

商品名	商品タイトルを記載
宿泊施設	宿泊施設名を記載
商品のターゲット	本商品でターゲットとして設定するメインの顧客層を記載
販売価格	出発地から目的地までの航空機、新幹線等の交通費は除外の上、曜日等によって異なる場合は最安値～最高値の幅を記載
販売期間	過去（～現在にかけて）に販売を行っていたものであれば、その販売時期を記載。近日、販売開始であれば販売開始日を記載。

ツアー行程・概要
本商品における目的・コンセプト、ツアー行程及び工程ごとで体現しているウリ、核となる要素などを記載。加えて、サステナビリティの要素について顧客に伝わるように記載。

ツアーの広告宣伝方法
本商品の販売にあたり、広告宣伝で活用した媒体等、工夫した点を記載。また、広告宣伝にあたり、正確かつ透明性のある表現を記載。

現在までのツアーの販売実績、今後の販売見込み等
ツアーの取扱人数・来訪者数・取扱件数・実施回数・観光消費額・経済効果・収益・財源確保等の具体的な実績及び見込みを記載

地域や関係者との関わり方

特に旅行会社として本商品の造成についてどのように関わっているのか。旅前・旅中・旅後などのそれぞれの段階において、具体的にどのように関わっているかの記載。

見込まれる成果

本商品によってもたらされる地域貢献内容、文化振興、自然環境保全等といった成果を記載。また、革新性（市場・顧客層・販売チャネルの新規開拓・観光DX・地域文化発掘・販売手法・高付加価値化）の観点で見込まれるものがあれば記載。

連携事業者・コンテンツ等の事業実施体制

本商品で連携する地方公共団体・DMO、事業者等を記載。（別紙可）

GSTCに準拠したポイント

本商品におけるGSTC- I の基準を踏まえた部分を記載。

他事業者の参考となるポイント

本商品の中で、今後、商品を造成するにあたり、他の旅行会社や地域事業者等が、取り入れることができる点を記載。

補助事業・助成事業活用の有無

補助事業・助成事業活用

有

・

無

観光庁または他の公的機関・民間による補助事業・助成事業の活用の有無について○を記入。
活用した（している）場合は、以下の欄に、支援元、事業名、事業年を記入。
※本商品の造成にあたり、複数活用した（している）場合は、全ての事業について記入。

■ 申請者情報

申請企業・団体名

申請担当者部署名

申請担当者名

郵便番号

住所

電話番号

メールアドレス

参考資料

- ・様式の補足となるものを記載。
- ・宿泊施設、交通手段、ツアー内コンテンツ、アクティビティ、食事等の写真・イラストなどイメージを補足。
- ・特に旅行商品のイメージ動画や画像を受賞時に掲載しますので、ご提出ください。（動画の提出は、データにてご提出ください。）

商品名	〇〇〇〇〇〇
宿泊施設	〇〇温泉
商品のターゲット	日本へ複数回来訪経験のある欧米豪からのFIT客
販売価格	50,000円/人（大人）、25,000円/人（子供）
販売期間	2023年4月1日～

ツアー行程・概要		
【コンセプト】地域の自然と文化に配慮した周遊ツアー		
【行程】		
時間	内容	旅行者へのウリ
1日目 10：00	〇〇駅 集合、 石組による棚田の保全体験	地域の古老がガイド役を務めることで、 地域住民との直接的に関わりながら地 域資源や保全を学ぶ
12：00	地元の飲食店でランチ	地域の旬の食材を堪能
14：00	〇〇温泉にチェックイン、 入浴等含む自由時間	温泉の歴史を通して地域を学ぶ
18：00	宿でのディナー	地域内で共同開発した食材を生かした メニューを堪能
2日目 10：00	〇〇温泉のチェックアウト後、 △△湿原内のカヤック・カヌー探索ま たはバードウォッチング（選択制）	いずれも専門知識を持ったガイドが同 船し、環境保護の重要性を案内。※ツ アー参加代金の一部は湿原の保全料と して、湿原の環境保全活動に還元して いる。
12：00	道の駅〇〇でランチ、買い物	
14：00	〇〇駅 解散	

ツアーの広告宣伝方法
〇当社の海外支店にて本ツアーの販売を行っている。
〇各種SNS（Instagram、Facebook）を活用し、本ツアーに対象エリアにつ いて、情報発信を行っている。また、日本の地方に興味のある層に絞り、広告 発信も行っている。

現在までのツアーの販売実績、今後の販売見込み等			
項目	2023年(実績)	2024年(見込み)	2025年(目標)
催行回数(回)	〇	〇	〇
1回あたりの 催行人数(人)	〇	〇	〇
催行人数内訳 (人)	日本人 〇 外国人 〇	日本人 〇 外国人 〇	日本人 〇 外国人 〇
総販売額(円)	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
目標達成率(%)	〇	〇	〇
【今後について】 受入にあたっては、環境負荷を低減させるため、□□といった工夫をす るなどしている。1ツアーあたりの受入上限を□人といった制限を行うこ とで、地域へのサステナビリティに配慮した形となっており、今後、地域 において△△といった経済効果が見込まれると考えている。			

地域や関係者との関わり方

○地域の湿原を守るボランティアグループが高齢化し、木道修理の財源不足に困っていたので、旅行会社のネットワークと商品化のノウハウを生かし、旅前の段階から地域関係者と何度も協議を行うことで、ボランティアグループと一緒に湿原を守る活動に参加するツアーをシリーズ化した。地域の人たちとの深い人間的つながりが、ツアーの大きな魅力となっている。

○エコツーリズム商品を造成しているが、地域の人をガイドや料理人として雇い将来的には自立できるように自社のノウハウを教えるなど、様々な業種の地域関係者を巻き込んだ取組を行っている。

○旅後において、本ツアーに参加した旅行者に対して、○○といったアプローチを行うなど、本地域に何度も来訪してもらうための仕掛け作りを行っている。

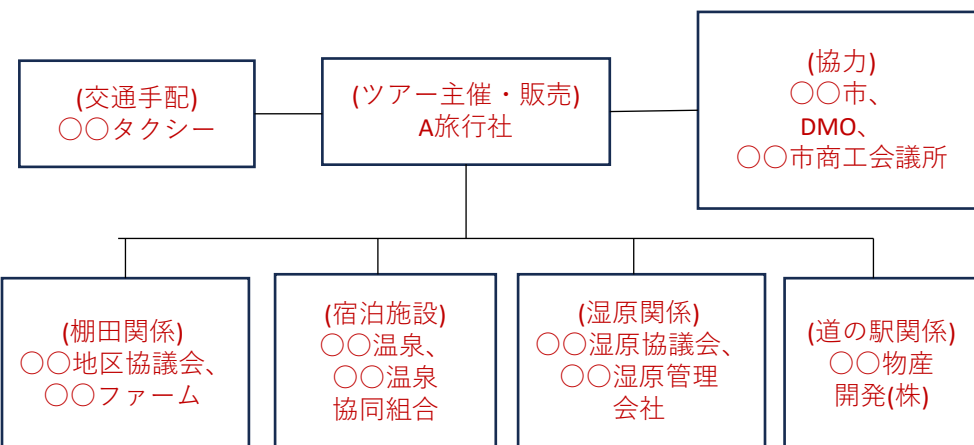
見込まれる成果

例1○地域文化をストーリー仕立てにして地域住民の方にガイドをお願いすることで、今まであまり知られていなかった文化資源を回遊する商品を企画した。宿泊は地域内の小さな宿泊施設に分散して泊まり、地域の食材を活かしたメニューを共同開発している。収益の一部を文化財の保全費用にあてるとともに、本取組が文化資源の担い手の確保にもつながっている。当初、収益的には厳しいものがあったが、○○といった点が地域から評価されたこともあり、継続して取組むことで事業としての可能性が見えてくると考えている。

例2○人口減から開催が危ぶまれていた地域の祭りに準備段階から参加して一緒に祭りを盛り上げるツアー企画を行った。これを契機として継続した取組を実施することで、交流人口の増加に繋がり、地域経済に対して□□といった影響を与えている。

例3○地域の古老に学びながら地域の伝統的な石組による棚田を保全するツアーを企画した。このツアーにより地域における自然資源の保全に△△といった影響を与えている。また、地域貢献が見える化されてきて、採算も取れているので他地域への拡大も考えている。

連携事業者・コンテンツ等の事業実施体制



GSTCに準拠したポイント

○GSTS- I C2 文化遺産の保護の視点より、旅行者より見学料を徴収し、文化財の維持管理費に充てることで、永続的に保護する体制をつくっている。

○GSTS- I D3.1 生物多様性の保全の観点から、旅行者へ向けて地域特有の生物の理解ならびに保全について理解してもらったうえで、ツアーを進めることとした。

他事業者の参考となるポイント

○旅行会社が地域間における調整を行うことで、従来それぞれの地域でバラバラに取り組んでいたものをまとめ、広域地域でのストーリー性のある旅行商品を造成した。

○年齢、性別、働き方にとらわれず、旅行会社の中で社内横断でのチームをつくることで、多様なニーズを組み込んだ商品の造成に繋がった。社員のモチベーションも向上し、生産性の向上にも繋がった。

補助事業・助成事業活用の有無

補助事業・助成事業活用

有

・

無

・観光庁 持続可能な観光推進モデル事業（2023～2024年度）

・観光庁 歴史的資源を活用した観光まちづくり事業（2024年度）

・東京都・東京観光財団 インバウンド対応力強化支援補助金（2024年度）

■ 申請者情報

申請企業・団体名	(一社) ●●●●●		
申請担当者部署名	広報部	申請担当者名	国土 太郎
郵便番号	010-8918	住所	東京都千代田区霞が関2-1-2
電話番号	03-5253-8111		
メールアドレス	●●●@mlit.go.jp		