

四国運輸局 御中

令和4年度

**訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金事業
東アジア向けインバウンド商談会in四国2022**

業務報告書

2023年3月10日

一般社団法人四国ツーリズム創造機構

目 次

1	業務概要	2
1.	事業の件名	2
2.	事業の概要	2
3.	業務内容	2
4.	履行期間	2
2	業務の実施	3
1.	インバウンド商談会の実施	3
(1)	実施概要	3
(2)	招請者の選定	3
(3)	四国側商談会参加者	4
(4)	インバウンド商談会の実施	5
(5)	意見交換会の実施	8
2.	アンケートの実施・集約および検証	9
(1)	アンケートの実施	9
(2)	今後の展望	13
3.	旅行商品造成	14
3	目標と成果指標の整理	19

1. 事業の件名

令和4年度訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金事業 東アジア向けインバウンド商談会 in 四国2022 委託業務

2. 事業の概要

(1) 事業の目的

コロナ終息後に、四国への来訪が早く回復する見込みの東アジア市場をターゲットに、在日のランドオペレーター（日本国内に支店がある場合は海外旅行エージェントも含む）および OTA を招請し、四国域内のホテル、旅館、観光施設、交通事業者等の観光関連・運輸事業者とのインバウンド商談会を行う。コロナ禍により長い間凍結期間が続いている状況の中で、入国制限の緩和が見込まれた際に、現地旅行会社とのホットラインを持つ在日のランドオペレーターやOTA等を通じた情報収集が想定されることから、リアル商談会により在日のランドオペレーターや海外旅行社との関係再構築を図ることにより、いち早い四国への来訪回復に向けた流通環境整備を目指す。

(2) 実施主体

一般社団法人四国ツーリズム創造機構

(3) 対象市場

○東アジア市場

・台湾（最重点） ・香港（最重点） ・中国（重点） ・韓国（重点）

(4) 対象属性

訪日リピーター層、FIT層（家族、カップル）、20～30代の最大ボリューム層、四国の空港へ直行便を利用して流入する層

(5) 招請者

・対象市場に強い在日の海外旅行会社及びランドオペレーター
・OTA

(6) 連携先

徳島県、香川県、愛媛県、高知県、四国内の地域連携DMO

3. 業務内容

(1) インバウンド商談会の実施

ランドオペレーター、海外旅行会社等と四国の観光関係者が個別の情報交換を行える商談会を開催するために、企画調整、国内観光関係者の参加者募集・周知及び会場設営・進行等の運営を行う。商談会を通じてリアルな声を聞くことで、今後の訪日旅行回復に向けた観光コンテンツの磨き上げや、流通環境整備につなげていく。

(2) アンケートの実施・集約および検証

今後の事業方針策定に反映させるため、(1)の業務においてアンケートを実施し、分析したうえで、今後の活用展望についても記載すること。またアンケート内容に関しては事前に委託者と協議のうえ決定する。

(3) 旅行商品造成

事業を通じて、対象市場に訴求力が高く、かつ新たな生活様式（ニューノーマル）に沿った旅行商品を造成する。

4. 履行期間

契約日から 2023年3月10日(金)まで

1. インバウンド商談会の実施

在日ランドオペレーター及び海外旅行会社等と四国の観光関係者を対象とした商談会を以下のとおり開催した。

(1) 実施概要

名 称 : 東アジア向けインバウンド商談会in四国 2022
 日 時 : 2022年11月2日(水) 13:00～18:00 (12:30 受付開始)
 会 場 : 高松シンボルタワー ホール棟1階 展示場
 参加者 : 59社 (出展事業者: 16社、地域招聘者: 43社/団体)
 主 催 : 一般社団法人四国ツーリズム創造機構

(2) 招請者の選定

東アジア市場の「受入実績が大きい」、または「メインターゲットとしている」ことを前提に旅館ホテル、空港会社等民間企業にヒアリングを行い希望の多かった旅行会社等エージェント及びOTAをリスト化し、それを基に招請者の選定を行った。

招請者は以下のとおりである。なお、招請者は全て日本在住者であるため通訳や翻訳業務は発生していない。

【招請者（出展者）一覧】

No.	社名	業種
1	ATS Tour株式会社	ランドオペレーター
2	株式会社 HANATOUR JAPAN	旅行会社
3	株式会社JTBグローバルマーケティング＆トラベル	ランドオペレーター
4	Klook Travel Technology Limited	OTA
5	株式会社 Trip.com International Travel Japan	OTA
6	株式会社エイチ・アイ・エス 訪日旅行営業本部	旅行会社
7	株式会社ジーリーメディアグループ（ラーチーゴー！）	OTA
8	株式会社ジェイテック	ランドオペレーター
9	株式会社ジャルパック	旅行会社
10	株式会社すぎやまクリエイト	ランドオペレーター
11	ビッグホリデーインターナショナル株式会社	ランドオペレーター
12	株式会社フリープラス	ランドオペレーター
13	株式会社モードツアー・ジャパン	旅行会社
14	株式会社リレイク（四国ガイド）	ランドオペレーター
15	一般社団法人地域創生インバウンド協議会 （『富裕層向け旅行コンシェルジュサービス』実証事業）	旅行会社
16	東南旅行社股份有限公司	旅行会社

※アルファベット及び五十音順

(3) 四国側商談会参加者

商談会参加者の募集にあたっては、新型コロナ対策として当日の受付における混雑を回避するために、オンライン上で事前に予約受付を実施した。当日は43社/団体に参加いただいた。

・オンライン予約管理システム「Reserva(レゼルバ)」

URL…<https://reserva.be/eventsite>



【行政・団体】

No.	団体名
1	徳島県
2	愛媛県
3	公益社団法人香川県観光協会
4	公益財団法人高松観光コンベンション・ビューロー
5	一般社団法人愛媛県観光物産協会
6	一般社団法人鳴門市うずしお観光協会
7	一般社団法人高知県東部観光協議会
8	公益財団法人高知県観光コンベンション協会
9	一般社団法人美馬観光ビューロー
10	一般社団法人イーストとくしま観光推進機構
11	一般社団法人愛媛県観光物産協会
12	一般社団法人物部川DMO協議会

【企業】

No.	企業名	No.	企業名
1	国際両備フェリー株式会社オーキッドホテル	17	四国旅客鉄道株式会社
2	株式会社レオマユニティー	18	株式会社しまなみ
3	新祖谷温泉ホテルかずら橋	19	株式会社ネオビエント
4	琴平グランドホテル	20	ホテル祖谷温泉
5	松山東急REIホテル	21	寒霞渓ロープウェイ
6	奥道後壺湯の守	22	ホテルセカンドステージ
7	WeBase 高松	23	屋形船なっとく
8	株式会社四国遍路	24	JRホテルクレメント高松
9	アオアヲナルトリゾート	25	ホテル椿館
10	株式会社グランドホテル	26	うづ乃家
11	TOMONARI株式会社	27	琴平バス株式会社
12	スカイレンタカー四国株式会社	28	ことひら温泉琴参閣
13	株式会社 穴吹トラベル	29	南レク株式会社
14	高松商運株式会社	30	瀬戸内アイランド・コンシェルジュ・サービス
15	株式会社高松空港	31	せとうち観光専門職短期大学
16	二十四の瞳映画村		

※順不同

(4) インバウンド商談会の実施

① プログラム

商談会の実施にあたっては、商談に十分な時間を確保するため商談1コマにつき12分間隔でプログラムを構成した。また、招請者への負担軽減のため、休憩時間を挟んだ前半・後半の2部性とした。

時分	分数	プログラム	内容
12:30	20'	受付開始	
12:50	10'	開会 主催者・来賓挨拶	一般社団法人四国ツーリズム創造機構 観光庁 / 四国運輸局から挨拶
13:00	117'	商談会① 【前半の部】	1コマあたり12分＋移動・小休憩3分 ※ローテーションで8ラウンド実施
14:57	18'	ブレイク	休憩
15:15	162'	商談会② 【後半の部】	1コマあたり12分＋移動・小休憩3分 ※ローテーションで11ラウンド実施
18:00		閉会	

商談は出展者（招請者）が着席し、四国側の参加者がブースを巡回する形式とした。各ラウンド終了時には司会者より終了と交替のアナウンスを行ない、時間遵守で実施した。

商談の順番は下表のように事前予約によりあらかじめ商談企業と時間を指定した状態で実施し混雑回避に努めた。

【参考】株式会社JTBグローバルマーケティング＆トラベル社予約リスト

ラウンド	予約時	商談団体/企業名
前半 の部	① 13:00～13:15	ホテル祖谷温泉
	② 13:15～13:30	琴平グランドホテル
	③ 13:30～13:45	公益財団法人高知県観光コンベンション協会
	④ 13:45～14:00	松山東急REIホテル
	⑤ 14:00～14:15	二十四の瞳映画村
	⑥ 14:15～14:30	四国旅客鉄道株式会社
	⑦ 14:30～14:45	高松商運
	⑧ 14:45～15:00	一般社団法人愛媛県観光物産協会
休憩	15:00～15:15	(休憩)
後半 の部	① 15:15～15:30	株式会社レオマユニティー
	② 15:30～15:45	株式会社四国遍路
	③ 15:45～16:00	TOMONARI株式会社
	④ 16:00～16:15	徳島県
	⑤ 16:15～16:30	WeBase 高松
	⑥ 16:30～16:45	株式会社ネオビエント
	⑦ 16:45～17:00	一般社団法人高知県東部観光協議会
	⑧ 17:00～17:15	奥道後湯の守
	⑨ 17:15～17:30	一般社団法人イーストとくしま観光推進機構
	⑩ 17:30～17:45	一般社団法人鳴門市うずしお観光協会
	⑪ 17:45～18:00	アオアヲナルリゾート

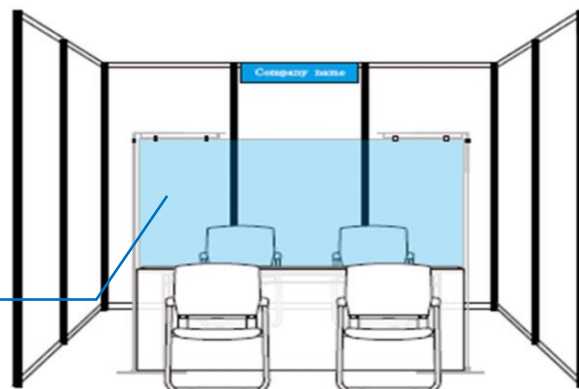
※事前予約で埋まっていないラウンドがある場合は当日会場内で商談企業を募った。

② 会場設営

商談は会場をブースごとに区切って実施した。
ブースは1出展者につき1ブース、計16ブースを会場内に配した。

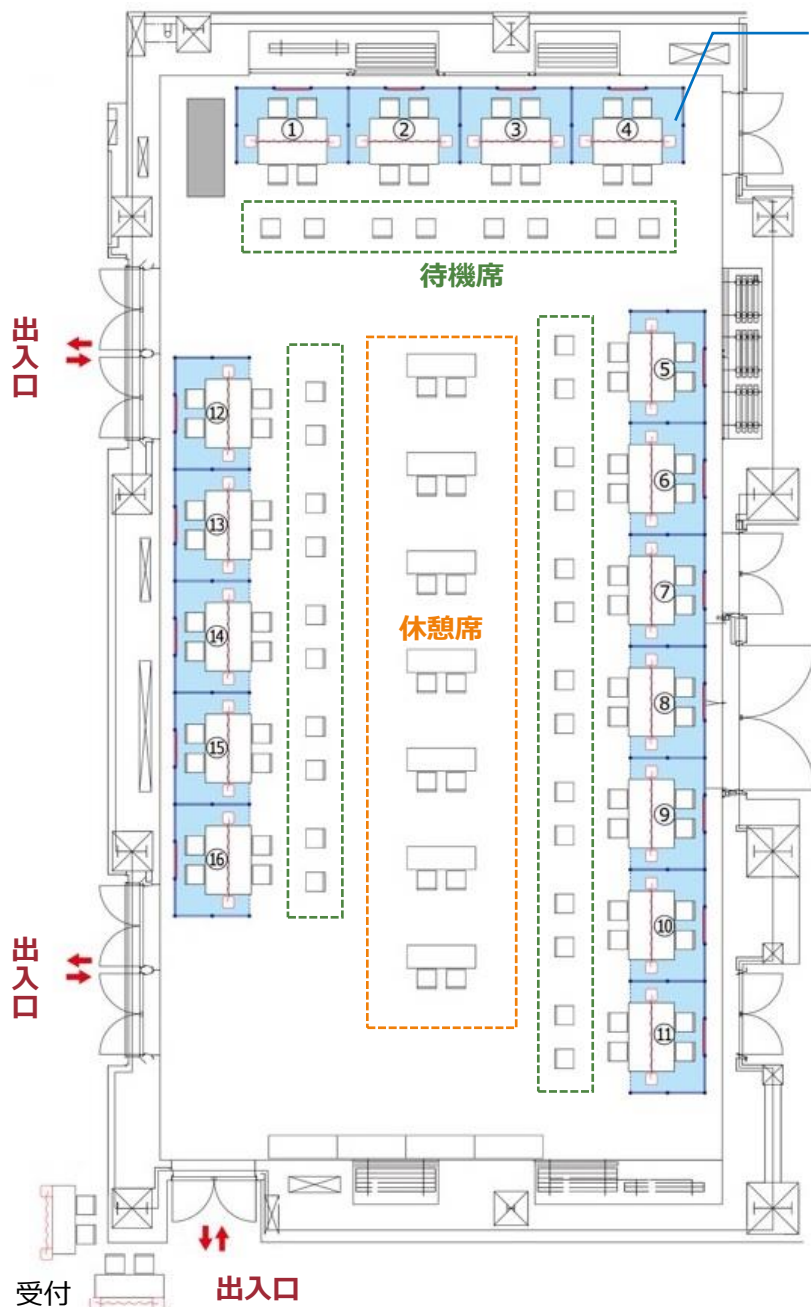
出展者と参加企業の間にはビニールカーテンを設置するなど、新型コロナウイルス感染対策にも配慮した。

ビニールカーテン



商談ブース

商談ブースでは出展者が奥側へ、参加企業が手前側へ着席した。次のラウンドの商談者や、空きラウンドで商談を希望する参加企業は待機席に着席するようにした。



会場装飾として以下のサインパネルを作成し、会場及び各ブースへ掲示した。

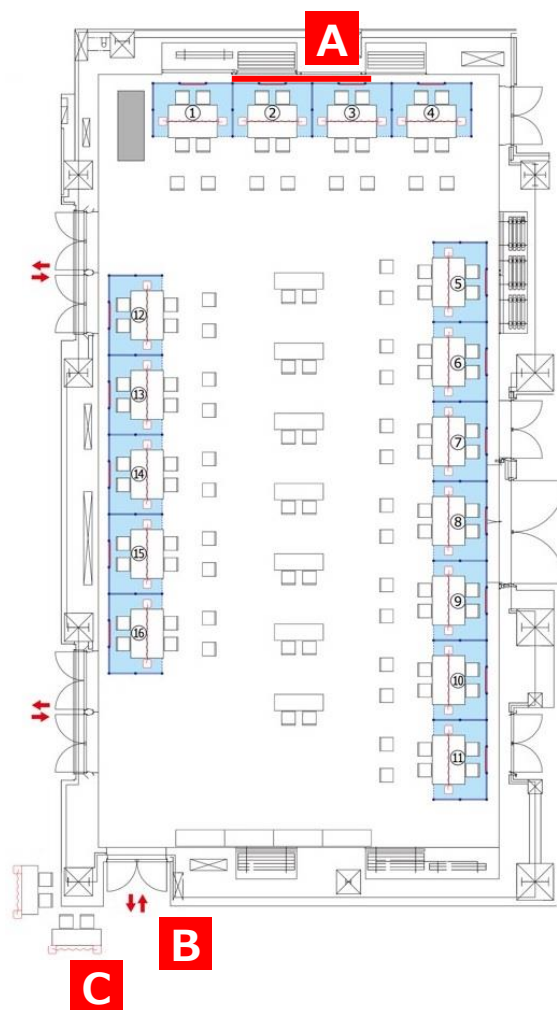
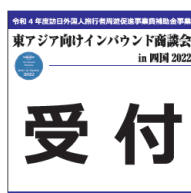
A : タイトルハンガー W5400×H600



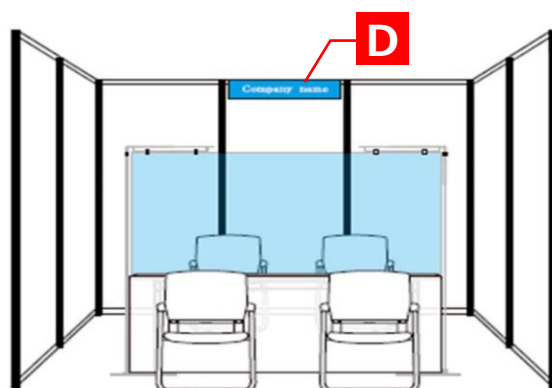
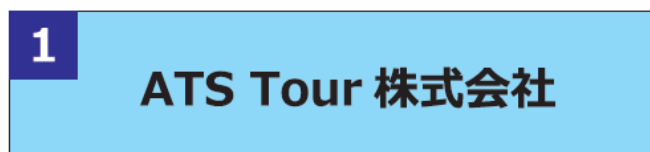
B : 入口サイン
W900×H1500



C : 受付サイン
W450×450



D : 社名サイン W900×H200



③ 実施の様子



(5) 意見交換会の実施

商談会終了後、出展者と四国側の観光事業者による意見交換会を開催した。本意見交換会は、昨年度事業「ワールドカフェin四国」で実施した来場者アンケートの中で、出展者（招請者）との意見交換の場を求める要望が多かったため実施に至った。

商談会で予約が取れなかった事業者間の意見交換ができたほか、互いの理解と交流を深める場になった。また商談だけでなく、四国観光の課題や今後のPR方法などについても活発な意見の交換ができた。

① 実施概要

名 称： 東アジア向けインバウンド商談会in四国 意見交換会
 日 時： 2022年11月2日(水) 19:00～21:00（18:30 受付開始）
 会 場： JRホテルクレメント高松 2階飛天
 参加者： 63名
 主 催： 一般社団法人四国ツーリズム創造機構

② 四国側参加者

【行政・団体】

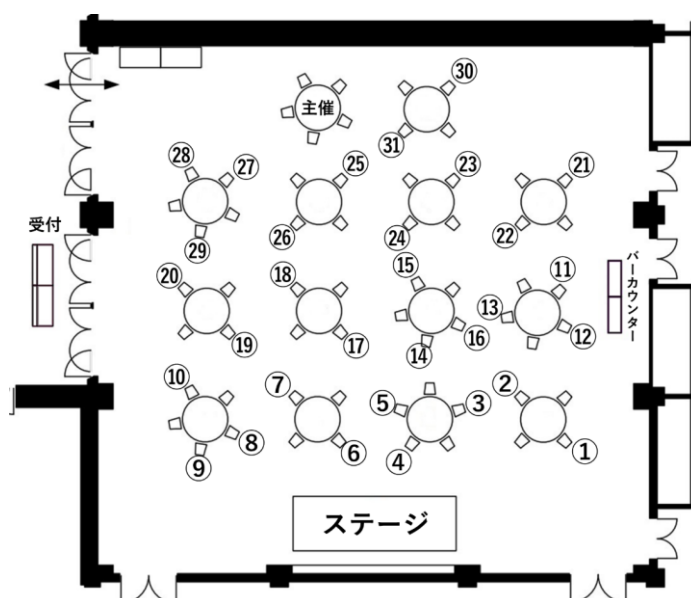
1	徳島県
2	公益社団法人香川県観光協会
3	一般社団法人鳴門市うずしお観光協会

【企業】

1	国際両備フェリー株式会社オーキッドホテル	10	四国旅客鉄道株式会社
2	新祖谷温泉ホテルかずら橋	11	ホテル祖谷温泉
3	松山東急REIホテル	12	寒霞渓ロープウェイ
4	奥道後壱湯の守	13	屋形船なっとく
5	WeBase 高松	14	JRホテルクレメント高松
6	アオアヲナルトリゾート	15	ホテル椿館
7	TOMONARI株式会社	16	うづ乃家
8	スカイレンタカー四国株式会社	17	せとうち観光専門職短期大学
9	株式会社 穴吹トラベル		

③ 会場レイアウト・実施の様子

四国側の参加者席は意見交換会当日、①～③の座席をくじ引きにより決めた。



2. アンケートの実施・集約および検証

今後の事業方針策定に反映させるため、商談会実施後に出展者を対象としたアンケートを実施した。

(1) アンケートの実施

① アンケート集約方法

出展者へのアンケートはMicrosoft Formsを使用し、オンラインで回答を集約した。

※(株)HANA TOUR JAPANはオンライン上で回答が得られなかったため電話による口頭での回答集約となった。

URL…<https://forms.office.com/r/VHew58ehpB>



② アンケートの質問項目と集約結果と分析

集約の結果、右のとおり回答数を集約できた。
質問項目と回答の結果、それに基づく分析は以下のとおりである。

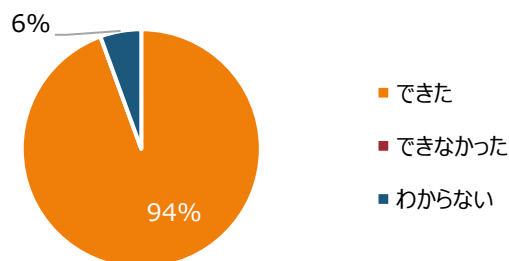
回答企業数	回答者数
16社	18名

問1.会社名をお答えください。【記述回答】

※P3に記載した「招請者（出展者）一覧」の全ての参加企業より回答を集約できた。

問2.今回の商談会で今後につながる商談ができましたか？【単数回答】

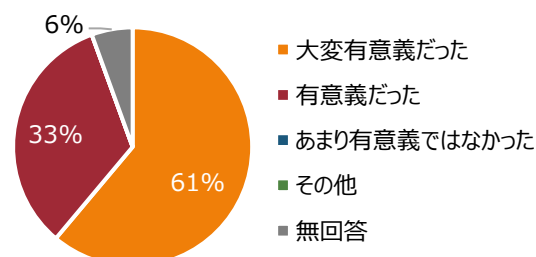
項目	回答数
いい商談ができた	17
できなかった	0
わからない	1
合計	18



ほとんどの出展者が「いい商談ができた」と回答し、満足度の高い会となったことがうかがえる。

問3.商談会の満足度をお答えください。【単数回答】

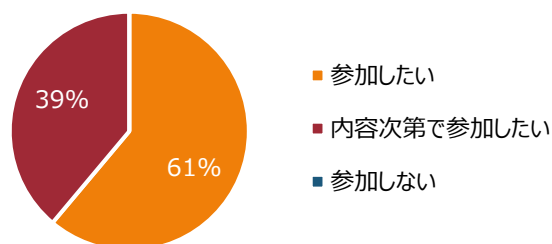
項目	回答数
大変有意義だった	11
有意義だった	6
あまり有意義ではなかった	0
その他	0
無回答	1
合計	18



ほとんどの出展者が「大変有意義だった」「有意義だった」と回答し、否定的な回答はなかった。

問4. 来年度も同様の商談会があれば参加したいですか？【単数回答】

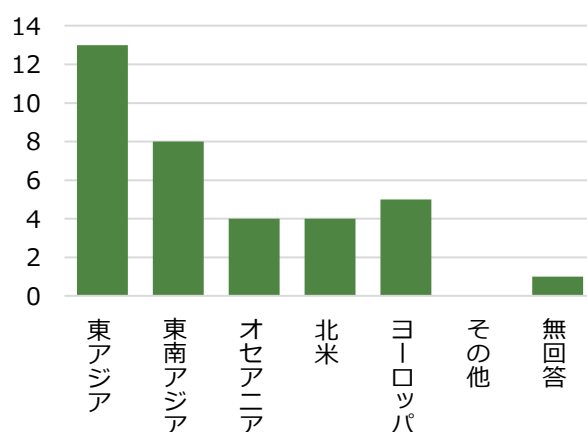
項目	回答数
参加したい	11
内容次第では参加したい	7
参加しない	0
合計	18



全ての出展者より次回商談会時も「参加したい」と回答があった。

問5. 来年度以降、どの市場向けの商談会開催を希望されますか。【複数回答可】

項目	回答数
東アジア	13
東南アジア	8
オセアニア	4
北米	4
ヨーロッパ	5
その他	0
無回答	1
合計	35



問6. 来年度の実施にあたって改善点があればお聞かせください。【記述回答】

【商談会実施前に関して】

- ・来場者リストを早めに共有してほしい。
- ・出席者リストをご共有いただきたい。

【商談会のタイムスケジュールについて】

- ・1社に対して、商談時間をもっと増やしていただけると幸いです。
- ・休憩時間をもっと欲しいです。今回かなりハードな商談になり、その場で事業者からの情報を消化できずに次の商談に入りました。
- ・休憩時間が少なく、全体の時間が長かったので、商談に集中できませんでした。
- ・時間を延長してでも、できる限り多くの事業者との面談機会を増やしていただきたい。
- ・数か所に5分程度の小休憩を挟んでいただくと、有難いと思いました。

【商談会の実施方法について】

- ・逆のパターンで、こちらは回る方とより多く業者様とお話ができるかもしれません。
- ・出展企業側にも事業紹介時間を設けて頂ければ、両社ともに得意な点を用いた、ディスカッションができるなと思いました！
- ・出展者側もマッチングに参加してより効率的に合う方と話がしたい。

【その他】

- ・観光モデルコースが入れてほしいです。

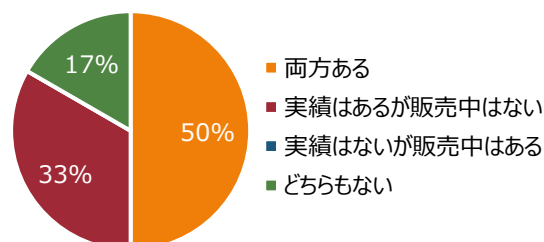
多くの出展者が当日のタイムスケジュール（主に休憩時間の少なさ）について言及しており、次回以降の実施の際には見直しが必要である。また、出展者側で商談相手を選定したいという意見も見られた。

問7.東アジアからの四国への誘客について、これから特にPRしていくべき点は何だと思われますか？
【記述回答】

- ・サイクリング、阿波踊り
- ・山と海がどちらも近い点。羽田から飛行機で行ける点。大阪からもバスで近い点。
- ・国ごとに行かれる場所は異なると思うので、国ごとに人気なところを現地で直接PRか、現地旅行会社に頼んでPRする。
- ・知名度、露出を増やすことだとも思います。
- ・自然を楽しむ方はあまりわからないですね。そしてグルメの情報ももっと知りたいです。
- ・香川のうどん打ち体験や愛媛のサイクリングなどそこでしかできない特別な体験やレンタカーを活用した周遊イメージ
- ・交通手段の提案
- ・これから団体から個人へシフトしていく傾向にあるので個人旅行向けの情報など
- ・自然、瀬戸内、地元民との交流
- ・高松空港がいち早く台北線が復活し、松山空港も合わせて復活することを期待しております。自然、体験型など魅力ある個所は沢山あると思います。
- ・うどん+温泉+路面電車はもっとPRしていくべきだと思います。
- ・自然絶景、グルメという台湾人・香港人に好まれる部分をもっとわかりやすくPRしていくべきだと思います。例を挙げますと、ホテル祖谷温泉様のインフィニティ風呂。こちらの写真は非常に分かりやすい、且つ、インパクトがあったため、メディアとして非常に興味を持ちました。このような形で、絶景・グルメでインパクトのある写真を、どんどんキービジュアルとして露出することで、四国への誘客（どちらかというと認知向上）に繋がると考えております。そもそも、台湾・香港市場において“四国”の認知度は、そこまで高くありません。ただし、今後それぞれの事業者様・自治体様がインパクトのある写真を活用して、露出回数を増やすことで、認知の定着・訪問意欲の醸成は簡単だと感じました。
- ・意外と広いので、FITのお客様には交通情報が大事かと思います。
- ・芸術、自然、グルメ
- ・自然、食、人
- ・エアーの直行があるかどうか
- ・各県またはDMOなどの積極的なかかわりによる認知拡大
- ・自然・文化 グルメ

問8.これまでに四国の商品の販売実績、または現在販売中の商品はありますか？【単数回答】

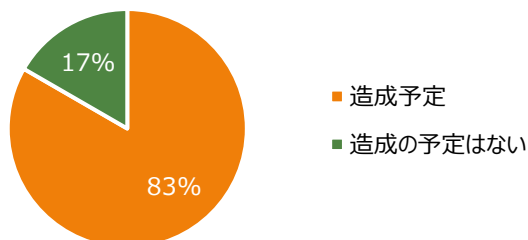
項目	回答数
販売実績、現在販売中の商品の両方ある	9
販売実績はあるが、現在販売中の商品はない	6
販売実績はないが、現在販売中の商品がある	0
どちらもない	3
合計	18



全ての出展者で販売実績があり、四国への需要の高さがうかがえる。

問9. 今後四国に関連した商品を作成する予定がありますか？（宿泊商品、交通商品、体験コンテンツなど種類は問いません）【単数回答】

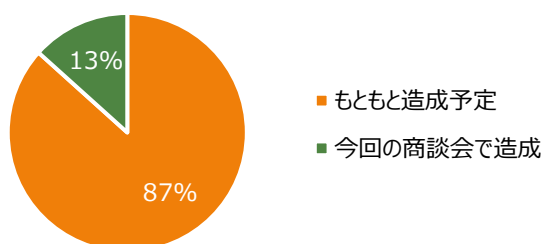
項目	回答数
作成予定	15
作成の予定はない	3
合計	18



全体の8割の出展者が「作成予定」と回答した。

問10. 今回の商談会で作成することを決めましたか？ 以前から作成予定でしたか？【単数回答】
※問9で「作成予定」と回答した方のみ対象

項目	回答数
もともと作成予定だった	13
今回の商談会を通じて作成することを決めた	2
合計	15



ランドオペレーター1社とOTA1社が「今回の商談会を通じて作成することを決めた」と回答した。

問11. その他、商談会や四国商品の作成についてコメントやご不明点があればご記載ください。【記述回答】

- ・ご招待頂きありがとうございました！とても有意義な時間を過ごせました。引き続きどうぞ宜しくお願い申し上げます。
- ・各事業者様と名刺交換させていただきました。引き続きよろしくお願いいたします
- ・現地の方のお話を聞いてとても役に立つ情報頂きました。ありがとうございました。
- ・本州と四国、四国と九州のモデルルートがあれば助かります。

【総括】

＜商談会運営・内容について＞

有意義な商談会であったという回答が非常に多く、今後の四国への送客へつながる商談をしていたことが分かる。運営内容については、商談会数を増やすために休憩時間が短くなってしまったため、次回実施時には商談会時間を長くするなどして対策が必要だと考える。

＜商品作成について＞

出展事業者の多くが四国の商品作成予定と回答があり、特に2社については商談会をきっかけに商品作成を決めていることから、商談が四国商品の新規作成につながったと考えられる。特に在京のエージェントの場合は、四国の知識や情報が不足していることが多いため、リアル開催の商談会が実施できたことは大きな成果であると考ええる。

3. 旅行商品造成

■ 株式会社モードツアー・ジャパン

・造成実績

ツアー名	【就航記念特価】【芸術と癒しの旅】高松/直島 3日（1日自由/焼肉食べ放題/うどん作り）				日数	2泊3日
					対象	団体旅行
URL	https://www.modetour.com/pkg/itinerary.aspx?Pnum=66632232					
ツアー内容	うどん作り体験／善通寺／栗林公園／直島自由観光／焼肉食べ放題 ほか					
販売実績	月	11月	12月	1月(見込み)	2月(見込み)	3月(見込み)
	販売人数(人)	0	22	10	57	16
	販売価格(KRW)	0	549,000	799,000	649,000	649,000
人数合計				105	販売額合計	67,445,000

ツアー名	【お得な高松旅行】香川/徳島温泉 3日（温泉ホテル1泊/懐石料理/うどん作り）				日数	2泊3日
					対象	団体旅行
URL	https://www.modetour.com/pkg/Itinerary.aspx?Pnum=69195458					
ツアー内容	うどん作り体験／栗林公園／大歩危小歩危／かずら橋／温泉 ほか					
販売実績	月	11月	12月	1月(見込み)	2月(見込み)	3月(見込み)
	販売人数(人)	0	0	0	16	0
	販売価格(KRW)	0	0	799,000	849,000	849,000
人数合計				16	販売額合計	13,584,000

ツアー名	[小都市癒し温泉] 高松/徳島温泉 3日(NOショッピング/特急1泊/懐石)				日数	2泊3日
					対象	団体旅行
URL	https://www.modetour.com/pkg/itinerary.aspx?Pnum=69017814					
ツアー内容	うどん作り体験／栗林公園／大鳴門橋／阿波踊り／大歩危小歩危／かずら橋／温泉 ほか					
販売実績	月	11月	12月	1月(見込み)	2月(見込み)	3月(見込み)
	販売人数(人)	0	0	0	27	25
	販売価格(KRW)	0	0	899,000	1,049,000	999,000
人数合計				52	販売額合計	53,298,000

ツアー名	[小都市癒し温泉] 高松/徳島温泉 4日（NOショッピング/デラックス1泊/懐石）				日数	3泊4日
					対象	団体旅行
URL	https://www.modetour.com/pkg/itinerary.aspx?Pnum=69196128					
ツアー内容	栗林公園／瀬戸大橋／阿波踊り／大歩危小歩危／かずら橋／うどん作り体験／温泉 ほか					
販売実績	月	11月	12月	1月(見込み)	2月(見込み)	3月(見込み)
	販売人数(人)	0	0	0	2	25
	販売価格(KRW)	899,000	0	1,049,000	1,149,000	1,099,000
人数合計				27	販売額合計	29,773,000

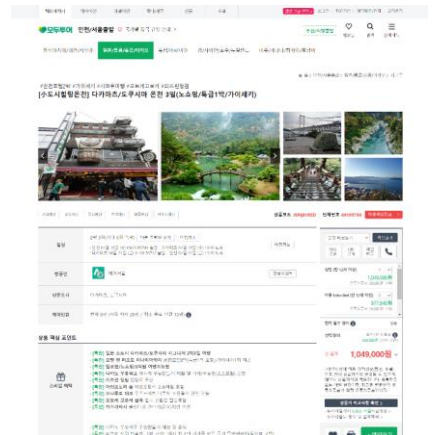
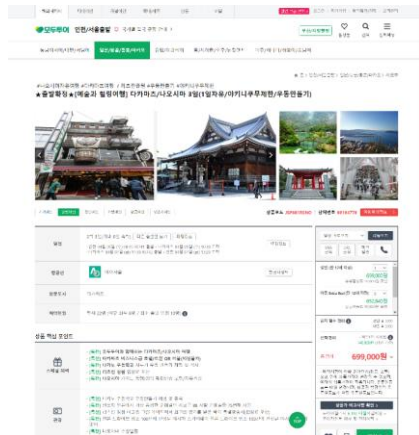
ツアー名	【ぐるりと四国】岡山/高松/小豆島温泉 4日(全日観光/焼肉食べ放題/フェリー搭乗)				日数	3泊4日
					対象	団体旅行
URL	https://www.modetour.com/pkg/itinerary.aspx?Pnum=69195966					
ツアー内容	瀬戸大橋／小豆島／フェリー／寒霞溪／二十四の瞳映画村／うどん作り体験／栗林公園 ほか					
販売実績	月	11月	12月	1月(見込み)	2月(見込み)	3月(見込み)
	販売人数(人)	0	0	13	19	17
	販売価格(KRW)	790,000	0	949,000	949,000	899,000
人数合計				49	販売額合計	45,651,000

ツアー名	【ぐるりと四国】岡山/高松/小豆島温泉 4日(1日自由/焼肉食べ放題/フェリー搭乗)				日数	3泊4日
					対象	団体旅行
URL	https://www.modetour.com/pkg/Itinerary.aspx?Pnum=66638491					
ツアー内容	瀬戸大橋／小豆島／フェリー／うどん作り体験／栗林公園／温泉 ほか					
販売実績	月	11月	12月	1月(見込み)	2月(見込み)	3月(見込み)
	販売人数(人)	0	0	25	0	0
	販売価格(KRW)	699,000	0	899,000	899,000	849,000
人数合計				25	販売額合計	22,475,000

ツアー名	【高松自由3日】高松東急REIホテル級/ツインorダブル/朝食付き				日数	2泊3日
					対象	個人旅行
URL	https://www.modetour.com/pkg/Itinerary.aspx?Pnum=69017804					
ツアー内容	宿泊＋往復航空券のみ					
販売実績	月	11月	12月	1月(見込み)	2月(見込み)	3月(見込み)
	販売人数(人)	0	7	2	2	0
	販売価格(KRW)	0	569,000	499,000	549,000	499,000
人数合計				11	販売額合計	6,079,000

ツアー名	【高松自由4日】高松東急REIホテル級/ツインorダブル/朝食付き				日数	3泊4日
					対象	個人旅行
URL	https://www.modetour.com/pkg/Itinerary.aspx?Pnum=69198455					
ツアー内容	宿泊＋往復航空券のみ					
販売実績	月	11月	12月	1月(見込み)	2月(見込み)	3月(見込み)
	販売人数(人)	0	0	0	11	0
	販売価格(KRW)	599,000	0	0	699,000	649,000
人数合計				11	販売額合計	7,689,000

・商品画像（一部抜粋）



■株式会社エイチ・アイ・エス

・造成実績

ツアー名	高松発 紫雲出山半日桜フォトジェニックツアー					日数	日帰り
						対象	個人旅行
URL	https://bushisgo.rezio.shop/en-US/product/B-0157						
ツアー内容	瀬戸内海国立公園／紫雲出山／琴引公園／高屋神社／父母ヶ浜 ほか						
販売実績	月	11月	12月	1月	2月	3月(見込み)	
	販売人数(人)	0	0	0	10	20	
	販売価格(円)	0	0	0	53,800	53,800	
人数合計			30	販売額合計	1,614,000		

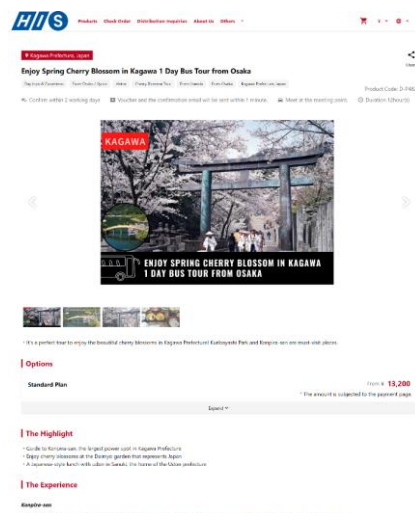
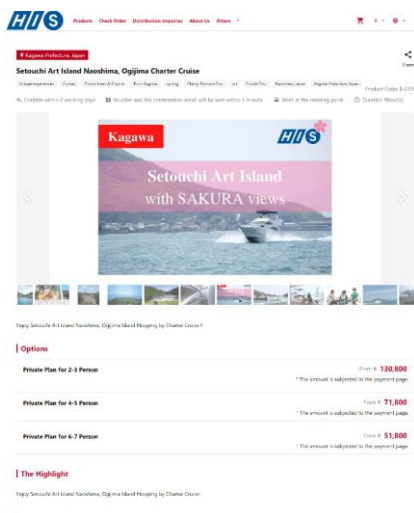
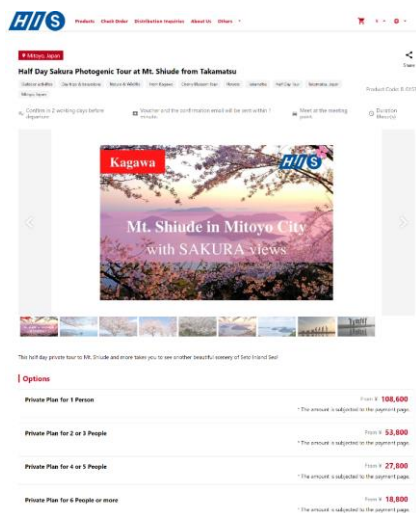
ツアー名	瀬戸内アートアイランド直島、男木島チャータークルーズ					日数	日帰り
						対象	個人旅行
URL	https://bushisgo.rezio.shop/en-US/product/B-0159						
ツアー内容	直島／レンタサイクル／男木島／離島チャータークルーズ ほか						
販売実績	月	11月	12月	1月	2月	3月(見込み)	
	販売人数(人)	0	0	0	10	10	
	販売価格(円)	0	0	0	130,800	130,800	
人数合計			20	販売額合計	2,616,000		

ツアー名	香川貸切タクシープラン 4時間					日数	日帰り
						対象	個人旅行
URL	https://bushisgo.rezio.shop/en-US/product/A-0486						
ツアー内容	タクシー4時間貸切プラン						
販売実績	月	11月	12月	1月	2月	3月(見込み)	
	販売人数(人)	0	0	0	20	20	
	販売価格(円)	0	0	0	※24,000	※24,000	
※1組4名まで24,000円			人数合計	40	販売額合計	240,000	

ツアー名	香川で春の桜を楽しむ 大阪発1日バスツアー					日数	日帰り
						対象	個人旅行
URL	https://bushisgo.rezio.shop/en-US/product/D-P4821						
ツアー内容	栗林公園／讃岐うどん／金刀比羅宮 ※大阪発着						
販売実績	月	11月	12月	1月	2月	3月(見込み)	
	販売人数(人)	0	0	5	10	10	
	販売価格(円)	0	0	13,200	13,200	13,200	
			人数合計	25	販売額合計	330,000	

ツアー名	【グランピング】glampark-つるぎの湯-徳島					日数	1泊2日
						対象	個人旅行
URL	https://bushisgo.rezio.shop/en-US/product/A-0456						
ツアー内容	glampark つるぎの湯 宿泊のみ						
販売実績	月	11月	12月	1月	2月	3月(見込み)	
	販売人数(人)	0	0	0	8	8	
	販売価格(円)	0	0	0	44,000	44,000	
			人数合計	16	販売額合計	704,000	

・商品画像（一部抜粋）



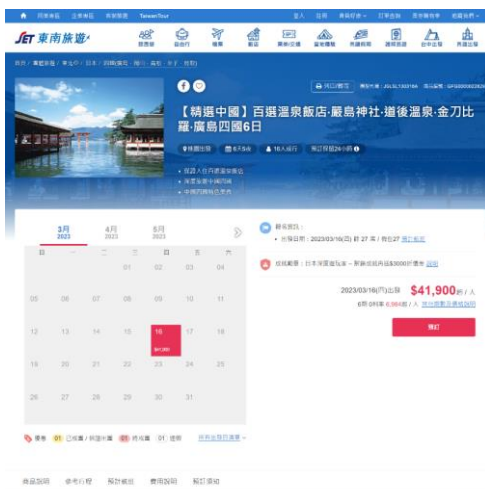
■ 東南旅行社股份有限公司

・造成実績

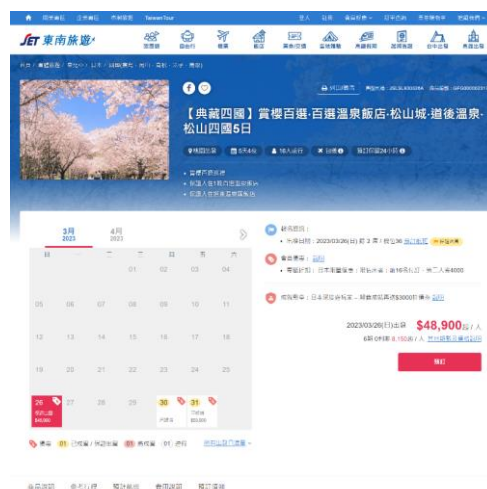
ツアー名	【中国特集】百選温泉旅館・厳島神社・道後温泉・琴平・広島・四国6日間				日数	5泊6日
					対象	団体旅行
URL	https://tour.settour.com.tw/product/GFG0000022829/JSLSL130316A					
ツアー内容	栗林公園/金刀比羅宮/大歩危小歩危/かずら橋/松山城/タオル美術館/道後温泉 ほか					
販売実績	月	11月	12月	1月	2月	3月(見込み)
	販売人数(人)	0	0	109	25	92
	販売価格(\$)	0	0	41,900	41,900	41,900
			人数合計	226	販売額合計	9,469,400

ツアー名	【四国コレクション】桜百選・温泉旅館百選・松山城・道後温泉・四国松山5日間				日数	4泊5日
					対象	団体旅行
URL	https://tour.settour.com.tw/product/GFG0000023172#!					
ツアー内容	琴弾公園/金刀比羅宮/栗林公園/鏡野公園/高知城/うどん作り体験/いちご狩り/温泉 ほか					
販売実績	月	11月	12月	1月	2月	3月(見込み)
	販売人数(人)	0	0	0	0	74
	販売価格(\$)	0	0	0	0	48,900
			人数合計	74	販売額合計	3,618,600

・商品画像



【商品概要】
 参入人 日本温泉旅館百選・厳島神社・道後温泉・金刀比羅宮・四国6日間
【商品説明】
 日本温泉旅館百選・厳島神社・道後温泉・金刀比羅宮・四国6日間
 大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危
 大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危
 大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危
【特約旅行代理店】
 東南旅行社(株)
【特約旅行代理店】
 東南旅行社(株)
 参入人 日本温泉旅館百選・厳島神社・道後温泉・金刀比羅宮・四国6日間
 参入人 日本温泉旅館百選・厳島神社・道後温泉・金刀比羅宮・四国6日間
 参入人 日本温泉旅館百選・厳島神社・道後温泉・金刀比羅宮・四国6日間



【商品概要】
 参入人 日本温泉旅館百選・厳島神社・道後温泉・金刀比羅宮・四国6日間
【商品説明】
 日本温泉旅館百選・厳島神社・道後温泉・金刀比羅宮・四国6日間
 大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危
 大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危
 大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危・大歩危小歩危
【特約旅行代理店】
 東南旅行社(株)
【特約旅行代理店】
 東南旅行社(株)
 参入人 日本温泉旅館百選・厳島神社・道後温泉・金刀比羅宮・四国6日間
 参入人 日本温泉旅館百選・厳島神社・道後温泉・金刀比羅宮・四国6日間
 参入人 日本温泉旅館百選・厳島神社・道後温泉・金刀比羅宮・四国6日間

■株式会社リレイク（四国ガイド） ・造成実績

ツアー名	高松中央商店街お店セクション					日数	日帰り
						対象	個人旅行
URL	日本語： https://shikoku-guide.com/experience/shoppingguide/ 英語： https://shikoku-guide.com/en/experience/shoppingguide/						
ツアー内容	事前にヒアリングした要望を基に、商店街内のお店セレクト・ガイドを行う						
販売実績	月	11月	12月	1月	2月(見込み)	3月(見込み)	
	販売人数(人)	0	0	0	0	0	
	販売価格(円)	0	0	0	3,400	3,400	
人数合計		0	0	0	販売額合計	0	

・商品画像

高松中央商店街はまっすぐの商店街が通って構成されている日本一長いアーケード（屋根）付き商店街です。その総延長距離は2.7kmにも及び、日用品からお土産、飲食など1,000を超えるお店があります。高松市内の中心部にあるため、美観にショッピングを兼ねる一方で、お店の数が多く商店街の雰囲気を楽しむため、お目当てのお店を見つける前に選んでしまおうというお客様も多いです。当プランは効率的に買い物や食事を楽しむための非日常なおススメのプランです。商店街の隅々まで知り尽くした地元スタッフが、事前にお願いしたお客様の嗜好に合わせてお店をセレクトし、当日ご案内致します。ご旅行中の大切な時間、効率的に買い物や食事を楽しんでみませんか。

販売価格
3,400円(税込)

詳細情報

開始時間	ご希望の時間
所要時間	2 時間
最少参加人数	1 名様
最大参加人数	8 名様
ツアー言語	日本語
ガイド/通訳	あり (日本語)
参加費詳細	-
集合場所	丸亀町グリーン 760-0029 香川県高松市丸亀町7-16
予約締切	5 日前
備考	※当日のお買い物代や食事代金は別項でお客様がお店に直接お支払いください。 ※当プランはお店のセレクトとお店までの案内がメインとなりますので、お店でのお買い物は推奨するものではありません。 ※スタッフがお店セレクトしたお店が万が一ご要望に合わない場合でも、返金等はできませんので予めご了承ください。

集合場所

■ KPIの整理

<目標>

成果項目			成果目標	
アウトプット	招請 人数	旅行会社	7社（7名）以上	内OTA 2社（2名）以上
		ランドオペレーター	8社（8名）以上	
	旅行商品造成数		15件以上	
アウトカム	旅行商品の予約販売数 売上金額		予約件数 45 件以上（90 名以上） 900,000 円以上	
	商品掲載媒体のUU数		2,000UU 以上	

<実績>

■ アウトプット

成果項目			実績	
アウトプット	招請 人数	旅行会社	9社（15名）	内OTA 3社（5名）
		ランドオペレーター	7社（9名）	
	旅行商品造成数		16件	

成果項目		実績
アウトカム	旅行商品の予約販売数 売上金額	予約件数 727名（3月見込み含む） 89,144,000 円
	商品掲載媒体のUU数	820,790UU

■ アウトカム内訳（円換算レートは2023年3月8日付のレートを使用）

<商品販売実績>

事業者名	対象商品数	販売人数	販売金額（販売通貨）	販売金額（円換算）
株式会社モードツアー・ジャパン	8	296	245,994,000KRW	約2514万円
株式会社エイチ・アイ・エス	5	131		550万4千円
東南旅行社股份有限公司	2	300	13,088,000TWD	約5850万円
株式会社リレイク（四国ガイド）	1	0		0円

<UU数>

掲載媒体	メインURL	対象期間	UU数
モードツアー 自社HP	https://www.modetour.com/main/	2022年11月10日～2023年2月28日	380,000
エイチ・アイ・エス 自社HP	https://bushisgo.rezio.shop/en-US	2022年12月1日～2023年2月28日	6,390
東南旅行社股份有限公司 自社HP	https://www.settour.com.tw/	2022年12月1日～2023年2月28日	434,000
四国ガイド 自社HP	https://shikoku-guide.com/en/	2023年1月1日～2023年2月28日	400
合計			820,790

■ アウトプット

- ・旅行会社、ランドオペレーター、OTA 合計16社24名を招請した
- ・旅行商品合計16商品を造成した

■ アウトカム

- ・販売人数727名 合計8,914万4,000円の販売を行い アウトカム目標を達成した
- ・販売力のある旅行会社の自社HPでの掲載を実施したためUU数も目標を大きく達成した