

# 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（フランス）



HOKKAIDO  
TOURISM  
ORGANIZATION

北海道観光振興機構  
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.「フランス」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

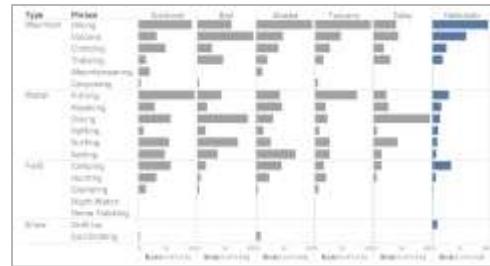
●本プロジェクトでは、以下のSTEPで市場分析を行っています。

### 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-

1. 基本情報  
【性別年齢】  
25-34歳女性  
【日常的開拓】  
リバーシブルネットワーク、  
シューティング、エンタメ  
【無形文化】  
失脚カッパー、ソロ一人旅、  
ラグジュアリー

2. 関心事項  
カフェトロノミー、ウェルネスへの関心が高く、アクティビティに勤むことよりもゆっくりとその都市を楽しむ。アクティビティ(マラソン、スキー)は個体高ではなくカジュアルに楽しみたい。

### 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-

イギリス市場広告配信結果  
～アクティビティ、食、ウェルネス～

1. ターゲティングセット: サブターゲット  
ダイレクトメール  
リバーシブルネットワーク進行生産/在住女性若年 (25-34歳)  
トライアル開拓心トピック: カフェトロノミー、ウェルネス

2. サブターゲット  
「日常的な開拓」女性シニア層 (60歳以上)

3. 広告配信結果  
【アクティビティ（ハイキング）】  
店舗... サイトへ訪問した際は上位ページが最も高い。  
【飲料（ソービード）】  
店舗... サイトへ訪問した際は上位ページが最も高い。  
【女性（25-34歳）】  
店舗... サイトへ訪問した際は上位ページが最も高い。  
【ラグジュアリー（高級）】  
店舗... サイトへ訪問した際は上位ページが最も高い。

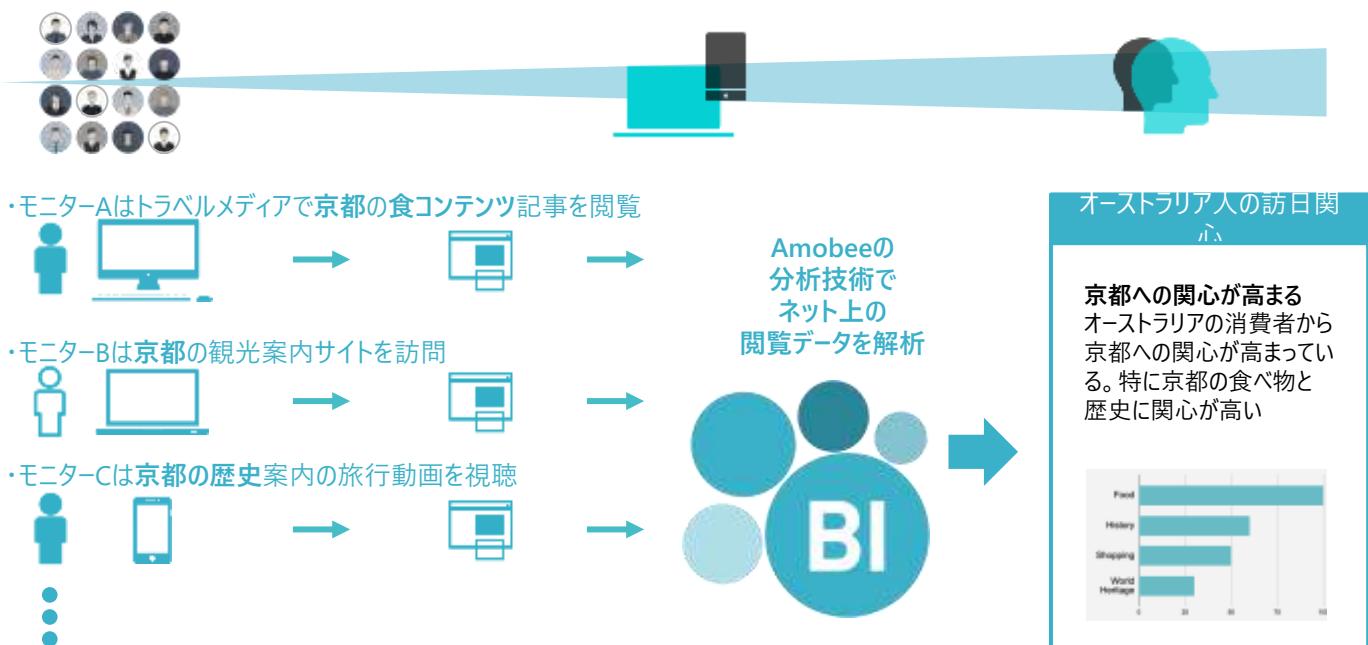
## 参考

### 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	海外都市選択理由	
	国内地域	国内都市	海外都市	
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, Kerela, Los Angeles, Phuket	観光庁美容健康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.「フランス」市場の分析結果

## フランス市場の主な特徴 (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

- 予算感とのバランスが取れ、季節を感じることのできる旅行を好む。

#### ➤ 想定されるサブターゲット

- データ不足のため設定せず。

### ■ 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

- 季節に合わせたアクティビティ(スキー、紅葉狩りなど)
- 北海道ならではの食体験

#### ➤ ポテンシャルコンテンツ

- ベジタリアン/ヴィーガンといった食の多様性への対応

# 1.「フランス」市場の分析結果

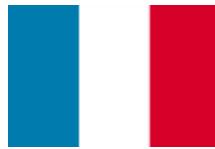
(1).テーマ別の整理

(2). ターゲットの分析

(3). 打ち手の検討

# 1.「フランス」市場の分析結果

## (1). Adventure Tourism (AT)



“Point”



- グローバル及び北海道のAT関心は、9月～10月にかけて上昇している

### 1. 関心度の時系列トレンド



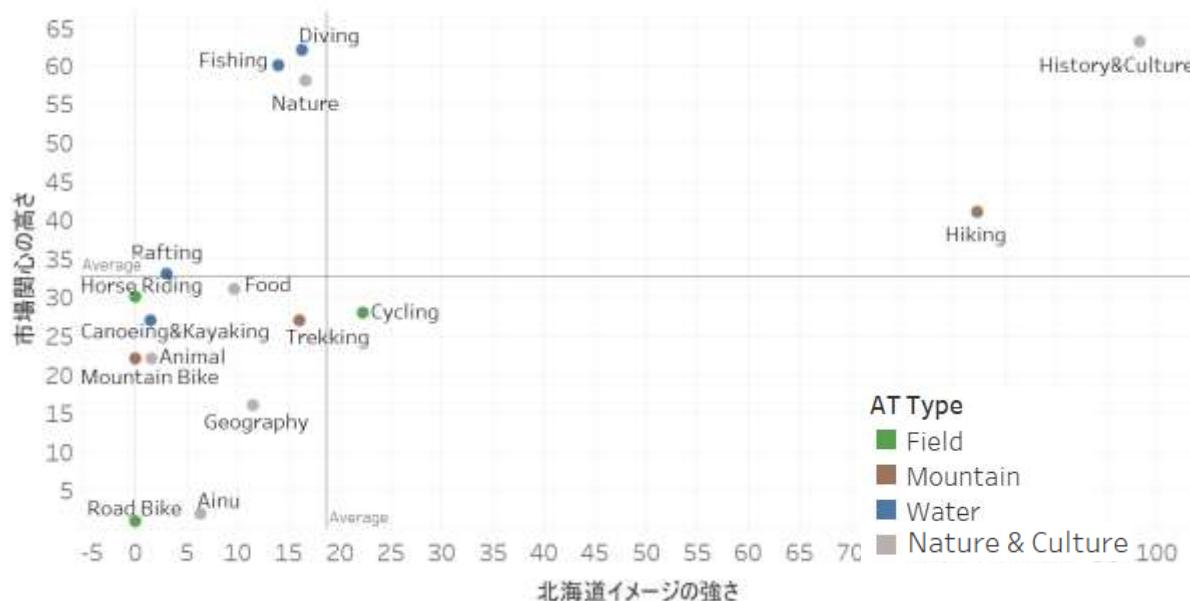
# 1.「フランス」市場の分析結果

## (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
- 「ダイビング」「釣り」「自然」は関心が高いものの北海道の想起イメージは弱い
- 北海道はVideo、SocialのATコンテンツの接触機会がGlobal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

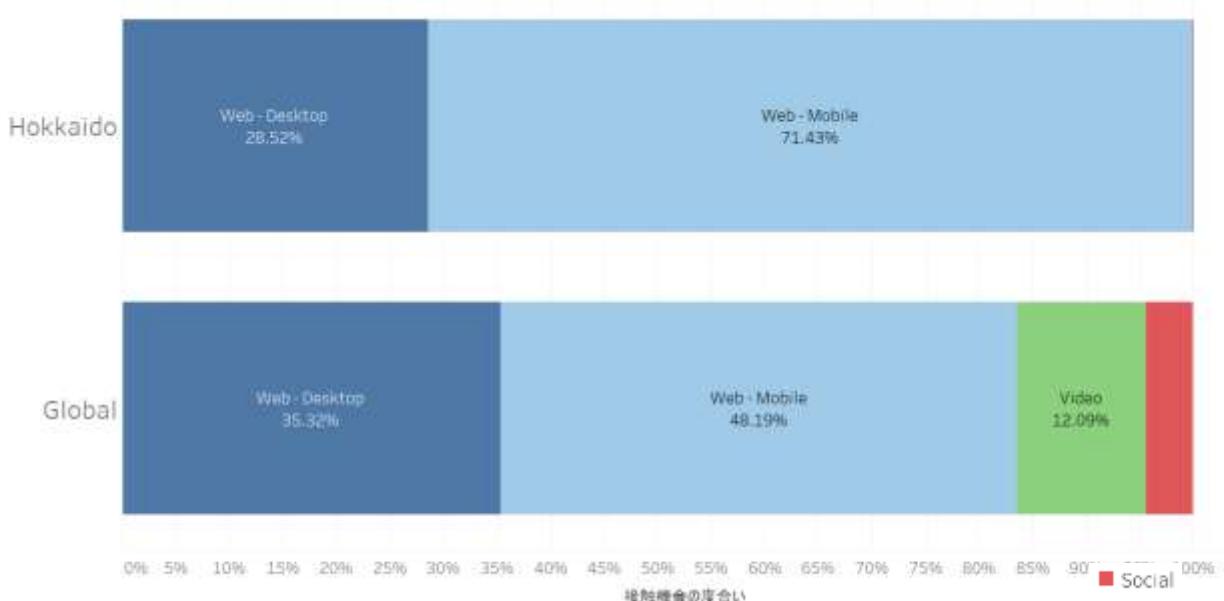
## 2. 市場関心と北海道イメージの関係



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。

## 3. 世界と北海道におけるATコンテンツへの接触機会

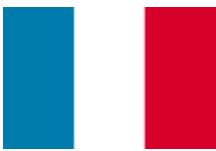


補足③Video : YouTubeなどの動画コンテンツ

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

# 1. 「フランス」市場の分析結果

## (1). Adventure Tourism (AT)

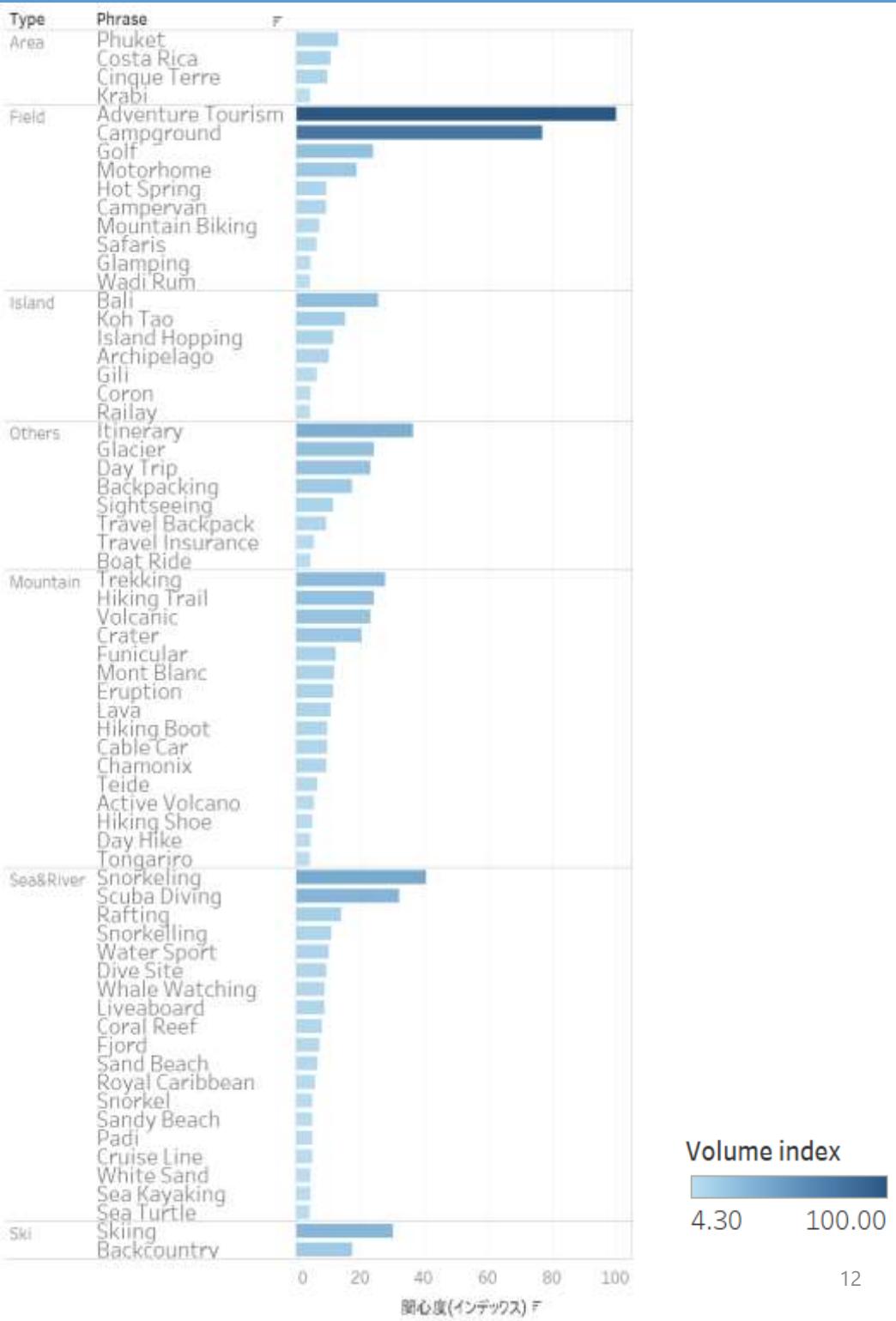


"Point"



- 「キャンプ」「トレッキング」「ハイキング」「火山」「噴火口」などの山に関するコンテンツや、「シユノーケリング」「スキューバダイビング」などの海や川に関するコンテンツなど、幅広い関心が見られる

### 4. 世界のコンテンツ関心度



Volume index

4.30 100.00

12

# 1. 「フランス」市場の分析結果

## (1). Adventure Tourism (AT)

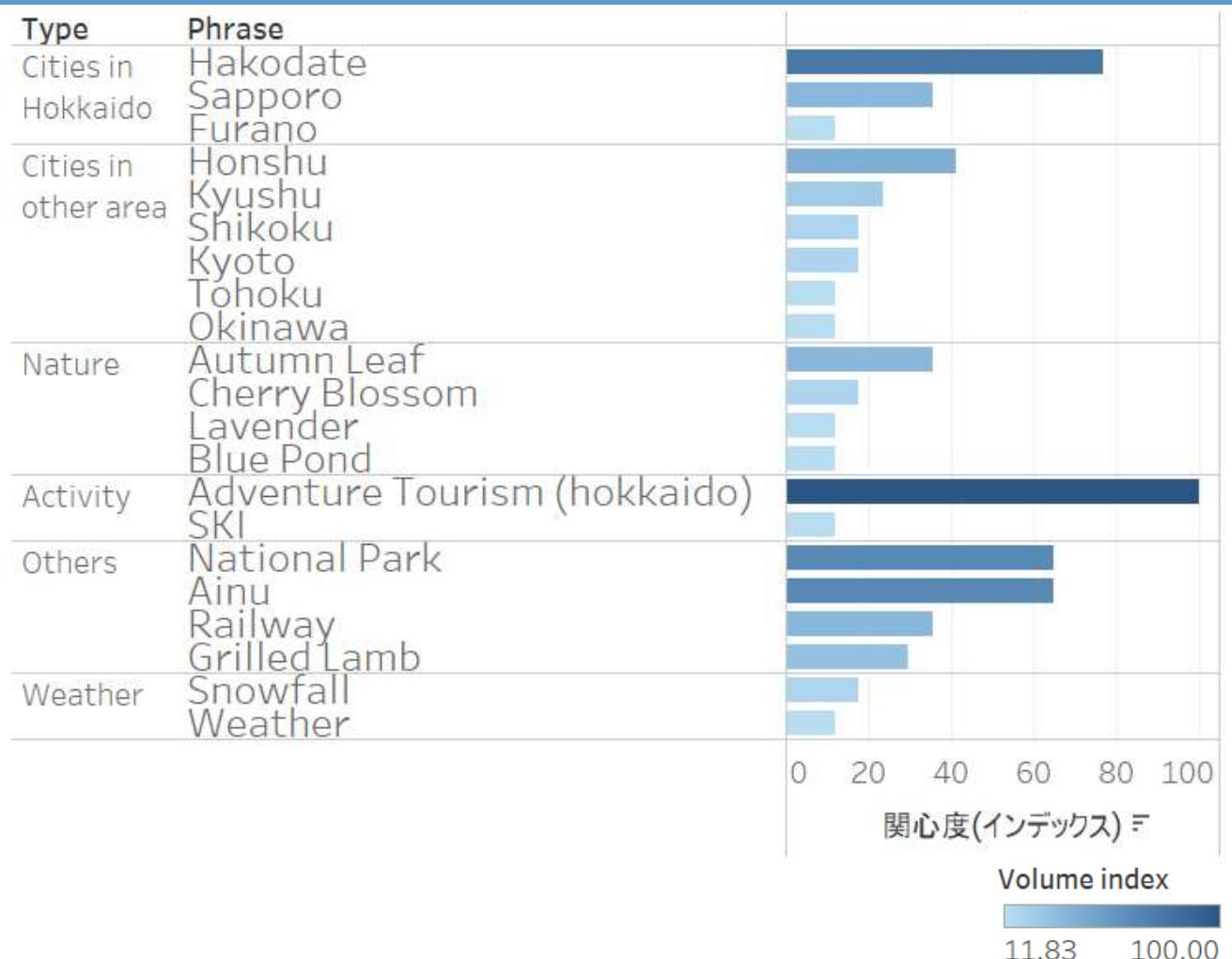


“Point”



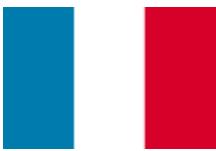
- 北海道と関連するAT関心は、現状ではほとんど見られない

### 5. 北海道のコンテンツ関心度



# 1. 「フランス」市場の分析結果

## (1). Adventure Tourism (AT)

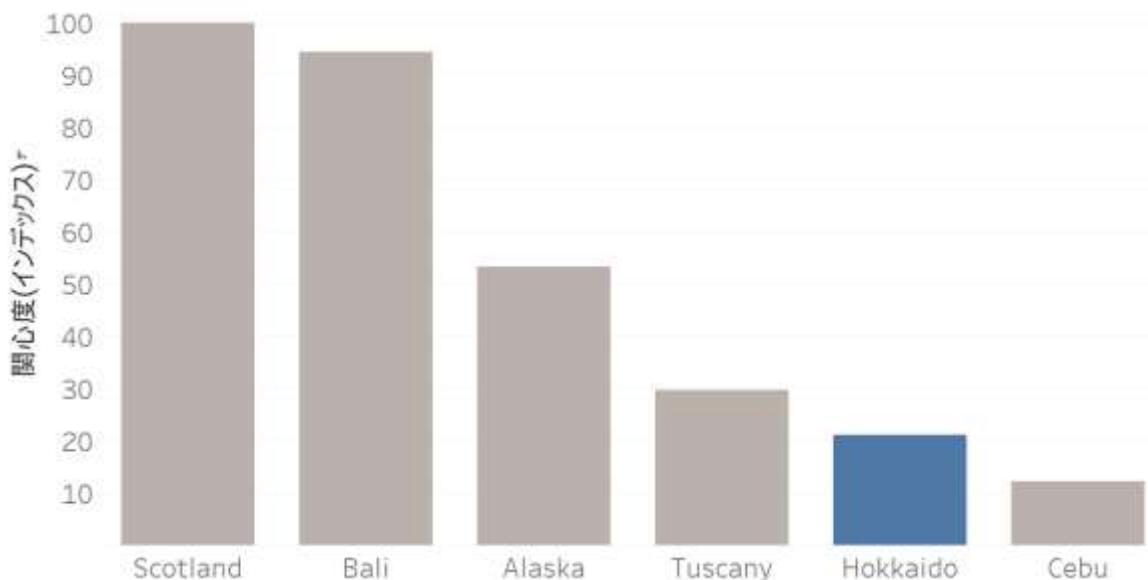


"Point"

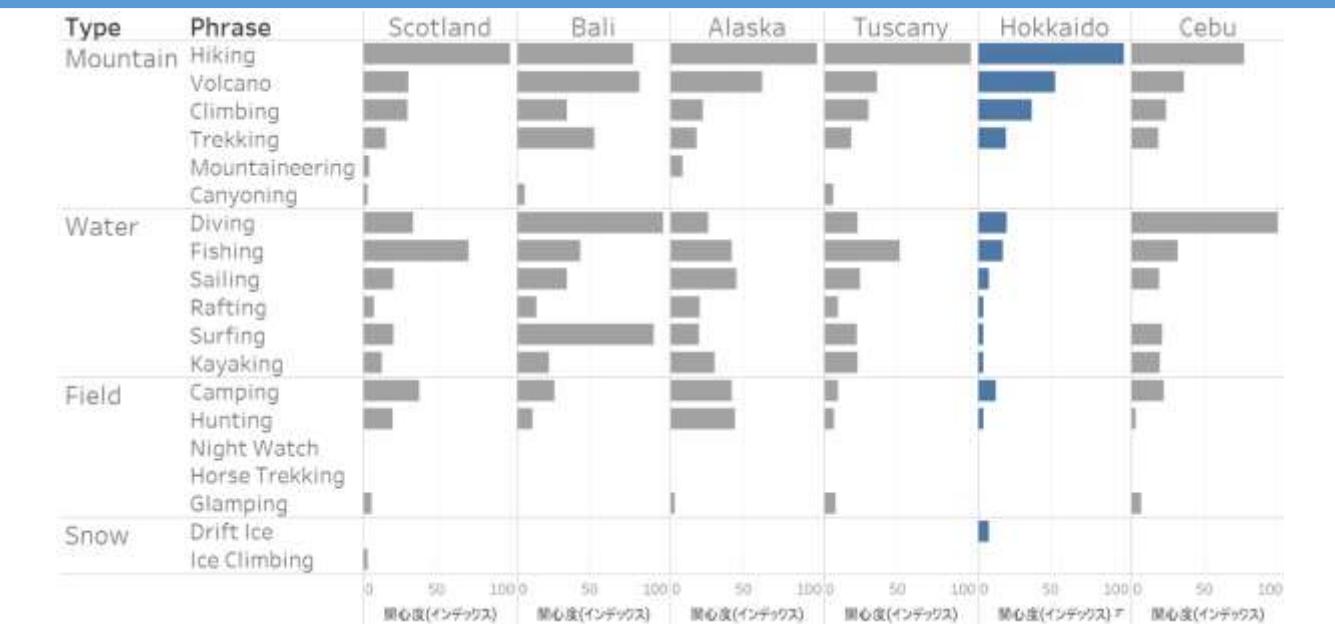


- スコットランド やインドネシア/バリ島と関連するAT関心は高くみられている
- 北海道と関連する差別化要因として、山コンテンツの「V o l c a n o (火山)」「Climbing (岩登り)」「Drift Ice (流氷)」などが挙げられる

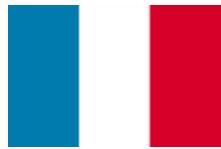
### 6. 北海道と海外都市の関心度



### 7. 北海道と海外都市のコンテンツ関心度



# 1. 「フランス」市場の分析結果 (2). Ski



“Point”



- グローバルでのスキー関心は9月から10月にかけて急伸し、1月まで高関心が続く

## 1. 関心度の時系列トレンド



# 1. 「フランス」市場の分析結果

## (2). Ski

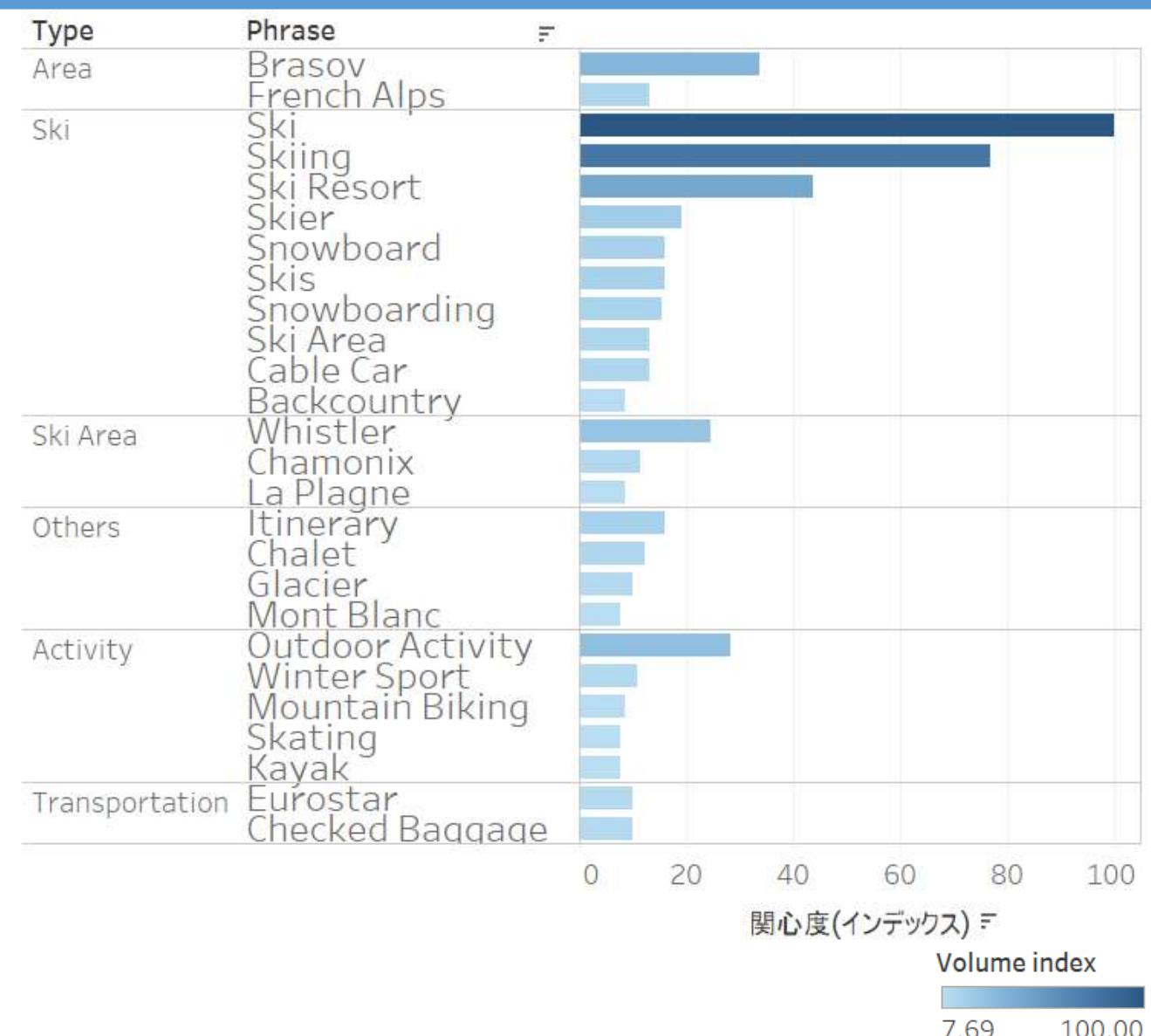


“Point”



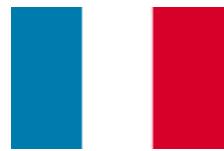
- 欧米のスキーエリア、スキーリゾートへの関心は見られる
- スキーを目的とした訪日旅行への関心はほとんど見られない

## 2. 世界のコンテンツ関心度



# 1. 「フランス」市場の分析結果

## (2). Ski

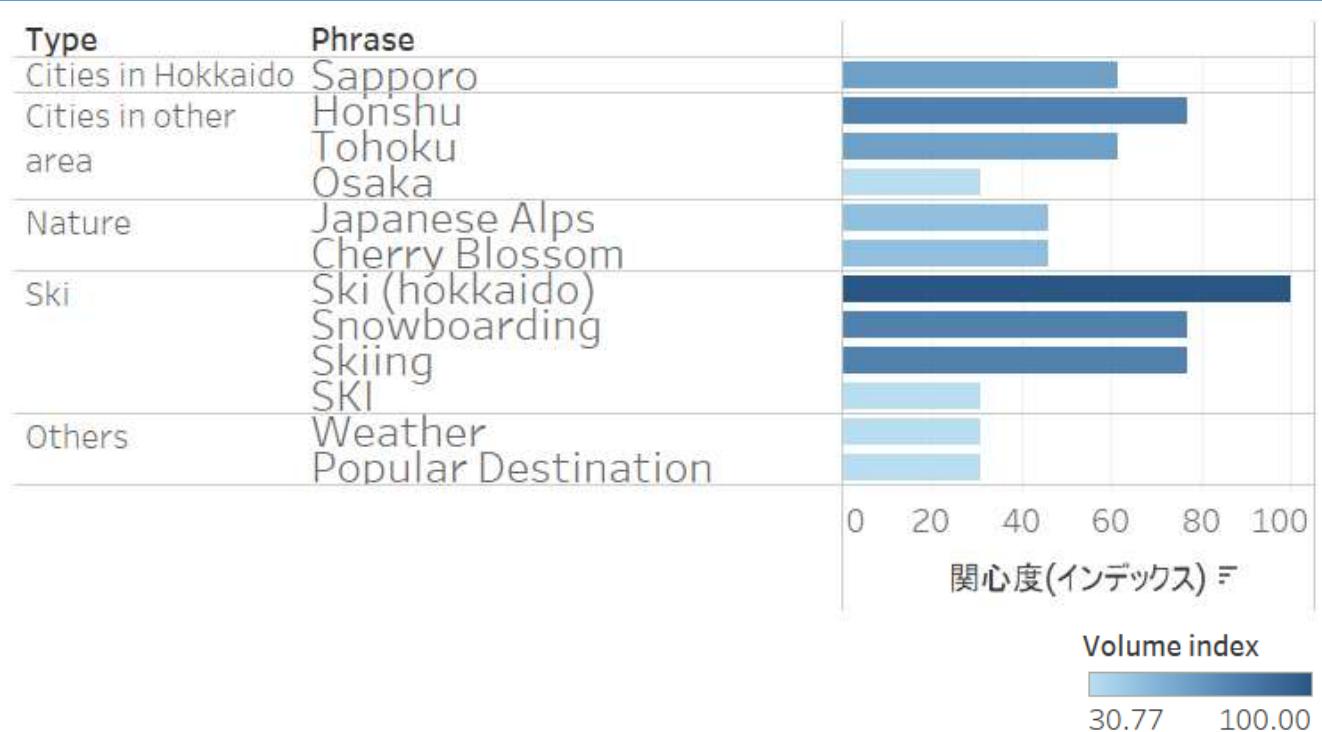


“Point”

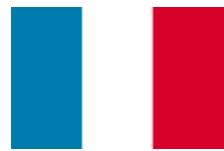


- 北海道のスキーで関心が高いコンテンツはほとんど見られない

### 3. 北海道のコンテンツ関心度



# 1. 「フランス」市場の分析結果 (2). Ski

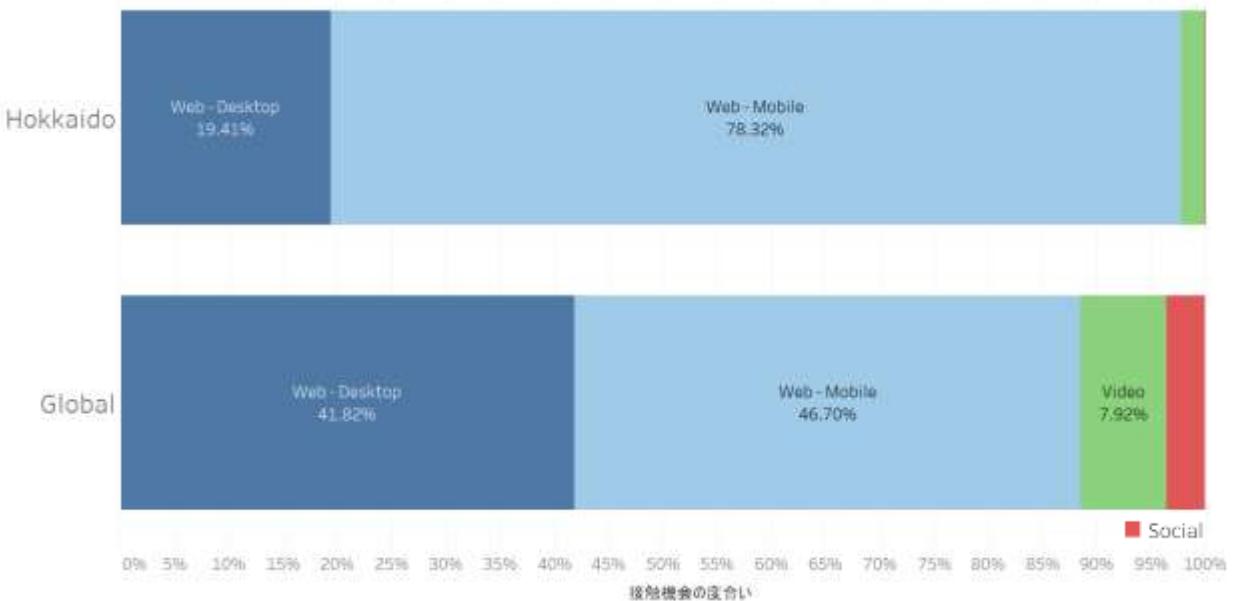


“Point”



- グローバルと比べ、Video、Socialでの接触が少なく、北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

## 4. 世界と北海道におけるSkiコンテンツへの接触機会



# 1. 「フランス」市場の分析結果 (2). Ski

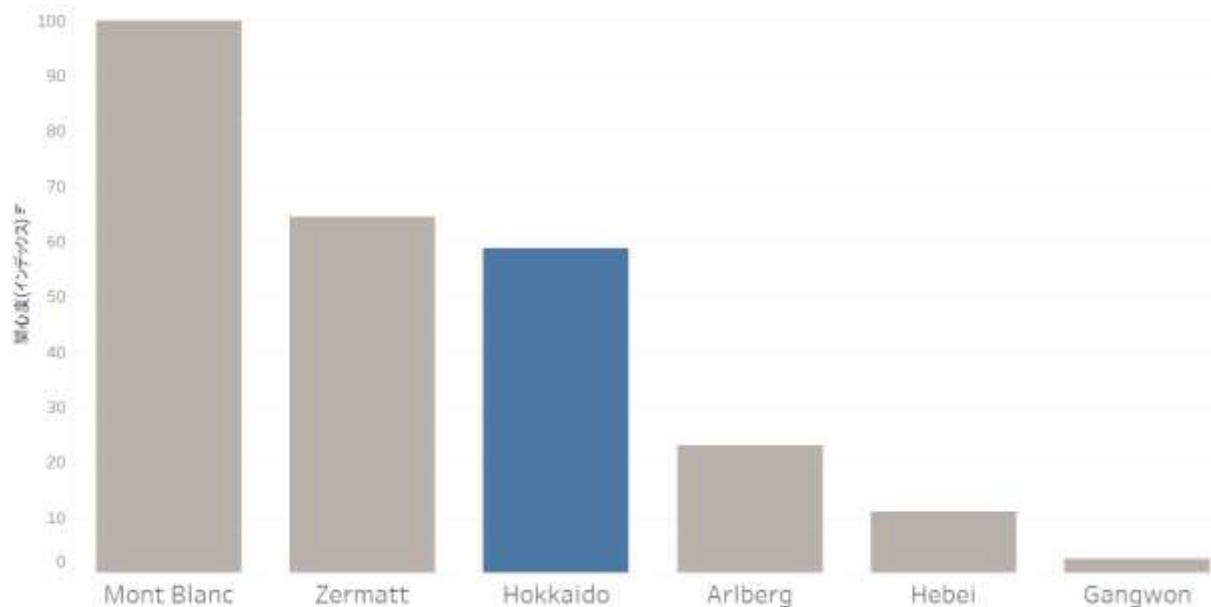


“Point”

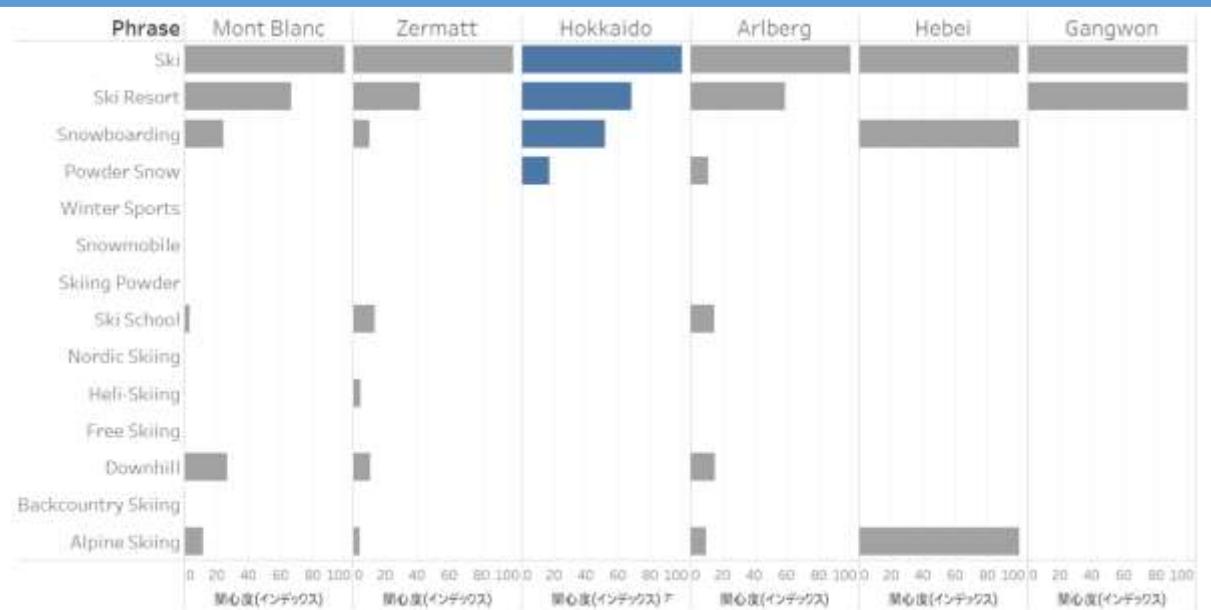


- 自国モンブランへのスキー関心が高い
- 北海道のスキーコンテンツを訴求する際に「パウダースノー」を特徴としてプロモーションすることが差別化の要素となる

## 5. 北海道と海外都市の関心度



## 6. 北海道と海外都市のコンテンツ関心度



# 1. 「フランス」市場の分析結果 (3). Cycling



"Point"

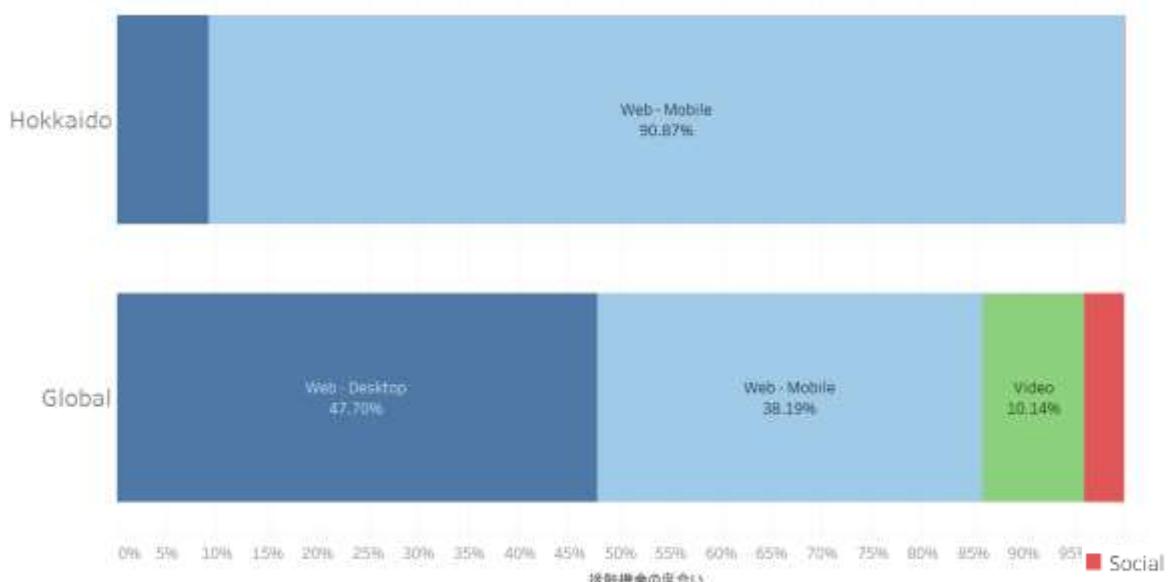


- グローバルでは、10月から1月にかけてCycling関心が高い
- 北海道は11月・1月に関心が高くなる
- 北海道のCyclingコンテンツへの接触はVideo、Socialでの接触はほとんど見られなず、北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

## 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

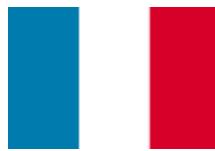


補足①Video : YouTubeなどの動画コンテンツ

補足②Social : Twitter、FacebookなどのSNSコンテンツ

# 1. 「フランス」市場の分析結果

## (3). Cycling

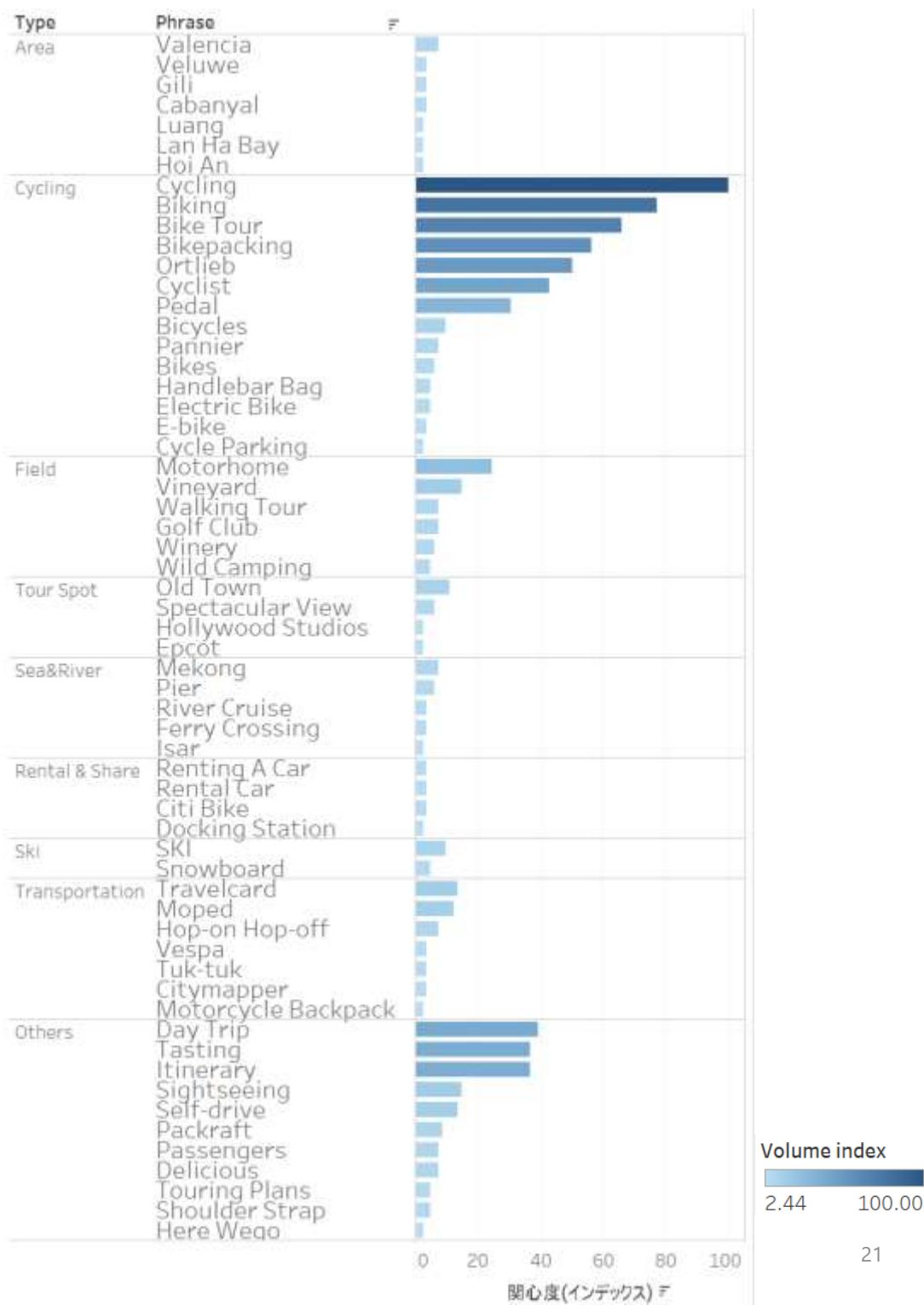


“Point”

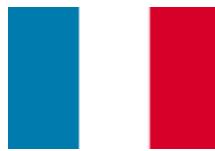


- サイクリング、自転車などサイクリングコンテンツにおいて「エリア」や「場所」に紐づく関心は見られない

### 3. 世界のコンテンツ関心度



# 1. 「フランス」市場の分析結果 (4).Marathon



"Point"

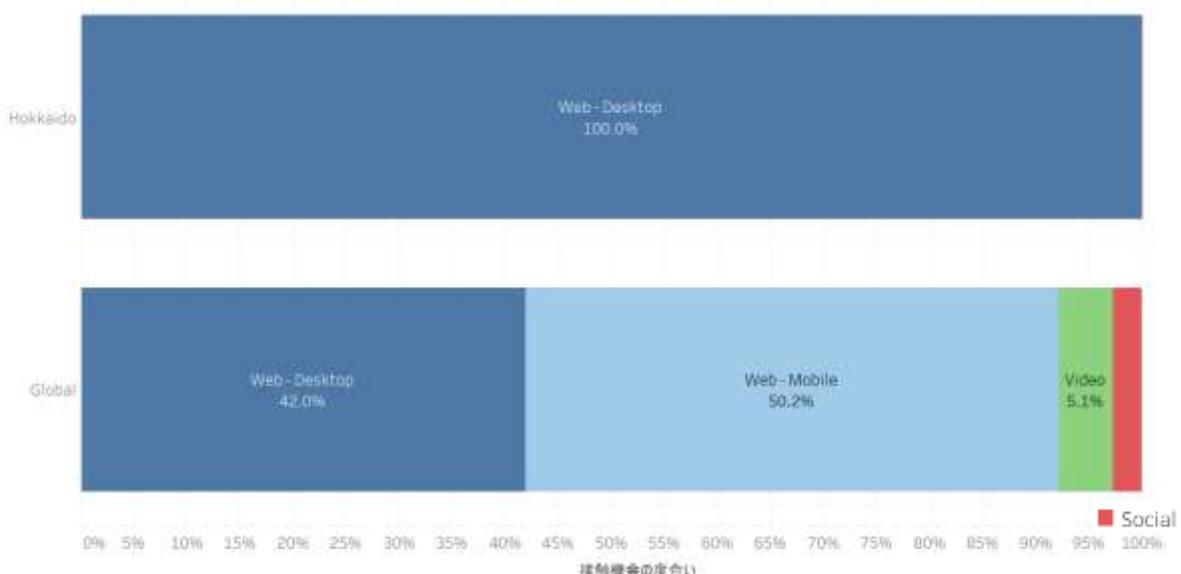


- 北海道のマラソンコンテンツへの関心は、年間を通じて低い
- 北海道のマラソンはWebでの接触のみで、北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

## 1. 関心度の時系列トレンド



## 2. 世界と北海道におけるMarathonコンテンツへの接觸機会



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.「フランス」市場の分析結果 (4).Marathon

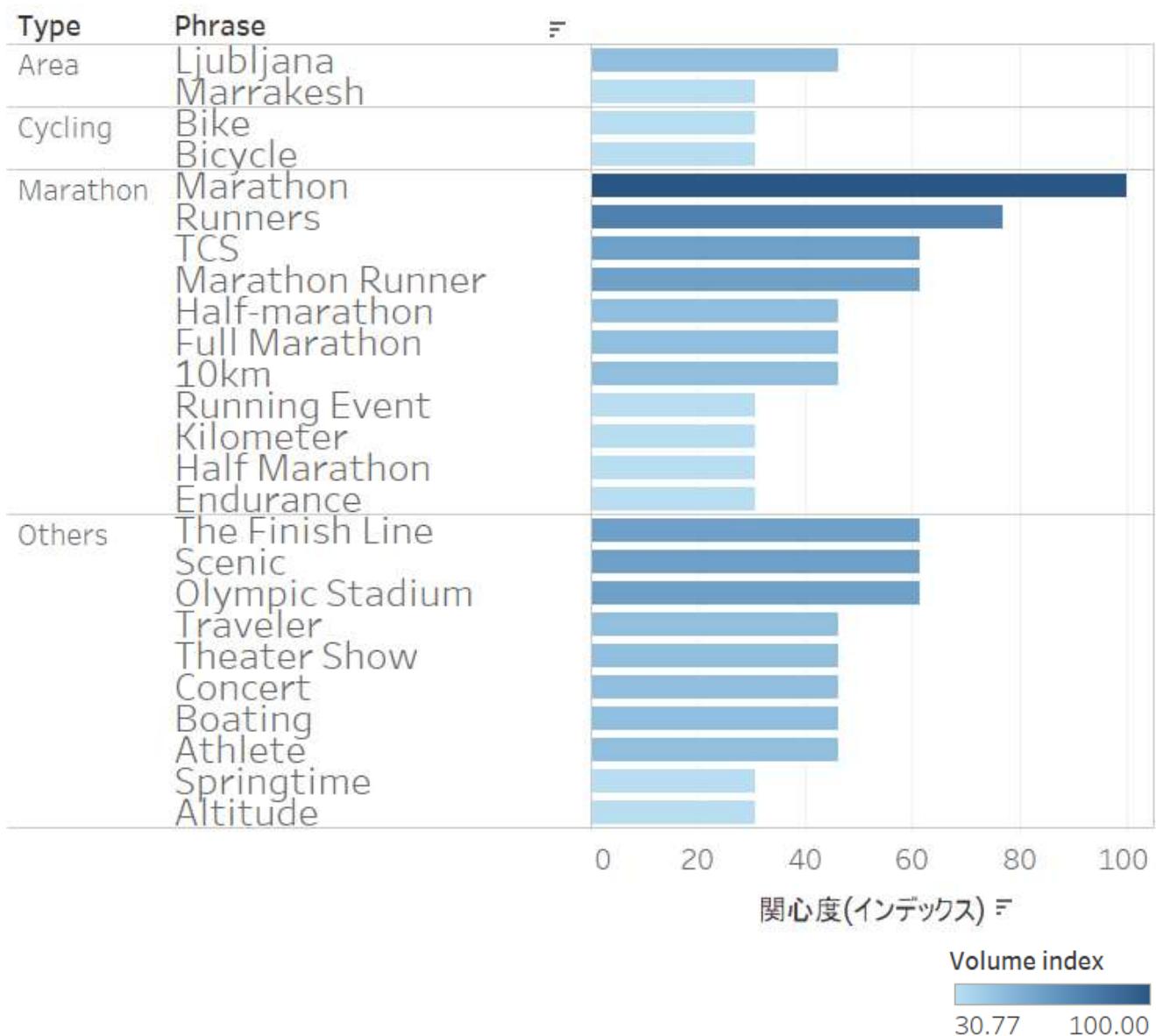


“Point”

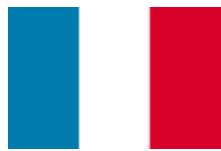


- マラソンと関連した「エリア」との紐づけが見られず、海外でのマラソンに興味が薄い

## 3.世界のコンテンツ関心度



# 1. 「フランス」市場の分析結果 (5). Gastronomy

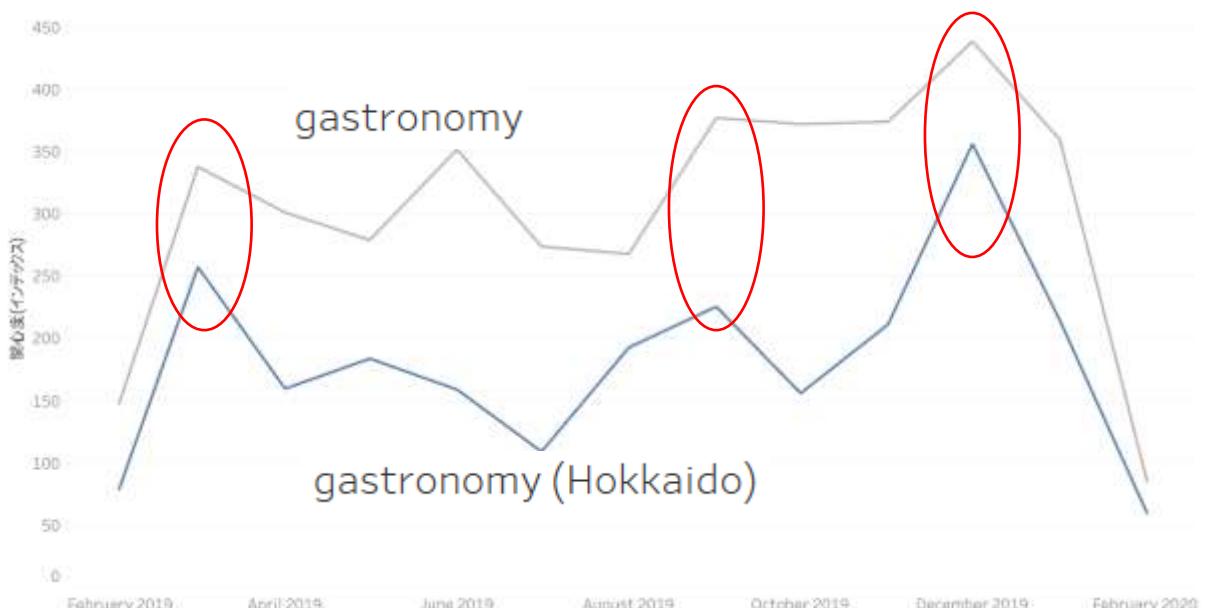


“Point”



- 北海道での食関心は3月、9月、12月に高まり、グローバルでの食関心の高まりと類似する
- 北海道のガストロノミーコンテンツへの接触は、Webベースがほとんどを占め、モバイルの割合が高い。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

## 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. 「フランス」市場の分析結果

## (5). Gastronomy

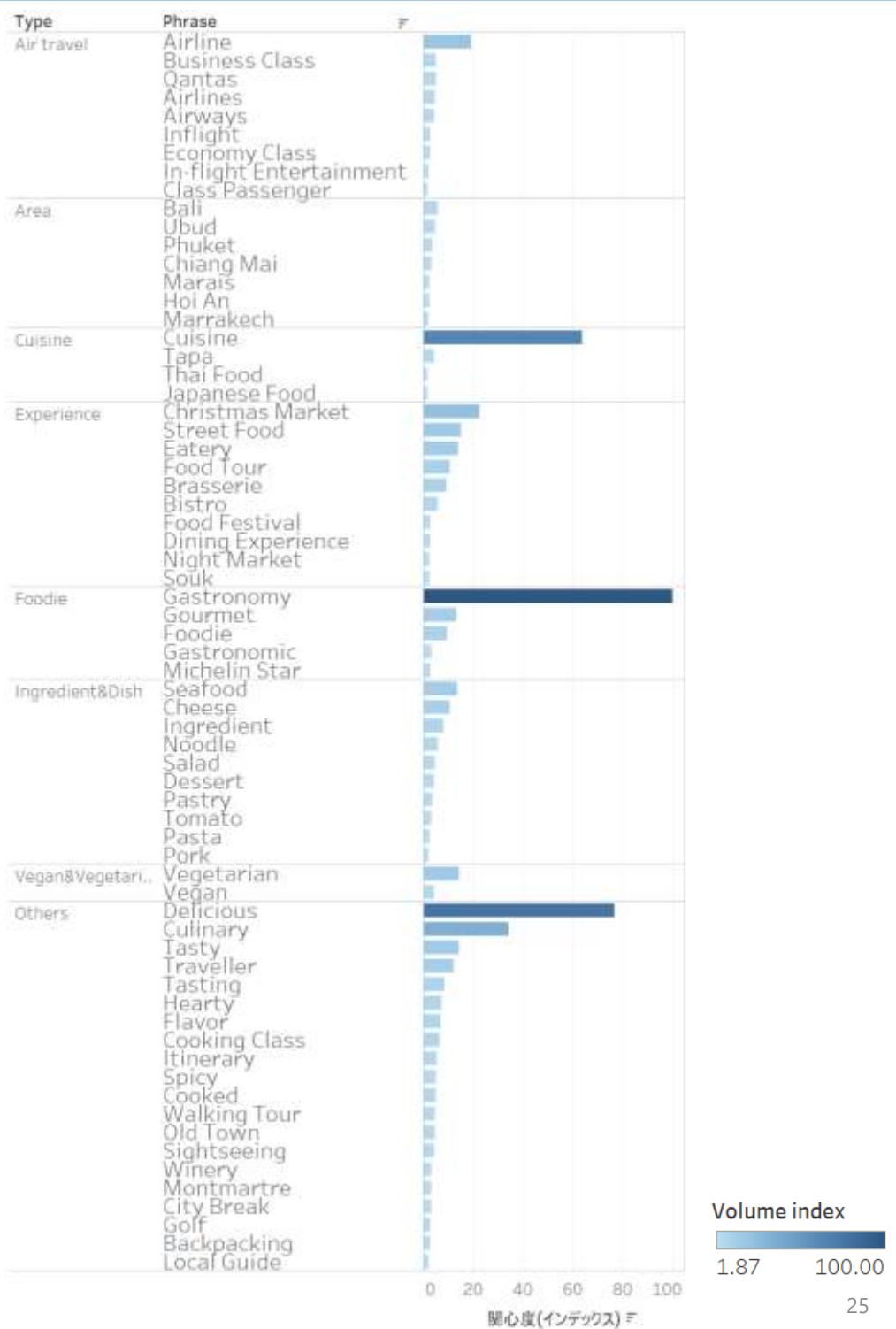


“Point”



- Gastronomyコンテンツにおいて「エリア」や「海外旅行」に紐づく関心は見られない

### 3. 世界のコンテンツ関心度



# 1. 「フランス」市場の分析結果 (6). Wellness



"Point"

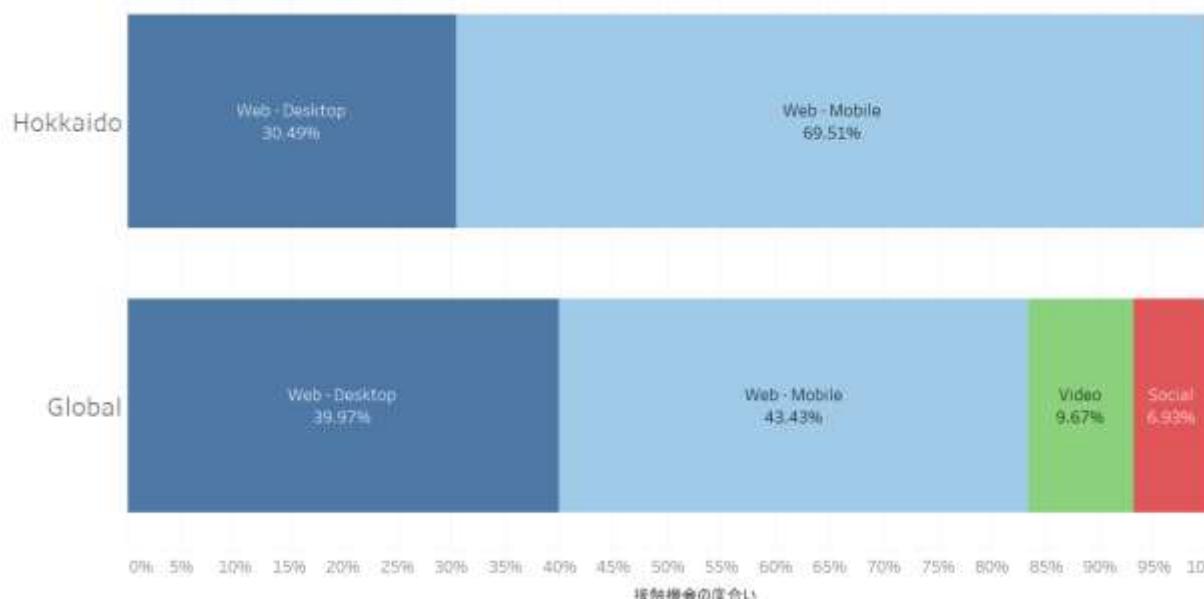


- 北海道のウェルネスコンテンツへの関心は、6月、7月から10月、11月から12月にかけて上昇しているが、グローバルの関心の高さとは大きく離れている
- 北海道のウェルネスコンテンツへの特徴はWebベースがほぼ全てを占め、グローバルと比べてVideo、Socialでの接触機会が少なく、北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

## 1. 関心度の時系列トレンド

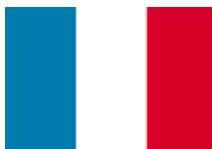


## 2. 世界と北海道におけるWellnessコンテンツへの接觸機会



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. 「フランス」市場の分析結果 (6). Wellness

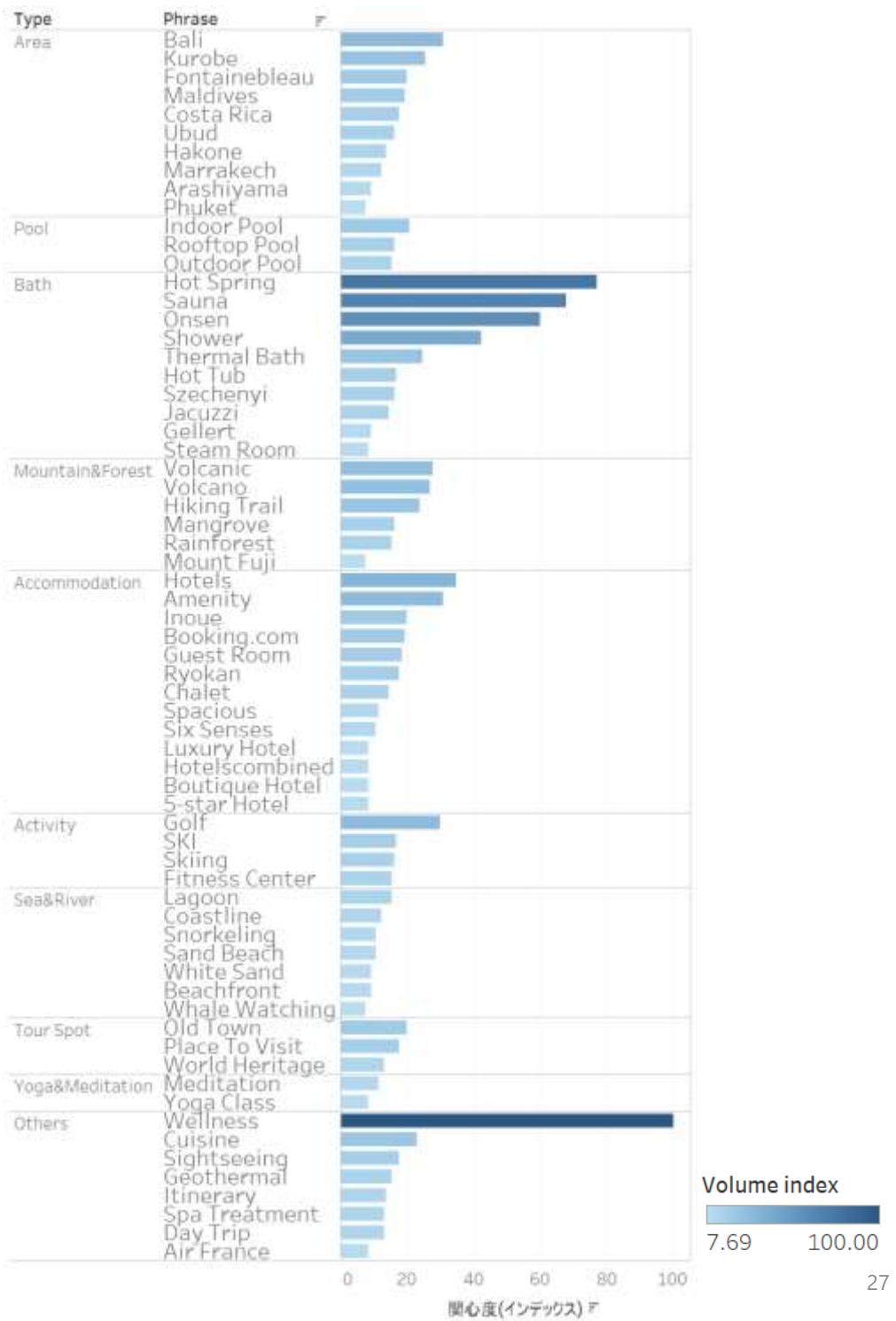


“Point”



- 温泉、サウナなどの温浴施設への関心が高い特徴が見られる
- 高関心の特定の地域は見られない

## 3.世界のコンテンツ関心度



# 1.「フランス」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.「フランス」市場の分析結果

## (3).ターゲットの分析（市場の規模）

“Point”



- メインターゲットは「予算感とのバランスが取れ、季節を感じることのできる旅行を好む層」
- 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、キャンプ、シュノーケル、ダイビング、スキー、氷河

### 1. 基本情報

データ不足により写真なし

#### 【性別年代】

データ不足により抽出不可(※)

#### 【日常的関心】

データ不足により抽出不可(※)

#### 【旅行形態】

パッケージ・ラグジュアリー・ソロ(ひとり旅)

### 2. 関心事項

Brexitとトランプの弾劾裁判を軸にイギリスやアメリカの政治に興味を示す。またYoutubeなどの動画サイトから動画・音楽をダウンロードする方法が検索されているため、Webメディアを多く利用していると示唆された。

### 3. トラベル関心トピック

アドベンチャーツーリズムへの関心が高い。アクティビティ関心がキャンプ、ハイキング、シュノーケル、スキー、氷河と幅が広く、年間を通してアドベンチャーツーリズム関心が高い。スキーでは欧米スキーリゾート中心の関心であり、宿泊施設にはシャレーを好む。

※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)がATカテゴリーでは関心が高い
- ・「フィールド」、「山」、「海」、「川」と自然全般で関心が高く、特にキャンプ(※3)、トレッキング/ハイキング(※4)、シュノーケル(※5)、ダイビング(※6)、スキー(※7)が特に興味が強い
- ・氷河(※8)関心もあることから、年間を通して何かしらのAT関心がある可能性がある

#### 【スキー】

- ・欧米中心のスキーリゾート関連に関心があるものの幅は広くなく、あまり冒険せず馴染みのある場所に絞ってスキーリゾートに行く傾向が見られる
- ・宿泊施設も幅広くなく、シャレーのみ関心が強い傾向で見られる

#### 【サイクリング】

- ・サイクリングツアーやサイクリングイベントに関心がある
- ・またサイクリングに紐づいてキャンピングカーのキーワードも挙がっており、自然の中での体験へ興味が強い可能性がある

#### 【マラソン】

- ・ニューヨークシティマラソン(大会)への関心は見られるが、マラソン自体への関心は非常に低い

#### 【ガストロノミー】

- ・クリスマスマーケットへの関心が最も強い
- ・Brasserieやビストロとその国ならではの食体験を求める傾向にある
- ・ベジタリアン、ヴィーガン向け料理が求められる

#### 【ウェルネス】

- ・日本都市への関心が高く、サウナ、温泉を好む傾向にある
- ・旅館よりもホテルへの関心が高い
- ・山、海川にも関心が広がることから自然の中でのウェルネスが好ましい

# 1.「フランス」市場の分析結果

## (3).ターゲットの分析（市場の特徴）

“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：スキー、紅葉、桜、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】

- ・北海道においては、スキー以外でのアクティビティに関する興味が見られない
- ・紅葉、桜、雪といった自然に関心が高い
- ・流氷やパウダースノーなど差別化要因としてプロモーションしていく必要がある

#### 【スキー】

- ・スキーを目的とした訪日旅行への関心はほとんど見られない
- ・自国モンブランへのスキー関心が高い
- ・北海道のスキーコンテンツを訴求する際に「パウダースノー」を特徴としてプロモーションすることが差別化の要素となる

# 1.「フランス」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、キャンプ、トレッキング、ハイキング、ダイビング、氷河、紅葉/桜、流水  
スキー：シャレー、パウダースノー  
ガストロノミー：クリスマスマーケット、その国ならではの食体験、ベジタリアン、ヴィーガン  
ウェルネス：サウナ、温泉、ホテル、自然体験

### 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、キャンプ、トレッキング、ハイキング、ダイビング、氷河、紅葉/桜、流水  
**ポテンシャルコンテンツ例**

- ・歴史/文化：函館元町街並、ウポポイ、五稜郭、小樽街並、網走監獄
- ・キャンプ：真狩焚火キャンプ場、Grace Niseko、アニマルグランピング
- ・ハイキング×紅葉/桜：円山公園、モエレ沼公園、旭山公園
- ・トレッキング×紅葉：有珠山、藻岩山、大雪山、黒岳
- ・ダイビング：積丹半島、支笏湖、函館臼尻
- ・氷河×流水：流水ウォーク、碎氷船、流水バードウォッチングクルーズ

#### 【スキー】

**重要要素**：シャレー、パウダースノー

**ポтенシャルコンテンツ例**

- ・シャレー：コテージ 森の仲間たち、Notrack、ラマット ニセコ
- ・パウダースノー：ニセコユナイテッド

#### 【ガストロノミー】

**重要要素**：クリスマスマーケット、その国ならではの食体験、ベジタリアンやヴィーガン

**ポтенシャルコンテンツ例**

- ・クリスマスマーケット：ミュンヘン・クリスマス市 in Sapporo
- ・その国ならではの食体験：海鮮丼、ラーメン、焼き鳥、そば/うどん、ジンギスカン、居酒屋、朝市
- ・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**：サウナ、温泉、ホテル、自然体験

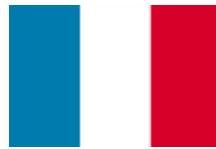
**ポтенシャルコンテンツ例**

- ・サウナ：函館湯の川温泉 啄木亭、ラビスタ函館ベイ、ラビスタ富良野ヒルズ
- ・温泉：足湯、秘湯温泉カムイワッカ、豊富温泉、然別湖氷上温泉露天風呂、湯の川温泉、登別温泉、定山渓温泉、洞爺湖温泉、層雲峠温泉
- ・温泉×自然体験：登別温泉 ホテルまほろば、ニセコ 五色温泉

# 1.「フランス」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.「フランス」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)の中でも歴史/文化、ハイキングカテゴリに関心がある
- ・キャンプ、トレッキング/ハイキング、シュノーケル、ダイビング、スキーと幅広い関心が強く出ている。
- ・アクティビティの内容を見ると年中何かしらのAT関心がある
- ・スキーは欧米中心の関心が強く、遠方での体験を積極的に探していない様子
- ・宿泊施設はシャレーを推すことが効果的である
- ・北海道はスキープラスアルファで北海道で体験できることを具体的に訴求し、差別化要素を積み上げていく必要がある

### 【アプローチ方法】

- ・秋にかけて関心が高まる傾向があるため、9月末までには情報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】

- ・紅葉・桜といった他都市との差別化できる日本らしい要素を訴求する

メイン  
ターゲット  
『予算感とのバランスが取れ、季節を感じることのできる旅行を楽しむ層』

### 【デモグラ特性】

- ・バジェット、ラグジュアリー旅行共に関心があり、予算重視の旅行を好む傾向にある。

### 【キーコンテンツ】

- ・季節に合わせたアクティビティ(スキー、紅葉狩り等)
- ・その土地ならではの食体験およびヴィーガンなどの食の多様性

### 【コンテンツ】

例：モエレ沼公園、流氷砕氷船、ニセコユナイテッド、ジンギスカン

サブ  
ターゲット

性別年代、日常的関心がデータ不足であるため設定せず。(※)

# 1.「フランス」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

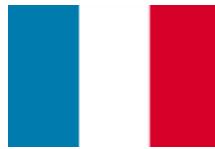


## 打ち手の検討

	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
旅前	✓ デジタルプロモーション ✓ OTA連携	✓ アドベンチャーツーリズムの提示	✓ 動画、ソーシャルでより詳細な情報提示	✓ メディア ✓ OTA ✓ JNTO
	✓ JR-Pass ✓ サイクリング ✓ レンタカー ✓ カーシェア	✓ 道内移動の選択肢 ✓ シェアサイクルのサイクルポートの拡張	✓ 決済手段の一貫性 ✓ 交通情報アプリの整備 ✓ 保険付随サービスの拡充	✓ 道内交通事業者(JR、バス各社、レンタカー事業者)との連携 ✓ シェアサイクル/カーシェア事業者と地域の連携
	✓ キャッシュレス対応店舗情報	✓ 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)	✓ 現地訪日旅行サイトでのクーポン発行	✓ 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
	✓ 歴史 / 文化 ✓ ハイキング ✓ スキー	✓ キャンプ、トレッキング、シユノーケル、ダイビング ✓ シャレー	✓ スキリゾートの豊富さ ✓ 桜や紅葉といった四季の体験	✓ ツアー会社との連携 ✓ 同地域の宿泊事業者、飲食店、地元の住民の連携
	✓ キャッシュレス対応店舗情報 ✓ 地域の名物料理	✓ ヴィーガン/ベジタリアン対応店舗情報 ✓ 外国語メニュー表記 ✓ 使用食材の提示	✓ 宿泊施設推奨レストラン / 食体験の掲載 ✓ 地域ならではの食体験	✓ 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
	✓ ホテル ✓ シャレー	✓ 温泉、サウナ体験 ✓ スキー場近隣	✓ スパ施設併設のホテル、シャレー	✓ 宿泊事業者との連携
旅後	✓ 再訪促進 ✓ OTA連携	✓ 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	✓ 定期的な情報提供	✓ メディア ✓ OTA ✓ JNTO

# 參考資料

# 参考資料



## 概要とURL(主要関心ポイント)

### ※1.歴史/文化

温泉の裸の付き合い文化

<http://www.bbc.com/travel/story/20191015-japans-most-remote-onsen>

アイヌ文化と繋がりが近い摩周湖と阿寒湖

<http://www.bbc.com/travel/story/20191001-japans-mysterious-lake-of-the-gods>

### ※2.ハイキング

日本各地の紅葉の見頃とスポット紹介で北海道も紹介される

<https://matcha-jp.com/en/2720>

### ※3.キャンプ

レンタルキャンピングカーのサイト

<https://www.vroomvroomvroom.co.nz/campervans/>

ミレニアル世代でグランピングが流行っているという記事

<https://archive.curbed.com/2019/10/18/20920618/campers-millennials-glamping-koal-report>

### ※4.トレッキング/ハイキング

12月のヨーロッパで暖かい地域でのアクティビティ紹介

<https://www.davestravelpages.com/warmest-places-in-europe-in-december/>

驚くほど安く旅行できる場所でラオス、ネパールでのトレッキングを紹介

<https://www.indietraveller.co/top-cheap-places-to-travel/>

### ※5.シユノーケル

USビザで行ける40の国で体験できるおすすめアクティビティでいくつかの国でシユノーケルが紹介される

<https://www.cntraveller.in/story/40-countries-can-visit-us-visa/>

フロリダキーズの5つのスポットでシユノーケルを体験できる場所とその魅力を紹介

<https://www.oyster.com/articles/5-must-stop-island-spots-in-the-florida-keys/>

### ※6.ダイビング

ドミニカでの13のすべきことでダイビングを紹介

<https://www.wanderlustchloe.com/things-to-do-in-dominica/>

タイのダイビングベストスポットを紹介する記事

<https://www.adventureinyou.com/thailand/best-scuba-diving-in-thailand/>

### ※7.スキー

ベッドから離れずオーロラが見られるホテル紹介で他にできるアクティビティとしてスキーを紹介

<https://www.travelandleisure.com/hotels-resorts/best-places-see-the-northern-lights>

### ※8.氷河

アイスランドのロードトリップに楽しみに氷河を紹介

<https://expertvagabond.com/ring-road-trip-iceland/>

アルゼンチンで訪れるべき12の場所で氷河を紹介

<https://www.touropia.com/best-places-to-visit-in-argentina/>

# 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	海外都市選択理由
	国内地域	国内都市		
AT	Akan, Shiretoko, Daisetsu, Taiesetu, Toya, Kushiro ※Daisetsu, Taiesetu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	Arberg, 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	北海道開拓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	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, 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）

	デジタル検索用語	関心の興味用語	ATタイプ別関心用語 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 関心キーワード	テーマごとの複数チャネル 海外都市と北海道の テーマ検索
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
イギリス	AT	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	AT	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
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

# 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**