

欧州における東北への誘客促進事業（案）

1年目

認知拡大

- ・旅行会社（トップ層）との関係構築
- ・商品造成担当招請によるFIT旅行商品化トライ

2年目

商流強化

- ・商品化の継続とプロモーション強化（旅行会社招請、BtoB現地商談会・セミナーの開催）
- ・インフルエンサー・メディア招請による更なる認知拡大

3年目

市場拡大

- ・商品化の定着化と市場拡大
- ・旅行会社招請（新市場含む）
- ・BtoB現地商談会・セミナーの開催（開催地拡大）

海外旅行会社との関係構築・商品化

施策① トップ招請によるリレーション構築

現地旅行会社の**エグゼクティブ層を東北に招請**。
各首長との**トップ商談・懇親会**により関係性を構築する。



Japan Experience <仏>

Inside Japan Tour <英>



Marco Vasco <仏>

Blueberry <伊>



- ・欧州現地エージェントを数社、東北へ招請。
- ・双方少人数での個別対応を前提。
- ・仙台でのトップ会談・懇親会等、東北として効果的な関係性構築を目指す。

施策② 実務担当者招請による商品化

旅行会社の**商品造成担当を招請し、旅行商品造成**へ繋げる。

現地モニターツアー・商談会

- ・5社/各1名程度×2回の招請を予定。
- ・南東北と北東北、グリーン期・秋～冬期のシーズンごとに時期を分けて招請することで、季節・エリア毎に違う東北の魅力を様々な角度でアピール

モニターツアーイメージ

商談会イメージ



「トレイル」や「食」等、欧州圏のニーズにマッチするコースをイメージ

旅行商品化・販売

認知拡大

施策③ 「東北」専用フランス語旅行ガイドブックの制作

- ・認知拡大に向けて、東北PR用の人気ガイドブックを制作。
- ・フランスの書店、大手スーパー、空港・駅のコンビニ等で販売も実施。



商品化・販路構築

施策④ 現地商談会へ参加

JNTO主催の旅行会社商談会に参加し、商品化・販路構築につなげる。



連携

東観推事業（既存）

旅行博出展（BtoC）



インフルエンサー招請



他社連携

