

海外展開のススメ

海外挑戦編

動画で呼び込めインバウンド

国際センターとビジネス

政府の訪日客誘致政策や円安の進行、国際航空路線の拡大などを背景に、日本を訪れる外国人観光客は増加しています。こうしたインバウンド需要をいかに取り込むかは、地域や企業にとって重要な課題となっており、各地でさまざまな取り組みが進められています。今回は、県内の山間地域にある民泊の事例を紹介します。

若桜町にある民泊施設「泊まれるギャラリーはち」では近年、外国人観光客の姿が見られるようになったことから、外国語によるPR動画を制作しました。

特に、JR鳥取駅から

若桜鉄道を利用して訪れる旅そのものを大きな魅力として打ち出している

雪景色の中を女性2人が民泊へ向かう様子を描いた、旅情あふれる内容となっています。地域の雰囲気や体験価値が視覚的に分かりやすく伝わってきます。

この動画をYouTubeやInstagramで2月に公開したところ、公開後まもなくアメリカやタイなどの海外から

ら宿泊予約が入るといった具体的な成果が表れています。

「写真撮影が趣味で、日本ならではの鉄道や神社を撮影するのが楽しみです」といったコメントも寄せられ、動画を通じて民泊施設への来訪意欲が喚起されていることがうかがえます。

SNSの普及により、国境を越えて地元の魅力を発信できる環境が整っているといえるでしょう。

人が情報を受け取る際の影響度については「メディアンの法則」が知られています。これによると、視覚情報が55%、聴覚情報が38%、言語情報が

は7%にとどまるとされており、文章だけでなく映像や音声を組み合わせた発信の重要性が示されています。

動画を活用することで、より効果的に商品やサービスの魅力を伝えることが可能になります。「百聞は一見に如かず」と言われるように、動画は海外市場への有効なアプローチ手段です。

当センターでは、外国語による動画制作費を対象とした助成制度（補助率1/2、補助上限額20万円）を設けてい

「泊まれるギャラリーはち」を紹介する動画の一場面



ます。本制度を活用し、動画を通じた海外展開に取り組んでみては、いかがでしょうか。