

令和元年度観光キャンペーン事業

5月15～9月30日開催中！

10月～3月



©長谷川町子美術館



1969年10月5日放送開始以来、
いつも暖かさや楽しさに溢れ、
平和な家族の代表である「サザエさん一家」

1996年にゲーム「ポケットモンスター・緑」が
発売されて以降、ゲームを中心に、
幅広い分野で世界中の人々に楽しまれている。

令和元年度観光キャンペーンのベストパートナー

通年観光キャンペーンの主な取組概要

実施期間

2019年5月中旬から9月30日まで

主な取組概要

アニメ「サザエさん」の世界観により
アニメのビジュアルを採用した初めてのプロモーション展開。



通年観光キャンペーンの経緯・ターゲット層

「親子三世代・ファミリー層」でございま～す！



アニメ「サザエさん」は1969年10月5日放送開始。
2019年で放送50周年。
アニメ長寿番組で、平均視聴率が高い国民的な番組。

そんな人気にあやかり、長谷川町子美術館様に相談したところ、東日本大震災の復興支援の観点から御理解いただき、
全面協力のもと実現。

これまでの番組の中で、日本全国を旅行してきた
「サザエさん」一家が、
宮城県各地の魅力を全国の皆様へお届けします。



観光キャンペーンの効果と目標

●夏の観光キャンペーン「涼・宮城の夏」及び冬の観光キャンペーン「みやぎ雪道車国」を実施した平成29年の観光客入込数は過去最高を更新。

●「第4期みやぎ観光戦略プラン」に掲げる2020年の目標値を達成するためには、観光客入込数の低い2月、6月、11月を底上げする必要があります。新たなムーブメントによる通年観光キャンペーンを実施していく必要がある。

サザエさん一家のようにユーモアで、心に残る宮城の旅を楽しんでいただきたい。
そして、訪れる観光客の笑顔の数ほど、県内各地域の観光に携わる方の笑顔があり、このことが、新たな観光地域づくりの原点につながる。



観光王国みやぎ
の実現

NEXTステージへ



項目	基準値 平成29年	平成29年	基準値 2020年
観光客入込数	6,894万人	6,293万人	前年比145万人増 7,300万人
宿泊観光客数	9,22万人	91,3万人	前年比11万人増 1,300万人
観光消費額	3,117億円	3,532億円	前年比515億円増 4,300億円