

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 (マレーシア)



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.「マレーシア」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必要があります。
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、効果を確認、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・インタレスト・ツアー(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

■ 分析のアプローチ

- ## STEP1.国別、テーマ別の分析

-Image-

-
- Figure 1 is a horizontal bar chart titled "Figure 1: Water Use, Water Conservation, and Water Quality". The chart displays the percentage of respondents for various types of water use across five categories: Residential, Industrial, Commercial, Government, and Agriculture. The x-axis represents the percentage of respondents, ranging from 0% to 100%. The y-axis lists the types of water use: Drinking, Washing, Showering, Bathing, Cooking, Dishwashing, Laundry, Irrigation, and Other. The chart is divided into three sections: Water Use, Water Conservation, and Water Quality. The bars are color-coded: blue for Water Use, green for Water Conservation, and red for Water Quality.
- | Type | Residential | Industrial | Commercial | Government | Agriculture |
|-------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| Drinking | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Washing | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Showering | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Bathing | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Cooking | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Dishwashing | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Laundry | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Irrigation | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| Other | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

-考え方-

-Image-

- ### 1. 基本情報



【世代年代】
25-34歳女性
【日常の関心】
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】
夫婦/カップル、ソロ・少人数旅行
ラグジュアリー

2. 関心事項

2019年はイギリスの選挙が当たったため、政治への関心が高く、また実質EU離脱の是非を扱う選挙であったため、移民問題についての関心も高い。これらの傾向から英国や周辺地域にEU加盟への関心が高いのが特徴的であると考えられる。

3. トラベル想点トビツク

ガストロノミー、**ウェルネス**への関心が高く、アクティブに動くことによりゆっくりとした都市を楽しむみたい。
アクティブ・ディマラソン、スキーは競技系両方ではなくカジュアルに楽しみたい。

-考え方-

-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. インターネットとサブターゲット

インターネット
「1週間の単位でラジオジャスリー配信を申し込む女性層年（20-34歳）」
「トランプを愛するトビッガ：ガストロノミー、ウェルネス」

サブターゲット
「健康心の強い人（食生活）の層に上」

2. 広告配信結果

「アのアクティビティ（ハイキング）」
・広告への反応は18-34歳以上女性層が最も多い。

「食（スーパーフード）」
・広告への反応は18-34歳以上女性層が最も多い。配信通りの配信がされたため。
・サイトの反応は18-34歳以上女性層が最も多い。配信通りの配信であると考えられる。

「ウェルネス（健康）」
・広告への反応は18-34歳以上女性層が最も多い。配信通りの配信がされたため。
・サイトの反応は18-34歳以上女性層が最も多い。配信通りの配信がされたため。ポータルページを通じて、

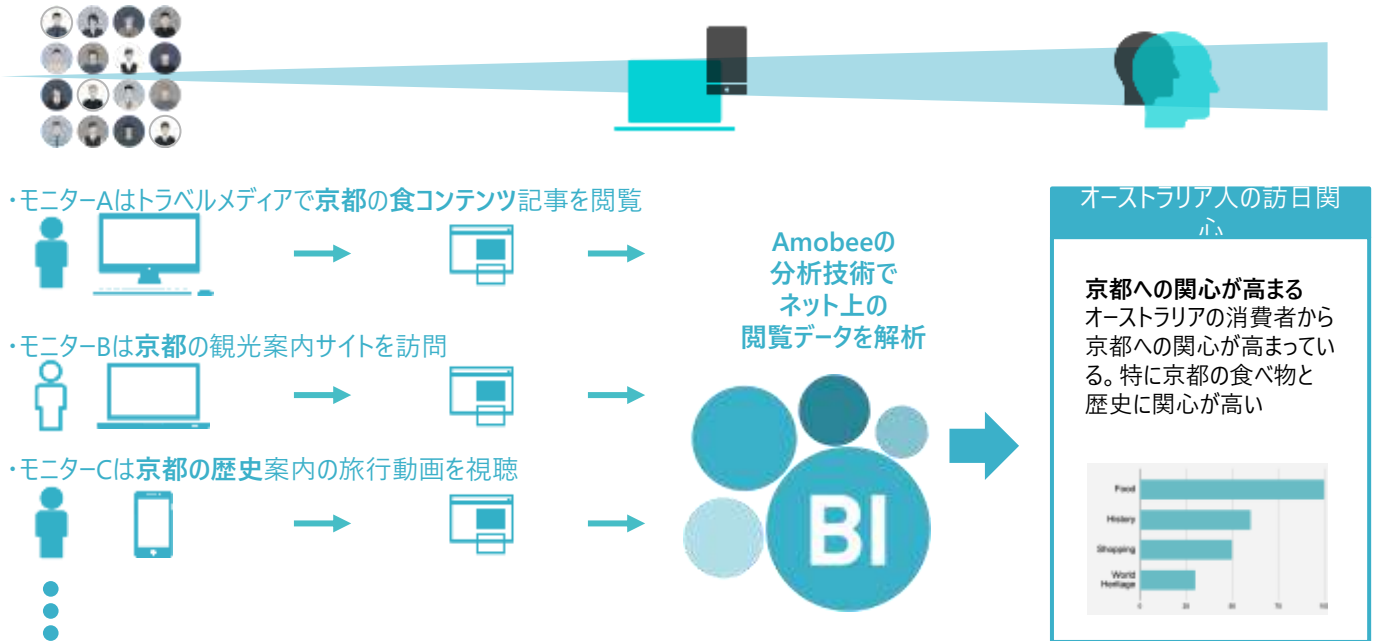
参考

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	
	道内地域	国内都市	海外都市	海外都市選定理由
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	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	北海道開発局のサイクルツーリズム調査のピックアップ国の都市
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, Kerala, 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, freeski, 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.「マレーシア」市場の分析結果

マレーシア市場の主な特徴 (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歳の女性。SNS、金融、健康に関心あり。
- 格安なひとり旅で、健康的な体験を求める。

➤ 想定されるサブターゲット

- 25~34歳の女性。SNS、教育、健康に関心あり。
- 教養と健康を高める旅行を好む。

■ 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9、10月が効果的である。

➤ キーコンテンツ

- 温泉や森林浴で体を癒す
- 歴史/文化といった見識を広めるアクティビティ

➤ ポテンシャルコンテンツ

- 北海道の山の魅力

1.「マレーシア」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.「マレーシア」市場の分析結果

(1). Adventure Tourism (AT)



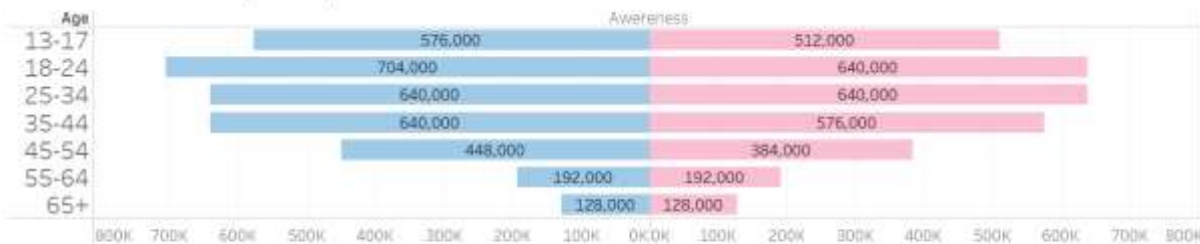
“Point”



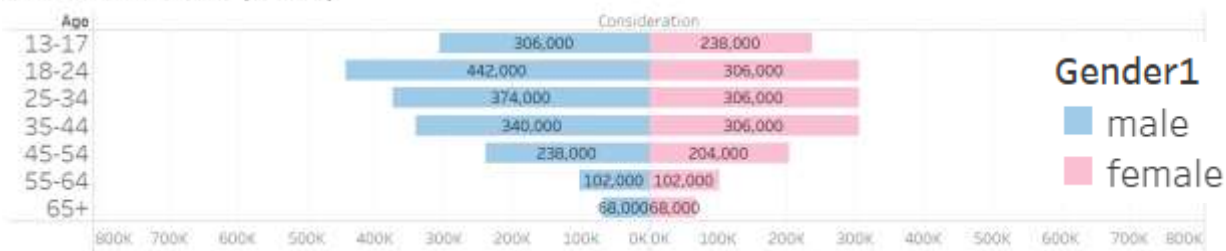
- 「認知層」においては男女ともに18歳～24歳のAT関心規模が大きい
- グローバルでのAT関心は年間を通じて大きな変動が見られない
- 2019年8月～9月にかけて北海道へのAT関心が一時的に高い

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.「マレーシア」市場の分析結果

(1). Adventure Tourism (AT)

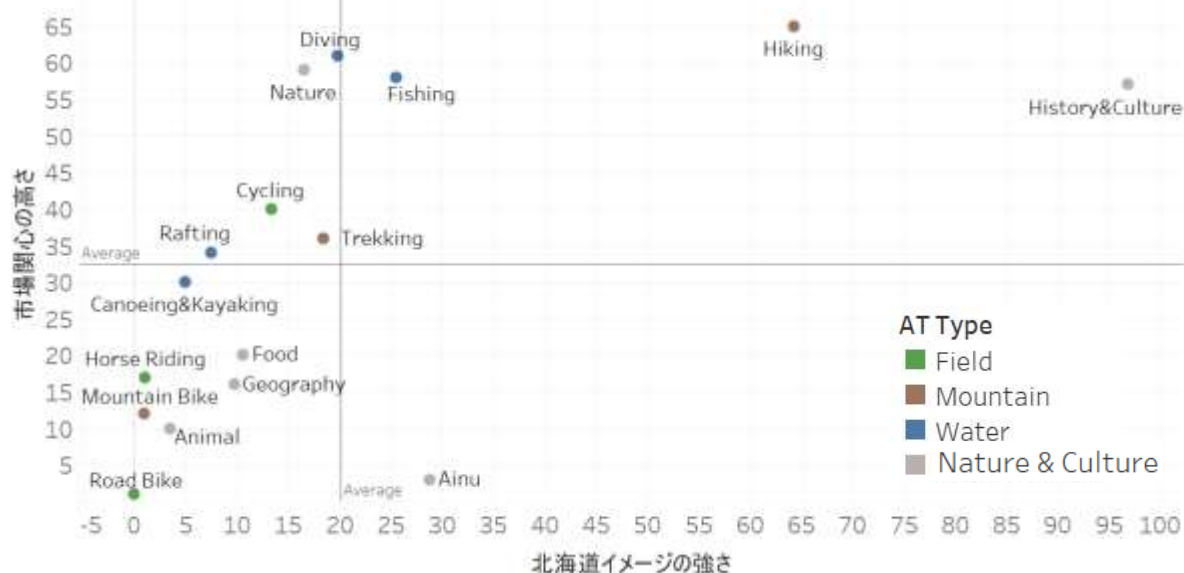


“Point”



- 歴史・文化、ハイキングはアクティビティとしての関心が高く、また北海道との想起イメージが強い
- 一方でダイビング、釣り、自然は関心が高いものの北海道との結びつきが弱い
- 北海道のATコンテンツへのVideo、Socialでの接触機会は、Globalと比較して少なく、北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

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. 「マレーシア」市場の分析結果

(1). Adventure Tourism (AT)

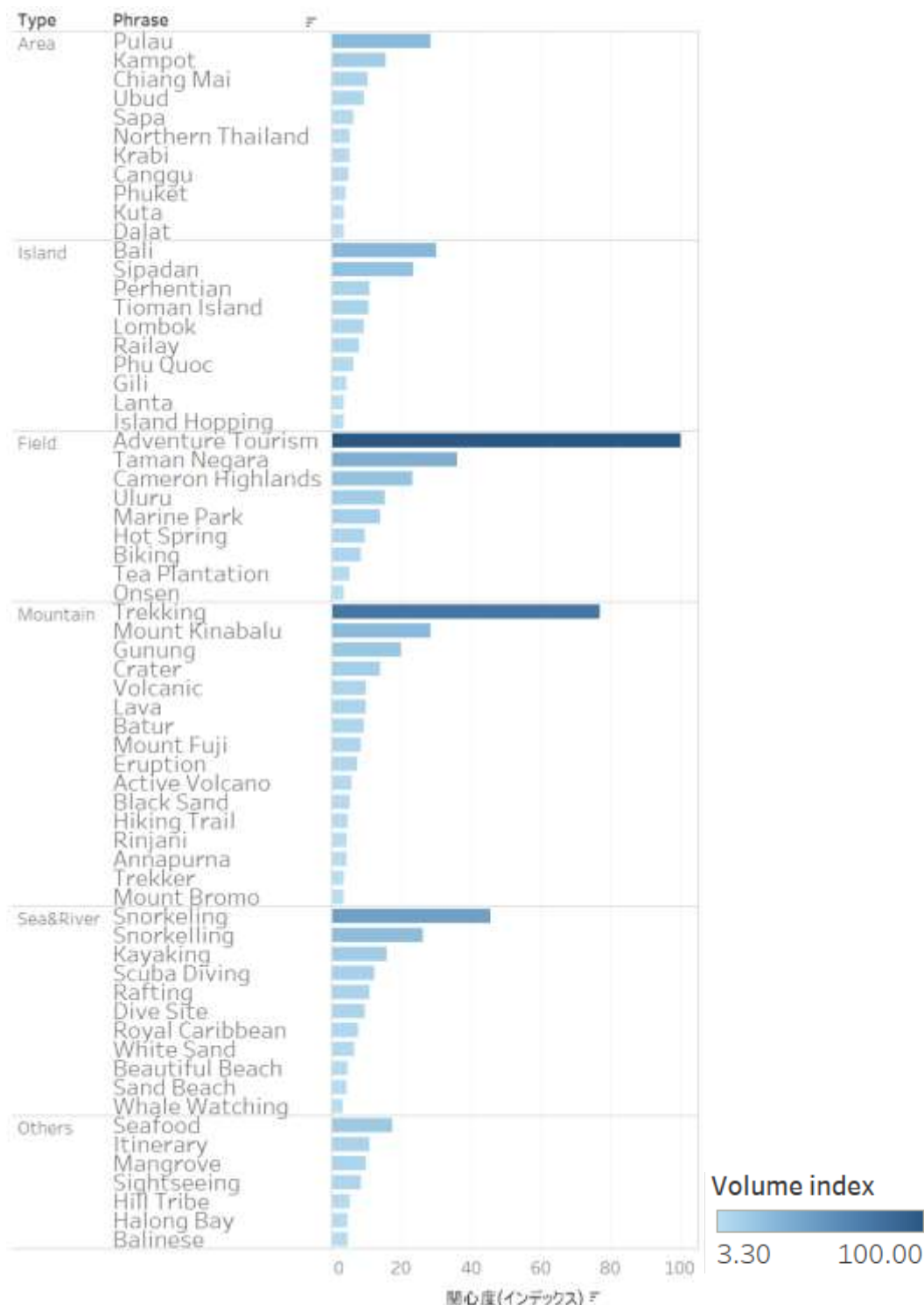


“Point”



- 東南アジアの都市やインドネシア/バリ島、マレーシア/シパダン島などのリゾートアイランドへの関心が見られる
- トレッキングやシュノーケリングなど山、海や川のコンテンツへの関心が見られる

5. 世界のコンテンツ関心度



1. 「マレーシア」市場の分析結果

(1). Adventure Tourism (AT)

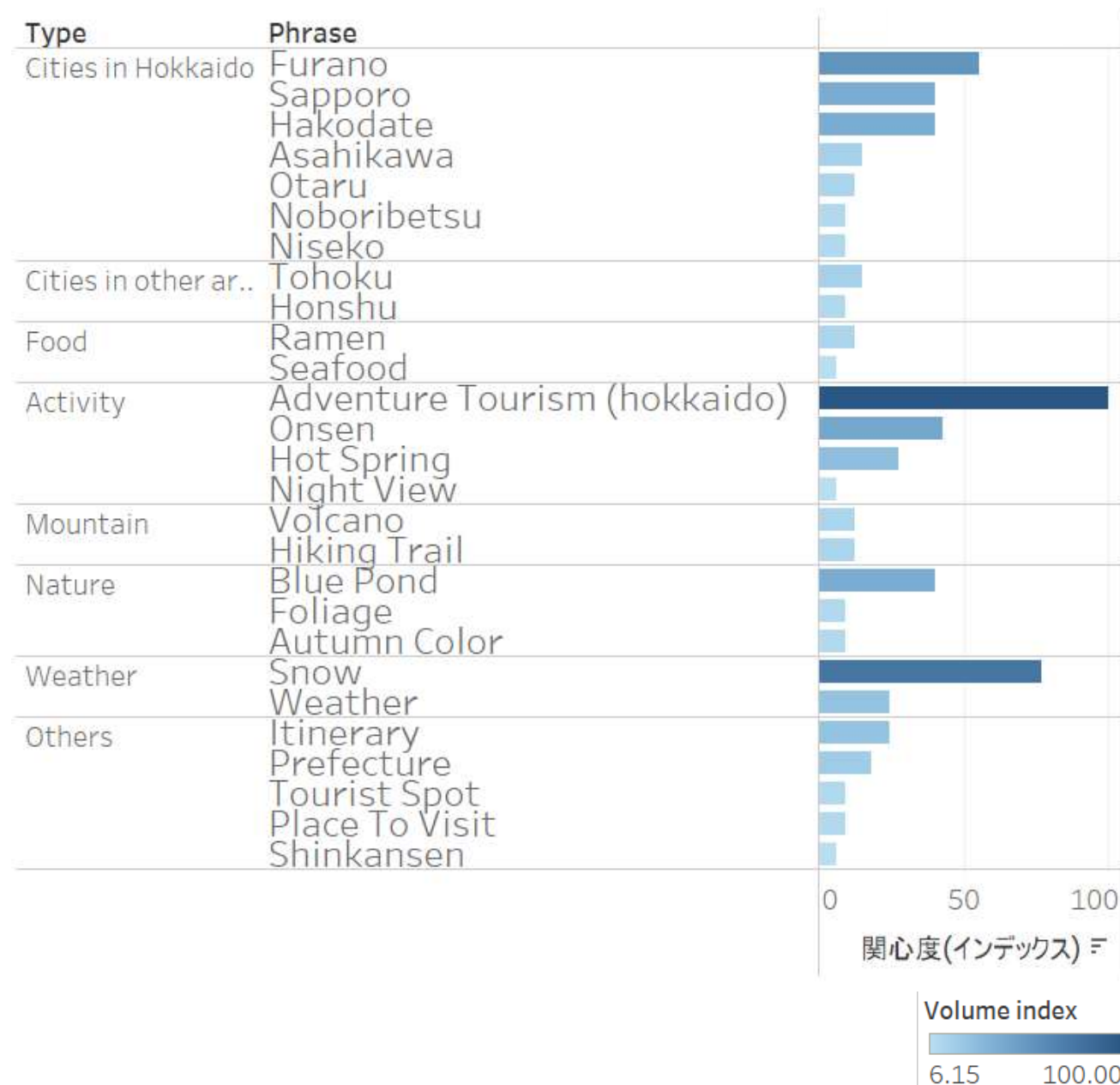


“Point”



- 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

6. 北海道のコンテンツ関心度





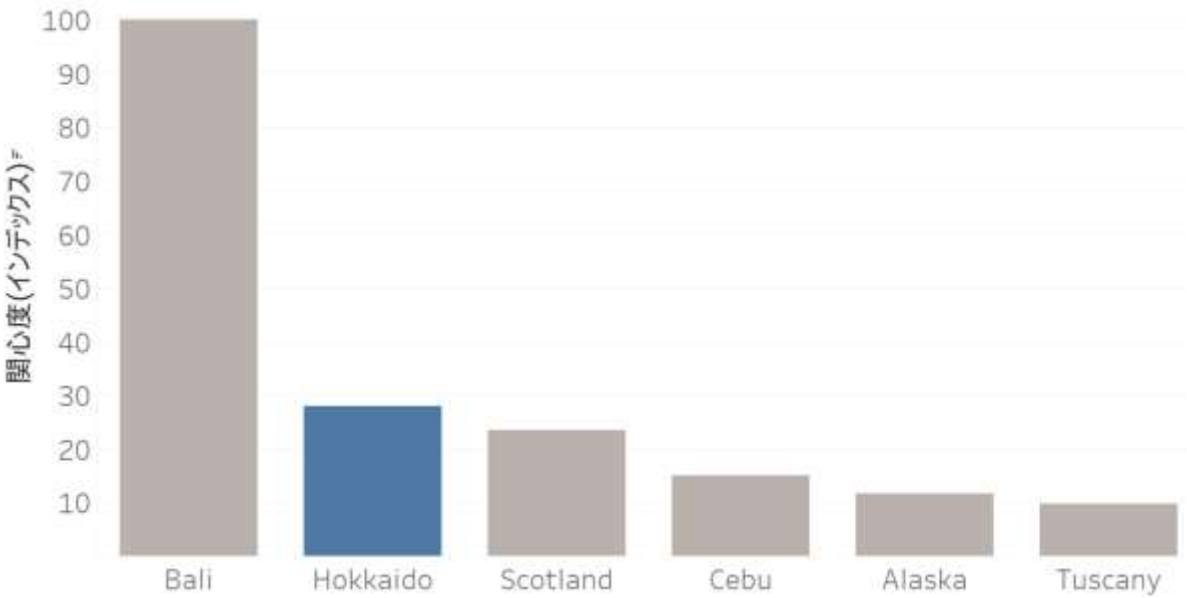
1. 「マレーシア」市場の分析結果

(1). Adventure Tourism (AT)

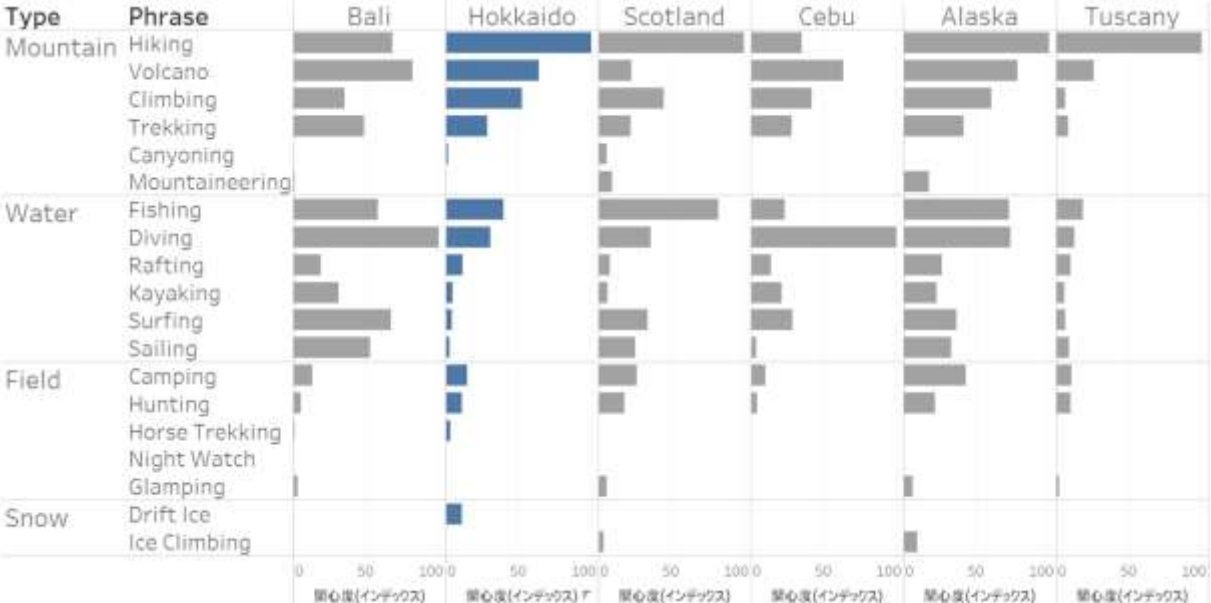


- インドネシア/バリ島への関心が高い
- 北海道と関連する差別化要因として、山コンテンツの「V o l c a n o（火山）」「C l i m b i n g（岩登り）」「D r i f t I c e（流氷）」などが挙げられる

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. 「マレーシア」市場の分析結果

(2). Ski



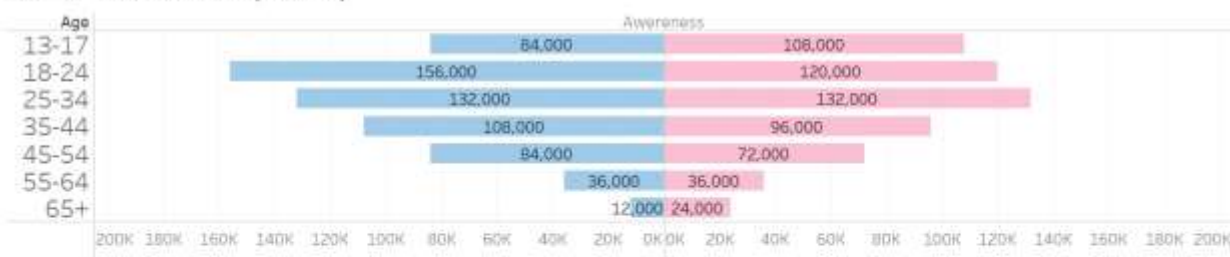
“Point”



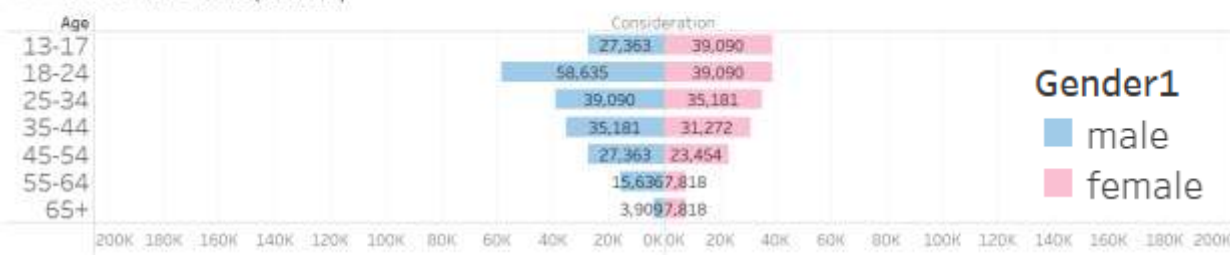
- 「認知層」においては、男性は18歳～24歳、女性は25歳～34歳の関心規模が大きい
18歳以上において、年齢が上がると関心規模が小さくなる傾向が見られる
- 北海道のスキー関心は2019年7月～10月にかけて約2倍に上昇している

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)



2. 関心度の時系列トレンド



1. 「マレーシア」市場の分析結果

(2). Ski

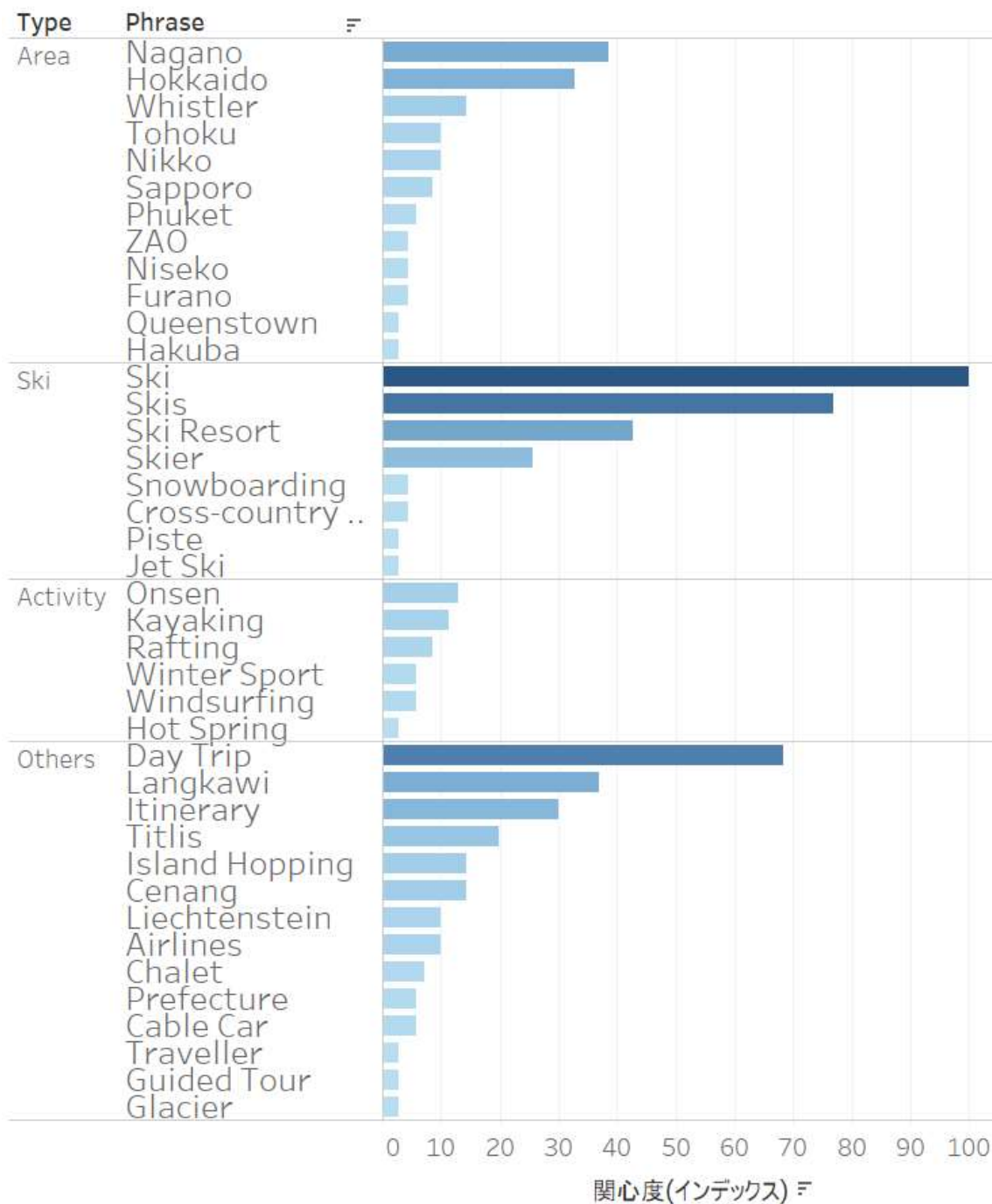


“Point”



- スキー、スキーリゾートへの関心は見られるが、関心の高いSkiコンテンツがほとんど見られない
- 長野・北海道・東北など日本の地域への関心も見られる
- スキーの旅行先として海外の他都市と比べ「日本」への関心・認知が高い

3.世界のコンテンツ関心度



Volume index





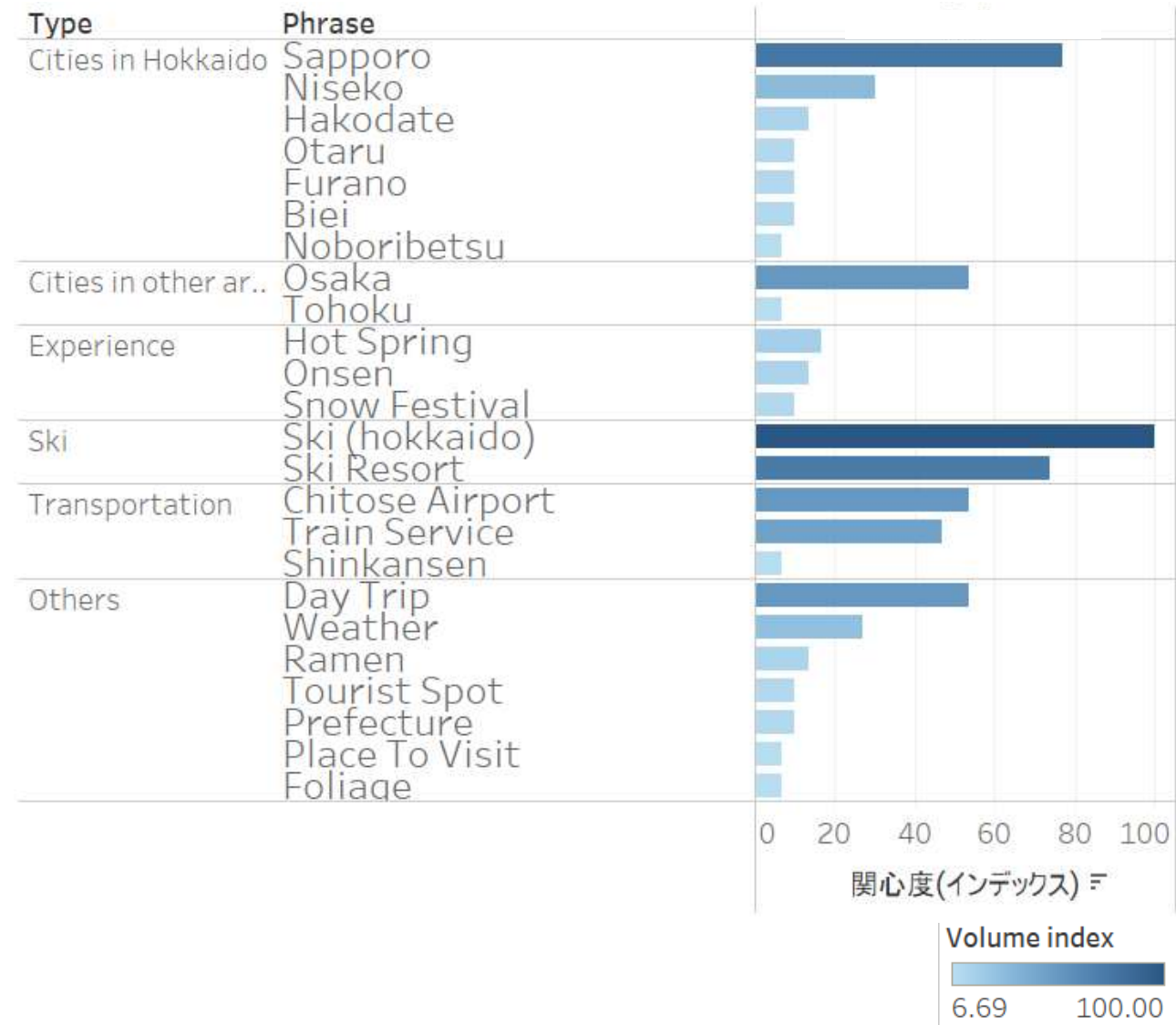
1. 「マレーシア」市場の分析結果

(2). Ski



- 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
- 北海道・ニセコがスキー旅行先として認知している程度であり、関心は高くない

4.北海道のコンテンツ関心度



1. 「マレーシア」市場の分析結果

(2). Ski

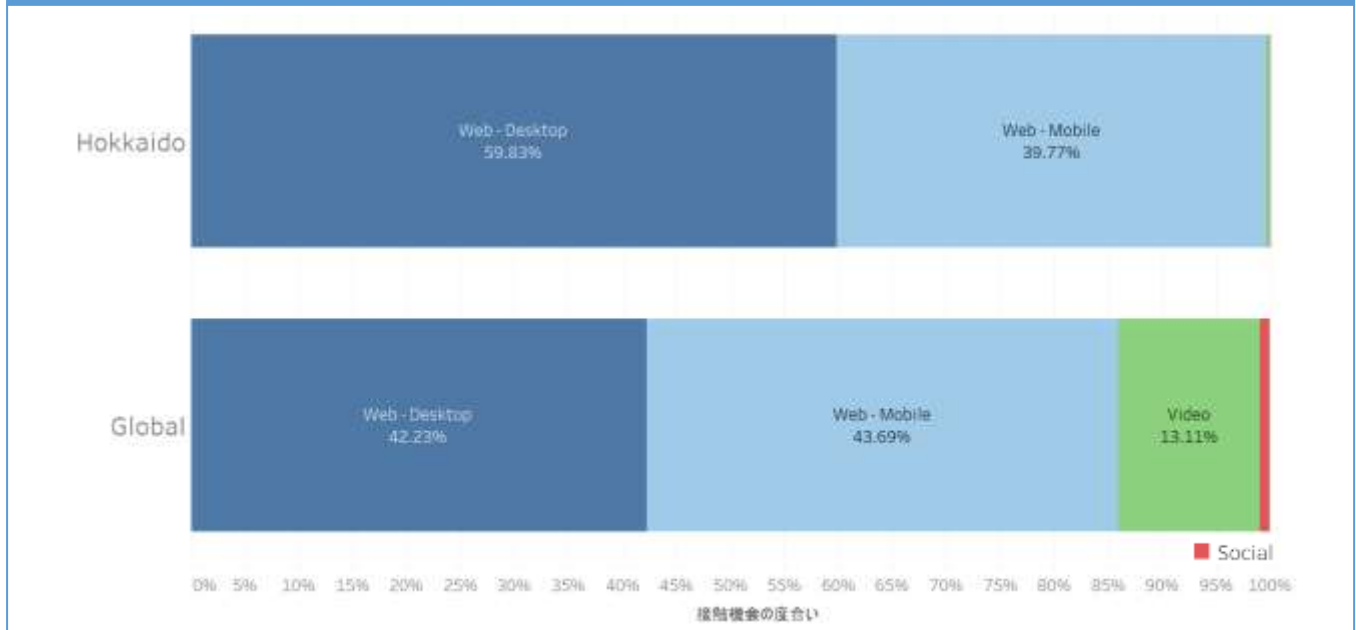


“Point”



- 北海道のSkiコンテンツへの接触は、ほとんどがWebベースであり、Globalとくらべ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. 「マレーシア」市場の分析結果

(2). Ski

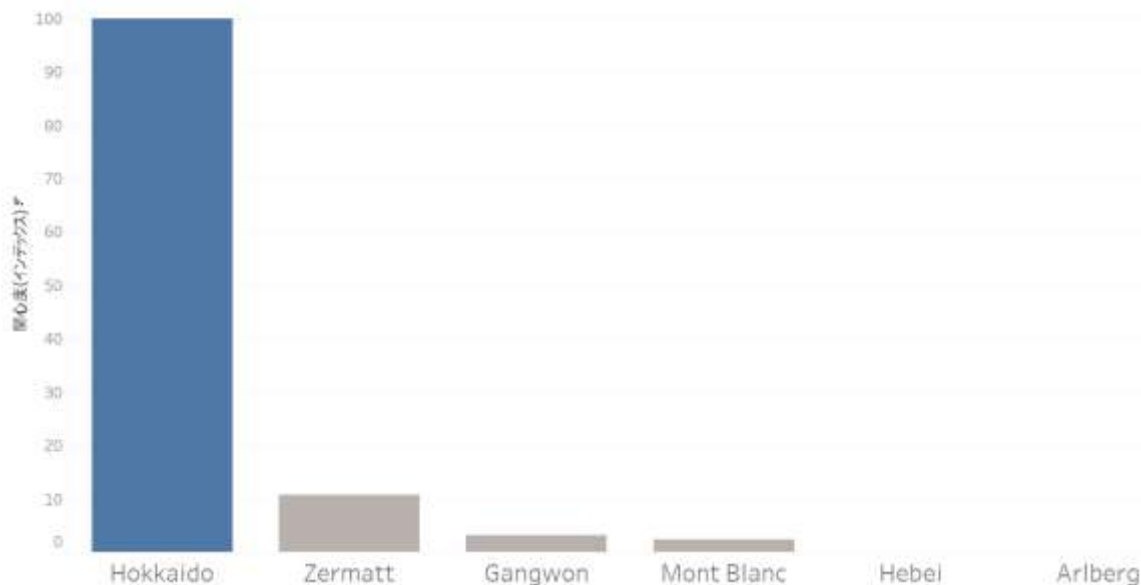


“Point”

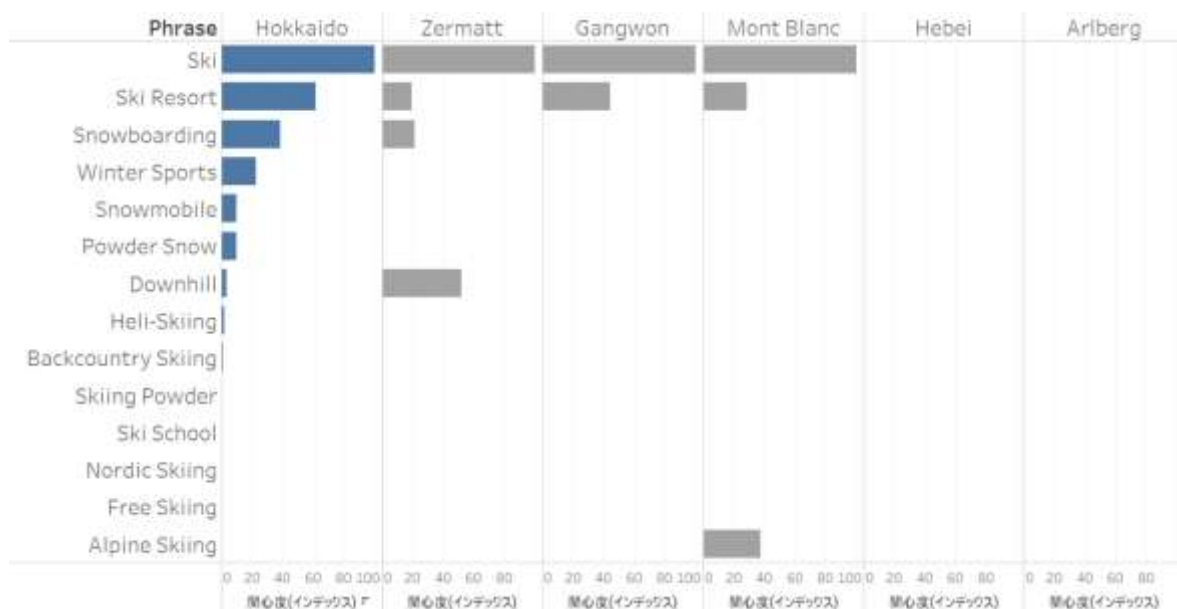


- 北海道と海外のスキー競合都市を比べると、北海道の認知度は高い

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. 「マレーシア」市場の分析結果

(3). Cycling

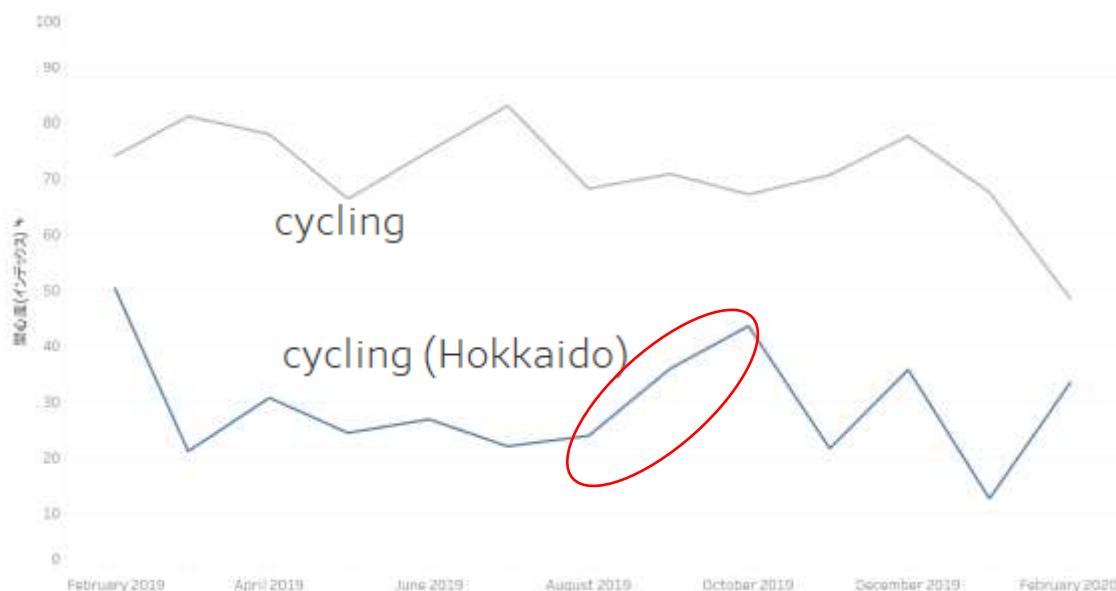


“Point”

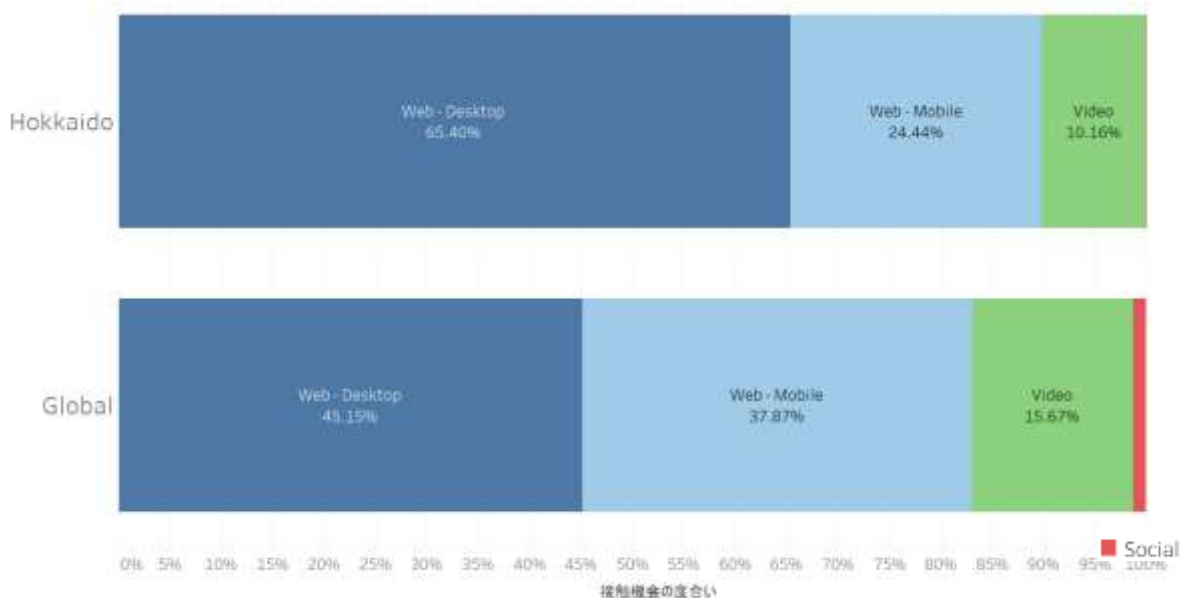


- 北海道のCycling関心は8月～10月にかけて上昇する特徴が見られる。
- 北海道のサイクリングコンテンツへの接触は、Webベースが約9割と多い。グローバルと比べ、Socialでの接触機会が少なくほぼゼロ。北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

1. 関心度の時系列トレンド

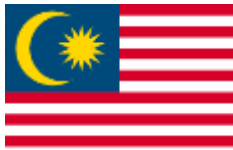


2. 世界と北海道におけるCyclingコンテンツへの接触機会



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



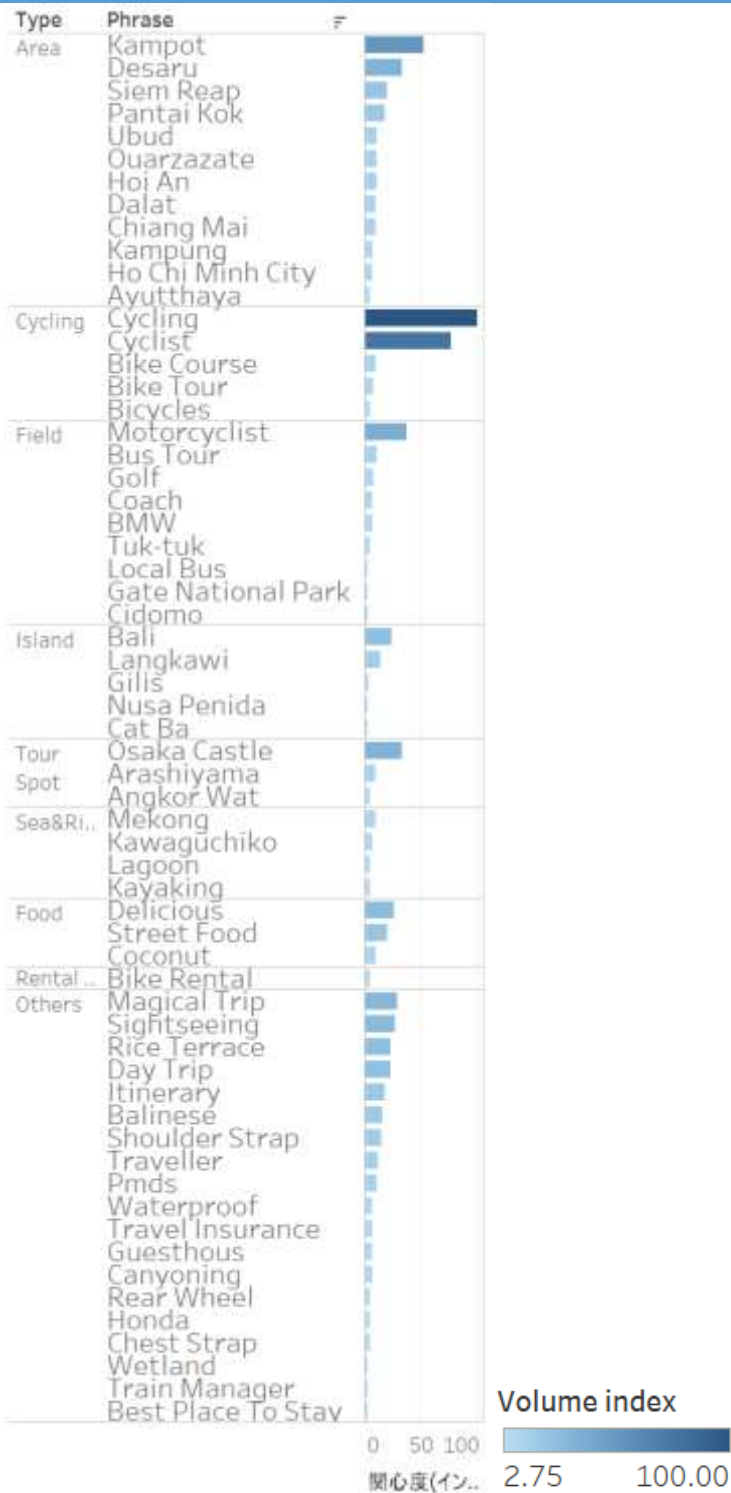
1. 「マレーシア」市場の分析結果

(3). Cycling



- 関心の高いサイクリングコンテンツが見られないことから、サイクリングを目的とした旅行への関心は高くない

3.世界のコンテンツ関心度



1. 「マレーシア」市場の分析結果

(4).Marathon

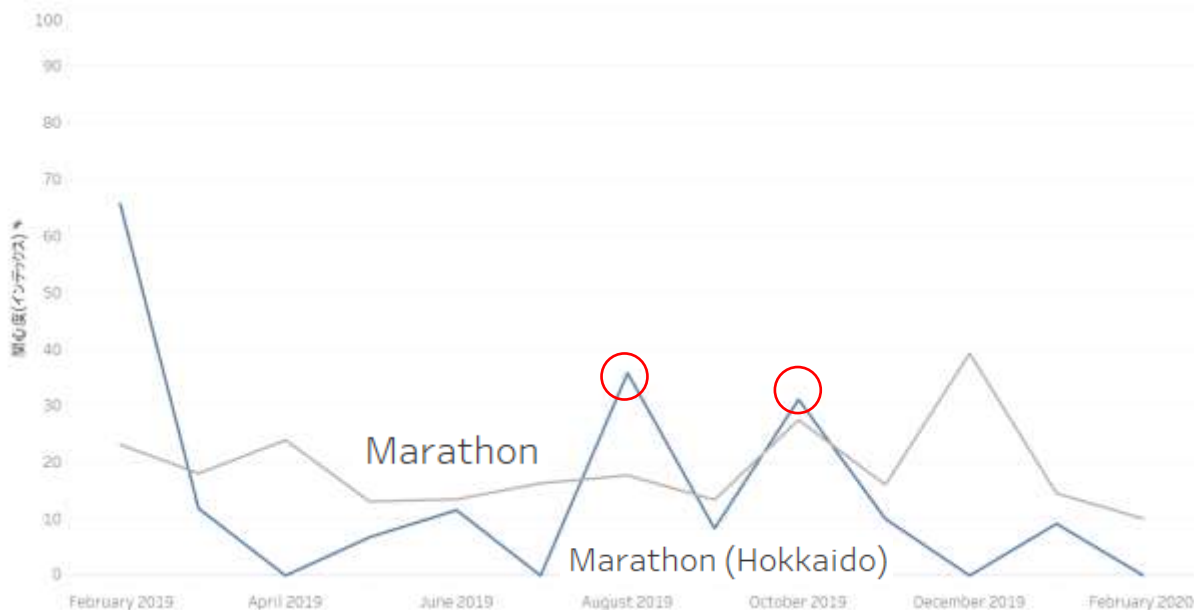


“Point”



- 北海道のマラソン関心は、グローバルと同様に低い
- 北海道のマラソンコンテンツへの接触は、Webベースがほとんどを占め、Video、Socialでの接触機会はほとんど見られない。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





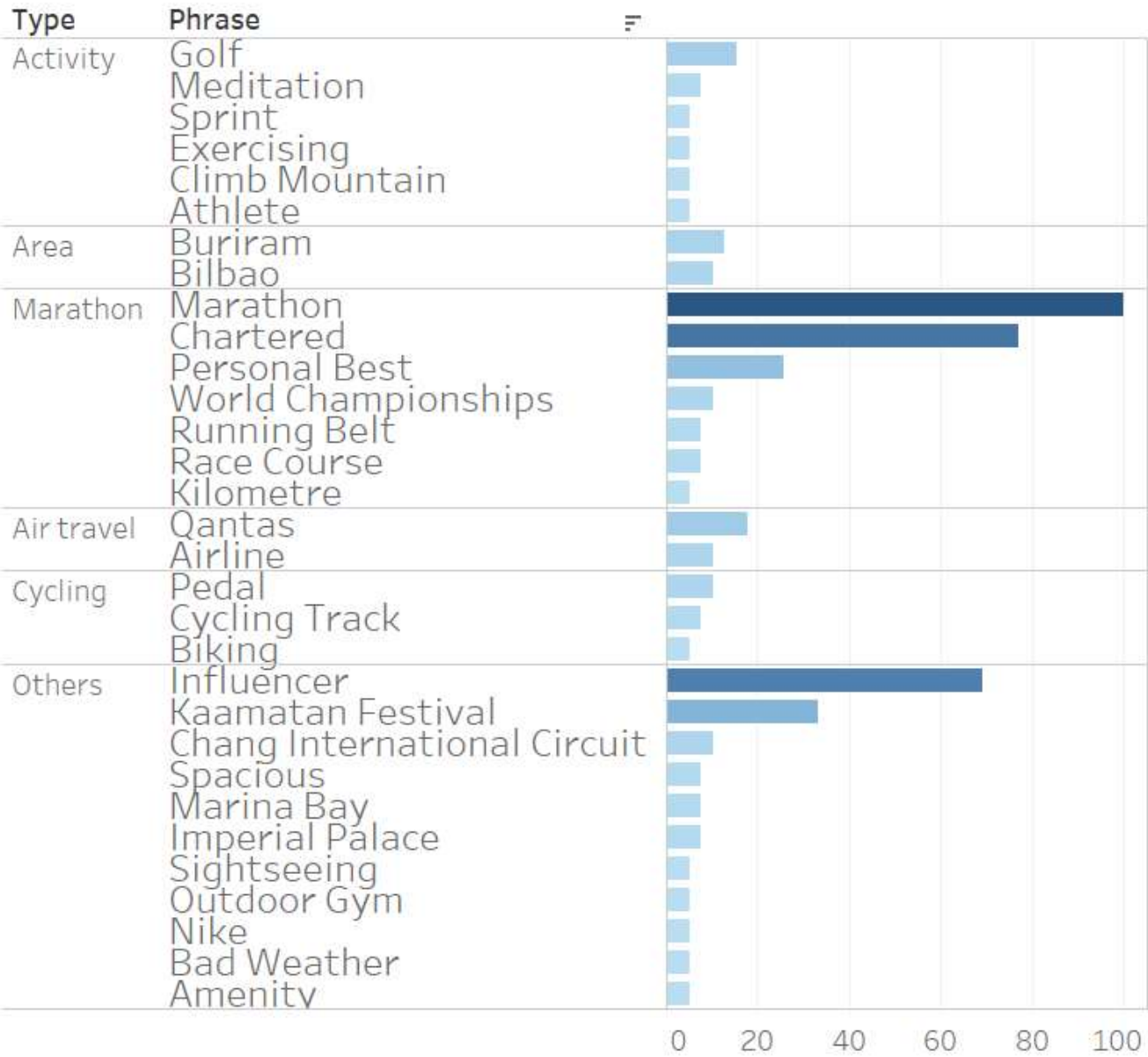
1. 「マレーシア」市場の分析結果

(4).Marathon

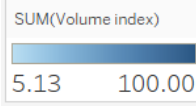


- 関心の高いマラソンコンテンツがほとんど見られないことから、マラソン目的の海外旅行への関心はほとんどない

3.世界のコンテンツ関心度



関心度(インデックス) ㏎



1. 「マレーシア」市場の分析結果

(5). Gastronomy

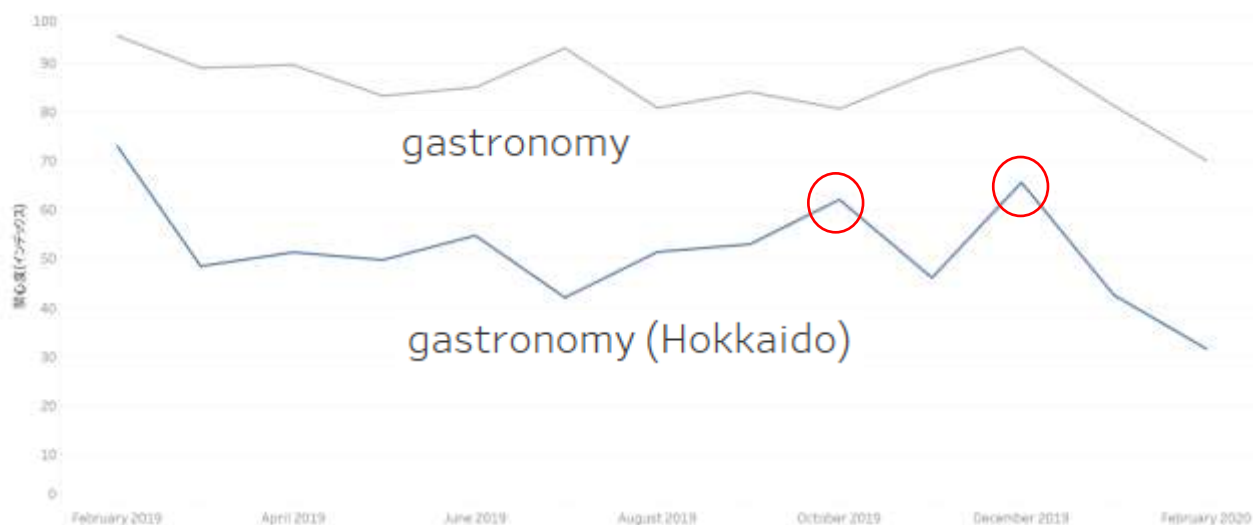


“Point”

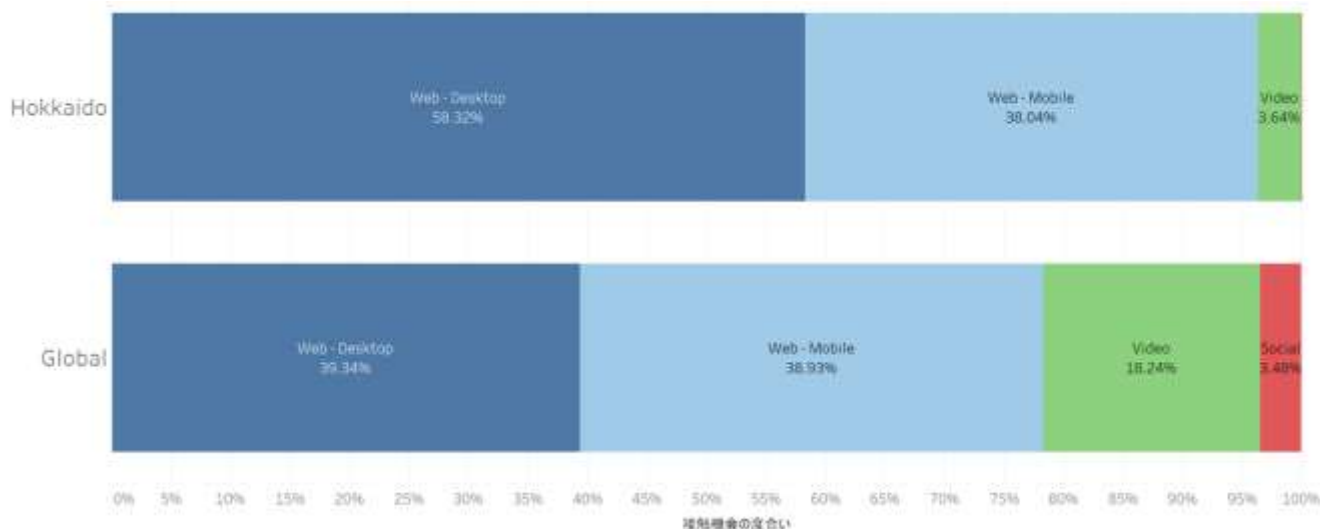


- グローバルでのガストロノミー関心は年間を通じて高い。北海道は10月、12月にガストロノミー関心が高くなる特徴が見られる
- 北海道のガストロノミーコンテンツへの接触は、Webベースがほとんどを占め、VideoやSocialでの接触機会は少なく、北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

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. 「マレーシア」市場の分析結果

(5). Gastronomy

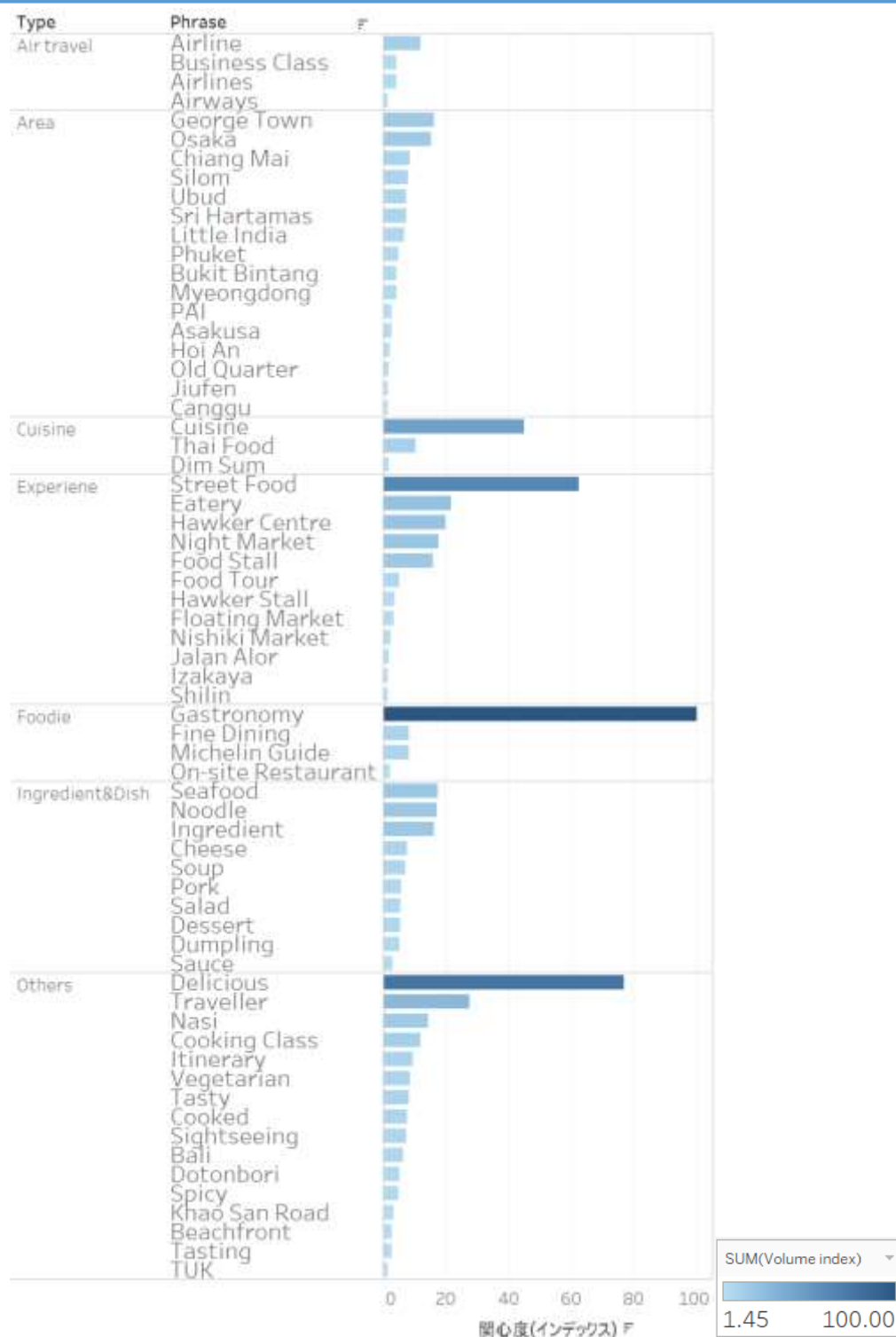


“Point”



- 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
- シーフード、麺、材料などへの関心も見られるが、特別に関心が高いコンテンツはみられない

3.世界のコンテンツ関心度



1. 「マレーシア」市場の分析結果

(6). Wellness



“Point”

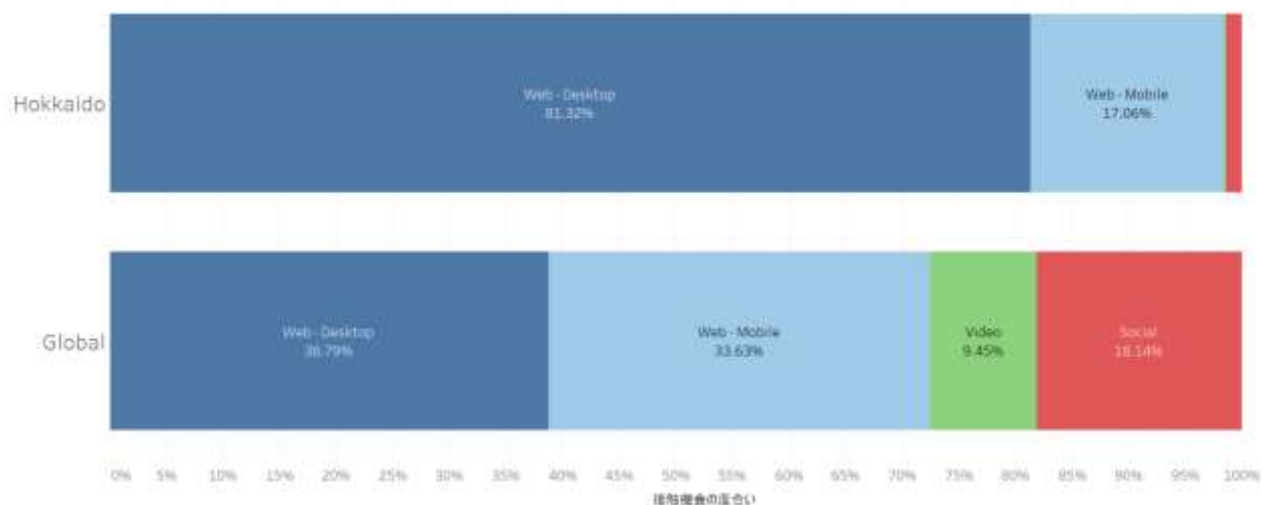


- 北海道のウェルネス関心は7月から10月にかけて、徐々に高まる特徴が見られる
- 北海道のウェルネスコンテンツへの接触はほとんどがWebベースを占め、Video、Socialでの接触機会が少なく、北海道に関する情報流通が少なく話題の総量が少ない

1. 関心度の時系列トレンド



2. 世界と北海道におけるWellnessコンテンツへの接触機会





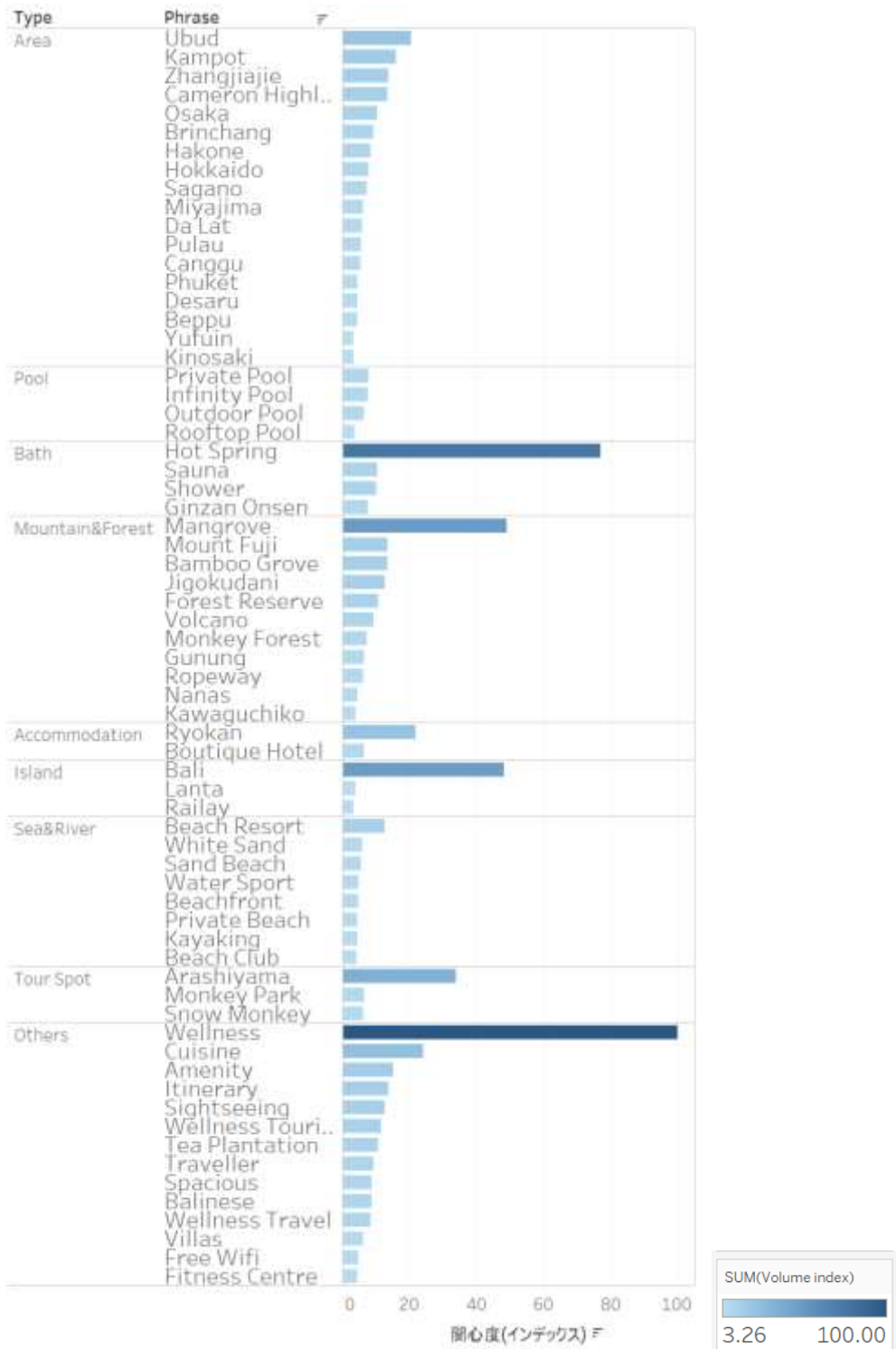
1. 「マレーシア」市場の分析結果

(6). Wellness



- ウェルネスコンテンツとして温泉、マングローブ（森林）、インドネシア/バリ島への関心が見られる
- ウェルネスを目的とした海外旅行への関心は高くない

3.世界のコンテンツ関心度



1.「マレーシア」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.「マレーシア」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「格安なひとり旅で健康的な体験を求めるミドル層(45-54歳)女性」
- 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、島

1. 基本情報



<https://unsplash.com/>

【性別年代】

45-54歳女性

【日常的関心】

ソーシャルネットワーク、金融、健康

【旅行形態】

バジェット(格安な)、ソロ(ひとり旅)

2. 関心事項

最新のスマートフォンや4G通信、キャッシュレスなど新しいテクノロジーへの関心が高く、時代の流れに敏感であると考えられる。エンタメでは欧州サッカーに関心があり、監督を検索するほどのコアなファンが多い様子も伺える。

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。島エリアでの体験に興味を持っており、その中でもトレッキングなどへの関心強い傾向にある。スキーは日本地域への関心が高く、それに伴い温泉需要も高い傾向にある。

※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)**はATカテゴリーでの関心が高い。
- ・**島エリア(※4)**(島の生き物との触れ合いやビーチリゾートホテルへの宿泊など)での体験を求めている、山、海への関心がある。
- ・山は**トレッキング/ハイキング(※5)**、海は**シュノーケル(※6)**への興味が高い。

【スキー】

- ・日本国内の都市が頻出する中で長野、北海道は他地域(ウイスキー、東北等)よりも関心が高い。
- ・日本国内の関心が高いことから、温泉も紐づいて関心が高まっている。

【サイクリング】

- ・サイクリングと併せてオートバイへの関心も高い。
- ・サイクリングを通して食事を楽しむことも関心としては強い。

【マラソン】

- ・大きな大会(世界選手権等)に注目が集まりやすい。
- ・インフルエンサーにも関心が寄せられており、インフルエンサーによるマラソン訴求は効果が高い可能性がある。

【ガストロノミー】

- ・屋台、夜市、ホーカーセンター(フードコート)と安く様々なものを食べる食体験に関心がある。
- ・食材としてはシーフード、麺類に興味が高い。

【ウェルネス】

- ・日本を始めとしたアジア地域でのウェルネス体験への関心が高い。
- ・温泉や森林での体験への関心が高く、宿泊施設としては旅館への関心が高い。

1.「マレーシア」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：温泉、青い池、雪、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】

- ・北海道のATコンテンツの中では関心の高いコンテンツはほとんど見られない。AT目的の旅行先として北海道が十分に認知されていないと考えられる
- ・海外のAT競合都市と比較すると北海道はインドネシア/バリ島ほどではない
- ・ATコンテンツ別で他都市と比較すると、北海道ではハイキング、火山、登山などの山コンテンツが差別化要素。また流氷も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への特徴的な関心は見られない
- ・海外のスキー競合都市と比較すると北海道はスキー旅行先として認知されている

1.「マレーシア」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、島、山、海、ハイキング、流氷
スキー：温泉
ガストロノミー：屋台、夜市、ホーカーセンター、シーフード、麺類
ウェルネス：温泉、森林、旅館

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、島、山、海、トレッキング/ハイキング、富良野、札幌、函館、流氷
ポテンシャルコンテンツ例

- ・歴史/文化×札幌/函館：函館元町街並、ウポポイ、五稜郭、網走監獄
- ・トレッキング/ハイキング：大沼国定公園、大雪山国立公園
- ・トレッキング/ハイキング×山：有珠山、藻岩山
- ・トレッキング/ハイキング×島/海：礼文島、利尻島
- ・流氷：流氷ウォーク、流氷砕氷船、流氷バードウォッチングクルーズ

【スキー】

重要要素：温泉

ポテンシャルコンテンツ例

- ・温泉：ルスツリゾート（まったり温泉）、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）

【ガストロノミー】

重要要素：屋台、夜市、ホーカーセンター、シーフード、麺類

ポテンシャルコンテンツ例

- ・屋台×夜市×ホーカーセンター：北の屋台、大門横丁、小樽屋台村レンガ横丁、帯広屋台村
- ・シーフード：牡蠣、ウニ、鮭、函館朝市
- ・麺：元祖さっぽろラーメン横丁

【ウェルネス】

重要要素：温泉、森林、旅館

ポテンシャルコンテンツ例

- ・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、定山溪温泉、洞爺湖温泉、層雲峡温泉
- ・温泉×森林×旅館：ホテルまほろば、定山溪グランドホテル瑞苑、第一滝本館

【札幌・函館・富良野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
- ・富良野：富良野スキー場、ニングルテラス、風のガーデン、五郎の石の家、鳥沼公園

1.「マレーシア」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.「マレーシア」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、ハイキングへの関心が高い。
- ・島エリアでの体験を求めており、またトレッキング/ハイキング、などを好む。
- ・北海道ATは富良野、札幌、函館を始めとして様々な地域への関心が見られるため、北海道内それぞれの地域を広くアピールできる。
- ・具体的なアクティビティは温泉、青い池、雪などが挙げられる。
- ・マレーシアに雪が降らないこともあり、流氷などが競合地との差別化コンテンツである

【アプローチ方法】

- ・9,10月にSITの関心が高まるため、8月末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】

- ・北海道は山コンテンツ(ハイキング、火山等)での想起が繋がりやすい傾向があるので、北海道内での山コンテンツには何があるのか、季節によってどういった楽しみ方ができるのかという、北海道ならではの山の魅力をより具体的に訴求すると興味を持ってもらえる可能性がある

メイン
ターゲット
『格安なひとり
旅で、健康的
な体験を求め
るミドル女性』

【デモグラ特性】

- ・金融、健康と個人の生活に関わることへの関心が高い。
- ・格安なひとり旅を楽しむ。

【キーコンテンツ】

- ・ハイキング、などの体を適度に動かすアクティビティ
- ・温泉や森林浴で体を癒す

【コンテンツ】

例：藻岩山、神恵内村で鮭の遡上観察、層雲峡温泉、定山溪グランドホテル瑞苑

サブ
ターゲット
『教養と健康を
高める旅行を
楽しむ30代女
性』

【デモグラ特性】

- ・SNSの活用はもちろんだが、教育や健康意識も高い。
- ・バジェット、ラグジュアリーを使い分けた旅行を計画する。

【キーコンテンツ】

- ・歴史/文化といった見識を広めるようなアクティビティ
- ・ウェルネス体験全般に関心がある。

【コンテンツ】

例：函館元町街並、ウポポイ、五稜郭、足湯、秘湯温泉カムイワッカ、豊富温泉

1.「マレーシア」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

		P romotion 誘客を促進するための打ち手	C ontents 消費を促進するための打ち手	I nfrastructure 満足度を高めるための打ち手	A lliance 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
旅中	移動	✓ JR-Pass ✓ サイクリング ✓ オートバイ	✓ 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 ✓ シェアサイクル事業者と地域の連携
	買物	✓ 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
	体験	✓ 温泉 ✓ 青い池 ✓ 雪	✓ 歴史 / 文化 ✓ ハイキング ✓ 釣り ✓ 流氷	✓ マレーシアにはない北海道ならではの自然体験	✓ 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
	食事	✓ キャッシュレス対応店舗情報 ✓ 屋台 ✓ シーフード ✓ 麺類	✓ 外国語メニュー表記 ✓ 使用食材の提示	✓ 安くて美味しいその土地ならではの食体験	✓ 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
	宿泊	✓ 旅館	✓ 温泉 ✓ 森林浴	✓ 冬を感じられる景色(雪山の景色が見えるなど)	✓ 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の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

参 考 資 料

概要とURL(主要関心ポイント)

※1.歴史/文化

北海道の歴史を学ぶことができるとして網走刑務所博物館を紹介

<https://www.nomadasaurus.com/hokkaido-itinerary/>

豊かな歴史の中で混浴を紹介

<https://travel.gaijinpot.com/japan-sightseeing-essentials/mixed-gender-onsen-in-japan/>

※2.ハイキング

大沼国定公園での紅葉を楽しむハイキング

<https://matcha-jp.com/en/1336>

北海道ではハイキングをするなら車で行く方が楽であることをオススメしている

<https://www.phenomenalglobe.com/driving-on-hokkaido-japan-road-trip/>

※3.釣り

函館でのイカ釣り

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

<https://www.tommyooi.com/must-visit-hakodate-attractions-food-travel-guide/>

※4.島エリア

インドネシアの火山島での体験。島の生き物達との触れ合いなど(コモドドラゴン、ウミガメ)

<https://www.dailymail.co.uk/travel/article-7447485/A-jaw-dropping-voyage-Indonesias-remote-volcanic-island-realms.html>

リゾートホテルのサイト

<https://www.ytlhotels.com/my/>

※5.トレッキング/ハイキング

2020年に行くべき驚くほど安い20の場所

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

ベトナムで訪れるべき13のベストスポット

<https://www.planetware.com/tourist-attractions/vietnam-vie.htm>

※6.シュノーケル

一人旅行での東南アジアで行くべき13の場所でタイ、フィリピンが選ばれ、アクティビティの一つとしてシュノーケルをおすすめしている

<https://solotripsandtips.com/solo-travel-southeast-asia/>

マレーシアのプ라우センビラン島でのシュノーケリングをおすすめしている

<https://www.travelswithsun.com/blue-tears-pulau-sembilan/>

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）

	国内地域	国内都市	海外都市	海外都市選定理由
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	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	北海道開発局のサイクルツーリズム調査のピックアップ国の都市
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, freeski, 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）

	デジタル核心指標	関心の関心指標	ATタイプ別関心指標	北海道のテーマことば 関心キーワード	テーマことばの複数チャネル 海外都市と北海道の テーマ事象配置
			グローバルのテーマことば 関心キーワード		海外都市と北海道の テーマ事象配置
			北海道都市のテーマことば 関心キーワード		海外都市と北海道の テーマ事象配置
					国内都市と北海道の テーマ事象配置
					国内都市と北海道の テーマ事象配置
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	2019/01/07 - 2020/01/12	2019/01/07 - 2020/01/12	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 - 2020/01/12
AT	2019/01/07 - 2020/01/12	2019/01/07 - 2020/01/12	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 - 2020/01/12
スキー	2019/01/07 - 2020/01/12	2019/01/07 - 2020/01/12	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 - 2020/01/12
サイクリング	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
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	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
ウェルネス	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

参考資料



分析対象期間（基本的には2019年の期間を利用）

		デジタル関心領域	関心の時系列産務	ATタイプ別関心相関図	北海道のテーマごとの関心キーワード	テーマごとの触れチャンネル
				グローバルのテーマごとの関心キーワード		海外都市と北海道のテーマ触れ量
				北海道都市のテーマごとの関心キーワード		海外都市と北海道のテーマ触れキーワード
						国内都市と北海道のテーマ触れ量
						国内都市と北海道のテーマ触れキーワード
イギリス	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
シンガポール	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
アメリカ	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
	AT	2019/01/21 - 2020/01/26	2019/01/21 - 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	2019/01/21 - 2020/01/26
	スキー	2019/01/21 - 2020/01/26	2019/01/21 - 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	2019/01/21 - 2020/01/26
	サイクリング	2019/01/21 - 2020/01/26	2019/01/21 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/01/21 - 2020/01/26
オーストラリア	マラソン	2019/01/21 - 2020/01/26	2019/01/21 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/01/21 - 2020/01/26
	ガストロノミー	2019/01/21 - 2020/01/26	2019/01/21 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/01/21 - 2020/01/26
	ウェルネス	2019/01/21 - 2020/01/26	2019/01/21 - 2020/01/26	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/01/21 - 2020/01/26
	AT	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	夏季: 2019/05/04 - 2019/08/04 冬季: 2019/10/01 - 2020/01/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	スキー	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	夏季: 2019/05/04 - 2019/08/04 冬季: 2019/10/01 - 2020/01/01	2019/02/11 - 2020/02/02
カナダ	サイクリング	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	マラソン	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	ガストロノミー	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	ウェルネス	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/02/04 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	AT	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
フランス	スキー	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	サイクリング	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	マラソン	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
	ガストロノミー	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
	ウェルネス	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
ドイツ	AT	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	スキー	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	サイクリング	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
	マラソン	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
	ガストロノミー	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
マレーシア	ウェルネス	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
	AT	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	スキー	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	サイクリング	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
	マラソン	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
ニュージーランド	ガストロノミー	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
	ウェルネス	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
	AT	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	スキー	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	サイクリング	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
フィリピン	マラソン	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
	ガストロノミー	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
	ウェルネス	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	-	-
	AT	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02
	スキー	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/02/11 - 2020/02/02	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/09/01 - 2019/12/01	2019/02/11 - 2020/02/02

