

# 福島県双葉郡インバウンド向け復興スタディツアーの開発・販路開拓支援

## 背景・目的

被災地に対する人々の関心が薄れつつあるという大きな問題意識の下、交流人口の拡大による地域内外を結ぶパイプの維持・拡大が期待されるものの、誘客要素の不存在、特に復興関連の専門用語が多いことなどによる受入体制の未整備、周知不足といった課題が山積。

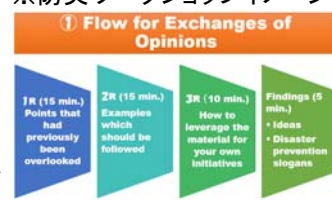
- ➡ ①誘客(防災ワークショップ開発)、②満足度向上(福島特例通訳案内士技術向上研修)、③周知(ツアーパンフレット作成・営業)を行う。

## 実施した主な取組の内容

### 【取組① 誘客コンテンツの洗い出し及び防災ワークショップの開発】

- ▼双葉郡8町村からのヒアリングを通じた、インバウンド向け震災学習に係る誘客コンテンツ候補の洗い出し。受入側のニーズ調査。
- ▼双葉郡行政職員(ふたばの明日を考える会)による復興スタディツアー造成を支援するため、専門家(防災士 金子和夫氏)を派遣。
- ▼双葉郡行政職員の方向性を踏まえ、専門家(防災士 中井佳絵氏)が防災ワークショップ(ワールドカフェ形式、日本語・英語)を開発。

※防災ワークショップイメージ



※技術向上研修のチラシ



### 【取組② 福島特例通訳案内士技術向上研修】

- ▼福島大学のウィリアム・マクマイケル助教に依頼し、復興スタディツアーのガイド者を対象とした学習プログラムを作成。
- ▼福島特例通訳案内士向けに、復興関連ターミロジー学習や留学生を相手にした実践トレーニングなどを含む技術向上研修を実施。

### 【取組③ 復興スタディツアーパンフレットの作成とプロモーション】

- ▼CSRやプロボノなどの社会貢献活動や人材研修事業に取り組む事業者等へヒアリングをし、潜在需要を分析。
- ▼複数の復興スタディツアー企画をまとめ、震災学習プログラムや視察行程等を載せたパンフレット(日本語・英語)を作成。
- ▼誘客と共に双葉郡への支援の拡大を企図し、国内外で100近くの見込み顧客にパンフレットを活用した営業活動を展開。

※復興スタディツアーパンフレット



## 実績

- <① 防災ワークショップの開発>
  - ▼ワークショップ開発:日本語・英語 各1件
  - ▼事例集作成:4件
- <② 福島特例通訳案内士技術向上研修>
  - ▼研修:6回実施
  - ▼研修受講者:延べ163名
- <③ 復興スタディツアーのプロモーション>
  - ▼ヒアリング先:9団体
  - ▼プロモーション先:100団体

## 得られた成果

- 被災地支援等に関心のある主体(潜在顧客)へ訴求する誘客コンテンツ(防災ワークショップ)の開発。
- 顧客満足度向上を企図した、震災学習関連における福島特例通訳案内士の技術向上。
- 震災学習及び復興スタディツアーのパンフレット化と情報発信。

## 今後に向けた課題・活動の見通し

- ホープツーリズムの取組として県・DMOとの連携を継続、国内外の情報発信の継続、着地型旅行商品化を見据えての旅行代理店との連携の検討。

# 「侍会津」「冬の会津」を磨き上げ:「Samurai Aizu & Snow Aizu Tourism」の確立

**背景・目的** 会津地域には、外国人にも魅力的な、なかやま雪月火といった祭りなど、豊富な「侍」や「雪」コンテンツがある一方、風評被害も含めて正確な情報発信不足、外国人受入体制の未整備といった課題が存在。

➡ 会津田島駅までの東武特急乗入れを契機とし、外国人にも魅力的な「Samurai」と「Snow」で成立する素材を、地域事業者及び地域自治体と共に、外国人視点を入れて磨き上げ、訴求力の高いウェブサイトを活用して販売・検証・改善・継続を図る。（対象市場:台湾、欧米等）

## 実施した主な取組の内容

### 【取組① 商品化に向けたコンテンツ洗い出し・受入体制整備】

地域自治体・事業者・協議会と連携し、侍や雪に関連する体験素材の洗い出し、受入体制整備を実施。

・2017年6月～2018年1月にかけて会津若松市・下郷町・南会津町・地域事業者・会津REVATY協議会と連携し、「Samurai & Snow Aizu」をテーマに、体験素材の洗い出しと受入体制整備について14回にわたり協議。

### 【取組② 旅行商品の造成】

外国人視点を入れ、外国人に“刺さる”ストーリー作りをするため、旅行商品造成担当者を招請、「設定確認書」を基に視察を2回実施。

・第1回:株式会社Voyagin1名を招請、侍コンテンツのブラッシュアップ、受入体制整備を目的とした視察ツアーを実施。  
・第2回:欧米向けインバウンド商品造成に携わる、Beauty of Japan2名を招請、雪コンテンツのブラッシュアップ、受入体制整備を目的とした視察ツアーを実施。  
・造成したコンテンツ例:剣道体験、なぎなた体験、茅葺体験、スノーシューハイキング体験など



■なぎなた体験

### 【取組③ プロモーション】

OTAサイトへの記事掲載、在日旅行会社・海外旅行会社への販売活動を実施。

・Online Travel Agentであるジーリーメディアグループと連携。記者を1名招請し、取材を実施、体験記事を作成・掲載。  
・単なるプロモーションに終わらないよう、旅行商品と記事内容をリンクさせ、旅行商品申し込みを促進。  
・在日旅行会社・海外旅行会社への販売活動。タイ旅行会社・メディア55社の約100名が参加したタイ商談会において、侍コンテンツについてセールスを実施。

## 実績

<造成した商品数>

8件（内訳 侍コンテンツ 4件、スノーコンテンツ 4件）

<販売関係者等による造成商品の事前視察(モニターツアー)実施>

モニターツアー実施件数 118件(2018年2月時点)

## 得られた成果

- インバウンド向け商品の造成。課題であった受入体制の基礎を整備。
- 受入体制整備、コンテンツ開発、販売、プロモーションについて、民間事業者の利益に直結する自走可能な仕組みを整備。

## 今後に向けた課題・活動の見通し

- 会津REVATY協議会会員を通じて、「侍」・「雪」商品の情報提供を継続的に実施。
- 「侍」・「雪」商品の魅力が伝わる情報を発信し、認知度の向上に繋げつつ、国内外の旅行会社への販売依頼、海外エージェントへの営業を継続。

# 【平成29年度福島県交流拡大版ハンズオン支援事業】

～Local Experience Design in BAN-ETSU EXPRESSWAY (LXD磐越道プロジェクト)～

**背景・目的** 福島県を浜通り・中通り・会津の地域毎の魅力を伝えるコンテンツは存在するが、県内3地域の魅力を一体的に伝えるコンテンツは少ない。

福島県を東西に横断する磐越自動車道、国道288号線、49号線沿いに位置する田村市、郡山市、猪苗代町、西会津町を対象に、自動車等のモビリティによる魅力を訴求するため、クリエイター、人材教育機関であるFSGカレッジリーグ、企業、猪苗代青年会議所等の産官学で、共同コンテンツを開発・PRする。また、一連のプロセスを教育プログラム化し、人材育成を仕組化することにより、持続的なコンテンツ開発を行う。

## 実施した主な取組の内容

### 【取組① 4地域連携による東西横断エリアのインバウンド向けコンテンツ開発】

田村市、郡山市、猪苗代町、西会津町で撮影を行い、国内外で活躍するクリエイターが編集・制作した動画6作品と、学生が制作した3作品の計9作品を、ターゲットとする国に対し、YouTube上で公開。

#### ①海外クリエイターとの連携

日本のみならず、米、英、蘭、中の海外クリエイターによる地域ブランディング。海外目線で、当該エリアのオリジナル映像コンテンツを制作し配信。

#### ②4つの地域連携による広域プロモーション

海外訪日潜在層に田村市、郡山市、猪苗代町、西会津町の魅力を訴求。

#### ③科学的な戦略分析と企業連携

ビックデータを解析・活用し、海外ターゲット国のユーザー特性を分析した上で、効果的なマーケティング戦略を構築。Google、Adobe、ORACLEと連携し展開。



### 【取組② 教育プログラムの開発】

FSGの学生たちがプロジェクトを通して、プロのクリエイターや企業専門家から学んだノウハウを教育プログラム化し、地域へ還元。地域の魅力発信と次世代に繋がる高度人材の育成。

【西会津高校での実証講座(プレゼンテーション・ワークショップ形式):10月22日】

- ・西会津高校の生徒1、2年生の10名が参加、西会津の魅力を発信する動画を制作。
- ・FSGの学生8名が参加し、高校生に対しての講義・ワークショップ、撮影・編集のサポートを実施。

⇒ 実証講座を通して、参加者のアンケートや反応、運営側の意見等を反映した教育プログラムのブラッシュアップ作業を実施。

## 実績

○You Tube再生回数  
(制作コンテンツ9本合計)  
131,319回  
(※2018年3月26日現在)

## 各コンテンツの再生内訳

- ①4市町総合(ショートバージョン): 31,898回
  - ②4市町総合(ロングバージョン): 887回
  - ③田村市バージョン: 16,944回
  - ④郡山市バージョン: 16,066回
  - ⑤猪苗代町バージョン: 16,321回
  - ⑥西会津町バージョン: 16,252回
  - ⑦FAMILY ADVENTUR: 13,183回
  - ⑧EXPLORING NATURE: 9,956回
  - ⑨“F” of Japan: 9,812回
- ※①～⑥:プロクリエイター作品、⑦～⑨:学生作品

## 得られた成果

- 国内外で活躍するプロのクリエイターと共同で制作した9つの動画コンテンツを活用し、4地域の魅力を海外に発信。
- プロジェクトのプロセスを通じてFSGカレッジリーグの学生が学んだことを元に、次世代の子供たちに還元するための教育プログラムを開発。

## 今後に向けた課題

- 教育プログラムについて、専門用語等が多くやや難しい内容となっている。  
⇒交流拡大に向けた魅力的な動画の継続的な発信のため、プログラムのカスタマイズが必要。
- 開発した教育プログラムを各地で実施し、持続可能な人材育成プログラムとして確立を図る。