

令和3年度訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業

「にいがた庭園街道」インバウンドコンテンツ造成事業 報告書概要版

2022年3月15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)

1. 事業概要

1.1 目的

本事業は、欧米豪市場を中心とした、海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先として認知・意識していない層（訪日無関心層）をターゲットとした情報発信「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」または、アジア市場をターゲットとした情報発信「アジアにおける大規模キャンペーン」に対応した、より安全で付加価値の高い滞在型コンテンツ等を、DMOをはじめとする地域の関係者と連携して創出することを目的とした事業である。

「にいがた庭園街道」は国道290号に沿って新潟県の代表的な日本庭園と豪農・豪商の館や寺院、町屋などの伝統建築が集中している全長約150kmの街道であり、令和2年度に北陸信越運輸局で実施した調査事業において、インバウンドに訴求力があることが確認されている。本事業では、令和2年度調査事業の結果を最大限活用し、「にいがた庭園街道」をインバウンド向け滞在型コンテンツとして磨き上げることを目的とする。また、旅行商品として、2021年度に販売が見込まれる水準となるようコンテンツを造成することを目的とする。

1.2 業務概要

事業名: 令和3年度訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業「『にいがた庭園街道』インバウンドコンテンツ造成事業」

事業対象: 新潟県村上市、関川村、新発田市、阿賀野市、五泉市、田上町、新潟市にまたがる国道290号エリア

期間: 令和3年7月14日（水）から令和4年3月15日（火）

商品造成のターゲット: 欧州・豪の知的探求型旅行者層及び台湾・香港の訪日リピーター層

活用する観光資源: 「にいがた庭園街道」に沿って新潟県の代表的な日本庭園と豪農・豪商の館や寺院、町屋などの伝統建築

1.3 業務内容

事業内容を以下に示す。

①調査・戦略策定

令和2年度に実施した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」の結果を最大限活用し、インバウンド向けの地域資源に関する課題とニーズに関する調査を実施。また、調査結果を取りまとめた上で、インバウンド向けの戦略を策定。

②滞在型コンテンツ造成検討会の開催

関係者間の意識共有、インバウンド展開への方向性・戦略策定、滞在コンテンツ造成・旅行商品企画の討議の場として定期的に検討会を開催。

③滞在型コンテンツ造成

事業実施地域内の観光資源を活用し、ターゲットのニーズにあった滞在型コンテンツ造成を実施。

④モニターツアーの実施

③で造成したコンテンツや⑤で育成するガイドの検証のためモニターツアーを実施し、課題抽出及びブラッシュアップを実施。

⑤滞在型コンテンツ等のガイド育成

上記①～③から企画開発する滞在型コンテンツ・旅行商品の案内役を育成するための研修会を実施。

⑥コンテンツ、旅行商品のとりまとめ及び原稿作成

英語ウェブサイト等でコンテンツの情報発信及び旅行商品の販売ができるよう、事業を通して造成された滞在型コンテンツ、企画された旅行商品をとりまとめ、原稿作成を実施。

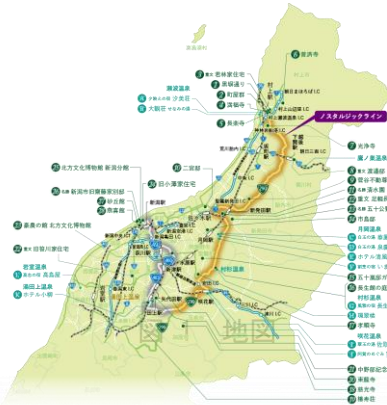


図 1 対象エリアマップ

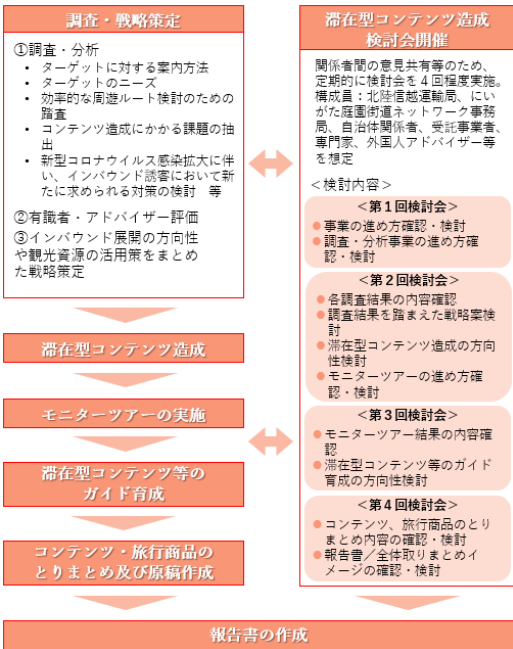


図 2 フロー図

1.4 事業工程

本事業の工程を以下に示す。

表1 事業工程表

		7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
調査・戦略策定	調査分析	錯雑度地調査の再分析								
	有識者・アドバイザー評価		Zoomヒアリング評価レポート作成							
	インバウンド展開の方向性と観光資源の活用策をまとめた戦略策定			戦略策定						
滞在型コンテンツ造成	検討会	全体企画の確認	第1回検討会		第2回検討会		第3回検討会			第4回検討会
滞在型コンテンツ造成				コンテンツ企画検討	観光資源等収集	説明資料作成	販売に向けた検討	コンテンツの磨き上げ		
モニターツアーの実施					モニターツアー準備	モニターツアー実施				
滞在型コンテンツ等のガイド育成								座学 実地		
コンテンツ・旅行商品のとりまとめ及び原稿作成								旅行商品のとりまとめ・原稿作成		
報告書の作成										Webサイト
										報告書作成

1.5 体制図

本事業の体制図を以下に示す。



図 3 体制図

1.6 コンテンツ造成にあたり協力を得た専門家

Evelyn Teploff Mugii /エブリン テプロフムギ （wondertrunk & co. 富裕層マーケティングディレクター）

アメリカ・NY出身、長く香港に居住。現在、金沢在住。テイラーメイド型旅行代理店The Art of Travel Internationalの設立に携わり、最高執行責任者として事業を統括。欧米市場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い、JNTOのアドバイザーなどもつとめる。



1.7 費用

本事業にかかった経費を以下に示す。

表 2事業費用

項目	費目	単価	数量	単位	小計
調査・戦略策定	委託費	1,500千円	1	式	1,650千円
検討会の開催（4回）		870千円	1	式	957千円
滞在型コンテンツ造成		1,000千円		式	1,100千円
モニターツアーの実施		1,500千円	1	式	1,155千円
コンテンツ・ツアーの原稿作成		550千円	1	式	605千円
全体運営管理費		1,000千円	1	式	1,133千円
合計					6,600千円

2. 調査・戦略策定

<検討概要>

令和２年度に実施した「「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」の結果を最大限活用し、インバウンド向けの地域資源に関する課題とニーズに関する調査を実施。調査結果を取りまとめた上で、インバウンド向けの戦略策定を行った。

＜得られた成果＞

アドバイザーの評価把握（アドバイザーヒアリング）も踏まえ、庭園の特性・魅力を「深掘り」「拡張する」視点から戦略を考え、具体的な展開に落とし込む際には、テーマ・ストーリーで整理した形で、体験プログラムを造成するとの戦略を策定した

2.1 調査概要

インバウンド向けの地域資源に関する課題とニーズに関する調査を実施。調査概要及び項目設計について以下の通り。

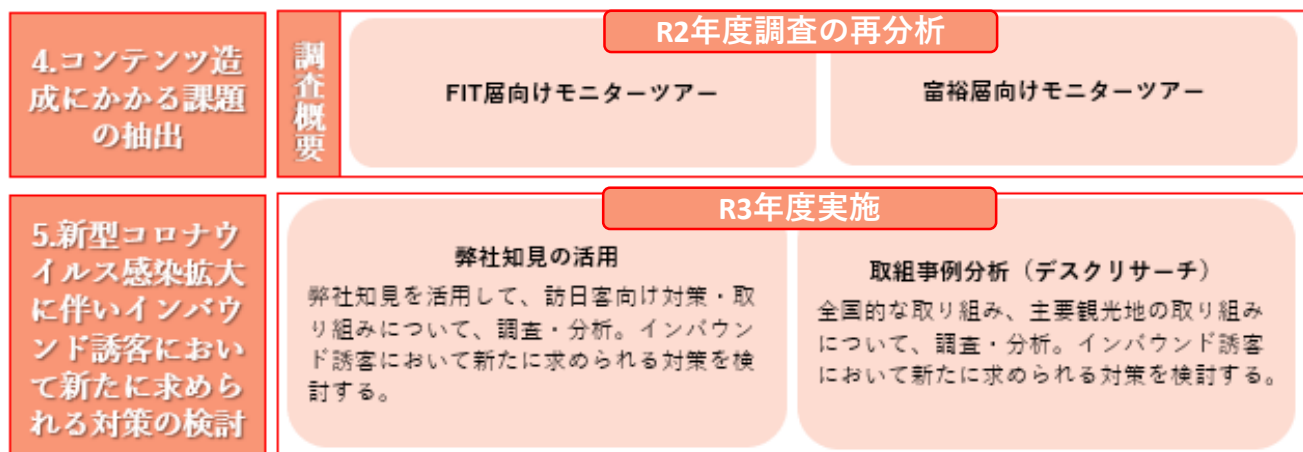


図 4 アンケート設計

2.2 調査結果

調査を行った結果以下のことを把握することができた。

(1) 調査・分析の結果概要

表3 調査・分析結果概要

項目	内容
1.ターゲットに対する案内方法	ターゲットに対する案内方法として特に重要な要素 他地域(京都・金沢等)の庭園との違い／庭園と建物との関係性／庭園に関わる人の姿(＝専門家・エキスパート)
2.ターゲットのニーズについて	ターゲットニーズ (FIT) - にいがた庭園街道に興味を持つ人は、「東京とは違う伝統的な日本」を知りたいとのニーズを持つ。 - 庭園以外のもの(温泉・居酒屋・飲食店等)にも触れたい、体験したい(そば打ち体験等)とのニーズ。 - 移動に際して、バスを敬遠する傾向にある。地下鉄やハイヤー、レンタカーを利用ニーズが高い。移動に際して、徒歩移動に対する抵抗感は弱い。 富裕層ニーズ - 富裕層旅行者のニーズとして、「ガイド」「宿泊施設」「移動」のクオリティが重要。そのプライベート感が非常に大事。その他、「特別な体験」を求めている。
3.効率的な周遊ルート検討のための踏査	- 鉄道(JR)は多言語表記が充実。一方、バス停等の多言語表記が不足 - 旅行者に負担の少ない交通機関の利用を提案することが必要(想定ルート案では鉄道推奨へ) - 施設の多言語表記が必要 - 目的地までの案内表示(サイン)が必要
4.コンテンツ造成にかかる課題の抽出	「にいがた庭園街道」のテーマ・ストーリー設定 - 庭園に関わる専門家・エキスパートの活用(庭園に限定せず「地域」への視点も) 「にいがた庭園街道」を深く感じてもらう体験の仕掛け “地域とつながる”視点でのコンテンツ造成(＝地域の食、工芸品等とつながる) - 富裕層旅行者が求める「ガイド」「宿泊施設」「移動」のクオリティの実現
5.新型コロナウイルス感染拡大に伴いインバウンド誘客において新たに求められる対策の検討	- 新型コロナウイルス感染拡大により、旅行に求められるもの、旅行の価値観が変化。「3密の回避・自然への帰帰」「持続可能な自然との共存」の他、「人に出会い、対話する」という、旅本来の価値の重要性はさらに高まる。 - 対コロナにおける世界の富裕層旅行市場は2025年にかけて拡大基調で推移する。マーケット拡大の原動力として、ツーリズム分野別では「アドベンチャーツーリズム」、地域別では「北米」富裕層が牽引する。

(2) アドバイザーの評価把握（アドバイザーヒアリング）結果概要

にいがた庭園街道に対する解説の深みを与える要素、ストーリー理解を助ける要素

- 「にいがた庭園街道」の「ストーリー」はとても重要。このストーリーは、訪問するすべての旅行者の旅行前・旅行中・旅行後を含む「全体的な旅行のコンセプト」につなげることができる。旅行者がリピート(再訪)したくなるように、拡張可能なものでなければならない。
- セグメント(アジア、ヨーロッパ、アメリカ)に関係なく、レクチャー(説明・解説)は魅力的で没入型でなければならない。

富裕層旅行者のニーズ

- ラグジュアリートラベラーのニーズとして、ガイド、宿、移動のクオリティが大事。そのプライベート感が非常に大事である。

1. 経験豊富な英語を話すガイド 2. ラグジュアリーな宿泊施設の世界標準

- 庭園のオタクでない限り、富裕層旅行者はさまざまなカテゴリーでさまざまな経験を期待する。彼らはグループではなくプライベートでそれらを好む。特別なアクセスと特別な出合いを期待。

富裕層旅行者向けアクティビティの例

- アクティビティの例として提示したもの。体験のバラエティを揃えていくことも大事。

- ・ワイナリー／醸造所
- ・農場から食卓まで(Farm to table)の体験
- ・各分野の専門家・エキスパートとの出会い・ミーティング
- ・工芸品
- ・ウエルネス体験(瞑想／スパ)
- ・お茶／お香のセレモニー
- ・書道、生け花、苔など
- ・料理教室

- アクティビティは、すべてが庭園街道につながっていく、生態系のように、庭園街道と各素材がつながっていることが望ましい。(＝オールコネクティビティ:all connectivity)

2.3 調査結果の反映

調査を行った結果を踏まえて、戦略を策定。

庭園の特性・魅力を「深掘り」「拡張する」視点から戦略を考え、具体的な展開に落とし込む際には、テーマ・ストーリーで整理した形で、体験を考えた。

3. 滞在型コンテンツ造成検討会の開催

<概要>

関係者間の意識共有、インバウンド展開への方向性・戦略策定、滞在コンテンツ造成・旅行商品企画の討議の場として定期的に検討会を開催。

3.1 コンテンツ造成検討会の実施概要

以下の日程においてそれぞれコンテンツ造成検討会を実施した。

表 4 コンテンツ造成会実施例

	コンテンツ造成会日程			
	時間	場所	参加人数	テーマ（検討内容）
第1回	令和3(2021)年 7月28日(水) 14:30～16:00	新潟博報堂 大会議室	15人	・ 事業の進め方確認・検討
第2回	令和3(2021)年 10月4日(月) 14:00～15:30	新潟博報堂 大会議室	10人	・ 調査結果の報告 ・ 調査結果を踏まえた戦略案の検討 ・ 滞在型コンテンツ造成の方向性検討 ・ モニターツアーの進め方確認・検討
第3回	令和3(2021)年 12月10日(金) 15:00～17:00	新潟博報堂 大会議室	14人	・ モニターツアー結果の報告 ・ 滞在型コンテンツ商品化に向けたコンセプトの提案 ・ ガイド育成の方向性検討
第4回	令和4(2022)年 3月10日(木曜日) 13:30～15:00	MOYORe: 「スタジオ」	9人	・ コンテンツ、旅行商品のとりまとめ内容の確認・検討 ・ 報告書／全体取りまとめイメージの確認・検討

※全4回ハイブリット開催

【構成員】

北陸信越運輸局観光部 観光地域振興課、公益社団法人新潟県観光協会、にいがた庭園街道ネットワーク、株式会社 新潟博報堂、株式会社 ワンダートランク、株式会社 コミュニケーション科学研究所、専門家・外国人アドバイザー

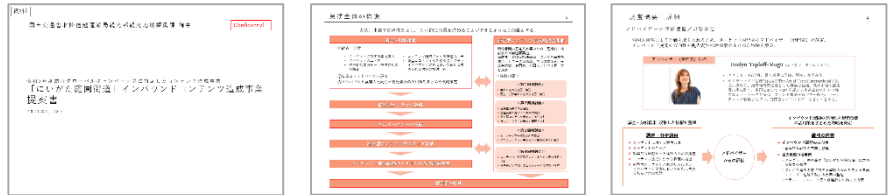
【専門家・外国人アドバイザー】

Evelyn Teploff Mugii /エブリン テプロフムギ（wondertrunk & co. 富裕層マーケティングディレクター）

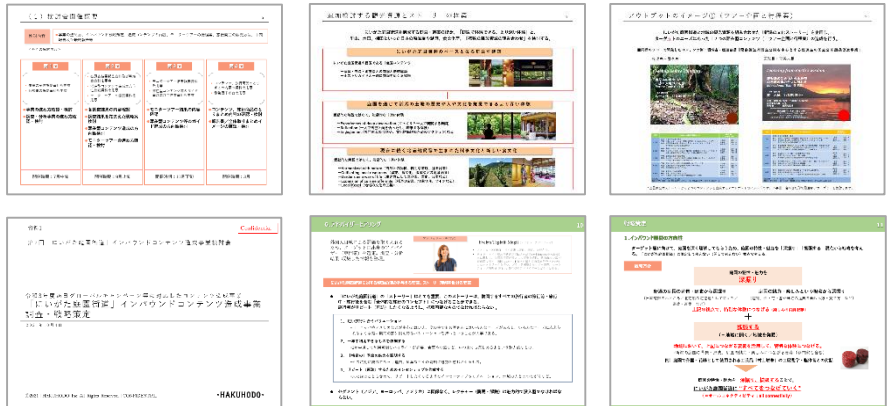
3.2 コンテンツ造成検討会の内容（検討資料）

図 5 コンテンツ造成会資料

第1回資料



第2回資料



第3回資料



第4回資料



4. 滞在型コンテンツ造成

＜検討概要＞
事業実施地域内の観光資源を活用し、ターゲットのニーズにあった滞在型コンテンツの造成を行う。

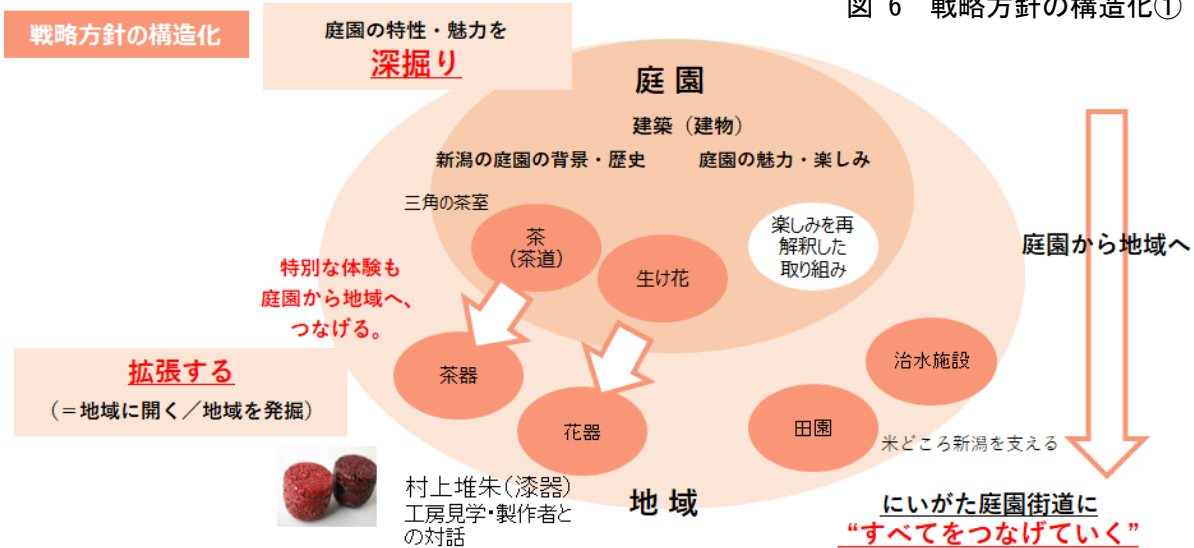
4.1 戦略

アドバイザーの評価把握（アドバイザーヒアリング）も踏まえ、庭園の特性・魅力を「深掘り」「拡張する」視点から戦略を考え、具体的な展開に落とし込む際には、テーマ・ストーリーで整理した形で、体験プログラムを造成するとの戦略を策定した。

＜インバウンド展開の方向性＞

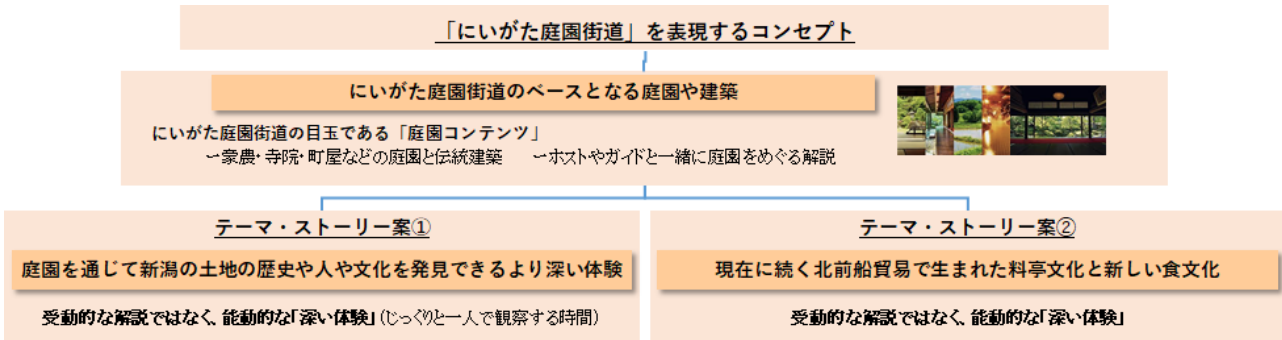
前述した戦略方針を構造化すると以下ようになる。庭園内での体験、その体験に紐づく体験を地域でも。体験(アクティビティ)は、すべてが庭園街道につながっていく。生態系のように、庭園街道と各素材が繋がっていることが望ましい。

図 6 戦略方針の構造化①



庭園の特性・魅力を「深掘り」「拡張する」視点から戦略を考え、具体的な展開に落とし込む際には、テーマ・ストーリーで整理した形で、体験を考える。

図 7 戦略方針の構造化②



4.2 調査を踏まえたコンテンツ、ツアー開発の考え方

＜コンテンツ／ツアー企画の目的＞

- ①富裕層を含めて幅広い層の旅行者に「新潟ならではの」体験をアピールする。
 - ②庭園街道の各体験を“ルート”にして、「庭園とそれを取り巻くユニークな遺産」を堪能する。
 - ③さらに、人、土地、そしてすべての資産を通して、「地域文化の独特の精神」を体験する。
- つまり、ツアー企画とは、“新潟の庭園らしさ”を突き詰めるプロセスである。

4.2 調査を踏まえたコンテンツ、ツアー開発の考え方

How are Niigata gardens different? 新潟の庭園らしさとは？

時間のない旅行者に、庭園で有名な京都ではなく、新潟を選んでもらうためにどう差別化するか？
一般的なイメージとして、京都の庭園は「お寺」にある「公開されている」、ちょっと「フォーマル」なもの。
それに対して、庭園街道の庭は、かつての「豪農ファミリー」たちの「プライベート」で「気軽に楽しめる」もの。

庭園街道の旅を構成するもの:オールコネクティビティ(all connectivity)

- ・美しい庭園と建築
- ・庭園のデザインの特徴は？
- ・庭園の創設者は？どんな家族？
- ・所有者はどのように庭園を楽しんだ？
- ・庭園は地域社会にどんな影響を与えた？
- ・その家族や文化を育んだ新潟の特性とは？

Favorite Experiences: 調査や昨年度のモニターツアーを踏まえて訪問・造成コースにいれたい体験

- ①KIKKAWA 千年鮭きっかわ
村上の鮭の歴史。師匠のおもてなし、地元のお茶と干し鮭の試食。
 - ②OLD SAITO RESIDENCE 新潟市 旧齋藤家別邸
大富豪の客をもてなすために作られた 新潟の港の繁栄を感じることができる。
タイムスリップ(都市体験)、建築、ウォーキングツアー。近くには別の庭園もある。
 - ③NORTHERN CULTURE MUSEUM 豪農の館 北方文化博物館
歴史的な地主-伊藤家の屋敷が重要。田中泰阿弥が庭師をしていた茶道スペースもあり。
 - ④SHIMIZUEN GARDEN 清水園 足軽長屋
旧新発田藩の別荘地にある上質な名庭。5つの異なるスタイルの庭園と建築物が体験できる。
- その他候補
- ・菊水庭園:田中太阿弥が酒造家のために設計した、北新潟の自然に囲まれた庭園。
 - ・カーブドッチワイナリー: 新潟の“ナパ・バレー”。ワインと食事と宿泊。

New Product Development

既存スポットに加えて、庭園ならではの体験の開発/改良を検討。

Experiences with appeal (ユーザーのニーズのある体験)	Niigata's Assets (新潟の持っている資産)
• Food Experiences (食) (health conscious, exploring the local, the rare) • Wellness (ウェルネス) (mindfulness, meditation, being outdoors, active) • Culture seeking and self-improvement, learning (文化と学び) (local and traditional arts/culture (like tea ceremony), modern innovations (like design, food, wellness practices))	• Agriculture, and local cuisine (農業・郷土料理) (local farms, rice, sake, salmon, wine, tea) • Variety of exquisite nature (多彩な自然の魅力) (gardens, natural landscape, fields, mountains, sea, onsen) • Stories, skills and traditions (物語と伝統) (Japanese arts in Niigata context (tea, craft, architecture, etc.), and those who innovate traditions)

Product Development:庭園街道の魅力を高め訪れた人と新潟全体をつなぐ新しい体験のアイデア

- 1) Poem Writing and/or Shodo Experience 庭園を眺めながら詩や俳句を作る/書道をする
- 2) Spirited Garden Lunch 庭園を眺めながらの贅沢なランチ
- 3) Garden Tea, Incense Ceremony Visit > Studio / Tea Shop / Sake brewery 庭園に面した建物での茶道・香道
- 4) Step back in time -Luxury Dinner 時空を超える豪華ディナー
- 5) For Garden Enthusiasts w/ Gardener and Architect 庭好き/建築好きのための特別なツール

5. モニターツアーの実施

＜検討概要＞
（３）で造成するコンテンツや（５）で育成するガイドの検証のためモニターツアーを実施し、課題抽出及びブラッシュアップを行った。

5.1 モニターツアーの開催

11月8日～10日にモニターツアーが開催された。モニターツアーにはそれぞれ有識者が参加し、専門的な観点より課題点を抽出した。

表 5 モニターツアー開催概要

	モニターツアー日程	
	訪問場所	体験
令和3年 11月8日 （月）	千年鮭きっかわ／千年鮭井筒屋／十輪寺／長楽寺／月岡温泉／月岡温泉白玉の温泉慶／月岡温泉ホテル清風苑	千年鮭きっかわ／ガイド吉川社長 ・村上の歴史、鮭文化の歴史 ・亭主のお茶（中庭を眺めながら村上茶でおもてなし） ・鮭の儀式 千年鮭井筒屋／村上の町屋と黒塀通りを紹介 十輪寺にて護摩行体験 長楽寺の庭園見学 月岡温泉白玉の温泉慶視察
令和3年 11月9日 （火）	月岡温泉白玉の温泉慶／清風苑／泉慶／清水園／旧齋藤家別邸／村杉温泉長生館	清水園見学／ガイド佐藤園長 庭園と茶室の見学 旧齋藤家別邸見学／ガイド阿部館長 ※施設の通訳スタッフ ・建物 30分 ・庭園 30分※専属の庭師さんと話せる予定 ・庭を眺めながら抹茶とお菓子で休憩 30分 ・建物や庭園で自由に過ごす 30分
令和3年 11月10日 （水）	五十嵐邸ガーデン／北方文化博物館	五十嵐邸ガーデン見学／ガイド古田社長 ・庭園、建物見学 ・スワンレイクビール（クラフトビール見学） 北方文化博物館／ガイド伊理学芸員 ・伊藤邸（主屋棟） 30分 ・積翠庵（茶室） 呈茶体験・お点前付き ・作事小屋（使用人の休憩室／裏方） ・もちつき体験

＜参加有識者＞

Evelyn Teploff-Mugii(エブリンテプロフムギイ)〔 wondertrunk & co. 〕

Davide Capretta(ダビデカプレッタ)〔 Japan Travel 〕

- ・イタリア出身。日本在住 3 年。現在、東京に在住。アメリカ留学経験もあり、イタリア語・英語に堪能。
- ・インバウンド専門メディア兼旅行会社「 Japan Travel 」の旅行部門トラベルコンサルタント。主にイタリアマーケットチームのリーダーとして活躍。同社が手掛けるバーチャルツアー「 Japan Travel At Home 」のガイドとしても活躍。

5.2 モニターツアー結果

モニターツアーより以下のような意見を収集し、各コンテンツの解決策を検討した。

表 6 抽出された意見及び造成コンテンツの解決策（一例）

コンテンツ名	モニター意見	解決策	改善実施有無 （2022年3月時点）
ツアー全体を通して	事業者の皆様の熱い思いやおもてなしの気持ちは素晴らしいと評価。 その一方で、ガイドや事業者からの説明が続くと情報量が多いと感じた。	庭園を楽しむためにも写真撮影や、ゆっくり庭園を鑑賞する時間を取ってゲストに自由に過ごしてもらう時間を区切る必要がある。	実際のツアーではゲストが自由に過ごせるように貸切などの対応を提案する予定
○英語対応について 井筒屋、五十嵐邸 ガーデンレストラン	全体的に英語のパンフレットや説明書きが追いついていない印象。 特に井筒屋や五十嵐邸ガーデンレストランなど、レストランでは英語のメニューお品書き があるとゲストの理解も深まる。	施設側に対して、英語のパンフレットや説明書きの活用を提案	実際にツアーに組込む段階で具体的な提案を行う予定
○体験の拡充	今後は庭を歩きながらの瞑想体験や詩を詠む体験、庭を眺めながらの食事体験なども試行出来ると良い。	庭を歩きながらの瞑想体験や詩を詠む体験、庭を眺めながらの食事体験などプログラムも検討	実際にツアーに組込む段階で更なる体験の拡充も検討する予定
○宿泊施設の拡充 温泉モニターツアー	富裕層ゲストは大浴場を利用しない傾向がある	温泉をフックにするには温泉付き客室を備えた宿泊施設が求められる。	温泉付き客室を備えた宿泊施設を選定

5.3 課題抽出／ブラッシュアップ

モニターツアー結果をふまえて、課題抽出及びブラッシュアップを行った。

強み	提供された体験の改善により、庭園を”通して”文化と繋がることができた。 バラエティに富んだ内容で、それぞれの場所にユニークに結びつき、訪れた場所それぞれが記憶に残るようになった。
改善点	現地にローカルガイドを常駐させる。または、要望があれば訪問者と一緒に様々な場所に行けるようにする。 来場者が様々な方法で庭園を楽しむことができるような体験を拡充する方法を検討する。単純なものでも構わないが、特徴的であるべき。
基準になる提供体験	現実的な時間で構成された基準となる旅程作り。滞在を延長される方へのオプション追加の提案。 追加可能なオプションの体験は、国内および海外の短距離(アジア圏)と長距離(ヨーロッパ・アメリカなど)の海外旅行者へ関心を広げることができる。



6. 滞在型コンテンツ等のガイド育成

＜概要＞
調査・戦略策定、滞在型コンテンツ造成検討会、滞在型コンテンツ造成から企画開発する滞在型コンテンツ・旅行商品の案内役を育成するための研修会を実施。

6.1 滞在型コンテンツ等のガイド育成プログラムの概要

ガイドを取り巻く状況を踏まえて、ガイド育成プログラムを策定。

エキスパートガイドとスルーガイド

特定の施設や体験について専門的にガイドする、エキスパートガイド。
ツアーに終日同行し、目的地間のストーリーをつなげる、スルーガイド。
富裕層のゲストは、安心感の高いスルーガイドを求める傾向にある。
また、本ツアーのようなストーリー性の高いツアーでは、より一層スルーガイドの育成が重要になる。

しかしながらスルーガイドの育成には時間がかかり、通訳案内士も不足している現状。

ボランティアガイドの活用

ゲスト一同、旧齋藤家別邸のボランティアガイドのホスピタリティーとクオリティを高く評価。スルーガイドとして、終日ご同行いただけると心強いとの意見も。

通訳案内士不足に対応するガイドの2パターン

- ・ 各施設に英語でご案内出来る方がいる場合(吉川社長や佐藤館長、伊里学芸員など)
ボランティアガイドの方に終日ご同行していただき、移動時のサポートや通訳の補助をお願いする。
- ・ 各施設に英語でご案内出来る方がいない場合
庭園街道ネットワークの庭園をご案内出来る方とボランティアガイドの方に2人1組で終日ご同行いただく

6.2 「にいがた庭園街道」ガイドプログラム研修会の実施概要

以下の日程において「にいがた庭園街道」ガイドプログラムを検討するための研修会を実施した。

「にいがた庭園街道」ガイドプログラム			
日時	場所	参加者	ガイドプログラム
2022年 2月8日(火) 15:00～16:30	旧齋藤家別邸 (新潟県新潟市中央区西大畑町)	にいがた庭園街道ネットワーク、北方文化博物館、旧齋藤家別邸、新潟県観光協会、北陸信越運輸局観光部 観光地域振興課等	前半： • にいがた庭園街道のストーリーについて • どんな伝え方をすればよいか？ • ディスカッション 後半： • ガイドとその育成に大切なことについて • ガイド経験を通して大切だということ • ガイド育成プログラムの事例紹介(山形県)

<講師>

Evelyn Teploff-Mugii (wondertrunk & co. 富裕層マーケティングディレクター)

小島康平(wondertrunk & co.山形ガイド)

- 国際交流を求め、学生時代にNZ、US、台湾、中国に留学。これまで世界40ヶ国以上を旅して巡る。
- 旅を通じた、国籍を越えた人々との出会い、国際交流を人生の生きる喜びとし、アメリカから、日本、中国、欧州を行き来し、wondertrunk&co.と業務提携しグローバルネットワーク、日本全国のインバウンドツアー造成、ガイド、コーディネーターとして活動。

6.3 「にいがた庭園街道」ガイドプログラム研修会資料

図 6 研修資料①（説明会前半説明分）

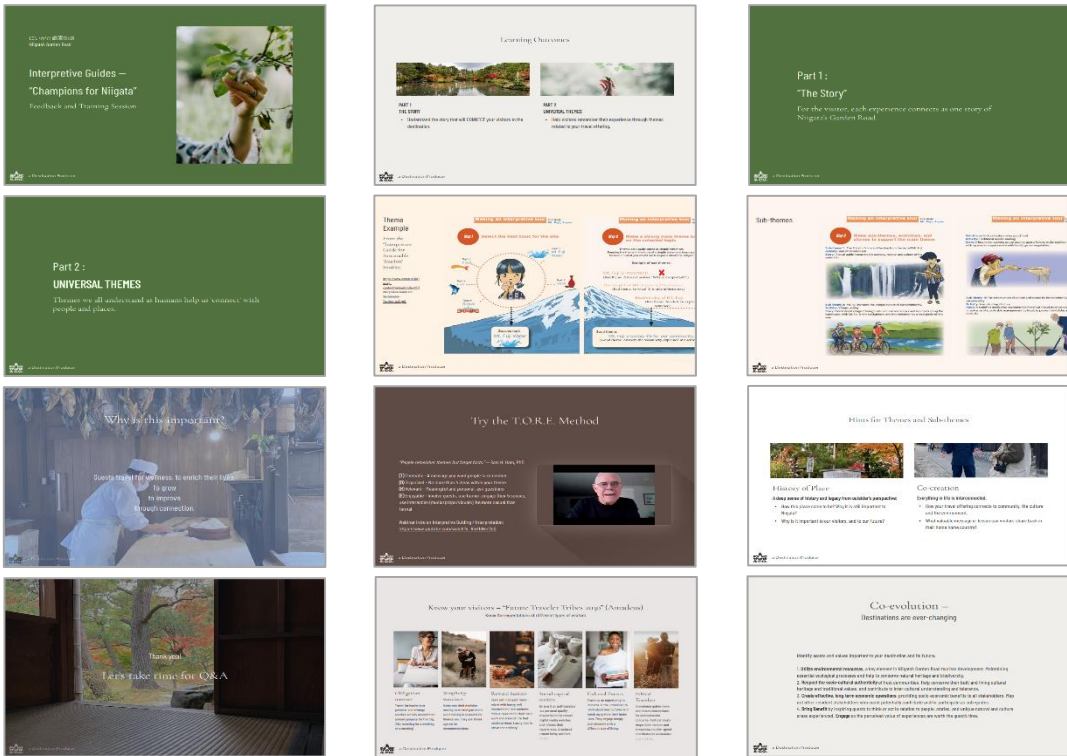


図 7 研修資料②（説明会後半説明分）



7. コンテンツ、旅行商品のとりまとめ及び原稿作成

<概要>

英語ウェブサイト等でコンテンツの情報発信及び旅行商品の販売ができるよう、事業を通して
 作成された滞在型コンテンツ、企画された旅行商品を取りまとめ、原稿作成を行っ

7.1 滞在型コンテンツ、企画された旅行商品

事業を通して造成された滞在型コンテンツのが概要は以下の通り。

Optional Experiences	Description
Master's tea ceremony and Salmon ritual	(Tea) This is a uniquely local tea ceremony (different than sado, with tea leaves) and is given by the owner of the historical salmon shop himself (Kikkawa(sp)?). It's personal, private and thoughtfully arranged in a room overlooking his family's exquisite garden. The craft items used are also regionally made, precious, belonging to his ancestors. He prepares everything himself and is delightful and enthusiastic about local culture. There are surprises and stories during the ceremony that may best left as that. Examples of surprises: to be served just a few drops of tea, the flavor is wonderfully complex and rich, changing with each delicate and 'tiny' serving. He makes very creative bite sized traditional sweets himself but with a modern twist. Lastly, we eat the leaves! All beautifully presented. You truly feel his genuine pride and how special the moment is. (Salmon) You are taken to a private traditional Japanese room, beautifully decorated for guests. A formal presentation, but in a way to show the guests that they are special. Seated in the place of honor with beautiful craft tableware the master started the cutting ceremony with an assistant, showing the knives, subtle praying and careful cutting of the salmon. It is quiet but visually dramatic and people can take pictures. You are served two types of fermented salmon, intense taste, very and interesting flavors. Accompanied by his wife who prepares specialty tea pairings almost like wine. The whole set up is beautifully done. This is another experience where I think the description should be a bit of a teaser not to give away too much beforehand.
Ikebana Experience at Saito Villa NOT Ready for selling now	I believe this is lead by the Kimono Association / Volunteer Guides with a local well-known flower artist as the expert. It is a performance of the artist putting together a modern arrangement in the style of her traditional school of Ikebana (school name?). The association explains the process and guests are free to direct questions to the artist during the 'performance' and after the arrangement is complete. Guests can then enjoy and take pictures of the work. The setting in front of the garden is quite special. Question: We should check to make sure that they will keep it in that space, and if it is truly private (meaning, not having other guests walking around)?
Visit Gardener's house at Northern Culture Museum	A truly unique experience going 'behind the scenes' with a gardener of a historic garden and site. This is another one where parts of the experience should be left as a surprise. I also wonder -- what it would be like in the summer? When we went the shack doors were opened dramatically with a wood-burning stove in the center blazing away with a welcoming smile from behind it (see photo). We gathered around the fire, shared and poured our own tea and spoke to this passionate gardener about his life and his work. Many of his thoughts could be applied to life outside of gardens. He's rough around the edges in the best way. Committed, humble and friendly. A real slice of life of someone who maintains such a special place.

7.2 モニターツアーを踏まえた基本旅程案

事業を通して企画された旅行商品は以下の通り。

(1泊2日) Garden Tour (1 Night)

DAY 1

- 13:00 - Arrive in Niigata
- 14:00 - Visit the Saito Historic Villa & Garden
- 15:30 - Transfer to Tsukioka Onsen area (1 hour)
- 16:30 - Check in at Kahou: Koshinosato Annex Ryokan in Tsukioka
- 18:00 - Enjoy a dinner of 'kaiseki' at the ryokan

DAY 2

- 08:00 - Enjoy breakfast at the ryokan
 - 09:30 - Explore the famous Shimizu-en Garden
 - 10:30 - Transfer to Ikarashitei Garden (30 minutes)
 - 11:00 - Explore Ikarashitei Garden
 - 12:00 - Enjoy lunch at Ikarashitei's Garden Restaurant
 - 13:30 - Transfer to the Northern Culture Museum (30 minutes)
 - 14:00 - Explore the Northern Culture Museum and visit the private workshop of a local master gardener
 - 16:00 - Transfer to Niigata Train Station (30 minutes)
 - 17:00 - Board a train to the next destination
- 
- A photograph of a traditional Japanese garden. In the foreground, there are lush green bushes and a large, light-colored rock. In the background, a traditional Japanese building with a dark roof and white walls is visible, surrounded by more greenery. The sky is overcast.

(2泊3日) Garden and Local Customs Tour (2 Nights)

DAY 1

- 13:00 - Arrive in Niigata
- 14:00 - Visit the Saito Historic Villa & Garden
- 15:30 - Transfer to Tsukioka Onsen area (1 hour)
- 16:30 - Check in at Kahou: Koshinosato Annex Ryokan in Tsukioka
- 18:00 - Enjoy a dinner of 'kaiseki' at the ryokan

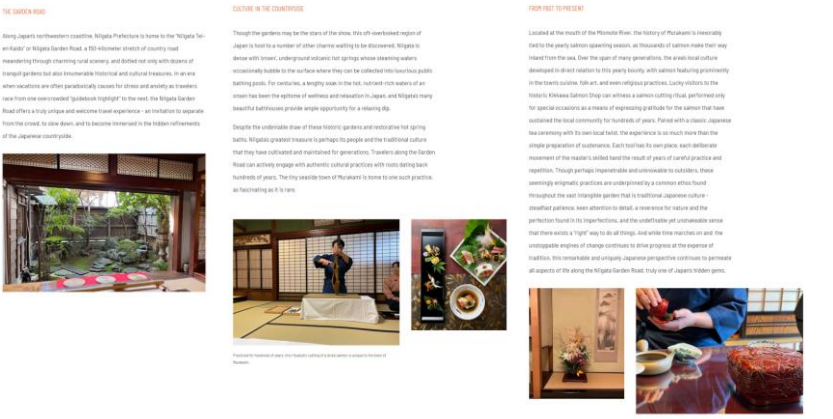
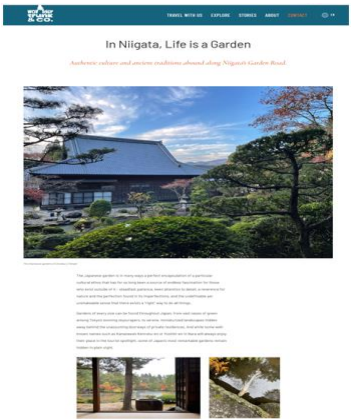
DAY 2

- 08:00 - Enjoy breakfast at the ryokan
- 09:00 - Transfer to Murakami area (1 hour)
- 10:00 - Witness a private tea ceremony and salmon cutting ritual at the Kikkawa Salmon Shop
- 12:00 - Enjoy a traditional salmon lunch at Izutsuya Restaurant
- 13:30 - Explore the Murakami townscape
- 14:30 - Visit Choraku-ji Temple and Garden
- 15:30 - Return to accommodation in Tsukioka Onsen area (1 hour)
- 18:00 - Enjoy dinner at the ryokan

DAY 3

- 08:00 - Enjoy breakfast at the ryokan
- 09:30 - Explore the famous Shimizu-en Garden
- 10:30 - Transfer to Ikarashitei Garden (30 minutes)
- 11:00 - Explore Ikarashitei Garden
- 12:00 - Enjoy lunch at Ikarashitei's Garden Restaurant
- 13:30 - Transfer to the Northern Culture Museum (30 minutes)
- 14:00 - Explore the Northern Culture Museum and visit the private workshop of a local master gardener
- 16:00 - Transfer to Niigata Train Station (30 minutes)

7.3 原稿作成 (Webサイト展開イメージ)



7.　コンテンツ、旅行商品のとりまとめ及び原稿作成

<概要>
英語ウェブサイト等でコンテンツの情報発信及び旅行商品の販売ができるよう、事業を通して造成された滞在型コンテンツ、企画された旅行商品をとりとまとめ、原稿作成を行っ

7.1　滞在型コンテンツ、企画された旅行商品 事業を通して造成された滞在型コンテンツのが概要は以下の通り。

● 亭主の茶と鮭の儀式 ～村上きっかわでの亭主の茶、鮭の切り込み式～

(お茶)
これは独特の地元の茶道であり(茶葉があります)、千年鮭きっかわのオーナー自身によって行われます。それは彼の家族の絶妙な庭を見下ろす部屋に個人的でプライベートで思慮深く配置されています。使用されている工芸品も、彼の先祖が所有する、地域で作られた貴重な村上木彫り堆朱です。彼はすべてを自分で準備し、地元の文化に楽しく熱心に取り組んでいます。セレモニーの最中には、そのままにしておくのが一番かもしれない驚きや物語があります。驚きの例:ほんの数滴のお茶を出すために、味は素晴らしく複雑で豊かで、繊細で「小さな」サービングごとに変化します。彼は非常にクリエイティブな一口サイズの伝統的なスイーツを自分で作っていますが、現代風にアレンジしています。最後に、葉っぱを食べます！すべて美しく提示されます。

あなたは彼の本物のプライドとその瞬間がどれほど特別であるかを本当に感じます。

(鮭)
美しく装飾された伝統的な和室に連れて行かれます。正式なプレゼンテーションですが、ゲストに特別な存在であることを示す方法で。美しい工芸品の食器を持って名誉の場所に座り、マスターはアシスタントと一緒に切断式を開始し、ナイフを見せ、微妙な祈りと鮭の慎重な切断を行いました。静かですが視覚的にドラマチックで、人々は写真を撮ることができます。2種類の発酵鮭、強烈な味わい、とてもおもしろい味わいがお召し上がりいただけます。まるでワインのように特別なお茶の組み合わせを準備する彼の妻が同行します。セットアップ全体が美しく行われます。これは、事前にあまり多くを与えないように、説明を少しお誘いするべきだと思うもう1つの経験です。

● 旧齋藤家別邸で生け花体験 ～旧齋藤家別邸の生け花パフォーマンス、庭師による解説とトーク～

これは、地元の有名なフラワーアーティストを専門とする着物協会/ボランティアガイドが主導していると思います。生け花の伝統的な学校(学校名?)のスタイルで現代的なアレンジを組み合わせたアーティストのパフォーマンスです。協会がプロセスを説明し、ゲストは「パフォーマンス」中およびアレンジが完了した後、アーティストに自由に質問を送ることができます。その後、ゲストは作品を楽しんで写真を撮ることができます。庭の前の設定は非常に特別です。

● 北方文化博物館の庭師の家を訪ねる ～北方文化博物館　作事小屋、伊藤家夫人によるお点前などの体験～

歴史的な庭園と敷地の庭師との「舞台裏」での真にユニークな体験。
これは、経験の一部を驚きとして残しておくべきもう1つのものです。
また、夏はどうなるのだろうか。
私たちが行ったとき、小屋のドアは劇的に開かれ、中央の薪ストーブが後ろから歓迎の笑顔で燃え上がっていました(写真を参照)。
私たちは火の周りに集まり、自分たちのお茶を分け合って注ぎ、この情熱的な庭師に彼の人生と仕事について話しました。
彼の考えの多くは、庭の外での生活に適用することができます。
彼は最善の方法で端を荒くしている。
献身的で、謙虚で、友好的です。そのような特別な場所を維持している誰かの人生の本当のスライス。

7.2　モニターツアーを踏まえた基本旅程案 事業を通して企画された旅行商品は以下の通り。

(1泊2日)

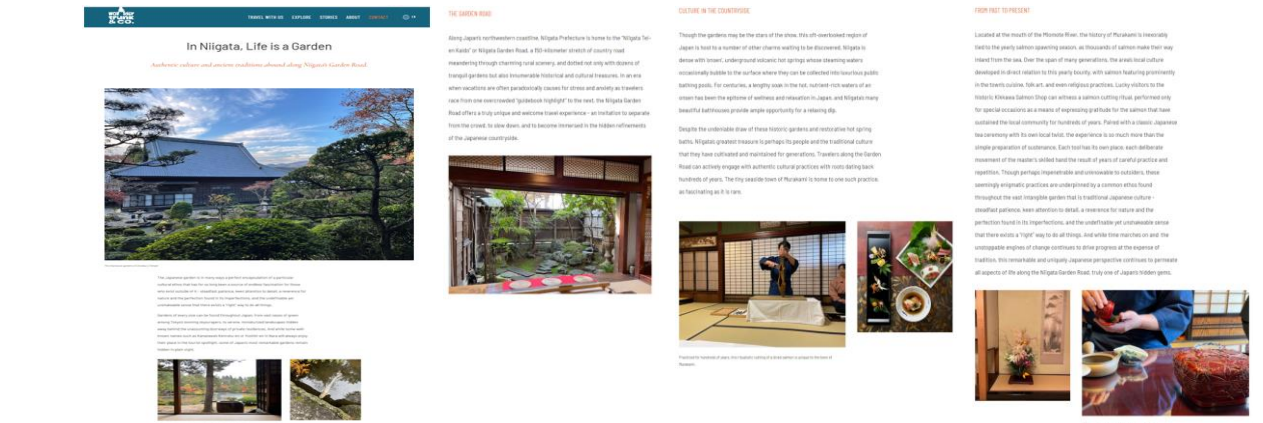
1日目		
13:00	新潟駅集合	
13:30	15:30	旧齋藤家別邸
15:30	16:30	旧齋藤家別邸→月岡温泉
16:30	月岡温泉 白玉の湯 華鳳「別邸 越の里」に宿泊 (1泊2食付)	
2日目		
9:15	9:30	月岡温泉→清水園
9:30	10:30	清水園
10:30	11:00	清水園→五十嵐邸ガーデン
11:00	12:00	五十嵐邸ガーデン
12:00	13:30	五十嵐邸ガーデンにて昼食
13:30	14:00	五十嵐邸ガーデン→北方文化博物館
14:00	16:00	北方文化博物館 (作事小屋体験)
14:30	16:30	北方文化博物館→新潟駅
16:30	新潟駅にて終了	

- 移動はハイヤーを想定
- 各目的地でのベースとなる体験は料金や内容を加味した上で決定
- オプションでその他の体験も選択可能

(2泊3日)

1日目		
13:00		新潟駅集合
13:30	15:30	旧齋藤家別邸
15:30	16:30	旧齋藤家別邸→月岡温泉
16:30		月岡温泉 白玉の湯 華鳳「別邸 越の里」に宿泊 (1泊2食付)
2日目		
9:00	10:00	月岡温泉→村上市
10:00	12:00	千年鮭きっかわ (亭主の茶体験・鮭の切り込み式)
12:00	13:30	井筒屋にて昼食
13:30	14:30	村上散策
14:30	16:00	長楽寺
16:00	17:00	長楽寺→月岡温泉
16:30		月岡温泉 白玉の湯 華鳳「別邸 越の里」に宿泊 (1泊2食付)
3日目		
9:15	9:30	月岡温泉→清水園
9:30	10:30	清水園
10:30	11:00	清水園→五十嵐邸ガーデン
11:00	12:00	五十嵐邸ガーデン
12:00	13:30	五十嵐邸ガーデンにて昼食
13:30	14:00	五十嵐邸ガーデン→北方文化博物館
14:00	16:00	北方文化博物館 (作事小屋体験)
14:30	16:30	北方文化博物館→新潟駅
16:30		新潟駅にて終了

7.3　原稿作成 (Webサイト展開イメージ)



8. 事業成果

<概要>

・造成されたコンテンツのアウトプットおよびアウトカムについて評価する。

<得られた成果>

「にいがた庭園街道」をインバウンド向けの魅力ある滞在型コンテンツとして磨き上げ。

・新潟港に寄港するクルーズ船の乗客向けに特別感のあるオプションルツアーとして検討したいとの相談を受けるなど、「にいがた庭園街道」の情報発信力強化につながった。

8.1 事業目標に対する成果

新潟県港湾振興課から新潟港に寄港するクルーズ船の富裕層向けの特別感のあるオプションルツアーとして組み込むことも考えたいとの相談を受けるなど、「にいがた庭園街道」の情報発信力強化につながった。

8.2 コンテンツの造成方針

当初の計画通りにコンテンツ造成を行っており、途中段階でのターゲット、観光資源の変更は行っていない。

8.3 造成したコンテンツの高付加価値・地域ならではのポイント

設定したコンセプトに沿った形でコンテンツを造成

コンセプト：‘ウェルネス’と文化へ続く道 A Path to Wellness and Culture

国道290号線は、日本で最も美しいとされる個人所有の庭園がある道というだけではない
にいがた庭園街道は、たくましい自然と農業の風景を発見する事ができる道
人と庭、そして、文化が融合する場所
庭園でゆっくりとした時間を過ごし、地元文化と繋がる、そして、自分自身と繋がる(自分を取り戻す)

ウェルネスとは多次元的なもの

ウェルネスとは、身体的な健康だけではない。ほとんどのウェルネスのモデルには、少なくとも6つの次元が含まれている(最大で9つまたは12つ)。

- 身体(フィジカル):運動、栄養、睡眠などを通じて健康な身体を養うこと。
- 精神的(メンタル):学習、問題解決、創造性などを通して、世界と関わること。
- 感情的(エモーションナル):自分の感情に気づき、それを受け入れ、表現すること、そして他者の感情を理解すること。
- 霊的(スピリチュアル):人間の存在意義やより高い目的を探し求めること。
- 社会的(ソーシャル):意味のある方法で他者や地域社会とつながり、関わること。
- 環境:地球の健康と人間の行動、選択、幸福との間に肯定的な相互関係を育むこと。

8.4 造成されたコンテンツ

造成されたコンテンツの一例を以下に列举する。

表 8 コンテンツ造成一覧(例)

N O	エリア	地域名	パッ ション	コンテンツの名 称	概要	高付加価値・地域ならではのポイント
1	村上市 ～関川 村エリア	村上 市	Tradit ion／ Art	主人の茶道 と鮭の儀式	村上の鮭の歴史。師匠のおもてなし、 地元のお茶と干し鮭の試食	村上独自の食文化を庭園施設 の主人が対応
2	新潟市 ～田上 町エリア	新潟 市	Tradit ion／ Art	旧齋藤家 別邸で生け 花体験	旧齋藤家別邸の生け花パフォーマンス、 庭師による解説とトークが楽しめる 体験コンテンツ	実際に庭園を管理している庭 師が案内する体験コンテンツ
3	新潟市 ～田上 町エリア	新潟 市	Tradit ion／ Art	北方文化 博物館の庭 師の家を訪 ねる	歴史的な地主-伊藤家の屋敷である 豪農の館 北方文化博物館の体験 庭師をしていた田中泰阿弥の作事 小屋、茶道スペースを見る体験の他、 伊藤家夫人によるお点前などの体験	歴史的な庭園・敷地の庭師と の「舞台裏」でのユニークな体 験

主人の茶道と鮭の儀式(新潟県村上市)

事業実施前に地域が抱えていた課題

「にいがた庭園街道」をインバウンド向け滞在型コンテンツとして磨き
上げるため、特に外国人富裕層旅行者に向けて、魅力を感じるコンテ
ンツの選定や見せ方を検討する必要があった。

課題解決に向けた打ち手

有識者からの「庭園の特性・魅力を **深掘り+拡張する(=地域に開く
／地域を牽掇)**」ことで、「にいがた庭園街道」に**“すべてをつなげていく”
(=オールコネクティビティ:all connectivity)ことが必要**との提案を受
け、富裕層を含めて幅広い層の旅行者に「新潟ならではの」体験、「庭
園とそれを取り巻くユニークな遺産」を堪能し「地域文化の独特の精
神」を体験してもらう視点で、コンテンツ造成を行った。
⇒村上独自の食文化を主人自らが提供

コンテンツを活かした商品概要

○概要

：村上の鮭の歴史。師匠のおもてなし、地元のお茶と干し鮭の試食。(茶道)
地元の独特な茶道であり、歴史的な鮭屋の主人(師匠)、オーナー自身によって行われます。
庭を見下ろす部屋に個人的でプライベートで思慮深く配置されています。
使用されている工芸品も、主人の先祖が所有する、地域で作られた貴重なものです。
セレモニーの最中(には、驚きや物語があります。
主人が作った非常にクリエイティブなローサイズの伝統的なスイーツが提供され、最後に、茶葉を味わう体験も楽しめます。
体験を通して、主人の本物のプライドとその瞬間がどれほど特別であるかを感じることができます。(鮭の儀式)
美しく装飾された伝統的な和室に案内され、ゲストに特別な存在であることを示す方法で儀式が行われます。
美しい工芸品の食器を持って座り、主人はアシスタントと一緒に祈りを捧げ、鮭の切断儀式を行います。
2種類の発酵鮭、強烈な味わい、とてもおいしい味わいがお召し上がりいただけます。

○料金

：221,500円(税込)～/5名様まで ※ティラーメイド型ツアーへの組み込みを想定。単体販売は想定せず

○対応言語

：日英

○所要時間

：約2時間



旧齋藤家別邸で生け花体験(新潟県新潟市)

事業実施前に地域が抱えていた課題

「にいがた庭園街道」をインバウンド向け滞在型コンテンツとして磨き
上げるため、特に外国人富裕層旅行者に向けて、魅力を感じるコンテ
ンツの選定や見せ方を検討する必要があった。

課題解決に向けた打ち手

有識者からの「庭園の特性・魅力を **深掘り+拡張する(=地域に開く
／地域を牽掇)**」ことで、「にいがた庭園街道」に**“すべてをつなげていく”
(=オールコネクティビティ:all connectivity)ことが必要**との提案を受
け、富裕層を含めて幅広い層の旅行者に「新潟ならではの」体験、「庭
園とそれを取り巻くユニークな遺産」を堪能し「地域文化の独特の精
神」を体験してもらう視点で、コンテンツ造成を行った。
⇒実際に庭園を管理している庭師が案内

コンテンツを活かした商品概要

○概要

：旧齋藤家別邸の生け花パフォーマンス、庭師による解説とトークが楽しめる体験コンテンツ。
地元の有名なフラワーアーティストを専門とする着物協会/ボランティアガイドと連携することを想定しています。
生け花で歴史のある学校のスタイルで現代的なアレンジを組み合わせたアーティストのパフォーマンスを楽しんでもらいます。
協会のスタッフの方がプロセスを説明し、ゲストは「パフォーマンス」中およびアレンジが完了した後、アーティストに自由に質問を
送ることができます。その後、ゲストは作品を楽しんで写真を撮ることができます。

○料金

：調整中

○対応言語

：日英

○所要時間

：調整中



北方文化博物館の庭師の家を訪ねる(新潟県新潟市)

事業実施前に地域が抱えていた課題

「にいがた庭園街道」をインバウンド向け滞在型コンテンツとして磨き
上げるため、特に外国人富裕層旅行者に向けて、魅力を感じるコンテ
ンツの選定や見せ方を検討する必要があった。

課題解決に向けた打ち手

有識者からの「庭園の特性・魅力を **深掘り+拡張する(=地域に開く
／地域を牽掇)**」ことで、「にいがた庭園街道」に**“すべてをつなげていく”
(=オールコネクティビティ:all connectivity)ことが必要**との提案を受
け、富裕層を含めて幅広い層の旅行者に「新潟ならではの」体験、「庭
園とそれを取り巻くユニークな遺産」を堪能し「地域文化の独特の精
神」を体験してもらう視点で、コンテンツ造成を行った。
⇒歴史的な庭園×庭師の「舞台裏」を訪ねるという特別感

コンテンツを活かした商品概要

○概要

：歴史的な地主-伊藤家の屋敷である豪農の館 北方文化博物館の体験。庭師をしていた田中泰阿弥の作事小屋、茶道スペースを
見ることができる。
「にいがた庭園街道」を代表する歴史的な庭園・敷地の庭師との「舞台裏」でのユニークな体験を楽しむことができる。

○料金

：80,000円(税込)～/10名様まで
※ティラーメイド型ツアーへの組み込みを想定。単体販売は想定せず

○対応言語

：日英

○所要時間

：約2時間



9. 事業目標に対する成果

	目 標	実 績
造成コンテンツ数	3	3
造成ツアー数	3	3

総 括

「にいがた庭園街道」は国道290号に沿って新潟県の代表的な日本庭園と豪農・豪商の館や寺院、町屋などの伝統建築が集中している全長約150kmの街道であり、令和2年度に北陸信越運輸局で実施した調査事業において、インバウンドに訴求力があることが確認されている。本事業では、令和2年度調査事業の結果を最大限活用し、「にいがた庭園街道」をインバウンド向け滞在型コンテンツとしての磨き上げ、また、旅行商品として、2021年度に販売を見込める水準となるツアー造成や、コンテンツ造成を目指した。

インバウンド富裕層マーケティングディレクターからは、「にいがた庭園街道」の評価把握（アドバイザーヒアリング）も踏まえ、庭園の特性・魅力を「深掘り」「拡張する」視点と具体的な展開に落とし込む際のテーマ・ストーリーの整理と体験プログラムを造成する戦略を策定してもらった。

体験（アクティビティ）は、すべてが庭園街道につながっていく、生態系のように、庭園街道と各素材がつながっている“オールコネクティビティ”の考え方をツアーやコンテンツの構成するテーマとして取り入れ、専門家によるモニターツアーを実施した。

専門家によるモニターツアーは大変好評で、庭園を通じて“文化”とつながることができ、さらにバラエティに富んだユニークな体験に結び付けたことが、訪れた場所それぞれが記憶に残ようになった。改善点としては、各施設には、高いスキルを持つエキスパートガイドはいるが、ツアー全体を同行するスルーガイドの存在は、富裕層ゲストに安心感を与えることができ、再来訪に繋がる可能性が高くなるため、育成は重要である。

新潟市・新発田市・村上市を巡る2泊3日のツアーと、新潟市・新発田市、村上市それぞれ巡る1泊2日のツアーの計3本の造成、「亭主の茶と鮭の切り込み式」「旧齋藤家別邸での生け花」「北方文化博物館の庭師の小屋を訪ねる体験」など、要望に合わせるためのオプションコンテンツも3本造成した。

これらのツアー・コンテンツは「ウェルネスと文化へ続く道」というコンセプトのもと、今後も多次元的な要素をさらに詰め込み磨き上げることで、「手つかずの日本の美」として注目されるよう発信していったほしい。