EN - JOURNEY TO DISCOVER THE STORIES OF THE STORKS-

【サステナブルな観光コンテンツ強化事業】

「コウノトリツーリズム」の確立に向けた観光コンテンツ強化事業

2023年
実施報告書

近畿運輸局

目次

1. 事業概要 p.3-6

1-1. 業務概要 p.4

1-2. 実施スケジュール p.5

1-3. 実施体制 p.6

2. ツアーの企画・開発 p.7-23

2-1. 概要 p.8

2-2. 現地調査 p.10

2-3. ツアーの企画・造成 p.16

2-4. ツアー造成検討会 p.20

2-5. 成果結果 p.23

3. ローカルガイドの研修 p.24-29

3-1. 実施内容 p.25

3-2. アンケート結果 p.28

3-3. 成果結果 p.29

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等 p.30-57

4-1. 外国人モニターツアーの実施 p.31

4-2. 市民向けモニターツアーの実施 p.48

4-3. 市民向けセミナーの実施 p.51

4-4. 成果結果 p.57

5. 販路形成支援および情報発信 p.58-84

5-1. 商談会への参加 p.59

5-2. プロモーション動画、LPの制作 p.67

5-3. WEB広告の配信 p.69

5-4. インフルエンサーの招聘 p.70

5-5. 成果結果 p.84

6. 総評 p.85-87

6-1.事業を通した課題と改善点 p.86

6-2.今後に向けた提言、誘客造成につながる提案 p.87

1. 事業概要

- ✓ 業務概要
- ✓ 実施スケジュール
- ✓ 実施体制

EN - JOURNEY TO DISCOVER THE STORIES OF THE STORKS -

1. 事業概要

＜事業の目的＞

ポスト・コロナ時代を見据え、オーバーツーリズム対策や観光資源の保全をはじめとした持続可能な観光地経営が求められ、併せてサステイナブルな観光を体験することへの旅行者のニーズが高まっているところである。事業は、自然、文化、地域の生業といった我が国の豊富な地域資源を観光コンテンツとして活用。それにより得た収益による地域資源の保全や旅行者が地域の持続性を体験し貢献できる受入環境の整備などを行う。
国内外の観光客の消費額増加や満足度向上につながる観光資源の磨き上げを図り、各地域での自立的・継続的な取組としていくものである。

1. 事業概要	1-1. 業務概要

＜事業実施地域における背景・課題（実施地域の概要）＞

豊岡市は城崎温泉に代表されるような観光資源に恵まれ、観光産業は本市で最も産業規模や地域内投入額が大きく、地方創生戦略において基盤産業として位置付け、戦略的政策的投資を行っている。しかしながら、内外から高い評価を得ているこれらの環境への取組の観光コンテンツ化に苦慮し、持続可能な観光地づくりに十分に活かせていない。

＜事業実方針＞

✓ コウノトリの野生復帰の取組の成果を活用し、知的好奇心を満たし共感をもって体験できるツアーを新たに造成、販路を形成するための情報発信を行う。
✓ 地域住民と訪問者が交流し新たな価値を見出すコミュニティツーリズムの推進を目指しシビックプライドの醸成に資する取組を、市民および市内事業者に行う。

（1）ツアーの企画・開発

■コウノトリの野生復帰の取組を活用した付加価値の高いツアーを造成・販路形成
■専門家による現地調査・ツアー造成検討会の実施

----------KPI
✓ ツアー造成本数：2本以上
✓ ツアー造成検討会：4回程度

（2）ローカルガイドの研修

■ツアーを案内するローカルガイドに対する研修の実施

----------KPI
✓ 研修回数：2回程度
✓ 参加者数：10人程度

（3）モニターツアーおよびシビックプライド醸成のための市民ツアー等

■外国人専門家を対象としたモニターツアーの実施
■シビックプライド醸成を目的とした市民向けモニターツアーおよびセミナーの実施

----------KPI
✓ 外国人専門家モニター数：5人以上　✓ 市民モニター数：10人程度
✓ セミナー参加者数：30人以上　セミナー開催数：2回以上

（4）販路形成支援および情報発信

■専門家のアドバイスに基づくターゲットに合致した適切な販路選定
■販路に対する効果的な情報発信　■インフルエンサーを招請・情報発信
■WEBサイトや掲載する動画・広告等の制作および海外メディアへの掲載

----------KPI
✓ 商談会：5～10者程度　✓ 個別商談：5～10者以上　✓ 動画（約2分）：2～3本程
✓ メルマガ配信数：40者以上に複数回配信　✓ インフルエンサー招請数：2～3人程度
✓ 海外メディア2～3者程度に掲載

1. 事業概要

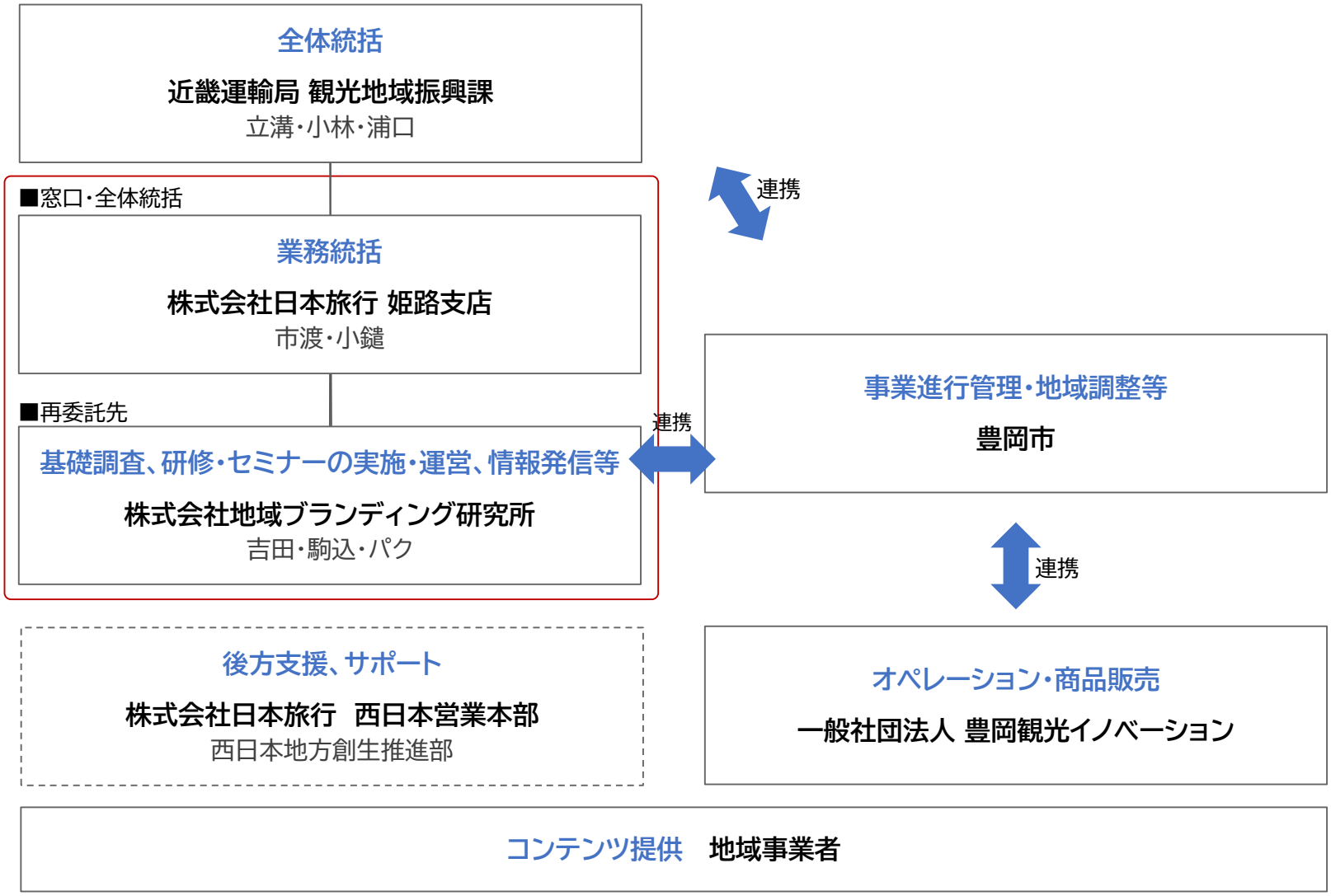
1. 事業概要 | 1-2. 実施スケジュール

事業期間: 2022年3月22日～2023年3月24日

1. 事業概要

1. 事業概要　1-3. 実施体制　※敬称略

事業期間：2022年3月22日～2023年3月24日



2. ツアーの企画・開発

- ✓ 現地調査
- ✓ ツアーの企画・造成
- ✓ ツアー造成検討会

EN - JOURNEY TO DISCOVER THE STORIES OF THE STORKS -

2. ツアーの企画・開発

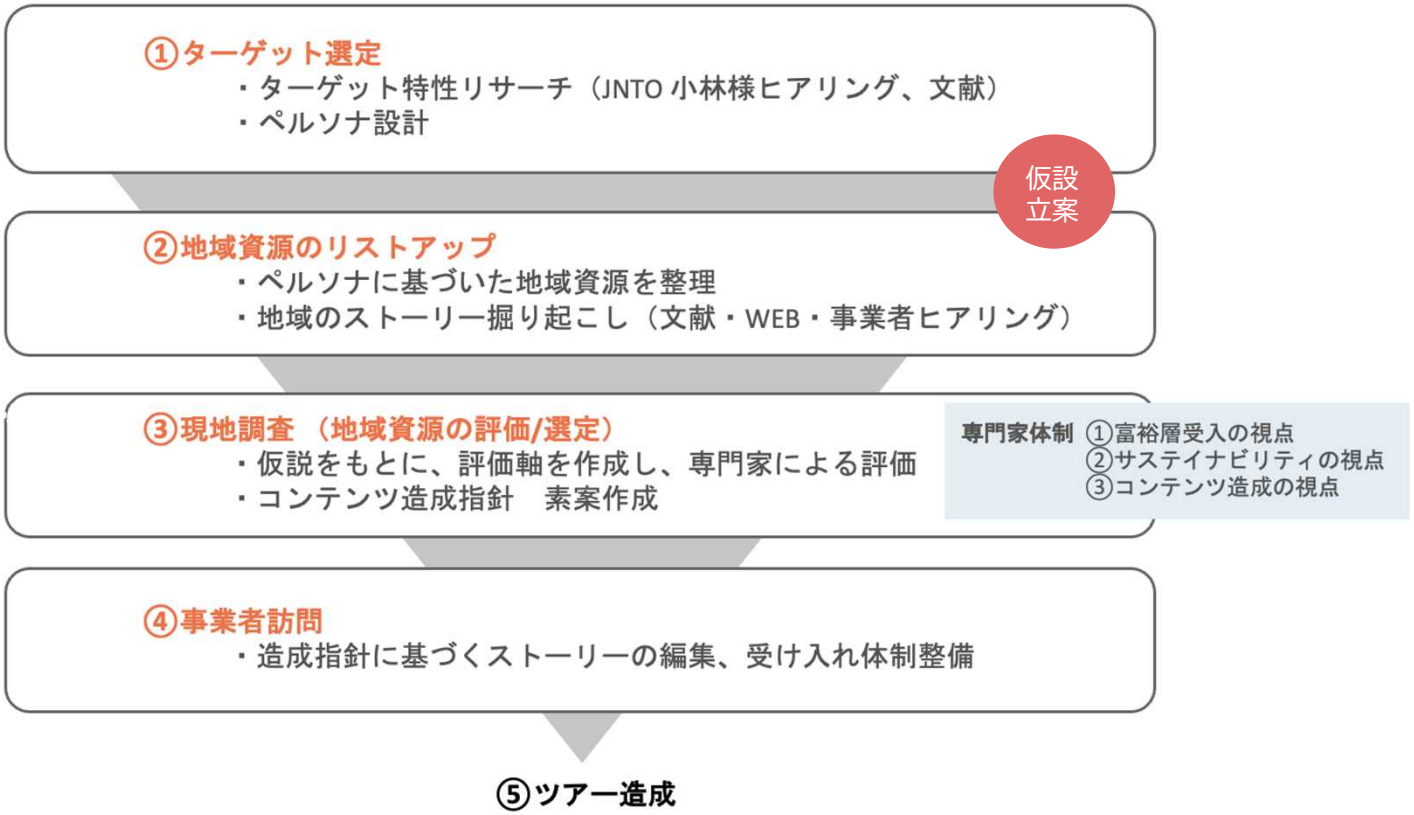
2-1. 概要 | 2-1.1 ツアー造成の流れ

■事業概要

コウノトリの野生復帰の取組を活用した付加価値の高いツアーを造成し、販路を形成する。
既存ツアーとは異なり、「自然」「歴史・文化・ツール」「地域との交流」など、ストーリー性や付加価値を持たせ、ターゲット層の知的好奇心を満たし共感をもって体験できる魅力的な内容を盛り込むツアーを造成すること。

■ツアー造成の流れ

専門家の助言をもとに①ターゲット選定 ②地域資源のリストアップ ③現地調査を行い、その結果を踏まえコンテンツ提供および受入可能な地域事業者との調整を経てツアーを造成。



2. ツアーの企画・開発

2-1. 概要 | 2-1.2 仮説立案:ターゲット像 / コンセプト素案の設定

JNTO小林氏のヒアリングおよび文献調査から、本事業のターゲット像を以下の通りに設定した。
また、コンセプトについては、日本エコツーリズムセンター共同代表の森氏の助言により素案を作成し、現地調査に臨んだ。

■ターゲット像

	コア 欧米豪の社会的責任のある企業経営者・起業家・重役	アジアの都市部に住む富裕層ファミリー	アーティスト クリエイティブワーカー	インカムリッチ・プロフェッショナルの国内ファミリー層
特徴	■知的好奇心や探究心が強く、訪問先の自然、伝統、文化に触れることを通じて、背景にある歴史や哲学、美意識などの理解を深め、旅を通じて得たものを自分のライフスタイルや企業経営に取り入れたいと考えている。 ■ウクライナ情勢やコロナ禍を経て精神的に落ち着くとこと、自然との調和やサステイナビリティであることが “クール” だと感じている。	■都市部に住み、裕福で忙しい「子供の教育のためにお金を掛ける親」が家族のために高付加価値な旅行を提供したいと考えている。 ■空気が綺麗で緑が豊かな土地で、「食の安心安全」が提供できる農業体験や自然体験を通じ、子供に食育を始めとした、詰め込み式教育で得られない体験をさせたいと感じている。	■国内をはじめ世界中に住む、アーティストやIT・デザインなどのクリエイティブワーカー。短期～中期で滞在して、文化的な場所からクリエイティブなインスピレーションを得たいと考えている。 ■ウクライナ情勢やコロナ禍を経て精神的に落ち着くとこと、自然との調和やサステイナビリティであることが “クール” だと感じている。	■コロナ禍をきっかけに暮らし方・働き方に変化があり、住まい環境やライフスタイルにこだわりのあるファミリーが「楽しみ」ながらも自分達のライフスタイルにプラスになる旅をしたいと考えている。 ※弁護士、公認会計士、税理士法人の役員、外資系企業の経営幹部、ITおよび経営コンサルティング分野の専門家、キャリア10年以上の医師など、「稼いだお金を使う暇がない」層。
市場	アメリカ、フランス、イギリス、ドイツ、オーストラリア	シンガポール、香港、台湾	左記欧米豪・アジアの市場	関西・中四国
志向性	旅行を通じ、自身の信念が反転する、人生観が変わる、新たな人生の価値観を見出す体験、経験を求める	旅行先の国・地域の伝統や儀式の真髄を知り、浸るとともに、家族や友人との貴重な時間の共有を求める	旅行を通じ、自身の信念が反転する、人生観が変わる、新たな人生の価値観を見出す体験、経験を求める	旅行先の地域の伝統や儀式の真髄を知り、浸るとともに、家族や友人との貴重な時間の共有を求める
旅の目的	新しい、型にはまらないものの探求 節酒等、節制、自身への挑戦 自分自身の再調整、整える 地元の人との交流	親族との充実した時間を過ごす 挑戦(距離感、文化の違い、言語) すべてを学び、理解する 経験値を高める	新しい、型にはまらないものの探求 節酒等、節制、自身への挑戦 自分自身の再調整、整える 地元の人との交流	親族との充実した時間を過ごす すべてを学び、理解する 経験値を高める
重視する要素	一般的ではない特別な経験 / 混雑の無い環境 / サービスと費用のバランス	綿密な計画 / 一般的ではなく、カルチャーショックとなるような体験、経験 / 子どもへの教育	一般的ではない特別な経験 / 混雑の無い環境 / サービスと費用のバランス	一般的ではない特別な経験 / 大人も子どもも楽しめる体験
魅力となる日本の要素コンテンツ	旅館、茶道、禅、寺院、富士山 森林セラピープログラム、リトリート、 シンプルで精神的に独立した状態	幅広く、多様なアクティビティサービス （文化、歴史、美食、ショッピング等） 日本の独自文化（言語、伝統等）	旅館、茶道、禅、寺院、富士山 森林セラピープログラム、リトリート、 シンプルで精神的に独立した状態	幅広く、多様なアクティビティサービス （文化、歴史、美食、ショッピング等）

■コンセプト素案

コウノトリは世界的な生物多様性の象徴であるという考え方のもと、コウノトリツーリズムに相応しいキーワードとして「コウノトリが生息できる自然環境」「人の手が守るサステナビリティ」「旅する象徴」の3つを設定。そこから、【コウノトリの住む里山で暮らすように旅する】という素案を作成。

2. ツアーの企画・開発

2-2.現地調査 | 2-2.1 地域資源の洗い出し

■地域資源調査概要

調査期間　2022年5月2日～17日

調査対象　豊岡市内の自然資源・文化資源・歴史資源

調査手法　地域における「景観・自然」「観光施設・歴史的建造物」「特産・名産品」「食文化」「歴史・文化・伝統」の5つの代表的な観光資源をもとに、豊岡市および豊岡観光イノベーションの公式WEBサイト、「豊岡市歴史文化基本構想」を参照し、地域資源を洗い出した。

■地域資源リスト作成

洗い出した地域資源については、以下の項目に沿ってリストを作成した。
●自然資源 / 文化資源 / 歴史資源：84件
●その他（農家）：10件

✓ **エリア**
豊岡、城崎、竹野、日高神鍋、出石、但東

✓ **カテゴリ**
自然資源（自然の恵みによる資源）
文化資源（自然とともにある生活文化の資源）
歴史資源（人々の営みが作り出した資源）

✓ **概要**
資源の特徴や文化的・歴史的背景、ストーリー等

✓ **体験コンテンツの有無**
既存体験コンテンツの有無

NO	エリア	資源名	資源カテゴリー 地域資源	概要	コンテンツ開発有無 ※「有」の場合体験内容概要記載	備考
1	竹野	竹野浜 【海開き7月1日～8月末】 約2か月間	自然資源（自然の恵みによる資源）	竹野浜は兵庫県の日本海側に面する海水浴場で、西側に猫崎半島を望める山陰海岸でも屈指の景勝地。約1kmも続くキメの細かい白砂のビーチは「快水浴場百選」と「日本の渚百選」にも選定。海水浴やジオカヌー、美しい海中を１０歳から満喫出来る自然体験ジオダイビングなど様々なアクティビティも体験できる。	各種マリンアクティビティ	【アクティビティ】 たけのチックLagooon　大人1500円(繁忙期2000円) 愛犬とジオカヌー　4000円/40分 海キャブ(クルーズ)　1500円/人(2名から) 温泉付きジオカヌー　5000円/人 ジオダイビング　短10,800円・長13,000円 フライボード・ホバーボード・ジェットパックなども ■開館時間　浜茶屋は8:30～17:00 ■入 館 料　無料
2	竹野	はさかり岩	自然資源（自然の恵みによる資源）	兵庫県の天然記念物に指定されている、竹野海岸を代表する寄岩の一つ。 この地方で挟まることを「はさかる」ということから名付けられた。落ちない岩として合格祈願のミニ絵馬や、ストラップが販売されている。	【鬼退治出発だ！鎧の洞門ツアー】 所要時間：2時間 料金：7000円 http://www.takeno-geocanoe.com/course/35/	■見学自由 ■入 館 料　無料
3	城崎	淀の洞門	自然資源（自然の恵みによる資源）	切浜の北側、岬の先端にある花崗岩と角礫岩層及びそこを切る断層の亀裂に沿ってできた洞門。日本海の海触作用によって造られた洞窟の内部は神秘的。	【鬼退治出発だ！鎧の洞門ツアー】 所要時間：2時間 料金：7000円 http://www.takeno-geocanoe.com/course/35/	■見学自由 ■入 館 料　無料
4	竹野	宇日流紋岩	自然資源（自然の恵みによる資源）	陸からは見ることができず船でしか見ることができない　貴重な岩。 火山灰を含む流紋岩が再度溶けて固まった時にできたもので、美しい渦巻き模様はまさに自然が造りだした芸術ともいえる岩。		※夏期限定に就航する竹野海岸遊覧船に乗船したら見られる
5	豊岡	畑上の大トチノキ	自然資源（自然の恵みによる資源）	目通り幹囲7.20m、根回り13.50mの巨木で垂直に伸び地上６メートルより西方に一大枝を出しまた地上９メートルより三本の大枝を分けている。枝張り西へ20m、東へ16.60m東北へ17m、南へ15.50m北へ14.50mで樹勢きわめて旺盛でトチノキの巨木として有数なもの。		
6	豊岡	絹巻神社の暖地性原生林	自然資源（自然の恵みによる資源）	但馬の大河円山川まるやまがわの河口が急に狭められている場所がある。そこに突出したような緑の原生林が横から眺められる。ここが「絹巻神社の暖地性原生林」の社叢しゃそうである。スダジイ、アカガシ、タブノキ、ヤブ、ツバキなどの常緑樹に、ケヤキなどの落葉樹が混じる。日本海側ではまれなホウライカズラも見られた。社叢の中央付近にあるスダジイは、兵庫県最大。ヒメハルゼミの生息地でもあり、日本海型照葉樹林代表する樹林である。		県指定天然記念物 ■見学自由 ■入館料　無料
7	豊岡	津居山漁港 【隣接の物産展の休館日：火曜日】	自然資源（自然の恵みによる資源）	津居山港は豊岡市（兵庫県の北東部）にあり、円山川が日本海に注ぎ込む河口にある。 但馬漁協所属の沖合底曳船（95ｔ～40ｔ）が12隻、沿岸小型船が20数隻が水揚を行う。 春にはホタルイカ・鯛・わかめ、夏はイカ・サザエ・アワビ、空きはカレイ・ハタハタ、冬は津居山カニが採れる。		近くの津居山フィッシャーマンズビレッジで物産販売。 「津居山港かにまつり」では松葉がにや魚介類のセリが体験できる「素人うまいもの競り市」が盛り上がりをみせる。 ■営業時間　フィッシャーズマンビレッジ　8:30~14:00 ■休館日　毎週火曜日
8	豊岡	津居山カニ	自然資源（自然の恵みによる資源）	山陰から丹後にかけての地域では、ズワイガニのオスを「松葉がに」、メスを「セコがに」や「こっぺ」などと呼びます。そのうち、『津居山かに』と名乗ることができるのは、兵庫県豊岡市の津居山港に水揚げされたものだけ。日本随一の品質が自慢で、すらりとのびた長い足と美しい姿が特徴的。		初セリには1杯5万～6万円ほどの高値がつく。

▲地域資源リスト　詳細：別添資料①豊岡市資源リストを参照

2. ツアーの企画・開発

2-2.現地調査 | 2-2.2 1次評価による地域資源選定（専門家）

専門家による現地調査の対象資源を選定するため、地域資源リストをもとに1次評価を行った。

■専門家による評価

詳細：別添資料②1次評価による地域資源選定（専門家）を参照

評価期間　2022年5月17日～19日

評価者　株式会社地域ブランディング研究所 代表取締役 吉田　博詞

評価方法

●評価項目
コアバリュー（供給価値そのもの）/ 商品性（供給される商品の特徴）/ 英語対応
※評価項目は、JNTOの富裕旅行向け国内コンテンツの評価軸により決定
※「バリュー提供の工夫」については、磨き上げの観点となるため評価項目には含まず

●評価方法 / 4段階評価
◎＝（5点）ポテンシャルあり
〇＝（3点）磨き上げればポテンシャルあり
△＝（1点）素材はいいが、かなりの磨き上げが必要
×＝（0点）ポテンシャル無
※英語対応：あり（3点）なし（0点）

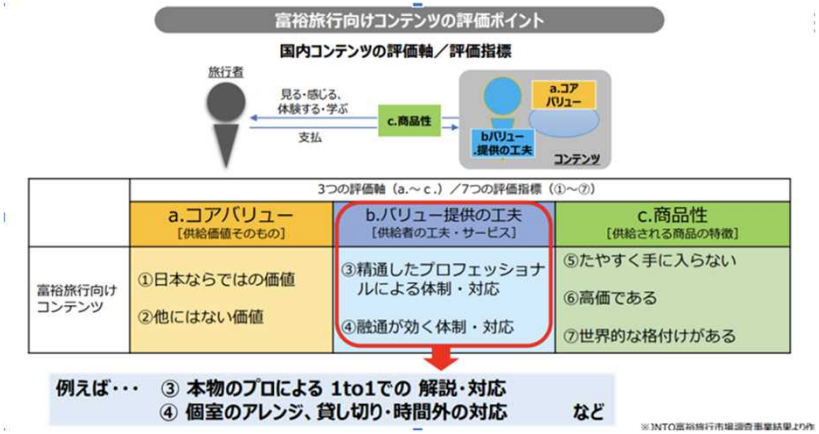
評価結果

自然資源 / 文化資源 / 歴史資源を中心に上記の評価基準で4段階評価およびコメントをもらった。その中で合計8点以上の資源を23件に絞った。

●エリア別資源数
・城崎 8個　・豊岡 7個　・出石 7個　・日高 1個

※8点以上の資源24件のうち、「咲々マーケット」は以下の観点から削除

コウノトリの野生復帰や、人との共生のまちづくりが、豊岡市が何十年にもわたって大切に築いてきた、次世代に残していきたいものであると捉え、そこに共通する「先人たちが大切に築き上げた上げてきた、次世代に残したいもの」として物語のあるものや共感を得る資源を設定した。



▲富裕旅行向けコンテンツ評価ポイント

専門家視察	一次評価 ※評価指標の詳細は右図を要確認					
	コアバリュー	提供の工夫	商品性	英語対応 (※)	総合点	コメント
	3		1	0	4	ジオとコウノトリの舞がりを何かのストーリーにまとめられれば可能性は出てくる。 【英語対応】 ・子ども体験村：英語対応なし ・カシマカンコー：受付スタッフ一人だけ対応可能 ・竹野スノーケルセンター：パンフレットは英語版があるが、職員で対応できる人はいない
	1		1	0	2	ジオとコウノトリの舞がりを何かのストーリーにまとめられれば可能性は出てくる。 【英語対応】 ・ツアー企画会社「海の家メリー」 ・子ども体験村：英語対応なし ・カシマカンコー：受付スタッフ一人だけ対応可能 ・竹野スノーケルセンター：パンフレットは英語版があるが、職員で対応できる人はいない
	1		1	0	2	ジオとコウノトリの舞がりを何かのストーリーにまとめられれば可能性は出てくる。 【英語対応】 ・ツアー企画会社「海の家メリー」 ・子ども体験村：英語対応なし ・カシマカンコー：受付スタッフ一人だけ対応可能

▲地域資源 1次評価リスト

2. ツアーの企画・開発

2-2.現地調査 | 2-2.2 1次評価による地域資源選定（海外旅行会社）

海外旅行会社による現地調査の対象資源を選定するため、地域資源リストをもとに1次評価を行った。

■海外旅行会社による評価

評価期間
2022年5月19日～23日

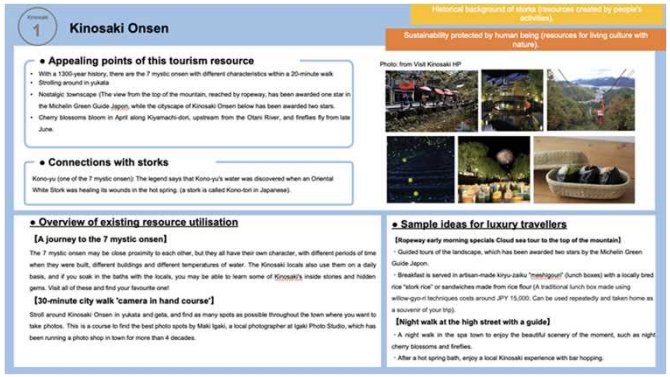
評価者
Into Japan Specialist Tour（2人が評価）
Discova（1人が評価）

評価方法
専門家評価や豊岡市からの意見ヒアリングにより絞られた資源に関する資料を海外旅行会社に送付し、魅力度および活用方法に関するアンケート調査を実施。
※アンケートのため発送した資源資料
　詳細：別添資料③1次評価による地域資源選定（海外旅行会社/英語版・日本語版）を参照

評価結果

●評価対象資源
城崎温泉 / ふれあい公設市場・あおぞら市場 / 県立コウノトリの郷公園 / 永楽館 / コウノトリ米 / 麦藁細工 / 玄武洞 / 出石伝統的建造物群保存地区 / 竹野浜 / 円山川 / ハチゴロウの戸島湿地 / 神鍋溶岩流 / 北村ワサビ / 杞柳細工 / 宗鏡寺

●全員が「魅力的」「大変魅力的」と評価した資源
・城崎温泉
　→風情があり、浴衣でそぞろ歩きができる点、また長い歴史がある
・ふれあい公設市場・あおぞら市場
　→日本一古いと言われる木造市場の建築はユニークで、ローカルとの交流もできる点
・県立コウノトリの郷公園
　→国の特別天然記念物であり、コウノトリの重要性を説明するための準備も整っている点
・永楽館
　→歌舞伎好きのお客様も多く、伝統芸能はインバウンド層に人気のコンテンツであるため
・出石伝統的建造物群保存地区
　→歴史的な建造物群、着物で巡る城下町ツアーや利き酒体験を好む方が多い
・神鍋溶岩流
　→水も自然も美しく、インスタ映えしそうな点
・宗鏡寺
　→庭の美しさと、禅体験をはじめ色々な体験が可能な点



▲海外旅行会社に送付した資源資料（一部）

▲海外旅行会社アンケート結果
別添資料④1次評価による地域資源選定（海外旅行会社）回答シート

2. ツアーの企画・開発

2-2.現地調査 | 2-2.3 現地調査による資源評価

■専門家の概要

専門家名		専門分野 / 選定理由
	株式会社地域ブランディング研究所 **代表取締役　吉田 博詞** 体験プログラム事業における着地型商品造成ブランディング戦略・自走の仕組みづくりについてのアドバイス	全国の地方自治体や企業と連携し、持続可能に稼げる地域づくりを支援する。地域のファンづくりやサステイナブルツーリズムなど新時代の価値基準に基づくブランディング戦略・自走の仕組みづくり等の課題解決に奔走する。体験プログラム事業においても着地型商品造成および販売の第一人者として全国で活躍。アジア・欧米圏を中心としたマーケティングコンサルティング事業を多数展開、コロナ禍においてもいち早く需要回復期を見据えた持続型のブランディング指針を打ち出し、多方面において発信する。
	特定非営利法人日本エコツーリズムセンター **共同代表　森 高一 氏** サステイナブル・ツーリズム専門家 SDGs観点からのツアー造成アドバイス	環境教育、環境コミュニケーション分野のプロデューサー、プランナーとして、長年エコツーリズムに携わる。NPO法人日本エコツーリズムセンター(エコセン)ではGSTCサステイナブル・ツーリズム国際認証の研究と普及活動および各地の持続可能な観光地域づくりに携わっている。環境省「SDGs人材発掘事業における研修支援業務」研修会企画・運営サポート等の実績を有する。立教大学・学習院大学・大妻女子大学兼任講師。
	日本政府観光局(JNTO) **小林 大祐 氏** 富裕層・欧米市場向けインバウンド専門家 外国人富裕層や欧米市場の知見からツアー造成、販売戦略アドバイス	アウトバウンド専門の旅行会社で海外旅行商品の造成、ロンドン支店への赴任などを経験したのち、日本政府観光局(JNTO)に就職。JNTOではシンガポール事務所赴任や九州運輸局派遣の後、富裕層事業や航空路線誘致等の担当を経て、現在は欧米市場向けのインバウンドプロモーション事業に従事。外国人富裕層や欧米市場のマーケットトレンドについて豊富な知見を持つ。 ※2021年11月に、JNTOとしてはじめての中東地域における事務所をドバイに開設
	株式会社クリル・プリヴェ **創業者&CEO　髙野 雅臣 氏** 富裕層向けツアー造成専門家 富裕層向けツアーおよび受入体制についてアドバイス	ラグジュアリーホテル・リゾート立ち上げ・経営に深く関わり、㈱クリルマネジメント創業。その後、富裕層顧客に対して上質なサービスを提供している旅行会社・最高級ホテルのみが加盟できるラグジュアリー・トラベル・グローバルネットワーク「Virtuoso(ヴァーチュオソ)」に日本で初めて加盟メンバーとなる㈱クリル・プリヴェを創設。「Virtuoso」とは海外の富裕旅行者向けの観光事業者で構成されるコンソーシアム。世界1800社(ホテル、クルーズ、ツアーオペレーターなど)以上、2万人以上の旅行アドバイザー(エージェント)が加盟。

2. ツアーの企画・開発

2-2.現地調査 | 2-2.4 現地調査による資源評価

■現地調査の行動記録

目的	専門家の視点を踏まえた本事業で取り扱う観光資源の選定および活用に向けた課題の抽出
日時	2022年6月2日～3日
随行者	【専門家】髙野 雅臣 氏、小林 大祐 氏、 森 高一 氏、吉田 博詞　※五十音順 【豊岡市】宮垣 均 氏、瀧本 文代 氏、川角 洋祐 氏 【(一社) 豊岡観光イノベーション】日野 史輝 氏 【近畿運輸局】小林 郁子 氏、浦口 菜摘 氏 【株式会社日本旅行姫路支店】小鑓 由里奈 【株式会社地域ブランディング研究所】パク ソンヨン、駒込 宏美
宿泊 食事	専門家の宿泊施設 / 城崎温泉 泉翠　　食事(夕食) / いろりダイニング三國　※昼食は行程に記載
行程 および 実施状況	■1日目 ▲兵庫県立コウノトリの郷公園　▲宗鏡寺　▲昼食：甚兵衛（出石蕎麦）　▲永楽館　▲出石伝統的建造物群保存地区　▲玄武洞　▲城崎ロープウェイ　▲温泉寺 ■2日目 ▲かみや民藝店　▲ハチゴロウの戸島湿地　▲竹野浜　▲昼食：マスダ商店（イカの活き造り）　▲まるいち（農家）　▲カバンストリート　▲意見交換会（豊岡市役所）

2. ツアーの企画・開発

2-2.現地調査 | 2-2.5 現地調査による資源評価

■専門家による地域資源2次評価：アンケートおよび意見聴取

詳細：別添資料⑤地域資源2次評価：アンケート / ⑥地域資源2次評価：意見聴取まとめを参照

評価期間　2022年6月4日～12日

評価者

株式会社クリル・プリヴェ　髙野 雅臣 氏
日本政府観光局(JNTO)　小林 大祐 氏
特定非営利法人日本エコツーリズムセンター　森 高一 氏
株式会社地域ブランディング研究所　吉田 博詞

評価方法

●評価項目・意見聴取の内容
活用の余地 / 評価できる点 / 活用におけるアドバイス・アイデア・改善点 / その他コメント
※評価項目は、JNTOの富裕旅行向け国内コンテンツの評価軸により決定

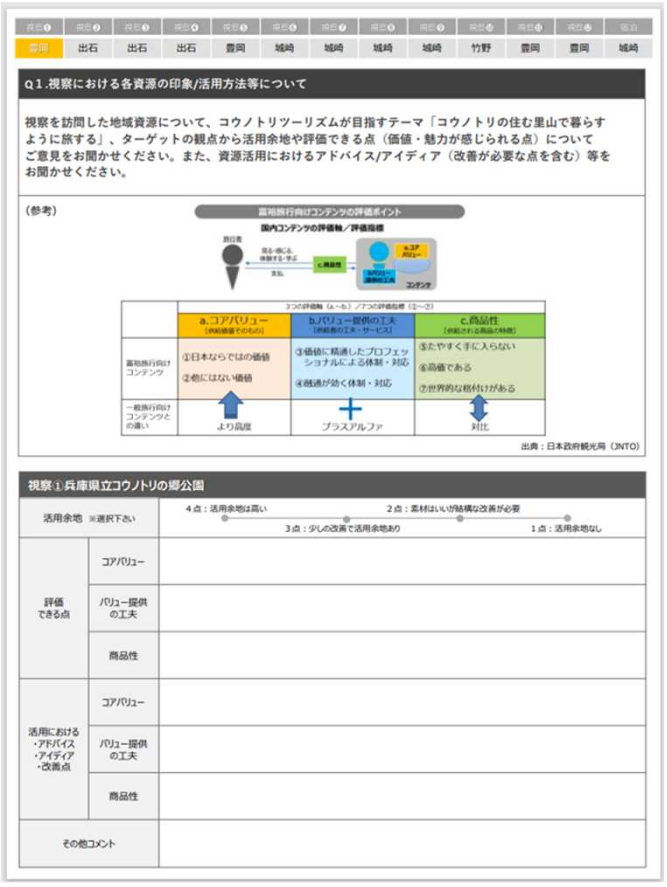
●評価方法 / 4段階評価
(4点)活用余地は高い
(3点)少しの改善で活用余地あり
(2点)素材はいいが結構な改善が必要
(1点)活用余地なし

評価結果

●コンセプト「「コウノトリの住む里山で暮らすように旅する」について
・これまでの豊岡の歴史文化や取組み、それらを支える精神性がしっかりと存在するため地域らしさがあり、コンセプトと合致していると評価された。
・全体コンセプトの中で地域のまちづくり、観光、生業、保全活動のストーリーを紡ぎ合わせていく必要があると意見をもらった。

●メインコンテンツとして特に評価された資源
以下の3つの資源がメインコンテンツの資源として評価された。
①**戸島湿地**：戸島湿地の仕組み、コウノトリ野生復帰の取組み、保全活動など、ここに来るべきデスティネーション化が可能。
②**コウノトリ郷公園**：この距離で、この数のコウノトリを見られるのは奇跡的。見せ方次第で商品となる。
③**温泉寺**：城崎温泉の由来や歴史、成り立ち、また日本人の精神性や城崎の町民に古くから根付く地域性、伝統を知った上で、その後に温泉に浸かり癒されるという一連のストーリーに沿った体験は一貫性がある。

→他資源にも活用方法によって可能性ある資源、また、販売・情報発信についてもアドバイスをもらった。



▲地域資源2次評価：アンケートおよび意見聴取の資料

2. ツアーの企画・開発

2-3.ツアーの企画・造成 | 2-3.1 ツアー造成方針

現地調査および専門家の評価を踏まえ、ツアー造成方針を策定。

■ツアー造成方針

コンセプト

「コウノトリが生息できる自然環境」「人の手が守るサステナビリティ」「旅する象徴」といったキーワードを端的なワードで表現。 ※「里山」等、既に他エリアで使用しているワードではなく、新規性・独自性のあるもの、現地調査でコンテンツの共通キーワードとして挙げられた「感謝」の意が含まれる内容にて検討。

メインコンテンツ

コンセプトを表現する、ツアーのベースとなるメインコンテンツの造成。
コンセプトやストーリーに共感をもって滞在いただくにあたり必要不可欠なプログラムを構成。

志向性①	志向性②	志向性③
コンテンツ①	コンテンツ②	コンテンツ③
コンテンツ④	コンテンツ⑤	コンテンツ⑥
コンテンツ⑦	コンテンツ⑧	コンテンツ⑨

重点磨き上げポイント

※前提：海外旅行会社にBtoBのみで販売するテーラーメイドの商品として販売を想定

- ✓ コンセプトに沿った形でメインコンテンツ＋サブコンテンツ（選択型）で構成
- ✓ 資源そのものにコアバリューが備わっているため「提供の工夫」の磨き上げを行うことで高付加価値化を図る
- ✓ 「提供の工夫」＝「希少性（提供価値）」「専門性（伝え方）」「意外性（＋α）」の磨き上げ

2. ツアーの企画・開発

2-3.ツアーの企画・造成	2-3.2 ツアーコンセプト＆ストーリー(1)

ツアー造成方針および豊岡市との議論を踏まえ、ツアーコンセプト・ストーリーを策定。

2. ツアーの企画・開発

2-3.ツアーの企画・造成 | 2-3.2 ツアーコンセプト＆ストーリー(2)

ツアー造成方針および豊岡市との議論を踏まえ、ツアーコンセプト・ストーリーを策定。

image : https://tonderu-local.com/about

かつて、「あたりまえ」に見られたコウノトリのいる風景を取り戻すための物語。コウノトリの絶滅から保護、そして野生復帰までの道のりをたどります。

02 Cultural Experience
～コウノトリを育む歴史的背景/歴史や伝統を堪能～

「EN」 from roots in Toyooka.

かつて出石町の鶴山などの山の松には、たくさんのコウノトリが巣をつくり多くの見物客で賑っていました。出石城、皿蕎麦、伝統的町並み、近畿最古の芝居小屋・永楽館…町民の手により復元・復活・修復がなされ、コウノトリが暮らしにとけこんでいた生活・文化・慣習・美意識が残る"但馬の小京都"を満喫。

03 local Experience
～人の手が守るサステナビリティ/ローカルとの交流を堪能～

「EN」 with people in Toyooka.

山の湧き水がそのまま流れる川の水や「コウノトリ育む農法」で安心安全に推進される農業。円山川の豊かな生態系は、渡り鳥であるコウノトリを育むだけでなく、コウノトリ同様に"旅する"象徴である「かばん」産業も育んできました。自然環境の中で培われてきた人々の暮らし・豊岡の誇る農業、産業とふれ合い、そこに住まう地域住民との交流を満喫。

円山川下流域では地域を挙げて、絶滅危惧種のコウノトリを野生に戻す取組みが進められ、豊かな河川環境を保全し、再生する機運が高まっています。その源流の一つである「日高・神鍋」で、溶岩台地の地形と一体になった里の多様な生態系、豊かな水がつくり出す自然美あふれる景観・地形でアウトドアを満喫。

2. ツアーの企画・開発

2-3.ツアーの企画・造成 | 2-3.3 ツアー造成・商品化

コンセプト・ストーリーをベースに、以下の通りツアー造成・商品化を行った。　詳細：別添資料⑦コンテンツタリフを参照

Program 00-1 豊岡市立コウノトリ文化館

コウノトリ育むまちの"歴史"を知り、

- ✓ 旅のテーマコンセプト「EN」、ストーリーをご案内
- ✓ コウノトリの野生復帰に精通したプライベートガイドによる文化施設のご案内
  （シアタールームでのムービーの鑑賞含む）
- ✓ プライベートガイドと巡る、野生のコウノトリに会いに行くマチナカ散策

----------Option.

- ✓ 通常一般開放していない和室でのコウノトリ観察
- ✓ 施設の貸切対応・プライベートの確保

Program 00-2 ハチゴロウの戸島湿地

コウノトリ育むまちの"現在"を知る。

- ✓ コウノトリの餌場・生態系を守る専門家ガイドによる湿地のご案内
- ✓ ラムサール条約湿地で野生のコウノトリを鑑賞

----------Option.

- ✓ コウノトリが住みやすい環境づくりに "参加"
  ～ラムサール条約湿地を育むボランティアプログラム～
- ✓ 施設の貸切対応・プライベートの確保

Program 00-3 城崎温泉

城崎温泉に「チェックイン」

- ✓ コウノトリが傷を癒やしていたことから発見されたと言われる、城崎温泉の"伝説"や"原点"に触れる寺院散策
- ✓ 昔はこの作法を学ばずには城崎温泉に入ることを許されなかった伝統的な「古式入湯作法」を住職より直伝
- ✓ 風情ある温泉街を、外湯巡りをしながら楽しむそぞろ歩き・宿泊

----------Option.

- ✓ 城崎ロープウェイの貸切対応・プライベート確保
- ✓ プライベートガイドによる城崎温泉のご案内

来訪者の志向性に合わせてコーディネート

01 Nature Experience
～コウノトリが生息できる自然環境 / アウトドアや自然を堪能～
「EN」 with nature in Toyooka.

Program 01-1 神鍋溶岩流トレッキング Standard Plan

・神鍋を知り尽くしたローカルガイドといくラヴァトレッキング
・コウノトリブランドの地元食材を使ったアウトドアランチ(ホットサンドを中心としたセルフクッキング) ※備品、保険料含む

Option:マインドフルネス体験

Program 01-2 神鍋溶岩流トレッキング Premium Plan

・神鍋を知り尽くしたローカルガイドといくラヴァトレッキング
・ローカルガイドと楽しむコウノトリブランドの地元食材を使った本格的アウトドアクッキング ※備品、保険料含む

Option:マインドフルネス体験

02 Cultural Experience
～コウノトリを愛でる歴史的背景 / 歴史や伝統を堪能～
「EN」 from roots in Toyooka.

Program 02-1 宗鏡寺でモーニングメディテーション

出石の禅宗寺院でプライベートでの坐禅 + 茶礼 + 法話
Option: 斎座（朝食）の提供、他禅寺でのコーディネート

Program 02-2 出石重伝建地区まち歩き

町民の意志で復元された出石城下町の文化・歴史をたどる出石重伝建地区のまち歩きガイドツアー
Option:酒蔵での利き酒、そば打ち体験など貸切対応

Program 02-3 永楽館オーダーメイド型エンターテイメント

近畿（関西）最古の芝居小屋「永楽館」を貸切にし、あなただけの時間を演出
Option: プライベートダイニングの実施、演奏などパフォーミングの提供、着付け体験、プロカメラマンによる写真撮影会　など

03 local Experience
～人の手が守るサステナビリティ / ローカルとの交流を堪能～
「EN」 with people in Toyooka.

Program 03-1 アルチザンとカバンストリート散策

豊岡鞄の歴史とローカルの生業に触れるアルチザンとのカバンストリート散策
Option:「とゞ兵」でのプライベートランチ、豊岡鞄のオーダーメイド

Program 03-2 神鍋散策＆収穫体験

火山がもたらした風景と暮らし、ユネスコ山陰海岸ジオパーク認定の高原をローカルガイドと散策＆野菜の収穫体験
Option: EVモビリティレンタル（※国際免許必須）

Program 03-3 森のレストラン

おいしいお米と野菜、多様な生き物を育み、コウノトリも住める豊かな文化・地域・環境づくりを目指すための農法に取組む意義を農家から学び、神鍋の旬の恵みをいただくプライベートランチ

2. ツアーの企画・開発

2-4.ツアー造成検討会

■ツアー造成検討会の概要

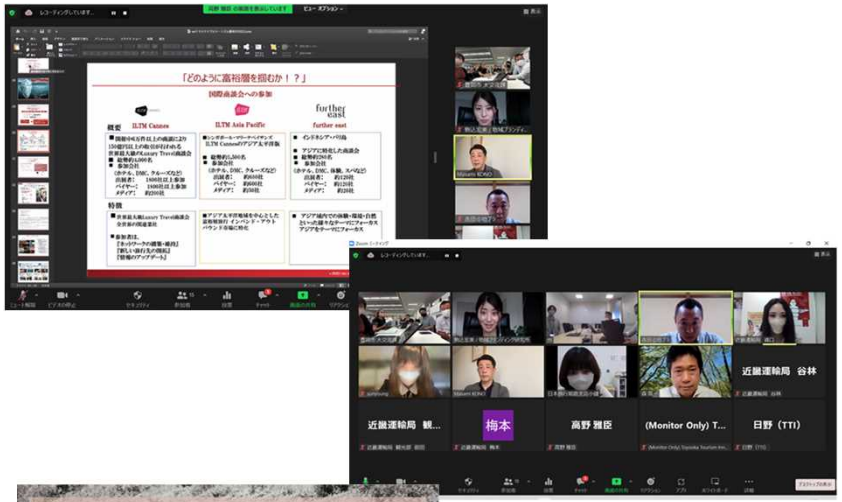
実施回数	全3回
実施目的	コウノトリツーリズムの確立に向けた観光コンテンツ強化事業を推進するにあたり、専門家を交えて協議する。
実施方法	オンライン（Zoom）

■第1回目検討会実施詳細

詳細：別添資料⑧0613_コウノトリツーリズム検討会_議事録

日時・場所	6月13日 15:00～16:30　オンライン
検討会内容	✓ 現地調査報告 ✓ 意見交換（受入体制構築に向けた方向性について） ✓ 今後のスケジュール共有および連絡事項
参加者	【発注者：近畿運輸局】 浦口菜摘氏、梅本貴弘氏、前田拓也氏、谷林潤美氏 【連携先：豊岡市】 宮垣均氏、瀧本文代氏、川角洋祐氏、上家聡美氏、ジャド・ヌネズ氏 【旅行商品の関係事業者：（一社）豊岡観光イノベーション】 井澤雄俊氏、石本顕一氏、日野史輝氏 【専門家】 株式会社クリル・プリヴェ　髙野雅臣氏 特定非営利法人日本エコツーリズム センター　森高一氏 株式会社地域ブランディング研究所　吉田博詞氏 【受注者】 株式会社日本旅行　小鑓由里奈 株式会社地域ブランディング研究所　駒込宏美、パク・ソンヨン

実施の様子 / 配布資料



配布資料▶

配布資料 詳細：別添資料⑨0613_コウノトリツーリズム検討会_使用した資料

2. ツアーの企画・開発

2-4.ツアー造成検討会

■第2回目検討会実施詳細　詳細：別添資料⑩0726_コウノトリツーリズム検討会_議事録

日時・場所　2022年7月26日 16:30～17:15　オンライン

検討会内容
- ✓ 全体スケジュールの共有
- ✓ ツアー造成方針の共有
- ✓ ツアー造成に係る意見交換
- ✓ 連絡事項 事業内容の確認

参加者
【発注者：近畿運輸局】立溝純也氏、小林郁子氏、浦口菜摘氏、前田拓也氏、梅本貴弘氏、谷林潤美氏
【連携先：豊岡市】宮垣均氏、瀧本文代氏、川角洋祐氏、上家聡美氏、ジャド・ヌネズ氏
【専門家】株式会社クリル・プリヴェ：髙野雅臣氏
株式会社地域ブランディング研究所：吉田博詞氏
【受注者】株式会社日本旅行　市渡則久
株式会社地域ブランディング研究所　駒込宏美、パク・ソンヨン

実施の様子 / 配布資料

配布資料▶

配布資料 詳細：別添資料⑪0726_コウノトリツーリズム検討会_使用した資料

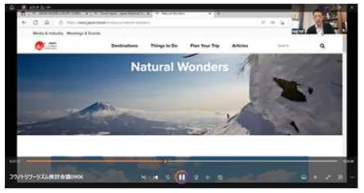
■第3回目検討会実施詳細　詳細：別添資料⑫0906_コウノトリツーリズム検討会_議事録

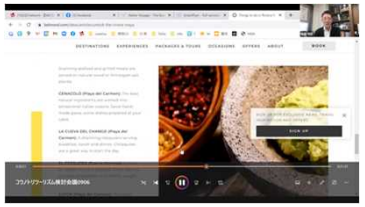
日時・場所　2022年9月6日　オンライン

検討会内容
- ✓ 各事業進捗状況の共有
- ✓ 情報発信・販路開拓について現状素案の共有
- ✓ 連絡事項・その他

参加者
【発注者：近畿運輸局】立溝純也氏、小林郁子氏、浦口菜摘氏、前田拓也氏、梅本貴弘氏、谷林潤美氏
【連携先：豊岡市】宮垣均氏、瀧本文代氏、川角洋祐氏、上家聡美氏
【旅行商品の関係事業者:(一社) 豊岡観光イノベーション】
石本顕一氏、高田玲花氏、谷垣千恵氏、日野史輝氏、レヴィエー・ダニエル氏
【専門家】株式会社クリル・プリヴェ：髙野雅臣氏
株式会社地域ブランディング研究所：吉田博詞氏
【受注者】株式会社日本旅行　小鑓由里奈
株式会社地域ブランディング研究所　駒込宏美、パク・ソンヨン

実施の様子 / 配布資料





配布資料▶

配布資料 詳細：別添資料⑬0906_コウノトリツーリズム検討会_使用した資料

2. ツアーの企画・開発

2-4.ツアー造成検討会

■第4回目実施報告会実施詳細

日時・場所　2023年2月28日 13:30～15:00　豊岡市役所

実施報告会内容

- ✓ ツアーの企画・開発についての実施報告
- ✓ ローカルガイドの研修についての実施報告
- ✓ 外国人モニターツアー及びシビックプライド醸成に資する市民ツアー等についての実施報告
- ✓ 販路形成支援及び情報発信についての実施報告
- ✓ 質疑応答
- ✓ 総括

参加者

【発注者：近畿運輸局】岡本昇氏、立溝純也氏、小林郁子氏、浦口菜摘氏
【連携先：豊岡市】西上均氏、坂本成彦氏、宮垣均氏、瀧本文代氏、川角洋祐氏、上家聡美氏、ジャド・ヌネズ氏
【旅行商品の関係事業者：(一社) 豊岡観光イノベーション】
井澤 雄俊氏、石本顕一氏、谷垣千恵氏、高田玲花氏、レヴィエー・ダニエル氏
【専門家】株式会社地域ブランディング研究所：吉田博詞
【受注者】株式会社日本旅行　市渡則久、小鑓由里奈
株式会社地域ブランディング研究所　駒込宏美

配布資料

※実施報告書をもとに検討会を進行

議事録（質疑応答）

✓ ツアーの企画・開発についての実施報告

●今回、造成プログラムの中に含まれなかったエリアの今後の活用について有効的な活用法はあるか。（豊岡市 瀧本氏）
→ SAP、シーカヤック、海水浴等は他地域にも豊かなものあり。里の川、海の釣りや漁（イカ釣り漁船等）に着目してはどうか。

●セミオーダーになってしまうと、コンセプトが伝わらなくなるのでは。（豊岡市 宮垣氏）
→どのプログラムにおいてもコウノトリとの関係性やストーリーを設定しているため、ガイドマニュアルに沿ったガイディングで補完。

✓ ローカルガイドの研修についての実施報告

●ガイド研修会後のレビューを踏まえ、定期的な学びの場としてガイド研修会を実施。（豊岡観光イノベーション 高田氏）

●ガイド研修会への参加者は、仕事をもっている方か。（豊岡市 西上氏）
→参加者のほとんどは仕事をされているか、主婦の方。うち1名の方はUターン・リタイア後に豊岡に戻ってこられ、ガイドの仕事に意欲的。

✓ 外国人モニターツアー及びシビックプライド醸成に資する市民ツアー等についての実施報告

●ツアーはいつから販売を予定しているのか。（豊岡市 西上氏）
→もう既に販売は開始している。既に問合せのあったInside Japanからは問合せがあり、今後継続的な受入を踏まえ対応中。
（豊岡観光イノベーション 石本氏）

✓ 販路形成支援及び情報発信についての実施報告

●現地商談会でのフランスの会社はどのように選定されたのか。
（豊岡市 上家様）
→本事業のターゲット層にリーチする会社で、地域ブランディング研究所のコンタクト先より選定。

2. ツアーの企画・開発

2-5. 成果結果

(1) ツアーの企画・開発

■コウノトリの野生復帰の取組を活用した付加価値の高いツアーを造成・販路形成
■専門家による現地調査・ツアー造成検討会の実施

----------KPI
✓ ツアー造成本数：2本以上 / **4本**
✓ ツアー造成検討会：4回程度 / **4回**

コウノトリをはじめ豊岡固有の自然、歴史、文化、産業に根差すコンセプト・ストーリーを構築、一貫したストーリーの下で有機的につながる体験コンテンツを造成

〔現地視察〕

✓ 専門家による現地視察において、メインコンテンツとして特に評価された資源として、「ハチゴロウの戸島湿地」「兵庫県立コウノトリの郷公園」「温泉寺」が挙げられた。また、活用方法によっては商品化の可能性が高い資源も合わせて選定、磨き上げの観点となる各資源の“バリュー提供の工夫”について助言をもらい、現状の商品構成の検討並びに造成を進めるに至った。
中でも、カバンストリート、永楽館、神鍋で造成を進めたプログラムは、これまでにコンテンツ化されていない内容であり、地域事業者との連携を図り、提供の工夫について重点的に検討。今後の、高付加価値層の受入および販売意欲にもつながっている。

〔ツアーの企画・開発〕

✓ 内外から高い評価を得ているコウノトリの野生復帰の取組を観光コンテンツ化するうえで、市民および観光客の双方に、豊岡の特性や魅力を強く認知させ、地域づくりや来訪といった活動を促す手段として「コンセプト」「ストーリー」を設定した。ストーリーに立脚して、地域への直接的、間接的なつながりを持っているプログラムの選定～ガイド育成の指針まで、「コンセプト」「ストーリー」を軸に企画・開発を進めた。それにより、「コウノトリを見に行く」ツアーではなく、絶滅危惧種のコウノトリ「も」住める豊岡固有の豊かな自然・歴史・文化・ローカルとの交流が広域でつながるオーダーメイド型のコンテンツを造成。

✓ これまで無償や低価格帯で提供していたプログラムにおいても、サービスの高付加価値化や適正価格の設定を見直し、プログラムの単価アップを促進。

✓ ラグジュアリートラベル市場の獲得には、主要なトラベルアドバイザーとの連携が鍵となる中、ツアーの企画・開発において、その市場やJNTOをはじめとした国の主要機関との関わりが大きい髙野氏の伴走支援を得られたことは、本事業だけではなく、今後の豊岡市における継続的な事業推進・販路開拓においてもポジティブな影響をもたらすと考える。販路形成の一環として、髙野氏より助言をもらいJNTOラグジュアリーセクションHPへの掲載に向けた申請に取り組み、「Nature Wonder」のカテゴリーにおいて、本事業で造成したコンテンツの掲載が確定。（サイトリニューアルは3月中を予定）

3. ローカルガイドの研修

3. ローカルガイドの研修

サステイナブルな観光コンテンツという点を踏まえ案内ができるガイドを養成するために、
講師に通訳案内士の中山慶氏を迎え、ローカルガイドに対する研修を2回行った。

3-1. 実施内容	3-1-1. ローカルガイド研修会の概要

日時
【1回目】12月10日 13:30～17:00
【2回目】12月17日 10:00～17:00

内容
【1回目】
・サステイナブル(コウノトリ)ツーリズムにおけるローカルガイドに求められる要素の理解(座学)
・フィールドワーク(お手本ガイド)
【2回目】
・フィールドワーク(実践研修)

対象者
・全2回の受講が可能で、英検準2級程度以上の英語力を持つ方
・海外在住の経験や異文化コミュニケーションの経験を持つ方
・観光事業者等で、自らの体験プログラムや宿泊施設でインバウンドを受け入れたい方
・コロナ禍において英語ガイドの仕事に従事できておらず、再度学びたい方

講師
中山慶氏(株式会社ROOTS　Founder / 通訳案内士)

実施場所
豊岡市立ハチゴロウの戸島湿地 、城崎温泉街

実施の様子
https://www.youtube.com/watch?v=i0GTjOe4SHE

実施スケジュール

■12月10日
1 【お手本ガイド①】戸島湿地
2 休憩・移動(戸島湿地 ⇒ 鴻の湯)
3 【お手本ガイド②】城崎温泉
4 閉めの挨拶・次回の案内

■12月17日
1 挨拶・前回振り返り
2 【現地 実践研修①】戸島湿地
3 休憩・移動(戸島湿地 ⇒ 鴻の湯)
4 【現地 実践研修②】城崎温泉
5 ガイド研修のまとめ
6 閉会

3. ローカルガイドの研修

3-1. 実施内容 3-1-2. ローカルガイド研修会の告知

告知については、ご案内資料を紙媒体で配布し、豊岡市および豊岡観光イノベーションの公式WEBサイトでも情報発信を実施。
また、本事業の受入先となる観光事業者様には個別にご案内を行い、参加者を募った。

▼告知のご案内資料　配布先
豊岡国際協会 / Toyooka Language Center / 近大豊岡高校 / 芸術文化観光専門職大学 / 市民プラザ / WACCU豊岡市 ほか

3-1. 実施内容 3-1-3. ローカルガイド研修会の実施詳細

■第1回目実施詳細

日時・場所　【1回目】12月10日 13:30～17:00 / 第1部：FLAP TOYOOKA　第2部：ハチゴロウの戸島湿地、城崎温泉街

内容詳細

第1部　セミナー（座学）（※第1部は市民向けセミナーと同時に進行）
① 「サステイナブルな観光」の在り方について
　講師：地域ブランディング研究所　代表取締役　吉田博詞
② 外国人観光客受入の心得理解
　サステイナブル（コウノトリ）ツーリズムにおけるローカルガイドに求められる要素の理解
　講師：株式会社ROOTS　Founder / 通訳案内士　中山慶氏

第2部　フィールドワーク（お手本ガイド）
　ハチゴロウの戸島湿地、城崎温泉街において講師によるお手本ガイドを見学する。
　講師：株式会社ROOTS　Founder / 通訳案内士　中山慶氏

参加者数　14人　※新型コロナウィルスにより1人欠席

■第2回目実施詳細

日時・場所　【2回目】12月17日 10:00～17:00 / ハチゴロウの戸島湿地、城崎温泉街

内容詳細

フィールドワーク（お手本ガイド見学を踏まえた実践力強化）
ガイドコースを受講生で分担し案内。ガイド役以外は旅行者役となり質問実施。現地での実地研修を通して講師からのガイディングへのフィードバックを受け、実際に案内ができるように実践力を身につける。
講師：株式会社ROOTS　Founder / 通訳案内士 中山慶氏

参加者数　14人

▲ガイド研修会 告知資料

3. ローカルガイドの研修

3-1. 実施内容	3-1-4. ガイドマニュアル作成

豊岡市のローカルガイド、観光関連事業者に活用してもらうことを目的にガイドマニュアルを作成。

作成時期	2022年11月7日~12月8日
作成プロセス	モニターツアー・インフルエンサーによる視察での専門家からのフィードバックを踏まえ、豊岡においてローカルガイド研修の講師を務める通訳案内士の中山慶氏と豊岡市・豊岡観光イノベーション監修のもと作成した。
活用指針	豊岡市のサステイナブルツーリズムの担い手である、ローカルガイドや観光関連事業者、双方が活用できることを目的として作成。 本事業においては市民向けセミナーおよびガイド研修会に参加者に配布。 インバウンド受入ツールとして、また、ローカルガイド研修会のテキストとして、今後もアップデートしていくことを想定している。

■構成（全44ページ） ※詳細：別添資料⑭ガイドマニュアルを参照

▲初版表紙

▲ガイドに求められる基本姿勢

▲資源別ガイディングのポイント

▲英単語リスト

▲施設・資源情報

3. ローカルガイドの研修

3-2. アンケート結果　詳細：別添資料⑮ローカルガイド研修（アンケート）を参照

参加者を対象にローカルガイド研修会についてアンケートを実施した。結果は、以下の通り。

■アンケート結果サマリー

ガイド研修会に対する満足度

大変満足が11人、やや満足が1人。特に、講師の実践的な知識や、経験、心得を踏まえたフィードバックや情報提供に対し、総じて満足度が高かった。
また、ガイドマニュアルや2回目に向けた課題があったことで、事前準備学習ができたことが有益だったこと、セミナーにて豊岡市が目指す方向性や全体の概要・課題の頭出しがあったことから、さらに理解が進んだことも満足度につながっている。

豊岡市でのローカルガイドのお仕事への意欲度

意欲的だ 6人 / やや意欲的だ 5人 / 意欲的ではない 1人

実家である豊岡市内に現在住んでいない学生の参加者をのぞき、豊岡市内でローカルガイドに従事することについて意欲的であると大半の参加者が回答。
自身の仕事や家庭とのバランスで、「やや」意欲的としている参加者も見られたが、総じて前向きな回答を得ることができた。

Voice

研修のレビュー

豊岡はガイド養成講座の卒業が見えたと初めて思えた地域です。皆さんの英語力、基本的なコミュニケーションレベルはしっかりと満たされていて、実践を積んでいく中で伸びていくと感じました。自走できるガイド養成講座ができると思えたのが僕にとってはとても嬉しいです。

今後の展望

地域全体で取り組み、かつ観光客が来ている状況は非常に珍しい。豊岡観光イノベーションのバイリンガル人材、海外経験者、地域おこし協力隊が40人いるのも、様々な地域を見てきた人間からすると非常に恵まれた場所だと感じます。この座組でやっていけば、例えば週1で自発的に集まってラーニングコミュニティを維持することはできると思います。最後はやっぱり自学自習です。

株式会社ROOTS
通訳案内士　中山 慶 氏

3. ローカルガイドの研修

3-3. 成果結果

（2）ローカルガイドの研修

■ツアーを案内するローカルガイドに対する研修の実施

----------KPI

✓ 研修回数：2回程度 / **2回**

✓ 参加者数：10人程度 / **【1回目】13人 【2回目】14人**

豊岡市のオリジナルストーリーを効果的に伝えるGUIDELINE（ガイドに求められるBasic Stance12）および
マニュアルの策定、ローカルガイド候補のさらなる創出

✓ 本事業で造成したツアーおよび今後のインバウンド受入に際し、ガイドに求められる基本姿勢、並びに主要観光施設での対応指針を、株式会社ROOTS 通訳案内士の中山氏、豊岡市、豊岡観光イノベーションが監修のうえ言語化を行い、今後のローカルガイド育成の土台となる指針を取りまとめた。
本事業のガイド研修においてもテキストとして活用し、自学習も合わせて行える仕組み化にもつながった。
ガイドマニュアルについては、ガイド研修会のセミナーパートに参加した地域事業者含め、22人に「役に立つと感じる」と回答をもらい、アップデートしていける基礎的なものができたことへの評価、他資源やエリアの情報追加を期待する声も見られた。

✓ 特に、外国人観光客とコミュニケーションをするにあたって、より“伝わりやすい”会話の流れおよび留意事項を「ガイドに求められるBasic Stance」として12個にまとめられたことは、本事業で造成したコウノトリツーリズムでの活用はもちろん、通常のインバウンド受入において広く活用されるノウハウとなった。

✓ ローカルガイド研修の満足度は総じて高く、参加者の「学び」へのモチベーションが高まると同時に、次回のローカルガイド研修実施への期待の声も高まっている。豊岡市での、ローカルガイドのお仕事への意欲度については、参加者のうち11人が意欲的であると回答。
他の仕事との兼ね合いもあるが、地元在住者の視点で海外からの観光客をおもてなしをしたい、豊岡の良いところを様々な方に伝えたいと前向きな意見があった。

4. 外国人モニターツアーおよび シビックプライド醸成に資する市民ツアー等

- ✓ 外国人モニターツアーの実施
- ✓ 市民向けモニターツアーの実施
- ✓ 市民向けセミナーの実施

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

本事業で造成したツアーを外国人目線で磨き上げるため、外国人専門家を招請しモニターツアーを実施。そして、シビックプライド醸成に資するべく、造成したツアーを体験する市民向けモニターツアーを1回実施、また、2回のセミナーを通して、知識取得の場を設けた。
※本仕様における「市民」とは、「市民及び市内事業者」を指す。

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔実施概要〕

目的
コウノトリの野生復帰の取組の成果を活用し、「コウノトリと人の共生」「そこに派生した文化や産業」「それを支える地域の人たち」など知的好奇心を満たし共感をもって体験できる新たに造成するツアーの磨き上げを図り、各地域での自立的・継続的な取組としていくこと。

日時
2022年9月28日～30日

通訳案内士
株式会社ROOTS 通訳案内士 中山慶氏

旅程管理者
株式会社日本旅行　武村陽子

実施場所
兵庫県豊岡市（豊岡 / 城崎 / 出石 / 神鍋）

配布資料
〔事前配布資料〕
詳細：別添資料⑯モニターツアー事前配布資料を参照
〔当日配布資料〕
詳細：別添資料⑰モニターツアー当日配布資料を参照

- ✓ 豊岡市の概要
- ✓ モニターツアーの概要
- ✓ コンセプト、ストーリー
- ✓ コンテンツの概要
- ✓ 宿泊、周辺情報

配布資料▶

招請前の打ち合わせ内容

- ✓ 招請先候補の選定
  7月22日に、豊岡市役所での現地MTGを実施し、招請先候補のすり合わせを実施。
- ✓ 招請先の確定
  候補先との調整を経て、8月9日の定例MTGにて招請先を確定。優良な富裕層顧客を持っている会社、販売に関して責任を持たれている方、そこの会社様の創業者であり代表の方に来ていただく。
- ✓ モニターツアーの実施体制
  ①旅行会社同行　②先乗り準備班　③エグゼレーガ追従 ④ 動画撮影班 と、車4台に別れモニターツアーを催行。本来であれば、モニターツアーと撮影は別で推進することが望ましいが、今回事業においてそれが難しく、撮影側・スタッフ側と万全の体制で進行できるよう準備し、参加者である海外旅行会社との関係性構築に支障がないように進める。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔専門家の概要〕

EXO Travel / Terin Jackson氏

Regional Product Development Executive

会社概要および選定理由

マスメインであるが富裕層にも提供する

アジア最大級のオペレーター。本社はタイ。欧米を中心に営業担当を配置し、日本を含むアジア全体のツアーオペレーションを行う。現在はFITが中心。日本支社代表は在日30年で、日本の旅行・宿泊業界に精通。

参加者概要

業界歴約10年。西日本を中心に富裕者層向けおよび一般旅行商品造成およびツアーリーダー業もこなす。また、モニターツアーにも数多く参加し、事業者に対する富裕層に関するアドバイスも行う。

into Japan/ 中原 彩子氏

FITツアーマネージャー

会社概要および選定理由

主に富裕層向けにアレンジ、「城崎」も扱う

英国の富裕層専門旅行会社。英国と東京にオフィスがあり、英国を中心に英語圏および一部フランスからの富裕者層を扱う。2024年には創業30年を迎える、英国においては訪日旅行の老舗の一つ。東京のスタッフは全て在英経験があり現地事情にも明るい。

参加者概要

英国在住歴があり、英国における訪日旅行の事情に明るい。現職ではFITの造成および販売などを担当。また、会社を代表してモニターツアー・商談会への参加もある。

MTJ / Valerio Anaclerio氏

Travel Consultant

会社概要および選定理由

日本の田舎や文化体験などを扱う

東京にて2009年にイタリア人が創設したイタリア語圏訪日専門旅行会社。東京本社の他イタリア・ミラノにオフィスがあり、イタリアからの訪日旅行手配においては、知らない会社がないほど浸透している。2018年より北米市場へも進出。

参加者概要

MTJのトラベルコンサルタント。日本の旅行代理店にて2年間従事し、接客・旅行案内・観光ガイドに加え、会社のソーシャルメディアを担当していた経験もある。

Michi& Co./ Jason Lam氏

C.O.O.

会社概要および選定理由

主な顧客が富裕層で、「城崎」も販売

2020年にシンガポール在住の日本人によって創設されたばかりの会社。ほぼ富裕層に特化したツアーを造成中。別サイトでステイケーションと言う会社を運営し、日本国内のコテージなどを所有すでに海の京都をフィーチャーしたツアーを造成し、エリア拡張の計画中。

参加者概要

訪日旅行取扱歴20年を超えるベテラン。商品造成・手配・販売の責任者。最近も日本の地方のモニターに参加するなど地方の造成に熱心。

Kizuna / William Michaud氏

Founder

会社概要および選定理由

主に富裕層向けに手配する

金沢(そして東京)をベースに欧米豪を扱うオペレーター。主にハイエンドクライアントの地上手配(宿泊・交通・体験プログラム)などを扱う。創業者は現在富裕層エージェント向けのイベントFurther Eastの日本市場アンバサダー。

参加者概要

2018年絆トラベルを金沢で創業。またFurther Eastの日本市場アンバサダーも務める。カメラマンとしての一面ももち、写真を通じての海外への情報発信も行う。

クリル・プリヴェ / 髙野 雅臣氏

Founder

会社概要および選定理由

モダンラグジュアリー層向け商品を開発

大手ホテルで要職を歴任後、代議士秘書に。その後Preferred Hotel Group日本代表、2011年に株式会社クリルマネジメント創業。株式会社クリル・プリヴェを創設。観光庁上質インバウンド観光戦略検討委員会有識者委員、観光庁インバウンド富裕層滞在促進 タスクフォース委員、東京観光財団富裕層観光促進アドバイザーなどを歴任する。

参加者概要

モダンラグジュアリー層向けの地域資源の商品化・ツアー開発および販売戦略に関する知見とノウハウを持った専門家として参加。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔行動記録〕

TIMETABLE　9.28

00　メインコンテンツ

～コウノトリと豊岡の「En」に触れる～

Trial Trip Itinerary
1日目：9月28日（水）

10：00 集合
▶電車：豊岡駅西口ロータリー
▶飛行機：但馬空港 到着ロビー
▶車：豊岡市役所 駐車場

移動

10：25 【"En"メインプログラム】
Program①兵庫県立コウノトリの郷公園

移動

12：00 【"En"メインプログラム】
Program②カバンストリート
▶元老舗料亭「とゞ兵」散策
▶豊岡のアルチザンといただくプレミアムランチ
▶カバンストリート散策

移動

15：45 【"En"メインプログラム】
Program③温泉寺
▶ロープウェイへの乗車
▶温泉寺での「古式入湯法」の伝授

移動

17：10 チェックイン：西村屋 招月庭

アンケート回答 / フリータイム

19：00 **夕食**
西村屋 招月庭 Ricca（洋食）

豊岡市 副市長、豊岡市大交流課 課長、豊岡観光イノベーション(DMO) 事業本部長がお食事の場に同席させて頂きます。

※通訳案内士も同席

21：00 1日目終了
フリータイム

宿泊：西村屋ホテル招月庭

MONITOR TOUR IN TOYOOKA | 2022

随行者　※敬称略

- ✓ 豊岡市
  瀧本, 川角, 上家, ジャド
- ✓ 一般社団法人豊岡観光イノベーション
  谷垣, ダニエル
- ✓ 株式会社日本旅行・株式会社地域ブランディング研究所
  武村（添乗員）, 中山（ガイド）, 駒込, 撮影チーム2人

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔行動記録〕

TIMETABLE　9.29

※一部メインプログラムを実施

03　Agricultural experience

～人の手が守るサステナビリティ/里山の暮らしを堪能～

Trial Trip Itinerary
1日目：9月29日（木）

7：00	**朝食** 城崎温泉 ホテル招月庭
8：30	集合 城崎温泉 ホテル招月庭 ロビー
	移動
8：45	**【"En"メインプログラム】** **Program④ハチゴロウの戸島湿地**
	移動
11：00	**【Agricultural experience】** **Program①EVモビリティで神鍋散策** ▶EVモビリティ乗車の為のガイダンス・練習 ▶神鍋白炭工房（薪割り体験） ▶風穴 ▶八反の滝
	移動
13：00	**【Agricultural experience】** **Program②森のレストランで昼食**
	移動
15：05	**【Agricultural experience】** **Program③ファーマーズ体験**
	移動
17：20	チェックイン：西村屋 本館 アンケート回答 / フリータイム ※自由参加で館内のご案内
	夕食 西村屋 本館内（和食） ※ご参加頂いている皆さまだけでのお食事になります
21：00	2日目終了
	フリータイム ※さんぽう西村屋2階のサロンを1,000円（フリードリンク）でお楽しみいただけます。
	宿泊：西村屋 本館

MONITOR TOUR IN TOYOOKA | 2022

随行者　※敬称略

- ✓ 豊岡市
  瀧本, 川角, 上家, ジャド
- ✓ 一般社団法人豊岡観光イノベーション
  谷垣
- ✓ 株式会社日本旅行・株式会社地域ブランディング研究所
  武村（添乗員）, 中山（ガイド）, 駒込, パク

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔行動記録〕

TIMETABLE 9.30

02 Cultural Experience

～コウノトリを育む歴史的背景/文化や伝統を堪能～

Trial Trip Itinerary
1日目：9月30日（金）

随行者 ※敬称略

- ✓ 豊岡市
  瀧本, 川角, 上家, ジャド
- ✓ 一般社団法人豊岡観光イノベーション
  谷垣, ダニエル
- ✓ 株式会社日本旅行・株式会社地域ブランディング研究所
  武村(添乗員), 中山(ガイド), 髙野,吉田,駒込, パク

7：00	西村屋 玄関集合
	移動
7：45	**【Cultural Experience】Program①宗鏡寺** ▶モーニングメディテーション
	移動
9：20	**【Cultural Experience】Program②出石重伝建地区まち歩き** ▶出石酒造 ▶正覚 田中屋 ▶辰鼓楼 ▶出石城 ▶桐生細工
	移動
9：30	**【Cultural Experience】Program③永楽館** ▶着付け ▶館内散策 ▶プロカメラマンによる写真撮影
12：20	**永楽館ダイニング（昼食）**
14：05	お着替え
14：35	**レビュー会** 場所：永楽館
	移動
17：30	3日目終了 / 豊岡駅解散 ※復路のチケット（鉄道）はスタッフより お受け取りをお願い致します。

MONITOR TOUR IN TOYOOKA | 2022

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔行動記録〕

行動記録①　9月28日（水）

【"En"メインプログラム】Program①豊岡市立コウノトリ文化館・兵庫県立コウノトリの郷公園

▲天候は曇り時々雨。到着後、日本家屋の上でコウノトリのお出迎え。オペラグラスで観察。

▲豊岡市大交流課 宮垣氏のガイドにより、コウノトリ文化館の館内をご案内。

▲通常の椅子ではない多目的ホールの木の椅子にてコウノトリの野生復帰に関する動画を20分視聴。

▲シアタールーム横の和室にて、コウノトリ米でつくられたウェルカムスイーツ＆ドリンクを提供。

【"En"メインプログラム】Program②カバンストリート

▲とど兵オーナーの小山氏による館内散策のあと、アルチザン2名とのプレミアムランチを実施。

▲お料理は城崎温泉 小林屋提供。カバンストリートの成り立ちやものづくりについて対談形式で進行。

▲Maison Def 下村氏のガイドにより自店舗をはじめカバンストリート散策を開始。

▲ランチを一緒にとったReC合同会社の森下氏の店舗（Atelier nuu）を目指しながら散策。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔行動記録〕

▸行動記録②　9月28日（水）

【"En"メインプログラム】Program③温泉寺

▲15:50 山麓駅発の城崎ロープウェイに乗り、中間駅に位置する温泉寺へ。

▲小川住職による古式入湯作法の伝授。（湯杓のお渡し）

▲城崎温泉の始まりとも言われる「鴻の湯の伝説」・コウノトリ育むまちの"精神性"をお伝え。

▲16:50 温泉寺駅駅発の城崎ロープウェイに乗り、山麓駅まで下山。

宿泊（西村屋招月庭）夕食（西村屋招月庭 Ricca）

▲城崎温泉街から少し奥まった場所にある西村屋招月庭へ。

▲森林に包まれた、城崎温泉を代表するホテルスタイルのお宿での滞在。

▲豊岡市 副市長、環境経済部部長、豊岡観光イノベーション 事業本部長がお食事の場に同席。

▲Riccaでの食事前後で利用いただいた招月庭のラウンジ。1日目のレビューもいただきました。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔行動記録〕

行動記録①　9月29日（木）

【"En"メインプログラム】Program④ハチゴロウの戸島湿地

▲ラムサール条約湿地を育むボランティアプログラム
～コウノトリ育むまちの取組への "参加"～

▲コウノトリ湿地ネット代表の佐竹氏により、まちづくりの一環としてのコウノトリの野生復帰の今をお伝え。

▲コウノトリが生息できる、エサを獲れる環境、明るい湿地のための草刈り・搬出を実施。

▲ガイドがいないと立ち入れない立ち入り禁止区域位置まで、ガイディング頂きながら散策。

【Agricultural experience】Program①EVモビリティで神鍋散策

▲地元ガイドに先導いただきながらEVモビリティで神鍋散策を実施。駐車場内で練習してから出発。

▲神鍋白炭工房での視察、薪割り体験。
（この薪は後の昼食のご飯を炊くために持ち帰ります）

▲1000m級の山々に囲まれた自然豊かな神鍋高原に点在する溶岩流の跡や風穴、滝などを散策。

▲晴天であったため、EVモビリティを降りて「八反の滝」まで下山。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔行動記録〕

▸行動記録②　9月29日（木）

【Agricultural experience】Program②森のレストランで昼食

▲ “食べられる森” として、森をよく知るガイドと共に森のレストランの前に、昼食に使うキノコを収穫。

▲神鍋に位置するアグリガーデン（レストラン）、志ん屋（民宿）、Teams（農家）の連携で実施。

▲白炭工房の炭を使ったシイタケバーガーにコウノトリ米、Teamsの野菜や森のキノコを瓶詰やセイロで提供。

▲木漏れ日の中、地元の事業者との会話を楽しみながら森の幸を堪能。

【Agricultural experience】Program③ファーマーズ体験

▲コウノトリも住める豊かな文化・地域・環境づくりを目指すための農法に取組む意義を学びます。

▲台風後であり9月の稲刈りシーズンで荒れた畑の除草作業のお手伝いを実施。

▲農家さんのレクチャーのもと、ナス更新剪定を体験。

▲プチトマトを収穫し、その場でいただきました。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔行動記録〕

行動記録③　9月29日（木）

宿泊・夕食（西村屋 本館）

▲古式ゆかしい大きな門をくぐると、ほのかな香のかおりが迎える創業160年の西村屋にて宿泊。

▲登録有形文化財の館内散策を実施。

▲趣ある庭園の見える和室をご提供。

▲夕食は懐石料理にて、モニターツアー参加者の皆さま一同に介し、個室での食事を提供。

その他

▲まちの中の人工巣塔にいるコウノトリ。

▲外湯のうちの１つ「まんだら湯」。

▲夜の城崎温泉街で輝く大谿川。

▲コウノトリ育む豊かな生態系を有する円山川。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔行動記録〕

行動記録①　9月30日（金）

【Cultural Experience】Program①宗鏡寺

▲山名氏の菩提寺として創建された宗鏡寺にて、住職による境内及び庭園のご案内を実施。

▲竈で炊いた地元但馬産無農薬米と無農薬大根の沢庵漬け、湯斗をいただきます。

▲減農薬の原材料と科学調味料無添加の沢庵寺のたくあん漬は1人ひとりお皿にとっていただきます。

▲茶礼（抹茶とお菓子）、法話、斎座のあと、モーニングメディテーションを実施。

【Cultural Experience】Program②出石重伝建地区まち歩き

▲町民の意志で復元された出石城下町の文化・歴史をたどる出石重伝建地区まち歩きを実施。

▲出石コンシェルジュと共に、400年の歴史を誇る江戸時代の面影を色濃く残した城下町を巡ります。

▲出石城近くに位置する有子山稲荷神社の参道に美しい鳥居が立ち並んでいます。

▲出石酒造，正覚 田中屋，辰鼓楼，出石城，桐生細工を巡り、永楽館へ。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔行動記録〕

行動記録②　9月30日（金）

【Cultural Experience】Program③-1,2 永楽館（着付け・館内散策）

▲永楽館の昔ながらの楽屋にて、役者さながらに着付け体験を実施。

▲城崎温泉街のプロの着付け師による目利きのもとそれぞれに似合う浴衣をご提案。

▲兵庫県指定重要有形文化財であり、近畿最古の芝居小屋を永楽館の副館長とともに散策。

▲平成の大改修により永楽館は、芝居小屋として一番華やかだった大正11年頃の姿へと忠実に復原。

【Cultural Experience】Program③-3 永楽館（プロカメラマンによる写真撮影）

▲散策の前後及び散策中に、プロカメラマン衣川氏による撮影会を実施。

▲永楽館ダイニング実施前の何もない舞台上、今なお現存する廻り舞台の上で撮影。

▲撮影したお写真は、ツアー中にご本人様への贈り物として現像した写真をプレゼントすることを想定。

▲レトロな看板や柱の落書きや傷も閉館時のまま残しており、歴史を物語っています。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.1 概要〔行動記録〕

行動記録③　9月30日（金）

【Cultural Experience】Program③-4 永楽館（永楽館ダイニング）

▲出石の皿そば文化をベースに異色の地産地消ランチを地元フレンチシェフ（レザミ）の協力のもと提供。

▲「そば庄」さんによるそば打ちの実演。

▲そば打ちの実演中に、出石そばの歴史・文化、こだわりの説明もいただく。

▲北村ワサビさんのワサビを自身の手元ですり、竹野の誕生の塩でいただく地産地消のお蕎麦を堪能。

レビュー会

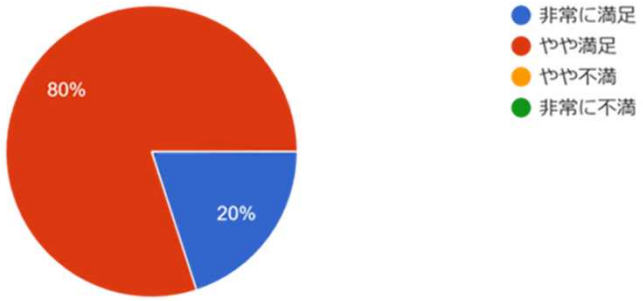
▲最後は、永楽館内の平桟敷にて3日間のレビュー会を実施。参加者への質疑応答も行いました。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.2 アンケート結果のサマリー、磨き上げ

00 Base Plan

■全体の満足度



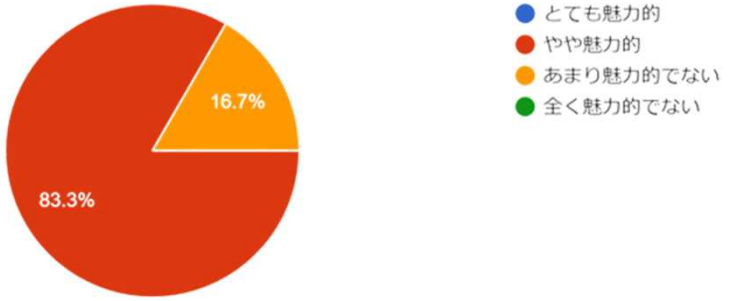
- プログラム①豊岡市立コウノトリ文化館
- プログラム②カバンストリート昼食/散策
- プログラム③温泉寺/古式入湯法伝授
- プログラム④ハチゴロウの戸島湿地

自然やコウノトリと共存してきた歴史や変化、ストーリーに感銘を受けた。ただし、そのストーリーを適切に翻訳できるガイドは必須。

コウノトリ文化館は、**街全体が一体となって作り上げたユニークな文化遺産**であり、**コウノトリを見るのは楽しかった**という好意的な意見が多かった。ただし、映像が長すぎた、ガイドによってその価値は良くも悪くも変化するという指摘もあった。
カバンストリートでは、**職人の生きざまやルーツを知るのはおもしろかった**という一方で、バッグに興味がない人には飽きてしまうという意見も多かった。
温泉寺では、城崎の伝統に深くかかわっているので訪問できて良かったという意見や、この寺に訪れるためのストーリーが必要であるという意見もあった。
ハチゴロウの戸島湿地は全員が魅力的と答えた。文化館とは違う角度からコウノトリについて学ぶことができ、湿地散策で多様な生物を見られたこと、野生の梨をその場で食べられたことなど、良かったと好意的な意見が多く見られた。**ただし、ボランティアプログラムへの参加は、事前に希望を聞いた方が無難。**

01 Nature Experience

■全体の魅力度



- プログラム①ラヴァトレッキング
- プログラム②コウノトリ育むアウトドアランチ
- プログラム③マインドフルネス体験
- プログラム④ラヴァクリーン

※訪問・体験無し、アンケートのみ実施

神社仏閣を見飽きた人、自然好きで常に新しい場所を探している人や子供を含むファミリーには最適。

ラヴァトレッキングについて、火山や溶岩について詳しく知りたい、お客様のペースで過ごせる自由な時間を設けたほうがいいという意見もあった。

コウノトリ育むアウトドアランチは魅力的だと思うが、ツアー中の一番良い時間帯に2時間も食事にとられたくない人もいるため、事前の期待値調整が必要。
そういった意味では、ホットサンドなら屋外ではあるが調理を目の前でしてくれる設定なので、楽しめるのではないか。

マインドフルネス体験は、富裕層は興味を持ちそうだが、レベルの高い通訳が必要、一日の始まりや終わりにやると良いという意見があった。

ラヴァクリーンは事前にアクティビティの意図、説明が必要。

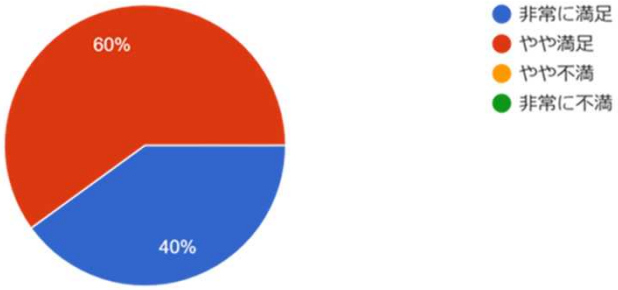
詳細：別添資料⑱モニターツアーアンケート結果を参照

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.2 アンケート結果のサマリー、磨き上げ

02 Cultural Experience

■全体の満足度



- プログラム①圓覚山 宗鏡寺(沢庵寺)
- プログラム②出石重伝建地区まち歩き
- プログラム③永楽館(着付け体験)
- プログラム④永楽館ダイニング(昼食)

日本文化を感じられるユニークで楽しい体験であり、これまでのベストプログラムだった。ただし、単体のアクティビティとしてアレンジは必要。

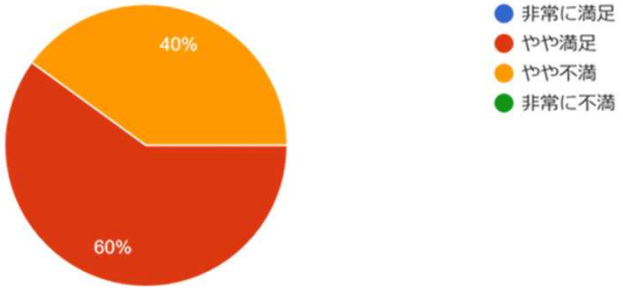
宗鏡寺では、居心地の良いお寺、親切な僧侶など魅力的という意見が多かった。ただし、瞑想体験は月並みな体験であり、お寺参拝は京都以外では中々売れないのでユニークにする必要がある、朝食は旅館でとった方が良いという意見もあった。

出石重伝建地区まち歩きでは、街並みが美しい、城や時計台が良かったと好意的な意見がある一方で、長い滞在時間のわりにあまり魅力的なお店がなかった、富裕層向けのガイドは100%英語を話すべきという意見もあった。

永楽館では、4人がとても魅力的と回答。舞台裏や回転舞台など建物に対する評価が高かった一方で、施設内のガイドやダイニングでの食事時間・ボリューム、パフォーミングには改善点があると指摘があった。

03 local Experience

■全体の満足度



- プログラム①EVモビリティで神鍋散策
- プログラム②森のレストラン
- プログラム③ファーマーズ体験

EVモビリティでの散策、森のレストランは全員が魅力的であると回答。理想的な地域とのふれあい、ホストの情熱が伝わるハイライトになった。

EVモビリティで神鍋散策は、ダイナミックな観光と調和し、非常にクールでSNSのコンテンツとしても適しており、乗り物自体も色や形がセンスが良く、安全面でも不安はなかった高評価。改善点として、噴火口まで行きたかったという意見が多かった。

森のレストランは、ランチの時間やボリュームに課題はあったものの、素晴らしい自然環境とテーブルセッティング、料理の見せ方、地元の食材を使った特別感のある料理は高評価であった。散策でたった今見てきたこと、学んだことがランチに反映され、点がつながって線になることで満足度が高まったという意見も見られた。

ファーマーズ体験は5人が魅力的でないと回答。富裕層に草むしりを頼むことはできない、コウノトリ育む農法についてもう少し学びたかったと低評価。

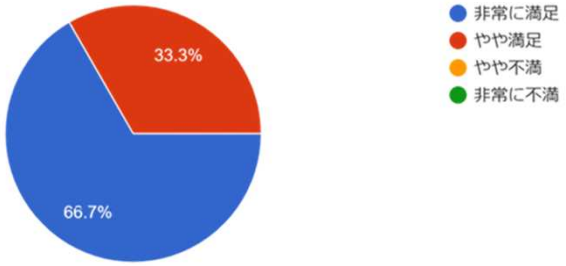
詳細:別添資料⑱モニターツアーアンケート結果を参照

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

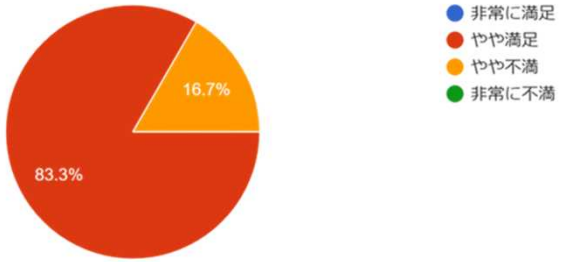
4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.2 アンケート結果のサマリー、磨き上げ

宿泊・移動

■西村屋 招月庭の満足度について教えてください。



■エグゼレーガ(移動車)の満足度について教えてください。



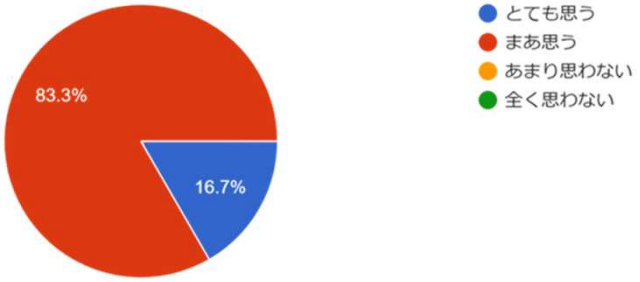
西村屋招月庭の満足度が高く、食事もおいしく快適で、露天風呂付きのお部屋なら積極的に富裕層にアピール、送客できるという意見があった。

西村屋本館は、歴史的建造物としての建物や落ち着いた雰囲気が素晴らしく、スイートであれば推薦できるという意見があった。一方で、ホスピタリティが金額に見合っていないことが挙げられた。

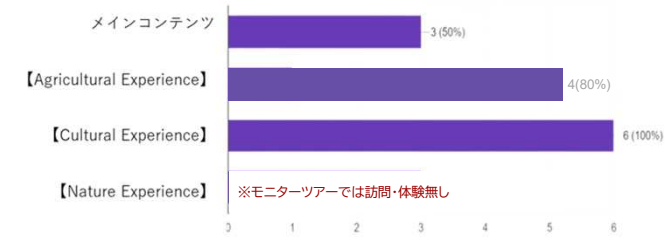
エグゼレーガはやや満足が5人、やや不満が1人。シートは快適だったが、細かく気になる点も多く、他の高級車の選択肢はあった方が良い。

販売意向

■本ツアーを販売したいと思いますか。



■特にどのコンテンツを販売したいと思いましたか？
※Agricultural experience＝Local experience



Cultural Experience、Local Experienceの販売意向が多いが、販売に向けては改善の余地あり。

販売意向があったのは、共通してCultural Experienceと回答。特に、森のレストラン、永楽館でのランチは、富裕層客に売り込みやすいと思うという意見がみられた。コウノトリや持続可能な環境を提供するための取組、城崎温泉、永楽館などは、非常に強い独自のセールスポイントをもつコンテンツであり、プログラムごとに販売できる形が望ましい。販売価格に関しては、プログラム全体での価格なので適切か否か判断が難しい。

詳細：別添資料⑱モニターツアーアンケート結果を参照

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-1. 外国人モニターツアーの実施 | 4-1.2 アンケート結果のサマリー、磨き上げ

STEP 1 参加者からの共通したフィードバックを抽出

◆Base Plan
・文化館での動画について、20分は長い。5分以内が望ましい。
・とゞ兵の施設はユニーク、食事内容は良かったが、カバンストリートでの滞在含め全体的に長すぎた。自由散策の時間があっても良い。
・ロープウェイは頂上まで登った方が良い。
・温泉寺での滞在やガイドはコンパクトに絞って短くしてほしい。
・ボランティアの作業については興味がないお客様もいると思うので、事前に要確認。

◆Local Experience
・神鍋山の噴火口まで登れた方が良かった。
・悪天の時の代替案が欲しい。
・昼食の時間が長く、料理のボリュームが多かった。
・ファーマーズ体験を食事後に行う、その内容に雑草抜きが含まれていることは良くなかった。収穫体験の方が好ましい。
・農業における哲学のようなものを聞きたかった。

◆Cultural Experience
・朝食の内容、ボリュームを踏まえると宿泊施設での朝食が望ましい。
・誰も知らないような役者の話や漢字の話など、立ち話での長いガイディングには課題があると感じる。
・芝居小屋にも関わらず歌舞伎に触れられるタイミングがなかった。
・永楽館での昼食の時間が長かった。
・DJやパフォーマンスはオプションにて他を検討した方が良い。

◆全体感
・特に販売したいと感じたコンテンツに関しては、共通して「Cultural Experience」と回答いただいた。
・販売価格に関しては、プログラム全体での価格となっており適切か否か判断が難しい。

STEP 2 見えてきた課題

◆コンテンツ編集面
・食事のボリューム、時間の調整
・間延びしないスケジュールの整理
・ボランティアプログラム実施意向の事前確認

◆ストーリー編集面
・各コンテンツやその土地に根付くストーリーの頭出し
・各地域事業者の方々の手しごとやものづくりへの哲学の深掘り
・説明の時間よりも交流できる時間を重視

◆受入対応面
・悪天時の受入体制の検討
・宿泊、移動手段の選択肢の充実

◆販売／流通面
・1日ごとのパッケージツアーではない、ゲストのニーズに合わせて提供できるプログラムの細分化および商品化
・上記を踏まえた料金体系の構築
・キャンセルありきを前提としたキャンセル料の設定および関係各所との期待値調整

STEP 3 磨き上げの内容

◆Base Plan
・冒頭でストーリー、コンセプトなどの全体像を案内する。
・文化館で流す動画は、5分のものを基本とする。
・ハチゴロウの戸島湿地でのボランティアプログラムは顧客特性やニーズによって調整できるようオプションに変更。
・観光客の希望によりボランティア作業のための長靴や手袋等は関係性構築のため日本野鳥の会で購入を想定。
・温泉寺しかり、他施設においても外国人観光客とコミュニケーションをとるにあたり、より“伝わりやすい”会話の流れおよび留意事項を施設側とも共有のうえプログラムを推進。

◆Nature Experience
・マインドフルネス体験はプランのカスタマイズ性を高めるために、オプションへ変更。

◆Cultural Experience
・宗鏡寺での体験については、プライベートでの坐禅+茶礼+法話のみを基本とし、斎座(朝食)はオプションに変更。
・永楽館でのプログラムについては、「永楽館オーダーメイド型エンターテイメント」とし、永楽館の貸切および館内散策以外、プライベートダイニングの実施、演奏などパフォーミングの提供、着付け体験などはオプションに変更、より顧客ニーズに合わせたオーダーメイドとすることで販売しやすい形へ変更。

◆Local Experience
・「アルチザンとカバンストリート散策」については、Base PlanからLocal Experienceのプログラムへ変更、とゞ兵でのランチ等もオプションとし、オーダーメイドで対応できるようプログラムを再編集した。
・ファーマーズ体験は、季節によって散策中に行い、収穫した素材をランチでいただくスタイルに変更。
・悪天時を考慮し、森のレストラン実施時は貸切対応にする。
※多少の小雨の場合はタープ等で対応、レインフォレストレストランといった形で提供を想定。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-2. 市民向けモニターツアーの実施 | 4-2.1 概要〔実施概要〕

日時	10月24日 15:00～17:00
テーマ	豊岡のサステイナブルな観光コンテンツをモニターツアーで体験
参加対象	豊岡市内の観光関連事業者 ※本仕様における「市民」とは、「市民及び市内事業者」を指す
講師	コウノトリ湿地ネット代表　佐竹 節夫 氏
実施場所	ハチゴロウの戸島湿地
募集方法	豊岡市および豊岡観光イノベーションより、公式WEBサイトでの告知、メール、電話、面談、FAXでの案内、案内チラシの送付等を通じて市内5つの観光協会と温泉組合、TTIの会員に対して告知。主要者に対しては個別要請を通じ市内観光事業者に対し募集を実施。
随行者	✓ 豊岡市（川角氏、瀧本氏） ✓ 株式会社地域ブランディング研究所（吉田、駒込）
共有資料	✓ 本事業で造成したコンセプト・ストーリーおよびコンテンツタリフ ✓ コウノトリの野生復帰や生態についてのパンフレット

▲共有資料：コウノトリツーリズム概要

選定理由 / 参加者一覧

<選定理由>
豊岡市内の住民であり、顧客接点を担う観光関連事業者に広く告知し、その中で参加意向がある参加者を選定。

参加者名簿
※個人情報のため非公開

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-2. 市民向けモニターツアーの実施 | 4-2.1 概要〔行動記録〕

■全体行程

■体験内容

豊岡のサステイナブルコンテンツこの機会にキャッチアップ
「コウノトリの野生復帰」のリアルを知る

コウノトリ育む豊岡の原点に触れ、豊かな命の循環を感じる湿地散策＆ボランティアプログラム。初めて兵庫県豊岡市にコウノトリが降り立った場所であり、 ラムサール条約に正式認定を受けた湿地でコウノトリの野生復帰に精通した プライベートガイドによる施設・体験を案内。

【ボランティアプログラムの内容】※その時々で内容は変動
草刈り・搬出（コウノトリが生息できる、エサを獲れる環境、明るい湿地にしていくために背の高い草を刈る）、外来種の駆除等

実施状況

豊岡市大交流課 瀧本氏により本事業で造成した豊岡固有の自然、歴史、文化、産業に根差すコンセプト・ストーリー・コンテンツについて紹介。観光事業者であり市民でもある参加者に向けて豊岡の特性や魅力の認知を促進。

「コウノトリの野生復帰」に精通する佐竹氏によるレクチャー。戸島湿地でのボランティアプログラムの後に宿泊をうけおっているあさぎり荘様や、神鍋の宿泊事業者様においても戸島湿地への訪問は初めてであり、コウノトリの生態についても深く知らなかったことから大変有意義であったといただいた。

コウノトリ育む豊岡の原点に触れ、豊かな命の循環を感じる湿地散策を実施。ちょうど15年来連れ添っている夫婦のコウノトリが散歩をしている姿を目の当たりにし、皆さん感激されていた。ただし、モニターツアー実施前からの豪雨によりボランティアプログラムは催行不可となり、どういった活動を行うかのご紹介のみにとどまった。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-2. 市民向けモニターツアーの実施 | 4-2.2 アンケート結果のサマリー、磨き上げ

参加者を対象にモニターツアーについてアンケートを実施した。結果は、以下の通り。

■アンケート結果サマリー　詳細：別添資料⑲市民向けセミナー・モニターツアーアンケート結果を参照

モニターツアーに対する満足度

大変満足が4人、やや満足が1人。理由として、コウノトリを間近で見れたことや、ボランティアの活動内容が理解できたこと、参考になることが多かったことを挙げた。
戸島湿地でのボランティアプログラムの後に宿泊をうけおっている宿泊事業者様や、神鍋の宿泊事業者様においても戸島湿地への訪問は初めてであり、コウノトリの生態についても深く知らなかったことから大変有意義であったとの意見があった。

「コウノトリの野生復帰への取組」に関する意識醸成

大変満足が4人、やや満足が1人。理由として、ストーリーを感じた、自然の豊かさを感じた、改めてコウノトリについて詳しく知ることができて良かった点を挙げた。

豊岡市に移住してきた方など、なぜ豊岡市が「コウノトリ」を打ち出しているのかこれまで深く知る機会がなく、戸島湿地への訪問も初めてであったが、大変有意義であったと好評をもらった。

戸島湿地の散策

5人が大変満足。実際に散策して良さがわかった、むしろ来なければわからない、コウノトリが夫婦揃って歩く様子が見られて感動した、雨でも参加して良かったとの意見をもらった。また、戸島湿地を15年間継続し、進化し続けているのが素晴らしいという意見があった。

※モニターツアー実施前からの豪雨によりボランティアプログラムは
　催行不可となり、どういった活動を行うかのご紹介のみにとどまった。

コウノトリの観光コンテンツ化について

参加したいが3人、興味ができたが2人。豊岡観光に欠かせないコンテンツだと感じた、豊岡市が力を入れて野生復帰させたコウノトリを多くの方に知ってもらい、今後も守っていくための取組があれば参加したいと思う、などの意見があった。

「EN」の魅力度、そのほかの意見

とても魅力的が2人、やや魅力的が3人。よく考えられている、新たな展開に期待したい、もっとPRできたら、などの意見があった。

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-3. 市民向けセミナーの実施 | 4-3.1 概要〔実施概要〕

日時	〔1回目〕10月6日 12:00～14:00 〔2回目〕10月24日 12:00～14:00 ※ワークショップ 〔3回目〕12月10日 10:00～12:00
テーマ	〔1回目〕世界水準の「持続可能な観光」に求められる要素を知る 〔2回目〕先進地域の事例および専門家からのフィードバックを踏まえ“豊岡基準”を策定 〔3回目〕異文化コミュニケーションのコーディネーターに学ぶ外国人観光客おもてなしの極意
参加対象	豊岡市内の観光関連事業者
講師	〔1回目〕株式会社Azumi Japan共同代表　岡 雄大 氏 NPO法人日本エコツーリズムセンター共同代表　森 高一 氏 〔2回目〕NPO法人日本エコツーリズムセンター共同代表　森 高一 氏 〔3回目〕株式会社ROOTS　Founder/通訳案内士　中山 慶 氏 株式会社地域ブランディング研究所　吉田 博詞
実施場所	〔1回目〕豊岡市役所 城崎庁舎 / Zoomによるオンライン同時開催 〔2回目〕豊岡市役所 城崎庁舎 現地開催のみ 〔3回目〕FLAP TOYOOKA/Zoomによるオンライン同時開催

▲配布資料
詳細：別添資料⑳市民向けセミナー資料を参照
（当日アジェンダ/アンケート回答のお願い）

◀配布資料
詳細：別添資料㉑ワークショップ資料を参照
（10/24　ワークショップで活用した資料）

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-3. 市民向けセミナーの実施 | 4-3.1 概要〔10月6日 参加者一覧・講義内容〕

〔1回目〕10月6日 **30**人(うちオンライン20人)

参加者名簿
※個人情報のため非公開

講義内容

アマン創業者の新たな旅館で賑わう瀬戸田の今。
観光産業を軸とした地域の経済とコミュニティの活性化による
持続可能なまちづくりとは。

・瀬戸田について
・Azumi Setoda設立の経緯
・ローカル(地域)をグローバルマップ(世界地図)に載せる
・しおまち商店街について
・複数拠点で活躍するニューローカル
・地域の持続可能モデルの模索
・瀬戸田で目指すサステイナブルなまちづくり

株式会社Staple / Azumi Japan
岡 雄大 氏

講義内容

NPO法人日本エコツーリズムセンター
森 高一 氏

世界旅行ツーリズム協議会、ホテルが「責任ある旅行で実践すべき12の行動基準」や先進事例を踏まえた総括。加えて、2回目のセミナーまでの課題の案内。

・世界水準の持続可能な観光業のあり方を考える
・国連によるサステイナブルツーリズムの定義
・グリーンデスティネーションズとは
・GSTC基準の4つの柱
・日本におけるSDGsの取組
・気候変動とサーキュラーエコノミー

詳細:別添資料⑲市民向けセミナー・モニターツアーアンケート結果を参照

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-3. 市民向けセミナーの実施 | 4-3.1 概要〔10月24日 参加者一覧・講義内容〕

〔2回目〕10月24日 **7**人

参加者名簿
※個人情報のため非公開

講義（ワークショップ）内容

Introduction 1

・グリーンディスティネーション（サステイナブルツーリズムの国際認証機関）が、毎年サステイナブルな世界の観光地トップ100を選定。
・2018年に岩手県釜石市がトップ100に選出され、全国から視察がくる
・世界的に気候変動とサーキュラーエコノミーが大きなテーマ

Introduction 2

期待される取組事例

①気候変動対策②サーキュラーエコノミー③廃棄物を適切に処理しているか④自然環境の保全
⑤文化資源の保全⑥地域の雇用や経済循環⑦地域のみなさんの参画⑧ダイバーシティの積極性
⑨次世代の育成⑩魅力の発信

Workshop

個人ワーク：10の項目から3つ選んで、取り組んでいること、これから取り組みたいことを書き出す。

発表・ディスカッション

④⑥⑩の取組事例が多かった。

城崎では、外国人労働者を雇用している。農作物だけでなく、海産物もロスが多いと感じる。
カバンもフリーマーケット等で販売したらいいと思う。などの意見があった。

神鍋では、プラスチック歯ブラシは廃止し、竹の歯ブラシを有料販売している。
地産地消のメニューを出している。竹野では、ボランティアを募り、定期的に清掃活動をしている。
海岸の木々や割りばしを集めて、塩づくりの熱源に活用している。

項目	人数
01 気候変動の対策はとれていますか	1人
02 サーキュラーエコノミーに取り組んでいますか	3人
03 廃棄物は適切に処理していますか	1人
04 自然環境の保全はできていますか	4人
05 文化資源の保全はできていますか	1人
06 地域の雇用や経済循環につながっていますか	4人
08 ダイバーシティの対応を率先して進めていますか	1人
10 地域の魅力を外部へ正しく伝えていますか	4人

▲具体的にどんな取組をしているのか？具体的な取組事例の提示

詳細：別添資料⑲市民向けセミナー・モニターツアーアンケート結果を参照

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-3. 市民向けセミナーの実施 | 4-3.1 概要〔12月10日　参加者一覧・講義内容〕

〔3回目〕12月10日 **31**人（うちオンライン12人）

参加者名簿
※個人情報のため非公開

講義内容

【インバウンド対応】外国人観光客受入の心得理解

・事業者、ガイド、地域でのネットワークを持つことの重要性
・その土地のスペシャルを言えるようにする
・双方向性が重要、3～4割はお客様に話してもらう

【ガイドの役割理解】コウノトリツーリズムにおける ローカルガイドに求められる要素の理解

・仲間同士で情報共有しながらモチベーションを保つ
・異文化コミュニケーションは相手の言語力に合わせる
・簡単な英単語で言い換える、言葉の成り立ちを知る力

株式会社ROOTS
通訳案内士 中山慶 氏

講義内容

株式会社地域ブランディング研究所
代表取締役　吉田 博詞

「サステイナブルな観光」の在り方について

・観光におけるサステイナブルな取組の重要性
・豊岡市のサステイナブルツーリズムについて
・SDGsとサステイナブルツーリズムの違い
・地域の持続性に必要な要素
・ツアープランイメージムービー鑑賞

詳細：別添資料㉒市民向けセミナーアンケート（1210）を参照

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-3. 市民向けセミナーの実施	4-3.2 アンケート結果のサマリー〔10月6日〕〔10月24日〕

参加者を対象にセミナー・ワークショップについてアンケートを実施した。結果は、以下の通り。

■アンケート結果サマリー　詳細：別添資料⑪市民向けセミナー・モニターツアーアンケート結果を参照

セミナーに対する満足度

オープニングセミナー（講師：森氏）について、満足が3人、やや満足が5人だった。
わかりやすかったという意見が多かった。

基調講演（講師：岡氏）について、満足が4人、やや満足が4人だった。素晴らしい取組に刺激を受けた、実践に基づいた話で臨場感があった、地域課題の重要性を認識した、などの意見があった。

観光業として必要と思われるSDGsの取組

取り組むべきことが多すぎるので、まずはできることからやっていきたい。地域経済を循環させていきたい、地域全体で取り組みたい、などの意見があった。

現在行っているサステイナブルな取組

・歯ブラシの持参呼びかけ、プラスチック歯ブラシの廃止
・竹歯ブラシの提供（有料）、歯みがきペーパー
・チェックインシートの廃止、デジタルに
・紙の名刺を少なく、デジタルに
・新品のタオルを廃止
・割れた器は金継ぎで修理

ワークショップの満足度

満足が2人、やや満足が1人。他の地域の事例が知れて良かった、サステイナブルな視点や具体的な取組の情報が得られた、などの意見があった。

今後取り上げてほしいテーマ

他地域の先進事例、ごみ削減の具体策、フードロス、行政の役割・関わり方

▲セミナー告知資料

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-3. 市民向けセミナーの実施	4-3.2 アンケート結果のサマリー〔12月10日〕

参加者を対象にセミナーについてアンケートを実施した。結果は、以下の通り。

■アンケート結果サマリー　詳細：別添資料⑭市民向けセミナーアンケート(12/10)結果を参照

セミナーに対する満足度

満足21人、やや満足4人。

豊岡の観光のビジョンがよくわかった、豊岡市の目指しているサステイナブルツーリズムの情報が習得できた、実体験に基づいたレクチャーでわかりやすかった。
講師の方々のお話が非常にわかりやすく、また内容が濃かった、相手に伝わりやすい英語について、参考書籍も紹介いただきとてもためになるセミナーだった、などの意見があった。
また、全員がコウノトリツーリズムへの理解が深まったと回答。

ガイドマニュアルについて

大変役に立つと感じる 15人、役に立つと感じる 7人、オンラインなので入手していない3人。

アップデートしていける基礎的なものができているのは素晴らしい、これまでこういったツールがなかった、施設内でもこういったものがほしかった、体験などで受け入れることもあるので、勉強したいと感じた、時代のニーズに対応する形で豊岡の魅力を効果的に伝える内容になっている、ガイドする際のポイントを簡略にまとめてあり大変参考になった、などの意見があった。

ガイドマニュアルに追加してほしい内容

志賀直哉と文芸館のこと、”城崎にて”の英訳版はあるのか、などを知りたい。
インバウンド想定問答集、他エリア・資源の英単語リスト、英語の例文、山陰海岸ジオパークのプログラム、デメリットの伝え方、社内用の初心者ガイドマニュアル、失敗談・成功談など、追加してほしいという意見があった。

セミナーについての意見

次回のセミナーも楽しみ、とてもためになる研修だった、自分の課題に気づくことができた、前向きな気持ちになれた、ガイド研修で旅館を使う際には声をかけてほしい、インバウンドの傾向が知れて良いセミナーだった、などの意見があった。

▲セミナー告知資料

4. 外国人モニターツアーおよびシビックプライド醸成に資する市民ツアー等

4-4. 成果結果

(3) モニターツアーおよびシビックプライド醸成のための市民ツアー等

■外国人専門家を対象としたモニターツアーの実施
■シビックプライド醸成を目的とした市民向けモニターツアーおよびセミナーの実施

----------KPI
✓ 専門家モニター数:5人以上 / **6人**
✓ 市民モニター数:10人程度 / **5人**
※悪天候等により参加が困難となったため
✓ セミナー参加者数:30人以上 / **①31人 ②30人**
セミナー開催数:2回以上 / **2回**

※第2回は悪天候等により参加者が不足したためKPIに算入しない

持続可能な観光地経営、高付加価値旅行市場に関する専門的知識やノウハウの習得

〔外国人専門家を対象としたモニターツアー〕
✓ 本事業のターゲット層に向けた旅行商品として販売が見込まれる水準となるよう、ゲストのニーズに合わせて提供できるプログラムの商品化・再構築に向けた意見聴取を行い各プログラムおよびガイドマニュアルに反映。
✓ ターゲット層を顧客にもつ旅行会社に対して、城崎温泉以外の豊岡市内の豊富な資源やコンテンツ、地域事業者の柔軟な受入体制の認知につながった。

〔市民向けモニターツアー〕
✓ 市民であり地域事業者に対して、コウノトリの野生復帰の取組に触れていただく機会を創出。参加者の中には、はじめて戸島湿地に訪れた方も含まれ、なぜ豊岡市が“コウノトリ”をシンボルとして打ち出しているのか、ストーリーも含め理解が進んだと好評。
✓ コウノトリの野生復帰への取組および観光コンテンツ化について「参加したい」「興味がある」と前向きな回答をもらった。

〔市民向けセミナー〕
✓ <1回目> 豊岡市の保有する資源や取組が、他エリアと比較していかに魅力的かつ先進的かをお伝えし、改めてグリーンディスティネーションズTOP100に選出された意義や価値を、GSTCサステイナブル・ツーリズム国際認証の研究と普及活動および各地の持続可能な観光地域づくりに携わっている専門家の目線から再定義。また、持続可能な観光地経営について、瀬戸田での先進的な取組事例を観光事業者に対しアーカイブも含め広く共有。講師である岡氏の取組に注目し、現地視察に既に行かれた方もおり、目に見える施設・サービスや地域づくりの根底にある専門知識やノウハウの習得につながった。
✓ <2回目> インバウンド受入の体制強化に向けたファーストステップとして、豊岡市の目指すサステイナブルツーリズムの理解促進、並びに自分達の保有する資源の魅力を伝える英語スキル向上のポイント、コミュニケーションスタンスを学ぶ機会を提供。サービスを提供する地域事業者・ガイド・ホスピタリティ人材といった様々な属性の方の参加があったことから、ローカルガイドと地域事業者が直接交流できる機会を求める声があがり、今後の円滑な受入やサービス向上に向けた足掛かりをつかむことができた。

5. 販路形成支援および情報発信

- ✓ 商談会への参加
- ✓ プロモーション動画、LPの制作
- ✓ WEB広告の配信
- ✓ インフルエンサーの招聘

5. 販路形成支援および情報発信

販路形成支援においては、専門家のアドバイスによりターゲットに合致した適切な販路を選定し、その販路に対して効果的な情報発信を行うこと。
本事業で造成したツアーについての情報発信については、WEBサイトや掲載する動画・広告等の制作および、海外メディアへの掲載を行う。
また、造成したツアーにインフルエンサーを招請し、情報発信を行う。

▲Monark Turismo（ブラジル）

▲Contraste voyages（フランス）

▲Global Travel Collection（イギリス）

▲pama tours（ブラジル）

▲Unique luxury travel（ウクライナ）

▲Travel Émotion Design（イタリア）

5-1. 商談会への参加	5-1.1 商談会(ILTM)への参加〔概要〕

詳細：別添資料㉓商談会実施報告書を参照

日時　2022年12月5日～8日 9:00～18:00

場所　カンヌ(フランス)

担当者
Attractive JAPAN(株式会社地域ブランディング研究所)
Julie BAUD(ジュリ・ボゥ)
小島佳奈　※オンライン参加

※Attractive JAPAN
・株式会社地域ブランディング研究所が運営するインバウンド集客のための
　トータルマネジメントサービス
・インバウンド関連の業務は地域ブランディング研究所ではなく「Attractive JAPAN」で対応

会場　Palais des Festivals et des Congrès
https://www.iltm.com/cannes/

使用した資料　次頁並びに本事業で制作したWEBサイトをご案内
EN – A SUSTAINABLE JOURNEY IN TOYOOKA – Travel Professionals (visitkinosaki.com)

商談先一覧

Global Travel Collection	イギリス
Contrastes Voyages	フランス
Monark Turismo	ブラジル
Sette Travel	アメリカ
Welgrow Travels Pvt. Ltd.	インド
Valerie Wilson Travel	アメリカ
Customade Travel	アメリカ
JTB Global Assistance Inc	日本
New Wave Travel	カナダ
Frontier Travel	イギリス
Magic Travel	アラブ首長国連邦
Internova Travel Group	アメリカ
Unique Luxury Travel	スイス
TED Travel Emotion Design – L' Impronta Viaggi Group	イタリア

5. 販路形成支援および情報発信

5-1. 商談会への参加 | 5-1.1 商談会(ILTM)への参加〔使用した資料①〕

Sustainable Travel: Kinosaki, Toyooka city

～Journey to discover the stories of the storks～

Toyooka

Kinosaki

Hidaka

Izushi

Takeno

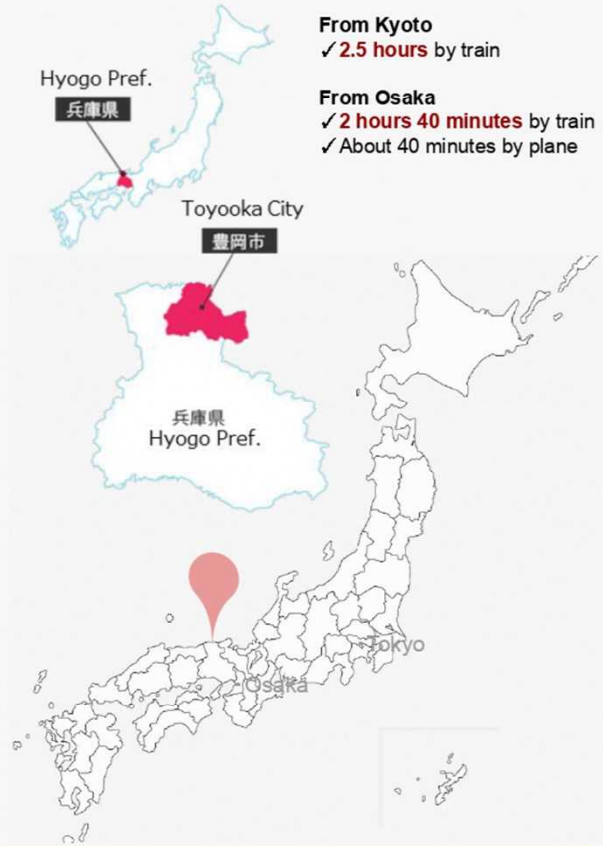
Tanto

Our Story Thoughts of the Land

Toyooka City's goal is to be a "Local & Global City" by deriving its identity from local values and making the most of regional resources such as local culture, the unique environment, and human connections: Those who have worked tirelessly to reintroduce storks to the skies of Japan.
Those who are dedicated to spreading new farming methods that nurture living creatures.
Those who restored Izushi Eirakukan, the oldest Kabuki playhouse in the region, and made Kabuki a symbol of the town.
Those who built a school with a dream to transform Japan's largest bag industry into the world's best.
Through its people, Toyooka continues to challenge itself in an ever-changing world while remaining true to its roots.
Toyooka City was selected as one of the top 100 sustainable tourism destinations in the world in 2021. We invite you to discover this city's sustainable nature, townscape, and culture, alongside the locals who will tell you their stories.

About Toyooka

VISIT KINOSAKI



From Kyoto
✓**2.5 hours** by train

From Osaka
✓**2 hours 40 minutes** by train
✓About 40 minutes by plane

Download Toyooka special brochure here.

13

5. 販路形成支援および情報発信

5-1. 商談会への参加 | 5-1.1 商談会(ILTM)への参加〔使用した資料②〕

EN –Journey to discover the stories of the storks–

Our Toyooka Exprerience

The Maruyama River
The water here was blessed with abundant wetlands.

Abundant wetlands that were once equally abundant with Oriental White Storks. After World War II, agricultural development took precedence over protecting the environment, and the storks disappeared from the skies of Japan.

There is an ecosystem rich in life throughout the Maruyama River.
The natural environment, Toyooka's culture, industry, human's views and lives have been shaped by this diverse community of living beings.

The manifestation of "en" has blessed both humanity and the storks, and gives birth to new ideas for the future.
We invite you to visit Toyooka and find yourself in the city of storks.

Sustainable City Toyooka | Tour image [Movie] | Tour image [HP]

00 Base Plan Experience Storks with「EN」

・Stroll through the town to meet wild storks with a private guide.
・Viewing storks in a restricted area.
・Stroll around and stay overnight in a charming hot spring town.

01 Nature Experience Natural environment where storks thrive

・Lava trekking on the 25,000-year-old Kannabe lava flow.
・The luxury of simply enjoying the spring water of Kannabe and the local ingredients.
・Forest bathing to enjoy special scenery and untouched.

02 Cultural Experience The history and traditions intertwined with storks

・Morning Meditation / Private zazen+tea ceremony+sermon at a Zen temple in Izushi.
・Izushi Town walking / Tracing the culture and history of Izushi castle town.
・Enjoy the oldest theater in the Kinki region, "Eirakukan," in complete privacy.

03 Local Experience The local community that is working towards sustainability for the storks

・Stroll along Bag Street with artisans to discover the history of Toyooka Kaban and local livelihoods.
・Explore the San'in Kaigan Geopark-certified plateau with EV mobility: Harvesting experience included.
・Interact with local farmers and enjoy the blessings of Kannabe at a forest restuarant.

14

5. 販路形成支援および情報発信

5-1. 商談会への参加 | 5-1.2 海外旅行会社との商談

日付　2022年12月12日

商談先
①Voyageurs du monde
（55, rue Sainte-Anne – 75002 Paris France）
②Destination Japon（11 rue Villedo 75001 PARIS France）
③Japan specialist
（22 Rue Dieumegard,93400 Saint Ouen FRANCE）
④Japan Travel Centre
（48 rue Sainte-Anne 75002 Paris France）
⑤※オンライン※ InsideJapan Tours
①～④フランス　⑤イギリス

担当者
Attractive JAPAN（株式会社地域ブランディング研究所）
①～④Julie BAUD（ジュリ・ボゥ）
⑤小島佳奈 / 駒込宏美

■ヒアリングにおける4社（①～④）の共通項

- ✓ コウノトリと共に生きるまちづくりや、そこから生まれた豊かな自然環境をはじめ、全社総じて豊岡（城崎）への興味、関心が高い。
- ✓ ゴールデンルートの中（および近辺）で、できればローカルを感じられる場所にも行きたい。
- ✓ フランス語で案内してもらえるガイドへのニーズが高い。
- ✓ 客層は、30代～のファミリー（20代に近い子供が一緒）や30～50代のお客様も多い。

①Voyageurs du monde
- ・金沢のモニターにスタッフが参加している
- ・スタッフも日本訪問の経験がある
- ・レスポンシブルトラベル、地球に優しいことに興味・関心が深い

②Destination Japon
- ・先月、高知でのファムツアーに参加している
- ・ものづくりに興味深い、特にフランス語を話せる人を探している
- ・日本ガイドが不足していると感じている
- ・大交流課 ジャド氏とコンタクトあり

③Japan specialist
- ・FIT 向けの旅行会社
- ・豊岡（城崎）に興味深かった

④Japan Travel Centre
- ・愛知でのファムツアーに参加している
- ・アリス氏が愛知大学にいたことから、愛知に関心が高かった
- ・大交流課 ジャド氏とコンタクトあり

⑤InsideJapan Tours
- ・コロナで客層やニーズに大きな変化はないが、体験やホテル等が閉鎖されたところが多い
- ・ゴールデンルートも多いが、リピーターだと三朝温泉なども需要がある。あとは四国（特に香川）や吉野の桜が人気

詳細：別添資料㉓商談会実施報告書を参照

5. 販路形成支援および情報発信

5-1. 商談会への参加 | 5-1.3 メルマガの配信(1)

配信日時　2023年1月18日

配信内容　海外旅行会社に向け、本事業で造成したプランのご紹介

Correction:【News Letter】Premium Stay in Toyooka, a Destination Rich in Nature Where People Coexist with Storks, an Endangered Species.

2 件のメッセージ

Attractive Japan <attractive-j@chibra.co.jp>　2023年1月18日 14:33
返信先: attractive-j@chibra.co.jp
To: ys1003tkmgc@gmail.com

このメールはテスト配信として作成されました。

I am sorry for this inconvenience. Please allow me to correct the previous email. I have found a typo.

We are pleased to introduce our new plan in Toyooka City, Hyogo Prefecture.

Premium Stay in Toyooka, a Destination Rich in Nature Where People Coexist with Storks, an Endangered Species:

✓ Selected as one of the Top 100 Green Destinations 2021
✓ Registered as a Ramsar Convention Wetland
✓ 2 stars in the Michelin Green Guide
✓ World Wetland NGO Network: Winner of the WWN Wetland Globe Blue Globe Award (Best Practice)

▼Plan Introduction Website
https://visitkinosaki.com/travel-professionals/sustainable-journey/

▼Plan Introduction Video
https://www.youtube.com/watch?v=BUfiP1168Qg

▼Toyooka City Introduction Video
https://www.youtube.com/watch?v=WWx0it7UvxQ

A SUSTAINABLE JOURNEY IN TOYOOKA

00 Base Plan Experience Storks with「EN」
・Stroll through the town to meet wild storks with a private guide.
・View storks in an enclosed area.
・Explore and stay overnight in a charming hot spring town.

01 Nature Experience
Experience a natural environment where storks thrive
・Lava trek on the 25,000-year-old Kannabe lava flow.
・Have the luxury of simply enjoying the natural spring water of Kannabe and localiy sourced ingredients.

02 Cultural Experience
History and traditions intertwined with storks
・Morning Meditation / Private zazen+tea ceremony+sermon at a Zen temple in Izushi.
・Izushi Town Stroll / Tracing the culture and history of Izushi castle town.
・Tour the oldest theater in the Kinki region, "Eirakukan," in complete privacy.

03 Local Experience
Meet the local community working towards sustainability for the storks
・Stroll along Bag Street with artisans to discover the history of Toyooka Kaban and local livelihoods.
・Explore the San'in Kaigan Geopark-certified plateau with EV mobility (harvesting experience included).
・Interact with local farmers and enjoy the blessings of Kannabe at a forest restuarant.

ABOUT TOYOOKA

Toyooka City is located in the northeastern part of Hyogo Prefecture and includes Kinosaki, a famous hot spring resort. Accessible by train from Osaka and Kyoto in about 2.5 hours or by air in about 30 minutes, Toyooka is part of the San'in Kaigan Geopark and is blessed with magnificent nature.

Toyooka has received worldwide recognition and acclaim for its longstanding efforts by citizens, businesses, and government agencies, including activities to restore a sustainable environment, such as the reintroduction of storks to the wild. This sustainable city is perfect for customers interested in the SDGs and responsible tourism.

Also not to be overlooked is the wonderful food culture. Tajima beef is highly acclaimed by chefs around the world, and Matsuba crab is considered one of the best. The city also produces rice and vegetables grown without pesticides and nurtured by storks.

Experience sustainable nature, townscape, and culture everywhere in the city.

■Toyooka
Toyooka is the center of Toyooka City, through which the Maruyama River flows. It is one of Japan's leading bag production centers and is taking on the challenge of making environmentally friendly products such as bags made from recycled fishing nets.

■Kinosaki
With a history of over 1,300 years, Kinosaki is one of Japan's leading traditional hot spring resorts. People gather here to stroll around in yukata (light cotton kimono).

■Hidaka/Kannabe
Kannabe Kogen, a UNESCO World Geopark, attracts many tourists every year who come to enjoy the powder snow in winter and trekking in the green season.

■Izushi
Izushi is a castle town called Tajima's "Little Kyoto". The old townscape from the Edo period still remains.

■Takeno
Takeno has beautiful beaches and clear waters where marine sports can be enjoyed.

Contact form:
https://visitkinosaki.com/travel-professionals/contact/

Attractive Japan

5. 販路形成支援および情報発信

5-1. 商談会への参加 | 5-1.3 メルマガの配信(2)

配信日時　2023年3月17日

配信内容　海外旅行会社に向け、WEBメディアに掲載された記事を2件ご紹介

Our Toyooka Responsible Tours Featured by Japan Travel & Zenbird !

Attractive Japan <attractive-j@chibra.co.jp>
返信先: attractive-j@chibra.co.jp
To: h.komagome@chibra.co.jp

Dear travel agents,

We are proud to announce that our tours emphasizing the preservation of oriental storks in Toyooka city (Kinosaki Onsen), "*Kannabe Forest Restaurant*" & "*Hachigoro's Toshima Wetland*", have been featured in two travel media outlets: **Japan Travel** and **Zenbird**. We are extremeley pleased to see the development of responsible tourism around Japan and hope those unique tours will find a place in your clients' itineraries this year.

Regards,
Attractive Japan Team.

Japan Travel :
Toyooka's Next Best Culinary Experience? A Forest Restaurant
An outdoor dining experience like no other inspired by the symbol of the city, the Oriental White stork

At the northern tip of Hyogo Prefecture, and less than a 3-hour scenic ride from central Kansai, you'll find Toyooka, a city full of charm. Home to the famous Kinosaki Onsen hot springs, Japan's most thriving bag manufacturing town, exclusive accommodations, and plenty of top-quality seafood, there are more than a thousand reasons to visit this scenic city. But more recently, Toyooka has also become home to one of the most exclusive culinary experiences a foodie can ever dream of — a forest restaurant. (...)

Continue Here

Zenbird :
Living with storks in Toyooka in Hyogo, attracting tourism

Not so long ago, people and Oriental White Storks coexisted in harmony and peace in Toyooka, northern Hyogo Prefecture. A formerly common sight in the wilderness of this beautiful Japanese countryside, in 1971, the last surviving soul of this rare breed disappeared from the local skies, leaving a sense of loss, questions and many regrets. Half a century later, the city vows to learn from past lessons and invites travelers to witness the efforts that have contributed to the return of the storks. (...)

Continue Here

Stork Tourism website and concept movie

The "Stork Tourism" is a tourism project developed in Toyooka City, Hyogo Prefecture, Japan with the aim of conserving the ecosystem of Japanese storks and promoting regional development. The project's website features information on tourist spots in Toyooka City where storks inhabit, as well as tours and experience programs with a stork theme.

▼Plan Introduction Website

▼Plan Introduction Video

▼Toyooka City Introduction Video

Please also check **Attractive JAPAN's Facebook**.

Contact form:
https://visitkinosaki.com/travel-professionals/contact/

Attractive JAPAN

5. 販路形成支援および情報発信

5-1. 商談会への参加 | 5-1.3 メルマガの配信5-1.3 メルマガの配信

■配信先一覧

Arigato Travel	H.I.S Europe LTD（No1 Japan Travel）	JAPONAL	Remote Lands
Au fil du Japon	HIS Australia(Travel Japan)	Journey to the East	Route des Voyages
Audley Travel	HIS Italy	JTB Europe	Royal Scenic
BCT-Touristik	Hitotoki	Kansai Guide（Takada Travel）	Scott Dunn
Bharad Travel	Inside Japan Travel	Kizuna	Selective Asia
Discova	IntoJapan	La Route du Japon - Exotic Voyages	SZ-Reisen GmbH
East Quest	Japan Experience（Vivre le Japon）	Les Maisons du Voyage	Takeda Bauer European Travel
EGL Tours	Japan Holiday Architects	Marco Vasco	Tokyo Way
Elite Orient Tours	Japan Holidays	Michi & Co.	Valerie Wilson Travel, Inc.
Espace Sélect	Japan Plus Touristik	MTJ	Votre Japon par H.I.S.
Essential Japan Travel	Japan Private Tour	My Japan Travels	Yoitabi
EXO Travel	Japan Quest Journeys	Powder Byrne	すぎやまクリエイト
France Travel Center	Japanissimo		

5. 販路形成支援および情報発信

5-2. プロモーション動画、LPの制作 | 5-2.1 プロモーション動画の制作

撮影日程内容

2022年8月19日-20日 / 現地ロケハン
〔行程〕コウノトリ文化館→とゞ兵→カバンストリート→そば庄→永楽館→出石城下町まち歩き→宗鏡寺→ハチゴロウの戸島湿地→温泉寺→城崎温泉
2022年9月15日 / 撮影
〔撮影内容〕中谷地区(ドローン空撮・稲)→杞柳細工の作業風景→そば庄
2022年9月28日-30日 / 撮影
〔撮影内容〕※モニターツアー同行チームはモニターツアーの行程通り
2022年10月17日 / 撮影
〔撮影内容〕鴻の湯(露天風呂)→城崎温泉街(元湯・川あらし(豊岡市瀬戸・円山川)・街並みなど)→温泉寺(古式入湯法・外観・ロープウエイ)→
西村屋本館(仲居さん・玄関・フロントなど)→戸島湿地・円山川・玄武洞(ドローンでの空撮)→まんだら湯・城崎温泉街
2022年10月18日 / 撮影
〔撮影内容〕永楽館(内観)→そば庄(そば打ち(大将)・皿そば・出前(女将))→出石酒造(外観・内観・ご夫婦で台座・奥様のれんをくぐる)→
匠工芸(編み・商品・寺内さんバストアップ笑顔)→キヌガワ(外観、修理手元)→アートフィア(デザイン画(笠井さん込み)、商品、内観、外観)
2022年10月19日 / 撮影
〔撮影内容〕川あらし(瀬戸・円山川)→加陽の朝市(安達さんバストアップ笑顔)→神鍋(噴火口・八反の滝・二段滝など(ドローン空撮込み))→
アグリガーデン(北村元気さんバストアップ笑顔)

Sustainable City Toyooka (https://www.youtube.com/watch?v=WWx0it7UvxQ)

EN: A Sustainable Journey in Toyooka (https://www.youtube.com/watch?v=BUfiP1168Qg)

5-2.1 プロモーション動画の制作

5. 販路形成支援および情報発信

5-2. プロモーション動画、LPの制作 | 5-2.2 LPの制作

制作目的	BtoBなど相談会に活用し、旅行会社が情報を得るために活用するページとして制作
制作方針	Visit Kinosakiのドメインを活用しつつ、既存Visit Kinosakiとはターゲットが異なるため、トンマナは従来のものではなく本事業のターゲット層に合わせて変更予定
テーマ	En -Journey to discover the stories of the storks-
方向性	知的富裕層の潜在意識を刺激する 「Sustainable Luxury」 「Sustainable Journey」
カラーイメージ	背景：白に近いクリーム色 キャッチコピー/上品なゴールド テキスト：黒に近いグレー 写真/映像：グリーンが多く入る
掲載場所	VISIT KINOSAKI(https://visitkinosaki.com/) TRAVEL PROFESSIONALS→SPECIAL PLAN ※海外旅行会社向けのWEBページのスペシャルプランとして掲載
URL	https://visitkinosaki.com/travel-professionals/sustainable-journey/

LP構成

<STEP1：他地域との違い・富裕層対応・ 地域の思いを理解>

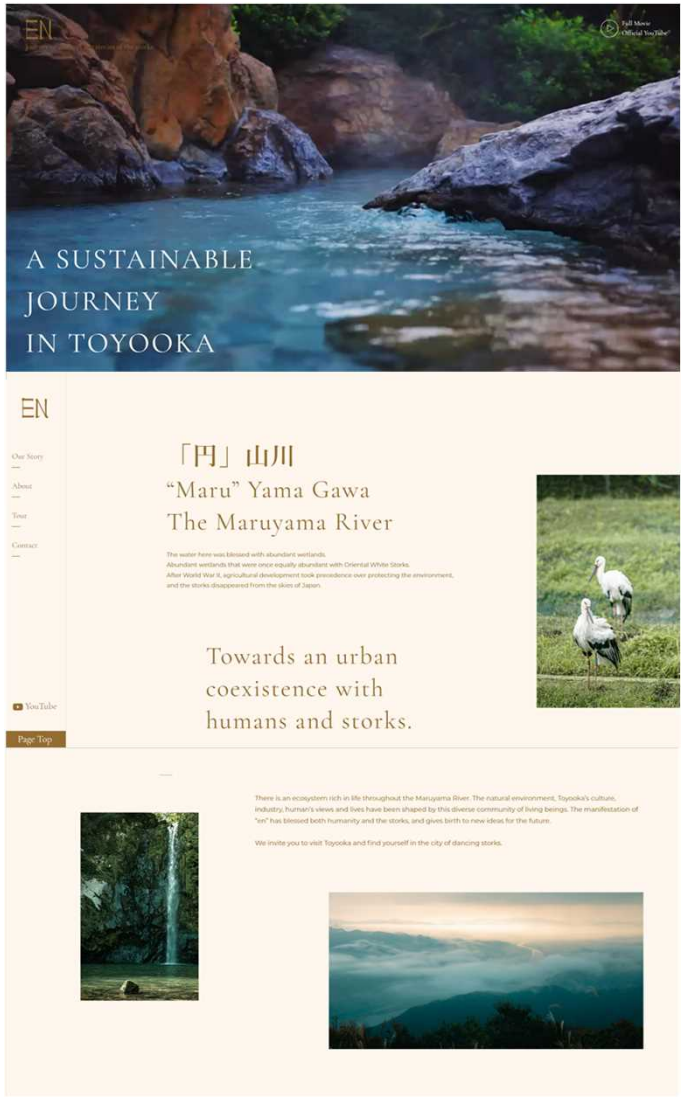
Top	キーヴィジュアル ※10 秒程の動画埋め込みを検討
Our Story	地域の思い(テキスト/写真)
About	豊岡の強み、富裕層対応(テキスト/写真)

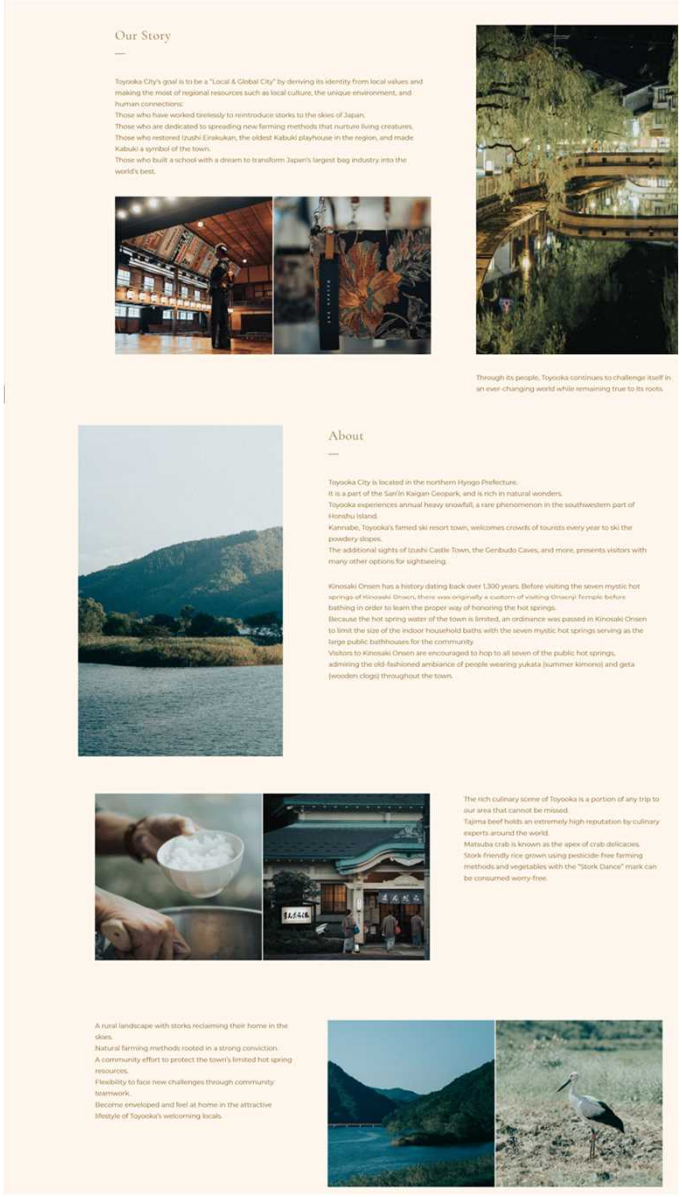
<STEP2：ツアー詳細を経て、問い合わせしてもらう>

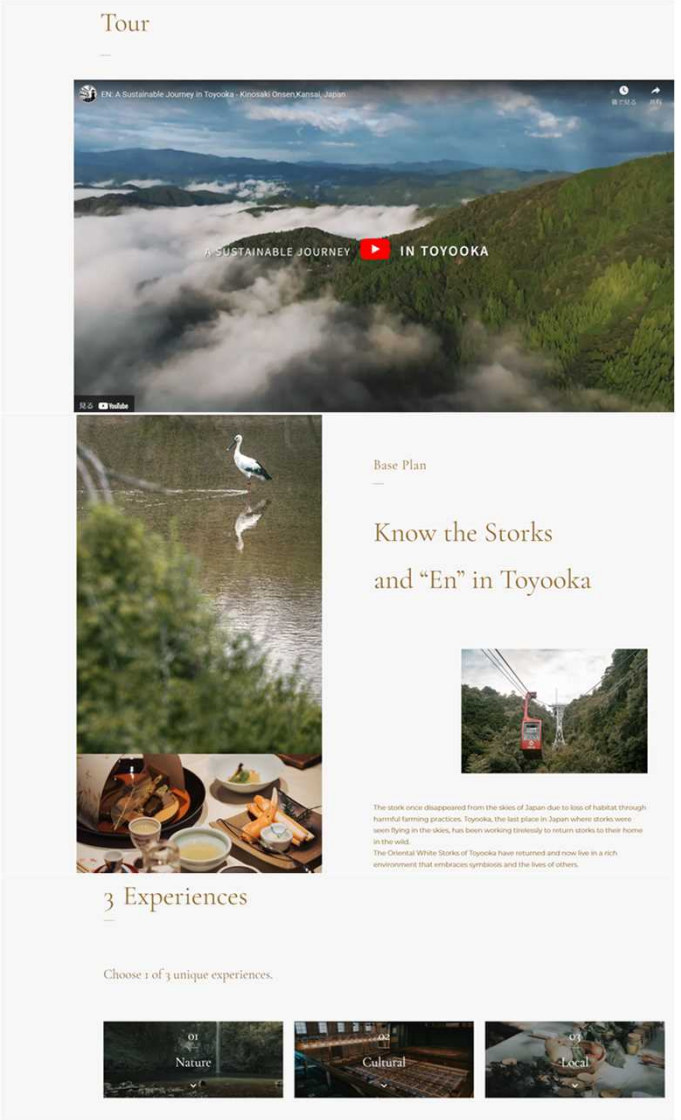
Tour	ツアー例(YouTube 動画埋め込み/テキスト/写真) スケジュールの紹介(テキスト)
Contact	問い合わせフォーム

5. 販路形成支援および情報発信

5-2. プロモーション動画、LPの制作 | 5-2.2 LPの制作（サイトスクリーンショット）







5. 販路形成支援および情報発信

5-3. WEB広告の配信 | 5-3.1 概要，配信(掲載)内容

掲載媒体　Facebook

掲載期間　14日間(2023年2月27日～)

オーディエンス
〔年齢〕25歳～65歳
〔性別〕すべて
〔地域〕アメリカ、フランス、イギリス、オーストラリア、カナダ、シンガポール、香港、台湾

詳細設定
✓ 興味関心(Hobbies and activities)
・Travel(Travel&tourism)
・Ecotourism (travel & tourism)
・Hotels (lodging)
・Nature (science)
・Tourism (industry)
・Vacations (social concept)

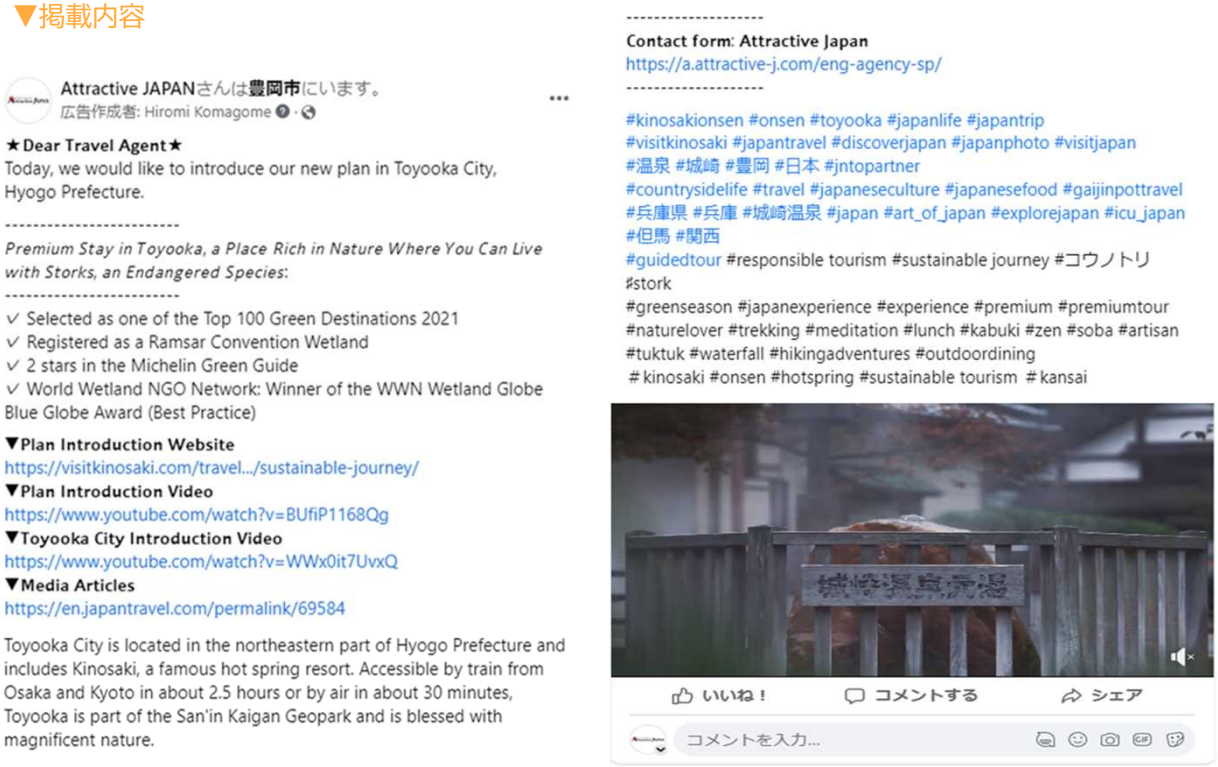
✓ 行動(Facebook page admins)
・旅行・観光関連ページの管理者

1日の推定結果　リーチしたアカウントセンター内アカウント /355～1,025
リンクのクリック /21～6

掲載動画　EN: A Sustainable Journey in Toyooka
https://www.youtube.com/watch?v=BUfiP1168Qg

掲載元　Attractive JAPAN(株式会社地域ブランディング研究所
https://www.facebook.com/attractivejapan

▼掲載内容



広告セグメント設定について

✓ **セグメントについて**
海外の観光関連事業者へ掲載ページがリーチする可能性の高いセグメントを作成

✓ **問合せについて**
問合せ先は広告掲載元であるAttractive JAPANに設定。
FITからの問合せがあった場合は旅行会社として手配を行い、海外旅行会社からの問合せがあった場合には、豊岡観光イノベーションに引き継ぐことを想定。

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘	5-4.1 視察の概要〔招請したインフルエンサーの概要〕

本郷 アリー | Ally Hongo
Japan Travel Awards Chairperson

ブルガリア出身。東京大学大学院を卒業後、毎日新聞英語版 The Mainichi や Japan Today で記者として活躍。その後は、Savvy Tokyo 編集長、Tokyo Weekender チーフコンテンツマネージャーを歴任し、2021年に株式会社しいたけクリエイティブ創業。日本外国特派員協会(FCCJ)会員。2001年より東京在住。観光庁「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」外部専門人材。

【選定理由】
しいたけクリエイティブは国内最大級の英字メディアの運営に携わってきたプロデューサー、編集者、デザイナーによってつくられた会社。広告制作や記事執筆、翻訳、コピーライティング、デザインなどを得意としており、主に英語を用いて全世界に向けたクリエイティブ業務を行なっている点。

【ソーシャルメディア】
Japan Travel Award, SNS等

Alex Bradshaw
GOTOKU Owner and Chief Consultant

イギリス シェフィールド出身。リーズ大学卒業後、大手IT企業ORANGEでシステムエンジニアとして勤務。2005年来日。現在、株式会社島津興業の海外営業部長、鹿児島県観光PRアドバイ ザー、鹿児島市景観アドバイザーも兼任。世界の富裕層旅行者を扱うエージェントとホテルを繋ぐイベント・ILTMでの豊富な営業代行実績を誇り、インバウンド富裕層市場に特化したコンサルティングを得意としている。
2020年からは 観光庁、文化庁、国土交通省と連携し、インバウンド事業に携わりながら人材育成にも注力し、本質的な日本の魅力を発信。

【選定理由】
日本の観光産業における富裕層市場に特化したサービスを提供するコンサルティング会社の代表であり、インバウンド・海外セールス支援等も行っている。海外のクライアントを動かし、魅了する地域のストーリー・商品展開への豊かな知識と経験を持ち合わせている点。

【ソーシャルメディア】
GOKOKU HP, SNS等

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘	5-4.1 視察の概要

目的

- ✓ 本事業で造成されたモダンラグジュアリーを対象とした「ツアー」を体験いただき、本事業のターゲット層にリーチし得る媒体等での情報発信をいただくこと
- ✓ 本事業で造成する観光コンテンツへのターゲット目線・販売目線からの磨き上げ

日時

2022年10月26日10:00～27日17:00

随行者

※敬称略
- ✓ 近畿運輸局（立溝、浦口）
- ✓ 豊岡市（瀧本、ジャド）
- ✓ 株式会社地域ブランディング研究所（駒込）

実施場所

兵庫県豊岡市（豊岡 / 城崎 / 神鍋）

配布資料

〔配布資料〕詳細：別添資料㉔を参照
- ✓ 豊岡市の概要
- ✓ モニターツアーの概要
- ✓ コンセプト、ストーリー
- ✓ コンテンツの概要
- ✓ 宿泊、周辺情報

▲配布資料

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘	5-4.1 視察の概要〔全体行程①〕

05 TIMETABLE 10.26

08

00 Base Plan

～コウノトリと豊岡の「En」に触れる～

Inspection
1日目：10月26日（水）

10：00 集合
▶アレックス様：豊岡駅西口ロータリー
▶本郷様：但馬空港 到着ロビー

移動

10：20 【"En" Base Plan】
Program①兵庫県立コウノトリの郷公園

移動

11：45 昼食
▶城崎温泉付近

移動

13：10 【"En" Base Plan】
Program②ハチゴロウの戸島湿地

移動（城崎ロープウェイ）

14：55 【"En" Base Plan】
Program③温泉寺
▶ロープウェイへの乗車
▶温泉寺での「古式入湯法」の伝授

16:15 城崎温泉街 散策

16:45 チェックイン：小林屋

アンケート回答 / フリータイム

18：30 夕食
小林屋にて

和室とベッドのお部屋を2種ご用意しており、
夕食は和室での部屋食となります。

20：00 1日目終了
フリータイム

宿泊：小林屋

IN TOYOOKA | 2022

詳細：別添資料㉕インフルエンサー視察行程表を参照

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘	5-4.1 視察の概要〔全体行程②〕

TIMETABLE 10.27

09

03 local Experience

～人の手が守るサステナビリティ /
ローカルとの交流を堪能～

Inspection
2日目：10月27日（木）

※一部メインコンテンツを実施

- 7：00 **朝食/フリータイム**
  城崎温泉 小林屋
- 9：00 集合
  城崎温泉 小林屋 ロビー
- 移動
- 10：00 **【local Experience】**
  Program②EVモビリティで神鍋散策
  - ▶EVモビリティ乗車の為のガイダンス・練習
  - ▶噴火口
  - ▶神鍋白炭工房（薪割り体験）
  - ▶八反の滝
  - ▶ドライブスルー農園
- 移動
- 12：30 **【local Experience】**
  Program③森のレストランで昼食
- 13：50 移動
- 14：30 **【local Experience】**
  Program①カバンストリート
  - ▶エンドーかばん
  - ▶「とゞ兵」散策/カフェタイム
  - ▶アルチザンとのカバンストリート散策
- 17：00 2日目終了 / 豊岡駅→但馬空港

IN TOYOOKA | 2022

詳細：別添資料㉕インフルエンサー視察行程表を参照

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘 | 5-4.1 視察の概要〔行動記録③〕

▸行動記録①　10月26日（水）

MONITOR TOUR IN TOYOOKA | 2022

26

豊岡市立コウノトリ文化館

▲天候は曇り時々雨。到着後、本事業で造成したコンセプト・ストーリーを多目的ホールでお伝え。

▲副館長 友田氏のガイドにより、コウノトリ文化館の館内をご案内。

昼食：城崎温泉街（CREEZAN）

▲城崎温泉の中心、大谿川沿いに佇むカフェ＆バーCREEZANで昼食。

▲前回のモニターツアーでのFBを踏まえ、昼食は軽食で、但馬牛ハンバーガーをいただいた。

ハチゴロウの戸島湿地

▲ハチゴロウの戸島湿地に到着後、代表の佐竹氏によりコウノトリの野生復帰についてお話を伺う。

▲お話を伺った後は、湿地に出てボランテイアプログラムで草刈り体験を実施。

▲草刈り後は、湿地を散策しながら野生の梨や柿を収穫体験を実施。その場でみんなでいただいた。

▲動物の足跡などを追いながら湿地を散策し、管理棟へ。その後、エコハウスの見学、振返りを行い終了。

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘 | 5-4.1 視察の概要〔行動記録③〕

▸行動記録②　10月26日（水）

MONITOR TOUR IN TOYOOKA | 2022
27

城崎ロープウェイ 山頂駅

▲15:50 山麓駅発の城崎ロープウェイに乗り、まずは山頂へ。かわらけ投げや城崎温泉街を一望。

温泉寺

▲小川住職による古式入湯作法の伝授。（湯杓のお渡し）

城崎温泉街 まち歩き

▲宿泊施設へのチェックイン前に城崎温泉街を散策、七つの外湯をご案内。

宿泊・食事（小林屋）

▲城崎温泉の中心地にある登録有形文化財の宿「小林屋」で宿泊。

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘 | 5-4.1 視察の概要〔行動記録③〕

▸行動記録①　10月27日（木）

MONITOR TOUR IN TOYOOKA | 2022
28

神鍋散策＆収穫体験

▲地元ガイドに先導いただきながらEVモビリティで神鍋散策を実施。駐車場内で練習してから神鍋山頂へ。

▲近畿地方で最も新しい火山と考えられており、山頂には今でも噴火口が残っています。

▲1000m級の山々に囲まれた自然豊かな神鍋高原に点在する溶岩流の跡や町並みを一望。

▲神鍋白炭工房での視察、薪割り体験。（この薪は後の昼食のご飯を炊くために持ち帰ります）

▲晴天であったため、EVモビリティを降りて「八反の滝」まで下山。

▲「八反の滝」を散策し終わった後、神鍋りんご園のりんごジュースをいただきました。

▲農家さんのレクチャーのもと、パプリカやプチトマトを収穫し、森のレストランへ。

▲由良さんのプライベート農園で、旬のネギを収穫し、昼食でカルソッツを提供します。

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘 | 5-4.1 視察の概要〔行動記録③〕

▸行動記録②　10月27日（木）

森のレストランで昼食

▲“食べられる森”として、森をよく知るガイドと共に森のレストランの前に、昼食に使うキノコを収穫。

▲神鍋に位置するアグリガーデン（レストラン）、志ん屋（民宿）、Teams（農家）の連携で実施。

▲白炭工房の炭を使ったシイタケバーガーにコウノトリ米、Teamsの野菜や森のキノコを瓶詰やセイロで提供。

▲木漏れ日の中、地元の事業者との会話を楽しみながら森の幸を堪能。

カバンストリート / 小田井神社

▲神社内にある国内で唯一かばんの神様とされる柳の宮神社に訪問。

▲宮司に境内の案内をいただき、豊岡鞄のルーツである柳行李についても教えていただいた。

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘	5-4.1 視察の概要〔行動記録③〕

▸行動記録①　10月27日（木）

MONITOR TOUR IN TOYOOKA | 2022

30

カバンストリート /エンドーかばん

▲エンドーかばん遠藤社長により、「豊岡鞄の歴史と今」についてお話を伺った。

とゞ兵散策

▲とゞ兵オーナーの小山氏による館内散策を実施、新たなカバンストリートでの挑戦について伺った。

▲全ての館内案内を英語で実施いただき、参加者からも施設の可能性について好評を頂いた。

カバンストリート散策

▲Maison Def 下村氏のガイドにより自店舗をはじめカバンストリートをご案内いただき、最後はとゞ兵のコーヒーをいただいて終了。

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘 | 5-4.2 アンケート結果のサマリー

00 Base Plan

戸島湿地で自然のままのコウノトリを見ながらの草刈り体験、温泉街、温泉寺の物語はとても魅力的だが、城崎温泉とコウノトリの関連性は曖昧。

コウノトリ文化館は英語での詳しい説明もなく、デザインも看板も貧弱で、施設周辺の環境も比較的魅力に欠けるため、お勧めしにくい。

ハチゴロウの戸島湿地はとても魅力的。実際に湿地帯を歩き、**自然のままのコウノトリが見れて貴重な体験だった。**購入したお米を海外に送ることができると良い。コウノトリについて学びながら草刈りにも参加できて楽しかった。

城崎温泉はとても魅力的。**温泉寺の物語は興味深い。**観光に適した街で、お金を使うスポットがたくさんある。小林屋もよくできていた。ただ、お店は似たようなものを売っていて、多様性に欠ける。

総じて、コウノトリは代々受け継がれてきた温泉同様、サステイナブルな素晴らしいコンテンツだ。ストーリーにちなんだ商品が増えると良い。しかし、城崎温泉とコウノトリの関連性は曖昧で、コンセプトに込められたストーリーはあまり感じられない。**コウノトリの存在感を高め、旅行者の心に響くようにコンセプト・ストーリーの普及に努める必要がある。**

03 local Experience

神鍋散策、食材のピックアップをして参加する森のレストランは有意義でありハイライトになった。持続可能性をより感じさせる仕掛けが課題。

カバンストリートはカバンに興味があれば旅行者にアピールできる可能性があるが、旅行者がカバンを買うことはあまりない。非常に狭いマーケットセグメント。観光客を惹き付けるためには、クリエイティブなアイデアが必要。

神鍋散策はとても魅力的だ。農家のライフスタイルが面白いので、**地元の人のストーリーに注目したほうがいい。**火山は十分に興味深かったが、他の目的地と比較すると、その眺めは驚くほどではなかった。

森のレストラン**はこのツアーで一番良かった。**料理は全般的においしかったし、元プロスノーボーダーのストーリーも興味深い。**食材のピックアップは有意義だった。**企画にどれだけ苦労したかがよくわかるし、その努力は賞賛に値する。

モダンラグジュアリーを対象としたときには、持続可能性をより感じさせる仕掛けが必要。食材の代金や土産物の展開など現地で資金を投じる機会を増やすと良い。大きな問題は、ガイドが本当にストーリーの価値を来訪者に伝えられるかどうかだ。

詳細：別添資料㉖インフルエンサー視察（実施報告書）を参照

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘 | 5-4.2 アンケート結果のサマリー

宿泊施設、ランチ

小林屋 KOBAYASHIYA

【写真】小林屋WEBページ（https://kobayashiya.co.jp/）
お宿とれとれhttps://www.kinosaki-web.com/plan/index.php?mode=plan_detail&YadoNo=52&PlanNo=125&StockNo=5）より

外国人旅行者になじむ小林屋はオーナーのセンスがよく快適
料理の質は高いが、「量」の観点のみ課題

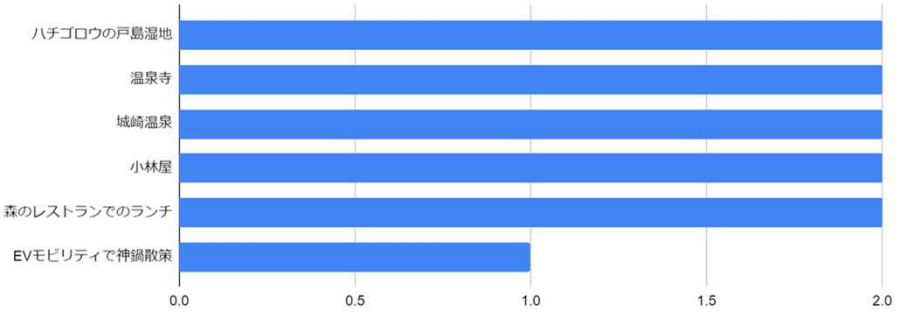
小林屋は満足度が高かった。部屋はスタイリッシュで寝具は快適だった。浴衣は種類が豊富で質も良かった。お風呂は小さく、あまり印象に残っていない。オーナーは海外生活が長いので、**外国人ゲストへの柔軟な対応**やアーティストとしてのセンスが素晴らしい。**西村屋に代わる良い宿になる可能性がある。**

夕食はおいしかったが、東南アジアの雰囲気が強かった。朝食の量が多かったので食品ロスが心配。

クリーザンランチはやや不満。バッグショップの中にあるカフェのセッティングは奇妙。バッグがハンバーガー臭くなるのではないか。若干、非衛生的にみえる。

情報発信のアドバイス

■【En】について、特に情報発信に値するプログラムや場面を教えてください。
※ 複数回答可



ラグジュアリー市場に限定せず、さまざまなレベルの旅行者に
提供できるプログラムとしての開発が必要

情報発信に値するプログラムは、ハチゴロウの戸島湿地、温泉寺、城崎温泉、小林屋、森のレストラン。
コンセプトを十分に理解し、効果的に販売できるレベルまでコンテンツを開発する必要がある。要求の高い旅行者を受け入れるインフラが整っていない。温泉街を目指す旅行者が少し足を延ばして地域の農業を発見してもらう取組がいいのではないか。

ラグジュアリーのレベルは宿泊施設で決まるので、このコンテンツは様々なレベルの旅行者に合わせてもいいのでは。ツアーテストをする前にターゲットを決める必要はない。このツアーはラグジュアリーだけが対象者ではないと思う。

詳細：別添資料㉖インフルエンサー視察（実施報告書）を参照

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘 | 5-4.3 海外メディアへの掲載

❶Japan Travel https://en.japantravel.com/

キャッチコピー	外国人が行う、外国人のための、日本発信 世界最大級・国内 No.1記事総数・15言語対応・日本から世界へ
概要	毎月約500万PV、英語を主体とした15か国語での展開 、日本最大級の訪日外国人向けメディア
PV	月 563万
読者平均年齢	25-34歳34.57%、18-24歳23.3%、35-44歳18.43%、45-54歳11.85%、55-64歳7.28%、65歳以上4.58%
ターゲット上位国	米国26.89%、タイ9.3%、シンガポール8.97%、日本6.97%、オーストラリア6.91%
言語	15か国語
選定理由	・JapanTravel.comは日本の魅力を世界に発信するメディアであり、日本を訪れる旅行者が最初に閲覧し、旅行の情報を入手できる最大のウェブサイト。 ・30,000人以上のメンバーを持つコミュニティを通じて急成長を遂げ、日本最大の観光ガイドとして、記事は全国規模、幅広くカバーされている。 ・量へのアプローチという観点からも、効果的な発信ができると考えられる。

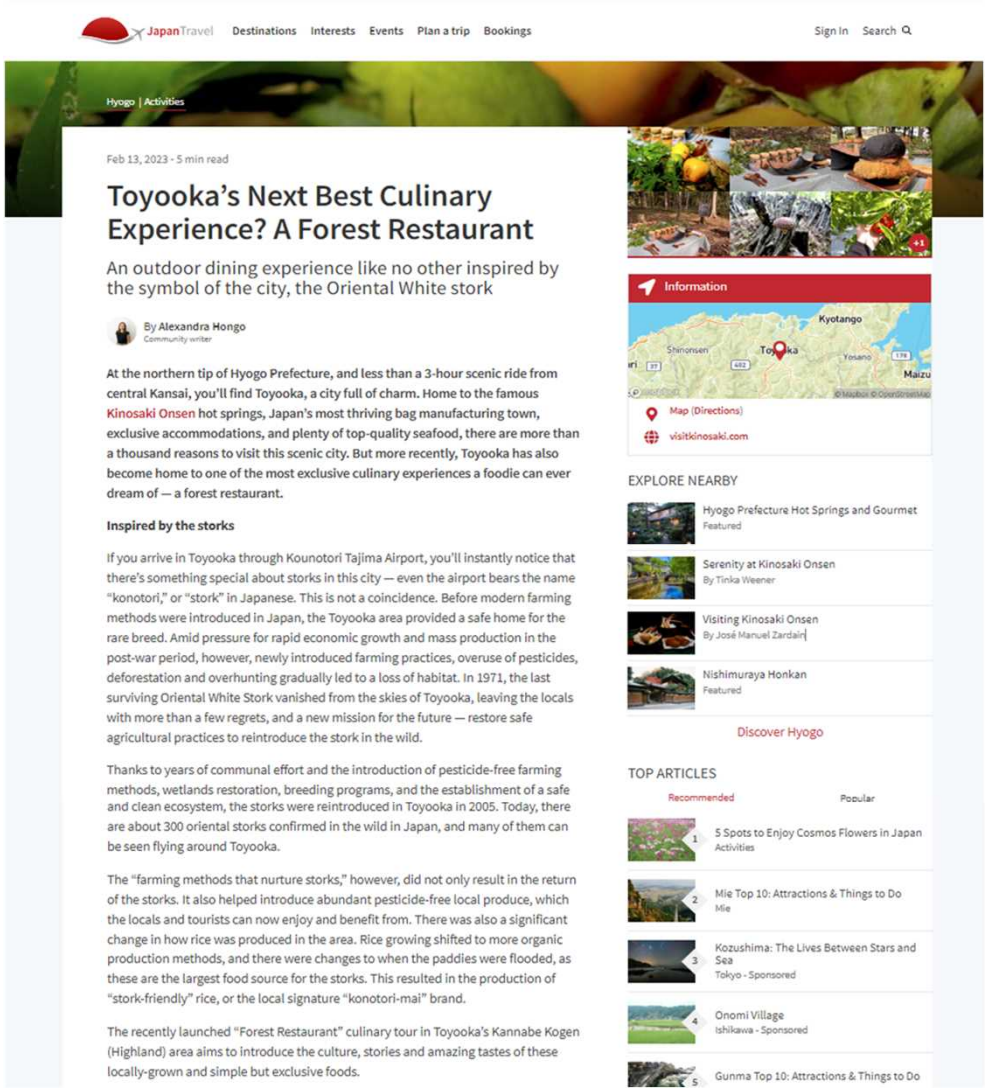
❷Zenbird https://zenbird.media/

キャッチコピー	日本から持続可能な未来を発見する
概要	日本の持続可能なイノベーション、デザイン、アート、エシカルなライフスタイルに焦点を当てた独自の編集を行うオンラインマガジン
PV	月 21万
読者平均年齢	25-34歳
ターゲット上位国	米国24.5%、日本12.14%、オランダ11.24%、フィリピン5.24%、フィンランド4.25%
選定理由	・日本のサステイナブルな取組を世界に発信するオンラインマガジン。 ・まだ新しいメディアでPVはあまり多くはないが、サスティナビリティと日本に特化しているニッチなメディアとして注目されつつある。 ・日本国内のユニークな取組に着目し、それを英語で発信することで、日本のサステイナブルな取組にも世界の注目を集めること、それによって国境を越えたさまざまなイノベーションが生まれることを目指している。 ・Japan Travelよりも興味を持っているコア読者がいるので、到達度の観点からより効果的な発信ができると考えられる。

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘	5-4.3 海外メディアへの掲載

執筆者　本郷アリー氏　　配信日　2023年1月13日



JapanTravel　Destinations　Interests　Events　Plan a trip　Bookings　Sign In　Search

Hyogo | Activities

Feb 13, 2023 - 5 min read

Toyooka's Next Best Culinary Experience? A Forest Restaurant

An outdoor dining experience like no other inspired by the symbol of the city, the Oriental White stork

By Alexandra Hongo
Community writer

At the northern tip of Hyogo Prefecture, and less than a 3-hour scenic ride from central Kansai, you'll find Toyooka, a city full of charm. Home to the famous Kinosaki Onsen hot springs, Japan's most thriving bag manufacturing town, exclusive accommodations, and plenty of top-quality seafood, there are more than a thousand reasons to visit this scenic city. But more recently, Toyooka has also become home to one of the most exclusive culinary experiences a foodie can ever dream of — a forest restaurant.

Inspired by the storks

If you arrive in Toyooka through Kounotori Tajima Airport, you'll instantly notice that there's something special about storks in this city — even the airport bears the name "konotori," or "stork" in Japanese. This is not a coincidence. Before modern farming methods were introduced in Japan, the Toyooka area provided a safe home for the rare breed. Amid pressure for rapid economic growth and mass production in the post-war period, however, newly introduced farming practices, overuse of pesticides, deforestation and overhunting gradually led to a loss of habitat. In 1971, the last surviving Oriental White Stork vanished from the skies of Toyooka, leaving the locals with more than a few regrets, and a new mission for the future — restore safe agricultural practices to reintroduce the stork in the wild.

Thanks to years of communal effort and the introduction of pesticide-free farming methods, wetlands restoration, breeding programs, and the establishment of a safe and clean ecosystem, the storks were reintroduced in Toyooka in 2005. Today, there are about 300 oriental storks confirmed in the wild in Japan, and many of them can be seen flying around Toyooka.

The "farming methods that nurture storks," however, did not only result in the return of the storks. It also helped introduce abundant pesticide-free local produce, which the locals and tourists can now enjoy and benefit from. There was also a significant change in how rice was produced in the area. Rice growing shifted to more organic production methods, and there were changes to when the paddies were flooded, as these are the largest food source for the storks. This resulted in the production of "stork-friendly" rice, or the local signature "konotori-mai" brand.

The recently launched "Forest Restaurant" culinary tour in Toyooka's Kannabe Kogen (Highland) area aims to introduce the culture, stories and amazing tastes of these locally-grown and simple but exclusive foods.

Information

Kyotango　Shinonsen　Toyooka　Yosano　Maizu

Map (Directions)
visitkinosaki.com

EXPLORE NEARBY

Hyogo Prefecture Hot Springs and Gourmet
Featured

Serenity at Kinosaki Onsen
By Tinka Weener

Visiting Kinosaki Onsen
By José Manuel Zardain

Nishimuraya Honkan
Featured

Discover Hyogo

TOP ARTICLES

Recommended　Popular

1 5 Spots to Enjoy Cosmos Flowers in Japan
Activities

2 Mie Top 10: Attractions & Things to Do
Mie

3 Kozushima: The Lives Between Stars and Sea
Tokyo - Sponsored

4 Onomi Village
Ishikawa - Sponsored

5 Gunma Top 10: Attractions & Things to Do

Safe and ecological cuisine in a beautiful setting

The "Forest Restaurant" tour is part of a new tourism concept in Toyooka that aims to demonstrate the three pillars sustaining the city — the natural environment where storks thrive, the history and traditions intertwined with the storks, and the local community working towards sustainability for the storks.

The tour takes you to a small forest just outside the popular cafe-restaurant Agri Garden, nested amid farms and paddies. The table, upon your arrival, is beautifully decorated, the food is served in cute tiny bins, each bearing a handwritten tag with an explanation of the dish in it. The plates and cutlery are oh-so-gorgeous, perfectly fitting to a modern-day interpretation of an Alice in Wonderland scene. The sun is your only light here, and the breeze is your main companion.

The food makes use of locally-grown organic ingredients that are then cooked in various styles. Though the menu changes seasonally, upon our recent visit last autumn, we tasted a sweet potato cold soup, bell pepper pickles, maitake tempura, blueberry panna cotta, "konotori-mai" rice, and more, in addition to a giant vegetarian shiitake burger made with charcoal buns. The shiitake are grown in the same forest where you enjoy your meal and you can even occasionally buy a pack on your way home during the fall season.

The tour further offers the chance to go and pick the vegetables yourself, in an EV tuk-tuk, on a drive-through farming experience. You'll also have the opportunity to meet local farmers, who will guide you through their farms and the stork-inspired methods of cultivating safe local food. During our visit, we stopped by two farms and picked leeks, bell pepper, cherry tomatoes and more. And while every dish on the table truly stood out, the king vegetable of the day was the leeks. Whether it was their freshness and juiciness, or the smoke coming from the slow grill under the open sky, I'll never know, but the possibility of being that impressed by leeks was something that surprised me on its own.

Being out in the wild, sharing a moment of peace in the forest, surrounded by quality food in every meaning of the world, was a truly special experience. If you're ever in the area, don't miss trying it out.

GETTING THERE

Getting there

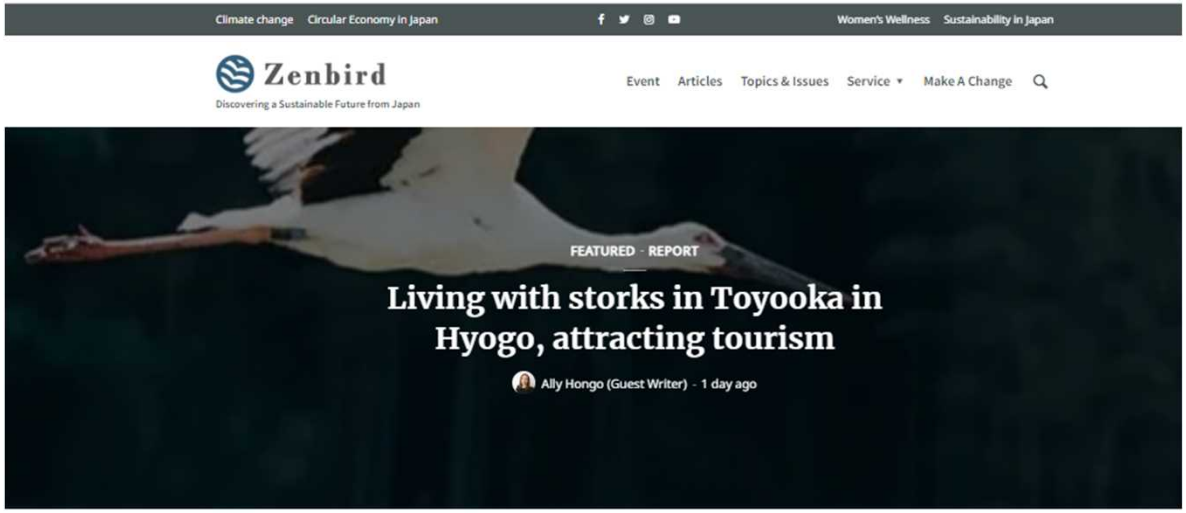
Toyooka City is most conveniently accessed by the JR Limited Express Kinosaki from Kyoto Station or the JR Limited Express Kounotorii that connects Shin-Osaka Station with Toyooka via the Fukuchiyama Line.

For more information on the "Forest Restaurant" experience and other local tours, see here.

5. 販路形成支援および情報発信

5-4. インフルエンサーの招聘	5-4.3 海外メディアへの掲載

執筆者　本郷アリー氏　　配信日　2023年3月16日



Not so long ago, people and Oriental White Storks coexisted in harmony and peace in Toyooka, northern Hyogo Prefecture. A formerly common sight in the wilderness of this beautiful Japanese countryside, in 1971, the last surviving soul of this rare breed disappeared from the local skies, leaving a sense of loss, questions and many regrets. Half a century later, the city vows to learn from past lessons and invites travelers to witness the efforts that have contributed to the return of the storks.

Located less than a 3-hour scenic ride from Kyoto and Osaka, Toyooka is a city blessed with natural wonders. It is home to the famous 1,300-year-old onsen town of Kinosaki, an essential part of the UNESCO-recognized San'in Kaigan Geopark, and it houses Kannabe Kogen, one of western Japan's best ski and outdoor adventure resort towns. The beautiful Maruyama River flows through the center of the city, where numerous businesses of great cultural and historical significance have flourished throughout the years. Toyooka has Japan's most thriving "Caban (Bag) Street," an alley where, for over 1,000 years, artisans have produced some of the country's finest bags and purses. And when it comes to culinary resources, natural sights, and attractive accommodations, Toyooka is easily a top-class destination for any traveler.

RECENT POSTS

Collaboration to wakayama's agricultural challenges through workation

Experience a sustainable work style at Fujimi Mori Office's GREEN COMMUNITY Workcation

Living with storks in Toyooka in Hyogo,

Agriculture thrives where storks live

But behind this allure, Toyooka lived through a regretful past: leading to the extinction of the city's symbol, the Oriental White Stork. Amid pressure for rapid economic growth post-World War II, local farmers heavily adopted agricultural overproduction, pesticide use, deforestation, overhunting, and other ill agricultural practices that came to light in retrospect. It gradually led to habitat loss and, ultimately, the loss of the Oriental White Stork. Not only did the city's most significant symbol vanish, but with its loss also came valid concerns about harmful agricultural practices and their long-lasting consequences. The locals had learned the hard way that where storks live, safe agriculture thrives.

Losing the storks was Toyooka's greatest wake-up call and motivation for change. When the locals lost track of the last stork, they knew they had to alter their ways to attract the birds' return. Fast forward half a century later, and there are now over 300 Oriental White Storks reintroduced into the wild in Japan, most of them flying in the Toyooka skies. There are wetlands, active stork research centers and museums, and the no-longer rare sights of bird-watching enthusiasts traveling from afar to see the storks.

Written by
Ally Hongo (Guest Writer)

5. 販路形成支援および情報発信

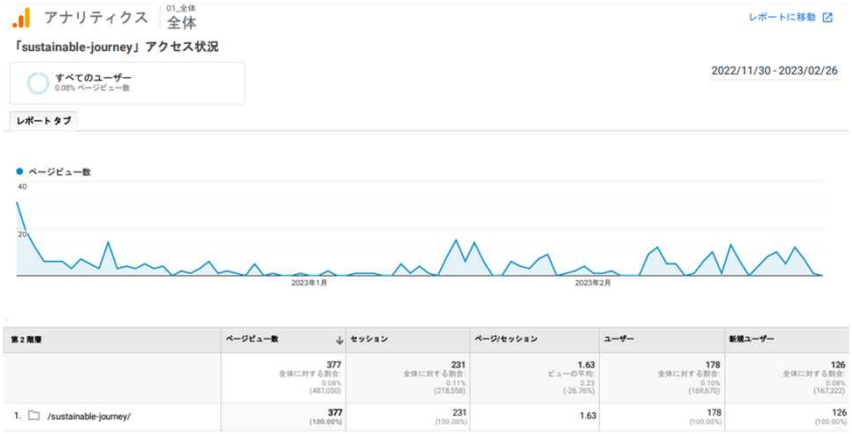
5-5. 成果結果

（4）販路形成支援および情報発信

■専門家のアドバイスに基づくターゲットに合致した適切な販路選定
■販路に対する効果的な情報発信　　■インフルエンサーを招請・情報発信
■WEBサイトや掲載する動画・広告等の制作および海外メディアへの掲載

----------KPI

✓ 商談会：5～10者程度 / **14者**　✓ 個別商談：5～10者以上 / **5者**　✓ 動画（約2分）：2～3本程度 / **2本**
✓ メルマガ配信数：40者以上に複数回配信 / **69者**　✓ インフルエンサー招請数：2～3人程度 / **2人**
✓ 海外メディア2～3者程度に掲載 / **2者**



商談会への参加 / メルマガの配信

ENのコンセプトに基づいた豊岡市における新たな滞在の在り方を訴求、19社から、豊岡観光イノベーションとコンタクトをとることを快諾

世界にも他に例のない人里での野生復帰を地域全体で成し遂げてきた事、コウノトリと共に生きるまちづくりに対し、感動の声が多くあがった。特に“地域全体”“市民一丸”で取り組んでいる点に共感性が高く、コウノトリ米の普及に向けて、子供達が市長に打診した経緯など総じて称賛されていた。

●メルマガ配信2回 / 開封率：①68.6%　②57.1%（3.23時点）
●問合せ2件（Inside Japan, Selective Asia）

プロモーション動画 / LPの制作

コンセプト・ストーリーを体現する動画、情報発信の受け皿となるLPを構築

●動画再生数（11/18-2/27時点）
CONCEPT動画 / 683回　　ENツアー動画 / 628回

●LP サイトアクセス状況（11/30-2/26時点）
ページビュー数 / 377　セッション / 231　ページ/セッション（ビューの平均）/ 1.63
ユーザー / 178　　新規ユーザー / 126

1月中旬頃からページビュー数が増えたことは、ILTM参加社へのフォローおよび海外旅行会社へのメルマガの配信の影響と考えられる。また、2月にはインフルエンサーによる記事掲載からの影響で一定数のページビュー数の増加が見られる。

インフルエンサーの招聘

✓ **Alex氏の視察を経て、JNTOラグジュアリーセクションHPへの掲載に向け、本事業のコンテンツを推薦いただき、掲載確定の後押しとなった**
✓ **戸島湿地でのボランティアプログラム、森のレストランの好評をいただき、本郷氏によりJapan Travel、Zenbirdの2社で掲載をいただいた**（Zenbirdは掲載日を調整中）

Alex氏　LinkedIn/フォロワー数：3,411　　Facebook/フォロワー数：1,999
LinkedIn投稿①：フォロー数 84　　LinkedIn投稿②：フォロー数 109
Facebook投稿①11/10：115　　Facebook投稿②11/11：124
JNTOのAssistant Manager、ターゲット層でもある企業経営者、重役の方より、 地域一体となったコウノトリと共に生きるまちづくりに感動した、外国人観光客の興味を引く話であるとコメントがあった。The Hidden Japanの方からツアーやアクティビティを案内できるローカルガイドを知っているか、豊岡にゲストを送ることができたら本当に嬉しい（バスツアーではなく少人数のグループ）といったコメントも見られた。

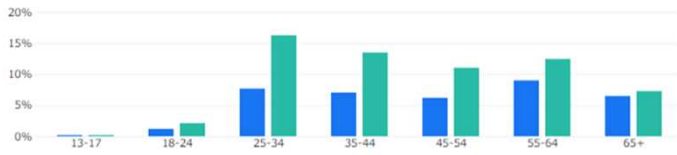
海外メディアへの記事掲載 / WEB広告の配信

ENのツアームービーを海外向けFacebook広告で配信し、9,284人にリーチ。

●掲載期間/14日間（2023年2月27日～3月12日）

●リーチ数 / 9,284　　投稿のエンゲージメント / 6,353　　動画の3秒再生数 / 6,350
動画が最後まで、または15秒以上再生された回数 / 3,516

●利用者層 / 37.5% 女性　62.5% 男性



●利用者層（地域）
Taichung, New Taipei City, Quebec,England, Taoyuan City, Kaohsiung, Tainan,British Columbia, Taipei,Nord-Pas-de-Calais,Ontario,Changhua 他

6. 総評

6. 総評

6.総評	6-1.事業を通した課題と改善点

通番	課題	課題内容
1	【インナーマーケティング】 本事業で確立したコンセプト・ストーリーの普及	✓ 市内での滞在時間を伸ばし、観光による地域振興を実現していくことを目的に、住民（地域事業者）および来訪者の双方に、豊岡の特性や魅力の認知を促進。 ✓ 地域一体で、温泉や旅館、食、特産品といったモノやサービスを、地域づくりの方向性（オリジナルストーリー）の文脈で語り、価格競争に巻き込まれないモノやサービスに価値を付与することを推進。
2	高付加価値化を実現する地域資源の活用および適正な対価収受	✓ 本事業において活用した資源はもとより、豊岡市内に点在する地域資源においても、豊岡固有の自然、歴史、文化、産業に根差すコンセプト・ストーリーが連想される精神性の高い商材や経験価値を提供するプロダクトの継続的創出および連携。 ✓ 上質な滞在、サービスに相応の対価を支払う旅行者の長期滞在・消費拡大に向け、適正な収益を生む持続可能な観光プロダクトを通じた受入側の利益創出意識の醸成および提供するサービスに見合った適切な価格設定の実現。
3	受入体制の強化・担い手の確保	✓ 高付加価値旅行者も受け入れる観光地づくりに向けたビジョンを地域間で共有、推進体制の構築に向けた機運の醸成。 ✓ 滞在時間が限られている観光客に対して、豊岡のオリジナルストーリーを効果的に伝えられるよう立ち寄り場所と順番を適切に組み合わせ、本事業で策定したガイドラインに基づく質の高いサービスを提供する地域事業者・ガイド・ホスピタリティ人材の質的・量的な確保と育成。 ✓ 高付加価値旅行者のニーズや特製を理解した柔軟な対応。
4	ターゲット層の誘致	✓ 海外高付加価値旅行者層を既に顧客に持つパートナーとの関係づくり。高付加価値な観光地づくりや、送客に必要な知見・人的ネットワークを有するトラベルデザイナー等と地域との連携を強化。 ✓ 高付加価値旅行者や世界的インフルエンサーによる潜在価値顕在化、高付加価値旅行者コミュニティへの発信。
5	地域への還元	✓ 特別な体験を通じて来訪者の地域へのロイヤリティを高め、地域住民との交流を生み出したり、地域産品やサービスに対する購買意欲の向上を図り、多様な産業にも経済効果が波及することで地域経済の活性化に寄与。

6. 総評

6.総評	6-2.今後に向けた提言、誘客造成につながる提案

通番	課題	活動内容・取組計画
1	【インナーマーケティング】 本事業で確立したコンセプト・ ストーリーの普及	〔ヒト〕コンセプト・ストーリーへの理解、共感を促進するための機会確保 〔モノ〕ハード・ソフトともに上質かつ地域のコンセプト・ストーリーを感じられる施設や商品の工夫 〔カネ〕市内事業者を対象にセミナーを実施　※調整中 〔情報〕豊岡市内の訪日高付加価値旅行市場の拡大に向けた市内会員組織の活用
2	高付加価値化を実現する 地域資源の活用および 適正な対価収受	〔ヒト〕観光に携わる主体の有機的な連携による総合力の発揮に向けたビジョンの共有 〔モノ〕コアバリュー(滞在価値を牽引する世界的価値)を表現する希少性の高い高付加価値コンテンツの造成 〔カネ〕希少性の高い高付加価値体験に見合う価格設定および地域への還元　※調整中 〔情報〕トラベルデザイナー等やそれに通じる知見・ノウハウを有する幅広い人材の活用や連携の強化
3	受入体制の強化・担い手の確保	〔ヒト〕スペシャリストガイドの担い手確保に向け、地元人材に加え地域のサプライヤーの研修等への招請を推進 〔モノ〕高付加価値旅行者対応に求められるガイドの知識やスキル等を向上させるための定期的な機会提供 〔カネ〕高付加価値ガイドに係る新たな認定の枠組みを創設するために、参加費で運営できる体制を構築 〔情報〕ローカルガイドとコンテンツ提供者が直接交流できる機会を創出し、スキルアップの機会を確保
4	ターゲット層の誘致	〔ヒト〕高付加価値旅行者のニーズを満たせる質の高い人材の育成 〔モノ〕世界的な高付加価値旅行コンソーシアムなどの有力なネットワークを通じたアプローチの強化 〔カネ〕専門家からのアドバイス　※調整中 〔情報〕ディスティネーションとしてのプレゼンス向上のためのメディア・トラベルデザイナー・旅行会社との関係維持
5	地域への還元	〔ヒト〕地域事業者との連携 〔モノ〕市内の幅広い産業が、コウノトリや「豊岡のローカル」を活用した希少性の高い高付加価値体験を提供 〔カネ〕希少性の高い高付加価値体験に見合う価格設定および地域への還元　※調整中 〔情報〕高付加価値体験の提供を通じた利益創出や自事業のプレゼンスの向上を実現したモデル事例の創出