



近畿大学 高橋一夫

近畿大学大学院商学研究科 教授

- 1983年JTB入社。2006年コミュニケーション事業部長を最後に退職。在職中は2001年東アジア競技大会招致概要計画書の策定、2002年ライオンズクラブ国際大会大阪大会、2004年ロータリークラブ国際大会大阪大会の招致事業などMICEを中心に従事。
- 2007年流通科学大学サービス産業学部教授。2012年より現職
- 2020年5月から東大阪ツーリズム振興機構理事長兼職

【DMOに関わる著作】

- 『DMO-観光地経営のイノベーション』（2017年度日本観光研究学会賞受賞）
- 「観光マーケティングと観光地づくりー観光マーケティングの主体としてのDMOー」2013年日本造園学会誌『ランドスケープ研究』
- 「日本版DMO導入の議論の本質」2019年観光情報学会誌『観光と情報』など

高 橋 一 夫



日本政府におけるDMO関連政策（抜粋）

時 期	関 連 政 策	備 考
2005年	観光ルネッサンス補助制度	DMOの原型ともいえるATA（エリア・ツーリズム・エージェンシー）を創設し、「着地」で「旅行」を「商品」化して提供する仕組みづくりの支援
2007年	第3種旅行業制度改正	第3種旅行業でも隣接市町村内で完結する旅行であれば主催することができるという特例を設け、着地型旅行商品の流通体制を構築。2013年には地域限定旅行業が創設される
2008年	観光圏整備事業	温泉地や都市など滞在促進地区を中心に、周辺地域と連携することで、2泊3日程度の滞在を実現。2012年ATAが「観光地域づくりプラットフォーム」として再設定され、旅行業登録を推奨
2014年	まち・ひと・しごと創生総合戦略	効率的な事業を継続的に推進する主体（日本版DMO）が必要
2015年	日本再興戦略 改訂	世界に通用する観光地域づくりとマーケティングを行う官民一体の観光地経営体（日本版DMO）を選定し、政策資源を集中的に投入する。
2015年	まち・ひと・しごと創生基本方針	日本版DMOを地域の観光振興を戦略的に推進する専門的な組織とし、欧米の先進事例も踏まえ、望ましい機能を備えたDMOを早急に育成する
2016年	日本再興戦略	世界水準のDMOの形成・育成（2020年までに全国で100組織形成）
2017年	観光立国推進基本計画	世界水準のDMOの形成・育成（2020年までに全国で100組織形成）
2018年	経済財政運営と改革の基本方針	DMOの育成のほか、実践的即戦力人材の育成や外国人材の活用（骨太の方針）
2020年	DMOを核とした、世界に誇る観光地の形成（重点支援DMO32法人）	意欲とポテンシャルがあり、地域の観光資源の磨き上げや受入環境の整備等の着地整備を最優先に取り組み観光地域づくり法人（「重点支援DMO」という。）を選定し、重点的に支援をおこなう

DMO（観光協会）に期待される役割



最近のDMOの課題

DMOの代理店化

- 新型交付金により今までにない金額の予算が組まれたものの、独自に事業の具体化ができず、イベント制作会社等に予算をまわすだけになった。そのため、ノウハウ、スキルがDMOに残らず内製化できない、ディレクションさえもできない組織になっているところもある。⇒**トレーニングの必要性**

マーケットの個人化への対応

- 旅行会社向けのトラベルトレードだけではなく、マーケットの一人ひとりに刺さるプロモーションが必要だが、動画等のSNS、WEBサイトを中心にしたデジタルマーケティングだけではコンバージョンに確信が持てず、DMOの成果がはっきりしないとの批判につながる。⇒ **DXの必要性**

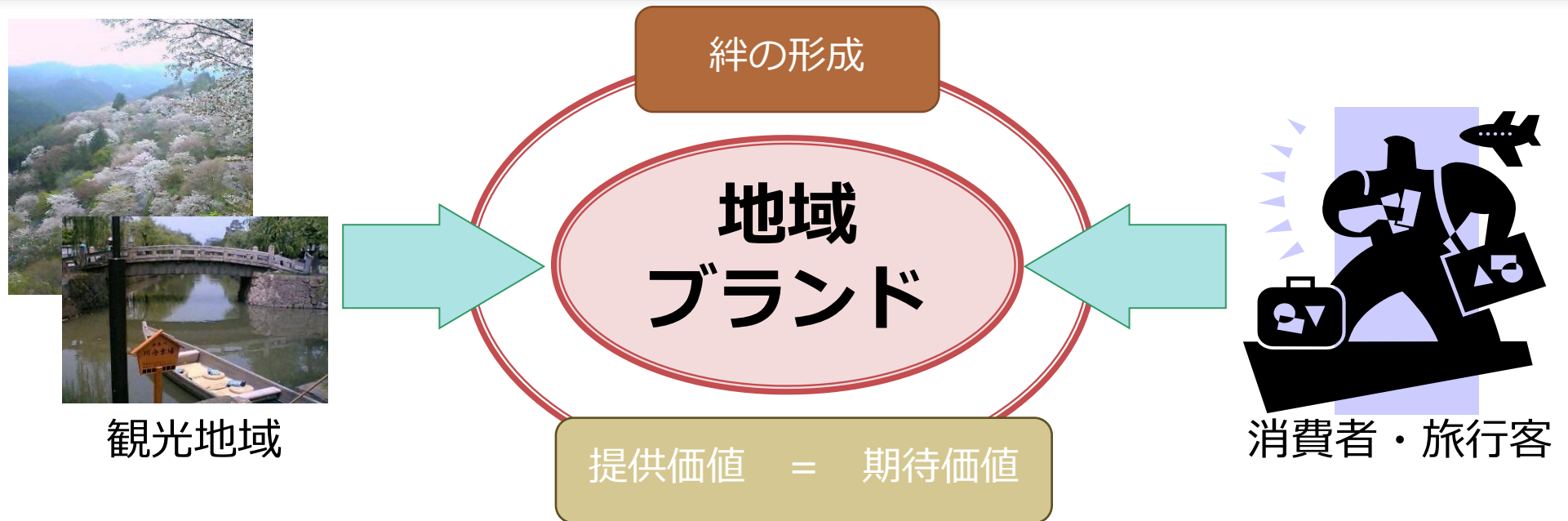
観光行政の役割

- 行政はDMOと同じことをしているという批判がある。DMOで事業の内製化ができることを前提に、行政は観光政策に注力する。地域の魅力づくり、交通アクセス、安心・安全、インフラ整備、規制（緩和）などエリアのマネジメントは行政が主体になるべき。⇒**役割分担、任せるに値するDMO人材の必要性**

出向（退職出向含む）の良し悪し

- 行政、民間からのDMOへの出向は、内製化を妨げる原因にもなっている。事業を推進する上で、どういう役割をこなせる人が必要なのか、整理をしたうえで出向依頼をすることが求められる⇒**任せるに値するプロパー職員の必要性**

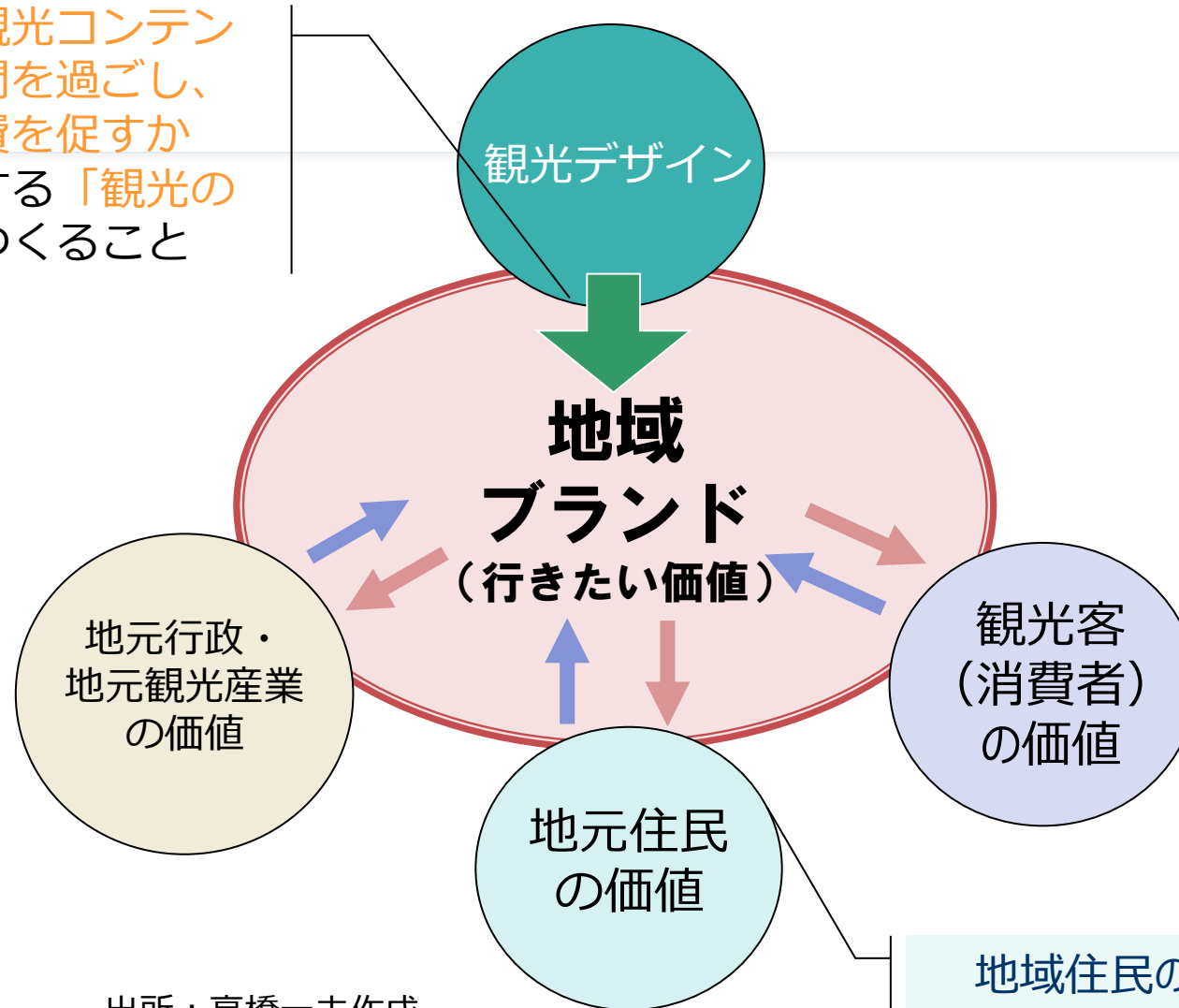
売れ続けるしくみとしてのブランド



出所：青木幸弘、「ブランドビルディングの時代」（1999年）をもとに作成

地域ブランドの価値を構成する関係者（アクター）

「どのような観光コンテンツと体験で時間を過ごし、いかに観光消費を促すか」を目的とする「観光のシナリオ」をつくること



出所：高橋一夫作成

一般社団法人 田辺市熊野ツーリズムビューロー 会長

多田 稔子



和歌山県生まれ。和歌山大学教育学部卒業。

2005年～2009年、田辺観光協会会長をつとめる。

2006年5月、「田辺市熊野ツーリズムビューロー」会長に就任。熊野古道エリアを「世界に開かれた上質で持続可能な観光地」とすることを目指して活動している。

本業の株式会社双美商会（ビルメンテナンスや人材派遣業を営む）では、取締役副社長として経営参画する。

その他主な公職、和歌山県景観審議会委員、わかやま中小企業元気ファンド審査委員、和歌山大学観光学部・大学院観光学研究科観光教育研究アドバイザーボードなど。

■ 一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー【地域DMO】

基本情報

所在地 : 和歌山県田辺市湊1-20 田辺市観光センター2階
 概要 : 2005年の市町村合併を機に田辺市内5つの既存の観光協会
 (田辺・龍神・大塔・中辺路町・熊野本宮)を構成団体として設立
 された官民協働の観光プロモーション団体
 設立 : 2006年4月
 会長 : 多田 稔子(ただ のりこ)

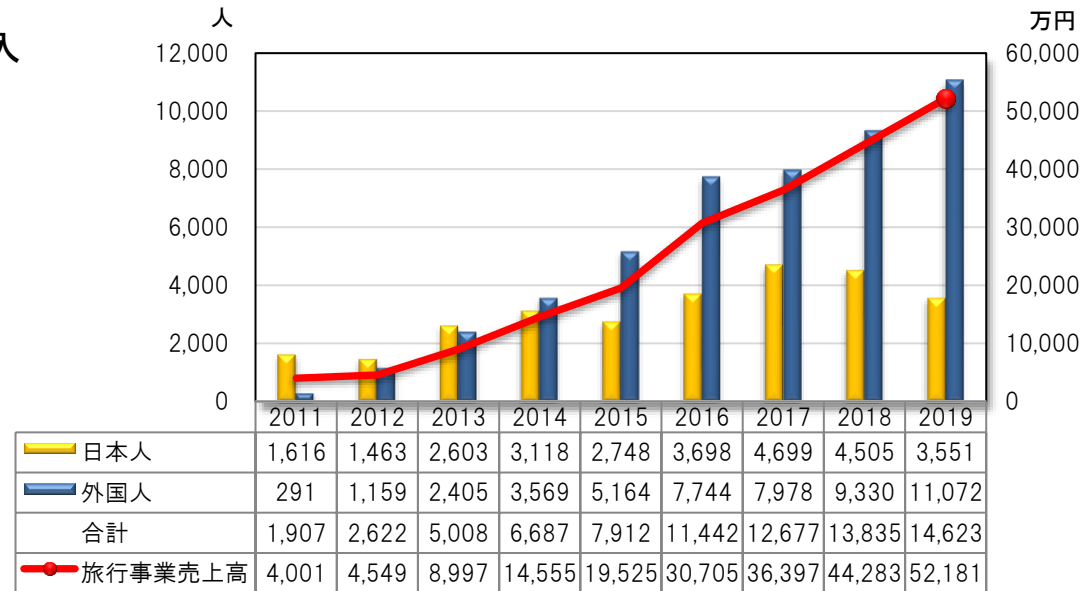


- 設立の経緯とその後の変遷
 - 2006年 4月 田辺市熊野ツーリズムビューロー 設立
 - 2010年 5月 法人格(一般社団法人)取得
 - 2010年 7月 第2種旅行業の認可
 - 2010年10月 独自のインターネット予約システムを導入
 - 2019年度 旅行事業売上高が初めて5億円を突破

- 主な活動
 - 受け入れ態勢の整備
 - 国内外に向けた情報発信・プロモーション
 - 着地型旅行事業
 - 田辺市及び関係団体と連携した旅行プランの造成
 - 田辺市観光センターの運営 等

- 主な活動地域
 - 田辺市を含む熊野エリア全体

- 主な受賞歴
 - ・第10回観光庁長官表彰受賞【2018年度】
 - ・第5回ジャパン・ツーリズム・アワード「観光庁長官賞」及び「DMO推進特別賞」受賞【2019年度】
 - ・総務省「ふるさとづくり大賞」優秀賞受賞【2019年度】



Mission 基本理念

世界遺産熊野古道を核とした観光振興を通じて、
地域の人々がこの地域に誇りと愛着を持つことができ、
この地を訪れる旅行者にも満足していただけるような
「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりに取り組みます。

そして、先人達が1000年以上も前から培い、守り、
つないできた地域の自然、歴史、文化資源の価値を、
次の1000年につないでいきます。

Vision 目指す未来

私たちは、地域をマネジメントするDMOとして、
地域と旅行者をつなぐサポート役を担います。

私たちは、地域の人々と旅行者が互いに尊敬、尊重し合える
環境づくりに努めます。

私たちは、地域に寄り添い、
地域から信頼される組織として
地域とともに歩んでいきます。



Support and respect local residents and community in Kumano

TANABE! A World Class Sightseeing Destination

田辺市!世界的観光地

和歌山県「田辺市」には世界文化遺産の熊野古道や温泉など、旅の魅力が満載。
和歌山県田辺市に位置する田辺市は、自然豊かな環境に恵まれた観光地。熊野古道や温泉など、旅の魅力が満載。田辺市は、和歌山県田辺市に位置する観光地。熊野古道や温泉など、旅の魅力が満載。田辺市は、和歌山県田辺市に位置する観光地。熊野古道や温泉など、旅の魅力が満載。

田辺市熊野ツーリズムビューロー Tanabe City Kumano Tourism Bureau www.tb.kumano.jp

The Heart of Kumano, Tanabe City
Nestled in the verdant mountains of Wakayama Prefecture, Tanabe City is the heart of the ancient Kumano region. This lush and rugged area has been considered the Land of the Gods and worshipped for centuries by the followers of Shinto, Buddhist traditions and Shugendo. It's a unique mixture of indigenous and imported religious. Tanabe is blessed with both pristine nature and historic sites. With the spiritual Kumano Kodo Pilgrimage Route and the majestic Kumano Hongu Taisha (from UNESCO World Heritage site) built and rules in the healing waters of an isolated hot spring. What kinds of adventures are waiting for you? Come to Tanabe to Experience Kumano!



共同プロモーション

Joint Promotion

Rutas de Peregrinación Patrimonio de la Humanidad

World Heritage Pilgrimage Routes

世界遺産の参詣道

spiritual-pilgrimages.com



Way of St. James
SPAIN

聖地

Santidity
Sanctity



Kumano Kodo
JAPAN



Emoción
Emotion



Viaje
Journey



Orientación
Guidance



Catedral de Santiago de Compostela
Cathedral of Santiago de Compostela



Montañas de Gali
Mounts of Gali (Monte de Gali)



Camino de Santiago
Way of St. James



Montañas de Gali
Mounts of Gali



Fubusagawa (santuario)
Fubusagawa sp.



Camino de Kumano
Kumano 3,3 km



Camino sagrado de los ríos
Sagami River

Lugares sagrados del sol naciente y del sol poniente

La ciudad de Tarumi, en el distrito oriental de Awa, y Santiago de Compostela en el lejano oeste de Europa, comparten una rica historia de tradición en peregrinación. Aquellos que buscan llegar al Kumano Hongu Taisha en Tarumi o a la Catedral de Santiago de Compostela, deben viajar a lo largo de una extensa red de rutas de peregrinación.

Las rutas principales de ambos caminos, el Kumano Kodo y el Camino de Santiago datan de la misma época, al SXV. Han sido tradicionalmente reconocidos como rutas de peregrinación, reconocidas como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y son ejemplos maravillosos y reconocidos de la herencia de la espiritualidad del mundo que continúa operando de nuestra época. Estos santuarios caminos comparten muchas similitudes que nos revelan de sus respectivos valores culturales y religiosos.

Tal como el camino y agradando sobre nuestras respectivas tradiciones, esperamos que esta importante ruta sea conservada, así las generaciones futuras podrán disfrutar de la historia y disfrutar de todos nuestros paisajes culturales sagrados.

Rutas de Peregrinación Patrimonio de la Humanidad

El Kumano Kodo y el Camino de Santiago son Rutas de Peregrinación, reconocidas como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y son ejemplos maravillosos y reconocidos de la herencia de la espiritualidad del mundo que continúa operando de nuestra época. Estos santuarios caminos comparten muchas similitudes que nos revelan de sus respectivos valores culturales y religiosos.

Ambas tradiciones tienen símbolos poderosos de protección, instrucción y orientación: la Vía Láctea y la maraca de Watan, cada uno de los peregrinos por el Camino de Santiago y el Camino de Santiago, el camino de los peregrinos, el camino de los peregrinos y el camino de los peregrinos.

Al concluir el camino largo viaje, los peregrinos llegan a alcanzar sus objetivos divinos: la Catedral de Santiago de Compostela y el Kumano Hongu Taisha. Entre peregrinos y visitantes observaciones ocurren en dos sentidos: acompañar al Monte de Gali y al Fubusagawa sp. Estos dos santuarios evoca una profunda emoción que surge durante la peregrinación.

Sacred Sites of the Rising and Setting Sun

Tarumi City in the far east of Awa, and Santiago de Compostela, in the far west of Europe, share a rich history of pilgrimage traditions. Those seeking to reach Tarumi Kumano Hongu Taisha or the Cathedral of Santiago de Compostela must travel along a network of pilgrimage routes.

The main routes of both the Kumano Kodo and the Way of St. James date from the 10th century, and have greatly influenced the development of Japan and Europe. They are important parts of our historical, cultural, and spiritual heritage.

By working together and learning about our respective traditions, we hope that these important roads will be preserved, so future generations can continue to re-discover and re-enjoy our sacred cultural landscapes.

World Heritage Pilgrimage Routes

The Kumano Kodo and the Way of St. James UNESCO World Heritage pilgrimage routes are outstanding universal examples of spiritual quests from opposite ends of our planet. These ancient roads share many similarities that go beyond their respective cultural and religious backgrounds.

Both traditions have powerful symbols of protection, encouragement and guidance: the Milky Way and the Kusanagi sword pilgrims along the Way of St. James, and the divine three-legged trigrams crow in the legendary guide of Kumano's sacred mountains.

After long and arduous journeys, pilgrims are finally able to catch a glimpse of their divine goals—the Santiago de Compostela Cathedral and the Kumano Hongu Taisha. There are inspiring best sightings occur at two comparable viewpoints: the Mount of Gali (Mount de Gali) and Fubusagawa sp. These two special sites evoke a profound emotional reaction reflecting the success of human quest during pilgrimage.

Perhaps the simple process of walking these trails and sharing fondness for human experiences can bring cultures together and offer hints on how to reach the divine goal of world peace.



TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA
サンティアゴ・デ・コンポステーラ観光局
www.santiagooturismo.com

Tarumi City Kumano Tourism Bureau
鳥取県 三朝市 三朝町 三朝
www.t-kumano.jp



共通巡礼

Dual Pilgrim

◆ 国別の登録状況 (2020.12.31 現在)

国籍	人数	内訳		比率
		男	女	
1 日本	923	455	468	26.5%
2 オーストラリア	581	216	365	16.7%
3 アメリカ	401	180	221	11.5%
4 スペイン	331	185	146	9.5%
5 台湾	149	53	96	4.3%
6 イタリア	118	64	54	3.4%
7 イギリス	113	61	52	3.2%
8 カナダ	113	50	63	3.2%
9 中国	105	34	71	3.0%
10 ドイツ	64	39	25	1.8%
その他	588	267	321	16.9%
計	3,480	1,602	1,878	100.0%

世界57カ国



◆ 共通巡礼達成第1号

2015年2月16日(月)達成
アメリカ人男性(52歳)

◇ サンティアゴにおける初の達成者

2015年7月30日(木)達成:
オーストラリア人の2名(男女)
※2名とも共通巡礼手帳を使用

◆ 共通巡礼達成第1000号

2018年3月21日(水)達成
アメリカ人男性(38歳)



観光戦略の基本スタンス

Our Stance

地域の価値
が高まる



地域の誇り
が再構築



- 「ブーム」より「ルーツ」
- 「インパクト」を求めず「ローインパクト」で
- 「乱開発」より「保全・保存」
- 「マス」より「個人」
- 世界に開かれた「上質な観光地」に
⇒ インバウンドの推進

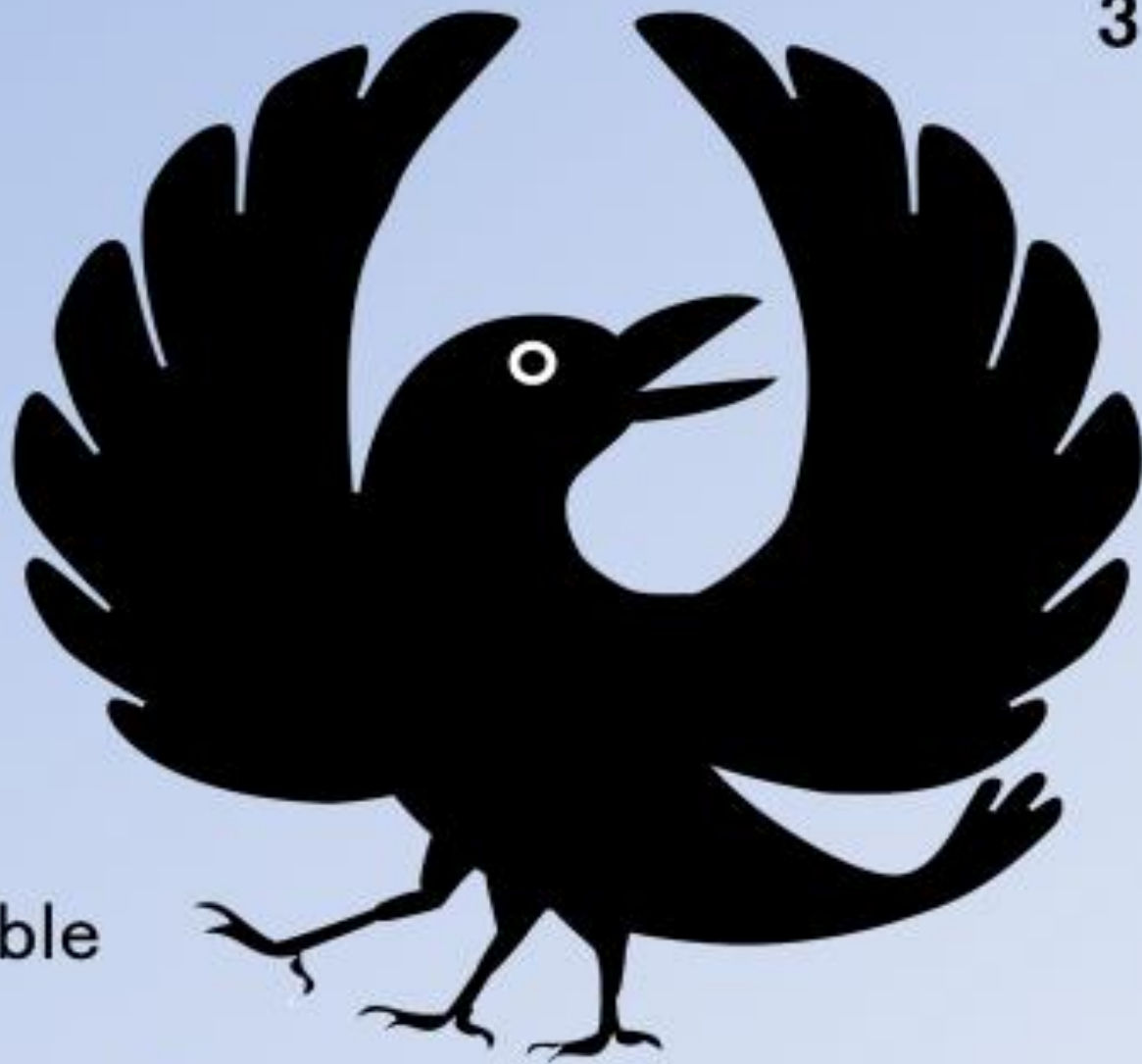


持続可能で質の高い観光地「田辺市」！
High Quality, Sustainable Tourism Destination



3つのR

3 Rs



Responsible

Respect

Reality

公益社団法人



海外誘客部 原田佳和

--- 自己紹介 ---

■ 原田佳和 (はらだ よしかず)

- ・1989年 『近畿日本ツーリスト株式会社』入社
神戸、大阪、京都、の各地域の支店で勤務
法人団体、文化団体、学校団体などを担当
2013年・14年 京都橘大学にて非常勤講師
- ・2019年 『堺観光コンベンション協会』(プロモーション部)
- ・2020年 『びわこビジターズビューロー』(海外誘客部)



(公社) びわこビジターズビューロー



● 国内誘客部

国内誘客全般、コンベンション、教育旅行誘致

● 海外誘客部

海外誘客全般、FAMツアー実施、旅行博出展、動画配信

● 企画広報部

広報全般、メディア対応、キャンペーン推進

● 物産振興部

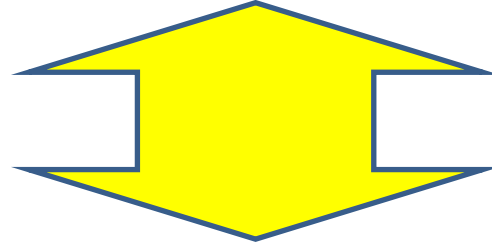
県産品PR、物産展開催、商談会実施

● 総務経理部



公益社団法人 **びわこビジターズビューロー**

旧名 ; **滋賀県観光連盟** (~2003年) **滋賀県全域**の目線



■ **滋賀県下 各市町の観光協会** (全28組織) ※各市町で完結

- ・びわこ大津観光協会
- ・坂本観光協会
- ・石山観光協会
- ・草津市観光物産協会
- ・守山市観光協会
- ・野洲町観光物産協会
- ・栗東市観光協会
- ・湖南市観光物産協会
- ・水口町観光協会
- ・信楽町観光協会
- ・甲賀市観光協会
- ・甲賀町観光協会
- ・近江八幡観光物産協会
- ・東近江観光協会
- ・日野観光協会
- ・竜王町観光協会
- ・安土町観光協会
- ・彦根観光協会
- ・愛知川町観光協会
- ・多賀町観光協会
- ・湖北観光連盟
- ・長浜観光協会
- ・余呉町観光協会
- ・米原観光協会
- ・びわこ高島観光協会
- ・志賀町観光協会
- ・膳所町観光協会
- ・近江ツーリズムボード

■ 滋賀県DMOとしての課題

- ・ 湖南 > 湖北 の構図
- ・ 市町の観光組織がバラバラ
- ・ インバウンド誘致の熱量が違いすぎる
- ・ ほとんどが日帰り、宿泊者数が増えない



■ 滋賀県DMOがこれからやろうとしていること

- 県下市町の横のつながり作り
- 湖北の観光コンテンツの醸成
- 市町の観光企画との連携
- 観光客の質的回復



■ 滋賀県DMOとしての取り組み戦略

- 観光人材育成等地域支援事業
- 滋賀の観光見える化データ活用事業
- インバウンド実務者交流会議
- 滋賀全域キャンペーンの実施
- SNSを活用したプロモーション



■ 滋賀のブランド力とその向上について

- 自然環境、文化遺産を再認識
- ニューツーリズム、アドベンチャーツーリズム
- 『滋賀』ではなく『BIWAKO』
- 『近江牛』のネームバリュー
- 関西空港から直接滋賀へ！
- 衛生面アピールが最重要課題





ありがとうございました！

和歌山県の取り組み

APIRシンポジウム「インバウンド先進地域としての関西」



2021.3.4

和歌山県 観光局 観光交流課 海外誘客班長 山田 啓之

和歌山県のインバウンド誘客の現状（～2019年）

和歌山県における外国人宿泊者数

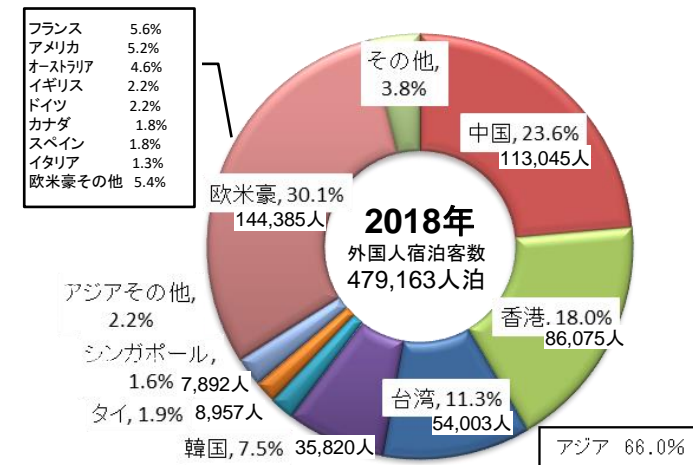
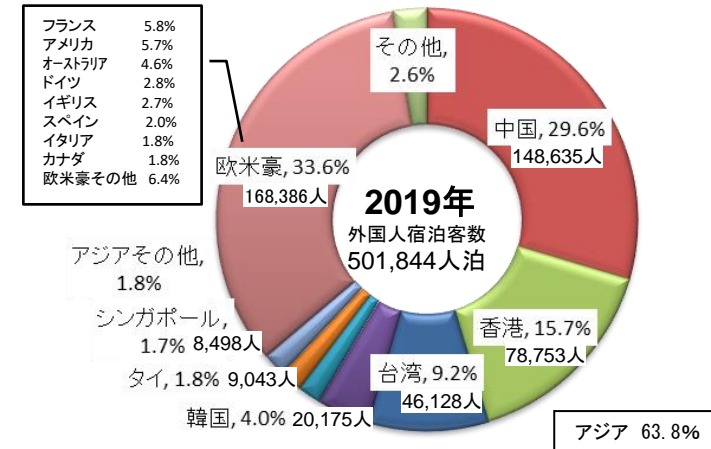
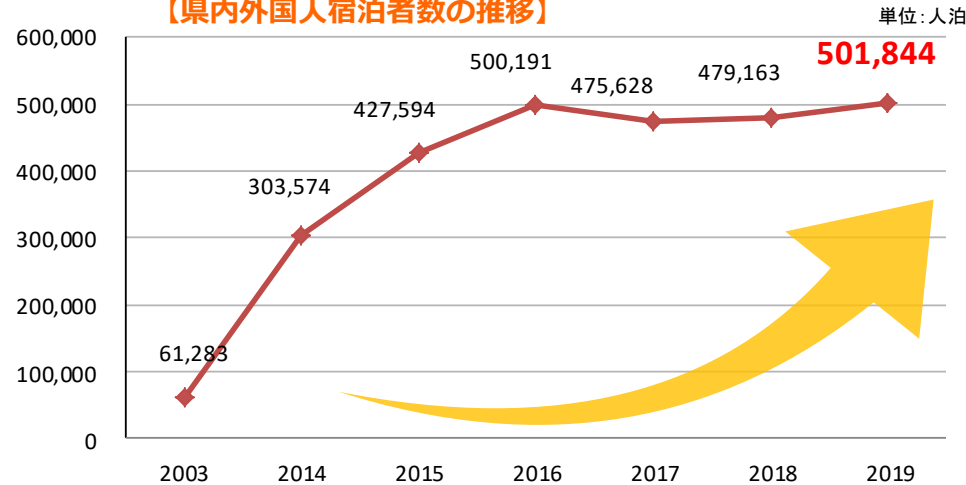
2019年外国人宿泊者数 “前年比4.7%増の約50万2千人”

2019年の本県への外国人宿泊者数は、501,844人泊を記録し、過去最高の宿泊者数となった。

前年比31.5%増と過去最高を記録した中国市場が約3割までシェアを拡大、また、前年比16.6%増と堅調に増加した欧米豪市場も、3分の1以上までシェアを拡大した。

市町村別では世界遺産エリアの高野町、田辺市、新宮市、そして白浜町などで過去最高を記録した。

【県内外国人宿泊者数の推移】



世界26か国・地域をターゲットにプロモーション展開

	東アジア	東南アジア・インド・中東	欧米豪
重点市場	中国 ★ 香港 ★ 台湾 ★ 韓国 ★	タイ ★ シンガポール インドネシア ★	フランス 米国 オーストラリア ドイツ 英国 スペイン
戦略市場		マレーシア ベトナム フィリピン インド トルコ ドバイ	イタリア ロシア ニュージーランド カナダ メキシコ ブラジル アルゼンチン

和歌山県のインバウンド誘客の取り組み

国際旅行博覧会・商談会への出展

★海外で開催される国際旅行博覧会や商談会等に
出展し、和歌山県の観光情報を発信



海外旅行会社の視察支援

★海外の旅行会社による商品造成を目的とした
県内観光地・観光施設の視察を支援



海外旅行会社・メディアへのセールスコール

★海外の旅行会社やメディアを訪問し、和歌山県の
観光情報を発信



海外メディアの取材支援

★海外TV番組、旅行雑誌、インフルエンサーなど
による県内観光地・観光施設の取材を支援



アジアの主要6市場に観光プロモーターを設置

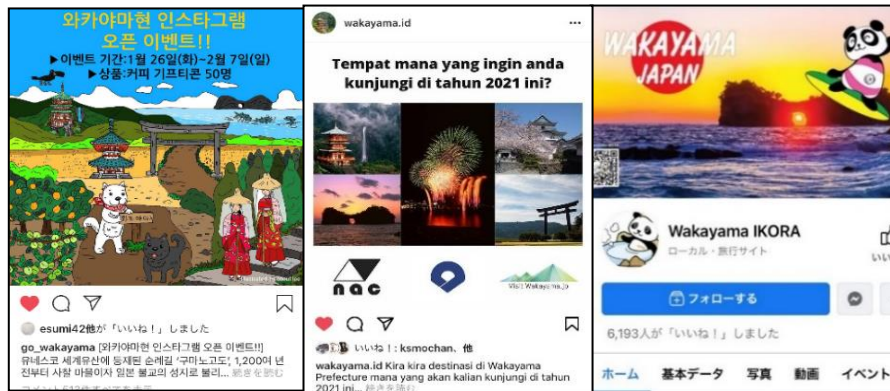
現地旅行社・メディアへのセールス



現地旅行博覧会などへの出展



SNSを通じた現地語での観光情報発信



現地旅行社向け観光セミナーの開催



メディア・インフルエンサーを活用した情報発信

海外の大手メディアを活用したキャンペーン



メディア、インフルエンサーの招聘

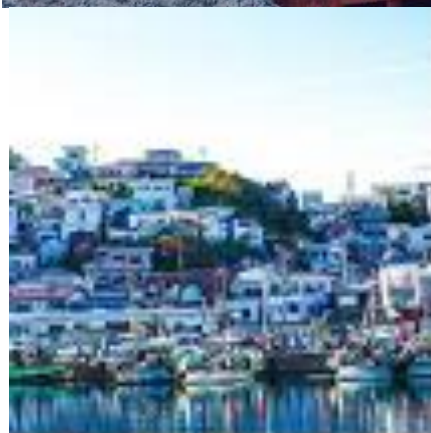


在日外国人ライター招聘



在日中国人インフルエンサー招聘

「VISIT WAKAYAMA」 公式多言語ウェブサイト（9言語）・SNS（英語）



Not to Be Missed



ロンリープラネット『Best in Travel 2021』

サステナビリティ部門に読者投票により 世界で唯一「和歌山」が選出

(2021年1月公表)

紹介内容

「豊かな自然を管理・保全し、地域と観光資源とが持続可能な形態で維持されている」

- ・滝、海岸線、森林などの和歌山県全域に広がる豊かな自然美
- ・温泉や熊野古道ハイキングをはじめとするアウトドア体験
- ・農業プログラムや自家菜園で収穫された食材を使った食事
- ・高野山での精進料理や瞑想体験
- ・串本や白浜のサンゴ礁でのダイビング



Follow ancient trails through Wakayama's primeval forests
©Sean Pavone / Shutterstock



Tourism in Wakayama is managed sustainably
©Sean Pavone / Shutterstock



The monks at Koyasan in Wakayama make use of the world as it is
©Neale Cousland / Shutterstock

《参考》過去の選出実績

- 「ULTIMATE TRAVEL LIST」世界の訪れるべき観光地トップ500（2020年12月）
第83位『熊野古道』 113位『高野山』
- 「Best in Travel 2018」世界の訪れるべき10の地域（2017年10月）
第5位『紀伊半島』

*Lonely Planet (ロンリープラネット)

豪州メルボルン、米国オークランド、英国ロンドンに事務所を持つ旅行ガイドブック出版社。英語での旅行ガイドブックでは約25%のシェアを占め、世界一。ウェブサイトの利用者は月間PV: 4,000万、月間UU: 1,400万を誇る。

Search Lonely Planet | lonely planet | Destinations | Video | Stories | Bookings | Shop | Sign in

BEST IN TRAVEL 2021

SUPPORTED BY KAYAK

Best in Travel 2021: the winners of the Readers' Choice Awards

DANIEL FAHEY *Lonely Planet Writer* 4 DAYS AGO

SUPPORTED BY KAYAK

Toronto, Wakayama and Istria destinations selected by Lonely Planet readers in the annual Best in Travel campaign © Getty Images

○広域周遊観光促進のための観光地域支援事業

訪日外国人旅行者及び日本人国内旅行者の「新たな旅のスタイル」に対応するため、観光地域づくり法人（DMO）が中心となり、地域が一体となっていく、調査・戦略策定、滞在コンテンツの充実、受入環境整備、旅行商品流通環境整備、情報発信といった取組に対して総合的な支援を行う。

○観光地域づくり法人（DMO）の改革

全国各地で世界的な競争力を有する魅力ある観光地域づくりを促進するため、全国の優良な観光地域づくり法人の体制を強化する。

○観光地域づくり法人による宿泊施設等と連携したデータ 収集・分析事業

観光地域づくり法人（DMO）が地域内の宿泊施設、観光施設等における観光客のデータを集積し、観光地域づくりのための戦略策定につながる分析を行うプラットフォームの利便性を向上させるとともに、顧客へのダイレクトマーケティングを実現できるCRM（顧客関係管理）機能を拡充し、旅行消費の増大・リピーター確保を図る。

○DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進による 観光サービスの変革と観光需要の創出

消費機会の拡大や消費単価の向上を目指し、これまでの態様に捉われない新たな観光コンテンツ・価値を生み出すのに必要なデジタル技術を開発し、観光サービスの変革と新たな観光需要の創出を実現。

オンライン観光の普及によるリアルな観光への期待に対応し、近い将来訪れるSociety5.0時代に向けてDX(デジタルトランスフォーメーション)※を推進。

※DXとは、デジタル技術及びデータを活用して、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、組織の文化・風土や業務を変革することにより、競争上の優位性を確立すること。

○地域内の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進事業

地域に残る縦割りを打破し、観光地の整備を進める体制を強化するため、観光事業者や観光地域づくり法人（DMO）と、交通事業、漁業、農業、地場産業などの多様な関係者が連携し、地域に眠る観光資源を磨き上げる取組を支援することで、観光需要の回復・地域経済の活性化につなげる。

詳細は・・・

➤ 観光地域づくりに対する支援メニュー集

https://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000131.html

(観光庁WEBサイト)

をご覧ください。