
冬季スポーツ観光イノベーション調査業務
実施報告書（抜粋）

平成23年3月31日

JTB コミュニケーションズ

1. 冬季スポーツ観光イノベーション業務のミッション

スポーツを核とした地域活性化策として、スキーやスノーリゾートを中心とする日本の冬季スポーツのポテンシャルを活用した需要の獲得を目指すため、モニターツアーを実施しての調査を行い、将来的な需要喚起と地域活性化の方向性を探っていくのが本業務のミッションである。

下の図にあるように、調査結果をもとにした効果検証を行い、今後のスキーをはじめとした冬季スポーツ観光商品造成に向けた切り口を模索した。



■ スキーを取り巻く環境は水漏れバケツ

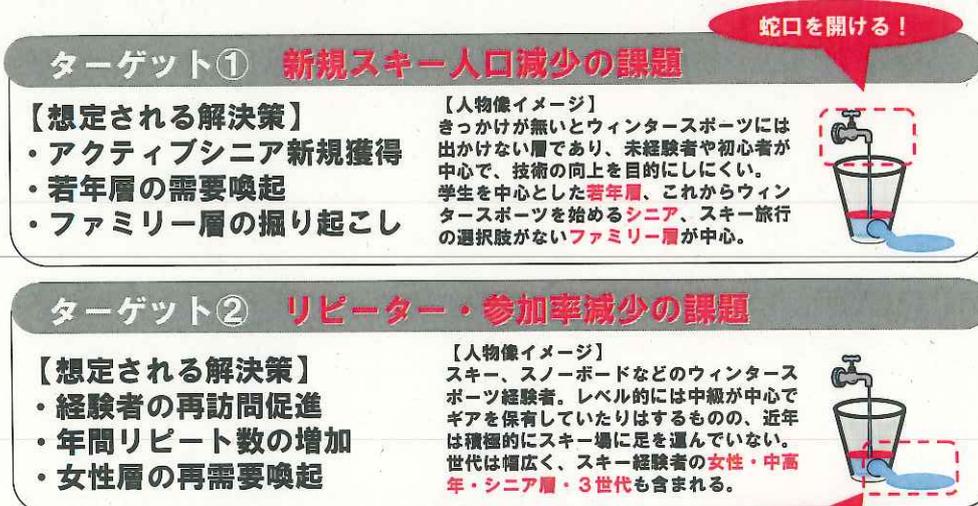
スキーを取り巻く現状の課題として、10年前までは、20代が新規スキーヤーとして牽引をし、離脱率も低いといった状況でありバケツの水は満たされていた。しかしながら、現在では、新規スキー人口が減少し、スキーヤーの離脱率も高いことから、スキー人口が加速的に減少し、右図のバケツの水が少なくなってきてしまっているという減少を引き起こしてしまっている。

これらの現状を理解した上で、明確なターゲット像を想定し、モニターツアーの造成や調査を行った。



■ ターゲット像の設定

「スキー人口減少の課題」と「リピーター・参加率減少の課題」を明確化したうえで、有効なターゲットとして、それぞれのターゲットにおける人物像をイメージし、具体的な課題解決策を想定したモニターツアーの造成を行うことでより効果的なデータの抽出を行った。



想定される人物像を定めたモニターツアー作りが必要

2. モニターツアーの内容

①ジャンプ観戦とスノースポーツ観光調査

多くのスポーツと観光双方の資源を持つ札幌にて、大会観戦や有名選手との交流等、スノーリゾートでの楽しみ方を提案し、その受容性を確認する。ツアーではファミリー、若年層、女性層の新規層をターゲットとし、道内旅行者向けを設定する。

期間：2011年3月

場所：北海道 札幌

想定人数：北海道内6名程度

②女性専用スノーリゾート商品調査

女性層のスノーリゾート離れの抑止と、リピート回数の増加を主目的として、社会人を中心とする女性層に人気の“女子会”と、スノーリゾートとの親和性が高い“バス旅”を融合したツアーを造成。バスツアーの利点を生かし、会社員が休みを取らずに参加でき、現地での時間も十分に取れる金曜の夜行発日曜昼帰りにて実施。女性専用バスでの往復でバス泊という女性の負担を軽減することで、どの程度参加意向に繋がるかを検証する。

期間：2011年2月中旬～3月上旬

場所：志賀高原・白馬

想定人数：東京主要駅近郊発着 15～30名

③スノーアクティビティ体験調査

草津で開催されるノルディック SKI & WALK2011に参加し、トップスノーアスリートを身近に感じながらクロスカントリースキーを体験するツアーを実施。萩原兄弟と一緒にすべるといった贅沢な機会をキッカケにクロスカントリーという従来のスキー+αのスノーリゾートでの楽しみ方を提案しスノースポーツ参加機会の増加を図る。

期間：2011年2月19日・20日

場所：草津温泉

想定人数：首都圏発 20～30名

④家族でのスノーリゾート体験調査

子ども達にまずは雪で遊ぶことからスキーを滑ってみることまでの楽しさを知ってもらうことを目的とする。ご両親にはかつてのスキーを楽しんだ感覚を思い出してもらうことのできる商品造成を行う。スノースポーツ・観光の市場として新規・リピート両市場での可能性を持つファミリー層の新規層をターゲットとし、観光としてのスノースポーツへの興味喚起を検証する。

期間：2011年2月中旬～3月上旬

場所：苗場

想定人数：大人 20～30名・子供 10～15名（10組のファミリーを想定）

⑤シニア層へのハイグレードツアー調査

スキー場付近にある老舗ホテルを本拠地に雄大な自然を楽しみながら、ゆとりがあり、お一人様でも充実したスノーリゾートライフを楽しむ内容のツアーを実施。スキー初心者や久しぶりにスノーリゾートを訪れる方も気軽に参加できるツアーとベテラン上級者も納得出来る2タイプのツアーを造成。また経験の有無やブランクのある方、新たなスノーリゾートの楽しみ方を求める方などの多様な需要に対応可能な着地型のコンテンツも提案する。多様な需要と個別のこだわりが想定されるシニア層向けにレベル別のみならずスノーシューなどのスクールにも対応、最新ギア・ウェアのレンタルセットをトライするなど多角的なコンテンツの有効性を検証する。

期間：2011年2月中旬～3月上旬

場所：赤倉・白馬八方

想定人数：東京主要駅近郊発着 各ツアー15～30名

⑥大学生の学び・体験調査

近年増加するスポーツや地域活性を学ぶ大学生に実際にスノースポーツ・リゾートにおける取組みを体験してもらい、受入地での調査・提言を考える地域研究なども加味したツアーを実施。体験だけでなく活性化への取組みを行っている自治体や施設などの話も聞き、大学生をはじめとする若年層の来訪を促進するポイントなどを検証する。

期間：2011年2月下旬

場所：野沢温泉、白馬

想定人数：首都圏発 30名程度（野沢温泉）・中京圏発 60名程度（白馬）

⑦親子「雪育」体験調査

雪で遊ぶ・スノースポーツをするという視点と異なる側面からのスノーリゾート来訪契機の検証を行う。「雪育」をテーマに親子でオリエンテーリングやスノーシュートレッキングなどの雪国の自然体験を取り込んだツアーを造成する。新たなスノーリゾートへのファミリー層の新規獲得の可能性を検証することを目的とする。

期間：2011年2月中旬～3月上旬

場所：苗場

想定人数：5～10名（ファミリー層向け着地型オブショナルツアー）

⑧若年層初心者スキーエントリー調査

東京から日帰りでも十分に楽しめる新幹線直結のスキー場へ、手ぶらで行ける全てのグッズレンタルパックのツアーを造成する。アウトレットや他の温泉施設などの観光施設への波及などの検証も併せて行う。

期間：2011年2月～3月

場所：ガーラ湯沢

想定人数：首都圏若年層 35名程度

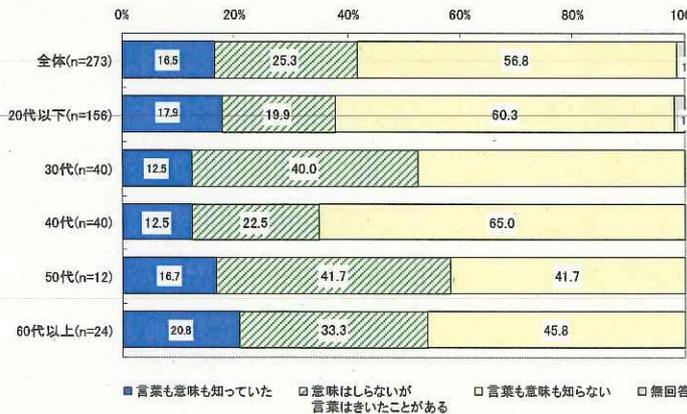
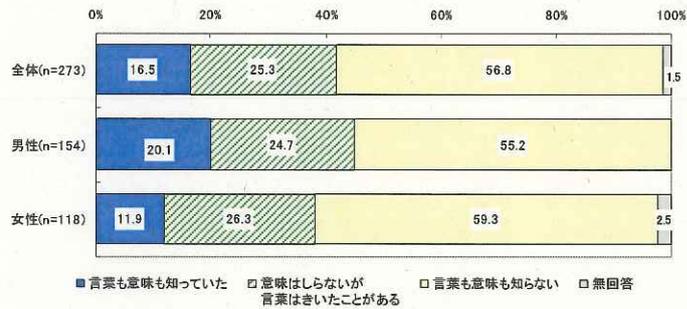
1)「スポーツツーリズム」認知状況

今回の調査事業においては、各ツアーの参加者に対しアンケートを実施し、トータルで273サンプル（回答のできない子供の参加者は除く）の回答を得た。

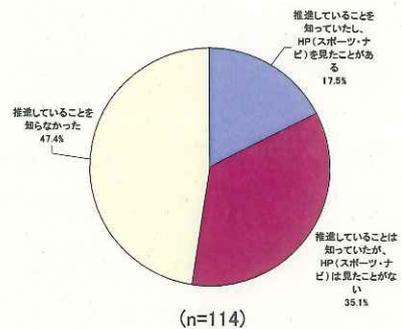
「スポーツツーリズム」の全体での認知率は、言葉は聞いたことがある程度までを含め41.8%であり、16.5%が内容まで理解しているとしている。

内容までの認知者は男性で20.1%と比較的多く見られる他、年代別では、60代以上で2割、スポーツマネジメント等を学ぶ大学生が中心になっている20代で2割弱と比較的多く見られる。

あくまでも、対象がスポーツツアーの参加者であること、スポーツマネジメント等を学ぶ学生が含まれた結果であるため、実際にはまだまだ認知されているとはいえない。



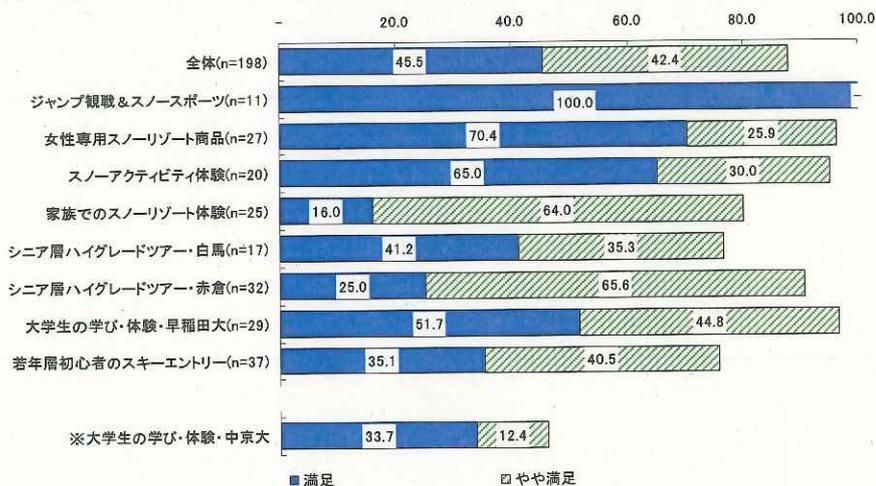
言葉までの認知を含む認知者の52.6%が「スポーツツーリズム」を観光庁が推進していることを認知しており、17.5%が「スポーツ・ナビ」を閲覧したことがあるとしている。



2) ツアー満足度

ツアー参加後の総合満足度を見ると、「やや満足」までを含めると最も評価の低かった「若年層初心者スキーエントリー」でも約8割がポジティブに評価している。

今回のツアーではスキーなどのウィンタースポーツに、雪国体験や観光、リゾート体験などの観光要素を付加したため、スキー・スノーボードなど単一目的での参加者には不満を感じる要素も多いものと思われたが、概ね高い満足度を得ることができた。

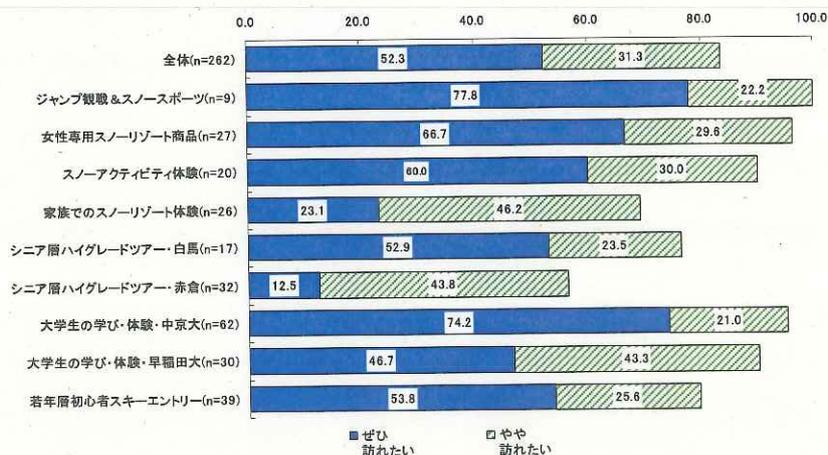


※中京大学 (62s) はツアー内での参加コンテンツが大きく異なるため、各コンテンツ満足度の平均を参考値として算出

※各ツアーとも回答のできない子供と無効票を除いたサンプル数で算出

3) スノーリゾート再訪意向

訪れたスノーリゾートについては、「やや」も含め全体の83.6%が今後も訪れたいとしており、概ね高い意向となっている。スキーに他の観光要素を付加したツアーの受容性が確認できた。また、ツアー参加者の多くが、スキー経験者であったことから、経験者に対しての有効性も確認できた。



※各ツアーとも回答のできない子供と無効票を除いたサンプル数で算出

4) 付加コンテンツ満足度

各ツアーの個別の内容に対する評価では一部シビアなもの（アクセス、施設などでの待ち時間等）も見られたが、前述の通りツアー全体としてはいずれの調査でも高い満足度が得られており、スキー・スノーボードだけではなく、ツアーに付加した各種体験や周辺観光等は概ね好意的に評価されている。キッカケがなければスキー・スノーボードの単一目的の「スキー旅行」で終わっていたものが、より広がりを持ったスノーリゾートの楽しみ方として捉えられており、スノーリゾートの受容性は高いと考えられる。

付加コンテンツに対する好意的コメント

- ・ 普段できない体験ができてよかった（ジャンプ観戦&スノースポーツ）
- ・ 女性専用でバス内も快適（女性専用スノーリゾート商品）
- ・ ノルディックウォークなど楽しかった／温泉が良かった（スノーアクティビティ体験）
- ・ 子供が楽しめるプランだった（家族でのスノーリゾート体験）
- ・ ガイドさんから、山の登り方、雪のことを聞けてとても楽しかった（家族でのスノーリゾート体験）
- ・ 宿・温泉が良かった（シニア層ハイグレードツアー）
- ・ 久しぶりに「大人の休日」を堪能できた（シニア層ハイグレードツアー）
- ・ 今のニーズに合った企画を反映させたモニターツアーは、今回はじめてだったが、ワクワク感が持ててよかった（シニア層ハイグレードツアー）
- ・ 雪合戦が楽しかった（大学生の学び・体験）
- ・ チーム対抗で参加者と交流できて良かった（大学生の学び・体験）
- ・ 無料の外湯など温泉が多く、街並みが良かった（大学生の学び・体験）
- ・ 様々なコースがある（大学生の学び・体験）
- ・ 小布施観光はゆっくりできて良かった（大学生の学び・体験）
- ・ 子供とのコミュニケーションを取りながらのスポーツ体験は貴重。子供の体力を知ることでもできた（親子「雪育」体験）
- ・ 子供と楽しみながらコミュニケーションがとれた、子供が他の年少の子供のサポートをしている姿には感動した。（親子「雪育」体験）

<総合的なスノーリゾート>



雪の山岳地が持つ魅力をトータルで愉しめる

5) 地域への経済効果

①各ツアーにおける経済効果の算出方法と金額

地域への経済効果を算出するにあたり、各モニターツアーの内容の分析やコスト分けを行い、今回実施したモニターツアーの費用の内、スポーツ観光ツアーより、純粹に現地での消費に係る部分の算出と、それぞれのツアーの参加人数に基づいた形での経済効果のシミュレーションを行った。

【算出ルール】

冬季スポーツツアーにおける経済効果を考察するにあたり、より厳密な地域への経済効果を算出するため、スポーツ観光ツアーとして、通常のツアー内容に付加されているコストのみの算出を行った。

そのため、現実的な地域経済効果は本報告書に記載されている金額よりも高くなると想定される。

- ・旅行会社費用の削除
ツアー実施にあたる添乗員代金などの旅行会社費用は、直接的に地域に落とされる金額とは異なるため削除した。
- ・交通費関連を削除
厳密には、これも現地のバス会社や鉄道などの活用により、結果的に地域での収益の中に含まれてもよいものではあるが、スポーツツアー以外でも経費として必要となってくる金額となるため削除した。

【算出該当金額】

今回実施したモニターツアーの費用の内、宿泊費、リフト券代、ウェアやスキー・スノーボードのレンタル代、スクール代、各種体験などの現地オプション代など、現地での消費に係る部分の算出のみを抜き出し、本モニターツアーによる直接的な地域への経済効果として試算した。

また、現地の収益として見込める「土産代・買物代」については、「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」（観光庁／2009）の結果を、各ツアーの現地消費額に加算した。

調査結果では、国内宿泊旅行における「土産代・買物代」の平均は6,875円、同日帰り旅行は3,046円となっており、宿泊を伴うツアーに関しては宿泊旅行の平均、日帰り旅行と現地オプションについては日帰り旅行の平均を加算した。

(1)ジャンプ観戦&スノースポーツ

北海道で実施したジャンプ観戦&スノースポーツプランは、新しい「札幌」というスポーツ都市としての一面をあぶり出し、旅行者に今までになかった旅行モチベーションを喚起する着地型商品であり、このプランが定番化することで、プラスアルファの地域への経済効果が期待できる。

また、今回はジャンプ観戦やプロ野球観戦という機会を活用したが、今後は冬季であればジャンプをはじめとするその他のスポーツ観戦、それ以外の時期でも、プロ野球やJリーグなどのコンテンツとウィンタースポーツミュージアムなどの常設観光資源とを組み合わせることにより、通年で様々なスポーツを軸にした旅行モチベーションを喚起することが可能であると考えられる。

【旅行代金計算表】

条件	項目	備考	ツアー代金
ツインタ食有	合計		45,550
	貸切バス	2日間	21,500
	札幌ドームオープン戦	入場料	4,000
	昼食弁当	1食	1,600
	宿泊	1泊2食	11,100
	宮城スキー国際競技大会	入場料	800
	大倉山リフト	リフト料金	450
	ウィンタースポーツミュージアム	無料	0
	添乗員経費	行程中帯同	6,100

ツアー現地料金合計額

17,950

+

土産代・買物代概算合計

6,875

一人あたり合計

24,825

※旅行会社基本旅行代金を除く

(2)女性専用スノーリゾート商品

女性に人気のスノーリゾートの志賀・白馬をデスティネーションとして、現在流行している“女子会”と、スノーリゾートとの親和性が高い“バス旅”を融合。女性専用バスでの往復で負担を軽減し、女性向けのコンテンツを導入したツアーの受容性を検証したが、コンセプトとしての受容性は非常に高く、安定した経済効果が期待できるものと思われる。

また、この企画は主に、現在スキーを行っている層と、一定期間スキーの経験があり、現在は中止している層を想定したプランであったが、スキー・スノーボードの経験がほとんどない層も1/4を占めており、ツアーを継続的に提供することで女性のスキー人口の増加も期待できると思われる。

【旅行代金計算表】

<白馬>

条件	項目	備考	ツアー代金
大人2名1室	合計		74,000
	宿泊代	1泊2食	18,500
	リフト券代	2日券	9,000
	レンタル代	2日間	12,000
	バス代	東京～白馬往復(往路車中泊)	23,300
	スクール代	4時間	9,000
	添乗員代	行程中帯同	2,200

ツアー現地料金合計額

48,500

+

土産代・買物代概算合計

6,875

一人あたり合計

55,375

※旅行会社基本旅行代金を除く

<志賀>

条件	項目	備考	ツアー代金
大人2名1室	合計		81,000
	宿泊代	1泊2食	29,300
	リフト券代	2日券	9,000
	レンタル代	2日間	12,800
	バス代	東京～志賀往復(往路車中泊)	18,700
	スクール代	4時間	9,000
	添乗員代	行程中常同	2,200

ツアー現地料金合計額

60,100

+

土産代・買物代概算合計

6,875

一人あたり合計

66,975

※旅行会社基本旅行代金を除く

(3)スノーアクティビティ体験

草津で開催されるノルディックSKI&WALK2011に参加し、トップスノーアスリートと交流しながらクロスカントリースキーを体験することにより、クロスカントリーという従来のスキープラスαのスノーリゾートでの楽しみ方を提案したこのツアーのコンテンツに対する満足度は概ね高いものとなっている。参加者は現在スキー・スノーボードをしている人が半数を占めており、新しいスキーリゾートの楽しみ方として、現役層の来訪モチベーションを高めることが期待できる。

今回は、既存のイベントに参加する形でのツアーであったが、類似のコンテンツを着地型商品として開発し、常時提供できる形にすることで、一定数の参加が見込めるものと思われる。

【旅行代金計算表】

<大人>

条件	項目	備考	ツアー代金
大人2名1室	合計		40,000
	宿泊代	1泊2食	16,900
	バス代	軽井沢～草津往復	10,640
	添乗員代	行程中常同	2,200
	JR代	東京～軽井沢往復	10,260
	パッケージツアーディスカント	総額割引	▲ 5,000
	参加費	レンタル含む	5,000

ツアー現地料金合計額

21,900

+

土産代・買物代概算合計

6,875

一人あたり合計

28,775

※旅行会社基本旅行代金を除く

<子供>

条件	項目	備考	ツアー代金
大人2名1室	合計		32,800
	宿泊代	1泊2食	14,900
	バス代	軽井沢～草津往復	10,640
	添乗員代	行程中常同	2,200
	JR代	東京～軽井沢往復	10,060
	パッケージツアーディスカント	総額割引	▲ 5,000
	参加費	レンタル含む	4,000

ツアー現地料金合計額

18,900

+

土産代・買物代概算合計

0

一人あたり合計

18,900

※旅行会社基本旅行代金を除く

(4) 家族でのスノーリゾート体験

子供たちは雪で遊び、スノースポーツを体験、同伴の大人もスキーや子供と過ごす時間を楽しんでもらえるツアーを提供し、ファミリーでの新たな旅行先としてのスノーリゾートを提案。親は過去に一定期間スキー・スノーボードをしていた経験のある人が半数弱を占めており、子供が生まれたことがスキー場来訪の阻害要因となっていた人では、子供を連れて再びスキー場を訪れるキッカケとして、有効なツアーであることが確認できた。また、ファミリーでの参加になるため、プラスαの経済効果が期待できるものとの思われる。

【旅行代金計算表】

<大人>

条件	項目	備考	ツアー代金
2名1室	合計		65,000
	宿泊代	1泊2食	26,400
	リフト券代	2日券	9,500
	レンタル代	2日間	15,000
	スクール代	一日	2,500
	添乗員代	行程中帯同	2,200
	JR代	東京～越後湯沢往復	12,980
	パッケージツアーディスカウント	総額割引	▲ 3,580

ツアー現地料金合計額

53,400

+

土産代・買物代概算合計

6,875

一人あたり合計

60,275

※旅行会社基本旅行代金を除く

<子供>

条件	項目	備考	ツアー代金
子供	合計		49,500
	宿泊代	1泊2食	16,200
	リフト券代	2日券	9,500
	レンタル代	2日間	15,000
	スクール代	一日	2,500
	添乗員代	行程中帯同	2,200
	JR代	東京～越後湯沢往復	6,500
	パッケージツアーディスカウント	総額割引	▲ 2,400

ツアー現地料金合計額

43,200

+

土産代・買物代概算合計

0

一人あたり合計

43,200

※旅行会社基本旅行代金を除く

(5)シニア層ハイグレードスキーツアー

シニア層が参加しやすい、老舗リゾートホテルの利用や、ゆとりのある行程で初心者から上級者までの多様なニーズに対応したサービスの提供等、スキーそのものだけでなく、スノーリゾートの観光面を充実させたツアーを提供。白馬についてはコンテンツに対する評価は概ね高く、シニア層の来訪促進における有効性が確認できた。

白馬では周辺観光施設（小布施）の見学などにも8割以上が満足と評価しており、スキー場近隣の観光スポットをツアーに組み込むことで、周辺地域への経済効果の拡がり期待できる結果となっている。

【旅行代金計算表】

<白馬>

条件	項目	備考	ツアー代金
ツイン 夕食有	合計		80,300
	宿泊代	1泊2食	28,000
	リフト券代	2日券	9,000
	レンタル代	2日間	13,000
	バス代	長野～白馬往復	10,300
	スクール代	2時間	9,000
	添乗員代	行程中帯同	2,200
	JR代	東京～長野往復	15,940
	パッケージツアーディスカウント	総額割引	▲ 7,140

ツアー現地料金合計額

59,000

+

土産代・買物代概算合計
6,875

一人あたり合計

65,875

※旅行会社基本旅行代金を除く

<赤倉>

条件	項目	備考	ツアー代金
3名1室	合計		60,200
	宿泊代	1泊2食	18,000
	リフト券代	2日券	9,000
	レンタル代	2日間	6,000
	バス代	東京～赤倉往復	25,000
	添乗員代	行程中帯同	2,200

ツアー現地料金合計額

33,000

+

土産代・買物代概算合計
6,875

一人あたり合計

39,875

※旅行会社基本旅行代金を除く

(6) 大学生の学び・体験

現在スキー場への来訪が著しく減少している若年層の取り込みは、それ自体で大きな経済効果をもたらすが、大学生を対象に実施した今回のツアーでは、若年層に対するツアー造成、情報提供の方向性が確認できた。

若年層を惹き付ける観光コンテンツの発掘や開発のポイントを探ることを目的に、野沢温泉において、将来、教育・スポーツ・レクリエーションなどの分野と密接に関わっていきたいと考えている大学生に、スノーリゾートに滞在し、若年層の来訪や地域の魅力などについて検討してもらうという特殊な企画であったが、学生たちの再来訪意向は高く、現地を訪れてからスキー場の良さ（雪質、広大で高低差があり眺望も楽しめる、多様なコースが選択できる等/宿泊施設）を理解した学生が多かった。また、コンビニなど都会での生活のような利便性がある程度満たされることも求められている。

周辺環境も含めた情報提供やツアー造成を行うことにより、地域の理解度を高めることで、若年層のエントリーを促進することができることが確認できた。

また、白馬栂池においては、学生達に「おやきづくり」「一本ぞり体験」など地域の伝統文化体験などの受容性を確認したが、いずれの満足度も非常に高かった他、雪上運動会など冬のスノーリゾートでしか体験できないレクリエーションプログラムの体験など、スキー場周辺地域の生活文化などを用いた魅力的なコンテンツ開発が若年層の来訪促進に有効であることが確認できた。

【旅行代金計算表】

<野沢>

条件	項目	備考	ツアー代金
	合計		42,500
大人	宿泊代	2泊4食	6,500
	リフト券代	2日券	7,000
	レンタル代	2日間	10,000
	バス代	東京～野沢温泉往復(往路車中泊)	9,800
	スクール代	2時間	7,000
	添乗員代	行程中帯同	2,200

ツアー現地料金合計額

30,500

+

土産代・買物代概算合計

6,875

一人あたり合計

37,375

※旅行会社基本旅行代金を除く

<白馬栂池/おやき体験>

条件	項目	備考	ツアー代金
	合計		7,500
現地オプション	おやき体験	体験費用	5,000
	昼食代	1食	2,500

ツアー現地料金合計額

7,500

+

土産代・買物代概算合計

3,046

一人あたり合計

10,546

※現地体験のみ

<白馬栂池/一本ぞり体験>

条件	項目	備考	ツアー代金
	合計		10,000
現地オプション	一本ぞり体験	体験費用	7,500
	昼食代	1食	2,500

ツアー現地料金合計額

10,000

+

土産代・買物代概算合計

3,046

一人あたり合計

13,046

※現地体験のみ

(7) 親子雪国体験

スノースポーツ観光の市場として新規・リピート両市場での可能性を持つファミリーの特に新規層をターゲットとし、スキー・スノーボードだけではない幅広い雪国の醍醐味・体験を提供。普段見たことのない子供の表情や行動が見ることができたなど、参加者からは非常に高い評価を得ることができた。多くのスキー場で比較的簡単に商品化して提供でき、プラスの経済効果が見込める着地型のコンテンツであると思われる。

【旅行代金計算表】

条件	項目	備考	ツアー代金
現地オプション	合計		7,000
	体験費用	半日体験	7,000

ツアー現地料金合計額

7,000

+

土産代・買物代概算合計
3,046

一人あたり合計

10,046

※現地体験のみ

(8) 若年層初心者スキーエントリー

スノースポーツの体験機会がなかったことが、若者のスキー場離れの大きな要因となっていることから、手軽で日帰りでも十分楽しめるツアーを提供し、スキーの楽しさに触れてもらうことを目的として実施した。実際には30代以上の参加も多く見られ、現役のスキーヤーが半数を占めたが、20代の構成も高く、ほとんどスキー・スノーボードの経験がない層も35.9%を占めており、若年層や未経験者のエントリーと、現役スキーヤーが手軽にスキーを楽しむ手段としての受容性も確認できた。

また、ツアーのメニューとなっているスクールについても、参加者の大半が満足したと評価しており、若年層のエントリーに対しての有効性が確認できた。

金・土・日の週末に毎週催行されるツアーとして定着させることで、継続的な経済効果が見込めるものと思われる。

【旅行代金計算表】

条件	項目	備考	ツアー代金
大人	合計		29,500
	リフト券代	一日券	3,500
	レンタル代	一日	3,500
	スクール代	4時間	9,000
	添乗員代	行程中帯同	2,200
	JR代	東京～ガーラ湯沢往復	12,980
	パッケージツアーディスカウント	総額割引	▲1,680

ツアー現地料金合計額

16,000

+

土産代・買物代概算合計
3,046

一人あたり合計

19,046

※旅行会社基本旅行代金を除く

②本モニターツアーでの地域への積算経済効果

これまで「①」で分析を行ってきた交通費、旅行会社収益、宿泊費などの費用を除いた地域への経済効果を、それぞれのツアーでの参加人数に掛け合わせた現地料金の合計は、全ツアー合計で約 930 万円となり、本事業だけでも一定の地域活性に資する経済活動の誘発が出来たと考えられる。

また、単純に同様のツアーをシーズンを通して実施することが出来る限度回数のヒアリングをもとに、回数を掛け合わせた結果、現地における経済効果は合計 9,000 万円弱と推計できる。

	※1			※2				
	1名単価	1名単価+土産・買物代	参加人数	現地費用計	同ツアーシーズン中可能回数	1シーズンでの現地費用		
ジャンプ観戦&スノースポーツ	17,950	24,825	11	273,075	1	273,075	※3	
女性専用スノーリゾート商品	白馬	48,500	55,375	7	387,625	12	4,651,500	
	志賀	60,100	66,975	20	1,339,500	12	16,074,000	
スノーアクティビティ体験	大人	21,900	28,775	20	575,500	1	575,500	※3
	子供	18,900	18,900	1	18,900	1	18,900	
家族でのスノーリゾート体験	大人	53,400	60,275	24	1,446,600	12	17,359,200	
	子供	43,200	43,200	14	604,800	12	7,257,600	
シニア層ハイグレードツアー	白馬	59,000	65,875	18	1,185,750	5	5,928,750	※4
	赤倉	33,000	39,875	30	1,196,250	5	5,981,250	
大学生の学び・体験	野沢	30,500	37,375	30	1,121,250	12	13,455,000	
	白馬 ^a	7,500	10,546	18	189,828	12	2,277,936	※おやき体験
	白馬 ^b	10,000	13,046	21	273,966	12	3,287,592	※一本ぞり体験
親子雪国体験	7,000	10,046	5	50,230	12	602,760		
若年層初心者スキーエントリー	16,000	19,046	35	666,610	36	11,998,980	※5	
				9,329,884		89,742,043		

- ※1 「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」(観光庁/2009)より
 - 国内宿泊旅行における「土産代・買物代」: 6,875円、同日帰り旅行: 3,046円
 - 大学生の学び体験・白馬、親子雪国体験、若年層スキーエントリーは日帰り金額を加算
 - 子供には、「土産代・買物代」は加算していない
- ※2 1シーズンは12月4週目～3月3週目までと想定
- ※3 イベント利用のため1回のみ
- ※4 シニアツアーは3～5回が限界 ※根拠確認
- ※5 今回は金土の“2回”催行、日曜日を入れた催行で36回可能
- ※ 便宜的に大人参加料金は「2名1室」料金で算出

この1シーズンでの現地費用は、あくまでモニターツアーで行ったものと同様のツアーを催行することを前提としているため、どうしてもシーズン中の可能回数に制限が出てきてしまっている。例えば、「ジャンプ観戦&スノースポーツ」においては、札幌でジャンプの大会が行われ、なおかつプロ野球が開催されているという条件であるため、現実的な実施可能回数は1回と算出している。

しかしながら、評価が高かったコンテンツを残しながら、ハードルが高く評価が低いコンテンツを削減するなどの内容の変更を行い、商品力を強化していく事で、より魅力化を図りながらコスト削減を行う事も可能であり、今回のモニターツアーの結果を活用し、地域への経済効果をさらに大きなものにすることが可能であると思われる。

③冬季スポーツ観光の取り組みによる地域の経済効果

スキー場などを有する冬季スポーツ観光の魅力化を行える地域が、今回のモニターツアーで実証をしてきたような、スノーリゾートとしての魅力を最大限に活用したコンテンツ開発を積極的に行う事での経済効果のシミュレーションを行った。

今回のモニターツアーから、近隣のスポーツや観光資源を活用した着地型ツアーの実施や、スノーリゾートの資源を活用した自然教室や雪国体験などをコンテンツ化することでの経済効果は、1コンテンツあたり数千万円規模になると想定される。

■雪育体験教室収入イメージ

【基本料金算出】		
親子雪育体験料金	大人	5,000 円
半日3時間コース	子供	2,000 円
平日実施人数	大人	10 人
一日2回実施合計	子供	15 人
週末実施人数	大人	40 人
一日2回実施合計	子供	60 人
【実施期間】		
12月中旬～3月末までの3ヶ月半を想定		
平日合計日数		70 日
週末合計日数(年末年始含む)		40 日
平日合計収益(大人)		3,500,000 円
平日合計収益(子供)		2,100,000 円
平日合計金額		5,600,000 円
週末合計収益(大人)		8,000,000 円
週末合計収益(子供)		4,800,000 円
週末合計金額		12,800,000 円
合計コンテンツ実施収益概算		18,400,000 円

■地域スポーツ観光体験半日ツアー収入イメージ

【基本料金算出】		
親子雪育体験料金	大人	5,000 円
半日3時間コース	子供・シニア	4,000 円
平日実施人数	大人	20 人
一日2回実施合計	子供・シニア	20 人
週末実施人数	大人	60 人
一日2回実施合計	子供・シニア	80 人
【実施期間】		
12月中旬～3月末までの3ヶ月半を想定		
平日合計日数		70 日
週末合計日数(年末年始含む)		40 日
平日合計収益(大人)		7,000,000 円
平日合計収益(子供)		5,600,000 円
平日合計金額		12,600,000 円
週末合計収益(大人)		12,000,000 円
週末合計収益(子供)		12,800,000 円
週末合計金額		24,800,000 円
合計コンテンツ実施収益概算		37,400,000 円

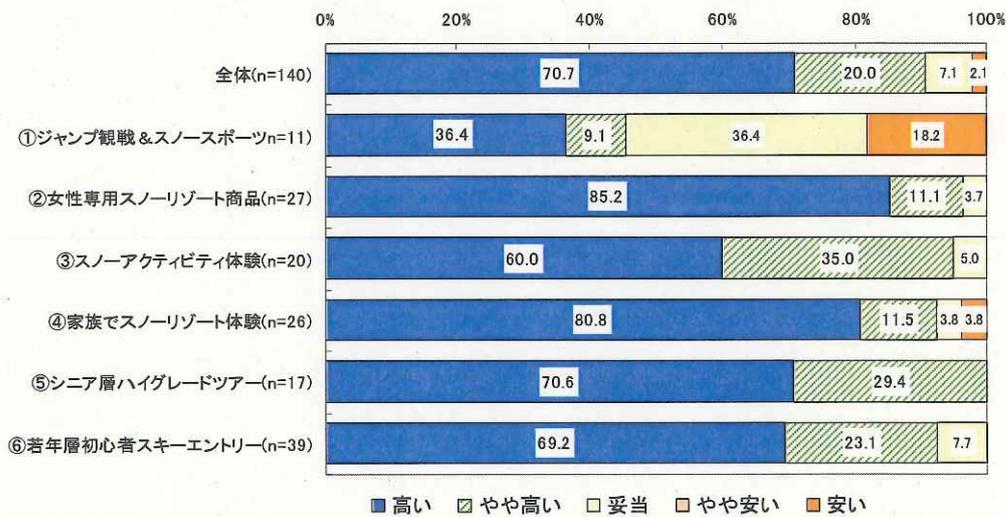
また、これらのコンテンツは原則として、スノーリゾートの設備と、地域の自然環境を活用して行う事ができるため、人件費と最低限の設備や備品、交通手段で実施が可能であると想定される。

新しくスノーリゾートでのコンテンツを開発するにあたり、それらのノウハウ作りと、コンテンツを担う人材の教育・育成が欠かせないため時間がかかることも想定される。しかしながら、結果として地域の魅力を活用し伝えられる人材を作り出していくことが、スノーリゾートの形成には欠かせない要素であり、地域の魅力を理解しているその土地の人材の登用による雇用が生まれていくことにつながるため、取り組んでいく価値は高いと考えられる。

④ ツアーコスト評価

今回実施したそれぞれのモニターツアーでツアー料金に関する評価を確認した。今回のモニターツアーは、ツアー代金の約4割を参加者負担としたが、価格評価においては実際にツアーを行った場合の価格を提示して評価を得た。

各モニターツアーで提示価格は異なるものの、実際に催行した際の価格に対しては、全体の9割が高いと評価しており、価格に対する評価は非常にシビアなものになっている。



※家族での参加やグループでの参加等価格評価がしにくかったツアーを除いて算出

「ジャンプ観戦とスノースポーツ」以外は、想定ツアー代金が「高すぎて買えない」と感じはじめる金額を上回っており、単に内容が良いからといって価格を高くできる訳ではなく、他のツアーにはない付加価値をつけ、いかに割安感を提示できるかの検討が必要である。

	ジャンプ観戦&スノースポーツ	女性専用スノーリゾート商品		スノーアクティビティ	家族でのスノーリゾート体験	シニア層ハイグレードツアー白馬	若年層初心者スキーエントリー
		白馬	志賀				
想定ツアー価格	25,000	74,000	81,000	37,000	65,000	85,000	29,000
「高い」と感じはじめる金額	27,727	53,571	39,990	26,000	37,818	51,000	18,300
「安い」と感じはじめる金額	15,455	34,500	25,696	20,215	26,909	35,533	12,253
「高すぎて買えない」と感じはじめる金額	34,545	57,143	46,750	29,700	41,455	58,667	21,217
「安すぎて不安」と感じはじめる金額	10,345	24,971	16,937	14,780	15,273	27,333	7,608

⑤経済効果のまとめ

今回の実証実験では、スキー・スノーボードだけではなく、広くスノーリゾートでの楽しみ方を提案することにより、地域への誘客を試みたが、観戦を目的としてスキー場に誘客する「ジャンプ観戦&スノースポーツ」、新たな楽しみ方の提案としての「スノーアクティビティ体験」などは高い評価を得ている。いずれも大会やイベントに便乗する形での企画であったが、スノースポーツ観戦を取り入れたツアー造成の可能性や、スキー・スノーボード以外のスキーリゾートでのアトラクションなどを着地で整備することにより、シーズンを通した集客が期待できることが確認できた。

なお、「ジャンプ観戦&スノースポーツ」はスキー経験のほとんどない新規層が36.8%と多く、新規層エントリーの効果も確認できる。

また、「家族でのスノーリゾート体験」は、子育てなどで一度スキーを中止していた層が、再び子供を連れてスキー場を訪れるキッカケとなることが確認できた他、「シニア層ハイグレードツアー」ではスキーそのものではなく、宿や周辺地域の観光等、観光要素を組み合わせることで、ツアーの魅力が高まることが確認できた。

さらに「大学生の学び・体験」では、「おやき体験」、「一本ぞり体験」などの地域の生活文化などを利用した着地型プログラムも若年層に対する魅力的なコンテンツとして確認できた。

スキー場来訪の抵抗感を減らし、手軽で快適にスキー体験ができるツアーとして企画した、「女性専用スノーリゾート商品」、「若年層初心者スキーエントリー」も満足度の高いものとなっている。いずれも当初想定していたよりもスキー経験者の割合が高かったものの、「女性専用スノーリゾート商品」は未経験者が25.9%、一定期間経験があり中止していた層が29.6%、「若年層初心者スキーエントリー」は未経験者が35.9%と比較的多く見られ、中止者の呼び戻し、初心者のエントリーへの有効性が確認できる。

以上のように、モニターツアーでは、スノーリゾートとして提供できる各種コンテンツの有効性が確認できたが、この存在を発地で訴求し、抵抗なく訪れ体験してもらうためには、エージェントによるツアー造成と発地でのコミュニケーションが不可欠である。しかし、前述の通り、同様のツアーを実施した場合の想定ツアー代金は「高すぎて買えない」と感じはじめる金額を大きく上回っており、国内旅行の平均費用(4.1万円※)と比べても高額に感じる商品が多く、ツアー価格の設定、ツアー内容の魅力を伝えるためのコミュニケーションの検討が必要である。

※「旅行者動向2010」財団法人日本交通公社/2009年度調査結果より

6) 冬季スポーツ観光の方向性

今回のモニターツアーの結果から、以下の方向が見てとれた。
今後は、商品造りを行っていく上で、それぞれの地域の努力によるプラスαの魅力の開発などによる受け入れ体制の整備を行っていくことと、「情報発信」によるターゲットへのアプローチと気運の醸成を行っていくことが必要であり、新しい価値を作り出しながら、需要を生み出していく必要がある。

今回の調査から商品開発、情報発信、受け入れ体制の整備として以下のような具体的な方向性が考えられる。

受け入れ体制／スノーリゾートとしての再構築

- ・スノーリゾートを明確にしたプログラム開発
(スノーシュー、リゾート、雪国体験 etc…)
- ・地域の持つ冬季観光資源の整理・魅力化
- ・地域間の連携、コンテンツの共有化

商品開発・情報発信

ファミリーターゲット:

雪国体験・雪育など、親子のコミュニケーション・触れ合いの機会

若年ターゲット:

手ぶらで手軽&リーズナブル、リクリエーションプログラム
日常と同様の便利さ

女性ターゲット:

快適さ、コストパフォーマンス

シニアターゲット:

ある程度のスキー経験者が楽しめるプログラム、周辺観光の提案

スノーリゾートのブランディング

- ・それぞれの地域が特色を活かした魅力を発掘
- ・ターゲットのニーズに合わせたサービスの充実
- ・日本のスノーリゾートの価値伝達 (国として)

これらの動きを今後促進していきながら、旅行会社として、冬季スポーツ観光商品造成を行っていくことで、新しい顧客を生み出し、スキーリゾートの価値による冬季のスポーツツーリズムの発展を促進していきたい。

<各層における商品造成の方向性>

ファミリー層	
目的	家族とのコミュニケーション・絆づくり
ツアー内容	スノーシューなど体力面・技術面の格差に関係なく、初心者でも家族皆で楽しめるアクティビティを盛り込む
交通	マイカーだけではなく公共交通機関利用の受容性が確認できた
スキー場	専用滑降エリア・レッスン・雪遊び等、キッズスペースの充実 託児所の設置（両親がスキーを楽しむ・子供がスキーに飽きた時など）
宿泊施設	施設が充実したリゾートホテル ファミリールーム・大部屋 大規模施設におけるチェックイン・アウト時やレストラン等での待ち時間に不満を感じる人も見られ、手続きの簡素化等、キメ細かい対応が必要。
その他	長時間スキーのできない子供や、スキー初心者でも楽しめるコンテンツ開発

女性層	
目的	スキー・スノーボードをやってみたい 仲間との親交を深めたい／リフレッシュしたい
ツアー内容	スノーシューなど体力面・技術面の格差に関係なく、仲間で楽しめるアクティビティを盛り込む 白馬や志賀高原などのブランドリゾート
交通	女性専用の安心・安全な交通手段
スキー場	施設の清潔さ・快適さ 人気スイーツ、B級グルメ、期間限定出展など飲食施設の充実 レンタル器具・ウェアの最新モデル 〇〇体験、〇〇教室などオプションの充実
宿泊施設	レディースルームの充実（魅力的なアメニティ、空気清浄機・美顔器具・アロマグッズなどリラックスできる空間） 複数の洗面台など4～5人のグループでも快適に過ごせる空間 マッサージ
その他	スキー・スノーボード以外の観光やコンテンツの開発

<各層における商品造成の方向性>

シニア層	
目的	有効に時間を使いたい
ツアー内容	新規： スノーシューなど体力・技術面での格差に関係なく楽しめる アクティビティを盛り込む／近隣観光資源の活用 リピーター： 近隣観光資源の活用 共通：温泉
交通	往路はＪＲ駅から直行バスでスキー場へ、復路はスキー場から バスで観光スポット、食事処、地元の市場などを訪問しＪＲ駅へ
スキー場	施設の清潔さ・快適さ 初心者、休眠層向けのレッスン 少し高くてもゆっくり・地元の食を味わえるレストラン 〇〇体験、〇〇教室などオプションの充実
宿泊施設	量より質を重視した食 他の施設の温泉も楽しめる湯巡りプラン
その他	スキーだけに終始するのではなく、観光や文化体験などを織り交ぜ た行程 グレードやクオリティへのこだわりへの対応

大学生	
目的	仲間との親交を深めたい／スキー・スノーボードをしたい
ツアー内容	内容を固定したパッケージではなく、フリータイムを最大限に 楽しむ場の提供（安全な雪上運動会実施のための貸切スペース 確保など）
交通	貸切バスなど、仲間で楽しみながら移動できる交通手段
スキー場	スキー・スノーボード自体の楽しみ方提案 レベルを区切ったレッスン レンタル器具・ウェアの最新モデル（かっこよさ・かわいさ） プロの技を見る機会など（モーグル・ハーフパイプなど）
宿泊施設	ペンションや小規模旅館の貸切、大部屋利用など仲間同士で 気兼ねなく楽しめる空間の提供
その他	知的好奇心を満たす文化体験や雪下ろしなどボランティア体験