

提案名「#Kataribe(語り部)」を世界へ

(東北域内の普及展開対象地域) (対象とする国外マーケット)
岩手県/宮城県の三陸地域 ※本事業では、宮古～南三陸間を対象地域とする 台湾/タイ/アメリカ

事業の概要: 東日本大震災による津波被害を受けた人々が各地域でおこなう語り部のコンセプトを共通言語化し、世界に通用する取組としていく。

代表事業者名・連携事業者名

主体

株式会社阿部長商店(南三陸ホテル観洋)
(事業主体会社/語り部バスツアー運営など、震災復興に関する豊富な取組実績による知見提供/地域ネットワークづくり)

協業

株式会社リクルートライフスタイル
(各種調査/コンセプト策定/商品化に向けたワークショップ運営)

協業

株式会社VISIT東北
(モニターツアー企画運営/情報発信素材のとりまとめ)

課題・問題意識

東日本大震災以降、津波被害の語り部に取り組む団体が複数存在してきた。しかし、資金面や体力面による運営維持の困難、取組への目的意識低下などが理由により担い手減少が起きている。また、各団体の現状や実態も不明確な状況。

参考とした過年度モデル事業名

なし(今年度新規事業)

主な取組内容、結果、汎用化ポイント及び今後の展望

①主な取組内容

- 1、世界に通用するKataribeコンセプトの策定
- 2、各種調査によるKataribeニーズの検証
- 3、ワークショップやモニターツアー実施による商品の磨き上げ
- 4、Kataribe情報の発信・ネットワークづくり

②実施結果・考察

- ①県境を越え三陸地域連携を図ることで、個々の語り部の取組をより魅力的に世界に発信ができる。
- ②語り部は日本語で熱量持って話してもらうことに価値がある。一方で、通訳案内士を(語り部との相性含め)如何に適確にマッチングできるかがとても重要であり現状の課題。
- ③語り部と震災伝承施設を多面的に体験でき且つ、地域の多種多様な視点で学びが得られる環境は、世界的にも絶対的な付加価値。
- ④マーケット側のニーズに合わせて語り部をプログラム化することが、持続的に世界へ届けていく上での鍵となる。



③汎用化ポイント

- ・語り部の各ストーリーをテーマ、ジャンル毎に分類し見える化することで、「防災ツーリズム」以外のテーマでも訴求ができる
- ・語り部×震災遺構×伝承施設の3要素を組み合わせることにより、世界レベルで独自性や付加価値が高まる。

④今後の展望

- ・語り部と親和性のある通訳案内士の発掘と的確なマッチング体制の構築
- ・各国のマーケットニーズに合わせた商品造成
- ・岩手、宮城、福島沿岸部を網羅できる団体を中核としたビジネスモデルの構築



定量的な成果目標: ワーキンググループ、ワークショップ等の参加人数 50名
「Kataribe(語り部)を世界へ」参画事業者数 10名

最終成果: ワーキンググループ、ワークショップ等の参加人数 63名
「Kataribe(語り部)を世界へ」参画事業者数 13名