

千葉県長生地域振興事務所企画課 御中

九十九里地域のブランド化を見据えた
モニターツアー等委託業務

事業報告書

2025年 3月 21日

株式会社JTＢ総合研究所

目次		
1. モニターツアー	(1)モニターツアーの検討	3
	(2)モニターツアーの行程	5
	(3)有識者／専門家モニター	6
	(4)コンテンツの検証	8
	(5)コンテンツの組み合わせ	34
2. モニターツアー結果の報告 官民連携・広域連携推進講演会	(1)実施概要	36
	(2)モニターツアー結果の報告	38
	(3)講義① 「豊の国千年ロマン観光圏の取り組み」	42
	講義② 広域連携・官民連携の現状とその意味	52
3. 観光コンテンツプロモーションセミナー	(1)実施概要	67
	(2)講義① 観光プロモーション・販売の現在と考え方	68
	講義② 観光コンテンツのストーリー展開と SNSプロモーションについて	81
4. 今年度事業に対する所見及び九十九里としての今後の観光振興に向けた提言		84
5. 業務実施スケジュール		85

1. モニターツアー

(1)モニターツアーの検討

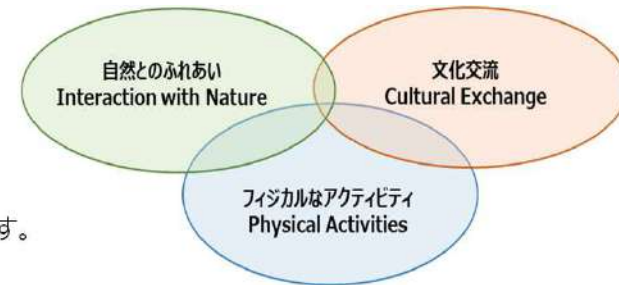
モニターツアーで取り上げるコンテンツについては、アドベンチャーツーリズム、アグリツーリズム（ガストロノミーツーリズム）、ヘルスツーリズム等の考え方に共通する、地域の価値・魅力をストーリーとして伝えることができるコンテンツかを基準に選定を行った。

①アドベンチャーツーリズム

●アドベンチャーツーリズム（以下／AT）の理念を活かす：

「アドベンチャーツーリズム」は、単なるアクティビティの提供ではなく、アクティビティへの参加を手段として、地域の人々との交流などを通して、地域の自然や文化をより深く知ることをコンセプトとした旅行スタイル。

ATTA(Adventure Travel Trade Association)の定義では、「自然とのふれあい」「フィジカルなアクティビティ」、「文化交流」の3要素のうち、2つ以上が主目的となる旅行を指す。



●ATに求められる5つの要素：

ATの造成においては、**The Novel and Unique**（いままでにないユニークな体験）、**Transformation**(自己変革)、**Wellness**(健康であること)、**Challenge**(挑戦)、**Impact**(ローインパクト)の5つの要素が必要。

●ストーリーの重要性：

ATでは、地域を伝えるストーリーづくりが非常に重要。まず、**自然的特性**を紐解き、**その環境の中で生まれ、育まれた、歴史・文化**を伝え、それが時間とともに**ユニークな地域文化**となったことを伝え、その上で、**任意のアクティビティをこの場で楽しむべき理由**を伝えることで、自然、文化、アクティビティをそれぞれがバラバラに体験するよりもよりストーリーを伴った充実した体験になる。

ポイント

- 👉 ATのエッセンスを表出できるコンテンツの選定
- 👉 「九十九里」のストーリー（伝えたい地域の魅力）の検討



トレジャーサーフ
CHOSHI KAYAKS

(1)モニターツアーの検討

②アグリツーリズム

●アグリ(グリーンツーリズム) ツーリズム：

農林漁村での滞在・体験を楽しむグリーンツーリズムに対し、アグリツーリズムでは農村に滞在し、収穫などの体験や農泊など、農村での滞在を楽しむツーリズム。子供を対象にした教育旅行から、ライフスタイルのオルタナティブを提案する大人向けのコンテンツづくりもできる。

●フード(ガストロノミー)ツーリズム：

常に旅行目的の最上位に位置付けられている「食」を楽しむ旅行として、フードツーリズムの領域は非常に広く、近年は地域の食文化、地域の自然環境を背景とした歴史、人々の営みの中で育まれてきた食文化を楽しむ旅としてガストロノミーツーリズムという言葉が使われるようになった。ワイナリーやヴィンヤード(農園)を巡るフランスのワインツーリズムなど、アグリツーリズムと合わせて考えることができる。

●ストーリーの重要性：

農×食をテーマとしたツーリズムに求められるのも、ATと同様にストーリーであり、個々のコンテンツのストーリー（生産者のこだわりなど）とともに地域のストーリーを加えることで、コンテンツの高付加価値化が可能になる。

ポイント

☞「九十九里」の食の魅力をどこまで語ることができるか

たがやす倶楽部

レストラン タ・カシェット

守屋酒造 酒蔵見学

サンライズ九十九里

③ヘルス・ウェルネスツーリズム

ヘルスツーリズム、ウェルネスツーリズムも九十九里のコンテンツと親和性の高いツーリズムであり、AT、アグリ×フードツーリズムのコンテンツはそのまま、ヘルス・ウェルネスツーリズムというテーマでも括ることができる。

(2)モニターツアーの行程

1泊2日の行程で1日目は「アグリ×フードツーリズム」、2日目は「アドベンチャーツーリズム」をテーマに行程を組んだ。

12月5日(木) テーマ：アグリ×フードツーリズム

バス配車：8：45 JR千葉駅前 ※マイクロバスを利用
千葉駅前：9：00発

- ①たがやす倶楽部：10:30～12:30
- ②レストラン タ・カシェット：13:00～14:30
- ③守屋酒造 酒蔵見学：15:00～16:00
- ④道の駅みのりの郷東金：16:30～17:00
- ◆サンライズ九十九里にて振り返り会：17:30～18:30



12月6日(金) テーマ：アドベンチャーツーリズム

ホテル：9:00発

- ①トレジャーサーフ：9:30～11:00
- ②サンライズ九十九里(はまゆう)：11:30-12:30
- ③CHOSHI KAYAKS：14:00～15:00
- ◆JR千葉駅：17:00着 解散（バス内にて振り返り／意見聴取）

(3)有識者／専門家モニター



市川 友英 | 秀明大学 観光ビジネス学部長 **千葉県観光の総合的知見**

専門分野：地域観光振興論・観光資源論

八千代市観光振興計画策定、成田山新勝寺の寺前振興事業への提案、京成バラ園の観光振興提案など、千葉県をフィールドに観光振興に取り組んでいる。



青木 洋高 | 文教大学 国際学部国際観光学科専任講師、博士（観光学）

アグリ・フードツーリズム

フードツーリズム、地域活性化などが専門。JTBパブリッシングにて『JTB時刻表』、『るるぶ』などの編集・広告、自治体プロモーションを担当。新規事業として飲食店『るるぶキッチン』を立ち上げ。「食マーケティング事業」の責任者として食のブランド化、特産品開発などを歴任。北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院博士後期課程修了。



久保 典彦 | アルパインツアーサービス株式会社 **アドベンチャーツーリズム**

2000年に国内外の自然体験型ツアーを手掛けるアルパインツアーサービス(株)入社。国内外の自然・文化を対象としたツアー等の企画、手配、ツアーリーダー業務などに携わってきた。近年は日本国内のラグジュアリーな山旅コースの企画も手掛けるなど、高付加価値コンテンツ造成の知見も豊富。ATを推進する環境省の「令和4年度国立公園における自然体験コンテンツガイドラインを活用したコンテンツの高付加価値化及び支援等業務」の有識者としてのアドバイザーなど、ATの豊富な知見を持つ。

(3)有識者／専門家モニター



橋本 竜暢 | 地域交流共創部 主任研究員 **ヘルス・ウェルネスツーリズム**

株式会社JTБ 入社後 国内外の団体旅行や行政視察等の企画、地方行政における地域活性化の取り組みや着地型商品造成に従事。2019年4月より現職。「ヘルスケア」をテーマとした着地型プログラムの開発や「ウェルビーイング」をテーマとしたスマートシティにおける持続可能なまちづくり計画、マネジメントなどに携わる。



ノエミ・ゲルドラ | (株)makes マーケティング・受入対応担当 **インバウンド・外国人視点**

フランス出身、フランスの大学院で日本文化を学び訪日。

訪日後は日本語教師を経て長野県高森町で海外への情報発信を担当。高森町のInstagramを管理し、2年間で2,000人のフォロワーを獲得、南信州観光公社（DMO）で欧米向けツアーのアドバイザーを務めるなど幅広い分野で活躍。2022年4月よりmakesで観光マーケティングを担当。



ジャド・ヌネズ | (株)makes マーケティング・ディレクター **インバウンド・外国人視点**

フランス出身、豊岡市役所大交流課に入庁後、観光・インバウンドチームに所属し、豊岡市の認知を増加するために海外プロモーションを含め様々な観光事業に携わる。

多言語の情報発信や旅行会社との商談の事業を担当。

(4)コンテンツの検証 ①たがやす倶楽部（山武市）

コンテンツ概要



➤「野菜作りは土作りである」として、化学肥料や農薬に頼らない農法で、40年近く野菜を栽培している。

<行程>

➤庭に設置されたミーティングスペースにて、齊藤氏より、たがやす倶楽部のコンセプト、有機農法とは何かについてレクチャーを受ける。

➤その後、齊藤氏と畑を周りながら、雑草とともに育てられている野菜の説明をお聞きし、土のついた野菜を試食しながら進む。雑草をそのままにしているのは、土の微生物を守るため。この微生物で育った野菜を食べることで、腸の動きも活発になるようである。



➤野菜の原種にこだわり、お店に並んでいる一般的な野菜とは姿形が異なる野菜が栽培されている。どの野菜も味が濃い。

(4)コンテンツの検証 ①たがやす倶楽部（山武市）

コンテンツ概要



➤ 様々な野菜の説明を受け、参加者個々人の好みで袋に野菜を収穫していく。

➤ 大きな堆肥場があり、発酵の段階別の状況を見ることができる。堆肥が発酵することにより発せられる熱を、マットをひいて寝ころびながら体験。

<齊藤氏のビジネス>

➤ 60歳でナチュラルハウス・オイシックス等の企業と取引をしていた団体の役員を退き、個人で活動始める。

➤ 田畑の半分を森ビルや東京ガスなど企業、都内の保育園などと契約。社員やそのファミリーが訪れたり、保育園は保育園の差別化競争に食育が使われ、年間1500～2000人がバスで収穫体験に訪れている。タワーマンション500世帯にも野菜を提供。マンションのウリになっている。

➤ その他、癌コントロール協会が保有する100坪の畑の管理指導や、コロナ禍で細菌でゴミなどを分解するコンポストの関心が高まり、堆肥の販売なども始めている。

(4)コンテンツの検証 ①たがやす倶楽部（山武市）

モニター参加者評価

- ☞たがやすクラブで収穫体験を昼間に行い、夜の星をみながらノルディックウォークをした後に、土のついた野菜をそのままバーベキューで食べるなど、他のアドベンチャーアクティビティと融合させながらの企画などではできるかもしれない。ヘルスツーリズムという観点からは、ポテンシャルはある。堆肥を全面に押し出し、キャンプ場やその他のレストランなどとの提携を視野に入れながら、ヘルス志向の個人マーケット層を取り込むことができれば良いと思われる。（久保）
- ☞齊藤様単独での個の事業としての印象が大きく、地域性が見えにくい。食育やヘルスツーリズムなどの「食×農×健康」をテーマとした見せ方は、ノルディックウォーキングなど、域内の他のコンテンツとの組合せにより可能性はある。健康の3要素は「栄養・運動・休養」である。これらの組合せをベースに考える。
齊藤様の説明～試食～収穫の流れは良いが、ヘルスツーリズムの観点で進める場合には、「健康への気付き」を与える必要があるため、コンテンツ開始前と終了後の参加者の気分の差異（POMSによる）やアミラーゼによるストレスチェックなどを実施しても良い。
農薬、化学肥料を排除した農法による堆肥が農作物のコアになると思われるが、参加者が継続してその野菜を購入できる仕組み作りも必要である。
食育の観点では、対象を子供ではなく、幼い子供を持つ親（都市在住）をターゲットとして、子供の土いじりや栄養価が高く、自然味溢れる本物を食べさせることの価値を訴えていくコンテンツとしても有効だと感じる。
（橋本）
- ☞（齊藤氏の）性格が独特で、話が面白かったです。農家さんの熱心さが感じられます。最もポテンシャルのある体験だと思いました。まずは収穫できる野菜の種類が多かったです。たくさんの野菜や葉っぱを食べてみて、とても面白かったです。わさび、春菊苗など、日本にしかない野菜も食べました。（次頁へ）

(4)コンテンツの検証 ①たがやす倶楽部（山武市）

モニター参加者評価

(つづき)「足を運べば、激安で有機野菜が土から採れる」というような宣伝の仕方で売れそうです。非常にお得な値段(2,200円/税込み)だと思いました。

インバウンドに関して、日本での生活を深く感じるため、人気なのは農泊です。農泊の特徴は、農家を手伝えることです。畑で作業をすることで農家たちの生活に貢献できるため、社会貢献活動としてやりがいのある体験です。残念ながら、農泊はできないそうですが、終日農家さんと一緒に過ごして、例えば午前中一緒にひたすら収穫してから、BBQを楽しめる流れでも良さそうです。新しくおしゃれなキャンプ場があるので、「東京から健康のいい自然リトリート」みたいなパッケージも作れやすいです。(ジャド)

☞このアクティビティは、農家の方と話をしたり、一緒に時間を過ごしたり、日本の田舎暮らしについて少し知ることができたという意味で、楽しく興味深いものでした。農薬不使用というのは、日本はプラスチックの国だと思いがちな外国人旅行者にとっては嬉しいポイントです。野菜の種類も豊富で美味しかったです。(ノエミ)

☞野菜の甘味、おいしさ、齊藤さんの語りや人柄、植物堆肥など観光客を感動させるコンテンツのクオリティはピカイチ。プログラムの流れも導入（説明）⇒展開（味見・堆肥見学）⇒クライマックス（収穫）と特に問題は見受けられない。2200円という料金設定もとてもリーズナブル（安い）。都心の感度の高いマーケット層。

土のついたものを食べさせるのは、個人的には許容範囲だったが、万人にはNG。この農法に賛同している人たちが薄いのが残念。語り手として齊藤さん以外にいないのも弱み。また齊藤さんのお話に専門的なワードが出てくるので、これでもできるだけ平易な言葉で話すことが、ガイディングの基本。(次頁につづく)

(4)コンテンツの検証 ①たがやす倶楽部（山武市）

モニター参加者評価

(つづき) 地元の他のレストランで、かんいち野菜が食べられる。洗練されたRender Fika*とのコラボはかなりクオリティが高い商品になる可能性がある。オートキャンプ場のバーベキューなどでも、かんいち野菜は提供したい。観光資源としては齊藤さんと有機野菜は「里山の象徴」としてキラーコンテンツになりうる。北海道の富良野の富田ファームのように「九十九里の山武にきたら、たがやす倶楽部に必ず寄る」が理想。（市川）

*Render Fika:たがやす倶楽部から3km(車で5分)の距離にあるキャンプ複合施設。カフェ、貸切風呂、サウナ等を備える他、地元食材を活用した食プラン等を提供。 <https://renderfika.com/ja>

☞特徴的な施設で、他との差別化も明確でありポテンシャルが高い。ホンモノ志向のユーザーに合致する。収穫物について、ヨーロッパ野菜や伝統野菜など、大量生産の品種と一線を画すことで、顔の見える生産者とのつながり、こだわりがより活きるのではないかと感じた。個性的な代表がより輝けるような、コーディネーター的な存在が地域でいればより良いと感じた。また有機肥料への強いこだわりをもとに、消費者と継続的につながるオーナー制度のような仕組みを構築することを期待したい。（青木）

展開の方向性：

☞齊藤氏の有機栽培へのこだわりなどが非常に伝わるコンテンツであるが、単独だと「地域性」が伝わらない。近隣のキャンプ場(たがやす倶楽部の野菜を使ったBBQなど)、レストランなどと組み合わせた、農業にこだわる地域としてのストーリーづくりが必要。

☞食や後述するビーチでのノルディックウォークなどとの組み合わせによる、ヘルスツーリズムのコンテンツとしてのポテンシャルも非常に高い。

(4)コンテンツの検証 ②タ・カシェット (山武市)

コンテンツ概要



- Ta cachette(タ・カシェット) = "あなたの隠れ家"
- 年間60品目、200種類の野菜を生産するソムリエファームに併設されたフレンチレストラン。
- ソムリエファームでは大根だけで10種類、ジャガイモも10種類を栽培。8割をビニールハウスで栽培している。
- シェフの渡邊氏はパリの『L'Aromatik』、アルザス地方のカイゼルスベルグのホテルレストランでの調理経験がある。
- 夜は1組のみ対応。顧客は周辺の別荘に來ている方が多い。

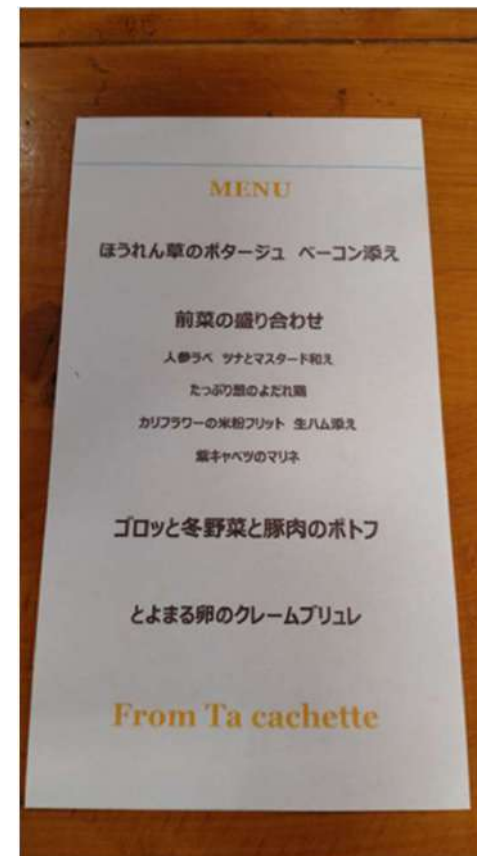


(4)コンテンツの検証 ②タ・カシェット (山武市)

コンテンツ概要



おまかせランチコース ¥2,500 (要予約)
『前菜+メイン+デザート』がベースのフレンチコース式



<https://sammu-nouhaku.com/about/23/>

(4)コンテンツの検証 ②タ・カシェット（山武市）

モニター参加者評価

- ☞メイン料理がややインパクトに欠けたものの、全般的には、非常においしかった。別荘地からの個人客がメインとのことだが、コーディネーターがいれば、海外富裕層向けでも、アドベンチャーやヘルスツーリズムでも紹介のしかたによっては、非常にポテンシャルのあるレストランだと思いました。（久保）
- ☞地域性が感じられず、個の取組のイメージのため、たがやす倶楽部と同様のイメージ。提供された食事の野菜のほとんどは、タ・カシェットの農園で取ったものだということだったので、せっかくであれば野菜を取ってからの食事の流れが価値が高まって良いと感じる。アグリ・フードツーリズムもしくはヘルスツーリズム的なテーマがマッチすると思われる。（橋本）
- ☞フランス人としての感想ですが、とても美味しかったです。懐かしい味で地元の料理のような味でした。野菜もたっぷり使って健康にいいランチでした。ドレッシングもいろいろな色で面白いです。ただし、インバウンドを考えると、基本的に日本料理を食べたい方がほとんどです。たまに、休憩として洋風の料理も食べたいのですが、都会にいる時位です。インバウンドよりは日本在住の外国人向けが良いと思います。（ジャド）
- ☞お料理はとても美味しく、定期的に変わる季節のメニューも嬉しいですね。場所もとてもきれいで、とても居心地がよかったです。（ノエミ）
- ☞2,500円で4皿、ボリュームやビジュアルも良くクオリティは十分。安すぎるかもしれない。サービスも個人のお客様への対応は問題ない。ピザ窯でピザ焼き体験ができるというのは秀逸である。人数もランチでは一定程度さばける。（次頁につづく）

(4)コンテンツの検証 ②タ・カセット（山武市）

モニター参加者評価

（づづき）改善点が多い。隠れ家的なレストランではあるが、生活感が出すぎているようにも感じる。ランチは一定程度のキャパシティがあるが、夕食が1日限定一組は、旅行商品としては成り立たない。裏の野菜畑は是非お客様に見せることをセットにしたい。（市川）

☞オーガニックレストランは、リピーター層、ファンの獲得の観点から、その価値をより発揮できると感じた。ランチのコースメニューについてはもう少し金額を上げて、メインディッシュに付加価値をつけても良いのではないか。居心地の良い空間で場の有効活用ができそうだ。野菜や卵は地元産に強いこだわりがあり、魅力的であるからこそ、メインディッシュに地域とのつながりや光るものがほしかった。房総ジビエがいつでも食べられるだけで魅力がつくと感じた。（青木）

展開の方向性：

☞食事の内容はフランス人モニターからも“地元の料理のよう”と高評価であったが、たがやす倶楽部と同様に、レストラン単独では地域性が見えないため、有機農法等の農業へのこだわりなど、地域のストーリーの中に位置づける必要がある。

☞“メインディッシュに地域とのつながりや光るものがほしかった”というコメントのように、地域性をいかに表現できるかがポイント。

(4)コンテンツの検証 ③守屋酒造 (山武市)

コンテンツ概要



➤ 地域で酒米が栽培され、酒造に適した水に恵まれた山武市には、4軒の蔵元がある。

➤ 守屋酒造は明治26年創業で130年以上の歴史を持つ。
100%千葉県産米を使った地酒「舞桜」を醸造。

➤ 酒蔵見学は、酒造りの杜氏が寝泊まりしていた「広敷」という部屋で、社長による解説から始まる。酒造りの行程、携わる食人さんたちの話、一升や一斗などの単位、「地酒」とはといった説明をお聞きする。
ユーモラスに参加者を巻き込む社長の話術はすばらしく、参加者の酒の知識に合わせて説明の内容を変えているようである。



(4)コンテンツの検証 ③守屋酒造（山武市）

コンテンツ概要



- 酒蔵見学。酒蔵コンサートが開かれるという入口近くの本倉を通り、大きなタンクのある倉などを、自由に質問をしながら見学。
- 見学後はショップにて試飲。ワンカップ1本から、オリジナルラベルの作成（無料）ができ、名前の入ったお酒を記念に作ることができる。当日その場で名前を伝えればすぐに作成してもらえる。

(4)コンテンツの検証 ③守屋酒造（山武市）

モニター参加者評価

☞店主の語りが非常に面白い。もう少し試飲の出し方を改善すれば、インバウンド向けにはポテンシャルがある素材。日本酒は、インバウンド向けには、興味ある外国人が多数いて、世界無形文化遺産にもなった。今後は、酒蔵見学はインバウンドでは非常に重要な位置付けになると思われる。同じく、ワインが無形文化遺産になったジョージアでは、ワイン試飲とワイン作り製法の紹介だけではなく、ジョージア家庭料理を提供するワイン農家が多数ある。将来的には、他のレストランとの提携も含めて、今後の展開に期待したい。（久保）

☞酒造りの工程説明も含め、日本の酒の説明という意味では、社長のお話上手も相まって楽しく理解できたが、九十九里のお酒という観点については100%千葉県産米以外は感じる事が少なかったように思える。

ラベルサービスはもちろん素晴らしく、社長もアピールはされたものの、それは企業としてのサービスの付加価値であり、地域特性の本質ではない。しかしながら、インバウンドには受けるだろうと感じた。「酒は百薬の長」という言葉もあるが、「日本酒の身体に良い飲み方」などアグリやヘルスをテーマとし、他のコンテンツとの組合せは可能性がある。（橋本）

☞歴史と日本の伝統文化について話があって面白かったです。（昔の電話番号、昔の酒の計り方など） また、伝統的な作り方を守っています。酒の作り方について分からない方だと、最初は分かりにくいと思いますが、丁寧に説明してくださったのでよかったです。日本酒に興味がある外国人が増えています。日本では酒蔵がたくさんあるので、差別化が難しい。守屋酒造の特徴は、ラベル作りです。お客さんが喜ぶし販売にもつながるのでいいアイデアです。シールを見せて買わせるのがいいです。（ジャド）

(4)コンテンツの検証 ③守屋酒造（山武市）

モニター参加者評価

- ☞ 一般的な酒蔵ツアーと少し説明の仕方が異なり、興味深かった。非常に幅広く試飲ができる。ラベルも楽しいアイデアでギフトとして私だけのボトルをもらえ非常に嬉しかった。（ノエミ）
- ☞ 守屋社長が説明。この方もエンターテインメント性に優れた人材。話の内容も極めて分かりやすいストーリーテラーである。1合・一斗・一石の説明などお客様と双方向性の話し方で、導入の説明は100点である。その後展開としての酒造の説明、そして最後にサプライズのマイネームの酒瓶のラベル。今まで説明を受けた酒造の中ではNo.1のプログラムかもしれない。成田A Pへ帰る午前中に、ここによるインバウンド客がいるのが驚き。
お酒のラベルに書いてある、本醸造・純米・吟醸・大吟醸・山廃仕込み・純米づくり・生酛造りなどの説明があるとさらに良い（紙を渡してもよい）社長が不在だとこのプログラムが成り立たない。最後のお酒を購入させるところに一工夫が必要。社長がいれば、ツアーの立ち寄りには個人客に十分に対応できるクオリティである。英語のラベルなどがあるとインバウンド客には、さらに受けるかもしれない。（市川）
- ☞ オリジナルラベルや説明を含めて、店主のホスピタリティの高さを感じることができた。また千葉県産の酒米を使うなど地産地消へのこだわりも理解できる。ノンアルコールの甘酒などを含めて、ソバークュリアスなニーズも取り入れられそうだ。地域内で守屋酒造の酒が飲める場所がないことが気になった。地域の飲食店で触れる機会があるとよいのではないか。（青木）

展開の方向性：

- ☞ 酒蔵はインバウンドにも人気のコンテンツで、守屋酒造の社長による説明や、オリジナルラベルづくりなどは高評価だったが、やはり、地域性が表現できていない。守屋酒造のお酒が飲める飲食店との連携や、地域の農業、人々の暮らしと絡めたストーリーなどが表現できると、より魅力的なコンテンツになる。

(4)コンテンツの検証 ④道の駅みよりの郷東金（東金市）

コンテンツ概要



➤ 東金市の新鮮な農産物や特産品の直売、植木の販売、地元の新鮮な食材を使ったレストラン、イベント広場などを備えた産業交流拠点。

➤ 「東金マルシェ」は、東金市近郊の朝採れ野菜に旬の果物、そして手造りの加工品などを取り揃えており、地域の物産品の全体像を把握することができる。



(4)コンテンツの検証 ④道の駅みのりの郷東金（東金市）

モニター参加者評価

- ☞野菜コーナーが非常に充実しているので、有機農法や無農薬農法などのコーナーを設けて、ヘルスツーリズム向けのアピールを強化していけば、もう少しアピール度があがる。（久保）
- ☞道の駅自体は地域の特産品や野菜も豊富においてあり、お土産購入にも適していると感じる。よって、訪問のタイミングは終盤が良いと思われる。ただし、どこかでBBQなどをする計画になる場合は、こちらで食材等を購入することも検討できる。売りの商品などを事前に知らせるなどの工夫も必要である。（橋本）
- ☞商品がたくさんあって、いいお土産を見つけられそうな店です。（ジャド）
- ☞旅行者が地元で生産され、土産物として売られているものを見ることができるよう、あまり遠回りでなければ、旅程に組み入れるのはいいことだと思います。（ノエミ）
- ☞千葉の道の駅はレベルが高いところが多いなかで、どう位置付けるか。一方で野菜も含めて多様な地域の食材との出会いを楽しむことができる貴重なスポットかと思う。野菜にしてもどんな違い、こだわり、調理法があるかなど手書きのPOPでみせるなど、ヒューマンタッチのエッセンスが欲しいと感じた。（青木）

展開の方向性：

- ☞来訪者にとっては地域の情報を知る拠点であり、農業にこだわる生産者が多い地域としての地域性を表現できる空間としての活用の方角性を検討すると、道の駅に求められる機能が発揮できる。

(4)コンテンツの検証 ⑤トレジャーサーフ ノルディックウォーク (横芝光町)**コンテンツ概要**

➤サーフレッスン、サーフスケート、サーフヨガ、ビーチでのノルディックウォーク等、九十九里浜でのアクティビティを提供。

➤水野氏はサーフィン全日本選手権の常連であり、ノルディックウォーキングやヨガのインストラクターも行っている。

➤クラブハウスは300坪の敷地に、30台分の駐車場、ショップ、男女別の更衣室とシャワー室、屋外シャワーユニット、ボード保管庫がある。車で10分ちょっとの場所にはヨガもできる室内スケート場、スイングボードなどを完備。

**<ノルディックウォーク行程>**

➤クラブハウス前でストックの持ち方、歩き方等の簡単な講習を受け、海までの防砂林の中で、ストレッチなど準備運動をしてスタート。防風林も野鳥などが多く、ウォーキングが楽しめる。



(4)コンテンツの検証 ⑤トレジャーサーフ ノルディックウォーク (横芝光町)

コンテンツ概要



- 防風林を出ると、見渡す限り人の姿は見えない九十九里のビーチが広がり、プライベートビーチ感が味わえる。
- 水野氏の九十九里浜の知識は非常に豊富で、こちらから投げかける様々な質問についてもプラスαで回答いただいた。
- 年々縮小していくビーチ、東日本大震災の影響、ウミガメの産卵、鮭の遡上の南限である栗山川での高齢化した漁師による保全活動など、ウォーキング自体は1時間程度の行程ではあったが、九十九里浜に関する多くの情報を歩きながらお聞きできた。



(4)コンテンツの検証 ⑤トレジャーサーフ ノルディックウォーク（横芝光町）

モニター参加者評価

☞朝食前の、ヘルスヨガのような位置付けで、ターゲットをしぼりノルディックウォークを楽しみ、日没後は、アドベンチャー志向、家族連れ、また受け入れ態勢が可能なら、修学旅行などのターゲットを軸とした、星を見ながらのスターウォッチ・ノルディックウォークなどは、割と誘致しやすいコンテンツかと思われる。都心から近い、星を美しく見られるポイントであり、かつ、夜のノルディックウォークという、あまり類をみない試みがキラコンテンツになるのでは。（久保）

☞今回のコンテンツの中では、一番地域特性が感じられた内容。海岸線からの眺め、犬吠埼の位置、東日本地震による影響など、山と海の恩恵を持って地域が営みを続けていけることをお話くださった。水野様の個人の人生と地域にかける想いなども旅行者としては話の価値として高いと感じる。事前の準備運動など、「健康」を意識した案内も多く、ウェルネス・ヘルスケア観点でのコンテンツとしても捉えられ、前述の食や酒との掛け算ができると良い。「自然と過ごす」「自然に帰る」「自然の恵み」などのコンセプトがマッチするイメージで「リトリート」をテーマとできるかもしれない。ヘルスケア観点では、肩甲骨を意識した準備運動からの砂浜ウォーキングは身体を強くするとともに、海沿いを歩くことで潮風を浴び、免疫力を高めることにもなり、波の音を聞くことでリラックス効果もある。星空観察も良いが、東海岸にあるため、日の出ウォーキングも良いと思われ、宿泊を促すこともできる。（橋本）

☞この砂浜はとても綺麗でした。視野が広く、人が少なく、貝もたくさんあって、普通の散歩でも気持ち良いです。ノルディックウォーキングという言葉を使うと、数時間、終日坂のあるところ、雪のあるところでハードルが高いハイキングとってしまいます。実際やってみたら、短くて簡単だったので、期待とだいぶずれました。インバウンドを考えると、ポテンシャルが低いと思いました。自分の国でもできそうな体験だからです。夜、星を見ながらビーチを散歩するツアーは面白そうです。（ジャド）

(4)コンテンツの検証 ⑤トレジャーサーフ ノルディックウォーク（横芝光町）

モニター参加者評価

- ☞ビーチと海はとてもきれいで清潔。海辺の散歩は気持ちよかったです。 スタッフはとても親切で、この地域のいろいろなことに詳しくでした。（ノエミ）
- ☞水野さんも素晴らしいガイドである。今回出会った中では一番親しみやすいガイドであった。プラタモリのプロデューサーが述べていることであるが、その土地を紹介するのに、万人に伝わる場所から始めるのが良いと解説している。九十九里に行くというイメージではやはりまず最初に海を見せることが必要であり、その意味ではこの海岸を歩くプログラムは、適切だと思われる。プログラムはノルディックウォークの説明の導入があり、歩き始めて海が眼前に現れる展開に続く流れは非常に良かったが、残念ながら、このウォーキングにはクライマックスがなかったのは、はなはだ残念である。星を見させる（雨天時の問題はあがる）あるいはゴールにコーヒーを用意する、往きは説明で折り返しはごみ拾いなどのエコ活動などのアイデアも含め、いずれにしてもクライマックスの工夫が必要である。ターゲットは都心のファミリー層。（市川）
- ☞ヨガの要素を含めて、からだづくりの観点で話をいただいたことが好印象だ。一般的なノルディックがもつスポーティーなイメージだけでなく、だれもが参加しやすい健康のポイントを押し出したメニューがほしい。銚子からの観光動線を考えた時に、どの時間帯にどんな体験を提供するかという点で考えてみたい。銚子の宿泊客がチェックアウト後にくるなら、ランチとの組み合わせ、その前に立ち寄るならサンセットなど。（青木）

展開の方向性：

- ☞今回モニターツアーで検証したコンテンツの中では、最も九十九里を感じ、知ることのできる＝地域性が伝わるコンテンツであり、アドベンチャーツーリズムの素材としても非常にポテンシャルは高い。
（ただしクライマックスなど演出面での検討は必要）

‘4)コンテンツの検証

⑥サンライズ九十九里／はまゆう 九十九里の食提案（九十九里町）

コンテンツ概要



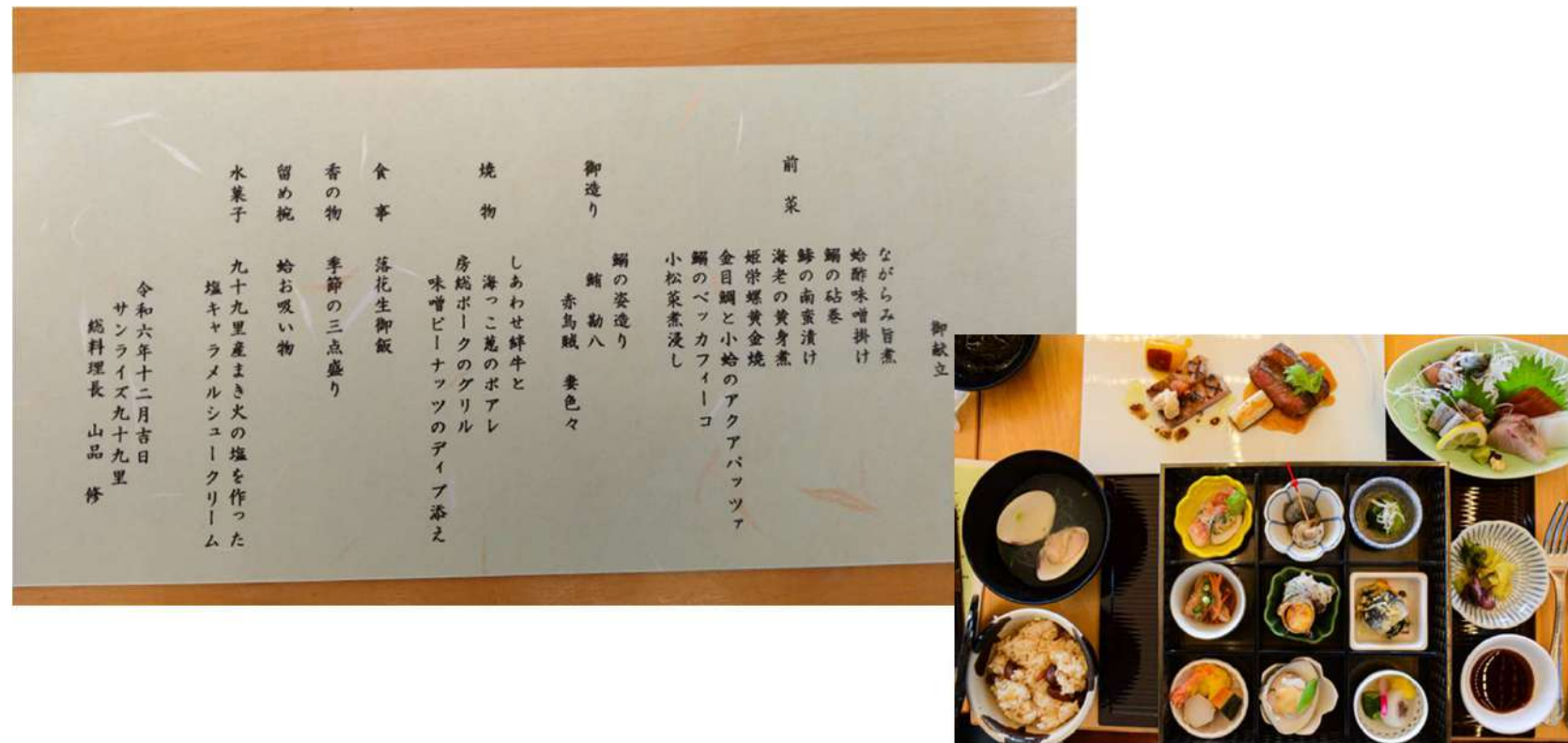
- 九十九里の「食」として共通してイメージできるものが少ないことが、九十九里の観光における大きな課題といえる。
- 今回は、サンライズ九十九里のレストラン「はまゆう」に協力を依頼し、和食の総料理長と洋食の副料理長に九十九里を語ることのできる食の提供を想定したランチメニューを考案いただいた。
- 一定時間での食事を想定したランチということで、セットの形で提供であるが、コースとしての提供も可能。
(5,000円を想定)



(4)コンテンツの検証 ⑥サンライズ九十九里／はまゆう 九十九里の食提案（九十九里町）

コンテンツ概要

- 食材は九十九里に馴染みのあるものを使用し、蛤、鰯等の馴染みの海鮮の他、山武地区の「しあわせ絆牛」、九十九里地域に生産者の多い「房総ポーク」や、「九十九里産まき火の塩を使った塩キャラメル」など、地域性を詰め込んだ内容。



(4)コンテンツの検証 ⑥サンライズ九十九里／はまゆう 九十九里の食提案（九十九里町）

モニター参加者評価

- ☞とてもおいしかった。値段に関しては、提供の仕方を考えると、やや割高に感じたが、そこを改善していけば良い素材。その他、座席の配置や仕切りなどで個室間を演出すれば、より一層満足度はあがる。青森の深浦は、地域のいくつかのレストランで、地域振興のため、深浦マグロステーキ丼をまったく同じ内容で提供している。サンライズ以外のホテルでも、このメニューを提供することができれば、地域としてブランドアピール化がしやすいかと思います。（久保）
- ☞地域で獲れた食材を意識した非常に美味しい食事だった。ボリュームも多く、ランチではなく、お酒も合わせたディナーとしても活用できる。食事前に、斎藤氏の農園や守屋酒造を体験し、その内容を踏まえた食事までの流れができると、ガストロノミーの流れもできる。（橋本）
- ☞食が豊かで美味しかったです。いわしも美味しかったです。ベジタリアン対応だと何を食べられるか気になります。ランチより夜でも良いと思いました。綺麗な盛り付けでした。（ジャド）
- ☞ランチの盛り付けはとてもきれいでした。シェフが地元の旬の食材をふんだんに使っていて、シェフが説明に来てくれたのも嬉しかったです。全て美味しかったです。（ノエミ）
- ☞味は言うことなし。料金もかなりリーズナブルだと思う。
基本的にはフレンチなのだが、メニューの見せ方が和洋折衷を感じさせるようになっており、中途半端な雰囲気を出してしまう。前菜のオードブルはつまみとしてもとてもクオリティが高いので、和食的な見せ方は避けたい。フレンチならやはりギャルソンにメニュー説明をしていただくことが必須なので、そのような流れを入れてほしい。
九十九里を代表とするいくつかの特産物を必ず組み込むメニュー構成にしていく。（市川）

(4)コンテンツの検証 ⑥サンライズ九十九里／はまゆう 九十九里の食提案（九十九里町）

モニター参加者評価

☞ 九十九里のイメージを大きく拡張するさまざまな素材を満喫することができた。幕の内弁当的に見えるところを、旅行者にどうやってインパクトを残せるのかがポイントではないか。何を食べると人に推薦できるのかと考えた。イワシのうまさ、きわだっていた。ここでしか食べられない、ここから食べられる、というイメージを醸成できる光り輝くアイコンがほしい。ホテルのメニューなのか、地域の新たなご当地グルメなのかによって持っていくかは異なると思う。(青木)

展開の方向性：

- ☞ “九十九里のイメージを大きく拡張する”というコメントのように、今回の試みで九十九里の様々な素材を活用した食の提案が可能なのが確認できた。
- ☞ 内容についても高評価であったが、今回のモニターツアーで訪問した、たがやす倶楽部等の地域の野菜、守屋酒造等の地域の酒などとの組み合わせや、地域の歴史・文化、人々の暮らしの中での食などをストーリーとして表現したい。

(4)コンテンツの検証 ⑦ CHOSHI KAYAKS (銚子市)

コンテンツ概要



※強風により催行できなかったため、(株)TKS代表取締役の田村氏より、アクティビティの内容、運営体制等について説明をお聞きした。

- 九十九里のスタート地点、屏風ヶ浦を海から見る事ができる海上散歩。屏風ヶ浦の断崖絶壁は大地の隆起で地中の地層が持ち上げられ荒波に削られて現れた圧巻の光景。ツアーでは安定性の高いカヤックに乗って地球の歴史と自然を感じることができる。
- 安定したカヤックとよりスピードの出るサーフスキーのパドリング体験があり、サーフスキー経験者には、海岸沿いを10kmほどパドリングする上級者コースもある。カヤックによる1時間のパドリング体験は、3,960～4,510円(季節により変動)
- スタッフはライフセイバー資格保有者で、ライフセイバーたちにより始められたアクティビティ。
- 最高人数は20名までで、受付・説明・パドリングを併せて1.5時間。パドリングの時間は40分程度だが、大半の方はそれで満足している。
- スナメリ（イルカ）には高い確率で会える他、海ガメが呼吸で顔を出すこともある。ガイディングは客に合わせて説明をする。ジオパーク、しょうゆ工場の香りやキャベツの香ばしい畑の香りなどの説明をすることもある。
- ホテルなどで着替え、ホテルで解散するようなプログラムができればよいと考えている。

(4)コンテンツの検証 ⑦ CHOSHI KAYAKS (銚子市)

モニター参加者評価

- ☞ポイントとしては、安全性は高いと思われる。スタッフが全員ライフセーバーの資格をもったカヤックツアーは数少ない。アドベンチャーという観点からは、安心、安全をうたい、日本国内および海外富裕層向けにアピールできるのでは。ただし、着替え場所や飲み物サービスなどいくつかの改善点が必要。また中止になった時の代案も自治体を含めて検討が必要。（久保）
- ☞純粋にアクティビティを楽しむためのサービスのため、地域のコンテンツとして売っていくには厳しいと感じる。内海の海岸については活用方法の可能性はあると感じ、近隣の宿泊施設を拠点として、屏風ヶ浦を背景としたカヤックや海岸でのBBQなど検討できればその周辺エリアのコンテンツとしての可能性はある。（橋本）
- ☞残念ながら体験できませんでしたが、海岸が綺麗だったので、海岸沿いでよさそうなコースだと思いました。ただし、コースの目的がないので、他のカヤックコースより関心が高くないと思いました。（ジャド）
- ☞ロケーションは美しい。（ノエミ）
- ☞シーカヤックに乗れなかったのは大変残念である。シーカヤックは天候にかなり左右される。催行率は70%ということでもかなり高いらしい。夏まではそれ以上だったということで、地勢的にシーカヤックを漕ぎだす場所としては理想的なのかもしれない。屏風岩の間近に行くとどうなるのか屏風岩は以前にもっと南のほうで見たが、このようなジオ的な場所は10分も見れば飽きてくる場所である。このシーカヤックのメンバーは、ライフセーバーで構成されているのは相当な安心感である。ファミリー層向け。天候に左右されるのはアウトドアでは仕方ないこと。着替えをすることがないのはいかがなものか。（市川）

(4)コンテンツの検証 ⑦ CHOSHI KAYAKS (銚子市)

モニター参加者評価

☞ 気象面については致し方ないと感じる。屏風ヶ浦を海から見ることは確かに魅力的であるが、売り出し方が難しい。とことんカヤックの初心者を意識して、誰もが安全に簡単にできるなどにこだわったらよいのではないか。子どもでも高齢者でも体力がなくてもできるなどの売り出し方で差別化はできないか。(青木)

展開の方向性：

- ☞ ロケーション的にはインパクトがあるアクティビティであり、スタッフが全員ライフセーバーの資格をもったカヤックツアーという点もアピールポイントになる。
- ☞ ライフセーバーたちによる運営ということで、宿泊施設を軸に送迎を加えたコンテンツなどへの展開は難しいようであり、地域としての検討が必要。

(5)コンテンツの組み合わせ

今回検証を行った個々のコンテンツは、それぞれが九十九里エリアのアクティビティ、農業、食などの魅力を十分に伝えることのできるものであり、それらをアグリ・フードツーリズム、アドベンチャーツーリズム等の考え方で繋ぎ合わせることで、宿泊を伴うプログラムの提供が可能である。特定地域でモデル造りを行うことで九十九里エリアの各地域での展開が期待できる。



<https://loof-inn.com/hotels/sannoie/>