

泉佐野市 生活産業部 まちの活性課 御中

**関空立国デスティネーション化推進事業  
広域周遊ルート調査業務委託**

**【報告書】**

2021.3.30

株式会社紀泉ふるさと創研

- 1.与件の整理 P3-4
- 2.調査実施概要 P5-6
- 3.調査報告サマリー P7
- 4.調査報告① マーケティング調査 P8-11
- 5.調査報告② 専門家等からの意見聴取 P12-22
- 6.調査報告③ ガストロノミーツーリズム モデルルート P23
- 7.調査報告④ メタ観光ストーリー P24-31
- 8.戦略概要 P32-36

# 1.与件の整理（仕様書より）

## ■業務目的

- ・泉佐野市、和歌山市及び和歌山県紀の川市との広域連携により、関空の対岸という地理的優位性と交通利便性の強みを活かしたエリアの魅力創出による観光客の目的地化と周辺地域への出発地あるいは中継地としての機能強化を図る。
- ・withコロナ・afterコロナ期を意識し、観光地域づくり法人（候補DMOを含む）が中心となり、滞在コンテンツの充実、広域周遊観光促進のための環境整備、情報発信・プロモーションといった、地域の関係者が広域的に連携して観光客の来訪・滞在促進を図る取組を持続的に実施していくための基礎となる調査・戦略策定を行う。
- ・翌年度以降の訪日外国人旅行者等の各地域への周遊を促進し、観光による地域活性化、ひいては市内の宿泊者数と平均宿泊日数の増加につなげることを目的とする。

## ■業務内容

### （1）マーケティング調査

国内観光客を主なターゲットとして、必要に応じてマーケティング調査を複合的に実施し、翌年度以降のインバウンドへの活用も見据えた取組の基礎資料となるデータ等の収集を行うこと。また、観光庁やJNTO等の既存調査のデータを活用したうえで、検証すべき仮説を設定すること。

- ・ICTを活用した訪日外国人旅行者の流動動態調査
- ・デジタルマーケティングを活用した国籍別ニーズ調査・分析
- ・各地域内の宿泊数調査
- ・外国人観光客満足度調査
- ・海外市場認知度調査
- ・観光消費額調査
- ・来訪・再訪意向度調査
- ・リピーター率調査分析 等

# 1.与件の整理（仕様書より）

## ■業務内容

### （２）専門家等からの意見聴取

観光に関する専門家や外国人（在日外国人を含む）からの意見を聴取し、**地域では気付かれていない新たな魅力や課題等の発掘、施策の提案**を行うこと。

### （３）ガストロノミーツーリズム構築予備調査

観光地域づくり法人（候補DMOを含む）がインバウンドへの活用も見据えた旅行商品の企画造成を行っていくにあたり、本市を出発地あるいは中継地とした広域連携によるガストロノミーツーリズムを構築するための予備調査を実施し、**日本遺産の連携やモデルルート、新しい食の魅力の発見・創出等の提案や課題等の発掘、施策の提案**を行うこと。

### （４）調査報告

（１）～（３）の調査報告書を作成し、市に対して**調査結果に関する説明**を行う。**サマリー版**も作成すること。

### （５）今後の事業展開の戦略策定

各種マーケティング調査結果の整理・分析を行い、本市における滞在コンテンツ、広域周遊観光促進のための環境整備、情報発信・プロモーションの現状を踏まえた**今後の事業展開の戦略とそれに基づく地域のアクションプラン案**の策定を行うこと。

### （６）業務完了報告

業務完了報告書を作成し、提出すること。

## 2.調査実施概要①

### 各データ、コンテンツ造成調査、専門家ヒアリング等から、ストーリー、戦略・実行案を策定

#### ■ 調査目的

- ①ストーリーの構築：観光スポットに関する**メタ情報**（歴史・文化等の背景に加え、聖地巡礼等の新しい価値や魅力を見出す複数の情報）を調査し、目的地として選んでもらえる魅力的な**ストーリー（物語）**を構築する。
- ②戦略・実行案の策定：**ストーリー戦略**、**観光ルート**の提案、SNS・生配信アプリなど新たなツールも活用した**プロモーション施策**など。

#### ■ 調査手法

- ①オープンビクデータの活用：RESASや観光庁・JNTOなどの公開されているデータから、検証すべき仮説を設定。
- ②専門家・外国人・関係者の意見聴取：**ヒアリング**形式
- ③コンテンツ造成調査：観光スポットでの**実態調査**（**メタ情報**の収集、**人気要因**等を観光客からヒアリング）により把握し、分析。
- ④各種データ・情報提供：地元メディア等から観光に関するデータや情報を収集。

#### ■ 調査報告

- 1.マーケティング調査：上記①②③④からデータを収集・作成
- 2.専門家等からの意見聴取：上記④から作成
- 3.ガストロノミーツーリズム構築予備調査：上記②から作成
- 4.ストーリー、戦略・実行案：上記①②③④から作成
- 5.調査報告：市への説明と上記のサマリー版を作成。

#### ■ 戦略とアクションプラン案の策定

- ・訪日外国人旅行者等の各地域への**周遊を促進**する。
- ・観光によって**地域を活性化**する。
- ・市内の**宿泊者数と平均宿泊日数の増加**を狙う。

#### ■ 調査期間

- ・2020年12月上旬～2021年3月下旬
- ・報告書提出2021年3月31日

関空発着 泉佐野市・紀の川市・和歌山市を巡る美食の旅（3泊）

1日目  
昼①大嶋ポーク・大嶋地局  
「カフェテラス空（くう）」  
昼②フルーツパフェ  
「観音山フルーツバーラー」  
夜③てっちり・クエ・割烹  
「ちひろ」

2日目  
昼④和歌山ラーメン  
「つらしま」  
夜⑤加太の鯛  
「いなさ」

3日目  
昼⑥泉州キャベツのお好み焼き  
「wind bell（風鈴）」  
夜⑦わたりがに専門店  
「松屋」

③ ④ ⑤ ⑥ ⑦

ガストロノミーツーリズム モデルルート

## 2.調査実施概要②

各データ、コンテンツ造成調査、専門家ヒアリング等から、ストーリー、戦略・実行案を策定

### ■マーケティング調査



RESAS、国土交通省データ他

### ■メタ観光ストーリー

#### 「修行の聖地・パワースポット」の犬鳴山で心身ととのえるプライベートツアー

【ヒアリング等から得られたメタ情報・仮説】  
 ・犬鳴山は修行者が最初に開いた修行道場まりの地・弘法大師が高野山開く前に唯一修行した場所という歴史に加え、M-1チャンピオンやオリンピックメダリストも参拝に来ているなど国内有数のパワースポット

【価値】  
 修行道場古の場所であり、豊かな自然や温泉のある犬鳴山エリアにて、修行体験などのアクティビティを通じて自然と向き合い心身ととのえ自らのエネルギーを充満する体験

【ターゲット】  
 ・自然体験に興味関心ある富裕層  
 ・日々仕事などで心身ともにタフな状況に置かれている富裕層（例：企業経営者）

【旅程イメージ】  
 (1泊2日ツアー)  
 <初日>  
 ・犬鳴山七宝堂参拝、猿除けお岩蔵王等参拝  
 ・犬鳴山にて山伏付き添いで約7時間のプライベート修行体験  
 ・犬鳴温泉街で温泉&サウナ（新設施設）での「ととのい体験」  
 ・山伏料理の夕食  
 ・七宝堂寺の「白雲閣」にて宿泊  
 <2日目>  
 ・山伏料理の朝食、『白雲閣』茶室にて茶道体験  
 ・日本道産にもなっている大木エリアの農村風景散策&農業体験  
 ・犬鳴温泉街で温泉&サウナ（新設施設）での「ととのい体験」  
 ・『観音山フルーツガーデン』にてパフェ  
 【料金】  
 ・1名10万円（上記ツアー代金）



修行体験（西の覗き）



修行体験（滝行）



白雲閣（外観）



白雲閣（茶室外観）



泉佐野市・和歌山市・紀の川市における観光スポットへの実態調査等から策定

### ■専門家等からの意見聴取



デービッド・アトキンソン氏・高橋一夫氏他、専門家・関係者 10名以上

# 3.調査報告サマリー

## コロナにも打ち勝つ観光コンテンツは、メタ観光ストーリーを軸に造成すべき

### ■マーケティング調査

- ・コロナの影響で関西空港の利用者は激減した。withコロナ・afterコロナに打ち勝つ観光コンテンツが求められる。
- ・コロナに打ち勝つ観光コンテンツを造成するにあたって、重要なキーワードは、「郊外」「アウトドア」「個人・グループ」。
- ・訪日外国人の消費の8割以上を占めるTOP3（①宿泊費②買い物代③飲食費）を重点的に観光コンテンツを造成し、経済効果を高める。
- ・地域への経済効果を上げるためには、宿泊費が多い（滞在日数が長い）欧米豪が好む観光コンテンツの造成が求められる。

### ■専門家からの意見聴取

- ・観光において一定の集積が必要という点から、3市（泉佐野市・紀の川市・和歌山市）でガストロノミールートを策定する意義はある。
- ・観光客の印象が「真正（リアルに本物）」だけでなく「演出された本物」も満足度は高くなる（下表参照）。
- ・メタ観光ストーリーは「真正（リアルに本物）」と「演出された本物」にあたる。
- ・内容的には「歴史的価値を経験させるもの」「自然的価値を経験させるもの」「ありのままの現実を経験させるもの」がある。
- ・「具体的にどう過ごせるのか」をわかりやすく伝えることが重要。

### ■ガストロノミーツーリズム

3市を巡る3泊のモデルルートを考案（後述）。

### ■メタ観光ストーリー

「修行の聖地」「泉佐野の日本一巡り」など、6つのストーリーを考案（後述）。

### ■次回調査への課題

- ・具体的な観光コンテンツ、ツアーの造成（関係各所への交渉・調整、スケジューリング等）
- ・モニターツアーの実施（ターゲットやメッセージの受容性、ツアーへの評価、料金設定等）
- ・戦略のブラッシュアップ（ターゲット選定、メッセージ開発、メタ観光ストーリーの深堀等）
- ・アクションプランの実行（コンテンツ・インフラの整備、各種プロモーション、キャンペーンビジュアルの展開等）

観光コンテンツの本物性			
	本物	偽物	
観光客の印象	本物	真正（リアルに本物）	演出された本物
	偽物	期待外れ	擬似・虚偽

## 4.調査報告① マーケティング調査

### オープンビックデータ、データ収集から考えられる仮説

泉佐野を含む泉南地域では、フライト利用の滞在者は多かったが、目的地化（地域での観光）が課題。コロナ以後は急激に落ち込み、とくに夜間（宿泊を含めた）滞在者を増やすことは極めて難しい状況にあるが、コロナにも打ち勝つ観光コンテンツを作ることができれば回復できる可能性はある。

#### 泉南地域昼夜間滞在者比較



- ▶ 泉南地域は関西国際空港を有することもあり、昼間滞在者が非常に多い傾向である。
- ▶ 昼夜間滞在者ともに2019年までは災害の影響を除いて増加傾向であった。なお、20年4月の滞在者は昼間2,563人(前年同月比-99.6%)、夜間2,397人(同-99.7%)と大幅に減少している。



出典:RESAS「外国人滞在分析」より各市町村の滞在者数を合算。

18

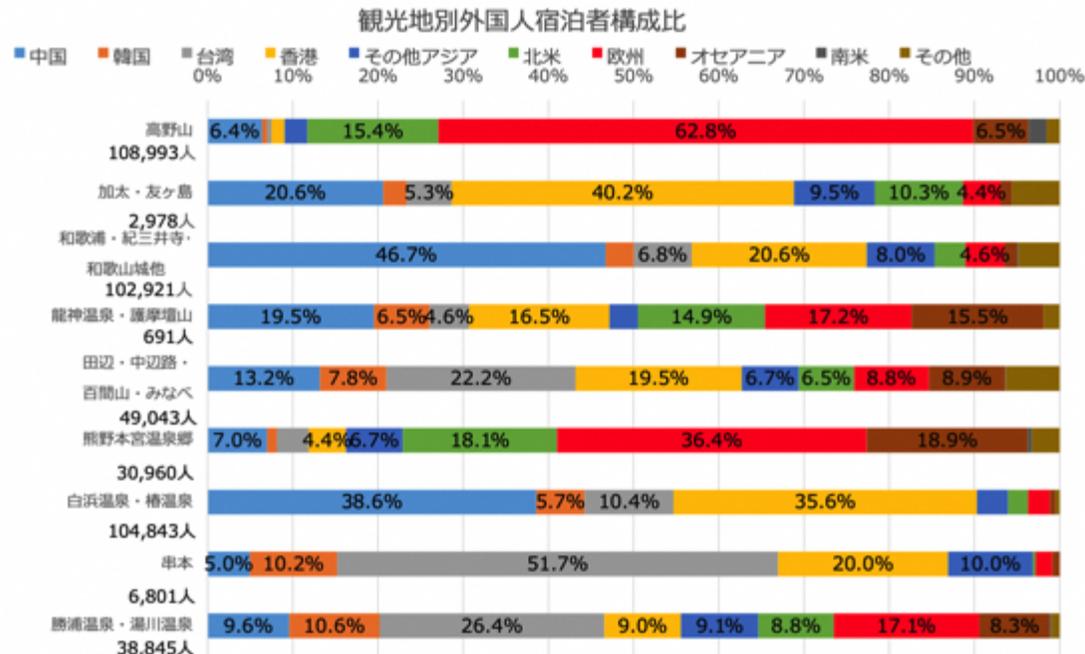
(出典: RESAS、国土交通省近畿運輸局)

# 4.調査報告① マーケティング調査

## オープンビックデータ、データ収集から考えられる仮説

和歌山市の各エリア（加太・友ヶ島、和歌浦・紀三井寺、和歌山城他）の外国人宿泊者構成比内訳は、アジア系が多く、北米・欧州・オセアニアが少ない傾向がある。北米・欧州・オセアニア（いわゆる欧米豪）が好む観光ツアーや、これだったら泊まりたいと思わせる宿泊プランの造成が課題と言える。

観光地別外国人宿泊者構成比



出典：和歌山県「令和元年観光客動態調査報告書」より筆者作成。  
 その他アジア：シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、インド、その他アジア 北米：アメリカ、カナダ 欧州：イギリス、フランス、ドイツ、スペイン、その他欧州 オセアニア：オーストラリア、ニュージーランド 南米：ブラジル、アルゼンチン

(出典：RESAS、国土交通省近畿運輸局)

## 4.調査報告① マーケティング調査

### オープンビックデータ、データ収集から考えられる仮説

訪日外国人の消費額 1位：宿泊費（30.8%）、2位：買い物代（28.4%）、3位：飲食費（24.2%）  
TOP3で8割以上の消費を占めており、これらを重点的にコンテンツを造成すれば経済効果が期待できる。

国籍・地域	【費目別旅行消費額】 (億円)							【費目別旅行消費額 構成比】(ヨコ計100%) (%)					
	消費額 総額	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他	宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域	7,034	2,164	1,699	713	455	1,997	6	30.8%	24.2%	10.1%	6.5%	28.4%	0.1%
韓国	419	136	127	37	26	92	0	32.4%	30.4%	8.9%	6.2%	22.0%	0.1%
台湾	1,072	332	246	102	70	321	0	31.0%	23.0%	9.5%	6.6%	29.9%	0.0%
香港	573	166	149	62	25	170	0	29.0%	26.0%	10.8%	4.4%	29.7%	0.0%
中国	2,385	582	513	185	170	932	3	24.4%	21.5%	7.8%	7.1%	39.1%	0.1%
タイ	301	82	68	38	11	101	0	27.2%	22.6%	12.7%	3.7%	33.6%	0.1%
シンガポール	100	37	25	13	5	20	0	37.2%	25.2%	12.7%	4.7%	19.8%	0.4%
マレーシア	92	29	20	11	4	27	0	31.7%	22.1%	12.3%	4.9%	29.0%	0.0%
インドネシア	107	33	21	16	9	28	0	30.8%	20.1%	14.6%	8.3%	26.1%	0.2%
フィリピン	107	30	27	13	5	32	0	28.2%	25.3%	12.2%	4.6%	29.7%	0.0%
ベトナム	293	107	81	21	16	67	0	36.7%	27.8%	7.2%	5.4%	22.8%	0.2%
インド	43	18	12	5	1	6	0	43.2%	28.4%	11.9%	2.1%	14.3%	0.0%
英国	101	41	25	16	8	11	0	40.3%	25.0%	16.0%	8.0%	10.6%	0.0%
ドイツ	55	25	14	8	2	6	0	46.1%	24.7%	14.5%	4.4%	10.2%	0.1%
フランス	78	30	18	11	7	12	0	38.0%	23.4%	14.2%	8.8%	15.7%	0.0%
イタリア	30	12	8	4	3	4	0	38.6%	25.4%	13.5%	9.0%	13.5%	0.0%
スペイン	21	7	5	4	2	3	0	34.1%	24.6%	18.1%	10.5%	12.3%	0.4%
ロシア	32	9	8	3	1	10	0	29.4%	25.4%	10.4%	4.7%	30.1%	0.0%
米国	444	185	124	58	24	53	0	41.6%	28.0%	13.0%	5.5%	11.8%	0.1%
カナダ	94	39	24	13	5	13	0	41.2%	25.9%	13.4%	5.7%	13.7%	0.0%
オーストラリア	338	128	88	45	40	38	0	37.7%	25.9%	13.4%	11.7%	11.3%	0.0%
その他	346	135	93	47	19	53	0	38.9%	26.7%	13.7%	5.4%	15.2%	0.1%

(出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」)

## 4.調査報告① マーケティング調査

### オープンビックデータ、データ収集から考えられる仮説

・他の観光収入が多い国と比較すると、日本全体として外国人1人あたりの観光収入が低い水準であることから（外国人観光客1人あたり約1,205ドルで世界第46位）、外国人富裕層向けのサービスや宿泊施設が不足しているのではないか。

（出典：UNWTO、『新・観光立国論』）

・日本遺産の中で、プレミアムな修験体験など、エッジの効いた観光コンテンツ（体験アクティビティ）について、詳しい紹介・わかりやすい参加方法を提示することで、高単価・高収益を得られる事業になるのではないか。

・コロナ禍による影響から、2020年のアウトドア市場規模は対前年比約4%増の約2,748億円と伸びており、三密回避のニーズが高まっていると考えられる。

（出典：矢野経済研究所）

※参考：アウトドア用品メーカーの『snowpeak』社の2020年度営業利益は対前年60%以上増加

・閑空マリーナの売上が昨年対比160%、レジャー目的の釣り船で友ヶ島水道が大混雑している状況などから、郊外での三密を避けられるアクティビティ（クルーズや釣りなど）が人気であり、集客のキーワードは「郊外」「アウトドア」「個人・グループ（知り合い同士）」で参加できることが決定要因と思われる。

・観光スポットに関するメタ情報は、オープンビックデータやパンフレットの中には少なく、多くは観光に関する専門家や地域の関係者の頭の中に潜在している。それらのメタ情報を掘り起こし、平易かつキャッチーな言葉で説明することで、一部のマニア（尖った趣味性を持つ人）には、大変支持される観光コンテンツに変わる可能性がある。

### 泉佐野市、和歌山市の特性

■ヒアリング先：大阪観光大学 観光学部教授 小野田 金司様

■日程・場所：2021年3月2日、大阪観光大学研究室にて

#### ■内容

- ・和歌山では「海の都」プロジェクトとして『マリーナシティ』、和歌浦、加太などのプロジェクトが動いていた。
- ・片男波はマリンスポーツのメッカ、秋葉山は水泳のメッカ。
- ・パワーボートなどの活用による船ツアーのススメ。ナイトクルーズや屋形船なども。  
→瀬峡（どろきょう）に活用されていない船あり。それを活用できる可能性あるのでは。
- ・南海電鉄社長のご実家が和歌山県内の神社。和歌山エリアの神社巻き込めると面白い。
- ・泉佐野はふるさと納税と観光をつなげる施策が有効な可能性がある。
- ・英語圏訪日外国人の集客設計、在日外国人インフルエンサー最大級のコミュニティを持つ『Tokyo Creative』社の代表と親交あり。『Tokyo Creative』社は2020年にインバウンド向けトラベル事業などを実施している『レッドホースコーポレーション』社グループに参画。『レッドホースコーポレーション』社は2014年よりふるさと納税支援事業も実施しており、「ふるさと納税×観光」の事例。
- ・マックアース社が箱館山で実施しているランプカフェの取組みは参考になる。
- ・外国人向けツアー事業だと、『KNOT WORLD』社が外国人向けプライベートツアー、フードツアーなどを実施している。
- ・和歌山大学では、大学院観光学研究科の社会人選抜の取組みもスタート。地域での観光人材の育成も重要。
- ・観光収入増加のためには「宿泊」がポイント。

### 和歌祭・和歌浦

■ヒアリング先：和歌山大学 紀州経済史文化史研究所 特任准教授（学芸員） 吉村 旭輝様

■日程・場所：2021年3月10日、和歌山大学研究室にて

#### ■内容

##### 【和歌祭】

- ・和歌祭は江戸前期に始まり、家康50回忌の時に縮小令。江戸時代の和歌祭の担い手は町民。廃仏毀釈により神輿がなくなるが、2年後に藩士の寄付で復活。
- ・貝塚の願泉寺、和歌山の御坊祭、田辺祭りは縁あり。
- ・祭りで用いられる面掛はハロウィンのものとして活用できる可能性あり。

##### 【和歌浦】

- ・もとは「若の浦」と呼ばれ、万葉集でも詠まれていた。和歌浦にある玉津島神社には詠歌上達の神がおり、歌枕の地として知られている。「和歌」という名前が入っていることから「歌人の聖地」として観光においてブランド化していける可能性はありそう。
- ・玉津島神社と住吉大社はそれぞれ和歌の神がおり縁あり。
- ・住吉大社→岬町は祭りの渡御ルートであった。
- ・和歌浦と徳島は縁があり、徳島の人形浄瑠璃がその象徴。
- ・泉佐野と淡路島は交流が盛んなエリアであった。
- ・和歌浦には根来の別当寺もあった
- ・東照宮は日光、和歌山をはじめ全国で300ぐらいある。
- ・秀吉の七回忌の祭礼も行われた歴史あり。
- ・「南海鉄道案内」という南海鉄道の戦略の一環で城下町から和歌浦に人の流れを呼ぶ動きがあった。

### 観光産業振興のポイント

■ヒアリング先：近畿大学 経済学部教授 高橋 一夫様

■日程・場所：2021年3月19日、ホテル日航関西空港にて

#### ■内容

- ・観光の「受け手」側の意識・リテラシーを育て観光消費が起きるような仕掛け・仕組みが必要。  
例：「忠臣蔵」と聞いて今の若者はどれぐらい知っているのか？  
そのためには単に観光ルートを開発するだけではなく、その土地の歴史や文化を知れる拠点施設などが必要。
- ・デジタルテックとトラベルテックは別物。トラベルテックには「旅前・旅中・旅後」の概念あり。
- ・観光産業を盛り上げるには「一定の集積」が必要。「メタ観光」が一過性でないという裏付けも必要。
- ・「メタ観光」というキャッチーな表現を使っても、一定の集積（コンテンツ）や宿泊施設・拠点施設などのインフラが必要。
- ・DMOは金銭の持続性、域内調達（例：泉佐野のタオル工場で若手社員が働ける場がある）が大切。
- ・田辺市熊野ツーリズムビューローがスポーツツーリズムに取り組んでいる。
- ・泉佐野は和歌山などの二次拠点としての方向を目指すのも1つの方向性ではないか。例として養父市は二次拠点の場所を目指している。
- ・観光の種類として、観光場面が歴史的に「本物か偽物か」、観光客の印象が「本物か偽物か」の2×2=4パターンに分類される。
- ・観光産業目線で考えると、観光場面が歴史的に「本物か偽物か」は重要ではなく、観光客の印象が「本物」と感じるような設計が重要。
- ・国内で参考になりそうなのは九州にある『三井三池炭鉱』、海外で参考になりそうなのは北欧スウェーデンの『ヴェリスラゲ』。

### 観光プロジェクト実行のポイント

■ヒアリング先：小西美術工藝社 代表取締役社長 デービッド・アトキンソン様

■日程・場所：2021年3月25日、オンライン（Zoom）にて

#### ■内容

・神社仏閣や歴史遺産や伝統産業などについて、多くの自治体が美しい映像や美しい写真を高額予算で作っているが、それだけではほとんど経済効果は出ない。どこの観光地も同じような美しい映像を見せるので、観光客にとっては何が素晴らしいのか分かりにくい。風景や建物の紹介ではなく、そこに行けばどのような体験ができてどのように過ごせるのかという具体的な紹介が必要。

例：農業体験&食体験であれば、「みかんを採ってジュースを作れる」など。

・過去の例として「出羽三山を山伏と歩く体験ツアー」で、具体的にどう過ごせるかを紹介して取り組んだらたくさんの観光客が来た。

・旅の演出やストーリー性が必要。「どこに行けば何があるのか？」をわかりやすく示す必要あり。

・ビジョン・構想を作るだけでなく、それらを具現化・実体化するための具体策を1つ1つ落とし込んでやる必要あり。

・「概念」をどうやって「実体」に落とし込むか、「いつまでに誰が何をやるか」のリストを作り、1つ1つ実現していく必要性あり。

・情報発信だけでなくインフラ投資もやっていくべき。国立公園など素晴らしい自然や景観があっても、快適に楽しめるインフラがないと行きたくない。または、行っても満足度が低くて良さが拡散しない。

・コース作りのために入口から出口まで繋ぐ交通インフラも重要。

・過去の例として「enjoy my Japan」という伝統と革新をテーマとした取り組みを実施した。

・『持続可能で環境に優しい』街というブランド創りをするなら、日本は世界でもゴミ排出量が多い国だということを認識すべき。そういう数字的な面の改善も必要。

・過去の取り組み例として、JR新幹線内でWi-Fiを通すことをしたが、ものすごく時間がかかった。

## 和歌山城、その他和歌山市にある歴史的建造物

■ヒアリング先：和歌山市観光協会 事務局長 谷口 敬哉様、学芸員 伊津見 孝明様

■日程・場所：2021年2月24日、和歌山市観光協会事務所にて

### ■内容

#### 【和歌山城について】

- ・和歌山城の二ノ丸は江戸城を模して建てられた。「大奥」は側室や奥女中の生活場であり、男子禁制で藩主以外は入れず、中奥との境に仕切堀があり「御錠口」と呼ばれる通路からしか入れなかった。日本で大奥があるのは江戸城と和歌山城（紀伊）、尾張藩のみ。和歌山城の表・中奥・大奥の配列は江戸城の本丸御殿に近い。
- ・城内にある「楠の切り株」箇所が当時の紀州の殿様がいらっしゃった場所。図面から推測するに、そこから見ると城が綺麗に見えていたと思われる。
- ・和歌山城には大手門が3つあった（一ノ橋門、京橋門、本町門）。
- ・桃の形の石垣がある。桃は魔除の意味合いがあり、桃太郎もそう。
- ・不明門（あかずのもん）は普段は使用されることのない城門で、抜け道であった。現在は跡のみ。
- ・転ぶと3年で亡くなると言われる『三年坂通り』がある。
- ・和歌山城の石垣の一部は墓石でできている。石が不足していたため。
- ・『するが櫓』という名前は徳川家の出身エリアから来ている。
- ・『岡口門』には金蔵が2つあったが、1837年頃、3千両（現在価値で約4億円）が盗まれる事件発生。2年掛かりで捕らえられた犯人は火破りの刑にされたが、真犯人だったかどうかは疑わしい。盗まれた要因の1つは藩主が城不在であり城内の警備が手薄であったこと。
- ・歴代の殿様の多くは、和歌山城に住まず養翠園など別邸を作って住んでいた。江戸生まれの殿様は江戸の環境を作りたがる傾向があった。
- ・第10代紀州藩主徳川治宝は「数奇の殿様」と言われ、建築や文化に造詣が深い。紀州藩士の子弟の教育義務化を実施し和歌山城下に医学館を開設し、人材育成に注力していた。表千家を庇護し9代目を養翠園に招き茶道を学んでいた。落雁も作っていた。城下町の駄菓子屋『駿河屋』がその歴史を継いでいる。

#### 【その他】

- ・現在の和歌山県庁付近に当時の刑務所跡あり。首切り跡など
- ・静火神社は元々山に鎮座していた。和歌山藩によって社殿再建された。
- ・浜宮神社は元伊勢であり、砂の上から布を引いて運ぶことが行われていた。
- ・龍神温泉は紀伊の殿様が湯治に行っていた場所である。

## 泉佐野市の歴史

- ヒアリング先：泉佐野市文化財保護課 課長 中岡 勝様
- 日程・場所：2021年3月2日、泉佐野市役所文化財保護課にて
- 内容

### 【食野家・さの町場について】

- ・食野、唐金、矢倉家は佐野浦で活動していた。  
大阪に繊維を送り、東北（秋田のにかほ）からは酒や米、北海道からは昆布、魚の肥料などを仕入れていた。
- ・江戸時代、さの町場は堺以南エリアで最も栄えていた。食野家は土地を買いまくり、大名貸もして岸和田藩の財元にもなっていた。  
西方寺にはおかげよせ跡が残っている。
- ・食野邸跡地である泉佐野市立第1小学校近くにあるたばこ屋の吉民（よしひと）さんは食野の分家。
- ・さの町場は紀州&熊野街道の街道町として栄えた。
- ・計画なき街であり、「勝手者」が多かった。なので今でも迷路のようなエリアになっている。
- ・方言「おいえ〜」は佐野弁。
- ・盆踊り『さのくどき』は食野家の庭で紀州藩の女性関係者を口説く際に踊られたのが起源。
- ・北前船の影響で瀬戸内エリアの文化が入ってきている。
- ・2と6の日の市があった。
- ・熊野詣でが衰退すると、佐野漁民が力を増し『佐野組』という大工集団が現れた。
- ・秀吉による雑賀攻め、紀州征伐によりさの町場も攻められた。

### 【九条家・九条政基・大木について】

- ・大木は隠れ里的な場所で、財産を隠す場所でもあった。上大木に石垣が多く、城があったのではという説がある。
- ・九条政基は日記に七宝瀧寺の縁起を書き写していた。
- ・上之郷は直轄地であり、当時の佐野の中心エリアである長滝の湧水開拓をしていた。
- ・新井家、土井家などが荘園コミュニティを持ち、里井家はタオルで発展。
- ・蟻通神社と紀貫之。
- ・榎井の合戦と塙団右衛門。
- ・泉佐野は下克上と凋落を繰り返している街でもある。

## 紀の川市の特性

■ヒアリング先：紀の川フルーツ観光局 南條 青志様

■日程・場所：2021年3月4日、紀の川フルーツ観光局にて

■内容

### 【紀の川市について】

- ・紀の川は吉野川の下流。吉野川、紀の川、和歌山港、友ヶ島を結ぶ川&船のツアーができる面白い。
- ・紀の川を代表するフルーツは、桃源郷で栽培される桃（あら川の桃）。  
他にもはっさく、柿、キウイなど。イチゴ狩りのピークは2-5月。
- ・めっけもん広場の年間売上高規模は約28億円。
- ・「食育のまち」作りを推進する機関として紀の川市食育推進会議があり、三國和美さんが会長を務める。
- ・農家と栄養士が中心になって取り組んでいる。
- ・世界初の全身麻酔手術に成功した華岡青州の生まれの地は紀の川市内。
- ・山伏と薬草、アロマ、ハーブを掛け合わせると面白いかも。
- ・紀の川市内のアウトドアスポーツは、『ユピーパラグライダースクール』が運営するパラグライダー体験、カヤック体験。
- ・パラグライダーはこれまでJRと連携をしていたが、今年度で廃止。
- ・パラグライダーの常連客は年配層が多い。一見さんは若い層が多い。
- ・カヤックについては、紀の川にいくつか水門があるため、水門間の距離しか一気に漕いで行けない。

### 加太・修験道について

■ヒアリング先：加太観光協会 会長 稲野 雅則様

■日程・場所：2021年3月4日、活魚料理店『いなさ』にて

■内容

#### 【日本遺産・葛城修験道について】

- ・加太・友ヶ島を第一経塚とする葛城修験道の開祖役行者は奈良時代に既に密教を断片的に広めていた。28章分の法華経経典を会得。
- ・過去の大人気マンガ『孔雀王』の主人公・孔雀は役行者の生まれ変わりという設定。
- ・役行者は光格天皇から「神変大菩薩」の称号を与えられている。これは人間以上の存在としての称号で他に例をみない。例えば空海は「弘法大師」でありあくまで人間としての称号。
- ・京都の聖護院(本山修験宗総本山)には専門の山伏がいる。若手の山伏さんが加太担当として加太エリアでの修験をサポート。
- ・聖護院は葛城修験(葛城二十八宿)と里山観光の適切な融合を模索している。加太はそのモデル地域として位置づけられている。
- ・修験道は天理教にも影響を与えている。
- ・役行者は「鬼」の夫婦(前鬼と後鬼)を従者のように従っていた。後鬼の子孫(西野氏)は今も紀の川市中津川に住んでいる。
- ・向井家は平安時代から迎之坊として修験者を迎えて接待する役割を担っていた。向井家と村上海賊は縁があり、加太浦と因島につながりがある。向井家を中心に、加太は友ヶ島を活用して海の関所として機能していた。
- ・加太ビーチにて「採灯護摩供」が定期的実施されている。「護摩」は空海がもってきたもの。

#### 【加太の伝統的漁業と魚がおいしい理由】

- ・加太の一本釣りは万葉集(奈良時代末期)にも登場する。千年以上も一本釣りへのこだわりを続けてきた全国でも例のない漁師まち。
- ・加太が底引網漁をやらないのは、海藻を傷付けずに残すため。持続可能性(SDGs)的考え方は現在まで引き継がれている。
- ・修験道の山を大切にす精神と海底の藻を傷つけない漁法の伝承、さらに南からの黒潮と淀川からの冷たい淡水がぶつかり合う位置にあることも手伝って、加太の海はミネラルが豊富で植物性プランクトンも多い。大阪湾全体の22.7%、和歌山県全体の13.5%の海藻が狭い加太海岸に集中している。このことが名物として知られる鯛やタコの美味しさにつながっている。

### 修験道・犬鳴山・七宝瀧寺について

- ヒアリング先：犬鳴山七宝瀧寺 管長 東條 仁哲様
- 日程・場所：2021年3月9日、犬鳴山七宝瀧寺の管長宅にて
- 内容

#### 【修験道・犬鳴山・七宝瀧寺について】

- ・ 聖護院、三井寺、青岸渡寺、犬鳴山が修験道の重要場所。
- ・ 犬鳴山には葛城二十八宿の第八経塚(七宝瀧寺鈴杵ヶ嶽 五百弟子受記品) があり、表ルート(初心者も登りやすい)と裏ルートがある。
- ・ 葛城修験は役行者が最初に開いた修験実践の場で、熊野修験より葛城修験の方が歴史が古い。
- ・ 筋肉あり体型がしっかりした役行者の像が犬鳴山にはある。これは役行者が一番最初に修行したのが犬鳴山であり、最も若い時であったため、体型がしっかりしている像があると考えられる。
- ・ 空海(弘法大師)が「修行」していたのは犬鳴山のみ。その後高野山へ行かれた。犬鳴山には修行中のお大師様の像がある。このような像があるのは犬鳴山ぐらい。
- ・ 高野山に犬鳴山の事務所機能を預けていたが、戦後戻ってきた。メディアでは高野山が大元でその後犬鳴山をはじめ各地に分かれたという言い方がされているがそれは間違いで、犬鳴山こそがはじまりの場所。
- ・ 七宝瀧寺の修験会館には、2階に障害者の方が作られた修験曼荼羅、3階にはなにわ七福神(四角に竜の絵、火事除け)がある。
- ・ 過去10組のM-1チャンピオンのうち7組が犬鳴山を訪れている。
- ・ スポーツ界でも犬鳴山を訪れる方が多い。パシュートやソフトボール等のオリンピックメダリスト、サッカー日本代表の長友選手など。
- ・ テレビや新聞の取材も過去たくさん来ていた。『エブリデイ』など。
- ・ フランス生まれの芸術家であるマーク・エステル氏が日本神話をテーマとする絵画を40点七宝瀧寺に奉納している。
- ・ 修験道が描かれている歴史伝奇ファンタジー小説『宇宙皇子(うつのみこ)』(角川書店)がある。修験者「役行者」こと役小角の弟子として、架空の人物「宇宙皇子」が、葛城山や金剛山で葛藤しながら成長していく姿を描く。
- ・ 不動尊は36箇所霊場がある。
- ・ 毎年10月3週に不動尊を祀る行事を友ヶ島で開催。「採灯護摩」、全盛期は200人以上の修験者が参加。一部の観音様は犬鳴山から。
- ・ 近鉄沿線沿いに役行者の霊場、生まれの地がある。
- ・ 鎌倉時代以降、三井寺は本山派修験道の根本道場として聖護院門跡は総本山として歴史をつないできた。
- ・ 東京の成田山や川崎大師はルーツを辿れば真言宗智山派の智積院、新義真言宗の根来寺である。関東の著名寺のルーツは近畿圏のお寺。
- ・ 四天王寺でキャンプファイヤーのような護摩が開催されている。

### 犬鳴山各施設について

■ヒアリング先：犬鳴山七宝瀧寺 齋藤様

■日程・場所：2021年3月30日、犬鳴山七宝瀧寺の白雲閣・修験会館にて

■内容

#### 【白雲閣について】

- ・白雲閣は縁のある修験者など一部の方々向けに施設をご利用いただいている（食事会・宿泊など）が、利用頻度は徐々に減ってきており現在は年に数回程度の利用で施設の遊休時間の長期化が進んでいる。
- ・現時点では旅館業法を満たしている施設ではないため、一般の方々向けに開放するには旅館業法をクリアできるような設備投資が必要。
- ・白雲閣の奥側には茶室があり、川のせせらぎの音が聞こえ山の緑豊かな景色が見える。
- ・施設の老朽化が進んでいるが、茶室の修復・温泉の設置などをすればハイエンド向け宿泊施設として活用できる可能性がある。

■ヒアリング先：犬鳴山七宝瀧寺 富士様

■日程・場所：2021年3月7日、犬鳴山七宝瀧寺にて

■内容

#### 【犬鳴山身代わり不動明王広場・癌除けお岩竜王について】

- ・『身代わり不動明王』様の左側のスペースの有効活用を進めたいと考えている。
- ・毎年、七宝瀧寺主催で関係者と秋田の玉川温泉湯治ツアーを開催している。
- ・秋田の玉川温泉と台湾の北投温泉でしか取れない北投石は放射性をもつ石で、癌治療に一定の効果がある。
- ・犬鳴山にある『癌避けお岩竜王』様を『身代わり不動明王』様の左側のスペースに移築し、その前に北投石をすり潰したものを敷いて座ってお参りできる場所をつくることで、心身ともに「癌除け」効果のあるスポットにする案を考えている。

## さの町場・大木エリアについて

### ■ヒアリング先：陶芸家 番匠谷 武様

### ■日程・場所：2021年3月14日、陶芸ギャラリー『陶変朴』にて

### ■内容

#### 【番匠谷様の陶芸活動について】

- ・30代後半で泉佐野市議会議員を務めた後、さの町場にて泉州地域ならではの釉薬を使った陶芸活動を開始。
- ・元NHK陶芸講師で、国際陶芸シンポジウムで講師を務める。韓国ソウルにある大学の陶芸学部客員教授も務める。
- ・犬鳴山をはじめとする葛城二十八宿、泉佐野名物の水なす、日本遺産である犬鳴山・日根荘・北前船など泉佐野市の名物をテーマとした作品を創られており、泉佐野市のふるさと納税の返礼品にも出品されている。

#### 【さの町場について】

- ・さの町場に明治35年（1902年）創業『なかむら菓子』という老舗の和菓子屋がある。現在80代の夫婦でお店を経営し、予約販売と直売所『こーたりーな』での販売のみ。初代は泉佐野の和菓子老舗『むか新』の創業者の師匠である。

### ■ヒアリング先：無添加住宅工務店 袋谷 幸宏様

### ■日程・場所：2021年3月14日、『むてんかスタイルふくろや』にて

### ■内容

#### 【さの町場について】

- ・さの町場の住民は苗字に「〇〇谷（や）」と付く人が多い。これはさの町場にある浄土真宗のお寺『上善寺』の苗字が「谷」であり、さの町場の各檀家さんに「谷」の名前を送ったからと言われている。
- ・袋谷さんの弟が泉州名物である水なすのお店『マコト商店』をさの町場で営業しており、無添加味噌作り教室なども開催している。

#### 【大木エリアについて】

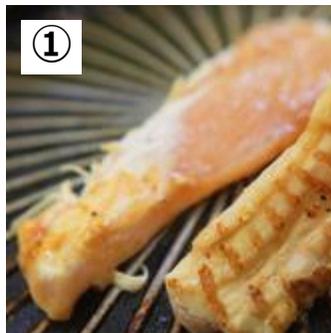
- ・大木にスタンドグラス・ランプ職人である中野一夫さんがおり、『ランプの家』という工房がある。
- ・大木は国内でも数少ない3種類のホタルが共存している場所。現在ホタルが激減している。原因は農薬を用いた農業。
- ・ランプとホタルを掛け合わせた「大木の灯りプロジェクト」を進めており、2021年春にクラウドファンディングを実施予定。大木の各民家にランプを飾り、無農薬農業化を進めることでホタルの生息数の回復を目指すプロジェクトで、そのプロジェクトのリーダーを袋谷さんが担っている。

# 6.調査報告③ ガストロノミーツーリズム モデルルート

## 関空発着 泉佐野市・紀の川市・和歌山市を巡る美食の旅（3泊）

### 1日目

- 昼①犬鳴ポーク・犬鳴地鳥  
「カフェテラス空（くう）」
- 昼②フルーツパフェ  
「観音山フルーツパーラー」
- 夜③てっちり・クエ・割烹  
「ちひろ」



### 2日目

- 昼④和歌山ラーメン  
「うらしま」
- 夜⑤加太の鯛  
「いなさ」



### 3日目

- 昼⑥泉州キャベツのお好み焼き  
「wind bell（風鈴）」
- 夜⑦わたりがに専門店  
「松屋」



# 7.調査報告④-1 メタ観光ストーリー 「修行の聖地」 ツアー

## 「修行の聖地・パワースポット」の犬鳴山で心身ととのえるプライベートツアー

### 【ヒアリング等から得られたメタ情報・仮説】

- ・犬鳴山は役行者が最初に開いた修験道始まりの地・弘法大師が高野山開く前に唯一修行した場所という歴史に加え、M-1チャンピオンやオリンピックメダリストも参拝に来ているなど国内有数のパワースポット

### 【価値】

修験道最古の場所であり、豊かな自然や温泉のある犬鳴山エリアにて、修行体験などのアクティビティを通じて自然と向き合い心身をととのえ自らのエネルギーを充填する体験

### 【ターゲット】

- ・自然体験に興味関心ある富裕層
- ・日々仕事などで心身ともにタフな状況に置かれている富裕層（例：企業経営者）

### 【旅程イメージ】

（1泊2日ツアー）

<初日>

- ・犬鳴山七宝瀧寺参拝、癌除けお岩龍王等参拝
- ・犬鳴山にて山伏付き添いで約7時間のプライベート修行体験
- ・犬鳴温泉街で温泉&サウナ（新設施設）での「ととのい体験」
- ・山伏料理の夕食
- ・七宝瀧寺の『白雲閣』にて宿泊

<2日目>

- ・山伏料理の朝食、『白雲閣』茶室にて茶道体験
- ・日本遺産にもなっている大木エリアの農村風景散策&農業体験
- ・犬鳴温泉街で温泉&サウナ（新設施設）での「ととのい体験」
- ・『観音山フルーツガーデン』にてパフェ



修行体験（西の覗き）



修行体験（滝行）



白雲閣（外観）



白雲閣（茶室外観）

## 7.調査報告④-1 メタ観光ストーリー 「修行の聖地」 ツアー

### 【参考】 奈良県大峯山でのプライベート修験道体験ツアー

コースNo. 578 先達と行く修験道体験 大峯山山上ヶ岳コース

エリア

吉野・洞川・十津川

検索結果に戻る

プログラム詳細

Q&A・クチコミ

空き照会・お問い合わせ



参加料金 2名1室 お一人様あたり：165,000円  
1名1室 お一人様あたり：296,000円

開催期間 2021年5月10日～2021年9月17日

所要時間 1泊2日

空き照会・リクエスト

参加料金：1名165,000円～296,000円

(出典：『奈良体験.com』HP)

# 7.調査報告④-2 メタ観光ストーリー 「泉佐野の日本一巡り」ツアー

## 歴史上、日本一に何度もなった泉佐野を巡る

### 【ヒアリング等から得られたメタ情報・仮説】

修験道始まりの地『犬鳴山』、元関白（政治家トップ）の九条政基が滞在した『日根荘』、江戸時代全国トップクラスの豪商『食野家』、日本一の生産量になった『泉州タオル』・『水なす』、ふるさと納税日本一経験など、泉佐野市はあらゆる点で日本一を経験している街。

### 【価値】

あらゆる点で「日本一」を経験した泉佐野を味わい尽くす体験。  
自治体で全国最多タイの3箇所の日本遺産も巡る体験

### 【ターゲット】

- ・自然体験や食に興味関心ある富裕層

### 【旅程イメージ】

(1泊2日ツアー)

<初日>

- ・修験道最古の場所である犬鳴山七宝瀧寺（日本遺産）参拝、癌除けお岩龍王等参拝
- ・犬鳴温泉街で温泉&サウナ（新施設）での「ととのい体験」  
タオルやポンチョなどのサウナグッズは国内生産量日本一の経験がある「泉州タオル製」を使用
- ・室町時代に政治家トップを経験した九条政基が住んでいた大木エリアにて農村景観散策、  
夜間のランプの村歩き、ホタル観賞（5~6月）、古民家泊

<2日目>

- ・生産量日本一を経験したことのあるタマネギ・水なすなどを用いた朝ご飯
- ・日本遺産にもなっている大木エリアの農村風景散策&農業体験
- ・『青空市場』でちぬうみ丼ランチ
- ・江戸時代廻船業で栄えた食野家の拠点であった『さの町場』の街歩き  
（いろは蔵、春日神社、上善寺など）
- ・さの町場の「〇〇谷」苗字職人めぐり

→泉佐野が日本一になった、ふるさと納税の返礼品にも出品されている『陶変朴』での陶芸体験（番匠谷さん）、  
水なす店『マコト商店』での無添加味噌作り体験（袋谷さん）、むてんかスタイルでの漆喰塗り体験（袋谷さん）



犬鳴山七宝瀧寺



大木エリア



『陶変朴』の北前船陶器

# 7.調査報告④-3 メタ観光ストーリー 「紀泉パワーボート」 ツアー

## 泉佐野～雑賀崎～和歌浦～加太・友ヶ島パワーボートツアー

### 【ヒアリング等から得られたメタ情報・仮説】

泉佐野・和歌山エリアは海側に歴史的名所が集積している。  
コロナ禍による影響もあり、アウトドアのキャンプ泊や  
蜜を避けて移動できる貸切パワーボートツアーで海側スポットを周るニーズが考えられる。

### 【価値】

泉佐野・和歌山の海エリアの歴史ある場所をパワーボートでまわり自然と食を味わう体験

### 【ターゲット】

- ・ 船や自然体験に興味関心ある富裕層

### 【旅程イメージ】

(1泊2日ツアー)

<初日>

- ・ 江戸時代廻船業で栄えた食野家が拠点としていたエリアにある『青空市場』でちぬうみ丼
- ・ 関空マリーナからパワーボート出発
- ・ 日本のアマルフィ 雑賀崎の景色観賞
- ・ 奈良時代からの「歌の聖地」和歌浦・玉津島神社参拝
- ・ パワーボートで友ヶ島へ。
- ・ 葛城修験の山伏修行の地であった友ヶ島にてBBQによる夕食、貸切キャンプテント泊

<2日目>

- ・ 太古から続く加太の一本釣り体験
- ・ 友ヶ島のうちの神島が始まりの地である淡嶋神社参拝
- ・ 一本釣りで釣った魚を用いた活魚料理店『いなさ』でのランチ
- ・ 『ひいな湯』で温泉



パワーボート



日本のアマルフィ『雑賀崎』



歌の聖地和歌浦・『玉津島神社』

## SDGsの元祖『加太』 ツアー

### 【ヒアリング等から得られたメタ情報・仮説】

加太エリアは、海の持続可能性維持のために弥生時代から続く一本釣り、持続可能の象徴である「自然」の信仰が軸である「修験道」の葛城二十八宿の第1番経塚があるなど、加太エリアは歴史的に「SDGs」的世界観を体現しているエリアだと考えられる。

昨今、SDGsに対する興味関心が高まっており、SDGsを柱としたツアーニーズが考えられる。

### 【価値】

古くからSDGs的世界観を体現してきた加太にて、一本釣りや修行・キャンプ体験などのアクティビティを通じて自然と向き合い心身をととのえ自らのエネルギーを充填する体験

### 【ターゲット】

- ・キャンプなどの自然体験に興味関心ある富裕層
- ・日々仕事などで心身ともにタフな状況に置かれている富裕層（例：企業経営者）

### 【旅程イメージ】

（1泊2日ツアー）

<初日>

- ・友ヶ島のうちの神島が始まりの地である淡嶋神社参拝
- ・加太港からパワーボートで友ヶ島へ
- ・山伏付き添いのもと、葛城二十八宿第一番経塚のある虎島での修行体験
- ・友ヶ島にてBBQによる夕食、貸切キャンプテント泊

<2日目>

- ・太古から続く加太の一本釣り体験
- ・加太街歩き
- ・一本釣りで釣った魚を用いた活魚料理店『いなさ』でのランチ
- ・『ひいな湯』で温泉



友ヶ島（虎島）修行体験



加太一本釣り体験



加太の鯛料理

### 【参考】 snow peak社主催『LOCAL WEAR TOURISM in SADO』

佐渡の風土と食、  
そして人と出会い、つながる。  
この島が、あなたのもう一つの故郷になる。

イベント名	LOCAL WEAR TOURISM in SADO 1st ローカルウェアツーリズム イン 佐渡 ファースト
開催日時	2021年5月22日(土)～23日(日) (1泊2日)
開催地	新潟県佐渡市
会場	椎崎諏訪神社、岩首昇竜棚田 他
集合場所	両津港 佐渡汽船フェリーターミナル (新潟県佐渡市) ※佐渡両津港までの移動手段につきましては各自でご手配ください。
受付期間	2021年4月9日(金)～4月29日(木)
当選発表	2021年4月30日(金)※先着順ではなく抽選となります。
旅行条件	募集定員：40名/最少催行人数：10名 夕食1回/朝食1回/昼食1回 宿泊：椎崎諏訪神社内にてテント泊
旅行代金	大人1名(13歳以上) <b>33,000円</b> (税込) 子供1名(7～12歳) <b>9,900円</b> (税込)



歴史ある椎崎諏訪神社で特別なテント泊

(出典：『snow peak』社 HP)

# 7.調査報告④-5 メタ観光ストーリー 「恋の無事着」 (紀の川市)

## パラグライダーで無事着地、あら川の桃 (高級フルーツ) でパワーチャージ、恋愛成就の甘露寺

### 【ヒアリング等から得られたメタ情報・仮説】

紀の川はフルーツ (とくに桃) で有名であるが、パラグライダーや甘露寺などの観光コンテンツもある。

最近流行した「愛の不時着」「鬼滅の刃 (キャラクター: 甘露寺蜜璃 (恋柱))」ブームに乗って、「恋」をテーマに誘客できるのではないかと考えられる。

### 【価値】

紀の川の魅力をまるごと味わうことができる甘い体験

### 【ターゲット】

恋がしたい女性、恋するカップル

### 【旅程イメージ】

- ・ ピーチ航空で関空到着
- ・ ピーチ号 (ピンクの車) で移動
- ・ ブランチ「甘露寺パンケーキ」
- ・ 甘露寺参拝
- ・ 恋みくじ
- ・ 恋の無事着チャレンジ (パラグライダー体験)
- ・ あら川の桃など高級フルーツ食べまくり (土産付き)
- ・ 宿泊は泉佐野市内or和歌山市内



ピーチ航空で関空到着



甘露寺パンケーキ



恋の無事着 (パラグライダー)



高級フルーツ (あら川の桃)



甘露寺



甘露寺前駅の恋みくじ

## 7.調査報告④-6 メタ観光ストーリー 「hydeが歌う、ご当地SONG♪」（和歌山市）

### ラルクのhydeが生まれ育った和歌山を聖地巡礼

- ・和歌山は岡山と間違えられるくらい、全国的には存在感が薄い。
- ・しかしながら、和歌山市はL'Arc-en-Ciel（ラルク）のボーカルhydeが生まれ育った街。
- ・hydeは和歌山市の観光大使に就任しているが、まだPRが足りていないのでは？
- ・そんなhydeが青春時代を過ごした学校、カフェやバー、ライブハウスなどを巡る聖地巡礼。
- ・夜は、和歌山県最大の繁華街「アロチ」にある、バブル期に建てられた瀟洒なパルファンビルのスナックで大合唱。
- ・hydeを和歌山城主、アロチのママ100人を大奥に従えた、ご当地SONG「岡山じゃなくて和歌山～オロチじゃなくてアロチ♪」を制作し、スペシャルPVの撮影ロケツアーも敢行。全国のhydeファン数万人が大波のように押し寄せるが、和歌山城を貸切、アロチを通行止め、紀の川の河川敷も開放するなど、和歌山市全体が壮大なライブ会場と化す。



和歌山市観光大使に就任  
(画像：ニュース和歌山)



和歌山市凱旋ライブのイメージ  
(画像：HYDE OFFICIAL)



パルファンビル  
(和歌山最大の繁華街アロチ)

### ターゲット

#### ■ターゲット

メインターゲットを**富裕層（欧米豪や、お金に余裕のあるリッチ層）**に絞る。

コロナ禍の影響を踏まえ、直近2年は国内富裕層を、それ以降は国内外の富裕層をターゲットとする。

#### 【狙い】

- ・ 紀泉エリアを象徴するツアーの創出による**紀泉エリアのブランド化**

→社会的影響力の大きい富裕層向けツアーを強化することで紀泉エリアのブランド力向上を狙う

- ・ 「薄利多売型」ではなく「**高単価高収益型**」へ

→マス向けの「薄利多売型」だと既に認知度の高いエリアや財政力高く人口多いエリアが有利。

限られたリソースを戦略的に集中させる（例：マス向けマーケティングコストを抑える）

- ・ コロナ禍による**三密回避対策ニーズの活用**

→「人の多いところは避け、プライベート空間を楽しみたい」というニーズ増加。

紀泉エリアの「自然豊か&独自の歴史ある場所」を活用し、上記ニーズを狙う。

### メッセージ

#### ■メッセージ

**タグライン**（機能面・感情面の普遍的価値をわかりやすく伝えるフレーズ）をプロモーションに入れることで、**聖地化（ブランド化）**を図る。

（案）

【泉佐野】

おいしさの いずみさの → おいしい食材の聖地。犬鳴ポーク、新鮮魚介、採れたて野菜など。

たのしさの いずみさの → たのしい体験の聖地。関空マリーナのクルーズ体験で釣りを楽しむなど。

うれしさの いずみさの → うれしい体験の聖地。犬鳴山の修行体験で運氣上昇など。

【和歌山】

ありのまま わかやま → 万葉集の歌に詠まれた絶景の海。和歌の聖地。

岡山じゃなくて和歌山 → 全国的に存在感が薄く、岡山とよく間違えられる。自虐的な歌♪がある。

オロチじゃなくてアロチ → アロチ（和歌山の繁華街）をオロチと言ってしまう人も少なくない。

加太（かだ）行くだ → 一度行くと魅力にハマる。「かだ」と認知させ、知名度を上げる。

【紀の川】

キュンカワ♥紀の川 → キュンキュン♥カワイイがいっぱい。恋とフルーツの聖地。

#### ■目的地化戦略

泉佐野・和歌山エリア独自の自然・歴史・文化を軸とした**メタ観光ストーリー**を深掘し、目的地化する。

#### 【具体例】

・修行の聖地（犬鳴山）

→修験道始まりの地、豊かな自然、温泉郷。

・あらゆる点で「日本一」を経験している泉佐野の歴史

→修験道最古の地（犬鳴山）、元関白が居住していた農村（大木）、生産量日本一を経験した泉州タオル・水なすなど

・加太×SDGs

→歴史の長い加太の一本釣り、葛城二十八宿第一番経塚（友ヶ島）。

「修験道」のルーツは「自然」信仰であり、「自然」は「持続可能性（SDGs）」の象徴。

## 8.戦略概要

### アクションプラン案（コンテンツ・インフラ面）

#### ■アクションプラン案（コンテンツ・インフラ面）

##### 【全体】

- ・ 英語&中国語案内の充実化
- ・ 各飲食店（例：『いなさ』など）との協働体制構築

##### 【犬鳴山エリア】

- ・ 七宝瀧寺関係者との協働体制構築
- ・ 七宝瀧寺の宿泊施設『白雲閣』の改修整備
- ・ 山伏料理提供体制構築（食材・料理人・調理場）
- ・ 犬鳴山温泉エリアでのプライベートサウナ施設の新設、河川環境の整備
- ・ 外国語対応の山伏案内人の採用育成、同行通訳者の採用

##### 【加太・友ヶ島エリア】

- ・ 虎島通行ルート整備
- ・ 友ヶ島キャンプ環境の整備、テントなどの備品確保
- ・ パワーボート運行体制構築
- ・ 外国語対応の山伏案内人の採用育成、同行通訳者の採用

##### 【その他エリア】

- ・ 大木エリアでの古民家宿泊施設準備（古民家買取or賃借&リノベーション、管理人採用）
- ・ 水ナス、タマネギ農家、各専門家（陶芸家・和菓子職人など）との協働体制構築
- ・ 泉州タオル業者との協働によるサウナグッズ（タオル・ポンチョなど）生産体制構築
- ・ 同行通訳者の採用

## アクションプラン案（プロモーション面）

### ■アクションプラン案（プロモーション面）

#### 【全体】

- ・富裕層インフルエンサーへのアプローチ&モニターツアー実施、口コミによる拡散
- ・ハイエンド向けフィットネス系コミュニティ（例：左記コミュニティFacebookグループ）での広報
- ・経営者コミュニティ（例：左記コミュニティFacebookグループ）での広報
- ・「ふるさと納税」での高額返礼品として設定&広報
- ・「ハイエンド×アウトドア志向層」などへのアプローチ  
（例：キャンプ系メディア、サウナメディア『サウナランド』への掲載、  
グランピング運営施設との提携、『snow peak』社との提携）
- ・「海外富裕層向け×観光メディア」への掲載

#### 【犬鳴山エリア】

- ・「大峯山」との「共通巡礼手帳」取組提携
- ・「熊野古道」&「サンチャゴ・デ・コンポステーラ」の「共通巡礼手帳」への参画
- ・犬鳴山の世界遺産登録に向けた活動&発信（例：修験道の系譜図編集&発信）

#### 【加太・友ヶ島エリア】

- ・東京大学研究室との連携ルートによるアプローチ