

**令和元年度
訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業**

**「温泉・自然・せとうちの島々を楽しむ
滞在型 旅行商品開発事業」**

事業実施報告書

令和2年3月

**中国運輸局観光部
観光地域振興課**

I 事業の全体概要

1. 本事業の背景及び目指す姿	・・・ p 4
2. 本事業の全体像	・・・ p 5
3. 実施業務 まとめ	・・・ p 6
4. 実施スケジュール	・・・ p 7

II 実施内容と結果

1. 業務（１）①地域資源に関する調査・受入体制調査	
（１） 開発候補コンテンツ選定方法	・・・ p 9
（２） コンテンツ一覧	・・・ p10
（３） 受入体制調査（ヒアリング）結果	・・・ p15
（４） 考察・分析	・・・ p31
2. 業務（１）②地域資源に関する調査・市場ニーズ調査	
（１） 市場ニーズ調査実施コンテンツ選定方法及び一覧	・・・ p32
（２） 調査票	・・・ p37
（３） 回答結果	・・・ p38
（４） 考察・分析	・・・ p49
3. 業務（２）コンテンツ造成検討会議の開催	
（１） コンテンツ造成検討会	・・・ p50
（２） 第1回コンテンツ造成検討会	・・・ p51
（３） 第2回コンテンツ造成検討会	・・・ p55
（４） 第3回コンテンツ造成検討会	・・・ p60
（５） 考察・分析	・・・ p64
4. 業務（３）コンテンツの企画開発の実施	
（１） 現地訪問スケジュール	・・・ p65
5. 業務（４）ファムトリップの催行・アンケート提案・分析	
（１） 旅程及び参加モニター	・・・ p66
（２） 実施写真	・・・ p70
（３） アンケート内容	・・・ p74
（４） アンケート結果	・・・ p75
（５） 車内（バス）フィードバック	・・・ p85
（６） 考察・分析	・・・ p86
6. 完成コンテンツ	・・・ p87
7. 総括	・・・ p97

I 事業の全体概要

1. 本事業の背景及び目指す姿

せとうちにおける新たな魅力ある滞在型旅行商品創出と仕組みづくり

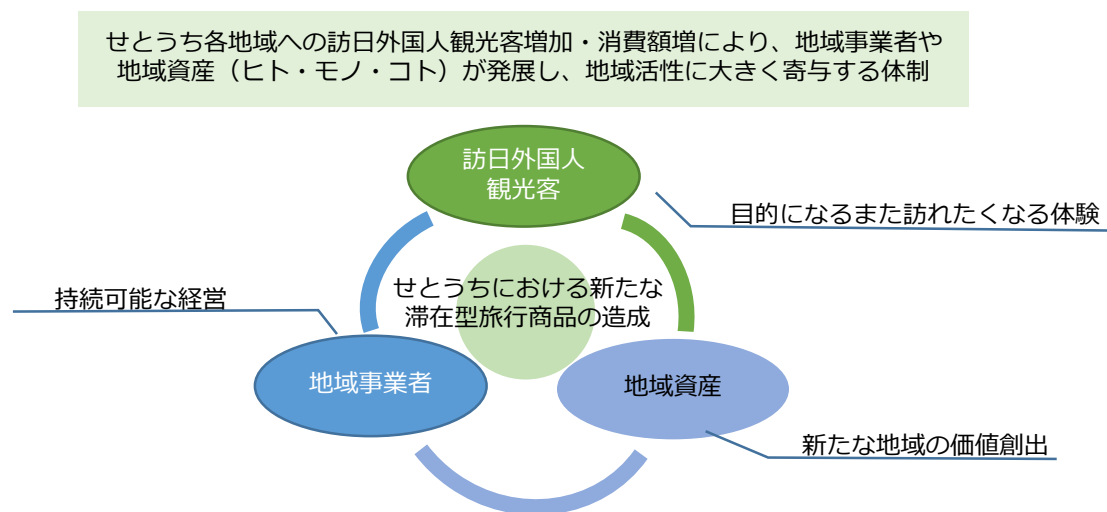
本事業の背景及び目指す姿

- 観光庁では「楽しい国 日本」を実現し、新たな観光資源の開拓による観光消費額創出を図っている
- 本事業は、「新たな魅力あるコンテンツの創出及び提供体制の検討を主眼としている娯楽サービス費支出」の向上に資する

事業の背景

- 「明日の日本を支える観光ビジョン」における、2020年に訪日外国人旅行者数4,000万人・訪日外国人旅行消費額8兆円、2030年に同8,000万人及び15兆円の実現目標を掲げているが、現状消費単価約15万円かつ消費の内訳についても「娯楽サービス」が諸外国と比べて低い状況である。
- 上記目標の実現に向け、観光立国推進閣僚会議において策定された「観光ビジョン実現プログラム2017」では、新たな観光資源の開拓の柱として、「楽しい国 日本という新たなブランドの確立」を掲げ、歴史、文化にとどまらない、新たな観光資源の開拓に向けた取組を促進することとなった。
- せとうちエリアにおいては、一般社団法人せとうち観光推進機構（以下、せとうちDMO）・中国運輸局が中心となり、全国に先駆け、一昨年度より欧米豪を中心としたコンテンツ造成を実施。旅行会社・ランドオペレーターへの案内・販売促進などもせとうちDMOが積極的に行ってきた。
- 「訪日グローバルキャンペーン」は、こうした背景のもと、訪日外国人旅行消費額への寄与が期待される「娯楽サービス費支出」の向上に資する魅力あるコンテンツの創出及び提供体制の検討を主眼とした事業である。

「せとうちにおける新たな滞在型旅行商品」のあるべき姿



本事業でもたらされるステークホルダーの便益

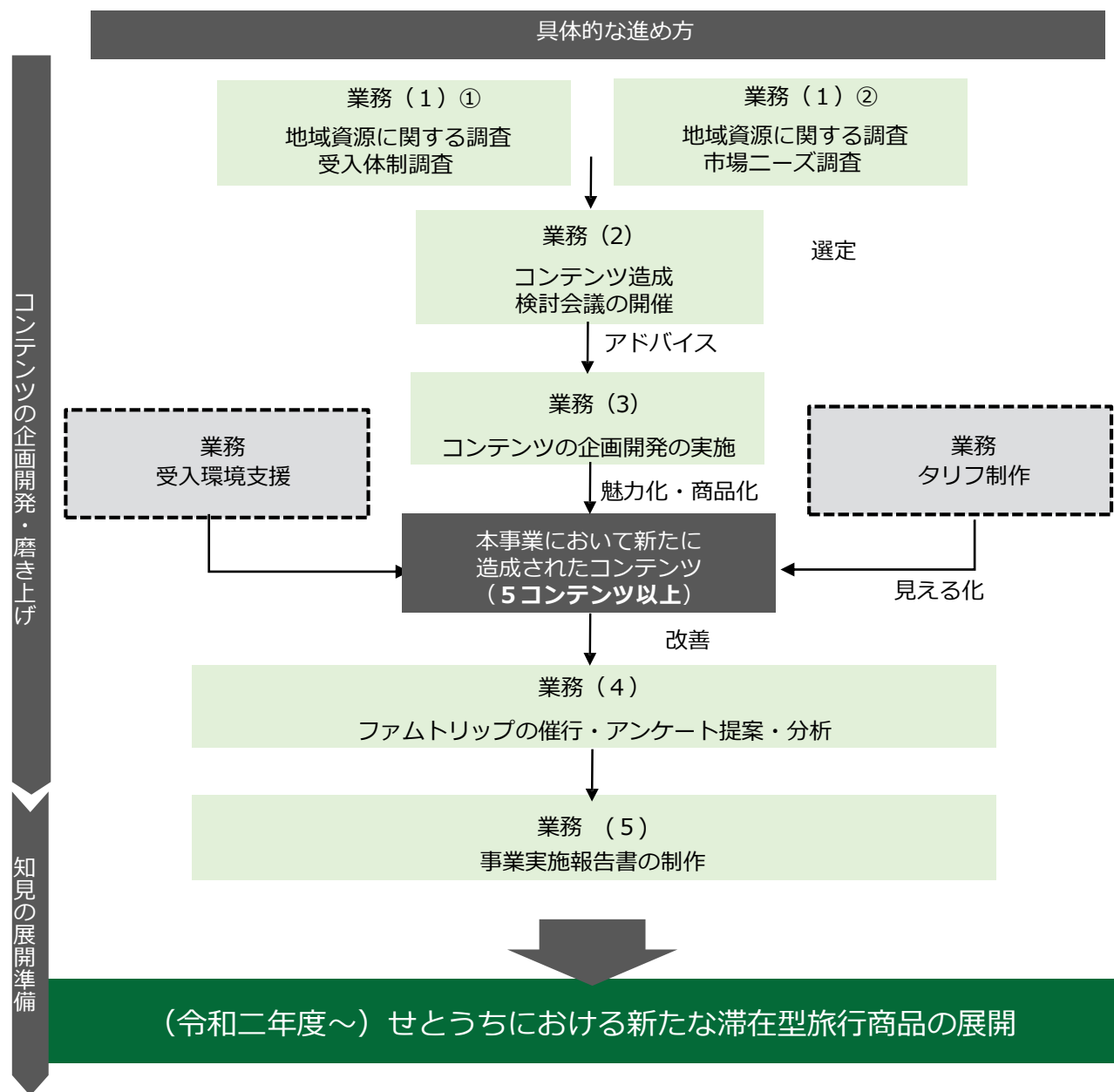
訪日外国人観光客	・ その地域ならではの自分にとって刺激を与えられる楽しく、魅力的な観光体験を享受できる
地域事業者	・ 不安定とされた滞在型旅行商品事業者が、やりがいを持って持続可能な経営ができることにより、魅力的なビジネスモデルとなる
地域資産	・ 訪日外国人観光客が訪れ、地域資産に資する商品で消費額があがることで新たな地域の価値が創出され、地域全体の発展につながる

2. 本事業の全体像

事業支援を通じ「魅力ある滞在型旅行商品」の開発を図る

本事業の業務全体像

- せとうちにおける新たな滞在型旅行商品の開発に向け、地域の魅力あるコンテンツを発掘し、欧米豪外国人において親和性の高い、温泉・自然・せとうちの島々に焦点を当てた滞在型コンテンツの開発を行う。また観光産業の担い手となる新たなプレイヤーの発掘だけでなく育成にも取り組み、持続可能なコンテンツ開発体制の構築を目指す。



3. 実施業務 まとめ

・前述の業務（１）～（５）まで、事前の相談、打合せを行い、滞りなく推進した。

業務（１）① 地域資源に関する調査 受入体制調査

- 目的：既存の観光資源やコンテンツについての調査を行い、コンテンツ造成の精度（成功確率）を上げる。
- 4県 計80コンテンツのリストアップを実施。
- 中国運輸局・せとうちDMO・じゃらんリサーチセンターの3者打合せを経て、有力コンテンツ約20に絞り、ヒアリング（電話、一部訪問）を実施。
- ヒアリング調査完了事業者は15者。

業務（１）② 地域資源に関する調査 市場ニーズ調査

- 目的：受入体制調査により絞り込んだコンテンツに係る海外エージェントの反応、意見をまとめ、コンテンツ造成の精度を上げる。
- 10月25日～11月29日 海外エージェントへのアンケート調査を実施
- アメリカ・イギリス・フランス・ドイツから有益な回答があった。

業務（２） コンテンツ造成 検討会議の開催

- 目的：外国人やコンテンツ造成に長けた専門家や有識者の目線で意見交換、アイデア出し等を行い、コンテンツ造成の精度を上げ、完成コンテンツのクオリティを高める。また、コンテンツ提供事業者の造成に対する意欲を高める。
- 市場ニーズ調査完了後に、第1回検討会実施（12月5日）。
- モニターツアー中に第2回検討会実施（1月28日・30日）。
- 事業納品前に、第3回検討会実施（3月6日）。

業務（３） コンテンツの企画開発の実施

- 目的：現地視察や事業者との折衝、打合せを経てクオリティを担保しながらコンテンツを造成する。
- 10事業者11コンテンツ（宇野港土地様が2コンテンツ）の開発を開始
- 最終的に9コンテンツが完成（タリフ） ※目標納品数：6

業務（４） ファムトリップの催行・ アンケート提案・分析

- 目的：造成コンテンツの視察を行い、参加モニター、有識者目線での意見をまとめ、最終的なクオリティを向上させる。
- 1月27日（月）～30日（木）3泊4日（岡山⇒香川⇒兵庫）
※徳島は工数観点から寄らず
- 参加モニター：日本旅行ギョーム様、Beauty Of Japan野口様、ジェイ・リンクス金馬様、チエルカトラベル井上様

業務（５） 事業実施報告書の制作

- 目的：令和元年度事業について、訪問スケジュールや完成タリフと共に整理する。
- 第3回検討会以降、最終調整を重ね、3月19日納品完了

4. 実施スケジュール

適宜打合せ（定例会含む）を行い、納品に向けたスケジュールリングを行った。

	2019年						2020年		
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
(1) 地域資源に関する調査			受入体制調査	市場ニーズ調査					
(2) コンテンツ造成検討会						第1回検討会	第2回検討会		第3回検討会
(3) コンテンツの企画開発						コンテンツ企画開発			
(4) ファームトリップの実施							ファーム実施		
(5) 報告書制作									報告書制作
事業打ち合わせ		適宜実施							

Ⅱ．実施業務内容と結果

（1）開発候補コンテンツ選定方法

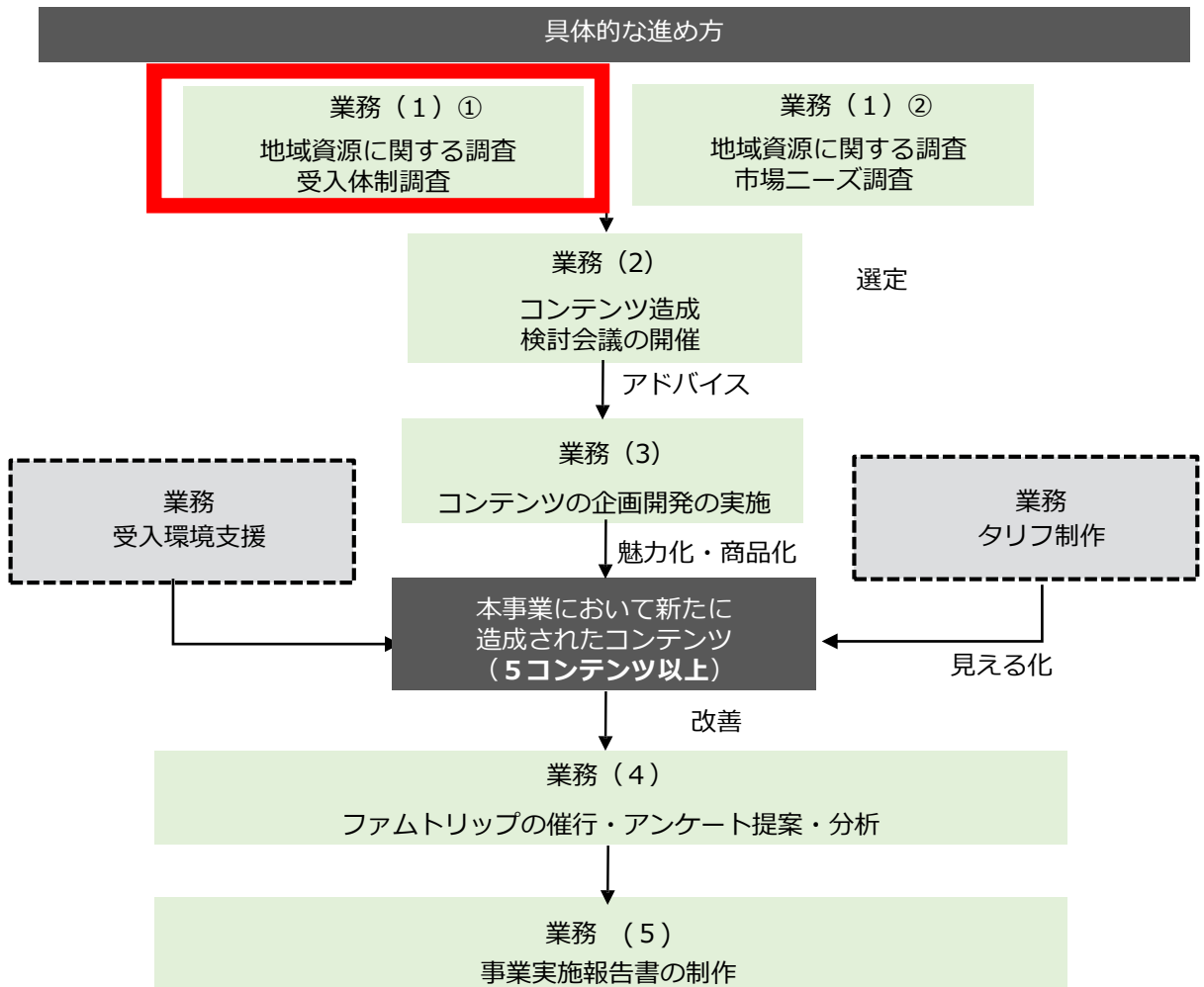
当初予定していた40コンテンツを大幅に超える80コンテンツを開発候補として選定。

■選定方法

じゃらんリサーチセンターのプロジェクトチームによるリストアップ（既に認識しているコンテンツ・事業者のピックアップ）と、プロジェクトチームによる追加調査（WEBリサーチ：各県公式HP、じゃらんnet、トリップアドバイザー等）がメインである。また、せとうち観光推進機構様より情報提供もいただいた。

- 80コンテンツを打合せにより、22コンテンツに絞り、ヒアリング調査を実施。
（ヒアリング調査は電話と一部訪問による）

- 開発に係る潜在的可能性を中国運輸局、せとうちDMO、じゃらんリサーチセンターにより検討した結果、10事業者11コンテンツを市場ニーズ調査にかけることを決定した。



1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(2) コンテンツ一覧 80コンテンツ（1／4）

兵庫・徳島エリア：Wellness & Relaxation（温泉・自然）

岡山・香川エリア：Island Hopping（多島美、アート、食、交流）

▼ NO.	▼ 県	カテゴリ	プロダクトの構成要素		
		Wellness & Relaxation/ Island Hopping	素材	コンテンツ	事業者
1	兵庫	Wellness	淡路島 他	-	株式会社シマワークス
2	兵庫	Wellness	三ノ宮の裏山	MTBの裏山ツアー	Spark
3	兵庫	Relaxation	ホテル・ラ・スイート神戸ハーバーランド	食（神戸牛・瀬戸内鮮魚）	-
4	兵庫	Wellness	明石海峡大橋	明石海峡大橋ブリッジワールド	
5	兵庫	Wellness	六甲山と有馬温泉	トレッキングツアー	ホテルモルゲンロート
6	兵庫	Relaxation	神戸ポートタワー	夜景×日本酒	
7	兵庫	Relaxation	有馬温泉		銀水荘 兆楽（有馬温泉） Choraku
8	兵庫	Relaxation	城崎温泉		西村屋本館（城崎温泉） Nishimuraya Honkan
9	兵庫	Relaxation	好古園	お茶体験	
10	兵庫	Relaxation	書寫山圓教寺 （書写山円教寺）	写経体験	
11	兵庫	Relaxation	書寫山圓教寺 （書写山円教寺）	座禅体験	
12	兵庫	Wellness	六甲山	ジップスライド （フォレストアドベンチャー）	
13	兵庫	Relaxation	布引の滝	-	-
14	兵庫	Relaxation	-	-	篠山城下町ホテル（古民家） Sasayama Castle town hotel NIPPONIA
15	兵庫	Relaxation	-	-	メリケンパークオリエンタル
16	兵庫	Relaxation	城崎温泉の町並み Kinosaki Onsen Cityscape	七つの外湯めぐり 大人1200円	城崎温泉観光協会
17	兵庫	Relaxation	鳴門の渦潮	うずしおクルーズ	ジョイポート南淡路
18	兵庫	Wellness		天空の城 竹田 ヨガ	
19	兵庫	Wellness	家島	家島SUP他 ホタルシップ他	家島SUP→TRUSH 細川祐輔様 他

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(2) コンテンツ一覧 80コンテンツ（2/4）

NO.	県	カテゴリ Wellness & Relaxation/ Island Hopping	プロダクトの構成要素		
			素材	コンテンツ	事業者
20	徳島	Wellness	祖谷	祖谷ハイキング	そらの郷
21	徳島	Wellness	剣山	剣山サイクリング	そらの郷
22	徳島	-	-	-	-
23	徳島	Relaxation	ホテルニューアワジ		
24	徳島	Wellness	スーパー林道	トレッキングツアー	カフェオニヴァ
25	徳島	Wellness	徳島の海岸	-	-
26	徳島	Relaxation	ちいおり	里山文化体験 番茶づくり、郷土料理	Chiiori Alliance & Trust
27	徳島	Wellness	RISE & WIN Brewing Co. BBQ & General Store	食（クラフトビール）	RISE & WIN Brewing Co.
28	徳島	Wellness	大歩危	大歩危ラフティング Rafting at Yoshino river	Happy Raft
29	徳島	Relaxation	鳴門の渦潮	うずしお観潮船	鳴門観光汽船株式会社
30	徳島	Wellness	那賀川	シーカヤック Sea kayak	わじきB & G海洋センター（那賀町）
31	徳島	Wellness	祖谷	祖谷お母さんの料理	
32	徳島	Relaxation	祖谷	祖谷モノレール	
33	徳島	Wellness	鳴門の渦潮	渦の道	株式会社ネオビエント
34	徳島	Wellness	眉山 Mt.Bizan	ロープウェイ	
35	徳島	Wellness	鳴門の海	釣り船チャーター	ルネッサンスリゾート ナルト
36	徳島	Relaxation	祖谷	露天風呂（ケーブルカー込み）	ホテル祖谷温泉
37	徳島	Relaxation	ひょうたん島（中州）	ひょうたん島周遊船 Hyotan island cruise	
38	徳島	Relaxation	地元鳴門産食材	-	モアナコースト別館
39	徳島	Wellness	鳴門の海	鳴門海峡チャータークルージング	ルネッサンスリゾート ナルト
40	徳島	Relaxation	鳴門温泉	-	ルネッサンスリゾート ナルト

(2) コンテンツ一覧 80コンテンツ（3／4）

No.	県	カテゴリ Wellness & Relaxation/ Island Hopping	プロダクトの構成要素		
			素材	コンテンツ	事業者
41	香川	Island Hopping	瀬戸内国際芸術祭	-	アイランドホッピング&こえび隊
42	香川	Island Hopping	瀬戸内海	瀬戸内アイランドクルーズ	瀬戸内アイランドクルーズ株式会社
43	香川	Island Hopping	小豆島	-	センゲストハウス
44	香川	Island Hopping	本島	-	-
45	香川	Relaxation	檸檬ホテル	-	-
46	香川	Island Hopping	屋島	-	香川SGG
47	香川	Island Hopping	瀬戸内海	-	（もろみの）島宿真理 Island Ryokan Mari
48	香川	Island Hopping	小豆島	観光ぐるっと小豆島	リゾートホテルオリビアン小豆島
49	香川	Island Hopping	豊島	暮らすように滞在する宿 （瀬戸芸 作品）	ウミタ
50	香川	Island Hopping	道の駅・海の駅 小豆島ふるさと村	カヤック	一般財団法人 小豆島ふるさと村
51	香川	Island Hopping	海の台所 たこつぼ	豪快な瀬戸内の料理	海の台所 たこつぼ
52	香川	Island Hopping	和三盆	和三盆づくり体験	
53	香川	Island Hopping	二十四の瞳 映画村	日本文化体験	二十四の瞳映画村
54	香川	Island Hopping	父母ヶ浜（チチブガハマ） ※日本版ウニ塩湖	-	父母ヶ浜ポート
55	香川	Island Hopping	瀬戸内海	-	花樹海 Hanajyukai
56	香川	Island Hopping	道の駅・海の駅 小豆島ふるさと村	そうめん流し体験	一般財団法人 小豆島ふるさと村
57	香川	Island Hopping	道の駅・海の駅 小豆島ふるさと村	いちご狩り	一般財団法人 小豆島ふるさと村
58	香川	Island Hopping	道の駅・海の駅 小豆島ふるさと村	手打うどん教室	一般財団法人 小豆島ふるさと村
59	香川	Island Hopping	道の駅 小豆島オリーブ公園	ハーブオイル&ソイソース作り	一般財団法人 小豆島オリーブ公園
60	香川	Island Hopping	道の駅 小豆島オリーブ公園	ハーバルオイルランプ	一般財団法人 小豆島オリーブ公園
61	香川	Island Hopping	道の駅 小豆島オリーブ公園	オリーブチャイ	一般財団法人 小豆島オリーブ公園
62	香川	Island Hopping	道の駅 小豆島オリーブ公園	香りを楽しむオリーブ香油	一般財団法人 小豆島オリーブ公園
63	香川	Island Hopping	志々島	-	・志々島の休憩処 くすくす Kusu Kusu Café
64	香川	Island Hopping	志々島	-	・ゲストハウス きんせんか
65	香川	Island Hopping	粟島	漂流郵便局（海ほたる）	

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(2) コンテンツ一覧 80コンテンツ（4/4）

NO.	県	カテゴリ Wellness & Relaxation/ Island Hopping	プロダクトの構成要素		
			素材	コンテンツ	事業者
66	岡山	Island Hopping	瀬戸内海	カタマランヨット Catamaran yacht	合同会社瀬戸内ヨットチャー ター
67	岡山	Island Hopping	くじら島	グランピング	瀬戸内 貸切 無人島 KUJIRA-JIMA
68	岡山	Island Hopping	くじら島	SUP	瀬戸内 貸切 無人島 KUJIRA-JIMA
69	岡山	Island Hopping	くじら島	シーカヤック	瀬戸内 貸切 無人島 KUJIRA-JIMA
70	岡山	Island Hopping	くじら島	サンセットクルーズ	瀬戸内 貸切 無人島 KUJIRA-JIMA
71	岡山	Island Hopping	白石島 Shiraishi-jima Island	カヤック	白石島観光協会
72	岡山	Island Hopping	真鍋島 Manabe-shima Island	ボートクルージング	島宿 三虎
73	岡山	Island Hopping	北木島	キャンプファイア	石切りの杜
74	岡山	Island Hopping	北木島	北木島『石切りの溪谷展望台見 学ツアー』	鶴田石材株式会社 柴田様 （井笠観光株式会社）
75	岡山	Island Hopping	牛窓	アイランドサップ	ホテルリマーニ（牛窓） Hotel Limani
76	岡山	Island Hopping	牛窓	島ヨガ（Venus Yoga）	ホテルリマーニ（牛窓） Hotel Limani
77	岡山	Island Hopping	牛窓	ヨット	ホテルリマーニ（牛窓） Hotel Limani
78	岡山	Island Hopping	北木島	釣り体験(上級者向き)	石切りの杜
79	岡山	Island Hopping	北木島	定置網漁体験	石切りの杜
80	岡山	Island Hopping	北木島	底曳き網漁体験	石切りの杜

各コンテンツ・事業者に対して事前評価（最大★3つ）を行い、
打合せにより22コンテンツに絞り込んだ

- ★ 本事業テーマにマッチすると思われる素材、コンテンツ、事業者
- ★★ ★にプラスして、じゃらんリサーチセンターと事業者との関係が構築されているもの
- ★★★ ★★にプラスして商品造成に意欲的、魅力的な商品（コンテンツ）を持っている、
英語対応が可能など加点要素のあるもの

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(2) コンテンツ一覧 絞り込み22コンテンツ

NO.	県	カテゴリ Wellness & Relaxation/ Island Hopping	プロダクトの構成要素		
			素材	コンテンツ	事業者
1	兵庫	Wellness	淡路島 他	-	株式会社シマトワークス
2	兵庫	Wellness	三ノ宮の裏山	MTBの裏山ツアー	Spark
18	兵庫	Wellness		天空の城 竹田 ヨガ	
19	兵庫	Wellness	家島	家島SUP他 ホテルシップ他	家島SUP→TRUSH 細川祐輔様 他
20	徳島	Wellness	祖谷	祖谷ハイキング	そらの郷
22	徳島	-	-	-	-
23	徳島	Relaxation	ホテルニューアワジ		
24	徳島	Wellness	スーパー林道	トレッキングツアー	カフェオニヴァ
25	徳島	Wellness	徳島の海岸	-	-
31	徳島	Wellness	祖谷	祖谷お母さんの料理	
41	香川	Island Hopping	瀬戸内国際芸術祭	-	アイランドホッピング&こえび隊
42	香川	Island Hopping	瀬戸内海	瀬戸内アイランドクルーズ	瀬戸内アイランドクルーズ株式 会社
44	香川	Island Hopping	本島	-	-
46	香川	Island Hopping	屋島	-	香川SGG
63	香川	Island Hopping	志々島	-	・志々島の休憩処 くすくす Kusu Kusu Café
64	香川	Island Hopping	志々島	-	・ゲストハウス きんせんか
65	香川	Island Hopping	栗島	漂流郵便局（海ほたる）	
66	岡山	Island Hopping	瀬戸内海	カタマランヨット Catamaran yacht	合同会社瀬戸内ヨットチャー ター
67	岡山	Island Hopping	くじら島	グランピング	瀬戸内 貸切 無人島 KUJIRA-JIMA
71	岡山	Island Hopping	白石島 Shiraishi-jima Island	カヤック	白石島観光協会
73	岡山	Island Hopping	北木島	キャンプファイア	石切りの杜

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果

22の事業者（コンテンツ）の受入体制やインバウンド受入に対する意欲等をヒアリング。
電話が基本だが、一部訪問あり。項目は下記表の通り。結果、15事業へのヒアリングが完了。

コンテンツ情報収集シート	
コンテンツ名：	
事業主体者：	
周辺環境の 魅力：	
具体的な 活動状況： （既存コン テンツ情報）	
集客状況：	
インバウンド 受入意向：	
DMO・自治体か らの推薦：	
受入れ環境 整備状況：	☐ Wifi（100%） ☐ 英語
アクセス：	
周辺宿情報：	
未来コンテンツ：	※本項目は今後目指したい事業展開や、 挑戦したいコンテンツについてヒアリングするもの

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （1/15）

コンテンツ情報収集シート		
コンテンツ名：	Morning Strawberry Session ～採りたてイチゴが60秒後、パティシエにより本格和菓子になる～	
事業主体者：	株式会社シマトワークス （担当：徳重様）※インバウンド担当	兵庫
周辺環境の 魅力：	食材に恵まれており、それを活かす職人さん（調理）が豊富。 自然に恵まれており、それを活かす職人さんが豊富（淡路瓦、木工、藍染め、ためねぎ染め）。自然と暮らすことを大切にしている、素直でやさしい住民にあふれている。 1次産業従事者も多いが、例えば農家さんの多くが説明上手。自慢上手。観光客にも慣れており、楽しいコミュニケーションが展開されるだろう。	
具体的な 活動状況： （既存コン テンツ情報）	▼ jamsession（ジャムセッション）山田農園の中で、いちご狩りとシェフによる調理を行う。音楽ライブを聴いたり、読書しながら自然を楽しみながら、いちごを愉しむ。（今後、いちご以外も検討） オンラインで予約（が、リピーターでうまる） 4000円～5000円（9:30～12:00過ぎ） いちご採る⇒好きないちごを、パティシエの元に持っていき⇒ケーキや和菓子をつくってくれる⇒その後はドリンクを楽しんだり、読書をしたり、景色や音楽を楽しんだり、各々が好きなように過ごす 現在は、いちごを軸にイベント的な開催であるが、商品にすることの可能性は大いにある。いちご⇒季節の果物などに変更することで十分に対応が出来る。	
集客状況：	上限15名×8回程度開催＝年間100名ほど 全体では女性が多め。 20代独身の女性、30・40代ファミリー層、20・30代の男女グループなど様々	
インバウンド 受入意向：	積極的に受入れていきたい。 経験値を積んでいきたい。	
DMO・自治体か らの推薦：	せとうちDMO様	
受入れ環境 整備状況：	☐ Wifi（100%） ■ 英語 ※通訳ガイドの手配	
アクセス：		
周辺宿情報：	ケータリングが強い。ベジタリアン向けにも調整できる。 繋がりのあるシェフは複数名いる（ケータリングイベントで依頼するシェフは限られるが）	
未来コンテンツ：	・淡路は漁業！底引き網 ⇒ その場で調理も可能（ケータリング） ・夜のコンテンツ開発（洲本、南あわじ）夜バーホッピング、海ほたる 居酒屋いって日本人の普段の酒席を体験、スナック 夜のまち案内 ・朝ごはんコンテンツ ヨガ⇒ケータリング（たまご、しらす等） ・カレーの畑（カレーに使う食材を長い時間をかけて、揃える等）	

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （2/15）

コンテンツ情報収集シート		
体験名：	MTBで遊ぶ、三ノ宮の裏山と海と街	
事業主体者：	SPARK （富田さま）	兵庫県神戸市
周辺環境の魅力：	①アクセスの良さ（京都と広島の間であり新幹線でのアクセスが容易）、②舞台が国定公園（行政の管理化にあり通路などが整備されている）、③コンパクトな街（山、海、食事どころ、温泉がコンパクトにまとまっており、そこをマウンテンバイクというツールで縦横無尽に味わえる）。神戸は日本の魅力がぎゅっと詰まったコンパクトな街であるが、今回のプロダクトはそこに「マウンテンバイク」という海外にもファンが多いツールを使い、コンパクトな神戸の街を楽しめる。MTB上級者には、古くは山岳修行の地であり、平家物語に登場する歴史ある道をMTBで駆け抜けることが可能。	
具体的な活動状況： （既存体験プログラム）	【既存プロダクト】裏山ツアー（7,500円、自転車レンタル、3～4時間程度、終了後のお茶＆スコーン付き） 【これから検討するプロダクト】 ①初心者向け（車で山頂まで行ってダウンヒル、一気に海まで下ってあとは街なかをサイクリング～温泉など） ②上級者向け（拠点からスタートし、MTBをこいで山中へ、そこから一気に海まで下ってあとは街なかをサイクリング～温泉など）	
集客状況：	日本人からの問合せがたまにある程度。現在は裏山を走る、経験者でないと付いていけない難易度設定のため、問合せ段階でボツになるケースがほとんど。初心者向けのコース設定を必要としている。	
訪日外国人旅行者受入意向：	ある	
受入環境整備状況：	☒ Wifi ☒ 英語（日常会話程度） ☐ 他言語（ ）	
アクセス：	現地集合（新神戸駅からタクシーで10分）。送迎も可。	
周辺宿情報：	新神戸駅にANAクラウンホテル、三ノ宮には神戸北野ホテル、ホテルオークラ、など	
周辺の協力事業者：	特になし（飲食店とは広範囲なネットワークがある）	
フリー：	MTBが最も盛んなのはカナダとNZであるが、せとうちDMOがターゲットしている5か国も盛ん（イギリス、フランス、オーストラリアにはワールドチャンピオンもいる）。また、長野県の白馬はMTBコースを持っており、すでにインバウンド集客に成功している。ここは白馬に比べるとコースは勝てないが、アクセスの容易さと街の近さでは断トツに勝てる。	

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （3/15）

コンテンツ情報収集シート		
コンテンツ名：	オープンな田舎で日本の原風景 & 地域住民との交流体験	
事業主体者：	そらの郷 （担当：観光局次長 観光地域づくりマネージャー 出尾 宏二様）	徳島県
周辺環境の 魅力：	剣山に源を発した祖谷川沿いの断崖絶壁でV字谷の渓谷「祖谷渓」、四国三郎吉野川の上流域にある巨岩奇岩の渓谷「大步危・小歩危」、平家落人伝説の里で日本三大秘境「祖谷地方」、日本三奇橋の一つで国の重要有形民族文化財「祖谷のかずら橋」、国の重要伝統的建造物群保存地区に指定された急傾斜地の山村集落「落合集落」（世界農業遺産のひとつ）、刻みたばこ産業で栄えた「うだつ」のある町並み。それらは日本の原風景そのもの。 地元住民は、インバウンドに対して非常に前向き。アレックスカーさんの影響もあり、20年前からバックパッカーが来ており、慣れている。会話はできないが、旅行者に抵抗のない高齢者がたくさんいる。温かい交流がある。	
具体的な 活動状況： （既存コン テンツ情報）	▶販売実績の有るコンテンツは、20以上。 ・人気コンテンツは、地域住民との餅つき（1臼2万円）、農村散策（6千円） ・子供たちとも触れ合えるお茶会パーティー（場所代6000円＋1人1500円） 1日のツアーとして田舎集落の民家においてお餅つき、世界農業遺産の急斜面の畑を散策し、古民家の中で習字を書いて、お茶会をする。地域住民（原住民と呼んでいる）との魅力的な交流コンテンツがあふれている。40度の斜面にある畑では、そのまま斜めになって作業をする。 ▶サイティナブルが地域観光のテーマ。 世界農業遺産＝UNESCO認定、8箇所中1つ。）秋にスキを刈って干しておく。畑に布団のようにかぶせることで、雑草がはえず、雨がふっても土砂が流れない。また、肥料としても機能する。窒素肥料では食物は育つが、土壌に蓄積してしまう。この地域では、農業で使った水が、川に流れ、清流として保たれている。昔ながらの農業文化を守る意識が強い。	
集客状況：	アジアが多く、香港4割。次いで台湾、アメリカ、フランス、中国、オーストラリア、北欧。フランスとイギリスが増えている。 年間500泊の受入れがある。旅慣れた方の満足度が高く、感動、共感している様子。欧米豪は、リピートまでは至っていない。香港、台湾はヘビーリピーターがいっぱいいる。	
インバウンド 受入意向：	意向は強い。ツアーは、これまで通りで、ほどほどに。FITでも、特にファミリー、グループを増やしていきたい。農家民泊＝ファームステイを増やしていく。（ヴィラのようなゲストハウスもあり、今後の拡大のポテンシャル有）	
DMO・自治体か らの推薦：	せとうちDMO様	
受入れ環境 整備状況：	■ Wifi（100%） ■ 英語（10～30名）※養成もする □他言語（ ）	
アクセス：		
周辺宿情報：	大步危祖谷温泉郷（5宿）のなかで、「祖谷温泉」と「秘境の湯」がトップ2。 祖谷温泉は内湯がない（確認）。秘境の湯（部屋多い）にご案内することが多い。	
未来コンテンツ：	現在1泊が多いので、連泊を増やす。ウォーキングの要望が多いため、さらにウォーキングコンテンツを増やしたい。世界農業遺産の価値ある農作物はあるが、販売ポイントがないのも課題。農家レストラン。付加価値つけて販売を目指す。	

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （4/15）

コンテンツ情報収集シート		
コンテンツ名：	－	
事業主体者：	イーストとくしま観光推進機構 （担当：専務理事 勇 様）	徳島県
周辺環境の 魅力：	徳島県東部 （鳴門市、徳島市、小松島市、阿波市、上勝町、上板町、藍住町、吉野川市、勝浦町、神山町等） 自然：鳴門の渦潮（鳴門）、山犬嶽（上勝） グルメ：神山ビール醸造所（神山）、RISE & WIN Brewing Co.（上勝）、たらいうどん（阿波）、 和三盆糖（上板）、阿波牛（小松島）、阿波とん豚 文化・アート：阿波踊り、人形浄瑠璃（徳島）、阿波和紙（吉野川） 藍染め＝ジャバンブルー、神山アーティスト・イン・レジデンス その他：霊山寺（一番札所）、慈眼寺＝穴禅定（往復約100mの鍾乳洞）	
具体的な 活動状況： （既存コン テンツ情報）	阿波おどり会館（着付け＋ミュージアム、ロープウェイ＋公演4,500円 徳島乗馬クラブ 1080円 horizon 南徳島洞窟探索プラン10000円5時間 遊山箱（ゆさんばこ）絵付け体験・江淵鏡台店	
集客状況：	アジア系が多い（香港、台湾）※欧米豪も来ているが詳細データはない	
インバウンド 受入意向：	欧米豪含め、伸ばしていく。 今期事業（JRC受託）も国内向けだけではなく、インバウンドも視野に入れている（デマケ注意）。	
DMO・自治体か らの推薦：	せとうちDMO様	
受入れ環境 整備状況：	■ Wifi □英語 □他言語（ ）	
アクセス：	大阪駅から徳島駅 バスで2時間半 新大阪－岡山（快速マリンライナー）－高松（特急うずしお）－徳島 約3時間半 羽田空港－徳島空港 75分	
周辺宿情報：		
周辺の パートナー候補 事業者：	宿（月上）オーナー京都在住 コンテンツ造成の話も挙がっている ゆさんばこ製作（NPO法人） （他、新しく商品造成したい事業者も複数いる）	
事業主体者 補足情報：	西部：そらの郷 様 東部：イーストとくしま様 （鳴門、徳島、上勝、神山など）	
未来コンテンツ：		

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （5／15）

コンテンツ情報収集シート		
体験名：	シティランニング×温泉×美食で体の外からも内からも美しく健康に	
事業主体者：	ニューアワジグループ 神戸ベイシェラトン&タワーズ（磯部様）	兵庫県神戸市
周辺環境の 魅力：	周囲を山と海に囲まれた海上都市・海の手六甲アイランドには、島の外周を囲むシティーヒルと呼ばれる19万本以上もの植木が植えられたグリーンベルトがある。これに沿って続く1周約5kmの道は、大部分が足に優しいフラットな土道コース、足を止める信号機もなく緑が多い、海と山の両方の景色も楽しめるとあって、ジョギングやウォーキングの人気スポットとして知られ、都道府県別「ランニングコース兵庫県10撰」にも選ばれている。	
具体的な 活動状況： （既存体験 プログラム）	▶シティランニング 神戸のランニングスポットで有名な六甲アイランドでは、ホテル横のリバーモールでストレッチした後、1週約5キロのランニングへ。100mごとに距離表示板が設置され、途中には公衆トイレや給水場、自動販売機もあり、街灯の設置もあるのでナイトランにも安心。ランニングコースのGPXファイルのダウンロードサービスや手持ちMAPもあり便利。	
集客状況：	健康志向の日本人だけでなく、外国人からも人気。ラグビー観戦の観光客（宿泊客）の利用も多く、現在ではイギリスからのお客様の利用が増加している	
訪日外国人 旅行者 受入意向：	既に多く受け入れしているが、さらに拡大したい	
受入れ環境 整備状況：	■ Wifi ■ 英語 □ 他言語（ ）	
アクセス：	六甲ライナー「アイランドセンター」駅に直結。JR三ノ宮駅からは約20分、JR大阪駅からは約30分。関西空港からリムジンバス1時間。	
周辺宿情報：	ニューアワジグループが経営するホテル（淡路島9件、香川2件）との連携もOK。	
周辺の 協力事業者：	神戸市内の連携がすくないので、紹介してもらえると嬉しい。前向きに連携していきたい。	
フリー：	▶明石海峡大橋の見学コースが外国人に人気 鉄橋のてっぺんに上るツアーが非常に人気が高く、手配を依頼してくる外国人も多数 ▶ゴルフ手配が外国人に人気 ゴルフセットなしの手ぶら&ハイヤーでの送り迎え付きで2万円ほどのプランあり ▶あわじ花さじき 外国人はお花畑が好きな方が多い ▶福良のジェラート、新島水産（貝焼き）、南あわじのイルカ、瓦づくり体験、平田ナイトクルーズ、お香づくり（お土産に持って帰られる）、養殖ナマズ、ジビエ、	

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （6／15）

コンテンツ情報収集シート		
体験名：	スーパーサステイナブルな環境で、個性豊かなクラフトビールとBBQディナー	
事業主体者：	RISE & WIN Brewing Co. BBQ & General Store	徳島県上勝町
周辺環境の 魅力：	①市街地から離れた自然の残る環境 ②クラフトビールの醸造所でBBQと宿泊が可能	
具体的な 活動状況： （既存体験 プログラム）	【既存プロダクト】醸造所の見学、クラフトビールの試飲、BBQ（食事） 【これから検討するプロダクト】宿泊と、周囲の観光資源とを接続した1泊2日の過ごし方 BBQ 5000円～（1パイントのビール付）※ジビエBBQは7000円 宿泊はタイプ様々用意されており、基本料金20,000円＋1人7500円	
集客状況：	日本人の集客はある程度成功している（東京へ店舗出店するなどマーケティングにも注力）。 外国人観光客の誘客はこれから、というところ。	
訪日外国人 旅行者 受入意向：	受入れに対する意向あり	
受入れ環境 整備状況：	☒ Wifi ☒ 英語（日常会話程度） ☐ 他言語（ ）	
アクセス：	徳島駅からタクシーで30分程度（バスもあるが本数少ない）	
周辺宿情報：	新神戸駅にANAクラウンホテル、三ノ宮には神戸北野ホテル、ホテルオークラ、など	
周辺の 協力事業者：	じゅうぶんにヒアリングできていないが、連携している若手の事業者さんがいくつかある様子	
フリー：	上勝町は「ゼロ・ウェイスト（ごみゼロ）の街」として世界的に有名になりつつあり、各国から視察などが相次いでいる。ここもその流れに乗り、新築の醸造所ながら廃材を活用しており、地域のストーリーと事業者が融和している。東京のブランディング会社がプロデュースしており、場の雰囲気やデザインも一定のクオリティがある。同エリアで貴重な、特色があって、かつ宿泊ができる事業者。	

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果（7/15）

コンテンツ情報収集シート		
体験名：	時間貸しで自由設計！瀬戸内アイランド クルーズチャーター	
事業主体者：	瀬戸内アイランドクルーズ株式会社（担当：安田隆郎様）	香川県高松市
周辺環境の 魅力：	瀬戸内の青い穏やかな海と、空、 そして自然が織りなす島々の暮らしと文化、芸術を堪能できる	
具体的な 活動状況： （既存体験 プログラム）	▶直島や豊島をはじめ、全21の島々を好きな組み合わせでクルーズで巡ることができる。 ▶2時間から8時間コースまで自由に設計ができる（2時間8万円） ▶瀬戸内国際芸術祭島巡りフリープランでは、作品を見て回るのに最適 ▶定員10名の船内には、ベッドやキッチン、シャワールームがついている。提供されるお弁当は、香川産の食材にこだわった内容のものにしている。船上 B B Q も実施（写真あり）	
集客状況：	今年4月末にスタートした事業なのでまだまだこれからプロモーションが必要と感じている。船は3艇あるが稼働率はまだ低い。香川県やDMOなどのファムトリップにお越しのVIP客や、大手企業（高松支店）の接待などにも使われているが、富裕層向けにPRしていきたい	
訪日外国人 旅行者 受入意向：	▶既存の事業紹介ムービーは外国人観光客を意識して、外国人モデルを起用 ▶受け入れ意向は大いにあり	
受入れ環境 整備状況：	☐ Wifi ☒ 英語 ☒ 他言語（74の言語に対応する翻訳機を設置） ☒ 英語、中国語、韓国語のWEB予約ページあり	
アクセス：	▶高松空港～JR高松駅までリムジンバス約40分 ▶JR高松駅～高松港（県営2号桟橋）まで徒歩約10分	
周辺宿情報：	JRホテルクラメント高松のお客様にご利用いただくように、営業しているが、まだ具体的な連携やプランはない。直島に新しく建設中のホテル（東京のオーナー）とは今後連携しようと、いまから連絡を取り合っている。ベネッセミュージアムも今後連携をもっと深めていきたい。	
周辺の 協力事業者：	▶JTB、新日本ツーリストなどの旅行会社との連携あり ▶高松市の酒蔵「金陵」との連携で、お客様にSAKEの提供（酒販免許も取得済み）	
未来コンテンツ：	うどん打ち体験、小豆島のオリーブをつんでアヒージョづくり体験、海のアクティビティなどを、開発しようと現在動いている。	

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

（3）受入体制調査（ヒアリング）結果（8／15）

コンテンツ情報収集シート		
コンテンツ名：	（今後、開発コンテンツにガイドが必要になった際、相談する）	
事業主体者：	香川SGG（担当：事務局長 梶 久夫様）	香川県
周辺環境の 魅力：	メインは栗林公園（1時間程度。茶室利用＋700円＆30分延長） 玉藻公園（1時間半）、屋島（1時間）、四国村（1時間半。屋島の麓）、直島や豊島（1日かけて、夕方17時帰り）、金比羅山、善通寺のガイドも可。 香川県全域を対象フィールドとするが、活動は高松市内が中心。（年間受入は2018年度70名）	
具体的な 活動状況： （既存コン 텐츠情報）	香川SGGは、全国のSGG団体として、JNTO HPにてリストアップされている。ガイドは無料、ランチや移動費（公共交通機関）等は旅行者が負担。 ▼旅行代理店等からの話は、地域通訳案内士に話を振る（1日1万円等） ※46名会員中、通訳案内士10名（知事からライセンス付与）	
集客状況：	米国がメイン、次がオーストラリア、カナダ。 スペイン、ドイツ、フランス、スイス、イギリス、キプロス島、イスラエル、イタリアなども受入実績あり。 個人旅行（2人旅行、夫婦、カップル）が多く、60～70代がメイン（30代は、ほぼ無い）リピーターは、多くない。 2019年4月は、19名の受入れ（非常に多かったという）※2018年度は70名程度	
インバウンド 受入意向：	SGGとしては、仕事をもっている方も多く、活動が土日限定される方も珍しくない（課題）。 地域通訳案内士（10名程度繋がりあり）の活用促進を、若干考えているご様子。	
DMO・自治体か らの推薦：		
受入れ環境 整備状況：	☐ Wifi ☒ 英語 ☐ 他言語（ ）	
アクセス：		
周辺宿情報：	高松市内では、訪日外国人旅行者には、JRクレメントホテル（高松駅前）が人気。（中心部）ダイワロイネット、去年11月OPEN Webase高松も少なくない。 （Webase高松とは繋がりある。設立準備のとき、Webase高松からコンタクトあり。準備室のスタッフを連れて栗林公園、直島、屋島等を案内）	
周辺の パートナー候補 事業者：	10名ほどの地域通訳案内士は仕事を持っている。 週末は動けるが平日が難しい方々がほとんど（梶様は平日も動ける）。	
事業主体者 補足情報：	高松港へ寄港するクルーズ船のお客様の案内業を県（交流推進課）からの依頼されている。 岸壁にインフォメーションセンター設置、パンフ揃えて、英語で案内。 2018年度は10月に1回、2019年度4月から9月で18回と、大幅にクルーズ船の寄港が増えている。	
未来コンテンツ：	香川県内で英語ガイドが必要になった際は、香川SGGへの連絡が有効。 通訳案内士含め、解決策を一緒に探っていただける。	

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果（9/15）

コンテンツ情報収集シート		
コンテンツ名：	島民20人の神秘の島をぐるり散策ツアー （ゲストハウスきんせんか）	
事業主体者：	志々島振興合同会社 （担当：業務執行役員 井出喜久美 様）	香川県
周辺環境の 魅力：	瀬戸内海に浮かぶ塩飽（しわく）諸島のひとつ。四国本土から船で約15分。 悠久の時間を感じさせる樹齢1200年の大楠が見守る小さな島には、島民20名が暮らす。 20名のうち高齢者が大半だが、移住者も増えており、関東・関西から6名（30～50代男女）。 ゲストハウスきんせんかには、欧米豪、アジアから旅慣れた旅行者がいるため、島民も外国人に抵抗はない。今では、おばあちゃんから旅行者に近づいていくシーンなどもある。	
具体的な 活動状況： （既存コン テンツ情報）	「ゲストハウス きんせんか」 ▶ ガイド島散策ツアー・・・3000円で島半周（半日）大楠や花の畑を散策 ▶ 海上タクシー（1～10名）・・・半日3万円、1日5万円 （隣の栗島はもちろん、岡山県笠岡諸島 北木島、真鍋島、白石島などにリーチ出来る）	
集客状況：	欧米豪（フランス、イギリスが多く。北米、オーストラリアからも宿泊あり） レビュー 口コミで来ている（リピートは現時点ではない）旅慣れた30代ひとり旅、二人旅（バックパッカー）が多い。瀬戸芸前後、岡山観光の前後に訪れる方が多い。	
インバウンド 受入意向：	さらにインバウンドを増やす意向あり。 来期に手を付ける予定であった。（既に1棟取得しており、設備投資待ち）	
DMO・自治体か らの推薦：		
受入れ環境 整備状況：	☐ Wifi（電波は入るがWifi無し） ▲英語（片言）	
アクセス：	香川県三豊市（宮の下港）からフェリーで約15分。高松駅⇒特急いしづちで40分⇒詫間駅 詫間駅からコミュニティバスで約10分。 ※岡山県側（笠岡諸島）からは交通なし。	
周辺宿情報：	宿は「ゲストハウスきんせんか」のみ。1棟貸し 1～10名	
周辺の パートナー候補 事業者：	カフェくすくす（合同会社 役員の山路様運営） コーヒー、紅茶、アイスクリーム、ペットボトル飲料水、ビール 観光客の休憩所がなく、危機感を覚え、事業開始。 その後、山地様きっかけで立ち上げたのが志々島振興合同会社	
事業主体者 補足情報：	大楠を、島民を、島を守りたい。そんな想いから、島民と島民を支える仲間で立ち上げた法人。 志々島振興合同会社は、三豊市内で不動産業も行っている。	
未来コンテンツ：	・既にもう物件を1件所有。宿として開発意向あり。 ・隣の栗島と合わせてお地蔵さんが8 8あるという（言い伝えか）ことで、お遍路ミニ88箇所 ※現在栗島と志々島で20ほど見つかった。海上タクシーでの自由設計の アイランドホッピングは開発可能性あり。	

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （10/15）

コンテンツ情報収集シート		
体験名：	瀬戸内海ラグジュアリークルーズ	
事業主体者：	合同会社瀬戸内ヨットチャーター（管理部長 斎藤 裕之 様）	岡山県
周辺環境の 魅力：	大小合わせて100余りの島々と、瀬戸内海が織りなす風景は「多島美」と称される。 瀬戸内に浮かぶ島には、風土に根付いた島固有の文化や産物があり、自然景観と重なる「暮らしの風景」もまた情緒豊かである。岡山県玉野市の「宇野港」は現代アートで知られる「直島」の玄関口であり、ここから直島、豊島、犬島、小豆島など瀬戸内の島々を巡ることができる。	
具体的な 活動状況： （既存体験 プログラム）	「自然」「アート」「暮らし」を眺める島巡りをテーマにクルーズを運航している。 ▶アートアイランドホッピング（犬島、直島、豊島の2泊3日クルーズ 朝食付き） 220,000円 ▶アートと伝統に出会う瀬戸内海島巡り（上記+小豆島の3泊4日クルーズ） 330,000円 ▶プライベートチ 宿泊チャーター330,000円/泊（1室2名まで） ▶プライベート DAYチャーター132,000円/6時間まで（最大10名）	
集客状況：	海外旅行者の利用はまだこれから。夏シーズンが終わり、秋冬はかなり課題。	
訪日外国人 旅行者 受入意向：	海外の富裕層向けにプロモーションをしていきたい	
受入れ環境 整備状況：	☐ Wifi ☒ 英語 ☒ 他言語（フランス語） 現場の案内は今後の課題	
アクセス：	岡山県玉野市宇野港から各島へ出発。 宇野港へは・・・ ▶岡山空港から岡山駅へバス40分 ▶岡山駅から宇野港まで電車50分 ▶宇野駅から宇野港まで徒歩1分	
周辺宿情報：	▶玉野市が、宇野港中心に外国語による案内の充実に力を入れている。 英語表記の案内標識を設けたり、市観光協会が英語ガイドマップの制作を実施 ▶安価な宿でもある港食堂&ゲストハウス虎所lit（トランジリット）には外国人多数	
周辺の 協力事業者：	玉野市のプロポーザルで認定された組織「玉野コミュニティデザイン」（宇野港土地とJTBの協同組織）が体験メニュー造成に力を入れている。瀬戸内温泉「たまの湯」という温泉施設も連携。 ▶丸本酒造のスパークリング日本酒でウエルカムドリンク（写真あり） ▶大三島の行列人気店「大漁」など地域の店にも立ち寄りプランあり（写真あり）	
フリー：	【クルーズオプションあり】 ▶ケータリング ・朝食・・・2,000円 ・パスタ料理・・・3,000円 ・肉料理・・・5,000円 ▶シェフ乗船オプション（シェフ乗船10,000円/日） ・朝食・・・3,000円 ・昼食・・・4,000円 ・夕食・・・12,000円 （ベジタリアン、アレルギー対応）	

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （11/15）

コンテンツ情報収集シート		
体験名：	瀬戸内に浮かぶ貸切無人島「くじら島」でグランピング	
事業主体者：	合同会社瀬戸内ヨットチャーター（管理部長 斎藤 裕之 様）	岡山県
周辺環境の 魅力：	瀬戸内に浮かぶ無人島。島影がくじらのように見えることから「くじら島」と呼ばれている。宇野港からチャーター船で30分。街の喧騒を離れた青い海に浮かぶこの島に、2018年、1日1組限定で貸切キャンプできるグランピング施設としてOPEN。この島のすべての自然空間が完全にプライベートな空間となる。ビーチに面した広いウッドデッキにテントを張り、空と海を満喫できる。収容人数は最大80名。	
具体的な 活動状況： （既存体験 プログラム）	▶快適なアウトドアキャンプを楽しめるグランピング コテージ：128,000円～、テント泊：16,000円～、DAYキャンプ：8,000円～ ビーチに面した広いウッドデッキには、パラソルやハンモック、ベッドチェアなども配置される。テント泊だけでなく、コテージもあり（ツインベッド×2室）。薪ストーブもあるので寒い時期にも対応。島にはネーブルや八朔などの柑橘類もありミカン狩りもできる。ケータリングもあり。 ▶カヤックレンタル、SUPレンタル ▶ウェディング、企業研修など団体利用もOK	
集客状況：	7月～9月の夏シーズンは前日満席。ただ、秋～冬は海もあれるので、3割程度しか船が出せない状況が続くので、検討が必要。秋冬はコテージ泊を売りにしたい。	
訪日外国人 旅行者 受入意向：	現在、WEBでは英語、フランス語表記はしているが、今後はもっとプロモーションして予約につなげたい。無人島は「言葉がいらぬ体験」なので海外富裕層向けコンテンツに期待している	
受入れ環境 整備状況：	■ Wifiあり ■ 英語一部あり ■ 他言語（フランス語）	
アクセス：	岡山県玉野市宇野港から各島へ出発。 宇野港へは・・・ ▶岡山空港から岡山駅へバス40分 ▶岡山駅から宇野港まで電車50分 ▶宇野駅から宇野港まで徒歩1分	
周辺宿情報：	▶玉野市が、宇野港中心に外国語による案内の充実に力を入れている。 英語表記の案内標識を設けたり、市観光協会が英語ガイドマップの制作を実施 ▶安価な宿でもある港食堂＆ゲストハウス虎所lit（トランジリット）には外国人多数	
周辺の 協力事業者：	玉野市のプロポーザルで認定された組織「玉野コミュニティデザイン」（宇野港土地とJTBの協同組織）が体験メニュー造成に力を入れている。瀬戸内温泉「たまの湯」という温泉施設も連携あり。	
フリー：	▶宇野港土地株式会社はもともと不動産賃貸業を主とする会社だったが、最近観光業も手掛けるようになったが、まだノウハウは少ない、とのこと。ヨットとくじら島単体の体験メニューなら、宇野港土地が窓口になるけど、それ以外のコンテンツ（自転車、釣り、社寺体験など）と組み合わせる可能性があれば、一般社団法人玉野コミュニティデザインが窓口になったほうが良いかもしれない（斎藤部長談） ▶たまのコミュニティデザインのミッションは、交流人口の増加移住定住者の増加掲げている ▶ファムトリップのシーズンが冬季期間になる場合、海が荒れるので船が出せない可能性もある。12～2月は全日程の3割程度の運航になっている。	

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （12／15）

コンテンツ情報収集シート		
コンテンツ名：	剥き出しの冒険心とワインを持って、カヤックで無人島へGO！	
事業主体者：	白石島観光協会（担当：原田 茂 様）	岡山県
周辺環境の 魅力：	MoooBarエミリーさんの存在もあり、外国人旅行者にも慣れており、やさしい。 さんちゃん（宿）では、旅行者が集まり、宴会するなど日常的に島外の人を受け入れる文化も（一部では確実に）ある。（ヒアリング当日も釣った魚で、宴会中） カヤックでは、初心者向けの、穏やかな海がウリ。	
具体的な 活動状況： （既存コン テンツ情報）	告知はしていない。予約システムもない。知っている方が直接連絡するスタイル。 基本的にはカヤック貸しと、子供向けのインストラクター業が主である様子。 カヤックは 1日 3000円（10人くらいまでOK）10隻ほどある （子供たちに、教えることから始めた）	
集客状況：	欧米豪含め、各国から訪問はある。人数等の統計的データはない。 原田氏も非常にフレンドリーで、外国の方とも臆さずコミュニケーションをとる。	
インバウンド 受入意向：	－	
DMO・自治体か らの推薦：		
受入れ環境 整備状況：	☐ Wifi ☒ 英語	
アクセス：	笠岡市 伏越港からフェリーで●●分（伏越港へは、新幹線福山駅から車で30分 ほど、もしくは岡山駅から笠岡駅まで電車で●●分）	
周辺宿情報：	宿泊キャパシティが小さいことは課題。 民宿、旅館、ゲストハウスはある。	
周辺の パートナー候補 事業者：	・香川県 高松、小豆島に繋がりがあがる（カヤック仲間） ※ 鞆の浦、山口、宮島にも仲間がいる ・せとうちカヤック横断隊（神奈川）内田 正洋（まさふみ）氏は、今後紹介いただける可能性有。 ※ モンベルもバックアップか	
事業主体者 補足情報：		
未来コンテンツ：	・ナイトカヤック ・白石島－北木島ツアー & 無人島deワイン（日本酒）ツアー	

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （13／15）

コンテンツ情報収集シート		
コンテンツ名：	—	
事業主体者：	石切りの杜 （担当：奥田 様） 事務局：NPO法人かさおか島づくり海社	岡山県
周辺環境の 魅力：	島民 800人弱。大阪城桜門・日本銀行旧本店・三越本店・靖国神社の大鳥居などに使われた良質な石材&漁業の島。 秋葉山（標高160m）は15分ほどで登れ、多島美が望める。石切りの溪谷展望台（2017年OPEN）、職人さんが歌う「石切唄」、石割体験。島民の方、受入れには前向きだと思うが、高齢者が多く、交流する機会自体少ない。	
具体的な 活動状況： （既存コン テンツ情報）	研修のみ受入れ。観光客は受け入れていない。 子供会、少年団であったり。5名様以上の研修。 底曳き網体験、キャンプファイヤー、釣り体験。	
集客状況：	日本人の研修のみ。インバウンドは問い合わせもない。	
インバウンド 受入意向：	事務局の意向・・・	
DMO・自治体か らの推薦：		
受入れ環境 整備状況：	☐ Wifi ☐ 英語 ☐ 他言語（ ）	
アクセス：	笠岡市 住吉港から50分（三洋汽船、大浦港着）徒歩 5 分 笠岡市 伏越港から50分（笠岡フェリー、豊浦港・金風呂港）※展望台近い （岡山ー笠岡 山陽本線 約45分）	
周辺宿情報：	あまのや旅館	
周辺の パートナー候補 事業者：	「あまのや旅館」、豊浦にKsラボ（石の資料館、カフェ併設）2階から見る景色 グルメ北木島（豊浦）	
事業主体者 補足情報：		
未来コンテンツ：		

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （14／15）

コンテンツ情報収集シート		
コンテンツ名：	—	
事業主体者：	三豊市観光交流課 （担当：溝端 様）	香川県
周辺環境の 魅力：	志々島（大楠、花）、栗島、父母ヶ浜、茶畑、紫雲出山、鴨之越（浦島太郎）、薦島（7分で無人島）、観光資源に恵まれた土地	
具体的な 活動状況： （既存コン テンツ情報）	インバウンドへの取り組みとしては、UDON HOUSE様が目立つ。 （15000円、29800円などで、うどん作り体験、うどんホッピングなどと組み合わせて宿泊販売） トワール（宿）様も体験コンテンツを提供しており、魅力的な素材（お茶畑）などを軸に強いコンテンツを保有。	
集客状況：	（欧米系が多い様子。昔のデータしかないが、追っていただける予定）	
インバウンド 受入意向：	大いにある 現在、三豊市でインバウンド戦略を立てているところ。	
DMO・自治体か らの推薦：	三豊市	
受入れ環境 整備状況：	☐ Wifi ☐ 英語 ☐ 他言語（ ）※他保険、受入曜日なども含むか	
アクセス：	・羽田空港（飛行機1時間）⇒高松空港（リムジンバス30分） ⇒高松駅（電車約40分）⇒三豊（JR詫間駅） ・関西国際空港（リムジンバス約3.5時間）⇒高松駅（電車約40分）⇒三豊	
周辺宿情報：	UDON HOUSE、トワール、Hiuchiなど（16軒）	
周辺の パートナー候補 事業者：	「タイヨウと海」・・・父母ヶ浜。移住者のご夫婦が経営。今後体験提供もあるか。 「三豊鶴」・・・庄内半島。廃業していた酒蔵をリノベーション、レストラン8月開業。イベント開催） ※紫雲出山麓にあるためアクセスもよい 「栗島」・・・瀬戸芸、アートの島としてもっと推したい（インパクトに欠けるので、何か仕掛けたい） 栗島行は須田港／志々島行は宮の下港	
事業主体者 補足情報：	・溝端様 インバウンド用サイト MATCHAからのご出向（2019年4月より）	
未来コンテンツ：		

1. 業務（1）①地域資源に関する調査・受入体制調査

(3) 受入体制調査（ヒアリング）結果 （15／15）

コンテンツ情報収集シート		
コンテンツ名：	気球に乗って竹田城全貌を堪能したあとのリフレッシュヨガ	
事業主体者：	有限会社いけがわ （担当：大林 様） 090-5139-4288	兵庫県
周辺環境の 魅力：	竹田城跡は、標高353.7mの古城山山頂に築かれた山城。古城山の山全体が虎が伏せているように見えることから、別名「虎臥城（とらふすじょう、こがじょう）」とも。天守台・本丸を中心に、三方に向けて放射状に曲輪が配置されており、縄張りの規模は東西に約100m、南北に約400m、「完存する石垣遺構」としては全国屈指の規模。 夏がオフシーズンになるので気球をあげて、アクション 8時に上げた（Facebook広告1万円、150人） 朝来市 銀山と竹田城しかないので、受入れが下手くそ	
具体的な 活動状況： （既存コン テンツ情報）	▼Asago Wellness Tourism 竹田城跡「天空ヨガ＋ノルディックウォーク」6000円（4～16名） 竹田城下町「お堂ヨガ＋座禅体験」6000円（4～16名）1時間程度 販売・・・HP 告知・・・エージェンシーへのプレゼンのみ ※ターゲットカントリー 9か国（フランス、ドイツ、台湾、インドネシア、タイ、香港、シンガポール、ベトナム、マレーシア） 最大の魅力・・・一般の方にはささりにくい。心身浄化！竹田城で深呼吸（歴史＋自然） 販路開拓中（中小機構さん、経産省の事業認定、地域資源活用事業、ニューツーリズム商品開発等支援事業 いけがわ、助成金は今期は無し）	
集客状況：	（竹田城 入込み55万人⇒18万人） ヨガのインバウンド発信は現時点ではぼなく、シンガポールから数組が来たのみ。	
インバウンド 受入意向：	意向強い。 ターゲットは上記9か国＋アメリカ＋オーストラリア	
DMO・自治体か らの推薦：	せとうちDMO様	
受入れ環境 整備状況：	☐ Wifi ■英語（天空ヨガはオプションでスピーカー付ける） ☐他言語（中国語ガイド1人＝現在調整中）	
アクセス：	姫路から1時間で和田山 大阪-豊岡IC 2時間 城崎温泉に泊まる⇒和田山（朝来市）に移動する	
周辺宿情報：	宿がほぼないため、城崎温泉宿泊を当初から想定	
周辺の パートナー候補 事業者：	地球の歩き方 カワバタさん 但馬エリアでのコネクションは多いが、また追って共有。	
事業主体者 補足情報：	縁結びトラベル2年前に立ち上げ。これまではギフト関連事業のみ。 近々Fitnessジムを豊岡市にOPEN （朝来市内のヨガの先生） ヨガ先生は3名登録（市内在住、ノルディックウォークガイドは2名（大林さん、文具屋社長含む）	
未来コンテンツ：	他のコンテンツを開発して、ランドオペレーターになりたい。 サイクリングツアー（2月～6月コウノトリ100%見える、コウノトリ郷公園 気球事業（イベントを実施して150名を集めた）をコンテンツ化することが可能	

（4） 考察・分析

事業の入口である調査業務であり、本事業において目標を上回る9プロダクトの完成に繋がったのも、本業務の精度に起因する。80のコンテンツ情報の収集は、主にせとうちDMOとじゃらんリサーチセンターのプロジェクトメンバーによって行われ、リストアップ後は間を空けることなく22コンテンツへ絞り込んだ。その後、電話や現地訪問によるヒアリングで、さらに15候補にまで絞り込まれた。

関係各位がそれぞれコンテンツのリストアップに加わったため、スピードは最大化されたが、一方で、開発可能性の高低が曖昧になった。その玉石混交の状態を、一定の指標と基準を設け★の数により可視化したことで、共通認識に繋がり、絞り込みをスムーズに行うことが出来た。（参照：P13下段）

また、次の段階であるヒアリング調査においては、様々な項目について情報を取得したが、特に重要であった項目は「インバウンドの取り組み実績」と「今後の受入れ意欲」の二つ。

インバウンド受入れ実績が多少でもあるということで、外国人旅行者の受入れ体制について少なくとも最低限は揃っていることが分かる。開発スピードが上がることは自明である。

最後に、今後のインバウンド受入れに対して積極的であるとの言質が重要であり、この意欲なく開発段階に入るとはリスクとなる。年度内での開発、というスケジュール感や、会議体への無償参加など、一定の負担が伴う開発となることは見えており、途中離脱があると事業全体の推進に影響を及ぼしかねないことから、必ず確認したい項目となる。

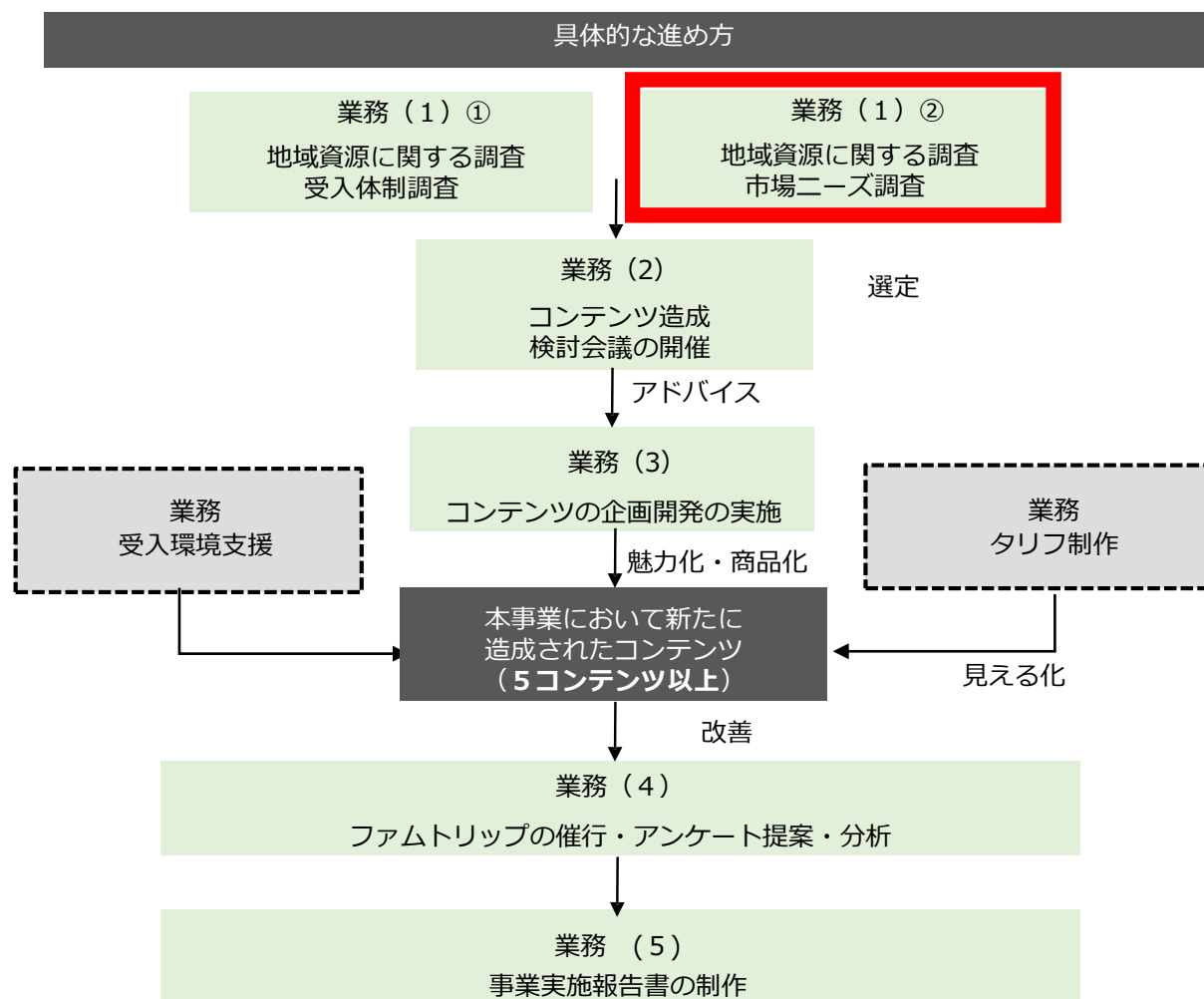
(1) 市場ニーズ調査実施コンテンツ選定方法及び一覧

①受入体制調査においてヒアリングが実行できた事業者・コンテンツを中心に議論。

開発に係る潜在的可能性を中国運輸局、せとうちDMO、じゃらんリサーチセンターにより検討した結果、10事業者11コンテンツを市場ニーズ調査にかけることを決定した。

▼補足

1. **ちいおりアライアンス**は、祖谷での開発ではなく宇多津町（古街の家）での開発を望まれていたため、変更した。
2. 「**徳島の海岸**」と大きなドメインで情報を集めていたが、**美波町**での繋がりが発生し、美波町に焦点を当てることとした。
3. 別途、一部調査を続けていたが、三豊市の「**トワール**」真鍋社長が意欲的であり、潜在的可能性が高いと判断し、市場ニーズ調査コンテンツに入った。



2. 業務（1）②地域資源に関する調査・市場ニーズ調査

（1）市場ニーズ調査実施コンテンツ選定方法及び一覧

▼岡山県 調査コンテンツ一覧 2コンテンツ

★	岡山県	瀬戸内海ラグジュアリークルーズ	大小合わせて100余りの島々と、瀬戸内海が織りなす風景は「多島美」と称される。瀬戸内に浮かぶ島には、風土に根付いた島固有の文化や産物があり、自然景観と重なる「暮らしの風景」もまた情緒豊かである。岡山県玉野市の「宇野港」は現代アートで知られる「直島」の玄关口であり、ここから直島、豊島、犬島、小豆島など瀬戸内の島々を巡ることができる。 「自然」「アート」「暮らし」を眺める島巡りをテーマにクルーズを運航している。 ▶アートアイランドホッピング（犬島、直島、豊島の2泊3日クルーズ 朝食付き）220,000円（1室2名まで） ▶アートと伝統に出会う瀬戸内海島巡り（上記+小豆島の3泊4日クルーズ）330,000円（1室2名まで） ▶プライベート宿泊チャーター 330,000円/泊（1室2名まで） ▶プライベートDAYチャーター132,000円/6時間まで（最大10名）		  
★	岡山県	瀬戸内に浮かぶ貸切無人島「くじら島」でグランピング	瀬戸内に浮かぶ無人島。島影がくじらのように見えることから「くじら島」と呼ばれている。岡山県宇野港からチャーター船で30分。街の喧騒を離れた青い海に浮かぶこの島に、2018年、1日1組限定で貸切キャンプできるグランピング施設としてOPEN。この島のすべての自然空間が完全にプライベートな空間となる。ビーチに面した広いウッドデッキにテントを張り、空と海を満喫したい。島内にはネーブルや八朔などの柑橘類もありミカン狩りも楽しめる。そのほか、ケータリングサービス、カヤックレンタル、SUPレンタル等、島を楽しむツールに一切の不足はない。 コテージ：128,000円～/1名 テント泊：16,000円～/1名（4名様から受付）		  

※事業者は2つとも宇野港土地様

（1）市場ニーズ調査実施コンテンツ選定方法及び一覧

▼香川県 調査コンテンツ一覧 3コンテンツ

★	香川県	島民20人の神秘の島から始まるアイランドホッピングツアー	四国本土からフェリーで約15分。悠久の時間を感じさせる樹齢1200年の大楠が見守る小さな島、志々島（しじしま）には、島民20名が暮らす。かつては、「花の島」とも呼ばれ、花農家が100軒以上あったが、今はゼロ。名残りは島の名所「天空の花畑」。島民は高齢者が大半だが、非常にウェルカムな空気が流れる島。島内散策と海上タクシーアイランドホッピングで、瀬戸内海の多島美を味わい尽くす。 ・志々島散策 2時間 3000円/1名 ・アイランドホッピング 海上タクシー（1～10名） Half-day tour（4時間）3万円/1グループ 1day tour（7時間）5万円/1グループ	三豊市	 
★	香川県	お茶畑ボタリング&お茶の燻製付ランチパーティー	香川県三豊市の里山にたたずむ宿、La toile（ラ・トワール）の近くには、日本の原風景を思わせる景色が広がっている。一面に広がる水田、小高い山やお茶畑。特にお茶は、香川県内の生産量の7割以上を占めているが、全国生産量に対する割合は0.2%。ほとんどが県内で消費される幻の銘茶。そんな茶畑や田舎道をローカルガイドと自転車で散策したあとは、茶葉をつかった燻製付のランチ。ランチは地域の食材を知り尽くした地元のスペシャリストが季節ごとに企画。心地よい風が茶畑を通り抜ける春先は特に、お茶畑ボタリング&ランチパーティーがおすすめ。 所要時間 3時間 12,000円/1名	三豊市	 
★	香川県	古民家リノベーションの極み！宿泊がそのまま日本文化体験	江戸中期から昭和まで、全国屈指の塩の町であった香川県宇多津町。古くから政治、経済、文化の拠点として発展を遂げてきた宇多津町は江戸や明治時代から受け継がれる旧家が多く残る。今回ご案内する「臨水」という建物は、明治元年に建築された純和風建築の宿である。玄関を開けると今は懐かしい広い土間があり、無垢板のダイニングテーブルと、システムキッチンが。特筆すべきは木造建築独特の心地よい木の香りに迎えられることです。和室には欄間や床の間などに当時のままのディティールを見ることができ、奥にある坪庭に癒される。食事は地元食材を仕入れて自炊も可能だが、近隣の料理屋から宇多津の伝統食「押し込み寿司」を取り入れたケータリングの手配も可能。	宇多津町	  

※事業者は上から

- ・志々島振興合同会社様
- ・トワール（ドロワース）様
- ・ちいおりアライアンス様

2. 業務（1）②地域資源に関する調査・市場ニーズ調査

（1）市場ニーズ調査実施コンテンツ選定方法及び一覧

▼兵庫県 調査コンテンツ一覧 4コンテンツ

★	兵庫県	Morning Strawberry Session	食材や自然の恵みが豊富な淡路島（兵庫県）の山田農園では、Morning Strawberry Sessionが楽しめる。いちご農園とパティシエのコラボレーションにより、採れたていちごが数分後には和菓子に加工される。和菓子以外にもクレープや、ドリンクなども楽しめる。 いちごを存分に楽しんだあとは、音楽の生演奏を聴いたり、読書しながら自然を楽しんだり、瀬戸内海の絶景をぼーっと眺めながら舌に残る甘い余韻を楽しむのもいいだろう。 開催時間 9:30～12:00 5000円/1名	淡路市	  
★	兵庫県	MTB（マウンテンバイク）で遊ぶ、三ノ宮の裏山と海と街	山、海、食事処、温泉がコンパクトにまとまっている街、神戸市三ノ宮をMTBで縦横無尽に走る。上級者向けコースは、MTBをこいで山中へ。そこから一気に海まで下り、街中をサイクリング。最後は温泉で汗を流し、余韻にひたる。古くは山岳修行の地であり、歴史ある道をMTBで駆け抜けることは、爽快感以外のなにものでもない。 MTB初心者には、車で山頂まで行き、そこからのダウンヒルする「イージーコース」がおすすめ。 京都から新幹線で約30分、広島から約75分というアクセスの良さもうれしい。 所要時間 3～4時間 7,500円/1名（MTBレンタル、終了後のお茶＆スコーン付）	神戸市	  
★	兵庫県	シティランニング×温泉×美食で体の外からも内からも美しく健康に	周囲を山と海に囲まれた海上都市・六甲アイランドには、島の外周を囲むシティーヒルと呼ばれる19万本以上の植木が植えられたグリーンベルトがある。グリーンベルトに沿った1周約5kmの道は、大部分がランナーに優しい土道コースで、足を止める信号機もない。海と山の両方の景色を楽しみながらランニングやウォーキングが出来る。この贅沢なコース沿いにある神戸ベイシェラトン＆タワーズでは、スペシャルな朝食を用意。ランニングで汗をかき、温泉で汗を流した後は、地場産食材豊富な朝食（和食・洋食選択可能なマクロビオティック）を食べて、イレギュラーな生活になりがちで疲れた旅中の身体をリフレッシュ。 宿泊（夕食・朝食付）30,000円/1名（ラグジュアリーツイン） ※夕食は神戸牛付きコース選択可	神戸市	 
★	兵庫県	地元住民が教える！日本最古の温泉地で、一番おいしいビールの味わい方	京都と広島の間、神戸の隣にある街「芦屋」で、昔から地元の人たちに愛されているのが「トレッキング&ビール」。神戸の山を知り尽くす山岳ガイドとともに芦屋の駅を出発し、標高約900mの「六甲山」へ、歴史の跡をたどりながら気持ちのいい汗を流す。5時間程度、約13kmを歩いてたどり着くのは日本最古の温泉地「有馬温泉」。古くは天皇や将軍の疲れをいやした温泉で疲れを癒したあとに飲むクラフトビールは、最高の美味しさ。アクセスが良好なので日帰りで神戸・大阪・京都に移動することも、そのまま宿泊することも、翌日は別のルートにチャレンジすることも、アレンジは自由自在。 50,000円/1グループ（5名様まで）	神戸市	 

※事業者は上から

- ・シマトワークス様
- ・Spark様
- ・ベイシェラトンホテル＆タワーズ様（ニューアワジグループ）
- ・山岳ガイド山本様（個人ガイド）

2. 業務（1）②地域資源に関する調査・市場ニーズ調査

（1）市場ニーズ調査実施コンテンツ選定方法及び一覧

▼兵庫県 調査コンテンツ一覧 4コンテンツ

★	徳島	スーパーサステイナブルな環境で、個性豊かなクラフトビールとBBQディナー	徳島県上勝町、市街地から離れた自然のなかにある「RISE & WIN Brewing Co. BBQ & General Store」は、クラフトビールの醸造所であり、キャンプサイト宿泊施設。上勝町の景色が広がるガーデンでBBQ（もちろんビール付！）を楽しむことができる。上勝特産の柚香（ゆこう）を使ったフルーティーなクラフトビールをはじめとした個性豊かな5種類のビールがあなたをお待ちしている。ゼロ・ウェイストの思想で、環境にやさしい経営を実践していることにも注目したい。廃材をリメイクした独創的な棚、空きビンからできたシャンデリア、鹿の皮と古着をリメイクしたユニフォームなど、すべてが環境に配慮され、あとはあなたが楽しむだけ、という場所。 宿泊とBBQセット（4名の場合） 17,500円/1名 ※基本料金20,000円/1グループ（朝食付）、 宿泊7500円/1名、BBQ 5,000円/1名（1pintのビール付）	上勝町	  
★	徳島	巡礼体験と森林/海岸瞑想（精進料理付）	徳島県の実波町は、四国お遍路の「ひと息つく場所」として知られている。その理由は、次のお寺まで77km離れていること。徳島から南下してきた修行僧はここで英気を養い、身支度を整え、次のお寺を目指した。現代においては、山と海が隣接していることから、自然環境を活かしたアクティビティが充実している。中でも昔の修行僧にちなんだ、エキサイティングなアクティビティはここでしか体験できないもの。 【加筆】 巡礼体験&森林or海岸瞑想（精進料理付） 6:00～8:30（150mins）15,000円/1名 ※オプション 護摩行（ritual of a holy fire） 60mins 30,000円/1グループ	実波町	 

※事業者（担当）は上から

- ・ Rise&Win Brewing CO.様（株式会社スペック）
- ・ 実波町様（徳島県南阿波エリア）

(2) 調査票

各コンテンツごとに下記設問を設けた。

回答方法

YES or NO or よく分からない

1. “日本らしさ”を感じるか	よくわからない理由（フリーコメント）	2. フォトジェニックか	NOの理由（フリーコメント）

回答方法

YES or NO

回答方法

YES or NO

ET or SIH or その他

3. 瀬戸内地域来訪への目的 （メインコンテンツ）になるか	それぞれの理由（フリーコメント）	4. このコンテンツのターゲットはどれか	その理由（フリーコメント）

5. 海外エージェントとして販売したい内容か	NOの理由I(フリーコメント)	全体を通じてフリーコメント枠

(3) 回答結果

■瀬戸内海ラグジュアリークルーズ（宇野港土地様）

1. Does it feel "Japanese"? 日本らしさを感じるコンテンツですか？	If you answered "I don't know," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「分からない」である場合、理由を教えてください。	2. Is it photogenic? フォトジェニックですか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。
【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 No 【UK】 YES	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -
3. Would this be a visitor's main purpose for visiting the Seto Inland Sea region? せとうちエリアを訪れるにあたり、メインの目的となりますか？	それぞれの理由（フリーコメント） Reasons for each item. (Please answer freely.)	4. Who are the targets for this item? ターゲットはだれだと思いますか？	Please give reasons. (Please answer freely.) 理由を教えてください。
【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 No 【UK】 Yes	【USA】 this would definitely draw people to the region 確実に地域に人を呼び込めるコンテンツ 【France】 Island hopping on the most famous Seto islands (and it includes art islands). 最も有名なせとうちエリアの島でのアイランドホッピングであるため（アートアイランドを含む）。 【Germany】 Visitors from Germany come to experience Japan as a whole, not just one site or accommodation. ドイツ人旅行者は、ある特定の場所や宿泊施設のみではなく、日本全体を体験するために来ているため。 【UK】 The longer itineraries, yes The day trip would probably be an add-on to a trip. 長い旅程の場合はメインになる。日帰り旅行の場合は、おそらくオプションの扱いとなる。	【USA】 everyone 全員 【France】 Cruise and nature enthusiast クルーズと自然が好きな人 【Germany】 Fit and small groups 個人旅行者と小規模グループ 【UK】 Most FIT travellers - but more high end 多くの個人旅行者で、富裕層	【USA】 This can appeal to any FIT traveler, regardless of their interests 興味関心に限らずどの個人旅行者にも訴求できる。 【France】 - 【Germany】 Not enough space for bigger groups 大きなグループに十分な空間がない 【UK】 Great trip, but more high-end due to price . 素晴らしい旅行であるが、料金的に富裕層向け。
5. Is this item something that you would want to sell as an overseas agent? 海外のエージェントとして、この商品を売りたいと思いますか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。	Open comment section for overall impressions 全体の印象についてコメント記述欄	
【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 yes, as a luxury add-on 思う（豪華なオプションとして） 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 This product is perfect for the US market. The variety of itineraries is especially attractive. このプロダクトはUS市場にとって完璧。旅程の多様性は特に魅力的。 【France】 - 【Germany】 very costly とても高い 【UK】 Great with the flexibility of the different itinerary lengths 異なる旅程に対応できる柔軟さがあり、素晴らしい。	

(3) 回答結果

■瀬戸内に浮かぶ貸切無人島「くじら島」でグランピング（宇野港土地様）

1. Does it feel "Japanese"?	If you answered "I don't know," please explain why. (Please answer freely.)	2. Is it photogenic?	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.)
日本らしさを感じるコンテンツですか？	回答が「分からない」である場合、理由を教えてください。	フォトジェニックですか？	回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。
【USA】 I don't know 分からない 【France】 Yes 【Germany】 No 【UK】 Partly（一部は）	【USA】 not sure what makes it Japanese rather than just a glamping experience ただのグランピング以上に、どの要素が日本らしさであるか分からない。 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 Glamping isn't typically Japanese, but the island is scenic グランピングには典型的な日本らしさを感じないが、島は景色がよい。	【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -
3. Would this be a visitor's main purpose for visiting the Seto Inland Sea region?	それぞれの理由（フリーコメント） Reasons for each item. (Please answer freely.)	4. Who are the targets for this item?	Please give reasons. (Please answer freely.)
せとうちエリアを訪れるに当たり、メインの目的となりますか？		ターゲットはだれだと思いますか？	理由を教えてください。
【USA】 Possibly おそらく 【France】 No 【Germany】 No 【UK】 Maybe	【USA】 Most likely not, but it would attract some attention as a unique experience 主目的にはならないと思うが、ユニークな経験としてある程度注目は集めるだろう。 【France】 Less known than other accommodations. 他の宿泊施設に比べて知られていない。 【Germany】 全て同じ理由 【UK】 Unique experience, especially since you can reserve the entire island. But most likely part of a longer itinerary in Setouchi 島を丸ごと予約できるため、ユニークな体験である。ただ、長い旅程の一部となるだろう。	【USA】 Adventure travelers on FIT or small group basis 個人や小規模グループの冒険心をもった旅行者 【France】 Nature and off the beaten tracks enthusiast 自然や"知られていない場所"が好きな人 【Germany】 Fit and small groups 個人旅行者と小規模グループ 【UK】 Could range from standard to adventure to high-end travellers. Both FIT and small groups スタンダードな旅から冒険的な旅までの幅があり、富裕層向け。個人旅行者と小規模グループ。	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 Not enough space for bigger groups 大きなグループに十分な空間がない 【UK】 The cottage would be more high-end due to price, while tent is more adventure/standard travellers コテージは富裕層向け。テントは冒険好きな旅行者
5. Is this item something that you would want to sell as an overseas agent?	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.)	Open comment section for overall impressions	
海外のエージェントとして、この商品売りたと思いますか？	回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。	全体の印象についてコメント記述欄	
【USA】 Maybe たぶん 【France】 Yes 思う 【Germany】 yes, as a luxury add-on 思う（豪華なオプションとして） 【UK】 Yes	【USA】 Depends on the quality of accommodation and how F&B operates 宿泊施設と飲食部門の質による。 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 Very cool concept if the operational and accommodation standards are high enough for the US market. 対応や施設の基準がアメリカ市場にとって十分高い場合、とても良いコンセプトである 【France】 - 【Germany】 quite costly and also probably only for special interest tours, as some travellers don't like camping, とても高い。また、キャンプが好きではない旅行者もいるため、特定の興味関心がある方向けのツアーに限る。 【UK】 Facilities (bathroom) would need to be decent to attract the wider range of travellers より幅広い旅行者を惹きつけるためには施設（トイレ）は、感じの良い状態でないといけない。	

(3) 回答結果

■島民20人の神秘の島から始まるアイランドホッピングツアー（志々島振興合同会社様）

1. Does it feel "Japanese"? 日本らしさを感じるコンテンツですか？	If you answered "I don't know," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「分からない」である場合、理由を教えてください。	2. Is it photogenic? フォトジェニックですか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。
【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -
3. Would this be a visitor's main purpose for visiting the Seto Inland Sea region? せとうちエリアを訪れるにあたり、メインの目的となりますか？	それぞれの理由（フリーコメント） Reasons for each item. (Please answer freely.)	4. Who are the targets for this item? ターゲットはだれだと思いますか？	Please give reasons. (Please answer freely.) 理由を教えてください。
【USA】 No 【France】 No 【Germany】 No 【UK】 No	【USA】 This would not be the main reason for a visit to the region but could be sold as an add on. 訪問の主目的にはならないが、追加商品として売ることが出来る。 【France】 There is nothing special to visit on this island. この島を訪れる特別な理由がない。 【Germany】 全て同じ理由 【UK】 -	【USA】 everyone 全員 【France】 Nature enthusiast 自然が好きな人 【Germany】 Fit and small groups 個人旅行者と小規模グループ 【UK】 All travellers. FIT and small groups 全ての旅行者。個人旅行者、小規模グループ。	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 water taxi is not suitable for bigger groups 海上タクシーは大きなグループには向いていない。 【UK】 Scenic, culturally interesting, unique and doesn't require a good fitness level. Great for travellers wanting to experience 'authentic' Japan 景色がよく、文化的にも興味深い。ユニークであり、相当の健康体でないと楽しめないというわけでもない。本物の日本を体験したいと思っている旅行者には最適。
5. Is this item something that you would want to sell as an overseas agent? 海外のエージェントとして、この商品を売りたいと思いますか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。	Open comment section for overall impressions 全体の印象についてコメント記述欄	
【USA】 yes 【France】 No 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 Interesting product for culture, history, authenticity, and natural beauty. 文化、歴史、オーセンティシティ、自然の美しさに触れられる興味深い商品。 【France】 - 【Germany】 very special interest product, but for nature lovers a unique product 非常に特別な、興味深いプロダクトだが、自然愛好家向け。ユニークなプロダクト。 【UK】 -	

(3) 回答結果

■お茶畑ポタリング&お茶の燻製付ランチパーティー（トワール様）

1. Does it feel "Japanese"? 日本らしさを感じるコンテンツですか？	If you answered "I don't know," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「分からない」である場合、理由を教えてください。	2. Is it photogenic? フォトジェニックですか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。
【USA】 I don't know 分からない。 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Party	【USA】 cycling and tea is on offer in many destinations - not sure what makes this 'Japanese'. Either way it is a good tour. サイクリングやお茶は多くの観光地で提供されているので“日本らしい”かは分からない。どちらにしても良いツアーではある。 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -
3. Would this be a visitor's main purpose for visiting the Seto Inland Sea region? せとうちエリアを訪れるにあたり、メインの目的となりますか？	それぞれの理由（フリーコメント） Reasons for each item. (Please answer freely.)	4. Who are the targets for this item? ターゲットはだれだと思いますか？	Please give reasons. (Please answer freely.) 理由を教えてください。
【USA】 probably not おそらくならない 【France】 No 【Germany】 No 【UK】 No	【USA】 good add-on but not the main reason for a visit to the region. 良い追加商品であるが、訪問の主目的にはならない。 【France】 Other emblematic places 他に（もっと）象徴的な場所がある 【Germany】 全て同じ理由 【UK】 Too short to be sole reason for visiting Setouchi, but nice addition to an itinerary せとうちを訪れる目的となるには短い。ただ、旅程に加えるオプションとしては良い。	【USA】 active travelers / foodies / people into culture and scenery 活動的な旅行者／食通／文化や風景にはまっている旅行者 【France】 Cyclists サイクリスト 【Germany】 Fit and groups 個人旅行者とグループ 【UK】 Most travellers	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 For everybody who's interested in tea, this is an interesting and authentic product お茶に興味がある旅行者にとって興味深く、オーセンティックなプロダクト。 【UK】 Could appeal to most travellers as an interesting experience - but especially for culturally interested people and maybe foodies. ほとんどの旅行者に興味深い体験として訴求できる。ただ、特に文化的興味がある旅行者や、食通向けである。
5. Is this item something that you would want to sell as an overseas agent? 海外のエージェントとして、この商品を売りたいと思いますか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。	Open comment section for overall impressions 全体の印象についてコメント記述欄	
【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 yes, for special interest travellers 思う（特別な興味をもって行動する旅行者） 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 This would be a welcome addition to any itinerary as long as the access isn't too difficult to fit into a program. アクセスが厳しいものでなければ、どの旅程に追加するのでも歓迎。 【France】 Immersion in the culture. 文化への没入（完全に浸ること） 【Germany】 - 【UK】 -	

(3) 回答結果

■古民家リノベーションの極み！宿泊がそのまま日本文化体験（ちいおりアライアンス様）

1. Does it feel "Japanese"? 日本らしさを感じるコンテンツですか？	If you answered "I don't know," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「分からない」である場合、理由を教えてください。	2. Is it photogenic? フォトジェニックですか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。
【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -
3. Would this be a visitor's main purpose for visiting the Seto Inland Sea region? せとうちエリアを訪れるにあたり、メインの目的となりますか？	それぞれの理由（フリーコメント） Reasons for each item. (Please answer freely.)	4. Who are the targets for this item? ターゲットはだれだと思いますか？	Please give reasons. (Please answer freely.) 理由を教えてください。
【USA】 no 【France】 No 【Germany】 No 【UK】 No	【USA】 - 【France】 Other traditional accommodation 他に（もっと魅力的な）伝統的な宿泊施設がある 【Germany】 全て同じ理由 【UK】 Not main reason to visit, but great for someone who wants to stay at traditional accommodation 訪問のメイン目的にはならないが、伝統的な宿泊施設に泊まりたい旅行者には素晴らしいコンテンツ。	【USA】 not sure 分からない 【France】 Culture and tradition enthusiast 文化・伝統が好きな人 【Germany】 Fit and small groups 個人旅行者と小規模グループ 【UK】 Adventure and cultural travellers, FIT and depending on size, small groups 冒険的や、文化的興味がある旅行者。個人と小規模グループ	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 bigger groups cannot be accommodated 大きなグループは宿泊できない 【UK】 Suited for someone who wants immerse themselves in the culture. それ自身が文化的にどっぷり浸かれるコンテンツを求める旅行者
5. Is this item something that you would want to sell as an overseas agent? 海外のエージェントとして、この商品を売りたいと思いますか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。	Open comment section for overall impressions 全体の印象についてコメント記述欄	
【USA】 No 【France】 Yes 【Germany】 - 【UK】 Yes	【USA】 I don't think this type of experiecn would appeal to most US pax - even ryokans are not easy to sell and this is a step further. この種の体験がアメリカの旅行者に訴求力があるとは思わない。旅館でさえ売るのが容易でなく、これはさらに一歩先にある。 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 - 【France】 Only the traditional accommodation would be suitable (not the occidental one). その土地の伝統的な宿泊施設のみが（旅行に）ふさわしい（西洋のものではなく）。 【Germany】 very unique experience of accomodation, price range would be good though. とてもユニークな宿泊体験。料金幅があれば良い。 【UK】 Interesting and great for culture. But would not suit everyone 文化の文脈では興味深くもあり、素晴らしい。ただ、すべての旅行者向けではない。	

(3) 回答結果

■ Morning Strawberry Session （シマトワークス様）

1. Does it feel "Japanese"? 日本らしさを感じるコンテンツですか？	If you answered "I don't know," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「分からない」である場合、理由を教えてください。	2. Is it photogenic? フォトジェニックですか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。
【USA】 No 【France】 Yes 【Germany】 No 【UK】 Not really	【USA】 could be anywhere どこにでもある 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -
3. Would this be a visitor's main purpose for visiting the Seto Inland Sea region? せとうちエリアを訪れるにあたり、メインの目的となりますか？	それぞれの理由（フリーコメント） Reasons for each item. (Please answer freely.)	4. Who are the targets for this item? ターゲットはだれだと思いますか？	Please give reasons. (Please answer freely.) 理由を教えてください。
【USA】 no 【France】 No 【Germany】 No 【UK】 No	【USA】 - 【France】 Poor interest for French people. フランス人にはあまり関心がない 【Germany】 全て同じ理由 【UK】 Too short to be sole reason for visiting Setouchi せとうちを訪れるには、短くてメインにはならない。	【USA】 foodies 食通 【France】 - 【Germany】 Fit and groups 個人旅行者とグループ 【UK】 Families, culinary tours 家族旅行や、料理好きの方向けツアー	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 Strolling and fruit picking can be offered to everyone. ぶらぶらしながら、果物狩りをする体験は誰にでも提供できる。 【UK】 Different experience. Could be nice as a family activity. 異なる体験。家族向け体験としてであれば良いと思う。
5. Is this item something that you would want to sell as an overseas agent? 海外のエージェントとして、この商品を売りたいと思いますか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。	Open comment section for overall impressions 全体の印象についてコメント記述欄	
【USA】 no 【France】 No 【Germany】 Yes 【UK】 Unsure	【USA】 I don't think this would interest many people 多くの人の興味をひくとは思わない。 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 Think there are many other more 'Japanese' activities travellers would rather do. もっともたくさんのより日本らしい体験を感じる旅がある。	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 Very special experience but with a nice layout. Local products are always highly appreciated by German travellers. とても特別感のある体験。地元の生産物は、ドイツ人旅行者に常に高く評価される。 【UK】 -	

(3) 回答結果

■ MTB (マウンテンバイク) で遊ぶ、三ノ宮の裏山と海と街 (Spark様)

1. Does it feel "Japanese"? 日本らしさを感じるコンテンツですか？	If you answered "I don't know," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「分からない」である場合、理由を教えてください。	2. Is it photogenic? フォトジェニックですか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。
【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 No 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -
3. Would this be a visitor's main purpose for visiting the Seto Inland Sea region? せとうちエリアを訪れるにあたり、メインの目的となりますか？	それぞれの理由 (フリーコメント) Reasons for each item. (Please answer freely.)	4. Who are the targets for this item? ターゲットはだれだと思いますか？	Please give reasons. (Please answer freely.) 理由を教えてください。
【USA】 No 【France】 No 【Germany】 No 【UK】 No	【USA】 this would be sold as an add-on. 追加するもの (オプション) として売ることになる。 【France】 This is a too niche activity. ニッチ過ぎる体験。 【Germany】 全て同じ理由 【UK】 Too short to be sole reason for visiting Setouchi, but fun activity to add to an itinerary短いため、ひとつだけでは瀬戸内エリア訪問の目的とはならないが、旅程に加える楽しいアクティビティではある。	【USA】 Adventure travelers on FIT or small group basis 個人や小規模グループの冒険心をもった旅行者 【France】 Expert cyclists 熟練のサイクリスト 【Germany】 Fit and small groups 個人旅行者と小規模グループ 【UK】 Active and adventurous travellers 活動的で冒険好きの旅行者	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 not a good activity for big groups as the variety of fitness level among the participants is too big 参加者の体力には大きな差があるため、大きなグループには合わない。 【UK】 Requires good level of fitness/skills. ある程度の健康体であることが求められる。
5. Is this item something that you would want to sell as an overseas agent? 海外のエージェントとして、この商品を売りたいと思いますか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。	Open comment section for overall impressions 全体の印象についてコメント記述欄	
【USA】 Probably not おそらく思わない 【France】 Yes (only for experimented cyclists). 思う (経験を積んだサイクリストにのみ) 【Germany】 yes, for cyclists and sports enthusiasts. 思う (サイクリストやスポーツが好きな人) 【UK】 Yes	【USA】 only to a very select market segment would this be appealing. とても限られた層に訴求する 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	

(3) 回答結果

■ シティランニング×温泉×美食で体の外からも内からも美しく健康に
(バイシェラトンホテル&タワーズ様、ニューアワジグループ)

1. Does it feel "Japanese"? 日本らしさを感じるコンテンツですか？	If you answered "I don't know," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「分からない」である場合、理由を教えてください。	2. Is it photogenic? フォトジェニックですか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。
【USA】 Yes 【France】 No 【Germany】 No 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -
3. Would this be a visitor's main purpose for visiting the Seto Inland Sea region? せとうちエリアを訪れるにあたり、メインの目的となりますか？	それぞれの理由（フリーコメント） Reasons for each item. (Please answer freely.)	4. Who are the targets for this item? ターゲットはだれだと思いますか？	Please give reasons. (Please answer freely.) 理由を教えてください。
【USA】 No 【France】 No 【Germany】 No 【UK】 No	【USA】 not the main reason to attract visitors 旅行者を惹きつける主な理由にはならない。 【France】 This is not really typically Japanese. 典型的な日本らしさとは異なる。 【Germany】 全て同じ理由 【UK】 Maybe for some select travellers, but likely not main reason to visit. おそらく特定の旅行者に対しては可能性があるが、メインとはならないかもしれない。	【USA】 active travelers and foodies 活動的な旅行者や食通 【France】 - 【Germany】 Fit and groups 個人旅行者とグループ 【UK】 Active travellers, sports tours, wellness travellers 活動的な旅行者、スポーツツアー、ウェルネス目的の旅行者	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 the island can be experienced by everybody 島（六甲アイランド）は誰にでも体験してもらえる。 【UK】 The focus on running means it appeals to active travellers. But the package is appealing for wellness tours as well ランニングに焦点を当てることによって活動的な旅行者へ訴求することになる。パッケージとして健康志向ツアーへの訴求にもなる。
5. Is this item something that you would want to sell as an overseas agent? 海外のエージェントとして、この商品を売りたいと思いますか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。	Open comment section for overall impressions 全体の印象についてコメント記述欄	
【USA】 yes 【France】 No 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 This is an interesting mix of scenic, soft adventure and foodie tourism - very appealing. 風景・（軽い）冒険・食通ツーリズムの興味深いミックスであり、とても訴求力がある。 【France】 - 【Germany】 Kobe beef is a big topic in Germany, but the island itself probably is nothing special for tourists and travellers. However, they can happen to end there by accident. 神戸牛はドイツでも話題になっているが、六甲アイランドそのものは特段行く理由がない。しかし、偶然たどり着く可能性もある。 【UK】 Intetresting combination. Great for wellness and health focus 興味深いコンビネーションであり、健康に焦点を当てているのが素晴らしい。	

(3) 回答結果

■地元住民が教える！日本最古の温泉地で、一番おいしいビールの味わい方
(山岳ガイド山本様)

1. Does it feel "Japanese"? 日本らしさを感じるコンテンツですか？	If you answered "I don't know," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「分からない」である場合、理由を教えてください。	2. Is it photogenic? フォトジェニックですか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。
【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -
3. Would this be a visitor's main purpose for visiting the Seto Inland Sea region? せとうちエリアを訪れるにあたり、メインの目的となりますか？	それぞれの理由（フリーコメント） Reasons for each item. (Please answer freely.)	4. Who are the targets for this item? ターゲットはだれだと思いますか？	Please give reasons. (Please answer freely.) 理由を教えてください。
【USA】 no 【France】 No 【Germany】 No 【UK】 Probably not	【USA】 it would be an added activity (旅程に) 追加する体験となる。 【France】 There are other places to drink beer and learn more about how the beer is made (breweries). ビールを飲む場所や、どのように作られているかを学ぶ場所は他にある（醸造所）。 【Germany】 全て同じ理由 【UK】 Great addition to an itinerary but probably not sole reason to visit, except maybe for a few beer loving hikers 旅程に加える素晴らしいコンテンツだが、訪れる理由にはならない。少ないビール好きのハイカーだけ例外か。	【USA】 active travelers / foodies / people into culture and scenery 活動的な旅行者／食通／文化や風景にはまっている旅行者 【France】 Adventurers 冒険家 【Germany】 Fit and small groups 個人旅行者と小規模グループ 【UK】 Active travellers, beer lovers 活動的な旅行者、ビール好き	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 Sports is probably never a good option for bigger groups 大きなグループにとってスポーツは良い選択肢ではない。 【UK】 The length of the hike means it will be quite active travellers - but great mix of experiences that also brings a cultural element 活動的な旅行者向けであると思うが、文化的側面に触れることが出来る体験の素晴らしいミックスである。
5. Is this item something that you would want to sell as an overseas agent? 海外のエージェントとして、この商品を売りたいと思いますか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。	Open comment section for overall impressions 全体の印象についてコメント記述欄	
【USA】 yes 【France】 No 【Germany】 yes, for sports travellers 思う（スポーツ旅行者向け） 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 This is an interesting mix of scenic, soft adventure and foodie tourism - very appealing. 風景・（軽い）冒険・食通ツーリズムの興味深いミックスであり、とても訴求力がある。 【France】 - 【Germany】 Arima is a beautiful town and also the hiking tour seems to be something special. However, just sellable to sports enthusiasts. 有馬は美しい町でありハイキングツアーも特別なものに思える。ただ、売れるのはスポーツが好きな人に限る。 【UK】 Great for the focus there is on craft beers around the world 着目は素晴らしい。世界中でクラフトビールは人気。	

(3) 回答結果

■スーパーサステイナブルな環境で、個性豊かなクラフトビールとBBQディナー
(Rise&Win Brewing Co.様／株式会社スベック様)

1. Does it feel "Japanese"?	If you answered "I don't know," please explain why. (Please answer freely.)	2. Is it photogenic?	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.)
日本らしさを感じるコンテンツですか？	回答が「分からない」である場合、理由を教えてください。	フォトジェニックですか？	回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。
【USA】 I don't know 分からない 【France】 No 【Germany】 Yes 【UK】 Partly	【USA】 not sure what makes it Japanese rather than just a beer tasting & BBQ ただビールを飲んでBBQをする以上に、どの要素が日本らしさであるか分からない。 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 The BBQ not typically Japanese, but the town does BBQに典型的な日本らしさを感じないが、町自体はそうに感じる。	【USA】 not sure 分からない。 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -
3. Would this be a visitor's main purpose for visiting the Seto Inland Sea region?	それぞれの理由（フリーコメント） Reasons for each item. (Please answer freely.)	4. Who are the targets for this item?	Please give reasons. (Please answer freely.)
せとうちエリアを訪れるにあたり、メインの目的となりますか？		ターゲットはだれだと思いますか？	理由を教えてください。
【USA】 no 【France】 No 【Germany】 No 【UK】 No	【USA】 I don't believe this alone would attract visitors この体験単体で旅行者を惹きつけるとは思わない。 【France】 Not authentic オーセンティックでない 【Germany】 全て同じ理由 【UK】 Not main reason to visit but interesting addition to an itinerary 訪問の主目的にはならないが、旅程に加える興味深いコンテンツ	【USA】 Foodies 食通 【France】 Culinary enthusiast 料理愛好家 【Germany】 Fit and small groups 個人旅行者と小規模グループ 【UK】 Foodies and beer lovers, eco-conscious travellers, adventure travellers, maybe backpackers 食通、ビール好き、エコに意識的な旅行者、冒険好き旅行者と、おそらくバックパッカー	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 not suitable for bigger groups 大きいグループには適さない。 【UK】 Interesting to specific segments. Maybe a little expensive for backpackers, but could be great fit for that market 特定の層には興味深い。バックパッカーには少し（料金）高いが、ぴったり合うかもしれない。
5. Is this item something that you would want to sell as an overseas agent?	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.)	Open comment section for overall impressions	
海外のエージェントとして、この商品を売りたいと思いますか？	回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。	全体の印象についてコメント記述欄	
【USA】 Maybe たぶん 【France】 No 【Germany】 yes, especially for sustainable travellers 思う（特にサステナブル志向のある旅行者） 【UK】 Yes	【USA】 it would depend on the level of accommodation and also access to the area. If it's easy to get to and comfortable by US standards, then I think this would sell well. 宿泊施設のレベルとアクセス条件による。アクセスが容易で、アメリカ基準の快適さがあれば売れると思う。 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 - 【France】 The eco-friendly initiative is however nice. 環境にやさしいイニシアティブ（自発性、企業心、先取りの気性）は良い。 【Germany】 sustainability is a big thing in Germany at the moment and a lot of travellers want to support sustainability even when they travel. So local products are highly appreciated. サステナビリティは現在、ドイツで大きな関心事であり、旅行中でも支援したいと考える旅行者が多い。地元の生産物は高く評価される。 【UK】 Interesting place. Great for the focus there is on craft beers around the world as well as eco-consciousness 興味深い場所。着目は素晴らしい。世界中でクラフトビールとエコ意識は流行っている。	

(3) 回答結果

■巡礼体験と森林/海岸瞑想（精進料理付）（美波町／南阿波エリア）

1. Does it feel "Japanese"? 日本らしさを感じるコンテンツですか？	If you answered "I don't know," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「分からない」である場合、理由を教えてください。	2. Is it photogenic? フォトジェニックですか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。
【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 Yes 【France】 Yes 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -
3. Would this be a visitor's main purpose for visiting the Seto Inland Sea region? せとうちエリアを訪れるにあたり、メインの目的となりますか？	それぞれの理由（フリーコメント） Reasons for each item. (Please answer freely.)	4. Who are the targets for this item? ターゲットはだれだと思いますか？	Please give reasons. (Please answer freely.) 理由を教えてください。
【USA】 no 【France】 No 【Germany】 No 【UK】 No	【USA】 unlikely to draw people to the region but could be combined with other product to make a desirable itinerary. (このままでは) この地域に人を呼べる可能性は低いが、他のプロダクトと組み合わせることで望ましい旅程にすることは出来るかもしれない。 【France】 This is a too niche activity. ニッチ過ぎる体験。 【Germany】 全て同じ理由 【UK】 Too short to be main reason to visit but interesting addition to an itinerary 短すぎて訪問の主目的にはならないが、旅程に加える興味深いコンテンツ	【USA】 wellness travel 健康志向の旅行者 【France】 Culture and tradition enthusiast 文化・伝統が好きな人 【Germany】 Fit and small groups 個人旅行者と小規模グループ 【UK】 Wellness travellers 健康志向の旅行者	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 not suitable for bigger groups 大きいグループには適さない。 【UK】 Specifically for wellness travellers, but if easily accessible could be interesting/appealing for a wider segment who wants to include a cultural experience in their trip. And the scenery looks beautiful 健康志向の旅行者には特にだが（フィットする）、アクセスが容易であればより広い層（旅に文化体験を求めている層）にも興味深く、訴求力がある。景色も美しい。
5. Is this item something that you would want to sell as an overseas agent? 海外のエージェントとして、この商品を売りしたいと思いますか？	If you answered "No," please explain why. (Please answer freely.) 回答が「いいえ」である場合、理由を教えてください。	Open comment section for overall impressions 全体の印象についてコメント記述欄	
【USA】 yes 【France】 Yes (if asked) 思う（問い合わせがあれば） 【Germany】 Yes 【UK】 Yes	【USA】 - 【France】 - 【Germany】 - 【UK】 -	【USA】 It would have to be marketed to a specific niche market segment but could sell. 特定の狭い層に向けて市場に出すことになるが、売れる可能性はある。 【France】 - 【Germany】 very unique and authentic experience. However, just suitable for fit travellers. とてもユニークであり、オーセンティックな体験。ただ、元気な旅行者にのみ適している。 【UK】 -	

（4）考察・分析

前段の調査を踏まえ、10事業者11コンテンツを市場ニーズ調査にかけ、アメリカ、イギリス、フランス、ドイツから、いずれも貴重な示唆を得た。

▼重要な示唆の一つ目は、海外エージェントの一人もターゲットを「20～30代女性」や「40代夫婦、小学生以下の子連れファミリー」等と表現することなく、細かい嗜好により表現していることであった。無理にターゲットを描いたり、性年代でターゲットを想定するのではなく、大きな嗜好の視点でコンテンツ開発を行うことの有効性を示唆している。

例

- ・ Culture and tradition enthusiast 文化・伝統が好きな人（≒文化・伝統熱狂者、マニア）
- ・ Wellness travel 健康志向の旅行
- ・ Nature enthusiast 自然が好きな人（≒自然熱狂者、マニア）
- ・ Foodies 食通

※ドイツのみ、「Fit and small groups 個人旅行者と小規模グループ」という回答が大半であった。

▼二つ目の示唆は、旅程における主目的となる体験を創ることの難しさである。特にアメリカとドイツに関しては、単体のコンテンツが主目的になることの難しさを強く示唆している。ただ、魅力的とは感じていることから、さらに多くの“追加するもの”を創出することで、せとうちエリアが実質的にメイン（わざわざ行くエリア）になると考えられる。

例 アメリカ

- ・ This would be sold as an add-on. 追加するもの（オプション）として売ることになる。
- ・ Good add-on but not the main reason for a visit to the region. 良い追加商品であるが、訪問の主目的にはならない。
- ・ It would be an added activity. （旅程に）追加する体験となる。

例 ドイツ

せとうちを訪問する際のメインの目的になり得るか、という質問に対して、すべてのコンテンツに対して「NO」と回答しており、理由を下記としている。

Visitors from Germany come to experience Japan as a whole, not just one site or accommodation.

ドイツ人旅行者は、ある特定の場所や宿泊施設のみではなく、日本全体を体験するために来ているため。

▼複数回、Authentic、Authenticityという単語が使われており、旅行者に対する演出を過剰にすることなく、ありのまま、本物の日本を体験することに価値があることも示唆している。

例

- ・ 【アメリカ】 Interesting product for culture, history, authenticity, and natural beauty. 文化、歴史、オーセンティシティ、自然の美しさに触れられる興味深い商品。
- ・ 【ドイツ】 For everybody who's interested in tea, this is an interesting and authentic product. お茶に興味がある旅行者にとって興味深く、オーセンティックなプロダクト。

3. 業務（2）コンテンツ造成検討会議の開催

（1）コンテンツ造成検討会

■第1回検討会

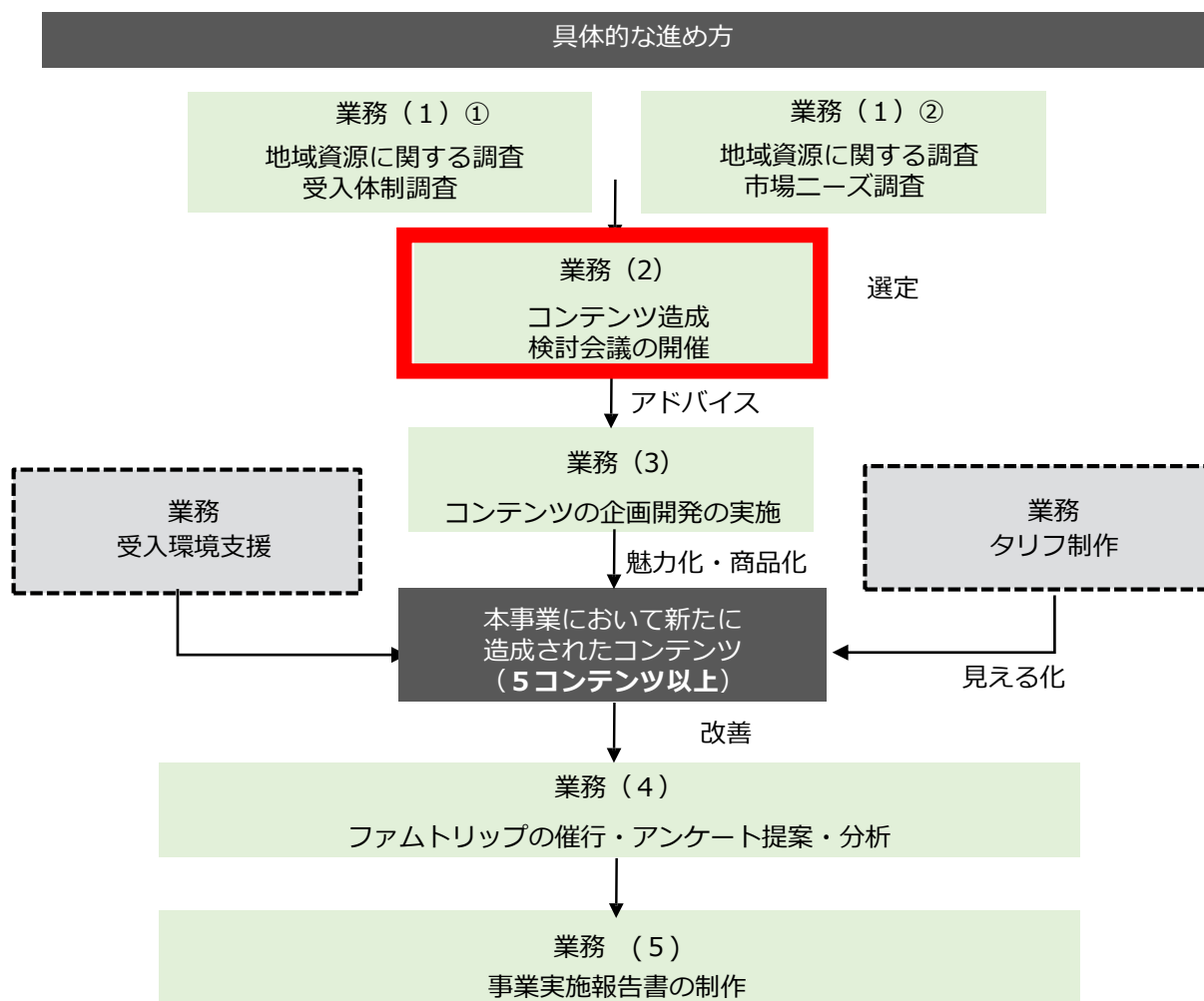
- ・調査を踏まえた評価結果のまとめから、対象コンテンツを選定する

■第2回検討会

- ・コンテンツの企画開発結果を共有し、意見交換を行う

■第3回検討会

- ・最終報告会。造成したコンテンツと、受入環境整備に関する討議



3. 業務（2）コンテンツ造成検討会議の開催

（2） 第1回コンテンツ造成検討会 12月5日（木）

目的

- ・企画開発対象コンテンツ選定に対する合意形成。
- ・各事業者が有する商品や現状に対する、関係者（出席者）の理解促進。
- ・有識者（ギョーム氏）や出席者による有益な意見を取得。
- ・市場ニーズ調査結果の、事業者へのフィードバック。

参加者及びアジェンダ 岡山・香川エリア

@グランヴィアホテル岡山

（岡山・香川）

中国運輸局	■倉迫 ■小樹
せとうちDMO	■舘 ■羽田 ■松村 ■中町
岡山県	■藤田
玉野市	■木村
宇野港土地	■齊藤 ■服部
ちいおりアライアンス	■井澤
ドロワース（トワール）	■真鍋
志々島振興合同会社	■井出
有識者	■ギョーム（日本旅行 国際旅行事業本部）

【事務局】 ㈱リクルートライフスタイル（高橋、庄司、澤柳、関、石川）
㈱日本旅行（菅谷）

1. 報告事項

- （1）ご挨拶
- （2）配布資料の確認
- （3）検討会構成員のご紹介
- （4）事業概要のご説明
- （5）第1回検討会のゴール
- （6）今後のスケジュール

2. 協議事項

- （1）企画開発コンテンツのイメージ
 - ①現在の事業内容等について（事業者様より）
 - ②現時点での開発コンテンツイメージ（リクルートより）
- （2）市場ニーズ調査の結果確認
- （3）有識者ほか、出席者の皆様からのご意見

3. 検討・確認事案の確認

4. 次回予定

（2）第1回コンテンツ造成検討会 12月5日（木）

議事録抜粋 岡山・香川エリア

■宇野港土地 齊藤様

今まで日本人向けのコンテンツであったが、新たにインバウンドのターゲットを変えて販売しようとしている。島での宿泊をするうえで、外国人が島に必要なものはどんなものがあるか？

→（ギョーム様）

サービスとしては、日本の島なので日本のサービスのままで良い。オーバーサービスしないほうが良い。

ただ言語に関しては、基本は英語のガイドが必要。ただ、英語圏以外の外国人は英語が苦手な方もいるので、その母国語のガイドが必要になる場合もある。

あとは時間。ヨーロッパ人は夕食を20時からスタートして午前2時くらいまでとる。日本は時間が早すぎる。食事内容についても、完全な日本料理にしてしまうと、外国人は食べづらい場合がある。あと重要なのは食事の雰囲気。

■ちいおりアライアンス 井澤様

地域の人に協力してもらっているので、朝食を出すとなったら地域の人に無理をさせてしまう。そこまでして事業をしようとは思わない。

→（ギョーム様）

地方はあまりインバウンドの経験がないので、地域のみなさんが嫌になると良いものにならない。たとえば、グループではなく個人客に合うようなプランにするのはどうか。少人数から始めて、だんだん人数を増やしていくようにするとうまくいくのではないかな。

■トワール 真鍋様

（受託事業社 担当：関）

真鍋様は、意欲ある方を束ねていて、観光の第一世代として位置づけられている。

今後の開発については、お茶畑のポタリングは5分10分くらいなので、他にもお茶の燻製や、食のケータリングなどを絡めてプランを練り、もっとお茶色を出していく。お茶畑で食事や昼寝など、現地に入ってひらめくようなアイディアがあれば入れていこうと思う。

■志々島振興合同会社 井出様

20名の島民が暮らしている小さい島。60代以上の島民が多く、若い移住者を呼ぶために活動しており、現在4名の移住者がきた。移住者は40代。

・島の観光スポット

①大クス：樹齢2000年の島のパワースポット。写真ではおさまらないほどの大きな木で、包み込まれるような感覚があり、外国人も魅了されている。

②展望台：360度見渡せる小屋を島民が建て、そこで休憩したり食事したりできる。

③花：昔は花の農家があり、コスモスやキンセンカが作られていた。海岸通りから見るとコスモスがキレイに見える。

・課題：今まで移住者を呼ぶ活動をしてきたために、観光に見合うものがあるかどうかかわからない。

3. 業務（2）コンテンツ造成検討会議の開催

（2）第1回コンテンツ造成検討会 12月5日（木）

参加者及びアジェンダ 兵庫・徳島エリア

@レンタルスペースさきいろ三宮

（兵庫・徳島）

中国運輸局	■倉迫 ■小桙
せとうちDMO	■舘 ■羽田 ■松村 ■中町
Spark	■富田
シマトワークス	■徳重
山岳ガイド（六甲山）	■山本
RISE & WIN Brewing Co.	□欠席
ベイシェラトン&タワーズ	□欠席
有識者	■ギョーム（日本旅行 国際旅行事業本部）

【事務局】 ㈱リクルートライフスタイル（高橋、庄司、澤柳、関、石川）
㈱日本旅行（菅谷）

1. 報告事項

- （1）ご挨拶
- （2）配布資料の確認
- （3）検討会構成員のご紹介
- （4）事業概要のご説明
- （5）第1回検討会のゴール
- （6）今後のスケジュール

2. 協議事項

- （1）企画開発コンテンツのイメージ
 - ①現在の事業内容等について（事業者様より）
 - ②現時点での開発コンテンツイメージ（リクルートより）
- （2）市場ニーズ調査の結果確認
- （3）有識者ほか、出席者の皆様からのご意見

3. 検討・確認事案の確認

4. 次回予定

3. 業務（2）コンテンツ造成検討会議の開催

（2）第1回コンテンツ造成検討会 12月5日（木）

議事録抜粋 兵庫・徳島エリア

■シマトワークス 徳重様

淡路島洲本市を拠点とし、島のネットワークを生かしながら漁業体験や海でのケータリングなど、海に囲まれているからこそできる商品を組み立ててきた。

総じて、海外の方は質問が多い。コミュニケーションをする中で、日本の食文化や日々の暮らしに近づいてもらいたい。特に日本に何回も来ている方からのリクエストが多く、「地元ならではの」を求められる。

■山岳ガイド 山本様

国内外のトレッキング、沢遊びをメインに活動中。梅雨の時期は日本では登山できないので海外に行っている。六甲は歴史ある山。トレッキングだけする人は知らないが、源平合戦で使われた古いコースがあったり、歴史的なものが山の中に残っている。また、六甲山はレジャーとしての山登りが始まった原点の場所。非常にいいフィールドとなっており、景色も良い。

■Spark 富田様

もともと本業はオートバイのメカニックで、その時にマウンテンバイクを知った。自転車に惹かれ、マウンテンバイクを皆さんに知ってもらいたいという気持ちで、六甲山で店を始めた。神戸生まれの神戸育ちで、神戸の街は隅々まで知っている。いろいろな遊びをしてきたが、自転車はすべての遊びと融合できる。自転車と組み合わせたコンテンツを常に提供している。

■ベイシェラトン&タワーズ

（受託事業社 担当：澤柳より説明）

・ランニング：人口島ではあるが、1周約5kmのランニングができる。途中で信号機はなく、自然を楽しめるコースになっている。区間ごとに「現在Okm」の表示があったり、給水場があるなど、ランニングしやすいコースになっている。

・温泉：天然温泉。露天風呂があるが、これが外国人にどう評価されるか……。ただ、スパもあるのでゆっくりできる。

◆RISE & WIN Brewing Co.

（受託事業社 担当：庄司より説明）

ゼロウェイストをテーマにして、日本の自然を楽しむ。

来年の4月にゴミステーションができ、そこに宿泊できる。

クラフトビールの醸造所をハブにして、トレッキングやグランピングを楽しむ施設もあり、伝統的な温泉旅館もあるし、イタリアンやカフェもある。

◆美波町

（受託事業社 担当：庄司より説明）

江戸時代の参勤交代の道として使われた土佐街道が徳島にある。

複数の自治体をまたがって道があるが、各自治体ごとに管轄が決まっていて、その人たちと一緒にガイドツアーをしようと考えている。ほかの外国人が誰もいない海沿いの道を歩く。

素材はいっぱいある。アメリカ人の僧侶がいる寺があったり、藍染めの職人さんがいたりするので、組み合わせてツアーにしようと思っている。

3. 業務（2）コンテンツ造成検討会議の開催

（3） 第2回コンテンツ造成検討会 1月28日（火）

目的

モニターツアーで体験した感想や、改善点を事業者にダイレクトに伝えることで事業者の開発意欲を醸成する。

参加者及びアジェンダ 岡山・香川エリア

@古街の家（香川県宇多津町）

（岡山・香川）

中国運輸局	■倉迫
せとうちDMO	■舘 ■松村
三豊市	■溝端
宇野港土地	■京谷 ■齊藤
ちいおりアライアンス	■村松 ■玉井
ドロワース（トワール）	■真鍋 ■森
志々島振興合同会社	□欠席
有識者兼モニター	■ギョーム（日本旅行 国際旅行事業本部）
モニター	■野口（Beauty Of Japan）
モニター	■金馬（ジェイ・リンクス）
モニター	■井上（チェルカトラベル）

【事務局】 ㈱リクルートライフスタイル（庄司、関、石川）

1. ご挨拶
2. 検討会構成員のご紹介
3. 協議事項
 - （1）ちいおりアライアンス コンテンツについて
 - （2）宇野港土地 コンテンツについて
 - （3）トワール コンテンツについて
 - （4）志々島振興合同会社 コンテンツについて
4. その他 意見・質問

3. 業務（2）コンテンツ造成検討会議の開催

（3）第2回コンテンツ造成検討会 1月28日（火）

議事録抜粋 岡山・香川エリア

■ちいおりアライアンス（古街の家）

村松様

街歩きの依頼はあり、実績もあるが、食に関しては実績がないので、何かをしたい。
出汁をとるなどの体験は、どんな風にしたらいいか？外国の旅行者の目線ではどうなのか。

⇒モニター野口様

弊社は欧米豪ターゲットの会社。

（質問）酒蔵は？

（回答）→かつてあった。

ご当地のお酒、焼酎などを一緒に紹介したり、酒蔵見学はやりやすい。

和牛の認知度が高いので、ご当地ビーフがあればメニューに入れるのもあり。

出汁は、外国人には使い方がわからない。母国に帰ったときにどう使うか、かつおぶしを使ったパスタを作るなど、うまみを引き出す紹介をするといい。

⇒ギョーム様

この町は歴史がある。ストーリーテリングは大切。誰が住んでいたか、町の歴史は何か。

外国人は知らないことが多いので、質問はしづらい。説明してあげるのがいい。自分の国に帰って友達などに教えることにつながる。

コンテンツのリンクが大事。深く理解できる。

■宇野港土地（くじら島）

⇒モニター井上様

クルージングは充実した内容なので、海上ステイはあり。

2日前キャンセルでノーチャージなら、旅行会社としても替えがきく。前日だと代替ができない。

⇒モニター金馬様

天候でキャンセルというときに、行くところがダメになるといろいろなものを手配しなおさないといけない。いろいろなお客様の手配をしている中で、できる限り最初からリスクをなくしておきたい。

■トワール（地域食アテンダント）

⇒ギョーム様

うどんを作るのは面白く楽しかった。ただし英語のスタッフが必要。話は面白いが、通訳がいると感じた。うどんも、外国人はなんだかわからないので、その説明のためにも必要。

⇒井上様

いろんな農家さんに行けたり、食べ方を聞けたり、食材の話を聞けるといい。

■志々島振興合同会社（360°弁当）

⇒野口様

3500円のお弁当は少し高いと思われる。量も多かった。火を入れた分かりやすい軽いランチも良いのではないかと。例えば、ビーフサンドなど。

3. 業務（2）コンテンツ造成検討会議の開催

（3）第2回コンテンツ造成検討会 1月30日（木）

参加者及びアジェンダ 兵庫・徳島エリア

@レンタルスペースさきいろ三宮

（兵庫・徳島）

中国運輸局	■倉迫
せとうちDMO	■舘 ■松村
神戸DMO	■佐藤
㈱シマトワークス	■徳重
Spark	■富田
山岳ガイド山本	□欠席
南阿波エリア（美波町他）	■カメタロウ（テレビ電話参加）
㈱スベック（上勝町）	□欠席
有識者兼モニター	■ギョーム（日本旅行 国際旅行事業本部）
モニター	■野口（Beauty Of Japan）
モニター	■金馬（ジェイ・リンクス）
モニター	■井上（チェルカトラベル）

【事務局】 ㈱リクルートライフスタイル（庄司、関、石川）

1. ご挨拶
2. 検討会構成員のご紹介
3. 協議事項
 - （1）シマトワークス コンテンツについて
 - （2）Spark コンテンツについて
 - （3）山岳ガイド山本氏 コンテンツについて
 - （4）南阿波エリア（美波町ほか） コンテンツについて
 - （5）上勝町（Rise&Win Brewing Co. コンテンツについて
4. その他 意見・質問

3. 業務（2）コンテンツ造成検討会議の開催

（3）第2回コンテンツ造成検討会 1月30日（木）

議事録抜粋 兵庫・徳島エリア

■シマトワークス（良い土、良い水、おいしい食と陽気な島民）

⇒モニター野口様

瓦は楽しかった。瓦の魅力や役割、景観というのもあらためて重要だと思った。

淡路島ならではのもの（漁港など）も見られたら良かった。1泊のプランならいいと思う。

⇒ギョーム様

瓦だけでお客様を呼ぶのは難しい。

神戸から90分 → 強い理由がないとここまで来ない。特に宿泊を伴うようにするのであれば、もうひとつ強いコンテンツが欲しい。アメリカは文化関係のツアーが多いので、職人さんが説明するのはいい。建物だけではなく、職人を見たい。できれば団体でも使いたいコンテンツだった。

⇒モニター井上様

日本人の女子に向くツアーだと思った。ナイトホッピングは、飲み比べは、1杯ずつ解説者がいて、気に入ったお酒があったらお土産に買って帰れるようにしたらいいと思う。

建築に集中するほうが売りやすい。

景観を見たうえで、瓦に集中する、土に集中する、となれば旅行会社としても提案しやすい。サイクリングと組み合わせるのもいい。

> 徳重様

（質問）事前のリクエストを聞くのはよくあること？

（回答）⇒よくあるというか、毎回リクエスト

きっちり決めるのではなく、ある程度ひとつひとつの要素を切り出しておいて、臨機応変に組み合わせるようになっておくのがいいと思った。

■スパーク（ジュークボックスサイクリング）

⇒モニター野口様

建築に興味を持っている人は多いので、建築にフォーカスするのがいいのではないかな。

自転車で巡る強みがまだわからない。ただサイクリングするだけではなく、ガイドがいなくてできないこと、ガイドがいなくて行けないところに行くのがいい。

⇒モニター金馬様

スイーツ・パン巡りのツアーも受けると思う。日本のやわらかいパンは海外では贈答品になるくらい人気。景色が山と海という組み合わせがすごく受ける。水+山の組み合わせが最高。そこを売りにすればお客様は引っかかると思う。

建築のテーマはいいと思う。

⇒井上様

サイクリングについてお客様から聞かれるのが、レベルによるコースがあるのか、子供が参加してもいいのか。レベルごとのモデルコースがあればいい。

富田さんのキャラを全面に出して売ってみたい。

⇒ギョーム様

神戸はいろんな文化が入っていておもしろいので、それを見せたい。

場所としては建築・アートはぴったり。

（3） 第2回コンテンツ造成検討会 1月30日（木）

議事録抜粋 兵庫・徳島エリア

■南阿波エリア（美波町ほか）

⇒モニター井上様

アクセスがネック。弊社はフランス人がターゲットだが、こういう依頼が来るときは、カスタムメイドする人とかメディア関係。コンセプトがしっかりしているお客様にはうけるが、非常に数は少ない。

⇒モニター野口様

修行寺はレアだし、そういうお寺が観光客の受け入れをするのもレア。

内容的にトレッキングではないし、修行体験にフォーカスするのがいいのでは？修験道を歩く体験にするのもいいし、お遍路のお寺と組み合わせるのもいいと思う。

ディープに行くのであれば、とことんディープな内容にするのがいい。

■上勝町（Rise&Win Brewing Co.）

⇒モニター金馬様

ここ1年くらいでサスティナビリティを要望する声が高まってきている。

ファッショナブルな感じが若い人には受け入れられるかも。

⇒モニター井上様

どうして山の中にあるかの説明をしないとイケない。どうやって普及させていくかも考えないとイケない。ビールを広げるためのツールとして使っているのは面白い。

ストーリー性を作っているんな国の視察に向けてつくったら売れると思う。

■山岳ガイド山本様

⇒モニター井上様

トレッキングは常に需要がある。カジュアルなトレッキングコースは売りやすい。

ただ、神戸にわざわざ来てやるイメージはないので、神戸ステイでの需要だと思う。

⇒モニター金馬様

ジムが好きな人に対して訴求できそう。日帰りで温泉入りたい人や、周辺に宿泊している人たちに刺さりそう。トレッキングと温泉を楽しみたい人は満足できると思うので、単発でこれだけならイケそう

⇒ギョーム様

歴史や文化は、別のコンテンツだと思う。お客様は、日本の自然の中でトレッキングしたいだけだと思うので、歴史についてはぴんと来ないのでは。

もっと短時間・短距離でできたらいいと思う。

3. 業務（2）コンテンツ造成検討会議の開催

（4） 第3回コンテンツ造成検討会 3月6日（金）

目的

開発商品に関する理解及び合意形成・意見交換
（意見交換を基に3月13日までの商品完成を目指す）

参加者及びアジェンダ 岡山・香川エリア

@グランヴィアホテル岡山

（岡山・香川）

中国運輸局	■花野 ■倉迫
せとうちDMO	■舘 ■羽田 ■松村
宇野港土地	■京谷 ■服部
ちいおりアライアンス	□欠席
ドロワース（トワール）	■真鍋
志々島振興合同会社	□欠席
有識者	■ギョーム（日本旅行 国際旅行事業本部）

【事務局】 ㈱リクルートライフスタイル（庄司、澤柳、関、石川）
㈱日本旅行（菅谷）

1. アジェンダ

- （1）ご挨拶
- （2）配布資料の確認
- （3）検討会構成員のご紹介
- （4）開発商品について（参照：各タリフ）各20分程度
目的：開発商品に関する理解及び合意形成・意見交換
1. 宇野港土地様 / 2. ドロワース様（トワール）
3. 志々島振興合同会社様 / 4. ちいおりアライアンス様
- （5）今後のスケジュール

3. 業務（2）コンテンツ造成検討会議の開催

（4）第3回コンテンツ造成検討会 3月6日（金）

議事録抜粋 岡山・香川エリア

■宇野港土地様

ーギョーム様よりコメント：プランの内容については問題ない。

問題となるのは天気。キャンセルになったときのことがタリフに書いていない。旅行会社からお客様に伝えられるように書いておくのが良い。ただし、キャンセル料が1週間前からというのは厳しい。

→京谷様：シェフの手配の問題がある。それぞれがお店をもって運営しているので、1週間前までであればキャンセルが可能。

→ギョーム様：なぜキャンセルが1週間前からなのかがわかればお客様に伝えられるので、それもタリフに書いてあったらいい。キャンセルについては時間的余裕があったり、代案があった方がいい。宿泊も別の選択があった方が、お客様も旅行会社も助かる。

→京谷様：宿泊は完全バックアップになると料金がUPしてしまう。来年、ホテルを建てる計画があるので、それがあればバックアップは可能になる。

■志々島振興合同会社様

ーギョーム様よりコメント：宿泊するなら食事はオプションではなく、デフォルトで付けたほうがいい。周りにはコンビニもなく、お客様はここで食事をするしかない。

弁当は、ランチとしては高かった。お客様に言いにくい値段。せいぜい2000円がMAX。

天候で島に行けなくなった時のキャンセルポリシーもほしい。緊急時のキャンセルポリシーが大事。

■ドロワース様（トワール）

ーギョーム様よりコメント：うどんを足で踏んだ体験は面白かった。食事内容も、ベジタリアン寿司があってよかった。

クッキングディナーが17時～では、開始時間が早すぎる。国ごとに違うが、外国人のディナーは20時～23時が一般的。スペインは22時スタート。

■ちいおりアライアンス様

ーギョーム様よりコメント：プランとしてはいいし、値段もリーズナブル。ただ、朝食のオプション料金は書いた方がよい。そうすれば旅行会社がお客様に提案しやすい。建物はすごくきれいで問題なかった。天候の関係で街歩きができない場合は何をするか？キャンセルになるのか？は書いておいたほうがいい。

富裕層にとって、アメニティがホテルにあるのは当たり前。現場でトラブルになると現地の人が大変になるので、アメニティの内容を細かく書いた方がよい。

ギョーム様より：私がみなさんに伝えているのは、販売するために必要なポイント。ターゲットが基本的には富裕層となるので、いろいろなことを考えないといけない。アメニティ、食事、緊急の連絡など。富裕層＝高い値段で出せる、ということではない。

3. 業務（2）コンテンツ造成検討会議の開催

（4）第3回コンテンツ造成検討会 3月6日（金）

参加者及びアジェンダ 兵庫・徳島エリア

@ANAクラウンプラザホテル神戸

（兵庫・徳島）

中国運輸局	■花野 ■倉迫
せとうちDMO	■舘 ■羽田 ■松村
㈱シマトワークス	■徳重
Spark	□欠席
山岳ガイド山本	□欠席
南阿波エリア（美波町他）	■カメタロウ（テレビ電話参加）
㈱スペック（上勝町）	□欠席
有識者	■ギョーム（日本旅行 国際旅行事業本部）

【事務局】 ㈱リクルートライフスタイル（庄司、関、石川）

㈱日本旅行（菅谷）

1. アジェンダ

（1）ご挨拶

（2）配布資料の確認

（3）検討会構成員のご紹介

（4）開発商品について（参照：各タリフ）各20分程度

目的：開発商品に関する理解及び合意形成・意見交換

1. シマトワークス様 / 2. 南阿波エリア

3. 株式会社スペック様 / 4. Spark様 / 5. 山岳ガイド山本様

（5）今後のスケジュール

（4）第3回コンテンツ造成検討会 3月6日（金）

議事録抜粋 兵庫・徳島エリア

■シマトワークス様

ーギョーム様よりコメント：よく（前回から）磨かれている。グリーンファームズさんの代わりに別のキッチンにするのはいい。グリーンファームズさんは、雰囲気も含めて販売しづらかった。アンティークと古いは違う。山小屋キッチンは実際に使っているものなので良い。採掘場について。土は触らなくてもいい。遠くから見るだけでいいので、ツアーと連携していれば良いと思う。なので、オプションではなくツアーとセットにした方が良い。値段が跳ね上がるのでなければ入れてほしい。

ナイトホッピング。食事時間の問題もある。食事のスタートは20時～が一般的。21時で終わるのはありえない。食事+お酒なら20時～でいいと思うが、お酒のみで設定するなら時間は後ろ倒しにするのがいい。

■南阿波エリア様

ーギョーム様よりコメント：プランとしては悪くない。スピリチュアル専用にしたらいいい。気になる点がいくつかある。宿泊施設の周りにディナーができる場所がないのであれば、ディナーを含めるのがいい。商店街やレストランがあるのであればオプションでも良いと思う。

外国人で日本のことを知っているのはアニメを通して。お寺＝千と千尋の神隠しとされている。そういう日本の文化を、日本の言語で体験したいと思っている。

この体験の後に、温泉には入れるのか？スピリチュアル体験をした後に、日本の文化として温泉が入れる場所があればいい。トレッキングの後などにオプションでもいい。

■株式会社スベック様（Rise&Win Brewing Co.）

ーギョーム様よりコメント：

ベジタリアンができない点について。食事はBBQで肉メインになってしまうということだが、オプションでベジタリアン対応ができれば良い。旅行会社は、例えば、100人中3人がベジタリアンだとしたら、ネゴシエーションして対応方法を考えている。

サバイバルゲームもできるのはいい。ただし、ビービー弾が落ちているのはごみの観点からよくない。エコロジーに関心がある方は、細かいところもすごく気にするので、丁寧に説明するのがいい。

■Spark様

ーギョーム様：運転中に音楽を流すのは危ないと思うのでやめたほうがいいと思う。そもそも音楽に重点を置かなくてもいいと思う。見るものに重点を置くべき。

この方はもう実際にツアーをやっているのだから大丈夫だと思うが、一人でやっているのは限界がある。予約が埋まっていて取れないとなると、エージェントは離れていく。

■山岳ガイド山本様

ーギョーム様よりコメント：ビジネスマンがターゲットというより、運動ができる人向け。でないと5時間は長い。スポーツする人なら問題ないと思う。

（5） 考察・分析

初回、2回目（ファムトリップの2日目、4日目）、3回目と、各回ともに充実しており、開催の意味、意義は大きかったと考えられる。

12月の開催であった初回に関しては、本事業目的を各事業者（コンテンツ提供予定者）へ丁寧に伝えることで、納得感を引き出すことができ、開発意欲の高まりに繋がったと思われる。また、各事業者からのプレゼンにより、関係各位の理解が促進された。当初80あったリストから、絞り込みが行われ、現在10事業者になっているという説明をした際、「多くの中から選ばれた」ことが明らかになり、開発に係るモチベーションのアップに繋がった可能性が高い。

1月下旬のファムトリップ最中の第2回検討会においては、参加モニター（4名）からの生声がタイムリーに伝えられた。参加した事業者からは「学びが多かった」と聞いている。ファムトリップ催行中の開催は、モニターとのダイレクトな意見交換が出来ることから、事業目的達成のためには必要不可欠にも思われる。

3回目については、タリフ完成間際のタイミングであったが、初回、2回目よりも繊細な部分（販売価格、旅行会社のマージン等）に関する意見交換もできたことから、一層のクオリティアップに繋がった。

4. 業務（3）コンテンツの企画開発の実施

(1) 現地訪問スケジュール

庄司、関、澤柳が現地に入り商品開発を実施。

訪問NO.	稼働日	エリア	事業者名	内容
1	11月15日	兵庫	シマトワークス	面談、現地視察
2	11月16日・17日	香川	志々島振興合同会社	面談、現地視察
3	11月20日	岡山	宇野港土地	面談、現地視察
4	11月26日	兵庫	Spark	面談
5	12月9日	徳島	美波町役場他	面談、現地視察、関係者会議
6	12月13日	香川	ちいおりアライアンス	面談、現地視察
7	12月17日～19日	徳島・香川	Rise&Win Brewing Co. ドロワース	面談、現地視察
8	12月24日	兵庫	Spark	面談
9	12月25日・26日	徳島	美波町役場他	面談、現地視察
10	1月8日・9日	徳島	シマトワークス	面談、現地視察
11	1月10日	香川	ちいおりアライアンス	面談、現地視察
12	1月15日・16日	香川・岡山	ドロワース 宇野港土地	面談、現地視察
13	1月18日・19日	香川	ドロワース他	面談、現地視察
14	1月20日・21日	徳島	美波町役場、海部町役場他	面談、現地視察、関係者会議
15	1月23日	兵庫	Spark	面談
16	2月10日	岡山	宇野港土地	面談
17	2月11日	兵庫	Spark	面談
18	2月17日～19日	香川	ちいおりアライアンス ドロワース他	面談、現地視察
19	3月2日	岡山	宇野港土地	面談
20	3月3日	徳島	Rise&Win Brewing Co.	面談、現地視察
21	3月4日	兵庫	シマトワークス	面談

（1）旅程及び参加モニター



株式会社日本旅行
海外営業部
萩原 洋次郎 氏

日本在住17年。フランス人。
2018年せとうちコンテンツブラッシュアップ事業でFAMトリップに参加。
現在はRWCやオリパラ営業に従事。



株式会社ジェイ・リンクス
代表取締役
金馬 あゆみ 氏

貿易商社の海外営業を経て2008年に創業。
ランドオペレーターとしてムスリムインバウンドのジャパンゴールデンルート及び地域のオプションを提案。現場感覚からムスリムの実需ニーズに詳しく、柔軟な対応により富裕層のリピーター多数。



チェルカトラベル株式会社
代表取締役社長
井上 ゆき子 氏

20年以上の旅行業界勤務で、様々なカテゴリーの旅行業務を経験。その実績を活かし2006年12月、旅する女性のための旅行会社、チェルカトラベルを設立。

「女性が身体も心もキレイになる旅」をキーワードに、世界中の観光スポットや宿泊施設を独自目線でリサーチ。スペイン等を中心に、富裕層インバウンド受入れ実績も多数。



BOJ株式会社
(Beauty Of Japan)
代表取締役
野口 貴裕 氏

カナダ・オタワ大学を卒業（マーケティング専攻）。ソニー株式会社、ユニ・チャーム株式会社等を経て、独立。日本が世界に誇るべき「日本の美」をもっと海外へ発信したい、そして体験してもらいたいという思いから、2014年10月にインバウンドに特化したBOJ株式会社を設立。

設立4年で欧米豪からの旅行者を中心に年間25,000人以上の予約手配実績を作り、個人/団体/富裕層/インセンティブなど、客層や目的に合った体験プログラムを保有。

5. 業務（4）ファムトリップの催行・アンケート提案・分析

(1) 旅程及び参加モニター

日付	発 (開始)	到着 (終了)	行程
1/27 (月)	10:25		JR岡山駅新幹線改札前集合
	10:30	11:00	岡山中央卸売市場へ移動（車中にて事業概要説明）
	11:00	11:30	視察① 岡山中央卸売市場 散策
	11:30	11:50	↓道の駅 みやま公園へ移動
	11:50	12:15	道の駅 みやま公園 視察
	12:15	12:30	↓たまの湯へ移動
	12:30	14:00	たまの湯ランチ（ヨット内覧含む）
	14:00	14:30	↓たまの湯から「王子が岳展望台」へ移動
	14:30	15:00	王子が岳展望台
	15:00	16:30	↓ Arts&Craftsへ移動
	16:30	17:30	休憩
	17:30	19:30	視察③ 地域食アテンダント（夕食）
	19:30	20:00	各宿泊施設へ送迎
			Arts&Crafts：香川県三豊市三野町大見5092
			Hiuchi：香川県三豊市詫間町大浜甲2144-4
			古街の家：香川県綾歌郡宇多津町2126-1

5. 業務（4）ファムトリップの催行・アンケート提案・分析

(1) 旅程及び参加モニター

日付	発 (開始)	到着 (終了)	行程
1/28 (火)	7:30	9:00	朝食
	9:00	10:00	↓ 各宿泊施設をまわり参加者ピックアップ
	10:00	11:30	産直視察（麻の市、こだわり市）
	11:30	12:00	↓ 宇多津町 古街の家へ移動
	12:00	13:00	ランチ（お弁当）@古街の家
	13:00	14:15	視察⑤ 古街の家&周辺散策
	14:30	15:45	検討会（岡山・香川エリア）@古街の家
	15:45	17:50	↓ 海月館チェックイン
	17:50	18:30	休憩
	18:30	19:30	夕食（宿）
	19:30	21:30	視察⑥ 洲本のナイトホッピングツアー
			【宿泊】海月館

5. 業務（4）ファムトリップの催行・アンケート提案・分析

（1）旅程及び参加モニター

1/29 (水)	7:30	9:00	朝食（ホテル）
	9:30	10:00	↓ 土坐へ移動
	10:00	11:30	視察⑦ 土坐 視察
	11:30	12:30	↓ 淡路島内移動
	12:30	14:00	視察⑧ ケータリングランチ@FARM STAY GREENS FARMS(洲本市)
	14:00	16:00	↓ 神戸ベイシエラトンホテル&タワーズ チェックイン
	16:00	16:40	休憩
	16:40	17:05	神戸ベイシエラトンホテル&タワーズ視察
	17:05	17:40	↓ 神戸市内移動（バス）
	17:40	21:00	視察⑨ Spark 三宮散策&夕食
			【宿泊】神戸ベイシエラトンホテル&タワーズ
1/30 (木)	7:30	9:00	朝食（ホテル）
	10:00	11:30	視察⑩ Spark サイクリングコース 一部バス見学（富田さま同乗）
	11:30	12:30	【昼食】神戸市内（三宮駅周辺）
	12:30	13:00	↓ 検討会 会場へ移動（レンタルスペースさきいろ 三ノ宮）
	13:30	16:00	検討会
	16:00		終了 解散

(2) 実施写真

1日目 1/27（月）



(2) 実施写真

2日目 1/28（火）



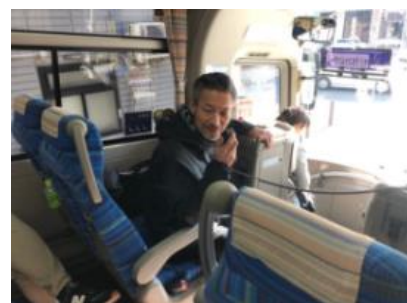
(2) 実施写真

3日目 1/29（水）



(2) 実施写真

4日目 1/30（木）



(3) アンケート内容

モニター4名に事後アンケートを実施。
ファムトリップ全体に関する質問と、各商品ごとの質問に回答いただいた。

▼全体質問

「せとうち×インバウンド」について視察を通して感じたことを教えてください。
(自由記述)

ベストコンテンツTOP3を教えてください。(理由も一言添えてください。
詳細は別途プロダクト毎に記載ください)

▼各商品ごとの質問

1. お客様に提案したいと感じますか。(単一選択) ※当てはまる選択肢を、プルダウンから■にしてください

☐ すぐに商品として売れる ☐ 磨き上げれば売れる ☐ 今は商品化は難しい

2. 価格についてどう感じますか。

3. 想定されるターゲットイメージはいかがでしょうか。(参考：せとうちDMOは欧米豪ETやSIHを想定)

4. GOOD POINT (複数選択可) ※当てはまる選択肢を全て、プルダウンから■にしてください

☐ 企画性 ☐ ストーリー性 ☐ 時間・行程 ☐ アクセス ☐ その他

(選択理由)

5. MORE POINT (複数選択可) ※当てはまる選択肢を全て、プルダウンから■にしてください

☐ 企画性 ☐ ストーリー性 ☐ 時間・行程 ☐ アクセス ☐ その他

(選択理由)

(4) アンケート結果

モニターツアー全体

オディベール・ギヨーム様 (日本旅行)	井上 ゆき子 様 (チェルカトラベル)
色んなコンテンツをみて、去年よりテーマ/ストーリーを伝えるコンテンツがしっかり出来たと感じています。 FITベースを見て、ボリューム販売が少ない可能性があるコンテンツは旅行会社に対して提案しにくいかもしれません。そのために、パッケージ販売より一個一個のACTIVITYを販売した方が良いと思います。	天候に左右される場合の対策を皆さんと一緒に考えられたのが有益でした。また、様々なタイプの宿泊施設に滞在することが出来たのも良かったです。 一点、気になったのは、ARTS & CLAFTSさんのような自宅風ゲストハウス？の宿泊約款や、登録状況も事前情報として盛り込んで頂く必要があると思います。もし民泊の扱いであれば当然、旅行会社として販売することははばかれます。(抜粋)

1位	良い土、良い水、おいしい食と陽気な島民 (仮)	岡山駅発★1日1組限定無人島「くじら島」サンセットクルーズと地元シェフのケータリングBBQ付スタイ
2位	ゴミは無いが、ビールがある。上勝ゼロ・ウェイストツアー	良い土、良い水、おいしい食と陽気な島民 (仮)
3位	和敬清寂を実感できる一服。秘境の神社と四国最古の禅寺を一杯の水でつなぐハイキングツアー。	神戸の多彩な魅力を、名曲になぞらえる。神戸ジュークボックスサイクリング(仮)

金馬 あゆみ様 (ジェイ・リンクス)	野口 貴裕 様 (Beauty Of Japan)
有名どころ以外にも各地域に面白いコンテンツがあることを知ることができ、可能性を感じることができました。既存と新規の両方でお客様に訴求できるヒントをたくさんいただきました。オンラインでの販売を予定されているとのことでしたが、私たちのような旅行事業者を通じての場合はコミッションの設定や、普段の顧客とのコミュニケーションにすぐ取り入れられるような営業ツール(例:whatsappでのやり取り用に画素数低めの写真セットなど)が今後あるとありがたいと思います。	魅力あるコンテンツが多いと毎回来るたびに思います。多種多様なコンテンツがあり、決して全てがマス向けではないので、ターゲットの整理が必要です。せとうちとしてベルソナ設定するのではなく、どのような方が来ても違うメニューを提供できるような状況になれると思います。 セグメント毎のコンテンツ整理ができればなお良いと思います。海外のエージェントもそれぞれ強みがあります。家族づれ、ハネムーン、ハイキング、サイクリング、LGBT、食事、低予算、高予算、一般、など。

1位	良い土、良い水、おいしい食と陽気な島民 (仮)	神戸の多彩な魅力を、名曲になぞらえる。神戸ジュークボックスサイクリング(仮)
2位	地域食アテンダントとの産直巡り&クッキングディナー付スタイ	アクセス容易な国立公園でエクササイズ。六甲山1 day/ハイキング。
3位	和敬清寂を実感できる一服。秘境の神社と四国最古の禅寺を一杯の水でつなぐハイキングツアー。	和敬清寂を実感できる一服。秘境の神社と四国最古の禅寺を一杯の水でつなぐハイキングツアー。

(4) アンケート結果

岡山駅発★1日1組限定無人島「くじら島」
サンセットクルーズと地元シェフのケータリングBBQ付ステイ

オディベール・ギョーム様 (日本旅行)	井上 ゆき子 様 (チェルカトラベル)
■ 磨き上げれば売れる ターゲット: -- 改善ポイント ・中央市場はシャッターの店が多くて、暗いイメージがあります。 ・BBQの材料は市場ではなくて畑の野菜を掘る体験からにした方がいいと感じています。 ・天候に左右されるため別プランが必要だと思います。	■ すぐに商品として売れる ターゲット: 若いファミリー・ 女性のグループ旅行。 収入が高い女性の一人旅 改善ポイント アクティビティをもっと豊富にすれば良いのではないかと思います。日本人は他国の方と比べて、自ら「遊ぶ」という力に欠けているので、それを後押ししてあげる「題材」を与える必要があります。
金馬 あゆみ様 (ジェイ・リンクス)	野口 貴裕 様 (Beauty Of Japan)
■ 今は商品化は難しい ターゲット: 家族やカップルでプライベートヴィラを希望される方 改善ポイント 歴史を含めどんな島なのかよく分からなかったため、そのあたりをストーリー仕立てで教えていただけるとありがたかったです。連泊の場合の過ごし方も知りたいところです。島に上陸できない際の代替案があるとより安心してお客様にご紹介できます。	□ -- ターゲット: -- 改善ポイント ---

(4) アンケート結果

【三豊市】地域食アテンダントとの産直巡り&クッキングディナー付ステイ

オディベール・ギョーム様 (日本旅行)	井上 ゆき子 様 (チェルカトラベル)
■ 磨き上げれば売れる ターゲット:FIT 改善ポイント コテージについて 1.カーテンを閉めるのが難しい(高さ)／2.カーテンがない窓がある。／3.アメニティ不足／4.朝ごはんが必要。コーヒーやお茶程度は欲しい／5.タクシー運転手への住所の伝え方が分からない／6.周りが真っ暗なので、少しでもライトをつけてほしい	■ 磨き上げれば売れる ターゲット:若いカップルやファミリー層 改善ポイント この価格帯を選ぶお客様は、専用車をチャーターするとは思えません。公共交通機関を利用されると思います。その場合、大変な行程になりますね。。それが、集客につなげる難しさだと思います。

金馬 あゆみ様 (ジェイ・リンクス)	野口 貴裕 様 (Beauty Of Japan)
■ 磨き上げれば売れる ターゲット:家族、20～30代の女性グループ 改善ポイント アクセスは大きな課題になるかと思います。森さんを含め思いの強い方々が集まっているように見受けられましたので、そのストーリーをもっとお伺いできると深みが出たかとも思います。料理でお忙しいのは分かっていましたが、もう少し交流もしたかったです。	□ -- ターゲット:-- 改善ポイント ---

(4) アンケート結果

【三豊市】志々島オーシャンビュー360°弁当

オディベール・ギヨーム様 (日本旅行)	井上 ゆき子 様 (チェルカトラベル)
■ すぐに商品として売れる ターゲット：ー	■ 今は商品化は難しい ターゲット：ー
改善ポイント 弁当の値段はちょっと高いと思います。	改善ポイント このコンテンツについては、ほとんど情報が無いので判断できません。

金馬 あゆみ様 (ジェイ・リンクス)	野口 貴裕 様 (Beauty Of Japan)
■ 今は商品化は難しい ターゲット：家族、カップル	■ 今は商品化は難しい ターゲット：本当に和食を学びたい方
改善ポイント 量は少なめでも良いと思います。日本人だと何となく分かる料理かも知れませんが、外国人にとってはどれが名物、特産物なのか分かりにくいと思いますので、料理名だけではなく詳しい説明があった方が助かります。	改善ポイント 量が多すぎるので少なめに。欧米も国々の特性があるので難しいですが、たくさんのボリュームを食べないので、一般レジャー客をターゲットにするのであれば、シンプルにわかりやすいモノを提供した方が良さそうです。和牛サンドやシーフードサンドなど。(火入れしている食材です)

(4) アンケート結果

【古街の家】日本人も知らない「歴史を引き継ぐ集落」に暮らす旅 （仮）

オディベール・ギョーム様 （日本旅行）	井上 ゆき子 様 （チェルカトラベル）
■ 磨き上げれば売れる ターゲット：FITベースのファミリー向け 改善ポイント	■ 今は商品化は難しい ターゲット：ミドルエイジのカップルや夫婦 改善ポイント
この町の歴史をもっと伝えるコンテンツを出した方がいい気がします。古い家に誰が住んでいたか、どんな仕事をしていたかのような説明をすることが大事だと思います。	アクセスが問題になります。ただ、時間をかけてたどり着く楽しさを、ストーリー立てて企画することで販売につなげるのではないのでしょうか。

金馬 あゆみ様 （ジェイ・リンクス）	野口 貴裕 様 （Beauty Of Japan）
■ 今は商品化は難しい ターゲット：教育旅行、建築などテーマ性を持った旅行者 改善ポイント	■ すぐに商品として売れる ターゲット：欧米豪FIT（ファミリー／カップル）、日本文化／食事／建築に興味を持っている方 改善ポイント
水道水が飲めるにしてもそれに慣れていない外国人は抵抗を感じることもあるためお願いできるとありがたいです。屋内の表記も日本語ばかりで、日本人でもポットの使い方が分からないなど困ることが多々ありました。テラスは人気がありますが、折角広いスペースがあっても椅子やテーブルなど何もなかったのは残念でした。	洋食で出汁やumamiがどのように取り上げているかリサーチして、母国に帰っても使えるということをアピールしたらさらに良くなると思う。この施設に宿泊するためだけには来ないので、日中向けのコンテンツの掘り起こしが必要。特に春と秋は旅行者が多いので、その季節性を活かせるコトがあれば是非。

(4) アンケート結果

【淡路島】 良い土、良い水、おいしい食と陽気な島民 （仮）

オディバール・ギヨーム様 (日本旅行)	井上 ゆき子 様 (チェルカトラベル)
■ 磨き上げれば売れる ターゲット: 若者のバックパーカー向け 改善ポイント	■ 磨き上げれば売れる ターゲット: アートや建築を好む中高年層。 但しホッピングは難しい 改善ポイント
・瓦体験のためだけに淡路島まで行くことは難しいかもしれません。もう一つの強いコンテンツが必要だと思います。 ・グリーンファームについては、建物の衛生面に問題あり。 もっと土と水のコンテンツを強くした方がいいと思います。例えば農業体験(土)→瓦体験(土と水=粘土)→酒の工場(水)→ナイトホッピング	時間配分をよくよく検討する必要があります。瓦を中心とした街並み風景を見た後、工房へ、、という流れになると思いますが、ガイドさんの時間配分のうまさや話の力量が大きく左右するツアーでもあります。

金馬 あゆみ様 (ジェイ・リンクス)	野口 貴裕 様 (Beauty Of Japan)
■ 磨き上げれば売れる ターゲット: 家族、カップル、教育旅行 改善ポイント	■ 磨き上げれば売れる ターゲット: 欧米豪FIT、25～45代、カップルまたは友人同士、日本建築に強い興味を持っていること 改善ポイント
広いので効率的に回る方法を知りたいと思いました。様々なコンテンツがある分、テーマごと、ストーリーごとで区切ると面白い提案ができるかと思いました。	瓦が面白いコンテンツになると思うが、瓦だけで終わるのはもったいない。瓦を貼る施工者、鬼師、建築家など、瓦＋アルファが欲しいところ。土を掘るところまで見学するのは危険性があるので遠目からでもOK。なぜ200万年前(?)の地層が良いのか座学的な説明があっても良さそう。

(4) アンケート結果

【上勝町】ゴミは無いが、ビールがある。上勝ゼロ・ウェイストツアー

オディベール・ギヨーム様 (日本旅行)	井上 ゆき子 様 (チェルカトラベル)
■ 磨き上げれば売れる ターゲット:ETのターゲット	■ 今は商品化は難しい ターゲット:MICEや教育旅行、企業視察
改善ポイント 気になるところがあります。 サスティナビリティなのになぜ山を削ってごみ収集施設を作りましたか？のような声が出る可能性があります。 そうするとサスティナビリティの意味から離れてしまいます。 いいコンテンツなのに、売り方によって気を付けないと誤解が生じるかもしれません。	改善ポイント プレゼンテーションだけを拝見して実際に行っていないので、何とも判断しにくいですがビールというツールを使ったサスティナビリティを促す活動としてはユニークで目を引くものだと思います。
金馬 あゆみ様 (ジェイ・リンクス)	野口 貴裕 様 (Beauty Of Japan)
■ 今は商品化は難しい ターゲット:視察、教育旅行	■ 磨き上げれば売れる ターゲット:教育旅行、学生、環境問題やSDG、Responsible tourismに興味ある個人／団体
改善ポイント ここだけを目的地にというのは難しそうなので、前後に立ち寄ると喜ばれそうなお客さんと良いと思います。クラフトビールとは別にもう1つくらいお客様の興味を引きそうなものがあるとより強いかも知れません。クラフトビールもあちこちで作られるようになったので、ここの何が特別かがもっと伝わると良いと思います。	改善ポイント 徹底的に環境への配慮にこだわった旅行プランを作ってほしいです。例えば、移動は電気自動車、リサイクルの徹底。Qualityを保ち、お客様が不快にならないことが前提ですが。ビールやBBQの食材も環境に優しいこだわりを出せるなら良さそうです。ゴミをリサイクル、換金など、分別からその先のストーリーも是非ツアーに組み込んでください。

(4) アンケート結果

和敬清寂を実感できる一服。

秘境の神社と四国最古の禅寺を一杯の水でつなぐハイキングツアー

オディベール・ギョーム様 (日本旅行)	井上 ゆき子 様 (チェルカトラベル)
■ 磨き上げれば売れる ターゲット: バックパーカー冒険タイプの方	■ 今は商品化は難しい ターゲット: 稀有な場所を紹介するメディア
改善ポイント マーケティングとしてはニッチだと思います。お寺に泊まることについては、旅館だと勘違いしている外国人もいます。そのため、サービス等がないところをこまめに説明することが必要です。ニッチなターゲットにするのであれば、限定コンテンツとして神輿祭りが見られることも入れた方が良いと思います。	改善ポイント アクセスが悪いことと、わざわざ行くにはあまりに遠すぎる。そして、宿泊場所等も旅行会社に依頼してくる客層には販売できないと考えます。
金馬 あゆみ様 (ジェイ・リンクス)	野口 貴裕 様 (Beauty Of Japan)
■ 磨き上げれば売れる ターゲット: 日本文化、禅などに強い興味を持つ方、 経営者層	■ 磨き上げれば売れる ターゲット: 基本的に欧米豪SIHだが、20～30代の レジャー客も取り込めそうです。エグゼクティブも。
改善ポイント 具体的にどんなことができるのかや、既に利用されたことのある外国人の声などがあればよりイメージが付きやすいと思います。短期の体験から長期滞在までのプランがあると面白いかも知れません。	改善ポイント 本物の修行僧と混じった修行体験にした方が際立って良いと思います。出羽三山の山伏体験のように。1泊から複数泊まで対応可能とし、朝のお勤め、掃除、精進料理、修験道歩き、滝行、写経、など様々な修行に取り組む形です。新入り修行僧が精進料理を作っているのであればそれに混じっても良さそうです。

(4) アンケート結果

神戸の多彩な魅力を、名曲になぞらえる。
神戸ジュークボックスサイクリング（仮）

オディベール・ギヨーム様 （日本旅行）	井上 ゆき子 様 （チェルカトラベル）
■ すぐに商品として売れる ターゲット：ETとSIH 改善ポイント	■ 磨き上げれば売れる ターゲット：ファミリー、若いカップル 改善ポイント
他のルートの情報がないとお客様のニーズに合っているか分からず提案が難しいです。 音楽+サイクリングが面白いですがどうやって安全に音楽を流しますか？（イヤホンを付けたまま運転はできませんし、大きな音をスピーカーで流すと近所迷惑等のトラブルが発生するかもしれません）	とにかく英語でどれだけガイドを上手くして下さるか、によってフィードバックが大きく変わるコンテンツです。そこを強化していただけると販売に速結できます。

金馬 あゆみ様 （ジェイ・リンクス）	野口 貴裕 様 （Beauty Of Japan）
■ 磨き上げれば売れる ターゲット：家族、ハネムーン 改善ポイント	■ 磨き上げれば売れる ターゲット：全世界、20～40代、アクティブ層 改善ポイント
名曲に加えて地元の曲、ゆかりのある曲を使うのも面白いかも知れません。建築、食（ケーキやパンなど）をテーマにしたツアーがあっても良いと思いました。	観光地のようなスポットを巡るのであれば神戸ならではのコンテンツを入れる必要があると思いますが、異国情緒がウリの神戸では難しい可能性がある。神戸でサイクリングツアーを頼む人は東京や京都でも申し込んでいる可能性があり、ガイドブックには乗っていないようなスポットや景観を期待される可能性がある。

(4) アンケート結果

アクセス容易な国立公園でエクササイズ。六甲山1 dayハイキング

オディベール・ギョーム様 (日本旅行)	井上 ゆき子 様 (チェルカトラベル)
■ すぐに商品として売れる ターゲット: スポーツトラベラー	■ 磨き上げれば売れる ターゲット: 運動好きなビジネスマンやカップル
改善ポイント お客さんはトレッキングがメインですので、もしかしたら文化の説明は必要ないかもしれません。 カジュアルコースがあれば、文化・歴史のパーツを入れた方が 良いと思います。	改善ポイント 英語でのガイドがどんな風に行われるか、知りたかったです。この ようなコンテンツはガイドが命ですから。。
金馬 あゆみ様 (ジェイ・リンクス)	野口 貴裕 様 (Beauty Of Japan)
■ 今は商品化は難しい ターゲット: 出張者でハイキングやアウトドアなどに興味があり 近場で手軽に体験できるならしてみたいという人、神戸や 大阪での国際会議などへの参加者など	■ すぐに商品として売れる ターゲット: 欧米豪FIT、30～50歳代、アクティブ層
改善ポイント 京阪神でも他と比べると弱いと思いますので、時間がない人 などターゲットを絞ると可能性が高まるのではないかと思います。	改善ポイント 季節毎の見どころやここでしか見られないコンテンツがあれば ベスト。 温泉はプライベートの貸切温泉であれば問題なし。(国にもよる が) 六甲山が神戸の人たちにとってどんな存在であるのかなどの 説明もぜひ。

（5）車内（バス）フィードバック

移動時間（車内）に、体感直後の意見抽出を目的にヒアリングを行った。

【くじら島（宇野港土地）】

- ・前日キャンセルだと厳しい（リスクを減らしたい）。事前の連絡があれば止めることはできるので、情報がほしい。2日前キャンセルができれば代替がきく。
- ・無人島としてはいいが、もし緊急で帰りたいときはどうするか？船か飛行機でエスケープできればいいが、島に誰もいないと心配になる。
- ・建物のクオリティーについて。プライバシーは守ってもらいたい。子供でも一人一部屋で使う。ソファベッドはNG

【地域食アテンダント（ドロワース）】

- ・畑からスタートしたい。市場だけだと弱いので、畑を見たい。
- ・魚や野菜の種類は、説明がないとわからない。
- ・プログラム自体は良い。味も体験も良かった。
- ・地元の人との交流やいろいろを使った料理はリクエストがある。

【360°絶景弁当（志々島振興合同会社）】

- ・和風ではなく洋風がいい。日本食をたくさん食べたい人はいいが、あまり多くない。
- ・日本食はせいぜい1日1食でいい。見たことないものは得体の知れないものに見える。
- ・おにぎりに入っていたいりこは外国人には合わない。魚の顔がそのままなので、目が合う。
- ・サンドイッチがいい。ロブスターサンドや和牛サンドなら高くても納得できる。

【淡路島ナイトホッピング（シマトワークス）】

- ・淡路ならではのものをアピールしてほしい。日本酒の説明など、日本のライフスタイルの話をしつつ、2～3軒のお店でわいわい楽しむのがいい。
- ・タイトル「良い土、良い水、おいしい食と陽気な島民」に合わせるなら、野菜を絡めてもいいのでは？野菜の畑や瓦＝良い土、お酒＝良い水。
- ・はしご酒はあり。ただし、日本酒は飲みなれていないので、他にもお酒の種類がほしい。
- ・一つのお皿から各々が料理をとるのはマナー違反。一人ずつ料理を提供するのが良い。

【淡路島 瓦工場＝道上氏（シマトワークス）】

- ・すごくよかった。瓦にどれだけ興味があるかはわからないが、日本文化として売り出せる。
- ・瓦が使われている建物が見られればイメージがわくし、母国の屋根と比較できる。
- ・小学生の研修のように、瓦に水を流すのはやったほうがいい。
- ・瓦の歴史の話はしたほうがいい。
- ・ビジュアル的に、遠くからでもいいから採掘場は見られたほうがいい。
- ・工場については機械が多いので、職人さんの仕事を見たい。昔の作り方や鬼師の作業を見たい。

【淡路島ケータリングランチ（シマトワークス）】

- ・ギョーム氏の口には合わなかった。
- ・中東の方は好きな味だと思う。
- ・全般的に、ひじきは外国人には合わなそう。

（6）考察・分析

3泊4日の岡山、香川、兵庫ツアーとなり、徳島を除く3県において、開発中の9プロダクト中6プロダクトに触れることが出来た。モニター4名は、検討会、移動中のバスの中、アンケートといずれの場面でも積極的に意見を提示されており、完成に向けた重要なプロセスとなった。

特に目立った意見では、「畑や生産現場に行きたい」「土に触りたい」など、オーセンティックな体験を求めるものがあつた。表面を撫でるような体験とは一線を画す「地域とより深い関わりを持つ」ことの価値を示唆している意見である。

また、富裕層に関して、「価値を感じた際に大きく払うことがある」というだけで、どの場面でも、どの商品にも、際限なく、疑問を持たず払うわけではない、という当たり前の指摘もあつた。料金設定等について、改善点も提示され、各開発コンテンツのクオリティを高める要因となった。

最後に、繰り返し指摘があつたものとして、荒天時等に関する不履行リスクが挙げられる。例えば、波が高くて船が出ない、という事案に対しては、代替案を予め用意するか、もしくは数日前（※）にキャンセルの選択肢を提示することが解決策となる。

※ 2日前がリミット。前日は厳しいという意見あり

1月下旬という時期は、決してせとうちエリアのベストではなく、遅くとも11月開催を目指したい。せとうちエリアの魅力がモニターに伝われば伝わるほど、モニターのイメージも一層豊かに膨らみ、創造性の高いアイデアがより多くフィードバックされると思われる。

造成コンテンツ一覧

調査、コンテンツ造成検討会、コンテンツの企画開発、ファムトリップを通し、最終的に以下の9コンテンツを造成した。

1日1組限定無人島「くじら島」地元シェフによるBBQディナー付ステイ

地域食アテンダントとの産直巡り&クッキングディナー付ステイ

【隠れたお宝】360° 絶景オーシャンビュー★お弁当付きアイランドトレッキング

「日本人も知らない」「歴史継ぐ集落に暮らす」旅

良い土、良い水、おいしい食と陽気な島民

神戸を知り尽くしたローカルとめぐるサイクリング

瀬戸内海国立公園でエクササイズ。六甲山1dayハイキング

ゴミは無いが、ビールがある。サスティナブルな生活を楽しむ旅

四国最古の禅寺で、リアルな修行で心身を整える旅

タリフ (商品概要書) (1/9)

1日1組限定無人島「くじら島」地元シェフによるBBQディナー付ステイ Okayama / Okayama



HIGHLIGHT

- 入 岡山駅！シェフまたはスタッフ同行の元、市場に立ち寄り食材購
- ✓夕食前のサンセットクルーズで瀬戸内海の多島美を堪能
- ✓地元シェフのBBQで、無人島を贅沢ひとり占め

SCHEDULE

一日目

- ①10:30 - 11:10 岡山駅発 (ジャンボタクシー移動)
- ②11:10 - 12:00 地元食材の購入【道の駅みやま公園】・移動
- ③12:00 - 13:30 昼食【瀬戸内温泉たまの湯】
- ④13:30 - 15:00 ヨットでくじら島へ移動
- ⑤15:30 - 18:00 アクティビティ体験・休憩【くじら島】
- ⑥18:00 - 19:00 ヨットサンセットクルーズ
- ⑦19:00 - 21:00 夕食 (シェフ付BBQ) 【くじら島・泊】

二日目

- ①8:30 - 9:30 朝食
- ②9:30 - 10:00 ボートで宇野港へ移動

体験詳細

市場での食材購入からの無人島入り。ゆったり静かなクルーズを楽しんでいると、あっという間に無人島上陸。サンセットクルーズ、BBQディナーのあとは、満点の星を眺めて、疲れた心を整える。24時間完結型の贅沢無人島ステイ。

無人島ステイを満喫したあとは、岡山駅から広島に抜けるもよし、宇野港から直島に渡るもよし。利便性の高い岡山を拠点にした瀬戸内海の贅沢な過ごし方。

その他プラン情報

- 参加条件
 - ・参加者が全員17歳以下の場合、ご利用不可。
 - ・島に常駐スタッフはおりますが、病院への搬送は連絡から40分程度かかるため、健康に不安がある方のご利用はお勧めしておりません。

- ミーティングポイントと住所
岡山駅新幹線 改札口 (岡山県岡山市北区駅元町 1)

- キャンセルポリシー (OTAへの掲載を想定)

	施設費にお支払い するキャンセル料 (印連係)	取消手数料 (A手数料)	サイト公費 キャンセルポリシー
ご予約の7日前まで	50%	10%	60%
ご予約の6日前～当日・無連絡	100%	0%	100%

■注意事項の喚起

- ・最大8名までの1組限定プランとなります。
- ・ハイヒール不可。ウォーキングやトレッキング程度の格好をお勧めいたします。
- ・基本的に雨天でも催行可能ですが、風速や波の高さによっては、安全確保の観点から催行を中止する場合があります。予めご了承ください。

■緊急対応の準備 (no show, 天候不良、遅刻etc.)

- ・集合場所から宇野港 (ヨット出発地) まではジャンボタクシーを利用します。30分以上の遅れは、30分ごとに5,000円(税込)の延長料金が発生します。

■保険対応

- ヨット・ボート：対人・対物賠償責任保険、船体保険加入
- くじら島：施設賠償責任保険、国内旅行保険加入

- 在庫管理 ☒ Yes ☐ No
- カットオフ 1ヶ月前

- 問い合わせ対応可能時間 月～金曜日 9時～18時

- 問い合わせメールアドレス (会社名/担当者名)
info@tcd-u.jp (一般社団法人玉野コミュニティ・デザイン/服部・林)

価格情報

- 価格 (税込) **¥95,000JPY～/1名**
- オプション/価格 (税込)
シーカヤック+島探検ツアー **¥5,000JPY/人 他**

旅行会社へ。記載の価格はグロス価格です。ネット価格についてはお問合せください。

- 含まれるもの
 - ・岡山駅からの交通費、サンセットクルーズ、宿泊、食事代 (昼食、シェフ付き BBQ ディナー・朝食)、ハンモック、天体望遠鏡、キャンプファイヤー、テントサウナ

- 含まれないもの
 - ・ガイド料、アルコール飲料

言語対応

- 対応言語 ☒ Japanese ☒ English ☒ Chinese ☐ Other ()
- 通訳ガイドの有無 ☐ Yes ☒ No

- 通訳ガイドの対応言語やその他のガイド情報
クルースタッフが英語対応

- 言語補完ツール
(該当なし)

受け入れ情報

- 実施期間・実施回数
(実施期間) 通年 天候 (風速や波高) 次第で実施できない場合有
(実施回数) 1回/日
- 所要時間・開始時間・開催頻度
(所要時間) 24時間 (開始時間) 10:30
- 催行人数 (最小/最大)
1～8名 (コテージ宿泊最大4名、グランピングテント宿泊最大4名)

ACCESS



■公共交通機関でのアクセス方法

- 東京駅から新幹線で「約3時間20分」
- 新大阪駅から新幹線で「約50分」
- 広島駅から新幹線で「約40分」
- ※2020年3月現在

施設設備情報

- wifi 環境 ☒ Yes ☐ No
- web予約 ☒ Yes ☐ No ()
- クレジット対応 ☒ Yes ☐ No ()
- トイレ ☐ 洋式 ☐ 和式 ☐ なし
- 耐震設備 ☐ Yes ☒ No
- 非常食 ☒ Yes ☐ No
- 救命講習受講者 ☒ Yes ☐ No
- 消火設備 ☒ Yes ☐ No
- 防災マニュアル ☒ Yes ☐ No
- 非常用電源 ☒ Yes ☐ No
- 避難マップ ☐ Yes ☒ No
- バリアフリー ☐ Yes ☒ No

■サイト情報 (予約サイト等)

- <https://www.kujira-jima.jp/>
- <https://www.seto-yacht-charter.jp/>

■食文化対応

- ラクト・ベジタリアン、ラクト・オボ・ベジタリアン、ベスコベジタリアン、オリエンタルベジタリアン、ヴィーガン (ビュア・ベジタリアン)

地域情報

■周辺の主要観光地、スポット、宿泊施設

- 主要スポット ●岡山駅 ●倉敷駅
- 周辺観光地 ●岡山駅周辺 ●岡山城、後楽園 ●倉敷駅周辺 ●倉敷美観地区
- 宿泊施設 ①ホテルグランヴィア岡山 ②ANAクラウンプラザホテル岡山 ③三井ガーデンホテル (以上、いずれも岡山駅徒歩3分以内)

■前後で体験可能なコンテンツ

- チャータークルーズ瀬戸内海島巡り (ヨット・ボート)
- サイクリング (直島・豊島島巡りコース、瀬戸内絶景満喫コース等)
- 文化体験 (壺づくり体験、ジーンズ作り体験)

タリフ (商品概要書) (2/9)

地域食アテンダントとの産直巡り&クッキングディナー付ステイ

Kagawa / Mitoyo



HIGHLIGHT

- ✓ 地域食材を受取る地域食アテンダントによる食材見立て (産直巡り)
- ✓ 築100年以上の古民家や、丘の上のコテージなど様々豊かなロケーション
- ✓ 希望に寄りそうCuisineを囲み、アテンダントとのディナー

SCHEDULE

- ①13:30 - 15:00 地域食アテンダントと産直巡り (開始時間 応相談)
- ②15:00~17:00 休憩orオプション体験 (オプション体験 問い合わせ)
- ③17:00 - 19:00 クッキングディナー (開始時間は17:00~18:30の間)

体験詳細

アテンダントと共に産地直売所での食材購入から (一部) 共同クッキング。
個性的なミュージックにノリながらの「うどん作り体験」など、つい笑顔になる時間。
丁寧に準備された地産地消の料理を食す忘れられない時間。
運が良ければクッキング中に近所の農家さんが訪ねて来るなど、生産者との距離感も近い日本の田舎ステイを体験できるプログラム。

ラクト・ベジタリアンからヴィーガンまで対応可能なのも嬉しい。
日本の食文化を押し付けない、希望にしっかりと寄り添うアテンダントの心遣いが心地よい。

その他プラン情報

- 参加条件
・参加者が全員17歳以下の場合、ご利用不可。
・アレルギーがある場合は、事前に要相談。

- ミーティングポイントと住所
詫間駅 (香川県三豊市詫間町松崎7 1 5)

■キャンセルポリシー (OTAへの掲載を想定)

	旅費額にお支払いする キャンセル料 (即返金)	取消手数料 (A2手数料)	サイト公開用 キャンセルポリシー
ご予約7日前~4日前	30%	10%	40%
ご予約3日前~2日前	50%	10%	60%
ご予約前日~当日	100%	0%	100%

■注意事項の喚起

- ・最大8名までの1組限定プランとなります。

■緊急対応の準備 (no show, 天候不良、遅刻etc.)

- ・集合場所からタクシーを利用します。
30分以上の遅れは、1時間まで5,000円の延長料金が発生します。
以降1時間単位で、延長料金が発生します。

■保険対応

- 在庫管理 ☐ Yes ☐ No ☐ カットオフ ☐ 日前

- 問い合わせ対応可能時間 毎日 9時~18時

- 問い合わせメールアドレス (会社名/担当者名)
shinotaka0531@gmail.com (ドロワース/真鍋)

価格情報

- 価格 (税込)
¥21,000JPY ~

- オプション/価格 (税込)
農業体験/¥5,000 JPY~/人
茶畑ボタリング/¥3,000 JPY~/人

旅行会社様へ。記載の価格はグロス価格です。ネット価格についてはお問合せください。

- 含まれるもの
・詫間駅からの交通費、コースディナー (クッキング体験あり)、宿泊
- 含まれないもの
・ディナー時のドリンク

言語対応

- 対応言語 ☒ Japanese ☒ English ☐ Chinese ☐ Other () ☐ 通訳ガイドの有無 ☐ Yes ☒ No

- 通訳ガイドの対応言語やその他ガイド情報
アテンダントが英語対応

- 言語補完ツール
グーグル翻訳、VoiceTra

受け入れ情報

- 実施期間・実施回数
〈実施期間〉 通年
〈実施回数〉 1回/日
- 所要時間・開始時間 (詫間駅集合・解散)
産直巡り&ディナー 約3時間
- 催行人数 (最大/最小)
2人~8人

ACCESS

■公共交通機関でのアクセス方法

▼大阪・岡山から
新大阪駅から新幹線で岡山駅まで約50分
岡山駅から詫間駅まで55分~80分

▼高松から
高松駅から詫間駅まで約40分

施設設備情報

- wifi 環境 ☒ Yes ☐ No
- web予約 ☐ Yes ☒ No ()
- クレジット対応 ☒ Yes ☐ No ()
- トイレ ☐ 洋式 ☐ 和式 ☐ なし
- 耐震設備 ☒ Yes ☐ No
- 非常食 ☒ Yes ☐ No
- 救命講習受講者 ☒ Yes ☐ No
- 消火設備 ☒ Yes ☐ No
- 防災マニュアル ☐ Yes ☒ No
- 非常用電源 ☒ Yes ☐ No
- 避難マップ ☐ Yes ☒ No
- バリアフリー ☐ Yes ☒ No
- サイト情報 (予約サイト等)

■食文化対応

ラクト・ベジタリアン、ラクト・オボ・ベジタリアン、
ヴィーガン (ビュ・ベジタリアン)、その他ご相談ください

地域情報

- 周辺の主要観光地、スポット、宿泊施設
主要スポット ●三豊市内…父母ヶ浜、紫雲山、志々島、栗島
周辺観光地 高松駅周辺…栗島、栗林公園、直島、小豆島
宿泊施設 三豊市内 ①La Toile ②Arts & Crafts
③Kanran ④Hiuchi

■前後で体験可能なコンテンツ

- 鳥島20人の志々島360° 絶景弁当ハイキング

タリフ（商品概要書）（3/9）

【隠れたお宝】360° 絶景オーシャンビュー★お弁当付きアイランドトレッキング

Kagawa / Mitoyo



HIGHLIGHT

- ✓島民20人の志々島に暮らす a delightful guyによるガイド
- ✓瀬戸内海が360° 見える絶景展望台
- ✓三豊市内の生産者と繋がる弁当クリエイターによる贅沢弁当（和・洋）

SCHEDULE

- ①10:00 - 10:30 宮の下港から志々島へ移動（宮の下港でお弁当受取り）
- ②10:30 - 13:00 ライトトレッキング（歩くのは計40分程度）＆ランチ
※大楠、展望台、山頂（標高109m）
- ③13:00 - 14:00 カフェくすくすで休憩
- ④14:00 - 14:30 志々島から宮の下港へ移動

※開始時間は9:00～10:30で要相談

価格情報

- 価格（税込）
4～10名 ¥11,500 JPY/1名
3名利用 ¥13,800 JPY/1名
(1～2名でのご利用：応相談)
- オプション／価格（税込）
古民家宿泊／¥3,000 JPY/人
タ・朝食セット／¥5,000 JPY～/人

旅行会社様へ。記載の価格はグロス価格です。ネット価格についてはお問合せください。

- 含まれるもの
・香川県産食材のお弁当、宮の下港と志々島の往復海上タクシー、
島内ガイド（3時間程度）
- 含まれないもの

言語対応

- 対応言語
■ Japanese ■ English □ Chinese □ Other ()
- 通訳ガイドの有無
■ Yes □ No
- 通訳ガイドの対応言語やその他ガイド情報
日本語対応... 菅生則光（ささのりみつ）、英語対応... 賀来拓也（かきたくや）
- 言語補完ツール
グーグル翻訳、VoiceTra

受け入れ情報

- 実施期間 通年
- 実施回数 1回/日
- 所要時間 4時間程度
- 開始時間 9:00～10:30で要相談（開始時間＝お弁当受け渡し時間）
- 催行人数 3～10名

ACCESS



- 公共交通機関でのアクセス方法
- 新大阪駅から新幹線で岡山駅まで約50分
- 岡山駅から詫間駅まで55分～80分
- 詫間駅から宮の下港まで、タクシーで10分
or コミュニティバスで20分

体験詳細

志々島（しじじま）は、かつて花農家が100軒以上あった人口1,000人ほどの「花の島」。徐々に人口が減り、現在は30代の移住者から島育ちの90代まで、島民20名が平和に暮らしている、小さな小さな島。樹齢1,200年の大楠（おおくす）や、瀬戸内海を360° 眺めることが出来る山頂など息を呑むスポットはあるが、飲食店もなく、古民家ゲストハウスでの食事提供サービスも行っていない。

そこで立ち上がったお弁当クリエイターは地域（三豊市）で愛されるパン屋さん。カフェや宿も経営するパン屋さんの、個性豊かなお弁当は、ライトなトレッキングにぴったり。志々島に渡る直前に、“宮の下港”にデリバリーをしてくれる。志々島に着いたら港から30分の山頂へ。瀬戸内海360°の絶景と空とお弁当。きっと一生忘れられない旅の記憶になる。

その他プラン情報

- 参加条件
・参加者が全員17歳以下の場合、ご利用不可。
・アレルギーがある場合は、事前に要相談。

- ミーティングポイントと住所
宮の下港でお弁当受け取り

- キャンセルポリシー（OTAへの掲載を想定）

	施設様にお支払するキャンセル料（お急ぎ）	取消手数料（A）手数料	サイト公開用キャンセルポリシー
ご予約7日前～4日前	30%	10%	40%
ご予約3日前～2日前	50%	10%	60%
ご予約前日～当日	100%	0%	100%

- 注意事項の喚起

・最大10名様までのプランとなります。

- 緊急対応の準備（no show、天候不良、遅刻etc.）
（検討中）

- 保険対応
あり

- 在庫管理 ■ Yes □ No ■ カットオフ 7 日前

- 問い合わせ対応可能時間 毎日 9時～18時

- 問い合わせメールアドレス（会社名／担当者名）
ide@applefudousan.com（志々島振興合同会社／井出）

施設設備情報

- wifi 環境 ■ Yes □ No
- web予約 □ Yes ■ No ()
- クレジット対応 ■ Yes □ No ()
- トイレ ■ 洋式 □ 和式 □ なし
- 耐震設備 ■ Yes □ No
- 非常食 ■ Yes □ No
- 救命講習受講者 ■ Yes ■ No
- 消火設備 ■ Yes □ No
- 防災マニュアル □ Yes □ No
- 非常用電源 □ Yes □ No
- 避難マップ □ Yes □ No
- バリアフリー □ Yes ■ No
- サイト情報（予約サイト等）

- 食文化対応
ラクト・ベジタリアン、ラクト・オボ・ベジタリアン、
ヴィーガン（ビュ・ベジタリアン）、その他ご相談ください

地域情報

- 周辺の主要観光地、スポット、宿泊施設
主要スポット ●三豊市内…栗島、父母ヶ浜、紫雲山
周辺観光地 高松駅周辺…栗島、栗林公園、直島、小豆島
宿泊施設 三豊市内 ①La toile ②Arts & Crafts
③Kanran ④Hiuchi
- 前後で体験可能なコンテンツ
●地域食アテンダントとの産直巡り＆クッキングディナー付ステイ（三豊市）

タリフ (商品概要書) (4/9)

「日本人も知らない“歴史継ぐ集落に暮らす”旅」

KAGAWA/ UTAZU



HIGHLIGHT

- ✓ 中世や江戸時代から引き継がれた「歴史と文化が残る宇多津町」の「一棟貸し町屋「古街の家」」に宿泊
- ✓ 歴史ある料亭の主人から、和食の基礎となる地元産の出汁のとり方や鮮魚料理の作り方を優しく教えてもらえる。
- ✓ 街を知り尽くした地元住民が集落を英語でご案内。

SCHEDULE

- ①14:00 - 15:00 古街の家にチェックイン 荷物を預ける
- ②16:00 - 17:00 地元住民ガイドによる街歩き、地域内での買い物
- ③18:00 - 19:00 料亭の主人・女将などの夜料理ご案内

体験詳細

- ①集合：宇多津町「古街の家」でガイドと合流し出発
↓移動 (徒歩にて)
- ②(往復 街を一周巡り 約60分)
・宇夫階神社 ・圓通寺 ・御郷寺 ・前田精肉店 (コロッケが美味しい)
・地蔵餅高橋 (お饅頭が美味しい) ・駄菓子屋
・直売所 (新鮮野菜) ・魚勝 (鮮魚が美味しい) ・料亭 公衆 (歴史的建造物)
↓移動
○解散：宇多津町「古街の家」にて

その他プラン情報

- 参加条件
・石堂やお寺の階段などを歩く場合があるので歩きやすい靴・服装が良い

- ミーティングポイントと住所
香川県宇多津町2126-1 古街の家
(駐車場2台あり)

- キャンセルポリシー
・当日100%
・2日前まで 50%
・4～10日前まで 30%
・11日前までは手数料無料 早めにご連絡ください

- 注意事項の喚起
・宿泊施設の館内は全面禁煙、火気厳禁
・ペット同伴不可
・チェックイン15時/チェックアウト11時
・キッチンには調理器具、食器類あり (調味料の設置はない)

- 緊急対応の準備 (no show, 天候不良、遅刻etc.)
・天候その他諸事情により中止となることがありますのでご了承ください。

- 保険対応
(該当なし)

- 在庫管理 ☐ Yes ☒ No ☐ カットオフ 1 週間

- 問い合わせ対応可能時間 TEL0877-85-6941 (9時～18時)

- 問い合わせメールアドレス (会社名/担当者名)
Utazu@Chiori.Org (株式会社ちいりオアライアンス 古街の家 村松)

価格情報

- 価格 (税抜) ☐ オプション
- \$20,000～\$28,000 JPY なし

旅行会社様へ。記載の価格はグロス価格です。ネット価格についてはお問合せください。

- 含まれるもの
・街歩きガイド、夕食 (日本食ガイド、出汁体験付き、地酒の利き酒付き)、一棟貸し町屋「古街の家」宿泊1泊分
- 含まれないもの
・飲み物、朝食 (和食 1,500円税別、別途手配可能)

言語対応

- 対応言語 ☒ Japanese ☒ English ☐ Chinese ☐ Other () ☐ 通訳ガイドの有無
- 通訳ガイドの対応言語やその他ガイド情報 ☒ Yes ☐ No

ローカルガイドによる英語ガイド

- 言語構成ツール
(該当なし)

受け入れ情報

- 実施期間・実施回数
〈実施期間〉GW、お盆、年末年始は実施なし
〈実施回数〉一日一客
- 所要時間・開始時間・開催頻度
(所要時間) 街歩きガイド1時間 料理体験30分 (開始時間) 16:00 (開催頻度) 1回/日
- 催行人数 (最大/最小)
2人～10人

ACCESS



- 公共交通機関でのアクセス方法

- JR宇多津駅からタクシー約5分
(JAPAN RAIL PASSの対象となり便利です)
- JR新大阪駅から新幹線で岡山駅へ。JR特急南風で瀬戸大橋を渡り宇多津駅へ。約100分
- 高松空港からリムジンバスで宇多津駅へ60分

【古民家宿泊】

- ルーム1:「臨水」6名定員
和室 (8畳+6畳) / 土間/キッチン/浴室/トイレ/和布団4組あり
ベッドルーム (シングルベッド×2)
- ルーム2:「青山」4名定員
リビング14畳/キッチン/浴室/トイレ/和布団
ベッドルーム2部屋 (シングル×2) 2部屋

施設設備情報

- wifi 環境 ☐ Yes ☐ No ☐ web予約 ☐ Yes ☐ No
- クレジット対応 ☐ Yes ☐ No ☐ トイレ ☐ Yes ☐ No
- 耐震設備 ☐ Yes ☐ No ☐ 非常食 ☐ Yes ☐ No
- 救命講習受講者 ☐ Yes ☐ No ☐ 消火設備 ☐ Yes ☐ No
- 防災マニュアル ☐ Yes ☐ No ☐ 非常用電源 ☐ Yes ☐ No
- 避難マップ ☐ Yes ☐ No ☐ バリアフリー ☐ Yes ☐ No

- サイト情報 (予約サイト等)

・<http://www.co-machi-no-ie.jp>

- 食文化対応

・アレルギー、宗教などによるリクエストは宿泊日の2週間前まで受付
(対応できない場合もあり、要相談)

地域情報

- 周辺の主要観光地、スポット、宿泊施設
主要スポット ●岡山駅 ●宇多津駅 ●高松空港
周辺観光地 ●瀬戸大橋 ●宇夫階神社 ●善通寺 ●丸亀城
宿泊施設 ●古街の家 (臨水、青山) ●Chiori Utazu Branch
●ホテルアネシス瀬戸大橋

- 前後で体験可能なコンテンツ

●朝食/カフェ (Chiori Utazu Branch) ●電動レンタサイクル

タリフ (商品概要書) (5/9)

良い土、良い水、おいしい食と陽気な島民

Hyogo / Awaji Island



HIGHLIGHT

- ✓ 淡路島を知り尽くすアテンダントによるナイトホッピング
- ✓ 瓦師・道上大輔氏の魅力に触れる
- ✓ 地元シェフによる贅を極めたランチ (淡路島の旬の食材をふんだんに)

SCHEDULE

- ① (1日目) 19:00 - 21:00 ナイトホッピング
- ② (2日目) 09:00 - 10:00 ホテルロビーから土坐 (道上氏工房) へ移動
- ③ 10:00 - 11:30 道上氏トークライブ (瓦文化・歴史他)・工場見学
- ④ 11:30 - 12:00 浜辺散歩 (瓦の石) など
- ⑤ 12:30 - 14:00 ランチ

体験詳細

淡路島体験の、最大難所は1日目のナイトホッピングツアー。島の夜を知り尽くしたアテンダントによる居酒屋&バーホッピングから、旅行者は抜け出すことが出来るのか。(朝、起きることが出来たのなら) 日本三大瓦・淡路瓦の生産現場へ行き、熱い魂を持つ道上氏のトークライブ&工場見学。「和瓦は、美しい曲線をまとった、これ以上も以下もない究極のデザインであり、日本風景の必需品である」という強い思いを持つ瓦師・道上氏。和瓦や現代家屋に対する思い、未来へのパッションを全身に受けながら、オンリーワンのお土産をつくろう。そのあとは、淡路島の食材の豊かさに驚くランチ。夜に始まり、ランチで終わる淡路島体験。時間が許すのなら、もう1泊、もう1泊と、きっと滞在を延ばしてしまうかもしれない。そんなときは気軽に相談したい。島内の資源に精通するアテンダントが、翌日のプランを笑顔で練ってくれるだろう。

その他プラン情報

- 参加条件
・参加者が全員17歳以下の場合、ご利用不可。
- ミーティングポイントと住所
洲本市内各宿泊施設のロビー (洲本市外の場合はご相談ください)

■キャンセルポリシー (OTAへの掲載を想定)

キャンセル料	高価格にお支払いする キャンセル料 (形盛額)	取消手数料 (A) 手数料	サイト公開用 キャンセルポリシー
ご予約7日前~4日前	30%	10%	40%
ご予約3日前~2日前	50%	10%	60%
ご予約前日~当日	100%	0%	100%

■注意事項の喚起

- ・最大8名までの1組限定プランとなります。
- ・ハイヒール不可。ウォーキングやトレッキング程度の格好をお勧めいたします。
- ・基本的に雨天でも催行可能ですが、雨量によっては、安全確保の観点から催行を中止する場合があります。予めご了承ください。

■緊急対応の準備 (no show, 天候不良、遅刻etc.)

■保険対応
あり

■在庫管理 ■Yes □No ■カットオフ 3日前

■問い合わせ対応可能時間 月~金曜日 9時~18時

■問い合わせメールアドレス (会社名/担当者名)
tokushigemasae@gmail.com (シマトワークス/徳重)

価格情報

- 価格 (税込)
¥28,000 JPY ~ /人
鬼師 訪問 ¥3,000 JPY ~ /人
Farm Studio 見学 ¥6,000 JPY ~ /人
- オプション/価格 (概算)
鬼師 訪問 ¥3,000 JPY ~ /人
Farm Studio 見学 ¥6,000 JPY ~ /人

旅行会社様へ。記載の価格はグロス価格です。ネット価格についてはお問合せください。

■含まれるもの

- ・ナイトホッピングガイド、瓦師・道上氏のトークセッション、
- ・洲本市内ホテルからのタクシー代 (ホテル〜瓦師〜ランチ〜バスセンター)
- ・コースランチ (2~5名利用) or ゲータリングランチ (6~8名利用)

■含まれないもの

- ・ナイトホッピングの飲食代 (アテンダントの飲食代も負担)、
- ・ランチ時のドリンク (乾杯ドリンクは込み)

言語対応

- 対応言語
Japanese ■English □Chinese □Other
- 通訳ガイドの有無
□Yes ■No

- 通訳ガイドの対応言語やその他ガイド情報
現地アテンダントが英語対応

- 言語補完ツール
グループ翻訳、VoiceTra

受け入れ情報

- 実施期間・実施回数
〈実施期間〉 通年
〈実施回数〉 1回/日
- 所要時間・開始時間 (洲本市内の各ホテル ロビー集合)
ナイトホッピング…所要時間 min 120分/ロビー集合 17:30~20:00 (応相談)
瓦師・道上氏訪問&ランチ…所要時間 4時間半/ロビー集合 9:00~10:00
- 催行人数 2~8人

ACCESS



■公共交通機関でのアクセス方法

- 大阪から洲本バスセンターまで120分
- 神戸から洲本バスセンターまで90分
- 洲本バスセンターから各ホテル・旅館まで
タクシーで5~10分程度
- ※洲本バスセンター送迎付きの宿泊施設あり

施設設備情報

- wifi 環境 □Yes ■No
- web予約 □Yes ■No ()
- クレジット対応 ■Yes □No ()
- トイレ ■洋式 □和式 □なし
- 耐震設備 □Yes ■No
- 非常食 □Yes ■No
- 救命講習受講者 □Yes ■No
- 消火設備 ■Yes □No
- 防災マニュアル □Yes ■No
- 非常用電源 □Yes ■No
- 避難マップ □Yes ■No
- バリアフリー □Yes ■No

■サイト情報 (予約サイト等)
(検討)

- 食文化対応
ラクト・ベジタリアン、ラクト・オボ・ベジタリアン、
ヴィーガン (ビュア・ベジタリアン)

地域情報

- 周辺の主要観光地、スポット、宿泊施設
主要スポット 淡路島内
周辺観光地 洲本市…洲本城跡、成ヶ島
南あわじ市…道の駅うずしお、うずの丘
宿泊施設 ①ホテルニューアワジ ②夢海遊
③海月館

- 前後で体験可能なコンテンツ (時期や曜日、天候による)
- 市場セリ見学、いちご狩り、うずしおクルーズ

タリフ（商品概要書）（6/9）

街を知り尽くしたローカルと、神戸の路地裏を巡るサイクリング

Hyogo / Kobe



HIGHLIGHT

- ✓神戸の街を知り尽くした、自転車店のオーナーがガイド
- ✓ローカルならではの、路地裏を中心としたコース設定
- ✓プライベートツアーの場合は、リクエストに応じることが可能

SCHEDULE

- 10時にガイドであるオーナーが宮む自転車店に集合
- コースの説明を受けて出発！
- 神戸の路地裏を抜けて、下町でご飯を食べ、自転車店に戻ってくる
- 自慢のスコーンを食べながらツアーを振り返る

体験詳細

- 三ノ宮に拠点を置くSPARK（スパーク、マウンテンバイク専門の自転車店）では、神戸を知り尽くした英語対応が可能なメンバーが、神戸ならではの多様なツアーを企画・販売している。強度（高低差や距離）はゲストの意向によっていかにようにも設定可能。
- その他のルートとしては、下記の通り。
- ①宗教の多様性を学びたいコース（神道・生田神社▶キリスト教・カトリック神戸中央教会▶ジャイナ教・バグワン・マハビールスワミ・ジェイン寺院▶イスラム教・神戸ムスリムモスク▶ユダヤ教・関西ユダヤ教団シナゴーク▶仏教・本願寺神戸別院▶シーク教・グル・ナナーク・ダルバール）
- ②とにかく長い距離を走りたいコース（三ノ宮▶明石▶船に乗って淡路島へ▶淡路島1周▶三ノ宮へ、約180km）※上級者向け
- ③とにかく心臓をいじめたいコース（三ノ宮▶六甲山登山▶山の中の修験道をMTBで遊ぶ▶山から海へ一気に駆け降りる▶最後はガイドとビールで乾杯）

その他プラン情報

- 参加条件
 - ・健康であること（自己責任でサイクリングツアーに参加可能なこと）
- ミーティングポイントと住所
 - SPARK（JR新神戸駅までの送迎も可能）
- キャンセルポリシー（OTAへの掲載を想定）
 - ・14日前～20% ・7日前～30% ・3日前～50%
 - ・当日&No Show100%
- 注意事項の喚起
 - ・自転車がかかる恰好が必要
 - ・雨量によっては、安全確保の観点から催行を中止する場合があります。
- 緊急対応の準備（no show, 天候不良、遅刻etc.）
 - ・前日にガイドの携帯電話番号をメールでお知らせする。
- 保険対応
 - ・あり
- 在庫管理
 - Yes □No
- 問い合わせ対応可能時間
 - 月～金曜日 9時～18時
- 問い合わせメールアドレス（会社名/担当者名）
 - info@mitate.kyoto（株式会社みたて）

価格情報

- 価格（税込）
 - ¥11,500/1名
 - (¥23,000/2名、¥34,500/3名)
- オプション/価格（税込）
 - 自転車レンタル（終日3,000円/1名）

旅行会社様へ。記載の価格はグロス価格です。ネット価格についてはお問合せください。

- 含まれるもの
 - 自転車、ヘルメット、ローカルガイド（1名）、保険、スコーン&ドリンク（紅茶、コーヒー）
- 含まれないもの
 - 美術館などの入場料、昼食

言語対応

- 対応言語
 - Japanese ■English □Chinese □Other ()
- 通訳ガイドの有無
 - Yes ■No
- 通訳ガイドの対応言語やその他ガイド情報
 - 神戸を知り尽くし、英語を話せるローカルガイド（自転車店オーナーを含む4名体制）
- 言語補充ツール
 - なし

受け入れ情報

- 実施期間・実施回数
 - 〈実施期間〉通年 〈実施回数〉1回/日、水・土・日は営業していない
- 所要時間・開始時間（SPARK集合）
 - 4時間（10:00～14:00）13:00集合
- 催行人数（最大/最小）
 - 1人～5人

ACCESS

- 公共交通機関でのアクセス方法

●JR大阪駅から元町駅まで約30分→JR元町駅からSPARKまで徒歩約10分
<https://goo.gl/maps/WelrzA2/TU5id7mi7>

施設設備情報

- wifi環境
 - Yes □No
- web予約
 - Yes □No（準備中）
- クレジット対応
 - Yes □No（SPARK）
- トイレ
 - 洋式 □和式 □なし
- 耐震設備
 - Yes □No
- 非常食
 - Yes □No
- 救命講習受講者
 - Yes □No
- 消火設備
 - Yes ■No
- 防災マニュアル
 - Yes ■No
- 非常用電源
 - Yes ■No
- 避難マップ
 - Yes ■No
- バリアフリー
 - Yes ■No
- サイト情報（予約サイト等）
 - （準備中）
- 食文化対応
 - 行経途中に立ち寄る各店の取り扱い品目の範囲内で対応可能

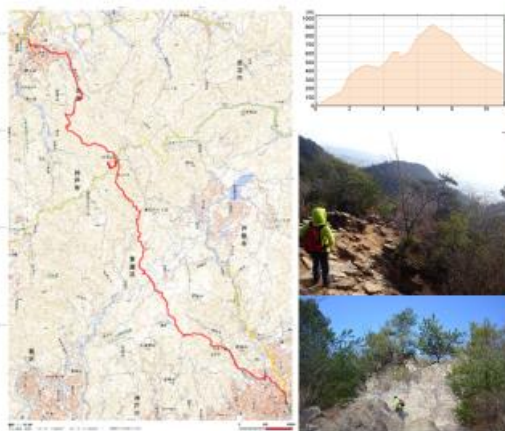
地域情報

- 周辺の主要観光地、スポット、宿泊施設
 - 主要スポット
 - 周辺観光地
 - 宿泊施設 ①オータニ ②北野ホテル ③その他神戸市街のホテル
- 前後で体験可能なコンテンツ（時期や曜日によるもの）
 - 三ノ宮・元町周辺のアクティビティと接続が容易

タリフ (商品概要書) (7/9)

瀬戸内海国立公園でエクササイズ。六甲山1dayハイキング。

Hyogo / Mt. Rokkasan



HIGHLIGHT

- ✓ハイキングのフィールドは、アクセス容易な国立公園・六甲山
- ✓神戸や大阪からアクセスが容易
- ✓英語可能なプロ山岳ガイドが帯同する安心さ

SCHEDULE

- ①阪急芦屋川駅でガイドとミート
- ②高庄の滝～滝の茶屋～芦屋ロックガーデン～魚屋路（ととやみち）～有馬道（ありまどう）
- ③六甲山頂（標高931m）の茶屋でランチ
- ④有馬富士～瑞宝寺公園（ずいほうじこうえん）
- ⑤有馬温泉で解散

体験詳細

- 瀬戸内海国立公園に指定される六甲山は、はるか昔から神話に登場する、伝説と歴史にあふれた古道。山中に、縦横無尽に張り巡らされた登山道によって、行程も強度もいかようにでも設定できる柔軟さがある。
- このツアーでは、健康志向が高く、「健康的なアクティビティをしたい」と考えている、大阪・神戸に出張で宿泊しているビジネスマンに、手軽で本格的な、神戸でしかできないエクササイズ体験をハイキングツアーとして提供する。
- 案内するのは、六甲山を知り尽くし、英語で案内ができる、プロの山岳ガイドチーム。標準コースをベースにしながら、ゲストの要望にあわせて柔軟なコース設定が可能。
- ガイド①（女性）全国通訳案内士（英語）、一般旅程管理主任者、TOEIC：825。マッターホルン、アイガー登頂経験あり。JTBとクラブツーリズム、トラベルギャラリイ通算4年程度勤務。ガイド②（男性）アイガー、メンヒ、ドライチンネ、マルモラーダ等登頂経験あり。六甲山から始まり、クライミング、スキー、沢、トレラン、冬季アルプスでのクライミングと分け隔てなく実践。「メジャールートよりマイナーにこそ登山力が構築される」をコンセプトにガイド活動を運営。ガイド③（男性）主業務は通訳業、副業として登山ガイドを実施。※現在3名体制でチームを組成、以後需要に応じて拡充を予定。

その他プラン情報

- 参加条件
 - ・健康であること（自己責任で標高900m、5時間のハイキングに参加可能なこと）
- ミーティングポイントと住所
 - 阪急芦屋川駅（JR新神戸駅のルートも有）
- キャンセルポリシー（OTAへの掲載を想定）
 - ・14日前～20% ・7日前～30% ・3日前～50%
 - ・当日 & No Show100%
- 注意事項の喚起
 - ・ウォーキングやトレッキング程度の恰好が必要（トレッキングシューズなどギアのレンタルは承ります）
 - ・雨量によっては、安全確保の観点から催行を中止する場合がある。
- 緊急対応の準備(no show, 天候不良、遅刻etc.)
 - ・前日にガイドの携帯電話番号をメールでお知らせする。
- 保険対応
 - ・あり
- 在庫管理
 - Yes □No
- 問い合わせ対応可能時間
 - 月～金曜日 9時～18時
- 問い合わせメールアドレス（会社名/担当者名）
 - info@mitate.kyoto (株式会社みたて)

価格情報

- 価格（税込）
 - ¥84,810/2名
 - (¥91,280/3名、97,750/4名)
- オプション/価格（税込）
 - 貸し切り露天風呂（御所坊）
 - 4,000円/1名
- ※旅行会社様へ。記載の価格はクロス価格です。ネット価格についてはお問合せください。
- 含まれるもの
 - ・山岳ガイド（4名まで：1名、5名以上：2名）、ツアー保険、水、緊急対応備品や雨具などハイキング進行に必要なもの一式
- 含まれないもの
 - ・トレッキングギア（ステッキ、トレッキングシューズなど）、軽食（スタート時にゲストが駅周辺で購入）

言語対応

- 対応言語
 - Japanese ■English □Chinese □Other ()
- 通訳ガイドの有無
 - Yes ■No
- 通訳ガイドの対応言語やその他ガイド情報
 - 英語を話せる、経験豊富な登山ガイド（3名体制）
- 言語補完ツール
 - なし

受け入れ情報

- 実施期間・実施回数
 - 〈実施期間〉通年 〈実施回数〉1回/日
- 所要時間・開始時間
 - (阪急芦屋川駅集合)
 - 8:00集合(阪急芦屋川駅) 13:00解散(有馬温泉)
- 催行人数(最大/最小)
 - 1人～8人

ACCESS

■公共交通機関でのアクセス方法

- 京都河原町駅から1時間10分
- 大阪梅田駅から20分
- 神戸三ノ宮駅から15分

施設設備情報

- wifi 環境
 - Yes ■No
- web予約
 - Yes □No (準備中)
- クレジット対応
 - Yes □No (有馬温泉の各店)
- トイレ
 - 洋式 □和式 ■なし
- 耐震設備
 - Yes ■No
- 非常食
 - Yes □No
- 救命講習受講者
 - Yes □No
- 消火設備
 - Yes ■No
- 防災マニュアル
 - Yes ■No
- 非常用電源
 - Yes ■No
- 避難マップ
 - Yes ■No
- バリアフリー
 - Yes ■No
- サイト情報（予約サイト等）
 - (準備中)
- 食文化対応
 - 出発時にコンビニ等で必要なものを購入するが、各店の取り扱い品目の範囲内で対応可能

地域情報

- 周辺の主要観光地、スポット、宿泊施設
 - 主要スポット 有馬温泉
 - 周辺観光地 御所坊 ②その他、有馬温泉のホテル・旅館
 - 宿泊施設
- 前後で体験可能なコンテンツ（時期や曜日によるもの）
 - 有馬温泉におけるアクティビティ

タリフ（商品概要書）（8/9）

ゴミは無いが、ビールがある。サスティナブルな生活を楽しむ旅 Tokushima / Kamikatsu



価格情報

- 価格（税込）
¥136,563/2名
 （¥186,875/3名、¥237,188/4名）
- オプション／価格（税込）
 トレッキングツアー
 12,990円/1名
 カヤックツアー
 12,990円/1名

旅行会社様へ。記載の価格はグロス価格です。ネット価格についてはお問合せください。

- 含まれるもの
 ・往復の交通費、ワークショップ費用、域内の移動、3食（ランチ、ディナー、翌日の朝食）、WHYの宿泊
- 含まれないもの
 ・ビールなど現地の飲食購入費

言語対応

- 対応言語
☒ Japanese ☐ English ☐ Chinese ☐ Other ()
- 通訳ガイドの有無
☐ Yes ☒ No
- 通訳ガイドの対応言語やその他ガイド情報
 ローカルガイド（イギリス人を含む徳島在住人材3名体制）
- 言語補完ツール
 なし

受け入れ情報

- 実施期間・実施回数
 （実施期間）通年（実施回数）1回/日
- 所要時間・開始時間（阪急芦屋川駅集合）
 9:00集合（JR徳島駅） 翌日11:00解散（JR阿南駅）
- 催行人数（最大/最小）
 2人～8人

ACCESS

- 公共交通機関でのアクセス方法
- JR徳島駅からタクシーで40分

HIGHLIGHT

- ✓1,600人の住民が「ゼロウェイスト」に取り組む焼却炉の無い町
 ✓サスティナブルな生活のヒントが得られる旅
 ✓宿泊場所はゴミ処理場の中に新設された施設

SCHEDULE

- 9:00 JR徳島駅でガイドとミート。タクシーで「RICE&WIN」へ
 ・ブリューリー見学後、ゴミ分別ワークショップ（分別の実践）
 ・ゴミ処理場「WHY」にてワークショップの答え合わせ
 ・「WHY」見学後、「RICE&WIN」でランチ
 ・町内案内（稲原の樹園など）
 ・「CTONEWALL HILL」を見学、熟成ビールの試飲など
 ・WHYで自由時間後、BBQディナー（クラフトビールつき）
 ・翌日、朝食を食べた後、JR阿南駅までお送りして終了

体験詳細

- 「ゼロウェイストの町」として注目度を高めている徳島県・上勝町にて、サスティナブルな生活のヒントを得られる旅。
 ●ローカルガイドとともにかつて上勝町で一般的に行われていた「野焼きの現場」や、1,600人の住民がゴミを47種類に分別するごみ処理場、その処理場に併設して作られた宿泊施設に宿泊する。
 ●ツアーの傍らにあるクラフトビール「Rise & Win Brewing Co.」は、そんなゼロウェイストの暮らしを楽しく盛り上げるためのツールとして、2014年から醸造されている。
 ●宿泊施設「WHY（ワイ）」は、かつてのごみの投棄場所に建てられた宿泊施設。域内の移動は、レンタカー会社で廃棄予定の電気自動車を使い、再リースして活用予定、ビールの醸造場は自然エネルギーを活用予定、などゼロウェイストの取り組みを深化していく。

その他プラン情報

- 参加条件
 ・特になし
- ミーティングポイントと住所
 JR徳島駅
- キャンセルポリシー（OTAへの掲載を想定）
 ・14日前～20% ・7日前～30% ・3日前～50%
 ・当日 & No Show 100%
- 注意事項の喚起
 ・
- 緊急対応の準備（no show, 天候不良、遅刻etc.）
 ・
- 保険対応
 ・あり
- 在庫管理 ☒ Yes ☐ No ■ カットオフ 14日前
- 問い合わせ対応可能時間 月～金曜日 9時～18時
- 問い合わせメールアドレス（会社名/担当者名）
info@mitate.kyoto（株式会社みたて）

施設設備情報

- wifi 環境 ☒ Yes ☐ No ■ web予約 ☐ Yes ☒ No ()
- クレジット対応 ☒ Yes ☐ No () ■ トイレ ☒ 洋式 ☐ 和式 ☐ なし
- 耐震設備 ☐ Yes ☒ No ■ 非常食 ☒ Yes ☐ No
- 救命講習受講者 ☒ Yes ☐ No ■ 消火設備 ☐ Yes ☒ No
- 防災マニュアル ☐ Yes ☒ No ■ 非常用電源 ☐ Yes ☒ No
- 避難マップ ☐ Yes ☒ No ■ バリアフリー ☐ Yes ☒ No
- サイト情報（予約サイト等）
 （準備中）
- 食文化対応
 ベジタリアンやヴィーガンへの対応は未完了

地域情報

- 周辺の主要観光地、スポット、宿泊施設
 主要スポット 鳴門の渦潮
 周辺観光地 特になし
 宿泊施設 ①月ヶ谷温泉 ②農家民宿
- 前後で体験可能なコンテンツ（時期や曜日によるもの）
 ●トレッキング、カヌーイング、サバイバルゲーム、他

タリフ（商品概要書）（9/9）

四国最古の禅寺で、ホンモノの座禅修行で心身を整える旅

Tokushima / Minami-Awa



HIGHLIGHT

- ✓ 現役の禅僧とともに早朝から座禅をし、座禅をしながら朝食を摂る
- ✓ 九十九の滝の先にある神社を訪ね、日本人の精神性に触れる
- ✓ 日本有数の美しい山、川、海の中で、ゆっくりと流れる時間を味わう

SCHEDULE

【1日目】JR徳島駅でガイドとミート。電車でフランス人が経営する宿へ移動。
 【2日目】ガイドとともにバスで島の麓登山口へ。滝の先にある神社を訪ね、山と共に生きてきた日本人の精神性に触れる。山中でお弁当を食べたあと、タクシーで城崎寺へ。城崎寺（あるいは近隣のホテル）に宿泊。
 【3日目】朝5時ごろから行われる修行に参加。座禅をし、座禅をしながら朝食を摂る。終了後は本堂でのお参りに参加し、修旅終了。

体験詳細

- 体験（Trial）でなく、経験（Experience）としての座禅を、四国最古の曹洞宗の禅寺で、多国籍（日／英／加）の僧侶とともに、多言語（日／英／仏／韓／中）で。徳島の南端でありアクセスは容易ではないが、ここでしかできない「ZEN」に没れる。「観光寺ではなく、お墓を管理するお寺ではなく、現役の修行寺に行きたい」というニーズに応えられる稀有なプログラム。
- 宿泊場所は、世界中の港をフランス人ヨットマンが「この港が最も美しい」と移住した日佐（美波町）にあるお宿日和佐（ランクとしては民宿に近い）。
- 翌日以降は、城崎寺において早朝（5:30）から行われているリアルな座禅修行に参加するなど、長期滞在することが可能。

その他プラン情報

- 参加条件
 - ・ 健康であること（自己責任で2時間のハイキングに参加可能なこと）
- ミーティングポイントと住所
 - JR徳島駅
- キャンセルポリシー（OTAへの掲載を想定）
 - ・ 14日前～20% ・ 7日前～30% ・ 3日前～50%
 - ・ 当日 & No Show 100%
- 注意事項の喚起
 - ・ ウォーキングやトレッキング程度の恰好が必要（トレッキングシューズなどギアのレンタルは承ります）
 - ・ 雨量によっては、安全確保の観点から催行を中止する場合がある。
- 緊急対応の準備（no show, 天候不良、遅刻etc.）
 - ・ 前日にガイドの携帯電話番号をメールでお知らせする。
- 保険対応
 - ・ あり
- 在庫管理
 - Yes □ No
 - カットオフ 14日前
- 問い合わせ対応可能時間
 - 月～金曜日 9時～18時
- 問い合わせメールアドレス（会社名／担当者名）
 - info@mitate.kyoto（株式会社みたて）

価格情報

- 価格（税込）
 - ¥137,550/2名
 - (¥186,300/3名、¥232,050/4名)
- オプション／価格（税込）
 - シーカヤック、サーフィン等（ギア貸出ると応相談）
 - 城崎寺での修行、延泊（応相談）

旅行会社様へ。記載の価格はグロス価格です。ネット価格についてはお問合せください。

- 含まれるもの
 - ・ 徳島駅からの移動費（電車）、ローカルガイド、1日目の宿泊（朝食つき）、2日目に城崎寺に泊まる場合の宿泊費と朝食
 - ・ 青神社までの移動費（バス）、ローカルガイド、ランチ、城崎寺までの移動費（バス）、JR海部駅までの交通費
- 含まれないもの
 - ・ 1日目の夕食、2日目に城崎寺に泊まらない場合の宿泊

言語対応

- 対応言語
 - Japanese ■ English □ Chinese ■ Other（韓国語）
- 通訳ガイドの有無
 - Yes ■ No
- 通訳ガイドの対応言語やその他ガイド情報
 - 英語が話せるローカルガイド
- 言語補充ツール
 - なし

受け入れ情報

- 実施期間・実施回数
 - 《実施期間》12月中旬～2月末は道路が凍結するため催行不可、《実施回数》
- 所要時間・開始時間
 - 2泊3日（集合・解散時間は調整可能）
- 催行人数（最大/最小）
 - 2人～8人

ACCESS

- 公共交通機関でのアクセス方法

- JR徳島駅から宿泊場所まで：JR本線 車で1時間50分
- 宿泊場所から神社まで：53.7km、車で70分
- 神社から城崎寺：神社から24.2km、車で40分

施設設備情報

- wifi 環境
 - Yes ■ No
- web予約
 - Yes □ No（準備中）
- クレジット対応
 - Yes ■ No（ ）
- トイレ
 - 洋式 □ 和式 □ なし
- 耐震設備
 - Yes ■ No
- 非常食
 - Yes □ No
- 救命講習受講者
 - Yes ■ No
- 消火設備
 - Yes ■ No
- 防災マニュアル
 - Yes ■ No
- 非常用電源
 - Yes ■ No
- 避難マップ
 - Yes ■ No
- バリアフリー
 - Yes ■ No
- サイト情報（予約サイト等）
 - （準備中）
- 食文化対応
 - 出発時にコンビニ等で必要なものを購入するが、各店の取り扱い品目の範囲内で対応可能

地域情報

- 周辺の主要観光地、スポット、宿泊施設
 - 主要スポット 薬王寺、うみがめ博物館「カレッタ」
 - 周辺観光地
 - ①四季美温泉（洋室）、②ホテルリビエラ（洋室）、③砂美かたやま（洋室）、など
- 前後で体験可能なコンテンツ（時期や曜日によるもの）
 - 薬王寺での体験（特別内拝、阿字観・写経の説明、精進料理）、うみがめマリンクルーズ（通り岩、恵比須洞、大浜海岸）

■総括

本事業では、コンテンツ開発目標数6に対して、アウトプットが9となった。既存コンテンツのリストアップ80、絞り込み22、ヒアリング15、開発9と、コンテンツ開発の適切な手順を追い、丁寧に推進することで当初目標数を大幅に上回った。

本事業における重要なフェーズを3つ挙げると、1つ目は既存コンテンツのリスト80から22に絞ったあとの、ヒアリング調査である。現状や受入れ体制に加え、意欲や積極性を知ることにより、どの事業者とどういったコンテンツ開発をするか、その方向性及び開発の実現可能性を測ることが出来た。

2つ目は、コンテンツ造成検討会の実施である。12月上旬、1月下旬（モニターツアー中）、3月上旬と3回にわたり実施することにより、事業の本気度を関係者に伝える場として、また、進捗を共有する場としての役割を担い、なにより参加者（ギヨーム氏他、モニターツアー参加者）からのフィードバックは、開発中のコンテンツに新たな道筋や展開を示すこととなった。

3つ目は、コンテンツ開発フェーズそのものである。当初20回程度の訪問を想定した事業設計であったが、宿泊を伴う現地訪問も多く、想定よりも長い開発時間の担保及び積極的な周辺探索（開発コンテンツの周囲に存在する資源や協力者への接触目的）が可能となり、当初目標を超えるコンテンツ数（アウトプット）につながったと見る。コンテンツ数の担保のために、クオリティを毀損することがなかったことも重要なポイントである。

■課題等について

次年度以降に留意したい課題として、より早期の事業開始及びモニターツアーの年内開催が挙げられる。コンテンツ開発がある程度進んでからの実施が必要であったことから、本事業ではモニターツアー開催が1月末となり、せとうちエリアにおける最適な時期を逃す結果となった。7月～9月のベストシーズンでのツアー実施を理想としながら、遅くとも11月開催を目指したい。気温や風、波の状態により、せとうちエリアの印象が大きく異なることは自明であり、モニターのイメージも一層豊かに膨らみ、フィードバックにも創造性の高いアイデアがより多く含まれる可能性が高くなると考えられる。

また、開発完了コンテンツのプロモーションも課題として挙げられる。せとうち観光推進機構運営のSetouchi Reflection Trip（ウェブサイト）への掲載や、OTAへの掲載及びリアルエージェントやランドオペレーターから旅行者への提案として世の中に発信される段階に入るが、コロナ影響による旅行マーケットの縮小は明らか（2020年3月19日現在）であり、4月以降のプロモーション成果が見えにくい状況も想定できる。現状を憂うことよりも、完成したコンテンツの質を高めること、新たなコンテンツを生み出すことに意識を割きたい。

■最後に

本年度の開発事業者（コンテンツ提供者）へは、継続的に、かつ、積極的に接触をはかり、次の開発に向かう意欲が減退しないように配慮したい。また、日常が戻った際に、プロモーションが強く誘客に結びつく状態を共にイメージしながらフォローを続けることが重要であり、本事業の成果を最大化するアクションであると考えられる。関係者と共に、明るいイメージも共有し合いながら、積極的な前進を続けたい。

令和元年度
訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業
「温泉・自然・せとうちの島々を楽しむ滞在型 旅行商品開発事業」

事業実施報告書

発行日 令和2年3月

発行者 中国運輸局観光部 観光地域振興課

発行者 株式会社リクルートライフスタイル
じゃらんリサーチセンター
〒100-6630
東京都千代田区丸の内1-9-2
グラントウキョウサウスタワー30階
TEL 03-6835-6255