

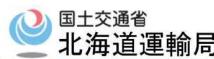
Adventure Travelの推進について



国土交通省

Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

1

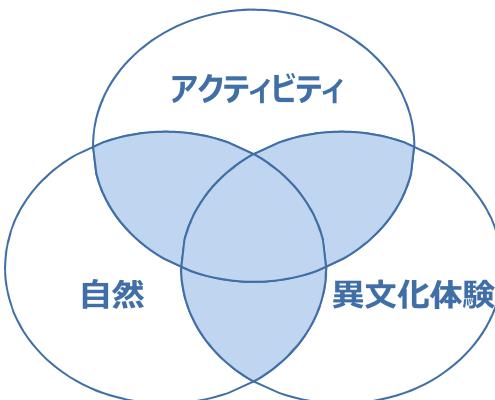


Adventure Travelとは

- アドベンチャートラベル（以下、AT）は、欧米圏で発達した体験型観光の一つであり、欧米を中心に約49兆円の巨大なマーケットがある。
- ATを楽しむ旅行者は通常旅行者の約2倍の消費をすると言われている。
- 北海道にはATを構成する豊かな自然・文化が揃っており、アウトドアガイド、アウトドア用品の購入やレンタル、保険など関連する分野への幅広い波及効果が期待される。

アドベンチャートラベル（AT）とは

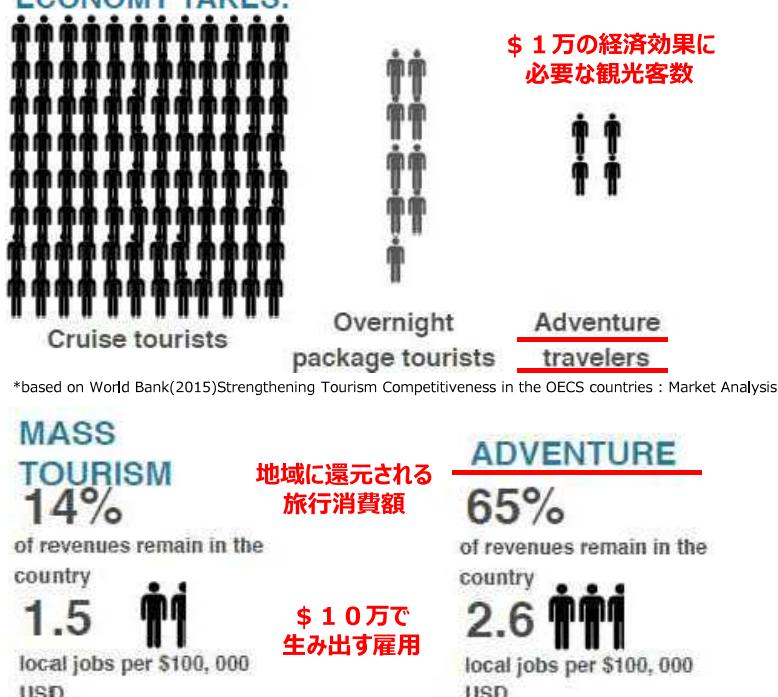
Adventure Travel Trade Association（以下、ATTA）によると、「アクティビティ」、「自然」、「異文化体験」の3要素の内、2つ以上で構成される旅行。



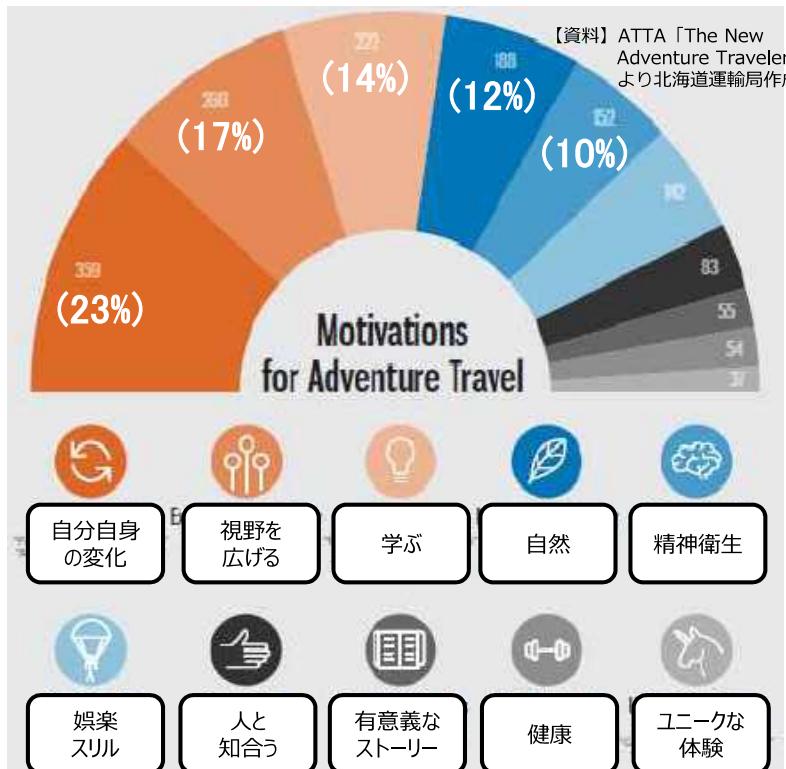
アドベンチャートラベルの経済効果

- アドベンチャートラベルの旅行者は一般の旅行者より、地域への経済効果、地域に還元される旅行消費額が大きいと考えられている。
- アドベンチャートラベルの主な目的は、自分自身の内面からの変化や、視野の拡大。

MARKET IMPACT GENERATING US\$10,000 IN THE LOCAL ECONOMY TAKES:^{*}



*based on World Bank(2015)Strengthening Tourism Competitiveness in the OECS countries : Market Analysis



アドベンチャートラベル（AT）の推進（体験型・滞在型観光市場の確立）

ATの特徴

● ATとは？

以下の3つの要件のうち
最低2つを含む旅行形態



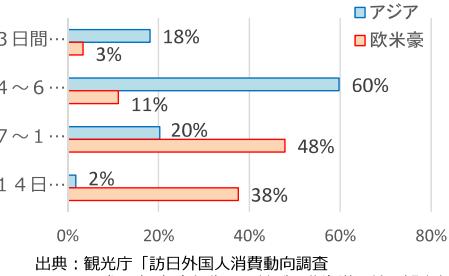
● 高い顧客単価

欧米の市場規模：約49兆円



● 長い滞在日数

訪日外国人旅行者の滞在日数の比較



AT

従来の旅行形態

地域における経済効果

旅行者消費額の約65%

旅行者消費額の約14%

ATがなぜ北海道に向いているか？

● 北海道の豊かな自然と文化

- 欧米豪、ニュージーランドとは異なる魅力的な自然環境
- 一年中アクセス可能で安全、インフラが整備
- 豊かな自然の下での多彩なアクティビティ
- 多様な文化（アイヌ文化、縄文文化、日本文化）など



● 好機・成果



新千歳～ヘルシンキ直行便（フィンエアー）
新千歳～シドニー直行便（カンタス航空）
就航日：2019年12月16日

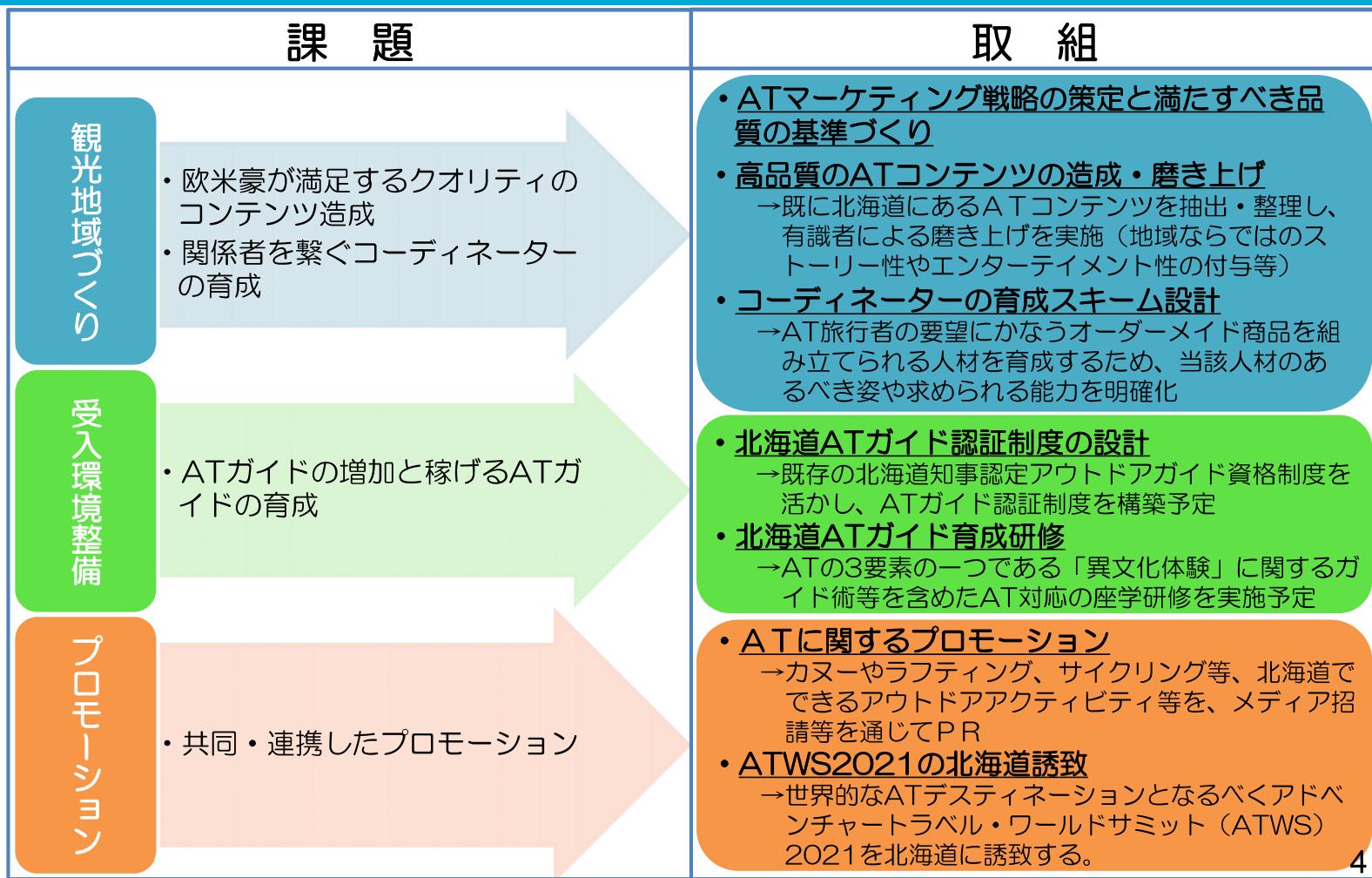


高級実務者級準備会合：2019年5月24日
G20観光大臣会合：2019年10月26日
@俱知安町



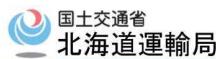
豪州対フィジー：2019年9月21日
イングランド対トンガ：2019年9月22日
@札幌ドーム

アドベンチャートラベル（AT）を推進する上での課題と取組



4

ATWS(Adventure Travel World Summit)の誘致



- ATTA（アドベンチャートラベル・トレード協会）が開催する世界最大級のATサミット。開催期間は4～5日程度。
- 旅行会社、宿泊事業者、アウトドアメーカー、観光局・観光協会、メディア、ガイドなど、約60カ国から約800名の関係者が参加する。
- エクスカーション、懇親会、商談会、セミナー等が開催される。
- ATWSの開催は、観光地としての日本の魅力を世界に発信する絶好の機会であり、地域経済が活性化する「起爆剤」として、2021年北海道誘致を目指す。

○2018年トスカーナ（イタリア）の出席状況

Attendee Breakdown



約800人
が出席



67カ国
から出席

【資料】ATTAのHP

○過去の開催実績

2005年10月	シアトル／アメリカ合衆国
2006年10月	シアトル／アメリカ合衆国
2007年10月	ウィスラー／カナダ
2008年 9月	サンパウロ／ブラジル
2008年10月	トロムソ～ベルゲン／ノルウェー
2009年10月	ケベック／カナダ
2010年10月	アビモア／スコットランド
2011年10月	チアパス／メキシコ
2012年10月	ルツェルン／スイス
2013年10月	スワコムント／ナミibia
2014年10月	キラニー／アイルランド
2015年10月	ペルトバラス／チリ
2016年 9月	アンカレッジ／アラスカ
2017年10月	サルタ／アルゼンチン
2018年10月	トスカーナ／イタリア
2019年 9月	ヨーテボリ／スウェーデン
2020年10月	アデレード／オーストラリア
2021年 秋	北海道誘致を目指す

6

平成31年度訪日グローバルキャンペーンに対応した滞在型コンテンツ造成事業

事業の背景

- 欧米豪市場を中心とした、海外旅行には頻繁に行くが日本を旅行先としていない層（訪日無関心層）をターゲットに、観光庁・JNTOによる情報発信「Enjoy my Japanグローバルキャンペーン」に活用できる観光コンテンツ等を創出。
- 創出するコンテンツは、「Enjoy my Japan グローバルキャンペーン」における7つのパッション（興味・関心）に対応したものとし、2020年度の旅行商品化を目指す。

事業内容

1. 初めて北海道を訪れる欧米豪市場からの旅行者やアドベンチャートラベラー等にも北海道を楽しんでもらうための「滞在型コンテンツ」を、道内のDMO等を中心に100コンテンツ以上収集。

<JTBの観光開発プロデューサーが地域へ個別訪問・相談>

○収集する観光コンテンツは、「Tradition・Cuisine・City・Art・Relaxation」

<収集にあたっての留意事項>

- ①地域ならではのコンセプトと、“歴史・文化” “そこにしかないもの” 等のストーリー性があること。
- ②2020年度の旅行商品化を目指すため、英語での受入体制があること。
※2019年度中に受入体制を整備することも可。
- ③過去インバウンド向け事業で造成したコンテンツなどの再検証を行い、誘客につなげる。
- ④地域としてテーマに沿った新たなコンテンツを造成したい。 など

テーマ	観光コンテンツ例
Tradition	アイヌ文化、縄文文化、開拓の歴史 等
Cuisine	ワイナリー、ローカルな食体験 等
City	街歩きツアー、夜景観光 等
Art	美術館・博物館、現代建築 等
Relaxation	高級温泉旅館、グランピング 等



2. 外国人有識者等による滞在型コンテンツの検証、磨き上げ。

<外国人有識者等によるコンテンツの検証および個別訪問・相談>
・収集、検証したコンテンツをもとに、外国人有識者等を交えてDMO、DMC、観光協会等の地域の核となる担当者と旅行商品造成にむけて予約受付対応、PR、現地受け入れなどに必要な準備について議論を行い、受入体制を整備する。

3. 各滞在型コンテンツに対応したガイドの育成および補助ツールの作成

- ・磨き上げたコンテンツのうち、文化財、美術館の展示物等来場者に対してガイドによる説明が重要になってくるコンテンツについては、欧米豪市場に対して経験豊富なガイドにより、説明に必要なストーリー、説明内容、旅行者が喜ぶポイント等を英語で整備し、研修を行う。
- ・コンテンツによっては、施設職員が外国人観光客をおもてなしできるように簡単な英語の補助ツールを作成する。

平成31年度訪日グローバルキャンペーンに対応したATコンテンツ造成事業①

事業の背景

- アドベンチャーリズムとは「自然」「文化」「アクティビティ」の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行であり、市場規模は北米・欧州・南米で4500億ドル（49兆円）とされ、1人あたり平均旅行支出額は約36万円と、訪日外国人の約2倍に相当します。長期滞在が多く、また教育水準の高い富裕層の割合が大きい市場と言われています。

○世界最大級ATイベント<ATWS※1>を2021年秋に北海道で開催予定＝北海道が世界のATフィールドとなる絶好の機会。

(※1 Adventure Travel World Summit の略称：60か国800人のAT関係者が4～5日間でセミナー・商談会・懇親会・イノベーションを行う。ATWS北海道の主会場は札幌予定。セミット前のアドベント・ハーベスト<PSA>として全道各地で3～4泊のATツアー×15本を整備しなければならない。)

事業内容

1. 北海道のAT観光ビジョン、ブランドイメージ案・ATマーケティング戦略策定

- ・関係者が同じ方向性でATを推進すべく、目指すビジョンを明確にし、実現に向けてマーケティング戦略を策定する
 - ①北海道のATに関する現状を調査し分析する。
 - ②海外のAT市場9カ国を基礎調査し、うち4市場について顧客について調査。
 - ③関係者に広く共有するため有識者を交えて議論する検討会を開催する。
 - ④他事業とも連携してATTA会員の旅行会社等を招請し検証を加える
- これらを通じてATマーケティング戦略を策定。



2. 北海道らしいATコンテンツ調査・情報整理

- ・欧米豪のAT旅行者に満足してもらえるATコンテンツについて、既にあるもの又はその候補を広く調査し整理する。
 - ①どれくらい磨き上げれば、ATTA（アドベンチャートラベルトレード アソシエーション）のATスタンダードを満たすのかを明確にするための基準を作成する。
 - ②ATコンテンツ及び候補を収集するための調査フォーマットを作成して調査する。
 - ③他事業で集約したコンテンツも含めて集約し、DMO等へ確認・加筆及び画像等補足データを提供いただき精緻化したうえで、分類・一覧化しAT基礎データを整備。



3. DMO等へのノウハウのフィードバック◆

- ・本事業を通じ構築した北海道のATマーケティング戦略や、その要となる集約されたATコンテンツ等をDMO等へ還元
 - ①2020年2月末～3月に、札幌でキックオフセミナーを実施後、道内4～5会場で実施予定。
 - ②他事業も含むグローバルキャンペーン事業で得られた示唆を共有するとともに、課題の洗い出し、精緻化を行い2021年ATWS実現に向けた取組内容を明確化。
 - ③アジア・日本でもAT市場への取組で先行する北海道の観光産業水準を高め、優位性強化に貢献する。



事業の背景

- アドベンチャーツーリズムとは「自然」「文化」「アクティビティ」の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行であり、市場規模は北米・欧州・南米で4500億ドル（49兆円）とされ、1人あたり平均旅行支出額は約36万円と、訪日外国人の約2倍に相当します。長期滞在が多く、また教育水準の高い富裕層の割合が大きい市場と言われています。
 - 世界最大級ATイベント<ATWS※1>を2021年秋に北海道で開催予定＝北海道が世界のATフィールドとなる絶好の機会。
- (※1 Adventure Travel World Summit の略称：60か国800人のAT関係者が4~5日間でセミナー・商談会・懇親会・ワーキングを行なう。ATWS北海道の主会場は札幌予定。セミット前のアラミットアーベンチャー<PSA>として全道各地で3~4泊のATツアーバス15本を整備しなければならない。)

事業内容

1、高品質の「ATコンテンツ」を、200プログラム抽出して磨き上げる。<全道のガイドカンパニーに個別訪問・相談>

- ・欧米のAT観光客に対して、ATスタンダードをクリアした内容を、英語で案内できるプログラムを200プログラム以上リストアップする（一部、通訳付きのプログラムも可とする）。

（◆ATスタンダードとは、ATTA（アドベンチャートラベルトレード・アソシエーション）が指導するプログラムの要諦。

①一貫した地域ならではのコンセプトと、“起承転結”・“序破急”等のストーリー性があること。

②顧客が自ら関わり、参加することでプログラムが完成すること。エンタテイメント性があること。

③顧客に対して「チャレンジ」・「自己変革」の機会を提供していること。など）



2、全道各地に「地域コーディネーター」を15人抽出して育成する。<全道各地の観光地域づくり組織に個別訪問・相談>

- ・地域観光資源を組み合わせた旅行商品を企画・販売をする意志を持つ、DMO、DMC、観光協会、地域の旅行会社等の担当者と、AT観光客の要望に応えうる旅行商品造成・PR・予約受付対応・現地受け入れと差配を行う体制を整備する。
- ・高品質のATコンテンツを核として、その他の旅行要素（宿泊・交通・飲食・通訳等）を組み合わせた季節ごとのモデルプランを商品化し、それをベースとしたイージーオーダーメイドサービスを提供できるように訓練を行う。
- ・2021年秋の「ATWS北海道」開催前に提供するPSA（3~4泊のATツアーバス）への採択を目指して商品を磨き上げる。

3、海外旅行会社を招請し検証を行う。

（◆地域コーディネーターの成熟度レベル。

①レベル1（最低限）：組み立てやり取りの終わった顧客を「通訳付き」で送り込まれてくれば地域内は完全に対応できる。
②レベル2（中間）：組み立てやり取りの終わった顧客が送り込まれてくれば、英語で現地差配は完全に対応できる。

【←ここまでは国内外の旅行会社やランドオペレーターの存在が前提】

③レベル3（理想形）：英語の組み立てやり取りや現地差配を自立して完全に対応できる。顧客との直接対応が可能。）

事業概要報告

インバウンド推進地域開発事業～上川（ひがし）地域

『上川（ひがし）地域大雪・十勝岳連峰の旅行商品検証事業』

大雪・十勝岳連峰の旅行商品検証事業受託コンソーシアム



**Experience
Daisetsuzan**

事業目的

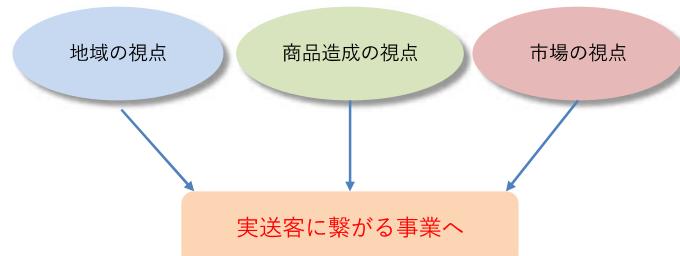
上川（ひがし）地域ではこれまで、外国人観光客を増加させるために、地域の観光資源の磨き上げや魅力を発信するための各種取組を進め、各地域が主体となって商品開発を企画する取組等を行っている。しかし、地域への誘客を促進するうえで認知度の向上が課題となっており、外国人旅行者に効果的に訴求するため、地域の強みや特徴を生かした魅力的な旅行コンテンツの充実が必要である。

このため、上川（ひがし）地域では、大自然と景勝地の宝庫である北海道の中で大雪山・十勝岳連峰をメインフィールドとした自然と食と日本文化を体感できる旅行商品（アドベンチャートラベル）を造成し、外国人観光客の誘客促進を図る。

2

アプローチの方向性

顧客が満足するアドベンチャートラベル商品を造成し販売していくため
地域の視点、商品造成の視点、市場の視点
をミックスさせ実送客に繋がる事業を実施する。



3

業務内容① ワークショップの開催

第1回 ワークショップ	
日時	2019年6月26日（水）13:30～15:30
開催地	旭川
有識者・講師	（一社）北海道開発技術センター 佐賀 彩美
目的	アドベンチャートラベルの理解促進と事業キックオフ
主な検討事項	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 事業内容と全体スケジュールおよび方向性の共有 ✓ アドベンチャートラベルについて (講師：（一社）北海道開発技術センター 佐賀 彩美) ✓ FAMトリップ1回目の行程について

第2回 ワークショップ	
日時	2019年7月5日（金）15:30～17:30
開催地	東川
有識者・講師	TREELIFE 代表 荒田 康仁
目的	アドベンチャートラベルの理解促進と事業キックオフ
主な検討事項	<ul style="list-style-type: none"> ✓ フィールドワークフィードバック (7月4日～1泊2日で旭岳～黒岳縦走を実施) ✓ FAMトリップ1回目の行程について ✓ FAMトリップ2回目の行程について

FAM1回目 意見交換会	
日時	2019年7月27日（土）16:00～18:00
開催地	旭川
招聘者	Lea Vegh (ハンガリー)、Thomas Malone (NZ)
目的	FAMトリップの内容に関するフィードバックと地元関係者との意見交換
主な検討事項	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 行程振り返り ✓ FAMトリップに関するハイライト及び提言ヒアリング ✓ 地元関係者からの質問

第3回 ワークショップ	
日時	2019年8月20日（火）14:00～16:00
開催地	旭川
有識者・講師	株MADE IN HOKKAID 代表取締役 韓 基振 (ハン ギジン)
目的	韓国市場向けFAMトリップ行程作成に向けた意見交換
主な検討事項	<ul style="list-style-type: none"> ✓ FAMトリップ1回目のフィードバック ✓ FAMトリップ2回目の行程について

FAM2回目 意見交換会	
日時	2019年10月18日（金）9:00～11:00
開催地	旭川
招聘者	株MADE IN HOKKAID 代表取締役 韓 基振 (ハン ギジン) ハナツアージャパン北海道営業所 イム・テヒョン
目的	FAMトリップの内容に関するフィードバックと地元関係者との意見交換
主な検討事項	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 行程振り返り ✓ FAMトリップに関するハイライト及び提言ヒアリング ✓ 地元関係者からの質問

第4回 ワークショップ	
日時	2019年11月11日（月）14:00～16:00
開催地	旭川
有識者・講師	なし
目的	FAM2回目のフィードバックと商品造成コンテンツの絞り込み
主な検討事項	<ul style="list-style-type: none"> ✓ FAMトリップ2回目のフィードバック ✓ 磨き上げコンテンツと新規造成コンテンツについて

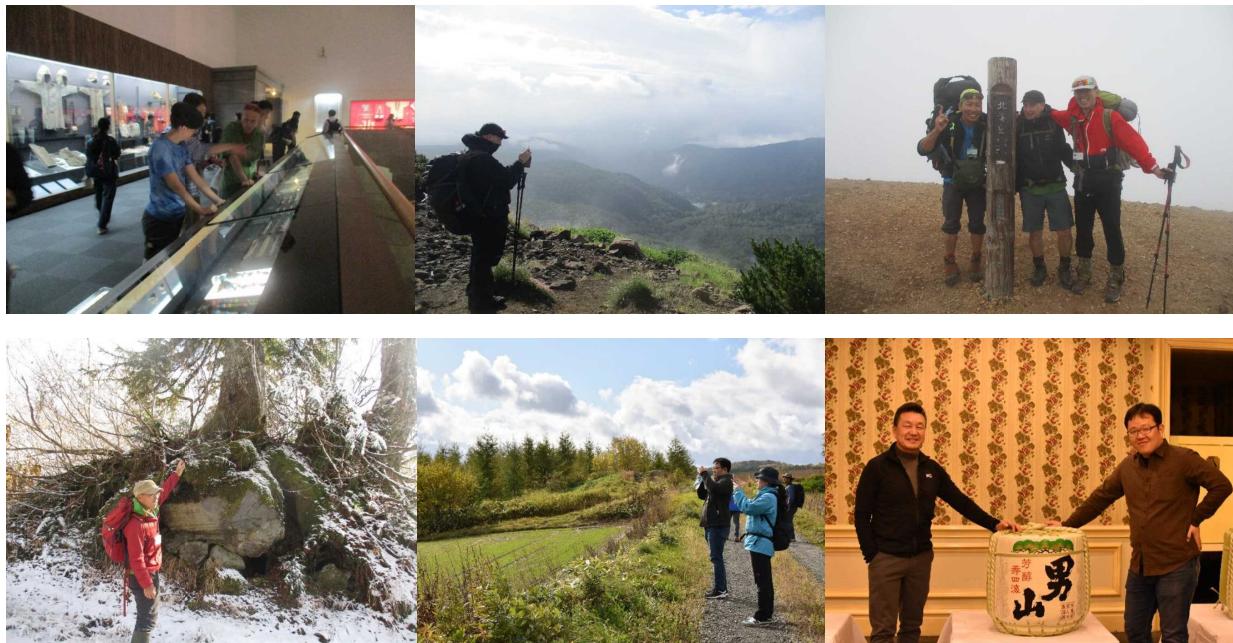
4

業務内容① 第2回ワークショップの様子



5

業務内容② 外国人有識者のFAMトリップの実施



6

業務内容③ 旅行商品の造成

インバウンド推進地域開発事業～大雪・十勝岳連峰の旅行商品検証事業～ 主要コンテンツ内容・タリフ

タ イ ド ル	大雪山国立公園アドベンチャートレッキング～お鉢平縦走コース～																														
概 要	1泊2日の英語ガイド付き縦走ツア。旭岳ビジターセンターを出発し、旭岳ロープウェイを利用し山頂、お鉢平へ。黒岳の石室で1泊を過ごし、翌日お鉢平から中岳温泉・裾合平をめぐり、旭岳ロープウェイで下山。温泉に入浴し終了。																														
全 体 所 要 時 間	2days																														
実 施 場 所 住 所	北海道上川郡東川町／大雪山国立公園旭岳・お鉢平・黒岳																														
対応言語（訳文）	日本語・英語																														
時 間 割	<table border="1"> <thead> <tr> <th>開始</th> <th>終了</th> <th>時間</th> <th>内容</th> <th>備品・準備</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>8:30</td> <td>9:00</td> <td>30分</td> <td>旭岳ロープウェイ集合・オリエンテーション・ロープウェイ搭乗</td> <td>登山道具・簡易宿泊道具</td> </tr> <tr> <td>9:00</td> <td>12:00</td> <td>180分</td> <td>旭岳山頂まで登山</td> <td>持続トイレ・行動食</td> </tr> <tr> <td>12:00</td> <td>15:30</td> <td>210分</td> <td>お鉢平⇒黒岳山頂⇒黒岳石室（アウトドアディナー・石室一泊）</td> <td>レインコート・ヘッドライト</td> </tr> <tr> <td>7:00</td> <td>13:00</td> <td>480分</td> <td>黒岳石室⇒お鉢平⇒中岳温泉⇒裾合平⇒旭岳ロープウェイ</td> <td>行動食</td> </tr> <tr> <td>13:00</td> <td>14:30</td> <td>90分</td> <td>旭岳温泉入浴・解散</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	開始	終了	時間	内容	備品・準備	8:30	9:00	30分	旭岳ロープウェイ集合・オリエンテーション・ロープウェイ搭乗	登山道具・簡易宿泊道具	9:00	12:00	180分	旭岳山頂まで登山	持続トイレ・行動食	12:00	15:30	210分	お鉢平⇒黒岳山頂⇒黒岳石室（アウトドアディナー・石室一泊）	レインコート・ヘッドライト	7:00	13:00	480分	黒岳石室⇒お鉢平⇒中岳温泉⇒裾合平⇒旭岳ロープウェイ	行動食	13:00	14:30	90分	旭岳温泉入浴・解散	
開始	終了	時間	内容	備品・準備																											
8:30	9:00	30分	旭岳ロープウェイ集合・オリエンテーション・ロープウェイ搭乗	登山道具・簡易宿泊道具																											
9:00	12:00	180分	旭岳山頂まで登山	持続トイレ・行動食																											
12:00	15:30	210分	お鉢平⇒黒岳山頂⇒黒岳石室（アウトドアディナー・石室一泊）	レインコート・ヘッドライト																											
7:00	13:00	480分	黒岳石室⇒お鉢平⇒中岳温泉⇒裾合平⇒旭岳ロープウェイ	行動食																											
13:00	14:30	90分	旭岳温泉入浴・解散																												
留 意 点	少雨決行だが濃霧、低温時はスタート地点に引き返すことも																														
料 金（一人あたり）	35,000円																														
設 定 日	7月上旬～9月中旬																														
最 少 催 行 人 員 数	3名																														
最 多 催 行 人 員 数	8名																														
手 仕 舞	体験の7日前までに要予約																														
	TEL: 0166-22-3398 旭川まるうんトラベル *外国语（英語）可																														



7

業務内容④ 旅行会社へのヒアリング

旅行会社へのヒアリング時に活用した
FAMトリップ動画をご覧ください

8

WSのご案内

1月・2月に各1回
WSを開催いたします

是非ともご参加くださいませ

旭川まるうんトラベル
担当：林／河野

9