2026.10.15

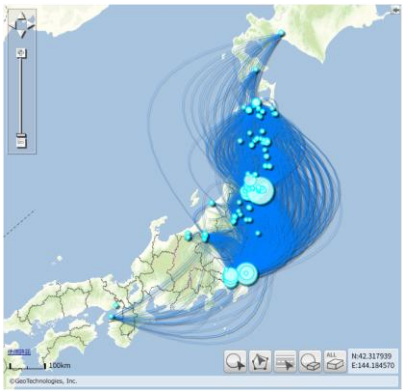
第2回_東北観光DMP担当者会議

（一社）東北観光推進機構

2026年度事業

(1)海外動態スポットの追加について

対応完了！



約300スポット ➡ **約400スポットに増設を計画**

- 観光庁「DMO総合支援事業」を活用して費用確保
- 追加にあたっては、各県・仙台市の要望を伺いスポットを選定

(2)公的統計のダッシュボード化について

対応中

観光庁「インバウンド消費動向調査」のダッシュボード化を計画

- 消費や移動に関するアンケート調査である上記調査をダッシュボード化
- 資料化や公開が可能なインバウンド消費額を確認できる

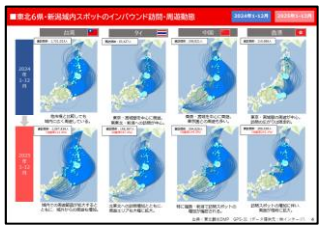
(3)東北観光DMPを活用した分析等について

対応中

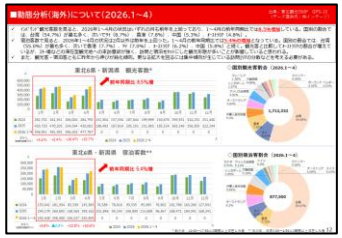
東北観光DMPを活用し、東北・新潟域内における観光動向の分析強化を計画

- 海外動態、国内動態、消費購買等のデータを活用した分析を定期的に実施
- 分析内容は、担当者会議のほか、ホームページ掲載、会員向けの情報などの形で発信
- 第1回目は7/31に発信(東観推ホームページにて)。
- 第2回目を10月中に実施予定。(年度内4回の発信を予定)











（4）海外動態スポットの検証について

随時対応

設定されている海外動態スポットについて、様々な要因から訪問数の捕捉が難しくなっていることが判明したことから、個別の対応を実施。

①下郷町大内（宿）【福島県】
- ・従来メッシュの訪問データが大幅に減少。隣接メッシュに訪問データがずれていることを確認。
- ・2025年データから『下郷町大内（宿）北側』を追加で可視化。

②最上川千本だんご周辺（大石田町・駅南河川側）【山形県】
- ・従来メッシュの訪問データが大幅に減少。隣接メッシュに訪問データがずれていることを確認。
- ・2025年データから『最上川舟役所跡大門周辺（千本だんご東側）』を追加で可視化。

③盛岡手作り村 【岩手県】
- ・従来メッシュの訪問データが大幅に減少。要因不明。
- ・2025年データから『盛岡手作り村（東側）』を追加で可視化し、動向を確認。

④道の駅かづの「あんとらあ」【秋田県】
- ・従来メッシュの訪問データが大幅に減少。隣接メッシュに訪問データがずれていることを確認。
- ・2025年データから『道の駅かづのから鹿角花輪駅東繁華街』を追加で可視化。

⑤酸ヶ湯温泉（北側）【青森県】
- ・従来メッシュの訪問データが大幅に減少。既存のスポットを含む隣接メッシュに訪問データがずれていることを確認。
- ・2025年データから『酸ヶ湯温泉（北西側）』及び『酸ヶ湯温泉（八甲田ホテル周辺）』の2スポットを追加で可視化。

（参考）東北観光DMPでできること

～カスタマージャーニーの視点から～

Attention（認知・注意）	・旅行博などでのプロモーション ・SNSなどでの情報発信　など
Interest（興味・関心）	・YouTubeでの動画閲覧 ・インフルエンサーの発信動画　など
Search（検索）	・Webでの検索 ・観光Webサイトへのアクセス　など
Action①（予約・購買）	・旅行会社への発注 ・オンラインでの予約　など
Action②（訪問）	・東北・新潟への訪問
Share（共有）	・SNS投稿 ・家族・友人への口コミ　など

東北観光DMPでは、観光客の「Attention」、「Search」、「Action」の分析が可能

（参考）東北観光DMPの活用が想定される場面

Case１　現状分析（観光振興計画の策定など）

現在地を知ることで進む方向を知る

●内部環境分析…３C分析など

★自地域の国内観光客の状況は？
★自地域のインバウンド国別割合は？消費額は？

DMP

●外部環境分析…PEST分析、５フォース分析など

★自地域以外のエリアの観光動向は？
★日本や東北を訪れるインバウンドの国別構成比は？

DMP

SWOT分析などを活用し地域の現状を整理することで、今後目指すべき方向や戦略を検討する

➡どのターゲットに注力するのか
何を訴求していくのか
地域では何を整備していくのか　など



Case２　事業検証

客観的なデータで見える化

●イベントの効果検証

DMP

★イベント開催エリアへの人流入込みは？
★東北・関東など、どんな居住エリアの人が来ている？
★訪問者のうち、宿泊客はどれくらいの割合？
★どのくらいの範囲までイベントの周遊効果が出ている？
★HPやSNSの関連記事の注目度は？

➡イベントの直接効果を定量的に把握が可能

●プロモーションの事後評価

DMP

★FAMツアーを行った国の訪問は実際増加している？
（市町村ごと、スポットごとで追跡）
★一体的な訪問を訴求したスポット間の周遊は増加している？
★WEBやSNSでの情報発信は、ターゲットに届いている？

➡数値化しづらい内容の追跡調査が可能



Case３　企画検討

思考をデータでサポート

●事業のブラッシュアップ

DMP　★東京在住30代男女の宿泊客数に伸びが見られる



東京圏に向けたプロモーションを強化！

30代の訪問が多い観光地を
モデルルートとして訴求！



●新規事業検討

直行便を活かした事業を検討したい



DMP
★直行便のある市場の観光客の訪問多数スポットを検証
★国別の周遊状況を確認

➡現地旅行会社へのPR、効果的なコンテンツ訴求に活用！

