

令和3年度訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金事業
「新たな生活様式を実践したコンテンツ」造成のための
ワールドカフェ in 四国
実施報告書

●
令和 4年 2月 28日
●

令和3年度訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金事業
「新たな生活様式を実践したコンテンツ」造成のためのワールドカフェin 四国
実施報告書

もくじ

01	コンテンツの洗い出し
02	ファムツアー
03	意見交換会(ワールドカフェin四国)
04	観光コンテンツの磨き上げ
05	事業統括

01

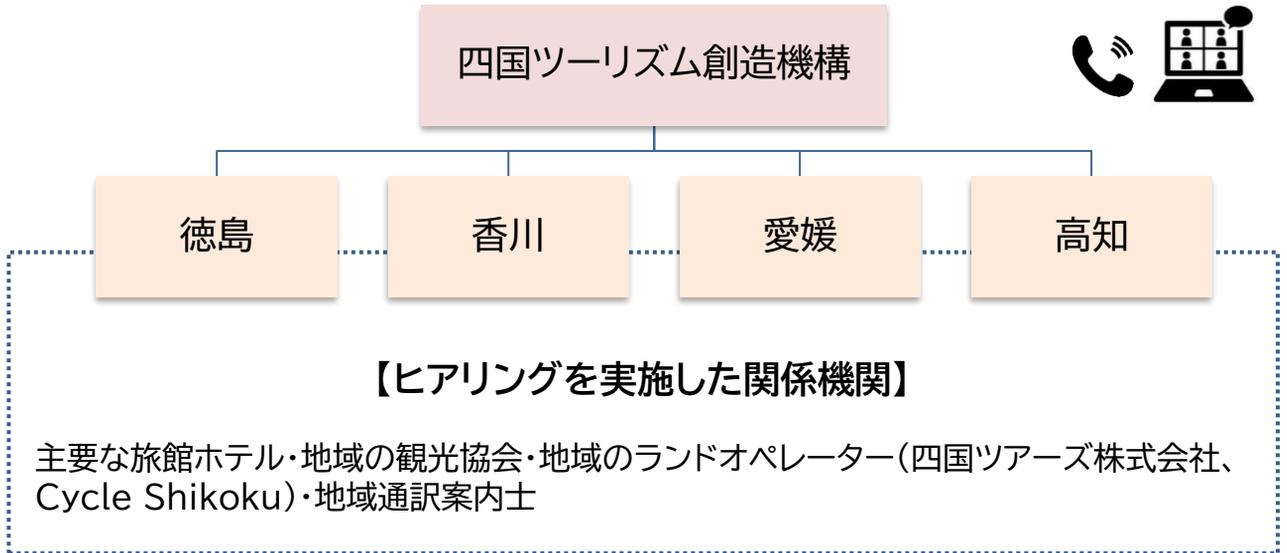
令和3年度訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金事業
「新たな生活様式を实践したコンテンツ」造成のためのワールドカフェin 四国

コンテンツの洗い出し

01 コンテンツの洗い出し

コンテンツの洗い出し(整理)

各県の観光事業者等への電話及びオンラインでの聞き取り調査を行うことで、各地域で開発している観光コンテンツの洗い出しを行い、インバウンド旅行者に需要が高いと思われるコンテンツの整理を実施した。



「自然」「体験」「ニューノーマル」がキーワードであるという回答が多数あった

【洗い出しで提案のあったコンテンツ一覧】

徳島	フォレストアドベンチャー祖谷	香川	アートの島・直島ボタリングツアー
	徳島新鮮なとく市		アートと共に島の食文化にふれあうツアーin豊島
	うだつの町並みボタリングツアー		お遍路の歴史と文化を学ぶ充実ガイドツアー
	夜のまち歩き～LEDイルミネーションと眉山の夜景～		「世界の宝石」と称される多島美を満喫！ せとうち半日シーカヤクトリップ
	澄んだ川に漕ぎ出そう！自然と一体になれるカヌー体験		宝生院(シンパク・幸運アイテムづくり体験)
	穴吹川・清流ボタリングツアー		四国水族館 特別ガイド付きツアー
	月ヶ谷温泉キャンプ場パンゲアフィールド		瀬戸内チャータークルーズ(オーダーメイド島めぐり)
	上勝開拓団「BASE CAMP」		UDON HOUSE うどん作り体験
愛媛	電動自転車で行く しまなみ海道2大(来島海峡大橋・亀老山展望台)絶景ツアー	高知	さめうら湖サップ体験
	真珠養殖場体験コース		さめうら湖カナディアンカヌー体験
	しまなみ360°パノラマビュー鷲ヶ頭山ツアー		さめうら湖サイクリング体験
	滑床渓谷キャニオニングツアー		スノーピークおち仁淀川
	標高1,300mで星空観察！石鎚山スターナイトツアー		四万十ジップライン
	瀬戸内かみじま”ヨットセーリング体験”(上島御膳の昼食付)		龍河洞
	船+レンタサイクル クラウンブリッジホッピングガイドツアー		ラグーンレーシング
カヤックで行く無人島アドベンチャーツアー			

02

令和3年度訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金事業
「新たな生活様式を实践したコンテンツ」造成のためのワールドカフェin 四国

ファムツアー

02 ファムツアー(徳島コース)

<実施概要>

■添乗員：小玉 文裕

■参加事業者(計4名)

事業者A ATS Tour株式会社 1名

事業者B/C BOJ株式会社 2名

事業者D 株式会社JTB GMT 1名

■スケジュール

日次	行 程	宿 泊 地	食 事
11/15 (月)	<p>※徳島駅集合 13:20</p> <p>(阿波踊り実演鑑賞) ハンカチの藍染体験と工房見学</p> <p>徳島駅 阿波踊り会館 長尾織布(藍染体験)</p> <p>13:30 13:45 15:00 15:15 16:00</p> <p>※釣り堀で自分で釣った魚が食べられます！</p> <p>徳島新鮮なつとく市(夕食) 徳島市内(泊)</p> <p>17:00 18:30 19:00</p>	ホテルクレメント徳島 (1名1室利用)	朝：－ 昼：－ 夕：○
11/16 (火)	<p>ホテル 小便小僧(見学) かずら橋(昼食)</p> <p>9:00 11:10 11:20 11:40 13:00</p> <p>にて ※昼食は名物「祖谷そば」を「祖谷美人」</p> <p>(ジップラインなど自然体験を満喫) JR乗車</p> <p>フォレストアドベンチャー祖谷 大歩危駅 高松駅・高松市内(泊)</p> <p>13:15 15:30 16:03 17:32</p> <p>(19:00) クレメント高松にて夕食【意見交換会】</p>	JRクレメントイン高松 (1名1室利用)	朝：○ 昼：○ 夕：○
11/17 (水)	<p>◆ サポートホールにて商談会(9:50~16:00)</p> <p>※終了後自由解散</p>		朝：○ 昼：－ 夕：－

02 ファムツアー(徳島コース)

#	プログラム名	イメージ	内容
1	阿波おどり会館		阿波おどり会館は、徳島市にある阿波おどり関連の展示、実演を行う文化施設。今回は、阿波おどりの実演鑑賞を実施。
2	ハンカチの藍染体験と工房見学		徳島県の伝統工芸である藍染を長尾織布にて実施。今回は、参加者全員がハンカチを染める体験と藍染工房の見学を行った。
3	徳島新鮮なっとく市(夕食)		「徳島新鮮なっとく市」は新町川河口から紀伊水道を望む眺望豊かなマリニピア沖洲にある食とレジャーの複合施設。夕食として、全天候型の大型屋内釣り堀で釣った魚を調理して食べる体験を実施した。
4	小便小僧見学		日本三大秘境の一つである祖谷にある「小便小僧」の像の見学を行った。断崖絶壁に立つ小便小僧の写真を撮影するなど隠れたスポットとしても注目度が上がっている。
5	かずら橋		秘境・祖谷にある、シラクチカズラで作られたかずら橋の見学を実施した。国の重要文化財にも指定されていて、抜群の景色とスリルが楽しめる。
6	フォレストアドベンチャー祖谷		「フォレストアドベンチャー祖谷」は四国で人気の観光地でミシュラングリーンガイド二つ星獲得の景勝地祖谷溪にあるアドベンチャー施設。ジップラインなどの体験型アトラクションを実施した。

02 ファムツアー(徳島コース)

プログラム満足度

6段階評価（数字が大きいほど満足度が高い）

#	プログラム名	平均	事業者A	事業者B	事業者C	事業者D
0	ツアー全体	4.7	5	5	5	4
1	阿波おどり会館	4.2	5	4	4	4
2	ハンカチの藍染体験と工房見学	4.2	4	5	3	5
3	徳島新鮮なつとく市(夕食)	4.0	3	4	4	5
4	小便小僧見学	4.0	3	3	6	4
5	かずら橋(昼食)	5.5	5	5	6	6
6	フォレストアドベンチャー祖谷	5.7	5	6	6	6

ツアー全体への 意見・提案

- 今回の視察ではラグジュアリーホテルの視察、欧米豪向けのコンテンツの視察箇所が少なかったように思う
- 大塚国際美術館、ホテルリッジ、阿波十郎兵衛屋敷など欧米豪向けのコンテンツを次回の徳島視察の楽しみにしたい

商品化に向けて

今後商品造成したい=○ / 商品造成予定なし=×

#	プログラム名	事業者A	事業者B	事業者C	事業者D
0	ツアー全体	○	○	○	○
1	阿波おどり会館	○	○	○	○
2	ハンカチの藍染体験と工房見学	×	○	×	○
3	徳島新鮮なつとく市(夕食)	○	×	○	○
4	小便小僧見学	○	○	○	○
5	かずら橋(昼食)	○	×	○	○
6	フォレストアドベンチャー祖谷	○	×	○	○

四国の商品 化に向けて 意見・提案

- アフターコロナの需要として人混みを避けるという需要が増えており、来年は瀬戸芸もあるので四国はチャンスがあると思う
- 四国は周辺のメジャーな観光地とも近いかつ、違った魅力を持っているので、造成するにあたって最適な地域だと考える

02 ファムツアー(徳島コース)

阿波おどり会館

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 欧米人は歴史も興味を持っているため➤ 阿波踊りは徳島の地域性を存分に含んでおり、訪日インバウンドに訴求するにあたって、関心の高いコンテンツだと考えるため
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 英語での説明の有無(ショー及び館内展示)➤ 貸切対応の可否➤ 会館でjoin-inで行う以外により「阿波踊り」の文化と芸術性に触れることのできるプライベートの形態が欲しい➤ インバウンド客なら言葉が通じないので、司会の説明を字幕表記対応➤ アフターコロナの際には、全員で体験できて、楽しいと思う

ハンカチの藍染体験と工房見学

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 今回の体験は一般的すぎるのと、工場ツアーも詳しい説明もなかった点が残念であった➤ リユースという魅力を強く感じた。➤ 老舗で昔ながら使ってる機械や、藍染の現場も見れて良かった
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ プライベート体験➤ 藍に関する歴史等の説明があるといい➤ 地元の方々との生活の関わりが知れると良い➤ 持参品の方が染め終わった後の愛着が増す➤ ハンカチは、アジアマーケットに対しては高く感じた

02 ファムツアー(徳島コース)

徳島新鮮なつとく市(夕食)

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 釣りをして食べるという体験は人気があるが、一般客層向けである➤ 国内向けには面白いキャッチーな体験になると思う、釣りをここでやる意味を汲み取ることができなかった➤ 早く釣れた人、なかなか釣れない人、時間の調整が難しい
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 欧米人は魚をたくさん食べない➤ 一匹釣れても食事が出て多すぎるので、他の食材も含めて食事を用意することが必須➤ 釣った魚を調理体験に仕立てたり、その調理体験に伝統料理と地元民との交流を組み込むなどの演出付加価値が改善点になると思う➤ お客様に提案するには釣った魚調理後セットメニューで野菜や副菜ご飯ものそばなどセットメニューあるといいと思う

小便小僧見学

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 有名なスポットであり、景色も最高である➤ 道がかなり狭いので冒険好きな方はいいと思いますが、車酔いや酔いやすい人は紅葉の景色見ることで癒されると感じた
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 道路状況が悪く、場合によっては車酔いする人が多くなると思うので、その辺りを考慮する必要があります➤ この銅像の歴史や成り立ちと祖谷の関係性を掘り下げて説明したほうがよい

02 ファムツアー(徳島コース)

かずら橋(昼食)

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 様々な種類の山菜料理を頂くことができ満足➤ 昼食に使える立地、店の雰囲気も良い
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 一品一品の料理の説明は必要だと感じた➤ 店内の純和風の雰囲気はとてもいいと思った➤ 祖谷蕎麦は初めて食べましたが、それをうつ体験などが提案になるかと思う➤ 駐車場は少ないので、混んでる時は駐車できないのが心配だ

フォレストアドベンチャー祖谷

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ ファミリー層や若いカップルには良いと思う➤ 欧米豪インバウンドに販売するにあたっては難しいと思う➤ 森が特にかなり高いので圧倒的にきれいだった
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 英語での説明が可能か気になる➤ 徳島で滞在型の観光は根付いていない。むしろ近隣県との周遊観光が主体になると思う。その際に純粋なアクティビティに参加させる意味合いがわからなかった➤ 説明を聞く時難しそうなので、通訳ガイドから説明をしたら海外のお客様もできそうである

ツアー全体に対する評価

項目	フィードバック
四国の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 四国が有する伝統文化コンテンツは魅力をより発信しやすく販売促進に繋がられる ➤ 山や観光スポットが魅力的
四国の課題	<ul style="list-style-type: none"> ➤ アクセス、言語対応、高級宿泊施設 理由:アクセスが悪い、英語対応不可の場所が多い、高級宿泊施設が少ない ➤ 地域事業者で整備される受け入れ体制、隣接県との差別化がなされていない 理由:「そこでしか出来ない、見れない」というコンテンツが見当たらなかったため ➤ 大都市にない魅力をアピールしていくこと 理由:観光客側の意識改善に期待するしかない、大都市にない魅力に気づくこと
受入に対して期待する点	<ul style="list-style-type: none"> ➤ プライベート、特別感を感じられるプログラムが欲しい ➤ 地域住民の人達からも積極的に欧米人に話しかけてほしい、または交流できるような商品が欲しい ➤ 現在四国にあるコンテンツの二番煎じにならないように、独自の差別化されたコンテンツをPRして欲しい
興味ある観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 上勝町 ➤ 特別感あるお遍路体験 ➤ 苔筵 ➤ 大洲城と城下町 ➤ 鶴林寺と太龍寺 ➤ アトリエオーハウス ➤ 石鎚山 ➤ 鳴門市とドイツの関係・歴史と遺産 ➤ 大塚国際美術館他

02 ファムツアー(香川コース)

<実施概要>

■添乗員:荻野 陽子

■参加事業者(計6名)

事業者A	Klook travel and technology	1名
事業者B	ジーリーメディアグループ	1名
事業者C	楽天グループ株式会社	1名
事業者D	株式会社ジェイテック	1名
事業者E	株式会社エイチ・アイ・エス訪日旅行営業本部	1名
事業者F	みちのリトラベルジャパン	1名

■スケジュール

日次	行 程	宿 泊 地	食 事
11/15 (月)	<p>※高松駅集合 13:20</p> <p>高松駅 13:30 UDON HOUSE(施設説明とうどん打ち体験) 14:30 16:30</p> <p>父母ヶ浜(写真撮影体験) 16:45 琴平(泊) 17:30 18:00</p> <p>★夕食で香川名物「骨付き鶏」をご賞味</p>	<p>ことひら温泉 琴参閣 (1名1室利用)</p>	<p>朝:ー</p> <p>昼:ー</p> <p>夕:○</p>
11/16 (火)	<p>※出発まで金刀比羅宮自由散策</p> <p>～瀬戸内海チャータークルーズ(直島と男木島)～</p> <p>琴平 9:00 島旅(アイランドホッピング) 10:00 高松市内(泊) 17:15 17:30</p> <p>10:35 宮浦港着 10:45～11:30 ベネッセハウスミュージアム 11:30～12:30 昼食(日本料理 一扇) 昼食後、ベネッセハウスのショールーム 13:15～14:30 家プロジェクト 14:45～15:15 宮浦港周辺アート観光 15:30 宮浦港出発 15:45～16:45 男木島自由散策 17:00 高松港到着</p> <p>(19:00～) クレメント高松にて夕食【意見交換会】</p>	<p>JRクレメントイン高松 (1名1室利用)</p>	<p>朝:○</p> <p>昼:○</p> <p>夕:○</p>
11/17 (水)	<p>◆ サポートホールにて商談会(9:50～16:00)</p> <p>※終了後自由解散</p>		<p>朝:○</p> <p>昼:ー</p> <p>夕:ー</p>

02 ファムツアー(香川コース)

#	プログラム名	イメージ	内容
1	UDON HOUSE		空き家だった古民家を改装し、2018年10月にオープンした讃岐うどんを作って学ぶ体験型宿泊施設。 今回は、讃岐うどんの手打ち体験を実施した。
2	父母ヶ浜 (写真撮影体験)		約1kmのロングビーチを誇る穏やかな香川県三豊市の海水浴場。 毎年夏には多くの海水浴客が訪れ、潮が引いた干潮時の夕暮れには、南米ボリビアの「ウユニ塩湖」のような写真が撮れると話題になり、今ではインスタ映えの名所として全国的に有名。 今回は父母ヶ浜での写真撮影体験を実施した。
3	島旅 ベネッセハウス ミュージアム		島旅(アイランドホッピング)では、直島と男木島を巡った。 直島では「自然・建築・アートの共生」をテーマとした施設「ベネッセハウスミュージアム」の見学を実施した。
4	島旅 家プロジェクト		直島・本村地区において展開するアートプロジェクト「家プロジェクト」の見学を実施した。点在していた空き家などを改修し、人が住んでいた頃の時間と記憶を織り込みながら、空間そのものをアーティストが作品化している。現在も生活が営まれている本村を散策しながら、地域に点在する作品を鑑賞した。
5	島旅 一扇での昼食		ベネッセハウス内の和食レストラン一扇で旬彩弁当の昼食を提供。一扇は直島でも貴重な、団体受付可能な食事箇所であり、館内からは庭園やアートをどの席からでも見ることができ、食事中も視覚で楽しむことができる。

02 ファムツアー(香川コース)

プログラム満足度

6段階評価（数字が大きいほど満足度が高い）

#	プログラム名	平均	事業者A	事業者B	事業者C	事業者D	事業者E	事業者F
0	ツアー全体	4.6	5	5	5	4	6	3
1	UDON HOUSE	3.0	3	2	4	2	3	2
2	父母ヶ浜	4.8	5	3	5	5	6	5
3	ベネッセ ミュージアム	4.6	5	4	6	3	5	5
4	家プロジェクト	4.6	5	4	5	3	6	5
5	一扇での昼食	5.1	5	5	6	5	6	4

ツアー全体 への 意見・提案

- 島はメジャーどころだけではなくマイナーな島(志々島、粟島など)も行った方がお客様も楽しいと思う(特に外国人は新しい映えスポットを探しているため)
- コロナ前の四国でのインバウンドの受け入れ傾向や人気ランキングなど事前研修などがあれば尚よかったと感じた

商品化に向けて

今後商品造成したい=○ / 商品造成予定なし=×

#	プログラム名	事業者A	事業者B	事業者C	事業者D	事業者E	事業者F
0	ツアー全体	○	○	○	×	○	○
1	UDON HOUSE	×	×	○	×	×	×
2	父母ヶ浜	○	○	○	○	○	○
3	ベネッセ ミュージアム	○	○	○	○	○	○
4	家プロジェクト	○	○	○	○	○	○
5	一扇での昼食	○	○	○	○	○	○

四国の商品 化に向けて 意見・提案

- 魅力あるエリアだが商品が少ないので、可能であれば販売したい
- 欧米豪の旅行者が比較的少なく、アート・食文化の文脈でまだまだ開拓余地があると感じたため
- FIT向け、スポット限定2泊3日程度のショートプランを造成してみたいと思う

02 ファムツアー(香川コース)

UDON HOUSE

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 欧米豪の方が好みそうな内容➤ オプションを変更できない点が残念➤ 高い金額設定の上に、宿泊施設は普通のドミトリーのため、魅力は少し足りないように感じた➤ 体験時間が長すぎるので1週間程度の日本滞在のお客様には合わないかもしれない
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 体験など時間を短くし、値段を安くする必要がある➤ 欧米豪のプチ富裕層/FIT層に対しては、宿泊場所のレベルは合わない➤ ナイトタイムを活用した宿での体験やもう少し時間を短縮した体験もご用意いただいた方が参加検討層が広がると感じた➤ 6時間の体験は長く、オススメする自信はない

父母ヶ浜(写真撮影体験)

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 天候にもよるが夕焼けの景色が綺麗で、感動した➤ インスタ映えと「瀬戸内海の天空の鏡」とも言われている観光スポットなので、中国のお客様には絶対人気があると感じた➤ 旅行中のSNS投稿が当たり前になっている今、写真映えのスポットとして必須になっている為
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 写真は5-10分で終わるため、隣の飲食店、ショップなど一緒に案内した方がいいと思う➤ 写真映えが好きなアジアの旅行者向けのコンテンツと思う➤ 写真撮影のアシスト、写真撮影に活用できるプロップスをお貸しするサービスがあるとより好みそうだなと思う➤ お金を落とすところがあまりなかったなので、もったいない気がする

02 ファムツアー(香川コース)

ベネッセハウスミュージアム

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 裏側・制作意図などの説明があり、より一層アート作品の面白みを感じることができた➤ 美術館の方が作品的にも面白いが、現代アートが好きな人には良いと思う
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 「部屋から屋外作品を楽しみたい」「作家の作品で彩られた部屋に泊まりたい」など、見たい景色やアート、滞在スタイルに応じて選べば、異なる魅力のアート体験ができると思う➤ 弊社の取扱いである東南アジアのお客様目線で見ると、日本に来て近代アートを見たいお客様は少ないかなと思った

家プロジェクト

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 1つ1つに違った個性のあるアート作品で、現在でもたくさんの人々が暮らしている本村地区の温かさと、アートの融合を楽しむことができたのがよかった➤ 「舌上夢」というテーマで作られた「はいしゃ」は、どこか異空間にいるような錯覚になれる不思議な場所だった。魅力的なスポットだと感じた
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ ベネッセミュージアムと同様、日本旅行で近代アートを見たいお客様が少ないと思う

02 ファムツアー(香川コース)

一扇での昼食

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 美術館の中で、芸術的な食事を楽しむことができたのはよかった ➤ 美術品等に興味のある客層には最適な食事だと思った ➤ 見た目と食感両方ともよかった
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 団体向けではなく小団体(10名程度)に向いている。

ツアー全体に対する評価

項目	フィードバック												
四国の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ➤ まずは観光スポットから販売したい ➤ 他の地方にない観光スポット(直島と猫島)、またのんびりできて心を癒されることは最大な魅力だと感じた ➤ アートをベースにした観光は今後も欧米豪に人気を博すと肌で感じた ➤ 都会では感じられない、穏やかな時間の流れと豊かな自然がとても魅力的だった ➤ 四季折々の見どころがあると思うので、再訪したい 												
四国の課題	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 交通手段 理由:交通手段が不便である ➤ 宿泊、香川県内(島以外)での滞在・周遊。 理由:県内の周遊・宿泊を促すキラーコンテンツや高級ホテルが少ないと感じた ➤ 移動時間が長いこと。 理由:関空インのお客様にとって、四国までたどり着く時間が長い 												
受入に対して期待する点	<ul style="list-style-type: none"> ➤ インバウンド富裕層・FIT層向けの宿泊場所がより充実すると、県内の宿泊滞在を呼び込みやすくなると思う ➤ デジタル化、オンラインでの予約受付 ➤ 1週間程度の日本滞在のお客様でも気軽に体験できるコンテンツが、もう少しあったら良いと思った 												
興味ある観光資源	<table border="0"> <tr> <td>➤ 観光電車</td> <td>➤ 高知県の河川</td> <td>➤ イサムノグチ</td> </tr> <tr> <td>➤ 島巡り</td> <td>➤ UNOホテル</td> <td>➤ 庭園美術館</td> </tr> <tr> <td>➤ 温泉</td> <td>➤ アズミ瀬戸田</td> <td>➤ 阿波踊り</td> </tr> <tr> <td>➤ フルーツ</td> <td>➤ 地中美術館</td> <td>➤ 道後温泉</td> </tr> </table>	➤ 観光電車	➤ 高知県の河川	➤ イサムノグチ	➤ 島巡り	➤ UNOホテル	➤ 庭園美術館	➤ 温泉	➤ アズミ瀬戸田	➤ 阿波踊り	➤ フルーツ	➤ 地中美術館	➤ 道後温泉
➤ 観光電車	➤ 高知県の河川	➤ イサムノグチ											
➤ 島巡り	➤ UNOホテル	➤ 庭園美術館											
➤ 温泉	➤ アズミ瀬戸田	➤ 阿波踊り											
➤ フルーツ	➤ 地中美術館	➤ 道後温泉											

02 ファムツアー(愛媛コース)

<実施概要>

■添乗員:平田 豊

■参加事業(計4名)

事業者A ジーリーメディアグループ 1名
 事業者B すぎやまクリエイト 1名
 事業者C 株式会社エイチ・アイ・エス 1名
 事業者D ジャパン・トラベル株式会社 1名

■スケジュール

日次	行 程	宿 泊 地	食 事
11/15 (月)	※松山駅集合13:20 松山駅 13:30 松山城(ロープウェイ)……大街道…道後温泉街 13:45 15:30 ※路面電車 ……道後温泉街散策(★人力車体験)……道後温泉(泊) 16:00 17:00 17:15 ※道後温泉本館、別館「飛鳥乃湯」にご案内	道後Hakuro (1名1室利用)	朝:ー 昼:ー 夕:○
11/16 (火)	(自転車レンタル) ホテル……サンライズ糸山 9:00 10:10 10:30 大島まで往復レンタサイクルで移動 ※片道約10キロ (BBQの昼食+観潮船) 道の駅よしうみいきいき館 11:30 14:00 14:30 15:30 18:00 (泊) (19:00) クレメント高松にて夕食【意見交換会】	JRクレメントイン高松 (1名1室利用)	朝:○ 昼:○ 夕:○
11/17 (水)	◆ サポートホールにて商談会(9:50~16:00) ※終了後自由解散		朝:○ 昼:ー 夕:ー

02 ファムツアー(愛媛コース)

#	プログラム名	イメージ	内容
1	松山城 (ロープウェイ)		松山市中心部の標高132mの城山山頂に本丸がある「松山城」の天守閣に行く手段としてロープウェイを体験。松山城内の見学も実施した。
2	道後温泉街散策 (人力車体験)		夏目漱石の代表作「坊ちゃん」の舞台である道後温泉街を人力車を利用して散策した。道後温泉本館からスタートし、商店街や飛鳥乃湯など、道後の見どころを俣夫の説明を聞きながら巡った。
3	サンライズ糸山 (レンタサイクル)		しまなみ海道のサイクリング拠点であり、来島海峡大橋のたもとに全国で60番目のサイクリングターミナルとして誕生。レンタサイクルでのサイクリング体験を実施した。
4	道の駅 よしみいきいき館 観潮船乗船体験		大島の「よしみいきいき館」では、海鮮BBQの昼食の提供と来島海峡急流観潮船の乗船体験を行った。来島海峡急流観潮船では、瀬戸内の多島美や日本三大急潮流の一つとして有名な来島海峡の急流を間近に体験いただいた。

02 ファムツアー(愛媛コース)

プログラム満足度

6段階評価 (数字が大きいほど満足度が高い)

#	プログラム名	平均	事業者A	事業者B	事業者C	事業者D
0	ツアー全体	4.7	5	5	4	5
1	松山城 (ロープウェイ)	4.5	4	5	4	5
2	道後温泉街散策 (人力車体験)	4.5	4	5	4	5
3	サンライズ糸山 (レンタサイクル)	5.5	6	5	5	6
4	道の駅 よしうみいきいき館	3.7	4	3	3	5

ツアー全体 への 意見・提案

- 全て体験が良くて、台湾人(特に20~40代女性に向けています)は興味を持つコンテンツだと感じた
- もっとお土産屋さんや商店街など行ければよかったと思う
- 所要時間の使い方や細かな説明が不足していた

商品化に向けて

今後商品造成したい=○ / 商品造成予定なし=×

#	プログラム名	事業者A	事業者B	事業者C	事業者D
0	ツアー全体	○	○	○	○
1	松山城 (ロープウェイ)	○	○	○	○
2	道後温泉街散策 (人力車体験)	○	○	○	○
3	サンライズ糸山 (レンタサイクル)	○	○	○	○
4	道の駅 よしうみいきいき館	○	×	○	○

四国の商品 化に向けて 意見・提案

- 「四国」というエリアは台湾人(特に20~40代女性に向けています)は興味を持っていると思う
- 恋人旅でも、家族旅行でも、旅の計画を積極的に組む人はだいたい彼女もしくは奥さん、お母さんなので、20~40代女性の心を掴めば今後の可能性が高いと思う
- セカンドデスティネーションのひとつとして、魅力的に思われる

02 ファムツアー(愛媛コース)

松山城(ロープウェイ)

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ シニア層には少しきついところもあると感じた➤ 松山城が長すぎたように感じた。その代わり大街道を少しでも見たかった。➤ 訪問時間に少し間延びした時がありましたので、そこが少し気になりました
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ ガイドさんが他言語対応していただければ嬉しいが、難しそうなので音声もしくはQR codeをスキャンして説明が出てくる仕組みでしたら補充できると思う。➤ 階段が急なので、高齢者はキツイかもしれない➤ インバウンド向けであれば、選択可能な外国語でのガイドがあった方がよいと思う

道後温泉街散策(人力車体験)

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ スタッフさんの説明も丁寧でわかりやすかった➤ 人力車の体験も「和」を感じましたので、インバウンド向けに最適➤ インバウンドでみせたら喜ぶところを「近いので行ってみてください」など教えてもらえるとよかったかと思う➤ 説明の上手、下手が出やすいように思う
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 気軽に参加したい外国人に対して、短めなコースも作れば良さそうだと思う➤ お買い物や写真スポットなどより教えてもらえると嬉しい➤ 英語解説可能なガイドが選択できればよいと思う

02 ファムツアー(愛媛コース)

サンライズ糸山(レンタサイクル)

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ E-BIKEを乗ることは初めてなのに、とても乗りやすくて楽だった➤ 海景色も文句なしで素敵ですが、レンタルの値段が少し安くなると良いと思う➤ 初めてなので適切な服装が分かりづらかった➤ 自転車操作に関する説明が少し不足しているように思う
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 一つのスポットは2~3時間は限界である為、レンタル代金はもっと安くして2時間もしくは3時間のコースを作れば利用者数も増えるかもしれない➤ 初心者でも可能と説明する事➤ 保険に必ず入ること➤ 外国人利用者に対する説明がどこまで行われるのか不明

道の駅ようみいきいき館

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ サイクリングの目的地もしくは休憩所として最適➤ 海鮮が苦手な人も多いかもかもしれません。多彩なメニューを用意して頂ければ助かる➤ 海鮮BBQについての説明があまりなかった
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ サイクリングと一緒にセットで販売すれば良いかもしれない➤ 他言語の対応が希望➤ インバウンド向けに販売するのであれば、焼き加減などの説明や手助けが必要だと思う

ツアー全体に対する評価

項目	フィードバック
四国の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 移動風景を楽しみながらスポットを巡るところ ➤ しまなみ海道なども近く楽しめる ➤ オリジナリティのある観光スポットに恵まれている
四国の課題	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 各県の知名度(差別化)とアクセス 理由:四国はどの県が含まれるという質問に対して、台湾人は答えづらいと思う。各県より「四国」というブランドが大きいため、移動=旅の一部(観光列車など)はコンテンツとしても良さそう。行きたい気持ちがあっても、交通方法はイマイチピンとこない課題があるため、もっとPRすることが重要だと思う ➤ 多言語対応 理由:外国語表記がもう少しあればと感じた
受入に対して期待する点	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 各県の連携が大事で、同時に各県が自分の特徴を出すことも重要だと思う ➤ インバウンドの受け入れに前向きにいただけたらうれしい ➤ 少なくとも英語でコミュニケーションが取れる態勢の充実
興味ある観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 観光列車 ➤ 瀬戸内国際芸術祭 ➤ 祖谷のかずら橋 ➤ 藍染め ➤ 金比羅山 ➤ 直島

02 ファムツアー(高知コース)

<実施概要>

■添乗員:宮澤 美智子

■参加事業者(計4名)

事業者A	ジーリーメディアグループ	1名
事業者B	アメガジャパン株式会社	1名
事業者C	株式会社トヨワ	1名
事業者D	株式会社JTBGMT	1名

■スケジュール

日次	行程	宿泊地	食事
11/1 5 (月)	<p>※高知駅集合13:20</p> <p>(施設見学後夕食まで自由散策)</p> <p>高知駅 屋形船仁淀川 スノーピークおち仁淀川</p> <p>13:30 14:30 15:00 15:30</p> <p>★夕食はキャンプ場に食材を持ち込みBBQ体験</p>	スノーピーク おち仁淀川 (1名1棟利用)	朝:ー 昼:ー 夕:○
11/1 6 (火)	<p>名物土佐あかうしを堪能</p> <p>ホテル にご淵 (昼食)さめうらレイクタウン</p> <p>9:00 9:30 10:30 11:30 12:30</p> <p>さめうら湖でカヌー体験 JR乗車</p> <p>さめうらレイクタウン 高知駅 高松駅・高松市内(泊)</p> <p>12:30 14:30 16:13 18:35</p> <p>(19:00) クレメント高松にて夕食【意見交換会】</p>	JRクレメントイン高松 (1名1室利用)	朝:○(軽食) 昼:○ 夕:○
11/1 7 (水)	<p>◆ サポートホールにて商談会(9:50~16:00)</p> <p>※終了後自由解散</p>		朝:○ 昼:ー 夕:ー

02 ファムツアー(高知コース)

#	プログラム名	イメージ	内容
1	屋形船仁淀川		仁淀川で唯一の遊覧船である「屋形船仁淀川」にて屋形船乗船を体験。 手を伸ばせばすぐそこに紺碧の仁淀ブルーがある。乗船時間は約50分。
2	スノーピークおち仁淀川		水質日本一の清流「仁淀川」が中央を流れる高知県越知町にある「スノーピークおち仁淀川」。仁淀川に面したフィールドにオートキャンプサイト30区画とモバイルハウス「住箱」を10棟設置した宿泊棟を展開している。ここでは宿泊及びBBQの体験を実施。
3	キャンプ場でのBBQ体験		スノーピークおち仁淀川のキャンプ場にて宿泊及びBBQの体験を実施。 スノーピークが食事プランとして提供を検討している、地元の新鮮なジビエを提供したほか、その他の食材はキャンプ場近隣のスーパーで高知・四国名物などを中心に購入してBBQを行った。
4	さめうらレイクタウン		さめうら湖を中心とした自然体験型観光の拠点。今回はホテル「さめうら荘レイクサイドホテル」にて土佐名物である土佐あかうしを昼食として提供した。
5	さめうら湖でのカヌー体験		四季を通じてエメラルドグリーンに透き通るさめうら湖でのカヌー体験を実施。 カナディアンカヌーを使ってゆったりと湖面散歩を楽しむことができる。

02 ファムツアー(高知コース)

プログラム満足度

6段階評価（数字が大きいほど満足度が高い）

#	プログラム名	平均	事業者A	事業者B	事業者C	事業者D
0	ツアー全体	5.2	5	6	5	5
1	屋形船仁淀川	4.5	5	5	4	4
2	スノーピーク おち仁淀川	5.2	4	6	5	6
3	キャンプ場でのBBQ体験	5.0	4	6	5	5
4	さめうらレイクタウン	5.2	4	5	6	6
5	さめうら湖での カヌー体験	5.7	5	6	6	6

ツアー全体 への 意見・提案

- もっとマリンスポーツの体験を増やして欲しい
- まだ色々な面白い体験が期待できるので、高知の未来性を感じられた
- 高知はアクティビティが豊富で、楽しめる場所が満載だった
- アクセスや知名度が高くない点など課題がある

商品化に向けて

今後商品造成したい=○ / 商品造成予定なし=×

#	プログラム名	事業者A	事業者B	事業者C	事業者D
0	ツアー全体	○	○	○	○
1	屋形船仁淀川	○	○	○	○
2	スノーピーク おち仁淀川	○	○	○	○
3	キャンプ場でのBBQ体験	○	○	○	○
4	さめうらレイクタウン	○	○	○	○
5	さめうら湖での カヌー体験	○	○	○	○

四国の商品 化に向けて 意見・提案

- 一番重要な課題は「知名度」だと思う。台湾人にとって、四国といえば「瀬戸内国際芸術祭」のイメージが強いが、「瀬戸内国際芸術祭」は三年に一度開催のため、芸術祭の力を仰ぐだけでは足りないと思う。まずは**他のスポットの知名度を上げる**ことが一番重要な課題だと思う。
- グランピング、自然美、など最近の見積もり依頼に多く選ばれているコンテンツが多いのは強みだと思う

02 ファムツアー(高知コース)

屋形船仁淀川

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 今回の説明はほぼ日本語ですので、もし中国語で書いてあるパンフレットがあれば、台湾や香港など中国語で喋るお客様が理解やすくなると思う➤ 年齢層が高めの方向けや行程的にスムーズであれば組み込みたい➤ 販売したいが着地型ツアーへの組み込みは難しいと感じた。
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 現在提供しているお弁当は事前の予約が必要なので、もし現場で簡単なお握りやお弁当を買えれば便利だと思う。➤ 船での音声ガイドが中国語対応もできれば、理解しやすくなる。➤ アジアのお客様が増えつつあったとのことなので、簡体字や繁体字での船内アナウンスを導入したら良いと思う。

スノーピークおち仁淀川

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 消灯時間は午後9時ですが、トイレやシャワールームの途中は暗くて心配だった➤ 販売したいが着地型ツアーへの組み込みは難しいと感じた。➤ 短期間の旅行で訪れるインバウンドのお客様であれば、アメニティがない点も不便に感じるのではないかと思った➤ スノーピークは台湾で有名なブランドですので、販売しやすいと思う
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 通路が暗く、夜に女性はトイレに行けないとの声があった。➤ 交通アクセスをどうするかが課題だと思う➤ また食材の買い出しをどうするかが課題➤ タクシー送迎プランやレンタカー商品と組み合わせることで、販売に繋がるのではと感じた

02 ファムツアー(高知コース)

キャンプ場でのBBQ体験

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 近隣にスーパーがないため、キャンプ場で食材や炭などBBQで使う道具が買えると助かる➤ 夜のBBQ&宿泊はとても有意義な体験だと思う➤ 着地型ツアーへの組み込みは難しいと感じた➤ 自分たちで食材を買い出しに行けないお客様が多く、ご案内が難しいと感じた
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 道具の使い方はキャンプ経験がない人にとって、難しいかもしれない➤ 説明する時中国語で書いてあるシートがあれば、理解しやすくなる➤ キャンプ用品の使い方やルールなどはキャンプ初心者になると全部説明が必要になると思う

さめうらレイクタウン

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none">➤ 赤牛は美味しいですが、3枚は足りないと思った➤ 景色を楽しみながら、お食事できるのが良いと感じた➤ インバウンドのお客様向けに椅子で食事できる点も良かった➤ 関西からのアクセスが難しい点が気になった
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none">➤ 台湾人は和牛、日本の牛肉が好きで、もし「赤牛食べ放題」コースがあれば、台湾人にとってもっと魅力的だと思う➤ もう少しサプライズ感が出せたら良いと思った➤ 赤牛以外のメニュー対応(台湾人は牛肉NGが多い)➤ 日本食に馴染みのないお客様向けに、英語などの多言語で、メニュー(赤牛御膳の食事内容など)を提示すると良いと思う

02 ファムツアー(高知コース)

さめうら湖でのカヌー体験

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 景色が綺麗で、もし時間があつたら島の周りを一週巡りたい ➤ 安全性、自然美、稀有な体験のすべてを満たしている ➤ 人も少なく開放的で、特別な体験ができた ➤ 関西からのアクセスが難しい
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ガイドさんがもし英語や中国語がちょっとできると交流する時もっと親しくなれてよいと思う ➤ 交通手段について、もし駅から直便のバスがあつたら便利だと思う ➤ 外国語のインストラクターがいれば尚良いと感じた ➤ 安全管理が求められるので、多言語での丁寧な説明が必要かもしれない ➤ アドベンチャーツーリズムのコンテンツとして販促されるとさらなる魅力発信に繋がると感じた

ツアー全体に対する評価

項目	フィードバック
四国の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 四国は蜜柑や柑橘類が多いので、蜜柑に関する精油やマスクなどスキンケア商品があれば買いたい ➤ 絶えず清流を見ながらの移動は圧巻だった ➤ 田舎の素晴らしさが凝縮していると思う
四国の課題	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 交通問題 理由:今回行かせていただいたスポットが各地に散らばって、スポットを繋げる交通手段があまりなかった。一人旅の観光客にとってちょっと不便だと実感した。もし各大スポットを周遊する循環バスがあれば便利だと思う。 ➤ 交通アクセス、多言語対応 理由:交通が不便でレンタカー以外ではとても行きにくい場所ばかり。
受入に対して期待する点	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 今後も定期的に助成金の情報などを送っていただけるとありがたい ➤ 送迎と多言語対応(アルバイトでも中国語を話せる人がいると嬉しい) ➤ 食事制限者への柔軟な対応
興味ある観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 鉄道を利用した観光 ➤ 梶原 ➤ 石鎚山登拝 ➤ 小豆島遍路 ➤ 観光列車

03

令和3年度訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金事業
「新たな生活様式を实践したコンテンツ」造成のためのワールドカフェin 四国

意見交換会(ワールドカフェ in 四国)

03 意見交換会(ワールドカフェ in 四国)

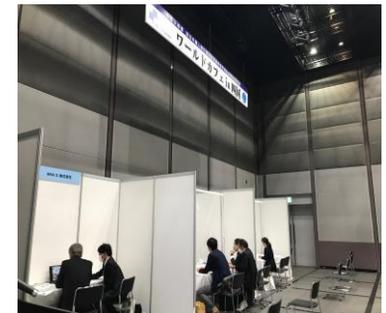
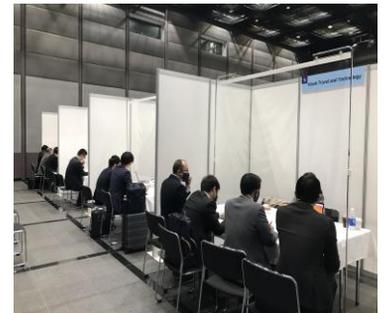
11月17日(水)に高松シンボルタワーにて開催。出展事業者(在日の旅行会社/ランドオペレーター/OTAなど)21社および地域招聘者33社の計54社に出席いただいた。

【実施概要】

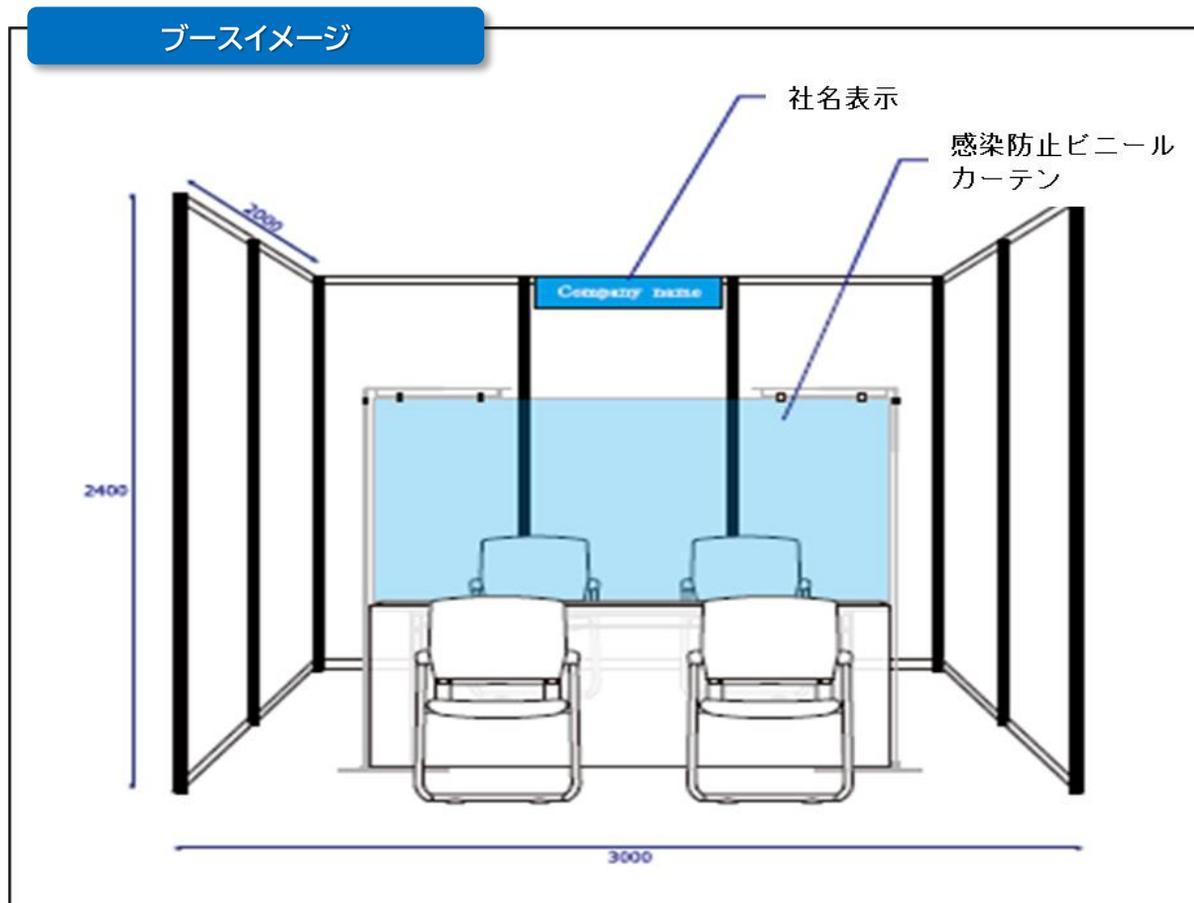
- 名 称:ワールドカフェ in 四国
- 日 時:令和3年11月17日(水) 9:50~16:00
- 会 場:高松シンボルタワー ホール棟1階 展示場
- 参加者:54社(出展事業者:21社、地域招聘者:33社)
- 個別意見交換:284件
- 主 催:一般社団法人四国ツーリズム創造機構
- 運 営:株式会社JTB 高松支店

【スケジュール】

TIME	LAP	プログラム	内容
9:30	20'	受付開始	
9:50	10'	開会 主催者挨拶	一般社団法人四国ツーリズム創造機構
10:00	120'	意見交換会 【午前の部】	1コマあたり10分程度 (ローテーション) ※8ラウンド程度
12:00	60'	ランチブレイク	招聘者に関しては通訳、添乗員がご案内。
13:00	180'	意見交換会 【午後の部】	1コマあたり10分程度 (ローテーション) ※12ラウンド程度
16:00		閉会	



【新型コロナウイルス感染症対策】

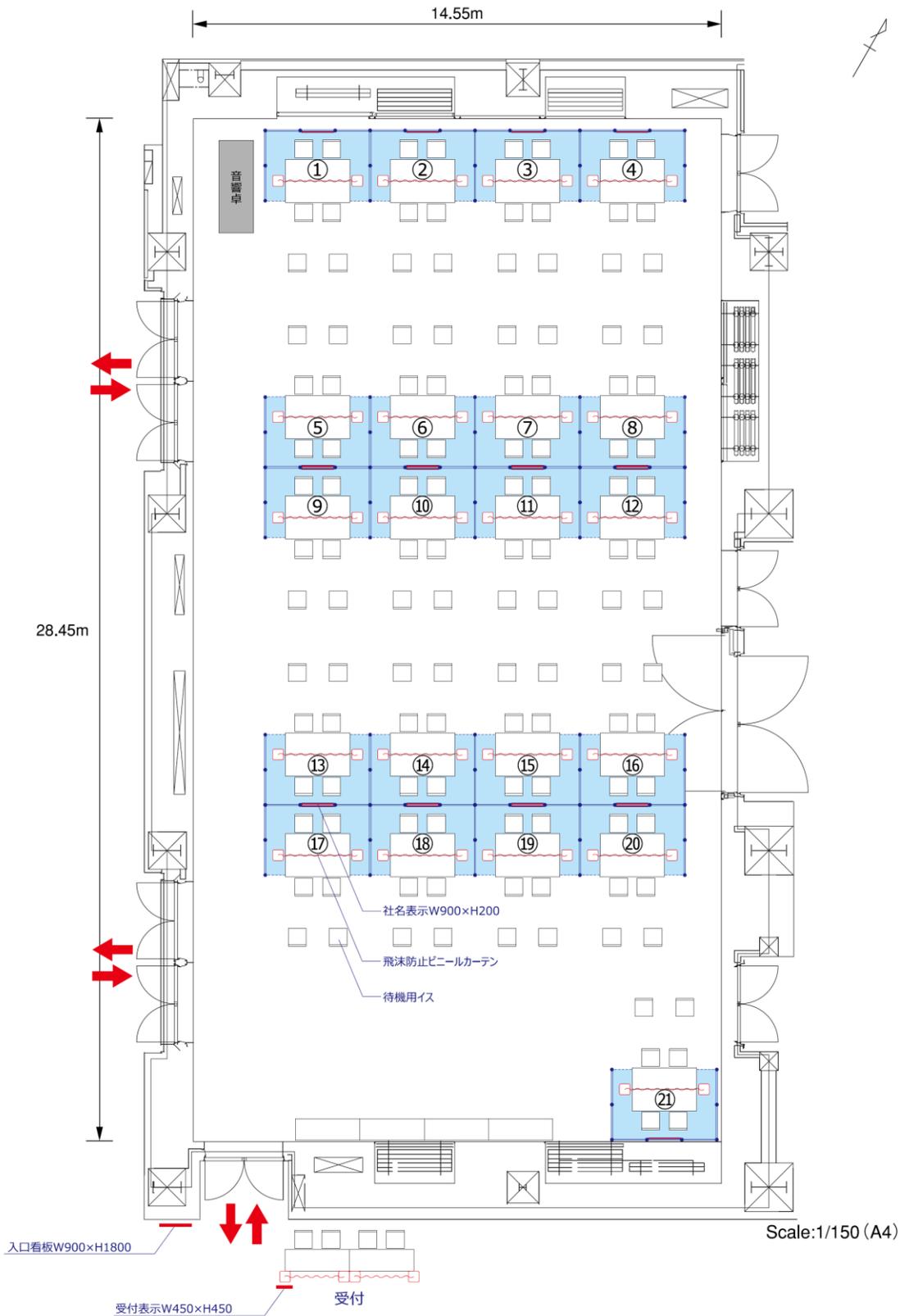


★ 新型コロナウイルス対策:ブースでの新型コロナ感染予防対策として次のことを実施した

- ✓ 事前予約システムを使用し、入場人数の管理を実施。会場の密低減を実施した
- ✓ ブースは、三方をパーテーションで囲った独立型スペース
- ✓ ビニールカーテンを配置
- ✓ 参加者の待機席の間隔を大きく確保しソーシャルディスタンスを徹底
- ✓ ブースごとに消毒液を配置
- ✓ スタッフは全員マスクを着用
- ✓ マスク未着用の参加者には、会場内でもマスクを配付し着用を促す

03 意見交換会(ワールドカフェ in 四国)

会場設営レイアウト



間口3m×奥行2m×高さ2.4m : 20ブース

03 意見交換会(ワールドカフェ in 四国)

【出展事業者一覧】

旅行会社・ランドオペレーター・OTA		
1	ANA X 株式会社	旅行会社／オンライン参加
2	BOJ株式会社 (Beauty Of Japan)	ランドオペレーター／2名
3	アメガジャパン株式会社	ランドオペレーター／1名
4	東武トップツアーズ株式会社	旅行会社／オンライン参加
5	Klook Travel and Technology	OTA／1名
6	ジャパン・トラベル株式会社	ランドオペレーター／2名
7	株式会社みちのりトラベルジャパン	ランドオペレーター／1名
8	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／3名
9	株式会社KKDAY JAPAN	OTA／1名
10	株式会社リレイク(SHIKOKU GUIDE)	OTA／2名
11	株式会社すぎやまクリエイト	ランドオペレーター／2名
12	株式会社エイチ・アイ・エス	旅行会社／4名
13	株式会社Trip.com International Travel Japan	OTA／1名
14	株式会社ジェイテック	ランドオペレーター／1名
15	株式会社トヨワ 豊和旅行	ランドオペレーター／1名
16	株式会社ジーリーメディアグループ	OTA／4名
17	日本春秋旅行株式会社	旅行会社／1名
18	ATS Tour株式会社	ランドオペレーター／1名
19	楽天グループ株式会社(Voyagin)	OTA／3名
20	クラブツーリズム株式会社	旅行会社／1名
訪日メディア		
21	株式会社MATCHA ※自主経費にて招請	2名

※P.34 レイアウトに対応

【来場事業者一覧】

No	企業名・組織名
1	アオアヲ ナルト リゾート
2	一般社団法人そらの郷
3	一般社団法人鳴門市うずしお観光協会
4	一般社団法人幡多広域観光協議会
5	祖谷渓温泉観光株式会社
6	愛媛県観光国際課
7	大川バス
8	奥道後壱湯の守
9	公益財団法人香川県観光協会
10	株式会社ミナシア(ホテルウィングインターナショナル高松)
11	公益財団法人高知県観光コンベンション協会
12	国際両備フェリー株式会社 小豆島事業部
13	ことでんバス株式会社
14	琴平バス株式会社
15	ザ クラウンパレス新阪急高知
16	さぬき麺業株式会社
17	JR四国・営業部 誘客戦略室 インバウンド
18	JRホテルクレメント高松
19	四国水族館
20	四国地区レンタカー協会連合会
21	四国ツーリズム創造機構
22	城西館
23	新ロイヤルホテル四万十
24	高松商運株式会社
25	道後館
26	道後プリンスホテル株式会社
27	徳島県西部総合県民局
28	二十四の瞳映画村
29	ホテル足摺園
30	ホテルサンシャイン徳島
31	ホテル高砂
32	ホテル椿館
33	ホテル日航高知 旭ロイヤル

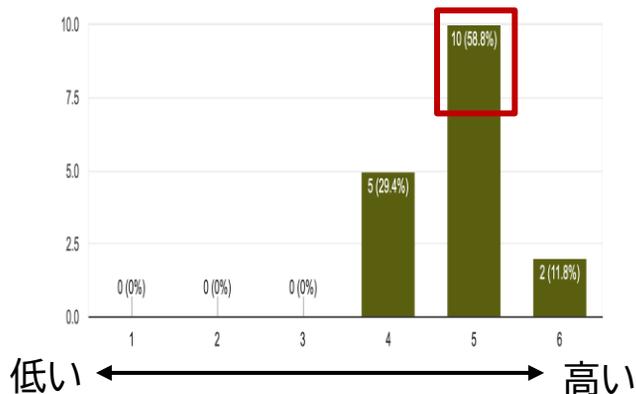
※五十音順

03 意見交換会(ワールドカフェ in 四国)

■ 出展者アンケート

Q1,満足度を教えてください

平均4.8pt



Q2,次回、商談を希望する事業者

- 自治体・DMO・観光協会
- 四国水族館や入場施設
- 宿泊業者
- 旅行会社
- 富裕層向け施設
- 交通事業者
- 体験事業者
- ホテル、体験施設(藍染めなど)
- ローカルツアー業者
- 各県の遊覧船、小豆島観光協会等

Q3 良かった点

- 四国の訪日観光に携わる様々なプレイヤーの方とお話しする機会があり、特定の支店に限らずさまざまなインバウンドに対する実情を把握することができた
- 四国各県の事業者様と対面で、直接お話ができたことで、有益な情報交換や商談ができたこと
- 現地の方に会い、いろいろアドバイスを頂けること
- 対面での商談は伝わりやすい
- 四国内の各自治体様や協会様と繋がりを持てたこと
- ホテル、バス会社等多種多様な事業者、自治体と商談が出来て有意義だった

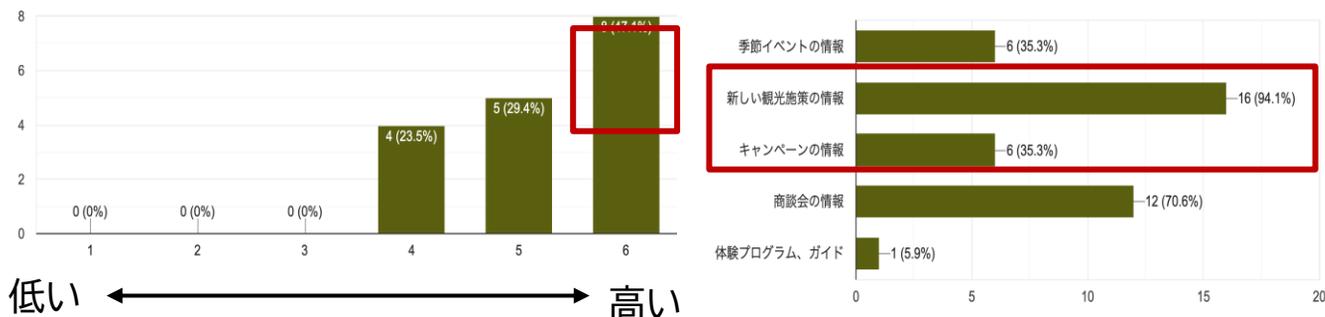
Q4 改善点

- ターンが短く、ブレイクタイムが無かったので忙しなかったです
- 商談相手が偏っていたり、弊社の対象ではない宿泊事業者が半分を占めるなど、商談アポイントの中身が課題点
- 旅行社側が商談したい業者の希望を出せなかった
- ターゲットとする国はどこなのか、良くわからなかった(東南アジア)も対象とするのであれば、FIT向けコンテンツの充実化が必要かと思う

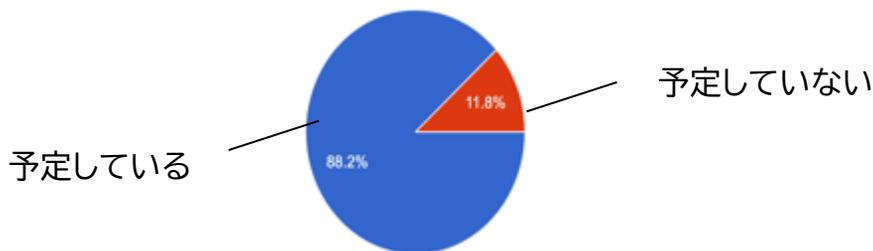
Q5 四国への関心

Q6 期待する情報提供

ワールドカフェを通して興味を持った方が多く、平均回答が**4.8pt**となった。今後は**新しい観光施策の情報共有**を希望する事業者が多くあった。

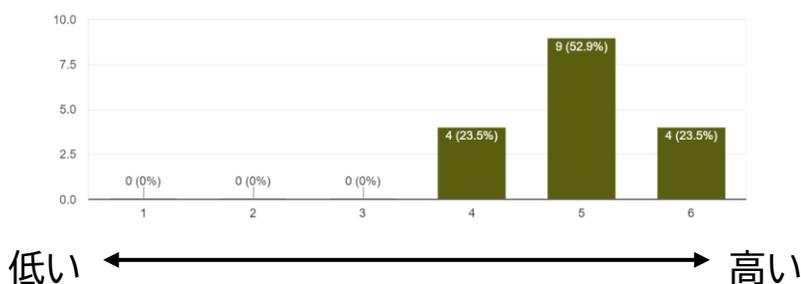


Q7, 今後四国の商品を企画・販売する予定はありますか



Q8, 運営オペレーションへの評価

平均**5pt**と高い評価だったが、事前情報共有に対しては**ムラのある評価**



良い点

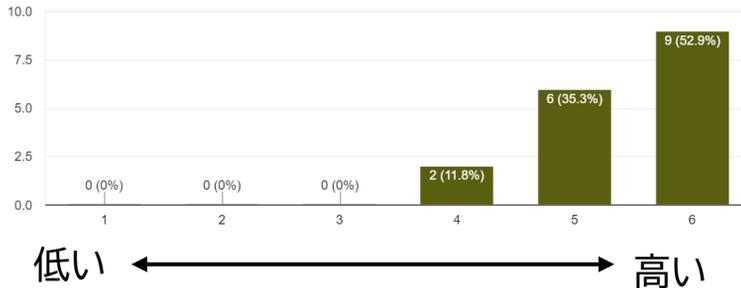
- 気配りを凄く感じた
- 事前のご案内、前日の懇親会、当日(会場)と全てのオペレーションにおいて、丁寧かつ柔軟な対応をしていただき、説明もとても分かりやすかったと感じた
- 非常にスムーズに進行いただいた
- とても迅速的にスムーズに対応してくれました

改善点

- 予定していた商談相手様が予定時間にいらっしゃらず、お話ができなかった回があった
- ホテルを販売していないOTAとホテル会社とのマッチングは次からはなしにして頂きたい
- 少人数で対応されていたものと思われませんが、事前情報の発信が遅く、こちら側の準備の時間がほとんどなかった

Q9 次会開催への参加意欲

次回も参加したいという事業者が多く、**平均5.4pt**となった。



回答理由

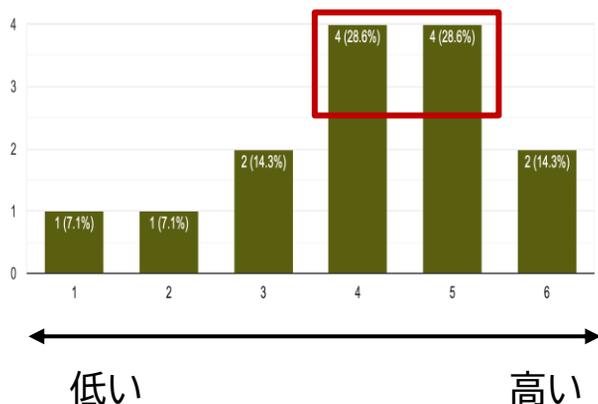
- 四国を全部回れるツアーがあれば参加したい
- 水を用意して頂けたらありがたかった
- 意見交換会ディナーの服装なども事前に知りたかった
- 非常に良く考えられた行程だと思いました
- 今後繋がっていきそうなバス会社、ホテル等と商談が出来てとても有意義であった
- コロナ対応をされながらの運営で大変だったと思う

03 意見交換会(ワールドカフェ in 四国)

■ 来場者アンケート

Q1,満足度を教えてください

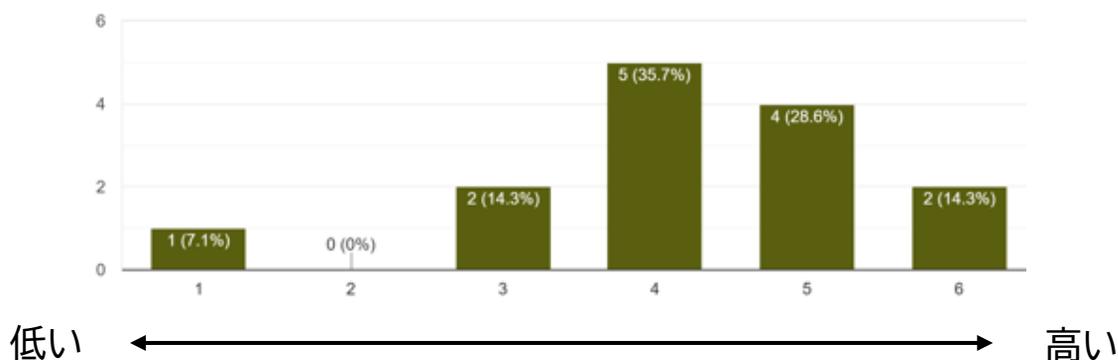
満足度は**平均4.1点**



Q2,次回、商談を希望する事業者

- ランドオペレーター
- 欧米豪からインバウンドを対象とする事業者。及び香港、台湾。
- 四国へ興味を持っている事業者
- 現在撤退中の現地アジア地区旅行社
- 台湾の旅行会社(松山⇄台湾の直行便が再開すると見込んで)

Q3,運営オペレーションへの評価



平均**3.9点**とやや低い点数であった。事前予約制を導入したマッチングに対して高い評価を得たが、商談時間および内容に関しては事前の準備がより求められる結果となった。

良い点

- 事前予約方法
- 商談する先を事前にアポイントとして開催されたこと
- 先行き不透明な状況ではあるが、現状の把握と展望を図る為
- 旅行会社と四国現地での商談をできて、良かった

改善点

- もう少し準備や事前仕込みに時間をかけていれば、より効果的な商談会やファムツアーができたかと思う
- 商談時間が短い
- アポイントの際のPW不案内
- エージェントなのか、ツアーオペレーターなのか分かるように分別いただけると嬉しかった
- 旅行会社からインバウンド事業に関係のない売り込みをされるどころがいくつかあった

04

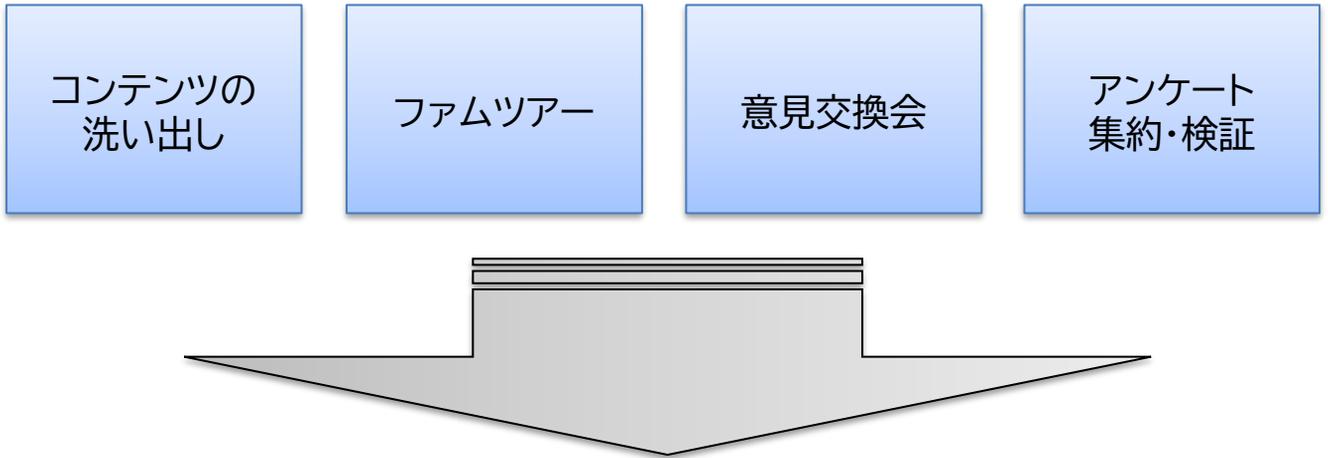
令和3年度訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金事業
「新たな生活様式を实践したコンテンツ」造成のためのワールドカフェin 四国

観光コンテンツ等の磨き上げ

04 観光コンテンツ等の磨き上げ

1 観光コンテンツの磨き上げの実施

→コンテンツの洗い出し～アンケート集約・検証までの業務を経て、訪日インバウンド観光客誘客に向けた観光コンテンツの磨き上げを行った(計8個)



具体的には、事業者へのアドバイスや企画・販売の支援、タリフ作成を実施することで、早期販売実現に向けて取り組みを実施した。



本事業終了の2022年2月まで継続して、事業者へ電話やオンラインによる聞き取りなどの方法でフォローアップを行った。

<徳島>

①フォレストアドベンチャー祖谷



フォレストアドベンチャー 自社予約サイト
<https://foret-aventure.jp/eng/>

ファミツアー参加者からのアンケートフィードバックを実施した。
 主に言語対応に関する不安点に関する意見が多く寄せられた。

フィードバック

- ファミリー層や若いカップルには良いと思う
- **欧米豪インバウンドに販売するにあたっては難しいと思う**
- 森が特にかなり高いので圧倒的にきれいだった
- **英語での説明が可能か気になった**
- 徳島で滞在型の観光は根付いていない。むしろ近隣県との周遊観光が主体になると思う。その際に**純粋なアクティビティに参加させる意味合いがわからなかった。**
- 説明を聞く時難しいそうなので、通訳ガイドから説明をしたら海外のお客様もできそうだ。

②野外コンテンツを中心としたFIT向けプライベートツアー商品を造成

ファミツアーで訪問した観光地を主に組み込んだプライベートツアーを造成。
 JTB Bokunシステムに商品掲載をし、自組織サイトで販売を開始した。



<URL>

<https://widgets.bokun.io/online-sales/0c72266f-5521-4774-8c38-642c6beada34/experience/670922>



[Enjoy outdoor activity and traditional culture] Tokushima half day Private Trip

12 時間 | 英語 | プライベート

キャンセルポリシー

- 予約は返金不可です。すべての販売は最終的なものです。

体験のタイプ

日帰りツアー/アクティビティ
 プライベート

予約可能日時

毎年予約受付時期：1 週

所要時間

12 時間

1. 利用人数

Adults (12+)

Children (5 - 11)

2. 日付を選択してください

2022年2月

月	火	水	木	金	土	日
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
¥70k						
14	15	16	17	18	19	20
¥70k						
21	22	23	24	25	26	27
¥70k						
28						
¥70k						

<香川>

①UDON HOUSE



UDON HOUSE 自社予約サイト
<https://udonhouse.jp/en/>

ファムツアー参加者からのアンケートフィードバックを実施した。

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 欧米豪の方が好みそうな内容 ➤ オプションを変更できない点が残念 ➤ 高い金額設定の上に、宿泊施設は普通のドミトリーのため、魅力は少し足りないように感じた ➤ 体験時間が長すぎるので1週間程度の日本滞在のお客様には合わないかもしれない
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 体験など時間を短くし、値段を安くする必要がある ➤ 欧米豪のプチ富裕層/FIT層ターゲットに対しては、宿泊場所のレベルは合わない ➤ ナイトタイムを活用した宿での体験やもう少し時間を短縮した体験もご用意いただいた方が参加検討層が広がると感じた ➤ 6時間の体験は長く、オススメする自信はない

②瀬戸内チャータークルーズ



英語版ウェブサイトを作成、瀬戸内の各島の紹介や見どころ、船の情報など、英語で紹介している。また、問い合わせへの英語対応など、インバウンド受入れ体制を整えている。
 参考URL：<https://www.setouchi-sics.com/ja/>

<愛媛>

①サンライズ糸山(レンタルE-bike体験)



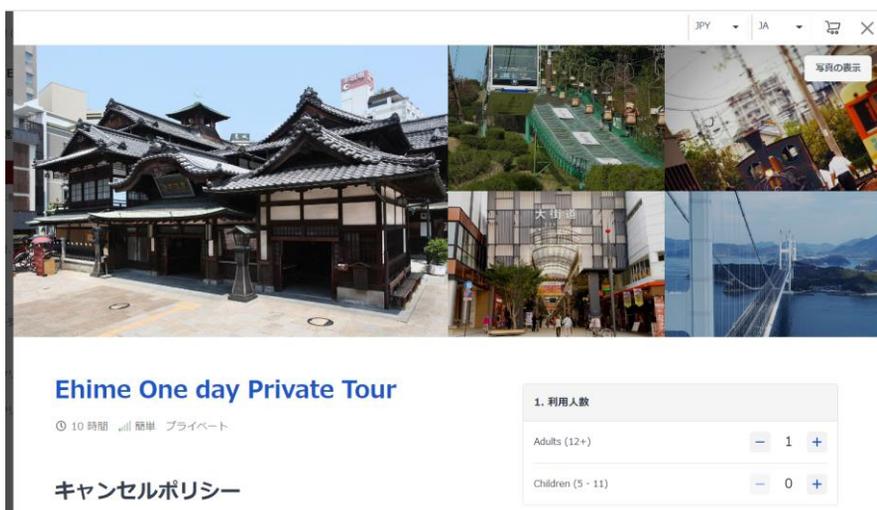
サンライズ糸山 自社サイト
<https://www.sunrise-itoyama.jp/archives/english/>

ファミツアー参加者からのアンケートフィードバックを実施した。

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none"> ➤ E-BIKEを乗ることは初めてなのに、とても乗りやすくて楽しかった ➤ 海景色も文句なしで素敵ですが、レンタルの値段が少し安くなると良いと思う ➤ 初めてなので適切な服装が分かりずらかった ➤ 自転車操作に関する説明が少し不足しているように思う
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 一つのスポットは2~3時間が限界である為、レンタル代金はもっと安くして2時間もしくは3時間のコースを作れば利用者数も増えるかもしれない ➤ 初心者でも可能と説明する事 ➤ 保険に必ず入ること ➤ 外国人利用者に対する説明がどこまで行われるのか不明

②野外コンテンツを中心としたFIT向けプライベートツアー商品を造成

ファミツアーで訪問した観光地を主に組み込んだプライベートツアーを造成。JTB Bokunシステムに商品掲載をし、自組織サイトで販売を開始した。

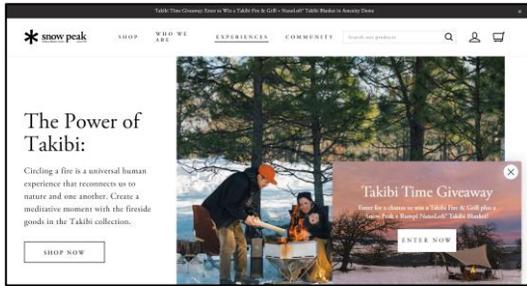


<URL>
<https://widgets.bokun.io/online-sales/0c72266f-5521-4774-8c38-642c6beada34/experience/672693>



<高知>

①スノーピークおち仁淀川



スノーピーク 自社多言語対応ウェブサイト
<https://www.snowpeak.com/>

ファミツアー参加者からのアンケートフィードバックを実施した。

項目	フィードバック
販売に向けたコメント	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 消灯時間は午後9時ですが、トイレやシャワールームの途中は暗くて心配だった ➤ 販売したいが着地型ツアーへの組み込みは難しいと感じた。 ➤ 短期間の旅行で訪れるインバウンドのお客様であれば、アメニティがない点も不便に感じるのではないかと思った ➤ スノーピークは台湾で有名なブランドですので、販売しやすいと思う
改善点や提案	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 通路が暗く、夜に女性はトイレに行けないとの声があった。 ➤ 交通アクセスをどうするかが課題だと思う ➤ また食材の買い出しをどうするかが課題 ➤ タクシー送迎プランやレンタカー商品と組み合わせることで、販売に繋がるのではと感じた

②野外コンテンツを中心としたFIT向けプライベートツアー商品を造成

ファミツアーで訪問した観光地を主に組み込んだプライベートツアーを造成。
 JTB Bokunシステムに商品掲載をし、自組織サイトで販売を開始した。

<URL>
<https://widgets.bokun.io/online-sales/0c72266f-5521-4774-8c38-642c6beada34/experience/670927>



04 観光コンテンツ等の磨き上げ

2 KPIの整理

<目標>

成果項目			成果目標	
アウトプット	磨き上げコンテンツ数		8コンテンツ(各県×2コンテンツ)	
	招請 人数	旅行会社・OTA	8社(8名)以上	合計 16社(16名)以上
		ランドオペレーター	8社(8名)以上	
アウトカム	販売売上実績		1,600,000円	
	経済効果		4,000,000円	
	販売増加額		1,600,000円	

①アウトカムに対する考え方

- ✓販売期間を2021年12月～2022年3月の4ヶ月、平均単価を@10,000円と想定。
- ✓滞在消費(経済効果)を外国人旅行者@25,000と想定。

②アウトカムの算出根拠

- ✓販売売上実績の計算方法:コンテンツ数×集客人数×販売期間×販売単価

→160名(8本×5名×4ヶ月) × 10,000円 = 1,600,000円

- ✓経済効果の計算方法:コンテンツ数×集客人数×販売期間×滞在消費

→160名(8本×5名×4ヶ月) × 25,000円 = 4,000,000円

- ✓販売増加額の計算方法:

→コロナ禍ということもあり、磨き上げ以前は実績がなかったと想定し、
「今年度販売した実績」=「販売増加額」として考える。

③集客人員の確認方法

- ✓各コンテンツのサプライヤーに販売実績を確認することで把握する

04 観光コンテンツ等の磨き上げ

<実績>

成果項目		成果実績		
アウトプット	磨き上げコンテンツ数	8コンテンツ(各県×2コンテンツ)		
	招請人数	旅行会社・OTA	11社(18名)	合計 20社(32名)
		ランドオペレーター	9社(14名)	
アウトカム	販売売上実績	0円		
	経済効果	0円		
	販売増加額	0円		

エリア	コンテンツ	販売額(国内旅行者を除く)				
		11月	12月	1月	2月	合計
徳島	フォレストアドベンチャー祖谷	0	0	0	0	0
	新商品(徳島プライベートツアー)	0	0	0	0	0
香川	UDON HOUSE	0	0	0	0	0
	SICS(瀬戸内アイランド・コンシェルジュ・サービス)	0	0	0	0	0
愛媛	サンライズ糸山(E-bikeレンタル)	0	0	0	0	0
	新商品(愛媛プライベートツアー)	0	0	0	0	0
高知	スノーピークおち仁淀川	0	0	0	0	0
	新商品(高知プライベートツアー)	0	0	0	0	0
合計金額		0	0	0	0	0

①アウトプット:磨き上げコンテンツ数

各県2コンテンツ×4県=8コンテンツの磨き上げを実施した

②アウトプット;招請人数

新型コロナの影響で海外エージェントは招請できなかったが、在日の旅行会社およびランドオペレーター、OTA合計20社(32名)を招請した。

③アウトカム:販売売上実績 / ④アウトカム:経済効果 / ⑤アウトカム:経済増加額

本事業対象期間(令和3年11月~令和4年2月)は、日本への観光目的の新規入国が認められていなかったため、外国人旅行者の販売実績は0となった。

04 観光コンテンツ等の磨き上げ

<参考実績:国内旅行者を含めた実績数値>

成果項目		成果実績	
アウトプット	磨き上げコンテンツ数	8コンテンツ(各県×2コンテンツ)	
	招請 人数	旅行会社・OTA	11社(18名)
		ランドオペレーター	9社(14名)
アウトカム	販売売上実績	23,303,000円	

エリア	コンテンツ	販売額(国内旅行者も含む)				
		11月	12月	1月	2月	合計
徳島	フォレストアドベンチャー祖谷	1,264,000	1,120,000	870,000	870,000	4,124,000
	新商品(徳島プライベートツアー)	0	0	0	0	0
香川	UDON HOUSE	128,000	160,000	128,000	100,000	516,000
	SICS(瀬戸内アイランド・コンシェルジュ・サービス)	123,000	560,000	0	0	683,000
愛媛	サンライズ糸山(E-bikeレンタル)	160,000	140,000	800,000	680,000	1,780,000
	新商品(愛媛プライベートツアー)	0	0	0	0	0
高知	スノーピークおち仁淀川	5,400,000	4,500,000	3,600,000	2,700,000	16,200,000
	新商品(高知プライベートツアー)	0	0	0	0	0
	合計金額	7,075,000	6,480,000	5,398,000	4,350,000	23,303,000

以上が、各事業者に聞き取りを行い国内旅行者の利用実績を確認した数値である。
特に令和3年11月～12月にかけては、新型コロナウイルス感染状況も落ち着いていたため、県外を含め比較的多くの旅行者が四国に訪れていたことがわかる。

05

令和3年度訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金事業
「新たな生活様式を実践したコンテンツ」造成のためのワールドカフェin 四国

事業総括

令和3年度訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金事業
「新たな生活様式を实践したコンテンツ」造成のためのワールドカフェin 四国

1 コンテンツの洗い出し

本事業はwith / afterコロナのインバウンド旅行客誘客に向けたコンテンツ磨き上げ事業ということで、野外での体験コンテンツを中心とした新しいコンテンツの洗い出しを行った。

各県の観光協会や観光事業者などにヒアリングを行い、まだあまり知られていない新しいコンテンツから、既存の観光資源を活用したコンテンツまで4県で31種類のコンテンツ案が挙げられた。コンテンツの中から特に、インバウンド向けに販売を強化したいと考えている事業者のコンテンツおよびヒアリングを実施した関係機関の意見を参考に、インバウンド向けに磨き上げができそうなコンテンツを選定し、旅行会社向けのファミツアーに組み込んだ。

ヒアリングを行う中で、各県で魅力的な観光素材やコンテンツを持っていながらも、PR方法や販売方法に課題があり、特にインバウンド向けの販売となると言語対応を含め、課題があることがわかった。

2 ファムツアー

新型コロナウイルス感染症の影響で、今後の見通しが不透明な中ではあったが、感染者数が減少した11月にファミツアーを実施することができた。1泊2日のコースを各県1コースずつ、合計4コース設定し、関心のあるコースに参加していただいた。日本に支店を持つ海外旅行会社とOTA、訪日インバウンドの取り扱いの多いランドオペレーターから計18名に参加していただき、ツアー終了後は各県のコンテンツや四国へのインバウンド誘客についてのアンケート調査を行った。

ツアー内容としては、概ね好評であり、今後の四国方面の販売も積極的に進めていきたいという意見が多数を占めた。四国は自然も多く、外で楽しめるコンテンツも多いことから、コロナ終息後の観光地として販売していきたいという意見が多くあった一方で、各施設の言語対応や交通アクセスの不便さなどが課題として多く意見が寄せられた。また、四国エリアについての知名度についての意見もあり、台湾や香港では「四国」というエリアが知られてきているが、ほかの多くの国では四国について知っている人が少ないため、商品造成や販売が難しいという意見であった。今後のエリアのブランディングも課題のひとつだと考える。

3 意見交換会(ワールドカフェin四国)

ファミツアー後に、意見交換会「ワールドカフェin四国」を実施した。出展は、日本に支店を持つ海外旅行会社およびランドオペレーター計20社の他、訪日メディア1社が出展し、地域の観光事業者と四国のインバウンド誘客についての意見交換を行った。四国の観光関連事業者としては、各県の観光協会をはじめ33団体に来場いただいた。

新型コロナウイルスまん延により、対面でのイベント開催ができない期間が長かったため、実地開催できたことは、地域の事業者の皆様喜んでいただき、非常に好評であった。今回の出展旅行会社の招請に際しては、AISO(アジアインバウンド観光振興会)にもご協力いただき、初めて招請する旅行会社も多く含まれた他、アジア圏で販売力のあるOTA各社にも出展いただけたことが今回の成果だと考える。

今回の意見交換会の中でも、野外コンテンツに期待する声が多く、コロナ禍において訪日旅行に求めるコンテンツも以前と変わってきたことを実感した。また、訪日リピーター層が多いアジア圏において次の旅行先として四国への期待度を感じた意見交換会であった。

4 コンテンツ磨き上げ

ファミツアーで訪問地として組み込んだコンテンツの中から、アンケート結果を参考に各県2個のコンテンツ磨き上げを実施した。徳島県はフォレストアドベンチャー祖谷へのフィードバックと新規商品造成、香川県はUDON HOUSEへのフィードバック実施と瀬戸内チャータークルーズのウェブサイト作成による受入れ体制の整備、愛媛県はサンライズ糸山へのフィードバックの実施と新規商品の造成、高知県はスノーピークおちん淀川へのフィードバックの実施と新規商品造成を実施した。

アンケート結果の中で共通していることは、「言語対応」「交通アクセス」「体験時間」であり、言語対応については特に体験コンテンツが多い中で多言語対応していないと不安に感じるという声が多かった。交通アクセスについては、車でしか訪問できない施設が多く、個人旅行のお客様に対する販売の難しさについて意見があがった。またアジア圏の旅行客は、限られた滞在時間の中で手軽に体験できることを求めていることから、アジア旅行者向けの短時間で体験できるプランを期待する意見が多かった。これらの意見を各事業者にフィードバックして、今後のインバウンド旅行客の誘客の参考にさせていただきようお伝えをした。また新規商品については、ファミツアーと類似の行程を体験できるプライベートツアーを造成し、JTB BOKUNシステムでOTA化を実施、多方面で販売できる体制を整えた。コロナ禍で外国人観光客の入国が難しい現状であるが、今後の販売に期待したい。

受託事業者:株式会社JTB 高松支店