

**【持続可能性を核とした日本ならではの世界的価値の創出】  
「世界に一番近い未来都市はんなん」で体験する  
Co-ベネフィット型未来都市の実現に向けた観光コンテンツ造成事業  
事業報告書**

令和6年2月29日

国土交通省近畿運輸局

# 目次

本事業概要	P03
本事業の内容	P04
事業工程	P05
マーケティング調査	P6-10
地域資源の調査	P11-43
(1) 地域事業者への聞き取り調査	P11-15
(2) 地域資源調査会議 兼 第一回検討会	P16-28
(3) SNSでの情報収集やオープンデータの活用・分析	P29-32
(4) 誘客を見据えたネイティブへの定性調査	P33-43
観光コンテンツの造成・検討会の実施	P44-61
(1) コンテンツ造成	P44-45
(2) 検討会の実施	P46-61
商品化に向けたエージェントファムトリップ及びモニターツアー実施	P62-74
(1) エージェントファムトリップ	P62-65
(2) モニターツアー	P66-73
(3) アンケート調査の分析・課題点の整理	P74
受入環境及び交通アクセス整備	P75-79
(1) 受入のためのツール作成	P75
(2) コンテンツタリフ	P76-78
(3) 交通・アクセス手段の検討	P79
販売ルートの検討	P80-87
(1) 新たな販売網の構築及び販路の手法の検討	P80-81
(2) 情報発信	P82-87
事業成果／今後に向けて	P88
Appendix	P89-125
定量調査書報告書 ※別添	P89
定性調査報告書	P90-100
阪南市モニターツアー報告書	P101-125

# 本事業概要

## 地域の現状

- 世界的にサステナブルツーリズムに対するニーズが高まっている中で、阪南市は都市近郊の街でありながら里海や里山が存在する稀有な街であるが、少子高齢化による市税の減少や、高齢者の増加に伴う社会保障関連費用の増加等が予想され、将来的に「地域の豊かさ」や「にぎわいの創出の継続」が確保できない可能性がある。

## 課題

- 都市部や世界からの玄関口である「関西国際空港」から近いという“地の利”がありながらも、認知度不足等から、観光誘客に繋がっていない。
- ターゲットニーズを捉え、地域・事業者など受入側の自走化、継続した旅行商品を提供するための体制作りが必要。

## 本事業の目的

- 本事業では、阪南市にある海浜空間や農空間等の様々な地域資源を活かし、旅行者が地域への貢献を実感でき、観光と地域資源の保全を両立する高付加価値な観光コンテンツの造成を行い、観光客の消費額増加や満足度の向上を図りながら、課題の抽出や解決を図り、持続可能性の向上に資する好循環の仕組みづくりに寄与する旅行商品の造成を実施

# 本事業の内容

## (1) マーケティング調査(1回)

- ターゲット市場（台湾・中国・香港・日本）に向けたWEBアンケートを実施
- 各市場のサステナビリティに対する意識や、阪南市への来訪意向度、阪南市内の観光資源へのニーズ等を聴取

## (2) 地域資源の調査(4社各1回)

- 地域資源調査会議参加者である農業・漁業関係者、小売店や飲食店等の地域事業者に対し、阪南市のブルーカーボン・グリーンカーボンの推進及び地域資源の現況について意見聴取

## (3) 観光コンテンツの造成・検討会の実施(4商品開発・検討会3回)

- マーケティング調査、地域資源調査の結果をもとに地域ならではの「Co-ベネフィット型未来都市の実現」をテーマとした観光コンテンツの造成や販売体制構築、FAMツアー／モニターツアー実施で明らかになった課題解消のための改善策を検討

## (4) 商品化に向けたエージェンツファムトリップ及びモニターツアーの実施(各1回)

- 旅行会社、外国人専門家を対象としたエージェンツファムトリップ、ターゲット市場出身のモニターを対象としたモニターツアーを実施し、企画開発した体験コンテンツの訴求力及び受入環境を検証

## (5) 受入環境及び交通アクセス整備(コンテンツタリフ4種・MAP付ガイドツール1種2言語)

- 造成コンテンツの観光コンテンツ説明書（コンテンツタリフ）の整備を実施、関西空港からのアクセス詳細等の落とし込みを実施
- 阪南市内の観光MAP整備を行い、関西空港からのアクセス及び、造成コンテンツ、市内観光スポットのアクセス情報を掲載

## (6) 販売ルートの検討(OTA販売)

- エージェンツファムトリップを通じた旅行会社での販売促進
- 訪日旅行専門OTAでの造成コンテンツ販売整備

## (7) 定例報告(7-2月月次定例会議実施)

- 事業進捗共有や、各種すり合わせ・相談など円滑な事業進行を目的に、月1回以上定例報告会を実施

# 事業工程

- 本事業の工程を以下に示す。

	協議合意	①マーケティング調査	②地域資源の調査	③観光コンテンツの造成・検討会の実施	④エージェントファミ及びモニターツアー	⑤受入環境整備及び交通アクセス整備	⑥販売ルートの検討	
7月	月1回をペースとしつつ定例と報告会を設定	調査設計						
8月		実査	地域事業者 聞取調査	SNS 情報収集				
		集計・ 分析	地域資源 調査会議					
9月			ネイティブ 定性調査					
10月				1回目 検討会議	エージェント調 整・		プロモーションの実施	販売ルートの検討
11月				2回目 検討会議	モニター 募集			
12月					FAMツアー 実施	パンフ レット・ メニュー 作成		
					モニター ツアー			
1月				アンケート 集計	タリフ 作成			
2月				3回目 検討会議				
最終報告書作成								

# マーケティング調査

## 調査の目的

- ターゲット層を、オープンデータや阪南市の立地等を踏まえて事前設定したうえで、対象市場（台湾・中国・香港・日本）に向けたWEBアンケートを実施。
- 各市場のサステナビリティに対しての意識や、阪南市への来訪意向度、阪南市内の観光資源へのニーズ等を聴取。結果を踏まえて、体験コンテンツ造成やモニターツアー等の後続施策及び今後の戦略策定に活かす。

## 調査概要

- 対象市場ごとに調査パネルを集め、WEBアンケートを実施。

### 外国人調査

- 対象者：
  - 中国・台湾・香港ご出身の方
  - 過去6年以内に個人旅行での訪日経験が2回以上ある方
  - 20～59歳男女
- サンプル数：375サンプル
  - 内訳：台湾122／香港123／中国130
- 調査期間：2023年8月18日～8月29日
- 設問数：22問（スクリーニング11問含む）

### 日本人調査

- 対象者：
  - 大阪府在住
  - 20～59歳男女
- サンプル数：154サンプル
- 調査期間：2023年8月4日～8月17日
- 設問数：17問（スクリーニング6問含む）

## 調査における聴取項目

- 外国人・日本人ともに聴取する共通設問をベースとしながら、外国人調査の対象者を抽出するためのスクリーニング設問を追加設定。

### 外国人調査

#### ▶スクリーニング

- 1.性別
- 2.年齢
- 3.訪日旅行回数
- 4.訪日旅行時期
- 5.同行者
- 6.訪問エリア
- 7.宿泊エリア
- 8.入国した空港・港湾
- 9.出国した空港・港湾
- 10.旅行タイプ
- 11.可処分所得

### 外国人調査

#### ▶スクリーニング

- 1.性別
- 2.年齢
- 3.居住地
- 4.日帰り旅行エリア
- 5.同行者
- 6.可処分所得

#### ▶本調査

- 1.タビマエの旅程確定度合い
- 2.旅（海外・国内問わず）の目的
- 3.訪日旅行の目的
- 4.旅先で興味関心があるテーマ
- 5.旅行をする際に重視する点
- 6.阪南市来訪意向（資源提示前）
- 7.阪南市観光資源興味度（10資源）
- 8.阪南市来訪意向（資源提示後）
- 9.阪南市への希望同行者
- 10.阪南市滞在希望期間
- 11.サステナブル意識

#### ▶本調査

- 1.旅の目的
- 2.旅先で興味関心があるテーマ
- 3.旅行をする際に重視する点
- 4.阪南市認知・来訪経験
- 5.阪南市来訪意向（資源提示前）
- 6.阪南市観光資源認知度（10資源）
- 7.阪南市観光資源興味度（10資源）
- 8.阪南市来訪意向（資源提示後）
- 9.阪南市への希望同行者
- 10.阪南市滞在希望期間
- 11.サステナブル意識

## 調査結果サマリ①

### 外国人と日本人の日常におけるサステナブル意識

- 外国人と日本人で比較すると、外国人の方がサステナブル意識が高い。
- 外国人調査を市場別に見ると、台湾は「エコやSDGsにつながるライフスタイルに関心がある・取り入れている」が4割で最も高く、香港は若干割合は低いものの台湾と同じ傾向。中国は「持続可能な観光への理解や意識している・実践している」レベルの方が37%で最も高い。
- 阪南市来訪意向別に見ると、「非常に行きたい」人は「持続可能な観光への理解や意識している・実践している」が4割を占め、旅先での貢献に意欲が高い傾向。

#### ●設問：

持続可能な社会や観光についてどのようなことに関心があったり活動に参加したりしていますか？

[%047]

#### 外国人調査

		全体	環境問題や持続可能な社会や観光について知らない	環境問題について知っていることがある・関心がある	エコやSDGsにつながるライフスタイルに関心がある・取り入れている	カーボンオフセットへの活動やサービスを購入している	持続可能な観光への理解や意識している・実践している
全体		375	4.0	23.7	33.3	13.6	25.3
国別	台湾 (n=122)	122	1.6	27.0	39.3	9.0	23.0
	香港 (n=123)	123	8.1	27.6	32.5	16.3	15.4
	中国 (n=130)	130	2.3	16.9	28.5	15.4	36.9
性別	男性	174	4.0	21.8	33.9	12.6	27.6
	女性	201	4.0	25.4	32.8	14.4	23.4
年代別	20代	72	5.6	23.6	33.3	15.3	22.2
	30代	129	3.9	26.4	27.1	15.5	27.1
	40代	141	3.5	19.1	40.4	10.6	26.2
	50代	33	3.0	33.3	27.3	15.2	21.2
	30代以下・計	201	4.5	25.4	29.4	15.4	25.4
	40代以上・計	174	3.4	21.8	37.9	11.5	25.3

[%037]

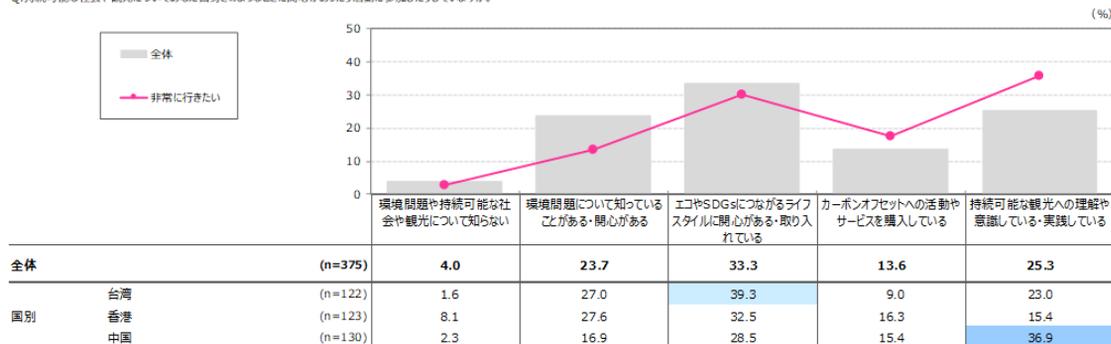
#### 日本人調査

		全体	環境問題や持続可能な社会や観光について知らない	環境問題について知っていることがある・関心がある	エコやSDGsにつながるライフスタイルに関心がある・取り入れている	カーボンオフセットへの活動やサービスを購入している	持続可能な観光への理解や意識している・実践している
全体		154	27.3	21.4	18.8	9.7	22.7
性別	男性	77	31.2	20.8	18.2	6.5	23.4
	女性	77	23.4	22.1	19.5	13.0	22.1
年代別	20代	41	17.1	19.5	14.6	9.8	39.0
	30代	36	36.1	13.9	13.9	16.7	19.4
	40代	38	23.7	21.1	34.2	5.3	15.8
	50代	39	33.3	30.8	12.8	7.7	15.4
	30代以下・計	77	26.0	16.9	14.3	13.0	29.9
	40代以上・計	77	28.6	26.0	23.4	6.5	15.6

#### 外国人調査

#### ■サステナブル意識 (全体/単一回答)

Q. 持続可能な社会や観光についてあなた自身のように関心があったり活動に参加したりしていますか。



## 調査結果サマリ②

### 阪南市の旅先としてのポテンシャル

- 外国人調査、日本人調査ともに、観光資源への興味度は「平野台の湯」「山中溪の桜」が上位。
- 外国人調査を市場別に見ると、中国は全体及び他市場に比ベスコアが高く、3割越えの項目が散見される。
- 日本人調査を阪南市の浸透度別で見ると、認知・来訪経験が観光資源への興味度に大きく関わっており、何らか阪南市のことを知っている人の方が興味を持ちやすい傾向が分かる。

●設問：あなたは、「大阪府阪南市」での体験にどの程度興味がありますか。次に挙げる10項目に対して「非常に興味がある」～「全く興味がない」の7段階で当てはまるものを1つ選んでください。

※TopBox・・・「非常に興味がある」を選択した割合

#### 外国人調査

[%043]

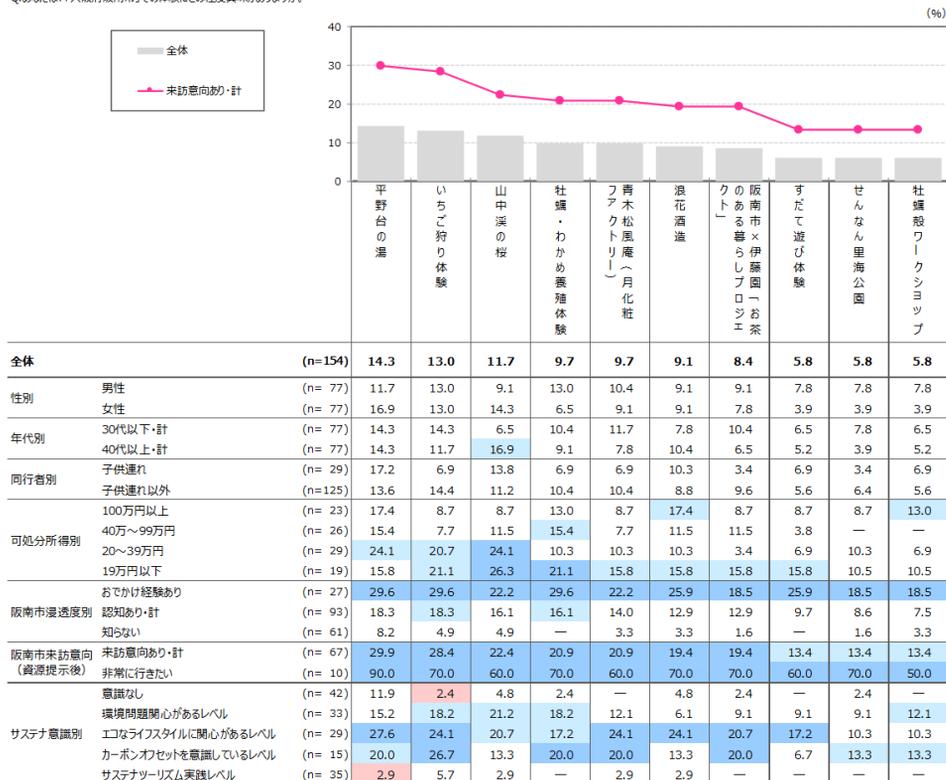
Q7TOP 阪南市観光資源興味度 (TopBox一覧)

全体		せんなん里海公園	浪花酒造	青木松風庵	すだて遊び体験	牡蠣・わかめ養殖体験	牡蠣殻ワークショップ	阪南市×伊藤園	平野台の湯	山中溪の桜	いちご狩り体験	無回答
全体	375	21.3	26.1	18.7	17.6	16.5	17.9	17.6	33.6	33.1	21.3	34.9
国別												
台湾	122	14.8	25.4	15.6	12.3	11.5	12.3	13.9	34.4	32.8	18.0	38.5
香港	123	11.4	13.8	11.4	4.9	12.2	11.4	12.2	26.8	28.5	17.1	46.3
中国	130	36.9	38.5	28.5	34.6	25.4	29.2	26.2	39.2	37.7	28.5	20.8

#### 日本人調査

■ 阪南市資源興味度 (TopBox一覧) (全体/各単一回答)

Q.あなたは、「大阪府阪南市」での体験にどの程度興味がありますか。



## 調査結果サマリ③

### 阪南市の来訪意向度（観光資源提示前後の変化）

- 阪南市内の観光資源を提示する前と後で、阪南市への来訪意向度をそれぞれ聴取したところ、外国人調査・日本人調査ともに、資源提示後の来訪意向度がUPした＝地域の資源を知ることによって興味度が増し、来訪意向に繋がっている。
- 外国人調査を市場別に見ると「意向あり・計」のスコアが最も上昇したのは香港（14pt）で、資源を提示することでの来訪意向上昇が大きい。

●設問：あなたは、「大阪府阪南市」にどの程度レジャーや旅行に行きたいと思いますか。  
「非常にいきたい」～「まったく行きたくない」の7段階で当てはまるものを1つ選んでください。

#### 外国人調査

#### ■【資料提示後】阪南市来訪意向（全体/単一回答）/【資料提示前】阪南市来訪意向（全体/単一回答）

Q.あなたは、「大阪府阪南市」にどの程度レジャーや旅行に行きたいと思いますか。

凡例	意向あり・計				意向なし・計			意向あり・計	意向なし・計
	1非常にいきたい	2	3	4どちらともいえない	5	6	7まったく行きたくない		
資源提示後 (n=375)	27.5			46.1		22.4	3.2 0.8	96.0	0.8
資源提示前 (n=375)	22.7			33.3		31.7	2.1 0.5	87.7	2.9

[%032]

Q6N【資源提示前】阪南市来訪意向

全体		1非常にいきたい	意向あり・計	意向なし・計
全体	375	22.7	87.7	2.9
国別				
台湾	122	12.3	86.1	4.9
香港	123	10.6	82.1	3.3
中国	130	43.8	94.6	0.8

[%044]

Q8N【資源提示後】阪南市来訪意向

全体		1非常にいきたい	意向あり・計	意向なし・計
全体	375	27.5	96.0	0.8
国別				
台湾	122	17.2	94.3	0.8
香港	123	17.1	95.9	1.6
中国	130	46.9	97.7	-

#### 日本人調査

#### ■【資料提示後】阪南市来訪意向（全体/単一回答）/【資料提示前】阪南市来訪意向（全体/単一回答）

Q.あなたは、「大阪府阪南市」にどの程度レジャーや旅行に行きたいと思いますか。

凡例	意向あり・計				意向なし・計			意向あり・計	意向なし・計
	1非常にいきたい	2	3	4どちらともいえない	5	6	7まったく行きたくない		
資源提示後 (n=154)	6.5	14.3	22.7	29.9	6.5	7.8	12.3	43.5	26.6
資源提示前 (n=154)	7.1	9.1	24.0	31.8	8.4	5.8	13.6	40.3	27.9

## 事業者選定の方法

- 大阪府阪南市に活動の拠点を置く事業者であること
- すでに何らかの形でSGDsの取り組みを行っていること

上記を前提に阪南市様に事業者をご推薦いただき、事前に調査趣旨をお伝えしたうえで、協力をお願いした

## 対象事業者

- 株式会社漁師鮮度（大阪府阪南市鳥取1716）岩井克巳様
- 株式会社Special Food.J（大阪府大阪市下出42-3）松田武昭様
- 一般社団法人ハンナンテ（大阪府泉南市男里6丁目15番地1号サザンコーストB-1104）小笹清様
- 浪花酒造(有)(大阪府阪南市尾崎町3-13-6) 成子和弘様
- 株式会社和紙の布（大阪府阪南市下出305-1）阿部正登様
- 橘農園（大阪府阪南市自然田1543）橘大三郎様

## 調査方法

- 1.メール・FAXにて事前調査票を送付（令和5年8月）
- 2.事前調査票への回答をベースに、オンライン・対面にて、担当者によるインタビューを実施（令和5年9月1日～9月12日）

## ヒアリング内容

- 1.環境保全やSDGs、カーボンニュートラルの実現のために取り組んでいることについて
- 2.上記の取り組みを観光資源として活用している場合、その課題について
- 3.インバウンド受け入れに関する取り組みや、その課題について
- 4.「Co-ベネフィット型未来都市の実現」に向けて、阪南市がどのような取り組みを行うべきか

## 調査結果（サマリー）

### 【環境への取り組み】

#### ◇現況

- ・ワカメ養殖やアマモ場の保全に取り組んでいる。市内全小学校の海洋教育を実施しているほか、福祉に関する施策を通じて、地域のプラットフォームを目指している（漁師鮮度様）
- ・使用後の空きビンを回収し、洗浄して再利用している（浪花酒造様）
- ・伊藤園と連携し、お茶を軸とした健康事業を展開。市内の遊休農地を活用し、茶畑を造成・栽培することで、来訪者が地域農業に触れることのできる憩いの場づくりを提供している（ハンナンテ様）
- ・肥育牧場から出る堆肥を耕種農家に還元し、循環型農業の取組を推進している（Special Food.J様）
- ・間伐材から「木糸」を開発し、それを素材とする衣類や布製品を製造している（和紙の布様）
- ・いちご、トマトの無完全農薬栽培に取り組んでいる（橘農園様）

#### ◇課題

- ・若手人員の不足（漁師鮮度様）
- ・情報発信力の弱さ（ハンナンテ様）
- ・SDGsの取り組みに向けた行政や観光協会の旗振り（Special Food.J様）

## 調査結果（サマリー）

### 【観光に関する取り組み】

#### ◇現況

- ・大阪湾体験イベント（生き物観察会、ワカメ養殖体験、海苔漉き体験など）や、海産物に関する事業（カキ養殖、カキ小屋運営、すだて遊びなど）を実施（漁師鮮度様）
- ・酒造り会や酒米の田植え体験、田植え・稲刈り+BBQのイベントを提供（浪花酒造様）
- ・茶話会や茶摘み体験を実施しているが、現状では観光商品としての提供には至っていないが、今後は体験コンテンツに育てていきたい（ハンナンテ様）
- ・今年からいちご狩りを開始したところ反響多数。いちごビール、トマトビールも開発中（橘農園様）

#### ◇課題

- ・漁業体験コンテンツを拡充したいが、サービスによって旅客船運航事業や遊漁事業等の資格が必要（漁師鮮度様）
- ・ヘルスツーリズムやサステイナブルツーリズム等の企画の際に、大阪唯一のお茶ブランドとして自分で摘んだお茶を焙煎して飲む体験を商品にし、お土産として提供したい（ハンナンテ様）
- ・牛糞を使って作られた野菜は驚くほど味がするので、素材にこだわる料理店を作るのも街づくりになる。町ぐるみで、レストランも巻き込んで地産地消に取り組むべきである（Special Food.J様）
- ・観光に関する取り組みは特に行っていないが、視察の皆さんが宿泊するホテルがなく、大阪中心部に行ってしまうのが課題（和紙の布様）

## 調査結果（サマリー）

### 【インバウンドに関する取り組み】

#### ◇現況

- ・現時点では特に外国人向けのサービスには取り組んでいないが、牡蠣小屋にはアジア系や欧米系のお客さんが来訪している（漁師鮮度様）
- ・英語、中国語、韓国語の3か国語での案内看板、案内DVDを制作。また、カードで支払いできる設備を導入している（浪花酒造様）
- ・和牛に興味を持った海外の人が、視察のために多数訪れている。台湾・香港・中国だけでなく、欧米からの訪問者も多い（Special Food.J様）
- ・いちご狩りには、シンガポール、タイ、ベトナムからの団体が来訪している。閑空が近いためなのか、フライトまでの隙間時間を埋めるツアーにちょうどいいようだ。旅行業者から直でツアーを入れさせてほしいと連絡が来ることもある（橘農園様）

#### ◇課題

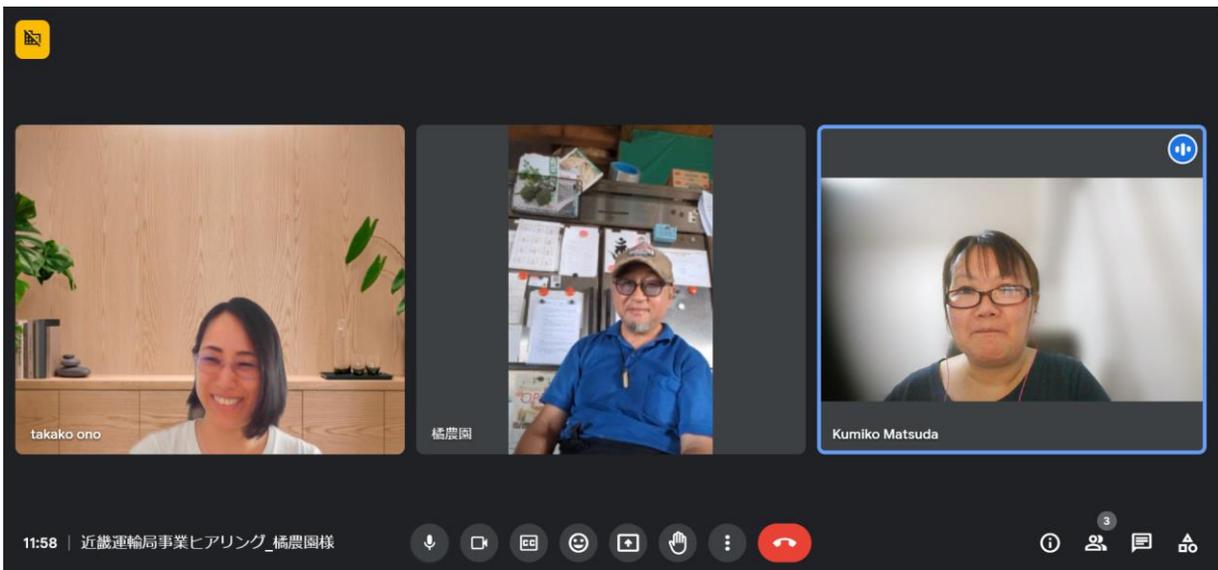
- ・通訳できるスタッフやサービスを確保できればベターである（漁師鮮度様）
- ・英語、中国語、韓国語以外の言語圏の観光客に対する案内が必要だと考えている（浪花酒造様）
- ・牛の病気の関係でインバウンドの受け入れは受け入れは容易ではないが、観光事業として取り組むなら、有機農法の体験コンテンツをやりたい（SpecialFood.J様）
- ・インバウンド受け入れ時には、やはり言語対応が大変（橘農園様）

## 調査結果（サマリー）

### 【阪南市への意見】

- ・ 宿泊施設の不足が阪南市の課題。市所有の遊休施設などに手を加えれば、宿泊施設として運営できるはず。日帰り観光には取り組むべきだが、経済効果は限定的なので、滞在型の観光整備が必要だと考えている（漁師鮮度様）
- ・ SDGsに関してできることはたくさんあるので、何からやるか整理したほうがいい。市としてSDGsを推進したいのであれば、環境問題に取り組んでいる会社や個人を表彰し、広報誌等でPRすればいいのではないかと（浪花酒造様）
- ・ 阪南市が街並みを美しくすれば外国人観光客も集まるはず。そのためには商工会、行政、観光協会のバックアップが必要（Special Food.J様）
- ・ PRが物足りないと感じている。「木材から繊維を作る」というのは、日本初、そして世界初の取り組みなので、阪南市として、もっと強くアピールしてもいいのではないかと（和紙の布様）

### ▼事業者様へのオンラインヒアリングの様子 （令和5年9月12日 橘農園・橘大三郎様）



## 実施概要

地域資源調査会議 兼 第一回検討会

日時：令和5年9月21日（木）13:00～15:45

場所：阪南市商工会 会議室

※対面およびオンラインのハイブリッド開催

参加者：別紙名簿の通り

- 次第：
- ・開会のご挨拶、会の目的について（近畿運輸局・立溝）
  - ・事業者様よりひとつこと（ハンナンテ・山北様、漁師鮮度・岩井様）
  - ・WAmazing株式会社よりご挨拶（WAmazing・吉川）
  - ・有識者よりひとつこと（大阪観光大学教授・小野田金司様）
  - ・ニーズ調査のご報告（WAmazing・青木）
  - ・阪南市事業者様ヒアリング結果のご報告①～③（WAmazing・大野）  
～休憩～
  - ・阪南市事業者様ヒアリング結果のご報告④～⑥（WAmazing・大野）
  - ・有識者より総評（大阪観光大学教授・小野田金司様）
  - ・今後について（WAmazing・吉川）
  - ・閉会のご挨拶（阪南市・松下様）

## 有識者紹介

### 小野田金司 様

#### 《所属・公職等》

大阪観光大学 理事長付特別アドバイザー・教授  
(一社) Inbound Digital Marketing協議会 理事長  
(一社) 十和田奥入瀬観光機構 理事長  
(一社) Next Tourism 代表理事 ほか



#### 《経歴・実績》

和歌山市在住。

1980年より近畿日本ツーリスト(株)、2002年よりベンチャー企業を経て、2007年より神戸夙川学院大学教授・副学長、2015年より神戸山手大学教授、副学長を経て現職。

旅行会社時代、JAPAN EXPO南紀熊野でクラブツーリズムと連携し、観光客がほぼ皆無であった熊野古道へ6万人を送客。後の世界遺産登録への礎を築いた。

近年は全国の観光人材育成や観光ビジョン策定、DMO設立支援を精力的に展開している

## 有識者紹介

WAmazing株式会社が在籍スタッフより、ネイティブ視点の有識者として、以下の3名をアサイン

### 【台湾出身】プランナー・ライティング統括／洪禹夏 (Show Hong)



台湾の大学で広告を専攻し、卒業後ウェブ制作会社、デジタル広告代理店、メディア代理店のコピーライター、プランナーを経験。2014年来日。台湾人・香港人向け訪日観光メディアでの執筆、日本各地自治体の取材から広告バナーのデザインまで担当。台湾ネイティブの目線から台湾人の好みをとり入れ、日本の観光情報を発信するのが得意。過去執筆し記事で最高2.4万のFacebookいいね数を獲得

### 【香港出身】地域連携部 プランニングディレクター／クリスティ ウォン



香港で生まれ育ち、広東語・日本語・英語・中国語が話せるネイティブメンバー。全国47都道府県を制覇。香港大学で日本研究学科を専攻し、国際基督教大学へ留学。2020年に株式会社JTBに入社し、仕入商品事業部にて観光コンテンツ及び宿泊施設の仕入営業、商品企画、パンフレット・WEBサイト・動画制作等、仕入関連業務を幅広く携わる。2022年に当社に入社し、自治体とのプロジェクト企画進行を担当

### 【中国出身】中国マーケティング戦略担当 / 李梦甜 (リムテン)



中国燕山大学日本語学科、お茶の水女子大学大学院、アパレル企業の海外事業部を経て、2018年に当社へ入社。WeChat公式アカウント運営はじめ、KOLアライアンスやSNS運営などのコンテンツマーケティングを担当。中国の旅行口コミサイト馬蜂窝にてスノーシーズンの大手ホテルのPRを担当し、1シーズンで244本の記事を投稿、月間の最大ユニーク訪問者数約4300人・約7100PVを獲得。プライベートで運営するSNSでも発信力を持ち、フォロワー3,000人以上

参加者名簿

所属	氏名	役職・肩書など
近畿運輸局	立溝純也	観光部 観光地域振興課 課長
	笹尾和葵	観光地域振興課 課長補佐
	近藤庄大	観光地域振興課 係長
	大塚拓也 (オンライン)	観光地域振興課 係長
	木村政博 (オンライン)	観光地域振興課 主査
	齋藤暁 (オンライン)	観光地域振興課 専門官
	浦口菜摘 (オンライン)	観光地域振興課 係員
阪南市	松下芳伸様	未来創生部 部長
	高倉直樹様	未来創生部 まちの活力創造課 課長
	永井隆祐様	未来創生部 まちの活力創造課 主幹
	楠本祥平様	未来創生部 まちの活力創造課 総括主事
	目崎裕也様	未来創生部 まちの活力創造課
阪南市観光協会	津秋慎一様	事務局長
一般社団法人ハンナンテ	山北知様	代表理事
株式会社漁師鮮度	岩井克巳様 (オンライン)	代表取締役
大阪観光大学	小野田金司様	大阪観光大学教授、一般社団法人十和田奥入瀬観光機構理事長
WAmazing株式会社	青木理恵 (オンライン)	地域連携部統括責任者
	吉川真爾	地域連携部地域プロデュースユニット
	大野貴子	地域連携部地域プロデュースユニット
	松田久美子 (オンライン)	地域連携部PDユニット
	洪禹夏 (オンライン)	プラットフォーム事業部メディアグループ
	李梦甜 (オンライン)	プラットフォーム事業部中国グループ
	クリスティ・ウォン (オンライン)	地域連携部PDユニット

# 当日の様子

## ▼会場の様子



## ▼オンライン会議の様子

20

## 議事録①

### 【地域資源調査について 要旨メモ】

#### ○漁師鮮度の調査結果について

(WAmazing大野より説明)

- ・ 漁業を中心に地域の活性化を目指している。
- ・ 子供たちにとって誇れるふるさと「阪南市」を残すため、市内全小学校への海洋教育やアマモ場保全、生き物調査などの事業を展開している。
- ・ 牡蠣小屋や牡蠣・ワカメ・海苔養殖、すだて遊びなどを提供している。
- ・ 若手の人材不足が今後の課題。

(小野田様)

- ・ 「仕事における幸福度調査」によると、訪日外国人を対象とした接客業の経験者は「幸福度」が高い。
- ・ 「おてつたび」は人材不足の自治体と、地域のお手伝いをしたい人をマッチングするプラットフォーム。地域側では、農業、観光業などのニーズが高い。たとえば十和田では冬季の働き手が見つからず苦勞していたが、この仕組みを使ったところ優秀な人材が5名も集まった。
- ・ 「おてつたび」では「SDGs対応しているところ」が学生人気を集めている。
- ・ 関係人口を増やすだけでは難しいので、2拠点2居住くらいで関わってくれるプロフェッショナルを探すくらいの方がよい人材に巡り合える可能性が高いかもしれない。
- ・ 最近、高校では探求学習のプログラムがある。「地域課題を解決したい」「地域の闇を知りたい」と考える若者は意外にいたので、これからそうした人材に出会えるかもしれない。

(漁師鮮度・岩井様)

- ・ おてつたびを利用して、3名ほど来てもらったことがある。いい人材が集まった。ただ運営側に回ってくれる若い人材の確保はやはり課題である。仕事として腰を据えてくれるような若者の確保は難しい。
- ・ 漁師鮮度は福祉との連携も行っており、地域に役立つ存在でありたいと考えている。すでに地域にある資源を発掘して有効に活用していきたい。
- ・ 地域のネガティブな面は、理屈で伝えられることではないので、OJT的に教えていくしかない。
- ・ 他自治体を見ていると「協力隊」は魅力的。目的意識をもって年単位で腰を据えてくれる人材を確保するには有効だと思われる。

(阪南市・松下様)

- ・昨年度事業の牡蠣クラッシャーの取組についてお話しいただきたい

(漁師鮮度・岩井様)

- ・少年院の院外活動の一環で牡蠣殻の粉碎し、それを近隣農家に無償で配布している。日本の土壌は酸性に傾きがちなので、それを改善する牡蠣殻は農家さんには喜ばれている。
- ・砕いた牡蠣殻にはさまざまな用途があるが、観光資源としては微妙。こねて紙粘土のようにしてお皿を作るなど、もうワンアクション必要なのではないかな。

(阪南市・松下様)

- ・牡蠣殻は、今後、海と山がつながるような体験観光にも活かしていただきたい。ハンナンテ山北さん、どうですか？

(ハンナンテ・山北様)

- ・牡蠣殻が茶の生育に有用かどうか、伊藤園が持ち帰って調査中である。
- ・瀬戸漆喰本舗と連携し、建材としての利用についても検討している。

## ○浪花酒造の調査結果について

(WAmazing大野より説明)

- ・使用後の瓶を洗って再利用するなどの取り組みを行っている。
- ・無償で酒蔵ならではのイベントを実施している。
- ・「離れ」のスペースがとても素敵なので有効活用できそうである。

(小野田様)

- ・フランスで盛んなガストロノミーの取り組みは、「酒」つながりで参考になりそう。アルザス地域のワインの新酒キャンペーンは有名。ワインを飲みながらチーズや生ハムを食べ歩く「ガストロノミーウォーキング」というイベントで、地元ワインの大半が期間中に売れてしまう。
- ・日本でも温泉ガストロノミー協会が発足し、類似イベントを推進。
- ・地域のもを食べる＝輸送コストがかからないということ。つまりゼロカーボン。それだけでSDGsの取り組みである。

(WAmazingクリスティ/香港)

- ・台湾や香港では日本文化が浸透し、日本酒バーなども増えている。
- ・日本では母国よりも安く多くの種類の日本酒を飲むことができるので喜ばれるのではないか？
- ・日本酒の場合、贈答品ニーズがあるので、パッケージは重視される。その地域ならではのラベルだったりすると購入につながりやすい。

(阪南市役所・松下様)

- ・観光庁の事業を活用し、ガストロノミーイベントを実施予定。浪花酒造のお酒やなにわ黒牛、漁師鮮度の牡蠣を活用しようと考えている。阪南市にはシャインマスカットを作っている農家もある。珍しい食材を活用したガストロノミーを生み出していきたい。
- ・こうした取り組みでは「どこで提供するか」が課題。飲食店を巻き込んでいく必要がある。

(小野田様)

- ・ガストロノミー的なイベントは、通常営業している飲食店で実施が難しいかもしれない。成功している自治体では婦人会や民宿が率先して参加している。最初は小さく始めて大きくしていくみたいな考え方でやっていくのが着実かもしれない。

## ○ハンナンテの調査結果について

(WAmazing大野より説明)

- ・伊藤園と連携し、お茶事業を展開。
- ・ゆくゆくは「大阪のお茶」としてブランド展開できればと考えている。
- ・観光への取り組みはこれから検討したい。

(小野田様)

- ・お茶は鉄板アイテムである。サントリーの伊右衛門が現在京都でお茶事業を展開している。伊右衛門は伊藤園を追いかけている存在である。
- ・大阪観光大学でも、伊藤園と一緒に茶畑を作っている。伊右衛門のように、伊藤園もサロンなどを作ってみては？と思っている。
- ・嬉野温泉で嬉野茶を拡販するイベントでは、お茶だけではなく茶畑込みの雰囲気・風景を提供している。
- ・このイベントは、嬉野温泉ではなく福岡の事業者が造成している。嬉野温泉では「お茶バー」といったおもしろい取り組みを行っている。
- ・お茶ビール、お茶パフェなど、利益率の高い商品開発も有効ではないか。

(ハンナンテ・山北様)

- ・阪南市の茶畑はまだ規模が小さいが、遊休農地を活用し、拡大していきたい。いずれは「海に見える茶畑」になったらいいなと思っている。
- ・茶木の生育には時間がかかる。茶畑の維持管理が課題なので、しっかり進めていきたい。
- ・ランドブレインでは、「道の駅・お茶の京都 みなみやましろ村」の運営を手伝っている。道の駅に隣接するホテルもある。

<https://michinoeki.kyoto.jp/>

→ゆくゆくはこうした取り組みに近いものを目指していきたい。

(WAmazing大野)

- ・月化粧ファクトリーと伊藤園がコラボして「抹茶菓子」なども造成できたらおもしろそうである。

(阪南市・高倉様)

- ・茶摘み体験などは、非常に興味深いと感じている。小野田様ご紹介の体験プランのようなことにも将来取り組むことができればおもしろい。
- ・今年6月にオープンした阪南国際ホテルは、伊藤園の茶畑に近い。ホテルのオプションツアーとして茶摘みイベントなど展開できたらおもしろそうである。

## ○Special Food.Jの調査結果について

(WAmazing大野より説明)

- ・牛糞の肥料で育てた有機野菜は非常においしい。
- ・すでに外国語堪能なスタッフもあり、海外からの視察などに対応している。

(小野田様)

- ・和牛SDGsといえば、鹿児島県霧島市の取り組みが有名。取り組みの見せ方として、KIRISHIMA RANCHのホームページは参考になる。  
→<https://kirishima-ranch.co.jp/sdgs/>
- ・ウクライナの件で飼料が高騰しており、牛の生育をめぐる状況は厳しい。地域の農家で飼料を作り、牛を生育するケースもある。コスト的な意味において、SDGs対応している牧場が富裕層向けホテルに食材を売り込むという流れは理にかなっている。
- ・SDGs的な取り組みとして、経産牛の有効活用にも注目が集まっている。
- ・現在の状況を鑑みると、通常の流通ルートで畜産農家が生き残っていくのは非常に困難である。打開策として、インバウンドへのリーチは大変有効なのではないか。
- ・なにわ黒牛に関しては、ガストロノミーの取り組みにも活用できそうである。

(WAmazingクリスティ/香港)

- ・農耕地が少なく食料自給率が低い香港では、野菜の鮮度に価値を感じる人が多い。認証制度も整備されているほど有機野菜のニーズも高い。健康を意識する人は、多少高くても有機野菜を買う。
- ・香港では、「日本の野菜は新鮮でおいしい」というイメージがある。香港から来る友人は、香港でもチェーン展開しているにもかかわらず、わざわざ日本の「しゃぶしゃぶ温野菜」に行きたがる。
- ・中華圏の人は日本人に比べてもともと野菜の摂取率が高い。たださえ、旅行中は野菜不足になる人が多いので、新鮮でおいしい野菜が食べられる観光コンテンツは魅力的に映るのではないかと？
- ・中国・台湾の人も、有機にこだわらなくても「おいしい野菜」というだけで喜ぶのではないかと？

## ○和紙の布の調査結果について

(WAmazing大野より説明)

- ・間伐材から繊維を抽出し、布を作っている。
- ・木糸を作るための工場が分散しているため、現状では輸送コストがかかっているのが課題。今後は工場の集約を目指している。
- ・和紙の布のファブリックは、高級ホテルで使われているほど高級な素材である。
- ・神社のご神木を布にする取り組みも行っている。

(小野田様)

- ・びわこ箱館山で「虹のカーテン」という取り組みを行っている。スキー場のオフシーズンを活用し、地元の「高島ちぢみ」をレインボーカラーに染めて斜面にはためかせたところ、大反響。メディアに多数取り上げられている。「布」を軸に考えるなら、こうした取り組みは面白いのではないだろうか？
- <https://www.hakodateyama.com/green/hill/#curtain>

(WAmazing洪/台湾)

- ・（「SDGsの取り組みは、外国人にとってPRポイントになるのか？」という問いに対し）値段に見合う商品の価値や希少性をアピールすると購買意欲は刺激できる。台湾人はSDGs意識が高いが、ただ「SDGsに貢献している」というだけで買おうとはならない。とはいえ買ったものが環境を意識していると知ると、好印象ではある。

・たとえば似たような理念を持っている企業とコラボすると、SDGs含めた魅力をアピールできるのではないか？ BEAMS JAPANと善光寺がコラボした商品などは、非常に興味深く、台湾の友人にも評価が高かった。

→<https://www.beams.co.jp/news/3653/>

- ・BEAMS JAPANのほかにも、奈良県の中川政七商店は、日本全国の工芸品とコラボしている。台湾の人は、もともと日本の工芸品や伝統文化への興味関心が高いので、こうした企業と手を組めば、注目を集めそうである。

→<https://www.nakagawa-masashichi.jp/staffblog/store/s165002/>

## ○橘農園の調査結果について

(WAmazing大野より説明)

善玉菌を活用し、いちごとトマトを栽培している。

- ・無農薬栽培を始めたきっかけは、「栽培者自身の健康を守るため」であった。
- ・今年からいちご狩りを開始したところ、反響多数。アジアからの団体客も訪れている。
- ・現在、トマトビール、いちごビールを開発中である。

(小野田様)

・びわこ箱館山の「パフェ専門店LAMP」では、「フルーツパフェをランプに入れて食べられる」というユニークなアイデアで、お客さんを集める取り組みに成功している。フルーツに「映え」といった付加価値を提供できると、コンテンツとして魅力的になる。

→<https://www.hakodateyama.com/lamp/>

## 議事録②

### 【小野田金司様より総評 要旨メモ】

- ・インバウンド観光を盛り上げるなら、パソナJOB HUBが提唱している「ハイブリッドキャリア」といった考え方のように、「複数の仕事に従事する」「場所や組織にとらわれずに働く」といったスタイルで活躍する人材をプロデューサーとして獲得できるとよさそうである。
- ・阪南市の場合は、農泊などの取り組みもマッチしそうである。中国の修学旅行、企業研修などを呼び込めるかもしれない。
- ・企業研修で「漁業」は大人気である。廃校再生型研修も企業研修や学生受け入れに活用できる。
- ・日本の魅力を外国の人に伝えるなら、「食文化」という切り口は重要である。イタリアのアグリツーリズムを参考にしたい。
- ・アグリツーリズムとは、観光が農業収入を上回らないように（農業を辞めないように）という前提で、農業・漁業・畜産＋観光を仕掛ける取り組み。日本でもこうした施策を行っているところは多い。

## 各社のSNSでの発信状況まとめ

※令和5年10月時点での情報に基づく

### 【漁師鮮度】

FBのフォロワー数約2000人。牡蠣小屋シーズンの11月～3月限定更新である点を踏まえると、一定の発信力を持っていると考えられる。

< 自社ホームページ >

<https://ryoushi-sendo.co.jp/>

< Facebook >

<https://www.facebook.com/boude.kakigoya>

< Youtube >

<https://www.youtube.com/channel/UC7ppy-i3zMayK1frNcVahLg>

Facebook profile for 波有手 (ぼうで) のカキ小屋 (Boude Kakigoya). The profile includes a cover photo of oysters, a profile picture of a person holding a plate of food, and a bio in Japanese. The bio mentions success in raising oysters in Osaka. The page also displays '注目コンテンツ' (Featured Content) with two posts about oyster season and pricing.

自己紹介  
大阪で初めて牡蠣の養殖に成功しました  
豊かな大阪湾で育ったカキを食べに来てください

ページ・レストラン  
072-425-3655  
価格帯・¥  
評価・4.9(レビュー27件)

注目コンテンツ  
波有手 (ぼうで) のカキ小屋  
2023年3月2日  
毎度です！  
今週末の4日、5日が今シーズンラストの  
営業となります!!...

波有手 (ぼうで)  
2022年11月8日  
大変お待たせいたしました  
カキの季節がやってきました  
今年のカキは例年以上

## 【浪花酒造】

公式サイトや各種SNSでイベントを告知。人手が十分でないとのことだが、あらゆるメディアを駆使して手間を惜しまず情報発信するスタンスが窺える。

< 自社ホームページ >

<https://naniwamasamune.com/>

< Facebook >

<https://www.facebook.com/naniwamaasamune>

< Insragram >

<https://www.instagram.com/naniwamasamune/>

< Twitter >

<https://twitter.com/naniwabrewing>

< Youtube >

<https://www.youtube.com/channel/UCUU1x4P1A0hCa0-HE-bQVMQ>

< LINE >

<https://page.line.me/995kpirb?openQrModal=true>

< 公式ブログ >

<https://naniwamasamune.com/nbnews>

YouTube channel page for Naniwa Brewery (浪花酒造株式会社). The page displays the channel name, a search bar, and a video thumbnail titled "日本酒・浪花正宗ができるまで【浪花酒造】". The video is 1,945 views old, posted 5 years ago. The description mentions the brewery's history and its participation in the National New Wine Competition.

Facebook page for Naniwa Brewery (浪花酒造有限公司【公式】). The page shows the profile picture, name, and a post from May 24, 2023, celebrating a gold award win. The post text reads: "【令和4 酒造年度全国新酒鑑評会 結果発表〜】 全国新酒鑑評会にて、弊社の「浪花正宗 大吟醸」が金賞受賞しました！！引き続きのご支援のほど、よろしくお願いたします！ また、金賞受賞酒も販売予定です！ おってアナウンスさせていただきます！"

## 【ハンナンテ】

イベント開催が不定期であるため、告知媒体としてInstagramを活用している。

<Instagram>

<https://www.instagram.com/hannantea8710/>

## 【Special Food.J】

なにわ黒牛ブランドで展開しているTwitterのフォロワー数約4500人。高頻度ではないが要所で更新している。IGの写真が素晴らしく、まさに「インスタ映え」そのもの。

<自社ホームページ>

<https://naniwabeeff.base.shop/>

<Instagram>

<https://www.instagram.com/naniwakuroushi.sfj/?hl=bn>

<Twitter>

<https://twitter.com/naniwakuroushi>

Instagram

🏠 家

🔍 探す

🔍 探検する

📺 リール

💬 メッセージ

♡ 通知

⊕ 作成する

👤 プロフィール

☰ もっと



39件の投稿 1,017人のフォロワー 737人のフォロワー

【公式】なにわ黒牛  
農場  
(株)Special Food.J  
▶大阪産黒毛和牛面牛  
■アップレックアール  
▶農場電影安全販売  
▶G20大阪サミット更多  
■お山影お安全はたますします  
※TEL0724737050 ※DM  
📍 ナニワビーフベース.ショップ



## 【和紙の布】

一般消費者向けではなくメーカー向けの卸という業態ゆえ、SNS非対応の可能性も。公式サイトにて商品背景などが手厚く説明されており、情報量は十分。

<自社ホームページ>

<https://www.washinonuno.com/>

## 【橘農園】

SNS運用は行っていないが、公式サイトで必要な情報を発信している。連絡先として社長ご本人の携帯番号を掲載するなど、情報開示のスタンスはかなりオープン。

<自社ホームページ>

<https://tachibana-nouen.com/>



## 調査の目的

本事業で誘客したいと考えている台湾・香港・中国出身者に対し、阪南市の観光資源に関する認知度・興味度や、旅行におけるSDGs意識について聴取し、インバウンド誘客に向けた課題を洗い出す。その結果をコンテンツ造成に活かすことを目的に実施する

## 調査パネルについて

地域資源調査会議兼第一回検討会に参加したWAmazing在籍スタッフと同一メンバー3名（P.18参照）

## 実施概要

阪南市について、「資源提示前」と「資源提示後」の2段階に分けて、認知度や来訪意向を聴取。本事業のテーマであるブルーカーボン、グリーンカーボンに関する問いも設定する。

さらに9/21の「第一回検討会」を経て、対象者が阪南市に関する認識を深めたところで再度聴取を実施し、阪南市の課題を浮き彫りにする。

## 実施方法

### 【実施日時】

- ・ 第一回：阪南市資源提示前／提示後のステイタスで実施（7/26）
- ・ 第二回：阪南市について認識を深めたステイタスで実施（10/20）

### 【調査方法】

- ・ インタビュアー（WAmazing青木理恵）とインタビューイ3名が同時に会話する座談会方式
- ・ 地域資源に関する画像や資料を画面投影しながら、オンラインにて調査

## 提示資料

阪南市および阪南市の地域資源について、「認知前」と「認知後」の意向を比較するため、調査の途中で以下の資料を提示した

- ・ 阪南市の写真と概要
- ・ 「阪南市の代表的な観光資源」「SDGsへの取り組み」の観点からセレクトした10の地域資源に関する写真と概要

### 【阪南市】



大阪の南に位置する「阪南市」は、美しい海と里山が魅力の、自然豊かな町。関西国際空港や大阪の都市部からもアクセスがよく、“ちょうどよい田舎”と称されている。海藻の育つ漁場を守り、育てる取り組みや、茶畑の運営など、自然豊かな地域を守るための取り組みも盛ん「SDGs未来都市」に認定されるとともに、取り組み自体も「自治体SDGsモデル事業」として選定をされており、それを体験できる場所としても注目されている。

## 【①せんなん里海公園】



阪南市から岬町にまたがる、府営の公園。阪南市・地域の方々と共に「山と森」「海と森」の2つの視点から「CO2削減」「豊かな自然環境の再生」を進めている阪南セブンの海の森活動の場ともなっている。春には潮干狩り、夏には海水浴場の開設や、全国ビーチバレージュニア男子選手権大会が行われている。その他、マルシェやイベントも定期的開催されている。

## 【②浪花酒造】



300年続く、大阪最古の酒蔵。酒蔵見学、新酒お披露目会などのイベントも定期的実施している。登録有形文化財の成子家住宅も見学可能。インバウンドの旅行者も受け入れている。仕込み水に使う伏流水を守るために「男里川環境保全委員会」を立ち上げ、“サステナブル”の意識を持って活動している。

## 【③青木松風庵（月化粧ファクトリー）】



バターとミルクをたっぷり使ったお饅頭「月化粧（みるく饅頭）」の焼きたてが食べられるほか、工場見学も可能。「みるく饅頭月化粧」の売上の一部を「月化粧基金」と称し、大阪府や和歌山県の環境保全団体に寄与している。

## 【④すだて遊び体験】



自然の潮の満ち引きの力を利用した漁で、潮が引くと魚が網の中に残るといった伝統漁法を体験することができる（西日本では唯一、阪南市で体験可能）。多種多様な生き物が生息する大阪湾南部海域の豊かさを知ってもらい、魚食を通じた豊かな海の重要性とその環境保全の大切さを体感してもらうことを目的とした体験で、ガイドによるレクチャーも実施。

## 【⑤牡蠣・わかめ養殖体験】



ロープに稚ガキ（カキの赤ちゃん）が付いたホタテの貝殻をロープに取り付ける作業を行う「牡蠣養殖体験」と、海の中で大きくなる養殖ワカメを船に乗って収穫する「ワカメ養殖体験」。ともに顔の見える生産者とのつながりを楽しめるほか、お土産（牡蠣養殖体験では牡蠣1kg、ワカメ養殖体験では生ワカメ1kg）付き。養殖等を行っている運営会社「漁師鮮度」では、アマモ場再生・漁場環境再生・ブルーカーボンの創出など環境保全事業を実施。  
※写真は阪南市でとれる牡蠣。

## 【⑥牡蠣殻ワークショップ】



本来であれば捨てられてしまう牡蠣の貝殻を、自身でアクセサリや小物入れなどにリメイク。SDGsに繋がる取り組みを楽しみながら体験できる。  
好きなカラーや絵などで彩色して、自分だけのオリジナルを作れるのも魅力。

## 【⑦阪南市×伊藤園「お茶のある暮らしプロジェクト」】



日本国内大手のお茶メーカー・伊藤園との連携プロジェクト。市民がお茶の苗木の植樹や茶畑運営、茶摘み、茶づくりなどを行うことで、阪南市の新たな産業を生もうという取組み。遊休農地をお茶畑に転換することで、カーボンニュートラルの実現を目指す。

## 【⑧平野台の湯】



天然温泉を利用した露天風呂や炭酸泉など、男女合わせて16種類のお風呂が楽しめます。全ての浴室と洗い場に軟水を利用しているため、保湿・保温効果が抜群。

## 【⑨山中溪の桜】



JR山中溪駅（大阪駅から約1時間10分）からすぐの場所にある桜の名所。春には電車が桜のトンネルを通るので、電車に乗って、車窓からの風景も楽しむことも人気。また、タイミングが良ければパンダがデザインされた特急列車「パンダくろしお号」が見られることも。

## 【⑩いちご狩り体験】



市内の「橘農園」では、最高の水と有用微生物（善玉菌）を自ら培養し、農薬不使用栽培に成功。安全で美味しいイチゴは、小さいお子さんも安心してお召し上がりいただけます。30分食べ放題で楽しめるのも嬉しいところ。

## ヒアリング内容

### 【第一回：阪南市資源提示前／提示後のステイタスで実施（7/26）】

#### <阪南市資源提示前>

- ・大阪府阪南市を知っていましたか？
- ・ブルーカーボン・グリーンカーボンという言葉聞いたことがありますか？
- ・旅行先を決定する際、SDGsへの取り組みを気にしますか？
- ・日本を旅行中、空港での空き時間にはどんなことをして過ごしますか？
- ・旅の情報収集にはどのような手段を用いますか？

#### <阪南市資源提示後>

- ・阪南市および阪南市地域資源の資料を見て、興味を持ったポイントは？
- ・閑空利用者に阪南市に立ち寄ってもらおうとしたら、どんな条件が必要ですか？

### 【第二回：阪南市について認識を深めたステイタスで実施（10/20）】

- ・第一回検討会に参加して、「阪南市」の課題はどこにあると感じましたか？
- ・第一回検討会に参加して、「阪南市の事業者」の課題はどこにあると感じましたか？
- ・「牡蠣の仕分け・試食体験」「牡蠣殻アート体験」についてご意見をお願いします
- ・「ミニトマト狩り体験」の造成を検討しています。ご意見をお願いします
- ・「茶摘み体験」「美味しいお茶の淹れ方講座」について、ご意見をお願いします
- ・「酒蔵見学体験」の造成を検討しています。ご意見をお願いします
- ・阪南市、阪南市観光協会のWebサイトについてご意見をお願いします

## 調査結果サマリー

### 【第一回：阪南市資源提示前／提示後のステイタスで実施（7/26）】

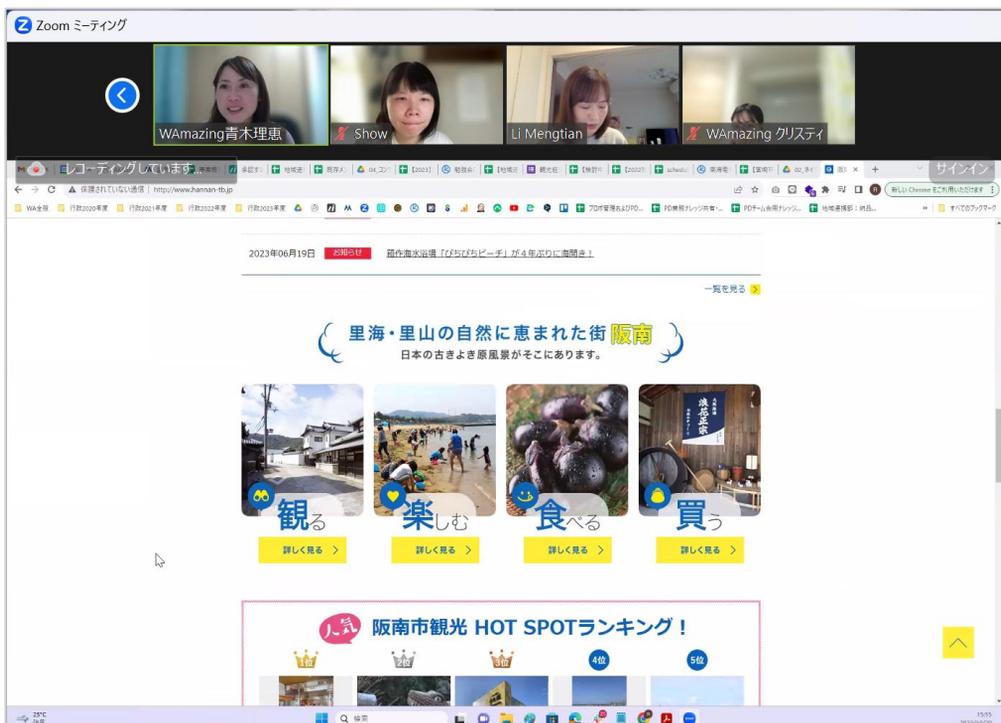
#### < 阪南市資源提示前 >

- ・ 阪南市は「聞いたことはあるが、用事がなければ行かない場所」
- ・ SDGsの取り組みは「イメージアップにつながるが、それ自体が旅行先決定に大きく寄与することはない」
- ・ 空港で時間が空いたら「買い物」が定番
- ・ 旅の情報収集に用いるのはインスタ、YouTube、Googleでの検索。旅の目的を動画から絞り込むことも多い

#### < 阪南市資源提示後 >

- ・ 「山中溪を走るパンダ列車」は全員一致で好感触
- ・ 台湾・香港・中国ともに「牡蠣なら食べたい人は多いはず。わかめにはそれほど魅力を感じない」
- ・ 関空から阪南市に立ち寄ってもらうには「交通アクセスの整備」と「魅力的なイベントの告知」が必要

### ▼オンラインによるインタビューの様子



# 地域資源の調査 (4)誘客を見据えたネイティブへの定性調査

## 【第二回：阪南市について認識を深めたステイタスで実施（10/20）】

- ・阪南市のネックはやはり「知名度の低さ」。観光情報サイトでの多言語対応や、RED（小红书）などのSNSで情報発信が、知名度・注目度UPには効果的ではないか
- ・二次交通の乏しさを解決するには、台湾の人には「自転車」、香港の人には「レンタカー」の使用を促すといいのではないか
- ・「大阪中心部の都会+阪南市の自然」でコースを組む、ビジュアルに特化したプロモーションを手掛けるといった工夫があると、台湾・香港からの観光客の関心を集められるのではないか
- ・大阪府内には在留中国人が多数住んでいるため、ファミリー層を中心に観光PRすると効果的なのではないか
- ・台湾では、牡蠣は身近な食材だが、養殖場での体験は珍しいので興味を引きそうである
- ・香港人は牡蠣が大好き。「体験して、その場で食べられる」といったプランは喜ばれるに違いない
- ・中国は広いので、牡蠣を好むかどうかは出身地次第
- ・台湾・香港の人にとって、ミニトマトは「野菜」ではなく「フルーツ」という位置づけ
- ・「日本のフルーツは甘くておいしい」というイメージがあるため、ミニトマト狩りの期待値も高い
- ・いい環境で育てられた作物なら、中国の富裕層や中間層のニーズがある
- ・「一面の茶畑に対する憧れ」は根強く、景色を眺めながらの試飲や写真撮影に心惹かれる人は多い
- ・中華圏では「お茶スイーツ」も人気がある
- ・「お茶の淹れ方講座」は座学のみだときついので、「美味しいお茶を飲みながら」だとうれしい
- ・女性向けに「日本酒で作られた梅酒」、ファミリー向けに「甘酒」など、試飲できるものの種類が豊富だと、ターゲットのすそ野が広がりそうである
- ・酒造体験自体はそれほど珍しくないで、「この酒蔵だからこそ」「大阪でいちばん古い」といったキーワードをフックにするとよさそうである
- ・体験費用は安価な設定で、購入促進に主眼を置く形だと納得度が高い
- ・阪南市観光協会サイトは「おしゃれ・かわいい・写真がきれい」と高評価
- ・「海と山のリゾート」は日本中にあり、珍しくないため、阪南市ならではの独自性を打ち出したほうがいい
- ・「北斎の街」（小布施）、「just north of Tokyo」（埼玉県）などのキャッチコピーや、名探偵コナンとのコラボ（鳥取県）の事例などは参考になりそうである

## 調査結果を受けての考察

### 地域資源提示前の意見

- ①阪南市は、「知名度が高くはない」「聞いたことはあるが、用事がなければ行かない場所」
- ②SNGsの取り組みは、「イメージアップにつながるが、それ自体が旅行先決定に大きく寄与することはない」
- ③空港の隙間時間の行動は、「買い物」が定番
- ④旅の情報収集に用いるのは「Instagram、YouTube、Google」が中心。旅の目的を動画から絞り込むことも多い

### 地域資源提示後の意見

- ①「山中溪を走るパンダ列車」は全員一致で好感触
- ②台湾・香港・中国ともに「牡蠣なら食べたい人は多いはず。わかめにはそれほど魅力を感じない」
- ③関空から阪南市に立ち寄ってもらうには「交通アクセスの整備」と「魅力的なイベントの告知」が必要

### 阪南市の課題は「知名度アップ」

⇒インバウンドに情報を届けるためには、SNSや動画でのプロモーションに注力するのが効果的

#### 「インバウンドに刺さるPR」とは？

⇒「ビジュアルのインパクトを重視する」「牡蠣などインバウンドの人たちにとって魅力的なコンテンツで訴求する」

#### 「阪南市に立ち寄ってもらうための工夫」とは？

⇒交通アクセスの整備、およびわかりやすい説明が必要である

## 第一回検討会参加後の意見

### 【観光PRについて】

- ・ 阪南市観光協会サイトは「おしゃれ」「かわいい」「写真がきれい」と高評価  
⇒必要な箇所について、多言語対応できているとなおよい
- ・ 「海と山のリゾート」は日本中にあり、珍しくないため、阪南市ならではの独自性を打ち出したほうがいい  
⇒例として、「北斎の街」(小布施)、「just north of Tokyo」(埼玉県)などのキャッチコピーや、名探偵コナンとのコラボ(鳥取県)などが参考になる
- ・ 中国向けにはRED(小红书)でのプロモーションも効果的  
⇒鳥取県の取り組みが参考になる
- ・ 大阪府内には在留中国人が多数住んでいる  
⇒ファミリー層を中心に観光PRすると効果的なのではないか

### 【二次交通の課題について】

- ・ 主要駅からの二次交通が乏しいと、外国人は旅行を躊躇する  
⇒台湾の人には「自転車」、香港の人には「レンタカー」の使用を促すといいのではないか

### 阪南市の「独自性」を打ち出すには？

⇒「山と海がある」のは魅力的だが、大阪中心部からの近さ、関空からの近さなどのアピールできると、さらに独自性を打ち出せるかもしれない

### 【地域資源を活かしたコンテンツについて】

- ・ 阪南市は「大阪中心部からの近さ」が売りになる  
⇒「大阪中心部の都会+阪南市の自然」でコースを組むと関心を集められるのではないか
- ・ 台湾・香港の人たちは牡蠣が大好き  
⇒「体験して、その場で食べられるプラン」は喜ばれるに違いない
- ・ 中華圏の人たちにとって、ミニトマトは「野菜」ではなく「フルーツ」  
⇒「ミニトマト狩り」への期待値は高い
- ・ 中華圏の人たちは、「一面の茶畑に対する憧れ」を抱いており、日本茶の淹れ方にも興味あり  
⇒将来的には、景色を眺めながらの試飲や写真撮影を盛り込んだプランを造成したい
- ・ 酒造では、「試飲」への期待値が高い  
⇒酒蔵体験自体は珍しいコンテンツではないので、「大阪最古の」などの独自性を打ち出したい



### 香港・台湾の人たちは「牡蠣が大好き」

⇒造成コンテンツでは、「牡蠣の試食」に留まらず、「養殖牡蠣の収穫」や「牡蠣殻アート体験」を盛り込むことで、さらに興味を引きたい  
**中華圏の人たちにとって「ミニトマトはフルーツ」**

⇒「日本のフルーツは甘くておいしい」というイメージがあることから、日本人とは違った意味で「ミニトマト狩り」に対する期待値が高い  
**日本茶、日本酒への興味度も高い**

⇒美味しいお茶の淹れ方、オススメの日本酒の試飲体験などで、丁寧に訴求していきたい

## 造成コンテンツの検討

地域資源調査会議、ならびにネイティブを対象とした定性調査の結果を受けて、エージェントFAM、モニターツアー、およびOTA販売に向けて、以下のコンテンツを検討した

### 浪花酒造

- ・浪花酒造の取組紹介(10分)
- ・酒蔵見学(25分)
- ・離れにて試飲体験（希望者は購入も可能）(25分)

→所要時間目安：1.0H



### 橘農園

- ・橘農園の紹介および収穫できる野菜の紹介（10分）
- ・ミニトマト狩り・実食（30分）
- ・ドレッシング作り体験・試食(20分)

→所要時間目安：1H



## 漁師鮮度

- ・ 漁師鮮度の取組紹介(10分)
- ・ 牡蠣の仕分け作業・むき方体験(45分)
- ・ 牡蠣の試食 (20分)
- ・ 廃材の牡蠣殻を利用した牡蠣殻アート体験(1H)

→所要時間目安：2時間15分程度



## ハンナンテ

- ・ ハンナンテの取組紹介 (10分)
- ・ 美味しいお茶の淹れ方講座 (60分)

→所要時間目安：70分

※ただしOTA販売においては、茶摘みシーズンの「茶摘み体験」や「地元食材を用いたお茶漬け体験」などの造成も視野に入れる



## ■ 第二回検討会 実施概要

日時：令和5年11月15日（水）10:00～12:00

場所：オンライン開催

参加者：別紙名簿の通り

- 次第：
- ・開会のご挨拶、事業趣旨のご説明（近畿運輸局・立溝）
  - ・会議の趣旨、流れのご説明（WAmazing・吉川）
  - ・ネイティブ定性調査結果のご報告（WAmazing・青木）
  - ・コンテンツ磨き上げの進捗（WAmazing・吉川）
- ～休憩～
- ・エージェントFAMについて（WAmazing・松田）
  - ・モニターツアーについて（WAmazing・仲井）
  - ・今後について（WAmazing・吉川）
  - ・閉会のご挨拶（阪南市・高倉様）

第二回検討会 参加者名簿

所属	氏名	役職・肩書など
近畿運輸局	立溝純也	観光部観光地域復興課 課長
	笹尾和葵	観光地域振興課 課長補佐
	近藤庄大	観光域振興課 係長
	齋藤暁（オンライン）	観光地域振興課 専門官
	浦口菜摘（オンライン）	観光地域振興課 係員
阪南市	高倉直樹様	未来創生部 まちの活力創造 課 課長
	永井隆祐様	未来創生部 まちの活力創造 課 主幹
	楠本祥平様	未来創生部 まちの活力創造 課 総括主事
	目崎裕也様	未来創生部 まちの活力創造 課
一般社団法人ハンナンテ	山北知様	代表理事
株式会社漁師鮮度	岩井克巳様	代表取締役
橘農園	橘大三郎様	代表取締役
WAmazing株式会社	青木理恵	地域連携部統括責任者
	吉川真爾	地域連携部地域プロデュース ユニット
	飯伏風花	地域連携部地域プロデュース ユニット
	松田久美子	地域連携部PDユニット
	仲井碧水	地域連携部PDユニット

## 当日の様子

### ▼オンライン会議の様子

#### 12/16 (土) モニターツアー行程表

日付	乗車手配	交通機関	時刻	内容
12月16日 (土)	南海本線尾崎駅		12:00	南海本線尾崎駅集合
			12:05	近畿運輸局よりご挨拶 (10分)
		貸し切りバス	12:15	南海本線尾崎駅より貸し切りバスにて移動 (5分)
			12:20	漁師鮮度検査
			12:25	漁師鮮度検査の仕組み説明 (10分)
			12:30	漁師早朝タンクから汲み上げるなど体験 (25分)
			12:40	釜茹でして加熱体験 (25分)
			12:50	漁師直売所、貸し切りバスにて移動 (10分)
			12:55	磯貝漁場
			13:00	磯貝漁場(磯貝加工)説明 (10分)
			13:05	エビとオキアミの採集、おみやげ販売 (30分)
			14:20	ドレッシング作り体験/ドレッシングとともに試食 (20分)
			14:40	磯貝漁場、貸し切りバスにて移動 (10分)
			14:50	漁師鮮度検査
			14:55	漁師鮮度検査の仕組み説明 (10分)
			15:00	牡蠣作り体験/おみやげ販売 (45分)
			15:50	午膳試食 (20分)
			16:10	牡蠣作り体験 (60分)
		貸し切りバス	17:10	漁師鮮度検査、貸し切りバスにて移動 (5分)
			17:15	おY THE SEA HANANAN到着
	17:20	ハンコチ作り体験説明 (10分)		
	17:30	お楽しみ会/おみやげ販売 (60分)		
貸し切りバス	18:30	貸し切りバス HANANANより南海本線尾崎駅まで貸し切りバスにて移動 (10分)		
	18:40	南海本線尾崎駅にて解散		

**【集合】**  
12/16 (土) 12:00  
南海本線尾崎駅前

**【解散】**  
同日18:40ごろ (予定)  
南海本線尾崎駅前

※当日は昼食も済ませてからお楽しみいただきます

**<参加者>**  
・WAmazing担当者 (吉川)  
・一般参加者 (香港・台湾・中国より各1名、日本人ファミリー)  
・近畿運輸局様 (任意)  
・阪南市様 (任意)

山北 (ハンナ...)

近畿運輸局...

近畿運輸局...

#### 事業者様コンテンツ磨き上げ状況

##### 造成コンテンツ案：漁師鮮度検査

**【FAM・モニターツアー】【OTA販売】**

- ・ 漁師鮮度検査の仕組み紹介(10分)→社員の仕分け作業・むき方体験(45分)→試食 (20分) →漁師の社員様を利用した社員版アート体験(10)
- ・ 所要時間目安：2時間15分程度

山北 (ハンナ...)

近畿運輸局...

近畿運輸局...

## 議事録①

### 【近畿運輸局よりご挨拶（立溝）】

- ・本事業は近畿運輸局の直轄事業として実施している
- ・目的は、世界的にニーズが高まりつつある持続可能な観光、いわゆるサステナブルツーリズムの実現に向けて、旅行者が地域への貢献を実感できるような観光造成を目指すこと
- ・この事業をきっかけに、阪南市を知っていただき、旅行者を誘客し、阪南市のファンになっていただけるような取り組みを行っていききたい
- ・そのためのコンテンツ造成を含め、皆様と一緒に考えるための検討会である
- ・9月の検討会含め、この事業の課題も見えつつある
- ・今月にはFAM、来月にはモニターでさらに検証する予定。
- ・よりよい観光コンテンツ造成に向けて、皆様にはツアーへのご協力をお願いしたい

### 【本日の趣旨（WAmazing吉川）】

- 会の目的
  - ・コンテンツ造成の方向性・進捗のご共有
  - ・FAM、モニターツアーの概要ご共有
- その他
  - ・外国人向け定性調査のご報告

### 【阪南市地域資源に関する訪日外国人の意識調査（WAmazing青木）】

#### ○実施概要

- ・東アジアの3地域を今回事業のターゲットとし、台湾・香港・中国出身者よりインタビューを決定
- ・オンラインインタビューは2回行った。第一回は事業に関するインプット前/後、第二回は第一回検討会を終えて阪南市への知見を深めたところで実施

#### ○第一回調査/阪南市地域資源提示前の意見聴取

- ・3名とも旅行経験豊富なため、「阪南市」の名前は知っていたが、客観的に考えると、知名度はまだまだ
- ・SDGsはイメージアップにつながるものの、誘客の軸としての優先度は低い
- ・空港で時間が空くのは「出国直前」、やることとしては「アウトレットで買い物」が人気
- ・りんくうアウトレットで時間を持て余している外国人観光客などを阪南市観光に取り込むことができれば...というアイディアも

#### ○第一回調査/阪南市地域資源提示後の意見聴取

- ・山中溪の「桜×パンダ列車」は大人気
- ・牡蠣への興味度も高い。牡蠣フェスのようなイベントがあれば、全員が「ぜひ行きたい」と回答
- ・ただ、空港から近いといってもアクセスが不安なので、そこがクリアされていると安心

## 観光コンテンツの造成・検討会の実施 (2)検討会の実施

### ○第二回調査/第一回検討会議出席後の意見聴取

- ・ 阪南市の知名度向上のためには、「ビジュアル重視」「独自性を伝えること」が大事
- ・ 二次交通の整備（台湾人にはレンタサイクル、香港人にはレンタカーのご案内が有用）、もしくはわかりやすい交通説明が肝要
- ・ 大阪在住の中国人は多いので、まずは彼らを取り込むことで、情報が拡散され、その結果阪南市認知度も向上するのではないか
- ・ インバウンドは地域の方々と交流したがっているが、必ずしもスキルフルな人材を求めているわけではない
- ・ 牡蠣は台湾・香港の人に大人気
- ・ 中華圏の人にとって「ミニトマトはフルーツ」、さらにいい環境で育てられた野菜への関心は高い
- ・ 中華圏の人たちにはお茶を飲む文化があり、伊藤園の知名度も高い。一面の茶畑への憧憬もあるので、将来的に「茶畑」は有力な観光資源になりうる
- ・ 酒蔵見学にも興味津々。アジアでは空前の日本酒ブーム。ただ、台湾・香港では日本ほど日常的にお酒を飲む習慣がないため、試飲のバリエーションがあるとよさそうである
- ・ 阪南市観光サイトは「かわいい」「おしゃれ」と好評
- ・ 「海と山のリゾート」以外に、阪南市の特色を表すキャッチコピーがあるとイメージが具体化しそうである

### 【コンテンツ磨き上げ状況】

#### ○11/28エージェントFAMトリップ

- ・ 浪花酒造...酒蔵見学、日本酒試飲、希望者に日本酒販売
- ・ 橘農園...ミニトマト狩り、ミニトマト試食
- ・ 漁師鮮度...養殖牡蠣の引き上げ・仕分け、牡蠣試食、牡蠣殻アート
- ・ ハンナンテ...美味しいお茶の淹れ方体験

#### ○OTA造成

- ・ 浪花酒造は、FAM提供のコンテンツに加え、将来的にはガストロノミー的な取り組みも視野に入れたいとのご意向
- ・ 橘農園は、ミニトマト狩りを中心にOTA造成を検討
- ・ 漁師鮮度は、冬から春の期間限定で牡蠣を中心とした体験を造成を検討
- ・ ハンナンテは、茶摘み+地元食材試食といった体験を検討

## 観光コンテンツの造成・検討会の実施 (2)検討会の実施

### ○浪花酒造

- ・1時間程度のなかで、酒蔵見学、試飲などを実施

### ○橘農園

- ・1時間程度のなかで、ミニトマト狩り、試食を実施
- ・将来的にはプラスアルファの体験を造成できればと考えている
- ・海外では、一般的にトマトやいちごの生育において、日本ほど糖度を気にしていない（橘様）
- ・トマトは世界共通の作物なので、さまざまな国からのお客様に喜んでもらえるのではないかと考えている（橘様）
- ・クラッカーにトマトとモッツァレラチーズをのせたものなど、非常においしい（橘様）
- ・ナカイ製菓との協業で、いちごのお菓子造成について検討中。トマトについてもご相談中（橘様）

### ○漁師鮮度

- ・牡蠣の仕分け・むき方作業、試食、牡蠣殻アート体験などを実施
- ・FAM、モニターツアーともに「取り組み紹介」を最後にする段取りにしていたいただきたい（岩井様）
- ・モニターツアーの日は牡蠣小屋オープン日ということもあり、混雑が予想される。場合によってはテント設営で対応する可能性も（岩井様）
- ・牡蠣の仕分け体験ではかっぱを着ていただくかもしれない、もろもろ込みで45分（岩井様）
- ・試食には前もって引き上げて滅菌処理した牡蠣を使用（岩井様）
- ・牡蠣殻アートに関しては、通常レクチャーしている方々にご対応いただく（岩井様）

### ○ハンナンテ

- ・FAM、モニターツアーでは、美味しいお茶の淹れ方講座を実施
- ・コンテンツ造成では、茶摘み、地元食材でお茶漬け体験などを検討中
- ・FAM、モニターツアーでは、お茶の飲み比べ体験などを用意したいと考えている（山北様）
- ・伊藤園からガラス製急須をお借りし、茶葉の様子が見える形で入れ方講座を実施（山北様）
- ・新興製菓（あられ）と協業し、お茶漬けキットの造成を検討中。来年以降はハンナンテのお茶の使用も視野に入れている（山北様）

## 観光コンテンツの造成・検討会の実施 (2)検討会の実施

### ○阪南市よりご質問

・FAMやモニターツアーでは貸し切りバスツアーになるが、実際のOTA販売においては個人旅行がメインになると想定される。その場合の二次交通についてはどう考えているか？

→現状ではレンタカーやタクシーなどの使用を想定している。FAMに台湾出身スタッフが同行し、「阪南市周遊」のスタイルで記事を執筆するので、そのなかでうまく紹介できればと考えている。駐車場の確保・案内についても配慮が必要

・観光協会で尾崎駅を起点としたレンタサイクルを行っているが、それ以外にも二次交通の充実についてアイデアをいただきたい

→地域の事業者と連携し、タクシーチャータープランのようなものも考えられる

### ○エージェントFAMトリップ

・昼食の時間をはさみ、1日の行程。ジャンボタクシーで移動予定

・漁師鮮度については取り組み紹介を最後に

・ハンナンテのご好意でBY THE SEA HANNANをお借りして、ネイティブスタッフを入れて意見交換会を実施

### ○モニターツアー

・意見交換会と昼食のがないため、FAMよりも全体的に短縮した行程

・今回事業のターゲットとなる層のモニターを招請し、コンテンツ磨き上げの参考にする

・漁師鮮度の時間内で体験の順序変更があっても大丈夫か？取り組み説明が最後になる可能性も（漁師鮮度岩井様）...問題なし

・モニターツアーの参加人数は？（漁師鮮度岩井様）

→10名前後を想定しているが、確定次第ご連絡します

・バスについて

・漁師鮮度、ハンナンテ、漁港まで入ってこれるのは中型バスのサイズまで。鳥取ノ荘駅山側が広いのでそこでバスを降りて来てもらう（徒歩5分ほど）

→大型バスになる場合は事前にご相談

・橘農園 徒歩3分くらいのところに広場あるので誘導していただく

→事前にご相談

### 【今後の進め方（WAmazing吉川）】

- ・資料に沿ってご説明、FAM、モニターツアー、WEB記事制作、各種プロモーションなど
- ・1～2月に第三回検討会議を実施予定

### 【阪南市よりご挨拶（高倉様）】

- ・観光コンテンツが形になりつつあるところで、磨き上げや販路確定が進んでいくと思われる。
- ・サステナブルツーリズムの造成を目的とする事業だが、花火を打ち上げるのではなく、持続可能な取り組みとしていくことを前提としたいので、各事業者様のご協力は必須。よろしく願いいたします。

## ■ 第三回検討会 実施概要

日時：令和6年2月7日（水）10：30～12：00

場所：オンライン開催

参加者：別紙名簿の通り

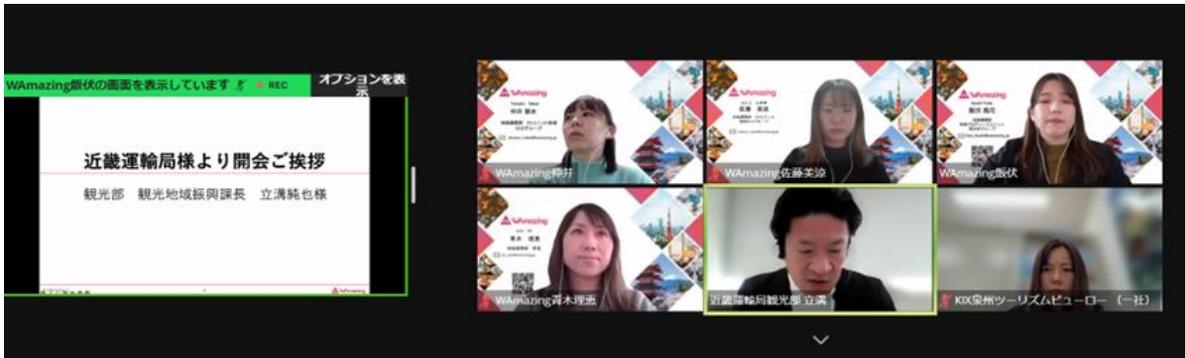
- 次第：
- ・ 開会のご挨拶（近畿運輸局・立溝）
  - ・ FAM／モニターツアー実施報告（WAmazing・吉川）
  - ・ 各社造成コンテンツ発表（ハンナンテ・山北様、漁師鮮度・岩井様  
※浪花酒造・橘農園：代読）
  - ・ 有識者よりひとつこと（大阪観光大学教授・小野田金司様）
  - ・ 阪南市様より今後の展望、お取組について（阪南市・松下様）
  - ・ 有識者より総評（大阪観光大学教授・小野田金司様）
  - ・ WAmazing会員アンケート結果及び、紹介記事・制作ツールについて  
（WAmazing・青木）
  - ・ 閉会のご挨拶（阪南市・松下様）

第三回検討会 参加者名簿

所属	氏名	役職・肩書など
近畿運輸局	立溝純也	観光部 観光地域振興課 課長
	笹尾和葵	観光地域振興課 課長補佐
	齋藤暁	観光地域振興課 専門官
	近藤庄大	観光地域振興課 係長
	大塚拓也	観光地域振興課 係長
	木村政博	観光地域振興課 主査
阪南市	松下芳伸様	未来創生部 まちの活力創造課 課長
	高倉直樹様	未来創生部 まちの活力創造課 課長
	永井隆祐様	未来創生部 まちの活力創造課 主幹
	目崎裕也様	未来創生部 まちの活力創造課
一般社団法人ハンナンテ	山北知様	代表理事
株式会社漁師鮮度	岩井克巳様	代表取締役
一般社団法人KIX泉州 ツーリズムビューロー	武田美恵子様	情報発信・PR推進マネージャー
大阪観光大学	小野田金司様	大阪観光大学教授、一般社団法人十和田奥入瀬観光機構理事長
WAmazing株式会社	青木理恵	地域連携部統括責任者
	吉川真爾	地域連携部地域プロデュースユニット
	飯伏風花	地域連携部地域プロデュースユニット
	松田久美子	地域連携部PDユニット
	仲井碧水	地域連携部PDユニット
	佐藤美涼	地域連携部PDユニット

## 第三回検討会 当日の様子

### ▼参加者の様子



## 第三回検討会 議事録①

### 【FAM / モニターツアー実施報告】

#### ○アンケート結果

- ・外国人モニター：参加者は海・海産物への関心が非常に高い
  - ・日本人モニター：ファミリーや小さなお子様連れの方に人気、教育旅行として広めていければ良い。
- ※阪南らしさ、阪南でなければできない体験をどう作っていくかがポイント  
※SDGsを取り入れた観光商品について→75%が参加したいと回答あり

#### (小野田様より各事業者へのフィードバック)

##### <浪花酒造>

- ・無料で実施している酒蔵見学などと差別化するポイントとして、試飲の際に阪南市らしいおつまみをつけるなどの工夫を考えた方が良い。

##### <橘農園>

- ・ファミリー層に人気がありそう。いちごはキラーコンテンツ化し、抱き合わせでトマトを紹介するなど取り入れると良い。

##### <漁師鮮度>

- ・漁師とのコミュニケーションに対して高評価だったため、漁師の生活が感じられる内容を取り入れても良いのではと考える。

#### (小野田様より総評)

- ・個々の訴求だけでは販売が難しいため、キラーコンテンツ化を進める。
- ・空港からのアクセスのアピールが鍵となる。
- ・空港出入国前後に気軽に体験できるコンテンツを磨き上げ、満足度向上を図る。
- ・観光客自身のSNS発信などで誘客の自走化を図る。

## 第三回検討会 議事録②

### 【各社造成コンテンツ発表】

#### <浪花酒造>

タンクの中に頭を突っ込んで見学するなど入り込んだ体験が好評だった。

#### (小野田様フィードバック)

大阪最古の酒蔵という点は非常に素晴らしい。

灘や伏見など関西の日本酒業界の知名度が高いため差別化をどう図るかがポイント。

#### <橘農園>

試食の時間が十分あった点が好評。

モニターツアーではそのままの素材を試食して終わりだったが、チーズやオリーブオイルなどと合わせてトマトの食べ方を紹介予定。

#### (小野田様フィードバック)

食の魅力を“安心”・“SDGs”という点を他と差別化して、上手く伝えていけると良い。

フルーツツアーは全国的に既に多くの海外利用客が利用しており、首都圏地域は海外から直接国内旅行エージェントに申込があるほど。開催の閑散繁忙期を勉強して、見極めることも良い。その上でお土産等の付加価値をつけていくことが必要である。

#### <ハンナンテ>

現在茶畑は2年目となるため成熟されるのに約1～2年かかる。定常的な受入にはまだ時間がかかってしまうため、茶摘み体験会はスポット的に開催予定。

#### (小野田様フィードバック)

宇治・嬉野など有名な産地がある中でそれらとの差別化・ブランド化が大事になってくる。阪南ならではお茶の魅力を伝えていく必要がある。

#### <漁師鮮度>

海についての外国人参加者のニーズが高い点について、夏場の方が教育コンテンツとしても提供できるためお勧め。

大阪湾では不可能な浅瀬でのツアーも実施しており、4～5歳のお子様連れファミリー層にも人気。

#### (小野田様フィードバック)

子ども達に向けてなかなか普段触れられない牡蠣の食体験やアート体験は良いと考える。生産ストーリーを付け加えるとなお良い。

#### <ディスカッション>

・牡蠣を通して学び、皆で一緒に体験することが出来てよかった（KIX泉州ツーリズムビューロー武田様）

・牡蠣を食べるだけでなく学ぶことができる、季節ごとのコンテンツを提供できることが良い（近畿運輸局近藤）

・牡蠣の体験に限らず大阪中心部ではできない海そのものの魅力を伝えるために海洋教育を進めていき、小中学校の修学旅行の体験としても可能性を広げていきたい（漁師鮮度岩井様）

・ワーケーションプラン（牡蠣体験後、ハンナンテさん所有のシェアオフィスでワークなど）を造成してもよいのではと考える（WAmazing吉川）

・シェアオフィスは、マッチング拠点として阪南市のコンテンツを体験しながら、共創でビジネスを生み出す場にしていきたい。また、休耕畑の活用依頼も受けているため、今後茶畑を広げようという計画もある（ハンナンテ山北様）

## 第三回検討会 議事録③

### 【阪南市より今後の展望、お取組共有】

#### <取組内容>

- ・ 阪南市の事業者を取り上げるため「美食ブランドKUU」、販売できる場として物産市場「匠のippin」を作り、阪南ブランドの底上げとなるように整備した。
- ・ 看板商品化事業でも、牡蠣(養殖体験)に磨きをかけてブランド作りを行うべく、牡蠣フェスティバルや牡蠣コンテスト等を実施。SDGsという観点でも、持続可能な観光コンテンツを作っていく。

#### <成果>

- ・ 体系的な整理（ガストロノミーツーリズム、サステナブルツーリズム）へ繋がった。
- ・ 食や自然環境が魅力となることが再認識された。

#### <課題>

- ・ 各事業プロモーションによる認知度向上。
- ・ インバウンドの受入対応整備（事業者の関心が向いていない）。
- ・ 阪南食材を使ったメニューの定着。
- ・ 桜や秋祭りなどに繁忙期以外の消費額を向上させる。

#### <今後の取組み>

- ・ 食を中心としたイベントの継続実施、ブランド力の向上
- ・ 受入整備としてつくった制作ツールをDMOとも連携しながら活用する（関西万博に備える）
- ・ 民間事業者・団体と連携し新たなイベントの検討。

### 【小野田様より】

- ・ 調査の結果、阪南市として気づかなかった点も出てきており。今後の取組にも参考になるような事業となった。
- ・ 阪南市の課題は何より認知度を上げること。SDGsの取り組みなども含めて、プロモーションの機会をうまく活用し、新しい阪南市名物を通して世に知られていくことが重要。下記のように最近取り上げられる機会も増えているため、露出を増やしていく。

2/17(土)：TV番組特集

2/9(金)：星空スタンド(@なんばカーニバルモール)の出店

## 第三回検討会 議事録④

### 【小野田様より総評】

- ・関西空港におけるインバウンドの回復率が非常に高いため、マーケットインの考え方でアジア圏からの来訪者効果が特に見込める。1泊目は関西エリアへの宿泊率が高いため、阪南市にとってもそのマーケットへのアプローチが勝ち筋になる。
  - ・地域の資源を再興し各コンテンツを磨き上げることが大事。その上でコンテンツだけを重視しすぎることなく、マーケットやターゲット客層に向けたアプローチ方をしっかり考えていく必要がある。
  - ・阪南市の観光に関する経済効果を数値化していけば、市民や事業者にとっても意識付けになる。(参考：2/6全国DMO会議での基調講演アトキンソン氏 観光で生まれるGDP効果5.8%あり成長市場。)
  - ・現在の財源は補助金活用によるものだが、民間の投資が集まってくると地域への雇用や収入が広がる。そのために行政側で新規ビジネスの支援ができれば尚良い。地元事業者にとってもライバルではなく共創相手となり相乗効果が生まれる。
  - ・認知度が広がり、商品が売れ出した時にキャパオーバー・オーバーツーリズムにならないよう、キャパシティの増やし方も同時に考えていく必要がある。
- これまで阪南市は観光業者があまり無かったため、これからは高付加価値(1,2万円の食事内容・お土産を開発する等)の観光業者が積極的に出てくると良い。そのための演出(お茶・牡蠣など)で、他との差別化やどう魅せるかという観点が大事になってくる。
- ・近頃は若者が社会課題に関心を寄せており、アジア諸国で訪日年齢層が多いのは20代のため、その年代に合う探求学習商品も良い。また、社会起業家を育てる意味合いでも阪南市の土壌と合うと考える。(参考：観光甲子園SDGs 観光コンテンツ優勝 郡上まつりのコンテンツ TikTokなど動画を上手く活用した内容)

### 【WAmazing会員アンケート結果及び、紹介記事・制作ツールについて】

#### <目的>

- ・ヘビーリピーター層に対しても阪南市のコンテンツへの興味関心度を図る。
- ・弊社で作成した阪南市メディア記事を読んで回答する形式にして実施 ※707サンプル(台湾581/香港126)13問のアンケート

#### <結果>

- ・記事を読んだ上での来訪意向度が84.3%と高い。
- ・どの体験も興味ありの合計数が7割程度と非常に高い。
- ・阪南市は関西空港から近いという立地面が何よりもアドバンテージとなっており、帰国時の空き1時間でも阪南市体験がしたいという回答が約9割と非常に高い。

## 実施概要

### 目的

- ・ 造成体験の販路となる可能性が高い旅行会社に実際体験していただき、課題感や魅力などを抽出する
- ・ FAMツアー後に当社ネイティブスタッフを交えた意見交換会を実施し、対象市場に向けた調整・相談を行う

### 実施日時

- ・ 令和5年11月28日（火）

### 参加者・属性

参加者名簿

※個人情報のため非公開

# 商品化に向けたエージェントファムトリップ及びモニターツアーの実施 (1) エージェントファムトリップ

## 行程と当日の様子

日程	食事 手配	都市名	交通機関	時間	内容
11月28日 (火)	朝食- 昼食- 夕食-	阪南市		10:00	南海本線尾崎駅改札前集合
				10:05	近畿運輸局様よりご挨拶 (10分)
			貸し切りバス	10:15	南海本線尾崎駅より貸し切りバスにて移動 (5分)
				10:20	浪花酒造到着
				10:25	浪花酒造取り組み説明 (10分)
				10:35	酒蔵見学/タンクかき混ぜるなどの体験 (25分)
				11:00	離れて試飲体験 (25分)
			貸し切りバス	11:25	浪花酒造出発、貸し切りバスにて移動 (10分)
				11:35	阪南市内昼食会場に到着
				11:40	昼食 (50分)
			貸し切りバス	12:30	昼食会場より貸し切りバスにて移動 (10分)
				12:40	橘農園到着
				12:45	橘農園取り組み説明(10分)
				12:55	ミニトマト狩り/収穫しながら美食 (30分)
				13:25	ドレッシングづくり体験/ドレッシングとともに試食 (20分)
			貸し切りバス	13:45	橘農園出発、貸し切りバスにて移動 (10分)
				13:55	漁師鮮度到着
				14:00	牡蠣仕分け・むきかた体験 (45分)
				14:45	牡蠣試食 (20分)
				15:05	牡蠣殻アート体験 (60分)
				16:05	漁師鮮度取り組み説明 (10分)
			貸し切りバス	16:15	漁師鮮度出発、貸し切りバスにて移動 (5分)
				16:20	BY THE SEA HANNAN到着
				16:25	ハンナンテ取り組み説明 (10分)
	16:35	美味しいお茶の淹れ方教室 (60分)			
	17:35	引き続き同会場にて意見交換会 (60分)			
貸し切りバス	18:35	BY THE SEA HANNANより南海本線尾崎駅へ貸し切りバスにて移動 (10分)			
	18:45	南海本線尾崎駅にて解散			

### <実施の様子>



▲浪花酒造



▲橘農園



▲漁師鮮度



▲漁師鮮度



▲昼食  
「英進丸」



▲ハンナンテ

## ファムトリップ評価\_全体

全体を通して：

今回体験した4コンテンツ個々の訴求だけでは販売は難しく、空港から出発までの短時間で提供できる点をポイントとして磨き上げていく必要がある。



# 商品化に向けたエージェントファムトリップ及びモニターツアーの実施 (1) エージェントファムトリップ

## ■ ファムトリップ評価\_コンテンツ

事業者様	良い点	改善点
浪花酒造	<p>◆離れの見学について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・社長さん個人の人間性、ピアノや琴の演奏は外国人に人気が出そうと感じた。(※社長個人にコンテンツの魅力が偏りすぎないように注意する必要がある。</li> </ul> <p>◆酒造見学について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他酒造と比較すると、内容が充実しており、酒を飲まない顧客も来やすいのではと感じた。飲酒をしない層に向けたお土産などであると尚良い。</li> </ul>	<p>◆酒造見学後の流れについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・酒造併設barなどにリソースを割けるのであれば、より満足度は高まる。</li> <li>・小豆島の体験では酒蔵を見た後にbarに行き、酒粕を使った商品の試食などができたため、そのような広げ方ができたら良いのでは。</li> </ul> <p>◆ターゲットについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・受入人数が5人以上ということで、個人では集まりにくい点を懸念している。</li> <li>・酒蔵は通常無料であることが多いため、酒蔵巡りだけで有料コンテンツ化は難しいかもしれない。</li> </ul>
橘農園	<p>◆コンテンツ内容について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・無農薬・トマトの育て方の説明は専門的で興味深く、貴重だと思った。</li> <li>・教育的要素が大きいため、教育コンテンツとしてファミリー旅行に入れ込むことができれば良いと思った。</li> </ul>	<p>◆全体について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツで差別化を図るのはかなり難しく、<u>空港から出発までの短時間で提供できる点</u>などをポイントとして磨き上げていくと良いかも。</li> </ul> <p>◆その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・台湾人はいちご好きが多いため、いちごのコンテンツは食いつきがより良いのでは。</li> <li>→「関西空港から一番近いいちご狩り」とすればキラーコンテンツにはなりそう。</li> </ul>
漁師鮮度	<p>◆漁師の方とのコミュニケーションについて</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・漁師の方々のホスピタリティが他漁場と比べてダントツで、「漁師さんと一緒に体験できる」ことが大きな差別化ポイントになると感じた。</li> <li>・漁師さんをより深ぼってコンテンツ開発できるのでは。</li> </ul>	

## 実施概要

### 目的

- ・ターゲットに近いモニターを招請し、造成した体験を実体験いただき、課題や魅力を抽出する

### 実施日時

- ・令和5年12月16日（土）

### 金額(有償)

- ・3,000円（税込）

### 集客方法・選定理由

- ・外国人モニターは香港・台湾はFacebookの在留コミュニティ。中国は社内スタッフからの紹介
- ・日本人モニターは大阪に支社がある企業の社員の方に向けて募集
- ・ニーズ調査にて阪南市来訪意向度が最も高かった子供連れ・パートナー連れをターゲットに選定

参加者名簿

※個人情報のため非公開

# 商品化に向けたエージェントファームトリップ及びモニターツアーの実施 (2) モニターツアー

## 行程と当日の様子

日程	食事手配	都市名	交通機関	時間	内容
12月16日 (土)	朝食- 昼食- 夕食-	阪南市		12:00	阪南市役所駐車場集合 (南海本線尾崎駅より徒歩4分)
				12:05	近畿運輸局様よりご挨拶 (10分)
			貸し切りバス	12:15	阪南市役所駐車場より貸し切りバスにて移動 (5分)
				12:20	浪花酒造到着
				12:25	浪花酒造取り組み説明 (10分)
				12:35	酒蔵見学/タンクかき混ぜるなどの体験 (25分)
				13:00	離れにて試飲体験 (15分)
				13:15	浪花酒造出発、貸し切りバスにて移動 (10分)
				13:25	橘農園着
				13:30	橘農園取り組み説明(10分)
				13:40	ミニトマト狩り/収穫しながら実食 (30分)
			貸し切りバス	14:10	橘農園出発、貸し切りバスにて移動 (10分)
				14:20	漁師鮮度到着
				14:25	牡蠣仕分け・むきかた体験 (20分)
				14:45	牡蠣試食 (20分)
				15:05	牡蠣殻アート体験 (60分)
				16:05	漁師鮮度取り組み説明 (10分)
			貸し切りバス	16:15	漁師鮮度出発、貸し切りバスにて移動 (5分)
				16:20	BY THE SEA HANNAN到着
				16:25	ハンナンテ取り組み説明 (10分)
	16:45	美味しいお茶の淹れ方教室 (60分)			
貸し切りバス	17:45	BY THE SEA HANNANより阪南市役所駐車場へ貸し切りバスにて移動 (10分)			
	17:50	阪南市役所駐車場にて解散			

### <実施の様子>



▲浪花酒造



▲浪花酒造



▲橘農園



▲漁師鮮度



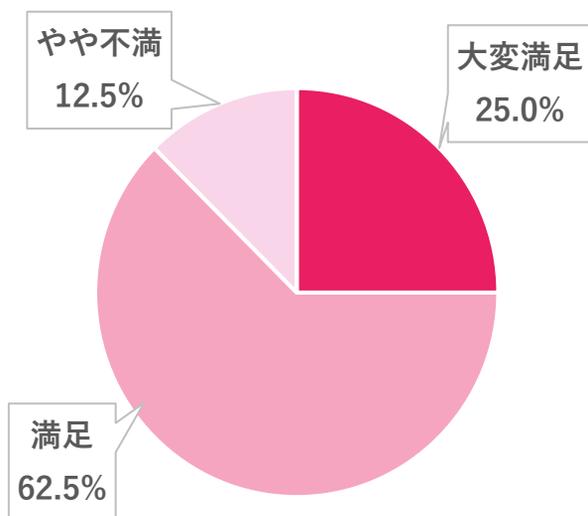
▲漁師鮮度



▲ハンナンテ

## モニターツアー評価\_全体

### ▼全体満足度



大変満足	25.0%	2
満足	62.5%	5
やや不満	12.5%	1
不満	0.0%	0

### 良かった点 (抜粋)

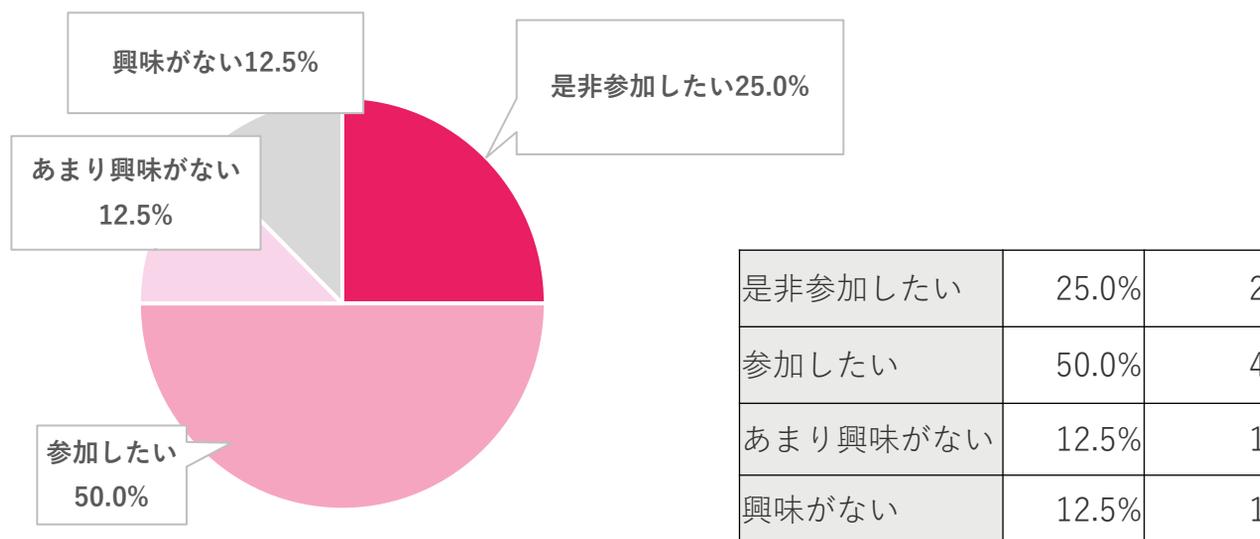
- ホスピタリティのある事業者さんが多く、更にコンテンツも魅力的であった。
- イメージしてたより海や山もあって、自然豊かだった。
- このツアーは、都心部の混雑した場所でのツアーとは異なる。このツアーが好きだ。
- 知らない名産に触れられましたので、「阪南市といえば」というイメージが変わった。
- 自然が沢山あり、体験する事によって食品の良さが伝わりました。今後もお店で今回体験した食品を目にした時に買ってみたいと思った。

### 改善点 (抜粋)

- 楽しかったですが、特にこれといった特長が感じられず、わざわざここまでくると思わせるようなところが少なく感じてしまった。
- 阪南市に行きたいと思う強力な動機が無い。今回の体験内容もどこでも体験出来る内容だった(牡蠣は磨けば強力な動機になるかもしれないが、牡蠣は食の好みがかかれそう+子供が好む食べ物ではないので家族連れには響かなさそう)
- 例えば「閑空から近いのでツアーの最初/最後に組み込み易い」「エアーの時間に合わせて流動的にスケジュール対応可能」「単品づつは普通でも、これらを一緒に短時間でコンパクトに体験できるのはここだけ」など何らかの強みを訴求する必要があると思う。

## モニターツアー評価\_全体

▼今後、阪南市にてSDGsの取り組みを重視した旅行商品・体験やサービスをご用意した場合、参加したいと感じますか？



観光商品にSDGsの観点を盛り込むことについてはポジティブな意見が趨勢を占めるが、価格許容範囲は「10%増程度」との回答が6割

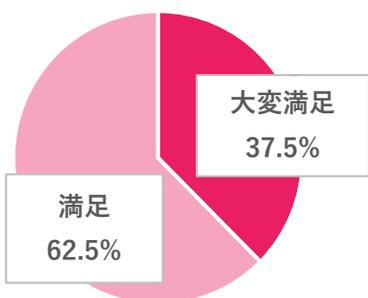
- 「阪南市にてSDGsの取り組みを重視した旅行商品・体験やサービスをご用意した場合、参加したいと感じますか？」という問いに対し、75%が「そう思う」と回答
- SDGsの取組を重視した観光商品は「10パーセント程度の価格差なら許容できる」人が62.5%

### 組み込んで欲しいプログラム（抜粋）

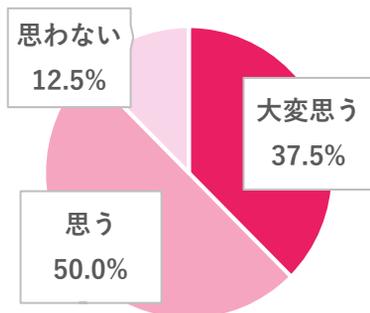
- 牡蠣養殖体験コースについては、個人的なアドバイスですが、30分の釘付け作業が長いので、例えば、一番釘付け数の多い人が、多くの牡蠣を食べれるとか、競争している雰囲気を出して、競争感を作った方が面白いかもしれない。
- 牡蠣も色んな食べ方で試食できたらと思った。せっかく日本酒もあるので、組み合わせ食べて飲んだりするのも良いかもしれない。
- お茶の体験のときには、地元の和菓子などいっしょにいただけたりすると嬉しいなと思った。

モニターツアー評価\_浪花酒造

満足度



おすすめ度



販売価格



良かった点 (抜粋)

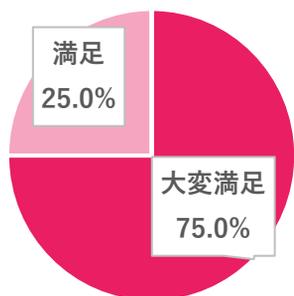
- 酒造の裏側まで見学できて勉強になりました。色々試飲もできて良かった。
- 伝統的な工場で、この場所の歴史を想像させてくれる。
- オーナーさんは面白くて、酒作りの説明も丁寧にしてくれました。雰囲気は軽くてストレスなしで参加できる。
- 社長自ら茶室でお琴の演奏をしてくださるなど、おもてなしを感じられた。インバウンドの印象も良いと思う。
- 重要文化財である住居案内。特に社長のお琴演奏は良かった。鯉に餌付けできると子供は喜ぶ。日本人の大人として歴史ある大阪の酒蔵の建築物やその醸造過程を知ることが出来たのは良かった。

改善点 (抜粋)

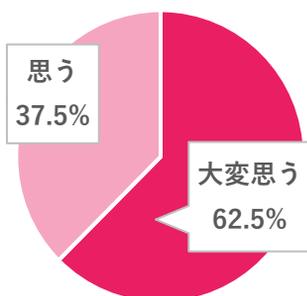
- 酒造の天井紹介の場所少し照明が弱かったので、せっかく丸ごと異なる木でできた構造が見づらいのがちょっと残念なポイントだと思う。
- 住宅の紹介は動画見るより室内を巡りながら話すのがいいではないかと思う。
- 実際に仕込んでいる所が見れないのが残念。
- 阪南市の酒蔵だからこそその良さを伝えて欲しい。
- 酒米の種類、磨き度数、酵母の種類、水の性質によって味が変わるはず。日本中の酒蔵と比べた時に、阪南市の酒蔵だからこそその味わいを説明して欲しい。酒蔵の街として打ち出している西条や伏見、西宮、新潟などはいくつもの酒蔵を見て回れる、試飲できることを考えるとどうしても弱くなる。
- アジア人をターゲットにするなら分かりやすい指標で勝負 (日本一〇〇、大阪でここだけ、など)
- 欧米をターゲットにするならもっと歴史を深掘して欲しい (空襲に被害に合わずに残った理由)
- 初めの建物の説明は正直謎だった。動画も古くてインパクトがなくて頭にあまり入ってこなかった。
- 最初のビデオが古臭くて、興味を持ちにくい。
- 全体的に説明が下手で、ガイドを雇った方がいいかもしれない。

## モニターツアー評価\_橘農園

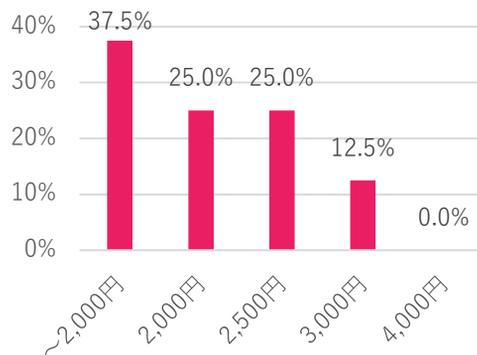
満足度



おすすめ度



販売価格



### 良かった点 (抜粋)

今まで聞いたことのない品種のいちご狩りを体験出来、しかも大変美味しかった。

いちご狩り体験は定番ながら非常に満足度の高いイベント。

無農薬で安心して粒も大きく、甘いいちごで楽しめた。練乳の配布も良い。

ミニトマトも美味しかったが体験としては普通。量も食べられないのでは。クラッカーやドレッシングの提供は非常に良かったので参加者全員が楽しめるようなオペレーションが構築できれば満足度は増すと感じた。

べにほっぺが美味しい。社長のユーモアやホスピタリティが面白い。

### 改善点 (抜粋)

イチゴがゼロから食べられる新鮮なイチゴに成長する過程をスタッフがもっと紙や写真で見せてくれば、さらに感動すると思う。

トマトの試食のときには、あらかじめクラッカーとクリームチーズをセットした状態ですべての参加者に行き渡りやすいようにしたらもっと良いと思う。

基本的には満足だが、しいて言うならいちごの品種がもう少し増えて食べ比べられると良い。

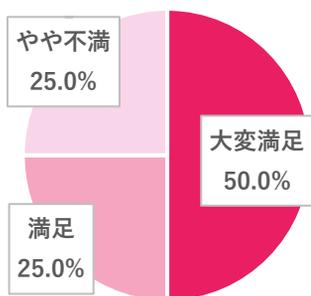
トマトも自分で摘んで食べ比べが出来ると楽しいかと。

せっかくなのでイチゴ、トマト販売すればすれば良い。ツアー初日であればホテルに帰って食べると思う。ツアー最終日なら農産物持ち出し不可？の関係で難しいかも。

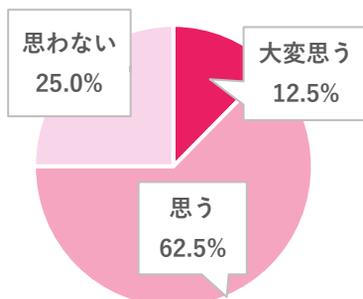
トマトの試食体験はよくわからない。手際が悪すぎる。ただのホームパーティか、ドレッシングも市販のもので、拘りを感じない。

## モニターツアー評価\_漁師鮮度

満足度



おすすめ度



販売価格



### 良かった点 (抜粋)

牡蠣味噌汁美味しかったです。そしてアートのお姉さん優しかった。

牡蠣の養殖のお手伝いを体験できたこと

牡蠣が非常に美味。釘打ち体験もなかなか出来ない体験で殻の絵付け体験も子供たちは非常に楽しんでいました。

気配りが良かった。

蒸し牡蠣だけでなく、お味噌汁の牡蠣も寒かったのであったまることが出来て良かった！

縄に釘うち体験は面白いが、15分くらいの少しで良い。

### 改善点 (抜粋)

牡蠣の食べ方がもっと色々あった方が嬉しいかも。環境も暖房器具などがあったら良かったと思います。個人的な感想ですが、絵心がなくアートは苦手だったので少しか苦痛でした笑

30分の体験がちょっと長い。

牡蠣養殖体験コースについては、個人的なアドバイスですが、30分の釘付け作業が長いので、競争感を作った方が面白いかもしれない。例えば、一番釘付け数の多い人が、多くのガキを食べれるとか、競争している雰囲気を出して、みんなもモチベーションが上がると思う。

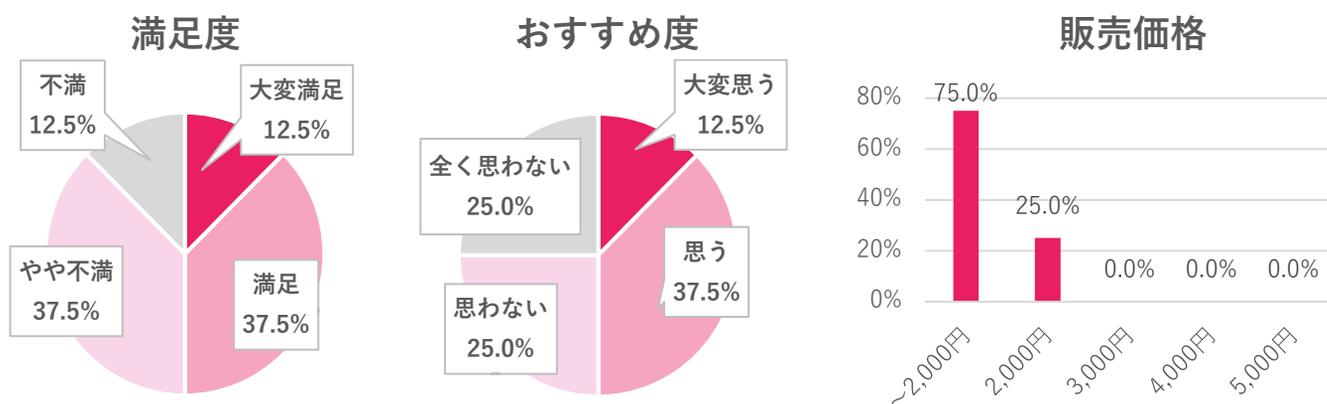
取組み説明のスライドが長かったので、もう少し短くまとめていただけたらもっと良い。

大阪で牡蠣を養殖出来ていることが珍しい？のだとすればそれをしっかり伝えてた方が良い。水深が浅いからこそ〇〇である。大阪湾だからこそ〇〇だ。など。

牡蠣の水揚げ風景自体が珍しいので、そのシーンや、殻の洗浄などもっと近くで見たかった。釘打ち体験は面白かったが。。。それで？といった印象。自分で殻を剥いた牡蠣を炭火で焼いて食べさせてくれる+牡蠣御膳など提供すれば4,000円とかでも良いかも。

途中のSDGsの話は理念としては良いが、エンタメとして機能していない。やめた方がいい。

## モニターツアー評価\_ハンナンテ



### 良かった点 (抜粋)

水出しのお茶が甘くて美味しかった。(そんなお茶の出し方多分日本にしかないかもしれません。アイスコーヒーは日本が発明したと同じくらい、もっと世の中の展開してほしい)

お茶の色々入れ方と入れた後の茶葉も食べ物まで作れるのが印象深いです。

出廻らしの茶葉の再利用の仕方が良かった！

市販の緑茶を簡単にほうじ茶にできる事をしれて良かった。

色々新発見があった。

### 改善点 (抜粋)

テーブルの配置を少し変えて、オーナーさんがテーブルに囲まれるようなイメージで、説明も、お湯の追加などしやすくなると思う。

まだ、茶畑を作り始めたばかりなのではないと思いますが、買ってきたお茶を飲むのは別にいらなかなと思いました。

そもそも阪南市でなぜ緑茶なのかかわからない。伊藤園がいたからだけ、で文化を残したいプロダクトアウトにしか聞こえなかった。緑茶の淹れ方も興味ない。抹茶の方がまだ楽しめる。

外国人向けだとするなら外国人が大好きな「抹茶/Maccha」をフックにすべき。お茶請けは必須。外国人が砂糖を入れて飲む、という話があったが、であれば砂糖も準備してあげれば良い。エンタメ性とインスタ映えが皆無で、その点をしっかりとフォローする必要がある。例えば台湾茶の体験はその両方が含まれている。

例えば、阪南市で作られたお茶、お酒、海産物は土や水のテロワールが同じなので食材としてマリアージュする。などのストーリーを作ってあげることが重要。

残念ながら現在はお金を取れるクオリティではない。

余談だが、牡蠣小屋からお茶の場所までの移動途中にたくさんのゴミが散乱している場所があった。そこまでSGDsとか、水がきれいななのでお酒を造ったとか話を聞いていたが、その説得力が皆無になるくらい残念な光景だった。あそこを通らないとお茶に行けないのであれば、さらにお茶体験はする必要が無い。

## アンケート調査の分析

参加者全員が阪南市を「初訪問」で、ツアーの満足度は概ね高い

- ・ モニターツアー参加者（10名）は、全員「阪南市を初訪問」
- ・ 87.5%が「ツアー内容に満足」と回答
- ・ ツアー内容に「これまでにない新しさを感じた」人は全体の75%

観光商品にSDGsの観点を盛り込むことについてはポジティブな意見が趨勢を占め価格許容範囲は「10%増程度」との回答が6割

- ・ 「阪南市にてSDGsの取り組みを重視した旅行商品・体験やサービスをご用意した場合、参加したいと感じますか？」という問いに対し、75%が「そう思う」と回答
- ・ SDGsの取組を重視した観光商品は「10%程度の価格差なら許容できる」人が62.5%

## 課題点の整理

### ◆体験の磨き上げ

- ・ 阪南市に行きたいと思う動機付け。阪南市だからこそできる体験の提供
- ・ 説明時間の配分や内容、試食の方法など一つ一つの行程の精度を高める。
- ・ 例えば牡蠣 x 日本酒、茶 x 和菓子など地元食材同士を組み合わせ提供し、それぞれの食材のマリアージュとして価値を高める。

### ◆キーワードの設定

- ・ 「関空から近いのでツアーの最初/最後に組み込み易い」「エアーの時間に合わせてスケジュール対応可能」「単品づつは普通でも、これらを一緒に短時間でコンパクトに体験できるのはここだけ」「関西空港から一番近いいちご狩り」「関空から20分」など立地的な強みを訴求。

# 作成したツールの概要

## 目的

- ・ 複数言語での事業者/施設と旅行者の間のコミュニケーションの向上
- ・ 阪南市へのアクセスのしやすさをアピール

## 概要

制作内容	①汎用性の高い指さしツール (オモテ日英・ウラ日繁簡) ②MAP入り阪南市紹介記事 (オモテ日英・ウラ日繁簡)
仕様	A4サイズ両面/フルカラー
納品方法	データ納品

## 制作物

### ①汎用性の高い指さしツール

外国人が訪ねるため、このシートを用いてお話しします  
Let's use this sheet to communicate!

選択に困った場合、以下をお伝えください  
もう一度言ってください | 書いてもらえますか? | 紙に書いてお渡しします  
Could you say that again? | Could you write that down for me? | I'll write it down on a piece of paper.

予約 At the time of reservation  
予約のお名前をお伺いします  
Please tell us the name of your reservation.  
こちらにご記入ください  
Please fill in the form here.  
予約が確認できるものをご提示ください  
Please show me your reservation confirmation.  
予約が確認できません  
I can't find your reservation.  
身分証明書をご提示ください  
Please show me your ID.  
注意事項をご確認ください  
Please read the precautions.  
こちらにサインをいただけますか?  
Could you sign here, please?  
お支払いは前払いです  
Payment is required in advance.  
お客様は事前に決済が済んでいるので  
精算は不要です  
You have paid in advance, so no payment is required.  
食べられない食材はありますか?  
Are there any foods that you cannot eat?  
所要時間は約〇時間〇〇分です  
It will take approximately 〇 hours and 〇〇 minutes.  
パンフレットを差し上げます  
We will give you a pamphlet.  
こちらで着替をお願ひします  
Please change your clothes here.

支払い方法 Payment method  
合計金額は〇〇円です | 支払いはどうないますか?  
The total amount is 〇〇yen. | How would you like to pay?  
クレジットカード | QRコード決済 | 電子マネー | 現金  
Credit card | QR code payment | E-money | Cash  
その支払い方法は利用できません。ほかの支払い方法をお選びください  
That payment method is not available. Please choose another payment method.  
日本円の現金でお支払いください | こちらが領収書です  
Please pay in Japanese yen. | Here's your receipt.

買い物 Shopping  
これはいくらですか? | 何がおススメですか?  
How much is this? | What do you recommend?  
どれくらい持ちますか? | 郵送できますか?  
How long will it keep? | Can you mail it?  
これは何ですか? | これは〇〇市の特産品です。  
What is this? | This is a specialty of 〇〇 City.  
袋は必要ですか? | 袋は枚〇円です  
Do you need a bag? | Each bag costs 〇yen.

緊急時 In case of emergency  
どうかしましたか? | 病院に行きますか?  
Is something wrong? | Would you like to go to the hospital?

TAXI タクシーを呼びましょうか? | Would you like me to call you a taxi?

金額	Amount	所要時間	Time required	はい Yes					
0	1	2	3	4	100	円	Yes	時間	Hours
5	6	7	8	9	1000	日	Days	分	Minutes
いいえ No									

### ②MAP入り阪南市紹介記事

Hannan City, a Culinary Haven Surrounded By the Sea and Mountains  
海と山に囲まれたグルメタウン阪南  
A short trip in the charming town of Hannan City  
大昔の街の魅力的な観光でデートスポット

From Kansai International Airport  
大阪国際空港から  
約20分  
約20 minutes

1. Hoshino Sake Brewery / Sake brewery tour, sake tasting, etc.  
2. Tachibana Farm / Strawberry and cherry tomato picking, etc.  
3. Fresh fish provided by Fishermen Company, Limited / Dive at an oyster bed, participate in oyster shell art activities, etc.  
4. Rinku Premium Outlets  
5. Aeon Mall Rinku Sennan  
6. Yamakadeni St. 山崎川  
7. Hatanaka Park  
8. Yamaoka  
9. Yamaoka  
10. Yamaoka  
11. Yamaoka  
12. Yamaoka

Other Attractions | その他の見どころ  
Tozigohe Factory of Aoki Shofun  
Senzan Satsumai Park  
Yamakadeni  
Yamaoka  
Yamaoka  
Hannan International Hotel

ACCESS 交通アクセス  
Train 電車  
Taxi タクシー

## 300年の歴史を誇る大阪最古の酒蔵を公開！酒造りの見学と唎酒体験



### コンテンツ・商品の概要

大阪最古の酒造 浪花酒造。

300年余りの歴史を持つ酒造りの工程を見学し、見学後には日本酒の試飲体験もできます。

また、登録有形文化財に指定されている離れの「鳴子家住宅」では、座敷に座って日本庭園を眺めながら当時の気分に浸ることができます。

販売価格（税抜） 平日／休前日／祝休日	2,500円（税込）
価格に含まれるもの	酒造見学・試飲
集合場所 （代表住所）	浪花酒造 大阪府阪南市尾崎町3丁目13-6
アクセス	南海本線尾崎駅より徒歩5分
予約可能期間 手じまい時間	体験実施日の4日前 17:00まで
実施期間・実施回数	浪花酒造の定休日に従う（不定休）（予約制）
所要時間・開始時間	所要時間60分 開始時間10:00、11:00、12:00、13:00、14:00、15:00、
催行人数	2名～8名
対応言語	中国語（繁体字・簡体字）・英語
基本情報	<ul style="list-style-type: none"> <li>■問い合わせ先：浪花酒造</li> <li>■ホームページ：<a href="https://naniwamasamune.com/">https://naniwamasamune.com/</a></li> <li>■電話番号：072-472-0032</li> <li>■メールアドレス：info@naniwamasamune.com</li> </ul>

## 牡蠣小屋での飲食、牡蠣作業・牡蠣殻アート体験



### コンテンツ・商品の概要

大阪湾で唯一牡蠣を養殖している波有手の牡蠣小屋で、漁師さんと密接にコミュニケーションをとりながら、牡蠣の収穫作業を体験。

また、通常では捨てられてしまう牡蠣殻を使用したアート体験もできます。

体験後には、牡蠣小屋でプリプリの波有手の牡蠣を堪能しましょう！

販売価格（税抜） 平日／休前日／祝休日	5,000円
価格に含まれるもの	漁師の作業体験・牡蠣殻アート体験・牡蠣の試食
集合場所 (代表住所)	漁師鮮度「波有手の牡蠣小屋」 大阪府阪南市鳥取1716
アクセス	南海本線尾崎駅よりタクシーで約10分
予約可能期間 手じまい時間	体験実施日の4日前 17:00まで
実施期間・実施回数	12月～3月（その年の牡蠣の生育状況等による）（予約制）
所要時間・開始時間	所要時間約135分 開始時間11:00、14:30
催行人数	2名～8名
対応言語	中国語（繁体字・簡体字）・英語
基本情報	<ul style="list-style-type: none"> <li>■問い合わせ先：漁師鮮度</li> <li>■営業時間：11：00～18：00</li> <li>■ホームページ：<a href="https://ryoushi-sendo.co.jp/">https://ryoushi-sendo.co.jp/</a></li> <li>■電話番号：072-425-3655</li> <li>■メールアドレス：info@ryoushi-sendo.co.jp、iwai@ryoushi-sendo.co.jp、</li> </ul>

## 完全無農薬栽培・鮮度バツグンのいちごやミニトマト狩りを体験



### コンテンツ・商品の概要

有用微生物（善玉菌）を自ら培養し、農薬不使用栽培を実施している橘農園。

当農園で、30分間いちごやトマトの食べ放題体験ができます。

「紅ほっぺ」と「やよいひめ」の他、生産者が農薬不使用栽培に最適な品種だと判断した「スターナイト」や「はるひ」などレアな品種も扱っております。

販売価格（税抜） 平日／休前日／祝休日	2,000円
価格に含まれるもの	トマト・いちご狩り体験料・ 試食（トマト狩りはドレッシング、いちご狩りは練乳かけ放題）
集合場所 （代表住所）	橘農園 大阪府阪南市自然田1543
アクセス	南海本線尾崎駅よりタクシーで約10分
予約可能期間 手じまい時間	体験実施日の1日前 17:00まで
実施期間・実施回数	トマト狩り、いちご狩り共に12月1日から5月31日 （12月30日から1月3日を除く）（予約制）
所要時間・開始時間	所要時間約35分 開始時間13:00、14:00、15:00、16:00
催行人数	1名～5名
対応言語	中国語（繁体字・簡体字）・英語
基本情報	<ul style="list-style-type: none"> <li>■問い合わせ先：橘農園</li> <li>■営業時間：13：00～17：00</li> <li>■ホームページ：<a href="https://tachibana-nouen.com/">https://tachibana-nouen.com/</a></li> <li>■電話番号：090-1716-2133</li> <li>■メールアドレス：tachibananouen1543@gmail.com</li> </ul>

## MAP及びコンテンツタリフ内のアクセス記載方法工夫点など

関西国際空港からの利便性を強調するために、以下2点を実施。

### ①関西国際空港、りんくうタウンからのアクセスマップを作成



- 関西国際空港、りんくうタウンから、阪南市のターミナル駅である尾崎駅までのアクセスを明示。
- 尾崎駅を起点に、阪南市の観光スポットへの交通アクセスを整理し、訪日客の出国直前/入国直後の時間を活用した市内周遊を促進。

### ②各コンテンツについて、阪南市のターミナル駅となる尾崎駅からのアクセス記載

#### 受入環境及び交通アクセス整備 (2)コンテンツタリフ

社職小艇での飲食、社職作業・社職アート体験	
	<b>コンテンツ・商品の概要</b> 大阪湾で唯一社職を体験している遊覧手の社職小艇で、遊覧さんと密着にごコミュニケーションをとりながら、社職の取組作業を体験。 また、通常では見られない社職船を使用しアート体験もできます。 体験後は、社職小艇でアリアリの遊覧手の社職を堪能しましょう！
<b>販売価格（税別）</b> 平日/休前日/祝休日	5,000円
<b>価格に含まれるもの</b>	遊覧の作業体験・社職アート体験・社職の試食
<b>集合場所（代表住所）</b>	遊覧船「遊覧手の社職小艇」 大阪府阪南市鳥取1716
<b>アクセス</b>	南海本線塚原駅よりタクシーで約10分
<b>予約可能期間</b> 手じまり期間	体験実施日の4日前 17:00まで
<b>実施期間・実施回数</b>	12月～3月（その年の社職の生育状況による）（予約制）
<b>所要時間・開始時間</b>	所要時間約135分 開始時間11:00、14:30
<b>乗行人数</b>	2名～8名
<b>対応言語</b>	中国語（繁体字・簡体字）、英語
<b>基本情報</b>	■問い合わせ先：遊覧船係 ■営業時間：11:00～18:00 ■ホームページ：https://ryuushi-sendo.co.jp/ ■電話番号：072-425-3655 ■メールアドレス：info@ryuushi-sendo.co.jp, lwa@ryuushi-sendo.co.jp

- 空港、りんくうタウンに滞在している訪日客が、出国直前或いは入国直後の1～2時間で阪南市のコンテンツ体験を狙う。

## 訪日外国人向け／日本人向けの販路候補

造成したコンテンツについて、ターゲットに見合った販路を策定し、以下の施策を講じた

### 外国人向け

#### 【想定されるターゲット】

- ①台湾、中国、香港を中心とした中国語圏の個人旅行者（FIT）
- ②ASEAN諸国および韓国からの個人旅行者（FIT）
- ③欧米豪からの個人旅行者（FIT）

#### 【適切だと思われる販路】

・個人旅行者（FIT）の多くはOTAを通じて観光商品を予約する傾向にあるため、外国語対応しているOTAでの販売を整備する

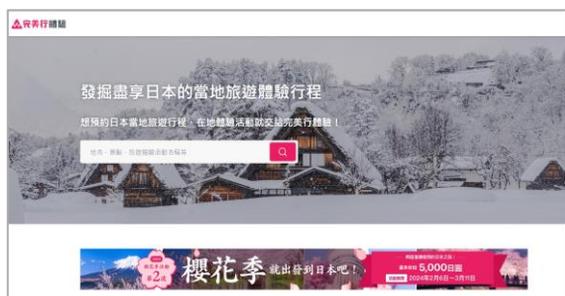
#### 【今回整備した販路】

- ・WAmazing Play（台湾繁体字）…①に対応
- ・WAmazing Play（中国簡体字）…①に対応
- ・WAmazing Play（香港繁体字）…①に対応
- ・WAmazing Play（英語）…②③に対応

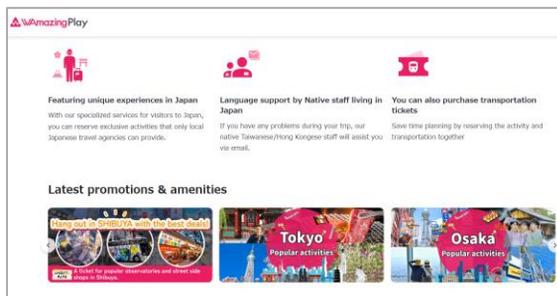
※いずれも3月下旬以降に順次公開予定

※「WAmazing Play」は、WAmazingが運営する、訪日外国人客向けの体験予約サイト。中華圏（特に香港・台湾）に強く、訪日リピーター会員を多数有する。

▼WAmazing Play 台湾繁体字版TOPページ



▼WAmazing Play 英語版TOPページ



## 日本人向け

### 【想定されるターゲット】

- ・大阪近郊在住者を中心としたカップル、ファミリー等、日本人個人旅行者

### 【適切だと思われる販路】

- ・海外旅行者同様に、日本の個人旅行者の多くはOTAを通じて観光商品を予約する傾向にあるため、日本国内向けのOTAでの販売を整備する

### 【今回整備した販路】

- ・WAmazing Play supported by 東急

※3月下旬以降公開予定

※※「WAmazing Play supported by 東急」は、WAmazingが運営する、日本人向けの体験予約サイト。地域の人との交流や、その土地ならではの体験に軸足を置いた品揃えを行っている

### ▼WAmazing Play supported by 東急 TOPページ



### ▼WAmazing Play supported by 東急 ファミリー向けカテゴリページ例



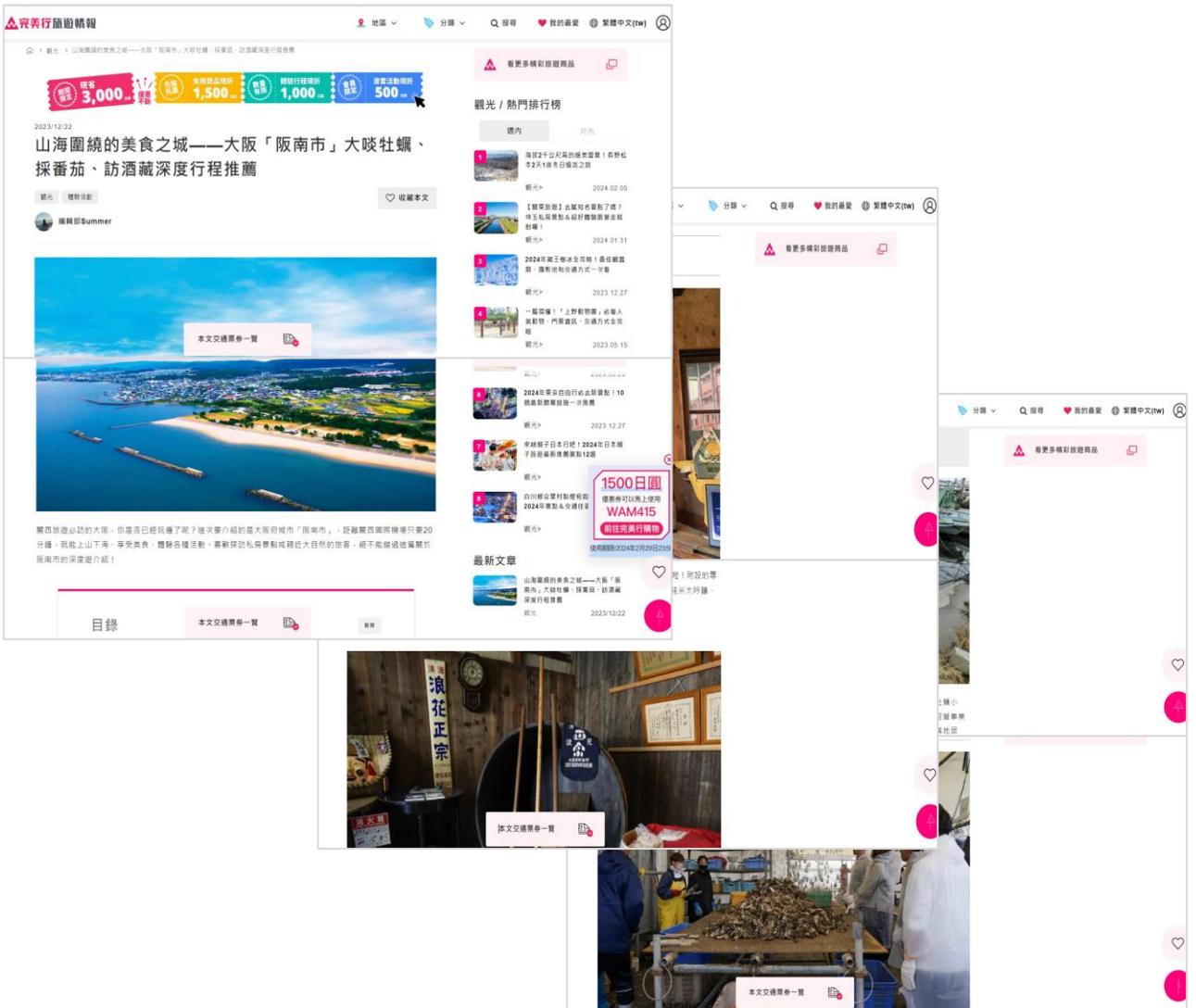
## 自社が運営するメディアでの取材及び記事掲載

WAmazing Discover 2023年12月22日公開

### 山海圍繞的美食之城——大阪「阪南市」大啖牡蠣、採番茄、訪酒藏深度行程推薦

<https://tw.wamazing.com/media/article/a-3210>

- ・ Webメディア制作専門チーム所属の台湾人スタッフがエージェントFAMトリップ (2023/11/28) に同行し、阪南市を取材
- ・ ネイティブ視点で阪南市の魅力と見どころについて記事を執筆し、台湾繁体字にて掲載



## SIMカードのリクエスト者に対し、入国前にメール送付

- 当社が無料提供（15日間500MB）しているSIMカードのリクエスト者のうち、指定の期間中に関西国際空港より入国予定の方々へ、阪南市の魅力訴求記事（WAmazing Discover内に掲載）をPRする。

### 目的

- 対象市場からの訪日予定者に対し、ダイレクトにアプローチ。  
※まさにこれから関空入国をしようとしている人に対し、旅前に阪南市の魅力訴求ができる

### 概要

- 配信期間：以下の1か月間
  - 2024年1月29日～2024年2月28日
- 対象者：以下条件にて抽出
  - 当社のSIMリクエスト者のうち、関西国際空港より入国予定
  - 使用言語は台湾繁体字、香港繁体字
  - 入国30日前に配信
- 配信内容：右図参照  
※右図は台湾繁体字の原稿  
同内容にて、香港繁体字も配信

### ▼配信メールイメージ

The screenshot shows an email from '完美行' (WAmazing) promoting a '關西鐵路周遊券' (Kansai Rail Pass). The email includes a header with the company logo, a main title '用鐵路周遊券 玩遍關西' (Use Rail Pass to Play Kansai), and a sub-header '預約空通PASS把日本玩好玩滿!' (Book Air Pass to enjoy Japan fully!). The main content features a large image of a train and a smaller image of a traditional Japanese building (Osaka Castle). Text describes the benefits of the pass, such as being able to visit multiple destinations like Osaka, Kyoto, and Nara. A red box highlights a section titled '要去大阪的朋友看這裡!' (Friends who want to go to Osaka, look here!) which includes a scenic view of Osaka Bay and a link to '深度行程推薦' (Deep travel itinerary recommendations). At the bottom, there are navigation buttons for '住宿' (Accommodation), '體驗' (Experience), '消費' (Spending), '車票' (Tickets), '購物' (Shopping), '情報站' (Information Station), '免費SIM卡' (Free SIM Card), and '活動' (Activities). The footer contains contact information and copyright details.

## LCC搭乗者へのメール送付

### 【施策】

航空会社Peachの搭乗者に送付される「リマインダーメール」に阪南市のバナーを掲示

### 【目的】

台湾・香港から関西国際空港入りする旅客に対し、自然豊かなグルメの宝庫「阪南市」の魅力进行PRする

### 【対象者】

- ・ Peach台湾発関西国際空港行搭乗者
- ・ Peach香港発関西国際空港行搭乗者

### 【期間】

令和6年1月1日～2月29日

### 【仕様】

・ Peachの対象路線搭乗予定者に対し、搭乗予定日の3日前に送付される「リマインダーメール」下部にバナーを表示

・ バナーのリンク先はWAmazing Discover阪南市紹介記事TOP（繁体字中国語記事）

→P.82参照

## ▼Peachリマインダーメール画面サンプル



## WAmazing会員向けアンケート（定量調査）

- 訪日ヘビーリピーター（台湾・香港）が多く、訪日意欲も高い当社会員に対し、阪南市での造成体験に関する興味度等を聴取するWEBアンケートを実施。

### 目的

- 訪日意欲が高い層に、本事業で造成をした体験コンテンツに対してのニーズを改めて聴取する
- 訪日意欲が高い当社会員 に対して、阪南市のPRを行う  
※メディア記事のURLを入れ、読んで回答するアンケートに仕立てる

### 調査概要

- 対象者：
  - WAmazing会員
  - 台湾、香港出身の方
  - 20～59歳男女
  - 2017年以降に訪日旅行をした方
- サンプル数：707サンプル
  - 内訳：台湾581／香港126
- 調査期間：2024年1月24日～2月2日
- 設問数：13問
- 聴取項目：以下の通り

#### ▶属性聴取

- 出身
- 年齢
- 性別
- 訪日旅行回数
- 訪日旅行の際の同行者
- 訪問エリア
- 入国した空港・港湾／出国した空港・港湾
- 旅行タイプ（旅行手配方法）

#### ▶本調査

- 阪南市の認知について
- 阪南市での観光体験興味度（4資源）
- メディア記事を読んだ際の阪南市来訪意向度
- 阪南市滞在希望期間
- 空港待ち時間を利用した阪南市での体験意向度

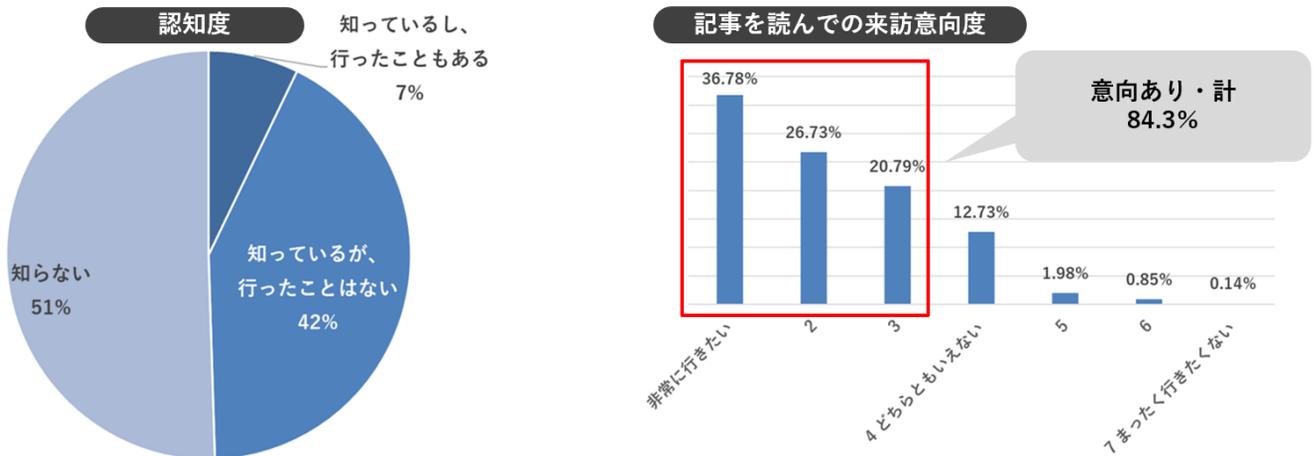
## WAmazing会員向けアンケート (定量調査)

### 結果サマリ

- 調査結果より、以下が阪南市への誘客可能性として見えてきた。

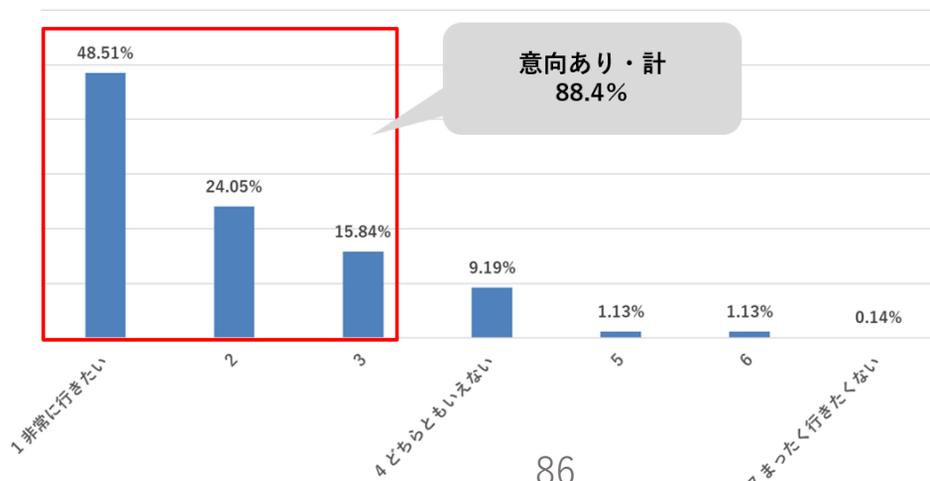
#### 阪南市の認知度と記事を読んだ後の来訪意向度

- 過半数 (51%) は「阪南市を知らない」が、地域紹介の記事を読んだ後の来訪意向度は高い。
  - 認知度は課題だが、しっかりと観光資源や地域の魅力を伝えられれば、来訪意向度は高い。



#### 空港待ち時間を利用した阪南市への体験意向度

- 「帰国時の関西国際空港での待ち時間を利用して阪南市での体験 (1時間程度) に参加できる場合、参加したいですか?」との問いに対し、約9割は“意向あり”。
  - 空港からの近さは非常に魅力的、かつアドバンテージ。好立地を生かしプロモーションを行うのが有用であると言える。



## 阪南市が運営するSNSの情報発信

### 【施策】

阪南市公式instagramでの情報発信 計3回  
まるごといただき阪南市  
([https://www.instagram.com/maruttoitad  
akihannanshi/](https://www.instagram.com/maruttoitad<br/>akihannanshi/))

### 【目的】

自然に溢れ、立地的に外国人にもおすすめの  
阪南市。インバウンドの受入整備に前向きで  
ある「阪南市」をPRする

### 【ターゲット】

阪南市民、大阪府内在留の台湾・香港・中国  
コミュニティ

### 【期間】

令和6年3月1日～4月31日（予定）  
※投稿素材の準備は全て完了しているが、  
最適なタイミングで投稿をするために、  
上記期間にて投稿を調整中

### 【仕様】

・リンク先（ストーリー掲載時）は  
WAmazing Discoverや、各事業者の  
instagramアカウント

▼instagram投稿画面  
サンプル



## KPIと事業目標に対する成果

想定していた目標（KPI）に対し、全指標において上回る形となった。

### ◆目標（KPI）

項目	実施内容・KPI	結果
マーケティング調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>対象パネルへのインターネット調査</li> <li>KPI：サンプル数：<b>400</b>（日本・中国・香港・台湾 各100）</li> </ul>	サンプル数： <b>529</b> （内訳）日本154・台湾122・香港123・中国130
地域資源の調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>体験造成の可能性のある事業者への聞き取り</li> <li>KPI：外部有識者招聘<b>1名</b></li> </ul>	有識者招聘： <b>1名</b> ※小野田金司様
販売ルートの検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社が運営するメディアでの取材及び記事掲載</li> <li>KPI：<b>1件</b></li> </ul>	記事掲載： <b>1件</b> ※台湾版・香港版で各1件
	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社が関西国際空港で提供する「無料SIMカード」のリクエスト者に対し、入国前にメール送付</li> <li>KPI：配信期間<b>1ヶ月間</b></li> </ul>	配信期間： <b>1ヶ月間</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>LCC搭乗予定者へのメール送付</li> <li>KPI：配信期間<b>2ヶ月間</b></li> </ul>	配信期間： <b>2ヶ月間</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社会員へのメール送付</li> <li>KPI：<b>1回</b></li> </ul>	メール送付： <b>1回</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>阪南市が運営するSNSの情報発信</li> <li>KPI：発信回数<b>3回</b>以上</li> </ul>	発信回数： <b>3回</b> ※既に投稿準備は整っているが、最適なタイミングでの配信を行うため、投稿は24年3月以降順次実施

## 事業を通じた課題点と今後に向けた改善点・提案事項

- 対日本人も対外国人も「認知度の低さ」が課題。一方で、認知している層からは観光資源の評価（興味度）も高く来訪意向度も高いため、まずは「知ってもらう」工夫が必要。
  - 日本人：大阪府在住者の中でも「知らない」層が存在するため、“SDGs教育を軸とした家族旅行”のPR・来訪促進策を検討したい。
  - 外国人：関西国際空港からの利便性を最大限活用し、日本から出国する直前に楽しめるコンテンツを整備したうえで、“日本で最後の思い出作りは阪南市”というブランディングが出来ると良い。
- 今後の誘客促進のためには、以下のようなことが考えられる。
  - 日本人：周辺地域の学校と連動した“SDGsを体験しながら学べる地域”としてのプロモーションが出来ると良い。
  - 外国人：関西国際空港に多く訪れる中華圏からの旅行者をターゲットに、旅前の情報源となるSNS等のオンラインツールを活用して“空港からの近さ”“食の豊かさ”をしっかりとPR。

# Appendix：定量調査報告書

【持続可能性を核とした日本ならではの世界的価値の創出】

「世界に一番近い未来都市はなん」で体験する

Co-ベネフィット型未来都市の実現に向けた

観光コンテンツ造成事業

マーケティング調査報告書

（令和6年2月28日）

※別添資料参照

**Appendix : 定性調査報告書  
地域資源調査 結果ご報告  
(令和5年9月21日)**

## 漁師鮮度

### 環境への取組

### 現況

代表の岩井様は、海の環境技術の専門家として国や自治体の事業に携わってきた。阪南市の豊かな自然を背景に、漁業を中心とした地域の活性化を目指し子供たちが誇れるふるさと作りを目指している。

①NPOと協働で、**市内全小学校の海洋教育**を実施。漁業協同組合と連携して**ワカメ養殖**などを行っている。

②企業と連携し、府内有数の**アマモ場を保全**。生き物調査を通じた**生物多様性保全活動**を行っている。

③地域のプラットフォームを目指し、社会福祉協議会などと連携し、子ども食堂の定期開催（毎月1回）。青少年更正施設の体験受け入れ、障害者雇用なども実施。

### 課題

運営スタッフ、特に**若手人員が不足している**。ボランティアは集まるのだが、運営やその一歩先に踏み込んだところをやってもらえる人材が足りない。目的意識をもって運営まで遂行できる人材はなかなかいない。

阪南市は自治体として中途半端なので「協力隊」的な人材をアサインしてもらえる要件を満たしていない。

地方の小さな漁港でも、元気なところは国や行政の仕組みによって若い人達が集まり、活躍している。環境や地域のために取り組みたいことはたくさんあるが、**阪南市は地方都市として支援される立場にない**ためなかなか難しい。

### 観光の取組

### 現況

大阪湾体験イベント（**生き物観察会、ワカメ養殖体験、海苔漉き体験**など）や、海産物に関する事業（**カキ養殖、カキ小屋運営、すだて遊び**など）を実施。カキ小屋は12月～2月で約7500人、すだて遊びは5月～9月で約1000人を集客。

### 課題

今後はカキ筏での釣り、**タコ漁など手軽にできる漁業体験コンテンツ**、**捕った魚をバーベキューで食べられるサービス**も用意したいと考えている。だが、サービスによって旅客船運航事業や遊漁事業等の資格が必要であり、課題となっている。

# 地域資源調査 結果ご報告

## インバウンド対応

## 現況

現時点では特に外国人向けのサービスには取り組んでいないが、**牡蠣小屋にはアジア系や欧米系のお客さんが来訪する。**

外国人客にはコミュニケーションは身振り手振りで対応しているが、本当に困ったらGoogleに頼っている。

## 課題

通訳できるスタッフやサービスを確保できればベターである。

## 阪南市についての意見

**宿泊施設の不足が阪南市の課題。**市所有の遊休施設などに手を加えれば、宿泊施設として運営できるはず。日帰り観光には取り組むべきだが、経済効果は限定的なので、滞在型の観光整備が必要だと考えている。また、阪南市の観光協会は土日に休んでいるが、観光協会としてそれでいいのか疑問である。

## 浪花酒造

### 環境への取組

### 現況

使用後の空ビン<sup>①</sup>を回収、洗浄し再利用。大阪府「食の安心安全認証施設」として2年ごとに衛生26項目のチェックを受け、資格更新している。ビンの再利用には、数十年前から業界全体で取り組んでいる。

### 課題

使用後の空きビンは意外と汚れが落ちにくいため、そのままお酒を詰めることがないように、慎重なチェックが必要である。煩雑な作業だが、紙パックではお酒の高級感を出すのが難しいので、「ビンの再利用」が不可欠である。

### 観光の取組

### 現況

年2回、新酒仕込みシーズンに**酒造り会**を行っている。このほか、**酒米の田植え体験**も。地産地消を心がけており、原材料には昔から地の物を使用している。また、**田植え/稲刈り+BBQのイベントを無償提供**（定員5名）。蒸しあがった米を広げる、タンクに入れる、混ぜる工程などにも、一般の人の参加が可能である。イベント参加者は、自社サイトやSNSで募集している。

### 課題

特になし

### インバウンド対応

### 現況

**英語、中国語、韓国語の3か国語での案内看板、案内DVDを制作**。また、カードで支払いできる設備を導入している。

### 課題

英語、中国語、韓国語以外の言語圏の観光客に対する案内が必要だと考えている。

### 阪南市についての意見

SDGsに関してできることはたくさんあるので、何かからやるか整理したほうがいい。抽象的すぎると、的を絞ることが難しい。新酒のお披露目会などでも市と連携して実施させてもらっている。市としてSDGsを推進したいのであれば、環境問題に熱心に取り組んでいる会社や個人を表彰し、広報誌等でPRすればいいのではないか。

## ハンナンテ

### 環境への取組

### 現況

#### 伊藤園と連携し、お茶を軸とした健康事業を展開。

伊藤園は、市民向けのお茶セミナーや「お茶のある暮らし」の強化によるウェルビーイング（持続的幸福感）研究等を実施。当初はスポーツ庁の補助金を使った事業として、大学、病院、企業が連携して「病院に行かなくても健康を維持し、財政負担を減らす」ことを目的にスタート。お茶を植えて飲むことで健康になる、茶畑の作業で健康になるという切り口で、「ヘルスツーリズム」を視野に入れていた。

また、**市内の遊休農地を活用し、茶畑を造成・栽培**。茶畑の管理だけでなく、来訪者が地域農業に触れることのできる憩いの場づくり（**茶摘み体験**など）を提供している。

### 課題

お茶のある暮らしプロジェクトに協力してくださる方への周知が弱い。現時点ではSNS発信と事業者ヒアリングで知り合ったネットワークのなかで参加者を募っているが、本当に届けたい人へのリーチがこれからの課題。

お茶の管理は農家。生育チェックは福祉作業所に依頼、全体監修は伊藤園、運営はハンナンテという切り分けで行っている。**阪南市では農福連携の取り組みが比較的盛んで、漁師鮮度の牡蠣殻を粉末にする作業は青少年施設の入所者に依頼**。その牡蠣殻の粉末を茶畑にまいて育成効果を研究している。

このように農地拡大を図っているが、それに合わせて管理体制の強化が必要だと考えている。

### 観光の取組

### 現況

現在は、茶話会レベルから体験レベルまで、試験的に毎月1回イベントを行っている。9月には茶摘み体験を実施予定。**現状では観光商品としての提供には至っていないが、今後は体験コンテンツに育てていきたい**。阪南市も「**大阪のブランド茶**」として打ち出していきたいと考えているようだ。

### 課題

ヘルスツーリズムやサステイナブルツーリズム等の企画の際に、**大阪唯一のお茶ブランドとして自分で摘んだお茶を焙煎して飲む体験を商品にし、お土産として提供したい**。モニターツアーであれば、今年度から協力できるかもしれない。茶摘み体験、お茶の飲み方セミナー、茶殻クッキー講座など。

# 地域資源調査 結果ご報告

## インバウンド対応

## 現況

現状で特に対応していないが、インバウンドのお客さんが来る場合、通訳の手配は可能。ハンナンテが入居しているサテライト拠点に英語話者がいるので、対応を依頼することはできる。

## 課題

特になし

## 阪南市についての意見

ハンナンテが入居しているサテライトオフィスは、街づくりのコンサルティングを行うランドブレイン株式会社が運営している。同社はCo-ベネフィット運営協議会に携わり、SDGsみらい都市の申請を手伝った実績も。阪南市におけるSDGsのプロジェクトを提案・推進する立場にある。

## SpecialFood.J

### 環境への取組

### 現況

肥育牧場から出る堆肥を耕種農家へ還元し、循環型農業の取組を推進している。

「牛糞を肥料として提供する」という取り組みは引き合いが強い。牛糞を産業廃棄物として処分するには多大なコストがかかるため、有効活用はこの業界の共通課題。大前提として、田畑に還元するには臭いのしない糞を作らなくてはならない。そのためには発酵させる必要がある。この牛糞肥料をまいてできた有機野菜が「非常においしい」と評判を呼んでいる。

### 課題

昔ながらの和牛の良さを伝えたい。環境によって牛は変わる。本物の和牛を生産したい。それを輸出産業として発展させたい。さらには牛糞を使った循環型農業を行うところまで取り組んでいきたい。

おいしいもの、健康にいいものに興味を抱く観光客は多い。しかしただ牛を見に来てもらうだけではSDGsにつながらない。農場見学も、個別の事業者が頑張っただけではどうにかできることではない。行政や観光協会の旗振りが必要。

### 観光の取組

### 現況

口蹄疫などへの懸念から、農場見学への受け入れはセンシティブな問題。海外から視察の申し出はあるが、対応は容易ではない。とはいえ、特別な生育法で作られた牛肉も、有機肥料で育てられた野菜も、外国からの観光客にとっては魅力的な資源のはず。

### 課題

牛糞を使って作られた野菜、たとえば大根やイモ類などは驚くほど味がする。素材にこだわる料理店を作るのも街づくりになる。町ぐるみで、レストランも巻き込んで取り組むべきである。飲食店での地産地消は行われているのかもしれないが、見えていない。

# 地域資源調査 結果ご報告

## インバウンド対応

## 現況

まだ中国向けには解禁されていないが、以前より輸出を視野に入れて牛肉を生産しているため、中国語を話す日本人スタッフが3名いる。**現時点で、和牛に興味を持った海外の人が多数訪れている。**台湾のテレビ局が取材に来たこともあった。中国語ができる人材は、そうした顧客に対応している。**台湾・香港・中国だけでなく、欧米からの訪問者も多い。**

## 課題

インバウンド対応は可能だが、牛の病気の関係で受け入れは容易ではない。**観光事業として取り組むなら、有機農法の体験コンテンツをやりたい。**そのためには、できれば町ぐるみで整備してほしい。海外の人は有機肥料の野菜に興味があるはず。

## 阪南市についての意見

阪南市が街並みを美しくすれば外国人観光客も集まるはず。草ボーボーの荒地をなくす。魅力ある街にするには、漁港も含め、市が一体となって取り組まなければならない。何をするにせよ、商工会、行政、観光協会のバックアップが必要。阪南市を活性化してほしい。インバウンドを呼ぶのは、その先の話ではないか？

## 和紙の布

### 環境への取組

### 現況

23年前から和紙織物を製造。12年前に林野庁の会議で**間伐材の有効利用**について意見を求められた。そこで「木から服を作ろう」という話になったのが「**木糸**」開発の発端。放置された間伐材を形を変えて、森をきれいにしよう、お金にならない廃材を商品化していこうという試み。現在では、プロジェクトに14都道府県が参画。この取組は、森に放置されていた間伐材を燃やして処分するのではなく、糸として再生することにポイントがある。**木材を燃やすのではなく糸として使うことで、炭素固定が進む**。燃やせばCO2が排出されるが、燃やさず使うことに意義がある。つまり**地球温暖化を食い止めるひとつの大きな手段だと思われる**。

### 課題

木材からセルロースを抽出する工場は山梨にある。それを四国に運んで和紙に漉く。和紙を浜松の工場に運んでテープ状にカットする。それを撚糸するのは広島。取組自体はエコロジーだが、完成するまでの行程に手間や輸送コストがかかる。また、どの工程もリソースが限られるため、大量生産が難しい。今後お客さんが殺到したらパンクしてしまう。どこかに製造工場を誘致して、ばらばらの工程を一カ所にまとめたいというのが今後の課題。そうすれば、大量生産やコストダウンが可能になり、燃料費を削減できる。今後4～5年の間に、製造工程をパッケージ化し、47都道府県に拠点を作り、地産地消の産業として発展させていきたいと考えている。

### 観光の取組

### 現況

現状で、観光に関する取組はしていないが、観光要素とうまくからめれば、なにかできるかもしれない。手ぬぐいを染めていただく体験など、アイデアは提供できそう。阪南市の産業フェアに「染色体験」で出展した実績はある。染色の先生やデザイナーなど、知己に協力してもらい実現した。

### 課題

観光に関する取組はしていないが、他地域から視察の要望がある場合には対応している。そうした際、**視察の皆さんが宿泊するホテルがなく、大阪中心部に行ってしまうのが課題**だと考えている。

# 地域資源調査 結果ご報告

## インバウンド対応

## 現況

海外からの顧客には、通訳を入れてもらって対応している。

## 課題

特になし

## 阪南市についての意見

PRが物足りないと感じている。

「木材から繊維を作る」というのは、日本初、そして世界初の取り組み。また、和紙の糸が作る木糸は日本が生んだ素材である。その旨を、**阪南市**として、もっと強くアピールしてもいいのではないかと思う。

## 橘農園

### 環境への取組

### 現況

いちご、トマトの**無農薬栽培**に取り組んでいる。どんな作物でも消費者側に届く時点での残留農薬は微々たるものだが、使っている側が浴びる量が多い。高濃度の農薬は明らかに健康に影響を及ぼす。それを実感したことが、無農薬栽培を志したきっかけ。完全無農薬を確立できているわけではないが、ほばいけるだろうという感触。バクテリア（善玉菌、乳酸菌、酵母菌など）を混ぜて散布する方法を取り入れている。

### 課題

腐ったものがあると害虫が寄ってくるように、自然界のメカニズムには法則がある。これを意識すれば、いちごの生育環境に虫が寄ってこないようにすることはできる。いい微生物が繁殖する場所では作物がいきいきする。みんな理解できることではあるが、いざやろうとすると立ち止まる人が多いのかもしれない。それゆえ、**無農薬栽培に手を出す農場はまだまだ少ないのだ**と思われる。

### 観光の取組

### 現況

今年からいちご狩りを開始したところ反響多数。半分は大阪市内から。関西圏、神戸や和歌山からも来た。**大阪府内でいちご狩りは珍しく、無農薬はおそらく橘農園だけなので喜ばれる。**年内を目標に、**トマトビール**と**いちごビール**を開発予定。クラウドファンディングや補助金を活用し、隣市のクラフトビール工場と協業する。農薬不使用、安全・無添加のビール。商工会の後押しもあり、**地元名産として売り出したい。**インバウンドにも受けるに違いない。

### 課題

トマトの美味しさにも定評がある。**トルコやイタリアの人が橘農園のトマトの味の良さに心底驚いていた。**しかしこれまで作っていたのは大玉トマトなので、収穫体験には向かなかった。ミニトマトの栽培を始めたので、今後はミニトマトで収穫体験ができるかもしれない。すでに岸和田市にミニトマト収穫体験を行っているファームがある。**トマトは世界的にみても作付け面積などがダントツに多い作物なので、どんな国の人にも喜ばれるだろう。**

# 地域資源調査 結果ご報告

## インバウンド対応

## 現況

いちご狩りには、シンガポール、タイの団体が各20人規模、ベトナムの団体が15～6人規模で数回来ている。関空が近いためなのか、フライトまでの隙間時間を埋めるツアーにちょうどいいらしい。旅行業者から直でツアーを入れさせてほしいと連絡が来ることも。それで20人くらいの団体ツアーが来ている。

## 課題

インバウンド受け入れ時には、やはり言語対応が大変。皆さん、マナーがいいので、現状では特に困っていないが、さらに大人数で来るとなると、受け入れに苦慮するかもしれない。

## 阪南市についての意見

特になし

**Appendix：定性調査報告書  
阪南市地域資源に関する  
訪日外国人の意識調査のご報告  
（令和5年11月25日）**

## 【阪南市資源提示前／提示後のステイタスで実施（7/26）】

### 阪南市資源提示前

#### POINT

- ・ 阪南市は「聞いたことはあるが、用事がなければ行かない場所」
- ・ SDGsの取り組みは「イメージアップにつながるが、それ自体が旅行先決定に大きく寄与することはない」

#### Q1：大阪府阪南市を知っていましたか？

- ・ 取材で牡蠣養殖の場所に行ったことがあるので知っていた（台湾・洪）
- ・ 名前は知っているが、行ったことはない（香港・クリスティ、中国・李）

#### Q2：ブルーカーボン・グリーンカーボンという言葉聞いたことがありますか？

- ・ 聞いたことがない（台湾・洪）
- ・ 聞いたことがない（香港・クリスティ）
- ・ 聞いたことがない。ネットで“蓝碳”や“绿碳”で“検索したら関連の記事や動画が数多く出ている印象（中国・李）

#### Q3：旅行先を決定する際、SDGsへの取り組みを気にしますか？

- ・ 台湾の環境意識は日本よりも進んでいると思われるが、だからといってSDGsをフックに旅行先を検討することはない。とはいえ、「環境を意識した取り組みを行っている」と聞くと、その町のイメージはアップするかもしれない（台湾・洪）
- ・ 香港では一部環境保全に対する意識が高い層もいるが、全体的に環境意識は日本よりもさらに遅れていて、旅行先を検討する際、SDGsは大事な要素ではない。ただし台湾と同じく、「環境に良い取り組み」はプラスになる（香港・クリスティ）
- ・ 学生時代に教科書で「持続可能な開発目標」という言葉はよく耳にしました。概念として多くの人が聞いたことがありますが、日常生活の環境意識がまだ遅れているため、SDGsは旅行先を決める要因ではない。（中国・李）

# 外国人意識調査 結果ご報告

## POINT

- ・ 空港で時間が空いたら「買い物」が定番
- ・ 旅の情報収集に用いるのはインスタ、YouTube、Googleでの検索。旅の目的を動画から絞り込むことも多い

### Q4：日本を旅行中、空港での空き時間にはどんなことをして過ごしますか？

- ・ 最終日、出国前に時間が空くことが多い（全員）
- ・ 旅の最後に時間ができたら、やっぱり「買い物」がしたい（全員）
- ・ 空港のそばにアウトレットがあれば足を延ばすこともある。関空なら泉佐野市のりんくうプレミアム・アウトレット、成田なら酒々井プレミアム・アウトレットがマスト（台湾・洪）
- ・ 荷物を持ち歩きたくないので、あえて最終日に買い物の時間を空けておくこともある（香港・クリスティ）
- ・ 空港内の施設が充実していると、時間がたくさん空いていても、そこで過ごすことが多い（中国・李）

### Q5：旅の情報収集にはどのような手段を用いますか？

- ・ 台湾では、SNSならFacebook利用者が多いが、そこで検索はあまりしない。情報を調べるならインスタかYoutube、Google。「場所+目的」、たとえば「東京+デザート」で検索し、WEB記事やインスタ投稿を調べる。さらに目的地を絞ったら、インスタで写真を見て、細かい情報はgoogleで検索。もしくは自分がフォローしているKOLさんが紹介した場所をチェックする。（台湾・洪）
- ・ 香港の人たちは、SNS、インスタ、Youtubeなどをチェック。動画を流して気になったところをさらに調べる人が多い。航空券やルートが決まっているのなら、その周辺地を検索し、アクセスを細かく調べる。情報を絞り込んで、ピンポイントで検索する（香港・クリスティ）
- ・ 中国の人たちも、やはりネット検索することが多い。人が書いている攻略記事をざっくりしたキーワードで探す。具体的な目的が決まっている場合は、地名+アクティビティのセットで検索する（中国・李）

## 【阪南市資源提示前／提示後のステイタスで実施（7/26）】

### 阪南市資源提示後

#### POINT

- ・「山中溪を走るパンダ列車」は全員一致で好感触
- ・台湾・香港・中国ともに「牡蠣なら食べたい人は多いはず。わかめにはそれほど魅力を感じない」
- ・関空から阪南市に立ち寄ってもらうには「交通アクセスの整備」と「魅力的なイベントの告知」が必要

#### Q1：阪南市および阪南市地域資源の資料を見て、興味を持ったポイントは？

- ・山中溪を走るパンダ列車はとてもかわいい。ぜひ見に行きたいし写真を撮りたい（全員）
- ・台湾の人は、桜など季節のものにとっても興味がある（台湾・洪）
- ・新鮮な牡蠣はとても魅力的。一方、わかめは地味である（全員）
- ・台湾では、牡蠣はよく食べる食材のひとつ。美味しい牡蠣なら食べたい人も多いのでは？（台湾・洪）
- ・牡蠣は香港ではオーストラリア産が多く、とれたてを食べられることはまれ。そういう意味で、牡蠣を産地で食べられるのは非常に興味を惹かれる（香港・クリスティ）
- ・中国は沿岸部と内陸部で食文化が違う。沿岸部の人なら牡蠣もわかめも食べるはずだが、わかめには牡蠣ほどの訴求力はなさそう（中国・李）
- ・16種類もお風呂がある平野台の湯には行ってみたい。温泉好きな台湾人は多い（台湾・洪）

#### Q2：関空利用者に阪南市に立ち寄ってもらうとしたら、どんな条件が必要ですか？

- ・リゾートっぽい場所があるといい。SkyDome阪南のような施設は魅力的である（台湾・洪）
- ・関空からのアクセスがよければ阪南市に足が向く可能性も。不便な思いをしてどこかに行くのは面倒なので、交通ルートを整備してわかりやすく説明すれば行きたいと思う人も増えるはず（香港・クリスティ）
- ・空港に着いてすぐにイベント告知があると、旅行中に立ち寄る可能性が高くなる（中国・李）
- ・（どんなイベントなら魅力的ですか？という問いに対し）牡蠣フェスがあったら行きたいです（全員）

## 【阪南市について認識を深めたステイタスで実施（10/20）】

### 第一回検討会参加後

#### POINT

- ・ 阪南市のネックはやはり「知名度の低さ」。観光情報サイトでの多言語対応や、RED（小红书）などのSNSで情報発信が、知名度・注目度UPには効果的ではないか
- ・ 二次交通の乏しさを解決するには、台湾の人には「自転車」、香港の人には「レンタカー」の使用を促すといいのではないか

#### Q1：第一回検討会に参加して、阪南市の課題はどこにあると感じましたか？

- ・ 観光情報サイトでは、中国語・英語などの言語フォローが重要。すべて翻訳する必要はないので、必要なところだけ多言語対応すればいいのではないか（台湾・洪）
- ・ 二次交通の課題は阪南市に限ったことではなく、多くの地方の悩み。たとえば「駅からレンタサイクル」のプランなど、車よりもハードルが低い交通手段を提案するのもいいのではないか。レンタサイクルなら気軽に多くのスポットを回ることができる（台湾・洪）
- ・ タクシーの場合、呼びやすさも重要。地方によっては迎車依頼してもなかなか来てもらえないこともある。ただタクシーであれば、運転手さんに行き先を見せればいいので、言語の課題は少ないかもしれない（台湾・洪）
- ・ 香港では、キーワードをピンポイントで検索する人が多いので、「阪南市」というキーワード自体が認識されていないのが残念。たとえば「大阪」「関西」などで観光情報を検索する人は多いはずなので、「大阪からすぐ」「関空から近い」などのキーワードでプロモーションするのが効果的なのではないか（香港・クリスティ）
- ・ 二次交通として自転車のアイデアが出ていたが、香港人は自転車に乗り慣れていないため、よほど景色のいいところでない限りレンタルサイクルを利用することはないと思う。（香港・クリスティ）
- ・ 香港は交通ルールが日本と共通しているため、レンタカーの利用を促すのがよさそう（香港・クリスティ）
- ・ 阪南市Webサイトを見たところ、自然風景が非常にきれいで、都市から近い自然の魅力を感じた。ただ認知度の低さがネックなので、阪南市を知ってもらうことが先決。たとえばRED（小红书）の鳥取県アカウントなどはいつも新しい情報を発信していて、中国人にアピールしている。こうした取り組みは、阪南市の参考になるのではないか（中国・李）

## POINT

- ・「大阪中心部の都会+阪南市の自然」でコースを組む、ビジュアルに特化したプロモーションを手掛けるといった工夫があると、台湾・香港からの観光客の関心を集められるのではないか
- ・大阪府内には在留中国人が多数住んでいるため、ファミリー層を中心に観光PRすると効果的なのではないか

## Q2：第一回検討会に参加して、「阪南市の事業者」の課題はどこにあると感じましたか？

- ・定性調査参加者のうち、阪南市に行ったことがあるのは自分のみ、それも仕事でだったということで、やはり認知度不足が否めない。台湾からの旅行者はリピーターが多いので、地方に行くのであれば「行ったことがない場所」「そこにしかない何か」を求める。台湾の人はブロガーさんの記事を読んで行き先を検討する。そう考えると公式サイト強化も大事だが、KOLなどの力を借りて情報発信するといいかもしれない。たとえば大阪中心部の都会+阪南市の自然でコースを組んでKOLさんに紹介してもらえたら、魅力をアピールできるのではないか。Instagramでアピールできそうなスポット、たとえば山中溪を走るパンダ列車の写真などを使って資源をPRできるとよさそうである（台湾・洪）
- ・香港人は文字よりもビジュアルで情報にリーチすることが多い。写真があると大きなフックになる。その意味で、画像素材を集めたり見せ方の工夫に注力したりするといいのではないか（香港・クリスティ）
- ・人材不足は多くの地域の課題だが、訪日リピーター層は日本らしさ、日本の文化を感じたい人が多いので、スタッフに手厚い対応を求めるというわけではない。人材交流には学生さんのヘルプなどをお願いしてもよさそうである（香港・クリスティ）
- ・香港の人は台湾人のブログもよく見ている。台湾はインフルエンサーの数が多く、観光情報は台湾のブログなどを参考にすることが多い（香港・クリスティ）
- ・在留中国人75万人のうち、大阪府は第4位。つまり大阪府内には多くの中国人が住んでいる。大阪中心部から日帰りで行ける阪南市。SDGsの意識が高い自然豊かな都市として、ファミリー層の観光ニーズがあるのではないか。そうした層に阪南市の体験をしてもらい、彼ら自身のSNSツールで情報発信してもらえたらいいアピールになりそうである（中国・李）

## POINT

- ・台湾では、牡蠣は身近な食材だが、養殖場での体験は珍しいので興味を引きそうである
- ・香港人は牡蠣が大好き。「体験して、その場で食べられる」といったプランは喜ばれるに違いない
- ・中国は広いので、牡蠣を好むかどうかは出身地次第

## Q3：「牡蠣の仕分け・試食体験」「牡蠣殻アート体験」についてご意見をお願いします

- ・台湾でも、牡蠣はよく食べられている身近な食材。とはいえ、仕分けなどの体験は珍しい。養殖場に行くなら、牡蠣の美味しさの見分け方なども知りたい。国の友人にもシェアしたい。食べるだけでなく知識も手に入れられるといい（台湾・洪）
- ・牡蠣殻アートは子連れのお客さんに向けていそう。牡蠣殻はワークショップだけではなく、大きな芸術作品をアートとして作りこむと、名所として写真スポットになる可能性も（台湾・洪）
- ・香港の場合、牡蠣の養殖ということ自体が珍しい。自分の食べるものを収穫時点から見られるというだけで好奇心を刺激される。養殖場での体験から試食までがひとつのプランになっていると、興味を抱く人は多そうである（香港・クリスティ）
- ・牡蠣は香港人に人気の食材。12月に香港から家族が来るが、牡蠣を食べたいとリクエストされている。体験にそこまでお金を使うイメージはないが、「体験して食べられる」なら心惹かれる。4000円程度で体験+昼食といったプランだと納得感がある。おいしい牡蠣の選び方などを教えてもらえたらうれしい（香港・クリスティ）
- ・牡蠣殻アートは捨てられてしまうものを使うのであまり高価格帯だと手を出しにくい。この体験部分のみなら1000円位が妥当。その売り上げを環境保全に活かしてもらえるなどの取り組みがあると有意義に感じる（香港・クリスティ）
- ・七月調査の時点でも感じたことだが、中国は広いので地域によって食文化が異なる。沿岸部では昔から海鮮を食べる習慣があるので、出身者には牡蠣が大きなアピールになりそう。中国人の場合、出身地域によってリーチの仕方を変えたほうがいい（中国・李）

## POINT

- ・台湾・香港の人にとって、ミニトマトは「野菜」ではなく「フルーツ」という位置づけ
- ・「日本のフルーツは甘くておいしい」というイメージがあるため、ミニトマト狩りの期待値も高い
- ・「いい環境で育てられた作物」なら、中国の富裕層や中間層のニーズがある

## Q4：「ミニトマト狩り体験」の造成を検討しています。ご意見をお願いします

- ・台湾の人にとって、「日本の果物はおいしい」というイメージがあるため、食べ比べなどのコンテンツは喜ばれる。ミニトマト狩りを実施するなら、日本らしい食べ方を知りたいので、料理やデザートを出してもらえると嬉しい（台湾・洪）
- ・ミニトマトは、日本では野菜扱いだが、台湾では果物である。だからお弁当にミニトマトが入っていると台湾の人はびっくりする（台湾・洪）
- ・香港の人にとって、「日本のフルーツは甘くておいしい」というイメージがある。（香港・クリスティ）
- ・香港の場合、検疫の問題もクリアできるため、オプションでお持ち帰り可にすると喜ばれそう。香港では、ミニトマトはサラダに入れることが多い。扱いは「果物」である（香港・クリスティ）
- ・いい環境で栽培されている野菜は、中国の富裕層や中間層には喜ばれそう。環境に配慮して育てられた作物にはニーズがある（中国・李）
- ・無農薬農園でのトマト狩りは、ファミリー層にとって、美味しく安全なものを食べながら環境について勉強できるいい機会になる（中国・李）
- ・中国では、大人になるまでミニトマトに馴染みがなかった。フルーツなのか野菜なのか、あいまいな存在である（中国・李）

## POINT

- ・「一面の茶畑に対する憧れ」は根強く、景色を眺めながらの試飲や写真撮影に心惹かれる人は多い
- ・中華圏では「お茶スイーツ」も人気がある
- ・「お茶の淹れ方講座」は座学のみだときついで、「美味しいお茶を飲みながら」だとうれしい

## Q5：「茶摘み体験」「美味しいお茶の淹れ方講座」について、ご意見をお願いします

- ・台湾茶と日本茶は違うが、台湾の人は日本茶にも興味がある。伊藤園も有名（台湾・洪）
- ・一面の茶畑をバックに写真が撮れたら魅力的。茶畑を観光できる場所はそう多くはないので、大きな特色として売り出してもいいのではないかと（台湾・洪）
- ・美味しいお茶を飲みながら、淹れ方についてレクチャーを受けられたらうれしい（台湾・洪）
- ・香港ではお茶のアイスやデザートが人気（香港・クリスティ）
- ・一面の茶畑を見てみたいという人は多いはず。茶畑を眺めながらお茶が飲めるといい。観光客にとって、景色は重要である。茶摘みなどが体験できて、さらに茶畑のそばで景色を眺めながら休憩できたりするといい。（香港・クリスティ）
- ・お茶の淹れ方講座は、「座学で一時間」だときつい。飲み比べなどがあれば飽きないかもしれない（香港・クリスティ）
- ・一面の茶畑には憧れがある。風鈴の音を聞きながら、茶畑をバックにお茶を飲んだりお茶のデザートを食べたりしたい。茶摘み体験自体は中国にもあるので、日本では日本ならではの体験をしながら茶摘みをしたい（中国・李）
- ・お茶の淹れ方講座は言葉がわからないと飽きてしまうので、手を動かしながら聞けるといい（中国・李）

## POINT

- ・女性向けに「日本酒で作られた梅酒」、ファミリー向けに「甘酒」など、試飲できるものの種類が豊富だと、ターゲットのすそ野が広がりそうである
- ・酒造体験自体はそれほど珍しくないのに、「この酒蔵だからこそ」「大阪でいちばん古い」といったキーワードをフックにするとよさそうである
- ・体験費用は安価な設定で、購入促進に主眼を置く形だと納得度が高い

## Q6：「酒蔵見学体験」の造成を検討しています。ご意見をお願いします

- ・酒蔵にはたびたび行く機会があるが、自分の場合は見学よりも試飲メインで楽しみにしている（台湾・洪）
  - ・酒蔵の試飲は「日本酒のみ」のところが多いが、「日本酒で作られた梅酒」などがあると、女性に喜ばれそう。試飲できる酒の種類を増やせば、ターゲットのすそ野が広がる。甘酒もあればファミリーで楽しめるはず（台湾・洪）
- 酒蔵体験自体は、日本のあちこちで行われているので珍しくない。「この酒蔵だからこそ」、「ここでしか体験できない」、「大阪でいちばん古い」といったキーワードをフックにするといいいのではないかと（香港・クリスティ）
- ・購入促進の位置づけで、価格は安めに設定し、見学や試飲体験した人にお酒を買っていただくのがよさそう（香港・クリスティ）
  - ・酒蔵見学体験自体は入場料安めで、飲み比べやお土産購入促進で収益化する形だと、利用者としても納得度が高い（中国・李）

## POINT

- ・ 阪南市観光協会サイトは「おしゃれ」「かわいい」「写真がきれい」と高評価
- ・ 「海と山のリゾート」は日本中にあり、珍しくないため、阪南市ならではの独自性を打ち出したほうがいい
- ・ 「北斎の街」（小布施）、「just north of Tokyo」（埼玉県）などのキャッチコピーや、名探偵コナンとのコラボ（鳥取県）の事例などは参考になりそうである

## Q7：阪南市、阪南市観光協会のWebサイトについてご意見をお願いします

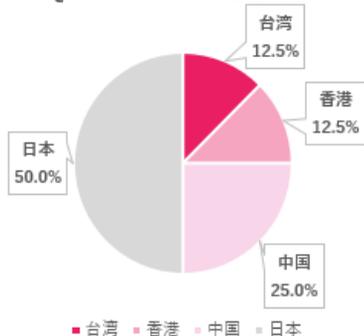
- ・ 阪南市観光協会のサイトは、おしゃれでかわいい。ただし「阪南市」の表記は、漢字なのかアルファベットなのか、統一したほうが覚えやすい（台湾・洪）
- ・ ホームページでは「海と山のリゾート」を謳っているが、そういう地域は日本中にあるので珍しくない。たとえば長野の小布施には「北斎の街です」というキャッチコピーがあり、その独自性には心惹かれるものがある。阪南市にも、そうした独自の魅力があるのではないかと（台湾・洪）
- ・ 「ビーチとマウンテン」では珍しくないため、阪南市らしい特徴を打ち出したほうがいい。たとえば埼玉県のキャッチコピーは「just north of Tokyo」。阪南市も「just south of Osaka」みたいなキャッチコピーでいいのではないかと（香港・クリスティ）
- ・ 阪南市観光協会のサイトは、写真が非常にきれい。鳥取県のREDでは、「鳥取に来てください」、「皆さん観光大使になりませんか？」というアピールが上手で、オンラインだけではなくオフラインでの展示会出展にも意欲的だと聞いている。週末に上海のショッピングモールで鳥取のイベントを行った実績も。コナンの活用も魅力的。小さいころからみんな見ているアニメなので、コナンとのコラボは効果的である（中国・李）

**Appendix : 阪南市モニターツアー  
報告書  
(令和5年12月16日)**

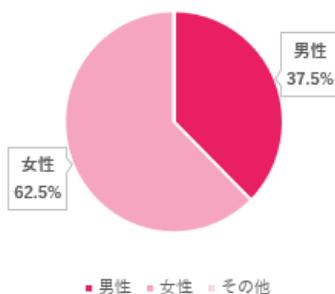
# モニターツアー：参加者属性

「出身国・都道府県名」「性別」「年代」を教えてください

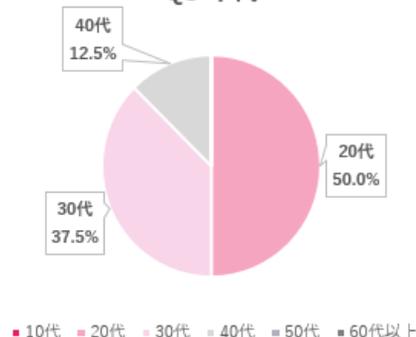
Q1 出身国・都道府県名



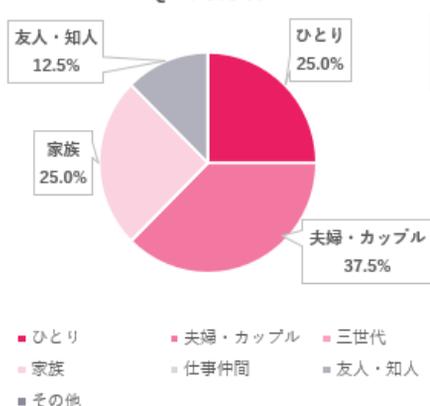
Q2 性別



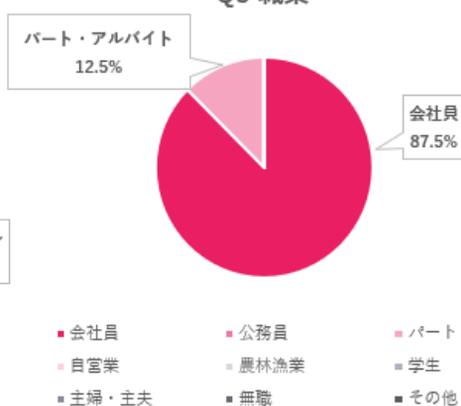
Q3 年代



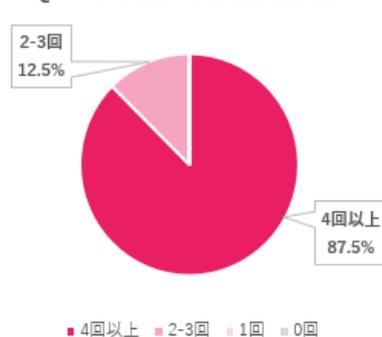
Q4 同行者



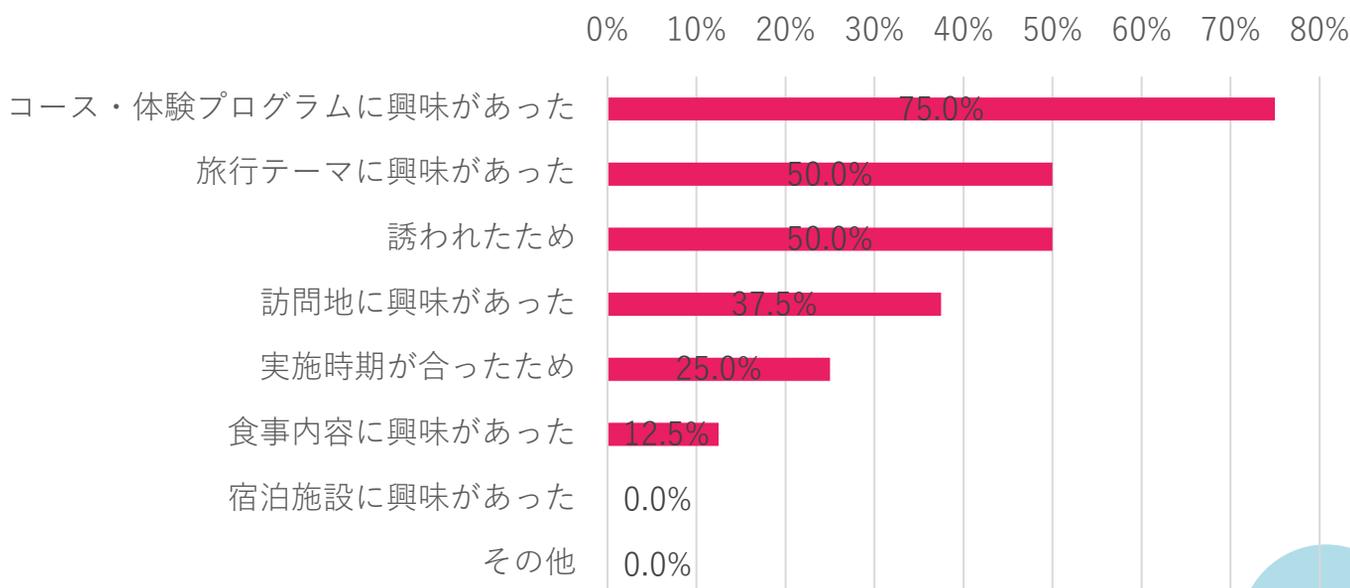
Q5 職業



Q6 5年以内の国内旅行回数

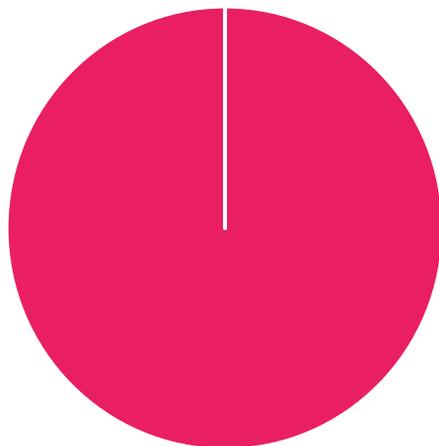


モニターツアーに申し込んだ理由を教えてください（複数回答可）



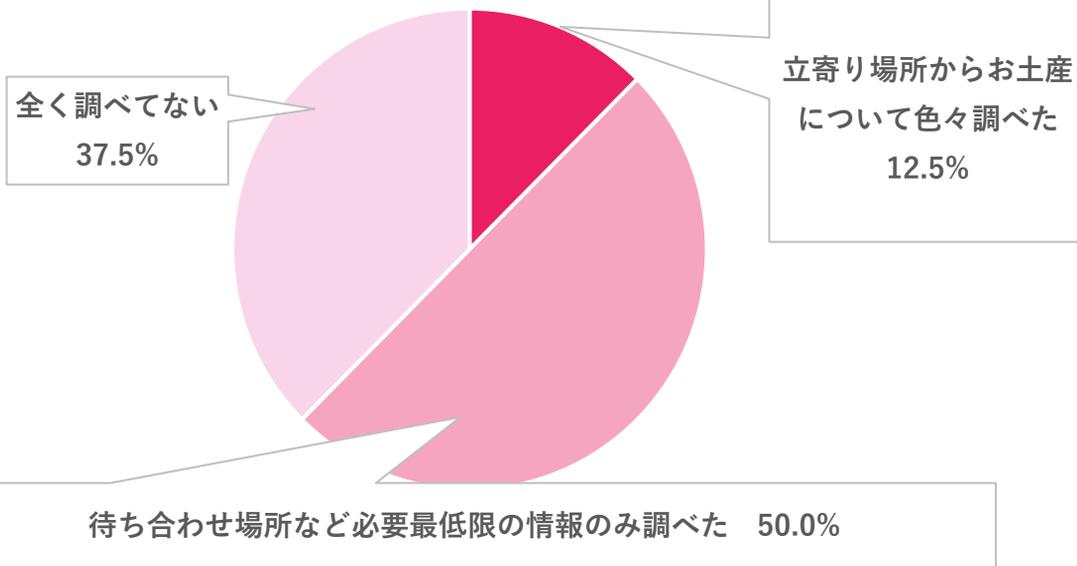
## モニターツアー：参加者属性

今回のモニターツアーの目的地に訪問経験はありますか？（学校行事・出張除く）



今回が初めて  
100%

出発前、事前に地域・施設についてお調べになりましたか？



全く調べてない  
37.5%

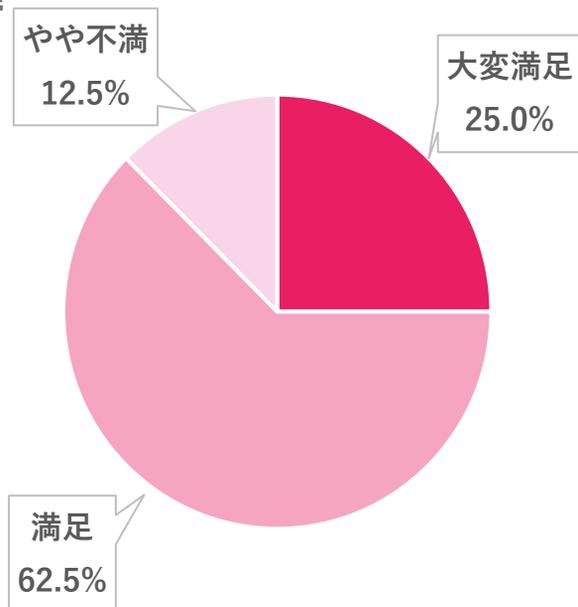
立寄り場所からお土産  
について色々調べた  
12.5%

待ち合わせ場所など必要最低限の情報のみ調べた 50.0%

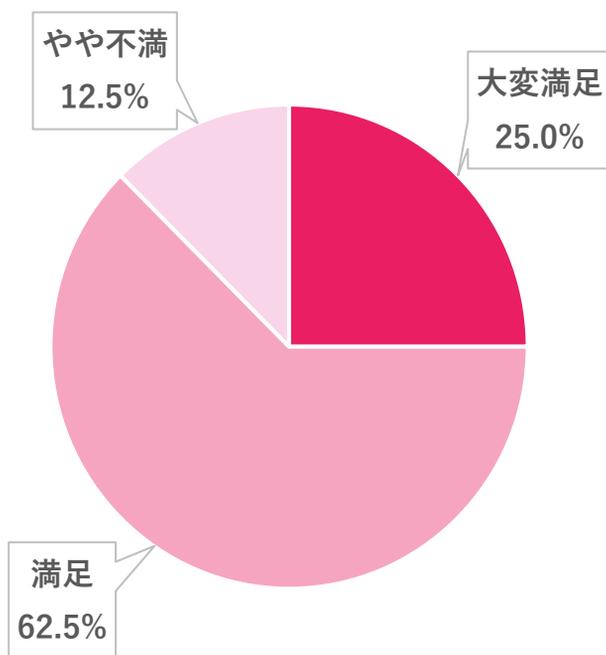
参加者全員がこれまでに訪問経験が無く、事前に地域や施設情報を調べず（もしくは必要最低限の情報のみ）での参加が約9割であった。

## モニターツアー：全体評価①

ツアー全体を通して、訪問施設・説明・地元の人への対応・宿泊施設等はいかがでしたか？



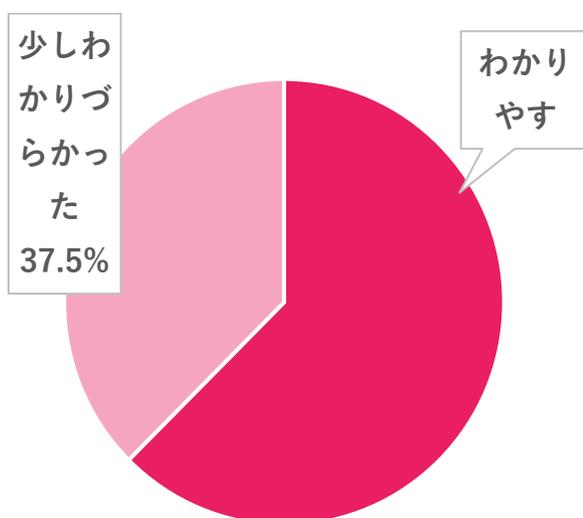
訪問施設のインバウンド対応や家族連れへの対応はいかがでしたか？



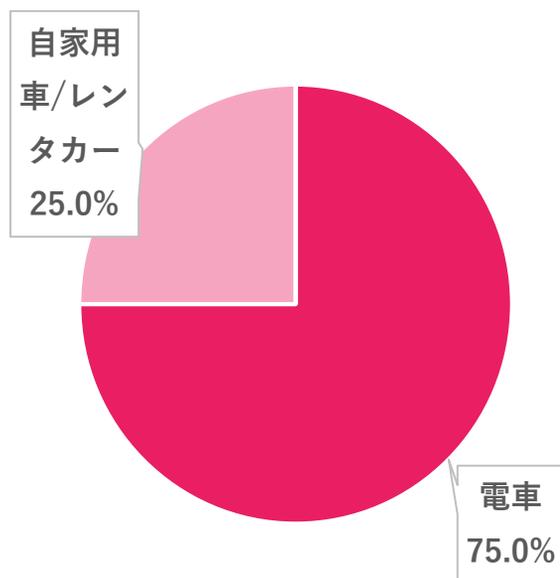
「ホスピタリティのある事業者さんが多くコンテンツも魅力的だった」という意見の一方で、「各訪問地での見学内容をバスの中で説明してほしい」という声も見受けられた。

## モニターツアー：全体評価②

ご自宅⇔現地までの移動、または現地での移動手段について教えてください



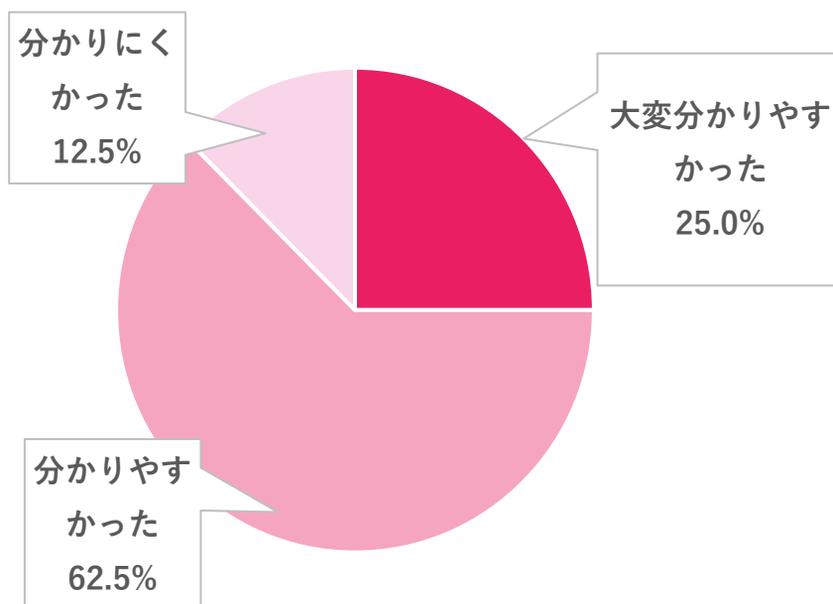
阪南市までの交通手段は何を使いましたか？



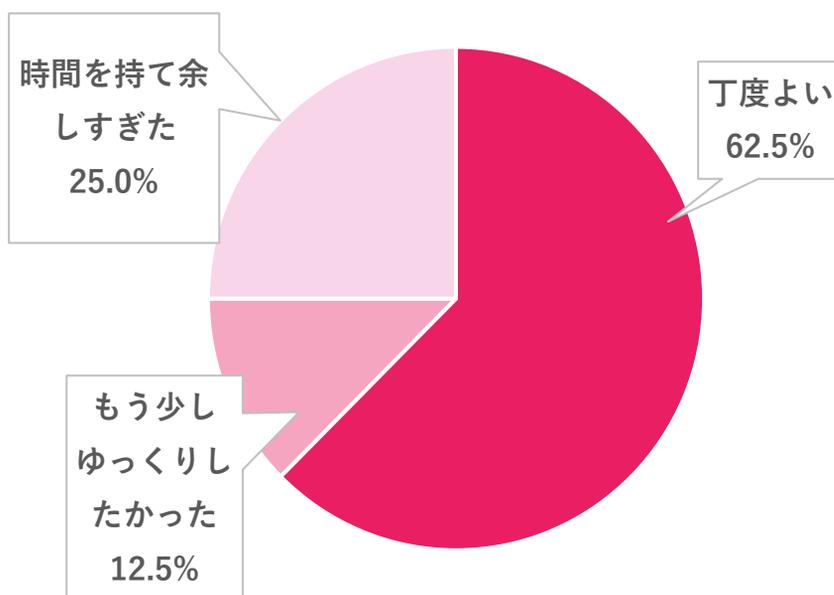
阪南市までの交通手段に電車が多く割合を占めるものの、車利用も25%おり、約4割は阪南市までのアクセスが分かりづらいという回答結果になった。

## モニターツアー：全体評価②

ガイドの案内はいかがでしたか？



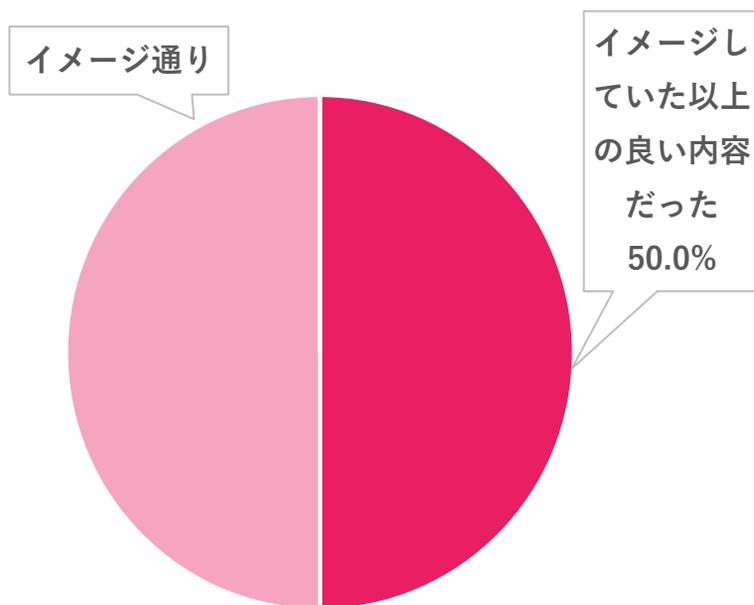
今回のスケジュール感はいかがでしたか？



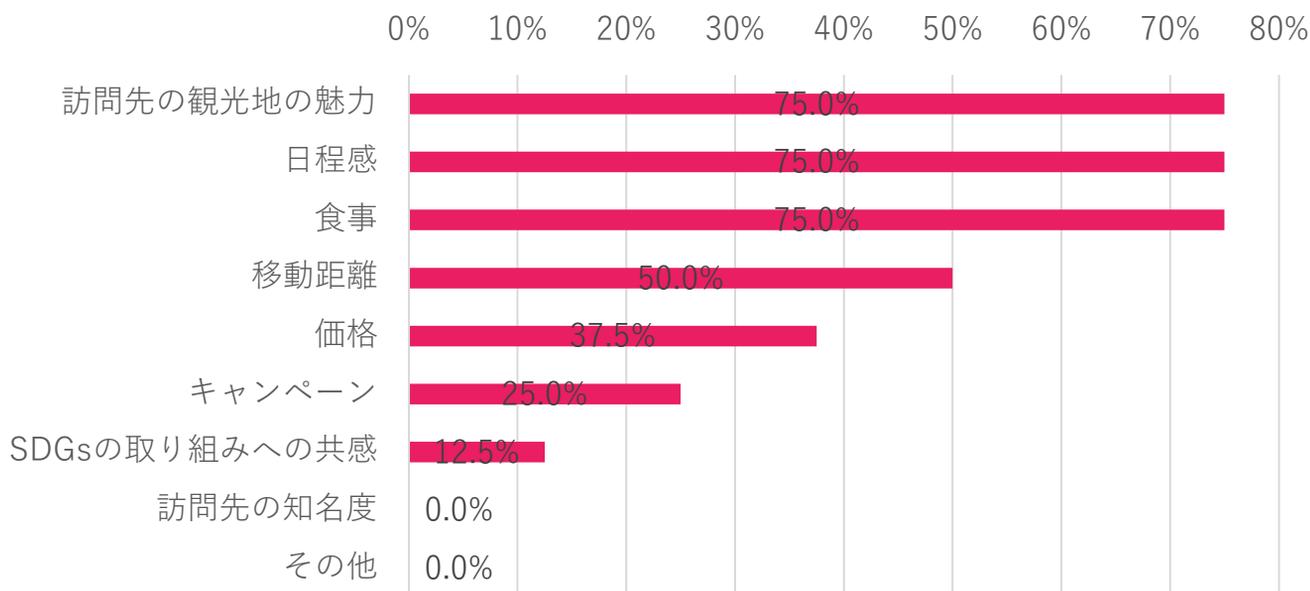
モニターツアーの評価は、理解度(大変分かりやすい・分かりやすかったの合計)が87.5%、スケジュール感が丁度よい62.5%と、どちらも評価の高い結果となった。

## モニターツアー：全体評価②

今回のツアー全体を通して、イメージのギャップはありましたか？



ご旅行を選ぶ際の決め手となりうるものを3つ教えてください。

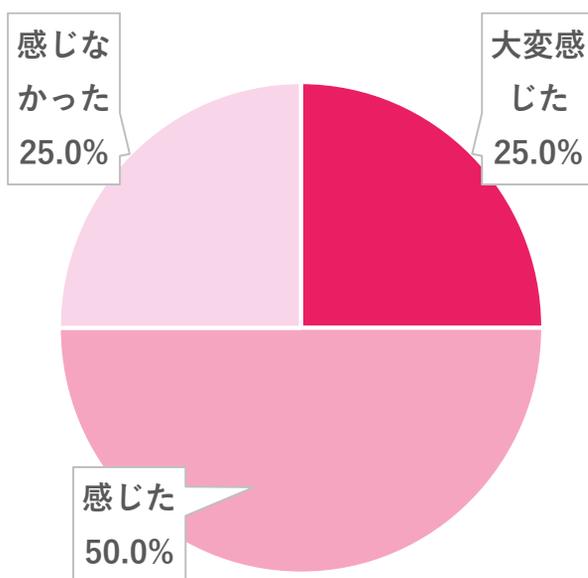


「イメージより海や山があり自然が豊かだった」「地元の方や飲食の体験が楽しかった」という意見が多かった。

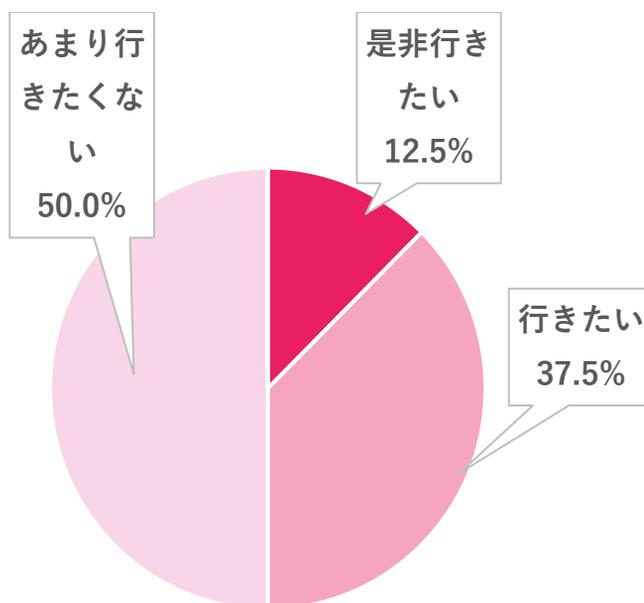
また、旅行を選ぶ決め手は「観光地の魅力」「日程感」「食事」が同率1位となった。

## モニターツアー：全体評価②

このツアーでこれまでにない「新しさ」や「違い」を感じましたか？



あなたは今回訪問した地を再訪したいと思いますか？

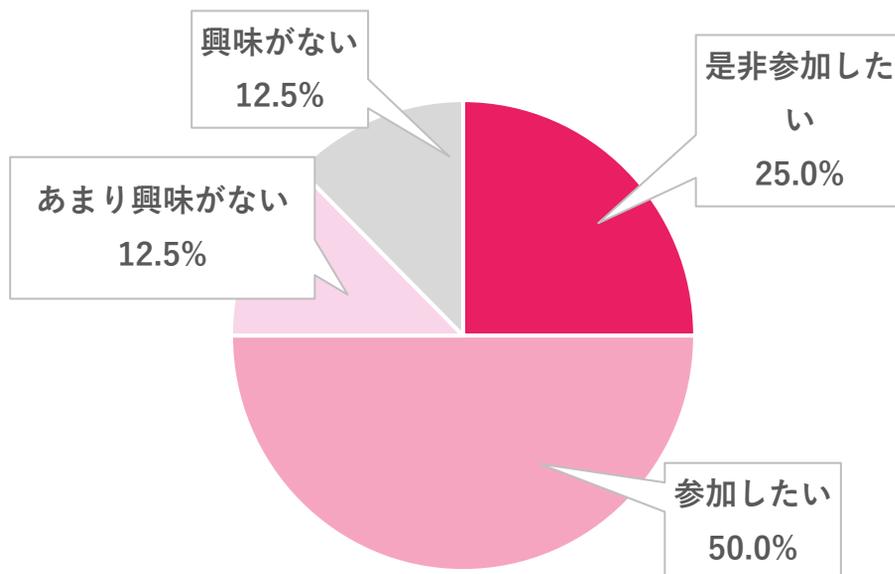


「お酒が有名なことや牡蠣の養殖が盛んなことを知れた」「体験することによって食品の良さが伝わった」等の意見が見受けられた。

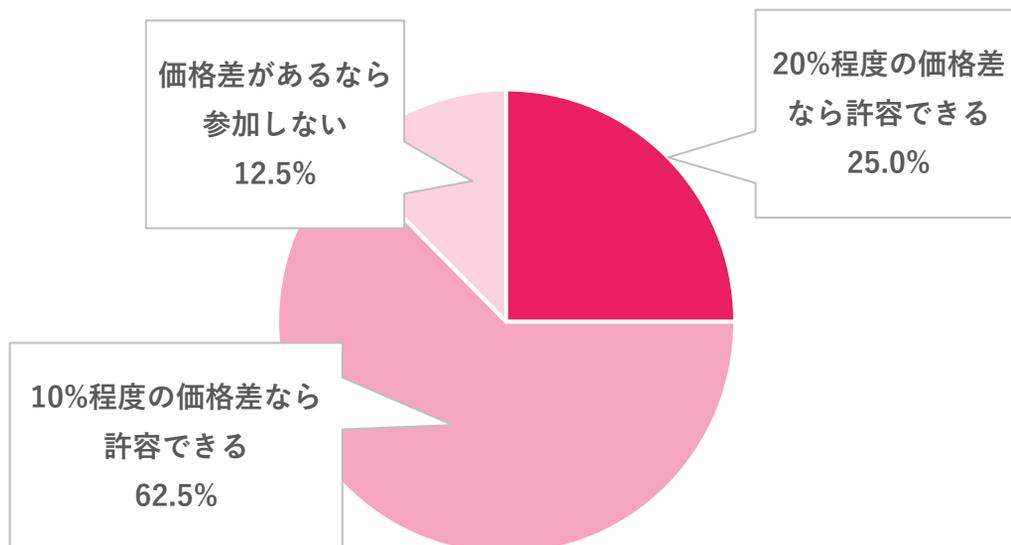
一方で、「コンテンツごとの移動が大変そう」「そこにしかない郷土料理が欲しい」という声もあった。

## モニターツアー：全体評価②

今後、阪南市にてSDGsの取り組みを重視した旅行商品・体験やサービスをご用意した場合、参加したいと感じますか？



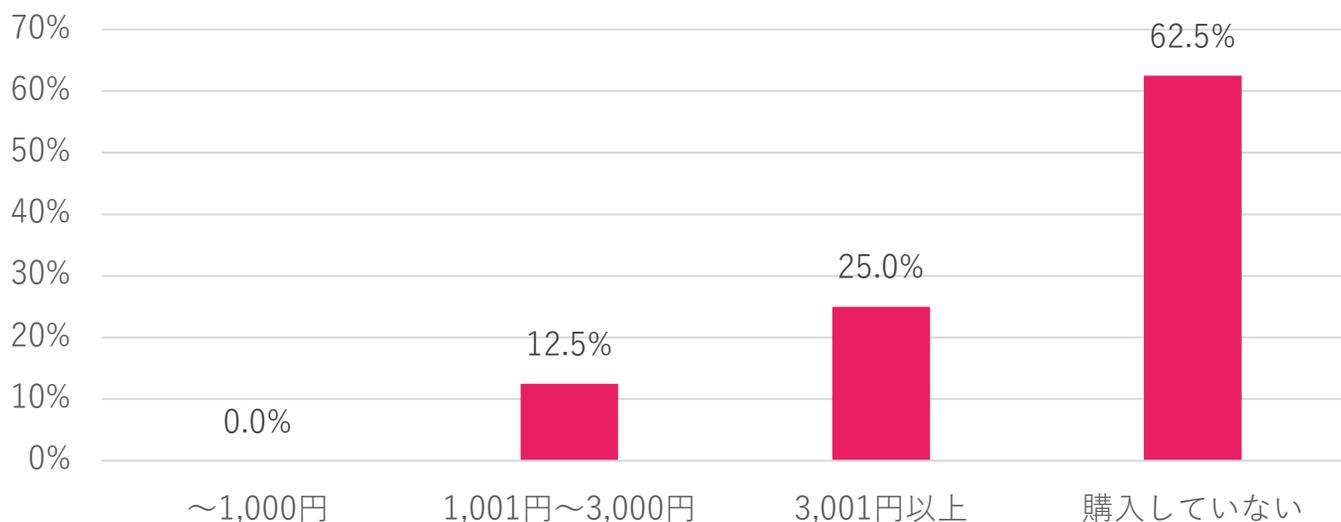
SDGsの取り組みを重視した旅行商品・体験やサービスと、それ以外の場合の価格差について教えてください。



「SDGsの取組を重視した旅行商品に参加したい」という回答(是非参加したい・参加したいの合計)は75%と多く、その中で「10%程度の価格差なら許容できる」が62.5%と最も多い回答となった。

## モニターツアー：全体評価②

今回の旅行中、旅行先でおおよそいくらくらいお土産を購入されましたか？  
例) おおよそ¥●●ほど / 購入していない等



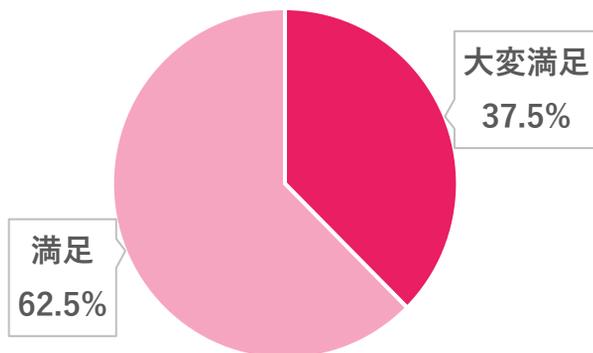
このツアーが一般の旅行の場合、  
ツアー代金はいくらくらいだったらご参加されますか？  
例) おおよそ¥●● / 1名あたり



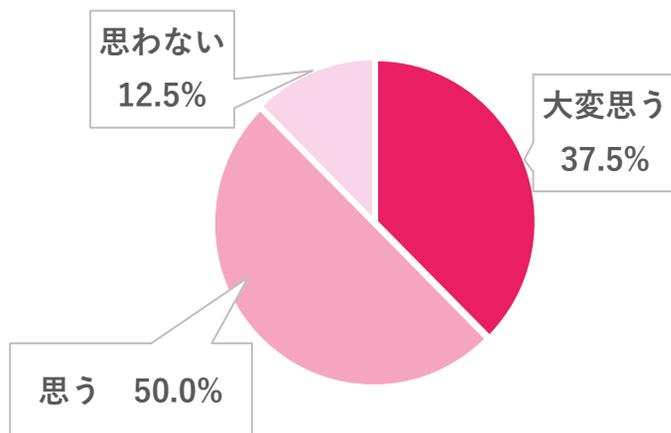
お土産購入について、「購入していない」が62.5%と最も多く、課題となった。  
ツアー代金自体は「1万円前後」という回答が75%と最も多い結果となった。

# モニターツアー：浪花酒造 の体験内容について

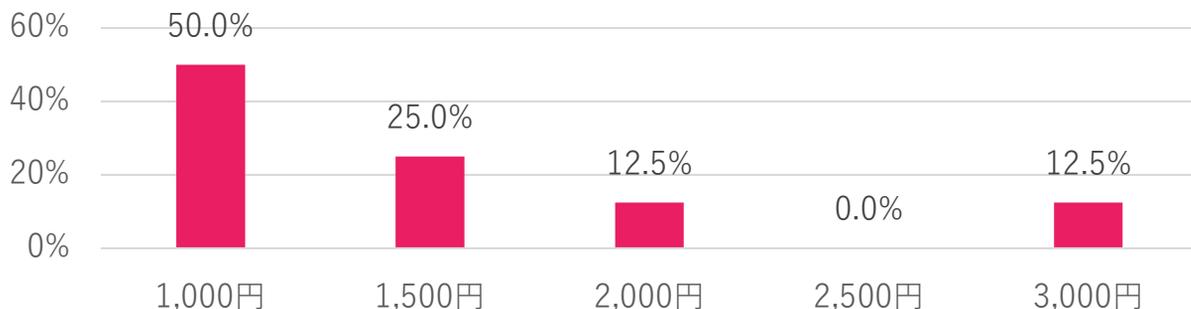
今回の体験内容の満足度を4段階で評価ください。



今回の体験内容を周りの人にすすめたいと思いますか？



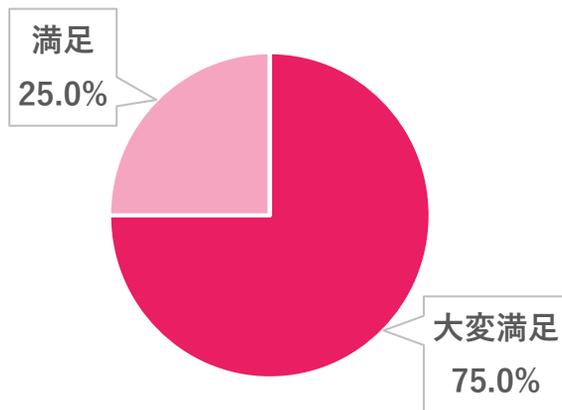
この体験が一般販売されている場合、いくらくらいだったらご参加されますか？  
例) おおよそ¥●●/1名あたり



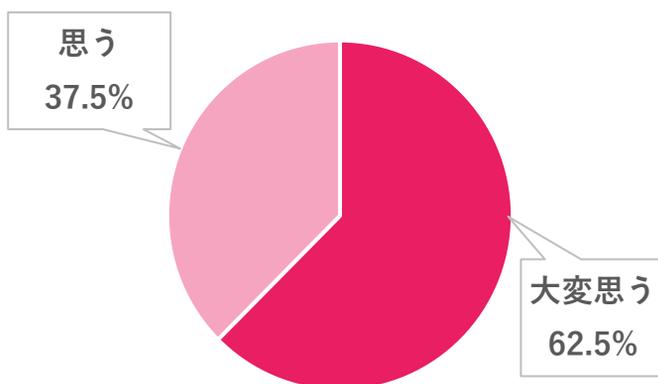
「オーナーさんが面白く、伝統的な工場を見学したり、試飲が出来たりと満足した」「茶室での社長のお琴演奏が良かった」という意見があった。  
一方で、「実際に作業しているところも見れたら良かった」という声もあった。

# モニターツアー：橘農園 の体験内容について

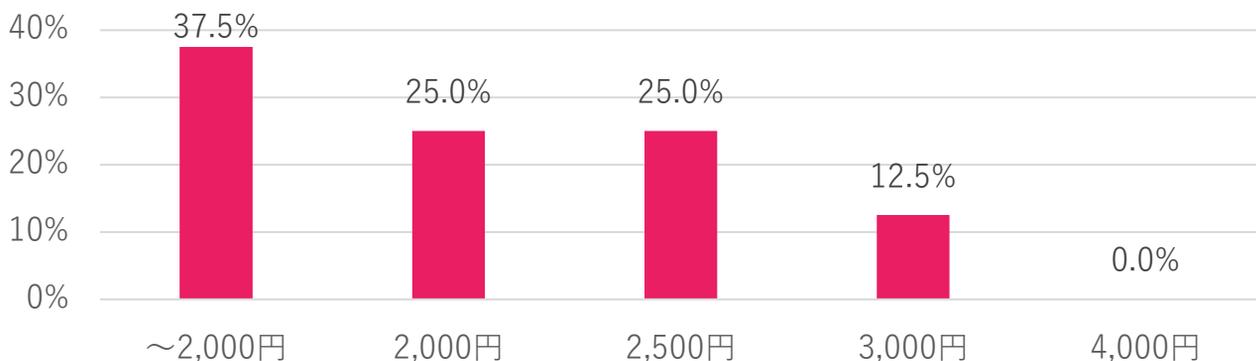
今回の体験内容の満足度を4段階で評価ください。



今回の体験内容を周りの人にすすめたいと思いますか？



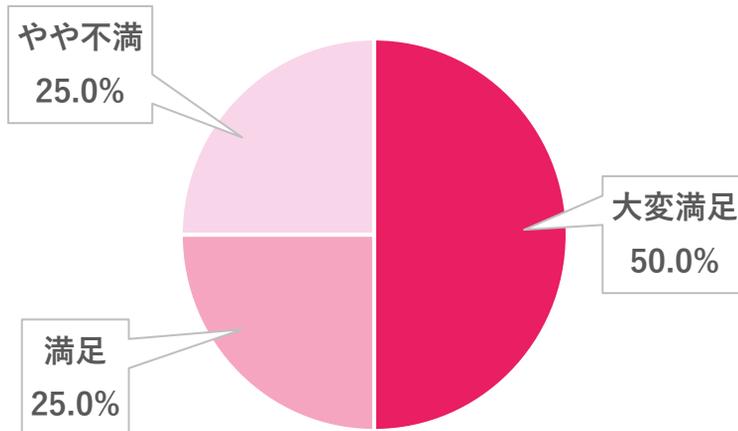
この体験が一般販売されている場合、いくらくらいだったらご参加されますか？  
例) おおよそ¥●●/1名あたり



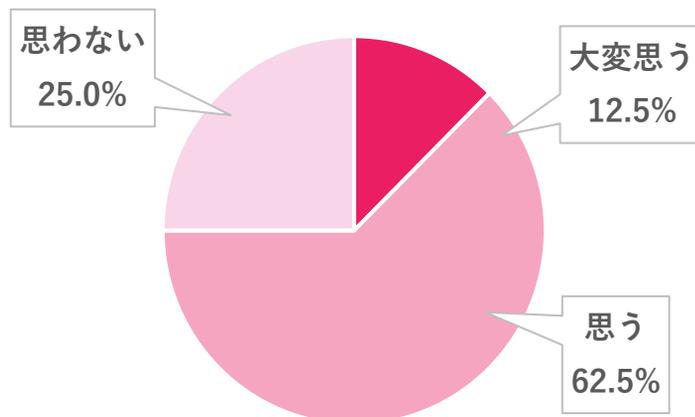
「オーナーさんが話しやすかった」「イチゴが美味しく、練乳かけ放題が嬉しかった」という意見が多く、一方で「トマト試食はクラッカーとチーズと一緒に提供してほしい」という声もあった。

# モニターツアー：漁師鮮度の体験内容について

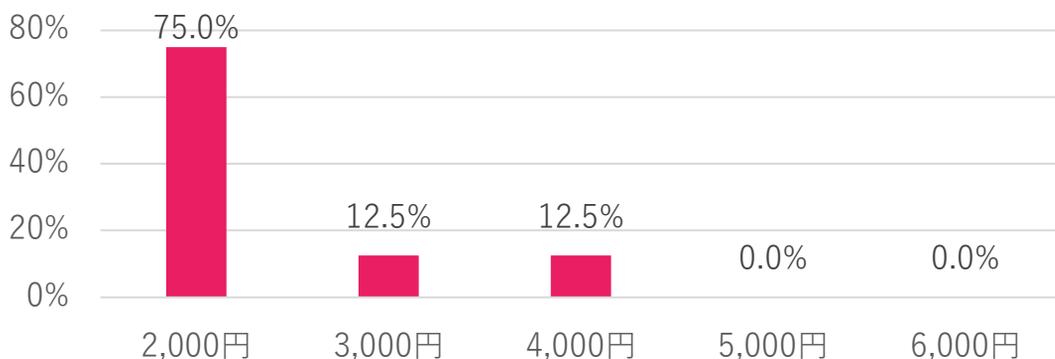
今回の体験内容の満足度を4段階で評価ください。



今回の体験内容を周りの人にすすめたいと思いますか。



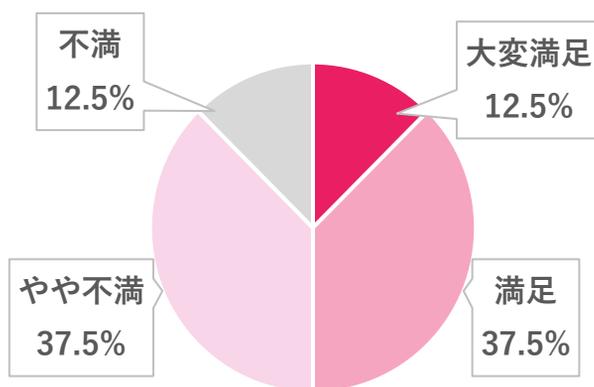
この体験が一般販売されている場合、いくらくらいだったらご参加されますか？  
例) おおよそ¥●●/1名あたり



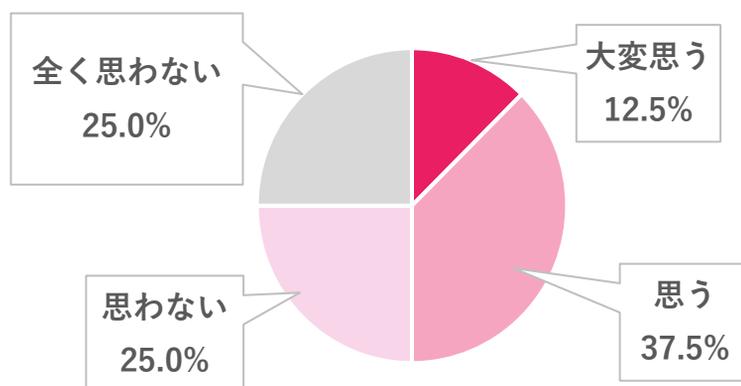
「牡蠣味噌汁が美味しかった!」「なかなか出来ない釘打ち体験はできて楽しかった」という声が多く、一方で「30分の釘付け作業が長いので競争等して特典がもらえたら良い」という意見も見られた。

# モニターツアー：ハンナンテ の体験内容について

今回の体験内容の満足度を4段階で評価ください。



今回の体験内容を周りの人にすすめたいと思いますか。



この体験が一般販売されている場合、いくらくらいだったらご参加されますか？  
例) おおよそ¥●●/1名あたり



「お茶を入れるという体験が楽しかった」「お茶が美味しく色々知ることが出来て良かった」という声が多く、一方で「ほうじ茶作りも体験してみたい」「オーナーさんから説明がもう少し欲しい」という意見もあった。

