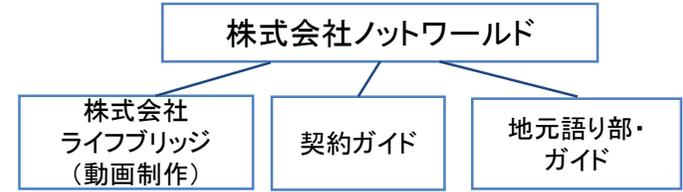


# 提案名: 福島沿岸部周辺地域における魅力発信のためのFIT 向け旅行造成事業

代表事業者名・連携事業者名



(東北域内の普及展開対象地域) 浜通りの各市町村 (対象とする国外マーケット) 英語圏(おもに欧米豪)

事業の概要: インフルエンサーと協業した宿泊型ツアー造成、モニターツアーによるPR・ツアー磨き上げ、ガイド育成、ツアー販売等を行い、魅力発信・風評払拭・交流人口の拡大に繋げる

## 課題・問題意識

外国人が、福島の現地で英語で正しい情報に触れることができる機会が少ない。また、日帰りツアーだけでは、滞在時間も限定的で、魅力の伝達・現地消費の拡大にも限界がある。

## 主な取組内容、結果、汎用化ポイント及び今後の展望

### 主な取組み内容

#### 取組み① 宿泊型ツアーの造成と動画制作

- インフルエンサーと協業した宿泊ツアーの造成・販売
- ✓ ゲスト満足度向上のため、外国人目線を取り込んでコンテンツを造成
- 宿泊型ツアーの造成: 9月末販売開始
- ツアーPR用のYouTube動画を公開(10月)

#### 取組み② モニターツアーの実施(日帰り・宿泊型)

- 日帰り: 2回(8月: 参加者9名、12月: 参加者11名)
- 宿泊型: 2回(10月: 参加者11名、12月: 参加者10名)
- ✓ 参加者からのSNS発信、レビュー獲得によりツアーの 프로모ーションにも繋がった
- ✓ モニターツアー参加者からのアンケート分析、地元協働者(語り部等)との打合せ結果から、コンテンツの充実化、ガイド内容のブラッシュアップをはかった

#### 取組み③ 英語ガイド研修ツアーの実施(宿泊型)

- 1回(10月: 参加者9名) → 参加者を育成中
- ✓ 現役英語ガイドの目線からのフィードバックを参考にコンテンツの磨き上げをおこなった

#### 取組み④ プロモーション

- 旅行博(VJTM)への出展
- ✓ 10月@ INTEX OSAKA 海外旅行会社24社+メディア1社と商談
- WEBプロモーション
- ✓ SNS/TripAdvisorでの口コミの醸成
- ✓ YouTuberとの協働により動画の再生回数は約65万件 → ツアー販売サイトへの流入



### 実施結果・考察

- 1年間を通じて様々なプロモーションを打つことで認知の拡大および特に日帰りツアーにおける参加者の増加につながった
- 宿泊型モニターツアー参加者の満足度は高い一方で、日帰りツアーとの違いを潜在的な顧客に伝えることができておらず、十分なニーズの掘り起こしができていない
- 今後日帰りツアーの参加者が伸びてニーズが多様化する中で、宿泊型ツアーの希望も出てくるものと考えている

### 汎用性

- YouTubeの影響力: 旅行先としてPR効果は大きいですが、一旅行商品への直接的・即時的な効果は低いので、複数事業者・エリア等での連携が望ましい
- ツアーの質に重要とされるもの: 通訳ガイドの質、地元の人とのコミュニケーションの豊富さ



### 今後の展望

- 現地状況の変化に合わせて、コンテンツ(行程)の見直し
- PDCAをまわしながら、日帰り・宿泊型ツアーともに定期開催できることを目標とする
- 現地語り部の発掘を進める。地元と連携し、語り部の受け入れ手を募集・育成することを検討

定量的な成果目標:

日帰りツアー送客数: 240人、宿泊ツアー送客数: 25人泊



最終成果:

日帰りツアー送客数: 340人、宿泊ツアー送客数: 4人泊