地方創生の核となる地域周遊バスツアー造成及び
ツアーコンテンツを活用した
「日本版シートインコーチ」導入にむけた
課題調査事業
事業報告書

令和8年2月27日

近畿運輸局（委託先：クラブツーリズム株式会社）

目次

01. 事業概要

1-1 事業概要 …… p3
1-2 実施スケジュール …… p4
1-3 実施概要 …… p5

02. 検討会の開催・運営

2-1 検討会有識者招請 …… p7
2-2 検討会に参画した旅行会社・連携事業者と会社概要 …… p9
2-3 第1回検討会 …… p10
2-4 第2回検討会 …… p13
2-5 第3回検討会 …… p16
2-6 第4回検討会 …… p19
2-7 第5回検討会 …… p25
2-8 第6回検討会 …… p28

03. 意見交換会の開催・運営

3-1 地域関係者との意見交換会(第1回) …… p31
3-2 地域関係者との意見交換会(第2回) …… p34
3-3 旅行会社とランドオペレーター・OTAとの意見交換会(第1回) …… p37
3-4 旅行会社とランドオペレーター・OTAとの意見交換会(第2回) …… p38

04. ファムトリップ・モニターツアーの実施

4-1 ファム＆モニターツアー同時開催に至る経緯 …… p39
4-2 ファム＆モニターツアー（海の京都） …… p39
4-3 ファム＆モニターツアー（伊勢志摩） …… p42
4-4 招聘会社の概要 …… p47
4-5 実証ツアーの事務局総括 …… p48

05. アンケート調査及びヒアリング

5-1 ファム&モニターツアーメディアキットの概要 …… p49
5-2 ファム&モニターツアー参加者に対する アンケート内容及び結果の概要 …… p51
5-3 OTA・ランドオペレーターへのヒアリング内容 …… p90
5-4 公認バスツアー参加者に対する アンケート内容及び結果の概要 …… p91

目次

06. 公認バスツアーの審査・選定

6-1 審査事務局の設置 …… p102
6-2 年間審査スケジュール …… p103
6-3 審査要領及び申請様式等 …… p104
6-4 公認バスツアーの一覧 …… p120
6-5 商品化したツアーの概要 …… p122

07. ランディングページの改修・更新

7-1 ランディングページの改修・更新 …… p144
7-2 ランディングページの閲覧数解析 …… p149

08. 販路形成支援及び情報発信

8-1 情報発信の概要 …… p150
8-2 PRブース等での情報発信 …… p153
8-3 LPに関するプレスリリースの実施 …… p155
8-4 旅行会社及び関西2府8県に対する広報協力依頼 …… p156

09. 日本版シートインコーチ導入に関する調査

9-1 海外事例等研究結果 …… p159
9-2 日本版シートインコーチのモデルコースと仮説 …… p196
9-3 ニーズ調査及び導入課題分析の結果 …… p198
9-4 混載乗合バスの課題分析の結果 …… p225

10. 定例報告

10-1 定例報告 …… p226

11. 総評

11-1 事業を通した成果と課題 …… p250

01. 事業概要

1-1 事業概要

事業名：地方創生の核となる地域周遊バスツアー造成及びツアーコンテンツを活用した「日本版シートインコーチ」導入に向けた課題調査事業

- 大阪・関西万博開催による旅行者急増の一方で、都市圏のオーバーツーリズム懸念および地方誘客・地域活性化の停滞。地方創生に向けた、インパクトのある特別体験提供型の地域周遊バスツアー造成の必要性。
- 各地域での資源活用型コンテンツ造成の進展に対し、地域・エリアを跨いだ広域連携によるツアー造成の不足。
- 過年度の宿泊付きバスツアーにおける、旅マエ旅行者への訴求力不足および商品化への課題。
- 万博閉幕後の継続的な地域定着に向けた、収益性・継続性に関する更なる議論の深化。
- 過去2ヵ年の実証成果を基にした関西広域周遊バスツアーの磨き上げ、および利便性・快適性と体験・交流を両立させた、販路形成視点を持つ地域主体でのツアー造成。
- 欧州で一般的な「シートインコーチ(座席単位予約型ツアー)」の日本導入に向けた、海外事例研究、ニーズ調査、および「営業面」「法令面」等の多角的な視点による導入課題の整理。

＜事業概要＞

● **実施主体**	近畿運輸局
● **事業実施期間**	2025年4月14日～2026年2月27日
● **事業ターゲット層**	①関西各地への来訪意欲や興味関心の高い訪日旅行者層 ②バスツアーを通じて訪日旅行者との交流を希望する日本人旅行者層
● **KPI**	・「関西広域周遊バスツアー」の公認数　20件以上 ・LPの閲覧数　5,922ＰＶ （昨年度実績×1.5）
● **事業対象地域**	関西２府８県 （福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県）

1-2 実施スケジュール

事業名：関西広域周遊バス実証事業

項目	令和7年 4月 上旬	4月 中旬	4月 下旬	5月 上旬	5月 中旬	5月 下旬	6月 上旬	6月 中旬	6月 下旬	7月 上旬	7月 中旬	7月 下旬	8月 上旬	8月 中旬	8月 下旬	9月 上旬	9月 中旬	9月 下旬	10月 上旬	10月 中旬	10月 下旬	11月 上旬	11月 中旬	11月 下旬	12月 上旬	12月 中旬	12月 下旬	令和8年 1月 上旬	1月 中旬	1月 下旬	2月 上旬	2月 中旬	2月 下旬
関係者打ち合わせ 定例報告会				5/7		5/26		6/17		7/8								9/25			10/30			11/27			12/25			1/27			2/10
検討会実施					5/19				6/23			7/24							10/6						12/8						2/17		
					第1回				第2回			第3回							第4回						第5回						第6回		
地域関係者、ランドオペレーター・OTAとの意見交換会								6/10											10/6						11/8								
								6/10海の京都・奥紀白浜AP 6/11伊勢志摩・淡路島											ランドオペレーター						ランドオペレーター OTA								
公認バスツアーの 審査・選定								①			②			③			④					⑤			⑥								
								6/13LP掲載			7/25LP掲載			8/28LP掲載			公認申請無し					11/28LP掲載			12/29LP掲載								
実証ツアーの実施												7/29	8/4・5																				
												海の京都	伊勢志摩																				
LPの改修・更新															●				●							●							
															お知らせ機能追加				万博後デザイン改修							CMS(編集機能)実装							
アンケート調査 及びヒアリング														●														●					
販路形成支援構築												●			●	●	●								●								
											インフルエンサーSNS発信(海の京都)				インフルエンサーSNS発信(伊勢志摩)		9/4-9/22KKプロモーション 9/16万博内プロモーション 9/26以降内プロモーション								12/8プレスリリース配信								
日本版シートインコーチ 導入に関する調査				●													●											●					
				ヒアリング調査実施 (国内事例)													ヒアリング調査実施 (海外事例①)											ヒアリング調査実施 (海外事例②)		1/14	SICニーズ調査 (KIX)			

1-3 実施概要

・検討会の開催・運営 インバウンド誘客バスツアーの造成に向けた、
関係者招請による検討会の開催（全6回程度）。

・意見交換会の開催・運営 地域関係者と旅行会社、およびOTA等と旅行会社の2種類による
意見交換会の開催（それぞれ3回程度）。

・ファムトリップの実施 検討会を経て造成したツアーに基づく、
旅行会社・OTA・インフルエンサー等を招請したファムトリップの実施（2回程度）。

・アンケート調査及びヒアリング ツアーの磨き上げと収益性確保を目的とした、
ファムトリップ参加者や公認ツアー参加者へのアンケート調査の実施。

・公認バスツアーの審査・選定 事業趣旨に合致する「関西広域周遊バスツアー」の公認に向けた、
審査事務局の設置および審査・選定の実施。

・ランディングページ（LP）の改修・更新 インバウンドの理解促進を目的とした、
公認ツアー掲載LPのデザイン改修および多言語化の実施。

・販路形成支援及び情報発信 造成ツアーの販売促進に向けた、インフルエンサーによる情報発信の
促進、および関西国際空港でのPRブース出展によるプロモーションの展開（2回程度）。

・日本版シートインコーチ導入に関する調査 長期滞在需要を見据えた、「シートインコーチ」の
日本導入に向けた調査の実施。

・定例報告 近畿運輸局に対する、月1～2回程度の頻度でのWebまたは対面による定例報告の実施。

02. 検討会の開催・運営

検討会の開催（6回）

場　所　：　第1回～第3回、第5・6回　　難波御堂筋ホール
〒542-0076 大阪市中央区難波4-2-1

第4回　　クラブツーリズム株式会社 会議室
〒542-8566 大阪市中央区難波4-1-15近鉄難波ビル9階

・検討会の開催・運営

インバウンド誘客バスツアー造成に向けた関係者招請による検討会の開催（全6回程度）。
議論を通じた2本程度のバスツアー（日帰り～2泊3日）の造成、および実証に向けた提言の実施。
会場手配、進行、議事録作成等を含む検討会運営全般の遂行。

・意見交換会の開催・運営

地域関係者と旅行会社、およびOTA等と旅行会社の2種類による意見交換会の開催
（それぞれ3回程度）。造成コンテンツの連携およびインバウンド向けの商品流通を目的とした、
会議運営全般の実施と検討会への概要報告。

【議事想定】

■ 意見交換会に招聘する地域関係者の検討

■ 実証ツアーの実施内容の検討

■ 実証ツアーの参加者アンケートの集約・分析結果の共有

■ ランディングページの改修と自走化に向けた検討

■ シートインコーチの調査研究と日本版シートインコーチ導入課題についての検討

■ ランドオペレーター・OTAを介したツアー販売の検討

2-1 検討会有識者招請



大阪成蹊大学国際観光学科 学科長（教授）
松田充史 様
専門分野 都市政策、ツーリズム、観光ビジネス

【論文】

・「温泉観光の再生におけるクリエイティブ経済と社会的共同消費手段」
『大阪観光大学観光学研究所年報観光研究論集』　（共著）2015年
・「観光教育実践の取り組みとその教育効果ー海外研修に焦点を当ててー」
『第31回日本観光研究学会全国大会論文集』　（共著）2015年
・「温泉観光再生のためのまちづくりと旅館経営の新しいあり方」　（単著）2012年
・「泊食分離戦略 - 有馬温泉」「温泉旅館と都市型ホテル - まちづくりの2つの戦略の考察」
「温泉旅館と都市型ホテル大資本による旅館経営 - 加賀・片山津温泉」
「豊富な文化遺産と伝統文化による取り組み - 加賀・山代温泉」
「豊富な文化遺産と伝統持続可能な温泉地まちづくり」
『21世紀型まちづくり研究10第 II 部観光のまちづくり、温泉のまちづくり』　（単著）2011年
・「温泉観光再生のための旅館経営とまちづくりの新しいあり方」
『都市経済政策2011年度第8号』　（単著）2011年

【その他】 ＜講演活動・アドバイザー・認定講師実績＞

・大阪府池田市インバウンド部会アドバイザー（2016年―2019年）
・京都府観光連盟観光アドバイザー（2017年―現在に至る）
・京都府八幡市観光協会会員向け研修講師（2017年2月）
・京都府日吉町観光協会セミナー講師（2018年2月）
・東奈良名張ツーリズム・マーケティング主催
・「インバウンド観光講演会」講師（2018年3月）
・京都府八幡市観光協会会員向け研修講師（2019年3月）
・やわた観光ボランティアガイド観光基礎講座講師（2019年5月）
・旅程管理主任者資格認定講師（2015年―現在に至る）
・イベント検定資格認定講師（2015年―現在に至る）

検討会有識者招請



株式会社ジェイ・リンクス
代表取締役
金馬あゆみ 様

【事業内容】

・インバウンド（訪日外国人旅行）事業：ランドオペレーター業務、市場調査・分析、ツアー・コンテンツ造成および受入環境整備支援、プロモーション、誘客支援
・海外展開･輸出支援事業･市場調査･分析、商品改良・開発サポート、プロモーションなど
・イベント事業：海外のイベントへの参加支援や日本関連イベントの企画運営など
その他上記に関わるコンサルティング、アドバイザリー、セミナー、通訳、翻訳

【所属団体】

一般財団法人関西観光本部、公益財団法人京都文化交流コンベンションビューロー、内閣府地方創生SDGs官民連携プラットフォーム、アルゼンチンでの日本語教師や帰国後の貿易商社での海外営業を経て、2008年に株式会社ジェイ・リンクスを設立。湾岸諸国を中心とした中東地域を主な対象とし、インバウンド事業、輸出事業、イベント事業などを手掛ける。
近年は現地でのプロモーションや現地ネットワークと現場の一次情報を生かした現地調査サポートおよびアドバイザリー業務なども行っている。

2-2 検討会に参画した旅行会社・連携事業者と会社概要

● クラブツーリズム株式会社

→ 700万世帯の会員を持つ旅行会社。自社のカタログやメディアを通じて多彩な旅行商品を企画・販売している。訪日旅行者の案内業務は、ロイヤルカスタマーで組織化され、「クラブツーリズムキャスト」と呼ばれる外国語とおもてなしができるスタッフが携わっている。
訪日旅行事業はコロナで休止していたが、昨年度に多言語サイトを構築し再開。

● 神姫観光株式会社



→ 関西空港や大阪市内発着の関西周遊ツアーを造成。
インバウンドにも販売を行っている。

● 株式会社阪急交通社

→ 専任の「訪日サービススタッフ」がお手伝いし、ご相談からお手続き、日程や内容の提案・手配、お出迎えから帰国までのご招待に必要なすべてをカバー。快適な日本滞在を演出し、そのためのすべての手配・手続きのサポートを行っている。また、日本人と訪日外国人の混載バスツアーの販売も行っている。

● 株式会社エイチ・アイ・エス

→ 訪日外国人向けにDiscover Japanというウェブサイトを構築し、バス旅行の企画募集を行っている。

● 西日本ジェイアールバス株式会社（バス運送事業者として参加）

→ 主に石川県、京都府、大阪府に営業所を持つバス事業者。

● 一般財団法人 関西観光本部（事業連携組織として参加）

→ 関西観光本部は、関西２府８県（福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県）を対象エリアとした関西唯一の「広域連携DMO」。
関西の自治体、経済団体、観光振興団体、観光関連を中心とした民間事業者等が参画し、府県や官民の枠にとらわれない組織として、その自由度と広域性を発揮しながら、関西広域でのインバウンド（訪日外国人旅行）をはじめとする、観光振興に取り組んでいる。

2-3 第1回検討会

実施日時　：　令和7年5月19日（月）13時30分～15時30分

実施場所　：　難波御堂筋ホール 8階 8B会議室

参加者　：

近畿運輸局 観光部	観光部長	後藤 孝行	
近畿運輸局 観光部 観光地域振興課	課長	稲留 健一郎	
	専門官	奥井 俊	
	係長	橋本 右京	
		今井 亮冴	
（有識者）			
大阪成蹊大学 国際観光学部国際観光学科	学科長（教授）	松田 充史	氏
株式会社 ジェイ・リンクス	代表取締役	金馬 あゆみ	氏
（旅行会社）			
株式会社阪急交通社 西日本営業部 メディア営業二部 提携販売課			
	課長	向山 健一	氏
神姫観光株式会社 LIMON Tours	常務取締役	阪田 悦規	氏
株式会社エイチ・アイ・エス 関西国内事業部 バス旅行センター			
	所長	上井 一樹	氏
クラブツーリズム株式会社 関西国内旅行センター			
	チーフリーダー	藤野 世位子	氏
（バス事業者）			
西日本ジェイアールバス株式会社 営業統括部	バス旅創造課長	野々瀬 亮	氏
（事業連携団体）			
一般財団法人 関西観光本部 事務局	事務局次長	野村 昌彦	氏
（協力会社）			
株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第二部			
	課長	北岡 弘亘	氏
		河合 良浩	氏
（事務局）			
クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	チーフリーダー	福﨑 基樹	
	シニアリーダー	宮古 俊幸	





検討会の様子

● スケジュール

13:30～15:30

1. ご挨拶（近畿運輸局観光部より）
2. 事業趣旨説明（近畿運輸局観光部より）
3. 検討会参加者紹介
4. 当年度の事業内容説明
5. 日本版シートインコーチについて
6. 昨年度の公認バスツアー振り返り・課題共有と今年度の公認バスツアーについてお願い
7. 今年度公認バスツアー第1弾ツアー募集スケジュールについて
8. 検討会において造成するバスツアーと地域の選定について
9. その他、連絡事項

● 配付資料



事業概要



ツアー造成
スケジュール案



日本版シートインコーチ
ルート案



公認ツアー
募集スケジュール



バスツアー
審査要領案



バスツアー申請書・
承認通知書・
実績報告書



旅行会社と地域関係者
との意見交換会資料

● 議事概要

・昨年度継続メンバーによる今年度事業の着手。
・実証ツアー（計2本）の実施にあたっての、昨年度課題（地域関係者と旅行会社間のミスマッチ）解消に向けた意見交換会の実施、およびその結果を反映した実証ツアー遂行の意義に関する共有。
・造成ツアーの販路形成を目的とした、
旅行会社とランドオペレーター・OTA間の意見交換会実施に関する合意。
・大阪・関西万博開催を見据えた3年間の集大成として、本事業が目指すバスツアー造成をより一層促進させることへの認識の一致。
・バスツアーとは異なる「シートインコーチ」の国内導入に向けた課題抽出を目的とする、国内外の事例調査の事業計画への組み込み、およびその内容に関する説明の実施。

● 検討会後の振り返り

本検討会では、過年度事業を踏まえた本年度事業の位置付けを改めて整理するとともに、大阪・関西万博開催年度における関西広域周遊バスツアー造成の意義について、関係者間で認識を共有した。

特に、これまでの取組を通じて明らかとなった「地域関係者と旅行会社の情報共有不足」や「販路形成の弱さ」といった課題を踏まえ、本年度は地域主体のツアー造成と販売チャネルの確立を両輪で進める必要性が確認された。また、ツアー造成に留まらず、ランドオペレーターやOTAを含めた流通構造を視野に入れた議論を進めることが、本事業の成果を実際の旅行商品へと結び付ける上で重要であるとの認識が共有された。

さらに、欧州で一般的なシートインコーチの概念を日本でどのように展開できるかについて、事例調査を通じて課題を整理する方針が確認され、本事業を通じて関西広域周遊ツアーの実証と、日本版シートインコーチ導入可能性の検討を並行して進める枠組みが形成された。

2-4 第2回検討会

実施日時　：　令和7年6月23日（月）13時30分～15時00分

実施場所　：　難波御堂筋ホール 8階 8B会議室

参加者　：

近畿運輸局観光部 観光地域振興課	課長	稲留 健一郎	
	専門官	奥井 俊	
	係員	今井 亮冴	
（有識者）			
大阪成蹊大学 国際観光学部国際観光学科	学科長（教授）	松田 充史	氏
株式会社 ジェイ・リンクス	代表取締役	金馬 あゆみ	氏
（旅行会社）			
神姫観光株式会社 LimonTours	常務取締役	阪田 悦規	氏
株式会社阪急交通社 営業統括本部	副部長	佐場 淳司	氏
株式会社エイチ・アイ・エス 関西国内事業部 バス旅行センター			
	所長	上井 一樹	氏
クラブツーリズム株式会社 関西国内旅行センター			
	チーフリーダー	藤野 世位子	氏
（バス事業者）			
西日本ジェイアールバス株式会社 営業統括部	バス旅創造課長	野々瀬 亮	氏
（事業連携団体）			
一般財団法人関西観光本部 事務局	事務局次長	野村 昌彦	氏
（オブザーバー）			
2025年日本国際博覧会協会 国際局 企画支援部 業務支援課			
	係員	津村 圭祐	氏
（協力会社）			
株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第二部			
	課長	北岡 弘亘	氏
		河合 良浩	氏
（事務局）			
クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	チーフリーダー	福﨑 基樹	
	シニアリーダー	宮古 俊幸	





検討会の様子

スケジュール

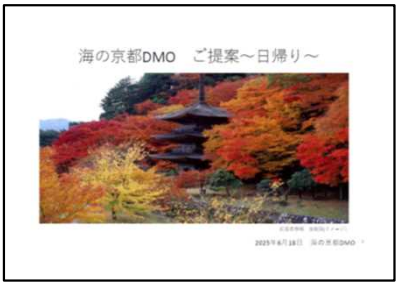
13:30～15:00

1. 博覧会協会からの情報提供
2. 公認ツアー第1弾公募結果と第2弾の募集スケジュールについて
3. 地域関係者と旅行会社の意見交換会実施報告
4. ファムトリップ＆モニターツアー実施予定について
5. LP修正とKIXプロモーション予定について
6. 日本版シートインコーチについて（仮）
7. その他、連絡事項

配付資料



2025年日本国際博覧会協会
来場者推移および来場者促進施策



海の京都DMO
日帰り旅行案



ファムトリップ
招請者候補



チラシJPNver.



チラシ英訳ver.



ランディングページ
JPNver.

● 議事概要

・大阪・関西万博開幕後約2か月経過時点での、2025年日本国際博覧会協会・津村氏による入場者数の推移、傾向、および今後の施策に関する発表。
・地域関係者4団体と旅行会社間（6月10日・11日実施）の意見交換会における議事概要の共有。
・地域提示コンテンツを含むファムトリップ実施案への活発な議論、および実証ツアー骨子の策定。
・前年度検討会の意見を反映したLP（近畿運輸局名称の追加）の改修状況、および広報用チラシ・ポスターへの反映に関する説明と、アクセス数向上に向けたプロモーション計画の共有。
・シートインコーチ国内事例調査の候補である、神姫バス「YUI PRIMA OLIVIA」の概要に関する神姫観光・阪田氏からの発表。

● 検討会後の振り返り

本検討会では、万博来場者動向の共有を踏まえ、万博来訪者を関西広域へ誘導する観点から、本事業の実施意義が改めて確認された。また、地域関係者と旅行会社による意見交換会の結果が共有され、地域側が有する観光資源と旅行会社が求める商品性との間に一定のギャップが存在することが明らかとなった。
一方で、意見交換を通じて双方の理解が進んだことにより、通常の商談会では得られにくい具体的なツアー構想が生まれたことは、本事業における対話機会の重要性を示す成果であったといえる。

また、シートインコーチ国内事例として神姫バスの取り組みが紹介され、日本におけるシートインコーチの展開可能性について、既存の募集型ツアーとは異なる商品形態としての可能性と課題が共有された。これらの議論は、今後の実証ツアーおよび調査研究を進めるうえで重要な示唆となった。

2-5 第3回検討会

実施日時　：　令和7年7月24日（木）13時30分～15時00分

実施場所　：　難波御堂筋ホール 9階 9A会議室

参加者　：　近畿運輸局観光部 観光地域振興課　課長　稲留 健一郎
専門官　奥井 俊
係長　橋本 右京
係員　今井 亮冴

（有識者）

大阪成蹊大学 国際観光学部国際観光学科　学科長（教授）　松田 充史　氏

株式会社 ジェイ・リンクス　代表取締役　金馬 あゆみ　氏

（旅行会社）

クラブツーリズム株式会社 関西国内旅行センター　チーフリーダー　藤野 世位子　氏

（バス事業者）

西日本ジェイアールバス株式会社 営業統括部　バス旅創造課長　野々瀬 亮　氏

（事業連携団体）

日本旅行業協会 関西事務局　事務局長　木村 行博　氏

（協力会社）

株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第二部　課長　北岡 弘亘　氏
河合 良浩　氏

（事務局）

クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部　チーフリーダー　福﨑 基樹
シニアリーダー　宮古 俊幸





検討会の様子

スケジュール

13:30～15:00

1. 日本旅行業協会関西事務局からの情報提供
2. 公認ツアー第２弾公募結果及び第3弾公募スケジュールについて
3. 実証ツアーの行程・参加者・アンケート設問案について
4. LP修正と今後のプロモーション予定について
5. OTAまたはランドオペレーターとの意見交換会実施について
6. 日本版シートインコーチの調査・研究について
7. その他、連絡事項

配付資料



JATA関西事務局 木村様提供資料
「着地目線の訪日周遊バスツアー」



（議題３）実証ツアーの
行程と参加者について



インフルエンサー
プロフィール



LP改修スケジュール案



LP改修案(万博期間中)



YUI PRIMA OLIVIA - A Journey
with a Story
(日本版シートインコーチ参考資料)

● 議事概要

・日本旅行業協会（JATA）関西支部・木村事務局長による、北近畿広域観光連盟在籍時の知見および本事業に即した「着地目線での訪日周遊バスツアー」に関する発表。
・有識者（金馬氏）からの外国人視点の重要性に関する提言に基づく、実証ツアー（2本）のファムトリップおよびモニターツアー併用実施の決定。
・各ツアー参加者の属性、最終行程、アンケート設問内容、およびメディアキットに関する情報の共有。
・アンケート設問内容を軸とした、旅行会社間における活発な議論の展開。
・アド近鉄からのLPへの新規お知らせ機能追加案の提示、およびそれに伴う意見交換の実施。
・シートインコーチ国内事例調査として、神姫バス「YUI PRIMA OLIVIA」を対象とした後日実施案の提示および承認。

● 検討会後の振り返り

本検討会では、JATA関西支部からの知見提供を受け、着地型観光の視点を踏まえたバスツアー造成の方向性について議論が深められた。特に、訪日旅行者にとって魅力ある商品とするためには、移動手段としてのバス利用だけでなく、地域ならではの体験やストーリー性を組み込んだ行程設計が重要であることが確認された。

その結果、海の京都および伊勢志摩を対象とした実証ツアーについて、ファムトリップとモニターツアーを併用する形で実施する方針が決定され、参加者属性やアンケート設計など、実証に向けた具体的な準備が整った。

また、検討会での議論を通じて、ツアー造成段階から販売やプロモーションを意識した商品設計を行う必要性が共有され、ツアー造成・検証・販売の一連のサイクルを事業の中で回していくことの重要性が確認された。

2-6 第4回検討会

実施日時　：　令和7年10月6日（月）13時30分～16時00分

実施場所　：　クラブツーリズム 9階 会議室

参加者　：

近畿運輸局観光部 観光地域振興課	課長	稲留 健一郎	
	専門官	奥井 俊	
	係長	橋本 右京	
	係員	今井 亮冴	
（有識者）			
大阪成蹊大学 国際観光学部国際観光学科	学科長（教授）	松田 充史	氏
株式会社 ジェイ・リンクス	代表取締役	金馬 あゆみ	氏
（旅行会社）			
株式会社阪急交通社 営業統括本部 地域振興部	副部長	佐場 淳司	氏
株式会社エイチ・アイ・エス 関西国内事業部 バス旅行センター	所長	上井 一樹	氏
クラブツーリズム株式会社 関西国内旅行センター	チーフリーダー	藤野 世位子	氏
（バス事業者／第1部のみ）			
西日本ジェイアールバス株式会社 営業統括部	バス旅創造課長	野々瀬 亮	氏
（事業連携団体／第1部のみ）			
一般財団法人関西観光本部 事務局	事務局次長	野村 昌彦	氏
（協力会社）			
株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第二部	課長	北岡 弘亘	氏
		河合 良浩	氏
（事務局）			
クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	チーフリーダー	福﨑 基樹	
	シニアリーダー	宮古 俊幸	





検討会の様子

● スケジュール

第1部　13:30～15:00

1. 海の京都・伊勢志摩ファム&モニターツアー実施報告
2. 意見交換会及び実証ツアーを経て造成するツアーについて
3. 公認ツアー第4弾結果及び第5弾・第6弾の募集について
4. LP自走化に向けた改修について
5. KIXプロモーション・大阪・関西万博・TEJでのプロモーション実施報告
6. OTAおよびランドオペレーターとの意見交換会実施について
7. 日本版シートインコーチの調査・研究について
8. その他、連絡事項

第2部　15:00～16:00

旅行会社とランドオペレーターとの意見交換会
※ランドオペレーターを介してのバスツアー販売について

● 議事

・海の京都・伊勢志摩ファム＆モニターツアー実施報告
・意見交換会及び実証ツアーを経て造成するツアーについて
・公認ツアー第4弾結果及び第５弾・第６弾の募集について
・LP自走化に向けた改修について
・KIXプロモーション・大阪・関西万博会場・TEJでのプロモーション実施報告
・OTA及びランドオペレーターとの意見交換会実施について
・日本版シートインコーチの調査・研究について

● 配付資料



海の京都実証ツアー
実施記録



伊勢志摩実証ツアー
実施記録



海の京都モニターツアー
アンケートデータ



[Survey] Sea of Kyoto
Monitor Tour Questionnaire

配付資料



伊勢志摩ファムトリップ
結果集計



伊勢志摩モニターツアー
結果集計



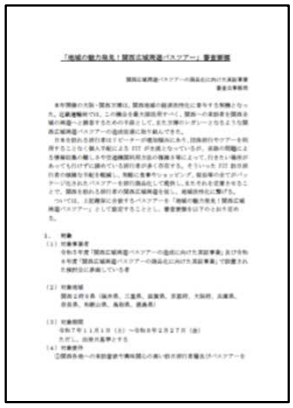
造成出来たツアー①
エイチ・アイ・エス



造成出来たツアー②
阪急交通社



公認バスツアー
募集スケジュール



公認ツアー審査要項



（万博後）地域の魅力発見！
関西広域周遊バスツアー
申請書



（万博後）地域の魅力発見！
関西広域周遊バスツアー
承認通知書



（万博後）地域の魅力発見！
関西広域周遊バスツアー
実績報告書



（万博後）地域の魅力発見！
関西広域周遊バスツアー
審査基準チェックシート



LPプロモーション
実施記録
(KIX・万博)



LPプロモーション
実施記録
(KIX・TEJ)

● 議事概要

・2本の実証ツアーの完了報告、およびファムトリップ視察コンテンツを活用した各旅行会社による新規ツアー造成の検討状況（前向きな意向）の共有。
・ランディングページ（LP）のプロモーション実績（関西国際空港：2回、大阪・関西万博会場：1回、ツーリズム・EXPOジャパン名古屋会場：1回、計4回）に関する共有。
・神姫バス訪問レポートに基づくシートインコーチ国内事例調査内容の共有。
・過去の地方実証事例（北海道、北近畿、南あわじ市）の紹介を通じた、シートインコーチの特性や日本独自の「おもてなし」のあり方および日本版導入に向けた多角的な意見交換。

● 検討会後の振り返り

本検討会では、海の京都および伊勢志摩で実施したファムトリップ・モニターツアーの結果が共有され、参加者の評価やアンケート結果を踏まえたツアー内容の検証が行われた。

実証ツアーを通じて、地域の魅力を活かしたコンテンツが一定の評価を得た一方で、行程設計や滞在時間の設定、販売価格と商品価値のバランスなど、商品化に向けた課題も明らかとなった。また、ファムトリップで視察したコンテンツを基に、旅行会社による新規ツアー造成の検討が進んでいることが共有され、本事業が実際の商品造成に繋がる可能性が確認された。

さらに、シートインコーチの国内外事例を踏まえた議論を通じて、日本版SICの導入にあたっては、既存の募集型ツアーとの役割分担や、日本独自のサービス要素をどのように組み込むかといった検討が必要であることが整理された。

● 実証ツアーを経て検討会で造成されたツアー

会社名	株式会社エイチ・アイ・エス	旅行代金	¥11,980～12,980
ツアー名	世界を旅した風景画家の世界「和久傳の森・安野光雅館」とホテルレストランで楽しむ創作フレンチ！海の京都・日本三景「天橋立」パワースポット巡り		
設定期間	令和　7年　11月	設定本数	4　本
行程表	1.梅田（集合7：30　出発7：45）＜バス＞ 2.和久傳の森（安野光雅館の見学をお楽しみ/約50分） ※お1人1枚ポストカードをプレゼント。 3.橋立ベイホテル（高台からの景色と創作フレンチのランチ♪/約60分） 4.元伊勢籠神社・眞名井神社 （伊勢神宮の御祭神「天照大神」ゆかりの神社と日本最古のパワースポットを参拝！/約40分） 5.天橋立神社・文殊堂付近 （恋のパワースポットである天橋立神社など趣ある松林を散策！/約70分） 6.梅田（18：30頃）		

会社名	株式会社エイチ・アイ・エス	旅行代金	¥23,980～32,980
ツアー名	鳥羽・相差のオーシャンビューのお宿で伊勢志摩の味覚を堪能！夫婦岩・二見興玉神社と伊勢神宮「外宮・内宮」両参り！英虞湾の絶景を一望「横山展望台」★伊勢志摩ベストハイライト2日		
設定期間	令和　8年　1月	設定本数	6　本
行程表	1.梅田（出発8：30） 2.VISON（ヴィソン） （こだわりの産直マルシェやショップが並ぶ話題の商業施設で散策とお買い物） ★VISONで3つの食べ歩き★ 「VISONクーポンブック」がより使いやすくリニューアルして再登場★ 23店舗の中からお好きなお店を3つチョイスして食べ歩きをお楽しみ！ 3.横山展望台(「日本のエーゲ海」ともいわれる英虞湾を見下ろす展望台にご案内♪/約20分) 4.神明神社（石神さん） (「女性の願いなら一つはかなえてくれる」と人気のパワースポットを参拝/約30分) 5.志摩ビーチホテル（16：00頃） ★早めのお宿入り！ ★夕食は料理長自慢の伊勢志摩味覚会席をご用意！伊勢海老などこだわりの鮮魚を使った料理をご堪能ください。 ★展望大浴場や露天風呂でゆっくりとお寛ぎください♪ 2日目 1.ホテル（出発8：30） 2.二見興玉神社・夫婦岩 （縁結びのシンボル「夫婦岩」と「二見興玉神社」を参拝/約40分） 3.伊勢神宮・外宮 （衣食住・産業の神様を祀る「外宮」を参拝/約40分） 4.伊勢神宮・内宮/おかげ横丁 （伊勢神宮「内宮」の参拝＆「おかげ横丁」を自由散策/約180分） 5.梅田（17：30頃）		

● 実証ツアーを経て検討会で造成されたツアー

会社名	株式会社阪急交通社	旅行代金	¥11,980
ツアー名	高台に佇む欧風リゾートホテルで味わう創作フレンチ　丹後日帰り		
設定期間	令和　7年　9月	設定本数	3　本
行程表	梅田（8:20集合）＝＝〇元伊勢籠神社（情緒あふれるパワースポットへご案内！＜約30分＞）＝＝★橋立ベイホテル （素朴で温かみあふれる空間で創作フレンチをご堪能！！＜約50分＞）＝＝ ◎成相寺（日本三景天橋立を眼下に望む景勝地へ＜約40分＞）＝＝ ☆舞鶴港とれとれセンター（新鮮な海産物のお買い物＜約25分＞） ＝＝各地（18：00～21：00着）		

2-7 第5回検討会

実施日時　：　令和7年12月8日（月）　第1部　13時30分～14時40分
第2部　14時50分～15時30分

実施場所　：　難波御堂筋ホール 9階 9B会議室

参加者　：

近畿運輸局観光部 観光地域振興課	課長	稲留 健一郎	
	専門官	奥井 俊	
	係長	橋本 右京	
	係員	今井 亮冴	
（有識者）			
大阪成蹊大学 国際観光学部国際観光学科	学科長（教授）	松田 充史	氏
株式会社 ジェイ・リンクス	代表取締役	金馬 あゆみ	氏
（旅行会社）			
株式会社阪急交通社 営業統括本部 地域振興部	副部長	佐場 淳司	氏
クラブツーリズム株式会社 関西国内旅行センター			
	チーフリーダー	藤野 世位子	氏
神姫観光株式会社 Limon Tours	常務取締役	阪田 悦規	氏
（バス事業者／第1部のみ）			
西日本ジェイアールバス株式会社 営業統括部	バス旅創造課長	野々瀬 亮	氏
（事業連携団体／第1部のみ）			
一般財団法人 関西観光本部 事務局	事務局次長	野村 昌彦	氏
（ランドオペレーター／第2部のみ）			
アルファトラベル株式会社	代表取締役	森野 茂	氏
アヤベックス株式会社		Thi Minh Chau Do	氏
（OTA／第2部のみ）			
株式会社JTB エリアソリューション事業部 観光DXチーム			
BOKUN事業運営センター(オンライン参加)		井上 浩孝	氏
（協力会社）			
株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第二部			
	課長	北岡 弘亘	氏
		河合 良浩	氏
（事務局）			
クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	課長	福﨑 基樹	
	シニアリーダー	宮古 俊幸	





検討会の様子

● スケジュール

第1部　13:30～14:40

1. 公認ツアー第5弾公募結果について
2. 公認ツアーのアンケート実施について
3. LPのプレスリリースについて
4. LP自走化に向けた取り組みについて
5. 日本版シートインコーチの調査・研究について
   （関西版SICモデルルートについての意見交換）
6. その他、連絡事項

第2部　14:50～14:30

・ 旅行会社とランドオペレーター・OTAとの意見交換会

● 配付資料



公認ツアーアンケート
設問



プレスリリース
シート



LP自走化に向けた
更新説明資料



シートインコーチ海外
事例調査レポート
（ムンドバケーションズ）



公認ツアーアンケート
設問(パンダバス)



公認ツアーアンケート
設問(奈良交通)



日本版シートインコーチ
ルート案

● 議事概要

・公認ツアーにおけるアンケート実施に向けた、各旅行会社への協力依頼。
・ランディングページ（LP）のプレスリリース実施計画、およびその具体的な掲載内容に関する共有。
・次年度以降のLPの継続的な活用手法に関する意見交換の実施。
・海外事例調査レポートに基づく、スペイン「ムンドバケーションズ」のシートインコーチ事例の紹介。
・今後の調査対象としての、東南アジア・オーストラリア展開の「パンダバス」に関する調査実施計画の共有。

● 検討会後の振り返り

本検討会では、公認ツアー制度の進捗状況やアンケート調査の実施計画が共有されるとともに、これまでの取組を踏まえた今後の方向性について議論が行われた。

特に、ランディングページの運用や情報発信のあり方について、事業終了後の自走化を見据えた検討が行われたが、運営主体や更新体制の確保が課題であることが確認された。これは、関西広域周遊ツアーの継続的な発信体制を構築するうえで、行政・DMO・旅行会社など関係主体の役割分担を整理する必要性を示唆するものである。

また、海外事例調査の結果を踏まえ、日本版シートインコーチのモデルルートや導入形態について具体的な議論が行われ、関西における広域周遊ルートの可能性や今後の検証課題が整理された。

2-8 第6回検討会

実施日時　：　令和8年2月17日（火）10時00分～11時30分

実施場所　：　難波御堂筋ホール 8階 8B会議室

参加者　：　近畿運輸局観光部 観光地域振興課		課長	稲留 健一郎
		専門官	奥井 俊
		係長	橋本 右京
		係員	今井 亮冴
（有識者）			
大阪成蹊大学 国際観光学部国際観光学科		学科長（教授）	松田 充史　氏
株式会社 ジェイ・リンクス		代表取締役	金馬 あゆみ　氏
（旅行会社）			
株式会社阪急交通社 営業統括本部 地域振興部		部長	佐場 淳司　氏
株式会社エイチ・アイ・エス 関西国内事業部 バス旅行センター			
		所長	上井 一樹　氏
神姫観光株式会社 Limon Tours		常務取締役	阪田 悦規　氏
			（オンライン参加）
（バス事業者）			
西日本ジェイアールバス株式会社 営業統括部		バス旅創造課長	野々瀬 亮　氏
（協力会社）			
株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第二部			
		課長	北岡 弘亘　氏
			河合 良浩　氏
（事務局）			
クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部		課長	福﨑 基樹
		シニアリーダー	宮古 俊幸



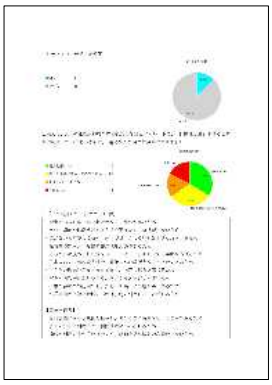
検討会の様子

● スケジュール

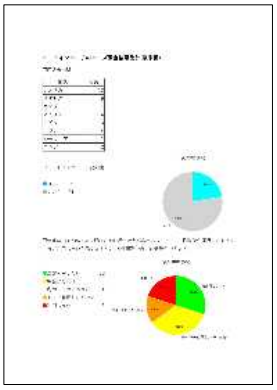
10:00～11:30

1. 公認ツアー今年度募集結果について（報告）
2. 公認ツアーのアンケート実施について（報告）
3. 年間を通じた、公認ツアーの総括（意見交換）（各自がそれぞれの立場から発表）
4. LP自走化に向けた取り組みについて（報告）
5. 日本版シートインコーチの調査・研究について（報告及び意見交換）
   （パンダバス調査報告及びSICのニーズ調査・日本版SICモデルルート・日本版SICの将来像について）
6. その他、連絡事項

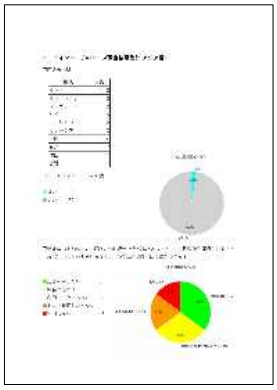
● 配付資料



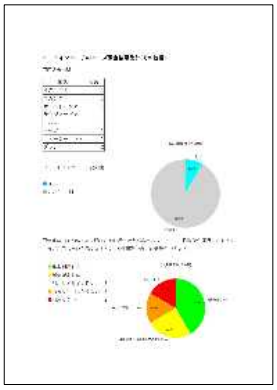
シートインコーチニーズ調査
／結果集計（総合）



シートインコーチニーズ調査
／結果集計（欧米編）



シートインコーチニーズ調査
／結果集計（アジア編）



シートインコーチニーズ調査
／結果集計（その他編）



公認ツアーアンケート
／結果集計（総合）



シートインコーチニーズ
調査実施記録



パンダバス調査報告書



日本版シートインコーチルート案

● 議事概要

1. 公認ツアー

今年度募集結果全6回の募集で23件を承認・造成し、LPへの掲載を完了した。

2. 公認ツアーのアンケート

実施結果移動の利便性が高く評価された一方で、滞在時間の自由度の低さが課題として指摘された。

3. 年間を通じた公認ツアーの総括

インバウンド需要は拡大しているが、募集型特有の「不催行リスク」により採算確保が依然として難しい。日本人ツアーへの「混乗」は現実的な手法として有効だが、今後は既存商品との明確な差別化や事業者間の連携（共創）が不可欠である。

4. LP自走化に向けた取り組み

事業者単独での維持管理は困難と判断し、更新を停止する。成果データは次年度以降の事業で活用を検討する。

5. 日本版シートインコーチ（SIC）の調査・研究

欧米客は移動の利便性より「自由度の欠如」を嫌う傾向にある。解決策として、片道運行モデルや、一社が運行し他社が送客する「共同販売方式」、ITや他交通機関との柔軟な連携が採算性向上の鍵となる。

6. その他

3年間の成果と議論を報告書に集約し、今後の施策へ繋げる。

● 検討会後の振り返り

本検討会では、年間の事業成果を総括するとともに、公認ツアー制度やアンケート結果、日本版シートインコーチ調査の成果について関係者間で共有が行われた。

公認ツアーについては、年間を通じて23件のツアーが造成され、関西広域周遊ツアーの商品化に一定の成果が見られた。一方で、募集型ツアー特有の不催行リスクや採算性の確保といった課題が依然として存在しており、インバウンドと日本人旅行者の混乗など、持続可能な商品形態の検討が必要であることが確認された。

また、日本版シートインコーチに関する調査結果やニーズ調査を踏まえ、関西における広域周遊モデルの可能性が示された一方、法制度や販売体制、オペレーションなど多面的な課題が存在することも明らかとなった。

これらの議論を踏まえ、本事業で得られた知見をもとに、関西広域周遊ツアーの持続的な展開と、日本版シートインコーチ導入に向けた検討を今後さらに深めていく必要性が共有された。

03. 意見交換会の実施

バスツアー造成に向けた実証対象として、海の京都DMO、南紀白浜エアポート、淡路島観光協会、伊勢志摩観光コンベンション機構の計4団体を選定。これら地域関係団体と旅行会社3社による意見交換会を実施した。本会は単なる商談会の形式を排し、事前に事務局より各団体へ本事業の主旨を徹底。その上で、「事業趣旨に合致するバスツアーへの組み込みを推奨する、地域固有のコンテンツ紹介」を軸とした、戦略的な情報交換を依頼した。

3-1 地域と旅行会社との意見交換会の実施（第1回）

実施日時　：　令和7年6月10日（火）14時00分～15時00分

実施方法　：　オンライン

参加者　　：　【地域関係者】

■一般社団法人 京都府北部地域連携都市圏振興社（通称:海の京都DMO）

事業部長	西川 幸治	氏
総合企画局次長	三輪 紀子	氏

■公益財団法人 京都府観光連盟（オブザーバー）

主任	井上 清人	氏

■株式会社 南紀白浜エアポート（通称：紀伊半島地域連携DMO）

地域活性化室長	森重 良太	氏

【旅行会社】

■クラブツーリズム株式会社 関西国内旅行センター

チーフリーダー	藤野 世位子	氏

■株式会社エイチ・アイ・エス

関西事業部 関西国内ツアー事業グループ 国内バスチーム	播磨 誉和	氏
	塩入 研登	氏

■株式会社阪急交通社 西日本メディア営業一部 国内営業二課4係

係長	樋上 拓也	氏
	大橋 花音	氏
■事務局（クラブツーリズム）	福崎 基樹	
	宮古 俊幸	



意見交換会(オンライン)の様子

議事内容：

1. 海の京都DMO によるコンテンツ紹介

【提案コンテンツ：天地山海にいきづく和の源流】

■京丹後エリア：

立岩の景観、元伊勢籠神社（特別見学）、酒蔵、丹後ちりめん（工場見学）、食文化（うご）等の提示。

■中丹エリア：

舞鶴鎮守府、金剛院（快慶作仏像・紅葉・読経体験）、グンゼ記念館、福知山城等の提示。

■追加提案：

京都市内の混雑を回避した紅葉狩りスポットとしての金剛院、および歴史的意義を持つ舞鶴引揚記念館の推奨。

【コンテンツ詳細および受入条件】

■丹後ちりめん工場見学：

バス1台（40名）規模の場合、20名ずつの「見学」と「カフェ利用」の入替制による受入（料金：1人2,000円）。

■金剛院特別見学：

住職による案内が必須となるが、収容力および満足度維持の観点から、バス1台分程度を推奨規模とする。

■インバウンド対応状況：

多言語対応の未整備に伴う、通訳ガイド帯同の必須条件。

配付資料：



海の京都DMO観光パンフレット

2.南紀白浜エアポート プレゼンテーション

【提案コンテンツ：空港バックヤードツアー】

■実施内容：
滑走路へのバス乗入、化学消防車両の見学等を含む特別プログラム。

■対象範囲：
教育旅行およびフルオーダー型の一般団体。※現時点では募集型ツアーの対象外。

■実施条件：
4名以上の催行（料金：1人6,000円）。

【提案コンテンツにつき質疑応答・市場動向など】

■地域の現況：
高野山・熊野三山におけるアジア圏インバウンドの増加。白浜エリアではインバウンドが伸長する一方、主要素材（パンダ）不在による日本人客の微減。万博による波及効果は現時点で軽微。

■実施詳細：
航空機の離発着時間帯を推奨。キャンセル規定は未明文化ながら、直前キャンセルの回避を要望。

■インバウンド対応状況：
職員による対応は日本語のみに限定されるため、通訳ガイドの帯同が必須。



南紀白浜エアポート 参考資料
（南紀白浜空港バックヤードツアー）



【事務局による総括】

本意見交換会は、地域DMOが有する観光・体験コンテンツのプレゼンテーションに対し、募集型企画旅行を造成する旅行会社がフィードバックを行う対話形式で実施された。

議論の過程で、旅行会社側からは、集客の核となる「ツアータイトル（コアコンテンツ）」の確保というニーズに加え、既存行程のマンネリ化という課題が提示された。

これに対し、地域側から提案された各コンテンツには高い関心が示され、新規性の高い商品造成に向けた具体的な議論が交わされた。

本会は、単なるビジネスマッチングの枠組みを超え、各素材の背景やストーリーを深掘りする相互理解の場として機能した。

地域特有の資源が持つポテンシャルを再確認するとともに、旅行会社の抱える商品開発上の課題解決に向けた、実効性の高い意見交換の場となった。

3-2 地域と旅行会社との意見交換会の実施(第2回)

実施日時　：　令和7年6月11日（水）10時00分～11時00分

実施方法　：　オンライン

参加者　　：　【地域関係者】

■一般社団法人 淡路島観光協会		地白 雅則　氏
		高木 俊光　氏
■公益社団法人 伊勢志摩観光コンベンション機構		岩嶋 恭平　氏
		大下 凌　氏

【旅行会社】

■クラブツーリズム株式会社 関西国内旅行センター		
	チーフリーダー	藤野 世位子　氏
■株式会社エイチ・アイ・エス		
関西事業部 関西国内ツアー事業グループ 国内バスチーム		播磨 誉和　氏
		曽我部 友里　氏
■株式会社阪急交通社		
営業統括本部 地域振興部	副部長	佐場 淳司　氏
		中島 全美　氏
西日本メディア営業一部 国内営業二課4係		角井 諒介　氏
		中西 紗希　氏
■事務局（クラブツーリズム）		福崎 基樹
		宮古 俊幸

議事内容　：

1.淡路島観光協会：地場産業を活かした体験型コンテンツの提案

【提案コンテンツ】

淡路島観光協会：

・従来の「食（ご食刻）」に加え、気候風土・地場産業を生かした「90種類の体験コンテンツ」を新規造成した旨を説明。

・バスツアー向け素材として、お香（薫寿堂）、淡路瓦（工場見学・瓦割り）、農業（たまねぎ収穫）、うずしおクルーズ（帆船）を提案。

【各コンテンツ体験詳細】

淡路島観光協会：

・薫寿堂は「体験＋ショップ一体型」であり、幅広い年齢層に対応可能であると言及。

・たまねぎ収穫のベストシーズンは「春～初夏」であるが、秋期も品種を変えて対応可能であると回答。

・瓦割りは1名ずつの体験となるが、バス1台規模の受入は可能であると補足。

【インバウンド動向等】

淡路島観光協会：

・宿泊に占めるインバウンド比率は2%と低く、国別では香港や米国が増加傾向、韓国は少なめであると報告。

・淡路島観光協会：多言語対応について、英語は翻訳機、中国語は指差し案内等のペーパー対応で運用中であると説明。

2.伊勢志摩観光コンベンション機構 プレゼンテーション

【提案コンテンツ】

伊勢志摩機構：

・伊勢神宮参拝を核に、周辺素材をストーリーで繋ぐ展開を提示。

・主要素材として、鰹節（天白）、発酵文化（伊勢角屋）、海女文化（海女小屋体験）、真珠（ミキモト真珠島）、景観（横山・鳥羽展望台）を紹介。

【各コンテンツ体験詳細】

伊勢志摩機構：

・鰹節体験において、通常コース（3,500円）のほか、富裕層向けプレミアムコース（10,000円）を設定していると説明。

・ビール工場見学は無料コースもあるが、満足度の高い有料案内（1,000円）を推奨。

・受入体制について、人員不足のため40名一括対応は困難であり、バス2台規模の場合は分宿・分散行程が必要であると言及。

【インバウンド動向など】

伊勢志摩機構：

・宿泊比率は1～2%であり、台湾・香港・中国の中華圏が7割を占める一方、欧米圏も増加傾向にあると報告。

3. 大阪・関西万博による影響についての各団体発言

淡路島観光協会:

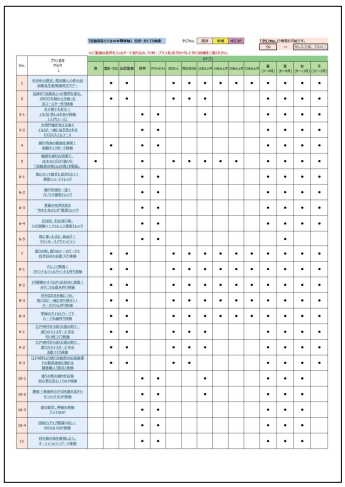
春期の影響は軽微であったが、現在は微減傾向（マイナス影響）の兆候が見られると発言。

伊勢志摩機構:

前年比では増加しているものの、肌感覚では減少。

大阪・京都からの宿泊客流入（オーバーフロー）は、現状見込み通りに進んでいないと分析。

【配布資料及び記録写真】



「淡路島ならではの本物体験」コンテンツタリフ



バスツアー候補施設一覧

■伊勢市内
・伊勢神宮（内宮）
https://www.isejingu.or.jp/about/naiku/
・二軒茶屋餅/伊勢角屋麦酒（神入工場/味噌・醤油蔵見学）
https://www.kadoyahonten.co.jp/restaurant/ko-su.htm
・夫婦岩
https://futamiokitamajima.or.jp/meguru/meotoiwa/
・真珠取り出し体験（certain pearl）
https://kikuchipearl.com/trial.html
・若松屋（かまぼこ作り体験・下野工場）
https://www.wakamatsuya.co.jp/tour
・伊勢忍者キングダム
https://www.ise-jokamachi.jp/?

■鳥羽市内
・ミキモト真珠島（海女の実演）
https://www.mikimoto-pearl-island.jp/
・鳥羽水族館
https://aquarium.co.jp/
・海女小屋体験（ほちまんかまど or 相差かまど）
ほちまんかまど：https://amakoya.com/
相差かまど：https://osatsu.org/
・鳥羽市立海の博物館
http://www.umihaku.com/
・牡蠣小屋（秋～冬のみ）
http://kaiyosuki-iga8.com/

■志摩市内
・横山展望台
https://chubu.env.go.jp/nature/yokoyama/
・海女小屋体験（さとうみ庵）
https://satoumian.com/
・真珠取り出し体験（パール美御 or 真珠の里）
パール美御：https://isesima.info/pearl-miki/
真珠の里：http://e-tamachan.net/
・かつおの大ばく（懐しか屋見学）
https://katsuhushi.com/?page_id=554
・志摩スペイン村
https://www.parque-net.com/

「淡路島ならではの本物体験」コンテンツタリフ



意見交換会(オンライン)の様子

【事務局による総括】

本意見交換会では、地域側が保有する観光資源や体験コンテンツと、旅行会社が求める商品性や販売可能性とのすり合わせを目的として、具体的なツアー素材の共有と意見交換を行った。

議論を通じて、地域側が魅力として提示する資源と、旅行会社が商品として成立させるために必要とする条件（滞在時間、移動効率、料金設定、受入体制等）の間に一定の認識差があることが改めて確認された。一方で、直接対話の機会を設けることにより、双方の視点を理解しながらコンテンツを磨き上げていく重要性が共有された。

また、地域資源を単体で紹介するだけでなく、広域周遊ルートの中でどのように組み込むかという観点で検討する必要性が指摘され、関西広域での周遊性を意識したツアー造成の方向性が明確となった。

本意見交換会は、地域と旅行会社の相互理解を促進するとともに、実証ツアー造成に向けた具体的な素材発掘の場として機能し、地域主体の観光コンテンツを旅行商品へと接続するうえで重要な役割を果たした。

3-3 旅行会社･ランドオペレーター･OTAとの意見交換会の実施（第1回）

実施日時　：　令和7年10月6日（月）15時00分～16時00分

実施方法　：　第4回検討会の第二部として実施

参加者　：

■ランドオペレーター	ジェイ・リンクス	金馬 あゆみ　氏
■旅行会社	エイチ・アイ・エス	上井 一樹　氏
	クラブツーリズム	藤野 世位子　氏
■有識者		松田 充史　教授
■協力会社	アド近鉄	北岡 弘亘　氏
		河合 良浩　氏
■近畿運輸局観光部		稲留 健一郎
		奥井 俊
		橋本 右京
		今井 亮冴
■事務局（クラブツーリズム）		福崎 基樹
		宮古 俊幸

議事内容　：

【ランドオペレーターを介してのバスツアー販売について】

1. 現状とインバウンド需要
   - ・FIT層のニーズとターゲットとなる層の確認
   - ・関西圏における課題(外国人対応や催行情報についての統一的な情報源が無い)
2. 提携販売における主な障壁
   - ・催行保証の問題(課題)
   - ・受け入れ条件の不透明さ(ツアー参加条件についての情報が不足している)
3. 解決に向けた方向性と具体策
   - ・情報整備の徹底(ツアー内容よりも「催行可否」「外国語対応」「トラブル対応」などの情報が重要)
   - ・催行判断の早期共有

事務局総括　：

本意見交換会では、旅行会社とランドオペレーター、OTAといった販売チャネルの関係者が参加し、関西広域周遊バスツアーの流通・販売の可能性について意見交換を行った。

議論を通じて、訪日旅行者向け商品を販売するうえでは、ランドオペレーターやOTAのネットワークを活用することが重要であり、また、訪日旅行市場では、商品内容だけでなく、予約のしやすさ、多言語対応、情報発信などの販売環境も重要であることが確認された。

一方で、広域周遊型のバスツアーについては、訪日旅行者にとって移動の利便性が高いという評価がある一方、自由度や個別行動とのバランスをどのように確保するかが商品設計上の課題として挙げられた。

本意見交換会を通じて、関西広域周遊ツアーの販路形成だけでなくランドオペレーターは、旅行会社やOTAとの連携が不可欠であることが改めて認識され、今後の商品造成および販売戦略を検討するうえで重要な示唆が得られた。



意見交換会の様子

3-4 旅行会社･ランドオペレーター･OTAとの意見交換会の実施（第2回）

実施日時　：　令和7年12月8日（月）14時50分～15時30分

実施方法　：　第5回検討会の第二部として実施

参加者　：

■有識者		松田 充史	教授
		金馬 あゆみ	氏
■旅行会社	阪急交通社氏	佐場 淳司	氏
	クラブツーリズム	藤野 世位子	氏
	神姫観光	阪田 悦規	氏
■ランドオペレーター・OTA			
	アルファトラベル	森野 茂	氏
	アヤベックス	Thi Minh Chau Do	氏
	JTBBOKUN(オンライン参加)	井上 浩孝	氏
■協力会社	アド近鉄	北岡 弘亘	氏
		河合 良浩	氏
■近畿運輸局観光部		稲留 健一郎	
		奥井 俊	
		橋本 右京	
		今井 亮冴	
■事務局（クラブツーリズム）		福崎 基樹	
		宮古 俊幸	

議事内容　：

●旅行会社とランドオペレーターとの意見交換会

【ランドオペレーターを介してのバスツアー販売について】

・インバウンドバスツアーにおける需要動向、および提携販売導入によるメリットと課題の整理。
・提携販売の障壁となる販売手数料率の設定、および契約締結における実務上の課題。
・宿泊地移動を伴う、発着地が異なるバスツアー（片道型ツアー）に対する潜在需要の確認。

事務局総括　：

第2回意見交換会では、第1回の議論を踏まえ、具体的なツアー商品を念頭に置いた販売方法や市場ニーズについて、より実務的な視点から意見交換を行った。
議論の中では、訪日旅行市場においては、短期間の滞在でも効率的に複数地域を巡ることができる広域周遊型ツアーへの一定の需要があることが示された。一方で、訪日旅行者の旅行スタイルは多様化しており、団体旅行だけでなく個人旅行との親和性を考慮した商品設計が必要であるとの指摘もあった。
また、ランドオペレーターやOTAからは、商品販売においては価格設定、予約の柔軟性、運行の安定性などが重要であり、これらを確保するためには継続的な商品造成と運行体制の整備が必要であるとの意見が示された。
本意見交換会を通じて、関西広域周遊ツアーの販路形成には、商品性だけでなく販売体制や運行スキームを含めた総合的な仕組みづくりが求められることが明らかとなった。





意見交換会の様子

04.ファムトリップの実施

4-1 ファム＆モニターツアー参加者の募集方法及び招請会社の概要

当初、計2回のファムトリップにおける招聘対象は、旅行会社（10名程度）、OTA・ランドオペレーター（1名程度）、およびインフルエンサー（1名程度）を想定していた。しかし、インバウンド有識者の金馬氏より、具体的なツアー造成に向けた検証の精度向上を目的とし、ターゲット層となる「消費者目線」による評価を組み込むべきとの提言がなされたことに対し、検討会での賛同が得られた結果、従来のファムトリップに外国人モニターを加え、プロの視点と消費者視点の双方から多角的に検証を行う実証ツアーとして実施する。

4-2 ファム&モニターツアー(「海の京都」編)

地域周遊バスツアー造成のため、以下のとおり、ファムトリップ・モニターツアーを実施した。

＜実施日＞　令和7年7月29日（火）日帰り

＜参加者＞　旅行会社4名＋ランドオペレーター1名＋在日外国人モニター5名＋
近畿運輸局観光部3名＋インフルエンサー2名＋通訳案内士1名　計16名

＜随行者＞　クラブツーリズム株式会社　山口剛史
宮古俊幸

＜行程＞

日程	スケジュール
7/29（火）	難波 OCAT（8:30 発）＝＝元伊勢籠神社（特別祈祷・神楽鑑賞／11:40～12:30）＝＝橋立ベイホテル（創作フレンチランチ／12:45～13:50）＝＝成相寺（見学／14:15～15:30）＝＝（株）丹菱（ちりめん工場見学／16:00～16:50）＝＝京丹波味夢の里（17:50～18:10）＝＝難波（19:40）

＜記録写真＞



橋立ベイホテル昼食の様子



メインのステーキ



成相山パノラマ展望台からの迫力のある眺望





丹後ちりめん工場（丹菱）のプレゼン



丹菱工場見学の様子

＜事務局の総括＞

本ファムトリップおよびモニターツアーでは、海の京都エリアの観光資源や体験コンテンツを実際に体験してもらうことで、旅行会社や関係者の理解を深めるとともに、ツアー商品としての可能性を検証した。

参加者からは、天橋立をはじめとする景観資源や地域の食文化など、海の京都ならではの魅力に対する評価が高く、関西広域周遊ツアーの訪問先として十分なポテンシャルがあることが確認された。一方で、都市部からの移動時間や滞在時間の配分、観光地間の移動効率など、商品化に向けた行程設計の工夫が必要であるとの指摘もあった。

本ツアーは、地域資源の魅力を再認識するとともに、旅行商品として成立させるための課題を把握する機会となり、実証ツアー造成および商品化に向けた重要な検証プロセスとなった。

4-3 ファム&モニターツアー(「伊勢志摩」編)

地域周遊バスツアー造成のため、以下のとおり、ファムトリップ・モニターツアーを実施した。

＜実施日＞　令和7年8月4日（月）～5日（火）　1泊2日

＜参加者＞　旅行会社4名＋ランドオペレーター1名＋在日外国人モニター5名＋
近畿運輸局観光部2名＋インフルエンサー2名＋通訳案内士1名　計15名

＜随行者＞　クラブツーリズム株式会社　山口剛史
宮古俊幸

＜行程＞

日程	スケジュール
8/4 （月）	難波 OCAT（8：30 発）＝＝松阪レストランドリームオーシャン（松阪牛のステーキ御膳の昼食／11：30～12：40）＝伊勢神宮外宮/せんぐう館ガイドツアー／(13：05～13：50）＝伊勢神宮（内宮）ガイドツアー・おはらい町・おかげ横丁自由散策（14；10～16：20）＝＝横山展望台（17：20～17：50）＝＝奥志摩アクアフォレスト（18：30 着）【泊】
8/5 （火）	ホテル（9：30 発）＝かつおの天白（工場見学）(10：00～11：10)＝＝パール美樹（真珠取り出し＆アクセサリー作り体験）(11：50～13：10）＝＝ 相差かまど前の浜（海女小屋体験）／14：05～15：10）＝＝伊勢角屋麦酒工場見学（16：20～17：00）＝＝難波 OCAT（20：00）



レストランドリームオーシャン食事風景



松阪牛のサーロインステーキ御膳



伊勢神宮ガイドツアーの様子



伊勢神宮外宮の手水舎



横山展望台に到着



横山展望台からの眺め



大王崎の景観



かつおの天白燻工場入口



かつおの天白燻工場の説明を聞く



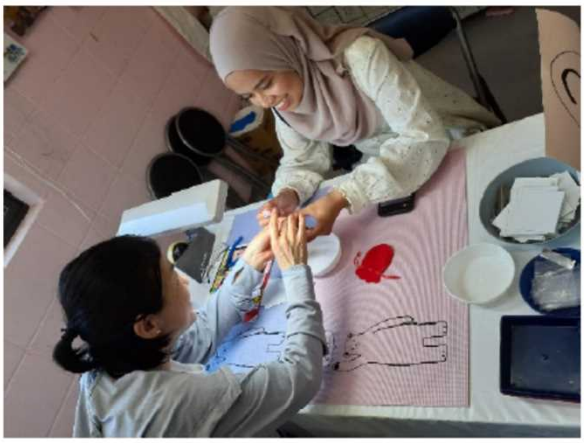
削り節体験にチャレンジ



パール美樹で真珠の取り出し体験の説明



アコヤガイの養殖場



真珠のネックレスづくり体験



海女小屋体験①



海女小屋体験②



海女小屋体験③



伊勢角屋麦酒①



伊勢角屋麦酒②

＜事務局の総括＞

本ファムトリップおよびモニターツアーでは、伊勢志摩地域の観光資源を活用した周遊ルートの可能性を検証することを目的として実施した。

参加者からは、伊勢神宮を中心とした歴史・文化資源や、英虞湾の景観、地域の食文化などが高く評価され、関西広域周遊ツアーの主要な訪問先として魅力的であるとの意見が多く寄せられた。
また、宿泊を組み込んだツアー行程により、地域での滞在時間を確保することで観光消費の拡大に繋がる可能性が示された。

一方で、訪日旅行者を含めた商品化を検討する際には、交通アクセスや行程の分かりやすさ、滞在時間のバランスなどを考慮した行程設計が重要であるとの課題も明らかとなった。

本ツアーは、地域の観光資源を広域周遊ツアーの中でどのように位置付けるかを検証する機会となり、実証ツアーおよび今後の商品造成に向けた具体的な知見を得ることができた。

4-4 招聘会社の一覧

＜招請会社の概要＞

- **クラブツーリズム株式会社**

仲間が広がる、旅が深まる
クラブツーリズム

→700万世帯の会員を持つ旅行会社。
自社のカタログやメディアを通じて多彩な旅行商品を企画・販売している。
バスツアーで地域にお客様を誘致している。
訪日旅行者の案内業務は、ロイヤルカスタマーで組織化され、「クラブツーリズムキャスト」と呼ばれる外国語とおもてなしができるスタッフが携わっている。
訪日旅行事業はコロナで休止していたが、昨年に多言語サイトを構築し再開。

- **株式会社阪急交通社**

阪急交通社

→専任の「訪日サービススタッフ」が手伝い、ご相談からお手続き、日程や内容の提案・手配、お出迎えから帰国までのご招待に必要なすべてをカバー。
快適な日本滞在を演出し、そのためのすべての手配・手続きのサポートを行っている。
また、日本人と訪日外国人の混載バスツアーの販売も行っている。

- **株式会社エイチ・アイ・エス**

HIS

→訪日外国人向けにDiscover Japanというウェブサイトを構築し、バス旅行の企画 募集を行っている。

・ランドオペレーター

- **アヤベックス株式会社**

AYABEX INC.

- **ジャパンドリームツアー株式会社**

Japan Dream Tour
ジャパンドリームツアー株式会社

・インフルエンサー

- **ムコアンジー(海の京都編)**
- **フランキー(伊勢志摩編)**

4-5 実証ツアーの事務局総括

■ 海の京都コース：高付加価値コンテンツの検証とマッチングの課題

実証ツアーを通じて、海の京都エリアの観光資源が広域周遊ツアーの目的地として十分な魅力を有していることが確認された。特に、景観資源や食文化など地域独自の魅力は参加者から高く評価された。

一方で、都市部からの移動時間や滞在時間の配分など、ツアー行程の設計によって満足度が大きく左右されることも明らかとなった。また、訪日旅行者を含めた商品化を検討する際には、分かりやすい行程構成や観光地間の移動効率の確保が重要であることが示された。

本実証は、海の京都エリアを関西広域周遊ツアーの中でどのように組み込むかについての具体的な検証となり、商品化に向けた課題整理と可能性の両面を明らかにする結果となった。

■ 伊勢志摩コース：体験型素材の受容性と受入体制の検証

伊勢志摩コースでは、伊勢神宮を中心とした歴史・文化資源に加え、自然景観や食文化など多様な観光資源を組み合わせたツアー行程を検証した。

参加者からは、宿泊を伴う行程により地域での滞在時間を確保できる点が評価され、地域消費の拡大や観光体験の充実に繋がる可能性が示された。また、複数の観光資源を組み合わせることで、広域周遊型ツアーとしての魅力を高められることが確認された。

一方で、長距離移動を伴う広域周遊ツアーでは、移動時間と観光時間のバランスが重要であり、旅行者の満足度を高めるためには行程設計の工夫が必要であることが示された。

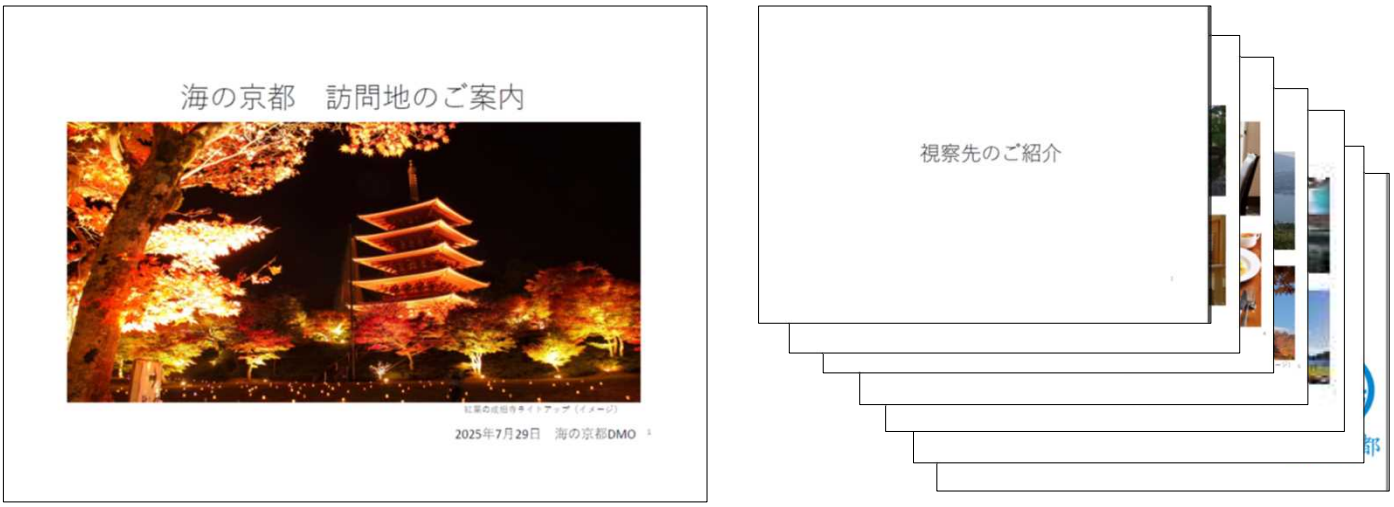
本実証は、伊勢志摩地域を含む広域周遊ツアーの可能性を検証するとともに、商品化に向けた具体的な課題を整理する機会となった。

05.アンケート調査及びヒアリング

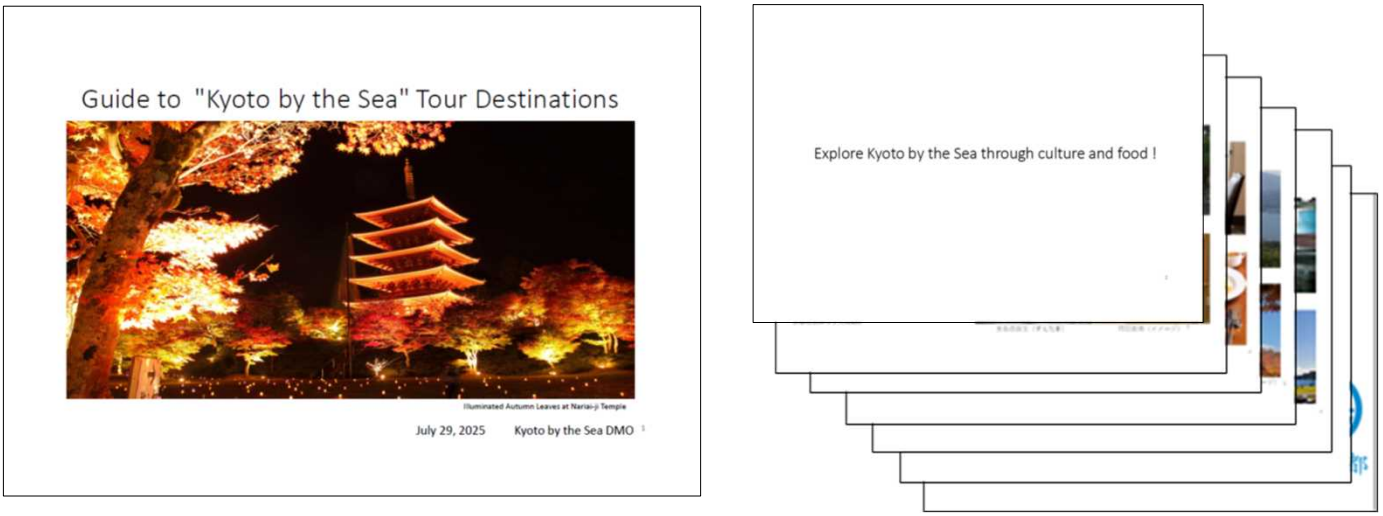
ファム＆モニターツアー参加者に対して、参加者ニーズに沿った新たな仕掛け等の検討を行うためのアンケート調査を実施した。同様に、地域関係者等に対してヒアリングを実施した。

5-1 ファム&モニターツアーメディアキットの概要

●海の京都編



海の京都DMO 視察先のご紹介（日本語）



海の京都DMO 視察先のご紹介（英語）

●伊勢志摩編

伊勢志摩エリア観光ポイント核施設資料



伊勢神宮外宮



伊勢神宮内宮



横山展望台



角屋麦酒

5-2 アンケート内容及び結果の概要

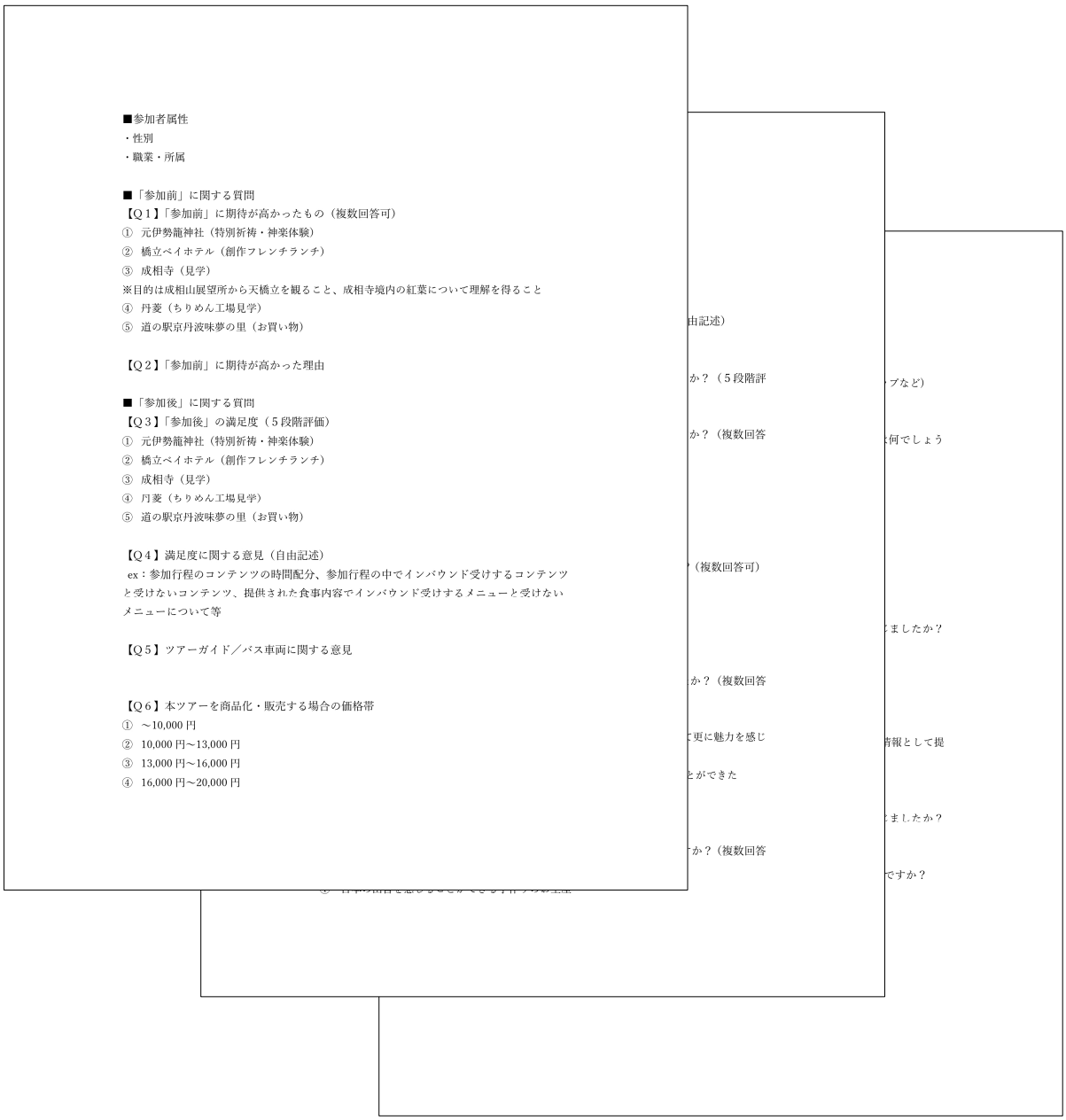
●海の京都編

実施日　　：　令和7年7月29日（火）日帰り

行先　　：　元伊勢籠神社、天橋立、成相寺、丹菱ちりめん工場、京丹波味夢の里

回答者　　：　6名

・「海の京都編」ファムトリップアンケート設問



■参加者属性
・性別
・職業・所属

■「参加前」に関する質問
【Q１】「参加前」に期待が高かったもの（複数回答可）
① 元伊勢籠神社（特別祈祷・神楽体験）
② 橋立ベイホテル（創作フレンチランチ）
③ 成相寺（見学）
※目的は成相山展望所から天橋立を観ること、成相寺境内の紅葉について理解を得ること
④ 丹菱（ちりめん工場見学）
⑤ 道の駅京丹波味夢の里（お買い物）

【Q２】「参加前」に期待が高かった理由

■「参加後」に関する質問
【Q３】「参加後」の満足度（５段階評価）
① 元伊勢籠神社（特別祈祷・神楽体験）
② 橋立ベイホテル（創作フレンチランチ）
③ 成相寺（見学）
④ 丹菱（ちりめん工場見学）
⑤ 道の駅京丹波味夢の里（お買い物）

【Q４】満足度に関する意見（自由記述）
ex：参加行程のコンテンツの時間配分、参加行程の中でインバウンド受けするコンテンツと受けないコンテンツ、提供された食事内容でインバウンド受けするメニューと受けないメニューについて等

【Q５】ツアーガイド／バス車両に関する意見

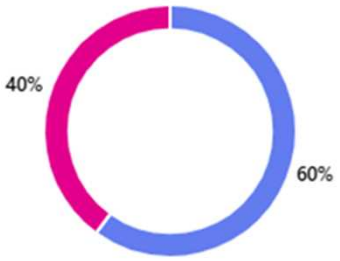
【Q６】本ツアーを商品化・販売する場合の価格帯
① ～10,000 円
② 10,000 円～13,000 円
③ 13,000 円～16,000 円
④ 16,000 円～20,000 円

・「海の京都」ファムトリップアンケート結果

□参加者内訳

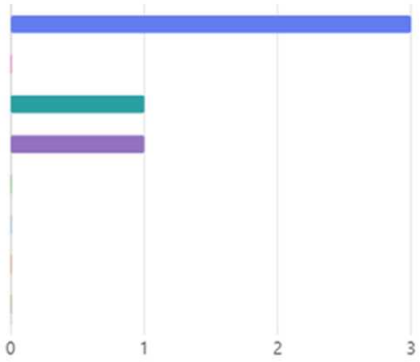
1.性別

男性	3
女性	2
回答しない	0



2. 職業・所属

旅行会社(国内旅行担当)	3
旅行会社(インバウンド担当)	0
旅行会社(その他)	1
ランドオペレーター	1
ホテルコンシェルジュ	0
通訳案内士	0
メディア・インフルエンサー	0
その他	0

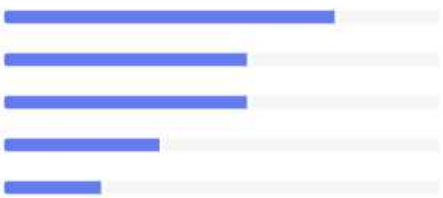


□参加前の期待度

3. 【Q1-①】「参加前」に期待が高かった順に並べてください。（期待が高い項目を上にしてください）

1 元伊勢籠神社（特別祈祷・神楽体験）
2 橋立ベイホテル（創作フレンチランチ）
3 成相寺（見学）
4 丹菱（ちりめん工場見学）
5 道の駅丹波味夢の里（お買い物）

その他（宮津港セリ見学）

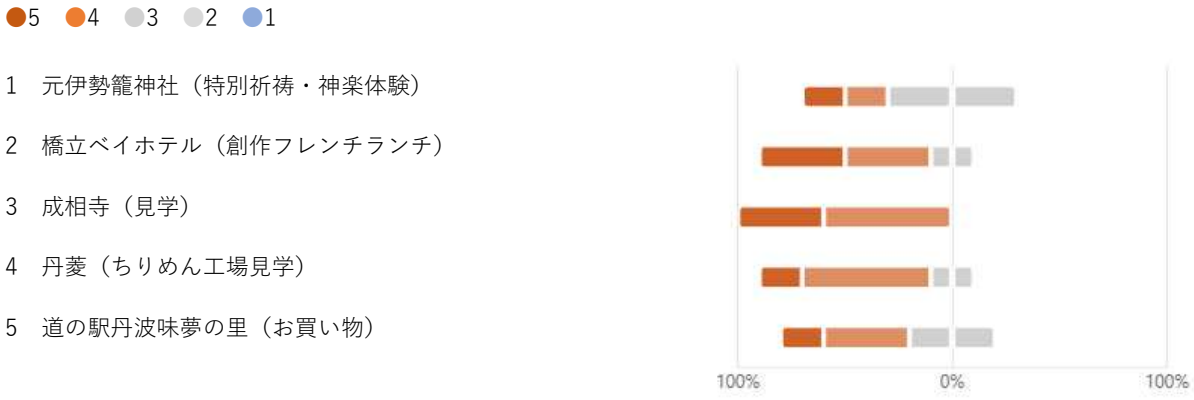


・「海の京都」ファムトリップアンケート結果

□期待度に関する意見

時間の関係から、なかなか行程に入れるのが難しく、行く機会がなかったから。
自社のツアーにて使用している場所であった、特別祈祷という普段ではできない体験をさせてもらえた点。
日帰りツアーでは使用したことがない施設のため
1 位：特別ご祈祷に参加する機会がなかったため、ファムトリップで体験できていいなと思ったから。 2 位：お寺での見学はあまり観光地や都心などでは味わうことないことだと思った。地方だからこそと思う。 3 位：個人的に道の駅が好きだった。高速に乗らないとなかなか行くことがないため。 4 位：ファムトリップでの食事はご当地のご飯などと思っていたのでフレンチで驚いた。とても美味しかった。 5 位：ちりめんがどう言うものなのか知らなかったためとても気になった。おにぎりのポーチがとても可愛かった。
一番期待が高かった行程に元伊勢籠神社をあげさせていただきました。 特別祈祷・神楽見学といった普段では体験できないことを体験できるという点に惹かれた。

6. 【Q3】「参加後」の満足度（5段階評価）



□満足度に関する意見

・元伊勢籠神社は特別参拝は良かったが、神楽と言われると少しイメージと違った。 ・昼食は値段以上の価値があった。危うかったが、簡単なハラール対応も可能だった為使いやすいと思った。 ・成相寺は行くと良いコンテンツだが、往復の時間がそこそこかかるので、全体の行程のバランスによって行くかどうかを考えてしまう。 ・丹後ちりめんはよく内容が分かったが、なぜ高額になるかをしっかり説明するとなお良いと思った。あと色付をどうやるかも知りたかった。 ・道の駅は結果論だが、もう少し早い時間に寄りたい。

・「海の京都」ファムトリップアンケート結果

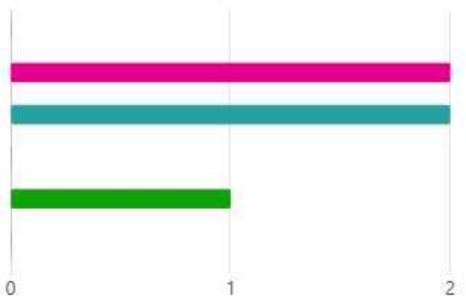
・行きと帰りに同じ味夢の里に立ち寄りで、出来れば違うスポットで立ち寄り出来ればよかったと思う。 ・食事は個人的に大変満足だったが、インバウンド向けと考えた場合、和食の方が日本らしいのでは。 ・籠神社と成相寺をどちらか１つにして、代わりに伊根湾や天橋立のクルーズを入れるなど、直観的な観光をプラスしても楽しみやすいのではないか。
・成相寺の住職さんの解説つきが興味深かった。
・成相寺の展望台から天橋立を見るのは天橋立付近に泊まれる団体のコースに組めるのでとてもいい。 ・弊社は団体を取り扱うため大人数でも可能な体験が他にもあると提案できるなと思った。 ・欧米のインバウンド向けの工程で組まれているかなと感じた。 ・大阪市内で泊まって大阪市内に戻るには距離があるので、京都で宿泊するツアーで組むにはいいと思った。←欧米の方は大阪より京都に泊まられるのでいいですね！
・一番満足度の高かった行程は、成相寺(パノラマ展望所も含め)。理由：「地獄絵図」を見れたことや、仏像を間近で見れて貴重な体験が出来た。 また、パノラマ展望所につきましても、有名な傘松公園地よりも高い場所からの景色がとても良かった。インバウンドの方にもかわらけ投げのウケはとても良く、楽しんでおられていたと感じた。

□ツアーガイド／バス車両に関する意見

・ツアーガイドはベテランで安心感があった。 ・ツアーガイドの方はとてもモニターの方と気さくにお話をされていて良かった。 ・元伊勢籠神社にて、特別祈祷・神楽見学が終わった後の元伊勢籠神社の歴史を語ってくださっていた際、インバウンドの方への通訳が機能していなかったので、何もわからない時間を過ごしていたのではないかと感じた。
・バスは今流行りの少し高級感のあるバスで非常に心地よい旅になった。 ・3 列シートのゆったりとしたバスで大変快適だった。 ・バスの車内がゆったりとしていてとてもいいと思いました。普段私たちがバス会社に依頼しているバスは四列シートのためあまり利用しないバスだなと思った。

9. 【Q6】本ツアーを商品化・販売する場合の価格帯

～10,000円	0
10,000円～13,000円	2
13,000円～16,000円	2
16,000円～20,000円	0
20,000円～25,000円	1
25,000円～	0



・「海の京都」ファムトリップアンケート結果

□本ツアーを商品化するにあたっての課題点

・今回みたいに渋滞にかかると、内容的に中身を詰めるのがしんどいので、帰着時間をもう少し検討したい。何か目玉になる観光素材がほしい、お客様の目を引く PR 素材がほしい。
・成相寺の観光でたどり着くまでの急な坂道や階段がある点と丹菱の収容人数が気になります。
・MAX47 名の定員を受け入れることができるか。
・インバウンドのため朝から出発して夜ホテルまでバスを使う時にバスの使用時間を短縮する必要がある。
・特別祈祷、特別参拝など、ツアーを作る際にも、同じように行なってくれるのか、参拝できるのかという点。その有無で、ツアーの価値が大きく変わるため。

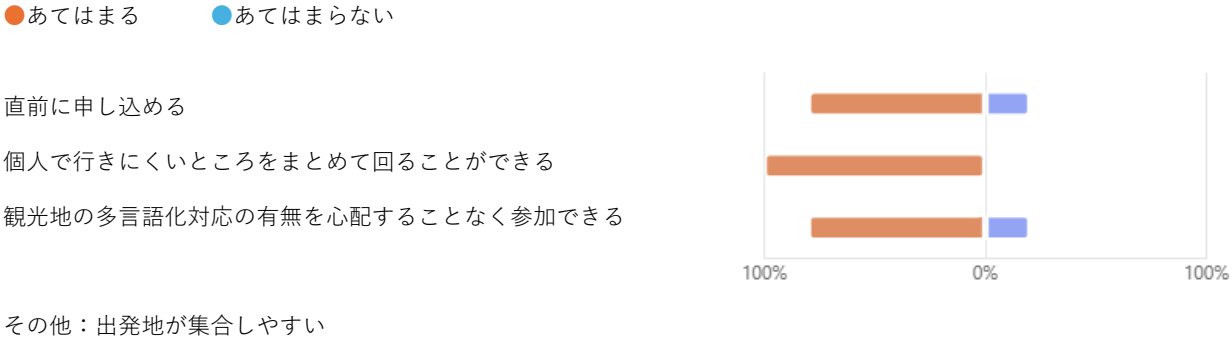
□その他、ツアーに関する意見

・ツアーは非常に地味な感じのコースだったが内容はしっかりあったので、何か PR を工夫したいと思った。
・本日は FAM ツアーに参加させていただきありがとうございました。これまでやり取りした事の無い施設様とのご挨拶や、特別な体験をさせていただき 大変勉強 になりました。 インバウンド の方々 やインフルエンサー の方々との混乗も新鮮でよかったです。
・前向きに造成検討させていただきますので、ご連絡させていただく際にはよろしくお願いいたします。
・とても楽しかったです。素晴らしい機会を下さりましてありがとうございます。
・海の京都の魅力を大いに知ることができ、このような 貴重な経験をさせていただいたこと、とても 感謝しております。また、このような機会ございましたら参加させていただきたいと思います。

12. 【Q9】「地域周遊バスツアー」は来訪者にとって利用しやすい内容でしたか？



13. 【Q10-①】「地域周遊バスツアー」のどのような部分が利用しやすいと思いますか。



・「海の京都」ファムトリップアンケート結果

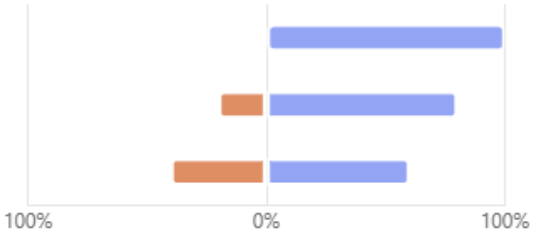
15. 【Q11-①】「地域周遊バスツアー」で利用しづらいと感じた点はなんですか。

●あてはまる　●あてはまらない

キャンセル規定がわからない

体験・食事内容がインバウンド向けではない

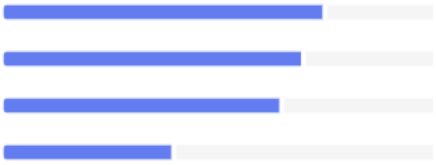
多言語化対応不足している



その他：できればなんば経由梅田発着など、フレキシブルに選択できるとなおうれしい（東南アジアを対象に考えた際）
体験・食事内容がインバウンド向けではない。

17. 【Q12-①】海の京都エリア（宮津市・与謝野町）の魅力をどう感じられましたか？感じた項目順に並び替えてください。
(最も感じた項目を上にしてください)

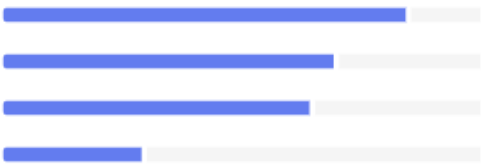
1 混雑しておらず、ゆっくりと見学できることが良かった
2 単に見学・散策するだけでなく体験や歴史、ストーリーを知ることによって更に魅力を感じることができた
3 特別祈祷や神楽鑑賞、ちりめん工場見学など日本ならではの文化を学ぶことができた
4 各スポットにおける案内人の質が高く、満足度を高めるものだった



その他：食の質が高い。海が近いため、日差しは強かったですが、冷たくて創造していた京都よりもすごしやすかった。

19. 【Q13-①】地方部のバスツアーで最も消費額を上げると感じる項目順に並び替えてください。
(最も感じた項目を上にしてください)

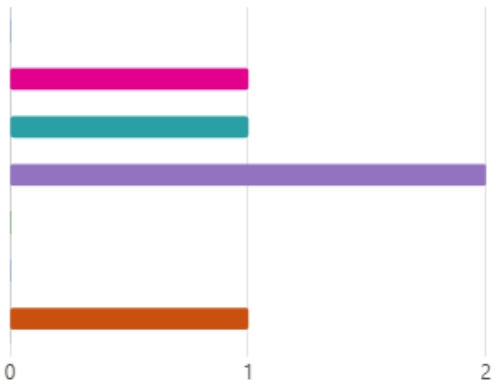
1 そこでしか体験できない文化やアウトドアの体験
2 そこでしか食べられない郷土料理の食べ歩き
3 宿泊施設のオプション（露天風呂付き客室、貸切露天風呂、食事のグレードアップなど）
4 日本の田舎を感じることができる手作りのお土産



その他：子供が欲しいと感じるものは、親も旅行気分でついつい買ってしまう。

21. 【Q14】バスツアーが地方誘客の切り札となるために、最も重要なポイントは何でしょうか？

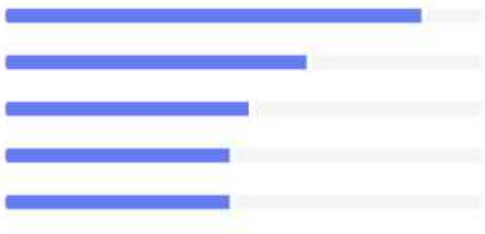
●発着場所・運行ルート	0
●運行頻度	1
●販売方法	1
●情報発信	2
●催行保証	0
●申込期限	0
●その他	1



・「海の京都」ファムトリップアンケート結果

22. 【Q15-①】地方部への旅行の期待度を上げるためにどのような仕掛けが必要と感じましたか？必要と感じた項目順に並び替えてください。（最も感じた項目を上にしてください）

1 旅マエに得られる観光情報の調べやすさ・充実化（多言語化含め）
2 その地域特産のお土産情報を提供する、または小さなお土産をプレゼントする
3 地元の人と交流できるような機会を作る
4 思い出に残るような、ツアーの多言語化パンフレットを作成する
5 移動中の時間の使い方（例えば当日ご案内する観光地の案内をバス車中で事前情報として提供するなど）



その他：その時代の流行を何らかの形で取り入れる。

□地方部への旅行の期待値を上げるためにどのような仕掛けが必要と感じたか

・旅前と旅中の情報発信。どのような魅力があるのかを発信すること。
・期間限定の行事など普段はできない、特別感。地方だったり、施設ならではの特別体。
・旅行の期待値とは異なるかも知れないのですが、地方の魅力は観光客が少ない穴場であることだと思うので、観光客が少ないのに気軽に行ける方法があることだと思う。
アクセスが良いと、気軽にこんないいとこにいけるのかと期待してもらえるのかなと思った。

・「海の京都編」モニターツアーアンケート設問

■参加者属性
・性別（男性・女性・回答しない）
・年代（10 代・20 代・30 代・40 代・50 代・60 代・70 代・80 代）
・国・地域（韓国、台湾、中国、香港、シンガポール、タイ、マレーシア、インド、アメリカ、カナダ、オーストラリア、イギリス、フランス、ドイツ、日本、その他）

■本モニターツアーに関する質問についてお答えください
【Q１】本モニターツアーに参加した理由をお聞かせください（複数回答可）
・行きたい観光地が含まれている
・やってみたい体験が含まれている
・パスを利用している
・交通の便など、個人では行きづらい場所である
・クチコミや評判が良い
・その他

【Q２】【Q１】で「行きたい観光地が含まれていた」「やってみたい体験が含まれていた」と回答した方は、具体的な内容をおしえてください。

【Q３】「参加前」に期待が高かったものを教えてください（複数回答可）
① 元伊勢籠神社（特別祈祷・神楽体験）
② 橋立ベイホテル（創作フレンチランチ）
③ 成相寺（見学）
④ 丹菱（ちりめん工場見学）
⑤ 道の駅京丹波味夢の里（お買い物）
⑥ その他

【Q４】「参加前」に期待が高かった理由を教えてください。また【Q３】で⑥その他を選択された方はその内容もあわせて教えてください。

【Q５】「参加後」に満足度を下げたものを教えてください（複数回答可）
① 元伊勢籠神社（特別祈祷・神楽体験）
② 橋立ベイホテル（創作フレンチランチ）
③ 成相寺（見学）
④ 丹菱（ちりめん工場見学）
⑤ 道の駅京丹波味夢の里（お買い物）
⑥ その他

ださい。また【Q５】で⑥そ

感じた施設・体験（最大３

切だと感じましたか？

こだと思いますか？

えてください。

関する質問についてお答え
可）
ご連絡ください。
やすいツアーだと思います

・思わない

【Q１２】【Q１１】にて思うと回答された方へ質問です。「地域周遊バスツアー」のどのような部分が利用しやすいと思われますか？（複数回答可）
① 直前に申し込める
② 個人では行きにくいところをまとめて回ることができる

しますか？（複数回

ドアップなど）

イントは何でしょうか？
① 発着場所・運行ルート
② 運行頻度
③ 販売方法
④ 情報発信
⑤ 催行保証
⑥ 申込期限
⑦ その他（自由回答）

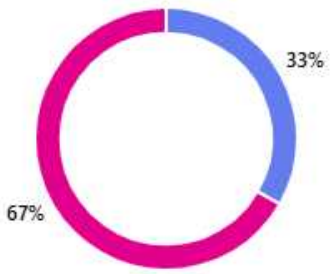
【Q１７】地方部への旅行の期待値を上げるためにどのような仕掛けが必要と感じますか？

・「海の京都編」モニターツアーアンケート結果

□参加者内訳

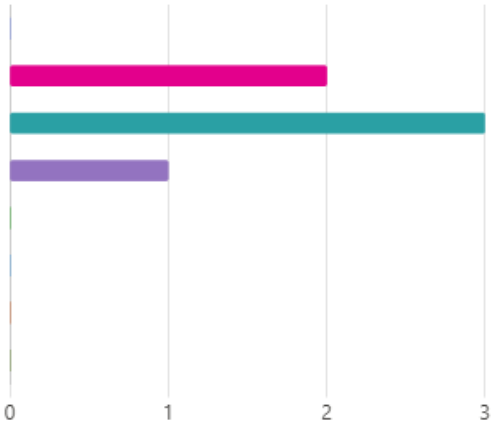
1.性別

男性	2
女性	4
回答しない	0



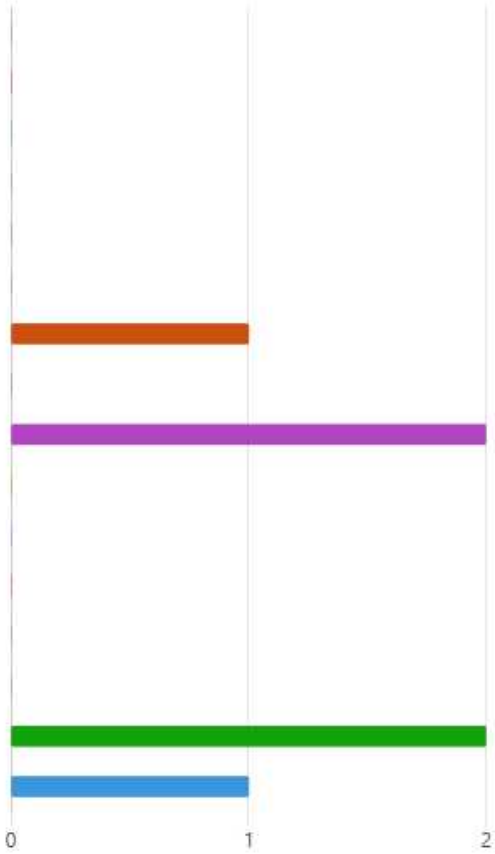
2.年代

10代	0
20代	2
30代	3
40代	1
50代	0
60代	0
70代	0
80代	0



3.国・地域

韓国	0
台湾	0
中国	0
香港	0
シンガポール	0
タイ	0
マレーシア	1
インド	0
アメリカ	2
カナダ	0
オーストラリア	0
イギリス	0
フランス	0
ドイツ	0
日本	2
その他	1

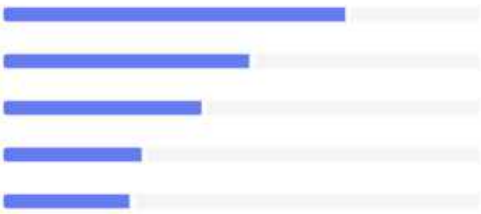


その他：ジャマイカ

・「海の京都編」モニターツアーアンケート結果

4. 【Q1-①】本モニターツアーに参加した理由について、当てはまる順に上から並べ替えてください。(最も当てはまる項目を上にしてください)

1 交通の便など、個人では行きづらい場所である
2 やってみたい体験が含まれている
3 行きたい観光地が含まれている
4 クチコミや評判が良い
5 バスを利用している



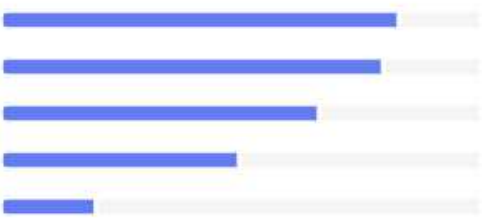
その他：通訳案内士として参加／日本文化の一部を実際に体験できるような、ワークショップのような創作活動を期待した／ぜひ体験型の活動（特に絹工場を含む場合はなおさら）参加したい。家に持ち帰れる小さなお土産を作るような活動があると嬉しい。

□「行きたい観光地」「やってみたい体験」の具体例

籠神社神楽、ちりめん工場見学
日本の文化や礼拝の仕方に興味があった。日本の歴史がどのように今の文化を形づくったのかを聞き、それを理解し、さらには自分もその一部になれることに惹かれた。
京都は昔から人気の観光地だが、距離の関係でなかなか訪れるのが難しかった。京都はお寺で有名で、ただ間接的に知るのではなく、実際に体験したいと思っていた。お寺や聖地の訪問は私のリストの上位で、実際に体験することができた。 また、これらの場所が観光客に人気で、地元の人々にとって重要である理由の歴史にも興味があった。今回、知識を持った方から直接説明を聞きながら体験できたことは、とてもありがたく感じた。
自分だけではなかなか行けない場所にとても行きたいと思っていた。バスを使ったことで、遠方の地域もたくさん回ることができた。
まず体験したいことを選び、それに近くて評判の良い目的地を選びます。あまり移動に時間がかからない場所を選びたいです。日中の時間を有効に使えるようにしたいためです。移動しているより、新しい体験をしている方が好きです。
伝統的な織物の技術や神楽がとても面白いと感じました。海辺の村のような自然の場所も好きです。

7. 【Q3-①】「参加前」に期待が方立った順に並べてください。（期待が高い項目を上にしてください）

1 元伊勢籠神社（特別祈祷・神楽体験）
2 丹菱（ちりめん工場見学）
3 橋立ベイホテル（創作フレンチ）
4 成相寺（見学）
5 道の駅丹波味夢の里（お買い物）



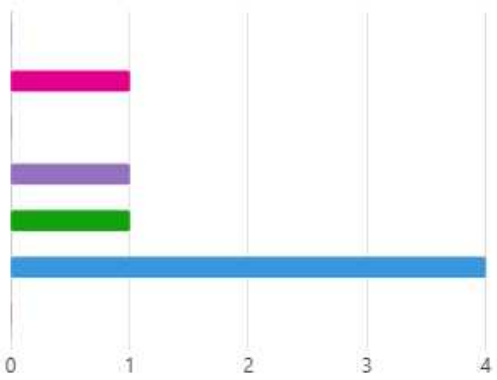
・「海の京都編」モニターツアーアンケート結果

□期待が高かった項目の理由

・友人におすすめされたので
・フランス料理の食事や、海辺の景色を楽しむことを楽しみにしていた。 ・日本の宗教の歴史や習慣について学ぶことにも興味があった。日本文化の大事な一部ですが、理解できないこともあったので、それを探求するのを楽しみにしていた。
・織元 丹菱（椅子用絹織物工場）見学には期待が高かった。私はいつも工場を訪れて、未加工の製品がどのように美しい最終製品になるかを見るのを楽しみにしている。「ファッションが好きなら工場も楽しめる」と言われ、私はファッショニスタではないが、素材やファッションへの愛に繋がる工程を見るのが楽しみだった。 ・次点に特別な祈りと舞の体験です。これについては、聖地の運営を実際に見たかった。寺院や城、神社は訪れたことがあるが、祈りの儀式を実際に体験するのは初めてだったので、期待の高い体験リストの上位になった。
・特別な祈りを見たり、参加したりするのは興味深かったです。
・観光客として、新しい体験を楽しみたい。絹織りや神楽の体験は、これまで経験したことがなく、もっと知りたいと思った。神楽の舞については、文化をより理解できるように、英語の解説がもっとあると良い。
・神楽は美しく、面白く、ユニークな体験だった。絹織りのような工芸品も貴重で、工程を見たり体験したりすることで文化をより深く理解できる。宗教的な考え方や哲学も興味深い。

9. 【Q4-①】「参加後」に満足度を下げたものを教えてください。（複数回答可）

元伊勢籠神社（特別祈祷・神楽体験）	0
橋立ベイホテル（創作フレンチランチ）	1
成相寺（見学）	0
丹菱（ちりめん工場見学）	1
道の駅丹波味夢の里（お買い物）	1
満足度を下げたものはない	4
その他	0



□満足度を下げた理由

・ 美味しかったが、地元食材を使っていると感じられず、残念だった。
・ 期待を下げるまででではないものの、神楽の舞の体験を楽しみにしていたが集団で儀式を行う舞を観られると思っていた。
・ 道の駅でお土産→地域で何が有名か分からなかった。他の地域、例えば北海道のお土産もあった。
・ 私たちの体験も道の駅で売られているお土産とはあまり関係がなかった。 →ツアーガイドが地域の有名なお土産やその背景をもっと説明してくれると良い。 または、その地域ならではのお土産とつながる体験を含めるのも良い。 ・ 絹工場では作る体験をして、そのお土産を持ち帰ったり購入できたりすると嬉しい。 ・ 寺院では時間が限られていました。私個人としては元伊勢神社での祈りを座って見るより、地域の物語や文化をもっと学びたい。観光客でも、観光地化されていない地域に行くことを好む人は、地域文化を学ぶことに関心が高いため、学びながら体験できる機会があると良いと思う。
・ 少しの時間でも糸を紡いだり、織物を体験できると思っていた ・ 現代の人々がなぜこの仕事を選ぶのかについても知りたい。（全体としては、とても楽しめた）

・**「海の京都編」モニターツアーアンケート結果**

□通訳案内士やバス車両に関する意見

□ガイド
・とても優しく、親しみやすくて引き込まれる方だった。日本の文化や習慣について知識があり、積極的に共有してくれたので、旅が楽しく、興味深いものになった。
・素晴らしかった。ツアーについてよく知っていて、私たちの質問にも答えてくれた。単に案内するだけでなく、一緒に体験を楽しんでくれて、親しみやすく楽しい雰囲気だった。まるで小学校の好きな先生が知識を教えてくれるような感じだった。
・スタッフ、バスの運転手、通訳の皆さんが揃って、このツアーを大成功にしてくれた。
・皆が楽しめてつながりを感じられるよう、全力を尽くしてくれました。
・ツアーガイドは面白く親切だった。一方、案内は少なめにするか、可能であれば短くしてほしい。また、話し方を外国人向けに変えると良いかもしれない。多くの外国人は、参加者とやり取りしない長い説明に驚き、負担に感じることがある。外国人は形式的な説明よりも、親しみやすく短く、個人的なやり取りを好むことが多い。

□バス
・独立シートで大変快適だった。（多数）
・バスのサービスも良かった。運転はスムーズで時間通りで、安心して過ごせた。
・無料WiFiがあればよかった。QRコードはありましたが、私や他の外国人が接続できるネットワークは表示されなかった。

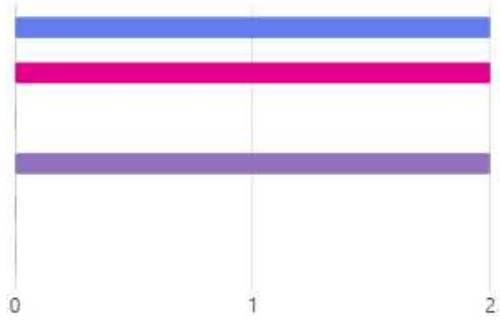
12. 【Q6】バスツアーの商品化・販売に重要となる新しい仕掛けと感じた施設・体験（最大3個の選択）

元伊勢籠神社（特別祈祷・神楽体験）	1
橋立ベイホテル（創作フレンチランチ）	0
成相寺（見学）	3
丹菱（ちりめん工場見学）	4
道の駅丹波味夢の里（お買い物）	0
その他	0



13. 【Q7】ご参加いただいたツアーについて、どの販売価格帯が適切だと感じましたか?

～10,000円	2
10,000円～13,000円	2
13,000円～16,000円	0
16,000円～20,000円	2
20,000円～25,000円	0
25,000円～	0



・「海の京都編」モニターツアーアンケート結果

□本ツアーを商品化・販売するにあたっての課題点

・混雑していない分知名度に劣る訪問場所が多く感じたので、どうアテンションを集めるかが難しいと感じる。成相寺の塔など、写真映えする場所をうまく利用できたら、と考えている。
・訪問者が後で共有したり実践できるような、より実践的で創造的な活動が計画にあると、もっと魅力的になると思った。
・全体的な体験は素晴らしかった。一方、パンフレットの所要時間と実際に施設で過ごせた時間が合っていないと感じ、少し急いでいる印象を受けた。 ・バスにWi-Fiがないことは、このツアーの特徴として逆に良い面かもしれない。 これらの小さな調整点を除けば、他はすべて素晴らしい内容でした。
・適切なターゲット層を見つけること
・ターゲットとなる参加者やその具体的な関心にもう少し焦点を当てると良いと思った。 例）神社や寺院の訪問は強い文化的ハイライトであり、地域の伝統や歴史的意義について、もっと英語で説明するとさらに魅力が増す。 →神社からフランス料理のランチ、その後の絹工場訪問への流れは、現状では少しつながりが薄く感じられる。精神的・文化的な場所に興味がある参加者は、日本文化により深く没入できる体験を求めるかも。 ・より一貫したストーリーを作るために、ランチを和仏折衷料理にする、あるいは地元の日本産食材を使用していることを強調すると良い。こうすることで、文化的な焦点を保ちつつ、独自の食体験も提供できる。 ・絹工場は魅力的な要素だが、主に繊維や職人技に関心のある人に向いている。ツアー全体を「日本の絹と文化遺産」をテーマに再構成するのも一案か。 例）タイトル『Spirituality to Silk: Tracing Threads of Japanese Culture（精神性から絹へ：日本文化の糸をたどる）』 →神社（伝統衣装や儀式における絹との関わり）と織物の技術や食文化を結びつけた、より強いストーリーテリングが可能になる。 統一されたテーマでツアーを洗練させることで、より明確なターゲットに訴求でき、記憶に残る有意義な体験を提供できると思う。
・日本式のツアー（参加者が快適に過ごせて、体験は短く受動的で、さまざまなものを楽しめる形式）は評価しており、このターゲット層は、海外からの参加者の場合、比較的裕福であることが多い。そのような外国人は、少人数やプライベートツアー、個別対応やカスタマイズ体験、あるいは旅程の管理を求めることがあり、必ずしも貴社のビジネスモデルに合うとは限らない。 ・一方で、多くの外国人グループは受動的で消費型のツアーを好まない。彼らは体験やつながりを感じたいと思っており、「ツアー」という言葉自体を好まない場合もある。多くの場所を急いで回るのではなく、場所や人と結びついた豊かで意味のある交流を求め、共感できる思い出のストーリーを作りたいと思っている。単に事実の説明を聞くだけではなく、何かが重要である理由を実感できるような体験や、手を動かす体験を通して理解したいと考えている。地域の人々と交流したり、短時間（1時間未満）であっても何かを体験することで、旅の価値を感じ、多くの人に楽しさを伝えたいと思っている。その体験を通して自分が少し変わったと感じられれば、大きな魅力になると考える。 ・この点を踏まえてツアーの時間配分や内容を再構成することをお勧めする。そうすれば、より多くの参加者を引きつけ、料金も高く設定できる可能性がある。詳しく知りたい場合は、ぜひご連絡ください：（以下、メールアドレス/私は教育観光の分野で8年以上働き、大学でも教えている）

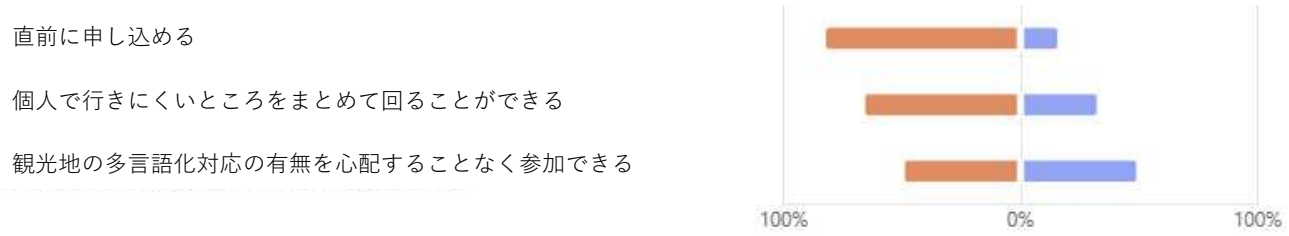
15. 【Q9】「地域周遊バスツアー」は万博来訪者にとって利用しやすいツアーだと思いますか？



・「海の京都編」モニターツアーアンケート結果

16. 【Q10-①】【Q9】にて思うと回答された方へ質問です。「地域周遊バスツアー」のどのような部分が利用しやすいと思いますか。

●あてはまる　●あてはまらない



□その他、利用しやすいと感じた点

・訪れる場所についての詳しい資料をもらい、それを一つずつ確認できるのが良かった。集中して取り組める。ツアーガイドがいることで質問ができ、自分が理解しやすい形で日本文化についてより深く学ぶことができた。
・各アクティビティの時間を明確に示してくれるのは助かります。大阪で集合場所をはっきり見つけられると良い。大きな看板を持つか、非常に分かりやすい場所の前に立つなどすると、初めての訪問者には助かると思う。

18. 【Q11-①】「地域周遊バスツアー」で利用しづらいと感じた点はなんですか。

●あてはまる　●あてはまらない



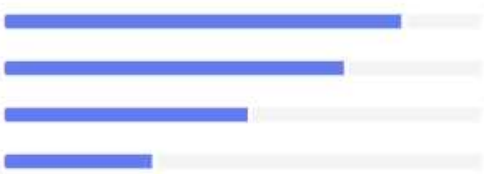
□その他、利用しづらいと感じた点

・万博訪問者にリーチする難しさ、とくに旅前を感じている。
・大きなグループだと、全員とコミュニケーションを取ったり、時間を管理するのが難しいかもしれない。グループチャットに参加できる方法を検討すると良いかもしれないが、観光客ごとに使っているアプリが異なるので少し難しい可能性がある。
・10～15分の休憩は短すぎ。観光地での滞在時間をもう少し長くすると良い。特に海外の観光客は、もっと見たい、写真を撮る時間が必要な場合がある。

・「海の京都編」モニターツアーアンケート結果

20. 【Q12-①】京都府の地方部の魅力をどう感じられましたか？当てはまる順に並び替えてください。
（最も感じた項目を上にしてください）

1 昔ながらの地方文化（衣食住）や歴史を体験・学ぶことができた
2 混雑しておらず、ゆっくりと見学できることが良かった
3 ガイドの質が高く、満足度を高めるものだった
4 都市部よりも地域の方と近く触れ合うことができた

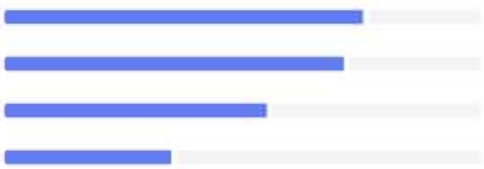


□その他、魅力と感じた点

・知識レベルの異なるメンバーが混ざったグループでも、とても良かった。
・より本物の体験をしたい。
・交流は素晴らしかったが、機会はほとんどなかった。

22. 【Q13-①】地方部のバスツアーで最も消費額を上げるものは何だと想定しますか？当てはまる順に上から並べ替えてください。
（最も当てはまる項目を上にしてください）

1 そこでしか体験できない文化やアウトドアの体験
2 日本の田舎を感じることができる手作りのお土産
3 そこでしか食べられない郷土料理の食べ歩き
4 宿泊施設のオプション（露天風呂付き客室、貸切露天風呂、食事のグレードアップなど）



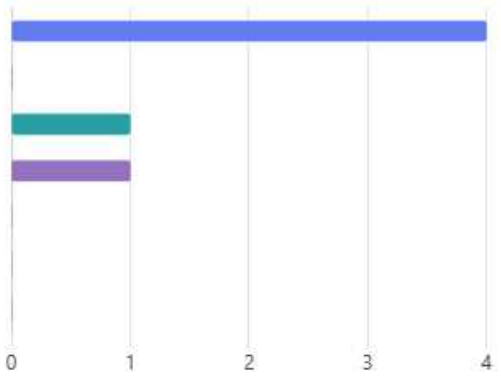
□その他、消費額を上げるために必要な点

・オンライン販売、ちりめん商品をネットで購入希望の方がいたが、スムーズに販売サイトを案内できなかった。残念。
・よりユニークなストーリーテリングを聞きたい。
・体験型の活動、地域の人々とのつながり、忘れられないストーリーの感覚。これらがうまく提供されれば、多くの人は高額でも支払うでしょう。

・「海の京都編」モニターツアーアンケート結果

24. 【Q14】地方部のバスツアーに参加する場合、最も重要視するポイントは何でしょうか？

発着場所・運行ルート	4
運行頻度	0
販売方法	1
情報発信	1
催行保証	0
申込期限	0
その他	0



□地方部への旅行の期待値を上げるためには、どのような仕掛けが必要か。

・旅前の情報収集中の人にリーチする方法。
・日本の田舎の暮らしを映した手作りのお土産やスタンプを試してみたい。
・本文化の一部を体験できる実践的な活動を加えると、さらに良くなると思う。
・もっと体験型の活動があると良い。参加者が実際に手を動かせるインタラクティブな活動を増やしてほしい。
・ストーリーテリングやプロモーションの方法について。潜在的な観光客に届く場所で自身を宣伝する必要がある。プロモーションの一環として、ストーリーテリングを改善し、本物らしさ、文化、隠れた名所とつなげると良い。 ・ひとつのツアーパッケージにはテーマを持たせ、観光客の関心とすべての体験を結びつけるようにし、さらに、観光客が何かを体験して、それをお土産として持ち帰れるようにすると良い。
・その価値を理解するための十分な時間が必要。多くの場所を短時間で回るツアーは、外国人観光客には失望感を与え、有名な観光地と変わらない印象になりがちである。地域の魅力は、ユニークな体験を通じてつながる機会にあると思う。

・「海の京都編」地域事業者アンケート設問

【Q１】記入者名・属性

【Q２】訪日外国人旅行者の受入実績（人数・主な市場・予約媒体・交通手段）を教えてください。

【Q３】【Q２－更問】（実績が多い場合）どのような宣伝をしてきましたか？

【Q４】【Q２－更問】最近の市場に変化はありますか？

【Q５】訪日外国人旅行者を対象としたバスツアーの受入可否（受入可能人数・多言語対応・キャッシュレス対応など）について教えてください。

【Q６】【Q５－更問】（受入可の場合）一定の団体となるバスツアーに期待することはありますか？

【Q７】【Q５－更問】（受入否の場合）改善もしくは対応の余地はありますか？

【Q８】大阪・関西万博を契機に訪日外国人旅行者が来訪されていると感じますか？

【Q９】万博終了後も訪日外国人旅行者に訪問してもらえると思う、受入施設の最大アピールポイントがあれば教えてください。

【Q10】（受入施設→旅行会社・DMO・行政に向けて）困っていること・知りたいことなどがあれば教えてください。

・「海の京都編」地域事業者アンケート結果

海の京都　地域共創事者アンケート集計結果

□参加者（名前・所属・役職等）

①西川幸治/海の京都 DMO/部長

②糸井宏輔/代表取締役

□訪日外国人旅行者の受入実績（人数・主な市場・予約媒体・交通手段）を教えてください。

①実績あり　700 名（2024 年度）、イギリス、アメリカ、オーストラリア、フランス、B2B
②実績あり　18 名　予約媒体海の京都、交通手段バス、タクシー、車

□（実績が多い場合）どのような宣伝をしてきましたか？

①商談会・提携エージェントへのセールス
②SNS 投稿・メディア発信（新聞テレビ）

□最近の市場に変化はありますか？

①今年度のみかもしれないが、台湾が弱含みで欧米が上昇傾向
②年々観光客が増加している

□訪日外国人旅行者を対象としたバスツアーの受入可否（受入可能人数・多言語対応・キャッシュレス対応など）について教えてください。

①事業者ではないので回答不可
②受入可能　受入可能人数 25 人・多言語非対応日本語のみ、キャッシュレス、クレジットカード、PayPay

□（受入可の場合）一定の団体となるバスツアーに期待することはありますか？

①日帰りではなく、宿泊を伴った行程を希望する
②丹後ちりめん工場見学ツアー

□（受入否の場合）改善もしくは対応の余地はありますか？

①ベジタリアン、ハラル対応の飲食店が少ない
②ある

□大阪・関西万博を契機に訪日外国人旅行者が来訪されていると感じますか？

①感じない
②感じる

・「海の京都編」地域事業者アンケート結果

□万博終了後も訪日外国人旅行者に訪問してもらえると思う、受入施設の最大アピールポイントがあれば教えてください。

①アジアに向けて、冬の味覚（ブランドガニや真牡蠣など）
②天橋立が一望出来るカフェで世界唯一無二のちりめんが出来る工程をご覧いただける。

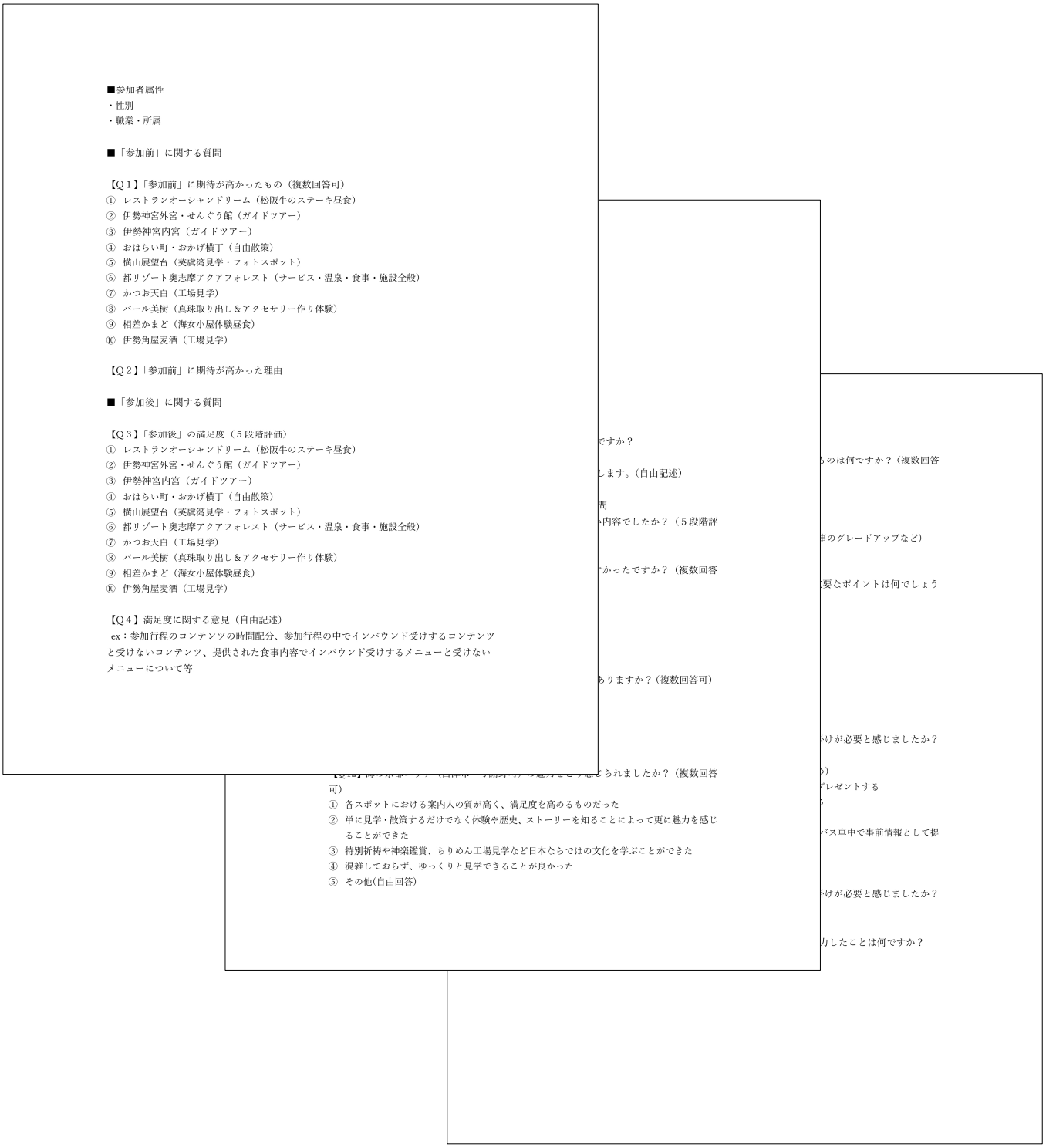
□（受入施設→旅行会社・DMO・行政に向けて）困っていること・知りたいことなどがあれば教えてください。

①逆視点として、在庫設定のできる即売体験プランの充実を図りたい。 定番観光に加え、宿泊したいと思う朝夜の体験観光プランの充実を図りたい。
②今のところ特になし

●伊勢志摩編

実施日　：　令和7年8月4日（月）～令和7年8月5日（火）
行先　：　伊勢神宮(内宮・外宮)、おはらい町・おかげ横丁、横山展望台、かつおの天白、パール美樹、伊勢角屋麦酒(工場)
回答者　：　9名

・「伊勢志摩編」ファムトリップアンケート設問



■参加者属性
・性別
・職業・所属

■「参加前」に関する質問

【Q１】「参加前」に期待が高かったもの（複数回答可）
① レストランオーシャンドリーム（松阪牛のステーキ昼食）
② 伊勢神宮外宮・せんぐう館（ガイドツアー）
③ 伊勢神宮内宮（ガイドツアー）
④ おはらい町・おかげ横丁（自由散策）
⑤ 横山展望台（英虞湾見学・フォトスポット）
⑥ 都リゾート奥志摩アクアフォレスト（サービス・温泉・食事・施設全般）
⑦ かつお天白（工場見学）
⑧ パール美樹（真珠取り出し＆アクセサリー作り体験）
⑨ 相差かまど（海女小屋体験昼食）
⑩ 伊勢角屋麦酒（工場見学）

【Q２】「参加前」に期待が高かった理由

■「参加後」に関する質問

【Q３】「参加後」の満足度（５段階評価）
① レストランオーシャンドリーム（松阪牛のステーキ昼食）
② 伊勢神宮外宮・せんぐう館（ガイドツアー）
③ 伊勢神宮内宮（ガイドツアー）
④ おはらい町・おかげ横丁（自由散策）
⑤ 横山展望台（英虞湾見学・フォトスポット）
⑥ 都リゾート奥志摩アクアフォレスト（サービス・温泉・食事・施設全般）
⑦ かつお天白（工場見学）
⑧ パール美樹（真珠取り出し＆アクセサリー作り体験）
⑨ 相差かまど（海女小屋体験昼食）
⑩ 伊勢角屋麦酒（工場見学）

【Q４】満足度に関する意見（自由記述）
ex：参加行程のコンテンツの時間配分、参加行程の中でインバウンド受けするコンテンツと受けないコンテンツ、提供された食事内容でインバウンド受けするメニューと受けないメニューについて等

ですか？

します。（自由記述）

問
内容でしたか？（５段階評

かったですか？（複数回答

ありますか？（複数回答可）

可）
① 各スポットにおける案内人の質が高く、満足度を高めるものだった
② 単に見学・散策するだけでなく体験や歴史、ストーリーを知ることによって更に魅力を感じることができた
③ 特別祈祷や神楽鑑賞、ちりめん工場見学など日本ならではの文化を学ぶことができた
④ 混雑しておらず、ゆっくりと見学できることが良かった
⑤ その他(自由回答)

のは何ですか？（複数回答

事のグレードアップなど）

要なポイントは何でしょう

けが必要と感じましたか？

レゼントする

バス車中で事前情報として提

けが必要と感じましたか？

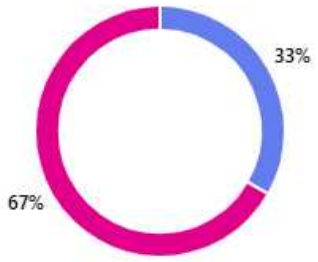
力したことは何ですか？

・「伊勢志摩編」ファムトリップアンケート結果

□参加者内訳

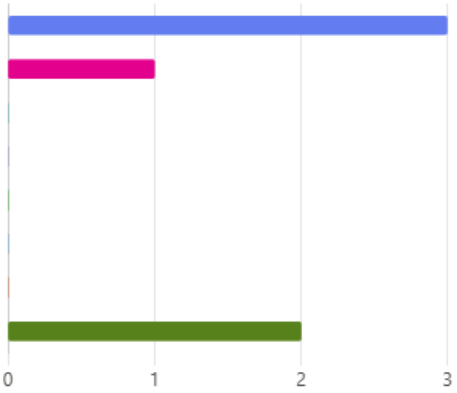
1.性別

男性	2
女性	4
回答しない	0



2. 職業・所属

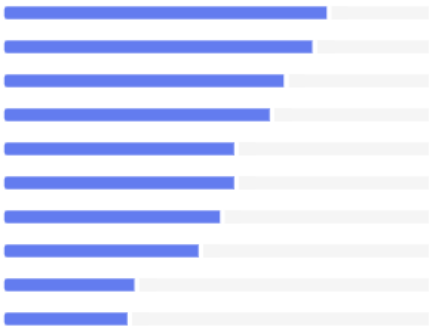
旅行会社(国内旅行担当)	3
旅行会社(インバウンド担当)	1
旅行会社(その他)	0
ランドオペレーター	0
ホテルコンシェルジュ	0
通訳案内士	0
メディア・インフルエンサー	0
その他	2



□参加前の期待値

3. 【Q1-①】「参加前」に期待が高かった順に並べてください。（期待が高い項目を上にしてください）

1 パール美樹（真珠取り出し＆アクセサリー作り体験）
2 レストランオーシャンドリーム（松阪牛のステーキ昼食）
3 横山展望台（英虞湾見学・フォトスポット）
4 相差かまど（海女小屋体験昼食）
5 都リゾート奥志摩アクアフォレスト（サービス・温泉・食事・施設全般）
6 かつお天白（工場見学）
7 伊勢神宮外宮・せんぐう館（ガイドツアー）
8 伊勢神宮内宮（ガイドツアー）
9 おはらい町・おかげ横丁（自由散策）
10 伊勢角屋麦酒（工場見学）



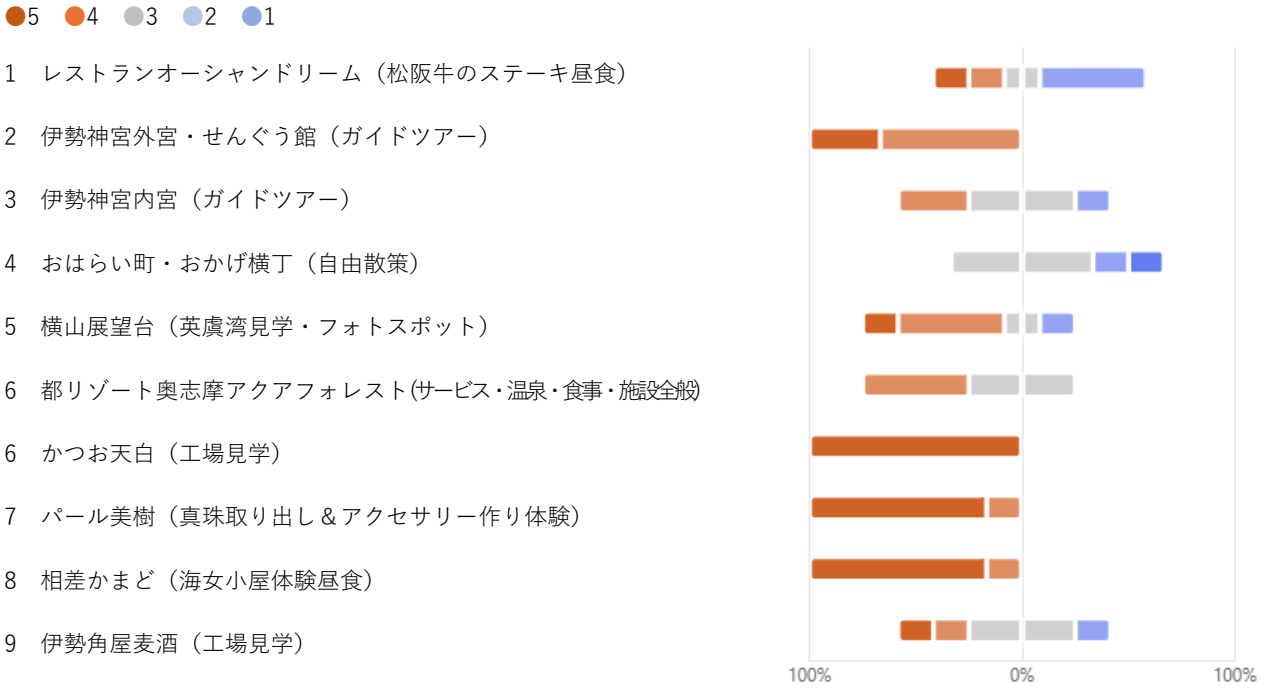
その他：ツアー内の旅行者同士の交流

□期待が高かった理由

・様々な国の人と話すことができるから。
・今まで経験がなく、とてもいい経験になりそうな気がした。真珠のアクセサリーのお土産も楽しみだった。
・歴史が古く、今でも信仰されている理由がわかるから。
・以前に行ったことがあり、美味しいことが分かっていたので期待していました。
・個人では行きづらく、団体でもツアーに組み込む機会が少ないため得られる情報が少なかったから
普段松阪牛のステーキを食べる機会がないため、今回本場のお肉を食べられるということで。

・「伊勢志摩編」ファムトリップアンケート結果

6. 【Q3】「参加後」の満足度（5段階評価）



□参加後の満足度に関する意見

・時間が押してしまうので、スケジュールは余裕を持ったものが良い。
・かつお天白は、日本人でもあまり知らない情報を知ることができ、また店主の方もとてもユーモアがあり、すごく楽しい経験になった。国内の旅行客も楽しむことができると思う。 バスが近くまで入らず、歩く箇所が多かったり、場所の環境でエアコンなどがない場所は夏にはかなり大変だと思った。
・都リゾートには泊まっていない。 鰹天白は慣れている店主の説明がおもしろい。
・松阪牛はなかなか焼けず、外国の方がいつ食べ時かわからないと言っていた。 ・展望台に行くのに足場がよくないところを歩くなど、想定していたよりもハードで、靴や服装など気をつける点を事前に知りたかった。また今回は英語での説明がメインで日本の参加者がついていけていないところが見受けられた、事前に趣旨についてもう少し伝えていた方がよかったと思った。 ・各コンテンツで案内→通訳するとその倍以上の時間がかかることを想定して行程を作成してほしい。
・外宮が思いの外、外国籍の方達が熱心だったのでもう少し所要時間があっても良いと思う。
・おかげ横丁での自由散策が短く、あまり見て回れなかった。 ・インバウンドの方達は伊勢神宮外宮の博物館や、かつおの天白などの地元の職人さんのお話を積極的に聞いているのが印象的だった。食事や体験はもちろん、日本の歴史や伝統にもかなり興味がある様子。 ・松阪牛のステーキは、体の大きい海外の方でも食べきれていなかった。もう少し量が少なくても良いと思う。

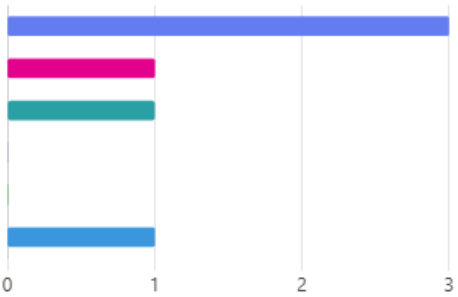
・「伊勢志摩編」ファムトリップアンケート結果

□ツアーガイド／バス車両に関する意見

□ツアーガイド ・個人で参加するときには知ることのできないこと情報を得ることができ、とても楽しく参加できた。 ・通訳ガイドの方に資料を渡し、事前に少し各コンテンツについて調べてもらうことが良いと思った。 ・体験についてはガイドの方が参加者と同じことをするのではなく、時間を有効にするために外国の方のアシストに徹していただいた方がいいと思った。
□バス ・バス車内はリラックス出来る空間であった。 ・足元が広々としていてリクライニングも使用でき快適に過ごせました。 ・バス車両は、ゆっくり座れて移動が楽だった。 ・バスは快適でドライバーの方もとても感じがよく大変よかったです。 ・バスはエアコンもちょうど良く快適でしたが、駐車場所が施設から離れてしまうと移動が大変だと感じた。

9. 【Q6】本ツアーを商品化・販売する場合の価格帯

～40,000円	3
40,000円～45,000円	1
45,000円～50,000円	1
50,000円～55,000円	0
55,000円～60,000円	0
60,000円～	1



□商品化・販売するにあたっての課題

・日本食をインバウンドマーケティング向けに提供する場合、ナイフがあると良い。 例：例えば焼肉ランチでは焼肉をお箸で食べるが、噛み切りにくいという意見が出たため
・暑さや寒さは課題点（展望台や、伊勢神宮を歩く、施設によってはエアコンなどの設備がない場所も） ・展望台とパール美樹は歩きにくい石段や急な坂道など、ご年配の方が参加するには課題がある。
・今回くらいの人数がよい。あまり人数が多くなると、ツアー会社、ガイドが対応することが難しくなる。
・インバウンドとしては1日目のほぼ伊勢神宮のみの行程が興味のない方には辛い行程。 ・国内対象としては展望台への坂道、体験スペースのキャパの少なさが難しいと感じた。
・募集型で販売するには受け入れ人数が少数になるところ。
・地元の伝統文化を多くの人に知ってもらい、魅力を伝えることが課題と感じる。

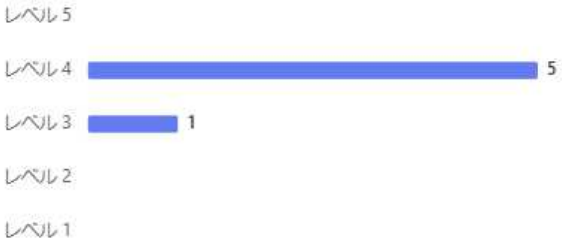
・「伊勢志摩編」ファムトリップアンケート結果

□その他、今回のツアーについての意見

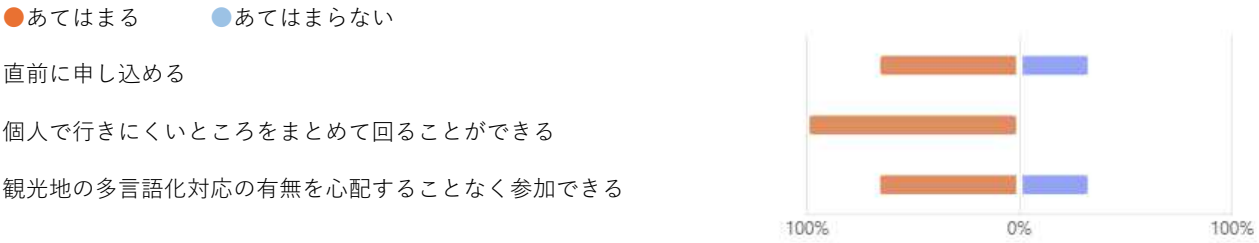
・展望台等は天候に左右されるので、例えば雨天の場合、柔軟にツアー内容を変更できるのか否か。 ・体験型ツアーは外国の方が非常に楽しんでいた、組み込むべき。
・宿：綺麗だが、オーシャンビューと言えるほど海はあまり見えなかった。あえて言わない方がいいと感じた。 ・どの観光施設も興味深く、インバウンドの旅行客、日本人旅行客共に個人ではなかなか行きづらい場所も多かったため、上記の課題がクリアできれば販売に繋げていけるのではないかと感じる。
・バスにモニターがあれば、活用したほうがよいと思う。
・ハードな行程でしたが、満足度の高いツアーでした。
・伊勢角屋麦酒での工場見学は割高に感じた。ビールを飲まない人のメニューがもう少し充実していたらいいなと思った。

12. 【Q9】「地域周遊バスツアー」は来訪者にとって利用しやすい内容でしたか？





13. 【Q10-①】「地域周遊バスツアー」のどのような部分が利用しやすいと思いますか。



その他：地元の説明者の対応が丁寧だった／なんば発着であること

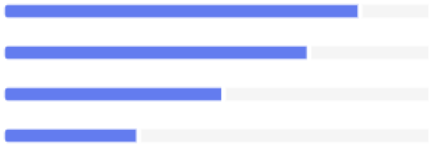
15. 【Q11-①】「地域周遊バスツアー」で利用しづらいと感じた点はなんですか。



・「伊勢志摩編」ファムトリップアンケート結果

17. 【Q12-①】伊勢志摩の魅力をどう感じられましたか？感じた項目順に並び替えてください。
（最も感じた項目を上にしてください）

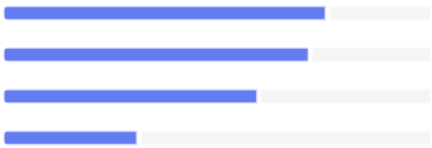
1 単に見学・散策するだけでなく体験や歴史、ストーリーを知ることによって更に魅力を感じることができた
2 各スポットにおける案内人の質が高く、満足度を高めるものだった
3 混雑しておらず、ゆっくりと見学できることが良かった
4 特別祈祷や神楽鑑賞、ちりめん工場見学など日本ならではの文化を学ぶことができた



その他：参加者の学習意欲が高く、団体行動がうまくできていた／4は当てはまるコンテンツがない

19. 【Q13-①】地方部のバスツアーで最も消費額を上げると感じる項目順に並び替えてください。
（最も感じた項目を上にしてください）

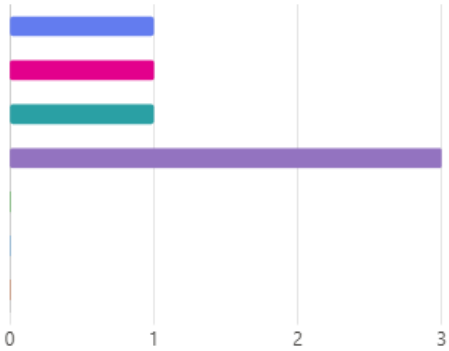
1 そこでしか体験できない文化やアウトドアの体験
2 日本の田舎を感じることができる手作りのお土産
3 そこでしか食べられない郷土料理の食べ歩き
4 宿泊施設のオプション（露天風呂付き客室、貸切露天風呂、食事のグレードアップなど）



その他：今回のような工場見学や伝統文化を学ぶことができること。普段できない体験。

21. 【Q14】バスツアーが地方誘客の切り札となるために、最も重要なポイントは何でしょうか？

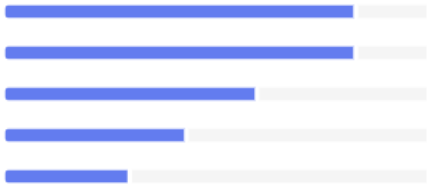
発着場所・運行ルート	1
運行頻度	1
販売方法	1
情報発信	3
催行保証	0
申込期限	0
その他	0



・「伊勢志摩編」ファムトリップアンケート結果

22. 【Q15-①】地方部への旅行の期待度を上げるためにどのような仕掛けが必要と感じましたか？必要と感じた項目順に並び替えてください。（最も感じた項目を上にしてください）

1 その地域特産のお土産情報を提供する、または小さなお土産をプレゼントする
2 旅マエに得られる観光情報の調べやすさ・充実化（多言語化含め）
3 地元の人と交流できるような機会を作る
4 思い出に残るような、ツアーの多言語化パンフレットを作成する
5 移動中の時間の使い方（例えば当日ご案内する観光地の案内をバス車中で事前情報として提供するなど）



その他：ツアーへの興味が高まるような動画や画像などを多くの人が目につきやすいSNSに情報発信
／その地域に合うターゲットへの情報発信、体験、学習、人との交流。

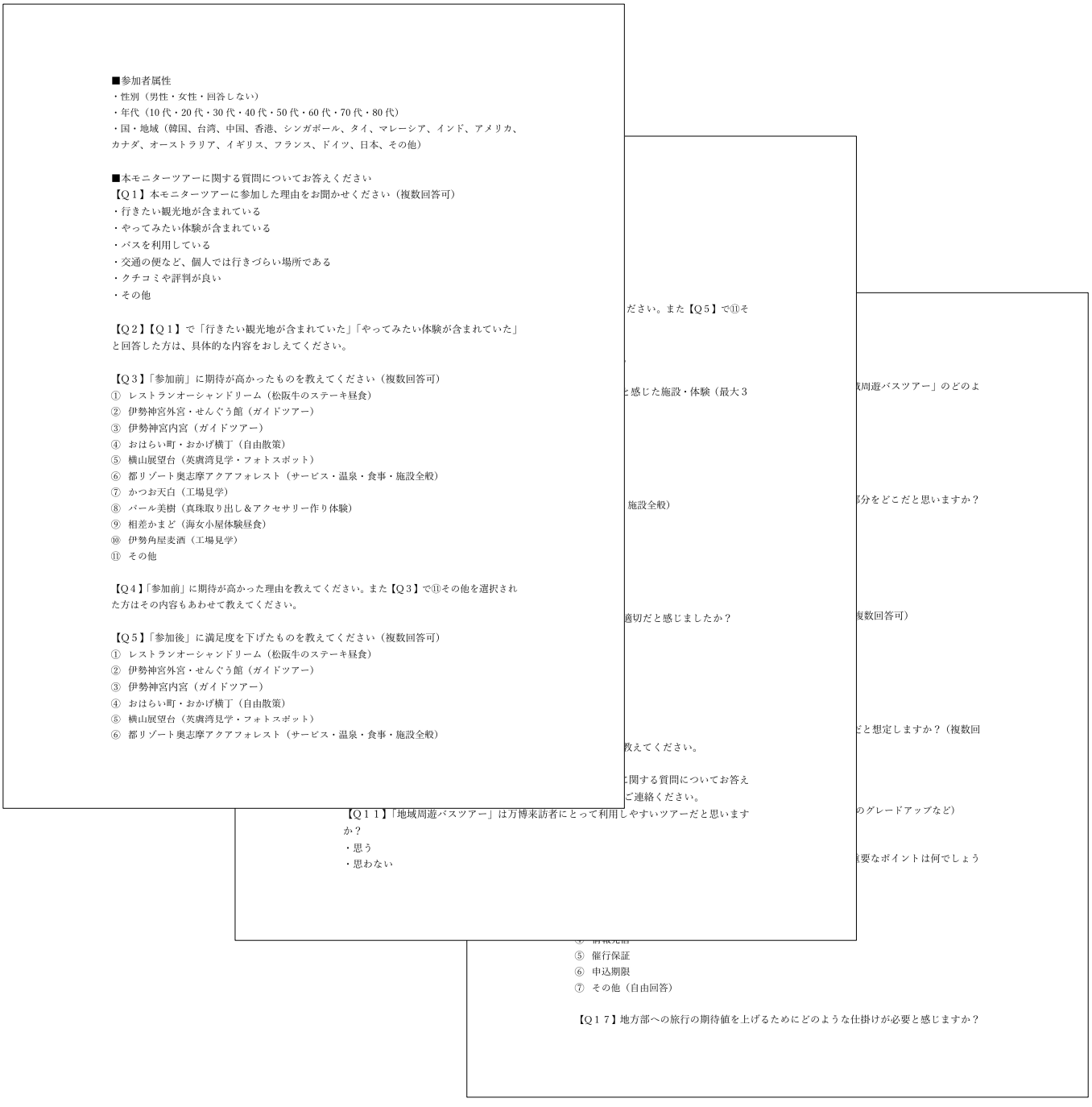
□地方部への旅行の期待値を上げるために必要と感じる仕掛け

・地方部でしか体験できない「コト体験」。
・このツアーだからこそ得られる特典・経験などを発信する。
・いろいろなコンテンツを組み合わせその中からツアーの内容を吟味する。
・コンテンツの発掘、情報発信。
・観光地の魅力を事前にしっかりと周知させる。
・SNSで地元の伝統や歴史について発信するなどで知名度を高める必要がある。

●伊勢志摩編

実施日　：　令和7年8月4日（月）～令和7年8月5日（火）
行先　：　伊勢神宮(内宮・外宮)、おはらい町・おかげ横丁、横山展望台、かつおの天白、パール美樹、伊勢角屋麦酒(工場)
回答者　：　9名

・「伊勢志摩編」モニターツアーアンケート設問



■参加者属性
・性別（男性・女性・回答しない）
・年代（10代・20代・30代・40代・50代・60代・70代・80代）
・国・地域（韓国、台湾、中国、香港、シンガポール、タイ、マレーシア、インド、アメリカ、カナダ、オーストラリア、イギリス、フランス、ドイツ、日本、その他）

■本モニターツアーに関する質問についてお答えください
【Q１】本モニターツアーに参加した理由をお聞かせください（複数回答可）
・行きたい観光地が含まれている
・やってみたい体験が含まれている
・パスを利用している
・交通の便など、個人では行きづらい場所である
・クチコミや評判が良い
・その他

【Q２】【Q１】で「行きたい観光地が含まれていた」「やってみたい体験が含まれていた」と回答した方は、具体的な内容をおしえてください。

【Q３】「参加前」に期待が高かったものを教えてください（複数回答可）
① レストランオーシャンドリーム（松阪牛のステーキ昼食）
② 伊勢神宮外宮・せんぐう館（ガイドツアー）
③ 伊勢神宮内宮（ガイドツアー）
④ おはらい町・おかげ横丁（自由散策）
⑤ 横山展望台（英虞湾見学・フォトスポット）
⑥ 都リゾート奥志摩アクアフォレスト（サービス・温泉・食事・施設全般）
⑦ かつお天白（工場見学）
⑧ パール美樹（真珠取り出し＆アクセサリー作り体験）
⑨ 相差かまど（海女小屋体験昼食）
⑩ 伊勢角屋麦酒（工場見学）
⑪ その他

【Q４】「参加前」に期待が高かった理由を教えてください。また【Q３】で⑪その他を選択された方はその内容もあわせて教えてください。

【Q５】「参加後」に満足度を下げたものを教えてください（複数回答可）
① レストランオーシャンドリーム（松阪牛のステーキ昼食）
② 伊勢神宮外宮・せんぐう館（ガイドツアー）
③ 伊勢神宮内宮（ガイドツアー）
④ おはらい町・おかげ横丁（自由散策）
⑤ 横山展望台（英虞湾見学・フォトスポット）
⑥ 都リゾート奥志摩アクアフォレスト（サービス・温泉・食事・施設全般）

ださい。また【Q５】で⑪そ

と感じた施設・体験（最大３

施設全般）

適切だと感じましたか？

教えてください。

に関する質問についてお答え
ご連絡ください。
【Q１１】「地域周遊バスツアー」は万博来訪者にとって利用しやすいツアーだと思いますか？
・思う
・思わない

周遊バスツアー」のどのよ

分をどこだと思いますか？

複数回答可）

と想定しますか？（複数回

のグレードアップなど）

要なポイントは何でしょう

⑤ 催行保証
⑥ 申込期限
⑦ その他（自由回答）

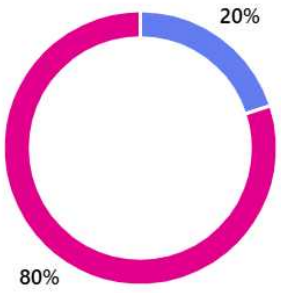
【Q１７】地方部への旅行の期待値を上げるためにどのような仕掛けが必要と感じますか？

・「伊勢志摩編」モニターツアーアンケート結果

□参加者内訳

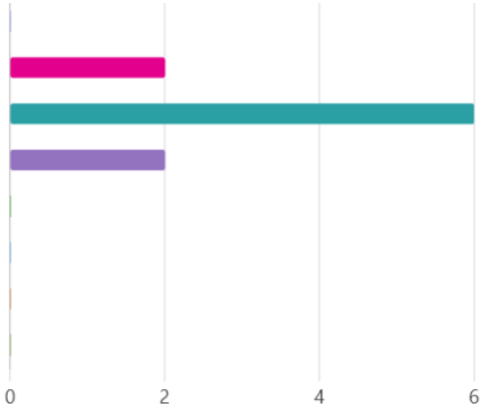
1.性別

男性	2
女性	8
回答しない	0



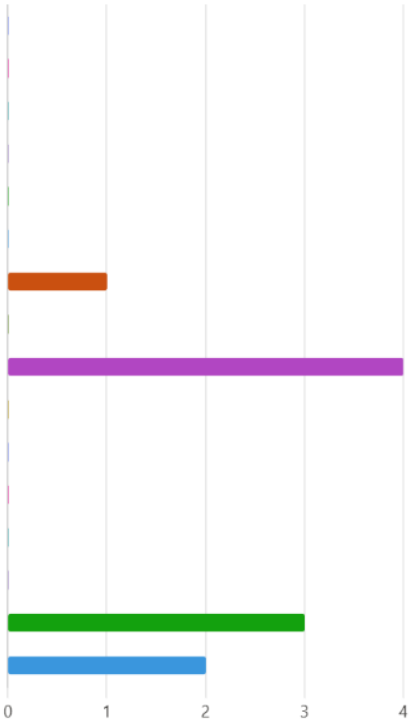
2. 年代

10代	0
20代	2
30代	6
40代	2
50代	0
60代	0
70代	0
80代	0



3. 国・地域

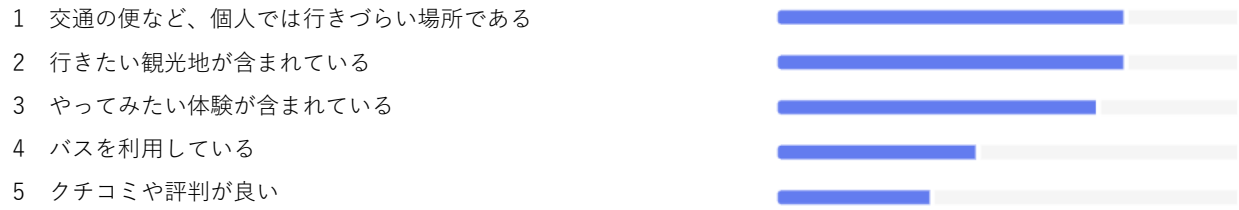
韓国	0
台湾	0
中国	0
香港	0
シンガポール	0
タイ	0
マレーシア	1
インド	0
アメリカ	4
カナダ	0
オーストラリア	0
イギリス	0
フランス	0
ドイツ	0
日本	3
その他	2



その他：ベトナム／モロッコ

・「伊勢志摩編」モニターツアーアンケート結果

4. 【Q1-①】本モニターツアーに参加した理由について、当てはまる順に上から並べ替えてください。
（最も当てはまる項目を上にしてください）



□参加者内訳

・地方創生のためのバスツアーについて学ぶため。
・三重の海岸を見るのを楽しみにしていた。
・志摩エリアで船に乗るのは素晴らしい体験になると思う。 ・海女さんが潜る様子を見る又は一緒に潜るのも楽しそう。一部の参加者はそれができると思っていた。

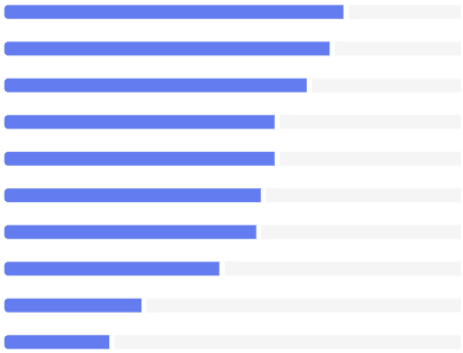
□「行きたい観光地」「やってみたい体験」の具体的な内容について

・天白さん訪問
・海女さん､特に潜る様子を見たかった。見ることはできなかったが真珠体験や海鮮BBQが嬉しかった。
・海女さんを見て、ミキモト真珠の採取方法について学びたいと思った。
・一番好きだったのは真珠採り体験。旅行に行く前から真珠採りには興味があった。実際のプロセスは知らなかった。学ぶだけでなく、自ら参加することもできた体験でした。 ・貝を開けて真珠を見つけるのはとても面白く、清掃の作業に参加するのも素晴らしい体験だった。この体験は一生忘れらない。また、真珠を採った後に地元の魚に餌をあげられたことも良い経験になった。特に野生のフグを初めて見られたことが嬉しかった。その後のBBQも良いアクセントになった。
・神社を訪れ、ツアーに紹介されていた伝統的な食べ物を味わいたいと思った。
・新しい体験はほとんど楽しめた。予想していなかったが、貝殻や鰹節を使って自分でジュエリーを作るのは楽しかった。また、神社でのガイドや現地の方々の話もとても印象に残った。有名な神社を訪れるのを楽しみにしていたので、多くのことを学べて嬉しかった。
・志摩は美しい海のエリアで､普段はなかなか見られず､行きにくい場所であった。ここで泳いだり､船に乗ったりできたら嬉しかった。上からの景色を眺める時間ももっと欲しかったが､とても短かった。 ・海女さんの潜る様子を見る、あるいは一緒に潜るのも素晴らしい体験になると思った。質問できた時間も楽しかったが、もっと長ければよかった。ツアーの中で最も印象的だったのは、鰹節の伝統的な体験だった。
・かつお節を食べるのが好き。作り方の短いドキュメンタリーを見たことがあり、自分で体験して学びたいと思っていた。また、海女についての短いドキュメンタリーも見て、彼女たちに会い、生活についてもっと知りたいと思っていた。

・「伊勢志摩編」モニターツアーアンケート結果

7. 【Q3-①】「参加前」に期待が高かった順に並べてください。（期待が高い項目を上にしてください）

1 相差かまど（海女小屋体験昼食）
2 パール美樹（真珠取り出し＆アクセサリー作り体験）
3 かつお天白（工場見学）
4 伊勢神宮外宮・せんぐう館（ガイドツアー）
5 都リゾート奥志摩アクアフォレスト（サービス・温泉・食事・施設全般）
6 レストランオーシャンドリーム（松阪牛のステーキ昼食）
7 伊勢神宮内宮（ガイドツアー）
8 横山展望台（英虞湾見学・フォトスポット）
9 おはらい町・おかげ横丁（自由散策）
10 伊勢角屋麦酒（工場見学）



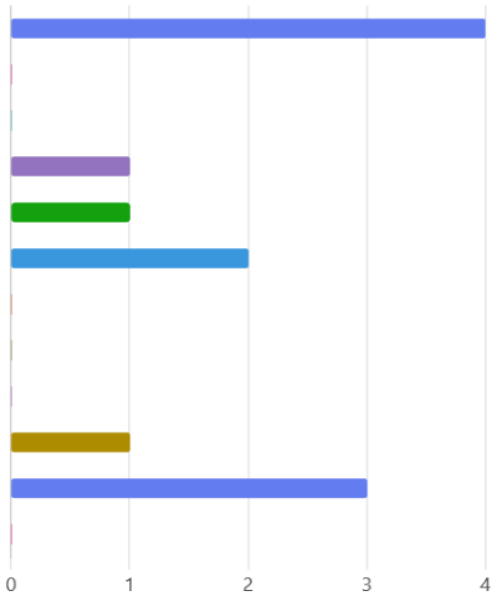
□期待が高かった理由

・友人から良いと聞いていたので
・個人では行きづらくメディアでも取り上げられているところなったから
・普段は松阪牛を食べる機会がなく、今回本場のお肉を食べられることを楽しみにしていた。 ・パール美樹での真珠取り出し体験は、興味はあったが個人旅行では体験できるスポットを見つけられなかったため、今回楽しみにしていた。
・海女に関して期待していたが、カツオ工場もとても良かった。
・海女さんは、潜るときに酸素タンクを使わないのがユニークで会ってみたいと思った。また、潜る様子を見るのも面白そうだと思った。
・伊勢を訪れるのは初めてではなく、伊勢神宮はすでに体験済みだった。他のアクティビティは、自分の住んでいる場所から遠く、これまで体験する機会がなかった。 ・正直、距離がそれほど遠くなくても、移動の管理は難しかったかもしれない。
・美味しい食事と神社を期待していた。神社は以前に少し経験があり、純粋に興味のある場所だった。 ・他の体験については、ツアー前にあまり良い経験がなかったため、期待は低めにしていた。
・神社を訪れ、その歴史を学ぶのがとても好きだから。ガイドがいることで、より深く学べたり、一人で旅行する時とは違い質問できたりした。 ・リゾートも楽しみにしていた。海に近く、興味深い施設がたくさんあったから。
・内宮と外宮には以前行ったことがあった。海の景色や文化体験を楽しみにしていた。
・最も期待していた体験は、以前から知っていた文化的要素に基づいている。オンラインで見て、もっと学びたいと思っていた

・「伊勢志摩編」モニターツアーアンケート結果

9. 【Q4-①】「参加後」に満足度を下げたものを教えてください。（複数回答可）

レストランオーシャンドリーム（松阪牛のステーキ昼食）	4
伊勢神宮外宮・せんぐう館（ガイドツアー）	0
伊勢神宮内宮（ガイドツアー）	0
おはらい町・おかげ横丁（自由散策）	1
横山展望台（英虞湾見学・フォトスポット）	1
都リゾート奥志摩アクアフォレスト（サービス・温泉・食事・施設全般）	2
かつお天白（工場見学）	0
パール美樹（真珠取り出し&アクセサリー作り体験）	0
相差かまど（海女小屋体験昼食）	0
伊勢角屋麦酒（工場見学）	1
満足度を下げたものはない	3
その他	0



□満足度を下げた理由

・体験はあまり面白くなかった。 ・ビールは飲まないが、なぜ工場を始めたのか、その歴史についてもっと知りたかった。体験自体もあまり楽しくなく、参加型ではなかった。
・酒造見学は他の体験と関連性がなく、行かなくてもよかったと思った。 ・ステーキランチはあまり美味しくなく、評判を読んだ後だったので驚いた。 ・横山展望台はほとんど階段の上りで、すぐに移動させられ、景色を長く楽しめなかった。 ・リゾートでの時間も少し短く、もっと探索したり、温泉でくつろいだり、海まで歩いたりしたかった。 ・内宮は素晴らしかったが、ツアーガイドと一緒に訪れるのは少し不快だった。 ・外宮や博物館の情報はとても興味深かったが、内宮では自分たちで自由に、より長く過ごせた方が尊重されていると感じた。
・かなり暑い日で、長い登山になり、景色を楽しめる時間よりも長く歩いた。高齢者や体に制約のある人には向かないかもしれないと思った。
・オーシャンドリーム、美味しかったがコンロの火力の弱さと食器がプラスチックなことが残念だった。アクアフォレスト､広い部屋でゆっくりできたが､食事が単調､手の込んだものが少ないのが残念だった。
・想像以上にお肉が焼けず、時間がかかり火も全然通っていなかった。
・焼肉は美味しかったが、脂が多く、なかなか火が通らなかったため、時間を気にしながら焦って食べた。 ・おはらい町・おかげ横丁での散策も時間が短く、おかげ横丁の方まで見て回ることができなかった。
・ホテルには素敵な入浴施設があるようでしたが、タトゥーのある人は入れなかった。

・「伊勢志摩編」モニターツアーアンケート結果

□ツアーガイド／バス車両に関する意見

□ツアーガイド

・時間配分が気になった。（例）大原町ではお土産を買いたかったのに時間がなかった。施設も早く閉まってしまい、夕食後の8時ごろには、ホテルでの他の活動をほとんど楽しめなかった。
・ホテルの温泉はタトゥーがあると入れず、少し残念だった。
・素晴らしかったです。とても親しみやすく、質問にも丁寧に答えてくれた。
・ツアーは非常にプロフェッショナルに運営され、ガイドは細かく案内してくれ、バスサービスも素晴らしかった。ツアー全体を通して、私たちが快適に過ごせるよう配慮してくれた。質問にもすべて答えてくれ、家族のように気遣ってくれた。すべての瞬間が楽しかった。
・ツアーガイドもバスサービスも期待以上でした。ありがとうございます。
・ツアーガイドはとても親切で、質問するといつも説明してくれた。
通訳を交えてわかりやすく案内してくれた。
・彼女は素晴らしかった。話しやすく、コミュニケーションも良く、他の文化についての知識も豊富だった。
・ツアーは人や場所、物語、体験とつながりを感じられる思い出に残る体験であり、通訳案内士を通じてそれが実現できるのは面白いと感じた。
・展望台やリゾートエリアではもっと時間を延ばして歩いたり、ビーチを楽しんだり、長い移動の後に休めるようにしてほしい。
・訪問先の数を減らし、酒造見学は省いてもよいと思う。量より質で、長くて意味のある滞在の方が良い。
・天白鰹節の伝統工場での体験は、人・場所・物語・体験とのつながりがあり、最高で忘れられない体験となった。こうした体験は人生を変えるほどの価値があり、提供の仕方次第で更に高い価値を感じてもらえる。

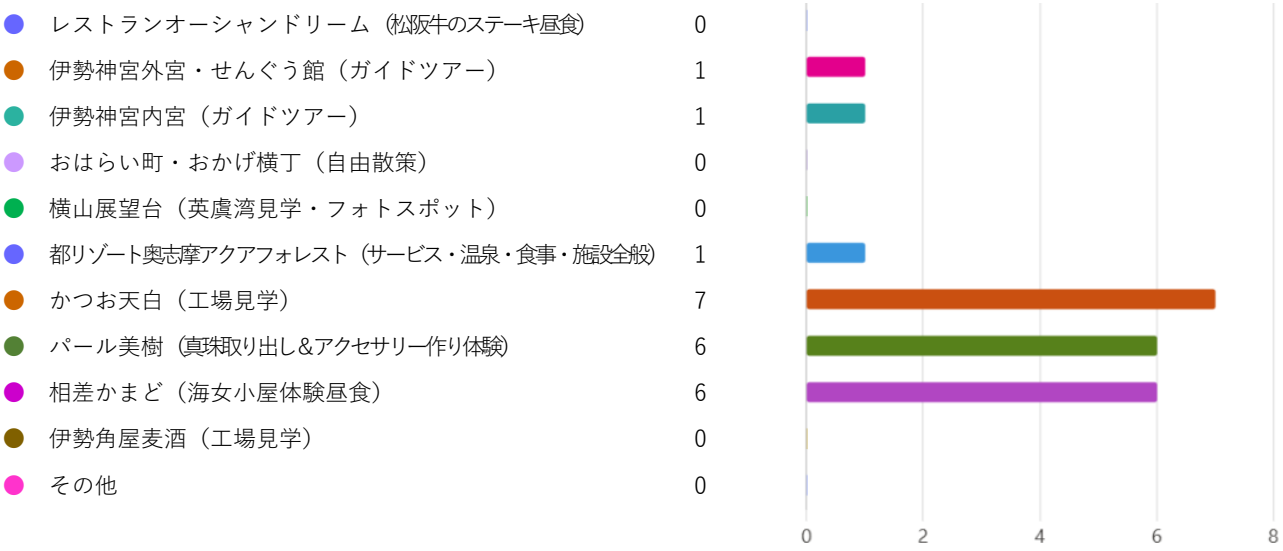
□バス

・バス車両は足元やリクライニングが良く、快適に過ごすことができた。
・バスはとても快適だった。
・バスの移動もとても快適でした。
・バスサービスにも感謝している。予定より長く滞在することがあっても、バスの運転手は常に時間通りに対応してくれた。
・ツアーのスピードと訪問先の数が多すぎて、ほとんどバスに座っている時間ばかりになり、あまり楽しくなかった。

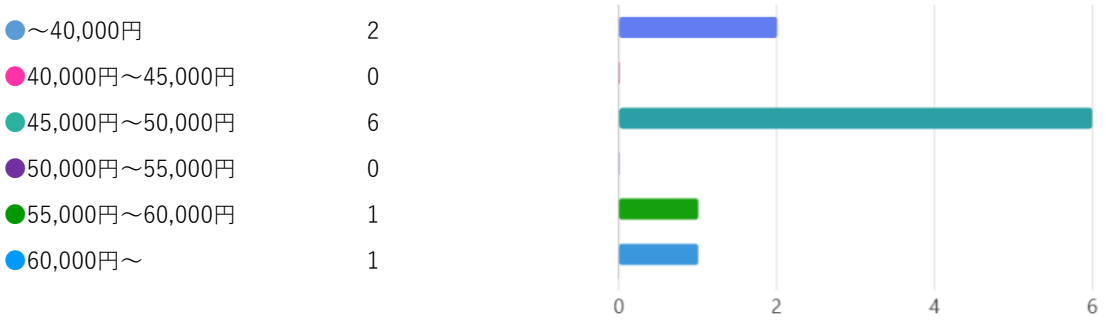
その他（通訳案内士）：みなさん気を使って頂きスムーズにガイドができた。 バスは1人席が快適だった。

・「伊勢志摩編」モニターツアーアンケート結果

12. 【Q6】バスツアーの商品化・販売に重要となる新しい仕掛けと感じた施設・体験（最大3個の選択）



13. 【Q7】ご参加いただいたツアーについて、どの販売価格帯が適切だと感じましたか?



□商品化・販売するにあたっての課題

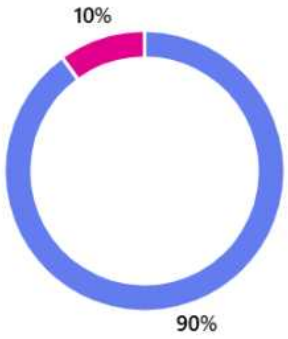
・集客方法。三重の知名度の低さから、一般的な方法では難しい。自然、食など特徴を際立たせて強みにあった集客方法を探す必要がある。
・募集型ツアーでは受け入れ人数に制限がありそうなところ。
・三重県といえば伊勢神宮を思い浮かべる方が多く、鰹節工場や海女小屋での体験の知名度が低いこと。
・タトゥーのある外国人が多い場合、希望しても温泉を利用できないのは残念に感じると思う。
・集合時間は朝もう少し早くしたほうが良い。いくつかの場所では少し急いでいると感じた。
・広告やマーケティング。どんなに素晴らしい体験でも、広告が適切なターゲットに届かなければ、販売はうまくいかない。しかし、このような素晴らしいツアーは、外国人がより本物の日本を体験できるユニークで特別な体験を売りにすれば、必ず売れると思う。伝統的で過剰に観光化された地域とは異なる旅を提供することがポイントであり、最大の懸念は広告・マーケティングにあると考える。

・「伊勢志摩編」モニターツアーアンケート結果

・幼い子どもやティーンエイジャーがいる家族にとって、一緒に旅行して体験する良い機会になると思う。参加者は単なる見学者ではなく積極的に関わることができ、工場や博物館、酒造のオーナーによるストーリーテリングも素晴らしかった。また、リゾート内の望遠鏡も子どもや家族にとって魅力的なポイントだ。案内や紹介もよく行われ、ツアー全体の設計も良かった。 ・大きな問題ではないが、時々少し急いでいると感じる場面もあった。 ・ほとんどの場所が小規模なので、10人程度のツアーが理想的だと思う。 海女さん宅でのBBQは素晴らしかった。ソースにライムと塩や醤油などがあるとありがたい。また、特定の貝類を好まない人もいるかもしれないので、選択肢を確認できる（チェックリスト形式など）と満足度が高まり、食材の無駄も減ると思う。
・三重県を訪れることに興味を持ってもらうこと。 ・正直、移動中は街が閑散としていて観光地はあまりないのではと思っていたが、実際に体験してみると非常に充実していて、期待以上だった。 ・もう一つの課題は、各地への移動にかかる時間。例えば、より有名な場所でも体験できるのに、わざわざ三重まで酒造見学に行く価値を感じない人もいるかもしれない。
・訪問先が多く、滞在時間が短いため、深い交流が少なくなる。観光客は体験を忘れたり、ゆったりできず、急かされていると感じ、最も意味のあるユニークな部分を見逃した気持ちになる。ツアーの半分くらいはこの傾向があった。
・展望台や鰹節の場所までの登山の体力的な部分に触れたほうが良いかもしれない。特に暑い日には、高齢者や体力の低い人は十分に楽しめない可能性がある。

15. 【Q9】「地域周遊バスツアー」は万博来訪者にとって利用しやすいツアーだと思いますか？

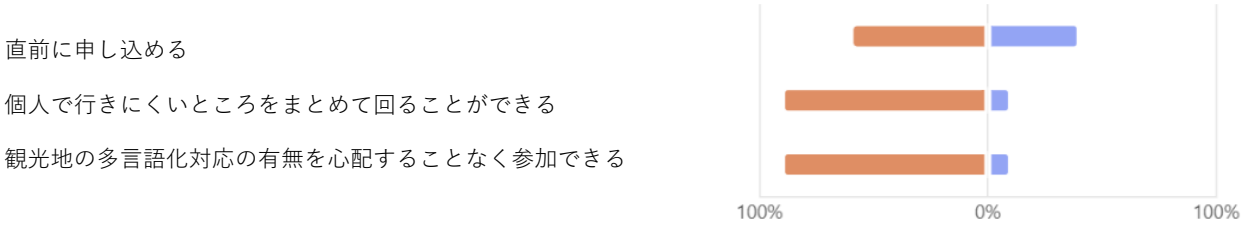
●思う　9
●思わない　1



・「伊勢志摩編」モニターツアーアンケート結果

16. 【Q10-①】【Q9】にて思うと回答された方へ質問です。「地域周遊バスツアー」のどのような部分が利用しやすいと思いますか。

●あてはまる　●あてはまらない



その他：大阪なんば発着なので観光客は利用しやすいと思う／バスはとても便利。また、英語の案内も助かった。／時間配分をもっと柔軟にしてほしい。／地元の人（ガイドや事業者）と交流すること

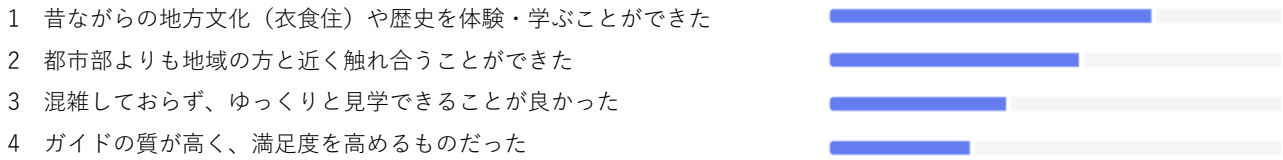
18. 【Q11-①】「地域周遊バスツアー」で利用しづらいと想定される部分をどこだと思いますか?

●あてはまる　●あてはまらない



その他：ツアーの魅力が伝わりにくい／個人やカップル、少人数のグループ向けにはツアーが利用できなくなるか、料金が高くなるかも／時間配分がストレス。移動が多すぎて速すぎ、体験の時間が十分ではない／使うのは難しくないが、海外の旅行者が利用するプラットフォームでの宣伝が不足している

20. 【Q12-①】伊勢志摩の地方部の魅力をどう感じられましたか？当てはまる順に上から並び替えてください。（最も当てはまる項目を上にしてください）

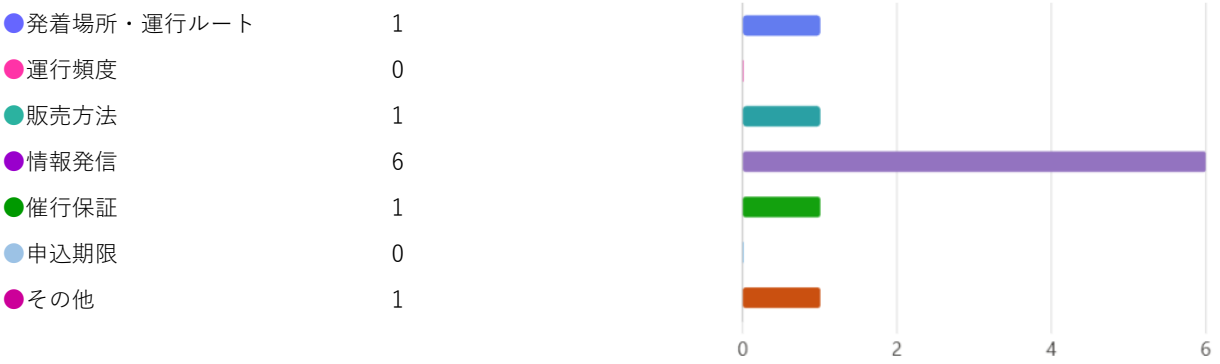


□その他：魅力と感じた点

・地元の方がフレンドリーに接してくださったのがとても魅力的だった。
・日本が好きな新しい人たちと出会えた。
・体験型の活動や直接学べることが、体験をより充実させた。
・全体的に信頼できて質も良い。よく考えられていて、実行もきちんとしている。
・自由時間に街を散策できたのは良かった。
・ガイドは個性的で素晴らしかった。
・かつお節工場と真珠工場でお土産を持ち帰れることに、うれしい驚きがあった。

・「伊勢志摩編」モニターツアーアンケート結果

24. 【Q14】地方部のバスツアーに参加する場合、最も重要視するポイントは何でしょうか？



□地方部への旅行の期待値を上げるための仕掛け

・魅力の発信
・観光地が周知されているところ
・地方文化や歴史を発信してもっと多くの人に知ってもらう必要がある。
・田舎に行く楽しさを体験してもらうこと。都会ではできない、より多くの文化を感じることができる。
・地方を訪れる際の最大の課題は公共交通の少なさにある。そのため、バスツアーは最適ですが、受け入れ先の施設が多くの訪問者に対応できることが前提となる。
・地方への旅行への関心を高める。そのために、積極的なマーケティングや広告が有効。 ・多くの外国人は、ユニークな日本のツアー体験を求めている。その機会があれば、ぜひ参加したいと考える。しかし、どこで申し込めるのか、どう手配するのかがわからないのが問題となっている。 ・地方には本物の日本の生活様式や豊かな歴史があり、外国人が見たいものがたくさんある。ツアー用のウェブサイトを作るか、外国人が目にしやすい場所に情報を掲載、また、他の外国人を広告に関わらせるだけでも関心は大きく高まると考える。
・人々のストーリーを共有すること、SNSでの情報発信、アクセスがスムーズになるように計画されたツアーが必要。
・意味のある体験や人とのつながりについての口コミや、同様の内容を伝えるSNS
・ストーリーテリングとマーケティングチャネルの活用。使用するマーケティングチャネルは、ターゲットとなる顧客が使うチャネルと一致させるべき。

・地域事業者アンケート設問

【Q１】記入者名・属性

【Q２】訪日外国人旅行者の受入実績（人数・主な市場・予約媒体・交通手段）を教えてください。

【Q３】【Q２－更問】（実績が多い場合）どのような宣伝をしてきましたか？

【Q４】【Q２－更問】最近の市場に変化はありますか？

【Q５】訪日外国人旅行者を対象としたバスツアーの受入可否（受入可能人数・多言語対応・キャッシュレス対応など）について教えてください。

【Q６】【Q５－更問】（受入可の場合）一定の団体となるバスツアーに期待することはありますか？

【Q７】【Q５－更問】（受入否の場合）改善もしくは対応の余地はありますか？

【Q８】大阪・関西万博を契機に訪日外国人旅行者が来訪されていると感じますか？

【Q９】万博終了後も訪日外国人旅行者に訪問してもらえると思う、受入施設の最大アピールポイントがあれば教えてください。

【Q10】（受入施設→旅行会社・DMO・行政に向けて）困っていること・知りたいことなどがあれば教えてください。

・地域事業者アンケート結果

伊勢志摩地域共創事者アンケート集計結果

□参加者(名前･役職･所属名など)

①支配人

②柴山茂樹/セールスマネージャー

③松岡嘉広/有限会社二軒茶屋餅角屋本店 内宮前店、外宮前店、麦酒蔵店長

④菊池季佐/まるてん有限会社かつおの天ぱく

□訪日外国人旅行者の受入実績(人数･主な市場･予約媒体･交通手段)を教えてください。

①実績あり	台湾、タイ FAX またはメール、観光バス
②実績あり	昨年 2200 名 ランド及び海外エージェントより直接予約。主に台湾･香港､貸切バスにて。
③実績あり	内宮前店ではアジアの方、中国や台湾の方が多かった。 単独のグループでの飲食利用が一日 1 組程度。二ヶ月に 1 組ほど、台湾の代理店を通じた団体昼食がある。
④実績あり	2023 年 292 名 2024 年 427 名 欧米、台湾、シンガポール、マレーシアなど、旅行会社を通じて観光バスまたはタクシー等で訪問。

□（実績が多い場合）どのような宣伝をしてきましたか？

①SNS、市の観光協会
②主な宣伝は行っていない。本部のインバウンド担当によるセールスが主。
③自社では費用をかけてしていることはない。内宮前店の Google クチコミには、海外の方への返信も必ずするようにしている。
④ファムツアーや商談会にてアピール。

□最近の市場に変化はありますか？

①特になし
②特になし
③あまりお金を使わなくなった印象。
④エージェントを通さず直接個人のお客様から見学希望のお問合わせが増えてきた。

□訪日外国人旅行者を対象としたバスツアーの受入可否（受入可能人数・多言語対応・キャッシュレス対応など）について教えてください。

①受入可　席数 250 あり、中国人スタッフ、カードのみ利用可。
②受入可　特に制限はないが、食事面でムスリム対応は行なっていない。
③受入可　麦酒蔵の案内は、通訳の方がいないと対応は難しい。
④受入可　1 グループ 35 名程度､言語対応不可の為通訳同行必須､キャッシュレス不可。

・地域事業者アンケート結果

□(受入れ可の場合)一定の団体となるバスツアーに期待することはありますか？

①特になし
②なるべく予算のある団体を受注したい。
③条件とお客様の要望に合えば。
④事前情報の共有、継続的な送客。

□(受け入れ否の場合)改善もしくは対応の余地はありますか？

①特になし
②ある
③お客様のご要望を事前に汲み取って不満の無いプラン設定ができると良い。
④受け入れ可の為なし

□大阪・関西万博を契機に訪日外国人旅行者が来訪されていると感じますか？

①あまり感じない
②感じない
③あまり感じない
④あまり感じない

□万博終了後も訪日外国人旅行者に訪問してもらえると思う、受入施設の最大アピールポイントがあれば教えてください。

①店内の雰囲気、広さ。
②自然豊かな伊勢志摩国立公園内にありプール•温泉•天体観測出来る施設がある。
③知る人ぞ知る知名度の低さ。
④日本の伝統食である「鰹節」を軸に日本の食文化を発信、伊勢神宮との繋がりを伝える唯一無二の場所として、五感を使って体験を楽しんでいただける場所。

□(受け入れ施設→旅行会社･DMO･行政に向けて)困っていること･知りたいことなどがあれば教えてください。

①特になし
②インバウンドに受ける観光施設を作って欲しい。
③麦酒蔵は、設備や見学できる場所が狭く小規模のため、夏は暑く、デメリットをしっかり伝えていただいた上で、来訪を検討していただきたい。
④市全体が国立公園となっているので、行政の方々には町の景観にも意識を向けていただきたい。

5-3 OTA・ランドオペレーターへのヒアリング内容

●OTA

クラブツーリズムグローバル事業部に聞いてみたところ、バスツアーの掲載が最も多いのは、
台湾発の旅ナカ体験を掲載するKKdayであり、既に国内の旅行会社複数社と取引があり、
予約件数も増加傾向にあるとのこと。
KKdayを通じての予約が好調であることから、各旅行会社はバスツアー掲載を増加させようという
動きがあるが、逆に、KKdayとしては、掲載数だけが多くなりすぎると、
消費者目線ではツアーの検索がしにくくなることから、既に掲載しているツアーの類似商品は
掲載しないなど、精査を行っている様である。
他に、世界最大級の体験サイトを運営するトリップアドバイザーの傘下であるViatorも
国内の旅行会社複数社と取引があり、バスツアーの掲載が増えつつある様だ。
国内旅行会社は、バスツアーのウエブサイトを多言語化して訪日外国人観光客にも閲覧しやくすく
する工夫は行っているものの、各社のサイトを直接閲覧してもらえるケースはまだ少なく、
当面はOTAを介した広報・販売は続き、増加傾向にあると考えられる。

●ランドオペレーター

本事業の有識者であるジェイ・リンクスの金馬氏や意見交換会に参加された、
アルファトラベルの森野氏、アヤベックスのCHOU氏などからは、FITのフリー日の提案には、
バスツアーの紹介ができるとありがたいという同一の意見を聞くことができた。
但し、契約や予約から精算のスキームの構築という部分に課題が残る。

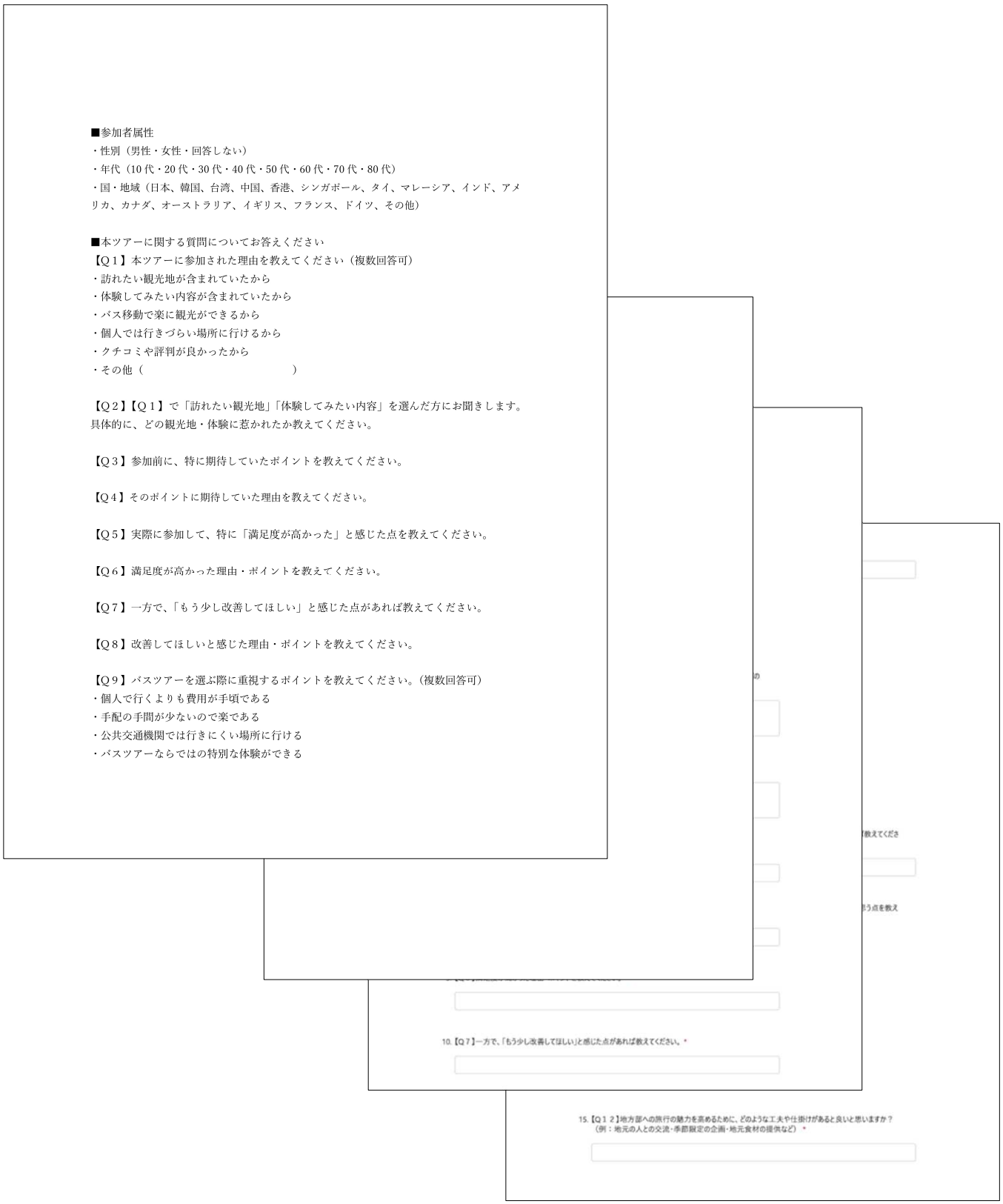
●まとめ（事務局総括）

OTAおよびランドオペレーターへのヒアリングを通じて、訪日旅行市場における広域周遊型バスツアーの需要や販売上の課題について把握することができた。

ヒアリングでは、訪日旅行者にとって複数の地域を効率的に巡ることができる周遊型ツアーは一定の需要があるものの、旅行スタイルの多様化により、自由度の高い個人旅行とのバランスを考慮した商品設計が重要であるとの意見が多く示された。また、商品販売においては、価格設定や予約の柔軟性、運行の安定性などが重要であり、これらを満たす商品であることが販売拡大の前提条件となることが確認された。

5-4 公認バスツアー参加者に対するアンケート内容及び結果の概要

・公認バスツアー参加者に対するアンケート設問



■参加者属性
・性別（男性・女性・回答しない）
・年代（10 代・20 代・30 代・40 代・50 代・60 代・70 代・80 代）
・国・地域（日本、韓国、台湾、中国、香港、シンガポール、タイ、マレーシア、インド、アメリカ、カナダ、オーストラリア、イギリス、フランス、ドイツ、その他）

■本ツアーに関する質問についてお答えください
【Q１】本ツアーに参加された理由を教えてください（複数回答可）
・訪れたい観光地が含まれていたから
・体験してみたい内容が含まれていたから
・バス移動で楽に観光ができるから
・個人では行きづらい場所に行けるから
・クチコミや評判が良かったから
・その他（　　）

【Q２】【Q１】で「訪れたい観光地」「体験してみたい内容」を選んだ方にお聞きします。具体的に、どの観光地・体験に惹かれたか教えてください。

【Q３】参加前に、特に期待していたポイントを教えてください。

【Q４】そのポイントに期待していた理由を教えてください。

【Q５】実際に参加して、特に「満足度が高かった」と感じた点を教えてください。

【Q６】満足度が高かった理由・ポイントを教えてください。

【Q７】一方で、「もう少し改善してほしい」と感じた点があれば教えてください。

【Q８】改善してほしいと感じた理由・ポイントを教えてください。

【Q９】バスツアーを選ぶ際に重視するポイントを教えてください。（複数回答可）
・個人で行くよりも費用が手頃である
・手配の手間が少ないので楽である
・公共交通機関では行きにくい場所に行ける
・バスツアーならではの特別な体験ができる

10. 【Q７】一方で、「もう少し改善してほしい」と感じた点があれば教えてください。 *

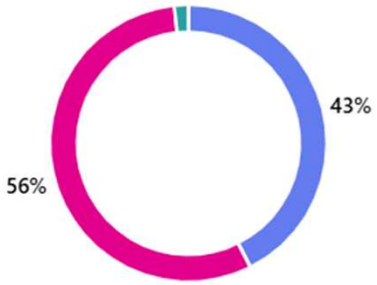
15. 【Q１２】地方部への旅行の魅力を高めるために、どのような工夫や仕掛けがあると良いと思いますか？（例：地元の人との交流・季節限定の企画・地元食材の提供など） *

・公認バスツアー参加者に対するアンケート結果の概要

□参加者内訳

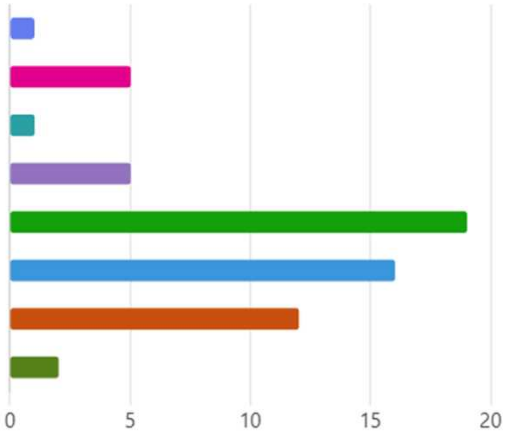
1.性別

男性	26
女性	34
回答しない	1



2. 年代

10代	1
20代	5
30代	1
40代	5
50代	19
60代	16
70代	12
80代	2

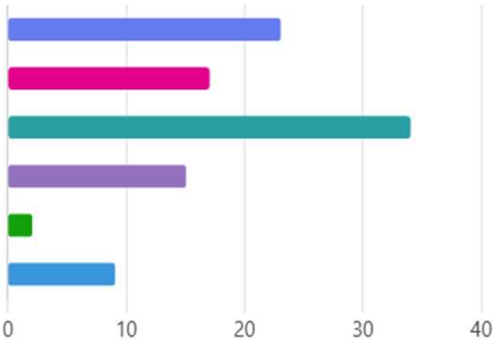


□国・地域

日本　60件
中国　1件

□ツアー参加理由

訪れたい観光地が含まれていたから	23
体験してみたい内容が含まれていたから	17
バス異動で楽に観光ができるから	34
個人では行きづらい場所に行けるから	15
クチコミや評判が良かったから	2
その他	9



【その他】毎年行く淡路のふぐがなかった、カニ・海鮮料理が食べられる、旬の食べ物があった
正月にすることがない、知人・友人からのお誘い

・公認バスツアー参加者に対するアンケート結果の概要

□「訪れたい観光地が含まれていたから」「体験してみたい内容が含まれていた」とおこたえいただいた、具体的な場所や体験（23件）

・天橋立（複数回答）
・日本海方面での海鮮料理が好きなので、例えば食事前の魚の解体など、見て楽しめるものなど。
・カニ・日帰りカニ食べ尽くしバスツアー
・カニと牛肉と鮑の食べ比べ、カニ&フグ&ぶり
・丹波篠山のお料理
・伊根の舟屋
・城崎温泉・温泉街足湯
・めんたいパーク"
・丹波おばあちゃんの里など、4ヶ所の道の駅
・陶芸がしてみたい
・山形こたつぶね
・和歌山のめっけもん市場

□参加前に期待していたポイント

●食事・グルメへの期待（特にカニ）／最も多く挙げられているポイント
・カニ料理の美味しさ、質、量への期待、カニを中心とした食事全般への関心
・ぶり、アワビ、ホタテ、うなぎ、神戸牛など多様なグルメへの期待
・地元食材を使った料理や新鮮な食事を楽しみたいという声

●温泉・温泉街の体験
・城崎温泉での入浴や温泉街の散策
・足湯に入る、食べ歩きをするなどの体験
・温泉と観光をあわせて楽しみたいという期待

●観光地・景観の魅力
・伊根の舟屋、天橋立などの景勝地を訪れること
・町並みや風景を楽しむこと
・写真映えする観光スポットへの期待

●道の駅・買い物体験
・道の駅を巡ること
・地元の野菜や特産品、珍しい商品を購入すること
・岩津ねぎなど、目的を持った買い物への期待
・アウトレットや買い物スポットへの関心

●ツアー内容・条件面への期待
・食事や観光をゆっくり楽しめる時間配分
・天候が良いことへの期待

・公認バスツアー参加者に対するアンケート結果の概要

□期待した理由

●カニ・グルメへの期待（最も多い理由）⇒「好き」「旬」「美味しい」「量が多い」がキーワード

・カニが好物で、旬の時期に美味しいカニを食べたかった

・冬の定番料理として「冬＝カニ」というイメージがある

・カニ一匹、アワビ、ふぐ、神戸牛など豪華な食事内容に魅力を感じた

・美味しさや量、ボリュームへの期待が高かった

・以前参加した際に食事が美味しかったため、再度参加したいと思った

・飲み放題付きなど、内容面でお得感があった

●温泉・癒しへの期待

・旅行といえば温泉と観光を楽しみたいから

・温泉とカニの組み合わせが魅力的だった

・城崎温泉の良さを家族や周囲から聞いていたため

●景色・観光地への期待

・日本三景など有名な景勝地を見たかった

・都市部の日常生活では体験できない景色や世界観を味わいたかった

・伊根の舟屋など、一度は訪れてみたい場所だった

●道の駅・買い物への期待（「産地」「新鮮」「限定性」）

・効率よく道の駅を巡ることができるから

・その土地ならではの名産品や産地のものを購入したかった

・スーパーでは手に入らない商品があるから

・但馬の冬野菜など、具体的に欲しいものがあった

・新鮮な商品やお土産を買えることに魅力を感じた

●その他・条件面

・時期が良かった（旬の季節）

・自由に観光できそうだった

・特に理由はないが、内容全体に魅力を感じた

●期待ポイントに対する理由（まとめ）

旬のカニを中心とした食事への強い関心が最も多く、次いで温泉による癒し、伊根の舟屋や日本三景などの景観体験が挙げられた。また、道の駅での買い物や地元産品の購入といった、地域性を感じられる体験も期待理由の一つとなっている。

・公認バスツアー参加者に対するアンケート結果の概要

□実際に参加して、特に「満足度が高かった」と感じた点

●食事・グルメ（最も多い満足点）

・カニをはじめ、鰤しゃぶ・フグなど食事内容が充実していた

・食事が美味しかった、料理の質が期待通りだった

・カニの味・質・量・ボリュームに満足した

・飲み放題付きで満足感が高かった

・色々な料理を楽しめた点が良かった

●温泉・雰囲気・自由時間

・城崎温泉の雰囲気が良かった

・足湯や温泉を楽しめた

・自由時間が長く、ゆったり過ごせた

・天橋立でレンタサイクルを使って観光できた

●景色・観光体験

・天橋立ビューランドの景色が想像以上に良かった

・当初の期待以上の絶景を楽しめた

・1日で複数の場所を効率よく回れた

●スケジュール・移動のしやすさ

・移動が楽だった

・スケジュールや時間割が良かった

・無理のない行程で、時間に余裕があった

●道の駅・買い物

・道の駅での滞在時間が確保されていた

・地元ならではの商品や新鮮な野菜を購入できた

・珍しいもの・お土産を見たり買ったりできた

・コストパフォーマンスが良かった

●実際に参加して満足したポイント（まとめ）

カニを中心とした食事内容への評価が最も高く、次いで城崎温泉の雰囲気や自由時間の多さ、移動のしやすさが挙げられた。また、道の駅での買い物や地元産品の購入も満足点となっている。一方で、食への期待値が高い参加者からは、内容に対して厳しい評価も一部見られた。

・公認バスツアー参加者に対するアンケート結果の概要

□満足度が高かった理由・ポイント

●食事・グルメが満足度を高めた⇒「美味しさ」「量」「期待との一致」が満足度を押し上げた要因

・ツアーの割に食事内容が良く、期待以上だった

・カニをはじめ、鰤しゃぶなど料理が美味しかった

・食事の量・ボリュームが十分で満足できた

・カニの質と量に満足した

・飲み放題が付いていてお得感があった

・期待していた食事内容と一致していた

●観光体験・景色による満足⇒当初の期待を超える景観体験が高評価

・天橋立ビューランドのリフトからの景色が非常に良かった

・雪景色など、季節ならではの風景を楽しめた

・行きたかった場所を実際に訪れることができた

●温泉・自由時間の充実

・温泉や足湯を楽しめるスポットが多かった

・観光や温泉に、満足できるだけの自由時間が確保されていた

・ゆったり見学・滞在できた

●移動・行程の楽さ、コスパ

・バスに乗っていればよく、移動が楽だった

・個人で行くよりコンパクトで効率的だった

・バス旅行はリーズナブルでコストパフォーマンスが良い

・なかなか個人では行きにくい場所に行けた

●買い物・道の駅

・その土地でしか買えない商品や料理があった

・地元産品や好みに合った買い物ができた

・良いものを安く購入できた

●満足度が高くなかった／評価が分かれる意見

・「満足度は低い」「あまり高くなかった」という意見

・カニが期待外れだったという声

●満足度が高かった理由（まとめ）

食事内容の充実度（特にカニの美味しさやボリューム）が最も多く挙げられた。加えて、天橋立などの景観体験、温泉や自由時間の確保、移動のしやすさやコストパフォーマンスも満足度向上に寄与している。

一方で、食への期待値が高い参加者からは、内容に対する厳しい評価も一部見られた。

・公認バスツアー参加者に対するアンケート結果の概要

□「もう少し改善してほしい」と感じた点

●時間配分・スケジュール（最も多い意見）

・全体的に時間が足りなかった、もう少し余裕が欲しかった

・食事時間が短かった

・観光・散策・買い物の滞在時間を長くしてほしい

・出発時間を早めて、観光時間を確保してほしい

・フリータイムをもっと長く取ってほしい

●天候への対応・柔軟性

・雨天時でも楽しめるよう、立ち寄り先や時間配分を工夫してほしい

・伊根の舟屋など、天候に左右されやすい場所では代替案が欲しい

●食事内容・提供方法

・カニのボリュームをもう少し増やしてほしい

・量より質を重視してほしいという意見もあり

・食事場所が狭い、提供方法を工夫してほしい

・カニの剥き方など、分かりやすい案内があると良い

●立ち寄り先・構成への要望

・特定の立ち寄り先（例：めんたいパーク）を省き、道の駅や買い物時間を充実させてほしい

・興味の薄い土産店立ち寄りは不要と感じた参加者も一部あり、伊根の町並みをもっとしっかり見たかった

●バス・移動環境

・バスの座席の座り心地、周囲の乗客への配慮（座席周辺のマナー）

●買い物・付加サービス

・買い物時間をもう少し長くしてほしい

・お土産の割引クーポンなどがあると嬉しい

●改善点（まとめ）

全体の時間配分や滞在時間に余裕を持たせてほしいという意見が最も多く挙げられた。特に食事時間や観光・買い物の自由時間に関する要望が目立つ。また、天候不良時の対応や立ち寄り先の構成、食事内容の質と量のバランスについても改善を求める声が一部見られた。一方で、大きな不満はないとする回答も多く、ツアー内容自体は概ね高評価である。

・公認バスツアー参加者に対するアンケート結果の概要

□改善してほしいと感じた理由・ポイント

●時間が足りない・タイトすぎる（最多）

・時間がタイトすぎる。自由散策・観光・買い物の時間が足りない。食事時間が短い

・慌ただしく、落ち着いて回れない。移動時間が長く、現地滞在が短い。

●食事（カニ）の量・質・提供方法

・現地カニ料理にしては量が少ない／小さい／味がイマイチ、期待外れ

・殻を剥くのに時間がかかり、食事を楽しめない

・温かい料理が温かく提供されていない

●観光内容と期待のギャップ

・伊根の舟屋が遠く、よく見えなかった。町並みを見られると思って参加した

・道の駅中心で観光感が薄い

・人が多くて思い通りに観光できなかった（正月）

●立ち寄り先・店舗状況の問題

・正月で店がほとんど閉まっていた。開店状況を事前に確認してほしい（篠山観光）

・買い物できる場所が少なかった／サービスエリア・道の駅が小さく品揃え不足

●事前案内・運営面の配慮不足

・事前対応で防げた可能性。服装・雨対策などの事前案内が欲しかった、等。

・想定できた問題なら、最初から対策してほしかった

・飲み放題でも時間がなく安心して飲めない

・試飲の準備がなく、買い物できなかった

●バス・車内環境

・座席が狭い。バス内の配置が気になる、空席がある方がゆったりする

・大人数なのは仕方ないが疲れる

●温泉・体験内容への要望

足湯だけでなく、有料でも入浴施設を使いたかった

●お得感・サービス面

・割引や特典など「お得感」が欲しい。スタッフ対応が気になった

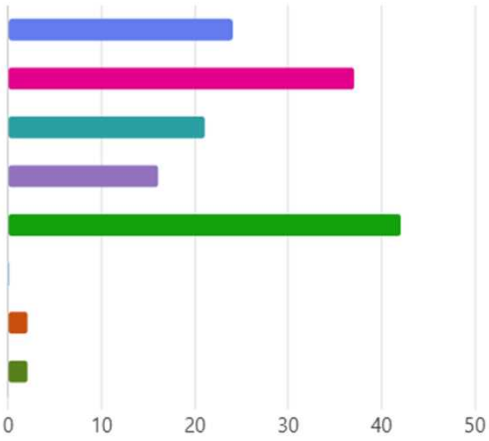
●改善点ポイントの理由

観光・食事・買い物における滞在時間の短さが最も多く挙げられた。特に、移動時間に比べ現地での自由時間が十分に確保されていない点や、食事をゆっくり楽しめなかった点が理由として見られる。また、事前の服装・天候対応に関する案内不足や、期待していた観光内容とのギャップも改善要望の背景となっている。一方で、大きな不満はないとする回答も多く、全体としては部分的な改善によって満足度向上が期待できる内容である。

・公認バスツアー参加者に対するアンケート結果の概要

□「バスツアーを選ぶ際に重視するポイント

個人で行くよりも費用が手頃である	24
手配の手間が少ないので楽である	37
公共交通機関では行きにくい場所に行ける	21
バスツアーならではの特別な体験ができる	16
移動中も安心してゆっくり過ごせる	42
訪問先で地域の人とふれあえる	0
他の参加者と交流できる	2
その他	2



その他：お酒を飲むことができる。

□今後のバスツアーで「こうなったら嬉しい」「あったら良い」と思うサービス・工夫

●圧倒的最多：時間にゆとりがあるツアー

・ゆったりしたスケジュール／観光地での滞在時間を長くしてほしい／欲張って回りすぎないでほしい
・フリータイムを増やしてほしい
・温泉で長く過ごしたい（2～3時間）

●バス・移動環境の快適さ向上

・トイレ付きバス、座席が広い・良いシート
・バス本数を増やしてほしい
・移動時間は1～1.5時間程度が理想
・周囲の乗客マナー（騒音対策）

●食事の満足度アップ・選択肢

・食事内容をもっと充実させてほしい／オプションで食事グレードアップ
・期待している料理は「美味しく提供」してほしい
・昼食会場がワンパターンで飽きる

●お土産・クーポン・特典系（かなり多い）

・割引クーポンが欲しい（道の駅で使えるクーポン等）
・観光地にちなんだお土産付き／家の近くでは買えない物を買いたい
・少額でもお菓子があると嬉しい

●観光内容・企画面の工夫

・ご当地色をもっと強く／1つでも「目玉観光」がほしい
・行き先・観光地を増やしてほしい
・観光に向かない立ち寄り先は減らす
・事前に訪問地の紹介があると良い

・公認バスツアー参加者に対するアンケート結果の概要

●体験型コンテンツへの期待（少数だが印象強）

・ガラス・陶芸などの体験／ちょっとした趣味になる体験

・何か「やった感」が欲しい

●利便性・手続き・集合場所

・申込～手続きはオンライン完結が良い

・集合場所を増やしてほしい（奈良など）／以前あった集合地を復活してほしい

・一人参加コースを増やしてほしい

●イレギュラー対応への要望

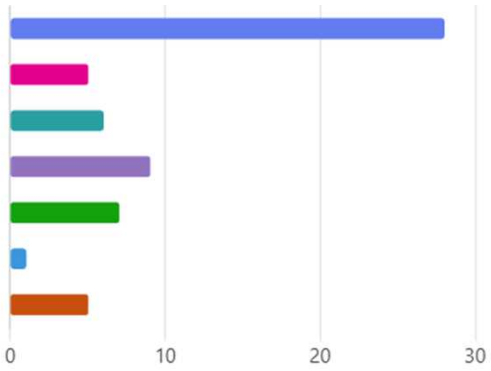
・雨天時の傘レンタル・販売

・事前に服装・持ち物案内が欲しい

・道の駅は商品が揃っている時間帯に行きたい

□今後、バスツアーがより魅力的に発展していくために、参加者目線で最も重要だと思う点

発着場所・運行ルートの工夫	28
運行頻度の充実	5
販売方法（予約・購入のしやすさ）	6
情報発信（Web・SNS・口コミなど）	9
催行保証（確実に実施される安心感）	7
申込期限の設定	1
その他	5



□地方部への旅行の魅力を高めるために、どのような工夫や仕掛けがあると良いか。

●地元食材・郷土料理

・現地でしか食べられない料理や食材

・地元の食材を使った料理の提供（郷土料理・Ｂ級グルメ・旬の食材）

・地元食材の試食、地元産品の販売

・お土産付き、地元食材のお土産や特産品

●地元の人との交流・体験型

・地元の人の案内や街歩きミニツアー

・地元の人との交流イベント

・個人ではできない体験（陶芸、工芸、季節限定体験など）

・体験型バスツアー、特別なアクティビティ

●季節・限定企画

・季節限定イベント（花火、ライトアップなど）

・季節限定の食や企画で「今年逃しても来年行こう」と思える企画

・公認バスツアー参加者に対するアンケート結果の概要

●情報・利便性の工夫
・事前情報発信（観光地や駐車場情報など）
・周辺地図・名産品情報の配布
・道の駅や駅からの二次交通の案内
・買い物タイミングの工夫（保冷商品など）
●その他要望・補足
・有名でなくても良いところを開拓してほしい
・他社があまり行かない穴場スポット
・トイレ付きバスなど移動の快適性

□このツアーに参加して感じたこと、地域や人の印象、メッセージなど

1. ツアー全体・時間配分
・せわしなさを感じた、時間に追われた
・短時間で多く回るため、1つ1つの場所をじっくり楽しめなかった
・日程や出発日によっては意味の薄い行程があったので臨機応変に調整してほしい
・道の駅や訪問地の滞在時間配分が良かったという声もあり
2. 添乗員・運転手の対応
・雨天時に傘を用意するなど親切で感謝
・添乗員の熱心さや言葉・豆知識で旅がより楽しくなる
・座席近くの迷惑な人への対応に不安を感じた
・コミュニケーション力向上の要望
3. 地域・人・街の印象
・雪景色や温泉地の街並みが美しい
・地域の人の愛想や努力（正月営業など）に好印象
・一部対応が不親切な店もあり、ばらつきがある
4. 食事・買い物
・自由昼食や道の駅巡りで買い物・食事を楽しめた
・酒蔵見学や地元産品の買い物が好評
・工夫されて商品が販売されていると楽しさアップ
5. 総括メッセージ
・全体として「楽しかった」「参加して良かった」という声が多い
・改善点は「時間配分」「個人差への対応」「情報提供」「添乗員・スタッフの対応」
・地域の魅力（街並み・食・体験）や人の温かさを感じられた

ツアーの満足度向上には、「時間配分の柔軟化」「添乗員やスタッフのフォロー強化」「地域や地元体験の情報提供」が鍵。特に自由に楽しめる時間や体験が評価されている。

06.公認バスツアーの審査・選定

6-1 審査事務局の設置

大阪・関西万博の開催を機に、関西全域への誘客を拡大し、地域の経済活性化を図る。

現在、訪日外国人旅行者の主流は個人旅行（FIT）へ移行しているが、言語の壁や交通機関の複雑さから、地方部への訪問を断念するケースが少なくない。

本事業では、これらFIT層の利便性を高めるため、食事・宿泊・観光をパッケージ化したバスツアーを公募・商品化する。手配の煩雑さを解消する利便性の高いツアーを万博のレガシーとして定着させ、関西広域における継続的な周遊観光を確立するべく造成・商品化したバスツアー及び本事業の趣旨に合致する形で各社が販売するバスツアーについて、販路拡大及び販売促進を目的に「公認バスツアー」とし、これらのツアーを公認するための審査・選定を行う。

検討会で出た意見を踏まえ、公認ツアーの定義づけとして本事業が目指す関西広域周遊バスツアーとして関西2府8県の中で2市町村以上の訪問と地域活性化に寄与するツアーとし、その趣旨に沿った形で審査要領を作成した。

審査要領の様式には、【対象(1)対象事業者（２）対象地域（３）対象期間（4）対象要件】、【審査期間】、【審査方法】、【認定の通知】、【実績報告】等について記載。

また、審査をしやすくするため工夫し審査基準チェックシートを作成し、対象事業者に提出させた。

審査員は、本事業における有識者2名と連携団体である関西観光本部及び事業主体である近畿運輸局観光部の中で選任と委嘱を行った。

● 審査員

1.	大阪成蹊大学 国際観光学部 国際観光学科	学科長	松田 充史
2.	株式会社ジェイ・リンクス	代表取締役	金馬 あゆみ
3.	一般財団法人関西観光本部	事務局次長	野村 昌彦
4.	近畿運輸局 観光部	観光部長	後藤 孝行

※昨年度から当事業に関わっている有識者及び、関係団体、事業実施主体組織から選出。

● 事務局

・近畿運輸局観光部
・クラブツーリズム株式会社

6-2 年間審査スケジュール

● 審査スケジュール

第1弾募集スケジュール

募集開始	令和7年5月19日
募集締切/審査開始	令和7年6月2日
審査終了	令和7年6月9日
結果通知	令和7年6月10日
LP掲載	令和7年6月20日

第2弾募集スケジュール

募集開始	令和7年6月23日
募集締切/審査開始	令和7年7月7日
審査終了	令和7年7月14日
結果通知	令和7年7月15日
LP掲載	令和7年7月25日

第3弾募集スケジュール

募集開始	令和7年7月28日
募集締切/審査開始	令和7年8月11日
審査終了	令和7年8月18日
結果通知	令和7年8月19日
LP掲載	令和7年8月29日

第4弾募集スケジュール

募集開始	令和7年9月3日
募集締切/審査開始	令和7年9月17日
審査終了	令和7年9月24日
結果通知	令和7年9月25日
LP掲載	令和7年10月6日

第5弾募集スケジュール

募集開始	令和7年10月27日
募集締切/審査開始	令和7年11月10日
審査終了	令和7年11月17日
結果通知	令和7年11月18日
LP掲載	令和7年11月28日

第6弾募集スケジュール

募集開始	令和7年11月24日
募集締切/審査開始	令和7年12月8日
審査終了	令和7年12月15日
結果通知	令和7年12月16日
LP掲載	令和7年12月29日

● 実施要領(万博期間中)

議題６

「ＴＥＡＭ ＥＸＰＯ２０２５関西広域周遊バスツアー」審査要領

関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業
審査会事務局

２０２５年の大阪・関西万博は、約２，８２０万人の想定来場者と経済波及効果によって、関西経済活性化の起爆剤として大きく期待されている。

そこで近畿運輸局では、この機会を最大限活用すべく「大阪・関西万博に向けた関西観光アクションプラン」を策定し、万博来訪者を関西全域の周遊へと誘客するための「関西全体のパビリオン化」に取り組んでいる。

日本を訪れる旅行者はリピーターが増加傾向にあり、団体旅行やツアーを利用することなく個人手配による FIT が主流となっているが、言語の問題による情報収集の難しさや交通機関利用方法の複雑さ等によって、行きたい場所があっても行けずに諦めている旅行者が多く存在する。そういった FIT 訪日旅行者の煩雑な手配を軽減し、気軽に食事やショッピング、宿泊等の全てがパッケージ化されたバスツアーを旅行商品化して提供することで、万博来訪に合わせて大阪周辺を訪れる旅行者の関西広域周遊を促し、地域活性化に繋げる。

ついては、上記趣旨に合致するバスツアーを「ＴＥＡＭ ＥＸＰＯ２０２５関西広域周遊バスツアー」として認定することとし、審査要領を以下の通り定める。

１．　対象

（１）対象事業者

令和５年度「関西広域周遊バスツアーの造成に向けた実証事業」及び令和６年度「関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業」で設置された検討会に参画している者

（２）対象地域

関西２府８県（福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県）

②個人での訪問が難しい施設や行程となっているか

（３）対象期間

令和６年１０月１３日（日）～令和７年１０月１３日（月）

ただし、出発日基準とする

（４）対象要件

①２０２５大阪・関西万博に来訪する国内外の旅行者も含めた関西各地への来訪意欲や興味関心の高い訪日旅行者層及びバスツアーを通じて訪日旅行者との交流を希望する日本人旅行者層をターゲットとしていること

②関西広域周遊または地方誘客に資する内容であること

・目的地として関西２府８県の２市町村以上（政令指定都市は除く）を含むこと

・ＦＩＴでは訪問が難しい施設や行程が組み込まれていること

③地域活性化に資する内容であること（下記いずれか１つ以上）

・地域ならではの食・体験コンテンツが含まれている

・地域の人々との交流コンテンツが含まれている

・地域での消費行動を促す行程や時間配分となっている

④ツアーガイドや通訳案内士の帯同など、各訪問先で日本人外国人を問わず十分な説明を受けることができる環境が整っている

⑤２０２５大阪関西万博のテーマ・サブテーマと親和性を有していること（下記いずれか１つ以上）

・いのち輝く未来社会のデザイン

・いのちを救う

・いのちに力を与える

・いのちをつなぐ

⑥令和５年度「関西広域周遊バスツアーの造成に向けた実証事業」及び令和６年度「関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業」における実証結果を反映した内容であること

２．審査期間

令和６年９月１日（日）～令和７年９月30日（火）

３．審査方法

申請に応じて随時、審査会（書面開催）を実施することとする。

事務局が審査結果を集約し、近畿運輸局観光部と協議の上、認定の可否を決定する。

４．認定の通知

審査会事務局は申請者に対し、「ＴＥＡＭ ＥＸＰＯ２０２５関西広域周遊バスツアー承認通知書（様式第２号)」をもって審査結果を通知する。

審査会事務局は申請者に対し、「ＴＥＡＭ ＥＸＰＯ２０２５関西広域周遊

バスツアー」のロゴマーク及びキービジュアルを付与し、使用要領を送付する。また、「ＴＥＡＭ ＥＸＰＯ２０２５関西広域周遊バスツアー」のランディングページ掲載に関する事務連絡を送付する。

５．実績報告

認定を受けた申請者は、当該ツアーの販売終了後速やかに、ＴＥＡＭ ＥＸＰＯ２０２５関西広域周遊バスツアー販売実績報告書（様式第３号)」により販売実績を報告すること。

６．その他

認定商品に係る事故・苦情等が発生した際は、認定を受けた事業者がその責めを負うものとし、真摯に対応すること

７．問い合わせ先

クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部（審査会事務局）
E-mail：m.fukuzaki@club-t.com
担当者：福﨑 基樹

● 審査基準チェックシート（万博期間中）

審査基準チェックシート

※必須項目はすべてにチェックが必要。
※選択項目は加点することができ、点数の高い商品から LP に掲載できる等のアドバンテージとすることができる。

（必須項目）

審査項目	観点
□２０２５大阪・関西万博に来訪する国内外の旅行者も含めた関西各地への来訪意欲や興味関心の高い訪日旅行者層及びバスツアーを通じて訪日旅行者との交流を希望する日本人旅行者層をターゲットとしているか	・申込サイトが多言語対応しているか ・訪問施設のインバウンド受入体制は十分であるか ・日本人外国人の混載が可能な内容になっているか ※ツアーポイントの記載内容を参照
□関西広域周遊または地方誘客に資するバスツアーであるか（観点の２つとも満たしていること）	・目的地として関西２府８県の２市町村以上（政令指定都市は除く）を含んでいるか ・個人での訪問が難しい施設や行程が組み込まれているか　※行程を参照
・地域活性化に資する内容であるか （下記いずれか１つ以上） □地域ならではの食・体験 □地域の人々との交流 □地域でのお買い物	・地域ならではの内容であるか ・地域の消費額増加に繋がるか ・地域への再来訪意欲がわく内容であるか ・地域への興味関心が深まったか ※行程、ツアーポイントの記載を参照
□ツアーガイドや通訳案内士の帯同など、各訪問先で日本人外国人を問わず十分な説明を受けることができる環境が整っているか	・対応言語の種類は問わない ※ツアーポイントの記載を参照
・万博テーマとの親和性があるか （下記いずれか１つ以上） □いのち輝く未来社会のデザイン □いのちを救う □いのちに力を与える □いのちをつなぐ （理由：　　）	※ツアーポイントの記載を参照

● 審査基準チェックシート(万博期間中)

(選択項目) 実証結果を反映しているか

□天候に左右される行程でないか	行程を見て、屋外アクティビティに偏っていないか
□バス車内での交流促進があるか	ツアーポイントに記載があるか
□寺社仏閣の観光が連続していないか	行程を見て、連続していないか
□食事の選択肢があるか (偏りがないか)	ツアーポイントに記載があるか
□ショッピングの時間が十分であるか	行程を見て、余裕を持った行程であるか
□時間にゆとりのある行程であるか	行程を見て、余裕を持った行程であるか
□行程にストーリー性があるか	ツアーポイントに記載があるか
□記念品やノベルティグッズがあるか	ツアーポイントに記載があるか

● 承認申請書(万博期間中)

令和　　年　　月　　日

関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業審査会事務局　御中

（申請者）住　　所
会社名(団体名)
代表者名

「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」承認申請書

「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」を造成したいので、旅行行程表・審査基準チェックシートを付けて申請します。

なお、デザイン使用承認通知書の承認条件等を遵守するものであり、承認条件等に違反した場合には、承認の取消しを受けても異議ありません。また、当該ツアーの販売についての問合せや苦情には速やかに応じ、一切の費用を負担することを誓約します。

1	申　請　の　別 （新規・継続）	※いずれか該当する方にチェックして下さい。 （継続の場合には既存の承認番号も記入して下さい。 継続とは既に認定を受けたツアーの追加設定のことを意味します。） □新規 □継続：（地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー承認第　　号）
2	ツアー名	
3	ツアーの コンセプト	・ ・
4	ツアーポイント	・ ・ ・ ・
5	大阪関西万博の テーマとの親和性 該当するものに○印 をつけて、理由を記 載下さい	①　いのち輝く未来社会のデザイン（未来社会の実験場） ②　いのちを救う（人のいのちと地球のいのちを考える旅） ③　いのちに力を与える（幸福で豊かな生活を送るため自身を磨く旅） ④　いのちをつなぐ（豊かな社会の実現のため未来を想像する旅） ◆選択した理由 （　　）
6	設　定　期　間 設　定　本　数	自　　：　令和　　年　　月　　日（　　） 至　　：　令和　　年　　月　　日（　　）　合計　　本
7	募集人員 最少催行人員	募集人員（1本あたり）　　名 最少催行人員　　名
8	主要ターゲット層	＜（例）欧米豪の富裕層　　首都圏在住の日本人　など＞
9	連　　絡　　先	会社名 部署 住所 担当者名：　　TEL：　　FAX： E-mail:

● 承認申請書(万博期間中)

（様式第２号）

令和　　年　　月　　日

「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」承認通知書

○○○○　様

関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業
審査会事務局

地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアーの申請結果について、以下のとおり通知します。

1	審　査　結　果	承認する 承認しない：（理由）
2	特　記　事　項	

地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー　承認　第　　号

※承認番号は大切に保管して下さい。

※尚、承認されたツアーには、所定のロゴマーク及びキービジュアルを付与しますので、当該ツアーの販売における広報にご活用下さい。
また承認ツアー専用のウエブサイトでもツアーの広報が可能となります。
詳細は、審査会事務局（クラブツーリズム株式会社）より連絡させていただきます。

● 販売実績報告書(万博期間中)

（様式第３号）

令和　　年　　月　　日

関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業審査会事務局　御中

「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」販売実績報告書

（報告者）
会社名
氏　名
所属部署
連絡先（TEL）
（E-mail）

地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー承認　第　　号

当該公認バスツアーの販売が終了しましたので、以下のとおり販売実績を報告します。

ツアー催行本数	○○本
合計販売人員	○○人
（内訳　日本人　○○人　外国人○○人）	

「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」審査要領

関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業
審査会事務局

本年開催の大阪・関西万博は、関西地域の経済活性化に寄与する契機となった。近畿運輸局では、この機会を最大限活用すべく、関西への来訪者を関西全域の周遊へと誘客するための手段として、また万博のレガシーとなるような関西広域周遊バスツアーの造成促進に取り組んできた。

日本を訪れる旅行者はリピーターが増加傾向にあり、団体旅行やツアーを利用することなく個人手配による FIT が主流となっているが、言語の問題による情報収集の難しさや交通機関利用方法の複雑さ等によって、行きたい場所があっても行けずに諦めている旅行者が多く存在する。そういった FIT 訪日旅行者の煩雑な手配を軽減し、気軽に食事やショッピング、宿泊等の全てがパッケージ化されたバスツアーを旅行商品化して提供し、またそれを定着させることで、関西を訪れる旅行者の関西広域周遊を促し、地域活性化に繋げる。

ついては、上記趣旨に合致するバスツアーを「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として認定することとし、審査要領を以下のとおり定める。

１．　対象

（１）対象事業者

令和５年度「関西広域周遊バスツアーの造成に向けた実証事業」及び令和６年度「関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業」で設置された検討会に参画している者

（２）対象地域

関西２府８県（福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県）

（３）対象期間

令和７年１１月１日（土）～令和８年２月２７日（金）
ただし、出発日基準とする

（４）対象要件

①関西各地への来訪意欲や興味関心の高い訪日旅行者層及びバスツアーを

通じて訪日旅行者との交流を希望する日本人旅行者層をターゲットとしていること

②関西広域周遊または地方誘客に資する内容であること
・目的地として関西２府８県の２市町村以上（政令指定都市は除く）を含むこと
・ＦＩＴでは訪問が難しい施設や行程が組み込まれていること

③地域活性化に資する内容であること（下記いずれか１つ以上）
・地域ならではの食・体験コンテンツが含まれている
・地域の人々との交流コンテンツが含まれている
・地域での消費行動を促す行程や時間配分となっている

④ツアーガイドや通訳案内士によるツアー帯同または、各訪問先にて日本人や外国人を問わず、十分な説明を受けることができる環境が整っていること

⑤令和５年度「関西広域周遊バスツアーの造成に向けた実証事業」及び令和６年度「関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業」における実証結果を反映した内容であること
（内容は審査基準チェックシートにおける選択項目を参照のこと）

２．審査期間

令和７年１０月６日（月）～令和７年１２月２６日（金）申請分まで

３．審査方法

申請に応じて随時、審査会（書面開催）を実施することとする。
事務局が審査結果を集約し、近畿運輸局観光部と協議の上、認定の可否を決定する。

４．認定の通知

・審査会事務局は申請者に対し、「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー承認通知書（様式第２号）」をもって審査結果を通知する。
・審査会事務局は申請者に対し、「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」ロゴマーク及びキービジュアルを付与し、使用要領を送付する。

・「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」のランディングページ掲載に関する事務連絡を送付する。

５．実績報告

認定を受けた申請者は、当該ツアーの販売終了後速やかに、「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー販売実績報告書（様式第３号)」により販売実績を報告すること。

６．その他

認定商品に係る事故・苦情等が発生した際は、認定を受けた事業者がその責めを負うものとし、真摯に対応すること

７．問い合わせ先

クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部（審査会事務局）
E-mail：m.fukuzaki@club-t.com
担当者：福﨑 基樹

● 審査基準チェックシート（万博終了後）

「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」審査基準チェックシート

申請者は審査項目内の□に、申請するツアー内容に当てはまる項目へ、✓を入力し、
申請書ならびに行程表と合わせて、提出ください。

（必須項目）

審査項目	観点
□関西に来訪する国内外の旅行者も含めた関西各地への来訪意欲や興味関心の高い訪日旅行者層及びバスツアーを通じて訪日旅行者との交流を希望する日本人旅行者層をターゲットとしているか	・申込サイトが多言語対応しているか ・訪問施設のインバウンド受入体制は十分であるか （申請書のツアーのポイントもしくはターゲット層の欄に記載）
□関西広域周遊または地方誘客に資するバスツアーであるか（観点の２つとも満たしていること）	・目的地として関西２府８県の２市町村以上（政令指定都市は除く）を含んでいるか ・個人での訪問が難しい施設や行程が組み込まれているか
・地域活性化に資する内容であるか （下記いずれか１つ以上） □地域ならではの食・体験 □地域の人々との交流 □地域でのお買い物	・地域ならではの内容であるか ・地域の消費額増加に繋がるか ・地域への再来訪意欲がわく内容であるか ・地域への興味関心が深まったか
□ツアーガイドや通訳案内士の帯同など、各訪問先で日本人外国人を問わず十分な説明を受けることができる環境が整っているか	・対応言語の種類は問わない

● 審査基準チェックシート（万博終了後）

（選択項目）

令和５年度「関西広域周遊バスツアーの造成に向けた実証事業」及び令和６年度「関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業」における実証結果を反映しているか

□天候に左右される行程でないか	行程を見て、屋外アクティビティに偏っていないか
□バス車内での交流促進があるか	ある場合は申請書のツアーポイントに記載のこと
□寺社仏閣の観光が連続していないか	行程を見て、連続していないか
□食事の選択肢があるか（偏りがないか）	・ツアー全体で食事が肉や魚など偏っていないか。また種類の選択が可能か ・ベジタリアン、ハラル、ヴィーガンなどの対応が可能か →可能な場合は申請書のツアーポイントに記載のこと
□ショッピングの時間が十分であるか	行程を見て、余裕を持った行程であるか
□時間にゆとりのある行程であるか	行程を見て、余裕を持った行程であるか
□行程にストーリー性があるか	ある場合は申請書のツアーポイントに記載のこと
□記念品やノベルティグッズがあるか	ある場合は申請書のツアーポイントに記載のこと

● 承認申請書(万博終了後)

（様式第１号）

令和　　年　　月　　日

関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業審査会事務局　御中

（申請者）住　　所
会社名(団体名)
代表者名

「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」承認申請書

「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」を造成したいので、旅行行程表・審査基準チェックシートを付けて申請します。

なお、デザイン使用承認通知書の承認条件等を遵守するものであり、承認条件等に違反した場合には、承認の取消しを受けても異議ありません。また、当該ツアーの販売についての問合せや苦情には速やかに応じ、一切の費用を負担することを誓約します。

1	申　請　の　別 （新規・継続）	※いずれか該当する方にチェックして下さい。 （継続の場合には既存の承認番号も記入して下さい。 継続とは既に認定を受けたツアーの追加設定のことを意味します。） □新規 □継続：（地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー承認第　　号）
2	ツアー名	
3	ツアーの コンセプト	・ ・
4	ツアーポイント	・ ・ ・ ・
5	「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	
6	設　定　期　間 設　定　本　数	自　　：　令和　　年　　月　　日（　　） 至　　：　令和　　年　　月　　日（　　）　合計　　本
7	募集人員 最少催行人員	募集人員（1本あたり）　　名 最少催行人員　　名
8	主要ターゲット層	＜（例）欧米豪の富裕層　　首都圏在住の日本人　など＞
9	連　　絡　　先	会社名 部署 住所 担当者名：　　TEL：　　FAX： E-mail:

● 承認通知書(万博終了後)

（様式第２号）

令和　　年　　月　　日

「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」承認通知書

○○○○　様

関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業
審査会事務局

地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアーの申請結果について、以下のとおり通知します。

1	審　査　結　果	承認する 承認しない：（理由）
2	特　記　事　項	

地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー　承認　第　　号

※承認番号は大切に保管して下さい。

※尚、承認されたツアーには、所定のロゴマーク及びキービジュアルを付与しますので、当該ツアーの販売における広報にご活用下さい。
また承認ツアー専用のウエブサイトでもツアーの広報が可能となります。
詳細は、審査会事務局（クラブツーリズム株式会社）より連絡させていただきます。

● 販売実績報告書(万博終了後)

（様式第３号）

令和　　年　　月　　日

関西広域周遊バスツアーの商品化に向けた実証事業審査会事務局　御中

「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」販売実績報告書

（報告者）
会社名
氏　名
所属部署
連絡先（TEL）
（E-mail）

地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー承認　第　　号

当該公認バスツアーの販売が終了しましたので、以下のとおり販売実績を報告します。

ツアー催行本数	○○本
合計販売人員	○○人
（内訳　日本人　○○人　外国人○○人）	

6-4 公認バスツアーの一覧

● 第1弾公認バスツアー

旅行会社	承認番号	申請の別	ツアー名
クラブツーリズム	009	新規	味わい丹後・海の幸御膳と 日本の原風景「伊根の舟屋」と天橋立
クラブツーリズム	010	新規	名物泳ぎ活イカにA5等級の近江牛！生ウニ・鰻も！ 新鮮な旬の食材に舌鼓！美食会席と近江八幡

● 第2弾公認バスツアー

旅行会社	承認番号	申請の別	ツアー名
クラブツーリズム	011	新規	まるごと一尾の姿造りも!和歌山産・イセエビづくしの フルコース　日帰り
エイチ・アイ・エス	109	新規	6月はさくらんぼ＆メロン・7月～10月はシャインマスカット1房のお持ち帰り付き！ 海の上を走る絶景ローカル列車乗車体験と神戸牛・三田牛・丹波牛3つのブランド牛食べ比べ・日本三景「天橋立」
エイチ・アイ・エス	110	新規	松阪牛！イセエビ！あわび！三重県が誇る食材を一度に どうぞ！日本最大級の複合商業リゾート『VISON』で選べる3つの食べ歩き！ 国内屈指のパワースポット伊勢神宮「内宮」とおかげ横丁
エイチ・アイ・エス	111	新規	錦秋に染まる天空のパワースポット！世界遺産「高野山」＆大好評のガイドがご案内「高野山 奥の院」めぐり！ ボリューム満点！和歌山のブランド牛！熊野牛すき焼き御膳
エイチ・アイ・エス	112	新規	鳥取が誇るブランド牛！岩塩プレートで焼く鳥取和牛岩塩 ステーキと世界ジオパーク認定！ 美しい岩美ブルーと絶景を楽しむ浦富海岸島めぐりクルーズ
阪急交通社	209	新規	錦秋に染まる3つの世界遺産構成資 産秋風薫る高野山神秘の紅葉と松茸尽くしを食す　日帰り

● 第3弾公認バスツアー

旅行会社	承認番号	申請の別	ツアー名
クラブツーリズム	013	新規	旬を愉しむ5つの秋の味わい!本場丹波で黒枝豆狩り体験 日帰り
クラブツーリズム	014	新規	個人では行きにくい！大和路4つの紅葉めぐり　日帰り
クラブツーリズム	015	新規	和歌山みかん狩り食べ放題と富有柿狩り体験と 絶景ドライブ　日帰り

● 第5弾公認バスツアー

旅行会社	承認番号	申請の別	ツアー名
クラブツーリズム	016	新規	「伊根の舟屋」と「天橋立」！ 冬の三大味覚!ズワイガニ!フグ!ブリ!大満喫御膳　日帰り
クラブツーリズム	017	新規	お買い物ざんまい！兵庫まるっと道の駅めぐり！
エイチ・アイ・エス	113	新規	飲み放題付！「本ズワイガニ姿丸ごと1杯！・神戸牛・あわびの踊り焼き」のご昼食と情緒あふれる篠山城下町&城崎温泉街散策
エイチ・アイ・エス	114	新規	期間限定！幻想的な灯りに包まれる特別な冬景色「美山かやぶきの里冬灯廊」と京の奥座敷・湯の花温泉「おもてなしの宿渓山閣」で美食と名湯を堪能！
阪急交通社	210	新規	本ズワイガニ・神戸牛・活鮑・鰻・北海道産帆立5つの高級食材を食す＆城崎温泉街　兵庫日帰り
阪急交通社	211	新規	創業45余年いけす活魚日本料理店で食す　本ズワイガニ3杯分カニ尽くしフルコース　日帰り

● 第6弾公認バスツアー

旅行会社	承認番号	申請の別	ツアー名
クラブツーリズム	018	新規	地域最大級のいけすで新鮮な旬の食材をご提供！五穀豊穣・商売繁盛祈願と彦根で旬の美食会席ツアー　日帰り
クラブツーリズム	019	新規	春の訪れを感じる圧巻の紅白の絶景 鈴鹿の森庭園といなべ市梅林　日帰り
クラブツーリズム	020	新規	梅香る紀州の饗宴！“紀州梅”が育てた梅真鯛御膳と日本最大級！ひとめ百万香る南部梅林　日帰り
阪急交通社	212	新規	タグ付香住蟹まるごと1杯お持帰り ブランド香住蟹・カニの王様本ズワイガニ計1.5杯フルコース 神鍋出石日帰り
阪急交通社	213	新規	本ズワイガニ1杯を含むズワイガニ2.3杯分 10品フルコースと日本最大級の鳥取砂丘と湯村温泉街日帰り

6-5 商品化したツアーの概要

● 第1弾

会社名	クラブツーリズム株式会社	承認番号	009
		申請の別	新規
ツアー名	味わい丹後・海の幸御膳と日本の原風景「伊根の舟屋」と天橋立		
ツアーのコンセプト	・日本の原風景を訪ねる ・日本の食を堪能		
ツアーのポイント	・日本の美しい古き良き町並みを散策 ・日本の美しい景観と海の幸の昼食		
大阪・関西万博のテーマとの親和性	①いのち輝く未来社会のデザイン（未来社会の実験場）		
◆選択理由	今後も残したい日本の原風景に触れる旅という部分が親和性があるため		
設定期間	令和7年8月9日（土）～ 令和7年8月17日（日）	設定本数	約 10 本
募集人数	46 人	最小催行人数	28 人
主要ターゲット層	・インバウンド全般　・関西圏在住の日本人		
行程表	梅田(8:15発）====新大阪(8:30発） ====橋立大丸シーサイドセンター（昼食）【約50分／11:25~12:15】 ====伊根の舟屋（ご希望の方はおひとり様別料金1,200円で遊覧船より見学・乗船時間／約25分）【約40分／13:00~13:40】 =====-天橋立（リフト券付きで天橋立展望台へご案内！）【約50 分／14:50~15:40】====新大阪（19:20予定）====梅田(19 :35予定）		



● 第1弾

会社名	クラブツーリズム株式会社	承認番号	010
		申請の別	新規
ツアー名	名物泳ぎ活イカにA5等級の近江牛！生ウニ・鰻も！ 新鮮な旬の食材に舌鼓！美食会席と近江八幡		
ツアーのコンセプト	・活イカやA5等級の近江牛、ウニなど旬の食材を使った昼食を食す ・近江八幡の美しい街並み散策		
ツアーのポイント	・日本の美食を堪能 ・日本の美しい古き良き町並みを散策		
大阪・関西万博のテーマとの親和性	①いのち輝く未来社会のデザイン（未来社会の実験場）		
◆選択理由	日本が誇る食に触れ、昔ながらの町並みが残る場所を散策し古き良き日本と今後の日本に触れる旅が親和性があるため		
設定期間	令和7年6月13 日（金）～ 令和7年9月8日（月）	設定本数	約　20　本
募集人数	46　人	最小催行人数	28　人
主要ターゲット層	・インバウンド全般　・関西圏在住の日本人		
行程表	梅田(8:30 発）====新大阪(8:45 発）==== 海水園［名物泳ぎ活イカ等新鮮な旬の食材をご堪能あれ！］【約60分／11:00~12:00】==== 近江八幡市［人気の洋菓子店でお買い物］【約60分／12:50~13:50】==== 近江八幡［映画・ドラマのロケ地としても有名な街並みを自由散策］【約50分／14:10~15:00】==== めんたいパークびわ湖［買い物］【約20分／15:30~15:50】====新大阪（ 18:30 予定）====梅田(18:45 予定)		



● 第2弾

会社名	クラブツーリズム株式会社	承認番号	011
		申請の別	新規
ツアー名	まるごと一尾の姿造りも！ 和歌山産・イセエビづくしのフルコース 日帰り		
ツアーのコンセプト	・旬の食材、和歌山産・イセエビ使った昼食を食す ・マグロのテーマパーク黒潮市場でお買いもの ・醤油蔵の工場見学		
ツアーのポイント	・産地、旬にこだわったの食を堪能 ・工場見学、お買い物とワクワクを提供		
大阪・関西万博のテーマとの親和性	③いのちに力を与える（幸福で豊かな生活を送るため自身を磨く旅）		
◆選択理由	おいしい物を食し、古き良き日本伝統に触れる旅が親和性があるため		
設定期間	令和7年9月20 日（土）～ 令和7年11月28日（金）	設定本数	約　20　本
募集人数	46　人	最小催行人数	28　人
主要ターゲット層	・インバウンド全般　・関西圏在住の日本人		
行程表	新大阪(8:30発)＝＝＝＝梅田(8:45発)＝＝＝＝ OTERA MAE ANCHIN(イセエビづくし昼食)【約50分/11:30～12:20】＝＝＝＝ 湯浅醤油(蔵見学)【約30分/13:00～13:30】＝＝＝＝ 黒潮市場(買い物)【約30分/14:10～14:40】＝＝＝＝和歌山城(各自自由散策/入場は別料金410円)【約50分/15:20～16:10】＝＝＝＝ 梅田(19:00予定)＝＝＝＝新大阪(19:15予定)		



● 第2弾

会社名	株式会社エイチ・アイ・エス	承認番号	109
		申請の別	新規
ツアー名	6月はさくらんぼ＆メロン・7月～10月はシャインマスカット1房のお持ち帰り付き！海の上を走る絶景ローカル列車乗車体験と神戸牛・三田牛・丹波牛3つのブランド牛食べ比べ・日本三景「天橋立」		
ツアーのコンセプト	3種のブランド牛の食べ比べとローカル列車の乗車体験や「天橋立」散策に加え、旬のフルーツの持ち帰りで季節を感じるツアー。		
ツアーのポイント	・シャインマスカット1房のお持ち帰り付き。 ・まさに海を走る列車！由良川橋梁を渡るローカル列車乗車体験。 ・神戸牛・三田牛・丹波牛3つのブランド牛食べ比べの昼食。 ・日本三景「天橋立」を約60分間の自由散策！		
大阪・関西万博のテーマとの親和性	③いのちに力を与える（幸福で豊かな生活を送るため自身を磨く旅）		
◆選択理由	パワースポット天橋立エリアの散策と美食で活力をいただく旅であるため		
設定期間	令和7年7月15 日（火）～ 令和7年10月30日（木）	設定本数	約　58　　本
募集人数	46　　人	最小催行人数	20　　人
主要ターゲット層	天橋立や日本のローカル鉄道に興味のある外国人全般と外国人のとの交流を好む日本人		
行程表	梅田（集合9：15　出発9：30）＝＜阪神高速＞＝池田IC＝＜中国道・舞鶴道＞＝丹南篠山口IC＝ささやま玉水（神戸牛・三田牛・丹波牛三大ブランド牛食べ比べの昼食/50分）（11：00～12：00）＝丹南篠山口IC＝＜舞鶴道・京都縦貫道＞＝宮津天橋立IC＝天橋立神社・文殊堂付近（恋のパワースポットである天橋立神社など趣ある松林を散策！/約60分）（13：30～14：45）＝栗田駅（15：10着：15：35発）＝＜京都丹後鉄道の由良川橋梁「海を走る列車」に乗車＞＝四所駅（15：55着）＝舞鶴大江IC＝道の駅 京丹波 味夢の里（圧倒的な品数を誇る道の駅でお買物/約25分）（17：00～17：25）＝＜京都縦貫道・名神高速＞＝梅田（18：40頃）		



● 第2弾

会社名	株式会社エイチ・アイ・エス	承認番号	１１０
		申請の別	新規
ツアー名	松阪牛！イセエビ！あわび！三重県が誇る食材を一度にどうぞ！日本最大級の複合商業リゾート『VISON』で選べる3つの食べ歩き！ 国内屈指のパワースポット伊勢神宮「内宮」とおかげ横丁		
ツアーのコンセプト	平安時代末期から国家の守護神として崇める伊勢信仰の中心地「伊勢神宮」で自然とともに生きてきた古の人々の思いを感じる旅。		
ツアーのポイント	・松阪牛！イセエビ！あわび！三重県が誇る食材を一度に堪能 ・お伊勢さんと親しまれる「内宮」の参拝と情緒ある「おかげ横丁」を散策。 ・産直マルシェやショップが並ぶ話題の商業施設「VISON」で散策とお買い物 ・商業施設「VISON」内の23店舗の中からお好きなお店を3つ選択して食べ歩き		
大阪・関西万博のテーマとの親和性	③いのちに力を与える（幸福で豊かな生活を送るため自身を磨く旅）		
◆選択理由	「伊勢神宮」からパワーをいただき自分自身と向き合う旅行であるから。		
設定期間	令和7年7月9 日（水）～ 令和7年10月30日（木）	設定本数	約　50　　本
募集人数	46　　人	最小催行人数	20　　人
主要ターゲット層	伊勢信仰に興味のある欧米豪と外国人のとの交流を好む日本人		
行程表	梅田（集合8：45　出発9：00）＝＜阪神高速・西名阪・名阪国道＞＝関ドライブイン（昼食/約60分）（11：00～12：00）＝伊勢関IC＝＜伊勢道＞＝伊勢西IC＝伊勢神宮　内宮・おかげ横丁（自由参拝/約100分）（13：10～14：50）＝伊勢西IC＝＜伊勢自動車道＞＝多気ヴィソンスマートIC＝VISON（食べ歩き/約100分）（15：10～16：50）＝勢和多気IC＝＜伊勢道・名阪国道＞＝伊賀ドライブイン（休憩）＝＜名阪国道・西名阪・阪神高速＞＝梅田（19：45頃）		



● 第2弾

会社名	株式会社エイチ・アイ・エス	承認番号	111
		申請の別	新規
ツアー名	錦秋に染まる天空のパワースポット！世界遺産「高野山」＆大好評のガイドがご案内「高野山 奥の院」めぐり！ ボリューム満点！和歌山のブランド牛！熊野牛すき焼き御膳		
ツアーのコンセプト	世界遺産である高野山の信仰の中心でである奥の院で命の尊さに触れ、高野山の信仰の中心である「金剛峯寺」や「壇上伽藍」を知る旅。		
ツアーのポイント	・10月下旬から11月上旬頃は紅葉もお楽しみいただけます。 ・高野山の総本山「金剛峯寺」や「壇上伽藍」を自由参拝 ・和歌山のブランド牛！熊野牛すき焼き御膳の昼食付 ・世界遺産「丹生都比売神社（にうつひめじんじゃ）」自由参拝。		
大阪・関西万博のテーマとの親和性	②いのちを救う（人のいのちと地球のいのちを考える旅）		
◆選択理由	高野山の信仰の中心でである奥の院で命の尊さを熟考する時間を持つ旅であるからです		
設定期間	令和7年10月11 日（土）～ 令和7年12月6日（土）	設定本数	約　25　本
募集人数	46　人	最小催行人数	20　人
主要ターゲット層	日本の仏教に興味のある欧米豪と外国人のとの交流を好む日本人		
行程表	梅田（集合7：45　出発8：00）＝梅田IC＝＜阪神高速/近畿道/阪和道＞＝岸和田和泉IC＝かつらぎドライブイン（和歌山の特産品のお買い物/約20分）（9：20～9：45）＝高野山奥の院（高野山二大聖地「奥の院」を大好評の専門ガイドがご案内/約90分）（10：30～12：10）＝一の橋天風（ボリューム満点！和歌山のブランド牛！熊野牛すき焼き御膳/約60分）（12：15～13：15）＝金剛峯寺・壇上伽藍周辺（秋を感じる根本大塔や金堂など高野山の見所が集まる金剛峯寺周辺を自由散策・参拝/約90分）（13：20～14：50）＝大門（車窓：高さ25.8メートル5間重層の高野山の総門を車窓から見物）＝丹生都比売神社（縁結びで有名な世界遺産で自由参拝/約40分）（15：20～16：00）＝岸和田和泉IC＝＜阪和道/近畿道/阪神高速＞＝出入橋IC＝梅田（17：45頃）		



● 第2弾

会社名	株式会社エイチ・アイ・エス	承認番号	1 12
		申請の別	新規
ツアー名	鳥取が誇るブランド牛！岩塩プレートで焼く鳥取和牛岩塩ステーキと世界ジオパーク認定！美しい岩美ブルーと絶景を楽しむ浦富海岸島めぐりクルーズ		
ツアーのコンセプト	鳥取県のブランド牛「鳥取和牛」岩塩ステーキと自然の神秘である「浦富海岸」「鳥取砂丘」を楽しむツアー		
ツアーのポイント	・鳥取和牛岩塩ステーキと新鮮なお刺身の昼食！ ・ユネスコが認定した「世界ジオパーク」の浦富海岸をクルーズ ・日本最大級！広大な鳥取砂丘を満喫！ ・神話「因幡の白うさぎ」の舞台縁結びのパワースポット白兎神社にてご参拝		
大阪・関西万博のテーマとの親和性	②いのちを救う（人のいのちと地球のいのちを考える旅）		
◆選択理由	自然の神秘を感じる鳥取砂丘で地球の価値を改めて考える旅であるからです。		
設定期間	令和7年7月18 日（金）～ 令和7年11月30日（日）	設定本数	約　54　　本
募集人数	46　　人	最小催行人数	20　　人
主要ターゲット層	日本独自の雄大な自然に興味のある外国人全般と 外国人のとの交流を好む日本人		
行程表	"梅田（集合7：15　出発7：30）＝福島IC＝＜中国道・鳥取道＞＝鳥取IC＝浦富海岸島めぐりクルーズ（世界ジオパークにも認定されたダイナミックな景観を楽しみながらクルーズ！/約40分）（10：50～12：00）＝砂丘会館（珍しい鳥取和牛岩塩ステーキと桶盛刺身の昼食/約60分）（12：15～13：15）＝鳥取砂丘（日本最大級の砂丘を自由散策/約60分）（12：15～14：20）＝白兎神社（神話「因幡の白うさぎ」の舞台であり、縁結びの神社にてご参拝/約40分）（14：40～15：20）＝鳥取IC＝＜鳥取道・中国道・阪神＞＝梅田（18：15頃）		



● 第2弾

会社名	株式会社阪急交通社	承認番号	209
		申請の別	新規
ツアー名	錦秋に染まる3つの世界遺産構成資産 秋風薫る高野山神秘の紅葉と松茸尽くしを食す日帰り		
ツアーのコンセプト	・天空のパワースポットと呼ばれる高野山でいのちを考える旅		
ツアーのポイント	・天空のパワースポットへ高野山の紅葉をお楽しみ ・ご昼食は秋の味覚の王様松茸尽くしとご当地和牛熊野牛すき焼（約30ｇ）をご賞味		
大阪・関西万博のテーマとの親和性	②いのちを救う（人のいのちと地球のいのちを考える旅）		
◆選択理由	地域の歴史と自然を感じることで命を大切にする精神を学ぶという部分に親和性があるため		
設定期間	令和7年10月12 日（日）～ 令和7年11月13日（木）	設定本数	約　54　　本
募集人数	43　　人	最小催行人数	26　　人
主要ターゲット層	日本の紅葉や文化に興味のあるアジアの方		
行程表	各地（7：30～8：00発）＝＝世界遺産〇丹生都比賣神社（神聖なる雰囲気に包まれる境内＜約30分＞）＝＝世界遺産〇高野山・奥之院散策(案内人が同行し解説！高野山の聖地へ！＜約80分＞)＝＝★高野山・一の橋天風(若女将拘りの松茸尽くしをご賞味！＜約50分＞)・・・〇清浄心院「鳳凰奏殿」・・・〇天風てらす（2023年オープンの新スポットでお買い物＜約20分＞）＝＝世界遺産〇壇上伽藍(日本仏教聖地を自由散策＜約60分＞)＝＝各地（18：00～21：00着）		



● 第3弾

会社名	クラブツーリズム株式会社	承認番号	013
		申請の別	新規
ツアー名	旬を愉しむ5つの秋の味わい!本場丹波で黒枝豆狩り体験　日帰り		
ツアーのコンセプト	・日本の秋を堪能！ ・黒枝豆狩り体験 ・日本の原風景「有田みかん街道」ドライブ		
ツアーのポイント	・産地、秋の味覚にこだわった食を堪能 ・絶景とお買い物とワクワクを提供		
大阪・関西万博のテーマとの親和性	②いのちを救う（人のいのちと地球のいのちを考える旅）		
◆選択理由	食から四季を感じ、日本の原風景に触れる旅		
設定期間	令和7年9月18日（木）～ 令和7年11月4日(火)	設定本数	約　15　本
募集人数	46　人	最小催行人数	28　人
主要ターゲット層	・インバウンド全般　・関西圏在住の日本人		
行程表	梅田(8:30発)＝＝＝＝新大阪(8:45発)＝＝＝＝めんたいパーク神戸三田(工場見学)【約20分/9:45～10:05】＝＝＝＝ ささやま玉水(神戸牛と栗ご飯の昼食)【約50分/11:00～11:50】＝＝＝＝ 大内農場(黒枝豆狩り体験)【約30分/12:40～13:10】＝＝＝＝ 砥峰高原(西日本有数のススキの群生地)【約40分/15:00～15:40】＝＝＝＝ 新大阪(19:20予定)＝＝＝＝梅田(19:35予定)		



● 第3弾

会社名	クラブツーリズム株式会社	承認番号	014
		申請の別	新規
ツアー名	個人では行きにくい！奈良大和路4つの紅葉めぐり　日帰り		
ツアーのコンセプト	・奈良を代表する個人では行きにくい紅葉名所へご案内 ・日本の四季に触れる		
ツアーのポイント	・バスだから１日で回れる紅葉スポットへ ・紅葉を堪能		
大阪・関西万博のテーマとの親和性	②いのちを救う（人のいのちと地球のいのちを考える旅）		
◆選択理由	日本の美しい四季に触れ、昔ながらの絶景に触れる旅		
設定期間	令和7年11月11日（火）～ 令和7年11月30日(日)	設定本数	約　10　本
募集人数	46　人	最小催行人数	28　人
主要ターゲット層	・インバウンド全般　・関西圏在住の日本人		
行程表	新大阪(7:30発)＝＝＝＝梅田(7:45発)＝＝＝＝ 長谷寺(奈良随一の紅葉名所)【約50分/9:00～9:50】＝＝＝＝室生寺(女人高野として有名な古刹)【約50分/10:35～11:25】＝＝＝＝ ＜昼食弁当は岡寺へ移動中にバス車内にてご案内＞ 岡寺(西国三十三所モミジのトンネル)【約40分/12:20～13:00】＝＝＝＝談山神社(紅葉と十三重塔)【約50分/13:10～14:00】 ＝＝＝＝梅田(18:00予定)＝＝＝＝新大阪(18:15予定)		



● 第3弾

会社名	クラブツーリズム株式会社	承認番号	015
		申請の別	新規
ツアー名	和歌山みかん狩り食べ放題と富有柿狩り体験　日帰り		
ツアーのコンセプト	・日本を代表するわかやまみかん狩り食べ放題 ・ブランド柿「富有柿」狩り体験とお買い物とお持ち帰り♪ ・みかん畑を包まれる「有田みかん街道」をドライブ		
ツアーのポイント	・産地、秋の味覚こだわったの食を堪能 ・絶景とお買い物とワクワクを提供		
大阪・関西万博のテーマとの親和性	③いのちに力を与える（幸福で豊かな生活を送るため自身を磨く旅）		
◆選択理由	日本が誇るみかんと柿狩りと、昔ながらの絶景に触れる旅		
設定期間	令和7年10月25日（土）～ 令和7年11月17日(月)	設定本数	約　10　本
募集人数	46　人	最小催行人数	28　人
主要ターゲット層	・インバウンド全般　・関西圏在住の日本人		
行程表	新大阪(8:30発)＝＝＝＝梅田(8:45発)＝＝＝＝ OTERA MAE ANCHIN(昼食)【約50分/11:00～11:50】＝＝＝＝ 観光農園(和歌山みかん狩り食べ放題/約30分)【約30分/12:50～13:20】＝＝＝ 観光農園(富有柿狩り体験)【約20分/13:40～14:00】＝＝＝＝ <有田みかん海道>＝＝＝＝ 有田みかん海道展望台(各自自由散策)【約15分/14:35～14:50】＝＝＝＝ 黒潮市場(買い物)【約30分/15:35～16:05】＝＝＝＝ 梅田(18:45予定)＝＝＝＝新大阪(19:00予定)		



● 第5弾

会社名	クラブツーリズム株式会社	承認番号	016
		申請の別	新規
ツアー名	「伊根の舟屋」と「天橋立」！ 冬の三大味覚！ズワイガニ!フグ!ブリ!大満喫御膳　日帰り		
ツアーのコンセプト	冬の味覚を満喫し、日本の美しい景観を巡る		
ツアーのポイント	・日本の冬を代表する味覚を満喫 ・交通手段が不便「伊根の舟屋」と「天橋立」を一度にめぐる		
「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	バスでめぐることで1日でたっぷり巡れる		
設定期間	令和7年12月10日（水）～ 令和8年3月13日(金)	設定本数	約　30　本
募集人数	46　人	最小催行人数	28　人
主要ターゲット層	欧米豪の富裕層　アジア圏		
行程表	梅田(8:15発)＝＝＝＝新大阪(8:30発)＝＝＝＝ 橋立大丸シーサイドセンター(冬の味覚!カニ･フグ･ブリ大満喫御膳の昼食)【約60分/11:45～12:45】＝＝＝＝ 舟屋の里公園(伊根湾を見下ろす高台にある絶好のビューポイントへ!)【約20分/13:10～13:30】＝＝＝＝ 天橋立(天橋立神社や知恩寺など周辺を自由散策/天橋立ビューランドのリフト･モノレール利用は別料金800円)【約40分/14:30～15:10】 ＝＝＝＝新大阪(19:05予定)＝＝＝＝梅田(19:20予定)		



● 第5弾

会社名	クラブツーリズム株式会社	承認番号	017
		申請の別	新規
ツアー名	お買い物ざんまい！兵庫まるっと道の駅めぐり！		
ツアーのコンセプト	バスだから実現！個人では行きにくい道の駅を巡ります		
ツアーのポイント	・個人では行きにくい道の駅を巡ります ・うれしいちょっぴりプレゼント付き ・新鮮な野菜や、地元のスイーツなどお買い物三昧		
「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	バスでめぐることで各地の道の駅を1日でたっぷり巡れる		
設定期間	令和8年1月14日（水）～ 令和8年2月22日(日)	設定本数	約　25　本
募集人数	46　人	最小催行人数	28　人
主要ターゲット層	欧米豪の富裕層　アジア圏		
行程表	梅田(9:00発)＝＝＝＝新大阪(9:15発)＝＝＝＝ めんたいパーク神戸三田(明太子工場見学や直売所でお買い物)【約20分/10:15～10:35】＝＝＝＝ 道の駅丹波おばあちゃんの里(新鮮な野菜やお惣菜・スイーツなど丹波の特産品が勢ぞろい!)【約30分/11:25～11:55】＝＝＝＝ <昼食は各道の駅にて、または購入、移動中バス車内ご案内> 道の駅但馬のまほろば(但馬ならではの地域色豊かな商品やご当地グルメをお楽しみ)【約30分/12:40～13:10】＝＝＝＝ 道の駅フレッシュあさご(開放的なガラス張りの建物で地元の魅力を堪能)【約30分/13:55～14:25】＝＝＝＝道の駅よかわ(黒豆や地酒など丹波の味覚が充実!足湯もお楽しみ♪)【約30分/15:40～16:10】＝＝＝＝ 新大阪(18:10予定)＝＝＝＝梅田(18:25予定)		



● 第5弾

会社名	株式会社エイチ・アイ・エス	承認番号	113
		申請の別	新規
ツアー名	飲み放題付！「本ズワイガニ姿丸ごと1杯！・神戸牛・あわびの踊り焼き」のご昼食と情緒あふれる篠山城下町&城崎温泉街散策		
ツアーのコンセプト	・旬の食材を使った食事とツアーではめずらしい飲み放題の昼食 ・関西近郊の観光素材発掘のための篠山城下町の散策		
ツアーのポイント	・60分間飲み放題付き！本ズワイガニ丸ごと1杯！神戸牛とアワビの昼食 ・篠山城下町で約60分の自由散策 ・情緒あふれる城崎温泉街で約90分の自由散策 ・人気の道の駅「但馬のまほろば」でお買い物		
「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	人気の城崎温泉に加えて古い町並みのある篠山城下町の散策 日本人問わずインバウンドにも人気になっている冬の味覚かにを組み合わせることで総合的にバランスの良いツアー		
設定期間	令和7年12月7日（日）～ 令和8年3月29日(日)	設定本数	約　60　本
募集人数	46　人	最小催行人数	20　人
主要ターゲット層	関西在住の日本人の少人数グループ・インバウンド全般		
行程表	梅田（集合9：15　出発9：30）＝＜バス＞＝ささやま玉水 （本ズワイガニ姿・あわびの踊り焼き・神戸牛すき焼き食べ比べ御膳/約60分） ＝＝篠山城下町 （城下町散策や丹波篠山地域のご当地グルメなどをお楽しみ/約60分） ＝＝城崎温泉街 （情緒あふれる温泉街散策や別途料金で外湯巡りをお楽しみ/約90分） ＝＝道の駅 但馬のまほろば （但馬の特産物のお買物をお楽しみ/約30分） ＝＜バス＞＝梅田（20：00頃）		



● 第5弾

会社名	株式会社エイチ・アイ・エス	承認番号	114
		申請の別	新規
ツアー名	期間限定！幻想的な灯りに包まれる特別な冬景色「美山かやぶきの里冬灯廊」と京の奥座敷・湯の花温泉「おもてなしの宿渓山閣」で美食と名湯を堪能！		
ツアーのコンセプト	・個人では行きにくい夜の美山の観光 ・従来の昼食施設ではなく宿泊施設での食事にすることで付加価値を高めた		
ツアーのポイント	・幻想的な灯りに包まれた美しい「美山かやぶきの里冬灯廊」 ・湯の花温泉「おもてなしの宿　渓山閣」にて昼食と入浴 ・亀岡で創業300年以上続く大石酒造へご案内		
「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	インバウンドにも人気の美山かやぶきの里の雪灯籠を見学することの価値に加えて、温泉宿でゆったりと過ごせる非日常体験を提供		
設定期間	令和8年1月19日（月）～ 令和8年1月23日(金)	設定本数	約　5　　本
募集人数	46　　人	最小催行人数	20　　人
主要ターゲット層	関西在住の日本人および関西滞在中のインバウンド		
行程表	梅田（集合10：45　出発11：00）＝＜バス＞＝湯の花温泉　おもてなしの宿 渓山閣（湯豆腐御膳の昼食と入浴をお楽しみください。/約120分） ＝＝大石酒造（亀岡で創業300年以上続く老舗酒造へご案内！/約45分） ＝＝美山かやぶきの里（美山かやぶきの里を幻想的に照らす冬灯廊を観賞/約100分）＝＜バス＞＝梅田（21：00頃）		



● 第5弾

会社名	株式会社阪急交通社	承認番号	210
		申請の別	新規
ツアー名	本ズワイガニ・神戸牛・活鮑・鰻・北海道産帆立 5つの高級食材を食す＆城崎温泉街　兵庫日帰り		
ツアーのコンセプト	冬の高級食材と人気観光地城崎温泉街を散策するお買い得バスツアー		
ツアーのポイント	・飲み放題付 ・本ズワイガニを含む5つの高級食材を食す ・城崎温泉街の散策		
「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	FITでは訪問が難しい観光地が行程に含まれている		
設定期間	令和7年12月19日（金）～ 令和8年2月26日(木)	設定本数	約　66　本
募集人数	47　人	最小催行人数	26　人
主要ターゲット層	関西2府4県在住の日本人・訪日外国人（FIT）		
行程表	各地（8:10～9:10発）＝＝ ☆めんたいパーク神戸三田（明太子のテーマパークへ＜約20分＞）＝＝ ★ささやま玉水（本ずわいがに・神戸牛・あわび踊り焼き 3つのグルメをお楽しみ！5種の飲み放題付＜50分＞）＝＝ 〇城崎温泉街（歴史ある温泉街を散策＜約120分＞）＝＝ 各地（18:30～20:30着）		



● 第5弾

会社名	株式会社阪急交通社	承認番号	211
		申請の別	新規
ツアー名	創業45余年いけす活魚日本料理店で食す 本ズワイガニ3杯分カニ尽くしフルコース　日帰り		
ツアーのコンセプト	冬の味覚本ズワイガニと人気観光地城崎温泉街を散策するお買い得バスツアー		
ツアーのポイント	・本ズワイガニを3杯分食す ・八幡山ロープーウェイなど観光も盛り沢山		
「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	FITではなかなか高額で食べることのできない本ズワイガニを3杯分食すことができる。		
設定期間	令和7年11月16日（日）～ 令和8年2月28日(土)	設定本数	約　70　本
募集人数	47　人	最小催行人数	26　人
主要ターゲット層	関西2府4県在住の日本人・訪日外国人（FIT）		
行程表	各地（7:20～7:50）＝＝ ▲八幡山ロープウェイ（びわ湖を臨みながら絶景空中散歩＜約50分＞）＝＝ ★海水園（日本料理店が自信を持ってお届けする本ズワイガニ3杯分フルコース＜約90分＞）＝＝ ○藤居本家（ガイドが酒造見学にご案内！さらに試飲付！＜約30分＞）＝＝’ ○三井アウトレットパーク滋賀竜王（ゆったり約100分間お買い物！＜約100分＞）＝＝各地（17:00～20:00着）		



● 第6弾

会社名	クラブツーリズム株式会社	承認番号	018
		申請の別	新規
ツアー名	地域最大級のいけすで新鮮な旬の食材をご提供！ 五穀豊穣・商売繁盛祈願と彦根で旬の美食会席ツアー　日帰り		
ツアーのコンセプト	関西最大級のいけすがあるお店で旬の食材に舌鼓		
ツアーのポイント	・本ズワイガニ！近江牛！真フグ！アワビなど旬の会席の昼食 ・多賀大社に参拝 ・酒造見学		
「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	交通手段が少ない観光地へバスだから楽々移動		
設定期間	令和7年12月7日（日）～ 令和8年3月20日(金)	設定本数	約　30　本
募集人数	46　人	最小催行人数	28　人
主要ターゲット層	欧米豪の富裕層　アジア圏		
行程表	梅田(8:15発)-＝＝＝＝新大阪(8:30発)＝＝＝＝ 海水園(旬の食材を盛り込んだ美食会席の昼食)【約60分/11:00～12:00】＝＝＝ 多賀大社(自由参拝)【約40分/12:20～13:00】 -……-金咲稲荷神社(自由参拝)＝＝＝＝ 蔵元藤居本家(酒造見学)【約50分/13:40～14:30】＝＝＝＝ めんたいパークびわ湖(買い物)【約20分/15:30～15:50】＝＝＝＝ 新大阪(18:25予定)＝＝＝＝梅田(18:40予定)		



● 第6弾

会社名	クラブツーリズム株式会社	承認番号	019
		申請の別	新規
ツアー名	春の訪れを感じる圧巻の紅白の絶景 鈴鹿の森庭園といなべ市梅林　日帰り		
ツアーのコンセプト	日本を感じる圧巻の春を感じる絶景へご案内		
ツアーのポイント	・日本の春を感じる鈴鹿の森庭園といなべ市梅林へご案内 ・昼食は、牛すき焼をご用意		
「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	交通手段が少ない観光地へバスだから楽々移動		
設定期間	令和8年2月26日（木）～ 令和8年3月17日(火)	設定本数	約　20　本
募集人数	46　人	最小催行人数	28　人
主要ターゲット層	欧米豪の富裕層　アジア圏		
行程表	新大阪(8:45発)＝＝＝＝梅田(9:00発)＝＝＝＝ 名阪関ドライブイン(特選牛すき焼き御膳の昼食)【約50分/11:30～12:20】＝＝ 鈴鹿の森庭園(各自自由散策/しだれ梅の庭園、鈴鹿山脈との絶景は圧巻!)【約60分/12:50～13:50】＝＝＝＝ いなべ市農業公園(各自自由散策/東海エリア最大級梅林観賞)【約40分/15:10～15:50】＝＝＝＝梅田(19:25予定)＝＝＝＝新大阪(19:40予定)		



● 第6弾

会社名	クラブツーリズム株式会社	承認番号	020
		申請の別	新規
ツアー名	梅香る紀州の饗宴！ “紀州梅”が育てた梅真鯛御膳と日本最大級！ひとめ百万香る南部梅林　日帰り		
ツアーのコンセプト	・日本を感じる圧巻の春を感じる絶景へご案内 ・梅を食べて育った真鯛の昼食		
ツアーのポイント	・日本の春を感じる梅林へご案内 ・梅をコンセプトにした昼食 ・梅のちょっぴりプレゼント付き		
「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	交通手段が少ない観光地へバスだから楽々移動		
設定期間	令和8年2月5日（木）～ 令和8年2月26日(木)	設定本数	約　20　本
募集人数	46　人	最小催行人数	28　人
主要ターゲット層	欧米豪の富裕層　アジア圏		
行程表	新大阪(8:30発)＝＝＝＝梅田(8:45発)＝＝＝＝ OTERA MAE ANCHIN(梅真鯛御膳の昼食と大根掘り体験も!)【約50分/11:00～11:50】…… 道成寺(各自自由拝観/約15分)【～12:10】＝＝＝＝ 紀州梅干館(買い物)【約20分/13:00～13:20】＝＝＝＝ 南部梅林(「ひとめ百万 香り十里」一面を覆う白い梅の花の景色を堪能!)【約80分/13:45～15:05】＝＝＝＝梅田(19:05予定)＝＝＝＝新大阪(19:20予定)		



● 第6弾

会社名	株式会社阪急交通社	承認番号	212
		申請の別	新規
ツアー名	タグ付香住蟹まるごと1杯お持帰り ブランド香住蟹・カニの王様本ズワイガニ計1.5杯フルコース神鍋出石日帰り		
ツアーのコンセプト	ブランド香住蟹のご昼食とタグ付き香住お持ち帰りカニ満喫日帰りバスツアー		
ツアーのポイント	・タグ付き香住蟹まるごと1杯（約400g）をお持ち帰り！ ・ご昼食は香住蟹１杯（約380ｇ前後）と本ズワイガニ５品の食べ比べ！ ・食事だけでなく天然温泉、露天風呂もお楽しみいただけます。		
「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	香住地域のブランドある香住蟹を売り出し地域の魅力を発信している。		
設定期間	令和7年11月23日（日）～ 令和8年3月29日(日)	設定本数	約　68　本
募集人数	47　人	最小催行人数	26　人
主要ターゲット層	関西広域在住の日本人 日本食に関心のあるアジアのお客様		
行程表	各地（7:10～8:20発）＝＝★ブルーリッジホテル（食べ応え十分のカニフルコースをご堪能＆源泉100％の美肌温泉の入浴＜約120分＞）＝＝〇出石城下町（今話題の歴史情緒溢れる城下町でのんびり散策＜約50分＞）＝＝★海鮮せんべい但馬（お土産のお買い物＜約20分＞）＝＝各地（17:00～20:00着）		



● 第6弾

会社名	株式会社阪急交通社	承認番号	213
		申請の別	新規
ツアー名	本ズワイガニ1杯を含むズワイガニ2.3杯分 10品フルコースと日本最大級の鳥取砂丘と湯村温泉街日帰り		
ツアーのコンセプト	山陰・鳥取で冬の味覚本ズワイガニを食べる日帰りバスツアー		
ツアーのポイント	・カニの水揚げ量日本1の鳥取心ゆくまでカニを食べ尽くす！ ・カニ好きのためにズワイガニ2.3杯分の贅沢なフルコースをご用意！ ・情緒溢れる湯村温泉街をゆったりとお楽しみいただけます。		
「地域の魅力発見！関西広域周遊バスツアー」として相応しいポイント	山陰が誇る湯村温泉街の散策、日本最大級の鳥取砂丘の観光で地域の魅力を発信。		
設定期間	令和7年12月12日（金）～ 令和8年3月28日(土)	設定本数	約　52　本
募集人数	47　人	最小催行人数	26　人
主要ターゲット層	関西広域在住の日本人 日本食に関心のあるアジアのお客様		
行程表	各地（7:40～8:40発）＝＝☆加露港（新鮮な海産物のお買い物＜約20分＞）＝＝★鳥取砂丘（ズワイガニ2杯分フルコースのご昼食と自由散策＜約90分＞）＝＝○湯村温泉街（情緒溢れる温泉街をゆっくり散策！＜約60分＞）＝＝各地（18:00～21:00着）※1月1日のご出発はとっとり賀露かにっこ館へ、1月1日以外のご出発のお客様は、浜下商店へご案内いたします。		



07.ランディングページの改修・更新

7-1 LPデザイン・構成の改修

万博終了後にＬＰデザインを変更し、更に自走化を目指して、CMS(コンテンツ管理システム)を実装、「お知らせ」および「おすすめツアー」情報のユーザーサイドでの編集を可能とした。

変更前



2階層



※変更ポイント

①トップページを1階層に集約
②メインロゴ下に
　「お知らせ」欄を新設
③ページ左上の万博ロゴを削除
④「お知らせ」
　「おすすめツアー」
　「旅行会社ロゴ欄」に
　CMSを実装することにより、
　編集可能に。

トップページを1階層に変更



【英語版】

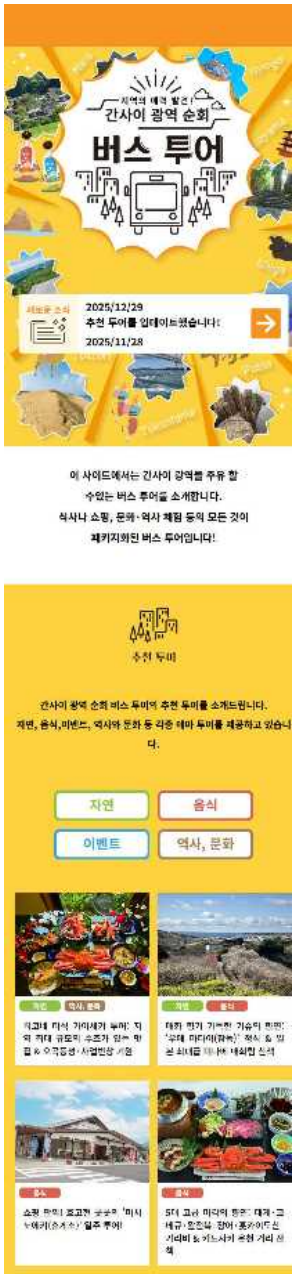

Discover Local Attractions
Greater Kansai Region Excursion
Bus Tours
What's New
29/12/2025
We have updated our recommended tours!
This site introduces bus tours that take you around the wider Kansai region.
These bus tours package everything from dining and shopping to cultural and historical experiences!
Recommended Tours
Introducing recommended tours among the Greater Kansai Region Excursion bus tours.
Tours are available with a variety of themes, including nature, food, events, and history/culture.
Nature
Food
Events
History/Culture
Food
Food
Shopping Spree Delight! A Complete Tour of Hyogo's "Michi-no Eki" (Roadside Stations)
Gourmet Indulgence: Selected 5 Luxuries (Snow Crab, Kobe Beef, Uni, Abalone, Eel, & Scallop) & Kinosaki Onsen Stroll


Food
The Ultimate Crab Feast: Enjoy a 1-Whole-Snow-Crab Full Course at a Renowned 45-Year-Old Live Fish Restaurant
Nature
Food
Winter's Triple Delights! Snow Crab, Ruttenshi, & Yo Iwatoji Feast at the Funaya and Amanohashidate
Nature
Food
Limited-Time Offer! Experience the enchanting winter light-up at "Miyama Thatched Village Snow Lanterns" and savor gourmet food & famous hot spring at Yunohana Onsen's Kinzanisaka Inn, Kyuin's inner parlor!
Food
History/Culture
With All-You-Can-Dine Lunch featuring a Whole Snow Crab, Kobe Beef, and Uni! Abalone Scoop, plus Sightseeing through Sekigahara Castle Town & Kinosaki Onsen Town!


Choose by Travel Agency
Language
HIS
H.I.S. Co., Ltd.
Club Tourism International Inc.
LIMON
Shinki Kanko Co., Ltd.
Hankyu Travel International Co., Ltd.


近畿運輸局
Home
Recommended Tours
Travel Agencies
Inquiries
Secretariat, Greater Kansai Region Excursion Bus Tours Investigative Commission

【韓国語版】


지역의 매력 발견!
간사이 광역 순회
버스 투어
서비스 소식
2025/12/29
추천 투어를 업데이트했습니다!
2025/11/28
이 사이트에서는 간사이 광역을 주유 할 수있는 버스 투어를 소개합니다.
식사나 쇼핑, 문화·역사 체험 등의 모든 것이 패키지화된 버스 투어입니다!
추천 투어
간사이 광역 순회 버스 투어의 추천 투어를 소개드립니다.
자연, 음식, 이벤트, 역사와 문화 등 각종 테마 투어를 제공하고 있습니다.
자연
음식
이벤트
역사, 문화




여행사 종류로 선택
HIS
Language
LIMON
近畿運輸局
문의
TOP

【簡体語版】


关西广域周遊
巴士旅游
2025/12/29
我们更新了推荐旅游路线！
2025/11/28
本网站为您介绍畅游关西地区的巴士行程。
这些巴士行程涵盖美食、购物、
文化和历史体验等各种内容！
推荐旅游
为您介绍关西广域周游巴士旅游的推荐路线。
为您准备了自然、美食、活动、历史与文化等各种主题的旅游。
自然
美食
活动
历史与文化
选择旅游公司
Club Tourism
株式会社
LIMON
近畿運輸局

【繁体語版】


關西廣域周遊
巴士旅遊
2025/12/29
我們更新了推薦旅遊行程！
2025/11/28
本網站為您介紹暢遊關西地區的巴士行程。
這些巴士行程涵蓋餐飲、購物、
文化和歷史體驗等各種內容！
推薦旅遊
為您介紹關西廣域周遊巴士旅遊的推薦路線。
為您準備了自然、美食、活動、歷史與文化等各種主題的旅遊。
自然
美食
活動
歷史與文化
選擇旅遊公司
HIS
LIMON
近畿運輸局

●「お知らせ」機能の追加

公認を受けたツアー商品は、新設した「お知らせ」欄に更新した旨告知掲載し、
更新したツアーの一覧が掲載された画面を新設した。
また、自走化に向けた、CMSの実装により、上記の作業をユーザーサイドで行えるよう改修した。



【6月13日更新】



【7月25日更新】



【8月29日更新】



【11月28日更新】



【12月29日更新】

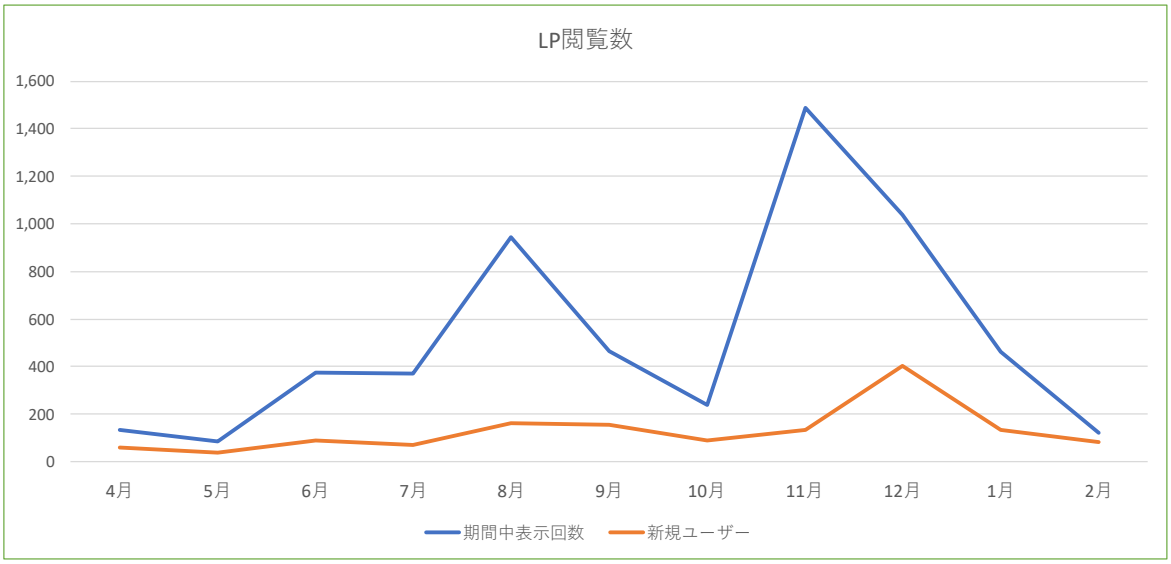
●トップページ下に配置したツアー情報のサムネイルは、「お知らせ」同様に編集可能とした。



7-2 LPの閲覧数解析

● LP閲覧数推移

■「関西広域周遊バスツアー」サイト閲覧数(2025.4.1～2026.2.27)



項目＼期間	2025年									2026年		合計
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
期間中表示回数	134	86	376	370	943	466	240	1,487	1,037	461	123	5,723
新規ユーザー	59	39	91	73	162	154	88	135	404	132	81	1,418

1. 閲覧数の推移と大きな「山」の要因分析

・LP閲覧数と新規ユーザー数の推移をみると、8月に一度、表示回数が約940件まで増加しており、これは夏休み期間中の旅行需要の高まりを反映していると考えられる。
・秋季(11月)に次の増加の傾向がみられる(1,487件を記録)ことは、紅葉シーズンに向けた需要、あるいは行楽に対する興味の高まりが作用した可能性が高い 。

2. 「表示回数」と「新規ユーザー数」の乖離から見たユーザー属性と流入の変化

・11月までは表示回数に対して新規ユーザー数が控えめだが、12月は新規ユーザーが前月の約3倍に急増している 。
・この動きから、11月までは「同じ人が何度も見ている(比較検討)」状態 ・12月は「新しい層がサイトを訪れている(認知拡大)」状態と言える 。
・認知の定着: 4月～5月の立ち上がり時期(表示回数100件以下)に比べ、後半戦はベースとなる閲覧数が底上げされており、サイトの認知度が徐々に高まっている様子が伺える 。

3. 数値から見える課題と示唆

・合計表示回数5,723に対し、新規ユーザーは1,418名 。単純計算で1人あたり平均4～5回閲覧している(=リピート率の高まり)ことになり、バスツアーという「高単価または検討期間が長い商品」の特性上、ユーザーが慎重に比較検討していることが推測される 。
・12月は表示回数に対して新規ユーザーの比率がそれまでよりも上がってる 。これは、SNSや特定のキャンペーン等で、初めてサイトを知った人が増えた結果である可能性が高い 。

08.販路形成支援及び情報発信

8-1 情報発信の概要

● ファムトリップに招聘したメディア及びインフルエンサー

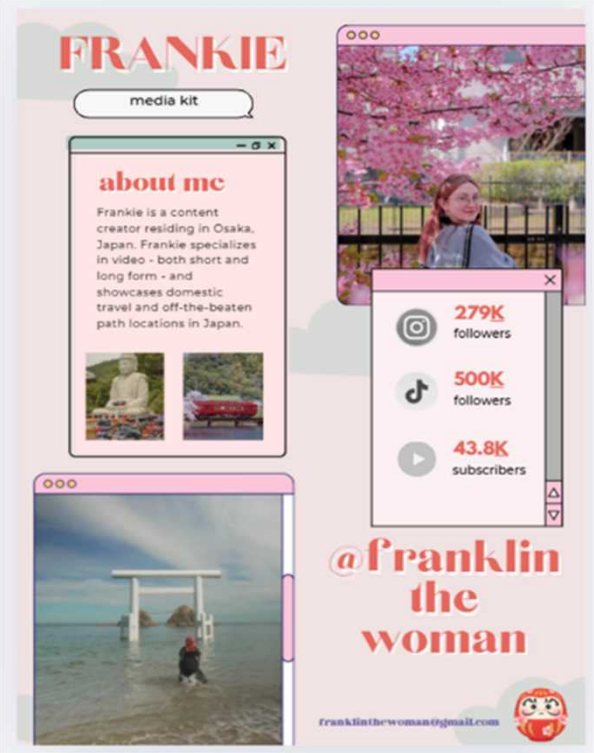
ムコアンジー(「海の京都」編)紹介資料：

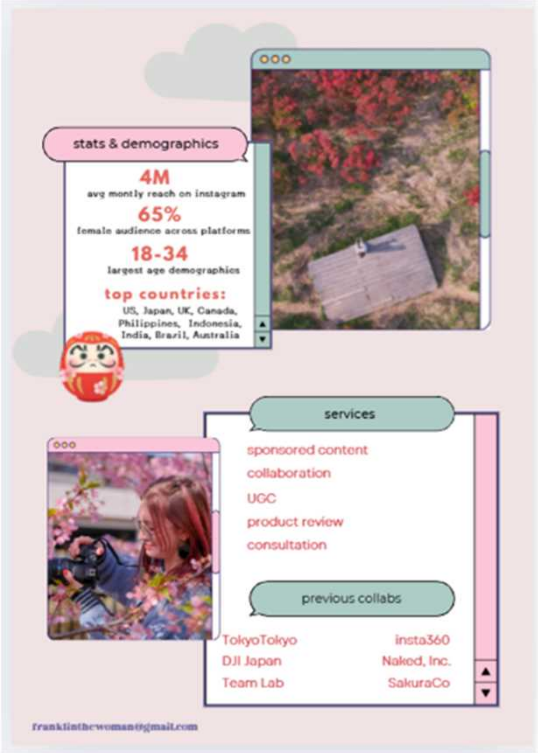


ムコアンジーSNS発信記事：



フランキー(「伊勢志摩」編)紹介資料：





フランキーSNS発信記事：



● PRツールの制作

PR活動に要するツールを制作した。(LPのPRポスターおよびチラシ)



A1ポスター(日本語版)・2部



A1ポスター(英語版)・2部



A4チラシ(日本語版／表面)・1000部



A4チラシ(英語版／裏面)

● PRブースの出展

LP プロモーション実施記録

関西空港関西観光 PR ブース・大阪関西万博会場内・TEJ 会場内に於いて、それぞれ LP の広報を実施しました。

○9 月 4 日（木）関西国際空港　関西観光 PR ブース

連携団体　公益社団法人京都府観光連盟





○9 月 16 日（火）大阪関西万博　フェスティバルステーション内





○9 月 22 日（月）関西国際空港　関西観光 PR ブース





○9 月 25 日（木）～28 日（日）　TEJ 会場内





日付	天気	来場人数
9 月 25 日（木）	曇り	20,300 人
9 月 26 日（金）	晴れ	18,100 人
9 月 27 日（土）	晴れ	41,500 人
9 月 28 日（日）	晴れのち曇り	47,000 人
4 日 間 合 計		126,900 人

8-3 LPに関するプレスリリースの実施

● プレスリリースシート

仲間が広がる、旅が深まる
クラブツーリズム

News Release　KNT-CT Holdings Co., Ltd. Group

2025 年 12 月 8 日【第 25-22 号】

地域の魅力発見！
ツアー紹介サイト「関西広域周遊バスツアー」

クラブツーリズム株式会社（東京都江東区、代表取締役社長：酒井博、以下クラブツーリズム）は、国土交通省近畿運輸局（大阪府大阪市、局長：服部真樹氏）「関西広域周遊バスツアー検討会事務局」と共同でツアー紹介サイト「関西広域周遊バスツアー」を運営いたします。



当サイトは、「地方創生の核となる地域周遊バスツアー造成及びツアーコンテンツを活用した「日本版シートインコーチ※1」導入に向けた課題調査事業」の一環として運営されており、事業に参画する旅行会社各社が企画する、関西2府8県（福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県）を対象地域とした、自然・食・イベント・歴史・文化など様々なツアーを掲載しております。地元の食や体験、交流といったコンテンツを含むツアーを選りすぐって紹介することで、地域活性化に繋げることを目的としております。

また、地方部における旅行者の利便性・快適性を兼ね備え、地域側の体験・交流コンテンツに深化したバスツアーを造成することで、長期滞在のインバウンド需要に繋げ、欧州では一般的な「シートインコーチ」の日本における実現を目指します。

※シートインコーチ：乗合い型バスツアー。複数の観光バス事業者が連携し、乗り継ぎで広範囲の旅行を可能にする旅のスタイル。

■関西広域周遊バスツアー：https://kansai-bus.com/

＜掲載ツアーの一例＞

◆本ズワイガニ・神戸牛・活鮑・鰻・北海道産帆立 5 つの高級食材を食す＆城崎温泉街

＜旅行代金＞12,980 円

＜ツアー詳細＞https://tinyurl.com/yymmdbde （株式会社阪急交通社）

◆飲み放題付！「本ズワイガニ姿丸ごと 1 杯！・神戸牛・あわびの踊り焼き」のご昼食と情緒あふれる篠山城下町＆城崎温泉街散策

＜旅行代金＞9,980 円～10,980 円

＜ツアー詳細＞https://tinyurl.com/mvw9sj65 （株式会社エイチ・アイ・エス）

◆「伊根の舟屋」と「天橋立」冬の三大味覚！ズワイガニ！フグ！ブリ！大満喫御膳

＜旅行代金＞15,990～16,990 円

＜ツアー詳細＞https://tinyurl.com/2ym34pnk （クラブツーリズム）

＜上記リリースに関するお問合せ先＞　クラブツーリズム広報　TEL：050-3649-8352　E-Mail：ctpr@club-tourism.co.jp

〔クラブツーリズム株式会社は、KNT－CTホールディングスのグループ会社です〕

8-4 旅行会社及び関西2府8県に対する広報協力依頼

■依頼先旅行会社（事業参画旅行会社各社）

・株式会社 エイチ・アイ・エス
・株式会社 阪急交通社
・神姫観光 株式会社
・クラブツーリズム 株式会社

●関西2府8県への依頼実績

・7月10日 関西インバウンド交流会



・8月18日 EXPO2025関西観光推進協議会主催商談会＆交流会



・9月26日 ツーリズムエキスポジャパン会場内



※個別訪問先

公益社団法人 京都府観光連盟
公益社団法人 びわこビジターズビューロー
公益社団法人 ひょうご観光本部
公益財団法人 大阪観光局
和歌山県地域振興部 観光局
奈良県産業部 観光局



三重県関西事務所



鳥取県関西本部



福井県大阪事務所



徳島県関西本部

● ホテルへの協力依頼(例)

ホテルグランヴィア京都



ホテル外観



パンフレットスタンド

ホテルオークラ京都



ホテル外観



パンフレットスタンド

都ホテル京都八条



ホテル外観



パンフレットスタンド

ホテルグランヴィア大阪



ホテル外観



パンフレットスタンド

シェラトン都ホテル大阪



ホテル外観



パンフレットスタンド

09.日本版シートインコーチ導入に関する調査

9-1 海外事例等研究結果

【海外事例①（ムンドバケーションズ）】

〇実施日時：令和７年９月２６日（金）　午後1時50分～2時20分

〇訪問箇所：TEJ会場内（スペイン大使館 観光部）

〇面談者　：マーケットアナリスト　重　貴子　様

〇訪問者　：クラブツーリズム株式会社地域共創事業部 福﨑 基樹
クラブツーリズム株式会社地域共創事業部 宮古 俊幸

〇ヒアリング概要

・スペインに本社を持つ、シートインコーチ事業を展開する「ヨーロッパムンドバケーションズ(EMV)」の現状と課題について

・営業面・運用面の課題

ムンドバケーションズは、地元スペインの他、フランスなど国を跨ぐツアーを展開している。これは、隣接する国々が陸路で繋がるヨーロッパだからこそできることであり、空路や鉄道での移動だけでは、観光客を地方の観光地に運べないため、多くの需要が見込めるという発想から始まった。
とは言え、現在は世界各国への広報が不十分なため、その使い勝手の良さが浸透しておらず、まだまだ思うようには需要が伸びていない。
各ツアーには、基本的にスペイン語に英語、ドイツ語など、3カ国語が話せるツアーガイドが乗務して各種観光案内業務などを担っている。
同社と提携したJTBのランドクルーズの場合には、日本人を対象としているため、日本語ガイドが乗務している。また、その担い手を養成する動きも進めている。
但し、各ツアーは現状ではデイリー運行ではないため、観光客が旅程を考える際には、ツアー運行日を見ながら日程調整していただく必要かあるのが利用促進上のネックとなっている。
このツアーは前述のとおり課題が多くあるため、決して先進事例とは言えないが、将来的にはポテンシャルは高いと考えている。

・JTBがヨーロッパでランドクルーズの旅として販売する商品について（特徴）

〇催行保証

〇催行日限定

〇全区間に日本語現地添乗員が同乗

〇参加人員によりバスのサイズは変わる

〇食事は朝食付（昼食・夕食は含まない）が基本

個人の好み・時間のゆとりを優先

〇乗車（ツアー利用）区間の選択と希望によるアレンジが可能



※ランドクルーズの人気コース例

パリ発着　モンサンミッシェル＆ロワール古城巡り
＜3泊4日／水曜／1名催行／日本語＞



出発日：2025/6月: 04, 11, 18, 25 /7月: 02, 09, 16, 23, 30 /8月: 06, 13, 20, 27 /9月: 10, 24/
10月: 08 /12月: 31　2026/1月: 21 /2月: 11 /3月: 04, 18

旅行代金（おひとりあたり）：
2人部屋利用　91,520円～93,280円　　1人部屋利用　121,600円～123,360円

おすすめポイント：
フランスの名所をたっぷり巡る7日間の旅！セーヌ川クルーズでロマンチックなパリの街並みを満喫した後、世界遺産モンサンミッシェルやジャンヌ・ダルクゆかりの地ルーアン、歴史あるロワールの古城を巡ります。1名様から催行されるため、一人旅の方にもおすすめ！ホテル手配も含まれた便利なパッケージです。【Europa Mundo】

07:20
※集合場所のホテルは、ご予約確定後にご案内いたします※
07:30
（4月～10月のみ）バスにてジベルニーへ（約1時間30分/約75km）



※冬期（11月～3月）はモネの家が閉館しているため、ジベルニーには立ち寄りません。

モネの家（入場/約1時間）
印象派の巨匠モネが晩年を過ごした邸宅で、名画「睡蓮」のモデルとなった池や四季折々の美しい花々が彩る庭園をお楽しみください。

バスにてルーアンへ（約1時間/約71.5km）
ルーアンで自由行動（約2時間30分）



ルーアンはジャンヌ・ダルクが処刑された歴史ある街として知られ、美しい中世の街並みが魅力です。街のシンボルである大時計やモネが連作で描いた大聖堂などをご自由にお楽しみください。

※昼食は各自にてご自由にお召し上がりください。
バスにてアロマンシュへ（約2時間15分/約163km）

アロマンシュで自由行動　（約1時間30分）



第二次世界大戦で英国軍が上陸した海岸のある街で散策の時間をお取りします。
バスにてカーンへ（約45分/約37km）

19:00
ホテル到着
◆カーン泊◆（宿泊ホテルは下記のいずれかとなります）
・ゼニス ホテル カーン
・カンパニール カーン サントル ホテル
・エース ホテル カーン ノール メモリアル

◎いずれも無料Wi-Fi完備
【1日目の食事：朝×昼×夕×】

2日目
ホテルにて各自朝食をお召し上がりください
各自にてホテルチェックアウト後、ロビー集合
08:00
バスにてモンサンミッシェルへ（約1時間45分/約122km）
モンサンミッシェル自由行動（約2時間/駐車場からの移動含む）



車の乗り入れが制限されているため、駐車場でシャトルバスに乗り換えてモンサンミッシェルへ向かいます。フランスを代表する世界遺産であるモンサンミッシェルでは、自由行動の時間をお楽しみいただきます。長い歴史の中で築かれた壮大な修道院や、周囲を取り囲む美しい景観を存分にご堪能ください。
バスにてサンマロへ（約45分/約54km）
サンマロで自由行動（約1時間30分）



高級リゾート地として有名な美しい港町サンマロ。石造りの城壁に囲まれた旧市街や、広がる青い海が魅力の観光スポットです。

※昼食は各自にてご自由にお召し上がりください。
バスにてディナンへ（約45分/約33km）
ディナンで自由行動（約1時間）



まるで絵本の世界のような木組みの家々が特徴の街、ディナン。フランスの田舎町の魅力をたっぷりと味わうことができます。
バスにてレンヌへ（約1時間/約53km）
18:30
ホテル到着（1日目と同じホテルへのご宿泊となります）
レンヌ泊◆（宿泊ホテルは下記のいずれかとなります）
・ノボテル レンヌ アルマ　・メルキュール サントル ガール
・カンパニール レンヌ サンジャック　・ホテル カンパニール レンヌ センター ガール

◎いずれも無料Wi-Fi完備
【2日目の食事：朝〇昼×夕×】



3日目

「ロワール古城巡りの玄関口」として知られているアンジェで散策の時間をお取りします。落ち着いた雰囲気と洗練された街並みが魅力です。

バスにてトゥールへ（約2時間/約126km）
トゥールで自由行動（約1時間45分）



フランスの首都として栄えた歴史を持ち、ルイ11世の時代の面影が色濃く残る旧市街は散策にぴったりです。「サン・ガシアン大聖堂」や「トゥール城」などの歴史的建造物が点在し、フランスの豊かな歴史を肌で感じられる街です。

※昼食は各自にてご自由にお召し上がりください。
バスにてヴィランドリー城へ（約30分/約16.5km）
ヴィランドリー城（庭園のみ入場/ 約1時間）



ヴィランドリー城の最大の魅力は、幾何学模様に整備されたルネサンス様式の見事な庭園です。水の庭園や愛の庭園、菜園など様々なテーマでデザインされた美しい景観をお楽しみください。
バスにてアンボワーズへ（約45分/約37km）
18:15
ホテル到着
ホテルで夕食
◆アンボワーズ泊◆（宿泊ホテルは下記のいずれかとなります）
・ノボテル アンボワーズ
・イビス アンボワーズ

◎いずれも無料Wi-Fi完備
【3日目の食事：朝〇昼×夕〇】

4日目

ホテルにて各自朝食をお召し上がりください

各自にてホテルチェックアウト後、ロビー集合

08:00

アンボワーズで自由行動（約2時間）



バスで街の中心地までお連れします。ロワール川沿いに広がるこの街は、フランス王室のゆかりの地として知られアンボワーズ城や、レオナルド・ダ・ヴィンチの終焉の地としても有名です。

バスにてシュノンソー城へ（約30分/約14.5km）

シュノンソー城見学（入場/約1時間）



「貴婦人たちの城」とも称される優雅な城、シュノンソー城。シェール川に架かるように建てられた独特の構造が特徴で、ロワール古城巡りでは絶対に外せないスポットです。

バスにてシャンボールへ（約1時間/約60.6km）

シャンボール城の庭園＆自由行動（合計約2時間）



ロワールの古城の中でも最大規模を誇る、広大なシャンボール城の庭園をお楽しみください。その後、自由行動の時間をお取りします。

※昼食は各自にてご自由にお召し上がりください。
バスにてパリへ（約2時間30分/約178km）
【4日目の食事：朝〇昼×夕×】
18:00
パリ市内指定ホテルに到着、現地解散

【海外事例②（パンダバス）】

東南アジア各国及びオーストラリアで展開する現地オプショナルバスツアー「Panda Bus」について→調査先（パンダトラベル　代表　鶴見公則氏）

●Panda Busの概要

Panda Busは、パンダトラベルがアジア各国（香港・シンガポール・マレーシア・タイ・インドネシア）とオーストラリアで展開する海外現地オプショナルツアーのブランドであり、 日本語案内が付く定期観光バスの老舗として40年以上の経験をもち安全第一の経営を行ってきた。

各店舗には日本人スタッフが常駐し、旅行商品を企画開発し、手配や運行の品質を全て自社で管理している。 また、お客様の身近な存在として、オンラインとオフラインを問わず、コンシェルジュが日々お客様の声をおうかがいし、よりお楽しみいただける旅行商品の造成を進めている。

コンシェルジュは、アジアとオーストラリアにあるパンダトラベルの店舗にお越しいただくお客様やPandaBus.comからお問い合わせをいただくお客様に対して、お好みに合わせた旅のご提案や演出をおこなう総合案内業務やお世話係を担っている。 近年ますます多様化するお客様からのご要望に、できる限り応えられるよう同社では現地を知り尽くしたそれぞれの得意分野を持つトラベルコンシェルジュがお客様の対応を行っている。

業界初の「徹底した日本語環境」

Panda Busの「日本語定期観光バス」は、お問い合わせからお申込み、そして催行まで、すべて日本語環境で整えているため、日本人にとっては安心して参加が可能。 ツアーでは経験豊富な日本語ガイドがその土地の歴史や文化を十二分に理解いただけるよう丁寧な案内を行っている。

各地で日本語が通じる安心感

パンダトラベルのトラベルコンシェルジュは各地に常駐し、どの店舗でも日本語にてご対応している。 お客様がアジアやオーストラリアにあるパンダトラベルの店舗の窓口に来訪したり、現地オプショナルツアー販売PandaBus.comから問い合わせがあっても、該当地域に実際に住んでいる現地事情に詳しいトラベルコンシェルジュが日本語環境で細やかに迅速にお客様の理想のご旅行のお手伝いを行う。

その他

パンダトラベルでは日々の定期観光のほかにも、様々な旅行の手配を行っている。 宿泊を伴う旅行、長期間に及ぶ旅行、個人ではなく会社の社員旅行や報奨旅行、視察や特殊な手配を含むご旅行、細心の注意と細やかな気配りが必要なVIPツアーなどについても手配ができる。

会員のお客様がパンダトラベルの商品を利用された際に付与しているポイントプログラム「パンダポイント」がある。ツアー催行後に商品毎に設定された%分のパンダポイントを付与。さらに「体験者の声」を投稿いただいた際には追加で100ポイント、ツアー中の写真をご投稿いただいた際には追加で100ポイントを追加で付与。 パンダポイントは次回の利用時に1ポイント＝1円でご利用いただくことができるほか、amazonギフト券とも交換が可能としている。



※Panda Busの主催と販売は、「パンダトラベル」が行っていると判明し、当方からパンダトラベル代表の鶴見公則氏（タイ バンコク）に連絡を取り、ヒアリングの趣旨を説明した上で、令和7年12月24日にオンラインで面談を実施した。

●ヒアリング概要

・(Q) Panda Busの成り立ちについて教えて下さい
・(A)1978年に香港・深圳間のシャトルバス運行が始まりで、その後ツアー型に進化。
東南アジア各国に展開していった。ターゲットは日本人のみ。
日本発のツアーは5日間程度の長さで、最終日に1日フリータイムを設定しているケースが多く、あちこちを観光したい人が多い日本人に向けたツアーとして仕立てている。東南アジア諸国では、まだSICの導入は無い。

・(Q) 催行保証と途中離団（下車）の扱いはどうなっているのか
・(A) 現在、ツアーの本数は、タイだけでも20コースほど設定しているが、過去からの利用客数のデータを分析しながら、人気のあるコースについては1名または2名催行という形でほぼ催行保証にしている。
日帰りツアーが基本で、途中下車という扱いはない。

・(Q) 特徴や工夫していることはあるか
・(A) 日本人の自由旅行で、現地到着後にコンシェルジュに相談してからツアーの申込が可能になるよう、多くの場合申込締切を前日の午前中とか、夕刻からのツアーの場合は、午前10時を締切にしているものもある。
そのため、食事付のコースでは、利用レストランに対し、最終人員確定は前日の夕刻といった交渉も行っている。
価格帯は、1ツアー平均で15,000円程度とし、参加しやすい値ごろ感にしている。
また、申込時に事前クレジット決済をいただくため、無連絡不参加などのリスクがない形にしている。
シンガポールや香港ではバス代が高いため、行程にウォーキングを組み入れるなどツアー価格があまり高くならないよう工夫を凝らしている。

・(Q) 各国の法令面での課題はあるか
・(A) 定期観光バスのような形で運行しているが、東南アジアン諸国では法令面は厳しく無いため、現在は全く課題は感じられない。

・(Q) 営業面や運用面での課題はあるか
・(A) ツアーを利用していただいた方には、「パンダポイント」を付与している。
これは、次回のツアーに利用していただくリピーターの創出を目的に設定したが、ほとんどがamazonギフト券の交換で使ってしまうのが課題のひとつ。
広報は自社HPで行っており、旅前の申込はツアー催行日の2週間前から10日前あたりがピーク。若年層は旅前、高齢者層は旅中の予約が多い。

●ツアーの一例（参考）

『大満喫間違いなし！香港島をまるっと1日で観光＜日本語ガイド/ピークトラム乗車/ミシュラン1つ星・添好運の飲茶ランチ＞』

• 09:00
カオルーンホテルロビー ご集合
※ご旅行の2日前を目途にお迎え時間の最終調整のご連絡を差し上げる場合がございます。

• 09:30
スターフェリー乗船
今や香港の象徴のひとつ「スターフェリー」。100年以上の歴史を誇り、交通手段としてのみならず、昼も夜もヴィクトリア湾の絶景を楽しめることから、観光客に絶大な人気を誇っています。



•10:00
二階建てバス乗車体験
香港名物の二階建てバスに乗車してピークトラム山麓駅に向かいます。



•10:30
ピークトラム（往路）
最大傾斜27度の坂を駆け上がる香港最古の元公共交通機関でビクトリアピークまであっという間！



•11:00
ビクトリアピーク
ビクトリアピークからは180度広がる圧巻の香港のビル群とビクトリア湾を一望できます。



•11:00
ピークトラム（復路）
上りとは違う景色をご覧ください。



文武廟（マンモウミュウ）見学

香港最古の廟で学問の神様である文昌帝の他、観音やそのほかの神々も祀られています。廟内には大きな先行が天井から吊り下げられる姿は圧巻です。赤のコントラストが綺麗でフォトジェニックスポットとしても有名です。



•12:00

オールドタウンセントラル散策

新旧が交錯する街、オールドタウンセントラルを散策いただきます。



•12:30

セントラルの添好運（ティム・ホー・ワン）にて飲茶ランチへご案内

※メニューは人数に応じて変更となる場合があります。



•14:10

2階建てトラム（路面電車）乗車体験

2階建てトラムは1904年に開通した香港島を東西に走り、1日約23万人利用しているといわれ、香港住民の生活の要になっています。レトロな車体がまた写真映えするといわれています。



•14:30

香港タクシー乗車体験

真っ赤な車体の香港タクシーで風光明媚なレパルスベイへ向かいます。



•15:00

人気のビーチリゾート「レパルスベイ」散策

レパルスベイの橋は、あらゆる福の神や縁起物が集まることで知られ、長寿や金運など、多様な願いを聞いてくれる開運スポットとして親しまれています。



•15:30

2階建てバス乗車体験

香港名物の二階建てバスに乗車してスタンレーに向かいます。



•16:00

異国の雰囲気漂う「スタンレー」散策

異国情緒あふれるスタンレーは、香港にいながらもどこか海外の雰囲気が感じられるエリアです。スタンレーマーケットには、お土産にぴったりの小物やバッグなどが並び、散策も楽しいスポットとなっています。また1844年に英国人将校の邸宅として建てられた歴史あるマレーハウスは、老朽化により一度解体されましたが、2000年に当時の趣をそのままに再建され、現在もその美しい姿をとどめています。



•2階建てバスと地下鉄（MTR）を乗り継ぎカオルーンホテルへ
•18:00
カオルーンホテル解散
徒歩圏内に荃灣綫（Tsuen Wan Line）の尖沙咀（チムサーチョイ）駅、西鐵綫（West Rail Line）の尖東（イーストチムサーチョイ）駅もあり、お帰りも便利です。

●ツアー料金

大人(2名様以上で参加)	HKD 1,320
小学生料金(6～11歳)	HKD 660
子供(3～5歳) 座席あり・食事なし	HKD 110
幼児(0～2歳) 座席なし・食事なし	無料

●運行日　　毎日

【国内事例①（YUI PRIMA OLIVIA）】

シートインコーチ国内事例調査（神姫バスへのヒアリング）実施報告

〇実施日時　：　令和7年9月17日（水）　午前10時～11時50分

〇訪問箇所　：　神姫バス株式会社 地域事業本部

〇面談者　　：　代表取締役 専務取締役 地域事業本部長　丸山 明則　様（ご挨拶のみ）
本部長補佐 瀬戸内ディレクター　内山 猛雄　様
次長　岡田 勉　様
真結事業課 課長 瀬戸内担当　片山 訓尚　様

〇訪問者　　：　近畿運輸局観光部観光地域振興課 課長　稲留 健一郎
近畿運輸局観光部観光地域振興課 専門官　奥井 俊
クラブツーリズム株式会社地域共創事業部　福﨑 基樹
クラブツーリズム株式会社地域共創事業部　宮古 俊幸

〇ヒアリング概要

1.　YUI PRIMA OLIVIAの成り立ち
・2016年：国内富裕層向けツアー「YUI PRIMA」開始
・2025年3月：訪日富裕層向けツアー「YUI PRIMA OLIVIA」販売開始

2.　営業面・運用面の課題

（ターゲット）
・日本に長期滞在する欧米豪を中心とした観光客

（想定と実態の違い）
・訪日客のうち地方へ行く人は少数。ゴールデンルートは未だ健在
・国内客（首都圏など）の利用が中心という実態
・「姫路城＋宮島ルート」を販売　→　大阪から各地への日帰り（JR PASS）にニーズ
・瀬戸内の知名度不足・距離感のわかりにくさが障害
・想定：１週間程度の滞在 → 実際：短期滞在（1泊2日）での利用
・欧州からの訪日客は14日間程度が主流。その一部に瀬戸内が含まれる程度
・富裕層は高級車チャーター志向 → 混載型ツアーは不向き

（改善策）
・元の場所に戻る安心感を持っていただけるコース設定が必要
・OTAではアクティビティを1日単位で掲載せざるを得ず詳細説明に限界 → 販売困難
・ガイド品質の向上（全行程を案内できるスルーガイド育成）が必要
・手仕舞日の直前化
・AIによる観光コンテンツの検索機能の開発

【国内事例①（YUI PRIMA OLIVIA）】

（販路）
・OTAではアクティビティを1日単位で掲載せざるを得ず詳細説明に限界 → 販売困難
・航空・新幹線と連携したプロモーションが必要（新幹線駅周辺は宿泊地に選ばれやすい。）
・欧州旅行会社招聘のファムトリップで一定の成果があった。
・B2C向けウェビナー（10名程度/回）で仕組みや魅力紹介
・宿泊施設・DMOなどへの情報提供

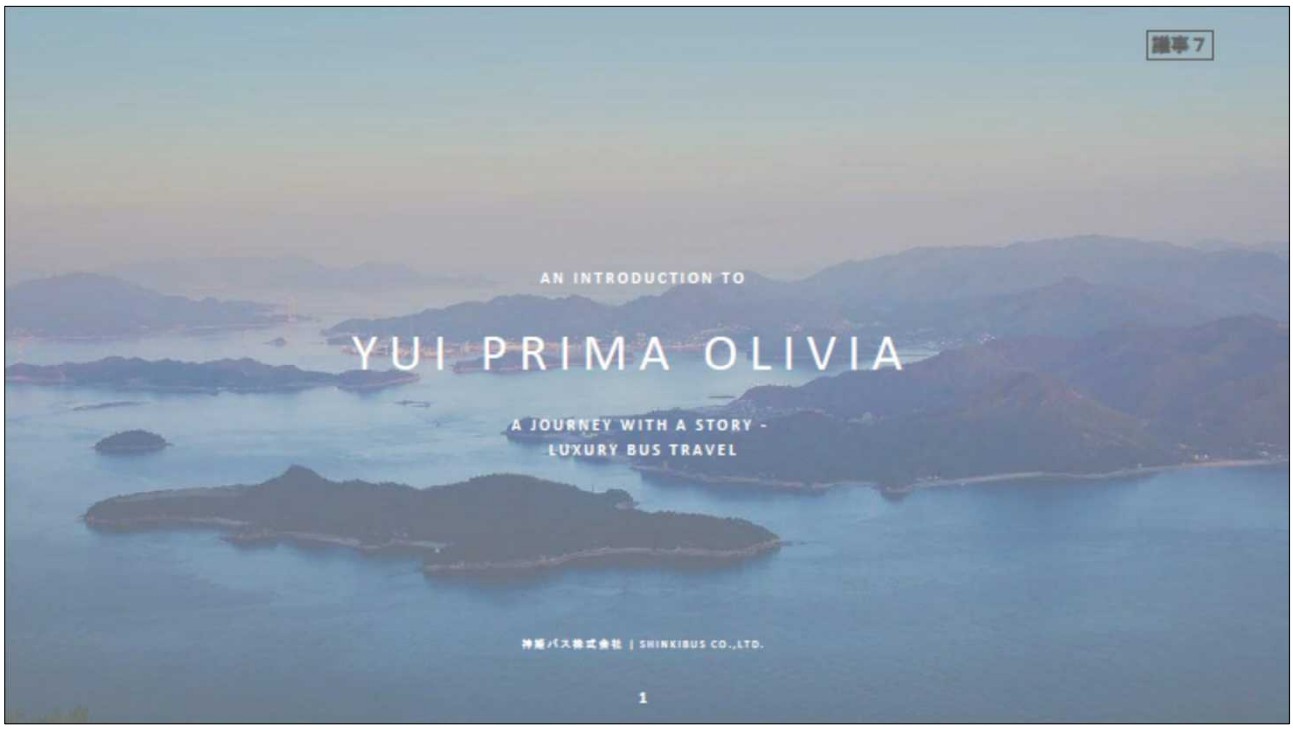
3. 法令面の課題
・道路運送法第21条：「地元自治体の要請」が条件　→　市町ごとに温度差あり
・路線バスのため、客が１名でも運行義務　→　高リスク

4. 神姫バスからの要望
・国の事業は「体験コンテンツ造成」に偏重 → シートインコーチを国として後押しを

5. 事務局の総括
・シートインコーチの導入に際してはターゲット戦略の明確化が不可欠
・バスツアー単独ではなく、航空・鉄道・宿泊と一体化した取組みが効果的
・関西は鉄道網が発達 → 姫路城・城崎・高野山・南紀などは鉄道で訪問が一般的
・「1週間の瀬戸内周遊」よりも、まずは京都・大阪から鉄道がない地域への2日間ツアーから始め、認知度を高めつつ段階的に拡大するのが望ましい。

【国内事例①（YUI PRIMA OLIVIA）】

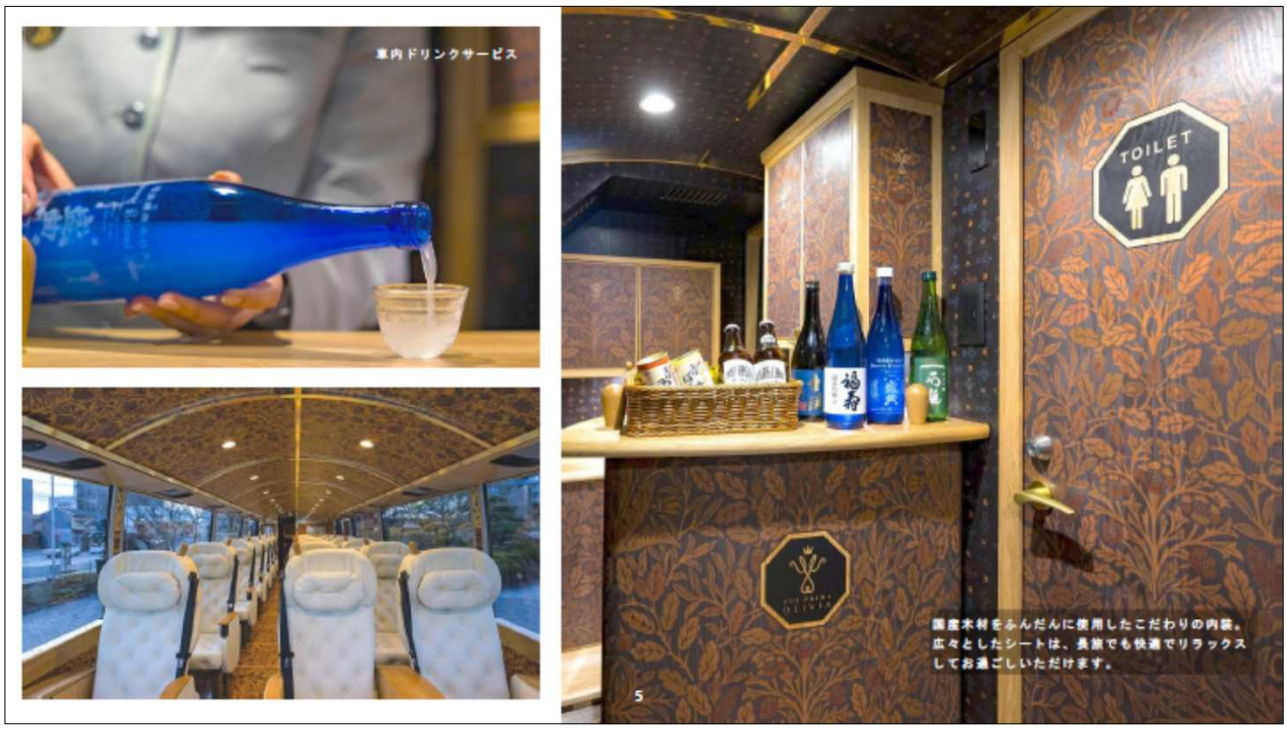
- 参考資料(YUI PRIMA OLIVIAパンフレット)






YUI PRIMA
2
YUI PRIMA
OLIVIA
YUI PRIMA
OLIVIA
真結
3


4
車内アメニティ


車内ドリンクサービス
TOILET
国産木材をふんだんに使用したこだわりの内装。
広々としたシートは、長旅でも快適でリラックス
してお過ごしいただけます。
5


神姫バスのお約束
私たちは100年にわたり、
移動を通じて人と地域を結んでまいりました。
瀬戸内地域をはじめとする地域社会の発展に
これからも貢献し続けることをお約束します。
YUI PRIMA OLIVIAはJクレジット制度を通じて
瀬戸内地域の環境保全に取り組んでいます。
J-credit
ゆい
旅が心を結ぶ
神姫観光
OLIVIA
6


7 Prefectures, 727 Islands - Where time flows calmly, and life is enriched.
瀬戸内周遊ルート
A Historical, Cultural, Aesthetic & Culinary Panorama
7


瀬戸内エリア
YUI PRIMA OLIVIAルート概要
バス乗降場所・
体験ポイント
③姫路
②新神戸
④倉敷
⑥尾道
⑧道後温泉
⑨松山
福谷


③姫路
②新神戸
④倉敷
⑥高松
⑧道後温泉
⑨松山


ROUTE 1 （火曜日出発）
羅漢の里 刀鍛冶見学
・
倉敷美観地区 散策
神戸三宮・姫路を出発し、まずは兵庫県相生市にある
「羅漢の里」へご案内。本物の日本刀づくりの迫力ある
工程の一部を見学できる貴重な機会です。
次に、岡山県倉敷市を訪れます。歴史的な建造物が
立ち並ぶ倉敷美観地区を、江戸時代から続く家系で
倉敷を知り尽くしたガイドがご案内します。

ROUTE 1

（火曜日出発）

8:10 ■■

① 神戸三宮

10:00 ■■

③ 姫路

・刀鍛冶見学（約90分）
※アテンダントによる英語サポート

・播野西SA（約45分）
昼食変更

15:30 ■■

④ 倉敷

・倉敷美観地区
ガイドツアー（120分～150分）
※英語ガイドつき

16:45 ■■

⑤ 宇野港

注意事項
・倉敷で降車されるお客様は、刀鍛冶見学と倉敷ガイドツアーの両方にご参加いただけます。
・宇野港で降車されるお客様は、刀鍛冶見学にはご参加いただけますが、倉敷ガイドツアーにはご参加いただけません。





11





12

ROUTE 1 （木曜日出発）

世界遺産 姫路城
・
倉敷美観地区 散策

旅の始まりは日本初のユネスコ世界文化遺産に登録された姫路城。「白鷺城」とも呼ばれる白壁の美しいお城の歴史や構造、伝説を知識豊富なガイドがご案内いたします。
次に、岡山県倉敷市を訪れます。歴史的な建造物が立ち並ぶ倉敷美観地区を、江戸時代から続く家系で倉敷を知り尽くしたガイドがご案内します。

ROUTE 1

（木曜日出発）

9:00 ■■

③ 姫路

・姫路城ガイドツアー（約130分）
※英語ガイドつき

・播野西SA（約50分）
※自由食事

14:20 ■■

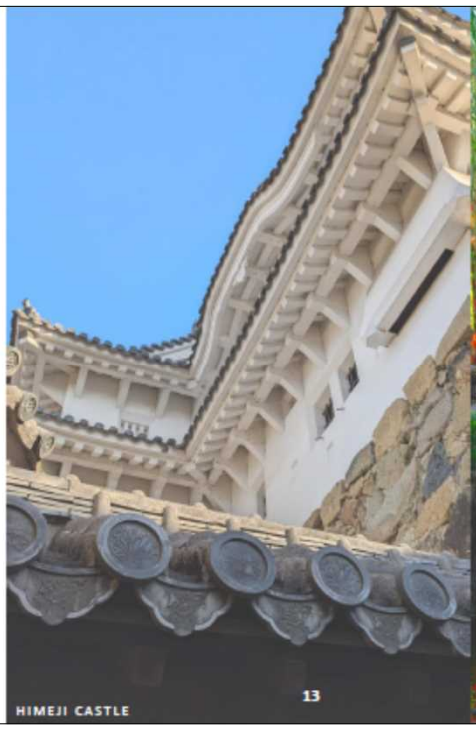
④ 倉敷

・倉敷美観地区
ガイドツアー（120分～150分）
※英語ガイドつき

17:30 ■■

⑤ 宇野港

注意事項
倉敷・宇野港どちらで降車の方も、全ての体験にご参加いただけます。







ROUTE 2 （水曜日出発）

瀬戸内海の絶景
・
さぬきうどん打ち体験
・
道後温泉

倉敷を出発して瀬戸大橋の中間点、与島パーキングエリアにて停車し、瀬戸内海に浮かぶ島々の景色をお楽しみいただけます。
その後高松に立ち寄り、香川県の名物「讃岐うどん」のうどん打ち体験をお楽しみいただいたあとは、愛媛県松山市にある道後温泉と松山に停車します。
日本三古泉にも数えられる道後温泉のお湯でゆっくりとリフレッシュしていただけます。

ROUTE 2

（水曜日出発）

8:20 ▪▪

④倉敷

・瀬戸大橋
（早島PA下車）

10:40 ▪▪

⑥高松

・さぬきうどん打ち体験と
昼食（約120分）
※アテンダントによる英語サポート

16:00 ▪▪

⑧道後温泉

16:15 ▪▪

⑨松山

注意事項
道後温泉・松山どちらで降車の方も、全ての体験にご参加いただけます。
※うどんは小麦からできています。小麦アレルギーをお持ちの方への代替プログラムはありませんのでご注意ください。



15







16

ROUTE 2 （金曜日出発）

女木島（鬼ヶ島）
手作りランチ
・
道後温泉

倉敷を出発し高松港からフェリーに乗り換えて、瀬戸内海に浮かぶ小島「女木島」へ。桃太郎伝説が残り「鬼ヶ島」とも呼ばれるこの島で、名物女将の手作りランチと島内散策を通じて、通常の観光地では見られない普段の島暮らしを垣間見ることができるでしょう。
高松港に戻ったあとは、愛媛県松山市にある道後温泉と松山に停車します。日本三古泉にも数えられる道後温泉のお湯でゆっくりとリフレッシュしていただけます。

ROUTE 2

（金曜日出発）

8:20 ■■

④倉敷

9:40■■10:00 ■■

⑥高松

・高松港からフェリーで女木島へ

・女木島散策
&鳥の手作りランチ（約180分）
※アテンダントによる英語サポート

17:10 ■■

⑧道後温泉

17:30 ■■

⑨松山

注意事項
道後温泉・松山どちらで降車の方も、全ての体験にご参加いただけます。
※食事のアレルギー対応等はお受けいたしかねます。







ROUTE 3 （木曜日・土曜日出発）

能島 潮流体験
村上海賊クルーズ
・
瀬戸内海の絶景
とびしま海道

松山・道後温泉を出発して今治市からしまなみ海道へ。
途中の大島ではかつての海賊・村上水軍の本拠地である能島の潮流をかき分けるクルージングを体験。
その後、フェリーとバスを使って安芸灘とびしま海道を進み、瀬戸内のアイランド・ホッピングをお楽しみいただけます。
最後は瀬戸内周遊西端の停留所・宮島口に到着。日本三景にも数えられる世界遺産宮島をお楽しみください。

ROUTE 3

（木曜日・土曜日出発）

8:30 ■■

⑨松山

8:50 ■■

⑧ 道後温泉

10:10 ■■

⑦ 今治

・村上海賊クルーズ（約40分）
※アテンダントによる英語サポート

・来島海峡SA（約45分）
自由昼食

・来島海峡SA（約45分）
自由昼食

・来島海峡SA（約45分）
自由昼食

17:50 ■■

⑫宮島口

注意事項
■■■

ROUTE 4

（金曜日・日曜日出発）

9:00 ■■

⑫宮島口

・道の駅たけはら
自由散策・昼食（約110分）

14:15 ■■　14:30 ■■

⑩尾道

・尾道ガイドツアー（約120分）
※英語ガイドつき

15:20 ■■

⑪瀬戸田

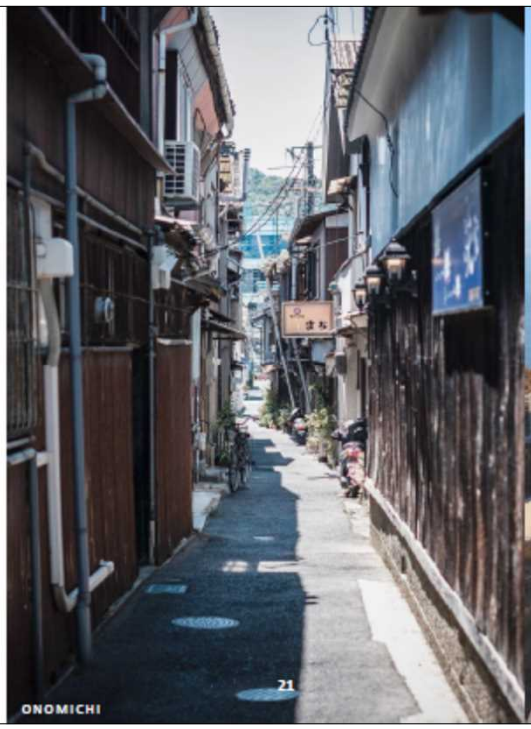
・瀬戸田ガイドツアー（約90分）
※英語ガイドつき

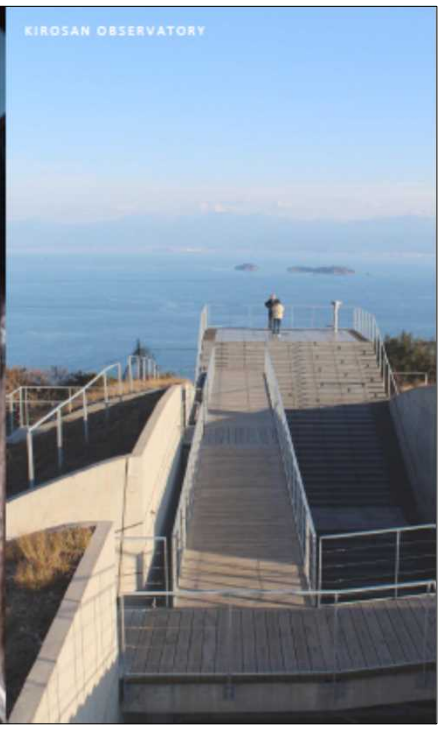
・亀老山展望台（約20分）
※アテンダントによる英語サポート

17:30 ■■

⑦今治

注意事項
・尾道で降車されるお客様は、尾道ツアーに参加できますが、瀬戸田ツアーおよび亀老山展望台には参加できません。
・瀬戸田で降車されるお客様は、瀬戸田ツアーに参加できますが、尾道ツアーおよび亀老山展望台には参加できません。
・今治で降車されるお客様は、亀老山展望台を訪れることができますが、尾道ツアーおよび瀬戸田ツアーには参加できません。







ROUTE 5（月曜日・土曜日出発）

祖谷のかずら橋
・
大歩危峡遊覧船
・
さぬきうどん打ち体験

今治を出発し、四国の急峻な山間地を走り徳島県の祖谷へ向かいます。植物でできた吊り橋「かずら橋」や、奇岩と渓谷美を眺めながらゆったりと自然を感じていただける大歩危峡観光遊覧船への乗船で日本の秘境をお楽しみいただきます。
その後香川県高松市に到着し、名物「讃岐うどん」のうどん打ち体験と、ご自身で作ったうどんの夕食をお楽しみいただきます。

ROUTE 5

（月曜日・土曜日出発）

8:45 ■■

⑦ 今治

祖谷

・かずら橋（約120分）
自由昼食
※アテンダントによる英語サポート
・大歩危峡遊覧船（約60分）
※アテンダントによる英語サポート

18:00 ■■

⑥ 高松

・さぬきうどん打ち体験と夕食（約90分）
※アテンダントによる英語サポート

注意事項
昼食は高松で御案内いただきます。
※うどんは小麦からできています。小麦アレルギーをお持ちの方への代替プログラムはありませんのでご注意ください。



KAZURABASHI VINE BRIDGE

23



UDON MAKING DINNER



RYOZENJI - PILGRIMAGE ROUTE

24

ROUTE 6 （火曜日・日曜日出発）

お遍路体験
・
鳴門公園
・
淡路人形座 人形浄瑠璃

高松を出発し、徳島県鳴門市の四国八十八ヶ所霊場
第一番札所の霊山寺へ。巡礼装束を身に着け、霊山寺の
お参り後は第二番札所の極楽寺まで徒歩で移動し、
「お遍路さん」を体験いただきます。
世界最大級の渦潮が見下ろせる鳴門公園での散策の後は、
淡路島で300年以上の歴史を持つ「淡路人形浄瑠璃」の公演
と舞台裏の見学。人形浄瑠璃を支えるスタッフとの語らい
で日本の伝統芸能への理解が深まります。
そしてバスは明石海峡大橋を渡り、瀬戸内海の東端、
兵庫県神戸市に到着し瀬戸内周遊の旅は終了いたします。

ROUTE 6

（火曜日・日曜日出発）

8:45 ■■

⑥高松

・お遍路体験（約180分）
※アテンダントによる英語サポート

・鳴門公園（約70分）
自由昼食

・淡路人形座
人形浄瑠璃鑑賞と舞台裏見学（約70分）
※アテンダントによる英語サポート

17:30 ■■

①神戸三宮

18:00 ■■

②新神戸

注意事項
神戸三宮・新神戸どちらで降車の方も、全ての体験にご参加いただけます。





スペシャルデー

（6/27）

ROUTE2の上記日程では
道後温泉 華ひめ楼のお座敷体験の
オプショナル体験が追加料金なしで
ご体験いただけます



道後温泉 お座敷体験
お料理と芸妓さんによるおもてなし





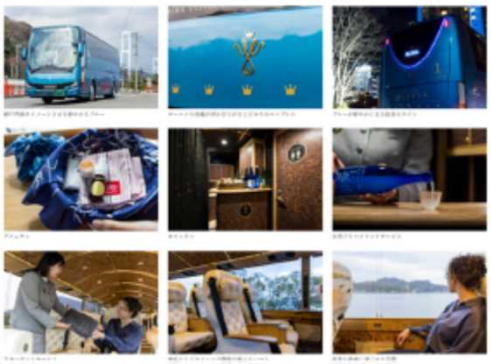
乗車料金

各ルート（1日毎）63,000円（税込）
ネット金額　50,000円（税込）

※バス代、アテンダントサービス、それぞれのルート記載のコンテンツ体験料
　バス車内でのフリードリンクサービス、アメニティグッズが含まれます。
※ご宿泊はお客様ご自身でのご手配をお願いいたします。
※一部ルートを除き、昼食・夕食は自由食のためお客様ご負担となります。

WEBサイト
YUI PRIMA OLIVIAのWEBサイトからも
詳細をご確認いただけますので
あわせてご覧くださいませ。
https://setouchi-shinkibus.com/

お申込はWEB予約にて承ります。



28

KNT-CT ホールディングス株式会社　　近畿日本ツーリスト　クラブツーリズム

TOP　取り組み事例　ひがし北海道広域バス

北海道東部の二次交通の整備拡充を目的とした実証実験で周遊観光バスを運行。



北海道東部の広域を北・南ふたつのルートで周遊する観光バスを運行し、点在する観光資源をめぐって内外の個人観光客を取り込む実証実験に、近畿日本ツーリスト北海道とクラブツーリズムが全面的に連携し企画・販売など運営の全般を行いました。

広域観光周遊ルート形成促進事業
「アジアの宝　悠久の自然美への道　ひがし北・海・道」
(広域観光周遊ルート周遊バス運行事業)

【管理運営業務】
国土交通省北海道運輸局・（公社）北海道観光推進機構
（株）近畿日本ツーリスト北海道・クラブツーリズム（株）

事業の概要と価値

北海道東部を横断する周遊バスを運行。

国内外から北海道を訪れる旅行者は多いものの、ほとんどが札幌を中心とした道央エリアに集中しています。もっと北海道の隅々まで足を運んでもらいたい。「アジアの宝　悠久の自然美への道　ひがし北・海・道」として国土交通大臣が認定した富良野地域、層雲峡地域、十勝地域、知床地域、釧路地域を周遊する観光ルートを活かし、利便性の高い交通アクセスを確立して誘客できないか…その実証実験事業が2017年度秋季と冬季に行われました。

札幌を起点に知床ウトロまで富良野、旭山動物園、層雲峡温泉、温根湯温泉、網走をめぐる北ルート、富良野、帯広・十勝川温泉、阿寒湖温泉、弟子屈・摩周湖、川湯温泉をめぐる南ルート、の２ルートで周遊観光バスを運行し、とくに冬季のアクセスを確保して個人旅行客を取り込もうという取り組みです。



札幌を起点に北海道東部の観光スポットを周遊する定期バスを運行。

事業成功のポイント

日本人・外国人旅行者の双方を取り込む。

実証実験は秋季（2017年9月1日～10月31日）と冬季（12月9日～2018年3月15日）において、近畿日本ツーリスト北海道とクラブツーリズムとが全面的に連携して取り組み、集客と運営を行いました。

バスは1日一便、予約制で1名催行、朝に出発して夕刻まで、あらかじめ定められたルートを定時で走り、乗客は途中の観光地で乗り降りしたり数時間の観光をして再乗車したりすることができます。

集客を行ったのは北海道でバスツアーを10年以上手掛け、商品の３割以上をオンラインで募集しているクラブツーリズム。ポイントは、自社カタログの「旅の友」や新聞広告などでの国内向け募集に加え、外国人旅行者へ向け英文でインバウンド向けのツアーを販売している「YOKOSO Japan Tour」サイトを活用し、幅広い告知を機動性高く展開したこと。日本人旅行者と外国人旅行者を同時に集め、双方が混乗する混載型のツアーバス・スタイルで乗客数を確保したのです。

さらに、募集には、他の旅行会社への代売を担当する株式会社観光販売システムズ（近鉄グループ・三重交通の関連会社）も加わり、販売会社の垣根を越えて乗客を取り込み、秋季の実験では3,241人の利用客を獲得。うち20%以上が外国人旅行者でした。



YOKOSO Japan Tour のサイトでも募集を行い、外国人個人旅行者を取り込みました。



南と北の2 ルートを設定し、各エリアの主要観光スポットを巡ります。

事業の効果と今後の展望

冬季の新たな動脈ルートとして大きな期待。

また、近畿日本ツーリスト北海道はルートの運営を担当しながら、海外の旅行会社へ道東の魅力と当周遊バスを強くアピールしました。

今回の実証実験の最終実績は、秋季・冬季合計で8000 名の集客目標に対して8169名と前年を大きく上回り（前年比203%）目標を達成しました。冬の道東は網走の流氷や層雲峡の氷瀑まつりなど多くの自然観光や資源が存在しますが、積雪でレンタカーの移動は困難。当周遊バスの存在価値はさらに高くなり、二次交通の脆弱な北海道の新たな動脈ルートとして大きな期待がかけられています。


網走の流氷、釧路のタンチョウ、十勝のジュエリーアイスなど冬季は自然観光や資源にあふれていますが、二次交通の弱さが課題でした。

【国内事例③（南あわじ市周遊バス）】



【国内事例④（八木新宮特急バス）】



八木新宮線 観光特急 やまかぜ 好評運行中！（土・日祝日のみ運行）

土・日祝日のみ 大和八木駅発２便目 と 新宮駅発３便目 を奈良県内速達化！

2024年10月1日より新たに「賀名生和田北口」にも停車いたします。

■ 主な停留所時刻表

土・日祝日 （2024年10月1日からの時刻表です）

大和八木駅→新宮駅

		やまかぜ	
大和八木駅（南）	9:15	11:38	13:38
高田市駅	9:34	11:57	13:57
五條バスセンター	10:29	13:04	15:04
五条駅	10:31	13:06	15:06
賀名生和田北口	10:50	13:22	15:25
城戸	10:57	↓	15:32
星のくに	11:20	13:47	15:55
大塔支所	11:38	↓	16:13
上野地（谷瀬の吊り橋）	12:25	14:41	17:00
風屋	12:49	↓	17:24
十津川村役場	13:06	15:17	17:41
折立	13:20	↓	17:55
十津川温泉	13:39	15:39	18:14
ホテル昴	13:45	15:45	18:20
本宮大社前	14:23	16:23	18:58
湯の峰温泉	14:34	16:34	19:09
川湯温泉	14:44	16:44	19:19
新宮駅	15:47	17:49	20:22

新宮駅→大和八木駅

			やまかぜ
新宮駅	5:53	7:46	10:18
川湯温泉	6:53	8:46	11:18
湯の峰温泉	7:03	8:56	11:28
本宮大社前	7:14	9:07	11:39
ホテル昴	↓	9:46	12:18
十津川温泉	8:01	10:01	12:33
折立	8:10	10:10	↓
十津川村役場	8:24	10:24	12:46
風屋	8:41	10:41	↓
上野地（谷瀬の吊り橋）	9:24	11:24	13:44
大塔支所	9:51	11:51	↓
星のくに	10:09	12:09	14:16
城戸	10:32	12:32	↓
賀名生和田北口	10:39	12:39	14:41
五条駅	10:57	12:57	14:57
五條バスセンター	11:18	13:18	15:18
高田市駅	12:02	14:02	16:02
大和八木駅（南）	12:24	14:24	16:24

※やまかぜも、他の系統と同じ車両で運行します。

平日

大和八木駅→新宮駅

大和八木駅（南）	9:15	11:38	13:38
高田市駅	9:34	11:57	13:57
五條バスセンター	10:29	13:04	15:04
五条駅	10:31	13:06	15:06
賀名生和田北口	10:50	13:25	15:25
城戸	10:57	13:32	15:32
星のくに	11:20	13:55	15:55
大塔支所	11:38	14:13	16:13
上野地（谷瀬の吊り橋）	12:25	15:00	17:00
風屋	12:49	15:24	17:24
十津川村役場	13:06	15:41	17:41
折立	13:20	15:55	17:55
十津川温泉	13:39	16:14	18:14
ホテル昴	13:45	16:20	18:20
本宮大社前	14:23	16:58	18:58
湯の峰温泉	14:34	17:09	19:09
川湯温泉	14:44	17:19	19:19
新宮駅	15:47	18:24	20:22

新宮駅→大和八木駅

新宮駅	5:53	7:46	9:59
川湯温泉	6:53	8:46	10:59
湯の峰温泉	7:03	8:56	11:09
本宮大社前	7:14	9:07	11:20
ホテル昴	↓	9:46	11:59
十津川温泉	8:01	10:01	12:14
折立	8:10	10:10	12:23
十津川村役場	8:24	10:24	12:37
風屋	8:41	10:41	12:54
上野地（谷瀬の吊り橋）	9:24	11:24	13:37
大塔支所	9:51	11:51	14:04
星のくに	10:09	12:09	14:22
城戸	10:32	12:32	14:45
賀名生和田北口	10:39	12:39	14:52
五条駅	10:57	13:14	15:27
五條バスセンター	11:18	13:35	15:48
高田市駅	12:02	14:19	16:32
大和八木駅（南）	12:24	14:41	16:54

やまかぜは
「五条駅～ホテル昴」間は
五条駅、賀名生和田北口、星のくに、
上野地、十津川村役場、十津川温泉、
ホテル昴のみに停車いたします。

■運賃表 大人（片道）

	大和八木駅	高田市駅	五條バスセンター 五条駅
賀名生和田北口	1,600円	1,380円	470円
城　戸	1,800円	1,550円	610円
星のくに	2,200円	1,950円	1,280円
大塔支所	2,450円	2,250円	1,600円
上野地	2,850円	2,700円	2,000円
風　屋	3,300円	3,100円	2,400円
十津川村役場	3,600円	3,450円	2,750円
折　立	3,850円	3,600円	3,000円
十津川温泉	3,950円	3,800円	3,100円
ホテル昴	4,000円	3,850円	3,150円
本宮大社前	4,600円	4,450円	3,750円
湯の峰温泉	4,750円	4,550円	3,900円
川湯温泉	4,850円	4,550円	3,900円
新宮駅	6,150円	5,950円	5,300円



十津川へは
五條・十津川地域連携コミュニティバス（広域通院ライン）
【五條バスセンター～十津川温泉】も運行しております。

■ 主な停留所時刻表 ※平日のみの運行となります。

のりば	時刻	のりば	時刻
五條バスセンター	12:10	十津川温泉	7:03
五条駅	12:12	上野地（谷瀬の吊り橋）	8:12
上野地（谷瀬の吊り橋）	14:02	五条駅	9:43
十津川温泉	15:03	五條バスセンター	9:49

■ 運賃表 大人（片道）

	五條バスセンター・五条駅
上　野　地	2,000円
十津川温泉	3,100円

※その他バス停の時刻・運賃は、奈良交通ホームページまたは奈良交通お客様サービスセンターまでお問合せください。

大和八木駅～新宮駅間を完全乗車いただいたお客様に
記念乗車証進呈！

完全乗車日の日付を押してお渡しします

同一便で完全乗車いただいたお客様に限ります。

吉野杉で作られた「記念乗車証」。▶「しおり」としてお使いいただけます。



五條、十津川、熊野観光に便利！

168バスハイク乗車券 検索

詳しくはホームページ、または奈良交通お客様サービスセンターまで

※2024年10月1日時点の情報です

奈良交通の一般路線バス全線およびリムジンバスで全国10種類の交通系ICカードがご利用いただけます。

Kitaca PASMO Suica manaca TOICA PiTaPa ICOCA はやかけん nimoca SUGOCA

高速バス、定期観光バス、一部のコミュニティバスではご利用いただけません。

9-2 日本版シートインコーチのモデルコースと仮説

【「日本版シートインコーチ」ルート案】

〇基本的な考え方
シートインコーチの最大の特徴は、大都市圏や主要観光地から二次交通が脆弱な地方、
また地方から他の地方へというルート上で、途中で乗降ができ、旅行者が旅行行程を選択できるところにある。
また、出発地点に戻るバスツアーとは異なり、広域で観光地間を繋ぐルートという観点でルート案を設定した。

① SEA OF JAPAN ROUTE

（1日目）
姫路＝＝出石＝＝城崎温泉＝＝網野

（2日目）
網野＝＝伊根＝＝天橋立＝＝東舞鶴＝＝三方五湖＝＝敦賀

（3日目）
敦賀＝＝東尋坊＝＝永平寺＝＝加賀温泉＝＝金沢

・コンセプト
訪日外国人観光客が多く訪れる姫路城から、日本海側の主要観光地や宿泊地を繋ぐルート。
発着地は、新幹線の駅があり、公共交通機関では行きにくい地点を結ぶルートとした。

② CENTRAL JAPAN ROUTE

（1日目）
金沢＝＝白川郷＝＝飛騨高山

（2日目）
飛騨高山＝＝下呂温泉＝＝名古屋＝＝伊勢神宮（外宮・内宮）＝＝鳥羽

（3日目）
鳥羽＝＝熊野速玉大社＝＝那智大社＝＝熊野本宮大社＝＝＝大阪

・コンセプト
中部エリアで訪日外国人に大人気のスポットから伊勢・熊野三山を繋ぐルートで設定。
この南北を繋ぐルートは、一部公共交通機関を競合する部分はあるが、
バス移動ならではのルートと言える。
①のルートと繋ぎ合わせることも可能とした。

③ AWAJI SETOUCHI ROUTE

（1日目）
大阪＝＝＝淡路SA＝＝洲本BT＝＝福良＝＝＝大塚国際美術館＝＝徳島

（2日目）
徳島＝＝脇町＝＝大歩危峡＝＝祖谷温泉＝＝高松

（3日目）
高松＝＝屋島＝＝倉敷＝＝＝岡山

・コンセプト
淡路島の主要観光拠点から徳島・香川・岡山を回遊するルートで設定。
鉄道が通っていない地域が多くあり、利便性を重視したルート設定とした。

9-3 ニーズ調査及び導入課題分析の結果

● 実施報告

シートインコーチの現在の知名度及び潜在需要検証のため、訪日外国人観光客を対象としたニーズ調査を実施した。

●実施日時：令和 8 年 1 月 14 日（水）10 時～17 時

●実施場所：関西国際空港 1 階到着ロビー及び 4 階国際線出発ロビー

●実施者：クラブツーリズム地域共創事業部

課長　　福﨑 基樹

シニアリーダー　宮古 俊幸

リーダー　　ドルゴシェイナ エリザベータ

●アンケート回収人数　91 名

●記録写真











● アンケート内容

Seat-in-Coach (SIC) Needs Assessment – Proposed Survey Questions

Purpose of This Survey

Japan is currently considering the introduction of shared sightseeing buses that allow international visitors to explore destinations not easily accessible by public transportation after arriving in Japan.

In Europe and the United States, this type of service is already operated under the name Seat-in-Coach (SIC).

The key features of SIC tours are:

- Guaranteed operation (no minimum number of participants required)
- Hop-on, hop-off service, allowing passengers to freely get on and off at designated stops along the route

We kindly ask for your cooperation in this survey to understand whether such a service would be valuable for international visitors traveling independently in Japan.

Q1.

Which country are you traveling from?

Q2.

Have you heard of Seat-in-Coach (SIC) services before?

Q3.

If several buses per day were operated on a route visiting some of Kyoto Prefecture's famous sightseeing spots—allowing you to freely get on and off at each stop—would you be interested in using this service?

Proposed route:

Osaka → Miyama Kayabuki-no-Sato → Amanohashidate → Ine Boat Houses → Yuhigaura Beach→ Kinosaki Onsen



Miyama Kayabuki-no-Sato　Amanohashidate　Ine Boat Houses　Yuhigaura Beach　Kinosaki Onsen

1. I would definitely use it
2. I might use it if the opportunity arises
3. I probably would not use it
4. I would not use it

Reason:

Q4.

Within Japan, what types of locations or sightseeing areas would you like to be able to board or get off the bus?
(Please list multiple destinations.)

Q5.

Have you ever joined a bus tour in Japan?

- Yes
- No

Q6.

(For those who answered "Yes" to Q5)

Where did you join the bus tour, and what was your impression?

Location:

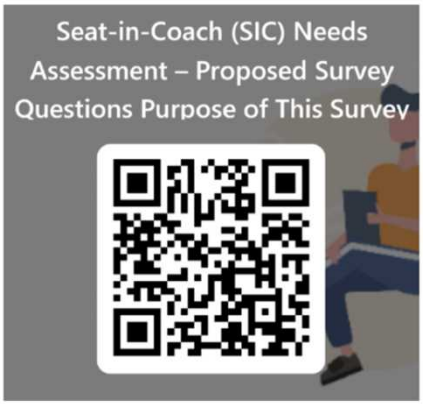
Impression:

1. Very good
2. Convenient and good
3. Not very good
4. Not good at all

Reason:

Thank you very much for your cooperation.





● アンケート結果の集計(全体集計)

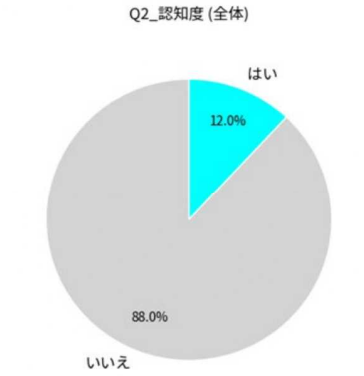
□回答者内訳

国名	人数
アメリカ	13
韓国	7
台湾	7
イギリス	9
タイ	5
オーストラリア	4
カナダ	4
スペイン	4
フランス	4
香港	4
中国	4
インド	3
インドネシア	3
ドイツ	3
マレーシア	3
シンガポール	2
フィリピン	2
ブラジル	2
ロシア	2
イスラエル	1
ウガンダ	1
サウジアラビア	1
トーゴ	1
トルコ	1
ニュージーランド	1
ルーマニア	1

● アンケート結果の集計(全体集計)

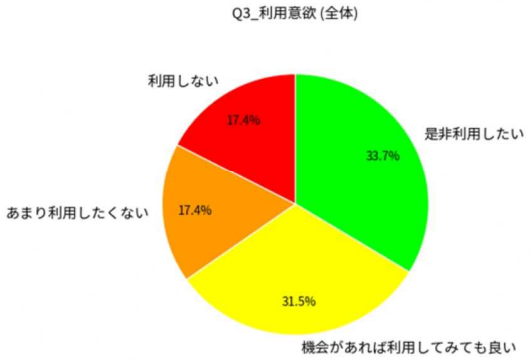
□シートインコーチ　認知度

はい	11
いいえ	81



□例えば、以下の様な京都府の有名観光地を巡るバスルートで、一日数便が運行されるとすれば利用したいと思いますか。(各停留所で自由に乗降ができます)

是非利用したい	31
機会があれば使用してみても良い	29
あまり利用したくない	16
利用しない	16



□「ぜひ利用したい」理由（31 件）

・電車やバスを乗り継ぐ必要がなく、移動が楽なため
・自分で運転や移動手段を考える必要がなく、負担が少ないため
・車がないと不便な場所や、個人では行きにくい観光地を訪れられるため
・短時間で効率よく複数の観光地を周遊できるため
・あらかじめ決められた観光ルートにより、計画を立てる手間が省けるため
・日本人おすすめの観光地や、評価の高い場所を巡ることができるため
・行きたい観光地がまとまっており、内容に魅力を感じるため
・写真や情報が分かりやすく、内容がイメージしやすいため
・日本が初めての訪問でも、安心して美しい景色を楽しめるため
・交通事情が不便な地域であれば、特に利用したいと感じるため

【英語回答者】
・旅行計画にかかる負担を軽減し、他のことに時間を使うことができるため
・多くの都市で利用でき、利便性が高いと感じるため
・操作や利用方法が分かりやすく、移動や乗り換えの心配が少ないため

・利便性の課題を解消し、普段あまり訪れない観光地にも足を運べるため
・日本が初めての訪問でも、行きたい場所を把握しやすく安心して利用できるため
・乗り降り自由のスタイルに魅力を感じるため
・訪れたい観光地を網羅したルート設定になっているため
・家族旅行でも利用しやすく、移動の負担が少ないため
・新しい知識を得ながら名所を見学でき、体験として興味深いため

□「機会があれば利用してみても良い」理由（29 件）

・手軽に観光地を巡ることができ、移動や交通手段を調べる手間が省けるため
・自分で移動するのが難しい場合でも、リラックスして観光を楽しめるため
・バスで複数の観光地に連れて行ってもらえる点に利便性を感じるため
・行ったことのない場所や、知らない観光地を訪れてみたいと感じるため
・京都は移動が大変と聞いており、効率的に回れる点に魅力を感じるため
・写真などからルート自体に魅力を感じるため

・料金やスケジュール、英語案内の有無などの条件次第
・観光地ごとの滞在時間が希望に合うかどうか
・関西での滞在日数や、全体のスケジュールとの兼ね合い
・既に他の予定が入っている場合は利用が難しい
・同行人数や旅行形態によって判断が分かれる

・知らない場所が多く、内容が分かりにくいと感じる場合がある

【英語回答】
・訪問する場所や移動のペース、サービス内容や特典次第で利用を検討したい
・自分のペースでの観光を好む場合もあるが、ガイドの質が高く、より楽しめるのであれば利用価値があると感じる
・価格や観光地へのアクセスのしやすさによって判断したい
・タクシーや専用ドライバーなど、他の移動手段が利用できない場合には有効だと感じる
・柔軟な旅行スタイルを好むが、内容次第では便利で魅力的に感じる
・リラックスでき、効率よく観光できそうな点に魅力を感じる
・タイミングや費用との兼ね合いで判断したい
・内容は面白そうだが、対象地域についての情報が少なく判断しにくい
・最終的には個人の好みや旅行スタイルによると考えられる

● アンケート結果の集計(全体集計)

□「あまり利用したくない」理由（16 件）

・ルートや内容が分かりにくく、全体像を把握しづらいため
・行きたくない、または関心の低い観光地が含まれているため
・行きたい観光地が十分に含まれていないと感じるため
・大都市から電車で移動できる範囲で、自分のペースで観光したいため
・他の参加者を気にせず、個人で自由に行動したいため
・自由旅行の方が自分に合っており、より楽しめると感じるため
・観光地ごとの滞在時間が限られており、十分に楽しめないと感じるため
・料金やスケジュールなどの詳細情報が分かりにくく、不安を感じるため

【英語回答】
・基本的には対象外で、自分で計画を立てて歩く旅行スタイルを好む
・個人的なツアーやガイドアプリを活用して自由に観光する傾向がある
・大人数グループや子ども、高齢者と一緒に旅行する場合は、バスツアー利用を検討する可能性がある
・自由に移動できるレンタカーを借りて旅行することを好む
・バスの次の便やスケジュールに間に合うかどうかが心配で、利用判断に影響する
・徒歩や公共交通機関を使った自分のペースでの観光を好む

□「利用しない」理由（16 件）

・事前に予定が決まっている場合は利用しない傾向がある
・レンタカーや JR パスなど、自分で自由に移動できる手段を利用するため
・自由に行動したい、時間を自分で使いたいという希望が強い
・バスツアーや公共交通を使うと行動に制限がかかると感じる
・大阪・京都などではバス乗り場が分かりにくく、迷う可能性がある
・過去にバスツアーに参加したが、自由度が低く不便に感じた経験がある
・事前に情報を調べて条件が合えば利用する可能性はあるが、基本は個人旅行を優先する

【英語回答】
・一人旅を好み、自分のペースで観光したい
・インフルエンサーなど、探索や体験を自分で選びたい層には向かない
・バスツアー利用は費用が増え、自由度が低下すると感じる

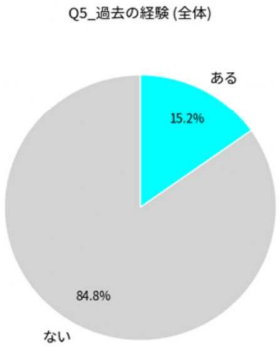
□日本の中で、どのような乗降場所があれば、利用したいか。

項目	件数
ホテル	15
駅	11
寺社仏閣	5
白川郷	4
富士山	4
空港（例、関西）	5
箱根	3
京都	3
嵐山	2
奈良公園	2
大阪	2
広島	2
四国	2
飛騨高山	2
金閣寺	1
熊野大社	1
姫路城	1
高山	1
横浜	1
お台場	1
日光	1
竹林	1
ユニバーサルスタジオジャパン	1
北海道	1
鎌倉	1
思いつかない / 未回答	5

● アンケート結果の集計(全体集計)

□過去に日本でバスツアーを利用したことがあるか

●ある	14
●ない	78

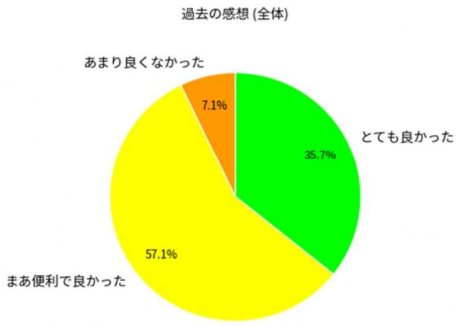


□「ある」回答者の利用場所

・東京 4
・箱根 3
・福岡
・富士山 3
・白川郷
・札幌雪まつり
・熊本
・天橋立

□過去に利用した時の感想

●とても良かった	5
●まあ便利で良かった	8
●あまり良くなかった	1



● アンケート結果の集計(全体集計)

□「とても良かった」理由（5 件）

・ガイドが多く説明してくれたことで、観光地や文化を深く理解できた
・オープントップバスなど、体験型の乗り物が良かった
・自分では行きにくい場所にも連れて行ってもらえるため便利だった
・富士山など、景色が美しく感動した
・家族に見せたいと思えるほど印象的な体験だった

□「まあ便利で良かった」理由（8 件）

・全体的に楽しめた、満足できた
・移動や手配が楽で便利だった
・景色が美しく、ガイドも良かった
・一部は少し急ぎ足で観光した感もあった
・焼酎ツアーなど、運転が必要な場所でも安全に観光できた
・自分で行くより安価で経済的だった
・初めての日本旅行でも満足できる内容だった
・体験は特別に印象的というほどではなかったが、面白かった

□「あまり良くなかった」理由（1 件）

・自由じゃない

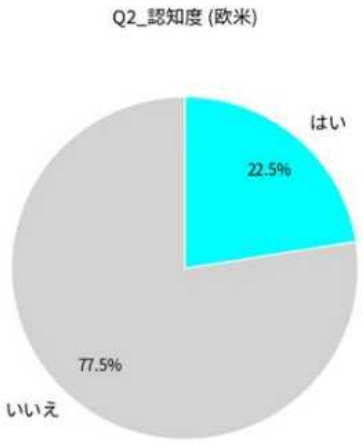
シートインコーチのニーズ調査結果集計(欧米編)

□回答者内訳

国名	人数
アメリカ	13
イギリス	9
カナダ	4
スペイン	4
ドイツ	3
フランス	4
ルーマニア	1
ロシア	2

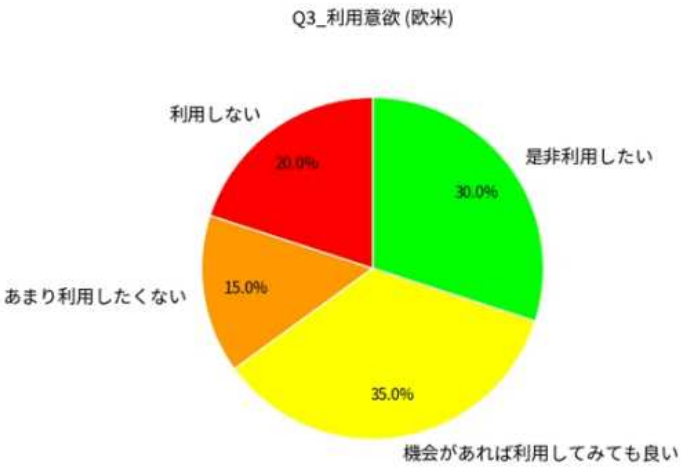
□シートインコーチ　認知度

●はい　9
●いいえ　31



□例えば、以下の様な京都府の有名観光地を巡るバスルートで、一日数便が運行されるとすれば利用したいと思いますか。(各停留所で自由に乗降ができます)

●是非利用したい　12
●機会があれば利用してみても良い　14
●あまり利用したくない　6
●利用しない　8



□「是非利用したい」理由（12 件）

・自分で行くより楽だから（アメリカ　グアム）
・楽だから。でも計画段階で知りたい（アメリカ）
・日本初めてなので、美しい景色が見れるところに行けるなら利用したい（スペイン）
・スケジュールが交通の不便なところであれば利用したい（フランス）
・考えなくてよく、楽だから（スペイン）
・日本人がおすすめする場所だから（アメリカ）
・自分で全部計画するのが疲れたときに便利（フランス）
【英語回答者】
・使いやすくて、移動・乗り換えの心配をしなくて済む。（イギリス）
・利便性の問題を解決し、あまり頻繁に訪問しない観光地を訪れることができるようになる（アメリカ）
・乗り降り自由スタイルの交通機関が大好き（イギリス）
・このアイディアが好きだから（カナダ）
・新しいことを学び、名所を見物するのはとても興味深い。（ロシア）

□「機会があれば利用してみても良い」理由（14 件）

・便利かもしれないから（フランス）
・京都は移動が大変だと聞いているから（イギリス）
・京都が好きだから（アメリカ）
・手軽に観光地を回れるから（ドイツ）
・リラックスして何も考えずに観光地に行けるから（アメリカ）
・事前に良い観光地に行くと分かっていれば、計画に入れて参加したい（ロシア）
・関西での滞在時間次第（アメリカ）
・訪問のペースや場所、サービスの特典次第。時には自分のペースで行く方が好きなこともあります。しかし、ガイドが良くて、その方がより楽しめるなら、検討する価値はあると思います。（スペイン）

【英語回答者】
・価格とそれらの場所への利便性次第です（アメリカ）
・タクシーや専用運転手が利用できない場合に限る（カナダ）
・柔軟な旅行が好きで、これは便利そうだから（フランス）
・リラックスできそうで、効率的に見える（ドイツ）
・面白そうだが、この地域についてはあまり詳しくありません。（アメリカ）
・個人の好みの問題（アメリカ）

□「あまり利用したくない」理由（6 件）

・ルートか分かりにくい（アメリカ）
・行きたい場所があまり含まれていないから（スペイン）
・大都市から電車で移動できる範囲で観光したいから（カナダ）
・滞在時間が限られるから（カナダ）

【英語回答者】
・私は基本的に対象外です。歩くのが好きで、自分の計画を立てる方が好みです。
より個人的なツアーを見つけるためのガイドアプリも持っています。
しかし、大人数のグループや子供、高齢者と一緒に旅行する場合は、間違いなくこれを検討するでしょう。（イギリス）
・私は徒歩や公共交通機関で探検するのが好きです（イギリス）

□「利用しない」理由（8 件）

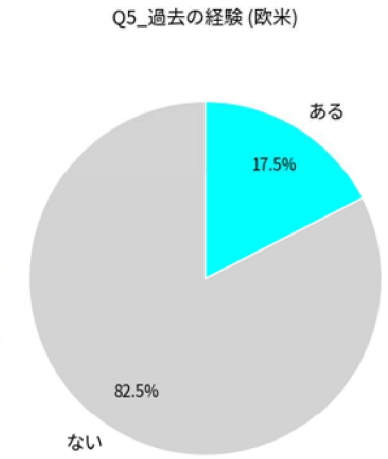
・自由に行動したい。縛られたくない（ルーマニア）
・行動に制限される（アメリカ）
・個人で自由に回りたい（イギリス）
・大阪京都は特にバス乗り場がわかりづらくて迷うと思う（イギリス）
・一度バスツアーに参加して自由でなかったから（イギリス）
・JR パスを使う予定だから（ドイツ）
・JR レールパスを利用するから（アメリカ）
【英語回答者】
・一人旅が好きだから（イギリス）

□日本の中で、どのような乗降場所があれば、利用したいか。

項目	件数
ホテル	7
駅	2
寺社仏閣	1
白川郷	1
富士山	2
空港（例、関西）	2
箱根	3
京都	2
嵐山	1
奈良公園	1
大阪	0
広島	1
四国	0
飛騨高山	1
金閣寺	0
熊野大社	1
姫路城	1
高山	1
横浜	1
お台場	0
日光	1
竹林	0
ユニバーサルスタジオジャパン	0
北海道	1
鎌倉	0
思いつかない / 未回答	2

□過去に日本でバスツアーを利用したことがあるか

●ある	7
●ない	33

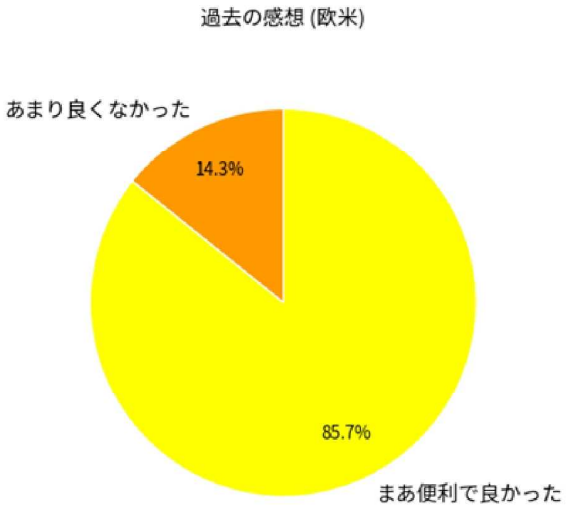


□「ある」回答者の利用場所

・東京	4
・箱根	2
・福岡	0
・富士山	2
・白川郷	0
・札幌雪まつり	1
・熊本	1
・天橋立	0

□過去に利用した時の感想

●まあ便利で良かった	6
●あまり良くなかった	1



□「まあ便利で良かった」理由（6 件）

・楽だった（スペイン）
・よかったけど、少し急ぎ足だった（アメリカ）
・景色が綺麗で、ガイドもよかった（カナダ）
【英語回答者】
・これは焼酎ツアーだったから、運転が必要な地域でも飲酒と観光の両方が可能だった。（アメリカ）
・自分で行くよりも安かったから。（フランス）
・まあまあだった。すごく特別ではなかったが、面白かった。（アメリカ）

□「あまり良くなかった」理由（1 件）

・自由じゃない（イギリス）

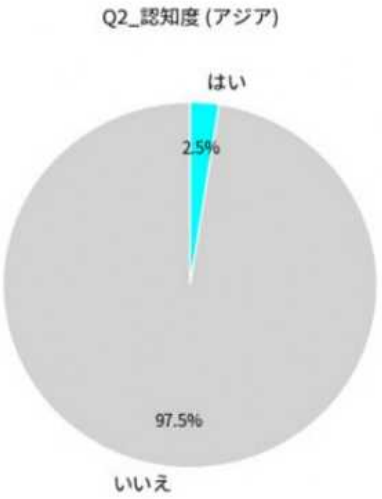
シートインコーチのニーズ調査結果集計(アジア編)

□回答者内訳

国名	人数
インド	3
インドネシア	3
シンガポール	2
タイ	5
フィリピン	2
マレーシア	3
中国	4
台湾	7
韓国	7
香港	4

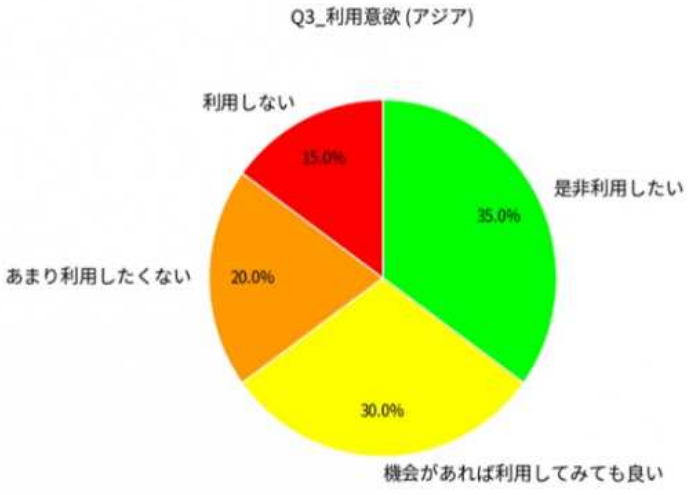
□シートインコーチ　認知度

●はい　1
●いいえ　39



□例えば、以下の様な京都府の有名観光地を巡るバスルートで、一日数便が運行されるとすれば利用したいと思いますか。(各停留所で自由に乗降ができます)

●是非利用したい　14
●機会があれば利用してみても良い　12
●あまり利用したくない　8
●利用しない　6



● アンケート結果の集計(アジア編)

□「是非利用したい」理由（14 件）

・電車やバスを乗り継ぐ必要がないから（タイ）
・行きたいところばかりなので（台湾）
・便利そうだから（インドネシア）
・以前日本のバスツアーに参加してラクに楽しめたから（韓国）
・行きたい場所ばかりだから（台湾）
・個人では行きにくい場所だったら利用したい（韓国）
・よい観光地を巡れるのであれば（マレーシア）
・移動を気にしなくて済む（韓国）
・写真が綺麗（インド）
・決まった観光動線とバスルートが一致するのであれば利用したい。（韓国）

【英語回答者】

・旅行の計画を立てる時間を確保しつつ、私は他のことに集中できる（インドネシア）
・多くの都市にそれらが設置されていると、とても便利です！（タイ）
・このルートは私が訪れたいと思っていた場所を網羅しています（シンガポール）
・乗り換えなしで家族旅行に最適（フィリピン）

□「機会があれば利用してみても良い」理由（12 件）

・便利そうだから（韓国）
・今回は既に予定が決まってるから（韓国）
・バスが色々連れてってくれるから。でも新幹線も乗りたい（台湾）
・行ったことが無いから（フィリピン）
・自分で移動するのが難しいから（中国）
・交通について調べなくていいから（台湾）
・滞在時間が希望に合うなら良いかもしれない。（台湾）
・料金、スケジュール、英語の案内があるかなど、条件によります。（シンガポール）
・このルートが魅力的(写真)（台湾）
・各観光地の滞在時間次第（タイ）
・知らない場所があるため、わかりにくい。（タイ）

【英語回答者】

・タイミングと費用による（韓国）

□「あまり利用したくない」理由（8 件）

・個人で行動したいから（中国）
・ルートか分かりにくい（マレーシア）
・行きたく無い場所が含まれているから（中国）
・あまり行きたくない場所が含まれてるから。（台湾）
・料金や、スケジュールなどが、わからないから。（香港）
・自由旅行の方が好きだから（インドネシア）
・自由旅行の方が楽しめるから。（中国）
【英語回答者】
・次のバスに間に合うかどうか、スケジュールが心配です（タイ）

□「利用しない」理由（6 件）

・事前に予定が決まってる（インド）
・レンタカーを利用するから（香港）
・レンタカ―の方が自由に動けるから。（香港）
・事前に調べていたら利用したいかもしれないが、基本は利用しない（インド）
・時間を好きなように使いたい（マレーシア）
・レンタカーを利用するから（香港）

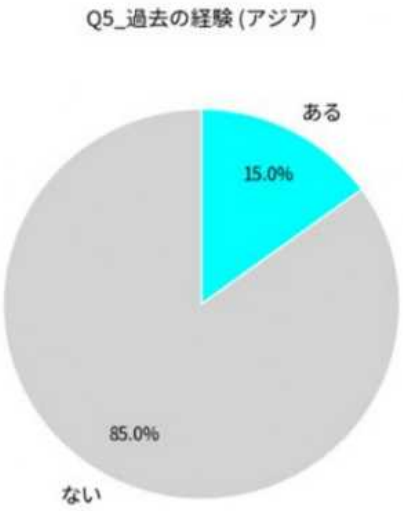
□日本の中で、どのような乗降場所があれば、利用したいか。

項目	件数
ホテル	4
駅	7
寺社仏閣	3
白川郷	2
富士山	1
空港（例、関西）	2
箱根	0
京都	1
嵐山	1
奈良公園	1
大阪	2
広島	1
四国	2
飛騨高山	1
金閣寺	1
熊野大社	0
姫路城	0
高山	0
横浜	0
お台場	1
日光	0
竹林	0
ユニバーサルスタジオジャパン	1
北海道	0
鎌倉	1
思いつかない / 未回答	2

● アンケート結果の集計(アジア編)

□過去に日本でバスツアーを利用したことがあるか

●ある	6
●ない	34

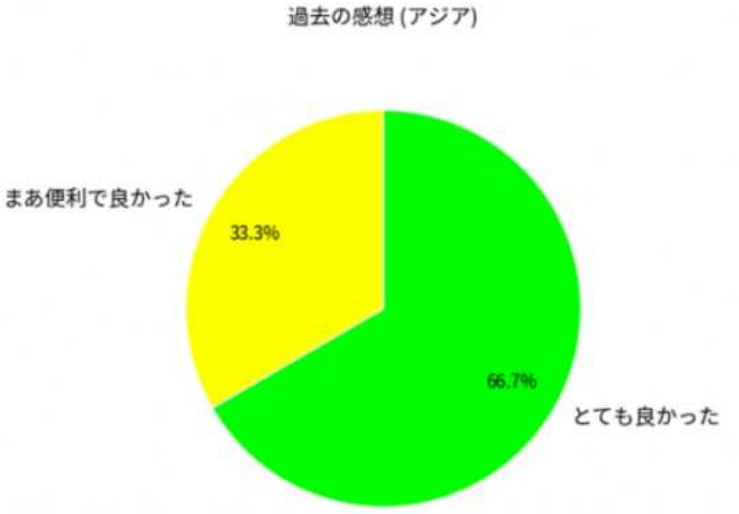


□「ある」回答者の利用場所

・東京	2
・箱根	1
・福岡	0
・富士山	1
・白川郷	1
・札幌雪まつり	0
・熊本	0
・天橋立	1

□過去に利用した時の感想

●とても良かった	4
●まあ便利で良かった	2



□「とても良かった」理由（4 件）

・ガイドがたくさん説明してくれて色々理解できた（韓国）
・自分で行きづらいから（台湾）
・富士山が綺麗に見えた（タイ）
【英語回答者】
・とても感動し、私の家族に見せたいと思った（シンガポール）

□「まあ便利で良かった」理由（2 件）

・楽しめる（中国）
・初めての日本旅行だったから（フィリピン）

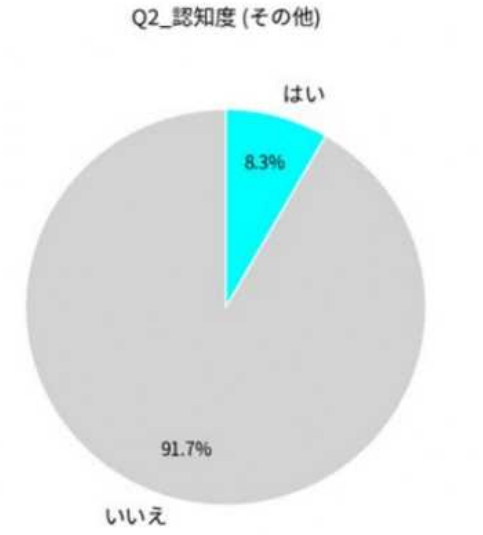
シートインコーチのニーズ調査結果集計(その他編)

□回答者内訳

国名	人数
イスラエル	1
ウガンダ	1
オーストラリア	4
サウジアラビア	1
トルコ	1
トーゴ	1
ニュージーランド	1
ブラジル	2

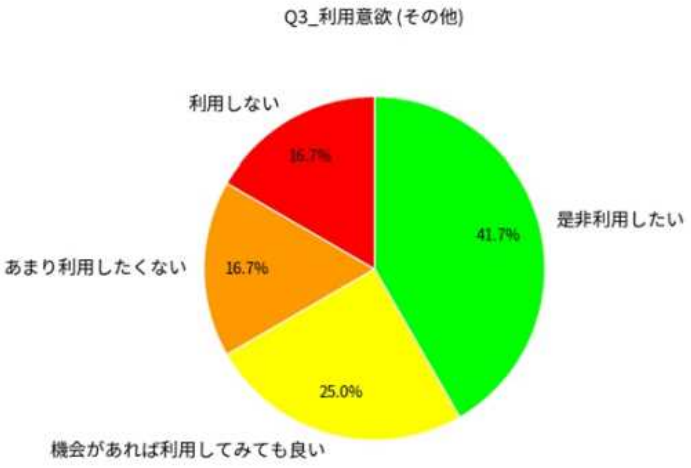
□シートインコーチ　認知度

●はい　1
●いいえ　11



□例えば、以下の様な京都府の有名観光地を巡るバスルートで、一日数便が運行されるとすれば利用したいと思いますか。(各停留所で自由に乗降ができます)

●是非利用したい　5
●機会があれば利用してみても良い　3
●あまり利用したくない　2
●利用しない　2



□「是非利用したい」理由（5 件）

・移動が楽だから（オーストラリア）
・車がないと不便だから（オーストラリア）
・自分で運転しなく良いから（ブラジル）
・短い時間で周遊できて便利だから（ウガンダ）
【英語回答者】
・日本に来るのは初めてで、これらの場所を知らないからです（イスラエル）

□「機会があれば利用してみても良い」理由（3 件）

・その場所を知らないから行ってみたい（トーゴ）
・時間にゆとりをもてるから（トルコ）
・一緒に旅行する人数とかによる（オーストラリア）

□「あまり利用したくない」理由（2 件）

・他の人に気にせず個人で回りたいから（サウジアラビア）
【英語回答者】
・旅行の際はレンタカーを借りて自由にどこへでも行くのが好きです（オーストラリア）

□「利用しない」理由（2 件）

【英語回答者】
・私はインフルエンサーで自分自身で探索したいから（ブラジル）
・より費用がかさみ、自由度が低下するだろう（ニュージーランド）

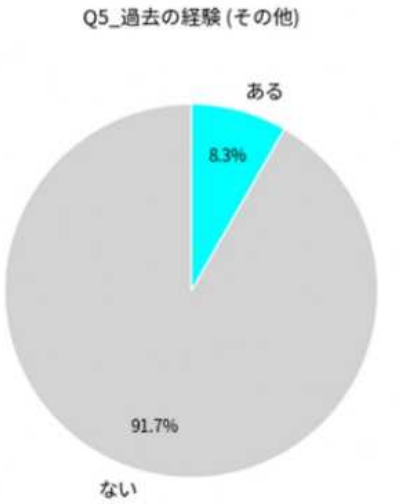
□日本の中で、どのような乗降場所があれば、利用したいか。

項目	件数
ホテル	4
駅	2
寺社仏閣	3
白川郷	0
富士山	1
空港（例、関西）	1
箱根	0
京都	0
嵐山	0
奈良公園	0
大阪	0
広島	0
四国	0
飛騨高山	0
金閣寺	0
熊野大社	0
姫路城	0
高山	0
横浜	0
お台場	0
日光	0
竹林	1
ユニバーサルスタジオジャパン	0
北海道	0
鎌倉	0
思いつかない / 未回答	1

● アンケート結果の集計(その他編)

□過去に日本でバスツアーを利用したことがあるか

●ある　1
●ない　11

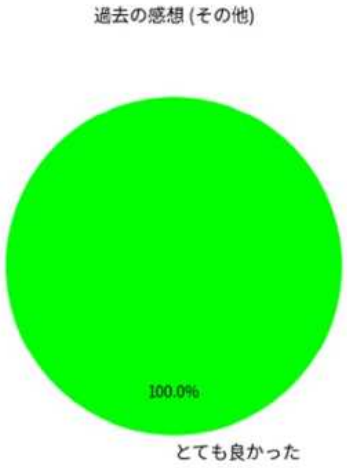


□「ある」回答者の利用場所

・東京	0
・箱根	0
・福岡	1
・富士山	0
・白川郷	0
・札幌雪まつり	0
・熊本	0
・天橋立	0

□過去に利用した時の感想

●とても良かった　1



□「とても良かった」理由（1 件）

・オープントップバスが良かった（ウガンダ）

9-4 混載乗合バスの課題分析の結果

シートインコーチの事例研究及びニーズ調査から露呈したことは、以下のとおり。

（利用者目線）

・バス運行情報の不足
・予約方法が不明
・土地勘が無くバスの利便性がわかりにくい
・多言語対応の不備

（運行者目線）

・道路運送法上の制約
・催行保証による採算性が不透明
・広報が不十分で認知度が低い
・多言語対応の整備
・予約システムの構築

（総括）

日本版シートインコーチ導入については、バスを運行するバス会社と広報・販売する旅行会社が協業で推進することが望ましい。
公共交通網が発展している地域では、それらと競合せず、シナジーを発揮して協業する関係性にすることが重要。
並行して、予約から車中での案内までの多言語対応や日本ならではのおもてなしの提供など環境整備も必要。
更には、バスルート上の各地域（自治体）や観光事業者の理解と協力、受益者負担の検討なども視野に入れることで推進力の強化に繋がる。

10.定例報告

10-1 定例報告

● 4月定例会議

実施日時　：　令和7年4月22日（火）9時30分～11時30分
実施場所　：　近畿運輸局観光部 会議室
参加者　　：　近畿運輸局観光部

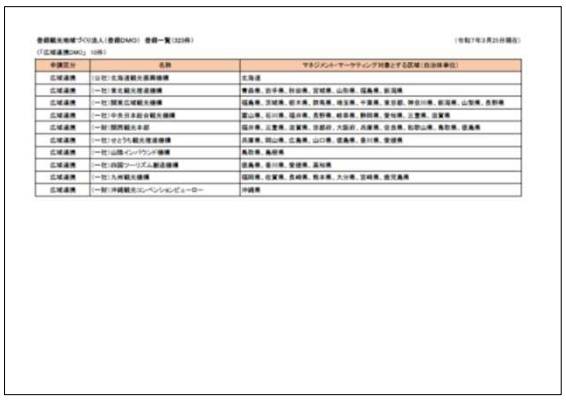
	課長	稲留 健一郎
	課長補佐	笹尾 和葵
	専門官	奥井 俊
	専門官	樫岡 弥生
	係長	橋本 右京
クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	チーフリーダー	福崎 基樹
	シニアリーダー	宮古 俊幸
株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第四部 総合開発部		
	部長	森田 敏之

● 定例アジェンダ

1. 事業実施スケジュールについて
2. 検討会参加メンバー勧誘状況について
3. 第１回検討会の実施日時及びアジェンダについて
4. KIXプロモーション実施内容及び実施日について
5. シートインコーチのルート案について
6. 地域関係者の候補選定及び説明会実施方法について
7. 今年度第1弾ツアー募集について
8. その他

● 会議資料

DMO法人リスト



関西版シートインコーチルート案



「関西版シートインコーチ」ルート案

○弊社の基本的な考え方

シートインコーチの最大の特徴は、予め行程や時間配分が定められている募集型バスツアーとは異なり、大都市圏や主要観光地から二次交通が脆弱な地方、また地方から他の地方へというルート上で、途中で乗降ができ、旅行者が旅行行程を選択できるところにある。
上記の観点から、関西各地でその特性を最大限に活かせるルート案を３種類提案する。

① NORTHERN KANSAI ROUTE

（１日目）
大阪－－－美山かやぶきの里－－－天橋立－－－伊根舟屋の里公園－－－城崎温泉

（２日目）
城崎温泉－－－餘部鉄橋－－－浦富海岸－－－鳥取砂丘－－－鳥取

（３日目）
鳥取－－－湯村温泉－－－丹波篠山－－－大阪

・コンセプト
京都府北部エリア及び兵庫県但馬・丹波エリア、鳥取県の人気の観光地間を繋ぎ、同じく人気の宿泊地で宿泊が可能で、途中下車しても既存の公共交通機関で帰国できるルートとした。
部分的には公共交通機関での移動は可能ではあるが、効率よく回遊することは困難であり、将来多くの需要が見込まれる。

● 議事概要

【契約・再委託】

事務局　　：　契約書は社内決裁中のため待機。再委託先はアド近鉄とする。
近畿運輸局　：　承諾。再委託承諾書の案を送付してほしい。

【スケジュール・ツアー造成】

事務局　　：　プロモーションの日程変更を相談したい。
　　実証ツアーは12月実施。造成は8月～10月の予定。
近畿運輸局　：　LP公表は6月か。実証ツアーも掲載するのか。
事務局　　：　準備ができたものから順次掲載。実証ツアーは掲載せず、販売ツアーのみとする。

【検討会メンバー・運営】

事務局　　：　有識者や旅行会社は承諾済み。神姫バスはオンライン参加を希望。
近畿運輸局　：　JATAと万博協会への依頼を検討してほしい。
事務局　　：　万博協会は近畿運輸局から紹介してほしい。
　　第1回検討会は5月19日13時30分で確定させたい。今後は月曜中心で実施する。

【KIXプロモーション】

事務局　　：　他自治体のイベントへの相乗りを検討。相乗効果を狙いたい。
近畿運輸局　：　事業費の用途として問題ないか、運輸局側で検討する。
　　6月の枠はリリース（放出）で確定。8月・9月の協力先を探す。

【シートインコーチ】

事務局　　：　2泊3日の3ルート案を提示。乗り降り自由な定義を有識者と定めたい。
近畿運輸局　：　有識者に知見がない可能性がある。事前に認識合わせが必要。
　　初回は定義づけより、方向性やイメージの提示に留める。
事務局　　：　神姫バスへヒアリングを行い、事業全体の中で説明していく。

【地域選定・ツアー募集】

近畿運輸局　：　やる気のある地域と組みたい。
事務局　　：　事務局と運輸局で候補を詰め、第1回検討会で諮る。事前に根回しを行う。
　　第1弾ツアー募集は6月2日締切で開始。審査要領は変更なし。
近畿運輸局　：　了承。

● 5月定例会議①

実施日時　：　令和7年5月7日（水）13時30分～15時00分
実施場所　：　近畿運輸局観光部事務所内
参加者　　：　近畿運輸局観光部

課長	稲留 健一郎
専門官	奥井 俊
係長	橋本 右京

クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部

チーフリーダー	福崎 基樹
シニアリーダー	宮古 俊幸

● 定例アジェンダ

1. 検討会出欠確認状況の報告
2. 事業全体スケジュールの確認
3. 第1回検討会時の事業内容説明について
4. 意見交換会に招請する地域の選定案について
5. KIXプロモーションについて
6. 博覧会協会との連携について
7. 第2回検討会の実施日時について（確認）

● 議事概要

【第1回検討会について】

事務局　　：　5月19日13時30分開催で各社参加回答済み。
　　神姫観光はオンラインで前半のみ参加。
近畿運輸局　：　神姫バスはシートインコーチの重要メンバー。
　　神姫バス参加中にその話をできるようアジェンダを前半に調整してほしい。
事務局　　：　第1回でのシートインコーチ依頼はしていない。第2回以降の予定。
　　いずれにしてもアジェンダの順番は変更する。
近畿運輸局　：　意見交換会で造成する2ツアーをLPに掲載したい。
　　8月下旬～9月上旬の掲載が理想。
事務局　　：　各社合意があれば掲載可能。ただしファムトリップ(1月予定)後の磨き上げが
　　必要で、現状では販売期間が短い。
近畿運輸局　：　1月では遅い。ピーク時期を避けファムトリップを9月に前倒しできないか。
事務局　　：　10月～12月1週目はバス・受入先ともにピークで実施困難。
　　9月ファムトリップ、11月上旬ツアー造成の方向で検討する。
　　地域関係者の選定は提示の書面に基づき進める。
近畿運輸局　：　異議なし。バスツアーは日帰りと1泊2日を1商品ずつ想定。

【関西国際空港プロモーション】

事務局　　：　8月10日、9月4日に実施。ツアー掲載がない地域との連携は理屈が難しい。
近畿運輸局　：　現場の負担を考えバスツアーがLP掲載されている地域との連携が望ましい。
事務局　　：　賛同が得られない場合は事務局単独での実施もあり得る。
近畿運輸局　：　上記日程で実施決定とする。

【外部機関(博覧会協会・JATA)連携】

近畿運輸局　：　検討会前に博覧会協会やJATAから情報を得て、検討会の参考材料とする。
　　検討会への参加や開示情報の合意を事前に取ってほしい。
事務局　　：　了解。具体的な依頼内容を早急に検討する。

【第2回検討会と地域根回し】

事務局　　：　6月23日13時30分から開催。あわせてDMOとの意見交換会も実施したい。
近畿運輸局　：　検討会までにDMO4社への根回しと合意を完了させてほしい。
事務局　　：　4団体と意見交換しても、選ばれるのは2つのみという「落としどころ」の
　　説明が難しい。期待させすぎないよう配慮が必要。
近畿運輸局　：　地域側が何も知らない状況は避けるべき。早急に合意を取ってほしい。
事務局　　：　5月19日までに地域からの合意を図るよう動く。

● 5月定例会議②

実施日時　：　令和7年5月26日（月）11時00分～12時00分
実施場所　：　近畿運輸局観光部事務所内

参加者　：　近畿運輸局観光部		課長	稲留 健一郎
		専門官	奥井 俊
		係長	橋本 右京
		係員	今井 亮冴
	クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	チーフリーダー	福崎 基樹
		シニアリーダー	宮古 俊幸

● 定例アジェンダ

1. 地域関係者との意見交換会の進め方ならびに開催日程について
2. 博覧会協会、JATA関西事務局との連携結果について
3. KIXプロモーションについて
4. 第3回検討会の実施日時について

● 議事概要

【地域関係者との意見交換会(進め方と日程)】

事務局　：　地域連携DMO4団体に対し、6月10日～12日の3日間（計6候補）で調整。
1団体40分程度、オンラインで実施する。
事前に各団体からコンテンツ資料やモデルコース案を提出してもらい、
当日は旅行会社側がその内容を精査・議論する流れとする。

近畿運輸局　：　近畿運輸局はオブザーバーとして参加するが、全員が出席すると日程調整が
難しいため、先方の予定を優先して行ける者が参加する。

事務局　：　6月23日の検討会で結果報告を行うため、意見交換会後に旅行会社間で協議し、
コース案をまとめたい。
業界の商習慣上、10月にLP掲載するツアーを同月中に催行するのは極めて困難
(特に宿泊を伴うものは数週間前に手仕舞いが必要)。
LP掲載は万博期間中に間に合わせるが、
催行は万博後になる可能性が高いことを了承いただきたい。

近畿運輸局　：　事業の建て付け上万博開催中のLP掲載は必須。6月23日までに地域の承諾と
旅行会社間の調整を完了させるスケジュールで進めてほしい。

【博覧会協会・JATA関西事務局との連携】

事務局　：　6月23日の検討会に博覧会協会の担当者をゲスト招請し、来場者属性や今後の
プロモーション予定について情報提供を受ける。JATAについては7月の検討会に
招請し、インバウンドビジネスの展望や業界データについて話を伺う予定。

近畿運輸局　：　ツアー造成の参考になる情報を期待する。また、万博会場内の関西観光本部
ブース等に本事業のチラシを設置できないか。
会場内でのプロモーション連携について、近畿運輸局から関西観光本部に
確認を行う。

【 LPおよびチラシへのロゴ掲載】

事務局　　：　サイトの安全性と公的信頼性を示すため、LPやチラシに「国土交通省近畿運輸局」の名称とロゴを掲載したい。橋本係長：名称掲載は問題ない。
ただし、近畿運輸局は問い合わせ先ではないため、事務局の連絡先と並記する形にする。
TEAM EXPOのロゴ使用ルール（サイズ変更時の再申請等）に留意しつつ、近畿運輸局・関西観光本部等のロゴを配置したレイアウト案を制作会社と作成する。

【KIXプロモーションの準備状況】

事務局　　：　8月10日は単独実施。他府県は同日別イベントに出展するため連携が難しいが、関西観光本部からパンフレット等の提供を受けて実施する。
9月4日は京都府観光連盟が協力。海の京都・森の京都・お茶の京都と連携し、インバウンド動向調査を兼ねて出展する。京都府域へのツアーがLPに掲載されるよう旅行会社に働きかけたい。

【モニターツアーの導入検討】

近畿運輸局　：　有識者（金馬氏）より、商品化の前に在日外国人によるモニターツアーを実施し、意見を反映させるべきとの提案があった。

事務局　　：　別途予算を確保するのは難しいため、
仕様書にある「ファムトリップ(10名程度)」の枠を活用する。
旅行会社の参加人数を一部削り、代わりに在日外国人を5名程度招く形で「モニター兼ファムトリップ」として実施したい。
通訳案内士を帯同させ、ビジネス視点だけでなく、利用者視点の意見も収集する。
この方針で金馬氏にも確認を取る。

【その他】

近畿運輸局　：　淡路島のツアーに徳島（鳴門等）を組み込めないか。
宮古：淡路島側は自域での滞在時間を重視しており、近隣競合エリアとの連携には慎重な立場。
現時点では無理に進めず、旅行会社側から要望が出た場合に再検討する。

● 6月定例会議

実施日時　：　令和7年6月17日（火）9時30分～11時00分
実施場所　：　近畿運輸局観光部事務所内

参加者　：　近畿運輸局観光部		課長	稲留 健一郎
		専門官	奥井 俊
		係長	橋本 右京
	クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	チーフリーダー	福崎 基樹
		シニアリーダー	宮古 俊幸

● 定例アジェンダ

1. 地域関係者と旅行会社の意見交換会実施結果について
2. ファムトリップ＆モニターツアー実施日程について
3. 第2回検討会出欠確認状況とアジェンダについて
4. LP修正と印刷について
5. 第3回検討会の実施日時について

● 議事概要

【意見交換会の結果と実証ツアーの選定】

事務局　：　地域関係者との協議に基づき、旅行会社が「売れる」と判断した「海の京都(舞鶴中心・日帰り)」と「伊勢志摩(1泊2日)」の2本を実証ツアーに選定した。

事務局　：　舞鶴は金剛院の読経や引揚記念館、伊勢は横山展望台や鰹節工場など、ストーリー性のあるコンテンツを組み合わせる。

事務局　：　南紀白浜はフルオーダー以外への提供が難しく、淡路島は収穫物の海外持ち出し不可等の課題があるため、今回は選外とする。

近畿運輸局　：　伊勢志摩側からの反応が滞っている点が懸念。理想は伊勢での実施だが、23日の検討会までに行程案を提示できるよう急ぎ調整してほしい。

事務局　：　地域によってBtoB用ツール（タリフ等）の整備状況に差があり、料金の即答ができない団体も見受けられた。今後はこうしたツール整備の必要性も伝えていく。

【実証ツアーの実施時期とLP掲載の課題】

事務局　：　実証ツアー(モニター・ファム併用)を7月下旬～8月上旬に実施し、その後9月中旬の商品化を目指す。近畿運輸局：補助金の建て付け上、万博期間中(10月13日まで)に募集開始・LP掲載を完了させる必要がある。

事務局　：　業界の商習慣（手仕舞いルール等）から、10月催行は集客期間が足りず現実的ではない。また、舞鶴の紅葉など季節素材を活かすには11月以降の催行が望ましい。

近畿運輸局　：　利益追求よりも調査事業としての建て付けを優先し、万博期間中の募集開始を厳守する。集客期間が短く催行実績が出にくい点は局内で検討する。

【第2回検討会(6月23日)のアジェンダ】

事務局　：　神姫バス阪田常務がリアル参加、博覧会協会津村氏が冒頭15分のみゲスト参加予定。

事務局　：　公認ツアー第1弾はクラブツーリズムの2件に留まった。第2弾(23日募集開始)への応募を増やすよう、各社へ後押しをお願いしたい。

近畿運輸局　：　検討会の最後で、各社に対し公募への参加を直接依頼する。

事務局　：　当日は実証ツアーの日程案を提示し、旅行会社には造成担当者の選出、金馬氏にはモニター募集の協力をそれぞれ要請する。

【日本版シートインコーチ（SIC）の調査方針】

事務局　：　交通経済研究所の中原氏へのヒアリングや、神姫バスの既存ブランド「YUI」の事例研究（21条許可の活用等）を検討している。

近畿運輸局　：　中原氏へのアプローチは、必要であれば国交省側でつなぐ。第3回検討会までに、法令面の整理を含めた詳細な調査スケジュールを提示してほしい。

事務局　：　実証ツアーの造成を最優先とするため、SICの本格的なヒアリング調査は秋以降とし、今回は口頭報告に留める。

【プロモーション・その他】

事務局　：　近畿運輸局のロゴと名前を入れた修正版LPが公開済み。8月10日の関空イベントでは、このチラシと関西観光本部のノベルティを配布する。

近畿運輸局　：　関空内へのチラシ配架や、万博会場内で配布する名刺サイズ(二次元コード付き)カードの作成を局側で進める。

事務局　：　第3回検討会は有識者の都合に合わせ、7月24日（木）に実施することを次回の検討会で発表する。

● 7月定例会議

実施日時　：　令和7年7月8日（火）9時30分～11時00分
実施場所　：　近畿運輸局観光部事務所内

参加者　：　近畿運輸局観光部		課長	稲留 健一郎
		専門官	奥井 俊
		係長	橋本 右京
		係員	今井 亮冴
	クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	チーフリーダー	福崎 基樹
		シニアリーダー	宮古 俊幸

● 定例アジェンダ

1. 第２弾ツアー造成（申請）結果について
2. 実証ツアーの集客状況・ツアーに関する各種情報共有
3. ツアー造成に関する今後のスケジュール確認
4. 第３回検討会出欠確認状況とアジェンダについて(JATAの発表を含む)
5. LP修正とチラシ印刷について
6. KIXプロモーションの申請書面作成について（その他のプロモーションを含む）
7. OTAまたはランドオペレーターとの意見交換会の実施方法について
8. シートインコーチの調査・研究について

● 議事概要

1. 第2弾ツアー造成(申請)結果について

事務局　：　第2弾公募を締め切り、エイチ・アイ・エス(4案)、阪急交通社(2案)から申請があった。
高野山や伊勢など、昨年度の実証事業や既存素材を活かしたプランが見受けられる。
クラブツーリズムは確認中、神姫観光は申請の動きがない。
事務局で内容を精査し、検討会で報告する。

2. 実証ツアーの集客状況・ツアーに関する各種情報共有

事務局　：　インフルエンサーとして、海の京都には香港の「ムコアンジー」、伊勢志摩には米国人のフランキー氏を招聘する。
参加者は外国人モニター各5名(金馬氏が勧誘中)、旅行会社、ランドオペレーター、通訳案内士。
モニター用(英語版)と旅行会社用(ビジネス資料)の2種類のメディアキットを用意する。
実証ツアー後の商品化は各社3社3様のプランになると予想されるが、本事業の成果として位置づける。
アンケートについては、ファム(プロ視点)とモニター〈消費者視点〉でアンケート設問を分け、スマホ回答形式で実施する。

3. ツアー造成に関する今後のスケジュール確認

事務局　：　実証ツアー(7月下旬～8月上旬)を経て、9月中旬の商品化を目指す。

近畿運輸局　：万博期間中の募集開始は必須。集客期間が短く催行実績が出にくい懸念はあるが、調査事業としての建て付けを優先する。

4. 第3回検討会出欠確認状況とアジェンダについて

事務局　：　7月24日に実施。有識者2名と西日本JRバスが出席、エイチ・アイ・エスと関西観光本部が欠席。
JATA関西事務局の木村事務局長を招き、参考情報の提供を受ける。
アジェンダは公募結果、実証ツアー行程、アンケート設問、シートインコーチ調査、ランドオペレーター意見交換会等とする。

5. LP修正とチラシ印刷について

事務局　：　LP中央に近畿運輸局のロゴを掲載。8月10日の関空プロモーションに向け、チラシ1,000部を7月末までに印刷する。

近畿運輸局　：　万博会場で配布する名刺サイズカードの作成を局側で進めるため、ツアーの写真データを提供してほしい。

6. KIXプロモーションの申請書面作成について

事務局　：　8月は事務局、9月は京都府観光連盟と協業で実施。
近畿運輸局の枠を利用するため、担当者と詳細を詰める。
9月の「ツーリズムEXPOジャパン(名古屋)」でも、関西観光推進協議会やKNT-CTのブースでのパンフレット配架を調整中。

7. OTAまたはランドオペレーターとの意見交換会の実施方法について

事務局　：　OTAとは既に関係が構築されているため、契約上の課題等が多いランドオペレーターとの議論を優先し、計3回実施する。
金馬氏を含む複数のランドオペレーターと、必要に応じてOTAも交えたハイブリッド形式で、具体的かつ実益のある商談の場とする。

8. シートインコーチの調査・研究について

事務局　：　交通経済研究所(中原氏)への海外事例ヒアリングと、神姫バス(YUI)の国内事例調査を行う。

近畿運輸局　：　直前予約の受け入れがシートインコーチ普及の鍵。日本人・外国人の混載型や、手仕舞いルールの緩和などの課題を本調査で整理し、次々回以降の検討会で議論したい。

※ その他

事務局　：　実証ツアー終了後、各社の造成方針を協議するオンライン会議を開催し、近畿運輸局にはオブザーバー参加を依頼する。
関空プロモーション当日は、英語・ロシア語対応可能な自社スタッフを派遣する。

● 8月定例会議

実施日時　：　令和7年8月20日（水）9時30分～11時00分
実施場所　：　近畿運輸局観光部事務所内

参加者　：　近畿運輸局観光部		課長	稲留 健一郎
		専門官	奥井 俊
		係長	橋本 右京
		係員	今井 亮冴
	クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	チーフリーダー	福崎 基樹
		シニアリーダー	宮古 俊幸

● 定例アジェンダ

1. 第3弾ツアー造成（申請）結果について
2. 実証ツアーの総括及び各社のツアー造成について
3. KIXプロモーションについて
4. 第4回検討会の議事内容について
5. ランドオペレーターとの意見交換会の実施方法について
6. 万博会場におけるプロモーションについて
7. シートインコーチの調査・研究について

● 議事概要

1. 第3弾ツアー造成(申請)結果
　事務局　：　申請3件（クラブツーリズム）を承認。金馬氏の確認後、LPに掲載予定。
　エイチ・アイ・エスと阪急交通社は実証ツアー後の造成に注力しており、今回は申請なし。

2. 実証ツアー総括と各社の造成状況
　事務局　：　海の京都は新たなコンテンツが高評価。
　伊勢志摩は、一部施設で価格設定やバス駐車場に課題が残った。
　各社の対応として、阪急交通社は海の京都で日帰りツアーを造成中。
　エイチ・アイ・エスはVISON等を含めた伊勢志摩を検討。
　承認プロセスとしては、実証ツアー等の要素が1つでもあれば迅速に掲載する方向。
　第5弾以降は「万博テーマ」要件を緩和しハードルを下げる。

3. KIXプロモーション
　事務局　：　9月4日(京都府連系)と10月24日に実施。
　アンケート回答者へ箸やティッシュを配布。
　アンケート内容／インバウンド向けにシール投票形式(行先・滞在日数) で調査を実施。
　LP告知用のQRコードを配布物に封入する

4. 第4回検討会のアジェンダ
　事務局　：　実証ツアー結果、造成進捗、プロモーション報告、ランドオペレーター意見交換会、シートインコーチ調査の進捗を議題とする。

5. ランドオペレーターとの意見交換会

事務局　：　意見交換会の趣旨としては、ランドオペレーター経由の販路拡大を模索。
予約システムや手数料配分の課題解決を図る。
今回をテストケースとし、ハイブリッド形式や自由参加の2部構成で柔軟に実施する。

6. 万博会場プロモーション

事務局　：　QRコード封入のティッシュを配布しLPへ誘導する予定。
近畿運輸局　：　AD証発行を調整し、現場での配布を支援する。

7. シートインコーチ調査・研究

事務局　：　国内事例として、神姫観光の「YUI PRIMA OLIVIA」の運用面をヒアリング予定。
北海道の事例(移動メイン型)も参考に研究。
海外事例としては、ツーリズムEXPOで欧州オペレーターへ調査協力を打診中。
継続課題としては、公共交通が発達した関西でのシートインコーチ導入の有効性について引き続き検証する。

※ その他

近畿運輸局　：　松田教授より指摘の、顧客ターゲットの分析を議論したい。
既存ツアーの参加者属性を分析し、今後に生かすアプローチと出来ないか。

事務局　：　各社とも国内客での催行確保が優先であり、インバウンド特化の集客は現状では明確なターゲティング戦略を立てる前段階にあり、それは将来的な課題と言えるのではないかと考える。

● 9月定例会議

実施日時　：　令和7年9月25日（木）9時30分～11時00分
実施場所　：　オンライン開催

参加者　：　近畿運輸局観光部		課長	稲留 健一郎
		専門官	奥井 俊
		係長	橋本 右京
		係員	今井 亮冴
	クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	チーフリーダー	福崎 基樹
		シニアリーダー	宮古 俊幸

● 定例アジェンダ

1. 第４回検討会アジェンダについて
2. 海の京都・伊勢志摩のツアー造成状況の共有
3. 公認ツアーの審査要領の変更内容及び第４回公募結果について
4. LP自走化を見据えた改修について
5. KIX、万博会場、TEJ会場におけるプロモーション実施報告方法の確認
6. 旅行会社とランドオペレーターの意見交換会の進め方について
7. シートインコーチの国内事例調査（神姫観光訪問）のレポートについて
8. 第５回検討会の実施時期（日）の検討

● 議事概要

1. 第4回検討会アジェンダについて

事務局　：　10月6日にクラブツーリズム会議室にて開催する。
第1部は検討会として、「海の京都」「伊勢志摩」の実証ツアー実施報告やアンケート結果を共有し、近畿運輸局からもコメントをいただく。
第2部は金馬氏をランドオペレーターとして招き、旅行会社との意見交換会を実施する。

2. 海の京都・伊勢志摩のツアー造成状況の共有

事務局　：　阪急交通社、エイチ・アイ・エス、クラブツーリズムによる造成状況を紹介する。
実証ツアーや現地紹介コンテンツから採用した要素を具体的に示し、造成した旅行会社からも補足説明をいただく。

3. 公認ツアーの審査要領の変更内容及び第４回公募結果について

事務局　：　第4弾の申請はなかった。旅行会社側は万博終了間際の精算処理業務等でツアー造成が進まない状況にある。
第5弾は10月27日、第6弾は11月24日の募集開始スケジュールとする。
1月下旬～2月の設定商品を見込む。
事務局による更新は2月末までとなる。
年度末で一旦切るか、次年度も残すかは運用面の判断が必要。
旅行会社の負担軽減のため「万博テーマ」を外した審査要領案を作成し、比較検討を行う。

4. LP自走化を見据えた改修について

事務局　　：　次年度もLPを継続する予定で進める。
今年度中にCMSを導入し、ID・パスワードでログイン、容易に修正・更新できる環境を構築する。
第5回検討会で作業内容を共有し、第6回で来年度の運用イメージを提示する。
10月6日の検討会後にアド近鉄から操作説明を受ける場を設ける。

近畿運輸局　：　サーバー契約の関係上、年度末に一旦閉じる可能性が高いが、4月以降の継続も検討する。

5. KIX、万博会場、TEJ会場におけるプロモーション実施報告方法の確認

事務局　　：　KIXやツーリズムエキスポでの広報活動については、写真を添えた報告のみで進める。
LP閲覧数の推移共有は見送る。

6. 旅行会社とランドオペレーターの意見交換会の進め方について

事務局　　：　第4回検討会の第2部で実施することを周知する。
残り2回分の日程や招聘事業者は、調整の上で後日発表する。

7. シートインコーチの国内事例調査(神姫観光訪問)のレポートについて

事務局　　：　神姫バスへのヒアリングに基づき「営業・運用・法令面の課題」をまとめた報告書を作成した。
神姫バス側では、バスツアー単体ではなく、航空・鉄道・宿泊等との一体的な取り組みの必要性を痛感された様子であった。
関西圏では2日程度のコースから始め、認知度を高める手法が現実的である。
近畿運輸局においては、報告書の確認と法令面での加筆を依頼する。
その上で完成形を検討会で発表することとしたい。

8. 第 5 回検討会の実施時期(日)の検討

事務局　　：　第5回は12月8日を候補とし、第4回で確定発表する。
第6回は事業終了前の1月下旬が望ましい。
第5回では、LP進捗、商品申請、意見交換会の方針、シートインコーチ調査報告（海外事例含む）を検討する。
過去の国内実証事例から、認知浸透の難しさやオンデマンド型車両の有効性を共有する。
海外事例調査として、ツーリズムエキスポでのヒアリングやJTBのランドクルーズ事例等へのアプローチを行い、需要や運用課題を把握する。
調査結果が良ければ早速共有し、10月6日に間に合えば発表資料を作成する。

● 10月定例会議

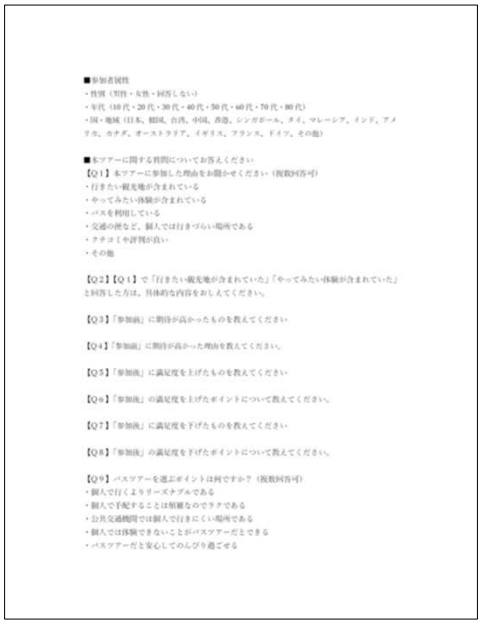
実施日時　：　令和7年10月30日（木）9時30分～11時00分
実施場所　：　オンライン開催
参加者　　：　近畿運輸局観光部　　課長　　稲留 健一郎
　　専門官　　奥井 俊
　　係長　　橋本 右京
　　係員　　今井 亮冴
　　クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部　　チーフリーダー　　福崎 基樹
　　シニアリーダー　　宮古 俊幸
　　株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第二部
　　課員　　河合 良浩

● 定例アジェンダ

1. 第5回検討会のアジェンダについて
2. シートインコーチ調査海外事例報告について（総括について）
3. 公認ツアー第５回公募の状況について
4. LP自走化を見据えた改修について（アド近鉄同席）
5. LP公開のプレスリリースについて
6. 公認ツアーのアンケート実施方法について
7. その他

● 会議資料

公認バスツアー
参加者アンケート設問



■参加者属性
・性別（男性・女性・回答しない）
・年代（10代・20代・30代・40代・50代・60代・70代・80代）
・国・地域（日本、韓国、台湾、中国、香港、シンガポール、タイ、マレーシア、インド、アメリカ、カナダ、オーストラリア、イギリス、フランス、ドイツ、その他）

■ツアーに関する質問についてお答えください
【Q１】本ツアーに参加した理由をお聞かせください（複数回答可）
・行きたい観光地が含まれている
・やってみたい体験が含まれている
・バスを利用している
・交通の便など、個人では行きづらい場所である
・クチコミや評判が良い
・その他

【Q２】【Q１】で「行きたい観光地が含まれていた」「やってみたい体験が含まれていた」と回答した方は、具体的な内容をおしえてください。

【Q３】「参加前」に期待が高かったものを教えてください

【Q４】「参加前」に期待が高かった理由を教えてください。

【Q５】「参加後」に満足度を上げたものを教えてください

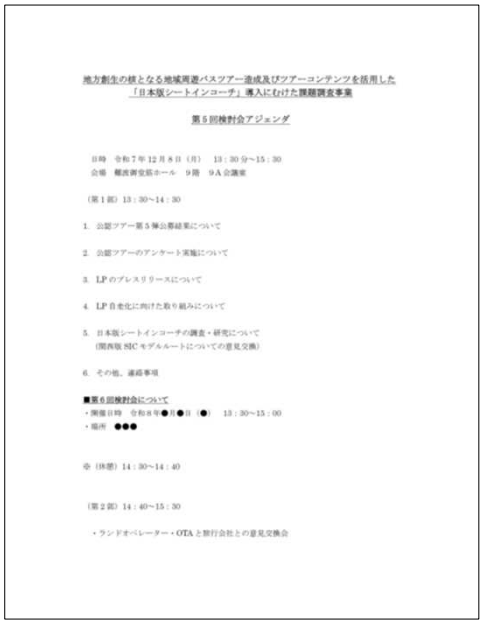
【Q６】「参加後」の満足度を上げたポイントについて教えてください。

【Q７】「参加後」に満足度を下げたものを教えてください

【Q８】「参加後」の満足度を下げたポイントについて教えてください。

【Q９】バスツアーを選ぶポイントは何ですか？（複数回答可）
・個人で行くよりリーズナブルである
・個人で手配することは煩雑なのでラクである
・公共交通機関では個人で行きにくい場所である
・個人では体験できないことがバスツアーだとできる
・バスツアーだと安心してのんびり過ごせる

第5回検討会アジェンダ案



地方創生の核となる地域周遊バスツアー造成及びツアーコンテンツを活用した
「日本版シートインコーチ」導入にむけた課題調査事業

第５回検討会アジェンダ

日時　令和７年12月８日（月）　13：30分～15：30
会場　観光庁会議室　９階　９A会議室

（第１部）13：30～14：30

1. 公認ツアー第５弾公募結果について
2. 公認ツアーのアンケート実施について
3. LPのプレスリリースについて
4. LP自走化に向けた取り組みについて
5. 日本版シートインコーチの調査・研究について
（関西版 NIC モデルルートについての意見交換）
6. その他、連絡事項

■第６回検討会について
・開催日時　令和８年●月●日（●）　13：30～15：00
・場所　●●●

※（休憩）14：30～14：40

（第２部）14：40～15：30

・ランドオペレーター・OTAと旅行会社との意見交換会

● 議事概要

1. 第5回検討会のアジェンダについて
事務局　：　12月8日に検討会(第1部)と意見交換会(第2部)の2部構成で実施予定。
議題は公募結果報告、公募ツアーアンケートの実施、LPのプレスリリースと実用化に向けた取り組み、日本版SIC調査研究(モデルルート案を含む)など。
近畿運輸局　：　アジェンダ案を了承。また、関西版SICの定義が、関西2府8県の観光地を繋ぎ、200以上の行程を経由する複数のモデルコース造成ということで了承した。
事務局　：　第6回の日程は11月に最終調整する。

2. シートインコーチ(SIC)調査海外事例報告について
事務局　：　海外事例(スペインなど)は長期間・多コース展開が主流。
日本(関西)では二次交通の網羅性や需要を考慮し、
鉄道連携の「ミニ版(2泊3日程度)」が現実的と考える。
海外は手厚い案内がないが、日本は「フルアテンドのガイド」を目指すべき。
ヨーロッパ事例などが、単に「参考にならない」とせず、
日本らしさを出すべき点を明確にして総括する。
近畿運輸局　：　海外事例をそのまま当てはめるのではなく、比較を通して日本の強みが際立つ「気づき」を整理し、訪日客へのニーズ調査は、導きたい結論から逆算して質問内容やサンプル数を事務局で検討してほしい。

3. 公認ツアー第5回公募の状況について
事務局　：　10月27日の公募開始後、各社からの反応がない。確認メールを送り応募を促す。

4. LP自走化を見据えた改修について(アド近鉄同席)
アド近鉄　：　ロゴ変更や検索機能追加の見積を説明。
最低限必要なサーバー費やメンテナンス費についても言及。
絞り込み項目の変更は、フリーワード検索の実装より安価に対応可能。
事務局　：　次年度運用には事務局経費、審査員謝金、旅行会社へのインセンティブも必要と考える。フル運用した場合の試算を基に運輸局の方針を確認したい。
近畿運輸局　：　機能追加をしない場合の最低費用等を確認。予算確保や運営方法は局内で検討中であり、現段階では規模感の把握に留める。

5. LP公開のプレスリリースについて
事務局　：　他社ロゴが混在するため、クラブツーリズム単独でのリリースは不可と判断。
近畿運輸局　：　局からの発信や複数社合同リリースの可能性を打診。
事務局　：　いずれも実現は難しいと思われるため、再度調整し他の方法を検討する。

6. 公認ツアーのアンケート実施方法について
事務局　：　公認ツアー参加者向けに、モニターツアーの設問をリバイスした全10項目のアンケートを実施する。
近畿運輸局　：　「満足度を下げたもの」だけでなく、対となる「満足度を上げたもの」の項目も追加すべき。
事務局　：　追加を了承し、修正版を共有する。

7. その他の連絡事項・確認事項
近畿運輸局　：　11月初旬より事業報告書の作成に着手してほしい。
未着手の広報協力依頼なども方針を整理すること。
事務局　：　昨年度と同様、検討会やツアーを通じた気づきと次のアクションを紐づけた、ストーリー性のある構成で作成する。
併せて、事務局としての総括コメントを付記し、未実施項目の整理も並行して進める。

● 11月定例会議

実施日時　：　令和7年11月27日（木）9時30分～11時00分
実施場所　：　近畿運輸局 観光部会議室

参加者　：　近畿運輸局観光部		課長	稲留 健一郎
		専門官	奥井 俊
		係長	橋本 右京
		係員	今井 亮冴
	大阪成蹊大学 国際観光学部国際観光学科	学科長	松田 充史　教授
	クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	シニアリーダー	宮古 俊幸
		チーフリーダー	福崎 基樹(ｵﾝﾗｲﾝ参加)
	株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第二部		
		課員	河合 良浩

● 定例アジェンダ

1. シートインコーチの定義及び調査海外事例報告について
2. 第5回検討会のアジェンダ及び進行案について
3. 公認ツアー第5回公募結果について
4. LP自走化を見据えた改修について
5. LP公開のプレスリリースについて
6. アンケート実施方法について
7. 第2部ランドオペレーター及びOTAと旅行会社の意見交換会について
8. 第6回検討会実施時期について
9. その他

● 議事概要

1. シートインコーチ（SIC）の定義及び調査海外事例報告について

松田教授　：　定義という言葉は厳格すぎるため、現時点では「日本版SICに求められる概念」や将来の方向性を検討すべき。
日本版SIC導入に関する調査という課題については、
「1名催行・当日申込可・途中乗降自由」という要件が募集型企画旅行で実現できていない理由(法令・集客面)を調査の焦点とするべきである。

近畿運輸局　：　定義ではなく「課題整理のための枠組み」として軌道修正を図りたい。
「催行保証(直前予約でも確実に運ぶ)」の実現を重視し、長距離移動を兼ねた「片道･周遊型」に着目して地方誘客･オーバーツーリズム対策に繋げたい。

事務局　：　SICの魅力は「安心感(催行保証)」と「自由度(途中乗降可)」。
公共交通が不便な地域間の移動を埋めるルート構築に活路がある。
国内事例の神姫バス「YUI」は地方誘客に課題があり、奈良交通の長距離路線バスは予約不可のためSICとは性質が異なる。
アジア圏における類似事例である、「パンダバス」についても、日本代理店(JTA)へヒアリングを試みたい。

2. 第5回検討会のアジェンダ及び進行案について

事務局　：　12月8日の第1部は報告を簡潔に行い、SICに関する意見交換に時間を割く。
休憩後、第2部の意見交換会へ移行する。

3. 公認ツアー第5回公募結果について

事務局　：　3社6商品すべてを公認した。11月28日にLP公開予定であり、検討会で口頭報告を行う。

アド近鉄　：　11月27日中に事務局の最終確認が取れれば、28日の公開は可能。

4. LP自走化を見据えた改修について

近畿運輸局　：　3年間の国主導運営を経て、今後は国が管理し続ける説明が困難。
次回検討会にて、「サイトデータを引き渡すので旅行会社各社で共同運営する意思があるか」を問いかける。
共同運営が難しい場合、LPは閉鎖せざるを得ない見通し。

アド近鉄　：　12月25日頃にCMSの実装を完了し、操作マニュアルを納品する。
データ移行には別途作業費が発生する。

事務局　：　次回の検討会では、運用の将来像を運輸局、改修内容を事務局から説明する。

5. LP公開のプレスリリースについて

事務局　：　第5弾ツアー掲載に合わせ、12月中にプレスリリースを実施する。
クラブツーリズム社内の承認は取得済み。

6. 公認ツアーのアンケート実施について

事務局　：　SICの需要把握のため、奈良駅周辺等で「個人旅行者(FIT)」を対象に、アジア系・欧米豪系各50名(計100名)の街頭調査を実施する。

7. ランドオペレーター及びOTAと旅行会社の意見交換会について

事務局　：　第5回検討会の第2部にて実施。
OTA(JTB BOKUN)とランドオペレーター2社(アルファトラベル、アヤベックス)を招く。
フランスや欧米・アジア市場の動向を踏まえ、多言語バスツアーの「販売提携」における具体的課題を抽出する。

8. 第6回検討会実施時期について

事務局　：　1月下旬から2月初旬で調整。
第5回にはSICに知見のある神姫観光の阪田常務が出席予定。

9. その他

事務局　：　AI生成による海外事例調査は、事実確認が困難で誤情報を含む懸念がある。

近畿運輸局　：　正確性の観点から、AI生成の調査結果は検討会では公表しない方針とする。

● 12月定例会議

実施日時　：　令和7年12月25日（木）10時00分～11時00分
実施場所　：　近畿運輸局 観光部会議室

参加者　：　近畿運輸局観光部		課長	稲留 健一郎
		専門官	奥井 俊
		係長	橋本 右京
		係員	今井 亮冴
	クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	シニアリーダー	宮古 俊幸
		課長	福崎 基樹(ｵﾝﾗｲﾝ参加)
	株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第二部		
		課員	河合 良浩

● 定例アジェンダ

1. シートインコーチ海外事例調査報告（パンダバス）
2. シートインコーチのニーズ調査について
3. 公認ツアー第６弾公募結果について
4. LP自走化について（アド近鉄同席）
5. 公認ツアーのアンケート実施方法について
6. 第６回検討会のアジェンダ及び進行案について
7. 事業報告書作成について
8. その他

● 議事概要

1. シートインコーチ海外事例調査報告(パンダバス)

事務局　：　タイ・バンコク拠点の「パンダトラベル」代表者と面談を実施。
運行形態は「日本人向けの日帰りツアー」が基本であり、本事業で検討中の「自由な途中下車」という特徴は既存モデルには存在しない。
課題である「手仕舞い(予約締切)」を、現地コンシェルジュの配置等により「前日午前中」まで短縮し、旅中の申し込みを可能にしている点が特徴。

近畿運輸局　：　報告内容を了解。年始早々に詳細レポートの提出いただきたい。

2. シートインコーチのニーズ調査について

事務局　：　1月14日に関西国際空港にて、外国人100サンプルを目標にWebアンケートを実施する。
京都府観光連盟の協力により、提供を受けたノベルティも活用しつつ、特定の観光地の写真を提示しながら「どことどこを繋ぐバスがあれば利用したいか」等の具体的なニーズを聴取する。

近畿運輸局　：　アジア圏での認知度は不明なため、設問冒頭に「シートインコーチという仕組み自体を知っているか」という項目を追加すべき。

3. 公認ツアー第6弾公募結果について

事務局　：　旅行会社2社から5商品の応募があり、すべて採用した。
今回LPに導入した「CMS(コンテンツ管理システム)」を用い、年内には事務局側で掲載作業を完了させる予定。

4. LP自走化について(アド近鉄同席)

近畿運輸局　：　次年度の運営予算確保は厳しい状況。
継続の可能性は現段階で「五分五分」であり、別事業と絡めるなど予算獲得の工夫を検討中。

アド近鉄　：　サイトを閉じた場合でもデータの保管費用はかからない。
サーバー契約を継続するかは年明けに判断が必要だが、ドメイン維持費は大きな負担にはならない見込。
CMSの操作説明を実施。
テンプレートによる項目更新や多言語翻訳の反映が可能だが、トップページデザインなど抜本的な構造変更には専門スキルを要する。

5. 公認ツアーのアンケート実施方法について

事務局　：　各旅行会社と調整し、調査目的を明記した案内書面を作成。
LP掲載中の全6商品を対象に、各社にQRコード配布の協力を依頼済み。

事務局　：　1月24日出発分までを対象とし、第6回検討会までに分析を完了させる。

6. 第6回検討会のアジェンダ及び進行案について

事務局　：　2月17日に開催。前回不足した「シートインコーチ」の議論時間を確保するため、2時間の枠を想定。単なる報告会ではなく、「3年間の総括」と「今後の提言」の二本立てとし、委員全員からコメントをもらう構成にしたい。

7. 事業報告書作成について

事務局　：　昨年度の構成をベースに作成中だが、最終検討会後の反映ではスケジュールが非常に厳しい。

近畿運輸局　：　検討会を待たず、下地の素案をあらかじめ作成しておくべき。
1月9日までに第2稿の提出を求める。

8. その他

事務局　：　最終検討会に欠席予定の委員については、代理の代弁等で意見を反映させる。

● 1月定例会議

実施日時　：　令和8年1月27日（火）9時30分～10時30分
実施場所　：　近畿運輸局 観光部会議室

参加者　：　近畿運輸局観光部		課長	稲留 健一郎
		専門官	奥井 俊
		係長	橋本 右京
		係員	今井 亮冴
	クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	シニアリーダー	宮古 俊幸
		課長	福崎 基樹(ｵﾝﾗｲﾝ参加)
	株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第二部		
		課員	河合 良浩

● 定例アジェンダ

1. シートインコーチのニーズ調査について(報告)
2. LP自走化について
3. 第６回検討会のアジェンダ及び進行案について
4. 事業報告書作成について
5. その他

● 議事概要

1. シートインコーチのニーズ調査について(報告)

事務局　：　1月14日に関西国際空港でニーズ調査を実施した。当初予定した到着ロビーに外国人が少なかったため、4階出発ロビーに移動してサンプルを確保し、最終的に91件の回答を得た。調査の感触として、「シートインコーチ（SIC：1名から予約可能な運行保証型混乗ツアー）」の名称を知っている外国人は極めて稀であった。日本でのバスツアー経験自体も少なく、経験者であっても「はとバス」などの著名なものに限定されていた。詳細な集計・分析結果は、第6回検討会までにメールで事前共有した上で発表する。

2. LP自走化について

近畿運輸局　：　次年度のランディングページ（LP）運用については、現時点で結論が出ていない。運輸局が費用を出し続ける論理付けが難しく、事業者による自立的な運用（自走化）の目処が立たない中、継続の是非を慎重に検討している。

アド近鉄　：　サーバーやドメインの停止には最短2週間の猶予が必要であり、3月末で終了する場合は3月中旬が最終リミットとなる。現状のLPデータを別サーバーに移設することは物理的に可能だが、CMS（コンテンツ管理システム）を実装しているため、環境変化に伴う不具合調整に時間を要する。継続、停止、または移設の判断は、できれば3月上旬までに出してほしい。なお、ドメインの有効期限は本年9月までであり、それ以降の維持には更新費用が発生する。

近畿運輸局　：　構築したサイトを別の事業で活用する可能性も含め、第6回検討会での反応を見て最終的な方向性を判断したい。

3. 第 6 回検討会のアジェンダ及び進行案について

事務局　：開催日時を2月17日（火）10:00～11:30とする。内容案として、公認ツアーの今年度結果報告とアンケート報告、および年間を通じた総括的な意見交換を行う。
また、日本版SICの調査研究報告（パンダバス調査、ニーズ調査、将来像の提言）を実施する。旅行会社やバス会社が参加するハイブリッド形式とし、全員に発言を求めるため事前に質問事項をリマインド送付する。

近畿運輸局　：次第案に異存はない。ただし、有識者委員から「公認ツアー」と「SIC」の内容が混同しやすいとの指摘があったため、
両者の構成を明確に分けて進行するよう注意してほしい。

4. 事業報告書作成について

事務局　：仕様書に基づき、関西広域への広報実績やホテル等へのパンフレット設置状況を整理し、掲載中である。
総括文の案は記載したが、LP自走化については未定のため空欄としている。
指摘のあったモニターツアーのアンケート結果等は、最新の共有データに反映済みである。

近畿運輸局　：公認ツアーの最新アンケート結果についても、集計ができ次第速やかに反映させてほしい。

事務局　：報告書の納品スケジュールについて、2月27日（金）までに確定データを納品し、製本版は修正の可能性を考慮して3月中旬（10日～15日頃）に納品する流れで進めたい。

5. その他

事務局　：次回定例会を2月10日（火）10:00より実施し、第6回検討会に向けた最終確認を行う。それまでに、SICニーズ調査の分析データおよび公認ツアーの最新アンケート結果を報告書に反映させ、最新版を共有ドライブにアップロードする。
2月10日の定例会に向けて、最新のアンケート集計結果を反映した事業報告書の修正版を作成し、共有ドライブにアップロードいたします。内容のご確認願いたい。

● 2月定例会議

実施日時　：　令和8年2月10日（火）10時00分～11時00分
実施場所　：　オンライン開催

参加者　：　近畿運輸局観光部		課長	稲留 健一郎
		専門官	奥井 俊
		係長	橋本 右京
		係員	今井 亮冴
	クラブツーリズム株式会社 地域共創事業部	シニアリーダー	宮古 俊幸
		課長	福崎 基樹
	株式会社アド近鉄 ビジネスソリューション本部 第二部		
		課員	河合 良浩

● 定例アジェンダ

1．シートインコーチのニーズ調査結果について（報告）
2．公認ツアーアンケート集約・分析結果について（報告）
3．LP自走化について
4．第６回検討会のアジェンダ及び進行案について
5．事業報告書作成について
6．その他

● 議事概要

1．シートインコーチ（SIC）ニーズ調査結果の報告
事務局　　：認知度は約1割と低く、現状での需要創出は困難。一方、利便性重視の傾向から、認知拡大が進めば地方誘客の有効な手段となる可能性がある。
近畿運輸局：地域別の認知状況を明確にするため、「欧米」「アジア」等の地域別再集計を要望。
個別意見にも属性（地域・国名）を併記することを求めた。
事務局　　：指示に基づき再集計とグラフ作成を行い、報告書に詳細版を掲載する。

2．公認ツアーアンケート集約・分析結果の報告
事務局　　：回答数は60件（実質約150名分）。特異点はなく、概ね想定通りの結果となった。
近畿運輸局：内容を了承し、現状の結果で確定とする。

3．LP自走化の検討
近畿運輸局：自立運営に向けた進展はなく、旅行会社の費用負担や運輸局単独での維持は困難との認識を再確認した。
近畿運輸局：第6回検討会にて、これまでの経緯と「一旦終了の方針」を説明する。

4．第 6 回検討会のアジェンダおよび進行案

事務局　　：3年間の総括と将来像について、委員全員に発言を求める構成とする。松田教授による総括を含め、意見交換に重点を置く。

事務局　　：出席者に対し将来像に関する発言準備を促すリマインドメールを速やかに送付する。

近畿運輸局：提案通りの進行案で了承。

5．事業報告書の作成

事務局　　：指摘箇所の修正を反映した最新データを本日中にアップロードする。

近畿運輸局：提出を了承。

6．その他

事務局　　：冒頭で指示のあったニーズ調査の地域別再集計作業を優先して推進する。

11.総評

11-1 事業を通した成果と課題

● 事業全体の総括

本事業は、過去2年と同一メンバーによる構成で検討会を計６回実施。
各検討会で協議を行った上で、昨年度事業によって得た課題に対応しつつ、大阪・関西万博開催を機に関西広域周遊バスツアーの造成を促進。また今年度の取組の重要なポイントとなる地域主導によるツアー造成という新たな取り組みを推進するための実証ツアーを2本実施。

それぞれの実証ツアー結果におけるポイントを以下に記載する。

○ファムトリップ兼モニターツアー（海の京都）

海の京都エリアは、天橋立と伊根の舟屋の観光をセットにしたツアーが定番で、
また国内外の観光客に人気の商品として認知されているが、逆に観光客の偏在という課題を抱える地域でもある。海の京都DMOと旅行会社の意見交換会では、バスツアーでは、これまであまり取り上げられてこなかった「元伊勢籠神社」の特別参拝、「成相寺（成相山）」からの天橋立の展望、歴史のある「丹後ちりめん」の工場見学に加え、訪日外国人に受けそうな「橋立ベイホテル」の創作フレンチコースの昼食といった提案があり、それらを組み入れた実証ツアーを実施。
参加した旅行会社社員にとっては、新鮮なコンテンツとして以降の商品造成に部分的ではあるが活用してもらえたことで事業の成果が生まれた。
また、外国人モニターからも満足度が高いという評価を得た。
実体験を通じて魅力が伝わるコンテンツが多く、ツアー募集時のタイトル等に課題が残った。

○ファムトリップ兼モニターツアー（伊勢志摩）

伊勢志摩エリアは、大阪発着の日帰りツアーが多く、その大半が伊勢神宮（内宮）参拝とおかげ横丁のセットとなっている現状である。
本事業では、伊勢志摩観光コンベンション機構と旅行会社の意見交換会を通じて、同機構より紹介を受けた体験コンテンツを取り上げた実証ツアーを実施。伊勢神宮に関連する「かつおの天白」のホスピタリティの高さや、地域ならではの
「真珠の取り出し体験」に「海女文化の体験」などは、参加した旅行会社の方、外国人モニター双方に響くものがあった。

一方で、それぞれの収容人数と大阪からの所要時間がバスツアーに適合しにくいこと。日帰りでは行程に無理があり、1泊2日のツアーとして更に磨き上げる必要性があるという課題も感じたところ。

公認ツアーの募集は計6回実施したところ、各社が申請してきたツアーの内容が、昨年度までと同様、既成のツアーやそれに近いものが多く、本事業の成果品と言えるものが少なかったのも現実である。
その理由としては、大阪・関西万博へのバスツアー販売が好調で、限られたバスの仕入台数から、各旅行会社では新しい商品を造成することに無理が生じたことが最大の要因と言える。
また、各社は自社の顧客（会員）を中心に集客を行っており、多言語サイトによる訪日外国人の誘客も徐々に増加傾向にはあるものの、まだまだ外国人のみで最少催行人員まで集客できる域まで達していないという事情もある。よって、日本人にも訪日外国人にも受けるようなツアー造成が主流になっている現状はしばらくは続くであろう。

しかしながら、今年度の新たな取組として、地域主導によるツアー造成を推進すべく、地域関係者と旅行会社間の意見交換の場を創出できたことで、昨年度露呈した両者間におけるミスマッチの部分が少し解決できる糸口を見出すことができたことは大変有意義であった。
また、公認ツアーの販路形成のため、ツアー情報を掲載したランディングページの広報にも努めた。
特に関西国際空港の関西観光PRブースや大阪・関西万博会場内でのプロモーションでは、多くの人にランディングページの紹介ができた。
その成果もあり、PV数は徐々にではあるが増加させることができた。
別途、ランドオペレーターやOTAを介したバスツアー販売を模索するため、旅行会社との意見交換会を実施した。
OTAを介したツアー販売は各社が既に実施しており、訪日外国人観光客が、訪日前に自国で申込みが可能な状況は一定程度できていることが判った。
逆に、ランドオペレーターを介したツアー販売はほとんど進んでおらず、本事業における意見交換会を通じて、それを実現できる可能性についても感じたところ。

今年度事業では、ヨーロッパやアメリカ等で運行されている「シートインコーチ」の国内導入に向けて、国内外の事例調査及び課題抽出も実施した。
国内事例では、神姫バスが既に瀬戸内周遊の6日間のルートで運行を行っており、同社へのヒアリングを通じて、以下の情報を得ることができた。

・訪日外国人観光客は依然としてゴールデンルートが主流で、地方に目を向けている層は限定的であること。
・現在の利用者の多くは首都圏から来訪する日本人であり、海外向け広報を強化しているものの、認知向上には至っていないこと。
・6日間の全行程を利用する利用者は少なく、1泊2日程度の利用が主流であること。
・観光目的での路線バスの利用にあたっては、対象エリアの自治体の賛同が必要となるなど、法令上の課題が存在すること。
・出発地点に戻るルート設計により、利用者の安心感を確保できること、また宿泊地は新幹線駅等の主要ターミナルを選定することが望ましいこと。

海外事例として、ヨーロッパで長距離周遊を展開するムンドバケーションズ社、アジア各国及びオーストラリアで事業展開するパンダバス等について調査を行った。
ヨーロッパでは、国境が陸続きであることや公共交通機関が日本ほど整備されていない背景から、最大で12日間に及ぶ長期ツアーが多い。案内は概ね3か国語で行っているものの、一部は英語のみの対応となっている。また、世界各国で広報活動が十分に浸透しておらず、需要拡大に課題を抱えている点も確認された。
一方、パンダバスは日本人の個人自由旅行者を主なターゲットとした日帰りオプショナルツアーの色合いが濃く、ツアーコンシェルジュの配置、催行保証、ポイント付与等、日本人が重視するホスピタリティに配慮した工夫を凝らしていることが特徴である。

これらの調査及び研究を通じ、ルート設定、広報手法、日本ならではのおもてなし、催行保証等、日本版シートインコーチの導入検討に参考となる多くの事例を収集できた点は、本事業の成果である。
今後、日本版シートインコーチの全体像や方向性を検討するにあたっては、これら調査結果や検討会での議論が基礎となることが見込まれる。

● 成果・結果

まず、本事業では、旅行会社が一堂に会し、さらには訪日客へのツアーを提供するランドオペレーター、学識経験者によって構成される検討会が3年目を迎える事業として、各回の検討会では活発な意見交換が展開され、それぞれの課題に対応する意識統一を図れたことに加え、地域関係者やランドオペレーター・OTAとの意見交換会を経て、新たなツアー造成や販路形成の可能性が広がったことは大きな成果であった。

具体的には

・地域関係者の意見を踏まえ、検討会議論を経て、実証ツアーを実施し、より魅力的なコース設定を進められたこと。
　また、地域関係者のバスツアー受入に関する考えが聞けたこと。
・シートインコーチの事例研究により、検討会参加者それぞれの理解が深まったこと。
・日本版シートインコーチ導入に向けて、事例を基に議論が深まったこと。
・本事業のKPIでは「関西広域周遊バスツアー」の公認数　20件以上としていたが、それを上回る23件の公認ツアーが造成できた。
　また、同じくLPの閲覧数　5,922PV（昨年度実績×1.5）の目標に対し、2026年2月27日現在で5,723PVの実績（対KPI比96.5％）となっており、目標数値には僅かに及ばなかった。

● 見えてきた課題

・地域関係者が考える魅力的なコンテンツと、旅行会社側が事業性の観点から評価するコンテンツとの乖離は依然として大きく、造成に向けた認識共有が十分とは言えない。
・訪日外国人観光客向けのバスツアー造成は、販路形成や手仕舞日の制約等により、短期間での進展が困難である。
・ランディングページ（LP）のPV数増加には、更なるプロモーションの強化が必要である。
・シートインコーチの認知度は想定より低く、その価値を適切に訴求することが難しい状況にある。
・日本版シートインコーチの導入にあたっては、販売面のみならず、運行面（駐停車・遅延対応等）及び受入面（案内体制・多言語・手荷物対応等）を含む制度設計が不可欠である。
・催行中止リスク、ガイド確保、受入地のキャパシティ調整等について、バス事業者及び旅行会社双方に実務的負担が生じることが確認された。

● 今後に向けた提案

・訪日外国人観光客を主なターゲットとした関西広域周遊バスツアーは、地方誘客の手段としては、極めて有効である。
ターゲット層にとってより魅力のあるツアーを造成するためには、テーマ設定や受入環境の整備等に関し、地域関係者と旅行会社が協働できる関係の構築が重要である。本年度の意見交換を通じ、双方の認識の差を埋めるきっかけが得られたことから、今後も意見交換の場を継続、拡大し、地域特性を踏まえた造成方針の共有や課題解決に向けた対話をより一層図ることが望ましい。

・販路形成においては、旅行会社とランドオペレーター・OTAとの意見交換は、訪日市場への接点創出をはじめ双方に有益であり、特に訪日前予約の導線づくりや海外向け情報発信においては、ランドオペレーターの知見は重要である。継続的な連携により、安定した販売体制の構築につながるものと期待される。

・シートインコーチについては、事例調査により基礎的な知見は得られたものの、日本版として導入するためには、引き続き類似事例の調査を行い、運行面・受入面・サービス面を含む全体像の整理が必要である。特に、ルート設定、遅延時対応、手荷物といった利用者の安心感に直結する要素や国内事情に即した制度設計について、更に議論を深めていくことが重要である。

・また、現時点では需要が十分に顕在化していないフェーズにあることから、利用動向や採算性を見極めつつ、実証運行を含めた段階的な検証を進め、モデル構築へと発展させていくアプローチが有効と考えられる。