

目次

0. はじめに

1. オンライン体験とは何か

2. オンライン体験をはじめるにあたり必要なもの

3. オンライン体験造成・募集の流れとポイント

4. オンライン体験実施のポイント

オンライン体験運営の流れ

募集のハードルは高いので、目的の明確化から届けたい参加者を明確化し、ターゲットに届く企画作りを行う

①目的の 明確化

- 何のためにオンラインツアーをやるのかを明確にする

②造成

- コンセプトやハイライトを具体化する
- 値段を決める
- 具体的な進行を考える

③募集

- プロモーションを行う

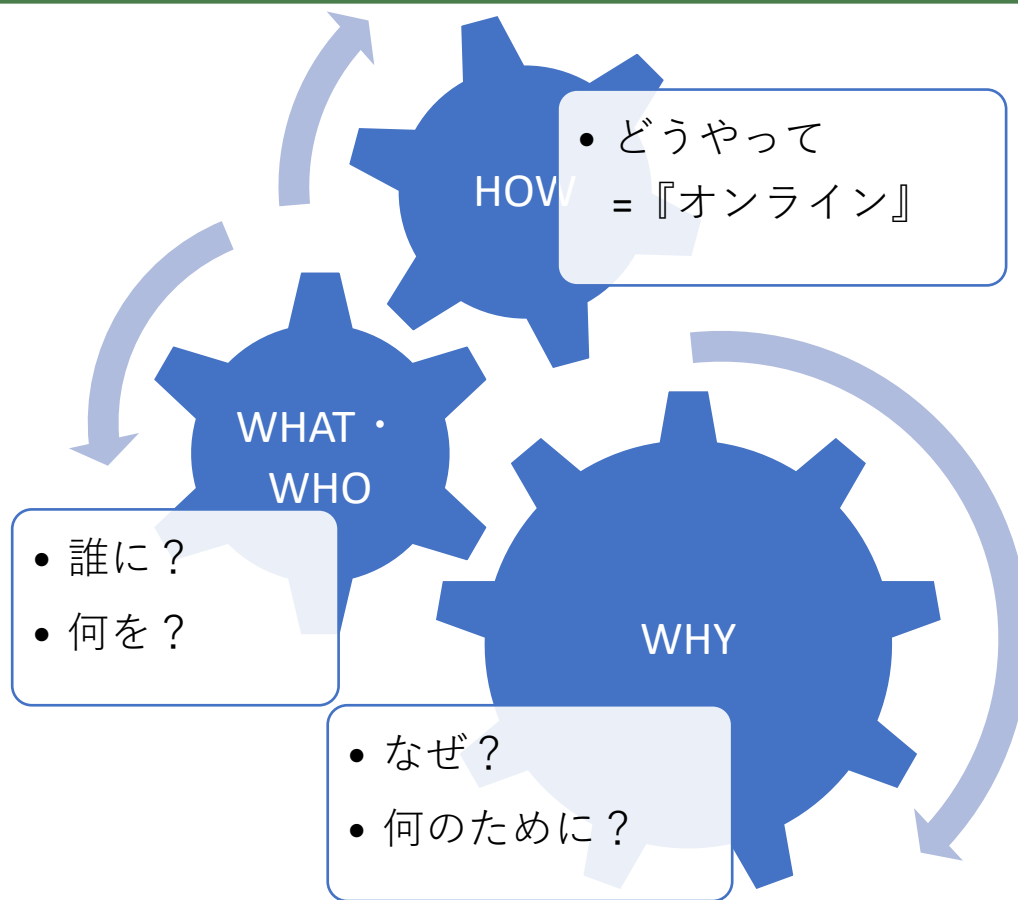
④実施

- 催行する

「オンライン体験をやること」
が目的ではない

①目的の明確化

目的の明確化はオンライン体験運営の軸になる



目的に応じたオンライン体験の構成

目的によりオンライン体験の構成は変わってくる

利益への貢献

ニーズの高い希少性が重要となる
有名人・非公開エリアの活用

認知向上

参加者増

値段が安く、手軽に参加できる
メディア受けする・シェアされやすい

オフラインへの
誘導

現地ならではの魅力が伝わる
人との触れ合い・旅の秘訣

地域消費の拡大

魅力的な地域の特産品を送付する
現地ならではの飲食・工芸品

定期的な接点

定期的に企画を組む
継続して参加したくなる仕組みづくり

- ✓ 「オラツアー東北！」において、主には、「認知の向上」を目的とした取組が多かった。オフラインへの誘導の為、単に観光地の情報を発信するだけではなく、現地にいる人に焦点を充てたツアー等を実施してきた。
- ✓ 結果的に、オンラインショッピングでの消費拡大に繋がったり、イベントの集客に繋がったり、中にはそれをきっかけに、就職に繋がったという事例もあった。
- ✓ 「観光」だけでなく、ふるさと納税の紹介等も行ったが、接点が増えることにより可能性は広がる

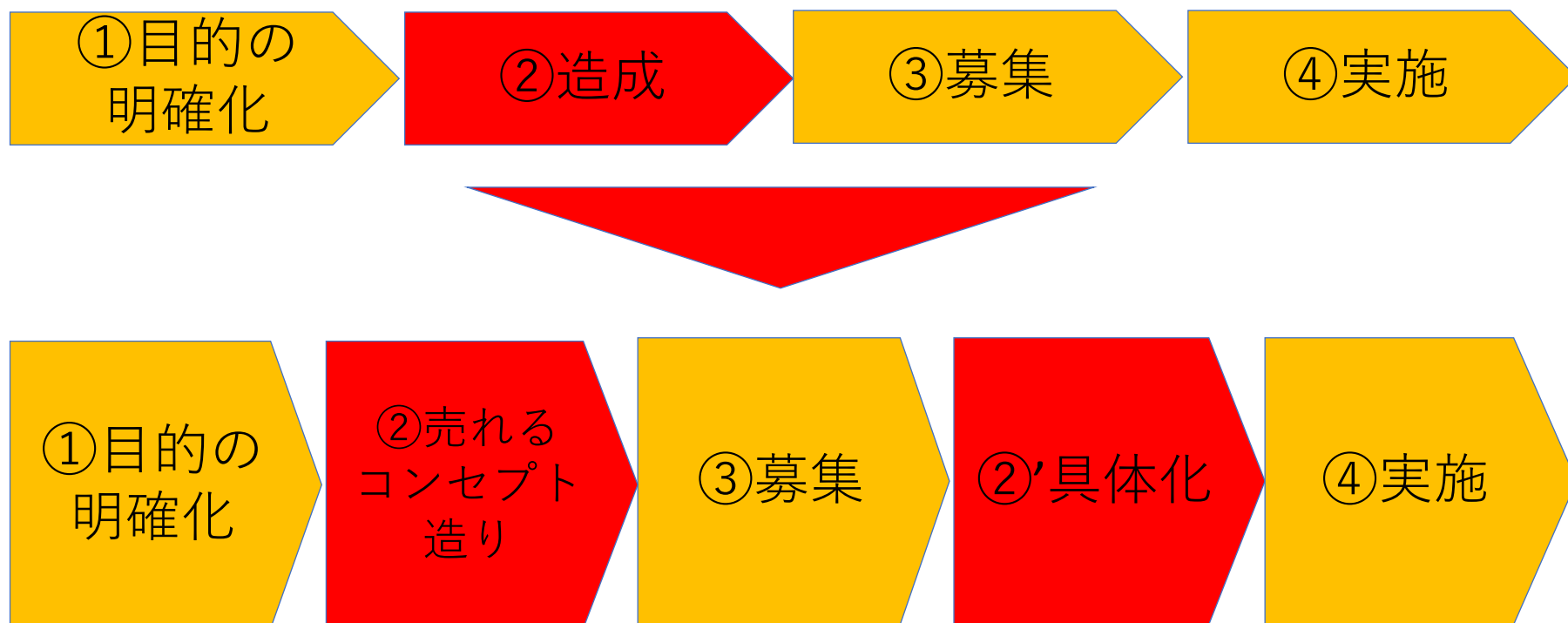
オンライン体験に取り組むメリット

オンラインでは単価の限度があり、単体で収益を上げるには難しさもあるが、認知向上等の可能性は大きい

- ◎認知の促進
 - ガイドブックの代替
 - アクセス面でのデメリットの克服
 - オンライン→オフラインへの誘導
- ○地域消費への貢献
- ○ゲストとの定期的な接点の創出
- ○ガイドのコミュニケーションの向上
- △利益への貢献
 - 単価はあげられないが、定員は柔軟に設定ができる
 - 特別なコンテンツであれば一度に数千人を捌ける

②造成

「造ったものを売る」より「売れるものを作る」が重要で、
募集の時間を作るため、募集前後で分けて進める



- ✓ 募集に2-4週間程度は時間をとるためにも、出来れば募集に必要な情報・コンセプトは早めに固め、具体的な内容は募集しながら詰めていくこともできる。
- ✓ 「オラツー東北！」では、「日本酒」や「盆栽」といった強いファンがいるコンテンツが、特に集客時にゲストからの反応が良かった。「取り扱うテーマ」あるいは「登場する人」にファンがいると、「売れるもの」になる可能性が高いこともあり、内容だけでなく、コンセプトや登場人物も意識して造成を進める

②造成

販売に必要なコンセプトやハイライトを先に決め、
具体的な詳細は募集を始めてから考えることも可能

②売れる コンセプト造り

③募集

②'具体化

1. 概要決定

- 明確化した目的を前提に、どこで、何を売りに、誰をターゲットに、ツアーを行うかを決める
- 自分たちが伝えたいこと、と同時に、「ゲストが参加する理由」を重視して考える

2. 詳細化

- 販売に必要な情報を具体化していく
 - タイトル
 - 催行日時
 - ハイライト
 - 内容
 - 金額
 - 登場人物

4. 中身作成・ 進行検討

- 進行を具体化していく
- ゲストにシェアする資料と自身の手元のスクリプトを用意
- キーワードは“没入感”と“双方向性”と“特別感”

③募集

オンライン体験催行の一番のハードルは販売

①目的の
明確化

②売れる
コンセプト
作り

③募集

②'具体化

④実施

③募集

人が集まることが大事なので打てる手は打つ

- 自社HPへの掲載
 - ✓ 販売ページの作成／トップページのレイアウト変更
 - PR Times等への発信
 - 話題性がなければ効果は薄い
 - = 話題性を考えてツアーを設計する
 - OTAへの掲載
 - SNSの活用
 - ✓ Facebookページでのイベント作成／Facebook広告
 - ✓ X(旧Twitter)投稿、X(旧Twitter)で関連ワードにいいね等の実施
 - ✓ 公式LINEアカウントでの発信／SNS掲載用の動画の作成
 - ✓ メルマガの送付
 - 友人・知人への個別のDM
 - 関係者へも集客の依頼
-
- ✓ 多くの場合、申し込まれない理由は、「知られていないこと」にある。なので、人が集まらないからといって、内容を変更しようとしたり、募集ページを見直しても限界がある。
 - ✓ ゲスト目線に立った時に、どういう導線を辿るかを考え、そこに情報を置いていく必要がある。登場人物等の関係者にも発信の協力をしてもらう等することで輪が広がっていく
 - ✓ 継続していく場合、ファンを増やしていく・定期的にコミュニケーションをとっていくと積み重なっていく

③募集：販売

オンラインツアーを扱っているOTAも一つではあるが、最近露出が減っており、自社ファンを囲い込んだ方がよい

主要チャネル

特徴

国内

自社サイト



- ・掲載は容易だがどうWEBサイトに誘導してくるかが肝
- ・成功しているケースは既存コミュニティまたはメディア
- ・掲載無料。手数料は4.9%+99円。低価格帯だと負担大
- ・Peatix内でコミュニティが出来るし、新規顧客も獲得可
- ・掲載無料。オンラインアカデミーと称してオンラインツアーを展開している

海外



自社サイト

- ・掲載無料。手数料は20% ・物販有は不可
- ・掲載までのハードルは高いが、掲載されれば露出力高
- ・掲載は容易だが、どうWEBサイトに誘導してくるかが肝

- ✓ コロナ禍においては、各社「オンラインツアー」の特集をトップで組んでいたが、リアルな人流が戻る中で、OTAの各社サイトにおけるオンラインツアーの露出は低下
- ✓ 今後オンラインツアーを実施していくことを考えると、自社の見込み顧客リスト作りの位置づけで募集を行い、自社で顧客との接点を構築していくことが安定した催行が見込める。単独で難しい場合「オラツアー東北！」のように共同でゲストとの接点を構築していくという方法もある

事例紹介：仁井田本家

「日本酒」というテーマ性に加え既にファンも多くいる女将に登壇いただき、多くの方の集客を実現



1/21 (金)
20:00-21:00

これまでの300年と
これからの300年に向けて

自然酒ってなあに？

仁井田本家の取り組み

in 福島県郡山市

niida1711

オンライン東北！
ONLINE TOUR

仁井田本家女将
仁井田 真樹

インアクトバウンド仙台・松島
後藤 光正

進行：ノットワールド
佐々木 文人

【ポイント】

地域消費の拡大とファンとの関係維持・リアルへの導線を構築

- ✓ 無料でオンラインツアーを実施し、180名申込90名リアルタイム参加
- ✓ 女将がお酒への想いを語ることで、ECサイトから3日間で約20万円の売上あり
- ✓ 翌日の蔵でのスイーツイベントにも7名程訪問

- ✓ 「日本酒」というファンの多いコンテンツであり、かつ、「自然酒」という時代の流れに沿った取り組みの紹介を女将自らにしてもらえると、商品の魅力があった
- ✓ オラツー東北！としても日本酒のツアーを繰り返し実施する中で、過去の参加者に日本酒ファンも多く、その人たちに、告知をすることが出来た。
- ✓ 「無料」とすることで参加のハードルを下げる事が出来、結果として、消費にも繋がった

④実施

実施も準備が重要。当日は楽しむことが大事！
「原稿を読む」は場が冷えるので控える

- リハーサル等で不安点は潰しておく
 - Zoomの使用方法や役割分担の確認
 - ネット環境等の確認も重要
- リマインドの徹底・遅刻者対応ルールの設定
 - 物販の送付物の確認・フォロー
- ミュートやチャット等の進行ルールの共有
- 楽しむ！
 - 人数が多い場合はミュートを積極活用し、少ない場合は外す等、ルールを設定
 - 質問に関してもチャットを活用
 - 乾杯のタイミング等、戸惑いがないようファシリテーションを行う
 - 物販で届いたものをどう活用するのかのディレクションが必要

目次

0. はじめに

1. オンライン体験とは何か

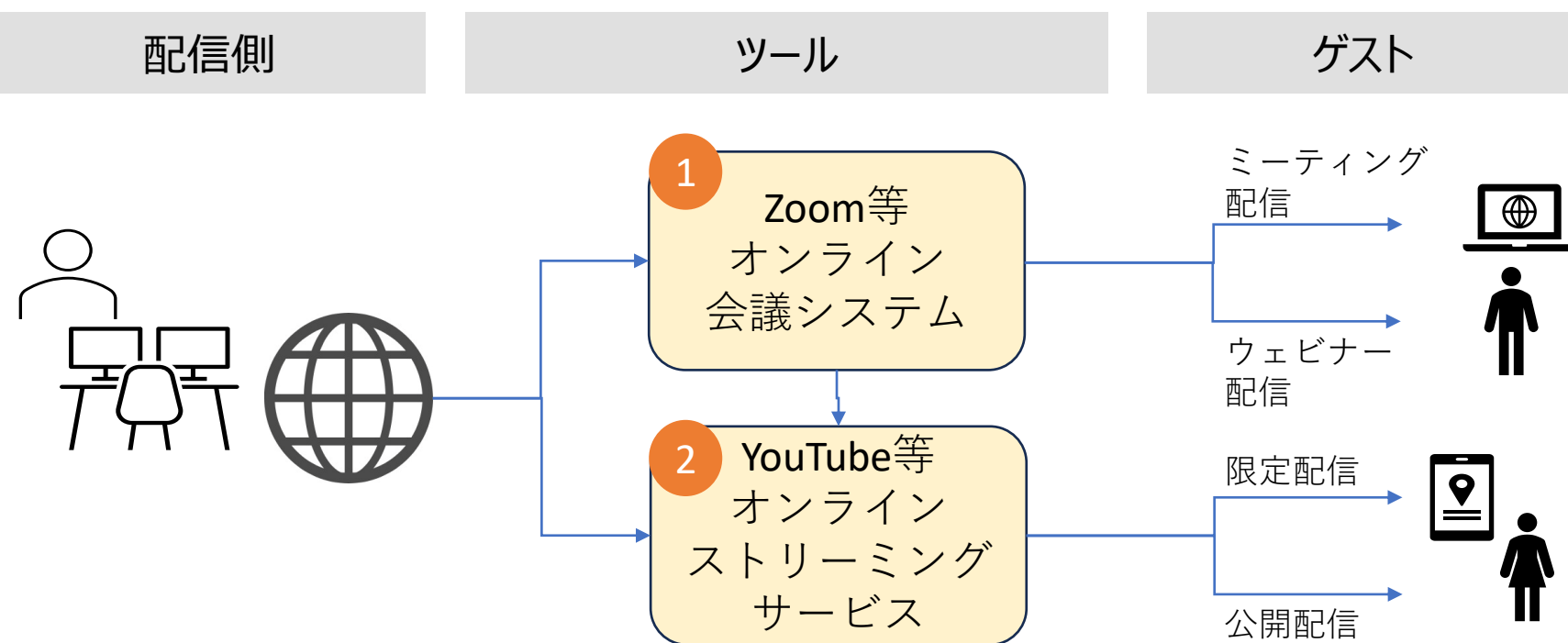
2. オンライン体験をはじめるにあたり必要なもの

3. オンライン体験造成・販売の流れとポイント

4. オンライン体験実施のポイント

オンライン体験の実施・配信形態(再掲)

会議システムやストリーミングサービス等を活用し、
配信先の多寡・双方向性の有無等多様な形態がある



- ✓ 「オラッー東北！」において、2021年度2022年度は、会議システムを活用してオンライン体験を実施してきた。ミーティング配信では双方向にコミュニケーションが取ることが出来るとともに、登録時にゲストの情報を収集できることも一つのメリットではあった。
- ✓ 2023年度は、オンラインストリーミングサービスを活用し公開配信を実施した。双方向性や参加者の情報収集という点に課題があるが、登録せずに見ることが出来るという手軽さやアーカイブの二次活用等のメリットがある。

オンライン体験実施のポイント：

1 Zoom等オンライン会議システムによる配信

<メリット>

- 事前登録制にすることで連絡先の収集も可能になる
- 入室の管理も可能なので事前決済した人のみ視聴させる等のオペレーションも可能になる
- ミーティング形式を活用すれば、参加者の顔を見ながら、双方向性をもって、進めることもできる

<デメリット>

- アーカイブ化するうえでは、DLしてアップロードする等の手間がかかる
- 参加者からするとZoomを開けるという手間がかかる
(顔が見えるかも、という心理的ハードルもある)

<準備>

- Zoomアカウント等を用意する
 - 配信時間等にもよるが、プロ以上のアカウントだと不自由なく運営することが可能。
 - 参加人数に応じたライセンスを用意する
 - 相手の顔を見ない形で運営するためにはウェビナーのアカウントを作成する
- Zoomの設定をする
 - Zoom側で、ミーティングまたはウェビナーの設定を行う
 - 参加者からの事前の登録を必要とするか否か等も管理画面から設定を行う
- 募集する(参加URLを周知する)

<実施>

- Zoomを立ち上げ、配信を開始する

オンライン体験実施のポイント：

2 Zoom経由YouTube等ストリーミングサービスを使った配信

<メリット>

- URLさえ知っていれば誰でも自由に見ることが出来る
- チャンネル登録者数を増やしていくことでコミュニティを広げていくことが出来る
- アーカイブ化の手間がかからない

<デメリット>

- 誰が見ているかがわからない
(連絡先の収集ができない)
- 有料課金等の運用が難しい
- 後から編集する場合に手間がかかる
- 音声で視聴者とのコミュニケーションが取れない

<準備>

- YouTubeアカウント等を用意する
 - YouTubeからの直接配信は、チャンネル登録者数の制約等があるので注意
(50名以上のチャンネル登録者がいれば配信可能)
 - チャンネル登録者数が少なくても、Zoom(プロアカウント)からのストリーミング配信を行うことでYouTubeで配信することが可能
- 配信の設定をする
 - YouTubeのダッシュボードで「ライブ配信を開始」ボタンから、ライブ配信の設定を行う
 - Zoom側で、ミーティングを設定し、「ライブストリーム配信」メニューから「カスタムストリーミングサービス」設定に進み、YouTube設定画面の「ストリームキー」「ストリームURL」および「ライブストリーム配信ページのURL」を入力する
- 募集する(視聴URLを周知する)

<実施>

- Zoomを立ち上げ、カスタムライブストリーミング配信サービスを開始する
 - ※この時点ではまだLive配信はスタートしていない
- YouTubeよりLive配信を開始する

まとめ（今後のオラツー東北）



令和5年度で仙台市事業としての「オラツー東北」は終了しますが、令和6年度以降も以下の内容にて今後も継続支援していきます。

I.オラツー東北チャンネルの継続 ～動画による地域観光の情報収集拠点～

事令和6年度以降も「オラツー東北チャンネル」は継続し、東北におけるオンラインツアーのプラットフォームとして、地域事業者や自治体からの要望があった際には適宜更新していきます。

※今年度制作した40以上の動画は今後も継続掲載します。

II.3年間のオラツー東北事業で協業した各事業者と協力ネットワーク関係を継続

3年間の事業でオラツー東北を通じて関係性を築き上げた事業者に関しては、今後もオンラインツアーに関する協力ネットワークを今後も継続します。お気軽にご相談ください！

III.有償による地域動画制作サポート体制

令和6年度以降も地域から要望があった際には、有償で動画制作補助（企画の立案、関係者調整、内容の調整、告知、撮影、撮影後の編集）を行う体制を継続する。

次ページ動画制作メニュー表を参照ください。

オンラインツアーサポートメニュー表



● 動画作成フルパッケージ 金額：500,000円（税別）

⇒企画、MC派遣、撮影、助言等の全てお願いしたい地域向け

- 作成内容に関連するヒアリングとシナリオ作成
- 収録に伴うファシリテーター派遣・動画撮影（30分程度）
- YouTube等へのアップロード・プロモーション手法への助言
- オラツアー東北関連チャンネル及びSNSへの掲載と告知

● ファシリテーター派遣 金額：150,000円（税別）

⇒話すネタはあるが、MCと撮影をお願いしたい地域向け

- 事前の打ち合わせ及び進行への助言
- ファシリテーター派遣及び動画の進行

● 動画制作助言 金額：100,000円（税別）

⇒オンラインツアーのノウハウ助言のみ実施。実演は自力で行いたい地域向け

- どのような地域資源をコンテンツにすれば良いか等への「作成面」での助言
- どのように進行すれば魅力的な構成になるか等への「ファシリテーター面」での助言
- Zoom操作やYouTubeへのアップロード及び公開等に関する「操作面」での助言
- その他、個別のお悩み事に対する助言

【お問い合わせ先】

株式会社インアウトバウンド仙台・松島 担当 西谷 rsknksr@gmail.com
(メールにてお問合せください。)