

提案名 ホープツーリズム海外誘客事業

(東北域内の普及展開対象地域)

福島県内(原子力被災12市町村をはじめとした浜通り等)

(対象とする国外マーケット)

Educated Traveller、Special Interest Hunter

事業の概要: 福島第一原発周辺の廃炉と復興の現場を訪れる外国人向け旅行商品を造成し、海外旅行会社へのセールスや、FIT向けの販売を行う。

代表事業者名・連携事業者名

【代表事業者】(株)東北博報堂

【連携事業者】

(株)wondertrunk & co.・・・戦略策定、ツアー造成、セールス
 (公財)福島県観光物産交流協会・・・ツアー実施等調整
 福島大学・・・通訳ガイド研修等、学生による情報発信
 (一社)福島市観光コンベンション協会・・・ツアー造成、実施、海外展示会参加

課題・問題意識

- ①販売戦略の策定と旅行商品への海外需要・海外目線の取り込み
- ②コンテンツとターゲットに合った海外販路の検証
- ③受け入れ体制の継続的な充実

参考とした過年度モデル事業名

ホープツーリズム海外誘客事業

主な取組内容、結果、汎用化ポイント及び今後の展望

【主な取組内容】

①海外目線×地域目線のコンテンツ・旅行商品造成
 ・昨年度事業で整備したプログラムをベースに明確なターゲット規定に基づき、戦略を策定。
 ターゲット: サステナブル・エコツーリズムスタディツアーに興味があるEducated traveler、SIHアカデミック層
 ポジショニング: フェルトハイムのエネルギーツアー等、世界の人が「未来のライフスタイル」や「持続可能な社会」を考えるきっかけになる場所へ
 コンセプト: エネルギーと暮らしを考える聖地
 ・地元とのワークショップも開催し商品を磨き上げ。

②海外の販路の開拓・確立

・今年度は「販路の検証」を重視し、セールス施策を強化。海外旅行会社や企業・大学へのセールス、Webでのプロモーションに加え、旅行博(ILTM・EAIE)への参加などの独自の販路開拓を行った。

③体制整備(通訳ガイド育成)

入門編・ブラッシュアップ編からなる通訳ガイド研修を実施。ファンリテーション研修も行き、ホープツーリズム商品のガイドとなることを見据えた研修を行った。

【実施結果・考察】

下記の4商品を造成し、販売。
 A: 2泊-1週間イベント型でカスタマイズ: 2020年夏の開催にむけてシブヤ大学と検討中。
 B: 団体型企画募集/1泊2日⇒10月より販売。KPI30人泊中、送客実績人数2人泊。
 C: 団体型企画募集/日帰り⇒10月より販売。KPI30人中、送客実績人数2人。
 D: 受注型/日帰り⇒10月より販売。KPI40人中、送客実績人数0人。
 ・商品内容は、特に浜通り地域で活動する「人」との出会いについて、「Educated Traveler」「SIH・アカデミック層」から評価されたが、プロモーションにおいて、年度内での団体の成約に至らず、価格設定の高さから少人数での催行にも結び付かなかったため、送客実績が揮わなかった。
 ・いかに効率的に上記ターゲットにアプローチするかが課題。訪問先コンテンツや提供できるサービスのブラッシュアップも必要。

【汎用化ポイント】

●インバウンド戦略策定

海外の旅行代理店へのヒアリング内容をもとにした、ターゲット、ポジショニング、コンセプトの規定

●モニターツアー内にワークショップを設定し、外国人目線(メディア・旅行代理店)と地域目線を取り入れた商品造成
 旅行商品を販売していくためのビジュアル・キャッチコピーを共に考えるワークショップの実施

●プロモーション手法

大学・企業のキーパーソンへのアプローチ

●通訳ガイドの育成

通訳ガイドの育成研修の実施

【今後の展望】

●販売戦略

来年度は「Educated Traveler」「Special Interest Hunter アカデミック層」である企業・大学等の団体客の獲得に注力して、実販売を強化。さらに翌年度以降の販売量の拡大、FIT層の再拡大を狙っていく。
 基本的には、B・Cのフィールドパートナーとまわるツアーをベースにしつつ、イベント型の商品(A)、催行日が合わない顧客向けにDのカスタマイズツアーへの誘導を連携するという商品フォーメーションを想定している。

●まちづくり会社等地元や他の事業者との連携

商品のさらなる磨き上げにおいては、地元からの最新の情報が欠かせないため、今後、まちづくり会社の連絡会議等を通して、地元プレーヤーと意見交換を行う機会を増やし、共に商品を作り上げていく体制を築いていきたい。

定量的な成果目標:

商品造成数、商品催行による誘客数の定量目標を設定。

→商品造成数: 4件、のべ日帰り旅行者数: 70人、のべ宿泊数: 30人泊

最終成果: 商品造成数: 4件、のべ日帰り旅行者数: 2人(中止がなかった場合3人)、のべ宿泊数: 2人泊(中止がなかった場合5人泊)

※中止=コロナウイルスの影響によるもの