

提案名 宮城県の漁業を観光資源に活用した沿岸部のインバウンド向け賑わい創出事業
漁業の匠の技輝くフィッシャーマンズ・フェスティバル&体験プログラム

（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） 欧（英、西、仏、独、蘭）
 塩竈市、東松島町、松島町、女川町 アジア（台湾・タイ・ベトナム・シンガポール）

事業の概要： 塩竈・奥松島を中心に漁業従事者が主体となる「食」「技」「粋」を感じさせる
（2行以内） 魚市場を創出し、宮城の漁業の本物の魅力を発信

代表事業者名・連携事業者名

- 代表事業者 **株式会社阪急交通社（契約事業者）**
 ※海外及び国内の販売・営業担当、ツアー実施、各国ファムトリップ等担当
- 連携事業者 **株式会社新通 東京支社**
 ※プロモーション担当（FB開設、運営、PR等）
株式会社マインドシェア ※商品造成担当

課題・問題意識

- ・宮城県観光入込客数は平成29年に震災前の水準を越え、過去最高を記録したが、沿岸部は震災前の約8割の回復に留まり（29年）、魅力ある資源はあるが集客装置としての観光コンテンツが不足
- ・遠洋漁業者や牡蠣、海苔漁家等、生産現場の漁師が受け入れられ自走できる体制と仕組みづくりが課題

参考とした過年度モデル事業名

「新しい東北」交流拡大モデル事業（広域型）
 ・TOHOKU NEW 湯治 TOJI STYLE ブランドの確立

課題解決に向けたモデルの普及・展開の内容 **今後の展望**

①主な取組内容

1) 地域連携、受入れ体制整備、プログラム等の商品開発

- 「漁師の暮らしぶり」を伝える商品造成のため、地元の漁師ネットワークやDMO、地域コーディネーター、塩竈水産物仲卸市場、塩釜市魚市場等へのヒアリングや協議、ワークショップ等を実施した
- 牡蠣や定置網漁師の青年部との連携、地域コーディネーター、DMO等の連携（実効性）が確定、海苔漁業者の体験プログラムや朝食付き漁業体験、市場見学等の体験プログラムを造成しモニターツアー等も行った

2) 海外旅行会社招聘によるプログラム等の商品造成、海外旅行会社セールス

- 開発したプログラム及びフィッシャーマンズフェスティバル商品、そのほか東北ならではの観光要素や宮城県沿岸部ならではの体験要素（牡蠣養殖場体験、木の屋匠詰工場見学など）を盛り込み、海外旅行会社からのファムトリップツアーを実施
 目標ファムトリップ数11社のところ37社を獲得、セールスコールは2019年内に実施したため、目標100%達成で92社であった
- 造成した旅行商品についてはホールセラーやリテラーなどの現地旅行会社に団体旅行を、自社ウェブサイト等にて個人旅行を販売

3) 情報発信・プロモーションの実施

- 漁業や技に関する写真、ターゲットをイメージした写真を多用したパンフレットを作成、英語版と繁体字版の2つのフェイスブックページを開設、英語版「5,206いいね」、繁体版「3,088いいね」を獲得し、目標達成。1,687か所に共同通信PRWire海外配信を実施
- 訪日サイト「Japan-guide.com」の英語版と繁体字版にタイアップ記事を掲載、Japan to JAPANへのトラフィック52,386クリック獲得

②プログラム等の販売

- 海外展示会でのPRやセールスコール、国内での旅行造成販売を実施し、3月末での最終成果数字は、海外56名、国内519名、全体で575名となった。しかしながら、新型コロナの影響前は、海外252名、国内991名、国内外合わせて全体で1,243名（4月以降予約含む）の申し込みを獲得できていた。

③プログラム等の実施

- 新型コロナの影響で、外国人向けのプログラム実施はことごとくキャンセルとなったが、国内向けは1/27、2/17の2日間で6回の開催を行い、和太鼓や塩釜釜旬、塩釜汁、大漁旗等でのおもてなしを実施できた

④実施結果・考察

- プロモーション施策及びプログラム開発については目標達成し、定置網+漁師の朝ごはんプログラム等も開発
- 新型コロナが大きく影響する前はプログラム販売、ファムトリップ、セールスコールの目標数も達成できており、本ツアー、プログラムに対する海外旅行社の期待の高さを感じられていた

⑤汎用化ポイント

- 本プログラムは、今後、地域側での国内、海外旅行社への営業、販売可能ように最初から仕組みづくりを実施しており、ステップ方式での実施体制を構築、生産現場の負荷を軽減することによる息の長い体制づくりや、地域側との密な協働・協力体制での創り上げで、自走化をサポートしている。

⑥今後の展望

- 専門家からは、「漁業関係者との連携ができてきている」といったご意見をいただけており、引き続き「泊まる理由の強化」や「他事業者からのヒントを得る」等アドバイスの具現化に努めていく。最終的な確認を強く希望されている
 「事業終了後の地元の自立に向けたシナリオの確立」や、①広域インアウトバウンド仙台・松島、②広域DMO石巻観光推進機構に販売していただけるような体制構築」については、2年後、3年後の①、②の参画をイメージしながら、本事業で絆が太くなった受入れ側のネットワークと共にプログラム販売営業を行い、次年度以降も地域を盛り上げていく。



Miyagi in Tohoku, Japan
Fisherman's Festival & Experience Program



定量的な成果目標：
 ① ツアー企画・造成（メイン×2+バリエーション5）
 ② 訪日外国人集客数 200人
 ③ フェスティバル参加者数（日本人、訪日外国人含む） 1,000人

最終成果：
 ① ツアー企画・造成結果 : メイン×2、バリエーション7プログラム
 ② 訪日外国人集客数 : 56名（※但し新型コロナ影響前は 252名の申し込みを獲得）
 ③ フェスティバル参加者数 : 575名（※但し新型コロナ影響前は1,243名の申し込みを獲得）
 （日本人、訪日外国人含む）