

1.事業概要

1.1 目的

本事業は、アジア市場の体験型コンテンツに関心が高い訪日リピーター層を主たるターゲットに置き、事業対象地域を一貫するテーマ・コンセプトで構築し、同地域が有する自然・歴史・文化・アクティビティなどを独自のストーリーで紐付けた滞在コンテンツとして造成・磨き上げ、同地域において自律的・継続的な販売することができる体制を構築する。また、旅行商品として、2021年度に販売が見込まれる水準となるようコンテンツを造成することを目的とする。

1.2 業務概要

事業名：愛媛県西条市、久万高原町、高知県のいの町、大川村における訪日グローバルキャンペーン等に対応した滞在型コンテンツ造成事業

事業対象：愛媛県西条市、久万高原町、高知県のいの町、大川村

期間：令和3年6月7日（月）から令和4年3月11日（金）

商品造成のターゲット：アジア市場の体験型コンテンツに関心が高い訪日リピーター層

活用する観光資源：西日本最高峰の石鎚山と瀬戸内海の両面の強みを活かす「ネイチャーアクティビティ」と、良質な地下水と土壌に育まれた地域の独自の「食」

高付加価値・地域ならではのコンテンツを造成するための方針

⇒ ネイチャーアクティビティと、地域の独自の「食」を組み合わせた滞在型コンテンツ及びパッケージ商品の造成。モニターを活用したコンテンツ造成。

1.3 業務内容 事業内容を以下に示す。

①事前調査

（基礎調査/設定ターゲットの検証）

既存調査等の分析、地域の実状をまとめて課題の取り纏めを実施し、調査の結果をもとに、事業対象地域の訪日外国人旅行者の実績及びニーズ、事業対象地域が保有する観光資源等を勘案し、専門家等の外国人目線の意見等を取り入れ、あらかじめ設定されているターゲットに関して、ターゲット層の像を可能な限り詳細化すること等を通じて、検証。

②滞在コンテンツの企画・開発

（滞在コンテンツの選定/滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売に対する助言ができる外国人専門家や外国人アドバイザー等を招請するモニターツアー・検討会/滞在コンテンツの開発・磨き上げ/滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売等に関する助言ができる旅行会社等を招請するモニターツアー・検討会/滞在コンテンツの更なる磨き上げ）

本事業対象地域の特性を活かした滞在コンテンツの選定、磨き上げ等により、アジア市場の体験型コンテンツに関心が高いリピーター層に訴求する付加価値が高い滞在コンテンツを企画・開発。

③滞在コンテンツの販売

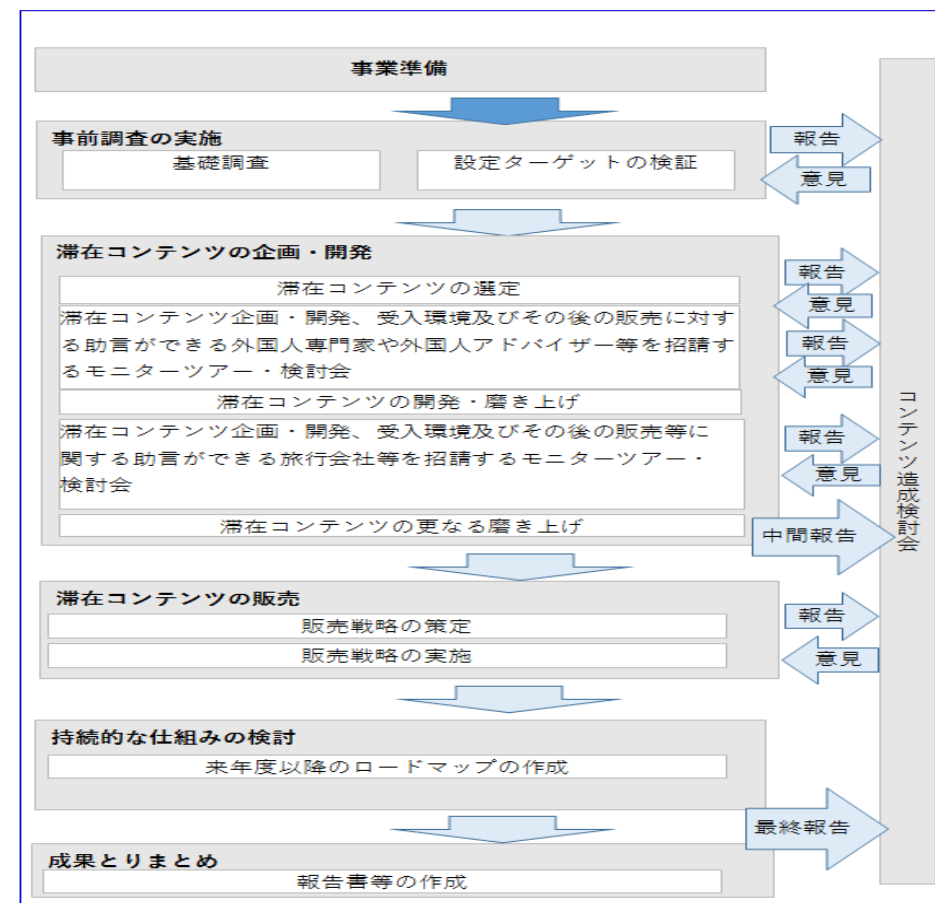
（販売戦略の策定/販売戦略の実施）

造成された滞在コンテンツの販売を、事業実施中1か月以上の販売期間を設けて実施し、開発・磨き上げられた各滞在コンテンツの販売にかかる内容を検討。

④持続的な仕組みの検討

（来年度以降のロードマップの作成）

販売状況を分析し、事業実施以降も維持・継続させていく仕組みの構築について、検討。



事業対象地域図

1.4 事業工程

本事業の工程を以下に示す。

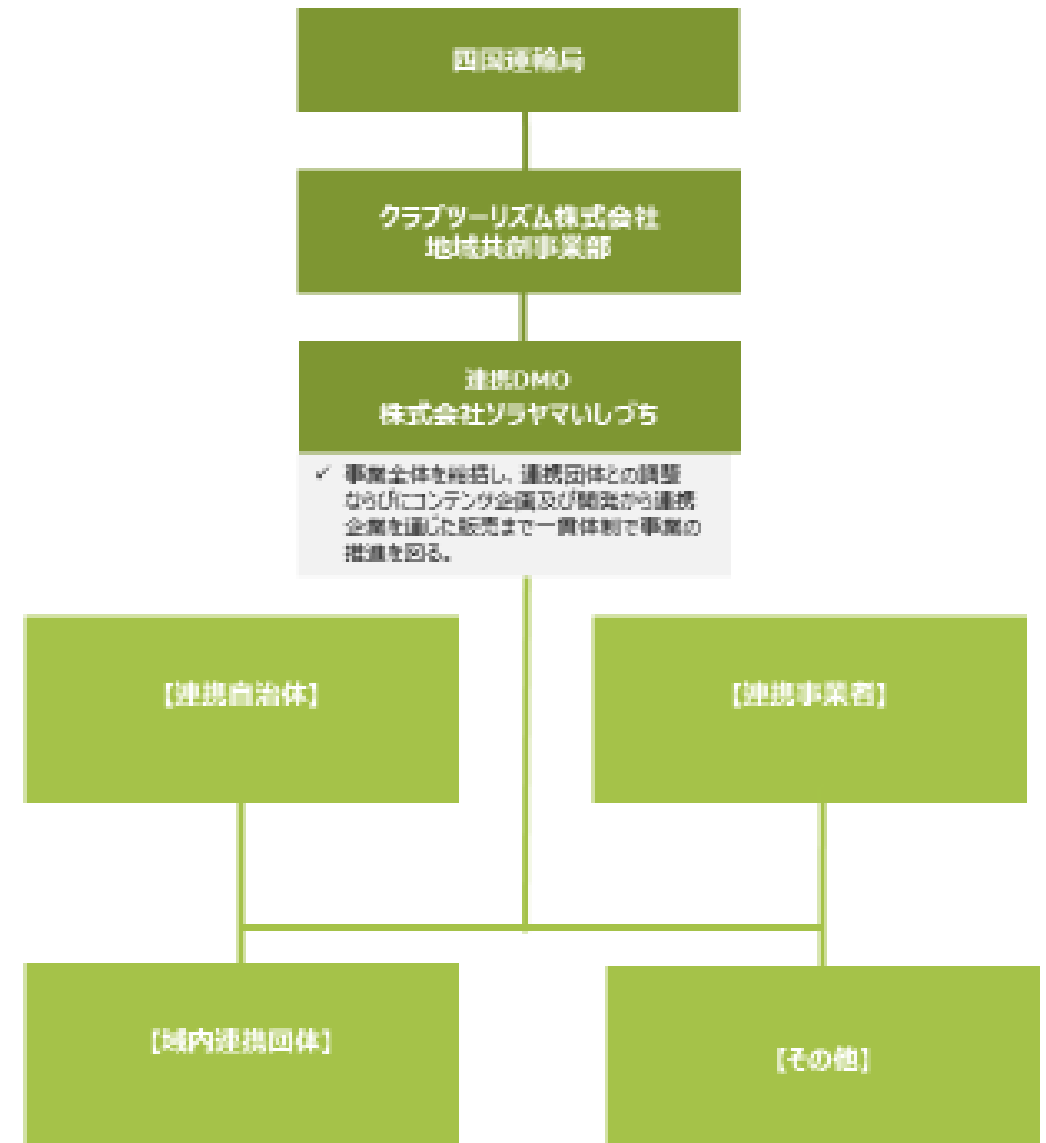
訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業
ワークフロー/スケジュール

	準備	商品販売
7月	<ul style="list-style-type: none"> ★事業開始 ★7月8日 開始時会議（協議会） （1部…顔合わせ・理念の共有など/2部…事前調査） ★7月9日 現地視察（コンテンツ選定のための視察） 	
8月	<ul style="list-style-type: none"> ★8月10～12日AM 外国人専門家による現地視察 ★8月12日PM 第1回ワークショップ開催 （外国人目線の意見を踏まえてコンテンツを選定） 	
10月	<ul style="list-style-type: none"> ★10月3～6日AM 第1回モニターツアー （外国人専門家、アドバイザー2名招請し実施） ★10月6日PM 第2回ワークショップ （モニターツアーに参加した招請者より意見抽出） ★10月20日頃 滞在コンテンツの開発・磨き上げ 	
11月	<ul style="list-style-type: none"> ★11月2～5日AM 第2回モニターツアー （旅行会社等2社招請し実施） ★11月5日PM 第3回ワークショップ （モニターツアーに参加した招請者より意見抽出） ★11月下旬 滞在コンテンツの更なる磨き上げ ★11月26日 中間報告会（オンライン） 	
12月	<ul style="list-style-type: none"> ★12月16日 第4回ワークショップ （販売関係事業者や外国人目線の意見を取り入れ、販売戦略の策定及び次年度販売戦略について検討） ★12月中旬 販売戦略の実施補助 	
1月	<ul style="list-style-type: none"> ★1月29日より販売開始 アクティビティジャパンに掲載 	滞在コンテンツ商品販売開始
2月	<ul style="list-style-type: none"> ★2月 来年度以降のロードマップ作成 ★2月15日 最終報告会（オンライン） 	
3月	<ul style="list-style-type: none"> ★事業完了 	

1.5 体制図

本事業の体制図を以下に示す。

四国運輸局は株式会社ソラヤマいづちと常に連携を図るとともに、連携自治体、域内連携団体、その他支援団体等をはじめ、各自治体・観光協会とも連携し、宿泊施設や地域事業者と綿密な打ち合わせのもとに事業運営を実施する。



1.6 コンテンツ造成にあたり協力を得た専門家

【外国人専門家】

- ・コンテンツ候補の現地視察やモニターツアーにおいて、専門家目線で参加し、助言をもらうとともに、終了後にレポートを提出
- ・各ワークショップにおける専門家目線での課題抽出ならびに課題解決に向けてアドバイス

【外国人アドバイザー】

- ・モニターツアーにおいてコンテンツ体験
- ・モニターツアー後のワークショップにおいて、外国人アドバイザー目線での、課題抽出ならびに課題解決に向けて提案を行うとともに、終了後にレポートの提出

2. 訪日外国人を対象とした事前調査

2.1 調査概要

訪日外国人向けのコンテンツを造成するため、台湾人・香港人・中国人による訪日旅行に関する期待内容、愛媛県における外国人受入環境、愛媛県への国別来県数など、基礎調査データをもとに検証を行い、最終的にターゲットを決定した。

調査結果から得られた成果

いしづちエリアにおける外国人受入体制（外国語対応）などの課題があげられ、改善の余地があることが分かった。

	会議日程			
	時間	場所	参加人数	テーマ
開始時会議	令和3年7月8日	西条市役所	14人	<ul style="list-style-type: none"> ・（第1部）参加者に事業説明実施 ・（第2部）事前調査結果報告

■ 事前調査／訪日旅行に関する期待内容（台湾・香港・中国）

JNTO訪日旅行データハンドブックより訪日旅行に関する期待内容についての国別データを示している。なかでも、2015年～2019年までの台湾、香港、中国からの旅行者の観光目的の傾向、主たる観光目的は「日本食」を食べることであった。一方で自然体験については訪日回数を重ねた方が数値が高まっている傾向にあるため、期待以上の体験だったと推測できる。



■ 台湾

【滞在コンテンツに対するニーズ】

台湾人の主たる観光目的は日本食を食べること、自然体験ツアーは期待以上の体験だったことが伺える

全目的

2019年 2018年 2017年 2016年 2015年

単位：%



■ 香港

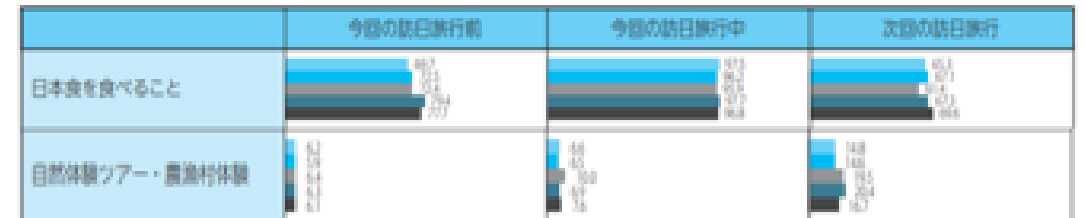
【滞在コンテンツに対するニーズ】

香港人の主たる観光目的は日本食を食べること、自然体験ツアーは期待以上の体験だったことが伺える

全目的

2019年 2018年 2017年 2016年 2015年

単位：%



■ 中国

【滞在コンテンツに対するニーズ】

中国人の主たる観光目的は日本食を食べること、自然体験ツアーは期待以上の体験だったことが伺える

全目的

2019年 2018年 2017年 2016年 2015年

単位：%



■ 事前調査／受入環境について／愛媛県外国人観光客向け情報サイト

愛媛県の外国人観光客向けの情報サイトがあり、主たる観光地（道後・松山・西条など）に外国人観光案内所はあるが多言語対応サービスは英語のみとなっている。中国語・韓国語など近隣諸国の言語に対しても対応できていない状況。

● 愛媛県外国人観光客向け情報サイト



● 愛媛県外国人観光客向け情報サイト（運営）

Table listing various organizations and their websites that manage the information site, including public interest corporations and industry associations.

● 外国人観光案内所一覧

Table listing various foreign tourist information centers across Ehime Prefecture, such as Dōgo, Iyayama, and Saiji.

● 道後観光案内所
※英語のみ対応、中国は土日祝のみ対応

Table providing details for the Dōgo Tourist Information Center, including address, contact info, and language services.

● 西条市観光交流センター
※英語のみ対応、中国語・韓国語の対応なし

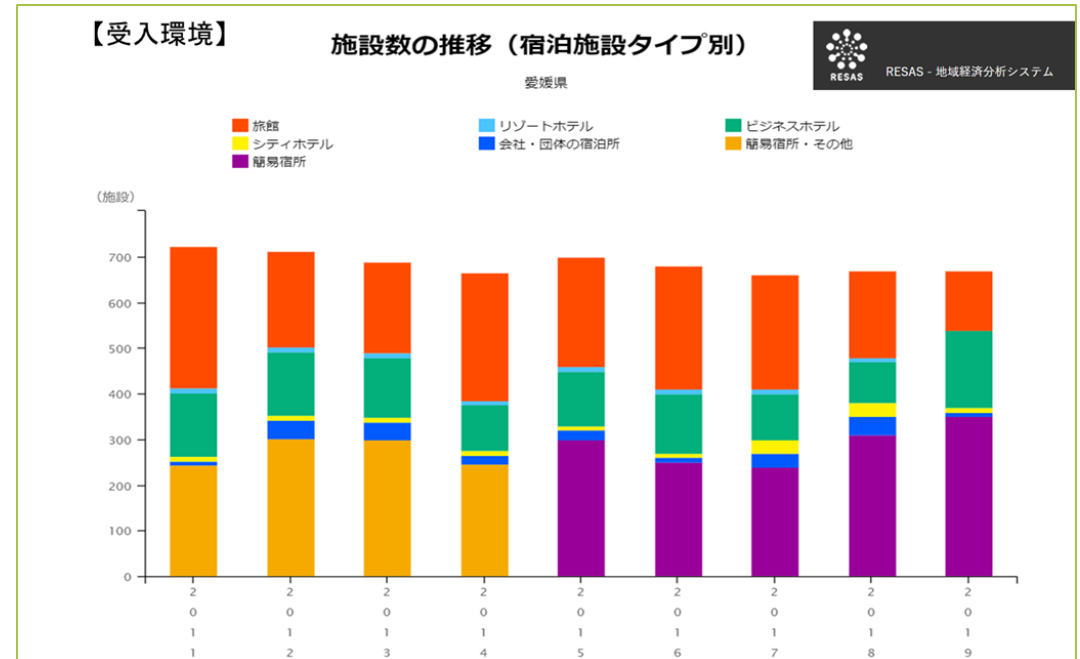
Table providing details for the Saiji City Tourist Exchange Center, including address, contact info, and language services.

■ 受け入れ環境の現状と課題

- WEBサイトでは観光地の基本情報は得ることが可能
● 都市部とそうでない地域では、現地における対応可能状況の差が著しい

■ 事前調査／受入環境について

■ RESAS 地域経済分析システム



愛媛県の宿泊施設数・施設タイプ別推移を表したグラフである。施設数は700前後を横ばいしているが、旅館が減少し、ビジネスホテルが若干の増加傾向にある。

■ 西条市の主要ホテルのインバウンド受入状況について
・対象：スーパーホテル・アーバンホテル・休暇村・ルートイン・エクストイン

インバウンドの受入は可能だが、英語を含めた外国語対応はスーパーホテルのみ、パンフレットも充実していない。などインバウンドの受入には課題がある。

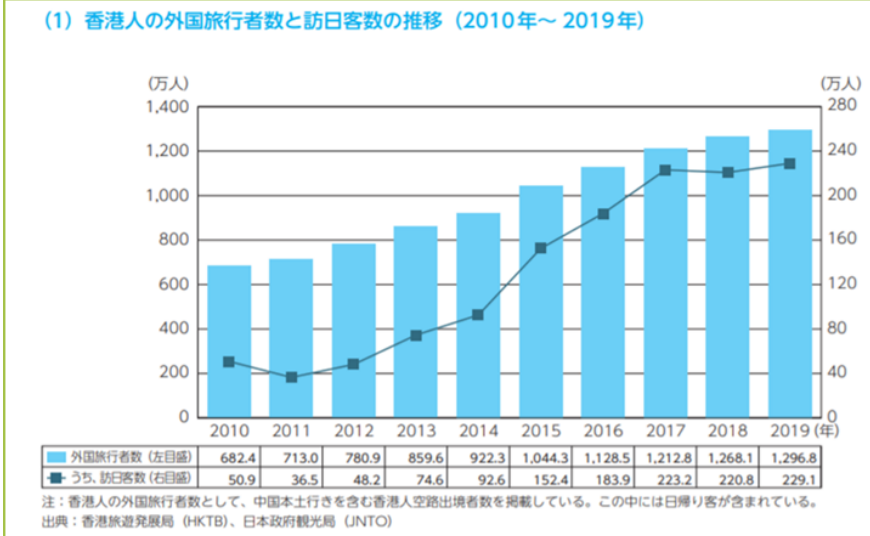
■ 事前調査／設定ターゲットの検証（台湾・香港・中国）

2010年～2019年までの訪日旅行者数の推移を表したグラフである。台湾・中国は増加傾向にある。

● 台湾人の外国旅行者数



● 香港人の外国旅行者数

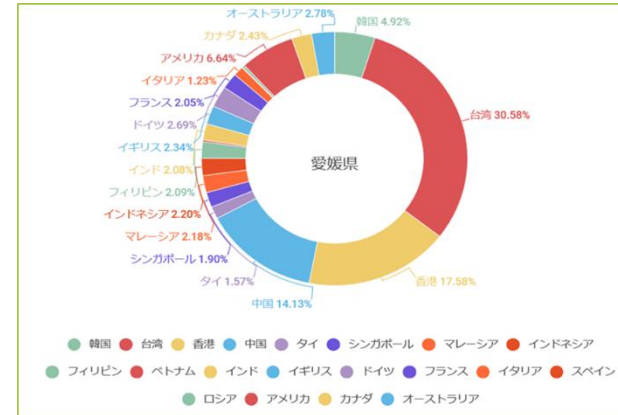


● 中国人の外国旅行者数



■ 事前調査／愛媛県 来県動向に基づく選定

令和元年の愛媛県国別来県数を表したグラフである。台湾が1位で、続いて香港・中国となっている。

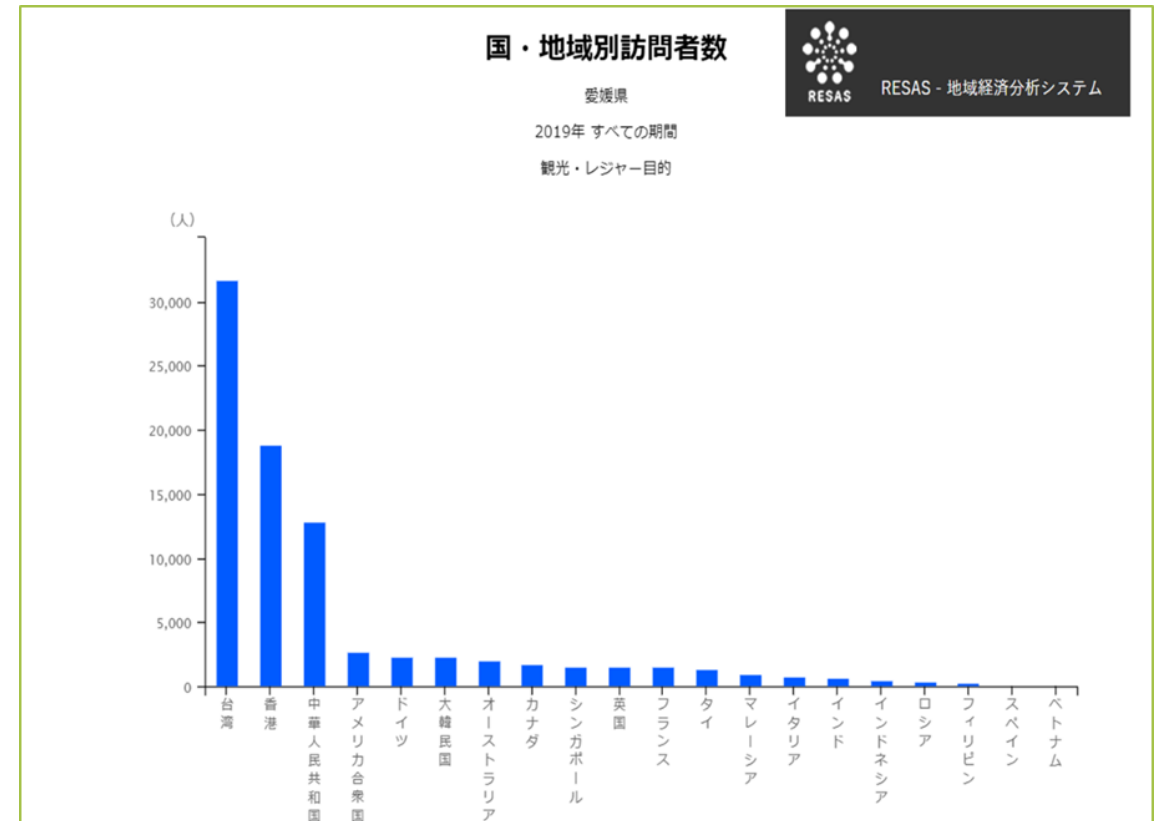


- 令和元年国別来県数：
台湾（33,466名：1位）
香港（19,233名：2位）
中国（15,456名：3位）

・松山空港へは、台湾・中国ともに直行便が就航しており、特に台湾側においては愛媛県全体として誘客促進を図っており、誘客に向けた推進が顕著されている

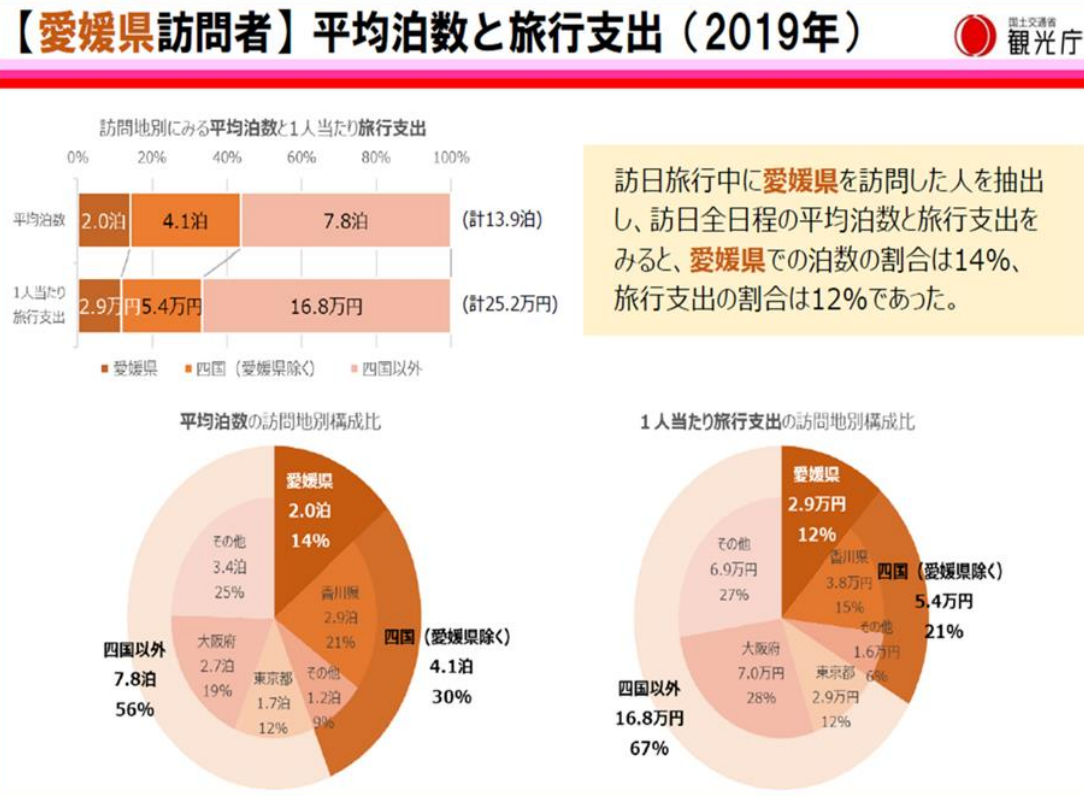
・台湾や香港は、最も訪日客の戻りが早いと想定される国である

・afterコロナにおいて、SIT層及びミレニアル層の旅行需要の回復がポイントであり、来県動向も加味し、当該3カ国はミレニアル層の取り組みが重要となる



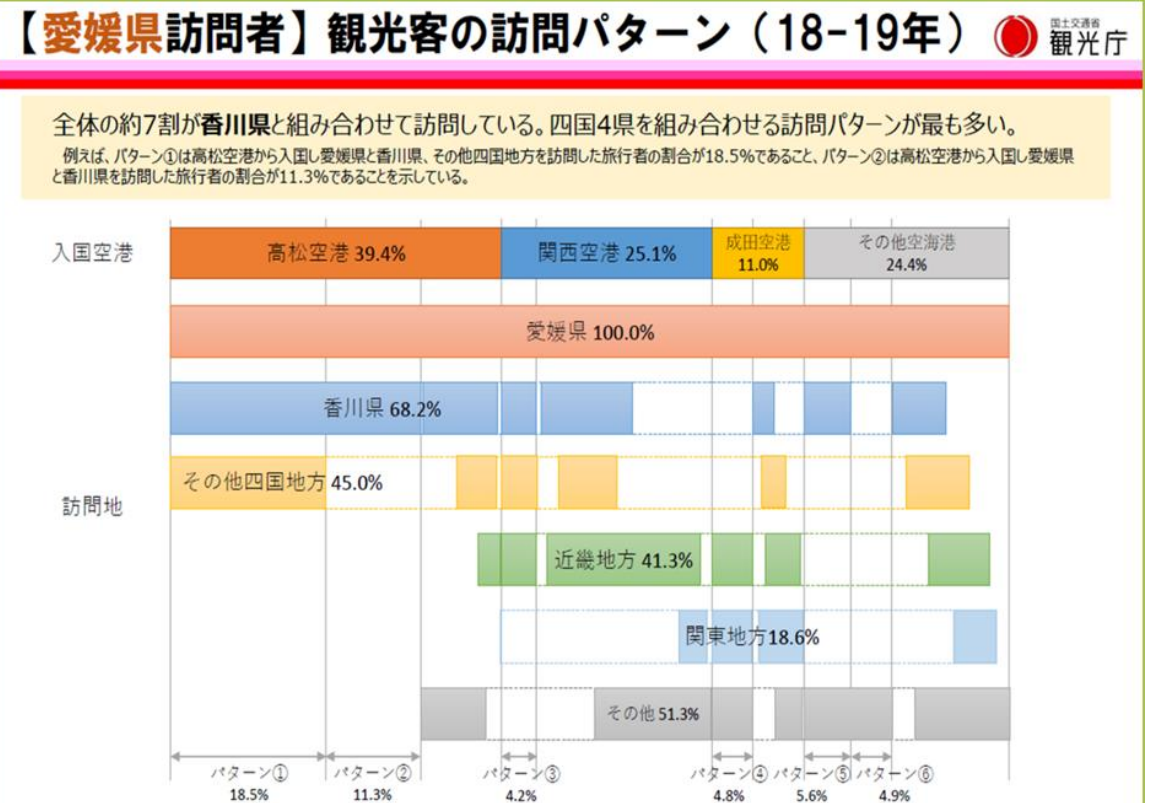
■ 事前調査／愛媛県・高知県 来県動向に基づく選定

国土交通省・観光庁の2019年における、愛媛県と高知県に訪問したひとが平均した泊数と旅行支出を表したグラフである。

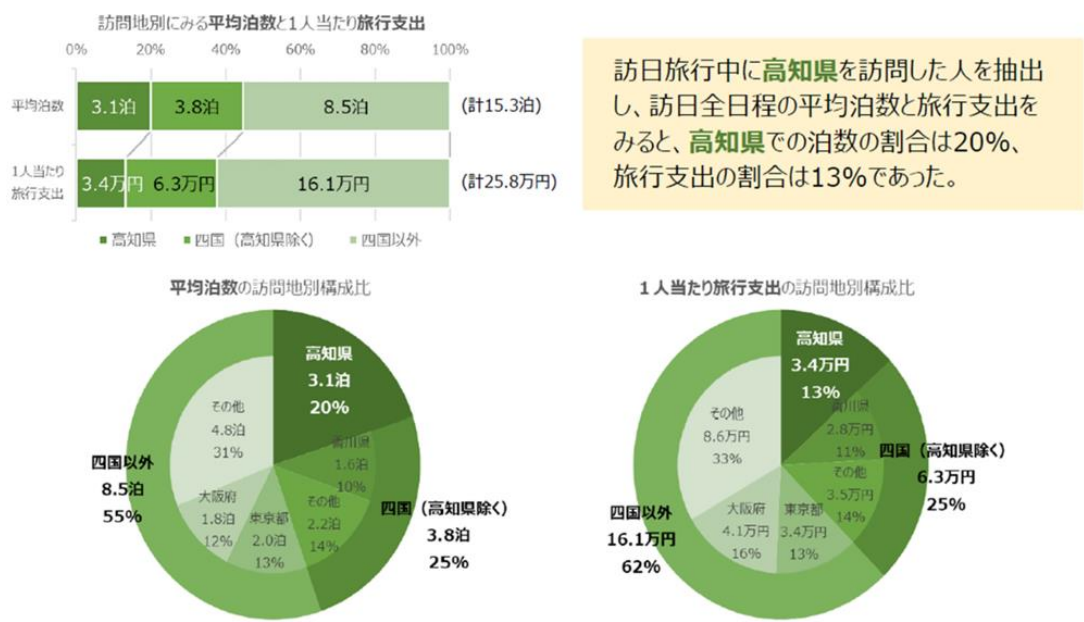


■ 事前調査／愛媛県・高知県 来県動向に基づく選定

国土交通省・観光庁の2018年～2019年における、愛媛県と高知県に訪問したひとの訪問パターンを表したグラフである。いずれも高松空港を約40%利用し、香川県と組み合わせたパターンが約70%を占める。

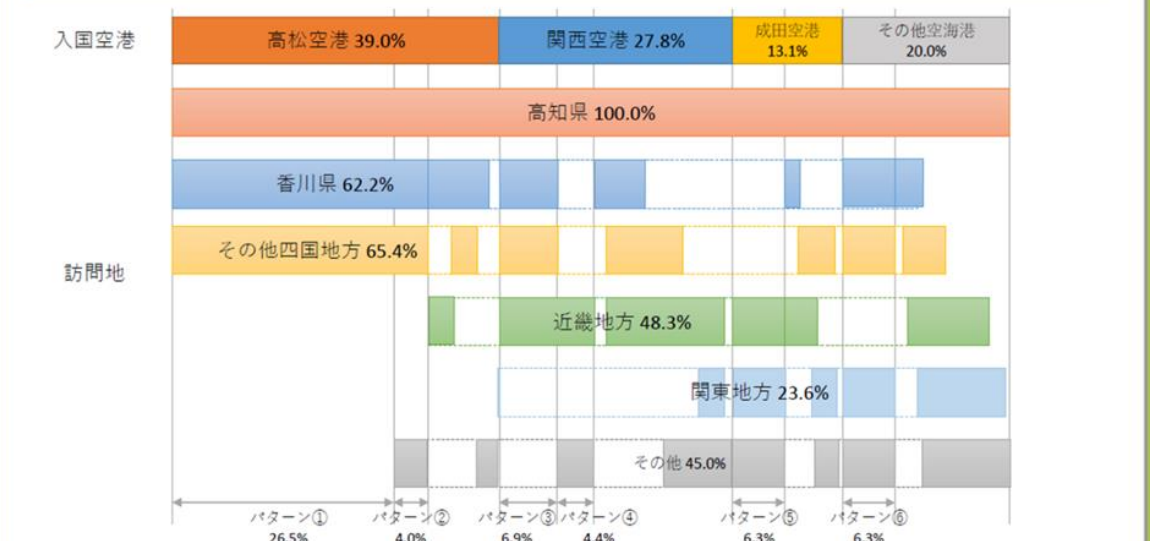


【高知県訪問者】平均泊数と旅行支出（2019年）



【高知県訪問者】観光客の訪問パターン（18-19年）

高松空港から入国し、香川県やその他四国地方と組み合わせて訪問するパターンが最も多い。
例えば、パターン①は高松空港から入国し高知県と香川県、その他四国地方を訪問した旅行者の割合が26.5%であること、パターン②は高松空港から入国し高知県と香川県、その他四国地方、その他を訪問した旅行者の割合が4.0%であることを示している。



注) 上記グラフの数値は観光庁「訪日外国人消費動向調査」の結果から導出した推計値。標本調査であり、母集団復元推計は行っているが、標本誤差が含まれる点に留意が必要。本資料では「観光-レジャー」目的の訪日外国人のみを集計対象としており、ビジネス客やMICE客、親族・知人訪問客、留学生などは含まれない。「旅行消費額」には「パッケージツアー参加費の国内収入分が含まれ、都道府県間交通費は含まれない。

注) 数値は観光庁「訪日外国人消費動向調査」の結果から導出した推計値。標本調査であり、母集団復元推計は行っているが、標本誤差が含まれる点に留意が必要。本資料では「観光-レジャー」目的の訪日外国人のみを集計対象としており、ビジネス客やMICE客、親族・知人訪問客、留学生などは含まれない。訪問地に出入国空港への立ち寄りを含まれていない。「その他四国地方」は徳島県、愛媛県を指す。

■ 事前調査／愛媛県 来県動向に基づく選定

滞在地域の滞在直前と直後に滞在地域の内訳を表したグラフである。滞在直前は、1位は香川県、滞在直後の1位は愛媛県となっている。このことから、香川県で入って、愛媛県で滞在していることがわかる。四国以外は、広島が3位のため、移動パターンを参考にルートを選定している必要がある。

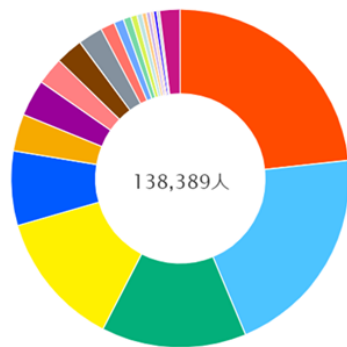
滞在地域内訳

愛媛県
2019年すべての期間
全目的

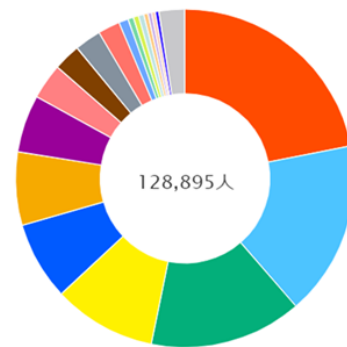


指定地域の滞在直前に滞在した地域

指定地域の滞在直後に滞在した地域



- 1位 香川県 32,241人 (23.30%)
- 2位 愛媛県 28,251人 (20.41%)
- 3位 広島県 19,159人 (13.84%)
- 4位 高知県 17,940人 (12.96%)
- 5位 徳島県 9,824人 (7.10%)
- 6位 岡山県 4,930人 (3.56%)
- 7位 大阪府 4,815人 (3.48%)
- 8位 東京都 3,643人 (2.63%)
- 9位 兵庫県 3,609人 (2.61%)
- 10位 京都府 3,255人 (2.35%)
- 11位 福岡県 1,882人 (1.36%)
- 12位 鳥取県 1,293人 (0.93%)
- 13位 神奈川県 1,025人 (0.74%)
- 14位 岐阜県 821人 (0.59%)
- 15位 愛知県 683人 (0.49%)
- 16位 大分県 569人 (0.41%)
- 17位 長崎県 512人 (0.37%)
- 18位 山口県 424人 (0.31%)
- 19位 和歌山県 410人 (0.30%)
- 20位 北海道 391人 (0.28%)
- その他 2,712人 (1.96%)



- 1位 愛媛県 28,251人 (21.92%)
- 2位 香川県 21,556人 (16.72%)
- 3位 広島県 18,769人 (14.56%)
- 4位 高知県 12,688人 (9.84%)
- 5位 徳島県 9,661人 (7.50%)
- 6位 岡山県 9,014人 (6.99%)
- 7位 大阪府 7,091人 (5.50%)
- 8位 東京都 4,380人 (3.40%)
- 9位 兵庫県 3,327人 (2.58%)
- 10位 福岡県 3,272人 (2.54%)
- 11位 京都府 2,704人 (2.10%)
- 12位 愛知県 1,157人 (0.90%)
- 13位 静岡県 674人 (0.52%)
- 14位 岐阜県 669人 (0.52%)
- 15位 大分県 658人 (0.51%)
- 16位 千葉県 501人 (0.39%)
- 17位 長崎県 460人 (0.36%)
- 18位 神奈川県 432人 (0.34%)
- 19位 石川県 429人 (0.33%)
- その他 3,202人 (2.48%)



【出典】
国土交通省「FF-Data（訪日外国人流動データ）」より作成

2.2 設定ターゲットの確認

1. JNTOや自治体等の国・地域別訪問者数等の調査を実施し、ターゲットを台湾に設定することを会議内において提案。
2. 地域の参加者より、松山空港国際線は台湾便が一番多い、高知空港も台湾からのチャーター便を取り組んでいる、愛媛県・高知県ともに台湾人旅行者の誘致を積極的に図っており、機運が醸成されている、といった意見より、本事業におけるターゲットを台湾と決定した。

3. 滞在コンテンツの企画・開発

3.1 滞在コンテンツの選定検討会の実施概要

8月10日～8月12日に現地視察、8月12日にコンテンツ選定のための第1回ワークショップが開催された。現地視察・検討会にはそれぞれ有識者が参加し、専門的な観点より課題点を抽出した。

	現地視察日程		
	時間	場所	参加有識者
滞在コンテンツの選定のための外国人専門家招請現地視察	令和3年8月10日～12日	愛媛県西条市、久万高原町、高知県のいの町、大川村	・外国人専門家 1名

	検討会日程			
	時間	場所	参加有識者	テーマ
第1回ワークショップ	令和3年8月12日	西条商工会議所	・外国人専門家 1名	外国人専門家を招請する現地視察を実施して得た外国人目線の意見を踏まえてコンテンツの選定を実施する。

3.2 コンテンツの評価基準

■コンテンツの評価基準/コンテンツ選定基準

■コンテンツの評価基準

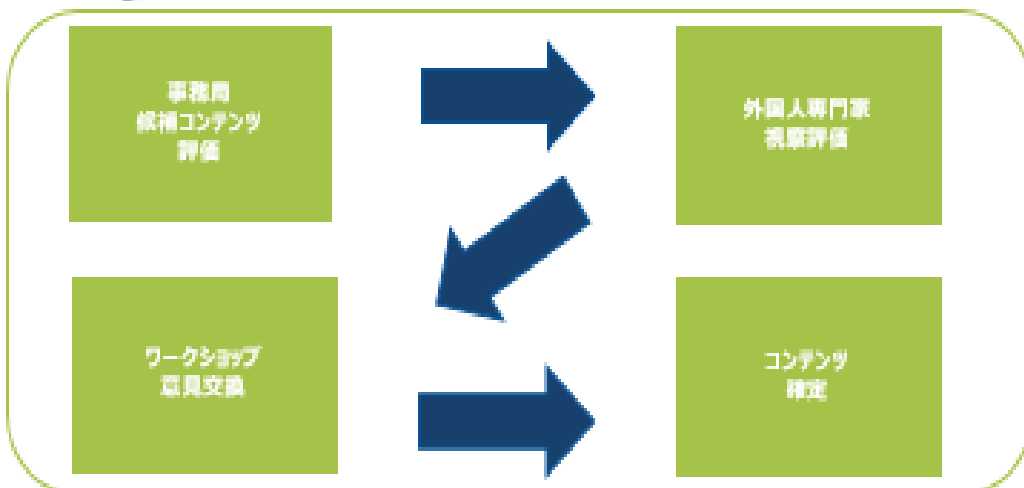
- ① 独自性
- ② 認知度 + ④ 顧客ニーズ
- ③ 安定性

■コンテンツ選定基準

コンテンツ選定の視点		評価ポイント
独自性	①	コンテンツの背景にある独自のストーリーを感じられる内容か。
	②	他地域にはない自地域ならではのものがあるか。
	③	他地域との差別化がはかれるか
認知度	①	今後プロモーションの予定があり、露出が拡大することが想定される
安定性 (受入体制)	①	本事業後の継続的な取り組みが可能か？
	②	ハード・ソフト面の整備はできているか
	③	天候によって左右されないか
顧客ニーズ	①	潜在ニーズ（知らなかったが良かった、知らなかったが悪くない、知っていたし悪い）
	②	顧客満足度（満足、普通、悪い）

- ・ 事前調査等の結果などを踏まえ、コンテンツ候補について 検討・調整し、今後優先的に造成したいコンテンツを提案する。
- ・ 提案したコンテンツ候補について、株式会社ソラヤマいしづちと協議・外国人目線の意見を踏まえて、事前選定を実施。
- ・ 8月に外国人専門家1名を招請し、現地視察を実施する。
- ・ 実施した外国人目線の意見も踏まえて、ワークショップを実施。

・ コンテンツの選定へ



■造成コンテンツ候補

造成コンテンツの候補について、コンテンツ造成までの流れは以下の通りとした。
 ①基礎調査など結果を踏まえてコンテンツ候補について検討・調整を行い、今後優先的に造成したいコンテンツを提案する。
 ②提案したコンテンツ候補について、ソラヤマいしづちと協議・事前選定の実施
 ③8月10日～12日の期間、外国人専門家招請による現地視察
 ④8月12日午後よりワークショップを開催し、外国人専門家の意見などを踏まえて5つ以上のコンテンツを選定
 コンテンツの候補案は、ソラヤマいしづちとクラブツーリズムの両方の視点で選定した。双方の候補は非常に似ていた。15個中10個のコンテンツが重複していた。

ソラヤマいしづちが考えるコンテンツ
1 【西条】 E-BIKE (石鎚山岳信仰/牧歌的)
2 【西条】 石鎚神社参拝+成就ウォーク
3 【西条】 東之川・西之川集落散策
4 【西条】 食コンテンツ (海苔/芋炊き)
5 【西条】 雪遊びin石鎚スキー場
6 【久万高原】 四国カルスト・牛と散歩
7 【久万高原】 星空 (お城のプラネタリウム)
8 【久万高原】 面河古道ハイキング
9 【大川村】 集落散歩
10 【大川村】 ミニ謝肉祭
11 【大川村】 星空観察
12 【いの町】 和紙でうちわ作り
13 【いの町】 UFOライン雪上車体験
14 【いの町】 ジビエ料理
15 【西条・大川・いの町】 サップ

クラブツーリズムが考えるコンテンツ
1 うちぬきウォーキング (市内散策)
2 E-BIKE (西条市内)
3 石鎚神社参拝と成就社ハイキング
4 石鎚山スターナイトウォッチング
5 案内人同行 秘境集落散策
6 興雲寺 座禅&写経体験
7 瀬戸内海カヌー&Sup体験 (休暇村東予)
8 仁淀川カヌー&Sup体験&にこ淵見学
9 久万高原天体観測館 星空観賞
10 面河古道ハイキング
11 いの町UFOライン (雪上車やE-BIKE)
12 いの町特産ジビエ料理
13 西条市の郷土料理・いも焼き
14 名水百選の水を使用したそば作り体験
15 大川村謝肉祭

■コンテンツの選定基準
 ①独自性②認知度③安定性+④顧客ニーズ
 ソラヤマいしづち、クラブツーリズム両者ともに考えたコンテンツ (色付きのもの) について、次回以降の候補とした。

ソラヤマいしづちが考えるコンテンツ
1 【西条】 E-BIKE (石鎚山岳信仰/牧歌的)
2 【西条】 石鎚神社参拝+成就ウォーク
3 【西条】 東之川・西之川集落散策
4 【西条】 食コンテンツ (海苔/芋炊き)
5 【西条】 雪遊びin石鎚スキー場
6 【久万高原】 四国カルスト・牛と散歩
7 【久万高原】 星空 (お城のプラネタリウム)
8 【久万高原】 面河古道ハイキング
9 【大川村】 集落散歩
10 【大川村】 ミニ謝肉祭
11 【大川村】 星空観察
12 【いの町】 和紙でうちわ作り
13 【いの町】 UFOライン雪上車体験
14 【いの町】 ジビエ料理
15 【西条・大川・いの町】 サップ

クラブツーリズムが考えるコンテンツ
1 うちぬきウォーキング (市内散策)
2 E-BIKE (西条市内)
3 石鎚神社参拝と成就社ハイキング
4 石鎚山スターナイトウォッチング
5 案内人同行 秘境集落散策
6 興雲寺 座禅&写経体験
7 瀬戸内海カヌー&Sup体験 (休暇村東予)
8 仁淀川カヌー&Sup体験&にこ淵見学
9 久万高原天体観測館 星空観賞
10 面河古道ハイキング
11 いの町UFOライン (雪上車やE-BIKE)
12 いの町特産ジビエ料理
13 西条市の郷土料理・いも焼き
14 名水百選の水を使用したそば作り体験
15 大川村謝肉祭

地域の皆と意見交換の上、
 次の8つのコンテンツが選定されました

選定されたコンテンツ

- 1.【西条市】石鎚神社参拝+成就ウォーク
- 2.【西条市】西条市内 E-BIKEサイクリング+果物狩り (牧歌的)
- 3.【久万高原町】四国カルストE-BIKEサイクリング+ハイキング
- 4.【大川村】現地案内人が同行する井野川集落散歩
- 5.【大川村】大川牛バーベキュー
- 6.【西条市】東之川・西之川集落散策
- 7.【いの町】土佐和紙でうちわ作り体験
- 8.【いの町】UFOラインE-BIKEサイクリング+UFOライス

→上記8コンテンツを含めた、モニターツアーを実施

3.3 コンテンツ評価・選定

外国人専門家招請現地視察コンテンツ評価結果は以下の通り。

選定	番号	コンテンツ	開催地域	所要時間	実施可能時期				ガイドの有無	課題・留意事項	独自性								安定性				顧客ニーズ				事務局評価合計	外国人評価合計	総評					
					春	夏	秋	冬			事務局評価①	外国人評価①	事務局評価②	外国人評価②	事務局評価③	外国人評価③	事務局評価④	外国人評価④	事務局評価⑤	外国人評価⑤	事務局評価⑥	外国人評価⑥	事務局評価⑦	外国人評価⑦										
○	2	【西条】石鎚神社参拝+成就ウォーク	西条市	3時間	○	○	○	△	有(日本語)	B to Cの受入	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	15	18	独自性：石鎚信仰のストーリー性 認知度：B TOB 中心にプロモーション拡大予定 安定性：神社など寺社仏閣を巡るため問題ない 顧客ニーズ：ストーリーに思いをはせることができる案内を用意することで満足度を上げる
×	1	【西条】E-BIKE（石鎚山岳信仰/牧歌的）	西条市	4時間	○	○	○	○	有(日本語)	安全性	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	15	16	独自性：西条市内の遍路道、うちぬき、寺社等町の中を手軽に廻れる2次交通 認知度：プロモーション強化予定 安定性：ハード面、ソラヤマ石鎚が所有している点 顧客ニーズ：視察者の実体験から高評価	
○	6	【久万高原】四国カルスト・牛と散歩 →四国カルスト・サイクリング&ハイク	久万高原町	3時間	○	○	○	○	無し	無し	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	13	16	独自性：西日本にはカルスト台地は複数ある 認知度：町としても事業者としても力を入れている 安定性：天候によって左右される 顧客ニーズ：天候によって満足度が左右される		
○	9	【大川村】集落散歩	大川村	4時間	○	○	○	○	有(日本語)	時間が長い ためルート調整 必要	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	10	15	独自性：日本一人口の少ない村での村民との交流、集落の歴史 認知度：集落散歩だけでは弱いので大川牛BBQとセットを検討しプロモーション強化 安定性：天候に左右される 顧客ニーズ：日本の原風景がインバウンドに刺さる可能性も		
○	10	【大川村】ミニ謝肉祭	大川村	1.5時間	○	○	○	○	有(日本語)	大川牛自体は 希少だがマイ ナー	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	15	独自性：他にはない手作り感のある村をあげてのイベント 認知度：希少価値の高い大川牛を訴求、集落散歩との組み合わせでプロモーション強化 安定性：概ね問題ない 顧客ニーズ：人口400人の村に1500人が来場するほど。インバウンド		
○	3	【西条】東之川・西之川集落散策	西条市	2時間	○	○	○	○	有(日本語)	専門用語の外国語化	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	14	14	独自性：石鎚信仰、林業の名残を感じることができる場所 認知度：ニッチな商材につきターゲット検証必要あり 安定性：山道の整備が不十分 顧客ニーズ：歴史を感じられる発見が満足度に繋がる		
×	12	【いの町】和紙でうちわ作り	いの町	2時間	○	○	○	○	有(日本語)	コンテンツが 確立している	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	15	14	独自性：伝統工芸品 土佐和紙 認知度：プロモーションを強化したいが、コンテンツが確立しているので磨き上げなどの内容が難しい 安定性：天候に左右されない 顧客ニーズ：日本の伝統的文化がインバウンド向き		
○	4	【西条】食コンテンツ（海苔/手炊ぎ）	西条市	2時間	○	△	△	○	無し	海苔のシーズン 事業者選 定	1	1	1	1	1	1	0	0	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	9	12	独自性：西条特産の芋とうちぬきで育てられた11種類の具材を使用 認知度：実施可否が定まっていないため、プロモーションも不確定 安定性：西条特産の芋を使用。継続的な供給が可能 顧客ニーズ：東アジア圏のインバウンド層の嗜好に合う味付け			
○	7	【久万高原】星空（お城のプラネタリウム）	久万高原町	1時間	○	○	○	○	有(日本語)	天候のリスク ベースは天体 望遠鏡+プラ ネタリウム、 雨の場合プラ	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	14	12	独自性：お城の形をしたプラネタリウム 認知度：天候、宿泊の問題はあるがプロモーションは強化したい 安定性：天候不良の場合の代案としてのプラネタリウムがある点 顧客ニーズ：お城という日本文化がインバウンド向けな点		
○	8	【久万高原】面河古道ハイキング	久万高原町	2時間	○	○	○	○	有(日本語)	無し	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	0	1	1	1	1	1	9	12	独自性：そこまでの独自性はない 認知度：歩くだけでインバウンドが呼べるか、組み合わせなどを検討してプロモーションが必要 安定性：天候に左右される 顧客ニーズ：ガイド同行可否により顧客満足度が左右される			
×	19	石鎚山スターナイトウォッチング	西条市	2時間	○	○	○	○	有り(日本語)	時期（現状週末かつ星望の条件が良い日に実施）	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	0	1	1	1	1	1	11	12	独自性：お手軽にRWで標高1300Mまで上がれ、星を眺めることができる 認知度：既に確立したコンテンツのため、磨き上げ内容は要検討 安定性：天候に左右される（雨だけでなく、ガスのリスクも） 顧客ニーズ：満足度も天候に左右される			
×	21	興雲寺 座禅&写経体験	西条市	2時間	○	○	○	○	有り(日本語)	未打診	1	2	0	1	0	1	0	0	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	10	12	独自性：日本の文化である座禅と写経を体験してもらおうが独自性はない 認知度：アウトドアフックにならないため、現状プロモーション予定なし 安定性：受け入れ・天候ともに問題なし			
×	22	瀬戸内海カヌー & Sup体験（休暇村東予）	西条市	2時間	○	○	○	○	有り(日本語)	天候リスク 安全面	0	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	0	1	1	1	1	1	9	12	独自性：瀬戸内海というエリアについては独自性がある 認知度：安全面、天候リスクを検討の上プロモーション予定 安定性：天候によって左右される 顧客ニーズ：瀬戸内海で体験することにおける満足度は高そうである			
×	23	仁淀川カヌー & Sup体験 & にこ淵見学	いの町	半日	○	○	○	×	有り(日本語)	にこ淵バス受 入れ	0	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	0	1	1	1	1	11	12	独自性：仁淀川というエリアについては独自性がある 認知度：仁淀カヌーは確立したコンテンツ、にこ淵との関連性も薄い 安定性：天候によって左右される 顧客ニーズ：仁淀川で体験することにおける満足度は高そうである			

○	24	久万高原天体観測館 星空観賞 ※7と同じ	久万高原町	1時間	○	○	○	○	○	有(日本語)	天候のリスクベースは天体望遠鏡+プラネタリウム、雨の場合プラ	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	14	12	独自性：お城の形をしたプラネタリウム 認知度： 安定性：天候不良の場合の代案としてのプラネタリウムがある点 顧客ニーズ：お城という日本文化がインバウンド向けな点
○	25	面河古道ハイキング ※8と同じ	久万高原町	2時間	○	○	○	○	○	有(日本語)	無し	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	0	1	1	1	1	1	9	12	独自性：そこまでの独自性はない 認知度： 安定性：天候に左右される 顧客ニーズ：ガイド同行可否により顧客満足度が左右される
×	27	いの町特産ジビエ料理 ※14と同じ	いの町	2時間	○	○	○	○	○	無し	コンテンツ未確定 食のみ？ 猟も？	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	12	12	独自性：獣害被害が多かったので上手くジビエに活用したことを地域おこし協力隊が移住し実施している 認知度：具体的なコンテンツは未想定。具体性を高めてからプロモーションが必要 安定性：天候に左右されない	
○	28	西条市の郷土料理・いも焼き ※4と同じ	西条市	2時間	○	△	△	○	○	無し	海苔のシーズン 事業者選定	1	1	1	1	1	1	0	0	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	9	12	独自性：西条特産の芋とうちめきで育てられた11種類の具材を使用 認知度：実施可否が定まっていないため、プロモーションも不確定 安定性：西条特産の芋を使用。継続的な供給が可能 顧客ニーズ：東アジア圏のインバウンド層の嗜好に合う味付け
×	14	【いの町】ジビエ料理	いの町	2時間	○	○	○	○	○	無し	コンテンツ未確定 食のみ？ 猟も？	2	2	1	1	1	2	0	0	2	1	1	1	2	2	1	1	1	11	11	独自性：獣害被害が多かったので上手くジビエに活用したことを地域おこし協力隊が移住し実施している 認知度：具体的なコンテンツは未想定。具体性を高めてからプロモーションが必要 安定性：天候に左右されない	
×	15	【西条・大川・いの町】サップ	西条市・大川村・いの町	3時間	○	○	○	×	×	有(日本語)	無し	0	2	1	2	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	9	11	独自性：清流でのSUP体験は独自性がある 認知度：清流SUPは良いが全国的に同様のコンテンツはある。全体のストーリーを検討の上プロモーションが必要 安定性：天候に左右される 顧客ニーズ：清流でのSUP体験は一定の満足度が期待できる
×	11	【大川村】星空観察	大川村	1時間	○	○	○	○	○	無し	コンテンツが未確立	1	1	0	2	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	2	1	1	5	9	独自性：特になし 認知度：コンテンツ、案内人、宿泊先が未確立のため、すぐのプロモーションは厳しいか 安定性：天候に左右される 顧客ニーズ：大川村ならではのものがほしい
×	16	うちめきウォーキング(市内散策)	西条市	2時間	○	○	○	○	○	有(日本語)	街中の散策 石鎚の自然感が少ない	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	9	独自性：全国でも稀な自噴地帯の伏流水 認知度：プロモーションは強化想定。少し地味なので何か仕掛けは必要 安定性：満足度を高めるにはガイド育成が必要 顧客ニーズ：自然を身近に体感できるコンテンツ
×	29	名水百選の水を使用したそば作り体験	西条市	半日	○	○	○	○	○	あり(日本語)	実施事業者未選定	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	9	9	独自性：うちめきの水を使っている 認知度：うちめきのみで差別化が図れるか不確か、実施事業者が不明確 安定性：天候に左右されない 顧客ニーズ：ストーリーはあるもののそば打ちという体験が一般的	
×	5	【西条】雪遊びin石鎚スキー場	西条市	半日	×	×	×	×	○	無し	実施が限定的	1	1	1	1	1	0	0	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	11	8	独自性：海から約2時間で行けるスキー場という地理的環境 認知度：スキー場側としてもコンテンツ・プロモーション不確定 安定性：天候が比較的安定している 顧客ニーズ：雪がない東アジア圏からのインバウンド需要はあると見込まれる	
×	13	【いの町】UFOライン雪上車体験→UFOラインとサイクリングとUFOライズ	いの町	3時間	×	×	×	×	△	有(日本語)	安定性に懸念 天候に左右される	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	2	2	1	2	7	0	独自性：全国的には雪上車に乗るコンテンツは存在する 認知度：安定性に欠け、供給のバランスが難しいため、整次第プロモーション促進予定 安定性：天候に左右される 顧客ニーズ：雪上車乗車は体験者には概ね好評		
○	26	いの町UFOライン(雪上車やE-BIKE)→UFOラインとサイクリングとUFOライズ ※13と同じ	いの町	3時間	×	×	×	×	△	有(日本語)	安定性に懸念 天候に左右される	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	2	2	1	2	8	0	独自性：全国的には雪上車に乗るコンテンツは存在する 認知度：安定性に欠け、供給のバランスが難しいため、整次第プロモーション促進予定 安定性：天候に左右される 顧客ニーズ：雪上車乗車は体験者には概ね好評		

3.4 滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売に対する助言ができる外国人専門家や外国人アドバイザー等を招請するモニターツアー・検討会の実施概要

10月3日～10月6日に滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売に対する助言ができる外国人専門家や外国人アドバイザー等を招請する第1回モニターツアー、10月6日に第2回ワークショップが開催された。モニターツアー・検討会にはそれぞれ有識者が参加し、専門的な観点より課題点を抽出した。

	モニターツアー日程		
	時間	場所	参加有識者
滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売に対する助言ができる外国人専門家や外国人アドバイザー等を招請する第1回モニターツアー	令和3年10月3日～6日	愛媛県西条市、久万高原町、高知県のいの町、大川村	・外国人専門家 1名 ・外国人アドバイザー 1名

	検討会日程			
	時間	場所	参加有識者	テーマ
滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売に対する助言ができる外国人専門家や外国人アドバイザー等を招請するモニターツアー後に実施した第2回ワークショップ	令和3年10月6日	西条市役所	・外国人専門家 1名 ・外国人アドバイザー 1名	滞在コンテンツの課題抽出のため、第1回モニターツアー被招請者からの意見抽出を行う



モニターツアーの様子

3.5 第1回モニターツアー結果助言を踏まえての滞在コンテンツの開発・磨き上げ内容

第2回ワークショップにて外国人専門家から得られた助言・課題・磨き上げの方向性を下記のとおり整理した上で、第2回モニターツアーを実施することとした。

【西条】石鎚神社参拝+成就ウォーキング

第1回モニターツアー後ワークショップで得た外国人専門家意見・検討結果をふまえ、石鎚神社と打ち合わせ実施

コンテンツの内容、課題、磨き上げの方向性等について事業者との検討内容	・コンテンツの内容自体は充実しており、逆に内容を絞らないといくらでも説明ができてしまう点が課題 ・外国語での説明方法について具体的にどういった形で行うかの検討が必要
------------------------------------	---



第1回モニターツアー実施後までにおける専門家からの助言等	・コンテンツの全体像がわかるものと、それぞれの場所を何を説明されるのかが事前にはわかるものが欲しい ・重点的に説明するポイントをもう少しコンパクトにしてほしい
第1回モニターツアー実施後までに得た課題や懸念事項	・東之川・西之川については文献が少なく、西条市の方々であってもその歴史を説明できる人材が少ない
磨き上げの方向性案	<p>【内容面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■概要・全体像説明 これから何を案内するかわかるものを用意し、石鎚神社・信仰の概要を説明 ■外国人専門家の意見通りの説明ポイント下記6つに絞る ①橋 ②ご神水 ③くさりの手すり④俣ら岡 ⑤展望台で見える景色 ⑥石鎚神社の全体像 ■東之川・西之川集落散策は当コンテンツの補足説明的なものとして、当コンテンツに吸収し、実際には立ち寄らない <p>【言語面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■概要・全体像説明と6つのポイントについて英語で書かれたものを用意し、現地到着前に参加者に事前に渡しておき、読んでおいてもらう ■形式はPDFで用意し、参加者のスマホに転送、もしくは紙ベースのものを渡す ■上記を作成するため、事前に株式会社説明を録音させて頂き、観光業者に英語にしてもらう ■現場においては、株式会社説明が日本語で説明、日本語ガイドが事前に渡した英語で書かれたもののどこを説明しているのかを指さすなどして、何の説明をしているのかを伝える
第2回モニターツアーで確認すべきポイント	<p>【内容面】上記磨き上げによって、コンテンツの主なポイントが分かりやすく伝わるかどうかの確認</p> <p>【言語面】参加者に事前に渡す英語表記の概要説明の見本を用意し、活用を実施しスムーズに案内ができるかの確認</p>

【西条】西条市内E-BIKEサイクリングと郷土料理

第1回モニターツアー後ワークショップで得た外国人専門家意見・検討結果をもみま、事業者と打ち合わせ実施	
コンテンツの内容、課題、磨き上げの方向性等について事業者との検討内容	見どころと距離のバランスを検討した上で、コースに合う魅力的な走行コースの検討



第1回モニターツアー実施後までに得た専門家からの助言等	コースを組み際のコンセプトとしては、「絶景」「美食」「ダムを目指す」という点がポイント。距離は30キロ〜40キロでも問題ない。
第1回モニターツアー実施後までに得た課題や懸念事項	・ 第1回モニターツアーのE-BIKE走行コース内容が魅力に欠ける点が課題。食についてもストーリー性を持たせる必要性
磨き上げの方向性等	<p>【内容面】 専門家からの助言である「絶景」「美食」「ダムを目指す」という要素を勘案し、E-BIKE走行コースは下記とする うちねま・伊賀乃神社・東宮・无之山・黒瀬ダム⇒みれあいの里（大洞の芋炊き）</p> <p>【言語面】 ■各ポイントの概要説明が英語で書かれたものを現地到着前に参加者に事前に渡しておき、読んでおいてもらう。 ■形式はPDFで用意し、参加者のスマホに転送、もしくは紙ベースのものを渡す ■言語対応については、自然、アクティビティ、食、景色が主要素なので、石臼参拝の様なしっかりした説明内容でなく、簡単な内容のもの</p>
第2回モニターツアーで確認すべきポイント	<p>【内容面】専門家からの助言である要素を含んでいるが、それが実際に商品として相応しいかどうかの確認 【言語面】参加者に事前に渡す英語表記の概要説明の見本を用意し、活用を実施しスムーズに案内ができるかの確認</p>

【久万高原町】四国カルスト サイクリング&ハイキング

第1回モニターツアー後ワークショップで得た外国人専門家意見・検討結果をもみま、事業者と打ち合わせ実施	
コンテンツの内容、課題、磨き上げの方向性等について事業者との検討内容	行程中に乳製品を買えたり、食べたりできる場所があるか、営業状況等の確認



第1回モニターツアー実施後までに得た専門家からの助言等	折角、牛が放牧されている観光地に来るのだから、その土地のものでなくともそれに近い形で乳製品（ソフトクリームやチーズケーキ）が食べれたり、買えたりする機会が欲しい。
第1回モニターツアー実施後までに得た課題や懸念事項	・ただサイクリング、ハイキングをするだけでは若干物足りない。
磨き上げの方向性等	<p>【内容面】 行程中に乳製品購入の時間を取る</p> <p>【言語面】 ■各ポイントの概要説明が英語で書かれたものを現地到着前に参加者に事前に渡しておき、読んでおいてもらう。 ■形式はPDFで用意し、参加者のスマホに転送、もしくは紙ベースのものを渡す ■言語対応については、自然、アクティビティ、食、景色が主要素なので、石臼参拝の様なしっかりした説明内容でなく、簡単な内容のもの</p>
第2回モニターツアーで確認すべきポイント	<p>【内容面】乳製品を提供する事業者の営業日・時間等詳細、購入できる具体的な商品内容についての確認 【言語面】参加者に事前に渡す英語表記の概要説明の見本を用意し、活用を実施しスムーズに案内ができるかの確認</p>

【大川村】田舎体験（こんにやくまたは豆腐作り体験）と大川牛バーベキュー

第1回モニターツアー後ワークショップで得た外国人専門家意見・検討結果をふまえ、事業者と打ち合わせ実施	
コンテンツの内容、課題、磨き上げの方向性等について事業者との検討内容	田舎体験（こんにやく、豆腐作り）の場所とバーベキューのタイムスケジュール調整とシナリオについて



第1回モニターツアー実施後までにおける専門家からの助言等	集落の歴史概要や語り継がれてきたストーリーについて現地でガイドからもう少し詳しい説明がないと、ただの田舎集落に来たというだけで、関心が湧かない。
第1回モニターツアー実施後までに得た課題や懸念事項	上記記載の集落についての説明内容の用意及び、コンテンツ全体のタイムスケジュール調整
磨き上げの方向性案	<p>【内容面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■集落の歴史概要（商品価値に値するレベルのもの）を用意の上、それを文字起こす作業が必要。 ■集落自体のストーリー及び、集落と大川牛を結びつけるストーリー両方の確認 ■田舎体験とバーベキューのタイムスケジュールを調整し、参加者にとってスムーズな行程作成（田舎体験のコンテンツの充実…こんにやく作りだけでなく、豆腐作り体験も） <p>【言語面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■各ポイントの概要説明が英語で書かれたものを現地到着前に参加者に事前に返しておき、読んでおいてもらう。 ■形式はPDFで用意し、参加者のスマホに転送、もしくは紙ベースのものを返す ■予めガイドが説明予定の概要を文字起こしておき、録音し、上記英語のものを用意する。
第2回モニターツアーで確認すべきポイント	<p>【内容面】上記磨き上げ方向性案の内容についての確認</p> <p>【言語面】参加者に事前に返す英語表記の概要説明の見本を用意し、活用を奨励しスムーズに案内ができるかの確認</p>

【いの町】土佐和紙つちわ制作体験と水・川のストーリー

第1回モニターツアー後ワークショップで得た外国人専門家意見・検討結果をふまえ、事業者と打ち合わせ実施	
コンテンツの内容、課題、磨き上げの方向性等について事業者との検討内容	事業者に関わる課題は特に見当たりなかったが、単なる紙漉き体験で終わらないよう、周辺の観光地との組み合わせによるストーリーの必要性が課題



第1回モニターツアー実施後までにおける専門家からの助言等	達成感があるコンテンツ、制作した和紙の持ち運びに難有り。年の説明は西暦で言って欲しい、家からの助言等
第1回モニターツアー実施後までに得た課題や懸念事項	単なる紙漉き体験で終わらせないための周辺観光地との組み合わせによるストーリー性が必要
磨き上げの方向性案	<p>【内容面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■外国人専門家からの助言に関する+αの工夫・改善 ■単なる紙漉き体験で終わらせないための周辺観光地（にこ湖、沈下橋）との組み合わせによってコンテンツ全体に水・川・紙のストーリーを持たせる <p>【言語面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■各ポイントの概要説明が英語で書かれたものを現地到着前に参加者に事前に返しておき、読んでおいてもらう。 ■形式はPDFで用意し、参加者のスマホに転送、もしくは紙ベースのものを返す ■予めガイドが説明予定の概要を文字起こしておき、録音し、上記英語のものを用意する。
第2回モニターツアーで確認すべきポイント	<p>【内容面】上記磨き上げ方向性案の内容についての確認、にこ湖、沈下橋、紙漉き体験のタイムスケジュール調整</p> <p>【言語面】参加者に事前に返す英語表記の概要説明の見本を用意し、活用を奨励しスムーズに案内ができるかの確認</p>

3.6 滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売等に関する助言ができる旅行会社等を招請するモニターツアー・検討会の実施概要

11月2日～11月5日に滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売等に関する助言ができる旅行会社等を招請する第2回モニターツアー、11月5日に第3回ワークショップが開催された。モニターツアー・検討会にはそれぞれ旅行会社等が参加し、専門的な観点より課題点を抽出した。

	モニターツアー日程		
	時間	場所	参加有識者
滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売に対する助言ができる旅行会社等を招請する第2回モニターツアー	令和3年11月2日～5日	愛媛県西条市、久万高原町、高知県の町、大川村	・旅行会社 2社

	検討会日程			
	時間	場所	参加有識者	テーマ
滞在コンテンツ企画・開発、受入環境及びその後の販売に対する助言ができる旅行会社等を招請するモニターツアー後に実施した第3回ワークショップ	令和3年11月5日	西条市役所	・旅行会社 2社	第2回モニターツアーで明らかになった課題や開発・磨きあげた滞在コンテンツについて、被招請者からの意見抽出をする。



モニターツアーの様子

【いの町】 UFOライン サイクリング&ハイキング とUFOライス

第1回モニターツアー後ワークショップで得た外国人専門家意見・検討結果をもとに、事業者と打ち合わせ実施

コンテンツの内容、課題、磨き上げの方向性等について事業者との検討内容	E-BIKEで走行するコースについて、発着地をどこにするのが要検討
------------------------------------	-----------------------------------



第1回モニターツアー実施後までに得た専門家からの助言等	E-BIKEのサイクリングコースは樹林帯を抜けたところだけ体験できるコースが良い。展望台から写真が取れる時間が欲しい。
第1回モニターツアー実施後までに得た課題や懸念事項	E-BIKEの発着地について、樹林帯を抜けたところでスタートできるかどうか道幅、安全性などの確認が必要
磨き上げの方向性案	<p>【内容面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ E-BIKEのサイクリングコースの発着場所の再検討 ■ 樹林帯のハイキングを組み込むことで、異なる絶景を体験でき、コンテンツに深みが増される <p>【言語面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 各ポイントの概要説明が英語で書かれたものを現地到着前に参加者に事前渡し、読んでおいてもらう。 ■ 形式はPDFで用意し、参加者のスマホに転送、もしくは紙ベースのものを渡す ■ 予めガイドが説明予定の概要を文字起こししておき、録音し、上記英語のものを用意する。
第2回モニターツアーで確認すべきポイント	<p>【内容面】E-BIKEの発着地の安全確認、樹林帯ハイキングの内容、所要時間、安全性</p> <p>【言語面】参加者に事前渡し英語表記の概要説明の見本を用意し、活用を奨励しスムーズに案内ができるかの確認</p>

3.7 第2回モニターツアー結果助言を踏まえての滞在コンテンツの更なる磨き上げ内容

第3回ワークショップにて旅行会社等から得られた助言より、造成した滞在コンテンツの開発・磨き上げの内容や方法等を下記のとおり整理し、滞在コンテンツの更なる磨き上げを実施した。

西条市

石鎚神社参拝+成就ウォーキング

第2回モニターツアーで得た旅行会社助言からの改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・前回 なかった 石鎚神社の境内の案内が良かった ・神社の御朱印やスタンプがあると記念になる ・言葉の問題があるので、紙などを通して説明があると良い ・成就ウォークでは、自然ガイドさんから植物の話など聞くことができとても勉強になった
---------------------------	---



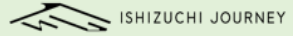
助言を受けて、コンテンツの内容、課題、磨き上げの改善方法等打ち合わせ内容	<ul style="list-style-type: none"> ・境内の案内は良かったが、ほろ貝は 口之宮本社（階段上がったところ）で行うのが良い ・成就ウォークでは、自然ガイドさんの人材育成が必要（人材不足）
--------------------------------------	--



磨き上げ実施内容	<ul style="list-style-type: none"> ・石鎚神社では、視場は入れる 案内板→くさび説明→ほろ貝→ご神水→日影道→鯉→境内の順番で案内する ・石鎚神社・信仰の概要説明、説明するポイントについて英語で書かれたものを用意する
----------	---

次年度以降の課題、改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・成就ウォークの自然ガイドの育成（英語・中国語までできるひとを人材としているのか、厳しさを考えている）
--------------	---

Supplementary Material ISHIZUCHI SHRINE VISIT & JOJU TRAIL HIKING TOUR



- ① 9:00 Meet at Iyo Saijo Station. Depart by taxi
- ② 9:15-10:45 Ishizuchi Shrine (Walk around the shrine, pray and observe a conch shell performance accompanied by a tour guide)
- ③ 10:45-11:30 Move to Ishizuchi Tozan Ropeway by taxi
- ④ 11:40-15:00 Take the Ishizuchi Mountain Ropeway for a round trip to Joju Trail. Visit Joju Shrine and have lunch at Shiraiishi Ryokan.
- ⑤ 15:00-15:50 Take a taxi from Ishizuchi Mountain Ropeway and head back to JR Iyo Saijo Station. Tour ends upon arrival at the station.

② ISHIZUCHI SHRINE



Conch Shell: It was the modern equivalent of a cell phone. The meaning of communication differed depending on how the shell was blown. In the past, conch shells were found in the Ishigaki and Miyako islands of Okinawa, but now they are only found in areas in Southeast Asia, such as the Philippines. The sound is produced using the movement of the lips. There are five steps in the scale using only the notes "do" and "so," and the high and low notes are combined to form a musical scale. There is a conch shell blowing test once a year. Those who can produce good sound are given the seventh grade, and those who receive a certain rank are also judged on whether their feelings are reflected in the blowing of the shell. Back in the Sengoku (Warring States) period, people used to play the conch shell when they went into battles, but as the times changed, people began to play it when they went into the mountain.

① ISHIZUCHI SHRINE WORSHIP

The worship of Ishizuchi began with the opening of the mountain by the well-known ascetic En no Ozunu. Since then, it became holy ground for mountain worshippers who consider the mountain itself a deity. The following three practices are found in the worshiping of the mountain.



Ishizuchi Shrine: The Ishizuchi Shrine is comprised of four structures: the Honsha main shrine, Joju-sha (Chugu) and Tsuchigoya-yohaiden, both of which are on the side of the mountain, and Chojo-sha (Okunomiya) at the top of Mt. Misen. The pilgrimage trail has three chains for ascetic practices: the first chain is 33 meters long, the second is 65, and the third is 68. They hang at an angle of about 60 to 70 degrees. There is no life harness when climbing. Records say that the chains were replaced 240 years ago because they were cut. There is no record of an earlier date, but there is a picture of a man climbing up the chain.



● **Shubatsu (Purification)**
To climb Mt. Ishizuchi, one must first purify oneself by entering the sea, a river, or a waterfall to remove impurities from the body and mind. This is called "shubatsu," or purification, the first step in purifying the human body.

● **Shugyo (Mountain asceticism)**
Next, one should wear white attire, which signifies purity. On the approach to the mountain top, there are three challenging chains, located across a total distance of about 230 meters, and a place for the ascetic practice of chains. When one hangs on to these chains over the steep rocky terrain, they give up evil thoughts and experience a state of selflessness.



● **Chinkon (Pacifying the soul)**
When one reaches the top of the mountain after this nearly life-threatening act of selflessness, they become one with nature and are touched by the heart of God. Their minds are soothed in the refreshing state of unity between God and humans. This state of being is called "chinkon."

Koi: You will see many colorful koi fish spinning in the pond. It's allowed to feed them. It is hard to get them to come out during the cold seasons, even if you clap your hands. They go around the ball fence in the pond.

The prayer etiquette at the shrine is as follows: bow twice, clap twice, bow once.



Misogi: In the old days, before climbing the mountain, people performed misogi, a form of waterfall purification, before reaching the top. Even today, people purify themselves before climbing the mountain and before festivals. Some people purify themselves for 20-30 minutes, while others do it sitting on a stone.

作成補助ツール

西条市

西条市内E-BIKEサイクリングと郷土料理

<p>第2回モニターツアーで得た旅行会社助言からの改善点</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドの案内の仕方（台湾のどこと比較して何倍ですか、比較した話し方をするとわかりやすい）や写真スポットがあつてほしい ・日本人は言わなくても伝わる部分があるが、外国人は説明がないとわからないのでガイドの案内は必要（歴史や、水を汲めることなど事前の案内） ・第1回モニターツアーにて専門家からの助言である「絶景」「美食」「ダムを日指す」という要素を勘案し、E-BIKE走行コースはうちみき・伊曾乃神社・東宮・鬼之山・黒瀬ダム→ふれあいの里（大鍋の宇炊き）で第2回モニターツアーを実施し、ダム湖が見えるところや雄大な景色が見えるところがハイライトだった
----------------------------------	---



<p>助言を受けて、コンテンツの内容、課題、聞き上げの改善方法等打ち合わせ内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドする際の案内の仕方の工夫や、スポットの案内、ガイドによる写真撮影を検討 ・サイクリングコースについては、第2回モニターツアーで実施したコース評価が高かったため、コースは「伊予西条駅→うちみき→伊曾乃神社→（中略）→黒瀬ダム→ふれあいの里→田園風景→龍神社（瀬戸内海望む）→伊予西条駅」で検討する。
---	---



<p>聞き上げ実施内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・サイクリング時にインスタ映えスポットの案内や、自分を撮影してほしいといった要望に応じる ・サイクリングコースについては、「伊予西条駅→うちみき→伊曾乃神社→（中略）→黒瀬ダム→ふれあいの里→田園風景→龍神社（瀬戸内海望む）→伊予西条駅」で実施する ・各ポイントの概要説明が英語で書かれたものを現地到着前に事前にあわせておき、読んでおいてもらう。
-----------------	---

<p>次年度以降の課題、改善点</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・一定レベルのガイド人材を確保できる持続的な派遣供給体制の構築
---------------------	---

Supplementary Material E-BIKE SAIJO CITY CYCLING & LOCAL CUISINE TASTING TOUR

- ①10:00 Gather at JR Iyo Saijo Station. Depart after tour brief
- ②10:00-12:00 JR Iyo Saijo Station → Uchinuki → Isono Shrine → Hokokuji Temple → Togu Shrine → Tonoyama → Kurose Dam → Ishizuchi Fureai no Sato
- ③12:00-13:30 Experience local cuisine at Ishizuchi Fureai no Sato and enjoy time with local communities
- ④13:30-16:00 Ishizuchi Fureai no Sato → Rural scenery → Ryu Shrine (View of the Seto Inland Sea) → JR Iyo Saijo Station

Attention!

- Please obey all all traffic rules for your safety and for others!
- Please do a quick warm up before you start cycling.
- Please don't carry many things while cycling. The lighter your bag is, the better.
- Please check if your bicycle lights, tires, brakes, and helmet are in good condition before starting the tour.

What to bring!

- Valuables ● Cell phone ● Rainwear ● Quick food/Snacks ● Drink
- Sunglasses ● Gloves ● ID ● Comfortable clothes & shoes

①UCHINUKI

Saijo City is blessed with countless gushing water spouting points called "Uchinuki," which can be found in various locations across the city. It is said that there are about 3,000 of those natural wells. In the past, people used to gush out underground water by hammering iron rods into the ground and placing bamboo cuts inside them to let the water out naturally. Locals used this method from the middle of the Edo period until around 1945. The origin of the name "Uchinuki" (coming from "uch" - to hammer, and "nuki" - to gush out) derives from this traditional method of gushing out underground water.



Nowadays, groundwater is extracted with the help of air chisels drilled in the ground through iron pipes. The amount of water gushing from Uchinuki is approximately 90,000 m3 per day. As the water maintains a relatively similar temperature throughout all seasons, it is widely used for domestic, agricultural, and industrial purposes. Uchinuki has been selected as one of Japan's 100 best water sources.

③TASTING "IMOTAKI"

Imotaki, a local dish of Ehime Prefecture, is made with chicken broth and it's a taste that you can't get tired of! The ingredients are grown with local Uchinuki water.



The custom of eating "imotaki" is said to have originated at local gatherings where residents would get together to talk, deepen their friendship, and offer newly harvested potatoes to the gods to pray for a good harvest during autumn festivals. During such gatherings, the locals would cook large pots of broth that included locally harvested potatoes and that's how the tradition is believed to have taken roots. Nowadays, many locals eat "imotaki" when they gather near the river for moon viewing in autumn.

作成補助ツール

いの町

土佐和紙うちわ制作体験と水・川のストーリー

<p>第2回モニターツアーで 得た旅行会社助産からの 改善点</p>	<ul style="list-style-type: none"> -台湾ではうちわまで作る体験できない -うちわなど自分で使えるものが体験できて良かった -浴衣を着れたら良かった
<p>助産を受けて、 コンテンツの内容、課題、 臨場感の改善方法等打ち合わせ内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> -浴衣を着れたらというコメントが第2回モニター後にあったので、夏のプログラムとして検討しても良いがもしれません。
<p>臨場感実施内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> -各ポイントの概要説明が英語で書かれたものを現地到着前に事前にわたしておき、読んでもらう。 -にこ酒・沈下橋との組み合わせによってコンテンツ全体に水・川・紙のストーリーを持たせる
<p>次年度以降の課題、 改善点</p>	<ul style="list-style-type: none"> -重要度は高くはないが、浴衣がレンタルできるお店のリスト

Supplementary Material
TOSA WASHI PAPER FAN-MAKING EXPERIENCE & LEARNING ABOUT LOCAL RIVERS AND WATER

- ① 9:00 Meet at JR Kochi Station. Depart to next destination by taxi
- ② 10:30-11:15 Nikobuchi
- ③ 12:00-12:15 Nagoya Submergible Bridge
- ④ 12:20-14:30 Tosa Washi fan-making experience at QRAUD Tosawashi Kougeimura. Lunch & free time
- ⑤ 14:30-15:10 Depart to JR Kochi Station by taxi. Tour ends at the station

① Tosa Washi fan-making experience (40 min)

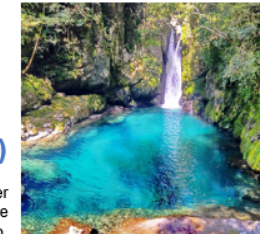


The primary raw materials used in making Tosa Washi are plants known as *kozo*, *mitsumata*, and *gampi*. To make a paper fan, start by rolling up a piece of Tosa washi and tying it with rubber bands. Choose your favorite color dye and dip the paper in. Be careful not to get stained as the dye can't be washed off your clothes. Use a pencil to sketch out the shape of the fan on the Tosa Washi and cut it with scissors according to the shape. Paste the Tosa Washi onto the frame. To prevent it from peeling off from the frame, glue the edges of the fan as well.

Last updated: Jan 2022 作成補助ツール



② Nikobuchi



Scan the QR code to watch a video of Nikobuchi (Ino Town official website)

Nikobuchi is a tributary of the clear Niyodo River, which is known as "Niyodo Blue" for its beautiful and clear blue color. When all conditions, such as the amount of sunlight, light angle, and time of the day, are met, the sight is otherworldly!

However, the path to Nikobuchi is narrow and steep, and that same path has to be climbed on the way back, so please proceed with care. Please wear comfortable shoes as the road is slippery (heels or sandals are not recommended).

Last but not least, please be reminded that this place is considered sacred, the home of a giant snake believed to be an incarnation of the water gods. Due to its sacred nature, locals don't visit here often. Please observe good manners and refrain from speaking loudly, entering the water, eating, drinking, or throwing any kind of waste in it.

③ Nagoya Submergible Bridge



The Nagoya Submergible Bridge is the furthest downstream bridge of the six submergible bridges spanning the mainstream of the Niyodo River. It's also the closest one to Kochi City. The bridge is used regularly by residents and sometimes you can even see canoes passing by.

Since it's possible to capture both sides of the bridge, it's also a popular photo spot. However, as cars are passing by regularly, be careful of your safety and traffic when taking photos.

4. 滞在コンテンツの販売

4.1 販売戦略の策定/販売戦略の実施概要

造成された滞在コンテンツの販売を、事業実施中1か月以上の販売期間を設けて実施し、開発・磨き上げられた各滞在コンテンツの販売にかかる内容を検討し、策定された販売戦略に沿って、販売を実施する販売事業者の、実施にかかる調整を実施した。

	検討会日程			
	時間	場所	参加有識者	テーマ
販売戦略・次年度販売戦略についてのワークショップ	令和3年 12月16日	西条 市役所	・外国人専門家 1名	造成したコンテンツの販売戦略策定及び次年度販売戦略についての検討を実施。英語版作成に向けたコンテンツタリフシート内容の共有、商品販売計画及び今後の取組や課題を共有し造成した6つのコンテンツのOTA掲載について、確認した。

4.2 結果を踏まえての今後の戦略整理

■商品の販売計画、商品販売における現状と課題、商品販売の方針

■商品販売における現状と課題

商品販売における現状と課題は、以下大きく6つの課題感がある。
 まずは、販売資源は豊富にあるが、販売可能な商品が少ない、そして、いしづちエリアのブランディングと「看板商品」化ができていない。また、商品を売るための独自の「販路」を持つことが出来ないことや、コロナ禍でインバウンドのターゲット設定が難しい。そして、PR方法が見いだせていないため、商品化しても営業するための人材が少ないなどがあげられる。本来、台湾において商談会をすることができるがコロナの影響によりプロモーションができていない。しかしながら、地域の連携受入体制などはいしづちエリアに限ったことではない。

- 販売可能な**商品**が少ない ※観光資源は豊富
- ブランディングと「**看板商品**」化が出来ていない
- 独自の「**販路**」を持つことが出来ていない
- コロナ禍で、**ターゲット**設定が難しい
- 効果の高い**PR**方法が見いだせていない
- 商品化、営業するための**人材**が少ない

その他にも、、、
 地域（事業者）連携、受入体制など

■商品販売の方針

訪日外国人旅行者のための商品造成には、ソラヤマいしづちだけが商品造成を行うのではなく、今回のように4市町村（地域のみんな）で一緒になって商品造成を行い、互いの課題など協議し、知恵を出し合って良い商品造成を行うことが引き続き重要である。

BtoC BtoB（toC）の両方取り組む必要がある。OTA等で商品を掲載すると売れるというのは現状、難しいがWEBで売ることが重要である。そのためにも旅行会社・メディアと連携し幅広く売っていくことが重要である。

1. 「外国人」向け商品の企画造成
⇒今回のようにいしづちエリア4市町村（地域のみんな）で商品造成に関わっていく体制を継続していく
2. 「BtoC」と「BtoB（toC）」の両方に取組む
⇒WEBだけの販売からの脱却
3. 販路となるOTAや旅行会社との**連携**強化
⇒信頼関係構築を目指す

※但し、新型コロナウイルスの影響を踏まえ対応する

■第4回ワークショップ/今後の取り組み

■BtoB（toC）の取り組み

今後の取組みは、4月以降コロナの状況が良くなっていることを想定して実施していく内容である。まずは、ライオンラベルといった在日台湾人向け（在日外国人向け）旅行商品を扱っている旅行会社へ販路拡大のための営業が必要だと考えている。
 将来的には、クラブツーリズムといった日本の旅行会社へもコロナ収束後は想定している。

<4月以降の取組み>

本事業の成果も踏まえ、4月以降にBtoB向けの販路拡大営業を実施していく。

- クラブツーリズム
将来的 在日、在外外国人向け旅行商品
- LION TRAVEL
4月以降 在日台湾人向け旅行商品
将来的 在台湾人向け旅行商品

■販路拡大に向けての取り組み

4月以降は、LION TRAVELといった旅行会社に販路拡大に向けてオンライン商談会への参加やファミツアーの実施を行い、早いタイミングで海外訪問営業・PRを行う。2年間とまっているため、まずは信頼関係の構築が重要となる。いしづちエリアは、海外の人から見るとブランディングされているエリアではない。しかし、コロナの影響により日本中の地域が並んで一直線となっているのでこのタイミングで一気に追い抜ける可能性もある。どこの自治体よりも早く取組みが必要だと考える。

コロナ後を見据えた継続的な販路拡大への取組が重要

- （オンライン）商談会への参加 ※今すぐ出来る範囲で
⇒生の声を聞いて、**改善点**を確認
- ファミツアーの実施 ※出来る限り早い時期
⇒旅行会社・メディアに正しい**情報と知識**を提供
- 海外訪問営業・PR ※出来る限り早い時期
⇒旅行会社訪問による**信頼関係**構築

5 持続的な仕組みの検討

5.1 来年度以降のロードマップの作成



作成ロードマップ

●作成目的：ロードマップを作成することにより、令和4年4月以降もソラヤマいしづちを中心に、いしづちエリアに係る4市町村が引続き協力し、目標達成のための全体像を把握する

●取り組み内容：
 1、本事業で開発した6つのコンテンツを在中外国人をはじめ外国人に販売していくために、インバウンドを取扱っている旅行会社へ商談を行う。
 2、本事業で開発した6つのコンテンツを旅行会社にモニターツアーで参加してもらい、春・夏・秋と季節を変えて商品化・価格設定などの意見交換を行い更なる磨きあげを行う
 2、いしづちエリアに係る4市町村のWEBサイトにおいて、外国語対応の整理を行い、段階的に整備していく
 3、外国語対応を含めた人材育成を必要としているエリアは、自治体を通して外国語対応できる方や通訳案内士の基礎調査を行い状況把握をしたうえで、人材育成のプログラムを立てる

●スケジュール：令和4年4月～令和5年11月までに以上の取り組み内容を行う
 国連世界観光機関(UNWTO)は、今後の世界の海外旅行市場について、令和元年水準への回復を2024年以降と予測する専門家の割合が、令和3年9月の時点の45%から64%に増加したことを明らかにし、58%が令和4年中に、42%が令和5年から回復基調に向かうと予測したことから、ロードマップを令和5年5月～10月を販売の焦点としている。それ以降も販売は継続していく。

●目標：1ヶ月の販売45名×6つのコンテンツ ※コロナ収束後
 ※令和元年の愛媛県の国別来県数（台湾）が33,466名のため1割がいしづちエリアに来ることを想定。そのうち、6つのエリアを平均的に利用することを想定し、12ヶ月あたりの利用を算出した。

●課題：
 1、受入体制 →外国語対応ができる人材をまずは自治体・事業者と連携して基礎調査より行う必要がある。
 2、商品化 →ターゲットと競合を意識した製品化と価格の付与。コロナにより旅行形態も変化している、観光庁において「小規模分散型ツアー」を推奨しているため、各旅行会社の方針にあった商品と価格が求められる。
 3、販路開拓 →連携する旅行会社や連携企業を開拓し、関係を構築していく
 4、ブランディング →本事業で開発した6つのコンテンツを看板商品として、いしづちエリアの知名度が低い。

6. 事業成果

6.1 事業目標に対する成果

アウトプットの目標「造成コンテンツ数」5件以上に対し6件となり達成した。
アウトカムは令和4年3月時点販売実績は0である。

	項目	目標	実績 (4年3月末時点)
アウトプット	造成コンテンツ数	5以上	6
アウトカム	・ 令和3年度中に滞在型コンテンツを販売する際の参加者数 ・ 販売金額	・ 50名 ・ 1,250,000円	・ 0名 ・ 0円

6.2 コンテンツの造成方針

コンテンツの造成方針を以下の通りとし、商品造成を行った。

	当初	最終	変更理由
ターゲット	アジア市場の体験型コンテンツに関心が高い訪日リピーター層	台湾の体験型コンテンツに関心が高い訪日リピーター層	ターゲットの詳細化によるもの
観光資源	西日本最高峰の石鎚山と瀬戸内海の両面の強みを活かす「ネイチャーアクティビティ」と、良質な地下水と土壌に育まれた地域の独自の「食」	西日本最高峰の石鎚山と瀬戸内海の両面の強みを活かす「ネイチャーアクティビティ」と、良質な地下水と土壌に育まれた地域の独自の「食」	変更なし

6.3 造成したコンテンツの高付加価値化・地域ならではのポイント

ネイチャーアクティビティと、地域の独自の「食」を組み合わせた滞在型コンテンツ及びパッケージ商品の造成。

6.4 造成されたコンテンツ

造成コンテンツの一例を以下に示す。

西条市内E-BIKEサイクリングと郷土料理 (愛媛県西条市)

事業実施前に地域が抱えていた課題

見どころと距離のバランスを検討した上で、ニーズに合う魅力的な走行コースの検討

課題解決に向けた打ち手

専門家からの助言である「絶景」「美食」「ダムを目指す」という要素を勘案し、当コンテンツの磨き上げを実施。

磨き上げ内容

【内容面】

- 専門家からの助言である「絶景」「美食」「ダムを目指す」という要素を勘案し、E-BIKE走行コースとした。うちぬき・伊曾乃神社・東宮・鬼之山・黒瀬ダム→ふれあいの里 (大鍋の羊炊き)

【言語面】

- 各ポイントの概要説明が英語で書かれたものを現地到着前に参加者に事前に渡しておき、読んでおいてもらう。

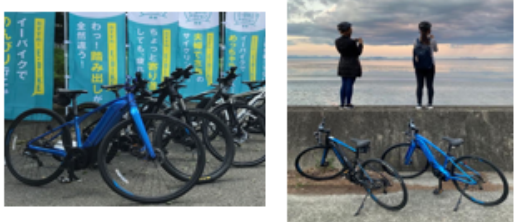
コンテンツを活かした商品概要

○概要 四国最高峰の石鎚山の麓、西条市には自然豊かな感動の風景が点在しています。「うちぬき」と呼ばれる自噴水が湧き出る市街地、石鎚山系の勇壮な山々の風景、溪谷を流れる青く澄みきった水の風景など、サイクリングガイドと一緒にE-BIKEで楽しめます。

○料金 ■ 価格(税抜)
¥18,000JPY【JR伊予西条駅集合・解散】

○対応言語 通訳ガイドなし、言語補完ツールあり

○所要時間 約6時間



石鎚神社参拝+成就ウォーキング (愛媛県西条市)

事業実施前に地域が抱えていた課題

・ コンテンツの内容自体は充実しており、逆に内容を絞らないといくらかでも説明ができてしまう点が課題
・ 外国語での説明方法について具体的にどういった形で行うのか検討が必要

課題解決に向けた打ち手

下記専門家助言をふまえ、当コンテンツの磨き上げを実施。
・ コンテンツの全体像がわかるものと、それぞれの場所での何を説明されるかが事前にわかるものが欲しい
・ 重点的に説明するポイントをもう少しコンパクトにしてほしい

磨き上げ内容

【内容面】

- 概要・全体像説明 これから何を案内するかわかるものを用意し、石鎚神社・信仰の概要を説明
- 外国人専門家の意見から説明ポイントを絞る

【言語面】

- 概要・全体像説明と6つのポイントについて英語で書かれたものを用意し、現地到着前に参加者に事前に渡しておき、読んでおいてもらう。
- 現場においては、権宮司が日本語で説明、日本語ガイドが事前に渡した英語で書かれたものどこを説明しているのかを指さすなどして、何の説明をしているのかを伝える。


コンテンツを活かした商品概要

○概要 石鎚山は西日本最高峰で古くから山岳信仰(修験道)の山として多くの人々に知られ、霊峰石鎚山とも呼ばれています。そうした石鎚信仰のストーリー性に思いをはせながら、ガイドが参道を案内、神職による昇殿参拝を行います。

○料金 ■ 価格(税抜)
¥15,000JPY【現地集合・解散プラン】
¥30,000JPY【JR伊予西条駅タクシープラン】

○対応言語 通訳ガイドなし、言語補完ツールあり

○所要時間 約7時間



当事業にて造成されたコンテンツ一覧は下記のとおり

NO	地域名	新規	コンテンツの名称	概要	高付加価値・地域ならではのポイント
1	西条市	✓	石鎚神社参拝+成就ウォーキング	石鎚山は西日本最高峰で古くから山岳信仰（修験道）の山として多くの人々に知られ、霊峰石鎚山とも呼ばれています。そうした石鎚信仰のストーリー性に思いをはせながら、ガイドが参道を案内、神職による昇殿参拝を行います。	石鎚山は、四国山地西部に位置する西日本最高峰（1,982m）で、山頂まで豊かな植生を育むパワースポットです。西条市と久万高原町の境界にあり、古くから山岳信仰の山として多くの人々から、篤い崇敬を受けています。また、日本百名山、日本百景、日本七霊山のひとつとされ、石鎚山脈の中心的な山であり、国定公園にも指定されています。
2	西条市	✓	西条市内E-BIKEサイクリングと郷土料理	四国最高峰の石鎚山の麓、西条市には自然豊かな感動の風景が点在しています。「うちぬき」と呼ばれる自噴水が湧き出る市街地、石鎚山系の勇壮な山々の風景、渓谷を流れる青く澄みきった水の風景など、サイクリングガイドと一緒にE-BIKEで楽しめます。	西条市は「うちぬき」と呼ばれる地下水の自噴井が広範囲にあり、おいしい地下水が飲める水の都です。市内ではペットボトルやポリタンクを手に、水を汲みに来る人々の姿が毎日のように見かけられます。石鎚連峰から流れる伏流水が地下に満ちているため、地面に杭を打ち込むと、圧力を受けて地下水が自然に吹き出してきました。江戸時代中期から、この工法によっておいしくて安全な水を確保してきました。その数は約3,000本とも言われ、市内中心部では今でも水道施設がなく、この水を飲用水・生活用水として利用しています。
3	久万高原町	✓	四国カルスト サイクリング&ハイキング	台湾メーカー「GIANT」のE-BIKEを利用して、四国カルストをサイクリングとハイキングのどちらも楽しめる欲張りコースです。久万高原では可愛い牛たちにも出会え、名物のアイスクリームまたはミルクが味わえます。	東西約25kmにおよぶカルスト台地で、日本三大カルストのひとつ。3つの中では最も標高の高い場所にあり、高原の雄大な景色や珍しい高原植物を楽しむことができます。白い岩肌の石灰岩、緑の草原、放牧された牛たちが織りなす牧歌的な風景は「日本のスイス」とも称され、訪れる人々を癒してくれます。晴れた日にはどこまでも続く四国連山が一望でき、雲の上の大パノラマが広がります。
4	大川村	✓	大川村田舎体験（こんにゃく体験）と大川牛バーベキュー	元日本一人口の少ない村・大川村の井野川集落現地の方と村の素朴な田舎体験。こんにゃく作り体験をお楽しみ頂きます。大川村特産の大川黒牛のバーベキュー。柔らかい肉質と上品な脂の旨味が特徴です。	四国山地の中央部、高知県の最北端に位置する吉野川流域の水と緑に恵まれた村。村土の約93%が山林。人口約400人。離島を除いて全国で最も人口の少ない村。主要産業は林業、畜産業（土佐はちぎん地鶏、大川黒牛）
5	いの町	✓	土佐和紙うちわ制作体験と水・川のストーリー	土佐和紙は高知を代表する伝統工芸品。自ら紙を漉き、土佐和紙で工芸品を作りましょう。清流仁淀川の支流にある「にこ淵」や印象的な風景で知られる沈下橋の見学もします。	いの町は、高知県の中央部に位置し、土佐和紙発祥の地として四国で最も透明度の高い仁淀川の美しい流れとともに育まれてきました。また、歴史的商家の町並みや土佐和紙など素晴らしい観光資源を有するとともに、四国随一の規模を誇る「程野の滝」など、四季折々の自然が織りなす美しい風景や棚田などの自然も広がっています。
6	いの町	✓	UFOライン サイクリング&ハイキング と UFOライス	四国の尾根を貫くUFOライン。空まで伸びていくような山岳道路の一本道をEバイクで走ります。名物UFOライスをご賞味頂いた後、瓶ヶ森ハイキングで更なる絶景をお楽しみいただきます。	いの町は、高知県の中央部に位置し、石鎚国定公園に指定されている瓶ヶ森や寒風山をはじめとして山・川の豊かな自然に恵まれています。UFOライン直下の標高1,100m付近には、日本三大暴れ川に数えられる吉野川の源流点を有しています。また、歴史的商家の町並みや土佐和紙など素晴らしい観光資源を有するとともに、四国随一の規模を誇る「程野の滝」など、四季折々の自然が織りなす美しい風景や棚田などの自然も広がっています。