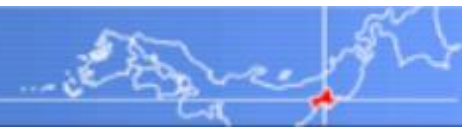


# 情報発信・象徴機能について

令和5年5月26日

第3回首都圏アンテナショップ在り方検討懇話会



# 1 情報発信機能 (1) 県の観光施策について

## 【第5期みやぎ観光戦略プラン】(抜粋)

### <計画期間>

令和4年10月～令和7年3月

### <基本理念>

ウィズコロナ・ポストコロナへの対応とともに、デジタル変革を進め、地域内外から選ばれる持続可能な観光地域づくり

### <施策立案・実施に当たっての基本的な方針／施策の柱>

- ①ウィズコロナ（産業の回復）及びポストコロナ（産業の成長）時代への適応
- ②持続可能な観光に向けた多様な関係者の意識向上とSDGsの実践
- ③観光DX（デジタルトランスフォーメーション）、データ等に基づく政策立案EBPM）の推進

### 成長戦略4

### 戦略的な誘客プロモーション



#### (1) 旅行者のニーズやターゲットに応じた戦略的プロモーション

- デジタルマーケティングを活用したプロモーションの実施
- 首都圏・東アジアの重点市場などのターゲットに応じた誘客プロモーション
- 安全・安心対策の更なる可視化と確実な情報発信



#### (2) 東北各県や東北観光推進機構等と一体となった広域周遊観光の促進

- 三陸沿岸道の全線開通や世界文化遺産などを生かした広域観光ルートの充実
- 仙台空港24時間化を契機とした航空路線誘致等による中部以西等から東北への誘客促進

国内外からの誘客回復を図るため、デジタルマーケティングを活用して、旅行者のニーズの変化を的確に把握するとともに、首都圏や東アジアの重点市場などのターゲットに応じた最適なプロモーションを実施するほか、安全・安心な観光地としての認知度向上に向けて、対策の見える化を一層進めるとともに、確実な情報発信を行います。なお、誘客活動を進めるにあたっては、仙台・宮城観光キャンペーン推進協議会と連携して、引き続き官民一体となった取組を展開していきます。

また、東北への周遊を促し、長期滞在による観光消費を拡大するため、東北各県や東北観光推進機構をはじめとする関係団体等との連携のもと、三陸沿岸道の全線開通や世界文化遺産などを生かして県境を越えた広域周遊観光の促進を図るほか、仙台空港24時間化を契機とした、中部以西等の航空路線拡大や国際線の誘致など東北への誘客強化に取り組みます。



# 1 情報発信機能 (2) 観光・情報コーナーの実績



	営業日数	問合せ件数	パンフ配布数
H29	362	557	5,379
H30	360	554	6,585
R1	361	483	5,798
R2	312	234	2,286
R3	362	341	3,962
R4	362	470	5,836



1日あたり 問合せ件数	1日あたり パンフ配布数
1.5	14.9
1.5	18.3
1.3	16.1
0.8	7.3
0.9	10.9
1.3	16.1

- 2階の「観光・情報コーナー」では、宮城県内の様々な観光パンフレットを配架しているほか、スタッフがお問い合わせ内容に応じて情報提供や資料提供を行っている。
- 1日あたりの問合せ件数は1件程度、1日あたりのパンフ配布数は十数部程度となっている。
- 問合せされる方のピークは60代以上（約8割）であり、主な問合せ内容は交通アクセスや温泉等の宿泊地に関する情報についてであった。  
 なお、これらの情報は（公社）宮城県観光連盟（観光プロモーション推進室内）及び東京事務所においても電話やパンフレットの郵送により随時対応している。



# 1 情報発信機能 (3) マスメディアを通じた情報発信実績

【直近の概況】

	テレビ			新聞			雑誌	ラジオ	
	地上波 全国ネット	宮城局	その他	全国紙	宮城紙	その他		宮城局	その他
H29	2		2	0			15	3	3
H30	5	2	1	2	2		8	1	1
R1	2		2	1		1	6	2	2
R2	3	1	2	3	1	2	2	1	1
R3	9	7	2	5	2	3		1	1
R4	10	6	2	5	4	1	1	0	

※全国紙はスポーツ紙含む

- いずれも取材対応によるものであり、県や宮城ふるさとプラザからの支出は無い。
- 地上波全国ネットのテレビについては、情報番組の1コーナー（5分～10分程度）として取り上げていただく場合が多く、反響は大きい。  
令和5年3月に全国ネットの情報番組で20分以上取り上げていただいた時は、紹介された16商品の放送後1週間売上が通常より約300万円増えた（+348%）。



# <参考> 宮城県戦略的魅力度発信事業

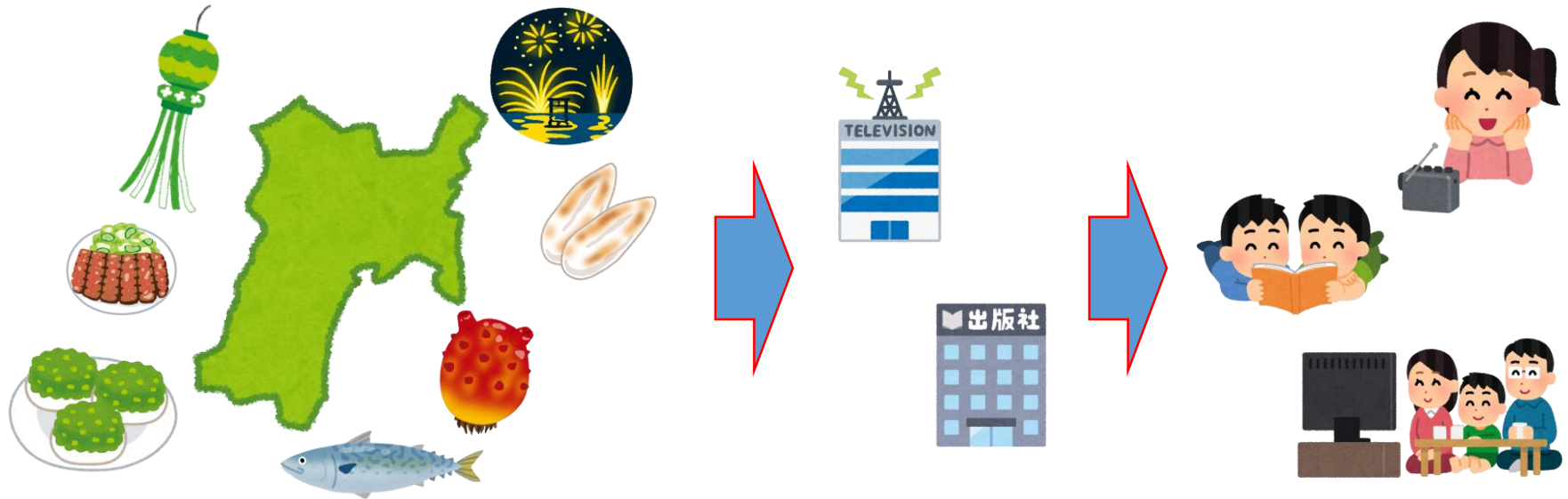
## 【目的】

県内外に向けて観光、食、移住定住、震災復興、歴史、文化等、宮城の様々な魅力を総合・横断的に広報することで、県外者には宮城ブランドの向上、県内者には地元への愛着心の形成など、本県が持つ魅力の認知度向上により「宮城のファン」を獲得し、更には興味・関心を喚起することで具体的な行動変容を図る。

延いては関係人口・交流人口の拡大を通して、将来に渡り活力あふれる宮城県を実現することを目的とする。

## 【業務概要】

目的を達成するため、全国向けのテレビ・雑誌等のメディアへのアプローチ活動を行い、宮城県をメディアで露出し、県の様々な魅力を幅広く発信するほか、主に若年層をターゲットとした端的でインパクトのある動画コンテンツを制作し、SNS等で発信を行う。





# 2 象徴機能 ～兵庫県の例～



兵庫県は持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています。

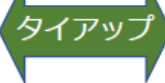
作成年月日	令和5年1月5日
作成部局	産業労働部観光局観光振興課 総務部東京事務所

## 公民連携型アンテナショップの認証 先行実施

- 首都圏で兵庫の物産等を取り扱う店舗等を**公民連携型アンテナショップ**として**認証【全国初】**
- 兵庫の**魅力発信力を強化し、兵庫への人・モノ・投資・情報の大きな流れを加速**

### 公民連携型アンテナショップ

県の取り組み、観光などをポスター、チラシ、デジタルサイネージ等で**PR**



### 兵庫県

- ・アンテナショップを県HP等で**PR**
- ・**東京兵庫県人会**等と連携しアンテナショップや県の**情報を拡散**

### 連携・協力

### 東京兵庫県人会

兵庫県と連携し**アンテナショップ**や**兵庫の取り組みの情報を拡散**



## 2 象徴機能 ～兵庫県の例～

### 令和5年度 兵庫県・公民連携型 アンテナショップ公募開始！



#### <公募期間> (1次公募)

令和5年

**3月31日 (金)**

まで

※申請は4月以降も随時受け付けます。

#### 兵庫県・公民連携型アンテナショップとは・・・

首都圏で兵庫ゆかりの商品・サービスを取り扱う店舗を兵庫県・公民連携型アンテナショップとして県が認証します。認証後、相互に協力し、兵庫の魅力を発信します。

【店舗】 県の取組や観光情報をポスター・チラシ  
掲出・デジタルサイネージ等で PR

【県】 東京兵庫県人会等と連携してアンテナショップをホームページ等で PR

～win-win の関係を目指します。～

#### <対象>

首都圏で店舗を経営し、次の要件を満たす事業者等

- (1) 兵庫県特産品等（兵庫ゆかりの商品やサービス）を取り扱うこと
- (2) 飲食店（テイクアウトを含む）は、以下のいずれかを提供すること
  - ①兵庫県産品を用いた料理、商品
  - ②兵庫県発祥の料理、商品

#### <店舗側で実施すること>

- (1) 店舗等で兵庫県のポスターの掲出やチラシの配架、デジタルサイネージでの表示など県の施策等のPR活動
- (2) 店舗ホームページ等での情報発信
- (3) 兵庫県が首都圏で実施するイベントに参画し、兵庫県特産品等の販売とPR活動を実施

#### <兵庫県が実施すること>

- (1) 事業者等と連携と協力に関する協定を締結したうえで、兵庫県・公民連携型アンテナショップとして認証
- (2) 東京兵庫県人会等と連携して認証店をホームページやSNS等でPR









### 3 本日も意見をいただきたい点

- (1) 資料2の情報発信及び象徴機能についてご意見をいただきたい。
- (2) 資料1にある販売関連機能について、当方から提示した事業目的についてご意見をいただきたい。
- (3) (2)を踏まえ、事業目的につながる効果的・効率的な施策について、手法に囚われず（リアル、デジタル、常設、期間限定、現行施策、新規施策 etc）、幅広くご意見をいただきたい。

