

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の強化（旅行会社招請、BtoB現地商談会参加）
- ・インフルエンサー招請による更なる認知拡大

3年目

市場拡大

- ・商品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）

1年目：旅行会社との関係構築・商品化

【施策1】トップ層招請、会談2回

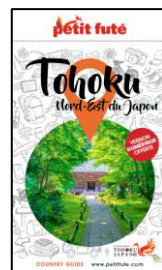


【施策2】旅行造成者招請2回



【施策3】ガイドブック「プチ・フテ」制作

【施策4】現地商談会参加



2年目：商品化の継続とプロモーションの強化

【施策1】トップ層招請、会談 2社×1回

山形県、福島県、新潟県、仙台市・宮城県を訪問（5泊6日）

【施策3】現地BtoC旅行博出展

7月Japan Expo（パリ）に出展



【施策2】ランドオペレーター招請 5社×2回

1回当たり5泊6日を想定。
各招請中に商談会開催。

【施策4】現地BtoB商談会出展

6月JNTO商談会（パリ・ロンドン）及び
11月WTM（ロンドン）に出展



3年目：商品化の定着化と市場拡大（案）



パッケージ旅行商品（例）

- ① 既存商品の販路拡大に向けたBtoB、BtoCのプロモーション
- ② 欧州内の仏・英以外の国も含む旅行会社招請による新規商品の造成
- ③ 欧州内の仏・英以外の国も視野に入れた現地商談会参加、東北セミナー等の開催

他社との連携

3年間共通して、他社の取り組みとの相乗効果を図るため、広域で連携する

