



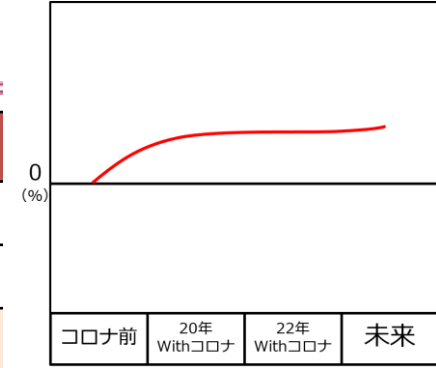
“兵庫テロワール旅”とは

日本海、瀬戸内海に中国山地、個性豊かな島々……多彩な風土に恵まれた兵庫県。その中で世界が感嘆する食材や文化が生まれ、受け継がれてきました。全国各地のブランド牛のルーツである但馬牛や酒米の王者と称される山田錦。そして伊弉諾（いざなぎ）、伊弉冉（いざなみ）の神が日本列島の中で最初に創ったとされる淡路島。各地域に根差した食や文化を味わい楽しみ、それらが生まれたルーツや背景を探り、受け継いできた人の想いや技術に触れる。そして大地の恵みへの感謝を実感する旅。“兵庫テロワール旅”はそんな旅を提案します。

※公式HPより抜粋

はじめに：ポストコロナ時代に、増加し定着・残存・もしくは伸びる価値観

増加し定着・残存・もしくは伸びる価値観	
仕事のマインドシェア が下がる	仕事で自己実現することがそれほど大事だと思わなくなった
	仕事で成果ややり甲斐がそれほど大事だと思わなくなった
地元・地方志向	地元（生まれ育った場所など）に帰りたい（今地元に住んでいる人は、住み続けたい） と思うようになった
	必ずしも都市（中心地）に住まなくてもよいと思うようになった
エコ・サステナブル	エコや環境保護の意識が高まった
	なるべく修理やメンテナンスして長くモノを使いたいと思うようになった
つながり	世界が身近に感じられるようになった
	近所や地域のコミュニティとのつながりが大事だと思うようになった
	ある程度個人が監視されても良いと思うようになった
	自由すぎるのも苦痛だと思うようになった
	信頼できるお店・宿泊施設・メーカーであればより強く繋がりたいと思うようになった
	友人や仲間とのつながりが大事だと思うようになった
身の丈・ありのまま	無理な背伸びはせず身の丈に合った暮らしができればいいと思うようになった
	高級品に関心がなくなった
	ファッション・メイクなどの外見に気を使わなくなった
出会い	新しい出会いの重要性を感じた
	フェイスツーフェイスのコミュニケーションの必要性・重要性の認識が高まった



- 地元・地方志向、エコ・サステナブルな概念の定着
- つながり・新たな出会い
- 背伸びせずありのままでいたい欲

※じゃらんリサーチセンター「観光振興セミナー2022」ポストコロナ時代の旅行を考察！ どうなる？これからの旅の価値観 より抜粋

はじめに：兵庫テロワール旅のターゲット

兵庫テロワール旅のターゲットは、『中間所得層以上の首都圏在住ナレッジワーカー』

ターゲットペルソナの設定

<属性>

所得：中間層以上

居住地域：特に首都圏（名古屋・広島・福岡経済圏）

職業：ナレッジワーカー/専門職、主婦・主夫

パートナー：お互いの生活や趣味を尊重する関係

<性格>

知的的好奇心旺盛、直感的、積極的、人生を楽しみたい

自分らしさが大切、価値は自分で判断したい

自分が価値があると思ったものにはお金をかける

他人とは互いの価値観を尊重する

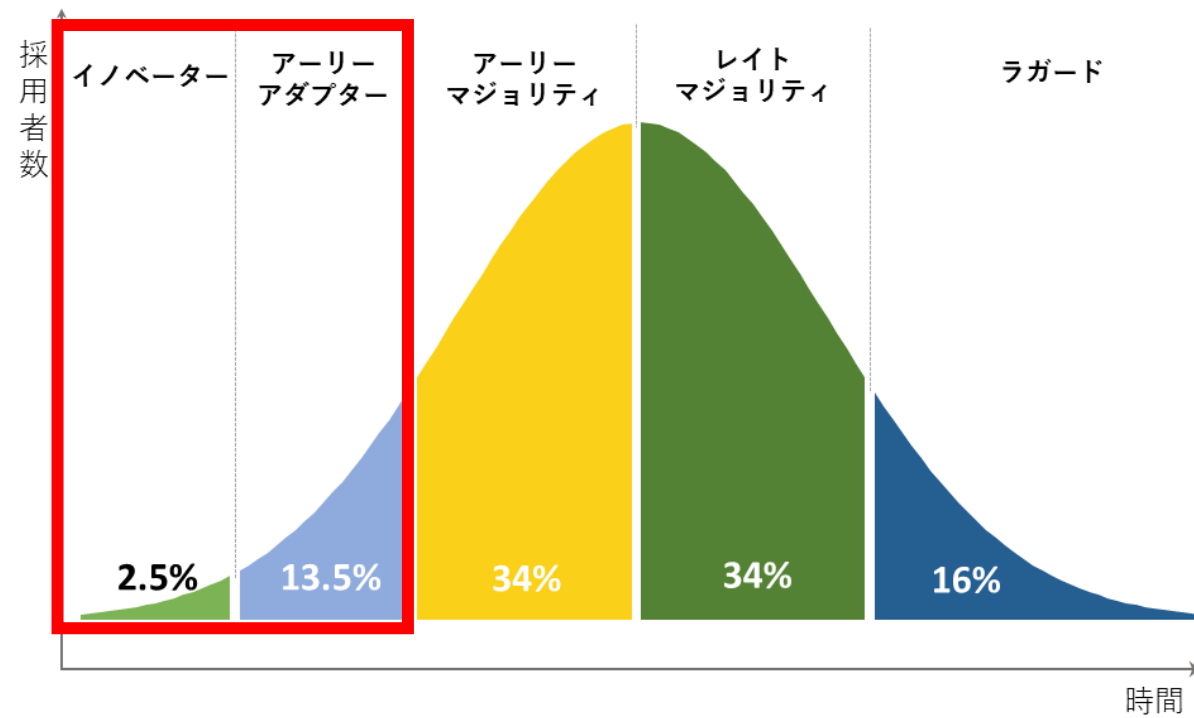
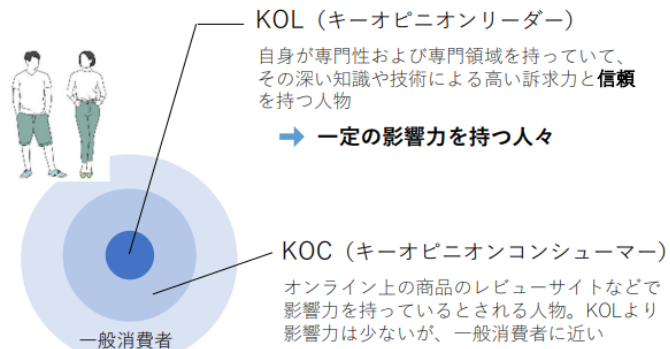
SDGsやLGBT、リベラルアーツ等の世界動向に敏感

<嗜好>

好きなもの：美味しいもの、伝統工芸、ウェルネス、寺社巡り、アート、読書（ライフスタイル誌など）

旅の嗜好：食、温泉、リラックス、ゆっくり滞在、本物志向、イミ志向

S N S：Instagram（良いと感じたことを共有）



※じゃらんnetを活用した「兵庫テロワール旅」企画説明会資料より抜粋

はじめに：兵庫テロワール旅ブランドの確立概念図

旅行者の「地域に根差した食・文化を楽しむ」ニーズが今後も高まる中で、

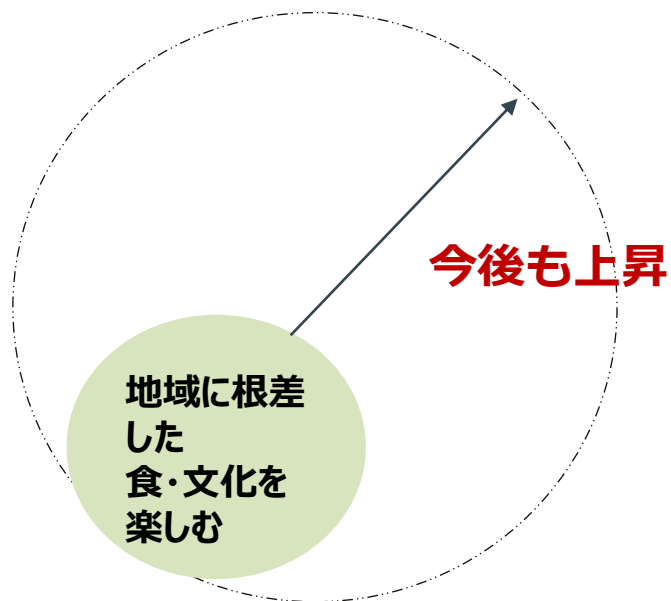
①兵庫県・「兵庫テロワール旅」が想起され、来訪される。

②コンセプトに合った旅行体験

③再来訪意向高まる。

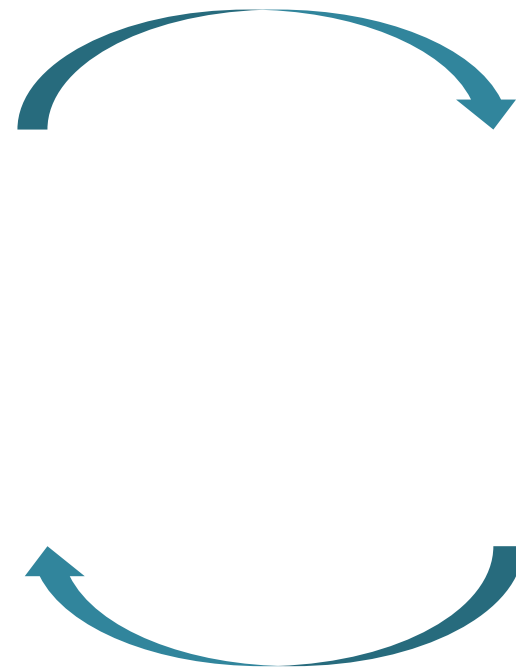
この循環でブランドの確立を図る。

旅行者のニーズ

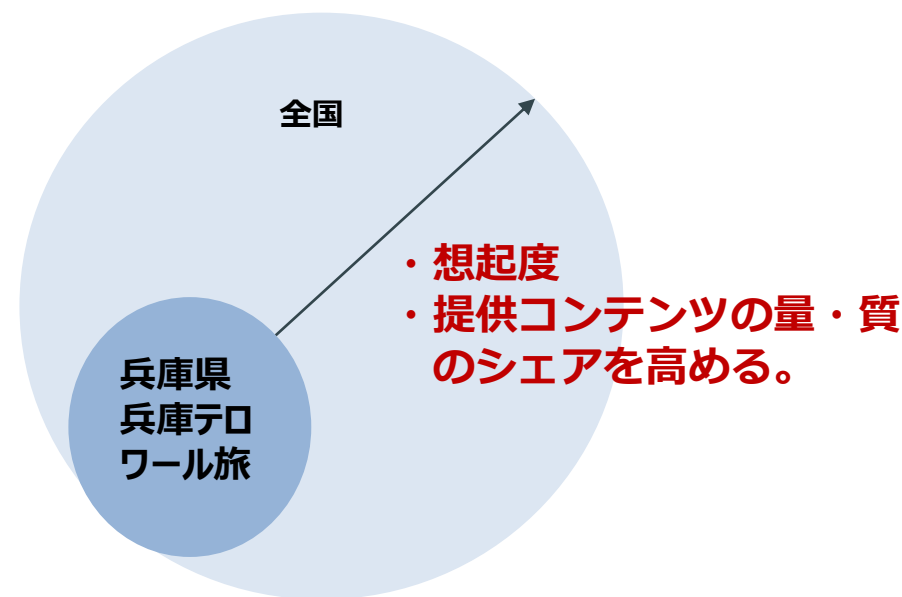


地域に根差した食・文化の提供

兵庫県、兵庫テロワール旅を認知・想起



満足度の高いコンテンツの提供

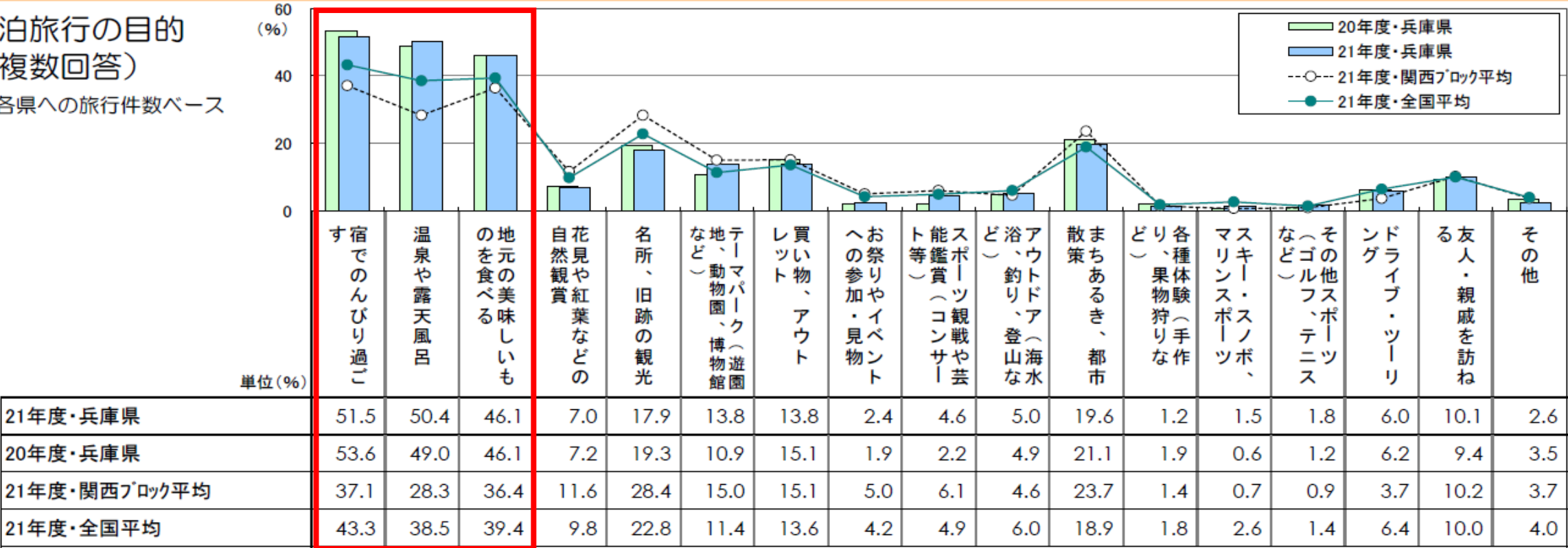


はじめに：兵庫県の宿泊旅行の目的

- 兵庫県では「宿でのんびり過ごす」「地元の美味しいものを食べる」「温泉や露天風呂」がトップ3。
→宿泊施設の皆様と旅行者の接点が多いからこそ、一緒に取り組みを盛り上げて行きたい。

● 宿泊旅行の目的

■ 宿泊旅行の目的
(複数回答)
※各県への旅行件数ベース



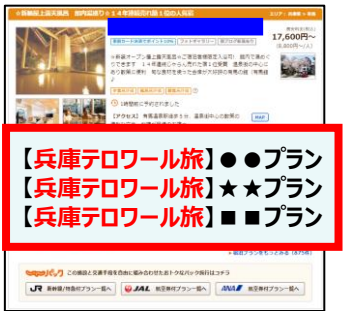
※じゃらん宿泊旅行調査2022 兵庫県県別カルテより抜粋

- 宿泊事業者様のお取り組みについて
 - ご参画状況、プランで活用された食材の傾向
 - 宿泊施設様のGoodトピックス
- 「兵庫テロワール旅プラン」予約者について
 - 宿泊プランの販売実績、予約者属性
 - 予約者の満足度、再来訪意向
- 居住地別のテロワール旅に関する認知、興味について
 - 認知経路
 - コンセプトへの興味
 - 食材想起

「兵庫テロワール旅」企画の全体像

【兵庫テロワール旅】プランの条件

1. じゃらんnetを活用した宿泊プラン販売促進企画



2. 『兵庫テロワール旅』に関するアンケートキャンペーン



3. DC広報物（ポスター・ガイドブック・カード）配布



< ポスター・ガイドブック > < テロワールコンセプトカード >

① 宿泊プラン冒頭に【兵庫テロワール旅】というキーワードを入れてください。

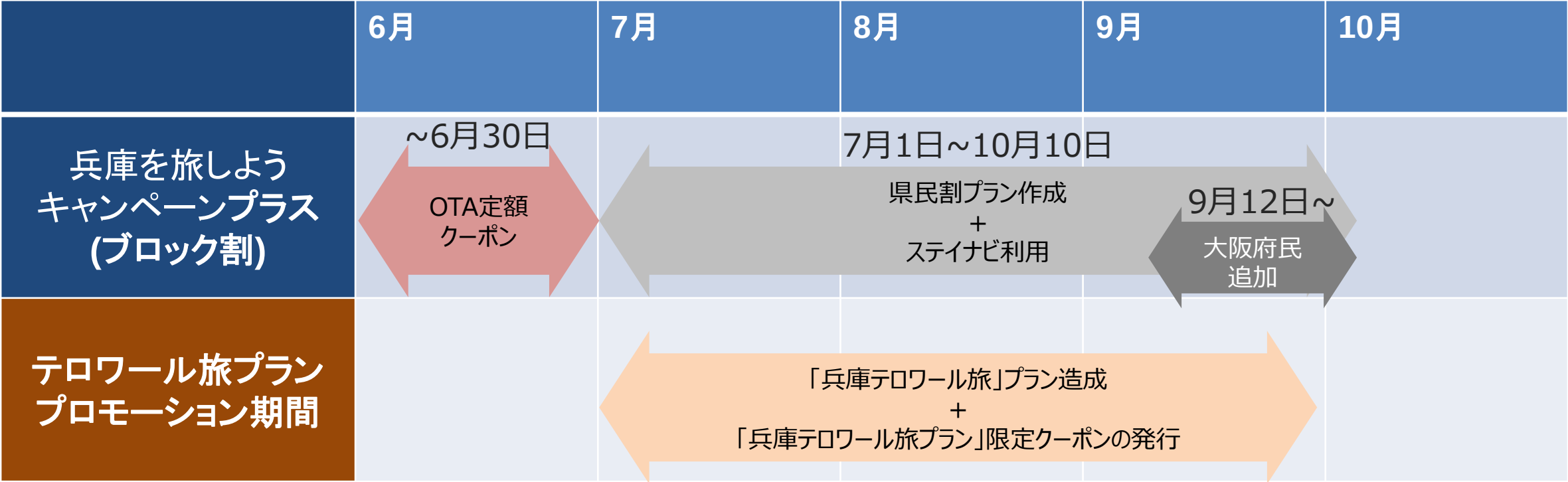
例【兵庫テロワール旅】瀬戸内海の味を愉しむ♪獲れたての海の幸満喫プラン

② 宿泊プランは以下の条件を満たすプランとして造成をお願いいたします。

	条件	具体的なプラン例
① 必須	同一エリア内の特産食材を使用した料理が各食事（コース）の中で複数提供されていること	【例】 播磨：瀬戸内海の味を愉しむ♪獲れたての海の幸満喫プラン 但馬：但馬牛を地元薬味（朝倉山椒／北村わさび）で食す 神戸・阪神：神戸牛と阪神オランダトマト（阪神間のパン添え）
② 任意	同一エリアの特徴をより深く知ることができる、地域ならではのサービス・ガイド・体験等と①がセットになったプラン	【例】 但馬：早朝の市場見学付き、香住ガニ 2 杯フルコースプラン 神戸・阪神：こだわりが知れる！シェフ解説付き、神戸牛プラン 淡路：淡路たまねぎ収穫体験付き、べっぴん鱧すきプラン

はじめに：プレDC期間の状況について

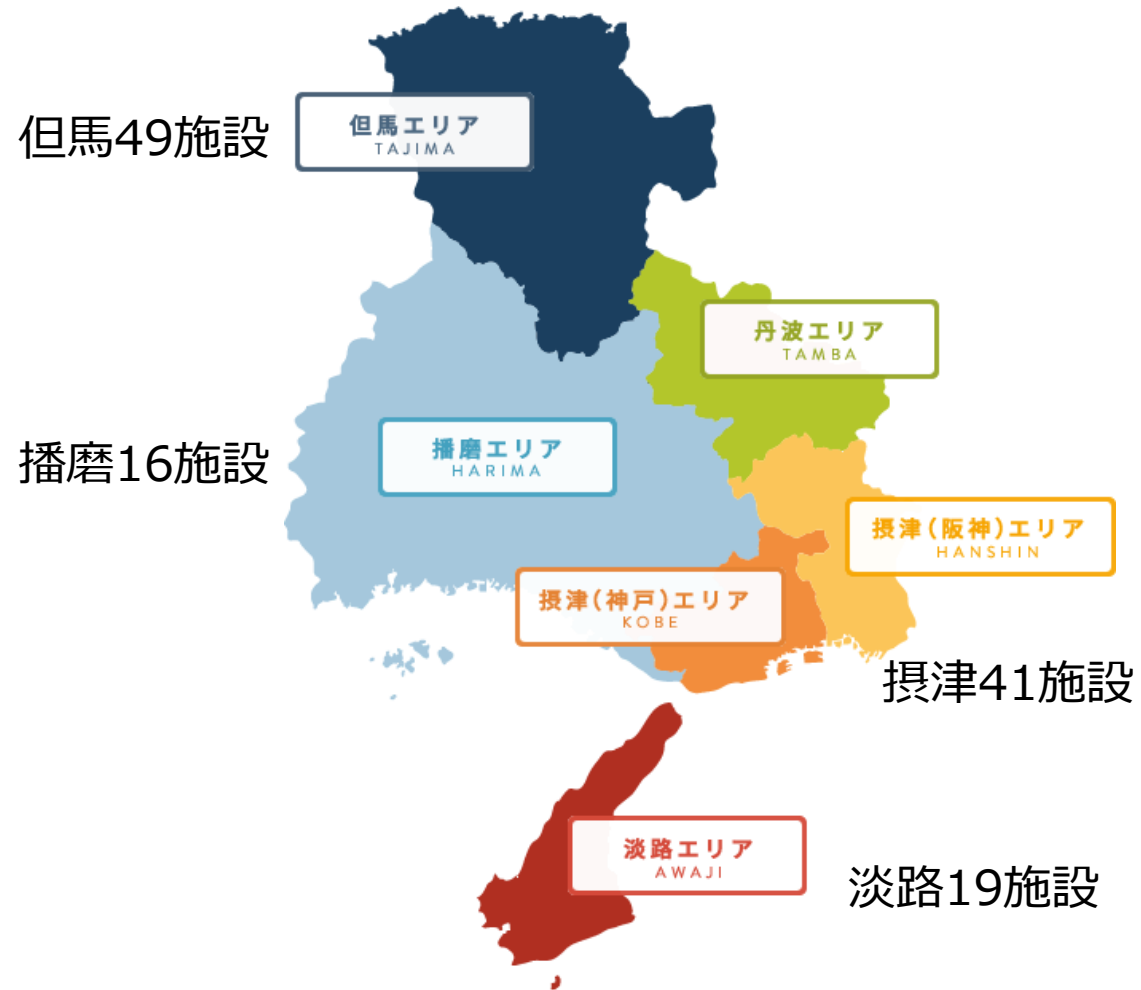
ブロック割のOTA利用分がステイナビ対応になった期間と、
兵庫テロワール旅プランの販売期間が重複し、
結果的に、「兵庫テロワール旅」プランではブロック割が利用できない形で実施いたしました。



大阪府民(9/11まで) + 近畿ブロック圏外在住者がプランのターゲット

『兵庫テロワール旅』プランのご参画状況

- 125施設の皆様に266プランを造成頂く



各地域で活用されていた食材の傾向 ※各施設の表示順 1 位のプランのみ抜粋

- 各地域の特産牛や、海鮮食材が活用。
- 摂津、但馬エリアは牛の出現率が高く、淡路エリアは鰹を中心に海鮮の出現率が高い。
- 播磨エリアは地域名称が多く使用されており、食材の出現率は低い。

摂津41施設

食材	出現回数
神戸牛	17
神戸ビーフ	11
牛	6
ステーキ	5
鰹	4
タンサン	3
ウィルキンソン	3
サイダー	3
ハイボール	3
ポーク	2

但馬49施設

単語	出現回数
但馬牛	21
しゃぶしゃぶ	6
イカ	5
鮑	4
お造り	4
ステーキ	4
牛	4
ガニ	3
のどぐろ	3
かに	3

播磨16施設

単語	出現回数
鰹	2
素麺	2
塩	2
旬菜	1
夏の味覚	1
渡り蟹	1
山田錦	1
塩釜	1
鮑	1
あわび	1

淡路19施設

単語	出現回数
鰹	13
牛	11
ステーキ	3
魚	3
すき鍋	2
海の幸	2
玉葱	2
造り	2
野菜	2
蒸焼	1

※造成頂いた宿泊プランから、「【兵庫テロワール旅】、プラン」を削除した内容でテキストマイニング
 ※各施設プラン作成順で1プランのみ抽出。

・地域の食材を活かしたプランを多数造成

・プラン一例

【兵庫テロワール旅】香住クリスタルキングプラン☆夏人気NO.1☆泳ぎイカを7種の料理で食べ比べ！

【兵庫テロワール旅】\香住自慢大集合／地酒3種飲み比べ付！香住クリスタル泳ぎイカ！香住ガニ！但馬牛

【兵庫テロワール旅】ちょこっと贅沢★夏の海幸5大ブランドと舟盛り&但馬牛プラン

【兵庫テロワール旅】スイ〜スイ泳ぎイカ姿造り&牛陶板焼懐石プラン

【兵庫テロワール旅】泳ぎイカ！牛！活鮑！今が旬★ご馳走食べ比べ懐石&3つから選べる0円海遊びグッズ付

【兵庫テロワール旅】\1泊で3食付き／浜辺の【BBQランチ】&夜は三十七料理長お勧めの懐石プラン

【兵庫テロワール旅】3つから選べる0円海遊びグッズ付と夏懐石&【サーロインorヘレ】但馬牛1品選択

【兵庫テロワール旅】じゃらん限定☆濃厚生ウニしゃぶ×【蟹・エビ・鮑・イカ・魚】&ド黒★黄金コンビ

【兵庫テロワール旅】ちょこっと贅沢★夏の海幸5大ブランドと舟盛り&但馬牛【DX】プラン

【兵庫テロワール旅】夏☆3つから選べる【釣り☆のぞきメガネ☆砂遊び】0円海遊びグッズ付き&海幸懐石

【兵庫テロワール旅】夏旅☆ファミリー・カップルで1泊3食（プレミアムチョイスBBQ付き）プラン

【兵庫テロワール旅】3つから選べる0円海遊びグッズ付&夏懐石【泳ぎイカ・鮑・喉黒・牛】1品選択

【兵庫テロワール旅】大ノド300g以上1匹使用キス場のドづくし【炙・握り・焼・茶漬】&紅白エビ付

【兵庫テロワール旅】3つから選べる0円海遊びグッズ付&夏懐石【泳ぎイカ・鮑・喉黒・牛】2品選択

【兵庫テロワール旅】\1泊で3食付き／浜辺【BBQランチ】&夜はスイ〜スイ泳ぎイカ&牛陶板焼懐石プラン

【兵庫テロワール旅】夏の究極★ブランド三昧プレミアムフルコース&3つから選べる0円海遊びグッズ付き

GOODトピックス テロワールを体現された取組・プラン①：三七十館様のお取組み

【兵庫テロワール旅】＼香住自慢大集合／地酒3種飲み比べ付！香住クリスタル泳ぎイカ！香住ガニ！但馬牛

・プラン紹介

＼香住の自慢グルメが大集合／ブランド食材【泳ぎイカ、香住ガニ、但馬牛】をオリジナルの味！調理方法で料理致します。
美味しいお食事には美味しい酒！地酒香住鶴の3種飲み比べも付いた香住但馬を満喫できるNEWプラン！
夏の香住を騒がせる主役【泳ぎイカ】目を見張る新鮮な透明な身は、『コリコリ』と噛むほどに甘みが出る
【香住クリスタル】お一人様1匹相当のイカを、造り・天婦羅、焼きと料理、次に香住ガニ、但馬牛と山盛りに揃う懐石コース

（夕食お品書）

- ・かつ子おばあちゃんの自家製梅酒
- ・香住ガニ 1匹
 - カニすき鍋
 - カニ刺し&甘エビ造り
 - 焼きガニ&甲羅焼（席前にて炭火にてお焼き致します）
- ・泳ぎイカ姿造り ※お一人様1匹の活イカを調理させて頂きます
 - ※塩スタヂ・醤油・自家製そうめん出汁
 - 泳ぎイカゲソ 塩焼き
 - 泳ぎイカゲソ 天婦羅
- ・但馬牛はお好きなお料理を選択（ほう葉焼きorすき焼小鍋）
- ・香物
- ・カニ雑炊
- ・デザート

夕食の際には、地酒香住鶴3種飲み比べ付き
（お料理は、その日の水揚げにより変わる場合がございます）

☆天候により泳ぎイカの入らない場合は何か他食材(鮑など)でお楽しみ頂きますご了承下さいませ

★8/13～17の期間【泳ぎイカ】はご用意できません



※販売プランより抜粋

・ 酒蔵と連携した酒蔵見学付き、淡路の鰯と玉ねぎの地産地消会席プラン

伝統の技を守り、この地に根付く老舗の造り酒屋に出逢う

【兵庫テロワール旅】千年一酒造「酒蔵見学」と
淡路の鰯と玉葱の地産地消会席プラン

ご宿泊期間：2022年7月1日（金）～2022年9月30日（金）



日本料理「あわみ」 鰯料理イメージ

■ その土地でしか出会えない食や文化を味わい、楽しむ旅。旬の味覚「淡路の鰯」と、老舗酒蔵にてこだわりの酒造りを見学。

『兵庫テロワール旅 － 私の感動、その先へ。－』をテーマに、風土や歴史を深く知ることによって食や文化、伝統の魅力をより強く体験できる旅の提案として、グランドニッコー淡路では特別プランを企画しました。

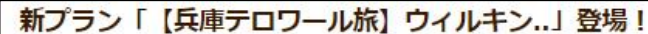
古くから大阪・京都で珍重されてきた夏の美味「淡路の鰯」や島名産の玉葱など、淡路の食材を贅沢に盛り込んだ日本料理「あわみ」の地産地消会席と、地元の土と水で栽培した酒米のみを使用する酒造りに挑戦し続ける、明治八年創業の老舗酒蔵「千年一酒造」にて酒造りの見学や利き酒体験をお楽しみいただけます。



千年一酒造 酒蔵見学イメージ

※プレスリリースより抜粋

- ・ 観光協会、宿泊施設3施設で連携した商品造成&プレゼントキャンペーン



カテゴリ：新プラン

A tall, clear glass filled with a layered beverage. The top layer is a pale yellow color, and the bottom layer is a vibrant purple. Several ice cubes are floating in the drink. The glass sits on a white square coaster on a dark, polished bar counter. In the background, a well-stocked bar with various bottles and glasses is visible under warm lighting.

== ウィルキンソンタンサン発祥の地、宝塚ハイボールと兵庫グルメ ==

ウィルキンソンの炭酸水は、1889年ごろ、宝塚で良質な炭酸鉱泉を
ジョン・クリフォード・ウィルキンソンさんが発見しそれを瓶づめし販売したのが
発祥です。

当館の側にも、ウィルキンソンの炭酸水のみを販売した世界でここにしかない自販機も！

ウィルキンソンの炭酸水を使い、三層に分かれていて見た目も美しくお花の香りがする上品なハイボール、それが宝塚ハイボールです。宝塚ハイボールを、神戸生会席とともに楽しめる期間限定のプランです。

■ プラン特典

- 宝塚ハイボールをお1人様につき1杯サービス（大人のみ）
○「アンケートに答えて、ウィルキンソンタンサン（24本入）を抽選で20組様にプレゼント！」
※チェックインの際、フロントでお渡しするアンケートにご協力いただいたお客様の中から、
抽選で20組様に宝塚市国際観光協会よりプレゼントいたします。

※宝塚温泉 ホテル若水様 じゃらんnetお知らせ・ブログより抜粋

『兵庫テロワール旅』プランの販売実績

- 3か月で1960予約、販売額1.16億円、5253人泊を売り上げる。
- 参画施設様への全予約件数のうち、テロワールプランの占有率は2.8%。

宿泊月	予約件数	テロワールプラン 占有率	販売額	人泊数	部屋泊数	客単価平均 (取扱額÷人泊数)	グループサイズ 平均
2022年7月	488	2.1%	26,429,025	1,191	531	22,191	2.4
2022年8月	863	3.4%	57,030,418	2,515	995	22,676	2.7
2022年9月	609	2.7%	32,784,262	1,547	753	21,192	2.4
総計	1,960	2.8%	116,243,705	5,253	2,279	22,129	2.5

※占有率：参画施設様の7~9月の販売予約件数のうち、テロワールプランの占める割合。

- ・ 宿泊実績といった観点を中心に満足度はテロワール旅企画、プレDC全体ともに平均4.6点
- ・ 「兵庫テロワール旅」のコンセプトに対する共感度は、平均7.8点
→コンセプトにはご共感頂くも、集客観点で磨きこみが必要。

じゃらんnetを活用した「兵庫テロワール旅」企画の満足度

平均4.6点

プレDC全体の満足度

平均4.6点

コメント

- ・ 宿泊プラン増加に貢献頂けた
- ・ 兵庫県県民割と同じタイミングのため利用客が少なかった
- ・ テロワール旅という言葉と内容が、一般の方だけでなく宿泊事業者にもまだまだ理解されていない

「兵庫テロワール旅」のコンセプトに対する共感度

平均7.8点

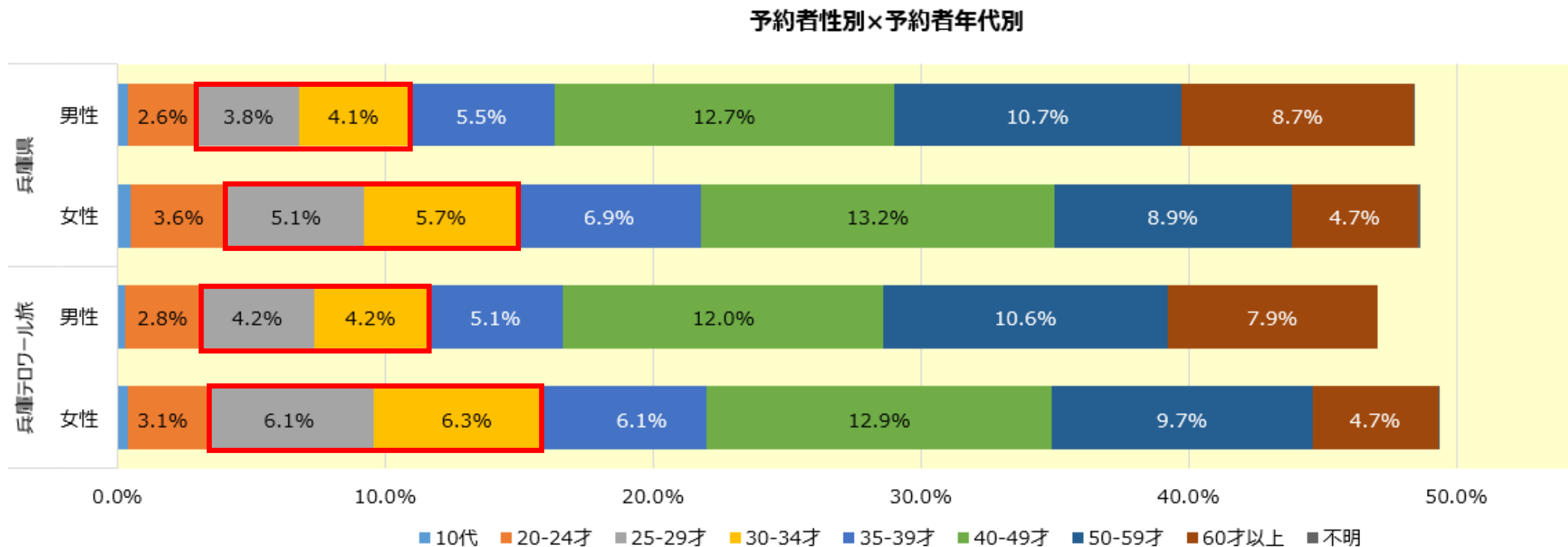
コメント

- ・ 地産地消の観点でよかった
- ・ 県の観光分野促進にとってよい
- ・ 兵庫食材の企画としてモチベーションがあがった。
- ・ 兵庫県を観光県として日本全国、世界に売り込むにあたって、テロワール旅の内容は兵庫の魅力のほんの一部分だけになってしまっていると感じる。

※全て10点満点、答8件

『兵庫テロワール旅』プランの予約者属性 ※1泊2食付きのみに限定

- 兵庫県全体の1泊2食付のプランと予約者属性は近い傾向にあり、20代～40代で全体の約70%を占める。25～29才、30～34才の男女のシェアが通常のプランよりも高い。



『兵庫テロワール旅』プランの予約者の居住地 ※1泊2食付きのみ

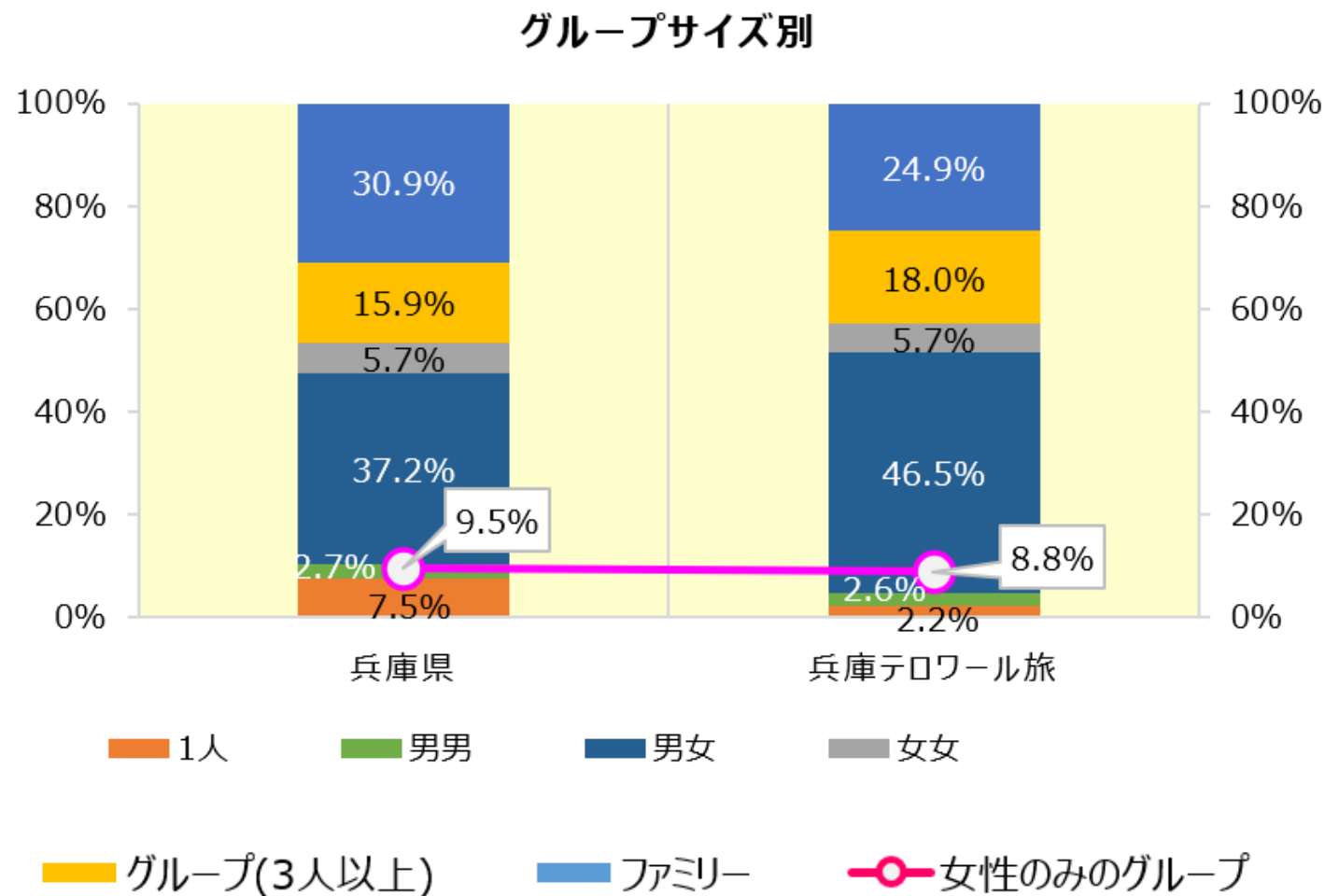
- 大阪府民35%、兵庫県民19%と隣県比率が高い。
- 京都・奈良・滋賀等DCのプロモーションエリアも上位にランクイン。

兵庫県	居住地	比率
1位	大阪府	31.4%
2位	兵庫県	25.3%
3位	京都府	6.6%
4位	愛知県	4.5%
5位	東京都	3.7%
6位	奈良県	3.4%
7位	滋賀県	2.8%
8位	岡山県	2.7%
9位	広島県	2.0%
10位	神奈川県	2.0%

兵庫 テロワール旅	居住地	比率
1位	大阪府	35.4%
2位	兵庫県	19.4%
3位	京都府	5.8%
4位	愛知県	4.9%
5位	奈良県	4.4%
6位	東京都	3.8%
7位	滋賀県	3.2%
8位	広島県	2.4%
9位	神奈川県	2.1%
10位	岡山県	2.0%

『兵庫テロワール旅』プランの予約者属性 ※1泊2食付きのみ

- グループサイズとしては、男女の2名の比率が約47%と、通常の1泊2食付きプランよりも約9pt高い。
次いでファミリー利用が25%、グループ18%と続く。

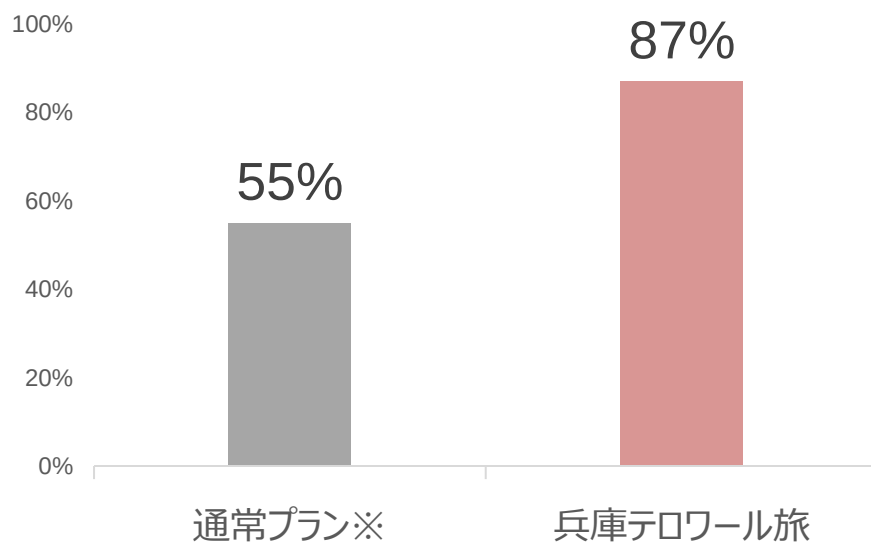


『兵庫テロワール旅』プランの予約者の満足度・再来訪意向

- 『兵庫テロワール旅』プランに宿泊頂いた方の87%が満足し、再来訪意向を示す。
- 通常プラン※で宿泊頂いた方も58%は次回は、『兵庫テロワール旅プラン』を予約したいと回答。

宿泊された宿泊プランに満足しましたか？

※10点満点の9～10点の割合



●兵庫テロワール旅プランの予約者
【兵庫テロワール旅プラン】をまた予約し、再度兵庫県に訪れてみたいと思いますか。

※10点満点の9～10点の割合

87%

●通常プラン※の予約者
次回宿泊する機会には【兵庫テロワール旅プラン】を予約したいと思いますか。

※10点満点の9～10点の割合

58%

QRコードアンケートより抜粋(全体回答数120件、うちテロワールプラン予約者23件)

※兵庫テロワール旅プラン以外、分からないと回答した方

- 兵庫テロワール旅の認知経路は、観光パンフレット32%、宿泊予約サイト30%、テレビ・ラジオ27%の順に高い。
＜傾向＞

○兵庫県

- ・「テレビ/ラジオ」「観光パンフレット」「公共交通機関での広告」などが高い。（＝日常生活の中で知られている）
- ・次いで「宿泊サイト」「自治体観光情報サイト」「検索サイトの検索結果から」となっており、ネットリサーチの中で知られている

○他府県

- 世代毎に自ら情報を取りに行く場に違いがあるものの、「公共交通機関・宿泊予約サイト・観光パンフレット」での認知が高い。
- 20代：SNSからの情報収集が多い
- 30～40代：観光情報関連の各種サイトから情報収集（プッシュ型）
- 50～60代：観光情報関連の各種サイト＋公共交通機関広告やパンフレット

＜集計結果＞

		全体	自治体 観光情 報サイト	旅行代 理店サイ ト	宿泊予 約サイト ※1	検索サイ トの検索 結果から ※2	個人のブ ログ	その他の サイト	Twitter	LINE	Instgra m	Facebo ok	TikTok	動画投 稿サイト ※3	その他の SNS・動 画投稿サ イト	知人・友 人からの 口コミ	家族・親 戚からの 口コミ	テレビ/ ラジオ	雑誌/ 新聞	公共交 通機関で の広告	旅行代 理店の店 頭	観光パン フレット	観光案 内所	その他
兵庫県	20代	(41)	3	2	6	6	2	0	4	6	4	3	3	2	0	5	4	11	1	11	1	8	5	0
	30-40代	(35)	4	1	7	5	0	0	3	5	2	3	3	6	0	4	5	8	3	5	3	6	2	1
	50-60代	(20)	7	1	5	3	1	0	2	2	2	2	1	2	0	2	1	6	6	3	1	9	4	1
首都圏	20代	(25)	6	4	5	6	3	0	9	6	9	3	2	4	0	2	5	5	2	4	5	5	4	0
	30-40代	(36)	11	6	11	12	6	0	16	11	17	12	8	10	0	11	8	13	10	8	12	17	11	0
	50-60代	(12)	4	6	5	3	0	0	3	4	3	3	1	2	0	0	0	2	3	4	5	3	3	0
関西圏	20代	(16)	0	2	5	2	1	0	3	4	4	4	4	1	0	3	2	4	3	3	6	5	1	0
	30-40代	(29)	13	12	13	15	5	0	8	13	12	6	7	6	0	9	5	9	6	9	6	12	7	1
	50-60代	(20)	5	5	8	3	1	0	2	2	3	1	1	1	0	2	1	7	4	8	3	6	4	0
中四国・九州圏	20代	(20)	5	4	3	6	1	0	6	4	6	2	4	2	0	3	1	5	3	2	4	7	5	2
	30-40代	(39)	10	15	20	10	5	1	10	8	8	7	8	11	0	9	8	10	7	10	13	14	11	1
	50-60代	(16)	7	3	6	3	1	0	3	3	2	1	1	2	0	2	0	3	2	0	1	6	0	0

※1 じゃらん、楽天トラベル、Yahoo！トラベル等
※2 Google、Yahoo！等
※3 YouTube、ニコニコ動画など

興味について：『兵庫テロワール旅』は、各地域に根差した食や文化を味わい楽しみ、それらが生まれたルーツや背景を探り、受け継いできた人の想いや技術に触れる旅を提案しています。
あなたは、『兵庫テロワール旅』が提案する旅のスタイルに興味はありますか？

- 兵庫県内居住者は、各地域約30%～約50%の方が「兵庫テロワール旅」が提案する旅のスタイルに興味があると回答。

＜傾向＞

○兵庫県

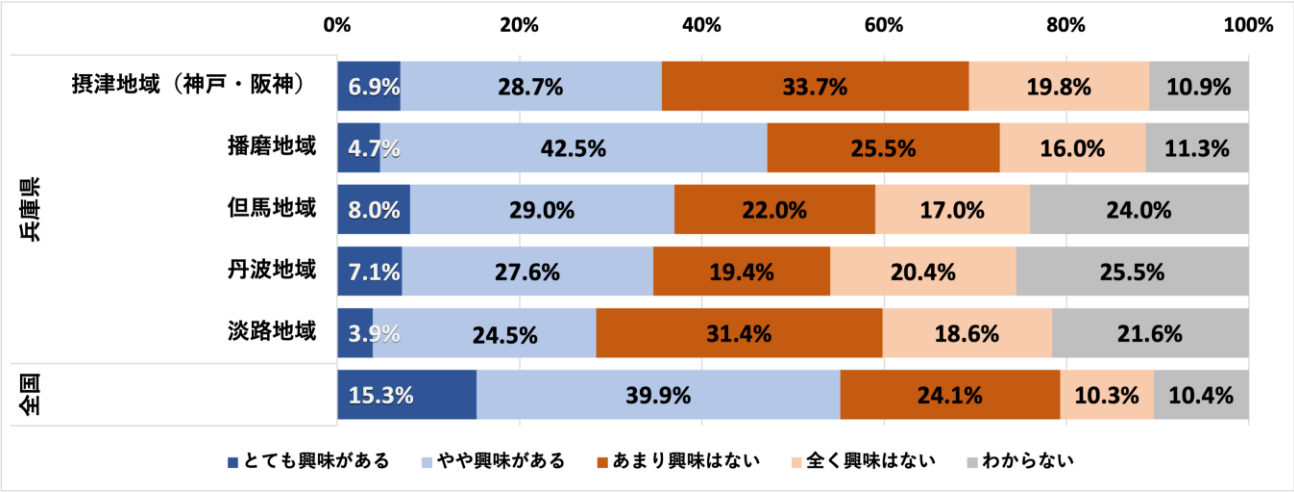
各地域で約30%～約50%の居住者が興味がある・やや興味があると回答。但馬・丹波・淡路では、分からないという回答も多い。
(＝居住地のルーツや背景に関するテーマのため、価値に実感、気づきにくい傾向がある)

○他府県

- ・ポジティブな回答者が半数以上を占める。
- ・九州の「20代」「50～60代」を除いたセグメントにて、世帯年収の高い層の方が、興味を抱く傾向にある。特に「関西圏 50～60代」では、「世帯年収700万円以上」の世帯が、「世帯年収700万円未満」の世帯よりも、関心が高い傾向にある ※近隣の「年収高い×高い年齢層」に支持されている
- ・「20代」「30～40代」が50～60代よりもポジティブな回答割合が多い

＜集計結果 兵庫県在住者＞

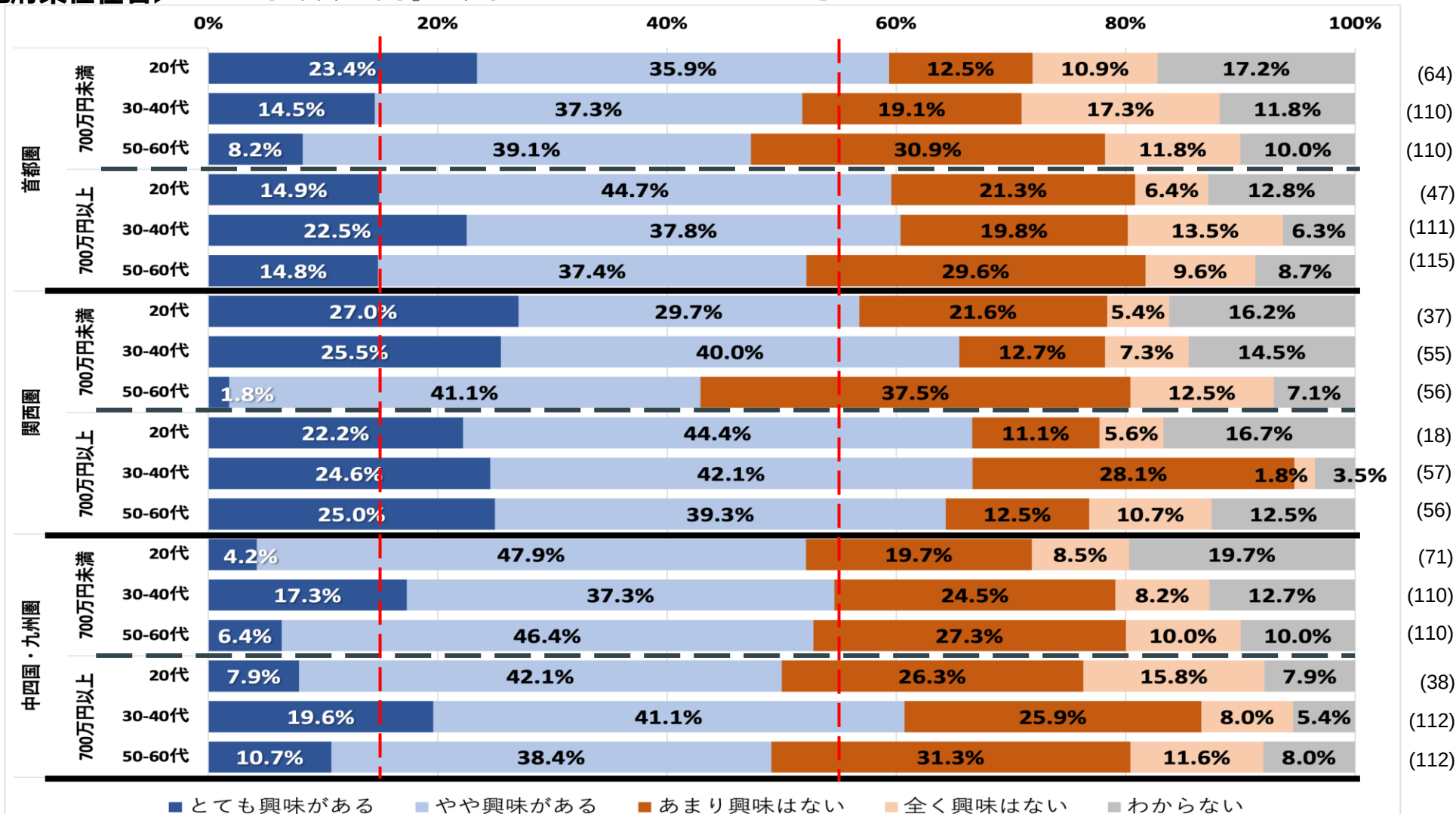
エリア	地域	とても興味がある	やや興味がある	あまり興味はない	全く興味はない	わからない
兵庫県	摂津地域（神戸・阪神）	6.9%	28.7%	33.7%	19.8%	10.9%
	播磨地域	4.7%	42.5%	25.5%	16.0%	11.3%
	但馬地域	8.0%	29.0%	22.0%	17.0%	24.0%
	丹波地域	7.1%	27.6%	19.4%	20.4%	25.5%
	淡路地域	3.9%	24.5%	31.4%	18.6%	21.6%
全国		15.3%	39.9%	24.1%	10.3%	10.4%



興味について：『兵庫テロワール旅』は、各地域に根差した食や文化を味わい楽しみ、それらが生まれたルーツや背景を探り、受け継いできた人の想いや技術に触れる旅を提案しています。
あなたは、『兵庫テロワール旅』が提案する旅のスタイルに興味はありますか？

- ・ 関西圏在住の世帯収入の高い20～60代で興味度がもっとも高く、同首都圏在住の20～40代が続く。

＜集計結果 他府県在住者＞ 「とても興味がある」の平均15.3% 「やや興味がある」までの平均55.1%



食材想起：Q7. あなたが「兵庫県」と聞いて連想する食材や食べ物を教えてください。※あてはまるものを全てお選びください。

- ①兵庫県の特定地域⇔他府県でギャップがある食材や②関西圏⇔首都圏でギャップがある食材がある。
→本DCでは、関西⇔首都圏ギャップがある食材については、「食材の特徴(どう美味しい、なぜ美味しいか)まで訴求する」必要がある。

＜傾向＞

- ・兵庫県内及び全国にて、「神戸ビーフ」「明石焼き」「淡路島玉ねぎ」の3つが、TOP3の知名度を保有
- ・居住者が想起する食材と、旅行者が想起する食材にギャップがある食材もある
- ・流通量が多い、食材に地域名称が入っていると他府県でも想起されやすい傾向がある

＜集計結果＞

エリア	地域	神戸スイーツ	神戸ビーフ	灘の酒	明石焼	明石ダコ	播磨灘の牡蠣	揖保乃糸	松葉ガニ	但馬牛	岩津ねぎ	丹波篠山黒豆 (丹波の黒豆)	丹波大納言小豆	淡路島玉ねぎ	淡路島の鰯	淡路島3年 とらふぐ	その他	連想するものは無い
兵庫県	全体	33.3%	71.8%	35.5%	68.0%	55.6%	14.0%	55.0%	38.9%	65.1%	24.3%	56.6%	20.9%	72.2%	18.5%	26.0%	0.4%	6.5%
	摂津地域 (神戸・阪神)	42.6%	76.2%	43.6%	70.3%	60.4%	9.9%	53.5%	34.7%	57.4%	8.9%	49.5%	9.9%	76.2%	13.9%	19.8%	0.0%	4.0%
	播磨地域	36.8%	76.4%	39.6%	79.2%	69.8%	25.5%	76.4%	38.7%	75.5%	22.6%	54.7%	11.3%	75.5%	19.8%	22.6%	0.0%	6.6%
	但馬地域	28.0%	70.0%	31.0%	69.0%	49.0%	11.0%	56.0%	65.0%	83.0%	60.0%	58.0%	17.0%	65.0%	4.0%	7.0%	1.0%	4.0%
	丹波地域	30.6%	61.2%	34.7%	63.3%	43.9%	10.2%	48.0%	32.7%	61.2%	21.4%	76.5%	51.0%	66.3%	9.2%	23.5%	1.0%	11.2%
	淡路地域	28.4%	74.5%	28.4%	57.8%	53.9%	12.7%	40.2%	23.5%	48.0%	8.8%	45.1%	16.7%	77.5%	45.1%	56.9%	0.0%	6.9%
首都圏		34.5%	68.0%	29.6%	66.8%	45.8%	4.8%	33.2%	22.8%	42.9%	4.3%	33.0%	13.6%	57.8%	8.6%	5.2%	0.9%	5.4%
関西圏		42.7%	73.1%	43.4%	76.7%	57.3%	16.1%	49.8%	38.0%	54.5%	7.2%	54.8%	19.0%	76.7%	17.2%	22.6%	0.4%	1.1%
中四国・九州圏		41.4%	67.5%	29.8%	69.6%	49.4%	5.1%	41.2%	23.3%	46.8%	2.7%	32.9%	10.1%	58.2%	6.9%	5.2%	0.2%	5.4%

【予約者属性】

- 20代~40代で全体の約70%を占め、25~29才、30~34才の男女のシェアが通常のプランよりも高い。
- グループサイズとしては、男女の2名の比率が約47%と、通常の1泊2食付きプランよりも約9pt高い。
次いでファミリー利用が25%、グループ18%と続く。

【満足度】

- 『兵庫テロワール旅』プランに宿泊頂いた方の87%が満足し、再来訪意向を示す。
- 通常プラン※で宿泊頂いた方も58%は次回は、『兵庫テロワール旅プラン』を予約したいと回答。

【興味度】

- 関西圏在住の世帯収入の高い20~60代で興味度がもっとも高く、同首都圏在住の20~40代が続く。

【食材想起】

- 全エリア共通で、「神戸ビーフ、明石焼、淡路島たまねぎの想起がトップ3」
- 関西で想起される食材と、首都圏で想起される食材にはギャップがある食材が多く、プラン文言や現地で食材の特徴を補足する必要がある。