

ニホン
你**红**之旅

～**赤**でつなぐ親子の絆～

明治大学木寺ゼミナール

KIDe runs

荒谷響輝

伊藤理子

大石怜奈

平松千里

山崎春歌

目次

①定義

②ターゲットのニーズ分析

③プラン概要

④モデルプラン

⑤新規性

⑥PR方法

⑦経済効果

ニューノーマル時代とは？

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

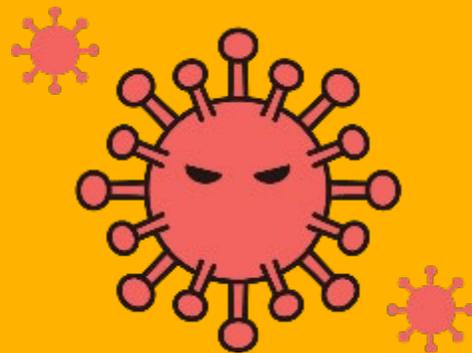
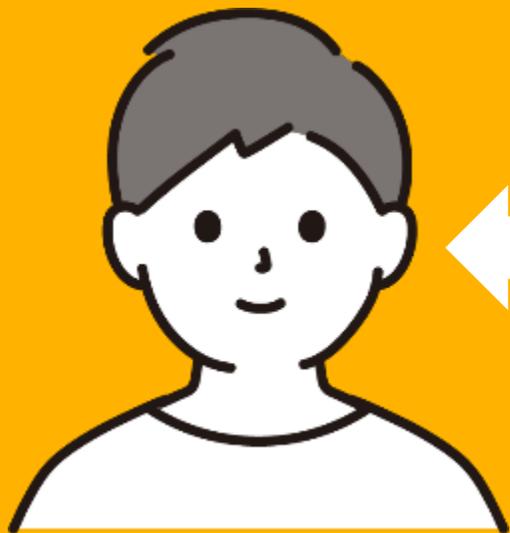
モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

人と簡単に会えなくなった時代



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

しかし・・・

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

身近な人の大切さが身に染みた時代



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

一人暮らしでも・・・

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

直接会わずとも 連絡を取り合うことが増えた



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

観光的な面では

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

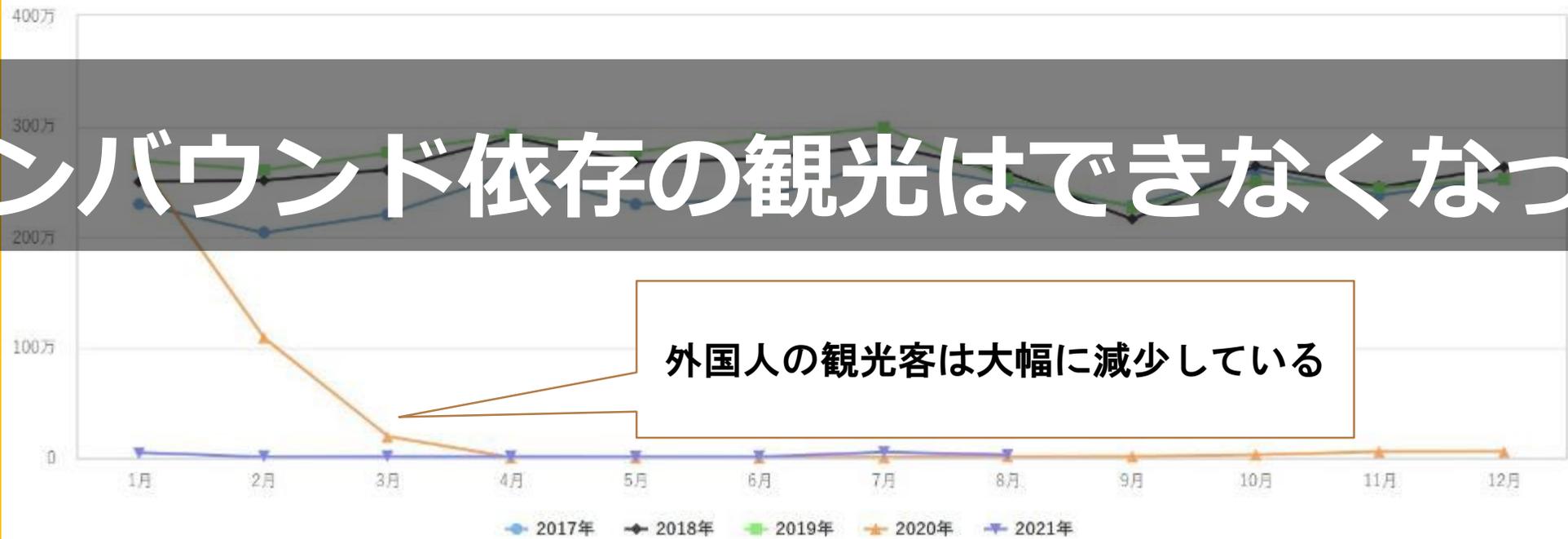
新規性

PR方法

経済効果

訪日外国人観光客数

1.1 月別訪日外国人数の推移



出所：日本政府観光局 (JNTO) 発表統計よりJTB総合研究所作成

インバウンド依存の観光はできなくなった

<https://www.tourism.jp/tourism-database/stats/inbound/>JTB総合研究所

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

しかし、在留外国人の数は・・・

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

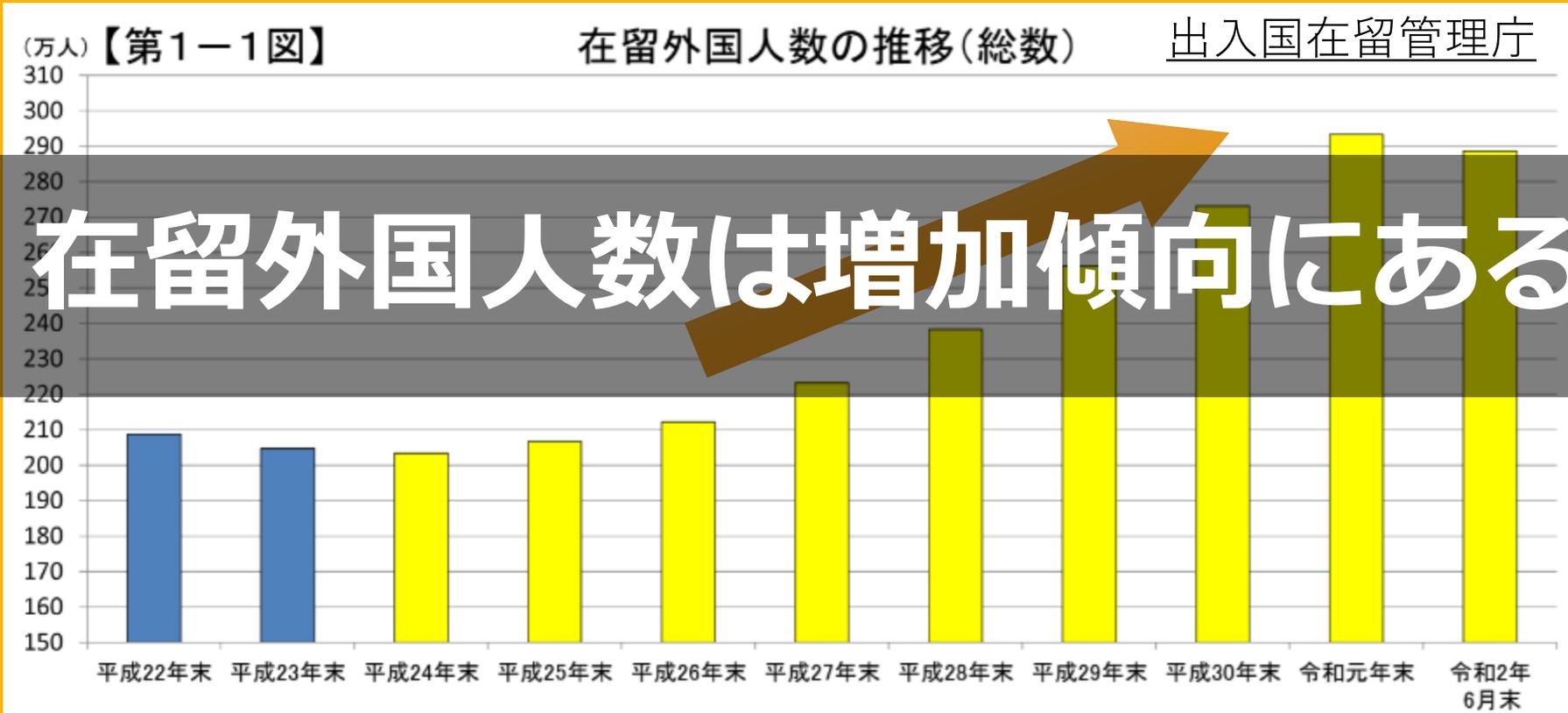
モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

在留外国人の推移



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

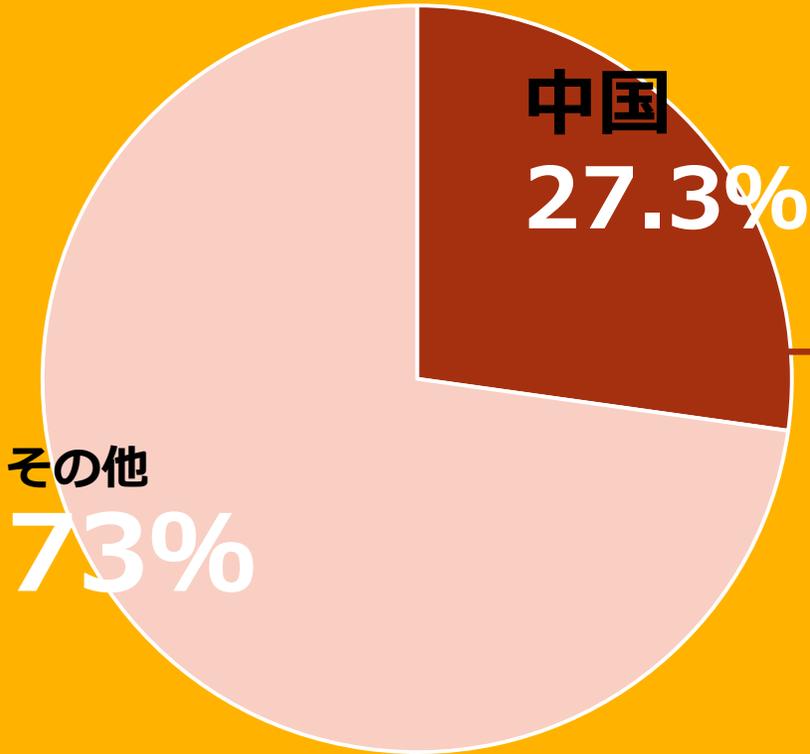
モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

在留外国人構成比



在留外国人のうち
約 **4分の1** が **中国人**

訪日に比べて
新型コロナウイルスの影響を受けていない

出入国在留管理庁

(1)	中国	786,830人	(構成比27.3%)	(- 3.3%)

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

そこで私たちがターゲットにしたのは…

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果



在留中国人

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

ターゲットの分類

ターゲットを2つに分類



① 中国人留学生

② 日本育ちの在留中国人の若者

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

① 中国人留学生のニーズ探し

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

中国に親がいる留学生にヒアリング

(22歳留学生Hさん)



親と毎日電話をするくらい仲が良い

(24歳留学生Sさん)



中国人留学生は親と仲が良い
親孝行をしたくてもできない

(24歳留学生Eさん)



一人っ子なので親は大事

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

密接な家族関係

- 北京市政府は2016年8月に「孝老假」（親孝行のための休暇）を従業員に与えることを勧告

親孝行の文化が根強い

- 一人っ子政策の影響で子供を大切にしているため、子どもの結婚や出産イベントも手厚く、家族そろって祝賀をする傾向がある
- 中国では、古来より「百善孝為先」（百の善行の第一は親孝行から）という教えがあるほど「親孝行」が伝統文化の中で美德として重視されている

<https://www.nippon.com/ja/features/c02805/>
<http://www.wdc-jp.com/jsfs/conf/2020/youshi/pdf/7-3.pdf>

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

① 中国人留学生のニーズ



親と離れて暮らしているため
感謝を伝える機会が少ない



親孝行をしたいというニーズがある

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

②日本育ちの在留中国人の若者のニーズ

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

日本国内に住む在留中国人家族の課題

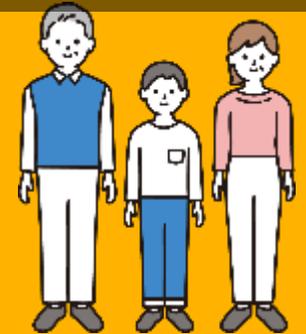
子どもが思春期に入ると母が中国人であることを負い目に思うようになったり、母が中国語を話すことに

子どもには中国語を話せるようになってほしいが、

本人は日本語しか話せない。

子どもは中国よりも日本の方が好きと言っていて母は気付き

反感を覚える2世・3世 価値観の違いが生む親子間の対立



2016年度お茶の水女子大学大学院博士前期課程地 地理環境学コース修士論文 引用

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

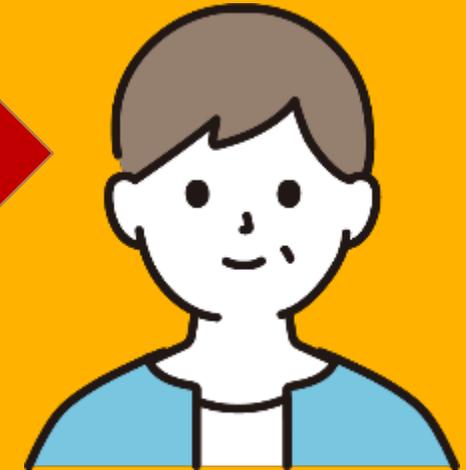
モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

日本国内に住む在留中国人家族の課題



親世代と子世代の価値観の
違いにギャップが生じる

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

② 日本育ちの在留中国人のニーズ



親と仲良くなる
きっかけが欲しい



親孝行をしたいというニーズがある

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

①

中国本土に親を置いて
いる
若者のニーズ

親と仲が良いが、
離れて暮らしている
ため**感謝を伝える
機会が少ない**

親子で考え方の違い
があるから
**仲良くなるきっかけ
が欲しい**

②

日本国内で親と離れて暮らす
若者のニーズ

親孝行

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

実際に・・・

「雲養媽（ユンヤンマー）」

ホットワード！

雲養媽とは

就職や進学で**親元を離れた若者**が、インターネットで親のために商品を購入したりして**遠方から親孝行**すること



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

親への贈り物がトレンド化

支付宝（アリペイ、Alipay）のデータ

8日にリリースされた高齢者向けの共済型保険商品「相互宝」のユーザーの**47.7%**が両親のための利用

これまでに**750万人**以上のユーザーが淘宝のアカウントを母親とひもづけした。

母の日までの1週間に、アリババグループの医薬品ネット通販「阿里健康」で高齢者向け健康診断サービスを購入したユーザーは、同サービス購入者の35%を占め、前年比14%増となった。

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

「雲養媽」



ニューノーマル時代の 親孝行のカタチ



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

さらにヒアリングで見えてきたキーワードが

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

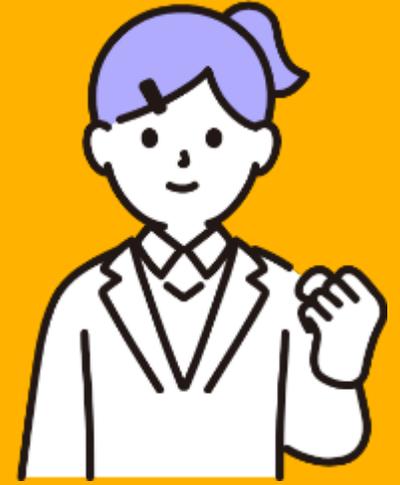
新規性

PR方法

経済効果

中国人留学生にヒアリング

(23歳留学生Kさん)



春節の飾り付けから結婚式、あらゆる
場面で**赤い色**が使われます

バッグやポシェット、服まで**赤**を身につけるほど
赤が好きです！

(20歳留学生Mさん)



赤は縁起がいい！



(24歳留学生Rさん)

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

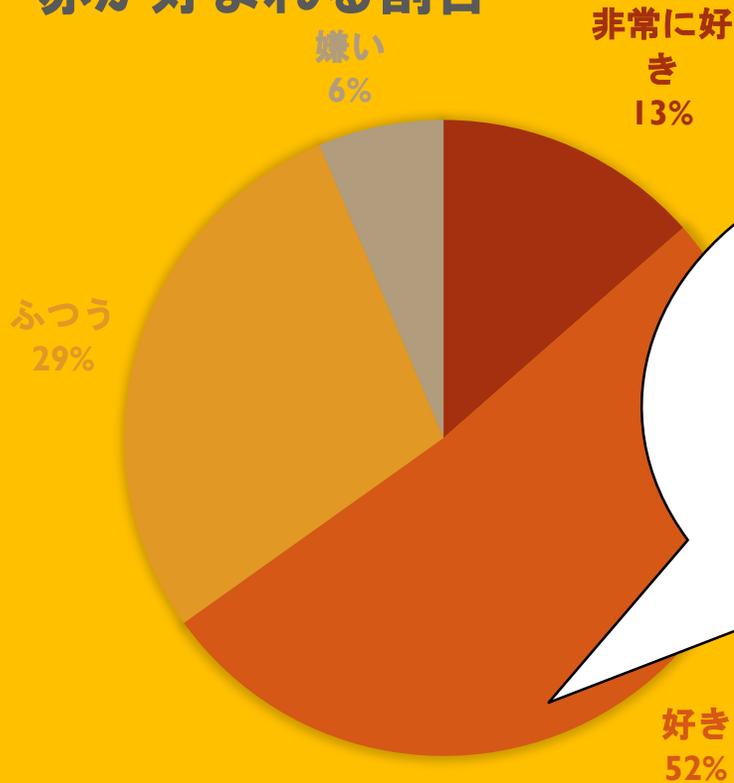
新規性

PR方法

経済効果

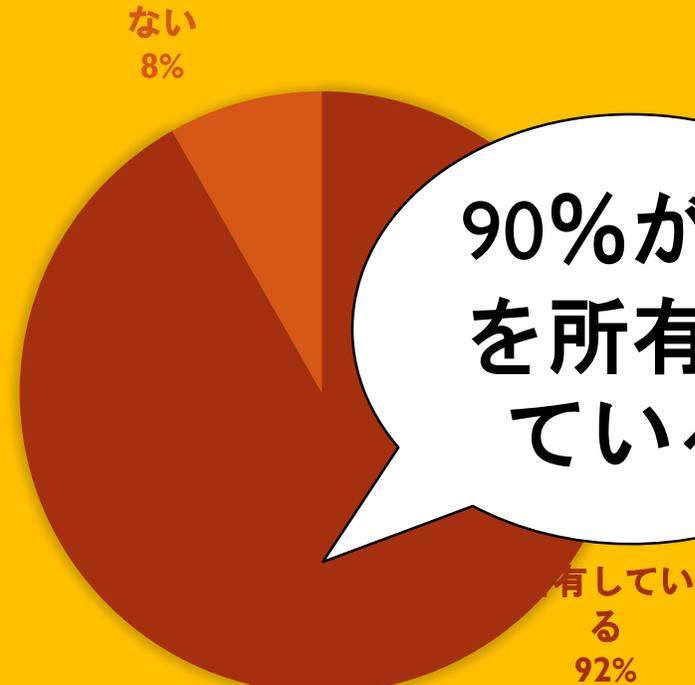
中国の北京、武漢、杭州、重慶の4つの地域において、536名の大学生
(男性294名、女性232名) 調査

赤が好まれる割合



70%以上が
赤が好き！

所有している 赤の所有率



90%が赤
を所有し
ている

https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_10748425_po_ART0006326898.pdf?contentNo=1&alternativeNo=
中国人学生の「赤」のイメージに対する研究

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

中国人は赤が好き

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

中国でも**紅色旅游**がトレンド！

中国で共産党の革命

ゆかりの地をめぐる「**赤い**」観光



コロナ禍において**国内観光の増加**



紅色旅游の流行を後押し

盤點國內最經典的六大紅色旅遊勝地，你最想去哪一個？
原文網址：<https://kkne.ws/5EVaGe>



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

そこで私たちが考えたプランが . . .

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果



ニホン
你**红**之旅

～赤でつなぐ親子の絆～

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

你^{ニホン}紅之旅とは…



日本

で行う

あなたの

の

赤を通した親孝行

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

Concept

赤色

赤色をコンセプトとした観光プランで

親孝行を実践！



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

実施期間の例

日本と中国では父の日
母の日が同じ期間にある

5月 母の日

6月 父の日



その他、結婚式や成人する年など

親へ感謝をする機会があるとき

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

赤色旅行の楽しみ方



①赤の着物を **着** る

②赤のスポットを **巡** る

③赤の食べものを **食** べる

④赤の物 **作** り体験(だるま作り、染色体験)



⑤親と子を繋ぐオンライン旅行

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

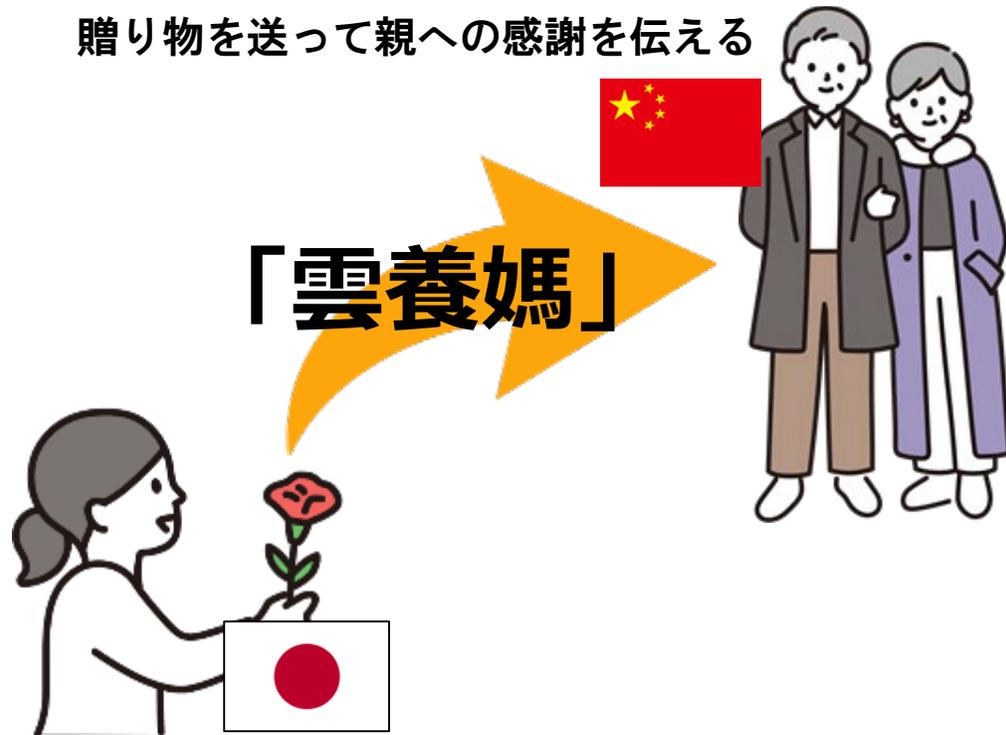
PR方法

経済効果

親孝行を行う2つの手順

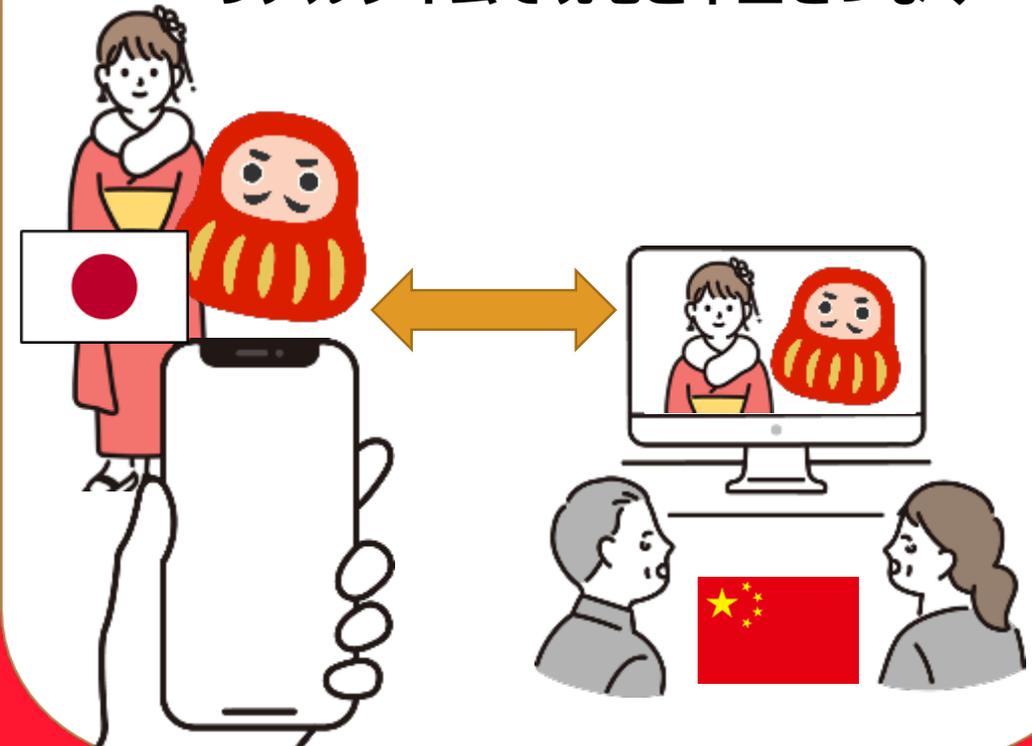
贈り物

贈り物を送って親への感謝を伝える



オンライン旅行

リアルタイムで現地と本土をつなぐ



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

そこで贈り物に選んだのが・・・

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果



だるま

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

だるまに込められた由来

縁起が良い

無病息災
→親の長寿を願う

七転び八起き
→何度失敗しても負けない
→日本で頑張っていると伝える

赤の要素が詰まっている
→赤 = 血縁
→親子のつながり



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果



オリジナルのだるまを作ろう

<https://www.daruma.or.jp/%E3%81%A0%E3%82%8B%E3%81%BE%E7%B5%B5%E4%BB%98%E3%81%91%E4%BD%93%E9%A8%93/>

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

表



裏



自由にイラストを描き、
世界に一つだけのだるまを作る

親にあてた願い事を書く
実現可能性が高い願い事を書く

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果



未完成



片目のみを入れただるま

贈って完成



未完成を完成させることで
つながりを再認識



完成



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

お焚き上げで日本へ再来



片目のだるま
を作成



だるまに目を
入れて完成



お焚き上げ
(神社・寺へお預け)



サイズアップした
新しいだるまを作成

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

だるま市開催都市例

山形県
鶴岡市

茨城県
那珂市

栃木県
宇都宮市

静岡県
富士市

全国50以上の都市で開催

様々な地域で本プランの展開が可能

東京都
東村山市

群馬県
高崎市

栃木県
小山市

滋賀県
彦根市

東京都
調布市

福島県
いわき市

神奈川県
大和市

広島県
三原市

埼玉県
川越市

静岡県
浜松市

長野県
岡谷市

秋田県
秋田市

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果



親と子をつなぐオンライン旅行

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

お焚き上げ

お焚き上げとは粗末に扱うことができない品物などを神社やお寺で供養した後に焼いて天に還す宗教儀式

だるまのお焚き上げは、願いが叶った後に感謝の気持ちを込めて供養し、その後**サイズアップしただるまを再度購入**する風習がある



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果



We Chat を使ったオンライン旅行

いつも
ありがとう！
作っただるま送るね！

現地と本土をつなぎ **親に感謝を伝える機会に**
地域の魅力を親に発信

- ① 撮影会
- ② 親へのメッセージ

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

今回私たちが特に注目した地域は



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

群馬県・高崎市

- 人口：約37万人
- 前橋市、草津市と並ぶ群馬県の代表都市
- **「群馬の玄関」**

→東京、水戸、金沢を含む**6都市**から新幹線・高速道路1本でアクセスできる立地の良さ

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

高崎市の課題

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

①地域の魅力が伝わっていない

だるまや梅などの
地元の資源が
伝わっていない
...

インバウンド施策を
出したけれど
期待よりも収益
が出ていない...



高崎観光協会
主事
内田さん



高崎観光協会
主任
中里さん

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

群馬県は2021年魅力度ランキング44位

不愉快だ。
法的措置を検討する！！



群馬県・山本一太知事

ホットな話題！！

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

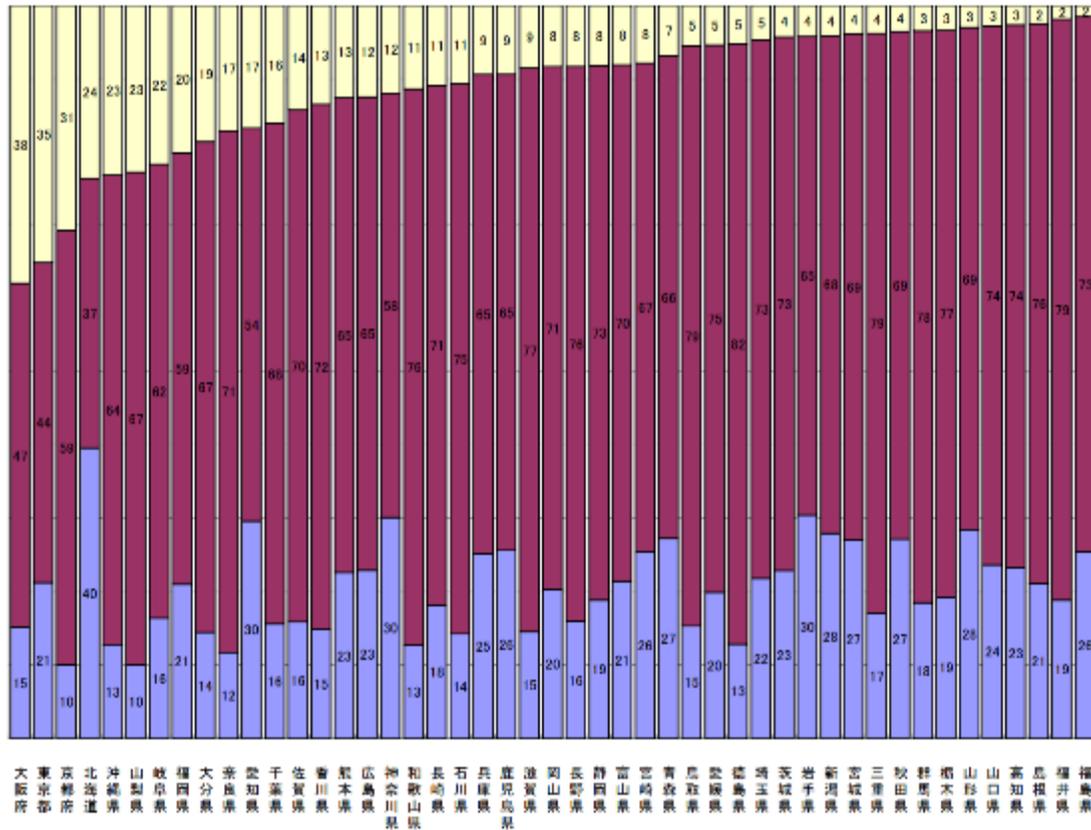
新規性

PR方法

経済効果

②外国人観光客が少ない

図1-2 県内・県外(除く外国人)・外国人延べ宿泊者数構成比(平成30年1月~12月)



外国人観光客の割合

全国平均：**11%**

群馬県：**4%**

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001312884.pdf>

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

③ 訪日外国人からの知名度

訪日外国人 都道府県認知度ランキング

(N=6,000)

順位	都道府県	認知度 (%)									
1	東京都	64.0	13	愛知県	38.7	25	埼玉県	32.8	37	高知県	30.3
2	大阪府	59.8	14	静岡県	36.6	26	鳥取県	32.6	38	茨城県	30.2
3	北海道	56.2	14	鹿児島県	36.6	27	岡山県	32.2	39	大分県	30.1
4	京都府	53.6	16	長野県	36.1	28	新潟県	32.1	40	群馬県	30.0
5	北海道	51.1	17	兵庫県	35.8	29	石川県	31.9	41	富山県	29.9
6	北海道	49.9	18	熊本県	35.7	30	山口県	31.8	42	徳島県	29.8
7	千葉県	45.7	19	山梨県	35.4	31	香川県	31.8	43	岩手県	29.3
8	福岡県	43.7	20	宮崎県	34.5	32	岐阜県	31.5	44	島根県	28.6
9	長崎県	43.4	21	宮城県	33.9	33	山形県	31.4	45	福井県	28.4
10	神奈川県	42.3	22	富山県	33.2	34	和歌山県	31.0	45	三重県	28.4
11	福島県	41.4	23	青森県	33.1	35	佐賀県	30.5	45	愛媛県	28.4
12	奈良県	41.3	24	秋田県	33.0	36	徳島県	30.4			

45都道府県中40位という知名度の低さ

※調査対象となる訪日外国人・上位15カ国の平均認知度
出所：JTB訪日重点15カ国調査2019

観光プラン

父の日、母の日がある5月～6月の期間
高崎市を赤色観光で盛り上げよう！

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

着る赤体験

作る赤体験

ぐるりんバス



食べる赤体験

巡る赤体験

1日フリー乗車券で
ぐるりんバス全路線が520 円
で乗車できます。
本プランはこのバスですべて
周ることができます。

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

着る赤体験

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

着

着物のニーズ

外国人観光客における着物への関心と業界の対応

表3 平成26年度 伝統文化体験（複数回答）

項目	全体	北米	オセアニア	欧州	中国	台湾	韓国	東南アジア	その他
着物・浴衣	27.7%	23.2%	18.1%	19.7%	51.0%	40.4%	23.0%	19.7%	28.1%
茶道	24.6%	19.0%	27.2%	25.6%	25.0%	21.4%	18.9%	27.4%	26.4%
日本食づくり (和食など)	14.5%	12.0%	11.9%	14.7%	26.3%	13.6%	9.0%	6.4%	11.8%
着物・浴衣の着付け	12.2%	10.6%	4.5%	9.0%	15.3%	25.5%	16.4%	5.7%	12.9%
着物・浴衣の着付け体験	11.1%	11.1%	11.1%	9.2%	6.3%	11.1%	11.1%	11.1%	4.5%
着物・浴衣の着付け体験	11.1%	11.1%	11.1%	9.2%	6.3%	11.1%	11.1%	11.1%	4.5%
華道	5.4%	3.9%	9.9%	5.9%	5.7%	4.7%	0.8%	6.4%	4.5%
変身体験（舞妓・侍）	4.5%	12.6%	5.8%	4.0%	3.7%	3.3%	0.8%	10.2%	2.2%
武道	2.9%	1.3%	2.1%	5.3%	2.3%	1.8%	1.6%	1.9%	3.4%
香道	2.0%	1.5%	2.1%	4.0%	1.0%	0.9%	0.8%	1.3%	2.8%
その他	2.7%	2.6%	3.3%	2.3%	1.3%	2.7%	4.1%	3.8%	1.1%

※複数回答のため、合計が100%とならない

その検索数の中には、実際に購入するためというよりも、来日して直接「着物・浴衣」を体験しようとする場合での事前調査としての検索が含まれている可能性もあると考えられる。

赤を身につけたい

中国人に圧倒的に着物が人気！

旅行中
日本らしいこと
がしたい！



(24歳女性)



(21歳男性)

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

深野衣裳店



創業116年の地域に
根差した着物店です。
ぜひお越しください！



深野衣裳店様

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

巡る赤体験

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

巡

観音参道商店街



外国人観光客が多かった
のですがコロナ後に激減
してしまいました…



高崎観音商業組合長

橋爪組合長

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果



山名八幡宮



本殿には県最大級と言われる**極彩色**の彫刻があります！

山名八幡宮 山口様



食 べる赤体験

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

食

高崎の梅



群馬県は梅干しの生産東日本**第1位**

そのうち高崎市は**6割**を占める梅の生産地



私たちの梅干しは
海外でも好評です！



湯浅農園 湯浅さん

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

食

高崎パスタ



キングオブパスタ 井上様、ボンジョルノ 大木様

キングオブパスタのイベント
は1万人の来場者が来ます！

群馬県はからっ風による良い土壌を活かした

全国有数の小麦の産地

毎年11月頃に、競い合うイベント

「キングオブパスタ」が開催されている。

<https://www.city.takasaki.gunma.jp/kankou/souvenir/pasta.html>

<https://www.kingofpasta.jp>



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

作る赤体験

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

親孝行ポイント①

染色体験

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

高崎市染色植物園



- 昔から衣服などを染める原料に使われてきた代表的な**染料植物**や日本の染織文化の魅力を紹介する全国でもめずらしい植物園
- 染色体験ができる実習室で、**実際に染め物を作る**ことができる

<https://www.city.takasaki.gunma.jp/docs/2017082200011/>

作

染料体験ワークショップ



高崎紅の会 吉村様

染め物の文化を外国人の方にも知ってもらいたいです！

<https://yakland.jp/dye-workshop-at-takasaki-cit/>

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

親孝行ポイント②

だるま作り体験

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

少林山 達磨寺



・縁起達磨発祥の地

・日本三大だるまの1つ

・絵付け体験実施

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

他のモデルプラン地域

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

静岡県富士市

日本3大だるま市の一つ

毘沙門天大祭だるま市



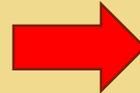
ナポリタン



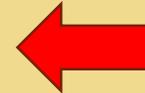
いちご



ばら



赤



三原やっさたこ



大島神社（連立鳥居）



富士市役所様



三原市漁業協同組合様



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

プランについて実際に聞いてみた

(22歳留学生女性)



だるまで親孝行なんて面白い！

親に**感謝**をする機会がないので行きたい！

(23歳男性留学生)



(27歳留学生男性)



赤の要素が盛り沢山あって楽しそう

これを機会に親と仲直りするのもありかも

(21歳中国人女性)



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

新規性

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

新規性

- ① **在留外国人**に向けた観光プランは数少ない！
- ② **色**がコンセプトの観光プランは珍しい！

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

新規性①

在留中国人に特化した 観光プラン

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

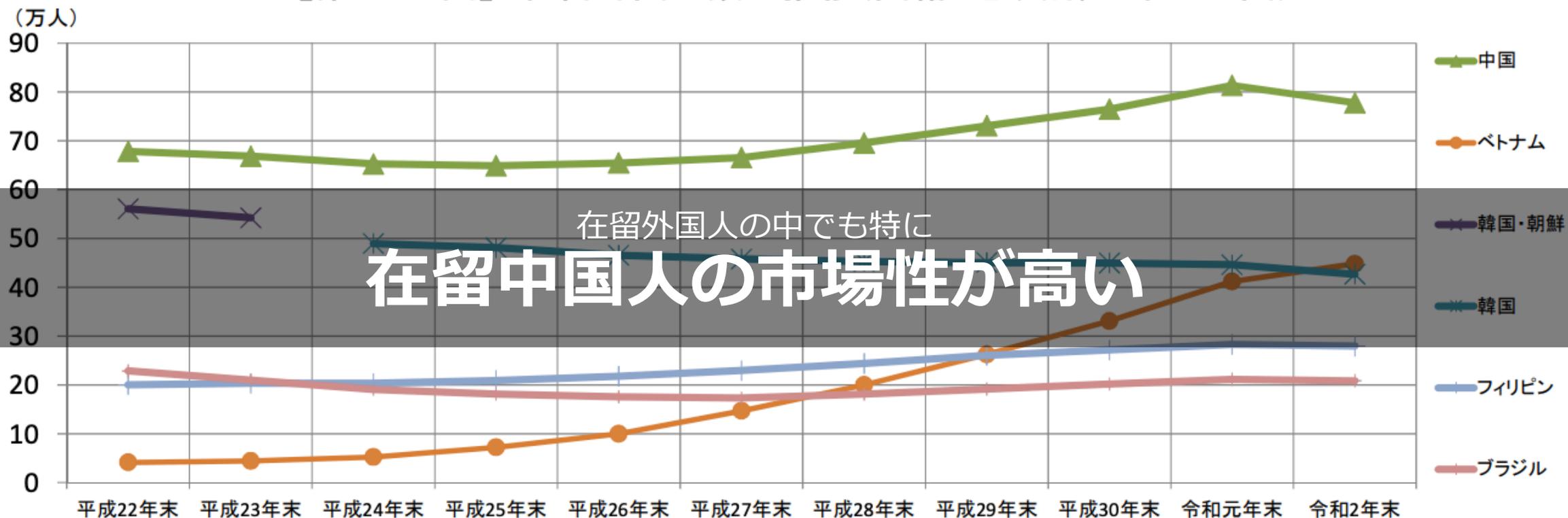
モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

【第1-2図】 在留外国人数の推移(国籍・地域別, 上位5か国)



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

在留中国人に特化した観光プランにすることで…

ウィズコロナ時代に
在留中国人が
観光プランを楽しむ

中国本土の人にも
話題が広がる

アフターコロナ時代に
訪日中国人が訪れる

アフターコロナ時代にも
持続的なプラン！！

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

日本はアフターコロナ時代に訪れたい国

世界 1 位



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

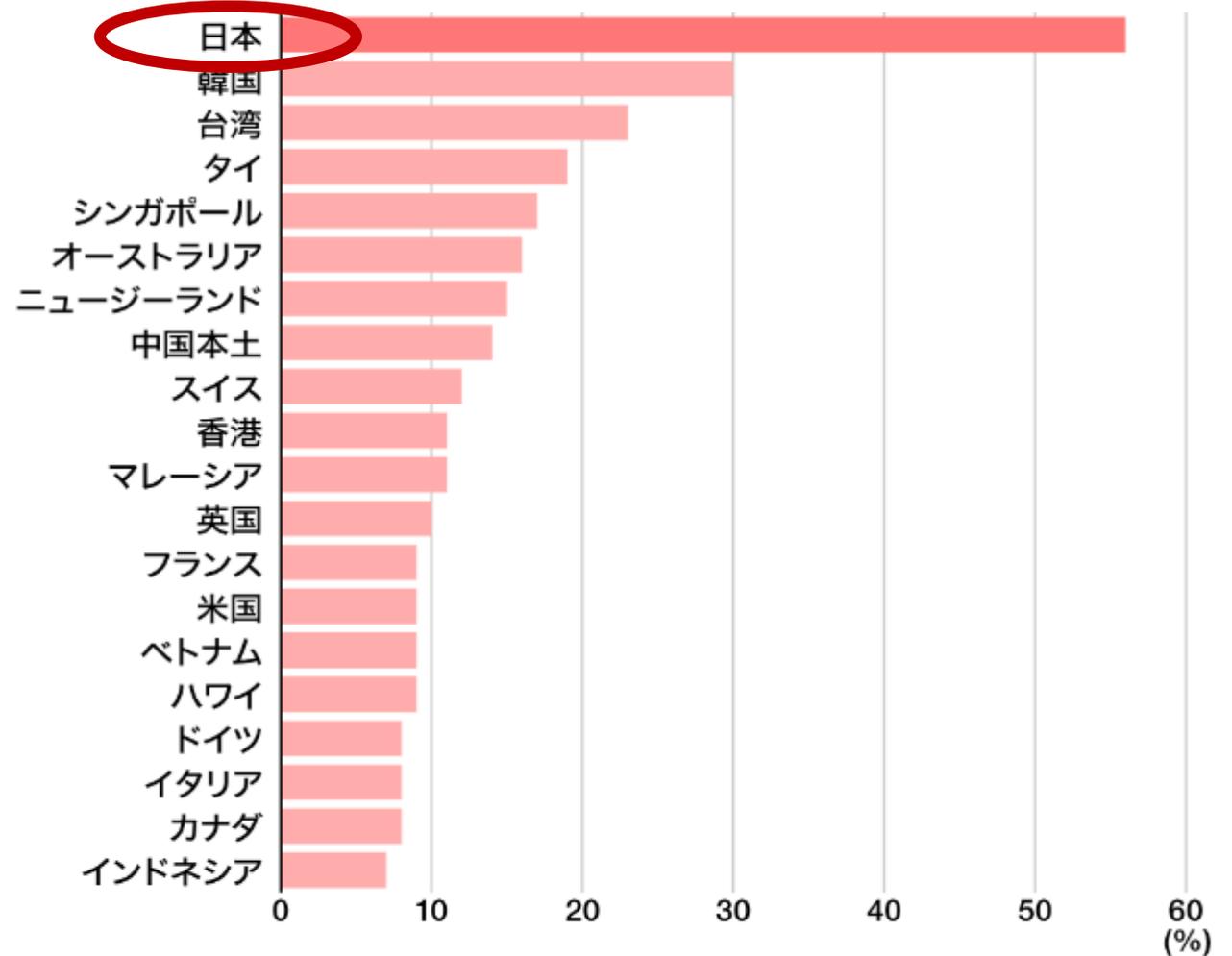
新規性

PR方法

経済効果

世界一の日本

新型コロナの流行終息後に観光旅行したい国・地域 (アジア居住者)



出所：訪日外国人旅行者の意向調査(日本政策投資銀行・日本交通公社) nippon.com

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

ウィズコロナとアフターコロナのどちらの
需要にもこたえられる観光プランこそが

ニューノーマル時代の 観光プラン！



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

新規性②

「色」をテーマにした 観光プラン

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

色がテーマの観光プランは先行事例が極めて少ない

色がテーマの観光プランの中でも、
ターゲットのニーズに色を見出している
観光プランは類例が存在しない

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

PR方法

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

(23歳留学生Eさん)



中国人留学生にヒアリング

友人から情報を聞いて旅行先を決めます

中国人は口コミを重視する

口コミが一番の情報源です



(21歳留学生Hさん)

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

今回使用するツールが...

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

WeChat(微信)



- 中国最大のメッセージアプリ
- ユーザー数は**11億2000万人**以上
- 中国本土だけでなく、在留中国人も使用
- 訪日中国人の旅マエ・旅ナカにおける**メイン情報収集ツール**

JTB訪日旅行重点15カ国調査2019より

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

The background features a light green gradient with a large, faint white WeChat logo consisting of two speech bubbles. The word 'Wechat' is written in a large, white, sans-serif font across the middle of the image.

今回使用する機能が…

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

①モーメンツ（朋友圈）

テキストや写真を、WeChat内で繋がる全ての利用者と共有することができる

特定の利用者と作成したグループを指定して送信することもできる

「いいね」やコメントができる

2021年に「#」機能が
新たに追加！！！！

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果



你红之旅

『# 你红之旅』で投稿！



11億2000万人の
口コミ市場でPR

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

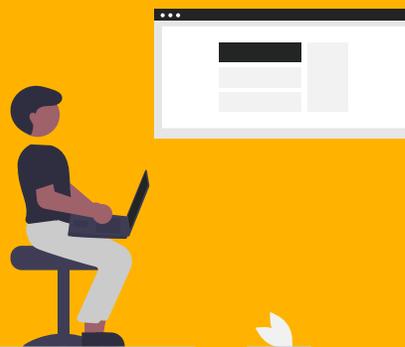
経済効果

②QRコード読み取り機能

QRコード読み
取り機能

Webサイトが
表示

モーメンツで
共有



定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

ダルマの底にプラン協力企業・団体のサイトのQRコードを貼る



読み取って、モーメンツで共有！！！！

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

経済効果

在留中国人18歳～27歳（東京・埼玉・茨木・群馬・長野・栃木在住）

→約10万人

（在留外国人統計（旧登録外国人統計）在留外国人統計 20-12-06-1 都道府県別 年齢・男女別 在留外国人（その1 中国）月次 2020年12月 | ファイル | 統計データを探す | 政府統計の総合窓口 stat.go.jp）

	日帰り来訪客想定数	1人あたりの観光消費額（円）	経済効果（円）
1年目	10,000人	15,800	158,000,000
2年目	15,000人	15,800	237,000,000
3年目	30,000人	15,800	474,000,000

約3倍！

約3倍！

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

アフターコロナにおけるWe Chat クチコミの影響

潜在観光客

約1,000万人

※#你红之旅がついた投稿を見たユーザーを全体の1%と仮定

見込み顧客

約10万人

※投稿を見たユーザーのうち、1%が日本に来ると仮定

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

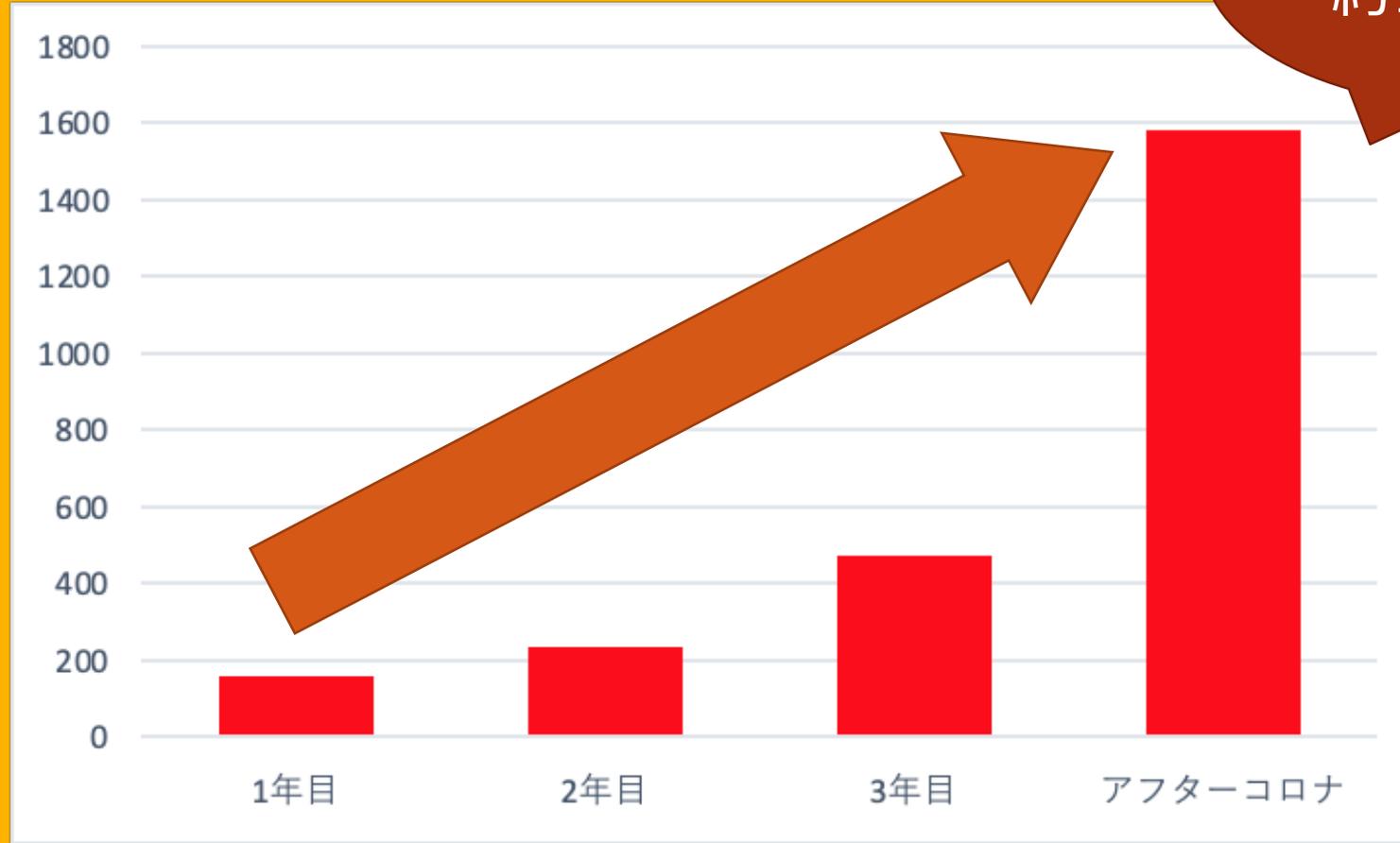
新規性

PR方法

経済効果

経済効果の推移

単位（十万人）



1年目の
約10倍に！

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果

まとめ

在留中国人のニーズ

在留中国人

赤

親孝行

着 巡 食 作

赤を感じる旅

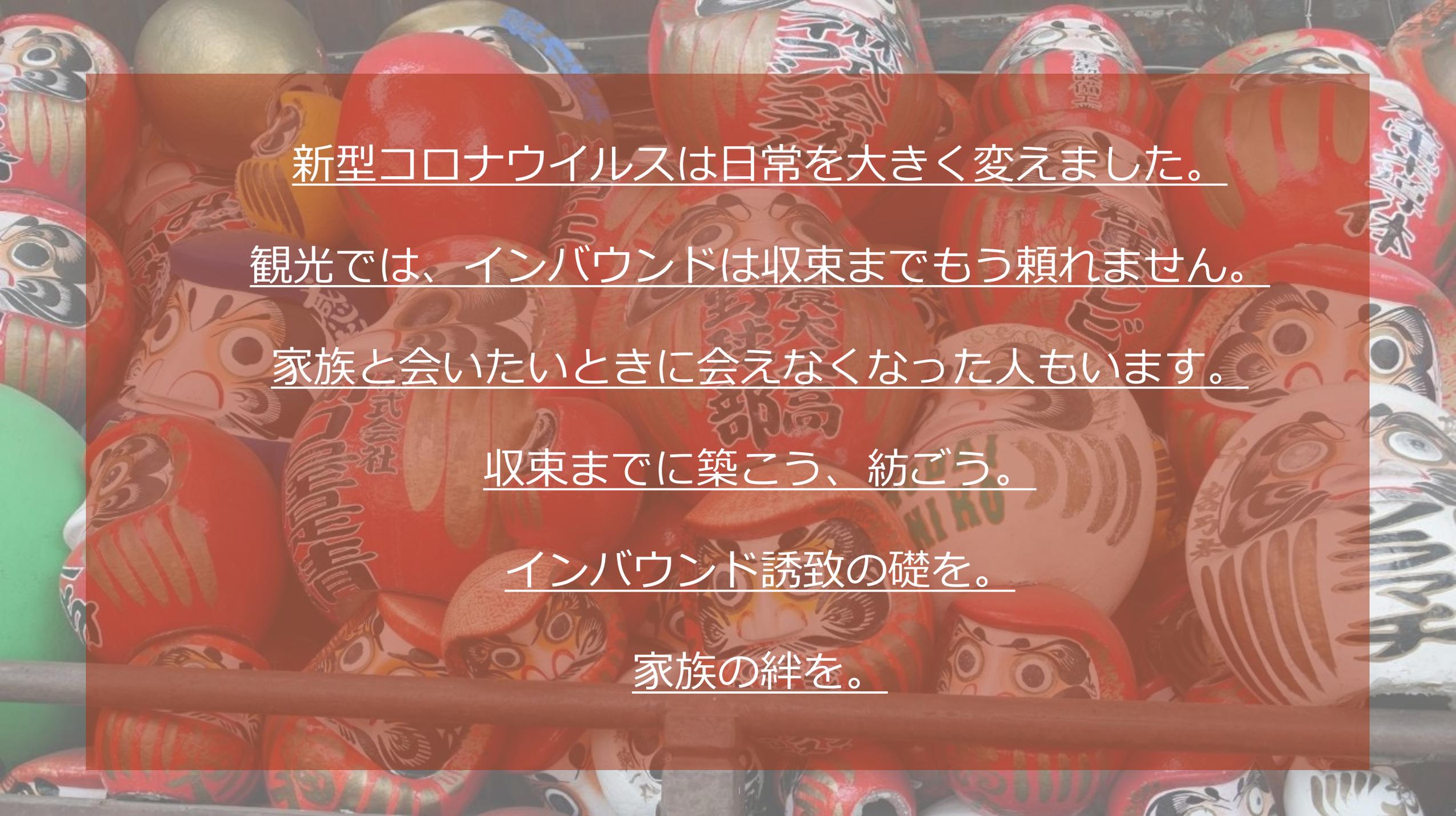
オンライン旅行

親孝行を行う

你红之旅

贈り物

アフターコロナ時代に親子で再来



新型コロナウイルスは日常を大きく変えました。

観光では、インバウンドは収束までもう頼りません。

家族と会いたいときに会えなくなった人もいます。

収束までに築こう、紡ごう。

インバウンド誘致の礎を。

家族の絆を。

ニホン
你紅

あなたの
赤

日本

で 親孝行 しませんか？

ご協力いただいた皆様

- ・高崎観光協会様
- ・少林山 達磨寺様
- ・山右八幡宮様
- ・三原市漁業協同組合様
- ・深野衣裳店様
- ・富士市役所様
- ・富士商工会議所様
- ・高崎紅の会様
- ・ギョウホブラスター実行委員会様
- ・湯浅農園様
- ・株式会社ボンジョルノ様
- ・れっどぱーる様

ご協力ありがとうございました。

他

定義

ターゲットの
ニーズ分析

プラン概要

モデルプラン

新規性

PR方法

経済効果