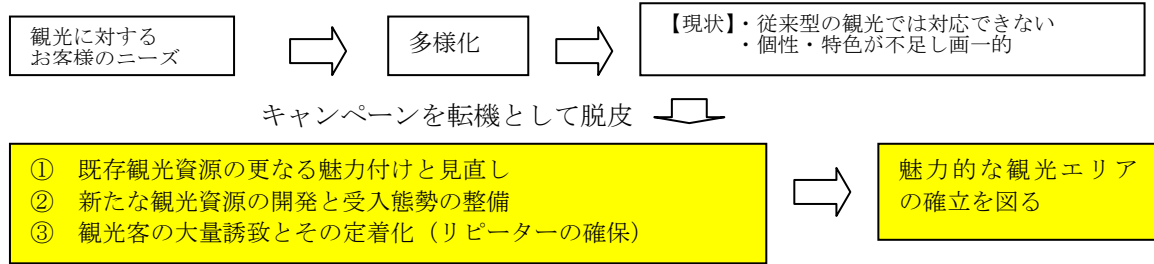


大型観光宣伝事業「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン」の概要

平成20年5月
観光課作成

1 デスティネーションキャンペーン (DC) とは

- Destination (目的地・行き先) と Campaign (宣伝) という意味の合成語です。
- 地元観光関係者や地方自治体と JR6社等が協力して実施する大型キャンペーンです。
- 受け地である地元観光関係者や地方自治体は、観光資源の発掘や開発・大規模なイベントを展開するなどの受け入れ体制を整備し、JRは開催地を全国に集中的にPRすることで、全国から開催地への送客を図る大型観光キャンペーンです。
- 前述の事項は、デスティネーションキャンペーン (DC) 実施に係る直接的な目的や効果ですが、この大型キャンペーンを契機として、地域地域が観光に繋がる資源を磨き上げ、官民が一体となった観光客の誘致を向上する継続的なシステムを造り上げる(きっかけ作り) ことにあります。



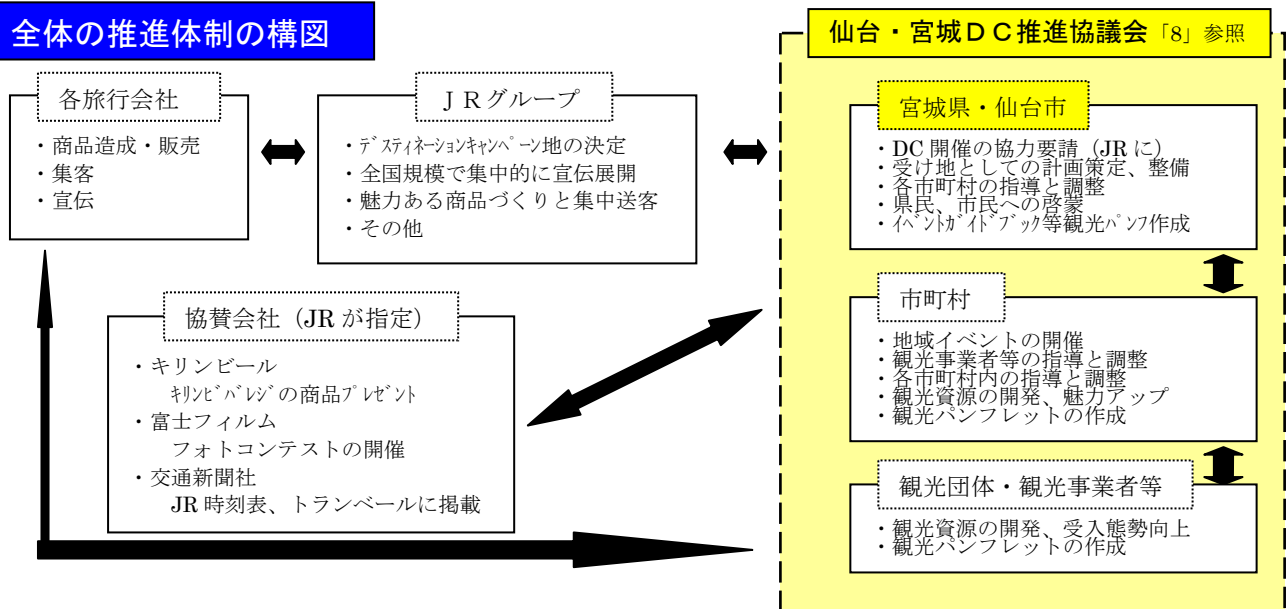
2 デスティネーションキャンペーン (DC) の歴史

- 昭和53年からスタートしたキャンペーンで、宮城県は113回目です。
- 東北地域では過去に、北東北3県が4回 東北6県が1回 秋田県2回 岩手県1回 山形県5回 福島県4回実施しており、宮城県での単独は初めてです。

3 実施時期

- 平成20年10月1日から12月31日までの3か月 (秋から初冬)

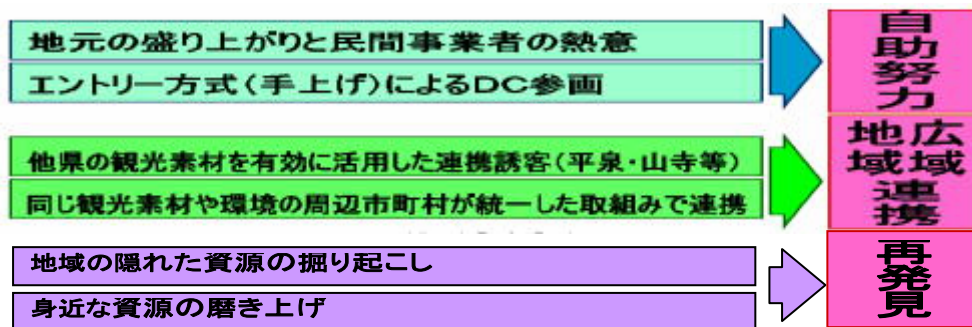
4 全体の推進体制の構図



5 期待される効果

- 地域観光の活性化と観光旅客の拡大
- 自治体、JR、観光事業者等との連携と融和
- 地方自治体の観光行政の充実
- 県民の観光行政に対する理解度の向上
- 地元産業界の活性化
- 新しい観光素材 (資源) の掘り起こし
- 鉄道利用者の拡大

6 DC 成功のカギ



宣伝展開のキーワード 「ここにホントの【伊達】があります」

7 どこをターゲットに誘客するか



8 仙台・宮城 DC 推進協議会の概要 (DC 推進組織)

- 平成18年11月17日設立 (会長：宮城県知事) ※H20.5.9 現在
- 会員数 自治体等：46団体 (県内39, 県外7) ○ 賛助会員 2団体 (県外自治体)

団体：(社)宮城県観光連盟等29団体	
企業：10社	
計 85団体(社)	2団体
- ※平成20年度より企業2社が会員に加わった。
- 仙台・宮城DC推進協議会では、県内8地域に「地域部会」を設置
 - 仙南地域部会 (大河原地方振興事務所管内 2市7町)
 - 名亙地域部会 (仙台地方振興事務所管内のうち、南部の2市2町)
 - 仙台地域部会 (仙台地方振興事務所管内のうち、名亙地域部会地域を除く3市6町1村)
 - 大崎地域部会 (北部地方振興事務所管内 1市4町)
 - 栗原地域部会 (北部地方振興事務所栗原地域事務所管内 1市)
 - 登米地域部会 (東部地方振興事務所登米地域事務所管内 1市)
 - 石巻地域部会 (東部地方振興事務所管内 2市1町)
 - 気仙沼地域部会 (気仙沼地方振興事務所管内 1市2町)
- 市町村独自の推進組織設立状況 仙台市等22市町
- 予算規模 314,400千円 (H18からH20までの全体予算、内宮城県と仙台市は各1億円)

平成18年度	8,800千円
平成19年度	111,250千円
平成20年度	194,350千円
- 平成20年度の主な事業費

宣伝・広告事業費(ガイドブック、ポスター、車輛ラッピング、TV CM等)	103,450千円
誘客対策事業費(オープニングイベント、AGT説明会、キャラバン、伝統芸能イベント等)	38,188千円
受入体制整備費(荷物配送サービス、スタンプラリー、二次交通バス運行等)	44,659千円