



令和3年度大阪周遊促進事業 業務報告書

| | |
|-------------------------------|-----------|
| I. 企画の考え方 | 3 |
| 本事業の理解・認識 | 4 |
| 事業の方向性と目標 | 5 |
| 事前分析 | 6 |
| II. 周遊バスツアーの実施 | 12 |
| (1)大阪市・堺市コース | |
| A:グルメコースの設定 | 13 |
| A:グルメコースのアンケート分析及び考察 | 15 |
| B:歴史コースの設定 | 24 |
| B:歴史コースのアンケート分析及び考察 | 26 |
| (2)百舌鳥・古市古墳群とその周辺コース | 37 |
| C:謎解きコースの設定 | 38 |
| C:謎解きコースコンテンツの開発 | 40 |
| C:謎解きコースのアンケート分析及び考察 | 42 |
| D:文化コースの設定 | 49 |
| D:文化コースコンテンツの開発 | 48 |
| D:文化コースのアンケート分析及び考察 | 49 |
| III.周遊バスツアーの広報宣伝の企画・実施 | 59 |
| 広報の考え方 | 60 |
| 広報実績 | 61 |
| 広報についての集計と費用対効果 | 77 |
| 広報宣伝についての考察 | 78 |
| IV.民間での事業化に向けた検証 | 79 |
| 有識者レポート抜粋 | 80 |
| 民間での事業化に向けたマーケティングまとめ | 84 |

I. 企画の考え方

(1) 大阪市・堺市コース

(2) 百舌鳥・古市古墳群とその周辺地域コース

本事業の理解・認識

本事業の対象エリア



大阪市・堺市コース

対象市町村：大阪市、堺市

大阪城は人気の高い観光スポットである。壮大な城が大阪の町中にそびえている、諸外国では見られない光景が興味を惹きつけていると考えられる。

泉州エリアは古くから栄えた町が多く、歴史、文化的資源や産業資源、伝統的なお祭りや、都会にほど近いのに恵まれた自然や温泉などの地域資源が豊富なエリア。



百舌鳥・古市古墳群とその周辺コース

対象市町村：堺市、羽曳野市、藤井寺市、周辺市町村

古くは飛鳥時代から平安時代、南北朝時代にかけて重要な歴史の舞台となっており、多くの史跡が残されているエリア。奈良県との隣接部では自然も多く、300近くの古墳があり、寺社も多く歴史好きに人気のエリア。



旅行会社造成担当からのヒアリング



百舌鳥・古市古墳群については、**欧米豪市場の歴史に興味のある方を唸らせるガイドの養成も将来的には必要**であると考えます。



インバウンド向けに関西空港発→百舌鳥古墳群・大阪城→大阪市中心部ならツアー造成の可能性は十分にあると考えます。丸一日かけてというよりは朝フライトで到着した方が、ホテルチェックインまでに楽しめるような**昼～夕方**のコースがあればなおよいと考えます。



百舌鳥エリアと古市エリアを繋ぐには、魅力的なコンテンツが必要。距離的にも遠いため、百舌鳥エリアだけ見て終わらないように、**2日間かけてじっくり見る商品があっても面白い。**



事業の方向性と目標

◀ 事業目的 ▶

大阪府では、府内全域の魅力ある観光資源をPRし、来阪旅行者の府域への周遊性の向上を図ることで府内全域への誘導・周遊を促進している。

令和3年度においては、大阪市及び堺市ならびに百舌鳥・古市古墳群とその周辺地域において、旅行商品化を見据えた採算性があり、新型コロナウイルス感染症にも対応したバスツアーの実証運行を行い、その実証結果を民間事業者にフィードバックすることで、新型コロナウイルス感染症により影響を受けている観光産業の活性化につなげることを目的として、「令和3年度大阪周遊促進事業」を実施する。

◀ 事業の方向性と目標 ▶

1

インバウンドをターゲットに、
百舌鳥古墳群が大阪の王道コースとして
認知される。

訪日客から人気観光地である「大阪城」と
「百舌鳥古墳群」をコースに組み込みPRすることで
百舌鳥古墳群が大阪の王道コースとして認知されることを目指す。



2

まずは国内に向けて
百舌鳥古墳群と古市古墳群をセットで周遊
することを主流とする。

世界遺産に登録され、
百舌鳥古墳群には一定の観光客が訪れているがアクセスの問題もあり
古市古墳群まで周遊できていない現状を脱却させる。

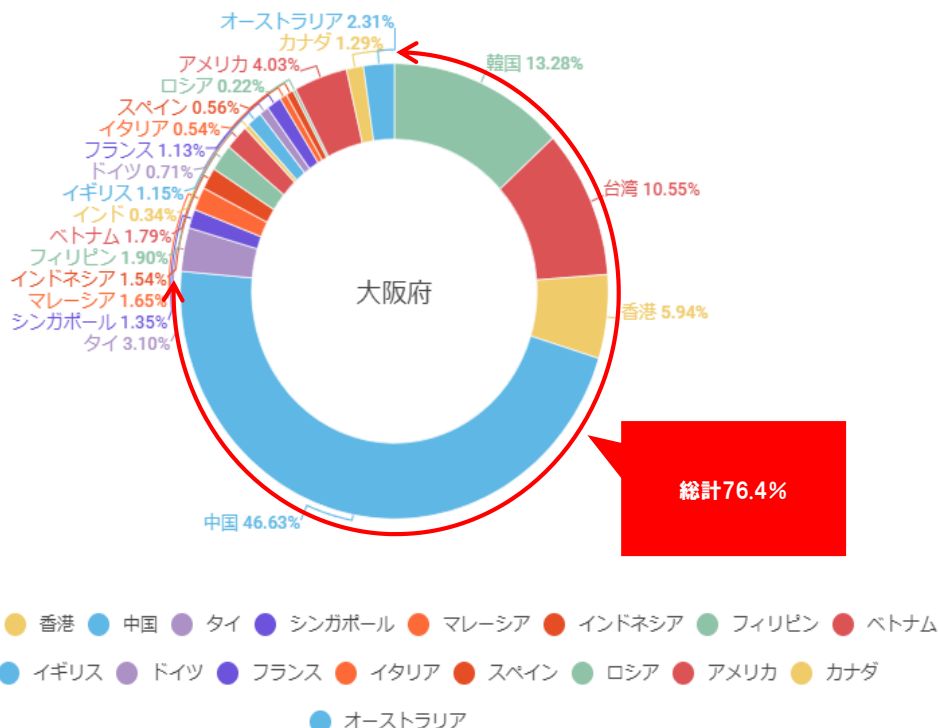


事前分析①

■ インバウンド分析 《オープンデータ分析》

大阪府に来ている訪日外国人の割合

大阪府に来ている訪日外国人の割合



調査方法：「訪日外国人消費動向調査（2019年）国籍・地域別 都道府県別訪問率」および「訪日外客数統計（2019年）」より訪日ラボ推計

※訪日ラボ

どこの国の方が大阪に来ているのか？

コロナ禍前のデータにおいては、中国、韓国、台湾、香港の順となっており、これら4か国で総計76.4%となっている

「アジア圏」が最も多い

事前分析①

■ インバウンド分析 《オープンデータ分析》

訪日前に期待していたこと(2011年～2019年)

(単位)回答者数、人、選択率%

| | 全体 | | 中韓台香※1 | | 東南アジア※2 | | 欧米諸国※3 | |
|------------------------|--------|-------|--------|-------|---------|-------|--------|------|
| | 回答数 | 選択率 | 回答数 | 選択率 | 回答数 | 選択率 | 回答数 | 選択率 |
| 訪日前に期待していたこと (複数回答) | | | | | | | | |
| 日本食を食べること | 16,331 | 73.7 | 12,473 | 71.4 | 1,221 | 80.6 | 2,493 | 83.7 |
| 日本の酒を飲むこと(日本酒・焼酎等) | 5,553 | 22.0 | 3,924 | 23.7 | 280 | 18.8 | 1,270 | 43.2 |
| 旅館に宿泊 | 4,550 | 25.7 | 3,247 | 24.1 | 339 | 24.1 | 906 | 31.8 |
| 温泉入浴 | 7,001 | 33.9 | 5,592 | 32.8 | 406 | 28.8 | 951 | 32.6 |
| 自然・景勝地観光 | 10,830 | 54.5 | 8,006 | 48.3 | 903 | 60.6 | 1,819 | 61.6 |
| 繁華街の街歩き | 9,178 | 45.4 | 6,806 | 48.2 | 804 | 53.4 | 1,475 | 49.6 |
| ショッピング | 12,397 | 59.7 | 9,874 | 57.8 | 968 | 64.5 | 1,468 | 49.6 |
| 美術館・博物館 | 3,110 | 15.3 | 1,615 | 18.2 | 344 | 22.7 | 1,088 | 37.0 |
| テーマパーク | 4,166 | 19.7 | 3,306 | 19.2 | 415 | 28.6 | 421 | 16.7 |
| スキー・スノーボード | 780 | 4.7 | 443 | 5.8 | 106 | 7.2 | 223 | 15.0 |
| その他スポーツ(ゴルフ等) | 427 | 1.7 | 300 | 2.8 | 38 | 3.0 | 85 | 3.2 |
| 舞台鑑賞(歌舞伎・演劇・音楽等) | 947 | 4.5 | 463 | 3.8 | 91 | 6.2 | 370 | 12.8 |
| スポーツ観戦(相撲・サッカー等) | 550 | 2.5 | 184 | 1.5 | 47 | 3.4 | 306 | 10.7 |
| 自然体験ツアー・農漁村体験 | 1,195 | 6.6 | 597 | 6.8 | 180 | 12.4 | 391 | 13.5 |
| 四季の体験(花見・紅葉・雪等) | 2,196 | 12.5 | 1,264 | 11.9 | 300 | 21.3 | 599 | 20.5 |
| 映画・アニメ等の地を訪ね | 1,143 | 5.4 | 738 | 4.5 | 88 | 6.2 | 309 | 10.7 |
| 日本の歴史・伝統文化体験 | 3,610 | 17.6 | 1,695 | 11.5 | 361 | 24.6 | 1,468 | 49.6 |
| 日本の日常生活体験 | 3,035 | 14.9 | 1,537 | 18.6 | 292 | 19.4 | 1,132 | 38.6 |
| 日本のポップカルチャーを楽しむ | 2,382 | 11.6 | 1,502 | 9.2 | 162 | 11.1 | 683 | 23.7 |
| 治療・健診 | 142 | 0.8 | 85 | 0.8 | 19 | 1.5 | 27 | 1.2 |
| 上記には当てはまるものがない | 531 | 2.5 | 381 | 2.3 | 31 | 4.3 | 112 | 5.6 |
| 回答者数および選択率延べ合計 ※4 | 22,154 | 435.2 | 17,481 | 366.2 | 1,527 | 485.6 | 2,982 | 10.7 |

※観光庁 訪日観光客消費動向調査

総計49.6%

どの国の方が古墳群に興味があるか？

「古墳群に興味がある」ターゲットは欧米諸国である

欧米諸国の半数は歴史に興味あり

事前分析①

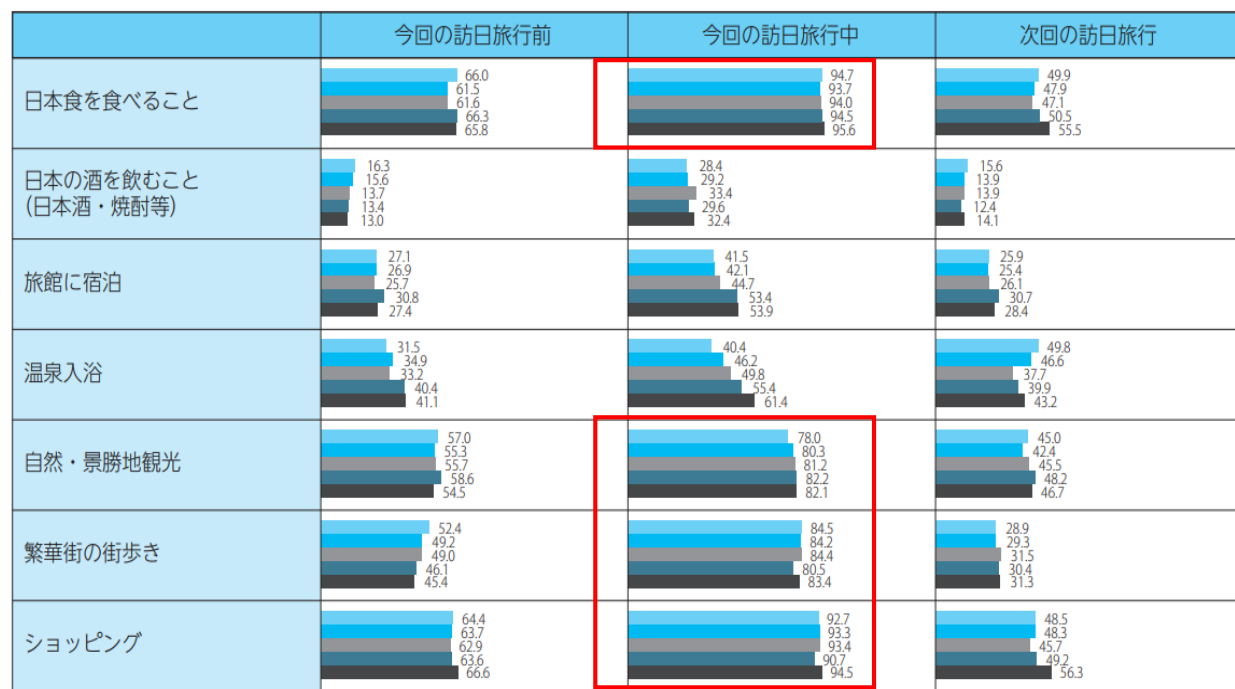
■ インバウンド分析 《オープンデータ分析》

訪日中国人の訪日旅行の観光目的(2015年～2019年)

観光目的

■ 2019年 ■ 2018年 ■ 2017年 ■ 2016年 ■ 2015年

単位：%



※(公財)大阪観光局「関西国際空港 外国人動向調査」2019年2、7、9、12月実施 4,469ss

何を観光目的にしているのか？

「日本食」「ショッピング」「繁華街」「自然・景勝地」が観光目的として高い。

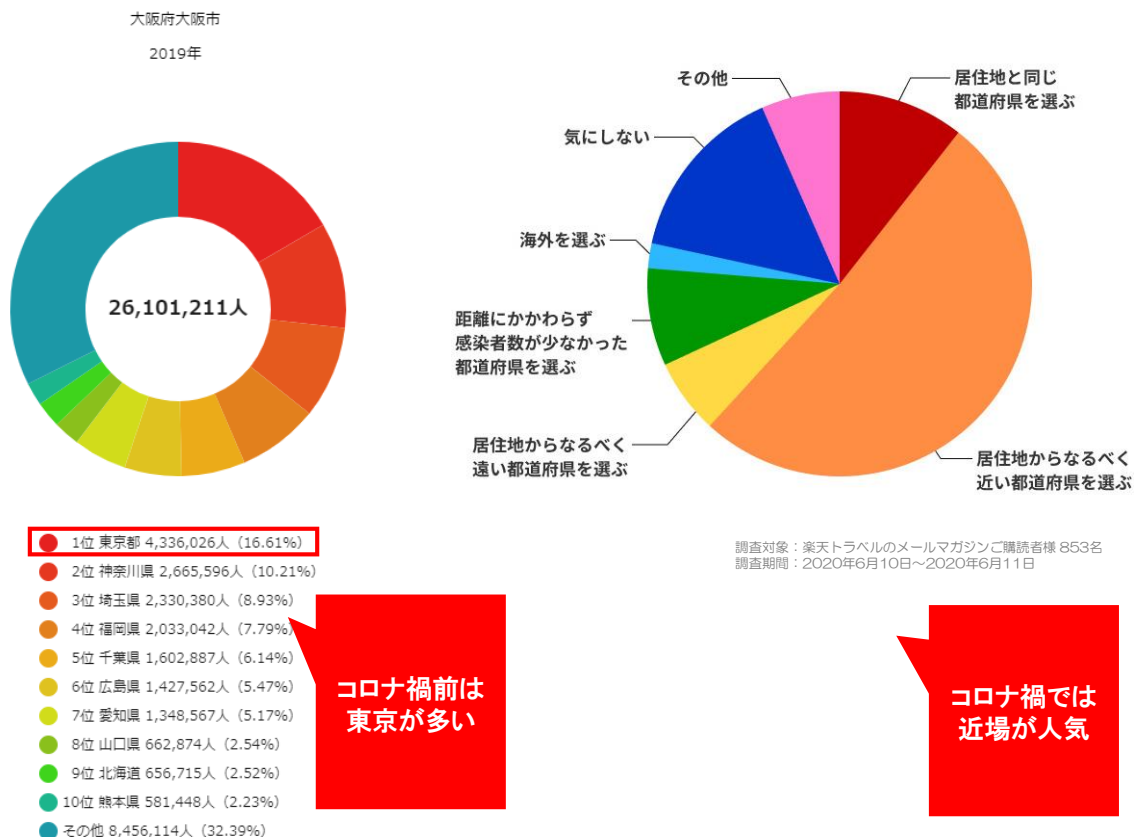
歴史に合わせて「食」「買い物」も重要

食・ショッピング・自然、景勝地などのコンテンツを用いてツアー設定が必要と考えられる

事前分析②

国内旅行者分析 《オープンデータ分析》

コロナ禍前の他府県から大阪への来訪者とコロナ禍の旅行先の考え方



※リーサス

※「家族旅行に対する意識調査」楽天トラベル

国内の旅行者はどこから大阪に来ているのか？

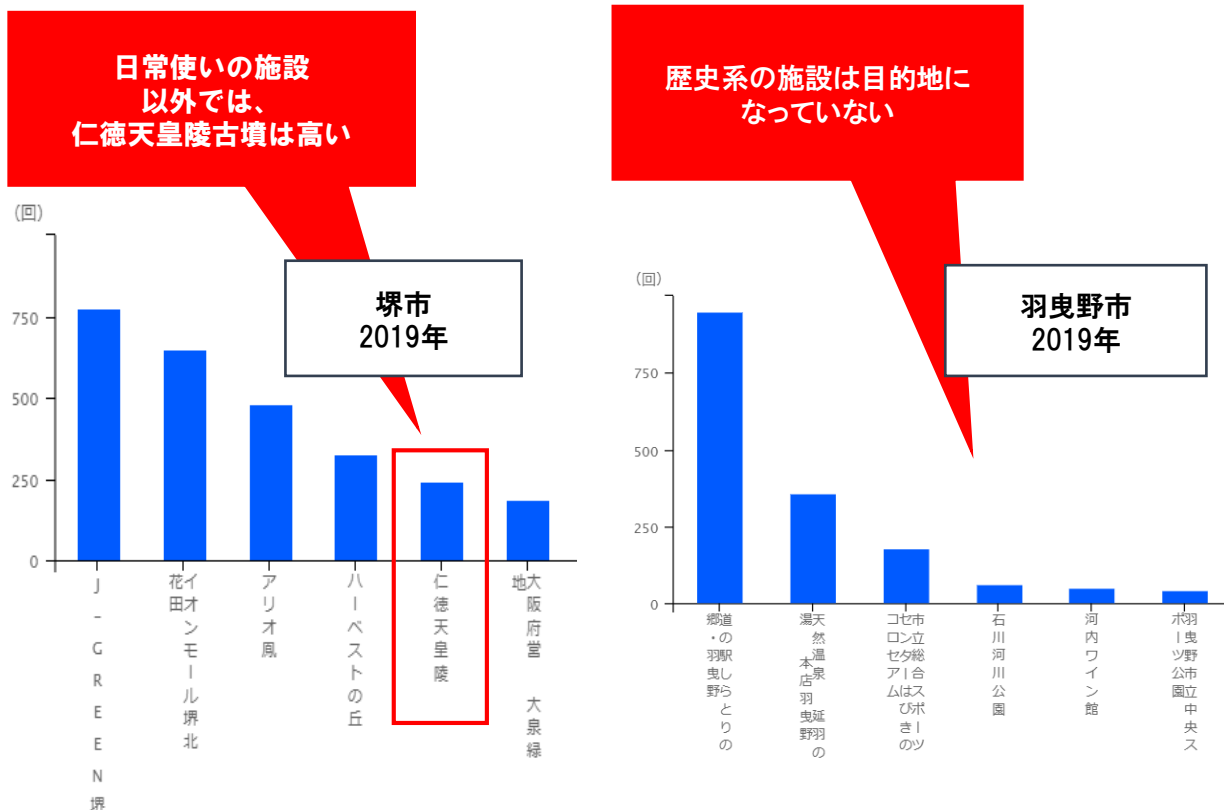
コロナ禍前は東京を含む関東圏が多い。しかしながら、コロナ禍では近隣の都道府県を選ぶ傾向にある

コロナ前は「関東圏」が多く
コロナ禍では近場が人気である

事前分析②

国内旅行者分析 《オープンデータ分析》

堺市、羽曳野市の目的地検索ランキング(2019年)



※リーサス

百舌鳥古市古墳群に来ているのか？

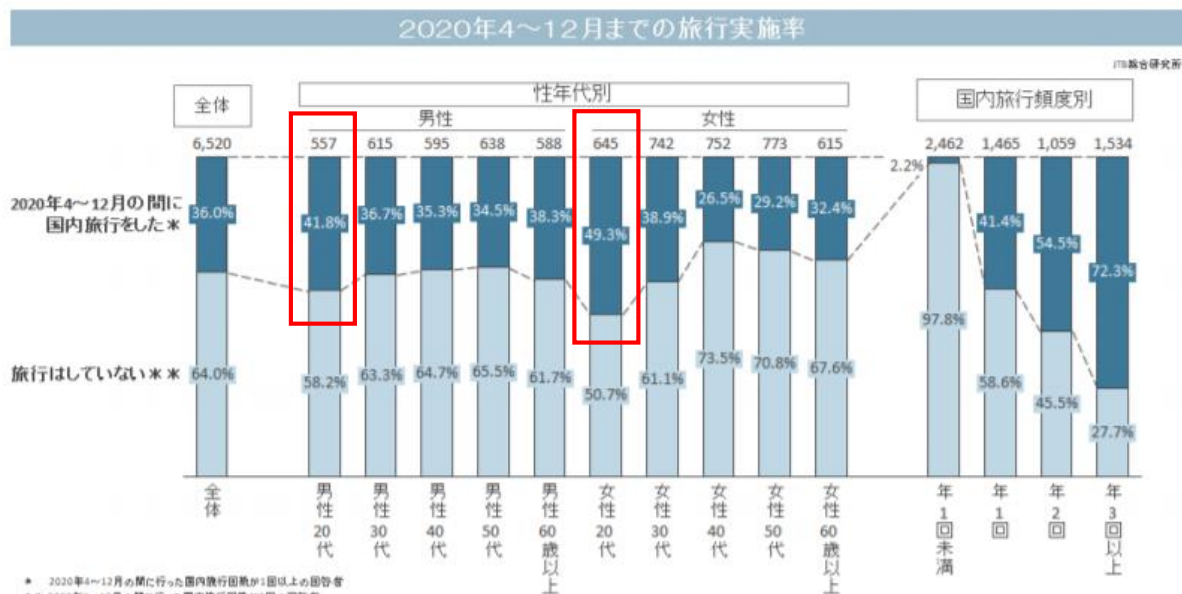
堺市において仁徳天皇陵古墳は目的地となっているが、「古市古墳群」は目的地としてあがっておらず、認知度が高いとはいえない

古市古墳群への興味を高めるために
興味を引くコンテンツとかけあわせる必要がある

事前分析②

国内旅行者分析 《オープンデータ分析》

コロナ禍での旅行実施率



若年層は旅行意欲が高い

※「新型コロナウイルス感染拡大による、暮らしや心の変化と旅行に関する意識調査」
JTB総合研究所

狙うべきターゲットは？

コロナ禍では他の年代に比べ若年層（20～30代）は旅行実施率が高いため、本事業では若年層に訴求する

「若年層」を主なターゲットとして狙うべきである

国内旅行者においては、将来的には関東圏と狙いつつも、コロナ禍では近場が賢明。若年層に対し興味を引くコンテンツとかけあわせ訴求する必要がある

II.周遊バスツアーの実施

(1)大阪市・堺市コース

Aコース:秀吉の大阪城見学と利休の茶の心に触れる！ 大阪・堺地元グルメを味わう1日

◀ ツアー設定内容 ▶

行列が
できる名店
「ゲコ亭」
でご昼食！

秀吉の大阪城見学と利休の茶の心に触れる！
大阪・堺地元グルメを味わう1日



▶出発日：

12月4日(土)・5日(日)・11日(土)・
12日(日)・19日(日)・25日(土)

1月8日(土)・9日(日)・15日(土)・16日(日)・
22日(土)・29日(土)・30日(日)

2月5日(土)・6日(日)・19日(土)

▶旅行代金：9,700円（税込／お一人様／大人・子供同額）

▶日程：（◎入場観光／○下車観光／＝バス）

大阪・梅田発（9：30集合／10：00出発）＝◎大阪城（天守閣・ミライザ大阪城のご見学）＜約100分＞＝《昼食》銀シャリ屋 ゲコ亭＜約60分＞＝○百舌鳥古墳群ビジターセンター・○仁徳天皇陵古墳＜2か所で約60分＞＝◎さかい利晶の杜（茶室にて堺伝統の和菓子を堪能）＜約75分＞＝大阪・梅田着（17：30頃）

◀ ツアー策定時の考え方 ▶

将来的にはインバウンドも含めた旅行客を誘客できるバスコースを検討するものの、コロナ禍である今年度においては大阪市内発着が現実的である。
また、『このツアーでしか出来ない特別感のPR』が必要と考え、通常では予約不可の『銀シャリ屋ゲコ亭』への優先案内を目玉としたコースを設定した。

| 大 タ ー ゲ ッ ト | インバウンド向け |
|-------------|------------------|
| 中 タ ー ゲ ッ ト | アジア |
| コ ー ス 名 | スイーツ・グルメを堪能するコース |
| テ ー マ | グルメ |
| ツ ア ー 参 加 費 | 10,000円程度 |
| 日 数 | 日帰り |

◀ ツアー中の風景 ▶



大阪城



さかい利晶の杜



銀シャリ屋 ゲコ亭



さかい利晶の杜



銀シャリ屋 ゲコ亭

◀ ツアー催行実績 ▶

| Aコース | |
|--------|-----|
| 12月11日 | 25 |
| 12月19日 | 24 |
| 12月25日 | 25 |
| 1月8日 | 16 |
| 1月16日 | 16 |
| 1月22日 | 13 |
| 合計 | 119 |

12/4、5、12

1/9、15、22

は最少催行人数に満たず催行中止。

※1/29以降は「まん延防止等重点措置」発令により受付中止。

新型コロナウイルス感染拡大の影響により広報スタートを一時中断したため、12月1週目においては募集期間が数日間しか確保できず、催行中止が続いたが、4コースの中では催行本数が6日程と最も多く、合計119名の集客をすることができた。

■ 分析及び考察

【ツアー参加者】

<年齢層> 60代以上（全体の約60%）※70歳代以上が最多

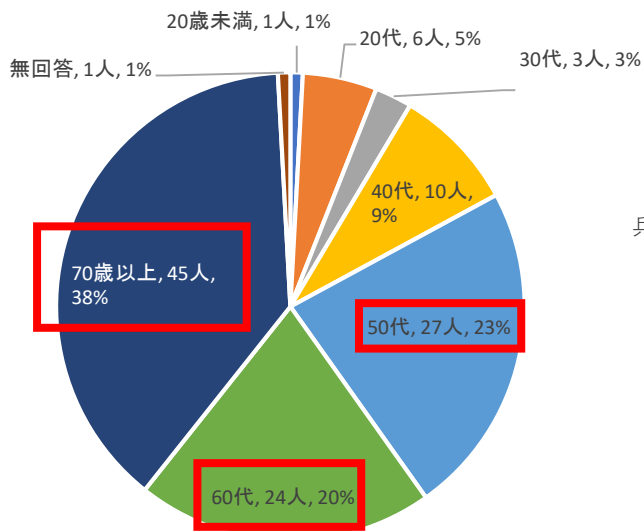
<居住地> 大阪府内（全体の約75%）

（分析）

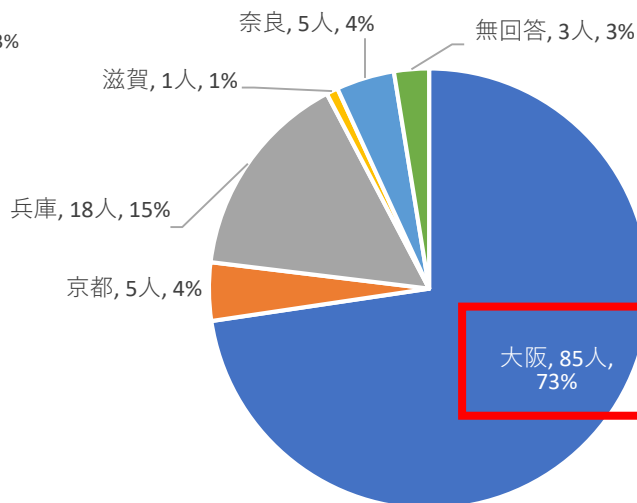
・広報においてはSNS等幅広い手法を実施したが、Aコースの参加者についても圧倒的に中高年層が多いという結果となった。Aコースはグルメ・歴史を主要テーマとしており、特に中高年層に一定の人気を博したものと考えられる。

・参加者の居住地については、大阪府民が圧倒的に多かった。①大阪いらっしやいキャンペーン2021の対象が当初大阪府民限定であったこと、②ツアー発着地が大阪駅であったことが大きな要因であると考えられる。また、阪急沿線42人と全体の63%を占める。阪急主要駅へのチラシ配架は一定効果があったものとみられる。

年齢



居住地



■ 分析及び考察

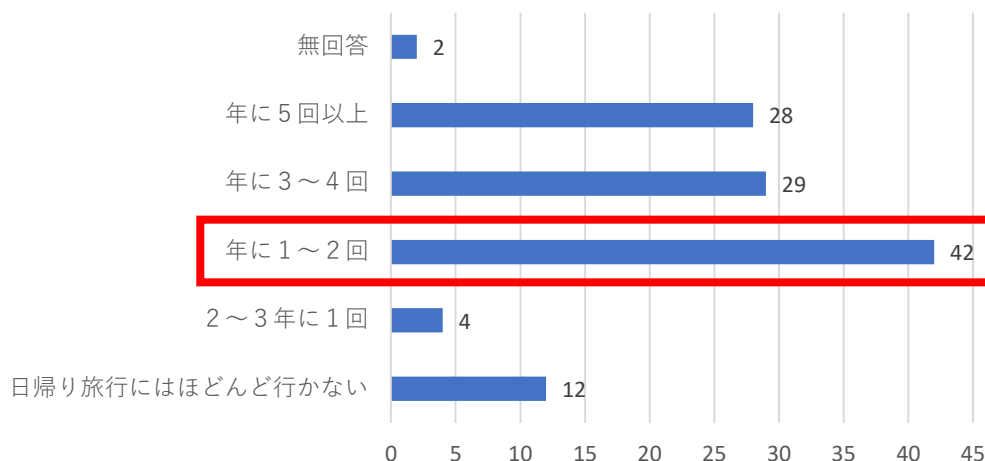
【ツアー参加者】

<旅行頻度> 日帰り、宿泊ともに年に1～2回

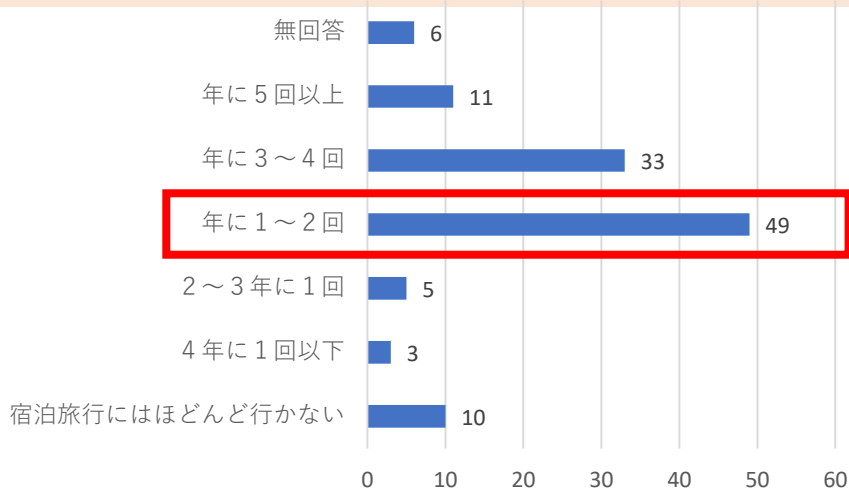
(分析)

・旅行頻度（日帰り、宿泊いずれにおいても）について、年に1～2回程度と回答した参加者が最も多かった。Aコースについては、『グルメ』という受け入れられやすいテーマだったことから、日頃より旅行によく行く層でなくとも、参加して頂ける内容であったと考える。

旅行頻度(日帰り)



旅行頻度(宿泊)



■ 分析及び考察

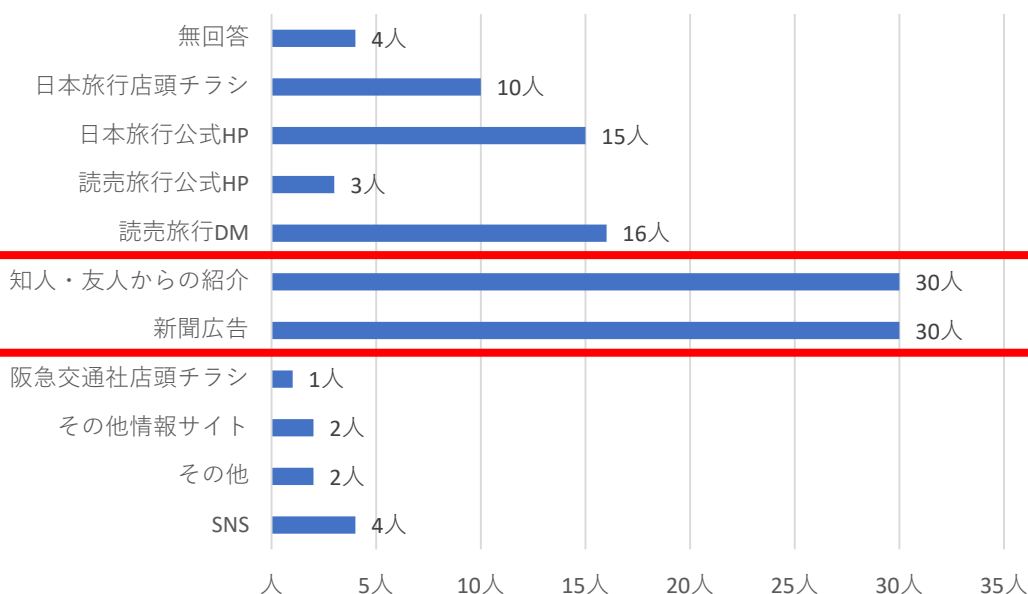
【参加のきっかけ】

- ・参加のきっかけは「新聞広告」、「知人・友人からの紹介」が同率最多。

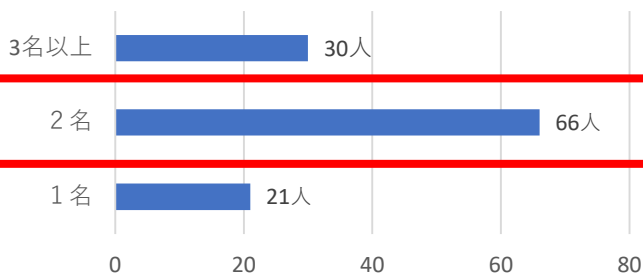
(分析)

- ・参加形態は友人や夫婦/家族等の複数人での参加、さらに口コミでの参加が多いことから、友人・知人（家族）に誘われてツアーに参加した人が多いとみられる。
- ・中高年層の参加者が多く **新聞広告がかなり有効**であったと考えられる。

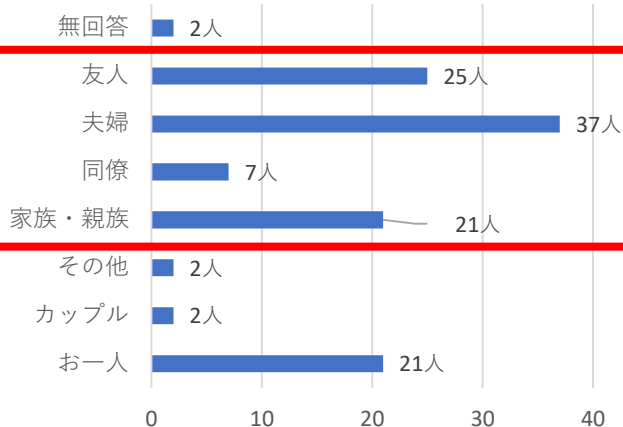
参加のきっかけとなった媒体



参加人数



参加形態



■ 分析及び考察

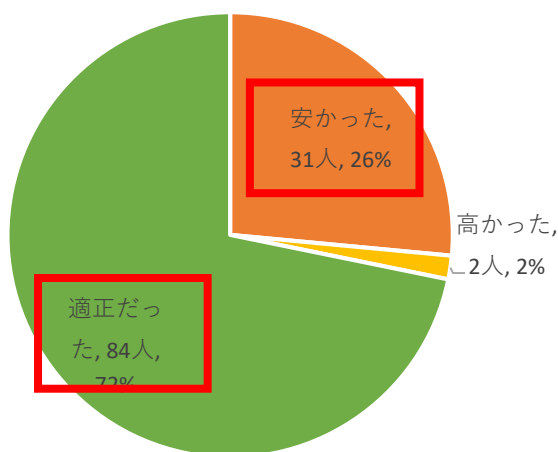
【料金・大阪いらっしやいキャンペーン2021について】

- ・料金について、「高かった」と答える人は非常に少なかった。
- ・「キャンペーンがなくても参加したか」については「いいえ」が過半数を超える。

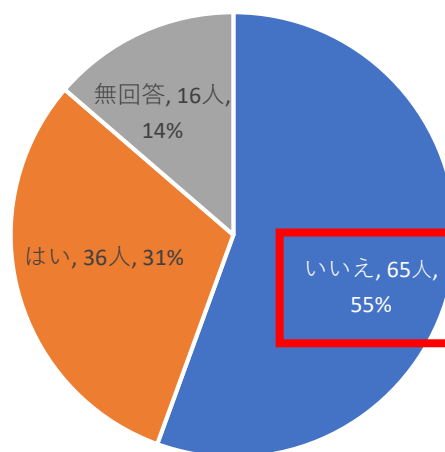
(分析)

- ・キャンペーンがない場合、ツアーに参加しなかった方が多いという結果になったため、販売については内容や価格検討の余地がある。
- ・理由として「自分で行ける」という回答が多く、大阪市内発着の大阪府内を巡るツアーにおいてはさらに特別感を出すことが必要。(今回は将来のインバウンドに向けた実験要素もあったため大阪市内発着となっている)

料金



キャンペーンがなくても参加したか ※1



※1の理由

ツアーでなくても自分で行けるから。
近隣でもあり、自分でも行ける場所が多かったのです。

■ 分析及び考察

【大阪城について】

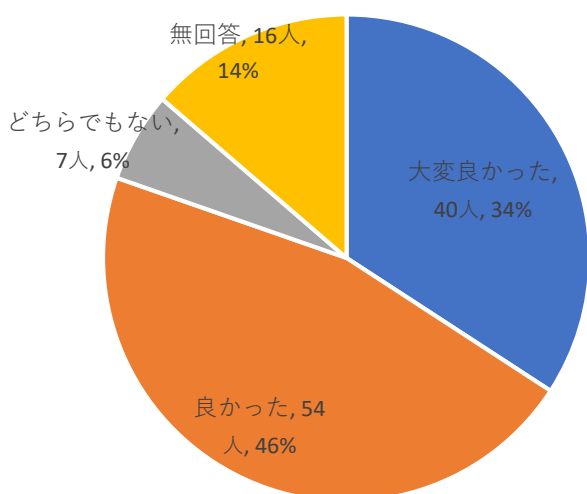
(分析)

「ボランティアガイドの説明」に満足感を得ている方が多かった。「説明」を入れて既存の観光素材でもより深く掘り下げることによって、新たな観光素材としての魅力が出せると考えられる。

所要時間についても「もう少し長くてもよかったという声が多かった。」

大阪城に関して【全体】

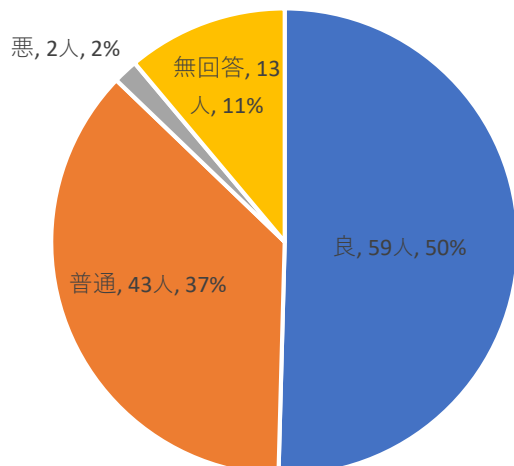
- ・ボランティアガイドの説明が人気。大阪城の理解促進につながったと高評価。
(ほぼすべての参加者が「大変良かった」「良かった」と回答している。)



【理由】

- 大変良かった 知らない事や場所、それについてのガイドが聞いて良かった
- 良かった 新しい魅力を見つけられたから。ボランティアガイド良かった。
- 良かった ボランティアガイドの方の丁寧な説明で大阪城に増々興味がわいた。

大阪城に関して【所要時間】



【理由】

- 普通 少し短い。
- 良 もう少し長くてもよかったです。

■ 分析及び考察

【銀シャリ屋 ゲコ亭について】

(分析)

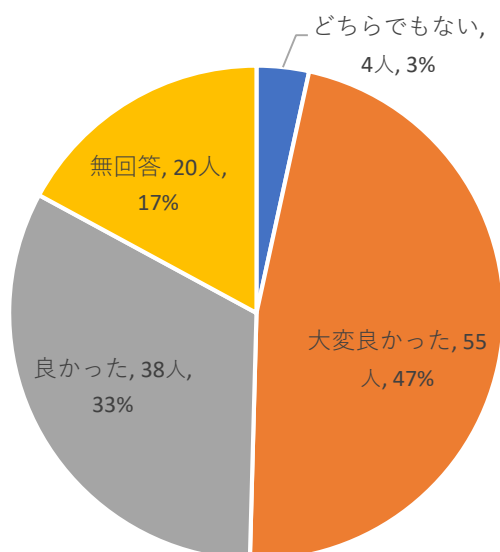
アンケート結果を見ると総合的に満足感を得ている方が非常に多かった。

「並ばずに入れる」に関しては「良かった」と感じる方と「申し訳ない」と感じる方が意見が分かれた。また、若い世代にはボリュームが多く満足感を与えることが出来たが、参加者が中高年層には少し多い、落ち着いて食事が出来ないとの声もあった。ターゲットに合わせて食事の量等を検討することが必要。

「銀シャリ屋 ゲコ亭」に関して【全体】

【銀シャリ屋 ゲコ亭】

・味や量ともにお得感があり高評価。（ほぼすべての参加者が「大変良かった」「良かった」と回答している。）一方で中高年層が多かったためボリュームが多い、落ち着いて食事ができなかったとの声も見られた。



【理由】

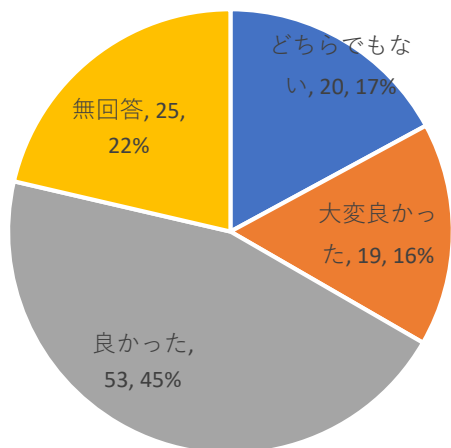
大変良かった 確かにおいしかった。
大変良かった ボリュームがあって、美味しかった。
良かった 有名店だと聞いていたので、混雑しているのはわかっていましたが、落ち着いて食事がしたかった。

■ 分析及び考察

【百舌鳥古墳群ビジターセンター】

「百舌鳥古墳群ビジターセンター」に関して【全体】

8Kシアター、施設のきれいさが高評価であった。



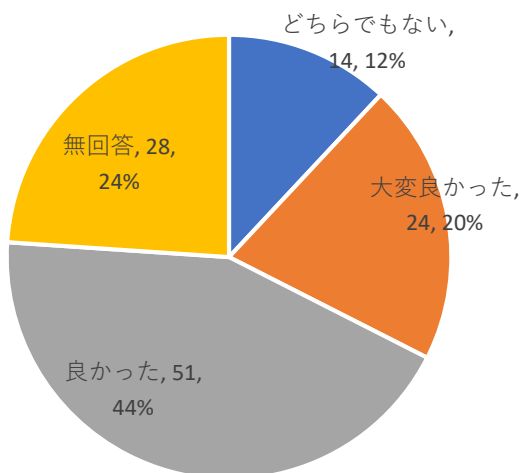
【理由】

大変良かった 映像が面白かった。
 大変良かった 上から見た状態を感じることが出来て感激した。
 良かった 8Kのスクリーンが素晴らしかった。
 良かった 今年導入されたという、プロジェクションマッピングで上空からの型が良く分かった。

【仁徳天皇陵古墳】

「仁徳天皇陵古墳」に関して【全体】

ガイドの説明が人気。古墳は説明がないと理解ができず、上から眺めたかったとの声も多い。



【理由】

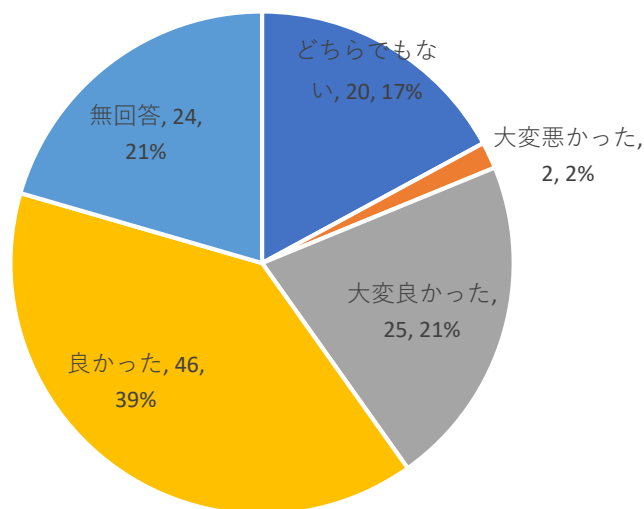
良かった ガイドの説明があったのでよくわかった。
 良かった 上から全景を見れなくて残念ですが、初めて見学出来て良かったです。
 大変良かった 目的のコースであったため、ガイドの方の説明がわかりやすかった。
 良かった 古墳そのものをもう少し間近、もしくは上から見たいです。

■ 分析及び考察

【さかい利晶の杜】

「さかい利晶の杜」に関して【全体】

- ・ VR体験、施設のきれいさが高評価。
- ・ 説明が足りず、分かりにくかった、もう少しゆっくり見たかったとの声も多い。



【理由】

良かった

VRも初体験で楽しかったです。もう少しゆっくり見学したいと思いました。

どちらでもない

いまいち見所がなかった。設備も展示も見やすかった。説明があれば…。

良かった

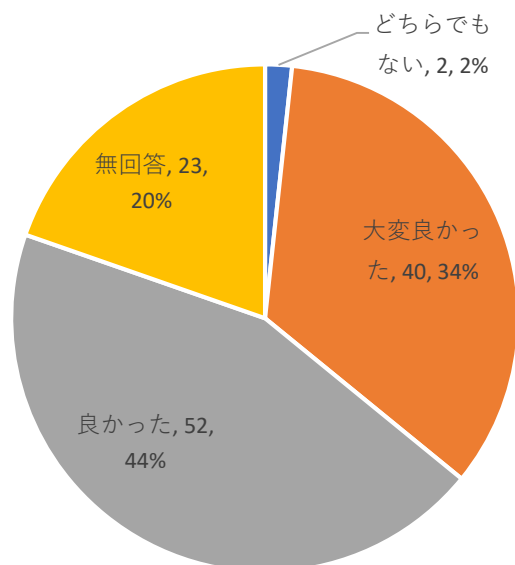
良かった

(分析)

- ・ 8KやVRなど目新しい最先端技術は高評価につながっている。
- ・ ガイドの説明がある場合は評価が高く、ガイドが充実していた大阪城は評価が高い一方、さかい利晶の杜（ガイドなし）はそれほどの高評価にはつながっていない。
- ・ 施設のきれいさ、感染症対策の充実が高評価につながっており、新型コロナウイルス感染症対策への配慮は必須。

■ 分析及び考察

コース全体について



- ・ネガティブな評価はなく、ほぼ全ての人が「大変良かった」「良かった」と回答しており参加者の満足度は高かった。
- ・個人ではいかない場所、近場でいかないところが多く、大阪の再発見につながり楽しめた。
- ・大阪城、銀シャリ屋ゲコ亭が最も人気を博した。
- ・世界遺産についてもっと詳しく知りたかった、古墳グッズを見たかったとの要望あり。

(今後巡ってみたいバスツアー)

- ・グルメ（海鮮物）ツアー
- ・1万円以下の安いバスツアー
- ・フルーツ狩りなど体験ツアー
- ・地元をより深く知るツアー、大阪のまだ知られていないスポットめぐり。

(全体の分析)

- ・中高齢層の参加者に対しては、コースに余裕を持たせたり、料理も量より質を重視するなどの配慮がより一層必要。
- ・バスツアーの利点を生かし、アクセスが不便な場所や近場で行かないところを巡れたことは評価につながっている。(マイクロツーリズムが一定効果的とみられる。)
- ・また古墳を巡るにあたっては、屋外になるため催行時期を温暖な時期にしたりガイドによる理解促進を考慮すべき。
- ・ショッピングやグルメなどの要望が多く、これらを取り込むことでさらなる集客につながる可能性がある。

Bコース:百舌鳥古墳群と秀吉・利休の軌跡を廻る探訪

◀ ツアー設定内容 ▶

百舌鳥古墳群と秀吉・利休の軌跡を巡る

歴史探訪

豊臣期
石垣
特別公開!



▶ 出発日:

12月4日(土)・5日(日)・11日(土)・
12日(日)・19日(日)・25日(土)

1月8日(土)・9日(日)・15日(土)・
16日(日)・22日(土)・23日(日)・29
日(土)・30日(日)

▶ 旅行代金: 9,300円 (税込/お一人様/大人・子供同額)

▶ 日程: (◎入場観光/○下車観光/==バス)

大阪・梅田発 (8:00集合/8:30発) == ◎大阪城 (天守閣と石垣のご見学) <約100分> == 《昼食》つぼ市製茶本舗 (老舗茶舗にて「お茶料理と茶粥」の昼食) == ◎さかい利晶の杜 <約60分> == ◎南宗寺 (利休ゆかりの寺) <約45分> == ○百舌鳥古墳群ビジターセンター・○仁徳天皇陵古墳 <2か所で約60分> == 大阪・梅田着 (16:45頃)

◀ ツアー策定時の考え方 ▶

Aコース同様、将来的にはインバウンドも含めた旅行客を誘客できるバスコースを検討するものの、コロナ禍である今年度においては大阪市内発着が現実的である。

また、『このツアーでしか出来ない特別感のPR』が必要と考え、通常は一般公開していない『大坂城豊臣期の石垣特別公開』を目玉としたコースを設定した。

| | |
|--------|-----------|
| 大ターゲット | インバウンド向け |
| 中ターゲット | 欧米 |
| コース名 | 古代の歴史コース |
| テーマ | 歴史 |
| ツアー参加費 | 10,000円程度 |
| 日数 | 日帰り |

◀ ツアー中の風景 ▶



大阪城



大阪城石垣特別公開



ガイド案内



つぼ市製茶本舗



千利休屋敷跡伝承地



仁徳天皇陵古墳

◀ ツアー催行実績 ▶

| Bコース | |
|--------|----|
| 12月12日 | 21 |
| 12月19日 | 25 |
| 12月26日 | 18 |
| 1月22日 | 9 |
| 合計 | 73 |

12/4、5、11、18、25
1/8、9、15、16、23
は最少催行人数に満たず催
行中止。
※1/29以降は「まん延防
止等重点措置」発令により
受付中止。

新型コロナウイルス感染拡大の影響により広報スタートを一時中断したため、12月上
旬～中旬においては募集期間が短期間しか確保できず、催行中止が続いた。合計73名
の集客をすることができた。

■ 分析及び考察

【ツアー参加者】

<年齢層> 60代以上(全体の約66%)

<居住地> 大阪府内 (全体の約70%)

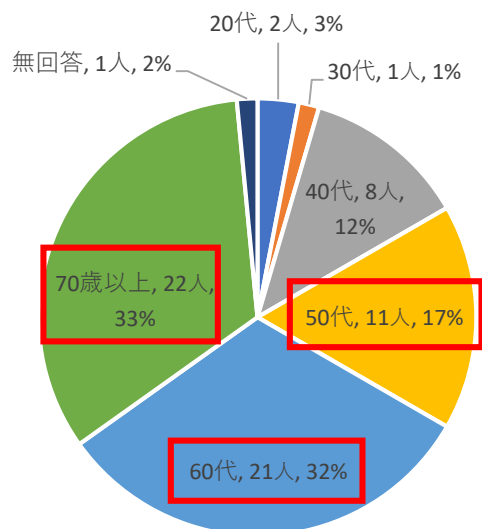
※ただし他ツアーと比較して兵庫県民の参加が多いのも特徴。

(分析)

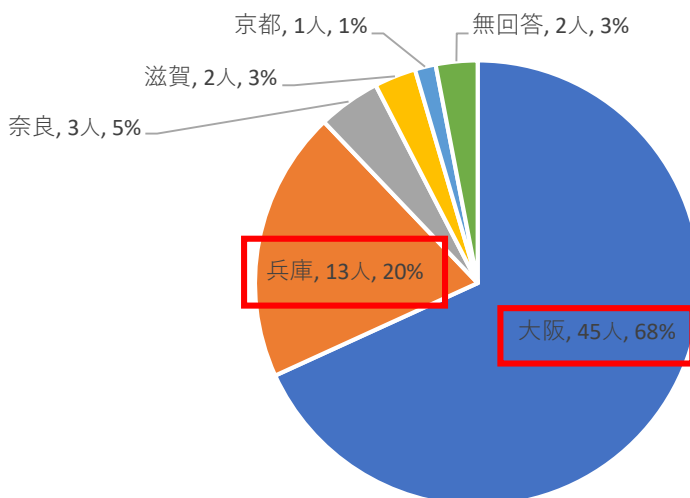
・年齢層は、中高年層が多い。Bコースは歴史を主要テーマとしており、歴史好きの中高年層に一定の人気を博したものと考えられる。

・居住地についてはAコース同様、大阪府が多いが、兵庫県を始めとする他府県からの参加者も一定みられた。朝早い時間に大阪駅集合にも関わらず特に兵庫県淡路市、滋賀県野洲市 とかなり遠方からの参加者もあり、豊臣期の石垣特別公開等、「このツアーにどうしても参加したい」と思わせる魅力が少なからず訴求できたといえる。

年齢



居住地



■ 分析及び考察

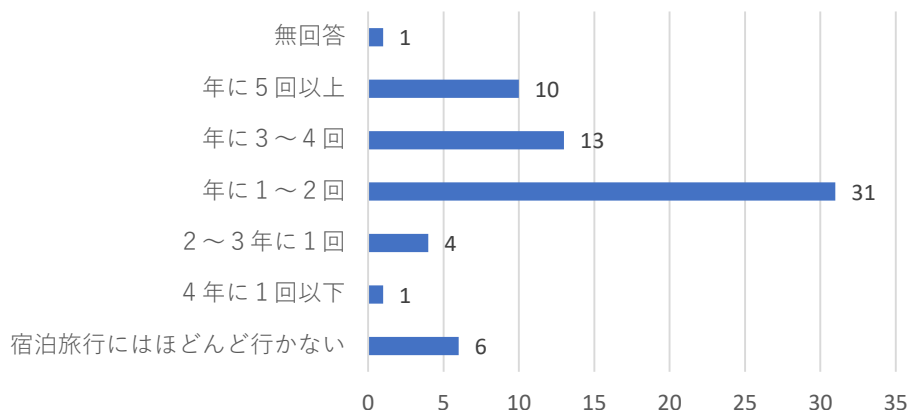
【ツアー参加者】

<旅行頻度> 宿泊は年に1～2回程度、日帰りは年3～4回

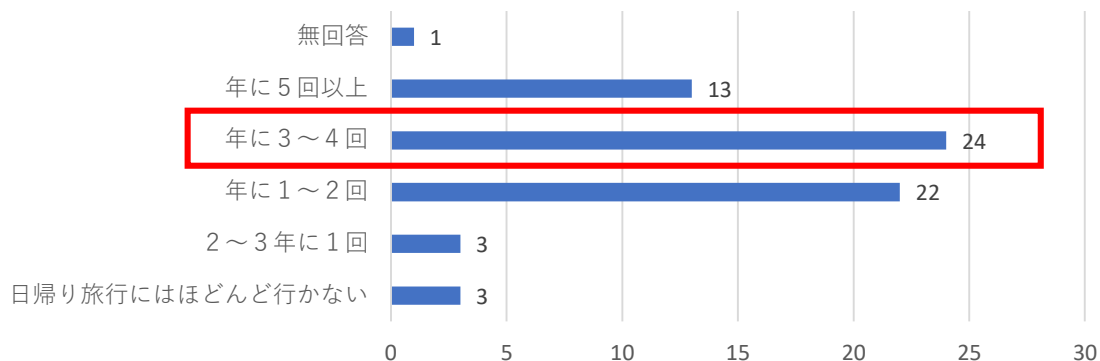
(分析)

- ・他のツアー参加者に比べ、日帰りの旅行頻度は年に3～4回と旅行頻度が多いことから日頃から旅慣れている方が、より深い歴史を知りたいと参加したと考えられる。

旅行頻度(宿泊)



旅行頻度(日帰り)



■ 分析及び考察

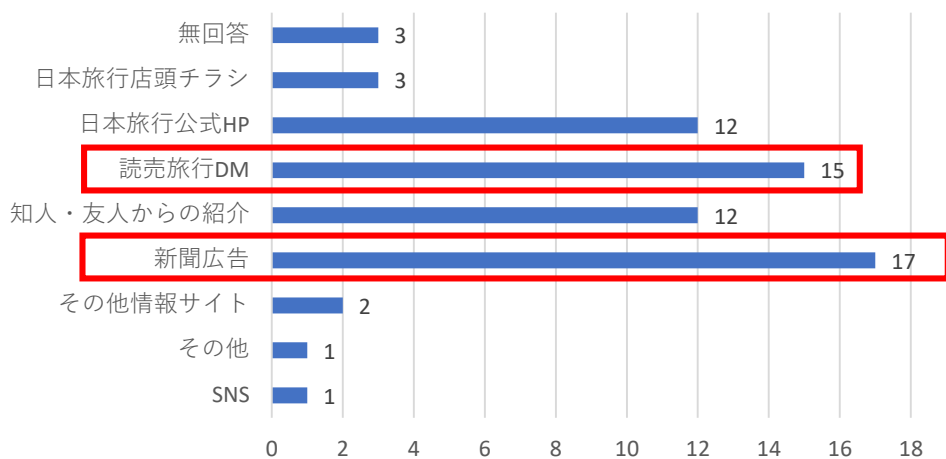
【参加のきっかけ】

- ・新聞広告が最も多く。次いで読売旅行のDMが多い。
- ・また1人での参加率も高い。

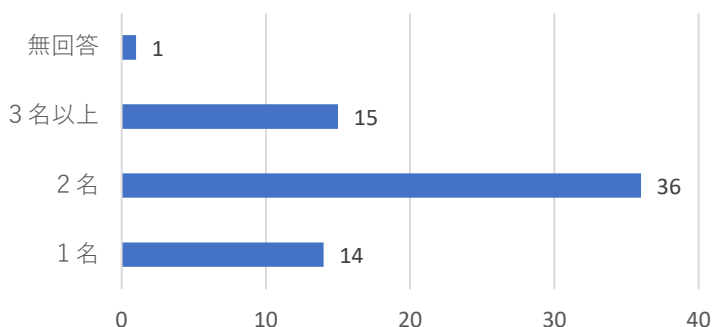
(分析)

- ・読売旅行DM送付、新聞広告掲載から日取りの近い日程での開催であったため、新聞広告に次いで読売旅行DMきっかけの参加者が多くなっている。両者いずれにおいても今回参加者として非常に多かった中高年層へはかなり有効であったと考えられる。
- ・1人での参加率が高いことから、「歴史好き」の方が単独でも参加したと考えられる。

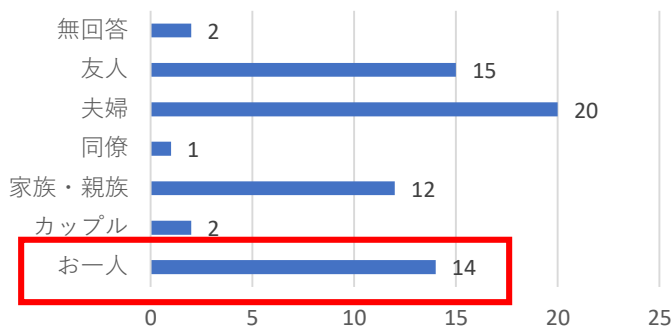
参加のきっかけとなった媒体



参加人数



参加形態



■ 分析及び考察

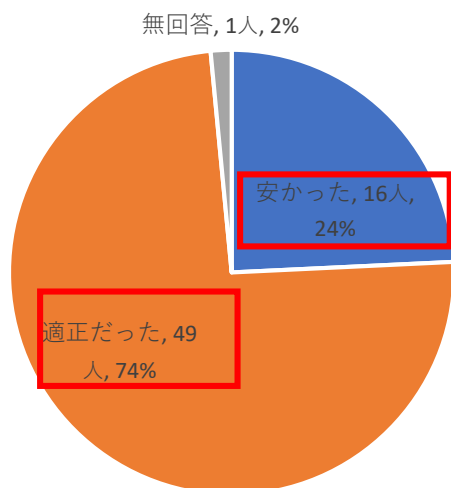
【料金・大阪いらっしやいキャンペーン2021について】

- ・料金について、「高かった」と答える人はいなかった。
- ・「キャンペーンがなくても参加したか」については「はい」が「いいえ」を上回った。

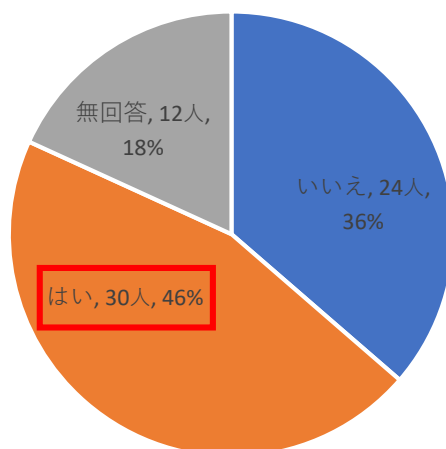
(分析)

- ・「石垣が見たかったから参加」「このツアーでしか見れない場所があったから参加」と答えた声が多く、特別感を訴求することができていた。
- ・また「キャンペーンがなくても参加した」との回答のほうが多く、また他府県からの参加率や一人での参加率も高いことから、「歴史好き」のニッチなニーズの関心を惹いたものと推定される。
- ・料金設定がある程度妥当であり、歴史に焦点を当てた魅力的なコースが造成できれば、歴史好きという特定の層には人気を博し、一定の集客を見込むことができる。

料金



キャンペーンがなくても参加したか ※1



※1の理由

全体的に行程が魅力的だった
豊臣時代の大阪城石垣が見たかったから
観光地にガイドがついてくれるから
このツアーではないと見れない場所があった。
百舌鳥古墳・大阪城石垣を見たかった。

■ 分析及び考察

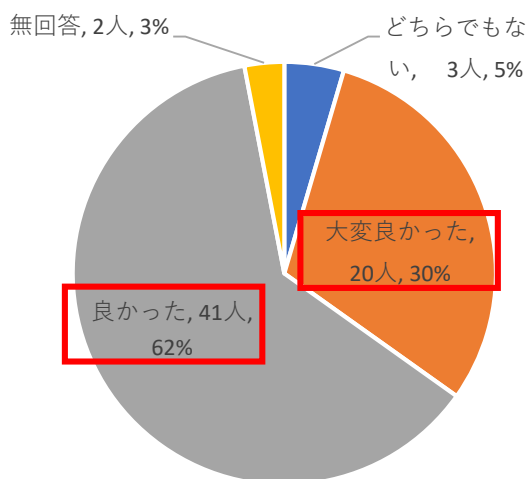
【大阪城について】

- ・ボランティアガイドの説明が人気。大阪城の理解促進につながったと高評価。
(ほぼすべての参加者が「大変良かった」「良かった」と回答している。)

(分析)

目玉である普段非公開の大阪城の石垣を見られて良かったという声が多かった。
所要時間に関しては「もう少し欲しかった」という意見が多く、大阪城及びガイドの説明に関して、時間が経つのが早く、見所が多かったという意図での回答である。
一方でガイドによる説明が長いとの声もあるため、話の区切りは工夫が必要と考える。

大阪城に関して【全体】



【理由】

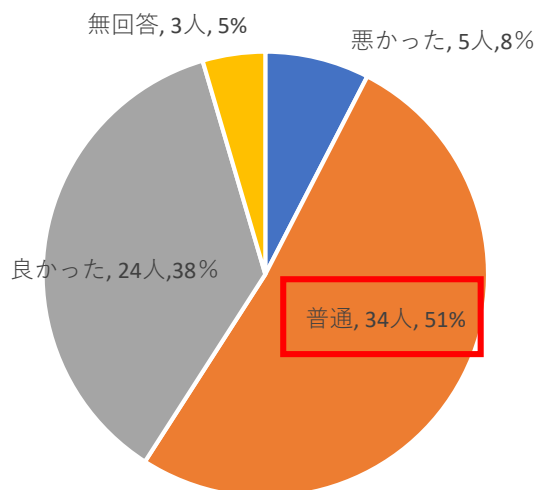
良かった

もう少し時間がほしかった。
団体だから仕方がないが、各場所・時間をもう少し短くし、大阪城にプラスしてほしかった。

大変良かった
大変良かった

普段は見れない所だから。
一番の目的だった豊臣時代の大阪城石垣を見ることができたから。

大阪城に関して【所要時間】



【理由】

普通 大阪城内観覧時間がもう少し長くても良かった。
良かった 慌てなくて良かった。

長すぎず短すぎずちょうどよかった。

悪かった お城の見学はもう少し時間がほしかったです。

■ 分析及び考察

【つぼ市製茶本舗について】

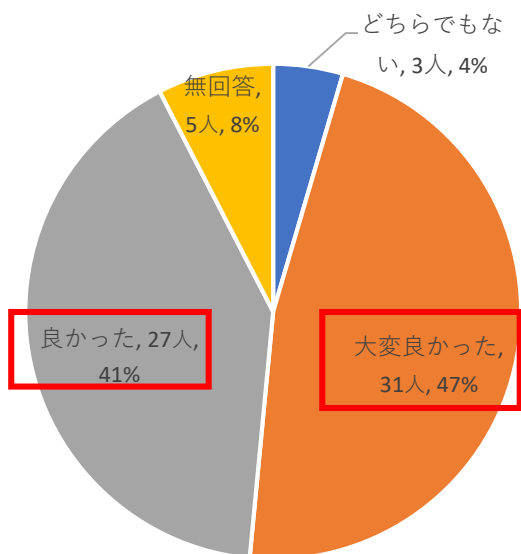
・味や量ともに高評価。（ほぼすべての参加者が「大変良かった」「良かった」と回答している。）一方で、量が物足りないとの声もあり。

（分析）

アンケート結果を見ると総合的に非常に満足度が高かった。量に関して、若年層には量が物足りないという声もあったものの中高年層には適量であったと伺える。

味だけではなく、「店舗の雰囲気が良い」「貸し切りだったので安心して食事ができた。」と店内に関するポジティブな声もあり、団体であれば貸切で予約が出来るため、新型コロナウイルス感染症にも対応したツアーとして利用できる。

つぼ市製茶本舗に関して【全体】



【理由】

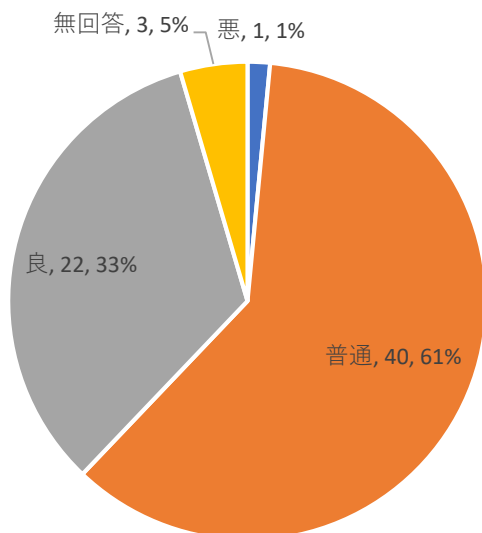
大変良かった 全て美味しかった。男性には量が少ないかも？
大変良かった スイーツもあり、どれも美味しかった。
大変良かった 茶がゆが美味しかった。
大変良かった 丁度よい量で美味しかった。

■ 分析及び考察

【さかい利晶の杜】

「さかい利晶の杜」に関して【所要時間】

- ・ 総じて評価はAコースと同様
- ・ 所要時間に関しては長いとの声が多い。



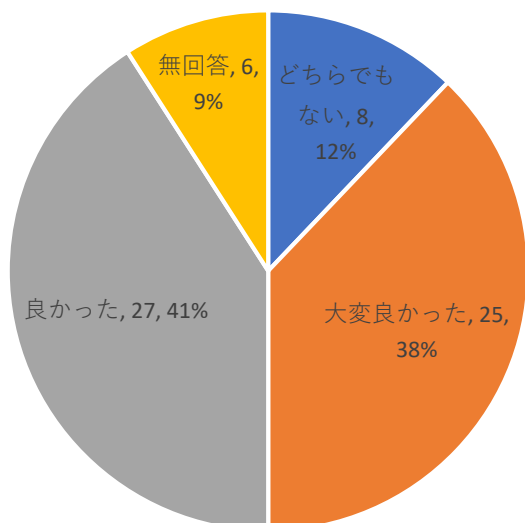
【理由】

- 普通 少し長く感じた。
- 悪 時間が余った。もう少し短くてもよかった。
- 普通 じっくり見すぎて時間がなくなった。
- 普通 時間が余った。

【南宗寺】

「南宗寺」に関して【全体】

- ・ 昼食(つぼ市製茶本舗)以外では、最も評価が高い。
- ・ 総じてガイドへの評価(特に内容について)が高い。



【理由】

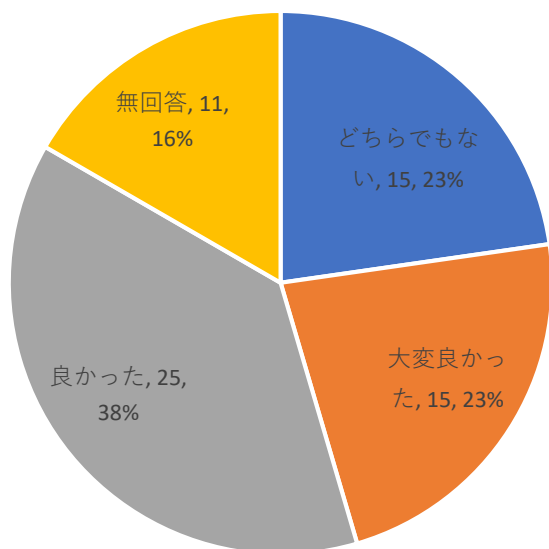
- 大変良かった 説明がよく分かった。
- 大変良かった ガイドの説明がよかった。よく分かった
- 良かった 天井絵も見れて良かった。
- 大変良かった 家康死亡説を知ることができた。

■ 分析及び考察

【仁徳天皇陵古墳】

「仁徳天皇陵古墳」に関して【全体】

- ・仁徳天皇陵古墳は拝所からは全体が分からず、参加者の満足度の向上にはつながらず。



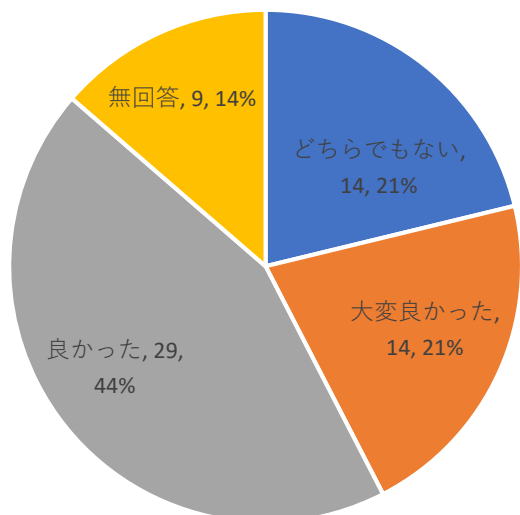
【理由】

- 大変良かった 上から見られないのが残念だったが、紅葉がキレイだった。
- 古墳が何も見えなくて、ガッカリ。
- 大変良かった 自分では来ることがないのでいい経験になった。
- 大変良かった ガイドさんの説明が特に良かった。
- どちらでもない 古墳の中に入れないから。

【百舌鳥古墳群ビジターセンター】

「百舌鳥古墳群ビジターセンター」に関して【全体】

- ・「古墳については空から見たい」との意見も多く(※Aコースも同様)、古墳全景を見渡せるシネマや古墳の説明などは高評価。
- ・所要時間が長い点については低評価。



【理由】

- 大変良かった シアターが珍しく、貴重な体験だった。
- 土産も豊富だった。
- 良かった シアターがよかった。

■ 分析及び考察

(分析)

- ・歴史好きの参加者が多いツアーであったため、よりコアな説明を希望する人も多い。ガイドについては話の内容の面白さに加えて、端的にわかりやすく説明することも求められており、ガイドの質向上によりツアーの満足度が向上するものと考えられる。
- ・また、食事については雰囲気や味については評価が高い一方で、自分が食べたいものを食べてみたい、量が少ないなどの声も多い。より多くのニーズに応えるために、追加オプションなどの導入やあるいはツアー行程に休憩も兼ねた軽食の追加などを検討する余地がある。
- ・南宗寺が人気を博しており、「歴史好きには人気があるだろうが、まだ認知度が不足している」、ターゲットに応じた観光スポットの発掘が重要。（※徳川家康の人気については、大河ドラマの影響の可能性もあり）

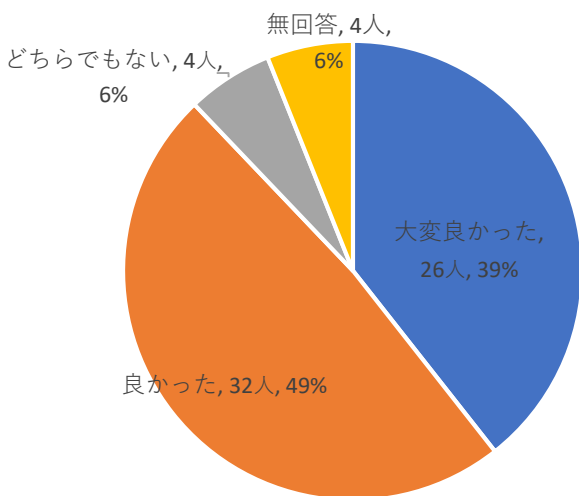
■ 分析及び考察

【コース全体について】

(分析)

ネガティブな評価はなく、ほぼすべての人が「大変良かった」「良かった」と回答しており参加者の満足度は高かった。他のコースに比べ外を歩く時間が長いことから、「寒い」という声も多くあり、特に催行時期を検討することが必要となる。また南宗寺の評価が高く、メジャーな観光スポットではなくても、こうしたツアーで紹介することで人気を博しており、地元の魅力の再発見としては有効な手法と考えられる。

全体のガイドについて

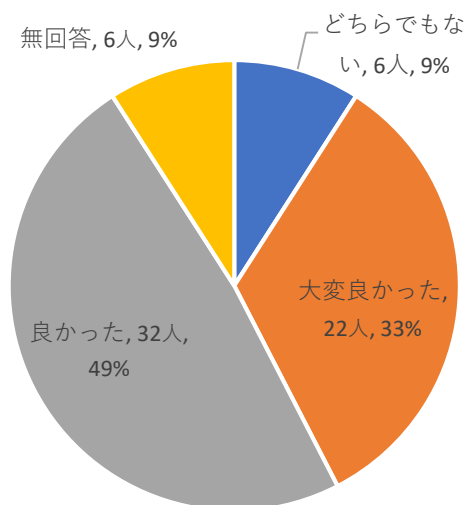


【理由】

大変良かった
大変良かった
大変良かった
良かった

楽しくガイドしてくれて気遣いもよかった。
イヤホンガイドで説明が良く聞こえていたので、ストレスが少ない。良かった。
すごく分かり易く説明頂き、歴史が苦手な人でも理解できました。トークが面白かったです。
熱心にやっていただいた。
内容も面白く、勉強になった。

コース全体について



【理由】

大変良かった
大変良かった
大変良かった
大変良かった
良かった

もう少し集合を遅くしてほしい。
大変楽しみにしていたコースです。
お天気も良く、そして久しぶりの日帰り旅行。
歴史の勉強になりました。
大阪の良さを再発見した。
住んでいても知らないことが多いと感じた。
歩く時間が長く、バス移動ですぐに着くので、少し疲れてしまいました。

(今後めぐってみたいバスツアー)

- ・古墳とグルメツアー、楠木正成ツアー、武将巡りツアー
- ・東大阪のモノづくりツアー
- ・グルメツアー

(分析)

今後めぐってみたいツアーについては、歴史好きの参加者が多いこともあり、歴史系のツアーの要望が多いが、グルメツアーや体験ツアーなども散見される。「グルメ」「体験」については、どのターゲット層にも人気のコンテンツであることが推定される。

II.周遊バスツアーの実施

(2)百舌鳥・古市古墳群とその周辺地域コース

Cコース:世界遺産百舌鳥・古市古墳群で謎を解明せよ！リアル謎解き体験

◀ ツアー設定内容 ▶

世界遺産 百舌鳥・古市古墳群で謎を解明せよ！

リアル謎解き体験

▶出発日：

1月8日(土)・9日(日)・15日(土)・16日(日)・
23日(日)・29日(土)・30日(日)

2月5日(土)・6日(日)・13日(日)・19日(土)・
20日(日)



▶旅行代金：9,500円（税込／お一人様／大人・子供同額）

▶日程：（◎入場観光／○下車観光／＝バス）

大阪・梅田発（8：30集合／9：00発）＝◎近つ飛鳥博物館＜約60分＞＝◎叡福寺＜約30分＞＝
＝《昼食》河内こんだ八二ワの里・大蔵屋（「はにわ弁当」の昼食）＜約60分＞＝応神天皇陵古墳
（車窓）＝○津堂城山古墳＜約30分＞＝○仁徳天皇陵古墳・◎堺市博物館＜2か所で約60分＞＝
＝大阪・梅田着（16：30頃）

◀ ツアー策定時の考え方 ▶

古墳という観光素材については上空から見ないと視覚的な感動は与えにくく、ツアーの目玉として印象が弱いと考える。視覚的な魅力ではなく歴史の奥深さを訴求するために『リアル謎解き』という子どもから大人まで楽しめるコンテンツを開発し、ツアー設定することとした。

| | |
|--------|-----------|
| 大ターゲット | 国内向け |
| 中ターゲット | ファミリー |
| コース名 | リアル謎解きコース |
| テーマ | 謎解き |
| ツアー参加費 | 10,000円程度 |
| 日数 | 日帰り |

◀ ツアー中の風景 ▶



叡福寺



津堂城山古墳



はにわ弁当



津堂城山古墳



河内こんだハニワの里



仁徳天皇陵古墳

◀ ツアー催行実績 ▶

| Cコース | |
|------|----|
| 1月9日 | 13 |
| 合計 | 13 |

1/8、15、16、23
は最少催行人数に満たず催
行中止。

※1/29以降は「まん延防
止等重点措置」発令により
受付中止。

1/29以降は「まん延防止等重点措置」発令により受付中止となったため、ほとんどの
ツアーが催行不可となり、合計13名の集客であった。

▼エンディングAR



■ 分析及び考察

【ツアー参加者】

<年齢層> 20代～40代（全体の90%）

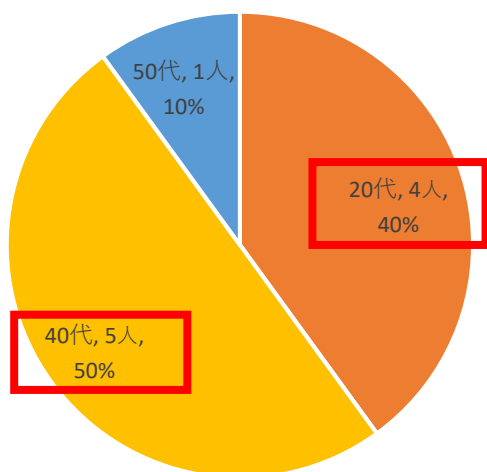
<居住地> 兵庫県（全体の60%）

（分析）

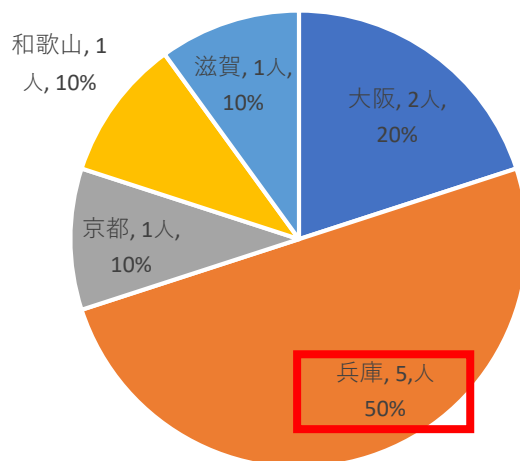
・Aコース、Bコースと比して、20代～40代が参加者の中心となる等、若年層が多い。謎解きという子どもでも楽しめるコンテンツを導入したことから、当初よりCコースは家族連れの参加が多いと予測はしていたが、アンケート結果もそれを裏付けている。

・また居住地については、大阪いらっしやいキャンペーン適用期間であったにも関わらず、大阪ではなく兵庫県が最多。またA、Bコースでは見られなかった和歌山県などの参加者もあり、近畿他府県からの参加者が多い。昨年度のモニターツアーでも古墳に関するツアーは、他府県からの参加者が多く、古墳は他府県民からの関心が強いものと考えられる。

年齢



居住地



■ 分析及び考察

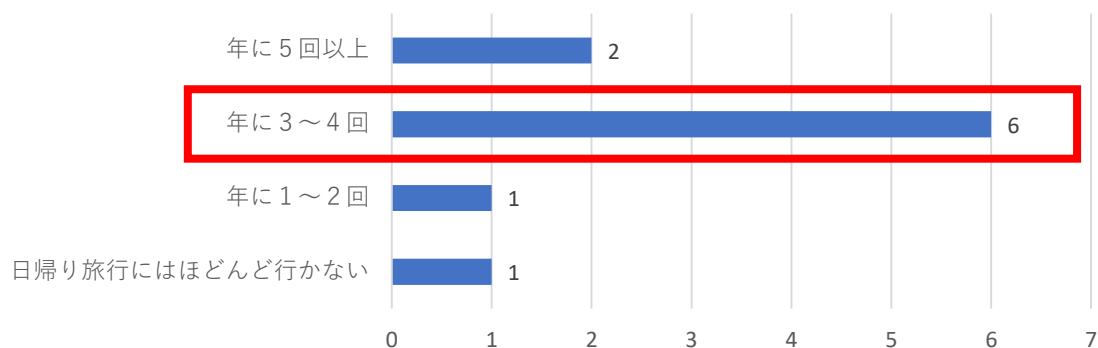
【ツアー参加者】

<旅行頻度> 日帰り、宿泊ともに年に3～4回

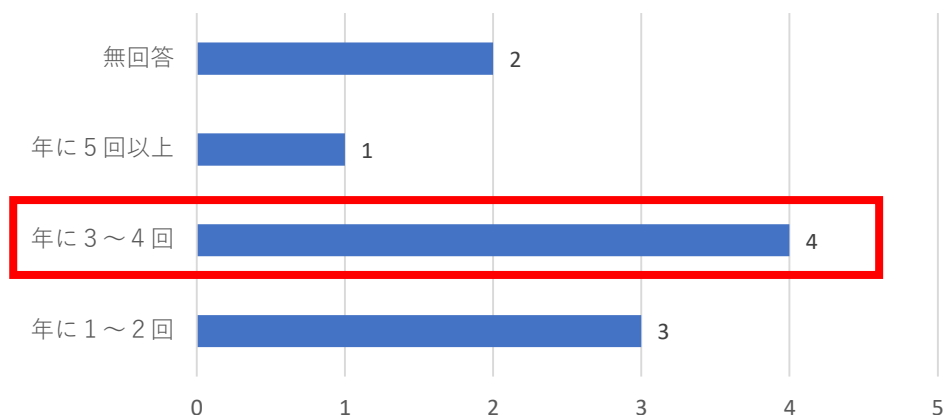
(分析)

・旅行頻度（日帰り、宿泊いずれにおいても）について、年に3～4回程度と他のツアーと比べ頻度が高い。Cコースについては、『謎解き』という珍しいバスツアーであったため、よく旅行に行く方が「少し変わったツアーに参加してみたい」という思いから参加したと考える。

旅行頻度(日帰り)



旅行頻度(宿泊)



■ 分析及び考察

【参加のきっかけ】

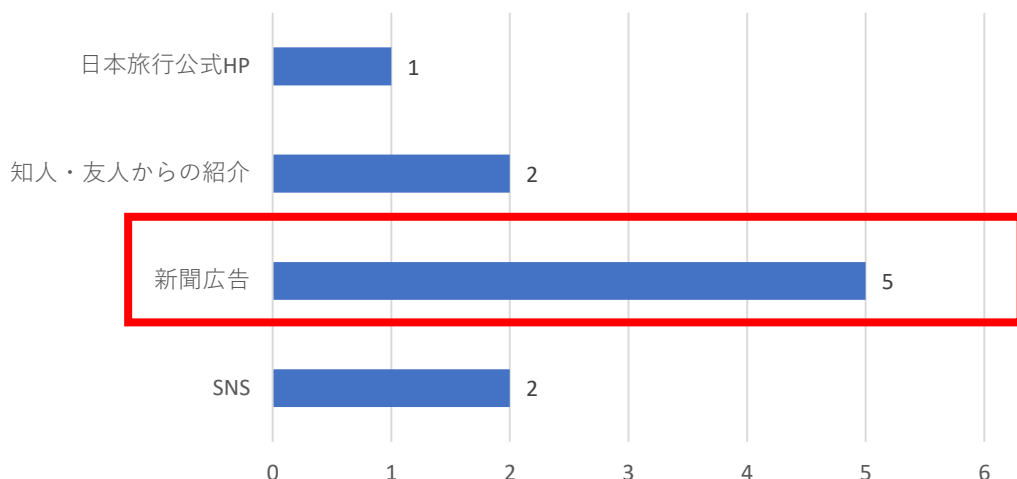
・参加のきっかけは「新聞広告」が最多。

・参加者は若年層が多かったが、参加のきっかけは他のツアー同様「新聞広告」が多い。（アンケート回収数が少ないため傾向としては読み取りづらい）

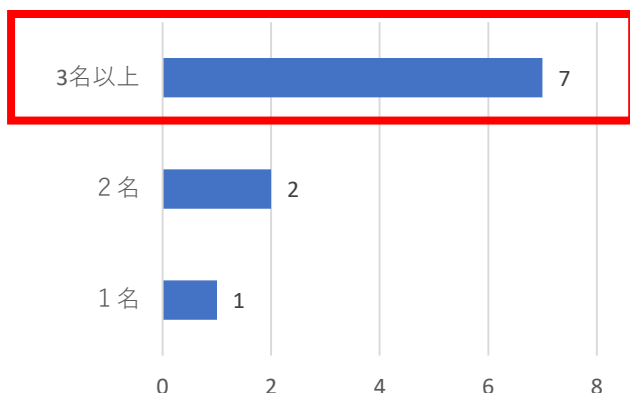
・また他のツアーは夫婦での参加が多かったが、Cコースにおいては夫婦での参加はなく、「友人」「家族」が多かった。

・参加人数においても、他のツアーは2名が多かったが、唯一3名以上が最も多いという結果になった。『謎解き』は身近な関係の複数人での参加で楽しむコンテンツであるといえる。

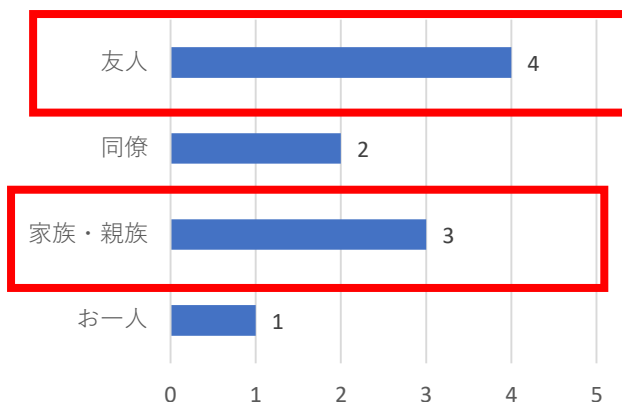
参加のきっかけとなった媒体



参加人数



参加形態



■ 分析及び考察

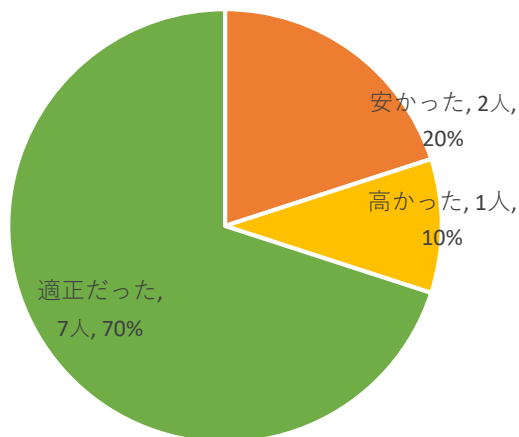
【料金・大阪いらっしやいキャンペーン2021について】

- ・料金について、「高かった」と答える人は少数ではあるが一定いた。
- ・「キャンペーンがなくても参加したか」については「はい」が過半数を超える。

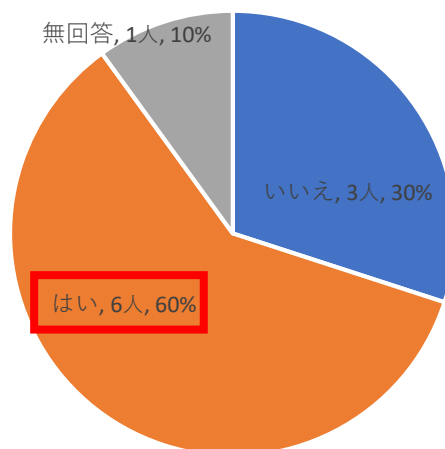
(分析)

- ・キャンペーンを利用して来る人が多かったため、料金に関してネガティブに捉える人には少なかったが一部高いと感じる方がいた。
- ・キャンペーンがなくてもツアーに参加したという方が多く、ツアーの魅力を訴求することができていたといえる。
- ・理由としては「謎解きツアーが珍しいから」とあり、Bコース同様に珍しさや特別感を感じることが出来るツアーには値段だけで判断せず参加意向が高くなるという結果がうかがえる。

料金



キャンペーンがなくても参加したか ※1



※1の理由

謎解きツアーが珍しいから。

■ 分析及び考察

【近つ飛鳥博物館について】

- ・ 所要時間においては感じ方に個人差があるが、展示内容・景色や景観・ガイドの説明等全ての項目において全体的に高評価。
- ・ 埴輪などの珍しい展示物のほかに、安藤忠雄建築という点が評価されている。

(分析)

アンケート結果を見ると全ての項目において評価が高い。

特に施設や展示に関する高評価の意見が多く、安藤忠雄建築という点も評価につながっているといえる。

近つ飛鳥博物館に関して【全体】

どちらでもない, 1人,

10%

大変良かった, 2人,

20%

良かった,
7人, 70%

【理由】

- 大変良かった 土器のパズル、子供も楽しんでいました。
- 良かった 安藤忠雄建築できれいだった。広くて博物館としてはすごく良かった。
- 良かった 施設自体広すぎず、見学しやすいと感じた。

近つ飛鳥博物館に関して【展示内容】

普通, 2人,
20%

良かった,
8人, 80%

【理由】

- 普通 珍しいハニワが見れた。
- 普通 魅力を感じるものがあまりなかった。
- 良かった 実際の展示物や模型も多くあったので良かった。

■ 分析及び考察

【叡福寺】

- ・認知度はそれほど高くはないが、思わぬ見応えがあり、評価につながっている。
- ・叡福寺については、ガイドが一定評価を得ている。

【河内こんだ八二ワの里】

- ・昼食の量も味も評価が高い。
- ・昼食だけでなく、買い物も楽しめる点が評価されている。

【津堂城山古墳】

- ・所要時間（30分）はちょうど良いとの回答多数。
- ・ガイドの説明が古墳の理解度促進につながっている。
- ・桜の時期に来訪したいとの希望あり。

【仁徳天皇陵古墳】

- ・ボランティアガイドが一定評価につながっている。
- ・整備された景観も高評価。

【堺市博物館】

- ・見学時間が不足
- ・古墳への理解を深めるには有意義

（全体の分析）

- ・謎解きツアーということで、謎を解く時間が必要であるため、ツアーの後半ほど時間が不足した。余裕を持ったスケジュールが必要。
- ・冬の時期の古墳散策は厳しく、桜など季節感もある時期だと需要が見込める。

■ 分析及び考察

【全体】

- ・見所がコンパクトに収まっており、日帰りでも充実していた。
- ・解散時間が早いのは助かる。
- ・古墳というストーリー性が良い。
- ・謎解きの目新しさが高評価。

【今後巡ってみたいバスツアー】

- ・グルメツアーや体験ツアー

(分析)

- ・家族連れが多いため、早めの解散や子どもが喜ぶような目新しいコンテンツ（謎解き）が好まれる。また博物館など子どもの教育につながるものも評価されている。
- ・季節感を活かした古墳ツアーも一定需要が見込まれる。

Dコース:世界遺産と文化に触れる！百舌鳥・古市古墳群と南河内 堺の文化を堪能する1泊2日の旅

◀ ツアー設定内容 ▶

世界遺産と文化に触れる！ 百舌鳥・古市古墳群と南河内 堺の文化を堪能する1泊2日の旅



▶出発日：

1月8日(土)・9日(日)・15日(土)・16日(日)・23日(日)・
29日(土)・30日(日)

2月5日(土)・6日(日)・13日(日)・19日(土)・20日(日)

▶旅行代金：平日発28,800円/土曜発29,800円
(税込/お一人様/大人・子供同額)

▶日程：(◎入場観光/○下車観光/=バス)

1日目

大阪・梅田発(8:30集合/9:00発) == ◎近つ飛鳥博物館<約60分> == ◎叡福寺<約30分>
== 《昼食》河内ワイン館(ワイン製造工程見学・創作和食の昼食とワイン)<昼食も含め約120
分> == ○津堂城山古墳<約30分> == ホテル アゴーラ リージェンシー 大阪堺 泊

2日目

ホテル(10:45発) == ◎さかい利晶の杜<45分> == ○水野鍛錬所<約45分> == 《昼食》つ
ぼ市製茶本舗(老舗茶舗にて「お茶料理と茶粥」) == ○百舌鳥古墳群ビジターセンター・○仁徳
天皇陵古墳・◎堺市博物館<3か所で約100分> == 大阪・梅田着(16:45頃)

◀ ツアー策定時の考え方 ▶

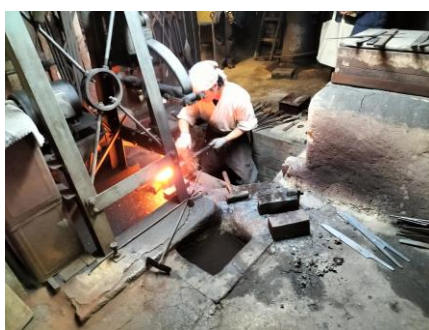
百舌鳥エリアと古市エリアの位置関係から日帰りで両方を巡ることが困難であるため、1泊2日にて巡るツアーを検討。当初は若年層向けに大仙公園ライトアップイベントを組み込んだ『アート』をテーマにしたコースを設定していたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により時期がずれ、テーマを変更した。ゆっくりと古墳と文化を堪能して頂くコースを設定。

| | |
|--------|-----------|
| 大ターゲット | 国内向け(変更後) |
| 中ターゲット | 年配層 |
| コース名 | 古墳と文化コース |
| テーマ | 悠(ゆっくり巡る) |
| ツアー参加費 | 35,000円程度 |
| 日数 | 1泊2日 |

◀ ツアー中の風景 ▶



近つ飛鳥博物館



水野鍛錬所



つぼ製茶本舗にてお茶料理と茶粥



叡福寺



近つ飛鳥博物館



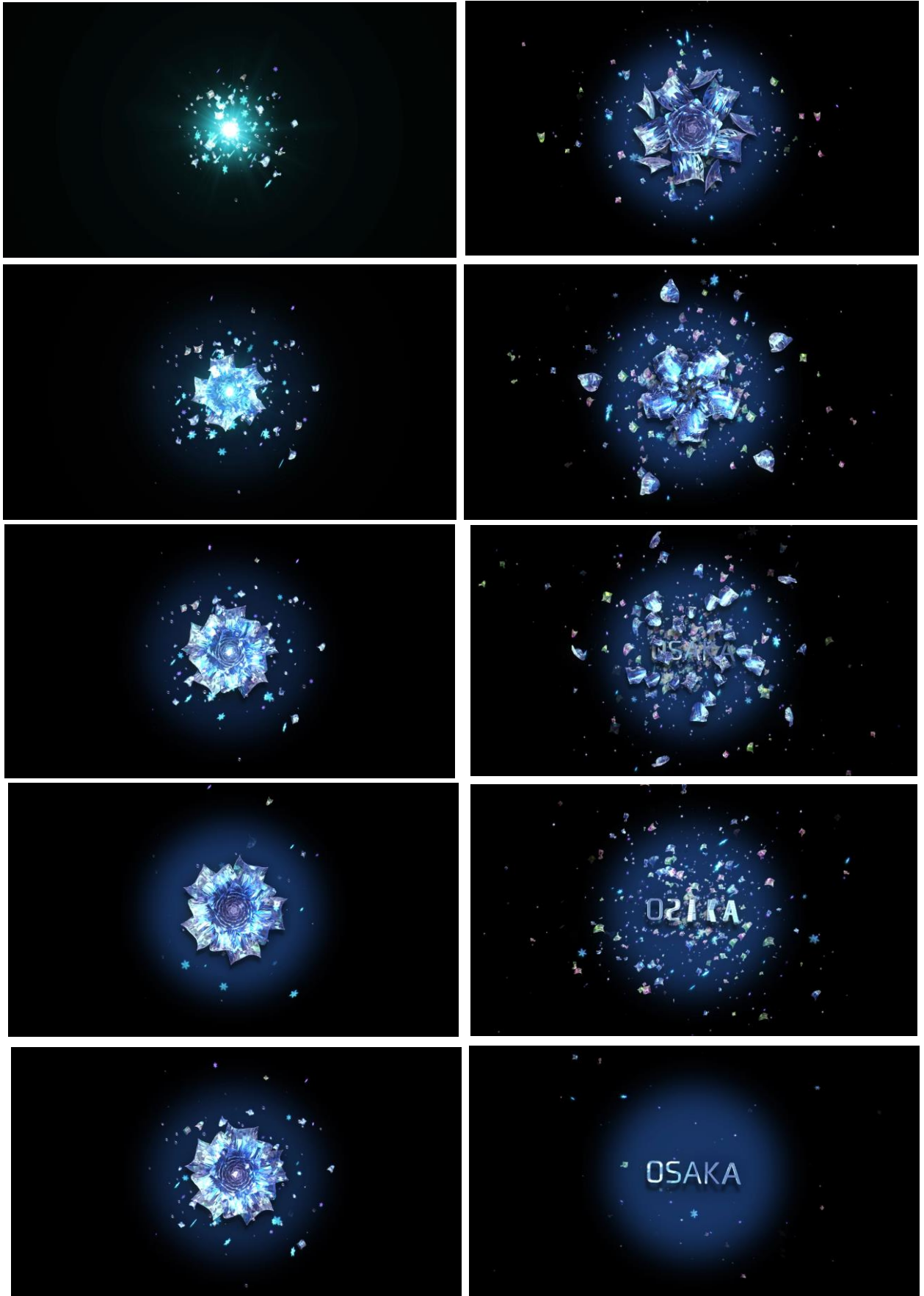
史跡城山古墳ガイダンス棟「まほらしろやま」

◀ ツアー催行実績 ▶

| | |
|-------|---|
| Dコース | |
| 1月22日 | 6 |
| 合計 | 6 |

1/14は最少催行人数に満たず催行中止。※1/29以降は「まん延防止等重点措置」発令により受付中止。

1/29以降は「まん延防止等重点措置」発令により受付中止となったため、ほとんどのツアーが催行不可となり、合計6名の集客であった。



■ 分析及び考察

【ツアー参加者】

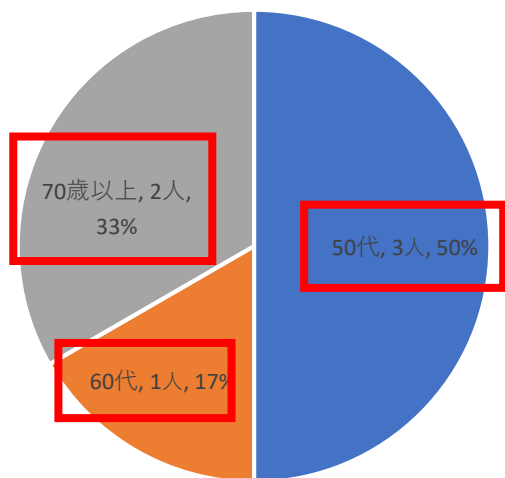
<年齢層> 50代～70代

<居住地> 兵庫県、滋賀県、京都府、南関東エリア（※大阪府からの参加はなし）

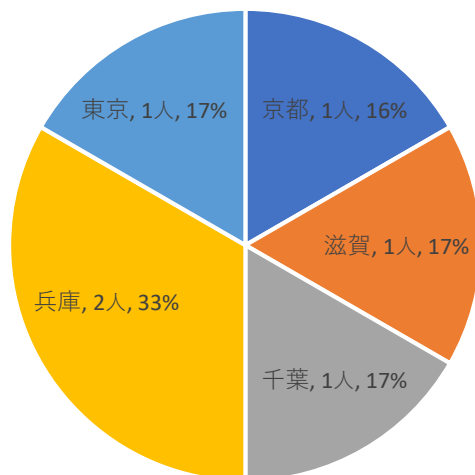
（分析）

- ・ A、Bコース同様に50代～70代の参加者が多い。
- ・ 居住地については、大阪府からの参加はなし。大阪府民が府内で宿泊することにはかなりの特別感がない限り困難であると考えられる。また総額が高く、割引上限額があったため、日帰りツアーに比べるとお得感があまりなかったことも原因の一つと考えられる。また、他のツアーにはない関東方面からの参加者がいたことも特徴であり、関東からの旅行者がオプションツアーとして利用したものと考えられる。

年齢



居住地



■ 分析及び考察

【ツアー参加者】

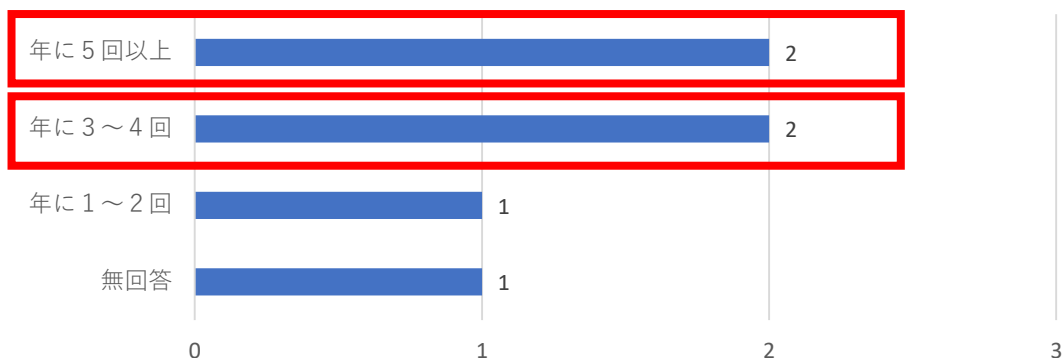
<旅行頻度> 日帰り年3～4回、5回以上が多く旅行好きの方が多い。

※宿泊は年1～2回が多い、

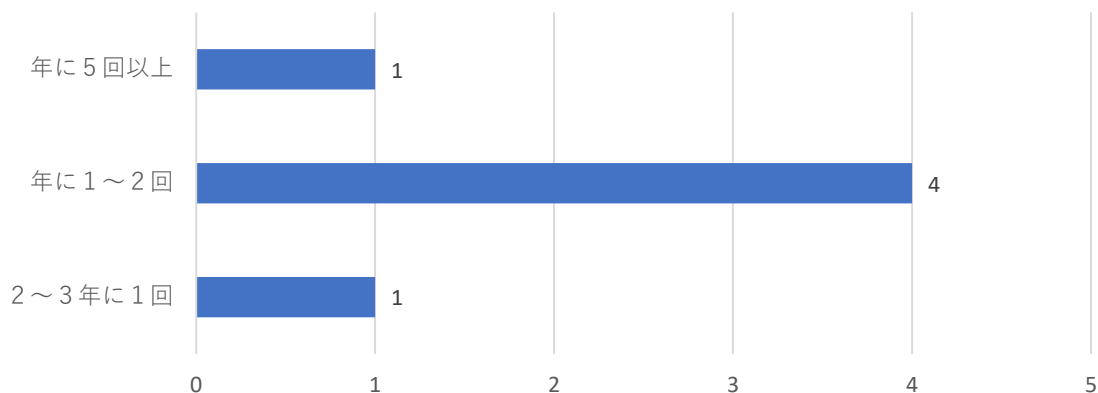
(分析)

・日帰りの旅行頻度は比較的高い。Dコースについては、唯一、1泊2日のツアーであったためよく旅行に行く方が当該エリアを「詳しく見てみたい」という思いから参加したと考える。

旅行頻度(日帰り)



旅行頻度(宿泊)



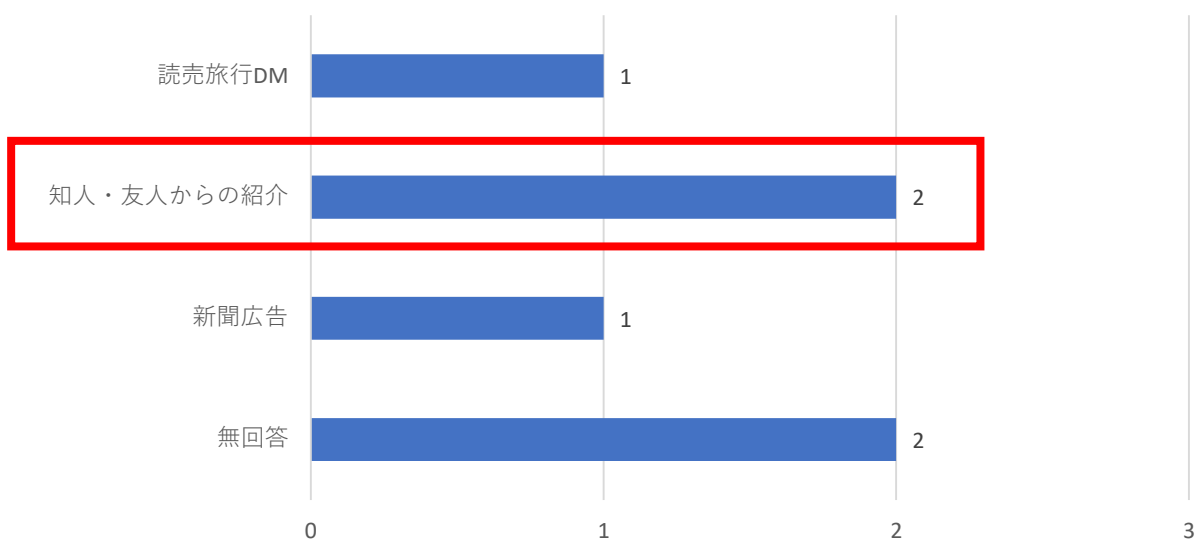
■ 分析及び考察

【参加のきっかけ】

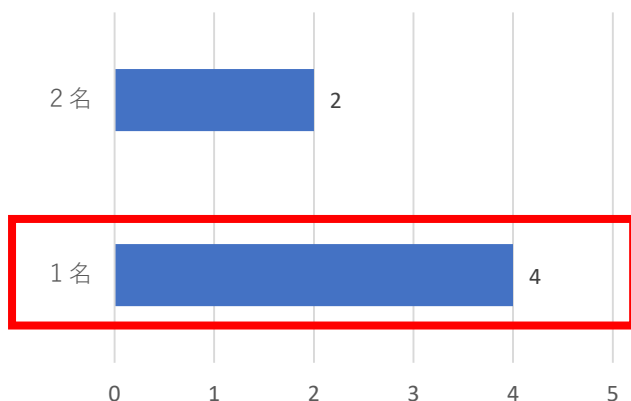
- ・参加のきっかけは「知人・友人からの紹介」が最多。

・参加のきっかけは「知人・友人からの紹介」が多い。
 ・また他のツアーは夫婦での参加が多かったが、Cコースにおいては夫婦での参加はなく、一人での参加が多かった。（アンケート回収数が少ないため傾向としては読み取りづらい）

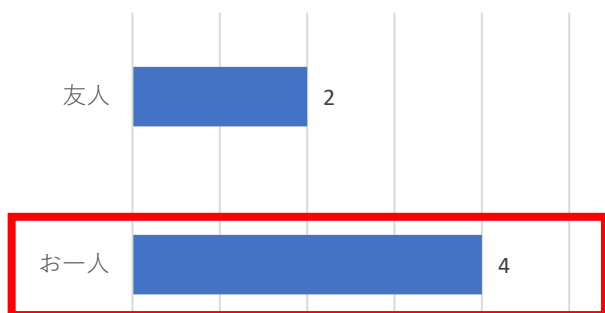
参加のきっかけとなった媒体



参加人数



参加形態



■ 分析及び考察

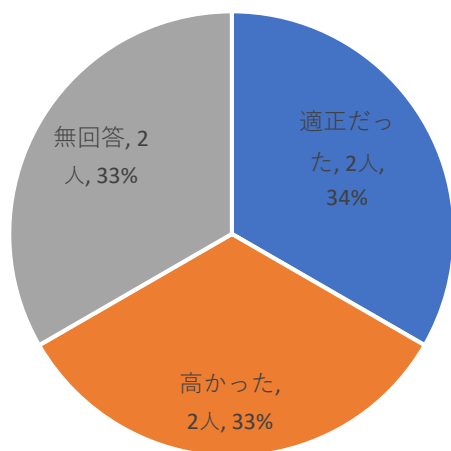
【料金・大阪いらっしやいキャンペーン2021について】

- ・ B、Cコース同様、「いらっしやいキャンペーンがなくても参加した」の回答が多い。
- ・ 料金は高い/適正それぞれが二分する結果。

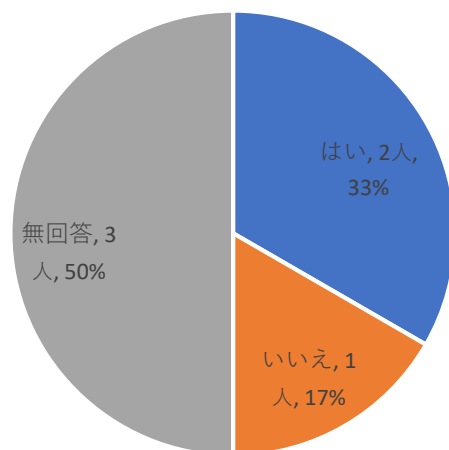
(分析)

- ・ キャンペーン適用外の人も多く、料金に関してネガティブに捉える人もいた。
- ・ キャンペーンを利用した方は、キャンペーンがなくてもツアーに参加したという方が多く、ツアーの魅力を訴求することができていたといえる。
- ・ 理由としては「行程見て興味が湧いた」とあり、古墳を始めとする行程の関心をひくことができたと考えられる。

料金



キャンペーンがなくても参加したか ※1



※1の理由

行程見て興味が湧いたので

■ 分析及び考察

【近つ飛鳥博物館について】

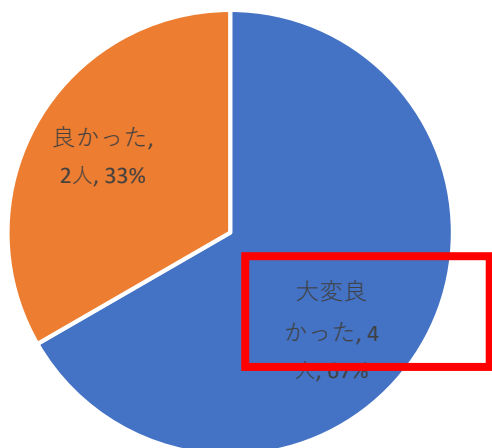
- ・ 展示内容・景色や景観・ガイドの説明等全ての項目において全体的に高評価。

(分析)

アンケート結果を見ると全ての項目において評価が高い。

特にガイドの説明については参加者全員が良かったと回答した。また、館内の複製品や安藤忠雄建築の外観など、凝った趣向が高評価に繋がっている。

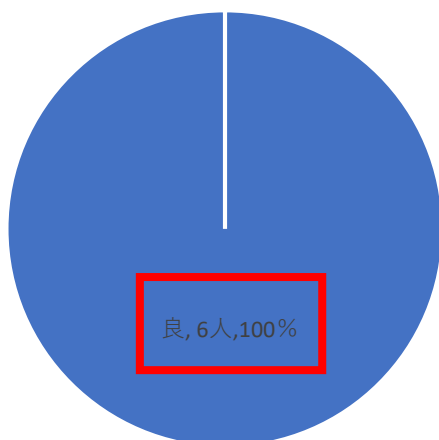
近つ飛鳥博物館に関して【全体】



【理由】

大変良かった 館内の古墳模型は精巧にできていて分かりやすい。
良かった 学芸員さんの説明。

近つ飛鳥博物館に関して【ガイドの説明】



【理由】

良かった わかりやすい説明で良かったが、人数が多い場合は大きな声で説明について案内ができないようであれば音声ガイドの方がいいと感じる。

■ 分析及び考察

【水野鍛錬所】

- ・実際に技術・仕事の行程を見ることができ迫力があつたと評価が高い。

【つぼ市製茶本舗】

- ・味は好評だが、男性にはボリュームが不足。

【叡福寺】

- ・ガイドの説明が評価されている一方、大人数であれば音声ガイドのほうがいいのではないかとの声もある。また叡福寺周辺の西方院との関連性や宝塔の説明などに不足を感じる参加者が多い。

【河内ワイン館】

- ・全行程の中で最も評価が高い。
- ・食事やワインの質・量ともに参加者の満足度が高い。

【津堂城山古墳】

- ・悪天候が裏目になり、満足度の低下につながっている。
- ・VRで古墳の様子が見たいとの要望もあり、ガイダンス棟の見学をコースに含めるのも一案。

■ 分析及び考察

【アゴーラリージェンシー大阪堺】

- ・ホテル自体は評価が高い。時間に余裕があったため、堺の魅力を満喫するツアーなどの導入を望む声も。
- ・アートミールについては高齢者には使い勝手が分からず、ターゲット層が絞られてしまった。

【さかい利晶の杜】

- ・VRは評価されているが、2階部分への評価が低い。

(全体の分析)

- ・歴史や文化に対する深い理解を望む声もあることから、詳しいガイドの導入は必須。より理解を促進するような取組みが導入できれば尚良い。
- ・食事については、最新技術などの工夫を凝らしたものよりも、食事の質や量にこだわったものが好評。

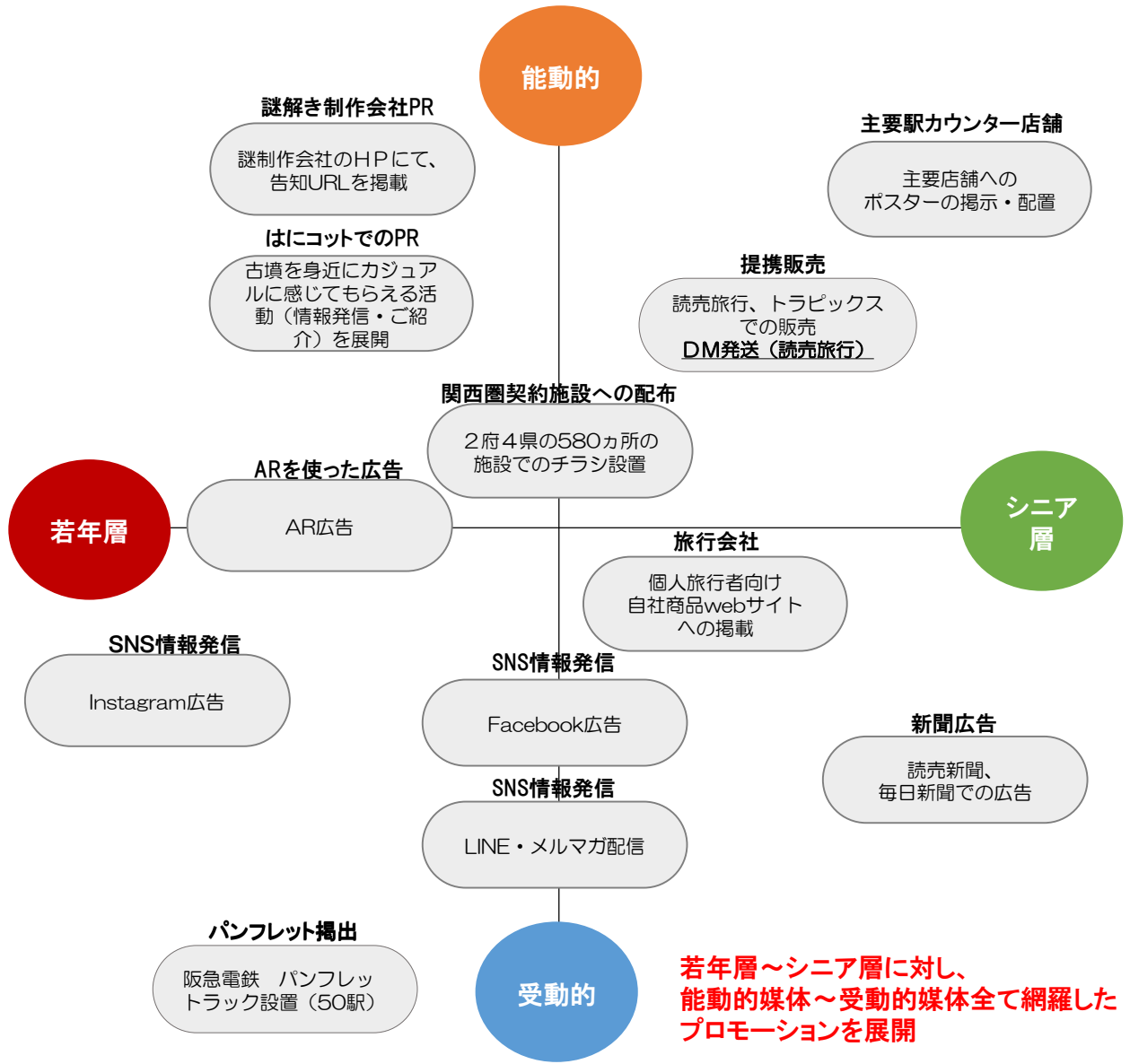
III.周遊バスツアーの広報宣伝の企画・実施

(1)大阪市・堺市コース

(2)百舌鳥・古市古墳群とその周辺地域コース

周遊バスツアーの広報宣伝の企画・実施

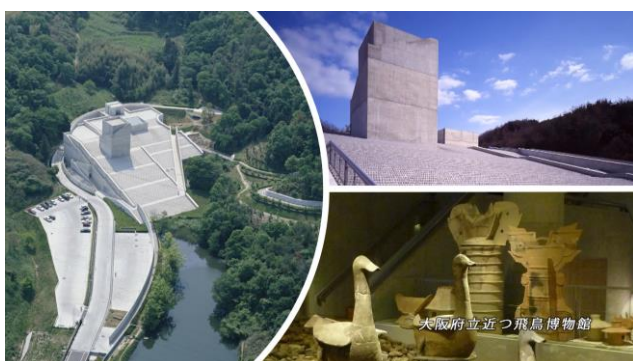
プロモーションネットワークイメージ図



- 視点① ■ 「関西圏」への集中展開**
コロナ禍での外出先は「居住地」もしくは「近場のエリア」を選ぶ傾向にあるため、あえて「首都圏」のプロモーションはおさえ、「関西圏」へのプロモーションをメインとする。
- 視点② ■ 「行動を喚起する訴求内容」の精査**
コロナの影響による厳しい集客環境を鑑み、「理性」に訴えるだけでなく、「行動」を促すメディア戦略及び表現戦略を策定することで、来訪を妨げる精神的・物理的ハードルを超える。
- 視点③ ■ 「他自治体の類似施策」との差別化**
予断を許さないコロナの影響を考慮すると、同時期に類似施策が乱立することは必至。他都道府県と差別化することで消費者に多様な選択肢を提供し、観光市場全体の盛り上げりに寄与する。
- 視点④ ■ 「効率的かつ最適な」情報伝達設計**
メディア接触調査を踏まえ、昨今の情報流通環境や予算の効率的な活用を念頭に、無駄な露出をできる限り抑え、効果とコストパフォーマンスの両面を考慮した高い効率の情報伝達手法を用いる。

パンフレットAR動画広告

▼見どころコース内の立ち寄りスポットをダイジェストにまとめたAR動画を作成。
パンフレット裏面にスマートフォンをかざすと、ARスポット動画が視聴できるようにした。





ホームページ作成

▼ 日本旅行メディアトラベルセンターページ内に「大阪三昧バスの旅」のランディングページを作成し、各コースを掲載した。(PV:12月/3,654 1月/2,528 2月/2,353)



食歴謎悠 大阪の魅力を味わう
4つのコースラインナップ!

「グルメ」・「歴史」・「謎解き」・「ゆったり文化を学ぶ」大阪を堪能できる4コース！
食べる・見る・学ぶ！あなたにピッタリの旅を見つけてください！

<注> 新型コロナウイルス感染症拡大を受け、当ツアーの新規予約は1/11（火）までとなります。

1/12（水）以降は予約受付停止となりますので予めご了承ください。

(『大阪いらっしやいキャンペーン2021』は1/11（火）の営業時間内（10：00～17：00）までの電話受付以降は適用外となりますので、ご注意ください。)



銀シャリ屋 ゲコ亭
(料理イメージ)

食 Aコース

秀吉の大阪城見学と利休の茶の心に触れる！
大阪・堺地元グルメを味わう1日

ご旅行代金 9,700円
お1人様/大人・子供同額



大阪城(イヌーシ)

歴 Bコース

百舌古墳群と秀吉・利休の軌跡を巡る
歴史探訪 日帰り

ご旅行代金 9,300円
お1人様/大人・子供同額

[大阪・京都・兵庫・奈良・和歌山の方限定]

大阪いらっしやい2021適用時

割引前ご旅行代金：9,700円



割引後ご旅行代金：5,200円

(割引額4,500円)

別途クーポン付与：3,000円



ツアーポイント

通常は予約できない名店ゲコ亭を優先案内！

利休生誕の地“堺”の茶室でお茶和菓子をご賞味！

堺の老舗の和菓子のお土産付き！

【設定日】

12月4日(土)・5日(日)・11日(土)・12日(日)・19日(日)・25日(土)

1月8日(土)・9日(日)・15日(土)・16日(日)・22日(土)・29日(土)・30日(日)

2月5日(土)・6日(日)・19日(土)

赤字文字は2名催行

[大阪・京都・兵庫・奈良・和歌山の方限定]

大阪いらっしやい2021適用時

割引前ご旅行代金：9,300円



割引後ご旅行代金：4,800円

(割引額4,500円)

別途クーポン付与：3,000円



ツアーポイント

大阪城豊臣期の石垣特別公開！

NPO日本文化体験交流塾人気ガイドが同行します！

利休のふるさとの老舗で昼食！

【設定日】

12月4日(土)・5日(日)・11日(土)・12日(日)・18日(土)・19日(日)・25日(土)・26日(日)

1月8日(土)・9日(日)・15日(土)・16日(日)・22日(土)・23日(日)・29日(土)・30日(日)

赤字文字は2名催行



仁徳天皇陵古墳(空撮・イメージ) 写真提供:堺市

謎 Cコース

世界遺産 百舌鳥・古市古墳群で謎を解明せよ！
リアル謎解き体験 日帰り

ご旅行代金9,500円

お1人様/大人・子供同額

[大阪・京都・兵庫・奈良・和歌山の方限定]

大阪いらっしやい2021適用時

割引前ご旅行代金：9,500円



割引後ご旅行代金：5,000円

(割引額4,500円)

クーポン付与：3,000円



水野鍛錬所(刃物作り見学イメージ)

悠 Dコース

世界遺産と文化に触れる！
百舌鳥・古市古墳群と南河内 堺の文化を堪能する1泊2日の旅

【平日発】ご旅行代金28,800円

お1人様/2名様1室利用 大人・子供同額

【土曜発】ご旅行代金29,800円

お1人様/2名様1室利用 大人・子供同額

[大阪・京都・兵庫・奈良・和歌山の方限定]

大阪いらっしやい2021適用時

割引前ご旅行代金：[平日発] 28,800円

お1人様/2名1室利用 大人・子供同額



🌞 ツアーポイント

謎解きをしながら世界遺産を知る！

謎が解けた参加者には抽選で古墳グッズが当たる！

百舌鳥・古市古墳群の両エリアを巡ります！

【設定日】

1月8日(土)・9日(日)・15日(土)・16日(日)・23日(日)・**29日(土)**・30日(日)

2月5日(土)・6日(日)・13日(日)・19日(土)・20日(日)

赤文字は2名催行

割引後ご旅行代金：[平日発] **23,800円**
(割引額**5,000円**)

お1人様/2名1室利用 大人・子供同額

割引前ご旅行代金：[土曜発] **29,800円**
お1人様/2名1室利用 大人・子供同額



割引後ご旅行代金：[土曜発] **24,800円**
(割引額**5,000円**)

お1人様/2名1室利用 大人・子供同額

クーポン付与：**3,000円**

🌞 ツアーポイント

堺市内のホテルで1泊するゆったり滞在旅！！

仁徳天皇陵古墳と津堂城山古墳を見学！

水野鍛錬所で刃物作りの見学！

【設定日】

◆平日発

1月14日(金)・28日(金)・2月4日(金)

◆土曜発

1月22日(土)・2月12日(土)

赤文字は2名催行

> [パンフレットはこちら](#)

> [ご予約はこちら](#)

> [世界遺産 百舌鳥・古市古墳群の紹介動画はこちら](#)

[←メディアトラベルセンター ページへ戻る](#)

[日本旅行総合トップ](#) | [JR+宿泊](#) | [国内旅行\(ツアー\)](#) | [旅館・ホテル\(宿泊\)](#) | [高速バス](#) | [レンタカー](#) | [遊び・体験](#)

[海外旅行\(ツアー\)](#) | [海外航空券](#) | [海外ホテル](#) | [海外航空券+海外ホテル](#)

[テーマの旅](#) | [女子旅「たびら」](#) | [海外挙式・ウェディング](#) | [新婚旅行・ハネムーン](#)

[クルーズ](#) | [鉄道](#) | [一人旅](#) | [日帰りツアー](#)

【国内旅行】 [季節のおすすめ旅行](#) | [人気の定番特集](#) | [格安国内旅行](#) | [新幹線の旅](#) | [一人旅特集 国内版](#) | [家族旅行特集 国内版](#)
[東京ディズニーリゾート@への旅](#) | [ユニバーサル・スタジオ・ジャパンへの旅](#) | [国内旅行パンフレット一覧](#)

【旅行特集ページ】 [北海道 旅行](#) | [東北 旅行](#) | [青森県 旅行](#) | [岩手県 旅行](#) | [宮城県 旅行](#) | [秋田県 旅行](#) | [山形県 旅行](#) | [福島県 旅行](#) | [関東 旅行](#) | [東京都 旅行](#) | [神奈川県 旅行](#) | [埼玉県 旅行](#) | [千葉県 旅行](#) | [茨城県 旅行](#) | [栃木県 旅行](#) | [群馬県 旅行](#) | [山梨県 旅行](#) | [北陸 旅行](#) | [富山県 旅行](#) | [石川県 旅行](#) | [福井県 旅行](#) | [甲信越 旅行](#)

日本旅行メディアトラベルセンターLINEおともだち配信

▼日本旅行メディアトラベルセンターLINEおともだち（300人）へ配信を実施した。

■ 2021/11/26配信

日本旅行 メディアトラベルセンター

★ テレビ告知のご案内 ★

11/18（木）10：25頃～
関西テレビ8チャンネル『よーいドン！』で日帰りバスツアーをご紹介します😊

旬の味覚満載🍣 観光に温泉に盛沢山なツアーをご用意しています💎

気になる内容は・・・
11/18（木）10：25頃～
ぜひ番組をご覧ください📺

★ おすすめツアーのご案内 ★

食・歴・謎・悠めぐって味わう💎
大阪三味バスの旅🚌

食・歴・謎・悠4つのテーマで大阪を巡り、大阪の魅力を再発見🌟
11/19（金）よりご予約開始📅

日本旅行 メディアトラベルセンター

大阪三味バスの旅

大阪の魅力再発見☆
11/19（金）からご予約開始いたします♪

詳細&申込はこちら♪

■ 2021/12/06配信

②食歴謎悠
めぐって味わう大阪三味バスの旅💎
4つのテーマで巡る大阪大満喫のツアー😊

大阪府民割適用の場合は・・・
割引前9,300円⇒割引後4,800円🔥
さらに3000円分の電子クーポン付
(Bコース・12月発の場合)

お申込はお早めに😊💎
↓↓↓

日本旅行 メディアトラベルセンター

大阪三味バスの旅

【大阪いらっしやい2021適用プラン】
行列のできるあの名店で優先案内！など
など、とっておきのツアーをご用意♪

詳細はこちら♪

日本旅行 メディアトラベルセンター

大阪三味バスの旅

【大阪いらっしやい2021適用プラン】
行列のできるあの名店で優先案内！など
など、とっておきのツアーをご用意♪

詳細はこちら♪

日本旅行関西メルマガ配信

▼日本旅行関西メルマガ（3,000人）を配信した。

■ 2021/12/04配信



発行日：年月日 見えない方はコチラをクリック

【ご旅行検討中のお客様へ】
いつも日本旅行をご利用いただきありがとうございます。
ご旅行につきましては、感染対策をしたうえでお気をつけてお出かけください。

▼おすすめ国内旅行！

山陽新幹線4列シートで行くお子様連れ専用車両

ワクチン2回接種完了又はPCR検査陰性の方限定
片道利用OK! 帰省にもおすすめ!!

～山陽新幹線4列シートで行く～
お子様連れ専用車両
おとな1名+こども1名以上のファミリー限定! (幼児もOK)

設定期間: 2021年12月25日～2022年1月10日(乗車)

ワクチン2回接種又はPCR検査陰性な子ども1名以上を含むグループの方限定！帰省におすすめ
設定期間：2021年12月25日～2022年1月10日（乗車）

特集ページはこちら

【大阪いらっしやいキャンペーン2021適用プラン】大阪三味バスの旅

ワクチン2回接種完了又はPCR検査等陰性の方対象

食歴謎悠めぐって味わう
大阪三味バスの旅

「グルメ」・「歴史」・「謎解き」・「ゆったり文化を学ぶ」大阪を堪能できる4コースをご用意！
設定期間：2021年12月～2022年2月

特集ページはこちら

赤い風船関西版 公式アカウント @west_akafu
おすすめの旅先情報をお届け!

赤い風船 関西版
お得な情報、出ると更新!

【プランに関するご注意】
※記載の旅行代金一例・プラン内容は2021年12月4日現在のものです。最新情報は各詳細ページ内でご確認ください。
※受付締め切りや満席、満室等の理由により、掲載の商品をご予約いただけない場合があります。
※JR+宿泊セットプランは、発地によって設定が無い場合がございます。
※設定期間や集客状況により、メールマガジン内のURLよりプランを閲覧できない場合やプラン自体が中止となる場合がございます。
※写真・イラストは全てイメージです。
※ご旅行の際は、毎朝検温などの体温チェックを行い、発熱や風邪の症状がみられる場合には保健所の指示に従っていただきます。また、スマホをご利用の方は接触確認アプリをご利用いただき、感染拡大防止にご協力ください。
※ご旅行中は、観光庁が発信している「新しい旅のエチケット【※外部リンク(PDF)】」の実施をお願いいたします。ホテルや旅館などの宿泊施設だけでなく、旅先で3密が発生する場合は、人ごみを避けるなどの対策をしてください。

| 会員登録内容の確認・変更またはメール配信停止 | ID・パスワードをお忘れの方 | ヘルプページ | お問い合わせ |

日本旅行 株式会社 日本旅行 メディアトラベルセンター
大阪市北区梅田1-11-4 大阪駅前第4ビル24階

Copyright © NIPPON TRAVEL AGENCY Co.,LTD. All rights reserved.

旅行会社プロモーション展開

- ▼日本旅行店頭店舗（大阪府内主要駅）や提携販売店にてパンフレットを設置した。
設置先：日本旅行6店舗、阪急交通社2店舗、その他17店舗

■ 店頭店舗でのパンフレット設置

● 日本旅行

①TiS大阪支店

大阪府大阪市北区梅田3-1-1 JR大阪駅構内
日本旅行 TiS大阪支店 電話:06-6345-5987

②TiS天王寺支店

大阪府大阪市天王寺区悲田院町10-45 JR天王寺駅構内
日本旅行 TiS天王寺支店 電話:06-6771-1434

③天王寺支店

大阪府大阪市天王寺区悲田院町10-48 ミオプラザ館2階
日本旅行 天王寺支店 電話:06-6779-1281

④TiS京橋支店

大阪府大阪市都島区東野田町3-2 JR京橋駅構内
日本旅行 TiS京橋支店 電話:06-6352-8641

⑤TiS高槻支店

大阪府高槻市白梅町1-1 JR高槻駅構内
日本旅行 TiS高槻支店 電話:072-682-0835

⑥TiS新大阪支店

大阪府大阪市淀川区西中島5-16-1 JR新大阪駅構内2階
日本旅行 TiS新大阪支店 電話:06-6302-4106

● 阪急交通社

①梅田支店 … 2,000部

大阪市北区角田町8-7 梅田阪急ビル地下1F
阪急交通社 梅田支店 電話:06-6361-3200

②西宮トラベルセンター … 1,000部

兵庫県西宮市高松町14-2 阪急西宮ガーデンズ東モール3階
阪急交通社 西宮トラベルセンター 電話:0798-67-0150



● 提携販売支店

- ①三洋航空サービス 岡本営業所
兵庫県神戸市 東灘区岡本1丁目7-8 電話:078-411-8700
- ②三洋航空サービス ミノ宮営業所
神戸市中央区三宮町1-10-1 神戸交通センタービル2F 電話:078-391-9000
- ③三洋航空サービス 逆瀬川営業所
宝塚市逆瀬川1-2-1 アピア1 3F 電話:0797-73-0944
- ④三洋航空サービス 大久保営業所
明石市大久保町ゆりのき通1-3-1 VIERRA大久保2F 電話:078-934-4100
- ⑤三洋航空サービス 苦楽園営業所
西宮市石叻町3-2 苦楽園口駅前ビル1F 電話:0798-73-8200
- ⑥三洋航空サービス 六甲道営業所
神戸市灘区深田町4-1-1 ウェルブ六甲道2番街 2F 電話:078-854-7100
- ⑦三洋航空サービス 夙川営業所
西宮市羽衣町7-30-210 夙川グリーンタウン2F 電話:0798-39-0010
- ⑧三洋旅行 川西営業所
兵庫県川西市栄町11-1-12 パルティK2ビル1F 電話:072-758-3232
- ⑨三洋旅行 八尾営業所
八尾市沼1-1 イズミヤ八尾店1F 電話:072-940-6300
- ⑩三洋旅行 岩出営業所
和歌山県岩出市野上野98-3 岩出中央ショッピングセンター内 電話:0736-69-3000
- ⑭三洋旅行 茨木営業所
茨木市松ヶ本町8-30-1 イオン茨木3F 電話:072-626-1400
- ⑮三洋旅行 旅サロン山陽百貨店
姫路市南町1番地 山陽百貨店西館6F 電話:079-284-7100
- ⑯三洋旅行 北野田営業所
堺市東区丈六183-18 ダイエー北野田店1F 電話:072-289-0707
- ⑰三洋旅行 旅サロン堺高島屋店
堺市堺区三国ヶ丘御幸通59 堺高島屋 地下1F 電話:072-238-7111
- ⑱三洋旅行 藤井寺営業所
藤井寺市岡2-8-41 ソリヤ1F 電話:072-937-0707
- ⑲三洋旅行 都島営業所
大阪市都島区友漕町2-13-34 ベルファ都島3F 電話:06-6921-8200
- ⑳三洋旅行 真美ヶ丘営業所
奈良県北葛城郡広陵町馬見中4-1 エコール・マミ北館1F 電話:0745-55-0707

新聞広告

▼読売新聞朝刊、毎日新聞朝刊にて広告掲載を実施した。

■ 読売新聞(2021年11月19日)朝刊

大阪三昧 バスの旅

食歴謎悠 大阪の魅力を味わう

リアル謎解き体験

世界遺産と文化に触れる!

歴史探訪

9,700円 (税別) 9,500円 (税別) 9,300円 (税別)

0570-081717

株式会社日本旅行 メディアトラベルセンター

<読売新聞概要>

大阪本社セット版
販売部数 朝刊セット版 1,555,696部

広告掲載エリア
セット地域:大阪府
混配地域:滋賀県、京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県

■ 毎日新聞(2021年12月9日)朝刊

大阪三昧 バスの旅

食歴謎悠 大阪の魅力を味わう

リアル謎解き体験

世界遺産と文化に触れる!

歴史探訪

9,700円 (税別) 9,500円 (税別) 9,300円 (税別)

0570-081717

株式会社日本旅行 メディアトラベルセンター

<毎日新聞概要>

大阪支社セット版
販売部数 朝刊セット版 699,021部

広告掲載エリア
セット地域:大阪府
混配地域:京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県

はにコットホームページ・SNS

■ はにコット公式ホームページ 2021年12月17日～

▼古墳フェス「はにコット.」や古墳に関する情報サイトやSNSにて情報掲載を行った。



ホーム 古墳フェスはにコットVOL10 プレスリリース お知らせ スタッフ 墳クラブ 実績一覧 お問い合わせ

お知らせ

【ご紹介】大阪三昧 バスの旅！！

2021年11月29日 - by はにコット

大阪府民の方限定 大阪いらっしやい2021適用プラン

食歴謎悠めぐって味わう 大阪三昧 バスの旅



日本旅行が企画する大阪初の世界遺産「百舌鳥・古市古墳群」を含めた「グルメ」・「歴史」・「謎解き」・「ゆったり文化を学ぶ」大阪を堪能できる4コース！
食べる・見る・学ぶ！あなたにピッタリの旅を見つけてください！

行列のできる定食屋の特別予約、普段見れない大阪城の石垣の特別公開など・・・
ツアー内容は今回だけの特別感にこだわった魅力的なものばかり！

特に大阪府民は「大阪いらっしやいキャンペーン2021」が適用になり破格のプライスで日帰りバスツアーが楽しめます！
全コース、全日程対象！！ 詳しくはHPをチェック！

https://www.nta.co.jp/shop/mtc/bus_osaka.html

>> パンフレットはこちら

CONTENTS



■ はにコット公式Instagram(1,650フォロワー) 2021年12月17日～



いいね!: pyramidori54、他

hanicotto [ご紹介]

食歴謎悠 めぐって味わう

大阪三味 バスの旅!

日本旅行が企画する大阪初の世界遺産「百舌鳥・古市古墳群」を含めた「グルメ」・「歴史」・「謎解き」・「ゆったり文化を学ぶ」大阪を堪能できる4コース！
食べる・見る・学ぶ！あなたにピッタリの旅を見つけてください！

行列のできる定食屋の特別予約、普段見れない大阪城の石垣の特別公開など・・・

ツアー内容は今回だけの特別感にこだわった魅力的なものばかり！

特に大阪府民は「大阪いらっしやいキャンペーン2021」が適用になり破格のプライスで日帰りバスツアーが楽しめます！

全コース、全日程対象！！ 詳しくはHPをチェック！

□ ホームページ

https://www.nta.co.jp/shop/mtc/bus_osaka.html

□ パンフレット

https://www.nta.co.jp/shop/mtc/bus_osaka_images/osaka_zanmai.pdf

#大阪三味 #バスツアー #古墳 #はにわ #百舌鳥古市古墳群 #古墳群 #歴史 #グルメ #謎解き #文化

■ はにコット公式Facebook(1,943フォロワー) 2021年12月17日～

ホーム 基本データ 写真 レビュー 動画 イ

古墳×アートフェスComecomeはにコット
12月17日

【ご紹介】

食歴謎悠 めぐって味わう

大阪三味 バスの旅！

日本旅行が企画する大阪初の世界遺産「百舌鳥・古市古墳群」を含めた「グルメ」・「歴史」・「謎解き」・「ゆったり文化を学ぶ」大阪を堪能で... もっと見る

食べる・見る・学ぶ！あなたにピッタリの旅を見つけてください！

行列のできる定食屋の特別予約、普段見れない大阪城の石垣の特別公開など・・・

ツアー内容は今回だけの特別感にこだわった魅力的なものばかり！

特に大阪府民は「大阪いらっしやいキャンペーン2021」が適用になり2,000円前後という破格のプライスで日帰りバスツアーが楽しめます！

全コース、全日程対象！！ 詳しくはHPをチェック！

■ ホームページ

https://www.nta.co.jp/shop/mtc/bus_osaka.html

■ パンフレット

https://www.nta.co.jp/shop/mtc/bus_osaka_images/osaka_zanmai.pdf

#大阪三味 #バスツアー #古墳 #はにわ #百舌鳥古市古墳群 #古墳群 #歴史 #グルメ #謎解き #文化



謎解き制作会社NAZONAZO劇団ホームページ 2021年11月25日～

▼「謎解き好き」が閲覧する謎解き制作会社NAZONAZO劇団公式サイトにてCコースの情報を掲載した。



持ち帰り謎ショップ [☑](#) 企画制作依頼について [☑](#)



リアル謎解きゲームとは？ NAZO劇が大切にしていること [謎解きイベントを探す](#) 過去の謎解きイベント お知らせ

開催中の謎解きイベント

CURRENT EVENTS

イベントを
シェア！



トップページ ▶ 謎解きイベント ▶ リアル謎解き体験バスツアー「ハニワのハニさん～古墳の秘密と無くした記憶～」

世界遺産の百舌鳥・古市古墳群とその周辺エリアを巡る日帰りバスツアー

リアル謎解き体験バスツアー「ハニワのハニさん～古墳の秘密と無くした記憶～」



周遊 # 初心者向け # 親子向け

事前に購入

バスツアーで古墳巡りにやって来たあなた。

そこであなたが出会ったのは――

なんと、喋るハニワだった！？

彼（？）は、眠りすぎていて昔のことを忘れてしまったらしい。

ハニさんと古墳の謎を解き、彼が生きていた時代の記憶を取り戻そう！

[WEB予約はこちら](#)

イベントを
シェア！



PAGE
TOP



PAGE
TOP



チャレンジレベル

難易度



お子様も安心

問題ボリューム



初心者でも安心

チャレンジレベルについての詳しい説明は[こちら](#)

プレイ所要時間

約1日

日帰り旅行のイベントです



プレイ人数

1人～

イベントを
シェア！



SNS広告

▼Facebook/Instagramにてフィード広告を実施した。

■ Facebook/Instagram広告（期間：2021年12月27日～2022年1月9日）



<Facebook/Instagram概要>

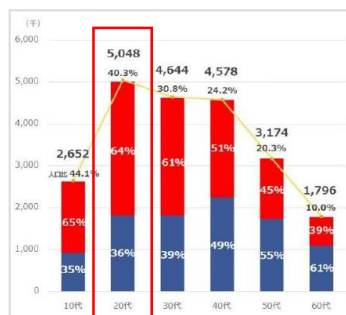
Facebook

30～40代の利用率が高く、男女比は半々。



Instagram

女性の利用率が高く、20代女性が最も多い利用者



交通媒体プロモーション

▼阪急電鉄駅ラックにてパンフレットの設置を行った。

■ 阪急電鉄駅構内ラック(期間:2021年11月30日～12月14日)

● 阪急電鉄

① 阪急大阪梅田駅

大阪府大阪市北区芝田1丁目1-2

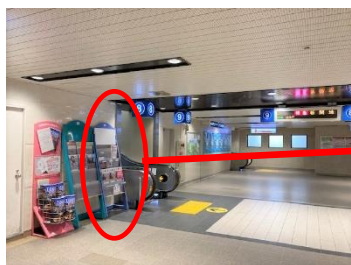
② 阪急西宮北口駅

兵庫県西宮市高松町6-20



〈大阪梅田駅〉2,000部

〈西宮北口駅〉1,000部



読売旅行DM

▼10月30日発送の読売旅行DMにてパンフレットを同封した。

■ 読売旅行DM(期間:2021年10月30日発送)

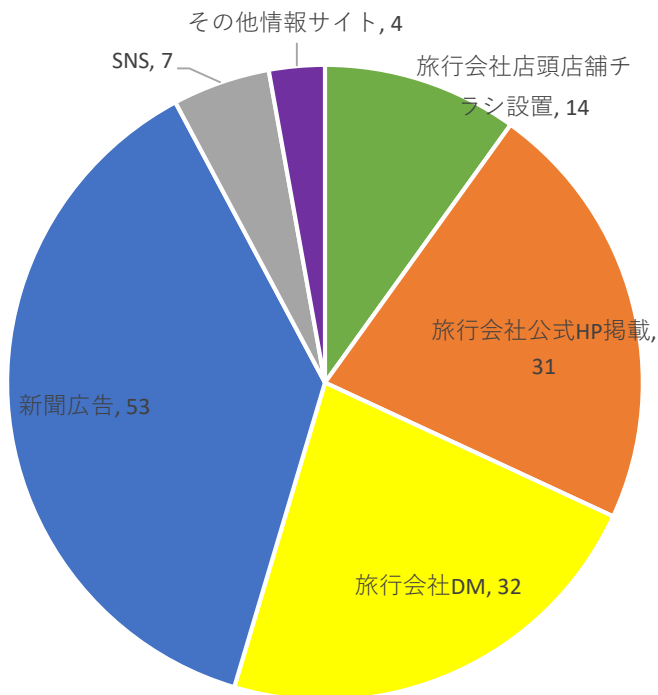
<読売旅行DM概要>

配布部数 約100,000部



参加するきっかけとなった広報宣伝媒体(参加者アンケートより)

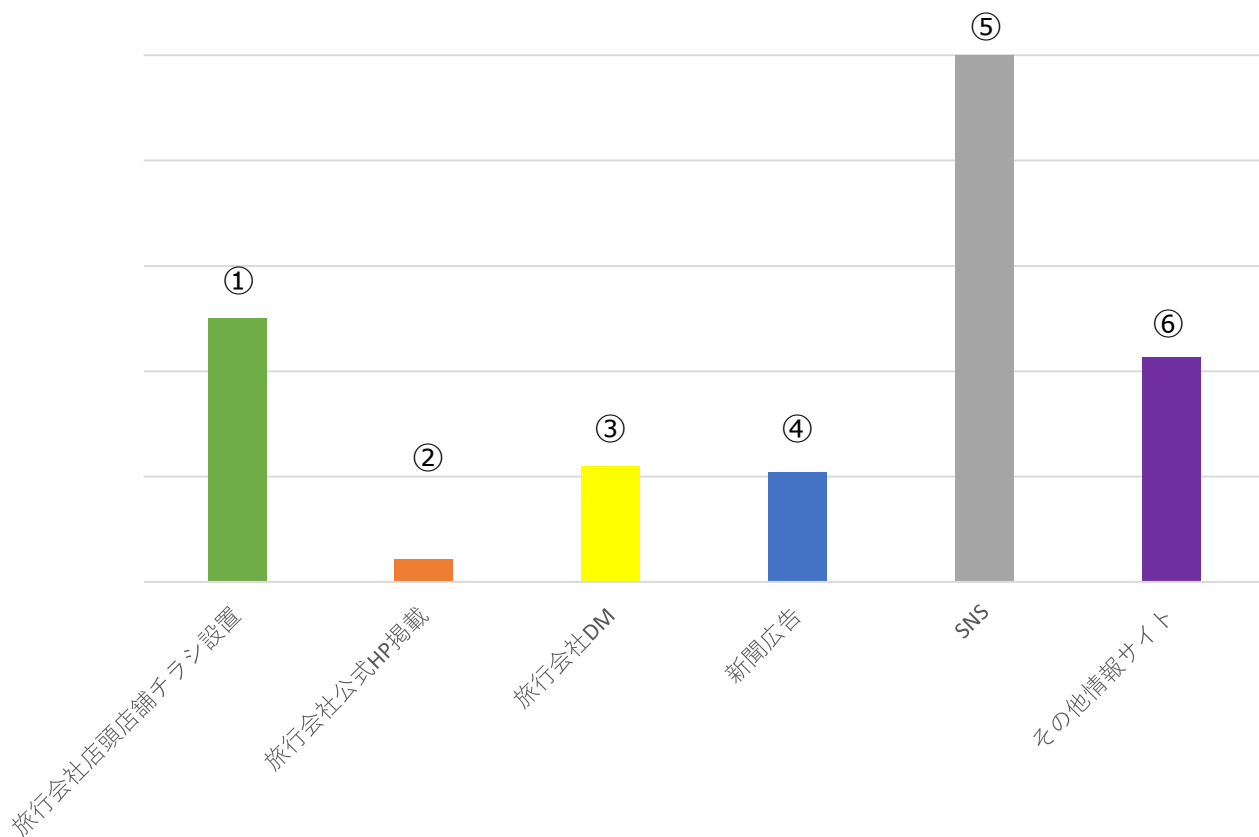
参加するきっかけとなった広報宣伝媒体 集計



参加者人数と広告費用から算出した費用対効果

各種広報CPA(費用対効果)結果

※低い数値のほうが費用対効果が高い広告(広告費÷集客数=CPAとして算出)



「広報宣伝の費用対効果考察」

①【旅行会社の店頭店舗チラシ設置】

旅行会社の店頭店舗チラシ設置については、「旅行意欲のある方」に訴求が出来るのが特徴。しかし、限りあるパンフレットラックのため、数ある商品の中から時期や内容により売れ筋商品を目立つ位置（店頭正面ラック等）に設置する傾向にある。売れ筋商品と判断されるには、例年同じシーズンに一定の人气が定着しているもの（例：冬の北近畿のカニツアー、夏休みの白浜等）が多い。人气が定着していない商品を目立つ位置に設置するには、コストが高くなってしまったため、時間をかけてイメージ定着をさせていくことも有効であると考えられる。（※各旅行会社により料金や設置方法について異なる）

②【旅行会社公式HP掲載】

今回、最も費用対効果が高かった媒体である。①同様、「旅行意欲のある方」に訴求が出来るのが特徴であるが、①と比較して、パンフレット印刷費がかからないこと、掲載数に制限がないため商品の掲載位置等にコストがかからないため、費用対効果が高くなったといえる。より多くの旅行会社への掲載依頼や、SEO対策等を行うことによってより集客数が伸びた可能性もあると考える。

③【旅行会社DM】

日頃より日帰りバスツアーに参加するリピーター層に向けて訴求が出来るため、集客数は2番目に高かった媒体ではあるが、DM送付数が多くパンフレット印刷費が高くなった。また、通常DMが到着してからの1週間程度が最も申込数が多い傾向にあるが、新型コロナウイルス感染拡大の影響からDMが到着した直後は、受付を始めておらず、到着してから3週間程度経過して受付を開始したため一定数取りこぼしも考えられる。

④【新聞広告】

全体の集客数で見ると最も数が多かった媒体である。旅行に興味のある方にピンポイントに訴求するものではないため、広告掲載費が他の媒体に比べ高価であるのがデメリットではあるが費用対効果としては2番目に高かった。新聞購読者の年齢層がツアーの参加者層とマッチしていたことも集客に繋がっていると考えられる。

⑤【SNS広告】

最も費用対効果が低かった媒体ではあるが、時期として新型コロナウイルス感染拡大し、まん延防止等重点措置に基づく要請直前に広告掲載となったのが大きな要因であると推測。

⑥【その他情報サイト】

その他情報サイトについては、趣味（謎解きや古墳）に特化した情報サイトに掲載したが、費用対効果としては高くなかった。趣味に関心があっても旅行に申し込むかどうかについては分けて考える必要がある。

IV.民間での事業化に向けた検証

(1)大阪市・堺市コース

(2)百舌鳥・古市古墳群とその周辺地域コース

有識者モニターツアーについて

ツアー実施期間中にまん延防止重点措置が発令され、ツアーの新規受付及び実施を中止としたことから、一般参加者とは別に旅行商品造成担当者を中心に観光関係有識者を対象としたモニターツアーを実施し、レポートを回収した。以下はレポートの抜粋である。

Aコース:秀吉の大阪城見学と利休の茶の心に触れる！ 大阪・堺地元グルメを味わう1日

【ターゲット】40歳代以上/中高年層/

【テーマ】食×歴史といったようなイメージ/食は万人受けだがそのぶん競合ツアーも多いため差別化や特別感を出すことが重要/食とまではいかないように感じた/

【旅行代金】適正な価格

【コース内容】食のテーマだが歴史要素が多い/古墳の全体像が見たい/ゲコ亭は賛否が分かれる/ゲコ亭はプレミア感があった/

【催行時期】新米の季節(秋)/春や秋の行楽シーズン/

【その他意見】パンフレットの魅せ方にも工夫が必要/

POINT
1

狙うべきターゲットは**40歳代以上の中高年層**。

POINT
2

「食」をテーマにするのは○だが、**競合が多いため差別化や特別感が必要でありパンフレットの魅せ方も工夫が必要**。また、内容は「食」というテーマに対し**特化しきれていなかった**。

POINT
3

行楽シーズンの実施（特に新米の季節であり食のイメージが強い秋）が望ましい。

Bコース:百舌鳥古墳群と秀吉・利休の軌跡を廻る探訪

【ターゲット】高齢層/

【テーマ】歴史のテーマが十分に感じられた/

【旅行代金】妥当であると感じる/

【コース内容】全行程ガイド同行の発想や各所ボランティアガイドの説明がよかった/古墳は少しでも高いところから見たい/

【催行時期】外歩きが多いため春や秋の行楽シーズンがよい/

【その他意見】ガイドの善し悪しで評価が決まるため慎重に選定が必要/

POINT
1

狙うべきターゲットは**60歳以上の高齢層**。

POINT
2

「歴史」のテーマが十分に感じられ、同行ガイドやボランティアガイドの説明が好評だが**ガイドの選に左右されるので注意が必要**。

POINT
3

外歩きが多いため春や秋の行楽シーズンの実施が適している。

Cコース：世界遺産百舌鳥・古市古墳群で謎を解明せよ！リアル謎解き体験

【ターゲット】小学生の子を持つ家族/親子または若者グループ/20~30歳代や家族/謎解きは小中学生向きで内容は中高年向き/熟年夫婦または子供のいる若い夫婦

【テーマ】謎解きがあることで楽しんで学べた/謎解きという着眼点は面白い/

【旅行代金】いらっしゃいCPがなければ集客に苦戦しそう/子ども料金を設定すべき/謎解き好きをターゲットにすると高いと考える/

【コース内容】近つ飛鳥博物館は安藤忠雄建築を見るだけでも価値あり/叡福寺は見どころが多い/古墳は少しでも高いところから見たい/謎解きの難易度が高い/

【催行時期】冬は良い時期ではないが料金を落とすことができるため一長一短/問題なし/過ごしやすい季節がよい、花や紅葉等を楽しめるとなおよし/古墳感がないため+aの説明が必須/

【その他意見】ターゲットが絞られるため他のツアーとは違い戦略的な広報が必要/謎解きに集中しすぎてしまい説明が聞けないためガイドを巻き込む謎解きがよいと考える

POINT 1 狙うべきターゲットは**小中学生の子を持つファミリーや若者グループ**。ターゲットが絞られるため**広報はより戦略的に行う必要あり**。また**子ども料金の設定が必要**。

POINT 2 **謎解きの発想自体は良いが、時間配分や難易度は検討の余地あり**。

POINT 3 行楽シーズンに、古墳以外にも**桜や紅葉が楽しめる**となおよし。

Dコース：世界遺産と文化に触れる！百舌鳥・古市古墳群と南河内 堺の文化を堪能する1泊2日の旅

【ターゲット】歴史好きの熟年層

【テーマ】「悠=ゆったり」というコンセプトは分かり難い

【旅行代金】高すぎる、内容としては日帰りでもよい/刃物等のお土産がなければ高い/

【コース内容】古墳が続き飽きた/近つ飛鳥博物館のガイドが良かった/叡福寺や河内ワイン館は期待以上/つぼ市製茶本舗は堺らしさを感じた/水野鍛錬所は貴重な体験で再訪したい/スポット毎にボランティアガイドの必要性を検討する必要あり/古墳は全体像が見えないので残念アゴーラリージェンシーは重厚感があり設備が整っているが堺らしさに欠ける/

【催行時期】妥当である/特に問題なし/寒いがゆっくりまわれるため問題ない/冬は良い時期ではないが料金を落とすことができるため一長一短/過ごしやすい季節がよい、花や紅葉等を楽しめるとなおよし/河内ワイン館は収穫の時期に訪れたかった/

【その他意見】古墳と文化に切り分けニッチな層を狙ってもよい/

POINT 1 狙うべきターゲットは**40歳代以上の中高年層**。(やや高齢層向け)

POINT 2 **テーマがイメージし難く、分かり難い**ため歴史と文化に分けて実施も検討。**古墳や博物館が続き退屈**な内容。

POINT 3 **旅行代金が高い**。内容や料金について大きく改善の余地あり。

「民間での事業化に向けたマーケティングまとめ」

Targeting【狙うべきターゲット】

参加者の実績や有識者の見解を踏まえ**中高年層をターゲットにするべきである。**しかしながら、コースの目玉である昼食は中高年層には量が多く、落ち着いて食べることができなかったという声があり、あと一步満足度が足りなかったため別案も検討。

Positioning【テーマ設定】

グルメに関しては万人に受け入れられやすく、旅行頻度が高くない方をも集客できるテーマであった。ただしその分**競合ツアーも多いため差別化や特別感を出すことが必要**であった。また**「歴史」の要素も多くテーマがブレてしまったため「食」に特化した内容**にするべきであるとする。また、お茶室での和菓子ではなく、話題のスイーツやB級グルメ等の求心力のある要素を追加できれば若年層の集客も見込める可能性があったといえる。

Price【旅行代金】

日帰り旅行相場（府県外11,000円～15,000円／府県内7,000円～10,000円）から考えると9,700円については**一般的に適当な旅行代金であった**。また、大阪いらっしやいキャンペーン適用時は実質2,200円と破格の料金となった。内容から見ても非常にお得感があったが、いらっしやいキャンペーンがなかったら参加しなかったという声も多く、**近隣という移動距離も踏まえバスツアーで行く意味を見出す必要がある。**

※相場は弊社某関西系TV局タイアップ企画日帰り商品の設定売れ筋商品の平均値（2010～2019年）

Product【コース内容】

テーマにもなっており、Aコースの目玉でもあった「銀シャリ屋 ゲコ亭」については行列のできるお店に並ばず入れるという「希少性」、味や量としての満足度から考えると総合的に高評価であった。また、近年Youtuberから紹介される等、馴染みのないノスタルジックな雰囲気新鮮で比較的若年層に人気。食事内容そのものは幅広い年代にも受け入れられる内容だったが、バスツアー参加者のメインとなった中高年層には量や店内の雰囲気に課題が残ることから、**ワイナリーやホテルビュッフェ等の「落ち着いた雰囲気味わえる上質な昼食」への変更を視野に入れる**ことも検討。

Season【便数・催行時期】

12月～2月といった本来であればツアー閑散期での16便集中設定となったが、催行時期等も考慮できる場合は、**新米の収穫時期でありグルメのイメージも強い、行楽シーズンの秋に設定**できれば、なお集客が見込めたと考える。

「民間での事業化に向けたマーケティングまとめ」

Targeting【狙うべきターゲット】

年齢層としてのターゲットは**40歳代以上の中高年層を狙うべきである**。また、パンフレットの段階から石垣の特別公開をアピールし遠方や一人でも「どうしても行きたい」と思わせることができた。しっかりと歴史好きというニッチな層に訴求が出来たと考えられる。

Positioning【テーマ設定】

ツアーの満足度は最も高く、全行程ガイド同行やボランティアガイドの説明も好評であり「歴史」のテーマが十分に訴求することができた。しかしテーマが「歴史」と絞られるため万人受けではなく、旅行頻度の低い方や興味がない方にはあまり刺さらず、集客人数は多くなかった。歴史好きにピンポイントにアピールする広報手段等、工夫が必要である。また、ガイドに左右されるので慎重な人選が必要。

Price【旅行代金】

Aコース同様、日帰り旅行相場（府県外11,000円～15,000円／府県内7,000円～10,000円）から考えると9,300円については**一般的に適当な旅行代金であった**と言える。また、大阪いらっしやいキャンペーン適用時は実質1,800円と破格の料金となった。また**キャンペーンがなくても行ったという回答の方が多かった**ことから、歴史好きの方が特別公開が見られるのであれば、**たとえ遠くても値段が高くても行きたいと思わせることができるコンテンツ**として提供できたといえる。

Product【コース内容】

大阪城豊臣期の石垣特別公開やガイド等が好評であり、**「説明」があることによっての付加価値を感じて頂けたツアー**となった。食事内容は一部「量が物足りない」という声もあったが、メイン参加者である中高年層には適量であったと伺える。それ以上に、**味だけではなく「店舗の雰囲気が良い」「貸し切りだったので安心して食事ができた。」と店内に関するポジティブな声**もあり、団体であれば貸切で予約が出来るため、新型コロナウイルス感染症にも対応したツアーとしても適している。

Season【便数・催行時期】

12月～1月といった本来であればツアー閑散期での16便集中設定となったため、**外歩きが多いため参加者から「寒い」という意見も多くあり、行楽シーズンの実施が理想**である。大阪城については桜の名所であるため、**春の桜の見頃での実施**であると更に満足度が上がったと考えられる。

「民間での事業化に向けたマーケティングまとめ」

Targeting【狙うべきターゲット】

参加者の実績や有識者の見解も踏まえ、小中学生の子を持つファミリーや若者グループが狙うべきターゲットである。（他のツアーと比較し、唯一若年層がターゲット）今後、特にファミリー層に訴求するためには、ターゲットがかなり絞られるため、学校関係の広報や、地域団体の口コミ等戦略的な広報が必要と考える。

Positioning【テーマ設定】

「謎解き」という発想は新しく、「楽しく学べる」と参加者からも概ね好評であったが、ガイドの案内や謎解き難易度設定等の細かい実施方法については更に検討を重ねることでより良くブラッシュアップが可能であると考ええる。

Price【旅行代金】

日帰り旅行相場（府県外11,000円～15,000円／府県内7,000円～10,000円）から考えると9,500円については一般的に適切な旅行代金であったと言える。また、大阪いらしやいキャンペーン適用時は実質2,000円と破格の料金となった。またBコース同様キャンペーンがなくても行ったという回答の方が多かったことから、「謎解き」という特別感を感じさせることができたと考えられる。また参加者や有識者から、「子ども料金の設定」の声が多かったため、食事内容等を含め、検討が必要。

Product【コース内容】

各施設（近つ飛鳥博物館や叡福寺）については認知度が低いところから、思わぬ見ごたえがあったと比較的高評価であったが、古墳についてはやはり、「上から全体像を見たい」という声が多数あり上空から見られる工夫が必要。（Cコースに限らず最も多く寄せられた声である）

謎解きの実施方法について、謎を解くことに集中しガイドの話にあまり耳を傾けられなかった方もいたことから、ガイドを巻き込んだ謎解きの制作や時間配分について改善する必要がある。

Season【便数・催行時期】

1月～2月といった本来であればツアー閑散期での12便集中設定となった。しかし津城山古墳においては桜が綺麗に咲くというガイドからの説明もあり「行楽シーズンに、古墳以外にも桜や紅葉が楽しめるとなおよし。」との声もあげられたため、春や秋の設定も検討が必要。

「民間での事業化に向けたマーケティングまとめ」

Targeting【狙うべきターゲット】

参加者は中年層が多く、有識者の見解としてはやや高齢層向けという意見が多いことから、狙うべきターゲットは40歳代以上の中高年層と考えられる。また宿泊付きのツアーということで首都圏向けか関西圏向けかについては明確に絞っておく必要がある。

Positioning【テーマ設定】

新型コロナウイルスの影響で急遽テーマを変更したこともあるが、参加者には「悠々ゆったり巡る」というテーマについてはイメージし辛かった。また、内容についても文化や歴史等が混同されていたため、よりテーマと内容が分かり難くなってしまった。1日目と2日目でテーマを分けると分かりやすいという意見もあり、今後検討が必要である。

Price【旅行代金】

1泊2日の相場（30,000円以内）には収まっていたが、宿泊先や内容の価値観を見出せず、参加者や有識者からは「高い」という意見が圧倒的に多かった。料金に見合った内容について大きく改善の余地がある。

Product【コース内容】

各施設やガイドの説明等を個別に見れば評価は高かったものの、コース全体を通じて古墳や博物館が続き、参加者を飽きさせてしまった。また、全体のバランスを鑑みただでガイドの有無を検討する必要あり。夜や朝のプログラムを用意し1泊2日にする意味がある内容としたり、ストーリー性のあるスポット選定を行う等、マーケットインの参加者目線で選定していくことが必要であるとする。

Season【便数・催行時期】

1月～2月といった本来であればツアー閑散期での5便集中設定となった。室内の施設が多いため、旅行代金が下げられる今回の時期については概ね問題ないと考える。しかし、立ち寄りスポットである河内ワイン館では、ブドウ畑を見学することができるため、7月～9月（果粒肥大・成熟の時期）や10月～12月（収穫の時期）に実施することでより満足度が高まる可能性がある。