

モデルツアー参加者からの助言

モデル的に策定したツアー（モデルツアー）を試行して、外部からの評価や助言を得る手法に「ファミトリップ」「モニターツアー」があります。このうち、「ファミトリップ(Familiarization Trip)」は旅行業界関係者やメディア関係者を対象とした試行的な旅行であり、消費者モニターを対象として実施する旅行は「モニターツアー」と呼ばれています。

ファミトリップは、取組段階に応じて、適切な目的を設定することが大切です。本事業のように新たにモデルツアーづくりに取り組む地域では、「企画の構

想段階」から始めて専門家等のアドバイスを得ながらツアーの内容を磨き上げていきます。

企画が完成した後に、こうしたモデルツアーを行い、助言や感想を得ながら、さらにツアーの内容を修正・拡充していきます。こうした試行段階を経て、広く商品を販売する段階に移行すると良いでしょう。メディアを通じた発信（パブリシティなど）を促すことで、ターゲットへの発信力やオンライン販売サイトへの導線を強めたり、旅行会社との商談を通じて新たな販売チャネルの開拓を目指したりします。

図表：旅行ツアーの試行(モデルツアー)の形態

旅行ツアーの試行(モデルツアー)	●ファミトリップ(ファミツアー) 旅行業界関係者やメディア関係者を対象としたツアー
	●モニターツアー 消費者モニターを対象として実施するツアー

図表：取組段階とファミトリップの目的、参加者の役割

取組段階	ファミトリップの目的	参加者	役割
企画構想段階	○企画や地域資源について、旅行業界関係者やメディア関係者のアドバイスを得ること ○実践者や企画者、案内人(ガイドなど)の動機づけを高めたり、受入の練習をすることなど	○当該地域資源への理解が深い旅行会社・メディア関係者 ○ターゲットとする地域の市場への理解が深い旅行会社・メディア関係者	講師 アドバイザー
企画完成段階	○商品を効果的に発信すること(ターゲットへの周知強化、販売サイト等への導線強化) ○新たな販売チャネルを開拓すること	○ターゲットとする市場に強い影響力を持つ旅行会社・メディア関係者	情報発信 商談

(1)ファミトリップ(旅行会社・メディア関係者)

本事業では、旅行会社やメディア関係者を対象としたファミトリップを開催しました。本事業における各所の取組段階は、前項における「企画構想段階」に当たることから、旅行会社とメディア関係者からアドバイスを得て資源の磨き上げの視点を得ること、地域での受入の試行を目的に据えました。

図表：「やまなし歴史の道ツーリズム推進業務(令和2・3年度)」ファミツアーの概要

目的	「やまなし歴史の道」ツーリズムの魅力や可能性について、旅行会社や出版社などの専門家からアドバイスを得て、資源の磨き上げ・強化につなげること
行程	令和3年11月4日(木)～11月5日(金)の1泊2日 ○1日目:大月駅(集合)⇒【富士道(谷村路)】富士見橋・機屋見学⇒御師宿坊の街並み⇒昼食(吉田のうどん)⇒【みのぶ道】身延山総門～三門～御草庵跡周辺⇒赤沢集落の街並み⇒甲府駅(宿泊) ○2日目:甲府⇒【棒道】棒道さんぽ⇒三分一湧水⇒昼食(ほうとう)⇒【秩父往還】甲斐の古道歴史公園⇒永昌院⇒窪八幡神社⇒清白寺⇒【甲州街道】勝沼ぶどう郷駅周辺⇒勝沼宿⇒宮光園⇒山梨市駅(解散)
参加者	県内旅行会社3社、首都圏旅行会社(県内支店を含む)5社、メディア関係者1社 延べ10名

ファミトリップを通じて、旅行会社とメディア関係者から多くのアドバイスを得ることができました。主に、次のような意見がありました。

<「道」の背景にあるストーリー>

❖小さな古い建物や昔の集落、一般的な観光ではなかなか注目されない寺社や資料館、道端の石造物、音風景など、道の背景にあるストーリー(物語、歴史)を知ることによって、新たな発見や気づきがあった。

❖ガイド・案内役のお話を通じて、背景にある物語や「もの」「こと」の価値への理解が深まった。案内役には、ガイド業を営むプロガイド、ボランティアガイドに加えて、お店の方や職人、寺社の僧侶、学芸員や研究者など、それぞれに個性的な魅力があった。

❖案内役による対応が難しい場合や、ガイド付きのツアー等に参加しない人に対して、セルフガイダンスアプリ、音声ガイド、ガイドマップ、パンフレットな



富士道：御師ガイドと共に御師町を巡る