

かつら観光まちづくりコンソーシアム整備事業推進等 実施報告書

平成29年3月

株式会社 JTБ コーポレートセールス

②かつら観光まちづくりコンソーシアム整備事業推進に必要な組織の自主財源確保に向けたビジネスモデル確立業務

以下の項目について検討を実施し、観光まちづくりコンソーシアム準備委員会および観光まちづくりコンソーシアム準備委員会ワーキンググループ会議で討議を行った。討議の結果を踏まえて「勝浦市 観光地再生戦略書」の作成を行った。

ア. 事例の提示と先行事例調査のコーディネート

全国各地の観光まちづくりコンソーシアム（日本版 DMO）の中から先進事例を調査した。特に成功事例として学ぶべき点の多い、下記に関しては先進事例調査として下記の訪問をコーディネートした。

※詳細は「（８）その他」をご参照ください。

調査対象	<ul style="list-style-type: none"> ・一般社団法人信州いいやま観光局 自立黒字運営を継続する代表的な観光局。 ・北信州野沢温泉（一般社団法人野沢温泉観光協会） 訪日外国人観光客の長期滞在を受け入れ大きく変化した温泉地。
------	--

イ. 駐車場管理事業の検討

将来のかつら観光まちづくりコンソーシアムの新しい収益源を見据えて、日本冶金工業株式会社の守屋海岸の駐車場を夏だけ千葉県勝浦市観光協会に管理させてもらいたいという申し入れを行った。前向きに検討していただいている。実現すると、一つの収入源として考えられる。過去実績としては 1,500 円（普通車）1.5 万台で売上高約 2,200 万円。

ウ. 着地型観光商品開発の検討

将来のかつら観光まちづくりコンソーシアムの新しい収益源を見据えて、春季の着地型観光商品を開発した。
※詳細は「（４）着地型観光商品開発及びモニター・ツアーの企画・催行業務」をご参照ください。

エ. 特産品開発の検討

将来のかつら観光まちづくりコンソーシアムの新しい収益源を見据えて、特産品開発の検討を行った。
※詳細は「（５）特産品開発業務」をご参照ください。

③地域の特性に合わせた観光地域づくりを進めるため、継続的なデータ収集や分析を行うことのできるマーケティング手法構築業務

「（３）マーケティング調査業務」を実施するにあたり、平成 29 年度以降も継続して同様のマーケティング調査を実施することで継続的にデータ収集や分析を行える手法を導入した調査設計を行った。これにより、平成 29 年度以降に継続的なデータ収集や分析を行うことが出来るようになった。

④マーケティング手法の構築に合わせ、かつら観光まちづくりコンソーシアム組織の人材がデータ収集・分析についての実務的なノウハウ習得教育業務

上記「③地域の特性に合わせた観光地域づくりを進めるため、継続的なデータ収集や分析を行うことのできるマーケティング手法構築業務」の手法を、観光まちづくりコンソーシアム準備委員会および観光まちづくりコンソーシアム準備委員会ワーキンググループ会議で調査設計方法の討議を行うことで、マーケティング手法を観光まちづくりコンソーシアム準備委員会参加者と共有した。また、一部の調査の実査をコンソーシアム準備委員会参加

者の所属する団体を通して実施した。これらにより、かつら観光まちづくりコンソーシアム組織の人材が平成 29 年度以降に継続的なデータ収集や分析を行うことが出来るようになった。

⑤ かつら観光まちづくりコンソーシアム組織立上げに際しての人選等に関し、必要な協力を行う

これまで勝浦市の観光振興に携わってきた業務経験を活かし、観光まちづくりコンソーシアム準備委員会の参加候補団体等のリストアップを行った。

(2) 観光地再生戦略策定業務

業務内容
① (3) マーケティング調査、及び (4) 着地型観光商品開発及びモニター・ツアーの企画・催行業務に基づく、観光地再生戦略策定
② P R 動画作成、効果的な観光情報の発信及び観光地再生戦略に基づく、観光情報の一元管理の仕組みづくりの構築

① (3) マーケティング調査、及び (4) 着地型観光商品開発及びモニター・ツアーの企画・催行業務に基づく、観光地再生戦略策定

勝浦市の魅力を活かした観光振興戦略を策定した。本観光地再生戦略により、観光事業を推進し、観光客数・消費額（客単価）の拡大を狙う。策定にあたり、(3) マーケティング調査、及び (4) 着地型観光商品開発及びモニター・ツアーの企画・催行業務の結果を踏まえて素案を作成し、観光まちづくりコンソーシアム準備委員会からの助言を得た。

成果物	勝浦市 観光地再生戦略書
	A4 34 頁(表紙込) くるみ製本 100 部

② P R 動画作成、効果的な観光情報の発信及び観光地再生戦略に基づく、観光情報の一元管理の仕組みづくりの構築

ア. P R 動画作成

ケーブルテレビ J:COM で放送中の、旬の地域の魅力をおもしろく紹介する情報バラエティ番組「ふるさとタイム」で放送する勝浦市特集の 30 分番組を制作した。制作した番組 30 分番組を 2 次利用して P R 動画として活用できるようにした。風景のみを抜き出して編集した「風景編集バージョン」も作成した。

成果物	① 番組パッケージバージョン (24 分 00 秒)
	② 風景編集バージョン (3 分 00 秒)
	使用言語 : 日本語

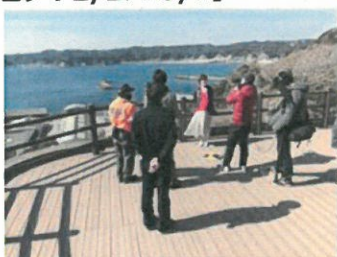
イ. 情報バラエティ番組「ふるさとタイム」

出演	番組レギュラー MC ・野村浩二(江戸むらさき) ・芹沢みづき 千葉県出身スペシャルゲスト ・市井 紗耶香(元モーニング娘) ※カッピーも出演
放送チャンネル	J:COM テレビ (札幌・仙台・関東 10ch 関西・九州 12ch 熊本 11ch 下関 111ch)
視聴可能世帯数	約 1350 万世帯
番組放送日	① 3/30(木) 22:00～ ② 3/31(金) 10:00～ ③ 3/31(金) 20:30～

かつら観光まちづくりコンソーシアム整備事業推進等実施報告書

	④ 4/01(土) 12:30～ ⑤ 4/01(土) 20:30～ ⑥ 4/08(土) 12:30～ ⑦ 4/08(土) 20:30～ ⑧ 4/02(日) 17:00～ ⑨ 4/09(日) 17:00～
制作日	2月6日番組プロデューサーロケハン 2月9日制作班ロケハン 2月24日～ ビックひな祭り期間中の平日に市井紗耶香さんロケ
ロケ場所	・勝浦漁港 ・勝喰（海鮮丼食事） ・おーぼんあくいゆ（ジビエ料理・いのししのパスタ、ひじきサラダ等） ・朝市 ・ビックひな祭り会場（遠見岬神社・キュステ） ・江ざわ（勝浦タンタンメン食事）
映像・写真素材	・海中展望塔 ・守谷海岸 ・尾名浦（めがね岩）・勝浦漁港カツオ祭り

【現地口ケ：2/27. 3/3】



(左から オープニング撮影 遠見岬神社撮影 江ざわにて勝浦タンタンメン撮影)

【スタジオ収録：3/11@JCOM 本社内特設スタジオ於】



画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書
画	書	書	書	書	書	書	書	書</

< スタッフ表 >

プロデューサー	斉藤 直哉	(埼玉県)	J-COM
プロデューサー	飯田 礼寛	(東京都)	
構成作家	関山 智大	(神奈川県)	
ディレクター	別宮 歩希	(愛媛県)	
	守屋 英敏	(神奈川県)	
A D	中本 知恵	(宮城県)	共同テレビ
	館野 智樹	(熊本県)	
スタ タ シ オ 技 術	C A M	安藤 広敏	(神奈川県)
		塩本 龍平	(福岡県)
	V E	田中 曜希	(東京都)
		上野 高史	
	監 明	小野村 拓洋	ロケット
美 術	秋山 航太	(東京都)	タフコング
監 査	会田 享生	(東京都)	t & k 2
キャラクターデザイン	リタ・ジェイ		ホリプロ
制作協力	共同テレビジョン		
制作著作	J-COM		



まるごと勝浦ふるさとタイム

初回放送日:2017年3月30日(木) 22:00~
収録日:2016年3月11日(土) 13:00~14:30

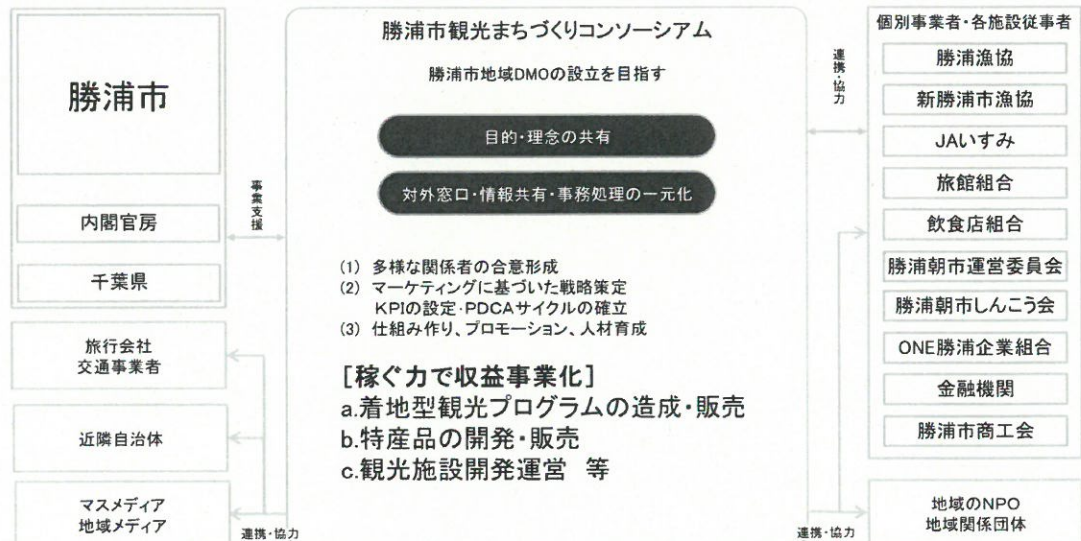
J:COM

番組キャプチャー



ウ. 効果的な観光情報の発信及び観光地再生戦略に基づく、観光情報の一元管理の仕組みづくりの構築

効果的な観光情報の発信及び観光地再生戦略に基づく、観光情報の一元管理の仕組みとして、観光まちづくりコンソーシアムはDMO（デスティネーション・マーケティング／マネジメント・オーガニゼーション）化が必要という提言を行い、勝浦市 観光地再生戦略書において記述した。観光情報の一元管理を円滑に行うDMOのイメージ図として下記の提示を行った。



(3) マーケティング調査業務

業務内容
<p>①勝浦市観光等実態調査分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光に関する市民意識調査 ・他市町村の道の駅の利用実態及びニーズ調査 ・課題整理・分析 <p>②市内宿泊施設調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内における宿泊客の動向を把握するための、宿泊施設及び宿泊客に対するアンケート調査 <p>③特産品マーケティング調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本市の主要特産品について、消費者のニーズや今後の商品改良及び販路開拓に資する意見等を図るための、モニター調査等によるマーケティング調査 <p>④調査報告書の作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上記①～③の各種調査の分析結果を集約し、かつ本市の観光を取り巻く課題や今後必要な施策や取り組み等の提案を含めた調査報告書を作成する。 ・調査報告書（本編）以外に、市民及び関係者周知用の概要版を作成する。

成果物	調査報告書
	A4 274 頁(表紙込) くみ製本 100 部
	調査報告書（概要版）
	A4 98 頁(表紙込) くみ製本 100 部

① 調査概要

調査	目的	対象者	調査方法	調査日程
<p><1> 勝浦市民意識調査 ①勝浦市観光等実態調査分析 ・観光に関する市民意識調査</p>	観光受け入れへの参加意向や、観光産業への期待、観光に対する不満・改善希望等の意識を明確化することで、勝浦市民の観光に対する意識レベルを把握する。	<p>勝浦市民 263 名</p> <p>(1) 2017 かつらビッグひな祭り来場者 95 名</p> <p>(2) 観光商工課、社会教育課、勝浦市観光協会、勝浦市商工会に属する勝浦市民 168 名</p>	<p>対象者① アンケート要員による、聞き取りアンケート調査</p> <p>対象者② 団体を通じてアンケート用紙を配布・回収</p>	<p>対象者(1) 2017 年 2 月 24 日 (金)</p> <p>対象者(2) 2017 年 2 月 1 日 (水) ~ 2017 年 2 月 20 日 (月)</p>
<p><2> 勝浦市宿泊者調査 ②市内宿泊施設調査</p>	勝浦市での観光実態やその評価を聴取し、取り組むべき課題を把握する。	<p>勝浦市外に居住する 20 歳以上の勝浦市内宿泊旅行経験者 365 名</p> <p>現在宿泊者 : 上記調査期間中に勝浦市内宿泊施設を利用者 65 名</p> <p>過去宿泊者 : 回答時点から 2 年以内の勝浦市内宿泊旅行経験者 300 名</p>	<p>現在宿泊者 : 勝浦市内宿泊施設における利用者向け紙面アンケートの設置・回収</p> <p>過去宿泊者 : インターネット・アンケート</p>	<p>現在宿泊者 2017 年 2 月 1 日 (水) ~ 2017 年 2 月 20 日 (月)</p> <p>過去宿泊者 2017 年 2 月 1 日 (水) ~ 2017 年 2 月 6 日 (月)</p>
<p><3> 道の駅取扱い商品把</p>	勝浦市内を訪れた人の市内における土産品購入実	直近 3 年以内の勝浦市訪問者（通過のみを除く）	インターネット・アンケート	2017 年 2 月 1 日 (水) ~ 2017 年 2 月 7 日

調査	目的	対象者	調査方法	調査日程
握のための 勝浦市土産品購入者/非購入者調査 ①勝浦市観光等実態調査分析 ・他市町村の道の駅の利用実態及びニーズ調査	態を把握することで、道の駅を開発した際に取り扱うべき商品を検討する際の一助とする。	300 名 ※20 歳以上の男女（全国） 勝浦市居住者は除く ※直近訪問時の「勝浦市の土産品」購入者・非購入者を各 150 名ずつ割付		(火)
<4> 旅行会社ヒヤリング調査	勝浦市への送客において大きな役割を担う旅行会社（特に首都圏からのバス旅行）の勝浦市に対する意識や、勝浦市のビジネス上の位置づけを把握することで、プロモーション方法の検討に役立てる。	業界最大手である JTB グループより 3 社	調査員 2 名の訪問によるヒヤリング調査。	2017 年 3 月 13 日（月）、14 日（火）、16 日（木）
<5> 特産品試食調査 ③特産品マーケティング調査	勝浦市の観光資源となり、地域の収益確保につながる、新しい特産品の開発。試作品を実際に試食して意見を取得。商品とパッケージの改善および販売戦略策定に活用する。併せてラベル・デザインの AB テストを実施した。	①勝浦市への旅行に関心のある父母 19 名(モニター・ツアー「旅いく」) ②購買決定権を持つ主婦 142 名 (プロモーションイベント「旅いくキッズフェスタ in 品川シーズンテラス 2017」)	記入式試食調査	①モニター・ツアー「旅いく」での試食調査 2 月 25 日（土）～26 日（日） ②プロモーションイベント「旅いくキッズフェスタ in 品川シーズンテラス 2017」での試食 3 月 18 日（土）

②調査結果総括

マーケティング調査の結果として、下記の結果を得た。

※詳細は別冊「かつら観光まちづくりコンソーシアム整備事業マーケティング調査報告書」参照。

勝浦市民への調査 <1>勝浦市民調査	勝浦市内での宿泊者経験者への調査 <2>宿泊者調査	勝浦市への訪問経験者への調査 <3>道の駅調査
<p>勝浦市民は勝浦市を盛り上げていこうという意識が高い。観光資源にも自信を持っているが、勝浦市からの発信や支援に物足りなさを感じている。情報発信支援や受入れ支援を行っていくことが重要。</p> <p>市民の観光促進に対する意向は非常に高く、前向きな意識を有する人が多い。</p> <p>観光客の増加に向けて、一般市民は「朝市の充実」、「祭りやイベントの PR 強化」、「鮮魚やおいしい魚、カツオ等の PR 強化」を行うべきという意識が高い。カツオの推奨をする市民は 73.4%（参考：勝浦タンタンメン 75.3%）。</p> <p>強みと考える 6 大資源（朝市、かつらビッグひな祭り、海鮮料理、勝浦タンタンメン、きんめ鯛、カツオ）の充実不足や、発信不足を感じていると推察される。</p>	<p>勝浦タンタンメンに続く「グルメ（食）」の強みを強化することで、勝浦市への来訪目的を明確化。勝浦市のかつおはなぜ上質なのか、どう食べれば美味しいのか、カツオのブランディングが大きな課題。</p> <p>観光資源の軸となっている、「自然観光」に関しては期待度に対する満足度の乖離が大きいものの、改善が難しい項目と思われる。</p> <p>魚介類、海鮮料理の中でも、勝浦市の競合優位性があるが経験者が 25.5%にとどまっている（参考：勝浦タンタンメン 38.4%）。期待・満足共に値が高い「グルメ」は勝浦市の「強み」と言えるため、その「強み」をより強化する。訪問の目的になるようブランディングを強化する。</p>	<p>勝浦らしさを感じるブランドを確立したお菓子・スイーツが求められる。将来的には、勝浦市外の物販施設に流出している土産品の購買客を、勝浦市内でどのように確保するかがカギ。</p> <p>“勝浦らしい”に加え“おいしさ”が特に求められる。お菓子・スイーツは購入率が高いため、勝浦らしさを付与した商品の開発には一定の需要があると思われる。</p> <p>店頭販促では、土産品のリコメンドは欠かせない。リコメンド内容は、作り手の想いやメディア取扱い実績、口コミを紹介し、“勝浦らしさ”と“おいしさ”が伝わることを意識する。</p>

- 改善や競合優位性の確立が難しい「自然観光」よりも「グルメ」を重視して勝浦市の地域ブランディングを展開。
- 市民の評価と観光客の評価に大きな乖離が見られるカツオの魅力底上げは大きな課題かつ切り札化のチャンス。
・なぜ勝浦市のカツオはおいしいのか？ ・なぜ勝浦市では刺身でカツオを食べるのか？
- 高いニーズがありながら適切な商品提供が出来ていないお菓子・スイーツの開発支援も必要。



＜４＞旅行会社への調査

- 房総半島は広域で周遊するエリア。勝浦市内単独での滞在プランは旅行会社が扱いにくい。
 - 勝浦朝市は宿泊前提となる観光資源。本来は旅行会社にとっては積極的に取組みたい観光資源となるはず。
 - 食ブランドが立っており競合優位性を確立できている勝浦タンタンメンの評価は高い。
- 旅行会社からの送客を拡大させるためには、勝浦市内での回遊にこだわることなく、房総半島の広域回遊コースに勝浦市の何かを盛込んでもらうことを検討していくことが必要。
- 房総半島の中で周辺市町村と比較して、独自性を打ち出せる強みやブランドを明確化していくことが必要。

＜５＞特産品試食調査 ※特産品に関しては「（５）特産品開発業務」参照。

勝浦市の産品であるひじきを原材料とした「ひじきソース(Umeets)」の試作品を開発。試食調査を実施した。

- ひじきの健康なイメージには評価が高く、商品のコンセプトは極めて良好。
- 購買に相当する味、価格の設定が出来れば、一定量の購買が望めると考えられる。

「旅いく」での試食 ヨーグルトとの組み合わせ

- 概ね美味しいという回答を得た。
- 朝食時のスイーツというイメージの回答を得た。
- 健康的なスイーツというイメージの回答を得た。



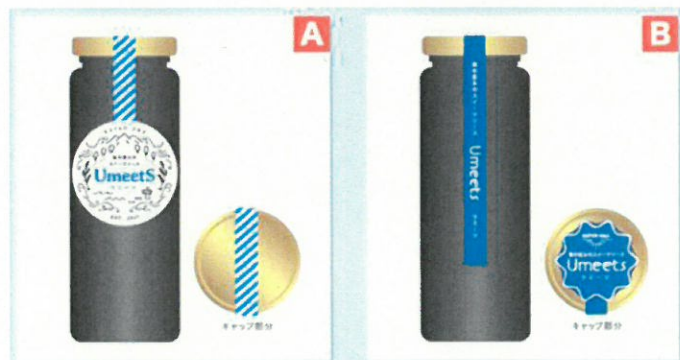
「旅いくキッズフェスタ in 品川シーズンテラス 2017」での試食 ヨーグルト、白玉、アイスクリームとの組み合わせ

- 概ね美味しいという回答を得た。
- 朝食時のスイーツというイメージの回答を得た。
- 健康的なスイーツというイメージの回答を得た。
- 評価の高い順に 1 アイスクリーム 2 ヨーグルト 3 白玉となった。
- 当該の食品の味よりも、合わせる食品の味に影響された評価となっていることがうかがえるため、独自の味を強化していくか、何にでも合う味にしていけるか判断が必要となった。

パッケージデザインについて

A=66.9% B=33.1%

Aを元に具体的なパッケージラベルのデザインを行うことが好ましい。



(4) 着地型観光商品開発及びモニター・ツアーの企画・催行業務

業務内容
<p>①着地型観光商品開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民や関係者等と協働して旅行商品のプロトタイプを作成 ・交流人口増加及び滞在時間を延長させ、地域と連携が図れ、継続可能な着地型観光商品開発 ・観光客と着地型観光商品を結びつける仕組みづくりの構築 <p>②モニター・ツアーの企画・催行</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境整備・着地型観光商品・特産品造成等の基礎資料を得るため、市内の観光地、食の魅力、着地型観光商品を取り入れたモニター・ツアーの実施。 <p>③グランピング開発のための視察調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・近年新たなアウトドア市場として盛り上がっているだけでなく、地域活性の手段としても注目される「グランピング」が勝浦市において実行可能なものが簡易調査の実施 <p>④勝浦朝市活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・勝浦朝市の観光資源化に向けた検討

①着地型観光商品開発

将来の、かつら観光まちづくりコンソーシアムの新しい収益源を見据えて、春季の着地型観光商品を開発した。旅行会社の考える房総半島のハイシーズンである春の実施を前提に、交流・体験を伴うプログラムを開発した。

- ・市民や関係者等と協働して旅行商品のプロトタイプを作成
- ・交流人口増加及び滞在時間を延長させ、地域と連携が図れ、継続可能な着地型観光商品開発
- ・観光客と着地型観光商品を結びつける仕組みを構築

テーマ	海とひな祭りのまち、勝浦★お祭りのお手伝いに挑戦しよう！
-----	------------------------------

名称	内容	場所
竹灯籠作り	「松野竹灯籠祭り」に使われる竹灯籠作りに挑戦。	松野地区
ひな人形の勉強	ひな祭りの歴史や風習について研究家から学ぶ。沢山のひな人形を見学する。	勝浦市芸術文化交流センター キュステ
ひな人形飾りつけ体験	「ビッグひな祭り」の象徴、遠見岬神社の60段石段飾りのお手伝い体験。	遠見岬神社
海の勉強	天然洞窟のイクスを観察。海や、海に生きる生き物について学ぶ。	洞窟いけす
塩づくり体験	勝浦市の海水を使用して塩作りに挑戦。 勝浦市の軌跡の塩を使用したおにぎりを食べてみる。	勝浦市役所

②モニター・ツアーの企画・催行

「①着地型観光商品開発」で開発した、市内の観光地、食の魅力、着地型観光商品を取り入れたモニター・ツアーを催行し、プログラムを実際にオペレーションした。

- ・インターネット上で参加者を募集し反応を把握する。
- ・環境整備・着地型観光商品・特産品造成等の基礎資料を得る。

ア. 実施概要

日程	2017年2月25日(土)～26日(日) 1泊2日
旅行タイプ	1泊4食付パッケージプラン募集型企画旅行

	(食事条件：朝食 1 回、昼食 2 回、夕食 1 回) ※全行程添乗員が同行
対象年齢	子年齢 3 歳以上の親子
宿泊場所	ホテル三日月
参加料金	大人お一人様： 19,800 円 お子様 (3 歳以上小学生まで) お一人様： 16,800 円 2 人目以降のお子様 (3 歳以上小学生まで) お一人様： 6,800 円 0～2 歳見学 (子ども) お一人様： 0 円 (バス座席・食事・寝具なし) ※料金には以下のものを含まず 1 泊 4 食つき宿泊代金 (和洋室 (5 名定員) 利用※1 申込につき 1 部屋利用)、体験プログラム代金、貸切バス代 ★成果物：自分で作った竹灯籠・奇跡の塩、体験ノート
参加者募集方法	「旅いく」サイト上での告知 「旅いく」会員向けのメールでの告知 新聞広告での告知

イ. 旅程

「1 日目」	
9:00	東京駅集合 勝浦へ 車中オリエンテーション (体験概要、ルールの説明、勝浦・ひな祭りクイズ等)
11:30-12:30	勝浦漁港の目の前で魚ランチ！ —水揚げされたばかりのお魚を堪能しよう！ —冷凍されていないお魚を食べたことがあるかな？ —ご主人自慢のお魚トークで勝浦の美味しいヒミツを発見！
13:00-14:00	ようこそ！かつらビッグひな祭りへ！ たくさんのひな人形がお出迎え！ 「日本の伝統文化・ひな祭り」を学ぼう！ —ひな祭りって何？ —なぜお人形を飾るの？ —たくさんのひな人形を見よう！
14:30-16:00	竹灯籠祭りに飾る竹灯籠作りに挑戦！ —使われる竹灯籠はなんと 5,000 本！ —すべて地域の方の手作り！ —みんなで竹灯籠作りのお手伝いをしよう！ (作ったものは持ち帰り)
16:00-17:00	点灯のお手伝いをしよう！ —自分たちで作った竹灯籠に火を灯すよ —幻想的な世界で「みんなの成長」を願おう —勝浦市民のソウルフード・勝浦タンタンメンを食べてみよう
17:30	ホテル到着 お疲れさまでした！ 到着後は自由時間 (各自、夕食・入浴など)
「2 日目」	
8:00	ホテルロビー集合
8:30-9:30	ひな人形を飾るお手伝いに挑戦！ —遠見岬神社の階段に、ひな人形を飾ろう！
9:30-10:15	日本三大朝市の一つ、勝浦朝市に行ってみよう！
10:30-11:30	天然洞窟のイクスを観察しよう！ —どうして勝浦の海はきれいな？ —サザエや伊勢エビはなぜこんなに元気なの？ —洞窟に入ってそのヒミツを教えてもらおう！
11:45-12:30	奇跡の塩を作ってみよう！ —塩ってどうやって作られるの？