

実施主体、事業名などの概要

- ・事業名：人とコウノトリが共生するまち・豊岡リジェネラティブな旅
～Regenerative journey to discover the stories of the storks～
- ・実施主体：一般社団法人豊岡観光イノベーション
- ・対象地域：兵庫県豊岡市
- ・対象とする良好な環境：コウノトリ育む祥雲寺水田とビオトープ、コウノトリ育む中筋の里地里山、ラムサール条約湿地「円山川下流域・周辺水田」

地域の現状・課題

- コウノトリの生息地保全の拠点である「兵庫県立コウノトリの郷公園」の来園者数の減少
- コウノトリ野生復帰に取り組んできた地域住民の活動意欲の低下、取り組み継続のための人材や資金の確保
- コウノトリ野生復帰を通じて再生・創出された良好な環境は、観光資源としての可能性は十分あるが、観光に活かしきれておらず地域振興への波及効果が限定的

目指すべき姿（中長期ビジョン）

- インバウンド誘客を通じて「コウノトリ育むお米」を使った商品等の消費を促進し、地域経済を活性化。「コウノトリ育む農法」の普及により生息地の拡大と持続的な環境保全を実現する
- 地域の暮らしに根差した歴史や文化を観光コンテンツとして活用し、交流人口を増やすとともに、それらの地域資源の観光利用への理解を深め、良好な環境の保全とシビックプライドの醸成に繋げる

実施項目（事業内での取組）

- コンテンツの磨き上げ（イベント・モニターツアーによるコンテンツ改善）
- ツアーガイド養成・スキルアップ
- コースの増設（新規コース）
- 販売プロモーション

R7：コンテンツ造成

実施項目（事業内での取組）

- サイクリングツアーの造成
- ツアーガイド養成
- MAPの作成
- 販売プロモーション

R8：コンテンツの磨き上げ

R9：販売促進

（事業期間終了後）

実施項目（自走化）

- 販売プロモーション
- コンテンツの磨き上げ（実販売によるコンテンツ改善）
- ルート派生版・オプション造成
- ツアーガイド養成・スキルアップ

対象となる良好な環境の概要



・兵庫県豊岡市は、海・川・湿地・里山がつながる自然環境と、城崎温泉街や城下町出石に息づく歴史文化を背景に「人とコウノトリが共生するまち」を目指している

・かつて日本から姿を消したコウノトリの野生復帰に取り組み、「兵庫県立コウノトリの郷公園」を中心に、市内を流れる一級河川・円山川流域で、コウノトリ生息できる豊かな自然の再生と創出が進められている

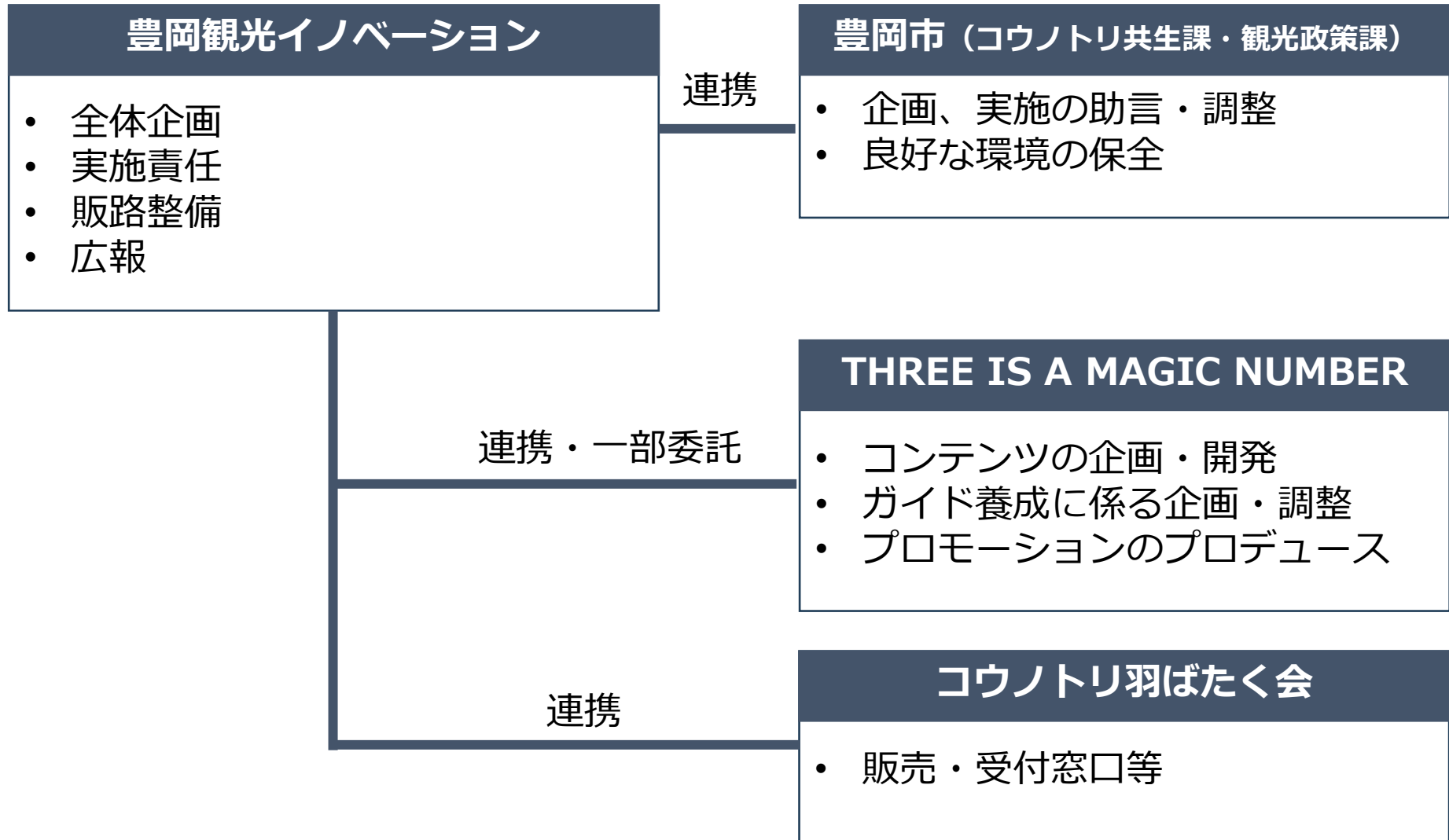
・コウノトリを核とした「コウノトリ育む農法」などを通じて、環境と経済が循環する地域づくりが根づいている

・また、市内には自然共生サイトやラムサール条約登録湿地「円山川下流域・周辺水田」、「山陰海岸ジオパーク」などの国際的にも価値の高い自然資源が広がり、加えて、円山川流域に自生するコリヤナギを原料とした「豊岡杞柳細工」や、その技術を受け継ぐ「豊岡鞆」など、自然とともに発展してきた産業が、自然と共生する豊岡の環境文化を象徴している

良好な環境に係るストーリー

- かつて日本の空を優雅に舞っていた「コウノトリ」は、乱獲、餌場の喪失、農薬の大量散布といった社会の急激な変化により1971年にその姿を消した。豊岡市では、コウノトリの野生復帰を目指し、コウノトリが暮らせる自然環境と人々の暮らし・文化の再生・創出に取り組んできた
- 2005年に初の放鳥を実施。コウノトリの放鳥が行われた「兵庫県立コウノトリの郷公園」周辺エリアを中心に、生きものを育む農法の展開や多様な水辺の再生など、生物多様性を保全する守る環境づくりを進めてきた。取り組みの中で生まれた「コウノトリ育む農法」は、コウノトリが安心して餌を啄む生息地を提供するとともに、農家の所得向上にも貢献している。また、訪れる人々に心地よい風景も届けている
- 観光を通じて、こうした再生のストーリーや環境保全の取り組みに共感し、人々の営みとその過程で生み出される自然からの恵み（米、酒、スイーツ等、また、文化や歴史等）を享受することで、地域への貢献に繋がる
- コウノトリが舞う空の下、自然のやさしさと人の営み、そして文化が調和するここにしかない価値を体験できる

実施体制（図示）



【R7年度取組】

サイクリングツアーの造成

- サイクリングコースの専門家による試走を経て、インバウンド向けを考慮し、「豊岡市街地から円山川下流域」コースを選定
- 12月：レンタサイクルによるセルフツアーコースの設定
- 1月：ツアー造成。造成ツアーの4月以降予約受付開始

ツアーガイド養成

- 9/13「自転車をとりまく交通環境とサイクルツアーガイドの役割の確認」終了：4名受講
- 11/8「サイクルツアーガイドに必要なスキルの習得（ハード編）」終了：3名受講
- 11/15「サイクルツアーガイドに必要なスキルの習得（ソフト編）」終了：3名受講
- 11/23モニターツアー

MAP作成

- 12月：セルフツアー用デジタルMAP作成（英語）
- 1月：紙媒体MAP作成（英語）：2,000部

販売プロモーション

- 11月：コンテンツ・PR用素材撮影
- 12月：販売戦略の策定
- 1月：サイクリングツアー特設WEBページ作成
- 1月：サイクリングツアー予約受付ページ作成（4月以降予約受付）
- 1-2月：SNSでの情報発信

特に工夫した点・取組成果

- サイクリングルート案は複数あったが、期限やガイド、コース内のコンテンツを考慮し、ルートは1つに絞ってコースを作り上げた。
- 豊岡駅発-自然共生サイト-玄武洞公園（ジオパーク）-城崎温泉着のコース。豊岡駅周辺発着（自然共生サイト・地場産業）コースの2本のツアーを造成した。

特に工夫した点・取組成果

- 英語力は十分にあるものの、自転車走行スキルが不足していたため、自転車の交通ルール、走行方法、ガイドとして必要なスキルを重点的に学習した。
- 全3回の講座とモニターツアーで、ガイド3名を認定。
- 認定ガイドには、コース走行の経験を積むため、3月中の自主演習を課した。

特に工夫した点・取組成果

- 豊岡-城崎温泉ツアーのデジタルMAPは、サイクリストも多く活用するRide with GPS、で作成し、勾配や各スポットを明記した。
- セルフツアーに関しては、汎用性の高いGoogle MAPで作成。
- 紙MAPでは、ルート詳細はデジタルに委ね、コンテンツ紹介に重点を置いた。

特に工夫した点・取組成果

- 素材撮影だけに割く時間がなく、モニターツアーを動画・静止画で撮影し、プロモーションに活用した。
- ツアー詳細を明確にするため、コース別2ページ、サイクリング特集ページを作成した。
- 長期滞在、サイクリングに興味関心のある北米、豪州、英国、シンガポールに向けて広告発信を実施。

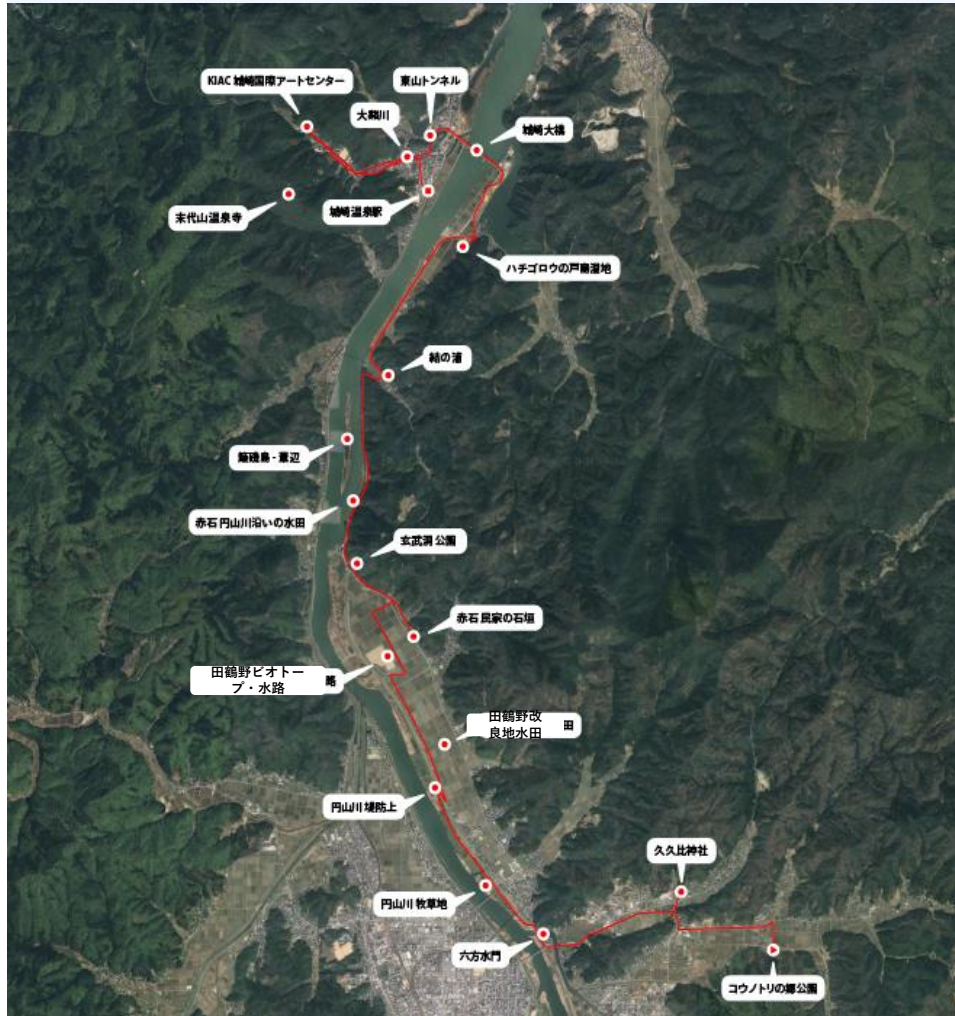
R7年度のゴール

- 良好な環境を体感できるガイド付きサイクリングツアーの商品化

課題

- コンテンツ造成に多くの時間を要したこともあり、情報発信・販売プロモーションが十分には行えなかった。またコンテンツの磨き上げ（ガイドスキル）も不十分であり、次年度、今期不足した部分に注力していきたい
- 観光客の参加型保全プログラムの造成、すでにある保全プログラムの活用までには至らなかった。参加者が地域に貢献できる、地域のために行動した感のあるプログラムを組み込めるように関係各者との連携・関係構築を進めたい

取組内容詳細：ルート設定（安全性・ストーリー性）



□ 2ルートを試走を通して、開発するツアーコースとして1つ選定

- ルート①：豊岡復興建築群、コウノトリ郷公園から城崎温泉
- ルート②：コウノトリ郷公園から出石城下町

□ ストーリー性

- コウノトリの絶滅と復活の背景にある豊かな自然環境に触れ、人々の暮らしと自然との関わりを感じながら、持続可能な社会を目指して歩んできた地域の歴史と文化に出会う。

□ 選定コース①

□ ルート要素

- 自然環境に触れる
 - コウノトリの郷公園
 - 玄武洞公園（地形）・円山川流域
- 自然と人の営みに触れる
 - 水田風景：農家
 - 戸島湿地：コウノトリの餌場環境保全活動
- 地域の歴史・文化に触れる
 - コウノトリの絶滅と野生復帰
 - 人もコウノトリとともに暮らせる社会
 - 城崎温泉：震災からの復興（共存共栄のまちづくり）

□ 安全性

- 全体として、安全に実施できる環境は整っている。ルールを遵守すると共にガイド及び参加者自身が安全確認をすることで、十分な安全を確保することが可能。道路の舗装状態も良好で、安全な走行ができるが、細かな段差等は注意喚起をする必要がある。

※上記①コースをベースとして、A：JR豊岡駅→城崎温泉、B：JR豊岡駅→JR豊岡駅を造成

課題

- 天候・ゲストの興味関心によるフレキシブルなルート対応：コース内には魅力的なコンテンツが豊富にある。ゲストの特性によって、サイクリング要素、文化体験要素、環境保全要素のボリューム調整が必要
- ガイドスキル：コンテンツの知識量、地域の方とのコミュニケーション力の拡張

取組内容詳細：ツアーストーリー

コウノトリ、環境、産業、文化の再生 リジェネラティブなまち ～再生の現場を巡り・体験する～

1. コウノトリの郷公園（絶滅から再生へのストーリー）

- ・豊岡を最後に日本のコウノトリは絶滅
- ・復活の兆し
- ・そして野生復帰へ
- ・環境、産業、文化の再生

2. 久々比神社（コウノトリと豊岡の縁起、つながり）

- ・幸せを運ぶコウノトリ

3. 円山川等、多様な水辺（コウノトリを支える環境）

(1) 円山川

- ・緩やかな河川と広い汽水域が生きものを育む
- ・水害の多さ

(2) 水田

①生息地としての水田

- ・圃場整備による乾田化と食糧増産期の農薬の大量使用
- ・水田における生物多様性の保全（魚道やビオトープなど）

②持続可能な水田として

- ・生業としての農業、コウノトリ育む農法の普及
- ・環境と経済の好循環、持続可能な取組みへ

(3)ラムサールエリア

- ・コウノトリの生息地が世界的に重要な湿地へ

4. 玄武洞公園（ジオパークの中心的なスポット、山陰海岸国立公園を代表する貴重な自然）

- ・盆地と円山川下流域の低湿地帯の成り立ち
※特徴的な環境による気象現象（雲海・川あらし）
- ・周辺の集落に使われている玄武岩
- ・豊かな自然があったからこそ、コウノトリは最後まで暮らせた
- ・自然環境・風土に育まれた豊岡の人々の気質がその理由の一つ

5. 城崎温泉街

- ・自然と共に生きる地域の歴史・生活文化に触れる
- ・豊岡駅発・城崎着のコースとすることで、城崎温泉宿泊客の参加促進、滞在延長にも繋げる

6. 各スポット（コウノトリテラス、58N、FRUIT HARVEST田中農園等）

①多様な恵み（生態系サービス）、環境と経済の好循環

- ・コウノトリ育むお米、コウノトリ育むお米を使ったスイーツ
- ・果樹など、その他の農産物

②物語の登場人物の一人になる

- ・体験プログラムへの参加（保全）
- ・Donation（ツアー代金の一部は「コウノトリの生息環境保全基金」に寄付）

課題

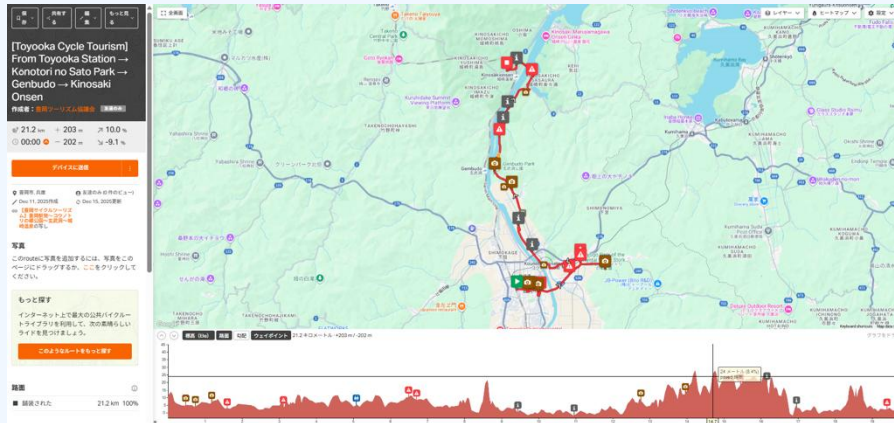
- 観光客が保全活動に触れる機会の創出：コウノトリの郷公園周辺の水田での農作業体験、湿地での草刈り等の湿地保全、ビオトープや観察広場でのボランティア作業や生き物調査等
- 「Cycling for Good.」 走るほど、まちが生き返る仕組み：環境客が訪れるほど、環境負荷をかけず、地域の保全活動に貢献、消費拡大に繋がっている。観光客・住民・事業者の協働

取組内容詳細：セルフツアーコース設定、デジタルマップ作成

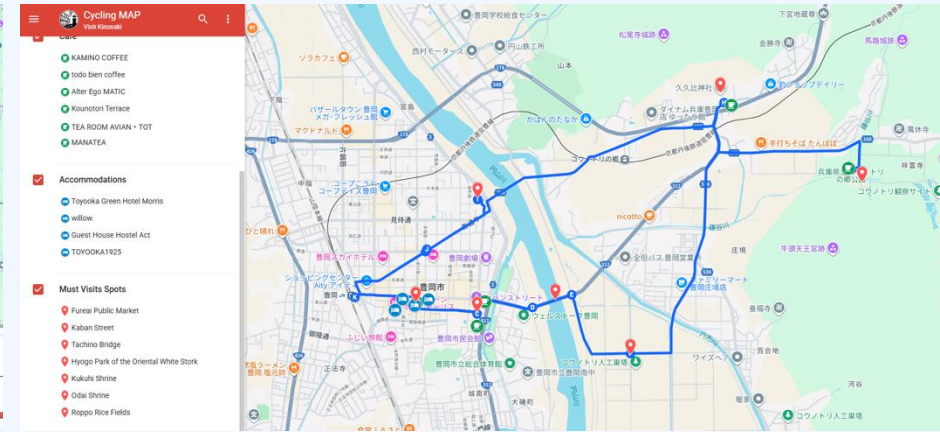
セルフツアーは、自転車をレンタルして、ガイドなしでも「人とコウノトリが共生するまち：豊岡」を楽しめるコースを設定

●ターゲット：（サイクリストではなく）城崎温泉等を訪れる外国人観光客

- コース試走
- セルフツアーコースの選定
 - テーマ：「一度は失われた自然・町が、人の暮らしとともに再生している。その“今”を、自転車で巡るリジェネラティブな旅。」
 - コース：豊岡駅周辺の自転車レンタル場所をスタートし、町の再生：豊岡復興建築群、地場産業：カバンストリー）、自然の再生：円山川、水田、コウノトリの郷公園、コウノトリにまつわる歴史：久々比神社 を巡るルート
- デジタルマップ作成（ガイドツアー：Ride with GPS、セルフツアー：Google MAP）



ガイドツアー-MAP : Ride with GPS



セルフツアー-MAP : Googleマップ

課題

- 城崎温泉等を訪れるインバウンド観光客の周遊コンテンツとしての認知拡大
- セルフでどこまでテーマに触れることができるか
- 二次交通としての自転車利用も目的としているが、安全な走行、トラブル発生時の対応整備

取組内容詳細：紙マップ作成

セルフツアー用の紙マップ作成

●ターゲット：（サイクリストではなく）城崎温泉等を訪れる外国人観光客

- テーマ：「一度は失われた自然・町が、人の暮らしとともに再生している。その“今”を、自転車で巡るリジェネラティブな旅。」
- コース：豊岡駅周辺の自転車レンタル場所をスタートし、町の再生：豊岡復興建築群、地場産業：カバンストリー、自然の再生：円山川、水田、コウノトリの郷公園、コウノトリにまつわる歴史：久々比神社を巡るルート
- 設置場所：豊岡駅周辺のホテル・レンタサイクル事業者、観光案内所



手に取りやすい、A4サイズ3つ折り
コース内の主要コンテンツを、自然・歴史・文化・暮らしと絡ませて
わかりやすく説明

デジタルマップ用の二次元コード→Google MAPに誘導
おすすめツアーの二次元コード→セルフツアー記事への誘導

課題

- 城崎温泉等を訪れるインバウンド観光客の周遊コンテンツとしての認知拡大
- セルフツアーでどこまでテーマに触れることができるか
- 二次交通としての自転車利用も目的としているが、安全な走行、トラブル発生時の対応

取組内容詳細：ガイド養成講座

日本サイクルツーリズム推進協会公認ガイドの木多淳公氏を迎え、3回の座学とモニターツアーによるサイクリングガイド養成を実施

- 第1回：9月13日（土）13:00-16:00「自転車を取りまく交通環境とサイクルツアーガイドの役割の確認」
 - 第2回：11月8日（土）13:00-16:00「サイクルツアーガイドに必要なスキルの習得（ハード編）」
 - 第3回：11月15日（土）13:00-16:00「サイクルツアーガイドに必要なスキルの習得（ソフト編）」
 - 第4回：11月23日（祝）9:00-13:30「モニターツアー」
- ガイド参加者（第1回：4名、第2・3回：3名、モニターツアーガイド：3名）→**ガイド認定者：3名**

<参加者経歴>

- ・豊岡市在住。フランスに5年在住。カフェ経営しながら、ローカルガイドとしても活動中。
- ・豊岡市在住。アメリカ・アーカンソー出身。現在はALTとして活動中。
- ・但馬地域在住。2013年～2020年まで海外生活。通訳案内士。ローカルガイドとしても活動中。



座学：自転車走行ルール、ガイドスキルを学ぶ



走行スキルチェック、手信号等の演習



タイヤのパンク対応実習

課題

□ ガイドの自転車走行技術の習得：

インバウンド観光客ガイドとして経験豊かなガイドでもあるため、ガイドングには問題はないが、自転車に慣れることが必要。講座後、冬季期間に入ってしまったため、ガイドには3月中に自転車走行練習3回の演習を課している

取組内容詳細：モニターツアー

養成講座3回受講者の最終試験を兼ねたモニターツアーを実施

- 11月23日：9:00-13:30 モニターツアー（ガイド最終講座）
 - モニターツアーガイド：3名、講師：木多淳公 氏、北山大介 氏
 - モニター参加者：4名（30代フランス人女性、50代日本人女性：イギリス旅行会社勤務経験者、50代日本人男性：サイクリスト2名）
- モニター満足度：75%（普通：25%、満足：25%、大変満足：50%）**

●満足に至らなかった理由コメント：

コース内容はとても良かったが、ストーリーテリングがあまり感じられなかった。カフェ等の休憩が無く、少し疲れた。

●**大変満足・満足の理由コメント**：コースの高低差がほとんどなく、長さもスピードもちょうどよい。初級～中級サイクリスト向きだが自転車に乗ったという達成感がある。また市街地～農村～コウノトリの湿地を経て温泉地へと到着するメリハリのあるルート。スポットごとに見どころがあり情報量も多く観光ツアーとしても満足。

●**一番印象に残った場所**：豊岡復興建築群（75%）、コウノトリの郷公園、久々比神社、玄武洞公園、城崎大橋（25%）

【今後の課題コメント】

- ・ツアーの思い出に、フォトスポットでのガイド、参加者・風景などの写真撮影があると良い
- ・「これ知ってますか？」と言えそうな定番ネタの準備。地域のおすすめのお店等紹介などローカルガイドならではのポイント



課題

- ガイドの安定した自転車走行技術の向上
- マニュアル等整備：ツアーストーリー、運用・判断基準程度の最低限のマニュアルを作成。後はガイド自身でツアーを作り上げていく
- 参加者満足度向上：ガイド自身によるオリジナリティのあるツアーへの磨き上げが必要

取組内容詳細：販売戦略策定、情報発信

□ 販売プロモーション戦略策定

□ 独自価値の明確化

- 世界的にも稀な「野生復帰の”現場”を巡る旅」
- Rewilding×Co-benefitを物語ではなく体験で
- 自然、産業、文化が一本のルートでつながる
- 「消費する旅」ではなく「意味を持つ旅」

□ ペルソナ設定

- 環境意識の高い欧米豪FIT旅行者

□ ストーリーボード

- 再生された自然との出会い
- 絶滅と復活のストーリー（物語）
- 自然と人の営みのつながり
- 体験による深い学び
- 食を通じた物語の体感
- 自分の旅が地域に貢献する実感
- 心の残る余韻

□ 販売チャネルの構築

- BtoB営業
- オウンドメディアの活用
- 専門代理店、OTAとの連携
- 情報発信：ストーリーで共感を呼ぶ

● 販売プロモーション戦略の策定



独自価値の明確化：「再生」を体感する旅

「一度は訪れた自然が、人の暮らしとともに再生している。その中で、旅客が感じるリジェネラティブな旅。」

- 世界的にも稀な「野生復帰の”現場”を巡る旅」
 - 一度は訪れたコウノトリの野生復帰現場、今も残っている”現場”を、旅客が体感できる。
 - 旅客が体感できる自然の再生現場
 - 人の暮らし（農業・まち・文化）と自然の再生現場
 - 旅客が感じるリジェネラティブな旅
- Rewilding×Co-benefitを”物語”ではなく”体験”で
 - 自然（コウノトリの野生復帰）
 - まち（農業）
 - 文化（伝統行事）
 - コウノトリ野生復帰による自然の再生
 - 自然（コウノトリの野生復帰）
 - まち（農業）
 - 文化（伝統行事）
 - 自然の再生現場
 - 自然（コウノトリの野生復帰）
 - まち（農業）
 - 文化（伝統行事）
 - 自然の再生現場
- 自然、産業、文化が一本のルートでつながる
 - 自然（コウノトリの野生復帰）
 - まち（農業）
 - 文化（伝統行事）
 - 自然の再生現場
 - 自然（コウノトリの野生復帰）
 - まち（農業）
 - 文化（伝統行事）
 - 自然の再生現場
- 消費する旅ではなく”意味を持つ旅”
 - 自然（コウノトリの野生復帰）
 - まち（農業）
 - 文化（伝統行事）
 - 自然の再生現場
 - 自然（コウノトリの野生復帰）
 - まち（農業）
 - 文化（伝統行事）
 - 自然の再生現場

● 販売プロモーション戦略（ペルソナ設定）

ペルソナ設定

環境意識の高い欧米豪FIT旅行者

年代：30～50代
 国籍：欧米豪中心
 職業：経営者・研究者・教育関係者・クリエイター・IT系
 旅行スタイル：2～3週間の長期旅行。ローカル文化・自然体験重視
 価値観：
 ● 自然保全・サステナブルな旅への強い関心
 ● 「再生された自然」や「地域の努力」に価値を感じる
 ● 過剰に観光地化された場所を避ける
 ● 費用よりも”学び”や”ストーリー性”を重視

期待する体験：
 ● コウノトリ野生復帰のストーリーを深く知る
 ● 現地ガイドと会話しながら自然を理解する
 ● 環境負荷の少ないサイクリングで移動したい
 ● 自分の消費が地域に貢献する実感

惹かれるポイント：
 ● 「Rewilding Japan」[Co-benefits] が学べる
 ● コウノトリ育む農法による食の体験
 ● ローカルの人々の熟慮に触れられること

● 販売プロモーション戦略（販売チャネル）

販売チャネル構築：多層的な接点で顧客を獲得

01| B2B営業

海外旅行会社、DMC (Destination Management Company) へのアプローチで、組織的な送客を実現する。

02| オウンドメディアの活用

[Visit Kinosaki] を活用したBtoC直接販売で、ブランド価値を最大限に伝える。

03| 専門代理店・OTAとの提携

環境・サステナブルツーリズム専門の海外旅行代理店やオンラインプラットフォームとの提携を検討。

03| 情報発信

SNSやサイクリング専門メディア、欧米豪のエコツーリズムフォーラムでの情報発信を強化し、認知度を向上させる。

課題

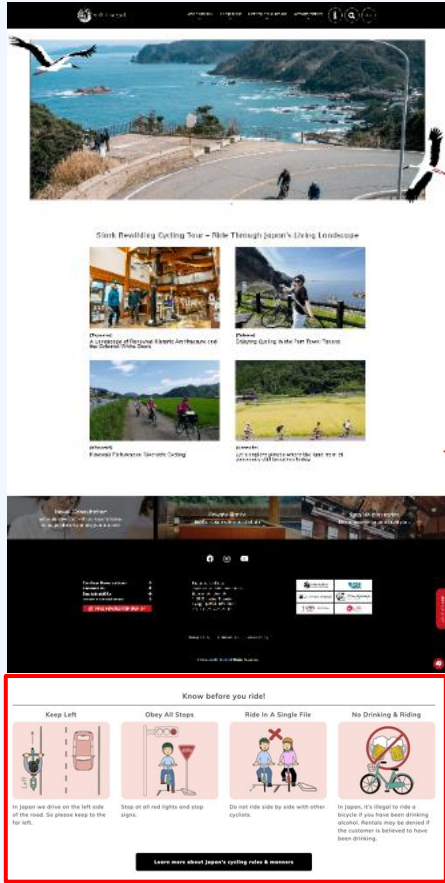
- BtoB向けの見せ方の工夫：ストーリー性、地域の受入能力、特別対応、ローカルガストロノミー
- 訴求する顧客を持つ旅行会社の選定
- 商品販売素材の拡充（画像・動画素材）

取組内容詳細：情報発信

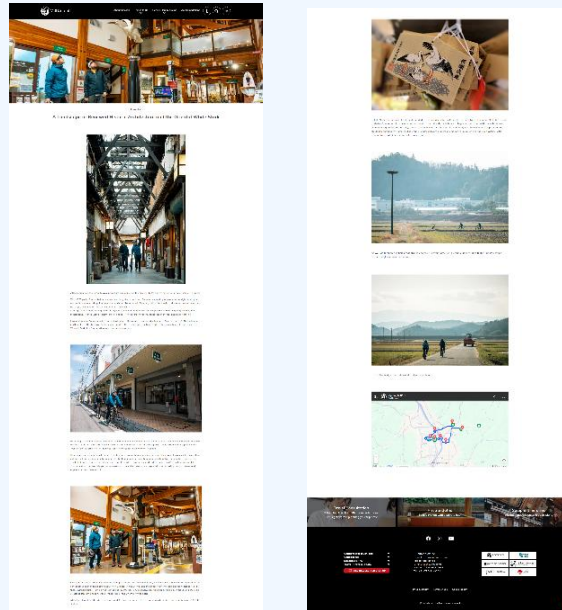
□ オウンドメディア

□ サイクリング特集ページ

<https://visitkinosaki.com/cycling-lp/>



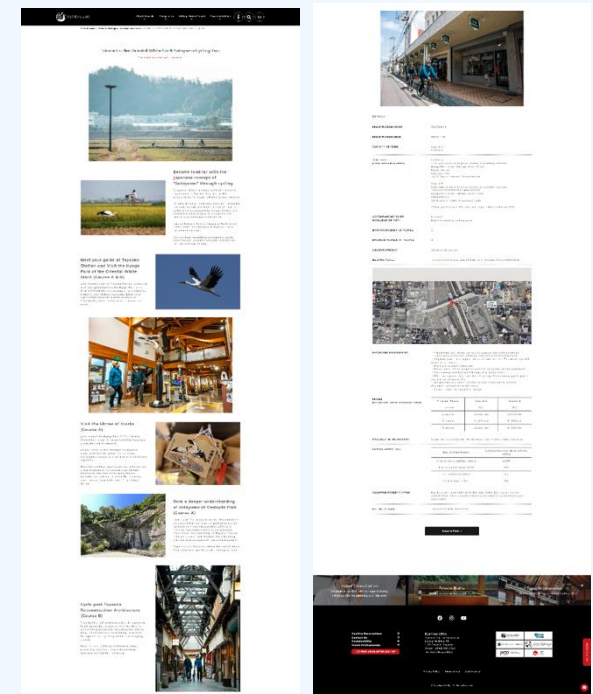
□ セルフコース記事



<https://visitkinosaki.com/cycling-lp/toyooka-architecture-oriental-white-stork/>



□ ツアー販売ページ



<https://visitkinosaki.com/tour-packages/private-guided-oriental-white-stork-satoyama-cycling-tour>

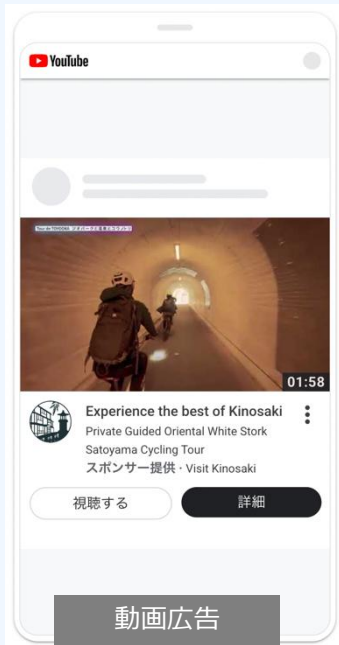
□ モデルコースページにバナー設置

課題

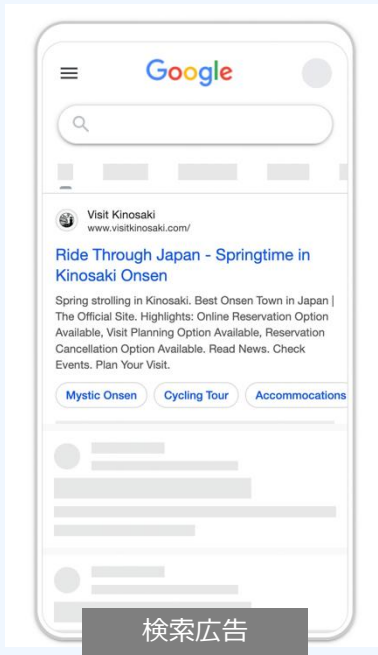
- ページへの誘導：城崎温泉への興味関心層、訪問予定者が見るオウンドメディアでの情報発信をしているが、サイトコンテンツ量が多いため、ページ訪問を促進する導線を検討する必要がある
- ストーリーの伝え方：体験予約ページでは、ツアーストーリーより、料金・時間といったオペレーションが重要な内容でもあり、体験ストーリーの伝え方の工夫が求められる

取組内容詳細：情報発信

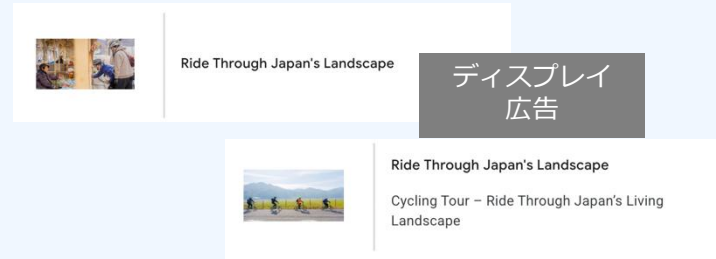
- 広告配信
 - WEB広告



動画広告

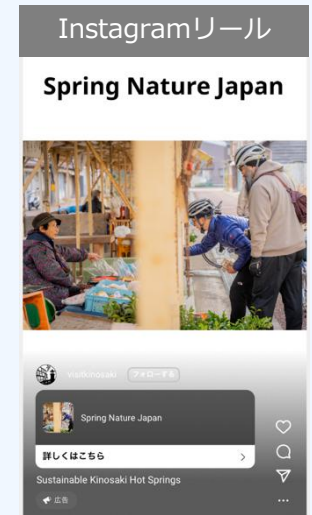


検索広告



ディスプレイ
広告

- SNS広告



- WEB広告
 - サイクリングLP、モニターツアー時の動画を活用してWEB広告を実施
- SNS広告
 - Facebook、Instagram、Youtube上に広告を配信

いずれも広告から、今回新たに作成したサイクリングLPへ誘導を図り、ツアーの認知拡大を目的としている。

⇒結果、約50万ユーザーに届き、約3万のクリック数（サイト誘導）を獲得

2026年2月2日～2026年2月23日

広告媒体	種類・	表示回数	ユニークユーザー数	クリック数
Google広告	動画広告	214,184	112,649	10,047
Google広告	検索広告	5,486		506
Google広告	ディスプレイ広告	90,507	35,040	1,892
Meta広告	—	623,196	416,995	18,682
		933,373	564,684	31,127

課題

- 認知拡大：WEB・SNS広告のみならず、インフルエンサー・メディア・イベントといった多様なプロモーションの活用

本事業を通して実現する「保全と活用の好循環」の仕組み

保全の具体的内容・方法

- コウノトリ育む農法の推進：ストーリーを持った農法により育てられた農産物の活用推進（地元飲食店での積極的な活用など）
- 生物多様性のモニタリング：定期的な生きもの調査、コウノトリの行動記録、環境変化の把握
- 地域住民との協働による環境保全活動：湿地・田んぼの草刈り、ビオトープの整備、巣塔の維持管理などの参加型活動
- 環境教育の実施：学習プログラム、体験型イベントの開催

活用の具体的内容・方法

- サイクリングツアーの造成・販売：取り組みへの理解と共に地域を楽しみ、消費行動を促すコンテンツ設計
- 地域産品との連携：「コウノトリ育む農法」で育てられた素材を使った地酒・スイーツなどの更なる展開
- 観光人材の育成：ガイド養成、地域住民の観光への参画促進
- 情報発信とブランディング：SNSやWEBサイトでの発信、ストーリー性のあるプロモーション

活用から保全への還元方法

- ツアー収益の還元（ツアー参加費にドネーションを含む、アリガトウルーブ等の仕組みの活用検討）
- 観光客の参加型保全プログラムの造成・販売
 - ・コウノトリの郷公園周辺の水田での田植え等の農作業体験企画（地元営農組合と協議）
 - ・ハチゴロウの戸島湿地での草刈り等の湿地保全プログラムの受け入れ協議
 - ・ビオトープや観察広場でのボランティア作業や生き物調査等の企画（コウノトリの郷公園側と協議・調整）
- 地域産品の売上による「コウノトリ育む農法」の継続支援：販売収益が農家の継続意欲を後押し
 - ・コウノトリテラス（コウノトリ本舗）と、コーヒーとコウノトリ育むお米を使ったスイーツを提供するピクニックセットの販売を企画
- 共感による支援の拡大：ツアー参加者や、観光客と接した地元住民によるSNS等での発信から、保全活動への興味関心を拡大し、参加者が広がる

【R8年度取組】

コンテンツの磨き上げ (イベント・モニターツアーによるコンテンツ改善)

- コンテンツの磨き上げ（ガイドのスキルアップ、参加者フィードバックを経ての磨き上げ）
- 外国人誘客の専門家を対象としたモニターツアーの実施
- 地域の観光事業者、NPO法人等との連携強化

想定する成果

- コンテンツのブラッシュアップを実施
- 参加型保全プログラム（食べる・触れる・体験する要素を追加）の造成・磨き上げ
- コース上の安全調査等

コースの増設 (新規コース)

- R7年度にツアー造成に至らなかったコースのツアー造成
- 既存造成コースを基本とした派生版（宿泊プランなど）

想定する成果

- 顧客の興味関心に沿った体験の提供
- ツアー参加者促進
- より多くの自然環境、文化背景を体感する機会の創出
- 観光に参画する地域住民の拡大

ツアーガイド養成

- ツアーガイドのスキルアップ講座
- 著名サイクリストによるモニターツアー
- R7年度に実施できていないコースのガイド認定試験

想定する成果

- ガイドスキルの上昇
- ツアーの増大
- 顧客満足度の向上

販売プロモーション

- 認知度向上のための広告運用
- サイクリングツアーイベントの開催
- 著名サイクリストによるモニターツアー

想定する成果

- 著名サイクリストのSNS等での情報発信によりPR
- コンテンツの磨きあげ
- ツアー参加者促進
- 良好な環境の認知拡大

R8年度のゴール

- ツアー利用者による郷公園への来園者増
- ガイドのスキルアップ
- コウノトリの生息地を中心とする良好な環境の情報発信と認知拡大

想定される課題

- ガイドのスキル
- ターゲットへのリーチ
- ガイド人数と自転車台数の確保（催行回数のアップ）