



J R東日本重点共創エリア指定に伴う秋季観光キャンペーン (展開イメージ)



【メインターゲット層】

若い世代で、日常から離れて自然・文化・絶景・食を楽しみたい方

【コンセプト】

自然を取り入れた体験、地域に根ざした秋祭りなど、若い世代から注目度の高い秋の観光素材・イベント等を商材として、SNSやHPでの情報発信を活用し、若い世代に向けた訴求を軸に、人口が比較的少ない町村にも多くの方々が訪れるようキャンペーンを展開していく。

【秋祭り特集】

◇県外の方々にはまだ知られていない、特色のある秋祭りの訴求

【アクティビティ特集】

◇秋の自然・紅葉などの絶景を体感できる自然とふれあう体験・アウトドアの訴求

【 グルメ 】

◇日本酒やワイン、秋の味覚を味わう食

◇三陸沿岸だからこそ味わえる、秋が旬の海の幸

◇県外の方々にはまだ知られていない絶景・秘境カフェの訴求

【歴史・文化】

◇平泉の文化遺産や御所野遺跡といった世界遺産に代表される岩手に息づく歴史・文化

◇三陸沿岸だからこそ体感できる震災復興ツーリズム

【自然・絶景】

◇写真映えする絶景ポイントの訴求

◇みちのく潮風トレイル等のアドベンチャーツーリズム

◇県内各地の温泉地の紹介

【 イベント 】

◇各地での特色あるイベント・祭り、初秋のイルミネーション

◇新鮮な海の幸が味わえる秋の地域イベント(鮭・あわび)

