**アンケート集計結果**

Q1　内容について

①　セミナーの内容について理解できましたか？

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1　全く理解できない | 0人 | 0％ |
| 2　理解できない | 0人 | 0％ |
| 3　普通 | 3人 | 6％ |
| 4　理解できた | 18人 | 38％ |
| 5　よく理解できた | 27人 | 56％ |

　②　一番印象に残った内容は何ですか？

・アドベンチャートラベルの概念、考え方、事例

・欧米は来てほしいAT旅行者の具体的なイメージがしっかりとできている事

・AT市場の潜在的な成長率と顧客の具体像

・北海道、ハワイの取り組み→世界の観光の流れ

・観光を推し進めるだけではいけないことを知りました

　持続可能な取り組みをしていくことが重要であると知りました

・文化、自然に理解ある層の観光が主流になること

・アドベンチャートラベルのマーケット規模を初めて知った

　ストーリー性をどう持たせるのか

・海外の動向。地域のストーリー。持続的につなげられるようにしていく仕組みづくり

・旅行商品のストーリー作り

・地域のストーリーを伝える旅行商品の必要性

・アイヌがテーマの柱

・海外のツアー商品が、長期間・高単価が主流なこと

・ハワイの話であった観光は今後の世代に伝えていくための手段であるという話が印象に残った

・観光産業の本質について

・持続可能な取り組みで無ければ本物にならない、旅行者に見抜かれるということ

・ATはSDGSだということ

・数日のツアーが今後売れるということ。できれば日本人がそういうツアーに行けるようになってほしいと思う

・トスカーナの映像　　・住民と観光客　　・サスティナブルツーリズム

・最後のハワイの動画

・北海道のAT観光地化に向けた取り組み

・海外でアドベンチャーツーリズムは昔から人気であった点。日本は遅れているとわかった。

・地域の文化を伝える、体験すること　→　観光客のニーズ

　地域の文化を守り、後世に伝えること　→　地域のニーズ、責任

・欧米高学歴者、高所得者のマインド、動向

・アドベンチャーツーリズムにおける旅行商品のストーリー作りの話について。北海道の阿寒湖を交えた話。演出の重要性

・アドベンチャートラベルの事例紹介。インバウンドが何を欲しているかを説明頂いたこと

・観光政策を観光の本来の目的をしっかりと位置づけたものに合わせ、転換する必要があるということ

・自然、文化、アクティビティの3つの要素

・広域での取り組みの必要性

・マーケティングコストのかけ方、優先性

・欧米の旅行者の方が求めている体験価値について

・自然、文化、伝統をいかに観光として付加価値をつけていくか

・北海道ではアイヌ文化を外国人観光客の体験ストーリーに仕立てているという点

・経済産業省のファムトリップの取り組みが、良い取り組みで、高知県でも実施できれば世界の発信に繋がると思った

　観光客数より質の高い旅行の提案をしていく試みは重要

・日本に多い3～4時間の体験プログラム以外に、長期間高価格のものも求められていること

・達成感に繋がる【Experience】の演出の多様性

・ハワイの動画。旅行業に働くものとして、以前より感じていた課題です

・観光客数を増やすだけではなく、いかに持続的な発展につなげるかということ点が課題があるということには共感でき、印象に残っ

　た。クルーズ客が相対的に多い高知はなおさらだ。

Q2　進め方について

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1　短すぎる | 0人 | 0％ |
| 2　やや短い | 6人 | 13％ |
| 3　適切 | 34人 | 71％ |
| 4　やや長い | 6人 | 13％ |
| 5　長すぎる | 2人 | 4％ |

　①　内容に対しての総時間は適切でしたか？

　②　進め方や情報量はいかがでしたか？

・新たな切り口で、理解に時間がかかった

・適度　　・よくまとまっていた　　・すごいわかりやすかったです　　・丁度良い

・講話は非常に分かり易かった。情報量が多いので、手元資料がもう少し多くてもいいのでは？

・資料にない部分が多かった。進め方はわかりやすかった

・とても勉強になった

・映像を変えてわかりやすかった

・スライドのみのものについて少しわからない部分もあったので、情報量は少し多いと感じた

・テンポよくPR動画も入れており、わかりやすかった

・分かり易く、1時間にしては適量

・途中に映像を流すなど、緩急があってよかった

・初めての話で情報が多かった

・情報量が多いのに、山下さんのトークに聞きほれました

・スクリーンは見えないので、全てのペーパーがほしい

・説明も上手で聞きやすかった

・もう少し時間をかけ、詳しく説明して頂きたかった

・観光業でないため、一部専門用語がわからなかった。様々な最新の情報を聞けてよかった

・情報量が多く、もう少し長い方がいい。動画の紹介はどのような体験を欧米旅行者が求めているかのイメージが伝わってよかった

・もう少し色んな事例を聞きたいとおもった(北海道、沖縄、ハワイなどのメインどころばかりではなく、少し地方の事例もあれば)

・経験を交えた解説、説明で情報量は基より、説得力があった

・日本の観光振興を考える上では適切な情報量であったが、高知県の観光振興を考える上では少し情報量が足りなかったと思う

Q3　実務での活用について

　①　セミナーを通して今後の体験型観光推進に活かせると思った内容は何ですか？

・仁淀川

・今あるものを活用する施策（鳥取砂丘のパラセイリングなど）

・独立している個々の要素をいかにストーリーでつなげていくか

・何を体験してもらうのか

・ストーリーの作り方／短時間、半日→2泊、1週間等長期化していること

・“自然がある”という点においては、高知県はいい土地だと思う

・地域でストーリー性を持った体験、経験に繋げていく

・地方だからこその経験、体験の提供

・世界的な視点でのニーズや流行を学ぶことができたこと

・旅行商品にストーリーを付加すること。観光振興＝地域文化の保護につながること

・アドベンチャーツーリズムが世界の主流になりつつあるということは、今後に活かしていけると思った

・高単価、高付加、ストーリーが大切ということがわかった

・まだまだ先のこと。多くの意識改革が必要

・地域の肝となるストーリーをしっかり考える

・ガイドも持続的な観光地を作り上げなければいけないこと（ペットボトルなどを持たず、リユースできるものを使う等）

・サスティナブルツーリズム

・取り組みのプロセス、阿寒アドベンチャーツーリズム、トスカーナ

・誘客するマーケットの選定

・AT旅行者のプロフィール像

・食とウォーキングなど体験を組み合わせたプログラム

・アドベンチャートラベル商品に盛り込む事例について。旅のストーリーを作る必要性について

・高知県ではアドベンチャートラベルは十分に展開出来ると感じた

・高知県ならではの自然体験コースを設定したい

・インバウンドの発想は、アウトバウンドの企画にも取り入れることが出来るとおもう

・海外の取り組みと同じ内容で、高知でできるものが多いと感じた

・ATの先進地、北海道をみて学んできたい。SDGSを軸にした観光の重要性

・SDGSとベクトルを合わせた取り組み、プロジェクトが必要

・現在ある資源、文化の見方の角度を変える必要がある。外国目線、若い方の目線を取り入れたい

・高知県には体験型も豊富なので、セミナーで話されていた地域にも負けない素材もあると知り、可能性を感じた

・山、川、海、景観、アクティビティなど、整備は必要かもしれない

・高知にあるストーリーをいくつか明確にすること

・漠然と売り込むのではなく、【非日常性】とストーリーを合わせて売っていくべき

・高知にとってATは親和性は高いと思う。コンテンツ作りはすぐ取り組めるでしょうが、個々に進めるのではなく、全体をデザイン

する事からスタートする必要性を感じた

・高知の広域観光を変える契機になるかもと思った

　②　現在すでに体験型観光に関して取り組んでいることがあれば教えてください

・具体策としては取り組んでいるが、個別の観光になっている

・県として、自然＆体験キャンペーンの推進

・勉強中です

・体験型観光プログラムの造成を通じた人材育成

・単独のアクティビティ商品は、それぞれのDMOの中に参加型商品として存在している

・Facebook等のSNSでの発信

・高知のソフトアドベンチャーを家族とともに楽しむ

・よさこい踊りの体験

・高知県、南国市、香美市、香南市と一緒にものべ流域でストーリー性のある観光に取り組んでいる

・釣り体験

・自然＆体験キャンペーンを実施している中で、旅行会社向けやメディアでの発信がされている

・まず既存のものを体験して、国内の旅行会社にPRしている

・自らが体験（ラフティング等）

・県立自然公園梶ヶ森でのトレッキングの造成、サスティナブルツーリズムに向けた観光戦略の策定

　③　現在体験型観光を推進する上で課題に感じていることはなんですか？

・人材育成

・合意形成

・ツアー内の各プログラムのガイドスタッフの確保

・ストーリー性の持たせ方。誰がどのように売るのか、そしてだれがどのように儲けるか仕組みづくりが肝要と思った

・地域での連携、施設やガイドの担い手不足

・高知県がどのように他地域と差別化することができるのか

・観光地の現地住民との協働

・シーズンによっては体験することができないものもあり、年間を通してどう運営していくのかが難しいと感じている

・ターゲットの明確化とプレイヤーへの共有

・日本人が外国語に対応できていないこと。ガイドがボランティア頼みになっていること

　稼げるガイドが必要だと思う。高知市内のゴミが結構多いこと

・既存の観光資源を新しい体験の場にしていくための担い手不足

・認知度の向上

・自然＆体験コンテンツは数多く揃っているが、ストーリーが確立されていない

　DMOの組織は存在しているが、DMOの組織がまだ活動しきれていないと思っている

・交通手段

・まずは観光客を迎える前に、地元の人間が高知でできるアドベンチャーツーリズムを知ること

・マーケティングと投資先の変更。交通と人。個々のプログラムのブラッシュアップをサポート

・いかに多くの外国人に来てもらえるのか。そのためにはストーリー化が重要だと思った

・ガイドなど、サービス供給者について、どのような人がどのようなサービスを行っているのかが見えづらい

　天候不順時に代替商品をどう対応するか

・点を線につなげ、滞在型の観光

・ガイドの養成プログラム

・安全面、アクセス面など。日本人にもう少し目を向けたい。日本人、アジア人は欧米に比べアクティビティ力が低い

　ATの影響を日本人へも発信できればよいと感じた

・高知のオンリーワンである魅力がうまく露出できていない

・旅行会社として商品化する上で、自然・体験型についてはリスク対応を中心に、契約制度の障害にあたることがおおい

　事業者側は旅行会社で商品化するために必要なことの認識に課題がある

・各地域にいい素材はあるが、点で携わっていることが多く、国内ニーズにおいても弱い。交通インフラが整っていない

Q4　その他

　①今後開催してほしいセミナー等のご要望はありますか？(興味のあるテーマなど)

・新たな観光ビジョンの実現に向けて、どのように地域社会の間で利害調整を行うか

・世界的に有名な都市における体験型観光の実状と、マイナーな都市の体験型観光の比較

・高知観光のワークショップ。初めて高知県に来た人をどこに連れて行けばいいのかの会議

・海外におけるガストロノミーツーリズムの現状

・高知県のアドベンチャーコースを知りたい

・高知県へ特化した提案、提言をしていただきたい

・ストーリーの作り方、発掘の仕方、興味をもたれるストーリー

・日本人の考える、日本の観光の将来性とあるべき姿

・サスティナブルツーリズムの戦略事例