

No.1 Ringo meets Art -弘前りんご農園アートトリップ-

事業背景・狙い

- 令和2年に開館した現代アートミュージアム「弘前れんが倉庫美術館」は、コロナ禍でありながら多くの国内外のアート・デザイン・建築メディアで取り上げられている。また、弘前は日本一のりんごの生産量を誇っており、「ふじ」りんごブランドは、アジア・ヨーロッパからの注目度が向上。
- 一方で、弘前市の令和元年度観光入込客数は、「まつり」による集客が約44%となっており、他の時期の観光コンテンツが不足。
- 以上を踏まえ、「りんご」と「アート」をコアに、アーティストやりんごの美術史・哲学、そしてりんご園と共生する地域の人々の暮らしに触れ、宿泊を伴う滞在型の体験プログラムを造成することで、年間を通じた「農園×アートツーリズム」事業を構築する。

代表主体	エヌ・アンド・イー株式会社	代表主体以外の事業者	弘前市、公益社団法人弘前観光コンベンション協会、一般社団法人Clan PEONY 津軽、株式会社また旅くらぶ
------	---------------	------------	--

1. 今年度の取組

事業概要	夜の美術館で特別なディナーやシールドを味わい、りんごを使ったサウンドインスタレーションやりんご園と共生する地域の人々の暮らしに触れる「りんご」と「アート」をコアにした1泊2日の上質な体験プログラムを造成。また、特別な冊子・ウェブサイト・動画を制作し、商品のストーリーや魅力を訴求した。
実施エリア	青森県弘前市
実施時期	○ モニターツアー:2021年11月29日~30日 ○ ツアー販売:2022年9月1日~
取組内容	<p>【Product】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 1泊2日の高価格ツアーを造成。 ○ 地域の新たな魅力となるコンテンツ発掘、現地視察及び調整を実施。 ○ 造成するツアーのコンセプト及びターゲットと親和性の高い那須塩原周辺のアートコンテンツを視察。 ○ サウンドアーティストと弘前市りんご公園のコラボレーションによるインスタレーション作品「りんごのヘッドフォン~Apple Phone~」を開発。 ○ モニターツアーを実施し、造成した商品に対するフィードバックを収集。 ○ 「りんごとアート」を紹介する小冊子を制作。 <p>【Price】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 「Ringo meets Art-弘前りんご農園アートトリップ-(I)」:370,000円 ○ 「Ringo meets Art-弘前りんご農園アートトリップ-(II)」:220,000円 注:(II)は着地型旅行商品で、宿泊代及び現地までの交通費を含まない。 <p>【Place】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ モニターツアーの当日、添乗業務を担った株式会社また旅くらぶを、継続した販売チャネルとして検討。 ○ 国内向け旅行会社及び海外向け旅行会社へのヒアリングを実施。 <p>【Promotion】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 造成したツアーの魅力伝えるプロモーション動画を制作(英語字幕対応)。 ○ YouTubeアカウントを開設し、当該動画を公開。 ○ モニターツアーに招いたインフルエンサーによるSNS発信を実施。 ○ ウェブサイトを開設。

現地等の模様	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>美術館見学</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>特別なディナー</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>サウンドインスタレーション</p>  </div> </div>
全体総括	<ol style="list-style-type: none"> ① 新たな高価格観光商品の造成 アートの視点から、ローカルなりんごに隠されたハイレベルかつ知的で世界に通用する側面を感じさせる体験プログラムを造成。他方、収益性を確保した事業継続、りんご農園の季節に合わせたプログラム開発、宿泊施設の確保等が課題。 ② 持続可能な体制構築 多様なメンバーの視点と創発的なディスカッションにより質の高いプログラムの造成に成功。他方、来年度以降のツアー販売・運営に際し、持続可能な運営計画、受入準備、体制構築等が必要。 ③ プロモーションの強化 来年度以降、本事業で制作したウェブサイトの効率的な運営や、ターゲットの導線上における効果的なプロモーションプランについて検討する必要。

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
運営体制整備	<ul style="list-style-type: none"> ○ 限られたメンバー以外でも運営できる運営体制の構築。 ○ 品質を落とさず外部委託できるようスタッフへの教育を実施。
ツアーの収益化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 集客数、年間実施回数等を最適化し、収益を確保。
宿泊施設の検討	<ul style="list-style-type: none"> ○ プログラムの趣旨に合わせた宿泊施設を選定。
プロモーション強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 効率的なウェブサイトの運営。 ○ サステナビリティに対する意識の高い富裕層等のターゲットに届くプロモーションプランの検討。

事業背景・狙い

- 代表主体は、日本国内で唯一世界13か国の海外参加者を受け入れた長期(24日間)クラシックカーツーリズムツアーの実施経験があり、クラシックカーラリーに精通している国内・海外の人材コネクションを保有。
- 一方で、国内ではまだ日本人・訪日外国人を合同対象とした旅行商品として販売した実績がなく、認知も不足。また、現在はツアー実施・運営が属人的となっているため、主担当者が抜けた際に継続が困難。
- 以上を踏まえ、宿泊を伴うツーリング商品の造成・プロモーション・販売・ガイド育成を行うことで、来年度以降に向けた基盤形成と、商品ポテンシャルの検証を行う。

代表主体	株式会社Musubi	代表主体以外の事業者	Galleria AMICA、Rally Round Ltd.、SET UP JAPAN、有限会社アシスト
------	------------	------------	---

1. 今年度の取組

事業概要	クラシックカー及びラグジュアリーカーのオーナーを対象に、茨城県や栃木県等の雄大な自然に囲まれたコースをドライブし、上質な宿・建築・食事等の地域独自の文化を体験する2泊3日の長距離ツーリング商品を造成。また、ウェブサイト・SNSアカウントの開設、動画制作、メディアプロモーション、販売等を行うことで市場性を検証。来年度以降は別エリアでの展開も狙う。
実施エリア	埼玉県加須市、茨城県古河市、栃木県日光市、宇都宮市、那須町ほか
実施時期	○ 商品販売(モニターツアー兼):2021年11月14日~16日
1取組内容	<p>【Product】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 2泊3日の高価格ツアーを造成。 ○ ターゲットと地域の親和性を考慮したツアーコースを選定。 ○ ツアー当日に活用できるコマ地図を制作。 ○ モニターツアーを実施し、造成した商品に対するフィードバックを収集。 <p>【Price】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Grand Tour Musubi Japan -東京・埼玉・茨城・栃木-:495,000円(2名1台) <p>【Place】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ GRAND TOUR MUSUBI JAPANのウェブサイトの商品販売を実施。 ○ スポンサー候補企業へアプローチを実施。 ○ ターゲット層が購読する媒体へツアー情報を掲載。 ○ 地域のラジオ局や新聞局等へアプローチし、ツアーの告知を実施。 ○ Facebook及びInstagramアカウントを開設し、ツアーの告知を実施。 <p>【Promotion】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ウェブサイトを開設し、ツアー内容を掲載。 ○ 地域及び造成したツアーの魅力伝えるプロモーション動画を制作。 ○ プレスリリースを配信。 ○ Facebook及びInstagramアカウントを開設し、ツアーの情報を発信。 ○ 地元媒体やターゲット層が購読する媒体で、ツアーの告知記事や体験レポートを掲載。

現地等の模様	<p>コマ地図制作 特別な撮影ポイントの手配 ターゲットと地域の親和性を考慮したツアーコース選定</p>
全体総括	<p>① 市場性の検証 移動そのものを体験することで、二次交通の未発達な地域での高価格観光商品の造成に成功。モニターツアーを通じて金額の妥当性やツアー内容の満足度を測ることができたため、来年度以降他地域での展開も含めて検討。</p> <p>② 運営体制の強化 高額かつツーリングに特化した商品のため、ツアー造成には専門知識と経験が必要。商品造成から販売までが属人的になっているため、長期的な人材育成を行う。また、地域の魅力を行程に盛り込むために、地域の観光商品(宿、食事、体験、施設等)に明るい人物との協働も必要。</p> <p>③ 造成した商品の認知拡大 プロモーション動画やプレスリリースの配信等により、造成した新たな観光商品を訴求。今後もSNSアカウントを活用した継続的な情報発信、ウェブサイトの更新、メディアへのアプローチ等を通じて認知の拡大が必要。</p>

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
運営体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 手配作業等を外部委託し負担を軽減することで、代表主体が全体統括としてツアーに携われる体制を構築。 ○ 地域の観光商品に明るい人物とのつながりを強化。
販促活動の継続実施	<ul style="list-style-type: none"> ○ 新規ターゲットを獲得するために、SNSアカウントや広告を活用したツアー告知等の販促活動を継続実施。
外国語対応	<ul style="list-style-type: none"> ○ ウェブサイト、SNSアカウントの外国語対応を検討。

No.3 長期滞在型佐渡まるごとアドベンチャーランド事業




事業背景・狙い

- 佐渡は、文化や自然など、歴史的にも地理的にも「日本の縮図」と言われるほどの観光資源を保有。また、代表主体は、宿泊と交通、体験をワンストップで受け付け、提供できる体制を保有しているため、長期滞在型の高単価ツアープログラムを一気通貫で提供することが可能。
- 一方で、それぞれの資源は秀逸であるにもかかわらず、観光資源を単体で発信していたため、総合的な佐渡の魅力を発信することができていない。また、アウトドア専門事業者が不足していることも課題。
- 以上を踏まえ、佐渡全体の魅力発信を行い、代表主体で新たに開業するアウトドアセンター「佐渡アウトドアベース」を基軸として、佐渡の文化・自然に触れる宿泊を伴う滞在プランを造成する。

代表主体	サンフロンティア佐渡株式会社	代表主体以外の事業者	佐渡市、NPO法人サードフィールドさど、一般社団法人佐渡観光交流機構、一般財団法人佐渡市スポーツ協会 ほか
------	----------------	------------	---

1. 今年度の取組

事業概要	サイクリングと酒蔵巡りを掛け合わせた商品など、佐渡のアクティビティ・文化・自然を堪能できる長期滞在プランを造成。また、アクティビティの拠点である「佐渡アウトドアベース」の空間コンセプト・デザイン、ロゴ制作等を実施。さらに、ウェブサイト・SNSアカウントの開設、動画制作等を行い、点在していた佐渡の様々なコンテンツを再編集することで、佐渡全体の魅力を発信した。
実施エリア	新潟県佐渡市
実施時期	○ FAMツアー：2021年12月17日～18日、2022年1月18日～20日 ○ 商品販売：2022年1月～
取組内容	<p>【Product】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 宿泊を伴うサイクリング×酒蔵巡りツアーを造成。 ○ 佐渡アウトドアベースの内装コンセプト、デザイン、ロゴ制作等を実施。 <p>【Price】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 加茂湖一周と天領盃酒造見学(たびのホテル佐渡素泊)：30,000円～ ○ 全国各地のアウトドアの体験コンテンツの価格をリサーチし、それを元に宿泊とセットにしたプランの造成及び価格設定を行うことで、従来よりも高価格帯での販売を実施。 従来価格(平均)：約3,500円(アクティビティ単体の販売価格) 改善価格(平均)：約20,000円(宿泊とアクティビティをセットにした販売価格) <p>【Place】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 佐渡観光体験情報サイト「Go to SADO」を開設し、商品販売を実施。 ○ 旅行会社やOTAを通じて、ネット販売やチラシの配布を実施。 ○ 新潟港や佐渡両津港でポスターを掲示。 <p>【Promotion】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 佐渡観光体験情報サイト「Go to SADO」の開設。 ○ 佐渡アウトドアベースのSNSアカウント(Twitter、Instagram、Facebook)を開設。 ○ 佐渡の魅力を伝えるプロモーション動画を制作。 ○ プレスリリースを配信。 ○ アウトドア関係者等を対象としたFAMツアーを実施。 ○ 「Hanako.tokyo」、「PEAKS」等のメディアへの記事掲載を実施。

現地等の模様	サイクリングツアー	自転車キャリア	佐渡アウトドアベース
			
全体総括	<p>① 佐渡の豊富な資源の複合化による魅力の発掘と価格改訂 アクティビティ単体ではなく、宿泊、食等を一体化したツアーを造成し、点在していた佐渡のコンテンツをつなげることで、高単価の高付加価値ツアーを造成。アクティビティの販売価格を見直すことで、ガイドが稼げる土壌を整備。</p> <p>② アウトドアを切り口にした拠点の創出 当日受付ができるアウトドアセンターを佐渡で初めて造成。内装コンセプト・デザイン・ロゴ等にこだわり、愛されるコミュニティを創出することで、関係人口及び観光消費額増加への取組を継続的に実施。</p> <p>③ オウンドメディアの整備 佐渡の魅力が可視化されたウェブサイト及びSNSアカウントの開設によって、佐渡の自然・文化・アクティビティの魅力が伝わりづらいという課題を解決。これらを活用し、ターゲットニーズにマッチした情報発信を継続する必要。</p>		

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
ステークホルダーの合意形成	○ 地域のアウトドア事業者に限らない島内外の連携強化。
高価格商品造成	○ 車に乗らない佐渡観光をテーマにした高単価アクティビティの開発。
マネタイズ	○ アウトドア事業やガイドが生業となるようなアウトドア商品の適正価格設定。
プロモーション強化	○ ウェブサイトの改善及びコンテンツの充実、SNSの活用、パブリシティ等の強化。
人材確保・育成	○ 交流人口の拡大や島内人材のガイド育成。

No.4 日本独自のハードアクティビティ『沢登り』の磨き上げ・魅力発信事業

事業背景・狙い

- 福井県若狭町では、古民家を改装した宿泊施設「八百熊川」など、若狭熊川宿を中心としたまちづくりに取り組んでいる。また、独自の自然環境をいかして、トレイルやサイクリングイベントを実施しているところ、それ以外にも、日本独自のハードアクティビティ「沢登り」ができるフィールドとガイドを有する。
- 一方で、京都～金沢間で「わざわざ訪れる価値のある魅力的な地域」になるためのコンテンツの磨き上げや、他地域との差別化、効果的なプロモーションが課題。
- 以上を踏まえて、沢登りを若狭町の本格的なハードアクティビティとして磨き上げ、情報発信及び販売の体制を整えることで、他地域と差別化を図れる観光商品を造成する。

代表主体 株式会社PLUS WILD 代表主体以外の事業者 若狭町、株式会社ヒト・コミュニケーションズ、株式会社トライアングル、株式会社デキタ

1. 今年度の取組

事業概要
日本独自のハードアクティビティである「沢登り」と上質な宿を組み合わせることで、ほかの地域と差別化を図れるアドベンチャーツーリズムの商品を造成。宿で提供される食事のアップデートや、沢登りまでのアプローチを整備し、高価格商品への磨き上げを行った。また、地域のウェブサイト改修やプロモーション素材の制作等を行うことで、地域の魅力を発信する基盤を整備した。

実施エリア
福井県若狭町

- 実施時期**
- 国内向け日帰り商品販売:2021年9月～
 - インバウンドツアー販売:2022年7月～

- 取組内容**
- 【Product】**
- 国内向け、インバウンド向け商品を造成。地域のストーリーやコース展開を検討し、アドベンチャーツーリズムの商品としての磨き上げを実施。
 - 入渓までの登山道(アプローチ部分)の整備を実施。
 - ツアーで活用する宿「八百熊川」における食体験をアップデートし、酒類販売も開始。
- 【Price】**
- 【国内向け】若狭で沢登り！！これぞ日本のハードアクティビティー
2名参加の場合:25,000円～(1名、アクティビティ単体の価格)
 - 【インバウンドツアー】沢登り～日本独自の登山スタイル～
4名参加の場合:136,500円～(1名)

- 【Place】**
- ATWS2021(Adventure Travel World Summit 2021)商談会への参加。
 - 「鯖街道若狭熊川宿」、代表主体「PLUS WILD」、ツアーで活用する宿「八百熊川」の各ウェブサイトでのメニュー掲載。

- 【Promotion】**
- 地域のウェブサイト「鯖街道若狭熊川宿」の改修と、福井の情報ポータルサイト「ふーぼ」、福井県観光公式サイト「ふくいドットコム」及びウェブメディア「Outdoor Japan」への記事掲載を実施。
 - 沢登り及び若狭地域の魅力を伝えるプロモーション動画を制作。
 - Instagramアカウントを開設し、継続的な投稿を実施。Instagram及びYouTube広告の配信。
 - 地域の観光関連の事業者に対し、SNS勉強会を開催。

現地等の模様



全体総括

- ① インバウンド向けツアー販売・実施体制の構築
地域コーディネーター(PLUS WILD)と訪日ランドオペレーター(トライアングル)の連携による体制構築と、ATWS2021商談会への参加により販路開拓を実施。
- ② 体験の整備
インバウンドニーズに合わせたコンテンツ造成、食体験のアップデート等の高価格化への取組、入渓までのアプローチ整備等を通じて、商品としての磨き上げを実施。選ばれる destinations とするためには、宿泊や食体験の磨き上げを継続実施する必要。
- ③ 販売チャネルの拡充
地域のウェブサイト改修や複数のウェブサイト及びメディアへの掲載を行い、販売チャネルを拡充。沢登りや若狭の認知及びブランド力を向上させるため、SNSや動画を活用したPR、海外セールス活動等を継続。

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
来年度以降の実施体制整備	○ 嶺南地域の観光促進のために重要な組織との連携強化。
環境整備(沢・砂防えん堤の利用)	○ 沢の維持のために必要な利用料の徴収について、町や管理区域等と検討。 ○ 入渓のためのえん堤等の活用について、議会を含めた継続的な合意形成。
環境整備(レスキュー体制)	○ 管理区域との議論を重ね、警察・消防との連携及び現地確認を実施。
インバウンド対応	○ 商談会への参加や英語ガイドの育成。
プロモーション強化	○ 改修したウェブサイト及びInstagramアカウントを活用したアクティビティ等の情報発信の継続実施。

No.5 南アルプスの古道を活用したE-MTBツアー造成事業

事業背景・狙い

- 代表主体では、約9年をかけてMTB(マウンテンバイク)走行環境の整備や地域社会の活性化に取り組み、ファンコミュニティの形成、地元利害関係者との関係構築をはじめとした成果が得られている。既存のトレイル網も15kmを超え、日本における先進事例となりつつある。また、山林空間の新たな活用による産業創出への関心が国内において向上。
- 一方で、日本においてトレイル整備やMTB走行の許認可取得には依然として長い時間を要しており、日本の山林内の山道についての法整備も発展途上。また、トレイル整備の多くは手作業であり、人件費が必要であるがその財源も不足。
- 以上を踏まえ、古道を活用したMTBトレイルをアドベンチャーツーリズムコンテンツとして商品化し、MTB destinationsとしてのブランド力・収益性を高めるとともに、森林・山道の維持管理及び地域社会の活性化に対する取組の持続可能性を高め、南アルプスをアジアNo.1のMTB destinationsとすることを旨とする。

代表主体 一般社団法人南アルプス山守人 代用主体以外の事業者 南アルプス市、富士川町、南アルプスマウンテンバイク愛好会、株式会社Pioneerwork

1. 今年度の取組

事業概要

古道を活用したE-MTBツアーを造成するために、地方公共団体等に対して山道利用に関する許認可取得のための働きかけや、MTBトレイルの整備を実施。また、ファクトブックの制作やオウンドメディアの改修を行い、代表主体の活動の歴史、ビジョン、地域へのメリット等を可視化。南アルプスをアジアNo.1のMTB destinationsとすることを旨とする。

実施エリア

山梨県南アルプス市、富士川町

実施時期

- モニターツアー：2021年11月11日～11月12日
- 南アルプス立沼MTBパークオープニングイベント：2021年11月21日
- 南アルプス立沼MTBパークオープン：2021年11月22日～

取組内容

【Product】

- 上級者向け、初心者向け商品を造成。
- 山道利用に係る許認可取得のための働きかけを実施。
- MTBトレイル及びMTBトレイルパークの整備。
- MTBツアー造成に係る専門家調査及びモニターツアーの実施。
- 初心者及びファミリー向けMTBパーク「南アルプス立沼MTBパーク」の造成及びオープニングイベントの実施。
- ファクトブック及びビジョンマップを制作。

【Price】

- 南アルプス古道E-MTBツアー(上級者向け)：30,000円
- 南アルプス・ライド体験ツアー(初心者向け)：9,000円

【Place】

- ATWS2021(Adventure Travel World Summit 2021) オンラインブースへの参加。
- 観光情報を含んだウェブサイトを開設し、商品販売を実施。

【Promotion】

- 既存のウェブサイトを改修し、旅行者向けの情報を充実させるとともに、代表主体の活動及びビジョンの可視化を実施。
- SNSアカウント(Twitter, Instagram)を開設し、代表主体の活動を発信。
- MTBの魅力、代表主体の活動及びビジョンが表現されたプロモーション動画を制作。
- プレスリリースの配信及び地元メディア・地方紙等の取材誘導。

現地等の模様



全体総括

- ① MTBに対する利害関係者のマインド変化を通じたトレイル利用の許認可取得
県、市町村等の関係部署の意識変換を通じ、トレイルのMTB利用許認可を取得。今後全国的にMTBの推進を図っていくため、代表主体による実績を積み上げながら、国、県、市町村等によるMTBの制度化・政策化に向けた取組を継続。
- ② 事業継続に資するアセットの充実
プロモーション動画、観光情報を含んだウェブサイト、SNSアカウント、ビジョンマップ、ファクトブック等を制作。今後の事業継続やMTBの制度化・政策化に向けた活動にも活用。
- ③ 体験の整備
ツアー造成に向けた専門家調査等を通じ、オペレーション、ホスピタリティ、ガイドスキル、宿、食事等の受入環境に対する課題を明確化。顧客満足度の高い商品化を見据えたブラッシュアップ、人員、その他リソース等について検討する必要。

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
運営体制整備	○ ボランティアに頼らない人員の確保。
環境整備(トレイル許認可取得)	○ モニターツアー実施ルートの常時走行許可取得のための取組・働きかけや地域貢献活動の継続実施。
商品造成(上級者向け)	○ 飲食店や宿泊施設との連携強化、既存ルートの保守点検、新規トレイルビルドの継続等。
商品造成(初心者向け)	○ 既存ルートの維持管理活動、販路の開拓。
プロモーション強化	○ 継続的なYouTube・SNSへの投稿、ホームページの更新等と、専属人材の確保。

No.6 アドベンチャーツーリズム推進による“飛騨地域”のリゾート化(ネイチャー・リゾート)事業

事業背景・狙い

- 岐阜県飛騨地域は、サステナブルツーリズムの先進地域。高山市を中心に国内外からの観光客が訪れており、他地域と比較しても訪日外国人観光客の割合が高い。
- 一方で、高山等の一部地域ではオーバーツーリズムが懸念されるほど観光客の流入は多いものの、通過型となるツアーが多く、滞在時間が非常に短い。また、飛騨地域の魅力を発信するための魅力的なクリエイティブ・PRの知見が不足。
- 以上を踏まえ、アドベンチャーツーリズムの推進によって“飛騨地域”をリゾート化することで、長期滞在先として選ばれる観光地域づくりを行い、それらを魅力的に伝達するクリエイティブ・PRプランを策定する。

代表主体	岐阜県アドベンチャーツーリズム推進共同体	代表主体以外の事業者	岐阜県、楽天グループ株式会社、飛騨市、一般社団法人岐阜県観光連盟、ジビエ工房めいほう、株式会社wondertunk&co.
------	----------------------	------------	---

1. 今年度の取組

事業概要	長期滞在先として選ばれる destinations とするため、薬草栽培文化を学ぶツアー、ジビエ狩猟の世界を体験できるツアー、五色ヶ原の森のハイキングと上質な宿を組み合わせたツアーといった岐阜県の自然・文化を活用したアドベンチャーツーリズムの商品を造成。また、市場調査、ウェブサイト・動画の制作、販売等を行い、来年度以降に向けた土台を構築した。
実施エリア	岐阜県飛騨市、高山市、郡上市
実施時期	<ul style="list-style-type: none"> ○ モニターツアー：2021年11月16日～18日 ○ Goshikigahara Forest:Mystic Pathways販売：2022年1月28日 ○ 岐阜 明宝 持続可能なジビエ体験ツアー販売：2021年12月29日 ○ 岐阜 飛騨古川 薬草文化を学ぶワークショップ+ウォーキングツアー販売：2022年1月28日
取組内容	<p>【Product】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 「五色ヶ原の森」のハイキングと上質な宿を組み合わせた高価格商品を造成。 ○ 岐阜県の「食(ジビエ)」「文化(薬草)」をいかした新たな観光商品を造成。 <p>【Price】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Goshikigahara Forest:Mystic Pathways:250,000円 ○ 岐阜 明宝 持続可能なジビエ体験ツアー:18,750円～ ○ 岐阜 飛騨古川 薬草文化を学ぶワークショップ+ウォーキングツアー:30,000円(2名1グループ) <p>【Place】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Visit Gifuに造成したツアーを掲載。 ○ 楽天トラベル観光体験サイト、株式会社wondertrunk&co.のウェブサイトで、造成したツアーの販売を実施。 ○ 楽天トラベル観光体験 岐阜県特集ページに、造成したツアーを掲載。 <p>【Promotion】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 造成したツアーの魅力伝えるプロモーション動画を制作。 ○ ディスプレイ広告及びメール広告を配信。 ○ 富裕層旅行会社向けにニュースレターを配信。 ○ 株式会社wondertrunk&co.のFacebookアカウントで造成したツアーを告知。

現地等の模様	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>五色ヶ原の森 ハイキング</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>ジビエ体験</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>薬草体験</p>  </div> </div>
全体総括	<ol style="list-style-type: none"> ① 長期滞在を促す商品開発 岐阜県のアドベンチャーツーリズムの中核として「五色ヶ原の森」に焦点を当て、地域の消費最大化を意識した持続可能性の高い自然体験コンテンツを造成。また、当初の地域課題であった長期滞在を促すため、「五色ヶ原の森」のみならず、周辺地域のコンテンツを活用した商品を造成。他方、関係者との合意形成や法規制等の兼ね合いで理想的な商品まで磨き上げられなかった部分については、継続的な取組が必要。 ② 国内外の両ターゲットをにらんだプロモーション 海外誘客の不調が長期化することを見込み、国内旅行者に対してプロモーション及び市場性の検証を実施。加えて、欧米富裕層旅行会社を中心とした海外の旅行会社へ特別なニュースレターを配信。 ③ 体制構築 本事業終了後も継続的に商品を磨き上げることが可能な体制構築と、スピード感を持った官民の連携に成功。

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
体験コンテンツの磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ○ 実販売によって得られた改善点の把握と継続的な磨き上げを実施。 ○ 環境保全とコンテンツの造成に関する合意形成の継続実施。
資金調達	<ul style="list-style-type: none"> ○ クラウドファンディング等を用いて、磨き上げに必要な資金を調達。
プロモーション強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 制作したプロモーション動画の効果的な活用方法の検討。 ○ 官民連携強化による情報発信。

No.7 京都広域サイクルツーリズム事業

事業背景・狙い

- 海の京都・森の京都エリアは、豊かな植生自然を感じながら変化に富んだトレイルルートやサイクリングルートを構成でき、また、日本の山間の里や小さな漁師町を訪れ、日本らしい文化や景色が楽しめるアドベンチャーツーリズムが造成できるポテンシャルを保有。
- 一方で、京都市内と異なり富裕層向けのコンテンツ・サービスの開発が不十分であり、ガイド人材も不足。
- 以上を踏まえ、滞在型の観光コンテンツを造成することで、「京都」が京都市内にとどまらず、豊富な自然文化に囲まれた長期滞在を実現するアドベンチャーツーリズムのデスティネーションであることを国内外に認知させる。

代表主体	京都広域サイクルツーリズム推進協議会	代表主体以外の事業者	京都府、海の京都DMO、森の京都DMO、株式会社美ら地球、合同会社海の京都e-Bikes、一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会
------	--------------------	------------	---

1. 今年度の取組

事業概要	海の京都・森の京都エリアにおいて、地域の自然・文化を味わえるサイクリング、トレッキングを含めた滞在型の観光商品を造成。また、地域事業者へのガイド研修、ウェブサイト・動画の制作等を行い、「京都」が京都市内にとどまらず、豊富な自然文化に囲まれたアドベンチャーツーリズムのデスティネーションであることの認知獲得を図る。
実施エリア	京都府宮津市、南丹市ほか
実施時期	○ モニターツアー：2021年11月2日～5日、11月7日～11日、11月16日～19日、11月23日～25日 ○ 商品販売：2022年2月～
取組内容	<p>【Product】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 地域の新たな魅力となるコンテンツ発掘、現地視察及び調整を実施。 ○ 日帰りから長期滞在まで、複数のサイクリング及びトレッキング商品を造成。 ○ 飛騨古川Satoyama Experienceを視察。 ○ ツアーガイド養成講座を実施。 <p>【Price】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Kyoto to the Japan sea サイクリングツアー：460,000円 ○ Road to Kyoto サイクリングツアー：460,000円 ○ 伊根～城崎 E-Bikeツアー：168,000円 ○ Oni Trail Walking complete, 8N9D guided tour：500,000円 ○ Oni Trail highlight short 3N4D guided tour：170,000円 ○ 三和エリアE-bike観光ツアー：7,000円～ ○ 美山町サイクリングツアー：59,980円 <p>【Place】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ATWS2021(Adventure Travel World Summit 2021)に参加。 ○ Expat Expoに出展。 ○ JNTOロサンゼルスアウトドア商談会に参加。 ○ ウェブサイト「Another Kyoto」内にランディングページを作成し、販売を実施。 <p>【Promotion】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 地域及び造成したツアーの魅力伝えるプロモーション動画を制作。 ○ ウェブメディア「Outdoor Japan」を活用し、記事の掲載とSNSでの告知を実施。

現地等の様子	Road to Kyotoツアー	伊根-城崎サイクリング	Oni Trail Walking	美山町サイクリングツアー
				
全体総括	<p>① 欧米豪アドベンチャートラベラーをメインターゲットとした商品の造成 海の京都・森の京都エリアの自然・文化資源を活用しながら、「Another Kyoto」の新たな観光商品として、5つのサイクリングツアーと2つのロングトレイルツアーを造成。新型コロナウイルス感染症の影響が長引くことを考慮し、今後日本人観光客向けのショートプランの造成も検討。</p> <p>② 体制構築 2つの地域DMOの連携に加え、美ら地球を巻き込んだ体制を構築したことで、短期間での商品造成に成功。他方、今後は事業実施外の地域や事業者を巻き込んでいくための合意形成や、組織の運営能力強化のために人材育成が必要。</p> <p>③ 造成した商品の認知拡大 プロモーション動画やメディアを活用した情報発信により、造成した新たな観光商品を訴求。来年度以降も、海外向けの情報発信及び営業活動を継続実施。</p>			

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
運営体制	<ul style="list-style-type: none"> ○ 海の京都DMOと森の京都DMOの協議会形式による運営を継続。 ○ 国内の他の地域との連携を調整。
販促・販売	<ul style="list-style-type: none"> ○ ATWSや国内外の商談会に出展。 ○ ツアーとマッチするエージェントとの販売契約を締結。
人材育成・確保	<ul style="list-style-type: none"> ○ 継続的なガイド養成講座の開催や、定期的なガイドの交流の場を設定。 ○ 中長期的なガイド人材育成の体制作りを検討。
地域の合意形成	<ul style="list-style-type: none"> ○ 地域住民や事業者に向けたセミナーを開催し、地域全体での機運を醸成。

事業背景・狙い

- 田辺市周辺は、世界遺産の熊野古道に近く、熊野三山の信仰、バラエティー豊かな川や滝等の自然資源、紀伊・熊野の山海の食材の宝庫と、自然・文化資源が豊富。
- 一方で、世界遺産以外の知名度が低く、エリアにおける高価格・高付加価値ツアー商品不足と観光事業者やガイドによる富裕層対応が課題。
- 以上を踏まえ、地域の新たな観光資源を創出するとともにガイド体制を構築し、熊野古道歩きだけではない紀伊半島の魅了へとアプローチすることで、長期滞在需要の拡大と、ラグジュアリー層の獲得を目指せる環境を整える。

代表主体	株式会社TABIKYO JAPAN	代表主体以外の事業者	株式会社イースト、株式会社たがみ、南紀みらい株式会社、AirDome、一般社団法人和歌山地域通訳案内士会、アルファトラベル株式会社、株式会社明光タクシー ほか
------	-------------------	------------	---

1. 今年度の取組

事業概要	熊野古道を訪れる富裕層観光客に対して、紀伊半島のプラスαの魅力となる「水」をテーマに、雄大な深谷・瀨峡(どろきょう)での限定アクティビティや、特別な食体験を組み合わせることで、長期滞在と顧客単価向上を狙う新たな観光商品を作成。また、地域事業者の巻き込みやガイド体制の整備によって、持続可能な事業体制を構築した。
実施エリア	和歌山県田辺市、白浜町、すさみ町、その他県内全域
実施時期	<ul style="list-style-type: none"> ○ モニターツアー:2021年9月14日~17日、11月3日~4日 ○ 商品販売:2021年12月24日~
取組内容	<p>【Product】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 2泊3日、3泊4日の高価格ツアーを作成。 ○ 地域の新たな魅力となるコンテンツ発掘、現地視察及び調整を実施。 ○ フードクリエーション、地元レストランのキャラバンサライにより、オリジナルメニューを開発。 ○ 向平キャンプ村と連携しグランピングを作成。 ○ 地域のガイド連携によるガイド講座を実施。 <p>【Price】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ To Touch the Holy Waters of Kumano ~秘境南紀 水を全身で感じる旅~ 2泊3日:868,000円(1組2名) 3泊4日:1,077,000円(1組2名) <p>【Place】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ アルファトラベル株式会社のウェブサイトによる商品販売を実施。 ○ 株式会社TABIKYO JAPANから海外旅行会社へのアプローチを実施。 <p>【Promotion】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ アルファトラベル株式会社のウェブサイトへの掲載を実施。 ○ 地域及び作成したツアーの魅力伝えるプロモーション動画を制作。 ○ プレスリリースの配信。 ○ 関係者(南紀みらい、フードクリエーション等)からのPRを実施。

現地等の模様	瀨峡のSUP	特別なディナー	グランピング
全体総括	<ol style="list-style-type: none"> ① 地域の新たな高価格観光商品の作成 紀伊山脈が連なった大自然の中でその自然を司る「水」に焦点を当て、熊野古道以外の新たな観光商品を作成。他方、作成した各コンテンツの再現性の担保や雨天時の対応について、現場においてシミュレーションを繰り返すなど継続的な取組が必要。 ② 地域の事業者を中心とした適切な体制構築 地域の人的資源及び各事業者の実現可能範囲を把握することで、ツアー作成から販売における持続可能な体制を構築。 ③ 作成した商品の認知拡大 プロモーション動画やプレスリリース等の情報発信により、作成した新たな観光商品を訴求。今後国内外に対して、熊野古道だけではなく紀伊半島の魅力をPRするためには、継続的な取組が必要。 		

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
食体験の再現性	<ul style="list-style-type: none"> ○ キャラバンサライ(地元レストラン)以外の事業者も含めた食事提供体制の検討。 ○ 雨天時の提供スペースの確保。
アクティビティの質向上	<ul style="list-style-type: none"> ○ 現地事業者が主体となり、自主的なガイド研修を繰り返し実施。
快適な環境対応	<ul style="list-style-type: none"> ○ 行政機関と連携し、向平キャンプ村のトイレの質を向上。 ○ SUPIにおけるポータブルの着替え専用テントを購入。
新型コロナウイルス影響	<ul style="list-style-type: none"> ○ 目線を国内需要にも向け、プロモーションを実施。

No.9 高質な磯・海岸遊びを探求する隠岐ジオツーリズム事業




事業背景・狙い

- 隠岐諸島は、ユネスコ世界ジオパークに認定されており、黒曜石を通じた古代からの人の営みや隠岐の成り立ち、大陸的な地質、離島という環境に起因する不思議な植物分布など、豊富な自然資源を保有。
- 一方で、隠岐の知名度は低く、自然環境を観光の売りにしているが、自然を楽しむ商品化されたアクティビティやガイド人材が不足。
- 以上を踏まえ、ユネスコ世界ジオパークに登録された隠岐の魅力を経験できるツアーの造成とガイドの育成を実施し、隠岐全体の魅力を発信するためプロモーションプランを策定する。

代表主体	一般社団法人隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会	代表主体以外の事業者	ジオリゾートシンフォニー、NPO法人隠岐しぜんむら、一般社団法人隠岐ジオパークツアーデスク
------	--------------------------	------------	---

1. 今年度の取組

事業概要	ユネスコ世界ジオパークに登録された隠岐の自然の雄大さを体験できるカヤック・キャンプのツアーを造成。また、全国各地の一線級ガイドが隠岐に来島し、地域のガイド育成を実施。さらに、隠岐の魅力が伝わるようにウェブサイト改修することで、隠岐の観光基盤を整備した。
実施エリア	島根県隠岐の島町、知夫村、海士町、西ノ島町
実施時期	○ FAMツアー：2021年8月5日～8日、11月14日～17日 ○ モニターツアー：2021年8月24日～28日、10月14日～18日
取組内容	<p>【Product】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 1泊2日の滞在プランを造成。 ○ アウトドア関係者によるモニターツアーを複数回に渡り実施。 ○ 島内のガイドを対象とした安全管理等のクライミング講習を実施。 ○ 自然保護観察指導員や登山ガイドの資格取得のための講習会に参加。 ○ 他地域の施設整備の状況や地理・地形・気候条件を踏まえた商品のサービス環境を調査。 ○ 安全関係用品の整備、損害保険の加入など、安全対策を強化。 <p>【Price】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 隠岐アドベンチャーツアー：49,500円 <p>【Place】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 一般社団法人隠岐ジオパークツアーデスクのウェブサイト造成したツアーを掲載。 <p>【Promotion】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 旅行会社等を招へいし、FAMツアーを複数回に渡り実施。 ○ 一般社団法人隠岐ジオパークツアーデスクのウェブサイト改修し地域の魅力を訴求するとともに、造成したツアーを掲載。 ○ 一般社団法人隠岐ジオパークツアーデスクのSNSにて情報発信を実施。 ○ 隠岐の魅力が伝わる写真素材の撮影を実施。

現地等の模様	カヤック	トレッキング	BBQ
			
全体総括	<p>① 高価格商品造成とガイド育成 カヤックとキャンプを中心としたツアーを造成し、従来よりも高価格で設定。また、島内のガイドが講習会等へ参加したり、専門家から安全管理等の指導を仰いだりすることで、ガイドスキルを向上。他方、コロナ回復後のインバウンド需要に対応するため、外国語対応が可能なガイド人材の育成等について検討が必要。</p> <p>② 情報発信の整備 ウェブサイトの改修やSNSでの情報発信により、隠岐の魅力や造成した新たな観光商品を訴求。今後国内外に対して隠岐全体の魅力を発信するためには、隠岐ジオパークツアーデスク以外も含めた事業者の継続的な取組が必要。</p> <p>③ 4島の連携体制の構築 隠岐全体の魅力を伝えるには4島の関係者の連携が不可欠。隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会等が中心となり、継続的に4島の観光関係者の架け橋として連携体制強化を図る。</p>		

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
体制強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 来年度、隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会と隠岐観光協会の合併による誘客の促進。 ○ 隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会等が隠岐4島の観光関係者の架け橋となり、連携体制を強化。
販売促進	<ul style="list-style-type: none"> ○ 外国人スタッフを活用し、国内外に対して積極的なセールス活動を実施。 ○ SNSの講習会を継続開催。
シーズナリティへの対応	<ul style="list-style-type: none"> ○ カヤックだけでなく、トレッキングやフィッシングの商品造成を強化。
ガイド強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ カヤック・登山・自然ガイド、自然観察指導員等の関連資格の取得や、島内ガイドの外国語対応の支援を実施。

No.10 川との共生 四万十川ステイカレッジ(ロングステイ)




事業背景・狙い

- 四万十町は、日本最後の清流“四万十川”のブランド力と、四万十町を流れる中流域における豊かな生態系や、伝統的なアユ漁、四万十川と共生する人々の暮らし、川と里山の風景など、豊富な自然・文化資源を保有。
- 一方で、四万十町自体の認知や、観光を通じた地域づくりや観光で稼ぐという意識が低く、体験商品の種類はあるものの、マーケティング・ブランディング・一元化した予約システム・それらの担い手が不足。
- 以上を踏まえ、体験商品の磨き上げ及び情報発信基盤の整備を行うことで、ハード・ソフト面共にしっかりとした土台を築き、来年度以降の観光業の発展につなげていく。

代表主体	一般社団法人四万十町観光協会	代表主体以外の事業者	地域づくり団体STEP、四万十町、株式会社JTB高知支店
------	----------------	------------	------------------------------

1. 今年度の取組

事業概要	日本最後の清流“四万十川”を起点に、カヌーによる川下り、ラフティング、キャンプ等のアクティビティや、四万十川流域で暮らす人々の生き方や価値観に触れられるロングステイツアーを造成。また、四万十町を訪れる観光客の動態調査、ウェブサイトの改修、SNSアカウントの運用強化等を行い、来年度以降の観光業の発展につながる土台を構築した。
実施エリア	高知県四万十町
実施時期	<ul style="list-style-type: none"> ○ モニターツアー:2021年10月5日～7日 ○ 商品販売:2022年2月～
取組内容	<p>【Product】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 四万十川を起点とした3泊4日の高価格ツアーを造成。 ○ モニターツアーを実施し、造成した商品に対するフィードバックを収集。 ○ 地元でアクティビティ事業を営む四万十塾によるガイド講座を実施。 ○ 観光動態調査を実施。 <p>【Price】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 四万十ステイカレッジ ～四万十の暮らしとカヌー体験～:122,100円 <p>【Place】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 改修した四万十町観光協会のウェブサイトに造成したツアーを掲載。 <p>【Promotion】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 四万十町観光協会のウェブサイトを改修し地域の魅力を訴求するとともに、造成したツアーを掲載。 ○ 地域及び造成したツアーの魅力を伝えるプロモーション動画を4本制作。 - SHIMANTO Canoe Tour, SHIMANTO Aguri Tourism, SHIMANTO the Four Seasons, SHIMANTO Whole Outdoor ○ SNSの運用改善や広告配信を実施。 ○ 四万十町の観光関連の事業者に対し、SNS勉強会を開催。

現地等の様子	  
全体総括	<ol style="list-style-type: none"> ① 観光関連事業者との協力体制構築 四万十町のゲストハウス運営者をランドオペレーターとして起用。また、カヌーを中心としたアウトドアコンテンツの事業者とも連携し、協力体制を構築。 ② 動態調査の実施 観光商品の造成・販売を行う上でのマーケティング戦略を立てるため動態調査を実施。観光に対するニーズと弱点をあぶり出し、本事業で造成した商品を有効的に販売するための基礎統計を整備。 ③ 高価格ツアー造成 長期滞在・インバウンド・企業研修を狙い、四万十川中流域の魅力をも再構築したツアーを造成。今後は町内の各事業者が実施しているアクティビティとの差別化が必要。 ④ 情報発信基盤整備 ウェブサイト改修やSNSの運用改善を実施し、四万十町の魅力を訴求する基盤を整備。今後も訴求力の高い発信を継続しながら、外国語対応も検討。

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
体制強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ カヌーガイド養成講座を実施。 ○ 地域との合意形成及び地域に還元できる商品の開発。
マーケティング・プロモーション強化	<ul style="list-style-type: none"> ○ 動態調査の継続実施及び調査結果に基づいたマーケティング戦略を立案。 ○ 直販予約システムの整備や外国語対応を実施。
商品の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ○ コースのアップデート等を行い、独自性に富んだ商品を造成。
インバウンド含めた販路拡大	<ul style="list-style-type: none"> ○ 四万十町観光協会として旅行業を取得。 ○ 旅行商談会への参加やランドオペレーターへのセールス活動を実施。

No.11 日本最高峰の牡蠣生産地！ オイスターアイランド九州

事業背景・狙い

- 九州は、日本で有数の牡蠣生産地。また、代表主体は、クオリティの高い九州の牡蠣生産者とのコネクションを有していることに加え、経営するオイスターバーで牡蠣好きの顧客を保有。
- 一方で、九州産の牡蠣のクオリティは高いが販売価格が質に比べ低く、ブランド化に至っていない。また、生産者の高齢化、後継者不足も課題。
- 以上を踏まえ、九州の牡蠣を「オイスターアイランド九州」としてブランド化し、牡蠣好きにPRすることで訪日のきっかけを創出する。また、PRの過程で生産者をかっこよく見せることで、後継者不足の問題解決や養殖業者の新規参入の増加を図り、牡蠣養殖の未来を明るくする。

代表主体	OysterCompany株式会社	代表主体以外の事業者	オギヤー株式会社、株式会社博報堂ケトル、九州地方の牡蠣生産者
------	-------------------	------------	--------------------------------

1. 今年度の取組

事業概要
九州を「牡蠣の島」＝「オイスターアイランド九州」としてブランド化。牡蠣生産の現場を巡り、牡蠣料理を食し、牡蠣にまつわるストーリーを聞くツアーを造成。豊かな海には豊かな山が必要という考えから、様々な一次生産者を巻き込み、地域資源を生み出す自然の相関関係を学ぶ体験型商品に仕立てた。ウェブサイトでは、生産者の“想い”を読み物として可視化。新規顧客の獲得や養殖業者の新規参入を促すことを目指した。

実施エリア
佐賀県太良町

実施時期
○ 商品販売(モニターツアー兼):2021年11月19日～21日
○ FAMツアー:2022年1月28日～29日

取組内容

【Product】

- 九州を「牡蠣の島」＝「オイスターアイランド九州」としてブランド化。
- 九州中の牡蠣生産者や一次産業者等を巻き込んだ観光商品を作成するため、九州各地の生産者の現場や施設を視察し、調整を実施。
- モニターツアーを実施し、造成した商品に対するフィードバックを収集。
- 九州の生産者を集め、オイスターアイランド九州としての「決起会」を実施。

【Price】

- オイスターツーリズム九州:150,000円

【Place】

- オイスターアイランド九州のウェブサイトの新規開設し、造成したツアーを掲載。
- コンセプトツアーに強い旅行会社である株式会社旅コレクションと商談。
- OysterCompany株式会社が運営する牡蠣Barにて既存の顧客に告知。

【Promotion】

- オイスターアイランド九州のウェブサイトにて、造成したツアーや生産者を魅力的に魅せる記事を掲載。
- リリースを発信し、「決起会」へのメディア誘致を実施。
- 雑誌「Discover Japan」の担当者等など、波及力のある人を招へいしFAMツアーを実施。
- 雑誌「Discover Japan」にて、ツアー内容や九州の牡蠣生産の課題を掲載。

現地等の模様	牡蠣の生産現場見学ツアー	干潟でのディナー	決起会
			
全体総括	<ol style="list-style-type: none"> 牡蠣を通じた様々な資源の複合化による九州の魅力の発掘 九州中の牡蠣生産者らを束ね、ワンチームに。さらに、その地域の様々な一次生産者を巻き込むことで、地域資源を生み出す自然の相関関係を学ぶ体験型ツアーを造成。 「オイスターアイランド九州」のウェブサイトを通じたブランディング 九州の牡蠣生産者の魅力をまとめたウェブサイトを開発。生産者を魅力的に見せるビジュアルの制作や生産者の“想い”を読み物として可視化することで、「オイスターアイランド九州」ブランドを訴求する基盤を構築。今後、ブランドの認知を獲得するための情報発信を継続して行う必要。 体制構築 他方、造成したツアーの運営体制強化、ガイド人材の確保、ツアー等で収益を上げる仕組みの構築が必要。 		

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
人材確保	<ul style="list-style-type: none"> ○ ツアーを行う上での選任スタッフを確保。 ○ インバウンドの回復に備え、外国語対応が可能なガイド人材を確保。
販売促進	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「オイスターアイランド九州」の認知獲得のため、SNSや口コミ等を活用したプロモーションを実施。 ○ 旅行会社経由でツアーの販売を実施。
ツアーの磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ○ 行程、コンテンツの仕立て等のツアー内容の継続的な磨き上げを実施。
マネタイズ	<ul style="list-style-type: none"> ○ 牡蠣のEC販売やクラウドファンディング等を活用し、安定的に資金調達ができる仕組みを構築。

No.12 千年続く草原文化を次世代に紡ぐ阿蘇ツーリズムの創造

事業背景・狙い

- 阿蘇市は、国立公園とユネスコ世界ジオパークに指定・認定され、噴煙を上げる活火山と世界最大級のカルデラや、千年以上前から受け継がれてきた草原文化と草原で育まれた阿蘇のあか牛など、地域ならではの自然・文化資源を保有。
- 一方で、千年以上の歴史文化、阿蘇固有の伝統等があるが、それを高付加価値のコンテンツとして販売・催行できておらず、さらに情報発信や営業活動が不十分で、ターゲット層にリーチできていない。また、後継者不足等により、阿蘇の代表的な景観を形作っている草原の維持が困難。
- 以上を踏まえ、千年以上前から受け継がれてきた草原文化の維持継承につながるコンテンツを、アドベンチャーツーリズム及びサステナブルツーリズムの視点で磨き上げ、これから先の千年も守り伝えていく「仕組み」を構築する。

代表主体

阿蘇カルデラツーリズム推進協議会

代表主体以外の事業者

阿蘇市、公益財団法人阿蘇地域振興デザインセンター、阿蘇市観光協会、阿蘇温泉観光旅館協同組合、NPO法人ASO田園空間博物館、一般財団法人阿蘇テレワークセンター、株式会社ASOランドオペレーション、WakuWakuOFFICE あそBe隊、有限会社日航観光社、株式会社VISIT九州、株式会社阪急交通社、株式会社ジェイ・ファイン、有限会社フクオカ・ナウ

1. 今年度の取組

事業概要

千年以上受け継がれてきた草原の暮らし、ユニークな農耕祭事、郷土料理、伝統の「草泊まり」等を体験する滞在型の商品造成と、持続可能な草原活用についてのガイドラインの策定を実施。また、ウェブサイト改修することで、阿蘇の魅力を可視化し、スムーズな体験予約導線を構築した。

実施エリア

熊本県阿蘇市

実施時期

○ FAMツアー：2021年12月4日～6日

取組内容

【Product】

- 地域の新たな魅力となるコンテンツ発掘、現地視察及び調整を実施。
- 2泊3日のFAMツアーを実施し、造成した商品に対するフィードバックを収集。
- 持続可能な草原活用ガイドラインを作成。

【Price】

- 阿蘇「千年の草原」でも自然も蘇る！3日間：300,000円

【Place】

- 改修した阿蘇市観光協会のウェブサイトにて、造成したツアーを掲載。
- 欧州スペイン・マドリッドで開催された国際旅行博「Fitur: International Tourism Trade Fair」に阪急交通社を通じて出展。

【Promotion】

- 阿蘇市観光協会のウェブサイト改修し、地域の魅力を訴求。
- マドリッドの商談会に向けて、阿蘇の自然を伝えるPR動画を制作。
- 阿蘇市の公式Instagram「Asostagram」の運用改善を実施。
- FAMツアーに係るプレスリリースを配信。
- 複数の旅行会社やアドベンチャーツーリズムの第一人者等を招へいし、FAMツアーを実施。

現地等の模様

阿蘇グリーンバレーでの乗馬



草泊まり



E-MTB



全体総括

- ① 地域の新たな高価格観光商品の造成
阿蘇ならではのアクティビティである「千年の草原での草泊まり体験」について具現化し、千年の草原をテーマにした新たな観光商品を造成。来年度以降に向けて、オペレーションの改善、ツアーのコンセプト設計、ディテールの磨き上げ等が必要。
- ② 情報発信の強化
阿蘇市観光協会のウェブサイト改修やSNSアカウントの運用改善を通じ、旅マエで阿蘇の魅力を伝えるための情報発信体制を構築。今後国内外に対して阿蘇の魅力をPRするためには、魅力的な写真や動画の拡充、SEO対策、継続的なウェブサイトの更新等が必要。
- ③ 地域の事業者を中心とした体制構築
造成したツアーを販売し、運営していくために、ランドオペレーター確保や各事業者との連携を前提としながら、受入体制構築、ガイドのインタープリテーションの質の向上等の取組が必要。

2. 事業継続に向けた整理

課題	それに対する活動内容・取組計画
運営体制整備	<ul style="list-style-type: none"> ○ 人材を雇用し、ランドオペレーターとしてツアー全体の管理を行う。 ○ ランドオペレーター業務に必要な情報をデータ等で整理・管理する。
草原保全	<ul style="list-style-type: none"> ○ ガイド研修を継続実施。 ○ 観光客も理解し、遵守できるようなマニュアルやツールを制作。
コンテンツの磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ○ グラスランドコンシェルジュを中心にコンテンツの磨き上げを実施。 ○ アクティビティで使用する備品の品質、デザイン、環境負荷等を見直す。
販売促進	<ul style="list-style-type: none"> ○ 魅力的な写真・動画を手配し、日常的に更新を行う。 ○ OTA等を活用し、販路を拡充させる。