

スノーリゾートエリアにおける インバウンド拡大に向けて

国土交通省北陸信越運輸局
国際観光課 森田 誠

1. 訪日外国人に対する受入環境の整備について

- ①訪日外国人等からの声
- ②国内外の受入環境整備事例
- ③今後の検討課題

2. グリーン期のインバウンド誘客について(参考)

アドベンチャーツーリズムについて

1. 訪日外国人に対する受入環境の整備について

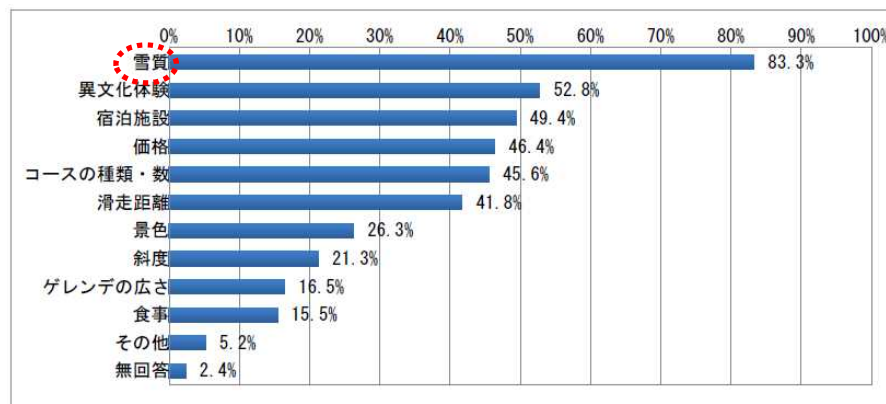
- ①訪日外国人等からの声
- ②国内外の受入環境整備事例
- ③今後の検討課題

①訪日外国人等からの声

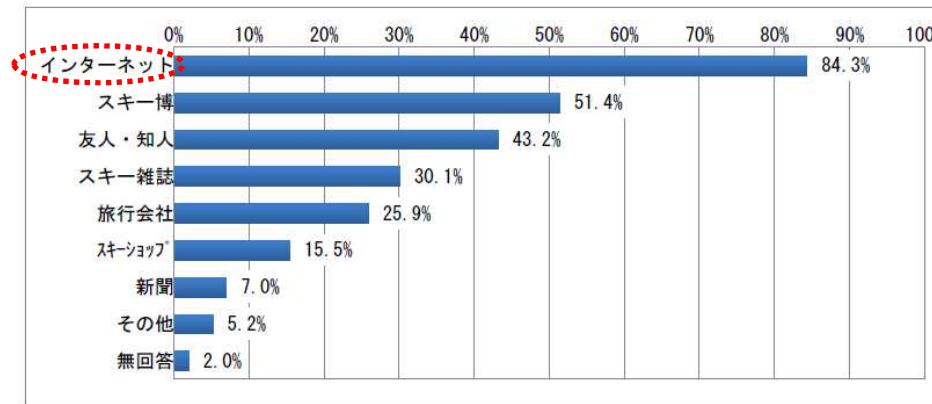
1)海外スキヤーのスノーリゾートに対する意識について(オーストラリア)

- ・オーストラリアからのスキー・スノーボードを目的とした旅行者にとっては、「雪質(japow)」が訪問決定における最大の要因。次いで「異文化体験」が続く。北陸信越エリアは、降雪量や雪質に対し海外からの評価も高いことから、いかに「雪質」をアドバンテージとして、「異文化体験(地域文化体験)」を組み合わせることができるかが重要。
- ・情報の取得源としてはインターネットが最大。

1. 訪問するスキーリゾートをどのように決定するか



2. スキー旅行の情報はどこから集めるか



※2016 snow travel expo (Sydney, Melbourne) における運輸局調べ

【会場】

	メルボルン	シドニー	合計
回答数	198	300	498
割合	39.8%	60.2%	100.0%

【性別】

	女性	男性	無回答	合計
回答数	247	242	9	498
割合	49.6%	48.6%	1.8%	100.0%

【年代】

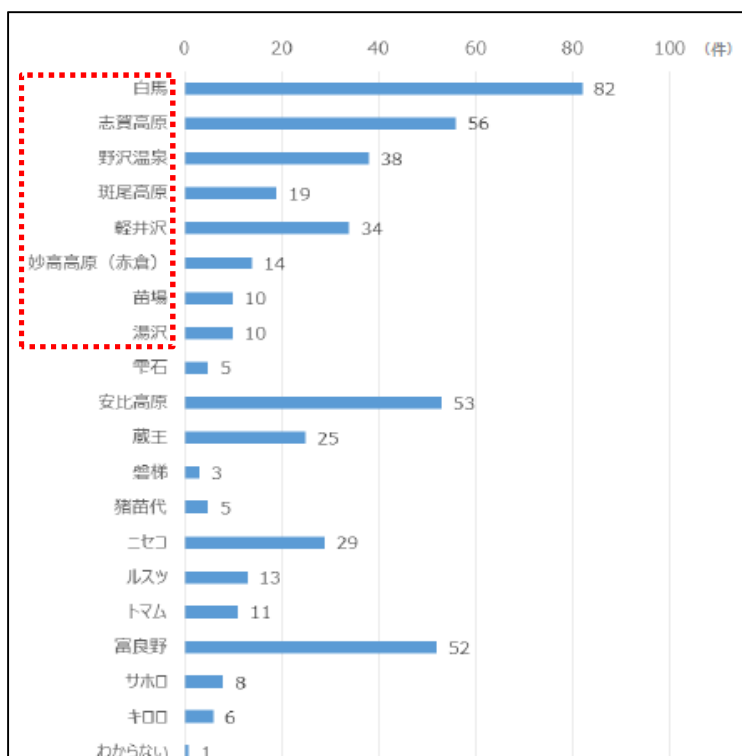
	10歳未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	無回答	合計
回答数	7	42	96	110	124	71	32	5	11	498
割合	1.4%	8.4%	19.3%	22.1%	24.9%	14.3%	6.4%	1.0%	2.2%	100.0%

①訪日外国人等からの声

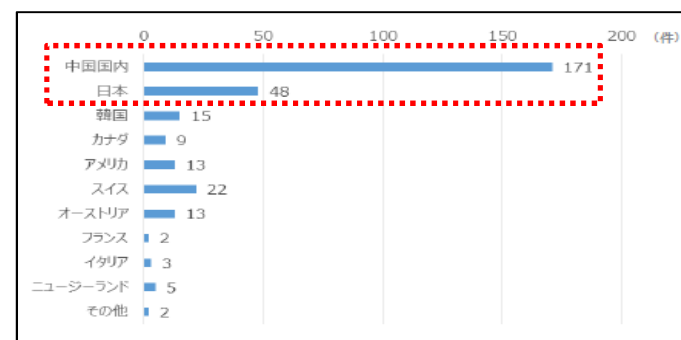
2)海外スキーヤーのスノーリゾートに対する意識について(北京)

- ・中国人のスキーヤーにとって、北陸信越地域のスノーリゾートの地名度は高い。
- ・日本のスノーリゾートへの訪問意向も高い。2022年北京冬期オリンピックの開催など、一層の増加が見込まれる中国人スキーヤーに対する受入体制の整備を進めていく必要あり。

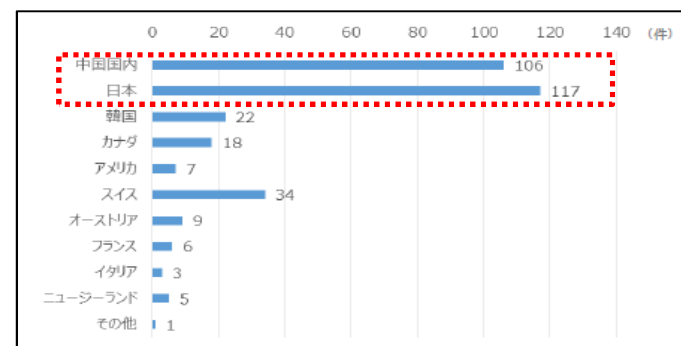
1. 知っている日本のスキー場について



2. 昨シーズン(2016-17)実際に行ったスキー場について



3. 今シーズン(2017-18)実際に行ったスキー場について



※2017年9月 北京市で実施した個人
向けスキーセミナー時のアンケートより

■回答内訳

	n=214
男性	118 55.1%
女性	96 44.9%
合計	214 100%

①訪日外国人等からの声

2)訪日外国人等からの評価

■海外エージェントからの声(海外スキー旅行博時の海外エージェントからのコメント)

- ・「海外のスキーヤーからすると同一の地域に見えるのに、近隣のスキー場とのリフト券が共通化されていない。地域で統一したエリア共通パスはないのか。」
- ・「海外のスキーヤーからすると同一の地域に見えるのに、近隣のスキー場との移動が不便。周遊バスのようなものはないのか。」

■「スノーリゾート地域の活性化推進会議(H29.10鉄道局・観光庁等により組織)」議事録より

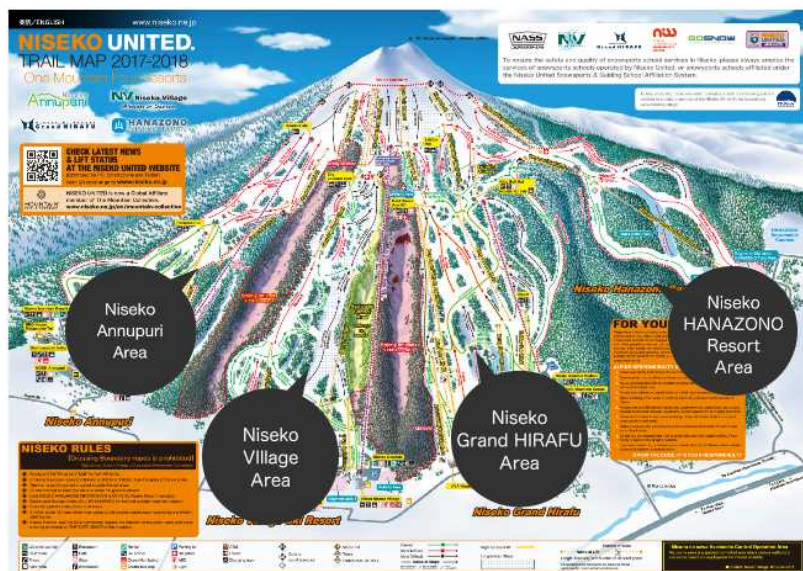
日頃から海外における日本の魅力の発信事業をやっているが、スキー場に関する情報では、ニセコや白馬の例があるものの、様々なスノーリゾートを楽しむためのコンテンツという点においては、情報不足は否めない。例えば、スキーに限って言えば全山利用の共通リフト券の発売は、リピーター対策でも非常に重要だと思うので、一度来ていただいた方にそのリフトを使って再度来訪していただくような仕組みやサービスなどを考えられないものか？

■インターネット上での個人の声(TripadviserなどのWeb上でのreview)

- ・食事場所を知るのが大変だった。各食事場所で利用可能かについて、オプションと限定情報がたくさんある。
- ・ジュースをオレンジジュースに交換する要望が拒否された。ベーコンを卵に交換する要望も拒否された。なぜならウエイトレスが我々を(言語を?)理解していないからだ。
- ・安っぽく間抜けな曲が絶えずスピーカーから鳴り響いていて、大人向け音楽が流れている時よりもさらに気が散るだろう(これは日本のスキーリゾートの典型だが)。
- ・町中の移動は大変で夜はお店が開いていないので、夜どこにも行けない。お店は訪問客に親切でない。

②国内外の受入環境整備事例

1) NISEKO UNITED



Niseko United All Mountain Pass 〈全山共通リフト券〉

- 8時間券はご購入当日で最初のゲート通過から8時間有効です。
- KEYカード保証金1,000円が別途必要です。※保証金は返却機でお返しいたします。
- 日数券は最終日のナイター終了までご使用いただけます。



ユナイテッドシャトル(2017・18冬シーズン)

運行期間：2017年スキー場オープン～▶時刻表

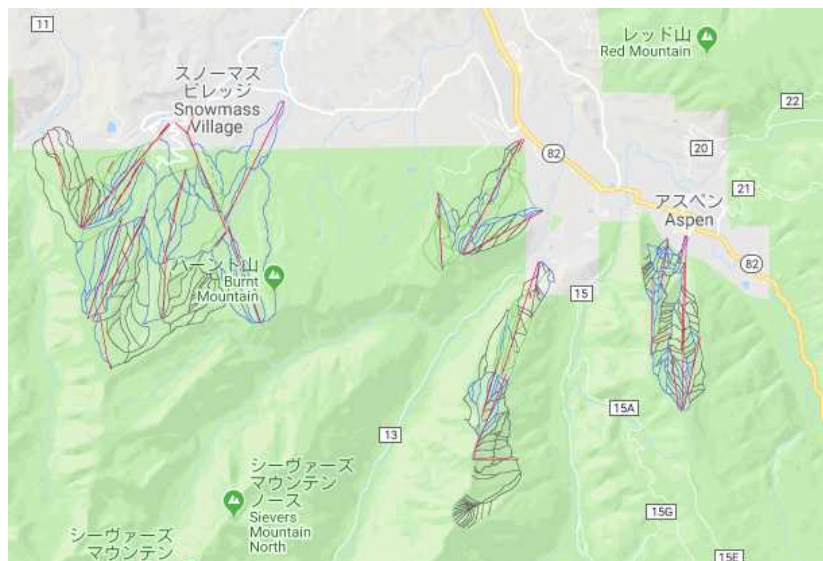
2018年4月8日

一部運行しない路線がございます。乗車当日に有効なニセコ全山共通リフト券の 時間券・一日券・シーズン券をお持ちの方は終日無料でご利用いただけます。全山共通ポイント券をお持ちの方：1ポイント。その他の方：バス内表示の路線バス運賃

1990年代初めまでスキー場間の連携が少なく、個別にリフト券を売り出していた。しかし、連携してアピールしなければ、世界のスキーリゾートと勝負していけないと判断。93年に全山共通のリフト券の販売を日本の他の地域に先駆けてスタートした。その結果、オーストラリアを中心とした海外や日本の富裕層からの人気が高まるきっかけとなった。2001年からはニセコアンヌプリ山にあるスキー場の総称をニセコユナイテッドにして、エリア全体のブランド力向上にかじを切った。【日経電子版より】

②国内外の受入環境整備事例

2) ASPEN (アメリカ・コロラド州)



ASPEN CARD

More than just a pass

- It speeds up lift lines through radio frequency gate access
- It replaces your credit card for on-mountain purchases through Resort Charge
- It allows you to load lift, lesson and rental days by phone or online
- It can easily be replaced for \$5 if lost or forgotten and you can keep multiple cards for different jackets

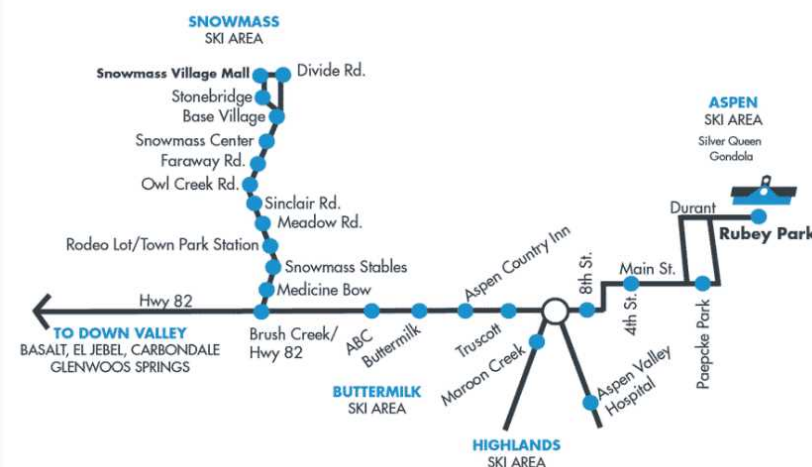
SKIDATA
KUDERSKI GROUP



コロラド州にある世界的なスキーリゾートがある町。半径 14 キロ以内にある 4 つの山を、1 種類のリフト券で利用可能。スキー用具のレンタルサービスもあり、レンタルスキーは 4 か所すべての山で無料のロッカー利用が可能。4 つの山を結ぶ無料シャトルバスあり。



SNOWMASS VILLAGE



③今後の検討課題

■地域ブランディング、地域マネジメントについて

- エリア内の関係者間の方向性の摺り合わせ
- エリア内としての統一的なブランディングの必要性
- エリアマネジメントを行う組織の必要性(DMO)
- 市場別対応の必要性

■個別施策について

- エリア内の複数スキー場共通パスの造成
- ICTを活用したサービスの向上
- 近接スキー場間の移動交通手段の確保
- リゾート地に相応しい施設整備(洋式トイレ化など)
- 多言語による案内表示、接遇の向上
- アフタースキーの取り組み(日本文化体験)

2. グリーン期のインバウンド誘客について(参考)

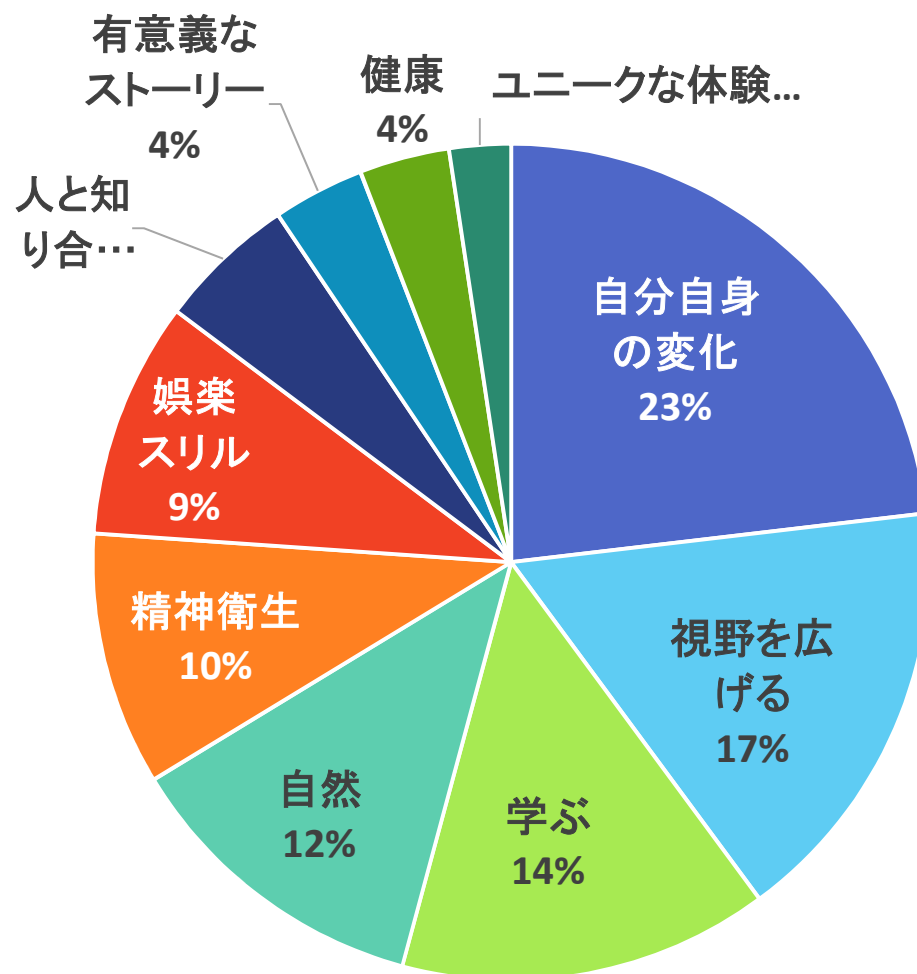
アドベンチャーツーリズムについて

以下の3つの要件のうち最低2つを含む旅行形態



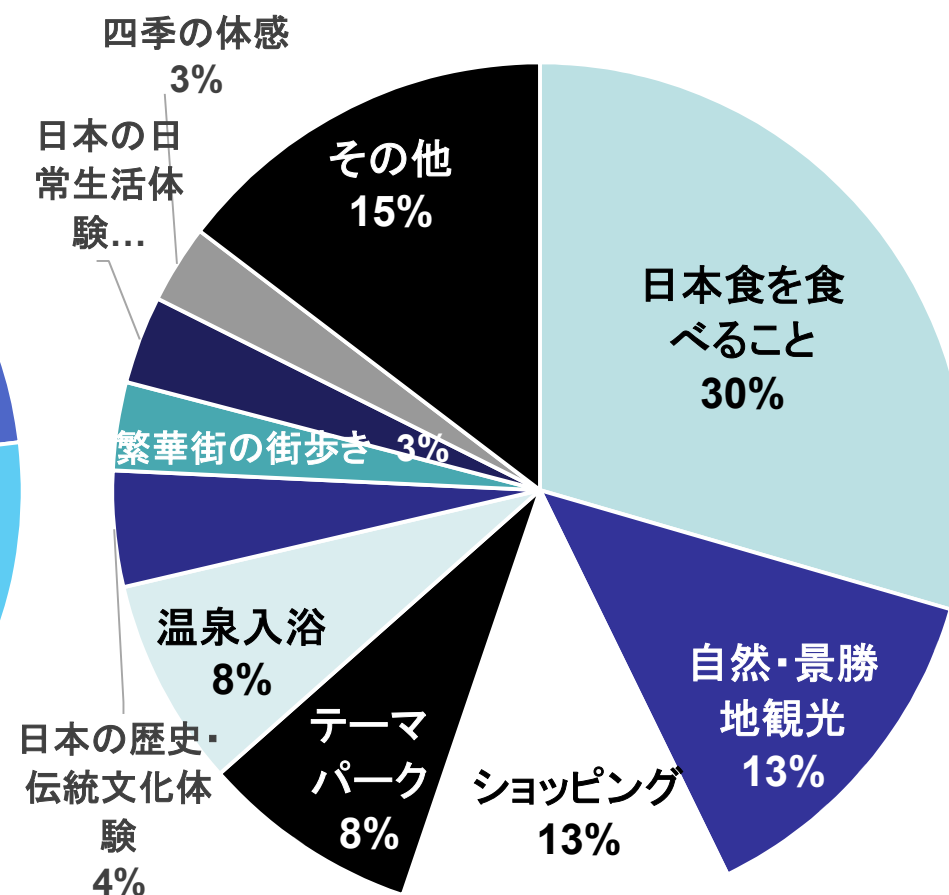
欧米の市場規模: 約30兆円

AT旅行者の旅行目的



訪日外国人の旅行目的

(訪日前に最も期待していたこと)



AT旅行の例

○上海 シャンシャン・トラベル 北海道美食の旅 4泊5日 15万円



○旅行代金 15万円

【中国側】

・飛行機	50,000
・添乗員	円
・手数料	10,000
	円

【北海道側】 34,000

・ホテル	32,000円
・交通費	10,000円
・食費	8,000円
・体験料	1,000円
・手数料	5,000円

旅行者

旅行社
シャンシャン・
トラベル

ツアー(ランド)
オペレーター

ローカル・
サプライヤー

○北海道アドベンチャートラベル(株)テラーメイド4泊5日 35万円



Photo Credit
ATTAV.Josia Holwick

○旅行代金 35万円

・飛行機 別

【北海道側】

・ホテル	80,000円
・交通費	50,000円
・食費	20,000円
・体験料	30,000円
・ガイド料	120,000円
・手数料	50,000円

旅行者

ツアーオペレーター
北海道アドベン
チャートラベル

地域コミュニティ
サプライヤー

観光地域づくり

- 体験メニューの開発
- 顧客と地域をつなぐコーディネーターの育成
- WOW Factor, Entertainment

受入環境整備

- 外国語ができるアウトドアガイド不足
- ATガイドの資格制度の欠如
- 円滑な移動方法の確保

プロモーション

- ターゲットに向けた的確な宣伝
- 欲しい情報を見つけられる窓口
- ATのデスティネーションとしての認知度を上げるため、サミットの招致