

【TOHOKU Local train Tourism】～“ローカル列車の旅といえば東北”の認知拡大を目指して～

背景・目的 観光素材として大きなポテンシャルがある“東北のローカル列車”において、認知度の低さや受入体制が整っていないなど、販売側・受入側・消費側がそれぞれ課題を有する。

- ➡ ①東北のローカル列車素材の開発・体系化・受入体制整備 ②旅行商品造成・販売 ③送客につながる効果的な情報発信・PR活動
により課題を解決し、ローカル列車の認知拡大を目指す。 (対象市場：台湾・フランス)

主な実施取組の内容

【取組① 東北のローカル列車素材の開発・体系化・受入体制整備】

持続的な体制を構築に向け、商品開発・受入環境整備を、鉄道事業者、在日外国人アドバイザー、東北の旅行関係事業者が連携して実施。

- 外国人の視点を入れて、東北のローカル列車を活用した観光コンテンツを開発
- 海外旅行会社の扱いやすい形に情報をまとめた「素材シート」、「ビジュアルシート」を作成
- 各社共通で利用可能なインバウンドマニュアル(①指しシート②外国人受入マニュアル)の作成

■ ビジュアルシートイメージ



【取組③ 情報発信・プロモーション】

国ごと、ターゲットにあわせたPR方法を用い、効果的な情報発信を実施

- テレビ局とタイアップした東北列車番組制作
- SNS媒体を活用したプロモーション
- 一般消費者の来訪する旅行博への出展 等

■ 東森テレビによる旅番組の制作・放映



【取組② 旅行商品の造成・販売】

台湾・フランスの旅行会社と連携して、旅行商品の造成・販売

- 海外旅行会社商品造成担当者の現地招請
台湾6月、フランス9月、いずれも5日間実施
鉄道や沿線コンテンツを中心に視察
- 意見交換会の実施
- 開発した商品の市場性の検証
- 着地型商品を扱うサイトでの商品造成・販売

■ 商品販売イメージ



■ 商品造成者招請イメージ



■ 意見交換会イメージ



成果目標

- 開発・体系化 10路線以上
- 造成販売商品数 25以上
- 送客人数 700人以上
- 延べ宿泊者数 1,400人泊

実績

- 開発・体系化 10路線
- 造成販売商品数 74商品
- 送客人数 1,799人(台湾1,799人)
- 延べ宿泊者数 6,825人

得られた成果

- 台湾市場では、ローカル鉄道や沿線の観光素材に関する情報を体系化して提供する等により、**これまで販売実績のなかった路線も含めた商品化・集客が実現するなど、ローカル鉄道のポテンシャルを確認**。一方で、地理的条件等の事情により商品化に至らない路線も存在。**鉄道乗車自体の価値の磨き上げが不可欠**。
- フランス市場では商品化に至らなかったが、**鉄道そのものより沿線における「本物感」あるコンテンツとの連携が重要**等、商品化に向けた方向性を確認。

今後に向けた課題・活動の見通し

- 商品化・送客実績のあった路線では、鉄道と沿線観光素材の組み合わせを磨き上げ、多言語対応による情報発信を進めていく。
- その他も含め、鉄道乗車体験そのものの魅力を高めていくことが不可欠。そうした活動を継続させていく為に、鉄道事業者や沿線自治体等との連携を深める。