

1. 事業概要

1.1 目的

本事業は、訪日外国人旅行者の更なる消費拡大を図るため、観光庁・日本政府観光局による情報発信「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」等に対応した高付加価値な滞在コンテンツを、北海道運輸局と地方自治体、観光地域づくり法人（DMO）が連携し、創出するものである。

「大雪山国立公園」内にある上川町・層雲峡は、紅葉スポットでもある「高原沼」や北海道ガーデン街道の「大雪山のガーデン」、「遊びの森」、少量高品質の酒造りで人気の新進の酒蔵「上川大雪酒造」等の魅力ある資源を有している。

一方で、道央から道東への中継地点という役割から脱しきれず、平均宿泊数が1泊と滞在時間が短く、優れた景観を見せるだけの観光にとどまっており、観光振興施策が、消費拡大につながりにくい状況になっている。

そこで、当該地域ならではの魅力を、着地型プログラムとして商品化し、旅行開始前に来道者に訴求させることで、滞在日数を延ばし、更なる消費拡大を図ることを目的として、本事業を実施する。

1.2 業務概要

事業名：令和3年度「訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業」

大雪山国立公園 長期滞在促進のための着地型プログラム造成事業

事業対象：北海道 上川町・層雲峡

期間：令和3年6月23日（水）から令和4年1月31日（月）

商品造成のターゲット：オーストラリア、ヨーロッパ

活用する観光資源：A〔自然〕ヒグマ生息域、高原沼を活用したプログラム

B〔自然〕 森林や道産間伐材を活用したプログラム

C〔歴史〕 国道39号線の旧道を中心とした開拓の歴史と温泉発展の史跡や渓谷を活用したプログラム

D〔食〕 大雪山の水を生かした「酒」や地元産食材

高付加価値・地域ならではのコンテンツを造成するための方針
→造成を想定する着地型プログラムは、統一のコンセプト、ストーリー性を持って2泊3日以上
の行程で実施できるプログラム又は既存の商品に単独のプログラムとして追加することで2泊3日
以上の滞在をすることを促進できるものとする。

1.3 業務内容

事業内容を以下に示す。

① 地域資源に関する基礎調査

- 観光資源の洗い出し、とりまとめを行う。
- ターゲットへの訴求ポイントの調査、とりまとめを行う。
- 当該地域のコンセプト・ストーリーの素案を作成する。
- 造成する着地型プログラム及び販売戦略素案を作成する。

② 着地型プログラムの磨き上げ・造成及びコンセプト・ストーリー、販売戦略の検証・策定

以下の手法により、コンセプト・ストーリーを確立し、コンセプト・ストーリーに沿って着地型プログラムを磨き上げ、商品を造成し、販売戦略の検証・策定を行う。

- 関係者によるワークショップ、フィールドワーク（10回程度）
- 外国人または日本人の専門家の招請
- ガイドハンドブック制作（日本語、英語）

・アンケート調査

・ガイドの育成

・モニターツアーの実施

③ 着地型プログラムの販売

②で造成、商品化した着地型プログラムを、策定した販売戦略を元に販売体制を構築する。

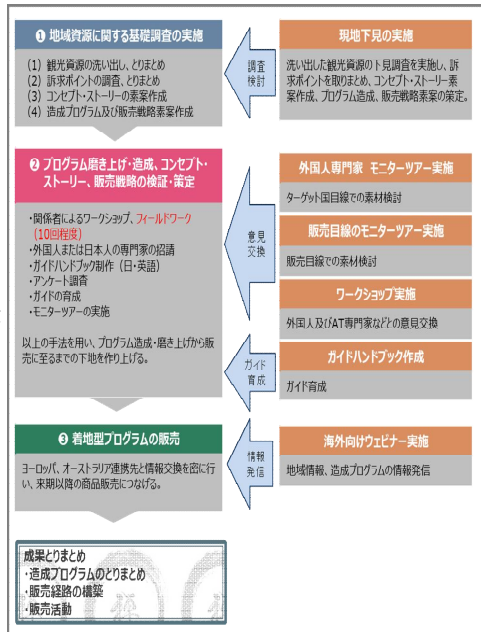


図1 フロー図

1.4 事業工程

本事業の工程を以下に示す。

表1 事業工程表

月	7月				8月				9月				10月				11月				12月				1月			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
(1) 観光資源の洗い出し、とりまとめ																												
(2) ターゲットへの訴求ポイントの調査、とりまとめ																												
(3) コンセプト・ストーリーの素案作成																												
(4) 着地型プログラム造成及び販売戦略素案作成																												
(5) 現地地下見調査（フィールドワーク）実施																												
・関係者によるワークショップ（3回実施）																												
・フィールドワーク実施																												
・外国人または日本人の専門家の招請																												
・ガイドハンドブック制作（日本語、英語）																												
・アンケート調査																												
・モニターツアーの実施																												
対象国向けWEBサイト実施																												
対象国連携先との打合せ																												
営業活動																												
営業レポート																												

1.5 体制図

本事業の体制図を以下に示す。

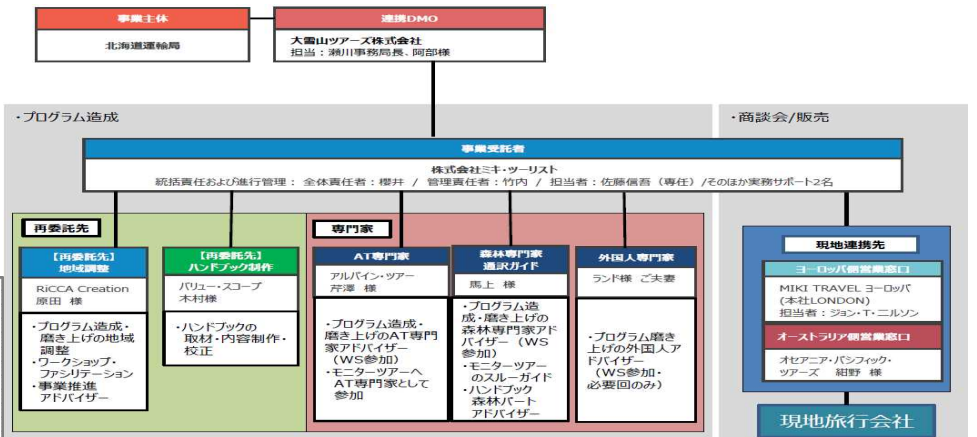


図2 体制図

1.6 コンテンツ造成にあたり協力を得た専門家

- 芹澤健一、アルパインツアーサービス株式会社 代表取締役、アドベンチャートラベル専門家
- 馬上千恵、M's English、森林専門家
- Kristian Lund、NISEKO MEDIA株式会社、外国人専門家（オーストラリア国籍）

1.7 費用

本事業にかかった経費を以下に示す。

表2 事業費用

項目	費目	単価	日数・式	数量	積算金額	備考
① 地域資源に関する基礎調査						
既存資源の調査・収集に関する経費	ツアー手配費用	1,928,300	1式	小計①	1,928,300	
② 着地型プログラムの磨き上げ・造成及びコンセプト・ストーリー、販売戦略の検証・策定						
ワークショップ開催	人件費	240,000	1式	小計②	240,000	
フィールドワーク・現地調査出張費用	ツアー手配費用	373,000	1式	小計③	373,000	
ガイドハンドブック制作	委託費	1,103,000	1式	小計④	1,103,000	
モニターツアー	ツアー手配費用	1,663,500	1式	小計⑤	1,663,500	
③ 着地型プログラムの販売						
オンライン商談会の実施	資料作成費用	730,000	1式	小計⑥	730,000	
④ コーディネーター費用	人件費	771,000	1式	小計⑦	771,000	
⑤ 事務運営費	人件費	893,818	1式	小計⑧	893,818	
					7,702,618	
				小計①～⑧の合計	7,702,618	
				消費税（10%）	770,262	
				総合計	8,472,880	

2.地域資源に関する基礎調査

<検討概要>

当該エリアにアドベンチャーツーリズムを訴求し、高付加価値の商品を訴求すべく、素材の基礎調査、訴求ポイントのとりまとめ、コンセプトストーリーの立案、プログラム造成、販売戦略立案のための調査を行った。

<得られた成果>

- 素材の洗い出しを行い、「ヒグマ」「森林」「食」「歴史」の単体プログラムの造成を行った。
- 各プログラムとも、なぜこの素材を訴求するのかを説明するガイドの育成を今後行っていく必要がある。
- 2泊3日のプログラム造成には、どの順番で組み込むのか、既存商品との組み合わせ方法などを検討し、全体で、地域のストーリーを明確にしていく点に検討の余地がある。

2.1 調査概要

造成すべきプログラムの選定、その訴求ポイント、コンセプトの明確化を目的とし、以下の調査を行った。

①現地地下見調査

素材の基礎調査・観光地域資源の洗い出しを行い、外国人向けに訴求できるプログラムを選定。

エリア	層雲峡エリア、旭岳エリア、高原沼エリア、愛山溪エリア
テーマ	観光施設（レストラン、宿泊、見学施設など）、観光資源（イベント、アクティビティ、観光エリアなど）、乗り物、その他（ガイド人材など）
調査項目	ウェブサイト、施設概要などを確認し、外国人向けに造成し得るプログラムを検討し、候補となる素材を対象に下見ツアーを実施した。 下見ツアー：7/5～2泊3日 / 上川町・層雲峡エリアで実施 下見項目：高原沼トレッキング、森林素材視察、歴史素材視察

②外国人モニターツアー

ターゲットへの訴求ポイントを検証。

調査方法	外国人モニターツアーの実施
モニター参加者	Cristian Lund氏/Chika氏（ご夫妻） オーストラリア国籍 / ニセコのフリー情報誌「Powderlife」編集長
モニター素材	①森林（森のガーデン、げんきの森 など） ③列車利用による歴史探訪 ④上川大雪酒造 ⑤大雪つりぼり ⑥層雲峡オートキャンプ場 ⑦アルパインリバーガイド ⑧黒岳ロープウェー など
モニター項目	①興味を持ったポイント ②利用価値、魅力を感じた点 ③滞在時間の長短 ④ガイドの説明内容（ストーリーを感じたか） ⑤改善提案 など

2.2 調査結果

調査を行った結果以下のことを把握することができた。

(1) 観光資源の洗い出しととりまとめ

観光箇所19か所、観光資源 6素材、乗り物 2件、その他2件
以上の素材を洗い出し、立地、施設概要、サイトURLなどの概要をまとめて、検討の素材とした。

①現地地下見調査で、プログラムに活用する観光資源の絞り込みを行い、外国人向けに訴求できるプログラムの選定を行った。

表3 選定したプログラムとプログラム造成の課題

「自然（森林）」テーマとしたプログラム造成	素材の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ・樹割、伐採、加工と様々なプログラムの可能性がある ・歴史を理解することで、トレンギの等のアクティビティを別の視点からの楽しみや、興味を持たせられる可能性がある ・「林業」というビジネスの側面もある。 ・上川町や森林組合（地元）が協力している ・北海道を代表する木があり、樹木の説明しやすい
げんきの森での森林体験&アカエゾマツ町有林での開伐体験	磨き上げのポイント 改善・課題	<ul style="list-style-type: none"> ・プログラムによっては終日の長さがあるため、他の素材との兼ね合いで、どのようなテーマを設定するか検討する必要がある。 ・車で森をめぐるのは、「連れていかれる」感が出てしまい、教育プログラムの色合いが強くなってしまふ ・サイクリングなどのアクティビティを組み込むことで、森をめぐる動機がになり、アクティビティの楽しさが加わり、手配し可能か？ ・森林をテーマとしたプログラムをもつとしてよいものではないか？ ⇒本格的な森林体験プログラムを造成し、「森林」単体でのプログラム造成も検討する。
「歴史」テーマとしたプログラム造成	素材の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ・林業が生産業であったエリアが現在の山岳リゾートに至るまでの開拓の途に個人街道があった歴史は興味深い。 ・大雪の雪みを受けながら発展し、現在は共生しているような街。その上川の街の特色を表すのこいつは歴史というは何かの形で加味していく必要があり、加味することによって、より参加した人へのこのエリアの愛着を持ってもらえるという、そういう要素になる。 ・温泉施設などを含めて今の地域の色となっているようなものを提供する上では、その背景に隠れた歴史みたいなものは、見逃さない。
開拓ストーリー体験	磨き上げのポイント 改善・課題	<ul style="list-style-type: none"> ・上越・中越駅通や北見町など参加者を運んでいくための、動機が必要 ⇒サイクリングの可能性を探る。もしくはローカル列車乗車による。 ・歴史素材をどのように組み込めば、外国人観光客に訴求し得るプログラムになるか？
「自然（ヒグマ）」テーマとしたプログラム造成	素材の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ・「ヒグマの生息域」をトレッキングすることで、野生動物との共存しながら自然を楽しむこの地域ならではのトレッキングを体験する。 ・「野生動物との共存」が災害からの復興は観光市場の顧客にとって、十分に興味の対象となるテーマ。 ・線路までの時間ルートが、大雪沼までの5時間ルートにするかは、ルートを選定できるように準備する ・高原山荘でのランチ、温泉体験をオプションとして設定可能
ヒグマ生息域へ入り、生態を理解する	磨き上げのポイント 改善・課題	<ul style="list-style-type: none"> ・トレッキング中もヒグマの跡が出るガイドを検討する。 ・森林の誕生や自然の話、高橋丸、台風の話などを盛り込んだら、もっこの地域が空気に感じられる。 ・参加者の手前基準を検討する ・農の奥の森の匂いとか木のざわめきなど五感を刺激しないようなガイドを検討する
「食」テーマとしたプログラム造成	素材の魅力	<ul style="list-style-type: none"> ・層雲峡オートキャンプ場…手ぶらでバーベキュー、雨天対応可能、地産野菜の提供可能
層雲峡オートキャンプ場でのBBQ	磨き上げのポイント 改善・課題	<ul style="list-style-type: none"> ・「層雲峡オートキャンプ場」以外で食をテーマとした体験素材はないか？（釣りの場など） ・大根のような地域の特産野菜、「よもぎもち」などの地域の銘菓、「上川大雪酒造」での試飲体験、甘酒づくりなど、地域に根ざした食材と体験要素を含めたコンテンツの造成が必要 ・現地の人との交流を演出する可能性を検討する

(2) ターゲットへの訴求ポイントの調査ととりまとめ

①現地見調査で選定したプログラムをもとに、②外国人モニターツアーを実施。

表4 外国人モニターツアー結果の概要

視察した素材	外国人専門家のご意見(要約)	今後のプログラム造成の方向性
層雲峡ビジターセンター	層雲峡の成り立ち、洞窟・洞門の影響など、この地域を理解する上で重要な話がある施設 館内滞在時間は、案内時間30分+自由時間30分くらいでちょうど良かった ハイクなどをやる前に導入してここに立ち寄るのが良い。	導入素材として利用可能。 導入素材として利用可能。他の素材とコンビネーションで、上川・層雲峡の心トグラフィック素材として利用する
げんきの森 アカエゾマツの森	ガーデンツアー、サイクリング、ハーブウォーター/エッセンシャルウォーターづくり、枝打ち体験などすべての体験ができて楽しかった。 「勉強」という要素が前面に出ないように、アクティビティを充実させた方がよい。 ファミリー向けのプログラムが欲しい。 ファミリーをターゲットとした場合、サイクリング時間・距離はもう少し短くした ガーデンは5〜10分で様々な花が見られるのが良い。 げんきの森の説明は、わざわざそこに行かなくても、ガーデン内でできると良い。	上川林業の歴史と同級丸台風の森林の推移は外国人の興味対象となりえるテーマ。 「お勉強」にならないようガイドの仕方や説明内容、アクティビティのバランスを考えて、プログラムを構成していく。 説明においても「ネイチャーゲーム」などを取り入れ、楽しく学べるようにする
大雪山場(釣ゆき)	大雪山の湧水を使った釣り場であることがポイント 釣った魚をその場で食べられるのが良い。湧水育成なので、魚も臭みがない。 釣りの良いところ(湧水、銀河サーモ)を外国人向けに案内があると良い。 釣った魚は購入することも案内があると良い。	素材としては、おもしろいが、すでに出来上がった商品のため、オプション素材としてキープしておく。
上川大雪山道	上川でしか販売されない銘酒があるのが良い 醸造工程が見れないのは残念(見学ツアーも造成する意味がない) 甘酒なども製造しており、お酒の飲み手にも楽しませよう お土産は、外国人にも好まれるような商品がいくつかあり、おもしろい。	作っているお酒自体は、外国人に紹介できる素材だが、醸造過程の見学ができないため、醸造見学の素材として利用するのは難しい。 上川を代表する「食」の素材であることは間違いないため、別の角度からこのお酒を紹介できないか検討していく。 今回のモニター結果を見る限り、「食」素材の提供場所としては利用が難しい。加えて、BBQは、オペレーション上もハードルが高い。
層雲峡オートキャンプ場	自然をあまり感じられない 外国人向けではない(一般観光客には用具が足りなく、キャンパーには自然の要素が少ない) BBQをする場所としては、なぜかここがいいと説明しにくい。	
黒岳 早朝雲海ツアー	どろがけという、登山に自信のない人向け。登山客には物足りない(頂上登山を選択する) ロープウェイで洞窟丸台風の経路ロープウェイ-崖の歴史を知ることができるのは興味深い	登山レベルに応じて紹介できる素材としてキープしておく。
上川〜白滝駅 銀河・流星の滝 層雲峡ビジターセンター	列車で森の中を走るのは快適だった。ただ、路線が旧国道39号線に沿っているのか不明だった。 列車内で聞いた、「四人街道」の歴史の話は大変興味深かった。 白滝到着後に何かアクティビティがないかと確認していた。 歴史の話は列車内でするか送迎車での説明が必要。 お弁当はおいしかったが、箸が吾人への配慮も検討の余地がある。	「四人街道」は外国人に紹介するテーマとなりえる。 ガイドする場所、説明内容を精査する必要がある 観光プログラムであることを考慮し、列車以外のアクティビティを検討する。 お弁当、軽食、食事なしなどリエーションを準備すると幅が広がる
高原沼 ヒグマ情報センター 大雪山高山荘	クマの生息域をトレッキングするのは、とても面白そう。 ガイドを付けるかどうかは、お客様のレベル、経験に合わせて検討すべき。 高原温泉なども清潔で好まれるような素材だった。	外国人向けテーマとしては一番可能性がある。 「ヒグマ情報センター」での説明、ガイドの説明など工夫の余地がある。 「温泉付」「昼食付」など幅を持たせる。加えてトレッキングルートも長短もお客様のレベルに合わせて設定できるように準備する必要がある。

表5 訴求ポイント

訴求ポイント	訴求ポイント
【プログラム候補①】 自然(森林)をテーマとするプログラム	①簡単な林業体験を通じて、層雲峡エリアの森・樹木・樹生を知り、森林が大半を占める層雲峡エリアを単なる登山のベースタウンではなく、豊かな森林・自然を持つエリアとして知ってもらえるきっかけとなるプログラム ②豊かな森林がもたらす恵みを「ハーブウォーター」「エッセンシャルウォーター」という形で体感し、その楽しさ、豊かさを知ることで、森とそれを守っていく取組の大切さを知ることができる。 ③サイクリングでこのエリアならではの森林を気温・色・匂い・地形とともに五感で感じることができる ④主産業でなくなった林業に取り組み、様々な恩恵をもたらす上川の森林を維持管理する人々の活動を知る。
【プログラム候補②】 歴史をテーマとするプログラム	①太古の火山活動で生まれた「柱状節理」等の景観、道史と道策の中継点としての上川・層雲峡エリアの開拓の歴史と大雪山系の雄大な自然の成り立ちとそこにあがる街の発展の歴史をコンパクト体系的に楽しむことができる。 ②登山・トレッキングなど体力を使うアクティビティが多いこのエリアをローカル列車に乗って、楽に見学することができる。 ③当エリアの大半を占める「森林」を列車に乗って、ゆっくり走り抜ける楽しさが味わえる
【プログラム候補③】 自然(ヒグマ)をテーマとするプログラム	①ヒグマのような大型動物が生息するエリアをトレッキングできるダイナミックなアクティビティ ②関係スタッフの巡視や管理によって実現可能なトレッキングルートを開発することで、このエリアならではの動物と人間(レジャー)の共存関係を知ることができる ③洞窟丸台風の爪痕の名残など、この地域の自然の歴史を知ることができる
【プログラム候補④】 食をテーマとするプログラム	「食」のプログラムに関しては、「上川大雪山道」「大雪山場」「層雲峡オートキャンプ場」などをこれまでの見学ツアー、外国人専門家招請ツアーを通じて見学してきた。その中でやはり、訪日客向けにストーリーを訴求できる素材としては、「上川大雪山道」を中心に訴求して行くべき点が見えてきた。ただ、この素材を訴求するためには「大雪山場」「層雲峡オートキャンプ場」の施設では、ストーリーを提示するのが難しい。そのため、今回の結果を経て、改めて「フタツツロ・ディ・ミニ」の協力を得て、地元食材のおつまみと日本酒の試飲で新たなプログラムの造成ができないか検討することとなった。 訴求ポイントとしては、以下のような点を想定した。 ①昨今海外でも人気の高い日本酒。日本全国で評価の高い「上川大雪山道」の地域でしか飲めない銘酒を試飲できる ②ミシュランシェフが目利きした食材を使った夕飯を楽しむ ③酒造で「水」と「酒」、口ごとの意味を知ること、酒造のこだわり、自然の恵みの豊かさを体感できる

2.3 調査結果の反映

- (3) コンセプト・ストーリー素案作成
(4) 着地型プログラム及び販売戦略素案の作成

検討方法	①外国人モニターアンケート結果検証 ②ワークショップの実施
対象市場	①オーストラリア ②ヨーロッパ ソフトATを志向する顧客層
造成プログラム	①高原沼トレッキング ②森林プログラム(サイクリング利用) ③開拓のストーリー(歴史) ④日本酒飲み比べと旬野菜のタパス

表6 造成プログラム素案

造成プログラム	内容
①森林 (ライトプログラム) 枝打ち&エッセンシャルウォーター作り	行程 大雪山のガーデンへげんきの森・アカエゾマツの森〜大雪山のガーデン コンセプト・ストーリー 北海道の樹生を知ると、黒岳ロープウェイからの景色が洞窟丸台風の影響を強く受けていることが分かる。同じように台風の影響を受けて林業の町として栄えた上川町は、現在林業に代わって観光業がメイン産業となっている。主産業が変わっても、一度人の手が届いた森は自然には還らない。上川町なりの手入れが分かる3つの森に入って、これから始まる大雪山での冒険の木々という視点から楽しむ。
②森林 (1日プログラム) 〜森を育てるために木を切る	行程 層雲峡温泉街〜げんきの森・アカエゾマツの森〜層雲峡温泉 洞窟丸台風の影響で林業の町として栄えた上川町ではあったが、現在は林業に代わって観光業がメイン産業となっている。主産業が変わっても、上川町の94%は森林であり、森林が上川の貴重な資源であること変わりなく、北海道では数少ない傾斜のある山で、木に思い入れをもって林業に取り組んでいる人々がいる。国立公園である大雪山の麓の町から木々を守る活動を体験してほしい。この森林体験では、上川町発展の礎となった「林業」を通じて「森を切り」「育てた森から木を切り」「また森を育てる」という過程を体験し、「自然の循環を知り、森が動物や人間に与える恵みの豊かさを実感してもらおう。大雪山の山々は、樹生が豊かで、巨大な森のようである。その森に焦点を当て、木→林→森→山々の大自然とながらうプログラム。自然現象として、早く育つ木(シラカバなど)→遅く育つ木(トドマツなど)があり、淘汰される過程で起こることを理解して山に入ると、より深く自然環境を楽しむことができる。本プログラムでは、木を切る(伐倒)の体験を通じて、木が成長するために必要な「間伐」の仕組みを理解し、自然循環の深入り体験を促す。
③開拓ストーリー体験 〜フワム列車に乗って、旧道をたどり紅葉と駅弁文化も体験	行程 層雲峡温泉街〜層雲峡ビジターセンター〜上川駅〜(JR)〜白滝駅〜「大函」銀河・流星の滝〜層雲峡温泉 道史と道策を結ぶ中継地点である層雲峡は、その道路の開拓に網走刑務所から多くの労働者が参加。標高も高いので雪が深く、ヒグマの生息域でもあるこの地域では、多くの犠牲を出しながら国道39号が作られ、物流や人々の往来が便利になった。 本プログラムでは、そういった隠れた歴史を持つ、物流の動脈である旧国道39号線に沿って走るローカル列車を乗車体験。列車は森林の中を走り、特に紅葉の時期は列車に乗りながら、紅葉の景色を楽しめます。さらに、「大函」銀河・流星の滝といった、数百年前の地球の営みが作り出した当地ならではの自然を見学し、層雲峡エリアの地形の成り立ちから、そこからリゾート地になるまでの開拓の歴史、今現在の上川の自然の美しさを楽しめ、上川エリアの全体像をコンパクトに体験できるプログラムです。
④高原沼トレッキング 〜ヒグマ生息域に入り、生態を理解する	行程 層雲峡温泉街〜ヒグマ情報センター〜高原沼トレッキング(緑沼、大学沼等)〜ヒグマ情報センター〜層雲峡温泉街 標高約1,200m〜1,500mに位置する大雪山高原湖沼群には、大小30の湖泊が点在。高山植物と湖沼群が織りなす景観、大雪山系の山並みが人気となっている。夏から秋にかけては、ヒグマの餌となる草花が咲き始め、ヒグマの生息域と人間のトレッキングコースが重な合う場所でもある。利用者がヒグマの生態を正しく理解し、適切な距離を保ちながらトレッキングすることで、景観、野生動物を守り、その恵みを受用することができる。
⑤食の素材 日本酒角打り体験と地元素材を使った夕飯のおつまみ	行程 緑丘茶房での日本酒飲み比べ体験&ミシュランシェフが目利きした食材を使った夕飯(軽食) 「良質な水があるところ」酒造や豆腐屋があるという言葉を響けるように2017年に開業した「上川大雪山道」。雪の結晶をモチーフに日本酒の五味「甘・酸・辛・苦・渋」を表現したロゴマークがあらわすように、大雪山の湧水を使い、五味を感じる深い味わいの日本酒を醸造しています。少量仕込みで、地元限定の銘柄も生産しており、地域と地域の自然が生み出す恵みへの杜氏の深い感謝が感じられる。さらに、「フタツツロ・ディ・ミニ」のミシュラン1つ星シェフ・宮本氏が目利きした「その日の旬野菜」を使った夕飯(2品)をお酒のお供として楽しみたいと思います。 いずれも、上川を代表する自然の恵みであり、自然の豊かさを体感できるプログラムです。

※「森林」プログラムに関しては、より深い内容の林業に焦点を当てたプログラムを造成してみる価値があるということで、2案検討した。

3.着地型プログラムの磨き上げ・造成及びコンセプト・ストーリー、販売戦略の検証・策定

<p><検討概要> 2にて造成されたプログラム素案を販売につなげるために、ATの要素を盛り込み、購買者に明確に伝わるコンセプト・ストーリーとなるよう磨き上げ、販売商品として完成させる。更に、販売に向けた戦略を確立し、確実な販売につなげるようにする。</p> <p><得られた成果> ・モニターツアーを行った結果、4つのプログラムを販売商品として造成した。 ・造成されたプログラムのコンセプト・ストーリーをまとめたガイドハンドブックを作成した。 ・対象市場向けのウェビナーを開催して、造成プログラムを市場に告知する方向性が決まった。</p>

3.1 ワークショップの実施

専門家の意見も取り入れながら、販売に向けて各プログラムの磨き上げを行うためワークショップを実施した。

表7 ワークショップ実施例

	日時	場所	テーマ
第1回	令和3年7月19日	オンライン	①現地見結果検証 ②磨き上げの方向性共有 ③造成プログラムの選定
第2回	令和3年8月13日	オンライン	①外国人モニターツアー検証 ②プログラムの磨き上げの方向性 ③ガイドハンドブックの作成に関して
第3回	令和3年9月9日	オンライン	①事業取組体制の見直しに関して ②プログラム磨き上げの情報共有

表8 ワークショップ招請専門家

氏名	専門分野	招請目的
芹澤 健一 氏	AT専門家	アドベンチャー・ツーリズム専門家の知見で、造成するコンテンツに盛り込むATの要素への助言をいただく。
馬上 千恵 氏	森林専門家	植物への専門的な知見・英語ガイドの経験から、造成コンテンツへの助言をいただく。

表9 専門家の意見(一例)

高原プログラム	・トレッキング中もう少しヒグマの話が出て良かったのではないかと ・森林の植生や自然の話、洞爺丸台風の話なども盛り込んだら、もっとこの地域が密接に感じられる、親近感が湧くのではないかと
森林プログラム	・洞爺丸台風が来て人口が爆発的に増加したにもかかわらず、その後衰退していった。なぜ人口が維持できなかったのかというのが非常にストーリーとしては重要 ・上川フォレストという取り組みは興味深い。SDGsの取組、教育的視点、気候変動を含め森の再生の視点を取り入れるのはすごく面白い ・景色を見ながらサイクリングを取り入れるのが面白い。道中で小休止の意味を持たせながら、「げんきの森」「アカエゾマツの森」を上川町の取り組みを説明しながら紹介していくのが良い。
歴史プログラム	・このエリアに参加者を連れて行くための動機付け、なぜこのエリアに行くのか旧39号線、上越・中越の駅通に行かなければいけないのか。
食プログラム	・2泊以上のプログラムの最後に酒蔵とバーベキューを入れるのが面白い。地産地消の野菜、肉などを使って、バーベキューをやって、その場で上川大雪酒蔵のお酒を紹介する。森の中に入ってきて、楽しい3日間の体験をしてきているので、最後にバーベキューは盛り上がる。
全体	・アクティビティガイド、ローカルガイドとコーディネーターの3人の役割を明確にし、プログラムと地元の人たちと融合された時にお客様の楽しさが倍増する。 ・アドベンチャートラベルは地元の人たちが語ることが重要であり、地域の素材を伝えたいという情熱のある人材を地域で育てていこうという取り組みが重要

3.2 森林プログラム磨き上げのためのフィールドワークの実施

森林プログラム磨き上げのためのフィールドワークを実施し、説明すべきポイントと説明場所を整理し、プログラムの方向性を固めた。

表10 フィールドワーク実施例

	日時	場所	テーマ
第1回	令和3年9月8日～9月11日	森のガーデン げんきの森 アカエゾマツ林	森林プログラムのガイド内容
第2回	令和3年11月26日	大雪山ツアーズ事務所	午前 森林ヘビープログラムの内容検討 午後 造成4コンテンツのガイド内容をエリアガイドと確認

表11 説明ポイント・方向性

立ち寄りポイント	さらに細かいスポット	話す内容・体験内容
森のガーデン①	園内側 ガーデンショップ前	園内説明:標高、できた年(2013)、各エリアのテーマ、今日の見どころの花・スポット ガーデンと森:ガーデンは区画上は町有林、もともとは天然林、地形を活かした造園 やっちゃんいないごとの確認(花は摘み取らないで、道になっていないところは入らないで、実を食べないで)
	森の花園エリア	フリータイム30分(再集合は森のリビング)
	森のリビング	ミニウォーターづくり
	ガーデン入り口まで戻る	森林プログラムの導入:上川町の森、大雪山アクティビティへの前知識になるよ 人の手が入った森と原生林 そば・トウモロコシ・大根育ててるよ～
サイクリング	畑	
げんきの森	入り口:白樺(ダケカ)	白樺・ダケカンバの紹介、陽樹の戦略
	↓	自然に生えた木はどれ?→陰樹と陽樹の話
	トドマツ	トドマツの紹介:触ってみる・特徴を探る、鹿の角磨き
	↓	木の赤ちゃんとトドマツの種探し
	イタヤ・オヒョウニレ	代表的な広葉樹:アカイタヤ アイヌと関係の深いオヒョウニレ
	エゾマツ	エゾマツの紹介:触ってみる トドと違うね
サイクリング	↓	豊かな土の話
	シンボルのシナノキ	シナノキの紹介、これ樹齢いくつだと思う? いろんな木を見ただけ、森としてはどう思う?これから人間は手入れするべきか?考えてみてもらう
		最後に明るかな人工林見に行きます!
アカエゾマツ林	入る前	林業としての手入れの必要性
	中に入って	木に元氣を取り戻すためにはどの木のどの枝を切る?
森のガーデン②	げんきの森	エッセンシャルウォーターづくり行程説明、1滴目が出たらランチ配布してフリー

3.3 モニターツアーの実施

これまでのワークショップ・フィールドワークを経て磨き上げたプログラム素案を、最終的な販売商品へと磨き上げるため、モニターツアーを行い、改善策を検討した。

表 12 モニターツアー日程

日時	場所	実施内容
令和3年10月3日		事前説明
令和3年10月4日	大雪森のガーデン げんきの森 アカエゾマツ林 上川大雪酒造 緑丘茶房	森林プログラム 食プログラム
令和3年10月5日	大雪高原山荘 高原沼	自然(ヒグマ) プログラム
令和3年10月6日	層雲峡ビジターセンター 北見峠	歴史プログラム

表 13 モニターツアー参加者

	氏名	職歴等
モニター参加者	MS.Lorencia TJHIA (ローレンシア チア)	・ニセードニセコ (2015年～2021年) =前職= 予約/ゲストサービス、フロントマネージャー、ホテルマネージャー、ホテルディレクター
	MS.Katy SHINA (ケイティ シナ)	・「みちのくトラベル東北」のインバウンドセクション 勤務
	MS.畠山 美佳 (ハタケヤマ ミカ)	Voyageurs du Monde東京に勤務。
	MR.半田 光昭 (ハンダ ミツアキ)	2021年4月 ANA X Inc. インバウンド欧米豪東南アジア営業担当
	MS HAYATI MUSTAZA (ハヤティ ムスタザ)	2021年5月 ミキ・ツーリスト 営業本部訪日手配課
	MR.芹澤 健一 (セリザワ ケンイチ)	アルパイン・ツアー 代表取締役

3.4 モニターツアー結果

モニターツアーより以下のような意見を収集し、各コンテンツの解決策を検討した。

表 14 抽出された意見及び造成コンテンツの解決策（一例）

プログラム名(案)	10/4モニターツアーで抽出された実施に際しての課題	改善のポイント	地域での改善アクション
1 サイクリングで巡る上川層雲峡の森林	<ul style="list-style-type: none"> なぜ3つの森を訪れるのか、それぞれの森にどんなメッセージがあるのかを明確にする(全体のつながりを意識した解説) 上川と林業のつながりの解説(歴史・現状・課題) 上川がどんな場所、その場所がなぜ森林を案内するのかの解説 ローカルの有効活用 サイクリング前の事前説明(コース内容、使用方法) E-bikeの利用 	スケジュールおよび各種体験などは問題なし。あとはガイド内容で導入部の案内、3つの森のセールスポイントを整理して、全体としてストーリーを構築していく。	<ul style="list-style-type: none"> ガイド内容をさらに整理しわかりやすい説明とする 3つの森を訪れた意味が解るような説明内容とする。 上川の林業の歴史など概略の説明をハンドブックに記載 ローカルガイドの連携強化し、役割を明確化 サイクリングの説明を増やす
2 自然の恵みを味わう～上川大雪酒造と地元食材のタパス	<ul style="list-style-type: none"> 体験するタイミングの検討(夕食前がベスト) 試飲する日本酒の種類を増やす 酒造りの過程を見たい 地域性のある酒造であることのアピール タパスのレシピを知りたい 	ストーリーは十分伝わっており、欧州・豪州市場に設けるストーリーとなっている。お客様の要望に応じて、提供するお酒の種類や料理に関する詳しい情報、酒造過程の見学などが提供できるとさらに満足度の深いプログラムとなる	<ul style="list-style-type: none"> 酒の種類を増やすのは、難しい。送客が増えた時点で検討する。 料理の説明をガイドハンドブックに落とし込む
3 高原トレッキング	<ul style="list-style-type: none"> 朝食/昼食の提供方法、場所の検討 休憩時間などの配分の検討 大雪山国立公園に関する説明、トレッキングルートを維持するための取組、などのイントロダクション部分の説明方法の検討 ヒグマの生息域であることの説明の工夫ヒグマ情報センターでの案内検討) ルートの詳しい事前説明の準備(内容、距離、標高差、装備) ルートの保全活用への寄付金を価格に含める 	トレッキングルートとしては、非常に魅力的なコース。食事の提供方法を検討し、より各休憩ポイントなどで、事前を満喫できる時間配分にするより充実する。また、ヒグマに会えなくてもヒグマを感じることもできるようなガイド方法も検討する。さらに、ルート保全への寄付なども盛り込むとさらに地域への親近感がわく。あわせて、ルートの事前情報もさらに詳しい必要情報を準備する。	<ul style="list-style-type: none"> 昼食の提供方法を顧客のスケジュールに応じて柔軟に対応できるようにする より顧客のスケジュールに合わせた柔軟な対応をする トレッキングガイドも連携してゆく。 ルートの詳しいコース情報をハンドブックに落とし込む コース維持の活動や、寄付金など、持続可能な取組が支援できるプログラムの検討
4 上川・層雲峡開拓の歴史	<ul style="list-style-type: none"> 歴史のレクチャー方法(バス車内 など) ローカル列車や黒岳ロープウェイなどのアクティビティの導入 プログラムとして組み込む順番の検討(初日に最適) 	ローカル列車を組み込むことで、プログラムとしては成立する。歴史の案内は、層雲峡の成り立ちから、開拓の歴史と流れの中での説明とし、他のプログラムとの組み合わせの順番にも配慮が必要。	<ul style="list-style-type: none"> 歴史のレクチャー方法は列車利用で間映した方法をとるようにする 滞在の最初に組み込むように販売時に調整。 説明する歴史の内容をハンドブックに記載する。



図 3 モニターツアーの様子

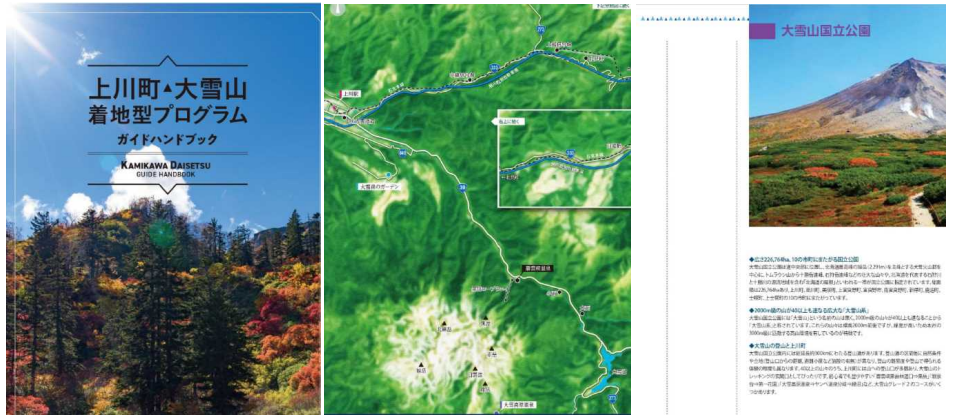
3.4. ガイドの育成 / ガイド・ハンドブック作成

造成する5つのプログラムに関して、販売時に地域のガイドが均一の知識を保有でき、ガイドとしてツアーに同行する知識を作るために、ガイドハンドブックを造成した。

◀ハンドブックの構成▶

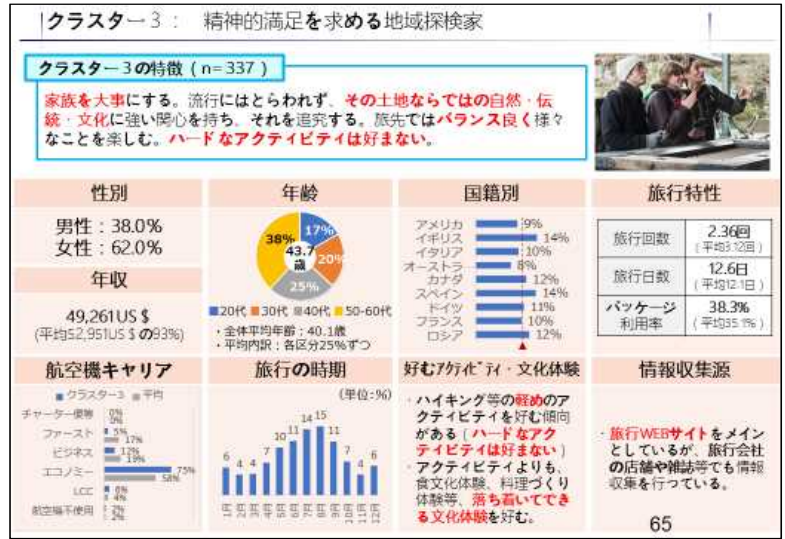
- P1 表紙
- P2 目次
- P3 MAP
- P4~6 上川町の概要
- P7 国立公園の説明
- P8~11 地域のストーリー
- P12~31 各プログラムの詳細
- P32 2泊3日のパーフェクト・プラン

図4 ガイドハンドブックイメージ

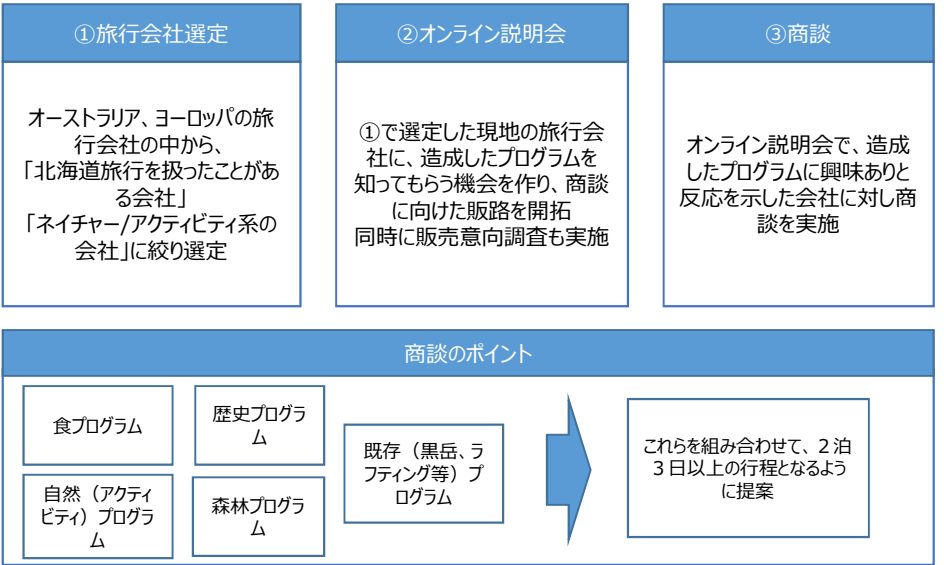


3.5. 販売戦略の策定

■ターゲット（北海道ATマーケティング戦略検討会が策定した「北海道AT推進マーケティング戦略」から選定



上記ターゲットへ販売するためには、店舗を持った現地の旅行会社にアプローチし、造成したプログラムを提案してもらうことが有効であると考えられることから、以下の流れで販売を実施。



4. 着地型プログラムの販売

<検討概要>

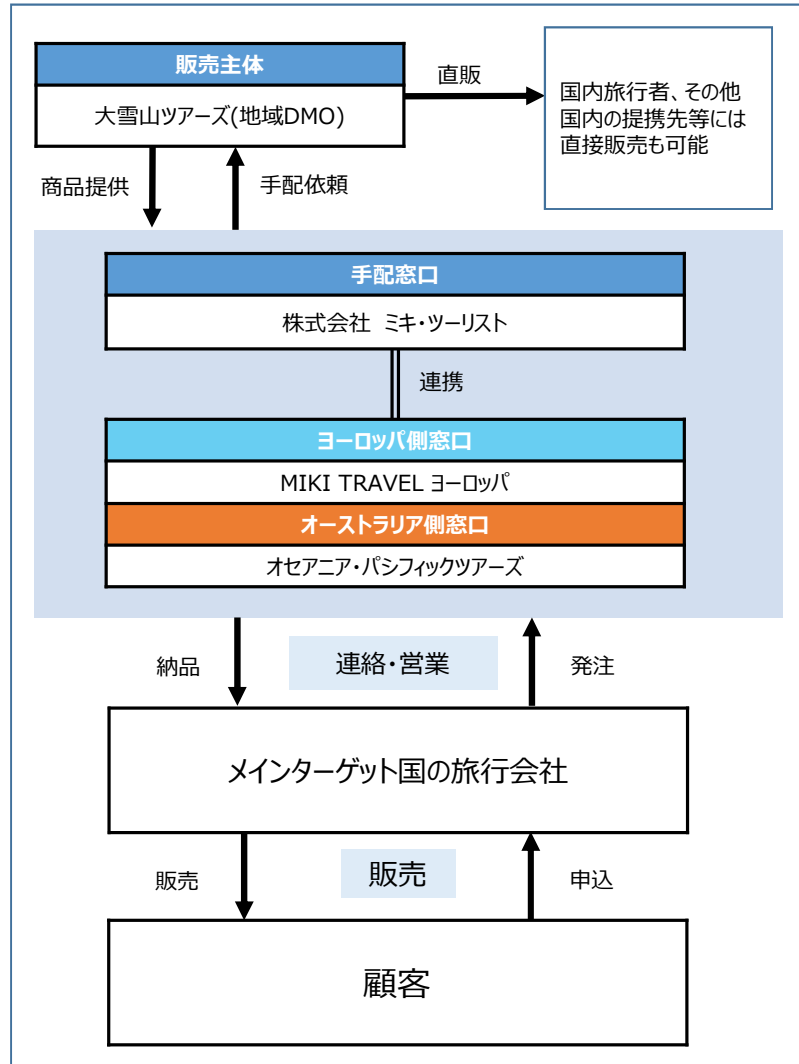
3にて造成されたプログラムを策定した販売戦略のもとに販売体制を構築し、販売を開始する。

<得られた成果>

- ・ターゲットエリアの旅行会社向けに、ウェビナー形式の商品説明会を行った。
- ・商品説明会後に、参加旅行会社に対して営業活動を行った。

4.1 販売体制

以下の体制にて、販売を行うようにした。



4.2 対象国向けウェビナーの実施

事業エリア及び造成プログラムに関する、ウェビナーを実施し、ターゲットエリアの旅行会社に向けて、説明会をおこなった。

表 15 モニターツアー日程

	日時	対象	参加旅行会社(一例)	参加数
第1回	令和3年12月15日	ヨーロッパ	・Into Japan Specialist Tours ・NOMADE ADVENTURE	20
第2回	令和3年12月16日	オーストラリア(1回目)	・Travel Japan ・Insider Journeys	18
第3回	令和4年1月28日	オーストラリア(2回目)	・H.I.S NEW ZEALAND LTD ・Rose Bay Travel	

表 16 プログラムの流れ

オープニング	<ul style="list-style-type: none"> ・MCオープニング挨拶 ・MC自己紹介、ウェビナー質問機能の紹介 ・日本の新型コロナ最新状況、欧州との比較 	5分
メインパート	<ul style="list-style-type: none"> ・大雪山国立公園のイメージ動画 ・場所・アクセス、エリア紹介 ・上川・層雲峡コンセプト案内 ・各プログラムの紹介 ①単体プログラム ②2泊以上のプログラム ・視聴者へのメッセージ 	2分 5分 5分 30分 5分 1分
クロージング	・MCクロージング挨拶	3分



図 5 ウェビナーの様子

5. 事業成果

<検討概要>

・造成されたコンテンツについて、設定していたアウトプットおよびアウトカムについて比較する。

<得られた成果>

・アウトプットについては目標値を上回った。

・アウトカムについては、感染症拡大による水際対策、ウクライナ紛争による航空会社の減便、ルート変更により現時点では目標値を下回っているが、2022年秋商品に向けて営業を継続しており、2022年度商品として目標達成させるべく、取組んでいる。

5.1 事業目標に対する成果

アウトプット項目の4件の目標に対し4件造成し、達成した。

アウトカムは現在申込者数0件の状況である。

	項目	目標	実績(1月31日時点)
アウトプット	着地型プログラム造成数	4件	4件
アウトカム	着地型プログラム申込者数	参加者数：20名	0名
	着地型プログラム販売数	販売額：100,000円	0円

5.2 コンテンツの造成方針

以下のターゲットエリア向け商品として、商品造成を行った。

ターゲット：ヨーロッパ、オーストラリア

5.3 造成したコンテンツの高付加価値・地域ならではのポイント

- ①自然（ヒグマ）：ヒグマの生息する地域を、トレッキングする（自然と人間の共存によるレジャー）
- ②自然（森林）：95%が森林地帯の上川町で、森林を人が楽しめるエリアにしようとしている町の林業の取組を知る
- ③歴史：「囚人街道」という歴史の陰の部分にスポットを当て、現在の層雲峡の発展を知る
- ④食：「上川大雪酒造」「地産の旬野菜」という組み合わせで、上川の自然お恵みを受受する

5.4 造成されたコンテンツ

表 17 コンテンツ造成一覧

NO	場所	実施内容	
1	ヒグマ生息域 高原沼トレッキング	テーマ	トレッキングでヒグマの生息域に入る ヒグマの生態を知り、このエリアのトレッキングのマナーを理解する
		概要	高原沼トレッキングコースを活用した、ガイド付きのプログラム
2	森林ガイド	テーマ	上川町は林業の町「であった」 目には見えない上川町の「林業」の特徴を体験する
		概要	上川町発展の礎となった「林業」「森」を見て・触って・感じながら、「森を育てる」ことやこの地域の木々の特徴を学ぶことで、登山体験にもつながる新たな視点を養うきっかけとなるプログラム
3	開拓道路を辿る、絶景ワンマン列車	テーマ	「囚人道路」開拓の歴史
		概要	ワンマン列車に乗って移動しながら、囚人たちが開拓した道路を辿るプログラム
4	上川大雪酒造の純米「神川」とアミューズの「神川五味セット」	テーマ	大雪山の「水」から生まれる日本酒の「5つの味」を感じる
		概要	上川大雪酒造が造る、地元限定流通の純米酒「神川」と、フラテッロ・ディ・ミクニの宮本シェフが目利きした「本日の旬食材」を使ったアミューズとのマリアージュを楽しむプログラム