令和2年度広域周遊観光促進のための観光地域支援事業における運輸局実施事業

「にいがた庭園街道」にかかる外国人旅行者ニーズ把握及びモデルルート策定調査事業報告書

2021年3月26日

国土交通省 北陸信越運輸局

（受託事業者：株式会社 新潟博報堂）

目次

1.本事業の考え方と概要

本事業の考え方　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・04

本事業の目的と概要　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・07

2.調査事業

①にいがた庭園街道にかかる観光資源の調査　・・・・・・・09

②にいがた庭園街道にかかるコンテンツの評価　・・・・・・15

③観光資源が活かされる外国市場の動向分析　・・・・・・・27

④交通網(二次交通含む)の効果的な活用調査　・・・・・・・39

3.モニターツアーの実施

①FIT層向けモニターツアー　・・・・・・・・・・・・・・・・47

②富裕層向けモニターツアー　・・・・・・・・・・・・・・・・49

4.検討会・共有会の実施

①検討会の実施　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・58

②共有会の実施　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・59

5.今後に向けた提言

今後に向けた提言　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・61

1．本事業の考え方と概要

新潟県のインバウンド客数は、H30年は、40万4千人泊 （対前年比＋28.4%）とはじめて40万を突破し過去最高を記録。（特に中国、香港からの誘客では、全国１位、２位の伸び率を誇る）

新潟県への国別の来訪者数、インバウンド誘客推進の戦略ともに、台湾・中国などアジアが中心である。

新潟県のインバウンド客数（宿泊数・確定値）

H30年度 確定値	
宿泊者数	404,890人泊
増加数	＋89,490人泊
前年比（本県）	＋28.4%
全国順位	26位

H30年度 宿泊数 国別割合					
台湾	中国	香港	韓国	オーストラリア	その他
28%	22%	11%	7%	5%	27%

出典：観光庁「平成30年 宿泊旅行統計調査」

新潟県のインバウンド誘客促進の重点市場

新潟県

インバウンドの誘客促進

2019年度の主な取組

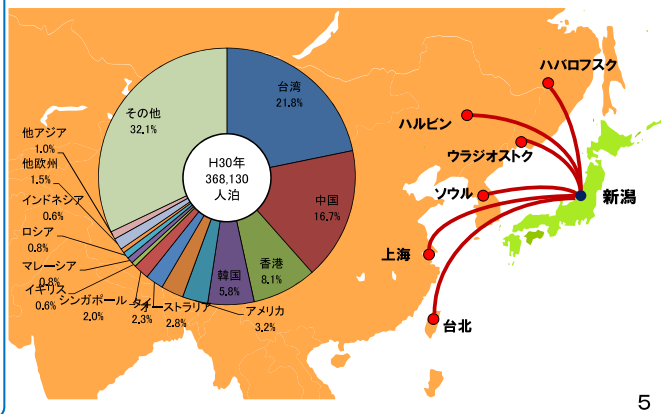
■ 新規
- ○ 東南アジア訪日市場の開拓
  - ・ 新たにマレーシア、インドネシア、ベトナム及びフィリピンをターゲットにセールス・旅行博出展、ムスリムセミナー
- ○ 官民一体によるプロモーション促進
  - ・ 海外旅行博等出展の支援
- ○ ラグビーW杯にあわせた首都圏滞在外国人旅行者への情報発信

■ 拡充
- ○ スノーリゾート新潟のPR
  - ・ 総合スキー動画の作成
  - ・ 中国スキークラブ招請
  - ・ 中国版SNS活用情報発信
  - ・ 豪州メディア活用情報発信
- ○ 体験型旅行プログラムの拡充、アンバサダーキャンペーンの展開
- ○ 宿泊施設等のキャッシュレス化等の促進

■ 継続
- ○ 観光コーディネーターの設置・活用
- ○ 情報発信の強化（HPの改修）
- ○ 受入体制整備の支援、県内観光案内所のネットワーク化
- ○ 他県等との広域観光連携の推進（東京圏大回廊、東京・北陸連携、東北観光推進機構 等）
- ○ LCCを含めた新規の国際路線の開拓・クルーズ船の誘致等

H30 県内外国人延べ宿泊者数（観光庁速報値）（国別シェア・対前年伸び率）

	台湾	中国（香港除く）	香港	韓国	豪州	タイ	シンガポール	ロシア
宿泊者数（人泊）	80,160	61,450	29,860	21,420	10,380	8,350	7,260	3,110
シェア	21.8%	16.7%	8.1%	5.8%	2.8%	2.3%	2.0%	0.8%
伸び率	13.0%	68.4%	63.5%	15.8%	5.1%	27.5%	21.2%	35.2%



出典：新潟県「「新潟県の国際観光戦略について」

兼六園（石川）・後楽園（岡山）の庭園には、LCCや直行便が飛んでいる台湾・中国などの東アジア諸国だけではなく、アメリカ・豪州・フランス・イタリアなどの欧米諸国の旅行者、シンガポール・タイなどの旅行者も多数来訪しており、庭園は国境を超えてインバウンドのコンテンツとして可能性がある。

兼六園（石川県）外国人入園者数（2019年）

国・地域	入園者数	増減率	訪日客全体
台湾	164,325	2.8	4,890,600
中国	44,468	23.0	9,594,300
香港	37,602	2.0	2,290,700
アメリカ	30,271	21.7	1,723,900
オーストラリア	21,294	36.4	621,800
イタリア	21,254	19.8	162,800
フランス	18,442	13.1	336,400
イギリス	14,900	34.7	424,200
スペイン	14,155	19.8	130,200
シンガポール	8,333	5.3	492,300

出典：令和元年「統計からみた石川県の観光」

後楽園・岡山城（岡山県）の国別入園者数

	平成28年	平成29年	平成30年
1	台湾 10,376	台湾 16,833	台湾 21,648
2	香港 6,643	香港 8,721	韓国 12,309
3	韓国 3,289	韓国 8,199	香港 8,330
4	フランス 2,899	中国 3,149	中国 3,511
5	中国 2,703	タイ 2,442	フランス 2,837

出典：平成30年「岡山市観光統計」

世界の旅行業界の顧客分類（ターゲットセグメント）に基づくと、 現状の訪日旅行や新潟来訪者の主体は「ゴールデンルートなどの有名な観光地を巡る Sightseeing Tourist（ST層）」で構成されているが、庭園コンテンツは 「異文化好奇心をパッションとする Educated Traveler（ET層）」の取り込みが重要である。

その土地ならではの文化と異文化交流を求める

Educated Traveler

（エデュケイテット トラベラー）

- 普段は都会型の生活をしているが定期的にゆっくりと旅をし、旅を通した自己啓発や感性を磨くことを好む。
- 有名な観光地よりも、日本の文化体験や伝統・歴史、アートや工芸に興味があり、異文化交流や体験型、滞在型の旅をする。
- 日本では、高山、白川郷、金沢、などを訪れる層がこのタイプ（トライブ）にあたる。

「伝統文化を楽しむ」（欧米豪）	
フランス	４１．７%
アメリカ	２８．９%
オーストラリア	１４．４%

「伝統文化を楽しむ」（アジア）	
香港	１９．４%
タイ	１８．３%
台湾	１６．１%

弊社研究開発局「海外旅行先 候補国」調査

現状の訪日旅行者の主体

Sightseeing Tourist

有名観光地を巡る一般的な物見旅行者
海外旅行市場が急拡大する新興国に多く
色々な国や地域に行ってみたい層

東京
京都
富士山
など

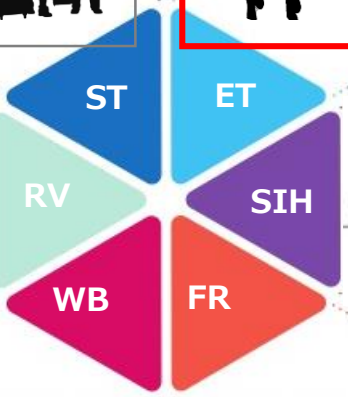
地方へ足を伸ばす層（ボリューム層）

Educated Traveller

異文化好奇心を持つ旅慣れた知的旅行者
海外旅行市場が成熟した欧米諸国に多く
中長期の滞在による異文化交流を好む層

体験・交流や
特定のテーマでの
地方への旅

瀬戸内・金沢
など



Resort Vacationer

海山川などのリゾート 地を目指す
いわゆるバーケーション旅行者
各国の大都市居住者に多い層

Special Interest Hunter

特定の趣味を旅の主目的とする旅行者
近年はスポーツツーリズムなどに加えて
Foodiesと言ったインフルエンサーも多く
探究心や制覇欲求の強い層

Wander Backpacker

世界中を放浪するバックパッカー旅行者
滞在期間が長いためその土地に根付いた
体験などの情報発信力が最もある層

FR Visitor

親戚や友人等の訪問を
目的とするVFR旅行者
近年のSNSの発達に伴い
改めて注目されている層

世界最大のトラベルITソリューションカンパニーであるアマデウス社のTraveller Report及び
欧米大手旅行会社ALTourの顧客セグメント及び世界の１９ヵ国８６社の旅行会社ヒアリングなどに基いて作成

本事業の目的と概要

●本事業目的

- 「にいがた庭園街道」は新潟県の代表的な日本庭園と豪農や寺院、町屋などの伝統建築が集中している全長１５０kmの街道である。里山や水田、棚田、集落に加えて良質な温泉もあり、日本の風情と情緒を感じることができる魅力的なコンテンツであるが、外国人の興味を引く素材となっているか、受入体制は問題ないか等、不明確な部分も多いところである。
- そこで、「にいがた庭園街道」にかかる今後のコンテンツ造成や受入環境整備のため、観光資源の調査やコンテンツの評価を行い、交通網を抑えたうえでの周遊ルート（モデルコース）を策定し、調査・分析を行うことで、外国人誘客にかかる手段等の洗い出しを行う。

●本事業全体の構造と概要

1.調査事業

①「にいがた庭園街道」にかかる観光資源の調査

- 「にいがた庭園街道」に関係する庭園、飲食店、土産物店等の運営事業者を対象とした郵送調査

観光資源・コンテンツの選定／洗い出し

②「にいがた庭園街道」にかかるコンテンツの評価

- 首都圏居住外国人、外国人有識者を対象としたインタビュー調査

魅力的な観光資源・コンテンツの絞り込み

③観光資源が活かされる外国市場の動向分析

- アジア・欧米豪市場を対象としたWEBアンケート調査

④交通網（二次交通含む）の効果的な活用調査

- 既存資料・情報を活用したデスクリサーチ

2.検討会の実施

関係者間の意見共有等のため、定期的に検討会を実施。
構成員：北陸信越運輸局、にいがた庭園街道ネットワーク事務局、自治体関係者、受託事業者、専門家、外国人アドバイザー等

＜検討内容＞

＜第１回検討会＞
- 事業の進め方確認・検討
- 各調査事業の進め方確認・検討

＜第２回検討会＞
- 各調査結果の内容確認
- 調査結果から見えてきた課題検討
- コンテンツ磨き上げの方向性検討
- モニター調査の進め方確認・検討

＜第３回検討会＞
- モニター調査結果の内容確認
- コンテンツ磨き上げの方向性検討
- 報告書／全体取りまとめイメージの確認・検討

3.モニターツアーの実施

4.県内観光地域づくり法人等への共有会の実施

5.報告書の作成

2．調査事業

①にいがた庭園街道にかかる観光資源の調査

調査実施概要

郵送調査

「にいがた庭園街道」に関係する庭園、飲食店、土産物店等の運営事業者を対象とした郵送アンケート調査を実施。
<u>現状の観光資源の活用状況を明確化</u>するとともに、<u>外国人旅行者受け入れ環境の整備状況を明確化</u>。

調査対象	● **「にいがた庭園街道」に関係する庭園、飲食店、土産物店等の運営事業者** ①にいがた庭園街道ネットワーク加盟の施設、旅館 ②にいがた庭園街道に関係する飲食店、土産物店等 庭園：黒塀プロジェクト、町屋群、若林家住宅、満福寺、長楽寺、普済寺、光浄寺、渡邉邸、菅谷不動尊 菅谷寺、二宮邸、清水園、足軽長屋、五十公野御茶屋、市島邸、菊水庭園、五十嵐邸ガーデン、孝順寺、慈光寺、椿寿荘、東龍寺、中野邸記念館、旧笹川家住宅、北方文化博物館、旧小澤家住宅、北方文化博物館 新潟分館、新潟市旧齋藤家別邸、砂丘館、燕喜館 旅館：大江戸温泉物語 汐美荘、大観荘 せなみの湯、白玉の湯　華鳳、白玉の湯　泉慶、ホテル清風苑、割烹の宿 いま井、風雅の宿 長生館、環翠楼、翠玉の湯 佐取館、阿賀のめぐみ 望川閣、ホテル小柳、髙志の宿 髙島屋 飲食店、土産物店等：割烹 新多久、穂菜味亭、道の駅 朝日みどりの里、割烹 千渡里、食菜 和ごころ、鮭工房 サーモンハウス、永徳 鮭乃蔵、駅前観光案内所「むらかみ旅なび館」、おみやげ 虎屋、岩船港鮮魚センター、おみやげセンター（岩船港鮮魚センター並び）、千年鮭 きっかわ、道の駅 笹川流れ（夕日会館）など ③にいがた庭園街道ネットワーク加盟の観光協会
回収数	施設： 48件 ①にいがた庭園街道ネットワーク加盟の施設、旅館／②にいがた庭園街道に関係する飲食店、土産物店等 観光協会：10件 ③にいがた庭園街道ネットワーク加盟の観光協会
調査時期	2020年10月
調査手法	郵送アンケート調査（郵送配布/郵送回収）

調 査 実 施 概 要

郵 送 調 査

調査項目	**外国人来訪者 受入状況**	● 外国人来訪者（来店者）の受入状況 ● 外国人来訪者の把握状況の有無 ● 外国人来訪者の把握内容（国籍・来訪目的・来訪地・滞在日数等）
	観光資源 活用状況	● 庭園街道周辺の観光資源活用状況 ⇨ 庭園街道周辺観光資源：日本の原風景である里山や水田、棚田、集落、温泉など ● 庭園街道周辺の観光資源に対する今後の活用意向
	外国人来訪者 受入環境整備状況	● 案内表示の多言語化の状況 ● 観光パンフレット、メニュー、マップ等の多言語化の状況 ● 観光情報Ｗｅｂサイトの多言語化の状況 ● 通訳ガイドの状況 ● Wi-Fi(無線LAN)の整備状況
	外国人来訪者 受入意向・課題	● 外国人来訪者の受入意向 ● 外国人来訪者の受入に際しての課題

※新型コロナウイルス感染が拡大する前、2020年初め頃までの状況として調査

郵送調査のサマリー

- **「にいがた庭園街道」は観光資源としてはまだまだこれから。**
- **外国人来訪者の受入れの課題の一番は多言語化。施設内の主要な案内表示やwebサイト、パンフレット、SNSによる情報発信などコミュニケーション面での不安が見えてくる。**

1　「にいがた庭園街道」の観光資源活用はこれから

- 「にいがた庭園街道」の観光資源（日本庭園や豪農、豪商、寺院、町屋など）活用状況として、「日本庭園などの観光資源を活用した取組を行っている」のは16.7%、何らかの取組を行っているのは、全体の約7割を占めている。
- 「周辺の観光資源をテーマにした、連携した商品・サービスの展開」、「周辺の観光資源と連携したツアーの展開」はいずれも18.8%と低調。

2　外国人の訪問を「増えていた」と回答するのは約3割程度

- にいがた庭園街道ネットワークに加盟している施設は30.4%、旅館は28.6%が外国人の訪問を「増えていた」と回答している。
- 上記施設周辺の土産物店では42.9%が外国人の訪問を「増えていた」と回答しているが、飲食店では18.2%であり、あまり利用されていないのがわかる。

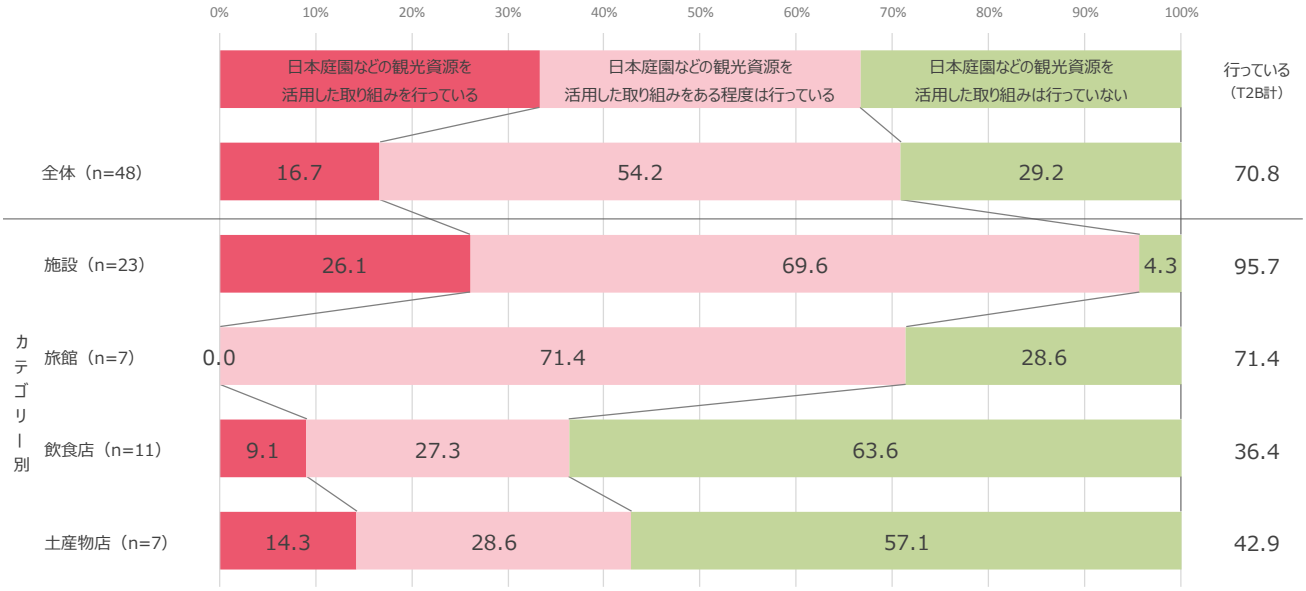
3　外国人来訪者の受入れの課題は多言語化

- 外国人来訪者の受入れ意向があり、すでに取組をしているのは全体の6.3%にとどまっている。また、「受入れ意向があるものの具体的な取組内容がわからない」という回答が50%を占めている。
- 受入れの課題と感じている項目は「多言語コミュニケーション」が70%を超える。

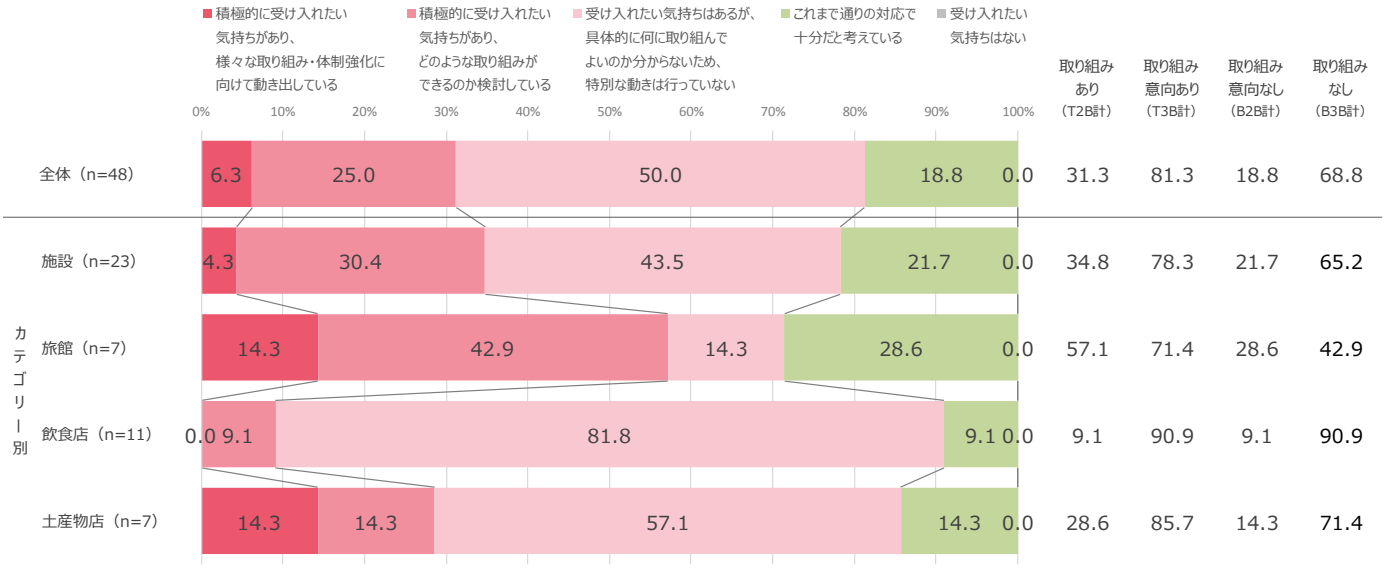
質問と回答（抜粋）

Q1. 貴施設を訪れる、利用する外国人の数は増えていましたか？
※新型コロナウイルス感染が拡大する前、今年初め頃までの状況を踏まえてお答えください。

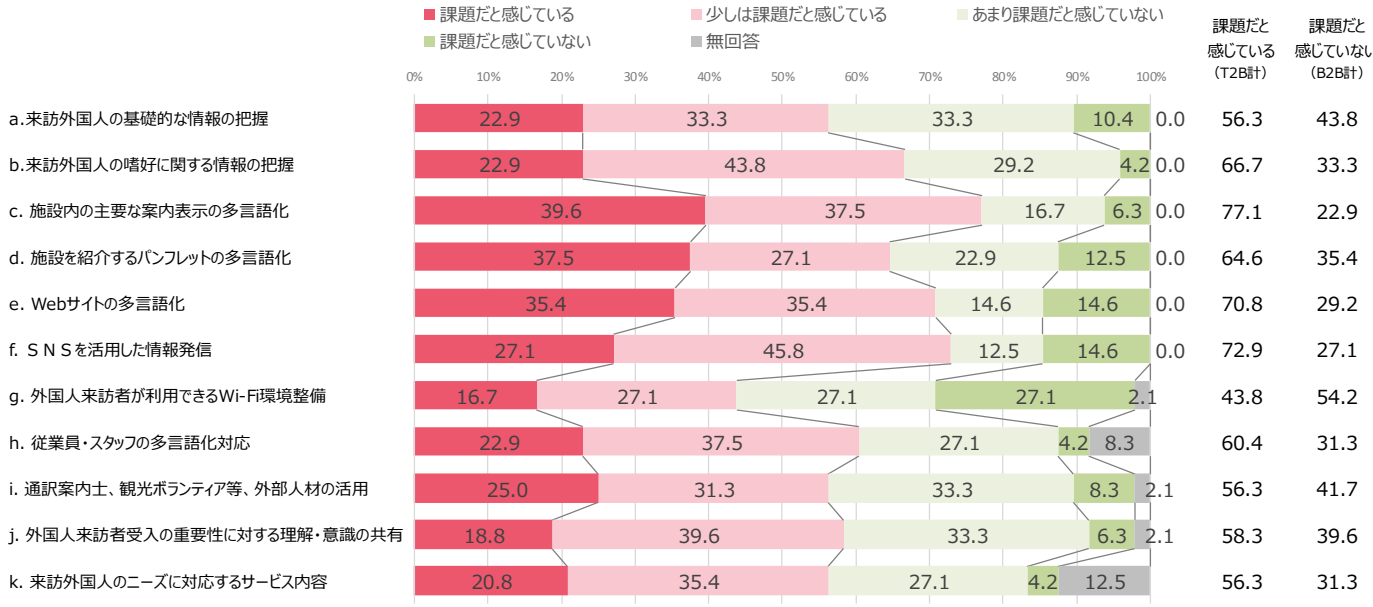
Q3. 貴施設では、日本庭園や豪農、豪商、寺院、町屋などの観光資源を活用した取り組みをどの程度、行っていますか？



Q14. 貴施設では、外国人来訪者に利用していただくことについて、どのような意向を持っていますか？
新型コロナウイルスの終息後を想定してお答えください。



Q15. 貴施設では、外国人来訪者を受け入れる上で、どのような点が課題になっていますか？
以下に提示した内容について、それぞれどの程度課題と感じているのか、お答えください。



Q7. 今後、日本庭園や豪農、豪商、寺院、町屋などの観光資源や周辺の観光資源（里山や水田、棚田、集落、温泉など）を活用した取り組みとして、現在想定されているものがあればご記入ください。

施設

- 近隣瀬波温泉等の宿泊客の庭園見学や座禅体験
- 新発田城や、五十公野お茶屋、見学者に清水園入園の割引券の配布／月岡温泉宿泊客の入園割引
- 町の観光協会など、他の施設との連携した取組（梅祭り、温泉祭りなど）／「にいがた庭園街道」の他施設との連携／「えちご邸園文化祭」への参加
- 藤井哲郎氏の庭園に関するセミナー等での利用
- 周辺の資源を利用したまち歩き団体との連携
- 寺での座禅体験や、寺の歴史の説明

旅館

- 旅行社により広めていきたい
- 各観光地及び施設との連携強化、意見交換会、商品造成等
- 新発田市内各施設

飲食店

- 観光資源のパンフレットを店舗に置いておく。／更に観光地に飲食店のパンフレットを置いて来店を促すなど。
- 村松に残っている下級士族の屋敷などを公開できるように行政に働きかけて下さい

土産物店

- 今までも案内所として周辺の観光資源について英語での説明を翻訳機を使用しながら行ってきたが、土地勘のない外国人に対しても、わかりやすい説明を予め用意し、少しでも日本文化の理解が深まるように工夫していきたい

②にいがた庭園街道にかかるコンテンツの評価

調査実施概要

首都圏居住外国人グループインタビュー

「①にいがた庭園街道にかかる観光資源の調査」の結果をふまえて、首都圏居住外国人を対象にしたグループインタビューを実施。庭園街道のコンテンツの独自性、話題性の視点からの評価について把握する。

「にいがた庭園街道」に対する“一般旅行者視点” からの評価を把握
また、地域・国による「にいがた庭園街道」への評価の違いも把握する

調査対象

【調査対象者】

●**首都圏（1都3県）に居住している外国人で、庭園などの日本文化に興味がある人／日本国内の旅行経験がある人**

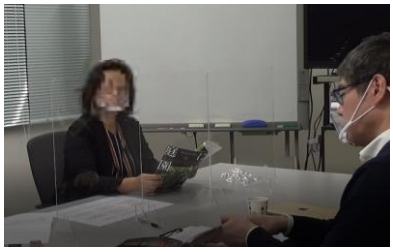
中国：2020年11月12日（木）19:00～21:00／CSI会議室（東京都新宿区）
中国・長春出身、東京都在住、女性、50代

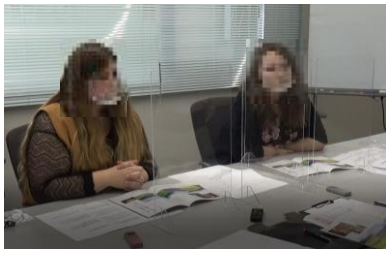
欧州：2020年11月21日（土）14:00～16:00／CSI会議室（東京都新宿区）
イタリア・ジェノバ出身、東京都在住、女性、20代
フランス・ニーム出身、千葉県在住、女性、20代

調査手法

●**グループインタビュー調査**

「にいがた庭園街道」の概要を説明した後、評価を把握する





「にいがた庭園街道」の概要

- 庭園街道の考え・コンセプト
- 日本庭園のカテゴリー
  →大地主（豪農）、寺院、町屋など
- モデルコース
- 周辺観光資源
  →里山や水田、棚田、集落、温泉など

評価視点

●来訪意向度
●独自性
●話題性

調査実施概要

首都圏居住外国人グループインタビュー

調査項目	庭園街道の評価（観光資源含む）	●庭園街道に対する興味・関心・魅力評価 （庭園街道の考え・コンセプトを提示して評価） • 新潟県の代表的な日本庭園に、大地主（豪農）や寺院、町屋などの伝統建築が集中している全長約１５０㎞の街道。 • 村上を起点とする国道には、日本の原風景である里山や水田、棚田、集落、山々が続き、日本の懐かしい風景（昔ながらの風景）が広がっている。 • 街道周辺には、たくさんの温泉が湧き出している。 →庭園街道の特に興味・関心を持つ点 →考え方・コンセプトで興味・関心を持つ点 ●にいがた庭園街道の観光資源カテゴリー（大地主（豪農）、寺院、町屋など）に対する関心・魅力 ●周辺観光資源に対する対する関心・魅力 →日本の原風景である里山や水田、棚田、集落、温泉など
	来訪意向度	●庭園街道の訪問意向／訪れたい庭園 ●理想的なルート（訪れたい庭園＋観光資源） ●庭園街道に対する情報ニーズ →訪問する際にどのような情報を知りたいか？ ●訪問する際の利用交通手段
	独自性評価	●庭園街道に対する独自性の評価
	話題性評価	●家族・友人に推奨する点　※1 ●SNSでの情報発信意向

※1 グループインタビューのみの調査項目

首都圏居住外国人グループインタビューサマリー

- **欧州出身者は20代と若いが、日本庭園を構成する4つのエレメントを知っていたり、庭園を見る際は「調和」を心がけるなどとても文化度が高い。**
- **中国出身者は日本在住23年ということもあり、庭園をじっくり見学するよりドライブの立ち寄り場所のひとつとして捉えている。**

1 「にいがた庭園街道」の訪問意向は紅葉の季節が高い。

- 欧州出身者は日本らしい伝統文化として庭園や建物、景色を認識し、これらを体験することを目的としている。紅葉の庭園や、室内から庭を眺めるなど具体的な体験イメージを有する。
- 中国出身者は庭園を体験の主目的にするというより、ドライブの立ち寄り処のひとつとして捉えており、遊園地や美術館などを行程に入れるイメージを持っている。夏から秋の季節を希望している。

2 庭園を出身地の文化と比較する欧州、出身地との関連性を重視する中国

- 欧州出身者は自国の庭園と日本庭園の成り立ちを考える。欧州の庭園は人間が自然を征服したイメージ、日本の場合は人間と自然が一体となっているイメージを持つ。
- 中国出身者は豪農や豪商の家や庭を見学するツアーが自国で人気があるため、日本の庭園もそのような背景を伝えることが重要だと考えている。

3 庭園の調和を優先しSNSへの投稿を控える欧州、積極的にSNSへ投稿する中国

- 欧州出身者は庭園など静かな場所では騒ぎ立てず「調和」を優先することを心がけ、写真等の撮影を控える傾向も。
- 中国出身者はwechatを中心にドライブや旅行で訪れた場所を投稿、自然に拡散される

首都圏居住外国人グループインタビュー結果：欧州

興味を持った日本文化

- 初めに日本に興味を持ったのはアニメやマンガで、言語としての日本語のキレイさや、漢字に興味を抱き、大学で日本語を専攻し、日本の歴史や文化について学んでいった。
- 新潟は知っている。雪とスキー、田んぼやお米のイメージ。友人の車で訪れたことがある。

独自性について

- にいがた庭園街道以外の日本の庭園でイメージするのは、京都の龍安寺、金閣寺、苔寺、東京の皇居、浜離宮、金沢の兼六園。兼六園に比べるとにいがた庭園街道の庭園は小さいイメージ。
- にいがた庭園街道は建物と庭園が一緒になっているのが特徴なのではないか。両方楽しめるところが良い。

にいがた庭園街道の訪問意向

- 行ってみたい。紅葉を見たい。東京とは違う伝統的な日本を見られる気がする。家族が日本に来られたら連れていきたい。
- 旧齋藤家別邸と清水園、北方文化博物館が気になる。
- 旧齋藤家別邸は庭と建物の調和があり、窓が多くそこから庭を見たり、落ち着いてお茶が飲める点が良い。清水園は景色が日本っぽい。日本の庭の4つのエレメント(石、水、植栽、景物)が全部ある。
- 北方文化博物館のように暗い室内から庭を見られるのは、日本しかない。素敵だ。
- 普済寺も気になる。落ち着いていて、部屋に座るところがあり景色が見られてすごい。

理想的なルート

- 温泉メインの旅行はしない。博物館や庭園を見て、夜に疲れをとるために温泉旅館に泊まる。
- (パンフレットに)食べ物の情報があったら外国人は喜ぶ。日本の食べ物はすごくおいしいのに、どこでおいしいものが食べられるのかわからない。

モデルコース評価	● 庭園だけでなく、温泉や居酒屋、蕎麦屋など飲食店を入れたらどうか？ ● そば打ち体験とか、体験できるものがあると良い。 ● ここまで庭園がたくさん入っていたら、違いがわからなくなる。1～3か所程度でよい。時間があまったら、休憩したりして調整する。
交通・移動手段	● 国際免許を取らないといけないため、レンタカーはあまり使わない。タクシーも高いからあまり使わない。 ● 公共交通の情報がわかると良いと思う。
SNSでの情報発信について	● 普段あまりSNSは使わない。すごく素敵なところを見たらその瞬間を自分の心の中に保存したい。写真は撮るかもしれないが、あまりアップロードはしない。友人や家族にはLINEで共有する。 ● 庭園の「調和」を騒ぎ立てたり、写真を撮ったりするのは失礼だと思う。(日本文化に対する)リスペクトはいつも必要。写真を撮る場合は静かに撮る。 ● わたしたちは珍しい二人かもしれない。普通の若者はインスタとかやっている。
家族や友人に紹介するか？	● 日本の伝統的な景色や古い建物が見られるので行ったほうがよいと勧める。
自国のみなさんはどのように思うか？またニーズはありそうか？	● ヨーロッパの庭園は自然を征服したものがある。人間がつくった庭という感じ。日本の場合は、人間と自然が一緒になっている感じなので、新しい経験ができるのではないかと思う。日本庭園に行くことで自然と一体になり、眺めることで考え、調和を感じられるイメージがある。 ● 日本はアニメやマンガ、近代的なイメージと庭園や寺社仏閣などの伝統的なイメージがある。伝統的なイメージを持っている人には庭園は大きな存在だと思う。

首都圏居住外国人デプスインタビュー結果：中国

興味を持った日本文化

- 留学で日本に来て、今年で23年。
- 庭園や田舎、日本の風景、海や山も好き。夫とよくドライブする。
- 新潟には日本海と雪を見るために車で何度か行った。スキーとお米が有名。新幹線は早いメリットがあるが、途中の景色を見ることができないので、車での移動が好き。

独自性について

- 150kmという長さが良い。ただ庭園を回るだけではつまらない。ここになにか物語が含まれていたらよいと思う。

にいがた庭園街道の訪問意向

- 実際に行ってみたい。距離が長いのがよい。きれいな風景が長く続くのが良い。
- 秋や夏に行ってみたい。
- 日本でこんなに長い庭園街道は初めて聞いた。車で旅行するにはとても良い。
- ずっと建物や田舎の風景や温泉だけだと飽きるかもしれない。途中遊園地など何か違うものがあればよいと思う。若い人には遊園地が良いのではないか。
- 40代以上は庭園が好きだと思う。石と水があって、一年中楽しめる。桜や紅葉、金魚が好き。
- 豪農や豪商など中国でも昔のお金持ちの家は人気がある。
- 五十嵐邸ガーデン(と川)に行ってみたい。

理想的なルート

- 車で旅行をするときは道の駅で泊まる。お土産や農産物など買い物もする。

SNSでの情報発信について

- 中国のwechatで広まると思う。
- SNSが好きな人は自然に広める。Facebookに載っていたら見に行くと思う。
- 今までドライブや旅行で訪れたところはすべてSNSに載せている。
- 中国人は基本wechat、Facebookもある。

家族や友人に紹介するか？	● ドライブしたい友だちと1～2日かけてドライブする場合、軽井沢に行くことがある。軽井沢は車窓からの風景を楽しんだり、美術館に立ち寄ったりすることがきる。 ● にいがた庭園街道は美術館などがなく、庭園好きはごく一部だろうし、ずっと庭園だと飽きそう。
自国のみなさんはどのように思うか？またニーズはありそうか？	● 1～2か所くらいなら行くと思う。150kmの距離は日本在住の外国人受けが良いと思う。 ● 中国人は庭園好き。 ● 新潟県は米が有名。田んぼも見たいと思う。ランチでいろんな種類のお米(古代米や赤い米など)を食べ比べる面白いと思う。 ● 新潟はコシヒカリが有名だが、他の種類も食べられたらよい。

調査実施概要

外国人有識者インタビュー

日本の文化に造詣が深い外国人の有識者を対象にしたインタビューを実施。コンテンツの独自性、話題性について把握する。

調査対象	●**日本の文化に造詣が深い有識者** Derek Souza（デレック　スーザ） アメリカ出身。 富裕層向け旅行代理店のトラベルコンサルタント。 日本在住約10年。日本全国の旅先について熟知しており、欧米旅行者が求める旅作りには定評がある。
調査手法	●オンラインzoomインタビュー　※交通網調査のヒアリングも同時に実施
評価視点	●来訪意向度 ●独自性 ●話題性
調査項目	庭園街道の評価（観光資源含む） ● にいがた庭園街道に対する興味・関心・魅力評価 （庭園街道の考え・コンセプトを提示して評価） • 新潟県の代表的な日本庭園に、大地主（豪農）や寺院、町屋などの伝統建築が集中している全長約１５０㎞の街道。 • 村上を起点とする国道には、日本の原風景である里山や水田、棚田、集落、山々が続き、日本の懐かしい風景（昔ながらの風景）が広がっている。 • 街道周辺には、たくさんの温泉が湧き出している。 →庭園街道の特に興味・関心を持つ点 →考え方・コンセプトで興味・関心を持つ点 ● にいがた庭園街道の観光資源カテゴリー（大地主（豪農）、寺院、町屋など）に対する関心・魅力 来訪意向度 ● 周辺観光資源に対する対する関心・魅力 →日本の原風景である里山や水田、棚田、集落、温泉など

調査実施概要

外国人有識者インタビュー

調査項目	来訪意向度	● 庭園街道の訪問意向／訪れたい庭園 ● 理想的なルート（訪れたい庭園＋観光資源） ● 庭園街道に対する情報ニーズ →訪問する際にどのような情報を知りたいか？ ● 訪問する際の利用交通手段
	独自性評価	● 独自性の評価
	話題性評価	● SNSでの情報発信意向 ● 話題性を喚起するために効果的な伝え方
	コンテンツ造成視点	● 利用交通手段(新潟県内の移動) ● 旅行商品・モデルコース案の評価 ● 「にいがた庭園街道」コンセプト評価

提示素材：外国人有識者インタビューで提示したコンセプト(案)とモデルコース(案)

外国人有識者インタビューサマリー

- **「にいがた庭園街道」の推奨モデルコースは約4時間で4か所見学となっているが、1地点の見学時間は約2時間が理想。何か所も見学するより、おすすめの庭園をじっくりゆっくり見る方がよい。**
- **「新潟の庭園とは」、「どの季節に訪れるのがおすすめなのか」等、新潟の独自性は何かをもっと深堀したほうがよい。**

1　1日の移動時間は2時間を目安に。詰め込まず余裕をもって。

- 新潟を訪れる外国人観光客(直行便を除く)は、東京または北陸から新幹線で、関西から飛行機で新潟入りすることが想定される。着日は新潟市内を半日程度観光するのが望ましい。移動時間が長いのは疲れてしまい、せっかくの観光が移動で終わったという印象にならないように配慮。
- 1地点の見学時間は約2時間を想定。時間が余ったら休憩等で調整する。

2　一般的な情報ではなく、その庭ならではの深堀した情報を。

- 他地域の庭園との違いをもっと詳しく提示したほうがよい。庭や建物、歴史や背景などを知ることで興味が深まる。新潟は個人の庭や邸宅を公開しているケースが多いので、京都や金沢の庭園とは趣が違うと思う。
- 2泊3日の行程で視察する庭園は2～3か所が理想。多く見すぎると何を見たかわからなくなってしまう。

3　おすすめの季節、おすすめの見どころ。関わる人の情報も。

- どの季節、どの時間に見るのがおすすめなのかも大切はポイント。
- パンレットやwebサイトに人の顔がない。人の顔が見えないと自分との繋がりを薄く感じてしまう。

外国人有識者インタビュー結果

興味を持ったところ

- 満福寺の借景や旧斎藤家別邸に興味がある。
- 季節によって景色が変わる。新潟の中で一番いい季節は秋だと思うので、それをフォーカスして紹介するといい。
- 外国の富裕層にとって、庭の一般的な情報ではなく、「深堀した情報」が欲しいと思う。
- 建て方や作り方、借景には、ガイドの説明が必要。
- ウェブサイトで庭を見たが、特徴がわからなかった。季節によってどんな感じか等、もっと深い情報が欲しい。
- 庭の作り方のようなものを提示してくれたら、より興味が出る。

コンセプト評価

- 場所は写っているが人の顔が見えない。人の顔が見えないと自分との繋がりが薄く感じる。
- 田んぼや酒の画像を見ても新潟とは思わない。日本としか受け取れない。そこに農家さんや酒を造っている人の顔を入れるといいのでは。
- 美しい庭と、それをつくっている庭師さんの顔の両方が見えたら自分は感動する。
- 新潟という名前は知っているが、海外の人にはあまり詳しく知られていない。庭を造っている人の顔があることでそこで感動を得ることが出来る。その人に会いに行くことができて、詳しい情報を得られるということが魅力。
- 行った人は折角訪れたのだから、庭園が出来た背景や、「この角度から見るとこう見える」という解説等、より深堀りした情報が欲しいと思う。
- （コンセプト②）観光客的にはいいが旅行会社的には売上にならないと思う。ガイドと一緒に堤防を見るツアーであれば売れるかもしれない。
- （コンセプト②´）酒蔵は日本ならどこにでもあるが、ワインとか米の体験はユニークなのであるといいかもしれない。

独自性について

- 庭園だけではなく工芸も一緒に見られたりするといい。
- ウェブサイトで見ると最初は場所がわからない。日本なのはわかるが、日本の中のどの場所かわからないので、新潟らしいものを伝えたらいいと思う。

モデルコース評価	● 移動が難しい。移動距離がやや長い。1日当たりの移動時間は2時間位が望ましい。2時間以上は疲れてしまう。アドベンチャー系のお客さんは3時間の移動でも大丈夫だが、普通の人はトータルの移動時間が3時間だと厳しい。 ● 行程として、新潟市に行って、半日位新潟市内で過ごして、次の日に村上市に行くイメージ。 ● 半日で巡れる庭園は、２つ位。3-4つの庭園を巡るのであれば、2泊必要。1泊では忙しい。今回提示されたルートは2泊3日コース。1泊では回り切れない。 ● 1地点で2時間位を想定。時間が余ったら、休憩したりして調整する。
宿泊	● 村上の宿泊施設を2箇所見た印象では、3つ星ホテルレベルで5つ星クラスではない。 ● 富裕層にとっては宿泊施設が大事。その意味では、「白玉の湯華鳳」がお薦め。宿泊施設は、ベッドがないと厳しい。
交通・移動手段	● 外国人旅行者は、東京でも京都でもバスは使わない。地下鉄やハイヤー、レンタカーを利用。若者の富裕層であればレンタカーは問題ないが、国によって違いはある。ヨーロッパ系はレンタカーへの抵抗はないが、アメリカ系は抵抗がある。 ● 歩ける時間は、坂がなければ1日当たり4時間位は問題ない。歩くのが辛い土地なら、ハイヤー利用が良い。
SNSでの情報発信について	● 満福寺の借景はSNS映えすると思う。 ● SNSに景色をアップするのはどこにでもあるが、職人や農家についてもアップしたらみんな興味を持ち、たくさんコメントすると思う。
その他	● 40才以上のカップルとか女子旅で金沢に行く人は新潟にもマッチする。

③観光資源が活かされる外国市場の動向分析

調査実施概要

Webアンケート調査

仮説として設定したカスタマー（ターゲット）を対象としたWebアンケート調査を実施。
有望カスタマーを明確化するとともに、各カスタマーの庭園街道における体験コンテンツに対するニーズを明確化。

⇨ **「にいがた庭園街道」に対する一般旅行者からの評価を把握**
地域・国による「にいがた庭園街道」への評価の違いも把握する

調査対象	●**対象エリア：欧米豪、アジア** ●**対象国：** **欧米豪**：**アメリカ**、**フランス**、**オーストラリア** **アジア**：**中国**、**台湾**、**タイ** ※新潟県訪問者数の多い国、庭園コンテンツに対する可能性の高い国を中心に調査対象とする ●**対象条件：** • 調査対象国の国籍を保有し、現在その国に居住している人 • 20-60代の男女 • 日本への観光旅行に興味のある人（旅行意向のある人を優先的に選定） ●**サンプル数：**100サンプル　計600サンプル　※6カ国
調査時期	2021年1-2月
調査手法	Webアンケート調査

調査実施概要

Webアンケート調査

提示素材

にいがた庭園街道とは

にいがた庭園街道とは、
新潟県の代表的な日本庭園に、
大地主（豪農）や寺院、町屋などの
伝統建築が集中している
全長約１５０㎞の街道・・・

それに加え、村上を起点とする
国道２９０号には、
日本の原風景である里山や水田、
棚田、集落、山々が続き、
懐かしい風景が広がっています。

更にこの街道周辺には、不思議なことに、たくさんの温泉が湧き出しています。

What Is the Niigata Japanese Gardens Road ?

It is a 150-km road of beautiful Japanese gardens and traditional buildings such as the mansions of landowners (wealthy farmers) and temples, townhouses, and so on in Niigata.

As you travel along Route 290, you can see the scenery of Japan in ages gone by, from rice paddies and terraced mountainside rice fields, to quaint rural villages.

There are also a great many wonderful hot springs gushing forth along this path.

新潟日本花园路是什么？

这条长150公里的道路上有美丽的日本花园和传统建筑，例如新潟的地主（富裕农民）的宅邸，寺庙，联排别墅等。

沿着290号公路旅行时，您可以看到过去的日本风光，从稻田和梯田的山腰稻田，到古朴的乡村。

沿着这条小径涌出许多美妙的温泉。

2021/01/25

旅行商品・モデルコース案

モデルコース例：　（東京発）新潟～村上市エリア

JR「東京駅」（新幹線約2時間）→JR「新潟駅」（タクシー約20分）→**北方文化博物館**→（タクシー約20分）→JR「新潟駅」→（特急約45分）→JR「村上駅」→（無料送迎バス約10分）→**瀬波温泉・大観荘**（温泉・宿泊・夕朝食）

（無料送迎バス）→**長楽寺・町屋と中庭、黒塀通り**→（徒歩20分）→JR「村上駅」（特急45分）→JR「新潟駅」（新幹線約2時間）→JR「東京駅」

北方文化博物館

瀬波温泉・大観荘

長楽寺

町屋群

コンセプト①　1

【庭園としての楽しみ方をストレートに訴求する方向】

The Beauty of Great Farmers Garden

-豪農たちの美しい庭園と建築をめぐる-

日本を代表する庭園王国、新潟。
全長約150㎞の街道に、かつての豪農・豪商たちがつくった美しい庭園が集中している。

桜、紅葉、雪、四季折々の美しい庭園の風景、
豪農・豪商の邸宅、神社仏閣、町屋など様々な日本建築、
そして、街道沿いに広がる水田・里山などの原風景。

新潟と日本の経済を支えた「新潟ならではの美」を体験する旅。

コンセプト②　2

【庭園のルーツや現在に続くストーリーを訴求する方向】

Niigata lagoon became the richest field

-豪農たちが作った庭園と日本一の米所をまわる旅-

「潟」の文字が示す通り、かつて新潟は稲作には適さない巨大な湿地帯であった。

信濃川、阿賀野川という日本を代表する二大河川の流域は、
かつて氾濫を繰り返し、人々は水と闘い続けてきた。
排水路や分水路の建設、新田開発などの地道な努力が、
新潟を日本一の米どころ・酒どころへと躍進させ、豊かな食の王国を生み出した。

治水を主導した豪農や豪商たちが、後世につづく文化として遺した庭園や建築。
庭園街道を旅すると、現代につづく人と自然のストーリーが見えてくる。

コンセプト②'　3

【庭園のルーツや現在に続くストーリーを訴求する方向】

Rice, Sake, and Wine, all started with flood control.

-米, 酒, ワイン, 全てを治水からはじまった"食の王国"を旅する-

水と闘い続けた人々が、生きるために行った新田開発が、米どころ新潟の礎をつくりだした。

日本有数の米どころ新潟は、日本一の酒蔵数を有する酒どころになり、
また、日本固有のワインブドウ品種「マスカット・ベーリーA」を誕生させた地でもある。
その後、新潟ワインコーストが誕生し、日本有数のワインの生産地としても注目を集めている。

生きるための取り組みが、豊かな"食の王国"を生み出した。
庭園街道をめぐる旅では、治水から生まれた土地で育まれた新潟の食が楽しめる。

Webアンケート調査サマリー

- **「にいがた庭園街道」への興味度は6か国すべてで高く、ポテンシャルを感じる。**
- **「にいがた庭園街道」をテーマとした旅行ツアーへの評価は高く、「実際にこのツアーを利用して訪れたい」と回答した割合はフランス、タイ、中国が高い。**

1 「にいがた庭園街道」への興味度は6ヵ国とも高い

- 「にいがた庭園街道」への興味度は、6か国とも9割以上となっている。中でも「大変興味をもった」のは中国が84.6%と最も高く、アメリカとタイも7割を超える。一方台湾は45.9%。

2 3つのコンセプト提示ではオーソドックスな方向性を評価

- 美しい庭園と建築を巡るコンセプトが高い評価を受け、特にフランスとタイのスコアが高かった。
- 米どころや日本酒など、食を前面に出したコンセプトは悪くはなかったが、ほぼ全ての国で訪問意向が一番低かった。

3 実際に訪れたいフランス、タイ、中国。

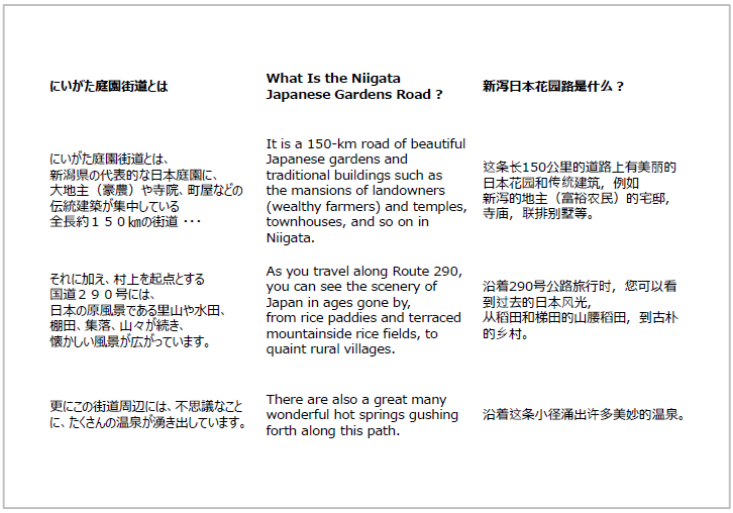
- にいがた庭園街道をテーマとした旅行ツアーを提示したところ、実際に訪れたい意向は6ヵ国で9割を超えた。特に、フランス、タイ、中国では「大変当てはまる」と回答した割合も5割を超えている。
- 写真の美しさは伝わるが、説明しにくいのか、「人に教えたくなる」のスコアが各国とも低い傾向にある。

「にいがた庭園街道」興味度

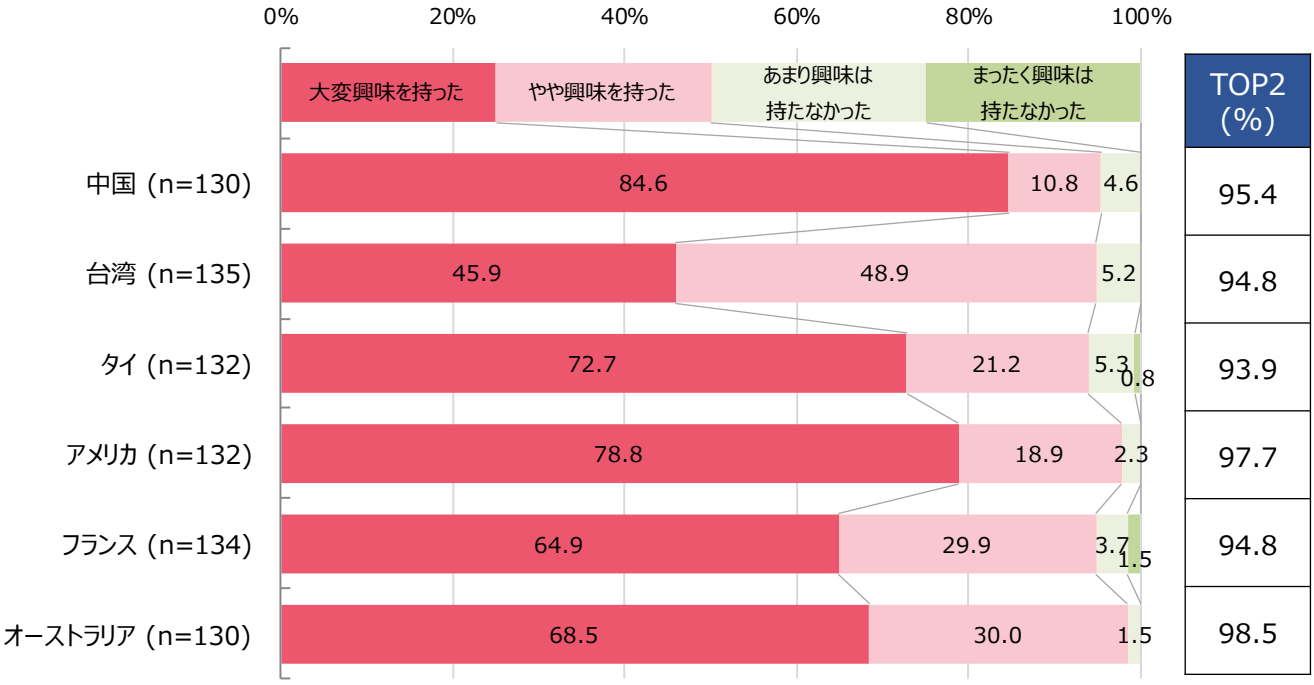
- 「にいがた庭園街道」に対する興味度を見ると、６つの国・地域ともにTOP2（大変＋やや興味を持った計）は９割以上となっている。
- 「大変興味を持った」割合は、中国が84.6％で最も高く、アメリカ（78.8％）とタイ（72.7％）も７割を超える。一方、台湾では45.9％にとどまるのは、日本統治時代の台湾に築造された日本式庭園が保存されているからか？

Q6. あなたは、この「にいがた庭園街道」について、どの程度、興味を持ちましたか？

「にいがた庭園街道」の解説を提示して聴取



にいがた庭園街道とは	What Is the Niigata Japanese Gardens Road ?	新潟日本花园路是什么？
にいがた庭園街道とは、新潟県の代表的な日本庭園に、大地主（豪農）や寺院、町屋などの伝統建築が集中している全長約１５０㎞の街道 ･･･	It is a 150-km road of beautiful Japanese gardens and traditional buildings such as the mansions of landowners (wealthy farmers) and temples, townhouses, and so on in Niigata.	这条长150公里的道路上有美丽的日本花园和传统建筑，例如新泻的地主（富裕农民）的宅邸，寺庙，联排别墅等。
それに加え、村上を起点とする国道２９０号には、日本の原風景である里山や水田、棚田、集落、山々が続き、懐かしい風景が広がっています。	As you travel along Route 290, you can see the scenery of Japan in ages gone by, from rice paddies and terraced mountainside rice fields, to quaint rural villages.	沿着290号公路旅行时，您可以看到过去的日本风光，从稻田和梯田的山腰稻田，到古朴的乡村。
更にこの街道周辺には、不思議なことに、たくさんの温泉が湧き出しています。	There are also a great many wonderful hot springs gushing forth along this path.	沿着这条小径涌出许多美妙的温泉。



「にいがた庭園街道」に対する印象：コンセプト① アジア

- 中国では「美しい景観や風景が楽しめる」「自然の美しさが感じられる」「興味を持った」との印象が強い。
- 台湾では「美しい景観や風景が楽しめる」「自然の美しさが感じられる」に次いで「実際に訪れたい」との印象が強い。
- タイでは「自然の美しさが感じられる」「美しい景観や風景が楽しめる」「興味を持った」との印象が強い。

Q7. あなたは、このコンセプトを読んで、「にいがた庭園街道」に対して、どのような印象を持ちましたか？
それぞれについて、お答えください。

コンセプト①の解説を提示して聴取

「にいがた庭園街道」に対する印象：コンセプト① 欧米豪

- アメリカでは「興味を持った」「自然の美しさが感じられる」「美しい景観や風景が楽しめる」印象が強い。
- フランスでは「興味を持った」「実際に訪れたい」「美しい景観や風景が楽しめる」印象が強く、大変当てはまるスコアがいずれも７割以上。
- オーストラリアでは「美しい景観や風景が楽しめる」「興味を持った」「自然の美しさが感じられる」印象が強くなっている。

Q7. あなたは、このコンセプトを読んで、「にいがた庭園街道」に対して、どのような印象を持ちましたか？
それぞれについて、お答えください。

コンセプト①の解説を提示して聴取

「にいがた庭園街道」に対する印象：コンセプト② アジア

- 中国では「美しい景観や風景が楽しめる」「自然の美しさが感じられる」「興味を持った」との印象が強い。
- 台湾では「自然の美しさが感じられる」「美しい景観や風景が楽しめる」「実際に訪れたい」との印象が強い。
- タイでは「美しい景観や風景が楽しめる」で大変当てはまるスコアが７割と高く、「自然の美しさが感じられる」「興味を持った」との印象も強い。

Q8. あなたは、このコンセプトを読んで、「にいがた庭園街道」に対して、どのような印象を持ちましたか？
それぞれについて、お答えください。

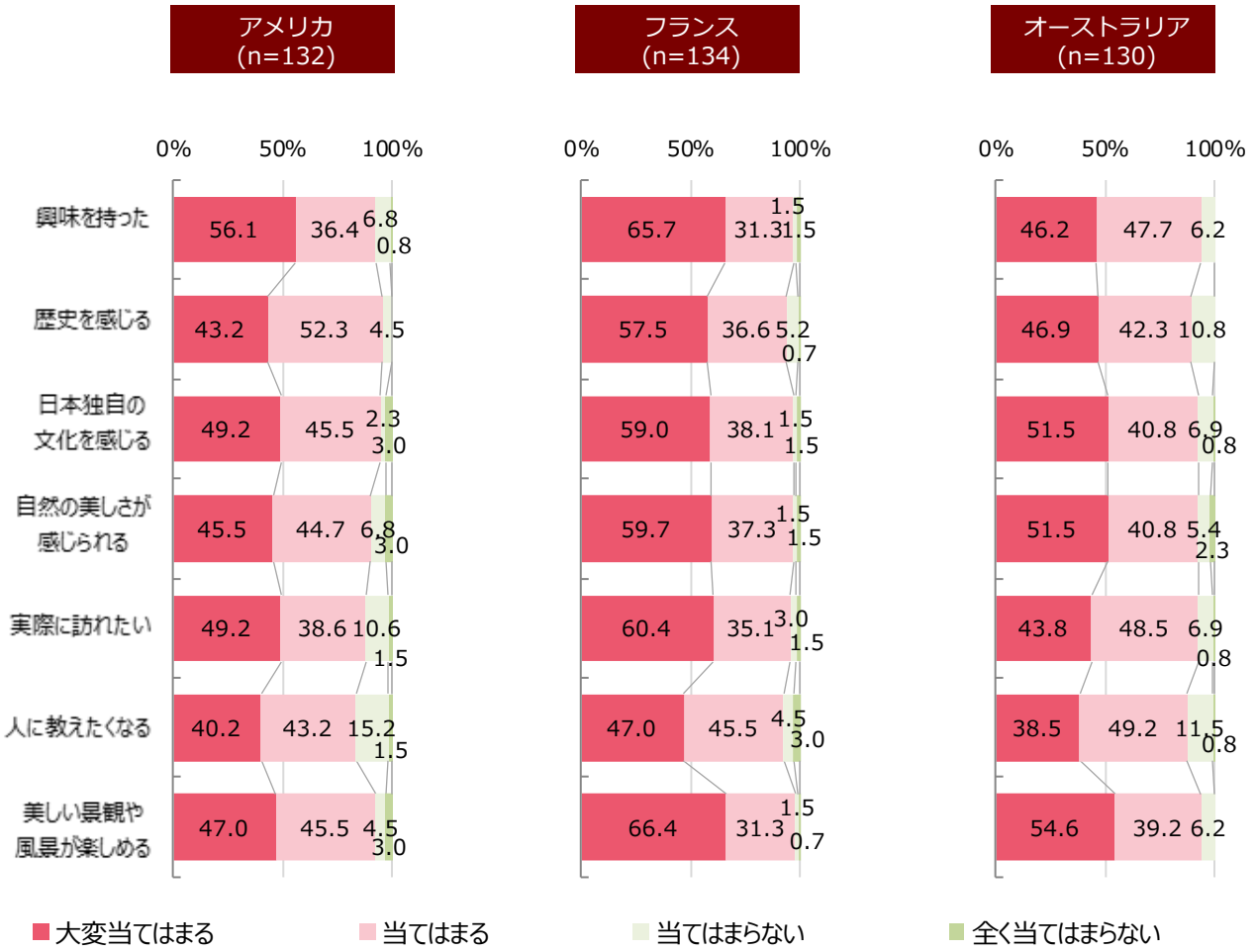
コンセプト②の解説を提示して聴取

「にいがた庭園街道」に対する印象：コンセプト② 欧米豪

- アメリカでは「興味を持った」「日本独自の文化を感じる」「実際に訪れたい」との印象が強い。
- フランスでは「美しい景観や風景が楽しめる」「興味を持った」「実際に訪れたい」との印象が強い。
- オーストラリアでは「美しい景観や風景が楽しめる」「自然の美しさが感じられる」「日本独自の文化を感じる」印象が強い。

Q8. あなたは、このコンセプトを読んで、「にいがた庭園街道」に対して、どのような印象を持ちましたか？
それぞれについて、お答えください。

コンセプト②の解説を提示して聴取



「にいがた庭園街道」に対する印象：コンセプト②´ アジア

- 中国では「興味を持った」「美しい景観や風景が楽しめる」「自然の美しさが感じられる」印象が強い。
- 台湾では「興味を持った」「歴史を感じる」「日本独自の文化を感じる」印象が強い。
- タイでは「美しい景観や風景が楽しめる」「自然の美しさが感じられる」「興味を持った」との印象が強く、大変当てはまるスコアがいずれも6割以上。

Q9. あなたは、このコンセプトを読んで、「にいがた庭園街道」に対して、どのような印象を持ちましたか？}
それぞれについて、お答えください。

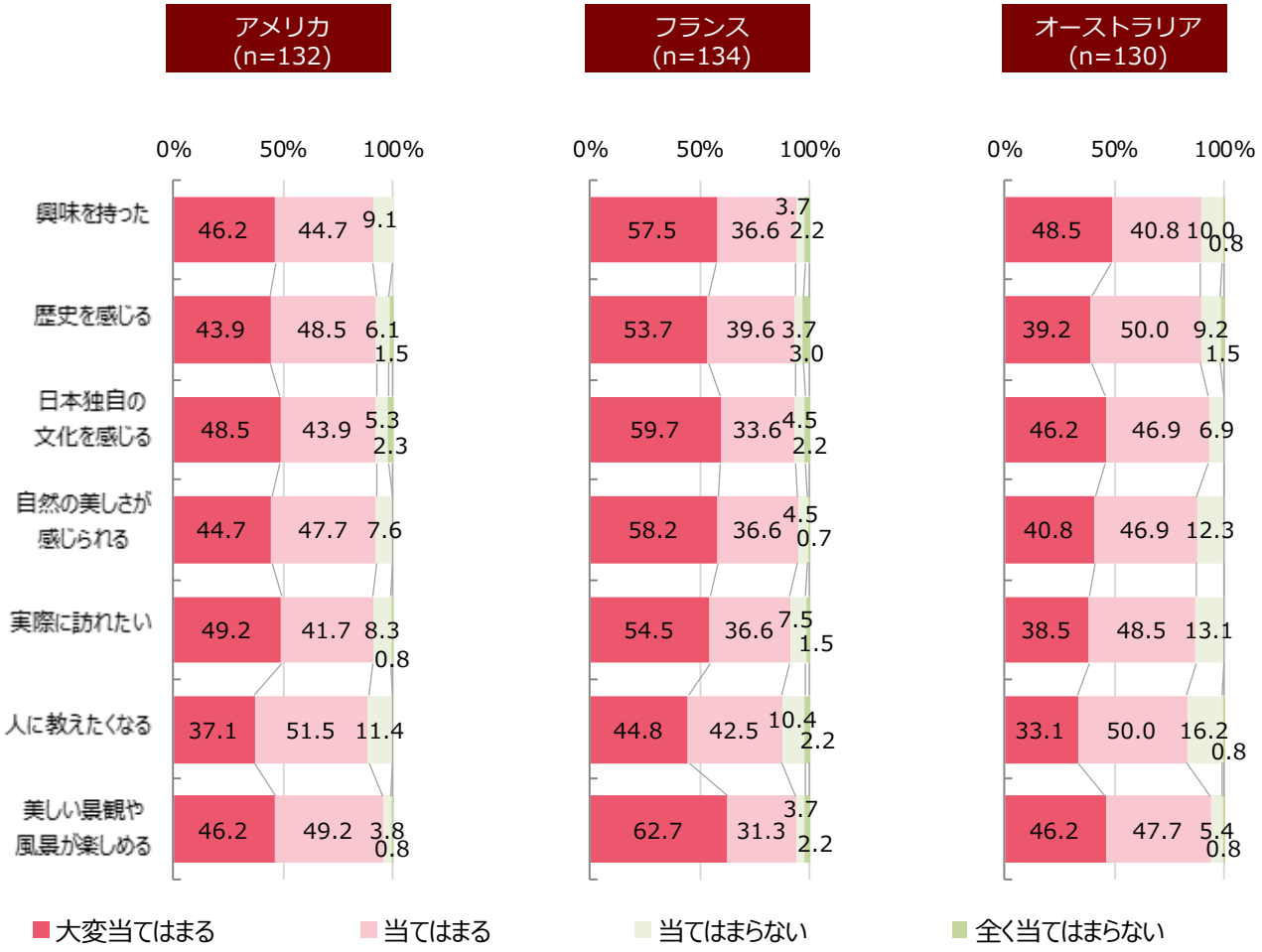
コンセプト②´の解説を提示して聴取

「にいがた庭園街道」に対する印象：コンセプト②´ 欧米豪

- アメリカでは「実際に訪れたい」「日本独自の文化を感じる」「興味を持った」「美しい景観や風景が楽しめる」印象が強い。
- フランスでは「美しい景観や風景が楽しめる」「日本独自の文化を感じる」「自然の美しさが感じられる」印象が強い。
- オーストラリアでは「興味を持った」「日本独自の文化を感じる」「美しい景観や風景が楽しめる」印象が強い。

Q9. あなたは、このコンセプトを読んで、「にいがた庭園街道」に対して、どのような印象を持ちましたか？}
それぞれについて、お答えください。

コンセプト②´の解説を提示して聴取

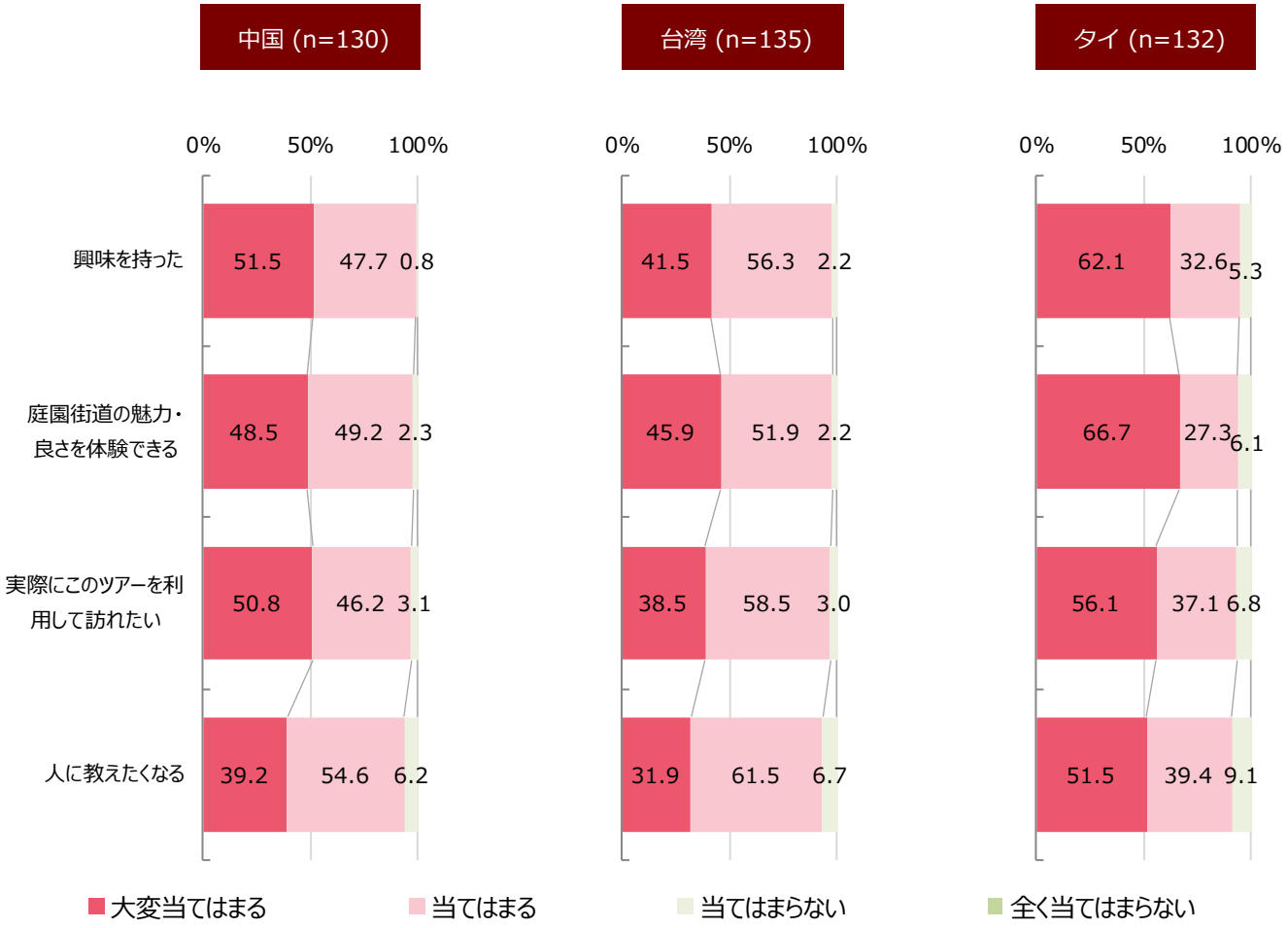


「にいがた庭園街道」をテーマとした旅行ツアー評価 アジア

- 中国では「興味を持った」「実際にこのツアーを利用して訪れたい」のスコアが高い。
- 台湾では「庭園街道の魅力・良さを体験できる」「興味を持った」のスコアが高い。
- タイでは「庭園街道の魅力・良さを体験できる」「興味を持った」のスコアが高い。
- 一方「人に教えたくなる」はいずれの国・地域ともに評価スコアが低くなる傾向。

Q10.　「にいがた庭園街道」をテーマとした旅行ツアーをご覧になって、お答え下さい。あなたは、この旅行ツアーに対して、どのような印象を持ちましたか？以下の項目にお答えください。

旅行ツアーの解説を提示して聴取

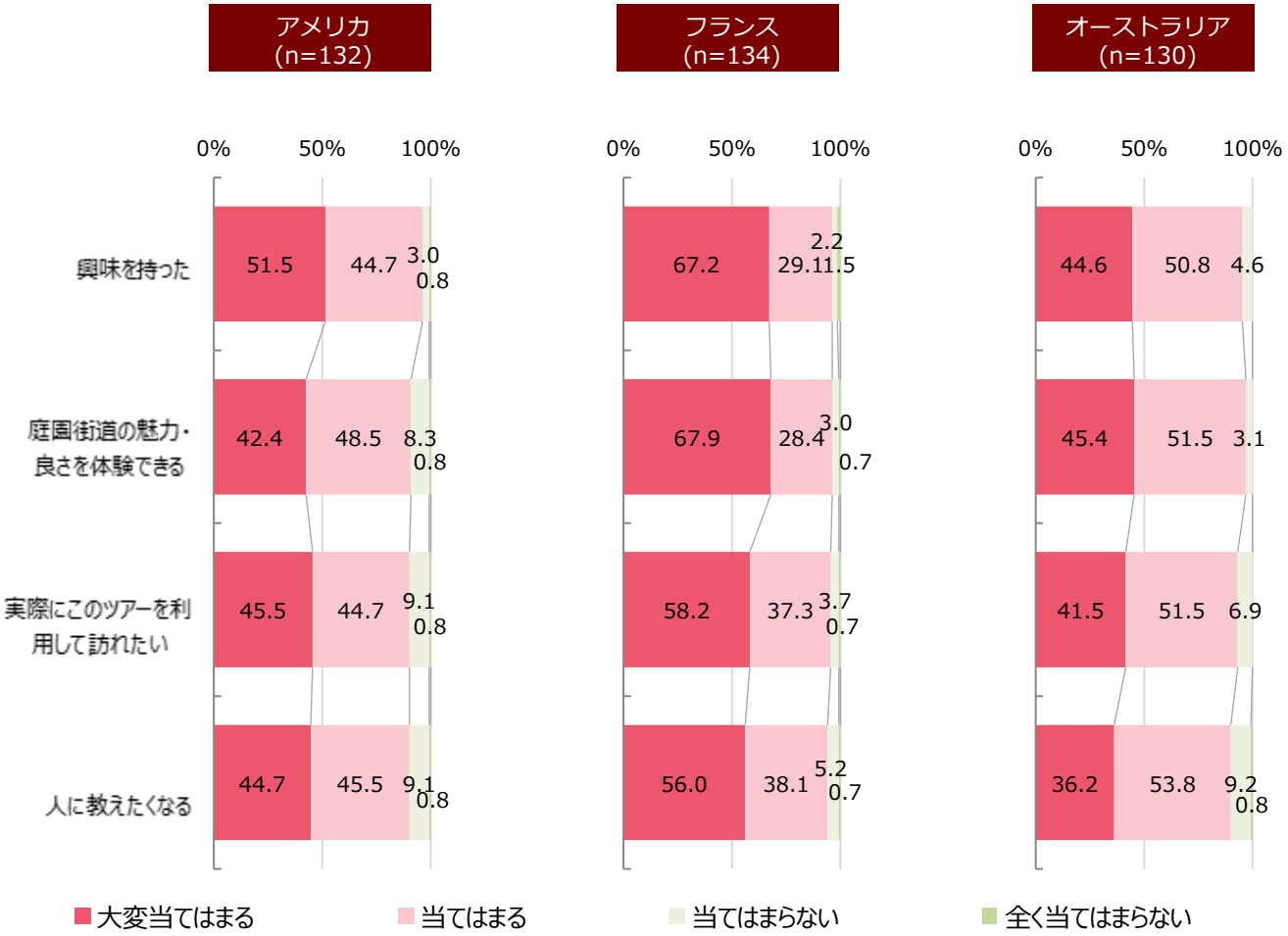


「にいがた庭園街道」をテーマとした旅行ツアー評価 欧米豪

- アメリカでは「興味を持った」「実際にこのツアーを利用して訪れたい」で大変当てはまる割合が高くなっている。
- フランスでは「庭園街道の魅力・良さを体験できる」「興味を持った」で大変当てはまる割合が高くなっている。
- オーストラリアでは「庭園街道の魅力・良さを体験できる」「興味を持った」で大変当てはまる割合が高くなっている。
- 一方「人に教えたくなる」はいずれの国・地域ともに評価スコアが低くなる傾向。

Q10.　「にいがた庭園街道」をテーマとした旅行ツアーをご覧になって、お答え下さい。あなたは、この旅行ツアーに対して、どのような印象を持ちましたか？以下の項目にお答えください。

旅行ツアーの解説を提示して聴取



④交通網（二次交通含む）の効果的な活用調査

調査実施概要

デスクリサーチ

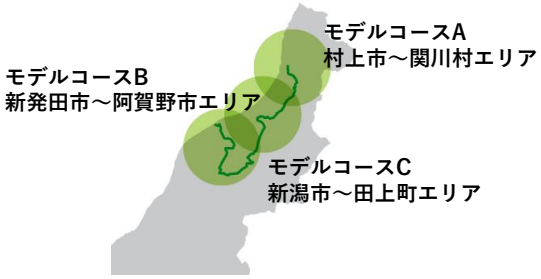
各公共交通機関・主要な二次交通手段によるアクセス状況を把握するため、デスクリサーチを実施。外国人有識者へのヒアリングを通じて、旅行者のニーズを分析。

⇨ 庭園、観光資源を組み合わせたルート案を設定し、周遊の可能性をシミュレーションすることで、課題を挙げる

調査対象

- **「にいがた庭園街道」でモデルコースとされている下記のコース**

★モデルコースA
村上市～関川村エリア
・モデルコースB
新発田市～阿賀野市エリア
・モデルコースC
新潟市～田上町エリア



調査手法

- **デスクリサーチ**

モデルコースA（村上市～関川村エリア）の公共交通等の現状を調査

- **外国人有識者へのヒアリング**

外国人旅行者のニーズを考慮した上で、対象ルートを周遊する際の課題を挙げる

富裕層向け旅行代理店のトラベルコンサルタント
Derek Souza
（デレック　スーザ）

調査・分析項目

- **各公共交通機関・主要な二次交通手段によるアクセス状況**

→「にいがた庭園街道」を主に公共交通機関でどのように周遊できるか検証。

- **旅行者のニーズ分析等**

調査実施概要

デスクリサーチ・外国人有識者ヒアリング

提示素材

提示素材（モデルコース）

モデルコースA　村上市～関川村エリア

モデルコース例：　（東京発）村上市エリア

JR「東京駅」（新幹線約2時間）→JR「新潟駅」（電車約1時間）→JR「村上駅」（徒歩20分）→**長楽寺**（徒歩10分）→**町屋群**（徒歩20分）→JR「村上駅」（送迎バス約10分）→**瀬波温泉・大観荘（温泉・食事）**（送迎バス約10分）→JR「村上駅」(新潟交通観光バス約40分)→「下関営業所」(徒歩10分)→**「渡邉邸」**(徒歩7分)→JR「越後下関」(電車約2時間)→JR「新潟駅」（新幹線約2時間）→JR「東京駅」

長楽寺

町屋群

瀬波温泉・大観荘

渡邉邸（国指定名勝・国重要文化財）/関川村

＜想定される交通手段＞
- 鉄道（JR）
- 路線バス
- レンタカー
- タクシー

デスクリサーチサマリー

鉄道（JR）新潟駅～村上駅

新潟駅→村上駅間を結ぶ鉄道（急行）は、平日・土曜・日曜・祝日ともに、7本（上り7本・下り7本）。その他、普通電車もあり、本数が極端に少ないことはない。今回のモデルコースでいえば、村上駅において、どのように外国人旅行者に対して、適切な情報を提示していくかが必要。

□新潟駅→村上駅（急行）

平日

8	22 秋田行【始発】 いなほ1号
10	57 酒田行【始発】 いなほ3号
12	32 秋田行【始発】 いなほ5号
14	57 秋田行【始発】 いなほ7号
17	15 酒田行【始発】 いなほ9号
18	55 酒田行【始発】 いなほ11号
21	13 酒田行【始発】 いなほ13号

特急

土曜

8	22 秋田行【始発】 いなほ1号
10	56 酒田行【始発】 いなほ3号
12	32 秋田行【始発】 いなほ5号
14	57 秋田行【始発】 いなほ7号
17	15 酒田行【始発】 いなほ9号
18	54 酒田行【始発】 いなほ11号
21	11 酒田行【始発】 いなほ13号

特急

日曜・祝日

8	22 秋田行【始発】 いなほ1号
10	56 酒田行【始発】 いなほ3号
12	32 秋田行【始発】 いなほ5号
14	57 秋田行【始発】 いなほ7号
17	15 酒田行【始発】 いなほ9号
18	54 酒田行【始発】 いなほ11号
21	11 酒田行【始発】 いなほ13号

特急

□村上駅→新潟駅（急行）

平日

6	46 新潟行 いなほ2号
8	03 新潟行 いなほ4号
10	23 新潟行 いなほ6号
13	19 新潟行 いなほ8号
15	50 新潟行 いなほ10号
17	15 新潟行 いなほ12号
19	23 新潟行 いなほ14号

特急

土曜

6	46 新潟行 いなほ2号
8	03 新潟行 いなほ4号
10	23 新潟行 いなほ6号
13	19 新潟行 いなほ8号
15	51 新潟行 いなほ10号
17	15 新潟行 いなほ12号
19	23 新潟行 いなほ14号

特急

日曜・祝日

6	46 新潟行 いなほ2号
8	03 新潟行 いなほ4号
10	23 新潟行 いなほ6号
13	19 新潟行 いなほ8号
15	51 新潟行 いなほ10号
17	15 新潟行 いなほ12号
19	23 新潟行 いなほ14号

特急

バス（路線バス）①

村上駅～下関営業所間を結ぶ路線バスは、平日・土曜・休日ともに、7本（上り7本・下り7本）を運行。外国人有識者へのヒアリングでは、外国人旅行者はバスを利用しない傾向にあるとの指摘もあり、バス以外の交通手段（タクシー等）の利用に対応することも必要になってくる。

バス（路線バス）新潟交通観光バス　※村上駅～下関営業所間は所要時間約40分

■村上→下関

停留所名	平日（月曜～金曜）				土･休日	
	病院経由	病院経由	経由なし	経由なし	経由なし	経由なし
	下関	下関	下関	下関	下関	下関
村上営業所	11:07	13:20	16:07	17:30	13:20	17:30
村上駅前	11:20	13:33	16:09	17:32	13:22	17:32
下関営業所	12:01	14:14	16:50	18:13	14:03	18:13

■下関→村上　　村上駅乗り場：正面バス停

停留所名	平日（月曜～金曜）				土･休日		
	病院経由	病院経由	病院経由	経由なし	経由なし	経由なし	経由なし
	村上（営）	村上（営）	村上（営）	村上（営）	村上（営）	村上（営）	村上（営）
下関営業所	7:23	9:50	13:00	14:55	7:23	9:50	14:55
村上駅前	8:04	10:31	13:41	15:36	8:04	10:31	15:36
村上営業所	8:17	10:44	13:54	15:38	8:06	10:33	15:38

バス（路線バス）②　北方文化博物館への訪問を想定したルート

新潟駅前～上沢海博物館前間を結ぶ路線バスは、平日は上り5本・下り4本、土曜・休日は上り4本・下り5本を運行。外国人有識者へのヒアリングでは、路線バスは始発～終点以外での途中乗降車に不安を感じるためあまり利用したがらない傾向があるとの意見あり。
※4～11月の開館時間9：00～17：00の訪問が可能な時間帯のみ整理

バス（路線バス）新潟交通　※所要時間約50分

■新潟駅前→上沢海博物館前
（亀田横越線 京ヶ瀬営業所行
亀田横越線 秋葉区役所行）

停留所名	平日（月曜～金曜）					土･休日			
新潟駅前	8:23	9:53	11:08	12:33	14:48	8:08	9:43	12:33	14:48
上沢海博物館前	9:09	10:39	11:54	13:19	15:34	8:50	10:27	13:17	15:32

■上沢海博物館前→新潟駅前（万代シテイ行）

停留所名	平日（月曜～金曜）					土･休日				
上沢海博物館前	10:56	12:50	13:51	16:04	16:47	11:33	12:53	13:56	15:08	16:46
新潟駅前	11:41	13:35	14:36	16:52	17:35	12:16	13:36	14:39	15:51	17:30

レンタカー（新潟駅/村上駅）

新潟駅周辺には、10件以上のレンタカー会社（営業所）が存在している。外国人客の利用も可能だと考えられるが、外国語でのサービスに対応していることを提示しているところは見当たらない。リアル店舗に直接行くより、外国語対応しているインターネットアプリ等で予約をする場合が多いことが想定される。

外国人有識者へのヒアリングでは、レンタカー利用に積極的な外国人も多いとの意見もあったため、多言語対応等、レンタカー利用への対応も考える必要がある。

レンタカー（新潟駅周辺）

店名	住所
日産レンタカー新潟駅前店	新潟県新潟市中央区東大通1-11-28
トヨタレンタカー新潟駅南口	新潟県新潟市中央区米山1-1-9
ニッポンレンタカー新潟新幹線口	新潟県新潟市中央区米山1-1-7
駅レンタカー 東日本新潟営業所	新潟県新潟市中央区花園1-1-21
タイムズカーレンタルタイムズカー新潟駅前	新潟県新潟市中央区東大通1-11-31
トヨタレンタカー万代	新潟県新潟市中央区万代4-9-4
オリックスレンタカー新潟駅万代口店	新潟県新潟市中央区弁天1-2-4
ニッポンレンタカー新潟万代	新潟県新潟市中央区万代1-1-22
Ｊネットレンタカー新潟店	新潟県新潟市中央区紫竹山2-4-27
オリックスレンタカー新潟日報「メディアシップ」カウンター	新潟県新潟市中央区万代3-1-1（新潟日報社屋1F）
カースタレンタカー新潟駅南口店	新潟県新潟市中央区米山2丁目5-17
Ｊネットレンタカー新潟駅南口店	新潟県新潟市中央区米山1丁目2-21
ニッポンレンタカー新潟駅北口	新潟県新潟市中央区花園1-24

レンタカー（村上駅周辺）

店名	住所
トヨタレンタカー村上	村上市上助渕1807-1 トヨタカローラ新潟内

タクシー（新潟駅）

新潟駅周辺（中央区）のタクシー会社は3件で、外国語対応（英語中心）しているところもあり、翻訳アプリ等を導入している会社もあった。

外国人有識者へのヒアリングでは、歩くのが難しい土地で、タクシー（ハイヤー）が活躍するケースが多いようなので、外国人旅行者への対応を進めておく必要がある。特に、新潟市以外の地域での対応については整備が必要。

タクシー（新潟県新潟市中央区）※多言語対応

店名	住所	タクシー車両数	外国語対応
日の出交通株式会社	新潟県新潟市中央区神道寺南1丁目2番18号	98台	不可
万代タクシー株式会社	新潟県新潟市中央区万代4丁目7番13号	95台	英語・韓国語（要予約）（2019年時点）
都タクシー株式会社	新潟県新潟市中央区下所島2丁目2番12号	145台	英語（2020年時点）

万代タクシーでは、Webサイトの外国語対応（外国語翻訳表記）を行っている他、AI通訳機を活用したサービスもおこなっている

3．モニターツアーの実施

①FIT層向けモニターツアー

FIT層向けモニターツアー

- モニターツアー概要
  - ・実施時期2021年３月６日(土)～３月14日(日)の期間で１泊２日

    推奨ルートの情報(トラベルノート)を渡し、公共交通機関を使って周遊していただく。希望日を確認し、宿泊・移動・見学等を手配し案内する。

- モニター参加者

  ①アメリカ出身、女性
  現住所：村上市
  日本語能力：基本的な日常会話は可能

  ②スイス出身、女性
  現住所：妙高市
  日本語能力：日本語　N3取得

  ③台湾出身、女性
  現住所：新潟市
  日本語：かなり流暢、英語も可能

Model Route Itinerary 1 Niigata→Murakami

FIT層向けモニターツアー　アンケートより

（全体的な評価）

- ３名ともモニターツアー全体、コンテンツについては高い評価
- 北方文化博物館のショップなどが閉店中のこともあり、「開催時期」については別の時期の希望もあった
- 新潟市の観光タクシーについては非常に高い評価（ホスピタリティ＋英語対応）
- 宿（瀬波温泉 大清荘）については、食事・ホスピタリティ・景色について高評価
- 追加で自分で調べるオンライン情報の重要性

（いくつかのファインディングス）

①欧米とアジアの嗜好の違い

- もっと他の場所を回りたい、まわるスポットの情報も増やして欲しい（台湾）
- もっとゆっくり滞在したい、時間をかけて庭を回りたい（スイス・米国）
- もっとも素晴らしかったのはツアーで出会った人。地元の人々との交流を通して感じた暖かさ（スイス）

②移動（二次交通）へのハードル

- 「JRでの移動」へのハードル（特に特急・電車を逃すと間があいてしまう）
- 日本在住外国人でも難しいバス移動（ただし村上の循環バスは高評価）
- 観光タクシーについては非常に高い評価

③庭園の美しさに加えて「背景ストーリー」の重要性（母国の人に紹介するとしたら？）

- 建築と自然の融合だけでなく、昔の人口数も大地主の人数も全国屈指だった頃の新潟、その繁栄の片鱗をうかがうこともできる場所だと説明したいと思います。（台湾）
- 新潟は米どころとしてかつて日本で最も繁栄した地域のひとつで、多くの豪農や豪商は美しい庭園の設計にお金を費やして文化をつくっていたそうです。（アメリカ）

②富裕層向けモニターツアー

富裕層向けモニターツアー

- モニターツアー概要
  実施時期　2021年３月１６日(火)～３月17日(水)の１泊２日

  インバウンド旅行会社の富裕層専門チームによる旅行商品造成にむけた
  モニターツアー（Inspection Tour）を実施。

被招聘者	● インバウンド旅行会社・富裕層専門チーム **Evelyn Teploff-Mugii** （エブリン　テプロフムギ） **テイラーメイド型旅行代理店最高執行責任者** アメリカ・NY出身。欧米の富裕層市場に強く、米国において100社を超える米系旅行会社との強力なネットワークを持つ。ブランド構築からツアー販売、マーケティング戦略まで行う。 **上石 愛** （アゲイシ　メグミ） **トラベルデザイナー／通訳** カナダ留学およびアメリカ生活を終えて、帰国。海外メディアやインフルエンサーとのネットワーク構築を主に担当し、日本のあちこちで実施されるメディア招請や旅行会社招請に同行した経験を持つ。円滑な旅程の運営およびメディアとの関係構築スキルには定評がある。
調査手法	●モニターツアー（Inspection Tour）
評価視点	●富裕層とのターゲットの合致度 ●富裕層が好む「独自性（ユニークネス）」や「インパクト（印象度）」 ●富裕層を受け入れるためのオペレーションの充実度　など

富裕層マーケットの可能性

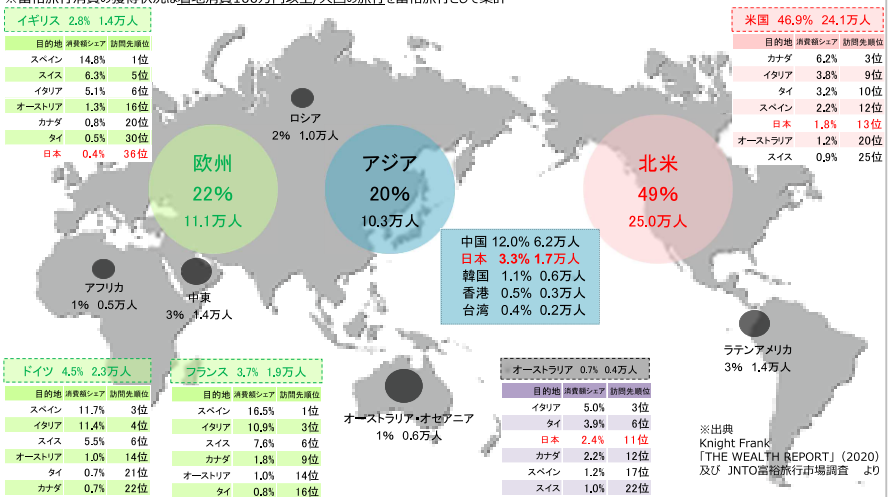
日本のインバウンドの量から質のシフトを念頭において観光庁やJNTOも
「コロナ後の市場回復の牽引を期待される
「欧米富裕層取り込み」に注力」

「量から質へのシフト・旅行消費の増加・
上質なインバウンド観光サービス創出に向けた取り組み」

世界の富裕層の割合と市場別富裕旅行消費の獲得状況

国土交通省 観光庁

※富裕層の分布は保有資産3000万US$以上の人数を推計。世界全体で約51万人（2019年）
※富裕旅行消費の獲得状況は着地消費100万円以上/人回の旅行を富裕旅行として集計



イギリス 2.8% 1.4万人

目的地	消費額シェア	訪問先順位
スペイン	14.8%	1位
スイス	6.3%	5位
イタリア	5.1%	6位
オーストリア	1.3%	16位
カナダ	0.8%	20位
タイ	0.5%	30位
日本	0.4%	36位

米国 46.9% 24.1万人

目的地	消費額シェア	訪問先順位
カナダ	6.2%	3位
イタリア	3.8%	9位
タイ	3.2%	10位
スペイン	2.2%	12位
日本	1.8%	13位
オーストラリア	1.2%	20位
スイス	0.9%	25位

ドイツ 4.5% 2.3万人

目的地	消費額シェア	訪問先順位
スペイン	11.7%	3位
イタリア	11.4%	4位
スイス	5.5%	6位
オーストリア	1.0%	14位
タイ	0.7%	21位
カナダ	0.7%	22位
日本	0.7%	23位

フランス 3.7% 1.9万人

目的地	消費額シェア	訪問先順位
スペイン	16.5%	1位
イタリア	10.9%	3位
スイス	7.6%	6位
カナダ	1.8%	9位
オーストリア	1.0%	14位
タイ	0.8%	16位
日本	–	23位

オーストラリア 0.7% 0.4万人

目的地	消費額シェア	訪問先順位
イタリア	5.0%	3位
タイ	3.9%	6位
日本	2.4%	11位
カナダ	2.2%	12位
スペイン	1.2%	17位
スイス	1.0%	22位
オーストリア	–	–

※出典
Knight Frank
「THE WEALTH REPORT」（2020）
及び JNTO富裕旅行市場調査 より

3

上質な観光地の整備に向けた推進体制の整備

国土交通省 観光庁

○ 質の高いサービスを求める観光客を受け入れていくためには、地域の観光の質の向上が必要。
○ 世界レベルの宿泊施設の誘致やコンテンツの造成・磨き上げ等を支援していく。

上質な観光地の整備に向けた官民連携の推進体制

○有識者　○世界レベルの宿泊施設　○金融機関
○観光コンテンツ事業者　○ディベロッパー　○関係省庁　等

※上記に加えて、人材育成を行うほか、日本政府観光局（JNTO）は、富裕層向けの見本市（ＩＬＴＭカンヌ等）等に引き続き参加し、プロモーションを実施する。

6

観光戦略実行推進会議 資料「旅行消費の増加及び 休暇分散に向けた取組について」

富裕層とは？

インバウンド旅行市場における富裕層は一般的には「１回の消費額１００万円以上」とされる「目安としては１人あたり単価：１日８万円～１０万円以上」のターゲット層を指す

From $800 per person, per day.

Selection of 4-star, 5-star, and boutique accommodations.

Choice of public or private transportation.

Approximately $1,000 per person, per day.

Customizable choice of luxury 5-star accommodations.

Best private vehicles and VIP airport pickup option.

旅程

2021年3月16日（火）

10：00
|
12：00

満福寺、長楽寺

村上の町屋と中庭
九重園*、千年鮭きっかわ*、益甚酒店*、(ギャラリーやまきち*)、早撰堂　*国登録有形文化財

黒塀通り
安善寺の山門、浄念寺**

**国重要文化財

★見どころ
村上が観光地として注目されるきっかけのひとつ「町屋の人形様巡り」がこの時期開催中

（案内：吉川真嗣 にいがた庭園街道ネットワーク代表）

12：00～13：15　昼食（千年鮭 井筒屋　松尾芭蕉宿泊地「宿久座衛門」跡地）

13：45
|
14：45

清水園（国指定名勝）・足軽長屋
**国重要文化財

★見どころ
新発田藩の大名屋敷と回遊式庭園

（案内：佐藤隆男 清水園園長／北方文化博物館副館長）

15：00
|
16：00

菊水酒造・菊水日本酒文化研究所
高澤家庭園

★見どころ
新潟県で2番目に大きい酒蔵で、酒蔵見学だけでなく、貴重な酒器など日本酒文化に触れることができるのは酒どころ新潟ならでは。
祐山水の庭園

（案内：安達厚子さん）

16：30

宿泊先
月岡温泉 白玉の湯 華鳳
別邸 越の里
*ミシュラン新潟2020

2021年3月17日（水）

10:00
|
11:30

豪農の館 北方文化博物館*

*国登録有形文化財

★見どころ
明治から昭和の新潟を代表する大地主、伊藤家の純日本式住居。庭園は庭匠・田中泰阿弥（新潟県出身）の傑作。
今回は普段一般公開していない茶室や庭園部分など、特別に見せていただく

（案内：伊里浩 北方文化博物館館長）

12：30
|
14：30

新潟ワインコースト
ワイナリー ステイ トラヴィーユ カーヴドッチ
*ミシュラン新潟2020

★見どころ
新潟ワインコーストは、5人の醸造家により日本有数のワイン生産地として注目を集めている。米どころ、酒どころとの新たな魅力のひとつになっている

（案内：本田さん カーブドッチワイナリー広報担当）

15：00
|
16：30

旧齋藤家別邸（国指定名勝）

★見どころ
港町新潟の繁栄を物語る豪商の迎賓館。池泉回遊式庭園と近代和風建築の秀作と言われている

北方文化博物館新潟分館*

*国登録有形文化財

★見どころ
祐山水の庭園。新潟生んだ文学者、會津八一終焉の地

被招聘者レポート　1日目

満福寺

にいがた庭園街道ネットワーク代表より英語で説明を受け、庭園を見学。日本庭園の種類や鑑賞の仕方を学ぶ。

感想）
- 英語での庭園の説明は、わかりやすかった。
- 通年公開の施設ではないため、旅程を組む際には気をつけなければならない。

千年鮭　きっかわ

英語対応 ○?

村上に受け継がれた千年の鮭の歴史と伝統食について、英語で説明を受けながら工房を見学。庭が眺められる応接間にて「亭主のお茶」を頂戴した後、２階の応接間にて熟成期間の異なる鮭を捌き、食べ比べる貴重な体験をした。鮭を捌くパフォーマンスはまさに儀式そのものだった。

感想）
- 社長自らによるおもてなし、お点前、村上の伝統工芸品である堆朱の茶道具、美しい露地の庭、会話、そして最後までお楽しむ方法など、素晴らしい体験、驚きの連続だった。
- 社長自らが熟成させた鮭を捌くパフォーマンスはまさに「儀式」、個性的で特別なものだった。また、彼の家族の歴史とその物語にも感動した。

井筒屋（昼食）

鮭料理十品の昼食をいただく。村上の鮭料理や調理方法の違いなどを丁寧に説明を受けた。

感想）
- 調理法も盛り付けもとても美しく、サービスが良かった（日本語で、通訳が必要）。
- お店で働いている方は、特別な料理や料理の詳細を説明するためにとてもよく勉強されている印象を受けた。
- 一種類の魚からこんなに多くの調理法があることは、この土地ならではだと思った。
- 鮭料理に特化しているため、お客様の嗜好やアレルギーなどを把握した上で提案する店になる。

清水園

英語対応 ◯　英語パンフレット ◯

英語の説明で庭園を案内してもらう。普段公開していないすべての茶室を開放してもらい、実際に中にも入った。庭園の楽しみ方や見方、茶室の伝統的な内装等についても詳しく解説してもらった。

感想)

- 広大な庭園と池の大きさ、そして野生生物（小鳥や水鳥）が集う場所で、とても雰囲気の良い庭園だと思った。
- 館長は知識が豊富で文化への造詣が深く、さまざまなアイデアを有し、こちらのアイデアを受け止めてくれる姿勢や対応は安心と信頼を与える。
- ゲストの五感をより刺激する体験がここではできそうな気がする。

菊水酒造・菊水日本酒文化研究所・高澤家庭園

英語対応 ◯　英語パンフレット ◯

日本語・英語対応で酒蔵見学。日本酒文化研究所の取り組みと展示物を見学し、日本酒にまつわる日本文化について学ぶ。高澤家庭園を見学。雨が強く庭園散策はできなかったが、高澤家の庭造りへの思いをご説明いただいた。

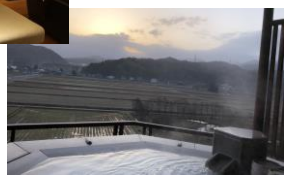
感想)

- 英語で案内してくれる方が常時複数人いるという安心感がある。
- 酒や食に関する図書館と資料室が併設されている酒蔵は、とてもユニーク。
- 見学後に日本酒の試飲体験や、庭園を眺めながらの試飲などができるとさらに楽しめると思った。
- 売店が併設されているのも楽しみのひとつになる。

月岡温泉 白玉の湯 華鳳　別邸・越の里

英語タッチパネル案内 ◯

2部屋（露天風呂外付き・内風呂）視察・宿泊。（朝食・夕食付）



感想)

- 窓から見える景色は最高で、部屋も広々としていて、設備も整っていた。
- 部屋風呂はとても良かったが、温泉ではなかったのは残念。
- 料理は伝統的且つモダンで格別で、完全個室のダイニングルームがあることも良かった。
- ただ、英語のメニュー対応がなかったのが残念だった。

被招聘者レポート　2日目

豪農の館 北方文化博物館

英語パンフレット ○　Free-WIFI ○

ガイド伊里さんに特別に庭園内と茶室をご案内頂いた。伊藤家の歴史、庭園造りとお茶会への情熱を庭園を巡りながらご説明頂いた。

感想）

- 建築、庭園、そして、美術品と、とても貴重であり、他の場所にはないユニークな場所だと感じた。
- ガイドの知識と熱意が伝わる説明で、北方文化博物館全体とその背景にある「物語」が、新潟そのものをより深く理解させてくれた。ガイドの通訳は不可欠。
- 滞在時間の関係でゆっくりと鑑賞できる時間がなかったため、ゲストには自由な（個別の）時間を与えた方が良い。

カーブドッチワイナリー（昼食）

レストラン 英語対応 ○

10分程のぶどう畑や施設のツアーの後、レストランにてランチ。昼食後ホテルを見学。

感想）

- ぶどう畑を見学し、土に触れ、ワイン製造施設を見学、食事と宿泊ができる。新潟での日本酒以外の体験ができる、ニューワールドワインに興味がある方にとってはとても良い場所だと思う。
- レストランでは料理の説明や会話は英語でサービス、料理やワインも美味しく満足。
- まだ日本のワインはそこまで知名度がないため、ツアーに取り入れる工夫（説明）が必要。

北方文化博物館新潟分館

英語パンフレット ○

にいがた庭園ネットワークによるガイドで庭園庭を歩き、実際に見ながらご説明頂いた。

感想）

- 建築的に非常に特別なもので、他の庭園に比べて小さいがよく手入れをされていた。
- 庭園街道ネットワークによる説明は、写真付きの資料やクイズを用意するなど、庭園への興味を惹く工夫があった。
- ガイドと一緒に庭園を巡る良さを感じたため、どのように伝えるべきか（通訳すべきなのか）を考える必要がある。

旧齋藤家別邸

英語パンフレット ○

ガイド平原様と引き続き、見学。閉館間近になってしまい、とても短い滞在になったが、一階からと二階から庭園を鑑賞することが出来た。

感想）

- 非常に良く管理された美しい庭園だった。
- 見学時間が押したため、改めて長めに時間をとりゆっくり見学したい場所だった。
- 北方文化博物館の本館と新潟分館を比較したり、隣の料亭や、近くの地獄極楽通りを歩くことで、この地域全体の歴史を強く感じることができた。

被招聘者アンケートより

（全体的な評価）

- 良いツアーであり、さらに素晴らしいものになる可能性を秘めている。
- 途中で出会う専門家たちが、このテーマや物語の全体像を意識して、互いが連携するとさらにと面白くなる。
- 言い換えれば各スポットやゲストへの情報提供をさらに差別化すること。また「話す」だけでなく、「体験（何かする）」や「座る」など変化を持たせる。あるいは匂いを嗅いだり音を聞いたりといった五感を使った体験も良いかもしれない。

（一番印象に残った体験）

- 千年鮭きっかわでの出会いと体験、北方文化博物館、そして可能性を秘めた清水園での出会いの3つ。
- これは、その場所だけでなく、幸運にも出会った人々との関係が大きかった。彼らは、ストーリーや地元の文化に対する愛情を伝えてくれ、彼らがこのツアーに参加してくれることは非常に重要だと感じた。

（見直したほうが良いところ）

- 旅行のプロとして、お客様のガイドを誰にするかを考えることは、重要なポイント。
- お客様が各訪問先で十分な余暇を過ごせるようにすること。また、宿泊施設の選択肢について、さらに考えを深めることも有効。

（今回のスポット以外に新潟で体験してみたいこと）

- 食材、料理、ワイン、日本酒。Farm to Table（農家から食卓へ）の体験。お客さんの興味に関わらず、どの旅にも含まれていると思うので、地域をもっと開拓するといいかもしれない。
- また、地元の工芸品やその体験もあるといいと思う。

4．検討会・共有会の実施

①検討会の実施

第１回検討会

日　時　2020年9月10日（木）14:30～16:00
会　場　新潟博報堂　大会議室／オンラインzoom
参加者（6名）　にいがた庭園街道ネットワーク事務局長、国土交通省北陸信越運輸局観光部観光地域振興課長谷川課長補佐、同鈴木調査員、（株）新潟博報堂、外部スタッフ2名*（*はｵﾝﾗｲﾝ参加）

議事内容
①本業務の進め方、検討内容の確認
②各調査事業の確認
・観光資源郵送調査の調査対象者、調査票・依頼状の内容を確認。10月第1週目に調査を実施。
・ 観光資源が活かされる外国市場の動向分析web調査対象国は、中国、台湾、タイ、アメリカ、フランス、オーストラリアの6か国とする

第２回検討会

日　時　2021年3月4日（木）13:00～14:00
会　場　新潟博報堂　大会議室／オンラインzoom
参加者（8名）　にいがた庭園街道ネットワーク事務局長、（公社）新潟県観光協会*、国土交通省北陸信越運輸局観光部観光地域振興課長谷川課長補佐、同鈴木調査員、（株）新潟博報堂2名、外部スタッフ2名*（*はｵﾝﾗｲﾝ参加）

議事内容
①観光資源郵送調査の報告
②コンテンツの評価・外国人グループインタビュー（中国・欧州）報告
③FIT/富裕層モニターツアーは実施する。FITは新潟県在住の外国人を新潟県国際観光推進課経由で手配、富裕層は金沢在住の専門家と、東京在住の通訳を手配。東京在住者はPCR検査を受け陰性の場合のみ参加。

第３回検討会

日　時　2021年3月11日（木）13:00～14:30
会　場　新潟博報堂　大会議室／オンラインzoom
参加者（10名）　にいがた庭園街道ネットワーク代表、同事務局長、（公社）新潟県観光協会*、国土交通省北陸信越運輸局観光部観光地域振課長谷川課長補佐、同鈴木調査員、（株）新潟博報堂2名、外部スタッフ3名*（*はｵﾝﾗｲﾝ参加）

議事内容
①コンテンツの評価外国人有識者インタビュー報告
②交通網（二次交通含む）の効果的な活用調査報告
③観光資源が活かされる外国市場の動向分析web調査報告
④その他、富裕層モニターツアーの行程とガイド手配について確認

②検討会の実施

県内観光地域づくり法人等への共有会

日　時　2021年3月25日（木）13:00～15:00
会　場　JR東日本ホテルメッツ新潟 2F 会議室AB／オンラインzoom
参加者（15名）　にいがた庭園街道ネットワーク事務局長、同施設部会より2名、同旅館部会、同観光協会部会、（公社）新潟県観光協会*、国土交通省北陸信越運輸局中牧観光部長、同猿谷観光地域振興課長、同長谷川課長補佐、同鈴木調査員、（株）新潟博報堂2名、外部スタッフ3名*（*はｵﾝﾗｲﾝ参加）

議事内容
①調査事業サマリー報告
・庭園街道にかかる観光資源の調査
・庭園街道にかかるコンテンツの評価
・観光資源が活かされる外国市場の動向分析
・交通網（二次交通含む）の効果的な活用調査
②モニターツアー報告
・新潟県在住外国人によるFITモニターツアー
・富裕層向けツアー造成にむけた専門家による現地視察
③意見交換
・外国人向けガイドについては、エリア全体を説明できる人が複数人いることが望ましい。にいがた庭園街道の利用者が増えてくれば、タクシー会社等と連携したガイド育成の取組等も検討したい。（受託事業者）
・各施設で外国語対応が難しい場合は、写真やイラストを使った説明ツールがあると理解しやすい。（受託事業者）
・FIT旅行者向けには、紙でのパンフレットもよいが、今後はオンラインで情報を収集できたり、目的地へのアクセスが地図アプリ等と連携しているなどの工夫があると良い。（受託事業者）

5．今後に向けた提言

庭園街道にかかる観光資源の活用

- 「にいがた庭園街道」の施設周辺地域は「にいがた庭園街道」を認知しているが、これらの施設等との連携についてはイメージができていない状況。
- 「にいがた庭園街道ネットワーク」自らが、地域に対して連携可能な取組のアイデア等を提案していくことで、地域連携活動を生み出していく可能性がある。
- 特に、庭園を見学する以外の茶会や音楽鑑賞、箱庭づくり、食事会、座禅や写経などの体験プログラム等の開発が期待される。

外国人旅行者ニーズを把握したモデルコース検討

- 「にいがた庭園街道ネットワーク」が設けるモデルコースは、エリア内の庭園を複数見る内容になっており、外国人インタビューによると、短時間に複数個所見てしまうと、何を見たか区別がつかなくなるという意見が聞かれた。
- ひとつの庭園をじっくりと解説付きで見学できるモデルコースの設定も検討したい。

外国人旅行者ニーズを把握した情報発信

- 「にいがた庭園街道」の独自性（国内の庭園との違い）や、おすすめの季節や見どころをもっと絞り込んで発信していく必要がある。
- 特に、誰が庭をつくったのか、現在誰が手入れをしているのか等、「人」にフォーカスした情報があってもよい。

外国人旅行者受入れに向けた取り組み

＜ガイドについて＞

- 短期的にはエリアごとのスポットガイドを組織化し、各エリアのガイドをつないでいく方法が現実的（新潟県観光協会と意見交換）。
- 長期的には本格的なスルーガイドの育成が必要。
- 施設によってはすでに英語で解説できるガイドがいるところもある。そうでない施設は、写真や説明ボード、パンフレットなどを作成し、できることから対応していく。

＜宿泊施設について＞

- 本格的な宿泊開発が必要。受入れ可能な宿泊連携を拠点にしたツアーコースづくりなども検討する必要がある。
- 県内の宿泊施設は外国語の案内表示などはすでに整備が進んでいるとのこと。今後は英語圏旅行者への対応など検討が必要。

インバウンドマーケットの今後の見通し

新型コロナによる渡航禁止、五輪延期、ワクチン競争など
インバウンド業界は厳しい状況
▼
「UNWTOも再興シナリオを示しているが、回復タイミングは不透明」

新型コロナによる日本と世界の旅行業界は大打撃

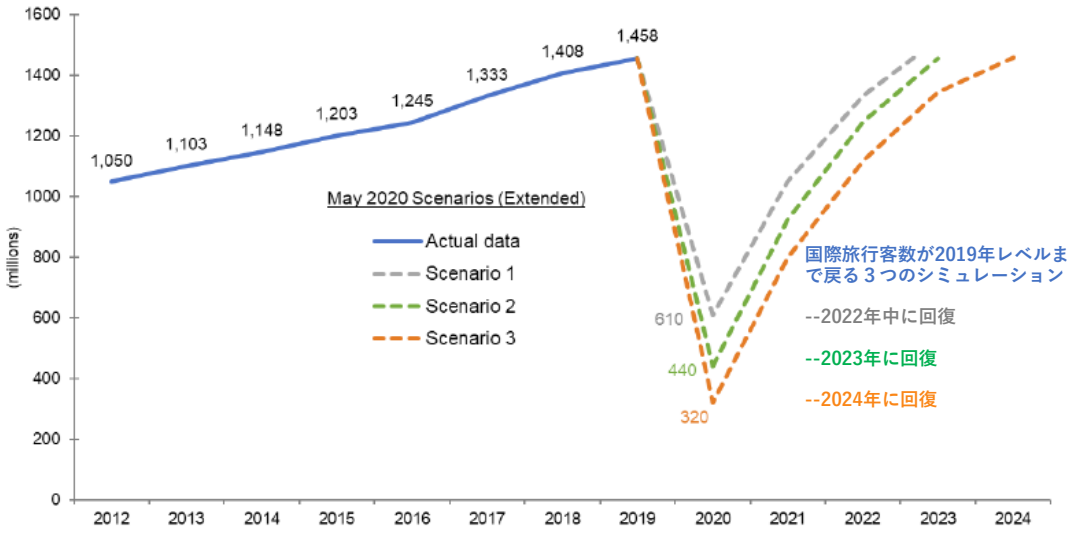
COVID-19の**米国観光産業への影響力**は**アメリカ同時多発テロの9倍**だという。
観光が減少することで、2400万のうち800万の仕事が失われると予測されている。
ーU.S. Travel Association

このまま新型コロナウイルスの蔓延や渡航制限がつづくと
国際観光のマーケット規模は50%から78%減少する
ー世界観光機関（UNWTO）

日本の2020年の訪日外国人数は、
前年比87.1%減の411万5900人まで落ち込んだ
ー日本政府観光局（JNTO）

世界観光機関（UNWTO）も３つの回復シナリオを提示

International tourist arrivals: Future scenarios (millions)



Source: UNWTO

出典：世界観光機関（UNWTO）

にいがた庭園街道の戦略的ターゲット

観光庁やJNTOとの議論や海外旅行会社などの最新情報をもとに、
コロナ後のインバウンド回復の牽引を期待される４つのターゲット層

▼

インバウンド後のポテンシャルターゲットとして富裕層に着目する

富裕層

Luxury
Traveler

安心安全を買える
金銭的余裕のある層

▼

量から質へとシフトする
コロナ後のインバウンドの主軸として
日本政府が注目するターゲット。

▼

本事業の富裕層FAMでコンテンツは高評価、
消費単価が高く経済効果が期待できる。

SIT層

Special Interest
Traveler

スノー、フード、アートなど
「旅の理由」が明確な層

▼

旅先がはっきりしており、
コロナの状況が落ち着くと
回復が早いと予想される。

▼

「庭園好き」のマニアも存在はするが
ボリュームは期待できない。

アジアの ミレニアル層

Asian Millennial
Traveler

アジアの20-30代
フットワークが軽い旅好き層

▼

台湾やタイなど、コロナが沈静化し、
訪日意向が強い国のデジタルネイティブは
動き出しが早いと予想。割引なども効果的。

▼

本事業でのFAMツアーでも評価高いが、
まずはFIT向けの二次交通整備が課題である。

ビジネス層

Business &
Leisure Traveler

五輪や商談など
ビジネス渡航する層

▼

オンライン会議の普及によって全体的
な市場は縮小が予想されるが、五輪や
その後の経済回復による増加を予想。

▼

東京ー新潟のアクセスは比較的良いが
ビジネス層取り込みの可能性は低い。

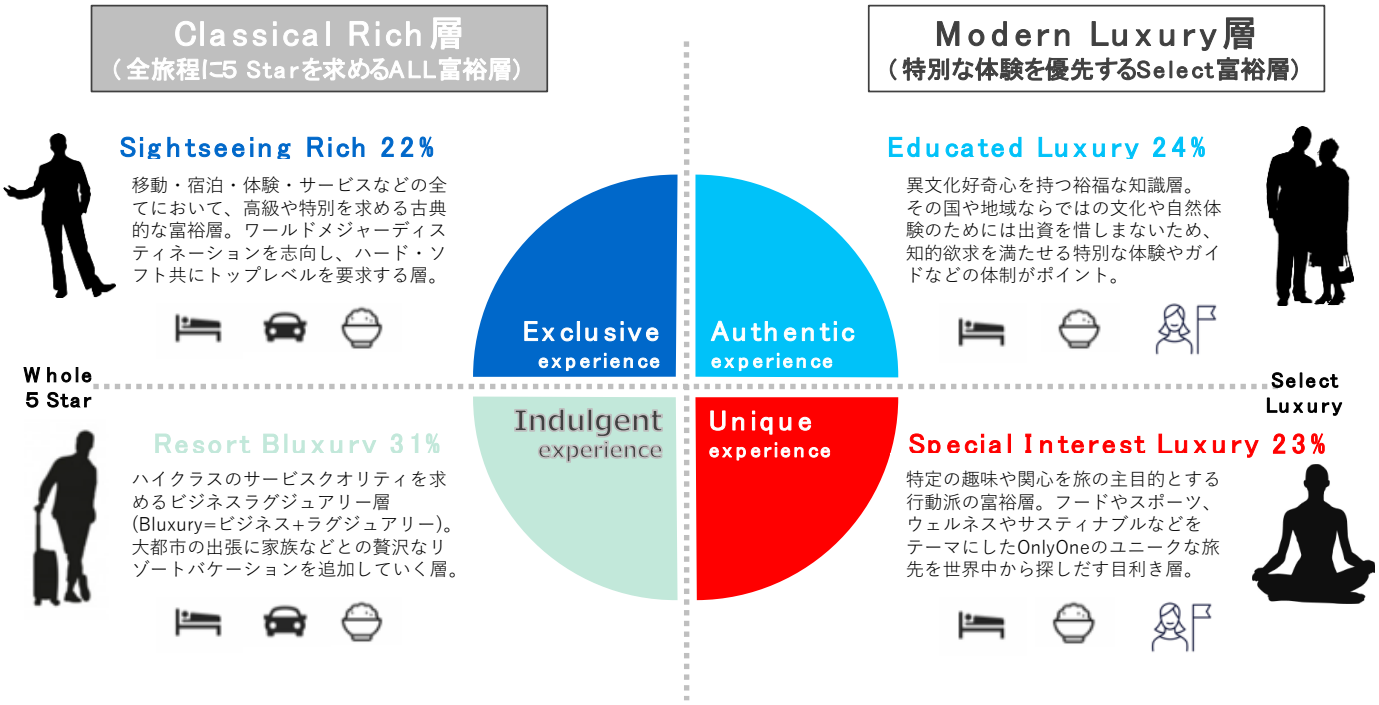
出典：MATCHA x wondertrunk & co.共同セミナー2021年2月 With/Afterコロナのインバウンド、一番早く動きだす旅人は誰か？

富裕層のアプローチに必要なこと①

全行程５スターを求めるような「旧来型Classical Rich層」ではなく
「特別な体験を最優先する「Modern Luxury層」の攻略が重要」

▼

地方誘客に繋がるモダンラグジュアリ層向けの戦略策定が重要



出典：AMADEUS、欧米旅行会社へのヒアリングをもとに弊社作成

●次年度にむけた事業の方向性（案）

・モダンラグジュアリ 層のインタビュー（欧米・アジア）

・TPC戦略の策定
-T：ターゲット規定（モダンラグジュアリ層の中のどこを狙うか？）
-P：ポジショニング規定（競合観光地の分析とどう差別化するか？）
-C: コンセプト規定（モダンラグジュアリ 層に伝えるポイントとは？）

富裕層のアプローチに必要なこと②

富裕層アプローチには、コアとなる体験（庭園コンテンツ）に加えて、
「宿泊施設」「ガイド」「移動」の全ての要素が揃うことが必要。

▼

特にガイド育成と宿泊施設の整備が喫緊の課題である。

新潟に必要な富裕層獲得にむけた取り組み

Unique Experience 1day-3days

○：庭園街道コンテンツ
（入り口として新潟に関心をもってもらう：スノー・アートなどもあり）

Private Accommodation 宿泊施設

△
- **庭園街道沿いでは候補が少ない**
- **本格的な宿泊開発/広域連携が必要**

Private Guide ガイド

△
- **スポットごとガイド→スルーガイド**
- **「本格的なガイド育成事業」が必要**

Private Transportation 移動

○
- **すでにタクシー会社との提携あり**
- **英語対応ドライバーのリスト化が必要**

●次年度にむけた事業の方向性（案）

・モダンラグジュアリ 層の取り込みコンテンツ磨き上げと受け入れ整備

①ガイド造成事業
ガイドは、短期的にはエリアごとのスポットガイドを組織化し、各エリアのガイドをつないでいく方法が現実的（新潟県観光協会と意見交換）。長期的には本格的なスルーガイドの育成など。

②宿泊施設開発事業
モダンラグジュアリ 受け入れが可能な本格的な宿泊開発や、受入れ可能な宿泊連携を拠点にしたツアーコースづくり、など。