

「TOHOKU WONDER PROGRAM」～東北の文化をインバウンドの力で再興する

背景・目的 東北のユニークな行事・祭は、「コアな体験」「地域住民との深いコミュニケーション」を求める欧米を中心とした外国人誘客において大きなポテンシャルがあるが、東北の認知度不足により訴求できておらず、少子高齢化等の進行により存続が危ぶまれているところも多い。

→ 自治体や行事・祭の運営団体、地域のキーパーソンと連携し、外国人のニーズに合致した商品造成及び受入体制を築くとともに、担い手不足など地域課題の解決にもつながるツアーモデルを構築。
(対象市場：欧米)

主な実施取組の内容

【取組① 関係諸機関の調整・内容検討】

各地域の行事・祭の現況と受入可能性を把握。地域課題と外国人のニーズを抽出。

- ・ 10か所の地域とコンテンツとなり得る行事・祭りや地域課題について意見交換。
- ・ あわせて、東北大学の留学生13名を対象にモニター調査を実施し、外国人側のニーズを確認。事業コンセプトの具現化を進め、関係者間で共有。



【取組② プログラム商品の造成】

外国人のニーズと地域課題の解決を両立させた10商品を造成。

- ・ 市町村、団体、地域のキーパーソンと連携しながら、「外国人が今までできなかった体験」を意識して、体感型コンテンツを10商品造成。
- ・ 外国人のモニター5名を対象に、ナマハゲ行事のプログラムでモニターツアーを実施。外国人と受入側の両方の意見を踏まえてツアー内容の磨き上げ。



【取組③ 海外における販売促進活動】

海外旅行博出展やエージェントとの商談等の商品プロモーションを実施。意見交換を踏まえ、商品等の改善。

- ・ プロモーションツールとして、特設Webサイト・映像・チラシ・ポスターを制作。
- ・ ターゲットである欧米のうち、イタリアとフランスで現地プロモーションを実施。



◆映像（全2種）



◆チラシ（全3種）

イタリア

- ・ 現地旅行会社3社を訪問。
- ・ TTG2018に出展し30社と面談。
- ・ うち5社と具体的な商談に発展。

フランス

- ・ 現地旅行会社3社を訪問。
- ・ SITV2018に出展し9社と面談。うち3社と商談。
- ・ 一般客450名を特設Webサイトへ誘客。

成果目標

送客人数：385人
延べ宿泊者数：600人泊

実績

送客人数：375人
(欧米196人、欧米以外179人)
延べ宿泊者数：1,011人泊

得られた成果

- 10地域において、「コアな体験」を求める外国人のニーズに応える商品造成と一体的な受入環境整備を実施。
- 行事・祭の担い手不足やコミュニティ希薄化等の地域課題解消の一助となり、主体的に取り組む機関(自治体、団体など)とのネットワークが構築された。

今後に向けた課題・活動の見通し

- FIT向けのプログラムについては、受入環境の更なる充実や即日性のある商品造成などを進めることにより、集客の向上を図る。
- GIT向けの商品についても積極的に造成することにより、通年での集客を確保するとともに送客人数を伸ばすことで、地域課題解決に向けたインパクトを高める。
- 今年度参画が見送られた地域との連携等による他コンテンツとの組み合わせにより、外国人に東北の魅力を一層訴求する。