

モデル事業名「#Kataribe(語り部)」を世界へ

実施概要

実施目的

高齢化や心の問題による取組意欲低下、資金面による運営困難、などを理由に、語り部の活動から退くケースが多くなっており、語り部活動の担い手が不足し、風化加速のリスクに直面している。今回、事業を通じて、語り部の発掘と連携により、世界に誇る取組としてリブランド。取組そのものに共感する地域内人材の発掘や、語り部のファン層を創出し、語り部を次世代、次々世代に伝承・継承する事で風化を防止したい。その為にも語り部活動そのものの機運を高め、世界に通用する、語り部との出会いを目的としたコンテンツを造成し、かけがえのない取組を世界に発信していきたい。

1. 実施内容

代表事業者名	株式会社阿部長商店
連携事業者名	株式会社リクルートライフスタイル、株式会社VISIT東北
実施地域	岩手県、宮城県
対象マーケット国	台湾、タイ、アメリカ
実施体制	株式会社阿部長商店(南三陸ホテル親洋) (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/地域ネットワーク作り) 再委託 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) 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)
ビジネスモデル もしくは 自走化モデル	今期は、調査・地域内合意形成および地域の受け入れ体制強化を目的とした事業に留まり、セールス等の座組は組み込んでおりません。

2. 結果と考察

実施結果	①三陸の語り部事業者を集めたワーキンググループを実施 ②語り部活動に関する多面的な調査を実施 ③モニターツアーを実施 ④情報発信(パンフレット、全国被災地語り部シンポジウム)
考察・課題	・宮城三陸、岩手三陸の事業者連携機運が高まった。仙台⇄三陸⇄岩手内陸(盛岡・花巻・平泉)の旅行者広域周遊の活性に期待が持てる。 ・語り部の多言語対応ニーズについて、語り部は参加者の母国語であるのではなく、日本語で行い、そちらを母国語で通訳する、というやり方に対するニーズが、高い。 ・語り部と通訳案内士、参加者ニーズの質の高いマッチングができるか否かで、語り部が伝えたい事が伝わり、参加者の得るものの価値が高まることがわかった。

3. 汎用ポイント

汎用性	今期はセールス活動に取り組んだ実績がない為、石巻～山元町、福島(山元町)の汎用性については、次年度の結果を踏まえ提示させていただきます。
-----	---

モデル事業名「#Kataribe(語り部)」を世界へ

実施内容（詳細①）ワーキンググループ

① 第1回Kataribeワーキンググループ(2019年7月16日・17日実施/南三陸ホテル観洋/25名出席)

三陸エリア(宮古～南三陸)で語り部活動や観光振興を実践する事業者が集まり、語り部活動の現状や三陸が世界に誇るべきものは何かを相互共有・検討。

ゴール：①岩手・宮城沿岸部の事業者をネットワークし、三陸広域連携への機運を醸成

②世界に通用する語り部(Kataribe)とは何か、地域事業者同士が議論し合い、地域の声を基にコンセプトやリブランドの要素を捻出する。

② 第2回Kataribeワーキンググループ(2019年11月17日・18日実施/宝来館/25名出席)

三陸エリア(宮古～南三陸)で語り部活動や観光振興を実践する事業者、旅行会社が集まり、Kataribeコンセプト案について意見交換。また、訪日外国人マーケット側の視点を持ちながら、Kataribeの訪日外国人向け商品化を検討。

ゴール：①地域事業者によるKataribeコンセプトの合意形成

②マーケット側の視点を基に、広域連携による2泊3日滞在型のKataribeツアーをラフにイメージ

③Kataribeが世界に誇るかけがえのない取組であることを再確認し、地域共創の機運を高める。

① 第1回Kataribeワーキンググループの様子



② 第2回Kataribeワーキンググループの様子



モデル事業名「#Kataribe(語り部)」を世界へ

実施内容（詳細①）調査

語り部活動に関する多面的な調査を実施。

①Kataribeアンケート調査(実施期間：2019年9月～2020年2月)

三陸に来訪する外国人の行動実態を把握する為に、エリア内の宿泊施設や観光スポット、震災伝承関連施設にアンケート票を設置し調査。

②KataribeGAP調査(実施期間：2019年9月～10月)

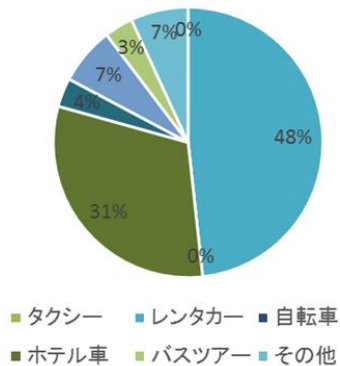
外国人のKataribeに対するニーズおよび国ごとのGAPを調査。実施業務①より、調査国をタイ・台湾・アメリカに設定。各国約300サンプルのモニター調査。

③Kataribe実態調査(実施期間：2019年9月～2020年1月)

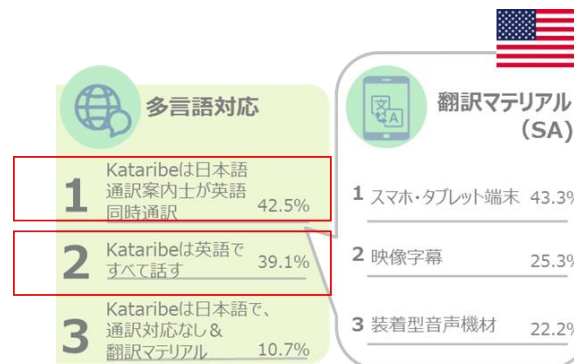
東日本大震災の津波被災地の語り部活動団体や事業者の現状や実態を、デスクリサーチおよび聞き取り調査にて実施。 ※聴取対象エリアは宮古～山元町

①Kataribeアンケート調査イメージ※一部抜粋

⑩現地までの交通手段



②KataribeGAP調査イメージ※一部抜粋



③Kataribe実態調査イメージ※一部抜粋

No.	エリア	事業者名	住所
1	南三陸	南三陸ホテル観光	宮城県本吉郡南三陸町志津川黒崎94
2	大船渡・陸前高田	陸前高田津波伝承館	岩手県大船渡市大船渡町宇基堤前1
24	大船渡・陸前高田	陸前高田市観光協会	岩手県陸前高田市高田町竜石42-1
38	大船渡・陸前高田	一般社団法人 マルゴト陸前高田	岩手県陸前高田市高田町竜石50-
39	大船渡・陸前高田	長瀬元弘社	岩手県陸前高田市広田町字長瀬47
40	大船渡・陸前高田	吉高元弘社	
42	大船渡・陸前高田	陸前高田被災地語り部くまのこ屋	岩手県陸前高田市高田町字横手249-1 T
26	宮古・山田	NPO法人 体験村「たのびたネットワーク」	岩手県下閉伊郡田野畑村北山121
27	宮古・山田	宮古観光文化交流協会	岩手県宮古市宮町1丁目1-40

モデル事業名「#Kataribe(語り部)」を世界へ

実施内容（詳細①）モニターツアー

三陸地域の語り部事業者によるワーキンググループ、調査結果を踏まえ、語り部の取組をインバウンド仕様に磨きあげ、語り部体験のモニターツアーを実施。
(台湾人インフルエンサー、アメリカ人知識層、カナダ人知識層、中国・台湾向けインバウンド旅行会社、タイ向けインバウンド旅行会社がモニターとして参加)

① 裏山の避難道を巡る震災追体験(岩手県釜石市/三陸ひとつなぎ自然学校)

震災当日の3/11～翌日3/12までの実体験を追体験するプログラム。語り部は日本語。英語、台湾語の通訳案内士が同行し、同時通訳。

② 三陸鉄道「防災学習列車」乗車体験(岩手県宮古市/三陸鉄道)

ローカル鉄道に乗り、車窓景色を眺めながら、被災を体験した鉄道員の語り部を聞くプログラム。語り部は日本語。英語、台湾語の通訳案内士が同行し、同時通訳。

③ 三陸の名物女将の語り部体験(岩手県釜石市/宝来館)

実際に津波に飲み込まれながらも生還した旅館女将による、震災の教訓、生きることの大切さを学ぶ語り部プログラム。語り部は日本語。英語、台湾語の通訳案内士が同行し、同時通訳。

④ 語り部バス(宮城県南三陸町/南三陸ホテル観洋)

バスに乗り、南三陸町志津川地区～戸倉地区を周遊しながら、ホテルスタッフの語り部により、震災当時の様子や防災・減災に対する教訓を学ぶプログラム。

パターン① 語り部は日本語。英語、台湾語の通訳案内士が同乗し、同時通訳。

パターン② 語り部は英語。台湾語の通訳案内士が同行し、同時通訳。

① 裏山の避難道を巡る震災追体験



② 三陸鉄道「防災学習列車」



③ 三陸の名物女将の語り部体験



④ 語り部バス



モデル事業名「#Kataribe(語り部)」を世界へ

実施内容（詳細②）情報発信

- ①約10名の語り部事業者に焦点を当て、プログラムを紹介する多言語版パンフレットを制作(英語、繁体字、日本語)。※現在制作途中段階
- ②約400名の被災地関係者が集まる、第5回全国被災地語り部シンポジウム(2/24、25実施)の2日目に登壇し、本事業の活動を報告予定。
また、ワーキンググループを通じてネットワーキングされた若手・宮城の各語り部事業者達が当日パネリストとして登壇予定。

【パンフレット】A4サイズ14P



#Kataribe
Kataribe(語り部)を世界へ
"kataribe" to the world

その地域は、過去何度も津波という自然災害に遭遇し、多くの犠牲者を出しながらも、人々が得た教訓を糧に発展してきた地域でもあります。
またその地域の人は、海・森・川などの豊かな自然、海の恵みと共生し続け、自然災害から命を守るための大切さや社会に生きることの大切さを強く感じながら暮らしています。

その中で、それらの大切さを世界の人々にも感じ、学んでほしいという思いから、ストーリーテリングを行い続けている人が存在します。

このような、津波被害を受けた地域で、それらを世界の人々に語り伝える人をKataribeといいます。

【リーフレット】A4サイズ両面1P



第5回 全国被災地語り部シンポジウム in東北
「KATARIBE」を世界へ
 ~多様で持続可能な、語り部の未来~

2020 (参加無料)

令和2年 2月24日(月・休)・25日(火)
 会場/南三陸ホテル親洋
 (宮城県南三陸町黒崎 99-17 TEL 0226-46-2442)

**第14回マニフェスト大賞
 コミュニケーション戦略部門
 最優秀賞受賞**

『震災を風化させないための語り部』
 による地域活性化への取組

東日本大震災から間もなく9年が経過する今、
 たいせつな人を守るための想いと学びが
 1000年後の未来まで届けられるように。
 当シンポジウムがひとつのきっかけとなるように、
 そして防災・減災を実現するための開催いたします。

【プログラム】

■2月24日(月)
 【第1部】東日本大震災を学び、感じる始まりの時間 (開場後開始プログラム)
 ①気仙沼 東日本大震災・伝承継承コース
 8:40 気仙沼お食いらば一徹災遺構「命のらせん階段」
 →気仙沼市東日本大震災伝承館→12:00 南三陸ホテル親洋
 ②南三陸 震災を風化させないための語り部バス
 10:45 南三陸ホテル親洋→南三陸町内観光

■2月25日(火)
 【第4部】 8:30~10:00 ●語り部 KATARIBE 事例発表

※申込締切 2月16日(日)迄

【レセプション】
 18:15~19:45 交流会(立食形式) 会費:3,000円
 20:00~21:00 ロビーコンサート

モデル事業名 |

KPIと結果

KPI及び目標	ワーキンググループ、ワークショップ等の参加人数	「#Kataribe(語り部)を世界へ」の参画事業者数
	50名	10事業者



KPI及び目標	ワーキンググループ、ワークショップ等の参加人数	「#Kataribe(語り部)を世界へ」の参画事業者数
	55名	13事業者

考察

- ・事業の発起は南三陸ホテル観洋であるが、津波被害にあった三陸沿岸部の事業者に賛同いただけるテーマであった為、宮古、山田、大槌、釜石、大船渡、陸前高田、気仙沼、南三陸と、行政区画を越えた広範囲の事業者に、集合イベントに参加いただけた。
- ・震災から9年。年月の経過による被災地域の人々の意識変化や世代交代、2019年ラグビーワールドカップin釜石の盛り上がりもあり、訪日外国人受入に対する意識が益々高まってきており、Kataribe参画事業者は、想定上回る結果となった。

モデル事業名 |

事業結果・その他分かったこと

(ワーキンググループ)

- ①本事業を始める前までは、宮城三陸、岩手三陸それぞれの語り部が県を跨いで交流する事は殆どなく、お互いの取組がほぼ認知されていなかったことがわかった。
- ②宮古～南三陸の8市町村におよぶ被災地域の語り部が一同に介し、語り部の取組を相互共有した事で、点で取り組んできた取組を線・面でやっていくことで観光シナジーが生まれるイメージを各事業者に持っていただくことができた。結果として、横の地域は敵・外様ではなく、仲間という意識醸成がなされた。
- ③語り部活動は事業者毎にやり方が異なり、旅行者の訪問先によって、ただ震災当時の話を聞く、ということだけでなく五感で様々な楽しみ方ができる、と魅せられることがわかった。
- ④次年度以降も宮城三陸、岩手三陸が一丸となり、語り部の価値を高め、誘客促進していきたいという事業者機運が高まった。仙台⇄三陸⇄岩手内陸(盛岡・花巻・平泉)の旅行者広域周遊の活性に期待が持てる。

(調査)

- ①外国人の津波語り部に対するストーリーニーズとして、タイ・アメリカは被災直後の被災者のサバイバルストーリーに対するニーズが高く、台湾は防災・減災の教訓を学べるストーリーに対するニーズが高いことが、GAP調査を通じて明らかになった。
- ②語り部の多言語対応ニーズについて、語り部は参加者の母国語とするのではなく、日本語で行い、そちらを母国語で通訳する、というやり方に対するニーズが、アメリカ・タイ・台湾ともに一番高いことがGAP調査を通じて明らかになった。
- ③三陸地域に訪れる訪日外国人旅行者の二次交通手段として、レンタカーが一番多いことが、現地アンケート調査を通じて明らかになった。また、リピート率は低く、8割以上が初回訪問という結果が出た。
- ④宮古～山元町までのエリアにおける語り部団体の活動実態の聞き取り調査を行ったが、半分以上の団体が非活動状態であることが明らかになった。

(モニターツアー)

語り部と通訳案内士、参加者ニーズの質の高いマッチングができるか否かで、語り部が伝えたい事が伝わり、参加者の得るものの価値が高まることがわかった。一方で、この質の担保ができない場合、語り部が伝えたいことが伝わらないことに対する疲弊感が高まり、活動意欲に低下に起因すると想定。

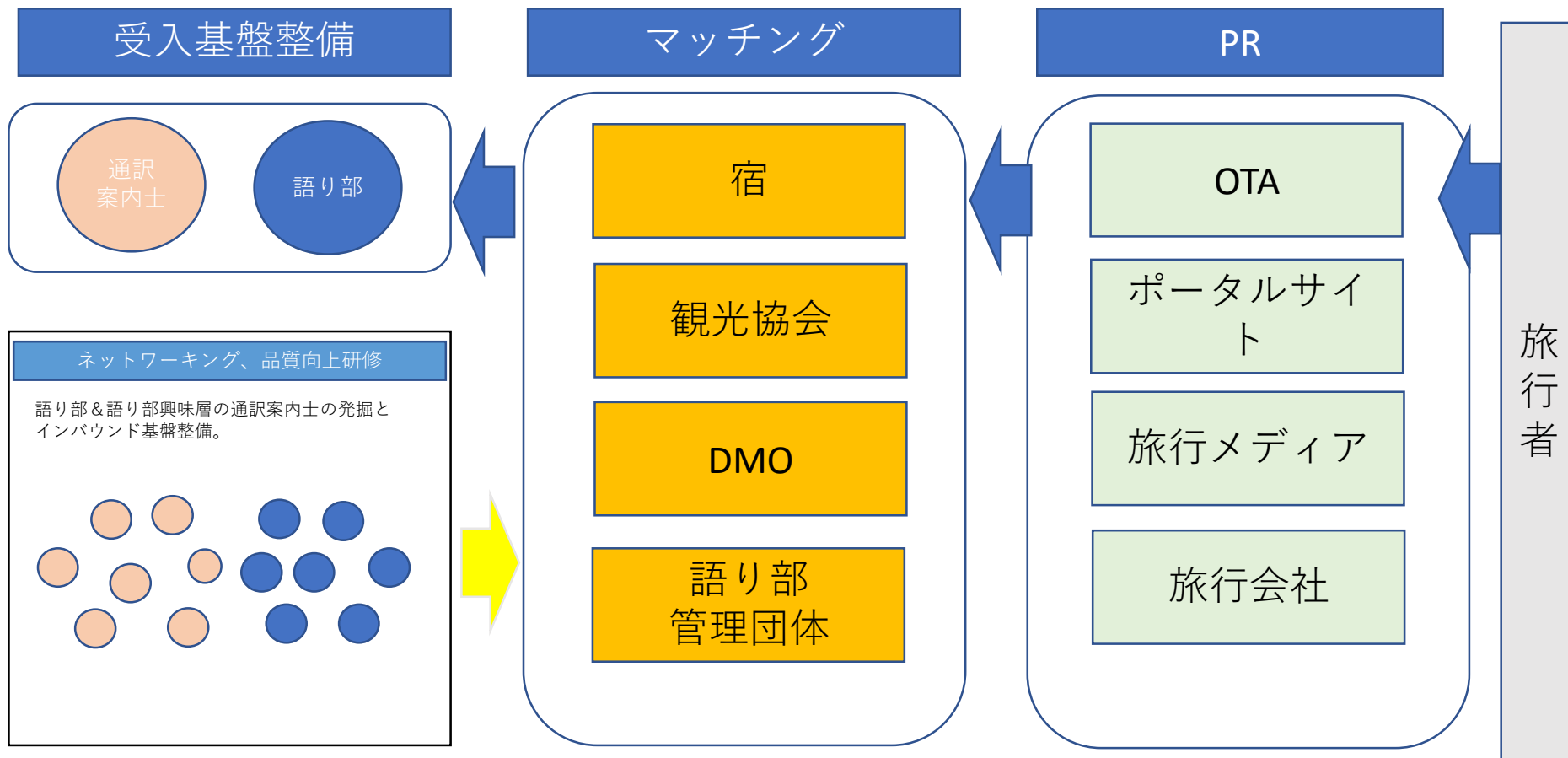
(第五回全国被災地語り部シンポジウム)

2/24・25にシンポジウムが南三陸で開催されるが(約350名が出席予定)、今回は岩手の多くの語り部事業者がパネリストとして出演予定。過去4回は南三陸や石巻、気仙沼、または関西、九州、中越の被災者がパネリストを担うケースも多かったが、今回は岩手三陸×宮城三陸が連携して実施される貴重な機会になる予定。

モデル事業名 |

自走化モデル

- ・語り部を体験する上で、地域の宿や観光関係団体などが仲介役を担うことが、ミスマッチを軽減させるためのポイントとなる。
- ・スタンスやモチベーションのマッチングを意識した、語り部と通訳案内士の関係構築が必要とされる。また、語り部先進事業者達のノウハウや専門性を活かした事業者相互補完による質底上げが求められる



モデル事業名 |

汎用性について

- ①震災伝承館＋震災遺構＋語り部の３つ全てを体験してもらうことで、定量・定性両方の側面から全貌を理解することができる。この３つの要素を揃える事が、世界レベルでの独自性や高付加価値が位置付けられる。※神戸、ニュージーランド(カンタベリー)、インドネシア(アチエ)、チェルノブイリでも、３要素全ては存在しない。
- ②語り部とガイドは、位置づけが若干異なる。Kataribe(語り部)とは、「三陸の豊かな自然、海の恵みと共生し、自然災害から命を守る事の大拙さや社会に生きる事の大切さを、東日本大震災の教訓を交えて語り続ける人」と定義し、体験者への学びや防災・減災に対する当事者意識を提供している。ガイドは、地域を紹介する人と位置付けるのであれば、立場が異なる為、語り部発掘をおこなう上でも、言葉を棲み分けることが重要。
- ③津波など自然災害による復旧・復興してきた地域の語り部と原発事故など、人災も絡んだ地域で復旧・復興してきた知己の語り部は、伝えたい事が大きく異なる。また、過去に対する憎しみのレベルにも大きな差がある様子。事業を普及展開していく上で、本事業はあくまで津波被害にあった地域の範囲に留めて体制強化していく方が、受け入れ体制、旅行者への訴求力共に高まりやすいと考えられる。