

ATコンテンツ磨き上げについて



A background image showing two people wearing helmets and life jackets in a yellow inflatable raft on a river with white water rapids. The text is overlaid on this image.

ATコンテンツ磨き上げのプロセス

ATコンテンツ磨き上げのプロセス

英語対応が可能で、ATコンテンツとしてのプログラムの磨き上げに前向きなガイドカンパニーを抽出



抽出したガイドカンパニーが現在提供しているプログラムの実施状況を把握



ATについての相互理解を深め、ATコンテンツとしての基準をクリアできるよう、プログラムの磨き上げ及び造成を実施



既にATコンテンツの基準に合致しているプログラム及び新規造成を含め、計46社、212件のATコンテンツを抽出



ATコンテンツ磨き上げにあたっての基準



ATコンテンツ磨き上げにあたっての基準

要素	項目
情報提供	①MIC（Minimum Information for Customers）の整備
	②免責事項（Disclaimer）の説明
ファーストエイド	③ファーストエイドスキル・知識
	④ファーストエイド装備
ギア・インフラ	⑤ギア・ウェア・設備
英語での案内	⑥安全面の説明
	⑦必要事項の説明
	⑧自然や歴史、見所等の説明
ガイディングスキル コンテンツの組み立て	⑨ストーリー性
	⑩インタラクション
	⑪付加価値要素の統合
ATコンテンツ体験評価	⑫インフラの適切さ
	⑬楽しみの品質
	⑭保護の品質
	⑮ユニークネス
	⑯本物らしさ
	⑰地域への経済貢献
	⑱準備完了度



①MIC(Minimum Information for Customers)の整備

○求められること

全体の行程と内容、必要な携行品や装備、期待できる体験、体験上の注意点、事前に取得すべき顧客情報（年齢や身長等）、保険加入の有無（顧客側での加入要否）等に関する情報が英語で整備されているかどうか。

○なぜ必要なのか

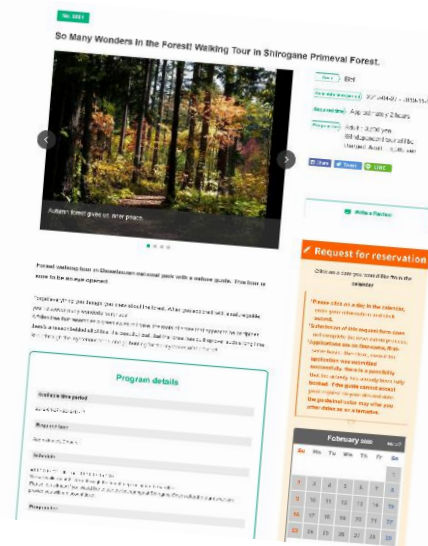
海外の顧客やツアーオペレーターがツアー/コンテンツの内容を把握できるようになる。また、コンテンツ提供前に参加者へ必要事項を説明する際の資料ともなる。

◆取組み事例

日本語のみでの案内、もしくは案内がなかったものを、自社サイトの英語ページや販売サイトへ掲載

販売ページなし

英語での案内なし



②免責事項（Disclaimer）の説明

○求められること

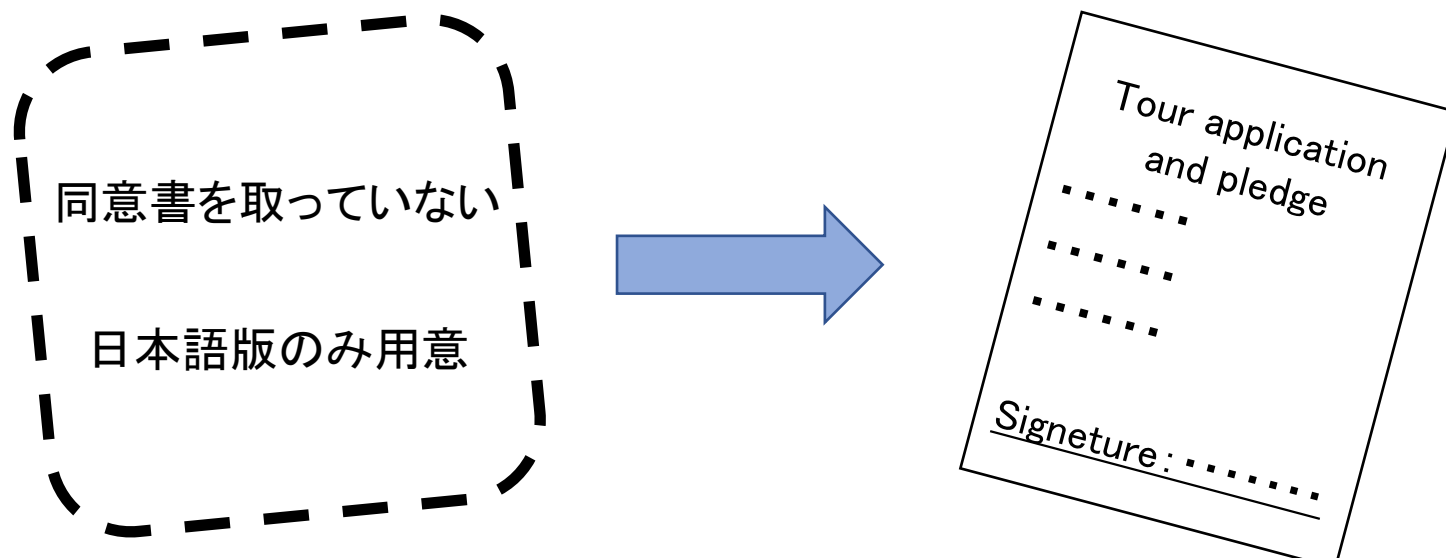
免責事項は十分な内容で、英語により書面で整備されているかどうか。また、参加者に英語で説明し、同意のサインをもらうオペレーションがきちんと行えているかどうか。

○なぜ必要なのか

参加者に対して免責事項を説明し、同意を得ることで、参加者や送客元のツアーオペレーターとの訴訟等を回避するため。

◆取組み事例

日本語のみでの案内、もしくは同意書自体がなかったものを、新たに英語版で作成



③ファーストエイドスキル・知識

○求められること

万が一の事故などにより、参加者が怪我や病気を発症した場合、応急処置に関するスキル、知識などが十分にあるかどうか。

関連するアクティビティに特化した資格等がある場合には、それらの取得をしていることが望ましい。

○なぜ必要なのか

緊急事態が発生した際のレスキュー対応、あるいは、参加者が怪我や病気を発症した場合、救急隊や医師が到着するまでに適切な処置を行う必要があるため。また、掲示しておくことで、参加者の安心感に繋がる。

◆取組み事例

以前は取得していたが、失効している場合など、資格が有効かどうかを確認

◆関連する資格・講習の一例

- ・ 上級救命講習（各地域の消防署など）
- ・ MEDIC First Aid（MFA JAPAN）
- ・ Wilderness First Aid（Wilderness Medical Associates Japan）
- ・ 北海道アウトドアガイド資格（北海道体験観光推進協議会）
- ・ 日本山岳ガイド協会資格
- ・ R E S C U E 3（民間トレーニング会社）の資格

その他、コンテンツ毎の国内外の各種団体が発行している資格



④ファーストエイド装備

○求められること

万が一の事故などにより、参加者が怪我や病気を発症した場合、応急処置に必要な医療用品や医薬品等が携行されているかどうか。また、それが充実しているかどうか。

○なぜ必要なのか

緊急事態が発生した際に、現場のガイド及び組織としてスムーズに適切な対応をとるため。

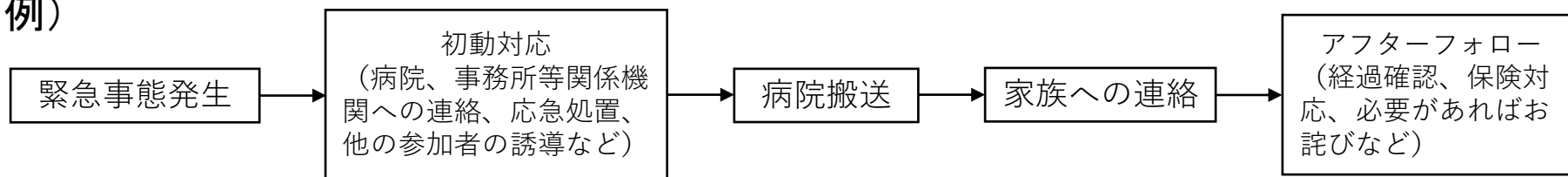
◆ファーストエイドキットの整備

コンテンツの催行中に予想される事故、怪我に対して適切な医療用品が揃っているか、また、それが常に使用可能な状態にあるかの確認がなされているか

◆緊急時フローチャートの設計

緊急事態発生時の対応及び必要な連絡先（医療機関、警察等）が組織として整備・共有されているか。

(例)



⑤ギア・ウェア・設備

○求められること

アクティビティ等の体験にあたって、参加者側で用意するのが困難な専門的な設備・ギアやウェア等の貸し出しの用意があり、外国人の利用に対応できる豊富なサイズが用意されているかどうか。また、そのギア等の品質や状態は良いか。

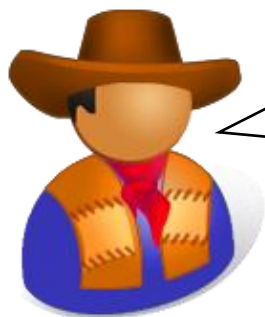
○なぜ必要なのか

コンテンツを安全に催行するため。また、品揃えを拡充することで、これまで参加出来なかった顧客が参加出来るようになる。

◆取組み事例

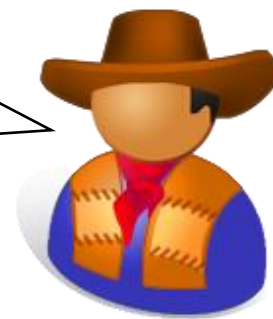
カヌーや自転車などの使用ギアを適切に点検整備、ライフジャケットやドライスーツなどレンタルウェアのサイズの充実。

◆実際のガイドの声



グループの中で1名だけ、腰回りが通らず、ドライスーツが着用できなかった。結果、グループ全員がアクティビティをキャンセル。

30cm超のリバーシューズの用意がなく、自前の靴で参加してもらった結果、滑って事故になりかけた。



⑥安全面の説明

○求められること

怪我等の事故につながる恐れがある重要な注意事項等について、何らかの方法により英語での説明がされているかどうか。また、参加者が正しく理解できていることを確認しているかどうか。

○なぜ必要なのか

事前に、又は適宜、必要事項を説明することでコンテンツを安全且つスムーズに催行することができる。どのような危険・リスクがあるのかを事前に伝えることによって、参加者の不安を低減させるとともに、安全に関する自発的な協力が得られやすくなる。

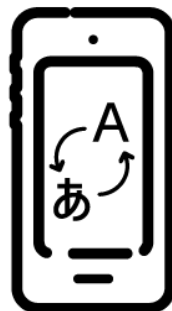
◆取組み事例

外国人用のツールの作成や、英語対応が可能なスタッフを通訳として配置し、オペレーションを行う。

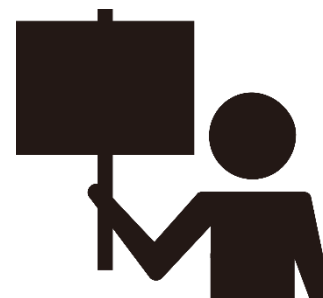
◆外国人対応ツール（例）



オリジナル動画の作成



アプリや翻訳機器の使用



写真や英文を使った説明資料を作成



⑦必要事項の説明

○求められること

行程に関する最低限の説明（概ねの体験内容やその所要時間、トイレの有無や次のトイレまでの時間など）を、何らかの方法により英語での説明ができているかどうか。

○なぜ必要なのか

事前に、あるいは適宜、必要事項を説明することでスムーズな催行が可能となる。また、参加者も事前に把握できることで、自身でコントロールが出来るようになり、顧客満足度も上がる。

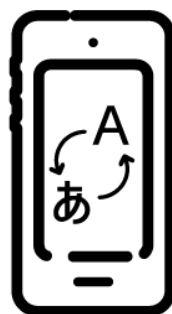
◆取組み事例

外国人用のツールの作成や、英語対応が可能なスタッフを通訳として配置し、オペレーションを行う。

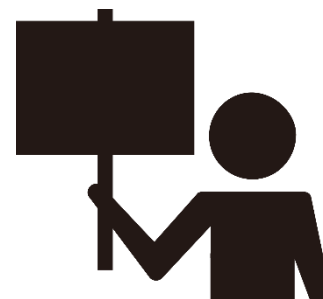
◆外国人対応ツール（例）



安全面の説明と合わせた
オリジナル動画の作成



アプリや翻訳機器の使用



写真や英文を使った説明資料を作成



⑧自然や歴史、見所等の説明

○求められること

参加者の体験価値を高めるために、その土地の自然の成り立ちや動植物の特性、文化や歴史の背景など、その体験の見所や希少性を英語で説明できているかどうか。

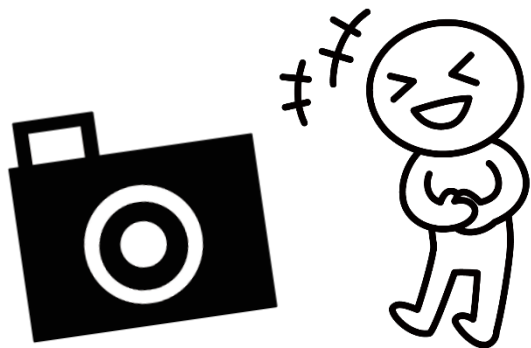
○なぜ必要なのか

地域の背景や、コンテンツの希少性などの情報提供を行うことによって、AT顧客の体験価値が高まる。

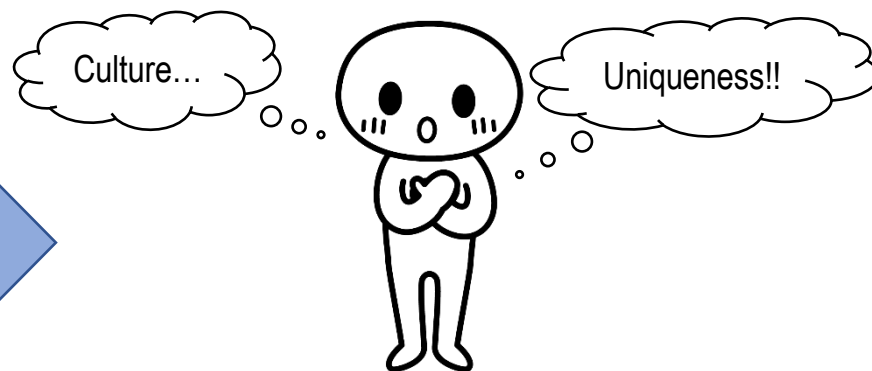
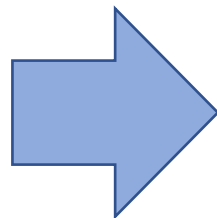
全てを話さず参加者をよく観察した上で、参加者が聞いたような情報のみを提供することが重要。

◆取組み事例

現在主流のアジア系顧客や日本人顧客とは違う、AT顧客の嗜好に合わせたオペレーションを実施。



- ・単なる観光スポットの紹介
- ・SNSで好感を得られる写真撮影スポットの紹介
- ・おいしい、楽しい、と感じてもらえるだけの説明



知的好奇心や体験内容に深みを持たせる説明



⑨ストーリー性

○求められること

どのようなコンテンツ/ツアーなのか一貫したコンセプトを設定し、ストーリー性をもった展開で組み立てられているかどうか。また、そういったことを意識したガイディングができているかどうか。

○なぜ必要なのか

コンテンツ/ツアーが単調ではなく、ストーリー性を持った展開で組み立てられていることにより、AT顧客の体験価値が高まる。また、コンセプトに一貫性があることも重要。

◆取組み事例

トレッキングの導入としてビジターセンターの見学を取り入れたり、終了後に温泉入浴の時間をとるなど、ハイライトとなるメインの体験以外の構成にもこだわったプログラムを作成

これからトレッキングする火山の成り立ちや特徴などの情報を提供



①プロローグ(序章)

実際に現地を見ながら特徴などを説明



②展開部

活火山であることを火口を見ながら実感



③ピーク部

火山の恩恵である温泉を楽しむ



④エピローグ(終章)



⑩ インタラクション（双方向の交流）

○求められること

顧客にコンテンツ等を受動的に「見せる」だけでなく、その土地の自然や文化、そして人とのインタラクションが仕掛けられているかどうか。また、一方的に説明を続けるガイディングではなく、顧客との対話を楽しむようなガイディングになっているかどうか。

○なぜ必要なのか

ただ、見て説明を受けるだけではなく、触れる、食べる、会話する、考えるといった能動的な体験により、AT顧客の体験価値が高まる。

◆取組み事例

- ・ ラフティングツアーの途中で上陸し、泳いでみたり、水切りをしたりなどの遊び要素を取り入れ、水の冷たさや抵抗を感じられるよう組み立てている
- ・ サイクリングの途中で工房などに立ち寄り、地元の方と参加者のコミュニケーション機会を創出している
- ・ 三日月湖の位置から元々の川の形を参加者に想像させるようにうまく促している



⑪付加価値要素の統合

○求められること

メインコンテンツだけで完結するのではなく、例えば、体験の中にその土地らしい軽食や飲み物、お酒等が楽しめるような工夫がなされているかどうか。食事の他には、楽器演奏やアート体験など、その土地ならではの文化などが感じられる体験要素を統合しているかどうか。

○なぜ必要なのか

付加価値となる要素を取り入れることにより、AT顧客の体験価値を高めるとともに、メインコンテンツのみの催行と比べ、価格を引き上げることができる。また、要素によっては、地域経済への貢献が期待できる。

◆取組み事例

- ・ 農道サイクリングの途中で、地元の農家さんが登場し、参加者とのコミュニケーション。その後、カフェに立ち寄り、コーヒーと地元産野菜を使ったスイーツで休憩
- ・ 葡萄畑でのトレッキング後に、地元レストランで地産地消ディナー＆ワインを堪能

※アクティビティに特化して楽しむプログラムなど、付加価値要素を取り入れ難い場合もあり



⑫ インフラの適切さ

○求められること

スポットの雰囲気や参加者のニーズに合致した設備が適切に整えられているかどうか。または、選ばれているかどうか。

◆考え方

- ・ 特別高品質ではないが、トイレや脱衣場が整備された拠点がある
- ・ サイクリングコースの途中にあるトイレ位置を全て把握しており、適切な案内をしている
- ・ アウトドアの拠点らしい雰囲気づくりで、高揚感を高めている
- ・ 博物館が併設されており、体験の待ち時間も顧客を飽きさせない

※高品質である必要はなく、その場所や体験内容にあったものが整備されているかどうか重要



⑬楽しみの品質

○求められること

参加者にとって「楽しい」と感じられるものであるかどうか。

◆考え方

- ・ 撮影に適したスポットを休憩場所として設定していたが、AT旅行者向けに地域の背景に沿った小ネタスポットを休憩場所とし、ガイドングを行う
- ・ 建物などを見ながら、開拓時の歴史などに触れることでAT旅行者にも満足してもらえる内容とする
- ・ 認定されたガイドの同行時のみ立ち入り可能なため、特別感がある
- ・ ガイドのコミュニケーションスキルが非常に高く、旅行者を楽しませることが出来る
- ・ 地域の人や物の紹介を加え、より多くの住民との接触機会を演出することによりAT旅行者にとって楽しみが広がった

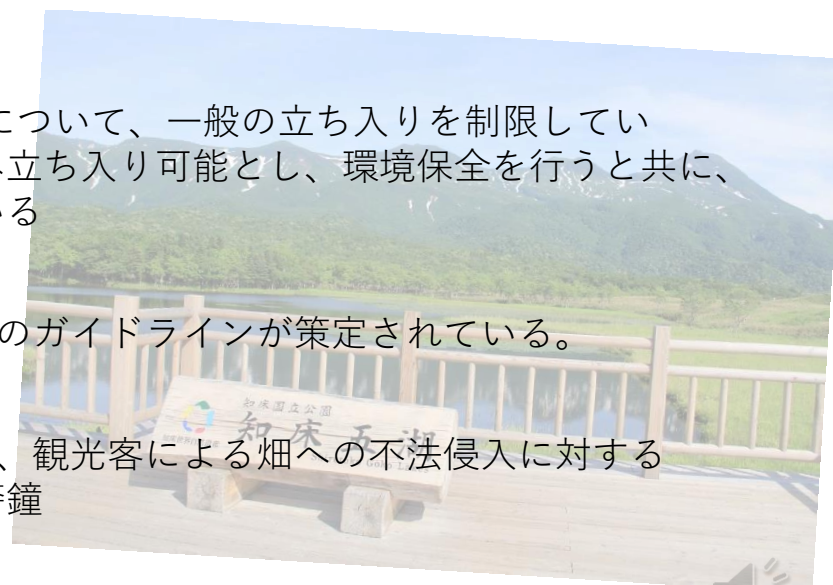
⑭保護の品質

○求められること

そのコンテンツ／ツアーは、自然・文化等に対する負荷を最低限に抑えるよう配慮がされているかどうか。また、そのスポットはありのままの状態で保存されているかどうか。

◆考え方（事例）

- ・ 前田一步園財団
…財団が所有し、保全・管理を行っている阿寒湖周辺の森林について、一般の立ち入りを制限しているが、財団が認定した「一步園森の案内人」の同行時のみ立ち入り可能とし、環境保全を行うと共に、より楽しく安全に森林での活動ができるよう取り組んでいる
- ・ 知床エコツーリズムガイドライン
…自然保護のためと、満足度の高いエコツアーの実施のためのガイドラインが策定されている。
- ・ 美瑛
…特別に許可を得て立ち入りできるツアーであることを伝え、観光客による畑への不法侵入に対する啓蒙活動の役割も兼ねている…オーバーツーリズムへの警鐘



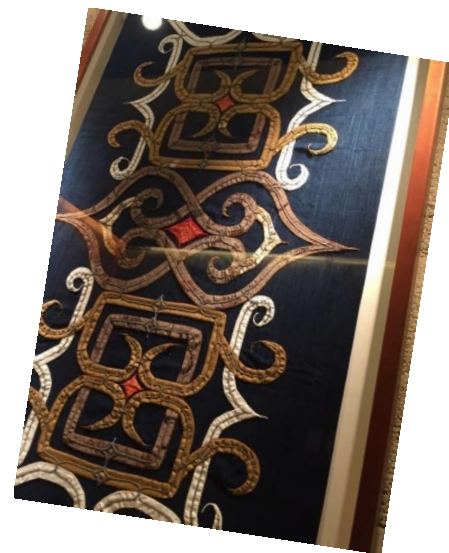
⑮ユニークネス

○求められること

その地ならではのユニークな体験であるかどうか。

◆考え方

- ・ 地形や自然の成り立ちについての説明ができ、その地域ならではの景観や生態系を見ながら楽しむことができる
- ・ 自然や身体的活動に加えて、アイヌ文化や住民との交流を組み込むことによって、当地ならではの体験として組み立てている
- ・ 地元愛に溢れ、地域に対する深い知見と人的ネットワークを生かした登場人物の多いプログラムを作り上げている



⑬本物らしさ

○求められること

人工的なものではなく、オリジナルなもの、自然なもの、人の手による加工等がなされていないものであるかどうか。

◆考え方（事例）

- ・ 護岸工事がされておらず、川岸に人工物が少ない川である
- ・ 徒歩での侵入が出来ない湿原内をカヌーで下る
- ・ 観光農園ではない本物の農家を訪ねる



⑪地域への経済貢献

○求められること

地域経済への貢献度が大きいかどうか。

◆考え方

- ・ 早朝からのツアーのため、当地での宿泊による経済貢献が期待できる
- ・ 地元レストランでの食事を組み込むことにより、消費機会を創出している
- ・ ガイド人材の雇用により、地域経済へ貢献している
- ・ 地域の子供教育、環境保護活動などによる積極的な地域貢献を行っている



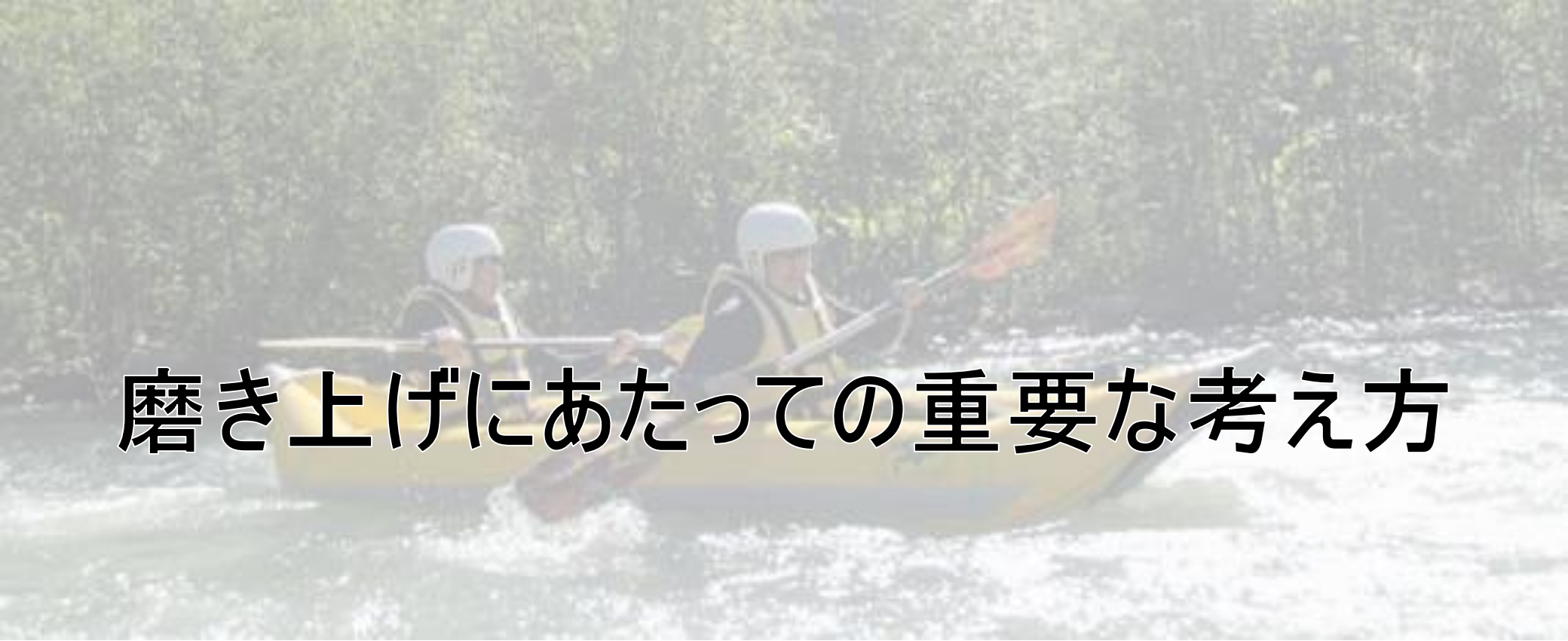
⑱準備完了度

○求められること

商品としてすぐに顧客が楽しめる状態になっているかどうか。

**これまで上げた基準が整理・整備されており、
販売が出来る状態になっているかどうか**



A photograph of two people in a yellow inflatable raft on a river. They are wearing helmets and life jackets, and holding paddles. The water is white with rapids, and there are green trees in the background. The image is faded to serve as a background for the text.

磨き上げにあたっての重要な考え方



ATTAが提唱する 5 つの体験価値

ATTAでは、AT旅行の要素としての自然、文化、アクティビティが含まれるという考え方の他に、AT旅行者の体験として、5つの体験価値を提唱している。これらの体験価値が高いコンテンツ/ツアーは、ATとして価値のあるものであると見なすことができる。

JTB総合研究所作成「ATコンテンツ作成時の指針」より

①Novel and Unique / いままでにないユニークな体験

②Transformation / 自己変革

③Wellness / 健康であること

④Challenge / 挑戦

⑤Impact / ローインパクト



①Novel and Unique / いままでにないユニークな体験

参加者がこれまでに味わったことがないと感じたり、ここでしか味わえないと感じるような体験を指している。ATを構成する要素が、自然、文化、アクティビティであることを考慮すると、自然、アクティビティは世界各国に共通のものであり、それ単体でユニークな体験を目指すことは一般に難しいとされる。

一方で、文化体験はその土地ならではのものが多いため、ローカルな文化に焦点を当て、それと自然やアクティビティを組合せていくことにより、他では味わえないユニークな体験を参加者に提供することができる可能性が高まると考えられる。



②Transformation / 自己変革

参加者がコンテンツでの体験や認識した自然や歴史、文化に関わるストーリーなどを通じて、自己の価値観が変化したり、これまでと世の中の見方が変化したり、あたらしいものの見方を得ることを指す。

自然が如何に雄大で、時間をかけて形成されたものであるかを知ったり、その土地の人が困難を克服してきた歴史や、自国等とは異なる宗教観やものの見方などを知ることなどを通じて「自己変革」は起こるものである。そのため、自己変革機会を提供するためには、ガイドがその地に関わる様々な要素を丁寧に紐解いて伝えてあげることが重要である。自然やアクティビティのみの知識ではなく、歴史・文化の知識に加え、異なるバックグラウンドをもつ人々と、感性や気持ちの深いところで共感ができるようなコミュニケーション能力が求められる。

③Wellness / 健康であること

コンテンツやツアーを通じて、心理的には心身ともに健康になった感覚を得ることができる感覚を指す。

身体的という観点では、例えば朝に自然の中でヨガ体験をすることが挙げられる。特に、日本でいえば温泉や岩盤浴なども健康的になった感覚が得られる体験といえると考えられる。同様に、心理的な観点では、情報に溢れた都会的な生活から脱するためにスマートフォンやPC等から距離を置いたり、静かに自然のなかで瞑想をするような時間を得るなど、様々な形が考えられる。

このような体験を高めていくためのアプローチとして、これらの体験に加えてその地に文化的に引き継がれている伝統的な健康食品や健康茶などをコンテンツに織り交ぜていくのも一つの方法であるといえる。

④Challenge / 挑戦

コンテンツおよびツアーの体験を通じて、参加者が心理的あるいは身体的な“挑戦”をしたと感知することがこの体験価値のポイントである。そういった“挑戦”が“自己変革”に通じるケースもあり、また達成感や成長といった体験・感覚も伴うものである。

心理的なものであれば、試してみたことがない食べ物を食べてみることであったり、初めてみるその土地の楽器に挑戦したり、その土地の言語で挨拶を試みたりといった些細なことも含まれる。

身体的なものであれば、これまで経験したことがあるものより長距離のトレイルや自転車コースを体験したり、やってみたことがなかったアクティビティをやってみることもシンプルな“挑戦”に該当する。挑戦して乗り越えることに醍醐味があるため、難易度の調整や挑戦の数の設定の調整を参加者のタイプやモチベーションを観察して調整するのもガイドの手腕が問われる部分となる。



⑤Impact / ローインパクト

ATにおいてはコンテンツやツアーでの体験を楽しむだけではなく、その楽しむ体験を通じて自然や文化に対してどの程度のインパクト（負の影響）があるのかについても参加者は非常に敏感である。

たとえば山岳トレッキングであれば、その山に年間何人が入山するのか、それにより野生動物や植生に変化や影響がでていないのかに注意を払う。そのため、ATガイドとしては旅行者に対して、なんらかの自然との関わりがあるコンテンツやツアーに案内する際には、インパクトが無いようにどのような注意が払われているか、このような参加者のコントロールを行っているのかを伝えることが望ましい。

また、これらは自然に限らず、文化面でも同じである。伝統民族などがいる場合に、かれらの文化を保護するために観光として関わりながらもどのような配慮ができるのかを考えながらツアーを組み立てる必要がある。



A photograph of two people in a yellow inflatable raft navigating a river with white water rapids. Both individuals are wearing white helmets and yellow life jackets. They are holding paddles and appear to be actively rowing. The background is filled with dense green foliage.

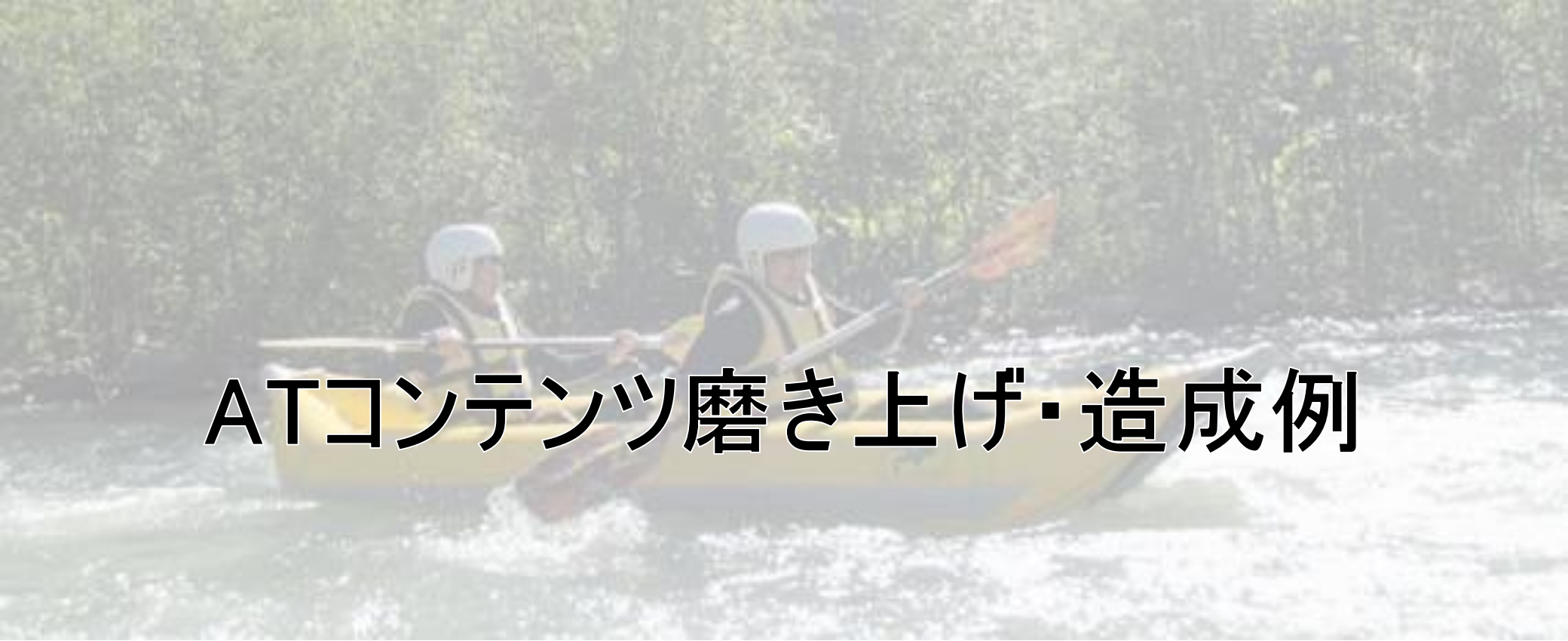
磨き上げの評価のレベル感



磨き上げの評価のレベル感

前ページまでに上げた各項目について、各コンテンツを5段階で評価し、磨き上げを実施した。

- ✓ 5 : AT顧客層が満足できる
- ✓ 4 : AT顧客層に十分に対応できる
- ✓ 3 : AT顧客層に最低限の対応ができる
- ✓ 2 : AT顧客層への対応が不十分
- ✓ 1 : 対応されていない

A photograph of two people in a yellow inflatable raft on a river. They are wearing white helmets and life jackets, and are using paddles. The background is a dense forest. The image is slightly faded to allow the text to be prominent.

ATコンテンツ磨き上げ・造成例

～ 登別温泉・泉源ウォッチング ～

磨き上げ

①序章 ②展開部 ③ピーク部 ④終章

提供：登別ゲートウェイセンター

①事務所にてガイダンス。



②③大湯沼や奥の湯を巡るウォーキング。火山、地熱、暮らしと環境やアイヌをテーマとし、顧客嗜好を見定めながらピーク部を設計していくガイドングを実施。



④大湯沼から溢れたお湯が流れる「お湯の川・大湯沼川」で天然足湯を堪能。

開催時期：3月～12月



磨き上げポイント

②免責事項（Disclaimer）の説明

1 → 4

未整備であったが、ツアー開始前に説明を実施、同意を得た上で、ツアー開始とするようオペレーションを変更した。

⑧自然や歴史、見所等の説明、⑨ストーリー性

3 → 5

手軽な観光ツアー的な内容であったものを、地域の背景であるアイヌ・火山・地熱・暮らしと環境をテーマとした内容へと変更した。

～ Sun rise Sun set cycle ride' Countryside Cycling tour ～

磨き上げ

①序章 ②展開部 ③ピーク部 ④終章

提供：ブナ北限の里ツーリズム

①ガイダンスの後、太平洋側、静狩の浜辺からサイクリングスタート。



②里山をゆっくりと走りながら、地域の成り立ちや産業を紹介、黒松内の町中でランチ。



③月越峠を下り、島牧の海辺に到着。



④夕日を眺めながら、地元レストランで海鮮ディナー。



開催時期：9月15日～10月31日



磨き上げポイント

①MIC(Minimum information for Customers)の整備

1 → 4

構想段階のため、未整備であったものを、項目を整理し、自社サイトへ英語で掲載した。

③楽しみの品質

4 → 5

施行時の反応などから、急坂部分は車両でのショートカットを予定していたが、よりアクティビティ要素の高い要望にも応えられるよう、通しでの行程とした。もちろん、体力によってショートカットも可能。

楓沢～樽前山外輪山トレッキング

造成

①序章 ②展開部 ③ピーク部 ④終章

提供：アルパインガイドノマド

①支笏湖ビジターセンターにて地域の背景をインプット。



②登山開始、噴火による地層や地形と苔の造形美を楽しみながら樽前山へ向かう。



③樽前山の溶岩ドームを眺めながら外輪山トレッキング。



④下山後、希望があれば支笏湖温泉にて入浴タイム。

開催時期：5月～10月末

ATコンテンツの基準を意識して造成。

序章（ビジターセンターでの導入）から展開、ピークへと繋げ、終章（温泉入浴）で完結するストーリーに加え、6月ならエゾイソツツジの群落、10月なら苔と紅葉など季節ごとの景観も楽しめる。

インタラクションや付加価値要素として、樽前山神社での解説＆お参りや、山中で地域のスイーツを楽しむティータイムを設けている。



日高山脈 ～ 沙流川の自然・歴史・生活文化を学び、 体感する特別なプログラム

造成

①序章 ②展開部 ③ピーク部 ④終章

提供：自然考房 Nature Designing

①昼食を取りながら、ツアーのオリエンテーションを実施。



②③2泊3日で自然体験を中心としたさまざまなコンテンツを実施し、地域を体感。



④最終日は昼食を取りながら、ツアーの振り返りを実施。

日高の自然体験、この地で暮らす素敵な人達との交流に焦点を当てたプライベートツアー。

様々な自然体験を通じて、地域の歴史・文化を学び、地元住民との交流や農作業体験、アイヌ文化の学習など、まるごと日高を体感できる、少人数で質の高い体験交流プログラム。

開催時期：5月1日～9月30日



A photograph of two people in a yellow inflatable raft navigating a river with white water rapids. Both individuals are wearing white helmets and yellow life jackets. They are holding paddles and appear to be actively rowing. The background is filled with lush green trees and foliage, suggesting a natural, outdoor setting. The image is slightly faded, serving as a background for the text.

コンテンツ提供事業者様からの声



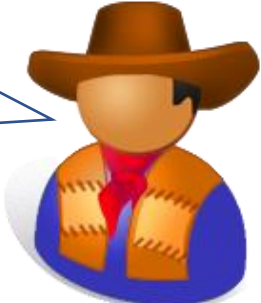
コンテンツ提供事業者様からの声



(ツアーを) やっていて楽しいのはこういうお客さん(AT顧客層)、来てくれるのであれば、積極的にやっていきたい！



欧米に限らなければ、日本人やアジアの方でもこういった嗜好のお客さんはたまにおり、実際に対応している。お客さんにより使い分けられるネタはたくさん持っているので、十分満足させることはできる。



ガイドの受け入れ態勢を整えても、地域への移動手段がないと観光客が訪れること自体が難しい。我々ガイドも頑張るが、地域でのコーディネートや公共交通などのインフラ整備も進めて欲しい。

課題

課題

- ◆ガイド人材の育成・確保と共に、英語対応人材の充実
- ◆ウェア等の装備や体験用ギアの充実
- ◆販売、プロモーション用素材の不足
- ◆コンテンツ実施地域への公共交通の拡充

まずは

スタートアップ支援が必要

更に

**一括で販売・プロモーションできる仕組みや
組み合わせて販売できる組織が必要**

