

OTA と連携した市場動向把握事業 (欧米豪、アジア英語圏) 報告書 (ニュージーランド)



北海道觀光振興機構
2021年3月

目次

はじめに – OTA と連携した市場動向把握のねらい	3
分析ステップの説明	
参考 – 分析ソリューション、データソースの説明	5
分析対象市場と分析項目	
分析対象市場と分析項目（補足）	
1.「ニュージーランド」市場の分析結果	8
(1). テーマ別の整理	
(1). Adventure Tourism (AT)	10
(2). Ski	15
(3). Cycling	20
(4). Marathon	22
(5). Gastronomy	24
(6). Wellness	26
(2). ターゲットの分析	28
(3). 打ち手の検討	32

はじめに

OTA と連携した市場動向把握のねらい

■ 本レポートの作成にあたって

- 観光を活性化するには、戦略に基づいたプロモーションや、消費促進のためのコンテンツ開発、満足度向上のための受入体制整備などを行うことが必要です。
戦略とは、「どこへ向かって進むべきか」の指針です。そして、そのやり方（以下「打ち手」という。）を決め、実施して、効果を確かめ、改善して、次の打ち手に活かすことが重要です。
- このレポートは戦略を定め、打ち手を検討し、実施する上で、自治体・DMO・観光事業関係者の方々の一助となることを目指して作成しました。

■ 作成の背景

- ATWS2021 の北海道開催の内定、2020 年 4 月のウポポイ開業など「好機を捉えた取組の推進」として、過去調査から認知度が低いことが判明している欧米に加え豪州、アジア英語圏市場の動向把握や、アドベンチャートラベル（以下、AT）やスペシャル・インターラスト・ツアーや（以下、SIT）のニーズ等のインサイトを深掘りするデジタルマーケティング調査を行い、欧米豪、アジア英語圏戦略（打ち手）として取りまとめました。戦略は、有効なプロモーション手法や訴求チャネル、地域コンテンツとのマッチングなど今後の取組の方向性を示すもので、今後の北海道観光戦略立案に活用することを目的としています。

■ データ分析モデルの目的

- 上記の背景を踏まえ、海外消費者のデジタル行動データを分析し、各テーマ毎に北海道観光資産への関心や、誘客における情報発信のポイントなどを整理し、観光コンテンツの開発、受入体制の整備の向上に向けた示唆を得ていただくことを目的として作成しました。本レポートは対象市場ごとに以下の構成でまとめられています。
- ターゲットの分析
対象市場における、有望なターゲット層の特性と、各テーマに対する関心を分析したもの。競合比較を含む。
 - 分析結果
ターゲットの分析、打ち手総論の根拠となる分析結果を整理したもの
 - 打ち手総論
対象市場にアプローチする際の有効なコンテンツ、タイミング、デジタルチャネル等

分析ステップの説明

■ 分析のアプローチ

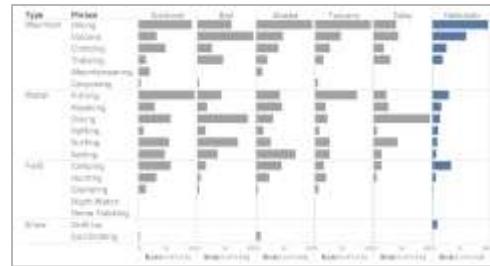
● 本プロジェクトでは、以下のSTEPで市場分析を行っています。

STEP1. 国別、テーマ別の分析

-考え方-

- 各国、各テーマに対して優先度を検討。重要国、重要テーマを設定。優先度は過去実績ならびに今後のポテンシャル等を総合的に考慮し判断。
- 優先順位に基づき、国別で、かつテーマ別に市場規模や関心項目を分析。例：オーストラリアのスキー市場

-Image-



STEP2. 国別でのサマリ作成

-考え方-

- STEP2で分析した結果を国別に整理。各国の消費者の特性や有望ターゲット層を設定。
- 各国内で、テーマ別の発展可能性を考慮し、優先的にプロモーションを行うべきテーマを特定
- 分析結果から考えられる推奨北海道観光コンテンツや、海外紹介例をリスト化

-Image-

STEP3. 分析結果の検証

-考え方-

- 重点分析対象国に対しては、分析結果に対する検証を実施。
- 具体的には、分析から導き出されたデモグラフとテーマの組み合わせに対して一定量のデジタル広告を実施し、広告反応率より分析結果の妥当性を検証
- 検証プロセスを通じて、分析精度の向上を目指した

-Image-

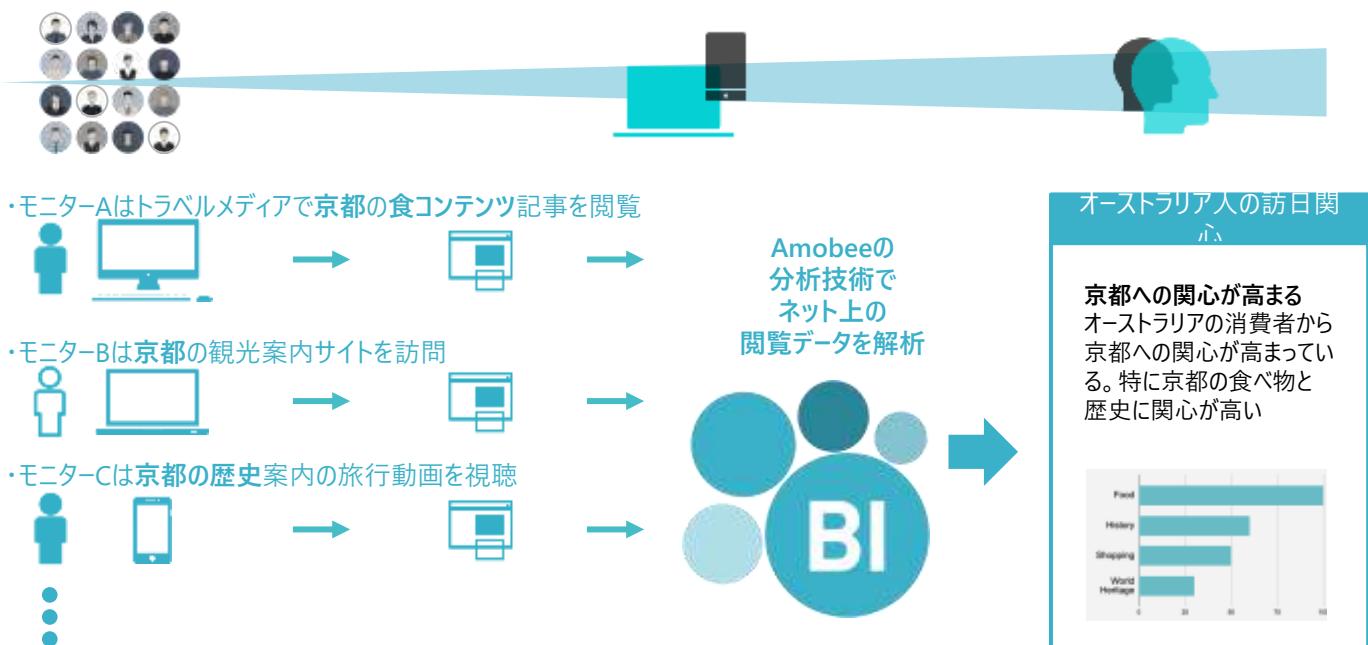
参考

分析ソリューション、データソースの説明

■ 分析ソリューション

- 利用許諾を得ているパネルモニターのデジタル上の行動データ（ウェブサイトの閲覧など）をもとに、どのような要素が関心を集めているかを分析
- 閲覧されているウェブサイトのURL、記載コンテンツを特許取得済みAI技術で解析することにより、閲覧されている内容や含まれているキーワードが把握可能

■ ソリューションイメージ



■ 補足事項

- パネルモニターが閲覧しているウェブサイトをベースに分析しているため、閲覧数が限られているサイトやコンテンツは含まれていない可能性がある
- 分析評価軸は「満足度」ではなく、あくまで関心があるかどうかである

分析対象市場と分析項目

■ 対象市場とテーマ

- 対象国数：10カ国
アメリカ、カナダ、オーストラリア、ニュージーランド、イギリス、ドイツ、フランス、シンガポール、マレーシア、フィリピン
- ※下線のある4ヶ国は本調査における重点分析対象国
- 対象テーマ：6テーマ
アドベンチャーツーリズム (AT)*、スキー*、サイクリング、マラソン、ガストロノミー、ウェルネス
*主要テーマ（分析項目を他テーマより多く含む重点分析テーマ）
- 分析対象期間：2019年（分析項目により一部差異あり）

■ 分析項目

【OTA分析（主要国のみ）】

- ・基本情報整理
- ・推定利用者数
- ・ユーザー層のデモグラ分析

【市場分析】

- 認知層デモグラ別（性別、年代）推定規模人数*
- 検討層デモグラ別（性別、年代）推定規模人数*
- テーマならびに北海道に対する関心時系列（1年間を対象とした月次表示）
- テーマにおける関心キーワード
- 北海道における関心キーワード（夏冬別**）
- 北海道内の特定地域に対する関心キーワード**
- テーマならびに北海道に対するデジタル接触チャネル比率
(ウェブ、モバイル、SNS、動画)
- 北海道と観光主要都市との関心量比較*
- 北海道と観光主要都市との要素別競合分析*
- 北海道と国内主要都市との関心量比較**
- 北海道と国内主要都市との要素別競合分析**

*：主要国、主要国以外の主要テーマのみ対象

**：主要国の主要テーマのみ対象

分析対象市場と分析項目（補足）

比較都市一覧（海外都市はそれぞれ規定の基準により選定。国内・道内都市は総合的に判断）

	国内		海外都市	海外都市選択理由
	道内地域	国内都市		
AT	Akan, Shiretoko, Daisetsu, Taisetsu, Toya, Kushiro ※Daisetsu, Taisetsuはボリューム不足によりデータ抽出不可。	Kyushu, Mie, Nagano, Okinawa, Shikoku	Alaska, Bali, Cebu, Scotland, Tuscany	Adventure Travel World Summitの開催都市
スキー	Niseko, Furano, Rusutsu, Kiroro, Tomamu, Sahoro, Kamui, Sapporo ※Rusutsu, Kiroro, Tomamu, Sahoro, Kamuiはボリューム不足によりデータ抽出不可。	Fukushima, Iwate, Nagano, Niigata, Yamagata	Arlberg, Gangwon, Habel, Mont Blanc, Zermatt	観光庁の海外スキー市場調査のスキー客数上位国都市
サイクリング	-	-	Fussen, Lavaux, Seoul, Taipei	北海道観光局のサイクルツーリズム調査のピックアップ区の都市
マラソン	-	-	Bali, Gold Coast, Hawaii, New York, Phuket, Vancouver	RUNNETにおける海外マラソン主要都市
ガストロノミー	-	-	Barcelona, Hong Kong, Paris, San Francisco, Seoul, Taipei	2019年度ミシュランの星獲得数上位都市
ウェルネス	-	-	Jeju, Kerata, Los Angeles, Phuket	観光庁美容体験型コンテンツの充実に向けたナレッジ集におけるウェルネスツーリズムの海外主要都市

分析対象キーワード

AT	Kayaking, Camping, Climbing, drift ice, Glamping, ice climbing, mountaineering, Volcano, horse trekking, surfing, diving, Sailing, hunting, trekking, Hiking, Fishing, Night Watch, canyoning, rafting
スキー	ski, skiing, snowboarding, snowboard, ski resort, snowmobile, Powder snow, Japow, Alpine skiing, Nordic skiing, Ski school, winter sports, Downhill, Heli-skiing, Backcountry skiing, freeskier, free skiing, snowboarding trip, skiing powder
サイクリング	bike, bicycle, Bike Tour, bike trail, cycling, cycling photos, cyclist, Hill climbing, mountain bike, MtB, mtb ride, mtb trails, Rental bike, road bike, Stage race, Tour de, touring, triathlon
マラソン	marathon, Ekiden, full marathon, half marathon, jogging, marathon runner, marathoner, marathon training, road race, runners, triathlon, ultramarathon
ガストロノミー	Cuisine, fine dining, Michelin, Food, foodie, Local food, organic food
ウェルネス	yoga, footbath, onsen, hot spring, FOREST, ryokan, sauna, detox, Beauty salon, esthetic, relaxing, curing, restorative, meditation, Wellness, Spa

1.「ニュージーランド」市場の分析結果

ニュージーランド市場の主な特徴 (全体の要約)

■ 詳細なターゲットについて

➤ 想定されるメインターゲット

- 45~54歳の男性。SNS、ショッピング、エンタメに関心あり。
- 大自然アクティビティでの遊びと癒しを求める。

➤ 想定されるサブターゲット

- 25~34歳の男性。SNS、エンタメ、テクノロジーに関心あり。
- 旅行はリッチに行き、ワイワイ楽しむ。

■ 求められる打ち手について

➤ プロモーション

- 動画やSNSを活用した情報発信が急務である。
- 発信時期は北海道への関心が高まる10月以降が効果的である。

➤ キーコンテンツ

- 大自然アクティビティ
- 温泉、旅館

➤ ポテンシャルコンテンツ

- 山、海コンテンツ
- 屋台、食の祭典と賑やかな雰囲気での食事体験

1.「ニュージーランド」市場の分析結果

(1). テーマ別の整理

(2). ターゲットの分析

(3). 打ち手の検討

1.「ニュージーランド」市場の分析結果 (1). Adventure Tourism (AT)



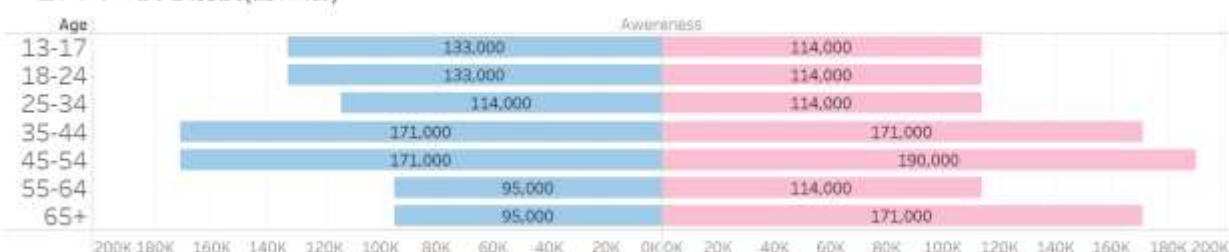
“Point”



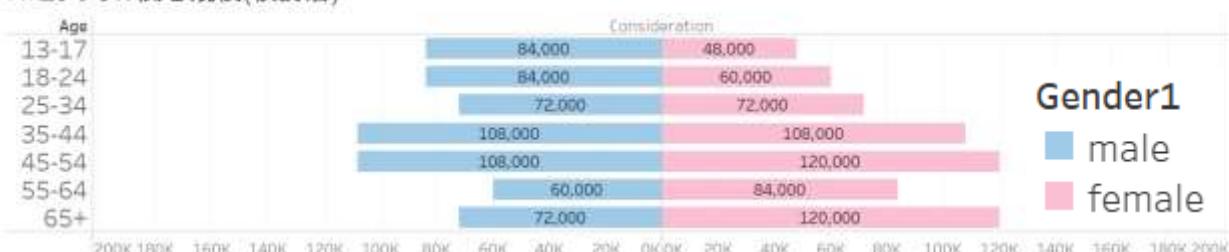
- 「認知層」と「検討層」では男女ともに35歳～44歳、45歳～54歳の関心規模が大きい
- 65歳以上においては女性の関心規模が男性と比べ大きい
- 北海道ATへの関心は低いが、9月～10月にかけて急伸する特徴が見られる

1. デジタル関心規模

AT_デジタル関心規模(認知層)



AT_デジタル関心規模(検討層)



Gender1

male
female

2. 関心度の時系列トレンド



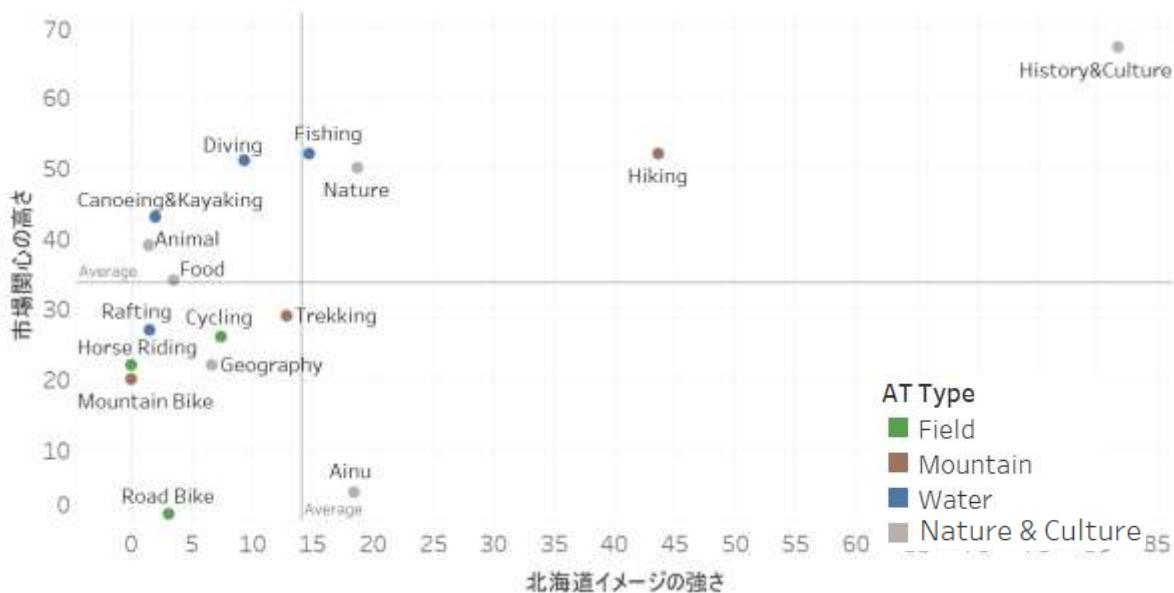
1.「ニュージーランド」市場の分析結果 (1). Adventure Tourism (AT)



“Point”

- 歴史・文化、ハイキング、への関心が高く、また北海道の想起イメージが強い
- 釣り、自然ダイビング、カヌー・カヤック、動物、食への関心が高いものの、北海道の想起イメージが弱い
- 北海道のATコンテンツとの接触のほぼすべてをWebが占める。北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

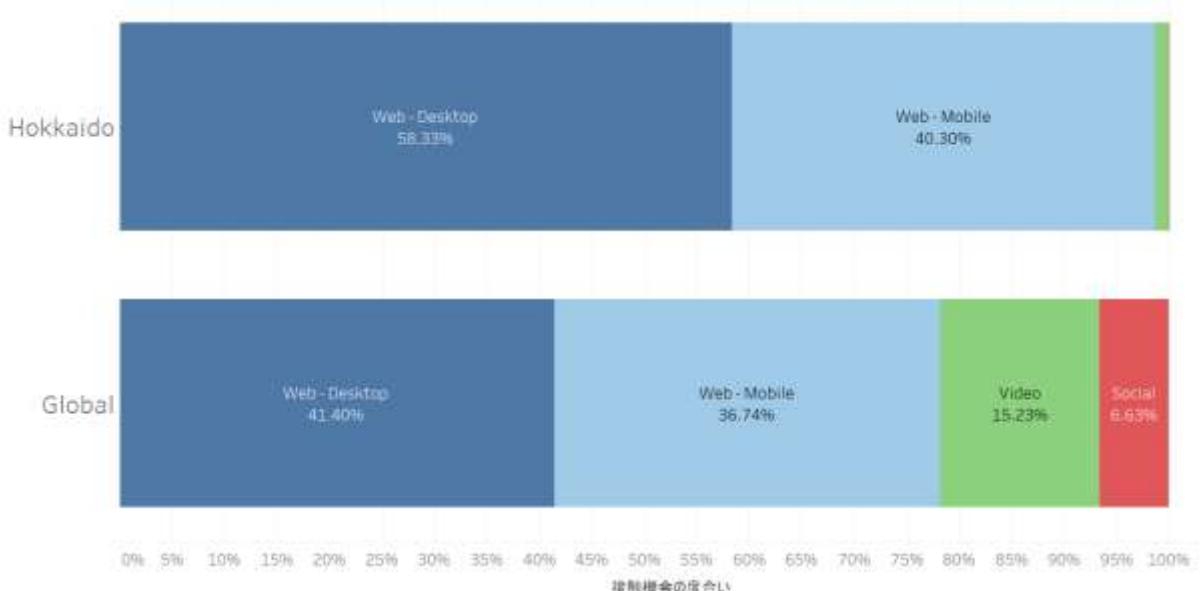
3. 市場関心と北海道イメージの関係



補足①「市場関心の高さ」：数値が高いほど、記載のカテゴリに対して関心が高い

補足②「北海道イメージの強さ」：数値が高いほど、北海道と関連する想起イメージが強い。

4. 世界と北海道におけるATコンテンツへの接触機会



補足③Video : YouTubeなどの動画コンテンツ

補足④Social : Twitter、FacebookなどのSNSコンテンツ

1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(1). Adventure Tourism (AT)

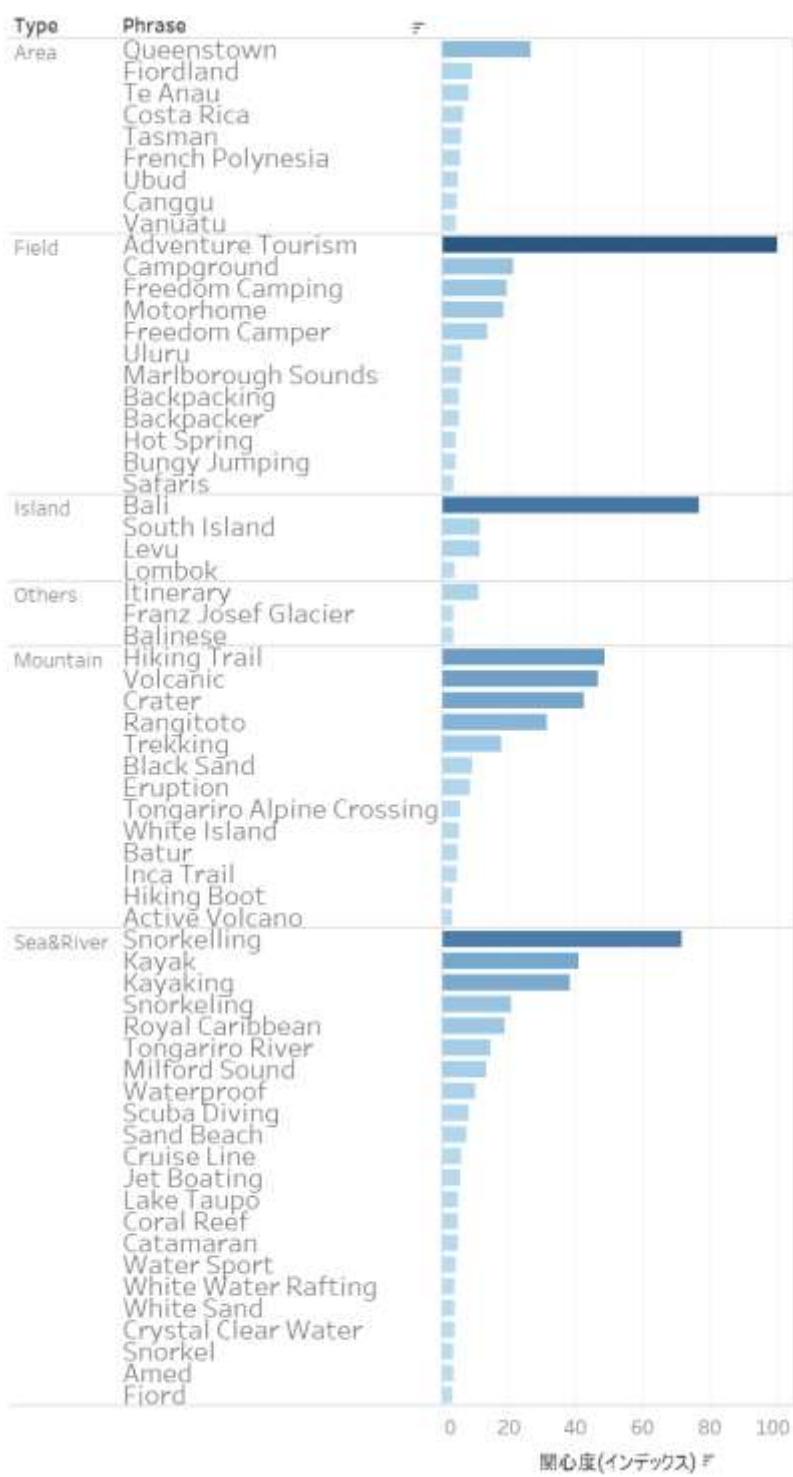


“Point”



- ハイキング、火山、噴火口などの山コンテンツ、シュノーケリング、カヤックなどの海や川のコンテンツへの関心が見られる
- キャンプやキャンピングカーへの関心も見られる
- インドネシア/バリ島への関心が高いが、それ以外に特定のエリアへの関心は見られない

5. 世界のコンテンツ関心度



1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(1). Adventure Tourism (AT)

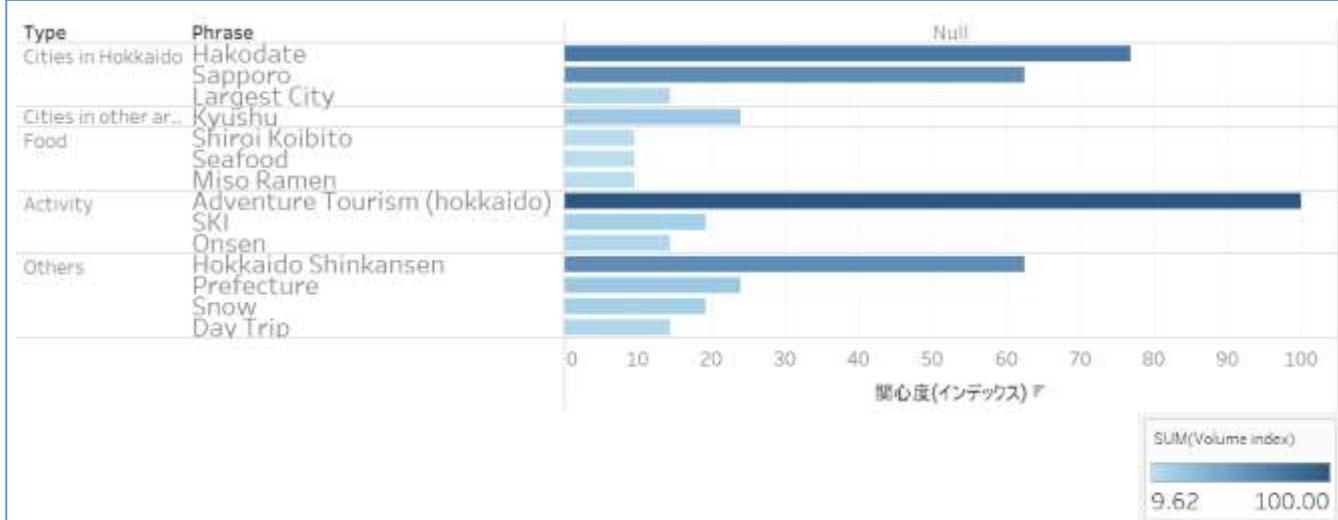


“Point”



- 北海道で関心が高いATコンテンツはほとんど見られない
- 函館や札幌などの北海道内の都市、北海道新幹線への認知はあるが、ATを目的とした旅行先としてではない

6. 北海道のコンテンツ関心度



1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(1). Adventure Tourism (AT)

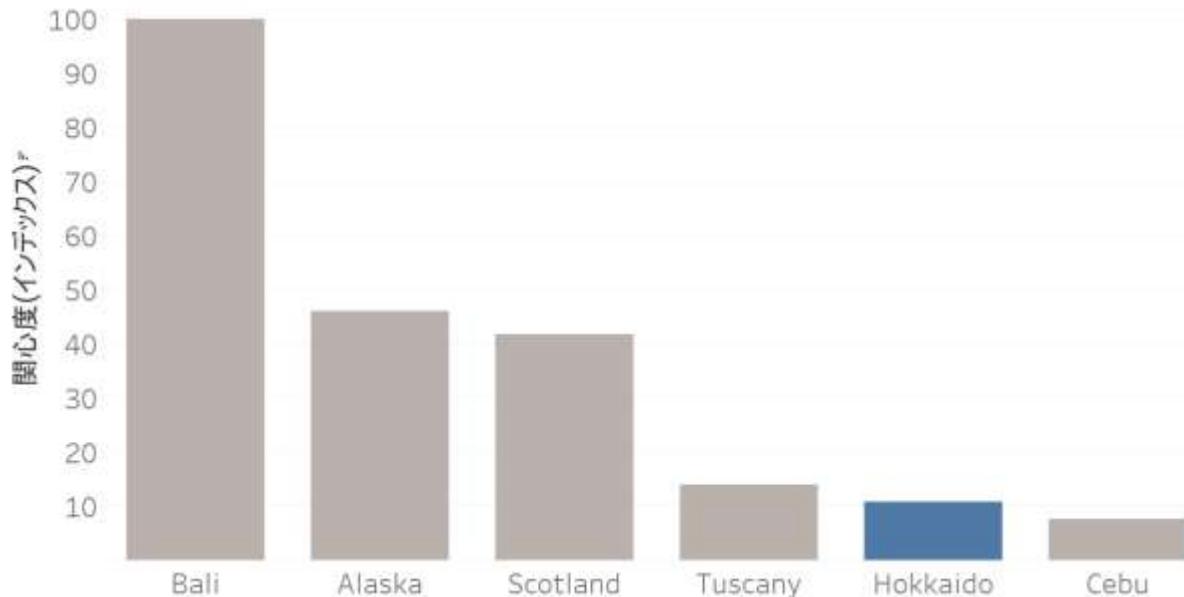


“Point”

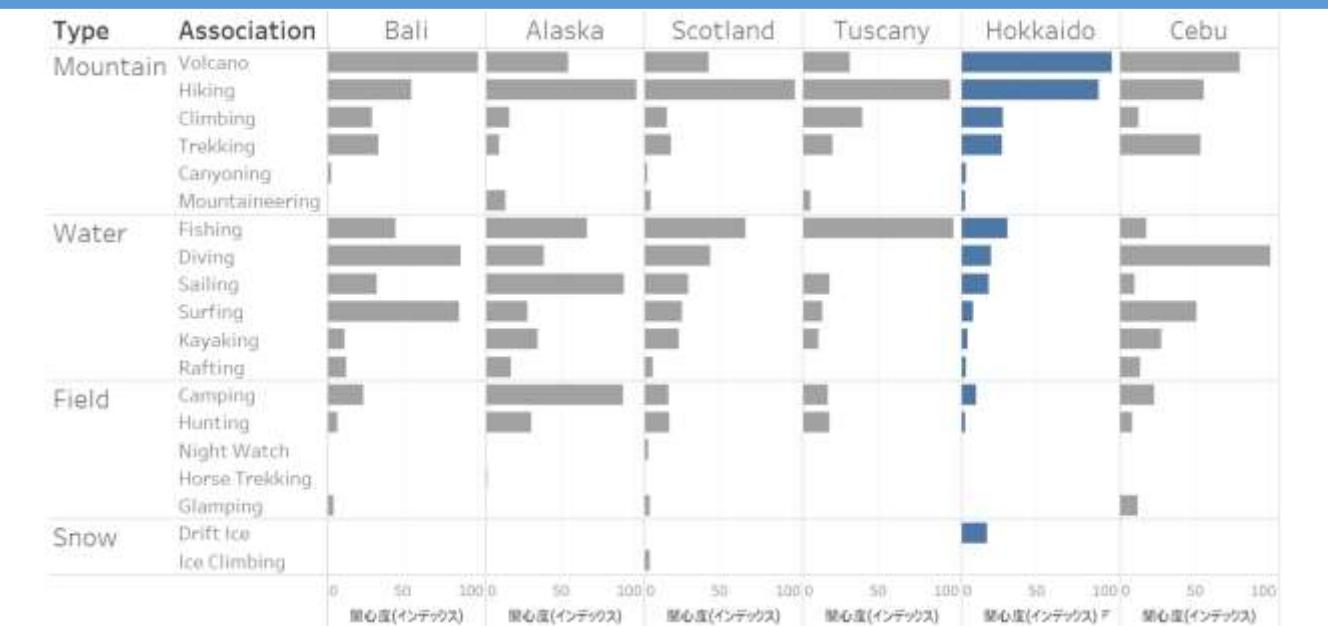


- インドネシア/バリ島、アラスカ、スコットランド等の海外のAT競合と比べ、北海道へのAT関心は低い
- 北海道と関連する差別化要因として、「火山」「ハイキング」「登山」「トレッキング」「釣り」「流氷」などが挙げられる

7. 北海道と海外都市の関心度



8. 北海道と海外都市のコンテンツ関心度



1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(2). Ski



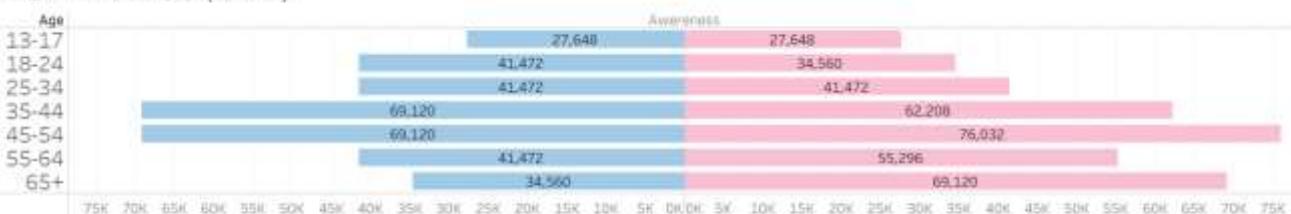
“Point”



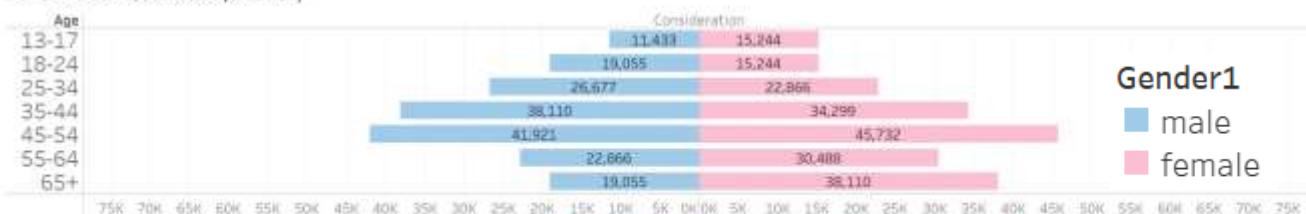
- 「認知層」のいは35歳～44歳、45歳～54歳が他の年代層と比べ関心規模が大きい
65歳以上においては、男性と比べ女性の関心規模が大きい
- 「検討層」においては、男女ともに45歳～54歳の関心規模が大きい
- グローバルでは3月～7月でスキー関心が高く、北海道は9月～1月にかけて徐々に関心が高まる特徴が見られる

1. デジタル関心規模

Ski_デジタル関心規模(認知層)



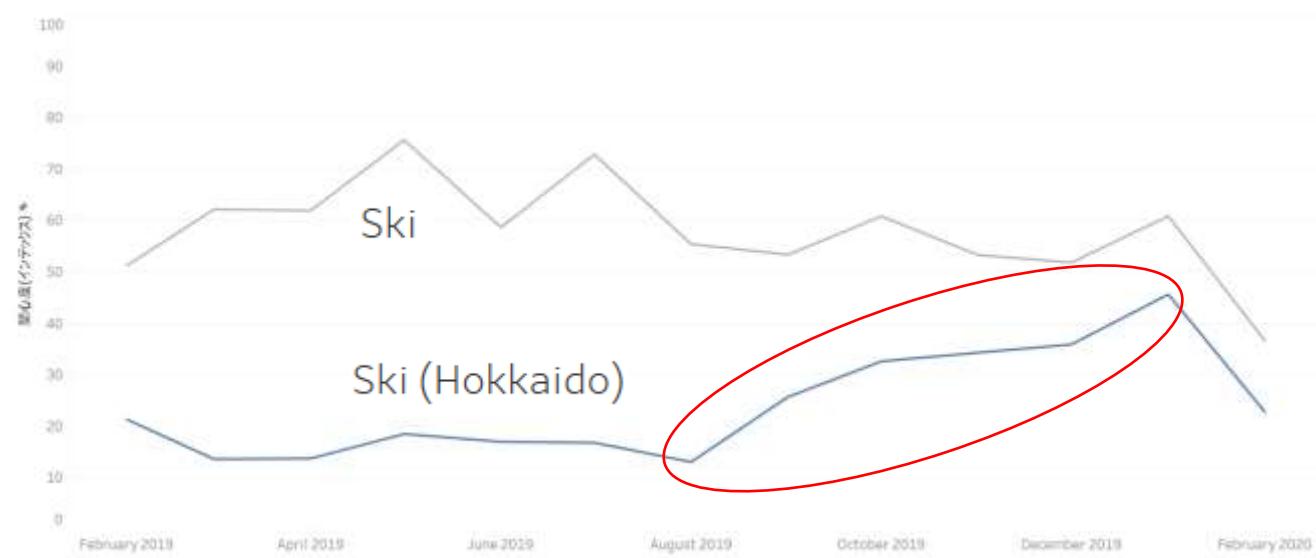
Ski_デジタル関心規模(検討層)



Gender1

- male
- female

2. 関心度の時系列トレンド



1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(2). Ski

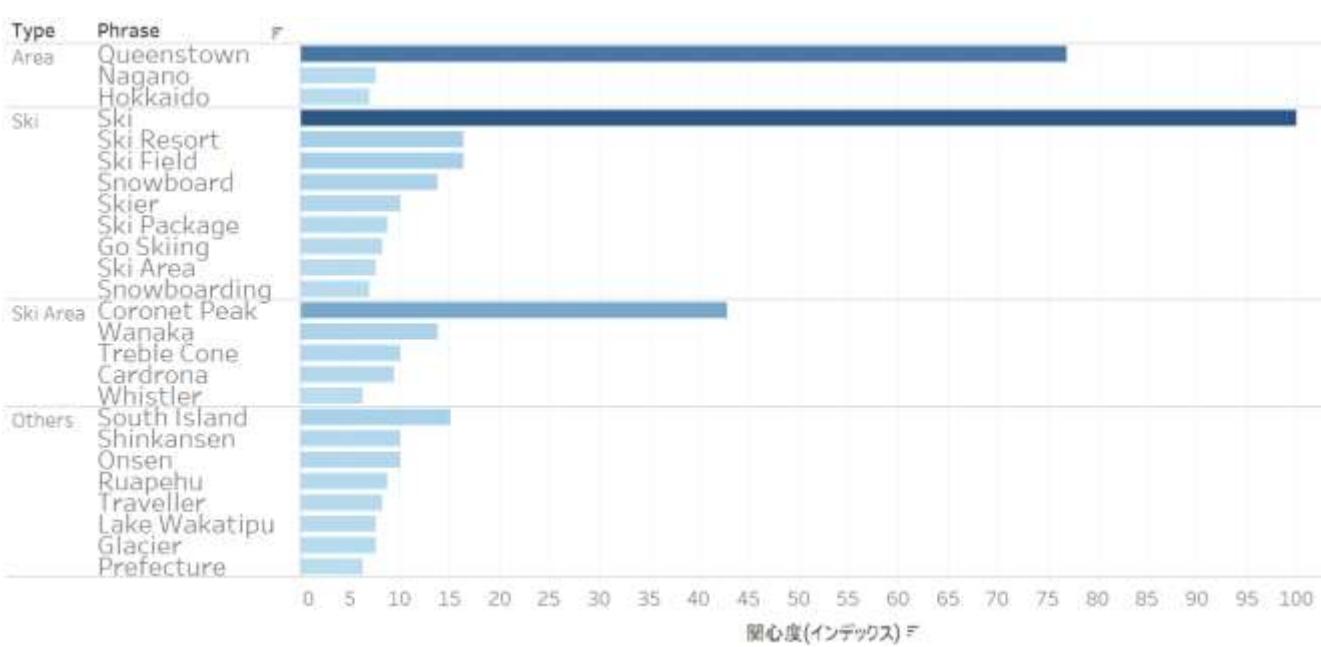


“Point”



- ニュージーランド国内のスキーエリアへの関心が高く、海外のスキーエリアへの関心は低い。スキーコンテンツへの関心・認知の幅も広くない

3. 世界のコンテンツ関心度



関心度(インデックス) =

SUM(Volume index)
6.31 100.00

1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(2). Ski

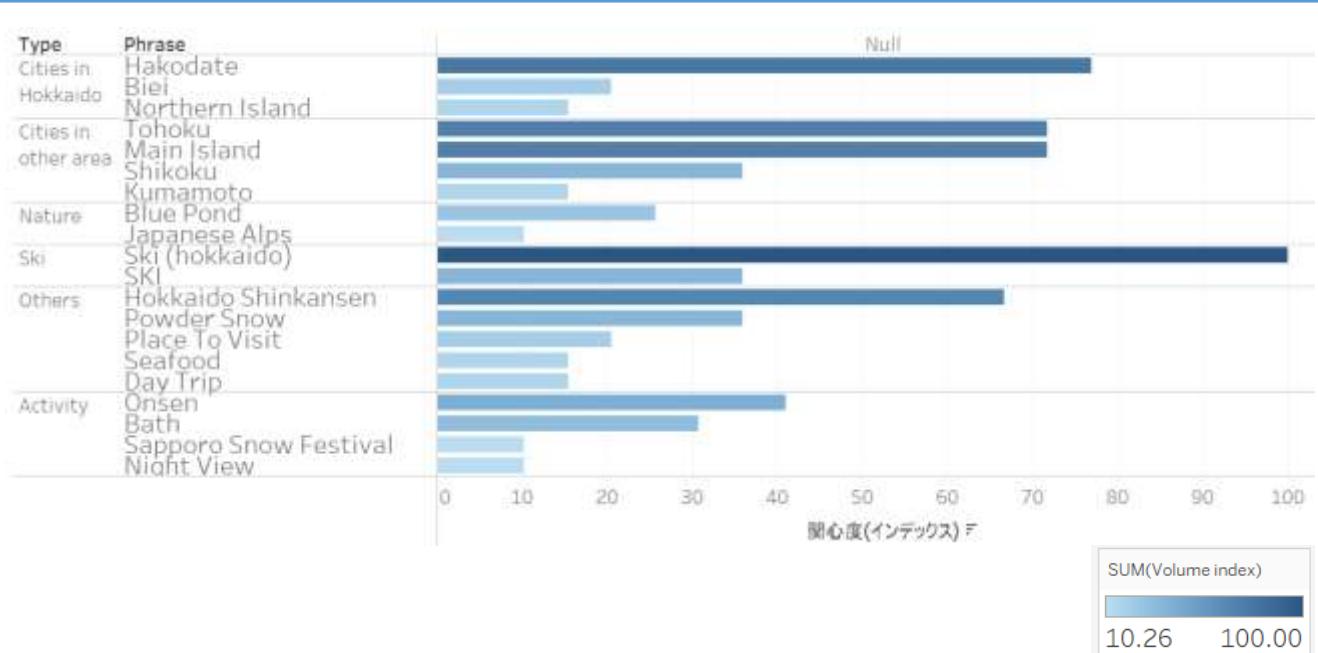


“Point”



- 関心が高い北海道のSkiコンテンツはほとんど見られない
- 函館や美瑛などの道内の都市、東北、本州、四国などへの認知・関心は見られるが、現状ではスキーの旅行先として日本や北海道が捉えられていない
- パウダースノーについて認知・関心が見られる

4. 北海道のコンテンツ関心度



1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(2). Ski

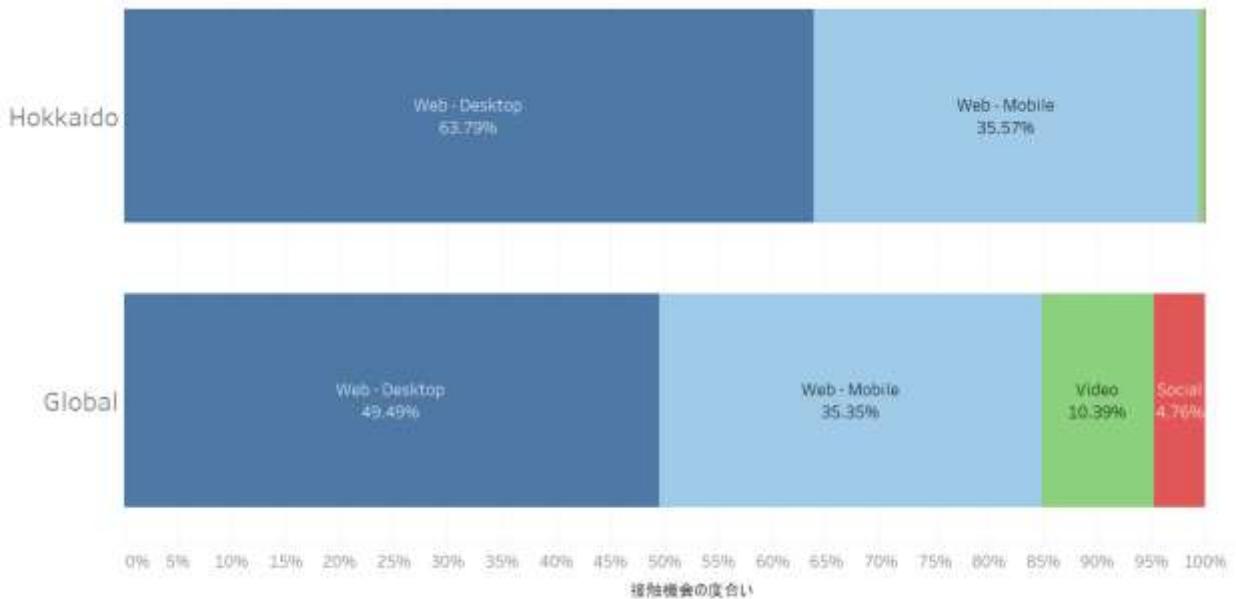


“Point”



- 北海道のSkiコンテンツの接触は、ほぼ全数がWebベースとなっておりVideo、Socialでの接触機会が少なく、北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

5. 世界と北海道におけるSkiコンテンツへの接触機会



1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(2). Ski

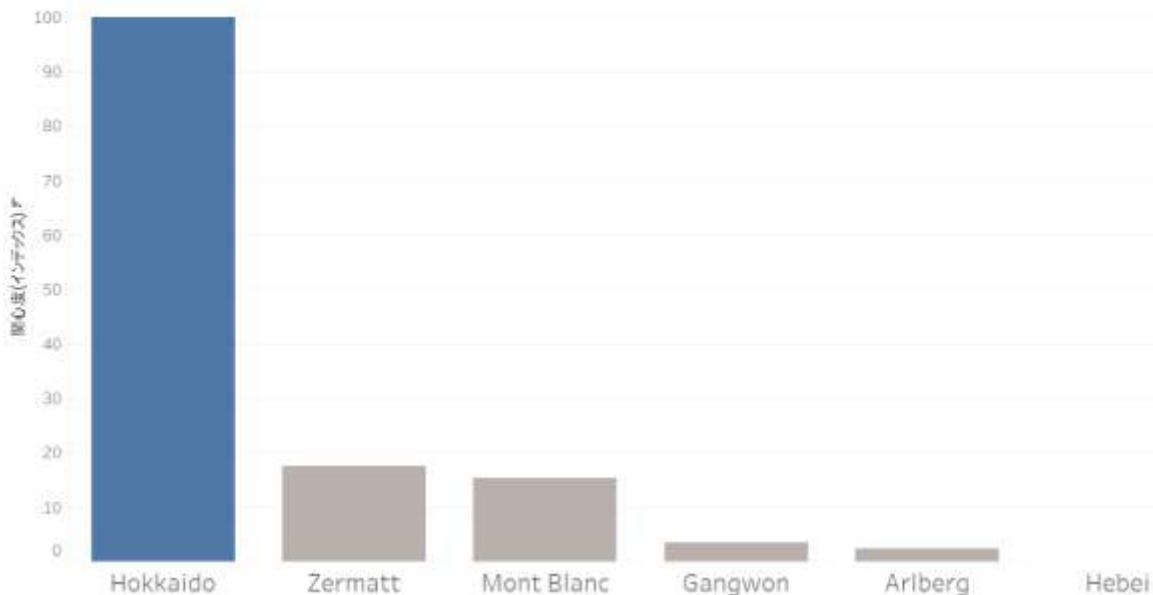


“Point”

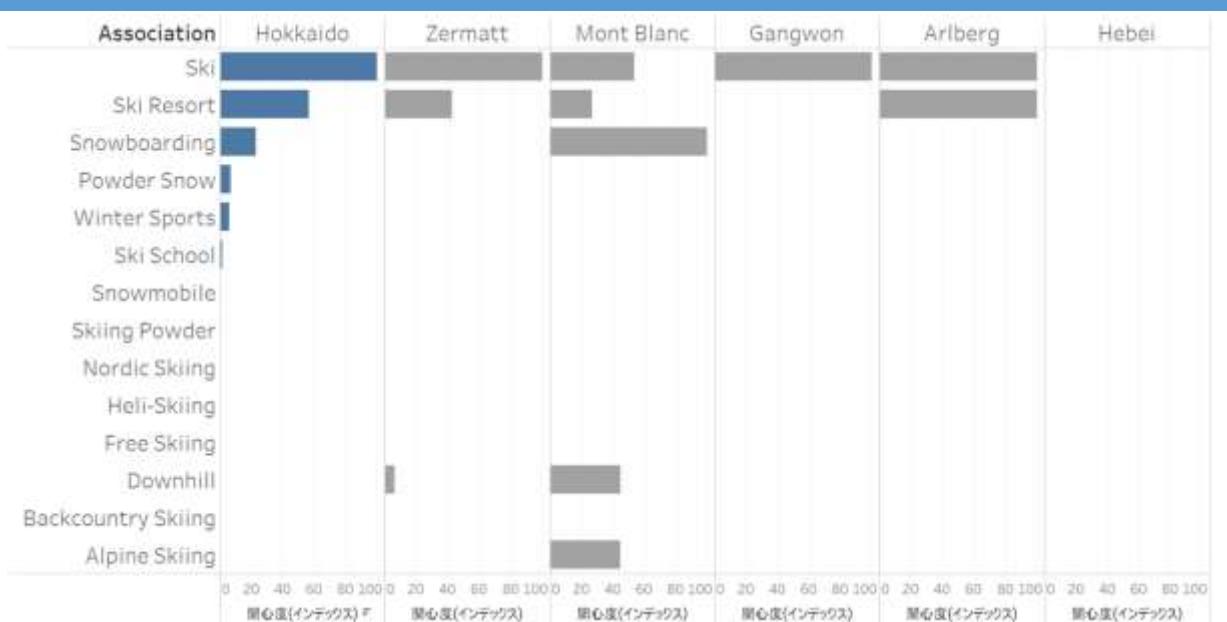


- 北海道は、ツェルマット（スイス）、モンブラン（フランス）などのスキー競合都市と比べ、北海道の認知度は高い
- 北海道は「スキーリゾート」に加え、「スノーボード」「パウダースノー」「ウィンタースポーツ」などと関連した認知、関心が見られる

6. 北海道と海外都市の関心度



7. 北海道と海外都市のコンテンツ関心度



1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(3). Cycling

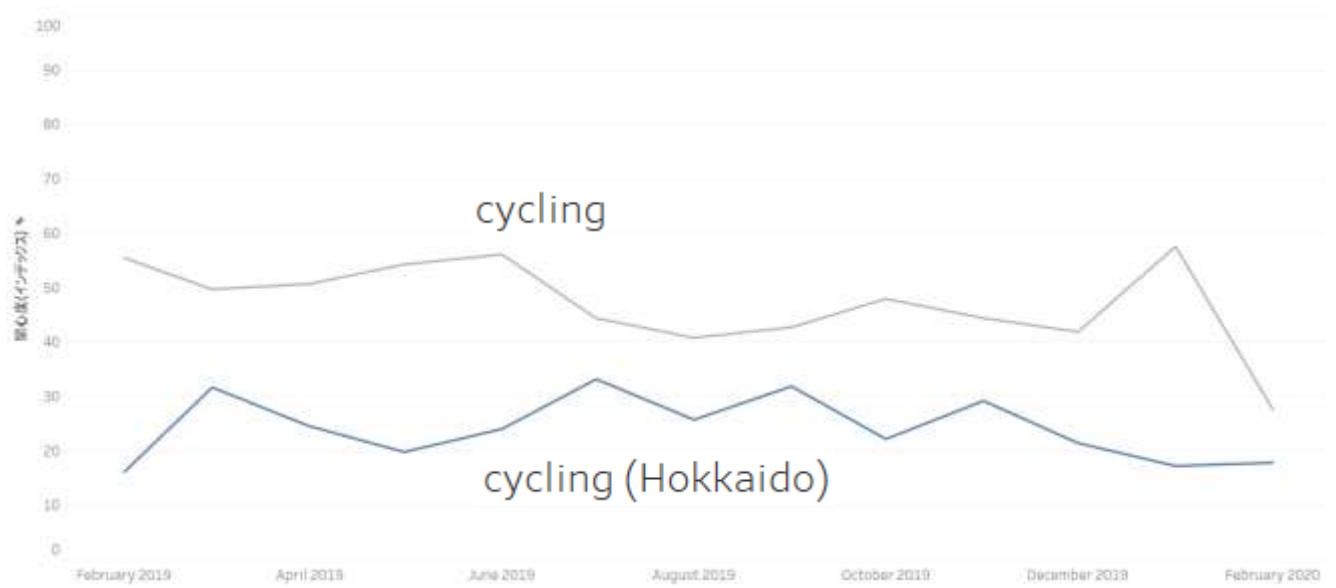


“Point”

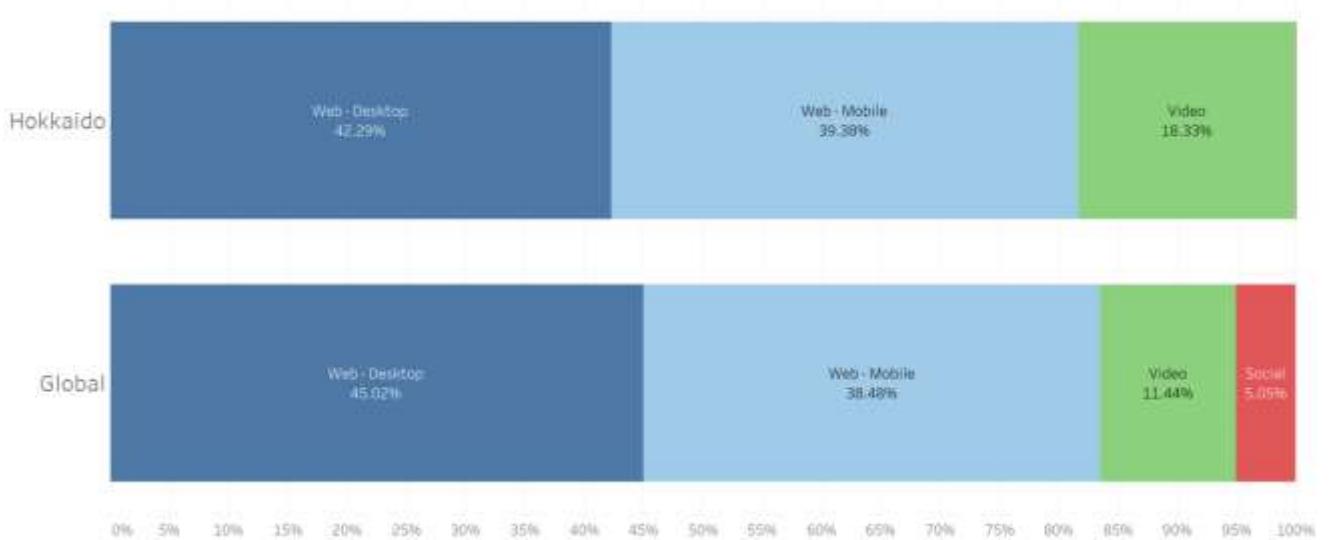


- 北海道、グローバルともにCycling関心は通年で高くない
- 北海道のサイクリングコンテンツへの接触機会はWebベースが8割を占め多い。Videoでの接触機会は見られるが、Socialはほとんど見られない。北海道に関する話題の総量が少ない

1. 関心度の時系列トレンド



2. 世界と北海道におけるCyclingコンテンツへの接触機会



補足①Video : YouTubeなどの動画コンテンツ
補足②Social : Twitter、FacebookなどのSNSコンテンツ

1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(3). Cycling

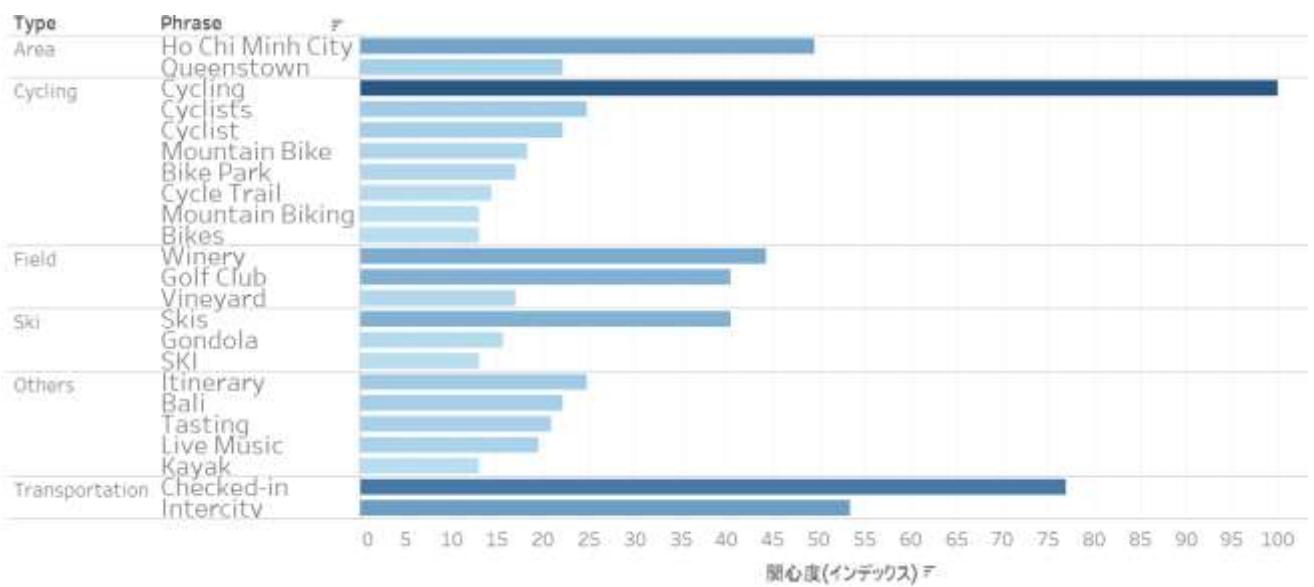


“Point”



- 関心の高いコンテンツがほとんど見られないことから、グローバルでのサイクリング関心が高くない
- ホーチミンシティ・ワイナリー・ゴルフクラブなどへの関心が見られる

3. 世界のコンテンツ関心度



1. 「ニュージーランド」市場の分析結果 (4).Marathon

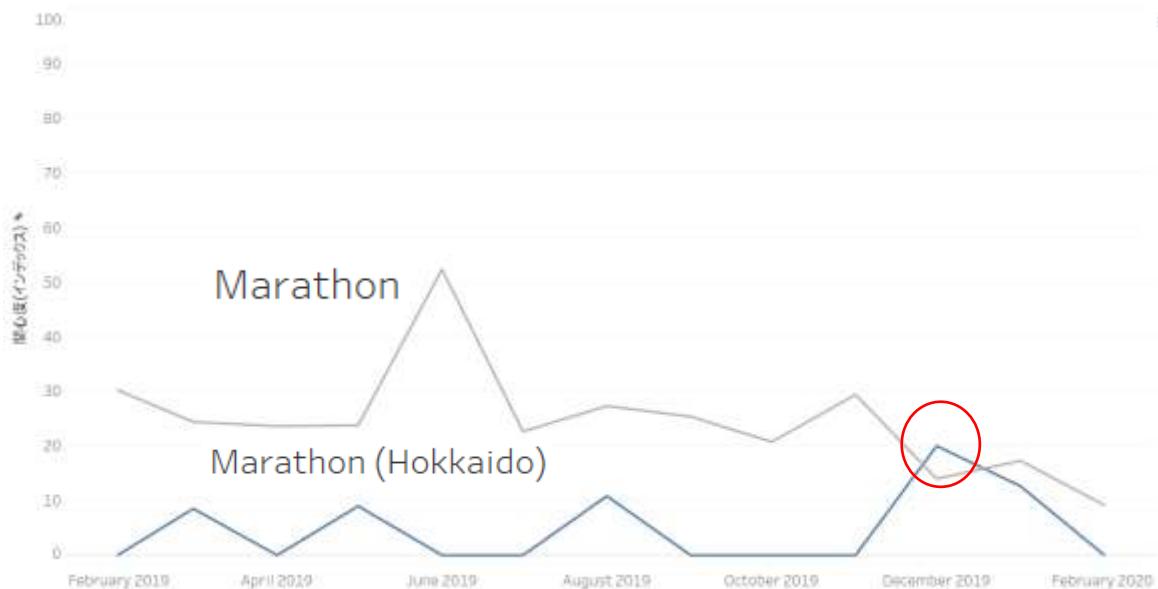


“Point”

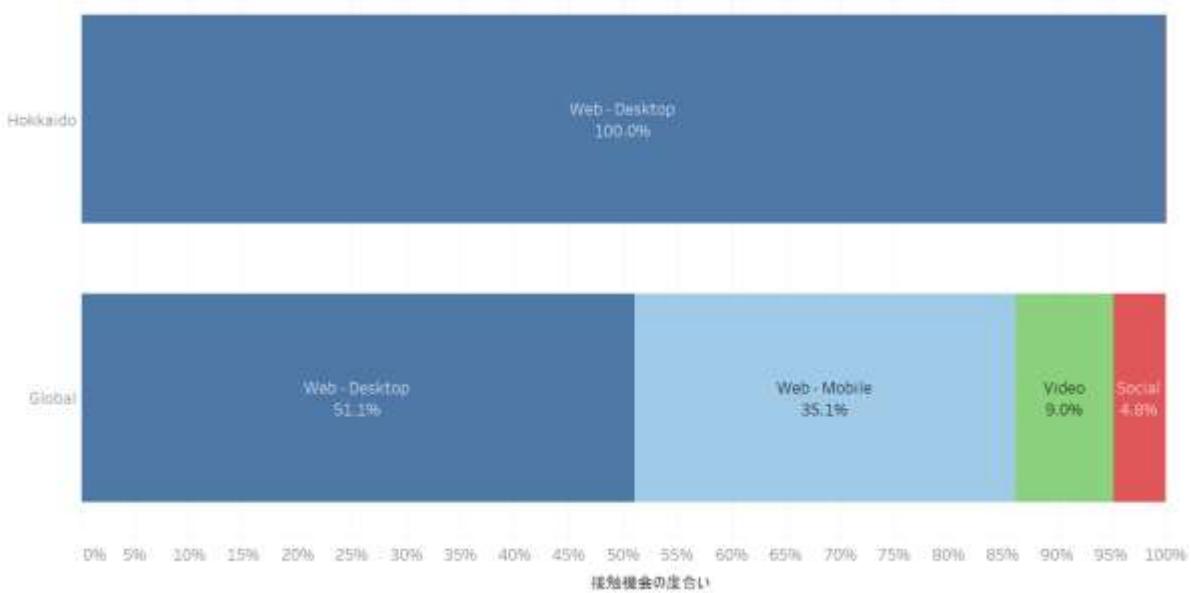


- 北海道のマラソンへの関心は12月にやや高まるが、年間を通じてほぼない
- グローバルでのマラソン関心は6月に高くなるが、年間を通じて関心が低い
- 北海道のマラソンコンテンツへの接触は全てWeb-Desktopであり、Mobile、Video、Socialでの接触機会が見られず、北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

1. 関心度の時系列トレンド



2. 世界と北海道におけるMarathonコンテンツへの接触機会



補足①Video : YouTubeなどの動画コンテンツ
補足②Social : Twitter、FacebookなどのSNSコンテンツ

1.「ニュージーランド」市場の分析結果 (4).Marathon

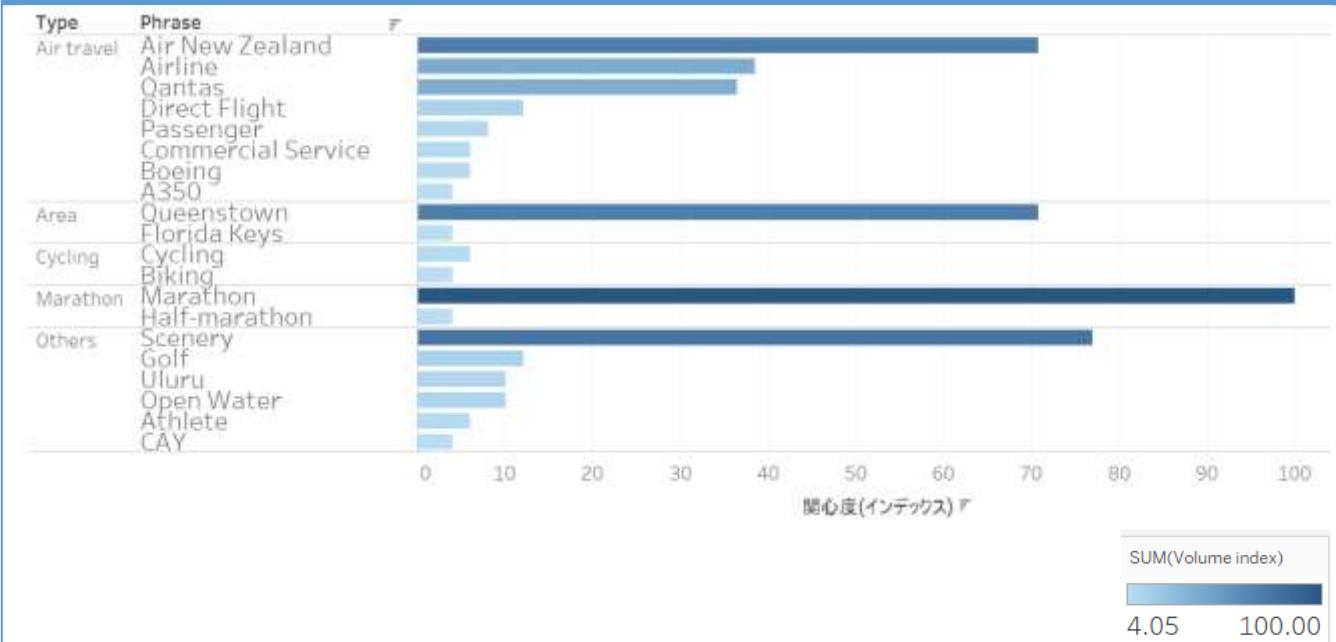


“Point”



- 関心の高いマラソンコンテンツがほとんど見られることから、マラソンを目的とした海外旅行への関心はほとんどない

3.世界のコンテンツ関心度



1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(5). Gastronomy

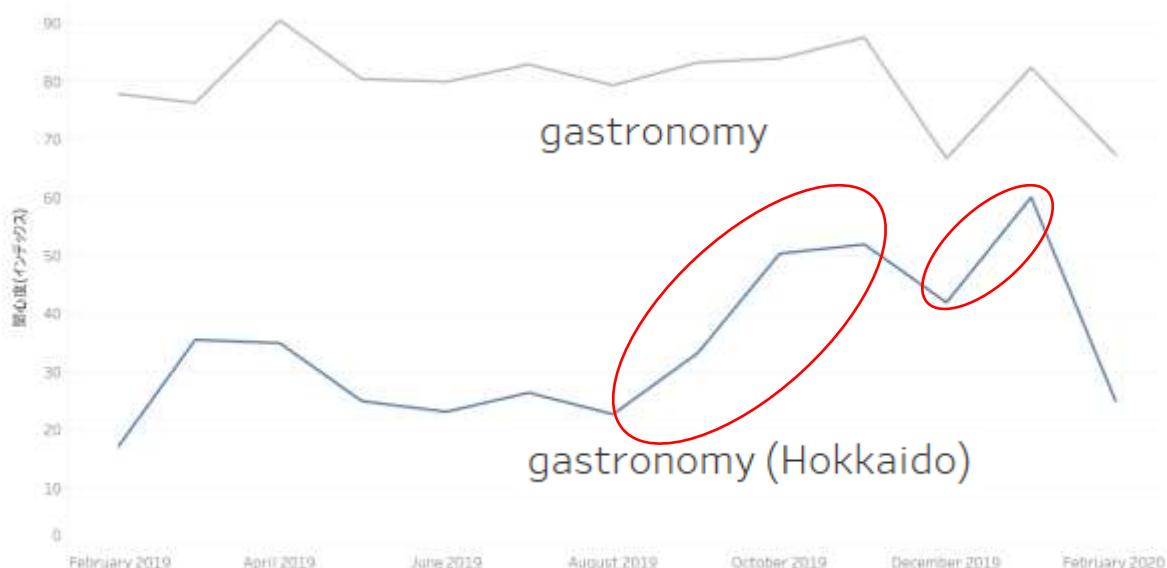


“Point”

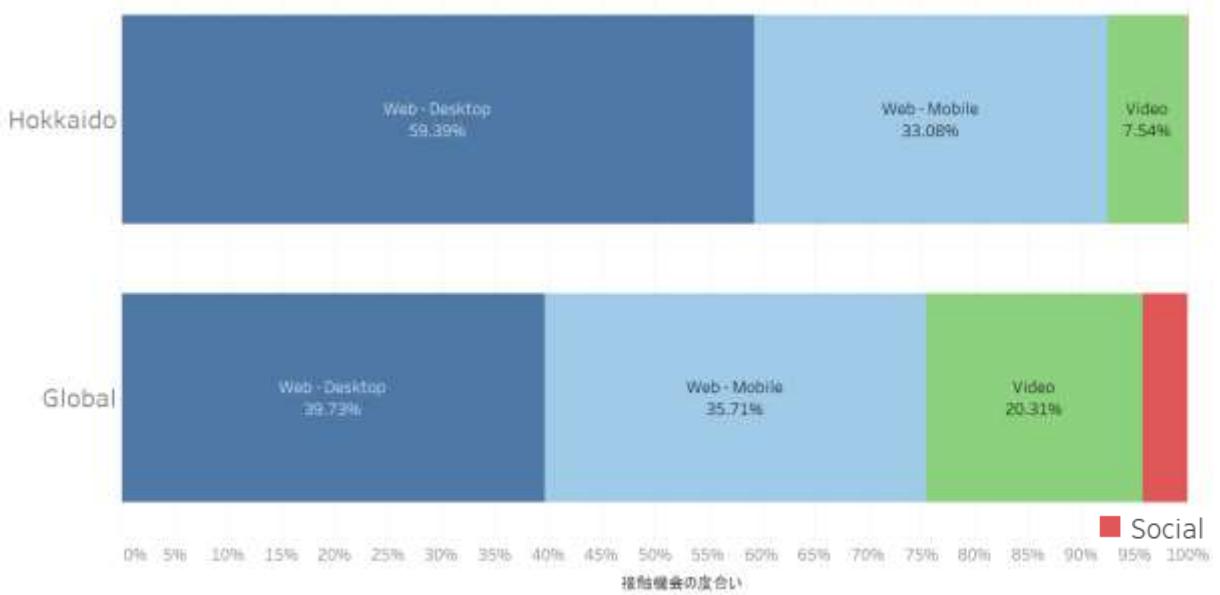


- グローバルでのGastronomy関心は通年で高く、12月を除き大きな変動が見られない。北海道のGastronomy関心は8月～11月、12月～1月にかけて上昇する特徴が見られる
- 北海道のGastronomyコンテンツへの接触は、9割がWebベースで多く、Video、Socialでの接触機会が少ない（Socialはほぼゼロ）。北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

1. 関心度の時系列トレンド



2. 世界と北海道におけるGastronomyコンテンツへの接触機会



補足①Video : YouTubeなどの動画コンテンツ
補足②Social : Twitter、FacebookなどのSNSコンテンツ

1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(5). Gastronomy

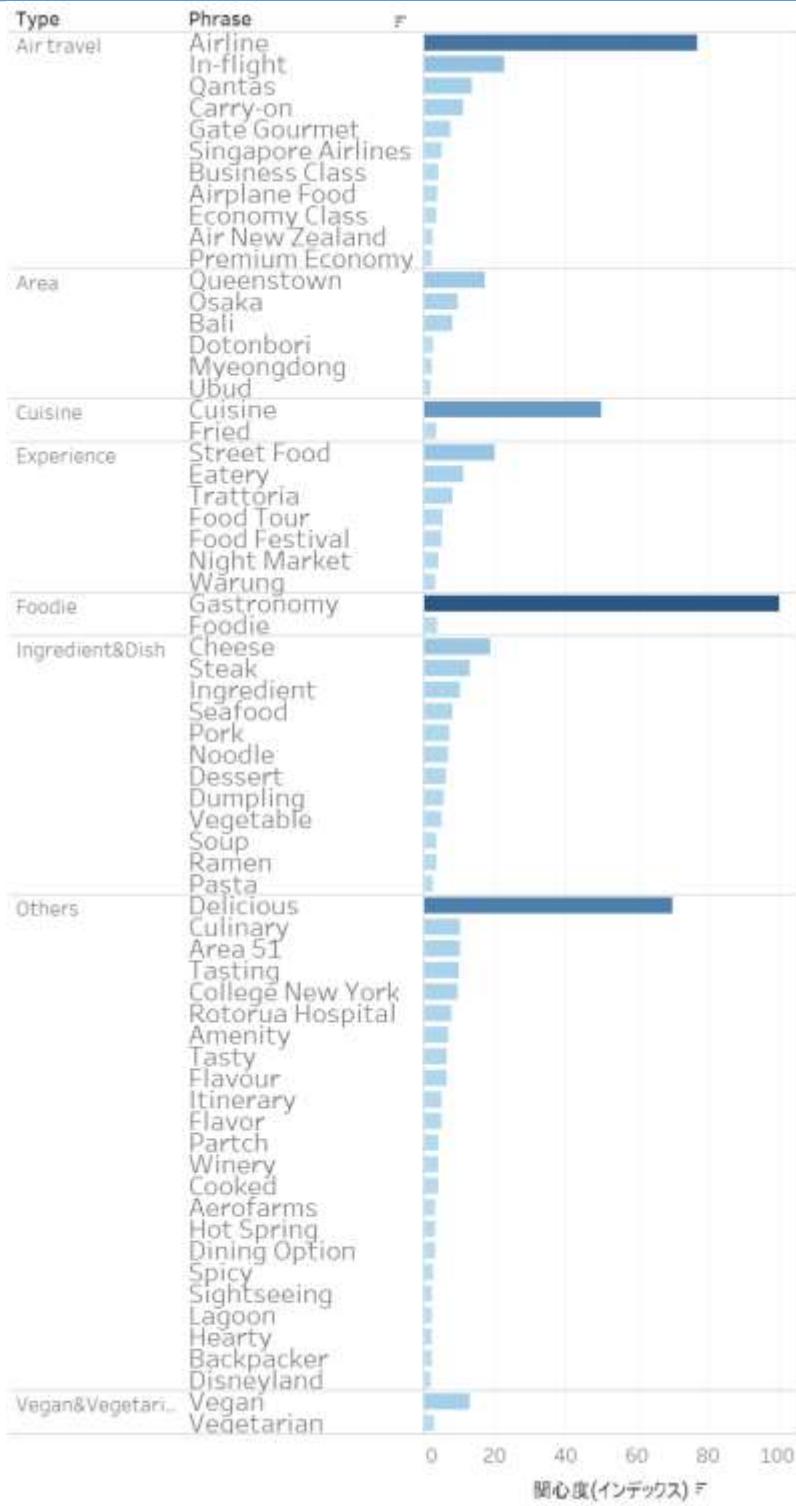


“Point”



- 自国のクイーンズタウン、日本の大阪、インドネシア/バリ島などへの関心が見られる
- 屋台の関心が見られるが、それ以外に関心の高い食体験キーワードなどは見られない
- チーズ、ヴィーガンへの関心がやや高い。Gastronomy目的の海外旅行への関心は現状では低い

3. 世界のコンテンツ関心度



1. 「ニュージーランド」市場の分析結果 (6). Wellness

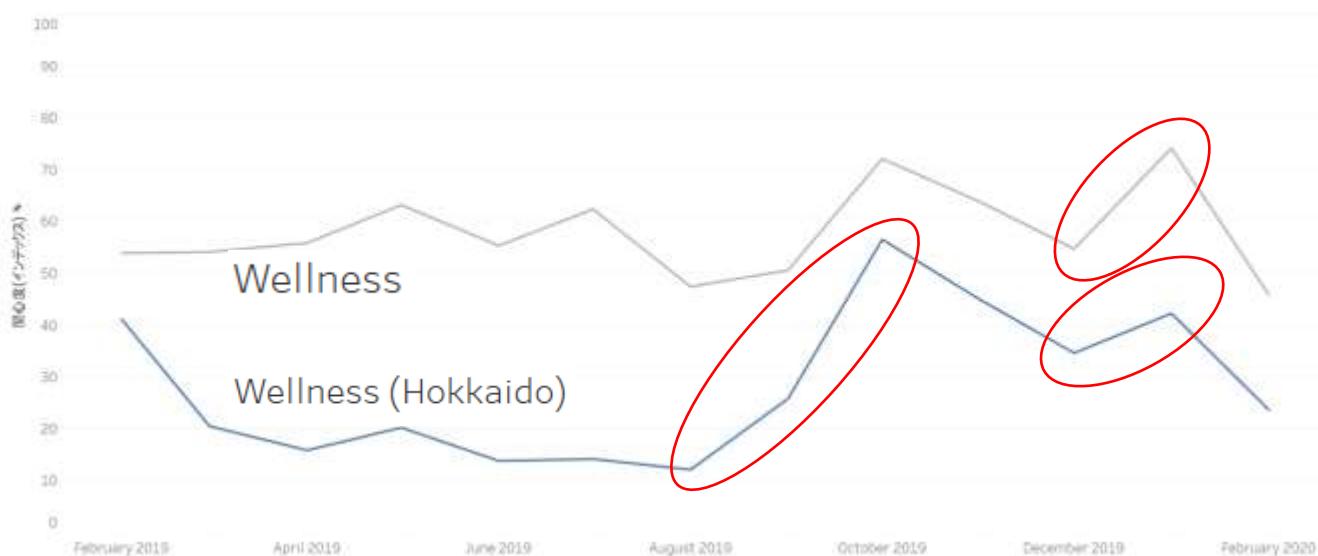


“Point”

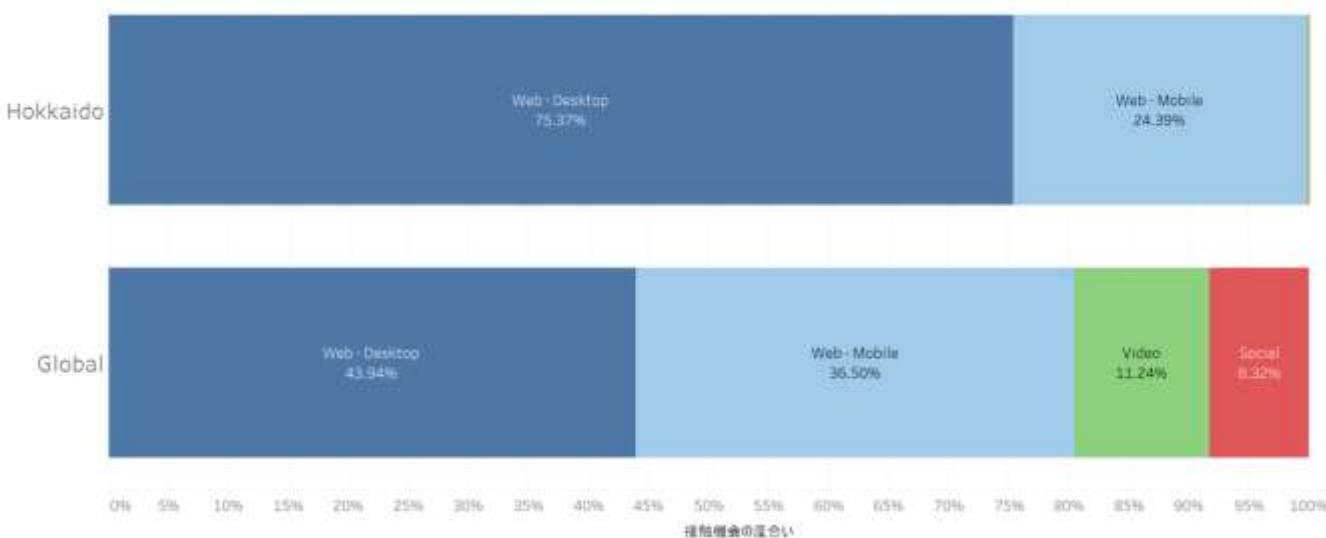


- 北海道のWellness関心は低いが、8月～10月にかけて伸びる特徴が見られる。また12月～1月にかけてグローバルと同様に関心が高い
- 北海道のWellnessコンテンツへの接触は、Web-Desktopの割合が8割弱を占め、高い。一方、Video、Socialでの接触機会は、グローバルと比べて少なく、北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

1. 関心度の時系列トレンド



2. 世界と北海道におけるWellnessコンテンツへの接触機会



補足①Video : YouTubeなどの動画コンテンツ
補足②Social : Twitter、FacebookなどのSNSコンテンツ

1. 「ニュージーランド」市場の分析結果

(6). Wellness

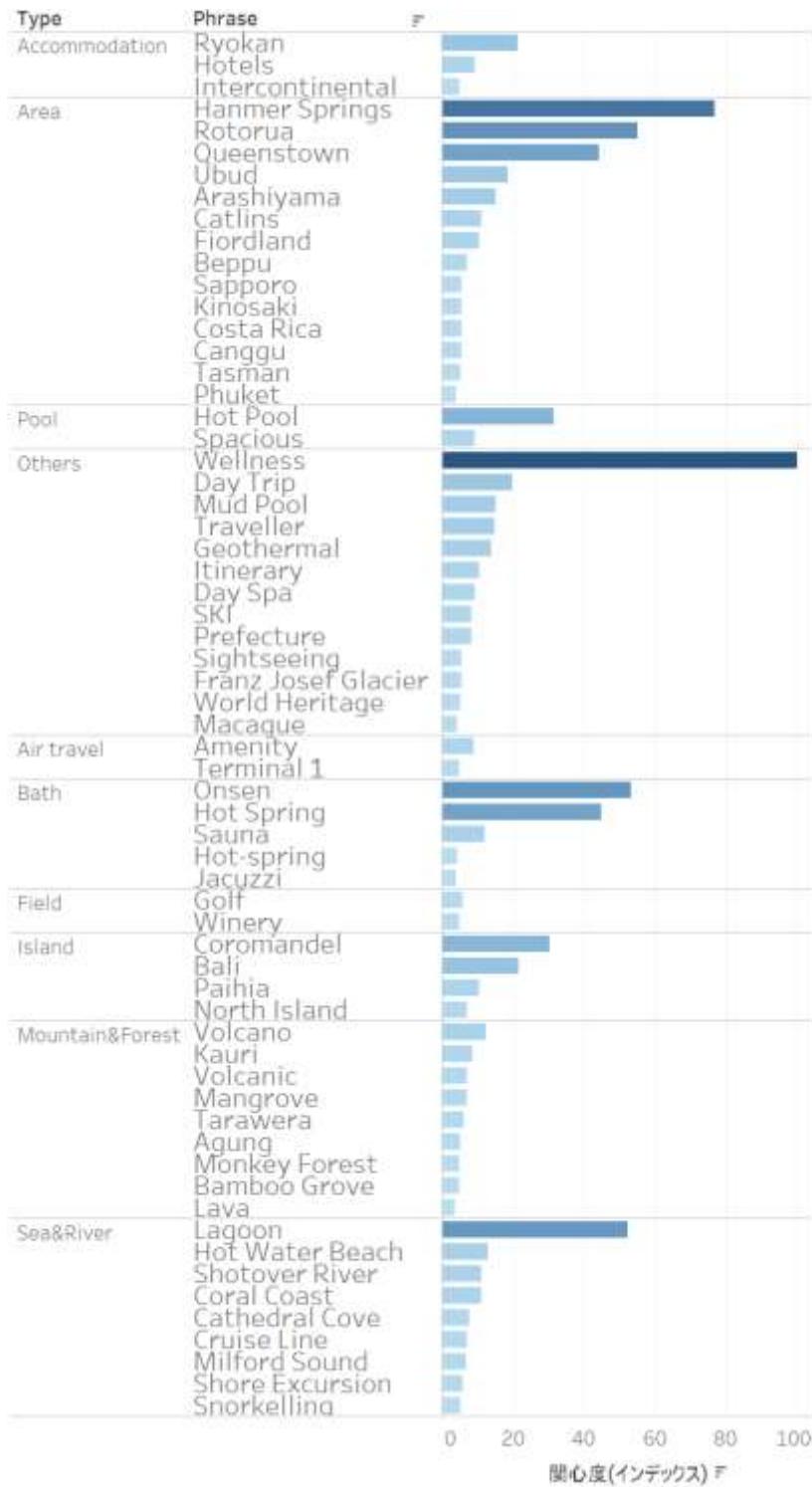


“Point”



- 自国への関心が高く、海外への関心は総じて高くない
- 京都/嵐山、別府、札幌、城崎など日本への認知が若干見られる
- 「温泉」「環礁」への関心が高く、Wellnessコンテンツとしての想起イメージが強い

3. 世界のコンテンツ関心度



1.「ニュージーランド」市場の分析結果

- (1). 基礎情報の整理
- (2). ターゲットの分析
- (3). 打ち手の検討

1.「ニュージーランド」市場の分析結果 (3).ターゲットの分析（ターゲット設定）



“Point”



- メインターゲットは「大自然アクティビティでの遊びと癒しを求めるミドル層(45-54歳)男性」
- アドベンチャーツーリズム(AT)への関心が高い。
- 一般的な各テーマの具体的な関心コンテンツは次の通りである。
AT：歴史/文化、ハイキング、釣り、自然、ハイキング、火山、シュノーケル

1. 基本情報



<https://unsplash.com/>

【性別年代】

45-54歳男性

【日常的関心】

ソーシャルネットワーク、ショッピング、エンタメ

【旅行形態】

ひとり旅、ラグジュアリー

2. 関心事項

社会問題に关心があり、特に2019年に規制が厳しくなった移民問題や環境問題関連に興味がある。国外の社会問題ではアメリカでの出来事を調べている。またこの年に行われたラグビーワールドカップや国内で流行した麻疹についても強い関心があった。

3. トランジット関心トピック

アドベンチャーツーリズムへの関心が高い。山や海関連のアクティビティへの関心は幅が広く、また強い傾向にある。スキーでは、ニュージーランド国内のリゾートエリアに関する高いものの、長野や北海道への関心も見られる。

※ターゲット層は日本旅行関心から選定

4. 主要関心ポイント

【アドベンチャーツーリズム】

- ・歴史/文化(※1)、ハイキング(※2)、釣り(※3)、自然(※4)はATカテゴリーで関心が高い。
- ・山、海への関心は幅広く、高い傾向にある。山はハイキング(※5)、火山(※6)、海ではシュノーケル(※7)への関心が特に強い。

【スキー】

- ・ニュージーランド内のスキーエリアが最も関心が高く、海外への関心は低い。日本国内の長野、北海道も関心を持たれている。

- ・しかしスキーに求める特徴的なキーワードは出ず、こだわりは見られない。

【サイクリング】

- ・旅行におけるサイクリングで特定の関心が集まっている様子は見られない。

【マラソン】

- ・旅行におけるマラソンで特定の関心が集まっている様子は見られない。

【ガストロノミー】

- ・旅行におけるGastronomyで関心の高いコンテンツは少なく、Gastronomyを目的とした海外旅行への関心は現状は低いと考えられる。

【ウェルネス】

- ・自国での関心が上位を占め海外の関心は低い。日本の都市や温泉、旅館に関する関心は高くないがWellnessイメージを持っている。
- ・森林関連のコンテンツ(火山、マングローブ等)にも関心が向けられている。

1.「ニュージーランド」市場の分析結果

(3).ターゲットの分析（ターゲット設定）



“Point”



- 北海道の各テーマの具体的な関心コンテンツは次の通りである。
AT：歴史/文化、ハイキング、釣り、自然、流氷

5. 北海道に対する関心、北海道の優位性

【アドベンチャーツーリズム】

- ・歴史・文化、ハイキングへの関心が高く、同時に北海道の想起イメージが強い。
- ・インドネシア/バリ島を除き、北海道を含む海外のAT関心が低い。
- ・函館や札幌など北海道内の都市や新幹線への認知はあるが、ATを目的とした旅行先として北海道は捉えられているわけではない
- ・北海道におけるATコンテンツでは火山、ハイキング、トレッキング、登山などが差別化要素となりうる

【スキー】

- ・北海道のスキーコンテンツで関心が高いものはほとんど見られず、北海道スキーの認知はあるが旅行先として北海道は捉えられていない

1.「ニュージーランド」市場の分析結果

(3).ターゲットの分析（ターゲット設定）



“Point”

- 有効なコンテンツ要素は次の通りである
AT：歴史/文化、ハイキング、釣り、自然、山、海、火山、流水
スキー：温泉、雪まつり、パウダースノー
ガストロノミー：屋台、フードツアー、食の祭典、ベジタリアン/ヴィーガン
ウェルネス：温泉、旅館、森林

6. 想定される有効なコンテンツ例

-関心ポイントや北海道の優位性から刺さりそうなコンテンツをピックアップ-

【アドベンチャーツーリズム】

重要要素：歴史/文化、ハイキング、釣り、自然、山、海、火山、函館、札幌、流水
ポテンシャルコンテンツ例

- ・歴史/文化×函館/札幌：五稜郭、札幌時計台、北海道旧本庁舎、函館元町街並、ウポポイ
- ・ハイキング：アイヌコタン村、ローランキヤニオン
- ・ハイキング×火山：有珠山、藻岩山
- ・トレッキング/ハイキング×海：礼文島、利尻島
- ・釣り：函館朝市のイカ釣り、ワカサギ釣り、小樽港、積丹半島、石狩湾新港
- ・火山：摩周湖、大沼国定公園、カムチャツカ半島
- ・流水：流水ウォーク、流水碎氷船、流水バードウォッキングクルーズ

【スキー】

重要要素：函館、温泉、雪まつり、パウダースノー

ポテンシャルコンテンツ例

- ・温泉：ルツツリゾート（まっかり温泉）、新富良野プリンスホテル（紫彩の湯）、ニセコ（美肌の湯）、星野リゾートトマム（木林の湯）
- ・雪まつり：さっぽろ雪まつり、サッポロテイネスキー場（札幌から車で40分）、藻岩山スキー場（札幌から車で30分）
- ・パウダースノー：ニセコユナイテッド
- ・函館：函館七飯スノーパーク

【ガストロノミー】

重要要素：屋台、フードツアー、食の祭典、ベジタリアン/ヴィーガン

ポтенシャルコンテンツ例

- ・屋台：北の屋台、大門横丁、小樽屋台村レンガ横丁、帯広屋台村
- ・フードツアー：ラーメンタクシー、居酒屋巡り、酒造巡り
- ・食の祭典：さっぽろオータムフェスト、はこだてfoodフェスタ、とかちマルシェ
- ・ベジタリアン/ヴィーガン：谷観光農園、オガワ観光農園、トトロの里富原観光果樹園、ファームズ千代田、ホテル知床（ベジタリアン料理提供）

※ムスリムやベジタリアン向けレストランを函館市公式観光情報が提供

【ウェルネス】

重要要素：温泉、旅館、森林

ポтенシャルコンテンツ例

- ・温泉×旅館：湯元啄木亭、佳松御苑
- ・温泉×森林×旅館：ホテルまほろば、定山渓グランドホテル瑞苑、第一滝本館

【札幌・函館周辺のマストスポット】トリップアドバイザーTop5

- ・札幌：藻岩山からの景色、モエレ沼公園、中島公園、北海道開拓の村、すすきの
- ・函館：函館山、五稜郭タワー、五稜郭公園、八幡坂、函館朝市どんぶり横丁市場

1.「ニュージーランド」市場の分析結果

- (1). 基礎情報の整理
- (2). ターゲットの分析
- (3). 打ち手の検討

1.「ニュージーランド」市場の分析結果 (4).打ち手の検討



1. 打ち手総論

【高関心コンテンツ】

- ・アドベンチャーツーリズム(以下AT)の中では歴史・文化、ハイキングなどへの関心が高い。
- ・山、海への関心が高く、ハイキング、火山、シユノーケル、カヤック、流氷は海外のAT競合地との差別化コンテンツとなりうる

【アプローチ方法】

- ・10月から関心が高まるため、9月末には発信準備を完了させておくべき
- ・動画やソーシャルの接触がまだ少ないため、情報発信の強化が必要

【ポテンシャルコンテンツ】

- ・北海道は山関連での関心が海外他都市(パリ、アラスカ等)に比べて高い傾向にあるため、火山、ハイキングなど山コンテンツでの訴求に潜在需要がある

メイン
ターゲット
『大自然アク
ティビティでの
遊びと癒しを
求めるミドル男
性』

【デモグラ特性】

- ・SNS、ショッピング、エンタメとアクティビティに幅広い関心
- ・ソロでも旅行にお金をかけて楽しむ

【キーコンテンツ】

- ・大自然のアクティビティをお金の制約を気にせずじっくりと楽しむ。
- ・日本旅行では温泉、旅館

【コンテンツ】

例：礼文島、石狩湾新港、流氷ウォーク、星野リゾートトマム（木林の湯）

サブ
ターゲット
『旅行はリッチ
に行き、ワイワイ
と楽しむ若
年層男性』

【デモグラ特性】

- ・SNSを使い、エンタメ、テクノロジーと幅広く情報収集する。
- ・ラグジュアリー旅行に興味がある。

【キーコンテンツ】

- ・山、海のコンテンツを幅広く楽しみたい。
- ・屋台、食の祭典と賑やかな雰囲気での食事体験。

【コンテンツ】

例：アイヌコタン村、ワカサギ釣り、摩周湖、小樽屋台村レンガ横丁、はこだてfoodフェスタ

1.「ニュージーランド」市場の分析結果 マーケット・リサーチに基づく施策の方向性



打ち手の検討

		Promotion	Contents	Infrastructure	Alliance
		誘客を促進するための打ち手	消費を促進するための打ち手	満足度を高めるための打ち手	事業者等との連携のための打ち手
旅 中	旅 前	<ul style="list-style-type: none"> ✓ デジタルプロモーション ✓ OTA連携 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ アドベンチャーツーリズムの提示 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 動画、ソーシャルで詳細な情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ メディア ✓ OTA ✓ JNTO
	移 動	<ul style="list-style-type: none"> ✓ JR-Pass 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 道内移動の選択肢 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 決済手段の一貫性 ✓ 交通情報アプリの整備 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 道内交通事業者 (JR、バス各社、レンタカー事業者)との連携
	買 物	<ul style="list-style-type: none"> ✓ キャッシュレス対応店舗情報 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ キャッシュレス対応店舗情報 ✓ 宿泊施設との連携 (カタログ、クーポン設置等) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 現地訪日旅行サイトでのクーポン発行 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ドラッグストア、百貨店協会、貿易物産等との連携 ✓ キャッシュレス事業者との連携
	体 験	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 歴史 / 文化 ✓ ハイキング ✓ 釣り 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 火山 ✓ 流水 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 山でできるアクティビティの豊富さ訴求 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ツアー会社との連携 ✓ 同地域の宿泊事業者、飲食店、地元の住民との連携
	食 事	<ul style="list-style-type: none"> ✓ キャッシュレス対応店舗情報 ✓ 屋台 ✓ フードツアー ✓ 食の祭典 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 外国語メニュー表記 ✓ 使用食材の提示 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日本食 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ キャッシュレス事業者との連携 ✓ 飲食店との連携 ✓ 地域との連携 ✓ ツアー会社との連携
	宿 泊	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 旅館 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 温泉 ✓ 森林浴 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 温泉、森林浴と共に体験できる旅館 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 宿泊事業者との連携
旅 後	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 再訪促進 ✓ OTA連携 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 道内他地域および時期別での北海道の楽しみ方を提示 ✓ SNS、コミュニティでの口コミ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 定期的な情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ メディア ✓ OTA ✓ JNTO 	

參考資料



参考資料

概要とURI(主要関心ポイント)

※1.歴史/文化

五稜郭、函館の歴史を知ることができる五稜郭タワー

<https://planetyze.com/en/japan/hokkaido/blog/the-best-30-places-you-cant-miss-when-you-visit-hokkaido>

札幌時計台、北海道庁旧本庁舎で北海道の歴史を知ることができる

<https://www.nomadasaurus.com/things-to-do-in-sapporo-japan/>

※2.ハイキング

アイヌコタン村でのアクティビティでハイキングをおすすめ

<https://www.frommers.com/destinations/japan/suggested-itineraries/the-north-in-two-weeks>

有珠山の2000年の噴火で破壊された場所を通るハイキングコース

<https://www.japan-guide.com/ad/hokkaido/>

※3.釣り

函館でのイカ釣り

<https://hokkaido-sightseeing.com/en/sample/firsttime-japanitinerary-tyospk/>

※4.自然

摩周湖、大沼国定公園での火山

<https://planetyze.com/en/japan/hokkaido/blog/the-best-30-places-you-cant-miss-when-you-visit-hokkaido>

有珠山の山頂から洞爺湖を望む絶景

<https://hokkaido-sightseeing.com/en/sample/firsttime-japanitinerary-tyospk/>

※5.ハイキング

ローガン・キャニオンでのハイキング

<http://www.logandowntown.org/ghost-tour.html>

※6.火山

カムチャツカ半島での火山

<https://www.nytimes.com/2019/10/07/travel/russia-kamchatka-bears-volcanoes.html>

イタリアについてで活火山の紹介

<https://www.kids-world-travel-guide.com/italy-facts.html>

※7.シユノーケル

フランス領ポリネシアの島々でのアクティビティでシユノーケル紹介

<https://www.budgetyourtrip.com/french-polynesia>

ハワイでのアクティビティ予約のサイト

<http://adventureinhawaii.com/oahu/oahu-kayak-tours/>

参考資料



比較都市一覧（国内地域はHTO様指定、海外都市はそれぞれ規定の基準により選定）

	国内		海外都市	海外都市選択理由
	国内地図	国内都市		
AT	Akan, Shiretoko, Daisetsu, Taisetsu, Toyako, Kushiro ※Daisetsu, Taisetsuはボリューム不足によりデータ抽出不可。	Kyushu, Mie, Nagano, Okinawa, Shikoku	Alaska, Bali, Cebu, Scotland, Tuscany	Adventure Travel World Summitの開催都市
スキー	Niseko, Furano, Rusutsu, Kiroro, Tomamu, Sahoro, Kamui, Sapporo ※Rusutsu, Kiroro, Tomamu, Sahoro, Kamuiはボリューム不足によりデータ抽出不可。	Fukushima, Iwate, Nagano, Niigata, Yamagata	Arbergs, Gangwon, Habel, Mont Blanc, Zermatt	観光庁の海外スキー市場調査のスキー客数上位国都市
サイクリング	-	-	Fusseen, Lavaux, Seoul, Taipei	北海道開発局のサイクルツーリズム調査のピックアップ国都市
マラソン	-	-	Bali, Gold Coast, Hawaii, New York, Phuket, Vancouver	RUNNETICにおける海外マラソン主要都市
ガストロノミー	-	-	Barcelona, Hong Kong, Paris, San Francisco, Seoul, Taipei	2019年度ミシュランの星獲得数上位都市
ウェルネス	-	-	Jeju, Kerala, Los Angeles, Phuket	観光庁美容体型コンテンツの充実に向けたナレッジ集におけるウェルネスツーリズムの海外主要都市

分析対象キーワード

AT	Kayaking, Camping, Climbing, drift ice, Glamping, ice climbing, mountaineering, Volcano, horse trekking, surfing, diving, Sailing, hunting, trekking, Hiking, Fishing, Night Watch, canyoning, rafting
スキー	ski, skiing, snowboarding, snowboard, ski resort, snowmobile, Powder snow, Japow, Alpine skiing, Nordic skiing, Ski school, winter sports, Downhill, Heli-skiing, Backcountry skiing, freeskier, free skiing, snowboarding trip, skiing powder
サイクリング	bike, bicycle, Bike Tour, bike trail, cycling, cycling photos, cyclist, Hill climbing, mountain bike, MtB, mtb ride, mtb trails, Rental bike, road bike, Stage race, Tour de, touring, triathlon
マラソン	marathon, Ekiden, full marathon, half marathon, jogging, marathon runner, marathoner, marathon training, road race, runners, triathlon, ultramarathon
ガストロノミー	Cuisine, fine dining, Michelin, Food, foodie, Local food, organic food
ウェルネス	yoga, footbath, onsen, hot spring, FOREST, ryokan, sauna, detox, Beauty salon, esthetic, relaxing, curing, restorative, meditation, Wellness, Spa

分析対象期間（基本的には2019年の期間を利用）

	デジタル開拓地図	開拓の興味別地図	ATテーマ別興味別地図 グローバルのテーマごとの興味キーワード	北海道のテーマごとの興味キーワード	テーマごとの興味キーワード 海外都市と北海道のテーマ別地図
				北海道都市のテーマごとの興味キーワード	
AT	2018/12/31 - 2019/01/05	2019/01/14 - 2020/02/16	2019/09/01 - 2019/12/01	夏季：2019/05/01 - 2019/08/01 冬季：2019/10/01 - 2020/01/01	2019/01/14 - 2020/02/16
スキー	2018/12/31 - 2019/01/05	2018/12/31 - 2020/01/05	2019/09/01 - 2019/12/01	夏季：2019/05/01 - 2019/08/01 冬季：2019/10/01 - 2020/01/01	2018/12/31-2020/01/05
サイクリング	2018/12/31 - 2019/01/05	2018/12/31 - 2020/01/05	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2018/12/31-2020/01/05
マラソン	2019/01/07 - 2020/01/12	2019/01/07 - 2020/01/12	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/01/07 - 2020/01/12
ガストロノミー	2018/12/31 - 2019/01/05	2018/12/31 - 2020/01/05	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2018/12/31-2020/01/05
ウェルネス	2018/12/31 - 2019/01/05	2018/12/31 - 2019/01/05	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2018/12/31-2020/01/05
AT	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	夏季：2019/05/01 - 2019/08/01 冬季：2019/10/01 - 2020/01/01	2019/01/07 - 2020/01/26
スキー	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	夏季：2019/05/01 - 2019/08/01 冬季：2019/10/01 - 2020/01/01	2019/01/07 - 2020/01/26
サイクリング	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/01/07 - 2020/01/26
マラソン	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/01/07 - 2020/01/26
ガストロノミー	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/01/07 - 2020/01/26
ウェルネス	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/01/07 - 2020/01/26
シンガポール	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/01/07 - 2020/01/26
ウエスカス	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/01/07 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/01/07 - 2020/01/26

參考資料



分析対象期間（基本的には2019年の期間を利用）



**HOKKAIDO
TOURISM
ORGANIZATION**