

A photograph of a fishing boat on the water at sunset. Two crew members are visible on the deck, silhouetted against the bright sky. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow. In the background, there are dark, silhouetted mountains or hills. The text is overlaid in white, bold Japanese characters.

観光まちづくりと体験コンテンツが
地域にもたらすもの

観光まちづくりプロデューサー

チバミカ

千葉 深香

北海道生まれ、広島育ち、大阪在住。

30年以上にわたり、M I C E 事業を中心に地域振興や観光振興を目的とした
調査、企画・運営、観光プロモーションなどを推進。

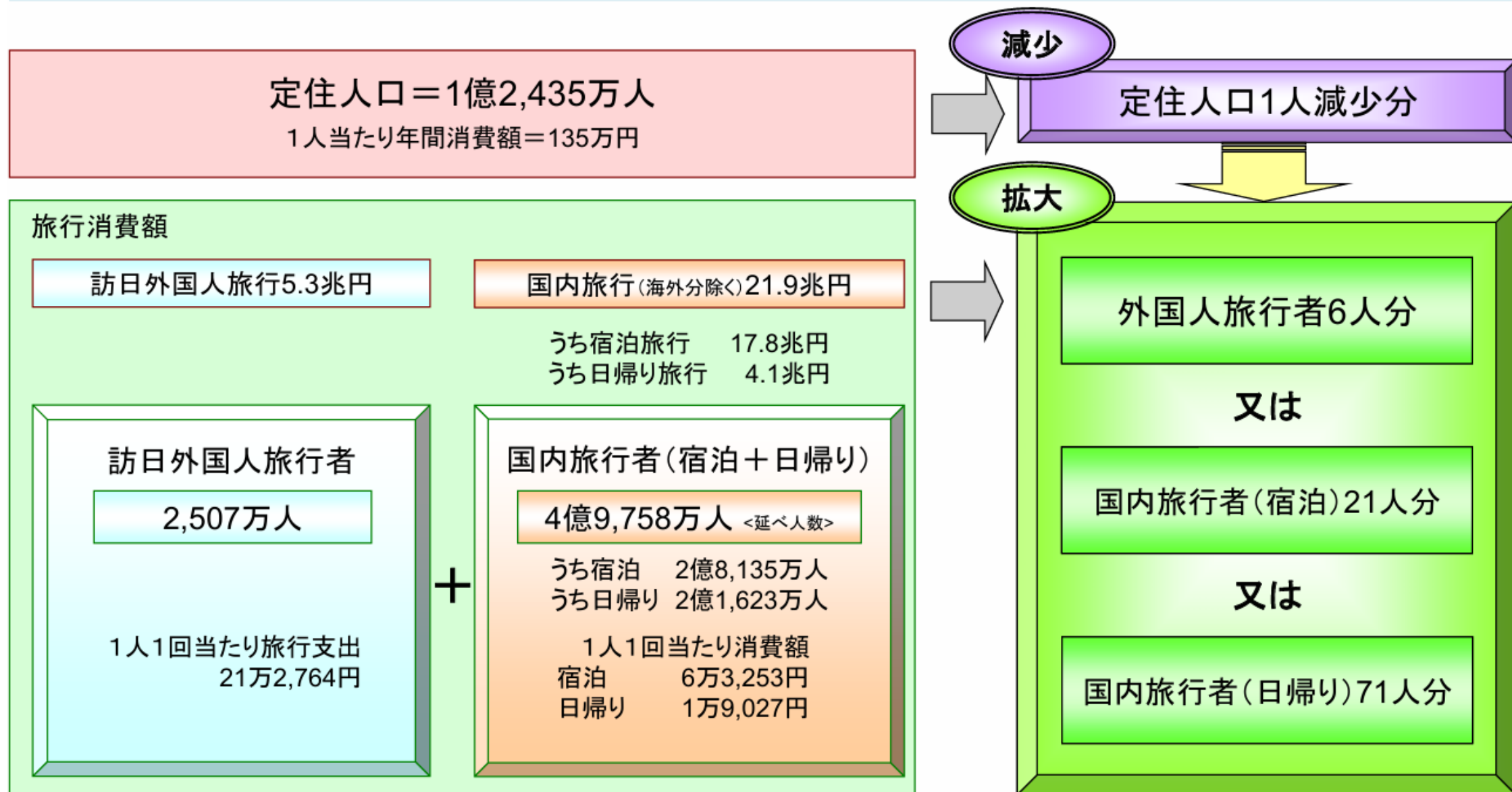
その経験を活かし、観光まちづくりをベースとした、体験プログラムの開発、
地域産業や食を活かした観光ビジネスの創出において、
地域住民も巻き込んだ地域資源の掘り起こし、観光受け入れ態勢づくり、商品化などを支援。
まずは、地域住民が我が町を楽しんで愛着が深まり、来訪者に自慢したくなる。
そういう町がひとつでも増えていくことを目指しています。

観光まちづくり とは？

観光によるハード等の開発
ということではありません。

「観光」という人を誘致するツールを
使って、まちを元気にするというものだ
と考えています。

- **定住人口1人当たりの年間消費額**（135万円）は、旅行者の消費に換算すると**外国人旅行者6人分、国内旅行者（宿泊）21人分**、国内旅行者（日帰り）71人分にあたる。



私の最初の一歩は「地域振興」。

地域の課題解決に向けて

イベント、セミナー、シンポジウムや国際会議、
地域振興調査、地域PR事業、特産品開発、
ハイウェイオアシスの立ち上げや、
宿泊施設のソフト計画や運営計画、

などの取り組みから。

「地域振興」をいろいろな方向から考える中で

地域が元気になるには

人と人との交流につきる



人と人との交流を図るには

交流型観光が役立つのでは？

交流型観光のメリット

地域の暮らし文化に触れ

地域の人との交流機会を増やすことによって

町のファンづくりにも繋がる

交流型観光を継続していくためには、
地域の人も**楽しみながら推進**
していくことが大切



コミュニティ・ベースド・ツーリズム
Community based tourism

コミュニティ・ベースド・ツーリズム

Community based tourism

- 地域住民、地域のコミュニティが主体となり、住民ファーストで展開する。
- 地域の暮らし、産業、住民が受け継ぎ、これまで守ってきた歴史や文化、自然景観などを活用。
- 観光をコミュニティビジネスとして推進していく。

地域の課題をビジネスとして解決。

地域に関わる中で、
まさにその通りだ！と、思った理論

元、京都外国語大学

国際貢献学部グローバル観光学科 教授

吉兼秀夫氏の「図と地の理論」



ルビンの壺（ルビンのつぼ、*Rubin's vase*）、1915年頃、デンマークの心理学者エドガー・ルビンが考案

図＝「点」の価値を重視 拠点重視型観光

「壺」の部分。

名所旧跡を「みる」ことを主体にする観光

地＝「面」の価値（多面主義）を
重視

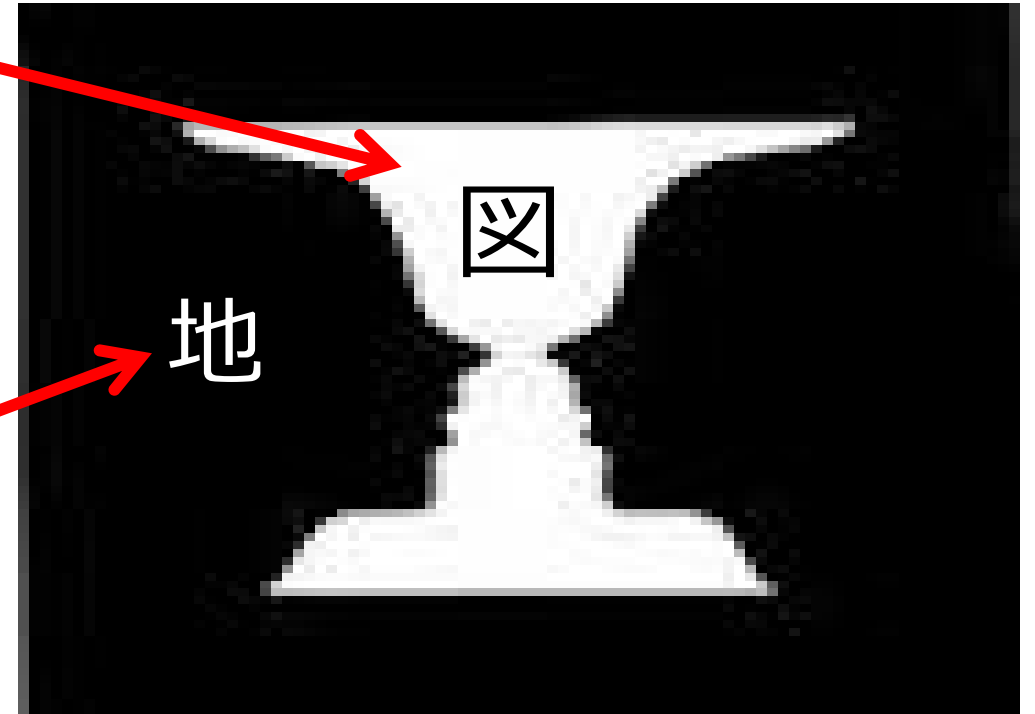
価値創造型観光

壺の周りの「横顔」。

名所旧跡の周りで、支え暮らしてきた地域の人たちの、これまで、身近にありすぎて、なんとなく見過ごしてきた「暮らし文化」、「人」、「食」などに、地域の魅力・価値を見出す観光。

ルビンの壺

元、京都外国語大学 国際貢献学部 グローバル観光学科 吉兼教授「図と地の理論」



今は、国内外の観光で、ここが求められています。

名所旧跡の周りで、
それらを支え暮らしてきた地域の人たちの、
これまで、身近にありすぎて、なんとなく
見過ごしてきた「暮らし文化」、「人」、「食」
などに、**地域の魅力・価値を見出す観光**

実現には、**地域の方々の力が必要**

コミュニティ・ベースド・ツーリズム

観光のスタイルの変化

発地型から着地型へ

地域外の旅行会社等が企画運営・

送客する旅は「発地型」

と呼ばれます。

旅行者の発地側からは、
着地側の特徴が表面的なものしか
見えていない場合も多く、

着地側があまり望まないようなお客様も

来訪する可能性も高かったため、

住民との観光客の関係が上手くいかない

ケースも多々ありました。

さらに、観光スタイルの変化

例えば、

- 団体型旅行の減少 → 個人型旅行、小グループ旅行が主流
- 趣味や嗜好の多様化、また、SNSなどで旅先の情報収集が手軽に行えるようになったこともあり、
「自分だけの旅」を求める人が増えている
- 行先より、まずは、「現地でやりたいコト」、「そこでしかできないコト」を探す、旅先選びの変化
「どこに行く？」から「何をする？」
- 「本物」に触れたい、知りたい、学びたい、体験したいという人が増えている
それらをサポートできる現地の人の情報が必要



「着地側」が企画する、地域に密着したプランが必要。

目的をもった旅行者の満足度を高めることができる

「着地型観光」は、

地域ならではの観光資源を活用した

観光商品や体験コンテンツを

地域（着地）側主導で

企画・運営して提供します。

コミュニティ・ベースド・ツーリズムは、
着地型観光において非常に重要に。

地域資源

見る

学ぶ

体験

交流

体験コンテンツ

地域消費に繋げる

発地型に多かった「物見遊山」



着地型「体験や地域との交流」が中心

ニューツーリズム

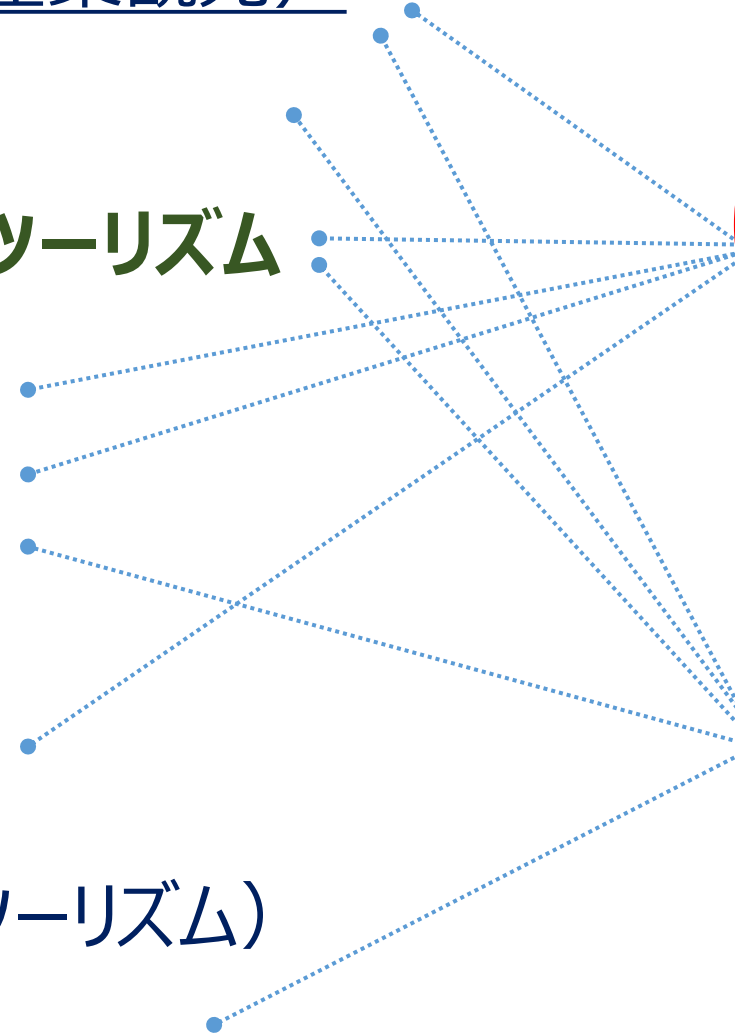
様々なテーマが生まれています。

観光庁が示している主なニューツーリズム

- インダストリアルツーリズム（産業観光）
- エコツーリズム
- グリーンツーリズム、ブルーツーリズム
- サステナブルツーリズム
- 文化観光
- ヘルスツーリズム
- スローツーリズム
- メディカルツーリズム（医療ツーリズム）
- スポーツツーリズム

ガストロノミー
ツーリズム

アドベンチャー
ツーリズム



コロナ禍で注目度が高まったツーリズム

責任ある観光

エシカル ツーリズム

地域環境に配慮した倫理的（エシカル）な行動に基づく観光のスタイル。

レスポンシブル ツーリズム

地域環境や文化などへの影響に「責任を持つ（レスポンシブル）」という考えのもと、観光客にも、また受け入れ側にもお互いを尊重し合い、より良い観光地づくりに取り組もうという観光の動き。

ウェルネス ツーリズム

身体的な健康回復、増進だけではなく、心身共に回復、リフレッシュできる旅。

アドベンチャー ツーリズム

アクティビティ、自然、文化体験のうち、2つ以上の要素で構成される非日常体験を取り入れた旅の形態。長距離のトレイルなどが非常に人気。

【文化観光】

文化資源を通じて、文化についての理解を深めることを目的

文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律（「文化観光推進法」）を根拠に提唱。観光庁だけでなく、文化庁、文部科学省も取り組んでいます。

※文化財自身が保存費用を生み出し、補助金に頼らない好循環なサイクルを生み出すことも目的で、寺泊や城泊などの推進も盛んです。

国の施策としてだけでなく
着地型観光にとって、文化観光は重要です。

伝統文化、精神文化、食文化、暮らし文化

地域の自然景観や文化観光も

地域の人が守ってきたからこそ。

また、

暮らし文化の中心にある

農業や漁業、林業など

地域産業の元気がなくなることは、

着地型観光においても、重要な問題。

着地型観光では、

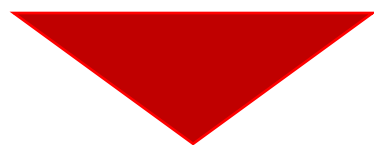
なにより、「地域の人」

の力が必要！

実際に来訪してみた人の、

一番心に残った体験は

国内外ともに



地域の人との交流

最も楽しかった活動としてあげられた具体的なコメント

	最も楽しかった活動	回答者国籍
日本の文化や景観など	Visiting so many temples, golden and silver pavilion, geisha quarter, etc. (たくさんのお寺や金閣寺、銀閣寺、祇園などを訪れること)	カナダ
	Cherry blossom and autumn leaves in Arashiyama (嵐山の桜と紅葉)	マレーシア
	Trying various regional food like KAISEKI in Kyoto. (懐石など様々な地域の食を食べること)	アメリカ
街歩きなど都市での楽しみ	“Going into shops and restaurants.” (お店やレストランを巡ること)	アメリカ
	“Street food!!” “Depa-chika” (食べ歩きやデパ地下を楽しむこと)	フィリピン
	“Watching activities in Yoyogi park on Saturday afternoon.” (土曜日の午後に代々木公園でパフォーマンスを見ること)	インドネシア
日本の人々との交流	“Getting to know the genki old ladies in rural area.” (元気な地域のおばあちゃん達に会えたこと)	アメリカ
	“Love the nature and kindness of the people.” (日本人らしさや親切さが好き)	オランダ
	“Talk to people, learn cultural differences and enjoy every day Japanese life style.” (日本の人々と会話をし、文化の違いを知ったり、日常生活を楽しんだりしたい)	フランス

滋賀県東近江市
政所茶栽培の担い手



お母さんたちは、政所茶の被覆栽培のための「コモ」を編んでいます。
来訪者との交流の後、一層、生き生きとされた息子さんがおっしゃっていました。

一番大切なのは、

地域の人

が、元気になること。

しかし、コロナ禍を経て
どの地域も人手不足が問題に。

例えば、

参画していただける人に登録してもらい、

ボランティアとしてではなく、**有償の仕事として、**

副業や、すきま時間にマッチングできる仕組み

あるいは、

定年後、観光の担い手となっただけの方が増えると、

地域の人で不足解消に少しはつながるのではないか。

※信楽の古民家をリノベーションした一棟貸し宿の事例

観光をコミュニティビジネスとして
推進していくために何をすべきか。



交流観光商品造成への
チャレンジ！

京丹後龍宮プロジェクト の事例



海の京都



京丹後龍宮プロジェクトは、
宿の女将さんの思いから始まった体験交流型観光チーム。

当初、**女将と、地域の漁師さんとのタッグ**で始まり、
その思いに**共感する人たちが今は地域を超えて繋がっています。**
平均年齢60代後半という方々が中心となって、
シーカヤックのインストラクターや、
Googleマイビジネスを使ったPRまで
好奇心いっぱいに取り組んでいます。

住民が主役！ マイスターツーリズムの実践

始めは、漁師さんの船を活用した
漁船クルーズから出発

現在は、マイスターに会いに来る
「**マイスターツーリズム**」へ。
地域の様々な人が、マイスターとして活躍

住民が主役！ マイスターツーリズムの実践



さらに、みんながやる気を見せた

「旅育」への取り組み。



この町の素晴らしさを

次世代に繋ぎたい！！

海のマイスターから 海の自然を学ぶ



シーカヤック体験と漁師の生活

シーカヤックでは海の中を観察ができ、漁師の仕事では大自然と共に生きてきた「海の男」の生き様と世界観に湧いてくる勇気と感動！自然から頂いている命の重み、感謝の気持ちの大切さなど、地域資源を生かした体験型交流観光を海のマイスターから学ぶ

「青の洞窟」「シーカヤック」体験

- 体験場所：京都府京丹後市丹後町竹野
- 受入期間：7月～8月(海が穏やかな時のみ)
- 体験時間：9:30～15:00 (体験より異なる)
約1時間程度
- 受入人数：24名 (体験により異なる)
*シーカヤック 1艘2人のり 12艇



とれぴち にぎり寿司体験



「とと屋キッチン」
丹後の食材で調理を学ぶ

■ピチピチ握り寿司体験

とと屋の料理長から本格的な調理法を学び
丹後の食材を理解し自分達で調理し食す

とと屋ならではの体験プログラムを女将が提案



織物マイスターから



職の誇りを学ぶ

日本一のシルク生産量と多様な地紋の技

300年の歴史を紡ぐ織人ならではの視点から縦糸と横糸からなる織物と、人と人が織りなす「組織」や「役割」について学び、協力し合う心を養い、丹後ちりめんに関わっている職人としての誇りを理解し日本の文化を学ぶ

京丹後の織物「職人としての誇りを理解する」

木本織物・夢奏殿（ギャラリー見学&お話）

- 体験場所：京都府京丹後市丹後町間人
- 受入期間：通年
- 体験時間：約1時間程度
- 受入人数：20名



着物マイスターから 使う責任を学ぶ



丹後ちりめん着物体験でブランドを体感

日本一の生産量、すなわち世界一のシルク生産量を誇ることや、地紋が多彩で技術力が高いとされる京丹後市の丹後ちりめん。実際に着て見て体験し、日本文化の作法を学ぶことができる。織物、染色工房などの見学もでき、丹後の職人から「丹後シルクジャパンブランド」の話から学ぶ



「丹後ちりめんの着付けと作法」

- 体験場所 : 京都府京丹後市丹後町
- 受入期間 : 春・秋（着物） 夏（浴衣）
- 体験時間 : 約2時間程度
- 受入人数 : 30名



農業マイスターから 現代の農業を学ぶ



開かれた産業になってきている「現代の農業」

昔の農業 3K = きつい、汚い、稼げない
今の農業 3K = かっこいい、稼げる、感動がある
にシフトしている。生産に専念する環境を整え、品質にこだわる。毎日の食卓に、ひとつ笑顔を増やせるようなおいしい農作物をつくることを目標としている。

「フルーツ狩り体験」

- 体験場所 : 京都府京丹後市丹後町徳光
- 受入期間 : 期間限定あり【季節により内容変更】
- 体験時間 : 要相談・予約にて 約1時間程度
- 受入人数 : 10名



社会貢献／環境学習



地元人と交流しながらボランティア活動に参加
鳴き砂で有名な琴引浜の清掃

黒松の整備

世界ジオパークスポットの鳴き砂で有名な琴引浜や立岩海岸を清掃していただきます。琴引浜の主成分は石英できれいな水や空気の中で充分洗われると表面の摩擦で音が鳴るという特性があります。しかし、タバコの灰などで少しでも汚れると砂はたちまち鳴かなくなります。世界でも数か所しかないこの浜を守ると共に、マイクロプラスチックの問題を学ぶ。



農業マイスターから 食の恵みを学ぶ



「食」の重要性と「いのち」の尊さを学ぶ

機械化が進み便利になった農業と、昔ながらの農業との違いについて学んだり、「百姓」という立場から「食」を通して、幸福や自然に感謝する心や協力しあう心を伝えます。田植えのあとは、この土地でとれた米で作ったご飯を食べ「米作り」への感謝も一緒に食す。

「京丹後の大農家 野木源 農業見学」

- 体験場所 : 京都府京丹後市丹後町大山
- 受入期間 : 通年【季節により内容変更】
- 体験時間 : 要相談・予約にて
約1時間程度
- 受入人数 : 20名



農業マイスターから 米と酒造りを学ぶ



ここでしか味わえない「京丹後の米と酒」を学ぶ

持続可能な集落営農を目指して高齢が進む地域農業の継続と農地の有効利用、農産物の加工及び販売により雇用の拡大を図る為に設立した農業生産法人。米造りに最適な環境の中で米の扱いを極めた日本酒蔵による米焼酎が誕生。こだわりの農法で育て上げ、一年中供給が可能な「みず菜」京丹後の環境と最適な食物の育成について、ほんまもんのマイスターからこだわりを学ぶ。

「京丹後の農業生産者 みず菜収穫体験」

- 体験場所 : 京都府京丹後市丹後町岩木
- 受入期間 : 通年
- 体験時間 : 要相談・予約にて 約1時間程度
- 受入人数 : 10名



自転車の冒険



丹後王国の秘密を探る旅

昔と今の暮らしを比較しながら

地元住民が地域の案内をします。

大成古墳は丹後町竹野にあり、この辺り一帯は、大昔海中だった海食台が隆起して出来た海岸段丘と呼ばれる高台で、日本海を一望出来る絶景スポットです。駐車場から続く遊歩道の先端には展望所も設置されており、その素晴らしい眺望を楽しむ事が出来ます。



うちは、そこまで田舎というわけでもないなあ、、、

西宮の事例

(2012年～)



2012

西宮 まちたび博



9/15
START

2012

西宮 まちたび博

2012.9.15~2013.2.28

ガイドは

西宮のボランティアガイドさん

神社の宮司さん

街でギャラリーを開いている店主

お酒とスイーツ好きなグルメライターさん

西宮在住の落語家さん など

ガイドは来訪者とまちを繋ぐ人

それであって、**一人一人、何かのインストラクターや先生！**

例えば、自然に詳しい、農業や漁業をしている、歴史に詳しい、食に詳しい、茶道や書道や生け花などを教えられる、弓道や剣道をやっている、、、などなど

地域の匠や面白い人、

良い場所、良い店、良い品を紹介して回る。

そのために。。。



住民がよく手土産などで
よく利用する商品を
カッコよく紹介！



もっと、まちの力を引き出したい！

近隣と連携しよう！！

伏見の事例

京都宇治・伏見

「女子力アップ! お茶とお酒をたしなむ`Betsu-Bara`の一日」

JTB西日本京都支店では、11月に宇治・伏見の魅力に触れられる日帰りモニターツアーを実施、参加者を募集します。宇治では、ボランティアガイドの案内で名所を巡り、シティ読者も体験したお茶の入れ方を学びます。昼食を挟み、伏見の街巡りは、日本酒愛好家のジェイソン・デヴィッドソンさんの案内で、十石舟にも乗船しますよ。



十石舟にも乗れます

途中、平等院表参道商店街と伏見のキザクラカッパカントリーでは、`Betsu-Bara` チケットを使っての食べ歩きや買い物も。ツアー最後にはアンケートへの回答が必要です。

旅行期日 2013年11月9日(土)、10日(日)※日帰り

定員 各日20人(20歳以上の女性限定、最少催行人員15人)

旅行代金 1人6800円(昼食代、体験料、`Betsu-Bara` チケット、京阪・宇治駅～中書島駅の交通費含む)

行程 9:45 京阪宇治駅集合→宇治上神社→三星園 上林三入本店「おいしいお茶の淹れ方体験」→平等院表参道商店街→京阪宇治駅→(電車)→京阪中書島駅→鳥せい本店(昼食:特別メニュー&お酒)→キザクラカッパカントリー→松本酒造(見学・きき酒)→月桂冠酒香房(見学)→伏見夢百衆(日本酒を味わい、学ぶ、招徳酒造の女性社氏・大塚真帆さんの話も)→17:30頃解散

添乗員 全行程、同行

※詳しくは旅行条件を記載した書面を確認の上、申し込みを。

申し込み
お問い合わせ

JTB西日本京都支店法人営業部(京都市下京区河原町通松原上ル2丁目富永町338、京都四条河原町ビル7階)

TEL 075-365-7778 / FAX 075-365-7713

営業時間 / 9:30 ~ 17:30(土・日曜、祝日除く)

総合旅行業務取扱管理者 / 島田克己 ▽ 旅行企画・実施 / JTB西日本(観光庁長官登録旅行業第1768号、一般社団法人日本旅行業協会正会員、大阪市中央区久太郎町2-1-25) ▽ 企画協力 / NPO法人伏見観光協会 ▽ 協力 / 公益社団法人宇治市観光協会 承認番号130929

ガイドは

宇治のボランティアガイドさん、お茶屋さん

商店街を良く知る「地元の昆布や」さん

伏見十石船の船長さん

**茶道を学ぶために宇治に来たけれど、
今は日本酒にはまって伏見に住んでるイギリス人**

- ①宇治のガイドさんと源氏物語の世界に触れながら宇治の街をめぐる
- ②将軍家御用御茶師十六代・上林三入氏に学ぶ「宇治茶の歴史とおいしいお茶の淹れ方」
- ③日本酒と伏見をこよなく愛す米国人ジェyson・デヴィッドソンさんと目からウロコの伏見街めぐり
- ④元酒蔵で「鳥せい」特別御膳と、蔵出し生原酒を味わう。
- ⑤十石船から眺める天下の酒どころ伏見の街並み ～特別ルート～
- ⑥活躍中の美しい文化財、松本酒造の酒蔵のある風景と万暁院（迎賓館）の美学に触れる ～新酒の試飲～
- ⑦「近代化産業遺産」月桂冠内蔵酒造場での昔ながらの寒造り見学 ～試飲～
- ⑧日本酒通のジェyson・デヴィッドソンさんに「おいしい日本酒のたしなみ方を学ぶ」 ～冷、燗、和らぎ水～

+ Betsu-Baraチケット付（宇治名物茶団子、黄桜で蒸し立て酒饅頭など）

皆さんのまちの物語を

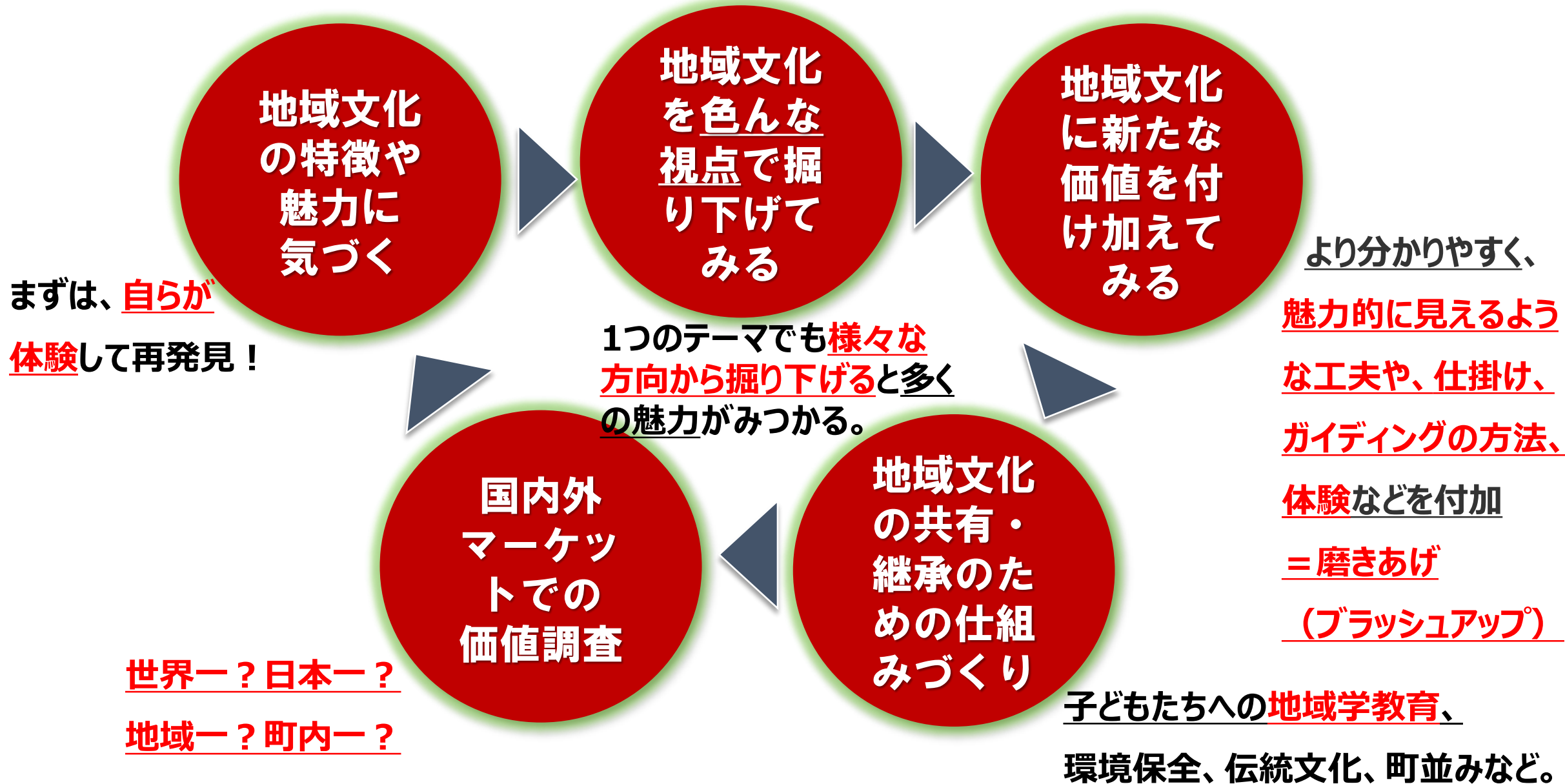
訪れた人に向けて

わかりやすい言葉で紹介。

わかりやすく説明できることが大切です。

地域の魅力・価値探しのサイクル

地域の魅力・価値探し



体験コンテンツに取り入れたい地域資源例

自然
景観

風光明媚な奇勝絶景・美景
※「私だけ」の花見・紅葉ポイントなども

食

地域食材・名物料理・銘酒
※日常食の料理教室も人気

歴史
文化

歴史的人物、歴史的場所・モノ・コト
歴史的建造物・文化財など

お祭
イベント

お祭、スポーツ、MICE

名産品
特産品

地元の文化に根付いたモノ
信頼できる人のおすすめのモノ

早朝
ナイト
コンテンツ

滞在を促進する体験

我がまちへの誇りや愛着、

地元ならではの情報を来訪者に伝えることで

来訪者は、その魅力・価値に共感を覚えます。

その共感とは、来訪者の地域、地域住民への信頼感となり、

「見るだけ観光」より、確実に、地域とのつながりが深まります。

その結果

コト消費とモノ消費が循環し、持続可能な観光ビジネスが生まれます



地域のファンとなった人が、移住・定住に繋がる可能性も生まれます

観光ビジネスは

地域全体の消費を底上げする地域産業

これまで観光事業者に関りのなかった

地域の人々に広がれば広がるほど、

地域消費額は向上します。

**来訪者は、
「暮らし体験者」です。**

通常は、こちらが行って

PRしていますが、

あちらから足を運んでくれる

絶好の機会！

この絶好の機会に

我がまちについて

伝えたいこと・知ってもらいたいこと

は何か？を考えてみませんか。

双方向での会話によって、 来訪者のニーズに気づくことができます。

- このあたりでは、こういう食べ方をするんです。
あなたの町では、どうですか？
- 私は、休みの日は良く釣りをするんですが、釣りはされたことがありますか？ など。

※ニーズに気づいたら、できる限り、それを叶える方法を
考えてみる。今回が無理でも、情報提供し、次回来訪
や、ふるさと納税、ネット購入などへ！

地域の産業を紹介することで、 地域消費が生まれる可能性も。

来訪者との信頼関係が生まれると、そのお薦めの商品を買いたい、食べたい、というリクエストも多く出てきます。「私の好みですが、、」「子どものころから食べているものなのですが、、」といった形で紹介いただくことも交流を深めるポイントです。

自らが交流するとともに、
来訪者と地域の人との交流を生み出す。

自分の専門外のことであっても、町の中で、
詳しい人を知っていれば、その人と繋ぐことで、
来訪者と地域住民との交流が生まれます。

広域でのロングストーリー

わがまちの物語

そして、

伝えるために繋がるべきまちを考える。

「地球の歩き方」が

—昨年から取り組んでいる

ロングストーリーの旅の事例から

日本サムライストーリー。

**武士道、武家文化、そして、
ラストサムライの葛藤と功績。**

**海外でも人気の高い
「サムライ」の視点から
ストーリーを組み立てる。**

歴史・文化というと、

ともすれば、難しい言葉が並びがちですが、

「サムライ」という人物像が見えてくると、

生きた時代や環境は異なっても、同じ人間として、

日々の暮らしや仕事への考え方、生き方など、

身近なものになってきます。

「サムライ」は、**日本独自の文化**として**海外でも人気が高く**、

アメリカのjapan-guide.comでは、

「**武士道**は**本質的に儒教的で、忠誠、自己規律、**

敬意を持った倫理的行動を示す」

「多くの武士は**禅仏教の教えと実践に惹かれた**」と紹介され、

武士道精神が尊敬の対象となっています。

地球の歩き方が、海外商談会やセールスコールで披露した際、

このコンテンツは、**多くの国のエージェントから興味**を持たれました。

居合道、弓道、剣道、相撲道などの**武道**とともに、
能・狂言・茶道・生花なども**武家文化**として受け継がれ、
日本には「**武士道精神**」が今も息づいていますが、
さらに、ラストサムライ達の武士道精神が成した
旧庄内藩士の開墾の地にも足を運び、
サムライ達が新たな時代を生き抜くために何を成し遂げ、
何を残してきたのかを学ぶことができる旅としました。

金 沢

武家文化・武道（剣道、弓道）

東京墨田区

相撲と江戸文化

山 形

旧庄内藩士の開墾の地で花開いた
サムライシルク、ガストロノミーツーリズム

金沢

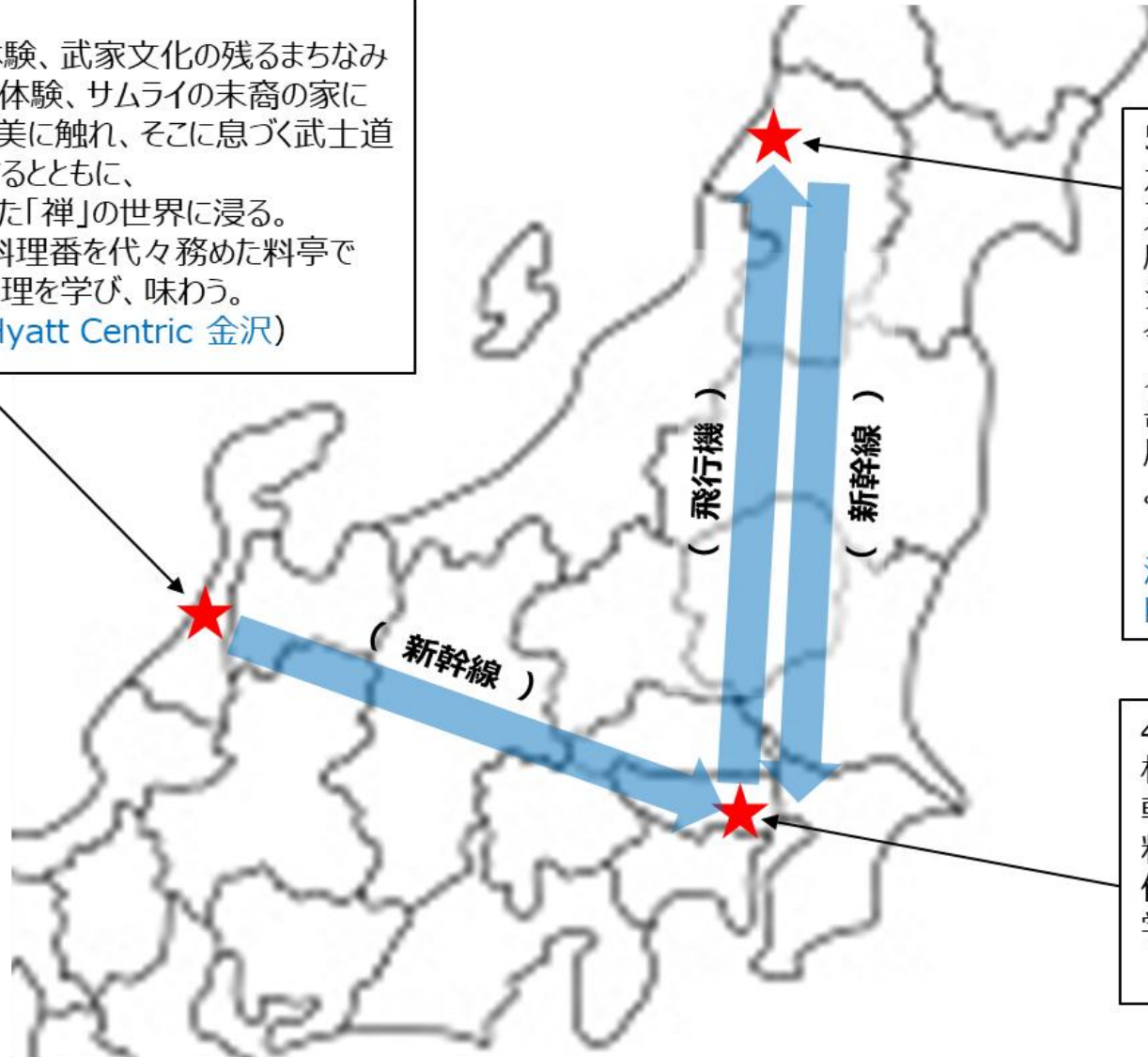
1日目～3日目：弓道、剣道、武家文化体験
弓道、剣道体験、武家文化の残るまちなみの散策、茶道体験、サムライの末裔の家に伝わる刀剣の美に触れ、そこに息づく武士道精神を体感するとともに、武士が惹かれた「禅」の世界に浸る。
また、大名の料理番を代々務めた料亭で代々伝わる料理を学び、味わう。
(宿泊先：Hyatt Centric 金沢)

山形

5～8日目：サムライシルク、ガストロノミー、居合演武体験
刀を鍬に持ち替え、新時代を生き抜いた庄内藩士が築いた養蚕、農業がサムライシルク、ガストロノミーシティとして今に繋がっていることを学ぶ。また、日本人の精神文化を探究する上で重要な山岳信仰を山伏に学び、ツアー最後には、居合師範による武士道の講義と演武により「サムライ精神」を体感する。
(宿泊先：スイデンテラス、斉館、湯野浜温泉亀やラグジュアリーフロア HOURAI)

4日目：相撲・江戸文化体験
相撲の聖地「両国」で圧巻の相撲朝稽古の見学、力士とのちゃんこ料理を体験し、力士の所作や、土俵、道具等に残る武士道精神を学ぶ。
(宿泊先：ブルガリホテル)

東京



(株)地球の歩き方 コンテンツ



新しい価値観との出会いを提供する。

武道、武家文化を東京、金沢で体験し、
山形でラストサムライの葛藤や新たな決断に触れ、
自らの行動変容(トランスフォーメーション)に
つなげられる体験を提供。

旅を通じて視点を深めてもらいたい。

真の武士道精神を探求。
日本の精神文化を理解する一助に。

らしさ・ほんもの・ストーリーを感じる旅の提供にむけて考える6つのポイント

@観光ビジネス総研

- 1 発信したいターゲットは？** 「観光客」ではなく、「ファンとなってほしい人」は誰かを考える。
(例) 趣味嗜好、国・地域（発信言語の設定）、年代（年代によって発信方法が変わる場合もあるため）
- 2 活かしたい地域資源は？** わがまちの足元を深く掘って、WOW！（喜び、驚き）や「なるほど！」を探す。
(例) まちの誇り、宝、暮らし文化、残したい自然、風景など。
- 3 伝えたいメッセージは？** 「まちのプライド」をおもてなしに込める。
(例) この旅を通じて、気づいてほしい、感じてほしい、理解してほしいことなど。
- 4 提供する価値は？** 訪れた人が「次に語れる価値」「応援したくなるまちの魅力」を見つける。
(例) 旅行者が得る価値、感じる魅力、「新たな自分に出逢う、学ぶ、癒される、絆が深まる」など。
- 5 目指すべきまちの姿は？** 「持続可能なまちの観光ビジネス」につながるものかを考える。
(例) 地域に及ぼす影響、効果、貢献できることなど。
- 6 プロモーション戦略は？** 「発信する」ではなく、「届ける・共有する」。
(例) 認知度を高め、来訪者からも発信していただくための行動やプロモーション方法、長期的な戦略など。

体験コンテンツの作り方例

例えば、

あの和菓子屋さんの
和菓子、久しぶりに食べたら美味しかったなあ。
おじちゃんと、おばちゃんも
相変わらず夫婦漫才みたいで。

だけど、おばちゃんの代で
閉めるって言ってたなあ。

何とか、続けていけないのかなあ。

**ここから、生まれる体験コンテンツも
あります。**

何をやる
から考えるのではなく、



町の何を知ってもらいたいか。

**こんなに面白い地域に愛される
和菓子屋さんがあること。**

**でも、おじちゃんの代で
閉めてしまうかもしれないこと。**

考え方の順序

WHY (なぜやるか)



HOW (どのようにやるか)



What (何をするか)

広報？
SNS？

なぜ、やるか

人との
出会い、
交流が
必要

①この和菓子屋さんを
もっと知ってもらいたい

②後継者が見つかったら、なお良い。

③おじちゃんたちが、じゃあ、
もう少し頑張るか、と思える
後押しをしたい。

どのようにやるか

いろいろな人が
和菓子屋さんに来て、
おじちゃんたちと話をしてもらえる
機会が必要じゃないかな。

まずは、
和菓子とお茶をいただきながら
茶話会をしてみよう



後継者も狙うなら、
作り方も教えてもらえないかな？

何をするか

じゃあ、和菓子の作り方を教えてもらって、

最後に、一緒に和菓子を食べながら、
茶話会をしたらどうだろう。

販売する際には

体験コンテンツ商品として

市場に合った商品となっているか、も

考える必要があります。

●市場ニーズを知る

※観光庁などのデータなども参考になります！

●自分の町と親和性のある

ターゲットを見つける

※国や地域、また、旅のスタイルによって選ばれるコンテンツも違いがあります

趣味嗜好は、国に左右されない場合も多いですが、一つの参考にはなります

体験コンテンツのタリフの項目

**タリフは、言葉的には
本来は料金表の意味ですが、
価格だけではなく
その料金に何が含まれているのか、
商品説明、取引条件も示します。**

○プログラムのねらい（PR・伝えたいことなど）

○プログラム概要・スケジュール（作業の流れ・手順）

※写真をつけると分かりやすい。体験している様子の動画などあればなお良いです

○受け入れ可能時間、受け入れ時期

○プログラム所要時間・1回の受入人数・実施可能数

○用意するもの、注意事項、場合によっては参加条件

○実施場所の状況（駐車場の有無、トイレ状況）

○交通アクセス（送迎の有無なども）

○言語対応

○**料金**形態、料金に含まれるもの

※手数料や手仕舞い(受け入れ終了日・時間)やキャンセル料についての記載も（価格は変更する場合もあるので別紙にするほうが便利です）

価格を決める際、

原価に、人件費を入れていないケースが多々あります。

**必ず、ご自身も含め、これを運営するにあたっての
人件費を忘れずに入れてください。**

**この費用があるかないかで、このコンテンツが継続可能なもの
になるかどうかが決まると言っても過言ではありません。**

**掛かる費用をしっかりと洗い出して、
価格を決めましょう！！**

タイトル												
・テーマ												
・ターゲット												
プログラムのねらい ※PR・伝えたいことなど												
所要時間								1日の受け入れ回数				
受入可能日								催行人数	最少		最大	
受入れ可能時間												
申し込み期限												
プログラム概要・ 実施スケジュール または、 作業手順	※紹介できる動画、写真などがあればより分かりやすい											
インストラクター ガイド 等												
言語対応												
集合場所 送迎の有無												
体験料												
住所												
電話		F A X		E-Mail								
定休日												
駐車場				ﾄｲﾚ								
交通アクセス												
準備品												
その他（注意事項）												
キャンセルポリシー												

タイトル	日本の食の安心を学ぼう！大阪の食を支える堺の農業～大阪の果樹農家「南楽園」のこだわりの農業を学ぶ、食べる、体験する～						
・テーマ	日本を学ぶ大人旅		・自分磨き旅		・家族で学ぶ旅		
・ターゲット	○夫婦・カップル ○家族・3世代旅 ○友人 ○訪日外国人						
プログラムのねらい ※PR・伝えたいことなど	大阪の食を支える大阪でも有数の生産地である堺のこだわりの農業を学び体験します。当園は、広大な敷地に様々な果樹が育っており、収穫だけではなく、果物によっては、袋かけや、草引きなど、その季節の作業をお手伝いしてもらいます。						
所要時間	4. 5 時間		1日の受け入れ回数		2 回		
受入可能日	3月～12月中旬の火曜日以外		催行人数 最少		2	最大	6
受入れ可能時間	10時～14時30分 ○営業時間：10時～16時(6・7・8月は10時～17時)						
申し込み期限	事前予約 7日前まで						
プログラム概要・実施スケジュールまたは、作業手順	指導者、参加者自己紹介 * 南楽園のお話し・1年の作業スケジュール、害獣の話 * 農業体験① * 食事準備 → 食事(BBQ) * 農業体験② * 参加者の感想					写真	
インストラクターガイド 等	●●●●、●●●●					写真	
言語対応	日本語					写真	
集合場所 送迎の有無	現地集合 無し					写真	
体験料	5,700円（小学生以上※未就学児は無料）						
住所							
電話			F A X		E-Mail		イメージ
定休日	火曜日(祝日の場合、翌平日)						
駐車場	有料駐車場 約300台有り 普通車500円			トイレ		洋式4 和式1	
交通アクセス	http://nanrakuen.jp/access.htm						
準備品	動きやすく、汚れても良い服装、靴、タオル、軍手(貸し出しあります) など						
その他（注意事項）							
キャンセルポリシー	予約日前日場合：予約金額の20% 予約日当日の場合：予約金額の50% ※悪天候によるキャンセル、別日への延期の場合は、キャンセル料は発生しません。						