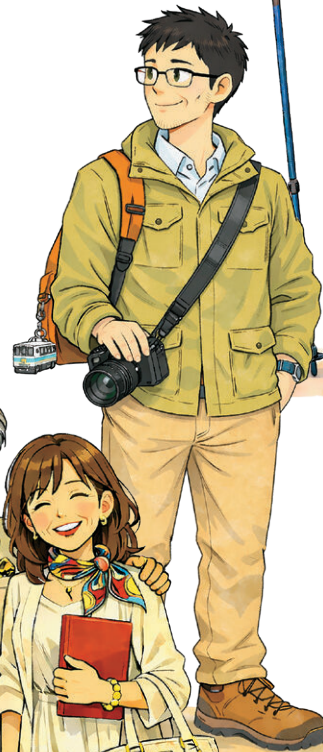


なるほど!

# 台湾の お客様モデル図鑑

in 美作エリア

～パッと見て、すぐわかる。今日から始める「おもてなし」のヒント～



SA

KA

# 岡山まで来ている 「世界」を、 美作へ。



## 1 すぐそこまで、 世界中のお客様が来ています

今、岡山県には過去最高レベルで海外からのお客様が訪れています。岡山後楽園や倉敷美観地区は、毎日世界中の言葉で溢れています。でも、その多くのお客様は、まだ「美作エリア」の素晴らしさを知りません。すぐ近くまで来ているのに、この先の美作を知らずに帰ってしまう。これって、すごく「もったいない」ことだと思いませんか？

## 3 インバウンドは、 地域を元気にする「新しい風」

海外のお客様を呼び込むことは、単に売上が増えるだけではありません。

- **新しい感性：**  
私たちが気づかなかった地域の魅力を、彼らがSNSで世界に広めてくれます。
- **街の活力：**  
若い世代や多様な人々が訪れることで、街に新しい活力が生まれます。
- **地域の自信：**  
「世界から認められた！」という喜びが、私たちの街をさらに輝かせます。

## 2 美作エリアには、 彼らが「本当に見たかった日本」がある

海外のお客様が今、最も求めているのは「観光地化されすぎていない、本物の日本」です。

- 五感を満たし、次世代へつなぐ「自然」
- 美作三湯が育む、心豊かな「癒やし」
- 歴史を重んじ、集落に息づく「文化・伝統」
- ブランドが輝く、美作国が誇る「食」

これらが揃った美作エリアは、彼らにとって

「絶対に行きたい目的地」になるポテンシャルを秘めています。

## 4 「特別で難しいこと」は、 ひとつもありません

インバウンド対応と聞くと、「語学を完璧にしなければ」「豪華な設備を用意しなければ」と身構えてしまうかもしれません。でも、心配はいりません。

海外のお客様が求めているのは、マニュアル通りの接客ではなく、この町に暮らす皆さんの「温かい素顔」や、地域に根ざした「ありのままの日常」です。まずは難しく考えず、目の前の一人を喜ばせることから始めてみませんか？

さあ、美作エリアの魅力を  
世界に届ける準備を、一緒に始めましょう！

# 数字で見えた！ 美作エリア インバウンドの「今」

美作エリアを訪れた海外のお客様の声を聞いてみました。  
今回は、美作エリアを最も多く訪れている「台湾」のお客様を中心に、  
私たちが気づかなかった魅力と解決のヒントをご紹介します。

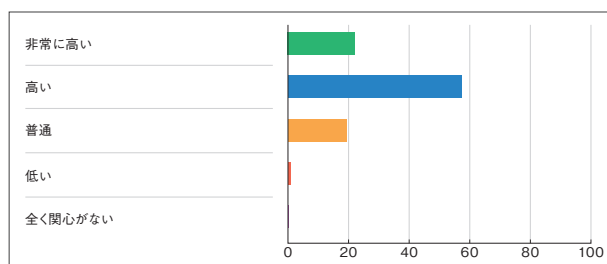
## 発見1： 台湾のお客様は「地元の人との交流」を求めています！

**データより** 「地域住民との交流」や「ありのままの暮らし体験」への関心が非常に高い。

### 🔦 ここがチャンス！

日本の「おもてなし」や「人の温かさ」に触れることをとても楽しみにしています。完璧な言葉(中国語や英語)でなくても大丈夫。「こんにちは！」という笑顔の挨拶や、身振り手振りのコミュニケーションがあるだけで、「またあなたに会いたい」という深い感動とリピーターにつながります。

**Q** 地方旅行で「日本の日常生活や地域住民との交流」を体験することに  
関心がありますか？



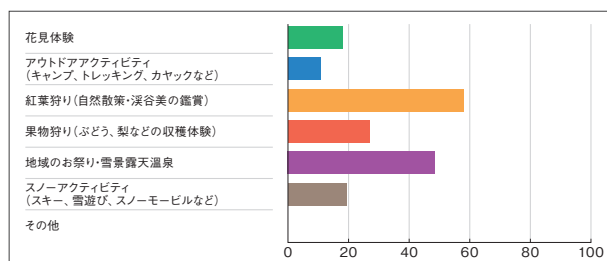
## 発見2： 雪景色やフルーツなど「四季の体験」が最大の魅力！

**データより** 台湾にはない「雪」や「四季折々の自然・果物」に対する満足度が極めて高い。

### 🔦 ここがチャンス！

冬の雪見露天、春の桜、秋の紅葉、そして旬のフルーツ狩りなど、美作エリアならではの「季節の風景」は彼らにとって一生モノの宝物です。当たり前だと思っている地元の景色を、自信を持って紹介し、体験してもらう工夫が、何よりの魅力になります。

**Q** 季節の体験・アクティビティについて、あなたが美作エリア(岡山北部)を訪問する動機となるほど、興味があるものはどれですか？(複数回答可)



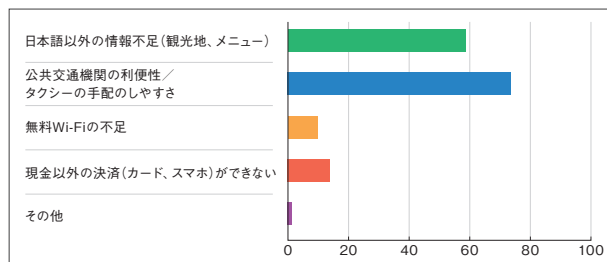
## 発見3： 最大の課題は「移動」と「多言語情報」でした

**データより** 「公共交通の不便さ」と「外国語情報の少なさ」が不満のツートップ。

### 🔦 ここがチャンス！

台湾の方は親日家が多く、積極的に街を歩きたいと思っています。「タクシーの呼び方を教える」「写真付きの簡単な繁体字(台湾の文字)メニューを置く」。こういった一歩踏み込んだ少しの手助けがあるだけで、旅の不安が解消され、満足度は劇的に上がります。

**Q** 地方旅行において、最も不便に感じる情報やサービスは何ですか？  
(最大2つ選択)



次のページから、美作エリアにたくさん訪れている台湾旅行者のモデル像をご紹介します →

# この「お客様モデル」の使い方と注意点

本資料でご紹介する6つのお客様モデルは、膨大なデータから見えてきた「典型的な特徴」を分かりやすくキャラクター化した「旅のモデルケース」です。日々の接客はもちろん、新しいサービスやプランを考える際の「指針」としてご活用ください。

HOW TO USE

1

サービス・  
コンテンツ作りの  
「ものさし」にする



新しい宿泊プランや飲食メニューを作る際、「すべての人に」と考えると特徴のないものになってしまいます。「このプランは、静寂を愉しむソロ・リトリート層に向けて、あえて静かな部屋食にしよう」といったように、誰に喜んでほしいかを明確にするための「企画の道具」として使ってください。

HOW TO USE

2

「年齢」や  
「性別」よりも  
「旅の動機」に注目する



「20代だからグランピング」という年齢による決めつけは禁物です。大切なのは、お客様が「何に価値を感じているか」という感性や動機です。50代のラグジュアリー・アドベンチャー層向けに、あえて過酷で達成感のあるアクティビティを企画するなど、数字に縛られない柔軟な発想がヒットを生みます。

HOW TO USE

3

接客現場での  
「仮説」と「検証」に  
使う



「このお客様は登山靴を履いているから、アドベンチャー層かな？」と仮説を立てて接客し、実際はどうだったかを振り返ってみてください。この繰り返しで、地域全体の「おもてなしの精度」を磨き、選ばれる観光地へと進化させます。

## 事業者様へのメッセージ

### 選ばれるための「引き算」を

新しいサービスやメニューを考えると、つい「あれもこれも」と付け足したくなります。しかし、多くの選択肢に溢れる現代、お客様に深く刺さるのは「自分の好みを分かってくれている！」という特別感です。これからご紹介する6人の中から、まずはあなたの店が「最も幸せにしたい一人」をターゲットと

して選んでみてください。その一人のために施した工夫（看板の書き方、メニューの構成、照明の明るさ、体験の内容など）は、個性のない「全員向け」のサービスよりも、結果として同じ感性を持つ多くのファンを強力に引き寄せる力になります。

Model

# 01

地域没入・  
知的好奇心ファミリー



## 地域没入・ 知的好奇心ファミリー

地域の『中』へ入り込み、家族でその土地の物語を学びたい。  
観光地化されていない本物の体験を賢く選び取る。

男性

既婚

江 基新

38歳

30代・子供の知的好奇心と「地域の物語」をつなぐ探究者

**職業** IT企業のプロジェクトマネージャー（論理的で詳細な情報を重視する）。

**性格** 非常に計画的。無駄な贅沢は好まないが、子供の感性を養う「学び」や「本物のローカル体験」には納得して投資する。

**家族構成** 妻 36歳 長男 10歳 長男 7歳

今回の旅行は、子供の知的好奇心を刺激し、  
家族の絆を深める「学びの探究旅」。

よく利用するメディア  個人ブログ

関心が高そうなキーワード

#子連れお出かけ #旅行 #歴史探訪 #農泊

#伝統工芸体験 #田舎暮らし体験 #食育体験

年齢：38歳

10	20	30	40	50	60
----	----	----	----	----	----

年収：約800万円

200	400	600	800	1000	1200
-----	-----	-----	-----	------	------



### 1 旅行の背景と目的

**きっかけ**：主要な観光都市（ゴールドルート）は一通り経験済み。「観光客として持てなされる旅」から脱却し、現地の日常や深い歴史に触れる旅を家族で求めている。

**動機**：歴史的な遺構、ローカル鉄道、アニメの舞台など、子供の知的好奇心を多角的に刺激したい。また、自分自身もその土地の「深掘りしたストーリー」を知りたい。

**求める価値**：「B級グルメ」に代表されるような、地元で根ざした味と交流。豪華なホテルよりも、農作業や郷土料理作りなど、家族全員が主役になれる「体験型学習」に高い価値を感じる。

### 2 情報収集と行動スタイル

**リサーチ**：YouTubeが最大の教科書。広告用動画ではなく、個人旅行者が投稿した「現地のリアルな手順や雰囲気」がわかる動画を徹底的に見て予習する。個人のブログでキャッシュレス決済やWi-Fiの有無など、細かい利便性もチェックする。

**宿泊の選択**：合理的な使い分けが特徴。

○地域の暮らしに浸るため、「農家民宿（農泊）」を積極的に選び、住民との交流や動植物とのふれあいを楽しむ。

○一方で、移動の拠点としては、清潔でコストの良い「ブランドホテル」も活用する。

**移動**：レンタカーを検討するが、費用対効果にシビア。キャンペーン等で安ければ借りるが、そうでなければ公共交通機関とタクシーを組み合わせるハイブリッド派。

### 3 悩みとストレスポイント

**情報の壁**：地域に深く入り込みたい意欲が強い、「日本語以外の情報の少なさ」を最大の不満と感じている。特に地元の飲食店やニッチな史跡での解説不足がストレスになっている。

**インフラの不安**：地元密着の場所ほど「現金のみではないか」と不安を感じる。また、SNSで常に情報発信・収集をしたい家族にとって、無料Wi-Fiの欠如は大きなストレス。



津山まなびの鉄道館【津山市】扇形機関車庫や貴重な車両を見学。日本の近代化を支えた鉄道の歴史と仕組みが、子供の探求心を刺激します。

## 4 美作エリアでの過ごし方(イメージ)

**食:**「ミシュラン」よりも「行列ができる地元のホルモンうどん店」。食べるだけでなく、「郷土料理作り(料理体験)」に参加し、地元の食材が食卓に届くまでのストーリーを家族で学ぶ。

**体験:** 蒜山での酪農体験や、美作の古民家での伝統工芸体験。2時間以上の「本格的な制作」にも関心があり、子供が集中して何かを作り上げる時間を大切にする。

**文化:** 津山城(歴史)で武士の物語を追い、まなびの鉄道館(鉄道遺産)で実物に触れ、アニメの聖地巡礼もこなす。ガイドには、自力では得られない「マニアックな背景知識」を求める。



柵原ふれあい鉱山公園 & 柵原鉱山資料館【美咲町】地下坑道や昭和の町並みをリアルに再現。かつて東洋一を誇った鉱山の歴史と人々の暮らしに深く没入できます。



治部邸【久米南町】江戸時代の豪農の面影を伝える屋敷に宿泊。歴史ある空間を家族で貸し切り、昔ながらの田舎暮らしを体験。



上田手漉和紙工場【津山市】職人の技を間近で見学し、昔ながらの紙すきを体験。その土地の自然が生み出す伝統文化を親子で肌で学べます。



大井和西の棚田 & 美咲たまごかけごはん【美咲町】庄倒的な棚田の絶景から農業を学び、美咲たまごかけごはんでは食育とローカルグルメを堪能できます。








御前酒蔵元 辻本店(発酵文化探求)【真庭市】歴史ある酒蔵で日本の発酵文化や酒造りの奥深さを学ぶ時間は、大人も子供も知的好奇心を大いに刺激されます。

## 5 美作エリアへのメッセージ

「私たちは、パッケージ化された観光地ではなく、美作の『日常と歴史』に触れたいと思っています。地元の皆さんと一緒に料理を作り、鉄道や武士の古い物語を深く知ることは、子供たちにとって一生の財産になります。日本語が分からなくても地元の店に入りやすく、カードが使えて、YouTubeで見た通りの温かい交流ができる場所であることを期待しています。」

## 6 旅のストーリー(カスタマージャーニー)

フェーズ	①旅マエ(認知・検討)	②旅マエ(計画・予約)	③旅ナカ(移動・滞在)	④旅ナカ(体験・交流)	⑤旅アト(共有・継続)
主な行動	YouTubeで「日本の地方」「穴場スポット」を検索。映像で実際の雰囲気を確認。	ブログやSNSで「子連れ・レンタカー・岡山」等の詳細を調査。農泊とホテルを予約。	岡山空港/駅からレンタカーで移動。道中のB級グルメ店でランチ。ホテルにチェックイン。	津山城で歴史を学び、農村で料理体験。鉄道遺産を巡る。夜は農泊で家主と交流。	撮影した動画を家族で鑑賞。SNSやブログに「リアルな体験談」を投稿。
接触媒体	YouTube(Vlog)、Googleマップ、多言語観光ポータル	個人ブログ、宿泊予約サイト、レンタカーサイト	Googleマップ、多言語観光看板、飲食店メニュー	有料ガイド、地域住民、体験施設の指導員	YouTube、SNS、写真アルバム
思考・インサイト	「有名な観光地は飽きた。子供に『本物の日本』を見せたいが、どこが良い?」	「移動はレンタカーが安い?宿は清潔か?Wi-Fiはあるか?失敗したくない。」	「B級グルメの店、日本語しかなくて入りにくい…。カードは使えるかな?」	「この城にはどんな物語がある?料理はどう作る?もっと深く、地元の人と話したい!」	「最高の体験だった。次は別の季節に、違う収穫体験をしに来たい。」
感情(満足度)	期待(高) 	納得(中) 	戸惑い(低) 	感動・充足(最高) 	満足・再訪意欲(高) 
課題(バリア)	英語・繁体字での「深い」情報がまだ少ない。	予約サイトと現地の利便性(Wi-Fi等)情報の乖離。	日本語情報の壁。キャッシュレス不可。移動の複雑さ。	専門的な質問への多言語回答不足。Wi-Fiの不安定さ。	地域のファンとしてつながり続ける仕組みの欠如。

## 7 各フェーズでのアプローチ案

### 旅のシーン別 アプローチポイント

#### 旅マエ 情報発信のコツ

##### 「失敗したくない」彼らの不安を動画で解消する

- 動画で可視化:綺麗な写真より、店内の入り方や体験の手順がわかる「1分程度の動画」をYouTube/SNSに。
- 具体情報の提示:「体験できます」ではなく「2時間で完成、当日持ち帰り可」と具体的に記載。
- Googleマップ活用:多言語での口コミ返信と、最新のメニュー写真を掲載。

#### 旅ナカ(移動・入店) 受入環境のポイント

##### 「言葉と決済の壁」さえ取り除けば、彼らは入ってくれる

- 三種の神器の表示:店頭に「Wi-Fi」「カードOK」「多言語メニューあり」のステッカーを貼る。
- 指差しメニュー:完璧な翻訳は不要。写真と指差しだけで注文できるシートを用意。
- 決済のデジタル化:キャッシュレス決済は必須(予算管理がしやすいため好まれます)。

#### 旅ナカ(体験・交流) 満足度を上げる工夫

##### 「消費」を「学び」に変える演出がリピーターを作る

- 「なぜ?」を伝える:料理や工芸の「背景にある物語(ストーリー)」を翻訳機越しでも一言添える。
- 交流を恐れない:住民とのちょっとした挨拶や会話が、彼らにとっての「特別な思い出」になる。
- 証を残す:家族写真のデータ送付や、手作りの「体験修了証」を渡すと満足度爆増。

#### 旅アト ファンを繋ぎ止める施策

##### 「美作のファン」としてSNSで広めてもらう

- ハッシュタグの推奨:店内に指定のハッシュタグ(#VisitMimasaka等)を掲示し投稿を促す。
- 継続的な発信:農産物の成長報告など、SNSで「地域のその後」を見せて再訪動機を作る。

### 明日からできる!小さな工夫

#### 旅マエ スマホで「いつもの風景」を撮って載せる

- 具体策:凝った動画は不要です。店先からの景色や、料理を出す瞬間の湯気をスマホで10秒撮るだけ。「ここは安心そうな場所だ」と伝えれば成功です。

#### 旅ナカ 「ここ、自由に使ってね」のサインを出す

- 具体策:Wi-Fiのパスワードをテーブルに置く、コンセントの横に「Charge OK」と書いた付箋を貼る。言葉で説明しなくても「自由にしているよ」という空気を作ります。

#### 旅ナカ 「これ、実はね…」の豆知識を紙一枚で置く

- 具体策:「この器は地元で獲れた土からできています」といった簡単な一文を、翻訳アプリで英語にしてメニューに添える。それだけで「学び」の価値が生まれます。

Model

# 02

欲張りグルメな  
「アクティブ・ソーシャル層」



## 欲張りグルメな 「アクティブ・ソーシャル層」

最高級の和牛も、路地裏のB級グルメも全部。  
仲間と賑やかに日本の『質』と『活気』を味わい尽くしたい。

女性 既婚

呉 智操

48歳

40代・仲間と賑やかに「質と活気」を味わい  
尽くす社交家

**職業** 広告代理店ディレクター(社会的で情報感度が高い)。

**性格** 非常にエネルギッシュで社交的。「せっかく行くなら一番良いものを」という上昇志向と、「地元ならではの面白い体験」を両方欲しがる欲張りな性格。

**家族構成** 夫 52歳 長女 19歳

今回の旅行は、大学時代の友人グループ4人での「大人の修学旅行」。

よく利用するメディア   

関心が高そうなキーワード

#女子旅 #B級グルメ #ご当地グルメ

#週末のお出かけ #ドライブ旅 #食べ歩き旅

年齢: 48歳

10	20	30	40	50	60
----	----	----	----	----	----

年収: 約1,000万円~1,200万円  
(友人との贅沢に惜しみなくお金を使える)。

200	400	600	800	1000	1200
-----	-----	-----	-----	------	------



### 1 旅行の背景と目的

**きっかけ:** 家族旅行ではなく、気心知れた友人とのリフレッシュ旅。SNSで見た「日本の冬の絶景」と「限定グルメ」に惹かれた。

**動機:** 質の高い温泉旅館でのホスピタリティと、地元の人しか知らない活気ある祭りの雰囲気と同時に味わい、SNSで仲間と共有したい。

**求める価値:** 「高級食材もB級グルメも」という極端なまでの食の充実。プロの案内(ガイド)を通じて、表面的な観光ではない「地域の核心」に触れること。

### 2 情報収集と行動スタイル

**リサーチ:** YouTubeで動画の「活気」をチェックしつつ、個人のブログやSNSでリアルな口コミを精査。ただし、深い情報が日本語ばかりであることにストレスを感じている。

**宿泊の選択:** 日本の情緒を最も感じられる「伝統的な温泉旅館」を第一志望とする。ただし、友人と快適に過ごせるならブランドホテルも検討する。

**移動:** 「自由度」と「価格」を天秤にかけ、基本的にはレンタカーを検討するが、雪道や不慣れな道には不安があるため、条件が良ければタクシーや専用送迎にお金を払う。

### 3 悩みとストレスポイント

**情報の壁:** 特に「日本語情報の不足」に不便を感じている。地元の名店や祭りの詳細を知りたくても、多言語化されていないため、深く入り込めないことにフラストレーションを抱えている。

**インフラの不安:** 公共交通の不便さを感じており、送迎や案内がスムーズでないと、せっかくの旅行気分が台無しになると考えている。



津山ホルモンうどん【津山市】鉄板で香ばしく焼けるご当地B級グルメ。熱々を仲間と囲んで頬張れば、賑やかな旅がさらに盛り上がります。



恩原高原(スノーアクティビティ)【鏡野町】白銀の世界でそり遊びや雪遊びを満喫。仲間や家族と思切り体を動かして、冬ならではの笑顔弾ける思い出を。

## 4 美作エリアでの過ごし方(イメージ)

**食:**夜は温泉旅館で「なぎビーフ(高級食材)」の会席料理を堪能し、翌日のランチは行列ができる「津山ホルモンうどん(B級グルメ)」を友人とはしごする。

**体験:**冬ならスノーアクティビティ(スキーや雪遊び)で思い切り体を動かし、その後は温泉でリトリート(癒やし)。地域の祭りがあれば積極的に参加し、地元住民との交流を楽しむ。

**サービス:**有料ガイドを雇い、「美味しい店」や「歴史の深い話」を詳しく解説してもらう。コンシェルジュサービスなどの手厚いサポートに価値を感じ、追加料金を厭わない。



地元のお祭り(津山さくらまつり等)【エリア広域】美しい景色とともに立ち並ぶご当地屋台。ご当地グルメを食べ歩きながら、お祭り特有の熱気を仲間と共有。



ゆのこゝろ 美春閣【美作市】多彩な湯船が揃う大浴場と豪華な食事が魅力。家族や友人と気兼ねなく、欲張りに温泉旅を満喫できる大型旅館。



おかやまファーマーズ・マーケット ノースヴィレッジ【勝央町】アスレチックや手ぶらBBQ、旬の果物狩りなど、グルメとアクティビティを仲間や家族と1カ所で欲張りに満喫。








定番を満喫するガイドツアー・コンシェルジュ【エリア広域】見どころや美味しいお店をプロが効率よく案内。絶対に失敗したくないグループ旅も、スムーズで充実した時間に。

## 5 美作エリアへのメッセージ

「私たちは美味しいものが大好きです。最高級のディナーも、地元の人が愛するランチも、どちらも妥協したくありません。日本語が完璧でなくても、地元の祭りに参加できたり、専門的なガイドさんが深い物語を教えてくれたりする環境を求めています。仲間と一緒に、このエリアの『本当の魅力』にアクセスできるよう助けてください。」

## 6 旅のストーリー (カスタマージャーニー)

フェーズ	①旅マエ(認知・検討)	②旅マエ(計画・予約)	③旅ナカ(移動・滞在)	④旅ナカ(体験・交流)	⑤旅アト(共有・継続)
主な行動	SNSやブログで「日本穴場 グルメ」を検索。なぎビーフとB級グルメの両方に惹かれる。	友人グループで相談。多言語予約サイトを探すが、情報の少なさに苦労する。	岡山入り。タクシーをチャーターし、賑やかに移動。夜は温泉旅館で宴会。	スノーアクティビティを楽しみ、地元の祭りに飛び入り参加。住民と乾杯。	友人との集合写真や豪快な食事風景をSNSに大量投稿。
接触媒体	個人ブログ、SNS、YouTube、TikTok	宿泊予約サイト、多言語観光ポータル	タクシー(ガイド兼)、旅館、飲食店	スキー場、地域イベント、居酒屋	Instagram、Facebook、口コミサイト
思考・インサイト	「美味しいものを全部食べたい!友人たちと盛り上げられる場所はどこ?」	「この店は予約できる?英語メニューはある?4人で一緒に部屋に泊まりたい。」	「移動中も地元の面白い話が聞きたいな。このタクシー運転手さん親切!」	「地元の祭りに参加できて最高!このB級グルメ、安くて旨すぎる!」	「美作は最高に楽しかった。次は別の季節にみんなで集まろう!」
感情(満足度)	期待(高) 	不安・不満(低) 	安心(中) 	興奮・充足(最高) 	満足(高) 
課題(バリア)	深い情報の多言語化不足。	多言語予約システムの未整備。グループ向け情報の欠如。	二次交通の不便さ。多言語案内の不足。	住民との深い交流をつなぐ仕組み。	再訪を促すグループ向け特典の不足。

## 7 各フェーズでのアプローチ案

### 旅のシーン別 アプローチポイント

#### 旅マエ 情報発信のコツ

「最高級(和牛)」と「地元の味(B級)」の両方をセットで見せる

- 対比で魅せる:「夜は和牛、昼はうどん」のように、落差のある美食体験を多言語(英語・繁体字)で発信。
- グループ予約を楽に:友人同士で利用しやすい「グループプラン」や、多言語でのネット予約機能を強調。
- ガイド情報を出す:「案内人がいる」ことが安心感と期待感に直結。ガイド付きプランを優先的に表示。

#### 旅ナカ(移動・入店) 受入環境のポイント

「言葉の壁」による機会損失を、プロの案内で解消する

- 移動をイベントに:単なるタクシーではなく、店探しや注文を助けてくれる「ガイド兼ドライバー」を提案。
- 大人数対応の明示:友人グループ(4~5名以上)と一緒に入居・食事ができることをアイコン等で分かりやすく表示。
- 多言語での説明:高級食材の「希少性」やB級グルメの「歴史」など、自慢したくなる情報を多言語シートで用意。

#### 旅ナカ(体験・交流) 満足度を上げる工夫

「見る」より「混ざる」!活気のある交流が最大の思い出

- 祭りやイベントへ招待:地域のイベントに観光客が混ざれる「特別席」や「参加枠」を用意。
- 冬の「遊び」と「癒やし»:友人同士で楽しめる雪遊び(スノーシュー等)と、その後の温泉をセットで提案。
- 住民との接点作り:店主や農家との気軽な会話が生まれる仕掛け(翻訳機や共通の挨拶)を用意。

#### 旅アト ファンを繋ぎ止める施策

彼らのSNSは「最高の多言語広告」だと心得る

- シェアを促す「ネタ」提供:「巨大な肉」や「鉄板の熱気」など、動画映える瞬間を意識的に提供する。
- 投稿へのリアクション:タグ付けされた投稿には積極的に多言語でコメントを返し、再訪を促す。

### 明日からできる!小さな工夫

#### 旅マエ 「おすすめのハシゴ」をSNSで教える

- 具体策:自店だけでなく「うどんの後は、ここのジェラートが最高!」と近くの店を紹介。地域をセットで楽しむ「欲張りな流れ」を画像一枚で見せます。

#### 旅ナカ 「タクシー呼ぼうか?」の一言をかける

- 具体策:次の目的地を聞いて「タクシー呼びましょうか?」と提案し、運転手に行き先を伝えてあげる。移動の不安を消してあげるだけで、彼らのヒーローになれるます。

#### 旅ナカ 「素敵な写真だね!」とSNSで声をかける

- 具体策:お客さまがSNSに投稿していたら、英語で「Thank you! Nice photo!」とコメント。その一言で、彼らはまた友達を連れてきたくなります。

Model

# 03

静寂を愛する  
「孤高のソロ・リトリート層」



## 静寂を愛する 「孤高のソロ・リトリート層」

誰にも邪魔されず、一人の時間を自然と温泉で癒やしたい。  
効率的でスマートな一人旅を追求する。

男性

独身

 ワン ソロ  
**王 蘇呂** 46歳

 40代・静寂の中で自分をリセットする、  
 知的な自由人

**職業** シニアエンジニア(自律して働く専門職)。

**性格** 内向的で自立心が強い。人混みや団体行動を避け、自分のペースを乱されることを嫌う。

**家族構成** 独身。  
 今回の旅行は、誰にも邪魔されず、  
 自分をリセットするための  
 「究極のソロ・リトリート」。

**よく利用するメディア**
 個人ブログ
  公式WEBサイト

**関心が高そうなキーワード**

#一人旅 #ノスタルジー #現実逃避

#ローカル線の旅 #秘湯 #静寂 #リトリート

年齢: 46歳

10	20	30	40	50	60
----	----	----	----	----	----

年収: 約900万円~1,000万円。

200	400	600	800	1000	1200
-----	-----	-----	-----	------	------



### 1 旅行の背景と目的

**きっかけ:** 仕事のストレスから解放されるため、都市の喧騒を離れた「静かな場所」を探している。

**動機:** 一人旅行者としての誇りがあり、自分の関心があるもの(自然・温泉)だけに時間を使いたい。

**求める価値:** 「リトリート(癒やし)」と「プライベート感」。豪華な会食よりも、客室露天風呂で雪景色を眺めながら一人でぼーっとする時間に最大の価値を感じる。

### 2 情報収集と行動スタイル

**リサーチ:** Facebookを活用し、自分と似た感性を持つ旅行者のニッチな投稿を参考にする。旅行会社サイトはほとんど見ず、自分の検索能力を信頼している。

**移動:** 自分で運転するレンタカーは好まず、タクシーを積極的に利用する。多少お金がかかっても、移動中のストレスを最小限にしたい。

**宿泊の選択:** 旅館の仲居さんによる手厚いサービスはむしろ過剰と感じるが、「露天風呂付き客室」というスペックにはこだわり、一人の時間を確保できる宿を選ぶ。

### 3 悩みとストレスポイント

**交通の不便:** 特に「交通手段の不便さ」を不満に感じている。タクシーを利用したいが、配車がスムーズでないことに大きなストレスを感じる。

**決済・インフラ:** スマートな一人旅を好むため、キャッシュレス決済ができない店や、Wi-Fiの不足を非常に不便に感じる。

**情報の壁:** 旅慣れているため「言語の壁」は他ほど気にしないが、移動や予約のシステムが煩雑なことにはシビア。

## 4 美作エリアでの過ごし方(イメージ)

**食:**グルメに命をかけるタイプではないが、コスパは意識しつつ、地元の小さな店で静かに食事を楽しむ。

**体験:**自然鑑賞や、冬なら「雪見露天」。アクティブに動き回るより、静かな森林浴や星空観察で心を癒やす。

**ガイド:**過度な案内は不要だが、送迎や複雑なルート案内など、「移動のサポート」に特化したガイドがいれば、スマートに活用したい。



湯原温泉「砂湯」(雪見風呂)【真庭市】しんしんと降る雪景色の中で名湯に浸かる静寂のひととき。大自然と一体化する、冬ならではの特別な湯治体験。



誕生寺(浄土宗)【久米南町】荘厳でピンと張り詰めた静かな空気が漂う名刹。駅からふらりと歩いて訪れ、日常から離れて心を整える時間を。



菩提寺の大イチョウ【奈義町】山深く佇む古刹と大イチョウの圧倒的な生命力。誰にも邪魔されない静寂な空間が、一人旅の心を芯から癒やします。



若杉天然林【西粟倉村】100種の樹木が息づく神秘の森。深い静寂の中で、自分をリセットし思考を研ぎ澄ます知的な休息を。



ローカル線(津山線・姫新線・因美線)の車窓【エリア広域】ガタゴトと揺れるノスタルジックな列車に揺られ、車窓から原風景をただ眺める静かな時間は一人旅最高の贅沢。



あわくら温泉 元湯【西粟倉村】ローカル線で訪れる森のゲストハウス。薪で沸かした柔らかな温泉と素朴な空間で、何もしない贅沢な時間を。

## 5 美作エリアへのメッセージ

「私はただ、静かな場所で一人になりたいだけです。タクシーがすぐに呼べて、スマホ一つで支払いが完了する。そんなストレスのないインフラがあれば、美作の自然と温泉は私にとって最高の隠れ家になります。過剰な接待は要りませんが、プライベートが守られた客室と、美しい雪景色を約束してください。」

## 6 旅のストーリー(カスタマージャーニー)

フェーズ	①旅マエ(認知・検討)	②旅マエ(計画・予約)	③旅ナカ(移動・滞在)	④旅ナカ(体験・交流)	⑤旅アト(共有・継続)
主な行動	Facebookや専門ブログで日本の歴史を調査。静かな温泉地を探す。	1名利用可能な露天風呂付き客室を予約。タクシー移動の可否を確認。	駅からタクシーで宿へ。誰にも邪魔されず、温泉で心身を整える。	寺院や歴史スポットを自分のペースで巡る。音声ガイドで深く学ぶ。	静かな風景や歴史の気づきをFacebookに綴る。再訪を静かに誓う。
接触媒体	Facebook、歴史系ブログ、Googleマップ	宿泊公式サイト、タクシー会社HP	タクシー(送迎)、高級旅館(客室)	寺院、美術館、デジタルガイド	Facebook、個人ブログ
思考・インサイト	「騒がしい場所は嫌だ。日本の深い歴史に触れ、一人でリラックスしたい。」	「一人でも気兼ねなく泊まれるか?移動で迷いたくない。」	「この宿の静けさは完璧だ。タクシーの運転手さんも適度な距離感で良い。」	「この寺の由来を詳しく知りたい。ガイドなしで自分のペースで学びたい。」	「美作の静寂が自分を癒してくれた。また心が疲れたらここに戻ろう。」
感情(満足度)	期待(中) 	安心(中) 	充足(高) 	知的感動(最高) 	信頼(高) 
課題(バリア)	ソロ旅向け情報の少なさ。	1名予約のハードル(割増等)。	二次交通(タクシー)の料金の不透明さ。	多言語の深い解説情報の不足。	馴染み客としての継続的な接点不足。

## 7 各フェーズでのアプローチ案

### 旅のシーン別 アプローチポイント

#### 旅マエ 情報発信のコツ

「誰にも邪魔されない時間」と「場所の物語」を伝える

- 「おひとりさま」を歓迎:旅館の1名利用プランや、飲食店での「景色が見えるお一人様席」を写真で公開。
- 深い背景知識を出す:「綺麗な景色」で終わらず、歴史の由来や仏像の物語、自然の成り立ちなど、読み応えのある情報をHPやSNSに掲載。
- Facebookを活用:この層の主要SNSであるFacebookで、落ち着いたトーンの情報発信する。

#### 旅ナカ(移動・入店) 受入環境のポイント

「移動のストレス」を消し、「自室での完結」を促す

- タクシープランの提案:運転したくない彼らのために、駅から宿、観光地を結ぶ定額タクシーや送迎サービスを分かりやすく提示。
- 「こもれる」環境作り:露天風呂付き客室など、他人と顔を合わせずにリラックスできるプライベート空間を最優先。
- 適切な距離感の接客:過剰なお喋りや干渉を控え、必要な時にだけプロとして対応する「引きの接客」を徹底。

#### 旅ナカ(体験・交流) 満足度を上げる工夫

「人との交流」よりも「自分自身との対話」をサポート

- セルフ・ストーリー:張り付くガイドより、QRコードを読み込めば多言語で読める「詳細な解説文」を用意。
- 静寂の場所を教える:早朝の境内や、人が少ない渓谷のスポットなど、ひとりで瞑想的に過ごせる「時間と場所」を提案。
- 知的なサービス:専門的な質問に答えられる多言語の資料や、デジタルパンフレットを準備しておく。

#### 旅アト ファンを繋ぎ止める施策

「質の高い場所」という信頼を築き、定宿(じょうやど)にする

- 季節の便りを届ける:雪の静寂や紅葉の深まりなど、心に響く風景を定期的に発信。
- 「リピート特典」より「優先権」:値引きよりも「いつもの静かな部屋を確保する」といった、安心感への配慮が再訪を促す。

### 明日からできる!小さな工夫

#### 旅マエ 「お一人でもどうぞ」の空気感を伝える

- 具体策:カウンター席や、一人で落ち着ける端の席の写真を載せ「One person welcome」と添えるだけ。一人で入る勇気をそっと後押しします。

#### 旅ナカ あえて「話しかけすぎない」おもてなし

- 具体策:注文を受けたら、あとはそっとしておく。でも、お茶のおかわりなどの目配りは欠かさない。「静かさを楽しませてくれる店だ」という信頼を築きます。

#### 旅ナカ 「ゆっくりできる場所」をこっそり教える

- 具体策:「この時間はあの神社の境内が静かですよ」と、一人で思索にふけれる穴場をメモで渡す。ガイドブックにない配慮が心に刺さります。

Model

04

感性豊かな  
「若年映え・アクティブファミリー層」



## 感性豊かな 「若年映え・アクティブファミリー層」

特別な体験をスタイリッシュに共有したい。  
Instagramで見つけた絶景とグランピングを、レンタカーで自由に巡る旅。

女性 既婚

チャン バ エ ミ  
張 映美 29歳

20代・「今の瞬間」を美しく切り取る、  
感性豊かな表現者

職業 デジタルマーケティング担当(視覚的センスが鋭い)

性格 トレンドに敏感で、常に「新しい体験」と「美しい景色」を探している。SNSでの発信力が高く、センスの良い空間やモノへのこだわりが強い。

家族構成 夫 31歳 長女 4歳

今回の旅行は、忙しい日常を忘れ、  
今しか撮れない思い出を残す  
「映えと癒やしの家族旅行」。

よく利用するメディア Instagram TikTok

関心が高そうなキーワード

#おしゃれカフェ #映えスポット #子連れ旅行

#ママカメラ #絶景スポット #家族の思い出

年齢: 29歳

10 20 30 40 50 60

年収: 約600万円~700万円(キャリアの形成期だが、  
可処分所得を「体験」に集中させる)

200 400 600 800 1000 1200



### 1 旅行の背景と目的

**きっかけ:** Instagramで偶然見つけた、日本の大自然の中にある「おしゃれなグランピング施設」に一目惚れした。

**動機:** 子供に自然体験をさせつつ、自分たちも「非日常的な空間」でリラックスし、それを素敵に記録(撮影)して共有したい。

**求める価値:** 現代的で自由な滞在スタイル。単なる観光地の見学ではなく、自然(紅葉や絶景)の中に自分たちが入り込む体験。

### 2 情報収集と行動スタイル

**リサーチ:** Instagramがメインツール。ハッシュタグや位置情報で「写真映え」するスポットを視覚的に探し出し、直感的に行き先を決める。

**移動:** レンタカーを迷わず選択。公共交通機関の時間を気にせず、子供のペースに合わせて絶景スポットやカフェを自由に巡りたい。

**宿泊の選択:** 伝統的な温泉旅館よりも、大自然をスタイリッシュに楽しめるグランピング。宿の設備よりも、「外で何ができるか」を重視する。

### 3 悩みとストレスポイント

**交通とアクセスの不便:** レンタカーを利用するため、駐車場情報や道路の分かりやすさが重要。また、行きたい「映えスポット」が公共交通機関のみの案内だと辿り着けない不安がある。

**デジタル環境:** 常にSNSとつながっていたいため、Wi-Fiの欠如や、デジタルでの予約・決済ができない環境には非常にストレスを感じる。

**サービスのギャップ:** 伝統的な旅館の「至れり尽くせり」な接客にはあまり関心がなく、むしろ自由にさせてほしいと考えている。

## 4 美作エリアでの過ごし方(イメージ)

**食:** 地元のB級グルメをカジュアルに楽しむほか、オーガニック食品や見た目の美しいスイーツを好む。

**体験:** 蒜山の高原での自然鑑賞や、紅葉狩り。撮影が目的の一つ。さらに、地元の美術・工芸品に高い関心があり、気に入った工芸品を「自分への土産」として購入する。

**活動:** 2時間以上の本格的な体験プログラムにも意欲的。子供と一緒にものづくりに没頭する時間を大切にします。



奈義町現代美術館(Nagi MOCA)【奈義町】太陽の光と巨大なアートが一体化した空間。どこを切り取っても絵になるスケール感に感性が刺激されます。



がいせん桜 新庄宿【新庄村】小川のせせらぎが心地よいレトロな宿場町。のんびりと散歩しながら、情緒あふれるノスタルジックな風景に出会えます。



城東町並み(重要伝統的建造物群保存地区)【津山市】レトロな町家や小洒落た古民家カフェが並ぶ城下町。着物のんびり散策すれば、素敵な一枚を撮影できます。



蒜山ハーブガーデンハービル【真庭市】視界いっぱいに広がる季節のハーブや花畑。リース作りや可愛いスイーツで、絵本のような世界観を楽しめます。



ザランタン(The Lantown)あば村【津山市】北欧テントで過ごす里山の休日。手ぶらBBQや溪流遊びなど、家族の笑顔が映える非日常体験をSNSに。



山田養蜂場 みつばち農園【鏡野町】絶品はちみつソフトやキャンドル作りが人気。自然の甘さと可愛いミツバチの世界観に大人も子供も夢中になります。

## 5 美作エリアへのメッセージ

「私たちは美作の美しい自然を、自分たちのスタイルで自由に楽しみたいと思っています。おしゃれなグランピング、レンタカーで回れる絶景ルート、そして地元の作家さんが作った素敵な工芸品。Instagramでシェアしたくなるような『発見』がたくさんあることを期待しています。子供も一緒に楽しめる本格的なワークショップがあれば、ぜひ参加したいです。」

## 6 旅のストーリー(カスタマージャーニー)

フェーズ	①旅マエ(認知・検討)	②旅マエ(計画・予約)	③旅ナカ(移動・滞在)	④旅ナカ(体験・交流)	⑤旅アト(共有・継続)
主な行動	Instagramで「#GlampingJapan」を検索。映える写真を保存。	レンタカーを予約。子供が体験できる工芸ワークショップを探す。	レンタカーで絶景スポットを周遊。グランピング施設で夕食を撮影。	親子で本格的なガラス工芸に挑戦。完成品を誇らしげに撮影。	ベストショットをInstagramに投稿。リール動画で旅を振り返る。
接触媒体	Instagram、YouTube、旅行アプリ	レンタカーサイト、体験予約サイト	レンタカー、グランピング施設	伝統工芸工房、絶景カフェ	Instagram、TikTok
思考・インサイト	「子供と一緒に特別な思い出を作りたい! 写真映える場所がいいな。」	「Wi-Fiは強いかな? レンタカーで道に迷わないか心配。」	「このテント、おしゃれ! すぐにストーリーズに上げたい。ネット遅い?」	「子供がこんなに真剣に物作りをするなんて。美作に来てよかった!」	「フォロワーからの反応が良い! 素敵な家族旅行だったと実感。」
感情(満足度)	高揚(高)	期待(中)	通信不満(低~中)	自己実現・感動(最高)	満足(高)
課題(バリア)	写真と現地のギャップ。	体験プログラムの予約のしにくさ。	エリア内の通信環境(Wi-Fi)の弱さ。	撮影アシストの不足。	U-18向け・家族向けリピート施策。

## 7 各フェーズでのアプローチ案

### 旅のシーン別 アプローチポイント

#### 旅マエ 情報発信のコツ

- 「文字」より「ビジュアル」! Instagramの世界観がすべて
- シーンを切り取る: 施設や料理の写真だけでなく、「焚き火を楽しむ親子」など、憧れの体験シーンを動画や写真で投稿。
  - ハッシュタグの活用: #Glamping #FamilyTravel など、海外ユーザーが見つけやすい英語タグを必ず入れる。
  - グランピング推し: この層は100%グランピング志向。テント内のインテリアや夜のライトアップなど、撮影しなくなる演出を強調。

#### 旅ナカ(移動・滞在) 受入環境のポイント

- 「レンタカー」と「最強Wi-Fi」が必須のインフラ
- ドライブ情報の提供: レンタカーで立ち寄りやすい「映えカフェ」や、駐車場の広い絶景スポットをマップで紹介。
  - Wi-Fi&充電の完備: SNS投稿が旅の目的。館内どこでもつながる無料Wi-Fiと、スマホの充電ポイントは「あって当たり前」。
  - 決済のスマート化: 財布を出さずに済むキャッシュレス決済は、忙しいパパ・ママに喜ばれます。

#### 旅ナカ(体験・交流) 満足度を上げる工夫

##### 「子供の感性」を育む、ちょっと本格的なものづくり

- 親子で没頭: 30分で終わる簡易体験より、1~2時間かけてじっくり作る「本格工芸体験」が教育熱心な親に刺さる。
- デザイン性の高い工芸品: 伝統的すぎるものより、今のマンションのインテリアに合う「センスの良い工芸品」を展示・販売。
- セルフ撮影のサポート: 「ここで家族写真を撮ると綺麗ですよ」というフォトスポットの案内板や、三脚の貸出が喜ばれます。

#### 旅アト ファンを繋ぎ止める施策

##### お客様の「素敵な写真」を公式で紹介する

- UGC(ユーザー投稿)の活用: タグ付けされた投稿を公式アカウントで紹介(リポスト)し、交流を深める。
- 思い出のデジタル化: 体験中の高画質な写真をスタッフが撮影し、その場でデータ送付するサービスは非常に高評価。

### 明日からできるTips!

#### 旅マエ 「映える角度」を教える

- 具体策: 「ここから撮ると背景が綺麗ですよ」という、おすすめの撮影ポイントに足跡マークを置く。それだけで投稿の質が上がり、宣伝効果も高まります。

#### 旅ナカ 子供に「ちょっとしたおまけ」を渡す

- 具体策: 体験中に子供が頑張っていたら「Good job!」とシールをあげたり、地元の小さなお菓子を渡す。親は「子供が歓迎されている」ことに一番感動します。

#### 旅ナカ 「スマホ、預かりましょうか?」の提案

- 具体策: 家族全員の写真を撮ってあげる。パパやママと一緒に写った「家族全員の1枚」は、旅の最高の宝物になります。

Model

05

極上の休息を求める  
「ラグジュアリー・アドベンチャー層」



## 極上の休息を求める 「ラグジュアリー・アドベンチャー層」

昼は厳しい自然に挑み、夜は最高のホスピタリティに身を委ねる。  
身体を動かす悦びと、対価に見合う贅沢を両立させる旅。

女性 既婚

申 胡弓 51歳

50代・自然への挑戦と極上の休息を愛する、  
アクティブな冒険家

**職業** 企業の経営者(多忙だがオンとオフの切り替えを明確に持つ)。

**性格** ストイックで探究心が強い。単なる「贅沢」ではなく、自分の身体能力を試すアウトドアや、洗練されたプロのサービスに対して高い価値を感じる。

**家族構成** 夫 54歳 長男 25歳 長女 23歳 (子供はすでに自立)

今回の旅行は、同じ趣味を持つ富裕層の友人と、  
自然に挑み、最高級の宿で疲れを癒やす  
「動と静の冒険旅」。

よく利用するメディア  個人ブログ

関心が高そうなキーワード

#大人の休日 #大自然を満喫 #非日常体験

#ラグジュアリーステイ #絶景アクティビティ

年齢: 51歳

10 20 30 40 50 60

年収: 2,000万円以上。

200 400 600 800 1000 1200



### 1 旅行の背景と目的

**きっかけ:**「ただ眺めるだけの観光」には興味がない。自分たちの足で歩き、漕ぎ、自然を体感できる本格的なフィールドを探していた。

**動機:**100%が「アウトドア(自然活動)」を選択。身体を動かしてリフレッシュした後は、最高級の宿で疲れを癒やす「動と静」の対比を楽しみたい。

**求める価値:**旺盛な「追加支払い意欲」に裏打ちされた、特別な空間とサービス。コンシェルジュを介したスムーズな手配や、プライバシーが守られた客室露天風呂。

### 2 情報収集と行動スタイル

**リサーチ:**広告よりも「個人のブログ」を重視。経験者が語る詳細なコースの難易度や、宿のサービスの質を読み込む。Facebookも活用するが、YouTubeやInstagramの「映え」にはあまり左右されない。

**宿泊の選択:**キャンプではなく、あくまで宿泊は「高級な温泉旅館やリゾート」。客室露天や食事のグレードアップへの支払い意欲が非常に高く、宿の質には徹底的にこだわる。

**移動:**タクシーや専用送迎を多用。自分で運転するよりも、プロに任せて快適かつ効率的に移動することを好む。

### 3 悩みとストレスポイント

**交通の不便さ:**「交通手段の課題」を強く感じている。タクシーの手配や専用送迎の質が低いと、旅行全体の評価が下がる。

**決済とサービス:**富裕層としてスマートな決済を期待しており、不透明な料金体系や現金のみの対応を非常に嫌う。

**情報の質:**自分が求める「本格的なアクティビティ」の情報が不足していると感じている。



毛無山トレッキング【新庄村】 頂に立つ達成感と美しいブナ林の絶景。自らの足で自然に挑む高揚感が、大人たちのアクティブな心を揺さぶります。

## 4 美作エリアでの過ごし方(イメージ)

**食:**高級食材を強く求める。地元の最高級和牛(つやま和牛など)を、最適な調理法で提供されることを期待する。

**体験:**本格的なトレッキング、カヌー、またはガイド付きのエコツアー。ガイドには「安全管理」と「専門的な自然解説」を求める。風景を鑑賞するだけでは満足しない。

**文化:**伝統芸能や歴史の「鑑賞」には興味があるが、住民との交流や工芸品の購入といった「暮らしへの介入」にはあまり関心がない。



ザ・シロヤマテラス津山別邸【津山市】 アクティブに動いた後は、テラスを備えた洗練されたモダンな客室で、心身を解放する極上の休息に浸れます。



西粟倉村でのかんじきツアー【西粟倉村】 昔ながらの「かんじき」で手つかずの深い雪の森へ。静寂の白銀世界を自らの足で進む、大人向けの本格的な冬の冒険です。



岩井滝【鏡野町】 滝の裏側へ入れる珍しい名瀑。森の奥へ進む探検気分と、清らかな水音による深い癒やしが共存する空間です。



藤山高原でのE-BIKEサイクリングとひるぜんワイン【真庭市】 雄大な山々を望み風を切る爽快な時間。アクティブに動いた後は、地元産の上質なワインが格別な余韻を残します。






## 5 美作エリアへのメッセージ

「私は美作の豊かな自然に挑戦するために来ました。昼間はプロのガイドと共に山を歩き、夜は誰にも邪魔されない静かな客室と、最高の一皿を楽しみたいのです。移動の足(タクシーや送迎)が完璧に整い、コンシェルジュが私の要望に的確に応えてくれるなら、ここは世界でも有数のデスティネーションになるでしょう。」



奥津湖パドルフィールド【鏡野町】 大自然の湖面をゆったりと進むSUPやカヤック。初心者でも安全かつ優雅に水上での冒険を楽しめます。

## 6 旅のストーリー(カスタマージャーニー)

フェーズ	①旅マエ(認知・検討)	②旅マエ(計画・予約)	③旅ナカ(移動・滞在)	④旅ナカ(体験・交流)	⑤旅アト(共有・継続)
主な行動	専門ブログで本格トレッキングコースを調査。装備の準備を始める。	専属ガイドを予約。最高級旅館のスイートとタクシーを手配。	専用車で移動。激しいアクティビティ後に、最高級をつやま和牛を堪能。	プロガイドと共に手付かずの自然へ。知的な解説に満足する。	達成感をブログに詳しく記載。ガイドに感謝のメッセージを送る。
接触媒体	専門ブログ、アウトドア雑誌(WEB版)	コンシェルジュ、ガイド紹介サイト	専用送迎車、最高級老舗旅館	専門ガイド、国立公園・渓谷	ブログ、専門コミュニティ
思考・インサイト	「自分の体力を試せる本格的なフィールドと、一流の宿がセットの場所は？」	「ガイドの質は確かか？移動はすべてプロに任せたい。」	「運動後のこの温泉とつやま和牛は最高だ。お金を払う価値がある。」	「この地形の成り立ちは興味深い。専門家の話は面白いな。」	「素晴らしい冒険だった。次は別のハードなコースに挑戦したい。」
感情(満足度)	意欲(高) 	期待(中) 	報酬(最高) 	達成感(高) 	充足(高) 
課題(バリア)	コースの詳細スペック不足。	高単価パッケージの欠如。	交通の課題。	ガイドの多言語・専門スキルの差。	特別な顧客としての継続対応。

## 7 各フェーズでのアプローチ案

### 旅のシーン別 アプローチポイント

#### 旅マエ 情報発信のコツ

- 「散歩」ではなく「本気のアクティビティ」を打ち出す
- 詳細なスペック提示**: 距離、高低差、所要時間を明記。経験者が納得する「本格的なフィールド」であることをブログ形式などで詳しく伝える。
  - ガイドの専門性をアピール**: 「誰が案内するか」を重視。ガイドの資格や専門知識を顔写真付きで紹介し、安心と信頼を売る。
  - 高級感のある宿泊セット**: 心地よい疲労感を伴う挑戦と、その後の「極上の和牛ディナー」をセットにした対比的なプランを提示。

#### 旅ナカ(移動・滞在) 受入環境のポイント

- 「不便さ」を「専用サービス」で解決する
- タクシー/送迎の確約**: 自分で運転するストレスを嫌うため、駅から宿、宿から登山口までの「専用車」をあらかじめ手配・提案する。
  - 最高級のリカバリー**: 運動後の疲れを癒やす「客室露天風呂」や、専門の「マッサージ/スパ」の案内は必須。
  - コンシェルジュ的対応**: 要望に合わせて柔軟に行程を組む「特別感」を演出。マニュアル通りの対応はNG。

#### 旅ナカ(体験・交流) 満足度を上げる工夫

- 「プライベート感」と「専門知識」への対価をいただく
- 専属ガイド(エコツアー)**: 団体ツアーは好まない。自分たちだけのペースで歩ける「プライベートガイド」を基本にする。
  - 知的な刺激**: 風景を見るだけでなく、地質、動植物、歴史の背景など、一歩踏み込んだ専門的な解説を行う。
  - 最高級食材への執着**: 夕食は「つやま和牛」などの最高級和牛をマストで用意。食への追加支払い意欲は全モデルの中で最高です。

#### 旅アト ファンを繋ぎ止める施策

- 「共通の趣味を持つパートナー」としてつながる
- 知的な記録の送付**: 撮影した写真に加え、歩いたルート図や、出会った野鳥・植物のリストをデジタルで送付する。
  - 次シーズンの先行案内**: 「来年の新緑/紅葉の時期も、ぜひ私(ガイド)がご案内したい」という個人的なつながりを強化。

### 明日からできるTips!

#### 旅マエ 「明日、晴れるといいですね」のブログ投稿

- 具体策**: 山や川の今日の様子を載せ、「明日はトレッキングに最適です」と一言。現地のリアルな状況を待っている彼らにとって、何よりの有益情報です。

#### 旅ナカ 「一番いいもの」を自信を持って勧める

- 具体策**: 「今日はこの希少な部位が一番です」と、少し高くても本当に良いものを提案する。彼らは安さではなく「価値」を求めているので、自信を持って勧めてOKです。

#### 旅ナカ 「お疲れさま」の心を形にする

- 具体策**: 運動して帰ってきたお客さまに、キンキンに冷えたタオルや温かいお茶をすぐに出す。そのタイミングの良さが、高級旅館以上の感動を生みます。

Model

06

本物を愛でる  
「プレミアム美食・熟年カップル層」



## 本物を愛でる 「プレミアム美食・熟年カップル層」

妥協のない『食』と『宿』を求めて。  
パートナーと共に、地域の最高峰を味わい尽くす大人の贅沢旅。

男性 既婚 <sup>サイ</sup> 崔 <sup>コウキウ</sup> 高久 60歳 女性 既婚 <sup>チョウ</sup> 趙 <sup>ゴウカ</sup> 郷華 55歳 | 50~60代・歴史と職人の技を  
静かに愛でる、本物志向の審美家

職業 崔 高久：経営コンサルタント会社代表／趙 郷華：輸入雑貨店のオーナー。

性格 洗練された審美眼を持ち、流行よりも「本物であること」「歴史に裏打ちされた質」を重視する。B級グルメのような雑多なものには興味がなく、整理された美しいサービスと空間を好む。

家族構成 **長女** 22歳(海外の大学に留学中)

今回の旅行は、夫婦水入らずで地域の  
最高峰を愛でる「結婚記念日の極上ステイ」。

よく利用するメディア   公式WEBサイト

関心が高そうなキーワード

#夫婦旅行 #本物志向 #ガストロノミー

#ミシュラン掲載店 #露天風呂付き客室

年齢：崔 高久 60歳／趙 郷華 55歳

10 20 30 40 50 60

年収：2,500万円以上。

200 400 600 800 1000 1200



### 1 旅行の背景と目的

**きっかけ**：世界中のラグジュアリーホテルを泊まり歩いてきたが、日本の地方にある「その土地でしか食べられない最高級の食材(和牛や旬の山菜)」と「名湯」の組み合わせに惹かれた。

**動機**：喧騒を離れ、信頼できる格付け(ミシュランなど)に基づいた美食を堪能し、心身を深く癒やすこと。

**求める価値**：多額の予算を投じるに値する、非日常的な体験。B級グルメを排除した徹底的なプレミアム感と、パートナーとのプライベートな時間。

### 2 情報収集と行動スタイル

**リサーチ**：信頼性の高いガイドブックや専門誌、高級宿の公式サイトを精査。ミシュランガイドの情報を非常に重視する。

**宿泊の選択**：迷わず「温泉旅館」を選択。特に「露天風呂付き客室」は必須条件。客室での個室食や、特別な空間に対して高い追加料金を支払う。

**移動**：レンタカーを好み、自分たちのペースで自由に、しかし快適に移動する。運転そのものも「プライベートな移動時間」として楽しむ。

### 3 悩みとストレスポイント

**インフラの不備**：贅沢な時間を過ごしたい一方で、仕事の連絡も欠かせないため、Wi-Fiの不足には非常に敏感でストレスを感じる。

**情報の質**：自分が求めるレベルの「本物」の情報が、英語や繁体字で十分に得られないことに不安を感じる。

**利便性の欠如**：高予算を払う準備はあるが、サービスの段取りが悪かったり、支払いがスマート(キャッシュレス非対応など)でないことを極端に嫌う。



季節の里(美作市・湯郷温泉) きめ細やかなおもてなしと客室露天、極上の美食が揃う空間が、日常を離れたプレミアムな滞在を約束します。



美作のブランド和牛(つやま和牛・なぎビーフなど) 希少な「つやま和牛」などを落ち着いた空間で味わう至高の体験は、本物を知る美食家の舌を唸らせます。



最高級マスカット・白桃などの果実【勝央町・広域】産地ならではの新鮮で極上の果実の味わい。美しい空間でパフェとして堪能し、本物を知る美食家の心を満たします。



衆楽園(旧津山藩別邸庭園)(津山市) 有名観光地の喧騒から離れた静寂の空間で、歴史の趣を自分のペースでゆったりと愛でる贅沢な時間を過ごせます。

#### 4 美作エリアでの過ごし方(イメージ)

**食:** 高級食材、特につやま和牛や希少な松茸など、美作が誇る最高級の素材をミシュラン級の技術で提供する宿やレストランを訪れる。発酵食品や地元の酒蔵のプレミアムな日本酒にも深い関心を示す。

**体験:** 静かな環境でのリトリート。早朝の霧に包まれた温泉や、森の中の散策。地元の文化に触れる際も、職人の手仕事を間近で見られるような料理体験や、質の高い工芸品の購入を好む。

**交流:** 礼儀正しい地域交流は好むが、あくまで「ゲスト」としての適切な距離感を保った交流を期待する。



奥津溪 & 国の登録有形文化財「奥津荘」【鏡野町】芸術的な渓谷美を静かに散策した後は、国の登録有形文化財の宿で足元湧出の名湯に浸かる、格別な大人の休日になります。








勝山町並み保存地区(真庭市) 伝統建築や職人の手仕事が息づく歴史的な町並みは、上質な文化に触れたいという知的好奇心を深く満たします。

#### 5 美作エリアへのメッセージ

「私たちは、この土地が持つ『最高の素材』と、それを受け継ぐ人々の手仕事に敬意を払いたと思っています。静寂に包まれた宿で、最高の一品と名湯を楽しみ、パートナーと豊かな時間を過ごせることを期待しています。デジタル環境のストレスなく、洗練されたおもてなしで私たちを迎えてください。」

## 6 旅のストーリー (カスタマージャーニー)

フェーズ	①旅マエ(認知・検討)	②旅マエ(計画・予約)	③旅ナカ(移動・滞在)	④旅ナカ(体験・交流)	⑤旅アト(共有・継続)
主な行動	ミシュランガイドや格付けサイトをチェック。旬の果物の時期を確認。	信頼できる高級旅館を予約。農園のプライベート見学を打診。	レンタカーで静かに移動。客室露天風呂で誰にも邪魔されず寛ぐ。	最高級シャインマスカットを収穫。酒蔵で発酵文化を深く学ぶ。	満足感を共有。自宅用に最高級の果物や地酒をお取り寄せする。
接触媒体	ミシュランガイド、高級誌	公式サイト、コンシェルジュ経由	高級レンタカー、老舗旅館	厳選農園、老舗酒蔵	お取り寄せサイト、紹介
思考・インサイト	「世界が認めた本物の味と、静かな時間を夫婦で楽しみたい。」	「間違いのない店・宿か？通信環境は仕事ができるほど整っているか？」	「このWi-Fiは少し不安定だな。でも料理と温泉の質は素晴らしい。」	「木で熟した果物は格別だ。この伝統的な製法には感銘を受けた。」	「美作の『旬』は信頼できる。来年もこの時期に必ず来よう。」
感情(満足度)	厳選(高) 	納得(中) 	通信・環境不満(低) 	感嘆(最高) 	信頼(高) 
課題(バリア)	客観的な格付け情報の不足。	プレミアムな体験メニューの不在。	滞在先・移動中の通信環境不足。	「量より質」の体験設計の不足。	シーズンごとの優先予約枠の欠如。

## 7 各フェーズでのアプローチ案

### 旅のシーン別 アプローチポイント

#### 旅マエ 情報発信のコツ

- 「安さ」は逆効果。客観的な「格付け」と「希少性」を売る
- エビデンスを提示:ミシュラン、専門誌掲載、受賞歴など、第三者の評価を英語・繁体字で明確に打ち出す。
- 「食べ放題」より「究極の完熟」:果物狩りはレジャーではなく「美食体験」。最高品種をベストな熟度で味わえる「期間」をピンポイントで発信。
- B級情報の遮断:公式HPやSNSでは、高級感のあるビジュアルを徹底。大衆的な情報を混ぜない「世界観の統一」が不可欠。

#### 旅ナカ(移動・滞在) 受入環境のポイント

- 「最高級のアナログ(温泉)」と「最新のデジタル(Wi-Fi)」の両立
- 高速Wi-Fiの完備:通信ストレスは致命的。客室でのテレワークや動画閲覧に耐えうる強力な回線を確保する。
- 徹底したプライバシー:個室食、露天風呂付き客室は「前提条件」。他者との接触を最小限にする「おこもり感」を演出。
- スマートな決済:カード、非接触決済はもちろん、追加注文の料金説明なども含め、最後までスマートに。

#### 旅ナカ(体験・交流) 満足度を上げる工夫

- 「買う」だけでなく「知る」喜びを。知的好奇心を満たす
- 食のルーツへの案内:酒蔵の裏側見学や、生産者のこだわりを聞くなど、背景(ストーリー)を知る知的なプログラムを用意。
- 本格工芸の目利き:センスの良い伝統工芸品の展示と、海外発送まで見据えた購入サポートを完備。
- 「引く」おもてなし:賑やかな接客ではなく、必要な時にだけ現れる洗練されたマナーと、個別の要望への柔軟な対応。

#### 旅アト ファンを繋ぎ止める施策

- 「美作の旬」を届けるプライベート・パートナーになる
- 限定品のリピート案内:希少な地酒や、最高級フルーツの予約開始をダイレクトに案内。
- 季節ごとの「静寂」を贈る:賑やかな観光地ではない、美作ならではの「静かな季節の移ろい」を美しい映像で届け続ける。

### 明日からできるTips!

#### 旅マエ 「こだわりの証」を飾っておく

- 具体策:表彰状や雑誌の切り抜き、生産者の顔写真を多言語の短い説明とともに掲示。「ここは間違いなさそうだ」という安心感を視覚で伝えます。

#### 旅ナカ 「一番美味しい食べ方」を実演する

- 具体策:果物の切り方や、お酒の注ぎ方など、プロの所作を目の前で見せる。知識豊富な彼らにとって、その「こだわり」を目の当たりにすることが最高のご馳走です。

#### 旅ナカ 「またあの味が食べたい」に応える準備

- 具体策:「お取り寄せできますか?」と聞かれた時のために、送り先や送料を書いた簡単な英語の案内メモを用意しておく。その場で完結させない縁を作ります。



みま さか

# 美作エリアの未来を、 みんなで一緒に。

この資料を最後まで読んでいただき、ありがとうございます。

「インバウンド」と聞くと、

何か特別な準備や難しい言葉が必要だと感じるかもしれません。

しかし、本当に大切なことはとてもシンプルです。

## 「一人の『ありがとう』の笑顔が、次の100人を呼ぶ。」

この6つの旅行者モデルをヒントに、

まずは目の前のお客様、

あるいは「来てほしい」と決めたその一人が喜ぶことを、

徹底的に、そしてあなた自身も楽しみながらやってみてください。

その小さな挑戦から生まれる笑顔が、SNSを通じて世界へ広がり、

美作エリアの新しい歴史を作っていく第一歩になります。

言葉の壁や文化の違いを恐れる必要はありません。

あなたの「おもてなしの心」こそが、美作エリアの最大の観光資源です。

さあ、一緒に世界中のお客様を、美作エリアならではの

温かい笑顔で迎えましょう！

なるほど!

# 台湾の お客様モデル図鑑 in 美作エリア

～パッと見て、すぐわかる。今日から始める「おもてなし」のヒント～

令和8年3月 発行

編集・発行 岡山県 美作県民局  
地域政策部 地域づくり推進課 振興班  
住所 〒708-8506 岡山県津山市山下53  
TEL 0868-23-1259  
FAX 0868-23-1270  
URL <https://www.mimasaka-no-kuni.jp>

写真提供 岡山県観光連盟

なるほど!

# 台湾の お客様モデル図鑑 in 美作エリア

～パッと見て、すぐわかる。今日から始める「おもてなし」のヒント～

