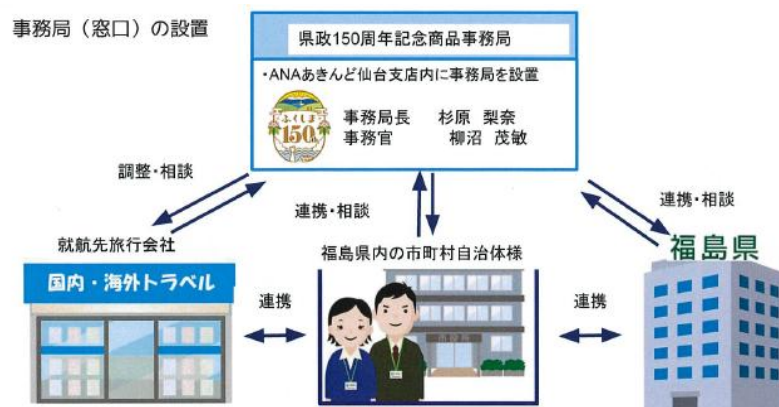


## 【概要】

県政150周年及び震災後15年経過の節目を契機としてとらえ、大阪（関西、乗継先を含む）及び北海道において本県の観光情報・復興状況を発信すると共に、団体ツアーを催行することで実際に本県へと足を運んでもらい、「福島の今」を体感してもらう。

## 【内容】

- 県内市町村の観光素材、福島空港の課題・実績を踏まえ、特別な体験価値や独自の素材を組み込んだ「**新たな団体旅行商品**」を造成する  
↳ 旅行商品の催行により、本県に**1,500人以上の誘客**を図る
- 旅行商品情報、県内市町村及び福島空港の認知拡大のため、インフルエンサーを活用した情報発信・販売促進キャンペーンを実施する



## 【団体旅行について】

- 大型バス1台 → 1団体30人規模、50回転を想定
- （原則）1泊2日以上の旅程で県内を周遊
- メディア系旅行会社を活用し誘客を図る  
（阪急交通社、読売旅行、クラブツーリズム等を想定）

## 【★ねらい】

- 福島空港国内定期路線の冬季～春季にかけた利用者・搭乗率の向上
- 市町村と連携しながら、“新たな”・“まだ知られていない”・“素通りされてしまう”ようなスポットも積極的に活用し、地域への滞在時間を伸ばす
- 市町村による、旅行商品向けコンテンツ開発を支援する  
（観光資源の発掘、課題分析、プロモーション方法）
- より広範囲に対する情報発信（商品広報・販売促進支援）  
↳ 最新トレンドに精通した旅行会社と連携し  
多角的なプロモーションを行う（デジタル広告）
- 参加旅行者へアンケートを行い、属性や「訪問の決め手」を可視化させる

## 【◎観光事業者様へご依頼】

- 新規スポット・イベントのご紹介
- 団体受入れ可能な施設のご紹介
- 特別企画への対応可否（例：DC特別企画のリバイス、会期延長等）

## 【◎市町村へご依頼】

- 観光スポットのご紹介
- 観光事業者のご紹介・ご仲介
- 関西又は北海道での情報発信イベントへの参加（別途依頼）

| 【スケジュール】 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月   | 11月    | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|----------|----|----|----|----|-------|--------|-----|----|----|----|
| 旅行商品     | 造成 | 造成 | 造成 |    |       |        |     |    |    |    |
| 旅行商品     |    |    | 募集 | 募集 | 募集    | 募集     |     |    |    |    |
| 旅行商品     |    |    |    |    | ツアー催行 |        |     |    |    |    |
| 情報発信     |    |    |    |    | 機内誌   | デジタルPR |     |    |    |    |
| 動画配信     |    |    |    |    | 撮影    | 編集     | 配信  |    |    |    |
| 販促キャンペーン |    |    |    |    | 現地PR  | 現地PR   |     |    |    |    |