

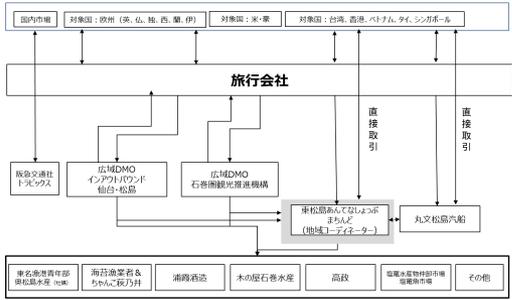
モデル事業名 | 宮城県の漁業を観光資源に活用した沿岸部のインバウンド向け賑わい創出事業 漁業の匠の技輝くフィッシャーマンズ・フェスティバル&体験プログラム

実施概要

実施目的

- 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しているため、塩竈・奥松島を中心に漁業従事者が主体となる「食」「技」「粋」を感じさせるコンテンツを創出し、宮城の漁業の魅力伝える
- 遠洋漁業者や牡蠣、定置網漁業者等、生産現場の漁師が受け入れられる実施体制として、地元のコーディネーター組織、人を巻き込んだモニターツアーの実施、継続に向けた啓もう、協働等を行い、自走できる仕組みづくりによる持続可能な集客の仕組みづくりを目的とする

1. 実施内容

代表事業者名	株式会社阪急交通社
連携事業者名	株式会社新通 東京支社、株式会社マインドシェア
実施地域	塩竈市、東松島町、松島町、女川町
対象マーケット国	欧（英、仏、独、蘭）・米・豪・アジア（バトナム・台湾・タイ）
実施体制	<p>◆各担当事業者が以下の役割を担う体制</p> <ul style="list-style-type: none"> 団体旅行及び、一部、OTAの販売：阪急交通社 地域側の受け入れ窓口対応：東松島あんでなしよつぱまちんど（東松島エリア）、丸文汽船（松島エリア）を中心に、広域DMOインアクトバウンド仙台・松島（仙台沿岸エリア）、石巻圏観光推進機構（石巻、女川、松島）等が協力 体験プログラム開発、磨き上げ、地元との検討：マインドシェア プロモーション全般：新通東京支社
ビジネスモデルもしくは自走化モデル	 <p>The diagram illustrates the business model flow. At the top, it lists target markets: Domestic, Overseas (UK, France, Germany, Netherlands, USA, Australia, Asia), and Overseas (Vietnam, Taiwan, Thailand). These lead to Travel Agencies. From Travel Agencies, the flow goes to local DMOs (e.g., East Onuma, Matsushima, Ishinomaki) and local businesses (e.g., Onuma Fishery, Matsushima Fishing Boat, Ishinomaki Fishing Boat). It also shows direct booking paths from Travel Agencies to local businesses. At the bottom, it lists various stakeholders: Onuma Fishery, Matsushima Fishing Boat, Ishinomaki Fishing Boat, Onuma Fishery, Matsushima Fishing Boat, Ishinomaki Fishing Boat, and others.</p>

2. 結果と考察

実施結果	<ul style="list-style-type: none"> 1月の国内向けモニターツアーは成功、来年度の同時期での自主的かつ継続的な実施イメージを関係者側で実感 海苔や牡蠣等松島の漁業紹介を改善し、松島エリアの地域経済発展に寄与できるプログラムとしてさらなる磨き上げの実施の必要性あり 2月17日開催の同ツアーでの外国人ニーズの把握に努め、よりよい外国人FIT向けプログラムとしての発展が課題 国内1000人、国外200人について、国内は1月末時点で4月の予約分を含め1000人をすでに超え達成しているほか、国外は同様に150人の予約があり、セールスコール等で本ツアーをPRしたエージェント20社のうち7社程度が商品造成を実施していった場合には達成見込みとらえている。
考察・課題	<ul style="list-style-type: none"> 漁業者の暮らしを体験できる定置網漁業者の体験及び朝ごはんプログラムの検証、実現化に向けた検討、行動 プロモーションはパンフレットと海外ニュースリリースによるBtoB展開、訪日サイト記事掲載とSNSによるBtoC展開を実施したが十分とは言えず、認知度が大きく高まってはいない。継続的な情報発信が必要。 海外団体旅行は2年以上の時間を要するため、今年度種をまいツアーの造成が実現できるように、今後も密に情報を提供していくことが重要となっている。

3. 汎用ポイント

汎用性	<ul style="list-style-type: none"> プログラムによって、受け入れ窓口となる地域側より、他旅行社や個人旅行者に対し、「価格とプログラム内容の提示」および「受け入れ」を実施できる 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 地域側が自走（自主開催も）可能なイベント的なプログラムを、協働で構築
-----	---

モデル事業名 | 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

実施内容（詳細①）

①塩竈～松島クルーズ＋牡蠣料理（＋日本酒）

■ 特別チャーター

※100名×片道×2往復＝200名

①牡蠣三昧クルーズ＋（日本酒）＋特産品販売

＊蒸し牡蠣・天ぷら・牡蠣ごはん・塩竈汁

②蒸し牡蠣食べ放題（日本酒）クルーズ

＋特産品販売

○遊覧＋蒸し牡蠣食べ放題

○塩竈汁

○本マグロ・南マグロ・メバチマグロの中トロ
食べ比べ（船内）

＊日本酒浦霞 試飲（升プレゼント）

<オプション>



①'おもてなしプログラム（オプション）

1) 塩竈甚句保存会 宗師 赤間桃正氏

・船に乗り込み、15分ほどで3曲ほどを披露

・JRの敷島企画と同様に7名で実施（踊り子付）

1曲目：塩竈甚句 2曲目：さんさ時雨 3曲目：大漁節

※牡蠣の食事が一段落次第実施

※大漁旗5本ほどで、日本の漁港の雰囲気演出



2) 和太鼓演奏連 千賀 会長 山田みち氏

・マリンゲート塩竈にて演奏を実施

※往復の場合、お見送りと向かい入れをマリンゲート会場にて実施

※説明用の簡単な音響を用意

※楽器がぬれるとまずいので、基本的には円形会場にて実施

・11名での参加

・プログラムは、30分程度

※ご挨拶、締め等 5分程度

※15分 演奏

※10分程度 旅行者の方、
欧米人の方に、太鼓たたき
体験を提供



モデル事業名 | 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

実施内容（詳細①）

② 奥松島東名漁港 牡蠣筏見学/牡蠣剥き体験（東松島市東名漁港の漁協青年部全体での受入れ）

■ 特別イベント@東名漁港

80名迄 <3月～5月>

- 牡蠣筏見学、牡蠣ミニ講座
- 牡蠣剥き体験
- 牡蠣加工場見学・体験
- 蒸し牡蠣試食
- 特産品販売

* 牡蠣のためにつくられた日本酒 試飲
 (株)山和酒造店 <オプション>



③ 木の屋石巻水産缶詰工場見学 + 復興のお話

■ 特別チャーター

木ノ屋石巻水産 50名 <通年>

- 缶詰市場を見学
- 塩竈汁の振る舞い
- 缶詰の試食
- 特産品販売

* 希望の缶詰としての石巻復興ストーリーを紹介
 * 「高政」の商品なども試食・販売



モデル事業名 | 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

実施内容（詳細①）

④ 塩竈水産物仲卸市場ショッピング + My Kaisen Donの朝食体験

■ 特別イベント

塩竈水産仲卸市場 50名 <通年>

- 仲卸市場を自由見学
- 塩竈汁の振る舞い
- My Kaisen Don 体験（朝食）
- 特産品販売



⑤ 高政工場見学・かまぼこ焼き体験と海鮮BBQ体験

■ 特別イベント@高政工場&ハマテラス

／かまぼこ体験、牡蠣剥き体験 50名 <通年>

- 工場見学
- かまぼこづくり体験
- 地元市場見学
- 特産品販売
 - ※「高政」の商品説明、理念等紹介
 - ※水産業の説明



モデル事業名 | 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メンズ・フェスティバル&体験プログラム

実施内容（詳細①）

⑥ 魚料理体験@女川町観光協会

1) さんまの昆布巻き料理体験 <通年>

女川水産業体験館 あがいんステーション 20名 <通年>

- さんまの昆布巻体験、試食
- 所要時間40分程度



2) ホタテ料理体験 <通年>

女川水産業体験館 あがいんステーション 20名 <4月~10月頃まで要相談>

- ホタテ養殖の映像鑑賞
- 出荷準備作業(殻の清掃)
- 捌き方講座
 - ※あがいんステーションスタッフや、ご要望に応じて生産者や浜の母ちゃんが講師となって捌き方を伝授
- 調理
- 海鮮丼盛り付け
- 試食
- 所要時間90分



⑦ 塩竈市魚市場での競り等ガイド付き見学（要通訳） + 塩釜水産物仲卸市場ガイド付き見学

■ 特別イベント@塩竈市魚市場・塩竈水産仲卸市場

最大受入れ人数50名 <通年>

- 塩竈市魚市場ガイド付き見学
 - ※8時等に来場し、セリを見学（2階スペースより）
 - ※魚ミュージアムをガイド付きで見学、インスタ映える写真等を撮影 - 移動 -
- 塩釜水産物仲卸市場 ガイド付き見学



モデル事業名 | 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

実施内容（詳細①）

地元へのおもてなし講座の開催

インバウンドを受け入れている現場の販売員等も参加、担い手意識の醸成と、笑顔とコミュニケーション、多言語の工夫が重要等、インバウンド苦手意識を払しょく

- 1 日時 令和元年10月9日（水）16:30～18:30
- 2 会場 マリンゲート塩釜 2階会議室（ベイサイドルーム）
- 3 講師 株式会社ジェイ・ファイン 代表取締役 木谷 敏雄
株式会社マインドシア 地域マーケティング部 中岡 章紀子
株式会社阪急交通社
国際旅行営業本部 国際営業部 部長 魚地 啓吾
- 4 内容
 - (1) ご挨拶
 - (2) 講座① / 新しい東北 取組説明
講師：(株)ジェイ・ファイン 代表取締役 木谷 敏雄
 - (3) 講座② / 欧米豪のマーケティングデータ
講師：(株)マインドシア 地域マーケティング部 中岡 章紀子
 - (4) 講座③ / おもてなし講座
講師：(株)阪急交通社
国際旅行営業本部 国際営業部 部長 魚地 啓吾

5 参加者数 33名

6 実施報告

お客様が喜んで帰っていただくには、会話、コミュニケーションであること、現在、スマートフォン活用するなど勉強中。
窓口で一通りの受付の流れにそって、多言語で対応できるように、POPを活用し、なるべく喋るようにして、笑顔を心掛けながら、多言語で対応できるようにしている。



モデル事業名 | 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メンズ・フェスティバル&体験プログラム

実施内容（詳細①）

➤ 工夫した点

- 和太鼓や塩釜甚句、塩釜汁、寿司3貫食べ比べ、蒸し牡蠣、大漁旗で演出し、塩竈・奥松島を中心に漁業従事者が主体となる「食」「技」「粋」を感じさせる工夫
- 「遠洋漁業」や「牡蠣」「海苔」生産主となる塩竈エリアの漁業者の実態を考慮し、少人数の個人客の1週間前予約の漁業体験対応を通年で行う難易度の解決に向け、半年～3か月前等に予約が決定する団体対応で経験を積み、OTAへ移行するステップ展開を工夫した

➤ 実施結果（集客結果・マネタイズ結果・アンケート結果等）

①集客結果：4月中旬までの実施に対し1200人を集客済み（うち、外国人150人）

②マネタイズ結果：R2年度以降、本ツアーを検討する20社のエージェント獲得
※目標7社のツアー造成（R2年度）

③アンケート結果：ファムトリップアンケート結果を記載（2月17日実施後、記載）

モデル事業名 | 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

実施内容 (詳細②)

① フェイスブックページ (英語版・繁体字版) 開設



Fisherman's Festival & Experience Program

中岡 卓紀子 ホーム 友達を検索 作成

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

「いいね！」済み フォロー中 シェア

メッセージを送る

まだ評価はありません

コミュニティ すべて見る

友達にページへの「いいね！」をリクエスト

3人が「いいね！」しました

3人がフォローしています

基本データ すべて見る

メッセージを送信

ローカル・旅行サイト

価格等 該当なし

編集を提案

ページの透明性 もっと見る

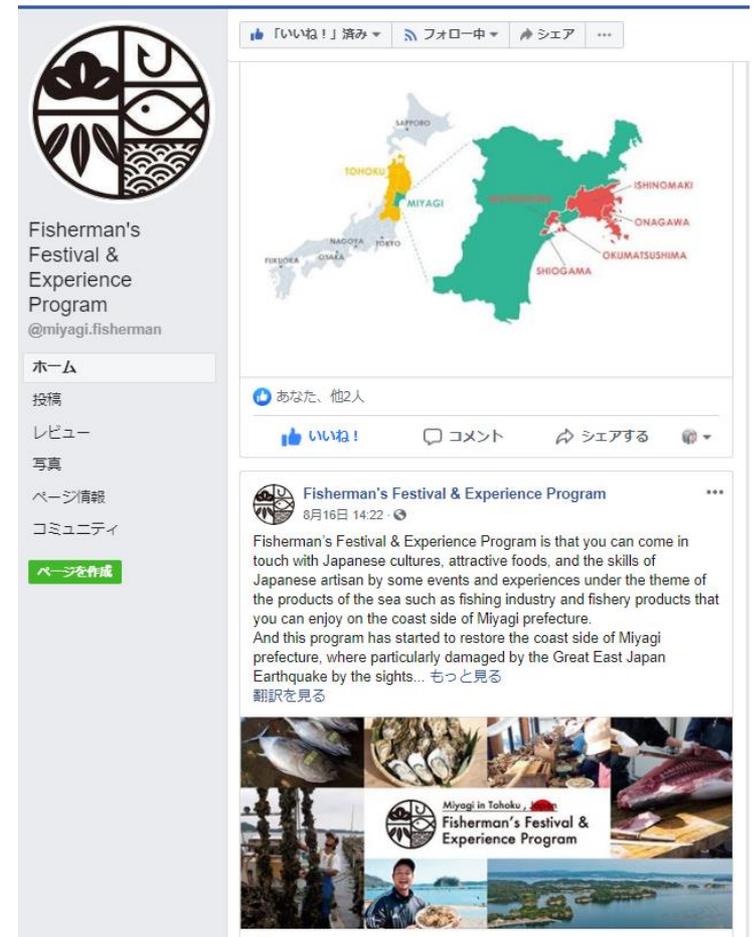
Facebookではページの目的を理解するうえで役立つ情報を公開しています。コンテンツの管理や投稿を行っている人が実行したアクションをチェックしよう。

投稿

Fisherman's Festival & Experience Program
8月26日 17:46

東京から北へ向かう新幹線(新幹線)に乗っていると、2時間ほどで宮城県にあなたを連れて行きます。東北地方の南東部にある宮城は、五穀豊穡の海と山を含む巨大な山に囲まれています。エメラルド湖を持っている戴王。四季折々に変化する宮城の自然な風景は、それぞれの季節に息をのむようになります。宮城は東北の中心部としても提供しています。1567-1636年(昭和1567-1636年)には、伝説的な戦士と地域の統治者で知られる、宮城は武士の時代から歴史と文化を保持して
https://visitmiyagi.com/
#japan #tohoku #miyagi

元のテキストを表示 この翻訳の評価



Fisherman's Festival & Experience Program
@miyagi.fisherman

ホーム

投稿

レビュー

写真

ページ情報

コミュニティ

ページを作成

「いいね！」済み フォロー中 シェア

あなた、他2人

いいね! コメント シェアする

Fisherman's Festival & Experience Program
8月16日 14:22

Fisherman's Festival & Experience Program is that you can come in touch with Japanese cultures, attractive foods, and the skills of Japanese artisan by some events and experiences under the theme of the products of the sea such as fishing industry and fishery products that you can enjoy on the coast side of Miyagi prefecture. And this program has started to restore the coast side of Miyagi prefecture, where particularly damaged by the Great East Japan Earthquake by the sights... もっと見る
翻訳を見る

モデル事業名 | 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

実施内容（詳細②）

②海外展示会用パンフレット

前回のブラッシュアップ会でご指摘いただいた内容も考慮してBtoB用のパンフレットを制作し活用。再度、内容を改善したものに修正を行なっている状況。

（改善点）

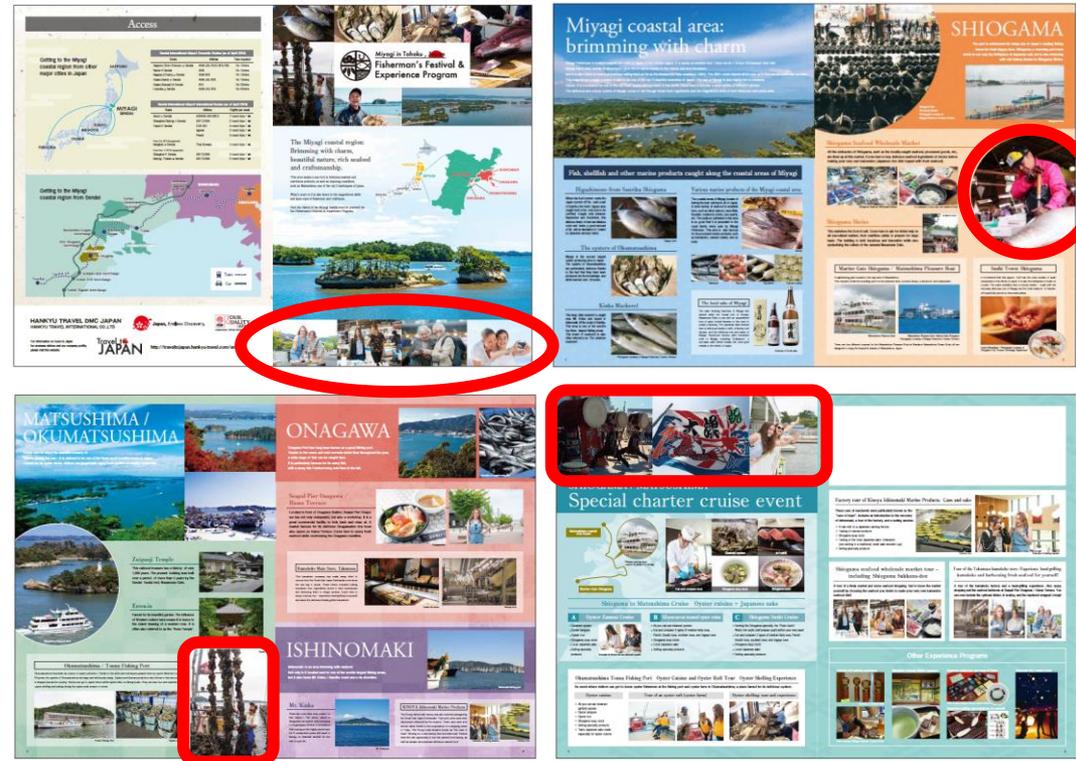
- ターゲットが若い女性だけでなく、**ファミリーやカップル、熟年層**も考えられるので、ターゲットのイメージ写真を表紙に使い、誰でも楽しめることをアピール。
- 漁業の生業や暮らし、技を観光コンテンツとしているが、特色が強く表現されていなかったため、**漁業や技に関連する写真を大きめに扱い特徴づけた。**

仕様

サイズ：A4×8ページ

色数：4c/4c

部数：随時印刷、総数1,160部



モデル事業名 | 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

実施内容 (詳細②)

②フェイスブックページ運用・広告配信

8月から英語版と繁体字版の2つのフェイスブックページを運用。

投稿数は1/31時点で各35回実施 (今後5回予定)。広告配信は、ページのいいね広告、投稿の広告、リンク広告を実施。情報発信目的としてページのいいね数を増やすと同時に、ツアー商品の販売につながる展開を図る。

■ 1月末までの指標

ページのいいね : 目標 英語版 5,000 → 1/31現在 5,184 (103.7%達成)
 繁体字版 3,000 → 1/31現在 3,019 (100.6%達成)

Travel to JAPANへのトラフィック

目標 5,000クリック → 1/31現在 14,681クリック
 (293.6%達成)

■ 現状の実績 (1月31日集計)

総インプレッション 英語版 1,221,805 総リーチ 英語版 1,075,597
 繁体字版 438,945 繁体字版 359,525

投稿の総いいね数 英語版 1,027 投稿のシェア数 英語版 30
 繁体字版 1,581 繁体字版 38

投稿のコメント数 英語版 7
 繁体字版 5



モデル事業名 | 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

実施内容（詳細②）

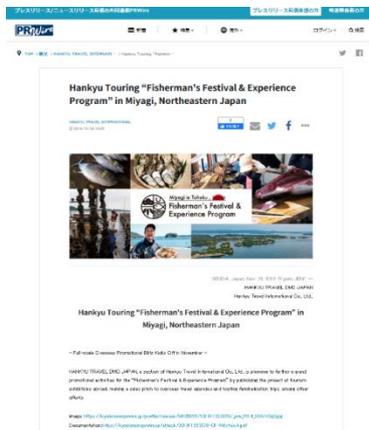
④ 海外ニュースリリース（B to B）

共同通信PR Wire 海外配信

- 配信日時：11月29日（金）14時
- タイトル：Hankyu Touring “Fisherman’s Festival & Experience Program” in Miyagi, Northeastern Japan
- 配信対象：香港 - 観光・レジャー回線（207カ所）、台湾 - 観光・レジャー回線（166カ所）、インドネシア - 観光・レジャー回線（145カ所）、シンガポール - 観光・レジャー回線（165カ所）、タイ - 観光・レジャー回線（335カ所）、ベトナム - 観光・レジャー回線（4カ所）、ヨーロッパ - 観光・レジャー回線（346カ所）、国内配信「駐日特派員」カテゴリー（319カ所）

計1,687カ所

PRWire掲載記事



The “Fisherman’s Festival & Experience Program: Fisherman’s Brilliant Craftsmanship” by the Reconstruction Agency’s project designed to attract inbound tourists to the coastal region of Miyagi Prefecture, northeastern Japan, to revitalize the health and vitality of the region’s fishing industry through its use as tourism resources. The project seeks to create forums and opportunities for foreign tourists to exchange with local residents and Japanese tourists by developing the sites and lines of sight in the history and marine product processing tradition into tourism content, cultivating craftsmen and teachers, and activating foreign tourists’ interest in the region.

Under the project “HANKYU TRAVEL DMC JAPAN”, we develop and plan events, hands-on experience programs and travel services centered on fishing products such as Shirogata’s fish cakes, salt Shirogata’s (Shirogata’s) brand oysters, Ishinomaki’s brand “tada” (tada) called “Tada Tada”, artistic sushi from “Shirogata – the South Sea”, and processed products such as holly ferns and “hamachi” (salmon) fish sticks. It will also promote and sell four products to travel companies abroad.

As the charter cruise event in Matsushima, visitors can enjoy themed options from OkuMatsushima on an all-purpose boat, compare the texture of three pieces of Shirogata fish cake, and Shirogata’s (Shirogata) food shop consisting of marinated fish such as cod and mackerel, and vegetables such as radish, carrots and leafy greens as well as fish and other specialties. Visitors can also buy “tada” (tada) sea urchin and other products while enjoying conversations with local fishermen, and watching traditional boat carpentry work. There are also plans prepared for visitors to enjoy various oyster-based dishes such as oysters, oyster tempura or oyster stew, as well as eating Shirogata sushi.

There are various other programs such as sailing on oyster farms and hands-on experience in shucking oysters, as well as visiting a oyster factory and trying food samples. Other programs include visiting Shirogata’s fish market and eating a bowl of rice topped with “tada” (tada) (tada) on the spot, as well as visiting a hamachi factory for hands-on experience in eating hamachi by hand and enjoying a seafood barbecue.

Inquiries should be sent to the following email address: inbound@travel.dmc.hankyu.com or www.hankyu.com. We are happy to answer any questions.

Travel to JAPAN
http://traveltojapan.hankyu.com/

Facebook “Fisherman’s Festival & Experience Program”
- English version
https://www.facebook.com/miyagi.fisherman/

- Traditional Chinese version
http://www.facebook.com/miyagi.fisherman.tw/

- 結果／ピックアップ数 全体：153
- 香港・台湾：30、Asianet：61、English：38、French：9、German：6、Spanish：9

<リリース内容>

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

11月から海外プロモートを本格的に開始

阪急交通社のHANKYU TRAVEL DMC JAPANでは、「Fisherman's Festival & Experience Program」を海外現地旅行博でのPRをはじめ、現地旅行会社への営業活動やファムトップの実施など、さらにプロモート展開を広げていく。

「漁業の匠の技輝くFisherman's Festival & Experience Program」は復興庁の事業で、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。漁業や水産加工業者の仕事や暮らしぶりを観光コンテンツとして磨き上げ、名人や達人をクローズアップ、外国人観光客の興味を喚起し、地域住民や日本人観光客との交流の場を創出。

塩釜の高級マバチマグロ、奥松島のブランド牡蠣、「金華サバ」と呼ばれる石巻のブランド鯖、女川のサンマなどの水産品と、「寿司の街 塩釜」の芸術的な寿司、美味しい缶詰や蒲鉾などの加工品を中心にイベントや体験プログラムや旅行商品を開発・企画。今後はツアー企画を海外の現地旅行会社に提案・販売していく。

松島のチャータークルーズイベントは、奥松島の蒸し牡蠣食べ放題や塩釜のマグロ3貫食べ比べ、塩釜汁の提供や地酒等の販売、漁師との交流や地元の伝統芸能を楽しめるプランの他、奥松島の牡蠣を蒸し牡蠣や天ぷらや牡蠣飯と様々な牡蠣料理で楽しめるプラン、塩釜寿司を堪能できるプランもご用意。その他、牡蠣養殖場の見学や牡蠣剥き体験プログラムや、缶詰工場の見学と試食、塩釜の市場見学と買った食材をその場で食べるマイ海鮮体験、蒲鉾工場見学・蒲鉾手焼き体験と海鮮バーベキューなど様々なプログラムも用意している。

お問い合わせは下記のメールアドレスまで
inbound-travel@hei.hankyu.co.jp

Travel to JAPAN
<http://traveltojapan.hankyu-travel.com/>

Facebook “Fisherman’s Festival & Experience Program”
英語版
<https://www.facebook.com/miyagi.fisherman/>
繁体字版
<https://www.facebook.com/miyagi.fisherman.tw/>

モデル事業名 | 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

実施内容（詳細②）

⑤ 訪日サイト「japan-guide.com」タイアップ記事-1

訪日サイト「japan-guide.com」英語版と繁体字版にタイアップ記事を掲載

- 掲載開始：11月29日（金）～
- 取材実施：10/30～31

英語版

<https://www.japan-guide.com/ad/miyagi-seafood/>

トップページ



サイト内ランダムバナーから
記事に誘導（100万imp）



繁体字版

<https://tw.japan-guide.com/news/coastal-miyagi/>

トップページ



トップページ誘導枠から記事に誘導

記事



japan-guide.comは1996年に設立され、20年を経て月間ユニークユーザー数約180万人の訪日観光客向けポータルサイトへと成長。現在は英語版と繁体字版(2008年設立)の2言語で展開。

- 英語版 月間ユニークユーザー数180万人 ジャパンガイドの登録会員数は95万人
主要インバウンドメディアとの比較：セッション数（1位）・英語ネイティブ国からの閲覧率（1位）・平均滞在時間（1位）
- 繁体字版 月間ユニークユーザー数(UU) 79,560人

モデル事業名 | 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

実施内容（詳細②）

⑤訪日サイト「japan-guide.com」タイアップ記事-2

ジャパンガイド 取材行程

取材記者と取材行程

英語版記者

Charles Sabas

（シャルル・サバス）

フランス出身。2014年に2週間の訪日旅行後、日本に移住。日本語を勉強後、メディア関係の日本企業へ就職。2018年にジャパンガイドへ入社し、ビデオグラファーを担当すると同時に日本の食をテーマとしたシリーズ記事執筆を担当。



繁体字版記者

Yenyu Chen

（イエンユイ・チェン）

繁体字版 スタッフライター
 台湾出身。大学にてビジュアルデザイン専攻。2016年に日本に移住。大手旅行系メディアのプロガー&コラムニストとしてキャリアを積み、2018年よりジャパンガイド繁体字版を担当。好きな分野は伝統工芸、建築。



■ 10月30日（水）

- 12:15 仙台駅発
- (レンタカーにて移動)
- 13:30 木の屋石巻水産 美里町工場
(工場見学・試食)
- 14:15 - (レンタカーにて移動)
- 15:10 奥松島 東名漁港
(奥松島水産：工場見学、牡蠣剥き見学、牡蠣試食)
- 17:00 - (レンタカーにて移動)
- 17:45 ホテル (塩釜周辺)

■ 10月31日（木）

- 7:45 ホテル (塩釜周辺)
- (レンタカーにて移動)
- 8:00 塩竈市魚市場おさかなミュージアム
(せり見学、おさかなミュージアム見学)
- 8:50 - (レンタカーにて移動)
- 9:00 塩釜水産物仲卸市場
(市場見学、マイ海鮮丼試食)
- 10:10 (レンタカーにて移動)
- 10:20 鹽竈神社
- (レンタカーにて移動)
- 11:20 - (レンタカーにて移動)
- 11:30 マリンゲート塩釜…
- 12:00 遊覧船乗船～～(約50分)～～
- 12:50 松島…松島周辺散策(昼食)
- 13:30 松島
- (レンタカーにて移動)
- 14:45 仙台駅 解散

モデル事業名 | 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

実施内容（詳細②）

➤ 工夫した点

- アイコンとなるブランドロゴを全てのツールやプロモーションに使用
- 宮城のロケーションの紹介と国内各都市からアクセスの良さをアピール
- ビジュアルに外国人の体験風景やシニア・ファミリーイメージを使うことで、自分ゴトとしてイメージしやすいように工夫
- 宮城沿岸部ならではのまぐろ・牡蠣・サバをはじめとしたブランドものの紹介をはじめ、缶詰やかまぼこといった水産加工品をしっかりと紹介、さらに食としての海鮮丼や寿司を紹介
- 漁師や職人の技をイメージさせる ビジュアルを使用し、魅力のある宮城沿岸部をアピール
- アーカイブとして投稿や記事が残ることを考慮して、ターゲット国で主力のSNSであるフェイスブックでの情報発信、国内最大級の訪日旅行サイト「japan-guide」を活用

➤ 実施結果（集客結果・マネタイズ結果・アンケート結果等）

- BtoB用で制作したパンフレットは、各国の旅行博をはじめとして、海外現地旅行会社へのプロモートに有効なツールとして活用
- 海外旅行関連企業への事業紹介として海外旅行・レジャー関連サイトへのニュースリリース実施、153サイトに転載
- フェイスブックページの運営・広告は、想定していた数値を超える結果となった
 - いいね数：英語版／5,184、繁体字版／3,019
 - 総リーチ：英語版／1,075,597、繁体字版／359,525
 - 投稿のいいね：英語版／1,027、繁体字版／1,581
 - シェア：英語版／30、繁体字版／38
- 訪日サイトjapan-guideの記事閲覧数（12/26時点）：英語版／2,663 繁体字版／4,620
アーカイブとして残るため、今後も増加が見込める

モデル事業名 | 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メンズ・フェスティバル&体験プログラム

KPIと結果

KPI及び目標	造成旅行商品数	送客人数		延べ宿泊日数	その他
	① ツアー企画・造成（メイン2プログラム + バリエーションで5商品）	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	—	④ 企画エージェント数 ※当初、K P I 想定なし



KPI及び目標 (実績?)	造成旅行商品数	送客人数		延べ宿泊日数	その他
	① メイン2プログラム バリエーションで、8商品 ※本資料内プログラム等紹介参照	② 訪日外国人集客数 1月末現在150人 (4月予約含む) -次年度のツアー造成 7社、計1本程度で、 200人以上の確保の 見込み	③ フェスティバル参加者数 （日本人、訪日外国人 含む） 1,200人 (4月予約含む)	—	④ 企画エージェント数 ・セールスコール20社 ・企画エージェント7社程度 見込み

考察

- ▶ 造成旅行商品については、最も松島エリアらしくまた漁業者の暮らしを体験できる「海苔」づくり及び工場見学体験については、実施が困難となったため、2月中旬以降、定置網漁業者の体験及び朝ごはんプログラムに変更をすべく、モニターツアーの実施を再度調整中
- ▶ ヨーロッパからの旅行者は冬の旅行ニーズが少ない中、MICEの団体旅行者や台湾、ベトナム等アジアをターゲットに展示会でのPR、セールスコール等を実施した。全体の集客数は、4月の予約を含めると1200人を超える勢いであり、達成となっている。
- ▶ また、外国人は1月末の時点で150人の参加が見込まれており、ツアー造成を行う企画エージェントの数や、その後の実施ツアー本数によって、K P I を達成する見込みである。（20社／7社想定）

モデル事業名 | 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

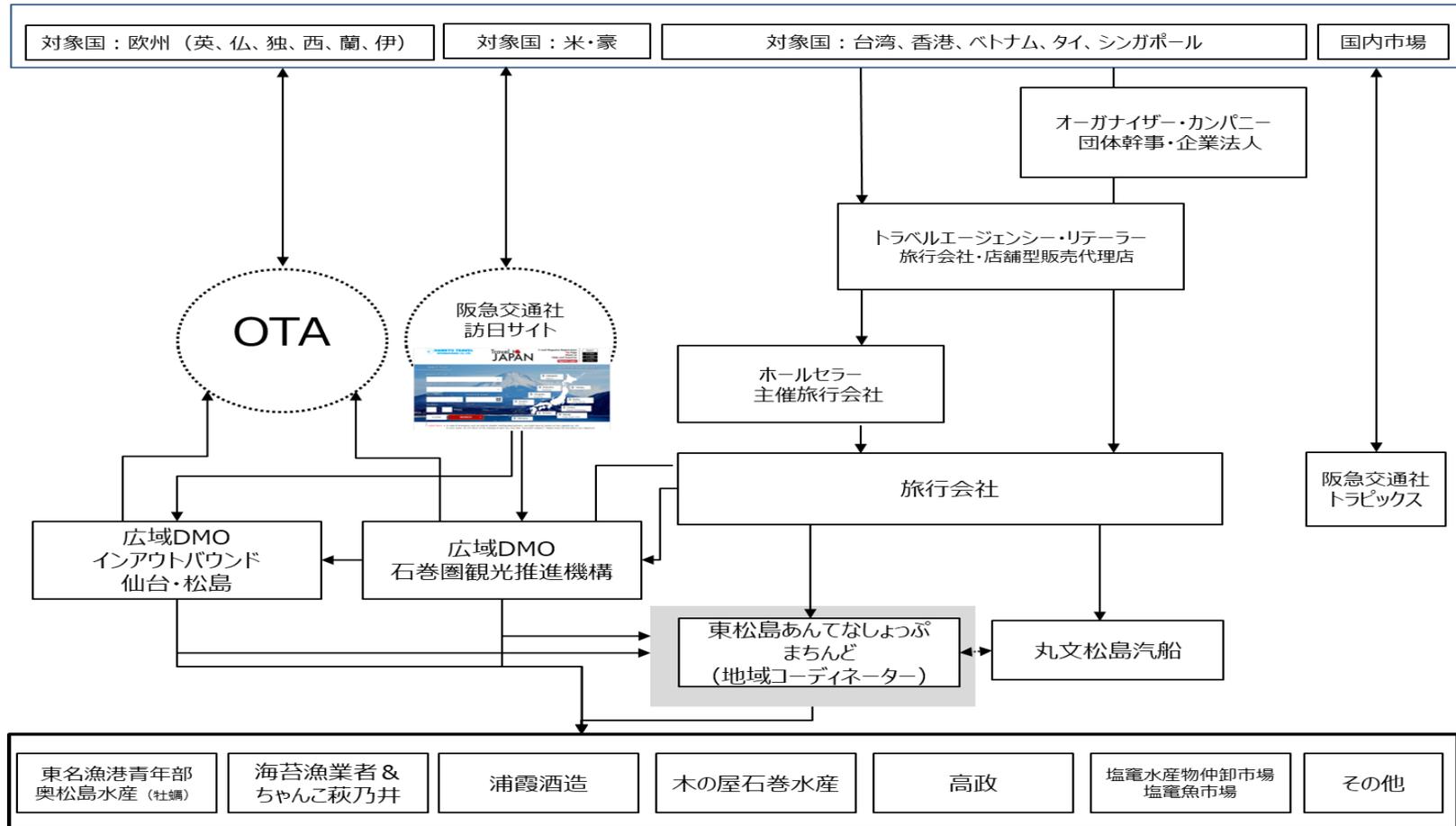
事業結果・その他分かったこと

- ・日本人の旅行者からは、「よくぞ、このようなツアーを企画してくれた」「満足度の高いツアー内容である」「太鼓がすばらしかった」「甚句の声の迫力、歌のうまさに驚いた」等、くちぐちに感想をいただき、成功のイメージならびに、来年度の同時期での自主的かつ継続的な実施について、関係者側が実感できた。
- ・1時間のクルーズの中で、プログラムを詰め込みすぎているところもあり、流れの再考も必要であると感じた。
- ・同様に、お酒の販売や海苔の販売、また、牡蠣や松島の漁業についての紹介等の時間をもう少し設け、より魅力あるプログラムにしていくと同時に、松島エリアの地域経済発展に寄与する必要性を強く感じた。
- ・1月末現在では、まだ海外のお客様の参加がないため、ご意見、ニーズの確認ができていないが、今後、2月17日開催の同ツアーではスペイン人20名の乗船予約がはいっているため、ツアーコンシェルジュとともに、しっかり、ニーズの把握に努めたい。
- ・プロモーションに関しては、訪日に対しての興味や関心が高いアジアのレスポンスの方が欧米豪よりも高い。欧米豪に対しては、日本全体の認知度や興味関心度が高くなっていかないと宮城単独でのプロモーションだけでは厳しい状況と思われる。
- ・フェイスブック広告と訪日サイトからツアー予約ページへの誘導を行ないトラフィックはつくったが、ツアーブッキングにつながらない状況。FITの販売は有力OTAを活用するなど販売チャネルを広げる必要性を感じた。
- ・今年度は展示会等でのセールスコールをあわせて20社ほどに本ツアー造成についての具体的な提案ができた。次年度は、この中から7社程度がツアー造成を行うように仕掛けていければ、10本以上のツアー開催につながると考えている。
- ・自走に向けては、今年度仕掛けたツアーの実現時に連携してプログラムを実施したり、また、お客様の声を聴いて改善する等を行っていく他、単独でのイベント開催のサポート等も行っていく、受け入れについて確固たる体制と仕組みの構築を実施していく。

モデル事業名 | 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販わい創出事業 漁業の匠の技輝くフィッシャーメンズ・フェスティバル&体験プログラム

ビジネスモデルもしくは自走化モデル

**広域DMOや地域コーディネーターが明確な役割をもって実施体制に参加
本事業で作成したプログラムの継続的な販売 及び ブラッシュアップ体制・商流を整備**



モデル事業名 | 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販促創出事業 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

汎用性について

- ▶ プログラムによって、受け入れ窓口となる地域側より、他旅行社や個人旅行者に対し、「価格とプログラム内容の提示」および「受け入れ」の実施が可能
- ▶ 当面は、東松島あてなしよつばまちんど（東松島エリア）、丸文汽船（松島エリア）を中心にプログラムを提供しながら、広域DMOインアウトバウンド仙台・松島（仙台沿岸エリア）や石巻圏観光推進機構（石巻、女川、松島）等と連携した実施体制強化を行うステップ方式での実施体制を構築しており、生産現場の負荷を軽減することにより、息の長い体制づくりとしている
- ▶ メインプログラムは、地域側が単独でフェスティバル的に開催が可能であり、自走も可能な仕立て

