

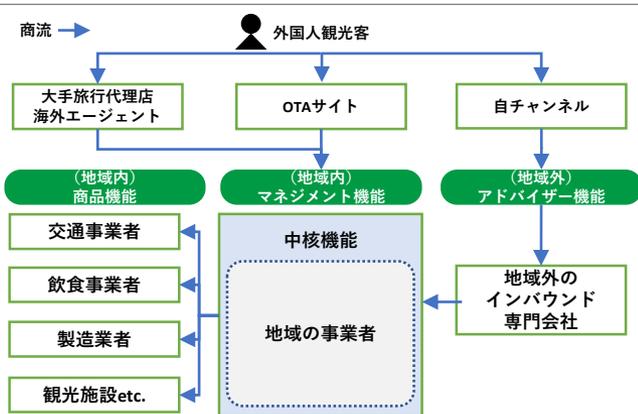
## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施概要

#### 実施目的

- ▶ 地域事業者が自らが主体となってインバウンド交流拡大のための「ノウハウの蓄積」・「学びの場の創出」を目的として、インバウンド専門家によるアドバイスを基に商品造成～情報発信～販売の一連の流れを実施することで、今後も地域事業者が主体となって持続的に活動できる体制を構築すること

### 1. 実施内容

代表事業者名	有限責任監査法人トーマツ
連携事業者名	リベルタ株式会社、株式会社インアウトバウンド仙台・松島
実施地域	岩手県沿岸部地域（宮古市、大船渡市・陸前高田市）
対象マーケット国	欧米豪を中心としたアドベンチャー・ツーリズム層
実施体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>■【事業統括】有限責任監査法人トーマツ</li> <li>■【外部協力機関（専門家）】 リベルタ株式会社（宮古市エリア担当） 株式会社インアウトバウンド仙台・松島（大船渡市・陸前高田市エリア）</li> </ul>
自走化モデル	 <p>商流 → 外国人観光客</p> <p>大手旅行代理店 海外エージェント   OTAサイト   自チャンネル</p> <p>(地域内) 商品機能   (地域内) マネジメント機能   (地域外) アドバイザー機能</p> <p>交通事業者   飲食事業者   製造業者   観光施設etc.</p> <p>中核機能</p> <p>地域の事業者</p> <p>地域外のインバウンド専門会社</p>

### 2. 結果と考察

実施結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「主要メンバーの掘起こし数」「最終ツアー商品造成数」については、目標を達成</li> <li>● 情報発信については12月からの実施と周知期間が短いことからOTA等経由の総客人数は0であるものの、宿泊ホテルでの窓口販売による購入者が2名</li> <li>● 今後は、ホテルでの窓口販売だけでなく、大手旅行代理店や海外エージェント等に対する商品提案を行うことで、総客人数・滞在人泊数を伸ばす取り組みを実施していく予定</li> </ul>
考察・課題	<p>（宮古市エリア）</p> <p>【特徴】：商品機能を担う地域事業者とのつながりが強いことによる「ホスピタリティ」を重視した旅行商品の造成</p> <p>【問題】：中核メンバーが本業をこなしながらの運営であるため、マネジメント機能へシフトするための時間を創出することが物理的にできない</p> <p>【課題】：中核メンバーの右腕となって事務的機能を果たすため「運営機能が回るまでの人的支援」</p> <p>（大船渡市・陸前高田市エリア）</p> <p>【特徴】：中核メンバーが本業（宿泊業）で行っているコア業務と、目指す姿に掲げる役割内容との親和性が高い</p> <p>【問題】：商品機能を担う地域事業者については本業を抱えながらの協力となることから、商品販売の持続性が無い</p> <p>【課題】：地域の事業者に対してのインセンティブ設計を行いながら、着地型旅行商品に参画してもらうための「地域マネジメント機能の強化」</p>

### 3. 汎用ポイント

汎用性	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 当初の段階で、地域事業者から「今後、需要が見込まれるインバウンド観光客をターゲットとして取り込みたい」という声がある一方で、「取り組み方がわからない」「需要が見えない状況で取り組むのはリスク」等の声があった。</li> <li>▶ そのため、本事業では、インバウンド事業に取り組みたいという「熱意」のある地域事業者自らが主体となってインバウンドビジネスを起し、マネジメント機能を担いながら自走していくためのビジネスモデルを実際に構築した。</li> <li>▶ 本モデルは、インバウンドに取り組みたいという「熱意」のある地域事業者がいる（大前提）ものの、誘致の実績や機能が十分に揃っていないために取組を行わずにいる地域であっても、現状を把握・分析のうえ、足りない部分について地域外から補うことでインバウンドの受入体制の構築が可能になることが判明したことから、他地域においても十分汎用性があるものと思慮。</li> </ul>
-----	---

## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：コンセプト

- ▶ 本事業では、岩手県沿岸地域の現状と課題を踏まえ、欧米豪を中心としたアドベンチャー・ツーリズム層をターゲットとして、地域事業者のインバウンド交流拡大のための「ノウハウの蓄積」・「学びの場」の創出を目的に掲げ、本事業を実施しました。

掲げるターゲット

欧米豪を中心としたアドベンチャー・ツーリズム層

本事業の目的

地域事業者のインバウンド交流拡大のための「ノウハウの蓄積」・「学びの場の創出」

手法 1

【人づくり】

本事業終了後も地域で自立的に続く体制の構築

手法 2

【商品づくり】

- ◆ 地域の人々が「訪れた人に触れてもらいたい」旅行体験商品を企画・造成
- ◆ 商品の魅力向上と品質の維持・向上を図っていくマインドの醸成

手法 3

【お客さまづくり】

- 商品改善を図っていくことを重視したお客さまづくり
- (具体例)
- ・ ターゲットセグメントや流通構造の明確化
  - ・ 海外エージェントのニーズ把握やフィードバック等

想定される成果

- ▶ 改善事項の見える化
- ▶ 地域の主要メンバーの掘り起こし
- ▶ 海外エージェントへ紹介する最終ツアー商品造成
- ▶ ターゲットを絞った効果的なプロモーション
- ▶ 販売商品によるインバウンド客数の増加

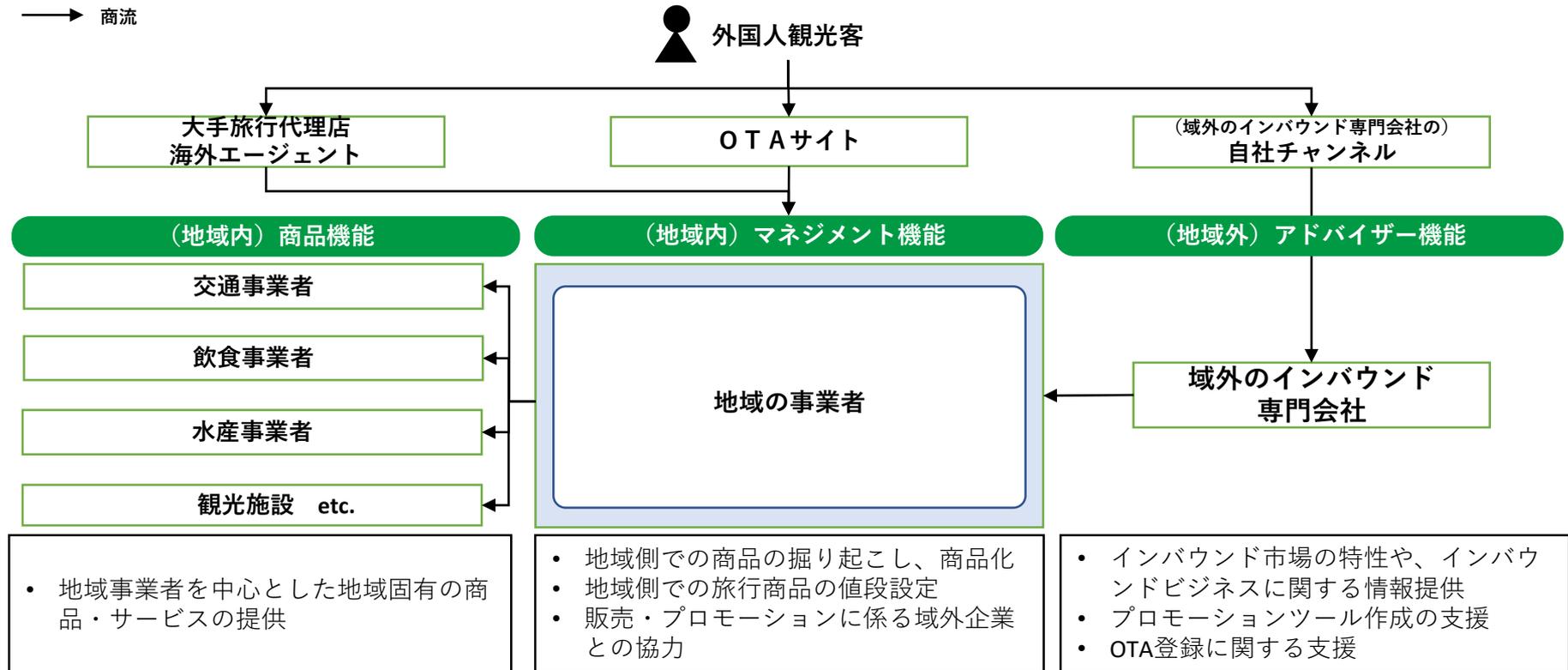
## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：自走化モデル（1/4）

- ▶ 本事業を実施する上で、対象地域側には「インバウンドビジネスにやる気のある事業者」はいるものの、「インバウンドが求める観光資源を商品化するノウハウがない」、「旅行商品を販売した後、地域でハンドリングする人がいない」、「インバウンド市場とのリレーション及び開拓ノウハウ」がないという現状があったため、それを前提としたビジネスモデルの検討を行いました。
- ▶ そのため、「地域内でインバウンドビジネスに対応できる」と「地域外の専門家に頼らなければならない」とを明確化した上で、「**熱意のある地域事業者が主体（主役）**」となってインバウンド誘客を目指す自走化モデル（仮説）を検討し、本事業を実施しました。

### 本事業における自走化モデル

→ 商流

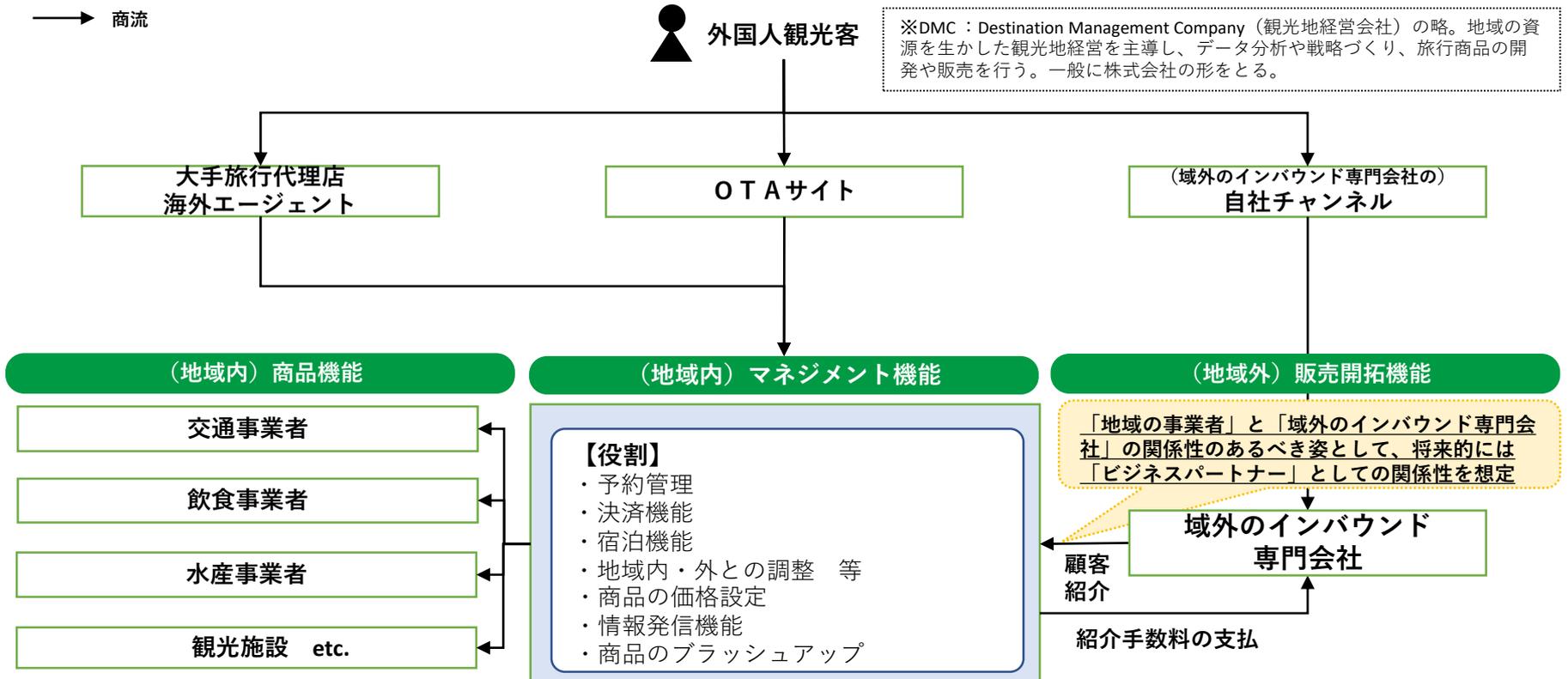


## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：自走化モデル（2/4）

- 本事業では、インバウンドの継続的な誘客に必要な、商品の企画造成から商品の情報発信、実施催行までのマネジメント機能を地域が自立的・主体的に担うために、地域の中核／牽引事業者が協力して「観光地経営会社」（DMC）※のような機能が担えることを、長期的な“**目指す姿**”として設定しました。
- なお、本事業内で関わる域外のインバウンド専門会社の役割について、現段階では「アドバイザー機能」ですが、今後は地域外企業とビジネスパートナーとしての関係性を構築することで、インバウンドの受入人数を太くしていくことを想定しています。

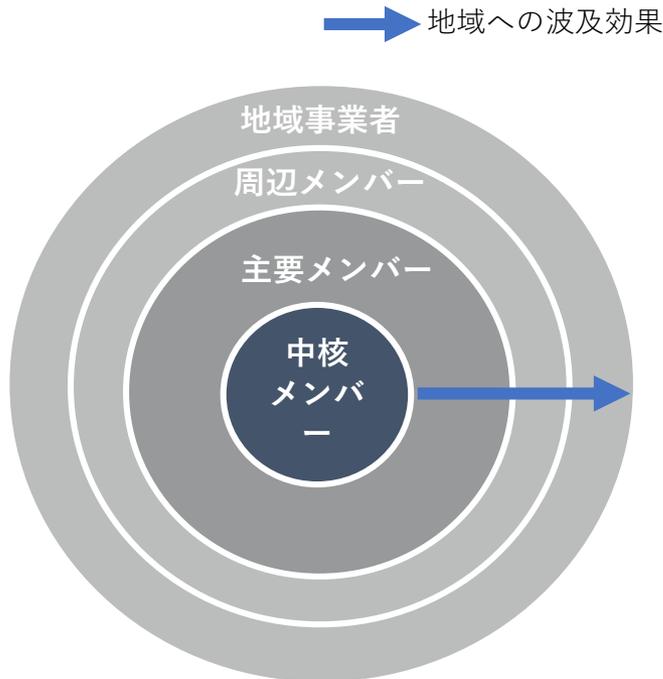
### 自走化モデル：目指す姿



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：自走化モデル（3/4）

- 本事業では、主に地域事業者から選定した「宮古市エリア」および「大船渡市・陸前高田市エリア」の中核・主要メンバーが交流人口拡大に向けた取組の推進役を今後担うことを想定し、主要プレイヤーを選定しました。



- ・中核メンバーは、地域に住み、地域を愛する意欲と熱意を持った方と定義
- ・主要メンバーは、地域ブランドを理解し商品造成で協力する方と定義
- ・周辺メンバーは、地域ブランドを外から評価し、共感し、活動に共感する方と定義

#### 宮古市エリア

##### 中核メンバー候補

- (株)日々旅
- 宮古観光創生研究会
- NPO法人みやっこベース
- ゲストハウス3710
- 宮古市版DMO
- NPO法人浄土ヶ浜ネイチャーガイド

##### 主要メンバー候補

- (一社)宮古観光文化交流協会
- NPO法人浄土ヶ浜ネイチャーガイド
- 宮古市国際交流協会
- 株式会社隆勝丸
- 共和水産株式会社
- アートエリーズ

#### 大船渡市・陸前高田市エリア

##### 中核メンバー候補

- 大船渡温泉
- 大船渡ゲストハウス
- キャピタル1000
- 玉の湯温泉
- 大船渡市観光物産協会
- (一社)マルゴト陸前高田

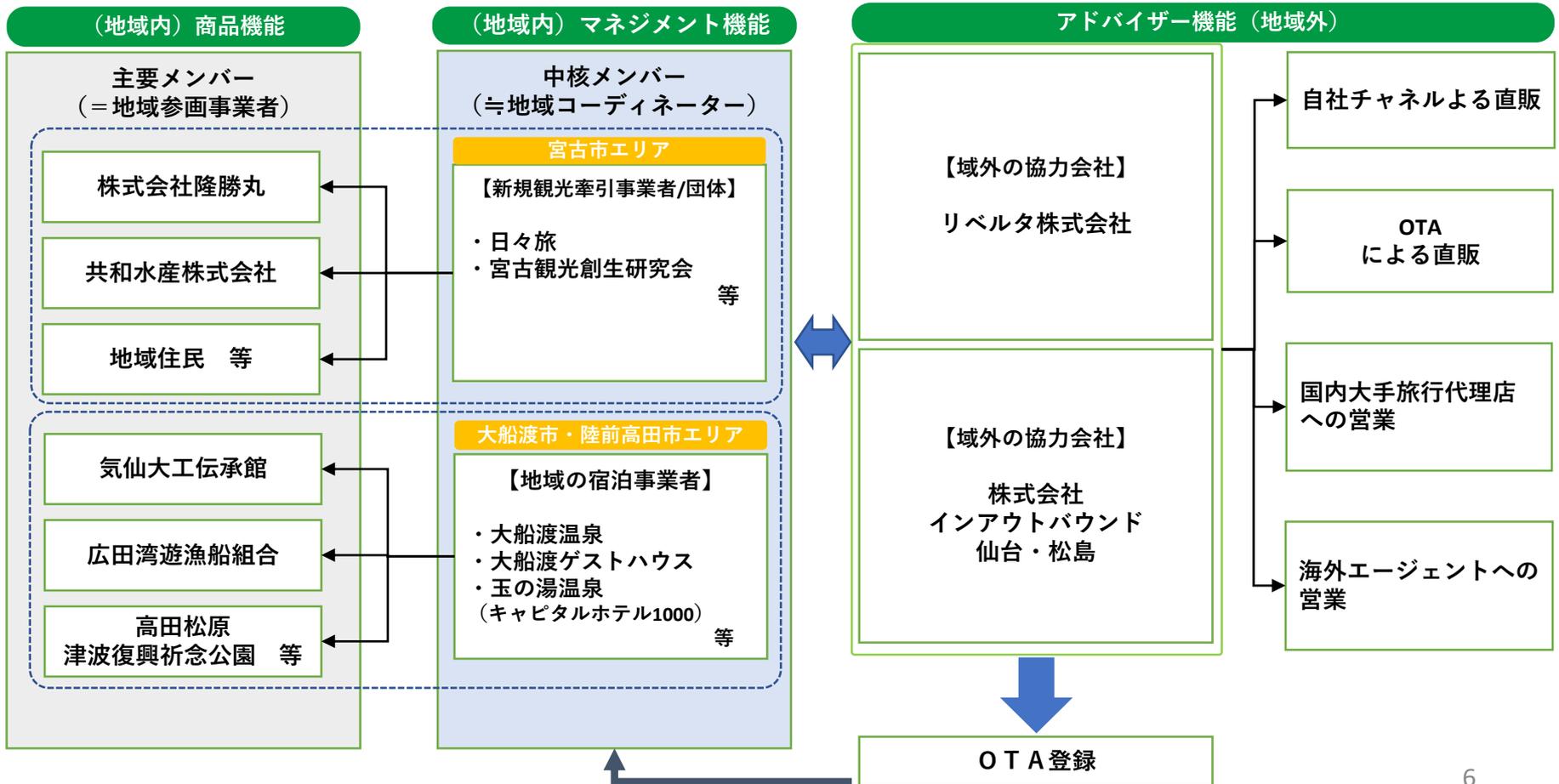
##### 主要メンバー候補

- 鎌田水産
- 気仙大工伝承館
- 漁船組合(穴通岩)
- アローリンクス
- 鮮魚したぼ
- 日頃市ころ柿づくり
- バンザイファクトリー
- パウルの舟
- 酔仙酒造
- 恋し浜ホタテ
- 吉浜のスネカ

## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：自走化モデル（4/4）

- ▶ 本事業における自走化モデルの枠組みをベースとして、地域内外のプレイヤーを入れ込んだのが、下記の図となります。
- ▶ 地域の中核メンバーの選定においては、地域の中核機能を担う熱意とポテンシャルを有する事業者を軸として、「宮古市エリア」と「大船渡市・陸前高田市エリア」の2つのエリアで取り組みを行いました。
- ▶ また、ターゲット市場にアプローチするために、地域外のインバウンド専門会社を支援者とし、全体の体制を構築しました。



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：商品造成・催行（宮古市エリア）

- 宮古市エリアでは、インバウンド誘客の視点からの観光資源の洗い出しが地域側で十分でなかったため、中核メンバー、周辺メンバー並びに有志の地域住民の参加によるワークショップを、計8回開催しました。その結果、5つの旅行商品を造成しました。
- また、商品造成後には、国内市場で販売されている類似商品の販売価格や、実際に地域でサービス提供を想定した場合のコストの積み上げからの両側面から考察を加え、提供価値と価格を決定しました。

### ワークショップの様子（ワークショップ5回）

- 地域資源の掘り起こし



### 商品造成のコンセプト（ワークショップ2回）

- 掘り起こした観光資源から、5つの旅行商品を造成

#### 1. 【Scallop Fisherman's Cruise Tour】

日出島ホタテ水揚げ体験

#### 2. 【Fish Market Adventure】

宮古魚市場場内見学

#### 3. 【Japanese Swordsmith Workshop Experience】

刀鍛冶工房見学

#### 4. 【Samurai Dance Performance】

剣舞鑑賞

#### 5. 【Story telling of Tsunami Disaster on the Spot】

震災体験語り部ツアー

### 価格付け（ワークショップ1回）

- 国内類似商品の市場価格とサービス提供に係るコストの積み上げの両側面からの価格決定



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：商品造成・催行（宮古市エリア）

➢ 商品造成後には、実際に都内在住の、インバウンド誘客を専門とする外国人招いたモニターツアーを実施し、商品上の課題を抽出しました。

#### 専門家によるモニターツアー



#### 専門家によるフィードバック

##### ツアー素材

- 浄土ヶ浜ウォーキングは、ツアーとして組むよりも案内板などのガイドの多言語化で、楽しみたい人は楽しむ

##### 食事関係

- 英語表示だけでなく、菜食主義者、食物アレルギー、シーフードの食べられない人に対して自分に適合したメニュー化の注記は必要
- 海鮮の食事メニューが欧米人には過剰。朝食はパンとコーヒーなどがオプションで選択できるようなメニュー構成の工夫が必要

##### 施設の整理 整頓

- 商店街や刀鍛冶、水産加工業者など観光施設が主でない施設だけでなく博物館などの観光施設においても、全般的に整理整頓（観光客に見せる必要のない日用品などを見えない場所に片づけておく）などの措置は必要

##### 観光収入の 適正配分

- 地元商店街の街歩きなど概ね好評であるが故、観光収入の適正配分がなされる仕組みの重要性が指摘されている
- 訪問先のお店の方々がインバウンドを持続的に好意をもって受け入れてくれるためのインセンティブを仕組みとしてつくらなければツアーコンテンツとしては難しい

##### ガイドスキ ルの向上

- 説明が長いなどの指摘もあり、例えば動画素材でシンプルに説明できるようにするなどの紹介方法の検討などがいくつかの素材において必要との指摘

## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：商品造成・催行（宮古市エリア）

#### 日出島ホタテ水揚げ体験 (Scallop Fisherman's Cruise Tour)

内容	漁師が案内する、宮古魚市場（出埼埠頭）発着の日出島漁船クルーズ養殖ホタテの水揚げの様を海上で見学→とれたてホタテをBBQ食体験（英語通訳ガイド付き）
催行責任者	平子昌彦さん（株式会社隆勝丸・社長）
催行時間	3時間／回
催行条件	季節催行（6月～10月の5か月間のみ） 最小催行人員 2名、最大催行人員 10名 催行最大週2回（1回/日） 予約は催行の1週間前まで 雨天中止 集合解散場所は出埼埠頭（埠頭まではバス等公共交通機関利用）
顧客価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>平子さんトーク（漁師の営みを直接説明を聞きながら理解、体験）</li> <li>新鮮なホタテ貝BBQをアルコールとともに食す（ビールもしくはワイン）英語の通訳ガイド付き</li> </ul>
提供価格（顧客支払い金額）	10,000円/人（税抜） （当日現場で現金もしくはクレジットカードによる決済を想定）



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：商品造成・催行（宮古市エリア）

宮古魚市場場内見学 (Fish Market Adventure)	
内容	魚市場関係事業者が案内する、「宮古魚市場」の場内見学他地域の魚市場ではできない臨場感あるセリ現場の見学や、宮古市場を通して日本の水産資源の現状と未来について知るレクチャー最後に「とれたておさかな」の試食（アルコール付）全編英語通訳ガイド付き
催行 責任者	鈴木良太さん（共和水産株式会社・代表取締役専務）
催行時間	2時間／回
催行条件	通年催行 最小催行人員 4名、最大催行人員 10名 催行最大週1回（1回/日） 予約は催行の1か月前まで集合解散場所は宮古魚市場（市場まではバス等公共交通機関利用）
顧客価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市場の歴史・営み・仕組みを場内を歩きながら理解、体験</li> <li>・ 他市場では見られない仲買人による本物のセリを間近で見学</li> <li>・ 水産業の現状を日本の社会問題として知り考える機会の提供</li> <li>・ 市場に水揚げされた新鮮な海産物をアルコールとともに食する英語の通訳ガイド付き</li> </ul>
提供価格 (顧客支払い金額)	3,000円/人（税抜） （当日現場で現金もしくはクレジットカードによる決済を想定）



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

実施内容：商品造成・催行（宮古市エリア）

刀鍛冶工房見学 (Japanese Swordsmith Workshop Experience)	
内容	刀鍛冶職人の工房を訪ね、日本刀の世界を知る体験 （参加者は全員作務衣を着用） 全編英語通訳ガイド付き
催行 責任者	辻和宏さん（刀匠） → 「日々旅」が実施をサポート
催行時間	3時間／回
催行条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 通年催行 最小催行人員 3名、最大催行人員 7名</li> <li>• 催行最大週1回（1回/日、午後のみ）</li> <li>• 集合解散場所は現地＝宮古市赤前の辻さんの工房</li> <li>• 現地までは①三鉄で津軽石まで②津軽石からタクシー（事前手配）</li> </ul>
顧客価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 辻さんのお人柄に触れる</li> <li>• 日本刀の実際の製作プロセスの見学</li> <li>• ペーパーナイフづくり体験</li> <li>• 抜刀体験（笹を切る体験） → インスタ映えする写真が撮れる</li> </ul>
提供価格 （顧客支払い金額）	6,000円/人（税抜） （当日現場で現金もしくはクレジットカードによる決済を想定）



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：商品造成・催行（宮古市エリア）

<b>剣舞鑑賞 (Samurai Dance Performance)</b>	
内容	<p>宮古に伝わる郷土芸能 牛伏念仏剣舞の鑑賞            鎧をつけ抜刀して勇猛に舞う伝統芸能            伝統を継承しようとする地域の子供たちの舞が見どころ            舞の場所は応相談 投宿先への出前興行も可            演目後、舞い手のこどもたちと交流（英語通訳ガイド付）</p>
催行 責任者	上野辰徳さん（上野建築株式会社）→ 「日々旅」が実施をサポート
催行時間	1時間/回
催行条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 通年催行 催行人員4～13名目途</li> <li>• 催行最大週1回（1回/日、夕方時間帯のみ）</li> <li>• 予約は催行の2週間前まで</li> <li>• 集合解散場所は現地（舞う場所）</li> </ul>
顧客価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 宮古の郷土伝統芸能に触れ、その持続に鑑賞を通じて貢献する</li> <li>• 舞手の子供たちとの交流を通じてリアルな日本に触れる</li> <li>• 鎧刀衣装のこどもたちとの記念写真→ インスタ映える写真が撮れる</li> </ul>
提供価格 (顧客支払い金額)	55,000円 / 興行（税抜）= 人数に関わらず （当日現場で現金もしくはクレジットカードによる決済を想定）



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

実施内容：商品造成・催行（宮古市エリア）

震災体験語り部ツアー (Story-telling of Tsunami Disaster on the Spot)	
内容	田老の津波被害とそこからの復興に奮闘する人たちのお話（全編英語通訳ガイド付き）
催行責任者	加藤洋一郎さん（田老在住被災者・英語ガイド）
催行時間	1.5時間／回
催行条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 通年催行 最小催行人員 2名、最大催行人員 10名</li> <li>・ 催行最大週2回（1回/日、午後のみ）</li> <li>・ 集合解散場所は三鉄・田老駅</li> </ul>
顧客価値	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現地・現場でしか聞けない/理解できない痛切な震災体験を被災者から直接英語で聞く</li> <li>・ 誰しも遭遇しうる災害に対する防災減災意識の向上</li> </ul>
提供価格 (顧客支払い金額)	3,000円/人（税抜） （当日現場で現金もしくはクレジットカードによる決済を想定） ※オプションとして、催行人員たとえば、震災遺構（ホテル）内立ち入り、ビデオ鑑賞（追加で4千円/催行）



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：商品造成・催行（大船渡市・陸前高田市エリア）

- ▶ 大船渡市・陸前高田市エリアでは、昨年度の段階で地域資源の洗い出しを完了していたことから、今年度は地域資源を組み合わせた旅行商品のコンセプト作りからスタートしました。
- ▶ 大船渡・陸前高田の複合エリアが対象でしたので、両地域のコンテンツを組み合わせた商品造成を意識しました。
- ▶ モニターツアーを通して、フィードバックを行い旅行商品の根幹から磨き上げが出来ました。（「高田松原津波復興記念公園で学ぶ震災、そして未来」と「地域に受け継がれる伝統的昼食作り体験&囲炉裏を囲んで地域のお母ちゃんと交流しながらの食事会」の2件）

#### ワークショップの様子

- 地域資源を組み合わせた旅行商品の造成に関する検討



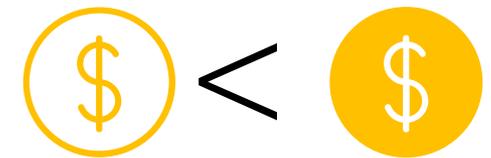
#### 商品造成のコンセプト

- 掘り起こした観光資源から、8つの旅行商品を造成

1. 海洋深層酒引き上げと地場産牡蠣のペアリング体験
2. 上記との宿泊セットプラン
3. 高田松原津波復興祈念公園で学ぶ震災、そして未来
4. 上記との宿泊セットプラン
5. 地域に受け継がれる伝統的昼食作り体験 & 囲炉裏を囲んで地域のお母ちゃんと交流しながらの食事会
6. 上記との宿泊セットプラン
7. 太平洋の朝焼けを眺めながら心と体を整える瞑想とヨガ体験
8. 上記との宿泊セットプラン

#### 価格付け

- 「業界の相場」ではなく地域事業者が自走できる価格を設定



業界の相場感

地域の持続性



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 実施内容：商品造成・催行（大船渡市・陸前高田市エリア）

- 商品造成後には、実際に外国人の専門家を招いたモニターツアー実施し、商品上の課題を抽出しました。

#### 専門家によるモニターツアー



#### 専門家によるフィードバック

##### 商品造成の再検討

- 穴磯通・碁石海岸ウォーキングは、催行実施が天候に左右され、またその判断を船頭に委ねられているため現時点でマネジメントが難しい商品であったため、商品リストから削除

##### 商品そのものの追加①

- 気仙大工左官伝承館に関して、当館の昔ながらの設備での調理と囲炉裏を囲む団らん体験のポテンシャルが高いのではとの意見からコンテンツ化

##### 施設の整理整頓

- 高田松原津波復興祈念公園に関して、モニターツアー実施前は商品造成には懐疑的であったが、「三陸沿岸に来たからには、震災を学ぶ機会はマスト」とのモニターからの意見が多く、「体験学習」コンテンツとして商品化

##### 観光収入の適正配分

- 気仙大工左官伝承館を活用した、地元の結婚式体験コンテンツに関して、「本物であることが重要、一般的なニーズではないが、やりたい人は必要な予算は払う」とのコメントから、コンテンツ内容・プライシングを全面的に見直してコンテンツ化

##### ガイドスキルの向上

- 全体的に、ガイド内容の見直し（ブラッシュアップ）、動線などを見直しを実施

## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

実施内容：商品造成・催行（大船渡市・陸前高田市エリア）

1. 海洋深層酒引き上げと地場産牡蠣のペアリング体験
  2. 【1.】の宿泊セット
- Gifts from the deep: pair oysters with sake matured under the sea! (+ lodging)

特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国的にも珍しい、海底に沈めて熟成させた日本酒の引き上げを船上から見学。</li> <li>・地場産牡蠣のバラシ及び自ら捌いて調理（蒸し牡蠣）。</li> <li>・海洋深層酒と地場産牡蠣のペアリング。</li> <li>・「海洋深層酒引き上げ」と「熟成させる前の原酒」飲み比べセットのお土産。</li> </ul>
関係事業者	1の商品：広田湾遊漁船組合 2の商品：大船渡温泉（大船渡市）、大船渡ゲストハウス（大船渡市）、玉の湯温泉（陸前高田市）
催行時間	9：00－11：00 または宿泊付きは1泊2日
催行条件	通年催行 催行人員2～5名 催行日：毎日（ゴールデンウィーク、NYウィーク、土曜日は除く）
販売価格	1の商品：14,000円 ※宿泊なし 2の商品：32,000円 ※宿泊付き



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

実施内容：商品造成・催行（大船渡市・陸前高田市エリア）

### 3. 高田松原津波復興祈念公園で学ぶ震災、そして未来

#### 4. 【3.】の宿泊セット

Reflecting on recovery: Guided tsunami memorial visit  
(+ lodging)

特徴	震災の現在、過去、未来を専門家（学芸員）から学ぶ ・地域のシンボルとなった「奇跡の一本松」見学 ・献花
関係事業者	3の商品：高田松原津波復興祈念公園 4の商品：大船渡温泉（大船渡市）、大船渡ゲストハウス（大船渡市）、玉の湯温泉（陸前高田市）
催行時間	10:00-11:30
催行条件	通年催行 催行人員2～8名 催行日：毎日
販売価格	3の商品： 3,500円 ※宿泊なし 4の商品： 22,000円 ※宿泊付き



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

実施内容：商品造成・催行（大船渡市・陸前高田市エリア）

5. 地域に受け継がれる伝統的昼食作り体験&囲炉裏を囲んで地域のお母ちゃんと交流しながらの食事会  
6. 【5.】の宿泊付き  
Local cuisine cooking class & traditional hearth-fire lunch (+lodging)

特徴	伝統的手法で再現された「気仙大工左官伝承館」にて、昔ながらの器具を使用して地域のお母ちゃんと郷土料理の昼食作り体験。 囲炉裏を囲んで、交流しながらのランチ
関係事業者	5の商品：気仙大工左官伝承館 6の商品：大船渡温泉（大船渡市）
催行時間	10：30-13：00【5】 10：30-翌日【6】
催行条件	通年催行 催行人員2～10名 催行日：毎日
販売価格	10,000円 ※宿泊なし 27,000円 ※宿泊付き



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

実施内容：商品造成・催行（大船渡市・陸前高田市エリア）

### 7. 太平洋の朝焼けを眺めながら心と体を整える瞑想とヨガ体験

### 8. 【7.】の宿泊セット

Wellness at sunrise: morning meditation & yoga (+lodging)

特徴	<p>壮大な太平洋の朝日と朝の景色を楽しみながら心と体を整える。 終了後は地元野菜と果物のスムージーを提供</p>
関係事業者	大船渡温泉
催行時間	06:30 - 08:00
催行条件	<p>通年催行 催行人員 3～10名目途 催行日：毎日（早朝）</p>
販売価格	<p>8の商品：7,000円 ※宿泊なし 9の商品：24,000円 ※宿泊付き</p>



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

実施内容：プロモーション/流通販売（宮古市エリア、大船渡市・陸前高田市エリア合同）

- ▶ プロモーションについては、インバウンド専門会社であるリベルタ株式会社、株式会社インアウトバウンド仙台・松島が有するネットワークを活用し、両社の自社チャンネルによる直販、OTA登録による直販による販売を開始しました。
- ▶ 特に、これまでOTA登録の経験・実績のない、地域の旅行事業者、地域の宿泊事業者に対して、そのPR方法やノウハウを共有し、実際に登録までハンズオンで実施をおこないました。

### インバウンド向けのプロモーションセミナーの実施

- SNS等を用いた集約に繋がるWEBサービスのノウハウの習得
- 公共部門によるインバウンド向けの広報に関する状況把握



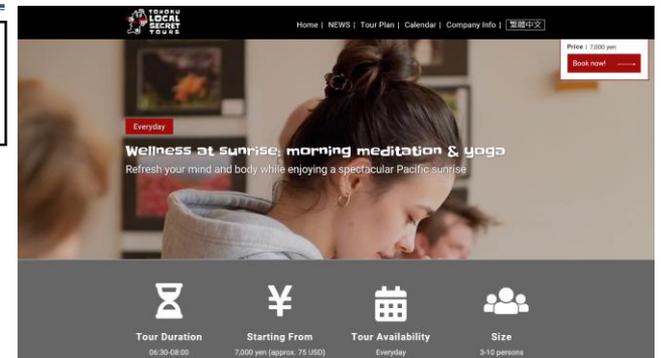
### プロモーションツールの作成

- インバウンドの目線で、関心を集めるような集客ツールの作成



### OTAへの登録

- 作成した旅行商品をOTAサイトへ登録・販売



## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### KPIと結果（2020年1月末現在）

- 実施の結果、中核メンバー同士で互いに情報交換を行いながら商品造成～情報発信～販売に向けた取組みを行った結果、「主要メンバーの掘起こし数」「最終ツアー商品造成数」については、目標を達成しました。
- 一方、情報発信については12月からの実施と周知期間が短いことからOTA等経由の総客人数は0であるものの、宿泊ホテルでの窓口販売による購入者が2名となっています。今後は、ホテルでの窓口販売だけでなく、大手旅行代理店や海外エージェント等に対する商品提案を行うことで、総客人数・滞在人泊数を伸ばす取組みを実施していく予定です。

KPI設定の観点	KPI	目標設定の考え方	目標	結果
人材育成 視点	インバウンド需要喚起に対する改善事項に対する自発的に発せられた対応策（案）の割合	2地域それぞれで、交通、資源、時間軸、受入体制の各視点から10テーマずつの課題の提出（計80テーマ）。これに対して自発的な課題解決提案比率を50%と設定	50%	*** ※1
持続的な 活動基盤 構築視点	主要メンバーの掘起こし数	2地域それぞれで、事業期間内での新規主要メンバー（ツアー商品に参加する事業者など）に関して1商品について1事業者と予定。各地域で商品を5本造成を目標として、合計で10事業者の新規主要メンバーの参画を目標とする。	10事業者	13事業者
インバウンド 需要 喚起視点	海外エージェントへ紹介する最終ツアー商品造成数	1地域5本のツアー商品造成で、合計10商品の設定。	10商品	13商品
情報発信視点	事業期間内の発信情報、OTA等へのアクセス数	外部専門家が有する全世界約10,000のチャンネルに対してプロモーションを実施。25%程度のアクセスを見込み、事業期間中にツアー商品に関する発信情報に対して2,500人のアクセス数を設定。	2,500人	9,773PV ※2
インバウンド 集客 (販売) 視点	送客人数	再委託先を通じた販売目標として、1商品あたり5人の送客を実現。10商品のツアー商品造成を目標としていることから送客目標は50人。	50人	0人
	購入者人数（追加）	造成した商品の購入者人数	—	2人
	宮古市エリア、大船渡市・陸前高田市エリアへの販売商品による現地滞在人泊数	1人当たり平均で4泊する想定。合計200人泊を目標とする。	200人泊	0泊

※1 現在、中核メンバーを中心にヒアリングを実施して、課題を抽出中。今後はその課題に対する方策を中核メンバーとともに検討を行う。

※2 情報発信については、株式会社インアウトバウンド仙台・松島が運営するサイト（<https://www.tohoku-local-secret-tours.jp/>）の2019年12月1日～2020年1月21日までのPV数を記載。なお、同数値については、商品別のPV数分析ができないことに留意。

## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 事業結果・その他分かったこと【宮古市エリア】

- 宮古市エリアでは、市内の若手経営者が中心となって、同エリアでの「新規の観光牽引者」となるべく、本事業を実施してきました。その結果、商品機能を担う地域事業者とのつながりが強く、事業者や地域住民を巻き込んだ「ホスピタリティを重視した着地型観光商品の造成がやりやすい」ことが地域の特徴です。
- 一方、マネジメント機能を担う中核メンバーは、別の事業をこなしながらの運営となるため、「本業を抱えたまま、予約管理、決済、地域内・外との調整等の業務を並行して実施しなければならない」という現状から、「マネジメント機能ヘシフトするための時間を創出することが物理的にできない」という問題を抱えています。
- そのため、宮古市エリアでは、中核メンバーの右腕となって事務的機能を果たすため「**運営機能が回るまでの人的支援策**」が現段階での優先課題です。

### 宮古市エリアにおける事業結果



#### ■ 【宮古市エリアの特徴】

- ・市内の若手経営者が「新規の観光牽引者」となって動いているため、商品機能を担う地域事業者とのつながりが強く「ホスピタリティを重視した着地型観光商品の造成がやりやすい」点に強みがある。

#### ■ 【宮古市エリアの問題】

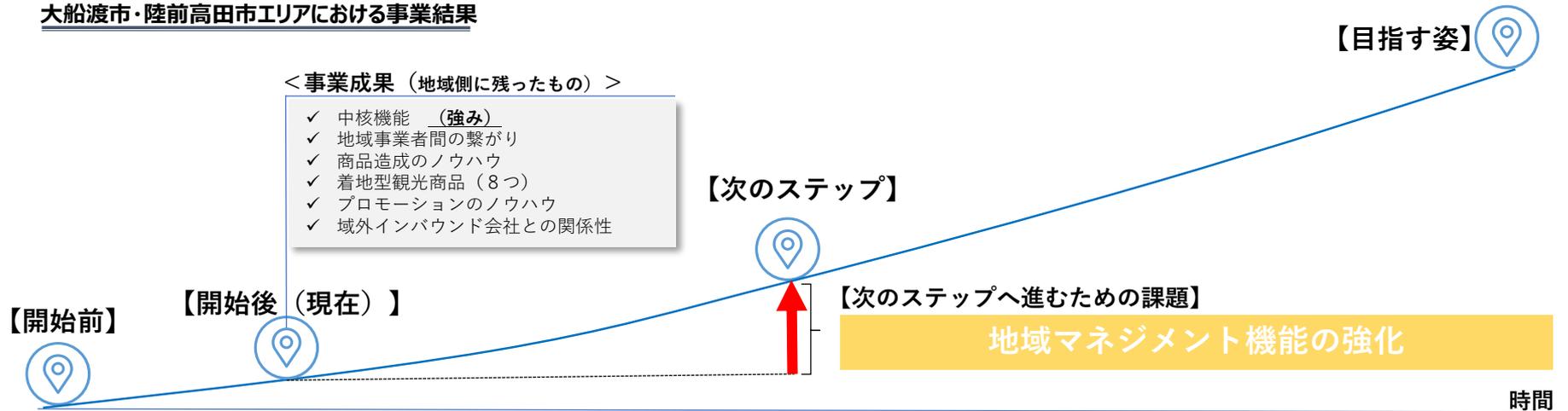
- ・マネジメント機能を担う中核メンバーは、本業をこなしながらの運営となっており、予約管理、決済、地域内・外との調整等の業務を並行して実施しなければならない状況にある。そのため、マネジメント機能ヘシフトするための時間を創出することが物理的に難しい状態である。等

## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 事業結果・その他分かったこと【大船渡市・陸前高田市エリア】

- 大船渡市・陸前高田市エリアでは、宿泊事業者を中核メンバーとして本事業を実施してきました。特に、今後もマネジメント機能を担う上でいくつか対応事項はあるものの、中核メンバーが本業（宿泊業）で行っているコア業務と、目指す姿に掲げる役割内容との親和性が高い点が特徴です。一方で、商品機能を担う地元事業者については本業を抱えながらの協力となることから、商品販売の持続性が問題です。
- そのため、大船渡市・陸前高田市エリアでは、地域の事業者に対して、関わってもらうためのインセンティブ設計（本業に遜色のない価格設定等）を行いながら、着地型旅行商品に参画してもらうための、「**地域マネジメント機能の強化**」が现阶段の優先課題です。

### 大船渡市・陸前高田市エリアにおける事業結果



#### ■ 【大船渡市・陸前高田市エリアの特徴】

- ・中核メンバーが本業（宿泊業）で行っているコア業務と、目指す姿に掲げる役割内容との親和性が高い点

#### ■ 【大船渡市・陸前高田市エリアの問題】

- ・地域事業者は、本業を有しながらの実施であることから、旅行商品の1つとして継続的に関わるのが難しい。
- ・催行に向け、ガイドや受入者等、地域側で関わる人達のスケジュール調整・管理を行うのが難しい。等

## モデル事業名 | 内発的発展による岩手県沿岸地域のインバウンド交流人口拡大事業

### 汎用性について

- 本モデルは、インバウンド事業に取り組みたいという「熱意」のある地域事業者が、自らが主体となってインバウンドビジネスを起し、マネジメント機能を担いながら自走していくためのビジネスモデルであるため、地域にそのような事業者がいることが適用の前提条件となります。
- その前提を踏まえた上で、地域にインバウンド誘致の実績や機能が十分に揃っていない状況下にあっても、足りない部分は地域外から補うことでインバウンド受入体制を構築するという視点は、他の地域への汎用性があると考えています。

### 本モデルの汎用性について

#### ■ 本モデルを適用するにあたっての前提条件

✓インバウンド事業に取り組みたい熱意のある事業者が、その地域内にいるかどうか

