

2. コンテンツの造成

< 検討概要 >

連携先等と協議検討の上、滞在コンテンツ案(たたき)を作成。各分野の現場第一線の実務の専門家により、具体的な旅行者ニーズを例示。「売れる」商品とするため、マーケティングの「7つのP*」のバランスを調整。安定的に催行できるよう、弊社にてストーリーや運営方法を整理。

< 得られた成果 >

現場で実際に欧米豪州の外国人旅行者に接している現役の専門家とともに、阿蘇くじゅう国立公園ならではの「売れる」滞在プログラムを、旅行者視点を徹底し実際に造成することができた。

*7つのP: Product(製品・サービス)、Price(価格)、Place(販路)、Promotion(広告)、Personnel(人・要員)、Process(業務プロセス・販売プロセス)、Physical Evidence(物的証拠)の7語を指し、持続可能なサービス提供に必要と言われている。

2.1 ワークショップの実施概要

以下の日程において各地域それぞれコンテンツ造成会を実施した。

表 3 ワークショップの実施

	ワークショップ日程		
	時間	場所	テーマ
第1回	令和2年10月2日 (金) 14時～21時、 3日(土) 7時～10時	瀬の本高原ホテル内会議室	14人 【講座】北海道でのウェルネスツーリズムの取組。今年度造成する3つのナイトプログラムの検討。プログラム試行の振り返り。
第2回	令和2年11月12日 (木) 14時30分～20時30分、 13日(金) 7時～10時		14人 3つのナイトプログラム詳細の検討。(各滞在プログラム単体での販売方法、ウェルネスをテーマとした旅行商品としての販売方法の検討。高付加価値なプログラムとするための空間演出の検討。プログラム試行の振り返り。
第3回	令和3年3月16日 (金) 13時30分～15時30分		9人 ファムトリップ(3月4日～7日)の振り返り。今年度造成する3つのナイトプログラムの詳細の検討と確定。造成終了後のナイトプログラムの販売方法の検討と確定。

2.2 磨き上げの方針

訪日外国人向けの磨き上げの方針は、ワークショップ通して、以下に留意して磨き上げを行うこととした。

■ 3つのコンテンツが提供する価値、コンセプト、理念・目的を明確化する。

- ・提供する価値(ヒーリング、リラクゼーション、ウェルネス、自己発見、国立公園、活火山、野生動物植物、農業者の営み、サステナブル等)に注目し、コンテンツを訴求する。ネットで検索した際に出てきやすいキーワードを用いる。
- ・どこでもできるものは、それだけでは魅力がないので、阿蘇でなければ出来ないストーリーを組み合わせる。

■ 現場を担うプレイヤー、販売者、地域の3者が、持続可能なスタイルを目指す。

- ・一過性のイベントではなく継続していくためには、体制づくりを進めていく。
- ・瀬の本の時間すべてをコーディネート・案内するスルーガイドが必要。
- ・現状のハードは変えられないので、ソフトの改善を図る。特に、お客様に接している一瞬を大切にすることに留意し、体験の前後の演出や会話も工夫する。
- ・お客様に接するガイドや関係者のこだわり、ライフスタイル、技が、お客様を魅了する。

■ 個々のプログラムの磨き上げに加えて、滞在全体を通してストーリーを作っていく。

- ・高付加価値のプログラムとするためには、空間演出は必須。デザインの専門家等へ依頼する。
- ・ヨガと温泉入浴を組み合わせ、更に内側からのデトックスとして、お水やエッセンシャルオイルなども活かして、心身ともに癒して心と体に気づくプログラムとする。
- ・単なる「乗馬体験」の提供ではなく、「牧場主の時間」を提供するスタンスで付加価値につなげる。
- ・各コンテンツについて、販売しやすいよう、ストーリーがわかる写真や映像素材を充実させる。

2.3 意見抽出と対応表

ワークショップの結果を踏まえ、コンテンツの方向性について検討した。以下に参考となった意見及び造成コンテンツの方向性について示す。

表 2 抽出された意見及び造成コンテンツの方向性

	コンテンツ	抽出意見(問題提起)	打ち手(課題、手段)	
①	乗馬	ガイドが、ホストとしてどのくらい、阿蘇の牧野での乗馬の世界に入り込めるかが大切。	ガイドに自身の思いやこだわり等も話してもらう。	
②		乗馬して草原に出発する前にオリエン、ブリーフィング、乗馬の練習ができた方が良い。	コンテンツに左記を組み込み、実施する。	
③		乗馬後、ガイドとテーブルを囲んでのティータイム、振り返りなどがあった方が良い。	コンテンツに左記を組み込み、実施する。	
④		「ウェルネス」の視点、ホースセラピーの視点も取り入れて、「癒やしの時間」を提供した方が良い。	乗馬後に、馬との触れ合い餌やりの時間を設ける。	
⑤		乗馬だけでは高単価にならないので、写真撮影やドローン操縦体験も組み合わせる方がよい。	左記を組み合わせたコンテンツとする。	
⑥	焚火レストラン	企画自体は十分に魅力的なもの。企業や団体のエクスカージョンプログラムとしてニーズもある	リクエスト予約制で、パッケージで商品化する。	
⑦		小国杉を用いた木工作品の匠のアウトドアアイテムと匠自身も魅力的。	小国の匠のこだわりや世界観を表現する。	
⑧		どのような体制で実施して、継続できるようにするかがポイント。	搬入搬出・設営・おもてなし・食事飲料の提供を、ホテルと役割分担する。	
⑨		高単価を実現するため、食材のプレミアム感やディテール、細部の色々な工夫が大切。	食材の他、照明・香り・家具等までこだわる。	
⑩		話の進め方、シナリオを事前に用意した方が良い。	舞台の大まかな演出レベルの起承転結を用意する。	
⑪		ヨガ	プログラム自体は魅力的。インストラクターも個人的にトークも面白く、英語も話せるので良い。	インストラクターの個性を活かした構成とする。
⑫			芝生が素晴らしいが、虫対策は絶対に必要。	ホテルと協力して、芝生の整備と虫対策をする。
⑬			温泉、マッサージ、ヨガ、芝生ウォーキング等を組み合わせ合わせたトータルな時間を提供した方がよい。	滞在プランとして、左記を実施する。
⑭			身体の内側からのデトックスとして、お水やエッセンシャルオイルなども活かすと良い。	滞在プランとして、左記を実施する。
⑮			参加者のヨガ経験や怪我の有無、お困りごと等を聞いて、カスタマイズしたプログラムの方がよい。	事前にヒアリングを実施しカスタマイズする。

3. モニターツアー（ファムトリップ）の開催

< 検討概要 >

ターゲットとする欧米豪州に精通した日本在住の旅行商品造成担当者を招聘し、各滞在プログラムはもちろん、阿蘇くじゅう国立公園での滞在時間全体の満足度を高めるための「磨き上げのポイント」を明らかにする。価格や催行人数、雨天対応等、実際の催行に必要な条件面も検証する。阿蘇くじゅう国立公園での滞在プランを参加者に提案し、早期の販売を図る。

< 得られた成果 >

・ファムトリップを行った結果、「商品」として販売する際に「必要なポイント」「惜しいポイント」「磨けば魅力が際ただつポイント」などを明らかにし、直ぐに改善につなげることができた。商品に求められる厳しい諸条件と、プレミアムな魅力とが交わる「結節点」を、現役旅行業関係者のファムトリップで見出すことができた。

3.1 モニターツアー（ファムトリップ）の開催

3月4日～7日にファムトリップを開催した。ファムトリップには、日本在住の旅行商品造成担当者が参加し、専門的な観点より課題点を抽出した。

表3 モニターツアー（ファムトリップ）の開催

日 程	実 施 内 容	
令和3年3月4日 17:00～19:00	乗馬コンテンツ	
令和3年3月5日 7:00～8:00	ヨガウェルネスコンテンツ	
令和3年3月5日 17:00～18:00		
令和3年3月7日 7:00～8:00		
令和3年3月6日 17:00～20:00	ダイニングアウト（焚火レストラン）コンテンツ	
令和3年3月7日 10:00～12:00	振り返り会議	
名前	出身国	所属
Rachel Wylie	イギリス	WALK JAPAN
Ben Corbett	イギリス	WALK JAPAN
Palma Tyler	アメリカ	Inside Japan Tours
Shannon Walker	ニュージーランド	KODO
Church Neil	オーストラリア	Windows to JAPAN
Ri Bumbun *	中国	Windows to JAPAN

*3月6日～7日のみ参加



図1 ファムトリップの様子

3.2 ファムトリップの結果

ファムトリップにより以下のような意見を収集し、各コンテンツの解決策を検討した。

表4 抽出された意見及び造成コンテンツの解決策

コンテンツ名	有識者意見	解決策	改善実施有無 (令和3年3月時点)
乗馬	阿蘇と馬の関係など、乗馬中に何を伝えるのが重要。	ガイドに、阿蘇ならではのストーリー性のあるトークを依頼	依頼済
	家族向けと一般向け等、経験に応じて内容を変えた方がよい。	事前にヒアリングを行い、レベルや構成をアレンジする。	依頼済
	必ず体験できる内容を概要書に記載。天候のリスクを軽減する。	概要書に必ず体験できるとオプションを分けて記載。	実施済
	阿蘇の特徴を活かして、阿蘇のブランドにつながる名称をつける。	国立公園・火山・草原等のワードを名称にいった。	実施済
	COVID19収束まではウェア等のレンタル品の衛生管理に留意。	消毒・衛生管理を徹底する。	依頼済
	乗馬後の紅茶等、阿蘇産のものは、「阿蘇」をアピールする。	ガイドのトークのなかで、しっかり説明をする。	依頼済
ヨガ	3回同じ構成だったことは残念。どんなヨガかの説明も必要。	参加者にあわせてアレンジし内容も説明する。	依頼済
	照明・香り・音楽などの工夫でアロマセラピー的な魅力も出せる。	会場に応じて、屋内や夕方の際は演出を行う。	依頼済
	怪我や手術の有無などをきちんと事前に聞いておく	事前にヒアリングを行う。	依頼済
	もう少し、コミュニケーションをとってくれたらよかった	日常会話の英語から、まずは会話を行っていく。	依頼済
	ヨガにこだわらずインストラクターが得意なマッサージも可。	プログラムのオプションとして実施する。	依頼済
	焚火レストラン	ラウンジについては、カクテルアワーを設ける。	カクテルアワーを設ける
ホテルの客室から見られている感じが気になる。		客室から見えない草原でも実施できるようにする。	依頼済
自然景観の他、文化的なもの、詩などもあると更に深みが増す。		阿蘇を舞台にした俳句等を意識して伝えるようにする。	検討中
ビール等も含めて日本産、熊本産、阿蘇産を用いるとよい。		極力地元産のものとする。少なくとも国産とする。	依頼済

4. 事業成果

< 検討概要 >

- ・造成されたコンテンツについて、設定していたアウトプットおよびアウトカムについて比較した。
- < 得られた成果 >
- ・アウトプットについては目標値を上回った。
 - ・アウトカムについては、現時点では、未だ得られていない。

4.1 事業目標に対する成果

アウトプット3の目標に対し、実績3となり達成した。

アウトカムは、新型コロナウイルス感染拡大に伴う入国制限の長期化等の影響により、現在はないが、ファミトリップ招聘者からは、令和4年4月以降の旅行商品造成の意向をいただいている。

表 5 コンテンツ造成説明会実施例

	項目	目標	実績 (3月22日時点)
アウトプット	コンテンツ造成数	3	3
アウトカム	コンテンツ実施主体の構築、選定	1	4 (SMO 南小国) (瀬の本高原ホテル) (エル・パティオ牧場) (ヤークママ)
アウトカム	令和2年度参加者数及び消費額	参加者 20名 消費額 1,000,000円	参加者 0名 消費額 0円
アウトカム	令和3年度参加者数及び消費額	参加者 150名 消費額 7,500,000円	

4.2 造成されたコンテンツ

造成されたコンテンツの一例を以下に列挙する。

- ・エリア：阿蘇くじゅう国立公園
- ・地域名：南小国町瀬の本高原

表 6 コンテンツ造成一覧

プログラム1	阿蘇くじゅう国立公園 千年前から受け継がれてきた草原を舞台に、森の匠がプロデュース あか牛のダイニングアウトフルコースディナー&焚き火バー
プログラム2	阿蘇くじゅうの大地で癒やされる、温泉ウェルネスと草原ヨガ ヒーリングプログラム
プログラム3	阿蘇くじゅう国立公園 千年前から受け継がれてきた草原での ホーストレッキング&ドローン空間散歩

図 2 造成したコンテンツ一例

阿蘇カルデラ 千年の草原と森の恵みを感じる プライベート焚き火ダイニング&バー (熊本県南小国町)

事業実施前に地域が抱えていた課題

- ・宿泊、滞在につながるコンテンツが少ない。
- ・ラグジュアリー層向け高単価コンテンツがない。
- ・国立公園の草原空間の活用が不十分。
- ・当地ならではの飲食のコンテンツがない。
- ・夕方～のカクテルアワーを楽しむ場がない。
- ・地域住民との交流の機会がない。
- ・ワンストップの受け入れ体制がない。

課題に向けた打ち手

- ・「カルデラ」「活火山」「草原」といった当地の魅力を屋外のディナー・バータイムで楽しむ企画実施。
- ・地域で暮らし生業を営む匠が、持続可能なスタイルでの飲食、香り、灯り等の空間演出を実施。
- ・カルデラの生成の仕組みを楽しむオリジナルデザートを開発し、フルコースディナーで提供。
- ・連携先の株式会社DMCがワンストップで機能。

コンテンツを活かした商品概要

○概要
阿蘇五岳やくじゅう連山の大自然と手入の行き届いた草原空間に、小国材や地元産材をサステイナブルなモデルで商品化しているデザイナーが、あなただけの特別な空間を演出します。
暮れゆく草原の夕暮れを見ながら、地元産のカクテルでの乾杯からあなたの特別な時間は始まります。ディナーは、ホテル総料理長のフルコースを草原空間でご用意。阿蘇のあか牛や、地元産材を用いた「こたけ」のお食事の最後は、阿蘇カルデラの歴史や仕組みを学びながら楽しめるオリジナルデザートで締めくくります。
お食事の後は、地元の匠オリジナルのアートアチャアに座り、草原での焚き火時間を大切な方とお過ごしください。翌日は、満点の星空や満月が、あなたを歓迎してくれるかもしれません。
阿蘇に暮らし、生業を営んできた各分野の匠が、おもてなしいたします。

○料金: 1組(2~8名様)50万円~
○対応言語: 日本語・英語
○所要時間: 約3時間



阿蘇くじゅうの大地で癒やされる、温泉ウェルネスと草原ヨガ ヒーリングプログラム (熊本県南小国町)

事業実施前に地域が抱えていた課題

- ・宿泊、滞在につながるコンテンツが少ない。
- ・草原という貴重な空間が活かされていない。
- ・国立公園の自然の魅力が活かされていない。
- ・多様な泉質の温泉が活かされていない。
- ・宿泊施設にジムや運動する場がない。
- ・心身の健康増進につながるコンテンツがない。
- ・雨天時に実施できる代替プランがない。

課題に向けた打ち手

- ・阿蘇五岳を望む絶景の草原の朝夕の時間を満喫できるヨガを実施し、宿泊・滞在につなげる。
- ・地域の多様な泉質の温泉や、ハーブティ、アロマ等を活用してオリジナルの癒やしの時間を提供。
- ・経験や体調に応じてコンテンツもカスタマイズ。
- ・雨天時にもテント内で実施が可能。
- ・連携先の株式会社DMCがワンストップで機能。

コンテンツを活かした商品概要

○概要
阿蘇くじゅう国立公園の絶景草原空間に身を置き、身体の内と外から癒やされるあなただけの時間。ご到着後は、阿蘇の草原の香りの空間に身を置き、地元で採れたハーブを天然湧水で淹れたオリジナルのハーブティで一息。黒川温泉の8つの異なる泉質を巡る天然温泉入浴プログラムや、朝・夕のヨガプログラム、オリジナルマッサージを組み合わせたあなただけのリフレッシュ滞在時間をご提供します。ご滞在中は、お好きなときに、阿蘇、小国の地元産材(ハーブ、アロマ)によるヒーリングタイムをお楽しみいただけます。また朝夕のサンライズ・サンセット時間は、瀬の本高原ならではの手入の行き届いた草原空間でのオリジナルのヨガ、アーシングプログラムをご用意しています。

○料金: 2名参加時:55,000円/人 3~5名参加時:45,000円/人
6~8名参加時:35,000円/人
○対応言語: 日本語・英語
○所要時間: カウンセリング約1時間、夕方のヨガ約1時間、翌朝のヨガ約1時間



阿蘇くじゅう国立公園 千年の草原 ホーストレッキング&ドローン空間散歩 (熊本県南小国町)

事業実施前に地域が抱えていた課題

- ・宿泊、滞在につながるコンテンツが少ない。
- ・ラグジュアリー層向け高単価コンテンツがない。
- ・阿蘇カルデラの草原空間の活用が不十分。
- ・乗馬体験自体はどこでもあり差別化できない。
- ・乗馬経験により同じ体験でも満足度が異なる。
- ・乗馬中は写真撮影が出来ない。
- ・ワンストップの受け入れ体制がない。

課題に向けた打ち手

- ・当地ならではの「カルデラ」「草原」の魅力を活用し、乗馬を楽しむ企画を実施し宿泊につなげる。
- ・ガイドとのティータイムを設け草原の成り立ちや馬との暮らし等のストーリーを旅行者に紹介。
- ・絶景での乗馬の様子をドローンで撮影しプレゼント。希望者は草原ドローン操縦も実施可能。
- ・連携先の株式会社DMCがワンストップで機能。

コンテンツを活かした商品概要

○概要
阿蘇くじゅう国立公園内の千年の草原を舞台に、自ら馬を操りながら、暮れゆく阿蘇の自然を感じ、リフレッシュするプログラム。牧場のプロフェッショナルのガイドのもと、馬と触れ合い、馬の息づかいを感じ、草原をドッキング。乗馬後は、牧場のレストランにて、カウボーイスタイルで淹れた阿蘇産の紅茶を片手に癒やしの時間をお過ごしいただけます。
天気の良い日は、遠く彼方の草原に沈む夕陽、そして赤く照らされた阿蘇五岳など、ここだけの絶景を堪能いただけます。また、千年の草原・外輪山を乗馬する素敵なお客様の様子は、専用カメラマンがドローンも用いて様々なアングルから撮影、プレゼント！SNSにアップして、とびきりの阿蘇時間を世界中にシェアしましょう。ご希望のお客様には、千年の草原空間でのドローン空中散歩(操縦体験)もお楽しみいただけます。

○料金: 2名参加時:50,000円/人 3~5名参加時:40,000円/人
6~8名参加時:30,000円/人
○対応言語: 日本語・英語
○所要時間: 約2時間30分

