

令和6年度

ATの定着・さらなる活性化に向けた実証事業

報告書

令和7年3月

国土交通省 北海道運輸局

目次

1. 事業の概要	2
1.1. 事業の目的	2
1.2. 事業の全体構成と内容	3
1.3. 事業の実施体制	4
1.4. 事業スケジュール	5
2. ATWS開催成果とATの実績に関する調査（現状を適切に把握する）	6
－（i）ATWS2023の追跡調査及びATに関する周辺状況調査－	
2.1. 調査の実施	6
2.2. 分析・検証	32
2.3. 今後の提言	34
3. ATWSの開催成果とATの実績に関する調査（現状を適切に把握する）	35
－（ii）北海道におけるATの実態調査－	
3.1. 調査の実施	35
3.2. 分析・検証	125
3.3. 今後の提言	127
4. ガイド等人材育成を強化するための方策の実証（受入環境を整備する）	128
4.1. 研修の実施	128
4.2. 検証・今後の提言	159
5. ATの裾野拡大に向けた方策の実証（受入環境を整備する・市場を開拓する）	162
5.1. 研修の実施	162
5.2. 分析・検証と今後の提言	231

1. 事業の概要

1.1. 事業の目的

令和5年9月、北海道札幌市を中心に、アドベンチャートラベル(AT)の世界最大の商談会であるアドベンチャートラベル・ワールドサミット(ATWS)2023が開催され、世界64の国と地域から約770人のAT関係者が参加した。

ATWS2023及びATWS2023にあわせて催行したATツアーへの評価は高く、会期終了後のアンケートにおいてもAT旅行地としての日本に期待する声が寄せられており、今後、日本におけるATの需要が一層高まっていくことが期待される。

日本政府観光局(JNTO)の「訪日マーケティング戦略」(令和5年6月公表)では、『2025年にはAT旅行地としてアジアNo.1の地位を確立する』目標が示されている。また、ATWS2023閉幕時に、ATWSの主催団体であるAdventure Travel Trade Association(ATTA)と、アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会(ATWS北海道実行委員会)が共同で公表した「Joint Statement」では、『ATTAとATWS北海道実行委員会の構成員は、これからの北海道・日本におけるATの推進に向けた道のりを、観光庁・JNTOと共に描いていく』ことを宣言している。

北海道・日本への関心が高まっているこの機を捉えて、この機運の高まりを逃さないよう、北海道におけるATの定着及びさらなる活性化に向け、大きく次の3つの取組が必要と考えられる。

①「現状を適切に把握すること」

ATWS2023を契機として、北海道・日本の事業者と海外の事業者とのネットワーキングの構築が進み、商談が行われた。今後の北海道におけるATの振興に必要な方策の検討にあたり、その前提としてATWS2023開催による効果を定量的に把握する必要がある。

また、北海道におけるAT市場の現状を把握するため、北海道を訪れているAT旅行者のプロフィールや消費規模等、ATによる経済効果についても調査する必要がある。

②「受入環境を整備すること」

ATWS2023では北海道・日本に好意的な評価が寄せられた一方で、ガイド能力、特に英語でのガイディングについて指摘が見られた。北海道はAT先進地としてガイドを育成しつつあるものの、まだ十分ではないことから、ガイドの能力向上に向けた研修を実施し、その手法を確立する。

③「市場を開拓すること」

北海道は日本の中でAT先進地としての地位を確立しつつあるが、その一方で北海道の気候的特性から繁閑差が大きく、ガイドが安定的な収入を得にくいなど人材確保の観点で支障となっている。

前述②のガイド育成とも関連し、ATガイドの収入の安定化も見据え、ATのハイシーズン以外(オフシーズン)でも販売・催行が可能な形でのATツアーのあり方を検討する必要がある。

また、新規需要の開拓も重要であり、これまでATに強い関心を抱かなかつた層へのアプローチも検討する必要がある。

そのひとつの選択肢として、ATの要素を取り入れた企業研修(※)の組み合わせについて検証を行う。

(※)社会の変化に柔軟に対応する変革力等を求める企業が増えている中、それに呼応した人材育成研修のニーズも高まっている。特に近年は研修の中に野外活動を取り入れる企業が増えつつあり、自己変革をもたらすことを目的としたATは、特に企業研修と親和性が高いと考えられる。

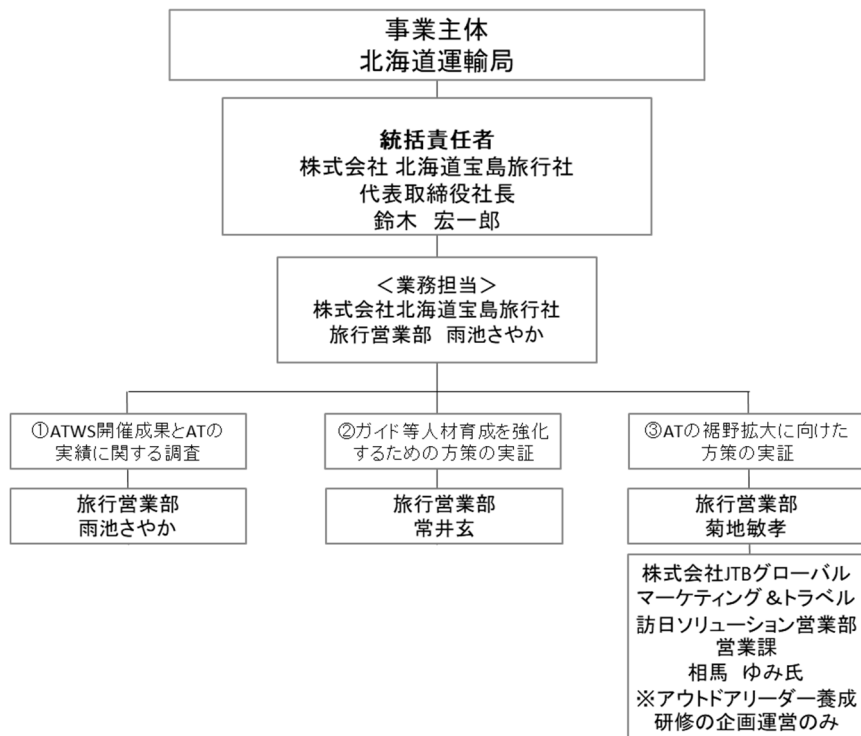
本事業では、先述の3つについて、調査・実証を行い、その結果を基にATの定着及びさらなる活性化を図ることを目的とする。

1.2. 事業の全体構成と内容

実施項目	内容
<p>①ATWS開催成果とATの実績に関する調査 (現状を適切に把握する)</p>	<p>(i) ATWS2023の追跡調査及びATに関する周辺状況調査</p> <p>ATWS2023の追跡調査として、ATWS2023に参加した北海道内（一部事業所を北海道内に置くものを含む）のツアーオペレーター、サプライヤー、ガイド等を対象とし、ATWS2023後、実際に商品化されたツアーの本数、内容（アクティビティの内容・催行期間・催行エリア・金額・参加者の人数や属性等）及び受けた問い合わせの詳細を調査し、ATWS2023前のツアーの催行・問い合わせ状況と比較・分析することで、ATWS2023の開催により生じた効果を把握する。また、ATに関する周辺状況調査として、ATWS2023後に関係機関が実施したセミナーや研修の参加者情報やATTAがATWS2023後12カ月間で調査を実施した「12-MONTH POST-EVENT REPORT」についても調査・分析を行う。</p> <p>(ii) 北海道におけるATの実態調査</p> <p>実際に北海道を訪れたAT旅行者を対象に、AT旅行者の消費動向や趣味・趣向を把握するため、旅行の詳細（属性・日数・目的・訪れたエリア・消費額等）や、どのような魅力を感じて北海道を訪れたか、どのような商品があれば再訪したいと思うか等について調査する。あわせて、北海道を訪れて満足した点や改善点、ATを目的に次回訪ねたい国等、今後の北海道・日本におけるATの進行に必要な情報についても調査する。</p> <p>その上で、AT旅行者以外の来道外国人旅行者の旅行内容や消費額等を比較し、ATの市場規模の把握、ATとAT以外の旅行形態の分析等を行う。</p>
<p>②ガイド等人材育成を強化するための方策の実証 (受入環境を整備する)</p>	<p>ATTAによるATWS2023の「FINAL REPORT」(※) 等に示された北海道・日本のガイドへの評価を踏まえて、ガイドの育成に向けた研修を設計・実施し、スルーガイドとしての能力及び英語によるガイディング技術の向上に繋がったのかなど、その有効性を検証する。業務実施にあたっては、研修の趣旨を鑑み、英語によるガイディングに精通したガイドを1名以上講師として選定する。</p> <p>(※) https://cdn-content.adventuretravel.biz/files/2023/65404fbc7bc7c0.21525535/ATWS-2023-Final-Report.pdf</p>
<p>③ATの裾野拡大に向けた方策の実証 (受入環境を整備する・市場を開拓する)</p>	<p>(i) 研修プログラムの作成</p> <p>オフシーズンの屋外を想定し、晴天率及び平均気温が高く、降水量の少ない十勝を対象地域とし、ATの要素を取り入れた企業研修のプログラムを作成・検証する。ATの観点と人材育成、企業研修の観点について、両方に知見を有する者を講師として選定し、その上で、プログラムの対象となる企業群（像）を選定。プログラムに適した人数、期間（1～3泊程度を想定）を設定し、リーダーシップやコミュニケーション能力、意思決定等、ビジネスに必要な能力を身に付けられるプログラムを作成する。</p>

	<p>(ii) (i)で作成したプログラムのモニターツアーの実施</p> <p>(i)で作成したプログラムについて、選定した企業群（像）を対象に、モニターツアーとして催行する。</p> <p>なお、(i)及び(ii)の実施にあたっては、今後、継続的に研修を実施することができるよう講師の育成も考慮する。</p>
	<p>(iii)講師及びアシスタント、モニターへの意見聴取</p> <p>(ii)実施後、講師及びアシスタントに対し、ATを活用した企業研修のプログラムの有効性及び改善点、オペレーション上の課題など、継続して実施・運営するために必要な意見を聴取する。</p> <p>また、プログラムに参加したモニターに対し、実施時期・日程・内容・研修効果等、プログラムに対する評価を聴取する。</p> <p>これらを分析し、ATを活用した企業研修の実施は、北海道におけるATガイドの繁閑差対策となり得るか、これまでATに強い関心を抱かなかつた層へのアプローチとして有効であるかを検証する。</p>

1.3. 事業の実施体制



1.4. 事業スケジュール

		全体	①ATWS開催成果とATの実績に関する調査	②ガイド等人材育成を強化するための方策の実証	③ATの裾野拡大に向けた方策の実証
6月	上旬				
	中旬				
	下旬	契約締結	追跡調査・実態調査 アンケート作成		
7月	上旬				
	中旬				
	下旬				
8月	上旬			研修案内 開始	
	中旬				北海道アウトドア リーダー養成研修 案内開始
	下旬		追跡調査開始		
9月	上旬		実態調査(前半調査) 開始		
	中旬				北海道アウトドア リーダー養成研修 実施
	下旬				
10月	上旬				
	中旬				
	下旬				ビジネスパーソン 養成研修実施
11月	上旬				
	中旬				
	下旬				ビジネスパーソン養成 研修関係者への ヒアリング
12月	上旬			事前WEB ミーティング 実施	
	中旬				
	下旬			ガイド研修実施	
1月	上旬				
	中旬				
	下旬				
2月	上旬		実態調査(後半調査) 開始		
	中旬				
	下旬				
3月	上旬				
	中旬		追跡調査の回答者への 追加ヒアリング		
	下旬	報告書提出			

2. ATWS開催成果とATの実績に関する調査（現状を適切に把握する）

－（i）ATWS2023の追跡調査及びATに関する周辺状況調査－

ATWS2023の追跡調査として、ATWS2023に参加した北海道内（一部事業所を北海道内に置くものを含む）のツアーオペレーター、サプライヤー、ガイド等を対象とし、ATWS2023後、実際に商品化されたツアーの本数、内容（アクティビティの内容・催行期間・催行エリア・金額・参加者の人数や属性等）及び受けた問い合わせの詳細を調査し、ATWS2023前のツアーの催行・問い合わせ状況と比較・分析することで、ATWS2023の開催により生じた効果を把握する。また、ATに関する周辺状況調査として、ATWS2023後に関係機関が実施したセミナーや研修の参加者情報やATTAがATWS2023後12カ月間で調査を実施した「12-MONTH POST-EVENT REPORT」についても調査・分析を行う。

※前述、「1. 2. 事業の全体構成と内容」より再掲

2. 1. 調査の実施

（1）ATWS2023の追跡調査

ア. 調査の実施概要

【調査対象者】 ATWS2023に参加した北海道内（一部事業所を北海道内に置くものを含む）のツアーオペレーター、サプライヤー、地域のコーディネーター、ガイド、DMO、観光協会等のATツアーを扱う者

※ATWS2023において、DOA・PSAのみ催行した者を含む。

【調査対象期間】 令和5年9月～令和6年8月

【調査実施時期】 令和6年9月～令和7年2月

【調査方法】 WEB形式または電子メールによるアンケート

【回答件数】 20件

なお、WEB形式または電子メールによるアンケート実施後、回答者に対して追加ヒアリングを実施し、調査回答の一部としている。

追加ヒアリングの概要については以下のとおりである。

【ヒアリング対象者】 ATWS2023に参加した北海道内（一部事業所を北海道内に置くものを含む）のツアーオペレーター、サプライヤー、地域のコーディネーター、ガイド、DMO、観光協会等のATツアーを扱う者

※ATWS2023において、DOA・PSAのみ催行した者を含む。

※WEB形式または電子メールによるアンケートと同じ対象者

【ヒアリング実施時期】 令和7年3月

【ヒアリング方法】 電話、オンライン、対面によるヒアリング

【ヒアリング回答件数】 20件

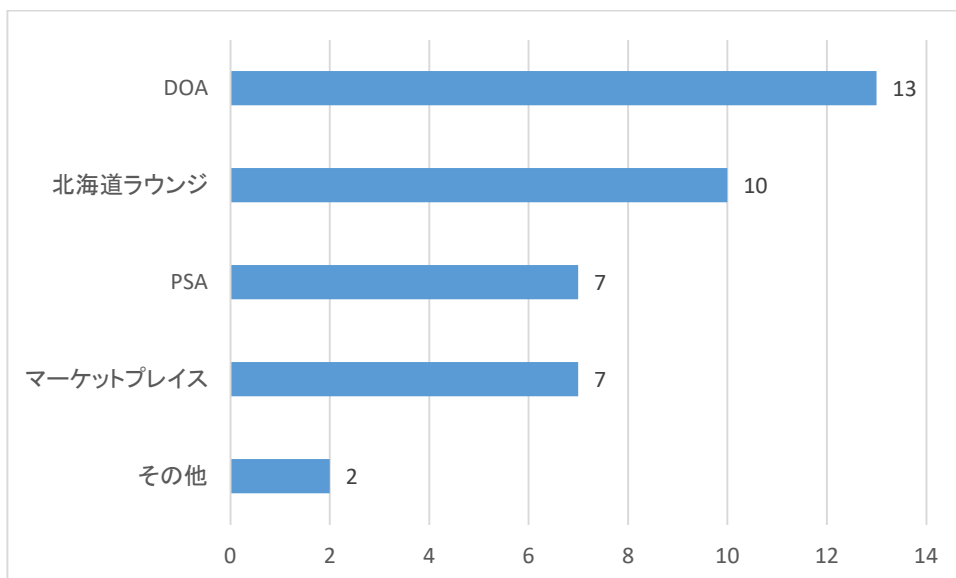
イ. 調査の実施結果

○ATWS2023における参加状況について

Q1. ATWS2023において参画した企画を全て選択してください。(複数選択可)

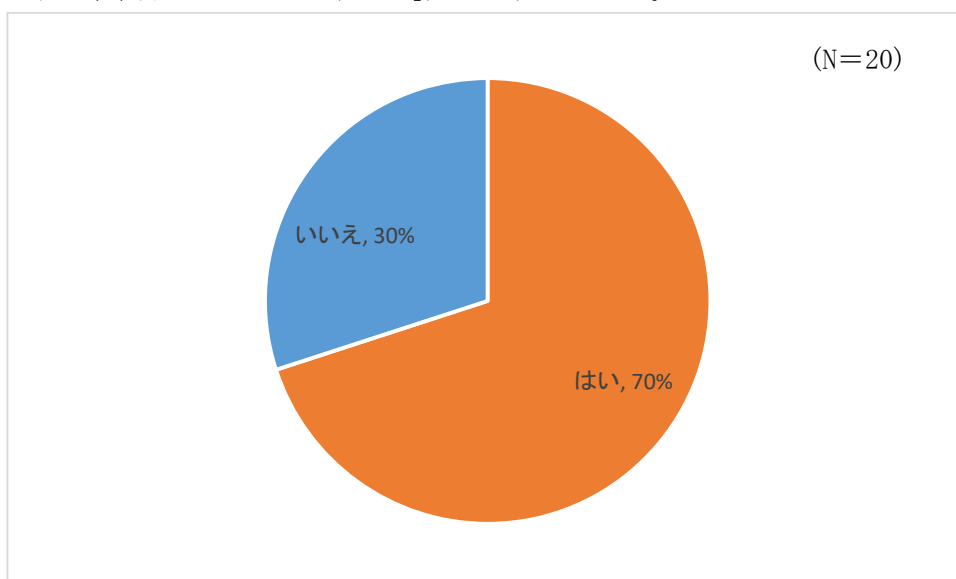
▶ 「DOA」が最も多く、次いで「北海道ラウンジ」、「PSA」、「マーケットプレイス」となっている。

(回答数)



Q2. ATWS2023において商談を実施しましたか。

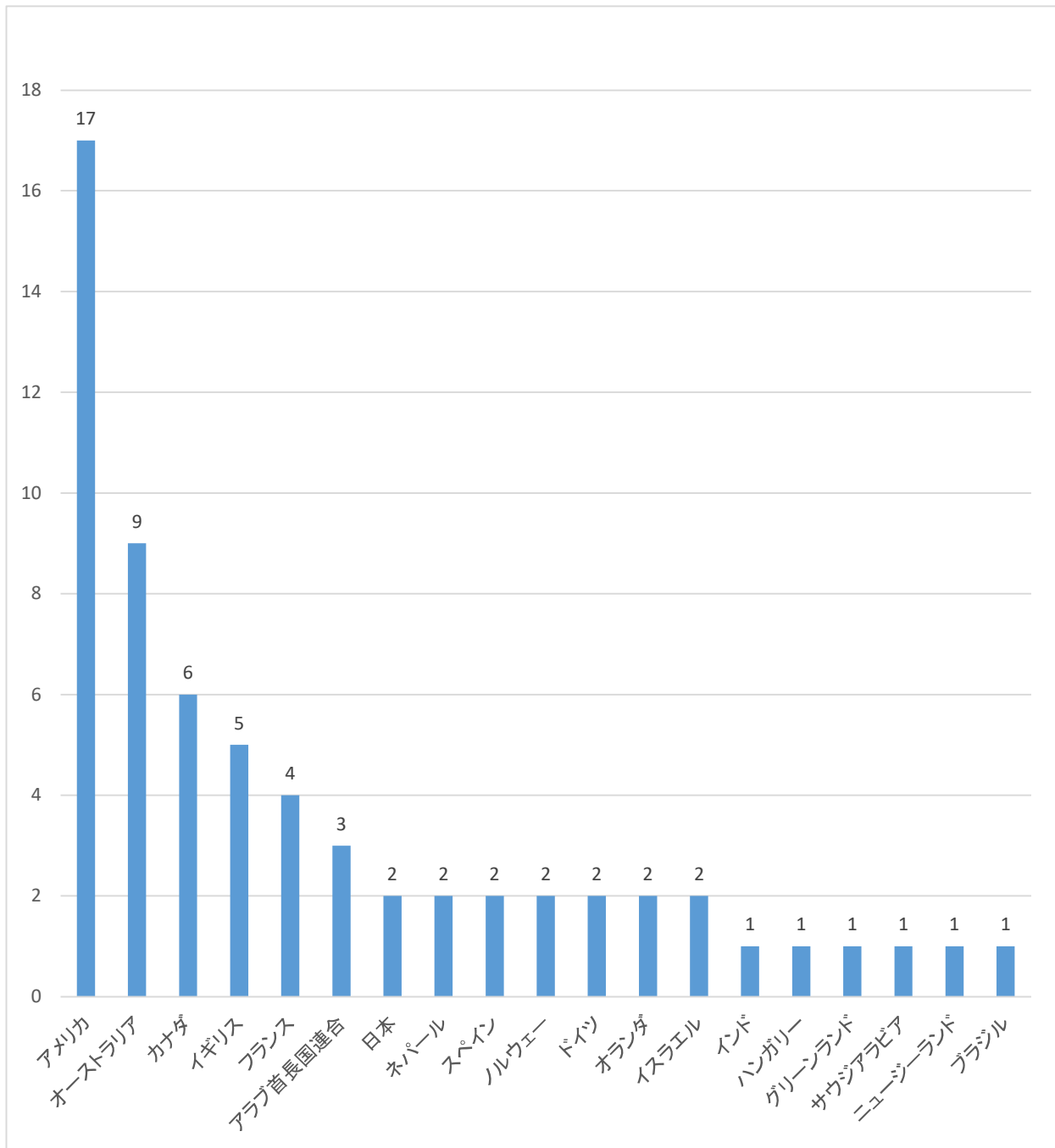
▶ 回答者の70%が、商談を実施した（「はい」）と回答している。



Q3. ATWS2023開催中の商談で話したエージェントやバイヤーの国籍を教えてください。(複数回答可)

▶「アメリカ」が最も多く、次いで「オーストラリア」、「カナダ」、「イギリス」、「フランス」となっており、欧米豪が大部分を占めている。

(回答数)



Q4. ATWS2023開催中の商談で話したエージェントやバイヤーからATWS2023終了後に何らかの反応はありましたか。※追加ヒアリングによる質問

▶商談で得られた具体的な反応やツアーの引き合いからは、北海道への国際的関心の高まりが明確に示された。特に、欧州市場における認知度や訴求力の向上を示す事例が確認された。

■メディア露出・情報発信

- ・ドイツのコンテンツクリエイター・トラベルライターによる宗谷地方の旅コラムがSNS（X等）で発信された。

■成約済みのツアー

- ・中国のアウトドア団体から、北海道の自然を満喫するツアー（富良野・層雲峡、15～20名程度、1週間）催行予定。

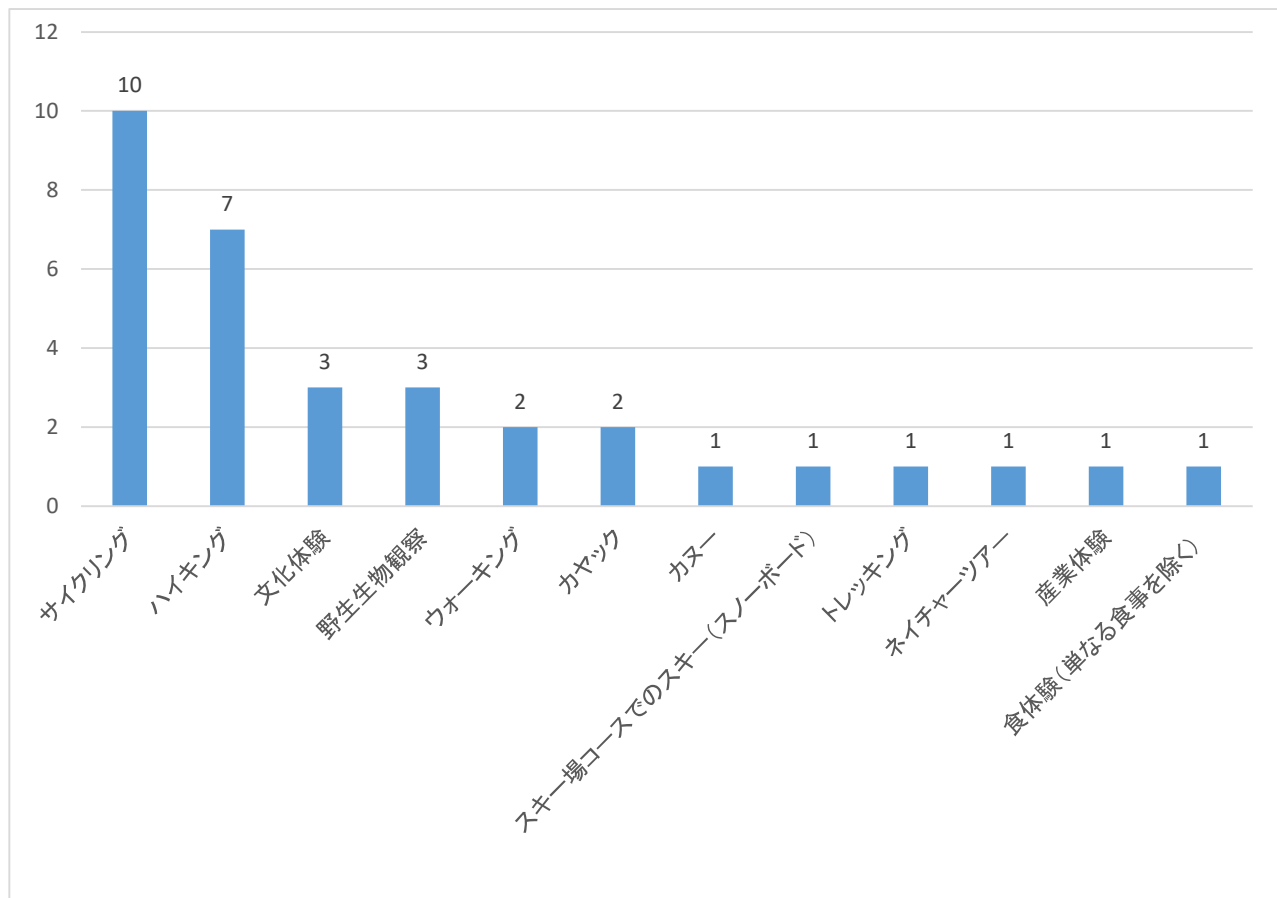
■今後の可能性のある商談・引き合い

- ・スキーツアーの引き合いあり。
- ・野生生物ツアーの引き合いあり。

Q5. ATWS2023開催中に商談したツアーにおけるメインアクティビティを選択してください。複数商談したツアーがある場合には、全てのツアーについて、それぞれメインアクティビティを選択してください。

▶「サイクリング」が最も多く、次いで「ハイキング」、「文化体験」、「野生生物観察」となっている。

(回答数)



Q6. ATWS2023開催中に商談したツアーにおけるメインアクティビティの具体的な内容を教えてください。

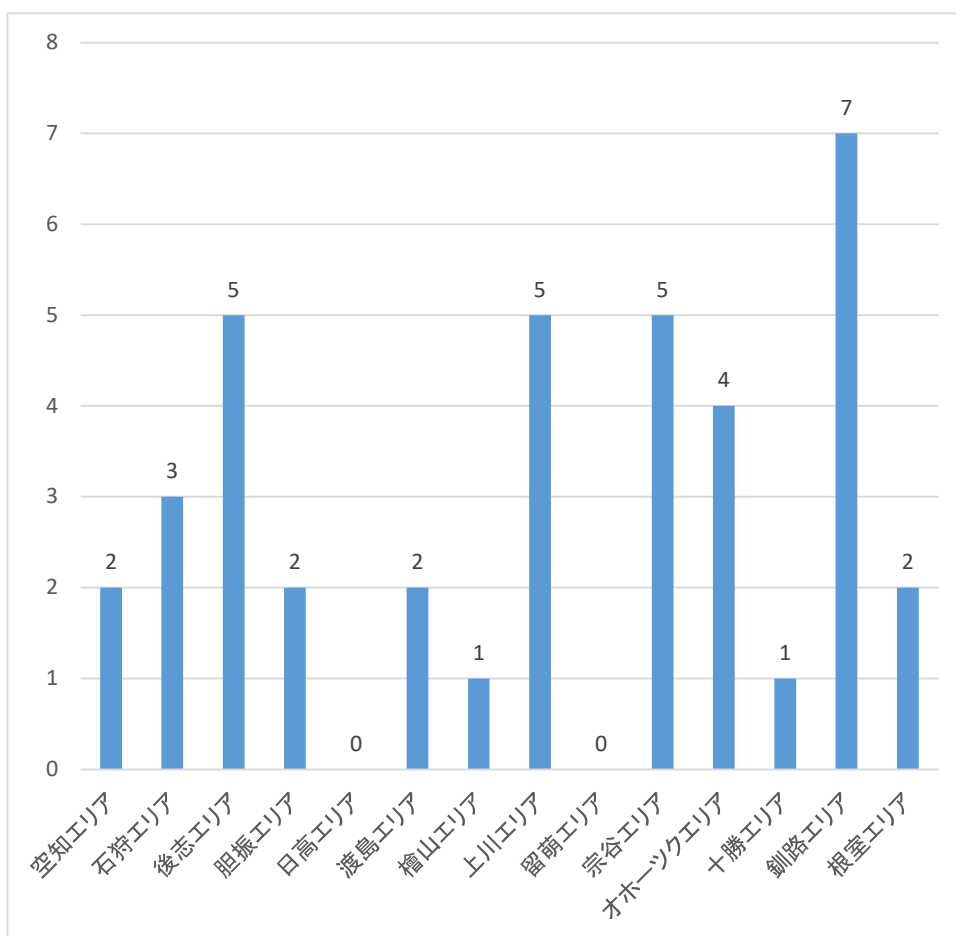
※追加ヒアリングでの質問

- 道東エリアでのハイキング。
- 胆振エリアでの文化体験として、アイヌ文化に関連した刺繍体験。
- 道北エリアでのアイヌ文化体験。
- 札幌中心部エリアでの食体験。

Q7. ATWS2023開催中に商談したツアーの催行地域を選択してください。(複数選択可)

▶ 「釧路エリア」が最も多く、次いで「後志エリア」、「上川エリア」、「宗谷エリア」となっている。一方、「日高エリア」、「留萌エリア」が選択されていないことから、これらの地域は認知度が低い可能性がある。

(回答数)

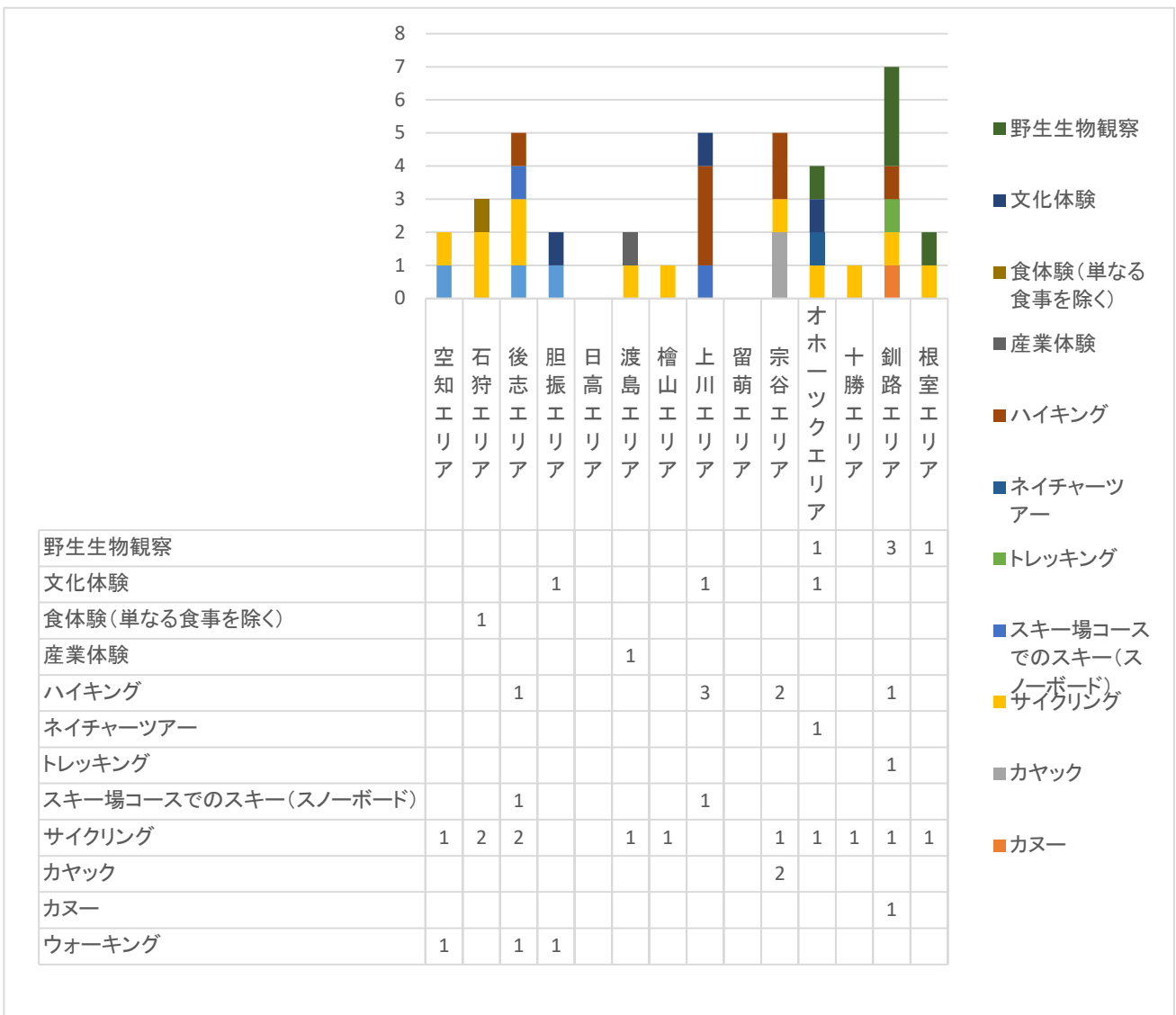


■ 催行地域別のアクティビティの種類及び件数について

※前述の質問でのATWS2023開催中に商談したツアーにおける催行地域とメインアクティビティの回答データからクロス集計を実施。

▶ エリアごとに重視されるアクティビティの傾向が異なる。例えば、「釧路エリア」では野生生物観察の催行件数が多く、道東の自然環境がその需要を牽引している可能性が高い。「上川エリア」ではハイキングの催行件数が多く、大雪山を軸とした観光需要があることがうかがえる。また、「石狩エリア」、「後志エリア」においてはサイクリング、「宗谷エリア」においてはハイキングとカヤックの催行が多く、これらはそれぞれの地域の地形や自然環境を活かしたアクティビティの需要があることを示している。

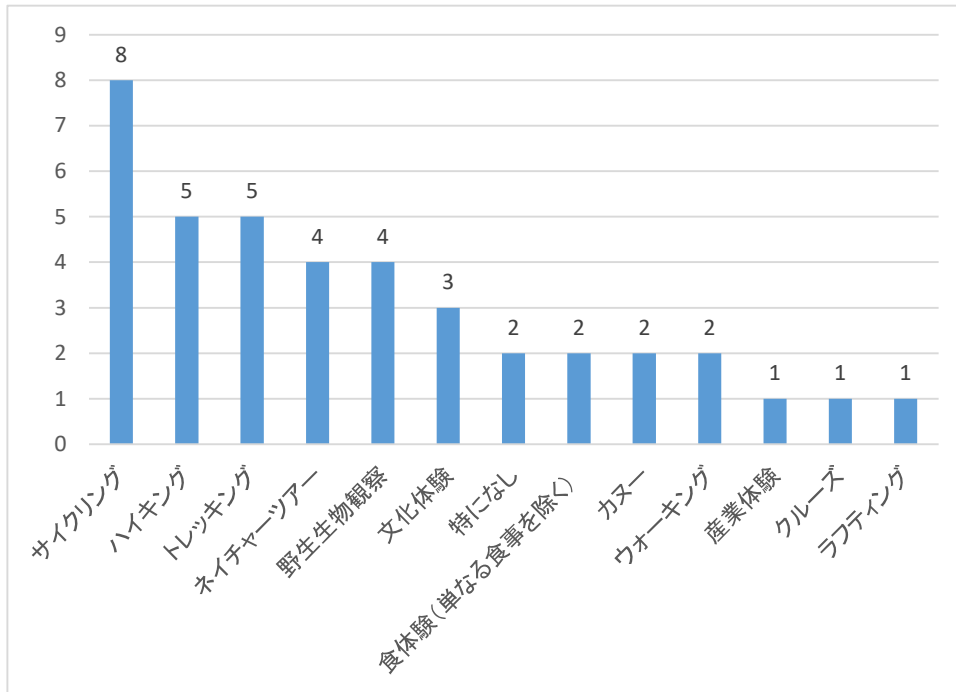
(回答数)



Q8. ATWS2023開催中にエージェントやバイヤーから相談があったツアーの種類を教えてください。(複数選択可)

▶「サイクリング」が最も多く、次いで「ハイキング」、「トレッキング」となっている。特に、サイクリングの催行や紹介についての相談が非常に多く、北海道の自然を活用したアクティブなツアーへの需要が顕著となっている。また、ハイキングやトレッキングといった徒歩での自然体験も人気が高い。

(回答数)



Q9. ATWS2023開催中に相談があったツアーの具体的な内容を教えてください。※追加ヒアリングによる質問

- ・道北地域でのサイクリング、ハイキング、トレッキング。
- ・阿寒地域でのネイチャーツアー、弟子屈地域でのカメラツアー。
- ・札幌中心部エリアでの食体験。
- ・ハイキング (11月のツアー)、スキー (カナダのウィスラーのようなリゾート型+ニセコ以外)、サイクリング (道東周辺)。

Q10. ATWS2023開催中にアクティビティ以外にも相談があった場合は、その内容を具体的にご記載ください。

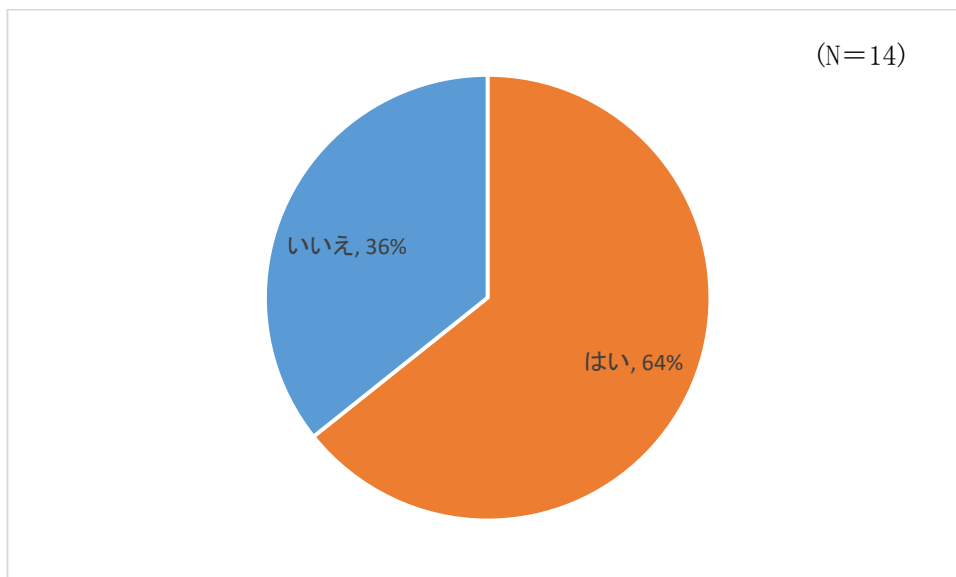
▶アクティビティ以外の相談についての記載はなかった。

○ATWS2023開催後の問い合わせや成約について

Q1. ATWS2023開催後、ATWS2023の商談相手からATツアーの問い合わせ・成約（販売の開始、ツアーの催行）はありましたか。

※前述「ATWS2023における参加状況について」の「Q2. ATWS2023において商談を実施しましたか。」の質問に対し、「はい」と回答した事業者（14事業者）のみを回答対象としている。

▶ATWS2023で商談を実施した事業者のうち64%の事業者が、ATWS2023の商談相手からATツアーの問い合わせ・成約があった（「はい」）と回答している。



Q2. ATWS2023後、ATWS2023の商談相手からATツアーの問い合わせがあったものについて、相手方の旅行会社の所在地（個人の場合は国籍）やツアーの総額、期間の長さ、催行地域、催行人数、メインアクティビティをご回答ください。

	旅行会社の所在地	アクティビティ	催行地域	催行人数	期間の長さ	受注見込み額
1	北米	文化体験	後志エリア	人数未定	日数未定	金額未定
2	アジア	サイクリング	オホーツクエリア、釧路エリア、根室エリア	10名	8泊	金額未定
3	アジア	文化体験	日高エリア、胆振エリア	10名	2泊3日	200万

Q3. ATWS2023後、ATWSでの商談相手とATツアーの成約があったものについて、ツアー内容をご回答ください。

	旅行会社の所在地	アクティビティ	催行地域	催行人数	期間の長さ	受注見込み額
1	ヨーロッパ	フォトツアー	釧路エリア、根室エリア	計18名	9泊	939万円
2	ヨーロッパ	フォトツアー	オホーツクエリア、釧路エリア、根室エリア	7名	12日間	400万円
3	アジア	トレッキング	後志エリア	3名	1日	10万円

Q4. ATWS2023開催後、ATWS2023の商談相手からのATツアーの問い合わせ・成約の具体的な内容を教えてください。※追加ヒアリングによる質問

▶問い合わせや成約の内容を具体的に見ると、ATWS2023での商談から成約に至ったものもあり、ターゲットとなる市場やバイヤーに対し、北海道が提供できる価値を明確に伝えることの重要性、そして具体的なビジネスモデル構築への協力が、成約に繋がる可能性が高いことを示している。

■問い合わせ

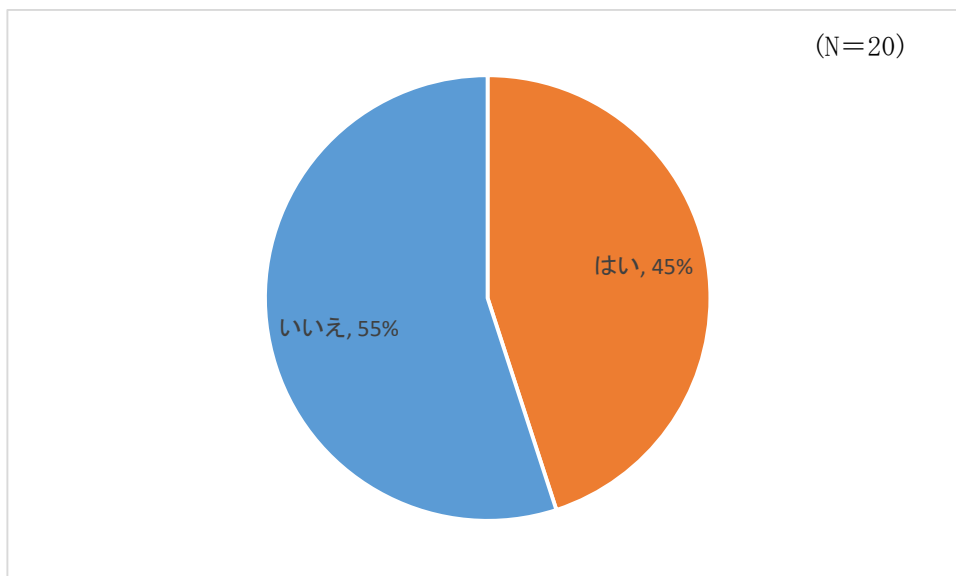
- ・インドのサイクリング会社から道東地域でのツアーについて問い合わせがありました。
- ・オーストラリアの旅行会社から道東でのツアー対応について問い合わせがあり、機会があれば対応してほしいとのこと。
- ・カナダの複数の旅行会社から問い合わせがあり、契約には至らなかったものの商談を行いました。
- ・詳細な地域や国は不明ですが、サイクリングに関する問い合わせがありました。
- ・具体的な国や内容は不明ですが、欧米豪地域からの問い合わせがありました。
- ・ヨーロッパの会社と繋がりができました。

■成約（催行含む）

- ・インドのサイクリング会社との間で、道東地域においてアメリカ国籍の顧客をメインとしたツアーを開始しました。
- ・オーストラリアの旅行会社から、ランドオペレーターの依頼があり、年間約270名の送客が決定しています。

Q5. ATWS2023開催後、ATWS2023以外での商談相手からATツアーの問い合わせ・成約（販売の開始・ツアーの催行）はありましたか。※追加ヒアリングでの質問

▶回答者の45%が、ATWS2023開催後、ATWS2023以外での商談相手からの問い合わせや成約に結び付いたケースがある（「はい」）と回答している。



Q6. ATWS2023開催後、ATWS2023以外での商談相手からの問い合わせ・成約（販売の開始・ツアーの催行）の具体的な内容を教えてください。※追加ヒアリングによる質問

▶ATWS2023以外での商談相手からの問い合わせが催行や成約まで至ったケースは少なく、問い合わせ段階の内容が多い状況ではあるが、ATWSの開催地であった北海道としての認知度が上がっていると考えられる。

■問い合わせ

- ・台湾のサイクリング協会から、道北地域でのツアーについて問い合わせがあり、ツアー開始が予定されています。
- ・インドネシア国籍の個人の方から、北海道・日本の様々なエリアでのサイクリングについて問い合わせがあり、商談が進められています。
- ・海外からの直接の問い合わせはないが、国内のランドオペレーターからの問い合わせが増加しています。
- ・1～2日のアクティビティとして、スキーやスノーシューに関する複数の問い合わせがあり、人気が高いです。
- ・具体的な内容や国は不明ですが、山岳アクティビティに関する問い合わせがありました。
- ・中国、韓国、香港、台湾のエージェントから、北海道がATWS開催地として認知されており、ATWS2023開催の成果として問い合わせが増加しています。特に韓国ではトレッキングブームがあり、マーケットが存在しています。
- ・フィリピンのエージェントから、フィリピンでのATプロモーション後に見積もり依頼がありました。
- ・アジア・香港・フィリピンのエージェントなど、定番観光にアクティビティを追加する形での相談が増えています。
- ・ハワイでの北海道CM番組放映後、アメリカの個人から問い合わせが増加しています。

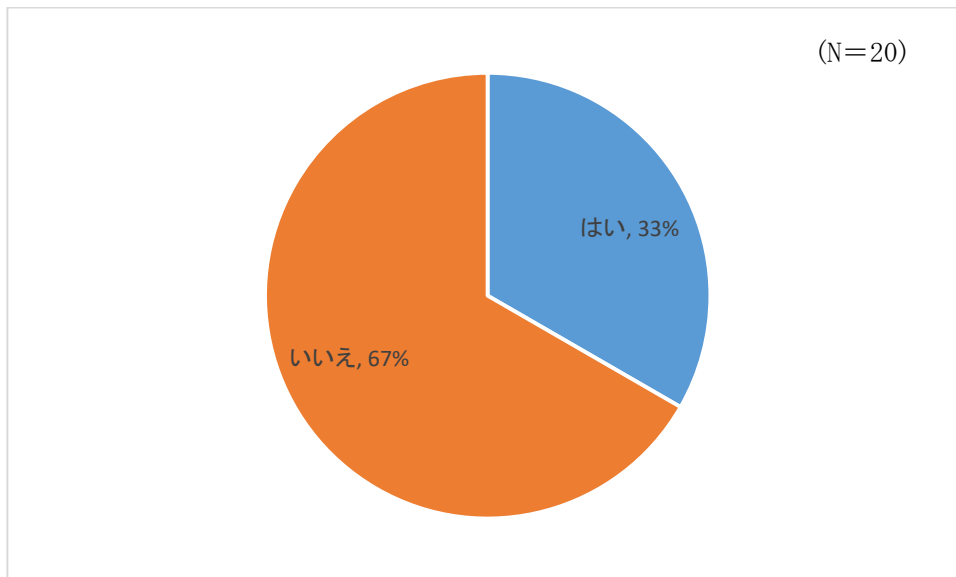
■成約（販売の開始・ツアーの催行）

- ・カナダのインフルエンサーが、道東ツアーに参加し、自身のブログに掲載したことで、ツアーの存在を知った人がツアーに参加しました（催行・成約に繋がった間接的な効果）。
- ・流水カヤックにかなりの予約が入っており、催行・成約に繋がっています。

○ATWS開催前後でのATツアーの問い合わせ数及び成約・催行件数の変化について

Q1. ATWS2023開催前後で比較し、ATツアーの問い合わせ数に変化はありましたか。

- ▶回答者の33%が、ATツアーの問い合わせ数に変化があった（「はい」）と回答している。一方、67%が、変化はない（「いいえ」）と回答しており、ATWS2023の開催は、問い合わせ数の増加に直結しなかったものの、約3分の1の事業者には何らかのポジティブな変化をもたらした。



Q2. ATWS2023開催前後で比較し、ATツアーの問い合わせ数の変化の具体的な内容を教えてください。※追加ヒアリングによる質問

■具体的な増加について言及

- ・ATWS2023で商談した人、それ以外の人も含めて問い合わせは増えている。
- ・道北地域でのサイクリングやシーカヤック、SUPを含むマリンアクティビティへの問い合わせが増えています。

■増加について言及はないが、問い合わせ内容について言及

- ・ドイツ、フランス、台湾、香港、マレーシア、タイなど、多様な国籍の個人客から問い合わせがありました。
- ・スキーやスノーシューに関する問い合わせが継続的にあります。
- ・ATWS2023開催前後には週2～3件の問い合わせがあり、イベント終了後も約1ヶ月間は継続しました。
- ・震災時の道徳観を学ぶ異文化体験など、海外から日本の道徳観や思想を学ぶ異文化体験に関する依頼がありました。これは、アドベンチャーツーリズムとは異なるものの、日本文化への関心の表れとして注目されます。
- ・ATWS2023で関係を築いた人々から、年間5～10件の問い合わせが継続してきています。
- ・短期間のAT商品が好調:オホーツク地域での流水ファットバイク、カヤック+サイクリングといった1日程度の短期間アドベンチャーツーリズム商品が、欧米豪やアジア市場に直販で非常に好調に売れており、15人体制のガイドでは対応しきれないほどの需要があります。
- ・カナダのインフルエンサーが道東ツアーに参加し、そのブログ掲載を通じてツアーの存在を知った人々が実際に参加するという、具体的なツアー催行に繋がる動きがありました。

Q3. ATツアーの問い合わせ数の変化について、実数またはパーセンテージで増減をご回答ください。※体感で構いません。

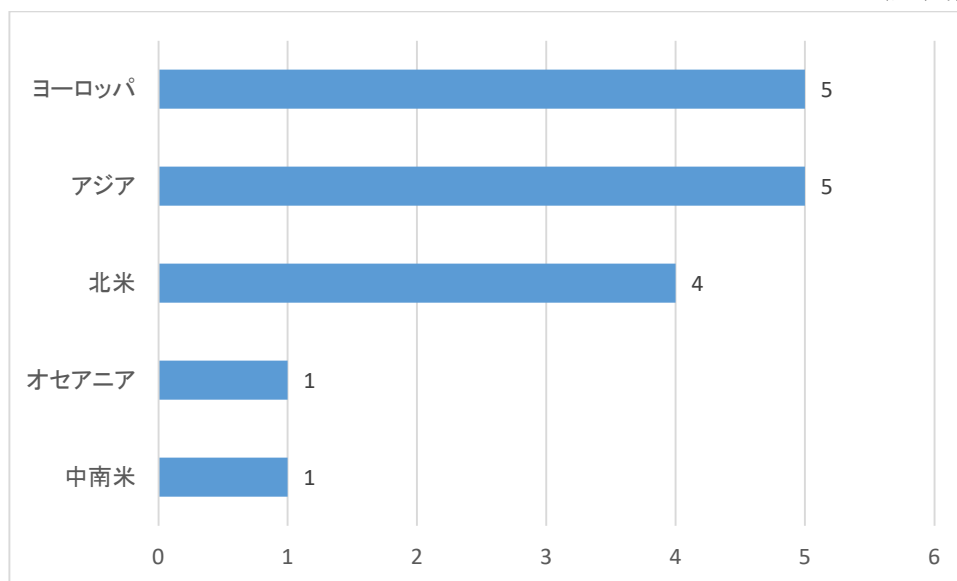
▶一部の事業者が、ATWS2023開催前後でATツアーの問い合わせ数に増加が見られたと回答している。具体的な増加数としては「10%増加」、「約20件増加」といった回答があり、ウェブサイトの販売実績にも変化があったとの認識がある。これは、ATWS2023の開催が問い合わせ数の増加や販売実績の改善という形で具体的な効果をもたらしたことを示している。

- ・10%増加した。
- ・WEBサイトの販売実績の変化。
- ・約5件増加した。
- ・10件以内の問い合わせがありました。
- ・約20件増加した。

Q4. ATWS2023開催後において、ATツアーに関する問い合わせが増えた地域があれば選択してください。
(複数選択可)

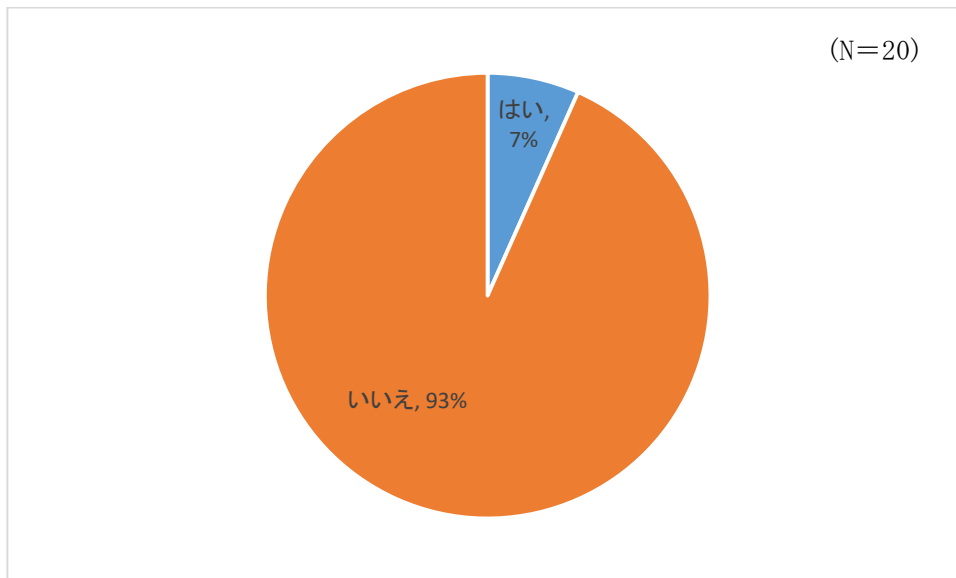
▶「ヨーロッパ」、「アジア」がそれぞれ最も多く、次いで「北米」となっている。この結果は、ヨーロッパとアジアからの需要が特に高まっており、市場として重要であることを示している。また、北米からの関心も高まっている一方、中南米とオセアニアからの問い合わせは限定的な増加となっている。

(回答数)



Q5. ATWS2023開催前後で比較し、ATツアーの成約・催行件数に変化はありましたか。

▶ 7%の事業者が、ATツアーの成約・催行件数に変化があった（「はい」）と回答している。一方、93%の事業者が、変化はない（「いいえ」）と回答しており、ATWS2023での商談が、直接的にATツアーの成約・催行件数の増加に結びついた事業者は少数であった。



Q6. ATツアーの成約・催行件数に変化について、実数またはパーセンテージで増減をご回答ください。

※体感で構いません。

・約15件増加した。

Q7. ATツアーの成約・催行件数に変化について、ATツアーに関する成約・催行件数が増えた地域があれば選択してください。（複数選択可）

- ・北米
- ・アジア
- ・ヨーロッパ

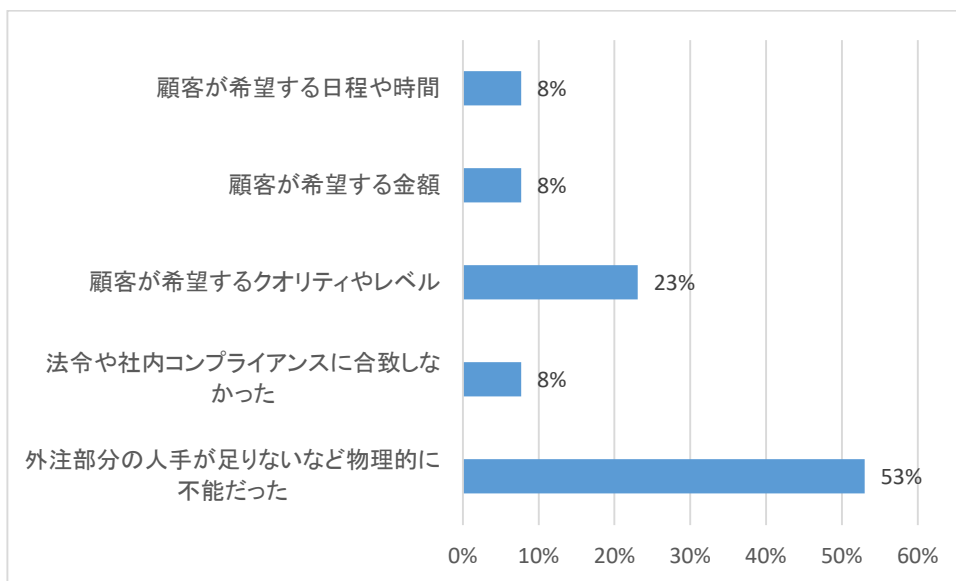
○ATツアーの成約に至らなかった原因・課題について

Q1. ATWS2023で商談した顧客やそれ以外の者から、ATツアーに関する相談を受け付けたものの、成約に至らなかった（もしくは至らないと思われる）場合について、各分野（ガイド・アクティビティやコンテンツ・宿泊施設・食事・移動）で何が課題となり成約に至らなかったのか、該当するものがあれば最も当てはまるものを選択してください。

[ガイドにおける課題]

▶「外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった」が最も多く、次いで「顧客が希望するクオリティやレベル」となっている。この結果から、ATツアーの成約を妨げる最大の要因は、ガイドの人手不足であることが明確である。特に、外国人対応可能なガイドや地域に精通したガイド、特定の専門スキルを持つガイドが不足している現状が、多くの商談機会の損失に繋がっていると推察される。

(回答者数13)



〈ガイドにおける課題の具体的な内容〉 ※追加ヒアリングによる回答

■顧客が希望する日程や時間

- ・インバウンドが来日する日程は一部の期間に集中しがちなため（春節等）、交通機関もガイドも取り合いになる。
- ・ガイドの日程あわない。

■顧客が希望するクオリティやレベル

- ・DOAにおいてアサインした外国人アクティビティガイドが、求められる水準に全く達しておらず、参加者を管理できなかった。
- ・ツアー全体の満足度に影響するため、ガイドのレベルは重要であり、良いガイドが付くとツアーは成功するが、相性が合わないと全体のイメージごと左右されてしまう。
- ・スペイン語やタイ語など英語以外でガイドしてほしいという要望もたまにある。
- ・ATとなると求められるレベルが高くなるため、ガイディングスキルや地域とのコミュニケーションができる人材が必要である。特に地域との調整ができるような人（顧客の興味・関心にあわせて柔軟にツアーを組むには地域との調整が不可欠なため）が必要で、そのようなガイドを増やすためには、ガイド自身の経験が重要である。
- ・金額が安く、小規模でビジネスにならなかった。

■法令や社内コンプライアンスに合致しなかった

- ・ガイドとも全て契約が必要であり、安全確保と保障の問題で弊社が求めるものと、ガイドが提供できるもので隔たりがある。

■外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった

- ・そもそもガイドが少ないことが課題で、すぐに育成できるものではないが重要なことである。
- ・スルーガイドが催行地域や協働企業にいない。
- ・スルーガイドが可能な人材がいない。
- ・スルーガイドになるためのハードルが高すぎる。ストーリーを語れないとダメというイメージが先行している。自身も現場にいてもやりたいと思わないし、なりたいという人も聞かない。スルーガイドに拘らず、それぞれの地域において交代制で良いのではと思う。地域のことに詳しいため、話すこともできるし、アクシデントがあっても柔軟に対応できる。
- ・外国人対応ができるガイドが絶対的に足りない。山岳ガイドの一部はフル稼働。他に対応できるガイドがおらず、とりこぼしてしまう。
- ・対応できるガイドが少ない。その地域の特定のガイドしか対応できておらず、人手が足りない状態。また、PSA・DOAを催行した際も、ガイド・スルーガイドの確保に苦労した。
- ・絶対的な数が足りず、ドイツ語フランス語専属ガイドが必要等言語の問題もある。
- ・一番のネックはガイドで、専業・兼業両方いるが専業ガイドは昔からの顧客を抱えているため、日程の空いているところしか受けてくれない。
- ・流氷カヤックは人気だったが、ガイドの調整がつかないことも多かった。OTAもサイト側で即時予約ができないものを載せたがらないため、載せることすらネックになっている。
- ・催行可否にかかわらずガイドに報酬を出すことができればパッケージもできるが、そうもいかない。

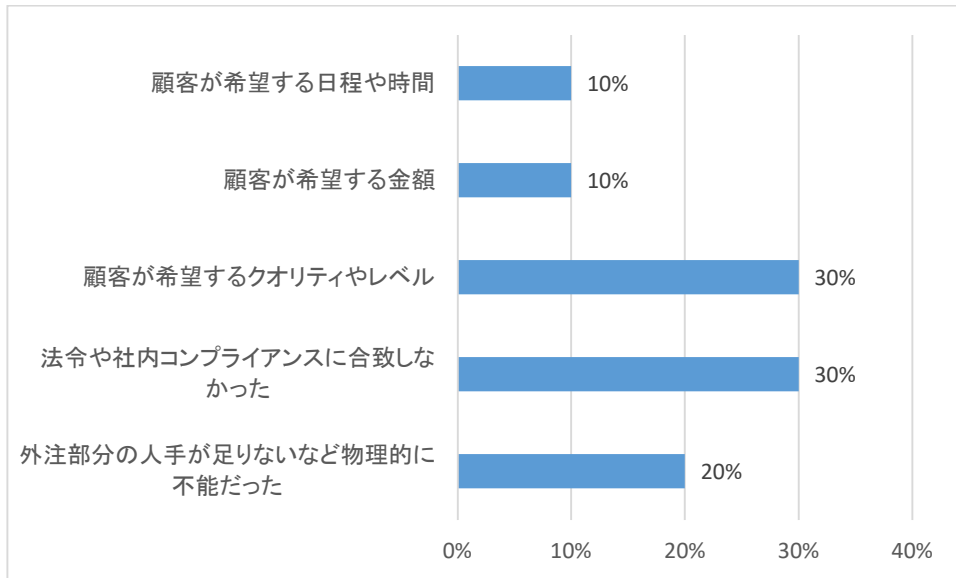
■その他の記載

- ・参加者のサイクリングレベルが違いすぎて、長い列になりコントロールできないなど、このまま販売することは不可能と考えた。
- ・パッケージツアーのため、夏の間にも冬のガイドを確保している。やり方次第。ツアーを増やしても大丈夫か、心配（OT問題、オフィスも大きくしなければならなくなる）があるため、今くらいが丁度良いと思っている。

[アクティビティやコンテンツにおける課題]

▶「顧客が希望するクオリティやレベル」、「法令や社内コンプライアンスに合致しなかった」がそれぞれ最も多くなっている。この結果から、ATツアーの成約においては、アクティビティやコンテンツの品質・レベル、そして安全面やコンプライアンスの問題が、非常に大きな障壁となっていると推察される。物理的な人手不足も課題ではあるが、ガイドに関する課題と比較するとその割合は低くなっている。

(回答者数10)



〈アクティビティやコンテンツにおける課題の具体的な内容〉 ※追加ヒアリングによる回答

■顧客が希望する日程や時間

※具体的な記載はなし

■顧客が希望する金額

- ・金額が安く、小規模でビジネスにならなかった。

■顧客が希望するクオリティやレベル

- ・アクティビティガイドで英語ができる人が少ない。アクティビティをそこで行う意味や背景を英語でうまく伝えられると満足度も高くなる。
- ・アクティビティの磨き上げやコンテンツ造成をしている最中である。

■法令や社内コンプライアンスに合致しなかった

- ・アクティビティも全て契約必要であり、安全確保と補償の問題で求めるものと、アクティビティ事業者が提供できるもので隔たりがある。
- ・アクティビティに対する安全性の保障、事故の際の補償の基準が厳しく、すぐには商品化できないのが現場としての課題である。
- ・賠償保険に加入するには、会社全体として年商の10%を支払う必要があるため、賠償保険に加入していない。ATWS2023時にはレジャー保険に加入したが、会社としてATに取り組むとなれば、集客に繋がる確信があり解決していけるが、会社としてATに取り組まない方針であれば、コンプライアンスの問題は解決が難しい。

■外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった

- ・山登り、ハイキングの問い合わせがあっても強い分野ではない。

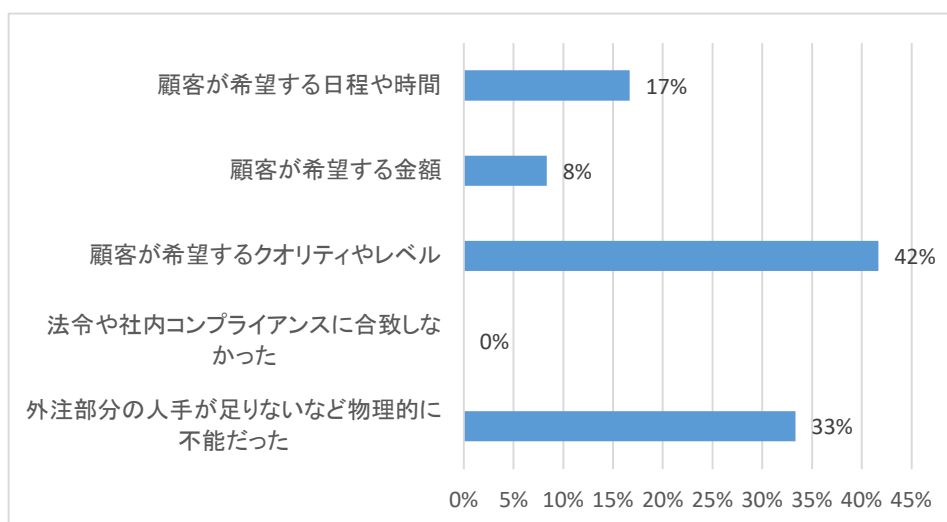
■その他の記載

- ・スノーアクティビティは人気で情報発信も行っているが、夏のアクティビティはまだ発信できていない。
- ・日本全体的な課題としてはコンテンツを作っただけのところが多く、売れないし売る気も無い。こちらとしては、選択肢を増やすためにもコンテンツを提供してほしいと思っているが、提供する側にまで届いていないので、協力が必要である。

[宿泊施設における課題]

- ▶「顧客が希望するクオリティやレベル」が最も多く、次いで「外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった」となっている。ATツアーの成約において、宿泊施設の質と物理的な供給能力の不足が、特に大きな障壁となっていることが明確である。価格や日程・時間の問題も存在するが、クオリティと物理的な制約が主な課題である。

(回答者数12)



〈宿泊施設における課題の具体的な内容〉 ※追加ヒアリングによる回答

■顧客が希望する日程や時間

※具体的な記載はなし

■顧客が希望する金額

- ・連泊する人が多いこともあり、全体的に高いイメージがあるようである。
- ・AT層は富裕層というイメージから五つ星を紹介してきたが価格が合わなかった。
- ・金額が安く、小規模でビジネスにならなかった。

■顧客が希望するクオリティやレベル

- ・地方ではそのような需要は少ないのでできたら良いな、くらいに思っているが、ラグジュアリー層が泊まるようなホテルがなく、豪華さの演出ができない。
- ・5つ星の宿がないこと。
- ・契約施設しか利用できないルールがあり、アクティビティ、コンテンツのある地域と使用可能な宿泊施設とのミスマッチが発生している。
- ・契約施設は地方になるほど畳の部屋が増えるが、海外エージェントからは連日畳になるのは嫌がられる。

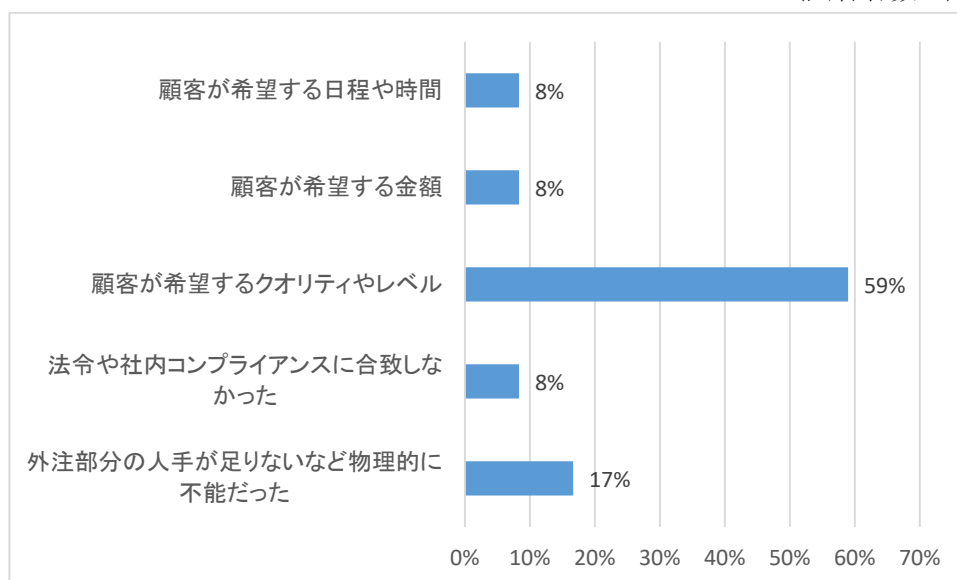
■外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった

- ・冬は休業する宿泊施設が多い（特に年末年始）、宿泊業者の方の年齢層は高く、言葉のハードルがある。
- ・コンテンツとして重要なアイヌのチセ等のテント泊といった宿泊体験などの手配が難しい。
- ・宿泊施設の人材不足により、夕食なしになっていたりPSAで宿泊した旅館がワークマンハウスになっていたりする。早くおさえないと埋まってしまい、1年前から予約しないと受け付けないところもあるし、半年前からじゃないと受け付けないところもある。
- ・地方だと予約が取れない。

[食事における課題]

- ▶「顧客が希望するクオリティやレベル」が最も多く、次いで「外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった」となっている。食事のクオリティや多様な食のニーズへの対応が、圧倒的に大きな課題となっていることが明確である。

(回答者数12)



〈食事における課題の具体的な内容〉 ※追加ヒアリングによる回答

■顧客が希望する日程や時間

※具体的な記載はなし

■顧客が希望する金額

- ・顧客の求める食事の金額が安く、小規模でビジネスにならなかった。

■顧客が希望するクオリティやレベル

- ・北海道を含む日本全体で、宗教食（ハラルなど）や菜食主義（ベジタリアン、ビーガン）への対応が課題。特に地方では対応可能な飲食店が限られ、ツアーの行程に制約が生じることもある。ただ、北海道の食べ物はおいしいため、食べられる物だけ食べてもらっても満足度は高くなる。
- ・ビーガン、ハラル対応などの準備料金をガイドに払うのみで、ガイド任せになっている。
- ・ATWSでは顧客のニーズを把握し、レストランへの働きかけで対応は可能になるものの、おいしくなさそうでハラル弁当が選ばれないなど、味や質の改善も必要である。
- ・地方部では、弁当製造企業や地元のコンビニ・スーパーの活用も一つの手段である。
- ・地方部では脱プラスチックへの対応も難しい。

■法令や社内コンプライアンスに合致しなかった

- ・契約施設しか利用できないのが課題。結果として連日和食になりがちで、この点が海外エージェントからの不評に繋がっている。

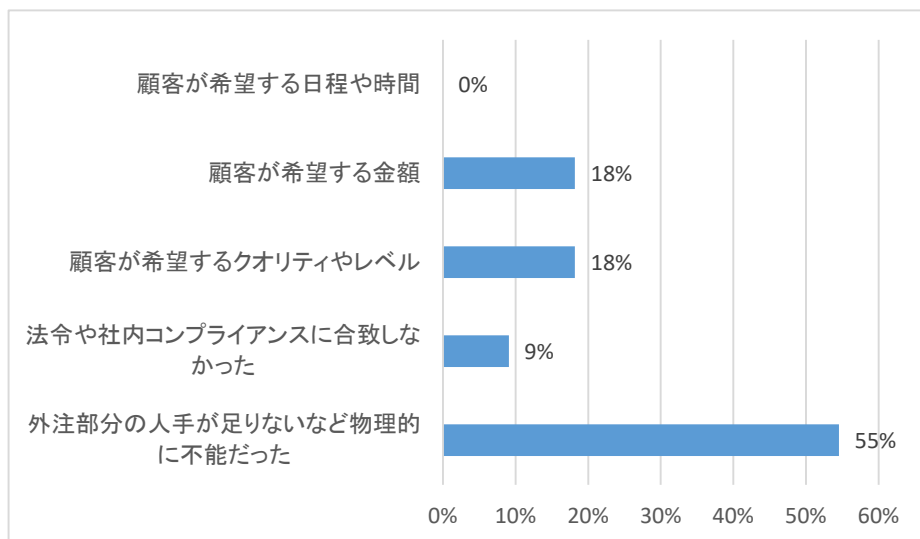
■外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった

- ・人手不足のため、満足なおもてなしができない。

[移動における課題]

- ▶「外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった」が最も多く、次いで「顧客が希望する金額」、「顧客が希望するクオリティやレベル」がそれぞれ多くなっている。この結果から、ATツアーの成約において、移動手段の確保、特にドライバーや車両の不足が最も深刻な課題となっていることが明確である。

(回答者数11)



〈移動における課題の具体的な内容〉 ※追加ヒアリングによる回答

■顧客が希望する金額

- ・目的地でバスなどをどこに駐車するかについて、道路・施設の使用許可をどこに取るのかなど課題があり、苦勞した。
- ・札幌→層雲峡→道東で泊まるとなると、バスだと高くなってしまふ。個人ならJRでも良い。
- ・顧客が希望する金額が安く、小規模でビジネスにならなかった。

■顧客が希望するクオリティやレベル

※具体的な記載はなし

■法令や社内コンプライアンスに合致しなかった

※具体的な記載はなし

■外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった

- ・人手不足、運転手が足りていない。一つの策として、参加者にレンタカーを借りてもらい、それぞれ自分で移動してもらおうというのも考えている。海外では割とある形態で、むしろ自分の自由に動けて良いという人もいる。
- ・東北海道は広いので、移動が課題。夏はレンタカーが多いが、冬はそうもいかないため特に課題と感じる。最近話題にもなっているが、ガイド自身が車にお客さんを乗せて移動できればと思う。公共交通は時間の縛りもあるため使いにくい。需要とのバランスもあるため、むやみに便数増やすわけにもいかない。

[その他の要因]

▶ATツアーの成約に至らない主な課題として、ツアー内容と顧客の要望との間に乖離があること、特にスルーハイクのような特定のニーズへの対応が困難なこと、また、移動距離の長さに伴う高額な交通費（特に貸切バス）が顧客の想定を超えている点が挙げられた。また、北海道単独でのATツアー造成に対するエージェントの意欲が低いことや、商談の場がプロモーションに留まり、具体的なツアー企画への発展が少ない現状となっている。さらに、ATツアーの価値を適切に評価し、価格設定できるコーディネーターが不足している点も課題である。

〈その他の要因の具体的な内容〉 ※追加ヒアリングによる回答

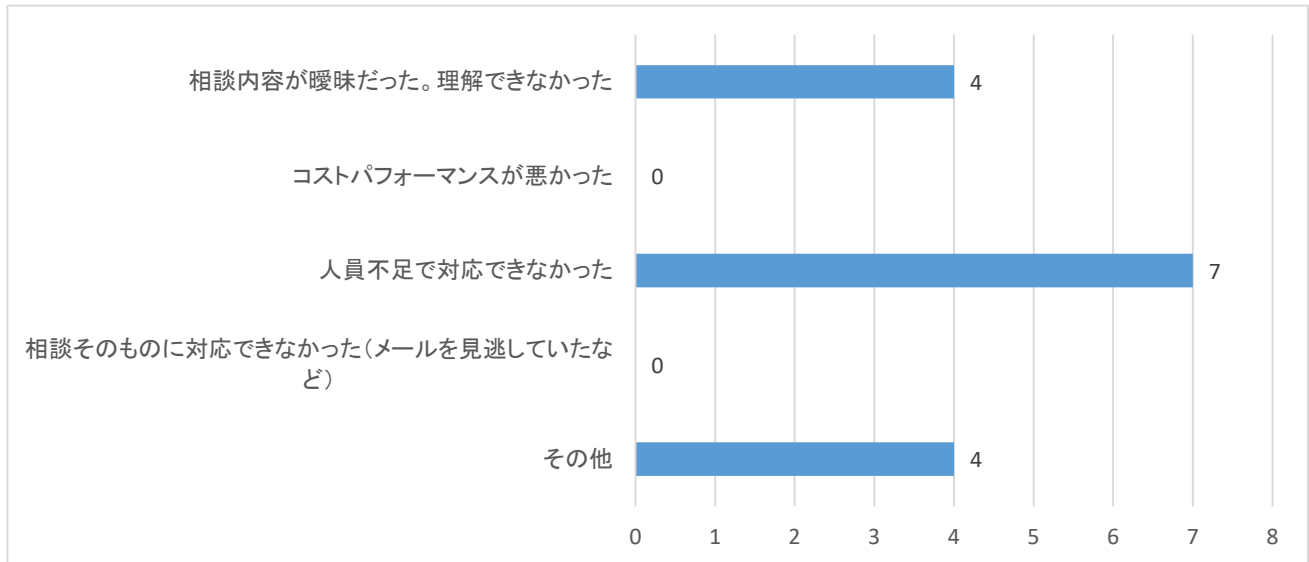
- 商談相手が望むツアー内容と北海道で提供できるツアー内容に乖離がある。例えば、スルーハイクや標高差が少なく歩きやすいトレイルを用いたハイキングツアーについて、北海道に来たことがある人からツアーの手配をしてほしいとの要望が来るが、移動距離等に無理があったり、こちらが良いと思う提案をしても、要望通りでないなら結構ですと言われてしまうこともあり、労力をかけても成立する率が低い。10人以上になると貸切バスが必要となるが、顧客側が想像している額よりも高くなってしまう。
- アドベンチャートラベルを求めて北海道だけでツアーを作ろうというエージェントはやはり少ないように感じます。共同供販事業での繋がりはあるが、北海道でATをやるという具体的話にはなっていない。ただし、お願いすることはできる状態である。
- DOAツアー中にガイドを通じた雑談の中でのながら商談という感じです。ツアー中というより大会終了後にツアーを企画する段階で、こうした問い合わせが増えることを期待しています。ツアーを売りたいというよりもプロモーションという位置づけであり、プロモーションできたことが収穫だと考えている。宿泊施設等も欧米の人が増えたという実感があると聞いている。
- 自社の販売の話ではないが、コーディネーターが不足している。アドベンチャーの要素について品質は高いが、これに値段をつけられる人がいない状態で、値付けのできる人の存在が必要である。こういう時こそ旅行会社の腕の見せ所ではと思っている。
- 特に移動手段の規則（特にバス）への理解と、全体的な料金面での納得感・ガイドレシオへの理解が得られなかった。
- 先方の具体的な金額の提示はありませんが、「自社が赤字になる」というメールをいただきました。
- 特にバスの稼働時間、インターバルの時間です。野生生物のツアーについてですが、早朝4時くらいにホテルを出発し、途中で休憩は入れるものの、夕方日の入りの4時～5時くらいの時間＋夕食の送迎を入れると、バスの稼働時間がはまらず、2台またはドライバー2名体制にしなければいけない状態になっておりますが、それに係る金額や行程の理解が得られません。宿から宿への荷物の運送自体も課題です。
- バードウォッチングのツアーが一番顕著ですが、鳥の生息可能性があるところが複数あるため、行程通りに動かない可能性が大いにある点です。ジャンボタクシーはともかく、バスは運行管理的な観点からフレキシブルに動くことができないため、その点でもご理解いただけませんでした。

○ATツアーに関する商談を受け付けなかった場合の課題について

Q1. ATWS開催後にATツアーに関する相談を受け付けなかった場合について、何が課題となり相談を受け付けなかったのか、当てはまるものを選択してください。(複数選択可)

- ▶ 「人員不足で対応できなかった」が最も多く、次いで「相談内容が曖昧だった。理解できなかった」、「その他」がそれぞれ多くなっている。

(回答数)



〈具体的な内容〉 ※追加ヒアリングによる回答

■ 相談内容が曖昧だった。理解できなかった

- ・北海道に行くならどこが良いかというような相談で、目的や人数がわからないと答えにくい。相談の中で無謀な行程を提示されることもある。
- ・「こんなことしたい」という要望が大雑把すぎる。連絡しても返ってこない。

■ 人員不足で対応できなかった

- ・旅行業の登録を行っているが人材が不足対応できる人材が1名のため、現状ではツアーを管理する事が非常に厳しい状況が続いている。
- ・BtoCとなると、BtoBでは月1回の精算となるが、それ以上に煩雑さもあり対応が難しい。
- ・今の体制だとATを推進するのは難しい。ATの話はするが、北海道東北以外はATについての理解が進んでおらず、全社でAT推進と振り切るまでは至ってない。日本国内でのATの認知度は低いいため、本社はあまりそういう方向にはならない。
- ・オーダーメイドは人手不足でむずかしく、BtoBはほとんどオーダーメイドの状況である。バスが高くなりすぎている。

■ その他

- ・PSA・DOAを再考しているが、会社内では特殊な扱いとされているため、問い合わせを受けてもすぐできませんとは言えない。
- ・人材不足というより、会社の体制の問題。インバウンド担当が新しいAT商品としてBtoBで取り組んでいたこともあるが、インバウンド担当が閉じられたため、現在も再開していない。

(2) ATに関する周辺状況調査

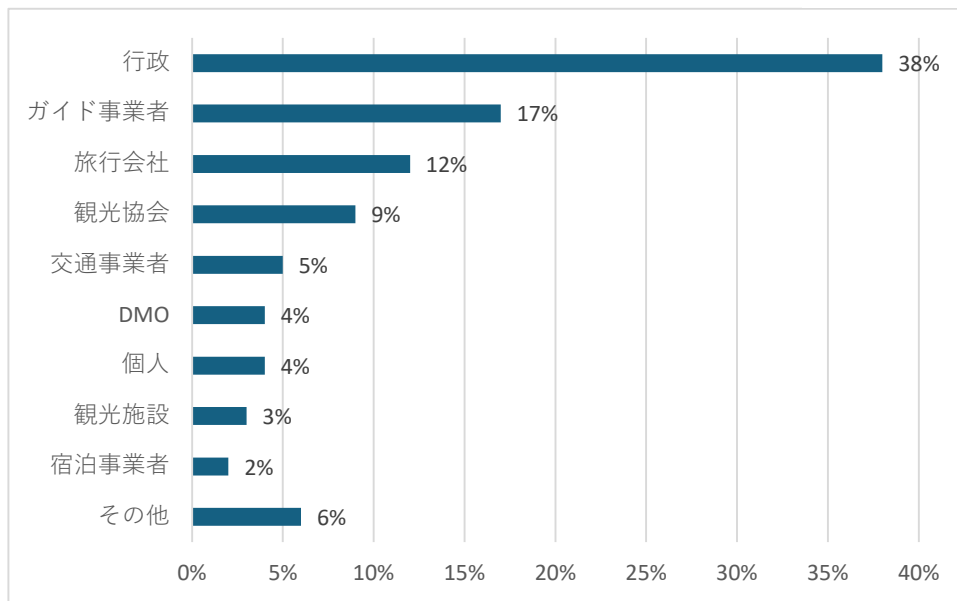
ア. 北海道内の関係機関によるATセミナー・研修から見えるATの裾野拡大の状況

(公社)北海道観光機構による「令和6年度 地域間プラットフォーム構築に向けたAT受入体制整備事業」において、全道6か所(札幌・函館・旭川・網走・中標津・稚内)で開催したセミナーや、札幌にて開催の同セミナー全体における実施報告会及び、道南エリアで開催した実地研修の参加者の属性については、以下の通りである。

全会場で219名の参加申し込みがあったうち、行政関係者が38%であり、ガイド事業者が17%、旅行会社が12%、観光協会9%、交通事業者が5%、個人での参加が4%、観光施設が3%、宿泊事業者が2%であった。

また、その他には「アウトドアメーカー関係者」や「大学関係者」など多岐にわたっていることから、ATに対する認知が向上し、特にATWS2023以前はATに関心を持っていなかった層にも裾野が広がってきている。

(N=219)

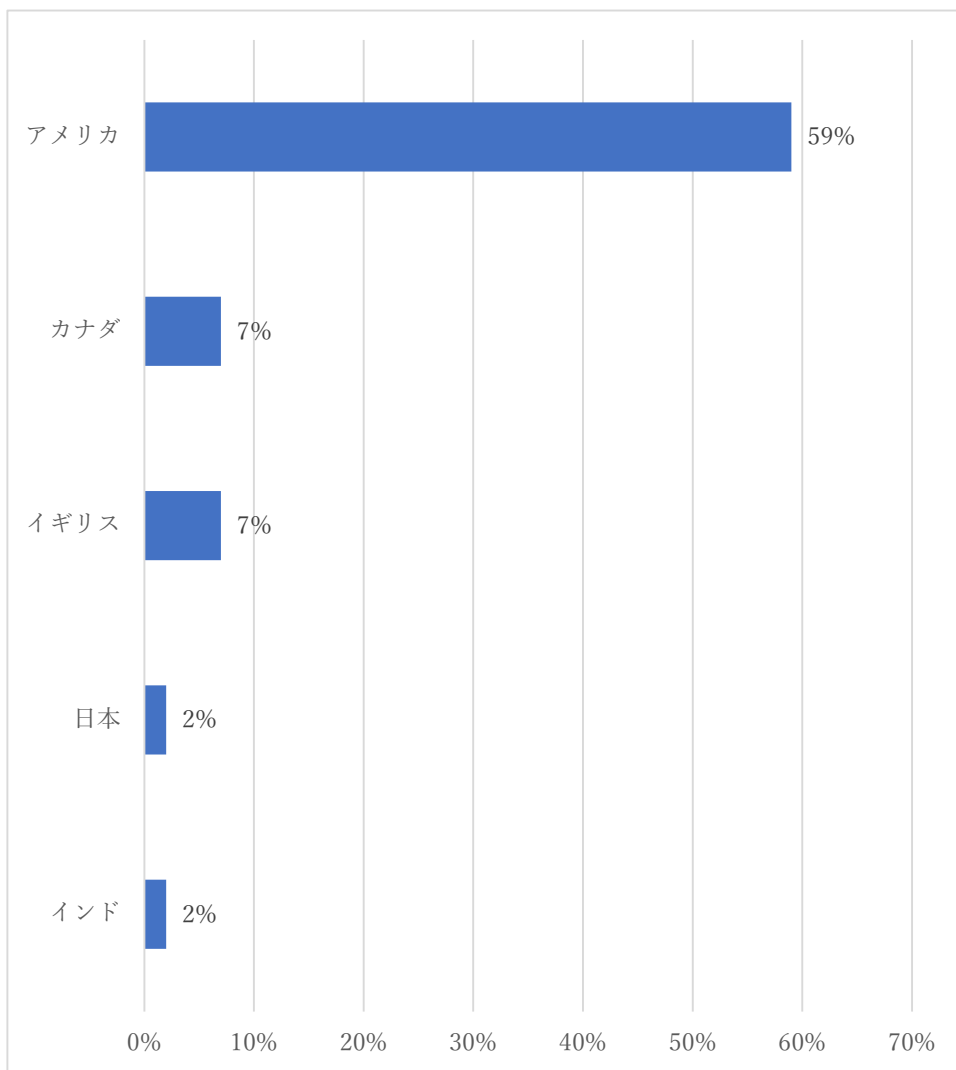


イ. ATTAの調査結果から見えるATデスティネーションとしての認知度拡大の状況

ATTAが実施したATWS2023後12か月間で調査を実施した「12-MONTH POST-EVENT REPORT」から、次のとおりATデスティネーションとしての北海道・日本の需要拡大の状況を把握した。

○回答者属性－国籍－ ※主な回答者

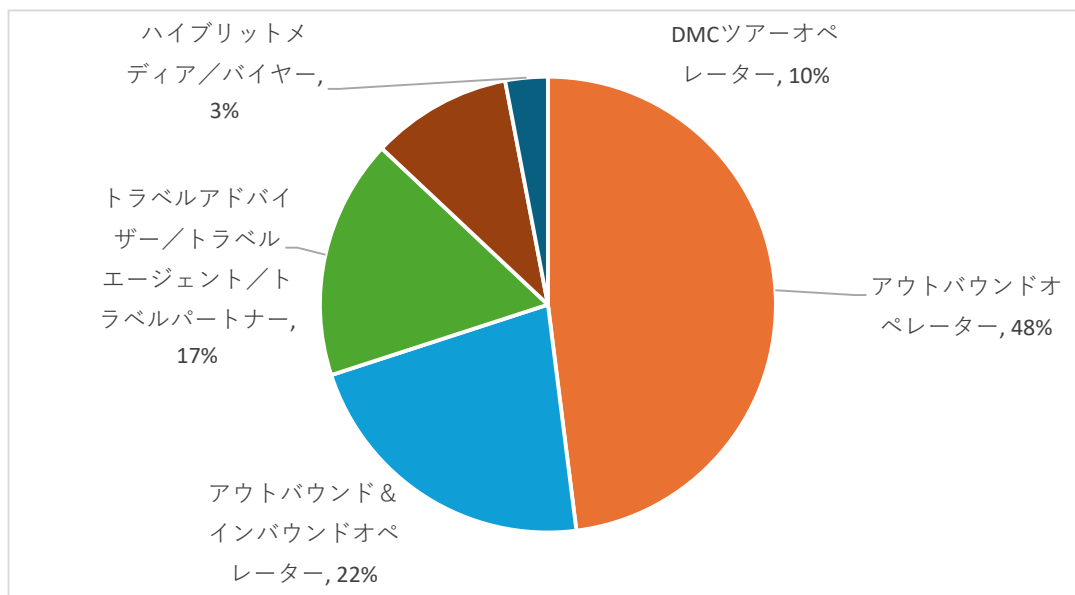
▶「アメリカ」が最も多く、次いで「イギリス」、「カナダ」がそれぞれ多くなっており、欧米豪が多くを占めている。



※その他、フランス、ギリシャ、グリーンランド、コロンビア、オーストラリア、アラブ首長国連邦、ネパール、イタリア、エクアドル、スペイン、スウェーデン、オランダの回答者から回答あり

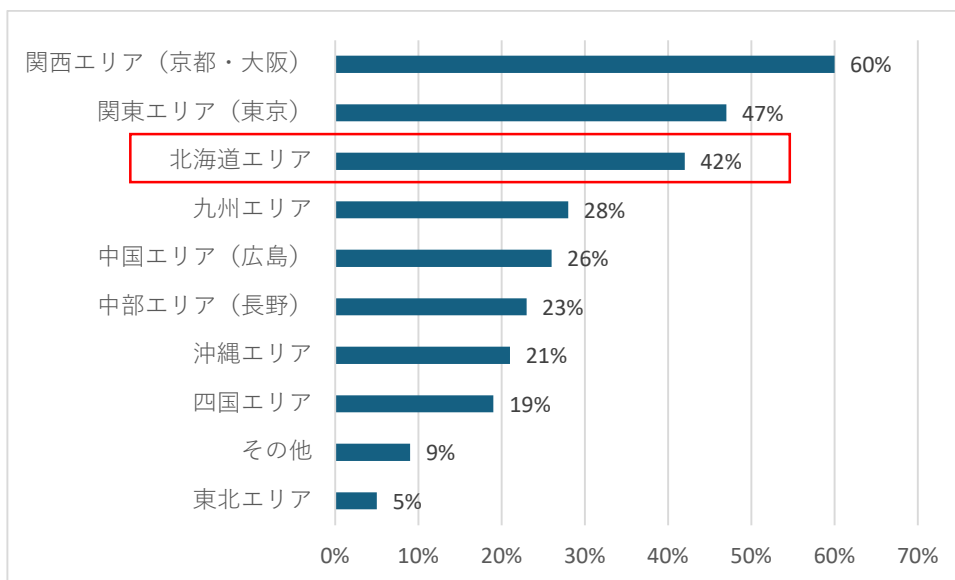
○回答者属性－職業分類－

▶「アウトバウンドオペレーター」が最も多く、次いで「アウトバウンド&インバウンドオペレーター」、「トラベルアドバイザー／トラベルエージェント／トラベルパートナー」となっている。



○日本への旅行の主な目的地 ※複数回答

▶「関西エリア」が60%で最も多く、次いで「関東エリア」が47%となっている。「北海道」は42%と全体で3番目に多く、多数の外国人旅行者が目的地に北海道を選んでいる。



○日本での新しい旅程

- ▶回答者の40%が、「ATWS開催の結果として、日本における旅程プログラムを開始した」との回答であった。

○日本での旅程プログラム

①新規または更新された旅程

- ▶回答者のうち43名から、計234件の日本での旅程プログラムの回答があった。そのうち新規または更新された旅程プログラムは191件であった。

※更新された旅程とは、ATWS北海道で商談したサプライヤー（宿泊施設、ツアーオペレーターなど）の商品を、既存の行程に追加することを指す。

②令和6年に送った（送ろうとしている）ゲストの総数と今後2年間において、新しい旅程で日本に送る可能性のあるゲストの総数

- ▶令和6年に送った（送ろうとしている）ゲストの総数は6,261名であった。また、令和7年には7,927名、令和8年には9,861名を送客する見込みとの回答であった。

③平均日本滞在日数

- ▶日本での平均滞在日数は10日間であった。

④日本のサプライヤーとの1人あたりの平均旅行支出

- ▶日本国内のサプライヤーへの1人1旅行あたりの平均旅行支出額は、\$4,493であった。（\$USD）

2.2. 分析・検証

(1) ATWS2023の追跡調査に係る分析・検証

ATWS2023の追跡調査結果を総括すると、イベントは北海道へのATツアーに対する国際的な関心を高める一定の成果をもたらしたものの、それが必ずしも直ちに参加者の販売増へと繋がったわけではない実態が明らかとなった。

まず、ATWS2023開催中の商談では、アメリカ、オーストラリア、欧州からのバイヤーとの活発な交流が見られた。特にDOAや北海道ラウンジが主要な相談内容であり、サイクリングやハイキングといったアクティビティへの高い関心が示されたことは、北海道の自然資源とATとの親和性を裏付けている。実際、中国からの自然満喫ツアーの成約や、インドからのサイクリングツアー開始、オーストラリアからの年間送客決定といった具体的な成果も報告されており、ATWSがビジネスチャンス創出の一助となったことは間違いない。

しかし、ATWS2023後にATWS2023の商談相手からATツアーの問い合わせ・成約があったと回答した事業者が約6割、ATWS2023後、ATWS2023以外での商談相手からATツアーの問い合わせ・成約があった事業者は半数程度に留まり、多くの事業者では直接的な販売増には繋がっていないのが現状であった。

成約に至らなかった課題は多岐にわたるが、特に以下の点が挙げられる。

□ガイドにおける課題

「外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった」が最も多く、外国人対応可能なガイドの絶対数不足や育成の難しさが深刻なボトルネックとなっている。例えば、フランス語などの特定の言語に対応するガイドの不足は、多言語ニーズに応えられない原因となっている。

□コンテンツにおける課題

「顧客が希望するクオリティやレベル」、「法令や社内コンプライアンスに合致しなかった」がともに主要な課題であった。特に、宗教食・菜食主義への対応不足、アクティビティの安全性保証や高額な賠償保険が商品化の障壁となっている。他には、夏季アクティビティの情報発信不足も指摘された。

□宿泊施設における課題

「顧客が希望するクオリティやレベル」、「外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった」が主要な課題であった。ラグジュアリー層に対応できるホテルの不足、コンテンツとして特定の宿泊形態（テント泊やアイヌのチセ等）を提供する場合の手配の困難さ、地方での予約の困難さ、宿泊施設の人手不足が課題として挙げられた。

□食事における課題

「顧客が希望するクオリティやレベル」が最も多く、宗教食や菜食主義への対応不足として味や質の改善の必要性が顕著である。契約の柔軟性不足から連日和食になりがちな点も指摘された。

□移動における課題

「外注部分の人手が足りないなど物理的に不能だった」が最も多く、運転手不足が特に深刻である。高額なバス料金、広大な移動距離、運行管理上の制約（例：早朝からの野生生物観察ツアーでバスの稼働時間が合わない）も大きな課題として認識されている。

これらの課題は、北海道の豊かな自然やコンテンツの潜在能力に対し、それを国際市場に提供するための「受け入れ体制」の脆弱性を示している。ATWS2023は国際的にATデスティネーションとしての北海道を知らしめる価値あるイベントとなったものの、その後の具体的なビジネスに繋げるためには、人材育成、法的・コンプライアンス面の整備、多様なニーズに応えるコンテンツの磨き上げと情報発信、そして地域間の連携強化といった多角的な取組が不可欠である。

(2) ATに関する周辺状況調査に係る分析・検証

ATに関する周辺状況調査を総括すると、(公社)北海道観光機構によるATセミナー・研修の参加者属性やATTAによるATWS2023後12カ月間の調査から、ATWS2023が北海道におけるATの認知度拡大について、ポジティブな効果をもたらしていることが読み取れる。

ATTAの調査では、回答者の40%がATWS2023開催を機に日本での新たな旅程プログラムを開始したと報告しており、これは日本全体のATツアー増加を示す確かな兆候である。特に、回答者の59%がアメリカを拠点とする事業者であったことから、ATWS2023がアメリカ市場において具体的なビジネスへと直結している実態が明らかになった。職業分類別に見ると、アウトバウンドオペレーターが約半数を占める一方で、DMCやトラベルアドバイザーなども多様なチャンネルを通じてATツアーを展開している状況がうかがえる。日本旅行における新たな目的地として北海道が42%の回答者から選ばれたことは、北海道がATの新しいデスティネーションとして非常に高い注目を集めていることが分かった。

また、(公社)北海道観光機構が実施したATセミナー・研修の参加者属性からは、ATへの認知と関心が広がりを見せていることも確認できた。全道6カ所で開催されたセミナーや各種研修には、合計219名が参加を申し込んでおり、行政関係者が38%と高い割合を占めている一方で、ガイド事業者17%、旅行会社12%、観光協会9%、交通事業者5%など、観光関連の幅広い事業者が意欲的に参加している。さらに、アウトドアメーカーや大学関係者といった多岐にわたる属性の参加があったことから、ATが既存の観光産業の枠を超え、より広範な分野で関心を集めていることを裏付けており、ATWS2023以前と比べてATの裾野が着実に拡大していることが言える。これらのデータは、ATWS2023が単なる一過性のイベントで終わることなく、地域全体のAT受入体制の整備と意識向上に大きく寄与していることを示唆している。

2.3. 今後の提言

ATWS2023の追跡調査及びATに関する周辺状況調査によって、ATWS2023への参加が全ての事業者にとって即時的な販売増に繋がったわけではないものの、北海道におけるATの裾野拡大には確実に寄与していることが明らかになった。

追跡調査の結果が示す通り、多くの事業者で具体的な販売増には至っていない原因としては、ガイドの人手不足、コンテンツの品質・安全の保障、宿泊施設や食事の多様性不足、そして移動手段の確保といった多岐にわたる課題が浮上している。例えば、外国人対応可能なガイドの絶対数が不足している現状や、ハラル・ビーガン食への対応の難しさ、広域移動におけるバスの確保と高額な料金などが、商談の成約を阻害する要因となっている現状もうかがえる。

しかしながら、即時的な販売増には至っていない一方で、ATWS2023をきっかけとしてATの裾野が確実に拡大している。(公社)北海道観光機構が全道で開催したATワークショップやセミナーでは、これまでATに関心のなかったアウトドアメーカースタッフや、大学関係者、個人など多岐にわたる層が参加し、地域の機運が高まっていることが確認された。これは、地域内で観光産業以外の多様なステークホルダーがAT推進に参画し、役割分担を担うことの重要性が認識され始めていることを示唆している。この機運をさらに高めるためには、例えば、新規でATに取り組む意欲のある事業者に対する初期投資や人材育成への継続的な支援、及びその支援策の認知拡大が不可欠である。

また、ATTAの調査によると、回答者の40%が「日本におけるATWS2023開催の結果として、旅程プログラムを開始した」と回答しており、42%が新たな目的地として北海道を選んでいることから、日本全体、特に北海道におけるATツアーが増加している。しかし、今回の追跡調査の結果からは、その送客が道内のDMCを通して行われていない可能性も推測される。このギャップを埋めるためには、道内事業者の商品造り力(海外エージェントやバイヤーが求めるディープな情報やニーズを汲み取った商品開発力)と販売力の強化、人材育成、そして安定的なサプライチェーンの構築が喫緊の課題である。

さらに、道外事業者や海外エージェントとのネットワークを強化し、ATTAとの継続的な連携を図り、今後のATWSへの出展などを通じた北海道・日本のATのPRを継続していくことが、ATWS2023開催の効果を最大限に高め、北海道のATをさらに推進するために不可欠であると考えられる。加えて、海外からの曖昧な情報での依頼を減らすためにも、継続的な市場へのアプローチや、日本の旅行に関する法令・社内コンプライアンスの厳しさを事前に認知させるBtoB施策も重要となる。交通手段については、バスの規制による高コストや、公共交通機関の利便性の低さも大きな課題であり、現状では現実的でない部分もあるが、長期的な視点での解決策検討が必要である。

以上

3. ATWSの開催成果とATの実績に関する調査(現状を適切に把握する)

-(ii) 北海道におけるATの実態調査-

実際に北海道を訪れたAT旅行者を対象に、AT旅行者の消費動向や趣味・趣向を把握するため、旅行の詳細(属性・日数・目的・訪れたエリア・消費額等)や、どのような魅力を感じて北海道を訪れたか、どのような商品があれば再訪したいと思うか等について調査する。あわせて、北海道を訪れて満足した点や改善点、ATを目的に次回訪問したい国等、今後の北海道・日本におけるATの進行に必要な情報についても調査する。

その上で、AT旅行者以外の来道外国人旅行者の旅行内容や消費額等を比較し、ATの市場規模の把握、ATとAT以外の旅行形態の分析等を行う。

3.1. 調査の実施

(1) 実態調査(前半調査・後半調査)の実施概要

当初、ATツアーやアクティビティを提供したツアーオペレーターやアクティビティ事業者、ガイド等を通じて「WEB形式によるアンケート」を実施していたが、想定を下回る回答数であったため、さっぽろ雪まつり会場及び新千歳空港において「対面形式によるヒアリング調査」を追加で実施した。

なお、それぞれの調査においてATツアー等の定義が異なることから「WEB形式によるアンケート」を前半調査、「対面形式によるヒアリング調査」を後半調査とし、それぞれ集計・分析を実施した。

【調査対象】 調査対象期間中にATを目的として北海道を訪れた外国人旅行者

■前半調査 (WEB形式によるアンケート)

【調査対象期間】 令和5年9月～令和6年11月

【調査実施時期】 令和6年9月～令和7年2月

〈前半調査におけるATツアー・AT以外のツアーの定義〉

○ATツアー

- ・インバウンドのツアーであること。
 - ・体験が1つ以上含まれ、1日以上ツアーであること。
 - ・企画の形態は、募集型企画旅行・受注型企画旅行。
 - ・アウトドアでの体験については、1時間以上の身体的アクティビティが含まれており、かつ有償のガイドが同行していること。
 - ・アウトドア体験が全くない場合については、文化体験や産業体験における有償のローカル及びスポットガイドが同行していること。
- ※旅行会社でガイドの同行が認められる場合に限る。

○AT以外のツアー

- ・インバウンドのツアーであっても、半日のツアーや短時間での体験であること。
- ※立ち寄りのみの場合も含まない。
- ・手配旅行であること。
- ・全ての行程で、ガイドが付かないツアーであること。
- ※観光地巡り、食事や温泉のみを楽しむツアーである。
- ・身体的アクティビティが、1時間以下の体験であること。
- ・アウトドア体験や文化体験・産業体験において、ガイドは付くが無償のガイドであること。

◇スキーの扱い

- ・バックカントリースキーについては、基本的にガイドがついているとみなし、有効回答とする。
 - ・スキー場におけるスキーに関しては、基本的にガイドがついていないとみなし無効とする。
- ※ガイドがついていると把握できたものは有効回答とする。

■後半調査 i（対面形式によるヒアリング調査）

【調査対象期間】 令和7年2月6日～9日

【調査実施時期】 令和7年2月6日～9日

【実施場所】 さっぽろ雪まつり 大通会場6丁目 臨時観光案内所内

■後半調査 ii（対面形式によるヒアリング調査）

【調査対象期間】 令和7年2月20日～22日

【調査実施時期】 令和7年2月20日～22日

【実施場所】 新千歳空港国内線旅客ターミナルビル 2階 出発ロビー
新千歳空港国際線旅客ターミナルビル 3階 出発ロビー

〈後半調査 i・ii における AT ツアー・AT 以外のツアーの定義〉

○AT ツアー

- ・インバウンドのツアーであること。
- ・体験が1つ以上含まれること。
- ・アウトドアでの体験については、1時間以上の身体的アクティビティが含まれている、または有償のガイドが同行していること。
- ・アウトドア体験が全くない場合については、文化体験や産業体験における有償のローカル及びスポットガイドが同行していること。

○AT 以外のツアー

- ・全ての行程で、ガイドが付かないツアーであること。
※観光地巡り、食事や温泉のみを楽しむツアーである。
- ・アウトドア体験や文化体験・産業体験において、ガイドは付くが無償のガイドであること。

◇スキーの扱い

- ・スキーに関しては、バックカントリースキー・スキー場でのスキー問わず有効とする。

【有効回答数】 前半調査 78件

後半調査 i + ii 169件

（2）「AT旅行者」と「北海道に訪した外国人旅行者」の旅行内容や消費額等の比較

「AT旅行者」と「北海道に訪した外国人旅行者（以下、「道内外国人旅行者」）」の違いを、既存の資料との比較から明らかにする。

「AT旅行者」は本事業における前半調査・後半調査の対象者を指し、後者の「道内外国人旅行者」は、公益社団法人北海道観光振興機構が令和6年9月に発行した「令和5年度北海道来訪者満足度・観光産業経済効果調査事業」の報告書から、外国人旅行者の回答分を抽出したものである。

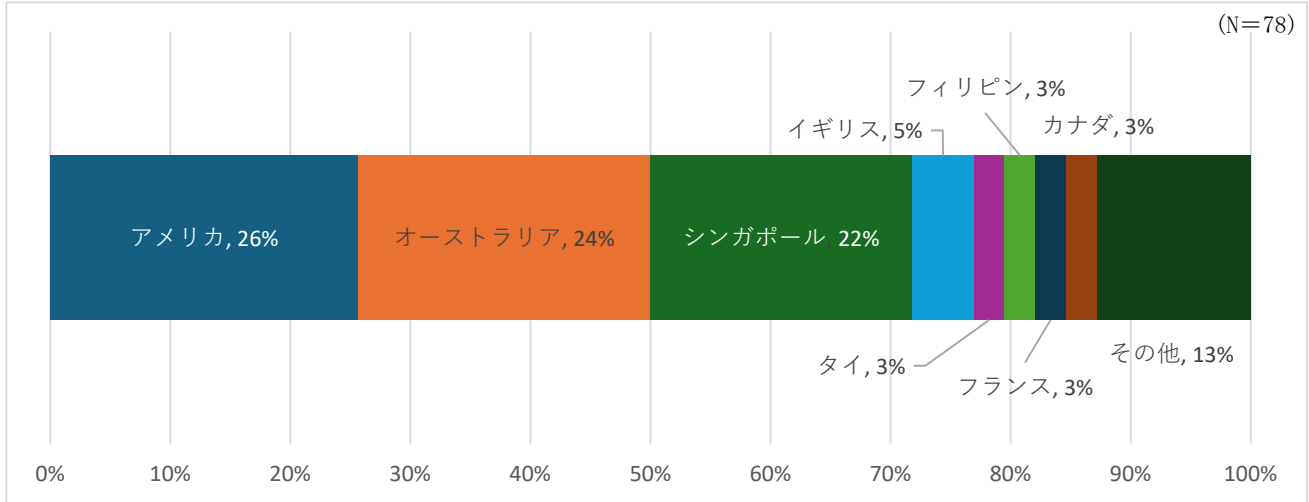
なお、後者の「令和5年度北海道来訪者満足度・観光産業経済効果調査事業」では、AT旅行者を含む北海道来訪外国人全体を広く網羅した調査であり、本事業ではこの両者を比較・分析の対象としている。

(3) 前半調査の実施結果

○回答者属性

Q1. 国籍

▶「アメリカ」が26%で最も多く、次いで「オーストラリア」が24%、「シンガポール」が22%となっている。



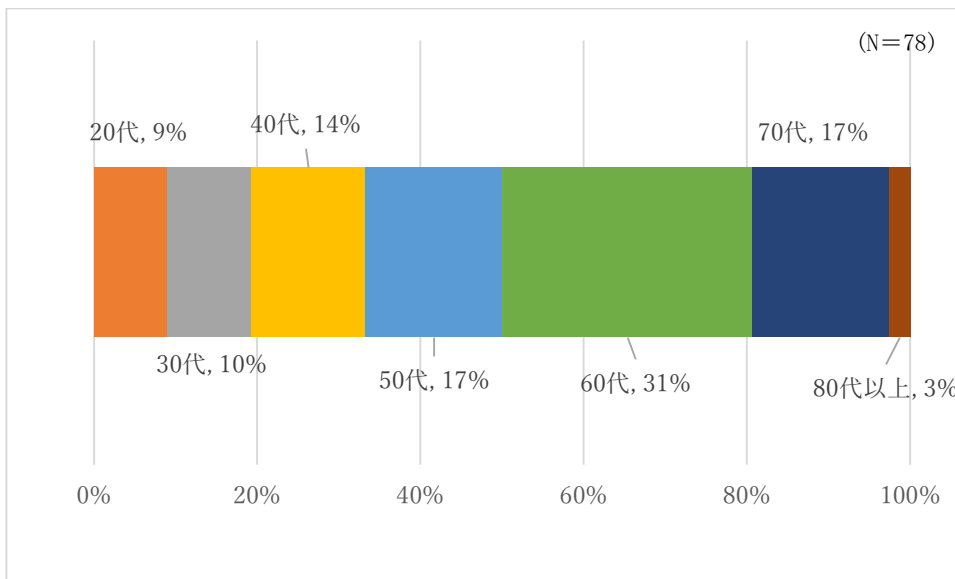
〈国・エリア別における国籍 (人数)〉

(人数)

エリア	国籍	人数
アジア	中国	1
	マレーシア	1
	シンガポール	17
	タイ	2
	フィリピン	2
アジア全体		23
ヨーロッパ	ベルギー	1
	ブルガリア	1
	フランス	2
	ドイツ	1
	アイルランド	1
	オランダ	1
	スウェーデン	1
	イギリス	4
ヨーロッパ全体		12
オセアニア	オーストラリア	19
	ニュージーランド	1
オセアニア全体		20
南アメリカ	アルゼンチン	1
南アメリカ全体		1
北アメリカ	カナダ	2
	アメリカ	20
北アメリカ全体		22
総計		78

Q2. 年代構成

▶ 「60代」が31%で最も多く、次いで「50代」、「70代」がそれぞれ17%となっている。



〈国・エリア別における年代構成〉

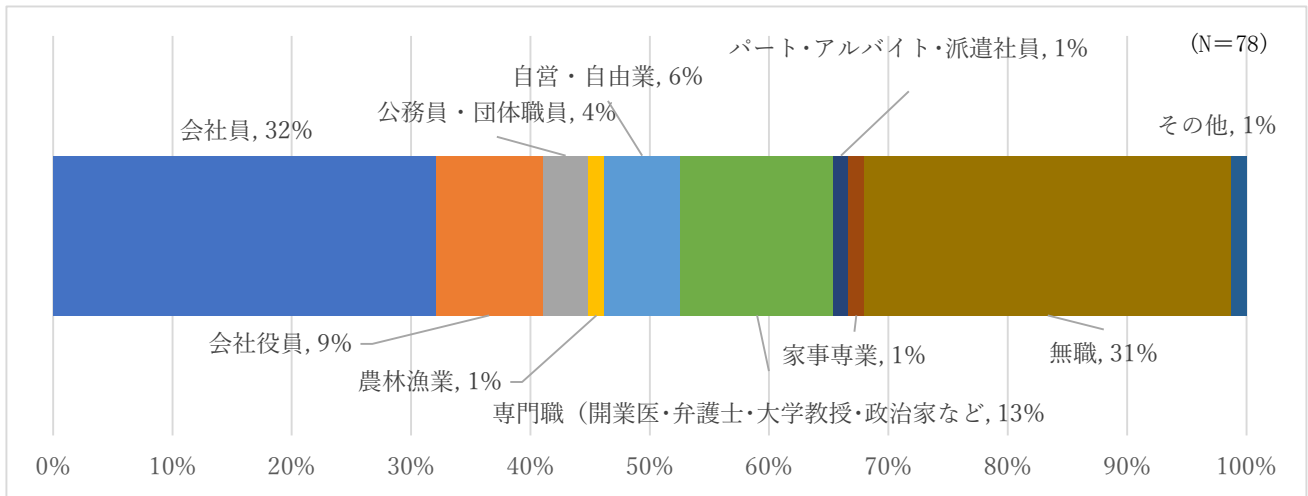
▶ アジア、ヨーロッパは「40代」、「60代」、オセアニアは「60代」、北アメリカは「60代」、「70代」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		年代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	総計
アジア	中国			1						1
	マレーシア	1								1
	シンガポール			1	5	4	6	1		17
	タイ			1	1					2
	フィリピン			1			1			2
アジア全体		1	4	6	4	7	1			23
ヨーロッパ	ベルギー			1						1
	ブルガリア				1					1
	フランス			1	1					2
	ドイツ				1					1
	アイルランド						1			1
	オランダ						1			1
	スウェーデン	1								1
	イギリス	1				1	2			4
ヨーロッパ全体		2	2	3	1	4				12
オセアニア	オーストラリア	3	1	1	4	6	4			19
	ニュージーランド	1								1
オセアニア全体		4	1	1	4	6	4			20
南アメリカ	アルゼンチン				1					1
南アメリカ全体					1					1
北アメリカ	カナダ				2					2
	アメリカ		1	1	1	7	8	2		20
北アメリカ全体			1	1	3	7	8	2		22
総計		7	8	11	13	24	13	2		78

Q3. 職業

▶「会社員」が32%で最も多く、次いで「無職」が31%となっている。（※無職には退職を含む。）



〈国・エリア別における職業〉

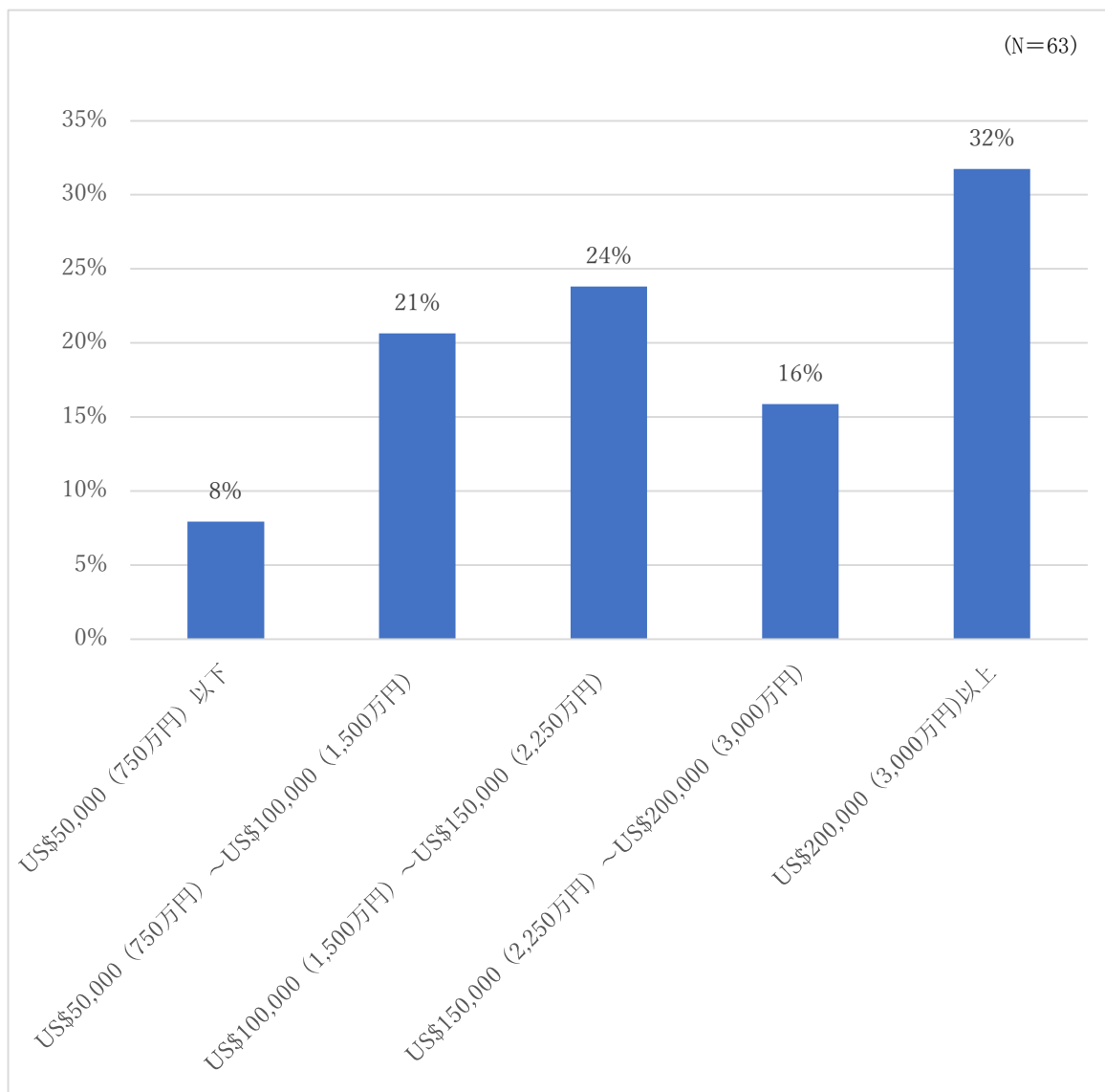
▶アジア、ヨーロッパは「会社員」、オセアニアは「会社員」、「無職」、北アメリカは「無職」がそれぞれ最も多くなっている。（※無職には退職を含む。）

(人数)

国籍	職業	会社員	会社役員	公務員・ 団体職員	農林漁業	自営・自 由業	専門職 (開業医・ 弁護士・大 学教授・政 治家など)	パート・ア ルバイト・ 派遣社員	家事専業	無職	その他	総計
		アジア	中国	1								
	マレーシア						1					1
	シンガポール	5	2	1		1	2		1	5		17
	タイ	2										2
	フィリピン	1	1									2
	アジア全体	9	3	1		1	3		1	5		23
ヨーロッパ	ベルギー					1						1
	ブルガリア	1										1
	フランス	2										2
	ドイツ			1								1
	アイルランド					1						1
	オランダ					1						1
	スウェーデン	1										1
	イギリス	2					1			1		4
	ヨーロッパ全体	6		1		3	1			1		12
オセアニア	オーストラリア	7	2			1	1			8		19
	ニュージーランド	1										1
	オセアニア全体	8	2			1	1			8		20
南アメリカ	アルゼンチン						1					1
	南アメリカ全体						1					1
北アメリカ	カナダ	1	1									2
	アメリカ	1	1	1	1		4	1		10	1	20
	北アメリカ全体	2	2	1	1		4	1		10	1	22
	総計	25	7	3	1	5	10	1	1	24	1	78

Q4. 世帯年収（利子や配当などを含む）

- ▶ 「US\$200,000（3,000万円）以上」が32%で最も多く、次いで「US\$100,000（1,500万円）～US\$150,000（2,250万円）」が24%となっている。



〈国・エリア別における世帯年収（利子や配当なども含む）〉

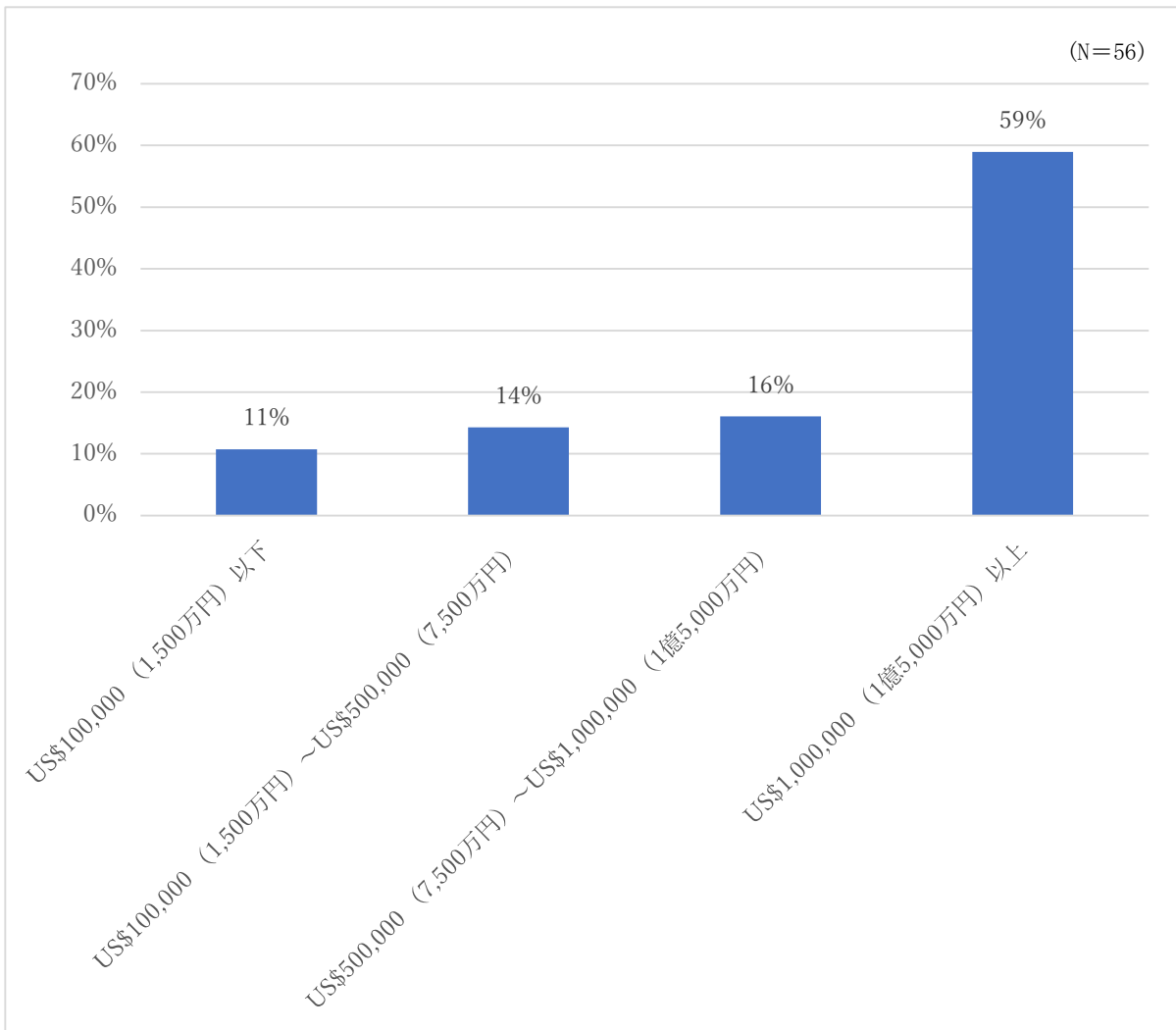
▶アジアは「US\$50,000 (750万円) ～US\$100,000 (1,500万円)」、「US\$100,000 (1,500万円) ～US\$150,000 (2,250万円)」、「US\$200,000 (3,000万円) 以上」、ヨーロッパは「US\$50,000 (750万円) ～US\$100,000 (1,500万円)」、オセアニアは「US\$100,000 (1,500万円) ～US\$150,000 (2,250万円)」、北アメリカは「US\$200,000 (3,000万円) 以上」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		金額	US\$50,000	US\$50,000	US\$100,000	US\$150,000	US\$200,000	総計
			(750万円) 以下	(750万円) ～ US\$100,000 (1,500万円)	(1,500万円) ～ US\$150,000 (2,250万円)	(2,250万円) ～ US\$200,000 (3,000万円)	(3,000万円)以上	
アジア	中国					1		1
	シンガポール	3	4	4	1		5	17
	フィリピン		1	1				2
アジア全体		3	5	5	2		5	20
ヨーロッパ	ベルギー		1					1
	フランス	1					1	2
	オランダ						1	1
	スウェーデン				1			1
	イギリス		2					2
ヨーロッパ全体		1	3		1		2	7
オセアニア	オーストラリア		2	5	3		4	14
	ニュージーランド			1				1
オセアニア全体			2	6	3		4	15
南アメリカ	アルゼンチン						1	1
南アメリカ全体							1	1
北アメリカ	カナダ						2	2
	アメリカ	1	3	4	4		6	18
北アメリカ全体		1	3	4	4		8	20
総計		5	13	15	10		20	63

Q5. 世帯の純金融資産保有額（負債がある場合は、総資産から負債を控除した額）

▶ 「US\$1,000,000（1億5,000万円）以上」が59%で最も多くなっている。



〈国・エリア別における世帯の純金融資産保有額（負債がある場合は、総資産から負債を控除した額）〉

▶ 全てのエリアで「US\$1,000,000（1億5,000万円）以上」が最も多くなっている。

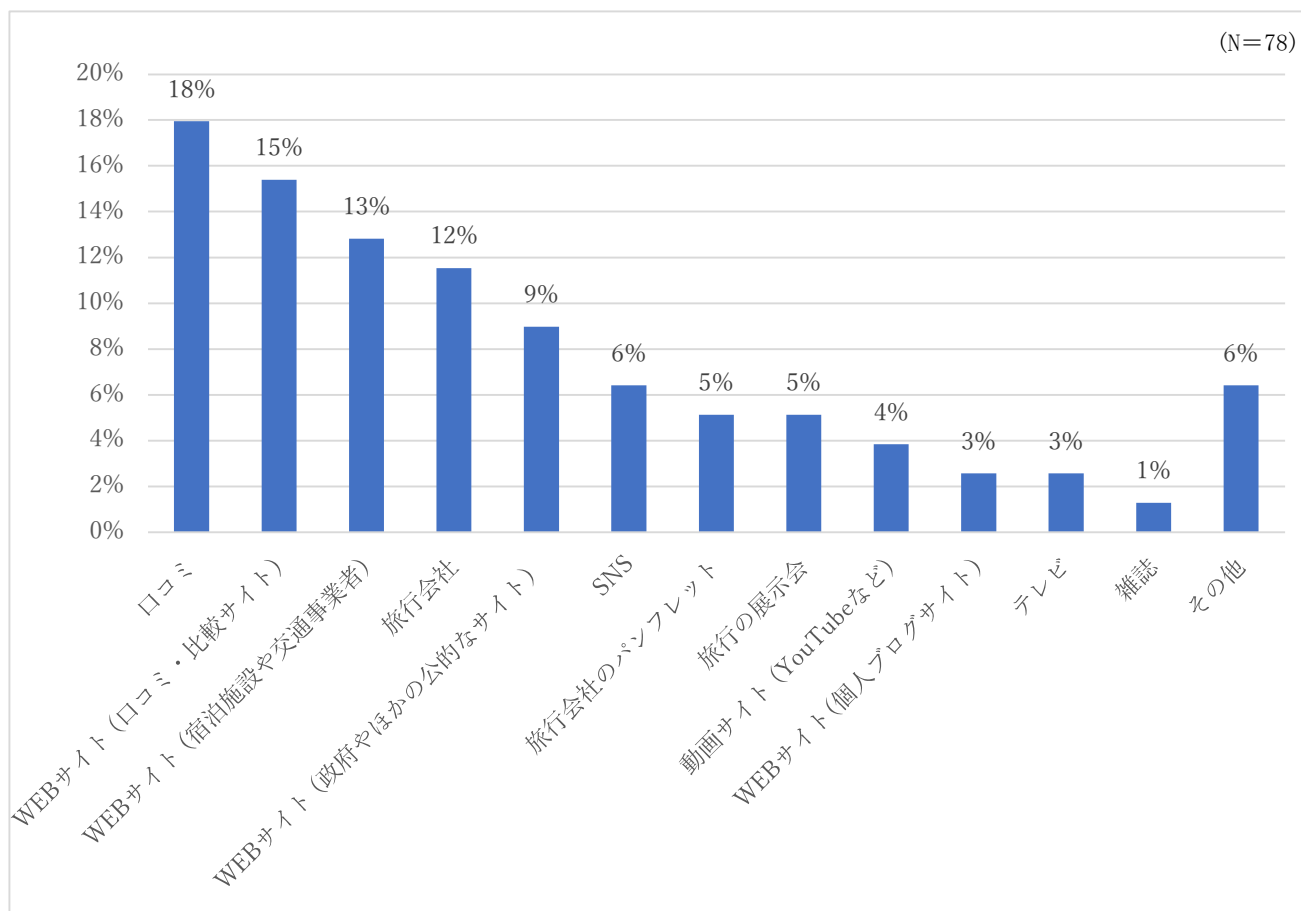
（人数）

国籍		金額	金額				総計
			US\$100,000 (1,500万円) 以下	US\$100,000 (1,500万円) ~ US\$500,000 (7,500万円)	US\$500,000 (7,500万円) ~ US\$1,000,000 (1億5,000万円)	US\$1,000,000 (1億5,000万円) 以上	
アジア	中国				1		1
	シンガポール		2	3	4	7	16
	フィリピン			1	1		2
アジア全体			2	4	6	7	19
ヨーロッパ	ベルギー			1			1
	フランス		1			1	2
	オランダ					1	1
	イギリス		1			1	2
ヨーロッパ全体			2	1		3	6
オセアニア	オーストラリア		1		2	10	13
	ニュージーランド			1			1
オセアニア全体			1	1	2	10	14
南アメリカ	アルゼンチン					1	1
南アメリカ全体						1	1
北アメリカ	カナダ					2	2
	アメリカ		1	2	1	10	14
北アメリカ全体			1	2	1	12	16
総計			6	8	9	33	56

○北海道を旅行先と決めるまでの行動

Q1. 北海道を知ったきっかけ

▶ 「口コミ」が18%で最も多く、次いで「WEBサイト（口コミ・比較サイト）」が15%となっている。



〈選択肢の具体的記載内容〉

口コミ	・友人 ・パートナー
WEBサイト（口コミ・比較サイト）	・Trip advisor ・Best biking in Japan
WEBサイト（宿泊施設や交通事業者）	・具体的な記載なし
旅行会社	・株式会社北海道宝島旅行社 ・Adventure Hokkaido ・Flight Centre Australia
WEBサイト（政府やほかの公的なサイト）	・北海道 ・札幌市 ・Hiking trips in Hokkaido ・Hokkaido Adventure travel
SNS	・Instagram ・TikTok
旅行会社のパンフレット	・Oscar Mike Travel
旅行の展示会	・ATTA (Adventure Travel Trade Association) ・ATWS (Adventure Travel World Summit)
動画サイト（YouTubeなど）	・YouTube
WEBサイト（個人のブログサイト）	・Mark Brazil氏のブログ
テレビ	・Wild Hokkaido
雑誌	・Adventure Cycling Magazine
その他	・映画（ゴールデンカムイ、将軍）

〈国・エリア別における北海道を知ったきっかけ〉

▶アジアは「WEBサイト（ロコミ・比較サイト）」、ヨーロッパは「ロコミ」、オセアニアは「WEBサイト（宿泊施設や交通事業者）」、「旅行会社」、北アメリカは「WEBサイト（ロコミ・比較サイト）」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍	媒体	ロコミ	WEBサイト(ロコミ・比較サイト)	WEBサイト(宿泊施設や交通事業者)	旅行会社	WEBサイト(政府やほかの公的なサイト)	SNS	旅行会社のパンフレット	旅行の展示会	動画サイト(YouTubeなど)	WEBサイト(個人ブログサイト)	テレビ	雑誌	その他	総計
アジア	中国													1	1
	マレーシア						1								1
	シンガポール	3	4	1	2	3	2	1		1					17
	タイ				1					1					2
	フィリピン		1						1						2
アジア全体		3	5	1	3	3	3	1	1	2				1	23
ヨーロッパ	ベルギー	1													1
	ブルガリア	1													1
	フランス	1									1				2
	ドイツ													1	1
	アイルランド							1							1
	オランダ					1									1
	スウェーデン	1													1
	イギリス	1							1			1	1		4
ヨーロッパ全体		5				1			2		2	1		1	12
オセアニア	オーストラリア	2	2	4	4	3	1	3							19
	ニュージーランド						1								1
	オセアニア全体		2	2	4	4	3	2	3						20
南アメリカ	アルゼンチン			1											1
南アメリカ全体				1											1
北アメリカ	カナダ		1						1						2
	アメリカ	4	4	4	2					1		1	1	3	20
	北アメリカ全体		4	5	4	2				1	1		1	1	3
総計		14	12	10	9	7	5	4	4	3	2	2	1	5	78

〈年代別における北海道を知ったきっかけ〉

▶30代は「ロコミ」、40代は「旅行会社」、「ロコミ」、60代は「WEBサイト（ロコミ・比較サイト）」、70代は「WEBサイト（宿泊施設や交通事業者）」がそれぞれ最も多くなっている。一方、20代、50代は比較の様々な手段で情報を探している。

(人数)

年代	媒体	ロコミ	WEBサイト(ロコミ・比較サイト)	WEBサイト(宿泊施設や交通事業者)	旅行会社	WEBサイト(政府やほかの公的なサイト)	SNS	旅行会社のパンフレット	旅行の展示会	動画サイト(YouTubeなど)	WEBサイト(個人ブログサイト)	テレビ	雑誌	その他	総計
20代		2			1		2	2							7
30代		2	1		1				1	1	1			1	8
40代		3	2	1	3					1				1	11
50代		1	2	2		2	1	2	2					1	13
60代		3	5	3	2	3	2		1	1	1	1	1	1	24
70代		2	2	4	1	2						1		1	13
80代以上		1			1										2
総計		14	12	10	9	7	5	4	4	3	2	2	1	5	78

Q2. 北海道もしくは日本への旅行前に検討した国

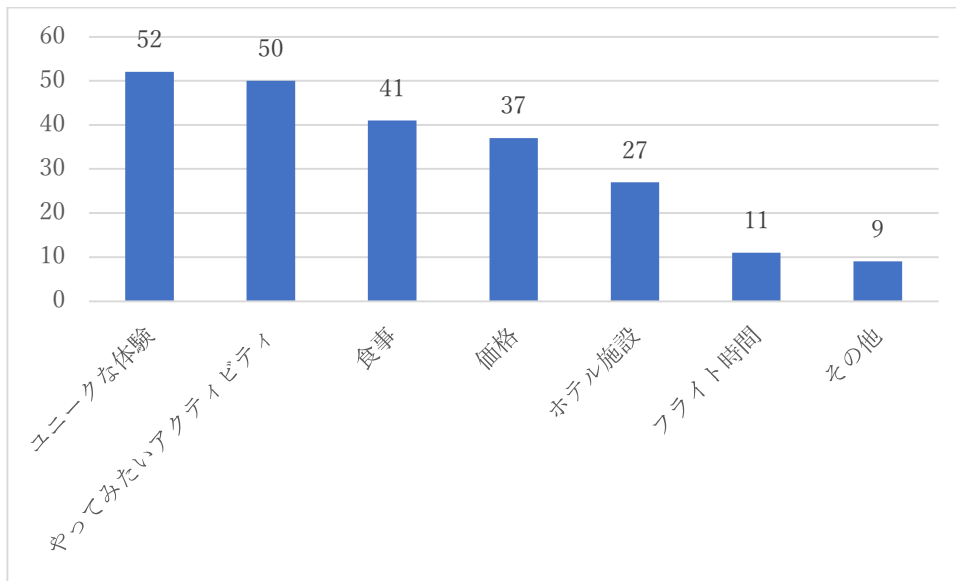
▶ 「日本（北海道以外）」の15名が最も多く、次いで「ヨーロッパ」が6名となっている。

エリア	国名・地域名	人数	
日本	日本（北海道以外）	15	
	日本（北海道）	4	
	日本	2	
アジア	アジア	2	
	韓国	2	
	台湾	1	
	中国	1	
	タイ	1	
	ベトナム	1	
	ラオス	1	
	カンボジア	1	
	シンガポール	1	
	ウズベキスタン	1	
	ヨーロッパ	ヨーロッパ	6
		イタリア	2
オーストリア		2	
スイス		1	
スコットランド		1	
オセアニア	オーストラリア	2	
	ニュージーランド	2	
中南米	中南米	1	
	コスタリカ	1	
北アメリカ	アメリカ	3	
	カナダ	2	
	ハワイ	1	
アフリカ	アフリカ	1	
その他	北極	1	
	あらゆる箇所	1	

Q3. 何を重要視して旅先を決めるか（複数回答可）

▶「ユニークな体験」が最も多く、次いで「やってみたいアクティビティ」となっている。

(人数)



〈国・エリア別において何を重要視して旅先を決めるか〉（複数回答可）

▶アジア、北アメリカは「ユニークな体験」、ヨーロッパ、オセアニアは「やってみたいアクティビティ」、がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍	項目	ユニークな体験	やってみたいアクティビティ	食事	価格	ホテル施設	フライト時間	その他	総計
アジア	中国	1	1	1		1	1		5
	マレーシア	1	1	1	1				4
	シンガポール	14	10	10	11	10	3	2	60
	タイ	1	2	1	1				5
	フィリピン	2	2	1					5
アジア全体		19	16	14	13	11	4	2	79
ヨーロッパ	ベルギー	1	1	1	1				4
	ブルガリア							1	1
	フランス	1	2	2	1				6
	ドイツ	1	1					1	3
	アイルランド	1	1	1	1	1	1		6
	オランダ	1							1
	スウェーデン	1	1	1					3
	イギリス	2	3	2	3				10
ヨーロッパ全体		8	9	7	6	1	1	2	34
オセアニア	オーストラリア	10	11	7	7	4	5	2	46
	ニュージーランド		1	1	1	1			4
オセアニア全体		10	12	8	8	5	5	2	50
南アメリカ	アルゼンチン	1	1	1	1	1			5
南アメリカ全体		1	1	1	1	1			5
北アメリカ	カナダ	1	1	1		1			4
	アメリカ	13	11	10	9	8	1	3	55
北アメリカ全体		14	12	11	9	9	1	3	59
総計		52	50	41	37	27	11	9	227

〈年代別において何を重要視して旅先を決めるか〉（複数回答可）

▶20代、30代は「やってみたいアクティビティ」、40代、60代、70代は「ユニークな体験」、50代は「ユニークな体験」、「やってみたいアクティビティ」がそれぞれ最も多くなっている。

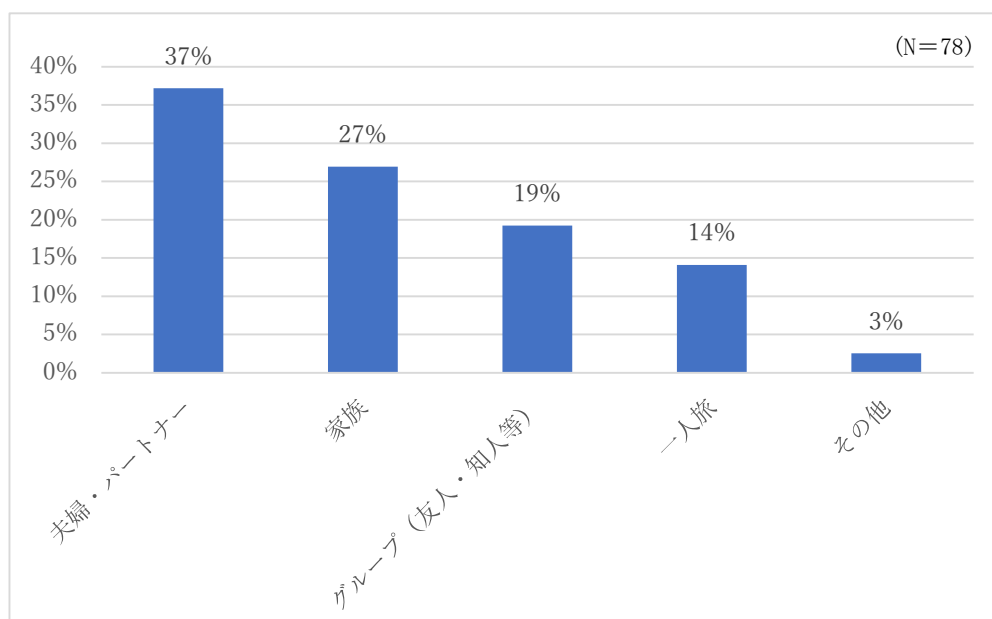
（人数）

年代	ユニークな体験	やってみたいアクティビティ	食事	価格	ホテル施設	フライト時間	その他	総計
10代								
20代	3	7	4	4	2	1		21
30代	6	8	5	5	2	3		29
40代	8	7	6	4	6		3	34
50代	8	8	5	5	4	1		31
60代	18	14	15	12	11	4	3	77
70代	8	5	6	5	2	2	2	30
80代以上	1	1		2			1	5
総計	52	50	41	37	27	11	9	227

○旅行内容

Q1. グループの種類

▶ 「夫婦・パートナー」が37%で最も多く、次いで「家族」が27%となっている。



〈国・エリア別における旅行者のグループの種類〉

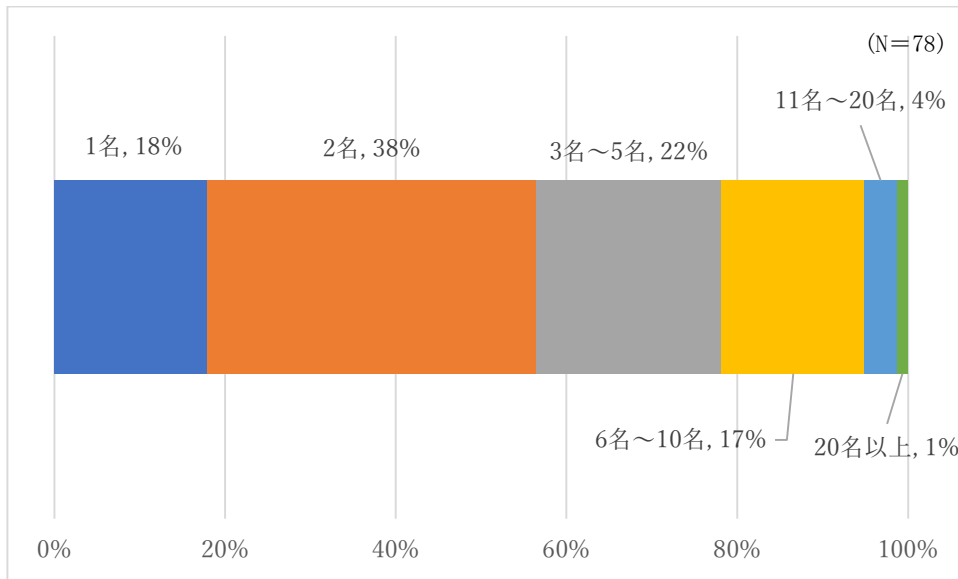
▶ アジアは「家族」、ヨーロッパは「一人旅」、オセアニア、北アメリカは「夫婦・パートナー」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		種類	夫婦・パートナー	家族	グループ (友人・知人等)	一人旅	その他	総計
アジア	中国					1		1
	マレーシア				1			1
	シンガポール		2	7	5	1	2	17
	タイ		1		1			2
	フィリピン			2				2
アジア全体			3	9	7	2	2	23
ヨーロッパ	ベルギー				1			1
	ブルガリア					1		1
	フランス		1				1	2
	ドイツ					1		1
	アイルランド					1		1
	オランダ					1		1
	スウェーデン				1			1
	イギリス			3			1	4
ヨーロッパ全体			1	3	2	6		12
オセアニア	オーストラリア		10	4	4	1		19
	ニュージーランド			1				1
オセアニア全体			10	5	4	1		20
南アメリカ	アルゼンチン		1					1
南アメリカ全体			1					1
北アメリカ	カナダ		1	1				2
	アメリカ		13	3	2	2		20
北アメリカ全体			14	4	2	2		22
総計			29	21	15	11	2	78

Q2. グループの人数

▶ 「2名」が38%で最も多く、次いで「3名～5名」が22%となっている。



〈国・エリア別における旅行者のグループの人数〉

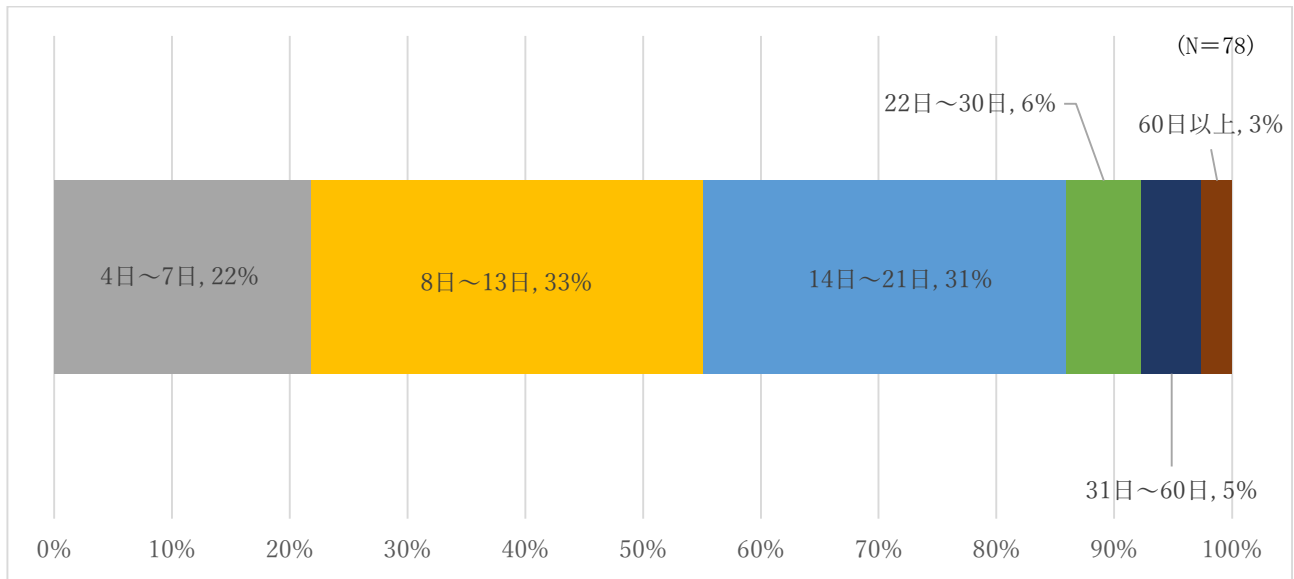
▶ アジアは「6名～10名」、ヨーロッパは「1名」、オセアニア、北アメリカは「2名」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		人数	1名	2名	3名～5名	6名～10名	11名～20名	20名以上	総計
		アジア	中国	1					
	マレーシア						1		1
	シンガポール	1	4	5	7				17
	タイ		1					1	2
	フィリピン				1	1			2
アジア全体		2	5	6	8	1	1		23
ヨーロッパ	ベルギー						1		1
	ブルガリア	1							1
	フランス	1	1						2
	ドイツ	1							1
	アイルランド	1							1
	オランダ	1							1
	スウェーデン					1			1
	イギリス	1	2	1					4
ヨーロッパ全体		6	3	1	1	1			12
オセアニア	オーストラリア	2	10	5	1	1			19
	ニュージーランド			1					1
オセアニア全体		2	10	6	1	1			20
南アメリカ	アルゼンチン		1						1
南アメリカ全体			1						1
北アメリカ	カナダ	1		1					2
	アメリカ	3	11	3	3				20
北アメリカ全体		4	11	4	3				22
総計		14	30	17	13	3	1		78

Q3. 旅行全体の宿泊数

▶ 「8日～13日」が33%で最も多く、次いで「14日～21日」が31%となっている。



〈国・エリア別における旅行者の旅行全体の宿泊数〉

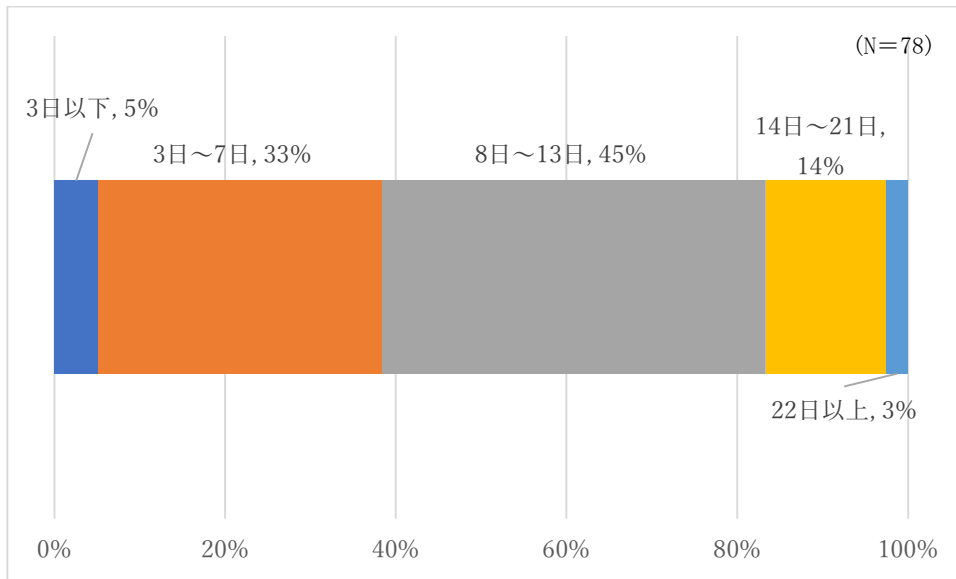
▶ アジア、ヨーロッパは「8日～13日」、オセアニア、北アメリカは「14日～21日」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		日数						総計
		4日～7日	8日～13日	14日～21日	22日～30日	31日～60日	60日以上	
アジア	中国		1					1
	マレーシア	1						1
	シンガポール	3	8	3	1	2		17
	タイ	2						2
	フィリピン	1	1					2
アジア全体		7	10	3	1	2		23
ヨーロッパ	ベルギー		1					1
	ブルガリア	1						1
	フランス	2						2
	ドイツ					1		1
	アイルランド		1					1
	オランダ						1	1
	スウェーデン			1				1
	イギリス		2	2				4
ヨーロッパ全体		3	4	3		1	1	12
オセアニア	オーストラリア	4	4	7	4			19
	ニュージーランド		1					1
オセアニア全体		4	5	7	4			20
南アメリカ	アルゼンチン			1				1
南アメリカ全体				1				1
北アメリカ	カナダ	1	1					2
	アメリカ	2	6	10		1	1	20
北アメリカ全体		3	7	10		1	1	22
総計		17	26	24	5	4	2	78

Q4. 北海道での宿泊数

▶ 「8日～13日」が45%で最も多く、次いで「3日～7日」が33%となっている。



〈国・エリア別における北海道における宿泊数〉

▶ アジア、オセアニア、北アメリカは「8日～13日」、ヨーロッパは「3日～7日」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		日数					総計
		3日以下	3日～7日	8日～13日	14日～21日	22日以上	
アジア	中国			1			1
	マレーシア		1				1
	シンガポール		4	11	1	1	17
	タイ		2				2
	フィリピン		1	1			2
アジア全体			8	13	1	1	23
ヨーロッパ	ベルギー	1					1
	ブルガリア		1				1
	フランス		2				2
	ドイツ				1		1
	アイルランド			1			1
	オランダ			1			1
	スウェーデン				1		1
	イギリス	1	3				4
ヨーロッパ全体		2	6	2	2		12
オセアニア	オーストラリア	2	6	8	2	1	19
	ニュージーランド		1				1
オセアニア全体		2	7	8	2	1	20
南アメリカ	アルゼンチン				1		1
南アメリカ全体					1		1
北アメリカ	カナダ		1	1			2
	アメリカ		4	11	5		20
北アメリカ全体			5	12	5		22
総計		4	26	35	11	2	78

〈旅行全体の宿泊数と北海道での宿泊数の関連性〉

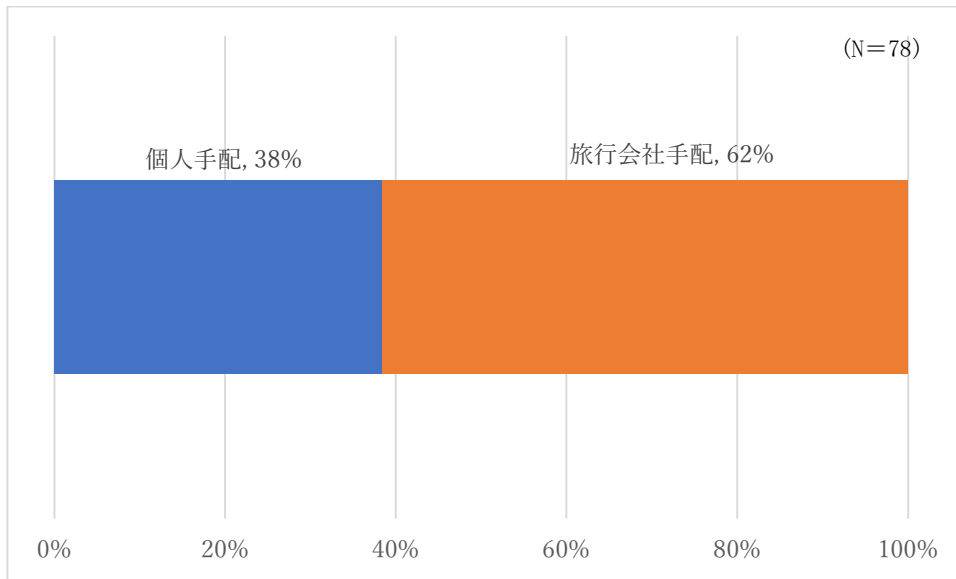
▶旅行全体の宿泊数が多い人は、北海道での宿泊数も多くなる傾向がある。

(人数)

北海道	3日以下	3日～7日	8日～13日	14日～21日	22日以上	総計
旅行全体						
4日以下						
4日～7日	1	16				17
8日～13日	3	3	20			26
14日～21日		6	9	9		24
22日～30日		1	3		1	5
31日～60日			2	1	1	4
60日以上			1	1		2
総計	4	26	35	11	2	78

Q5. 旅行手配

▶ 「旅行会社手配」が62%、「個人手配」が38%となっている。



〈国・エリア別における旅行手配の状況〉

▶ アジア、ヨーロッパ、オセアニア、南アメリカでは「旅行会社手配」が多く、北アメリカは「個人手配」がわずかながら多くなっている。

(人数)

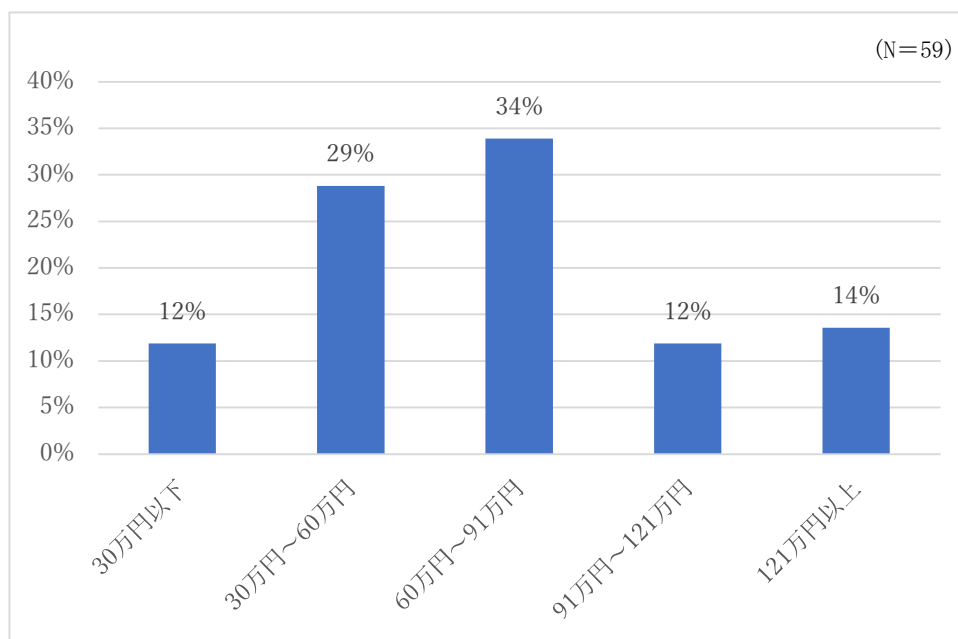
国籍		種類	手配の種類		総計
			個人手配	旅行会社手配	
アジア	中国			1	1
	マレーシア			1	1
	シンガポール	7	10		17
	タイ		2		2
	フィリピン	1	1		2
アジア全体		8	15		23
ヨーロッパ	ベルギー			1	1
	ブルガリア	1			1
	フランス	1	1		2
	ドイツ	1			1
	アイルランド		1		1
	オランダ	1			1
	スウェーデン		1		1
	イギリス	1	3		4
ヨーロッパ全体		5	7		12
オセアニア	オーストラリア	5	14		19
	ニュージーランド		1		1
オセアニア全体		5	15		20
南アメリカ	アルゼンチン		1		1
南アメリカ全体			1		1
北アメリカ	カナダ		2		2
	アメリカ	12	8		20
北アメリカ全体		12	10		22
総計		30	48		78

○旅行全般の消費額

【旅行会社手配の場合】

Q1. 旅行会社手配によるツアー全体の1人あたりの金額

▶ 「60万円～91万円」が34%で最も多く、次いで「30万円～60万円」が29%となっている。



〈国・エリア別における旅行会社手配によるツアー全体の1人あたりの金額〉

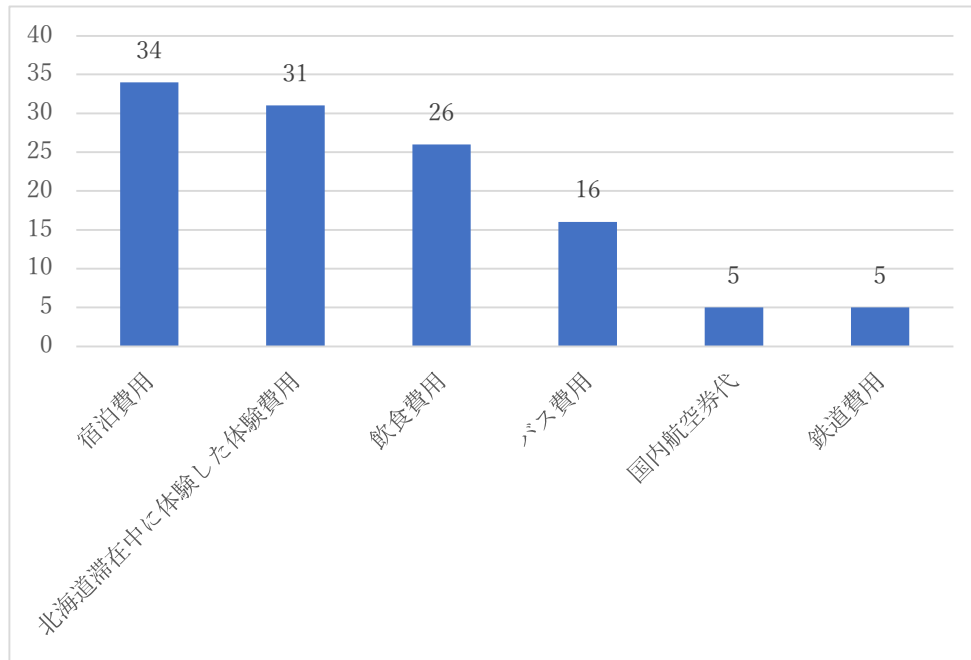
▶ アジア、北アメリカは「60万円～91万円」、ヨーロッパは「30万円～60万円」、オセアニアは「60万円～91万円」、「91万円～121万円」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		金額	30万円以下	30万円～60万円	60万円～91万円	91万円～121万円	121万円以上	総計
アジア	中国				1			1
	マレーシア					1		1
	シンガポール		2	5	6	1	3	17
	タイ		1	1				2
	フィリピン		2					2
アジア全体			5	6	7	2	3	23
ヨーロッパ	ブルガリア						1	1
	フランス			1				1
	ドイツ					1		1
	オランダ						1	1
	スウェーデン				1			1
	イギリス			2				2
ヨーロッパ全体				3	1	1	2	7
オセアニア	オーストラリア		1					1
	ニュージーランド		1	2	3	3	1	10
オセアニア全体			2	2	3	3	1	11
北アメリカ	カナダ			1				1
	アメリカ			5	9	1	2	17
北アメリカ全体				6	9	1	2	18
総計			7	17	20	7	8	59

Q2. 旅行会社手配によるツアーの料金に含まれるもの（複数回答可）

- ▶ 「宿泊費用」が最も多く、次いで「北海道滞在中に体験した体験費用」となっている。
(人数)



Q3. 北海道での平均消費額（旅行会社手配の場合での算出）

- ▶ 北海道での平均消費額に関して、以下の通り算出した。

《北海道での1日あたりの消費額》

旅行の総額（旅行会社経由）÷日本での総宿泊数=38,292円/日

※日本での1日あたりの消費額を北海道での1日あたりの消費額とみなして算出。

《北海道での総消費額》

北海道での1日あたりの消費額×北海道での総宿泊数=14,053,299円

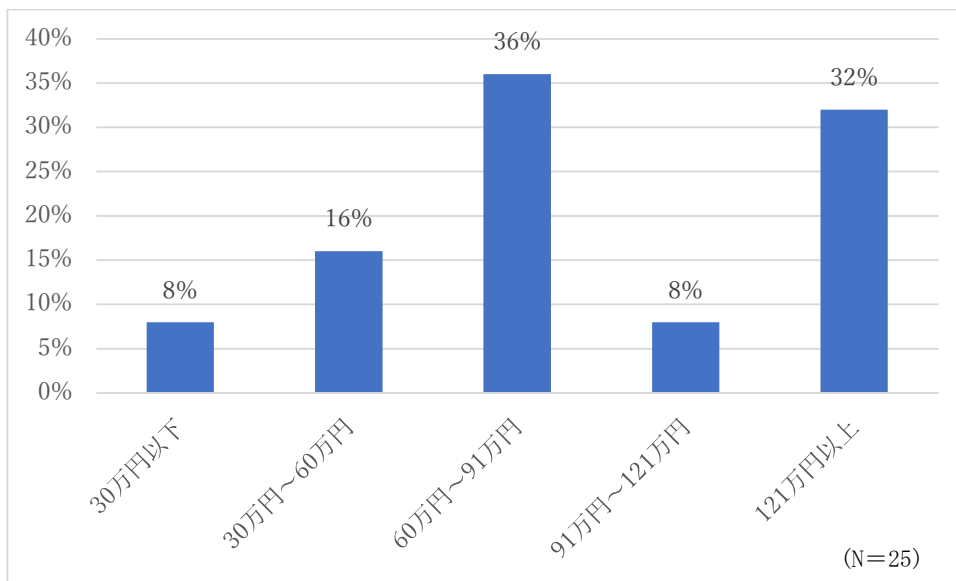
《北海道での平均消費額》

北海道での総消費額÷回答者数=299,006円/人

【個人手配の場合】

Q1. 個人手配によるツアー全体の1人あたりの金額

▶ 「60万円～91万円」が36%と最も多く、その次に「121万円以上」が32%を占めている。



〈国・エリア別における個人手配によるツアー全体の1人あたりの金額〉

▶ アジアは「121万円以上」、ヨーロッパは「30万円～60万円」、「121万円以上」、オセアニアは「60万円～91万円」、「121万円以上」、北アメリカは「60万円～91万円」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		金額	30万円以下	30万円～60万円	60万円～91万円	91万円～121万円	121万円以上	総計
アジア	シンガポール		1	1	2		3	7
	フィリピン		1					1
アジア全体			2	1	2		3	8
ヨーロッパ	ブルガリア						1	1
	フランス			1				1
	ドイツ					1		1
	オランダ						1	1
	イギリス			1				1
ヨーロッパ全体				2		1	2	5
オセアニア	オーストラリア				1		1	2
オセアニア全体					1		1	2
北アメリカ	アメリカ			1	6	1	2	10
北アメリカ全体				1	6	1	2	10
総計			2	4	9	2	8	25

Q2. 北海道滞在中の平均消費額（個人手配の場合での算出）

▶北海道滞在中の平均消費額に関して、以下の通り算出した。

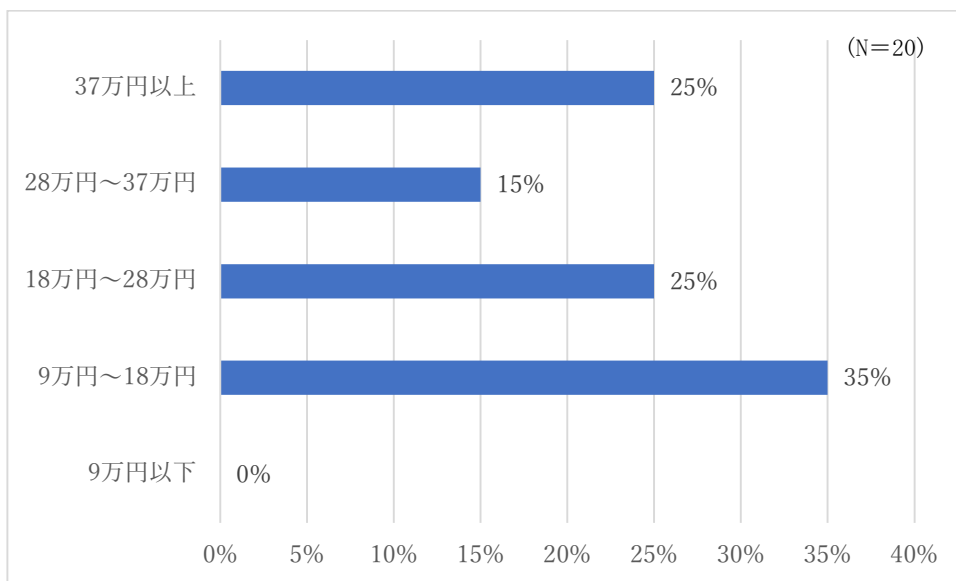
$(\text{旅行の総額（個人手配）} \div \text{回答者数}) - (\text{国際航空券代総額} \div \text{回答者数}) - (\text{国内航空券代総額} \div \text{回答者数}) = 653,198\text{円/人}$

※国際航空券代と国内航空券代を回答したのは、旅行全体の金額を回答した者のうち一部の者のみであったため、上記のように計算。

〈分野別消費額平均〉

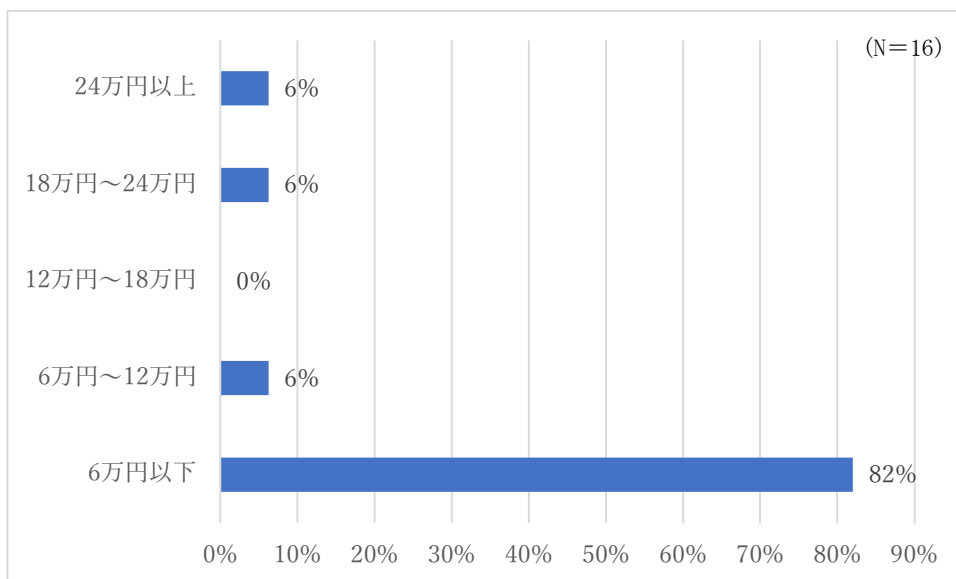
①国際航空券代 [個人手配のみ]

▶「9万円～18万円」が35%で最も多く、次いで「18万円～28万円」、「37万円以上」がそれぞれ25%となっている。



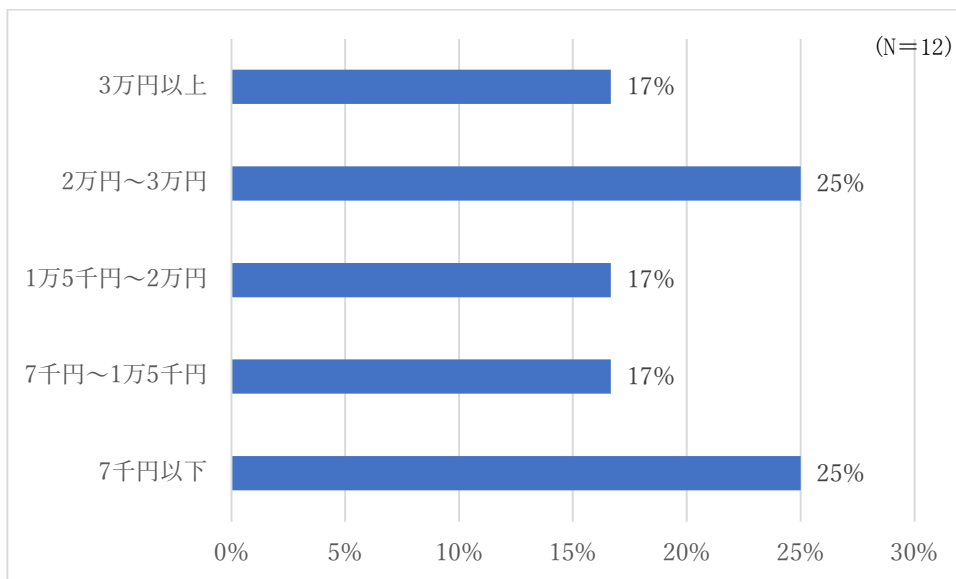
②国内航空券代 [個人手配のみ]

▶「6万円以下」が82%で最も多くなっている。一方、「6万円～12万円」、「18万円～24万円」、「24万円以上」はそれぞれ6%となっている。



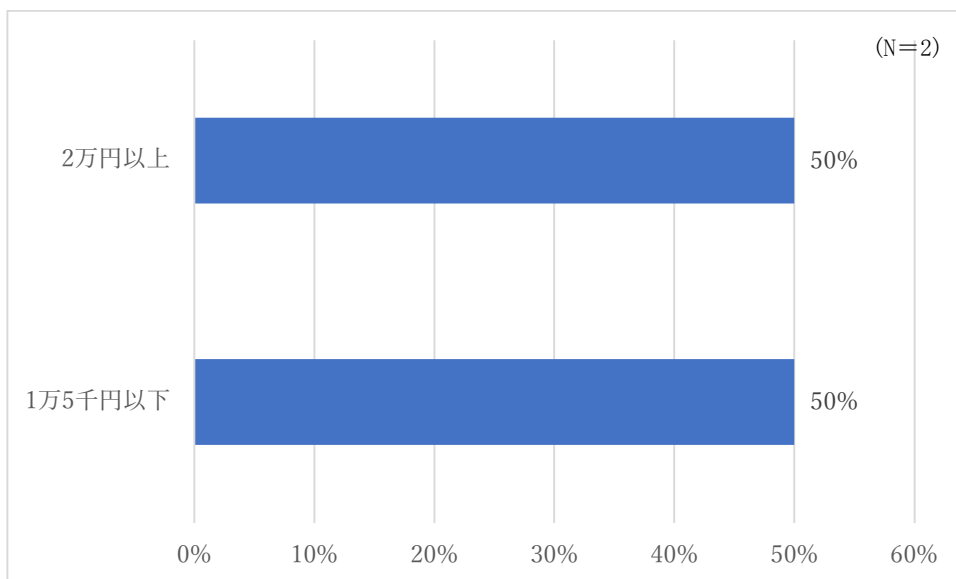
③電車代 [個人手配のみ]

▶ 「7千円以下」、「2万円～3万円」がそれぞれ25%で最も多く、次いで「7千円～1万5千円」、「1万5千円～2万円」、「3万円以上」がそれぞれ17%となっている。



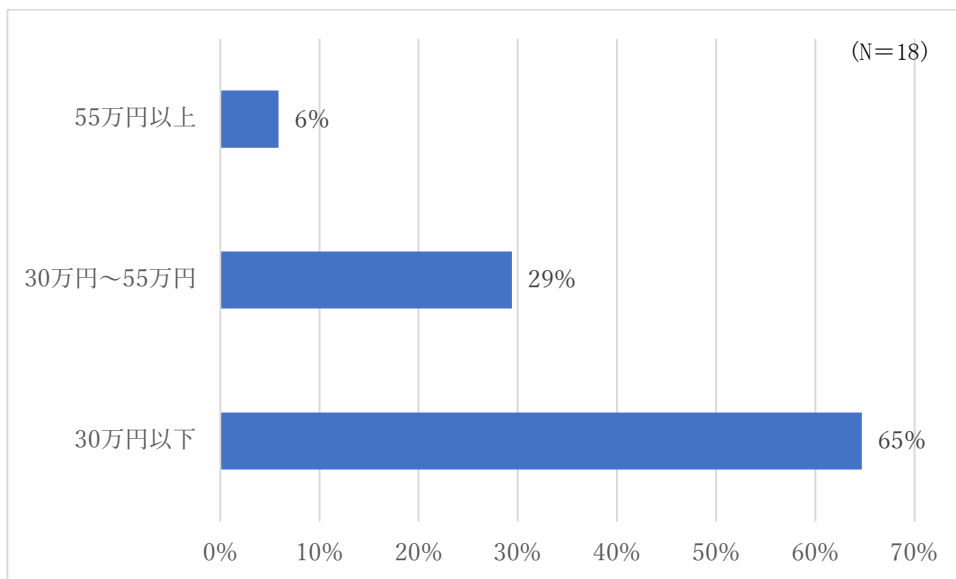
④バス代 [個人手配のみ]

▶ 「1万5千円以下」、「2万円以上」がそれぞれ50%となっている。



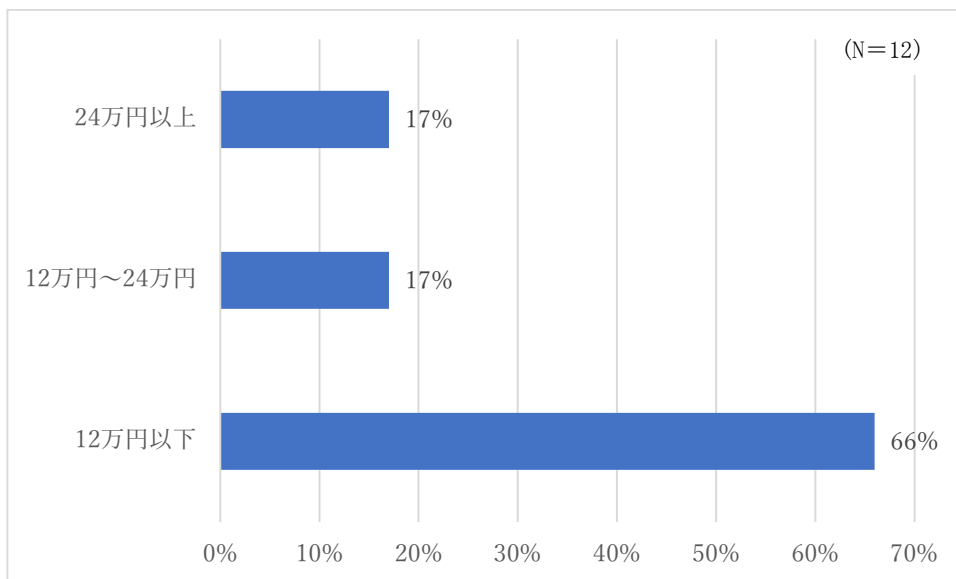
⑤宿泊費 [個人手配のみ]

▶ 「30万円以下」が65%で最も多く、次いで「30万円～55万円」が29%、「55万円以上」が6%となっている。



⑥飲食費 [個人手配のみ]

▶ 「12万円以下」が66%で最も多く、次いで「12万円～24万円」、「24万円以上」がそれぞれ17%となっている。

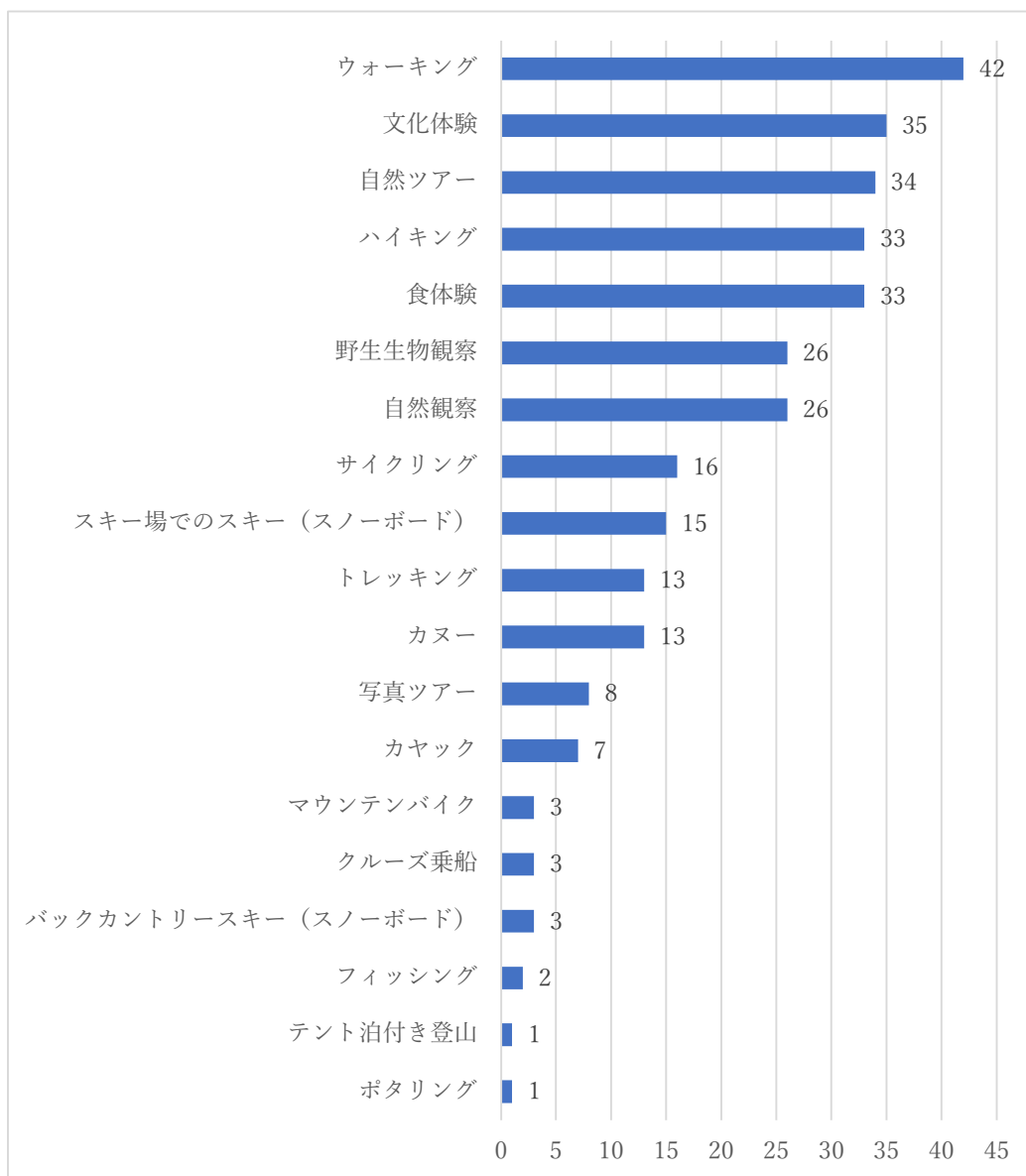


○体験アクティビティとその消費額

Q1. 北海道で体験したアクティビティ（複数回答可）

▶ 「ウォーキング」が最も多く、次いで「文化体験」、「自然ツアー」となっている。

(人数)



※ダッキー、ラフティング、キャニオニング、シャワークライミング、SUP、シュノーケリングについては回答0のため記載なしとしている。

〈国・エリア別における北海道で体験したアクティビティ〉

▶アジアは「ウォーキング」、「自然ツアー」、ヨーロッパは「食体験」、オセアニアは「文化体験」、「ハイキング」、「野生生物観察」、北アメリカは「ウォーキング」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

項目		ウォーキング	文化体験	自然ツアー	ハイキング	食体験	野生生物観察	自然観察	サイクリング	スキー場でのスキー(スノーボード)	トレッキング	カヌー	写真ツアー	キャック	マウンテンバイク	クルーズ乗船	バックカントリースキー(スノーボード)	フィッシング	テント泊付き登山	ボタリング	総計
国籍																					
アジア	中国				1				1				1								3
	マレーシア	1									1										2
	シンガポール	10	10	10	7	8	8	8	5	2	4	4		2			1	1		1	81
	タイ		1	1									1								3
	フィリピン	2		2	1		1	1			1		2								10
アジア全体		13	11	13	9	8	9	9	6	2	6	4	4	2			1	1		1	99
ヨーロッパ	ベルギー									1											1
	ブルガリア						1														1
	フランス	1		2	2	2		1													8
	ドイツ		1		1				1												3
	アイルランド		1	1					1						1						4
	オランダ		1	1		1	1	1					1								6
	スイス									1							1				2
イギリス	1	1		1	2	1		1	1				1	1						10	
ヨーロッパ全体		2	4	4	4	5	3	2	3	3			1	1	2		1				35
オセアニア	オーストラリア	7	9	7	9	7	9	4	1	7	4	5	2	3		3	1		1		79
	ニュージーランド	1						1													2
オセアニア全体		8	9	7	9	7	9	5	1	7	4	5	2	3		3	1		1		81
南アメリカ全体	アルゼンチン					1				1											2
南アメリカ全体						1				1											2
北アメリカ	カナダ	2		1	1	1		1		1	1				1						9
	アメリカ	17	11	9	10	11	5	9	6	1	2	4	1	1					1		88
北アメリカ全体		19	11	10	11	12	5	10	6	2	3	4	1	1	1				1		97
総計		42	35	34	33	33	26	26	16	15	13	13	8	7	3	3	3	2	1	1	314

※ダッキー、ラフティング、キャニオニング、シャワークライミング、SUP、シュノーケリングについては回答0のため記載なしとしている。

〈年代別における北海道で体験したアクティビティ〉

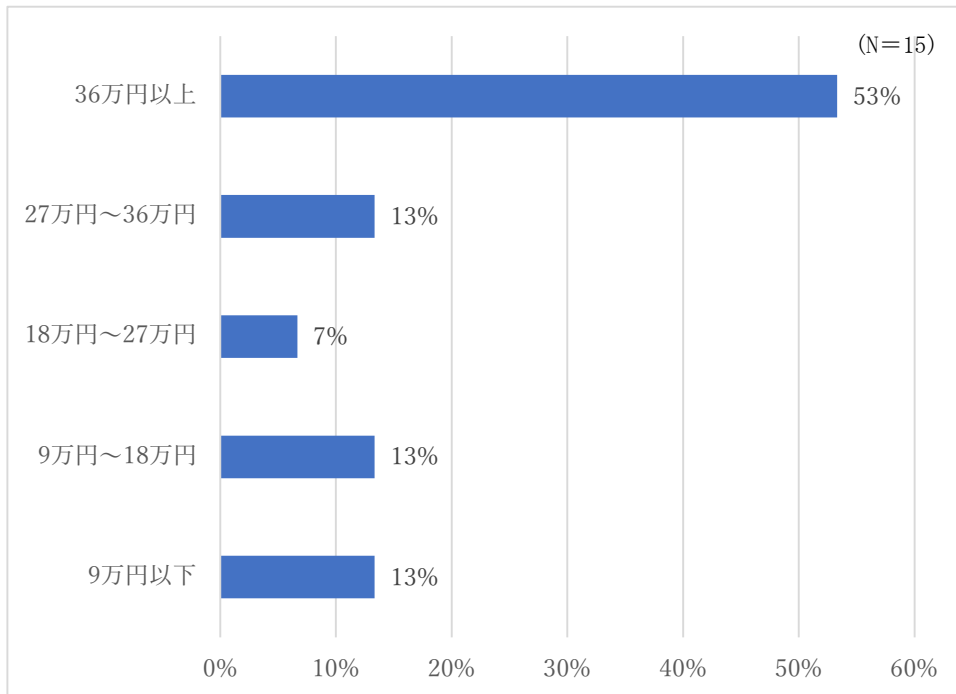
- ▶20代は「スキー場でのスキー（スノーボード）」、30代は「ハイキング」、40代は「文化体験」、「自然ツアー」、「食体験」、50代は「ウォーキング」、「食体験」、「スキー場でのスキー（スノーボード）」、60代は「ウォーキング」、「自然ツアー」、70代は「ウォーキング」がそれぞれ最も多くなっている。
(人数)

年代	ウォーキング	文化体験	自然ツアー	ハイキング	食体験	野生生物観察	自然観察	サイクリング	スキー場でのスキー (スノーボード)	トレッキング	カヌー	写真ツアー	カヤック	マウンテンバイク	クルーズ乗船	バックカントリースキー (スノーボード)	フィッシング	テント泊付き登山	ポタリング	総計
20代	2					1	1	1	3	2						1		1		13
30代	3		3	4	2	1	2	1	2	2		2								22
40代	5	7	7	4	7	2	3	2	1			1	1							40
50代	6	5	3	4	6	3	3	2	6	3	2			2	1	2	1		1	50
60代	14	12	14	13	8	13	10	7		3	6	5	5	1	2		1			114
70代	10	9	6	7	8	6	5	3	3	3	4									64
80代以上	2	2	1	1	2		2				1									11
総計	42	35	34	33	33	26	26	16	15	13	13	8	7	3	3	3	2	1	1	314

※ダッキー、ラフティング、キャニオニング、シャワークライミング、SUP、シュノーケリングについては回答0のため記載なしとしている。

Q2. 北海道滞在中に体験したアクティビティの合計総額 [個人手配のみ]

- ▶「36万円以上」が53%で最も多くなっている。



〈国・エリア別における北海道滞在中に体験したアクティビティの合計総額 [個人手配のみ]〉

▶ オセアニア以外のエリアで「36万円以上」が最も多くなっている。

(人数)

国籍		金額					総計
		9万円以下	9万円～18万円	18万円～27万円	27万円～36万円	36万円以上	
アジア	シンガポール			1	1	2	4
アジア全体				1	1	2	4
ヨーロッパ	ブルガリア					1	1
	ドイツ					1	1
ヨーロッパ全体						2	2
オセアニア	オーストラリア	1				1	2
オセアニア全体		1				1	2
北アメリカ	アメリカ	1	2		1	3	7
北アメリカ全体		1	2		1	3	7
総計		2	2	1	2	8	15

〈年代別における北海道滞在中に体験したアクティビティの合計総額 [個人手配のみ]〉

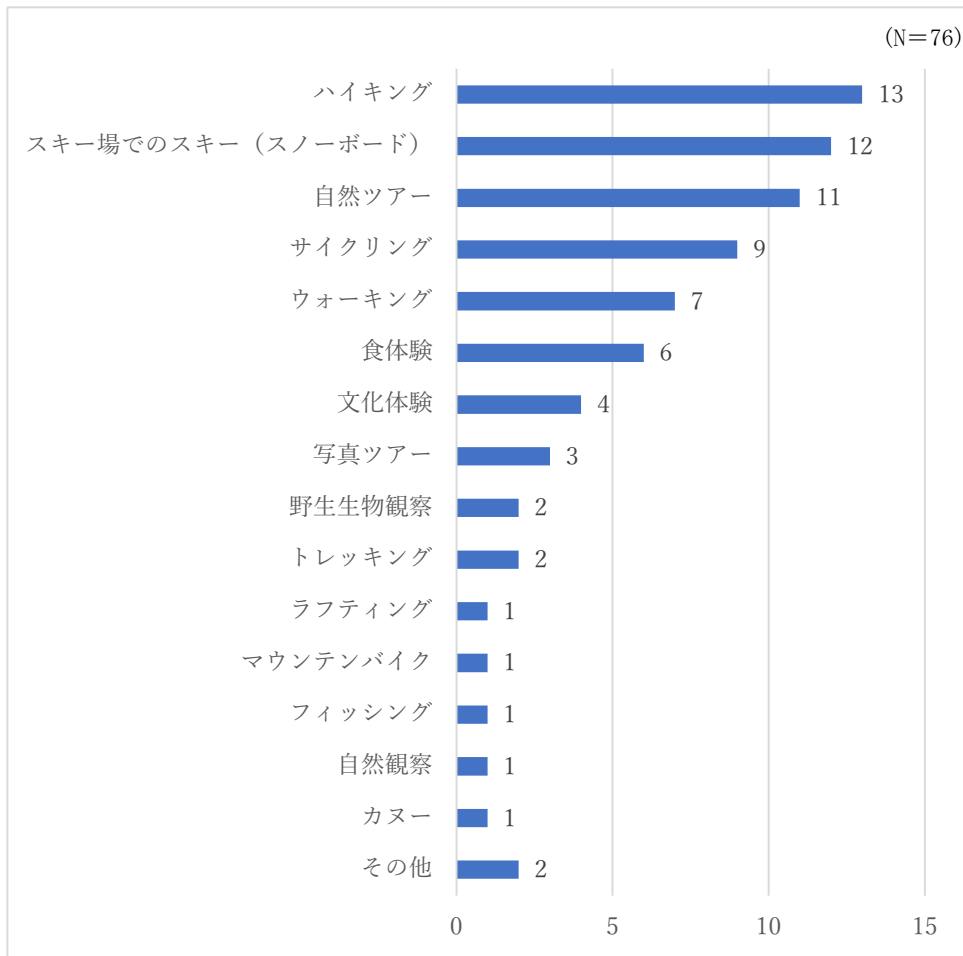
▶ 40代、70代は「36万円以上」、60代は「27万円～36万円」が最も多くなっている。

(人数)

年代	金額					総計
	9万円以下	9万円～18万円	18万円～27万円	27万円～36万円	36万円以上	
20代						
30代						
40代					2	2
50代		1	1			2
60代	1			2	1	4
70代	1	1			5	7
80代以上						
総計	2	2	1	2	8	15

Q3. 北海道で最も時間を使ったアクティビティ

▶ 「ハイキング」が最も多く、次いで「スキー場でのスキー（スノーボード）」となっている。



※テント泊付き登山、ポタリング、カヤック、ダッキー、キャニオニング、シャワークライミング、SUP、シュノーケリング、クルーズ乗船、バックカントリースキー（スノーボード）については回答0のため記載なしとしている。

〈国・エリア別における北海道で最も時間を使ったアクティビティ〉

▶アジアは「ハイキング」、「自然ツアー」、「ウォーキング」、ヨーロッパは「ハイキング」、オセアニアは「スキー場でのスキー（スノーボード）」、北アメリカは「サイクリング」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

項目		ハイキング	スキー場でのスキー（スノーボード）	自然ツアー	サイクリング	ウォーキング	食体験	文化体験	写真ツアー	野生生物観察	トレッキング	ラフティング	マウンテンバイク	フィッシング	自然観察	カメラ	その他	総計	
国籍	アジア																		
	中国	1																1	
		マレーシア					1												1
		シンガポール	2	1	4	3	3	1	1		1				1				17
		タイ						1											1
		フィリピン	1							1									2
		アジア全体	4	1	4	3	4	2	1	1	1				1				22
	ヨーロッパ																		
		ベルギー		1															1
		ブルガリア										1							1
		フランス	2																2
		ドイツ				1													1
		アイルランド				1													1
		オランダ								1									1
		スイス															1		1
		イギリス	1	1				1						1					4
		ヨーロッパ全体	3	2		2		1		1		1		1			1		12
	オセアニア																		
		オーストラリア	3	7	4		1			1		1				1		1	19
		ニュージーランド											1						1
		オセアニア全体	3	7	4		1			1		1	1			1		1	20
	北アメリカ																		
	カナダ	1	1															2	
	アメリカ	2	1	3	4	2	3	3		1							1	20	
	北アメリカ全体	3	2	3	4	2	3	3		1							1	22	
	総計	13	12	11	9	7	6	4	3	2	2	1	1	1	1	1	2	76	

※テント泊付き登山、ポタリング、カヤック、ダッキー、キャニオニング、シャワークライミング、SUP、シュノーケリング、クルーズ乗船、バックカントリースキー（スノーボード）については回答0のため記載なし。

〈年代別における北海道で最も時間を使ったアクティビティ〉

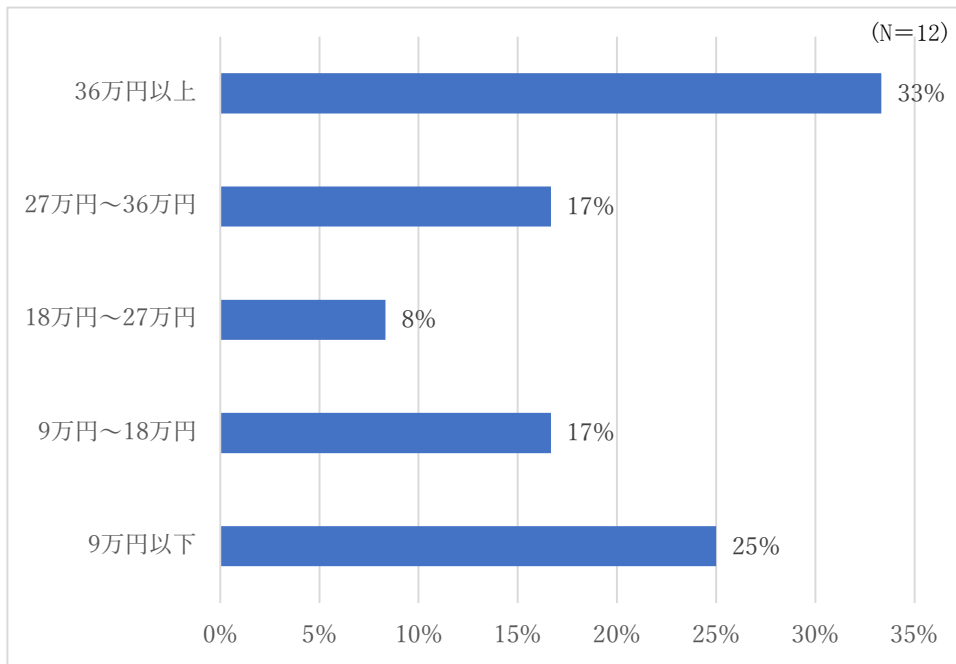
▶20代、50代は「スキー場でのスキー（スノーボード）」、30代、60代は「ハイキング」、40代、70代は「自然ツアー」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

項目	ハイキング	スキー場でのスキー (スノーボード)	自然ツアー	サイクリング	ウォーキング	食体験	文化体験	写真ツアー	野生生物観察	トレッキング	ラフティング	マウンテンバイク	フィッシング	自然観察	カメラ	その他	総計
年代																	
20代		3			2						1				1		7
30代	4	2						1									7
40代	1	1	3	2	2	1				1							11
50代	1	4	1	1		1	2					1		1			12
60代	7		4	4	1	3		2	1				1			1	24
70代		2	3	2	2		1		1	1						1	13
80代以上						1	1										2
総計	13	12	11	9	7	6	4	3	2	2	1	1	1	1	1	2	76

Q4. 北海道で最も時間を使ったアクティビティの料金 [個人手配のみ]

▶ 「36万円以上」が33%で最も多く、次いで「9万円以下」が25%となっている。



〈国・エリア別における北海道で最も時間を使ったアクティビティの料金 [個人手配のみ]〉

▶ アジアは「9万円以下」、「18万円~27万円」、「27万円~36万円」、ヨーロッパは「9万円以下」、「9万円~18万円」、「36万円以上」、オセアニアは「36万円以上」がそれぞれ1名、北アメリカは「36万円以上」が2名となっている。

(人数)

国籍		金額					総計
		9万円以下	9万円~18万円	18万円~27万円	27万円~36万円	36万円以上	
アジア	シンガポール	1		1	1		3
アジア全体		1		1	1		3
ヨーロッパ	ブルガリア		1				1
	ドイツ					1	1
	スイス	1					1
ヨーロッパ全体		1	1			1	3
オセアニア	オーストラリア					1	1
オセアニア全体						1	1
北アメリカ	アメリカ	1	1		1		5
北アメリカ全体		1	1		1		5
総計		3	2	1	2	4	12

〈年代別における北海道で最も時間を使ったアクティビティの料金 [個人手配のみ]〉

▶20代、40代は18万円以下が多く、40代以上は年齢が上がるにつれてアクティビティに費やす金額が増えている。

(人数)

年代 \ 金額	9万円以下	9万円～18万円	18万円～27万円	27万円～36万円	36万円以上	総計
20代	1					1
30代						
40代	1	1			1	3
50代	1		1			2
60代				2	1	3
70代		1			2	3
80代以上						
総計	3	2	1	2	4	12

〈北海道で最も時間を使ったアクティビティとその料金 [個人手配のみ]〉

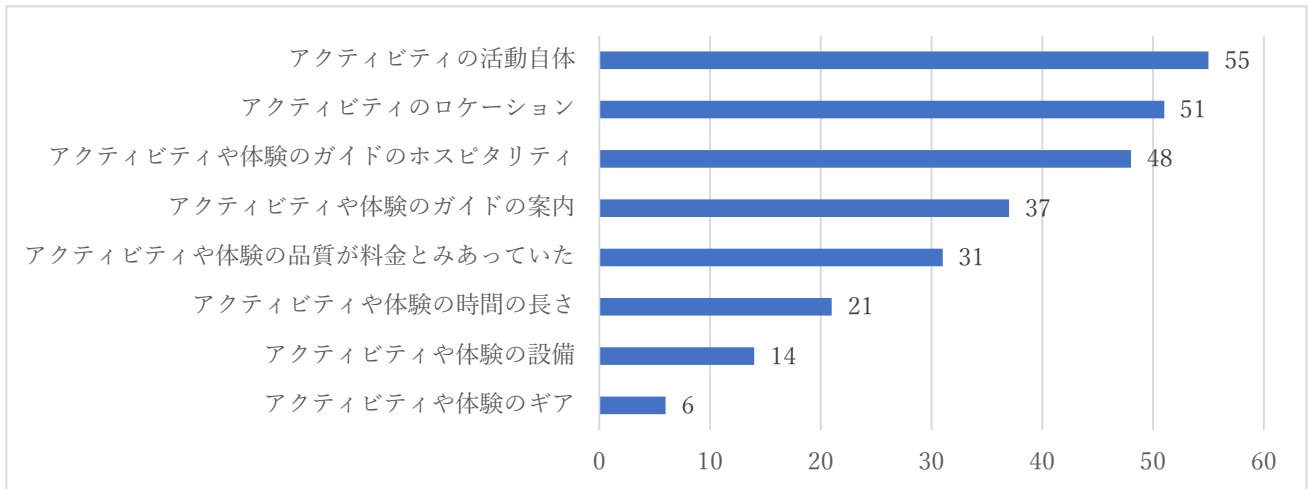
▶18万円以上のツアーではサイクリングが半数以上を占めている。

(人数)

アクティビティ \ 金額	9万円以下	9万円～18万円	18万円～27万円	27万円～36万円	36万円以上	総計
サイクリング			1	1	2	4
トレッキング		1		1		2
自然ツアー	1				1	2
ハイキング	1				1	2
野生生物観察		1				1
文化体験	1					1
総計	3	2	1	2	4	12

Q5. 今回の北海道滞在中のアクティビティや体験に関して良かった点（複数回答可）

▶「アクティビティの活動自体」が最も多く、次いで「アクティビティのロケーション」となっている。
(人数)



〈選択肢の具体的な記載内容〉

アクティビティの活動自体	<ul style="list-style-type: none"> ・流氷の観察、タンチョウの求愛ダンス、クマ・ラッコ・クジラなどの野生動物の観察。 ・旭岳でのハイキング、漁師町でのサケの調理、苔の回廊の散策、地獄谷でのネイチャーウォーク。 ・素晴らしいサイクリング体験。 ・植物の自生している様子や、アイヌの文化体験。 ・身体活動、景色、食事、温泉などがバランスよく組み合わせられていた。 ・地元のライフスタイルに根ざした体験や、文化への没入。
アクティビティのロケーション	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道の田舎の景色が素晴らしく、非常に美しかった。 ・札幌以外のエリアは混雑しておらず、素晴らしかった。 ・観光客がめったに行かないような場所を訪れることができた。 ・旭岳、小さな漁師町、苔の回廊、地獄谷（登別）、アイヌ民族博物館、農村部や山岳地帯が素晴らしかった。 ・東京が猛暑の時期に、涼しい北海道のアウトドア環境で過ごせたこと。
アクティビティや体験のガイドのホスピタリティ	<ul style="list-style-type: none"> ・ドライバーがフレンドリーかつプロフェッショナルで、安心感があった。 ・ガイドとドライバーの仲が良く、家族のような温かい雰囲気だった。 ・細部まで非常に行き届いた配慮があった。 ・素晴らしい「おもてなし」を感じた。
アクティビティや体験のガイドの案内	<ul style="list-style-type: none"> ・単に楽しませるだけでなく、知識が非常に豊富だった。 ・地元の自然の特徴や野生動物について詳しく解説してくれた。 ・食事や文化体験の際、スムーズにナビゲートしてくれた。 ・過去最高のハイキングガイドで、専門性が高かった。
アクティビティや体験の品質が料金とみあっていた	<ul style="list-style-type: none"> ・移動の心配をせず、質の高いガイドや宿泊が含まれている点に価値を感じている。
アクティビティや体験の時間の長さ	<ul style="list-style-type: none"> ・アクティビティと、旅館での休息や食事の時間の組み合わせ・バランスが完璧だった。
アクティビティや体験の設備	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設（ホテル・旅館）が最高で、ユニークだった。 ・温泉施設が素晴らしく、一日の終わりにリフレッシュできた。 ・クラブメッドのオールインクルーシブ設備。
アクティビティや体験のギア	<ul style="list-style-type: none"> ・記載なし

〈国・エリア別における今回の北海道滞在中のアクティビティや体験に関して良かった点〉

▶アジア、ヨーロッパは「アクティビティの活動自体」、オセアニアは「アクティビティのロケーション」、北アメリカは「アクティビティの活動自体」、「アクティビティのロケーション」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		項目	アクティビティの活動自体	アクティビティのロケーション	アクティビティや体験のガイドのホスピタリティ	アクティビティや体験のガイドの案内	アクティビティや体験の品質が料金とみあっていた	アクティビティや体験の時間の長さ	アクティビティや体験の設備	アクティビティや体験のギア	総計
アジア	中国		1	1	1	1			1		5
	マレーシア		1	1				1			3
	シンガポール		14	11	14	10	9	6	3	2	69
	タイ			1			1				2
	フィリピン		2		1	1	1				5
アジア全体			18	14	16	12	11	7	4	2	84
ヨーロッパ	ベルギー		1	1							2
	ブルガリア		1								1
	フランス		2			1					3
	ドイツ		1	1	1	1		1	1		6
	アイルランド		1	1	1	1					4
	オランダ				1	1					2
	スイス		1								1
	イギリス		2	1			1	1			5
ヨーロッパ全体			9	4	3	4	1	2	1		24
オセアニア	オーストラリア		9	15	14	9	8	8	5	4	72
	ニュージーランド		1								1
オセアニア全体			10	15	14	9	8	8	5	4	73
南アメリカ全体	アルゼンチン		1	1	1		1		1		5
南アメリカ全体			1	1	1		1		1		5
北アメリカ	カナダ		2	1							3
	アメリカ		15	16	14	12	10	4	3		74
北アメリカ全体			17	17	14	12	10	4	3		77
総計			55	51	48	37	31	21	14	6	263

〈年代別における今回の北海道滞在中のアクティビティや体験に関して良かった点〉

▶20代は「アクティビティのロケーション」、30代は「アクティビティの活動自体」、「アクティビティのロケーション」、40代、70代は「アクティビティや体験のガイドのホスピタリティ」、50代、60代は「アクティビティの活動自体」がそれぞれ最も多くなっている。

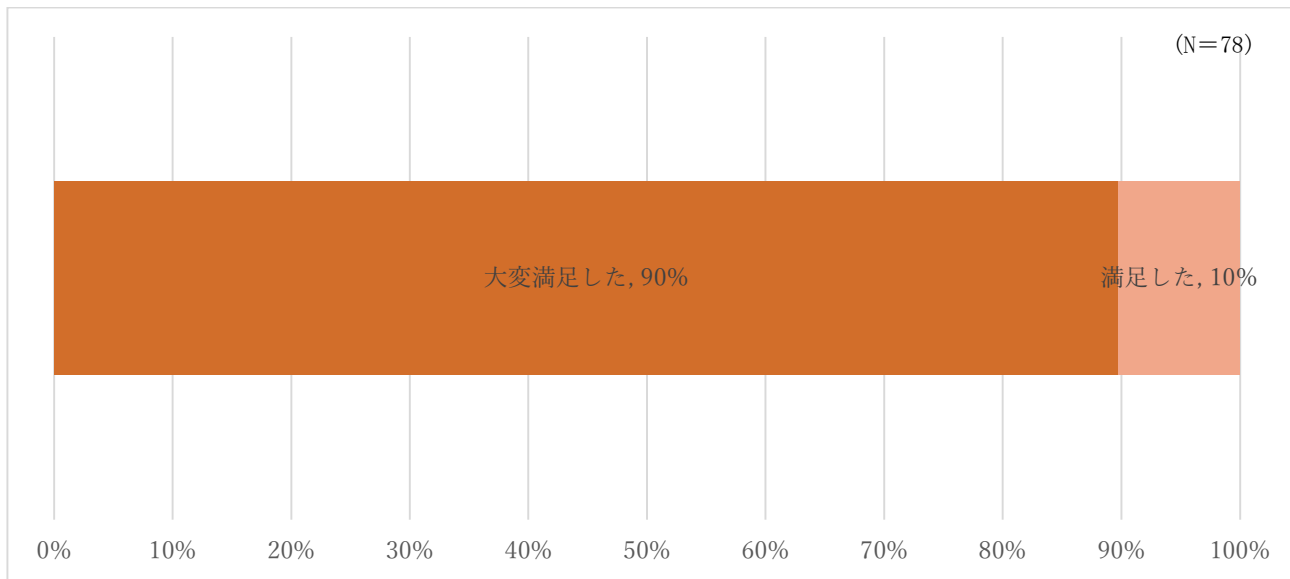
(人数)

年代	項目	アクティビティの活動自体	アクティビティのロケーション	アクティビティや体験のガイドのホスピタリティ	アクティビティや体験のガイドの案内	アクティビティや体験の品質が料金とみあっていた	アクティビティや体験の時間の長さ	アクティビティや体験の設備	アクティビティや体験のギア	総計
20代		3	4	1		1	3	1	1	14
30代		6	6	4	2	2	1	3	1	25
40代		7	6	8	4	6	2	3		36
50代		10	9	6	4	5	3	4	2	43
60代		19	15	18	17	10	9	1	2	91
70代		9	9	10	9	7	3	2		49
80代以上		1	2	1	1					5
総計		55	51	48	37	31	21	14	6	263

○北海道滞在中の満足度等

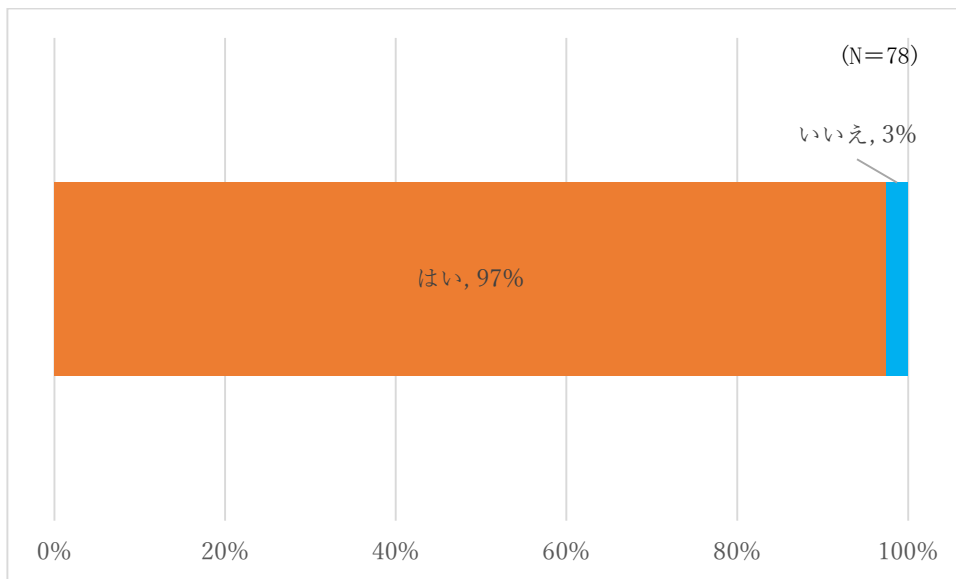
Q1. ツアー全体の満足度

▶ 「大変満足した」が90%、「満足した」が10%で、北海道滞在中の満足度は非常に高くなっている。



Q2. 北海道を再訪したいか。

▶ 「はい」が97%で、北海道への再訪意欲は高くなっている。

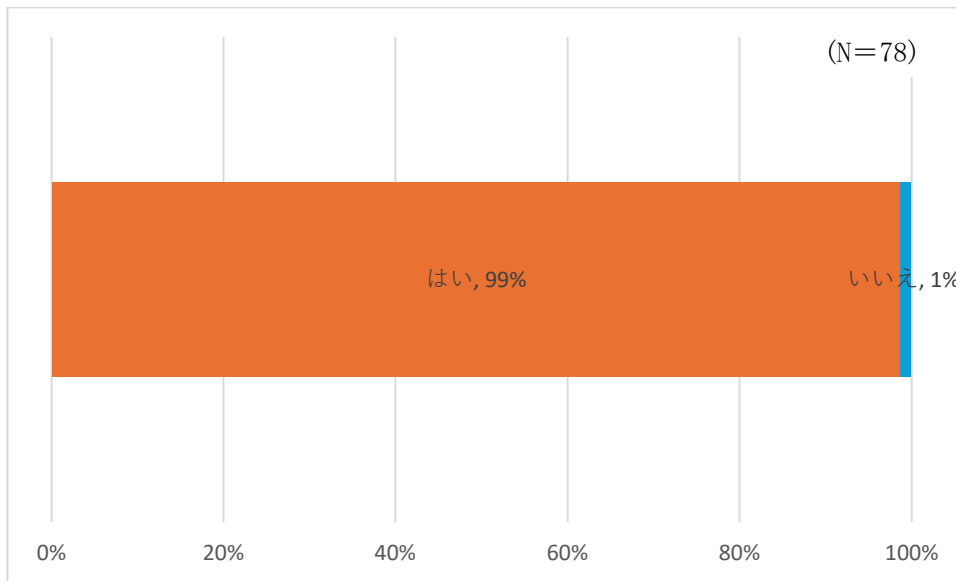


〈選択肢の具体的記載内容〉

はい	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道の隅々まで探検したわけではない。 ・まだ見るべき、経験すべきことがたくさん北海道にはある。北海道の東側や、札幌より南の小さな街も見てみたい。 ・北海道の極東地域しか訪れていない。北海道の他の地域も見たい。 ・また戻ってきたいという気持ちがある。 ・冬にもっと見て、冬を体験し、もっと温泉に入りたい。 ・異なる季節を体験したい。 ・スキーではない冬の体験をしに北海道に来たい。 ・景観が良く、人々が親切。 ・食べ物が新鮮で、雪が素晴らしく、ユニークな自然体験。 ・北海道は日本の他の地域ほど混雑しておらず、自然と地元の人々の親切さを大切にしている。 ・北海道は人が少なく、素晴らしい日本の体験ができる。 ・人々の温かいもてなし、自然の美しさ、スキー。 ・地球上の美しい場所。 ・美瑛周辺のサイクリングガイド、観光客の少ない田舎（野菜、干し草、静けさ、自然との近さを見せてくれた）がよかった。 ・登るべき山がもっとある。 ・自然が美しく、良い宿泊施設。 ・素晴らしいツアー体験、リラックスできた。 ・ガイドはプロフェッショナルで、情報が多く、思いやりがあった。 ・全てのアクティビティはうまく調整されていた。
いいえ	<ul style="list-style-type: none"> ・たくさんものを見た。ほかの訪れるべき場所があるので。

Q3. 友人や知人に北海道をおすすめしたいか。

▶ 「はい」が99%で、北海道を友人や知人におすすめしたいと考える人が多くなっている。



〈選択肢の具体的な記載内容〉

はい	<ul style="list-style-type: none"> ・ 景観が良く、人々が親切。 ・ 安全で温かい国、素晴らしい景色。 ・ 北海道は冬が美しい。アジアで最高の冬の目的地だ。 ・ アメリカでは、まだ知られていない宝石だ。美しい風景、噴煙を上げる山々、素晴らしい人々、そして素晴らしい食べ物。 ・ 美しい、人々は親切、食べ物は美味しい、アクティビティはユニーク、混雑していない。 ・ 訪れた場所は賑やかな都市部から離れており、日常生活の喧騒からの良い休息になった。 ・ 土地は美しく、穏やかで混雑していない。魚介類は新鮮で安価。公共の場所は清潔。温泉が気に入った。 ・ 景色は美しく、移動は比較的簡単で、雰囲気はのんびりしている。 ・ 素晴らしい自然とガイド、手頃な価格で美味しい食べ物。 ・ 北海道は宝石だ。 ・ 日本の本島とは非常に異なる。 ・ 強くお勧めする。友人たちは次回私たちと一緒に訪れることに興味を持っている。 ・ 私たちが経験したのと同じスリルを彼らに経験してもらいたい。 ・ たくさんの見るべきこと、やるべきことがある素晴らしい旅行先だ。 ・ ツアーオペレーターは素晴らしく、景色の良い場所がたくさんあった。食事、宿泊施設、温泉も楽しんだ。 ・ 美しい島、日本のおもてなし、そして少し人里離れた場所。 ・ 以前の旅行で楽しんだことを分かち合いたい。 ・ すでに斬新で素晴らしい経験として友人に勧めている。 ・ トレッキングツアーに参加していない時でも、アクティビティのバランスが素晴らしかった。宿泊施設と食事は驚くほど手頃な価格だった。魚介類は信じられないほど美味しく、人々はとても親切だった。初めての日本として、素晴らしい入門になった。地下鉄、新幹線、バスなどの利用方法を、極端な混雑なしに学ぶことができたのは大きなプラスだった。 ・ 特筆すべき点の一つ。アイヌ民族の祭りはその前の週末に行われており、私に伝えられていなかった。ツアーはこの祭り／体験を中心に組まれていたのに、私はそれを見逃した。それ以上の連絡もなく、それは良くなかったと思う。
----	---

	・人が少ないが、多くの文化がある。驚くべき体験だったが、ホテルはブティックタイプである必要がある。
いいえ	・私は、誰もが自分のやり方で旅を経験し、それを楽しみ、個人的な思い出にすることが大切だと思う。私の推薦が、誰かがまさにそうするきっかけになればよい。

Q4. 今後ATを目的に訪問したい国・地域

▶ 「日本」が最も多く、次いで「ヨーロッパ（広域）」、「ニュージーランド」が多くなっている。

エリア	国名・地域名	人数
日本	日本	19
	日本（北海道）	1
アジア	中国	5
	韓国	4
	台湾、インド	各3
	シンガポール、ブータン	各2
	スリランカ、タイ、ベトナム、ネパール、ラオス、ボルネオ、パラオ	各1
ヨーロッパ	ヨーロッパ	11
	フランス	9
	スペイン	6
	ノルウェー	5
	フィンランド	4
	イタリア、スイス、スコットランド	各3
	オーストリア、スウェーデン、ポルトガル	各2
	イギリス、アイルランド、アイスランド、グリーンランド、クロアチア、ギリシャ、デンマーク、ドイツ、ブルガリア、スカンジナビア	各1
オセアニア	ニュージーランド	11
	オーストラリア	5
	タスマニア	2
中南米	南米	4
	中南米	1
	アルゼンチン	3
	コスタリカ、ペルー、パタゴニア	各2
	ブラジル、コロンビア、チリ	各1
北アメリカ	カナダ	10
	アメリカ	3
アフリカ	アフリカ	1
	エジプト、モロッコ	各4
	アフリカ、タンザニア、ウガンダ、マダガスカル	1
中東	トルコ	3
	オマーン	1
その他	南極	3

(4) 後半調査の実施結果

※調査実施における概要については、下記のとおり（再掲）。

■後半調査 i（対面形式によるヒアリング調査）

【調査対象期間】 令和7年2月6日～9日

【調査実施時期】 令和7年2月6日～9日

【実施場所】 さっぽろ雪まつり 大通会場6丁目 臨時観光案内所内

■後半調査 ii（対面形式によるヒアリング調査）

【調査対象期間】 令和7年2月20日～22日

【調査実施時期】 令和7年2月20日～22日

【実施場所】 新千歳空港国内線旅客ターミナルビル 2階 出発ロビー
新千歳空港国際線旅客ターミナルビル 3階 出発ロビー

〈後半調査 i・ii における AT ツアー・AT 以外のツアーの定義〉

○AT ツアー

- ・インバウンドのツアーであること。
- ・体験が1つ以上含まれること。
- ・アウトドアでの体験については、1時間以上の身体的アクティビティが含まれている、または有償のガイドが同行していること。
- ・アウトドア体験が全くない場合については、文化体験や産業体験における有償のローカル及びスポットガイドが同行していること。

○AT 以外のツアー

- ・全ての行程で、ガイドが付かないツアーであること。
※観光地巡り、食事や温泉のみを楽しむツアーである。
- ・アウトドア体験や文化体験・産業体験において、ガイドは付くが無償のガイドであること。

◇スキーの扱い

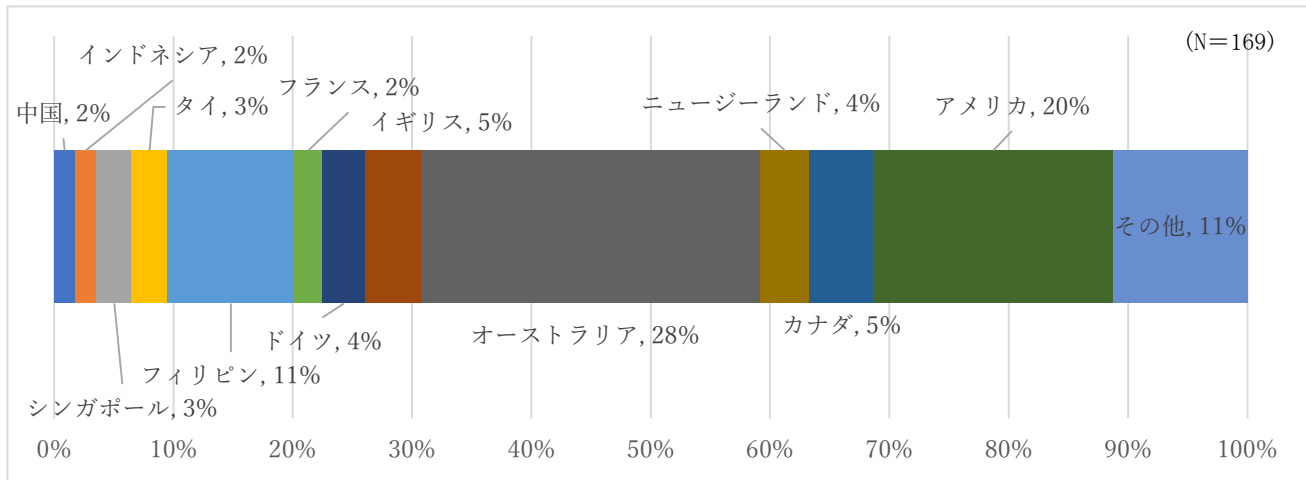
- ・スキーに関しては、バックカントリースキー・スキー場でのスキー問わず有効とする。

【有効回答数】 後半調査 i + ii 169件

○回答者属性

Q1. 国籍

▶ 「オーストラリア」が28%で最も多く、次いで「アメリカ」が20%となっている。

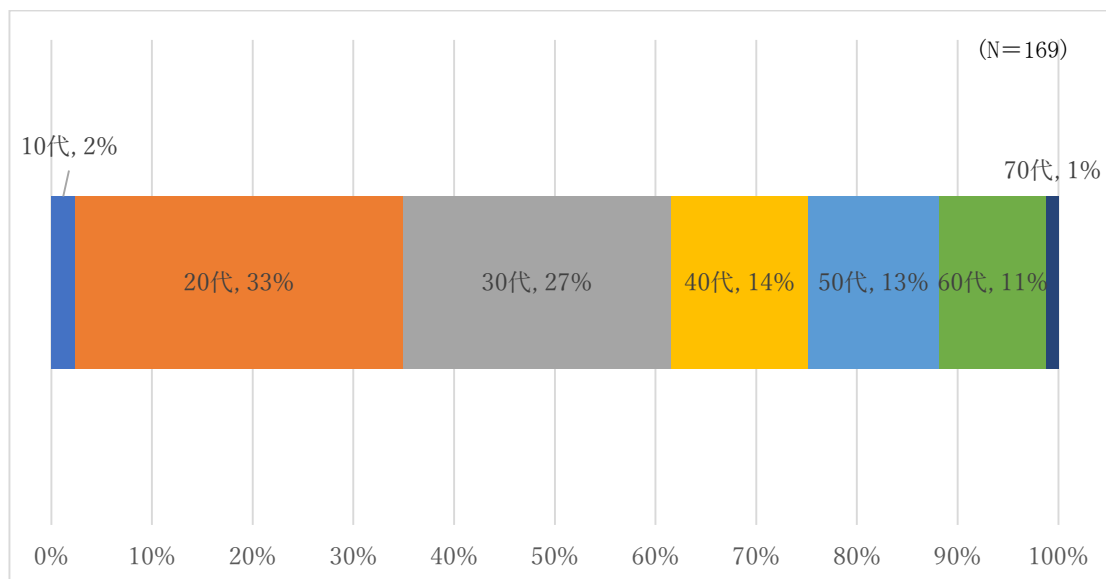


〈国・エリア別での人数〉

エリア	国籍	人数
アジア	中国	3
	香港	1
	インド	1
	インドネシア	3
	マレーシア	2
	シンガポール	5
	韓国	1
	台湾	1
	タイ	5
	フィリピン	18
	アジア全体	
ヨーロッパ	デンマーク	2
	フランス	4
	ドイツ	6
	アイルランド	2
	イタリア	1
	オランダ	2
	ノルウェー	2
	スロベニア	1
	スペイン	1
	スイス	1
	ウクライナ	1
イギリス	8	
ヨーロッパ全体		31
オセアニア	オーストラリア	48
	ニュージーランド	7
オセアニア全体		55
北アメリカ	カナダ	9
	アメリカ	34
北アメリカ全体		43
総計		169

Q2. 年代構成

▶ 「20代」が33%で最も多く、次いで「30代」が27%となっている。



〈国・エリア別における年代構成〉

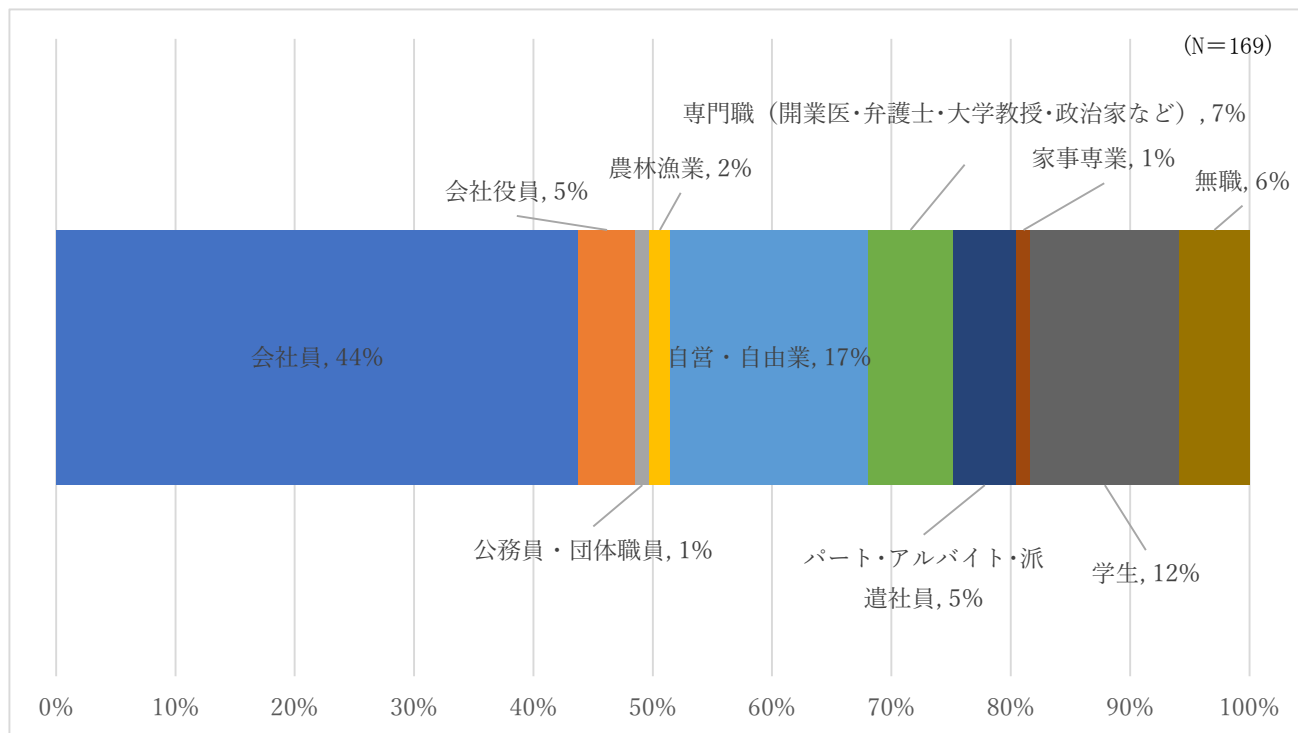
▶アジア、北アメリカは「30代」、ヨーロッパ、オセアニアは「20代」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	総計
アジア	中国			1	1	1					3
	香港			1							1
	インド				1						1
	インドネシア			1	1		1				3
	マレーシア			1		1					2
	シンガポール			1	3	1					5
	韓国			1							1
	台湾		1								1
	タイ			2	2	1					5
	フィリピン			6	9	2		1			18
アジア全体			1	14	17	6	1	1			40
ヨーロッパ	デンマーク			1		1					2
	フランス			1	2		1				4
	ドイツ			3	1	1		1			6
	アイルランド			2							2
	イタリア							1			1
	オランダ		1					1			2
	ノルウェー			1		1					2
	スロベニア			1							1
	スペイン			1							1
	スイス			1							1
	ウクライナ					1					1
	イギリス			2	1	2	2	1			8
ヨーロッパ全体			1	13	4	6	3	4			31
オセアニア	オーストラリア		2	16	10	7	7	6			48
	ニュージーランド			3	2			1	1		7
オセアニア全体			2	19	12	7	7	7	1		55
北アメリカ	カナダ			4	1		2	1	1		9
	アメリカ			5	11	4	9	5			34
北アメリカ全体				9	12	4	11	6	1		43
総計			4	55	45	23	22	18	2		169

Q3. 職業

▶ 「会社員」が44%で最も多く、次いで「自営・自由業」が17%となっている。（※無職には退職を含む。）



〈国・エリア別における職業〉

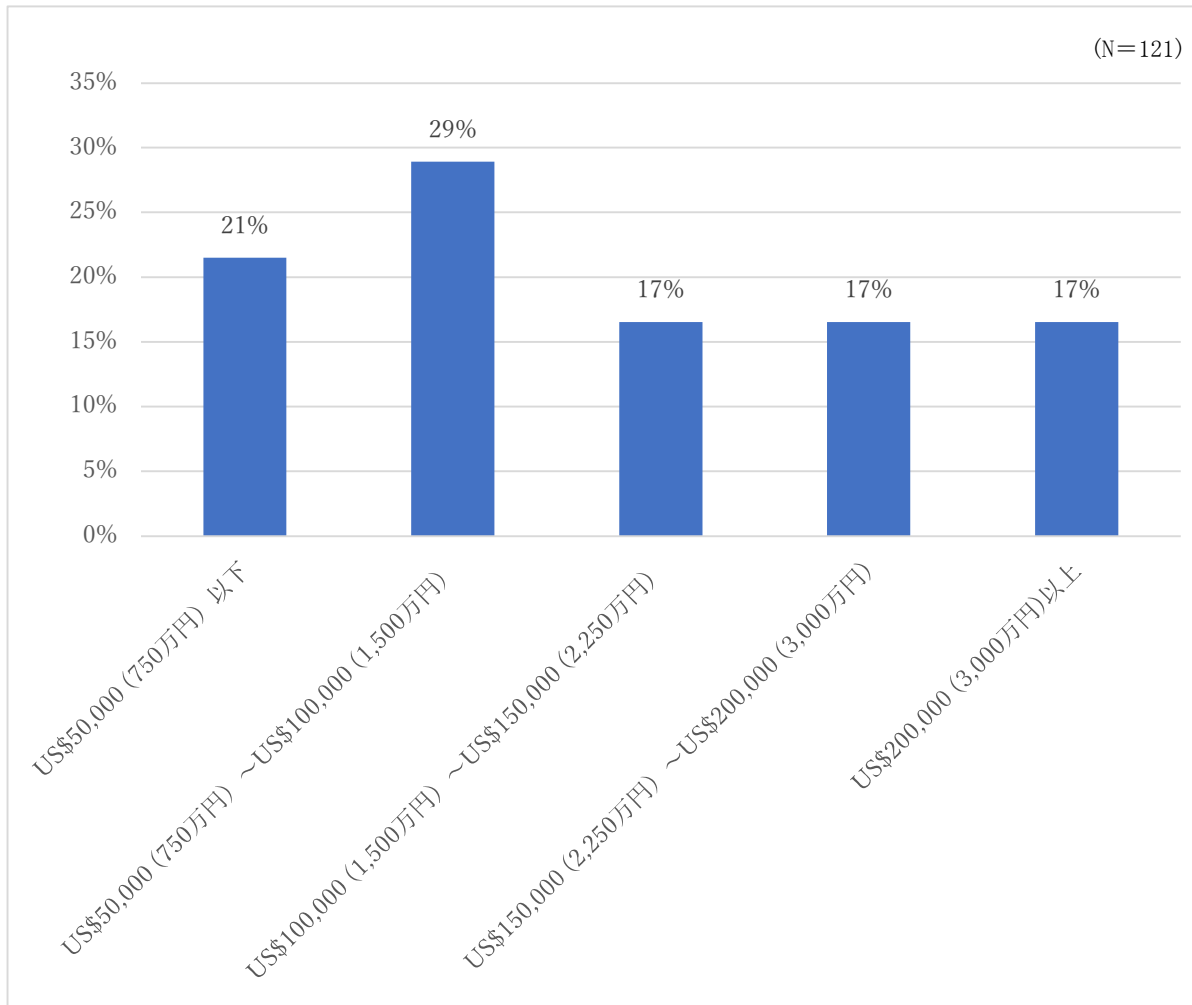
▶全てのエリアで「会社員」が最も多くなっている。次いで、アジア、ヨーロッパは「学生」、オセアニア、北アメリカは「自営・自由業」がそれぞれ多くなっている。（※無職には退職を含む。）

(人数)

職業		会社員	会社役員	公務員・団体職員	農林漁業	自営・自由業	専門職（開業医・弁護士・大学教授・政治家など）	パート・アルバイト・派遣社員	家事専業	学生	無職	総計
国籍												
アジア	中国	1				1				1		3
	香港	1										1
	インド		1									1
	インドネシア	1				1		1				3
	マレーシア	1	1									2
	シンガポール	3				1	1					5
	韓国									1		1
	台湾									1		1
	タイ	2		1		1				1		5
フィリピン	9	1			1	3		2	2		18	
アジア全体		18	3	1		5	4	1	2	6		40
ヨーロッパ	デンマーク					1				1		2
	フランス	3								1		4
	ドイツ	2		1		2				1		6
	アイルランド						1			1		2
	イタリア					1						1
	オランダ					1		1				2
	ノルウェー	1								1		2
	スロベニア									1		1
	スペイン	1										1
	スイス	1										1
	ウクライナ						1					1
イギリス	3	2		1					2		8	
ヨーロッパ全体		11	2	1	1	5	2	1		8		31
オセアニア	オーストラリア	22	2		1	9	2	5		4	3	48
	ニュージーランド	2				2	1				2	7
オセアニア全体		24	2		1	11	3	5		4	5	55
北アメリカ	カナダ	1				2	1			3	2	9
	アメリカ	20	1		1	5	2	2			3	34
北アメリカ全体		21	1		1	7	3	2		3	5	43
総計		74	8	2	3	28	12	9	2	21	10	169

Q4. 世帯年収（利子や配当などを含む）

- ▶ 「US\$50,000（750万円）～US\$100,000（1,500万円）」が29%で最も多く、次いで「US\$50,000（750万円）以下」が21%となっている。



〈国・エリア別における世帯年収（利子や配当なども含む）〉

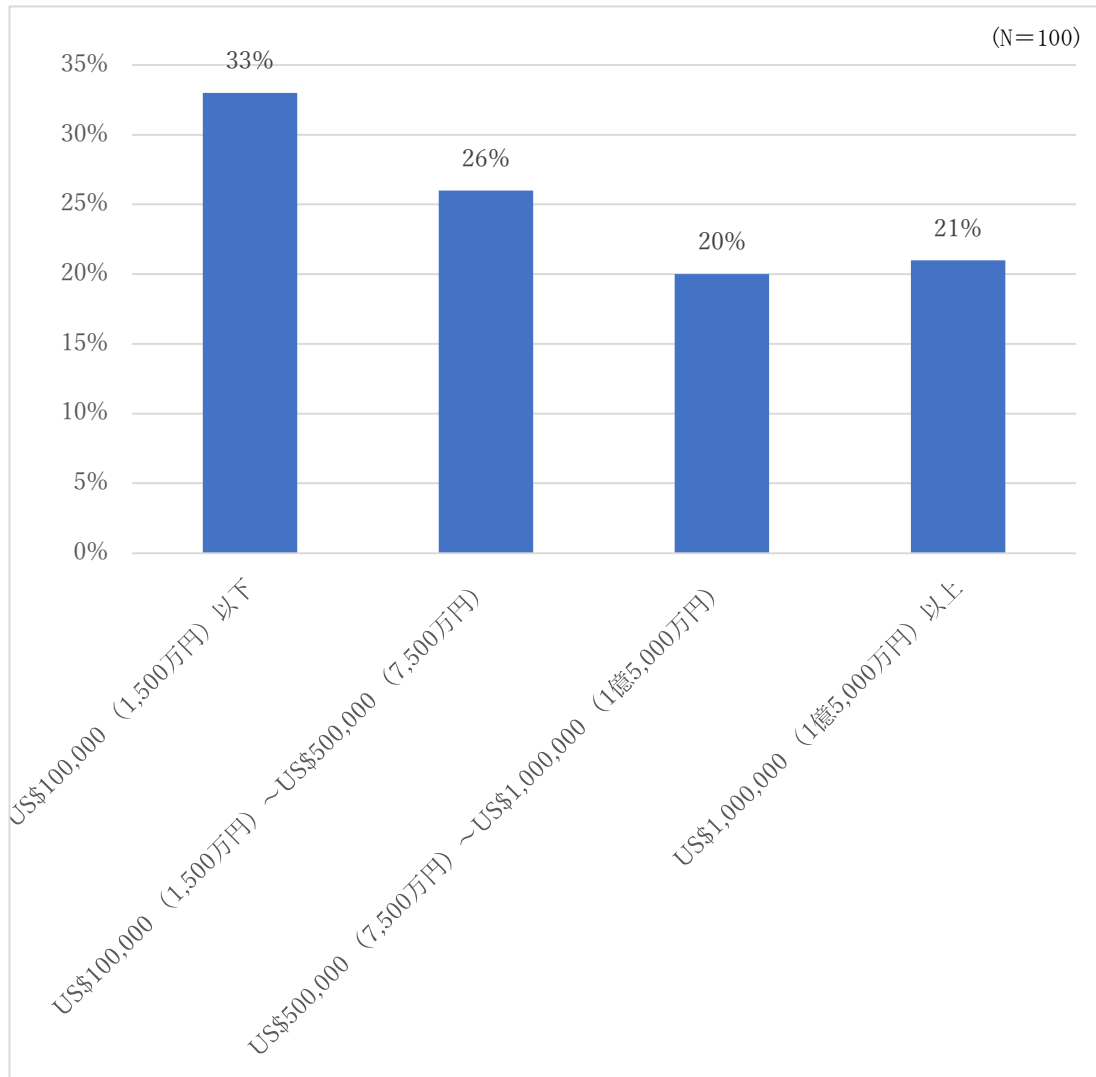
▶アジア、オセアニアは「US\$50,000（750万円）～US\$100,000（1,500万円）」、ヨーロッパは「US\$50,000（750万円）以下」、北アメリカは「US\$200,000（3,000万円）以上」がそれぞれ最も多くなっている。

（人数）

国籍		金額	US\$50,000 (750万円) 以下	US\$50,000 (750万円) ～ US\$100,000 (1,500万円)	US\$100,000 (1,500万円) ～ US\$150,000 (2,250万円)	US\$150,000 (2,250万円) ～ US\$200,000 (3,000万円)	US\$200,000 (3,000万円)以上	総計
アジア	中国		1	1				2
	香港			1				1
	インド		1					1
	インドネシア		2	1				3
	マレーシア		1				1	2
	シンガポール			2		1		3
	韓国		1					1
	台湾				1			1
	タイ			1		1	1	3
	フィリピン		4	7	2	2		15
アジア全体			10	13	3	4	2	32
ヨーロッパ	デンマーク		2					2
	フランス					1	1	2
	ドイツ			1				1
	アイルランド		1	1				2
	イタリア			1				1
	オランダ		1					1
	ノルウェー		1			1		2
	スロベニア		1					1
	スペイン			1				1
	イギリス		2	1	2	1	1	7
ヨーロッパ全体			8	5	2	3	2	20
オセアニア	オーストラリア		4	13	7	6	5	35
	ニュージーランド		2	2	1	1		6
オセアニア全体			6	15	8	7	5	41
北アメリカ	カナダ				2	1	1	4
	アメリカ		2	2	5	5	10	24
北アメリカ全体			2	2	7	6	11	28
総計			26	35	20	20	20	121

Q5. 世帯の純金融資産保有額（負債がある場合は、総資産から負債を控除した額）

▶ 「US\$100,000（1,500万円）以下」が33%で最も多くなっている。



〈国・エリア別における世帯の純金融資産保有額（負債がある場合は、総資産から負債を控除した額）〉

▶アジア、ヨーロッパは「US\$100,000（1,500万円）以下」、北アメリカは「US\$500,000（7,500万円）～US\$1,000,000（1億5,000万円）」、オセアニアは「US\$100,000（1,500万円）～US\$500,000（7,500万円）」、「US\$1,000,000（1億5,000万円）以上」がそれぞれ最も多くなっている。

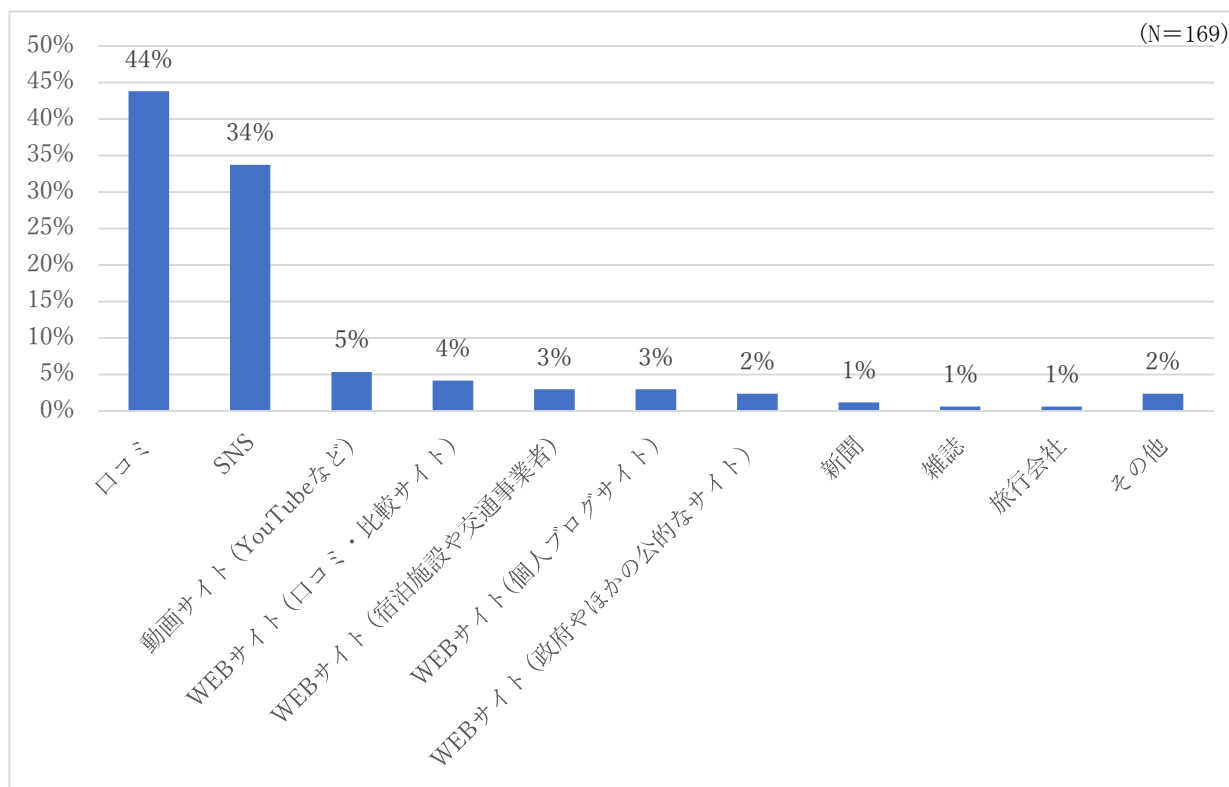
（人数）

国籍		金額 US\$100,000 (1,500万円) 以下	US\$100,000 (1,500万円) ～ US\$500,000 (7,500万円)	US\$500,000 (7,500万円) ～ US\$1,000,000 (1億5,000万円)	US\$1,000,000 (1億5,000万円) 以上	総計
アジア	中国	2				2
	香港		1			1
	インド	1				1
	インドネシア	2				2
	マレーシア	1			1	2
	シンガポール	2			1	3
	韓国	1				1
	台湾		1			1
	タイ		1	1	1	3
	フィリピン	5	7		1	13
アジア全体		14	10	1	4	29
ヨーロッパ	デンマーク	2				2
	フランス			1		1
	ドイツ			1		1
	アイルランド	1				1
	イタリア		1			1
	オランダ	1				1
	ノルウェー	1	1			2
	スロベニア			1		1
	スペイン	1				1
	イギリス	1			1	2
ヨーロッパ全体		7	2	3	1	13
オセアニア	オーストラリア	9	10	5	11	35
	ニュージーランド	1	1	2		4
オセアニア全体		10	11	7	11	39
北アメリカ	カナダ		1	3		4
	アメリカ	2	2	6	5	15
北アメリカ全体		2	3	9	5	19
総計		33	26	20	21	100

○北海道に旅行先と決めるまでの行動

Q1. 北海道を知ったキッカケ

▶ 「口コミ」が44%で最も多く、次いで「SNS」が34%となっている。



〈選択肢の具体的記載内容〉

口コミ	<ul style="list-style-type: none"> ・友人 ・一緒に旅をするグループ ・家族 ・親戚
SNS	<ul style="list-style-type: none"> ・Instagram ・Facebook ・TikTok ・X (旧Twitter) ・Best of Hokkaido ・Xiaohong Shu ・The red book ・The red note app ・Linked in
動画サイト (YouTubeなど)	<ul style="list-style-type: none"> ・YouTube ・Facebook (ショート動画等)
WEBサイト (口コミ・比較サイト)	<ul style="list-style-type: none"> ・Trip advisor
WEBサイト (宿泊施設や交通事業者)	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的な記載なし
WEBサイト (個人のブログサイト)	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的な記載なし
WEBサイト (政府やほかの公的なサイト)	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的な記載なし
新聞	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的な記載なし
雑誌	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的な記載なし
旅行会社	<ul style="list-style-type: none"> ・具体的な記載なし
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞 ・スキークラブ ・アイコン パス (アメリカ Alterra Mountain Company社が発行する国内外で利用可能なスキー場のシーズン券) ・社員旅行 ・Lonely planet (ガイドブック)

〈国・エリア別における北海道を知ったきっかけ〉

▶アジアは「SNS」、その他のエリアは「口コミ」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

媒体		口コミ	SNS	動画サイト (YouTube など)	WEBサイト (口コミ・比較 サイト)	WEBサイト (宿泊 施設や交 通事業者)	WEBサイト (個人ブ ログサイ ト)	WEBサイト (政府 やほかの 公的なサ イト)	新聞	雑誌	旅行会社	その他	総計
アジア	中国	2	1										3
	香港	1											1
	インド	1											1
	インドネシア		2						1				3
	マレーシア		2										2
	シンガポール	2	3										5
	韓国						1						1
	台湾		1										1
	タイ	1	2		1			1					5
	フィリピン	2	14		1							1	18
アジア全体		9	25		2		1	1	1			1	40
ヨーロッパ	デンマーク		2										2
	フランス		1	1			1			1			4
	ドイツ	3	1				1	1					6
	アイルランド	1		1									2
	イタリア	1											1
	オランダ	2											2
	ノルウェー	1					1						2
	スロベニア		1										1
	スペイン		1										1
	スイス		1										1
	ウクライナ			1									1
イギリス	2	1	2			1				1	1	8	
ヨーロッパ全体		10	9	4		1	3	1		1	1	1	31
オセアニア	オーストラリア	33	10		2	1	1	1					48
	ニュージーランド	3	1		1			1				1	7
オセアニア全体		36	11		3	1	1	2				1	55
北アメリカ	カナダ	4	1	1	1	2							9
	アメリカ	15	11	4	1	1			1			1	34
北アメリカ全体		19	12	5	2	3			1			1	43
総計		74	57	9	7	5	5	4	2	1	1	4	169

〈年代別における北海道を知ったきっかけ〉

▶20代、30代は「SNS」、40代～60代は「口コミ」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

媒体	口コミ	SNS	動画サイト (YouTube など)	WEBサイト (口コミ・比較 サイト)	WEBサイト (宿泊 施設や交 通事業者)	WEBサイト (個人ブ ログサイ ト)	WEBサイト (政府 やほかの 公的なサ イト)	新聞	雑誌	旅行会社	その他	総計
年代												
10代	3	1										4
20代	20	25	5			3	1				1	55
30代	16	21	1	3			1		1		2	45
40代	13	5	1	1	1	1	1					23
50代	12	2	2	1	2			2		1		22
60代	10	3		2	1	1					1	18
70代					1		1					2
80代以上												
総計	74	57	9	7	5	5	4	2	1	1	4	169

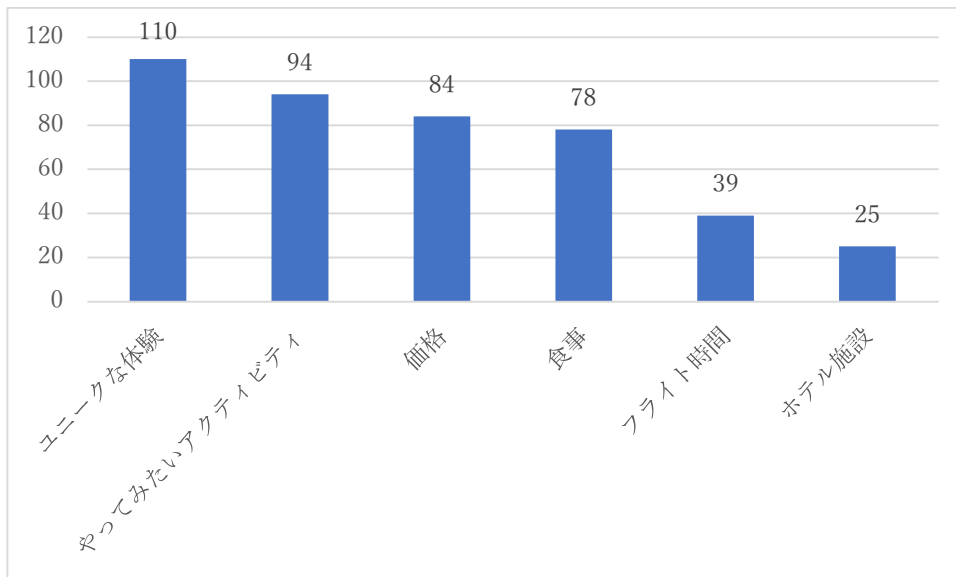
Q2. 北海道もしくは日本に来る前に検討した国

▶「日本（北海道以外）」が最も多く、次いで「日本（北海道）」と、日本国内での検討が多くなっている。日本以外では「ヨーロッパ」が多くなっている。

エリア	国名・地域名	人数
日本	日本（北海道以外）	62
	日本（北海道）	16
	日本	5
アジア	中国	3
	香港	1
	タイ	1
	韓国	1
	フィリピン	1
ヨーロッパ	ヨーロッパ	6
	スイス	1
	フランス	1
	イタリア	1
オセアニア	ニュージーランド	3
	オーストラリア	2
北アメリカ	カナダ	3
	アメリカ	1
	ハワイ	1

Q3. 何を重要視して旅先を決めるか(複数回答可)

▶「ユニークな体験」が最も多く、次いで「やってみたいアクティビティ」となっている。
(人数)



〈国・エリア別において何を重要視して旅先を決めるか〉（複数回答可）

▶全てのエリアで「ユニークな体験」が最も多くなっている。また、オセアニアでは「やってみたいアクティビティ」も多くなっている。

(人数)

国籍		項目	ユニークな体験	やってみたいアクティビティ	価格	食事	フライト時間	ホテル施設	総計
アジア	中国		3	2	2				7
	香港		1	1	1	1			4
	インド			1		1		1	3
	インドネシア		3	2					5
	マレーシア		2	2	2	1	1	1	9
	シンガポール		2	3	4	2	1		12
	韓国		1		1	1			3
	台湾				1	1	1	1	4
	タイ		5	1	3	2	4	1	16
	フィリピン		11	9	8	11	4	3	46
アジア全体			28	21	22	20	11	7	109
ヨーロッパ	デンマーク		2	2	2	1		1	8
	フランス		4	1	2	2	2	1	12
	ドイツ		4	3	3	3			13
	アイルランド		1	1	1				3
	イタリア		1						1
	オランダ		1	2	2		1		6
	ノルウェー		2	1	1				4
	スロベニア		1	1	1	1	1		5
	スペイン		1		1	1	1		4
	スイス			1					1
	ウクライナ		1	1	1	1	1	1	6
イギリス		7	5	4	4	1	1	22	
ヨーロッパ全体			25	18	18	13	7	4	85
オセアニア	オーストラリア		26	28	21	20	12	6	113
	ニュージーランド		5	3	2	3	1		14
オセアニア全体			31	31	23	23	13	6	127
北アメリカ	カナダ		6	6	5	4	2	2	25
	アメリカ		20	18	16	18	6	6	84
北アメリカ全体			26	24	21	22	8	8	109
総計			110	94	84	78	39	25	430

〈年代別において何を重要視して旅先を決めるか〉（複数回答可）

▶10代は「価格」、「20代」～「60代」は「ユニークな体験」がそれぞれ最も多くなっている。

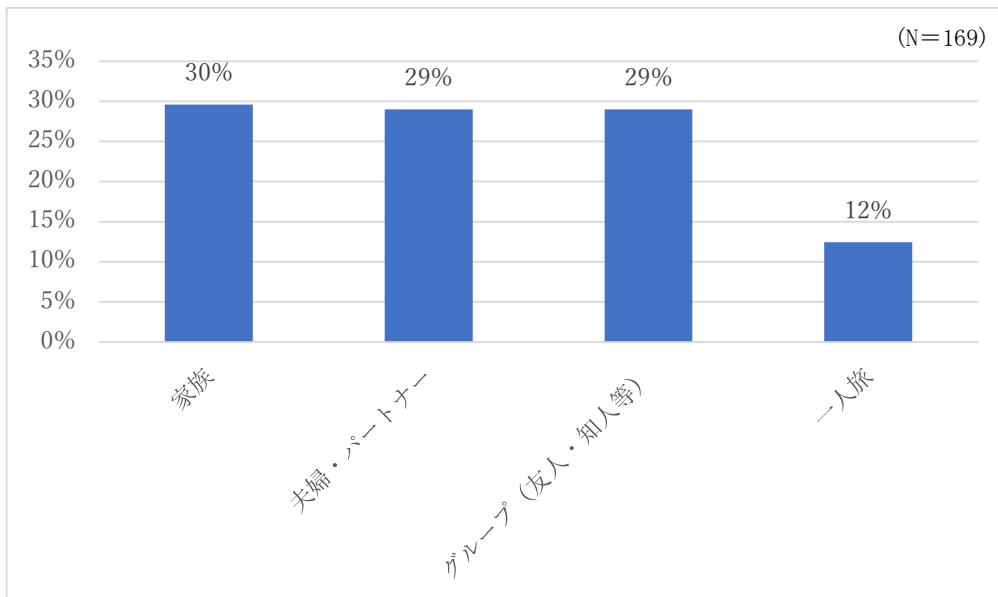
（人数）

年代 \ 項目	ユニークな体験	やってみたいアクティビティ	価格	食事	フライト時間	ホテル施設	総計
10代	1	2	3	2	1	2	11
20代	41	34	35	28	13	6	157
30代	28	26	24	25	12	6	121
40代	17	13	9	10	3	4	56
50代	13	11	7	6	5	5	47
60代	9	7	6	6	4	2	34
70代	1	1		1	1		4
80代以上							
総計	110	94	84	78	39	25	430

○旅行内容

Q1. グループの種類

▶「家族」が30%で最も多く、次いで「夫婦・パートナー」、「グループ（友人・知人等）」が29%となっている。



〈国・エリア別における旅行者のグループの種類〉

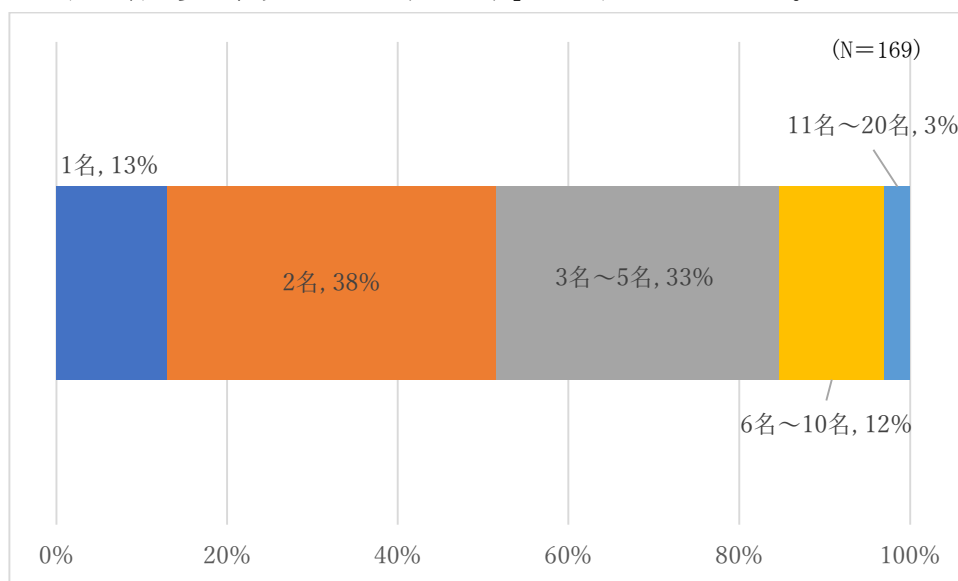
▶アジア、北アメリカは「家族」、ヨーロッパは「夫婦・パートナー」、オセアニアは「グループ（友人・知人等）」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

種類		家族	夫婦・ パート ナー	グループ (友人・ 知人等)	一人旅	総計
国籍						
アジア	中国		1	2		3
	香港			1		1
	インド			1		1
	インドネシア	1	2			3
	マレーシア	1		1		2
	シンガポール	3	1	1		5
	韓国			1		1
	台湾	1				1
	タイ	2	2	1		5
	フィリピン	10	7	1		18
アジア全体		18	13	9		40
ヨーロッパ	デンマーク		2			2
	フランス	1	2		1	4
	ドイツ		2	2	2	6
	アイルランド		1		1	2
	イタリア			1		1
	オランダ	1	1			2
	ノルウェー	1		1		2
	スロベニア	1				1
	スペイン				1	1
	スイス				1	1
	ウクライナ				1	1
	イギリス	2	2	4		8
ヨーロッパ全体		6	10	8	7	31
オセアニア	オーストラリア	12	10	19	7	48
	ニュージーランド		5	1	1	7
オセアニア全体		12	15	20	8	55
北アメリカ	カナダ	5	2		2	9
	アメリカ	9	9	12	4	34
北アメリカ全体		14	11	12	6	43
総計		50	49	49	21	169

Q2. グループの人数

▶ 「2名」が38%で最も多く、次いで「3名～5名」が33%となっている。



〈国・エリア別における旅行者のグループの人数〉

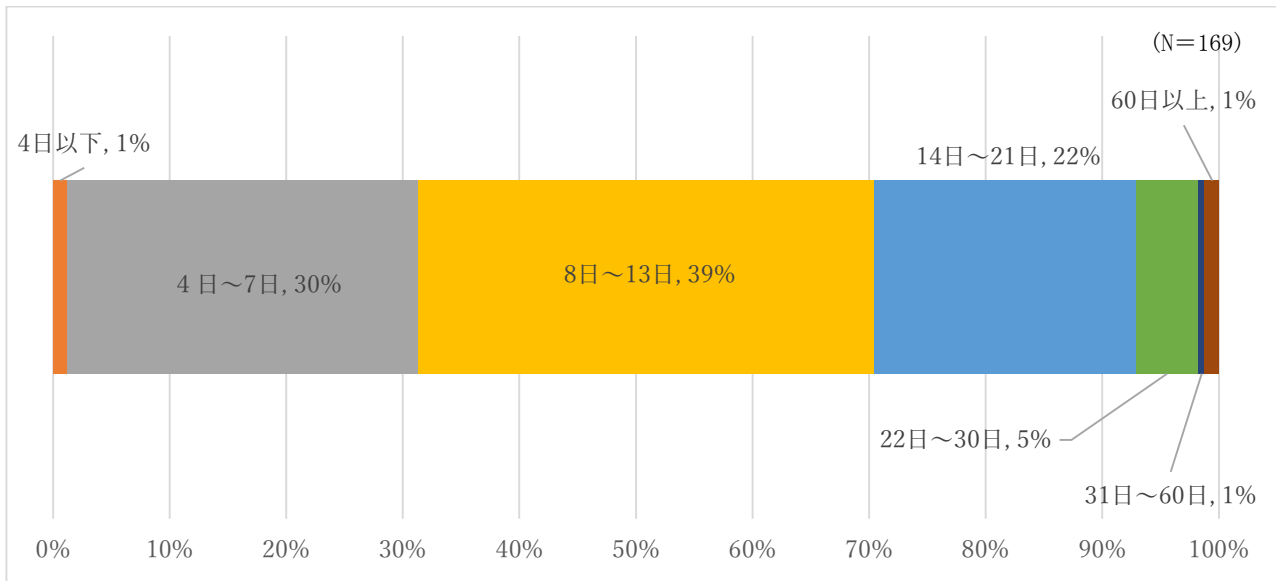
▶アジア、ヨーロッパ、オセアニアは「2名」、北アメリカは「3名～5名」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		人数	1名	2名	3名～5名	6名～10名	11名～20名	総計
アジア	中国		1		1		1	3
	香港				1			1
	インド				1			1
	インドネシア			3				3
	マレーシア			1	1			2
	シンガポール			2	3			5
	韓国				1			1
	台湾			1				1
	タイ			2	3			5
	フィリピン			7	3	5	3	18
アジア全体			1	16	14	5	4	40
ヨーロッパ	デンマーク			2				2
	フランス		2	2				4
	ドイツ		2	3	1			6
	アイルランド		1	1				2
	イタリア				1			1
	オランダ			1	1			2
	ノルウェー			2				2
	スロベニア					1		1
	スペイン		1					1
	スイス		1					1
	ウクライナ		1					1
	イギリス			3	2	3		8
ヨーロッパ全体			8	14	5	4		31
オセアニア	オーストラリア		7	16	17	7	1	48
	ニュージーランド		1	5		1		7
オセアニア全体			8	21	17	8	1	55
北アメリカ	カナダ		1	5	3			9
	アメリカ		4	9	17	4		34
北アメリカ全体			5	14	20	4		43
総計			22	65	56	21	5	169

Q3. 旅行全体の宿泊数

▶ 「8日～13日」が39%で最も多く、次いで「4日～7日」が30%となっている。



〈国・エリア別における旅行者の旅行全体の宿泊数〉

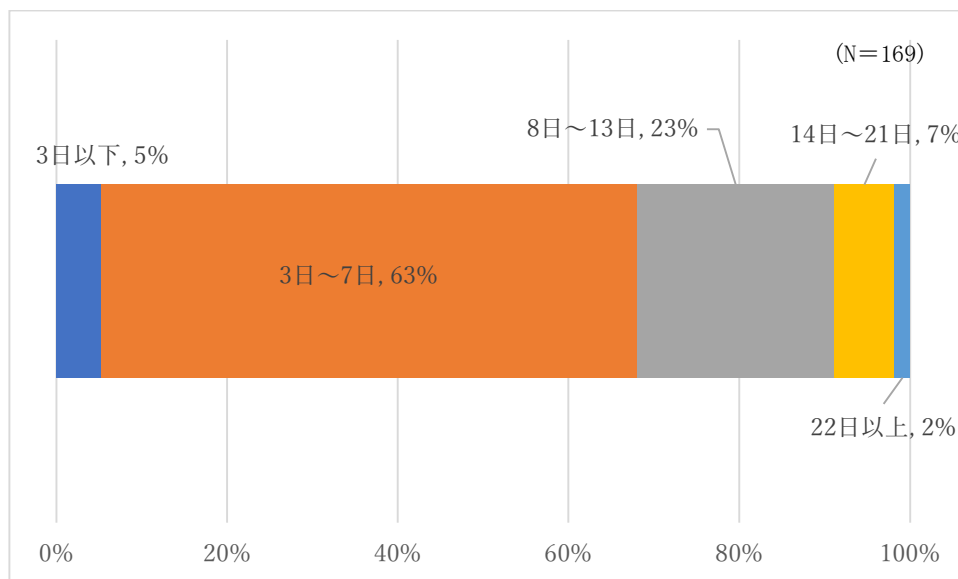
▶アジア、オセアニア、北アメリカは「8日～13日」、ヨーロッパは「4日～7日」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		日程	日程						総計	
			4日以下	4日～7日	8日～13日	14日～21日	22日～30日	31日～60日		60日以上
アジア	中国				1	2				3
	香港				1					1
	インド			1						1
	インドネシア				2	1				3
	マレーシア			1	1					2
	シンガポール			3	2					5
	韓国			1						1
	台湾					1				1
	タイ			4	1					5
	フィリピン			7	11					18
アジア全体				17	19	4				40
ヨーロッパ	デンマーク			2						2
	フランス			1	1	1		1		4
	ドイツ			1		3	2			6
	アイルランド	1		1						2
	イタリア			1						1
	オランダ				1	1				2
	ノルウェー				1	1				2
	スロベニア				1					1
	スペイン			1						1
	スイス				1					1
	ウクライナ	1								1
	イギリス			5	2	1				8
ヨーロッパ全体			2	12	7	7	2	1		31
オセアニア	オーストラリア			5	20	16	5		2	48
	ニュージーランド			1	2	3	1			7
オセアニア全体				6	22	19	6		2	55
北アメリカ	カナダ			3	4	2				9
	アメリカ			13	14	6	1			34
北アメリカ全体				16	18	8	1			43
総計			2	51	66	38	9	1	2	169

Q4. 北海道での宿泊数

▶ 「3日～7日」が63%で最も多くなっている。



〈国・エリア別における北海道における宿泊数〉

▶ 全てのエリアで「3日～7日」が最も多くなっている。

(人数)

国籍		日程					総計
		3日以下	3日～7日	8日～13日	14日～21日	22日以上	
アジア	中国		1	1	1		3
	香港			1			1
	インド		1				1
	インドネシア	1	2				3
	マレーシア		2				2
	シンガポール		4	1			5
	韓国		1				1
	台湾					1	1
	タイ		5				5
	フィリピン			13	5		18
アジア全体		1	29	8	2		40
ヨーロッパ	デンマーク		2				2
	フランス		3	1			4
	ドイツ		5	1			6
	アイルランド		2				2
	イタリア		1				1
	オランダ		2				2
	ノルウェー			2			2
	スロベニア		1				1
	スペイン		1				1
	スイス			1			1
	ウクライナ	1					1
	イギリス	1	5	1	1		8
ヨーロッパ全体		2	22	6	1		31
オセアニア	オーストラリア	4	20	16	6	2	48
	ニュージーランド		2	3	1	1	7
オセアニア全体		4	22	19	7	3	55
北アメリカ	カナダ		6	3			9
	アメリカ	2	27	3	2		34
北アメリカ全体		2	33	6	2		43
総計		9	106	39	12	3	169

〈旅行全体の宿泊数と北海道での宿泊数の関連性〉

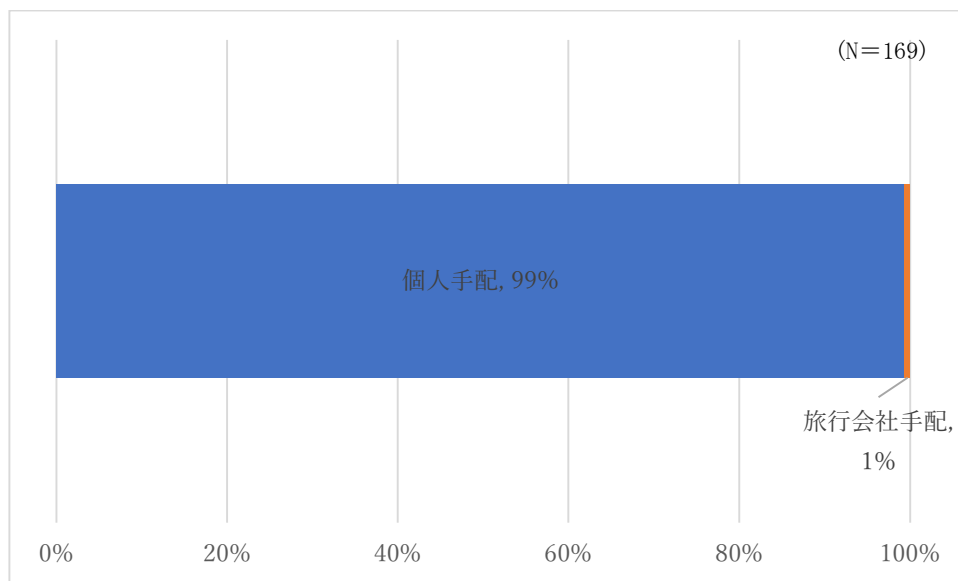
▶ 旅行全体の宿泊数が多い人は、北海道での宿泊数も多くなる傾向がある。

(人数)

旅行全体	北海道					総計
	3日以下	3日～7日	8日～13日	14日～21日	22日以上	
4日以下	1	1				2
4日～7日	2	49				51
8日～13日	4	32	30			66
14日～21日	2	18	6	12		38
22日～30日		5	3		1	9
31日～60日						0
60日以上		1			2	3
総計	9	106	39	12	3	169

Q5. 旅行の手配

▶ 「個人手配」が99%、「旅行会社手配」が1%となっている。



〈国・エリア別における旅行手配の状況〉

▶オセアニア以外のエリアは「個人手配」のみで、「旅行会社手配」はオセアニアの1人のみとなっている。

(人数)

国籍		種類			
			個人手配	旅行会社手配	総計
アジア	中国		3		3
	香港		1		1
	インド		1		1
	インドネシア		3		3
	マレーシア		2		2
	シンガポール		5		5
	韓国		1		1
	台湾		1		1
	タイ		5		5
	フィリピン		18		18
	アジア全体			40	
ヨーロッパ	デンマーク		2		2
	フランス		4		4
	ドイツ		6		6
	アイルランド		2		2
	イタリア		1		1
	オランダ		2		2
	ノルウェイ		2		2
	スロベニア		1		1
	スペイン		1		1
	スイス		1		1
	ウクライナ		1		1
	イギリス		8		8
	ヨーロッパ全体			31	
オセアニア	オーストラリア		48		48
	ニュージーランド		6	1	7
オセアニア全体			54	1	55
北アメリカ	カナダ		9		9
	アメリカ		34		34
北アメリカ全体			43		43
総計			168	1	169

○旅行全般の消費額

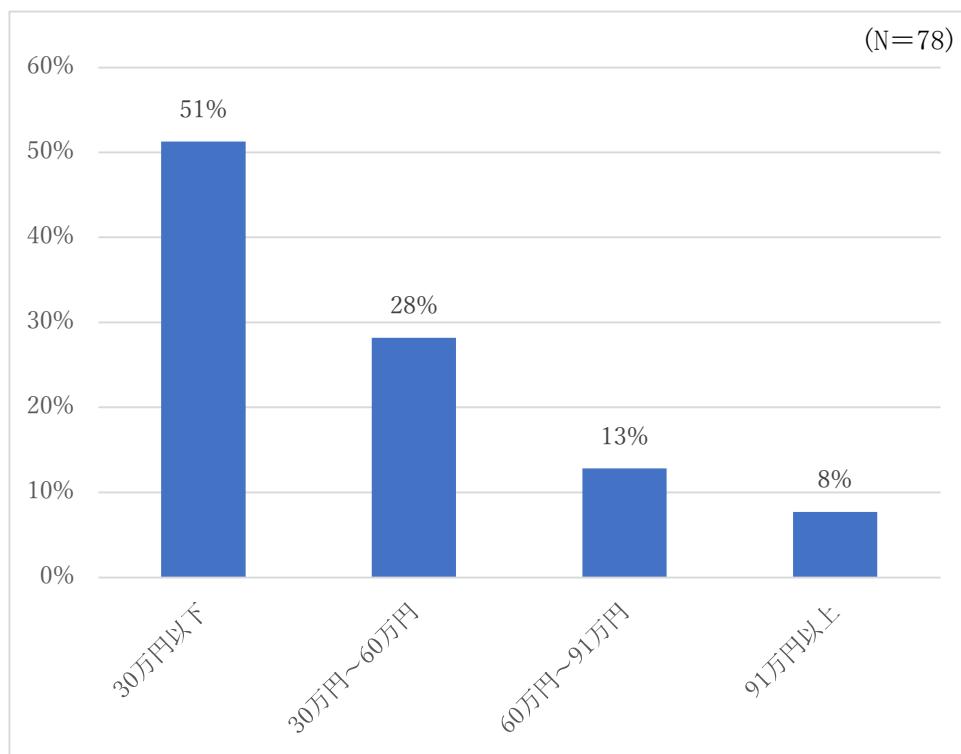
【旅行会社手配の場合】

※旅行会社手配については、回答件数が1件のみであり、【旅行全般の消費額】における記載はなし。

【個人手配の場合】

Q1. 個人手配によるツアー全体の1人あたりの金額

▶ 「30万円以下」が51%で最も多く、次いで「30～60万円」が28%となっている。



〈国・エリア別における個人手配によるツアー全体の1人あたりの金額〉

▶アジア、ヨーロッパ、オセアニアは「30万円以下」、北アメリカは「30万円～60万円」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		金額	30万円以下	30万円～60万円	60万円～91万円	91万円以上	総計
アジア	中国		1		1		2
	香港			1			1
	インド		1				1
	インドネシア		3				3
	マレーシア		1				1
	シンガポール		2				2
	韓国		1				1
	タイ		1	1			2
	フィリピン		9	2			11
アジア全体			19	4	1		24
ヨーロッパ	デンマーク		1	1			2
	フランス		1				1
	ドイツ			2			2
	アイルランド		1				1
	イタリア			1			1
	オランダ		1	1			2
	ノルウェー		1				1
	スペイン			1			1
	イギリス		2				2
ヨーロッパ全体			7	6			13
オセアニア	オーストラリア		11	5	5	5	26
	ニュージーランド			1			1
オセアニア全体			11	6	5	5	27
北アメリカ	カナダ		1		1		2
	アメリカ		2	6	3	1	12
北アメリカ全体			3	6	4	1	14
総計			40	22	10	6	78

Q2. 北海道滞在中での平均消費額（個人手配での算出）

▶北海道滞在中の平均消費額に関して、以下の通り算出した。

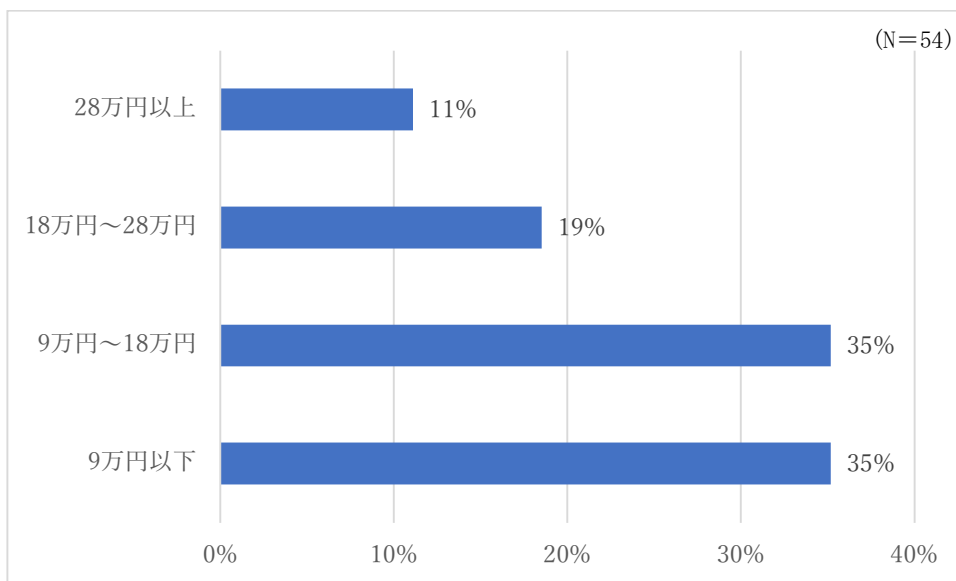
$(\text{旅行の総額（個人手配）} \div \text{回答者数}) - (\text{国際航空券代総額} \div \text{回答者数}) - (\text{国内航空券代総額} \div \text{回答者数}) = 148,722\text{円/人}$

※国際航空券代と国内航空券代を回答したのは、旅行全体の金額を回答した者のうち一部の者のみであったため、上記のように計算。

〈分野別消費額平均〉

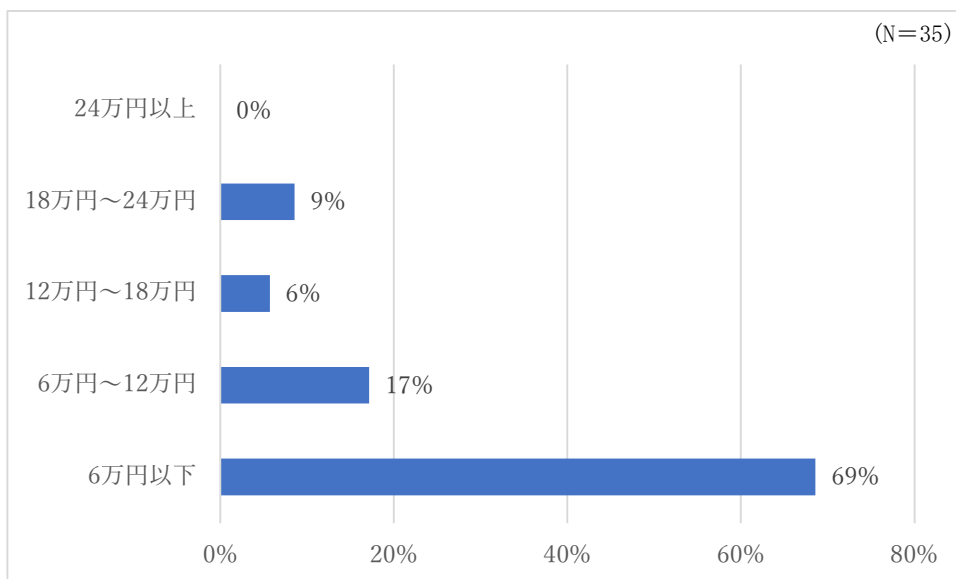
①国際航空券代 [個人手配のみ]

▶「9万円以下」と「9万円～18万円」がそれぞれ35%で最も多く、次いで「18万円～28万円」が19%となっている。



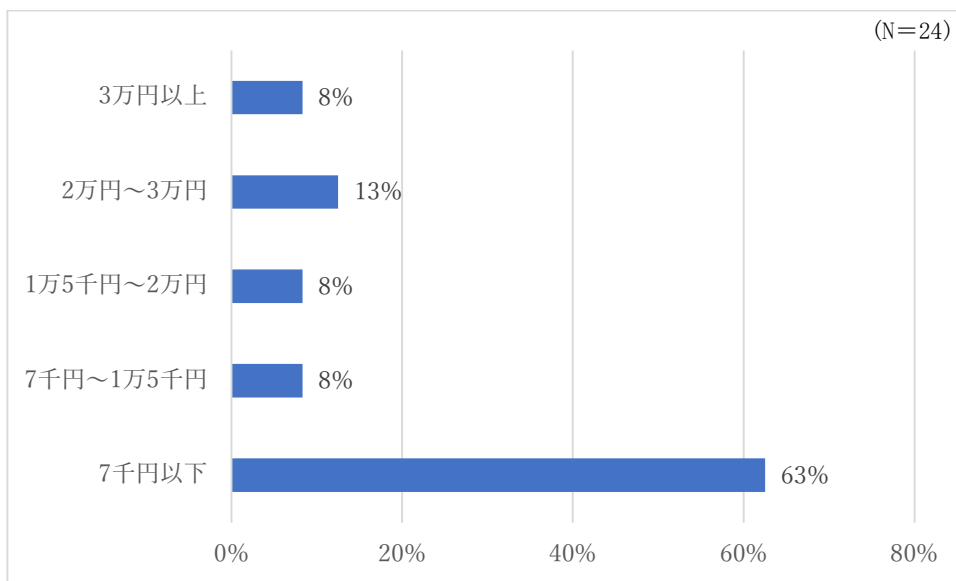
②国内航空券代 [個人手配のみ]

▶「6万円以下」が69%で最も高くなっている。



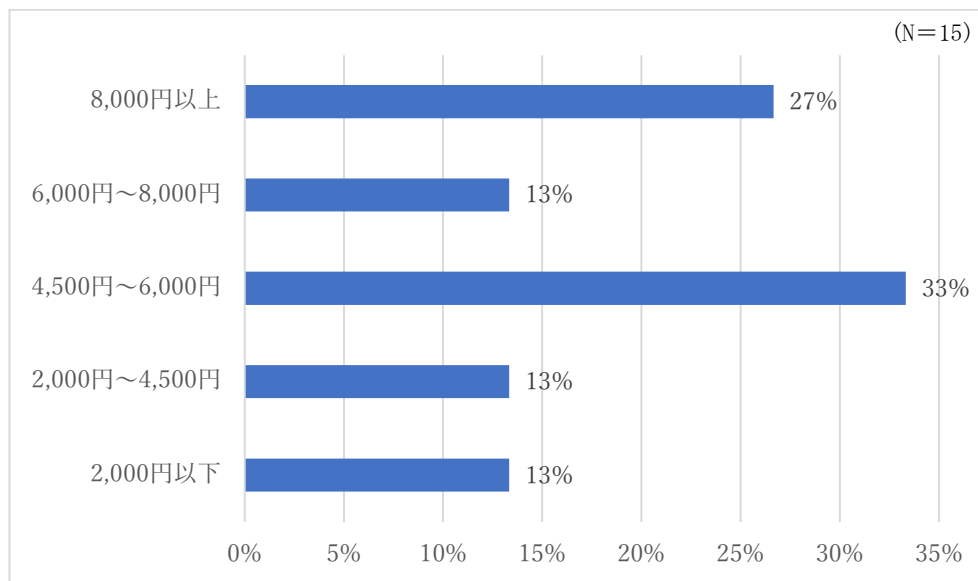
③電車代 [個人手配のみ]

▶ 「7千円以下」が63%で最も多くなっている。



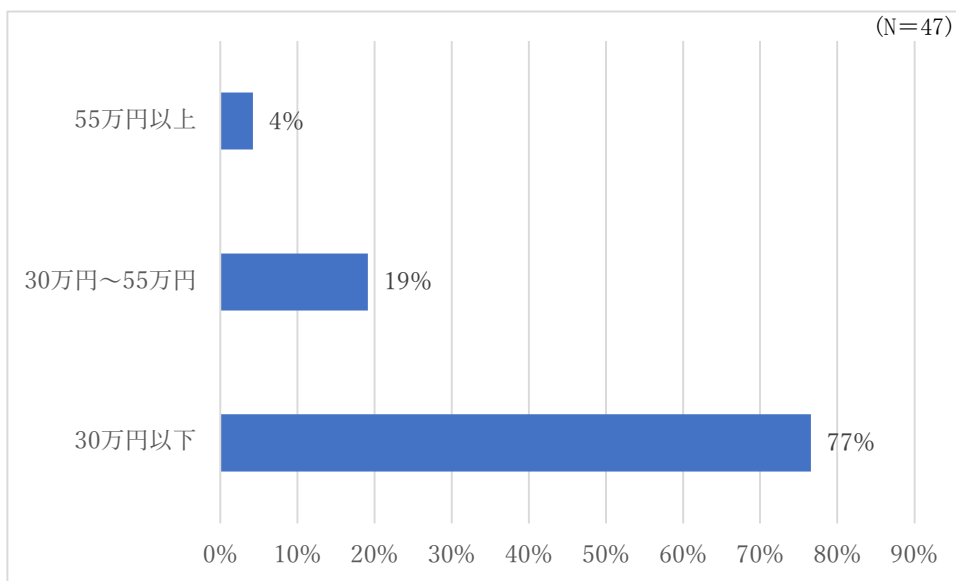
④バス代 [個人手配のみ]

▶ 「4,500円~6,000円」が33%で最も多く、次いで「8,000円以上」が27%となっている。



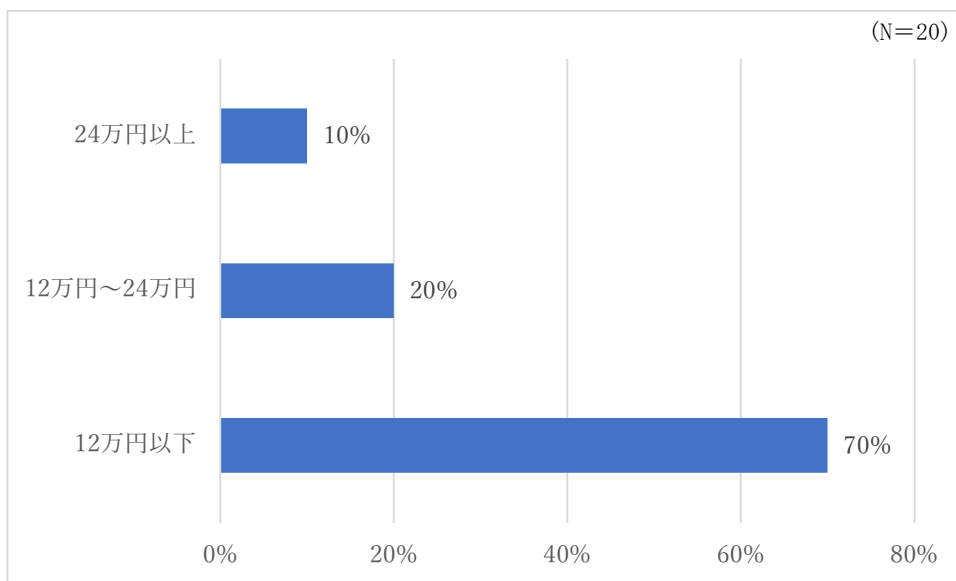
⑤宿泊費〔個人手配のみ〕

▶ 「30万円以下」が77%で最も多くなっている。



⑥飲食費〔個人手配のみ〕

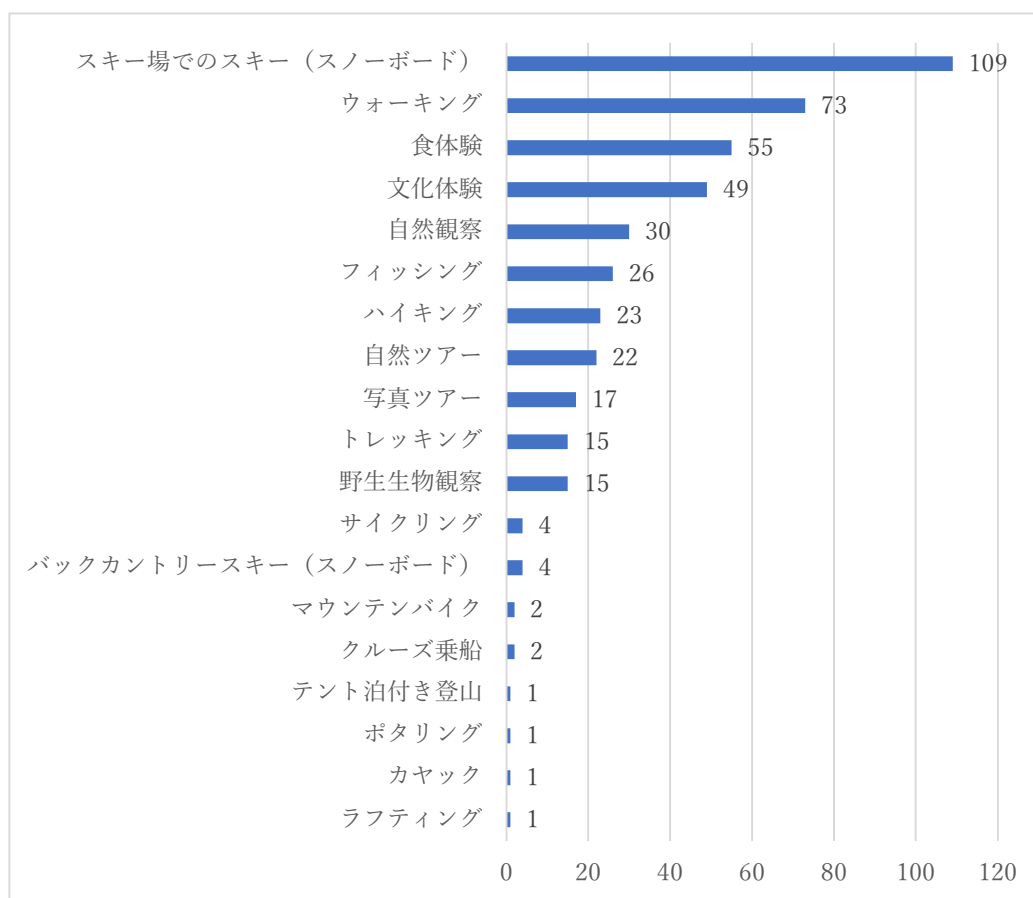
▶ 「12万円以下」が70%で最も多く、次いで「12万円~24万円」が20%となっている。



○体験アクティビティとその消費額

Q1. 北海道で体験したアクティビティ（複数回答可）

- ▶ 「スキー場でのスキー（スノーボード）」が最も多く、次いで「ウォーキング」となっている。
(人数)



※カヌー、ダッキー、キャニオニング、シャワークライミング、SUP、シュノーケリングについては、回答0のため記載なしとしている。

〈国・エリア別における北海道で体験したアクティビティ〉

▶アジア、ヨーロッパは「ウォーキング」、オセアニア、北アメリカは「スキー場でのスキー（スノーボード）」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

項目		スキー場でのスキー (スノーボード)	ウォーキング	食体験	文化体験	自然観察	フィッシング	ハイキング	自然ツアー	写真ツアー	トレッキング	野生生物観察	サイクリング	バックカントリースキー (スノーボード)	マウンテンバイク	クルーズ乗船	テント泊付き登山	ボタリング	カヤック	ラフティング	総計
アジア	中国	2	1	1	1		1			1											7
	香港	1	1	1	1																4
	インド					1			1	1				1							4
	インドネシア		2	1		1	1	1	1					1							8
	マレーシア	1	1	1	1	1		1			1										7
	シンガポール	2	2		1	2			2	1		1									11
	韓国		1	1	1	1			1	1											6
	台湾	1	1					1				1	1		1						6
	タイ	2	4	3	3				2	2		1									17
	フィリピン	3	13	7	6	7		3	7	6	3	2	1			1		1		1	61
アジア全体		12	26	15	14	13	1	6	14	13	5	5	1	3		1		1		1	131
ヨーロッパ	デンマーク		2	1	1	1			1												6
	フランス	2	3	2	2	1		2				1									13
	ドイツ	1	5	3	4	3		1	2							1					20
	アイルランド	1	1	1	1	1															5
	イタリア						1														1
	オランダ	2	1		1																4
	ノルウェー	1	1	1	1	1		1													6
	スロベニア	1										1									2
	スペイン		1	1		1															3
	スイス	1	1																		2
ウクライナ		1	1	1	1		1	1			1	1	1							9	
イギリス	6	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1		1		1		1		27	
ヨーロッパ全体		15	18	12	13	11	3	6	5	1	3	4	2	1	1	1	1		1		98
オセアニア	オーストラリア	43	13	13	10	1	10	8	2	2	4	3	1								110
	ニュージーランド	4	2	2	1	1	2														12
オセアニア全体		47	15	15	11	2	12	8	2	2	4	3	1								122
北アメリカ	カナダ	9	4	3	2		4	2													24
	アメリカ	26	10	10	9	4	6	1	1	1	3	3			1						75
北アメリカ全体		35	14	13	11	4	10	3	1	1	3	3			1						99
総計		109	73	55	49	30	26	23	22	17	15	15	4	4	2	2	1	1	1	1	450

※カヌー、ダッキー、キャニオニング、シャワークライミング、SUP、シュノーケリングについては、回答0のため記載なしとしている。

〈年代別における北海道で体験したアクティビティ〉

▶20代は「ウォーキング」、30代～60代は「スキー場でのスキー（スノーボード）」がそれぞれ最も多くなっている。また、20代は「スキー場でのスキー（スノーボード）」も次に多くなっている。

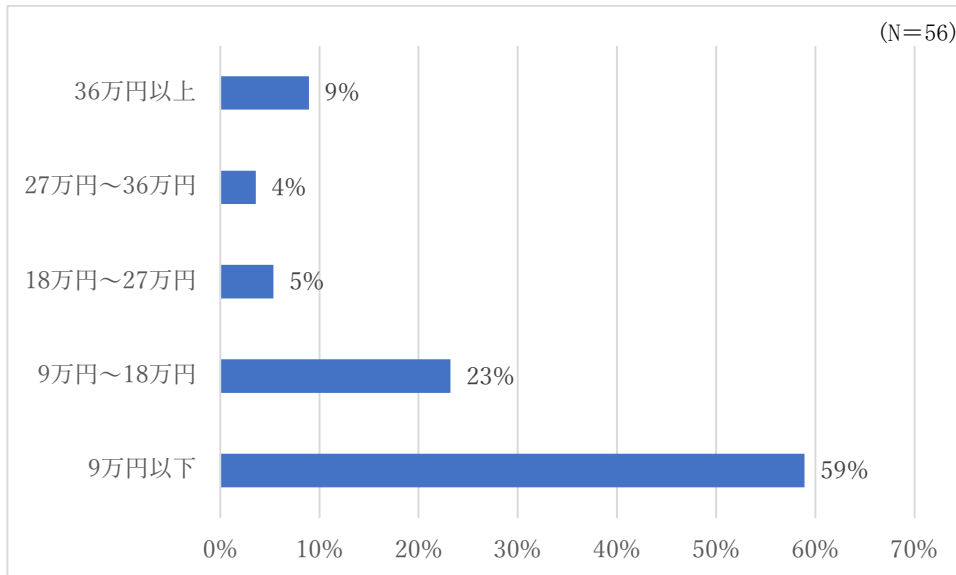
(人数)

年代	スキー場でのスキー (スノーボード)	ウォーキング	食体験	文化体験	自然観察	フィッシング	ハイキング	自然ツアー	写真ツアー	トレッキング	野生生物観察	サイクリング	バックカントリースキー (スノーボード)	マウンテンバイク	クルーズ乗船	テント泊付き登山	ボタリング	キャック	ラフティング	総計
10代	4	3	1	1			2			1	1		1							14
20代	32	33	26	20	13	9	11	6	2	3	4	1	1				1			163
30代	27	17	14	13	9	7	4	10	11	7	5			1	1					127
40代	16	5	6	4	1	2	4	3	1	1	1	2	1							47
50代	18	6	4	5	2	5			1	1	1									43
60代	11	8	4	6	5	3	2	3	2	2	3	1		1	1	1		1		54
70代	1	1																		2
80代以上																				
総計	109	73	55	49	30	26	23	22	17	15	15	4	4	2	2	1	1	1	1	450

※カヌー、ダッキー、キャニオニング、シャワークライミング、SUP、シュノーケリングについては、回答0のため記載なしとしている。

Q2. 北海道滞在中に体験したアウトドアとインドアのアクティビティの合計総額 [個人手配のみ]

▶「9万円以下」が59%で最も多くなっている。



〈国・エリア別における北海道滞在中に体験したアクティビティの合計総額 [個人手配のみ]〉

▶ 全てのエリアで「9万円以下」が最も多くなっている。

(人数)

国籍		金額					総計
		9万円以下	9万円～18万円	18万円～27万円	27万円～36万円	36万円以上	
アジア	中国					1	1
	インドネシア	1	1				2
	マレーシア	2					2
	韓国	1					1
	台湾		1				1
	タイ	1					1
	フィリピン	5	1				6
アジア全体		10	3			1	14
ヨーロッパ	デンマーク	1					1
	フランス	1					1
	ドイツ	2					2
	アイルランド	1					1
	イタリア	1					1
	スペイン	1					1
	イギリス	1					1
ヨーロッパ全体		8					8
オセアニア	オーストラリア	9	6	2	2	3	22
	ニュージーランド	1	1				2
オセアニア全体		10	7	2	2	3	24
北アメリカ	カナダ	1	1			1	3
	アメリカ	4	2	1			7
北アメリカ全体		5	3	1		1	10
総計		33	13	3	2	5	56

〈年代別における北海道滞在中に体験したアクティビティの合計総額 [個人手配のみ]〉

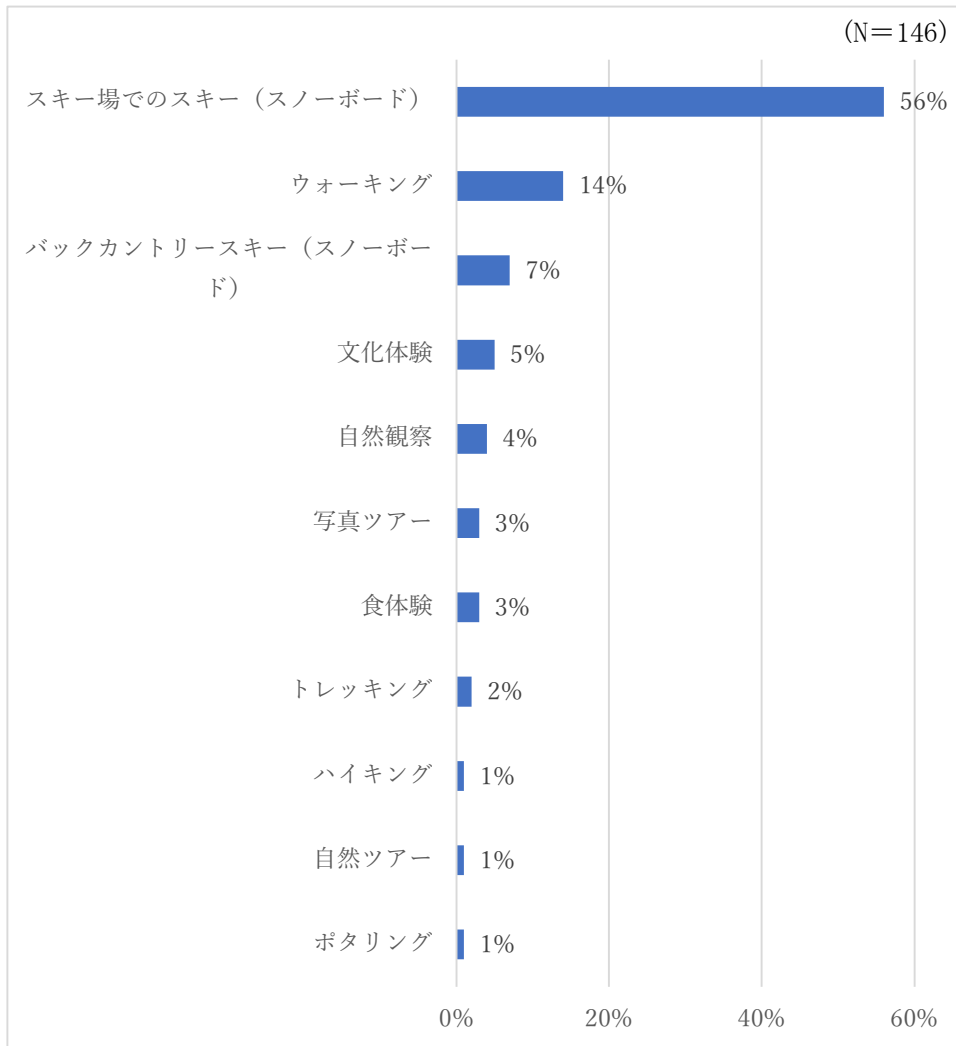
▶ 10代以外の年代で「9万円以下」が最も多くなっている。

(人数)

年代	金額					総計
	9万円以下	9万円～18万円	18万円～27万円	27万円～36万円	36万円以上	
10代		2				2
20代	18	4			2	24
30代	6	4		1	2	13
40代	1					1
50代	5	2	2	1		10
60代	3	1	1		1	6
70代						
80代以上						
総計	33	13	3	2	5	56

Q3. 北海道で最も時間をを使ったアクティビティ

▶ 「スキー場でのスキー（スノーボード）」が56%で最も多く、次いで「ウォーキング」が14%となっている。



※テント泊付き登山、野生生物観察、サイクリング、マウンテンバイク、カヤック、カヌー、ダッキー、ラフティング、キャニオニング、シャワークライミング、SUP、シュノーケリング、クルーズ乗船、フィッシングの回答が0のため記載なしとしている。

〈国・エリア別における北海道で最も時間を使ったアクティビティ〉

▶アジアは「スキー場でのスキー（スノーボード）」、「ウォーキング」、その他のエリアは「スキー場でのスキー（スノーボード）」がそれぞれ最も多くなっている。

(人数)

国籍		項目	スキー場でのスキー (スノーボード)	ウォーキング	バックカントリースキー (スノーボード)	文化体験	自然観察	写真ツアー	食体験	トレッキング	ハイキング	自然ツアー	ポタリング	総計
アジア	中国		2											2
	香港								1					1
	インド						1							1
	インドネシア						2			1				3
	マレーシア		1	1										2
	シンガポール		2					1				1		4
	韓国							1						1
	台湾		1											1
	タイ		2	1								1		4
	フィリピン			6		1		3	2	2	1			15
アジア全体			8	8		1	3	5	3	3	1	2		34
ヨーロッパ	デンマーク			1			1							2
	フランス		1			1	1							3
	ドイツ			2		2			1					5
	アイルランド		1	1										2
	イタリア				1									1
	オランダ		2											2
	ノルウェー		1								1			2
	スロベニア		1											1
	スペイン			1										1
	スイス		1											1
	イギリス		3		1	1							1	6
ヨーロッパ全体			10	5	2	4	2		1		1		1	26
オセアニア	オーストラリア		34	1	4	1	1		1					42
	ニュージーランド		3	2	2									7
オセアニア全体			37	3	6	1	1		1					49
北アメリカ	カナダ		7		1									8
	アメリカ		20	5	2	2								29
北アメリカ全体			27	5	3	2								37
総計			82	21	11	8	6	5	5	3	2	2	1	146

※テント泊付き登山、野生生物観察、サイクリング、マウンテンバイク、カヤック、カヌー、ダッキー、ラフティング、キャニオニング、シャワークライミング、SUP、シュノーケリング、クルーズ乗船、フィッシングの回答が0のため記載なしとしている。

〈年代別における北海道で最も時間を使ったアクティビティ〉

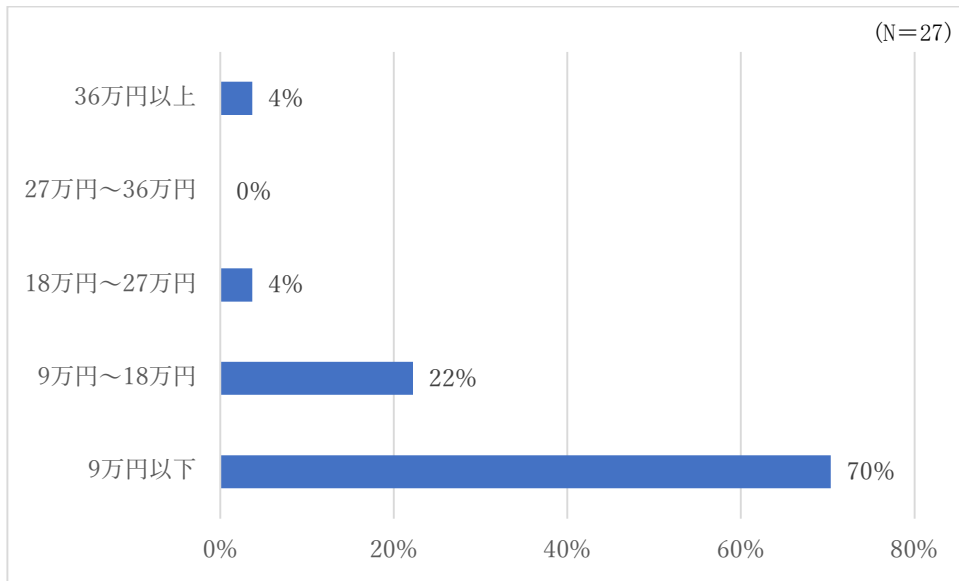
▶10代～60代は「スキー場でのスキー（スノーボード）」が最も多くなっている。

(人数)

項目 年代	スキー場でのスキー (スノーボード)	ウォーキング	バックカントリースキー (スノーボード)	文化体験	自然観察	写真ツアー	食体験	トレッキング	ハイキング	自然ツアー	ポタリング	総計
10代	3											3
20代	25	10	5	1	2	2	3	1	1	1		51
30代	18	3	1	4	2	3		2		1		34
40代	12	4	1	1			1		1			20
50代	16	1	2	1	1						1	22
60代	7	2	2	1	1		1					14
70代	1	1										2
80代以上												
総計	82	21	11	8	6	5	5	3	2	2	1	146

Q4. 北海道で最も時間を使ったアクティビティの料金 [個人手配のみ]

▶ 「9万円以下」が70%で最も多くなっている。



〈国・エリア別における北海道で最も時間を使ったアクティビティの料金 [個人手配のみ]〉

▶ アジア、ヨーロッパ、北アメリカは「9万円以下」、オセアニアは「9万円～18万円」が多い。

(人数)

国籍		金額	9万円以下	9万円～18万円	18万円～27万円	27万円～36万円	36万円以上	総計
アジア	インドネシア		1					1
	マレーシア		2					2
	韓国		1					1
	台湾		1					1
	フィリピン		5					5
アジア全体			10					10
ヨーロッパ	ドイツ		1					1
	イタリア		1					1
ヨーロッパ全体			2					2
オセアニア	オーストラリア		2	3			1	6
オセアニア全体			2	3			1	6
北アメリカ	アメリカ		5	3	1			9
北アメリカ全体			5	3	1			9
総計			19	6	1		1	27

〈年代別における北海道で最も時間を使ったアクティビティの料金 [個人手配のみ]〉

▶40代以外の年代で「9万円以下」が最も多くなっている。

(人数)

金額 年代	9万円 以下	9万円～ 18万円	18万円～ 27万円	27万円～ 36万円	36万円 以上	総計
10代	1					1
20代	7	2				9
30代	5	2				7
40代	1	1				2
50代	3		1			4
60代	2	1			1	4
70代						
80代以上						
総計	19	6	1		1	27

〈北海道で最も時間を使ったアクティビティとその料金 [個人手配のみ]〉

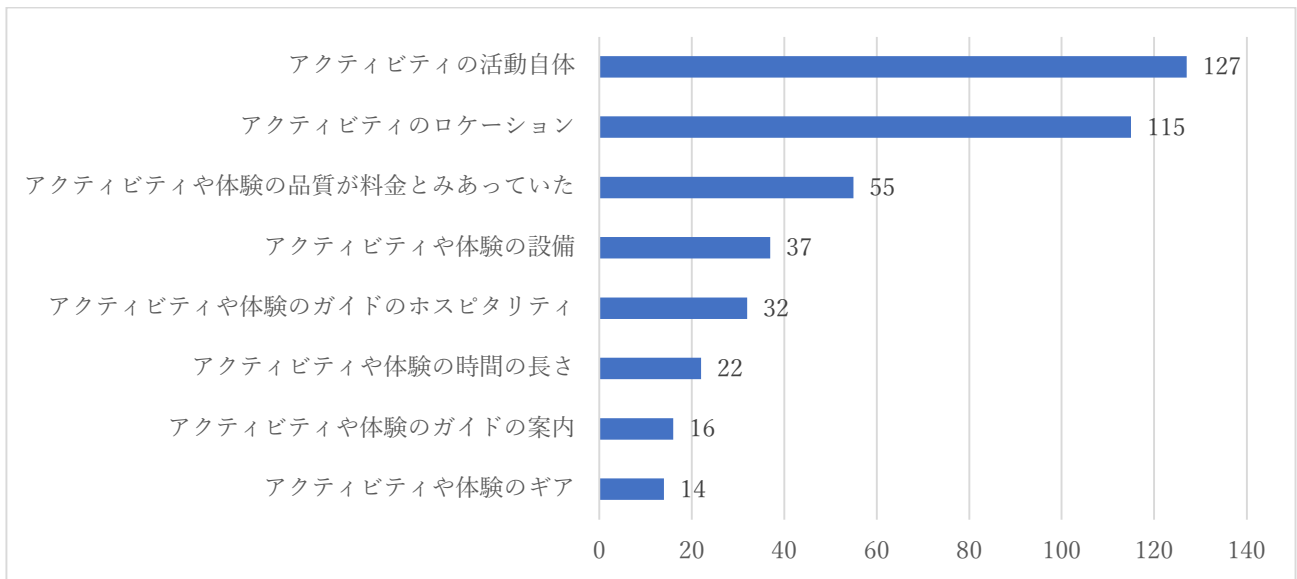
▶スキー場、バックカントリー問わず、スキー（スノーボード）は、他のアクティビティと比べて9万円以上の回答が多くなっている。

(人数)

金額 アクティビティ	9万円以下	9万円～ 18万円	18万円～ 27万円	27万円～ 36万円	36万円以上	総計
スキー場でのスキー（スノーボード）	8	5			1	14
文化体験	2	1				3
写真ツアー	3					3
バックカントリースキー（スノーボード）	1		1			2
ウォーキング	2					2
食体験	1					1
自然観察	1					1
トレッキング	1					1
総計	19	6	1		1	27

Q5. 今回の北海道滞在中のアクティビティや体験に関して良かった点（複数回答可）

▶「アクティビティの活動自体」が最も多く、次いで「アクティビティのロケーション」となっている。
(人数)



〈選択肢の具体的な記載内容〉

アクティビティの活動自体	<ul style="list-style-type: none"> ・スキーとパウダースノーの体験。 ・雪を見る、雪に触れるという初体験（雪が降らない地域の出身者にとって非常にユニーク）。 ・日本文化や地元（北海道）のライフスタイルを学ぶこと。 ・コンサートへの参加。 ・友人たちと一緒に過ごした時間。 ・北海道がその土地を尊重しながら、雪をアクティビティに取り入れている点。
アクティビティのロケーション	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道の幻想的な雪景色と風景。 ・非常に美しく、素晴らしい場所。 ・都市（札幌）が美しく、風景が素晴らしい。 ・羊蹄山の眺めが息をのむほど美しかった。 ・ニセコ。 ・混雑しすぎている場所。 ・仏像（大仏）が美しかった。
アクティビティや体験の品質が料金とみあっていた	<ul style="list-style-type: none"> ・非常に価値があり、価格に見合っていた。 ・食事が手頃な価格で美味しく、エクサカーションの費用も高くなかった。 ・優れたリゾートと良質な雪を、良い価格で楽しめた。
アクティビティや体験の設備	<ul style="list-style-type: none"> ・スキー場が非常に整っている。 ・宿泊施設やレストランなどの施設。
アクティビティや体験のガイドのホスピタリティ	<ul style="list-style-type: none"> ・人々がとても親切で、温かく、オープンだった。 ・素晴らしいおもてなし（ホスピタリティ）。 ・丁寧で思いやりのある人々、礼儀正しく誠実なスタッフ。 ・非常に親切で、助けが必要なときに手を貸してくれる。 ・ホステルのホスト（宿の主人）がとても親切で歓迎してくれた。
アクティビティや体験の時間の長さ	<ul style="list-style-type: none"> ・記載なし

アクティビティや体験のガイドの案内	・案内やサービスが非常に良かった。 ・移動が簡単で、多くのものを見ることができた。
アクティビティや体験のギア	・記載なし
その他	・食べ物が安くて美味しい、シーフードが最高。

〈国・エリア別における今回の北海道滞在中のアクティビティや体験に関して良かった点〉

▶全てのエリアで「アクティビティの活動自体」が最も多くなっている。

(人数)

国籍		項目	アクティビティの活動自体	アクティビティのロケーション	アクティビティや体験の品質が料金とみあっていた	アクティビティや体験の設備	アクティビティや体験のガイドのホスピタリティ	アクティビティや体験の時間の長さ	アクティビティや体験のガイドの案内	アクティビティや体験のギア	総計
アジア	中国		3	3	1	1	1		1		10
	香港		1								1
	インド		1								1
	インドネシア		2	3			1		1		7
	マレーシア		2	2	2	2	1	1	2	2	14
	シンガポール		4	2	1	1		1			9
	韓国			1							1
	台湾			1	1	1				1	4
	タイ		4	3		2	1	3	1	1	15
	フィリピン		13	14	9	3	6	4	2	1	52
アジア全体			30	29	14	10	10	9	7	5	114
ヨーロッパ	デンマーク		1	2			1	1	1		7
	フランス		3	1		1	2	1	2		10
	ドイツ		5	3	2						10
	アイルランド		1	2	1						4
	イタリア				1						1
	オランダ		2		1					1	4
	ノルウェー		2	1	1						4
	スロベニア		1	1		1		1	1	1	6
	スペイン		1	1				1			3
	スイス				1	1					2
	ウクライナ		1	1							2
	イギリス		7	5	1	1	1			1	16
	ヨーロッパ全体			24	17	8	5	4	4	4	3
オセアニア	オーストラリア		36	34	18	9	8	6	2	3	116
	ニュージーランド		4	5	1	1	2	1	1	1	16
オセアニア全体			40	39	19	10	10	7	3	4	132
北アメリカ	カナダ		7	8	4	5	2				26
	アメリカ		26	22	10	7	6	2	2	2	77
北アメリカ全体			33	30	14	12	8	2	2	2	103
総計			127	115	55	37	32	22	16	14	418

〈年代別における今回の北海道滞在中のアクティビティや体験に関して良かった点〉

▶全ての年代で「アクティビティのロケーション」が最も多くなっている。

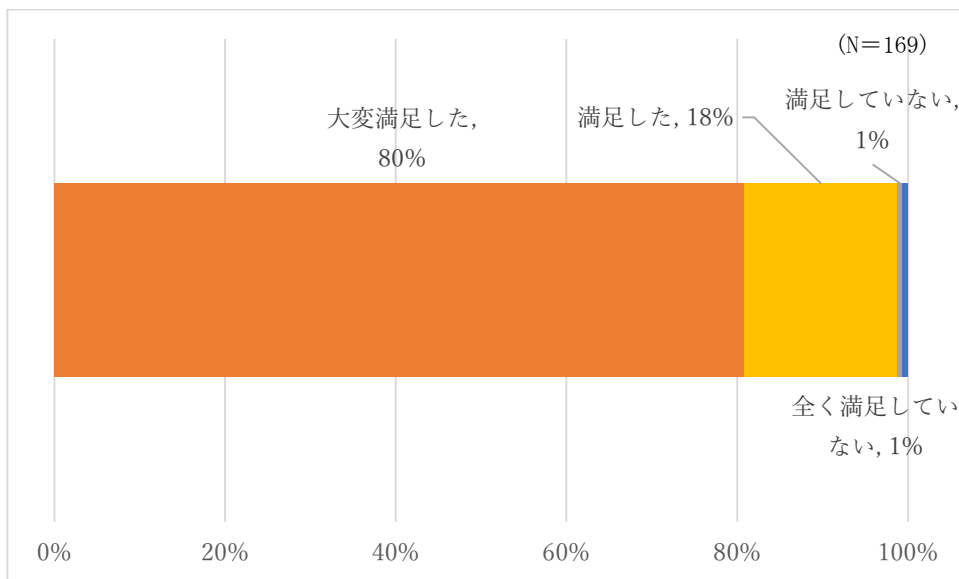
(人数)

年代	アクティビティの活動自体	アクティビティのロケーション	アクティビティや体験の品質が料金とみあっていた	アクティビティや体験の設備	アクティビティや体験のガイドのホスピタリティ	アクティビティや体験の時間の長さ	アクティビティや体験のガイドの案内	アクティビティや体験のギア	総計
10代	2	3	2	1	1	1	1	1	12
20代	43	40	21	10	9	8	6	4	141
30代	34	25	13	9	10	6	5	3	105
40代	20	18	7	6	5	4	3	2	65
50代	15	16	5	7	6	1	1	2	53
60代	12	11	7	3	1	2		2	38
70代	1	2		1					4
80代以上									
総計	127	115	55	37	32	22	16	14	418

○北海道滞在中の満足度等

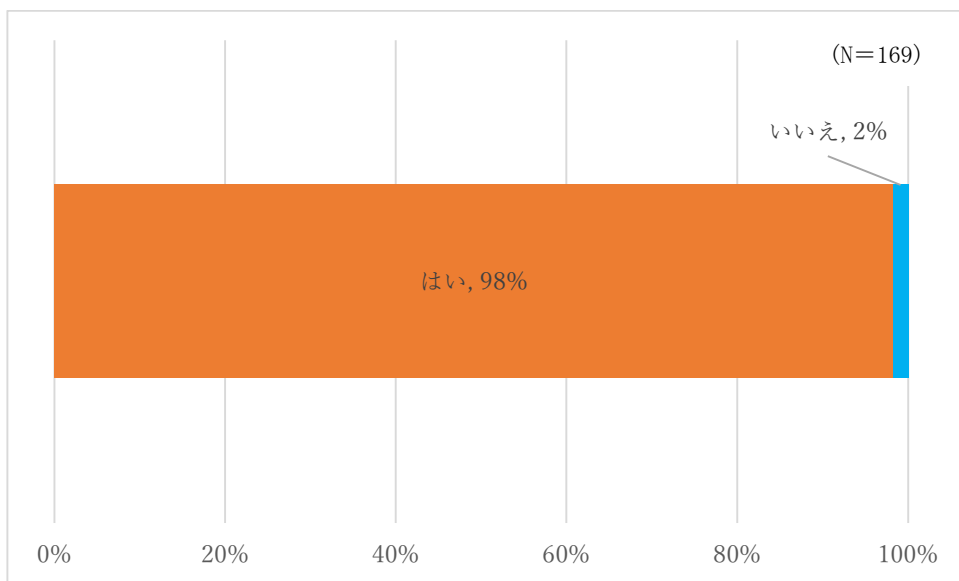
Q1. ツアー全体の満足度

▶ 「大変満足した」が80%、「満足した」が18%で、北海道滞在中の満足度は高くなっている。



Q2. 北海道を再訪したいか。

▶ 「はい」が98%と、北海道への再訪意欲が高くなっている。

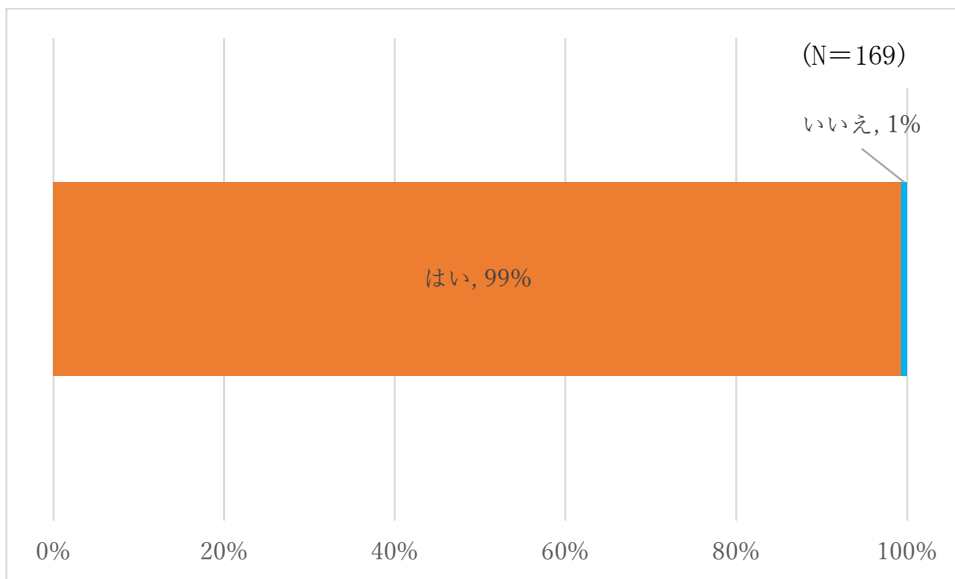


〈選択肢の具体的な記載内容〉

はい	<ul style="list-style-type: none"> ・文化。 ・北海道全体の経験。 ・素敵な自然、アクティビティ、そして人々。 ・ここにはまだ見るべきものがたくさんある。 ・スキーを体験したい。 ・札幌以外をもっと観光したい。 ・日本の文化と清潔さ、そして彼らの礼儀正しさが大好き。 ・山が好き。 ・楽しくて費用対効果が高い。 ・夏にまた訪れて、もっと言葉を学びたい。 ・安くて、美しく、良いインフラと人々。また、山が街にとっても近いので、時間がかからない。それが私にとって重要だ。 ・オーストラリアに住んでいて、暑くて乾燥しているので、雪は私の家では見られないものだから。 ・素敵な食べ物。 ・今まで経験した中で最高の雪。 ・氷の祭り。 ・北海道が大好き！人々は親切で、定山溪温泉が大好きで、食べ物は美味しく、雪は美しい！ ・もっと観光地を見たい。 ・信じられないほどの経験と素晴らしいスキー。 ・日本人は素晴らしい。変わらないでほしい。 ・雪の量と質にはいつも驚かされる。 ・時間が足りない。 ・もっとこの地域を見てみたい。 ・鰻やジンギスカンなどの食べ物を食べたい。 ・これは2回目で、また戻ってくるだろう。 ・絵のように完璧な場所。 ・パウダースノーは最高だ。 ・ユニークな雪と文化。 ・自然の美しさ、アクセスの良さ。 ・穏やかで美しい都市、全てが整っていて、シンガポールのように忙しくない。 ・この質のパウダースノーは世界に一つしかない。 ・冬の北海道を見るのは他に類を見ない体験だった（冬に多くの雪が降る地域に住んでいるのに）。全てが息をのむほど美しく、今まで以上に自然に感謝するようになった。春の北海道にも来てみたい、花畑が素晴らしいと聞いた。 ・私たちはこの場所と、地元の人々の気配りが気に入った。
いいえ	<ul style="list-style-type: none"> ・遠すぎる。 ・もしまた日本にスノーボードをしに来るなら、別の地域も見てみたい。

Q3. 友人や知人に北海道をおすすめしたいか。

▶ 「はい」が99%と、友人や知人に北海道をおすすめしたいと考える人が多くなっている。



〈選択肢の具体的な記載内容〉

はい	<ul style="list-style-type: none"> ・日本は美しい国で、人々も親切。 ・人々はとても礼儀正しく誠実。 ・知っている人に北海道はとても良いと思うから。 ・大切な人たちに経験させたい。 ・美しい田舎と親切な人々。 ・都市に近い食べ物、価格、人々、自然、そして居心地の良い天気。 ・最高級の雪！ ・美しい場所、魔法のような雰囲気。 ・スキーヤーに北海道を勧めたい。 ・兄弟を連れてまた来たい。兄に北海道を見せたら、ここに来たがっている。 ・素敵な食べ物。 ・この国が大好きで、友達がこの素晴らしい場所に来るのが待ちきれない。 ・旅行しやすく、素晴らしいスキーリゾート。 ・休暇に最適な場所。 ・私の知っている多くの人がここを気に入るだろう。 ・清潔、安全、良い雪、良い食べ物。 ・非常に快適な経験。 ・食事と宿泊施設の質が高い。 ・美味しい食べ物と美しい野生生物。 ・ユニークな経験。 ・費用、旅行の価値、清潔さ、美しさ。 ・日本語を専攻していて、クラスメートも日本に行きたがっている。 ・他のどこかで経験するのとも違う。景色、人々、空気…とても爽やかで、素晴らしい思い出になった。 ・素晴らしい時間を過ごしたので、もっと多くの友人や家族とまた来たい。 ・気に入ったし、周りの人々にも私が経験したことを経験してもらいたい。
いいえ	<ul style="list-style-type: none"> ・雪を目当てに来る人が多すぎる。

Q4. 今後ATを目的に訪問したい国・地域

▶ 「韓国」が最も多く、次いで「アメリカ」が多くなっている。

エリア	国名・地域名	人数
日本	日本	4
	日本（北海道以外）	1
アジア	韓国	18
	タイ	11
	ベトナム	9
	中国	7
	インドネシア、フィリピン	各5
	ネパール	3
	シンガポール、スリランカ、台湾	各2
	モルディブ	1
ヨーロッパ	ヨーロッパ	10
	イタリア	9
	アイスランド、イギリス、フランス	各7
	ギリシア	3
	スコットランド	2
	アイルランド、ジョージア、スペイン	各1
オセアニア	オーストラリア	9
	ニュージーランド	8
中南米	アルゼンチン	4
	チリ	2
	ジャマイカ、南米	各1
北アメリカ	アメリカ	16
	カナダ	5
	グアム	1
アフリカ	エジプト	3
中東	ドバイ	3

(5) 「AT旅行者」と「北海道に訪した外国人旅行者」の旅行内容や消費額等の比較

※調査実施における概要については、下記のとおり（再掲）

「AT旅行者」と「北海道に訪した外国人旅行者（以下、「道内外国人旅行者）」の違いを、既存の資料との比較から明らかにする。

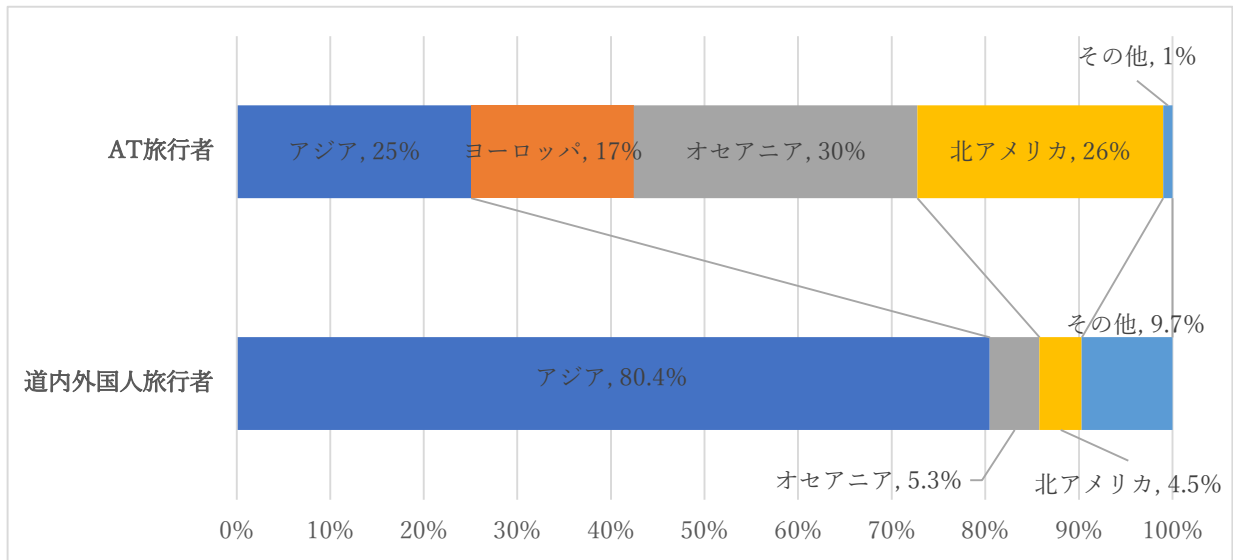
「AT旅行者」は本事業における前半調査・後半調査の対象者を指し、後者の「道内外国人旅行者」は、公益社団法人北海道観光振興機構が令和6年9月に発行した「令和5年度北海道来訪者満足度・観光産業経済効果調査事業」の報告書から、外国人旅行者の回答分を抽出したものである。

なお、後者の「令和5年度北海道来訪者満足度・観光産業経済効果調査事業」ではAT旅行者を含む北海道来訪外国人全体を広く網羅した調査であり、本事業ではこの両者を比較・分析の対象としている。

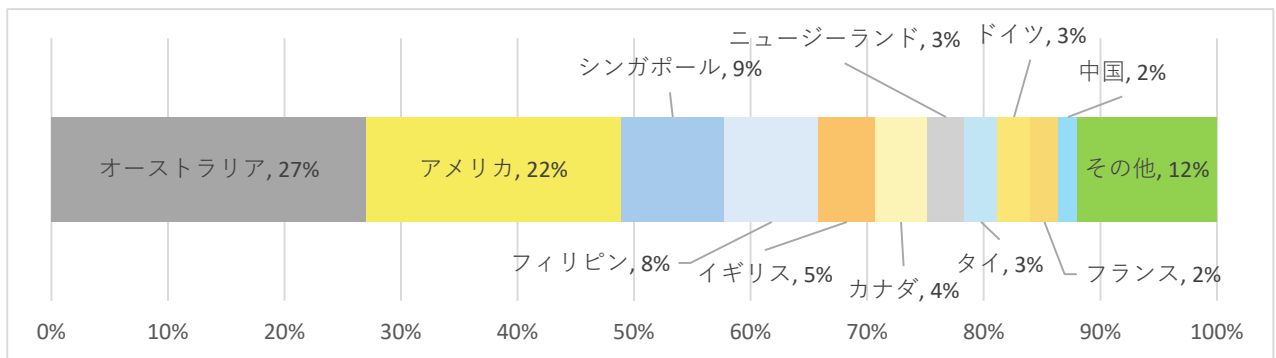
○回答者属性

Q1. 国籍

▶AT旅行者は「オセアニア」が30%で最も多く、次いで「北アメリカ」が26%となっている。一方、道外外国人旅行者は「アジア」が80%以上となっている。また、AT旅行者には「ヨーロッパ」からの旅行者が17%存在していることも、道内外国人旅行者との違いである。

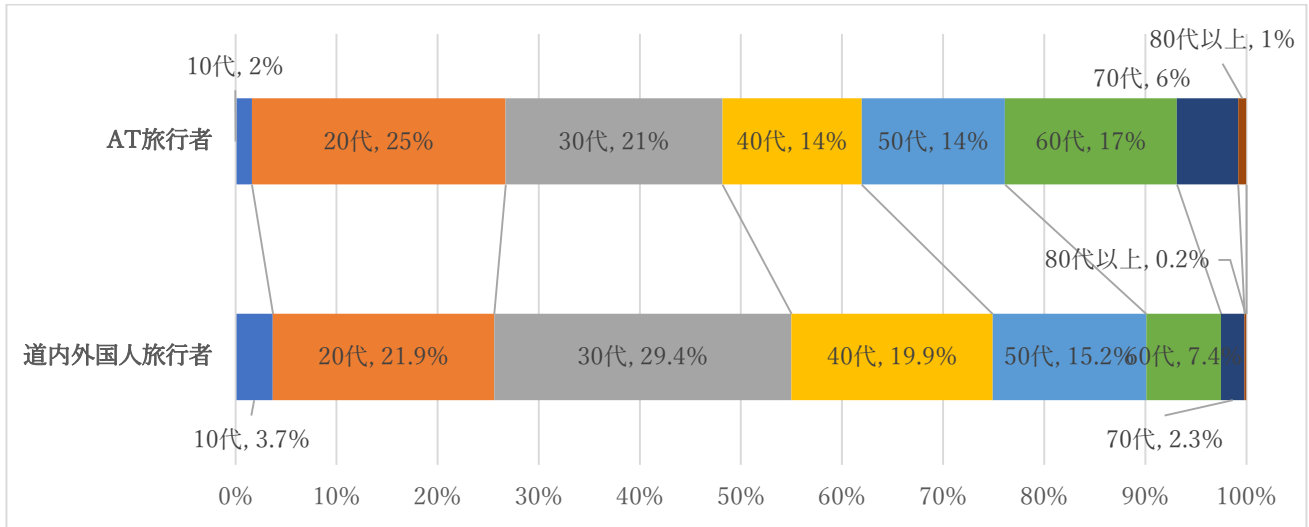


※なお、AT旅行者の国籍の詳細は以下の通りである。



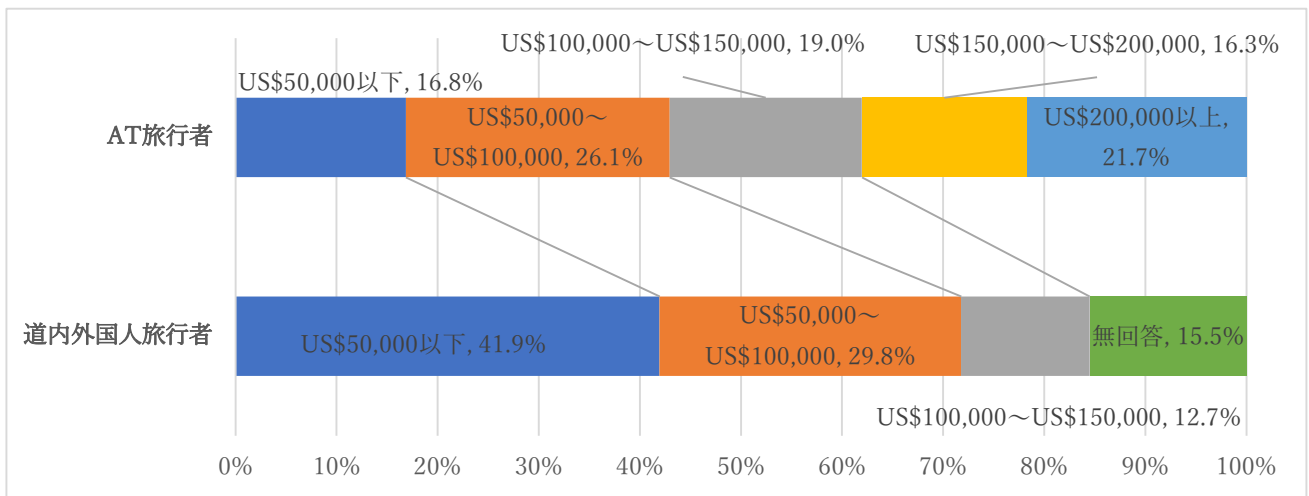
Q2. 年代構成

▶ 「10代」、「30代」～「50代」は道内外国人旅行者の方が多し一方、「20代」、「60代」以上はAT旅行者の方が多くなっている。



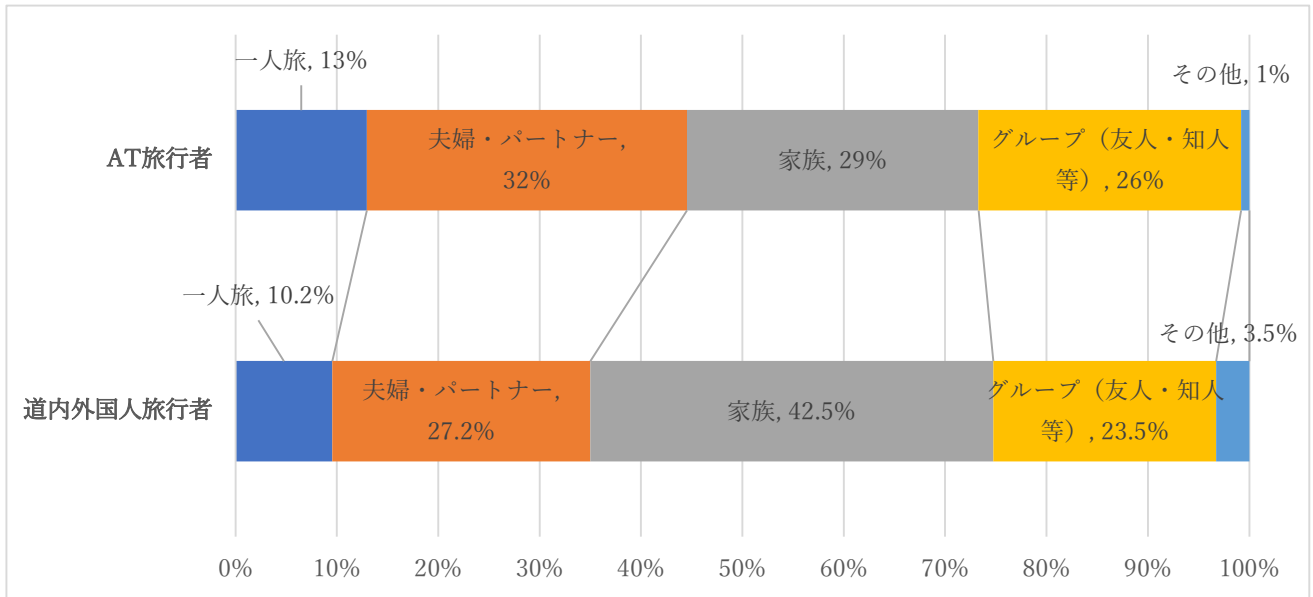
Q3. 世帯年収（利子や配当などを含む）

▶ 道内外国人旅行者はUS\$150,000以上の世帯年収がない一方、AT旅行者はUS\$150,000以上の世帯年収が約40%となっている。



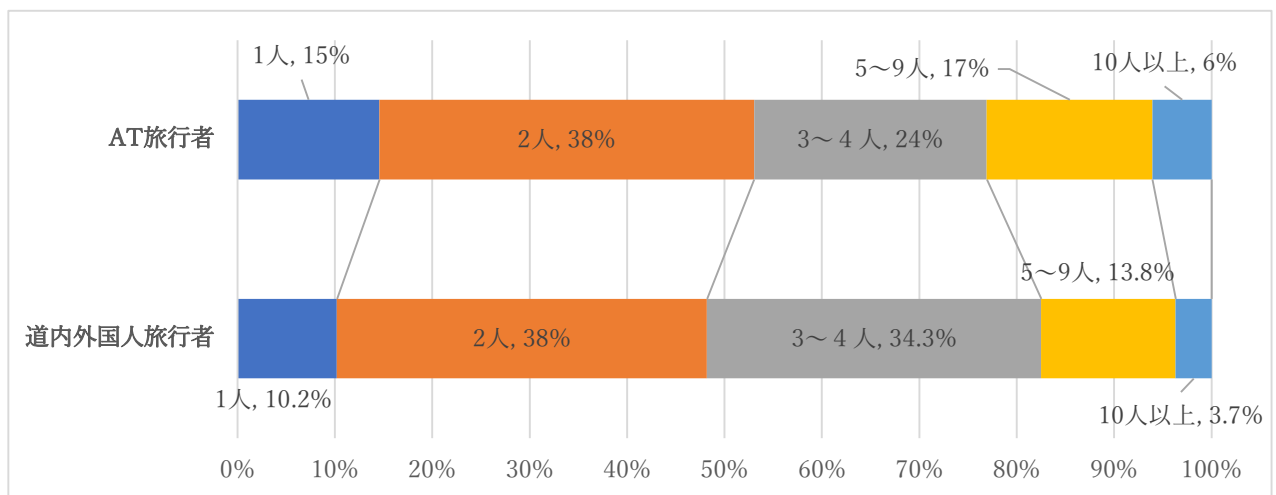
Q4. グループの種類

▶道内外国人旅行者は約40%以上が「家族」で来道している一方、AT旅行者は「家族」だけでなく「夫婦・パートナー」、「グループ（友人・知人等）」で訪れている人が多い。



Q5. グループの人数

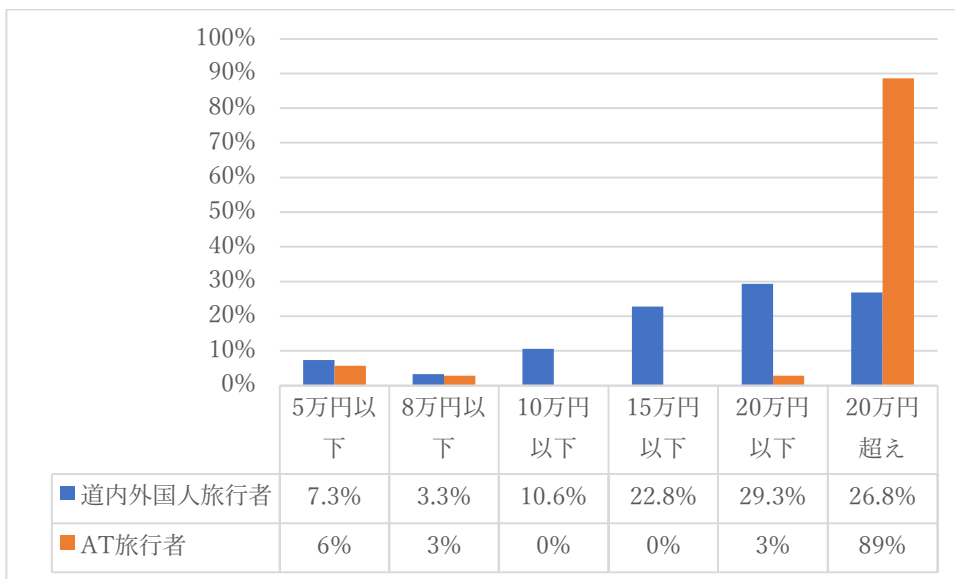
▶道内外国人旅行者・AT旅行者ともに「2人」が最も多くなっている。また、道内外国人旅行者は「3～4人」で来道している人が多い一方、AT旅行者は一人旅や5人以上で訪れている人も多くなっている。



○ATの市場規模の違い

Q1. ツアー全体の一人あたりの金額（旅行会社手配）

▶道内外国人旅行者は「20万円超え」が約27%となっている一方、AT旅行者は約90%となっている。



Q2. 北海道滞在中での平均消費額（個人手配のみ）

▶AT旅行者は道内外国人旅行者と比較し、3倍以上の平均消費額となっている。

属性	金額
AT旅行者	432,090円
道内外国人旅行者	128,678円

〈AT旅行者の北海道滞在中での平均消費額の算出方法〉

(旅行の総額（個人手配）÷回答者数) - (国際航空券代総額÷回答者数) - (国内航空券代総額÷回答者数) =432,090円/人

※国際航空券代と国内航空券代を回答したのは、旅行全体の金額を回答した者のうち一部の者のみであったため、上記のように計算。

3.2. 分析・検証

(1) AT旅行者の属性と行動特性の分析結果

本調査におけるAT旅行者の年代構成は、20代や30代の若年・中堅層が多い一方で、前半調査では60代以上の層も一定の割合を占めるなど、幅広い層に分布していることが確認された。職業は会社員が最多であるが、特にオセアニアや北アメリカでは自営・自由業や無職（退職者含む）の割合も高く、時間的・経済的な余裕を持つ層が一定数含まれている。

グループ構成については、家族や夫婦・パートナーでの旅行が主流であり、2名から5名程度の少人数グループによる来訪が全体の約7割を占める。経済的背景に関しては、世帯年収US\$150,000（2,250万円）以上の層が中心であり、特に前半調査では純金融資産US\$1,000,000（1億5,000万円）以上の世帯が約6割に達するなど、高い購買力を有する層がAT市場の核となっている。

旅行先の選定過程においては、北海道以外に日本国内の他地域を比較検討する傾向が強く、他にはヨーロッパなどが候補に挙がっている。北海道を知ったきっかけは友人等による「口コミ」が最大であるが、若年層を中心にSNSの影響力も強く、また、Tripadvisor等の比較サイトも重要な情報源となっている。

また、旅先を決定する際に重要視する要素は「ユニークな体験」及び「やってみたいアクティビティ」であり、価格よりも体験の質や希少性を優先する傾向が明確に示された。

(2) 滞在日数

AT旅行者の滞在日数は長期にわたる点の特徴である。旅行全体の宿泊数は「8日～13日」が最多であるが、欧米豪圏からの旅行者を中心に14日以上の超長期滞在者も約3割存在している。北海道内での宿泊数に限定しても、3日から7日が多くを占める一方で、8日以上の上滞在も多く見られ、長期滞在が定着していることが推測される。

(3) 消費額

AT旅行者の消費規模は、道内外国人旅行者と比較すると、大きい傾向にあることがわかった。

手配形態別に見ると、旅行会社を通じて手配を行う層では、一人あたりのツアー代金が「60万円～91万円」の層が最多であり、20万円を超える高単価なツアーが一般的となっている。また、個人手配層においても、道内滞在中の宿泊費や飲食費、アクティビティ代等を含む平均消費額は道内外国人旅行者における平均消費額の3倍以上となっている。特に前半調査の個人手配の旅行者では、アクティビティ合計額だけで36万円以上を支出する層が過半数を占めており、質の高い体験に対する支払意欲の高さが示されている。

(4) 北海道におけるATの評価

北海道を訪れたAT旅行者による評価は総じて高く、同地におけるATのブランド価値が着実に構築されていることが示された。

まず、北海道のATにおける魅力について、旅行者が目的地選定の際に最も重視しているのは「ユニークな体験」や「やってみたいアクティビティ」の存在である。これは全年代に共通する傾向であり、雄大な自然景観や、冬期の雪質といったロケーションの良さが、体験の質を裏支えている。また、自然環境のみならず、アイヌ文化を含む日本独自の文化や地元の生活様式に触れるといった、地域性への深い没入感も重要な要素となっている。さらに、ガイドの専門知識やサービスの質が、アクティビティ自体の価値と同等に高く評価されている点も、北海道におけるATの大きな特徴である。

こうした要素を背景に、旅行者の満足度は極めて高い水準を維持している。

ツアー全体の満足度については、前半調査で90%、後半調査においても80%が「大変満足」と回答した。また、知人への推奨意欲についても、両調査共に90%以上という高い数値を示しており、人々の誠実な対応や食文化の質の高さが、高い満足度を支える要因となっている。

再訪意欲についても、両調査共に90%以上が再来訪を希望しており、極めて良好な結果が得られた。再訪を望む理由としては、北海道のフィールドの広大さゆえに、一度の訪問では全ての魅力を体験しきれないという意見が多く、別の季節や道東・道南といった異なるエリアへの関心も示されている。今後ATを目的に訪問したい国として「日本（北海道）」が上位に挙げられていることから、北海道のATは国際的に見ても強い競争優位性を保持しており、リピーター層の形成に向けた高いポテンシャルを有していると評価できる。

3.3. 今後の提言

調査結果を踏まえると、北海道におけるATは、一般的な訪日外国人旅行と比較して、高付加価値・長期滞在という明確な特性を有する市場であることが改めて確認された。特にAT旅行者は、世帯年収や金融資産保有額が相対的に高く、旅行全体及び北海道滞在中の消費額も一般的な道内外国人旅行者の約3倍に達していることから、ATが地域経済への波及効果の大きい分野であることが数値的にも裏付けられている。旅行動機としては、「ユニークな体験」や「やってみたいアクティビティ」を重視する傾向が見られ、自然環境・文化・人との交流を組み合わせた体験価値が、北海道のATにおける競争優位性となっていることが読み取ることができる。

一方で、個人手配は、旅行会社による手配に比べて消費額が相対的に低く、体験アクティビティへの支出も低い傾向にあることから、ガイド付き体験や地域に根差したAT商品の魅力が十分に訴求しきれていない可能性がある。ただし、こうした個人手配であっても、一般的な道内外国人旅行者の平均消費額と比較すると高い消費額となっている。これは、AT旅行者が宿泊や飲食といった基本的な滞在要素においても、質を重視する一定の経済的余力を持っていることを示唆しており、こうした層をより高付加価値なアクティビティ消費へと誘導する余地が残されていると言える。

また、旅行者の多くが特定のエリアやアクティビティに集中しており、北海道が有する多様な地域資源や四季を通じたATの可能性が、まだ十分に活用されていない状況もうかがえる。

これらを踏まえ、今後のAT推進にあたっては、次の3点が重要であると考えられる。

第一に、ATWS2023を契機に高まった海外市場との継続的な関係構築と商談機会の創出である。北海道を「日本におけるATの拠点」として明確に位置付け、具体的な商品造成や販売に繋がる支援を行うことで、ATの実装段階への移行を加速させる必要がある。

第二に、北海道内におけるAT旅行者の受入環境を維持・向上させるとともに、地域全体での経済効果の最大化を図ることである。地域事業者やガイド、交通事業者、宿泊施設などを巻き込んだ受入体制の高度化と人材育成を継続的に推進する必要がある。

第三に、旅行会社手配型のAT商品の魅力や価値を、海外の消費者に分かりやすく伝える情報発信を強化し、個人手配層に対しても高付加価値な手配型の旅行商品の選択を促すことである。ATWS2023を通じて醸成されたATへの関心を一過性のものに終わらせることなく、調査で明らかとなったAT旅行者の特性とニーズを的確に捉えた施策を展開していくことが、北海道における持続的なAT市場の形成と、地域観光の発展に繋がるものと考えられる。

以上

4. ガイド等人材育成を強化するための方策の実証（受入環境を整備する）

4.1. 研修の実施

受入環境を整備することを目的として、ガイド等人材育成を強化するための方策の実証を行った。具体的には、ATWS2023において北海道・日本に好意的な評価が寄せられた一方で、ガイド能力、特に英語でのガイドングについて指摘が見られたことから、下記2点のガイド能力向上に向けた研修を設計・実施し、その手法の有効性についての検証を行った。

【本事業でターゲットとしたガイド能力】

1. 英語によるガイドング技術
2. スルーガイドとしての能力

（1）研修の設計

①研修手法

上記のガイド能力向上に有効な手法を検証するにあたって、まず4つの仮説を立てた。その上で、それぞれの仮説に基づく4つの手法を取り入れた研修内容を設計することとした。

仮説1：ガイドには、地域の歴史や文化、自然、ガイドングに関する知識だけでなく、実際のフィールドを案内するスキルや、予期せぬ事態に対応する能力も求められるため、座学と野外での実践を組み合わせることで、これらの能力を総合的に育成することができる。

⇒手法1：「座学」と「野外での実践」を組み合わせる実施

仮説2：研修中に生じる疑問や課題について、気軽に相談し、解決策を共に考えることができる環境を構築することで、参加者の学習意欲を高め、研修への積極的な参加を促すことができる。

⇒手法2：ペア制（参加者10名程度の研修において、参加者同士をペアにすることで、ペア間での意見交換や対話を促進し、研修効果を高める）で実施

仮説3：博物館などの室内フィールドを活用したロールプレイングは、アウトドアプログラムが実施できない状況下において、顧客満足度を維持するための室内ガイドングスキルを効果的に習得することに繋がる。

⇒手法3：悪天候時などの代替案として、室内フィールドを活用したロールプレイングを組み込んで実施

仮説4：英語によるガイドングに精通したガイドを講師とする研修は、実際の現場での英語ガイドングの具体的なノウハウや注意点を学ぶことができ、より実践的なスキルを習得できる。

⇒手法4：英語によるガイドングに精通したガイドを講師として実施

②ガイド研修の概要

【研修タイトル】 AT Guide Training Workshop Biruwa

【研修対象者】 現在ATツアーにおいて、英語を用いたスルーガイドとして携わっている者及びスルーガイドを目指しているアクティビティガイド等で英語による実務経験を有する者

【想定対象人数】 10名程度

【研修開催期間】 3泊4日

【研修実施場所】 北海道弟子屈町（屈斜路湖、摩周湖、川湯温泉エリア）及び網走市（北海道立北方民族博物館）

【研修行程】 1日目 午後 弟子屈集合、オリエンテーション、夕食

2日目 朝食、午前 座学・野外実践、午後 野外実践・座学、振り返り、夕食

3日目 朝食、午前 座学・野外実践、午後 室内ロールプレイング、振り返り、夕食

4日目 朝食、午前 座学・野外実践、昼食 全体のまとめ

③講師選定

選定した講師及びその理由は下記の通りである。

<講師1>



マーク・ブラジル博士 Dr Mark A. Brazil

Founder、Japan Nature Guides、Naturalist、作家、HATA（北海道アドベンチャートラベル協議会）顧問

1955年英国生まれ。Keel University（英国）にて英文学と生物学の学位を取得後、Stirling University(Scotland)にて動物行動学(Animal Behaviour)の博士号取得。1998年より道内私立大学教授職を務めるために北海道へ移住。『生物多様性と保全』について教鞭をとる。専門知識を買われ、1980年代より、NHK、BBC（英国放送）、NHNZ（旧Natural History New Zealand）等自然番組制作アドバイザーを務める。2007年に大学を辞した後、以前より関わっていたAT業界での仕事を増やし、海外を拠点とする数々のAT旅行会社等主催のネイチャーツアーを率い、ランドツアーまたはExpedition Cruise船にて世界各地を旅行。また、1980年代より、国内大手旅行会社の、インバウンドエコツアー旅程デザインに関わり、「エコツーリズムコンサルタント」として契約。さらに、Expedition Leaderとして、実際にインバウンドツアーを率いて国内各地を旅している。ATインバウンドツアーの旅程デザインから、実施、AT市場におけるいち消費者及び外国人としての視点、また、最近ではAT有識者として、国内各地のATツアー評価者として招聘されるなど、幅広い知見を保有している。


2021年6月、英語版の道東ガイドブック『Wild Hokkaido』を北海道新聞社より出版。

2022年『JAPAN THE NATURAL HISTORY OF AN ASIAN ARCHIPELAGO』をPrinceton University Pressより出版。2018年より、弟子屈町在住。

<選定理由>

- ・1980年代から40年以上にわたるネイチャーガイド経験を保有し、かつ、これまで世界中を舞台に、100回以上のエクスペディションツアーに参加するなど、AT分野において現場での実践をベースとした豊富な経験値を有するため。
- ・過去に北海道運輸局主催の事業等で、ATガイド像のレクチャーを行うなど、当該分野における人材育成事業で講師を務めた実績を有するため。

<講師2>

	<p>ブラジル・真弓氏 全国通訳案内士</p> <p>北海道出身、北海道育ち。趣味は読書、映画鑑賞、スキー、クロスカントリースキー、登山等。2009年より、海外アドベンチャートラベル会社のExpedition Cruise Shipが訪日ツアーをする際に乗船して仕事をする、assistant administrative staff member 兼 demonstrator/lecturerとしての活動を開始。様々な国籍のお客様、またはスタッフと働いた経験あり。また、夫であるDr. Mark Brazilと共に、海外での陸路でのエコ・ツアー時に、co-leader（共同リーダー）として共に、北アメリカ、ヨーロッパ、南アジア、東アジア、南アメリカ、オセアニア等にて、15名前後の多国籍のお客様のツアー（2～3週間）を引率している。2016年に国家資格である全国通訳案内士の資格を取得後は、国内旅行会社の依頼で、海外のバードウォッチングや自然写真家のグループの、2週間程度のツアーのスルーガイドとして、九州から北海道までガイドしている。2018年春に、札幌近郊から道東弟子屈町へ移住。</p>
---	--

<選定理由>

- ・2009年より海外アドベンチャートラベル会社のExpedition Cruise Shipが訪日ツアーをする際に乗船して仕事をされるなど、当該分野において10年以上の実践経験を有するため。
- ・海外での陸路でのエコ・ツアー時に、co-leader（共同リーダー）として、北アメリカ、ヨーロッパ、南アジア、東アジア、南アメリカ、オセアニア等にて、15名前後の多国籍のお客様のツアー（2～3週間）を引率するなど、世界基準での現場経験と知識を有するため。

(2) 研修の案内の実施

研修実施にあたり下記の通り、研修の趣旨、概要、参加条件等が把握できる案内文を作成し、前述の研修対象者に該当する人材に関して、メール等の連絡で案内を行った。

【実施期間】 令和6年8月5日（募集開始）～

研修参加者募集に係る案内の内容
件名：（ご案内）12/20（金）～23（月） ATスルーガイド研修 in 弟子屈
主催：国土交通省北海道運輸局 受託事業者：(株)北海道宝島旅行社 担当：常井 玄（とこい げん）
日時：2024年12月20日（金）～23（月） 3泊4日 場所：北海道弟子屈町（屈斜路湖周辺エリア） メイン会場（研修拠点）：ガストホフぱびりお 宿泊先：ガストホフぱびりお シングルユース（1人1室利用） 料金（目安） 1人1泊2食付き シングル利用 15,200円＋入湯税150円 ※「ぱびりお」を5室抑え済ですが、参加者数が5名以上の場合は、近隣のホテル（川湯温泉の宿泊施設等）を別途シングルユースでご案内させて頂く可能性があります。 参加費：研修開催地までの移動交通費・宿泊費・食費は各自負担となります。 （宿泊費概算：1.5万円×3泊＝4.5万円） 研修行程内の移動交通費・体験料・施設入館料等は、各自負担はありません。 研修対象者：現在ATツアーにおいて、英語を用いたスルーガイドとして携わっている者及びスルーガイドを目指しているアクティビティガイド等で英語による実務経験を有する者。 想定対象人数：10名程度
（研修講師） マーク・ブラジル博士（弟子屈町在住） Founder、Japan Nature Guides、Naturalist、作家、HATA（北海道アドベンチャートラベル協議会）顧問 1955年英国生まれ。Keel University（英国）にて英文学と生物学の学位を取得後、Stirling University（Scotland）にて動物行動学(Animal Behaviour)の博士号取得。1998年より道内私立大学教授職を務めるために北海道へ移住。『生物多様性と保全』について教鞭をとる。専門知識を買われ、1980年代より、NHK、BBC（英国放送）、NHNZ（旧Natural History New Zealand）等自然番組制作アドバイザーを務める。2007年に大学を辞した後、以前より関わっていたAT業界での仕事を増やし、海外を拠点とする数々のAT旅行会社等主催のネイチャーツアーを率い、ランドツアーまたはExpedition Cruise船にて世界各地を旅行。また、1980年代より、国内大手旅行会社の、インバウンドエコツアー旅程デザインに関わり、「エコツーリズムコンサルタント」として契約。さらに、Expedition Leaderとして、実際にインバウンドツアーを率いて国内各地を旅している。ATインバウンドツアーの旅程デザインから、実施、AT市場におけるいち消費者及び外国人としての視点、また、最近ではAT有識者と

して、国内各地のATツアー評価者として招聘されるなど、幅広い知見を保有している。

2021年6月、英語版の道東ガイドブック『Wild Hokkaido』を北海道新聞社より出版。

2022年『JAPAN THE NATURAL HISTORY OF AN ASIAN ARCHIPELAGO』をPrinceton University Pressより出版。2018年より、弟子屈町在住。

- ・1980年代から40年以上にわたるネイチャーガイド経験を保有し、かつ、これまで世界中を舞台に、100回以上のエクスペディションツアーに参加するなど、AT分野において現場での実践をベースとした豊富な経験値を有する

ブラジル・真弓氏 全国通訳案内士（弟子屈町在住）

北海道出身、北海道育ち。趣味は読書、映画鑑賞、スキー、クロスカントリースキー、登山等。2009年より、海外アドベンチャートラベル会社のExpedition Cruise Shipが訪日ツアーをする際に乗船して仕事をする、assistant administrative staff member 兼 demonstrator/lecturerとしての活動を開始。様々な国籍のお客様、またはスタッフと働いた経験あり。また、夫であるDr. Mark Brazilと共に、海外での陸路でのエコ・ツアー時に、co-leader（共同リーダー）として共に、北アメリカ、ヨーロッパ、南アジア、東アジア、南アメリカ、オセアニア等にて、15名前後の多国籍のお客様のツアー（2～3週間）を引率している。2016年に国家資格である全国通訳案内士の資格を取得後は、国内旅行会社の依頼で、海外のバードウォッチングや自然写真家のグループの、2週間程度のツアーのスルーガイドとして、九州から北海道までガイドしている。2018年春に、札幌近郊から道東弟子屈町へ移住。

■添付資料：研修の様子（過去）

<参考> 2022年2月(3泊4日)、2023年2月(3泊4日)の研修実施の様子

実施概要				
2022年1月31日(月)～2月3日(木)(3泊4日、弟子屈町)	2023年2月28日(火)～3月3日(金)(3泊4日、弟子屈町)			
行程(大枠) ※宿泊は「ガストホフぱびりお」				
<1日目> 15時～ブリーフィング、18時～いなか家 源平 夕食				
<2日目> 朝食、レクチャー、フィールドワーク①(摩周湖スノーシュー)、ふりかえり&レクチャー、夕食				
<3日目> 朝食、ロールプレイング、フィールドワーク②(屈斜路湖畔スノーシュー)、ふりかえり&レクチャー、夕食				
<4日目> 朝食、レクチャー、フィールドワーク③(つづじヶ原自然探勝路スノーシュー)、昼食&ふりかえり&まとめ、14時終了				
 室内での意見交換	 フィールドワーク	 室内での意見交換	 初日のブリーフィング	 フィールドワーク
 フィールドワーク	 ロールプレイング	 フィールドワーク	 室内での意見交換	 ロールプレイング
【意見交換やレクチャーで扱った主なトピック】				
・ On First Meeting Your Guests (ゲストのお迎え時の対応) ・ At Your Accommodation (宿泊施設にて) ・ Itineraries & Managing Expectations (旅程管理と期待の管理)				
・ Plans and Timing (計画とタイミング) ・ Expedition Psychology (ATゲスト心理) ・ Geography (地理) ・ Geology (地質) ・ Climate & Weather (天候と天気)				
・ Nature (自然) ・ Ainu History & Culture (アイヌの歴史と文化) など				
Source : A Guidebook for Adventure Travel Leaders in Hokkaido				

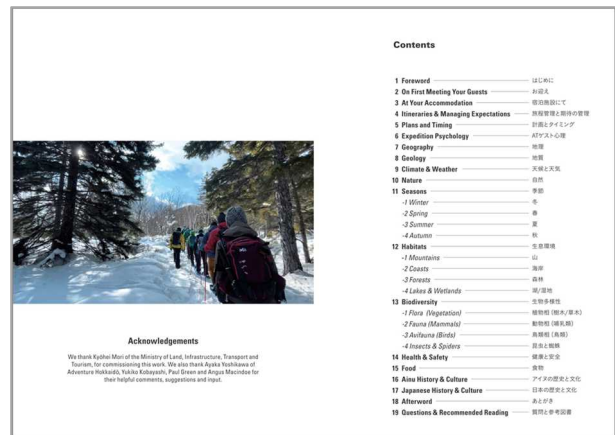
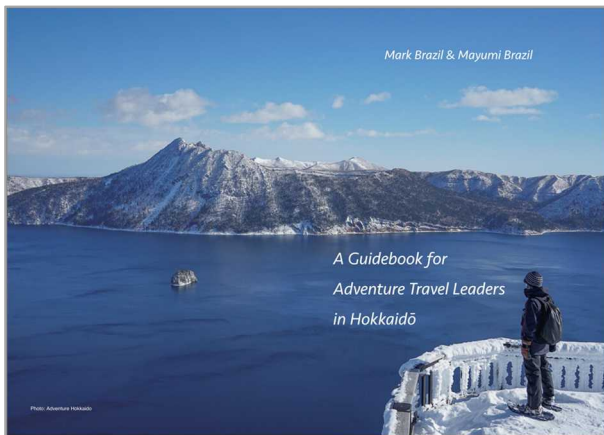
案内の結果、9名の方から参加申し込みがあった。

	地域	氏名	所属	役職等
1	東川町	吉川 彩香	Adventure Hokkaido 合同会社	Owner & Co-founder
2	斜里町	寺山 元	Buen Camino!	代表
3	中標津町	三成 まゆみ	野付半島ネイチャーセンター	ガイド
4	黒松内町	大類 幸子	黒松内ぶなの森自然学校	ディレクター
5	小樽市	高橋 真史	ホワイトツリー	代表
6	中札内村	手塚 睦	フリーランス ・全国通訳案内士 ・北海道知事認定アウトドアガイド(自然)	—
7	札幌市	大道 三奈	アウトドアメーカー勤務	—
8	美瑛町	ハリエツト・平澤	Adventure Hokkaido 合同会社	Customer Service & Guide
9	札幌市	榊原 大貴	Guide Office ROUTE	Owner & Guide

※9番の榊原氏に関しては、直前の体調不良のため不参加

(3) 参考資料の活用

研修の事前準備及び当日の研修資料として、AT旅行者の期待に応えるための知見の集積・資料化を目的に北海道運輸局が作成した「A Guidebook for Adventure Travel Leaders in Hokkaidō」を事前に配布し研修当日においても活用した。



AT旅行者の期待に応えるためのナレッジ集積・資料 (A5版 36ページ)

「A Guidebook for Adventure Travel Leaders in Hokkaidō」

(4) 事前WEBミーティングの実施

参加時の研修効果の向上を目的として、アイスブレイクと事前の顔合わせを内容とした事前WEBミーティングを下記の通り実施した。

事前WEBミーティングの実施
実施日時：令和6年12月18日 15：00～15：30（30分間）
実施方法：オンラインシステムZoomを利用
参加者：マーク・ブラジル博士、ブラジル・真弓氏、吉川彩香氏、三成まゆみ氏、大類幸子氏、高橋真史氏、北海道運輸局 観光部 観光企画課長 浅野辰弥氏、国際観光課 課長補佐 森恭兵氏、北海道宝島旅行社 常井玄、鈴木香織 計10名
内容：(1) 趣旨説明 (2) 講師からの連絡事項 (3) 講師・参加者の自己紹介 (4) 事前準備、注意事項等のアナウンス
当日スケジュールの都合等で参加できなかった方に向けて、ミーティング結果をまとめた下記情報を送り、事前WEBミーティングの内容についての情報共有及び参加者のフォローを行った。
■事前MTGで共有された内容
1. 講師のマーク・ブラジル博士より 今回の研修は、一方的なレクチャーという形にしたい。 <u>ぜひ、各々が、何かしら具体的な質問とともに研修に参加してほしい。</u> <u>そして、研修の場でたくさん質問をして欲しい。</u> 我々は、「レクチャー」ではなく、講師も参加者も皆と一緒に「ディスカッションとプラクティス」を行う4日間をしたい。その心づもりで、12/20からの4日間を楽しんでほしい。 (質問例) ・これまで、ガイドとして困ったシチュエーションをどう切り抜けたか ・ストーリーテリングを効果的に行う方法 など (質問だけでなく、自分の場合はこうなのだけれど皆はどう思う？といったニュアンスがより良い)
2. スノーシューの必要性について 【事務局からの補足】 ・野外フィールドワークのフィールドとして、摩周・屈斜路「仁伏半島」の森のトレイル、「つつじヶ原自然探勝路」などを予定。 【マーク・ブラジル博士からの補足】 ・今日時点（12/18）は、スノーシューが必要なほどの積雪はない。ただし、この土日が雪予報となっている。 ・使うかはわからないが、持っている人は「スノーシュー」を念のため持ってくると良い。もし土日もあまり積雪がなければ冬用のブーツ等「つぼ足」でも良いかもしれない。

3. この4日間のObjective（目的、目標）の再確認（事務局常井より）

Objective of December 20th to 23rd (3N4D)

1. Improving your skills as a through guide (=Not a spot guide)

[今回はスポットガイド研修ではなく、「スルーガイド」としての能力を向上させるための研修]

2. Improving your guiding skills in English (=Not the ability to guide in Japanese)

[日本語でのガイドではなく、英語でのガイディング能力を向上させるための研修]

■添付資料：研修の目的

Objective of December 20th to 23rd (3N4D)

1. Improving your skills as a through guide

(=Not a spot guide)

2. Improving your guiding skills in English

(= Not the ability to guide in Japanese)



(5) 研修の実施

下記の日程にて、英語によるガイディングに精通したガイドを講師とするガイド研修を行った。

■実施日：令和6年12月20日～12月23日 3泊4日

■参加者：講師2名、参加者8名、北海道運輸局職員2名、事務局1名

<講師からの事前準備のアナウンス>

■参加者への事前課題

A: prepare 2 minutes short self-introduction

B: prepare 5 minutes short self-introduction

C: A briefing for an imaginary 5 days tour in Hokkaido

D: Dinner time briefing for one day of a tour

を参加者は研修当日までに用意すること。

■参加者への研修中の注意事項と準備物品

1: No sound/voice recording of training

2: No video of the training

3: Bring their own drink bottle/shopping bags for saving single plastic use

4: Carry a whistle

5: Carry First Aid Kit

6: Bring a pair of binoculars

7: Bring a name tag

<行程表>

	行程	備考
Day 1 12/20 (金)	14:00 ガストホフぱびりお (研修会場) 集合 14:00~17:00 オリエンテーション/座学① ・主催者挨拶 (北海道運輸局) ・自己紹介 ・室内での意見交換 18:00~20:00 夕食「いなか家源平」 ・翌日のブリーフィング (マーク博士より) 【宿泊】ガストホフぱびりお、KKRかわゆ	キーワード： ・グループダイナミクス ・マズローの欲求5段階説 ・The fact is boring, but the story is interesting ・自己開示 ・スルーガイドと添乗員の違い 等
Day 2 12/21 (土)	8:00~8:30 朝食「ぱびりお」 8:30~9:30 室内意見交換/座学② 10:00~11:15 フィールドワーク①「摩周湖第一展望台」 12:00~15:30 フィールドワーク②「和琴半島自然探勝路」 16:30~17:15 本日の振り返り (リフレクション) /座学③ 18:30~19:30 夕食「ぱびりお」 【宿泊】ガストホフぱびりお、KKRかわゆ	キーワード： ・Idea of Tree (幹と枝葉) ・Spider's Web (蜘蛛の巣) ・detail ⇔ big picture ・Ring of fire ・Sea current 等
Day 3 12/22 (日)	8:00~8:30 朝食「ぱびりお」 8:30~9:00 仁伏トレイルのガイドに向けてペアで作戦会議 9:10~12:00 フィールドワーク③「仁伏トレイル」 ・20分程度ずつ、ペアのチームでガイドイング実践 12:00~14:00 移動 (屈斜路湖→もこと山展望台→網走) 14:00~16:15 フィールドワーク④「北海道立北方民族博物館」 17:40 ぱびりお帰着・休憩 18:30~19:30 夕食「ぱびりお」 【宿泊】ガストホフぱびりお、KKRかわゆ	キーワード： ・interact with your guest ・what is experience of your guest? ・learning how to react to situations ・factual approach と personal (emotional) approach ・ポケットに常にプランB 等
Day 4 12/23 (月)	8:00~8:30 朝食「ぱびりお」 8:30~9:30 4日間の振り返り/座学④ 10:00~12:25 フィールドワーク⑤「つつじが原自然探勝路」 13:00 昼食「食堂と喫茶 poppotei」 13:45~14:30 4日間のまとめ/座学④	キーワード： ・connect guests to the location ・adapt (適応)、flexible (柔軟性) ⇔毎回同じ説明をするfix guide ・servant leadership 等

<実施の様子>

【Day 1】 12/20 (金) 14:00~17:00 オリエンテーション/座学①



[内容]

- ・主催者挨拶 (北海道運輸局)
- ・自己紹介
- ・室内での意見交換

[主なトピック]

- ・グループダイナミクスの理解
- ・ゲストのニーズの理解
- ・西洋のゲストに好まれる情報の伝え方
(事実を並べるのではなく、ストーリーを伝える)
- ・ガイドの自己開示の重要性
- ・ガイドとして大事にしている原理、原則
- ・スルーガイドと添乗員の違い
- ・満足度の高いツアー実施のためのドライバーの重要性
- ・第一印象の重要性
- ・旅の満足度を担保するゲストとガイドの信頼関係



【Day 1】 12/20 (金) 18:00~20:00 夕食「いなか家源平」



[内容]

- ・夕食もガイドトレーニングの一部であるという前提で実施した。初日のガイドとゲストの関係性構築の重要性や、翌日のアクティビティに備えた服装、装備、気候、アクティビティの内容などのアナウンスを含む、実際のツアーを想定したブリーフィングが講師のマーク博士より行われた。

【Day 2】 12/21 (土) 8:00~9:30 朝食/室内意見交換/座学②

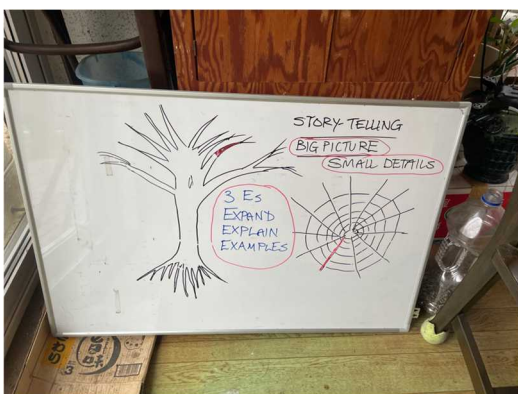


[内容]

- ・朝食
- ・室内意見交換/座学②
- ・ペア分け
- ・各参加者による「1 Day tourのブリーフィング」
ロールプレイング

[主なトピック]

- ・ガイディングを行う上での基本的な考え方
「Idea of Tree (幹と枝葉)」と「Spider's Web (蜘蛛の巣)」



【Day 2】 12/21 (土) 10:00~11:15 フィールドワーク①「摩周湖第一展望台」



[内容]

- ・目の前に見えるものを活用して行う即興のインタープリテーションに関する実践とフィードバック。

[主なトピック]

- ・ゲストに伝える情報を組み立てる上で、ゲストにとってのbig picture (全体像) とdetail (詳細) を構造として意識することの重要性。
- ・非言語コミュニケーションの有効性。
- ・北海道の気候や地形に関するbig pictureを伝える上で、sea current (海流) とthe prevailing winds (卓越風) は重要。



【Day 2】 12/21 (土) 12:00~15:30 フィールドワーク②「和琴半島自然探勝路」



[内容]

- ・目の前に見えるものを活用して行う即興のインターブ
リテーションに関する実践とフィードバック。

[主なトピック]

- ・fact（事実情報）を並べるだけの説明ではなく、ゲスト
にとってのcontext（文脈）の中に、フィールドで出
会う対象物をあてはめて伝えることが重要。
（例：単に植物、食、人、気候、地質・地形などをバ
ラバラの文脈で伝えるのではなく、それぞれの関連性
を見つけて繋げて文脈として伝える）。
- ・ガイドとしてのスタンスは中立であることが望ましい
（意見が異なる可能性が高い社会的なトピック等）。
- ・西北海道と東北海道でも気候が違うので、そのコント
ラストがゲストにとっては興味深い。



【Day 2】 12/21 (土) 16:30~17:15 本日の振り返り（リフレクション）/座学③



[内容]

- ・1日の学びを振り返りつつ、重要だと思われるトピック
について講師より事例を交えた補足の説明がなされ
た。

[主なトピック]

- ・ゲストにとってのbig pictureとdetailsをガイドが理
解できていれば、2週間のツアーでも、段々核心に近
づいていく、といった形もとれるようになる。
- ・ガイドが伝える情報はタイミングも重要。
- ・時に文化の違いで議論になりそうな時も、1回big
pictureの中にそのトピックを位置づけて、再編集す
ることで、前向きな話にすることも可能である。
- ・西洋と日本の教育システムの違いを理解することもゲ
ストを理解する上で重要。
- ・学びを定着させるためにリフレクション（振り返り）
が重要。



【Day 3】 12/22 (日) 8:00~9:00 朝食/ペアでの作戦会議



【内容】

- ・午前中の仁伏トレイルでのフィールドワークに向けて、ペアでのガイディングに関する打合せを実施。

【Day 3】 12/22 (日) 9:10~12:00 フィールドワーク③「仁伏トレイル」



【内容】

- ・事前に分かれた4組のペアによる20分程度ずつの、フィールドの中で目にするものを即興でインタープリテーションする実践とフィードバック。

【主なトピック】

- ・一方的なレクチャーではなく、ゲストとの双方向のやり取りを通じて、ゲストをツアーに惹きこむことが重要。
- ・木の皮や、笹、アイヌ文化など、点在しているトピックを一つのストーリーに組み立ててゲストに伝えることで、ゲストがイメージできる物も異なってくる。
- ・ゲストの属性、ゲストのこれまでの人生の中での経験を想像してガイディングを行う。ゲストは教授、医者、士業などとても高学歴な場合も往々にしてある。
- ・その場で起こっていることにあわせて、柔軟にガイドプランを変えられる柔軟性があると良い。例えば、ワシが複数羽みられるような状況に急になった場合、ゲストに価値を届けるという観点で、今行っているガイドを続けるべきか、それを中断してワシの方にゲストの目を向けるか、など、その場その場で起こることを常に洞察し、柔軟に対応できることが重要。
- ・ガイドにおける優先順位の重要性。



【Day 3】 12/22 (日) 12:00~14:00 移動 (屈斜路湖→藻琴山展望台→網走)



[内容]

- ・曇りで景観が見えないことをわかっていて、講師の希望によりあえて藻琴山展望台へ立ち寄った。講師のブラジル博士からは、そのような状況にも関わらず立ち寄った意図として、「目の前の状況に合わせて柔軟に話す内容を変えることが大事」という補足説明が、過去に経験した「いつでも、どんな状況でも変わらない同じガイドトークをするガイド」の事例とともに説明された。

【Day 3】 12/22 (日) 14:00~16:15 フィールドワーク④「北海道立北方民族博物館」



[内容]

- ・悪天候のプランB (代替案) としても利用が考えられる室内フィールドを活用してのフィールドワーク。最初に真弓氏 (事実情報の伝達を基にしたトーク)、ブラジル博士 (対象物との個人的なストーリーの伝達を含む、感情に訴えるトーク) それぞれのガイドトークを聞き、ゲストの感じ方の違いについて意見交換を行った。その上で、再度4組のペアに別れ、それぞれが自ら解説を行う物を選び、ガイドトークを考える時間も含め、ペアで相談を行った後、ロールプレイング形式で、それぞれがガイディングの実践を行った。



[主なトピック]

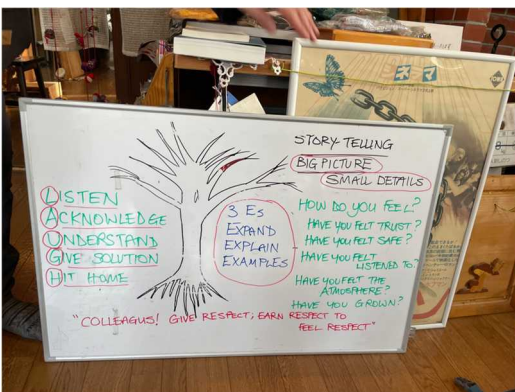
- ・アイヌ文化の解説に関して、ウポポイも良いが、ここ (北海道立北方民族博物館) はアイヌ民族をより大きなbig pictureである北方民族に繋げて解説することができる有益な施設及び展示がある。
- ・ガイドとして解説を行う上で、視点 (レンズ) を変えて物事を見てみる、ということも一つの有効な手段である。例えば、展示物一つ解説するにあたって、実際に当時の人の視点 (レンズ) で見る事ができれば、また違った伝え方、理解に繋げることもできるかもしれない。





- ・視点（レンズ）を変えて見てみるのと同じくらい、cultural bias（文化背景に基づく視点の偏り）を自己で認識することも重要。
- ・ガイドとして、サインボードやラベルに書いてあることをそのまま鵜呑みにするのではなく、事実情報として正しいかどうか注意を払う必要がある。

【Day 4】 12/23（月） 8:00~9:30 朝食/4日間の振り返り/座学③



[内容]

- ・ 4日間の振り返り
- ・ 5日間のツアーを想定した参加者によるブリーフィング実践

[主なトピック]

- ・ ガイディングに重要な考え方である3つのC
Context, Compare, and Contrast（文脈、比較、差異）
- ・ 良好な人間関係を構築するために必要な視点は
“Give respect : Earn respect to feel respect”
[お互いに敬意を払うことが重要。まず自分から相手を尊重することで、相手からも尊重されるようになり、結果として気持ちの良い関係が築ける]



【Day 4】 12/23 (月) 10:00~12:25 フィールドワーク⑤「つつじが原自然探勝路」



[内容]

- ・ 4日間で学んだことを活用した参加者それぞれのガイディングの実践とフィードバック。

[主なトピック]

- ・ Connect guests to the location

[ガイドの技術によって、ゲストの心と身体を今この瞬間、この土地に接続することが重要]

- ・ adapt (適応)、flexible (柔軟性)

ガイドとして、その場ごとのシチュエーションに自らを適応させることが重要。どんなゲストやどんな状況でも毎回同じ説明をするfix guideとは対照的。



【Day 4】 12/23 (月) 13:00~14:30 昼食/4日間のまとめ/座学④



[内容]

- ・ 4日間のまとめ

[主なトピック]

- ・ ガイドは「人」に対する仕事

→ basic human psychology (心理学) が役立つ

- ・ サーバントリーダーシップの考え方

(6) アンケートの実施及び結果の集計

研修実施後、参加者に対してアンケートを行い、以下の点について把握、検証を行った。

【調査対象】 研修参加者 8 名

【調査方法】 Google Formsを用いたオンラインアンケート

【調査期間】 令和 6 年12月～令和 7 年 1 月

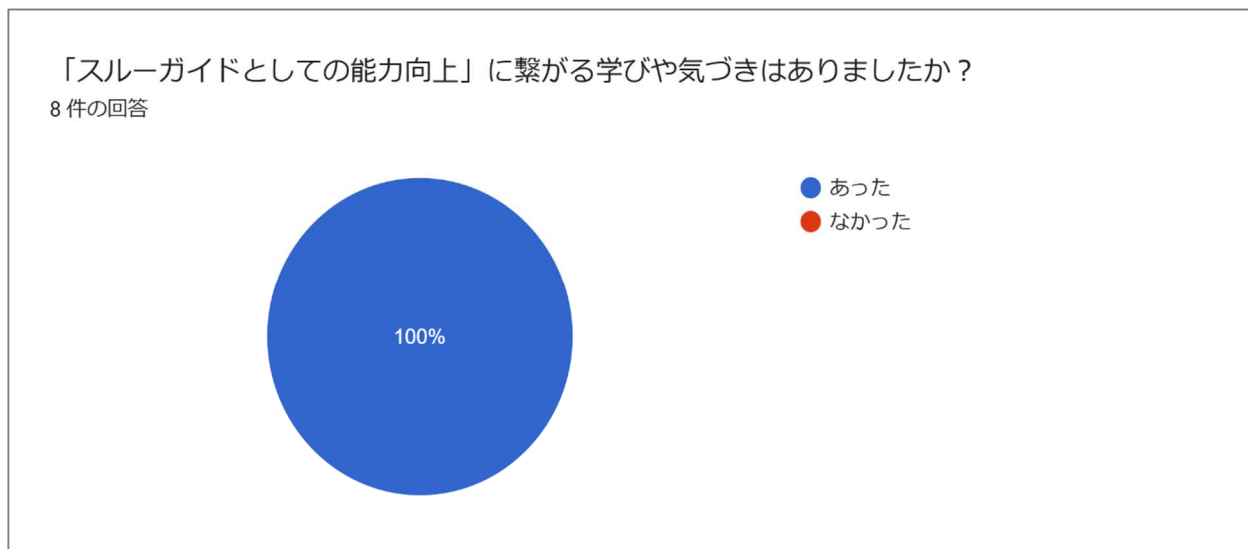
【有効回答数】 8 件（回答率100%）

■アンケートの内容

- ①研修効果（研修目的に対する研修内容の適合度）
- ②研修手法の有効性
- ③研修全体の満足度
- ④研修に関する良かった点、改善点
- ⑤研修の参加動機
- ⑥参加者にとっての研修で得た一番の利点

①研修効果（研修内容）に関する質問

Q：「スルーガイドとしての能力向上」に繋がる学びや気づきはありましたか。（n=8）



Q：（「あった」と回答した方への質問です）それは何ですか。具体的にご記入ください。

（回答者A）

- ・大きなグループでのガイディングテクニック、お客様へのケアの仕方。
- ・サーヴァントリーダーについての考え。
- ・マークさんの経験談。
- ・他のガイドの方々のやり方。

（回答者B）

- ・ゲストの思い出に残るツアーにするためのストーリーテリングの大切さ。
- ・それを語るためのツールボックスの中身と量。

（回答者C）

- ・点と点の結びつきを意識したブリーフィングやインタープリテーションの重要性。
- ・ストーリーを意識したガイディングや旅程の組み立てが、ゲストの満足度を左右すること。

（回答者D）

- ・自分がこれまでやってきたことが、正しい方向にあることがわかって安心しました。（例、ディテール、個人的な話をする事、話のまとめ方など）一方で、big pictureの描き方、心理学を用いた顧客理解へのアプローチ、難しいゲストのマネジメント、これから向上させるべき課題もクリアになりました。今いる場所や目の前のものから、北海道、日本全体や世界に繋げるガイドトークへの気づきをいただいたことが最も大きかったと思います。

（回答者E）

- ・自分ができていないことの確認（十分な準備、ストーリー化、自然解説）。
- ・自分が理解していることの確認（スルーガイドの役割、グループの作り方、ポジティブさ）。
- ・Plan Bの博物館の使い方。
- ・具体的な英語の語彙多数。
- ・トド肉などの会話のハードルが高いこと。
- ・他の参加者のガイド方法（自然体験の導入、葉っぱゲームなど多数）。

(回答者F)

- ・ATの受け入れはあまりしていないが、普段からしていることの応用で、ATのスルーガイドとしても対応ができそうだという気づき。普段と違う場所での4日間の研修で、ツアー参加者の気分も少し体感できたことは、スルーガイドとして活かすことができそう（研修内容に受け身で参加した、ということだけでなく、マークさん・まゆみさんがスルーガイドのような立場で行程を説明してくれたりしていたのを聞く側にいたという意味で）。

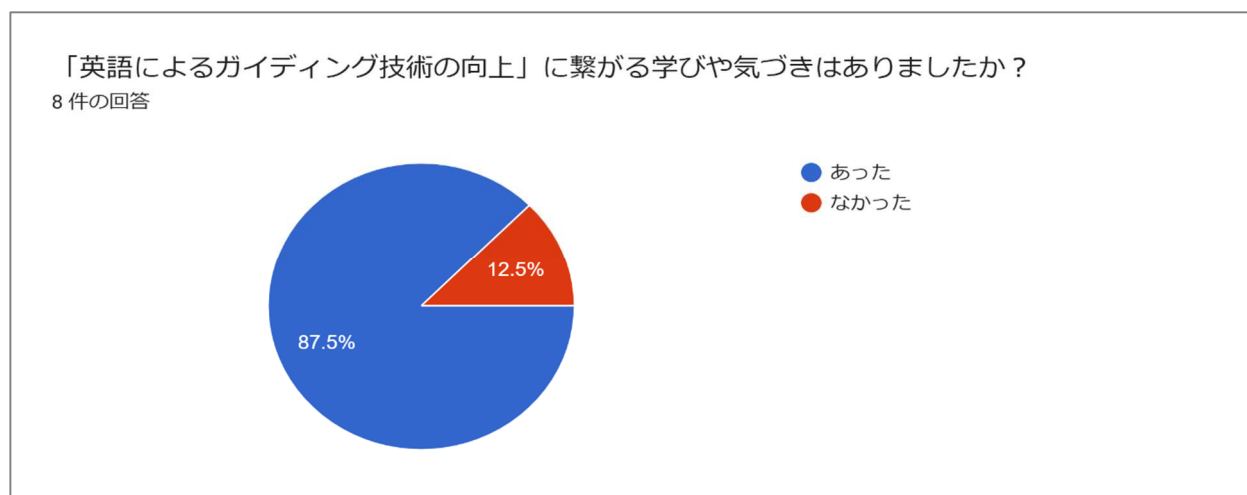
(回答者G)

- ・全般にわたって。

(回答者H)

- ・お客様の前ではもっとリラックスし、もっと魅力的な話し方ができるか学びました。

Q: 「英語によるガイドング技術の向上」に繋がる学びや気づきはありましたか。(n=8)



Q: (「あった」と回答した方への質問です) それは何ですか。具体的にご記入ください。

(回答者A)

- ・ガイド業務で使える英語のボキャブラリー。
- ・大きな木、蜘蛛の巣のイメージ。
- ・小話の入れ方のタイミング。
- ・ツールボックス、バックポケットという概念。

(回答者B)

- ・参加者との普段の会話も英語で会話したこと。Markご夫妻の英語に加えて、帰国子女Cさんの英語とリズム感が、今後自分が(できるだけ)目指したい話し方や間の取り方で参考になりました。いいな!を取り入れる参考例をたくさん見ることができました。

(回答者C)

- ・正しいボキャブラリーの使い方 (melt vs dissolve)。
- ・論争を呼びがちなトピックの対処方法 (例 捕鯨)。
- ・一北方民族としてのアイヌの捉え方、他の北方民族との共通点や違い。
- ・ストーリーテリングの技法 (例を挙げることの重要性)。

(回答者D)

- ・相手により伝わりやすい単語や英語表現。

(回答者E)

- ・具体的な語彙多数。
- ・顧客理解による話題の設定。
- ・大きな絵でしめすべきこと。
- ・準備。

(回答者F)

- ・普段のガイドではあまり実感することがなかった、植物や鳥の英語名を知っておくことの重要性を感じた。自然についてだけに限らず、様々なトピックを英語で説明できるためには、まず理解していないといけない、ということに改めて実感。

(回答者G)

- ・何より自分の力不足を痛感できました。

Q: (「なかった」と回答した方への質問です) どんな学びや気づきが欲しかったですか。具体的にご記入ください。

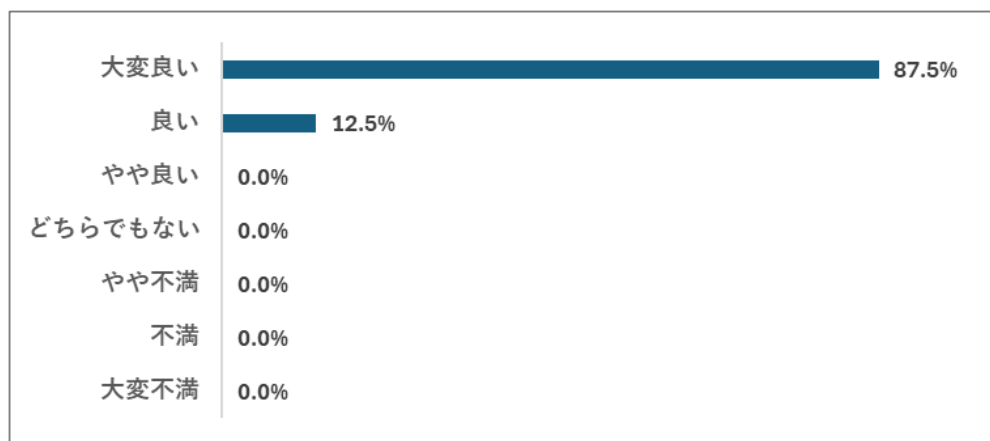
(回答者)

- ・英語ネイティブです！笑。

②研修手法に関する質問

Q: 以下の研修手法の効果について、評価ください。

[「座学」と「野外での実践」を組み合わせるスタイル] (n=8)



Q: 上記評価の理由

(回答者A)

- ・ずっと座学だと集中力が切れるので、組み合わせスタイルがよかった。初日の座学の時間が長かったので、もう少し長い休憩（椅子から立ち上がる時間）か、グループワークをいれてもいいかと思いました。

(回答者B)

- ・朝の座学で参加者同士を知ったり、Markさんから学びのリマインドがあったこと。外気温の低さか

ら、野外時間は今回ぐらいが良いと思いました。

(回答者C)

- ・座学で扱った心理学の観点は、1対1でゲストと接する時、また、複数人のグループを管理する時に必要な知識だと再認識しました。

(回答者D)

- ・受講者が受け身にならず、座学で吸収したことを実際にやってみることが良かったです。やってみたことによって、まだできていないことが明確になり、今後の課題や方向性に気づくことができました。さらに、他の方の実践を見ることができ、さらに多くの視点や手法に触れることができました。

(回答者E)

- ・論理的なことを理解する時間は重要だが、それに偏りすぎないバランスが素晴らしい。

(回答者F)

- ・いずれか一方だけだったら、記憶への定着には、今回のスタイル程結びつかなかったと思う。

(回答者G)

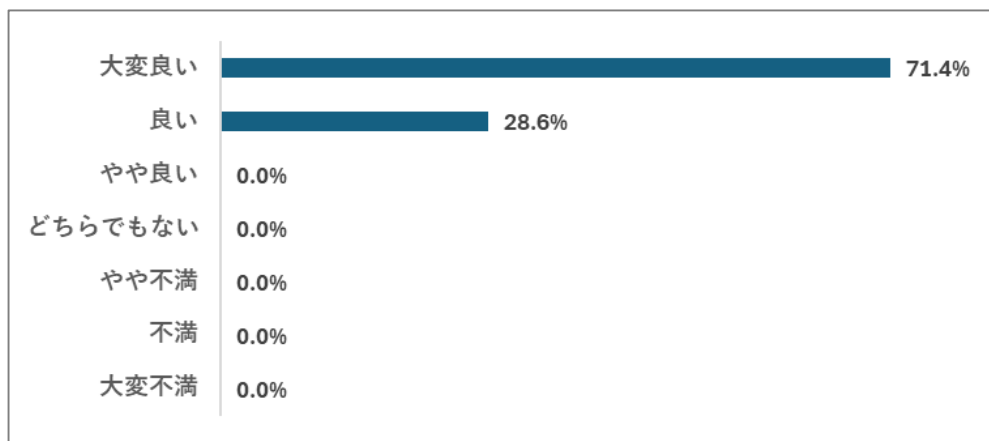
- ・座学と屋外のバランスが良くさらに野外実践も多様な環境で行われたので良かった。

(回答者H)

- ・座学と野外のバランスがちょうど良かったです。

Q：以下の研修手法の効果について、評価ください。

[ペア制] (n=7)



Q：上記評価の理由

(回答者A)

- ・ペア制は良かったです。ただ、全て同じペアではなくて、途中でペアを変えて他の人とも協業できる時間があれば、もっとよかったと思います。

(回答者B)

- ・初めてお会いする方ばかりだったので、3日間同じペアでいることで、チームワークやリーダーシップも発揮できた。ペアにすることで、発表内容に互いの強みを発揮していたので、内容に深みがあった。

(回答者C)

- ・あまり知らない相手とチームワークを構築するいい練習になる。
- ・単独では自信がない分野のインタープリテーションもペア制だと心強い（くじ引きではなく、各メンバーの語学力や強みを考慮したペアの組み方を考えてもよかったかもしれません）。

(回答者D)

- ・パートナーの素晴らしいツールボックスやスキルから学ぶことがたくさんありました。パートナーのおかげで、非常に良い関係を築くことができ、感謝しています。また、同じものに対して異なる視点があることに気づくことができ、その考え方は顧客理解に繋がっていきます。

(回答者E)

- ・お互いに支え合い、慰めあい、成長することができ、モチベーションに繋がった。

(回答者F)

- ・組み合わせによっては、ガイディングの難易度があがった所もあったが、それを補って余るほどペア活動することでのチームビルディングへの寄与が感じられた。ペアを組ませていただいたチームメイトとの仲も深まった。

(回答者G)

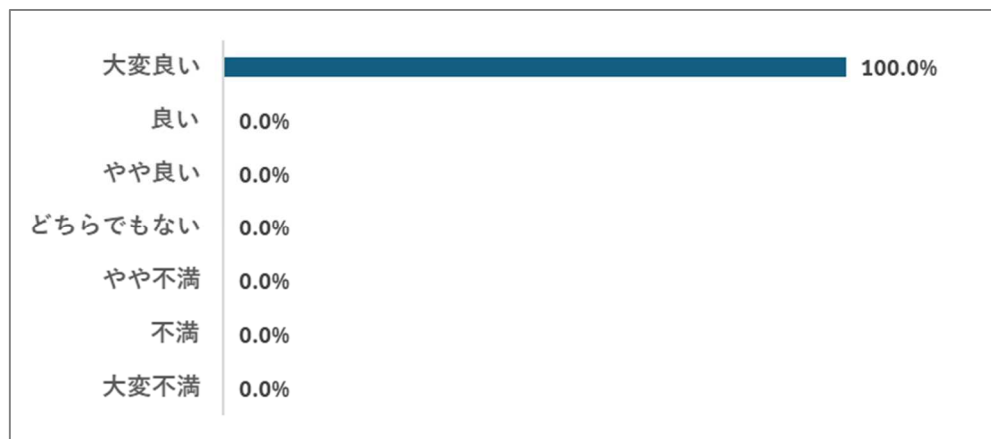
- ・組んだ相手がネイティブレベルの英会話力と森林に特化した知識を持っていたので全面的に頼りにしてしまった。これも自身の力不足を露呈するばかり。日にちごとにペアを替えてもよかったのかも。

(回答者H)

- ・非常に良かったです！ガイドとしてはいつ、どこでco-guidingをするかわからないので、チームワークに関してはとてもいいお勉強になりました（ノアさんとガイドするのはすごく楽しかったです！）。

Q：以下の研修手法の効果について、評価ください。

〔（天候悪など）Bプランを想定した室内（例、北方民族博物館）を使ったプラクティス〕（n=8）



Q：上記評価の理由

（回答者A）

- ・プランBの想定は常に必要ですが、実際に博物館でのガイディングの仕方を学び、実際に演習ができたことはとても良かった。

（回答者B）

- ・ツアーを持つ上で、代替案を持つことは大切であり、その中でいかにゲストを楽しませられるか、それを学ぶ機会になり良かった。

（回答者C）

- ・自然やアクティビティ以外の文化的知識を持ち合わせることの重要性が再確認できました。

（回答者D）

- ・野外研修ではできないことを学ぶことができ、とてもありがたかったです。マークさん、まゆみさんのお二人による博物館解説の実演、アイヌ民族の捉え方、異文化へのアプローチなど、北方民族博物館に限らず、様々な場で活かすことのできるツールをいただきました。

（回答者E）

- ・非常に実用性が高い。実際のツアーで必ず起こるシーンであり、すぐに実践できる。

（回答者F）

- ・アウトドアで活動することが多いATガイドにとって荒天時のオプションは避けて通れないので、その際のガイディングについてのヒントが得られた。普段得意としない分野であったが、実践や他のペアのガイドを聞くことで、様々な切り口からガイドが可能だということを実感でき、実際のガイドへ活かせそうだと感じた。

（回答者G）

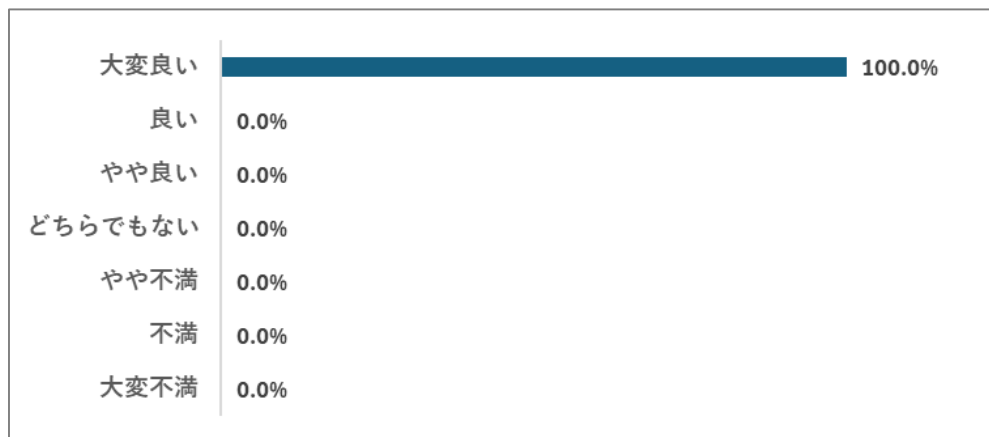
- ・過去に数回訪れている場所だが新鮮な訪問になった。

（回答者H）

- ・館内の3つの展示物を見つけて説明するというコンセプトが気に入りました。博物館は退屈だと思われるのでほとんど行かない方もいますが、個人的な趣向を加えることで、普段博物館を訪れない方にとっても面白いところになることを学びました。

Q：以下の研修手法の効果について、評価ください。

[英語によるガイディングに精通したガイド（今回で言えばマーク博士・真弓氏）を講師として実施するスタイル]（n=8）



Q：上記評価の理由

(回答者A)

- ・経験値がとても豊富で、全てのエピソード、体験談が勉強になりました。またマークさん、真弓さんが経験から学んだ知恵がとても勉強になりました。

(回答者B)

- ・広い専門分野をもつMarkさん、通訳案内士であるまゆみさん。お二人の世界中をガイドしたり、ガイドを雇ったりの話が大変勉強になった。まゆみさんの所々に挟んで下さる質問や彩香さんの経験談も、具体的内容で大良かったです。

(回答者C)

- ・マークさんが丁寧に単語を選んで話して下さるので、参考にできる英語の言い回しや表現を多く得ることができたと思います。
- ・マークさんの外国人の視点と真弓さんの日本人の視点の両方を共有してもらえたから。
- ・お二人が対処してきた難しいシチュエーションや難しいゲストの扱い方など、参考になる経験談が多かったから。

(回答者D)

- ・「英語によるガイディング」だけに精通しているだけではないのが、お二人の凄さだと感じています。日本と世界の文化両方を理解しているので、違いや注意点をクリアにしてく下さるし、北海道だけではなく世界の自然を肌で知っているから、北海道から世界や地球へ繋がる視点を展開できるのだと感じます。また、日本人への理解が深いからこそ、参加者を配慮したポジティブな指導や助言をいただけたのだと思います。尊敬と感謝が尽きません。

(回答者E)

- ・具体的な質問があった場合に、極めてリアリティのあるコメントがもらえる。

(回答者F)

- ・講師のお二人の豊富な経験から学ぶことが多かった。普段自分や、他の参加者の方の中でも数名が対象にしている客層と、マークさん達の客層にギャップはあったが、だからこそ得られることも多かったし、マークさんもそのことに理解があり、客層にあわせた内容についても話してくれたので

良かった。また、マークさん・まゆみさんは、英語によるガイドングだけでなく、様々な国ごとの違いはもちろん、日本の文化・自然等にも精通されているので、そのお二人からの経験談を元にしたアドバイスはとてもためになった。

(回答者G)

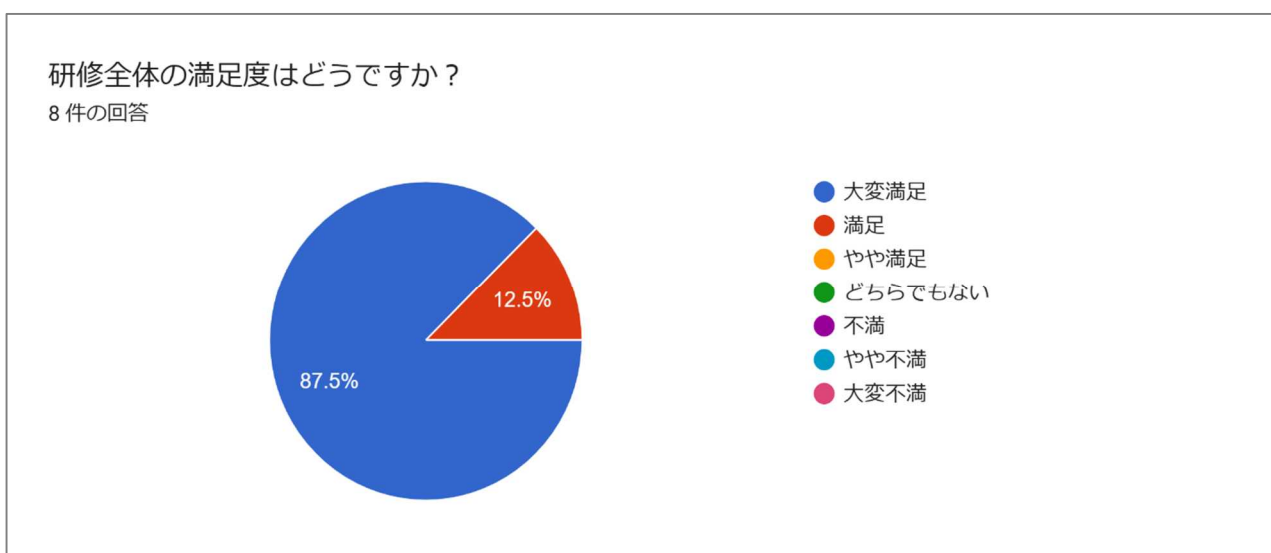
- ・講義している内容及び英語の質の高さで道内最高のセミナーだったと思う。

(回答者H)

- ・英語を母国語とする者としての視点しか提供できませんが、マークとまゆみさんの説明のおかげで誰にとっても非常に分かりやすかったと思います。皆さんが新しい単語を覚えるのを手伝うのが楽しかったです！

③研修全体の満足度に関する質問

Q：研修全体の満足度はどうですか。(n=8)



④良かった点、改善点に関する質問

Q：(研修全体を通じて)良かった点 (n=8)

(回答者A)

- ・マークさん、まゆみさんの経験談と、それを踏まえての知識、知恵の共有。大きな木、蜘蛛の巣のイメージ。

(回答者B)

- ・Markさんのゲストに楽しんでもらうために、どんなことに気を配っているか、ストーリーテリングがいかに大切かも分かりました。移動中でのバスでも様々な話題を提供して下さり勉強になりました。
- ・拙い英語と内容でも、皆さんが耳を傾け、アドバイスや質問をして下さったことが、講習中の励みとなり、ガイドになるモチベーションがさらに高まりました。
- ・道内各地からガイドさんが参加しており、各地の話を聞いたことも面白かったです。
- ・参加当日までの情報共有を早くからして下さり、準備しやすかったです。事務局からの毎日の詳細な振り返りメールも、大変助かりました。
- ・ぱりりおのスタッフさんの人柄、お食事の美味しさも素晴らしかったです(部屋にあった旅行者

ノートでもお礼をお伝えしてきました)。

(回答者C)

- ・参加者のセクションが良かったと思います。日本人同士でも英語を話すことのためらいがなく、全員が自主的に英語を話し続けたことで、素晴らしい学習環境が整ったと思います。講師や事務局の温かい雰囲気のおかげかと思いました。

(回答者D)

- ・インタラクティブであり、常にポジティブであること。
- ・専門や活躍フィールドも異なり、英語レベルも多様な参加者がいること。
- ・全体がよくオーガナイズされていたこと（事務局の方、ありがとうございました！）。
- ・北海道運輸局職員のお二人、事務局の方も一緒に活動に参加してくださったこと。一体感がありました。
- ・事務局による毎日のまとめ。
- ・食事。
- ・フィールド、トレイルの北海道らしい自然。

(回答者E)

- ・基本言語が英語で一貫していたのがよかった。

(回答者F)

- ・正直なところ、初日の座学の時点では、既に他のガイドやインタープリテーションの研修等で学んできたことも多く、それを英語で聞いている、という感覚で、満足度としては”やや満足”であったが、それでも最終的に、4日間を終えて振り返ると”大変満足”以外の選択肢が頭に浮かばないほど、満足度が高かった。

良かった点：経験豊富な講師陣と朝から晩まで一緒に過ごすことができ、質問ができる場が多かった・実践の場が多かった・ペアでのガイド等で参加者同士の繋がりも深められた・朝晩の食事が素敵だった・道東の壮大な自然を感じられた・”anecdote”など、話の中にでた単語やフレーズを、マークさんや参加者同士の会話で何度も登場させていたことで、覚えやすくなった・マークさん達のこれまでの経験から、いろんなゲストの様子や事例、対処法などを聞くことができた。

(回答者G)

- ・講師の方はもちろん受講生のガイドスキルや語学力もすでにハイレベルで学ぶこと全てが刺激になった。

(回答者H)

- ・今回のトレーニングでは、参加者全員が英語を話すことにとても熱心だったので、とてもいい英語練習になったと思います。案内の準備の機会も与えられたので、前日に学んだことを活かしてスキルアップできたのもよかったです。

ペアワークも非常に勉強になりました！最初は緊張していましたが、リラックスできるようになって、ノアさんとのやりとりがもっと簡単に始めていました。楽しかったです。

集団心理について学ぶのもとても勉強になりました。今までのガイディングでは考えもしなかったことだったので、これからはもっと勉強しようと思います。

Q : (研修全体を通じて) 改善点 (n=5)

(回答者A)

- ・ペアの入れ替えがあると良いと思いました。

(回答者B)

- ・参加者の皆さまの情報 (HPリンクなど) をもう少し早めに知りたかったです。お会いした時に、より具体的に話せたかな、と思いました。振り返ってみると、割とフリーな時間が少なかったのですが、話しきれなかったことは、メールしてみます！行ってみます！

(回答者E)

- ・参加者全員が同じ宿にできたら、延長戦でチーム作戦会議などができたかも。

(回答者F)

- ・参加者それぞれの普段の主なガイディングスタイルや客層を講習序盤の段階で共有できていると、マークさん達や参加者同士がその後のフィードバックなどをしやすいかもしれない。
- ・上記と似た理由で、今回の事前課題のうち、5分間自己紹介を初日に聞いておけたらより良かった、かもしれない (時間の限界もあるので、今回だったら初日の源平での時間に？もしくは、これは運営がさらに大変になってしまうが事前のオンライン顔合わせを全員が参加できる日時で設定し、2分の自己紹介をその場でする、など)。
- ・マークさんは、この4日間でカバーできなかったトピックもたくさんあると仰っていて、今回は話にでなかった経験談もまだまだたくさんあると思うので、事前または初日に参加者それぞれの具体的な目標、持ち帰りたいこと、などをシェアできると、それに合わせたトピックなども選びやすくなるのでは、というのと、それをすることによって参加者自身も当日を迎えるまでにこのワークショップで何を得たいと思っているのかを明確にし、質問なども思いつきやすくなるのでは。…と書いてはみたが、あまり運営側・参加者側、双方の負担を増やすのはどんなものか、という思いと、せっかくのすばらしい機会なので、できることは最大限に…！という思いの混在。

(回答者H)

- ・英語に関するアドバイスの中には、必ずしも適切でないこともあったと感じました。ほとんどのガイドのターゲット顧客が、英語を母国語とする人や、英語が堪能なアジア本土／東南アジアの住民である場合、ゆっくりはっきり話すとか、慎重に言葉を選ぶといった注意は必要ないと感じていました。

⑤参加動機に関する質問

Q : 今回の研修の「参加の動機」は何ですか。(何が参加のモチベーションになりましたか) (n=7)

(回答者A)

- ・講師、事務局側からの推薦と自分自身のスキルアップしたいと思う気持ち。

(回答者B)

- ・Mark Brazilさんが講師であること。現役ガイドさんの講習会であること。全て英語で開催されること。馴染みのない道東エリアであること。今年一年間AT研修会に参加し続け、宝島旅行社のスタッフさんが親切で安心感があつたこと (今回以外では雨池さんなど)。

(回答者C)

- ・マークさんと真弓さんの豊富な知識や経験。

- ・ガイドとの横の繋がりを広げたい。

(回答者D)

- ・マーク・ブラジル先生から直接ご指導をいただけること。

(回答者E)

- ・良いガイドになるため。英語が全体的に弱い、自然解説能力が弱い、といったスキルアップのため。

(回答者F)

- ・年末キャンプ前の時期、冬の道東ということで日程的に迷っていたが、推薦していただいたと聞いたことは大きな動機となった。もしも広く募集されているものだったら、次の機会にと思っていたかもしれないが、直接お声がけしていただけたのなら、せっかくの機会だから参加してみよう、と思えた。一度参加を前向きに考えてからは、これまで行ったことの無い冬の道東に行けること、そして全く行って良いほどいなかった道東の知り合いを増やせるかもしれない、なかなか普段活動している町内以外の場所でのガイドの仕事は無いので、何か仕事に繋がる出会いがあれば、というのも大きな動機となった。

(回答者G)

- ・ガイドスキルと語学力の向上を目指して参加しましたが講義ばかりでなく今回知り合えた仲間が道内で活躍していることを知りとても触発された。

(回答者H)

- ・去年（2024年）初めてスルーガイドをやったけど、とても楽しかったです。これからももっとできるように、自分のスキルを向上させたいと思いました。勉強になったことの多くは、スポットガイドのスキルを向上させるためにも使えると思います。

Q：次回取り扱って欲しい「内容」や「手法」があればご記入ください。(n=6)

(回答者A)

- ・マークさんの研修を1度受けたことのある人向けのアドバンスコース。

(回答者B)

- ・ツアー開催前、ツアー中、クレームなどの情報シェア（Markご夫妻、参加者のみなさんから）。ガイド時のバックの中身。服装で気をつけていること。ツアーに向けてのエリアの情報収集の仕方、深さ、広さ。

(回答者C)

- ・内容も手法も大きく変える必要はないと思いますが、事前の準備として、ガイドブックを一通り読んでくることの重要性を参加者に伝えた方が良かったです。
- ・5 day itineraryのプレゼンは、例えば10分以内等、発表時間の目安を事前に伝えて準備してもらったら良かったかもしれません。

(回答者E)

- ・クジラ、トド、クマなど難しい話題について。

(回答者F)

- ・インタープリテーション。
- ・【1/6追記】：ストーリーテリングの手法についての実践など。今回の講習の中でも、マークさん

は主に“3Es (expand, explain, examples)”, “big picture, small details”として触れていて、特に北方民族博物館でのワークでは実践の場があったが、もう少し話を聞きたかった。時間の関係で難しかったところもあると思うが、インタープリテーション（通訳・翻訳だけでなく、その場所の自然・文化・歴史などの背景を体験を通して伝え、地域とゲストを繋ぐ/今、ガイドしている現場にあるものを通して、話の中でいかに見えないものを見せ、想像させることができるか）の手法は場所を問わず、どんなフィールドのガイドでも活かすことができるので。今回も、摩周湖から見える景色を通して、富士山の麓と同じぐらい大きなカルデラの中にいること、噴火を繰り返してきた地形、について、ワークの中ではっきりとイメージし、感じる事ができた。

(回答者G)

- ・ガイドスキルはあるものの、語学力に不安を抱える方々向けの内容にした研修。

⑥研修で得たことに関する質問

Q：今回の研修での一番の収穫（ベネフィット）は何ですか。（n=7）

(回答者A)

- ・マークさんたちのこれまでの経験、失敗談、ガイド仲間とのネットワーク。

(回答者B)

- ・世界中、日本中、北海道で活躍されている現役ガイドの皆さんの、ガイディングの手法、英語力を知れたこと。

(回答者C)

- ・情熱にあふれたメンバーと楽しく過ごせたこと。

(回答者D)

- ・ストーリーテリングと人脈。

(回答者E)

- ・fasten seatbelt for your safety please. (自分のゆるさ、準備不足の自覚)

(回答者F)

- ・これまでは職場を通じた知り合いしかいなかった道東に、自分の知り合いができたこと、マークさんに出会い、師事できたこと・実践の中で自分のガイドを断片ながら見ていただいた上で、別れ際“follow your gut”と背中を押してもらえたこと、道東の冬の自然を体感できたことは、西側に戻ってガイドする上でも大いに生きてくるであろう。

(回答者G)

- ・人の繋がりができたこと。

⑦その他

Q：その他感想等があれば、自由にご記入ください。（n=7）

(回答者A)

- ・マークさんにガイディングに関する本も書いてほしいと思いました。(小冊子のボリュームありバージョン) それからアドバンスコースも是非、実施してほしいです。素敵な学びの機会を提供してくださり本当にありがとうございました。

(回答者B)

- ・スタッフの皆さま、開催まで、開催中と準備や運営をありがとうございました。参加することで、Markさんや他の参加者の皆さまに、英語力などで迷惑をかけるのではないかという心配がある中、実際に参加させて頂き、大変感謝しております。
- ・数えきれない恥ずかしい失敗やうまく話せないことも多かったです。皆さんからのフィードバックが全て身になっております。自分の強みも少しながら感じ取りました。
- ・全道から集まったガイドさんと繋がることができました。みなさん、信念と熱意を持っていてガイドをしている素晴らしい方々です。
- ・今後の計画では、夏山ガイド（もっと勉強した後、自然ガイド）、全国通訳案内士、その後にATガイド申請に必要な資格を取得し、2026年のATスルーガイド申請を考えています。それまでの期間に実務経験もしっかり積みます。
- ・今回知り合った方から、スノーシューガイドのお誘いを受けました。まずは得意な冬のアクティビティから経験を積んでいきます。
- ・来年またMarkさんの研修会がありましたら、ぜひ参加したいです。どれだけ成長したか見て頂きたい。そして、参加者の皆さんに自分ならではの強みで経験したコンテンツや内容をシェアして、チーム全体が向上できるような何かを持って行きたいと考えています。
- ・ATスルーガイド制度が始まり、何も資格がない状態、一から研修や資格を取り、活躍する！ガイドのひとつのモデルケースになればとも思っています。年齢やバックグラウンドはみんな様々。それらを生かしたガイドが、北海道の魅力を発信する！そんな一人になりたいと思っています。今後とも、どうぞよろしく願いいたします。

(回答者C)

- ・企画運営お疲れ様でした。この研修が今後も継続されることを願っています。

(回答者D)

- ・これまでにたくさんの研修に参加してきましたが、最も実践的でinspiringなものの一つでした。このような機会に参加できたことに感謝します。今後もこのようなワークショップが継続されることを強く願います。

(回答者E)

- ・大変学びが多く有意義でした。思いっきり楽しんでしまいましたが、実は、かつて海外の添乗員で対応したトラブルを思い起こして、ゾツとしていたりも。できるだけ長いツアーを任せられるような、良いガイドになりたいと、あらためて強く思いました。

(回答者F)

- ・これまでも少し触れてきましたが、普段は森に入るのは初めて、という方をガイドすることが多く、英語でのスルーガイドの仕事は入ったことがないので、今回“英語でのスルーガイドの能力向上”という明確なテーマをもったこの研修に、私が参加して良いのか…？そんな立場の私が、戻ってきて実際に使えるような学びを得ることができるのか？と不安や心配もあった中、マークさん・まゆみさん・あやかさんにお会いして話を聞いてみたい、冬の道東に行きたい、道東に知り合いを増やしたい、という動機で参加させていただきましたが、時間の経過とともに、普段のガイドにも活かせるような学びも増え、終了後から二日経った今でも充実感が残っているぐらい、得るものの多い研修となりました。

- マークさん、まゆみさん、あやかさんはもちろん、他の参加者のみなさん、そして道東の大ファンになって帰ってきました。マークさんの話にもありましたが、他の方のガイドも他の場所で積極的に受けていきたいと感じました。
- 個人的には、ぱぴりおから歩いて屈斜路湖畔に毎朝いけて、道東に住んだ気分を味わえたのも、とても良かったです。
- “英語でのスルーガイドの能力向上”という点で振り返ると、せっかく経験豊富な講師陣から学べる機会が、英単語を学ぶだけになってしまったらそれはもったいないし、その先のものを求めている参加者には申し訳なくなってしまう、かといって、全員が事前に課題の教本を読み込んで内容を全て覚えてくるというのも現実的ではなく、実はそのバランスは結構難しいのではと、ふと感じました。今回は、いくつか英単語を確認する場面はありながらも、全体の割合でいうと多くはなかったですし、英語はあまり得意ではないとおっしゃっていた参加者の方もいましたが、その方々も英語以外の場面で強みを発揮されていたり、チーム全体の学びにも貢献されていましたし、全く問題なく、過去2回の研修でもそういった問題が起こっていないのであれば、私が気にしすぎているだけなのかと思いますが。
- 毎晩の振り返り・まとめメールは、夜遅くまできつと大変だったのではと思いつつも、その日のうちに振り返り自分の記憶とすりあわせをしたりでき、有りがたかったです。
- また、参加者だけでなく、主催・運営スタッフのみなさまも、なるべく英語が使われたりといった姿勢でいてくださったのも、全体の雰囲気良くなった要因の一つかと感じました。
- 今回は、このようなまたとない機会をいただきまして、ありがとうございました。この研修を、これからのいろいろなきっかけにできるよう、自分のフィールドで精進していきますので、今後ともよろしく願いいたします。

(回答者G)

- 参加で得られた経験を今後活かせるような将来を描けるよう努力したいと思います。

4.2. 検証・今後の提言

(1) 研修実施による効果

①「英語によるガイドング技術」の向上に繋がったか否か

研修後のアンケートでは、研修を受けた参加者8名のうち、87.5%にあたる7名が「英語によるガイドング技術の向上に繋がる学びや気づきがあった」と回答したことから、本研修は英語によるガイドング技術の向上に繋がるものであったと考える。同質問に対して「英語によるガイドング技術の向上に繋がる学びや気づきがなかった」と回答した1名は英国出身の英語を母語とする話者であった。

具体的な英語によるガイドング技術の向上に繋がる学びや気づきとしては、「ガイド業務で実践的に使える語彙の獲得」、「英語話者が理解しやすいような情報の伝え方・ガイドトークの組み立て方（*Idea of Tree* [幹と枝葉]と*Spider's Web* [蜘蛛の巣]の考え方)」、「ストーリーテリングの技法（自然環境や歴史的背景に関する情報を単なる事実として伝えるのではなく、物語として語ることで参加者の興味や関心を惹きつけ、深い理解や感動を与えること。また、参加者自身の体験と物語を繋ぎ合わせ、忘れられない思い出として記憶に残るようにすること）」などが挙げられた。

②「スルーガイドとしての能力」の向上に繋がったか否か

研修後のアンケートでは、研修を受けた参加者8名全員が「スルーガイドとしての能力向上に繋がる学びや気づきがあった」と回答したことから、本研修はスルーガイドとしての能力向上に繋がるものであったと考える。

具体的なスルーガイドとしての能力向上に繋がる学びや気づきとしては、「グループダイナミクス理論に基づいた、ガイドによるグループマネジメントの重要性の理解」、「参加したそれぞれのガイドの得意分野や個性に基づいた多様なガイドング方法の観察」、「点と点の結びつきを意識したブリーフィングやインタープリテーションの重要性の理解」、「ストーリーを意識したガイドングや旅程の組み立てがゲストの満足度を左右することの理解」、「心理学のアプローチを用いた顧客理解の手法」、「難しいゲストのマネジメント事例の共有」、「今いる場所や目の前のものから北海道や日本全体、世界に繋げるガイドトークをするための方法」、「ガイドとしてのゲストの前での立ち振る舞いとその背景となる考え方の理解」などが挙げられた。

③結論

以上のことから判断するに、本研修は英語によるガイドング技術の向上、並びにスルーガイドに求められる能力向上に有効であったと言える。

(2) 研修の手法の有効性の検証結果

①手法1：「座学」と「野外での実践」を組み合わせる実施

研修手法に関する満足度を尋ねたアンケートでは、研修を受けた参加者8名のうち、「大変良い」(87.5%、7名)、「良い」(12.5%、1名)と回答しており、高い満足度を得られたことから、当該手法は有効であったと言える。

②手法2：ペア制（参加者10名程度の研修において、参加者同士をペアにすることで、ペア間での意見交換や対話を促進し、研修効果を高める手法）で実施

研修手法に関する満足度を尋ねたアンケートでは、回答者7名のうち、「大変良い」(71.4%、5名)、「良い」(28.6%、2名)と回答しており、高い満足度を得られたことから、当該手法は有効であったと言える。なお、研修参加者8名のうち1名は未回答であった。

③手法3：悪天候時などの代替案として、室内フィールドを活用したロールプレイングを組み込んで実施

研修手法に関する満足度を尋ねたアンケートでは、研修参加者8名全員が「大変良い」と回答しており、極めて高い満足度を得られたことから、当該手法は有効であったと言える。

④手法4：英語によるガイディングに精通したガイドを講師として実施

研修手法に関する満足度を尋ねたアンケートでは、研修参加者8名全員が「大変良い」と回答しており、極めて高い満足度を得られたことから、当該手法は有効であったと言える。

⑤結論

以上の結果を踏まえ、本事業で実施した研修手法は、研修目的の達成に有効であったと判断できる。

(3) 改善点

参加者へのアンケート結果を分析した結果、以下の点が改善点として挙げられる。

①ペア制に関する改善

- ・ペアの組み合わせによっては、一方に頼ってしまう状況が見受けられた。研修効果を最大化するため、日ごとにペアを変更する、または事前に参加者の語学力や経験を把握した上でペアを編成するなどの工夫が必要である。
- ・全ての参加者のレベルを事前に把握することは困難な場合があるため、くじ引きでペアを組み、日ごとに変更することが現実的な対応策と考えられる。

②参加者同士の情報共有

- ・参加者同士の相互理解を深め、経験を共有するため、研修前に参加者の情報を開示する、または全員が同じ宿泊施設を利用し、交流の時間を設けるなどの工夫が有効と考えられる。

③インタープリテーション能力向上への重点化

- ・通訳・翻訳だけでなく、その場所の自然・文化・歴史などの背景を体験を通して伝え、地域とゲストを繋ぐインタープリテーションの手法について、より重点的に研修を実施する必要があると考えられる。
- ・特に、ガイドしている現場にあるものを通して、話の中でいかに見えないものを見せ、想像させることができるかという点について、より深く掘り下げた研修内容にすることが望まれる。

(4)今後の提言

- ・ガイド同士の経験共有と実践の場の提供

参加者からは、ガイド同士が経験を共有し、実践する場の必要性が示唆された。このことから、今後も継続的にワークショップや研修などを開催し、ガイド同士が互いに学び、高め合う機会を提供していくことが望まれている。

5. ATの裾野拡大に向けた方策の実証（受入環境を整備する・市場を開拓する）

5.1. 研修の実施

ATの裾野拡大に向けた方策の実証では、まずATの体験価値と企業が求める研修効果の両面を提供できるガイドの養成を目的とした研修「（1）北海道アウトドアリーダー養成研修」を行う。その後、研修参加者が運営スタッフ（カウンセラー）として加わる形で、ATを活用した企業研修「（2）ビジネスパーソン養成研修」を実施し、運営スタッフや研修参加者への意見の聴取から、北海道におけるATガイドの繁閑差対策となり得るか、これまでATに強い関心を抱かなかった層へのアプローチとして有効であるか検証する。

以降、「（1）北海道アウトドアリーダー養成研修」と「（2）ビジネスパーソン養成研修」の両研修について報告する。

（1）北海道アウトドアリーダー養成研修

①研修の運営体制

ATの観点と人材育成、企業研修の観点について、両方に知見を有する者を講師として、岡村泰斗氏を選定した。

なお、「（2）ビジネスパーソン養成研修」についても、岡村氏を選定して監修・企画・運営した。

	<p>岡村 泰斗 氏 Leave No Trace Japan 代表理事 株式会社backcountry classroom CEO</p> <p>[経 歴] 2000年 筑波大学大学院博士号（体育科学） 2000年 奈良教育大学助教授 2006年 筑波大学体育科学系講師 2011年 backcountry classroom代表 2012年 株式会社backcountry classroom代表取締役CEO</p> <p>[社会活動] 一般社団法人Wilderness Education Association Japan代表理事 NPO法人Leave No Trace Japan代表理事 Wilderness Risk Management Japan副代表理事 International Camping Fellowship Research Committee 公益財団法人日本アウトワードバウンド協会評議員 幼少年キャンプ研究会副代表</p> <p>[資 格] Wilderness Education Association Certifying Examiner Wilderness Medicine Training Center Licensed Instructor Leave No Trace Mater Educator 日本山岳ガイド協会登山ガイドステージⅡ 全日本スキー連盟スキー・スノーボード指導員・A級検定員</p>
--	---

	<p>日本キャンプ協会キャンプディレクター1級</p> <p>[受賞]</p> <p>日本野外教育学会奨励賞</p> <p>Wilderness Education Association Outdoor Educator Award</p> <p>Wilderness Education Association Japan Instructor Award</p> <p>Wilderness Education Association Japan Outstanding Wilderness Educator Award</p> <p>現在、日本全国で、野外指導に関する各種国際基準のもと、野外企業研修、野外指導者養成などの人材育成を行う。2000年に国内で初めて野外教育に関する博士号を取得し、2010年まで大学で野外教育の指導を行う。その後、現在の会社を起業し、2013年にWilderness Education Association、2015年にWilderness Medicine Training Center、2021年にLeave No Traceの国際ブランチを設立するなど、野外指導のグローバリズムとプロフェッショナリズムの推進に取り組む。</p>
--	---

②実施概要

実施目的	ATの体験価値と企業が求める研修効果の両面を提供できるカウンセラーの育成
日程	令和6年9月24日 10:30～9月30日 13:00
実施場所	国立日高青少年自然の家 日高山系の山中
参加条件	<ul style="list-style-type: none"> ・ Wilderness First Aid 及びLeave No Trace Level 1インストラクター保持者 ・ 10月22日～10月24日の2泊3日開催の企業研修の講師候補5名 (十勝エリアまたは十勝周辺地域を拠点に活動するガイドが優先) ・ 残り10名は、閑散期対策の必要性を感じており、本事業に対して意見、提案等協力する意思のある現役ガイド ・ 本研修で得たスキルを活かした取組を期待できる者

③募集

参加者募集のため、研修の目的、概要、参加条件等が把握できる案内チラシを作成し、メール等で案内を行った。

北海道アウトドアリーダー 養成研修

募集人員
野外指導者
15名

実地研修開催日時
2024年9月24日(火)
～9月30日(月)の7日間

※事前の20時間のオンライン研修あり

目的

アドベンチャー・トラベル(以下、「AT」)市場において、北海道・日本への関心が高まっているこの機会を捉え、北海道におけるATの定着及びさらなる活性化に向け、取り組みが必要となっています。北海道でATが定着し、ATを楽しむ人たちの裾野を拡大するためには、ガイドの量的な確保も必要ですが、その阻害要因として需要の差が考えられます。このため、北海道運輸局では、開散期対策の手段として、旅行のハイシーズンでなくとも実施の可能性があり、ATの体験価値と親和性のある企業研修に着目し、ATを中心とした企業研修を実施し、その効果を検証する予定です。

本研修では、企業研修においてATの体験価値と企業が求める効果を実現することができる講師を育成するプログラムを提供します。 ※10月に実際の企業研修の実証を予定しています。

●アウトドアリーダー資格(COL)について
WEAの野外指導者養成の根幹となる資格であり、野外において、ミッションと教育目的を達成し、安全を維持し、環境に配慮できる知識とスキルを有する野外指導の専門家であることを意味します。

開催場所
国立日高青少年自然の家 集合：9月24日(火) 8:30 / 解散：9月30日(月) 17:00

受講対象者条件

- Wilderness First Aid 及び Leave No Trace Level 1インストラクター保持者
- 10月22日(火)～10月24日(木)のうちの2泊3日開催で実施予定のモニター研修の講師候補5名(十勝エリア又は十勝周辺地域を拠点に活動するガイドが優先になります)
- 残り10名は、開散期対策の必要性を感じており、本事業に対して意見、提案等協力する意思のある現役ガイド
- 本研修で得たスキルを活かした取組を期待できる者
- ※応募者多数の場合は、抽選とします。

研修に含まれるもの


研修中の食事費用、宿泊費用、保険代
※現地までの交通手段については、各自ご負担をお願いします。交通手段のご手配が難しい方はご相談ください。

申込方法

下記、事務局までお問い合わせください。
株式会社JTBグローバルマーケティング&トラベル
メール: solution@gmt.jtb.jp 担当: 相馬

申込締切日
2024年9月8日(日)

講師 Leave No Trace Japan 代表理事
株式会社backcountry classroom CEO **岡村 泰斗 氏**



現在日本全国で、野外指導に関する各種国際基準のもと、野外企業研修、野外指導者養成などの人材育成を行う。2000年に国内で初めて野外教育に関する博士号を取得し、2010年まで大学で野外教育の指導を行う。その後、現在の会社を起業し、2013年にWilderness Education Association、2015年にWilderness Medicine Training Center、2021年にLeave No Traceの国際プランを設立するなど、野外指導のグローバルスタンダードの推進に取組む。

研修プログラム

- 指導者
リードインストラクター：岡村 泰斗、アシスタントインストラクター：1名
- 事前準備
9月10～23日の間にオンラインによる事前学習視聴の必要あり(20時間) ※オンラインテストあり
- 実地研修プログラム
※宿泊・拠点：国立日高青少年自然の家(実地研修の実施場所については日高山系の山中にて実施)
※詳細な集合時間や時間割については、お申込みいただいたちにお送りさせていただきます。

9月24日(火) 座学研修等によるWEAカリキュラムの理解、SPECの理解、TRIPプラン策定
9月25日(水) 遠征準備、遠征開始
9月26日(木) 遠征
9月27日(金) 遠征
9月28日(土) ファイナル遠征
9月29日(日) 遠征終了、遠征ふりかき
9月30日(月) WEAコースの実施方法、最終評価
※当日の天候等によりプログラムや実施場所が変更となる場合があります。

研修カリキュラム

下記1)～6)の知識と技術を獲得し、山岳活動を通じてアウトドアリーダーとしての資質を備える人材を養成します。以下のスキルを学びます。

- 1) 野外生活技術
- 2) 遠征計画
- 3) リーダーシップ
- 4) リスクマネジメント
- 5) 環境スキル
- 6) 指導法

服装・持ち物

○登山に適した服装一式 ※次のものは必ず服装に含んでください。
ニット帽、ハイキンググローブ、防寒着(ダウン、フリース等)、厚手のソックス

○持ち物
レインウェア、スリーピングバック(4シーズン用可)&スリーピングパッド、食器&カトラリー(スプーン&フォーク等)、カップ(保温性のあるマグカップ等)、ナイフ、バックパック60リットル以上、ハイキングシューズ、テントサイトシューズ、ヘッドライト、換気電池、水筒(1リットル)2本、カイドロープ(8mm20m)、スリング(60cm)4本、スリング(120cm)2本、カラビナ(スリング用)6個、安全環付カラビナ2個、クライミンググローブ(作業用革手袋で代用可)、簡易ハーネス、ヘルメット、ハイキングストック、ツェルト、コンパス、ビニール袋(5～6枚)、ストックバック(サイズ:ジップロック等5～6枚)、ストックバック(サイズ:ジップロック等5～6枚)、スタッフバック20～30リットル(適宜/バックの中の荷物の整理に使用)、マッチorライター、洗面用具、常備薬、筆記用具

○主催 / 国土交通省北海道運輸局
本研修は国土交通省北海道運輸局が実施する「ATの定着・さらなる活性化に向けた実証事業」の一環として実施します。

○実施事業者 問い合わせ先
実施事業：国土交通省北海道運輸局「ATの定着・さらなる活性化に向けた実証事業」
受託事業者：株式会社北海道宝島旅行社
事務局：株式会社JTBグローバルマーケティング&トラベル TEL: 03-5796-5668 メール: solution@gmt.jtb.jp

④参加者情報

案内の結果、3名の方から参加申し込みがあった。※申し込み順

No	氏名	所属
1	高畠 敦子	フリー
2	山内 涼平	鶴雅アドベンチャーベース【SIRI】
3	菊地 敏孝	北海道アドベンチャートラベル協議会

※参加条件としていた「Wilderness First Aid 及びLeave No Trace Level 1インストラクター保持者」を満たす申込者は集まらなかったが、講師の判断により上記の3名の参加を許可した。

⑤研修での専門スキル習得の流れ

企業が求める研修の効果を提供できるよう「判断(問題解決、意思決定)」や「リーダーシップ」「ファシリテーション能力」、「コミュニケーション」といったビジネスに求められる要素について、あらゆる野外指導に汎用性、一般性があり、全ての野外教育、キャンプ、環境教育、ネイチャーガイドなどの指導者が活用可能なWEA(Wilderness Education Association)の国際カリキュラムのプログラムにより、専門スキルの習得とともに体系的に学んだ。

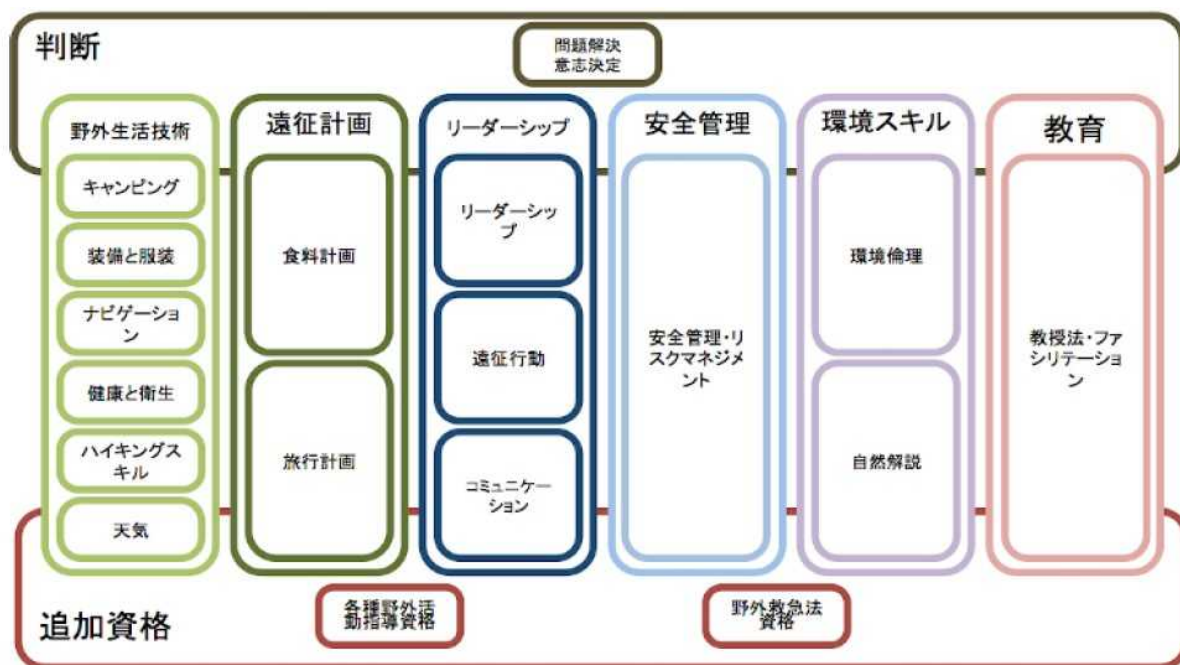
〈WEA (Wilderness Education Association) とは〉

昭和52年に、ポール・ペッツォにより設立された、野外教育指導者養成団体で、世界各国に50以上の加盟団体を持ち、野外教育指導者養成コースの課程認定及び資格発行を行っている。ウェブ上のポートフォリオ（個人記録表）であるInternational Registry of Outdoor Educators and Leaders :IROEL（国際野外教育者・指導者登録システム）を持ち、全世界の野外指導者との情報交換を可能にしている。

〈WEAの国際カリキュラムとは〉

野外教育指導者に必要な専門スキルとして、「野外生活技術」、「遠征計画」、「リーダーシップ」、「リスクマネジメント（安全管理）」、「環境スキル」、「教育」の6コアスキルを挙げており、さらにそれらの専門スキルを活用するスキルとして、「判断」を挙げている。

追加資格（野外指導者の前提となるスキル）として、「野外救急法」とクライミング、カヤック、スキーなどの特定の冒険活動を挙げており、これらの2つのスキルはWEAコース以外で取得することが義務付けられている。



※追加資格については、本研修では原則下記の取得を保持している者を研修対象者とした。

- ・ Wilderness First Aid 及び Leave No Trace Level1 インストラクター保持者

〈SPECモデルについて〉

WEAの国際カリキュラムのプログラムにおいて、本研修で重要となる考え方であり、その内容は下表のとおり。

SPECモデルの概念	
Student-Centered (生徒中心)	参加者の主体性を尊重するため、参加者が自ら目標を設定し、自ら解決する。
Problem-Based (問題重視)	解決すべき課題を与え、問題解決の過程で参加者が必要な能力を高める。
Experiential (体験的)	体験を分析することによって課題を解決するための方法を学習し、次の体験に活用する。
Collaborative (協働的)	課題解決に向けて参加者の個々の強み弱みを理解し、それらの相乗効果によって集団機能を発揮する。

⑥実施行程

【1日目】実施場所：日高青少年自然の家

日程	時間	内容
9月24日（火）	9:00～	<ul style="list-style-type: none"> ■自己紹介 ■ガイダンス ・WEA (Wilderness Education Association) の活動概要について ・野外指導者に求められる資格取得について ・コースフレーミング（研修概要の説明）
	10:00～	<ul style="list-style-type: none"> ■事前学習テスト ・WEAカリキュラム、野外生活技術、リーダーシップ、リスクマネジメント、環境リテラシーに関する内容について
	11:00～	<ul style="list-style-type: none"> ■野外活動における教育原理について ・SPECモデル（※）の理解と活用
	12:00～	昼食
	13:30～	<ul style="list-style-type: none"> ■SPECティーチング・SPECフィードバック ・題材：①ツェルト、②水の浄化、③ガソリンストーブ
	17:00	宿泊施設にチェックイン
	18:00～19:00	夕食及び入浴
	19:00～21:00	遠征計画の作成



アウトドアリーダーシップの基礎学習として、座学にてWEAカリキュラムに沿った必要な知識を習得した。



研修参加者がアウトドアの基礎知識について講師から指示された事前学習を行い、研修初日にテストを実施した。



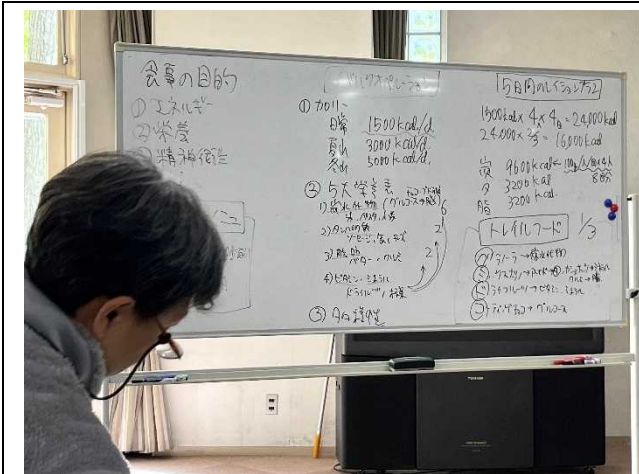
アウトドア知識のない者に対して適切にガイディングができるようガイド方法やコミュニケーション方法を習得するため、参加者が体験や教示を行い、参加者相互と講師で評価した。(SPECティーチング・SPECフィードバック)



翌日の山岳遠征に向けて、地形図から各地点間に必要な時間の計算等を行い、各遠征日の遠征計画を作成した。

【2日目】実施場所：日高青少年自然の家及び日高山系の山中

日程	時間	内容
9月25日 (水)	7:00～	食事 (食後、チェックアウト)
	8:30～	■遠征計画の復習
	9:00～	■食糧計画について ■レイヤリングについて ■パッキングについて ■遠征 (山行) 準備
	13:30～	移動
	14:30～	■テント設営 ■ティーチング演習及びフィードバック ■リーダーシップ理論
	17:00～18:30	■食事 ・山行時の食糧配分を加味したメニュー構成と調理 ・ガスバーナー (火器) の安全な取り扱い方法の習得 ・食事後の廃棄物を残さない工夫の実践 (煮沸処理とグレーウォーター)
	18:30～20:00	■ティーチング演習及びフィードバック ・グループダイナミクス、意思決定について 就寝 (宿泊地：チロロ林道入口テント場)



アウトドア活動で求められる食事のあり方や必要な栄養素などの知識を習得した。



必要な装備品について、身に付け方を参加者同士・講師で実践し評価した。



山行に必要なとなる栄養素と効率的に摂取できる食料、食料のパッキング方法について習得した。



実際に山岳中において、必要となる装備の活用方法を実践のうえ、習得した。

【3日目】実施場所：日高山系の山中

日程	時間	内容
9月26日（木）	4:00～	起床、片付け、食事
	8:00～	<ul style="list-style-type: none"> ■ 焚き火の取り扱い ■ ロープワークの実践
	10:00～	テント場出発（チロロ林道入口）／山行開始
	15:30～	ニノ沢出会到着 <ul style="list-style-type: none"> ■ テント設営
	17:30～	<ul style="list-style-type: none"> ■ ティーチング演習及びフィードバック ・ リーダーシップ、認知的バイアスについて、参加者が解説し、その内容について各自相互にフィードバックを行った
	19:00～	<ul style="list-style-type: none"> ■ 今日の振り返り ・ 「出発時」の準備と行動 ・ 「到着後」の円滑な段取りと明日の行動計画の確認
	21:30	就寝（宿泊地：ニノ沢出会テント場）



環境に負荷をかけず、痕跡を残さないための焚火の知識を習得した。



山岳ガイドが実践している傾斜場やテント設置の際のロープワークの知識を習得した。

【4日目】実施場所：日高山系の山中

日程	時間	内容
9月27日（金）	4:00～	起床、片付け、食事
	6:00～	テント場出発（ニノ沢出会）／山行開始
	11:00～	トツタの泉到着 ■テント設営
	13:30～	■ティーチング演習及びフィードバック ・意思決定やコミュニケーションについて参加者が解説し、その内容について相互にフィードバックを行った
	15:30～	■中間評価 ■エクスペディションビヘイビア概論 ・遠征チーム内の技術、健康、体力、ストレスなどの差異に気づき、それに配慮できる行動を習得した
	17:30～	食事
	19:00～	■今日の振り返り
	21:00	就寝〈宿泊地：トツタの泉テント場〉



意思決定やコミュニケーションについて、前述のSPECモデルに基づいたティーチング・フィードバックの手法で、参加者によるティーチングと各自のフィードバックを行った。



目指す最終ゴール地点と照らし合わせ、地形図から各地点間に必要な時間を見直し、翌日以降の行動に反映した。



アウトドア活動は、不特定多数の人間が同じスペースを共有しながら行われ、長期間ストレス下にいることが多いことから、メンバーとの適切な関係の維持が重要。これらの多様な関係性を良好に維持する行為について学んだ。

【5日目】実施場所：日高山系の山中

日程	時間	内容
9月28日（土）	3:00～	起床、片付け、食事
	4:30～	テント場出発（トッタの泉）／山行開始
	6:20～	<p>糠平岳山頂に到着し、休憩後、次の目的地に向けて出発。 総合演習として、集団マネジメントについて理解を深めた。 集団の成熟過程の理解、及び段階におけるリーダーの適切な介入、支援は以下の通り。</p> <p>1) 形成段階 互いに関与しない個の集団 →対応：メンバーとの信頼関係の構築。目標設定、必要な情報の提供</p> <p>2) 葛藤段階 集団内が競争的、批判的な状態 →対応：メンバーの意見を傾聴。具体的な解決策の提案</p> <p>3) 統一段階 互いのギャップを受容している状態 →対応：目標達成のための合意形成、プロセスに参加</p> <p>4) 成熟段階 集団機能を獲得。集団機能の役割が最大限発揮されている →対応：集団に決定権を委譲し、達成を共に賞賛</p>
	8:00～	北戸蔦別岳山頂に到着し、休憩後、次の目的地に向けて出発
	9:50～	戸蔦別岳山頂に到着し、休憩後、次の目的地に向けて出発
	10:50～	北戸蔦別岳山頂に到着し、休憩後、次の目的地に向けて出発
	13:00～	糠平岳山頂に到着し、休憩後、次の目的地に向けて出発
	14:30	トッタの泉到着 ■テント設営
	16:00～	■今日の振り返り
	20:00	就寝（宿泊地：トッタの泉テント場）



今までに実践してきた地図読みやコンパスによる現在位置確認、ロープワーク、パッキングを実践した。

【6日目】実施場所：日高山系の山中、国立日高青少年の家

日程	時間	内容
9月29日（日）	3:00～	起床、片付け、食事
	5:00～	テント場出発（トッタの泉）／山行開始
	8:00～	沢・左岸に到着し、休憩後、次の目的地に向けて出発
	11:30	チロロ林道入口に到着
	12:00～	国立日高青少年の家へ移動 昼食及び入浴
	15:00～	■山行道具の片付け ■会議室の清掃 ■「ビジネスパーソン養成研修」に向けた打合せ
	18:00～	夕食
	19:30	■今日の振り返り ・山行におけるリーダーシップの発揮（安全管理とグループダイナミクス） 就寝（宿泊地：国立日高青少年の家）

山行後、道具や装備品が次回以降もスムーズに活用できるよう片付けや手入れ方法の知識を習得した。座学にて、参加者やガイド自身の安全管理方法や、山行におけるリーダーシップがグループに及ぼす影響についての知識を習得した。

座学にて、グループマネジメントと時間管理のバランスを学び、脱落者が出ない運行管理についての知識を得た。

【7日目】実施場所：国立日高青少年の家

日程	時間	内容
9月30日（月）	7:30～	朝食
	9:00～	■ インタープリテーション演習及びフィードバック
	10:30～	■ 最終評価
	12:00～	■ 修了式
	13:00	解散



インタープリテーション演習及びフィードバック。施設周辺にある自然の魅力を伝え、参加者と地域資源を繋げるコミュニケーション手法を習得した。



野外活動スキル、遠征計画及び運行、安全管理、環境負荷への配慮、教育理論の理解と実践における評価を講師及び他の参加者から受け、最終評価とした。

⑦研修実施後

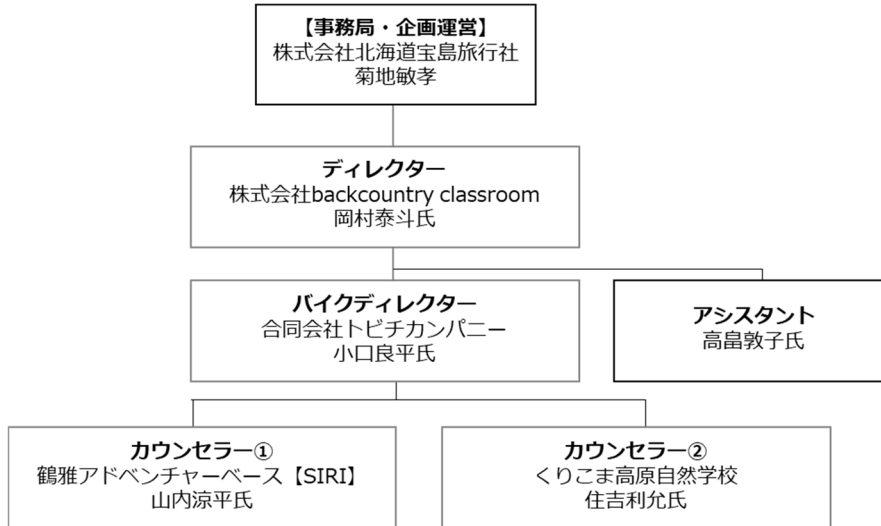
本研修での5日以上野外遠征を通じて、WEAカリキュラムの評価を行った結果、野外指導のプロフェッショナルとして、グループを野外活動に連れて行き、安全と環境に配慮し、活動の目的を達成することができる知識とスキルの証としてCOL (Certified Outdoor Leader) に山内氏が合格し、カウンセラーの資格を得た。また、AT体験を通じた企業研修の運営に求められる人材の基礎を習得した他の参加者は、「(2) ビジネスパーソン養成研修」において、運営スタッフ（カウンセラーのほかアシスタント・事務局）を担当することとなった。

(2) ビジネスパーソン養成研修

①運営体制

ディレクター1名・バイクディレクター1名・カウンセラー2名・アシスタント1名・事務局1名の計6名の運営スタッフで企業研修を実施した。

なお、運営スタッフには、「(1) 北海道アウトドアリーダー養成研修」において、講師を務めた岡村氏、参加者から運営スタッフとなった3名（高島氏・山内氏・菊地氏）が含まれる。



バイク ディレクター	合同トビチカンパニー 小口良平氏	自転車冒険家&自転車旅行研究家（自転車まちづくりサイクルアドバイザー）長野県岡谷市出身。約8年半（平成19～28年）、157ヶ国、15.5万kmの自転車旅に出る。Leave No Trace LV-3、Wilderness Education Association (COL) 保有。
カウンセラー①	鶴雅アドベンチャーベース【SIRI】 山内涼平氏	令和5年鶴雅アドベンチャーベースSIRIのガイドとして従事。釣りときのこのガイドを得意分野とし、阿寒のガイドとして修業している。Wilderness Education Association (COL) 所有者。
カウンセラー②	くりこま高原自然学校 住吉利允氏	神奈川県出身。宮城県北部の栗駒山の中腹付近・川の源流部にあたる場所に位置するくりこま高原自然学校にて、自然体験や野外活動などを行っている。Leave No Trace Trainer。
アシスタント	高島敦子氏	高校卒業後、アメリカに留学。その後令和3年に浦河町の地域おこし協力隊として着任し、そこから自然に興味を持ちガイドの道へ。北海道アウトドアガイド資格（自然）保有。
事務局	北海道アドベンチャー トラベル協議会 菊地敏孝	北海道森町出身。航空系旅行会社に就職後、飲食、再就職支援、温浴、観光振興分野の運営責任者を各社で歴任、平成27年から北海道宝島旅行社に入社し、観光地域づくり分野に従事している。

②実施概要

実施目的	これまでATに強い関心を抱かなかった層に向けて、オフシーズン期でも販売・催行が可能なATを活用した企業研修プログラムを実施することで、ATガイドの収入の安定化と新規需要の開拓に有効な手段となるかを検証する。
日程	令和6年10月22日9:30～10月24日16:30
実施場所	十勝エリア ※オフシーズンの屋外を想定し、晴天率及び平均気温が高く、降水量の少ない十勝エリアで実施。
対象者	<ul style="list-style-type: none"> 北海道内の企業の従業員 3社10名 ※参加者のプロファイリングとして、日常業務においてリーダーシップ、意思決定、問題解決などにメンタルスキルを活用することができる、プロジェクト型の業務に従事している職員が望ましい。 北海道に本社または支社を有する企業 野外活動を通じて、ATの体験と企業研修に必要なスキル取得に興味がある方 サイクリングを通して研修を実施するため、最低限自転車をこぐことができる方

③募集

参加者募集のため、研修の目的、概要、参加条件等が把握できる案内チラシを作成し、前述の研修対象者に該当する人材に関して、対象となり得る企業に対し、メール等で案内を行った。

北海道ビジネスパーソン養成研修

北海道運輸局では、アドベンチャートラベル（以下、「AT」）を推進しており、令和6年度は「ATの定着・さらなる活性化に向けた実証事業」を行っており、(株)北海道宝島旅行社が受託事業者として実施しています。本研修では、ATの要素である、アクティビティを通して自然体験や地域の人々と双方向で触れ合いを楽しみながら、自己変革を起こしていくことを目的としております。今回は、ATのアクティビティの中でも近年人気が高まっているサイクリングを活用し、ゴールに至るまでのルート設定やゴールに至るまでの道中のコミュニケーション、発生した問題への解決を通じ、ビジネスに必要なチームビルディングやビジネスリーダーシップ、問題解決・意思決定能力を育むことを目的とした研修です。

「リーダーシップを発揮できる人材が不足している」「問題解決能力や意思決定の能力が低い」などのビジネスパーソン育成のための課題に対処することができます。

本研修で学ぶことができること

- A地点からB地点に至るまでのルート設定や実際の走行を通じて、コミュニケーション能力や個々のリーダーシップの発揮方法への理解促進につなげます。
- チームメンバーが協力して役割を担い、ルート設定からゴールに至るまでの走行により、協働の重要性への理解を深めます。
- ルート走行中に発生するさまざまな問題を解決することで、課題解決能力と意思決定能力が強化されます。
- 講師や、チームをサポートするカウンセラー5名による毎日の振り返りやフィードバックにより、個々の意思決定に至る思考のプロセスを理解させることができ、より迅速で明確に意思決定が実施できる。
- ゴールに至るまでの過程において、メンバー1人ひとりのスキルや経歴を最大限に生かし、目標を達成できるチームを作り上げる取り組み（チームビルディング）を再現することができます。

開催日程
2024年10月22日(火)～10月24日(木)※詳細は裏面をご確認ください。

開催場所
帯広（活動エリア：十勝全域）

受講対象者条件

- 北海道内の企業職員 3社10名
- ※参加者のプロファイリングとして、日常業務においてリーダーシップ、意思決定、問題解決などのメンタルスキルを活用することができる、プロジェクト型の業務に従事している職員が望ましい。
- 北海道に本社または支社を有する企業
- 野外活動を通じて、ATの体験と企業研修に必要なスキル取得に興味がある方
- サイクリングを通して研修を実施するため、最低限自転車をこぐことができる方

研修目標

下記の知識と技能を獲得し、状況に応じて活用できるようにする。

1) ビジネスリーダーシップ、2) チームビルディング、3) 問題解決・意思決定

参加料

無料※研修開催日までの移動交通費・宿泊費（2万円程度※参加申し込みの際にお知らせいたします。）・食費については参加者負担にてお願いいたします。
※研修終了後に本研修の改善のためのアンケートへの回答をお願いいたします。

申込方法

下記、事務局までお問い合わせください。
株式会社JTB グローバルマーケティング&トラベル メール：solution@gmt.jtb.jp 担当：相馬

講師

岡村 泰斗 氏
Leave No Trace Japan代表理事
株式会社backcountry classroom CEO

現在日本全国で、野外指導に関する各種国際基準のもと、野外企業研修、野外指導者養成などの人材育成を行う。2000年に国内で初めて野外教育に関する博士号を取得し、2010年まで大学で野外教育の指導を行う。

その他、チームをサポートするカウンセラー5名（現地ガイド） 想定

開催行程

・集合：10月22日（火）11：00頃 JR帯広駅集合 ※車でお越しの方については、周囲の有料駐車場に各自で駐車をお願いいたします。

	10月22日	10月23日	10月24日
06:00		キャンプ場A 食事	キャンプ場B 食事
09:00		その日の行動計画確認 サイクリング開始	その日の行動計画確認 サイクリング開始
11:00	集合、ガイダンス 各チームにて行動計画を作成 ベースキャンプ出発 サイクリング開始	サイクリング	ベースキャンプ到着
15:00	キャンプ場A到着（ホソシ湖）	キャンプ場B到着（丸山湖）	振り返り/帯広駅へ移動
18:00	振り返り/講師やカウンセラーによるフィードバック	振り返り/講師やカウンセラーによるフィードバック	終了

雨天決行。上下に分かれたレインコート等をお持ちの上、ご参加ください。警報等が出た場合には、プログラムを変更することがございます。

持ち物

【参加者が持参するもの】
筆記用具、動きやすい服装、スニーカー、水を入れるボトル等1リットル程度があれば望ましい、スナックやエナジーバーなどの補給食、夜間になると10度以下になるため防寒着、レインウェア上下、宿泊道具
※キャンプ場のコテージ等を宿泊するため、ナイトウェアや各自必要なアメニティをご準備ください。

【あれば便利なもの】
サングラス、日焼け止め、タオル、グローブ

【こちらでレンタルするもの】
自転車、ヘルメット、救急キット、自転車の修理用工具セット等、ゴール地点→駅への輸送手段

◎主催/国土交通省北海道運輸局
本研修は国土交通省北海道運輸局が実施する「ATの定着・さらなる活性化に向けた実証事業」の一環として実施します。

◎実施事業者・問い合わせ先
実施事業：国土交通省北海道運輸局「ATの定着・さらなる活性化に向けた実証事業」
受託事業者：株式会社北海道宝島旅行社
事務局：株式会社 JTB グローバルマーケティング&トラベル
TEL 03-5796-5668 メール：solution@gmt.jtb.jp 担当：相馬

④参加者

案内の結果、7名の方から参加申し込みがあった。※申し込み順。

	氏名	会社名(所属名)	業種	役職	職務内容
1	吉本 幹	(株)JTБ	観光業	社員	自治体・DMO など営業
2	大道 三奈	パタゴニア 札幌北	小売業	社員	アウトドアウェアと食品の販売
3	岡野 香子	香ノ舎	観光業	代表	アウトドアガイド
4	北 寛子	A&F	小売業	店長	接客販売
5	西村 陸	A&F	小売業	社員	接客販売
6	保母 高史	日本旅行	観光業	社員	宇宙事業、十勝のまちづくり
7	櫻谷 一真	スタジオサクラ	映像作成	代表	映像作成など

⑤研修でのビジネススキル獲得の流れ

研修参加者を2チームに分け、十勝の全ての道の駅を巡ることを目標に、WEAのカリキュラムの内容を盛り込んだサイクリングによる集団走行を行う。このため遠征計画の作成、野外での集団生活等を通じて、AT体験とともにビジネスパーソンに求められる①リーダーシップ、②チームビルディング、③問題解決能力の習得を目指した。

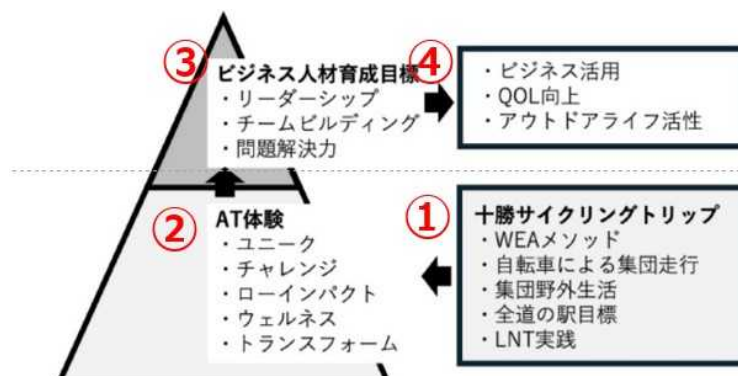
なお、ルールについては下記の通りである。

- ・原則、日の出前、日没後の自転車での走行はしない。
- ・電子デバイスの使用禁止。
- ・個々を尊重する行動、言動を行う。

〈道の駅〉



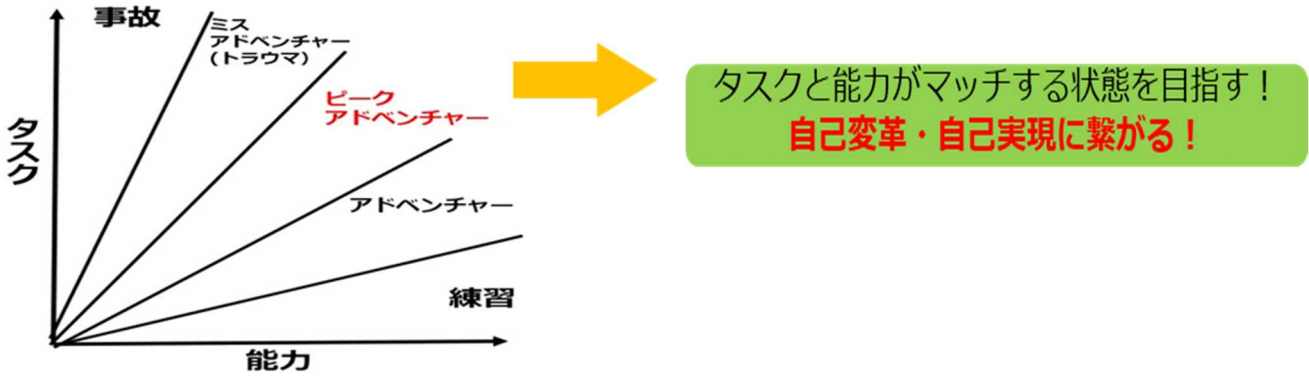
〈研修によるビジネス人材育成等の流れ〉



〈参加者の目指すべき姿〉

各チームで目標を設定し、自身の能力を少し超えたタスクが与えられた状態となるピークアドベンチャーを目指した。

ピークアドベンチャーの状況下では、自らの現状とのギャップで葛藤が生まれ、それを乗り越えることで自己変革といったAT体験や、研修の目的であるビジネスパーソンに求められる能力の習得など自己実現に繋がる。



⑥実施行程

【1日目】※ここでは全2班でのサイクリング行程のうち1班を対象に行程を記載とする。

日程	時間	内容
10月22日 (火)	9:30～	<ul style="list-style-type: none"> ■自己紹介 ■ガイドンス <ul style="list-style-type: none"> ・研修概要説明 ・研修目標設定(研修としての目標、AT体験に関する目標、グループの守るべき約束) ・遠征計画の作成(フィールドブック、地図等を利用してグループワーク) ・自転車走行における安全管理及び交通ルールの解説 ■自転車(実車)及び装備の点検
	12:10～	とかちプラザ出発
	13:00頃～	□道の駅 おとふけ(各自昼食)
	14:50頃～	□道の駅 ピア21しほろ
	16:20～	上士幌航空公園キャンプ場(上士幌町)到着 <ul style="list-style-type: none"> ・テント泊準備、入浴、食事
	20:00～	<ul style="list-style-type: none"> ■今日の振り返り <ul style="list-style-type: none"> ・研修目的及び実習状況の共有 ・エクスペディションビヘイビア概論の解説 (チーム内の技術、健康、体力、ストレスなどの差異に気づき、それに配慮できる行動について) ・明日の遠征計画等についての確認
21:30	就寝〈宿泊地：上士幌航空公園キャンプ場(上士幌町)〉	



岡村ディレクターより研修の目的である、十勝でのATを通じたビジネススキルの習得を目指した研修について、座学での説明を受けた。



小口バイクディレクターによるサイクリングスキルの説明を受けた。



各チームで1日目の遠征計画を作成した。



出発地である十勝プラザにて、自転車の装置、機能の確認、サドル等の調整を行った。





各チームが最初の目的地である道の駅おとふけに到着し、休憩をしながらお互いの走行の確認を行った。



夕方頃に一日目のゴールである道の駅ピア21しほろに到着した。



目的地の道の駅では、地域の特産物を活用した饅頭やコロッケが販売されており、参加者はそれぞれ食を堪能した。



1日目の宿泊先となる上士幌航空公園キャンプ場に到着した。



参加者が協力して、宿泊用テントの設営を行った。



上士幌町内の入浴施設で汗を流した後、参加者が協力して、夕食を作り食した。



参加者が1日目の集団走行を振り返り、翌日に向けたチームでのルールや遠征計画を作成した。

【2日目】

日程	時間	内容
10月23日（水）	4:00～	食事
	5:30～	キャンプ場出発
	6:30頃	□ナイトテラス（上土幌町）
	8:50頃	□道の駅 かみしほろ
	12:30頃	□道の駅 あしよろ銀河ホール21（各自昼食）
	14:30頃	□道の駅 ステラ★ほんべつ 〈車輛搬送にて移動〉
	16:30頃	□道の駅 忠類
	16:40～	ナウマン公園キャンプ場（幕別町忠類）到着 ・テント泊準備、入浴、食事
20:00～	■今日の振り返り ・研修目的及び実習状況の共有 ・明日のコース設定における健康状態、ペース配分について検証と対策	
21:30	就寝〈宿泊地：ナウマン公園キャンプ場（幕別町忠類）〉	



2日目は大雨の中、出発の準備を行った。



ナイトテラスにたどり着くことで、道の駅から道の駅までをワープする権利を獲得できることから、ナイトテラスを目指し、険しい登坂を走行した。

暴風雨により、岡村講師より走行中断を指示。ナイトテラスに辿り着くことはできなかったが、ワープ権が参加者に与えられた。



ナイトイテラスへの道中から道の駅(上士幌)に到着し、飲むヨーグルトを食した。



雨が降り続く中、再びサイクリングを開始。



雨天の中でも1日目よりも向上した集団での走りを見せた。



雨天の中、道の駅(本別)に到着し、ワープ権を使用して、車で2日目の宿泊先となるナウマン公園キャンプ場に向かった。



最終日の走りに向けて、まだまだ走れる人と、そうではない人に分かれて集団走行するチームを再編成し、遠征計画を作成した。



【3日目】

日程	時間	内容
10月24日（木）	4:00～	食事
	5:00～	キャンプ場出発
	5:40頃～	□道の駅大樹
	7:00頃～	□道の駅更別
	9:00頃～	□道の駅中札内
	11:40頃～	とちプラザ到着 ・到着後、昼食
	13:00～	■全体の振り返り ・班別にグループディスカッション（研修における気づき、感想等） ・各個人発表（研修の成果、習得できたスキル等） ・アンケート記入
16:00	解散	



より多くの道の駅の走破し、最終目的地であるとかちプラザ（初日の出発地点）に時間内にゴールする等の遠征計画に沿った出発時間を決め、最終日の行程を開始した。



道の駅（中札内）には、開店前の到着となり、地元グルメは食すことができなかったが、すぐに次の目的地へと走り出した。



道の駅中札内での様子①



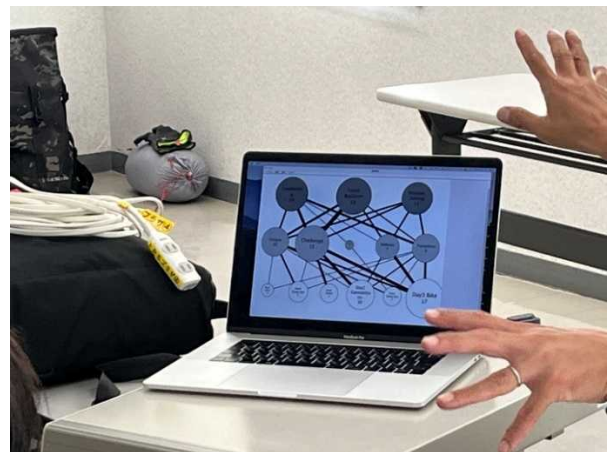
道の駅中札内での様子②



最終日で疲れも出ている中、集団を崩さず3日間のうち最も速い速度で走行を続けた。



2チームとも最終目的地である、とちプラザに到着した。



岡村ディレクターから参加者にアンケートを実施し、参加者が研修内容で何が一番印象に残ったのかなどを集計分析したものを参加者に共有した。



参加者が研修の修了証を受け取り、1人ずつ研修に参加した感想を述べた。



最後に研修参加者、運営スタッフでの集合写真を撮影し研修を終了した。

(3) ビジネスパーソン養成研修の講師及び参加者への意見聴取

①参加者へのアンケート調査

参加者に対し、ビジネススキルの獲得、向上に繋がったかどうか、AT要素を感じることができたのかどうか、さらに今後の需要やATの裾野拡大への効果があるかどうかについてアンケート調査を実施した。

ア. 実施概要

【調査対象】 ビジネスパーソン研修に参加した7名の参加者

【調査方法】 研修実施直後に書面によるアンケート回答

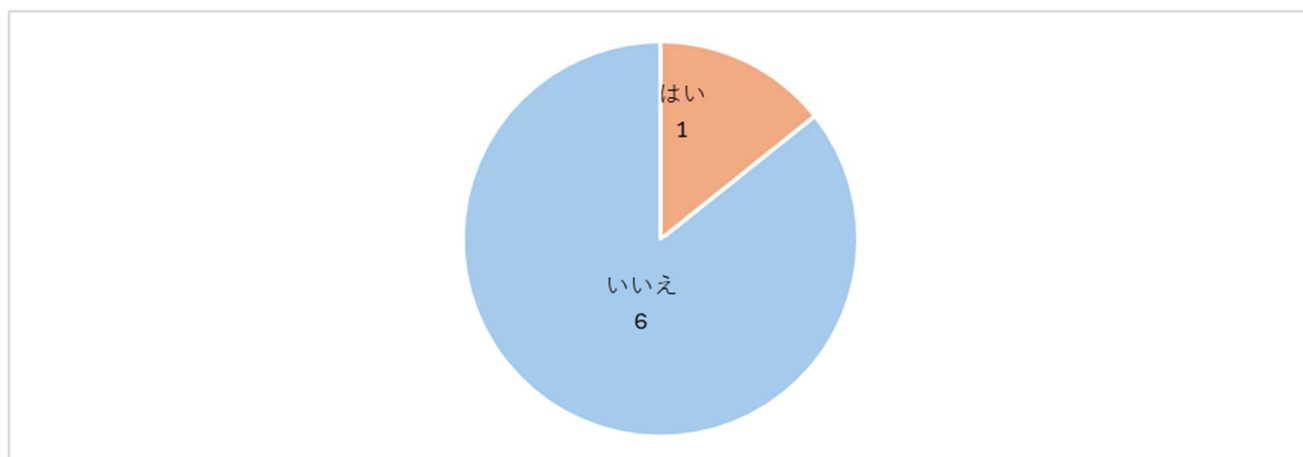
【回収状況】 7名

イ. アンケート回答

設問1～5は10月22日の初日ガイダンス時に回答した内容、設問6～18は10月24日の研修終了後に回答した内容となっている。

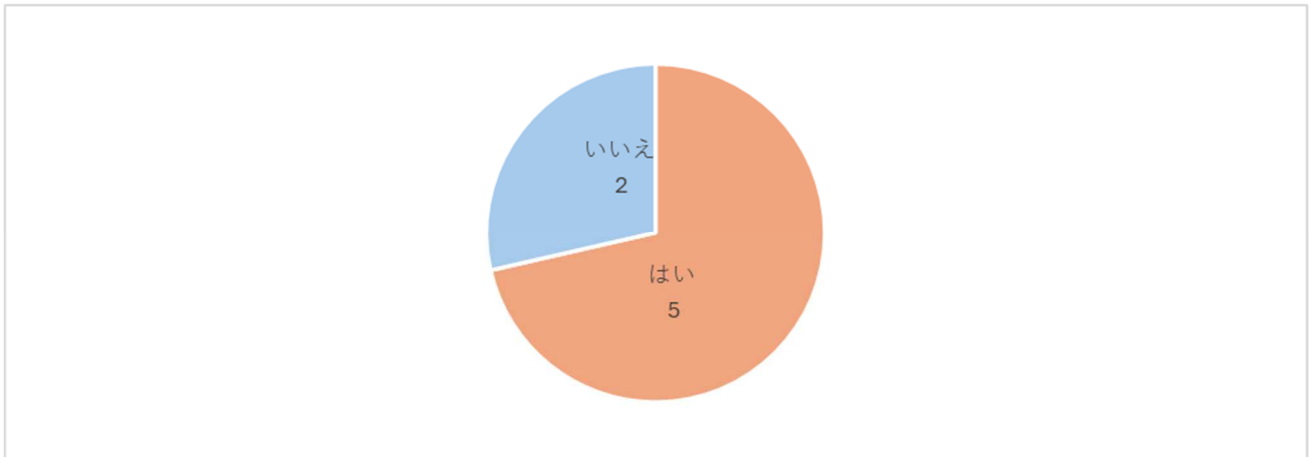
Q1. アウトドア要素を取り入れた研修は、過去に受講したことがありますか。

▶ 7名中6名が、過去にアウトドア要素を取り入れた研修を受講したことがない(「いいえ」)と回答している。



Q2. 直近3年間でアウトドアの経験はありますか。

▶ 7名中5名が、直近3年間でアウトドアの経験がある（「はい」）と回答している。

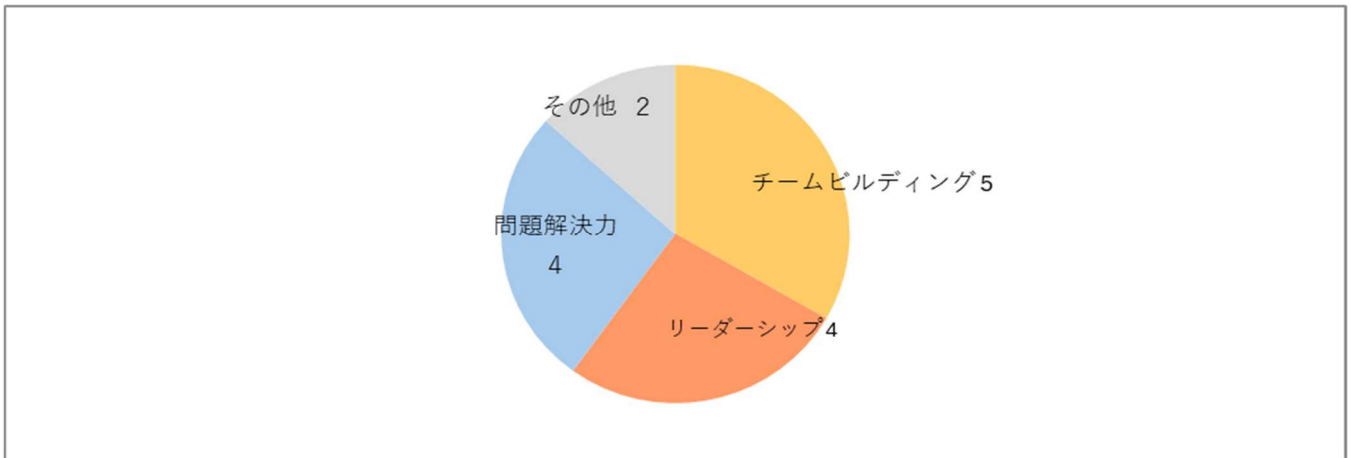


直近3年間でアウトドアの経験はありと回答した人のアウトドアの種類やそのアウトドアを選んだ理由（複数回答可）

- ・シーカヤック 1 週間遠征ガイド付き（趣味で15年くらい）。
- ・バードウォッチング（趣味で20年）。
- ・農業（仕事のネタ&趣味で2年）。
- ・自転車（小さい時から自転車に乗るのが好きだった。自分の力で遠くに行ったり、スピードを出せるため。本格的には3年程度）。
- ・BCスキー、登山（山の中で過ごす時間が心身にとって気持ちが良いため。30年間）。
- ・ダイビング。
- ・犬ぞり。
- ・アヴァント。
- ・ゴルフ。
- ・カーリング。
- ・SUP。
- ・キャンプ。
- ・ツリークライミング。
- ・登山。

Q3. 本研修ではどのようなスキルの習得・向上を期待していますか。(複数回答可)

▶ 7名中5名が、「チームビルディング」の習得・向上を期待していると回答している。また、複数のスキルの習得・向上を期待している人と回答した人も多かった。



Q4. その他、本研修で期待していることはありますか。

▶ 2つの側面から、その他に期待していることの回答があった。

■ ビジネススキルの習得

- ・イレギュラーな環境での問題解決方法。
- ・判断力。
- ・特にチームビルディング注力、またツアーなどの流れや動きを学びたい。

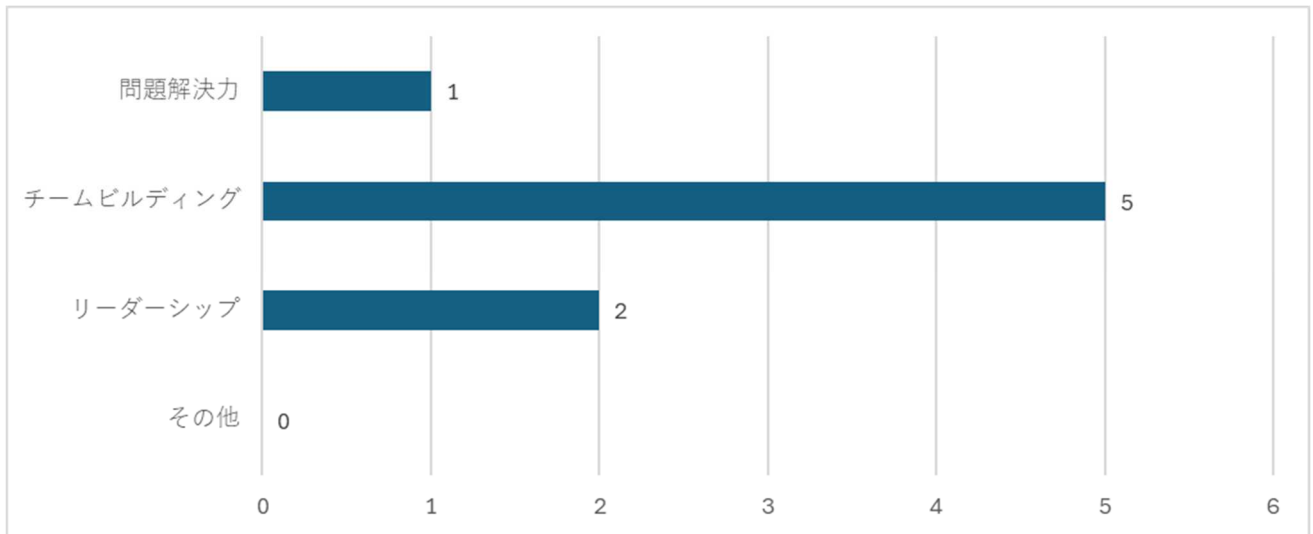
■ 観光要素（アドベンチャートラベル）の体験価値

- ・インバウンド向けのATの体験で大切なことを知る。 ※日本人との違い。
- ・実際のATとはどのようなものかを知りたい。体験したい。
- ・ATを通じたビジネス研修とは何かを知りたい。
- ・ゲストとしての不安etcも体験したい。
- ・十勝の自然。
- ・北海道の魅力発見、自己内省。
- ・観光PV制作への魅力反映。

Q5. 普段の業務でご自身の強みと感じているスキルと弱みと感じているスキルは何ですか。(複数回答可)

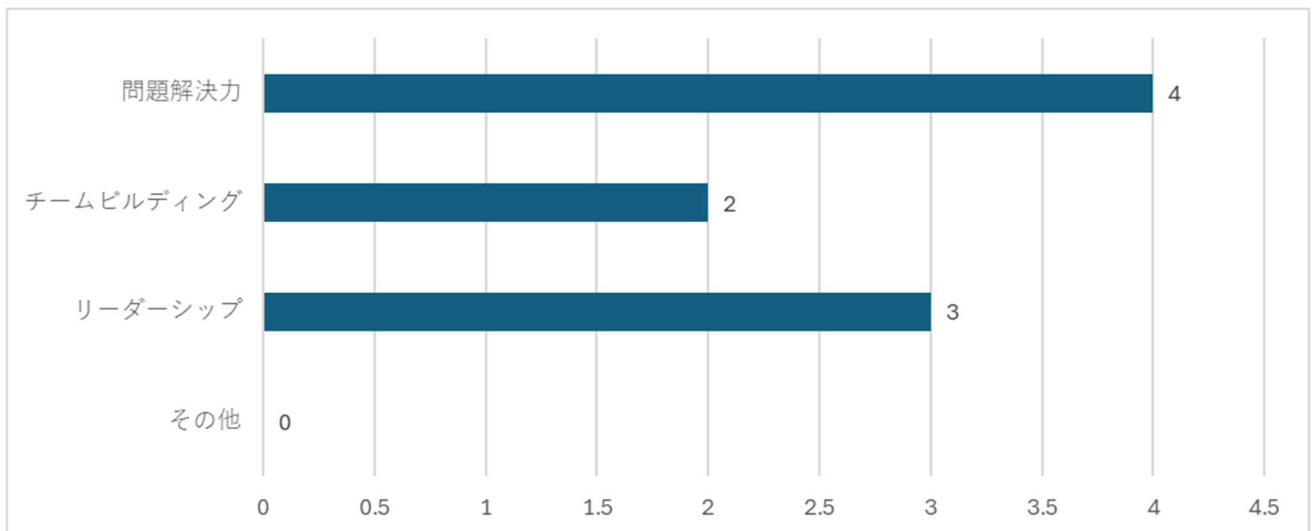
○強みと感じているスキル

▶ 7名中5名が、「チームビルディング」を普段の業務において強みと感じていると回答している。



●弱みと感じているスキル

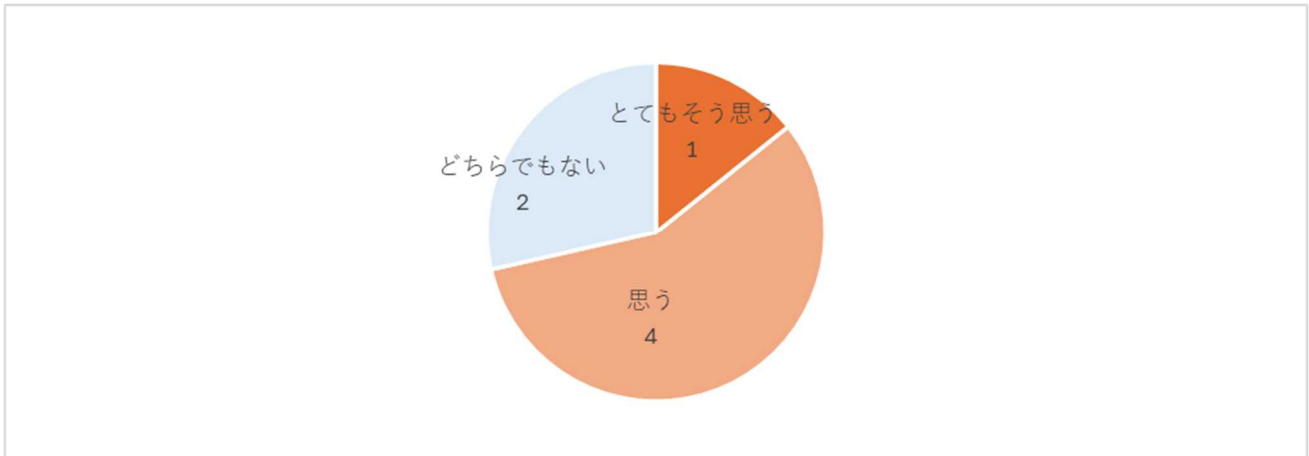
▶ 7名中4名が、「問題解決力」を普段の業務において弱みと感じていると回答している。



Q6. 研修前と比較し、以下の1)～3)の自身のスキルは向上したと感じますか。それはどのような場面(状況)でそう感じましたか。

1) リーダーシップ

▶ 7名中5名が、リーダーシップのスキルが向上した(「とてもそう思う」、「思う」)と回答している。



回答者の回答の理由となった研修での場面・状況

■とてもそう思う

- ・1～2日目、体力的にサイクリングがきつく、メンバーに待ってもらいながら目標を達成できた。一方で「自分もチームへ貢献できることは何か」と考え、夜の調理やテント設営で積極的に行動し、時間を有効に使えた。

■思う

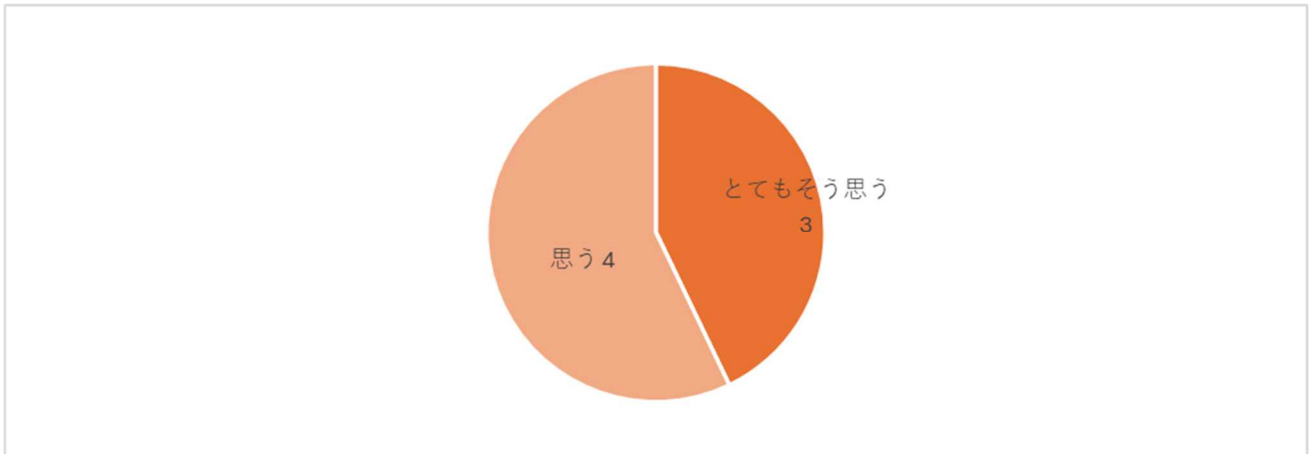
- ・他人を引っばる人の考えを知れた(自転車、アウトドアの経験者として)。
- ・リーダーのつらさを知れた(意外と余裕がない事、コミュニケーションがとりにくい事)。
- ・3日目のルートを決める時に積極的に発言ができた。
- ・2日目の土幌～瓜幕～鹿追で先頭を走りながら、それぞれの状況を共有しつつ、モチベーションの維持に務めた。
- ・最終日にチームのモチベーションを維持できた。

■どちらでもない

- ・チーム全体で目標達成を目指すのは得意。「まちがってない!!」と改めて確認できた。
- ・1、2日目のキャンプサイトでの生活で感じた。各々がリーダーシップを発揮していたので、「個人的な」スキル向上はあまりしていない印象。

2) チームビルディング

▶ 7名全員が、チームビルディングのスキルが向上した(「とてもそう思う」、「思う」)と回答している。



回答者の回答の理由となった研修での理由・場面/状況

■とてもそう思う

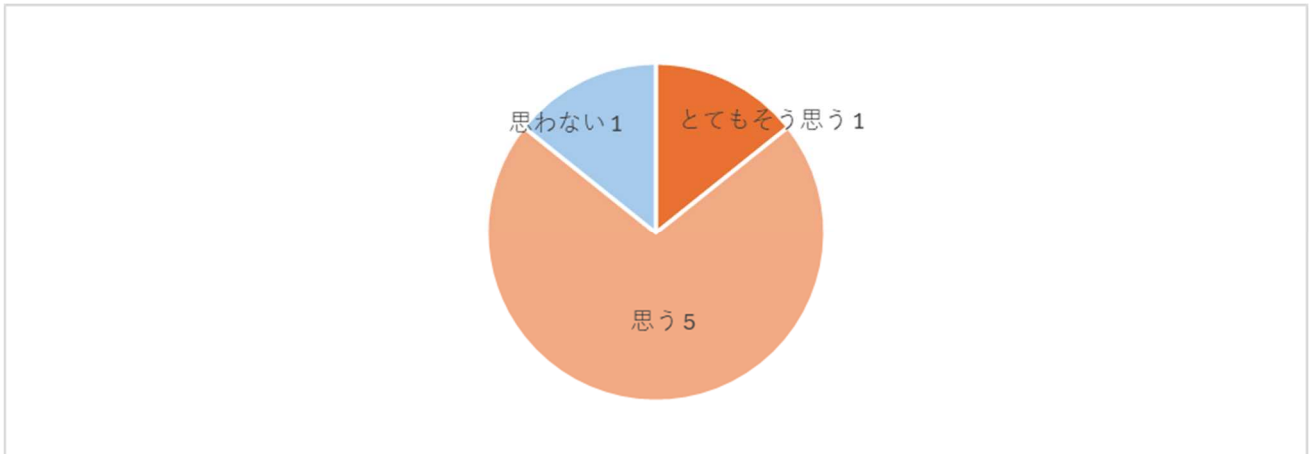
- ・チームで行動するとどのような問題が出るのか知れた(道に迷った時や時間に間に合わない時)。
- ・コミュニケーションの大切さを知れた(ミーティングを通じて物事を考える時)。
- ・1～2日目 あらかじめ決められたメンバーでの目標達成に向け、その時々での体調、気持などを自己開示することで他のメンバーも話しやすくなり、目標達成への協力体制をつくり維持できた。

■思う

- ・自分が弱い立場(力のない立場)で理解、受容してもらうことでチーム力が上がる場面を体験できた。
- ・2日目足寄でのミーティング及び毎夜の振り返りで感じた。サイクリングそのものでも感じた。
- ・全体を通して自分の考えを伝えることや、相手の意見を聞くことができた。
- ・1日目、2日目の走行が人によって辛かったりしていたところに気づきがあり、自分が思っている以上に辛いなどをしっかり共有してくれたこと、伝え合えたことで助け合うことができた。
- ・全日、お互いに意見を話し合うことができた。

3) 問題解決力

▶ 7名中6名が、問題解決力のスキルが向上した（「とてもそう思う」、「思う」）と回答している。



回答者の回答の理由となった研修での理由・場面/状況

■とてもそう思う

- ・ 1～3日目 ロングサイクリングの経験がほとんどない中、自己開示すること、相談すること、実際に頼らせてもらうことで問題（今回は自分の体力不足、モチベーション維持）を解決に導くことができたし、相手も解決するために具体的に（ギアのチェンジ方法、距離感を伝える）動いてくれ、チームとして目標を達成できた。

■思う

- ・ スマホのマップを見てはいけないというルールによって感じた→地図（ミーティング）による問題解決。
- ・ コミュニケーションの大切さを知れた（ミーティングを通じて物事を考える時）。
- ・ 問題を客観的にとらえると解決する事もあることを知れた（足寄～本別間で隊列を変えるとスピードアップした）。
- ・ 櫻谷さんが足をついた時に、チーム全体で話すことができた。
- ・ ルートの確認を常に行った。→少しでも不安や心配があれば確認するはとても大切だと感じた。
- ・ 2日目、自分の状況を共有し、3日目に完走できるようにした。

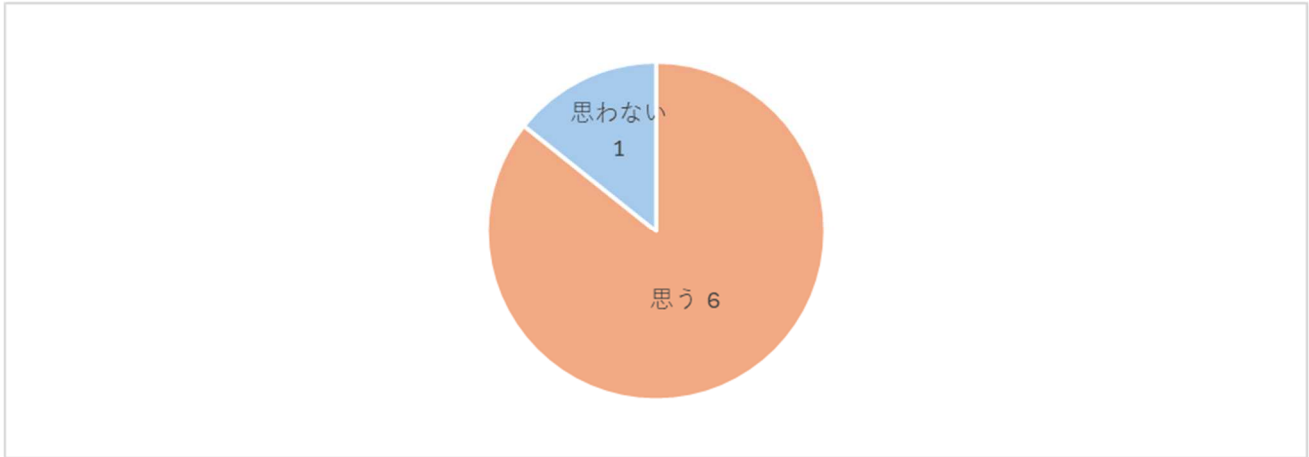
■思わない

- ・ 問題解決のための情報が少なすぎた。例) 自分たちでやること（ごはんを作るなど）が不明すぎて工夫できなかった。地図は1人1枚、5万分の1がせめてほしかった。集団自転車の走り方の注意（リスクマネジメント）。

Q7. 以下の1)～3)のビジネススキルは、今後普通の業務に役立てることができそうですか。それはどのような場面(状況)で、それは役立てそうですか。

1) リーダーシップ(目標達成、集団維持、状況に応じたスタイル)

▶ 7名中6名が、リーダーシップのスキルを今後普通の業務に役立てることができる(「思う」)と回答している。



回答者の回答の理由となった研修での理由・場面/状況

■思う

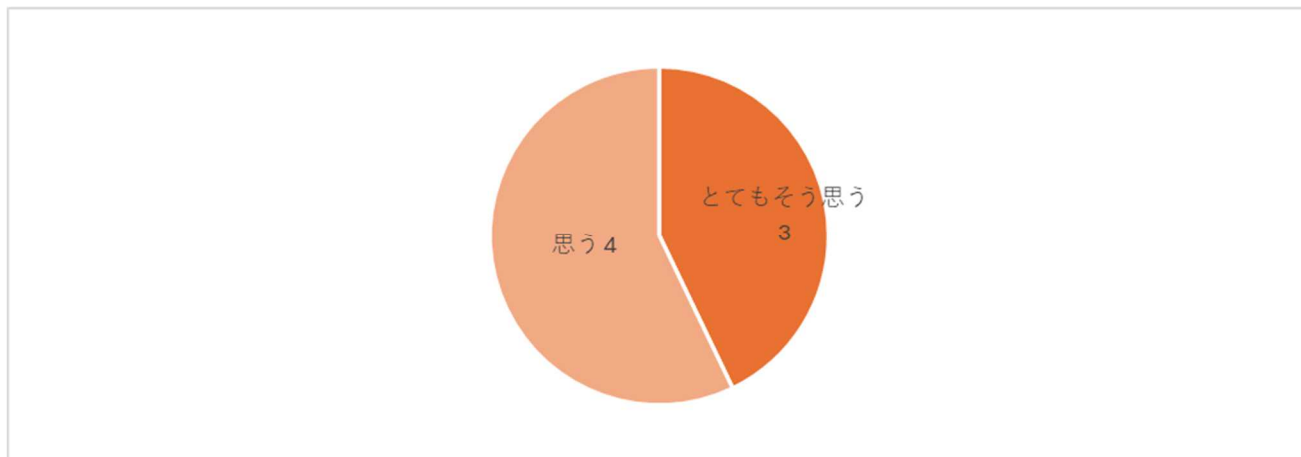
- ・チーム全体で目標を達成するための自分の立ち居振る舞いをためすことができた。経験値の向上。
- ・得意なことは周りを引っばるつもりで発言する(多少強引でもペースアップするなど)。
- ・リーダーの気持ちを知る努力(リーダーもつらい時はある。他者尊重)。
- ・サイクリングで先頭を走る時の声かけや、速度調整などの周りを見ることがビジネスに役立つ。
- ・自分の苦手と相手の得意について、気づいて行動することプラス、言葉に出して=コミュニケーションをとって、互いにリーダーシップをとり、チームとして成果を出すこと。場面:ストア内の各スタッフの担当業務のサポート→結果としてセールス→その先の会社のミッションステートメント「We're in business to save our home planet. [私たちは地球を救うためにビジネスを行う]」。
- ・立ち振る舞いがとても良かった方がいた。休憩のたびに笑顔で進捗を確認しつつ、みんなの状況を共有しあうことを忘れずに行っていてとても良かった。
- ・モチベーションを維持し、集団を維持する。

■思わない

- ・会社の特性上、今すぐに役立てるかという疑問。ただし今後の人生においては必ず役立てられると感じた。

2) チームビルディング（他者理解、他者受容、他者活用）

- ▶ 7名全員が、チームビルディングのスキルを今後普段の業務に役立てることができる（「とてもそう思う」、「思う」）と回答している。



回答者の回答の理由となった研修での理由・場面/状況

■とてもそう思う

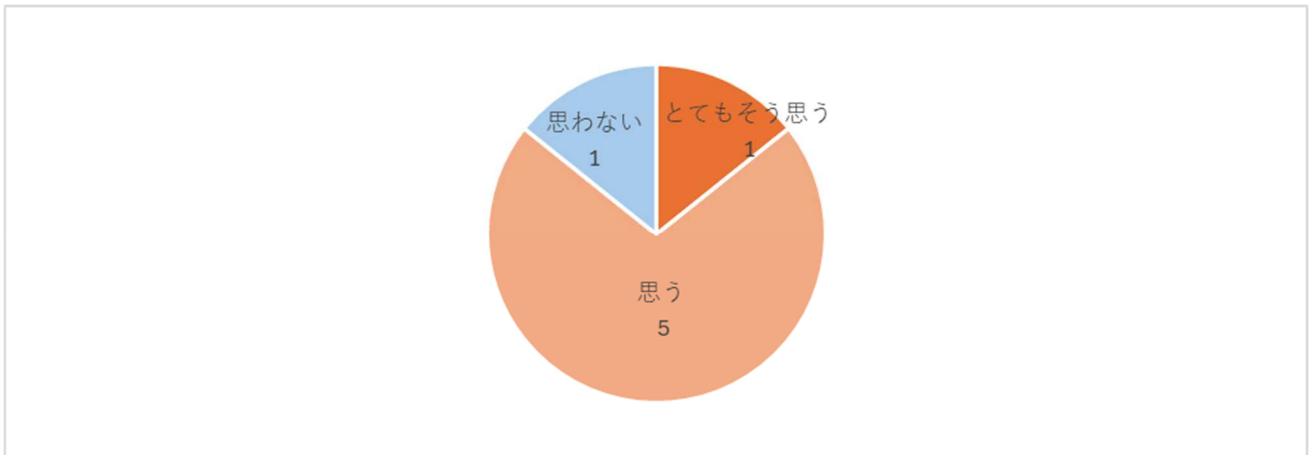
- ・コミュニケーションの大切さ（ミーティング時に発言する）。
- ・チームで行動すると発生する問題と、その解決方法を知れた。
- ・目標を「達成する」ために自分の考え、気持ち、状態を共有する場をより多く持つ。その中で意識的に「自己開示」し、話しやすい場づくりをする。場面：セールス達成へのアクション、イベント計画→実行。
- ・サイクリングのルート作成の時間は会社の打ち合わせなどに役立つと思う。

■思う

- ・他者を理解するために、自分がどうふるまうと良いかを経験できた。
- ・最も感じることができた。特に2日目の足寄でのミーティング、足寄→本別までのサイクリング中に感じた。
- ・2日目、目的地へ行くために、それぞれ（一人一人）の状況把握が常にあった→自己開示と他者理解はどちらも重要でどんな場面でも大切だと思う。
- ・ヒアリングの機会を多く設ける。

3) 問題解決力（情報収集、情報活用、論理的・分析的思考力）

- ▶ 7名中6名が、問題解決力のスキルを今後普通の業務に役立てることができる（「とてもそう思う」、「思う」）と回答している。



回答者の回答の理由となった研修での理由・場面/状況

■とてもそう思う

- ・問題を解決するのは一方からではなく、相手・チームのアドバイスや情報（話）を合わせてすることで目標達成がなされる。場面：スタッフ欠員時のトラブル発生やクレームで、社員とパートと全力で協力が必要なとき、セールス達成を目指すとき。

■思う

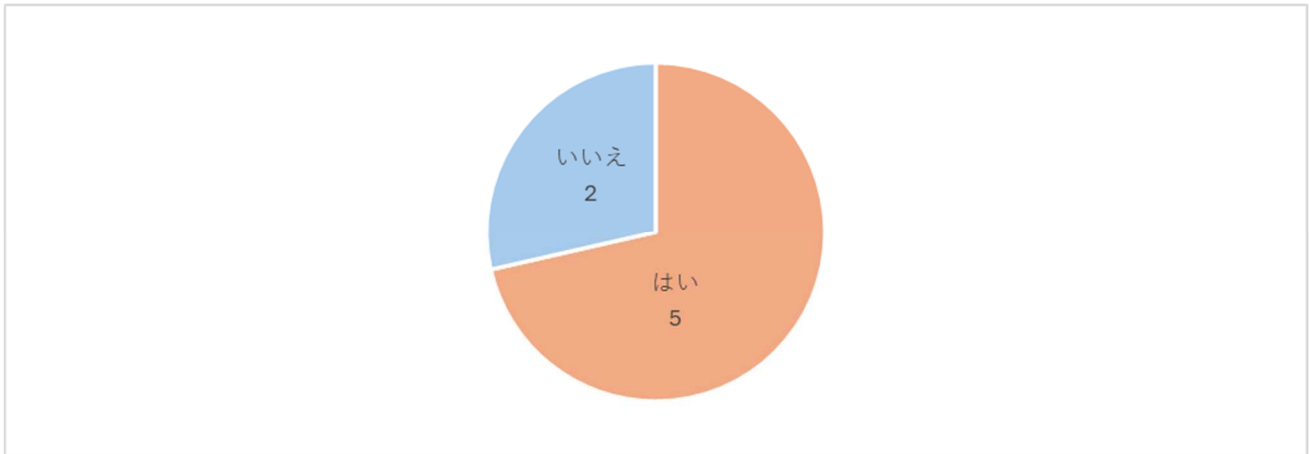
- ・3日目は市街地周辺を通ることもあって、地図からの情報収集やそれらの活用を行った。その際に感じた。
- ・考え方を改めて問題を見てみる。
- ・サイクリング中に起きる突発的な出来事の対応。
- ・行動計画の組み立てと軌道修正を行える環境づくりは問題解決の近道になる。
- ・運動不足が目に見えて分かり、健康維持の大切を体験した。

■思わない

- ・スキルを向上できなかった（試せなかった）。

Q8. 研修に参加後、ご自身の強み・弱みに対する変化はありましたか。

▶ 7名中5名が、自身の強み・弱みに変化があった（「はい」）と回答している。



回答者の各回答の理由

■はい

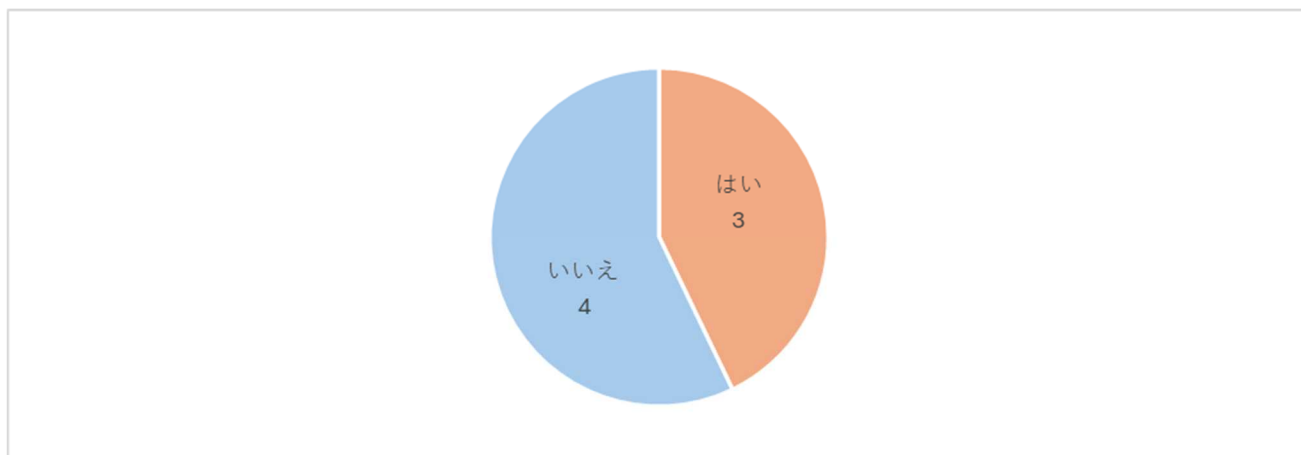
- ・強みであるチームビルディングをより伸ばすことができたため。
- ・チームビルディングの新たな手法の発見。
- ・チームビルディング：他者の尊重の大切さを知れた。リーダーシップ：他者を引っ張る大変さ、大胆さが必要なこと。
- ・強み→アクティビティの内容は変わっても、生かせること（段取りetc）はある。できることは積極的に見つけ実行。弱み→チームの目標達成に向け、弱みを正直に、具体的に伝えることで、チームとしてフォロー体制ができあがり、目標達成に近づける。
- ・健康への意識づけが強まった。

■いいえ

- ・3日間では強み、弱みに対する変化は感じられなかった。
- ・変化まではできていないが、改めて強みと弱みを体感し、日々のコミュニケーションを見直す機会になった。

Q9. 期待していた研修内容に不満や改善点がありますか。

▶ 7名中3名が、研修内容に不満や改善点がある（「はい」）と回答している。



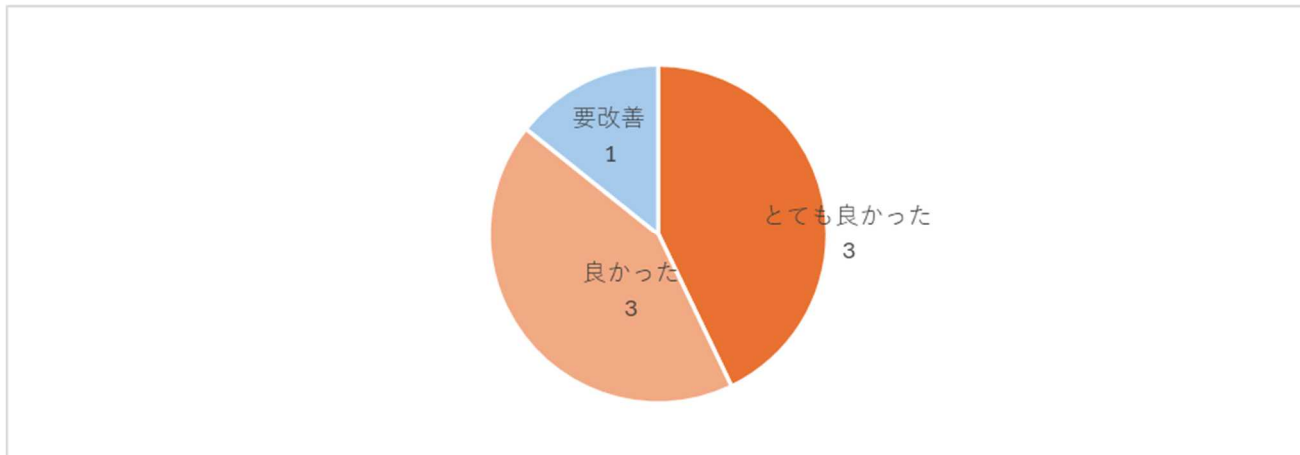
研修内容に不満や改善点があると回答した人の具体的内容

■はい

- ・情報が少なすぎ。今回の目標（リーダーシップ）はもっと達成できたと思う。
- ・テント張りや食事の時間をもう少し有効的に利用したら良いと思った（テント張りにもチームビルディングを入れる）。
- ・運営スタッフの連携がうまく取れていないと感じるところがあった。

Q10. 講師やアシスタントの対応はいかがでしたか。

▶ 7名中6名が、講師やアシスタントの対応が良かった（「とても良かった」、「良かった」）と回答している。



回答者の各回答の理由

■とても良かった

- ・実務、メンタル面などで学びがとても多い3日間になりました。ありがとうございました。
- ・ATと研修の親和性がわかりやすく丁寧。
- ・アウトドア未経験でも安心できるサポート。
- ・岡本さんがいつもチームに興味、関心を持たせてくれる旅の内容、行動でした！サイクリングもやってみたくなった。カウンセラーの皆様が「見守る」に徹してくださり、安心してツアーに参加できた。その他運営スタッフの皆様がいつもニコニコ、テントの設営や細かな準備をありがとうございます。

■良かった

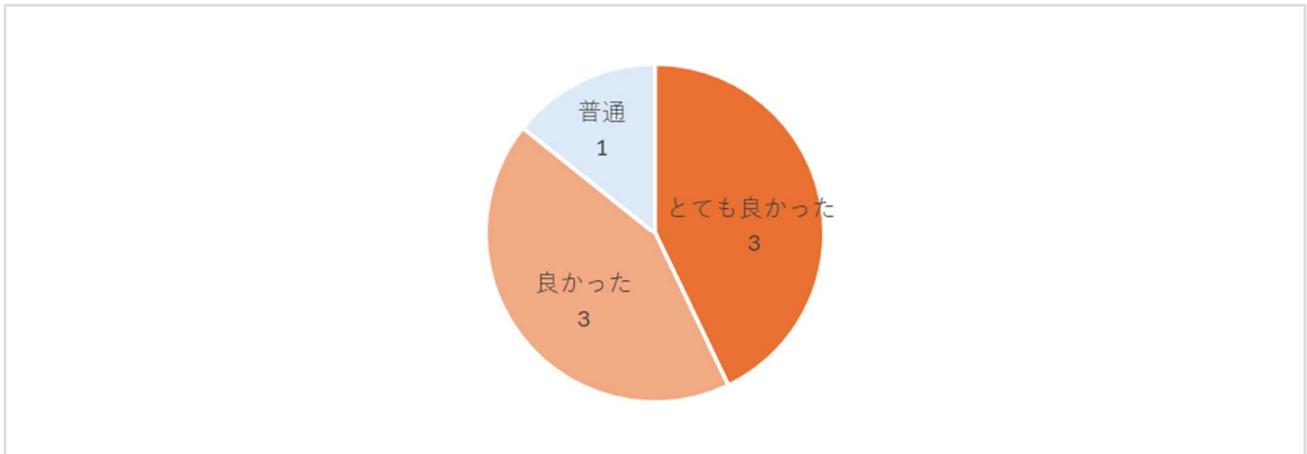
- ・親切に対応してもらった。
- ・いるというだけで安心感をあたえてくれた。
- ・真摯に対応していただいた。

■要改善

- ・チームの意思決定。走行時のアドバイスなどが多すぎる。自分たちで考える前に指示出しをしてくるので、その判断に従えば良い、という雰囲気があった。

Q11. 研修全体を通しての内容はいかがでしたか。

▶ 7名中6名が、研修全体を通して内容が良かった（「とても良かった」、「良かった」）と回答している。



回答者の各回答の理由

■とても良かった

- ・実際に「Expeditionを行う」という研修は素晴らしい。
- ・ATの事を知ることができ、皆が積極的に考え、発言できていた。
- ・講師やアシスタントの対応がとても良かった。改善点としては1日目の夜、出発時のテント「撤収をやってくださる」や「自分たちで」を早目に教えて頂けると時間割を立てやすかった。

■良かった

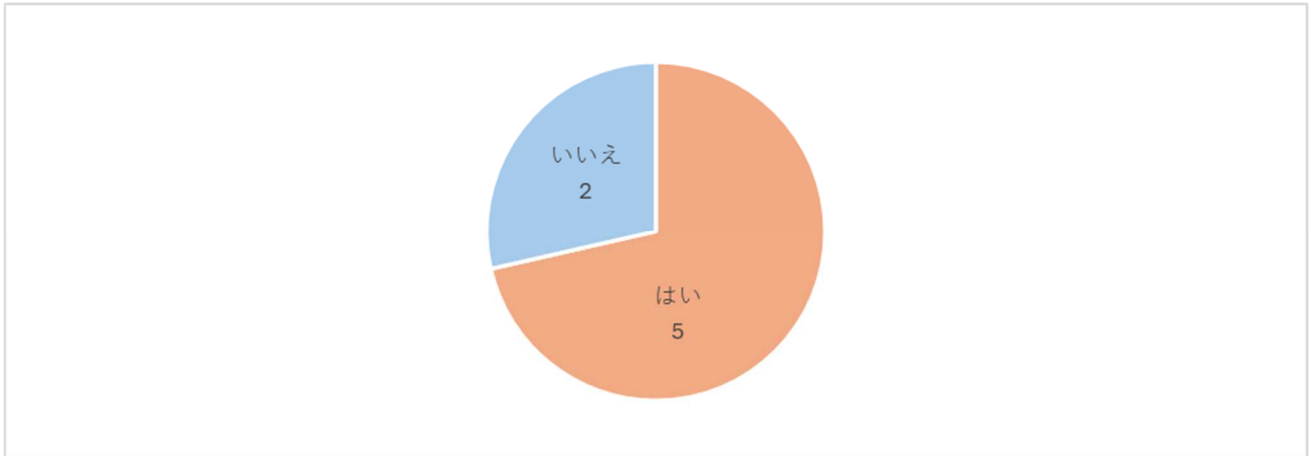
- ・天気に大きく影響されてしまうため。
- ・とても良かったが、体のリカバリー時間がタイトで少々辛かった。
- ・非日常的な体験や気づきを得られた。

■普通

- ・もう少しプライベートの時間が欲しかった。

Q12. 本研修に参加し、アウトドアアクティビティに興味を持つきっかけとなりましたか。もしくは、きっかけとなる内容であると感じましたか。

▶ 7名中5名が、アウトドアアクティビティに興味を持つきっかけとなった(「はい」)と回答している。



回答者の各回答の理由

■はい

- ・自転車に興味はなかったが、趣味の1つに加えたい。
- ・普段全くアウトドアに興味関心が無かったため。
- ・雨ということもあり、なかなかできない体験だった。ただ、トラウマになる人もいそうだと感じた。
- ・3日間を通しての達成感。
- ・きっかけとなる内容だと思った。

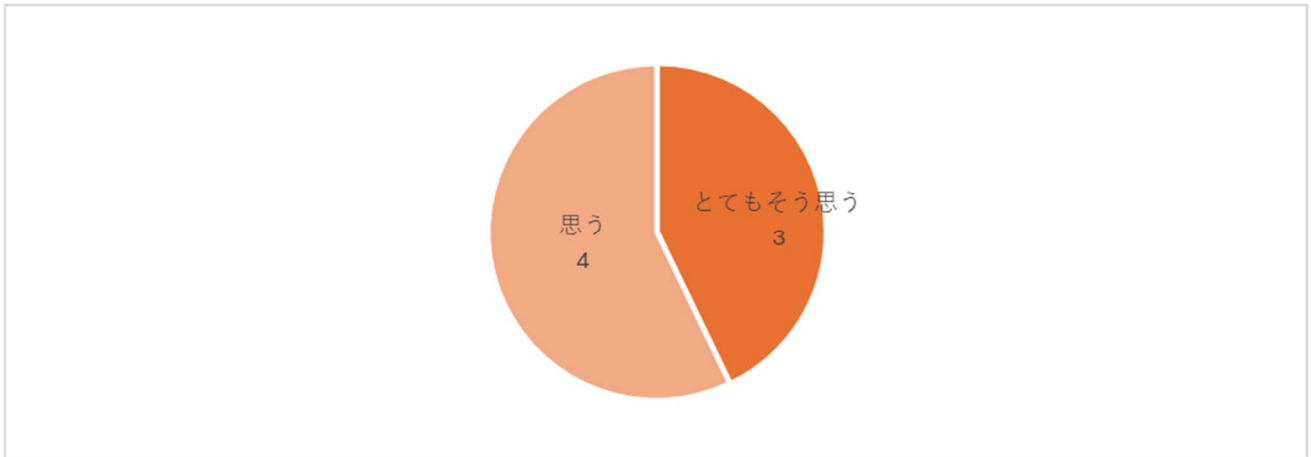
■いいえ

- ・もともと興味を持っていたから。
- ・元々興味があるため。

Q13. 今回の行程（サイクリング、野外活動等）を通して、以下の5つの体験価値を感じることはできましたか。

1) 今までにないユニークな体験 ～ Novel & Unique

▶ 7名全員が、研修を通して今までにないユニークな体験を感じた（「とてもそう思う」、「思う」）と回答している。



回答者の各回答の理由

■とてもそう思う

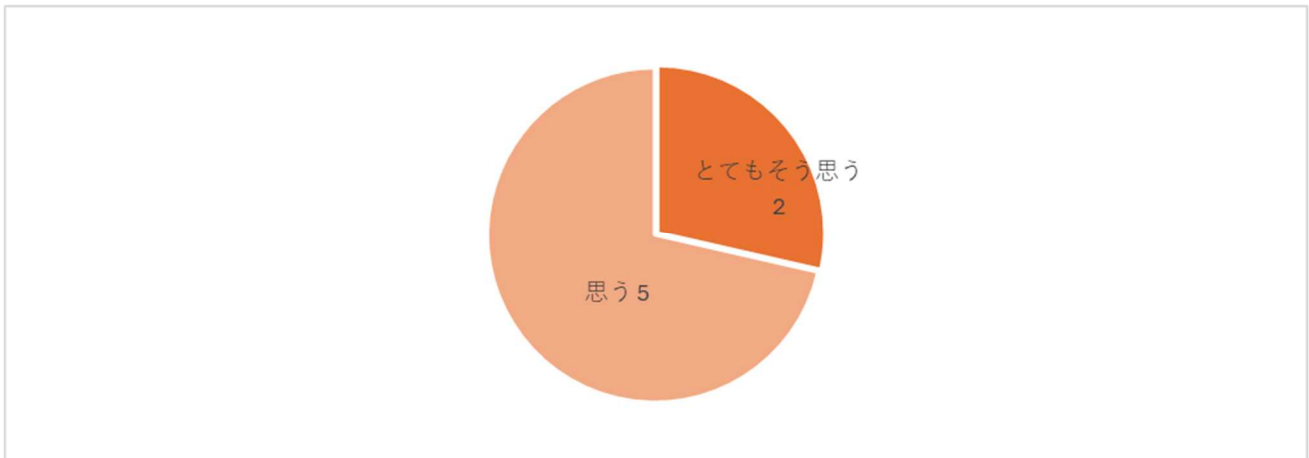
- ・車とも、歩くとも違う、自転車&十勝の可能性がわかった。
- ・アウトドア体験としても、研修としてもとてもユニークに感じる。親和性も高かったと思える。
- ・道の駅スイーツget！おもしろい。

■思う

- ・半日や1日かけて約100kmほどのサイクリングは十勝ならではの、かつ、普段できない体験であると感じたから（全体として）。
- ・雨の中でのサイクリング（一人ではしないと思うため）。
- ・非日常で野外活動をあまりした事がない人にはとても良いと思う。
- ・長距離のサイクリング。

2) (自分自身の) 挑戦 ～ Challenge

▶ 7名全員が、研修を通して(自分自身の) 挑戦を感じた(「とてもそう思う」、「思う」と回答している。



回答者の各回答の理由

■とてもそう思う

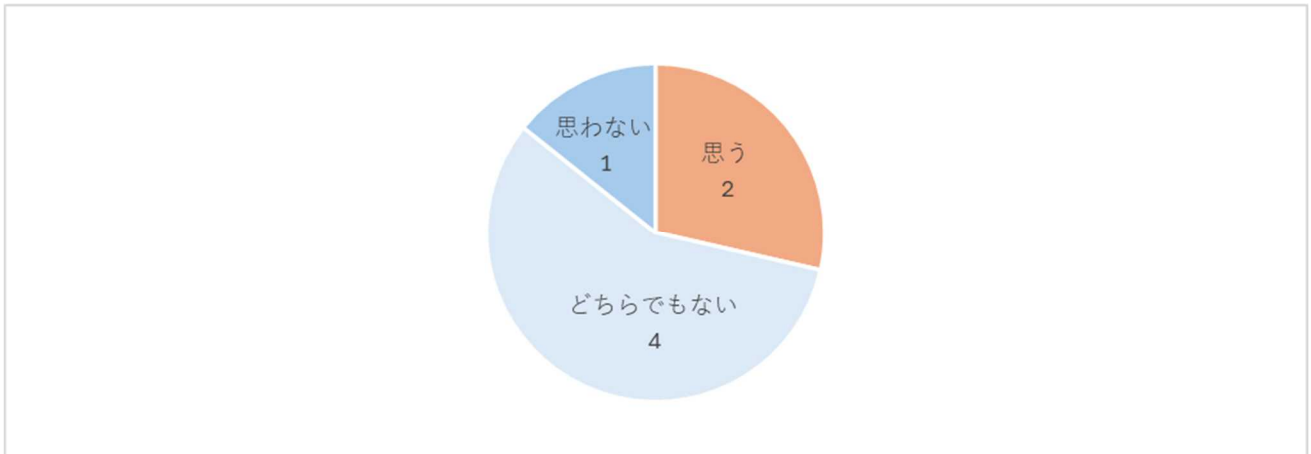
- ・安全ばかりにとらわれず、個人のチャレンジができた方が満足度が上がる。
- ・3日間を通して、ひとりじゃできない「チーム」でやる、「悪天」でも行動する。

■思う

- ・少しがんばれば達成できる(できそうな)目標設定であったため(全体として)。
- ・アウトドア初心者とアウトドアする事は自分にとってチャレンジだった。他者の尊重を知れた。
- ・ナイタイ高原の坂道。
- ・3日目ラストスパート。本当に辛かったが、まわりのサポートのおかげで走ることができた。
- ・筋肉痛等で体が痛いが続行する。

3) 環境に負荷をかけない ～ Low Impact

▶ 7名中4名が、研修を通して環境に負荷をかけないことについて「どちらでもない」と回答している。



回答者の各回答の理由

■ 思う

- ・紙皿やプラスチックスプーン（使い捨て）じゃなかったから。
- ・ゴミもしっかり処理し、クリーンだったと思う。

■ どちらでもない

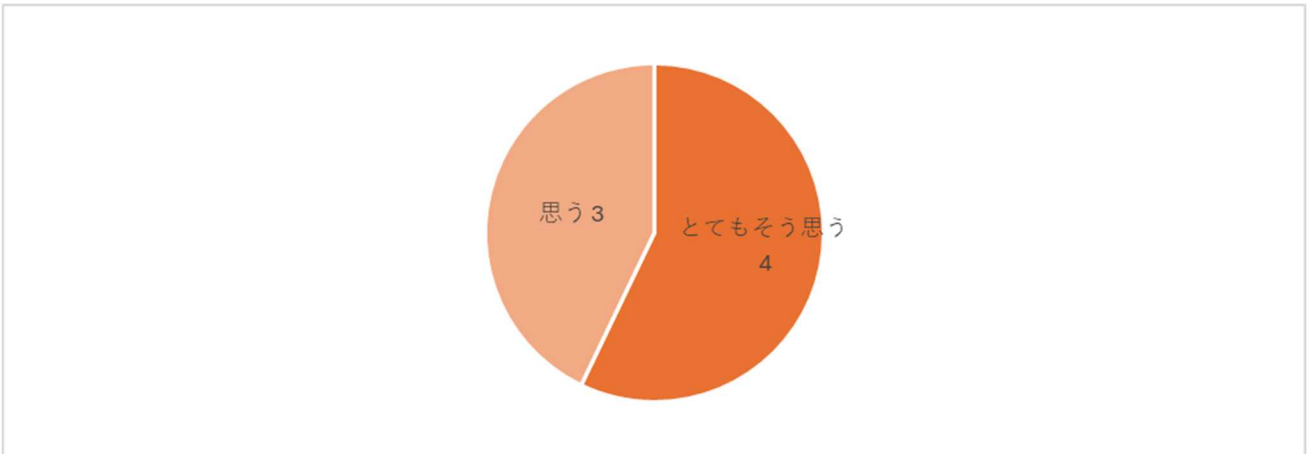
- ・キャンプ場などが非常に整備されており、ルール通りに生活すれば自然と達成できてしまうと感じたため（キャンプ場、訪れた全道の駅）。
- ・ローインパクトのマインド、TIPSを知れた。
- ・一般の人もあるキャンプ場で行うのは少し迷惑になるかもと感じた。
- ・今回の研修ではあまり感じる事ができなかった。
- ・食器などの洗い方はこだわりなどを感じたが、足りないものや食品などの買い足しをせざるを得ない状況が生まれてしまうので、一番難しい項目だと思う。

■ 思わない

- ・自転車がそもそもLow Impact。

4) 健康であること ～ Wellness

▶ 7名全員が、研修を通して健康であることを感じた（「とてもそう思う」、「思う」）と回答している。



回答者の各回答の理由

■とてもそう思う

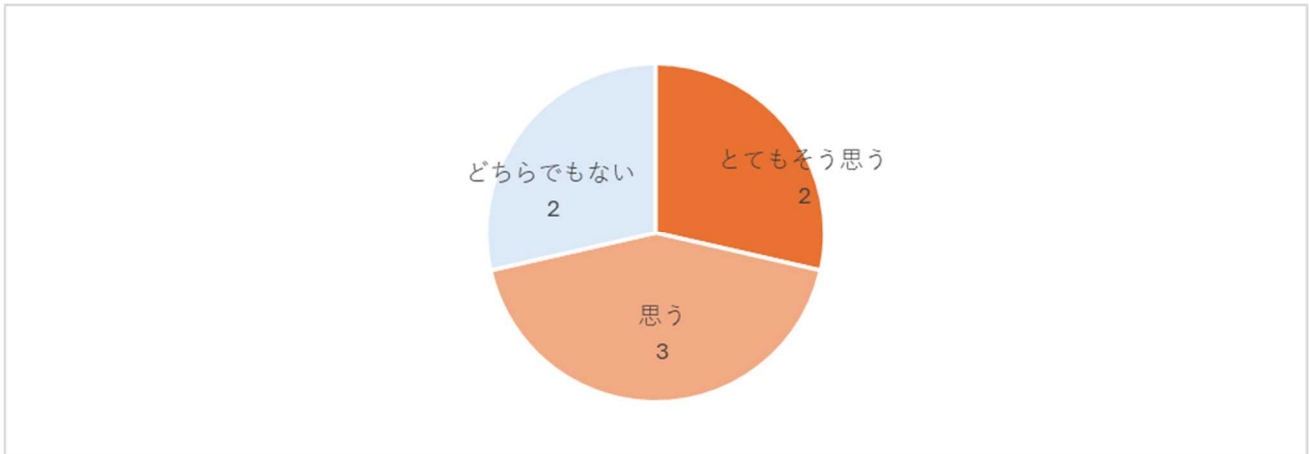
- ・日の出とともに起きて、がっつり漕いで、風呂に入る！！最高。
- ・皆で体を動かし、極限状態で行う事ができた。
- ・3日間：全力でサイクリング→風呂。
- ・自身の運動不足を痛感した。

■思う

- ・都会からはなれた環境で、スマホなどのツールも極力使用しない状態であったため（全体として）。
- ・気持ちの大切さ、運動の大切さをサイクリングを通じて学べた。
- ・スケジュールがタイトでスマホを見る、さわる時間が無く、デジタルデトックスになってよかった。

5) (この旅を通して自身が気づいた) 自己変革 ～ Trance Formation

▶ 7名中5名が、研修を通して自己変革を感じた(「とてもそう思う」、「思う」)と回答している。



回答者の各回答の理由

■とてもそう思う

- ・チャレンジ(ナイタイを歩かず漕ぎ続ける)をし、新しい行動(足寄→本別を先頭で走った)をやってみたら、自己変革がおこった。
- ・3日間:チームだから自己の限界を突破できる。

■思う

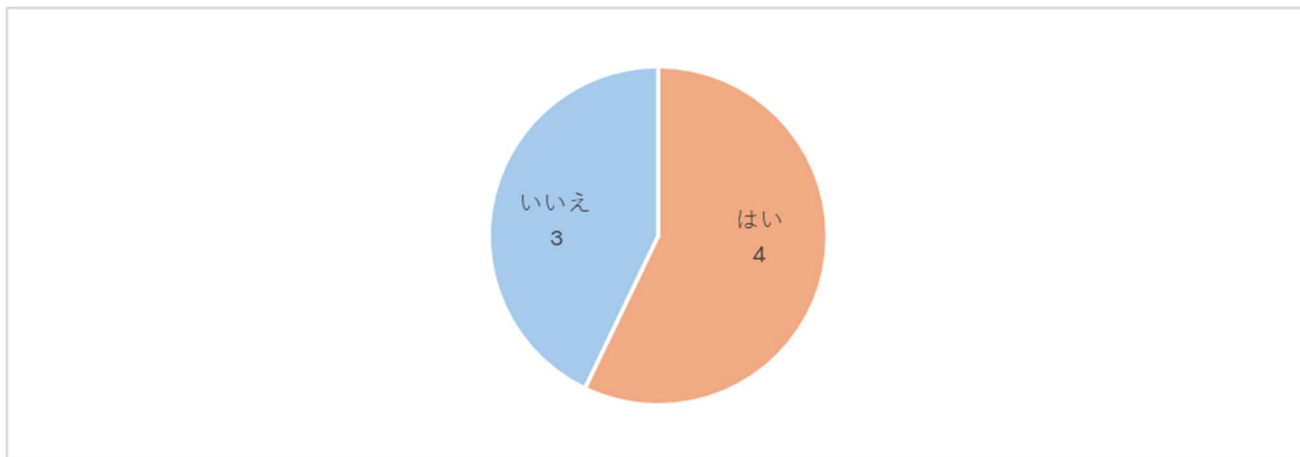
- ・リーダーのつらさを知ることができたのは大きな収穫で、日々の体験ではできないと感じた。
- ・改めて自身の弱みや良くないところが見えた。1日目の先頭走行で先を行きすぎているなど、チームへの配慮が足りなかった。
- ・健康への気遣いが生まれた。

■どちらでもない

- ・少しテーマが難しく、感じる事ができたかどうか不明。
- ・今回の研修では感じる事ができなかった。

Q14. 研修の開催時期は適切でしたか。

▶ 7名中4名が、研修の開催時期が適切だった（「はい」）と回答している。一方、7名中3名が適切ではない（「いいえ」）と回答している。

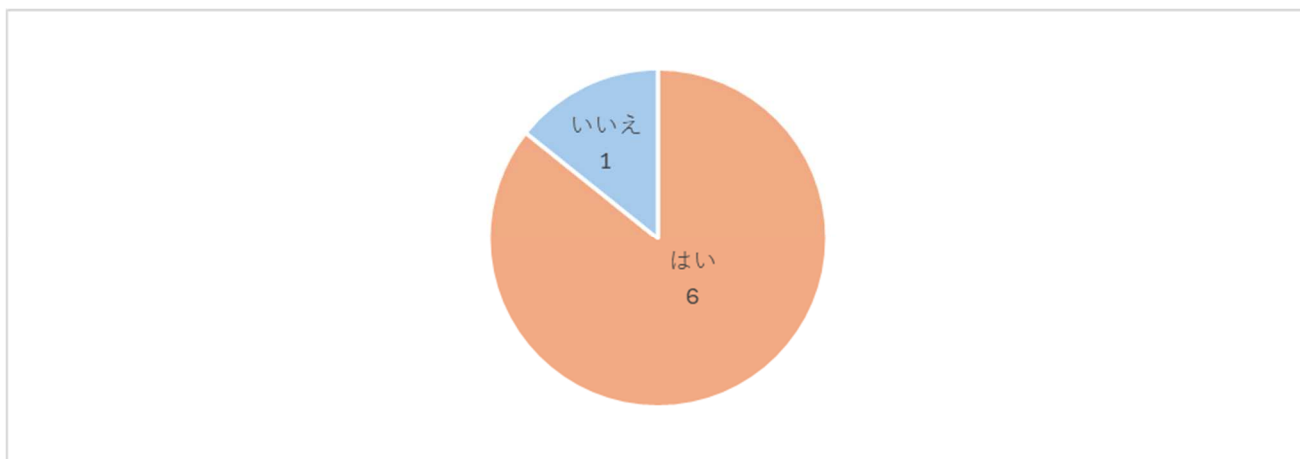


研修の開催時期が適切ではない（「いいえ」）と回答した人が考える適切な時期

- ・春だったら、早速、夏～秋に自転車を買っちゃうかも。だが、秋だと冬が来て、できなくなる…。天候は最高だが。
- ・5月、9月。
- ・6-9月。厚着するためのウェア分を減らせる。

Q15. 研修日数は適切でしたか。

▶ 7名中6名が、研修の研修日数が適切だった（「はい」）と回答している。一方、7名中1名が適切ではない（「いいえ」）と回答している。

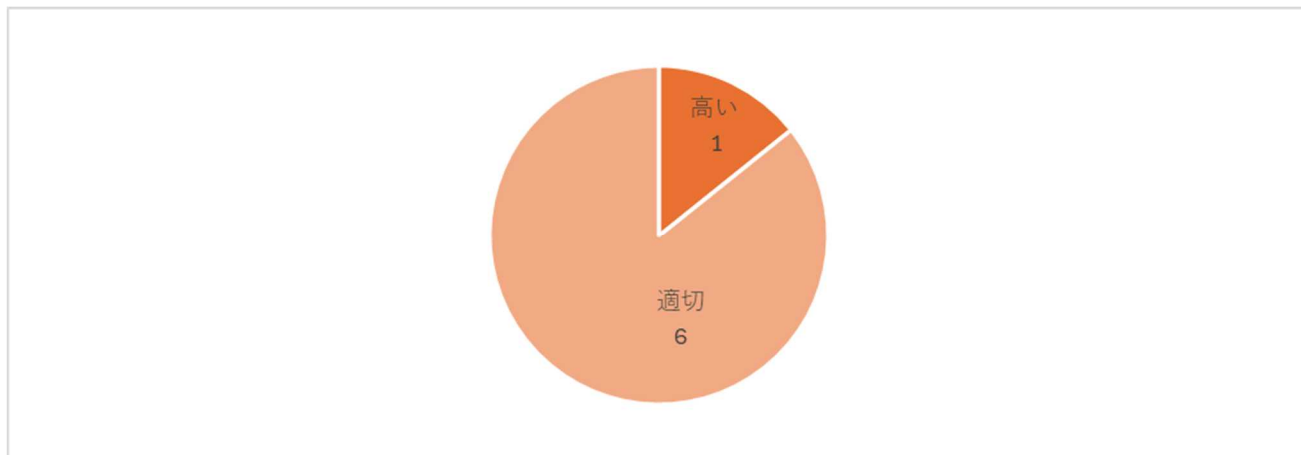


研修日数が適切ではない（「いいえ」）と回答した人が考える適切な日数

- ・可能なら+2日。今の状態でもう1変革がocこりそう。

Q16. アクティビティの難易度（レベル）はご自身にとっていかがでしたか。

▶ 7名中6名がアクティビティ難易度は「適切」だったと回答している。一方、7名中1名が難易度が高かった（「高い」）と回答している。



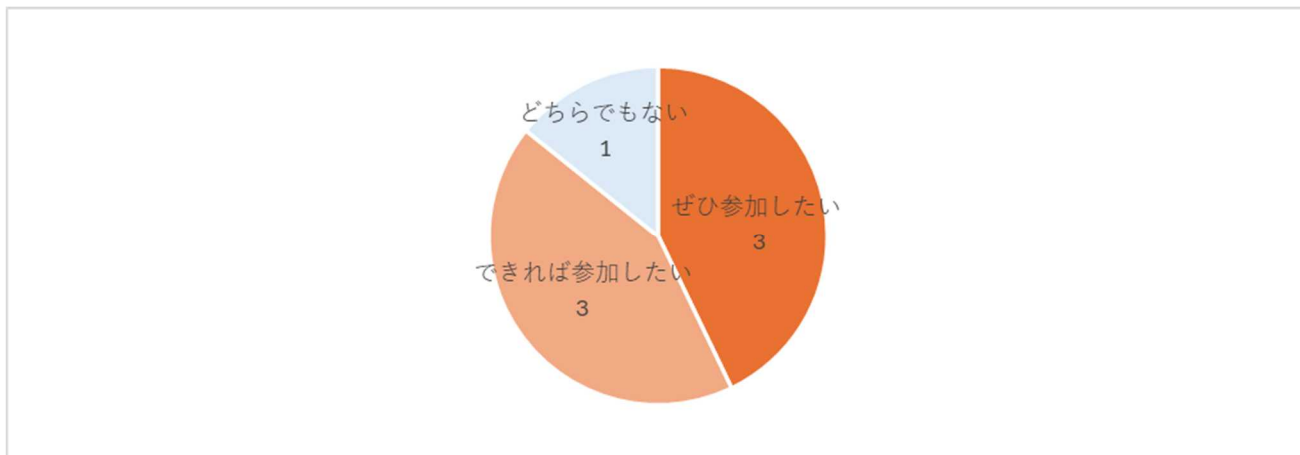
回答の理由

■ 高い

・運動不足の状態では長距離を走るの厳しかった。

Q17. 今後、同様の研修がある場合、参加をご希望されますか。

▶ 7名中6名が、同様の研修がある場合は参加したい（「ぜひ参加したい」、「できれば参加したい」）と回答している。



回答の理由

■ぜひ参加したい

- ・とても楽しく、かつ成長に繋がる体験だった。
- ・未体験のアウトドアはまだまだあり、学ぶことが多いと感じたため。

■できれば参加したい

- ・「仲間を増やす」（こういう経験を一緒にすると、心からの友達に出会えることができる。）
- ・ATの「T」の部分（＝十勝の観光情報）などについても触れていただけるとモチベーションがあがる。
- ・気づきが多く、成長を実感できるため。

■どちらでもない

- ・明確にビジネスに役立てることができるか、疑問に思ったから。

Q18. その他、ご意見・ご要望があればお聞かせください。

- ・情報をメールで流してほしい。
- ・岡村さんはじめ講師のみなさま、主催の北海道運輸局様、宝島旅行社の菊地さま、大変貴重な機会をありがとうございました。
- ・今後の人生にも大きな影響を与えてくださり、ありがとうございました。
- ・3日間本当にありがとうございました。準備から運営まで本当に大変だったと思いますが、皆さんのおかげで楽しむことができました。
- ・3日間大変お疲れ様でした。とても良い体験になりました。

②参加者へのヒアリング調査

研修実施から約2カ月後に、アンケート項目に対するフォローアップを目的としたヒアリングを実施した。

ア. 実施概要

【調査対象】 ビジネスパーソン研修に参加した7名の参加者

【調査方法】 オンラインによるヒアリング

イ. ヒアリング内容

質問内容	回答内容
事前のインフォメーションに関する不満	<ul style="list-style-type: none"> 案内時期が直前であったこと、情報が少なすぎたことへの不満が多かった。具体的には、集合場所や時間、持ち物、宿泊の有無（テント泊であること）、食事の準備の有無、参加費や旅費に関する誤った情報など。 素人目線の情報が少ない。 準備しすぎない方が良い体験になった。
アクティビティ強度と研修成果	<ul style="list-style-type: none"> アクティビティの強度は全体的に「しんどかった」という意見が多かった。特に、お尻の痛みや寒さ、アップダウンの多いコースなど。 テント泊による疲労の蓄積を指摘する意見もあった一方で、その辛さから得られた達成感や学びもあった。 1日の時間については、トイレ休憩の重要性や朝の出発時間の見直し、夜のミーティング時間の見直し。 ビジネス研修としてこの強度で良いのか。 景色や地域の人との交流が少ない。
座学、振り返り	<ul style="list-style-type: none"> リーダーシップやチームビルディングについて、座学で明確に教わったというよりは、実際に行動を共にする中で体感的に学んだという意見が多かった。 チームの成長段階（フォーミング、ストーミング、パフォーミング）を理解できたことが役立っている。 普段リーダーではない立場の人がリーダーシップを学ぶ良い機会になった。 疲労困憊で座学の内容が頭に入らなかった。 研修から2ヶ月後の変化としては、体を動かす習慣がついた、仕事への興味が増した、苦手なことを具体的に言えるようになった、チームで問題解決スキルが活かされたなど。
現地での装備、備品の適切性	<ul style="list-style-type: none"> 事前の情報不足から、必要な装備が分からなかった。具体的には、雨対策（着替え、靴の替え、レインウェア）、自転車関連の装備（パッド入りウェア、グローブ）、テント内の快適性（銀マットの不足）、充電器、地図、水の用意など。 運営側の連携不足や参加者が研修に集中できる環境づくり。 フィールドノートの防水性やメモの携行方法に関する具体的な改善提案も挙げられた。
どんなフォローアップがあれば良いと思うか	<ul style="list-style-type: none"> 特に具体的なフォローアップは思いつかないという意見が複数あった。 研修後の参加者交流会のような、学びを再確認できる機会。 雨対策、食事、テント設営に関する具体的な指示。

この研修を有料で参加するならいくらか	<ul style="list-style-type: none"> ・ 有料で参加する場合の金額については、1万円台から10万円まで。 ・ 事前に講師や過去の参加者と話せる機会、装備品の具体的な情報提供（写真や店舗リンク）、研修中の写真や参加者の声などの情報提供があれば参加しやすくなる。
--------------------	---

③講師へのヒアリング調査

企業研修において、講師に対し、参加者が企業研修の実施によって、ビジネススキルの向上に効果があったか、またAT要素を感じる事ができたのか、さらに今後の需要やATの裾野拡大への効果があるかどうかについてアンケート調査を実施した。

ア. 実施概要

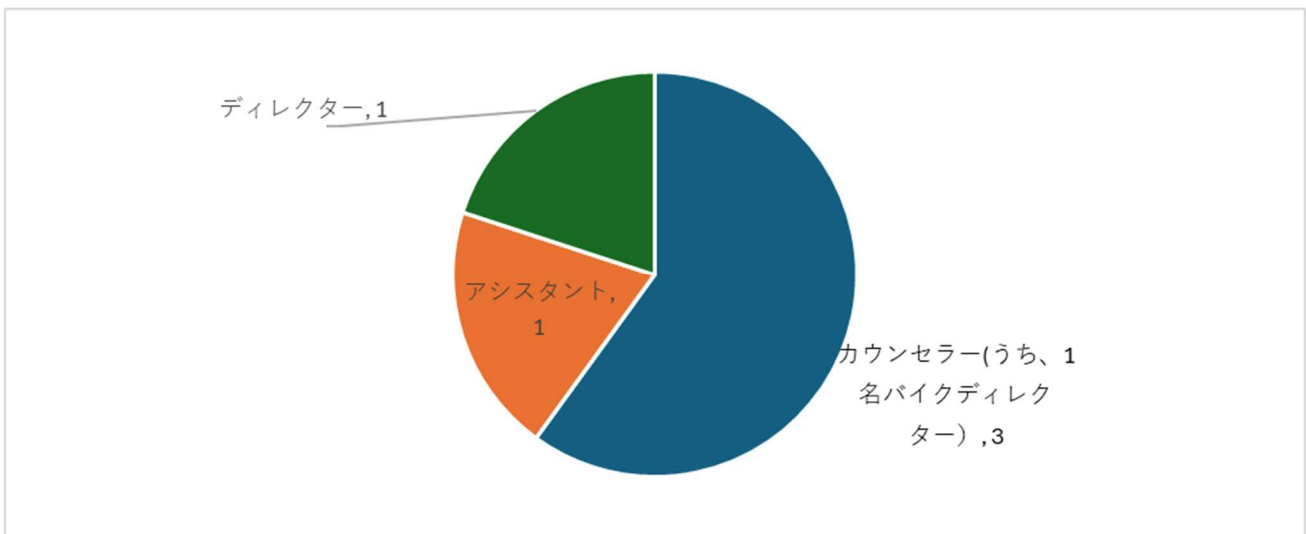
【調査対象】 ビジネスパーソン研修に参加した講師5名(ディレクター、カウンセラー、アシスタント)

【調査方法】 研修実施後、オンラインを含めてのヒアリング

【回収状況】 5名

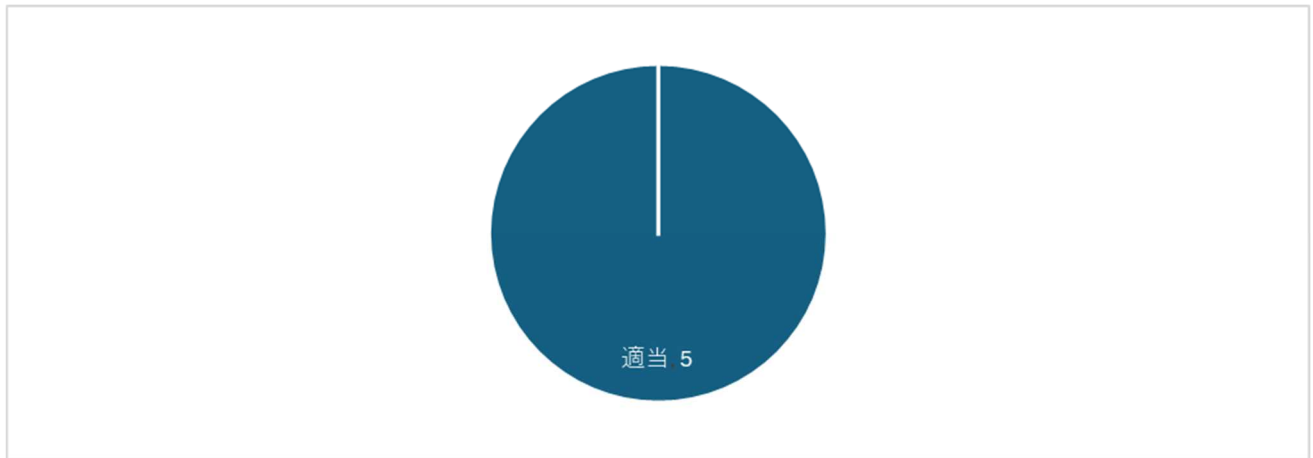
イ. アンケート回答

Q1. あなたの企業研修における役割を教えてください。



Q2. 今回の2泊3日十勝サイクリングコース設定(日程の長さ)はいかがでしたか。その理由及び効果が期待できる日数を教えて下さい。

▶ 5名全員が、研修日程の長さは「適当」と回答している。



回答者の回答の理由及び効果が期待できる日数

- これ以上短いと葛藤など成長する段階が生まれない。適当か、もう少し長くてもいいと思う。企業向けと考えると、日程の取りやすさでいいのかなと。3泊4日でも最大いいと思う。
- 自分のイメージするATは勉強不足だが、十勝のサイクリングは2泊3日で適当だったと思う。午前中から夕方まで、もう少し長くても良かった。リスクについてももっと安心してながら、調整しながら、走れたのではないかと思う。もう1時間ずつ長く走れたら良かったと思う。各日の目的に近づけたように思う。概ね適当だった。
- 今回参加者にとっては適当だったと思う。野外におけるオーバーナイトの効果は非常に大切だが、1泊だとある目標に達成できないし、3泊にすると参加者の体力やスキルが到達できず研修目的が破綻してしまうと思う。最初の参加者設定とインフォメーションを整えれば、3日目4日目まで行けると思うが、今回の参加者を見ると2泊3日が良かったと思う。
- 1泊2日だと短すぎたし3泊以上はかなりきついたので、2泊でちょうど良かった。普段運動していない方、サイクリングでお尻が痛かったり、疲労が蓄積されていったり、3日目になったらつらいのではないかと思った。
- グループ成熟のセオリー上、1日2日ではグループダイナミクスの心理社会的な観点で、グループがパフォーマンス段階になるには限界がある。セオリーベースでもそうだし生理学的にもそう。生理学的にも、2日間は交感神経系が優位で学びの状態にならないというデータからも1日2日ではなし得なかったと思っている。まだ正確にFBしていないが、スリーフォームというプログラムによると、最後の集団走行が一番学びが高い行動だったというエビデンスもある。2日目で集団走行に行けたのは小口さんも感銘を受けていたし、チームの成熟、企業研修の学びの体験の場として集団走行に達しないまま3日目になってしまうと企業研修として成り立たないコンテンツになる。ビジネスパーソン研修という意味ではいいと思う。

Q3. 今回の2泊3日十勝サイクリングコース設定において、効果的と感じた点を3つ教えて下さい。

【1つ目】

- ・コースが決まっていない。みんなで考えることでチームビルディングに繋がる研修だった。
- ・広い十勝エリアをぐるっと回れたのがツアーとしても参加者としても良かった。特色のあるエリアでかつ広いエリアだったからこそ、達成感、充実感があったと思う。2つの班は達成できなかったが、何とか達成できそうな、次に繋がる感じがあった。次はやってやるぞという感じになっていた。
- ・グループダイナミクスが作り出せた。1週間の子供キャンプをやっている、自転車の特性はあると思う。他のアクティビティは個人の力量で進むことが多いが、自転車は集団走行で風を作れるし、声掛けによって自分でできること以上ができるようになる。不揃いのスキルの子供も、3日目には集団走行、チームビルディングがうまくいくと感じている。自転車とチームビルディングが効果的に連動すると考えている。
- ・2日目は朝から雨で1日目の夜から雨がずっと降っていて、朝はテントが水没していたなど、悪天候で研修前から天気予報見ていたが、ずっとこんなにひどい雨というのは初めてだったので、初心者としては不安があった。ホロシリに上った時にリュックの中で濡らしたくないものはビニール物に入れたりした。2日目はずっと外にいたので、全部濡れたがリュックの中は乾いていたので濡れていない服で眠ることができた。全ての服が濡れた人もいたし、テントやタープの雨漏れから寝袋も雨漏れに当たってしまった。ウェアが濡れてしまったらそのまま？—防寒用のダウン等は全て濡れてしまって、雨具の上下はテントの中でリュックの上を広げておいておいたのでぐっちゃりではなかった。靴も全部濡れて、替えの靴も持っていなかった。最終日まで靴も濡れたままで、乾いた靴下を履いても、靴を履くと全て濡れてしまう。
- ・道の駅の活用は野外研修を強みとしていて、道の駅や人工物的な物は避けてきたが、十勝エリアでチェックポイントが見出されないまま下見が進んだ。しかし、十勝は街道沿いより十勝エリア全体に分散されていて、地勢的に効果的だと感じた。北海道の道の駅は単なるドライブインではなく地域色があって魅力的なものだった。道の駅を使ってみて、本体のバックアップ部隊（車など）とのドッキングも良かったし、コンプリートするには道の駅がオープンする前に到着しないといけないので、名産を食べられなかったという意見もあったが、名産品を食べることよりも達成することへの意識が高まっているから、十勝エリアでは効果的なコンテンツだと思った。あと、道の駅を調べると北海道は全地域で充実しているエリアで、かつ小さな市区町村でも十勝エリアだけでなく道の駅を通じて小さな自治体を回るコンテンツとしても有効に使えるのではないかと思う。ビジネスパーソン研修という余地もコンテンツのポテンシャルとして感じた。

【2つ目】

- 平坦な道だけでなく、ナイトテラスなど傾斜があるところで試される場所があり、塩梅が良かった。一筋縄ではいかないコース設定が良かった。
- 夜の岡村氏のリーダーシップ、チームビルディングの話はとても良かった。ツアーを広げていく上でとても良かった。あの座学があったからこそ実体験と理論が結びついたと思う。
- チームビルディングがうまく設定できた。
- 悪天候や不慣れな参加者に対する対応がいかに大事かということ。
- 2泊3日でサイクリング経験がない人が走破できるのかと不安だったが、ちょうど十勝の下見を終えるタイミングで十勝のサイクルコンシェルジュと打合せするときに、ナイトテラスが十勝のサイクリングならいいのでは、ということと、フラットよりもアップダウンが好きな人も多いサイクリストには人気の場所ということを聞いた。そこが私が想定していた宿泊エリアからアクセスがいい場所で、一部が自動車を活用することで、数十キロは節約できるプランができた。全ての道の駅を走破しなくても選択して良いとしたが、十勝は広いから不安だったが、ワープを活用してゴールを達成できた結果を得られた。もともとの建付けが220kmの走行がマストでこぎなさい、ではなく、最長が220kmで自分たちの適切な距離、課題を達成することが目的で、自動車移動が達成感を得るのに非常に効果的なアイデアだったと思う。十勝エリアではナイトテラスが行く価値があるし、自然の景色よりも自然の厳しさを知る機会にもなって、単にフラットな場所ではなく、パンチのあるコースにするのに良かったと思う。ナイトテラスで負荷を掛けるのも、誰も普通に考えると登りで行きたくないが、そこに行くことでメリットが得られる、アドバンテージを得られる。参加者の判断にゆだねる意味で、いい選択肢だったと思う。

【3つ目】

- 道の駅を取り入れていた点が良かった。コースを設定する上で、目的地が明確になった。
- 地域性の観光コンテンツに結びつけられた。参加者からも「もっと地域性のある観光コンテンツを上手く設定してもらえともっと面白かった」と言ってもらえた。
- 人材開発のWEAカリキュラムを習得することで講師を行えるようになるというのが、今回の建付けだった。北海道のATガイドで埋められなかったが、1名いて、経験した後であればある程度グループに寄り添って人材開発ができることが確認できたのではないかと思う。自然ガイドについては自信があるが、人材育成は初チャレンジで過度な不安を感じさせてしまったし、グループの方に申し訳ないという気持ちを抱かせてしまった。本番の研修を迎える前にフォローアップがあると良かったと思う。人材育成が安定してくれば心配なく、もう一度やるときは核心を持って指導できると思う～継続がみそだと思う。山内君が成長した点は、WEAカリキュラムを経て人づくり、教育に初チャレンジしてくれたが、経験を踏まえて参加者に寄り添ったサポートをしていたこと。彼の中ではもったできたという思いがあると思うが、今回結果的に良かったのは、サイクリングのエducatorがいい動きをしてくれたので、こういうふるまいをしりたいのかと目の当たりにできたのが良かったのではないか。自転車のトップガイドを目の当たりにできたのは大きい影響を与えたと思う。人材育成の指導者に舵を切るかは分からないが、非常に刺激的な人間関係、経験になったのではないか。

Q4. 今回の2泊3日十勝サイクリングコースにおいて、各セクションの改善点を教えて下さい。

【ガイドンス／座学】

- ・研修自体が、全部説明すると成り立たないので、いい意味で説明不足だったと思う。研修の目的として、問題をわざと作るのだと思う。小口さんが交通ルールを説明したが、確実に知っておくべきことなので事前に情報開示していてもいいのではないかと思った。十勝のマップは、自分の班は地元の方がいたので、半分以上はその方の土地勘でどうにかなった。不自由さは感じなかったが、マップを見ただけでは分からなかったのもう少し欲しいと思う面はあるかもしれない。土地勘がある人がいたらトラベルプランは作りやすかった。
- ・参加者からすると説明不足を感じた印象。本当にできるのかという不安感、初めてのATの形で相当「はてな」が浮かびながらスタートした。その影響もあって、1日目のスタートの漕ぐペースが上がらなかったし、モチベーションがあまり高くならなかった。1日やって、自分たちが理解できることが理解できたから、1日目からモチベーションを上げられたら達成できたのかなと思った。参加者アンケートからも感じるが、リーダーシップスキルやチームビルディングをどういう風に達成できるか座学部分がないままスタートしてしまった。みんなの思うグループダイナミクスやチームビルディングなどのイメージがふわっとしたまま始まってしまった。限られたスケジュールだとは思いますが、座学の部分を、最終日の2時間だけではなく、最初に座学で、「どうやったらうまく作れるのか（達成できるのか）」の説明があれば、もっと早く達成できたのではないかと思う。
- ・サイクリングやコースに対する導入・説明のほかにテント設営や食事、一日の生活の流れなどの説明があると良かったと思います。最初の日がガイドンス座学で、コースの説明や自転車の説明があったが、その他に生活面の説明がもう少しあったほうが良かった。自分たちでテント張るのか！自分たちで料理するの！とびっくりしたので、1日の流れを簡単に説明があると良かったと思う。自分たちでテント張って、料理作って、最後ミーティングして就寝とかいう簡単な説明でもいい。
- ・本来であれば、参加者が自立して自転車の調整、パンク修理をできるようにすべきであるが、今回の時間枠では限界があった。ただし、目標設定、動機づけは適切であった。野外教育の建付けではトラブル時にインストラクターが何とかするのは良い状態ではない。ツーリズムとは違う。参加者がガイド、インストラクターに依存した段階だと人材育成、自己実現が破綻する。事前に参加者が自立して自分で解決する技術を身に付けて参加すべき。扱えない自転車のメンテナンスを、コントロールするにも時間がかかり、2泊3日で十勝の220キロとなると、トラブルがおきたらこちらで何とかするというのもったいなかったが、自転車のメンテナンスのために日数を増やすのはコスパでもったいない。今回が企業研修のパッケージとしては程よいと思う。他の事例でいうと、自分たちでパンク修理の訓練をしたりするプロセスを踏むから過去の成功事例があったので。事前の自転車に関するトレーニングが乏しいままスタートしてしまった。

【サイクリング】

- 大きい車が多かったのが危なかった。全体的に、初日の上士幌まで行くときのまっすぐな道も、大きい車も通るし、車道を通っていいのかもわからないまま走っていたので危険を感じた。国道が危ないことを、僕たちは知っていてもそれをそのまま伝えていいのか、参加者に言えずにいた。参加者は大通りを選びがち。1本中に入ると、距離が伸びたり迷う可能性があったり。ちらっと言うくらいでは進路は変わらなかった。安全よりも最短で分かりやすい道を選んだ2日目に、ナイトテラスに向かったが、櫻谷さんの方で回っていたので、一番のポイントだった。上士幌から瓜幕の所は結構危なかった。視界も悪いし大きい車も通るし。小口さんがいたので、車道じゃなくて歩道を走っていいよと言ってもらったので、そこまで危険ではなかったと思う。良かった点としては、雨はイレギュラーではないが、いつも以上にしんどくなるので励ましたりチーム力は上がったと思う。突発的なアクシデントは、櫻谷さんの2日目リタイヤだと思う。それによってリーダーは北さんに変更した。基本は参加者にリーダーがいるので、カウンセラーは小口さんが代わりにやってくれた。サイクリングの改善点としては、1日に乗ったことない量を走っていたので、サポートをもう少しできればと思った。
- ガイダンスで小口さんが交通法規について触れていたのが、理解が高まっていた。サポートカーによって機材トラブルにすぐに対応していただいたのでゴールまで行けた。
- 法的な安全対策も伝えたが、サイクリングはお尻の痛みで進めないことがある。痛み緩和のためのパットや、ライディング方法をしっかり伝えることを最初にしてあげれば良かったと感じた。参加者のアンケートにも事前アナウンスが欠けていたと思っている。装備、雨対策は手袋だけでなく靴も必要で、自転車タイプもクロスバイクは雨に強くない。雨量で安全管理マニュアルを用意しておく必要もあったかもしれない。事前の情報共有が必要だと思う。雨は良い影響もあるが、雨のレベルはしっかりジャッジすべき。参加者の装備やスキルからギリギリだと思った。岡村さんと情報共有しながらギリギリの所で進めた。中止の判断としては、カヤックサイクリングも雨量2ミリを超えたら中止など決めているが、観光客向けのマニュアルと教育研修レベルでは異なる。子供キャンプでも、夕立にあった時の判断もデジタル化されているわけではない。場合によってはキャンプを宿泊施設に変えることもあるし、車移動に変えることもある。チームのカウンセラーが、参加者の唇が白くなっている、手足がしびれているなど低体温の症状が出ていたら中止するなど判断していくことになる。今回の班では低体温よりもお尻の痛みが問題になっていたから何とか進めていけた。判断の時間軸で言えば、チームごとの共有は3時間ごとに設定すると良いと思う。
- ①臀部の痛みの軽減→自転車のサドルにクッションをつけるなど工夫が必要。②一般人が、集団走行のパフォーマンス段階に達するためには、2泊3日、220km程度の走行時間、距離が必要であることが確認できた。③当初AT研修という文脈で、「道の駅」チェックポイントにすることにAT体験の損失という点で懸念があったが、結果として、地域の特産品の体験、本部との接続地点、雨天時の待避などの観点から、適切なチェックポイントであった。
- 想定内だが漕ぎ慣れない人は臀部の痛みが当然出るが（最先端のサイクリング事情をフォローアップできていなかったが）、情報交換の中でサドルのクッションがあつて大幅に痛みを軽減できると知った。十勝の事業者が持っているかにもよるし、消耗品として購入するのにかにもよるが、確率でははるかにリスクは下がるが、根本的な解決にはならない。よりよくするためには、クッションを利用するのもいいかも。ワセリンを塗ったりは指導者が随時行った。
- 自転車経験がない人が集団走行に入ると考えられないほど楽になるが、愛好者はゾーンを理解しているが、一般の人がそこに入るには3日目の集団走行は劇的に距離とスピードは増して、距離

と時間がパフォーマンス段階に入るのに必要だと感じた。自転車を使うには道を使うので、アウトドアにそこまでこだわらず、道の駅にいろんな意味でアウトドアアクティビティとチェックポイントでマッチしていた。

【生活面（食事・滞在）】

- ・すごく良かったと思う。改善点はない。
- ・2班でもタープは狭かった印象。次回はゆとりのある方がいいと思う。班ごとに丸くなれて、全体でも丸くなるのは、野外でも難しかったので改善した方がいいのでは。ストーブはやけどのリスクもあるので、寒さ・ストーブとの兼ね合い等は工夫できるのではないかなと思う。
- ・私から改善という点はないと思っている。参加者がテントを作るか、食事を作るかなどあるかもしれないが、そこまで詰め込むと学ぶこと覚えることが多すぎて目的がぼけてしまう。体験部分だけで良かったのだと思う。
- ・アシスタントをさせていただきましたが、どんなサポートをするのか理解していませんでした。例えば、本部の夕食は、アシスタントが指示をして本部の皆さんで協力して作るとか、朝食はアシスタント一人で全員分を準備する、テント・タープ設営やなど。9月に研修を受けたとはいえ、アシスタントとしてどのように、どんなサポートをすべきなのか、事前に打ち合わせがあると良かったと思います。私のような不慣れな者ではなく、もっと経験のあるアシスタントでしたら、岡村さんも、他の運営の方たちももっと過ごしやすかったのではと思います。サポートができたか分からない、ご迷惑おかけして申し訳なかったと思う。夕食もアシスタントが作る役目だったことも分かっていなくて皆さんで協力して作りましょうとしてしまった。何もわかっていなかった。岡村さんからみんなで協力して作るんだから分担してくださいと言われてたが、うまくできなくてご迷惑おかけした。アシスタント業務としては、食事提供、本部の設営、買い出し、悪天候時のケア、テントの補助。どうしたら濡れないようにできるかとかお伝えできたかもしれない。タープの設営などわかっていたからサポートできたと思う。カラトリーが入った箱が重くて自分で持ち運べなくて迷惑をかけた。自分一人だと時間がかかるから、どうしたらみんなが快適にできるのか声がけてスムーズに行程を進めていくか、できたら良かった。
- ・キャンプではなく宿泊施設での宿泊は効果が落ちると思う。ゆるみが大きくなるし、2日目3日目の行動開始時刻が遅くなってしまふ。布団で寝ると起きれなくなってしまうのではないかなと思う。マインドがリセットされてしまふし、2日目3日目のような活動はできなくなってしまうと思う。
- ・①雨天時の学習空間→より大きなタープテントの手配②ほとんど調理を必要としない食事であった。今回の研修には適切であった。2日目強い雨で学習空間として、タープが小さかったのでより大きいものが必要だと感じた。山岳の調理のメニューに比べると調理が必要でないメニューにしたのは自転車を中心にするためにも適切だったと思う。北海道の食を提供する確認がある。

【ミーティング】

- ・良かったと思う。
- ・手元に資料があるとしやすいと思う。参加者のレベルからWEAの振り返りの仕方を知らない人にいきなりやってみようというのは難しかったと思うから今回のやり方で良かったと思う。
- ・運営のミーティングは夜遅いですし、そこで初めて次の日の朝食のメニューやアシスタントの動きが伝えられるので、精神的につらかったです。事前にわかっている体面でもどうすることもできなかったかもしれませんが、生活面同様、事前の打ち合わせが必要だと思います。次の日の行程を

決めるための重要なミーティングでしたし、納得する方法でできて良かったと思う。運営のミーティングでは誰がどうするといった、話がされるので私はきつかった。私は3日目に体調を崩してしまったので、5時出発までにご飯食べて、テント片付けなくてはいけないのですが、私は車を運転してサポートできる状況ではありませんでした。事前にこうだというのが分かっていたらとは思ったが、分かっているにもかかわらず無理だったと思う。

【振り返り】

- ・事前にどういう風にするか示さないとまとまらないまま時間が経ってしまっていた。カウンセラーが機能していたら良かったと思うが、まとまらないまま、だらだら長くなって次の日へ疲れを繰り返してしまっていた。事前にリーダーとカウンセラーで話をまとめておけばよかった。
- ・評価的には良かったが、駆け足で無理やり感があった印象。もったいなかったかも。岡村さんのチャートに落とすのは面白かったし、参加者同士で振り返る時間が設けられていたのが良かった。
- ・最後戻った時には感極まった表情をされていたので、良かったのだろうと思う。※最終日はパッキングして参加できない部分があった。
- ・参加者の皆さんの前向きなフィードバックが聞いて良かったと思います。皆さん前向きで、頑張っていて良かった、こんなに長い距離走れないと思ったけど走れたという話を聞いて、私自身は何もできなかったが、「笑顔で接してくれて嬉しかった」と言ってくれた人もいて、それがとても嬉しかった。コミュニケーションを取れなかったが、朝食の時に、サンドイッチを提供するときは皆さんとお話できた。フィードバックの後に声を掛けてくれた。

Q5. 運営体制について、良い点及び改善点について教えてください。

【事前準備】

- ・運営側同士での情報開示してもらってもいいのでは。岡村さんにはカウンセラーも育てたいのかもしれないが、運営側が理解していないと参加者が戸惑ってしまう。自分も初めてで分からないことが多かったので、事前準備ができれば参加者へのカウンセリングもできたと思うが、カウンセラーの私3日目によろしく、全体を通して意味があったのかと感じた。僕自身の勉強にはなったが参加者に対しては、もう少しやれた方が良かったと思う。
- ・サポートカーと予備の自転車があったのが良かった。ただ、予備の自転車はもう一台ずつあると良かったと思う。(途中でリタイヤした) 櫻谷さんのバイクもあったから結果的に余裕があったが、各班にサポートカーがあって、バイクもそれぞれあったら良かったと思う。今回のコースなら、2ルート以外にはならないのではないかな。だから、予備の自転車は2台で良かったかも。浦幌から大樹はこげる班じゃないと行けない。ワープを使う場所も分からないので、(サポート体制を) 考え直す必要はあるかもしれない。
- ・事前のアナウンスについては、持ち物にテントサイドシューズは必要だったが、今回だとテントサイドシューズを持ってきていても濡れていたと思うし、ショートブーツ・長靴を持ってきている方もいたが雨対策、ビニール袋に入れるなどの対応は必要だと思う。もっと寒かったら、今回の装備では足りなかったと思う。雨対策についてのアナウンスが足りなかったと思う。
- ・参加者かつスタッフへの事前情報の提供をしっかりとされた方が良かった。子供キャンプではオンライン説明会を必ずする。現場の状況や当日までに必要な準備、心得、体力づくりなどをしてあげないと。内容が充実している今回のようなものこそ事前説明が求められる。
- ・モチベーションもそうだが、リュックサックは腰と胸で固定できるものを案内してもらえると良かった。雨具もポンチョタイプだと引っかかってケガに繋がるので、セパレートタイプを案内してほしい。雨でびしょびしょになったので靴も替えの案内してもらえると良かったかと思う。
- ・事前準備のお手伝いはしていません。大体の内容や各役割をすり合わせるための事前ミーティングは必要だったと思います。大体の役割をすり合わせるミーティングは必要だったと思う。わかっていたらできたかという、それはできなかったかもしれないが、一番知りたかった情報としては、アシスタントとしての動きが全く分からなかったで、その役割を事前に知れていると良かったと思う。
- ・主催(運輸局)、運営(宝島)、指導(BC) 3社の打ち合わせの遅れ、特に主催、指導のすり合わせが前日スタッフミーティング直前となり、修正に限界があった。
- ・指導者養成研修への集客不足、結果として2名を道外から招聘せざるを得なかった。
- ・研修の集客不足、もう少し人数が多い時のオペレーションを確認できなかった。
- ・道内の人間ではないので運輸局とのすり合わせが前日のMTGで220キロ、天候も不安定という情報もあり、運輸局の方に過度な負担を与えたと思う。雨天時の対応などをもっと早くから打合せして安心感を持ってスタートした方が良かったと思う。
- ・そもそもの建付けである北海道のATガイドの指導者養成としての集客不足が、WEAというカリキュラムの認知不足も要因もあると思う。本来の建付けと違って、実際の研修に向けては道外から招集せざるを終えなかった。研修自体に人数がいた方がオペレーションを確認できた。3グループできたので講師陣が能力を持て余した。
- ・心構えは最大220キロ走破しますという事前情報は必要かと思う。フラッと来るとストレスになると思う。装備も運営か参加者が用意するのかにもよるが、北海道はかなり冷え込むので雨天、寒さに対

応する準備は参加者自身にお願いしたらいいと思う。必要以上に自転車に関する知識などは与えない方がいいというのは研究結果で出ている。アウトドア経験がない方を山に連れて行くときは、個人にレインコート、登山靴等、全部一任すると、装備が合わなかった時に撤退するしかなくなる。レインコート、登山靴、バックパックは格安で長期間借りられるような契約を結んでいる。サイクリングの場合はレインコートは同じような方法をとってもいいかもしれない。

【当日運営】

- 運営側同士の連絡方法が気になった。途中で無線が通じないことがあった。ナイタイテラスのあたりで通じずにグループLINEで連絡になってしまった。何かいい方法があるのでは。キャンプ場での準備もかつかつそうだったので、スタッフの人数がもう少しいけば円滑に行けたのではないかと思う。
- とてもやりやすかったから、よくしてくれたのだと思う。到着したらテントが張られていたし、近くにサポートカーがある状況で良かった。雨天だとバイクでスリップして転倒するリスクは高まるので、緊急対応できる体制は必要ではないか。岡村さんが持ってきたタープの雨漏りも注意した方がいいと思う。それもあってタープは広い方が安心だと思う。機材やウェアが濡れないように広いタープにするのがいいと思うこちらの班は低体温症の予兆はなかったが、さらに風があったら雨と相まって怪しくなるかもしれない。今回は無風だったから良かったが、強風ならそもそも乗れないがバイクに乗れる風だけど風がある場合は危険かもしれない。常にベストな体験、ピークアドベンチャーを狙っていけていたと思っている。環境も後押ししていて、カウンセラーと岡村さんの判断が功を奏したと思っている。
- 参加者の皆さんが前向きで友好的だったので、良かったです。もっと経験のあるアシスタントの方がいらっしやると良かったです。カウンセラーの方もプロフェッショナルで、悪天候の中皆さんひっぱり最後までできたのはすごいと思うし、皆さん友好的だったのも良かった。これからのことを考えるともっと経験のあるカウンセラーやアシスタントの育成が必要だと思うし、経験を積む場を持つのが必要だったと思う。カウンセラーは山内さんも初めてだった。山内さんは別格ですごく、幌尻岳も山内さんがいなければ登れなかった。
- 指導本部の機能不全（2日目タープテントの浸水、装備を濡らすなど）ディレクター（岡村）が2日目のワープでドライバーになることがあり、有事の対応に限界のあるタイミングが発生した。車移動をする場合、1台に1名のドライバーが必要である。2日目のタープが浸水してしまったがそれは雨の重さで浸水して、ロープを張り直したりすれば回復したが、本部スタッフにその能力がなかった。北海道のATガイド養成でスキルの高い方もいると思うが、不快な状況をどうコントロールするのも必要なスキルなのでATガイドの根本的な資質が必要になると思った。私はディレクターでありながらドライバーになるところがあっ、ドライバーになったがために2日目のキャンプ地にいられずに本部に任せた所浸水の問題が起きた。私がいれば快適な環境を維持できたので役割として私は浮いてた方が良かった。2日目の雨天対応が良ければ、もう1つのタープを張る等できたと思う。

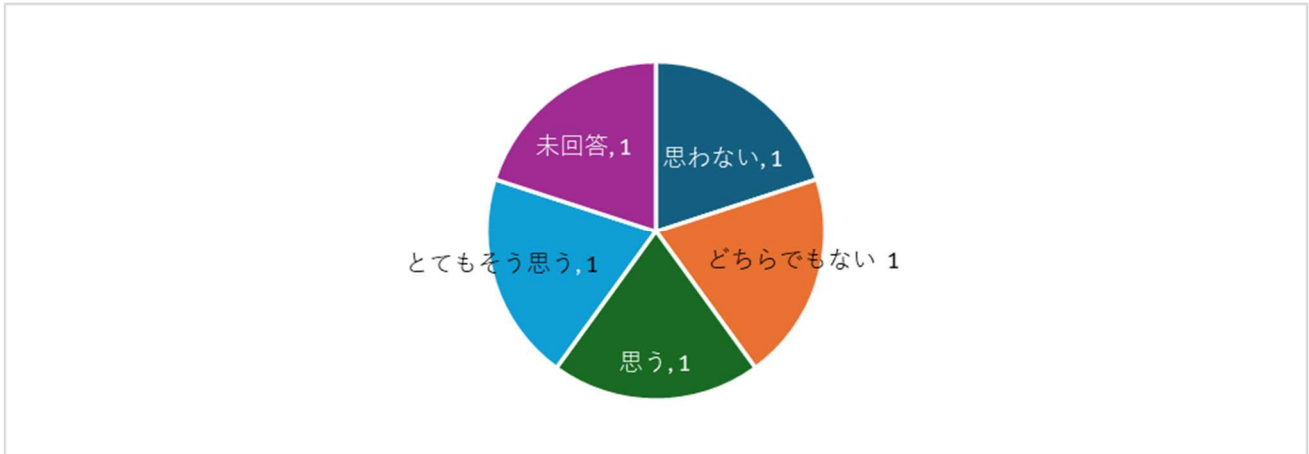
【終了後フォローアップ】

- 良かったと思う。振り返りも込みで、皆さん前向きになれていたの。
- 櫻谷さんが最後に健康的に、笑顔で終わっていたから良かったが、どんな感じだったのかという心配はある。吉田さんはコミュニケーション、積極性は大きくなっていったし、ルートを選ぶ際の意思決定も重要な選択要素について周りから出てこないファクターが出てきたのが印象的。岡野さんは、最終日は「もうがんばりたくない」となっていたが、1日目、2日目で比べると、2日目の走り方は違ってきていた。チームを引っ張る走り方に変っていた。それで3日目は弱い立場の人に対応できる走り方になっていた。
- アンケートを見た中での感想だが、終了後のフォローアップはあるといいと思う。フィードバックをすることで、リピーターになったり次回のフィードバックもしっかり記入したり、レベル2の参加動機に繋がっていくといいと思う。
- 皆さんのアンケートをとられて結構良い評価のフィードバックもあったと思うので、来年も継続して参加してもらうなど、またどこかで顔を合わせる機会があるといいと思う。いい感じで関わった人なのでまたどこかで繋がれたら。フォローアップについては、弊社でやっている所だと研修中夜間にリーダーシップセオリーに触れるところがあるが、フィールドでは理論的なところは限界がある。研修で感じたことを現場に帰った時に発揮できてるか、発揮できてないなら何が問題なのかをまたグループで集まって、現場ではこういうときに生かした、こういう風に効果を維持できるとかはしている。

Q6. カウンセラーが下記の研修目的を参加者と共有し、運営することはできていましたか。それはどのような場面（状況）でそのように感じましたか。

1) リーダーシップ

▶ 5名中2名が、カウンセラーがリーダーシップの習得という目的に対して、参加者と共有し運営することができた（「とてもそう思う」、「思う」）と回答している。一方、5名中2名が、「どちらでもない」、「思わない」と回答している。



回答者の各回答の理由

■ 思わない

・カウンセラーがどれくらい話に入り込んでいいのかの基準も分からなかったので、小口さんも一緒に行って甘えてしまって、参加者も小口さんを頼る感じになってしまい、出る場もなかった。サイクリングの技術がある人の所にどうしても行ってしまう。

■ どちらでもない

・ジャッジするための情報共有が大事だが、最初の座学で重要性が共有できていなかった。ガイダンスで肝となる部分だから時間を取ったほうが良かったと思う。

■ とてもそう思う

・チームで成長があったと感じている。吉田さんの意思決定の流れ、ルート選択の最適化や、ディスカッションが生まれた点、危険な点を話し合っってルート選択する流れなど、リーダーシップが大きく関係していると感じている。

2) チームビルディング

▶ 5名中2名が、カウンセラーがチームビルディングの習得という目的に対して、参加者と共有し運営することができた（「とてもそう思う」、「思う」）と回答している。一方、5名中1名が、「思わない」と回答している。



回答者の各回答の理由

■ 思わない

・チームとカウンセラーは一緒ではないので、僕はチームに入れなかった。アドバイスもできなかったのも、それよりもうちのチームはきゅっとなるのが早かった。みんな思いやりを持って、あまりぶつからずにチームが協力的だった。問題解決含め自分たちでしていたし、ギクシャクすることもなかった。カウンセラーが出る場がなかった。櫻谷さんが言っても、嫌な顔もしなかった（カウンセラーの介入の余地はなかった）。

■ 思う

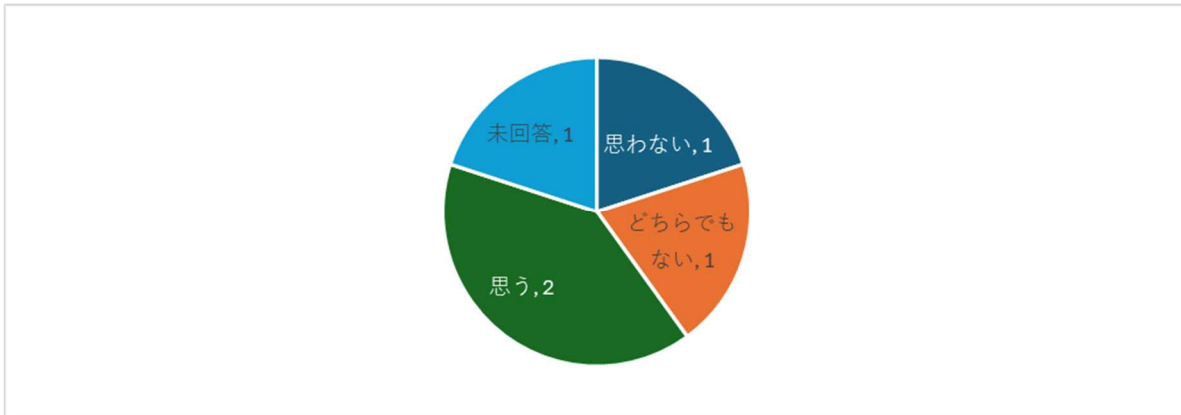
・他者への配慮がある人ばかりだったからできたが、ダイナミクスが作れたかがチームビルディングに影響する。

■ とてもそう思う

・効果的だったと思っている。1日目のチームの中で考えが違うメンバーで、ペースの違いにやきもきしている人たちもいたが、2日目に自分たちが思う自分たちの理想のペースで走れていたと思う。パフォーマンスの段階にいられたと思う。意思の疎通が図れるようになり、ハンドサインも出せるようになって、いい状態にあったと思う。

3) 問題解決能力

- ▶ 5名中2名が、カウンセラーが問題解決能力の習得という目的に対して、参加者と共有し運営することができた（「思う」）と回答している。一方、5名中2名が、「どちらでもない」、「思わない」と回答している。



回答者の各回答の理由

■ 思わない

- ・自分たちで問題解決ができていた。

■ どちらでもない

- ・問題から課題にするプロセスが明確になっていなかった。時間に追われて課題が何か、なんでうまく進めていなかったのかを考えられなかった。ゲーム感覚に追われてしまい、課題は何かをカウンセラーがその都度問う時間があれば良かったと思う。カウンセラーにサイクリングの知識、経験がないと問題解決に頭に行きにくいと思う。例えば、冬山だと安全管理にばかり気が行ってしまう。カウンセラーにサイクリングガイド、ディレクターレベルのスキルがあると良かったと思う。

■ 思う

- ・問題は達成できたが、タイムマネジメントが10分、30分遅れたりしたのに、それを問題と思わなかったのがいまいちだったかな、と思う。遅れることによる他への影響をさりげなく伝えられなかったのがミスだったと思う。
- ・集団で目的を目指していかないと機能しない。サイクリングという活動自体の限界もあると思う。一定の距離を走行すると身体的負荷があるから、工夫で快適になったり、チームで協力すると負担が軽くなるものではない。山岳活動ではロジカルに負担を減らすことが可能である。研修成果が上がらなかったというよりもサイクリングの特性が反映されていると思う。十勝エリアで考えるとサイクリングが最適解だと思ったが、パドリングなどチーム力が試されるスポーツの宝庫だと思う。リーダーシップと問題解決は、解決するプロセスがないと身につかない。サイクリングはソーシャルサポートが起きにくいスポーツ、本人の運動能力に頼るアクティビティである。今回の満足度が低いというよりも、自転車という工具の特性。人の負担をもらうことができない。登山だと人の荷物を持つなどできるが自転車ではそれが生まれづらい。

Q7. この研修を継続的に行うためのポイント、改善点について教えてください。

- ・サイクリングの研修だったが、他のアクティビティでもできると思うし、今回は車道を走っているときに危険性を感じたので、もっと安全な範囲でやれた方が継続してできると思う。サイクリング以外では登山。最初は全然できなくても成長を感じられるものなら何でも。
- ・リーダーシップの理論を身に付けている人が必要だと思う。トカプチ400というロードがあるが、自転車への理解が低い地域で理解が高まるのが理想だと思う。交通手段の1つと認識してもらわないと、国道沿いで路側帯を走っているにもかかわらず、プレッシャーを掛けられたりするシーンもあった。アクティビティ、スポーツという認識をしてもらわないと事故が起きてしまう、コンフリクトが起きてしまうのではないかと考えている。東北でも同様の問題が起きていたので怖いかなと思う。
- ・参加者へのフィードバックに丁寧に対応していくこと、改善点にも対応していくこと。事前説明、オンライン説明があったほうが良い。アクティビティ強度の説明のほか、どんな装備が必要なのかなど1時間程度オンライン説明をした方が良い。参加者同士のミーティングの時間を入れるとより良い。同じ不安を共有させることでチームビルディングをタビマエからスタートさせて、自分の準備の足りなさを自覚させる。オンライン説明の中で、15分~20分程度の参加者同士のシャッフルトークを入れるのが良い。ファシリテーターが入れられたらより良い。岡村さんは現場には入らない方が良い、現場はカウンセラーに任せる、岡村さんがずっと介入するとカウンセラーの成長に繋がらない。
- ・もっと経験のある人材育成が1番だと思う。
- ・指導者養成として北海道は圧倒的な自然環境の中で、自然とガイドが媒介となるのは長けているが、教育活動についてはトレーニングを受ける機会が少ない。資格体系や、野外救急等を身に付けただけではHow toがない。継続的な人材育成をしないと、企業研修、人材育成は現在のノウハウでは限界がある。パイロットテストはベンチマークとして、参加者の反応は指標になるので、今回のいいところ悪いところを今後生かすところが重要だと思う。人材育成に繋がるところとして企業研修は、企業は結果を求めるので、継続するのであればパイロットテストではなく企業がまとまった金額でツアーとは福利厚生ではなく、違う次元の予算感で話がきたときの企業の期待と一致しているかのデータの蓄積が必要。
- ・このツアー、この研修をどれだけの人がやりたいのだろうと。この日程でこの強度のツアーをどれだけの人が受け入れられるのだろうと思う。なかなか応募しにくいだろうなと思っていた。
- ・参加者の皆さんも寝る時間、休める時間があると良かった。そのために、道の駅も堪能するとなると、もう一泊増やさないといけないのか。ATTAのATガイドのコンピテンス自体は意味がないと思う。示してもどう養成するかを示していない。蓋を開けるとリーブノートレース、野外救急くらい。システムがあるLNT、野外救急が先行して採用されているのは分かる。環境保全、有事のための救急法を学ぶだけでいいガイドになるわけではない。グレーゾーン、俺は大丈夫という世界に陥っているので、根本的に担保された環境に配慮できる、事故が起きたら救急できるだけではなくて、そこを担保していかないとグローバスタンダードのATガイドにならないと思う。

Q8. 今回の研修をパイロットスタディとし、今後これを展開していくためのご意見、ご要望がございましたら教えてください。

- 今回はメンバーが最初想定していたのと違ったという話で、対象とする人を事前に集められたらもっと効率よく、効果的な研修にできるのではないかと。
- トカプチ400は24時間以内で走りきる人もいますが、どう宣伝していくかが課題だと思う。初日と最終日の比較、表情の比較を見せるとわかりやすいかも。1日目と2日目の夜のコミュニケーションを取っている様子を見ると、これだけ変わるんだという印象を持ってもらえると思う。あと少しで達成できた、自転車のレベルがばらばらの人たちでもあと少しで達成できるところまで行ったというのを見せたら良いのかも。できなかつたけど、次ならできると思った人も多かったと思う。
- 装備の説明等、事前の説明をした方が良くと思う。スタッフ同士ももっと情報共有すると良く思う。どんな人が、どんな属性の人が来るのかを共有するなど、目的も、クライアントがどういう流れで来ていて、参加者をどう成長させないといけないのかなど共有した方が良く。回数は多ければ良いわけではなく、1回で済ませられるように事務局が調整したら良く思う。
- 毎回同じコースだと参加者も飽きるかもしれないので、道の駅でゲットするものが違うとか地元のお祭りイベントと絡められたらいいのではないかと考えた。夏は暑すぎると思うので、春か、今回ぐらい、紅葉と被ると人が集まってしまうかもしれないが。GWの後にはたくさん花が咲くのでGW明けなどはねらい目なのではないかと思う。
- 繰り返しますが、指導者養成が核となる。我が国のガイド養成は、ヨーロッパスタイルのため、テクニカル主導となっている。そのため、ファシリテーション、人材育成の技能が欠落している。一方で米国のガイド養成のスキームには、テクニカルスキルに加え、参加者の体験の質の保証、人材開発の技能が加わっている。今後米国主導に進んでいるATガイドを育成するためには、現在の国内のガイド養成のパラダイムをシフトする必要がある。指導者の資質で、顧客の体験が変わるのは研究成果で出ている。コンテンツに関わらず指導者が良ければ良い体験となる。日本全体のATガイドはヨーロッパスタイルでテクニカルベース、ヨーロッパはアルプス基準で、日本とは次元が違う。顧客の体験を維持するドメスティックな要請は内容がずれている。それが日本のスタンダードになる。日本のガイドはすごいけど学校に来ているみたいという評価に繋がっている。北米がいいわけではないが、教育ファシリテーション等のトレーニングも加わったカリキュラム、WEAなどある。ヨーロッパもいいが、顧客に対してどう体験を担保できるかソフトスキルのトレーニングが必要になると思う。

Q9. 今回の研修は、繁閑差を解消することを目的としています。これについて、ガイド業の繁忙期はいつになりますか。また、この研修をご自身が販売するあたり妥当と考える時期はいつになりますか。その理由についても教えてください。

- ・繁忙期は夏と冬。6～9月と1～3月。販売できそうなのは10月、11月。ガイドの手が空いている時期で、今回の研修も時期的には良かったと思うので。アクティビティとしては、登山もいいと思う。
- ・5月、6月、9月、10月＝気温がちょうどよい。雪や落ち葉の関係も気にする必要があり、林間を走るエリアは風で大きな木が倒れたら危ないからそういう時期を避けたら良いと思う。
- ・4月がいいと思う。長野が忙しくなり始める前、かつ新人教育を始める時期。天候も安定しやすく、暖かいのでリスク管理しやすく、繁忙期に入る前で良い。3月は企業側が異動などで忙しく現実的でなく、6月は天候不順があるから、4月が良いと思う。
- ・こちらは地域によって全く異なります。北海道で想定した場合、10～11月（紅葉後から平地への積雪まで）が閑散期になるのではないのでしょうか？
- ・ガイドはシーズナルな仕事なので繁忙期は24時間フル稼働でやっていられないので、閑散期の活用は大賛成。上手く企業研修が入るとき、子供のサマーキャンプなど分かれている。北海道は10～11月はガイドの手が空くし、いい時期じゃないのかと思う。

Q10. 今回の研修が、ガイドの新たな収入になると考えますか。

- ・研修自体は良かったが安全な形でやれるといいかなと思う。土砂降りの中走るのも違うかと思った。参加者の意向で早朝出発になったが) ライトをつけているとはいえ、通常よりは危険だと思うが、暗いうちから出発しても20、30分で明るくなっていたので大丈夫だったと思う。
- ・ATという文脈が強く日本で発信される中でここまで自己変革できるツアーはそんなに開発されていないと思う。ATでもできるし企業研修でも問題なく開催できると思う。
- ・観光とは違うターゲットで、目的も異なるから、他の地域への横展開もできる。けれど地域性も出せる。ローカルな方こそいいのではないかと思う。
- ・私自身がガイドをやっていると仮定して考えると、収入にならないと思う。
- ・客単価が高いのでYESですが、旅行を通じて人材育成を行えるという発信方法、発信の客体に課題がある。旅行で売り込むと福利厚生となるが、人材育成となると人事となる。アプローチに相手に応じて、柔軟に強調するポイントを変えるなど、これまでの旅行のマーケティングにない戦略が必要である。旅行と研修は企業の投資する金額が根本として違う。人材育成として企業に売り込むとガイドの単価も異なるし、可能性は十分にある。観光、旅行は、人事にたどり着かない。社員旅行になると、人材育成としても企業側はピンとこない。人事で旅行というと、どう人材育成に繋がるかのロジックがないと受け入れてくれないと思うので手法が重要になると思う。ちなみに、弊社の場合は人材育成会社があって、そこは日本の大手しか相手にしないところ。一オプションとして野外研修を売ってくれている。うちとしては販売や営業のノウハウがない。肌感覚ではある程度大企業じゃないと野外活動の効果を感じないと思う。ツールとして人が必要な会社では業務で発揮できない。プロジェクト型のチームでゼロから作る、商社系の企業にはハマる。全ての企業に当てはまるのではなくて、営業の戦略は今後北海道として売らるなら、北海道はブランドが全国的にあるし、他の地域よりもアドバンテージがあると思う。

Q11. この研修を実施する場合、作業量はどのくらい想定されていますか。

- 2泊3日、最低催行人数（参加者）3～4人。運営体制としては5～7人くらい（自転車想定）。1班で回っていくイメージ。運営は2人が自転車に付けて、1台は車、あとはキャンプ場の準備。
- 1回やってしまえば2回目はやりやすくなるかもしれない。大枠を作るまでが大変だと思う。1回やってしまえば来年もと続けられるとは思いますが。1回目をやると考えると、スタッフが3～5人いても1か月近くはかかってしまうのではないかと。
- 一回のMAXの人数は15人。5人1チームの3班が限界かと思っている。カウンセラー3人、本部4人の全部で7人じゃないか。内2人は伴走者。あと2人が食事や段取りする人。地域に精通している人にやってもらう。
- 半年くらい準備期間が欲しい。人数は少人数の方が達成感が出やすいと感じている。最少人数はグループダイナミクスを作るのに最低6人が必要だと思う。実施期間は3日くらい、経験者であれば3日以上できると思う。参加会社のアウトドアギアを使ったバイクを使うなど、オフとオンを作りながらAT研修できるのではと思う。初心者は3日で、最少6名～最大18名、3名を6グループでその中でうまくグループダイナミクスをパーティとして成功させることはできると思う。想定フィールドは、リサーチさえできれば全国どこでもできると思う。1グループ2人だと少ないし仲間割れで終わってしまうことがある。葛藤が起きつつ三者だと解決に向かうことができる。1対1だとうまくいかないから最低3人が良い。5人になると多すぎるので、3～4人がいいと思う。スタッフは1グループにカウンセラー（2名）、現場の最終ディレクター、安全管理のスタッフ、サポートカーを1台ずつ（2名）つけるなら最低スタッフは6名。参加者が10人増えるとまた増えるが。
- 3日間で最低催行人数（参加者）教育効果4人。WEAの教育理論、野外指導スキル、サイクリングのガイドスキルがあれば、3日間でルート開発ができた。「道の駅」というチェックポイントにたどり着くまでに1.5日要した。今後道内で横展開するのであれば、卓上で半日、実装は1日でできる。WEA講師養成：原則2週間で、基礎的な体力、学習力、野外スキルがあれば養成可能。ただし、それを活用した実務経験を入れると、自立して結果を出せる指導者になるためには30日程度の実務経験（人材育成指導経験）が必要となる。さらに、ディレクターになるためには、100日程度の実務経験が必要となるだろう。企業研修の講師は非常にプレッシャーを感じていたので自分でコントロールするために、ガイド業務とは似て非なる物。講師業の経験を積ませる必要になると思う。私のポジションになるには、それを100日程度の人材育成の実務経験が必要になる。4人では赤字事業になってしまう。教育効果は出せるが、上りはなくなってしまう。黒字を出すとする10人以上になる。準備期間は、今回はゼロベースで十勝において始めたので、十勝はサイクリング一択で来たが、フィールド巡るのに時間を要したし、北海道は横展開で道の駅で行こうと決めれば1日フィールド回れば行けるのではないかと。

Q12. この研修を販売する場合の販売価格を教えてください。

- 1人あたり7～8万くらい。
- 2泊3日で10～15万。専門的だし、リスクも高いし、伴走車のコストも高いし、それくらいではないか。自己変革の部分が大きいので、その付加価値があるからこの価格で売っていきたい。自己変革を起こすことが意図的にできるリーダーが必要。その人を呼ぶのにお金がかかってしまうため。
- 行政に委託するのかなどで変わる。子供キャンプだと1名10万～15万くらい。総額で250万くらいあれば良いものを作れると思う。1人あたり10万など、リサーチが赤字になるので3～5年かけて赤字を回収していくことになるのかなと思う、回数が増えたとリサーチを省けるから。1人10万円で、継続することで回収していく。自転車のギア関係もコストが大きくなってしまっているので考えていけない。
- 装備とキャンプ場を考えると高くていいかも。高すぎて参加者がいなくても意味ないし、安くする必要もないと思う。テントの設営も参加者がみんな全員でというのは難しいと思うので、杭もなかったし、石を拾って打つなどをしていたので人数に関係ないが、もう一人アシスタントがいればよかったと思う。価格は検討も付かない。
- 1日10万円/日、30万円・費用人員・ディレクター20万/日・アシスタント5万/日・バイクディレクター10万/日・参加者の移動に車を使うのであれば、その分のドライバー3万/日・カウンセラー5万/日。

Q13. 北海道内のガイド及び観光関係者らが、この研修を普及させるためにはどのような取組が必要なのか教えてください。

- ガイドと観光業の人との、繋がりを深めていくこと。
- この研修をガイドたちにやらせるのが必要。自分で体験してやってみたい、面白いと思ってもらえないとできない仕事だと思っている。体験してやってみたいと思えた時も、岡村さんがいないといけないうし、WEAのコースに参加しないといけない。リーブノートレースや野外指導法も習得しておく必要があると思う。WEA以外の野外指導団体でもいいが、理論を身に付けた上で指導に当たるのが大事だと思う。理論を身に付けていないと普通のガイドになってしまうから、自己変革は大きくなならない。介入方法を変えていくことが必要だと思うクライアントがつかめていない。業界的にも研修システムがあることを企業が認知していない。どうやって普及させていくかは、サイクリングガイドの課題なのかと思っている。ATが間に位置する感じがする。ATガイドはそこそこ頑張れば研修も対応できるはず。事業者として安定していける要素もあると思う。アウトソーシングできる事業なので収入を安定させることができる。
- アドベンチャー教育の概念理解、WEAカリキュラムの理解、WEAの指導スキルの獲得。アドベンチャー教育とすると、セオリーがあるので、冒険教育として理論をガイドが理解していく人材養成が必要なのだと思う。

Q14. この研修を販売する場合のターゲットは、どのような企業、参加者を想定していますか。

- AT無関心層はいいと思う。
- スポーツチーム、サッカーや野球など団体競技の人たち、やんちゃな子たちもありかなと思う。野外活動を通して自分を見つめ直して周りとの協力できるようにする。パワーの向け方が分かっていない子たちにいいのではないかな。
- 意思決定者を多く抱える企業やチームビルディングを求めている企業、自社のメーカーを使ったフィードバックをしたいメーカーさん、自転車屋さんが一番自転車に乗っていないし。他にも行政に自分たちの地域のフィールド研修など、が考えられる。
- 以下のターゲットが良いと思う。・プロジェクト型の業務に従事している人・意思決定者を多く抱える企業・新人研修・管理職研究・選抜型研修・全社研修。北海道まで行く、人材育成に投資できる、というのは中小では難しい。問題解決に会社として投資できる会社は限られると思う。

Q15. それらに対する訴求方法、営業方法について教えてください。

- やったことない人に対して、入りやすいような見せ方で宣伝できたらいいと思う。楽しさなど、ATに参加するとこんな自己変革ができるということを伝えていくことだと思う。
- スポーツチームや企業はこれをやると、仕事の量が多くなると思うが、1日目のフィードバック、まとめた報告書を個人に渡したり、企業に渡したりすると売りやすくなるかなと思う。カウンセリングとしての利用、フィードバックに繋げていけると企業も目を向けてくれるのではないかなと思う。企業人事・社長はツアーに参加しないと思うので、文字や数字で見たり、活動の様子の映像でも伝えたりするといいいのでは。そこまでやるなら10万円以上の価値になると思う。営業ツールとして使っていけるのではないかな。
- お付き合いのある企業に提案はできる。例えば地元の大手ビールメーカーの社長が子供キャンプの参加者の父だったり。ただ不特定多数の企業にアプローチするのはどうしたらいいのか。インスタ広告では届かないだろう。
- サイクリングとなると難しいかなと思う。支笏湖で自然と親しもうとか、キャンプ場で鳥を見ましよう、ボートに乗りましようというレベルの中であればやってみようという人は多いかもしれない。私が浦河町でやっていたのは、毎月1回同じ場所をみんなで歩きましょうと、四季を通じて同じ場所を回ってみるとかがあるといいかもしれない。そこに住んでいる人でもこんな花があったんだ、こんな鳥がいたんだと驚きもあった。秋はキノコが出ていたり、普段見ないようなものを見るのは楽しかったようで良かった。
- 国交省で観光やっているが経産省と連携して、頻繁に人材育成の展示会をしているし省庁の横連携として日本のプロジェクトに絡む、土地を活用した人材育成を考えたときには国交省だけではなくて経産省とうまく連携すると、研修の価値が分かる企業にリーチできると思う。合同研修だと、少なくともネットワークを作ると、よりどころになって、研修が良かったという思いが続いて、口コミ営業に繋がると思う。

Q16. 総括

- リーブノートレースに関する、食事、テントの立て方のほか、参加者がどう成長するのかを事前に経験していたので理解はしていたが、活かし切れなかったと思う。
- 2泊3日というお手軽な、受けることができそうな期間で、十勝全体を生かした素晴らしいルートがひかれているので可能性は大きいと思っている。ぜひ今後発信していったら、このツアーがATの一つの形であると示していけると、日本の文化・食事だけのツアーが増える中でとがったツアーとして良いのではないかな。
- 受けてくれた人の企業に資料を渡した上で、次の営業先に渡すのがいいと思う。
- 潜在的なビジネスで可能性があると思う。皆が戸惑っている時期だと思う。登山ガイドたちがATの文脈でお客を獲得できるようになったときに、参入させていけるかと思う。いま事業者が観光にスライドしていていると感じている。観光から研修に入っていく、研修からの入っていく行き方もあって、その真ん中を狙っていきたい。それを販売側が意識しないといけないと思う。参加者が総括して、目的に到達しているのかをタビナカで確認して、タビアトにフォローアップしていく。特にタビマエの情報提供が重要。ギャップを埋めるための取組が重要。タビナカのスタートラインをレベル3、4にあげていかないとレベル10に到達できない。岡村さんが仕組みづくりをしてくれて、完璧ではないが足りないところも浮き上がってきたから、勉強になった。今まで日本になかったジャンルなので、ATという共通言語が観光ガイドの収入を上げる、いいきっかけを作ってくれたと思っている。
- 事前の打ち合わせをしっかりとするといいと思う。運営を継続できるチームの人材育成、時間もかかると思うが、それができるといいと思う。悪天候への心構え、対応もきちんとできるようになるといいと思う。
- この取組は歴史も古く野外活動を通じた人材育成は海外ではポピュラー。弊社はJリーグのトレーニングをしているが、ヨーロッパでもやっている。Jリーグからヨーロッパ行った人も違和感なく受け入れられている。日本でもちょっとレクリエーションに毛が生えた程度で、弊社ともう1社くらいがしている。こうした取組を点ではなく、面に広げるのは魅力のあるプログラムだと思う。

5.2. 分析・検証と今後の提言

「ATの性質を踏まえた企業研修」プログラムを作成するにあたっては、まず、研修としての要素とATとしての要素（旅行商品としての要素）のバランスを考える必要がある。仮に、前者に比重を大きく置いた場合、「AT要素（旅行商品の要素）もある研修プログラム」となり、後者に比重を大きく置いた場合、「研修効果もあるATプログラム（旅行商品）」となるため、企画時点から、どちらにどの程度比重を置くのかで作成するプログラムの内容が大きく変わることには留意する必要がある。

例)

研修としての要素に比重が大きい場合	<ul style="list-style-type: none"> ・参加者へ負荷をかけるために（緊張の糸を解かないように）、テント泊が望ましい。（講師意見より） ・チームビルディングの観点から、食事はでき上がったものを提供するのではなく、素材を提供し、全員で調理する場面がある。
ATとしての要素（旅行商品としての要素）に比重が大きい場合	<ul style="list-style-type: none"> ・参加者に負担を掛けぬよう、基本的に宿泊はホテル等の宿泊施設。 ※テント泊があったとしても、連泊中のどこかにはホテルの宿泊がある。 ・食事の提供は、基本はでき上がったものを提供する。

上記のように、旅行商品としてのATは、基本的に快適に過ごすことがベースにあり、その上で多少の負荷をかけて得る「自己変革」であるが、研修商品として考える際は、参加者に対し負荷を掛けることを前提に考えるため、商品の作りが根本的に異なる。

今回の実証では、ビジネスリーダーシップ、問題解決能力、チームビルディングといった企業が人材育成に求めるビジネス力の獲得に重きを置き、ATとしての要素（旅行商品としての要素）よりも研修としての要素に大きく比重をおいたサイクリングプログラムを作成し、「①ATガイドの繁閑差対策となり得るか」及び「②これまでATに強い関心を抱かなかつた層へのアプローチとして有効であるか」を実証することとした。

ここからは、先述で取り上げた参加者と講師への研修実施後のアンケート調査やヒアリングによって得た意見をもとに（1）研修内容、（2）人材・運営、（3）需要の3つの視点から、各項目での分析を行った。

(1) 研修内容

<p>研修の開催時期</p>	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 参加者の半数以上が10月の開催が適切と回答。 研修でサイクリングに興味を持ち、サイクリングを自身で始めると考えるなら5月が良いのでは。 厚着するウェアを減らせる6～9月が適切。 <p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域の気候条件や道路環境などを考慮する必要があるが、10月の開催は平地での積雪がなく適切。
<p>研修期間の長さ</p>	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 2泊3日の研修期間が適切との意見が最多。 <p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 2泊3日の研修期間は、参加者の体力やスキル、かつ研修効果を考慮すると適切。
<p>コース設定</p>	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> アップダウンの多いコースなど大変だった。 辛さから達成感や学びがあった。 ATの「T」の部分（＝観光情報）などについても取り入れるとモチベーションが上がる。 <p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 十勝エリアの広さを活かし、参加者が自分たちでコースを考えることでチームビルディングの一助となった。 平坦な道のみならず傾斜のある道を走行することもあるなど適度にアップダウンを設けさせることで、参加者に達成感と充実感を与えることができた。 道の駅をチェックポイント設定したことで、地域性のある観光コンテンツとの連携、研修運営側の体制の整理、悪天候時の待避場所としての活用など、多くのメリットをもたらした。 コース設定全般については、事前に参加者のアウトドアのレベルを勘案し、状況に合わせた研修強度にすることが重要で、少なくとも半年以上前から具体的な販売先を定め、コース設計をすることが不可欠。
<p>ビジネススキルの向上</p>	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 参加者の大半が「リーダーシップ」、「チームビルディング」、「問題解決能力」の3つビジネススキルが向上したとの回答。 参加者自身の強み・弱みに変化があった。 3つのビジネススキルの獲得が今後の普段の業務で役立つ。 「今後の人生にも大きな影響を与えてくださり、ありがとうございました」、「また機会があれば参加したい」などの回答から、プログラムとして高評価だったと考えられる。
<p>ATの5要素の体験度</p>	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ATの5要素全てにおいて、体験価値を感じることもできた。

	<ul style="list-style-type: none"> ・「Low Impact」については「どちらでもない」、「思わない」との回答が多く、具体的には「そもそも自転車自体がLow impact」、「ほかの利用者がいるキャンプ場（またはテントサイト）で、会議等をするのは迷惑（周辺の環境にインパクトを与えている）」など。
研修の事前情報（旅前情報）の充実度	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加者からは、事前の研修情報の案内が直前過ぎる。 ・基本的な研修の参加に必要な情報や必要な装備の情報など事前情報の少なさは改善すべき。 <p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研修の目的、参加者の属性、必要な装備、行程等の事前説明を徹底する必要がある。
アクティビティ難易度	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研修直後のアンケートでは難易度が適切との回答が大半。 ・アンケート実施後のヒアリングでは、一部から難易度は高かったとの声があげられた。具体的にはこれまでアウトドア経験のない人に対して強度が高いのではなど。
研修後のフォローアップ	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研修後の参加者交流会のような研修で学んだことを再確認できる機会を求める。 <p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研修終了後のフォローアップ体制を構築し、参加者の学びを継続的に支援すべき。

(2) 人材・運営

運営スタッフ全体での情報共有	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前に自分の役割等を関係者で共有する機会が少なく、参加者に的確な案内ができなかった。 ・研修実施前の早い段階で時間をかけて事前打合せを行い、参加者情報、目的、研修内容など共通の認識を深めるべき。 ・「(1) 北海道アウトドアリーダー養成研修」で研修を受け、講師となった者など、経験の浅い者が講師に加わる際は、より丁寧な事前打合せや準備が必要。
参加者への情報共有	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基本的な研修参加に必要な情報共有の徹底や研修で必要な装備の情報などアウトドア経験のない素人目線での情報提供の改善。 ・雨対策や寒さ対策の準備を参加者に求める場合は特に配慮が必要。 ・研修前にオンライン説明会の実施や参加者同士の交流を促すことで、事前情報の共有による不安解消とともに事前のチームビルディングを促進すべき。
運営体制の強化	<p>■座学</p> <p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サイクリング前の座学・ガイダンスにおいて、研修の目標に向けた行動について

	<p>て説明を多くしてしまうと、参加者が問題にどう対処するか考える機会を失い、ビジネススキルの獲得への要素を無くしてしまうが、参加者が研修に参加するうえで確実に知っておくべき基礎情報（自転車のスキル・研修での生活面等）はより丁寧に説明する必要がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> 参加者のアウトドア経験の有無や属性によって、情報共有をどこまでするかを的確に判断する必要がある。 <p>■サイクリング 〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 長時間の自転車走行によるお尻の痛みの緩和のためのグッズ等の用意やライディング方法をしっかりと伝えるなど、より丁寧なサポートを心がけるべき。 雨天時の対応について、事前打合せが必要であり、雨対策グッズの準備の必要性や雨天時の安全管理マニュアルの用意について検討すべき。 雨天時の判断は、一般的に観光客向けのAT商品では、一定の雨量を超えると中止と判断するが、本研修のような場合は雨量の基準ではなく、参加者の体調の異変などに敏感に対応することが求められる。 サイクリング活動のサポートカー2台と予備の自転車1台を用意していたが、予備の自転車は1グループに1台あるほうが良い。 <p>■生活面 〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 参加者の人数に対してタープが狭かったのでは。 寒い時期は、タープ付近でのストーブの使用を想定したタープを用意する必要がある。 食事の提供については、調理に手間のかからないメニューにしたことは、研修に集中してもらう上で適切だった。 <p>■その他 〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 無線機が不通となった場合の対応について検討が必要。 キャンプ設営の効率化など、円滑な運営のためのスタッフ増員や体制の見直しが必要。 これらの対応として、宿泊や運送の手配が伴うため、ガイドだけでなくツアーオペレーターとの協業が必要。
緊急時の対応力向上	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 雨天時の走行など不快な状況をコントロールできるスキルを運営スタッフ（特にカウンセラー）に習得させるべき。 ATガイド養成に実践的なスキルを加えるべき。
指導者養成の強化 (カウンセラー)	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> カウンセラーにはテクニカルスキルに加え、ファシリテーション、人材育成、顧客体験の質の向上など、ソフトスキルを強化した指導者養成を行うべき。具体的には以下の2種を行っていく必要がある。 <p>①ガイドとしてのベースのスキルを身に着ける。</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・今年度実施した北海道アウトドアリーダー養成研修同様の7日間のWEAのプログラムをガイドに受けてもらい、ガイドとしての体系的な基礎的なスキル（テクニカルスキル）を身に付けてもらう。 ②カウンセラーとしてのソフトスキルを強化する。 ・企業研修の際に、「介入が難しかった」や「負荷のかけ方が難しかった」というカウンセラーやアシスタントの意見から、実際には企業研修における実践経験を重ねてスキルアップする必要がある。
研修の催行人数と運営人数の体制	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・参加者のビジネススキルを向上させることを考慮したうえでの研修の催行人数について、以下のとおり回答があった。 <ul style="list-style-type: none"> ○催行人数：最低6名～最大18名 ○1グループの人数：最低3名～最大5名 ○グループの数：最低2グループ～最大6グループ ・運営人数の体制では、以下のとおり回答があった。 <ul style="list-style-type: none"> ○ディレクター（現場の最高責任者）：1名 ○カウンセラーの人数：1グループに最低1名～最大2名 ○サポートカー及び対応者：1グループに1名の1台のサポートカー（グループ数によって対応が変わる場合がある） ○食事やテント用意等の準備対応者：15名（1グループ5名）の参加の場合で2名（参加者の人数等から業務量を把握し対応人数を決める必要がある。）
安全対策の徹底	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アウトドア初心者が多いため、必要以上にリスクを恐れる場合が多い。今回の場合では国道沿いで路側帯を走っているにもかかわらず、道路を走るトラックなどからプレッシャーを掛けられる場面や、雨天が続く状況があった。 ・参加者のレベルに応じて交通量の多い道路を避けるなど、安全なコース設定を行う。 ・雨天時の走行リスクを考慮し、緊急対応できる体制（雨天対策グッズや安全管理マニュアルの用意）を検討すべき。

（3）需要

①顧客からの視点

ターゲット層	AT無関心層	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アウトドアアクティビティに興味を持つきっかけとなったとの回答があり、これまでATに関心のなかった層へのアプローチとして、一定程度の需要が見込める。
	一般企業	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビジネススキルの向上に繋がり、今後の業務に役立つと考えるとの回答が大半で、企業研修、人材育成としての需要が見込める。 <p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研修を販売する側の視点としては、まずは人材育成に多く投資して

		<p>いとされる、ある程度大きな企業をターゲットにすべき。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○意思決定者を多く抱える企業 ○新人研修、管理職研修、選抜型研修、全社研修などを実施する企業 ○人材育成に投資できる余裕のある企業 ○プロジェクト型の業務に従事する人材を抱える企業
	行政	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域のフィールドを活用した人材育成研修などを企画する行政機関もターゲットとなるのでは。
広報・営業の方法	体験談等の活用	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研修参加者の体験談や感想を積極的にターゲットに発信し、研修の魅力伝えるべき。
	資料作成	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該企業研修を販売していくにあたり、以下の資料を作成し、研修効果を広めていくことが必要。 ○研修内容をまとめた資料 ○研修内容が具体的にイメージできる研修中の写真や動画の作成 ○研修参加者へのアンケート結果から研修の効果を数値化した資料
	関係者への営業	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存の顧客や関係者を通じて、研修の情報を広める。 ・企業研修のコンサルティング会社を通じて、野外活動による研修として販売する。
	省庁連携	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光に取り組む国土交通省のみならず、頻繁に人材育成の展示会を行う経済産業省などの省庁と連携し、研修の価値を理解する企業へのリーチを広げるべき。
顧客のニーズ	料金	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本研修に有料で参加する場合は、1人あたり最低1万円～最大10万円まで。最大でも10万円程度に抑えられることが重要。 ※研修地までの交通費より安いことも前提との意見もあった。
	研修の潜在的な需要	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研修後アンケート等では、ビジネススキルの獲得における満足度の高さや再び研修に参加したいなどの回答から、研修の需要は高い。 ・企業研修、人材育成としての需要は潜在的に高く、特にチームビルディングやリーダーシップスキル向上を目的とした研修への関心が高い。
	観光的な要素	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・その土地の観光的な要素を取り入れていると研修へのモチベーションが上がる。

	安全性	<p>〈顧客側（参加者）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・雨天時でも安全に走行できるよう、必要な装備の説明が必要。 <p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・様々な環境でのサイクリングスキルを説明することが重要。 ・参加者が、安全確保の面で不安を感じることはない研修であることが重要。
	地域貢献	<ul style="list-style-type: none"> ・研修を通じて地域貢献できるプログラムとして期待できる。

②ガイド側からの視点

新たな収入源としての期待		<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・客単価を高く設定して売れる研修となれば収入になる。 ・今後の取組として、旅行を通じて人材育成を行えるという発信方法、発信の客体に課題がある。 ・これまでの旅行のマーケティングにない戦略が必要。
閑散期での販売時期		<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・繁忙期でなく、ガイドが多いとされる10月に気候条件や催行地域のコンディションを確認したうえで研修を販売することは妥当。 ・その他の閑散期（11月など）では、サイクリングを実施する場合には、雪や寒さなどの天候条件や落ち葉など路面等のコンディションを考慮する必要がある、難しい。 ・登山などその他のアクティビティによる研修も可能。 ・アクティビティによって販売可能な時期が異なると考えられる。
価格	価格帯	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本研修を販売する場合の販売価格は、研修内容、期間、参加人数、ガイドの専門性などによって異なるが、1人あたり最低7～最大15万円の価格帯が妥当。 ・1名1日10万円の2泊3日で計30万円。 ・運営人員の規模を考えると妥当な金額との意見もあり、高単価な研修商品と考えられる。 ・参加者からは、本研修を有料で参加する場合は、1人あたり最低1万円～最大10万円までとの回答があげられており、現状では売り手と買い手にギャップが生じている。 <p>※現状、アウトドア商品は1日1グループ5万円～10万円程度が相場。</p> <p>※現状、座学の企業研修としては、従業員1人あたり3万2千円が平均。産労総合研究所「2023年度教育研修費用の実態調査」より。</p>
	必要な費用	<p>〈ガイド側（講師）〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・研修費用として、ガイド料、宿泊費、食費、交通費、機材レンタル料が含まれる。 ・宿泊・交通費は別途ツアーオペレーターなどとの連携が必要。

	ガイドに求められること	〈ガイド側（講師）〉 ・体系的な野外活動のスキルを得るためにWEAやLNT等の受講が必要。 ・企業研修にガイド自身が参加者として参加したり、サポートとして講師になることで、実践経験を積むことも必要。
--	-------------	---

上記より、「①ATガイドの閑散差対策となり得るか」の観点からは、サイクリングを活用したプログラムでは、閑散期（10月～12月、3月～4月）のうちの全ての期間における解決策とはならないものの、うち一部期間、具体的には10月下旬頃までは、需要を生み出す見込みがあることが分かった。

また、他のアクティビティを用いたプログラムであれば、さらなる閑散期対策となる可能性がある。ただし、登山の場合は積雪が10月には始まってしまうこと、平地であっても11月には低体温症等の危険があることから屋内でのアクティビティがメインになってしまう可能性があり、「ATの要素を取り入れた企業研修」にならない可能性もあるため、アウトドアに触れたことがない参加者にとって、10月下旬までの実施が望ましいと考えられる。

また、研修内容の方向性としては、参加者からビジネススキルの習得に繋がったとの回答も多く研修内容として一定程度の需要はあることが分かった。他方で、課題として、売る側と買う側での価格のギャップが生じており、実際にATガイドの閑散期対策として成り立つ（＝売れる）ためには、研修内容の質を高め価値（売れる価格）を高めるための改善策が必要と考えられる。

具体的には前述の（1）研修内容、（2）人材・運営、（3）需要の3つの視点における各項目の分析内容を踏まえ、次のとおり改善策を提言する。

研修プランの作成・実施に関する今後の提言	<ul style="list-style-type: none"> ・研修の目的、参加者の属性、必要な装備、行程など研修参加に必要な情報を、参加者により早い段階で丁寧に説明する（※ただし、事前情報が多すぎると、参加者がビジネス力の習得に繋がる機会をなくしてしまうため、注意が必要）。 ・研修前に参加者に向けた事前オンライン説明会を実施することにより、参加者同士の交流の機会を設けることで、研修への不安の解消やチームビルディングの構築に繋げる。 ・早い段階で、研修の運営スタッフの間で、参加者情報や研修内容について共通の認識を深めることで、運営スタッフが参加者の研修効果を高めるためのより良いアプローチをとることができる。 ・参加者の属性やアウトドア経験のレベルに合わせた研修強度やコース設定にする。 ・雨天時などの想定され得る天候条件においても、より安全に快適に研修を行うことができる環境を提供するための装備の用意や安全管理マニュアルを作成する。 ・サイクリングによる臀部の痛みに対する対策グッズの用意やテクニカルスキルの丁寧なサポートを行う。 ・タープなど生活面の装備については、参加者の人数に対して、余裕のある形で準備をする。
----------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> ・研修後に参加者が研修での成長を振り返る機会（フォローアップ体制）を構築することで研修の充実度を高める。
研修を扱うガイドに関する今後の提言	<ul style="list-style-type: none"> ・研修参加者のビジネス力を向上させるためのサポートをより適格に実施できるよう、ガイドのソフト面のスキル向上が必要。このためには、同様の企業研修プログラムなどで実務経験を重ねることが不可欠。 ・研修参加者が雨天時の自転車走行が難しいなどの不快な状況の場合にも、参加者自身がうまく対応できるよう、ATガイドの研修には、こうした不快な状況にも参加者をコントロールできる実践スキル（雨天時の走行スキルや参加者へのアプローチ方法等）を加える。
研修の情報発信・販売に関する今後の提言	<ul style="list-style-type: none"> ・研修参加者の体験談や感想など、研修効果や魅力を伝えることができる資料により積極的にターゲットに発信し、研修の価値を知ってもらう。 ・販売価格は、座学などの一般的な研修より高単価にならざるを得ないことから、まずは人材育成に多く投資しているとされる、ある程度規模の大きな企業をターゲットにする。 ・研修の価値を理解する企業へのリーチを広げるため、人材育成の展示会を行う経済産業省などの省庁との連携を検討する。

また、「②これまでATに強い関心を抱かなかった層へのアプローチとして有効であるか」という観点については、企業研修を通してアウトドアへの関心を持ってもらうという点においては、本研修への再訪意欲があることや、「サイクリングもやってみたくなった」という意見から一定程度の効果があったと言えるが、ATの裾野拡大に対しての効果は限定的であると言わざるを得ない。

「②これまでATに強い関心を抱かなかった層へのアプローチとして有効であるか」の観点でATを広めていくためには、プログラム設計において、研修としての要素よりもATとしての要素（旅行商品としての要素）の比重を上げていく必要があるが、両者のバランスをどうするか、つまり、研修プログラムとしての質や需要を満たすために、研修に必要な負荷をどの程度とするのかについては、実際にプログラムを作成し、販売または実証して検証する必要がある。

以上