

2020年12月吉日

旅行に求める生活者の声を SNS から分析、企画に反映するヒントに。

誰でも無料で使える「観光復興ガイド」第二弾を公開

- コロナ禍の生活者の声を旅行企画に反映する方法を、より具体的に解説する指南書 -



緊急事態宣言の延長と解除、Go Toトラベル事業の開始と一部地域の除外、コロナ第3波への不安など、観光業界を取り巻く状況は日々変動しています。

いま SNS 上で生活者の声を分析すると、生活者が旅行をどう捉えて、何を求めているかの兆しが見えてきます。それは、観光業のみならず旅行企画を考えるためのヒントとなります。そんなヒントと企画の立て方をまとめ「観光復興ガイド-Vol.2」を作りました。ご活用いただければ幸いです。

### 『新しい時代に対応する観光復興ガイド-SNS から見える企画のタネ-Vol.2』

・ 資料ダウンロード: [https://www.tbwahakuhodo.co.jp/uploads/2020/12/201209\\_news\\_Guide2\\_doc.pdf](https://www.tbwahakuhodo.co.jp/uploads/2020/12/201209_news_Guide2_doc.pdf)

(※出典表記をいただければ、資料の全部または一部を企画書などにご利用いただけます。ただし画像は除く)

・ 観光復興ガイドに関するお問い合わせはこちらから: <https://tayori.com/f/kankofukkoGUIDE>

株式会社 TBWA\HAKUHODO (本社: 東京都港区、代表取締役社長兼 CEO: 今井明彦) と、株式会社 PR TIMES (本社: 東京都港区、代表取締役: 山口拓己、東証一部: 3922)、一般社団法人 FUKKO DESIGN (本社: 東京都渋谷区代表理事: 河瀬大作)、株式会社 TABIPPO (本社: 東京都渋谷区、代表取締役: 清水直哉) は、2020年12月9日

(水)、『新しい時代に対応する観光復興ガイド-SNS から見える企画のタネーVol.2』を4社合同で発表いたしました。

いまの世の中に受け入れられる旅行企画を考えるためのヒントを、SNS上の投稿を元に分析し、「旅行意欲を高める24の兆し」としてまとめました。さらに、「ガイドを見ても、実際の企画の立て方がわからない」という観光業界の方からのお声から、ガイドを元に、実際に旅行企画を立てるにあたってのポイントを、第一弾発表時より、厚くアップデートしました。

本ガイドも前回同様に、ご覧いただくことはもちろん、出典表記いただければレポート内容を自由に利活用いただけるものとなっています。(※ただし画像は除く)。

## 【いま、世の中に受け入れられる旅行企画のためのヒントを示した「観光復興ガイド-Vol.2」】

**旅行意欲を高める24の兆し**

ここでは旅行に行きたい人が今何を望み、どんな体験を求めているかをSNSの投稿をもとに紐解いています。見えてきたのは「24の兆し」でした。

1 大自然	2 応援	3 再訪	4 趣味旅	5 旅館風景	6 おひとり様
7 地元色	8 写真好き	9 補助制度	10 ペット愛	11 下調べ	12 バーチャル旅行
13 ワークেশョン	14 マイクロツーリズム	15 リベンジ帰省	16 おこもりステイ	17 貸切旅	18 卒業旅行
19 <sup>NEW!</sup> ワンランク上	20 <sup>NEW!</sup> GoTo後	21 <sup>NEW!</sup> はしご旅	22 <sup>NEW!</sup> ロードトリップ	23 <sup>NEW!</sup> 計画疲れ	24 <sup>NEW!</sup> 旅育

今回発表する「観光復興ガイド-Vol.2」は、「Go To トラベル」から第3波への意識など、現在の社会状況を反映したものとなっています。第一弾で分析された旅行意欲を高める兆しは24に増え、旅行に行きたいと考えている人が、何を望み、何を悩んでいるかSNSへの投稿をもとに紐解かれています。

さらに、「ガイドを見ても、実際の企画の立て方がわからない」というお声があがったことから、旅行企画開発の支援をアップデートしました。このガイドを通じて、旅行者のリアルな考えを知り、企画を立て、世の中に発信することができます。

「観光復興ガイド-Vol.1」発表時同様、今回もガイドの活用方法や具体的な企画の立て方、立てた企画を発表していくためのポイントなどをお伝えするオンライン説明会を開催します。(※概要や詳細については、下に記載しています。)

【「新しい時代に対応する観光復興ガイド —SNS から見える企画のタネ —」について】



91

企業の有志が集まって災害支援を行う FUKKO DESIGN と、SNS 分析に強みを持つ TBWA\HAKUHODO より、生活者の会話を分析して戦略を生み出すマーケティング組織「65 dB TOKYO」や、コンサルティングユニット「Disruption® Consulting」などの有志が集まり、世間の観光に対する兆しを抽出した『新しい時代に対応する観光復興ガイド-Vol.2』をまとめました。

そこに、「旅」を軸とした企画開発を得意とする TABIPPO、企業とメディア、生活者をつなぐインターネットサービス「PR TIMES」を運営する当社が情報発信を支援する形で、プロジェクトチームができています。

昨今のコロナ禍において、SNS 上の旅行に対する価値観の激しい変化を分析し、旅行者が今何を求めているかを元に、企画を考えるヒントをお伝えしています。

◆観光復興ガイドを活用し、企画実践された事業者の方の事例紹介

・ 株式会社 Table a Cloth

【go to キャンペーン対象】『おいしい旅』の旅行会社が新サービス開始：「5つのテーマ」で日本を味わう特別な旅へ  
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000059922.html>

兆し：4.趣味旅

資産：食の楽しみに特化した旅行商品

企画：「ちょっと」いい旅。うまい旅。

<代表取締役 岡田 奈穂子氏 コメント>



SNS の分析結果を見ながらまずイメージしたのは「今の生活者がどんな旅を求めているのか」。その上で企画の公式に沿って資産を洗い出すことで、自分たちの強みが「食」を中心としたお客様のこだわりに応える企画力にあることを再認識しました。そこで、「趣味旅」の兆しに対応する企画としてウィズコロナの多様なニーズとお客様のこだわりを同時に叶えるオーダーメイド企画を考えました。

## ・ 日の丸自動車興業株式会社

【期間限定コース・蘇る昭和 30 年代の東京コース】 オープンエアなバスで歴史の視点から東京観光!

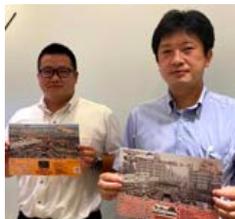
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000008.000046643.html>

兆し: 14.マイクロツーリズム

資産: 他社にはないバス車両 (2 階建てオープンバス)

企画: 歴史の観点から東京観光

<都市観光部 榎本 亮介氏・難波 優介氏 コメント>



ガイドが公開される前からこのコロナ禍に際して「自分たちは何をすべきか」考えていた私たちは、まず頭の中を整理して自分たちがやるべきことを明確にするためにガイドを活用しました。もともといくつか考えていた企画があったのですが、兆しを見たときに「マイクロツーリズム」がまさに自分たちのやろうとしていることに合致すると思い、実行する自信を得ることができました。

## 【「新しい時代に対応する観光復興ガイド-SNS から見える企画のタネ-Vol.2」説明会概要】

観光復興ガイドを用いて、ニューノーマルな視点を取り入れ、実践的に新たな企画を考える特別オンラインセミナーを開催いたします。

第一部では、2020 年前半と後半における消費者の旅行に対する態度変容や、SNS 分析から見える旅行意欲を高める 24 の兆しについてお話いたします。実際に、旅行者向けの企画のヒントを探る簡単なワークもご用意しております。第二部では、観光復興ガイドプロジェクトチーム 4 社によるトークセッションを行い、具体的な事例や反響をお伝えします。

開催日時: 2020 年 12 月 21 日(火) 18:00~19:30

開催場所: Zoom(ウェビナー)

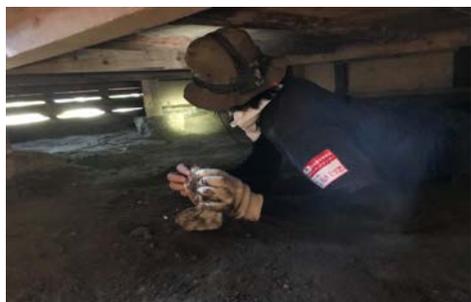
費用: 無料

定員上限: 500 名

申込フォーム: <https://tabippo.net/event/20201221/>

## 【プロジェクトチームからのメッセージ】

<プロジェクト発起人：一般社団法人 FUKKO DESIGN 理事 / TBWA\HAKUHODO 木村充慶>



企業や行政、団体などの有志が集まって復興支援をお手伝いする一般社団法人 FUKKO DESIGN の理事の木村です。

前回の「観光復興ガイド」は新型コロナウイルスが落ち着き始め、これからの観光業の復活することも目的に作成しました。しかし、現在は新型コロナウイルスは第3波になったと言われ、観光業はこれからさらに厳しい状況になっていくと言われています。

そこで、改めて現状を踏まえた観光の指針が必要ではないかと考えて、最新の情報にアップデートした「観光復興ガイド」の第二弾を作成することにしました。これまでの支援活動でお世話になった方々や、観光復興ガイドで知り合った方々にもお声がけし、より役立つガイドとなるよう検討しまとめました。今回は PR TIMES さん、TBWA\HAKUHODO、FUKKO DESIGN など前回の参加メンバーはもちろん、新たに「旅の総合メディア TABIPPO」さんにも参加していただきました。

現在「GoTo トラベル」は新型コロナウイルスの”第三波”の影響で一部地域で自粛要請なども出ていますが、感染者数が落ち着いたらキャンペーンはしばらく継続すると言われています。しかし、割引とクーポンのキャンペーンため、終わった後は大幅に観光客の数は落ち込むことが予想されます。だからこそ、割引やクーポンに頼らず、お客様に何度も訪れてもらえる、よりよい観光の形を考える必要があると思います。このガイドを使って、これからの時代の新しい観光を考え、そして実践してもらえれば幸いです。

<TBWA\HAKUHODO メンバー一同>



コロナ禍の観光業界で頑張る方のために、役立つガイドを作りたい。そんな有志を持ったメンバーと作った『観光復興ガイド』第1弾（2020年6月公開）では、感染拡大直後で困惑しながらも新しい観光のあり方を期待する社会の兆しと、その兆しに対応するための企画の考え方を識者のアドバイスと合わせて紹介しました。公開したガイドに対して、業界内外から多く

の反響を頂き、本ガイドを通じていくつかのニューノーマルな観光企画が生まれました。そして公開から半年が経とうとしているいま、生活者の心境には変化が生じ、観光事業者には GoTo トラベル以降の需要をどうつくるかという課題が生まれています。こうした変化を踏まえ、2021年の新たな観光をつくるヒントとなることを目指して本ガイドの第二弾を作成しました。前回から内容を拡充し、最新の情報を更新すると共に、今回から観光業界に深い造詣を持つ Tabippo 様にもチームに加わっていただき、支援の体制を強化しました。本ガイドが少しでも多くの観光事業者やその事業者を支える自治体および関連事業者の方々に届き、新しい観光をつくる後押しになれば幸いです。

<株式会社 TABIPPO 一同>



みなさま、こんにちは。今回から新しく観光復興ガイドの企画制作チームに加わるようになった株式会社 TABIPPO、代表の清水直哉です。新型コロナウイルスの影響によって「旅」に関わる観光事業者の方々は大打撃を受けてしまいました。僕らの会社も旅を広めることを本業としていますが、こんなときに自分たちにできることはないだろうか？ そんな時に今回のプロジェクトチームとの出会いがあり、一致団結することで「観光復興ガイド」を広めていくことになりました。

旅を軸として事業を多角展開する中で、海外・国内の観光マーケティングのプロデュースに携わってきた経験を活かすことで、今回の観光復興ガイドをよりたくさんの方々に使って頂けるものに出来たと思っています。「旅で世界を、もっと素敵に」というビジョンには、旅を広めることで、世界を豊かにすることに大きく貢献したいという真剣な想いを込めました。僕らは、旅の価値を信じています。ぜひ、少しでもみなさんの力になれば嬉しいです。

<株式会社 PR TIMES プロジェクト担当：舩田貴司>



2020年、コロナ禍において世の中に、多くのニュースが流れました。観光業界においても、緊急事態宣言による外出自粛、Go To トラベル事業、第3波など報道がなされ、対応に追われていると思います。そんな中、この観光復興ガイドに興味を持っていただいている方は、きっと何か前向きに行動したいと思っているに違いありません。そうして行動しようとする皆様の力になりたい。そして、その行動を、社会が前を向く足がかりになるように広く知ってもらおうお手伝いをしたい、と考えています。

プレスリリースは、報道機関と生活者の両者に向けて発表することができます。

観光復興ガイドで考えた企画を発表する際には、PR TIMES の特別プランをご活用いただき、プレスリリースとして発信ください。その発表が皆様の行動を、身近な誰かから未来の旅行客まで、多くの方に伝え、心を揺さぶり、社会を明るくします。そのお手伝いを、私たちにもさせてください。

## ■ TBWA\HAKUHODO について

2006年に博報堂、TBWA ワールドワイドのジョイントベンチャーとして設立された総合広告会社です。博報堂のフィロソフィーである「生活者発想」「パートナー主義」とTBWA がグローバル市場で駆使してきた「DISRUPTION®」メソッドを中心とした独自のノウハウを融合。質の高いソリューションを創造し、クライアントのビジネスの成長に貢献します。

「DISRUPTION®」は既成概念に縛られず、常識を壊し、新しいヴィジョンを見いだすTBWA\HAKUHODOの哲学です。マーケティングに限らず、ビジネスにおけるすべての局面でディスラプションという新しい視点を武器に事業やブランドを進化させるアイデアを生み出します。<http://www.tbwahakuhodo.co.jp>

## ●65dB TOKYO

「65dB TOKYO」は、TBWA\HAKUHODOにて2019年より本格稼働しているマーケティング組織です。ソーシャルリスニングを用いた独自のソーシャルボイス分析手法やインサイト発見のプロセスを用いて、企業やブランドによる生活者の理解を促進し、現代の生活者のニーズに即したマーケティング施策立案を支援しています。<http://65db.jp/>

## ●Disruption® Consulting

Disruption® Consulting は、『Disruption®(創造的破壊)』をフィロソフィーとしているTBWA\HAKUHODOが2018年に設立したコンサルティングユニットです。既成概念を覆す「Disruption®メソッド」を用いて企業の新しい成長領域を生み出し、ビジネスおよびブランド戦略の立案をサポートする組織として、広告会社の新しいビジネスモデルを確立してきました。<https://www.disruption-consulting.com/>

## 【FUKKO DESIGN について】

一般社団法人 FUKKO DESIGN は、「民間ビジネスの力を結集して新たな”復興”をつくる」を活動テーマに、平時のときから行政、民間企業、メディアとのネットワークを構築し、有事の時にすぐにサポートする体制をつくるほか、有事の際の被災地に関する情報発信の支援、復興タイミングにおける地域の魅力発信、企業のマッチングサポート支援などをトータルにデザインしていく団体として活動しています。<https://fukko-design.jp/>

## 【株式会社 TABIPPO について】

世界一周の旅を経験した旅人が、日本に旅を広めるために作った会社がTABIPPOです。2010年に設立されて、4年後の2014年4月に株式会社となりました。もっとたくさんの人に、旅への一歩を踏み出してほしいというシンプルな想いで、事業を展開しています。

旅を広める会社というのが、日本にはあまりないのですごく珍しい会社だと思っています。少しでも僕らの信じる「旅で世界を、もっと素敵に。」という理念に、共感してもらえたら嬉しいです。<https://tabippo.net/>

**【株式会社 PR TIMES について】**

「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」をミッションに掲げ、企業とメディア、そして生活者をニュースでつなぐインターネットサービス「PR TIMES」(<https://prtimes.jp/>)を運営しています。2007年4月のサービス開始より、報道機関向けの発表資料（プレスリリース）をメディア記者向けに配信する機能と、「PR TIMES」およびパートナーメディアに掲載する機能をセットで提供してまいりました。利用企業数は2020年8月に4万3000社に到達、国内上場企業40%超に利用いただいています。情報収集のため会員登録いただくメディア記者1万9000人超、サイトアクセス数も伸長は月間5000万PVを突破、配信プレスリリース件数は月間1万8000件を超えています。全国紙WEBサイト等含むパートナーメディア199媒体にコンテンツを提供しています。また、クライアントとメディアのパートナーとして広報PR支援を行うPRパートナー事業や、ストーリー配信サービス「PRTIMES STORY」の運営、動画PRサービス「PR TIMES TV」「PR TIMES LIVE」の提供、タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」やカスタマーサポートツール「Tayori」の運営、スタートアップメディア「BRIDGE」等のメディア運営も行っています。<https://prtimes.co.jp/>