

令和3年度第1回ピースツーリズム推進懇談会

HIROSHIMA
PEACE TOURISM

令和3年（2021年）9月29日

目次

1 令和3年度の取組	3
2 インターネット調査の実施報告	7
ピースツーリズムに関する潜在来訪者の意識調査結果分析と提案 （広島大学平和センター 准教授 ファンデルドゥース瑠璃委員） 事務局による考察 質疑応答		
3 意見交換	14

(1) 情報発信の強化

- ⇒ Webサイトによる、モデル・ルート、スポット情報発信
- ⇒ ルートマップの配布
- ⇒ 情報提供の実施：国内ジャーナリスト研修「ヒロシマ講座」や広島市立大学「平和インターンシップ」
- ⇒ SNS参加型キャンペーンの実施：フォトコンテスト（P4）

(2) 市民・民間との協働体制の構築

- ⇒ 東京のWEB制作の専門学校とのコラボ企画：（P5）
平和に関わる観光事業者を紹介するページの制作

(3) 来訪者と市民が平和の思いを共有するための取組

- ⇒ 市民等との協働で制作するPR動画ワークショップの企画・実施（P6）
- ⇒ インターネット調査の実施・分析（P7～）

令和3年8月～11月

(1) 情報発信の強化

SNS参加型キャンペーン：わたしの「#ピース」探しフォトコンテストの実施

令和2年度、できるだけ多くの人に「ピースツーリズム」を知ってもらおうきっかけとして、試験的にSNSを活用したユーザー投稿型のフォトコンテストを実施し、約4,000件の応募があり、Webサイトへのアクセス数は約2.2倍に増加した。一定の認知度向上を図ることができたため、引き続き、多くの人に「平和」を考えるきっかけを提供するため実施。

今年度は、日英2か国語で募集することや、平和に関連するスポットの撮影地域を広島市内から広島広域都市圏内に拡大することにより、フォトコンテストの充実を図る。

- 応募期間： 令和3年8月6日から10月10日まで
- 応募テーマ： 「#ピーススポット」広域都市圏内の「平和」に関わるスポットの写真
「#ピースデイズ」普段の生活の中で心の平和を感じる写真
- 結果発表： 11月中旬予定



(上：募集サイトはこちら)

(左：フォトコンテストのイメージ画像)

(2) 市民・民間との協働体制の構築

東京のWEB制作の専門学校とのコラボ企画： 平和に関わる観光事業者を紹介するページの制作

令和3年4月～

令和2年度の民間事業者への調査をきっかけにコラボ企画が実現。首都圏の家族連れを新たなターゲットとして想定し、観光客目線でピースツーリズムを発信する試験的な試みとして、新しいページを制作中。WEB制作の専門学校の学生13名が作成した作品の中から優秀作品を選び、近日公開予定。



(3) 来訪者と市民が平和の思いを共有するための取組

○市民との協働で制作するPR映像（ワークショップの企画・実施等）

新しい試みとして、アフターコロナを見据え、広島の魅力を伝え、「平和」を身近に感じてもらえるようなピースツーリズムPR映像を制作する。PR映像は、WebサイトやSNS等の広報資料として活用する。

映像制作にあたり、県内の次世代を担う若い世代を対象とした「ピースツーリズムPR映像制作ワークショップ」を開催し、ワークショップの参加者から出たアイデアをもとに映像コンセプトを決定し、撮影する。同ワークショップの目的は、県内の若い世代が考える、固定観念にとらわれない「平和」について議論し、自由に表現をすること。

<ワークショップの概要>

- 開催日程 令和3年11月28日（日）、12月11日（土）、③12日（日）、25日（土）（全4回）
- 参加者 15名程度
- 目的 若い世代に訴求するピースツーリズムのPR動画のコンセプト作り
ピースツーリズムを担う人材の育成
- 講師 広島市立大学広島平和研究所 准教授 河兎珍氏・まなび工房 代表 堀江清二氏



（上：募集要項はこちら）

○インターネット調査の実施・分析（次項にて説明）

来訪者と市民が平和の思いを共有するための取組

(1) 背景

ピースツーリズム ≡ Webサイトやルートマップによるモデル・ルート等の情報発信

- ・ 平和記念公園外にある、被爆関連施設等をマップ上に表示し、スポット情報、ストーリーなどをWebサイトで発信しているが、サイトのアクセス数は伸び悩んでいる。

伸び悩みの原因・仮説

- ① 認知度が低い。
- ② ガイドブック・SNS等を利用して、観光情報を得ている。
- ③ 興味を持っているターゲット層が小さい。
- ④ モデル・ルートのアクセスの悪さ。(移動の不便さ)
- ⑤ スポットを周遊する動機付けが足りない。
- ⑥ 新しい情報がなかなか更新されないため、リピーターが少ない。

情報発信に係る課題



内容に係る課題

現状の把握が必要

ピースツーリズムへの興味・関心度など、来訪者の意識の実態を把握し、新たなコンテンツの造成や普及促進策の検討のための基礎資料を収集とすることを目的とした、インターネット調査を実施。

(2) 調査概要

参考資料4、5

ピースツーリズムに興味・関心がある層の特徴を探るとともに、平和関連施設やルート紹介等の情報発信に留まらず、どのようなコンテンツを提供すれば、多くの人々にピースツーリズムに関心を持ってもらえるかを検討するための基礎調査を実施した。

- 調査対象者： 全国（47都道府県）の20～79歳の男女
- 調査方法： インターネット調査
※回答者、(株)サーベイリサーチセンターのインターネットモニター
- 調査期間： 令和3年3月18日～3月24日
- 回答者数： 2,079名



(3) 調査項目

- (1) 宿泊を伴う国内観光旅行の志向、広島市への訪問経験 (Q 1～Q 7)
- (2) ピースツーリズムへの興味関心 (Q 8～Q 11)
- (3) 平和をテーマとしたツアーやイベントへの興味関心 (Q 12～Q 14)
- (4) 自由記述 (Q 15)

- Q 1. 次にあげるような国内観光旅行によく行きますか。よく行く旅行の目的をすべて選んでください。
(複数回答可)
- Q 2. 宿泊を伴う国内観光旅行に行く際は、どなたと一緒にいくことが多いですか。
- Q 3. 宿泊を伴う国内観光旅行の情報は、何を参考にしますか。(複数回答可)
- Q 4. インターネットで国内観光旅行の情報を収集する際に、何を参考にしますか。(複数回答可)
- Q 5. 宿泊を伴う観光旅行先として、広島市を訪れた経験がありますか。
- Q 6. 広島市を訪れた際に、行った場所(市外地域含む)をすべて選んでください。(複数回答可)
- Q 7. 広島市内の平和記念施設を訪れた方にお伺いします。これらの施設を訪問し、どのように感じましたか。
- Q 8. 「ピースツーリズム」を知っていますか。
- Q 9. 行ったことのある(ピースツーリズムの)ルートはどれですか。(訪問したスポットが含まれるルート)
- Q10. ピースツーリズムに参加したいと思いませんか。
- Q11. 「ピースツーリズム」について、あなたが感じたことをすべてお答えください。(複数回答可)
- Q12. 参加してみたいツアー(所要時間3時間程度)をすべて選んでください。(複数回答可)
- Q13. 参加してみたいツアー(所要時間1日)をすべて選んでください。(複数回答可)
- Q14. 参加してみたいイベントをすべて選んでください。(複数回答可)
- Q15. あなたが、誰かと一緒に、原爆ドームを見に行く機会があったら、どのように過ごしたいですか。
(自由回答)

(4) 調査結果の分析と提案

ピースツーリズムに関する潜在来訪者の意識調査結果分析と提案

(広島大学平和センター 准教授 ファンデルドゥース瑠璃委員)

参考資料6: ピースツーリズムに関する潜在来訪者の意識調査結果分析と提案

(5) 事務局による考察

ピースツーリズムに興味を持つ層の特徴：

深堀したい層（ピースツーリズムへの興味・関心に対し「関心がある」と回答した層）

- 20代などの比較的若い年齢層
 - ・ SNSを利用している。
 - ・ 自ら発信、共有したい。
 - ・ YouTubeなどの動画投稿サイトからも、観光情報を収集している。

行動的・能動的
知的な好奇心が高い

- 広島市訪問回数が2回以上（リピーター）

静かに考える機会

- 子どもや孫を連れた家族旅行
(小さな子どもではなく小学生高学年以上)

大切な人と語る機会

浮遊層（ピースツーリズムへの興味・関心に対し「どちらともいえない」と回答した層）

- 平和に関するイベント等に対して関心が低い
- 灯ろう流しのように気軽に参加できるもの

今後の活動を考える上で重要な点：

- (1) ターゲット別にニーズや情報収集をする媒体が違う
- 深堀したい層
 - 浮遊層

⇒ **ターゲットにあった、内容やプロモーション方法を検討する**

- (2) 深堀したい層がピースツーリズムに対して求めていること

- | | | |
|--------------------|---|--------------|
| ● 静かに戦争・歴史について考えたい | > | 戦争・歴史に学びたくない |
| ● 主体的に学ぶ・考える旅 | > | 説明や話を聞く（受動的） |
| ● 少人数 | > | 団体ツアー |
| ● 自分の興味に沿って散策 | > | ツアーのように巡る |

⇒ **深堀出来るコンテンツや主体的に参加できる仕掛けが必要**

- (3) 「平和（慰霊、鎮魂、学び）」× 「観光（楽しいこと）」に対する違和感
- 一見相容れない、多様なコンテンツがあることに戸惑っている
 - ピースツーリズムで楽しいんでよいのか？との思いを抱える人もいる

⇒ **ダークツーリズムではなく、ピースツーリズムとなるため
平和と観光を結び付ける仕掛けが必要**

インターネット調査等について 質疑応答

「持続可能なピースツーリズム」の実現に向けて

ピースツーリズム = 平和をテーマとした広島の**周遊促進**

参考資料7

- ターゲット別のニーズに沿ったコンテンツの開発・提供が重要。

ターゲット	深堀したい層	浮遊層など (平和に興味関心が低い層)
提供している コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> ● ルートマップ ● Web：モデル・ルート、スポットの情報発信 ● Web：イベント情報等 ● Web：民間事業者の平和にかかわる観光プログラムの紹介 	<ul style="list-style-type: none"> ● インスタグラムを活用したキャンペーン：私の「#ピース」探しフォトコンテスト
今後、 提供したい コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> ● 「平和」の深堀に対応するコンテンツ 	<ul style="list-style-type: none"> ● PR動画のSNS等での情報発信 ● <u>平和と観光を結び付ける仕掛け</u>
<ul style="list-style-type: none"> ● 周遊を促す仕掛け 		

(1) インターネット調査により、ピースツーリズムの推進・利用者増加には、『広島は過去と現在が共存する街』『被爆と復興を知るほどに平和の尊さと現在の広島の豊かさを享受できる街』というイメージを醸成する必要性が示唆されました。ピースツーリズムとして、「平和や豊かさに気づく」「感謝し、楽しむ」などという要素も必要だと考え、フォトコンテストなど新しい取組を行っています。

今後、更にプロモーションを強化するにあたって、ピースツーリズムでは、現在、そして未来へつなげるメッセージを発信していきたいと考えています。どのようなメッセージが有効だとお考えでしょうか。
(キーワードなど)

(2) 持続可能なピースツーリズムの実現に向けて、Webサイトやルートマップによるモデルルート等の情報発信に加え、平和をテーマとした広島の周遊促進として、どのような取組が望ましいとお考えでしょうか。(先行事例や手段など)

(3) その他