

（一社）DMO川越 主催 「小江戸川越の文化体験ツアー」

報告書

2023年3月31日



株式会社JTB 川越支店

1.	事業概要	2
2.	(参考) ファムトリップ資料	4
3.	下見ツアーの実施概要	10
4.	ファムトリップ1班の実施概要	19
5.	ファムトリップ2班の実施概要	30
6.	アンケート結果の分析	40

■ 目標

川越には食べ歩きだけではなく、日本・江戸文化が感じられる体験型コンテンツが多数存在することを広くPRし、川越の歴史、文化の奥深さを日本人および外国人に体験していただき、来川客の文化度を上げ、かつ、観光滞在時間を延ばすことで経済効果の上昇を図る。また、既存する体験型コンテンツのブラッシュアップを図る。

■ 取組

① ファムトリップ実施

- ・主に江戸文化を感じられる体験型コンテンツを紹介するファムトリップを2回実施する。
- ・参加対象者：首都圏の外国人メディア関係者、インバウンド関連の国内Webサイト管理会社社員・国内ツアー造成会社社員、都内や県内を拠点として活躍する通訳案内士、都内のツーリストインフォメーションスタッフなど
- ・ファムトリップでアンケートを実施し、分析、レポート作成する。

② 関東運輸局「江戸街道プロジェクト」との連携

- ・体験型コンテンツのブラッシュアップを図るため、専門家派遣を依頼し、アドバイスを受ける。

■ 実施内容

【下見ツアー】

実施日：2023年2月27日（月）

参加人数：ゲスト 5名（有識者2名、関東運輸局および関係者3名）
事務局9名（DMO川越6名、ガイド* 2名、川越市1名）
スタッフ2名（JTB2名）

【ファムトリップ1班】

実施日：2023年3月9日（木）

参加人数：参加者14名
事務局11名（DMO川越6名、ガイド* 2名、埼玉県1名、川越市2名）
スタッフ4名（JTB2名、CWW2名）

【ファムトリップ2班】

実施日：2023年3月16日（木）

参加人数：参加者15名
事務局11名（DMO川越6名、ガイド* 2名、有識者1名、川越市2名）
スタッフ3名（JTB2名、CWW1名）

※ ガイドは、NPO法人英語が通じる街実行委員会より派遣

■実施スケジュール

日程	DMO川越様	JTB川越支店	地域関係者および 関連事業者	参加者
1月	実施計画		予約調整	参加者調整
	第1回観光戦略会議(1月23日)			
2月	全体統括	実施準備	手配調整	
	専門家による下見ツアーの実施(2月27日)			
3月	全体統括	実施準備	手配調整	実施案内
	ファムトリップ1班の実施(3月9日)			アンケート回収
	ファムトリップ2班の実施(3月16日)			
	アンケート分析・報告書作成			メディア発信 など

■ Invitation letter

Welcome To Kawagoe inherited rich Edo culture

Thank you for joining Fam Trip hosted by DMO Kawagoe.

Kawagoe had strong connection with Edo (Old Tokyo) and have become the bustling commercial area. DMO Kawagoe has organized this Fam Trip with the theme of “Enjoy yourself like a IKI (elegant, stylish) merchant in Castle town Kawagoe.”

Our target customer is foreign visitor who has visited Japan for a couple of times and is interested in history and culture.

DMO Kawagoe would like to refine the wonderful Kawagoe resources for our target customer and hopes you participate in this Fam Trip as you are in a position to introduce this trip to your customers or audiences.

DMO Kawagoe would like to receive your advices three times.

1. Multiple choice (during tour): Evaluate each site.
2. Exchange remarks (right after tour): Open conversation based on 1st multiple choice.
3. Questionnaire (after tour): Questions about this fam trip and overall Kawagoe tourism attractions.



Please read this QR code
to answer 1st multiple choice.

DMO Kawagoe believes your insights will
contribute better Kawagoe OMOTENASHI.

DMO Kawagoe



■ Invitation letter

DMO Kawagoe Members



京野 弘一
Koichi Kyono
理事長
Board Chairperson



根岸 督好
Tokuyoshi Negishi
業務執行理事
Executive Board Member



佐々木 貴弘
Takahiro Sasaki
Staff



安島 博幸
Hiroyuki Yasujima
CMO



神谷 典子
Noriko Kamiya
Staff



秋山 修志
Shuji Akiyama
Staff



岩堀 みどり
Midori Iwahori
Staff

観光地域づくり法人

一般社団法人 DMO川越

〒350-0056 埼玉県川越市松江町2-9-2 2F

Tel: 049-299-7401 Fax: 049-299-7402

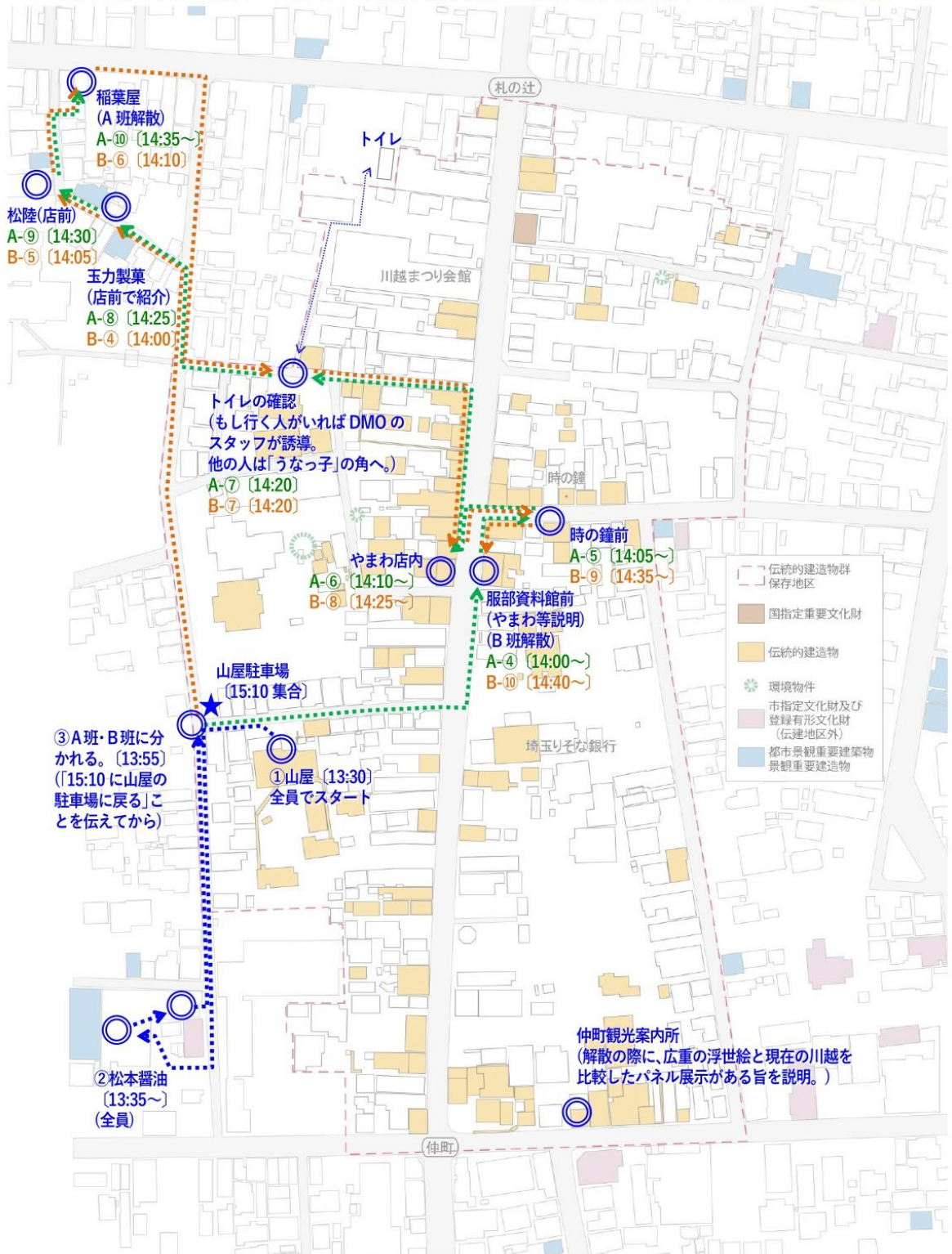
Email: info@dmo-kawagoe.or.jp



■ 散策ルートマップ

■ファムトリップ【3月9・16日】：まちなか散策 解説ルートと立ち止まりスポット(案)

2023.03.07.



■ Thank you letter (ファムトリップ1班)

Thank you

ありがとうございました。

It was great pleasure having you here in Kawagoe!!
We appreciate your valuable comments and suggestions about Kawagoe tourism.
Hope we can see you again in Kawagoe !!



観光地域づくり法人

一般社団法人 DMO川越

Email: info@dmo-kawagoe.or.jp



京野 弘一
Koichi Kyono

理事長
Board Chairperson



根岸 晋好
Tokuyoshi Negishi

業務執行理事
Executive Board Member



佐々木 貴弘
Takahiro Sasaki



神谷 典子
Noriko Kamiya



秋山 修志
Shuji Akiyama



岩堀 みどり
Midori Iwahori

Please come join “江戸の日 (Edo No Hi)”
on Saturday, March 25th !!
You can feel the Edo atmosphere in
Kawagoe !



Shuji Akiyama



■ Thank you letter (ファムトリップ2班)

Thank you

ありがとうございました。

It was great pleasure having you here in Kawagoe!!
We appreciate your valuable comments and suggestions about Kawagoe tourism.
Hope we can see you again in Kawagoe !!



観光地域づくり法人

一般社団法人 DMO川越

Email: info@dmo-kawagoe.or.jp



京野 弘一
Koichi Kyono

理事長
Board Chairperson



根岸 督好
Tokuyoshi Negishi

業務執行理事
Executive Board Member



佐々木 貴弘
Takahiro Sasaki



神谷 典子
Noriko Kamiya



秋山 修志
Shuji Akiyama



岩堀 みどり
Midori Iwahori

Please come join “江戸の日(Edo No Hi)”
on Saturday, March 25th !!
You can feel the Edo atmosphere in
Kawagoe !



Shuji Akiyama



下見ツアーの実施概要

■ スケジュール

ご旅程表

観光庁長官登録旅行業 第64号
(一社)日本旅行業協会正会員



株式会社 JTB 感動のそばに、いつも。

川越支店

〒350-1123 埼玉県川越市船田本町 15-13 東上パールビル 5F
TEL : 049-246-5813 / FAX : 049-241-3496
営業時間: 月~金 9:30~17:30 / 定休日: 土・日・祝

支店長: 芳野 忠司

総合旅行業務取扱管理者: 山口 秀樹

担当者: 三村 憲司

作成日: 2023年02月22日

(一社)DMO 川越 御中

小江戸川越の文化体験ツアー 下見

ご旅行方面: 埼玉県川越市

ご参加人数: ゲスト6名様+事務局10名様(スタッフ2名)

ご旅行期間: 2023年02月27日(月)~2023年02月27日(月)日帰り

ご集合場所: ウェスタ川越 (09:30集合)

日次	月日曜	行程	食事
1	2/27 (月)	配車場所: ウェスタ川越前 ウェスタ川越 ≡≡≡ (一番街を車窓) ≡≡≡ 【降車】エムエス観光バス駐車場 …… 09:45 10:00 …… 川越蔵の会事務所 …… (川越城本丸御殿を経由) …… 氷川神社 ≡≡≡ 10:10 11:00 11:20 12:00 ※ 氷川神社周辺で乗車 ≡≡≡ 【昼食】丹徳庭園(昼食の後、抹茶体験) ≡≡≡ 【降車】エムエス観光バス駐車場 …… 12:15 13:50 …… 散策(松本醤油蔵、蔵造りの街並み、時の鐘など) …… 【乗車】エムエス観光バス駐車場 ≡≡≡ 14:20 16:00 ≡≡≡ 小江戸蔵里(昭和蔵にて利き酒体験、明治蔵にて土産購入、八州亭で意見交換) ≡≡≡ 16:10 17:00 ≡≡≡ 川越駅 17:30	朝: - 昼: ○ 夕: -

<凡 例> ◎は入場観光/○は下車観光/△は車窓観光 <記入例> 鉄道□□□ 航空機✈✈✈ 私鉄≡≡≡≡≡ バス≡≡≡ 船〜〜 ケーブルカー〜〜 ロープウェイ〜〜 徒歩… タクシー/乗用車—
 <記 号> (指)普通車指定席、(自)普通車自由席、(G)グリーン車、(普)普通席、Eコマ、ファスト、クラスJ、プレミアムクラス、(直)直行便、(乗)乗継便、(経)經由便
 <お願い> この旅程は運輸機関のダイヤ改正および各地の道路状況により、多少時間が変更になる場合がございますのでお手数でも現地での出発時間をご確認ください。
 <写 真> 写真はすべてイメージ画像となります。弊社より提出いたしました日程表における写真イラストに関しましては転用をお断りいたします。
 <その他> 添乗員が同行して旅程管理を行います。

■ 利用バス会社のご案内

この旅程では貸切バス1台(マイクロバス1台)を利用いたします。

■参加者

ゲスト5名様 + 事務局9名様 + スタッフ2名

No.	所属	役職	氏名
1	ジャーマン・インターナショナル	代表取締役社長	ルース・マリー・ジャーマン
2	かまいしDMC	代表取締役	河東 英宜
3	関東運輸局観光部観光地域振興課	課長	宮崎 明男
4	関東運輸局観光部観光地域振興課	調査員	荘司 美波
5	ケー・シー・エス		森田 尚人
6	DMO川越	理事長	京野 弘一
7	DMO川越	理事	根岸 督好
8	DMO川越	事務局	秋山 修志
9	DMO川越	事務局	岩堀 みどり
10	DMO川越	事務局	佐々木 貴弘
11	DMO川越	事務局	神谷 典子
12	NPO法人英語の通じる街実行委員会	ガイド	岡田 みどり
13	NPO法人英語の通じる街実行委員会	ガイド	鈴木 美和子
14	川越市産業観光部観光課	主事	吉田 俊朗
15	JTB川越支店	受入サポート	三村 憲司
16	JTB川越支店	添乗員	内藤 拓海

敬称略

■ 実施風景



■ 実施風景



■ 実施風景



■ 実施風景



■ 実施風景



■意見交換会

ルース・マリー・ジャーマン氏（発言要旨）

1) 川越が目指すターゲット

- ・ 川越は若い年齢層へのアプローチは十分にできているので、今後は30代が狙い目。
- ・ 今から30代へアプローチし、ハネムーン等でもう一度川越を訪れてもらう。
- ・ 年収800万円以上の富裕層のインバウンド客もターゲットになる。
- ・ 川越の目指すべき客層は、今の川越と金沢との中間層が良い。

2) ファムトリップを実施する上での留意事項

- ・ 参加者は日本の歴史が分からない方が前提と考えた方が良い。そのため、江戸との繋がりを説明されても分からない。明治～大正～昭和の流れを言っても伝わらない。
- ・ ポイントを絞った、誰でも分かりやすい説明をする。例：川越とお酒の関係など
- ・ 撮影NGの旨を事前にお伝えすると、逆に意図的に隠していると捉えられかねない。ネガティブに捉えられる可能性があるため、むしろポジティブに伝えると良い。
- ・ お酒、寿し、将軍は刺さりやすい。（徳川～ではなく、SHOUGUN・SAMURAIなど）
- ・ その施設の入場代金や休業日などの案内は必要がない。また、「また来てほしい」という伝え方はしない方が良い。そうすることで、「今あなたを楽しませている」という印象を与えられる。
- ・ 欧米人はゆっくりとした滞在を好む。相手のペースで案内をした方が良い。
- ・ 川越は3日間楽しめる観光地であることはアピールした方が良い。
- ・ ビーガンやハラルの知識もある方が多いことや、店舗の方が外国人慣れしているのは好印象。
- ・ 名物があつたとしても実際に食べる時間がないと、イメージがわきにくい。食べる物をあらかじめ決めておき、それを食べに行くことを目的にする。
- ・ 訪問個所の説明は各受入れ先の方が行うのが良い。「英語のガイドがいないとダメ」では、参加者に不安を与える。
- ・ 英語ガイドは参加者から質問を聞かれて答えるくらいで良い。英語ガイドが説明をしっかりフォローするのは、川越氷川神社くらいでよいのではないか。
- ・ 英語ガイドは受入れ先の方を通訳にする方が良い。当事者が話した方がインパクトが強い。
- ・ 川越の歴史より、まずは日本の歴史を短くおさらいする方が良い。日本の古い歴史を知らない外国人はきっと多い。

3) 今後の川越のプロモーション

- ・ 表現の仕方として、「江戸」よりも「昔の東京」という表現の方が良い。
- ・ アップダウンがなく階段も少ない点は、海外ファミリー層にもウケが良い。
- ・ 川越は他の観光地（京都や金沢）と比べて、新幹線を使う必要のないローカルな町。
- ・ いつも混んでいるのがマイナス。時間決めて貸切対応にするなど、工夫が必要。また、そのような工夫が特別感を与え、購買力UPに繋がる可能性がある。
- ・ 「江戸の日」等のイベントを利用して、まずは国内在住の外国人を誘客する。そのような人たちがSNS投稿により情報発信し、海外在住外国人に取り込みにつながる。
- ・ ホテル従業員の語学レベルが上がると、予約の可能性が高まる。
- ・ 川越は街の発展を感じられる街なので、建物の違いを見聞きしながら歩くことができる。富裕層へのアプローチに活用すると良い。
- ・ 支払いが現金のみだと外国人の印象は良くない。
- ・ 情報過多だとかえってイメージが付きにくい現象になるので、伝えるポイントを絞るとよい。

河東英宜氏（発言要旨）

- ・ 歴史の説明はあまり覚えていないことが多いので、インパクトのある説明の方が重要である。
- ・ サツマイモをフックにすると良いのではないか。
- ・ 醤油とお酒の付加価値をしっかりと伝える。説明する順番や内容を工夫する。
- ・ 昼食について、食事内容を解説する御品書きがあると分かりやすい。
- ・ 参加者には、最初に「今回の旅行のコンセプト」をお伝えすると良い。

ファムトリップ1班の実施概要

■ スケジュール

ご旅程表

(一社)DMO 川越 主催

小江戸川越の文化体験ツアー

ご旅行方面： 埼玉県川越市

ご旅行期間： 2023年03月09日(木)～2023年03月09日(木) 日帰り

ご参加人数： 参加者 15名様 + 事務局 11名様 (スタッフ3名)

ご集合場所： 西武新宿駅正面口改札前 (8:30 集合)

観光庁長官登録旅行業 第64号
(一社)日本旅行業協会正会員



株式会社 JTB 感動のそばに、いつも。

川越支店

〒350-1123 埼玉県川越市沼田本町 15-13 東上パールビル 5F

TEL: 049-246-5813 / FAX: 049-241-3496

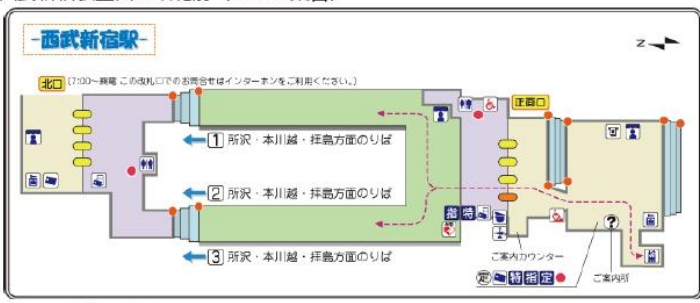
営業時間: 月～金 9:30～17:30 / 定休日: 土・日・祝

支店長: 芳野 忠司

総合旅行業務取扱管理者: 山口 秀樹

担当者: 三村 憲司

作成日: 2023年03月06日

日次	月日曜	行程	食事
1	3/9 (木)	<p>集合：西武新宿駅正面口改札前 (8:30 集合)</p>  <p>小江戸 5号</p> <p>西武新宿駅 +++++ 本川越駅 …… 【バス乗車】川越プリンスホテル ===== 氷川神社 ……</p> <p>09:00 9:48 10:00 10:15 10:50</p> <p>… 川越市立博物館 …… 川越城本丸御殿 ===== 【昼食】料亭山屋 ……</p> <p>11:00 11:45 11:50 12:15 12:30 13:30</p> <p>… 散策(松本醤油蔵、稲葉屋、蔵造りの街並み、時の鐘など) …… 【バス乗車】料亭山屋 =====</p> <p>13:35 15:10 15:15</p> <p>===== 丹徳庭園(抹茶体験) ===== 小江戸蔵里</p> <p>15:30 16:15 16:30-17:00 昭和蔵にて利き酒体験・明治蔵にて土産品のお買い物</p> <p>17:00-18:30 意見交換会(八州亭)</p> <p>小江戸 42号</p> <p>===== 本川越駅 +++++ 西武新宿駅 ※ 到着次第、解散</p> <p>18:45 19:00 19:48</p>	<p>朝：-</p> <p>昼：○</p> <p>夕：-</p>

<記入例> 私鉄 **+++++** バス **=====** 徒歩 ……

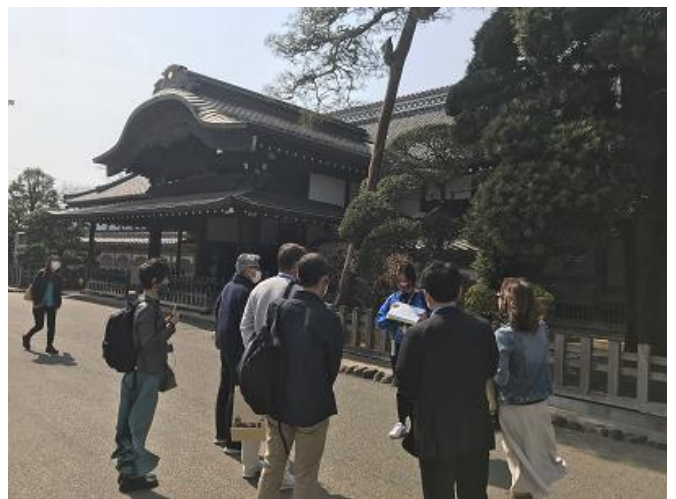
■参加者

参加者14名 + 事務局11名 + スタッフ4名

No.	所属	役職	氏名
1	渋谷区観光協会	理事・事務局長	小池 ひろよ
2	ワンステップ	渋谷区観光インフォメーション	Grittner Miriam
3	J. Standard Collective	President	Jason Saito
4	BELLUSTAR TOKYO	宿泊支配人	高橋 尊治
5	ジャパングレーライン	主事	山之内 紀恵
6	Japan Times	英文ライター (フリーランス)	Kerry Furukawa
7	Dynamics	Talent	ラウリー・アイシャ
8	NPO法人英語の通じる街実行委員会	ガイド	鈴木 美和子
9	川越市産業観光部観光課	副主幹	徳田 将史
10	川越市産業観光部観光課	主事補	松浦 佳世
11	DMO川越	理事長	京野 弘一
12	DMO川越	事務局	岩堀 みどり
13	DMO川越	事務局	佐々木 貴弘
14	CWWツーリズム	参加者サポート	薄井 智恵
15	CWW香港	インバウンドディレクター	佐生 条子
16	東芝ツーリスト	主幹	卯木 晃
17	M Square Global Inc	Vice President	松原 和朋
18	新宿東急ホテルズ	総支配人付シニアディレクター	吉川 歩
19	SKAL International Tokyo	Secretary	奥 健
20	東京エディション虎ノ門	コンシェルジュ	山田 晃子
21	JTBグローバルアシスタンス	マネージャー	小高 功二
22	NPO法人英語の通じる街実行委員会	ガイド	岡田 みどり
23	埼玉県産業労働部観光課	主査	石井 順子
24	DMO川越	理事	根岸 督好
25	DMO川越	事務局	秋山 修志
26	DMO川越	事務局	神谷 典子
27	CWWツーリズム	参加者サポート	佐佐木 亨子
28	JTB川越支店	添乗員	内藤 拓海
29	JTB川越支店	受入サポート	三村 憲司

敬称略

■ 実施風景



■ 実施風景



■ 実施風景



■意見交換会
テーマ別意見

	ポジティブ	ネガティブ	アドバイス
ツアー全体	<ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツは全般的に良かった。 ・街がコンパクトで坂がなくいいと思った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・テーマが伝わらなかった。 ・情報過多 ・史実が多くなると理解が追い付かなくなる。 ・全体的に話し手が緊張していたのか、堅苦しく感じた。 ・文化の通訳をして欲しい。例えば、料亭での食事や抹茶体験。文化の紹介(作法など)とその作法が行われる理由まで知りたい。 ・ターゲットを決めないと企画がぼやけてしまう。 ・今回のファミの満足度は50%くらい。 ・観光資源やコンテンツは十分にあるが、その情報の届け方をどうするかが課題。 	<ul style="list-style-type: none"> ・要点を絞って最低限のマナーはしっかりと伝える（帽子を外す等）。 ・ピンポイントに絞って、史実の背景やストーリーと合わせて話してはどうか。もっとリラックスして楽し気にしてはどうか。 ・アメリカ人はツアーに対する馴染みがない。個々で回るために、スポットがまとめられているマップがあるとよい。 ・川越も交通規制して、歩行者天国などにできたらよい。（例：倉敷の美観地区） ・川越は素材は良い。見せ方、プロモーションにこだわる必要がある。 ・川越が歴史的に江戸城の防衛の拠点としてストーリー立ててプロモーションを構築できるとよい。
移動手段	<ul style="list-style-type: none"> ・電車は所要時間が短く、乗り換えなし。座席のスペースにゆとりがあった ・電車に乗ると、あっという間に着いてしまった。都心からこんなに近いという事を知らない人もまだまだいるので、もっとアピールしてもいい。 ・バスに荷物や上着を置き、身軽に動けることができた。 ・バスの移動時間が短かった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・バスの移動時間が短すぎて、前の訪問先の余韻に浸ることが出来なかった。 ・バス内での案内が多かった。 ・グループの人数が多く、先頭と後方部の距離が長くなってしまったことで、まとまりがなくなっていた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問数を厳選することで全体的にゆとりが出来る。 ・最大4～5名のグループが好ましい。 ・電車は良かったものの、アメリカ人は鉄道に乗ることはあまりないのではないかな。 ・ターゲットを富裕層とするならば、電車はほとんど使わない。 ・電車でのアクセスが良かった。駅からも近い。鉄道や食事とセットで企画商品にしてはどうか。 ・富裕層向けにハイヤーをキープして都心から乗車し、川越を巡るような企画を作って、PRを図ってはどうか。

	ポジティブ	ネガティブ	アドバイス
氷川神社	<ul style="list-style-type: none"> ・お祓いは特別な感じを体験できてとても良かった。 ・お守りは欧米にない文化なので種類も多く良かった。 ・宮司さんの特別なはからいをして下さったのは嬉しかった。 ・鯛のおみくじも楽しめてよかった。英語版もあるのでいいと思った。 ・鯛みくじなどの企画勝ち。 		<ul style="list-style-type: none"> ・神社と日本人の関係、川越と川越氷川神社の関係、お祓いの意味、マナーを事前に知りたかった。 ・お守りを見たかった。 ・本殿彫刻の説明をわかりやすくするため、例えを用いてはどうか。
市立博物館	<ul style="list-style-type: none"> ・江戸時代の川越や蔵づくりについて事前に学べるのは良かった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・最初の模型の説明が長かった ・屏風に関しては新しい話が聞けて「なるほど」と思えたが、外国人には受けないと思った。 ・エンターテインメント性に欠ける。 ・ポインターは見づらい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・語のオーディオガイドがあれば良かった。 ・体験コーナーがあれば良かった。 ・木遣り歌は歌って踊ってみたい。
本丸御殿		<ul style="list-style-type: none"> ・建物のインパクトがないため、見せると逆効果の可能性あり。 	<ul style="list-style-type: none"> ・中に入れなかったため、入れたらまた印象が違ったと思う。 ・川越の城が天守閣無しになった理由を知りたい。 ・周辺の資源を含めて。旅の目的を別につくることで集客したらどうか。
料亭山屋	<ul style="list-style-type: none"> ・建物や庭がとても良かった。 ・食事は美味しかった。 ・料理がおいしく、海外の方には気に入ってもらえると思えた。 ・料亭という空間そのものがコンテンツとして魅力ある。 ・江戸ぽかった。 ・少量で品数が多いのは良かった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ベジタリアンなので食べられるものが限られてしまった。 ・アレルギー対応やヴィーガン対応可が良かった。 ・お品書きに写真があると良かった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ベジタリアンと言っても様々な方(約9種類)がいる。 ・欧米、台湾でベジタリアンが増加傾向 ・だし(〇昆布、干しいたけ、×煮干し)も注意が必要 ・日本語で「乾杯」をやりたかった。(日本人と同じことをやりたい。)

	ポジティブ	ネガティブ	アドバイス
松本醤油店	<ul style="list-style-type: none"> ・話し手が明るくてフレンドリーでとても良かった。 ・醤油が出来るまでを一から現場で見られたのは良かった。 ・説明が楽しかった。 ・お醤油の香りがよかった。 ・エンターテインメント性があった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・時々、わからない言葉や作業などがあつた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・補足説明として写真と文字や通訳があると良い。 ・見学後に醤油や醤油プリンの味見があると良かった。 ・買い物する時間が欲しかった。
街歩き	<ul style="list-style-type: none"> ・町並みはとても素晴らしかった。 ・こんな街並みがあるとは知らなかった。 ・スタバに行き、衝撃を受けた。川越にスタバができたストーリー的にも面白い。ぜひPRすべき。 ・まちかんの包丁がすばらしかった。古くからあるものを感じたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・飲食の英語のメニュー表が無かった ・カフェが少なく、座れるところが無い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗の商品が気になってしまい、ガイドの話が耳に入っていない。 ・町歩きはフリータイムもしくはガイドツアーのどちらかを選んでもらってはどうか。 ・“must see spot”を伝えて自由行動をしてはどうか。 ・解散・集合場所がわかりづらかった。 ・川越とサツマイモの関係について事前説明がほしい。(サツマイモのお菓子が多くてとても気になる) ・ショッピングの支払方法は、店頭で現金のみ、カード可など、明確に案内がほしい。 ・欧米人は路地に興味がある。またそこに住人の生活があるとなお良い。 ・欧米人は個人対個人のふれあいが好き。ただ、お金は落とさない。
丹徳庭園	<ul style="list-style-type: none"> ・趣のある建物での抹茶体験はとても良かった。自分で点てる事が出来るのは更に良い。 ・宿泊できるのも良かった。 ・海外の方には茶道体験は非常にいいと思う。 ・一棟貸しができるという特別感が富裕層には喜ばれると思う。 ・川越市駅、本川越駅から歩いてこられる近さなので、お勧めできる場所だと思った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・お茶がうまく立てられない人が多かった。もう少しフォローがあるとよかった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「日本人にとって『茶道』とは？」の説明、所作の意味など、お茶を点てる前に説明があるとわかりやすい。 ・同時通訳はどちらも聞きづらかった。 ・お茶が買えると良かった。 ・あえて畳に座って、ホストと一体に体験したほうがよかった。 ・「お茶＋庭＋一棟貸＋露天風呂」をストーリーづけてプロモーションを図るべき。

	ポジティブ	ネガティブ	アドバイス
蔵里 利き酒	<ul style="list-style-type: none"> ・色々な日本酒を楽しめるは良かった。 ・外国人に受けがいいと思う。 		<ul style="list-style-type: none"> ・座ってゆっくりと味わいたかった。

自由意見

- ・体験「着物」「箸づくり」「和菓子づくり」などを選択できると良い。
- ・本物志向というキーワードでストーリー性をもって説明をしていくと、更に注意を惹くことができると思う。
- ・海外の富裕層に自信をもって川越を勧められようになった。川越だったらここ！と、富裕層向けにまとめた資料を作ってもらえると、さらに紹介しやすい。
- ・富裕層は車をチャーターし、ガイドや英語を話せるドライバーを指定してくる。ガイドがホテルまで出迎えて一緒に車で川越にお連れする。もしくは川越でガイドと落ち合うというパターンが想定される。
- ・ベジタリアン、ビーガン対応のお店があるのであれば、強みとしてアピールできる。
- ・ベジタリアンやビーガンの人にはスイートポテトは非常にうけると思う。どんどんアピールすべきである。
- ・ゲストハウスのような宿泊施設では、富裕層におすすめすることが難しい。
- ・菓子屋横丁をもっと散策できる時間があればよかった。
- ・菓子屋横丁での買い物は小銭が必要だということは、事前に伝えれば良いと思う。
- ・駄菓子売り場から饅頭工房をみてから店内を通り抜けできたのはよかった。
- ・外国人旅行者から、「川越は埼玉では何位ぐらい？」との質問があった。
- ・「川越で英語で案内をお願いしたい時はどうしたらいいか？」という質問があった。
- ・お金を落としてもらうことをポイントにすると、欧米人よりもアジア系のをターゲットにする方が良い。特に、タイ人。お土産をたくさん買うし、日本好きでマナーがよい。細かいことでクレームしない優しい性格の人が多い。
- ・「抹茶味のキットカットはどこで購入できる？」という質問がコンシェルジュによく来る。そのため、お土産を購入するため、クリアモールを散策するのも良いと思う。
- ・タビマエに納得できる情報の取得が困難だった。どこで情報を取得すれば良いのか。
- ・櫻井印刷所発行の重ね合わせ図はとてもよい。部分的にだけでも、英語版があるとよい。
- ・もっと純和風を強調していたほうがよい。（例えば、座禅）
- ・本国で拡散してもらうため、インスタなどSNSを発信しているサプライヤーをうまく引き込めると良い。
- ・「ウォ体験」できるコンテンツが大事。
- ・映画やドラマ・アニメなどのロケ地巡りツアーなどに興味があり、企画してはどうか。
- ・その場で巡るコース等を組み立てて提案してくれる、ビジットセンターがあるとよい。

- ・「江戸の日」のイベントをシーズンごと(4回/年)に開催してはどうか。
- ・シカゴで企画したイベントで、着物の人に対してサービスすることをおこない、好評だった。
- ・着物や半纏を着て、まち案内をしてもらえるとよい。
- ・一度は着物を着てみたい。ただ、草履に抵抗があるかもしれない。
- ・着物レンタル屋で、外国人用の大きなサイズを確保しておく必要がある。また、髪も一緒にセットできるとよい。
- ・「着物着付け+写真撮影」をセットにした商品があってもよい。
- ・自分で選択し着付けた着物を買い取りして、お土産にできるとよい。

ファムトリップ2班の実施概要

■ スケジュール

ご旅程表

観光庁長官登録旅行業 第64号
(一社)日本旅行業協会正会員



株式会社 JTB 感動のそばに、いつも。

川越支店

〒350-1123 埼玉県川越市沼田本町 15-13 東上パールビル 5F
TEL : 049-246-5813 / FAX : 049-241-3496

営業時間: 月~金 9:30~17:30 / 定休日: 土・日・祝

支店長: 芳野 忠司

総合旅行業務取扱管理者: 山口 秀樹

担当者: 三村 壽司

作成日: 2023年03月10日

(一社)DMO 川越 主催

小江戸川越の文化体験ツアー

ご旅行方面: 埼玉県川越市

ご参加人数: 参加者 15名様 + 事務局 11名様 (スタッフ3名)

ご旅行期間: 2023年03月16日(木) ~ 2023年03月16日(木) 日帰り

ご集合場所: 西武新宿駅正面口改札前 (8:30 集合)

日次	月日曜	行程	食事
1	3/9 (木)	<p>集合: 西武新宿駅正面口改札前 (8:30 集合)</p> <p>小江戸 5号</p> <p>西武新宿駅 +++++ 本川越駅 【バス乗車】川越パルスホテル ===== 氷川神社 09:00 9:48 10:0 10:15 10:50</p> <p>..... 川越市立博物館 川越城本丸御殿 ===== 【昼食】料亭山屋 11:00 11:45 11:50 12:15 12:30 13:30</p> <p>..... 散策(松本醤油蔵、稲葉屋、蔵造りの街並み、時の鐘など) 【バス乗車】料亭山屋 ===== 13:35 15:10 15:15</p> <p>===== 丹徳庭園(抹茶体験) ===== 小江戸蔵里 15:30 16:15 16:30-17:00 昭和蔵にて利き酒体験・明治蔵にて土産品のお買い物 17:00-18:30 意見交換会(八州亭)</p> <p>小江戸 42号</p> <p>===== 本川越駅 +++++ 西武新宿駅 ※ 到着次第、解散 18:45 19:00 19:48</p>	<p>朝: - 昼: ○ 夕: -</p>

<記入例> 私鉄 ~~+++++~~ バス ===== 徒歩.....

■参加者

参加者15名 + 事務局11名 + スタッフ3名

No.	所属	役職	氏名
1	オールアバウト	編集者	Lucas Daub
2	TNL Media	コンテンツプランナー	藍 珮華
3	TNL Media	スタッフ	饒 羽念
4	ジャパングレーライン	副部長	小西 幸江
5	創世紀	創世紀株式会社	豊田 佳
6	帝国ホテル	コンシェルジュ 副支配人	秋本 与野
7	創世紀	営業	山本 容
8	東京ステーションホテル	チーフコンシェルジュ	森 マリーアントワネット
9	NPO法人英語の通じる街実行委員会	ガイド	岡田 みどり
10	川越市産業観光部観光課	副主幹	徳田 将史
11	DMO川越	理事長	京野 弘一
12	DMO川越	事務局	秋山 修志
13	DMO川越	事務局	神谷 典子
14	JTB川越支店	添乗員	内藤 拓海
15	航空新聞社	ウイングトラベル事業部 次長	金子 幸恵
16	地球の歩き方	事務局長	弓削 貴久
17	TAアソシエイト	コーディネーター	古森 菜穂子
18	帝国ホテル	コンシェルジュ	長沼 マリ子
19	JTB (成田国際空港第1ターミナルトラベルセンター)	センター長	後藤 勝也
20	JTBグローバルマーケティング&トラベル	営業企画チーム プロデューサー	小塚 さくら
21	JTBグローバルアシスタンス	ディレクター	小野寺 ゆき
22	かまいしDMC	代表取締役	河東 英宜
23	NPO法人英語の通じる街実行委員会	ガイド	鈴木 美和子
24	川越市産業観光部観光課	主事	吉田 俊朗
25	DMO川越	理事	根岸 督好
26	DMO川越	事務局	岩堀 みどり
27	DMO川越	事務局	佐々木 貴弘
28	CWWツーリズム	参加者サポート	佐佐木 亨子
29	JTB川越支店	受入サポート	三村 憲司

敬称略

■ 実施風景



■ 実施風景



■ 実施風景



■意見交換会
テーマ別意見

	ポジティブ	ネガティブ	アドバイス
ツアー全体	<ul style="list-style-type: none"> ・欧米人には川越のコンテンツは受けると思う。 ・時間的にも盛り込み内容的にもとてもよくまとまっているルートだった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・川越の観光資源やコンテンツは全て、プラスもう一つが必要だ。 ・ツアーは全体を通して起承転結のストーリーがほしい。 ・ガイドの伝え方にも工夫が必要（ストーリーテラーであるべき）。 ・ガイドが見せていた写真が見づらかった。 ・FIT(個人旅行者)にとっては川越の魅力は十分ではないと感じる。団体ツアーでも、他の地区と組み合わせるなどしないと難しい。あるいは江戸とのストーリーづけなどワイドな企画などを検討してはどうか。 ・メインの町なかは道が狭く危険。お金があっても高齢な方だと勧めづらい。環境整備が必要。住居エリアもあるので配慮も必要。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ファンラン（fun run）を実施してみてもどうか（家族連れが参加すれば、次世代の川越ファンをつくれる。） ・大人には、酒蔵での作業体験や酒蔵めぐり、子供には、ガラス工芸体験や織物体験を組み込んではどうか。 ・サツマイモに高付加価値をもたせてはどうか。イモ掘り体験で自らが収穫したものを食べる企画は喜ばれる。（特に貸切り） ・駅から氷川神社までや、町なかの距離感、一日で巡れる時間の感覚が分かるようにPRできるとよい。 ・ガイドはタブレットを利用してはどうか
移動手段	<ul style="list-style-type: none"> ・新宿エリアからのアクセスは良い。 ・バスよりも電車のほうが楽だった。環境的にもよい。ただ、新宿の乗り場を探すのが難しい。 ・新宿からアクセスが良いことがわかった。電車体験も楽しむ要素になり得る。 ・近年のエネルギー事情もあり、ドイツ企業ではヨーロッパ内の出張では飛行機は使わず電車にしている。電車はエコでよい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・都心から電車で30～40分、500円程度の電車賃だとしても一つの目的地（コンテンツ）だけでは足を運ばない ・東京駅周辺エリアからはアクセスが悪い 	
氷川神社	<ul style="list-style-type: none"> ・木彫刻と蔵建築のコラボで見せてはどうか。 ・新河岸川での夜の桜舟運があれば良い。 ・ご神木の8の字は非常に斬新に思えた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・神社だけでは他との優位性を出しづらい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・川、桜、舟と合わせて提案してはどうか。 ・能舞台を活用すると良い。 ・結婚式やお宮参りができるなど、事前の説明があるとよい。

	ポジティブ	ネガティブ	アドバイス
市立博物館	<ul style="list-style-type: none"> ・解説員の説明の言葉選び、なぜそうなったかの説明、テンポなど良かった。 ・模型と解説員の説明がとてもわかりやすかった。 ・博物館は楽しく何故小江戸なのかということがわかった。 ・機織りは紹介したいコンテンツだと思った。 ・博物館は心を込めて建てられた感じが伝わってきた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・川越まつりの映像が古い。 ・博物館の女性トイレが洋式ではなかった。洋式化は必須。 	<ul style="list-style-type: none"> ・半日観光の場合は博物館は不要。 ・インバウンド向けには、博物館の説明はもっと省くのがいい。また、機織りなどの体験をさせたほうがいい。
本丸御殿			<ul style="list-style-type: none"> ・入場して見学したかった
料亭山屋	<ul style="list-style-type: none"> ・建物は良かった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・どこでも食べられる内容であった。 ・地産地消を感じられなかった。 ・普通の弁当にしては割高に感じた。 ・5000円である料理はない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・芋御膳で提供できないか。 ・鰻だとしても、市場に出ないような鰻を提供して本場で食べるということの価値を上げるべき。静岡ではそのように提供している。
松本醤油	<ul style="list-style-type: none"> ・話し手の個性が感じられ、話も良かった。 ・お醤油工場は非常に良かった。 		<ul style="list-style-type: none"> ・有料にしてmy 醤油づくり体験を導入してはどうか。(金沢の事例) ・隣に松本醤油を使った料理が食べられる店があるとさらに良い。
町歩き	<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドの各ポイントの説明はわかりやすかった。 ・菓子屋横丁は日本らしさを感じた。歴史好きな人には受けると思う。 ・蔵の町並みは絶対的な力がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・車が怖くて楽しめない ・どんなにおしゃれな蔵づくりのレストランやカフェにBarがあっても来訪の目的には単独ではならない。有名なシェフが料理を提供するなど、プラスもう一つの楽しめるコトが必要。 ・車交通が残念。歩車分離もできていない。 ・時の鐘は現状、地味でもったいない。もっと説明などが必要。周りにいた人が15時に鳴った際に「一回で終わり？」と言っていた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・着物での町歩きは良いが、丹徳庭園のような場所で着付けをしてもらうのがよい。 ・ストーリーを「共存」ということに変えて、住商共存・歩車共存というストーリーを作ってはどうか。 ・時の鐘だけだと地味、撮影スポットを設営してはどうか。 ・蔵や古民家の再生や利活用にはSNSの影響が大きいと考える。デザイン面でインフルエンサーの意見を取り入れてはどうか。また、地元のデザイナーと組んでも良いのでは。 ・異なるコンセプトのカフェを複数の蔵で営業したらいいかがか。

	ポジティブ	ネガティブ	アドバイス
丹徳庭園	<ul style="list-style-type: none"> ・富裕層が泊まるホテルはないけど、1泊2万5千円の丹徳庭園はいいと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・建物の中に入った瞬間から茶道の世界観に入れるようにした方がよかった。緊張感もエンターテインメントの一つ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事前に説明なしで体験してもらうことを伝えておいて、体験後に茶道の説明をしても良いのではないかな。 ・抹茶体験だけでなく、本物の着物の着付け体験や写真撮影のサービスなどがセットになった商品が良い。
蔵里 利き酒	<ul style="list-style-type: none"> ・複数を試飲できるのは良い、 ・利き酒はよかった。ファミリー層を狙うなら子連れも想定してノンアル試飲のコーナーもあるといい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国語の案内が無い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・八州亭の個室で日本酒マイスターの説明を聞きながら日本酒に合った簡単な食事と合わせて提供してはどうか。 ・二次元コードの読み込みで説明が見られる仕組みはいいかな。

自由意見

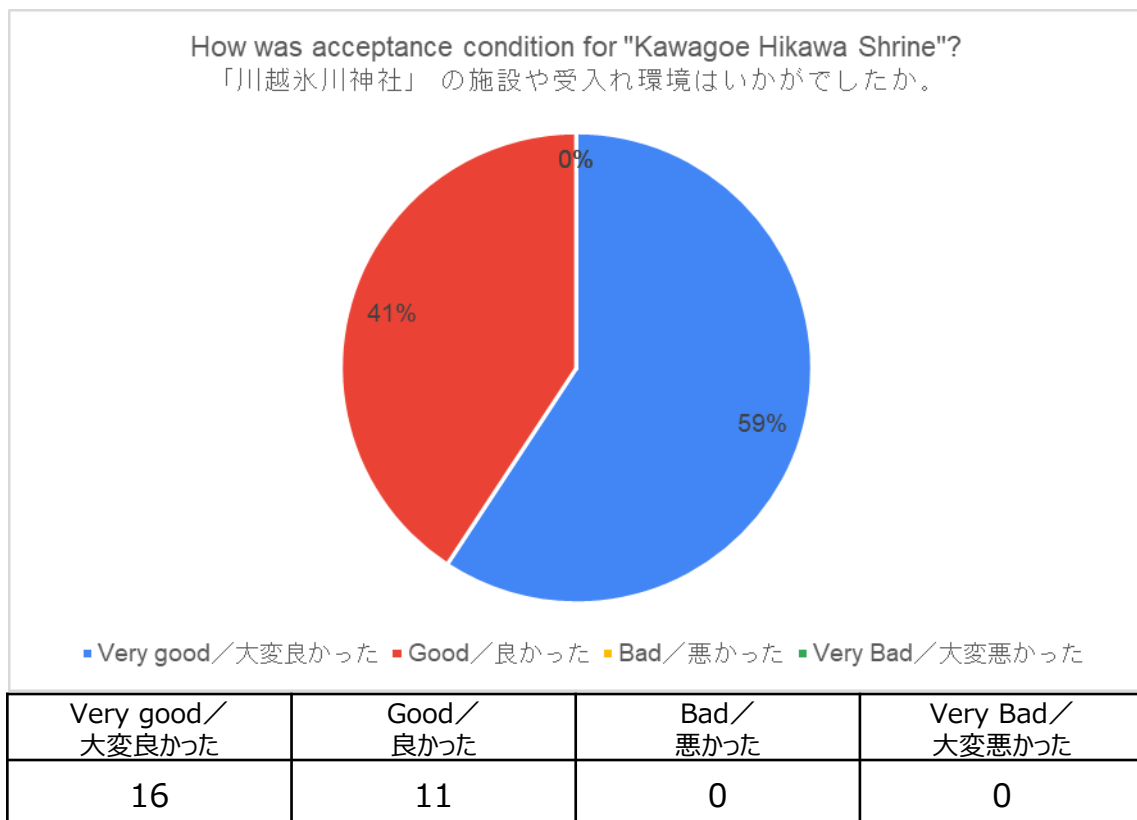
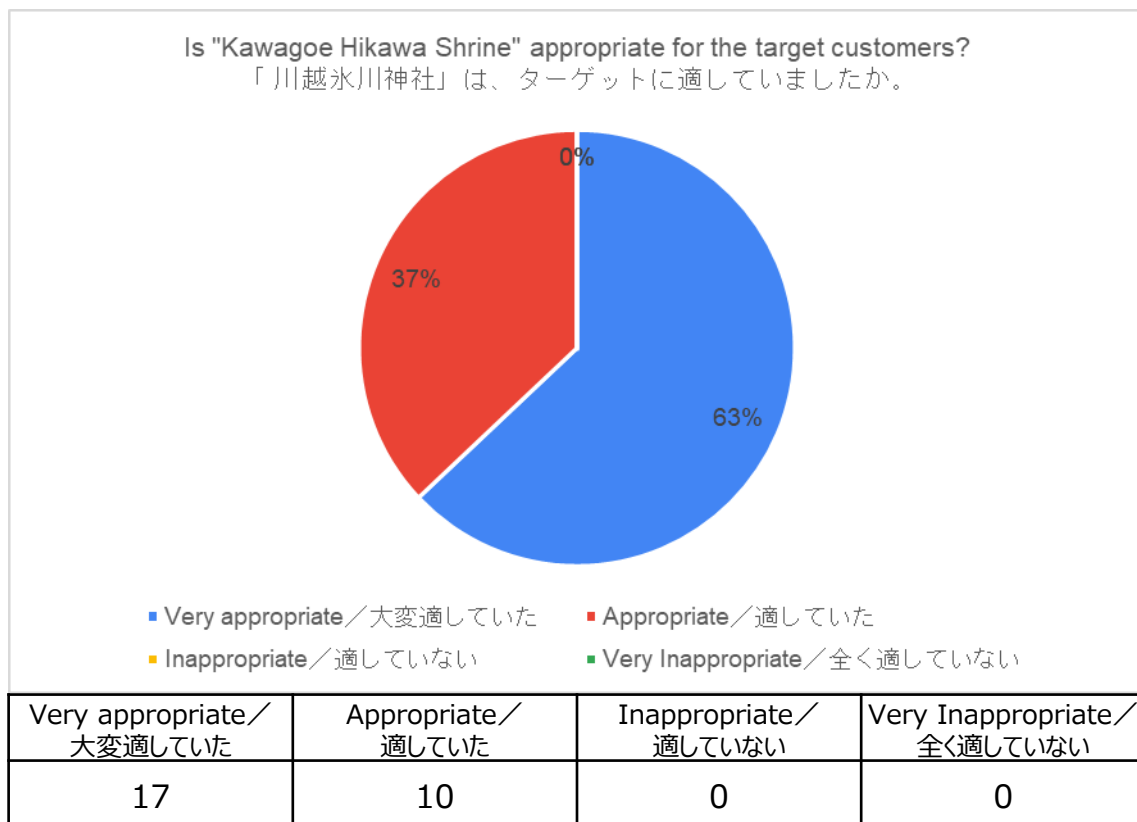
- ・日本へのリピート客は穴場に行きたい。
- ・穴場をアピールする場合は、あちこち連れ回すのではなく食事に2時間ゆっくり時間をとるなどで十分ではないか。富裕層は年齢層が上だと仮定すると、歩き回ると疲れてしまう。訪問箇所を絞って、1つにゆったりとした時間をとるほうがいいと思う。
- ・ラグジュアリー層のツアーで現地ガイドという組み合わせはいいと思う。
- ・標識は中華圏の人には足りていると思う。わからなくても、想像ができるので。ただ、全体的な観光の標識は少なく感じた。
- ・意識が高い20代でちょっとお金があって休みがとれたら、気軽に日本に来る人は多い。
- ・台湾では日本酒好きが多い。日本のことを調べている人が多い。
- ・日本酒を多く扱うレストランを紹介してくれば高年取の人は喜んでいく。
- ・駅前に江戸城跡後が繰り広げられていれば興奮するけど、駅から遠いから気持ちが冷めてしまう
- ・小江戸バスが気になる。可愛い。
- ・駅から一番街までの距離をテーマパーク的なワクワク感を持たせるために、「ここから小江戸エリアですよ」と視覚的に表現してはどうか。
- ・シャッターを川越唐棧の柄にしてみるといいのではないかな。
- ・道案内を要所要所置いたほうがいい。
- ・駅降りたらスタンプラリーや、アニメとのコラボ企画を行ってはどうかな。
- ・ドラマロケで使われたことを、よりアピールしてもいいのではないかな
- ・白い着物を着て、キュウリを食べながらあるいている若い子達に不快を感じる。
- ・宿泊旅行と日帰り旅行のどちらでも良いが、川越からどこか別の観光地（自治体）へ足を運んでもらうルートを作ったらどうか。

- ・「くらづくり本舗」は知られていない。
- ・欧米は歩くことを苦にしない人が多い。松本醤油の残りかすを使っている牧場と連携したり、給水ポイントを設置して自分のボトルを持参して巡ってもらうなど、SDGsやエコツーリズムとして打ち出すのもよいと思われる。
- ・七福神巡りなど、川越はコンパクトなのでモデルがつかれそう。その際、御朱印をおしゃれなポータブルなものにしてはどうか。
- ・川越はアジア系が多い。ドンキやイオンアウトレットなど、爆買いに興味を持っていたりするので、ターゲットをどこに設定するか大事。
- ・欧米が来ないのは、遠い・高い・時差があることなどから。寿司や忍者など一度の訪日で全て体験して満足してしまう。アジア系はもっと深く、いろいろ体験していくように思う。
- ・欧米はリピート率が低い。寿司・芸者など、「ザ・日本」という自分がイメージしているテ典型的なことを確認して満足してしまう傾向がある。
- ・ニューヨークタイムス紙で日本で行くべき旅行先として盛岡が紹介されていた。理由はリアルな日本の生活が感じられること。川越も普通の生活が体験できるようなことでもよいのかもしれない。
- ・着物レンタルでも、ワンポイントでよいので他と違ったスタイルでブランド化を図ってもよい。京都のレンタルは着物の質を高くしている。浅草では洋風寄りの着物で、街中で映える撮影スポットを点在させて楽しませている。
- ・アジア系は男性も着物レンタルをする。フランス人は体験にお金を掛け、宿に掛けない傾向がある。また、ヨーロッパ系は地味な着物を、アメリカ系は派手なものを選ぶ傾向にある。
- ・舟運で江戸とつながっていたこと、「東京の商人が行くまち」など、コンパクトに伝えられるようなPRを図ってはどうか。
- ・アドベンチャーツーリズムもあり得る。達成した人に記念のメダルを出すなど。
- ・案内所をもっと設置したほうがよい。蔵の町並みの中や氷川神社の近辺など。
- ・桜も力がある。シーズナリティでPRを図るのもよい。
- ・訪日して一言は日本語を覚えたいと思う。川越では「蔵」をPRしてはどうか。

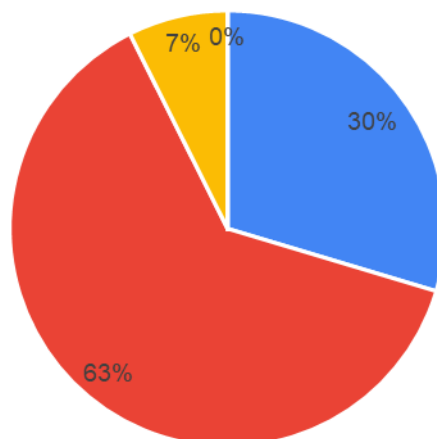
アンケート結果の分析等

■アンケート1の結果

回答者：27名（1班：13名 2班：14名） 未回答：2名



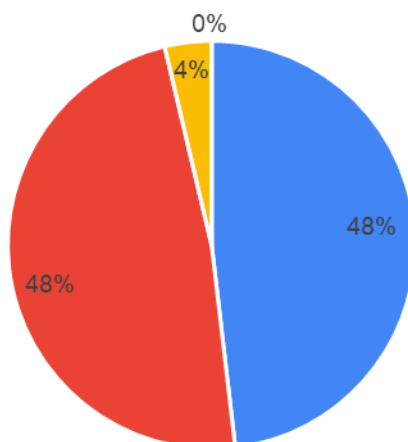
Is "Kawagoe City Museum" appropriate for the target customers?
 「市立博物館」は、ターゲットに適していましたか。



- Very appropriate / 大変適していた
- Appropriate / 適していた
- Inappropriate / 適していない
- Very Inappropriate / 全く適していない

Very appropriate / 大変適していた	Appropriate / 適していた	Inappropriate / 適していない	Very Inappropriate / 全く適していない
8	17	2	0

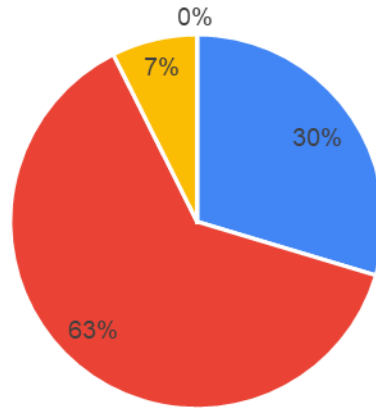
How was acceptance condition for "Kawagoe City Museum"?
 「市立博物館」の施設や受入れ環境はいかがでしたか。



- Very good / 大変良かった
- Good / 良かった
- Bad / 悪かった
- Very Bad / 大変悪かった

Very good / 大変良かった	Good / 良かった	Bad / 悪かった	Very Bad / 大変悪かった
13	13	1	0

Is "Honmarugoten" appropriate for the target customers?
「本丸御殿」は、ターゲットに適していましたか。



- Very appropriate / 大変適していた
- Appropriate / 適していた
- Inappropriate / 適していない
- Very Inappropriate / 全く適していない

Very appropriate / 大変適していた	Appropriate / 適していた	Inappropriate / 適していない	Very Inappropriate / 全く適していない
8	17	2	0

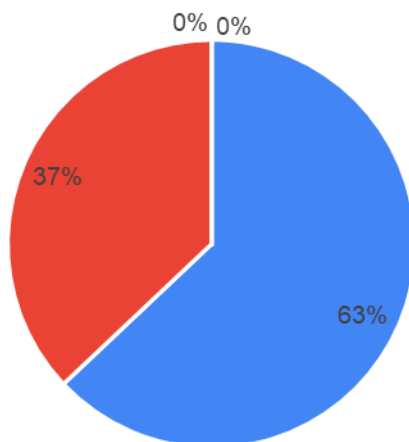
Is "Ryotei Yamaya" appropriate for the target customers?
「料亭山屋」は、ターゲットに適していましたか。



- Very appropriate / 大変適していた
- Appropriate / 適していた
- Inappropriate / 適していない
- Very Inappropriate / 全く適していない

Very appropriate / 大変適していた	Appropriate / 適していた	Inappropriate / 適していない	Very Inappropriate / 全く適していない
8	17	2	0

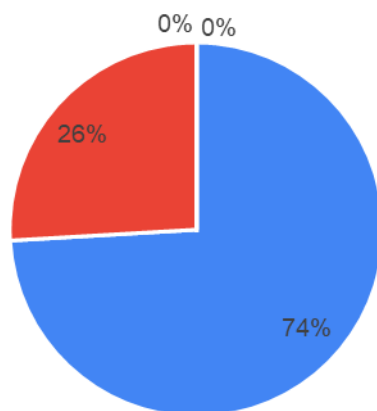
How was acceptance condition for "Ryotei Yamaya"?
「料亭 山屋」の施設や受入れ環境はいかがでしたか。



■ Very good / 大変良かった ■ Good / 良かった ■ Bad / 悪かった ■ Very Bad / 大変悪かった

Very appropriate / 大変適していた	Appropriate / 適していた	Inappropriate / 適していない	Very Inappropriate / 全く適していない
17	10	0	0

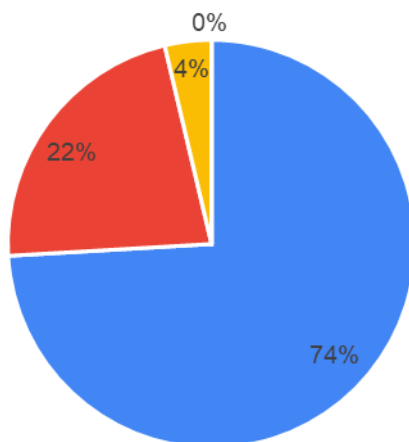
Is "Matsumoto Shoyu" appropriate for the target customers?
「松本醤油店」は、ターゲットに適していましたか。



■ Very appropriate / 大変適していた ■ Appropriate / 適していた
■ Inappropriate / 適していない ■ Very Inappropriate / 全く適していない

Very good / 大変良かった	Good / 良かった	Bad / 悪かった	Very Bad / 大変悪かった
20	7	0	0

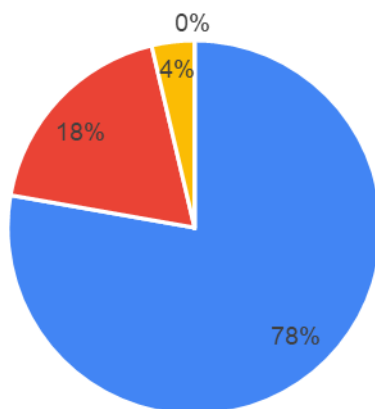
How was acceptance condition for "Matsumoto Shoyu"?
 「松本醤油店」の施設や受入れ環境はいかがでしたか。



■ Very good/大変良かった ■ Good/良かった ■ Bad/悪かった ■ Very Bad/大変悪かった

Very good/ 大変良かった	Good/ 良かった	Bad/ 悪かった	Very Bad/ 大変悪かった
20	6	1	0

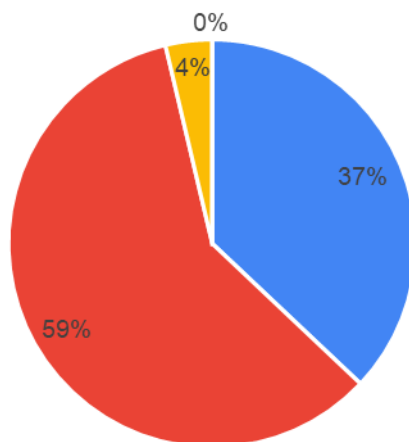
Is "Historic Townscape" appropriate for the target customers?
 散策していただいた「町並み」は、ターゲットに適していましたか。



■ Very appropriate/大変適していた ■ Appropriate/適していた
 ■ Inappropriate/適していない ■ Very Inappropriate/全く適していない

Very appropriate/ 大変適していた	Appropriate/ 適していた	Inappropriate/ 適していない	Very Inappropriate/ 全く適していない
21	5	1	0

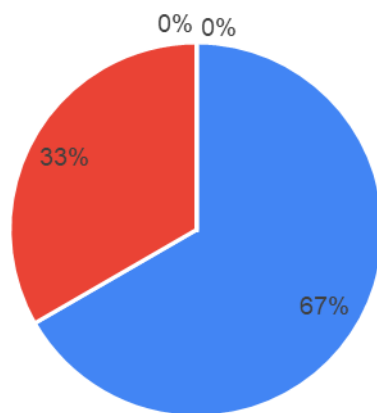
How was acceptance condition for " Historic Townscape"?
町歩き中の商店などの受入れ環境はいかがでしたか。



■ Very good / 大変良かった ■ Good / 良かった ■ Bad / 悪かった ■ Very Bad / 大変悪かった

Very good / 大変良かった	Good / 良かった	Bad / 悪かった	Very Bad / 大変悪かった
10	16	1	0

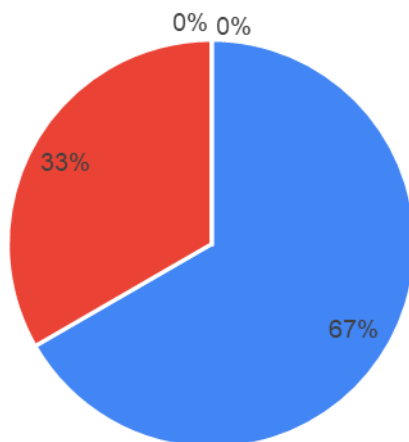
Is "Tantoku Teien" appropriate for the target customers?
「丹徳庭園での抹茶体験」は、ターゲットに適していましたか？



■ Very appropriate / 大変適していた ■ Appropriate / 適していた
■ Inappropriate / 適していない ■ Very Inappropriate / 全く適していない

Very appropriate / 大変適していた	Appropriate / 適していた	Inappropriate / 適していない	Very Inappropriate / 全く適していない
18	9	0	0

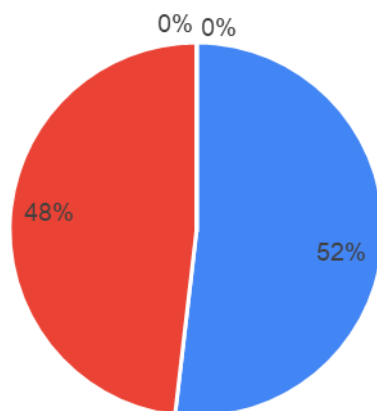
How was acceptance condition for "Tantoku Teien"?
「丹徳庭園」の施設や受入れ環境はいかがでしたか。



■ Very good / 大変良かった ■ Good / 良かった ■ Bad / 悪かった ■ Very Bad / 大変悪かった

Very good / 大変良かった	Good / 良かった	Bad / 悪かった	Very Bad / 大変悪かった
18	9	0	0

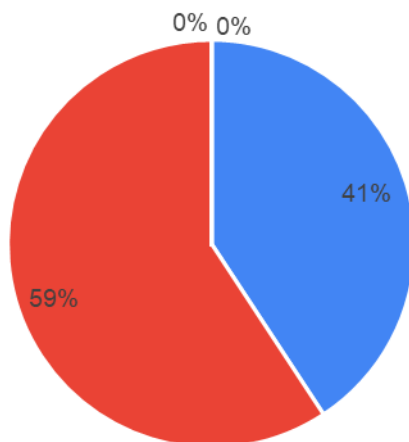
Is "Sake tasting" appropriate for the target customers?
「蔵里での利き酒体験」は、ターゲットに適していましたか？



■ Very appropriate / 大変適していた ■ Appropriate / 適していた
■ Inappropriate / 適していない ■ Very Inappropriate / 全く適していない

Very appropriate / 大変適していた	Appropriate / 適していた	Inappropriate / 適していない	Very Inappropriate / 全く適していない
14	13	0	0

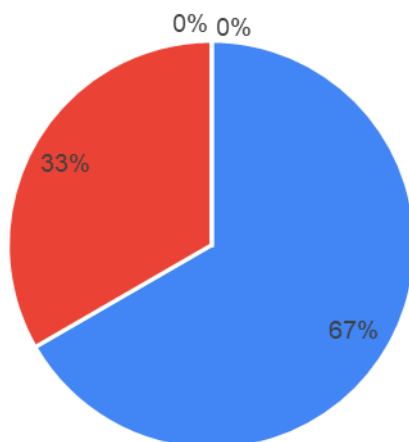
How was acceptance condition for "Kurari"?
「蔵里」の施設や受入れ環境はいかがでしたか。



■ Very good/大変良かった ■ Good/良かった ■ Bad/悪かった ■ Very Bad/大変悪かった

Very good/ 大変良かった	Good/ 良かった	Bad/ 悪かった	Very Bad/ 大変悪かった
11	16	0	0

How was the English guide?
英語ガイドの案内について評価をお願いします。



■ Very good/大変良かった ■ Good/良かった ■ Bad/悪かった ■ Very Bad/大変悪かった

Very appropriate/ 大変適していた	Appropriate/ 適していた	Inappropriate/ 適していない	Very Inappropriate/ 全く適していない
18	9	0	0

■アンケート3の結果

回答者：29名（1班：14名 2班：15名）

テーマ：「城下町川越の粋な商人気分を味わおう！」

想定しているターゲット：複数回来日経験があり歴史文化に興味のある訪日外国人

1. 訪問先のコメント

川越氷川神社

英語版のおみくじがあるのが良い

外国人には好まれると思うが、通りでのお辞儀や帽子を取るといったルール（しきたり？）は事前に説明の必要があると思う。

混雑時の様子がわからないので入場制限などがあるのか気になる。

日本らしく伝統的な神社だった

インスタ映えするスポットなど外国人旅行者も喜びそう。

広くはないが、鳥居が大きく素材として申し分ない。

歴史的な建造物というだけでなくビジュアルにも木彫りの建築物は素晴らしい。また、インスタ映えする絵馬のトンネルや、赤い糸も外国人観光客には必要なスポット。お祓いについて、その価値や必要な所作、その意味を事前に説明してもらえると良い。

縁結びを英語でうまく表現したほうが良い。

なぜ彫刻が素晴らしいのかを江戸との比較、歴史と絡んだ説明が必要。

非公開部分もガイド付きで限定公開されると、高付加価値商品として売り出せるかもしれない。

鯛おみくじなど面白い独自の取組みはとても興味深かった。

雰囲気もよく、SNS映えするポイントも多いので満足度は高いと思う。

能舞台があり、富裕層向けに特別に神楽などできればとても良い。

本殿の木彫りは海外にはない技術だと思うので、もっと写真やレプリカなど近くで見れる機会があると良い。

祝詞を上げていただくという体験は良いと思うが、事前にある程度説明があるとよい。

市立博物館

VRの技術を用いて、バーチャルな川越を体験できるとより良い。

川越の歴史の勉強になり面白い説明だったが長すぎて、少し退屈に感じた。

オーディオガイドなどが充実すると良い。

川越の歴史など興味深く、市内ツアーの前に行くことで街の魅力が倍増する。

詳しい説明がない場合でも有料にしてしまうと、訪問価値が下がる。

英語の冊子はあったが、インパクトに欠ける。

日本人向けと外国人向けで内容を分けても良い。

市立博物館に誘導するための施策が必要。

体験プログラムがあったら、もっと面白い。

川越が「小江戸」と言われる所以がよく理解できたが、外国人に説明するには、もう少し簡略化した方がよい。

川越の歴史を知ることができ、また実際にタイムスリップをしたような内装は面白かった。

もう少し展示物が多ければもっと見応えがある。

女子トイレは洋式が訪日客に好まれる。また、カフェなど併設していると休憩できてよい。

動画が古い。

本丸御殿

近隣施設との調和がなく、貴重な歴史的建造物という魅力が伝わりづらい。

「川越城跡」という認識で見ると、いわゆる“城”の外観ではないので外国人には理解できない。

映画撮影の舞台となった事をPRすると良い。

江戸を見下ろしては失礼なので天守閣がないという点は面白かった。ただ、それ以外に特に印象的ではない。

博物館からの道筋が標識などでもう少しわかりやすくなると良い

昔の城の地図を見れるようにすると、お城だったことが分かりやすいのではないか

外側からの見学のみでは満足度が低い。見た目の印象もあまり強くないのであまり記憶に残らない。

料亭山屋

素晴らしいお屋敷でお食事やメニューへの配慮、全てにおいて満足でした。

外国人の人から見ると、建物、庭、食事とどれをとっても興味深いものであると思う。昨今ベジタリアンやヴィーガンを食する人たちが非常に増えてきているので、用意があれば尚いいと思う。

外国人にだけスプーンやフォークを用意するのは差別されている感がある。

ロケーション、下足場の対応、食事と日本的なものが伝えられ大変よろしいかと思えます。

庭の空気感やお部屋の雰囲気をしっかり楽しめるように、マイクを使ったスピーチはしない方が良いでしょう。

地元の食材、今でも川越の人が食べているのかななどの説明が必要

料亭に関心がないと、料理としてのおいしさが分からない。

応接室の昭和レトロ感が良かった。

景色は素晴らしいのですが、お料理の部分は少しコストパフォーマンスが悪いように思う。また、特に中華圏は常温の（冷やされた）お弁当を食べる習慣がないので、メニューの工夫が必要。

日本家屋で贅沢な中庭を囲む形の建物は素晴らしかった。ただ、食事に特別感のない内容だった。

時期によるが、あまり庭に色（お花）がなかったのが残念だった。

料理の質は高かったが、川越や埼玉県ならではの素材や料理が少ない気がした。和を感じられる雰囲気は良かった。

畳に座る習慣がない外国人には椅子席があるのは良かった。また、英語のメニューがあるのも良かった。

建物、庭園、サービスの面で日本らしさを感じられる。食事は全体的に美味しいが、川越らしさが足りない。

松本醤油店

店主からの説明や蔵の中を見学できる、その後にお土産も買える動線は良かった。

歴史に関する店主の説明が面白く、また建物の内部を見れてとても楽しい経験だった。

もっとビジュアルで作成の工程などを見せていただくと理解が深まる。

製造途中の製品を見られる、原料の実物を見られるなど、体験要素があると外国人も興味をひかれやすいのではと思った。

醤油樽の間を歩く体験は素晴らしかった、醤油の香りを忘れられない

味比べなどできるとより良い

店主の説明を通訳が訳せるかが疑問に感じた。また、醤油自体が欧米人には理解が難しいのではないか。

食文化についても学べてよかった。

内部の見学やもろみの試食ができたのが素晴らしかった

酒蔵見学は良くあるが醤油蔵の見学は初めてで、良い香りに囲まれ思わずお土産を購入した。

実際に何か体験できると、富裕層は喜ぶ。

醤油蔵の見学自体が大変興味深く、店主の方もユーモアがあり印象的だった。視覚だけでなく、味覚、そして臭覚でも楽しめるのは旅の良い思い出になる。

体験コンテンツもあるとなお良い。

川越らしい観光スポットと感じる。造り手のこだわりも感じられる。発酵ブームでもあるので醤油作り体験のようなことができると良いかもしれない。

醤油づくりの根気と手間が外国人に伝わればもっと興味を持っていただけたと思う。

ガイドの説明はわかりやすくユーモアがあり飽きさせない。歴史的にも貴重な施設である事をもっと強くアピールし、商品購入スペースをもっと広げると買い物もしやすい。

大豆の搾りかすが飼料になるとのことだが、大豆の搾りかすを食べさせている農場の紹介や牛肉の料理が食べられる店の紹介ができる（商品が買える）とストーリー性が生まれる

ガラス細工体験も隣にあったので、子供連れはそちらも楽しめるようにすると良いのではないか。

歴史的町並み

小江戸を感じる街並みの街歩きを楽しい。一步奥に入った路地まで景観を統一できると更にタイムスリップした感覚になる

素晴らしい景色と、買い物や食べ歩きを体験できる。ただ、もう少し英語の説明があると良い。

岡山県の倉敷を思い出すような景観で、昔に戻ったようで楽しかった。

混み合った場所なので、少人数での移動が望ましい。

混雑時の誘導などがどうなっているのか気になった。また、観光客が食べ歩きをしているので、ゴミ箱があると便利なのではと思う。

歴史を知って街を歩くとより楽しい。

歴史的な文化と建物があふれていて、鎌倉を思い出させる。

歴史的な街並みに、着物をきている女性が歩いているのも街並みにマッチしていた。

短時間でも歩行者天国を検討してほしい。

若年層は、インスタ映えする街並みとスイーツが沢山ありますので国籍を問わず喜ばれる。ただ、歴史に興味がある知的な欧米人には、俗っぽく映る可能性もある。

一番街まで誘導するためのストーリーづくりが重要。

車道と歩道の改善ができるとより良い

保存地区にすると思う。ただ、倉敷や金沢には劣るように感じる。

とても賑わっていて活気があるが、落ち着いてゆっくり出来るところが少ない。

江戸情緒たっぷり、面白い

観光客の数に驚いた。客単価 6000 円近くと聞き、日帰りの旅先としては大健闘していると思う。風情がありとても良いが、歩行者天国や一方通行にして歩道を広げるなどインフラの改善が必要。

歩行者天国や車量が減るとさらに良い。また、飲食のゴミを減らすようなエコツーリズムを意識した取組があると良い。

丹徳庭園

庭園とお屋敷を流れる空気が清涼だった。お茶については所作や作法のなぜ？や、和菓子への説明ももう少し工夫があるとより良い。

お庭が素晴らしかった。ただ、お庭の特徴など、もう少し詳しく聞きたかった。

お茶を点てている様子を見学するのは良かったが、テーブル椅子よりも畳に座っての見学の方が好感度を持てると感じた。正座をできなかったとしても、外国人は日本人の体験をそのまま行った方が話題にもなりいいと感じた。

お庭はきれいだったが、とても狭いと感じた。

抹茶体験なのでテーブルではなく、畳に実際に座る体験もできたらもっと良い。

簡易的な羽織などでプラスアルファの雰囲気をつくってあげると更に満足度が高くなる。

抹茶体験、自身で仕上げるのは良い。

季節ごとの楽しみがあり、シーズンごとに通えたらとても良い。

お茶と枯山水庭園がなぜセットになっているか説明が必要。

一棟貸しで宿泊できるが、富裕層向けにしては豪華な感じが足りない。

抹茶体験は外国人の興味を惹くものだが、「川越ならでは」の要素は感じられなかった。

抹茶体験としてはどこにでもある感じだった。

庭が素晴らしいので、ライトアップを見たい。

MICEなど、特別なイベントに活用できる。ただ、隣が学校なので、高いフェンスで隠した方が良い。

女将の対応が良く、富裕層向けにも良さそう。

抹茶体験は外国人には好まれるとは思う。ただ、川越で体験する理由がほしい。

一棟貸しの宿泊施設はもっとSNSなどを活用して発信したらよい。また、着物などレトロなものを貸し出すのもいい。

蔵里

埼玉が全国で上位に位置する日本酒の街とは知らなかった。

たくさんの種類の日本酒を楽しめてよかった。英語の説明もあって良かった。

幅広い種類のお土産を変えて、旅行客にはありがたい。

利き酒はとてもユニークで面白いと思った。

とても格式があって素敵な土産物屋だった。

土産品が集まっているので、土産を手にとって見られるのが良い体験にもなる

利き酒の空間をもう少し広く開放的にできるとより良い

ターゲットにはマッチしない気がする。欧米人は買い物も殆どしないし、試飲をする場合酒蔵がベストだと思う。

日本酒初めて、という層にもワンコインでテイastingできることが伝えられる。

もう少し種類を絞っても良い。多すぎるとお奨めが良く分からない。

試飲を始める前に、地域における日本酒の歴史や定番とされる銘柄が知りたい。

お酒飲まないひと向けのメニューも充実している。

歴史的町並みのあとに寄ろうとは余り思わない。

酒蔵の見学出来たらいい。

日本酒体験は、とても興味深いものだった。また、一か所でまとめて名産品が購入でききるのも、シンプルでわかりやすい。

お酒の自動販売機は面白いが、富裕層向けには別室対応が良い。

可もなく不可もなくという印象だった。

日本酒のミュージアム的な要素（展示物や音声での説明など）あると良い。

利き酒の他、何か体験ができたほうが良い。常設でお酒の仕込み等の展示をしてみてもどうか。

日本酒の種類や違いを外国人が理解できないのではないかと。QRコードを使って各自が英語で情報を見て選べたらもっと楽しいと思う。

2. その他にターゲットに好まれる場所についてお答えください。

- ・蔵元：蔵造りの説明や体験できるコンテンツがあるといい。
- ・COEDOビール：川越を代表する日本のクラフトビールは好みそう。工場見学も可能。
- ・クレアモール商店街：地元の方がいつも利用する場所などを体験したいという外国人がとて増えている。ガイドは必要ないと思うが、歩き回って楽しむだけでも良いと思う。
- ・温泉体験：足湯などの体験施設、入れ墨の関係で温泉には行けないが温泉の体験をしてみたい要望は多い
- ・スターバックス：川越の街並みに合った店舗が面白い
- ・川越まつり会館：関東3台山車祭りのひとつである「川越まつり」を紹介するには良い施設。祭りの時季ではくても川越まつりの雰囲気を感じたいと思う。
- ・大正浪漫夢通り：蔵造りの街並みとはまた違った雰囲気を楽しめる。
- ・船に乗り桜鑑賞：期間限定、都内では出来ないのでは、絶対に乗ってみたいと思う。
- ・歌舞伎や能などの伝統文化：例えば本丸御殿で短い伝統文化を披露する時間があれば見に来るかもしれない。
- ・中院：桜の開花時期の訪問はお勧め。
- ・桜、紅葉：人気のある桜や紅葉の名所、スポットをもっと紹介、告知してほしい
- ・蔵里にあった山車：他の地区も同じようなギャラリーになっているのであれば、回遊させる仕組みとしてマップなど用意したら面白いと思う。
- ・酒蔵：試飲のみでなく、酒蔵の見学、酒造りの見学、体験も好まれる

3. 今回の文化体験はいかがでしたか。

抹茶体験

素晴らしいと思ったが、もっと説明が必要（日本人はいつ、どのような理由でお茶を点てるのか、所作や作法はどのようなものか）

お茶を点てている様子を見学するのは良かったが、テーブル椅子よりも畳に座っての見学の方が好印象を持てると感じた。

外国人は正座をできなかったとしても、日本人と同じ体験をした方が話題にもなりいいと感じた。

お茶の飲みだけではなく、もう少し踏み込んで理由や茶道についてなどの説明が事前にあると良い。

非常に良かった。特にお庭を楽しみながら体験ができるのが良かった。本格的な茶室の場合、狭さや雰囲気的にも堅くなりすぎる傾向にあるので、景色を見ながら心地よい風を感じながら体験できるのは、入門編として受け入れやすいと思う。

お茶と枯山水庭園がなぜセットになっているか説明が必要。それでないただのカフェ体験になる。

難しい説明もあり、通訳が難しい表現もあるため、事前の準備が必要。

少人数のほうが良かったかもしれない。

川越らしさをアピールできたら更に強いと思う。

川越でなくてもできる体験なので特別感はなかった。

日本人のおもてなしを知るという意味でとても良いと思った。

椅子席なので気軽に体験できるのが良い。

抹茶体験については、カジュアルな椅子席コースと本格的な正座をするコースに分けて対応してみるのも良いと思う。

もう一步踏み込んだプランとして、訪問日に、ホストがお客様を迎えるにあたり「意図した内容」を案内するなど、「付加価値」をプラスして、「知人の家に招待された」というようなコンセプト等があると「日本庭園の見える場所での茶道体験」という差別化され外国の方には面白いかもしれない。

利き酒

お得な金額で良いと思った。ただ、多言語表記が少し足りない。

昨今、日本酒は世界でとても人気があるので、外国人が利き酒をできるというのはとても良い。

埼玉県内の酒造のお酒を一度に楽しめるのは良いと思う。また飲みもののすぐそばにカウンタースペースがとられているのはとても良い。

もう少しフォーマルな試飲体験の方が価値がある

アジア人には向いていますが、歴史に興味ある欧米人には難しいと思う。

ジンもメニューに入れて欲しい。

もう少し種類を絞っても良い。多すぎるとお奨めが良く分からない。

自販機で飲み比べできるのは良い仕組みだが、富裕層向けとしては少し特別感が足りなかった。解説付き+専用の個室での利き酒に改善すると良い。

スナックやノンアルコールが提供されていて良かった。

酒蔵の説明や、お勧めや期間限定の日本酒の説明があればよかった。

日本酒の種類の違いに関する説明があった方が、よりよい体験になった

簡単に、手軽に、わかりやすく体験できるのがよかった。

チープ感があった。自動販売機で3種類の日本酒を飲んだが、温度がバラバラで質が悪かった。

一つ一つの日本酒のストーリーが分かるととても良い

自動販売機タイプは日本らしくて良い。

日本酒を造る工程の案内なども説明されるとよい。利き酒体験をするにあたり、外国人向けに、HPに乗せている日本酒の4タイプ等の英語版などがあると良い。

白ワイン酵母を使った日本酒と、ゆずの甘酒を頂いたがとてもおいしかった。

4. その他にターゲットに好まれる文化体験（和菓子作り、箸づくり等）についてお答えください。

和菓子作り

- ・珍しい体験だし、自分で作ったものを食べられるのが楽しい。
- ・外国人を和菓子作りにお連れしたことがあり、とても喜ばれた
- ・時間もかからず手軽にできるし、抹茶体験と組み合わせても良い。

箸づくり

- ・自分用にお箸を作って持ち帰ることができれば外国人は喜ぶと思う。
- ・お箸ではあれば長く使うことができる
- ・毎日箸を使うアジア圏にとっては、お土産にもなるし日常使いもできる

料理

- ・簡単な日本料理作り（巻き寿司、手巻き、ラーメン）など
- ・富裕層向けの場合、有名な先生や店の方を招いて、教えてもらうのも良い。
- ・欧米人には寿司づくり体験などが大人気
- ・川越ならではの食材を使ったものが良い

サツマイモを使ったお菓子またはお団子

- ・川越らしいお菓子だし、手軽に作るができる
- ・川越の特産物を使った地元のお菓子を作ることでより身近に感じられる。

ガラス工房

- ・自分で作るガラスは一生の思い出になる
- ・松本醤油店で体験できる工房があった。自分もやってみたかった

刃物研ぎ、座禅

宿泊体験

- ・江戸へ向かう最後の宿泊地だと思うので、昔の宿舎のイメージや休憩所などの体験できたら良い

手焼きせんべい作り（十人十色）

- ・各々のせんべいに評価をつけるという点がユニークなため、「試しにやってみよう」となりやすい。

さつまいも・うなぎ・農業やグルメ体験

- ・地元の陶器やガラス器を使用し、有名シェフに地元産の食材を使った特別メニューを作ってもらい、川越をより魅力的に見せる本格的な体験

和菓子作り、お箸作り、陶芸、折り紙

- ・体験型のエンターテインメントは最近人気がある。お土産として持って帰れる体験はかなり好まれる。

織物（体験・見学）

- ・日本の着物は人気がある。

5. 料亭山屋の昼食「季節のお弁当（税込み5,203円）」はターゲットに合っていましたか。（質、量、価格等）

食べ物には本当においしかったし、場所もきれいだったので、5203円の価値があったと思う。ただ、食べ歩きも楽しめる川越なので、お弁当の方がいいかもしれない。

もう少し安い4,700円程度の昼食がより多くの人を引き付けるのに適しているかもしれない。ただ、これ以下だと安すぎる。

料亭山屋の昼食は外国人に受けると感じた。内容や量もちょうどいいかと思った。ただ、ベジタリアン・ヴィーガン対応は必須であると感じた。

日本はランチの価格が手頃で安いことで有名。そのため、訪日客には高すぎると感じるだろう。

欧米人であれば、\$40弱は満足できる価格だと思う。

質、量、共に良いと思う。外国人観光客をターゲットにする場合、ご飯は寿司にすることを検討してもよい。

英語表記のメニューがあっても、実際に並んでいる料理の位置が分からないので、何を食べているのかわからない。イラストで料理を説明するなどの工夫が必要。

量的にもかなり満足で、食文化も堪能でき、海外の方にも喜ばれる。

地元の食材、今でも川越の人が食べているのか、などの説明が必要。

価格は納得するが、グルメ志向の欧米人の口に合わないかもしれない。文化体験として食べたい富裕層なら興味を持つかもしれない。

もっと特別感が欲しい。

量は足りていたが、質と価格はクリアできていなかった。外国人の食べ物としてはハードルが高い。まず中華圏、特に台湾では常温で既に冷めたものを食べることに抵抗を感じる。お弁当という形態自体がウケない。

料金的には、ランチだと少し高いと感じた。

鰻やお芋など川越が誇る食材を是非取り入れて、春を感じさせるお弁当だとより楽しめると思った。

川越や埼玉の特産品をもっと強調する必要がある（狭山茶、サツマイモ、乳製品など）

外国人が体験として食べるには高いと感じる。地産地消のものを使った、洋食でも良かったのではないかな。

量、味について特別感や川越らしさは感じなかった。名物のさつまいもを使った菓子・デザート等が付けられないか。

6. その他にターゲットに好まれる食べ物やその理由についてお答えください。

出汁

- ・ヨーロッパでは今、日本の出汁（昆布など）にシェフが注目している。

うなぎ

- ・高級食材だが、他の地域に比べて安価で良い。
- ・川越の名物。地元で取れたものを食べてみたい。

ヴィーガン、ベジタリアンメニュー

- ・外国人はヴィーガンやベジタリアンが多いので、食の多様性の視点から考案すると良い

日本食

- ・寿司は外国人旅行者にとって、もっとも人気のある日本食の代表
- ・一般旅行者は「体験」として楽しむ（天ぷら、照り焼きチキン、カレーなど）

スイーツ

- ・いちごあめは、女性に人気がある。
- ・アイスクリームはヨーロッパでは欠かせない。紅イモはポイント高い
- ・お団子はボリューム感があって、食べやすい

豆腐

- ・ヘルシー食材

洋食

- ・富裕層は普段食べなれている食事を希望するケースもある。
- ・ギネスに認定された「5.5メートルの鍋」があるRestauranteすぺいん亭は魅力的。

さつまいも

- ・生産地として売り出し、サツマイモを使ったいろいろなお料理やスイーツはいいと思う。
- ・川越特有の芋を使った料理やごはん、デザートなどがあるとお芋の幅広さを感じることができる
- ・アジア圏だけでなく欧米人にも好まれそう
- ・さつまいもチップスは、スライスされた形の見目がよく、食べやすいので、食べ歩きにはもってこい
- ・芋料理を存分に食べられる、陶路子は川越らしいお店。

地元の野菜

- ・新鮮な地元の野菜を知りたい

狭山茶

- ・埼玉県のブランドに注目すべき

鉄板焼き

- ・富裕層に好まれる。目の前で焼いてくれる、カウンターというのが海外には少ない文化だから。

ラーメン、とんかつ

- ・家族連れからよく問い合わせを受ける。子供にも人気

7. 今回のファミトリップで特に印象に残っている場所・人・ことは何でしょうか。 (訪問先以外でも構いません)

松本醤油店

- ・店主の話を直接聞けるのはやはり印象に残る。
- ・醤油の良い香りともろみのおいしさ、また楽しい話が印象的で興味深かった。
- ・醤油を製造するための伝統的で細心の努力を説明してくれた
- ・写真では見たことがあったが、樽を実際に見るととても大きくて迫力があつた。
- ・吹きガラスなどの体験もできる。

川越氷川神社

- ・本殿の彫刻の素晴らしさに感動した。
- ・格式のある川越の由緒ある神社でのお参りは、外国人にはとても印象の強い場所だと思う。
- ・歴史的建造物について非常に興味深かったため
- ・山田宮司に江戸文化について分かりやすくご案内いただき、とても印象に残りつた。
- ・おみくじを「釣る」体験は初めてだったため

街並み

- ・古い建物が並び、江戸時代の生活がどのようなものだったかを感じることができる。
- ・少し裏道などを散策すると生活の雰囲気味わえるのも良い。
- ・歴史を感じさせる街並みと、物作りにこだわったアイテムが揃っていたので、歩いているだけで楽しい
- ・平日にもかかわらず、多くの方で賑わっていて、その中の一人になれることは嬉しい。
- ・菓子横丁のレトロな雰囲気も良い。
- ・川越の観光スポットとして外すことのできない場所だと感じた。
- ・時の鐘は歴史を感じる

料亭山屋

- ・家屋、庭、食事と全てがとても日本を象徴するものだと感じ、外国人が求めているものだと感じた。

英語ガイド

- ・川越に対する愛情があつて良かった。
- ・話し方と相手が理解しやすいように頭の中でしっかり整理された分かりやすい英語の説明だった。
- ・とても知識が豊富で、安全にも気を使ってくださり、プロらしく完璧だった。

蔵里

- ・利き酒体験

丹徳庭園

- ・雰囲気に加え、女将さんの説明の仕方や話し方の間合いも非常に良かった。

市立博物館

- ・川越がなぜ「小江戸」と呼ばれるのかが知ることができたため。
- ・ガイドの方の説明がわかりやすく、当時の生活ぶりが容易に想像できた。
- ・川越の歴史や蔵の造りを知ることができた

スターバックスコーヒー

- ・店舗が純和風な造りで印象的

8. 今回のファムトリップでテーマとターゲットに合ったお土産はありましたでしょうか。

COEDOビール

- ・川越でしか買えない

サツマイモ

- ・ヘルシー（=日本の食文化）で好まれると思う
- ・さつまいもの饅頭は、川越らしくて印象深かった。

醤油

- ・松本醤油を見学した後、土産物として買いたい
- ・手ごろなサイズとペットボトル入りはお土産に喜ばれる。
- ・いろいろな醤油があり、違いを試してみたいくなる。
- ・醤油の飴やドレッシングも買いたい
- ・おせんべいセットの中についた50mlサイズの醤油がお土産として買いやすい。
- ・醤油プリンは、ちょっと冒険できる一品だと思う。

日本酒

- ・容器が可愛かったり、利き酒の後にお好みを買えるから
- ・飲み比べできて、おいしかった

お茶

- ・とても日本的なで、持ち運びも簡単

ガラスのコップ

- ・散策中に見つけて、とてもきれいで購入したいと思った。

手ぬぐい

- ・かさばらないし、実用的。川越の文化を表していて紺地も使いやすくおしゃれ。

赤鉛筆

- ・ご縁の鉛筆がとても印象に残った。使えば使うほど男女の距離が縮まるというアイデアが良かった。

駄菓子

- ・カラフルな飴やお菓子が日本らしい
- ・のど飴が一番おいしく感じた。シンプルながら、しっかりした味とレトロな包装が良い。また、漢方に親しみがある台湾人にもウケると思う。
- ・細工の施された飴などは、可愛いし手軽でお土産には良いのではと思った。
- ・のど飴は海外でも馴染みがあるし、土産としての重量が軽くて良い。
- ・駄菓子は低価格なので、お土産としてに受けると思う。

日本画

- ・昔の川越の風景がとかがあればうけそう。

9. 今回の訪問先の外国人観光客受け入れ環境について気づいたことや感じたことをお答えください。

街中の多言語表記が少し不足していると思った。

英語での説明がたくさんあり、人々はオープンで歓迎的で、アレルギーや食事制限が考慮されていた。

英語ガイドは本当に素晴らしかった。

日本人が良かれと思って外国人へ特別対応することが、逆に侮辱されていると感じることもある。

歩道が狭く非常に歩きにくい。昼間の混雑時は歩行者天国にするのがベストと思う。歩行者天国であれば道路にテーブル、いす等出してもっと食べ歩きも楽しめるのではないかな。

スタッフの完璧な準備や素晴らしい料理よりも、まずは笑顔と楽しい雰囲気づくりが大事。

観光案内所にどのような資料が置かれているのかを知りたかった。

駅にもう少しわかりやすい外国人向けの窓口があると喜ばれる。

旗を振ってもらったり、目立つ色の服を着てもらったりするのは、観光客として目立って恥ずかしい。

土産店は日本語表記しかなく、外国人にとってわかりにくい。

標識やマップなど、まだまだ多言語対応できていないところが多くある。

博物館は英語での説明はとても難しいので、英語対応の方が一人常駐していると良い。

今後、観光客受け入れるために、もっと宿泊施設があると良い

一番街の車と人の近さがどうしても気になった。

ガイドで旅は決まるので質の強化は必要。欧米の富裕層を狙いたいとのことだが、現状では難しいと思う。

高付加価値コンテンツの造成や、ガイドの育成のため、地域や様々な業種連携が必要

食事場所などは和室でも正座でないのが良かった。

土産品について、英語の説明文を記載したり、希少価値が高いことをアピールすると良い。

無料のフリーペーパーを充実させてほしい。

観光案内所をタッチポイントに、テーマ性を持ったルートを作られるとよい。

歴史的町並みに、カフェやベンチ等の休憩する場所が少ない。

10. ターゲットが川越で本テーマを満喫するのに適当が滞在期間はどの程度でしょうか。その理由もお答えください。

昼食から夕方までが適当。理由としては、昼間の滞在～夜までいたことを想定した際にコンテンツが見えづらい。

旅館に滞在できる機会があれば1～2日。

約1日半。

すぐ東京戻れる、日帰り旅行がちょうど良い。

おおむね半日。できれば今後宿泊が増える仕掛けを作っていけると良い

基本は半日観光。街並み全体のライトアップなどによって、夕方から夜への滞在延長も可能。

4～5時間程度。

富裕層のリピーターに向けでしたら、もう少しゆっくりできたスケジュールのほうが望ましい。

町自体はそれほど大きくないので、興味のある場所をじっくりと楽しみ、あとは雰囲気や土地の特徴を感じながら過ごす、半日は必要。

体験を含めると1日は滞在できるのではないかと。

蔵などに宿泊できるなどエンターテインメント性がないと、宿泊客を増やすことは難しい。客室に露天風呂がついていたりするとなお良い。

歴史を理解した上で滞在するなら丸一日は必要（または2日）

終日または1泊2日。見学だけであれば1日だけでも十分

11. 川越にはホテルはもちろん、古民家を改修した個性的な宿泊施設があります。ターゲットが宿泊するために必要なポイントは何でしょうか。

例：松村旅館 (<https://coedomatsumuraya.com/>)

丹徳庭園 (<https://tantoku.jp/stay/>)

宿の蔵 枳屋 (<https://kuranoyadomasuya.com/>)

一般的に予約サイトを英語で提供し、簡単にオンライン予約できる必要がある。

滞在先の居心地の良さ、近隣（コンビニや観光スポット）へのアクセスの良さ。

伝統的なお風呂、部屋またはダイニングルームでの伝統的な食事。

外国人は古い日本の建築物（畳の部屋）を好む。

異文化・宗教への対応

夕方・夜に滞在しても価値あるもの（街並みのライトアップなど）または、朝にしか体験できないもの（宿坊・座禅など）

トイレやお風呂などは新しい物をつかい清潔感が保たれていること。

飲料水は最低限1日の人数分は部屋に用意。Wi-Fi。英語での簡単な館内の案内。貴重品金庫。

施設のプロモーションということであれば、海外のインフルエンサーに泊まって貰う、お金をかけられるようであれば、ターゲット国への販促活動。

日本国内で開催される旅行博にセラーとして参加し商談を行うなど。

滞在することがアクティビティの一つ、となるような体験ができること。

街歩きや食事にてかけやすい場所にある。料金がそこまで高くない。人数が2人でも泊まれる。

温泉の設置が無理であれば、ラドン等で代替しても良い

見栄えいい宣材写真と外国向けのメディア紹介が必要。

ネットでの検索に上がるよう宣伝効果

日本ならではの川越ならではの宿泊を体験付きで出来るのがポイント

旅館についてはもう少し気軽に泊まれる施設を増やしてほしい。

ホテルタイプについては、大浴場などを備え、4～5人で宿泊可能なホテルが増えると良い。

宿に泊まることで「何を体験できるか」が明確にわかること。

東京から足を延ばしてもらうため、東京都内での広告・動線作り。

12. 川越までのアクセスはいかがでしたでしょうか。

街中をどうやって移動するか迷う外国人が多い。駅が分かりにくい、英語の説明が少ないなどの理由でバスに乗るのをためらう。

本川越駅から観光スポットまでかかる時間も含めて、合計時間の説明が必要だと思う。

新宿からはアクセスが最高に便利だった。かつ特急料金が安いのも魅力的。

新宿から特急で50分とは大変近くて驚いた。都内から時間がかかるイメージがあったので、西武鉄道などとともに「すぐ行ける」というイメージを訴求したほうが良い。

駅から一番街までどのように行ったらいいか、もう少しわかりやすく看板などが出ていれば安心。あと、観光インフォメーションセンターなどがあるとより良い。

西武特急で48分は魅力的だが、始発が西武新宿駅というのがネック。ただ、新宿エリアに宿泊している外国人は多いので、新宿のホテルロビーにチラシ等置くと効果的かもしれない。

都内（新宿・池袋・品川・東京あたりを想定）からと考えると、同じ時間で行ける場所との差別化（浅草・鎌倉等）が課題。

13. 川越のブランドとして「本物の江戸文化の残るまち川越」をターゲットに向けて推し進める際、何をセールスポイントにするとうるまいでしょうか。

本格的な江戸の風情、伝統的な建物の数々、都心からのアクセスの良さ。

素朴で美しい江戸文化をゆったりと体験。

街並みに絞った1枚の画像でイメージを訴求すると良い

「江戸と川越のつながり（城、交易・食、人）とそれが現存していること」を簡便に・わかりやすく説明するツール（小冊子/デジタルブック、ウェブ）が必要。

川を上って東京を行き来した商人の街（川が東京にあることによって連想しやすい）「KURA」という日本風景

東京で体験できない江戸の街並み、まるでタイムスリップのような体験

蔵造りの町並みや機織りなど、歴史的価値があり、かつ川越ならではの

地元の川越と埼玉のブランドを紹介することに重点を置く。グローバルに考え、ローカルに行動する。

欧米の富裕層向けには現状のままでは難しい。京都でもなく、東京でもなく、川越にしか体感できない〇〇が必要

蔵造りの街並みや神社仏閣、時の鐘、江戸幕府（徳川家）とのゆかりといった歴史的背景。

船、蔵、酒、桜、さつまいも、歴史ある建物

14. ターゲットを絞り込むとしたらどのような属性（国籍、年齢など）が望ましいでしょうか。

東アジアのFIT、東南アジアの小グループ。20代～40代。

流行に敏感なアジアからの若い女性層のリピーター

台湾、中華圏の富裕層。親30、40代+中学生までの子供+60代～祖父母二人

欧米豪の30歳以上。それより若い世代は東京（原宿と渋谷）に滞在したい。

欧米の60歳以上のハイエンド。探求心が強いのため、歴史や文化がマッチする。

文化や歴史に興味のある方、老若男女、カップル、友達同士、家族連れ

若い年代の外国人観光客はアニメや漫画から日本に興味持つので、川越もアニメのキャラクターのコラボなどもいいのではないかな。

国籍、年齢よりもテーマや趣向で考えた方が良い（街並みを歩きながら食べ歩きも楽しみたい人、本物が息づく建築・歴史・文化を楽しみたい人、など）

年収800万以上の30代後半～40代・・・という属性が希望とのことだが、少々無理があるかと思う。現状では20～30代のカジュアルな観光客が気軽に訪れる場所という位置付けかと思う。

食べ歩きが出来て、歴史を学べて、体験型のエンターテイメント（箸作り、陶芸、着物）が出来るのでファミリー層に受けると思う。

15. 川越のブランドとして「本物の江戸文化の残るまち川越」をターゲットに向けて推し進める際、どのようなツールでどのような情報発信が適当でしょうか。

渋谷・新宿の屋外広告やメディア、西武や東武などの鉄道会社、広域の観光協会との連携。

Airbnb、booking.com、トリップアドバイザーなどの海外ウェブサイト。また、訪日外国人向けの雑誌（タイムアウト東京、メトロポリスなど）。

ウェブサイト（外国語対応）を充実させて、SNSを使ってウェブサイトへのアクセスを増やす。
インスタグラム/フェイスブック/YouTube/Twitter/台湾向け：kkdayやFunNow

首都圏のホテルや空港に、ポスターやパンフレット、マップ等を掲出。

海外のDMCやコンソーシアムと連携する。また、アドバイザーを入れて、アドバイザーから海外のDMC、サプライヤーに川越の魅力発信をするアプローチすることが重要。

町並みを綺麗に撮影した画像や動画を公式アカウントやインフルエンサーのアカウントで発信する。

テレビやSNSで小江戸の街並み、川越でしか体験できないことをアピールする。

欧米富裕層向けのコンテンツ作りから始める必要がある。その上でB to B施策が重要。

飛行機の機内にあるフライヤーに川越の特集記事を出す。

■ 総括

1. 訪問先に関する考察

川越氷川神社

川越および日本の伝統文化を感じられる場所であるとともに、観光客を楽しませる要素(鯛みくじ、絵馬のトンネル、インスタ映えなど)を兼ね備えており、満足度が高い観光スポットである。さらに、満足度を高めるためには、川越の歴史や文化、神社のしきたりなどを効率的に伝えるガイドング等の工夫が必要である。

市立博物館

川越の町の歴史を学ぶ上で重要なスポット。先に市立博物館を立ち寄ることで、蔵造りの街並みの散策がより充実したものとなる。

ただし、観光スポットとして入館促進を求める場合は改善の余地がある。具体的には、見学の理解を深めるため、学芸員の説明が重要だが、外国人に対しては、短時間で簡潔に、また入館者を楽しませる伝え方の工夫がないと満足度が下がる傾向にある。また、文化施設であるがゆえ、展示が単調と捉えられる可能性が高いため、エンターテインメント性を意識した施策(体験プログラム、VR展示など)の検討も必要である。

本丸御殿

いわゆる「日本の城」という様相を呈していないため、外観のみの見学では観光スポットとしての価値は低い。しかしながら、川越の町並みを理解する上で歴史的な意義は大きいいため、立ち寄る際は必ず入館すること、市立博物館とセットで案内すること、(市立博物館と同様に)ガイドングに工夫すること等が必要である。

料亭山屋

純和風の造りと日本式庭園という環境は、食事箇所として興味をひくものである。ただし、料理そのものについては、個人の趣味趣向によるため、外国人旅行客に勧める場合は注意が必要である。

具体的には、料亭ではどのような料理が提供されるかという、事前の理解がないとコストパフォーマンスの低い食事と捉えられてしまう。また、観光客は地産地消や日本食に大きな期待を寄せているため、川越の特産品(鰻、さつまいもなど)や、人気の高い日本食メニュー(寿司、ラーメンなど)に比べると満足度が低くなる可能性がある。

そのため、外国人観光客に勧める場合は、「格式の高い食文化の体験である」という事前アナウンスが重要である。加えて、ヴィーガンやベジタリアンへのメニュー対応、食事のマナー(フォークへの変更有無等)や英語での解説など、店舗側に外国人固有の配慮がなされているか確認が必要である。

松本醤油店

醤油蔵見学という特別な体験、サービス精神あふれる店主のプレゼンテーション、醤油を使用した多様な土産品など、外国人旅行客を満足させる要素が揃っていた。今回のファムツアーにおけるベストスポットであり、満足度が高かった。

このような施設の場合、むしろもっと滞在したい、買い物をしたいという要望が強くなるため、時間に余裕を持たせて、外国人旅行客のペースで見学させる配慮が必要となる。今後、インバウンド誘客を検討する上で特に優先すべき施設のひとつといえる。

歴史的な街並み・町歩き

外国人旅行者においても、川越観光のメインイベントであることが再認識された。自由行動も含め、町歩きにどれだけ時間を割けるかで滞在の満足度が大きく変わってくるといえる。そのため、前後の観光要素は町歩きを充実させるための演出として捉えてもよいといえる。

ただし、ネガティブな要素として、オーバーツーリズムの弊害により歩道の安全性が指摘されており、明らかに満足度を下げる要因になっている。都市計画や交通政策に関わるため行政や警察との調整が必要となるが、時限的にでも「歩行者天国」を検討する余地がある。

また、同じく観光における根本的な課題となるが、宿泊施設が少ないことが悩ましい問題である。川越への頻繁な訪問を期待できない外国人旅行者に対し、十分な宿泊施設を提供することが厳しいため、日帰りによる数時間程度の町歩きにならざるを得ないことが物足りなさにつながる可能性がある。

丹徳庭園

庭園の美しさ、抹茶体験の珍しさは外国人旅行者の関心を引くものである。今回のツアーに関しては、参加人数の都合上、テーブル席での案内となったが、受け入れる際は少人数のグループとし、外国人であっても畳の上での正座による体験、茶道に関する作法や所作に関する丁寧な説明など、本格的な体験に徹した方が満足度が高いと考える。蔵造りの街並みから少し離れた場所だが魅力的なコンテンツになりえる。

一方で、抹茶体験自体は、京都をはじめとした他の観光地でも定番となっているため、「川越らしさ」や「丹徳庭園ならではの」要素を加える必要がある。具体的には、着物の着付け、サツマイモを使用した和菓子作り体験、富裕層向けに一棟貸しの宿泊体験などがあげられる。

蔵里

埼玉県内各地の日本酒が揃っていること、自動販売機を使用した販売の工夫がされていること、ノンアルコールの訪問客にも対応できること、体験・土産品・食事が一か所に集まっていることなど、観光客の一般的なニーズに応えた施設として満足度が高かった。

しかしながら、富裕層向けには特別感が足りない、日本酒の種類は多いが説明が不足している、酒蔵見学もしたいといった課題の指摘もあった。

現状は、主な利用者である日本人観光客をターゲットにした施設運営をしていると思われるが、今後、外国人旅行者をより意識した施設運営を検討してもよいのではないかと。

2. まとめ

江戸文化を感じられるエリアとして、今回訪問した施設や環境等について概ね高い評価を得られる結果となった。しかしながら、個別の意見においては、川越の歴史や文化的な背景への理解がないと十分に楽しめない、という川越観光の難しさが見受けられた。

特に、外国人旅行者は頻繁な訪問を見込めないため、短い滞在時間の中で、歴史や文化に関するコンパクトな説明が必要であり、それを伝える工夫が重要であることが分かった。

その点において、今回のツアーでは、通訳ガイド2名によるレベルの高い英語ガイドの功績が非常に大きかった。また、松本醤油店の店主のホスピタリティの高さが際立つ結果となった。この結果を属人的なものとし、観光に関わる事業者全体のガイドやプレゼンテーションのレベルアップを図ることが外国人旅行者の誘客に有効なものになると考えられる。

最後に、川越観光の発展を考えた時、「地域の歴史・文化を伝えたい」という文化保護的な側面と、「訪問客を楽しませ、消費を促す」という商業的な側面の両方をいかにバランスよく行うかが重要だと再認識させられた。「観光旅行＝余暇の充実」と捉えた時、ターゲットを「より楽しませる・より満足させる」というサービス精神の醸成について、観光に関わる行政、商工等のステークホルダーにおいて試行錯誤していくことが重要なことだとはいえる。