

C. 国内調査③

定性調査有識者/インフルエンサー インタビュー

C-1. 調査の概要

インタビューの目的と手法

【目的】旅行、観光について発信しフォロワー数の多い（＝生活者に情報が届いている）インフルエンサーにインタビューを行うことで、生活者からみた「旅行、観光について」や「大阪について」を深掘りする。

【手法】アカウント運営の戦略や工夫をオープンに話してもらうため、1on1のインタビュー形式を採用。事前課題において、大まかな大阪の印象や定番の大阪の話を聞き出しておくことで、インタビュー当日はそれを前提としてより踏み込んだ内容を聴取する設計とした。

| インタビュー概要 | | インタビューフロー | インタビュー対象者 |
|----------|------------------------------|--|--|
| 時期 | 1月17(金)、1月22日(水) それぞれ90分間 | ■自己紹介、フォロワーについて ■情報収集/発信について ■現在の大阪について（印象、魅力的なポイント、観光における課題、市外周遊について） ■これからの大阪について（より魅力的になるためには） | 大阪観光【公式】NEOトラベル https://www.instagram.com/osaka.neotravel/?hl=ja |
| 場所 | オンライン | | りょうまい夫婦+〜おでかけ夫婦〜 |
| 参加者 | NEOトラベル、りょうまい夫婦 | | https://www.instagram.com/ryomai_odkk/?hl=ja |
| 運営 | 株式会社 博報堂 | | |

呈示物

伸ばしていきたいエリア6か所

①府民の森ほしだ園地（ほしだの森）

府政100周年記念事業として大阪府が整備した「府民の森」の一つ。全長280m、高さ50mの巨大吊橋「星のブランコ」や、本格的なクライミングウォールなど、自然の中で目一杯アクティビティを楽しめる。

②石切劔箭神社・石切参道商店街

「石切さん」「でんぼ（腫れ物）の神様」として親しまれ、お百度参りが全国的に有名な神社。またその石切劔箭神社から東の生駒山に向かって参道沿いにのびる石切参道商店街は、占いの店が多くあることで有名で、その他、飲食店から食品、漢方薬、衣料品、日用品など、珍しい物や懐かしいものが見つかる、昭和レトロな雰囲気漂う人気の観光スポット。重要美術品「石切丸」を保有し、ゲーム刀剣乱舞のキャラクターに採用されている。

③富田林寺内町

大阪府内で唯一の国の重要伝統的建造物群保存地区。江戸時代から昭和初期の町屋や寺院といった建造物が、約200棟も現存する。優れた意匠の町家や寺院が軒を連ね、平成9年に一部を除き「国の重要伝統的建造物群保存地区」に選定され、平成30年に富田林寺内町全域が追加選定された。近年では、古民家を活かした飲食店や雑貨店、アートなども増え、外国人や若者もたくさん訪れるようになっている。

④世界遺産 百舌鳥・古市古墳群

古墳時代の最盛期であった4世紀後半から5世紀後半にかけて築造された、古代日本列島の王たちの墓群。2019年の第43回世界遺産委員会で正式に世界文化遺産に登録。墳丘の長さおよそ500mにおよぶものをはじめとする、世界でも独特な鍵穴型の前方後円墳が多数集まり、これらと多数の中小墳墓が密集して群を形成している。

⑤堺伝匠館（包丁研ぎ体験）

堺の伝統産業を一堂に集めた施設。多種多様な包丁や注染・和晒、線香、昆布製品、堺ゆかりの和菓子などが購入できるほか、館内の刃物ミュージアム「CUT」見学後、近隣の道具屋商店にて職人の指導のもと、包丁砥ぎ・柄付け体験ができるプランもある。

⑥泉佐野漁協青空市場

泉佐野漁港内にあり、朝早くから漁に出て水揚げされた新鮮な魚介類が並べられている。魚だけではなく花卉、野菜、寿司店など色々なお店が並び、地元では知らない人がいないほど、愛されている活気ある生鮮市場。セリは、一般客も見学が可能で、水・日を除く14時ごろから行われる。

C-1. 調査の概要

Instagram概要と選定理由

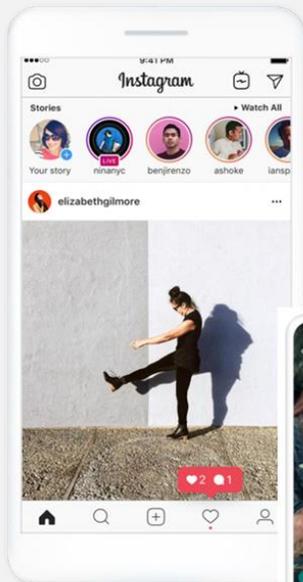
Instagramとは写真/動画特化のコミュニケーションができるSNS。

#タグ検索、AIによるレコメンド機能に優れており、新しい商品・サービスを検索、発見するのに最適。

国内旅行の情報源としてもSNSの中で最も高いスコアが出ているため、今回のインタビュー調査ではInstagramをメインに活躍するインフルエンサーを選定。



Instagram

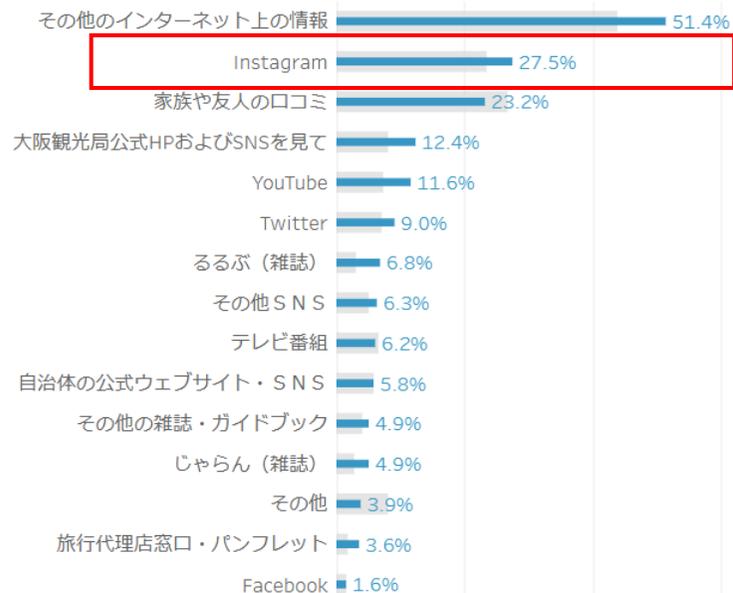


Reel



宿泊客 (n=1,075)

情報源 (複数選択)



出典：国内旅行者の動向把握に向けた大阪版国内観光統計調査（観光地点パラメータ調査）
（2023年調査、大阪府域の20地点でのヒアリング調査、n=4,502）

<https://s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/content.osaka-info.jp/downloads/2024/2023kokunaitoukei.pdf>

※大阪観光DMP（無償トライアル版）より作成 <https://www.dmp.osaka-info.jp/施策検討/国内観光パラメータ調査>

C-1. 調査の概要：インフルエンサー対象者

インフルエンサーの概要

旅行や観光について発信するインフルエンサーに対して、旅行/観光の発信をするにあたっての知見を得る。
府外観光客への発信のプロとして、大阪を多く取り上げる全国旅系インフルエンサーのりょうまい夫婦さんを選定。



アカウント名：りょうまい夫婦+~おでかけ夫婦~
フォロワー：21.9万人
投稿数：1161件
名前：川村涼馬さん、川村まいさん（ご夫婦）
年齢：27歳
出身：三重
在住：20才~25才まで大阪住み、その後三重に戻る

大阪の好きなところ

お酒とご飯好きなので天満。
箕面・枚方・高槻などの北の方も好き。

「大阪と言えば○○！」を教えてください

- ・お笑い（漫才はもちろん面白い人がたくさんいる）
- ・ユニバ・道頓堀のグリコ・新世界や通天閣
- ・たこ焼き、お好み焼き
- ・エスカレーター右・海遊館のジンベエザメ

※2025年2月12日現在

プロフィール

「日本で1番おでかけを楽しむ夫婦」とし全国を旅しながら、
旅行・ホテル・グルメ・スポットを紹介するアカウント。
もともと大阪府内をはじめ関西スポットを発信していたアカウントが、
全国に拡大していった。

フォロワーの特徴

- ・20代後半~30代前半が最も多く40%
- ・次に18才~20代前半が20%くらい
- ・関西が25%、大阪府内は10%
その他は全国に分散
- ・女性7割：男性3割

C-1. 調査の概要：インフルエンサー対象者

インフルエンサーの概要

旅行や観光について発信するインフルエンサーに対して、旅行/観光の発信をするにあたっての知見を得る。
府内在住者への発信のプロとして大阪のおでかけに特化したNEOトラベルさんを採用。



アカウント名：大阪観光【公式】NEOトラベル
フォロワー：18万人
投稿数：250件
名前：西川さん（男性）
年齢：25歳
出身：滋賀
在住：新大阪在住歴1年

大阪の好きなところ

ギャップがあるところ。
賑わっているイメージだが、意外と静かな場所もある。

「大阪といえば〇〇！」を教えてください

- ・たこ焼き ・道頓堀
- ・ユニバ ・大阪城
- ・通天閣 ・人がやさしい、温かい（関東は怖い）

※2025年2月12日現在

プロフィール

大阪在住者向けに「次の休日を愉しむおでかけ発信」を行うアカウント。
NEOトラベルとして複数のアカウントを運用しているうちのひとつ。

毎日閲覧してもらえるアカウントに育てるため、
大阪在住の人に向けた発信を意識。

フォロワーの特徴

- ・70%が日本人、30%は海外
- ・30代女性主婦層が多い
- ・子連れではなくママ友同士でのお出かけの参考にされている

C-1. 調査の概要：インタビューフロー【NEOトラベル】

日時：2025年1月17日（金）
 所要時間：90分間 オンライン
 インタビュアー：博報堂 松下裕美子

大阪府観光に関するインタビューフロー（NEOトラベル）

NO.1

| フェーズ | 進行 |
|--|--|
| 導入 人となりや志向の把握 5/5 | ■インタビュー趣旨説明 ■対象者自己紹介 -氏名、年代、家族構成、大阪在住歴、大阪の好きな場所 |
| 発信/フォロワーについて インフルエンサーから見た生活者の視点を紐解く 10/15 | ■フォロワーの特徴 -デモグラ、趣味趣向、雰囲気 -何を面白いと感じ、何に反応するのか、何に飽きているのか -（一般的な観光客と比較して）府内在住者ならではの意識や視点、反応ポイントはあるか？ ■どんな発信が目度が高いか？実際の集客に繋がるか？ -これまで一番注目された投稿は？どんな特徴/工夫があったか？ -逆に、注目されなかった投稿は？ -参考にしていないメディア/アカウントは？ ■普段、発信するときに意識していることは？ -自分ならではの意識、他のインフルエンサーにはない工夫は？ |
| 観光地について 大阪に限らず 観光地/観光全般について 20/35 | ■フォロワー（主に在住者）に人気が高い/フォロワーが求める観光地は？ -そこには何があるのか？どんな体験ができるのか？ -どんなところが人気のポイントなのか？ -大阪府の中でも、大阪市内の魅力は何か？（具体的なスポットも） 市外の魅力は何か？（具体的なスポットも） 市内・市外の魅力ポイントにはどのような違いがあるのか？ -季節に応じたスポットの発信の工夫やリアクションは？ ■「フォロワーが何度も体験したいと思う観光地・観光体験にはどのような特徴があるのか？」 -「何度も行きたくなる」とフォロワーに人気の場所はどこか？ -その理由は？そこでどんな経験ができたらいいか？ -ちなみに、フォロワーからの人気とは別に個人的に好きなスポットは？ |
| 情報収集について 10/45 | ■普段、投稿する旅行先を調べるときどのように調べるのか？ -媒体は？媒体の順番は？ -参考にしていないメディア/アカウントは？（具体名） -普段から定期的にフォローしているのは？ ■あまり知られていないスポットを調べるときはどのように工夫するか？ |
| 事前課題について 15/60 | ■大阪府の何を発信するのがよいか？ ■事前課題についてヒアリング -プランについて：なぜその場所/その順番か？ポイントは？ -投稿する際の工夫は？ ■大阪でどんな経験ができればより発信したくなるか？ -どんな経験が発信に値するか？ |

大阪府観光に関するインタビューフロー

NO.2

| フェイズ | 進行 |
|--|--|
| 現在の大阪について 現在の大阪の魅力/改善点/伸び代について 15/75 | ■大阪の印象は？ -その印象を抱いたきっかけは？（プラスでもマイナスでも、噂でもOK） -（時間にゆとりがあれば）15個挙げると何か？ ■大阪のことを発信する前と後で印象は変わったか？ -たくさん観光しているからこそ知っている大阪の魅力は？ ■今の大阪の好きな特徴TOP3は？（参考：事前課題） -食については？人は？観光は？ ■自分が発見した大阪の魅力/もっと知られてほしいところは？ -ご自身ならではの視点は？ -ご自身のフォロワーが魅力的だと感じそうな点は？ ■大阪府の残念なところ（参考：事前課題） -不便だと思った、これさえあればもっとよくなったのに等改善点 例：駐車場があったらよかった、交通の便が悪い 等 -それはどの程度大阪観光の意欲をそくか？ ■提示した6ヶ所のスポットのうち、紹介するならどこか？ -そもそも、知っている場所は？行ったことがある場所は？ -そのスポットを選んだ理由 -どのポイントを、どのように紹介するか？ どんな工夫をするか？ |
| これからの大阪について 世の中の観光に関するトレンドを踏まえて、これからの大阪の魅力を発掘する 15/90 | ■（大阪に限らず）観光/旅行に関する流行/注目されつつあることは？ -どんなスポットが流行っているのか？ -どんな投稿がバズる傾向にあるのか？ -なぜ注目されつつあるのか？ ■その潮流について大阪府やあなたが紹介しているおでかけスポットにも当てはまる点はあるか？ -その潮流の発信源は？ -自身のSNSでもその潮流をふまえている投稿はあるか？ ■その潮流について大阪府がこれからできそうなことは？ -潮流に当てはまるスポットは？当てはまりそうなスポットは？ ■大阪がどんな街になれば大阪府内の人たちにもっと好きになってもらえるか？ -どこを変えていけたらいいか？ -どこを強めていけたらいいか？ ■大阪がどんな街になれば府外の観光客にもより魅力的になるか？ -どこを変えていけたらいいか？ -どこを強めていけたらいいか？ |

C-1. 調査の概要：インタビューフロー【りょうまい夫婦】

日時：2025年1月22日（水）
 所要時間：90分間 オンライン
 インタビュアー：博報堂 山崎七海

大阪府観光に関するインタビューフロー（りょうまい夫婦）

NO.1

| フェーズ | 進行 |
|--|--|
| 導入 人なりや志向の把握 5/5 | <ul style="list-style-type: none"> ■インタビュー趣旨説明 ■対象者自己紹介 <ul style="list-style-type: none"> -氏名、年代、家族構成、在住県、大阪来訪歴、大阪の好きな場所 |
| 情報収集について 10/15 | <ul style="list-style-type: none"> ■普段、旅行先を調べるときどのように調べるのか？ <ul style="list-style-type: none"> -媒体は？媒体の順番は？ -参考しているメディア/アカウントは？（具体名） -普段から定期的にフォローしているのは？ -あまり知られていないスポットを調べるときはどのように工夫するか？ |
| 発信/フォロワーについて インフルエンサーから見たの生活者の視点を紐解く 10/25 | <ul style="list-style-type: none"> ■フォロワーの特徴 <ul style="list-style-type: none"> -デモグラ、趣味趣向、雰囲気 -何を面白いと感じ、何に反応するのか -どんなブームがあって、何に飽きているのか ■どんな発信が目度が高いか？実際の集客に繋がるか？ <ul style="list-style-type: none"> -これまで一番注目された投稿は？どんな特徴/工夫があったか？ -逆に、注目されなかった投稿は？ -参考しているメディア/アカウントは？ ■普段、発信するときに意識していることは？ <ul style="list-style-type: none"> -自分ならではの意識、他のインフルエンサーにはない工夫は？ |
| 観光地について 大阪に限らず 観光地/観光全般について 10/35 | <ul style="list-style-type: none"> ■フォロワーに人気が高い/フォロワーが求める観光地は？ <ul style="list-style-type: none"> -そこには何があるのか？どんな体験ができるのか？ -どんなところが人気のポイントなのか？ -もう一度行きたいと思うか/一度で満足したか -ちなみに、フォロワーからの人気とは別に個人的に好きな観光地は？ ■発信する旅行先を選ぶ際に大阪と迷う場所があるとしたら？ <ul style="list-style-type: none"> -共通点は？相違点は？ -どんなポイントで迷っているのか？ |
| 事前課題について 25/60 | <ul style="list-style-type: none"> ■大阪府の何を発信するのがよいか？ 事前課題についてヒアリング <ul style="list-style-type: none"> -プランについて：なぜその場所/その順番か？ポイントは？ -投稿する際の工夫は？ ■大阪でどんな経験ができればより発信したくなるか？ <ul style="list-style-type: none"> -どんな経験が発信に値するか？ |

大阪府観光に関するインタビューフロー

NO.2

| フェイス | 進行 |
|---|--|
| 現在の大阪について 現在の大阪の 魅力/改善点/伸び代について 20/60 | <ul style="list-style-type: none"> ■大阪の印象は？ <ul style="list-style-type: none"> -その印象を抱いたきっかけは？（プラスでもマイナスでも、噂でもOK） -（強制的に）15個挙げるとすると何か？ ■大阪に旅行する前と後で印象は変わったか？ <ul style="list-style-type: none"> -何をきっかけに、どう変わったのか？ ■今の大阪の好きな特徴TOP3は？（参考：事前課題） <ul style="list-style-type: none"> -食については？人は？観光は？ ■自分が発見した大阪の魅力/もっと知られてほしいところは？ <ul style="list-style-type: none"> -ご自身ならではの視点は？ -ご自身のフォロワーが魅力的だと感じそうな点は？ ■大阪府の残念なところ（参考：事前課題） <ul style="list-style-type: none"> -不便だと思った/期待はずれだった -それはどの程度大阪観光の意欲をそぐか？ ■提示した6ヶ所の観光地のうち、紹介するならどこか？ <ul style="list-style-type: none"> -そもそも、知っている場所は？行ったことがある場所は？ -その観光地を選んだ理由 -どのポイントを、どのように紹介するか？どんな工夫をするか？ |
| これからの大阪について 世の中の観光に関するトレンドを踏まえて、これからの大阪の魅力を発掘する 20/80 | <ul style="list-style-type: none"> ■観光/旅行に関する流行/注目されつつあることは <ul style="list-style-type: none"> -どんなスポットが流行っているのか？ -どんな投稿がバズる傾向にあるのか？ -なぜ注目されつつある？ ■その潮流について大阪府にも当てはまる点はあるか？ <ul style="list-style-type: none"> -その潮流の発信源は？ -自身のSNSでもその潮流をふまえている投稿はあるか？ ■その潮流について大阪府がこれからできそうなことは？ <ul style="list-style-type: none"> -潮流に当てはまるスポットは？ -潮流に当てはまりそうなスポットは？ ■大阪がどんな街になったらもっと来なくなるか？ <ul style="list-style-type: none"> -どこを変えていけたらいいか？ -どこを強めていけたらいいか？ ■大阪でどんな経験ができれば何度も来なくなるか <ul style="list-style-type: none"> -他の観光地について、何度も行きたくない場所はあるか？ -なぜ何度も行きたくないのか？ -大阪ではどんな経験ができればいいか？ |

C-2. 調査結果のポイント：情報収集・発信について

投稿するスポットの見つけ方について

位置情報と紐づいた機能を使うことで効率的に周辺スポットを検索。
目的地を一箇所決めて、その周辺をGoogleマップに立っているピンをひとつひとつ調べる。
わざわざ調べようと思わなくても、Googleのレコメンド機能で目に入ったり、SNSのタイムラインに流れてくる。(NEOトラベル)

雑誌や本(まっぷるなど)でふんわりと行きたい場所を決めたあと、Instagramの位置情報からスポットを探す機能を使って調べる。(りょうまい夫婦)

インフルエンサーが注目している観光の潮流について

ただの移動で終わらせない！おもてなしの心が見える移動コンテンツがトレンド。
例①【ワンランク上の移動】浅草～日光・鬼怒川温泉方面を結ぶ新型特急「スペースX」
例②【文化を楽しむ移動】車内で日本酒を楽しめる大阪モノレールの日本酒列車
例③【地元密着型の移動】地元ドライバーのうんちく付き案内香川のうどんタクシー
移動だけじゃないコンテンツが求められているし、ただの移動で終わらせない、日本のおもてなしを感じる。(りょうまい夫婦)

発信で意識していることについて (NEOトラベル)

伝えるより、知らせる！動画はできるだけ短く
〇〇で1日プラン！食べ放題！無料サービス！日本一〇〇な場所！などインパクトのある投稿は、反応がいい。

こんな場所あったんや！という驚き大事に
他の発信者と被らないように意識。
大阪在住者に有益であるために、中心地から離れた場所や期間限定なども多く投稿。

タイムパフォーマンスを重視
複数の場所をまとめて行ける、導線がスムーズ、など。
そのスポットにわざわざ時間をかけて行く価値があるか？を常に検討。

再現性を重視
閲覧者が行きやすいかどうか、投稿内容と同じように楽しめるかを重視。

人気が出る投稿の特徴について

定番は「食べ歩き」「〇〇放題」
グルメ、カフェは伸びやすく、中でも特に「食べ歩き」は注目度が高い。〇〇放題は、食べ放題に限らず、飲み放題、ゲームで遊び放題、作り放題などたくさんの〇〇放題が投稿されている。

伸びやすいのは、「ここにしかない」「世界で一つだけの」体験。
「ここでしか体験できない」という限定的な要素をもつスポットは人気が出る。
他にも季節限定や期間限定、「自分だけの〇〇」は注目されやすい。
例：靴下づくり体験(奈良) マフラー製作体験(和歌山) オリジナルナイキ製品(韓国)

発信で意識していることについて (りょうまい夫婦)

まとめ動画は保存されやすい
テーマに合わせて複数のスポットをまとめた投稿は保存されやすい。
例：大阪の定番お好み焼き5選 お花見スポットまとめ

動画のタイトルは目的に合わせて工夫
「大阪に住んでる人に教えたい！」のようにターゲットを明確にしたり、「完全保存版！」としてサブリミナル効果のように保存を促す。タイトルから受け取れる情報をリッチにする。

四季のイベントは1ヶ月先取り
春なら桜、夏ならプールなど、流行よりも季節感に合わせた旅行先は注目されやすい。予定を立てるときに参考にもらえるように、1ヶ月早めにまとめて投稿する。

お宿の投稿は、その土地の特色に合わせて。
東京や大阪・福岡など外での観光を楽しむ都市部は、安くて立地の良いホテルが人気。そこを起点に旅を考える。北海道や沖縄・温泉などお宿での滞在を楽しむ土地では、ごはんの美味しさやお宿の中での過ごし方、お酒が飲み放題、などの情報が注目される。

C-2. 調査結果のポイント：大阪の現状

大阪観光の強み 魅力点

大阪の魅力は“定番と最新の両立”そして、それを支える“人”

大阪といえば〇〇！が充実しているところ

道頓堀、ユニバ、たこ焼き…など大阪といえば〇〇！という大阪らしい体験、大阪でしかできない体験が多数あるところが魅力。旅行者は「大阪といえばここでしょ！」を求めている。（りょうまい夫婦）

人や街の“熱量と活気”

大阪は街全体がエンタメで、人も建物も活気があり明るくて楽しいところが魅力。また、大阪の人は向上心がある。お店を良くしていこう、どんどん街を盛り上げていこう、という気概を感じる。お笑いが根付いていることもあり人を楽しませようとする姿勢を感じる。（NEOトラベル）大阪で出会う人は向上心が高い人が多い。（りょうまい夫婦）

新しいものを吸収し、生まれ変わり続ける姿勢

ポップアップストアやイベントなどが多く開催され、飲食店も激戦区で入れ替わりが激しい。新しいものを積極的に取り入れ、変わり続ける姿勢が京都や奈良とは異なる魅力。常に新しい情報が更新されるのでSNSの投稿内容にも事欠かない。（NEOトラベル）

大阪観光の弱み 課題

“大阪”のイメージが固定化&漠然としていることが課題

エリアごとの概要が掴みにくい

土地勘のない人にとって、エリアごとの雰囲気、体験価値の差別化がなされておらずどこも同じように見えているのがもったいない。それぞれのエリアの特徴が伝わると良い。他の場所ではなくわざわざその場所に行く価値があるか？が大事（NEOトラベル）例えば、天満エリアは「お酒と交流の街」地元の人と飲みたいなら天満！など（りょうまい夫婦）

定番コースが固定化されすぎて、リピーター向けの情報が少ない

定番コースが有名なのは良い面もあるが、隠れた魅力や意外性のある魅力が伝わりづらい。リピーターにニッチで魅力的な情報を届けきれないことが課題のひとつ。リピーターには定番の市内ではなく万博公園のある北部や堺など南部も紹介したい（NEOトラベル） ザ・定番よりはニッチな投稿の方がのびやすい（りょうまい夫婦）

関西弁が怖くて治安が悪いイメージ

早口の関西弁は関西圏以外の人には怒っているように受け取られることもあり治安が悪いイメージを持たれてしまうことも。また、お笑いに対する熱量を押し付けてきそうという印象も。関西弁は怖くないと知られてほしい。この関西弁怒ってないよ、紹介する動画はいいかも！（りょうまい夫婦）

C-2. 調査結果のポイント：大阪の現状

大阪観光 今後伸ばしていくべきエリア（市外観光提示スポット）

泉佐野漁協青空市場：海鮮丼は魅力的でシーズナリティとあわせて紹介をしたい。

- －知っている。紹介するなら近くのアウトレットとともに季節モノの牡蠣食べ放題を紹介する。（NEOトラベル）
- －海鮮丼は引きが強いので6つの中で紹介するならここ！大阪市からのアクセスが悪いのでまずは在住者に届ける。自分で魚を選べる「世界に一つだけの海鮮丼」などがサービスとしてであると流行しそう。（りょうまい夫婦）

石切劔箭神社/石切参道商店街：需要の高い食べ歩きニーズでポテンシャルが高そう。

- －商店街の食べ歩きにフォーカスして投稿済。リアクションも良かった（NEOトラベル）
- －知っているが、行ったことはない。食べ歩きは需要が高いため良さそう。（りょうまい夫婦）

府民の森ほしだ園地：自然が豊か。いい意味で大阪らしくない。

- －知っているが、行ったことはない（NEOトラベル）
- －行ってみて大阪らしくない自然に驚いた。発信するなら、関西弁に疲れた人におすすめ、など「大阪らしくない」を言い換えたタイトルにする。（りょうまい夫婦）

世界遺産 百舌鳥・古市古墳群：古墳単体ではなく周辺と合わせて1日プランを紹介したい。

- －知っているが、最も投稿しづらそう。古墳は上から眺めないとインパクトが小さいし、単体での紹介は難しい。堺にある日本一種類の多いたいやき屋や、古墳カフェなどと合わせて1日プランなら紹介できそう。（NEOトラベル）
- －知っているが、行ったことはない。（りょうまい夫婦）

堺伝承館：体験やお土産は魅力。周辺と合わせて1日プラン化したい

- －包丁研ぎ体験は観光客にはウケないが、在住者向けにはいいかもしれない。ここでしか購入できないお土産がある、というのは引きがある。（NEOトラベル）
- －包丁研ぎ体験だけだとアクセスのわりに時間がもたないので難しいが、周辺の飲食店も含め1日プランにすると伸びるかも。（りょうまい夫婦）

C-2. 調査結果のポイント：大阪の現状

市外周遊促進のためのポイント

周辺スポット&アクセスをふまえた1日プランの提案が重要。

個別のスポット紹介ではなく、1日プランの提案

1か所のスポットを強く押し出すよりも、エリア全体を回れるルートを提案するのが大事。寄り道できる周辺のスポットや飲食店も合わせて紹介できると「1日楽しめそうだな、行ってみようかな」と思ってもらえる。例えば、堺の包丁研ぎだけじゃなくてその周りで何ができるかも分かると良いかも。包丁いいっておもったきっかけで堺市全体を観光してもらえる。（りょうまい夫婦）

移動コストパフォーマンスの良さ（アクセスの良さ/移動中の楽しさ）

お出かけではなく旅行となると「わざわざ行きたい場所」同士を繋ぐ必要がある。アクセスが悪かったり、そのエリアに目的地が一つしかない、かけた時間に対する充実度が下がってしまう。観光地を選ぶときの基準のひとつがまとめて行けるかどうか/動線がスムーズかどうか（NEOトラベル）

宿泊施設が充実していること

市外にも旅行の起点となる場所を作ることで、市内に戻る時間・労力を省ける。個別のスポットを魅力的に感じて、その周辺に宿泊施設がないと結局諦めてしまう。（NEOトラベル）

これからの大阪に期待するポイント

定番の大阪の魅力は知れ渡っているので、意外性のある新しい大阪を発信していくことが重要

粉もん以外のグルメも発信

粉もんのイメージが強すぎてそれ以外が注目されないのがもったいない。天下の台所といわれている街だからこそ、もつとご飯屋さん、居酒屋、ランチが注目されても良いと思う。福岡にはグルメのイメージがあるが大阪にはない。（NEOトラベル） 料理人のこだわりや熱量、向上心にフォーカスしたグルメの発信も魅力的（りょうまい夫婦）

宿泊施設をもっと充実させる

魅力的なスポットがあってもその周辺にお宿がないと諦めざるをえない。観光スポットが少ないエリアでも、お宿自体をエンタメにすることで滞在時間が伸ばせる可能性も。宿泊施設での滞在時間を楽しむための紹介動画も人気が高い（りょうまい夫婦）

ラグジュアリーなスポットの開発

大阪にはリゾートホテルのようなホテル内で完結するホテルが少ないので、うめきたエリアの開発は期待されている。リゾート空間や緑などがあるとよい。

調査結果から見た示唆

大阪は既存イメージが強すぎて、エリアごとの特色が伝わっていない。
まずはその情報を伝わりやすくまとめ、“移動時間の魅力化”に取り組むことが重要。

■ エリアごとの1日プランの作成

- コンテンツを個別提案ではなく、組み合わせて繋げるとビッグコンテンツでなくても旅のメインになり、大阪の地域資源を今以上に活用できる可能性がある。
- パッケージツアーとしてお得なチケットプランの作成などもよい。

■ 移動中のコンテンツの充実化で、大阪観光の満足度を高める

- 大阪市内はアクセスがよすぎるからこそ「移動中の時間」が重視されていない可能性大。
- コストパフォーマンスが悪い市外への移動時間もエンタメ化することで市外周遊を図る。
例：なにわ割烹が味わえる鈍行列車

■ 観光地限定のお土産や、エリアごとの名産品の開発に取り組む

- それぞれの地域で個別に取り組むとコストがかかるため、大阪全体でお土産やメニューを開発するプロジェクトを組むなど工夫の余地あり。
- 大阪の学生と地域の方を繋げるプロジェクトなどもよい。

調査結果から見た示唆

大阪は既存イメージが強すぎて、エリアごとの特色が伝わっていない。
まずはその情報を伝わりやすくまとめ、“移動時間の魅力化”に取り組むことが重要。

■ 季節を楽しめるコンテンツを整理し、伝えることで、観光の魅力を高める

- 大阪は良くも悪くもあまり季節を感じさせない街。
- 旅行客の流動が四季を問わないのは良いことだが、もう少し季節感や今しかない期間限定のスポットを推し出して再訪を狙っていく。

■ 観光客にとって価値のある大阪府のエリアマップの制作

- 外から訪れる観光客目線で地域資産の特徴を改めて整理する必要あり。
(内部視点ではなく、観光客にとっての価値はなにか？を重視)
- エリアならではの特徴（文化、歴史、自然）や楽しめる体験、おすすめの飲食店などがまとまっていると旅のルートとして検討しやすくなるはず。

■ 「シェアしたい！」という気持ちを喚起するコンテンツと発信方法の探求

- 生活者が「SNSにアップしたい！」「シェアしたい！」と思える情報をいかに提供できるかが重要。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 発言録

大阪府の観光に関するインタビュー | NEOトラベル

2025年1月17日(金)16:00-17:30

形式：オンライン

インタビューー

本日は大阪府の観光に関するインタビューについて、ご対応いただきありがとうございます。インタビューを務めさせていただきます、松下と申します。まず自己紹介として、年代と大阪府の好きなおところを教えてくださいませんか？

NEOトラベル

年齢が25歳で、大阪府の好きなおところは、ギャップのある場所が好きです。大阪は結構賑わっているイメージがあると思うのですが、その中でギャップのある自然な場所が好きです。

インタビューー

なるほど。たしかに投稿でも自然や穴場カフェをご紹介されている印象でした。ちなみに、NEOトラベルさんは大阪にお住まいですか？

NEOトラベル

そうですね。今は一年ほど経ちます。もともと滋賀県に住んでいました。

インタビューー

大阪府のことを紹介しようと思ったきっかけは何ですか。

NEOトラベル

個人で発信している別の旅行アカウントがあるのですが、別のアカウントを作りたいと思ったときに、関西圏をテーマに発信できたらよいと思いました。その際に最も始めやすいのがネタの情報量がある大阪だと思いました。

インタビューー

なるほど、非常に戦略的ですね。それではNEOトラベルの大阪のアカウントのフォロワーの特徴を教えてください。女性が多い男性が多い、もしくはこういう年代が多いなど特徴はありますか。

NEOトラベル

男女構成比は70%が女性です。特に30代の女性が多く、主婦層が多いです。

インタビューー

ありがとうございます。現在、フォロワーがとても多いと思いますが、フォロワーを伸ばすにあたって意識されていることはありますか。

NEOトラベル

ちょうど始めたのが今から1年前で、1年間でフォロワーがおよそ15万人に到達しました。その中で意識したことは、ほかの発信者の人とは被らない、かつ大阪に住んでる人にとって有益な情報を発信するということを重視しました。大阪の市内だけではなく、少し離れた場所、自然の中にあるカフェや期間限定イベントのような最新情報を多く取り入れました。

インタビューー

特にこの投稿がとてもよかったという投稿やフォロワーが伸びたきっかけになった投稿はありますか？

NEOトラベル

去年10月、大自然の中にある絶景カフェやクリスマスのイルミネーション、クリスマスマーケットをアップして伸びました。

インタビューー

ありがとうございます。フォロワーは主婦層が多いとのことでしたが、どういったコンテンツへの反応がよいのでしょうか。

NEOトラベル

やはりまだ誰も知らない情報っていうのが最も反応がいいです。ターゲットは大阪府や関西に住んでいる方なので、そういった皆さまに「そんな場所あったんや」と思わせるような場所が反応いいですね。

インタビューー

情報はどうやって仕入れているのですか。

NEOトラベル

基本的にSNSや雑誌ですが、カフェなどをGoogleマップで一つ一つ見て行きます。それで雰囲気を見て判断しながら探しています。

インタビューー

Googleマップで見た時によさそうだと思うポイントは何ですか。

NEOトラベル

Googleマップに載っている写真などです。レビュー機能がありまして、そこで写真を見ます。やはり動画映えも重視するため、伸びそうだった判断をします。

インタビューー

その動画映えについて、具体的に教えていただけますでしょうか。

NEOトラベル

例えば大阪だと、大阪で山の上にあって自然を見渡しながら食べられるランチや自然に囲まれた場所で川沿いにあるカフェのような大阪とは思えないようなギャップのある場所です。

インタビューー

ありがとうございます。また先ほどSNSでも最新情報を集めるとおっしゃっていましたが、具体的にどういった媒体でしょうか。もしくは参考にしているSNSアカウントはありますか。

NEOトラベル

最も参考にするのはGoogle Discover（ウェブやアプリのアクティビティに基づいて、ユーザーの興味や関心に関連するコンテンツを表示する機能）で、勝手に最新情報が出てくるようにしています。あとはPR TIMESやメルマガです。Google DiscoverはGoogleを開くとすぐにニュースがたくさん表示されます。旅行関連の最新情報が流れてくるので、これ見ることが多いです。

インタビューー

こうやってイベントをチェックしているんですね。様々な発信をされていると思うのですが、ご自身ならではの意識や他のインフルエンサーにはない工夫はありますか。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 発言録

NEOトラベル

そうですね、工夫だと動画時間を10秒ぐらいで簡潔にしています。情報を伝えるというよりは、知らせるっていう意識でやっています。

インタビュアー

ありがとうございます。フォロワーは大阪府の方が多いとおっしゃっていましたが、大阪府の方ならではの意識や反応はありますか。

NEOトラベル

やはり30代主婦層が多い印象です。観光スポットなどいつも紹介している場所に行ってもやっぱり30、40代ぐらいの女性がいることがほとんどです。

インタビュアー

なるほど。結構子連れとかのお客さんもいらっしゃいますか。

NEOトラベル

あまり子連れは多くないですね。女性同士、おそらくママ友が多いです。

インタビュアー

まだNEOトラベルさんは若いですが、主婦層の人に刺さるコンテンツをどのような審美眼で見分けられていますか。

NEOトラベル

そうですね、見分けについては、「僕がいきたいかどうか」ですね。僕もイベントが好きでして、どの年齢の方でも興味がありそうな場所を選んでいきます。

インタビュアー

なるほど。ちなみにメインのアカウントでは、どのような発信をされてるのでしょうか。

NEOトラベル

メインのアカウントでは、日本全国の旅行です。

インタビュアー

旅は全般的にお詳しいんですね。

NEOトラベル

もともと日本全国の旅行発信をしまして、そこから大阪のアカウントを作成しました。

インタビュアー

その話について少し深掘りさせてください。日本全国を旅されていたり、いろんな場所を発信している中で大阪に特化して作ろうと思ったきっかけはありますか？

NEOトラベル

やはり家から近いので発信がしやすいっていう面と大阪は魅力的な部分がかっこ多いと思いました。ネタが多く、発信できるものが多い、というところですかね。

インタビュアー

その「魅力的な部分」について、特にここ大阪の魅力だと思えるスポットやエリアはありますか。

NEOトラベル

まず期間限定のイベントはかなり多いです。新しいお店が入れ替わったりしやすいので、新店舗が多いです。また大阪は賑わっているイメージの中で、自然の中にもすぐ素敵なカフェやランチの場所があるので、そのギャップもあり、より視聴者の共感や行ってみたいっていう気持ちを産みますね。

インタビュアー

NEOトラベルさんだからこそ知っている、自然多きオススメスポットはありますか。

NEOトラベル

大阪の南に田尻漁港という場所がありまして、日曜日限定だけでやってる朝市です。海鮮などが食べられる場所ですね。

インタビュアー

これはどういふところがオススメですか？

NEOトラベル

大阪にまず漁港があるイメージを持っていなかったんで、そのギャップですね。朝7時から8時から開いているのですが、結構賑わっていて、海鮮を使った美味しい食べ歩きがたくさんあります。僕は冬に行きましたが、海沿いの寒い中で食べるあったかいうどんが美味しかったです。

インタビュアー

これはアカウントでは発信されましたか。

NEOトラベル

これも発信しました。反応は良かったです。どちらかと言うと、メインでやっている全国旅行の方がもっと反響は良かったですね。

インタビュアー

では他府県の方からの反応がかなり高かったということですね。この他にオススメスポットはありますか。

NEOトラベル

能勢町にある「ほんたき寺楽」です。これはGoogleマップで調べて車で行きました。

インタビュアー

車ですね。こちらに行った際についてに回られた場所はありますか。

NEOトラベル

はい、あります。一箇所を目的地に決めてから、その周辺をチェックして行きたい場所に行きます。「野間の森」も紹介しましたし、食べ放題のお惣菜ビュッフェ「みちくさ能勢」というところも行きました。

インタビュアー

ありがとうございます。全国のアカウントに載せるものと大阪のアカウントに載せるものの、区別をされていますか？

NEOトラベル

全国の方は旅行の目的地にしたいスポットであるとか、わざわざ行きたい場所であったり、行ってみたいまではいなくても面白いスポットであったり、そういうところを選んでいきます。大阪観光のアカウントは、大阪在住の人が行きたくするようなスポット、休日がよりよく過ごせそうな場所を選んでいきます。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 発言録

インタビュアー

なるほど、そういうふうに分けているんですね。この「旅行の目的地」になるような場所とは具体的にどのような場所でしょうか。大阪ではどのような場所を紹介されていますか。

NEOトラベル

最も有名などころではユニバーサル・スタジオ・ジャパン（以下、USJ）です。あとは道頓堀の食べ歩き、そして関西サイクルスポーツセンターです。関西サイクルスポーツセンターはすごく動画の再生数が伸びましたね。

インタビュアー

「みんなが知らない感じ」が良かったのでしょうか。

NEOトラベル

そうですね。また「ここにしかない」場所や地元で体験できてしまう場所に、わざわざ他の県に行ってまで体験しようと思わないですね。

インタビュアー

そうですね、ありがとうございます。大阪市はUSJや通天閣など有名などころがたくさんありますが、先ほどの関西サイクルスポーツセンターのように市外であっても全国の方に紹介したいスポットは他にありませんでしょうか。

NEOトラベル

先ほどの田尻漁港ですね。あとまだ行ったことはないですが、ミスタードーナツのドーナツ作れる工場は注目をしています。あとは旅行をするとなると、ホテルを紹介したいです。

インタビュアー

どういホテルですか。

NEOトラベル

以前、大阪のアカウントで紹介したUSJ付近で一番安く泊まれるホテルです。市外だとグランピングは伸びますね。

インタビュアー

いまブームですよ。先ほどUSJを挙げられていましたが、市内の中でのおすすめのコテンツやエリアはありますか。

NEOトラベル

旅行をするとなると、基本的に道頓堀付近やUSJになるため、その周辺を紹介することが多いです。

インタビュアー

ありがとうございます。そういったコテンツを通して、大阪市内の魅力はどのようなところにあると思いますか。

NEOトラベル

大阪でしか味わえないものとか、大阪と言えば〇〇が多いと思います。

インタビュアー

いま思いつき限りでよいので「大阪といえば、〇〇」の、〇〇を挙げていただけますか。

NEOトラベル

たこ焼き、お好み焼き、道頓堀、USJ、通天閣、大阪城でしょうか。

インタビュアー

なるほど。文化や人はいかがでしょうか。

インタビュアー

人だと、関西の方が暖かくて優しい感じします。関東は少し怖いですね。特に駅員さんはそう感じます。

インタビュアー

なるほど、ありがとうございます。視線を変えてリピートっていう視点でお話を聞かせてください。フォロワーが何度も体験したいと思う観光地・観光体験はありますか。

NEOトラベル

基本的に大阪に住んでる方が何度も行きたい場所は大きい商店街でしょうか。何度も行きたくなる場所って、基本的に家の近くだと思います。

インタビュアー

ありがとうございます。実際にフォロワーから「ここ行きましたよ」というコメントはありますか。

NEOトラベル

ありますね。フォロワーだけでなく、飲食店から「これだけお客さんが来ました」という話もあります。

インタビュアー

やはり反応があるんですね。また具体的な投稿について、もう少し深掘りさせてください。今までの投稿の中で一番いいねやコメント、エンゲージメントが高かった投稿を具体的に教えていただけますか。

NEOトラベル

大阪ではケーキ屋のシャノワールです。猫のオブジェがサムネイルなのですが、この猫が可愛かったのだと思います。ケーキ屋の建物に大きい猫のオブジェがありまして、こちらが大阪というよりも海外でバズりました。

インタビュアー

ちなみに保存数やリーチ数が一番多い投稿はどちらですか。

NEOトラベル

このシャノワールのケーキで4.3万保存です。そして一番リーチ数が多いのはカービィケーキでした。次が壺の炙り団子ですね。

インタビュアー

ありがとうございます。やはりスイーツが伸びやすいんですね。ちなみに大阪の在住者の方から反応が良かったのはどれですか。

NEOトラベル

大阪の在住者の方に反応が良かったのは、この小学校カフェや歴史的なケーキ屋ですね。夜に光るようなイルミネーションになっていて大人気のカフェです。あとは日本一種類の多い焼き屋ですね。あとアカウントが成長し始めた時に一番反応良かったのは倉庫カフェです。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 発言録

インタビューー

ありがとうございます。全国の旅の方で反応がいい投稿も教えていただけますか。

NEOトラベル

一つ目は京都の、サモエドカフェです。二つ目が京都の伊根町で泊まったホテル。そして香川県の弾丸で行くうどん県・うどん巡りの旅ですね。また弾丸で行く伊根町一日旅やユニバのワンコインフード5選もいい反応がありました。

インタビューー

両方のアカウントで反応がいい投稿の共通点はありますか。

NEOトラベル

共通点は、わざわざ行ってみたいと思うようなコンテンツや見ていて面白いと思うコンテンツですね。もう少し噛み砕くと、〇〇一日旅とか〇〇町で一日旅のプランや食べ放題、食べ歩きスポット、ホテルでは無料サービスが多いホテル。あと日本一シリーズで、日本一〇〇な場所ですね。例えば日本一大きい駄菓子屋さんのようにインパクトあるようなネタがいい反応につながります。

インタビューー

今、〇〇一日旅っていう話が出ました。そういった旅行の仕方やコンテンツを探されている時にどういった工夫がされていますか。例えば導線をどう組まれていますか。

NEOトラベル

まず目的地の一つ一つが魅力的な場所であること、そして効率です。一回の旅の中で、目的地同士が遠くにあると面倒ですね。そこで魅力的なスポットをまとめていき、再現性を作っています。フォロワーさんの行きやすさであったり、行った際にちゃんと自分と同じように楽しめるかを考えています。

インタビューー

ちなみに市外エリアで特に個人的に好きなエリアはありますか。

NEOトラベル

能勢がすごく好きですね。自然がやっぱりいいなと思います。あと田尻漁港も好きですね。今週末も撮影で行きます。

インタビューー

ありがとうございます。情報収集について先ほどもお伺いしたんですけど、もう少し深掘りさせてください。様々なスポットをGoogleマップとかで調べられていたようですが、あまり知られてないスポットを調べる時に工夫されていることはありますか。

NEOトラベル

他にはなく、地道に一個一個見ていくのみです。

インタビューー

定期的にフォローしているSNSアカウントとはありますか。InstagramやTikTokなどSNSを問わず、よく見るアカウントの投稿はありますか。

NEOトラベル

特にないですね。アカウントを作成した初期は他のSNSも見ていたのですが、あくまで参考にしていただけです。

インタビューー

ありがとうございます。ちなみにNEOトラベルさんの大阪旅の投稿はカフェや食系が多いですが、フォローのニーズでそういう風に寄せているのでしょうか。それともご自身のお好みで寄っているのでしょうか。

NEOトラベル

フォロワーさんのニーズですね。やはりグルメ系投稿が伸びやすいです。グルメ系以外で投稿するのは期間限定のイベントになりますので、基本的にはやはりグルメですね。日本旅はホテルもあります。

インタビューー

大阪府内の方に発信されるときはグルメが伸びやすいということでしょうか。

NEOトラベル

そうですね。特にカフェが伸びやすいです。主婦層が多いからだと思います。

インタビューー

ありがとうございます。ここから事前課題について質問させていただきます。事前課題をされる際の工夫どころ、オススメポイントを教えていただけますか。

NEOトラベル

効率重視で大阪を感じることができるとい点ですね。あっちこっち行ったりはしないようにしています。あと自分が行って良かった場所を全部入れています。カラオケ付きのホテルは5年くらい前に発信してすぐバズった場所ですね。

インタビューー

今回、この旅の順番にした意図はありますか。

NEOトラベル

今回は旅行者向けに作りました。何で来阪するかは新幹線や夜行バスなど様々あるかと思いますが、1日目に体力的にUSJは厳しいので、まずは観光を楽しんでホテルでしっかり休んでもらい、翌朝からUSJを堪能できるというプランにしました。

インタビューー

体力は大事ですね。ちなみに3日目を京都にしていますが、大阪でもう1日という選択肢もある中で、なぜ京都にしたのでしょうか。

NEOトラベル

せっかく大阪に来たなら京都も行けたらいいなと思いました。大阪で選べたら通天閣にはなりますが、せっかくなら京都に行くのも個人的にはアリだと思いました。

インタビューー

先ほど田尻の市場や能勢も教えていただきましたが、そこを選ぼうとは思わなかったのでしょうか。

NEOトラベル

旅行でそこに行くってなると、ハードルが上がると思います。まず電車で行きにくい場所ですし、そこに行っても「それしかない」となってしまうので。1~2時間かけてそこに行ったとしても、充実度が低いなと思いました。大阪から田尻漁港とか行くとしたら片道2時間くらいはかかる上に、往復4時間かかるとなると、その時間があればもっと別の大阪を堪能できる場所があると考えました。滞在期間が1週間くらいだったら思うのですが・・・。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 発言録

インタビューー

なるほど、ありがとうございます。

改めてこの旅を作っていただいて、こだわりポイントを具体的に教えてもらえますか。

NEOトラベル

その地域でしかできない価値を効率よく感じられるプランにしています。先ほどと重複しますが、例えば「大阪といえば〇〇」の、「〇〇」の部分です。たご焼きであったりお好み焼きであったり、道頓堀、USJなど「いるだけで大阪にきた」という気分になれる場所を意識しています。

インタビューー

一方で先ほど「ギャップがあるところが魅力」とおっしゃっていただいたと思います。

そこでは「大阪は意外と自然が多い」ということでしたが、その点は旅行者に紹介しようとは思わないのでしょうか。

NEOトラベル

そうですね、今のところはちょっと難しいと考えています。自然をテーマに一日プランを組めたらよいのですが、一日プランを組むのがけっこう難しく、あと旅行者がその地域をとことん楽しめるイメージが湧かないといえます。やはり大阪といえばすぐ賑わっている場所というイメージがあるので、それを堪能したいという思いが強いかなと考えています。

インタビューー

ありがとうございます。逆に教えていただいた田尻漁港や能勢に連れて行きたい人はいますか。

NEOトラベル

そうなるに関西圏、大阪、京都、兵庫の方ですね。車で1時間、2時間で行ける範囲のイメージです。

インタビューー

1日プランを組むのが難しい理由は周辺にコンテンツが少ないからですか。

NEOトラベル

そうです。スポットはいっぱいあるかもしれませんが、一つ一つがわざわざ行きたいところなのが見えておらず、ここも行きたい、ここも行きたい、ここも行きたい、といった風に全部行きたくなるプランが魅力的ですね。やはり旅行となると、「わざわざ行きたい場所」を繋げないといけないですね。

インタビューー

ありがとうございます。改めて大阪府の観光という視点では、魅力的なポイントは何でしょうか。

NEOトラベル

大阪は、街全体が大阪感ありますね。エンタメ感がある雰囲気でしょうか。京都と比べると、活気があふれていて明るくて楽しいイメージがありますね。人だけでなく、全体的にそういったイメージもあります。例えば建物などもそうですね。

インタビューー

SNSアカウントを作られる時に京都という選択肢もあったかと思いますが、大阪を選択した理由はありますか。

NEOトラベル

大阪中心に生活していたので大阪からスタートさせました。ただほぼ同時に京都も始めています。

インタビューー

京都と大阪でどちらが伸びているのでしょうか。

NEOトラベル

投稿数は大阪の方が多いですが、伸びは京都の方がすごいです。京都はどうしても海外受けしますので、海外のフォロワーさんが増えやすいですね。大阪も30%ぐらいは海外の人ですが。

インタビューー

ありがとうございます。また話題を変えさせてください。大阪府の観光の課題になる点や魅力を下げている点がありますか？

NEOトラベル

そういったものはないので、すごく難しいですね。しいて言うならば、日本人目線だとオーバーツーリズムは気になります。大阪に住んでいてなかなか道頓堀行こうとはならないですね。でも海外の人が多くて自体は別に悪いことではないと思います。個人的にもう少し混雑が緩和されて行きやすくなると嬉しいというだけですね。

インタビューー

また話が変わります。大阪について発信され始めたのは2023年でしょうか。自らが発信する前と後で、印象が変わったところや発信者目線で気づいた大阪の魅力はありますか。

NEOトラベル

もともとカフェに行くことはなかったのですが、いまはカフェに行くようになりました。大阪には魅力的なカフェが多いですね。新しいカフェやスポットが目が行きますね。最も以外だと思ったのが、山の中にまでカフェやランチがあることですね。イメージがなかったのすごいいいと思いました。

インタビューー

ありがとうございます。それでは次に具体的なスポットについてご意見をいただければと思います。今から6枚シートをお見せします。簡単に読んでいただいて、気になるところや魅力的だと思うものを聞いていきます。

私が簡単にご説明しながら進めていきますね。

1つ目が「ほしだの森」。交野市にあるスポットです。大坂府が整備したものの一つになっています。アクセスは電車で行く場合は最寄り駅から歩いてトレッキングコースになっています。車では梅田から45分程度で行けます。星のブランコが有名で、紅葉の季節は素晴らしい景色が堪能できます。一方で弱みとして、かなり歩く距離があるので、公共交通機関や最寄り駅からは遠くなっています。

2つ目です。「石切劔箭神社」で東大阪市にあります。石切さんという呼ばれ方をされていて、百度参りが全国的に有名な神社です。この石切丸という重要美術品を保有していて、ゲームのキャラクターに採用されています。大阪市内からは、なんばや鶴橋から一本で行けます。また近鉄でもアクセスできます。車は梅田から35分程度です。神社なので、腫れ物とか病気にご利益があったり、占いがあるのでパワースポットとしても有名です。

弱みとしては商店街があるのですが、シャッターを閉めている店が少し目立つかもしれません。

3つ目、富田林寺内町です。大坂府で唯一の国の重要な伝統的建造物として認定されている場所です。いわゆる少し昔ながらの街並みといった建造物が続いています。

外国人や若者がたくさん訪れるようになっていて、飲食店や雑貨店アートなども増えています。

アクセスは天王寺駅から近鉄となります。梅田から車で45分程度です。この写真にある通り、歴史を感じる街並みを散歩できたり、ロケ地を訪れることができます。

弱みとしては、京都観光と比べて新鮮味だったり魅力に欠ける可能性があるということです。

4つ目。中百舌鳥の大仙古墳ですね。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 発言録

堺や羽曳野に大きくまたがっている世界遺産になっています。アクセスは大阪駅からJRで約35分、梅田からは車で35分程度です。歴史的遺産なので神聖な空気を感じられるパワースポットになっていて、歴史としてもすごく古く価値のある場所になっています。一方で、古墳自体は中に入れるわけではないので、実際に行くと、どうしても公園を楽しむというところがメインの楽しみ方になってしまいます。

続いて5つ目は堺伝匠館、包丁研ぎ体験です。堺にある伝統産業を一堂に集めた施設になっていて、多種多様な包丁や伝統工芸品、堺ゆかりの和菓子などを購入できる施設になっています。このミュージアムを見学した後に、包丁研ぎ体験や柄付け体験ができるプランもあります。アクセスは天王寺駅から電車で約30分程度です。車では梅田から30分程度です。包丁研ぎ体験自体がかなり日本らしい文化ですが、他のお土産物屋さんでは買えない堺ならではの土産がここで買えたりします。弱みとしては、体験については予約が必要です。

最後6つ目です。泉佐野の青空市場でして、泉佐野の漁港内であって、朝早くから漁港で採れたお魚とか新鮮なものが味わうことができます。アクセスはりんくうの近くなので天王寺駅から一本で行くことができ、駅からは少し遠いのでタクシーを使う形です。車では梅田から45分程度です。活気があり、新鮮なグルメが食べられるのはもちろん、がっちょの唐揚げなど泉州ならではの食文化も楽しめます。また関西空港から近いということもポイントかなと思います。一方で、大阪の中心地や最寄り駅からは遠く、電車ではアクセスし辛い場所ではございます。以上、6スポット紹介しましたが、まずこの中でご存知の場所はございましたでしょうか。

NEOトラベル

ほしだ園地、石切には行ったことがあります。あと堺伝匠館と富田林寺内町は初めて聞きました。古墳はもちろん知っていますが行ったことないですね。

インタビューー

ありがとうございます。この6個の中で、もしご自身で紹介するとしたらどれを選びますか？

NEOトラベル

紹介するならば青空市場と石切ですね。石切は食べ歩きができるので、それを紹介します、というより紹介したことがあります。反応は良かった記憶があります。

インタビューー

ちなみに余談にはなりますが、観光地のPRを受けられたことはありますか。

NEOトラベル

ありますね。飲食店やホテルからオファーがあります。また県からオファーがくることも多いですね。

インタビューー

PR案件お受けする時に受ける基準はありますか。

NEOトラベル

全国と大阪で分けています。全国の場合は「わざわざ足を運んで行ってみたいスポットであるかどうか。見ている方が行きたいと思うようなものであるかどうか」です。大阪だと「大阪在住の方が行ってみたいかどうか、行きたいと思うかどうか」ですね。

インタビューー

大阪在住の方が行ってみたいかどうかの基準はどのように判断されていますか？

NEOトラベル

活気があるコンテンツがあるかどうか。そして他と差別化されているかどうかですね。、わざわざそこに行く価値のある場所かどうか。

インタビューー

逆に今までお断りされてきた場所の理由はありますか。

NEOトラベル

ただサービス面が悪かったり、普通な場所は困りますね。

インタビューー

なるほど。先ほどの田尻の市場について教えてください。もし一日旅のような形で田尻の市場を中心に紹介するとしたらどのように紹介しますか。

NEOトラベル

田尻となるとやっぱりアウトレット含めたり、その周辺で魅力的なスポット探します。今だと牡蠣食べ放題も入れますね。

インタビューー

ありがとうございます。先ほどの6つのなかで依頼されたら困る場所がありますでしょうか。

NEOトラベル

堺の古墳は単体で紹介するのは難しいですね。堺の一日プランがお題であれば組みやすいです。発信にはインパクトが重要なので、古墳は上から眺められたら素敵なのですが…。有名な場所であるとは思っていますが。包丁研ぎ体験も単体では難しいかもしれません。大阪在住の方であれば可能性は少しあるかもしれませんが。

インタビューー

ありがとうございます。もし堺で一日プランを作るのであれば、どういうプランにしますか。

NEOトラベル

堺一日だとしたら、日本一種類が多いたい焼きがあるので、その食べ歩きや有名な朝食を取り入れますね。

インタビューー

ちなみにこの包丁研ぎ体験や堺ならではの土産はいかがでしょうか。

NEOトラベル

この点は、大阪のアカウントであれば「ここでしかない体験」なので紹介できると思いますね。

インタビューー

ありがとうございます。やっぱりここでしかないみたいなのを強調して投稿されますか。

NEOトラベル

そうですね。

インタビューー

ありがとうございます。最後に未来の話を聞かせてください。大阪に限らず観光や旅行に関する旅行の潮流を教えてください。

NEOトラベル

まず、「〇〇放題」が強いですね。食べ放題、遊び放題という〇〇放題がつくコンテンツは強いですね。「ホテルで〇〇放題！」など。この1～2年だとサウナやグランピングが流行りました。ちなみに食べ歩きはずっと強いですね。鉄板のネタです。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 発言録

インタビューー

なるほど、ありがとうございます。
そういった流行を意識して大阪のアカウントで発信されていますか。

NEOトラベル

アカウントでは流行といえますか、新店舗を紹介しています。最近だとアサイーがすごかったです。あと最近ではサモエドカフェですね。サモエドという犬種の白いモフモフのワンちゃんがいまして、今結構流行っています。東京で流行っているものが大阪にオープンしたら流行りますね。

インタビューー

流行をキャッチするにあたって、普段見られているSNSは何ですか。

NEOトラベル

普段はTikTokとインスタですね。旅行がそもそも好きなので、そういったものを見ていので、勝手に情報が流れてきます。

インタビューー

ありがとうございます。ちなみに大阪と東京と比べていかがでしょうか。東京もアクセスが良く、最新のお店については大阪よりも多いですが、その東京と比べたときに大阪の魅力はどういうところにありますでしょうか。

NEOトラベル

個人的には大阪の魅力は「優しい、活気がある、親切」ですね。

インタビューー

ありがとうございます。最後に差し掛かる質問です。大阪市内の話と市外の話たくさん聞かせていただきましたが、もっと国内の旅行客の人が大阪市外、つまりUSJとか通天閣ではないところに行ってもらうには、どのような工夫が必要だと思いますか？

NEOトラベル

関西の方であれば車で1～2時間で行けて、非日常が味わえる場所だと思います。関西以外の方だと移動にハードルが上がると思うので、宿泊施設を目的地にはしたいと思います。旅行の目的として、やはり宿泊施設を目的にしたいものです。いま市外のホテルが多くなく、やはり基本的に市内になるのです。関西外から呼ぶためには、ホテルだったり目的地になる場所が今よりも必要ですね。今でもある方だとは思いますが…。

インタビューー

例えば田尻漁港でもし関西外の人に発信するとしたら、どのようなプラン作りや目的地の工夫をしますか。

NEOトラベル

大阪の南なので、移動のハードルが高いので魅力を凝縮したいですね。南の方とはいえ、自然が少ないと思うので、癒し旅行とかも難しいか…。少し話は変わりますが、一つ面白いと思うのは、大阪唯一の村、千早赤阪村は自然を活かして、わざわざリラックスしに行けるのは注目しています。ただ旅行となると、大阪に行く目的が「大阪感を感じたい」という意識が強いと思うので、難しいですね。大阪に旅行で癒しを求める人はいない気がします。大阪感を活かしながら、市外にも自然の魅力のあるコンテンツがギョッとまとまったエリアがあったら足を運ぶかもしれません。第二の大阪市みたいな感じがあれば、すごく紹介はしやすいです。その点、京都だと伊根町が有名ですよ。そういった町があればすごく紹介しやすいです。

インタビューー

すごくポジティブな意見をたくさんいただいて、我々もすごく嬉しく思います。インタビューは以上となります。ありがとうございました。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 事前アンケートシート

質問① あなたが、関西二泊三日の旅行プランを組んで自身のフォロワーに向けて発信するならどんなプランにしますか？

泊まるホテルや訪れる場所、そこで何をして何を見るかなど、詳細まで書いてください。

【注意事項】

- ・必ず1泊2日は大阪府で過ごしてください
- ・移動手段は問いません（レンタカーも可、運転できる想定でOK）
- ・予算なども問いませんが、今の自分が提案できる金額の範囲内をお願いします。

あなたプロデュース！関西二泊三日プラン

| 1日目 | 場所 | すること | 2日目 | 場所 | すること | 3日目 | 場所 | すること |
|-------|---------------------------|---|-------|----------------------|--|-------|-----------|--|
| 6:00 | | | 6:00 | | | 6:00 | | |
| 9:00 | ・道頓堀 | ・グリコサインバックに写真 | 9:00 | ・ユニバ | ・ユニバ限定のフードや、アトラクション、マリオエリアやハリーポッターエリアなど、 | 9:00 | | |
| 12:00 | ・たこ焼き 十八番 ・あっち本舗 | ・付近歩きながら大阪感じる ・たこ焼き巡り(大阪といえば) | 12:00 | | ここでしか体験できない大人気のテーマパークで | 12:00 | ・京都 嵐山 | ・大人気の食べ歩きスポット |
| 15:00 | ・りくるーおじさん | ・大阪で人気のチーズケーキ食べる(カフェ利用) | 15:00 | | 一日中楽しむ | 15:00 | ・渡月橋 | ・京都で有名な観光スポットを巡る |
| 18:00 | ・味乃家本店 TORACO konohana | ・大人気のお好み焼き（夜ご飯） ・カラオケ付きのホテル。ユニバ近くにあって良い。 | 18:00 | ・ホテル近鉄 ユニバーサル・シティ | ・ユニバのオフィシャルホテルでお泊まり。ユニバを楽しんだ余韻に浸る。 | 18:00 | ・琴ヶ瀬茶屋 | ・ボートでしか行けないお茶屋。休憩がてらに。 (おでんやお団子が売ってる) |
| 21:00 | | | 21:00 | | | 21:00 | ・京都駅の空中経路 | ・京都タワーを眺める |
| 24:00 | | | 24:00 | | | 24:00 | | |

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 事前アンケートシート

質問② 発信する際の旅行プランのタイトルとポイントを教えてください。

旅行プランにタイトルをつけて発信するとしたらどんなタイトルになりますか。

誰と（家族・友人・パートナー等）どんな旅行をしたい人におすすめですか？こだわりポイントを具体的に教えてください。

旅のタイトル

家族や友達と大阪&京都の魅力を感じる旅

誰と行くのにおすすめですか？あなたならではのこだわりポイントは？

- ・家族や友達など複数人
- ・その地域でしか体験できない価値を詰め込んだプラン。
- ・ホテル選びは、ただ泊まるだけではなく、より旅行が充実できるような場所に。
- ・ユニバ後にオフィシャルホテルに泊まることで、ユニバでの楽しさを継続的に感じられる。歩き疲れた後にすぐ近くのホテルに泊まれるのが楽。さらにユニバ行く前には、荷物を預けることもできて便利。
- ・全体的にできるだけ効率よく、その地域の魅力を体験できるようにプランを構成。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 事前アンケートシート

質問③ SNSでの発信において、大阪府観光の魅力的なポイントは何ですか？

質問①②を通じて、改めて大阪府観光の魅力的なポイントは何だと思いましたか？
どんなことでも構いませんので、あなたらしい視点でご自由にお書きください。

大阪観光の強み

『大阪といえば〇〇』が他の県よりも多いこと（検索して調べなくてもわかるような魅力部分が多い）

たこ焼き、お好み焼き、ユニバ、道頓堀など

『大阪といえば〇〇』を体験することで、直接的に大阪の魅力部分に触れることができ、旅行の充実感が増す。

質問④ SNSでの発信において、大阪府観光の課題になるポイント/魅力を下げているポイントは何ですか？

質問①②を通じて、大阪府観光の課題は何だと思えますか？
大阪がどんな街になったらもっと発信したくなりますか？その理由も教えてください。

特に魅力を下げている部分を感じないですが、強いていえば・・・日本人がもっと行きやすいような街

理由

海外の方が多いため。（賑わっていることは素敵なこと）

C-3. 調査の結果：インフルエンサーりょうまい夫婦 発言録

大阪府の観光に関するインタビュー | りょうまい夫婦

2025年1月22日(水)10:30-12:00

形式：オンライン

インタビューー

本日は大阪府の観光に関するインタビューについて、ご対応いただきありがとうございます。インタビューーを務めさせていただきます、山崎と申します。まず自己紹介としてお2人の年代とお住まいを教えてください。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

27歳で現在住んでいるのは三重県です。1年間のうち半分くらいは旅行をしています。日本のみならず、コロナが落ち着き始めてからは、海外にもちよくちよく行っています。

りょうまい夫婦（まいさん）

年齢も同じ27歳で、住んでいるところは三重県です。

インタビューー

りょうまい夫婦さんには、旅行のプロフェッショナルとしても、旅行を発信するプロフェッショナルとしても、様々な質問させていただければと思います。まず大阪には何回ぐらい来たことがありますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

2年前に三重県引越してきて、三重県に引越す前は5年間大阪に住んでいました。私たちは地元が三重でして、20歳の時に大阪に出て25歳まで住んでいました。今はこのインフルエンサーの仕事させてもらっているのですが、それまでは大阪で2人とも別の仕事をしていました。その仕事の関係で大阪に住んでいたので、大阪はけっこう詳しい方ですね。

インタビューー

では大阪の好きな場所を教えてくださいませんか。

りょうまい夫婦（まいさん）

私は住んでいるときに、天満によく飲みに行くようになって、あの雰囲気が好きです。昼間から飲めたり、大阪という感じがあるので。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

私もやはりお酒を飲むことやご飯を食べることが好きなので、天満が好きですね。あとは市内から外れて、箕面や吹田、枚方、高槻のような北部の方も好きです。観光ではあんまり行かないような地域ですが、実際住んでみて行くようになりました。テーマパークや買い物スポットがあって落ち着いた大阪が楽しいなと思い、北部がすごく好きですね。

インタビューー

ありがとうございます。

まず情報収集について伺います。普段、旅行先はどのように調べられていますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

まず行きたいところをふんわりと探します。その時は本屋に行き、まっぶるやるぶのような雑誌の背表紙を見ます。その後、内容を見てからふんわりと行きたい場所を決めます。あとはInstagramやTikTokですね。例えば、大阪に行きたいという気持ちになったら、「#大阪おすすめスポット」とSNSで検索します。そうするとインフルエンサーだけでなく、一般の方が動画を作ってくれて紹介してくれているので、そういったものを参考にして行きたいところを決めています。まずは雑誌を見て、その後SNSで詳しく調べていますね。

インタビューー

なるほど、ありがとうございます。SNSでよく見るアカウントはありますか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

旅行系インフルエンサーはフォローしています。「旅するふたり」やプライベートでも仲良くさせてもらっている「Maruの全国お洒落グルメ旅」などですかね。そういった方だけでなく、地域やジャンルに特化して発信されている方もフォローしますね。例えば大阪のことだけ発信されている方とか、大阪のグルメだけとか。

インタビューー

なるほど。

りょうまいさんのアカウントには世の中にあまり知られてないスポットやインスタに出てこないスポットが載っていますが、こういった定番ではないところを調べる工夫はありますか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

Instagramには地図上で位置情報をもとに調べられる機能がありまして、それを活用します。例えば高槻市で観光しようとなって現地に行った際、自分自身がいる位置情報から周辺に何かあるのかを調べたりできるのです。それで地元の人にしか知られていない変わったスポットや美味しいご飯屋さんを見つけて、実際に行くことが多いですね。

インタビューー

なるほど。Instagramの位置情報の検索をする際に、選ぶ基準はありますか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

僕たち夫婦は2人とも海鮮系がすごく好きなので、海鮮系のお店、例えば浜焼き体験ができるようなお店は気になっちゃいます。あとお風呂やサウナも好きなので、そういったスポットがあると絶対に見てしまいます。もともと自分たちの興味あるところを一通り見てから行ってみたいと思うことが多いですね。

インタビューー

ありがとうございます。りょうまいさんはインフルエンサーとして注目される場所を選んで発信しているのでしょうか。それとも自分たちが本当に行きたい場所を発信しているのでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

後者ですね。自分たちが本当に行きたいところに行って、それを紹介しているというより「自分たちの思い出の動画や写真を撮ってアップしている」だけでございます。最初に始めたきっかけもそうなのですが、「ただ僕たちが旅行に行って、それを思い出としてあげているだけ」でして、自己満足のような感じでやっています。

インタビューー

だからこそあんなに楽しそうな動画になるのですね。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

ありがとうございます。

インタビューー

いまのフォローの特徴を教えてくださいませんか。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーりょうまい夫婦 発言録

りょうまい夫婦（りょうまさん）

年代は20代後半から30代前半が一番多くて、全体の約40%です。次に18歳から20代前半で20%くらいです。女性の方が旅行先とかを調べることが多いようでして、男女比では女性が7割で男性が3割です。20代後半から30代の前半の方はある程度仕事も落ち着いてきて、自由に使えるお金も増えるので、必然的にそういった層が多い感覚があります。フォロワーの在住エリアについては、アカウント初期に関西のスポットを中心に紹介していたので、関西圏が多くて大阪府内でおそらく10%くらいです。あとは兵庫と京都で5%くらい、その他の県を含めて関西圏で25%くらいになります。あとは全国に分散しています。

インタビューー

りょうまいさんの発信されてきたものの中で注目度が高かった投稿やエンゲージメント率が高かった投稿を教えてくださいいただけますでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

「2025年に泊まりたい、今年泊まってよかったホテル12選」は前半後半に分けて6つずつ挙げて、Instagramでは50万再生くらい、Tik Tokもどちらも100万再生くらい回りました。本当の自己満で行ってよかったところを紹介して、それを視聴者の方に「2025年によかったら旅行の参考にしたらもらえたら」と思って紹介したものです。

インタビューー

この動画は他の動画と比べて、どういう工夫をされましたか。もしくはどういう特徴で伸びたのでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

いろいろ要因はあるとは思いますが、この動画は冒頭のキャッチコピーでどちらも「完全保存版」と入れています。きっとサブリミナル効果みたいなので、保存というワードが入っているので無意識に保存したくなったのかもかもしれません。

インタビューー

なるほど。ちなみに大阪を紹介した投稿の中で注目度が高かったものはありますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

大阪は一席4,000円の課金できる映画館。心斎橋にある映画館ですが、東京には既にあるのですが関西圏ではここにしかないものです。もともと大阪のフォロワーさんが多いので、こういうスポット紹介は伸びましたね。あと以前、市外にはなりますが「てんとう虫パーク」はとても伸びました。てんとう虫パークが3時間1,200円くらいで、トラポリンやゲームセンター、パトミントン、卓球、バレーなど遊び放題みたいなスポットでして、コロナの時期で自由にお出かけできない中でも注目度があって伸びたのかなと思います。

インタビューー

ありがとうございます。

世の中の旅行のトレンドや流行りにあわせた投稿は考えられていますか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

日本には四季があるので、春なら桜、夏ならプールや海水浴、秋なら紅葉、冬なら雪景色や温泉というふうに季節感に合わせた旅行先は意識します。これから春の桜シーズンに入ってくるので、1月末か2月中旬くらいに「今年行きたい桜のスポットまとめ」みたいな動画を投稿しますね。やはり旅行の予定は基本的に一ヶ月前くらいに立てると思っていますので、こういった時期に合わせて投稿すると、伸びますね。

インタビューー

四季はたしかに気になりますね。逆にあまり注目されなかった投稿はありましたか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

自己満足で投稿している分、自らの行きたいところと世間のズレはありますね。例えば福岡県の散歩が日本で二番目におもしろい観光地という投稿。これは福岡県の門司港ですごくレトロな街で雰囲気良かったのですが、伸びませんでした。これの2～3ヶ月前くらい前に広島市の尾道市を「日本で一番散歩がおもしろい街」というテキストで紹介したのですが、その時に本当インスタとTikTokとYouTubeを合わせて1,000万再生くらいされました。レトロな街並みや海・山の景色、そして散歩が楽しい街だったので、それと同じ感覚で門司港も紹介したのですが、あまり伸びませんでしたね。ただ数百人くらいの方はいいねとか保存してくれているので、冷静に考えて百人、数百人の人がいいなって思ってくれている時点で、すごいありがたいことだと思っています。

インタビューー

そうですね。答えづらいところを答えていただきまして、ありがとうございます。

話題を替えて、旅行インフルエンサーとして、おふたりならではの工夫や意識はありますか？

りょうまい夫婦（まいさん）

他の人と撮影が重複することがあるのですが、私たちは最初のリアクションを大事にしているので、その点が差別化になっていると思います。夫が「次こうしてとか、ああして」と言うわけではなく、勝手にカメラで撮っているので自然体で撮れていると思います。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

台本は書かないですね。PRの場合はクライアントがいるので書きますが、それ以外のときは、僕が妻を隠れて撮影しているくらいの感じで撮っています。Instagramのストーリーにあげるくらいの適当な感じですね。こういう映像が欲しい、こういう演技をしてほしい、といったことはなく、自然体な雰囲気を大事にしています。

インタビューー

たしかに自然体さを見ていて伝わっていると思います。

次に大阪に限らず、観光地全般についてお伺いさせていただきます。フォロワーの反応がいい観光地はどのようなところでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

やはりホテルはやっぱりすごく伸びますね。ホテルと飲食店を5つくらいあわせてまとめると伸びやすいです。泊まるどころとご飯は旅行に絶対必要なので需要が大きく、伸びやすいですね。あと観光地では北海道、沖縄は反応がすごいですね。やはり旅行者が多く、全国の方が行けるイメージのある観光地なので、他に比べても伸びますね。

インタビューー

なるほど。フォロワーはどのようにホテルを求めているのでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

行く地域にもよりますが、東京や大阪、博多のような都市部は安く立地がいいところですね。都市部はホテルで過ごすより外で遊ぶことの方が多く、「どこどこに1分でご飯行ける！飲みに行ける！」の方が反応いいですね。

一方で北海道や沖縄、温泉観光地のような場所はリゾートホテルや旅館が伸びます。宿の中でお酒やドリンクの飲み放題、卓球などのアクティビティ、無料のボードゲームなど、館内サービスが充実していると、やはり伸びやすい傾向はあります。

大阪は都市部なので立地とか安さでの紹介が受けます。ただ最近は安く立地もよく、さらにお酒飲み放題のような館内サービスも充実しているホテルがあるので、どちらも含まれているホテルが伸びますね。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーりょうまい夫婦 発言録

インタビューー

ありがとうございます。ご飯については伸びる傾向はありますか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

やはりご当地のご飯です。大阪だとしたら粉ものになってきます。ただ大阪が難しいのは大阪自体に人口が多いので、在住者と大阪旅行者のどちらに向けて動画を作るかで反応が変わります。お好み焼きやたこ焼きとかを紹介するときには観光客に向けて作ります。逆にもう大阪の人に向けて紹介するのであれば居酒屋にしたりします。

インタビューー

投稿は在住者向けと旅行者向けでどのような分け方をしますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

冒頭のキャッチコピーですね。「大阪に住んでいる人に教えたい」や「大阪に旅行しに来る人に教えたい」といったように明確に分けますね。

インタビューー

メインタイトルの吹き出しに書いてあるところですね。勉強になります、ありがとうございます。ちなみにフォロワーからの人気は別として、おふたりが個人的に好きな観光地はありますか。

りょうまい夫婦（まいさん）

私は愛媛の道後温泉です。これまで2回行ったことがあったのですが、この間3回目、初めて道後温泉の近くの旅館に泊まりました。旅館近くを路面電車が走っているので、その路面電車にちょっと乗って繁華街に行くと、地元の人に人気のご飯屋さんに行って美味しい日本酒を飲んで。これまで道後温泉の中で済ましちゃうことが多かったのですが、市内の方で美味しいご飯を初めて食べることができて、最近の記憶では一番道後温泉が楽しかったです。

インタビューー

なるほど、いいですね。商店街大通りみたいなのところがありますよね。

りょうまい夫婦（まいさん）

そうです。そこまで電車ですぐなので、行きやすくてよかったです。

インタビューー

なるほど、先ほど3回目とおっしゃっていましたが、リピートしたくなるどころと一回で満足するところの違いはありますか。どういう要素があれば何回も行きたくになりますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

アクセスはありますね。去年、青森、岩手、秋田、山形、福島、宮城、東北全県を制覇することができて。どの県も素晴らしく、青森のマグロやホタテなど海鮮が美味しかったり、秋田は秋田犬がめっちゃ可愛かったり、雪景色がすごかったりしてとても良かったのですが、どうしても行くまでが大変です。全県、もう一度行きたいことは行きたいのですが、現実的ではないところもありますよね。その点、愛媛県は大阪から飛行機があるので行きやすいですね。あと好きな場所の話に戻りますが、九州もご飯が美味しいので好きです。でも三重から九州と、三重から東北ってどっちも距離的には遠いので・・・、矛盾しているのでこの話は無しでお願いします。

インタビューー

わかりました。いま九州はご飯が好きとおっしゃっていましたが、他に理由はございますか？

りょうまい夫婦（まいさん）

あと人柄。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

東北と九州の人はめっちゃ優しいです。観光客の僕らに対してもすごく優しいですし、生き方が生き急いでいないというか。ご飯も美味しいだけでなく、出会う人も良かったです。

インタビューー

なるほど、私も九州行ってみたいくなりました。ありがとうございます。大阪の話に戻りますが、次どこ行くかなっていう時に、大阪と迷う場所ってのがあれば、どこですか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

福岡ですね。三重との距離は離れてはいますが、都市部で買い物ができますし、ご飯屋さんで美味しいものが多いので。大阪と福岡で迷っている時は「美味しいものを食べたい」という気持ちになっているので迷います。そしてどちらも新幹線で行くことができますし。ただ大阪はユニバーサル・スタジオ・ジャパン（以下、USJ）に行くか、それともディズニーに行くかで迷います。

インタビューー

たしかに。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

USJはドンキーコングのエリアができていますが、ディズニーも新しいエリアができていますので、そういった部分で迷います。なので大阪は東京と福岡で迷いますね。

インタビューー

なるほど、ありがとうございます。続いて、事前課題についてお伺いします。作っていただいたプランについて、全体を通しての選定したポイントを教えていただけますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

2泊3日で旅程を組ませてもらいました。大前提として初めて大阪行く人向けに作っています。USJや難波、心斎橋のメジャーなところに行くようになっていまして、ポイントとして、「大阪といえば」を全部詰め込んだ感じですよ。

インタビューー

なるほど。「大阪といえば、〇〇」をたくさんあげてくださってと言われたら何がありますか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

まずお笑いがあると思います。漫才のようなお笑いだけでなく、そのあたりにいるおじさんがとても面白いですよ。そういった意味で天満での昼飲みは地元の人たちがいるので、関西弁を感じられるかなと思います。あと大阪といえば、USJ、心斎橋のグリコ、たこ焼き、お好み焼き、海遊館のジンベイザメ、通天閣の串カツなどでしょうか。

インタビューー

いいですね。それをギュッと詰めてくださったプランなのですね。とてもめちゃくちゃ素敵です。もし何回も大阪に来ている人に案内するとなったらどこが変わりますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

梅田や谷町のオフィス街にあるご飯屋さんに行ったり、北部の高槻、茨城、枚方でしょうか。例えばひらかたパークですね。USJに行った人にひらパーを教えます。あとは南部のりんくうやてんとう虫パーク、関西サイクルスポーツセンターでしょうか。1回目は、ザ・大阪みたいな

C-3. 調査の結果：インフルエンサーりょうまい夫婦 発言録

インタビューー

ありがとうございます。南部のことを詳しく教えていただきましたが、北部で紹介したい具体的なスポットはございますでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

ひらかたパークや、日清のカップヌードルのミュージアム、あとミスタードーナツを作れるダスキンミュージアム、万博公園の太陽の塔。

インタビューー

ありがとうございます。2回目以降の人向けのスポットをアカウントで発信されていますか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

はい。例えば万博公園は紹介しています。ただし、動画の作り方は初回でも2回目以降でもどちらでも受け取れるような言い方にはしています。観光客向けだけではなく、大阪に住んでいる人たちに日帰りのデートスポットとして紹介したりします。デートスポットについては、著名な大阪の観光地を紹介するより、2回目に行くような場所の方がリアクションはいいですね。そもそも大阪に初めて行く人は、もうそんなないのかもしれない。だから、定番ではないところの方が需要はあるかもしれません。他の人も紹介していますし、有名ところはテレビで情報がありますし、SNSや観光雑誌もあります。だからこそ、そういった深い情報を知りたいのかなと思います。ただこれは大阪に限らず他の観光地もそうですね。

インタビューー

なるほど、そうですね。ありがとうございます。もう一つ事前課題で書いていただいた、質問4のところですね。SNSの発信において大阪府の課題について書かれたところの意図を教えてください。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

もしかしらるすでに大阪府でもやっているかもしれないのですが、「じゃあ大阪に行こう」と思ったときに有名なところで何をどうできるか、バツと見てわからない。難波で何ができるか聞かれた時に、飲食や買い物ができるくらいしか分からない。どういう体験ができるか分からない。例えば梅田であってもご飯と買い物になってしまいます。ご飯と買い物はどこでもできるので、「梅田だからこそ、こういうことができますよ。」「天満だからこそ、地元の人と飲めやすよ」、難波は観光客が多いので、「難波は本当ザ・大阪で皆さんが思い描いている大阪を感じとれますよ」といったように特徴を分けるといいのかもしれない。雰囲気や街のニュアンスが分かればいいですね。

インタビューー

なるほど、これができている他県はあるのでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

他の県はその県ごとの観光局の公式ホームページでエリアごとに特色が分けられています。この前、島根県に行ったのですが、島根県は出雲エリアと松江エリアと石見銀山のエリアで三カ所ぐらいに分けられていて、それぞれに何があって何ができるのかまとめられていました。大阪にもそういうホームページはあるかもしれませんが、地域ごとの有名なグルメや代表スポットなどあるとわかりやすいですね。まあレンタカー屋さんとか行くとあるか。

インタビューー

ありがとうございます。事前課題の質問1の日程表の方に戻ります。天満でゆっくり昼食をする、のように観光客の方が大阪の雰囲気や人柄を楽しむためにはどういったところがあればいいのでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

そうですね。大阪の人はすぐコミュニケーション能力が高く、ちょっと目があったら声かけてくれるので受け身でも楽しめることがあります。僕はあまり話すの苦手ですが、向こうから話しかけてくれますし、「観光客の人がこうした方がよい」というのがないですね。

インタビューー

なるほど。天満のお店のガイドがあれば、観光客は見てくださいますでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

見ると思います。メインの商店街から少し外れた路地の方にご飯屋さんが多いですが、初見で行くのは勇気がいりますので。だからこそ、おすすめの居酒屋や雰囲気分かるガイドがあったらもっと人が増えるのかなと思います。

インタビューー

そういったディープスポットの発信はしていますか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

しましたね。それこそ天満のご飯屋さんをまとめて発信したことがあります。反応は良いですが、どちらかといえば大阪に住んでいる人たちに見ていただいている感覚があります。

インタビューー

なるほど。続いて現在とこれからの大阪について考えていきたいと思います。先ほど大阪の印象を多数挙げていただきましたが、大阪をよく知る前と後で印象は変わりましたか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

大阪の第一印象は治安悪い場所だと思っていました。僕は三重県出身なので都会の怖さを感じていました。関西弁の圧やお笑いに対しての熱量が高いと思っていて、押し付けてくると思っていましたね。ただ実際行ってみたら別に押し付けてくるわけでもなく、自分たちの面白いことを自分たちでやっているだけでした。あと案外、都会は怖くなかったです。それこそ天満は危なくはないですし、まあ楽しい街に変わりましたね。住んでいて、ご飯でも何でも少し行けばありますし、便利で楽しい街だという印象になっています。

インタビューー

なるほど。印象が変わったのは旅行ではなく、住んでみたら分かったことなのでしょう。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

そうですね。1泊2日だとおそろくわからないですね。

インタビューー

なるほど。観光客の中にもきっとそういった怖いという印象を持っている方がいらっしゃるかもしれません。どうすればそういったイメージを変えてもらえそうでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

関西弁は怖くない、怒っていいさだけそれが普通である、「なんでやねん」も怒るとるわけじゃなくてツッコミ・相槌だ。そういうことを紹介できたらいいですね。「大阪のこれ怒っているわけじゃないよカルフタ」みたいなものでゲームにするとか。旅行前とかに楽しんでもらえたら大阪のことを好きになってもらえそうです。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーりょうまい夫婦 発言録

インタビュー

ありがとうございます！とても面白いですね。

大阪で自分が発見した大阪の魅力、特にまだ世の中には知られていないけど、自分だけが気が付いている大阪の魅力はございますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

大阪の人たちはすごく向上心があるように思います。例えばご飯屋さんにしても、競合が多い分、美味しいご飯を作らなければならない、良いサービスをしないと他のお店にお客さんをとられてしまいますよね。その分、自分たちで成長していくという向上心がある人が大阪に多いと思いますし、出会う人にそういった部分をとても感じます。どんどん街を盛り上げていこうとしていますよね。お笑い文化も人を楽しませようっていうのが根幹にあると思います。どんどん面白くなるという向上心を大阪は一番感じますね。

インタビュー

なるほど。これは実際に人と話して、感じられたのでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

そうですね。実はインフルエンサーになるきっかけをくれた方と喋ったり、その人の知り合いや出会う人に会うと感じます。インフルエンサーになるきっかけをくれた方は梅田で焼肉屋さんをやっている方でした。その焼肉屋さんを僕たちが紹介する仕事をした際、その時、僕たちは前職をやりながらインフルエンサーは副業でやっていたのですが、その焼肉屋さんの方も元インフルエンサーだったようでして、絶対にインフルエンサー一本に絞った方がいいというアドバイスをくれました。それまではインフルエンサーが仕事になるわけがないと思っていたのですが、その時に「絶対にいけるよ」という熱量がすごく高く、その方に出会っていなかつたらインフルエンサーになる考え方もなかったと思います。その方もどんどん東京や福岡にお店を出してたりして。出会った時は大阪で一店舗の焼肉屋さんでしたが、今はどんどん全国に展開されていて、発言と行動がすごくマッチしているのはすごいと感じます。かなり影響を受けました。

インタビュー

なるほど、熱量というのはお二人ならではの視点かもしれませんね。

続いて、大阪の観光地について伺います。今、大阪の6箇所を投影しています。こちらの観光地をお二人が紹介するとしたら、どこを選んで紹介したいかなどを教えてください。まず6箇所を紹介させていただきますね。私が簡単にご説明しながら進めていきますね。

1つ目が「ほしだの森」。交野市にあるスポットです。大坂府が整備したものの一つになっています。アクセスは電車で行く場合は最寄り駅から歩いてトレッキングコースになっています。車では梅田から45分程度で行けます。星のブランコが有名で、紅葉の季節は素晴らしい景色が堪能できます。一方で弱みとして、かなり歩く距離があるので、公共交通機関や最寄り駅からは遠くなっています。

2つ目です。「石切劔箭神社」で東大阪市にあります。石切さんという呼ばれ方をされていて、百度参りが全国的に有名な神社です。この石切丸という重要美術品を保有していて、ゲームのキャラクターに採用されています。大阪市内からは、なんばや鶴橋から一本で行けます。また近鉄でもアクセスできます。車は梅田から35分程度です。神社なので、腫れ物とか病気にご利益があったり、占いがあるのでパワースポットとしても有名です。弱みとしては商店街があるのですが、シャッターを閉めている店が少し目立つかもしれません。

3つ目、富田林寺内町です。大坂府で唯一の国の重要な伝統的建造物として認定されている場所として、いわゆる少し昔ながらの街並みといった建造物が続いています。外国人や若者がたくさん訪れるようになっていて、飲食店や雑貨店アートなども増えています。アクセスは天王寺駅から近鉄となります。梅田から車で45分程度です。この写真にある通り、歴史を感じる街並みを散策できたり、ロケ地を訪れることができます。弱みとしては、京都観光と比べて新鮮味だったり魅力に欠ける可能性があるところだと思います。

4つ目。中百舌鳥の大仙古墳ですね。堺や羽曳野に大きく広がっている世界遺産になっています。アクセスは大阪駅からJRで約35分、梅田からは車で35分程度です。歴史的遺産なので神聖な空気を感じられるパワースポットになっていて、歴史としてもすごく古く価値のある場所になってます。一方で、古墳自体は中に入れるわけではないので、実際に行くと、どうしても公園を楽しむというのがメインの楽しみ方になってしまいます。

続いて5つ目は堺伝匠館、包丁研ぎ体験です。堺にある伝統産業を一堂に集めた施設になっていて、多種多様な包丁や伝統工芸品、堺ゆかりの和菓子などを購入できる施設になっています。このミュージアムを見学した後に、包丁研ぎ体験や柄付け体験ができるプランもあります。アクセスは天王寺駅から車で約30分程度です。車では梅田から30分程度です。包丁研ぎ体験自体がかなり日本らしい文化ですが、他のお土産物屋さんでは買えない堺ならではのお土産がここで買えたりします。弱みとしては、体験については予約が必要ですよ。

最後6つ目です。泉佐野の青空市場でして、泉佐野の漁港内にある、朝早くから漁港で採れたお魚とか新鮮なものが味わうことができます。アクセスはりんくうの近くなので天王寺駅から一本で行くことができ、駅からは少し遠いのでタクシーを使う形です。車では梅田から45分程度です。活気があり、新鮮なグルメが食べられるのはもちろん、がっちょの唐揚げなど泉州ならではの食文化も楽しめます。また関西空港から近いということもポイントかなと思います。一方で、大阪の中心地や最寄り駅からは遠く、電車ではアクセスし辛い場所ではございます。以上、6スポット紹介しましたが、まずこの中でご存知の場所はございましたでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

富田林以外は知っていて、星のブランコは実際に行ったことがある。石切、古墳、堺伝匠館とかは知っているのですが、行ったことがないですね。

インタビュー

ありがとうございます。この6つのうち、お二人が発信するとしたら、どこがいいでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

海鮮はすごく需要が高いので、泉佐野漁港はありえますね。海鮮丼を作って食べられるのはすごくいいと思います。置いてあるネタを好きなだけとって、自分だけの海鮮丼を作れるのはいいですね。但し、アクセス面が観光客には難しいので、最初は大阪に住んでいる方に発信します。「自分で海鮮丼作れる市場」のようなテキストで紹介しますね。観光客はアクセス面がネックになってきますので。ただ大阪に住んでいる方に流行ると必然的に観光客にも広がります。観光客の方は大阪人に人気の場所行きたくりますので。

インタビュー

ありがとうございます。

もし泉佐野漁港だったら、動画一本作れそうですか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

作れると思います。動画を作るときにはどういったメリットがあるのか、どういったふうになんかいいのがあるかみたいなのを考えるのですが、この場合ではとれたての海鮮が食べられる場所なので、スーパーで買うとかでは味わえない本物を楽しめるという表現をしていこうと思います。海鮮丼は人に好みがあるので、人によっては「マグロは好きだけど青物や光り物は食べられない」といった人が多いと思います。こうやって自分の好きなものだけを入れられるのはよいので、「世界に一つだけの海鮮丼が食べられる」や「自分の欲望を詰め込んだ海鮮丼を作れる」という切り口で紹介したいですね。

インタビュー

このようにカスタマイズするのは人気になりやすいのでしょうか。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーりょうまい夫婦 発言録

りょうまい夫婦（りょうまさん）

人気ですね。「自分だけの」というワードは今すごく人気がありますよ。海鮮丼に限らず。

インタビューー

そうなんですね。他に「自分だけの〇〇」でどういうものがありますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

今まで見てきたのは、韓国に自分だけのナイキのパーカー、トレーナーがありました。あと香水も。また奈良では靴下が作れますね。あと和歌山にもマフラーが作れるところがあります。自分自身が行く意味があるところとに価値があるのだと思います。

インタビューー

なるほど。星のブランコは紹介されていますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

いえ、紹介はしておらず、インフルエンサーの活動前にデートで行きました。いい意味で大阪らしくない、自然のスポットがあってびっくりしました。

インタビューー

大阪らしくないっていうのは、観光客はどう思いますでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

それこそ2回目、3回目まで大阪に来る人にはいいのかなと思います。1回目、2回目まで大阪らしさを感じたと思うので、何度も同じものを体験するのは疲れちゃうかもしれません。大阪の人に怒られちゃうかもしれませんが、「関西弁に疲れた人に教えたい大阪の自然」のような切り口があるかもしれません。「関西弁がない大阪のスポット」のような形なら紹介できると思います。

インタビューー

素敵です、ありがとうございます。他に気になることはありますか。

りょうまい夫婦（まいさん）

石切神社は何度も近くまで行ったことあるんですけど、タイミングが合わず行けてないのです。この参道はテレビでしか見たことないのですが、すごく気に入っています。また食べ歩きも楽しいと思います。

インタビューー

食べ歩きは需要高いですか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

高いですね。いろんなものが食べられるので。

インタビューー

ありがとうございます。こちらのスポットの話は一旦おしまいになります。続きまして、これから大阪についてお伺いさせていただきます。まず大阪に限らず、観光で今流行していること、そして今後の注目トピックスはありますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

いま移動方法に興味があります。観光列車、最近だと関東でスペースXという電車が運行しています。関西だと少し古いですが近鉄の火の鳥。「ちょっといい移動方法」のような切り口でスペースXも火の鳥も紹介しまして、スペースXは1,000万くらい、火の鳥も500万くらい回りまして、そういった現地までの電車での移動方法を注目しています。あと旅行先での移動方法。香川にうどん屋さんを巡ってくれるタクシーがありまして、タクシーの運転手がうどん屋さんに連れて行ってくれるのです。個人的にも注目しているのですが、動画でアップしてもよく再生されるので、そういう旅行先での移動を楽しむ方法に需要があるのかもしれない。ただの移動で終わらせないという点は、日本のおもてなしを感じますね。海外を知らないのですが、移動まで楽しんでもらいたいなのは、すごく日本らしさを感じるのです。

インタビューー

お二人が投稿されたものは「日本一快適な移動手段」ですね。投稿を拝見しております。単なる移動だけではなく、移動の中にコンテンツを工夫するということですね。こちらは他のインフルエンサーも注目しているのでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

そうだと思います。いま電車紹介されている方はけっこう多いですね。

インタビューー

お二人はこちらをどうやって調べられたのですか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

そのスペースX知ったのは、PR TIMESです。PR TIMESは企業がビジネスのために発信をするので、情報が早いのです。まず一般層よりも早く業界に対して情報発信するので先に情報を得ています。

インタビューー

他にも見られている媒体はございますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

PR TIMESの他には雑誌、スマートニュースでしょうか。スマートニュースはジャンルごとで情報を見ることが出来ます。移動中にネットサーフィンで見えています。

インタビューー

なるほど、ありがとうございます。移動とおもてなしについて、大阪でもやれることはありますか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

イベントにはなりますが、伊丹空港のモノレールで高知県とコラボした日本酒列車がありました。モノレールに乗りながら日本酒や高知の文化を知ることができるイベントでした。移動しながら、日本酒飲めるのはいいと思いました。海外の方は関空から大阪市内や京都に行ったりと思うので、関空からの電車で何かできるといいですね。オプションで何かサービスがあると流行るのかなと思います。それこそ阪急がオプションでプラス料金払えば、少ししいシートに座れますよね。大阪京都間の阪急電車での付加価値の付け方や新幹線のグリーン車のようなものがあるといいなと思います。

インタビューー

たしかにそうですね、もはや旅行は観光地だけではなく、移動も含めたことなのですね。続いて、大阪がどのような街になったらもっと来なくなるかお伺いさせていただきます。もっと強化するところ、マイナスだから変えていくべきことなど教えてください。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーりょうまい夫婦 発言録

りょうまい夫婦（りょうまさん）

既に大阪府でやっていることなのかもしれないですが、大阪はご飯が美味しいということを知られていないと思います。福岡はすぐご飯が美味しいというイメージが強いですが、大阪も同じくらいご飯が美味しいのですがグルメのイメージがないのです。大阪といえば粉もんが最初に出てきます。粉もんはたしかに美味しいのですが、想像できる美味しさではありません。大阪が天下の台所と言われるように、食材が集まる街なので、ご飯屋さん、居酒屋とか、ランチを紹介していきたいですね。

そしてきっと料理人の方々がすごいかなと思っていて、大阪の料理人にフォーカスをあてるのはいかがでしょうか。大阪には例えば海産物などで目立った名物は少ないと思うのですが、料理人はすごいのだと思います。どんどん料理の腕を磨こう、美味しいものを提供しようといった向上心や探究心が感覚的には凄くあると思うのです。

インタビュー

たしかに大阪の人の魅力にも通ずるところがあるかもしれませんが、人にフォーカスした発信は難しいと思うのですが、ご自身の投稿の中で、人との触れ合いやコミュニティにフォーカスしているものはありますか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

僕たちよりも他の人たちがやっています。例えばおにぎり屋さんや喫茶店を紹介しているのですが、その店主が80歳、90歳くらいのおじいちゃんだったり。もう何十年やっているエモい喫茶店といますか。こういう投稿は人にフォーカスが当たっていて、「その人がやってるから行ってみたい」と思えるかなと。僕らばそういう投稿の経験はありませんが、他の方が投稿していて伸びていますね。関西格安グルメさんがそういった投稿しています。

インタビュー

ありがとうございます。関西格安グルメさんのような関西特化アカウントもお二人はフォローされているのでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

そうですね、大阪のご飯屋さん調べる時に役立ちますので。

インタビュー

ありがとうございます。他に変わっていったらいいというものはありますでしょうか。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

リゾートホテルでしょうか。ホテル内で完結する宿が市内にはないですね。星野リゾートのOMO7は都心にありながらその傾向は強いですが、ただなかなかそういったホテルは作れないと思いますが……。一方で梅北エリアの開発してるところがリゾート空間にならないかなと期待しています。ただ大阪にはリゾートは求められていないですね。

インタビュー

難しいところですね。

りょうまい夫婦（りょうまさん）

でももしリゾートホテルができれば注目はされると思います。

インタビュー

ありがとうございます。質問を変えますね。大阪観光は市内に集中しちゃうので、先ほど見せた6ヶ所のような場所で何か要望はありますか？

りょうまい夫婦（りょうまさん）

各スポットずつにフォーカス当てるよりもまとめてもらった方がいいと思います。例えば、堺の包丁研ぎ体験ではいい包丁が買えたりするので魅力的ではあるのですが、包丁のためだけに市内から出るとなるとハードルが高いように思います。その包丁研ぎ体験以外に、堺に何かがあるかが重要かと。ご飯屋さんや他の体験コンテンツ、それこそ古墳でもいいと思うのですが、そういった歴史的なものを組み合わせて欲しいですね。そうすると、包丁研ぎもあるし他のものもあるから一日や半日楽しめるから行ってみたいかなと思います。

インタビュー

ありがとうございます。本日はたくさんお話いただきまして、ありがとうございました。こちらでインタビューは終了とさせていただきます。

C-3. 調査の結果：インフルエンサーりょうまい夫婦 事前アンケートシート

質問① あなたが、関西二泊三日の旅行プランを組んで自身のフォロワーに向けて発信するならどんなプランにしますか？

泊まるホテルや訪れる場所、そこで何をして何を見るかなど、詳細まで書いてください。

【注意事項】

- ・必ず1泊2日は大阪府で過ごしてください
- ・移動手段は問いません（レンタカーも可、運転できる想定でOK）
- ・予算なども問いませんが、今の自分が提案できる金額の範囲内をお願いします。

あなたプロデュース！関西二泊三日プラン

| 1日目 | 場所 | すること | 2日目 | 場所 | すること | 3日目 | 場所 | すること |
|-------|-------|--------|-------|-----|--------|-------|------|---------|
| 6:00 | | | 6:00 | | | 6:00 | | |
| 11:00 | 新大阪 | 到着 | 9:00 | ユニバ | | 9:00 | | |
| 12:00 | ミナミ観光 | ランチ+観光 | 12:00 | | | 11:00 | 天満 | ゆっくり昼飲み |
| 15:00 | NGK | 漫才を見る | 15:00 | | | 15:00 | | |
| 17:00 | ホテル | チェックイン | 18:00 | | | 18:00 | 新大阪駅 | 帰宅 |
| 21:00 | | | 20:00 | ホテル | チェックイン | 21:00 | | |
| 24:00 | | | 24:00 | | | 24:00 | | |

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 事前アンケートシート

質問② 発信する際の旅行プランのタイトルとポイントを教えてください。

旅行プランにタイトルをつけて発信するとしたらどんなタイトルになりますか。

誰と（家族・友人・パートナー等）どんな旅行をしたい人におすすめですか？こだわりポイントを具体的に教えてください。

旅のタイトル

オモロすぎてまた行きたい？大阪を感じる 2泊3日プラン

誰と行くのにおすすめですか？あなたならではのこだわりポイントは？

- ・友達やパートナー
- ・初めての大阪旅行で思う存分"大阪"を感じられるプラン

C-3. 調査の結果：インフルエンサーNEOトラベル 事前アンケートシート

質問③ SNSでの発信において、大阪府観光の魅力的なポイントは何ですか？

質問①②を通じて、改めて大阪府観光の魅力的なポイントは何だと思いましたか？
どんなことでも構いませんので、あなたらしい視点でご自由にお書きください。

大阪観光の強み

- ・お笑い与人(関西弁)の雰囲気、47都道府県で1番おもしろい場所
- ・ユニバという世界的なテーマパーク
- ・食のレベルの高さ
- ・公共交通機関のみで回れるコンパクトさ

質問④ SNSでの発信において、大阪府観光の課題になるポイント/魅力を下げているポイントは何ですか？

質問①②を通じて、大阪府観光の課題は何だと思えますか？
大阪がどんな街になったらもっと発信したくなりますか？その理由も教えてください。

エリアごとに何ができるか分かるような街

理由

- ・エリアごとの特徴が分かると観光がしやすいかも