

提案名：「Kataribe on the "3.11 DENSHO ROAD"」を発信拠点とした インバウンド誘客促進事業

(東北域内の普及展開対象地域)

岩手県/宮城県

(対象とする国外マーケット)

米英豪を中心とした欧米豪諸国

※本事業では、宮古市～南三陸町の岩手宮城三陸沿岸部エリアを対象地域とする

事業の概要：東日本大震災による津波被害を受けた三陸エリアの人々が各地域でおこなう語り部の観光商品化をおこない、語り部活動の経済的・組織的持続化を目指す。

【代表事業者】
一般財団法人3.11伝承ロード推進機構（事業全体の監修）
【契約事業者】
株式会社リクルートライフスタイル（事業全体の企画立案・実施）
【連携事業者】
㈱みちのりトラベル東北（商品造成、セールスコール）
㈱ノットワールド（訪日旅行商品としての付加価値向上）

課題・問題意識

社会的付加価値の高い語り部活動が観光資源として商品化されることで、三陸沿岸地域の経済発展に繋がることが期待されている。しかし近年では、運営資金不足や高齢化等の理由により、多くの語り部団体が運営継続の危機に直面している。語り部活動を持続させるためには経済的・組織的持続に向けた新たな仕組みが必要。その一手として、語り部の観光商品化と販売体制整備が重要であると考える。

参考とした過年度モデル事業名

R.1「#Kataribe(語り部)」を世界へ
宮城・岩手沿岸部交流拡大モデル事業

課題解決に向けたモデルの普及・展開の内容

事業実施プロセス

1、訪日旅行商品として満足度の高い体験価値への磨き上げ

①語り部の多言語対応モデル開発

語り部と連携可能な通訳ガイドの発掘と育成、コミュニティ化により、各地域の語り部インバウンド対応への汎用性と再現性を創出。

②モニターツアーの実施

価値向上を目指し、学びの価値のさらなる探究、「語り部×震災伝承施設×三陸の魅力」の組み合わせ方法を検証

2、Kataribeを主とした旅行商品の造成と販売体制の構築

旅行商品造成 ※インバウンド向けにも提供可能な語り部プログラムを含んだ商品を「Kataribe」と表現

インバウンド向け事業展開をおこなう地元旅行会社やサプライヤーと連携し、日帰り、1泊2日の募集型観光ツアー、学びの要素を全面に打ち出した受注型ツアープログラムを造成。また、上記対象国向けにオンライン体験ツアーの造成提供をおこなった。

3、セールスプロモーション

①商用ツールとして、動画2本（Kataribeコンセプト編、Kataribe体験編）、エージェントタリフの制作をおこなった。

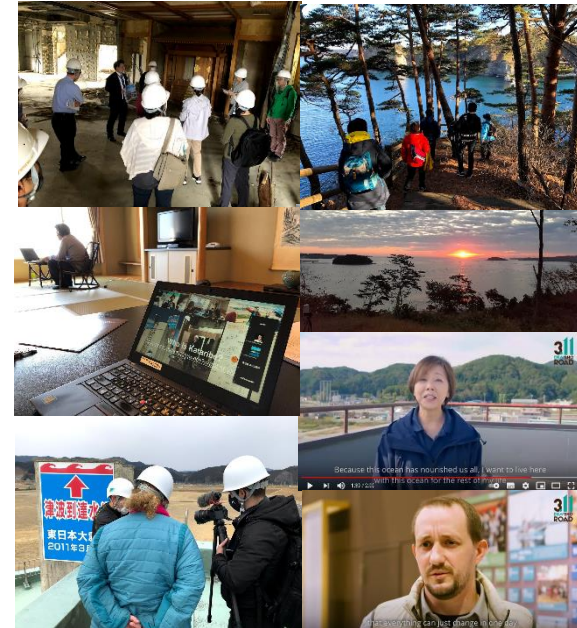
②対象国エージェント向けオンラインセールスコール、国内在籍インバウンドエージェント向け商品説明会を実施。

③メディア（CNNJ、Japan Travel、Tokyo lens等）を活用したプロモーション

4、3.11DENSHO ROADを中心とした自走化体制の構築

①3.11DENSHO ROADセミナーの実施等による地域内認知促進とネットワーキング

②語り部とインバウンド市場のマッチング組織としてのプラットフォーム体制を検証



**ありたい姿：語り部の観光産業化による経済効果が生まれることで、
三陸エリアの語り部事業者が持続的に語り続けられる環境、世界に伝承し続けられる環境を創出すること。**

モデル性・汎用性：①Kataribeの旅行商品化ステップの汎用化・・・マーケットニーズを汲み取った語り部の適正な体験時間、タイトル決め、インバウンドオペレーション、セールス方法等
②「学びたい」と「伝えたい」のニーズマッチング・・・「どこで」「誰の」「何を」体験すれば「どんな」学びが得られるのか情報発信することで、語り部と体験者のwin-winを構築