

地域連携部のご紹介 ーインバウンド誘客支援ー





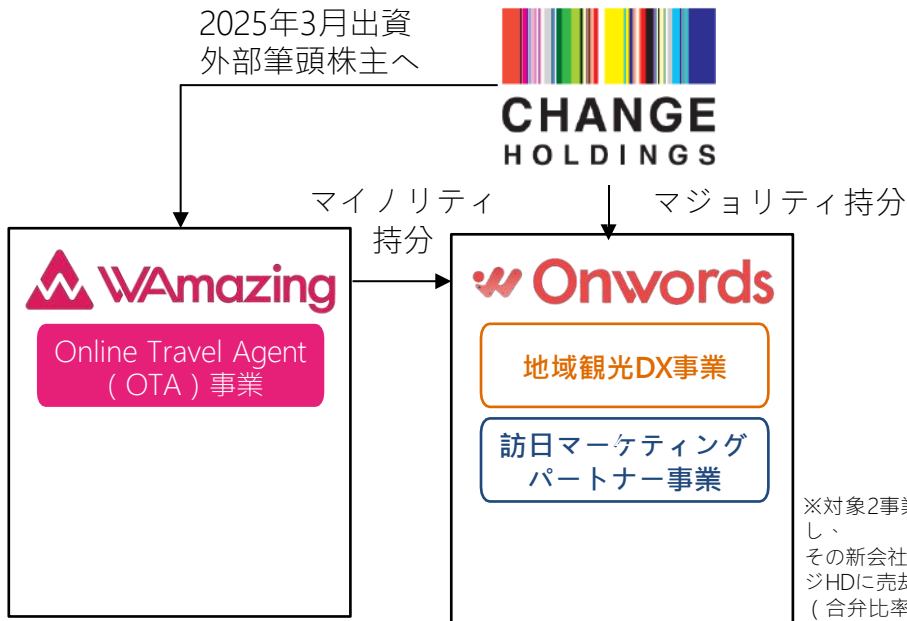
会社概要 / 事業紹介

～自治体・地域企業のパートナーとして、持続可能な観光モデルを共創～
インバウンドのWAmazingと地方創生のチェンジホールディングスがタッグを組み、
2025年8月1日、新会社設立で日本の観光を次のステージへ。

2025年7月31日まで



2025年8月1日以降



WAmazing株式会社2025年8月1日リリース資料より抜粋

グループ資産を活かし、ヒトとカネの循環による地域経済の活性化を図る
特に成長が期待されるインバウンド領域の取組を強化

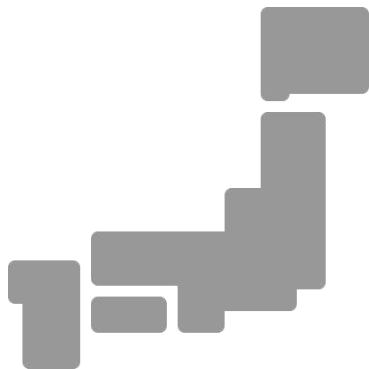


※1：グリヴィティは2025/4/1にトラストバンクのSCM（サプライチェーン・マネジメント）事業を分社化し、当社の子会社として設立
 ※2：複数の観光事業を運営し、インバウンドマーケティングノウハウを有するWAmazing社と合弁会社を設立準備中

株式会社チェンジホールディングス
 中期経営計画Digitize & Digitalize Japan(Phase 3)（2026年3月期-2028年3月期）より抜粋

インバウンド特化プラットフォームとして独自のOTA事業に取り組むWAmazingと引き続き連携し、事業間のシナジー効果創出により成長を加速させていく

地域観光DX事業



受託案件増
≒品揃え増
≒利用者増

販売までを
一気通貫で
できる優位性

【財源・顧客】行政（国・自治体・観光協会等）
該当地域の観光事業者

【サービス】インバウンド誘客のための調査・戦略策定から、商品開発、販売整備、デジタルマーケティングまで一気通貫で支援

OTA事業



会員基盤

【顧客】主に中小・個人の観光事業者（スキー場・宿・アクティビティ事業者等）

【サービス】インバウンド向け旅行ECや免税ECを自社で構築し、インバウンドと観光事業者をマッチング

会員増
≒提供価値増

会員メリット
≒リテンション

訪日マーケティングパートナー事業



【顧客】インバウンドに注力する企業

【サービス】当社会員データ（購買・行動）を活用し、定量調査、商品サンプリング、プロモーション（SIMユーザー向け広告、記事タイアップ、メール広告等）、CRMサービス

チェンジHD、訪日外国人向け観光業支援の新会社 旅行業データ活用

ふるさと納税仲介サイトなどを手がけるチェンジホールディングス (HD) は自治体や企業を対象に、インバウンド (訪日外国人) 向け観光のデジタルトランスフォーメーション (DX) を支援する新会社を1日に設立する。SNSの運用や商品などの設計を手掛ける。地方の観光需要を取り込み、収益源の拡大につなげる。

インバウンド向け観光事業のWAmazing (ワメイジング、東京・台東) から譲り受けた事業の一部を、新たに設立するOnwords (オンワーズ、東京・港) に移管する。新会社にはチェンジHDとワメイジングが共同出資する。出資比率は非公開。

自治体や企業向けにSNSの運用や商品などを支援する。ワメイジングがインバウンド向けに展開するオンライン旅行会社で蓄積した会員データを活用する。

チェンジHDはふるさと納税仲介サイト「ふるさとチョイス」などを運営している。自治体や地方の地場産業との協業で培った人脈やノウハウを新たな事業にも生かす。

日本経済新聞 (2025年8月1日)

チェンジ社、WAmazing (ワメイジング) から2事業を譲受、インバウンド事業に特化した新会社を設立

2025年08月01日 #DX #地方創生 #経営戦略、事業計画 #訪日インバウンド

X Post おすすめ In Share

メールに転送 このページを印刷

DXと地方創生を推進するチェンジホールディングス社は、訪日外国人向けプロモーション、コンサルティングに特化した新会社「Onwords」を設立した。Onwordsは、インバウンド事業を展開するWAmazing (ワメイジング) 社から「地域観光DX事業」および「訪日マーケティングパートナー事業」の2事業を譲受し、行政および企業向けのサービスを展開していく。



**CHANGE
HOLDINGS**

Onwordsは、WAmazingの取存契約やプロジェクトを包括的に継承し、人材も引き継ぐ。また、WAmazingが運営するOTA事業と連携し、旅行者の購買・行動データを活用して高度なマーケティング提案やプロモーション支援を提供できる体制を整える。

今後、地域観光DX事業では、WAmazingが増ってきた行政支援ノウハウや会員基盤を活かし、地域向けに「調査・戦略策定」から「商品造成」「受入環境整備」「情報発信・販促」までを一気通貫で支援する。

訪日マーケティングパートナー事業では、台湾、香港、中国、東南アジアなどからの訪日旅行者に関する購買データ・行動データを活用し、企業のインバウンド戦略をタビマエからタビアトまで統合的に支援する。

新会社ではWAmazingも出資し、資本の一部を保有する。経営体制では、チェンジホールディングスから2名、WAmazingから2名の取締役を派遣する。代表取締役社長は成澤豪氏、取締役副社長に加藤史子氏が就任する。

なお、チェンジホールディングスは、2025年3月末にWAmazingの外部筆頭株主となっていた。

トラベルボイス (2025年8月1日)

会社名	株式会社Onwords
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 地域観光DX事業 <ul style="list-style-type: none"> ・自治体、観光協会、DMOに向けたインバウンドに特化した観光コンサルティング事業を展開 ・調査、商品開発、販売整備、情報発信などをワンストップで提供 ▶ 訪日マーケティングパートナー事業 <ul style="list-style-type: none"> ・国内企業向けにインバウンドの送客支援やコンサルティング事業を展開 ・訪日OTAの利用者データや会員基盤を活用したマーケティング支援を行う
創業	2025年8月1日
所在地	本社：東京都港区虎ノ門3-17-1 TOKYU REIT 虎ノ門ビルG階
代表者	成澤豪
資本金	1,000万円
役員	代表取締役社長 成澤豪 取締役副社長 加藤史子 取締役 竹原淳 取締役 青木理恵 監査役 足達貴己
従業員数	57名 (2025年8月1日時点)



代表取締役社長
成澤豪

(株)リクルートスタッフィングに新卒入社し、営業や新規事業開発に従事。その後、オーストラリアのThe University of Western Australia MBA専攻修士課程卒業。日本に帰国後、チェンジHDへ入社し、新規事業開発や投資事業などに携わる。現在は、約200件の自治体公式観光サイトを制作・運用しているトラベルジップやチェンジグループ全体の観光DX領域の責任者として、観光事業に携わる。
 ・(株)チェンジホールディングス執行役員

・(株)トラベルジップ取締役
 ・東光コンピュータ・サービス(株)社外取締役



取締役副社長
加藤 史子

慶応義塾大学環境情報学部(SFC)卒業後、1998年に(株)リクルート入社。「じゃらんnet」の立ち上げ、「ホットペッパーグルメ」の立ち上げなど、主にネットの新規事業開発を担当した後、観光による地域活性を行う「じゃらんリサーチセンター」に異動。スノーレジャーの再興をめざし「雪マジ!19」を立ち上げ。国・県の観光関連有識者委員や、執筆・講演・研究活動を行ってきたが、「もう1度、本気のスケラブルな事業で、日本の地域と観光産業に貢献する!」を目的に、2016年7月、WAmazing株式会社を創業。2025年8月1日、株式会社Onwordsの取締役副社長に就任。

Onwordsに所属する**観光のプロフェッショナル**が、
豊富なデータと専門家の知見を融合し、
お客様の課題に合わせた**実効性の高いソリューション**を提供します。

地域観光DX事業

自治体・DMO・観光協会 など、

訪日インバウンドに関する観光関連の事業の支援実績が**350件以上**。

調査・分析から戦略設計、受入環境整備、観光商品の造成や磨き込み、販売整備やプロモーション、SNSなどの情報発信まで一括してご支援可能です。

訪日マーケティングパートナー事業

国内の民間企業 向けに、

訪日インバウンド集客の様々なノウハウとデータを活用して、調査・分析から戦略設計、各プロモーション、SNS運用などのワンストップでご支援可能です。

2025年の訪日外国人客数は、過去最高を記録した2024年を超えて、
前年比**108.9%**の**4020万人**と推計。

——市場成長の波にどう乗るか。

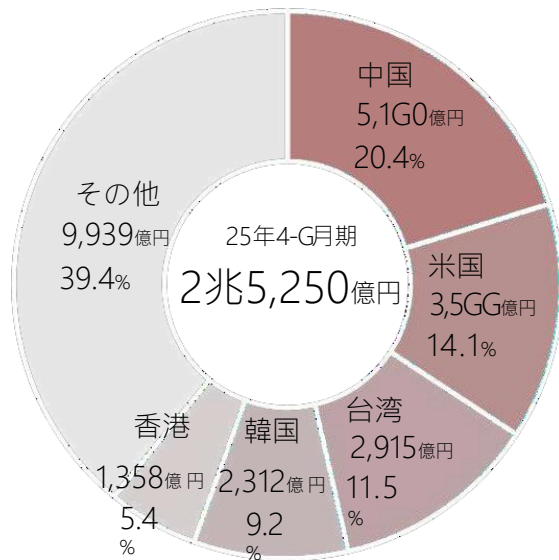
訪日外国人旅行者数

(単位：万人)



出典：日本政府観光局（JNTO）、観光庁「インバウンド消費動向調査」2024年暦年
出典：株式会社JTB 2025年（1月～12月）の旅行動向見通し

訪日外国人旅行消費額



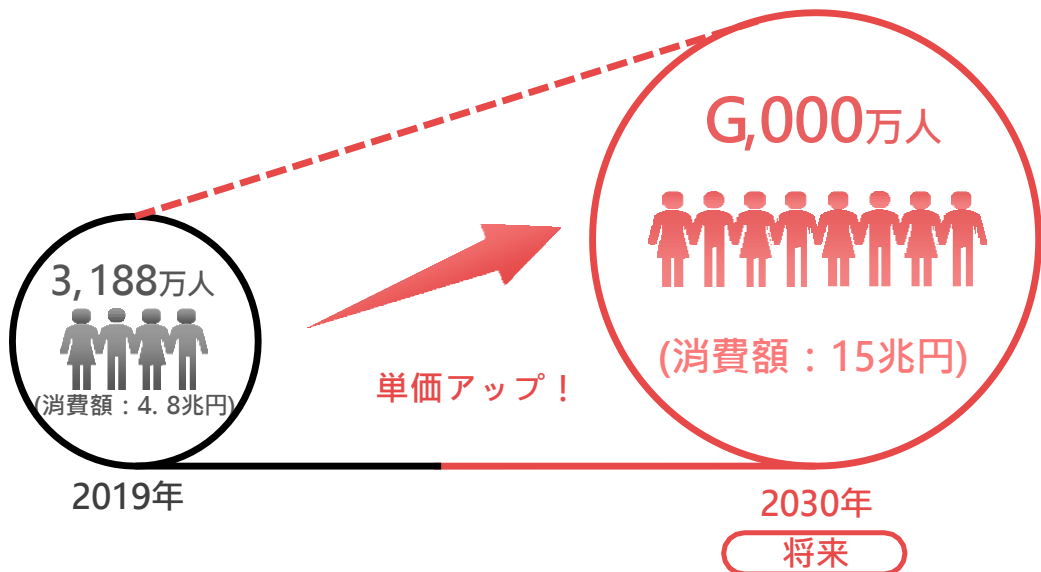
出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」2025年4-G月期の調査結果(1次速報)の概要

2030年には客数・消費額共に現在の2倍近くの目標が掲げられるほどの期待

インバウンド受け入れは国策として重要視



インバウンド市場規模の予測



A scenic view of a city at dusk. The sky is a mix of deep blue and soft orange. In the foreground, there are dark, silhouetted trees. In the middle ground, a city with many buildings is visible. In the background, there are mountains. On the right side, a traditional Japanese pagoda with multiple tiers and a spire is illuminated from within, casting a warm glow. A diagonal line divides the image from the top right towards the bottom left.

地域連携部が提供する
ソリューション



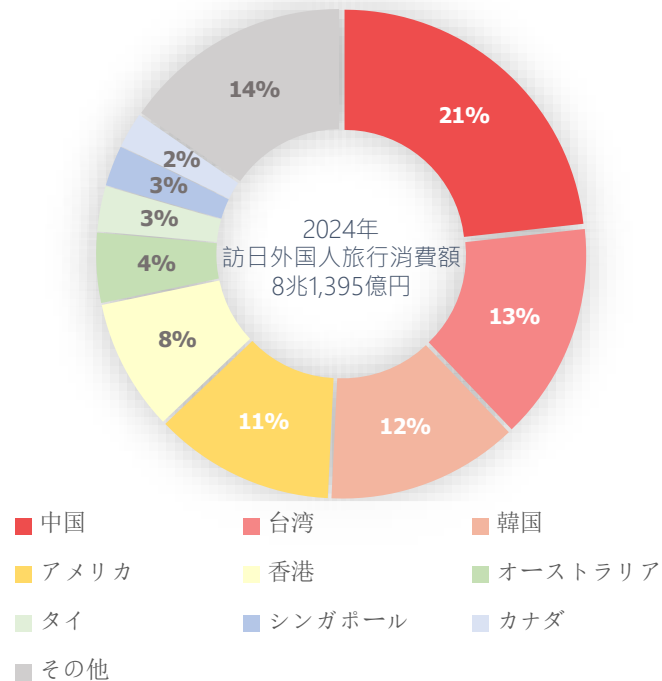
2030年目標
年間訪日外国人 6000万人



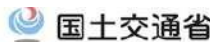
2030年目標
数年間旅行消費額 15兆円

参考：観光庁インバウンド消費動向調査2024年暦年調査結果概要

国籍・地域別訪日外国人旅行消費額の構成比



(参考)観光立国推進基本計画(第4次)概要 ～持続可能な形で観光立国の復活に向けて～



- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱、地域活性化の切り札**。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、我が国の観光を持続可能な形で復活させる。
- 大阪・関西万博も開催される**2025年**に向け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」に戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

計画期間：
令和5～7年度
(2023～2025年度)

基本的な方針

持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光振興が**地域社会・経済に好循環**を生む仕組みづくりを推進する
- 観光産業の**収益力・生産性**を向上させ、従事者の**待遇改善**にもつなげる
(「稼げる産業・稼げる地域」)
- **地域住民の理解**も得ながら、地域の**自然、文化の保全と観光を両立**させる
(「住んでよし、訪れてよし」)



インバウンド回復戦略

- 消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する
- 消費額拡大・地方誘客促進を重視する
- アウトバウンド復活との相乗効果を目指す

国内交流拡大戦略

- 国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す
- 旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる**新たな交流需要の開拓**を図る

目標

■ 早期達成を目指す目標：インバウンド消費5兆円、国内旅行消費20兆円

■ 2025年目標 (質の向上を強調し、人数に依存しない指標を中心に設定)

持続可能な観光地域づくり	地域づくりの体制整備	① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】	100地域
	インバウンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価【新】	20万円/人
		③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数【新】	2泊
		④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準超え
国内交流拡大	⑤ 日本人の海外旅行者数	アジア最大・3割以上	
	⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上	
	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2億人泊	
	⑧ 国内旅行消費額	2.2兆円	

主な施策

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等
- コン텐츠整備、受入環境整備
- 国内需要喚起
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- ワークーション、第2のふるさとづくり
- アウトバウンド・国際相互交流の促進
- 国内旅行需要の平準化

目指す2025年の姿

- 活力に満ちた**地域社会**の実現に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が全国各地で進められ、**観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の**先進地**としても注目されている

第5次基本計画 令和8～12年
(2026～2030年) (案)

訪日外国人旅行者数

6,000万人※

訪日外国人旅行消費額

15兆円※

訪日外国人旅行消費単価

25万円

訪日外国人旅行者
1人当たり地方部宿泊数

2.17泊

※「明日の日本を支える観光ビジョン」(2016年決定)の2030年目標

政府が唱える観光立国に向けた方針

持続可能な観光 地域づくり

- ・ 観光振興が**地域社会・経済に好循環**を生む仕組みづくり
- ・ 観光産業の**収益力・生産性を向上**させ、**従事者の待遇改善**
- ・ **地域住民の理解**も得ながら、地域の**自然・文化の保全と観光を両立**

インバウンド 回復

- ・ **消費額拡大・地方誘客促進**を重視
- ・ **消費額5兆円の早期達成**に向けた施策
- ・ アウトバウンドの復活との相乗効果

国内交流 拡大

- ・ 国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す
- ・ 新たな交流需要の開拓
(旅行需要平準化・関係人口拡大)

※観光立国推進基本計画(第4次)を引用。計画期間は令和5~7年度。

地域が直面する課題例

質向上の取組

地方観光地における訪日外国人旅行者に向けた**体験の磨き上げ**や**受入環境整備**がまだ充分に対応できていない

知識・スキル不足

観光産業の販売促進するにもオンライン販売・誘客に関する**マーケティングのノウハウが不足**

ターゲットの不在

地方誘客に向けて**ターゲットのペルソナ像**や**地域の認知・魅力度・アクセス性等を意識**した戦略が立てられていない

① 地方観光地の事業者支援実績が多数

日本各地で350を超える事業者伴走経験がある当社は、調査・戦略策定からプロモーションに至る多様な経験に基づくノウハウを生かして、訪日旅行者の受入プロデュースを行います。



② 外国籍スタッフによるインバウンド視点

従業員の約30%*が外国籍メンバーです。
外国籍人材だからこそその訪日旅行者視点を活かした、ターゲット選定からコンテンツ造成、プロモーションまで可能です。



③ 地域課題に対応した豊富なソリューションとパートナー連携

自社サービスに加えて、旅行業界で様々な領域で活躍する企業とのパートナーシップや連携実績から、多様な地域課題に対応するご提案や納品ディレクションが可能です。



* : WAmazing株式会社含む



インバウンド対応
支援メニュー

当社では、**インバウンド事業の調査・戦略策定から情報発信・プロモーション**にいたるまで、ワンストップでのサービス提供が可能です。貴自治体・団体のニーズに応じてご相談ください。



調査・戦略策定

- WAmazing会員基盤等を活用した定量・定性調査
- 調査結果をもとにした戦略策定



コンテンツ開発

- “売れる”商品造成
- 外国籍スタッフ・各種専門家派遣
- モニターツアーによる実証調査



受入環境整備

- 多言語ツール制作
- グーグルマップ等口コミサイト対応支援
- ガイド育成支援
- 食の多様性への対応支援



販売整備

- 国内・海外OTAの促進セミナー及び登録支援
- OTAの選定・登録・販促施策
- 旅行代理店向け販路整備



情報発信・プロモーション

- メディア記事作成
- インフルエンサーによる情報発信
- SNS運用代行
- FAMツアー等

アンケート (定量調査)

- 海外居住者のパネルを用いたWebの調査が可能
※WAmazing会員パネルを使った調査も対応可能
活用例) 認知×興味のギャップ調査、来訪者満足度調査など
- 仮説設計および調査票の設計から全面サポート

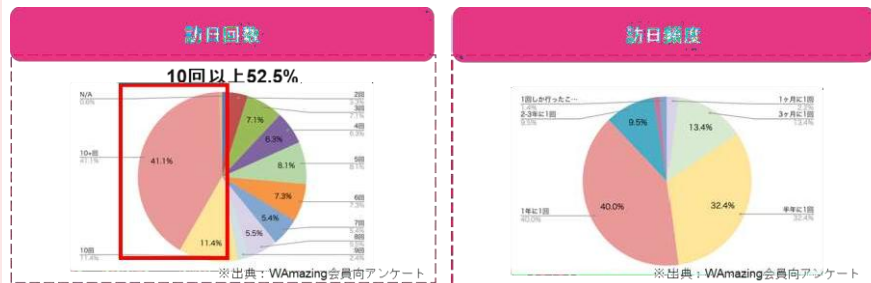
インタビュー (定性調査)

- ユーザーニーズの深堀り、仮説の検証など
グループインタビュー (複数人) やデプスインタビュー (1対1)
活用例) 定性調査で仮説立て → 定量調査で検証
- インフルエンサー・KOL (Key Opinion Leader) ・KOC (Key Opinion Consumer) への調査も可能

インバウンド戦略・アクションプランの策定

- 実行力の高い戦略・アクションプラン策定サポート
- 国・自治体の調査分析、委員会運営、合意形成など、
経験豊富なスタッフが専任で担当

WAmazing会員パネルの特徴



- WAmazingは8G万人超の会員を保有。
- そのうち、訪日10回以上の
ハードリピーター層が半数を占める。
- 訪日頻度も1年以内の再訪が85%以上と 訪日意欲が高い。

訪日ハードリピーター層に向けた、
観光商品の魅力度調査もおすすめ。

商品企画・開発支援

- 訪日外国人旅行者の視点での売れる商品 (着地型観光等) 造成
- 専門家監修によるお土産品開発
- ベジタリアン・ヴィーガンに対応したメニュー開発

※台湾のベジタリアン等比率は約14%にのぼる

(観光庁データ令和2年4月時点)



- コンテンツ開発例



コンテンツ磨き上げのためのツアー開催

- 在留外国人や日本人によるモニターツアーの実施と評価振り返り
※ターゲット属性に合わせた人選を実施。
- オフライン / オンラインFAMツアーの実施と評価振り返り toB
: 海外旅行代理店へアプローチ (販売契約サポートも可) toC
: 台湾、香港等から選択可能



外国籍スタッフによる各種サポート

- 中華圏の現地トレンド・ニーズに精通した外国籍スタッフが3割近く在籍 (WAmazing含む)
- 編集・ライティング・翻訳から、SNSマーケティング、プラン造成など、各分野のプロフェッショナルが担当

インバウンド対応 支援メニュー (受入環境整備)

訪日観光客の受入ツール整備

- 受入地域の負担軽減、観光客の満足度向上に繋がる受入ツールの制作 (多言語翻訳も含めて対応可能)

Google Map(ビジネスプロフィール)の整備支援

- 観光事業者のGoogle Map活用促進セミナーの実施
- Googleビジネスプロフィール (GBP) の登録支援 (伴走支援)

※トリップアドバイザーの支援も対応可能

訪日観光客向け観光ガイド育成

- 事業者・ガイド向け実地研修
- ガイドマニュアルの整備

体験案内ツールのイメージ



< 例：指差しツール >

- 飲食店やお土産ショップで活用できるコミュニケーションシートの作成。
※ご依頼に応じて、デザインや項目の追加が可能。

< 例：専用LP・音声ガイドツール >

- 造成コンテンツや周遊ルートなどを専用LPにまとめて掲載可能
- 専用LP内にバナーを貼り、各スポットのガイド音声流れるよう設計。

OTA (Online Travel Agent) での販路整備

- WAmazingのOTAをはじめ、各社OTAと連携した販路開拓及び登録支援の実施が可能
- 販売開始後の改善提案を含めた販促支援やプロモーションキャンペーン等の活用も可能

海外旅行会社向けの販売整備

- 商談会 (オンライン・オフライン) の開催
- ファムツアーの実施
 - ・ 現地旅行会社の招請・調整
 - ・ 各種手配、現地アテンド
- ツアー造成の協力交渉
 - ・ 海外旅行会社が主催するツアーへの組み込み交渉 など

WAmazing OTAでの掲載支援

▼免税ECサービス



▼体験予約サービス



※スノーリゾート商品 (リフト券等) の販売に特化したサービスも運営

各社OTAへの掲載支援



幅広いデジタルプロモーションに対応

- 在留外国人インフルエンサーとの連携
 - ・全国各地でタイアップの実績あり
 - ・PRの費用対効果も高い
 - ・企画段階からコーディネート可能 (モニターツアー招請やタイアップキャンペーンなど)
- 在留外国人コミュニティの活用
- SNS運用や広告運用の代行

▼インフルエンサーとの連携事例
「明太子小姐 (劉季茹) 氏」




WAmazingプラットフォームを活用した情報発信

- 訪日旅行者が利用する免税ECサービス等を活用して、旅マエ・旅ナカ・旅アトのプロモーション施策が可能
 - 会員向けメールマガジン
 - 公式SNS (Facebook、Instagram、WeChatなど)
 - WAmazingアプリ・各サービス (TOPページのバナー掲載など) ※掲載条件あり

WAmazing運営メディア



- 月間約220万PVの、SEO効果も高いメディアサイト (例：「長野スキー」で台湾google検索第1位など)
- 訪日特化で3,000本以上のオリジナル記事公開中 (弊社で企画・取材・撮影・翻訳まですべて実施)
- 最適なカテゴリに、希望テーマの特集ページを制作 (基礎知識、体験、グルメ、宿泊、買い物、交通など)
- 閲覧数上位の人気記事へのバナー掲載も可能

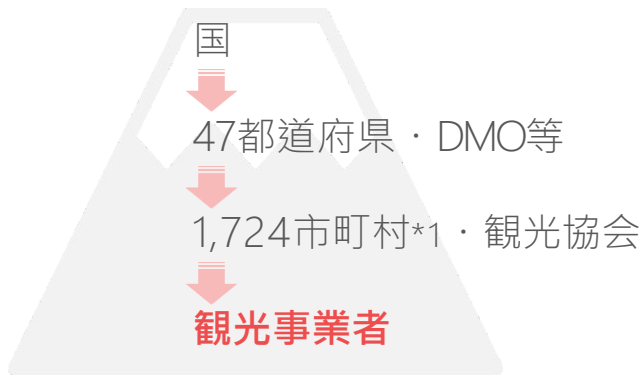


Onwordsの
自走化支援事業

なぜ、『自走化支援事業』が必要なのか？

地域の観光事業者が要

地域の観光産業の持続的成長には、各事業者の自立が不可欠。観光資源を最大限に活用し、地域経済を活性化するためには、事業者自身が競争力を持ち、収益を生み出せる体制の構築が重要。



補助金活用の限界

コロナ禍以降、各省庁から出ている補助金を活用してコンテンツ造成や各種インバウンド対策に取り組んできたが、年度事業のため一過性のもので終了し、翌年度以降の活用がストップしてしまうケースが問題となっている。



*1:e-Stat(<https://www.e-stat.go.jp/municipalities/number-of-municipalities>)2025/8/1時点

Onwordsの『自走化支援事業』とは？

観光事業者が外部の補助や支援に頼らずに持続可能な経営を実現し、
地域の消費額の向上に貢献できる状態を目指す取り組み。

事業者ごとの
課題に応じた支援



多年度での
計画・継続支援



造成から販売までの
PDCA支援



① 全方位型

② 造成メイン型

商品造成

- ▼インバウンド視点視察・専門家派遣
訪日旅行者目線や各分野の知見を持った人材を派遣し、商品造成に関する助言・提言
- ▼商品造成ワークショップ
商品造成の考え方を学び、事業者の造成の手助けとする
- ▼モニターツアー
造成した商品の検証を行い、磨き上げやオペレーション改善に繋げる

③ 受入整備メイン型

受入整備

- ▼受入ツール・多言語ツール
多言語メニューや体験説明シート等を整備
- ▼食の多様性セミナー
事業者へのOTA掲載の必要性を訴求する
- ▼訪日接客コミュニケーションセミナー
外国語が話せない方向けの接客の仕方を実践的に学んで体験満足度の向上に繋げる
- ▼GBP・TA等のクチコミサイト整備
特に飲食店等の集客ツールとして欠かせないGBP・TAの情報を整備

④ 販売整備メイン型

販売整備

- ▼OTA掲載サポート
事業者と密に連携しながらの商品入稿サポート
- ▼OTA促進セミナー開催
事業者へのOTA掲載の必要性を訴求
- ▼旅行会社等の販路開拓・ファムツアー
団体ツアーや個別手配をしている旅行会社に商品を紹介し販売に繋げる

⑤ プロモメイン型

プロモーション

- ▼インフルエンサー・メディアでの情報発信
招請・取材調整・情報発信のディレクション
- ▼オンライン広告・LP制作
SNS等での広告配信（バナー制作含む）
- ▼現地イベント
旅行博、旅行会社等の現地店舗を活用したプロモーション企画やサイネージなどでの広告配信
- ▼SNS運用
SNS公式アカウントの運用

※その他、地域課題に対応したソリューションのご提供が可能です。ぜひ一度ご相談ください。

ああ

機運醸成（集合）から伴走（個別）まで
ワンストップでの支援を実施

フェーズ1

（集合）機運醸成セミナー
└ 有識者トーク・事例紹介、伴走支援募集案内

支援対象となる事業者を募り、事業者全体のボトムアップとともに、機運醸成を図る。

フェーズ2

（集合）ワークショップ
└ 全5回で各回専門講師派遣
└ 次年度の体験造成へ繋げる層の育成

支援事業者に対して具体的な伴走の開始。ワークショップでの基礎的な考え方のインプット。加えて、他の事業者との交流が生まれることも、集合研修の大きな役割。

フェーズ3

（個別）体験造成伴走支援
└ 高付加価値体験造成の個別伴走
└ 体験商品タリフの完成

ワークショップを通して得た知見をもとに実行に移すフェーズ。ここでの伴走が最重要ポイント。期日を切って進行し、第三者の目線が入ることで、意味のある商品造成に繋がる。

フェーズ4

（個別）受入環境整備
└ 多言語受け入れツール制作支援
└ 一次産業従事から店舗事業者まで

外国人旅行者の目線での受入環境整備は、事業者の受入負担を軽減することにもつながるため、要件定義からデザイン制作まで伴走担当者の支援のもとで対応する。

フェーズ5

（個別）販路構築支援
└ FAMトリップ・BtoBセールス実施
└ 販売チャネル選定・入稿

販路整備は、OTAのほか、海外旅行会社やランオペ等への営業活動も含めて支援が可能。

機運醸成（集合）から伴走（個別）まで
ワンストップでの支援を実施

フェーズ1 (集合) 機運醸成セミナー
└ 有識者トーク・事例紹介、伴走支援募集案内

フェーズ2 (集合) ワークショップ
└ 全5回で各回専門講師派遣
└ 次年度の体験造成へ繋げる層の育成

フェーズ3 (個別) 体験造成伴走支援
└ 高付加価値体験造成の個別伴走
└ 体験商品タリフの完成

フェーズ4 (個別) 受入環境整備
└ 多言語受け入れツール制作支援
└ 一次産業従事から店舗事業者まで

フェーズ5 (個別) 販路構築支援
└ FAMトリップ・BtoBセールス実施
└ 販売チャネル選定・入稿

各フェーズの詳細な仕様や注意点など、
より具体的な事業の内容や実績については
別途資料をご用意しておりますので、
お気軽にお問い合わせください。



インバウンド誘客に関するご相談はこちら

地域連携部 吉川真爾
shinji_yoshikawa@onwords.co.jp

(対応時間 : 平日10:00-17:00)